

平成 28 年度事務事業評価表(一般事業・継続)

No. 22

事務事業名	シティプロモーション推進事業
-------	----------------

作成日	平成 28 年 9 月 30 日		
部局名	市長公室		
課名	企画調整課		
課長名	増田 正治	内線	221
担当者名	山口 理行	内線	215

基本目標		持続可能な行財政運営と市民協働の推進
政策	060102	効率的で開かれた行政運営の推進
施策		開かれた市政の推進と個人情報の保護
関連施策		

会計	1	一般会計
款	2	総務費
項	1	総務管理費
目	17	地方創生推進費
事業コード	031002	シティプロモーション推進事業

事業類型	4	ソフト事業(任意)
個別計画		
重点事業		

【PLAN(計画)】

対象(者) 誰(何)に対して事業を行うか	市外の住民、市民		
意図 対象をどのような状態にしたいか	本市の魅力を効果的に発信し、定住や観光などに繋げる。		
事業概要 意図を達成するために実施することは何か	<p>本市の地域資源や優位性を効果的にブラッシュアップし、戦略的にシティプロモーションを実施する。対外的なプロモーションはもとより、市民の本市に対する愛着や誇りを高める施策を併せて行い、「市民の本市への満足度」を広く市内外へ発信していく。</p> <p>定住促進や観光交流、一次産業などのカテゴリーごとにマーケティング及び調査研究を行うプロジェクトチームを職員で部署横断的に編成し、本市の地域資源や優位性を最も効果的に訴求できるターゲットを選定しプロモーション活動を実施する。併せてマーケティングにより浮き彫りになった本市に不足している取組については、官民連携でマイナスをプラスに転換する事業化に取り組むとともに、事業を担う人材の育成を図る。</p>		
事業期間	平成 27 年度	～	平成 31 年度
実施方法	直営、委託		
根拠法令、要綱等			
国・県補助事業に係る本市単独施策			

【DO(実施)】

指標名(上段:名称/下段:算定式等)		単位	25年度	26年度	27年度	28年度	備考
活動指標	① プロジェクトチームミーティング数	計画値				35	5チーム×7回
		実績値					
	達成度	%					
	②	計画値					
実績値							
成果指標	① 移住・定住相談件数	計画値					平成22年度～26年度相談件数合計33件を平成27年度～の5か年で50件
		実績値		33	36		
	達成度	%					
	②						

年 度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	全体計画
① 事業費(千円)	0	0	0	55,820	8,162	8,162	8,162	0
国庫支出金				55,820				
県支出金								
地方債								
その他								
一般財源					8,162	8,162	8,162	
② 人件費(千円)	0	0	0	12,948				
職員人数(人)				1.75	・地域資源の再発見、ブラッシュアップ、プロモーション	・地域資源の再発見、ブラッシュアップ、プロモーション	・地域資源の再発見、ブラッシュアップ、プロモーション	備考
時間外勤務(時間)				111				
嘱託等人数(人)								
フルコスト(①+②千円)	0	0	0	68,768				

※財源内訳中の「その他」には、保険料・寄付金・基金・利用料等の収入を記入しています。

【CHECK(評価)】

事業の進捗状況 昨年度の評価から、どのような取組をしましたか(昨年度の【ACTION】の改善・改革の進捗等)	課長補佐級、係長、及び一般級職員で5つのプロジェクトチームを結成し、市のシティプロモーションに寄与する事業の提案を行った。さらに事業実施に向け、担当課との協議を行う。
事業が抱える問題・課題等	市のシティプロモーションの方向性を決定する必要がある。

妥当性	【必要性】	高い	やや高い	やや低い	低い	該当なし	
	長崎県の人口が減少する中においては、本市の人口も将来は減少に転じることが予測されるため、県外へ積極的にPRし、選ばれる地域になることが必要である。						
有効性	【市の関与】	高い	やや高い	やや低い	低い	該当なし	
	市内外へ効果的にPRするためには、行政・市民一体となって本市の地域資源や優位性を調査し、行政が主体的に取り組む必要がある。						
効率性	【事業成果】	高い	やや高い	やや低い	低い	該当なし	
	本市の地域資源や優位性をマーケティング調査等を踏まえPRすることによって、ターゲット層へ効果的に魅力を伝えることが可能となり、本市が選ばれる地域として、将来にわたって活力ある地域社会を構築することが可能となる。						
効率性	【施策貢献度】	高い	やや高い	やや低い	低い	該当なし	
	情報化を進めるにあたっては、基本的な情報はもとより、地域資源や優位性等を効果的に発信していく必要があるため、施策貢献度は高い。						
効率性	【コスト】	削減の余地なし		削減の余地あり		該当なし	
	必要最小限の費用で事業を行うため、削減の余地はない。						
効率性	【負担割合】	見直しの余地なし		見直しの余地あり		該当なし	

※事業類型が1～3に該当する事業については妥当性及び有効性の評価は記入していません。

【ACTION(改善・改革)】

今後の方向性 その他の見直し

内容 今後の方向性のもとで、どのような取組をするか(課題や問題点等に対する取組など)	厳しくなる都市間競争の中で、住民や企業などに「選ばれる地域」になるためには、地域の魅力を高めるだけでなく、地域の魅力を効果的に伝える総合的な戦略が必要となる。 地方創生への取組をより効果的に展開するため、シティプロモーションの戦略(方向性)を決定する。
効果 事業の改善・改革によって期待される効果は何か	シティプロモーションによって、大村市の魅力を知り、好きになってもらうことで定住や観光などに繋げる。

1次評価	今後の方向性	担当者意見のとおり		2次評価	対象外	今後の方向性
	終期設定				終期設定	
	意見等			内容		

※1次評価は事業担当課長等、2次評価は2次評価委員会によって行われます。