

対象年度	令和 5年度						総合計画実施計画策定及び行政評価シート							
事務事業名	シティプロモーション事業						予算事業名	シティプロモーション事業費						
予算科目	会計	01	款	項	目	事業	要求区分	根拠法令						
			02	01	07	2301								
総合計画体系	歴史と自然を育み にぎわいと活力ある産業を目指そう 地域資源を活用したにぎわいと交流の促進 シティプロモーションの推進						事業の区分	主要事業 重点事業 秘書課						
							担当課係等	シティプロモーション係						
	事業期間						継続 (平成26年度～ 年度)							
【めざす姿 (意図・どのような状態になるのか)】							【事業開始のきっかけや他市の状況など】							
まちの魅力を発掘・創造し、市内外の人にPR活動やSNSを通して発信していくことで、市の知名度を向上させ関係人口の増加をめざす。							まち・ひと・しごと創生法の制定により地方版総合戦略の策定がなされたことから、各市町村で積極的に取り組んでいると思われる。							
【手段 (事業内容・どのようなことを行うのか)】							【対象 (だれに対して・何に対して行うのか)】							
<ul style="list-style-type: none"> ・イベントやマスメディアを利用し、市の重点事業やまちの魅力を発信 ・結城ブランド認定品をはじめとする結城の特産品やマスコットキャラクターを活用 ・PR用資材 (パンフレット、映像など) の制作 ・市公式SNSの運用管理 (広報活動経費と重複) ・報道機関等の活用 (広報活動経費と重複) 							市民 (定住化・シビックプライドの醸成) 市民以外 (関係人口の増加)							
							【事業をとりまく環境の変化】							
							本格的な人口減少社会を迎える中、シティプロモーションの意義、目的を再定義する必要がある。							
【令和 5年度 事業内容】				【令和 6年度 事業内容】				【令和 7年度 事業内容】						
<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏でのPRイベントの実施 ・PR動画の作成・公開 (外部委託含む) ・まゆげった着ぐるみ、デザインの管理 				<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏でのPRイベントの実施 ・PR動画の作成・公開 (外部委託含む) ・まゆげった着ぐるみ、デザインの管理 				<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏でのPRイベントの実施 ・PR動画の作成・公開 (外部委託含む) ・まゆげった着ぐるみ、デザインの管理 ・動画編集用ノートPC購入 						

■事業費

		R03年度	R04年度			
財源内訳	国庫支出金	0	1,300			
	県支出金	0	0			
	地方債	0	0			
	その他	0	0			
	一般財源	1,245	2,669			
歳入計 (千円)		1,245	3,969			
歳出内訳	節 (番号 + 名称)	金額 (千円)	金額 (千円)			
	08 旅費	0	13			
	10 需用費	296	776			
	11 役務費	0	220			
	12 委託料	344	2,620			
	13 使用料及び賃借料	96	340			
	17 備品購入費	509	0			
歳出計 (千円) (A)		1,245	3,969			
伸び率 (%)			218.79			
備考						

令和 3年度行政評価シート

■指標

種類	指標名	単位		R03年度	R04年度	R05年度
活動 指標	Twitterツイート数	件	目標	300.00	300.00	300.00
			実績	350.00	0.00	0.00
			目標	0.00	0.00	0.00
			実績	0.00	0.00	0.00
成果 指標	Twitterインプレッション数	千件	目標	1,500.00	1,000.00	1,000.00
			実績	926.19	0.00	0.00
			目標	0.00	0.00	0.00
			実績	0.00	0.00	0.00

■事業評価

必要性	事業の必要性	A 必要性は高い	持続可能な行政運営を目指すためには、必要な事業である。
妥当性	実施主体の妥当性	A 妥当である	人口減少問題に関連付けて事業を展開していくには、行政主体である必要がある。
	手段の妥当性	B どちらとも言えない	物販以外でのプロモーション手段に転換を図っていきたい。
効率性	コストの効率性・人員効率	B どちらとも言えない	民間委託ができる部分については、積極的に外部委託を進めたい。
公平性	受益者の偏り	B どちらとも言えない	受益者の定義が困難である。
有効性	成果向上の余地	B どちらとも言えない	外部の専門的な知見を積極的に取り入れることにより、成果向上の余地は大きい。
進捗度	事業の進捗	A 順調である	プロモーション事業の成果を明確にすることは困難ではあるが、今後も継続的に本市の魅力を市内外に発信していく。

総合評価 上記評価を踏まえて事業全体について評価し、問題点・課題等を指摘してください

近年ではほぼすべての自治体がシティプロモーションに注力している状況にあるが、明確な成果が見えづらいことから、マンネリ化に陥る自治体も少なくないように見受けられる。本市においても物販イベントに軸足を置いた事業を実施してきたが、様々な手法によるプロモーションに転換する必要がある。

対応策提言等 この事業を今後どのように改善・改革をしていきますか

シティプロモーションは単一の部署で完結できる業務ではないため、庁内の関係機関が共通認識をもって業務にあたるためには、シティプロモーションの目的・意義等を整理し、明文化した計画書が必須であり、そのうえで系統立てた事業を実施していくことが肝要である。
また次年度以降においては、「結城ブランド推進事業」を本事業に内包し、事業統合したうえで予算要求を行いたい。

■方向性

1次評価（1次評価者として判断した今後の事務事業の方向性（改革・改善策））

拡充（人・モノ・カネ等の拡充） 改善改革しながら継続 現状のまま継続（改善・改革なし） 統合・新規事業への展開
 縮小 休止 廃止・終了 予定どおりの要求 一部改善の上要求 今回は見送り その他の処置

方向性の具体的内容

シティプロモーション事業を組織としての継続的な事業とするため、事業目的や方針を示したシティプロモーション事業計画の策定が必須である。

2次評価（2次評価者として判断した今後の事務事業の方向性（改革・改善策））

拡充（人・モノ・カネ等の拡充） 改善改革しながら継続 現状のまま継続（改善・改革なし） 統合・新規事業への展開
 縮小 休止 廃止・終了 予定どおりの要求 一部改善の上要求 今回は見送り その他の処置

企画調整会議の意見・考え方（1次評価者と同じ場合も記入）

上記評価のとおり。