

第5次総合計画 中期戦略事業プラン 事務事業評価シート

事業名	シティプロモーション推進事業			事業番号	22-101
事務事業担当	部名	部長名	課名	課等の長	
	企画部	山口 清治	広報戦略課	成田 勝也	

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	11	多くの人が訪れる賑わいのあるまちをつくる	
		施策	22	いせはらシティセールスの推進	
予算事業名	シティプロモーション活動事業費				
事務区分〔選択〕	<input checked="" type="radio"/> 自治事務 <input type="radio"/> 法定受託事務 (選択してください)→			法令上の位置づけ	
事業開始年度	開始年度	平成29年度	～	終了年度	
関連法令等					
国・県の計画等				計画期間	
関連個別計画				計画期間	
実施の背景 (事業を取りまく環境・市民ニーズ)	人口減少社会を迎え、地域を持続するためにシティプロモーション活動に取り組む自治体が増え、都市間競争が一層激しくなっている。こうした中、市内の都市基盤整備が進み、市民活動等によるプロモーションが盛んになっている。				
目的 (何をどうしたいのか)	シティプロモーション活動を通じて、選ばれるまちとして、人や企業、情報等呼び込み、市の活力を高めることにより、持続可能な都市としての発展を目指す。				
主な対象 (誰・何を対象に)	市民・企業・関係機関・他市町村住民				
事業内容 (手段、手法など)	・いせはらシティプロモーション推進計画に基づき、シティプロモーションロゴマークや市公式イメージキャラクターの活用など、市民や関係機関と一緒にさまざまなシティプロモーション活動の取組を進めます。				
事業行程	項目	年度			
		28年度	29年度		
	マスメディアへの積極的なPR	継続実施	継続実施		
	イメージキャラクターイベントの出演	継続実施	継続実施		
計画の進行管理	推進 内部評価実施	外部評価実施 アクションプラン修正			
目 標	【指標名】	【現状】	年度		
			28年度	29年度	
	シティプロモーション公認サポーター数	—	10人・15団体	15人・20団体	



事業実施 (Do)へ

事業実施 (D○)

事業の「取組方針」 (前年度事務事業評価)			
実施方法 〔選択・記入〕	<input checked="" type="radio"/> すべて直接実施 <input type="radio"/> 左記以外		
	<input type="checkbox"/> 業務委託 <input type="checkbox"/> 指定管理	委託先又は指定管理者	
	<input type="checkbox"/> 補助金	補助先	
	<input type="checkbox"/> その他	具体的内容	
実施結果	項目	年度	
		28年度	29年度
	マスメディアへの積極的なPR	継続実施	
	イメージキャラクターイベントの出演	継続実施	
	計画の進行管理	推進 内部評価実施	
実施した取組の内容	シティプロモーション推進計画に基づき、全国的なキャラクターイベントへの参加、シティプロモーション公認サポーターの活動環境の整備を行うほか、全庁一丸となったプロモーションの取組により、計画の推進を図った。		
目標の達成状況	【指標名】	【現状】	年度
			28年度
	シティプロモーション公認サポーター数	—	10人・15団体

年度		28年度 実績				29年度 実績			
事業費合計 (a)		1,407		千円					千円
内訳	国県支出金 ①	99		千円					千円
	地方債 ②	0		千円					千円
	その他特財 ③	552		千円					千円
	一般財源 (a)-①-②-③	756		千円			0		千円
国県支出金の内容		市長村自治基盤強化総合補助金(県支出金) 負担割合1/3							
コスト	その他特財の内容	受益者負担	<input type="radio"/> 有 <input checked="" type="radio"/> 無		前回の改定時期				
		その他	公式イメージキャラクター クルリン製作に係る寄附金						
人件費	正規職員	2	人	17,300	千円		人		千円
	その他の職員	0.24	人	583	千円		人		千円
	人件費合計 (b)	2.24	人	17,883	千円		人		千円
トータルコスト (a)+(b)				19,290	千円				千円
単位当たりコスト	対象数	定義	年間観光入込客数		単位				
		対象数	1,858,092		人				
	総事業費 / 対象数	10		円					
									円

評価 (Check)へ

評 価 (Check)				
進捗状況 〔選択・記入〕	<input checked="" type="radio"/> 計画どおり (A) <input type="radio"/> 概ね計画どおり (B) <input type="radio"/> 計画どおり進捗せず (C)	A	左記判断理由	いせはらシティプロモーション推進計画の二年度目として、初年度に整えたプロモーションの制度や仕組みを活用し、計画どおりの進捗が図られた。
実施水準 〔選択・記入〕	<input checked="" type="radio"/> 他市より高い水準で実施 (A) <input type="radio"/> 他市と同水準で実施 (B) <input type="radio"/> 他市より低い水準で実施 (C) <input type="radio"/> 一律に比較できない事業	A	他都市事業内容等	県内でも早期にシティプロモーションに係る計画策定を行い、順調に取組が進行しているため、先例市として県内外の自治体からの問い合わせが相次いでいる状況である。
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	左記判断理由	地域の活力を高め、伊勢原の魅力をPRする手段として、有効な事業であり、今後も継続して行う必要がある。
効率性 〔選択・記入〕	<input checked="" type="radio"/> 効率的に実施されている (A) <input type="radio"/> 改善の余地がある (B) <input type="radio"/> 抜本的な改善が必要である (C)	A	左記判断理由	新たな投資的経費をかけることなく、市民や関係機関を巻き込んだプロモーション活動の取組が行えている。


 取組の改善 (Action)へ

取組内容の改善 (Action)				
所属長による今後の方向性の判断	方向性 〔選択〕	<input checked="" type="radio"/> 現状のまま継続 <input type="radio"/> 見直しの上継続	事業推進上の課題	全職員のシティプロモーション意識の共有により、恵まれた地域資源をさらにプロモーションの素材として生かしていく必要がある。また、SNSのさらなる活用により、伊勢原ならではの情報を、より広範に拡散させるための仕掛けづくりが求められる。
次年度の取組方針		計画の基本戦略ごとの重点的な取組を定めた上で、全庁一丸となったシティプロモーション活動に取り組むとともに、市民の発想やスキルを取り込んだプロモーション活動を展開していく。		
所管部長による総評		いせはらシティプロモーション推進計画を策定以来、全庁一丸となったプロモーション活動や市民・関係団体との活動の一体化など、目に見える形での成果の獲得に繋がっている。市の活力を高める効果に繋がるよう、更なる取り組みを展開していく。		