

5 第三者評価対象事業評価シート 事務事業評価シート

1 基本情報

事業番号		060101030700		事業の種類	4
年度	30	事務事業名	シティプロモーション事業	予算事業名	シティプロモーション事業 優先度 4
まちづくり目標		まちづくり目標推進のために		担当部局名	企画総務部企画広報課
施策名(中)		市民力あふれるまちをめざす		担当課長	松尾 次郎
取組み事項		まち・ひと・しごとによる人口減少対策を行う		担当者名	岡本 智子
実施計画事業名				実施計画への記載	無
根拠法規及び関連法規				主要事業の指定	無
事業の目的	誰のために(具体的に)	市内外に住むすべての人			
	誰(何)を対象として	市内外に住むすべての人			
	意図(どのような状態にしたいのか)	交流人口・定住人口の増加、人口減少の抑制に資するため、相生市の魅力を広域に発信することにより、市の知名度とイメージの向上を図る。			
	事業の全体年度	事業着手年度	(年度)	事業完了予定年度	(年度)

2 事業の概要 Do

実施の概要		様々な媒体を活用したプロモーションを展開し、市の知名度とイメージを向上させる。				
活動実績	項目	単位	28年度実績	29年度実績	30年度実績	31年度計画
	テレビCM放映回数	回	100	100	100	100
	映画館CM放映回数	回	11,015	4,866	7,284	2,200
	イベント時パンフレット配布数	部	703	931	553	600
	推進協議会	回	1	2	2	2

3 投入資源

会計区分		一般会計			事業費単位:円				
インプット指標		28年度決算	29年度決算	前年比	30年度決算	前年比	31年度予算	前年比	備考
人員	部長以上職員	0.026	0.028	108	0.028	100	0.029	104	
	参事以下職員	0.380	0.636	167	0.424	67	0.500	118	
	臨時職員			-		-		-	
支出内訳	人件費	3,211,726	5,279,760	164	3,521,756	67	4,263,784	121	
	事業費	11,932,362	7,446,300	62	6,291,845	84	6,596,000	105	
	合計	15,144,088	12,726,060	84	9,813,601	77	10,859,784	111	
財源内訳	国庫支出金	11,866,912		0		-		-	
	県支出金			-	2,431,000	-	2,304,000	95	
	市債			-		-		-	
	その他			-		-		-	
	一般財源	3,277,176	12,726,060	388	7,382,601	58	8,555,784	116	
	合計	15,144,088	12,726,060	84	9,813,601	77	10,859,784	111	

※ 事業の進捗状況

項目		28年度	29年度	30年度	31年度	
全体進捗率	事業費累計					
	進捗率					

4 評価指標

【有効性】

指標名1		ホームページアクセス数							
指標説明(式)		相生市ホームページへのアクセス件数							
指標単位	区分	28年度	29年度	前年比	30年度	前年比	31年度(計画)	前年比	備考
人	目標	-	450,000	-	455,000	101.1	460,000	101.1	
	実績	446,525	450,280	100.8	432,854	96.1			
指標名2									
指標説明(式)									
指標単位	区分	28年度	29年度	前年比	30年度	前年比	31年度(計画)	前年比	備考
件	目標			-		-		-	
	実績			-		-		-	

【効率性】

指標名1		映画館CM(シネアド)放映時の観客動員数							
指標説明(式)		映画館CM(シネアド)放映時の観客動員数(アースシネマズ姫路、OS神戸ハーバーランド)							
指標単位	区分	28年度	29年度	前年比	30年度	前年比	31年度(計画)	前年比	備考
人	目標	-	170,000	-	230,000	135.3	45,000	19.6	
	実績	364,418	199,044	54.6	231,539	116.3			
指標名2		Instagramのいいね数							
指標説明(式)		Instagramで相生市が投稿した記事へのいいね数							
指標単位	区分	28年度	29年度	前年比	30年度	前年比	31年度(計画)	前年比	備考
回	目標	-	-	-	-	-	10,000	-	
	実績	-	-	-	8,768	-			

5 事業の評価(30年度実績) Check

評価視点	具体的な評価視点	評価コメント及び現状認識	担当課評価
妥当性	目的の妥当性	市の魅力や資源、施策などをパッケージとして市内外に発信することで、選ばれるまちとしての選択肢の一つにあがる。	5
	市民ニーズ	人口減少の抑制および地域活性化が求められていることから、若い世代をターゲットとしたプロモーションを展開し、市の知名度とイメージの向上を図ることが必要である。	
有効性	成果目標(改善)達成度	新たなプロモーション手法の一つとして、平成30年度よりInstagramを導入し、市内外の人に対しPR効果が図れている。	4
	成果の向上	様々なメディア媒体を連携させて活用することで、市外の人にも広く相生市を知ってもらう機会を得ることができるとともに、ホームページへの誘導を図ることが出来た。	
効率性	手段の最適性	より多くの人に発信できるよう新たにInstagramの導入や、イベント等での個人への事業説明など、様々な角度から効果が高いと思われる手法により成果の向上に努めた。	4
	コストの節減	CMIに関しては大きな費用を要するが、テレビCMや映画館CMといった広域的な媒体を活用することで、より多くの人に知ってもらうことができた。	
進捗状況	事業計画に対する進捗状況	推進協議会において関係機関と連携を図りながら、戦略的に進めている。	4

6 課題として認識された点

評価視点	具体的な評価観点	内容
有効性	成果の向上	常に新たな情報発信ツールを研究するなど、ターゲット層の目にとまるプロモーションが必要である。



7 事業の改革改善 Action

(1) 評価結果を踏まえた31年度の改革改善内容

評価視点	具体的な評価観点	内容
有効性	成果の向上	広域的な発信に加え、SNSの効果的な活用など、より多くの人々の目にとまるようなプロモーションを行う。

配点	32.5
総合評価	27.5

(2) 32年度以降の改革改善内容

区分	内容				
重点事項					
見直し事項	費用対効果の検証を継続し、最少の経費で最大の効果を引き出す。				
新規事項					
方向	継続	成果	拡大	総コスト	維持