

第5次総合計画 前期基本計画 施策評価シート

施策名	いせはらシティセールスの推進	施策番号	22
主担当部署	部名	部長名	
	企画部 総務部税務担当部長	山口 清治 吉川 幸輝	

計 画 (Plan)			
総合計画体系	活力	まちづくり目標	3 個性豊かで活力あるまち
		基本政策	6 産業の活力があふれる元気なまちづくり
		施策展開の方向	2 多くの人が訪れる賑わいのあるまちをつくる
施策展開の方向 (内容)	魅力的な地域資源を最大限に活用し、伊勢原ならではの観光地づくりや歴史的なつながりのある地域との連携などにより、観光が盛んで賑わいのあるまちをつくります。 豊かな自然や文化遺産、充実した医療や子育て環境など、本市がもつ特徴的な魅力の積極的な発信により、多くの人が訪れ、暮らしてみたいと選ばれるまちをつくります。		
施策内容	本市には豊かな自然環境や歴史・文化遺産、農産物、優れた医療環境や子育て・福祉・教育環境、アクセス性の高い交通網など、地域の魅力や資源が豊富にあります。市の魅力や地域資源などを効果的に広く内外に情報発信することにより、市のイメージや知名度の向上を図るとともに、観光や就業など多様な交流人口を増やし、地域経済活動の活性化を促進します。		
目標とする状態	伊勢原の都市イメージが定着し、市内外に伊勢原の魅力や取組が分かりやすく伝わり、様々な交流が盛んに行われています。		
目標の達成度を測る指標	【指標名】	区分	
		【当初値】	【目標値】
	様々なメディアを活用したピーアール件数	307件	525件
	人口の社会動態	転出超過	転入超過
施策を構成する「主な事業」	主な事業	事業の概要	
	シティセールス推進事業	市民・事業者・市などオール伊勢原の推進体制を構築し、市の知名度の向上をめざすとともに、様々な魅力ある資源を市内外に広く発信し、地域の活性化を図ります。	
	いせはらイメージアップ推進事業	本市の魅力や特色を市内外に効果的に発信するため、公式のマスコットキャラクターやご当地ナンバープレートなどを導入するとともに、イベントや観光キャラバンなどへ積極的に活用し、知名度の向上やイメージアップを図ります。	
	シティプロモーション推進事業【H28年度から】	「選ばれるまち」となるために、いせはらシティプロモーション推進計画に基づき、市民・事業者・市などが一体となって各種シティプロモーション活動に取り組み、さまざまな魅力ある資源を市内外に広く発信し、地域の活性化を図ります。	
	国際スポーツイベントを通じた地域活性化促進事業【H28年度から】	東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会等の開催に伴い、参加する各国・各地域の選手団や競技チームの事前キャンプ地として本市の誘致活動を行うとともに、大会開催までの本市としての準備や外国人等の集客を見込んだ取組などを実施する。	

施策実施 (D○)

指標の達成状況	【指標名】	当初値	目標値	目標の方向	実績・見込(下段:達成率)			
					H25	H26	H27	H29見込
	様々なメディアを活用したソーシャル件数	307件	525件	↗	820件 156.2%	853件 162.5%	851件 162.1%	850件 161.9%
人口の社会動態	転出超過	転入超過	↗	転出超過 (▲230人) 0.0%	転入超過 (+152人) 100.0%	転入超過 (+575人) 100.0%	転入超過 100.0%	

コスト	年度	H25年度 実績額		H26年度 実績額		H27年度 実績額		H28年度 予算額		H29年度 計画額	
	事業費合計(a)	2,456	千円	1,817	千円	5,681	千円	1,826	千円	1,777	千円
	人件費合計(b)	24,816	千円	21,680	千円	29,200	千円	29,200	千円	29,200	千円
	トータルコスト(a)+(b)	27,272	千円	23,497	千円	34,881	千円	31,026	千円	30,977	千円

市民意識	項目		平成27年度		満足度と重要度の相関図			その他の市民ニーズ、意見		
	満足度	施策の値	0.42		↑ 重要度 ↓	A	B	D	C	・自慢するものがない。知名度が低い。 ・環境的には住みやすい。 ・まちづくりを再考し、大きく変わらないといけない。 ・ご当地ナンバープレートの取得により伊勢原市への愛着が深まった。
		平均値	0.32							
	重要度	施策の値	0.78							
平均値		1.20								

■施策を構成する「主な事業」の目標達成状況

NO.	事業番号	事業名	事業指標	当初値	H27年度目標	H27年度実績	目標達成状況	所属名
1	22-101	シティセールス推進事業	テレビ放映回数	15回	18回	101回	◎	広報広聴課
2	22-102	いせはらイメージアップ推進事業	イメージキャラクターイベント出演回数	-	20回	346回	◎	広報広聴課・市民税課
3								
4								
5								
6								
7								

■施策を構成する「主な事業」の平成28年度評価結果(平成27年度事業分)

NO.	事業番号	事業名	進捗状況	実施水準	有効性	効率性	今後の方向性	所属名
1	22-101	シティセールス推進事業	A	A	A	A	A	広報広聴課
2	22-102	いせはらイメージアップ推進事業	A	B	A	B	B	広報広聴課・市民税課
3								
4								
5								
6								
7								

↓ 評価 (Check) へ

評 価 (Check)

指標(施策の目標)の達成度評価 〔選択・記入〕	<input checked="" type="radio"/> 既に達成している(A) <input type="radio"/> 順調に進捗している(B) <input type="radio"/> 遅れているが達成する見込み(C) <input type="radio"/> 遅れており達成が見込まれない(D)	A	左記判断理由	すべての指標において目標は達成して状況であるが、指標の一つである転入超過については、社会動態による転入・転出について今後の動向を注視して行く。
「目標とする状態」に向けた取組手法の有効性 〔選択・記入〕	<input checked="" type="radio"/> 高い(A) <input type="radio"/> 普通(B) <input type="radio"/> 低い(C)	A	取組による成果	市公式イメージキャラクタークルリンを活用したシティプロモーションは、クルリンをイベント等に積極的に参加させ本市のPRに活用するとともに、クルリンのナンバープレートを導入するなど、本市の知名度の向上やイメージアップ、市民の愛郷心の醸成につながる有効な取組である。 また、平成26年度に策定した「いせはらシティプロモーション推進計画」には、全庁的な各部所管の事務事業でシティプロモーションに係る取組を本計画で明確化したことにより、市内外に対して、全庁態勢による効率的な事業展開が図られている。
市民意識の反映 〔選択・記入〕	<input type="radio"/> 反映している(A) <input checked="" type="radio"/> 概ね反映している(B) <input type="radio"/> 反映できていない(C)	B	左記判断理由	指標において、目標を上回っており、意識調査結果でも、満足度で平均値を上回っているものの、市の特徴、知名度の低さを指摘する意見がある。アウトナーセールスとともに市民に向けたインナーセールスに力を入れ、更に推進する必要がある。
施策を取り巻く環境変化	平成26年度に「いせはらシティプロモーション推進計画」を策定し、市内外に対してプロモーション活動を積極的に取り組んでおり、平成27年6月には、フランスの旅行ガイドブック「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」に「大山」が1つ星、「大山阿夫利神社からの眺望」が2つ星として紹介され、更には、平成28年4月に「大山詣り」が日本遺産に認定されるなど、取り組みの成果も上がっており、伊勢原市を市内外に向けてプロモーションする素材が整いつつある。			
施策推進上の課題	上記の環境変化を絶好の機会と捉え、それらを活用したシティプロモーションを更に効果的に実行に移していくことが必要である。			

↓ 施策の改善 (Action) へ

施策の方向性 (Action)

今後の方向性の判断	取組の方向性 〔選択〕	<input checked="" type="radio"/> 拡大して実施 <input type="radio"/> 継続実施 <input type="radio"/> 縮小して実施 <input type="radio"/> 抜本的見直し	左記判断理由	「いせはらシティプロモーション推進計画」を確実に推進するとともに、新たに獲得したプロモーションの素材を効果的に活用する取組を立案し、更なる伊勢原の魅力の発信、知名度の向上を図るよう展開する。
	施策の方向性 〔選択〕	<input checked="" type="radio"/> 継続 <input type="radio"/> 見直し	左記判断理由	伊勢原市が成熟し、元気で活気のある都市として発展し続けるためには、魅力あるまちづくりを進めていく必要がある。 横浜、鎌倉、箱根に次いで海外に強力で発信できる第4の国際観光地の実現をめざすとともに、平成32年に開催される東京オリンピック・パラリンピックを見据え、外国人観光客の獲得につながる取組を継続し、交流人口の増加による地域の活性化を促進する。