

対象年度		令和 7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	経常経費									
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						事業の区分		主要事業							
		地域資源を活用したにぎわいと交流の促進								重点事業							
		シティプロモーションの推進						担当課係等		秘書課							
事業期間		継続 (平成26年度～ 年度)										シティプロモーション係					
【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）】									
・ 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 7年度 事業内容】				【令和 8年度 事業内容】				【令和 9年度 事業内容】									
・ 庁内研修の実施 ・ 市内外でのPRイベントの実施、参加 ・ 広告出稿 ・ 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				・ 庁内研修の実施 ・ 市内外でのPRイベントの実施、参加 ・ 広告出稿 ・ 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 ・ まゆげった購入				・ 庁内研修の実施 ・ 市内外でのPRイベントの実施、参加 ・ 広告出稿 ・ 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									
■事業費																	
				R05年度		R06年度											
財 源 内 訳	国	庫	支	出	金	0	0										
	県		支	出	金	0	0										
	地		方		債	0	0										
	そ		の		他	0	0										
	一		般	財	源	2, 440	3, 247										
歳 入 計 (千 円)				2, 440		3, 247											
歳 出 内 訳	節 (番 号 + 名 称)			金額 (千円)		金額 (千円)											
	07 報償費			0		140											
	08 旅費			93		143											
	10 需用費			648		581											
	11 役務費			430		175											
	12 委託料			1, 173		1, 943											
	13 使用料及び賃借料			96		265											
歳 出 計 (千 円) (A)				2, 440		3, 247											
伸 び 率 (%)						33. 07											
備 考	予算書 50ページ、総合計画 93ページ																

令和 5年度行政評価シート

■指標

種類	指 標 名	単 位		R05年度	R06年度	R07年度
活動 指標	X (Twitter) ツイート数	件	目標	250.00	200.00	200.00
			実績	135.00	0.00	0.00
	結城ブランド推進活動数		目標	0.00	0.00	0.00
	令和5年度から「結城ブランド推進事業」を「シティプロモーション事業」に統合し、地域資源のひとつとして推進していくため令和6年度から指標変更		実績	0.00	0.00	0.00
成果 指標	X (Twitter) インプレッション数	件	目標	300,000.00	240,000.00	240,000.00
			実績	199,629.00	0.00	0.00
	結城ブランド推進活動数		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、少子高齢化・定住促進は喫緊の課題であり、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	移住・定住の促進と関係人口の創出を図るため、主体は行政である必要がある。
	手段の妥当性	A 妥当である	イベント出店だけでなく、動画・SNSによる情報発信を継続するほか、プロモーション活動を積極的に展開する。
効率性	コストの効率性・人員効率	B どちらも言えない	民間委託できる部分については、積極的に、外部委託を進めコスト削減を図っている。
公平性	受益者の偏り	B どちらも言えない	受益者の定義が困難である。
有効性	成果向上の余地	A 上がっている	SNS等を活用したPRについては、一定の成果は見られるが、今後、外部の専門的な知見を積極的に取り入れることで、成果向上の余地は大きいと思われる。
進捗度	事業の進捗	A 順調である	事業の成果を明確にすることは困難であるが、本市のシティプロモーション計画に基づき、今後も本市の魅力を市内外へ発信していく必要がある。
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、ほとんど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、成果が見えづらいのが現状である。また、イベント出店は、本市を知るきっかけづくりとなっている。ラジオ・テレビ、SNS等については、本市の魅力を市内外へ発信していくには有効であるが、プロモーション戦略を立て発信していく必要がある。			
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活動に関する窓口は、単一の部署で完結できる業務ではないため、コスト削減も含め、庁内関係機関が共通認識をもって一定の成果あげていかなければならない。 シティプロモーション計画に基づき、地域資源の見直しや新たな掘り起こしを行い、時機にあったプロモーション戦略を練り、積極的な事業展開を図っていく。			

■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について、昨年度、独自計画である「結城シティプロモーション計画」策定に至った。令和6年度については、当該計画に基づき、個人に捉われるのではなく、計画的かつ継続的に事業を進めるものとする。また、今後については、成果指標についても当該事業の真の目標である「移住・定住人口数」や「観光誘客数」などに変えて行くことも必要と考える。	
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	