

事務事業評価表

1. 基本事項

作成日 令和04年01月14日(金)

事務事業		シティセールス推進事業		担当課	協働推進課	担当係	シティセールス推進係	管理番号	3002	
第2次総合計画				事業区分	■ 自治事務	□ 法定受託事務	→ 対象拡大 サービス拡充	有□ 有□		
	行計画分野別名	大項目	200006	みんなで創る協働のまち（協働・行政経営）	根拠法令 個別計画等					
		中項目	200002	将来に向けた持続可能なまちづくり						
	小項目	200001	情報発信・共有の推進							
事業概要		市のイメージアップ及び知名度向上、市民の郷土愛の醸成等を図り、市のブランドイメージを確立させるため、市内にある地域資源等を活用し、市内外に向けて市の魅力を情報発信するものである。								
目的 ※何のために		市の魅力度の向上								
対象 ※誰・何を対象に		市民、本市に関心がある人								
手段 ※どのように		シティプロモーションの基本的な計画の策定及び進行管理を行う。 戦略的にメディア等を活用し、市の魅力を効果的に露出させる。								
成果 ※何を求めるか		市内外に市の魅力を認知させるとともに、シビックプライドを醸成させる。 市民や企業団体と一体となって市の情報発信を行うことができる。								
執行体制		<input checked="" type="checkbox"/> 市職員 <input checked="" type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 全部委託 <input type="checkbox"/> 指定管理 <input type="checkbox"/> 市民ボランティア <input type="checkbox"/> NPO 民間団体 <input type="checkbox"/> その他（ ）								
事務事業を構成する 予算事業		会計区分	款	項	目	細事業名	前年度決算額（円）			
		一般会計	02	総務費	01	総務管理費	07	企画費	シティセールス推進事業	22,112,557
			00		00		00			0
			00		00		00			0
			00		00		00			0
			00		00		00			0
本事業の 主な業務		・ シティセールスに係る総合調整							・	
		・ シティプロモーション戦略プランの策定及び進行管理							・	
		・ メディア等を活用した情報発信							・	
		・							・	
		・							・	
		・							・	

2. 事業費（投入コスト）

単位：円

区 分			平成29年度	平成30年度	平成31年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
年度別計画			戦略プランの策定	戦略プランの進行管理	戦略プランの進行管理	戦略プランの進行管理	戦略プランの進行管理	戦略プランの進行管理
			魅力発信ラジオ番組の制作放送	メディアプロモーション業務	メディアプロモーション業務	メディアプロモーション業務	メディア等を活用したPR	メディア等を活用したPR
			シティプロモーション動画の制作	移住定住プロモーション業務	移住定住プロモーション業務	移住定住に関する情報発信	移住定住に関する情報発信	移住定住に関する情報発信
事業費	予算（現額）		9,067,000	24,127,000	21,046,000	22,460,000	4,518,000	8,365,000
	決算額		9,048,562	23,585,349	21,033,094	22,112,557	0	0
	財源内訳	国支出金	0	0	0	0	0	0
		県支出金	0	0	0	0	0	0
		地方債	0	0	0	0	0	0
		他特定財源	6,326,000	60,000	0	0	120,000	10,000
		一般財源	2,722,562	23,525,349	21,033,094	22,112,557	4,398,000	8,355,000
人件費	従事職員数(人)		1.90	1.98	2.08	2.18	2.10	2.10
	人件費相当試算 ※1		14,780,100	15,408,360	16,350,880	17,736,480	17,085,600	17,085,600
			0	0	0	0	0	0
(総事業費試算)			23,828,662	38,993,709	37,383,974	39,849,037	21,603,600	25,450,600

※1 人件費相当額試算は、従事職員数に平均人件費を用いて試算したものです。

事務事業評価表

3. 評価指標

グラフ表示

区分	指標名	目標値 実績値	単位	平成29年度	平成30年度	平成31年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標なし
	年度別目標値の設定根拠									
	実績値の出所・算出式									
活動指標 1	メディア戦略として情報発信を行った回数	目標値 実績値	回	0.00	217.00	150.00	156.00	0.00	0.00	■
	年度別目標値の設定根拠		目標値は非設定（対メディアのリリース回数ではなく露出回数が重要であるため）							
	実績値（単年度）									
成果指標 1	メディア戦略により深谷市が露出した回数	目標値 実績値	回	0.00 0.00	50.00 0.00	50.00 99.00	50.00 104.00	50.00 0.00	50.00 0.00	□
	年度別目標値の設定根拠		まち・ひと・しごと創生総合戦略の指標の目標値より設定（実績値は平成31年度から）							
	実績値（単年度）									
成果指標 2	深谷市にずっと住みたいと答えた市民の割合	目標値 実績値	%	0.00 66.50	70.00 69.40	70.00 65.70	70.00 71.00	70.00 0.00	70.00 0.00	□
	年度別目標値の設定根拠		シティプロモーション戦略プランの指標の目標値より設定							
	深谷市民まちづくりアンケート									
成果指標 3	深谷ねぎらいの日のメディア露出件数	目標値 実績値	件	0.00 0.00	0.00 159.00	150.00 176.00	150.00 397.00	75.00 0.00	75.00 0.00	□
	年度別目標値の設定根拠		平成30年度に開始した「深谷ねぎらいの日」の初年度実績を維持する目標値として設定							
	実績値（単年度）									
成果指標 4	深谷ねぎらいの日の市内協力事業者数	目標値 実績値	件	0.00 0.00	0.00 35.00	35.00 55.00	35.00 71.00	20.00 0.00	20.00 0.00	□
	年度別目標値の設定根拠		平成30年度に開始した「深谷ねぎらいの日」の初年度実績を維持する目標値として設定							
	実績値（単年度）									
		目標値 実績値		0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	□
	年度別目標値の設定根拠									

4. 観点別評価 （A：目標値どおり（以上） B：ほぼ目標値どおり C：目標未達成 ー：目標値の設定がないもの）

活動 (意図した活動を行っているか)	A	目標が設定できないものは、活動指標の数値の推移を説明 メディアプロモーション業務により戦略的に取り組み、平成30年度には及ばないものの、昨年度の情報発信回数を上回ることができた。さらに、郷土の偉人渋沢栄一翁に対する注目の高まりに情報発信を絡ませ、より効果的に実施することができた。
成果 (意図した成果が上がっているか)	A	目標が設定できないものは、成果指標の数値の推移を説明 深谷市シティプロモーション戦略プランの目標値にもなっている深谷市にずっと住みたいと答えた市民の割合が目標値を上回る71%となった。深谷ねぎらいの日については、記念日登録するなどコロナ禍で工夫を凝らすとともに、メディアプロモーションの成功によりメディア露出件数は大幅増となった。
効率性 (効率的に事務を行っているか)		目標が設定できないものは、効率指標の数値の推移を説明
評価者		シティセールス推進係長 里見篤司

5. 前年度改善改革プラン達成状況

前年度 改善・改革案	定住意識の増進という面でも、シビックプライドの醸成は必要な要素であり、令和元年度に作成した「深谷市シティプロモーションロゴマーク」を多くの市民等に愛着を持って活用いただけるよう、普及活動に努めていく。併せて、移住を促進するPR活動も重要で、市での暮らしの魅力を手軽にわかりやすく得られる情報発信に取り組んでいく。
達成状況 及び その効果	深谷市シティプロモーションロゴマークについては、渋沢栄一翁の地元小学校に協力いただき、たくさんのオリジナルロゴマークを作成し「渋沢栄一シルエットアート」にまとめたものを大河ドラマ館に掲出することで来場者お出迎えの一役を担っている。移住促進については、移住希望者へアプローチするため、移住定住促進パンフレットを作成した。また市の認知度や魅力度を向上させるためPR動画を製作するとともに、市職員が各自でPR活動を実践できるよう市職員用PRハンドブックを製作した。

事務事業評価表

6. 所属長評価（今後の方向性）

事務事業	シティセールス推進事業	担当課	協働推進課	担当係	シティセールス推進係	管理番号	3002
<div><div><input type="checkbox"/> ① 現状のまま継続</div><div><input checked="" type="checkbox"/> ② 見直して継続</div><div><input type="checkbox"/> ③ 拡充・重点化（コスト投入）</div><div><input type="checkbox"/> ④ 目的達成による終了</div><div><input type="checkbox"/> ⑤ 廃止を検討</div></div> <div><div><input type="checkbox"/> 委託化等の検討</div><div><input checked="" type="checkbox"/> 成果向上のための改善</div><div><input type="checkbox"/> 効率化のための改善</div><div><input type="checkbox"/> 事業規模の縮小</div><div><input type="checkbox"/> 他の事務事業と統合</div></div>		<div>評価の内容説明</div> <p>平成30年度から3年間にわたり実施したメディアプロモーション業務委託が令和2年度をもって終了したが、この間の取り組みについては、多くのメディアに取り上げられ、市の認知度及び魅力度向上に関して、一定の成果を得られたものとする。令和3年度以降は、職員の自定体制が基本となるが、戦略的な情報発信に努めていく。</p>					
<div>上記を実施するための具体的な取り組み内容は？</div>		評価者	協働推進課長 笠原毅				

7. 改善改革プランと今後の課題

改善・改革案	今年度までのメディアプロモーション業務が終了し、令和3年度からは、PR会社への相談とマスコミへの情報リリースだけが残る。これらを最大限に利用しつつ、同じく今年度作成した移住定住促進パンフレットやPR動画、PRハンドブックを活用し、より一層のシティプロモーションを図っていく。また、深谷ねぎらいの日及び深谷市シティプロモーションロゴマークについて、市民普及を図り、シビックプライドの醸成に努めていく。
--------	---

8. 今後の課題（年度別計画等により実施する取り組み等）

今後の課題	深谷ねぎらいの日及び深谷市シティプロモーションロゴマークについては、市民に浸透しているとは言い難く、さらなる周知、普及活動が必要である。また渋沢栄一翁やアウトレット、市の強みである農畜産物、また優れた行政サービスについて、担当部署と連携し戦略的な情報発信が求められる。さらに、深谷市シティプロモーション戦略プランの計画期間が令和4年度までであり、現計画の目標達成に向け取り組むとともに、次期計画策定に向けて調査や方向性を検討する。
-------	---

9. 評価指標グラフ

