

事務事業名		シティプロモーション情報発信事業					評価区分(事前評価・事後評価)			事後評価(A・B表)	
政策体系	基本目標	3 魅力と活力ある産業づくり					担当	担当部	総合政策部	担当課	都市ブランド推進室
	政策	2 観光とコンベンションによる賑わいと活力あるまちづくり					組織	担当係	ブランド戦略係	担当課長名	落合 武史
	施策	3 都市ブランド戦略の推進					新規事業・継続事業		継続事業		
	基本事業	1 「さのまる」を活用したシティプロモーションの推進					実施計画事業・一般事業		実施計画事業		
予算科目	短縮コード	会計	款	項	目	予算細事業名					
	1302	一般	2	1	7	シティプロモーション情報発信事業					
事業計画	単年度繰り返し	事業期間	27年度～ 年度		根拠法令 条例等	市単独事業・国県補助事業		市単独事業			
						任意的事業・義務的事業		任意的事業			
						実施方法		直営			
						事業分類		その他市民に対する事業			
						リーディングプロジェクト		該当			
						市長マニフェスト		3-9			

1. 事務事業の現状把握【DO】

(1) 事務事業の手段・目的・結果・各指標

①手段(事務事業の主な活動内容を記入します。)										
事業概要(具体的な事務事業の活動内容・進め方)			平成28年度実績(平成28年度に行った主な活動内容)							
佐野市の誇るべき「魅力」を積極的・主体的に発信するとともに、マスメディアやSNS(ソーシャル・ネットワーク・サービス)、各種広告媒体などの効果的な活用方法についても研究し、多角的な情報発信に努める。合わせて、市の「新しい魅力」「潜在的な魅力」も醸成し、効果的に発信する。			佐野市シティプロモーション推進基本計画に基づき、情報発信を強化し、市の誇るべき「魅力」を戦略的に全国へPRした。 ・佐野ブランド大使、ブランド姫、ブランド応援団長の活用 ・佐野市PRテレビ番組の制作・放映、公共交通機関への広告掲出等、効果的なメディア戦略 ・その他、シティプロモーションに関すること							
活動指標			単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)		
シティプロモーション関連ホームページ年間アクセス数			回	-	-	366,600	211,184	400,000		
②対象(この事務事業は誰・何を対象としていますか?)										
全国の人々			対象指標	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)	
日本の人口			千人	-	-	126,939	126,991	125,739		
③意図(この事務事業によって、対象をどのような状態にしたいのですか?)										
さらなる交流人口の増加を図る。			成果指標	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(目標)	
観光客入込数			万人	-	-	855	870	1,000		
④結果(どのような結果に結びつきますか?)										
佐野市の認知度の向上とイメージアップを図る。			上位成果指標	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(目標)	
市区町村の全国認知度ランキング(全国1000市区町村)			位	-	-	399	415	50		
市区町村の全国魅力度ランキング(全国1000市区町村)			位	-	-	365	609	150		
佐野市に住み続けたいと思う市民の割合			%	-	-	80.8	79.2	86		

(2) 総事業費の推移・内訳

事業費 投入量	財源内訳	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(目標)					
	国庫支出金	千円										
	県支出金	千円										
	地方債	千円										
	その他	千円										
	一般財源	千円			5,724	4,749	4,618					
	事業費計(A)	千円	0	0	5,724	4,749	4,618					
	事業費の内訳	千円	項目	事業費	項目	事業費	項目	事業費	項目	事業費		
							報償費	120	報償費	40	需用費	748
							需用費	768	需用費	692	役務費	3,726
						役務費	4,804	役務費	4,017	委託料	98	
						公課費	32			公課費	46	
人件費	正規職員従事人数	人			2	2	2					
	のべ業務時間	時間			1,200	1,200	1,200					
	人件費計(B)	千円	0	0	4,673	4,610	4,610					
	トータルコスト(A)+(B)	千円	0	0	10,397	9,359	9,228					

事務事業名	シティプロモーション情報発信事業	担当部	総合政策部	担当課	都市ブランド推進室	担当係	ブランド戦略係
-------	------------------	-----	-------	-----	-----------	-----	---------

(3) 事務事業を取り巻く環境変化・市民の意見等

①この事務事業は、いつ頃、どのようなきっかけで開始しましたか？	少子・高齢化を背景に自治体の活力の維持を目指した取組みが全国的に展開されている。このような状況の中、佐野ブランドキャラクター「さのまる」が2013年ゆるキャラグランプリで優勝したことから、「さのまる」を活用したPRを積極的に行い、また、平成26年度に「佐野市シティプロモーション推進基本計画」を策定し、さらなるシティプロモーションの情報発信の推進に取り組んだ。
②事務事業を取り巻く環境(対象者や国・県などの法令等、社会情勢など)は事務事業の開始時期や合併前と比べてどのように変化していますか？	全国的な少子高齢化を背景に、地方公共団体が活力を維持するための活動は益々激しさを増している。
③この事務事業に対して、関係者(市民、議会、事務事業対象者)からどのような意見・要望がありますか？	「さのまる」を活用した佐野市のPRを積極的に行うべきであり、戦略的・効果的に情報発信を行うべきとの意見がある。

(4) 前年度の評価結果に対する改革・改善の取り組み

前年度の評価結果	評価結果を受けて行った具体的な改革・改善の取り組み
やり方改善(成果向上の見直し)	さのまるを活用し、戦略的・効果的な情報発信の推進に取り組んだ。

2. 事務事業の事後評価【Check】

目的 妥当性 評価	①政策体系との整合性 この事務事業の目的(対象・意図)は、政策体系(結果)に結びついていますか？	
	結びついている	理由・改善案 本事務事業は、佐野市の誇るべき「魅力」を戦略的に発信するものであり、「都市ブランド戦略の推進」の観点からも必要不可欠な事業である。
	②公共関与の妥当性 なぜこの事務事業を市が行わなければならないのですか？ 民間やNPO、市民団体などに委ねることはできませんか？	
	市が行わなければならない	理由・改善案 市が先導してシティプロモーションを推進し、情報発信を通して市民意識を高めることが求められる。
	③対象・意図の妥当性 事務事業の現状や成果から考えて、対象と意図を見直す必要がありますか？	
	妥当である	理由・改善案 本市の認知度・魅力度を向上させるためには、全国の人々に向けたプロモーション情報の発信が必要である。
有効性 評価	④事務事業の成果向上余地 事務事業の成果は出ていますか？ 事務事業のやり方・進め方を見直すことで成果を向上させることができますか？	
	成果向上余地がある程度ある	理由・改善案 計画的で広域なプロモーション戦略を推進していくことで、本市の認知度向上がさらに図られると思われる。
	⑤類似事務事業との統合・連携の可能性 類似の目的や活動形態を持つ他の事務事業がありますか？ ある場合は、その事務事業との統合・連携ができますか？	
	類似事務事業はない	理由・改善案 類似事務事業名 * 類似事務事業があれば、名称を記入
効率性 評価	⑥事業費・人件費の削減余地 事務事業の成果を低下させずに事業費・人件費を削減することができますか？	
	削減の余地はない	理由・改善案 シティプロモーションを効果的に進めるためにも事業費を縮小することはできず、コスト削減の余地はない。
公平性 評価	⑦受益者負担の適正化余地 この事務事業の受益者は誰ですか？ 事務事業の目的や成果から考えて受益者負担を見直す必要がありますか？	
	受益者負担を求める必要がない	理由・改善案 佐野市の誇るべき「魅力」を戦略的に発信するための事業であり、全市民、ひいては全国民を対象としているため、受益者は特定されず負担を求める余地はない。
総合 評価	⑧本事業の休止・終了条件(本事業はどんな状態になれば休止・廃止、事業終了となるか？)	
	本事業は交流・定住人口の増加を図ることを目的としており、そのためには継続した情報発信が必要であるため、休止・廃止は難しい。	

3. 評価結果の総括と今後の方向性【Action】

(1) 今後の事務事業の方向性		(2) 改革・改善による期待効果	(3) 改革・改善を実現するうえで解決すべき課題(壁)とその解決策																						
やり方改善(成果向上の見直し)(有効性④の結果)		廃止・休止の場合は、記入不要 ×の領域は改革改善ではない。	計画的な、ターゲットを絞った情報発信																						
* 評価結果に基づいた改革改善案を記入します。(複数ある場合は、①②・・・と記入します。現状維持の場合は記入しません。)																									
ターゲットを絞った情報発信		<table border="1"> <tr> <td colspan="2"></td> <td colspan="3">コスト</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>削減</td> <td>維持</td> <td>増加</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">成果</td> <td>向上</td> <td></td> <td>○</td> <td></td> </tr> <tr> <td>維持</td> <td></td> <td></td> <td>×</td> </tr> <tr> <td>低下</td> <td></td> <td>×</td> <td>×</td> </tr> </table>			コスト					削減	維持	増加	成果	向上		○		維持			×	低下		×	×
		コスト																							
		削減	維持	増加																					
成果	向上		○																						
	維持			×																					
	低下		×	×																					