

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	地域の魅力発信事業			事業番号	25-101
事務事業担当	部名	部長名	課名	課等の長	
	企画部	山室 好正	広報戦略課	桑原 豊	

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	25	シティプロモーションの推進	
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	実施する規定はない	
事業開始年度	開始年度	平成30年度以前	～	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	いせはらシティプロモーション指針			計画期間	令和2年度～
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、各自治体において定住促進に向けた施策や事業が行われ、都市間競争が激しくなっています。本市でもいせはらシティプロモーション指針に基づき、民間企業、市民団体等との連携により、地域の魅力を最大限に生かしたシティプロモーション活動が進んでいます。				
目的 (何をどうしたいのか)	いせはらシティプロモーション指針に基づき、本市の認知度向上とイメージアップを図るため、地域の魅力を発信するシティプロモーション活動を進めます。				
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)	<ul style="list-style-type: none"> 公式イメージキャラクター等の活用を図るとともに、パブリシティ活動やSNSによる地域の魅力発信に努めます。 都市基盤整備等の状況を捉えながら、新たなシティプロモーションブックの作成について検討します。 				
事業行程	項目	年度			
		令和3年度	令和4年度		
	マスメディアへの積極的なPR	定例会見、パブリシティ	定例会見、パブリシティ		
	イメージキャラクターの出演	市内外のイベント参加	市内外のイベント参加		
	シティプロモーションブックの発行	配布	作成検討		
目 標	【指標名】	【現状値】	年度		
			令和3年度	令和4年度	
	マスコミへの情報提供数	380件 (令和2年度)	510件	515件	



事業実施 (Do)

事業実施 (D○)

事業の「取組方針」 (前年度事務事業評価)	庁内、市民、企業、団体等との連携を強化し、積極的な情報収集に努めるとともに、マスメディアに取り上げていただけのような話題性の高い情報提供に努め、パブリシティの更なる充実を図ります。 コロナ禍だからこそ見えてくる本市の魅力を分析し、市民の愛郷心の醸成や魅力度向上に向けて、シティプロモーション指針に沿った取組を進めます。		
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	
		令和3年度	令和4年度
	マスメディアへの積極的なPR	定例記者会見、パブリシティ	
	イメージキャラクターの出演	市内のイベント参加	
	シティプロモーションブックの発行	配布	
実施した取組の内容	<ul style="list-style-type: none"> ・マスメディアに対し、市長定例記者会見やプレスリリース等により、タイムリーな情報提供を行いました。 ・市内の企業や団体等が、イベントの演出や配布物のデザイン等において、イメージキャラクターを活用しました。 ・市内外に本市の魅力を発信するため、シティプロモーションブックの配布・配架に取り組みました。 		
目標の達成状況	【指標名】	【現状値】	年度
			令和3年度
	マスコミへの情報提供数	380件 (令和2年度)	453件

コスト	年度	令和3年度 実績				令和4年度 実績				
	内訳	事業費合計 (a)	0	千円					千円	
		国県支出金 ①	0	千円					千円	
		地方債 ②	0	千円					千円	
		その他特財 ③	0	千円					千円	
		一般財源 (a)-①-②-③	0	千円				0	千円	
	国県支出金の内容									
	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								
	人件費	正規職員	0.49	人	4,008	千円		人		千円
		その他の職員	0	人	0	千円		人		千円
		人件費合計 (b)	0.49	人	4,008	千円		人		千円
	トータルコスト (a)+(b)				4,008	千円			0	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	1,411,642	人					
総事業費 / 対象数		3	円							

評 価 (Check)				
進捗状況 〔選択・記入〕	<input type="radio"/> 計画どおり (A) <input checked="" type="radio"/> 概ね計画どおり (B) <input type="radio"/> 計画どおり進捗せず (C)	B	左記判断理由	新型コロナウイルス感染症の影響により、イベント等に関するリリースは減少しましたが、市の施策や市内の動向などについて積極的にパブリシティを行うなど、いせはらシティプロモーション指針に基づき、着実に取組を実施しました。
実施水準 〔選択・記入〕	<input type="radio"/> 他市より高い水準で実施 (A) <input checked="" 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	B	他都市の事業内容等	パブリシティについては、他市においてもイベント等が減少し、新型コロナウイルス感染症に関する施策等のリリースが中心となっている状況です。イメージキャラクターについては、イベント等が行われない状況の中、SNSや動画などを通じて活動を継続しています。
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	マスメディアによる情報発信やイメージキャラクターのイベント参加、各種SNSによる配信は、市民の愛郷心や市外住民への認知度向上に有効な取組であり、引き続き積極的に進めていく必要があります。
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	積極的なパブリシティによるマスメディアの活用、イメージキャラクターや各種SNSによる全国的な情報発信により、広告宣伝費等の経費を抑え、効率的なプロモーション活動が実施できています。


 取組内容の改善 (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	引き続き、新型コロナウイルス感染症の感染状況等を注視しながら、積極的なパブリシティ活動や、公式イメージキャラクター、各種SNSの活用などにより、伊勢原ならではの魅力を強く発信する必要があります。
令和4年度の取組方針		庁内、市民、企業、団体等との連携を強化し、積極的に情報収集を行うとともに、マスメディアに取り上げられる話題性の高い情報提供に努めるなど、パブリシティの更なる充実を図ります。 ウィズコロナ・アフターコロナを見据えながら、本市の魅力を調査・研究し、シティプロモーション指針に沿った取組を進めます。		
所管部長による総評		公式イメージキャラクターや各種SNS等の効果的な活用に引き続き取り組むとともに、新たな情報発信ツールの活用等について調査・研究を進め、多くの方々に本市の魅力を知っていただき、本市が「選ばれるまち」になるよう、より効果的なシティプロモーション活動を推進してまいります。		