施策評価シート（ 令和3　年度の振り返り、総括）

作成日	令和4 年　04月　04日

施策 No.	33	施策名	都市ブランド戦略の推進
主管課名	秘書広報課	電話番号	0285-81-6947
関係課名	建設課		

1. 計画（Plan）

施策の対象	市民・市外在住者						
対象指標名	単位	令和2 年度実績	令和3 年度実績	令和4 年度実績	令和5 年度実績	令和6 年度実績	令和6 年度見込
人口	人	78,874	78,592				
観光入込客数	人	1,784,577	1,579,223				

施策の目標	いちご等の地域資源を活かした魅力を創出することで、本市のブランド力を高め、広くＰＲすることによって本市のイメージ向上と市民のシビックプライドを醸成し、市内外から親しまれ、真岡市が選ばれるようにする。
成果指標設定の考え方及び指標の把握方法（算定式など）	・シビックプライドの醸成と知名度向上の指標として、市民意向調査の「まちづくりに対しての市民の満足度」を使用する。 ・市民のブランド力及び認知度の向上の指標として、市民意向調査の「いちごのまちとイメージする市民の割合」を使用する。

成果指標名		単位	平成30年度基準値	令和2 年度	令和3 年度	令和4 年度	令和5 年度	令和6 年度	令和6 年度目標値
まちづくりに対しての市民の満足度	目標値	%	67.4	69.9	72.4	75.0	77.5	80.0	80.0
	実績値			49.7	57.6				
いちごのまちとイメージする市民の割合	目標値	%	51.0	54.8	58.6	62.4	66.2	70.0	70.0
	実績値			56.0	59.1				
	目標値								
	実績値								
	目標値								
	実績値								
	目標値								
	実績値								
	目標値								
	実績値								
	目標値								
	実績値								

施策の成果向上に向けての住民と行政との役割分担	市民は、本市に誇りや愛着を持ちます。 行政は、本市の地域特性を活かした積極的なプロモーションに努めます。

2. 実行（Do）→個別事務事業の実施による（事務事業マネジメントシート参照）

3. 検証・評価と今後の方向性（Check&Action）

（１）施策目標達成に対する要因分析と課題（①構成事業が与えた影響、②外的要因を踏まえて検証）

・質量ともに日本一のいちごのまちとして全国に発信できるイベント等が新型コロナウイルスの感染拡大の影響で開催できないなか、SNS等の発信により日本一のいちごのまちの認知度の向上を図った結果、真岡市をいちごのまちとイメージする市民の割合は、目標値を上回ることができた。またいちごをモチーフとしたロゴマークは、いちご商品と等のラベルに使用されるなど認知され活用が図られてきている。

・シビックプライド醸成事業で行ったアンケートで、真岡市に住み続けたい高校生の割合が３５．６％、市政に対する満足度（まちづくりに対しての市民の満足度）も５７．６％と目標値よりも低い値となった。要因としては新型コロナウイルス感染症の影響で、人を集めて市の魅力を直接ＰＲするイベントがすべて中止となり、有効な魅力発信の機会を創出することができなかったことがあげられる。そのような中でも、真岡市に住み続けたい中学生の割合は、６０．０％と令和２年度と比較して５ポイント上昇した。要因としては、「真岡勇者への道」と題したクイズ形式のチラシを配布し、まだ知らない真岡市の魅力が認知されたことが大きかったと考えられる。

・今後は、イベント等の周知以外の方法で日本一のいちごの街である認知度を向上させ、真岡市に無関心層を関心層へ転換させ、関係人口化した人をファン化させる継続的な取組を行う必要がある。

（２）今後の方向性（（１）の要因分析を踏まえ、施策目標達成に向けた方針を示す）

・日本一のいちごのブランド力を活かすとともに、都市ブランドの向上、統一的・効果的なプロモーション、情報発信力の強化を柱に、真岡市の魅力を市内外問わず効果的に発信し、地域のイメージや認知度を高め、愛着と誇り、そして地域への参画を増やすことで、更なる町の魅力の創造、発信に繋げ、シビックプラドの醸成、地域ブランドの向上を図り、「選ばれる都市（まち）真岡」の実現につなげていく。

・真岡市のブランドイメージを確立するため、関係人口からファン化、移住定住、シビックプライドの醸成まで一貫したストーリーをもった取組を指針としてまとめ、シティプロモーションを推進していく。

・市内の高校生で構成する「すきすきシェアクラブ」において、高校生の目線で若者に受け入れられるような真岡市の魅力をＳＮＳ等を活用しながら発信していくことで、シビックプライドの醸成、定住の促進などを図る。

【市外在住者向け】

・無関心層を関心層に転換させる取組としていちごの返礼品（加工品を含む。）を充実させるなど、ふるさと納税を活用した関係人口の増加を図る。

・SNSの特性を活かすとともに、マーケティングを実施することでターゲットが欲しい情報を的確に捉え情報発信の内容を見直していく。

・首都圏の真岡市の認知度向上させるため、真岡市へのモニターツアーの実施やデジタル広告を活用した情報発信を図っていく。

4. 構成事業一覧（個別事務事業一覧）

NO	総重、総新 戦拡、戦新	事務事業名	担当	成果指標			評価結果
				成果指標名	単位	令和3 年度実績	今後の方向性
1		移住定住促進事業	秘書広報課シティプロモーション係	中学生アンケート（住み続けたい）	%	60	事業のやり方改善
				移住相談件数（オンライン・ロゴ含み）	件	35	事業のやり方改善
				社会増減数	人		事業のやり方改善
				高校生アンケート（4年1回）（住み続けたい）	%	—	事業のやり方改善
				SNSフォロワー数	人		事業のやり方改善
2		日本一のいちごのまちブランド力向上事業	秘書広報課シティプロモーション係	「いちごのまち」とイメージする市民の割合	%	59.1	事業のやり方改善
				イベント参加者の「真岡市」の認知度	%	—	事業のやり方改善
				イベント参加者の「日本一のいちごのまち」認知度	%	—	事業のやり方改善
				SNSフォロワー数	人		事業のやり方改善
3		ふるさと寄附事業	財政課財政係	寄附件数	件	3,566	事業統廃合 事業のやり方改善 予算増大
				寄附金額	千円	44,345	事業統廃合 事業のやり方改善 予算増大
				返礼品登録数	種類	168	事業統廃合 事業のやり方改善 予算増大
4		地域おこし協力隊活用事業	秘書広報課シティプロモーション係	情報発信件数	件	98	事業のやり方改善
				FMラジオ出演回数	回	91	事業のやり方改善
5		シティプロモーション推進事業	秘書広報課シティプロモーション係	シティプロモーションサイトのページビュー数	回	110,304	事業のやり方改善
6		シビックプライド醸成事業	秘書広報課シティプロモーション係	中学生アンケート（住み続けたい）	%	60	事業のやり方改善
				市政の満足度	%		事業のやり方改善
				高校生アンケート（4年に1回）H31年度（住み続けたい）	%	—	事業のやり方改善
7	総重/戦拡	若者・子育て世代定住促進住宅取得支援事業	建設課住宅係	一般世帯	世帯	423	現状維持
				転入世帯	世帯	123	現状維持
				（当該年度+前年度+前々年度）			現状維持