

計画事業番号	00843	事務事業名	シティセールス推進事業	担当部署	企画財政部政策広報課	電話	3403
--------	-------	-------	-------------	------	------------	----	------

【基本情報】

事務区分	■自治事務 □法定受託事務		根拠法令等	-			
事務事業開始年度	平成26年度		個別計画等	-			
〃 終了予定年度							
ソフト・ハード区分	ソフト事業	会計区分	一般会計	補助単独区分	補助	新規継続区分	継続

【事業概要】

1 総合計画体系	(第 6 章)	にぎわい・活力のあるまち
	(第 4 節)	行財政運営・行革の推進
	(施策 1)	効率的な行財政運営
2 対象	市民並びに市外の個人、団体など	
3 目的と内容	人口減少傾向にあるなか、持続可能な都市経営に向けて、人口増加のための定住や移住の促進などを推進していくため、庁内外の関係機関との連携、協力のもと、まちの魅力を発信するとともに、市民がまちに愛着を持つことを促進する施策を推進する。 ○人口増加に向けた対策の推進 ○定住促進プロモーションの実施 (住みたくなるWEBサイト運営、PRパンフレット・グッズ制作、プロモーション動画高校コラボ、定住促進各種イベント等への参加など)	
4 実施内容(手段)	28年度まで	平成22年度:都市イメージの調査及び評価、基本戦力プラン策定、パンフレット等の作成 平成23年度:オリジナルグッズの作成、WEBサイトの制作 平成24年度:きたひろ農学校開校、ツール開発、食資産の開発 平成25年度:食資産の開発・販路拡大、イベントや情報誌によるプロモーション (平成26年度から、定住促進にかかる事業を「シティセールス推進事業」として企画財政部で、観光にかかる事業を「都市型観光推進事業」として経済部で担当。) 平成26年度:定住促進WEBサイト開設、プロモーションツールや動画による情報発信 平成27年度:VR動画やインターネット広告を利用した情報発信、移住者アンケートをもとにした全国移住ナビへの情報掲載 平成28年度:市内高校生とのコラボ企画、姉妹都市の東広島市とのコラボ企画を実施
	29年度	市民のシビックプライド醸成を意識したプロモーション、北広島市のハードウェア的な長所を活かすプロモーションを実施する。 シティセールスに係る庁内の連携体制について方針を策定する。

【事業の計画・実績】

平成28年度		平成29年度		平成30年度		平成31年度	
計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績
・人口増加対策事業の推進 ・定住促進プロモーションの実施	・プロモーションツールの制作(ポケットティッシュ等8種類48,600個) ・パンフレット制作:4,300部 ・動画制作:6本 ・広告効果推計8,251千円相当	・人口増加対策事業の推進 ・定住促進プロモーションの実施		・人口増加対策事業の推進 ・定住促進プロモーションの実施		・人口増加対策事業の推進 ・定住促進プロモーションの実施	

【評価結果・評価コメント】

総合判定		平成30年度に向けた具体的な方向性		評価区分
前年度 2次評価	現状継続	現状継続とする。		「拡大」 「現状継続」 「要検討」 「見直し」 「統合」 「休止・廃止」 「終了」
1次評価	現状継続	市の認知度向上及び定住人口の増加に向け、今後も市の魅力や住みよさ等を発信する取組を継続していく。		
2次評価	現状継続	現状継続とする。		

【事業費の推移】

(単位:千円)

			平成28年度		平成29年度		平成30年度		平成31年度	
決算額、当初予算額又は推進計画額			7,115		5,553		7,371		7,371	
事業額	直接事業費	国支出金	3,431		2,776		3,685		0	
		道支出金	0		0		0		0	
		地方債	0		0		0		0	
		その他特財	0		0		0		1,000	
		一般財源	3,684		2,777		3,686		6,371	
	① 合計	7,115		5,553		7,371		7,371		
人件費 (左側:一般、 右側:再任用)	② 人数(年間)	1.10	0.00	1.10	0.00	1.10	0.00	1.10	0.00	
	③ 1人当り年間平均人件費	8,400	4,500	8,400	4,500	8,400	4,500	8,400	4,500	
	④ =②×③	9,240	0	9,240	0	9,240	0	9,240	0	
総事業費①+④			16,355		14,793		16,611		16,611	

【評価指標】

指標名			単位	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
活動指標	①プロモーションツール配布数(ポケットティッシュ、うちわ、カイロ、カード、カーサイン)	目標値	個	40,000	40,000	40,000	40,000
		実績値		40,953			
	②	目標値					
		実績値					
③	目標値						
	実績値						
④	目標値						
	実績値						
成果指標	① 認知度	目標値	位	300	300	300	300
		実績値		556			
	② 定住促進WEBサイトアクセス数	目標値	PV	12,000	12,000	12,000	12,000
		実績値		143,337			
	③ 広告効果推計	目標値	千円	8,000	8,000	8,000	8,000
実績値		8,251					

【評価項目】

チェック項目	評点	コメント
妥当性 ・税金を使って行うこと(補助すること)が妥当ですか? ・上位の施策への貢献度は大きいですか? ・特定の団体の利益に偏っていませんか? 【評点欄】3妥当、2どちらかという妥当、1妥当でない 【コメント欄】理由を記入	3	市の知名度を高め、またイメージアップを図り、定住人口の増加等につなげる取り組みであり、市として真剣に取り組むべき事業であると考えます。
達成度 ・計画どおりに成果があがっていますか? 【評点欄】3あがっている、2どちらかといえばあがっている、1あがっていない 【コメント欄】理由を記入	2	地元の高校とのコラボや特定のライフスタイルに着目した動画を作成するなどしたが、一定の効果はあったものとする。定住に向け、新たな切り口、取り組み方で市の魅力を発信していきたい。
成果向上 ・成果が現状よりも向上する可能性がありますか? 【評点欄】3余地なし、2余地あり、1余地大きい 【コメント欄】成果を向上させるための方策、代替策を記入	2	シティセールスには決まった手法はなく、さまざまな取り組み方法が考えられる。これまでの取り組みを踏まえて、市としてのシティセールス方針を策定し、これに基づいた施策を、他の部局とも連携しながら展開し、成果を向上させたい。
経済性 ・現在の成果を落とさずにコスト(予算・所要時間等)を削減するための方法はありませんか? 【評点欄】3余地なし、2余地あり、1余地大きい 【コメント欄】コストを削減するための方策、補助金の減額・削減について具体的に検討し、検討内容を具体的に記入	2	少子高齢時代の定住人口増加に向けた取り組みは、本市にとって新たな取り組みであり、常に試行錯誤、創意工夫をしながら進めているところであるが、経済性、効率性に配慮しながら進めていくこととしたい。

【法律で実施が義務付けられている事務事業か】	<input type="checkbox"/> 法律の義務付けあり	<input checked="" type="checkbox"/> 法律の義務付けなし
------------------------	------------------------------------	---

【民間活力の活用性評価】 (事業担当部局が評価)	<input checked="" type="checkbox"/> 民間等での実施または市民等との協働が可能である。 <input type="checkbox"/> 民間等での実施または市民等との協働の可能性はない。
-----------------------------	--