

# 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29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 体系区分	コード	名称		事業区分名称	区分
	20	新しいにぎわいのあるまち		事業期間	平成28年度 ~ 全期
	02	地域資源を生かしたまちづくり		根拠法令、 根拠計画等	
	2202	シティセールスの推進			
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)	
	30倍	30倍	運営方法	外部委託	
	0	0	会計区分	一般会計	
	0	0			
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！鳥取市ワーホリ！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	①情報発信 ・「すごい！鳥取市ワーホリ！お試し体験キャンペーン」の実施、スペシャルサイトの制作・ワーホリ体験記の掲載。 ・テレビでのCM放映 ・新聞、情報誌での広告掲載			
事業費	区分	決算額(千円)	決算額(千円)	予算額(千円)	計画額(千円)	計画額(千円)
	事業費(A+B)	47,813	37,255	0	0	0
	直接経費 A	33,375	22,617	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	22,617	0	0	0	
一般財源	8,977	0	0	0	0	
人件費 B	14,438	14,638	0	0	0	
職員数の内訳	正規職員	2.00	2.00	0.00	0.00	0.00
	嘱託職員	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	臨時職員	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

※人件費は鳥取市職員の給与平均額を基にした概算です。

## 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	19	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	0
			実績	100360	194500	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	0
			実績	78	77	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29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・P41（企014）</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、大手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。 平成25年度からは、戦略広報監とキャスターを配置し、平成26年度からはシティープロモーションに重点を置いた情報発信を行っている。</p> <p>【事業の成果】 鳥取市での暮らし体験・人との交流ができる取り組みとして「すごい！鳥取市ワーホリ！」と銘打って全9回のお試し体験キャンペーンを実施。首都圏を中心に14名の参加者が体験し、体験記をスペシャルサイトに公開した。その他テレビ・雑誌・WEB露出を積極的に展開し、全国に向けて情報発信を展開した。 平成27年度 25,802千円 平成28年度 33,375千円 平成29年度 22,617千円</p> <p>【今後の課題・方向性】 平成26年度から取り組んでいるイメージ戦略「すごい！鳥取市」というキャッチコピーを基に、「麒麟のまち」圏域が「魅力ある住みやすいまち」である認識を全国に浸透させるための情報発信を積極的に展開する。</p> <p>※その他財源の繰入金は、ふるさと納税基金繰入金。</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%	54%			
	2	媒体広告換算額	117%	226%			
	3	「砂の美術館」の認知度調査	111%	103%			

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>3. 事業の年度別計画・実績【PLAN・DO】より当該年度で予定した事業が3月末時点でどのような進捗状況となったか。</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	
<p>事業の成果</p> <p>6. 活動指標の達成率【CHECK】より「150%以上：大幅に上回る」、「101%～150%未満：上回る」、「80%～100%未満：目標どおり」、「50%～80%未満：下回る」、「50%未満：大幅に下回る」※最も達成度の低い指標で評価</p>	<input type="checkbox"/> 1. 目標を大幅に上回る <input type="checkbox"/> 2. 目標を上回る <input type="checkbox"/> 3. 概ね目標どおり <input checked="" type="checkbox"/> 4. 目標を下回る <input type="checkbox"/> 5. 目標を大幅に下回る	<p>広告予算も減っている中で、実績値自体は前年を上回っており、目標値の設定がやや過大であった面もあるが、一定の成果はあったと考えている</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、さらなる“評判形成・誘因”を生み出し、「麒麟のまち」圏域が「魅力ある住みやすいまち」である認識を全国に浸透させるシティプロモーションの強化を図る。</p>		