

事務事業名	シティプロモーション推進事業				担当	総務部 企画課 総合戦略推進係	
政策名	E	地域と産業が調和する活力あるまちづくり			電話番号	0285-81-6947	
施策名	4	観光の振興			<input type="checkbox"/> 実施計画上の主要事業		
関連個別計画	真岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略				事業期間	<input type="checkbox"/> 単年度のみ	
法令根拠						<input type="checkbox"/> 単年度繰返（開始年度 平成19年度～）	
予算科目	1.一般会計	2.総務費	1.総務管理費	6.企画費		<input type="checkbox"/> 期間限定複数年度（ 年度～ 年度）	
事業概要	本市の主な観光資源である木綿・温泉・S.L・夏祭りなどを盛り込んだテレビ番組を制作、放映する。また、本市のイベント等をテレビやラジオ、真岡鐵道ラッピングで事前告知することで、本市を知ってもらい、より多くの人に訪れてもらえるようPRするとともにイメージアップを図る。平成28年度からは、真岡市シティプロモーション冊子の発行や、PR動画や移住者インタビューなどを盛り込んだ冊子運動特設サイトを開設し、首都圏の若い世代をメインターゲットとした情報発信をしている。						

1. 現状把握の部 (1) 事務事業の目的と指標

① 手段（主な活動）		⑤ 活動指標（事務事業の活動量を表す指標）の推移																																																
28年度実績 ・「とちぎ発！旅好き」とのタイアップ ・とちぎテレビでのイベント告知 ・真岡鐵道気動車ラッピング ・FM栃木（ほっとHOTもおか）でのイベント告知 ・真岡市プロモーション冊子作成		<table border="1"> <thead> <tr> <th>名称</th> <th>単位</th> <th>25年度(実績)</th> <th>26年度(実績)</th> <th>27年度(実績)</th> <th>28年度(実績)</th> <th>29年度(見込)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ア 「とちぎ発！旅好き」延べ放送時間</td> <td>時間</td> <td>240</td> <td>270</td> <td>270</td> <td>270</td> <td>270</td> </tr> <tr> <td>イ テレビでのイベント告知日数</td> <td>日</td> <td>30</td> <td>30</td> <td>30</td> <td>30</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>ウ PR映像の本数</td> <td>本</td> <td>13</td> <td>13</td> <td>6</td> <td>9</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>エ FMとちぎ（ほっとHOTもおか）放送時間</td> <td>時間</td> <td></td> <td></td> <td>520</td> <td>520</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>オ 真岡市PR冊子制作（いちごの絵本）</td> <td>冊</td> <td></td> <td></td> <td>2,000</td> <td>10,000</td> <td>5,000</td> </tr> </tbody> </table>							名称	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)	ア 「とちぎ発！旅好き」延べ放送時間	時間	240	270	270	270	270	イ テレビでのイベント告知日数	日	30	30	30	30	30	ウ PR映像の本数	本	13	13	6	9	11	エ FMとちぎ（ほっとHOTもおか）放送時間	時間			520	520	0	オ 真岡市PR冊子制作（いちごの絵本）	冊			2,000	10,000	5,000
名称	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)																																												
ア 「とちぎ発！旅好き」延べ放送時間	時間	240	270	270	270	270																																												
イ テレビでのイベント告知日数	日	30	30	30	30	30																																												
ウ PR映像の本数	本	13	13	6	9	11																																												
エ FMとちぎ（ほっとHOTもおか）放送時間	時間			520	520	0																																												
オ 真岡市PR冊子制作（いちごの絵本）	冊			2,000	10,000	5,000																																												
29年度計画 ・とちぎテレビ事業は平成27年度と同じ ・ペリテンライブ2017情報発信 ・真岡鐵道気動車ラッピング ・真岡市プロモーション冊子作成																																																		
② 対象（誰、何を対象にしているのか）*人や自然資源等 埼玉、千葉、群馬及び栃木県内の住民		⑥ 対象指標（対象の大きさを表す指標）の推移																																																
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>名称</th> <th>単位</th> <th>25年度(実績)</th> <th>26年度(実績)</th> <th>27年度(実績)</th> <th>28年度(実績)</th> <th>29年度(見込)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ア 埼玉、千葉、群馬及び栃木県内の人口</td> <td>人</td> <td>17,364,002</td> <td>17,372,643</td> <td>17,387,013</td> <td>17,457,042</td> <td>17,460,000</td> </tr> <tr> <td>イ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ウ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>エ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>オ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>							名称	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)	ア 埼玉、千葉、群馬及び栃木県内の人口	人	17,364,002	17,372,643	17,387,013	17,457,042	17,460,000	イ							ウ							エ							オ						
名称	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)																																												
ア 埼玉、千葉、群馬及び栃木県内の人口	人	17,364,002	17,372,643	17,387,013	17,457,042	17,460,000																																												
イ																																																		
ウ																																																		
エ																																																		
オ																																																		
③ 意図（この事業によって、対象をどう変えるのか） 本市の魅力の情報発信し、認知してもらおうとともに訪れてもらう。		⑦ 成果指標（対象における意図された対象の程度）の推移																																																
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>名称</th> <th>単位</th> <th>25年度(実績)</th> <th>26年度(実績)</th> <th>27年度(実績)</th> <th>28年度(実績)</th> <th>29年度(見込)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ア PR番組アクセス数</td> <td>アクセス</td> <td>2,438</td> <td>4,779</td> <td>21,776</td> <td>38,094</td> <td>45,000</td> </tr> <tr> <td>イ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ウ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>エ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>オ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>							名称	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)	ア PR番組アクセス数	アクセス	2,438	4,779	21,776	38,094	45,000	イ							ウ							エ							オ						
名称	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)																																												
ア PR番組アクセス数	アクセス	2,438	4,779	21,776	38,094	45,000																																												
イ																																																		
ウ																																																		
エ																																																		
オ																																																		
④ 結果（どんな結果(上位施策)に結びつけるのか） 交流人口が増加し、観光の振興に結びつける。		⑧ 上位成果指標（結果の達成度を表す指標）の推移																																																
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>名称</th> <th>単位</th> <th>25年度(実績)</th> <th>26年度(実績)</th> <th>27年度(実績)</th> <th>28年度(実績)</th> <th>29年度(見込)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ア 観光客入り込み数</td> <td>人</td> <td>2,845,313</td> <td>2,865,281</td> <td>2,865,612</td> <td>2,912,127</td> <td>2,940,000</td> </tr> <tr> <td>イ S.L乗客数</td> <td>人</td> <td>31,087</td> <td>32,616</td> <td>33,482</td> <td>36,059</td> <td>40,000</td> </tr> <tr> <td>ウ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>エ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>オ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>							名称	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)	ア 観光客入り込み数	人	2,845,313	2,865,281	2,865,612	2,912,127	2,940,000	イ S.L乗客数	人	31,087	32,616	33,482	36,059	40,000	ウ							エ							オ						
名称	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)																																												
ア 観光客入り込み数	人	2,845,313	2,865,281	2,865,612	2,912,127	2,940,000																																												
イ S.L乗客数	人	31,087	32,616	33,482	36,059	40,000																																												
ウ																																																		
エ																																																		
オ																																																		
(2) 総事業費の推移		単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)																																											
投入量	事業費	財源内訳	千円																																															
		国庫支出金	千円	0	0	0	0																																											
		県支出金	千円	0	0	0	0																																											
		地方債	千円	0	0	0	0																																											
		その他	千円	0	0	0	0																																											
		一般財源	千円	1,125	1,188	8,284	10,049	8,670																																										
	事業費計(A)		千円	1,125	1,188	8,284	10,049	8,670																																										
	人件費	正規職員従事人数	人	2	2	3	3	3																																										
		延べ業務時間	時間	100	100	150	1,000	1,000																																										
		人件費計(B)	千円	406	422	629	4,153	4,153																																										
トータルコスト(A)+(B)		千円	1,531	1,610	8,913	14,202	12,823																																											

(3) 事務事業の環境変化・市民意見等

①この事務事業を開始したきっかけは何か？ いつごろどんな経緯で開始されたのか？	平成19年度、「観光の振興」が重点施策に位置づけられ、コストをかけても成果を向上させることになり、首都圏等へ向けた情報発信の手段として、テレビ・ラジオを利用し、広範囲にPRすることになった。
②事務事業を取り巻く状況（対象者や根拠法令等）はどう変化しているか、開始時期あるいは5年前と比べてどう変わったのか？	テレビ・ラジオの利用者は減少し、スマートフォンの普及によるインターネットやSNSの利用者数が著しく増加している。また、事業を開始したときと比べて、情報発信ツールの種類が格段と増えている中で、どのツールをどのタイミングで、どのように利用するかが、訴求者に的確に情報を伝えるためのカギとなる。平成28年度に「総合戦略推進係」を設置し、首都圏の若い世代をメインターゲットに、積極的に情報発信していくこととなった。
③この事務事業に対して関係者（住民、議会、事業対象者、利害関係者等）からどんな意見や要望が寄せられているか？	

2. 1次評価の部 \*原則は事後評価、ただし複数年度事業は途中評価

目的妥当性評価	①政策体系との整合性 ・この事務事業の目的は、市の政策体系に結びつくか？ ・意図することが結果(上位施策)に結びついているか？	<input type="checkbox"/> 結びついている <input type="checkbox"/> 見直し余地がある 交流人口を増やすことが目的であり、観光や商業の振興に結びつく。
	②公共関与の妥当性 ・なぜこの事務事業を市が行わなければならないのか？ ・税金を投入して達成する目的か？	<input type="checkbox"/> 妥当である <input type="checkbox"/> 見直し余地がある 本市を知ってもらうために情報発信は必須である。
	③対象と意図の妥当性 ・対象を限定・追加すべきか？ ・意図を限定・拡充すべきか？	<input type="checkbox"/> 適切である <input type="checkbox"/> 対象を見直す必要がある <input type="checkbox"/> 意図を見直す必要がある 首都圏等へ情報発信することで、交流人口の増加に結びつける。 イメージキャラクターはイメージアップに有効な手段である。
有効性評価	④成果の向上余地 ・成果を向上させる余地はあるか？ ・成果の現状水準とあるべき水準の差異はないか？ ・何が原因で成果向上が期待できないのか？	<input type="checkbox"/> 向上余地はない <input type="checkbox"/> 向上余地がある 様々な情報発信ツールを活用し、効果的に本市の魅力をもPRする必要がある。 シティブロモーションを推進していくため、情報発信の強化を図る必要がある。
	⑤廃止・休止の成果への影響 ・事務事業を廃止・休止した場合の影響の有無とその内容は？	<input type="checkbox"/> 影響がある <input type="checkbox"/> 影響がない 本市を認知してもらう情報発信の手段がなくなる。
	⑥類似事業との統合や連携の可能性 ・他に、類似の形態の事務事業はないか？	<input type="checkbox"/> 類似事業がある(類似の事務事業名を記載) <input type="checkbox"/> 類似事業はない
	・類似事業がある場合、その事業と統合したり連携を図ることができるか？	<input type="checkbox"/> 他の事業と統合・連携ができる <input type="checkbox"/> 他の事業と統合・連携できない
効率性評価	⑦事業費の削減余地 ・成果を下げずに事業費を削減できないか？ (仕様や工法の適正化、住民の協力など)	<input type="checkbox"/> 削減余地がない <input type="checkbox"/> 削減余地がある 最低限の制作・放送費用等であり、削減の余地はない。
	⑧人件費(延べ業務時間)の削減余地 ・やり方を工夫して延べ業務時間を削減できないか？ ・成果を下げずに正社員以外の職員や委託でできないか (アウトソーシングなど)	<input type="checkbox"/> 削減余地がない <input type="checkbox"/> 削減余地がある 番組制作等に必要最小限の人件費であり、削減できない。
公平性評価	⑨受益機会・費用負担の適正化余地 ・事業の内容が一部の受益者に偏って不公平ではないか？ ・受益者負担が公正・公平になっているか？	<input type="checkbox"/> 公正・公平である <input type="checkbox"/> 見直し余地がある 特定の人の受益はない。

3. 改革・改善方向の部

(1) 改革の方向性(改革案・実行計画) <input type="checkbox"/> 廃止 <input type="checkbox"/> 見直し( <input type="checkbox"/> :目的妥当性 <input type="checkbox"/> :有効性 <input type="checkbox"/> :効率性 <input type="checkbox"/> :公平性) <input type="checkbox"/> 統合 <input type="checkbox"/> 継続	(3) 改革・改善による期待成果 <table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <th colspan="3">コスト</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <th>削減</th> <th>維持</th> <th>増加</th> </tr> <tr> <th rowspan="3">成果</th> <th>向上</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <th>維持</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <th>低下</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			コスト					削減	維持	増加	成果	向上				維持				低下			
			コスト																					
		削減	維持	増加																				
成果	向上																							
	維持																							
	低下																							
(2) 改革、改善を実現する上で克服すべき課題は何か？それをどう克服していくか？																								

4. 事務事業の2次評価結果(事業の総括と事業の方向性)

(1) 1次評価結果の客観性と出来具合 <input type="checkbox"/> 記述説明不足(説明責任不充分) <input type="checkbox"/> 評価内容が客観性を欠く <input type="checkbox"/> 評価内容は客観的と言える	(5) 改革・改善による期待成果 <table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <th colspan="3">コスト</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <th>削減</th> <th>維持</th> <th>増加</th> </tr> <tr> <th rowspan="3">成果</th> <th>向上</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <th>維持</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <th>低下</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			コスト					削減	維持	増加	成果	向上				維持				低下			
			コスト																					
			削減	維持	増加																			
成果	向上																							
	維持																							
	低下																							
(2) 2次評価者としての評価結果 ①目的妥当性 <input type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり ②有効性 <input type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり ③効率性 <input type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり ④公平性 <input type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり																								
(3) 2次評価者として判断した今後の事業の方向性 <input type="checkbox"/> 廃止 <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 目的絞込み <input type="checkbox"/> 目的拡充 <input type="checkbox"/> 事業統廃合 <input type="checkbox"/> 事業のやり方改善 <input type="checkbox"/> 予算削減 <input type="checkbox"/> 予算増大 <input type="checkbox"/> 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない)	(4) その他2次評価会議で指摘された事項																							