

令和元年度執行事務事業

施策名	基本事業	番号	事務事業名
都市ブランド戦略の推進	積極的なシティプロモーションの推進	1	シティプロモーション情報発信事業
		2	さのまるプロモート事業

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	2 新たな流れの創造による賑わうまちづくり					担当組織	担当部	総合政策部	担当課	都市ブランド推進課	
	政策	4 誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり					担当係	ブランド戦略係	担当課長名	鈴木 誠蔵		
	施策	1 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 積極的な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	平成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・義務的事业		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			
							市長市政公約		2-①-1			

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)			令和元年度実績(令和元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・ネットワーキング・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。あわせて、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。			第2次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、佐野ブランド姫、佐野ブランド応援団長の活用 ・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。 ・その他推進体制整備に関すること							
			活動指標	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(見込)	R3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	336,877	315,880	370,090	338,000	338,500	
② 対象(この事務事業は誰・何を対象としていますか?)										
目的	①国内に居住する人 ②市民		対象指標	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(見込)	R3年度(見込)	
			国内に居住する人	千人	126,706	126,443	126,167	123,900	123,252	
			市民	人	120,018	119,348	118,450	113,667	113,000	
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	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(目標)	R3年度(目標)	
			観光入込客数	万人	888	874	856	1,000	1,000	
④ 結果(どのような結果に結びつきますか?)										
①様々な情報発信媒体を活用し、市内外の多くの人に、本市の情報に触れてもらう。 ②佐野の魅力を知ってもらい、郷土に対する誇りを持ってもらう。			上位成果指標	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(目標)	R3年度(目標)	
			市区町村の全国情報接触度ランキング(全国1,000市区町村)	位	416	432	368	200	150	
			さのまるツイッターフォロワー数	件	24,310	29,175	33,184	19,300	19,800	

(2) 総事業費の推移・内訳

事業費 投入量	財源内訳	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(目標)	R3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	4,249	3,395	3,389	4,674	4,674			
	事業費計(A)	千円	4,249	3,395	3,389	4,674	4,674			
	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
			需用費	490	需用費	144	需用費	116	需用費	138
			役員費	3,680	役員費	3,226	役員費	3,243	役員費	4,503
委託料			45	委託料	25	委託料	30	委託料	33	
公課費			34							
人件費	人	2	2	2	2	2				
のべ業務時間	時間	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200				
人件費計(B)	千円	4,579	4,585	4,578	4,578	4,578				
トータルコスト(A)+(B)	千円	8,828	7,980	7,967	9,252	9,252				

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	都市ブランド推進課	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？	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・改善の取組

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・改善の取組
事業のやり方改善(成果向上の見直し)	東京圏において積極的に本市PRイベントを実施した。また、SNSを活用した情報発信を行った。

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	市民のシティプロモーション推進の機運が高まっているとは言えないため、まずは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	多様な媒体を活用し、状況の変化に対応したタイムリー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
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。
	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、全国民を対象としているため、受益者負担を求めない。
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																							
事業のやり方改善(成果向上の見直し) * 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。) 多様な媒体を効果的に活用し、状況の変化に対応したタイムリーな情報発信を行う。	廃止・休止の場合は、記入不要×の領域は改革改善ではない。 <table border="1"> <tr> <td colspan="2"></td> <th colspan="3">コスト</th> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <th>削減</th> <th>維持</th> <th>増加</th> </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		×	×	情報収集のための市民・関係団体との連携と、効果的な情報発信媒体の研究
		コスト																							
		削減	維持	増加																					
成果	向上		○																						
	維持			×																					
	低下		×	×																					

事務事業名		さのまるプロモート事業					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	2 新たな流れの創造による賑わうまちづくり					事業区分	担当	担当部	総合政策部	担当課	都市ブランド推進室
	政策	4 誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり						担当係	さのまるマネジメント係		担当課長名	鈴木 誠哉
	施策	1 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 積極的な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	市単独事業・国県補助事業	市単独事業				
	1301	一般	2	1	7	さのまるプロモート事業	任意的事業・義務的事業	任意的事業				
事業計画	単年度繰り返し	事業期間	H27年度～ 年度		根拠法令 条例等		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				
							市長市政公約	2-①-2				

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)		令和元年度実績(令和元年度に行った主な活動内容)					
<p>「ゆるキャラ®グランプリ2013」での優勝や、その後の活動によりさのまるの認知度は上がったが、さのまるを活用した佐野市の認知度・知名度向上の余地はまだある。さのまるが県外イベントに積極的に参加し佐野市のPRを行うとともに、さのまるの運用方法、開催イベント及び場所などについて研究し、効果的なPRを図ることで佐野市のシティプロモーションを推進する。</p>		<p>・第2次シティプロモーション推進基本計画に基づく取組を行った。 ・市民協働によるさのまる冠イベント(さの秀郷まつり)を実施した。さのまる冠イベント(第4回さのまるの日イベント)も市民協働によって開催に向けて準備を進めたが中止となった。「さのまるサポーターズ」の運営と会員拡大を図った。全国47都道府県制覇に向けた取組として未訪問県で行われるイベント等への出演や海外派遣を行い認知度向上を図った。また、民間事業者と連携して駅構内や商業施設の屋外テラスを使用したイベントを開催した。さらに、民間企業のCM出演による露出や、市内の集客のある施設等への定期出演、ホームページ、SNSやYouTubeを活用して情報発信を積極的に行った。</p>					
活動指標		単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(見込)	R3年度(見込)
さのまるツイッターフォロワー数		件	24,310	29,175	33,184	19,300	19,800
さのまるデザイン使用申請数		件	418	415	376	750	800

② 対象(この事務事業は誰・何を対象としていますか?)

① 国内に居住する人	対象指標	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(見込)	R3年度(見込)	
② 市民		国内に居住する人	千人	126,706	126,443	126,167	123,900	123,252
		市民	人	120,018	119,348	118,450	117,706	113,000

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?)

目的	「さのまる」に会いに佐野市に行きたいという気持ちを醸成するとともに、「さのまる」の認知度向上を図る。	成果指標	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(目標)	R3年度(目標)
		さのまるの家の来場者数	人	10,329	12,290	9,883	25,000	30,000
		さのまるデザイン使用承認数	件	404	381	366	700	750

④ 結果(どのような結果に結びつきますか?)

① 様々な情報発信媒体を活用し、市内外の多くの人に、本市の情報に触れてもらう。	上位成果指標	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(目標)	R3年度(目標)	
② 佐野の魅力を知ってもらい、郷土に対する誇りを持ってもらう。		市区町村の全国情報接触度ランキング(全国1,000市区町)	位	416	432	368	200	150
		さのまる派遣回数	件	660	716	459	700	710

(2) 総事業費の推移・内訳

事業費 投入量	財源内訳	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(目標)	R3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	3,372	3,528	3,342	6,006	0			
	一般財源	千円	10,611	5,797	3,765	3,853	9,859			
	事業費計(A)	千円	13,983	9,325	7,107	9,859	9,859			
	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
			報酬	5,278	報酬	2,048	報酬	1,835	報酬	2,125
			共済費	818	共済費	280	共済費	282	職員手当	403
旅費			844	旅費	905	旅費	458	共済費	395	
需用費			551	需用費	614	需用費	513	旅費	720	
役務費			337	役務費	370	役務費	246	需用費	785	
委託料			3,730	委託料	3,125	委託料	3,072	役務費	272	
使用料及び賃借料			475	使用料及び賃借料	23	使用料及び賃借料	34	委託料	3,331	
負担金、補助及び交付金			1,950	負担金、補助及び交付金	1,950	負担金、補助及び交付金	667	使用料及び賃借料	45	
								負担金、補助及び交付金	1,750	
						公課費	33			
人件費	正職員従事人数	人	5	5	5	5	5			
	のべ業務時間	時間	8,300	8,300	7,300	8,300	8,300			
	人件費計(B)	千円	31,673	31,714	27,850	31,665	31,665			
	トータルコスト(A)+(B)	千円	45,656	41,039	34,957	41,524	41,524			

事務事業名	さのまるプロモート事業	担当部	総合政策部	担当課	都市ブランド推進室	担当係	さのまるマネジメント係
-------	-------------	-----	-------	-----	-----------	-----	-------------

(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？	さのまるの「ゆるキャラ®グランプリ2013」での優勝に伴い、市ではさのまるを柱とした佐野市のシティプロモーションを展開することとした。柱となるさのまる自体のプロモーション強化により、シティプロモーションの骨組を強固なものにするため。
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？	ゆるキャラ®グランプリ2013においてさのまるが優勝したときに比べ、「ご当地キャラクターブーム」の勢いが沈静化している。ブーム後のキャラクターの在り方が問われている。
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？	さのまるの活動については、関東地方に重点を置くとともに、地域に根差した活動を充実すべきであるとの提言をいただいた。

1. 事務事業の現状把握【DO】

(4) 前年度の評価結果に対する改革・改善の取組

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・改善の取組
事業のやり方改善(成果向上の見直し)	一体的なプロモーションを推進するため「佐野市シティプロモーション取組指針」に基づきプロモーションを行った。また、取組テーマである「東京圏を中心とした佐野市の認知度・魅力度アップ」を図るため、民間事業者と連携して東京圏でのプロモーションを強化した。

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	さのまるを活用した積極的なシティプロモーションを展開することで、「さのまる」の更なる認知度向上を本市の認知度・魅力度の向上に繋げるとともに、賑わいと活力あるまちづくりに資する。
	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？		
有効性 評価	委ねられる・委ねられる可能性がある	理由・改善案	さのまるの運用やさのまるの家の運営体制については、様々な方法が考えられることから、運用や運営体制の見直しを検討する必要がある。
	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	特になし。
効率性 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	さのまるやキャラクターを取り巻く環境が常に変化している状況下において、成果向上をさせるためには見直しは必要である。
	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？		
公平性 評価	類似事務事業はない	類似事務事業名	
	*類似事務事業があれば、名称を記入	理由・改善案	
	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	事業の性質上、事業費や人件費の削減は成果向上に結び付かないため。	
総合 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	自治体キャラクターとしての性質上、受益者負担を求める余地はない。
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？)			
さのまるを活用したシティプロモーションを推進するため、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																							
事業のやり方改善(成果向上の見直し) * 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。) さのまるを活用した認知度向上のための研究と戦略の見直し	廃止・休止の場合は、記入不要×の領域は改革改善ではない。 <table border="1"> <tr> <td colspan="2"></td> <th colspan="3">コスト</th> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <th>削減</th> <th>維持</th> <th>増加</th> </tr> <tr> <th rowspan="3">成果</th> <th>向上</th> <td></td> <td>○</td> <td></td> </tr> <tr> <th>維持</th> <td></td> <td></td> <td>×</td> </tr> <tr> <th>低下</th> <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		×	×	さのまるやご当地キャラクターを取り巻く環境が変化している状況下において、成果向上を図るには、新たなプロモーション先の開拓やさのまるデザイン商品の流通量の増を図るとともに、さのまるの家の移転や活動拠点の整備が必要
		コスト																							
		削減	維持	増加																					
成果	向上		○																						
	維持			×																					
	低下		×	×																					