

事務事業評価シート

事務事業コード	019700	重点施策	まちづくり	平成28年度 第10次鳥取市総合計画
事務事業名	鳥取市知名度アップ大作戦事業		所属名	企画推進部 秘書課

1. 基本情報

位置づけ の 目標	体系区分	コード	名称		事業区分名称	区分
	まちづくりの目標	20	新しいにぎわいのあるまち		事業期間	平成28年度 ~ 全期
	政策	02	地域資源を生かしたまちづくり		根拠法令、 根拠計画等	
施策	2202	シティセールスの推進				
目標の 種別	目標の種別		平成28年度	平成32年度	事業分類区分	ソフト(任意)
	媒体広告換算		17倍	30倍	運営方法	外部委託
			0	0	会計区分	一般会計
予算	予算事業名	鳥取市知名度アップ大作戦事業費			予算事業コード	01-02-01-03-02-13

2. 事業目的【PLAN】

対象 (何を、誰を)	関西圏、首都圏
意図 (どのような状態 にするために)	関西圏や首都圏などにおける本市の知名度や好感度をアップさせるため、各種メディアを使った広報を戦略的に展開し、観光客の招致や企業誘致、U J I ターン者の増加を図る。
手段 (どうするのか)	観光客の増加、特産品の消費拡大、企業誘致、移住定住者の増加などを行うため、関西圏や首都圏などにおける情報発信や、政策上、必要な臨時的情報の発信を行う。

3. 事業の年度別計画・実績【PLAN・DO】

※年度別の取り組みを簡潔に記入

		平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	
内容	年度別計画	①首都圏や関西圏への各種メディアによる情報発信	①首都圏を中心とした都市部への各種メディアによる情報発信	①首都圏を中心とした都市部への各種メディアによる情報発信	①首都圏を中心とした都市部への各種メディアによる情報発信	①首都圏を中心とした都市部への各種メディアによる情報発信	
	年度別実績	①情報発信 ・「すごい！鳥取市ワ一ホリ！」PR動画の制作、スペシャルサイトの公開 ・テレビでのCM放映 ・新聞、情報誌での広告掲載 ・鳥取市関西情報発信拠点での情報提供					
事業費	区分	決算額(千円)	予算額(千円)	計画額(千円)	計画額(千円)	計画額(千円)	
	事業費(A+B)	33,375	0	0	0	0	
	直接経費 A	33,375	0	0	0	0	
	直接経費の財源内訳	国・県	0	0	0	0	0
		地方債	0	0	0	0	0
		その他	24,398	0	0	0	0
一般財源	8,977	0	0	0	0		

4. 資源を投入することで実施した活動の大きさを表す指標【PLAN・DO】

		指標名	単位	区分	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度
活動指標	1	[KPI]媒体広告換算比	倍	目標	30	35	40	50	0
				実績	17	0	0	0	0
	(指標の説明) 関西圏、首都圏などにおける各種メディアの報道結果に基づく広告費換算額(倍率) 基準値は平成27年度指標								
2	媒体広告換算額		千円	目標	86000	86000	86000	86000	0
				実績	100360	0	0	0	0
(指標の説明) 関西圏、首都圏などにおける各種メディアの報道結果に基づく広告費換算額									
3	「砂の美術館」の認知度調査		%	目標	70	75	80	85	0
				実績	78	0	0	0	0
(指標の説明) イベント出展の際の来場者アンケート									

5. 平成28年度の事務事業実施概要【DO】

※前年度の取り組みを具体的に記入(予算事務事業の事業概要と連動)

事務事業の実施概要	<p>【問合せ先】 広報室 0857-20-3159</p> <p>【10次総の施策体系】 2202</p> <p>【予算計上の経過】 予算事業別概要目次：当初予算・P42（企015）12月補正・P07（企001）</p> <p>【事業の概要】 鳥取自動車道の開通により、所要時間が大幅に短縮された関西圏と、マスコミの本社が集まる首都圏に対して、本市の知名度を高め、観光客の増加、移住定住の推進、企業誘致等を図るため、戦略的広報を展開している。</p> <p>【事業の成果】 「すごい！鳥取市」キャンペーンの3年目として、「すごい！鳥取市」を実際に体験して、その体験を拡散する仕組みづくりを行った。 主な取り組みとして、『都会に暮らす若者が鳥取市の暮らしや仕事を体験する』ドキュメンタリー動画「すごい！鳥取市ワーホリ！」を制作。インターネット、関東圏地元テレビ局、YouTube等で公開した。 その結果、動画を視聴した長野、大阪、関東の5組が、本市の実施している“鳥取体験ガイド”に参加され、鳥取の生活を体験した。 1 PR動画（CM用）再生回数…80万回 2 広告費換算総額…1億円 3 メディア露出件数…99件</p> <p>【今後の課題・方向性】 「すごい！鳥取市ワーホリ！」を強化するため、新たな体験コースを創設し、関東方面からの参加者を募集する。そのことにより、さらなる“評判形成・誘因”を生み出し、本市が“魅力ある住みやすいまち”という認識を全国に浸透させ、シティセールスの強化を図る。</p>
-----------	---

6. 活動指標の達成率【CHECK】

		指標名	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度
指標達成率	1	【KPI】媒体広告換算比	57%				
	2	媒体広告換算額	117%	117%			
	3	「砂の美術館」の認知度調査	111%				

7. 評価【CHECK】

評価項目と評価の視点	評価内容	評価理由(評価の視点を踏まえて記入)
<p>年度計画の進捗度</p> <p><small>【事業実績】タブの入力結果を基に、年度の事業計画が3月末時点でどのような進捗状況かを選択してください。</small></p>	<input type="checkbox"/> 1. 計画を上回る <input checked="" type="checkbox"/> 2. 計画どおり <input type="checkbox"/> 3. 事業未完了 <input type="checkbox"/>	<p>「すごい！鳥取市」キャンペーンの中期戦略プランに基づいて、「すごい！鳥取市」を実際に体験・拡散する仕組みづくりを行っており、計画どおり事業は完了した。</p>
<p>事業の成果</p> <p><small>【指標】タブの入力結果を基に、年度末実績が目標を達成できたかどうかを選択してください。</small></p>	<input type="checkbox"/> 1. 目標を上回る <input type="checkbox"/> 2. 目標どおり <input checked="" type="checkbox"/> 3. 目標を下回る <input type="checkbox"/>	<p>PR動画の再生回数が、30秒バージョンが83万回、33分の本編が1万3千回となった。また、動画を視聴した長野、大阪、関東の5組が、本市の実施している“鳥取体験ガイド”に参加され、鳥取の生活を体験した。</p>

8. 事業の成果を踏まえた今後の方向性【ACTION】

今後の方向性	<input checked="" type="checkbox"/> 1. 拡充 <input type="checkbox"/> 2. 改善継続 <input type="checkbox"/> 3. 現状維持 <input type="checkbox"/> 4. 縮小 <input type="checkbox"/> 5. 休止、廃止、終了	<input checked="" type="checkbox"/> 1-1 意図的に拡充 <input type="checkbox"/> 1-2 制度的に自然増加 <input type="checkbox"/> 2-1 手段等の改善 <input type="checkbox"/> 2-2 効率化、簡素化 <input type="checkbox"/> 2-3 他事業との統合	<input type="checkbox"/> 4-1 意図的に縮小 <input type="checkbox"/> 4-2 制度的に自然減少 <input type="checkbox"/> 5-1 臨年実施等、意図的に休止 <input type="checkbox"/> 5-2 意図的に廃止 <input type="checkbox"/> 5-3 制度的に終了
	<p>担当課長の評価コメント (「今後の方向性」を判断した理由がわかるよう、数値等を用いた具体的な成果と、今後の改善プランを記載)</p> <p>「すごい！鳥取市」キャンペーンの中期戦略プランに基づいて事業は順調に進んでいる。今後は、本市のブランドスローガン「SQのあるまち」をテーマに、鳥取市ブランドの確立を目指して、さらなる“評判形成・誘因”を生み出し、本市が“魅力ある住みやすいまち”という認識を全国に浸透させ、シティセールスの強化を図る。</p>		