

対象年度	令和 8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 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			
								担当課係等	秘書課 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)】	「結城の魅力」を発掘・創造し、市内外の人にプロモーション活動やSNSを通して発信していくことで、市の知名度を向上させ、移住・定住及び関係人口の増加を目指す。							【事業開始のきっかけや他市の状況など】	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)】	<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「結城の魅力」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「まゆげった」を活用 ・プロモーション用資材 (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) 							【対象 (だれに対して・何に対して行うのか)】	市民 (定住化・シビックプライドの醸成) 市民以外 (移住、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 8年度 事業内容】				【令和 9年度 事業内容】				【令和10年度 事業内容】				
<ul style="list-style-type: none"> ・庁内研修の実施 (隔年) ・市内外でのイベントの実施、参加 ・広告出稿 ・プロモーション動画の制作 ・まゆげった着ぐるみ、デザインの管理 ・まゆげった着ぐるみ購入 				<ul style="list-style-type: none"> ・市内外でのイベントの実施、参加 ・広告出稿 ・プロモーション動画の制作 ・まゆげった着ぐるみ、デザインの管理 				<ul style="list-style-type: none"> ・庁内研修の実施 (隔年) ・市内外でのイベントの実施、参加 ・広告出稿 ・プロモーション動画の制作 ・まゆげった着ぐるみ、デザインの管理 				
■ 事業費												
財 源 内 訳			R06年度	R07年度								
	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	2,550	2,086						
歳 入 計 (千 円)			2,550	2,086								
歳 出 内 訳	節 (番 号 + 名 称)		金額 (千円)	金額 (千円)								
	07	報償費	92	81								
	08	旅費	11	78								
	10	需用費	337	480								
	11	役務費	77	475								
	12	委託料	1,938	729								
	13	使用料及び賃借料	95	243								
歳 出 計 (千 円) (A)			2,550	2,086								
伸 び 率 (%)				-18.19								
備 考	予算書 52ページ、総合計画 93ページ											

令和 6年度行政評価シート

■指標

種類	指標名	単位		R06年度	R07年度	R08年度
活動 指標	X (Twitter) ツイート数	件	目標	200.00	200.00	0.00
			実績	202.00	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	240,000.00	240,000.00	0.00
			実績	315,394.00	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	行政運営を持続可能なものにするため、移住・定住人口の増加、関係人口の増加は喫緊の課題であり、市内外にプロモーションを図る本事業は必要である。
妥当性	実施主体の妥当性	A 妥当である	移住・定住、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	プロモーション活動は、イベント出展だけではなく動画配信や各SNSでの発信など、様々な手段を目的に応じて積極的に展開している。
効率性	コストの効率性・人員効率	B どちらとも言えない	外部委託できる部分については積極的に委託し、コスト削減を図っている。
公平性	受益者の偏り	B どちらとも言えない	様々な手段を用いて事業を推進しており、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等を活用したプロモーションについては、フォロワー数の増加により一定の成果が見られるが、増加幅の拡大が課題であり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	様々な手段を用いて事業を推進しており、今後も結城シティプロモーション計画に基づき「結城の魅力」を市内外に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			
SNSフォロワー数や動画等の再生回数、イベント出展ブースの集客など短期的な成果は数字をもって計ることができるが、本事業の目的は移住・定住人口、関係人口の増加であり長期的に見て成果が現れてくるため、今後も戦略を立てて事業を実施していく。			
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			
結城シティプロモーション計画に基づき、長期的な戦略を立て事業に取り組む必要がある。また、単一の部署で完結できる事業ではないため市内各部署と連携し事業を推進していく。そのため、計画的かつ継続的に事業を進められるよう「結城の魅力」を発掘・創造し、今後の事業展開につなげていく。			

■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）） <input type="checkbox"/> 拡充（人・モノ・カネ等の拡充） <input checked="" type="checkbox"/> 改善改革しながら継続 <input type="checkbox"/> 現状のまま継続（改善・改革なし） <input type="checkbox"/> 統合・新規事業への展開 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 廃止・終了 <input type="checkbox"/> 予定どおりの要求 <input type="checkbox"/> 一部改善の上要求 <input type="checkbox"/> 今回は見送り <input type="checkbox"/> その他の処置
方向性の具体的内容 結城シティプロモーション計画に基づき、迅速かつ確に情報発信を継続することが「移住・定住・交流人口数の増加」や「ふるさと納税・企業版ふるさと納税の増額」に繋がるものとする。 一方で災害など緊急時においても着実に情報が届くよう情報のDX化を進めるとともに各種SNS登録者数の増加に注力するものとする。
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）） <input type="checkbox"/> 拡充（人・モノ・カネ等の拡充） <input type="checkbox"/> 改善改革しながら継続 <input type="checkbox"/> 現状のまま継続（改善・改革なし） <input type="checkbox"/> 統合・新規事業への展開 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 廃止・終了 <input type="checkbox"/> 予定どおりの要求 <input type="checkbox"/> 一部改善の上要求 <input type="checkbox"/> 今回は見送り <input type="checkbox"/> 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
管理課連絡欄