

1. 基本情報

■事業の担当課	企画部都市プロモーション課		■担当係	都市ブランド戦略係	
■評価事業名称	2021年周年事業(広報・プロモーション事業)				
■事業開始年度	令和2年度				
■評価事業コード	010300 - 170	■会計区分	一般会計		
■総合計画での位置づけ	■政策	06 市民が主役となり企業や行政と協働するまちづくり			
	■基本施策	07 シティプロモーションの推進			
	■施策	01 シティプロモーションの推進			
■事業の類型	05 ソフト事業(任意)		■政策・業務区分	政策	
■法令の根拠区分	法令に特に定めのないもの				
■法令等の名称					
■関連計画の名称	北上市都市ブランド推進行動計画、北上市2021年周年記念事業基本計画				
■事業の目的と概要	市が2021年に市制施行30周年、第60回北上・みちのく芸能まつり、展勝地開園100周年の3つの記念の年を迎えることから、これを機会に市の魅力を市内外に広く発信しようとするもの。				

2. 細事業の活動実績情報

細事業コード	細事業名称	事業の対象	令和2年度事業計画	令和2年度事業量実績
01	2021年周年事業(広報・プロモーション事業)	市民	○2021年周年事業推進会議の運営、進捗管理、基本計画更新○広報・プロモーション事業の実施(冊子、原付ナンバープレート、懸垂幕・フラッグ、プロモーションビデオ、記念婚姻届等の作成)○各種事業協議	○周年事業推進会議6回開催、進捗管理、R3計画分更新○広報・プロモーション事業の実施(学習漫画10,000部、原付ナンバープレート500枚、懸垂幕・フラッグ、プロモーション動画、記念婚姻届500枚、婚姻届受理証明書200枚、PRグッズ等の作成)○PRスタートイベントの実施○周年記念フォトコンテストの実施

3. 投入コスト情報

(単位:千円)

	平成29年度	平成30年度	令和1年度	令和2年度	備考
直接事業費				27,603	
人件費				9,015	
その他(公債費・減価償却費等)					
フルコスト				36,618	

4. 評価指標等の状況

指標コード	指標名	29年度	30年度	1年度	2年度	指標の説明
01	市民協賛事業数				25事業所	民間主体で周年の盛り上げにつながる事業を行った団体数

5. 事後評価(「政策」事業類型5-6のみ)

■目標達成状況

A. 順調

B. 概ね順調

C. 遅れている

達成状況の分析

概ね計画に沿って事業を実施することができた。空き店舗スペースを活用して周年に係る展示ブースを設置する等、工夫してPRの場を確保した。

問題点・課題等

令和2年度はコロナの影響で、周年事業の基幹となるさくらまつりや北上・みちのく芸能まつり、また関連する冠婚葬祭等のイベントが中止となったため、PRの場と内容に制限があった。令和3年度の本番も引き続きコロナの影響があるため、状況に合わせて柔軟にプロモーションを行う必要がある。

1. 直接的な受益者の範囲

不特定多数に及ぶ

特定されるが多数に及ぶ

特定少数に限定される

2. 国・県・民間との競合関係の有無

類似の事業はない

類似の事業はあるが競合はない

類似の事業があり競合する

3. 事業廃止の影響・貢献度

事業の廃止により重大な問題が発生する

事業の廃止により何らかの問題が発生する

事業の廃止による問題は想定されない

4. 市民生活・企業活動への貢献度

市民生活・企業活動の維持に不可欠

市民生活・企業活動の維持に一定程度貢献している

市民生活・企業活動の維持への貢献度は低い

5. 事業廃止の影響を受ける受益者の割合

1. で選択した人の大多数(70%程度)

1. で選択した人の半分程度(50%程度)

1. で選択した人の少数(30%程度)

6. 事業へのニーズの変化

ニーズが高まっている

ニーズは変わらない

ニーズが低下している又は合致しない

7. 施策の改善需要度(市民意識調査)

順位が高い

順位が中程度

順位が低い

8. 施策の優先度(市民意識調査)

順位が高い

順位が中程度

順位が低い

9. 他市町村に比較しての優位性

先進的またはユニークな事業である

他と同程度の事業である

遅れている事業である

10. 実施主体の代替性

民間委託等の拡充は難しい

民間委託等の拡充が十分に可能

全部委託や実施主体の移行が可能

11. 経済性・効率性の向上

今以上の効率化や改善は難しい

効率化や改善を図ることは十分に可能

効率化や改善の余地が大きい

■事業の見直し方策(評価項目2.4の補足説明含む)

コロナの影響で、イベントの内容及び実施の可否が直前にならないと決まらなことが懸念される。状況を見極めながら適切にプロモーション活動を行う。

■今後の方向性

I. 拡充

II. 継続

III. 縮小

IV. 廃止・休止

V. 完了

1. 基本情報

■事業の担当課	企画部都市プロモーション課		■担当係	都市ブランド戦略係	
■評価事業名称	シティプロモーション推進事業(都市プロモーション課)				
■事業開始年度	平成27年度				
■評価事業コード	010300 - 201	■会計区分	一般会計		
■総合計画での位置づけ	■政策	06 市民が主役となり企業や行政と協働するまちづくり			
	■基本施策	07 シティプロモーションの推進			
	■施策	01 シティプロモーションの推進			
■事業の類型	05 ソフト事業(任意)		■政策・業務区分	政策	
■法令の根拠区分	法令に特に定めのないもの				
■法令等の名称					
■関連計画の名称	北上市都市ブランド推進行動計画				
■事業の目的と概要	持続可能なまちづくりを推進するため、まちに関わる一人ひとりの「まちへの愛着や誇り」を醸成する。外部プロモーション(都市のブランディング基盤整備、各施策におけるシビックプライド醸成事業の推進)、内部プロモーション(外部プロモーションを支える、職員スキルアップ、組織体制整備、マニュアル策定等)を実施する。				

2. 細事業の活動実績情報

細事業コード	細事業名称	事業の対象	令和2年度事業計画	令和2年度事業量実績
01	シティプロモーション推進事業	市民、職員	○ロゴマークの認知獲得の取組みを推進 ○ブランドサイトやインスタグラム等を活用した情報発信を強化 ○魅力発信名刺の作成、配布 ○庁内資料チェック約180件 ○資料作成研修1回 ○チラシ評価と各課へのフィードバック1回 ○フォトコンテスト実施(年2回)	○ロゴマーク使用許可4件(外部) ○ブランドサイト運営 ○職員名刺作成、配布 ○ピンバッチ配布 ○庁内会議資料チェック152件 ○資料作成研修1回 ○チラシ評価と各課等へのフィードバック ○市民ライター記事3件

3. 投入コスト情報

(単位:千円)

	平成29年度	平成30年度	令和1年度	令和2年度	備考
直接事業費	7,246	11,944	9,530	3,928	
人件費	11,065	7,070	5,564	7,749	
その他(公債費・減価償却費等)					
フルコスト	18,311	19,014	15,094	11,677	

4. 評価指標等の状況

指標コード	指標名	29年度	30年度	1年度	2年度	指標の説明
01	市公式HPの閲覧数			1,060,660件	1,510,244件	セッション数
02	都市ブランドサイトの閲覧数			4,628件	14,984件	セッション数
03	これからも北上市に住み続けたいと思う人の割合	85.3%	88.1%	88.1%	87.5%	北上市民の地域への愛着と誇りが醸成されているか。

04	主要広報媒体への共感			72.2%	79.07%	市民意識調査
05	ブランドメッセージ活用件数	31件	57件	69件	96件	市民+行政

5. 事後評価(「政策」事業類型5・6のみ)

■目標達成状況

- A. 順調
- B. 概ね順調
- C. 遅れている

達成状況の分析

ブランドサイトを活用し、市民ライター記事を新報に掲載するなど市の魅力発信を行った。各種資料やチラシ等、作成に係る研修や指導も継続して行った。

問題点・課題等

市民意識調査において、市民の地域への愛着と誇りを測る指標数値が下がっている。

1. 直接的な受益者の範囲

- 不特定多数に及ぶ
- 特定されるが多数に及ぶ
- 特定少数に限定される

2. 国・県・民間との競合関係の有無

- 類似の事業はない
- 類似の事業はあるが競合はない
- 類似の事業があり競合する

3. 事業廃止の影響・貢献度

- 事業の廃止により重大な問題が発生する
- 事業の廃止により何らかの問題が発生する
- 事業の廃止による問題は想定されない

4. 市民生活・企業活動への貢献度

- 市民生活・企業活動の維持に不可欠
- 市民生活・企業活動の維持に一定程度貢献している
- 市民生活・企業活動の維持への貢献度は低い

5. 事業廃止の影響を受ける受益者の割合

- 1. で選択した人の大多数(70%程度)
- 1. で選択した人の半分程度(50%程度)
- 1. で選択した人の少数(30%程度)

6. 事業へのニーズの変化

- ニーズが高まっている
- ニーズは変わらない
- ニーズが低下している又は合致しない

7. 施策の改善需要度(市民意識調査)

- 順位が高い
- 順位が中程度
- 順位が低い

8. 施策の優先度(市民意識調査)

- 順位が高い
- 順位が中程度
- 順位が低い

9. 他市町村に比較しての優位性

- 先進的またはユニークな事業である
- 他と同程度の事業である
- 遅れている事業である

10. 実施主体の代替性

- 民間委託等の拡充は難しい
- 民間委託等の拡充が十分に可能
- 全部委託や実施主体の移行が可能

11. 経済性・効率性の向上

- 今以上の効率化や改善は難しい
- 効率化や改善を図ることは十分に可能
- 効率化や改善の余地が大きい

■事業の見直し方策(評価項目2.4の補足説明含む)

令和3年度からの北上市都市ブランド推進行動計画(第2期)に基づき、発信力の強化を図る。

■今後の方向性

- I. 拡充
- II. 継続
- III. 縮小
- IV. 廃止・休止
- V. 完了