

事務事業評価表

1. 基本事項

作成日 令和04年06月24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	
総合計画	大項目	6	みんなで創る協働のまち		事業区分	<input checked="" type="checkbox"/> 自治事務 <input type="checkbox"/> 法定受託事務				
	中項目	2	将来に向けた持続可能なまちづくり		根拠法令 個別計画等					
	小項目	1	情報発信・共有の推進							
	主要プロジェクト	0	(未使用)							
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"/> 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等 <input type="checkbox"/> その他()								
事務事業を 構成する 予算事業		区分	款		項		目		細事業名	前年度決算額(円)
		一般会計	2	総務費	1	総務管理費	7	企画費	シティセールス推進事業	4,737,152
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、魅力発信ラジオ番組の制作放送、シティプロモーション動画の制作	戦略プランの進行管理、メディアプロモーション業務、移住定住プロモーション業務	戦略プランの進行管理、メディアプロモーション業務、移住定住プロモーション業務	戦略プランの進行管理、メディアプロモーション業務、移住定住に関する情報発信	戦略プランの進行管理、メディア等を活用したPR、移住定住に関する情報発信	戦略プランの策定と進行管理、メディア等を活用したPR、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	4,929,000	8,365,000
	決算額	9,048,562	23,585,349	21,033,094	22,112,557	4,737,152	0
	財源内訳	国支出金	0	0	0	0	0
		県支出金	0	0	0	0	0
		地方債	0	0	0	0	0
		他特定財源	6,326,000	60,000	0	7,000	10,000
	一般財源	2,722,562	23,525,349	21,033,094	22,112,557	4,730,152	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※	14,780,100	15,408,360	16,350,880	17,736,480	16,300,022	17,075,831
総事業費試算		23,828,662	38,993,709	37,383,974	39,849,037	21,037,174	25,440,831

※ 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。

3. 評価指標

区分	指標名		目標値	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
			実績値							
	目標値の算定根拠/実績値の出所									
実績値の算出式										
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	回							
		実績値		0	217	150	156	163	0	
	目標値の算定根拠/実績値の出所			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）						
	実績値の算出式									
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	回	0	50	50	50	50	50	
		実績値		0	0	99	104	163	0	
	目標値の算定根拠/実績値の出所			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）						
	実績値の算出式									
成果指標 2	深谷市にずっと住み続けたいと答えた市民の割合	目標値	%	0	70	70	70	70	70	
		実績値		66.5	69.4	65.7	69.9	64.6	0	
	目標値の算定根拠/実績値の出所			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						
	実績値の算出式									
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	件	0	0	150	150	75	75	
		実績値		0	159	176	397	43	0	
	目標値の算定根拠/実績値の出所			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）						
	実績値の算出式									
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	件	0	0	35	35	20	20	
		実績値		0	35	55	71	99	0	
	目標値の算定根拠/実績値の出所			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）						
	実績値の算出式									
		目標値								
		実績値								
	目標値の算定根拠/実績値の出所									
	実績値の算出式									

5. 前年度改善改革プラン達成状況

令和2年度の評価を受けて 設定した改善・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。
達成状況及び その効果	PR会社への相談とマスコミへの情報リリースについては、コロナ禍による事業縮小の影響があり、予想以上の成果は得られなかった。 PR動画は1年間で12,000回以上も再生された。さらに移住定住パンフレットも好評で当初の5,000部では不足、5,000部を追加するほどの効果があった。

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><div><input type="checkbox"/> ①拡充, 重点化(コスト投入)</div><div><input checked="" type="checkbox"/> ②現状のまま継続</div><div><input type="checkbox"/> ③見直して継続</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 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>		<div>評価の内容説明</div> <div>これまでのメディアプロモーション業務によって、魅力発信のための情報発信に傾倒してしまい、結果として魅力度向上やシビックプライド醸成に繋がりにくくなっていた。 令和3年度からこれを見直し、市内周知を中心としたシビックプライド醸成を図ったが、コロナ禍による事業縮小が相次ぎ、思うようにプロモーション活動を展開することができなかった。 令和4年度に策定する次期シティプロモーション戦略プランを見据えながら、もう一度現状を確認しつつ継続実施とした。</div>					
上記を実施するための具体的な取組内容は？		評価者	協働推進課長 笠原毅				

7. 改善改革プラン・今後の課題

令和4年度に実施する 改善・改革案 (事業目的・各指標の達成に必要な改善、業務の効率化を図るための改善)	現シティプロモーション戦略プラン（H30～R4）が最終年度を迎え、次期戦略プランの策定を行う。これまでの結果を踏まえ、さらに未来を見据えた計画とするため、シティプロモーションの全体的な見直しを行う。
令和5年度以降に取り組む 改善・改革案・今後の課題 (事業目的・各指標の達成に必要な改善、業務の効率化を図るための改善)	令和4年度に策定する新戦略プランに基づき新たなシティプロモーションを展開する。

8. 評価指標グラフ

