

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 | 令和2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 | 令和2年度 | 事業分類区分 | ソフト(任意) |
| | 媒体広告換算 | | 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 |

「施策の目標」はその施策の主要な事業の評価指標を設定しています。

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、UJイターン者の増加を図る。 |
| 手段 (どうするか) | 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図るため、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

| 内容 | 年度別計画 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | 平成31年度 | 令和2年度 | |
|--------|-----------|---|--|---|--|---|--------|
| | | 首都圏や関西圏への各種メディアによる情報発信 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 | 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 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 | 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 情報発信 ・「すごい！鳥取市ワーホリ！麒麟のまち拡大版 お試し体験キャンペーン」の実施 ・吉祥寺駅(東京)ポスタージャックによる告知ポスターの掲出 ・WEBメディア、テレビ等での情報発信 | 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 情報発信 ・新たなプロモーション「それ、鳥取市だよ」に着手 ・PRキャラクター「トットリー氏」を制作し、専用サイトを立ち上げてWEBメディア等を中心に情報発信 | 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 情報発信 ・「#鳥取家族フォトコンテスト」の実施 ・豊洲駅(東京)ポスタージャックによるPRポスターの掲出 ・テレビでのCM放映・SNS、WEBメディア等での情報発信 | |
| 事業費 | 区分 | 決算額(千円) | 決算額(千円) | 決算額(千円) | 決算額(千円) | 決算額(千円) | |
| | 事業費(A+B) | 47,813 | 37,255 | 28,842 | 27,603 | 24,811 | |
| | 直接経費 A | 33,375 | 22,617 | 21,599 | 20,413 | 17,740 | |
| | 直接経費の財源内訳 | 国・県 | 0 | 0 | 5,000 | 0 | 0 |
| | | 地方債 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | その他 | 24,398 | 22,617 | 11,599 | 18,540 | 17,740 |
| 一般財源 | 8,977 | 0 | 5,000 | 1,873 | 0 | | |
| 人件費 B | 14,438 | 14,638 | 7,243 | 7,190 | 7,071 | | |
| 職員数の内訳 | 正規職員 | 2.00 | 2.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | |
| | 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】

| 活動指標 | 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 | 令和2年度 |
|------|---|----|----|--------|---------------|--------|--------|-------|
| | | | | 1 | (KPI) 媒体広告換算比 | 倍 | 目標 | 30 |
| | | | 実績 | 17 | 19 | 20 | 2.2 | 1.1 |
| | (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 | 86000 |
| | | | 実績 | 100360 | 194500 | 218626 | 32634 | 15572 |
| | (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 | 85 |
| | | | 実績 | 78 | 77 | 79 | 76 | 80 |
| | (指標の説明) イベント出展の際の来場者アンケート | | | | | | | |

5. 令和2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 0857-30-8008</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・P29(企010)</p> <p>【事業の概要】 本市の全国的な知名度・認知度の向上により、観光入込客数や移住定住者の増加を図るとともに、本市に在住する市民自身も、自信と誇りを持てる市民愛着度の向上につなげていくことで、住む人・来る人に愛される鳥取市の実現を目指す。</p> <p>【事業の成果】 鳥取市ならではの子育て環境や支援・施策などに注目し、その魅力を「#鳥取家族」として全国に向けて情報発信することで、「住みたい田舎ランキング」で常に上位に位置する本市のイメージ定着を図った。</p> <p>平成30年度 21,599千円 令和元年度 20,413千円 令和2年度 17,741千円</p> <p>【今後の課題・方向性】 人口減少が進み、自治体間競争が激しくなる中で、本市が広く認知され、選ばれるまちとなるべく、引き続き継続した取組を進める。</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 | 令和2年度 |
|-------|---|---------------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 指標達成率 | 1 | [KPI] 媒体広告換算比 | 57% | 54% | 50% | 4% | 2% |
| | 2 | 媒体広告換算額 | 117% | 226% | 254% | 38% | 18% |
| | 3 | 「砂の美術館」の認知度調査 | 111% | 103% | 99% | 89% | 94% |

達成率は指標の目標値と実績値により算出します。目標値が0の年度は表示されません。

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) |
|---|--|---|
| 年度計画の進捗度 <small>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。</small> | <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 | |
| 事業の成果 <small>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%以下: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</small> | <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 type="checkbox"/> 4. 目標を下回る <input checked="" type="checkbox"/> 5. 目標を大幅に下回る | 新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、広告活動に制限がある中で目標値の達成には至らなかったが、本市の魅力的な子育て環境に着目して「住みたい田舎ランキングの常連」としてのイメージ定着を図った。 |

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 type="checkbox"/> 1. 拡充 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 1-1 意図的に拡充 <input type="checkbox"/> 1-2 制度的に自然増加 <input checked="" 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 |
| 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) | 人口減少が進み、自治体間競争が激しくなる中で、本市が「住みたい田舎ランキングの常連」として広く認知され、選ばれるまちとなるべく、引き続き事業継続が必要。 | | |

事務事業評価シート

| | | | | |
|---------|-------------|------|-------|-------------------|
| 事務事業コード | 036300 | 重点施策 | まちづくり | 令和2年度 第10次鳥取市総合計画 |
| 事務事業名 | シティセールス推進事業 | | 所属名 | 企画推進部 政策企画課 |

1. 基本情報

| | | | | | | |
|---------------|----------|--------------|----------------|-------|----------------|-------------------|
| 位置づけ 総合計画の | 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30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 施策の | 目標の種別 | | 平成28年度 | 令和2年度 | 事業分類区分 | 建設、整備 |
| | 媒体広告換算 | | 30倍 | 30倍 | 運営方法 | 直営 |
| | | | 0 | 0 | 会計区分 | 一般会計 |
| | | | 0 | 0 | | |
| 予算 | 予算事業名 | シティセールス推進事業費 | | | 予算事業コード | 01-02-01-07-01-61 |

「施策の目標」はその施策の主要な事業の評価指標を設定しています。

2. 事業目的【PLAN】

| | |
|-----------------------|---|
| 対象 (何を、誰を) | 鳥取市ブランド(鳥取らしさ) |
| 意図 (どのような状態にするために) | 鳥取市の魅力の向上、また浸透を図り、住む人にも来る人にも選ばれるまち鳥取市を実現する。 |
| 手段 (どうするのか) | ブランドスローガン「SQのあるまち」に基づく事業を展開する。 |

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

| 内容 | 年度別計画 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | 平成31年度 | 令和2年度 |
|--------|-----------|---------|---------|---------|---|--|
| | | 年度別実績 | | | インターネット放送番組の配信:6回(H30.10月~H31.3月) SQのあるまち推進事業補助金による助成:4件 | インターネット放送番組の配信:6回(R1.7月~R2.3月) SQのあるまち推進事業補助金による助成:2件 鳥取市シティセールス映像の制作:完成 |
| 事業費 | 区分 | 決算額(千円) | 決算額(千円) | 決算額(千円) | 決算額(千円) | 決算額(千円) |
| | 事業費(A+B) | 0 | 0 | 10,389 | 10,862 | 10,556 |
| | 直接経費 A | 0 | 0 | 6,043 | 6,548 | 6,313 |
| | 直接経費の財源内訳 | | | | | |
| | 国・県 | 0 | 0 | 0 | 759 | 2,757 |
| | 地方債 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| その他 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 一般財源 | 0 | 0 | 6,043 | 5,789 | 3,556 | |
| 人件費 B | 0 | 0 | 4,346 | 4,314 | 4,243 | |
| 職員数の内訳 | 正規職員 | 0.00 | 0.00 | 0.60 | 0.60 | 0.60 |
| | 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】

| 活動指標 | 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 | 令和2年度 |
|------|--|----|----|--------|----------------|--------|--------|-------|
| | | | | 1 | 地域ブランド力(地域魅力度) | 位 | 目標 | 0 |
| | | | 実績 | 0 | 0 | 171 | 181 | 187 |
| | (指標の説明) ㈱ブランド総合研究所が実施するインターネット調査による。順位を指標としているため達成率は評価しない。 | | | | | | | |
| 2 | [KPI] 移住定住者数 | 世帯 | 目標 | 0 | 0 | 1100 | 1100 | 1320 |
| | | | 実績 | 0 | 0 | 1009 | 1271 | 1550 |
| | (指標の説明) 目標値1,100世帯2,000人以上、基準値200世帯、351人(H26) | | | | | | | |
| 3 | [KPI] 鳥取砂丘・いなば温泉郷周辺の観光入込客数 | 万人 | 目標 | 0 | 0 | 320 | 320 | 320 |
| | | | 実績 | 0 | 0 | 263 | 295 | 171 |
| | (指標の説明) 基準値はH26 | | | | | | | |

5. 令和2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】広域連携係 0857-30-8013</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・P27(企005)</p> <p>【事業の概要】 「鳥取市シティセールス戦略」に基づき、職員がブランドスローガン「S Qのあるまち」の意味を理解・共有する取組、市民が主体となり本市の魅力を発信する取組への支援等、本市の認知度やイメージの向上と、地域への愛着の醸成を図る取組を進める。</p> <p>【事業の成果】 平成30年度:鳥取市シティセールス戦略推進会議(2回)、S Qのあるまち職員研修(1回)、S Qのあるまち推進事業補助金による助成(4件)、インターネット放送番組の配信(6回) 令和元年度:鳥取市シティセールス戦略推進会議(2回)、S Qのあるまち職員研修(1回)、S Qのあるまち推進事業補助金による助成(2件)、インターネット放送番組の配信(6回)、鳥取市シティセールス動画の制作 令和2年度:鳥取市シティセールス戦略推進会議(3回)、S Qのあるまち職員研修(1回)、S Qのあるまち推進事業補助金による助成(1件)、FMラジオ放送番組の配信(2回)、麒麟のまちの魅力発信イベント(フォトコンテスト・絵画コンクール、本庁舎ライトアップ、ホリデーマーケット)、「鳥取市シティセールス戦略」の改訂</p> <p>【今後の課題・方向性】 改訂した「鳥取市シティセールス戦略」に基づき、職員がS Qの意味を理解・共有する取組を進め、職員のさらなる資質向上を図る。 また、市民の地域愛着度の向上やシビックプライドの醸成を図るため、本市の魅力を広く発信する取組などのほか、S Qプロジェクトチームでの各種課題解決に向けた協議・検討に取り組む。</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 | 令和2年度 |
|-------|---|----------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 指標達成率 | 1 | 地域ブランド力(地域魅力度) | | | 143% | 181% | 187% |
| | 2 | [KPI] 移住定住者数 | | | 92% | 116% | 117% |
| | 3 | [KPI] 鳥取砂丘・いなば温泉郷周辺の観光入込客数 | | | 82% | 92% | 53% |

達成率は指標の目標値と実績値により算出します。目標値が0の年度は表示されません。

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 | 新型コロナウイルス感染対策を行いながら、概ね計画どおり今年度事業を完了した。 |
| <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%以下: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 | 新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、県境を跨ぐ人の移動が制限されたため。 |

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 type="checkbox"/> 1. 拡充 <input type="checkbox"/> 2. 改善継続 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 現状維持 <input type="checkbox"/> 4. 縮小 <input type="checkbox"/> 5. 休止、廃止、終了 | <input 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>本市の魅力を広く発信する取組などにより、市民の地域愛着度の向上やシビックプライドの醸成につながってきており、引き続きシティセールスの推進に取り組む。</p> | | |