

事務事業名	日本一のいちごのまちブランド力向上事業				担当	総合政策部 秘書広報課 シティプロモーション係				
政策名	6	「魅力づくり」～市民の力アップ！～				☐ 総重（総合計画重点事業）	☐ 総新（総合計画新規事業）			
施策名	1	都市ブランド戦略の推進				☐ 戦拡（総合戦略拡充事業）	☐ 戦新（総合戦略新規事業）			
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	☐ 単年度のみ				
法令根拠						☒ 毎年度実施（開始年度 R2 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		☐ 期間限定複数年度（ 年度～ 年度）				
予算科目										
予算科目										
事業概要	・日本一のいちごを核とした積極的なシティプロモーションを推進するとともに、SNS等による情報発信を行うことで「日本一のいちごのまち」としてのブランド力・認知度の向上を図る。 ・「いちご王国栃木の首都もおか」宣言を活用しPRを図る。 ・SNSやデジタル広告を活用した情報発信により日本一のいちごのまちの認知度の向上を図る。									

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）				④活動指標（事務事業の活動量を表す指標）の推移						
4年度実績 1.「いちご王国栃木の首都もおか」PR用統一名刺作成 2.市外向け統一テンプレートの作成 3.ノベルティ作成 4.SNSによる情報発信 5.首都圏向けデジタル広告 6.毎月15日「いちごの日」PR				名称	単位	31 年度(実績)	2 年度(実績)	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(見込)
				ア PRイベント等の参加者数	人	—	270	0	220	300
				イ 日本一のいちごのPR企画数	件	—	9	2	6	9
				ウ 情報発信するSNS媒体	種類				2	2
				エ デジタル広告	種類				3	3
				オ						
5年度計画 1.「いちご王国栃木の首都もおか」PR用統一名刺作成 2.市外向け統一テンプレートの作成 3.ノベルティ作成 4.SNSによる情報発信 5.首都圏向けデジタル広告 6.毎月15日「いちごの日」PR 7.プロモーション冊子の作成 8.PR動画の作成 9.市内イベントでのPR										
② 対象（誰、何を対象にしているのか）*人や自然資源等 ・市内在住者 ・市外在住者				⑤対象指標（対象の大きさを表す指標）の推移						
				名称	単位	31 年度(実績)	2 年度(実績)	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(見込)
				ア 真岡市の人口	人	—	78,874	78,592	77,635	77,578
				イ 観光客入込客数	人	—	1,784,577	1,579,223	1,952,912	
				ウ						
				エ						
				オ						
③ 意図（この事業によって、対象をどう変えるのか） ・市民のシビックプライドの醸成が図られる。 ・知名度の向上、ブランド力が高まることで、「選ばれる都市もおか」となる。				⑥成果指標（対象における意図された対象の程度）の推移						
				名称	単位	31 年度(実績)	2 年度(実績)	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(見込)
				ア 「いちごのまち」とイメージする市民の割合	%	63.1	56.0	59.1	58.1	60.0
				イ イベント参加者の「真岡市」の認知度	%		56	-	-	-
				ウ イベント参加者の「日本一のいちごのまち」認知度	%		31	-	-	-
				エ SNSフォロワー数	人				385	500
				オ デジタル広告クリック数	件				14,665	18,000
② 総事業費の推移				単位	31 年度(実績)	2 年度(実績)	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(見込)	
投入量	事業費	財源内訳	国庫支出金	千円	0	0	0	0	0	
			県支出金	千円	0	0	0	0	0	
			地方債	千円	0	0	0	0	0	
			その他	千円	0	2,508	0	0	0	
			一般財源	千円	0	1,141	383	1,034	941	
	事業費計（A）			千円	0	3,649	383	1,034	941	

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 市の政策体系に結び付き、社会環境や住民ニーズ等を考慮した上で目的は妥当か？	☒ 見直し余地はない ☐ 見直し余地がある (評価理由) 「いちご王国栃木の首都もおか」を宣言し日本一のいちごのまちをPRすることで、知名度向上、シビックプライドの醸成が図られブランド力の向上につながる。
	②公共関与の妥当性 市が事業に関与する必要があるか？	☒ 見直し余地はない ☐ 見直し余地がある (評価理由) 知名度向上、ブランド力の向上は、市が行う事業である。
	③対象と意図の妥当性 ・1枚目の②「対象」③「意図」は適切か？ ・対象を限定・追加する必要があるか？ ・意図を限定・追加する必要があるか？	☒ 対象・意図を見直す必要はない ☐ 対象を見直す必要がある ☐ 意図を見直す必要がある (評価理由) 適切である。
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どうか？ない場合の理由は適切か？ ・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？	☐ 向上余地はない ☒ 向上余地がある (評価理由) 栃木県は「いちご王国」として認知度が高いが、真岡市が「日本一のいちごのまち」であることに認知度は低い。 移住定住やふるさと寄附事業と連携して市内外の方々へ効果的なPRを実施し、知名度向上を図る。
	⑤類似事業との統廃合・連携の可能性 ・類似事業はないか、統合や連携はできないか？	☒ 類似事業と統合・連携ができる (類似の事務事業名：) ☐ 類似事業と統合・連携できない (類似の事務事業名：) ☐ 類似事業はない (評価理由) 移住定住やふるさと寄附事業と連携することで、各事業において相乗効果が期待できる。
効率性評価	⑥事業費の削減余地 ・成果を下げずに実施主体の見直しによりコスト削減をできないか？ ・実施方法の適正化によりコスト削減をできないか？	☒ 削減余地がない ☐ 削減余地がある (評価理由) 事業を実施するための最小の経費である。

3. 改革・改善方向の部

(1) 改革の方向性 (改革案・実行計画) ☐ 廃止 ☒ 見直し (☐ : 目的妥当性 ☒ : 有効性 ☐ : 効率性) ☐ 統合 ☐ 継続	(3) 改革・改善による期待成果 <table><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) 課題、課題の克服の方向性 SNSやデジタル広告を活用し、日本一のいちごのまちの情報を発信し、「真岡のいちご」の評判形成をすることで、本市の認知度を高め、ふるさと寄附やいちご就農者の増加につなげる。																								

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 ☐ 記述説明不足 (説明責任不充分) ☐ 評価内容が客観性を欠く ☒ 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><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 ☒ 適切 ☐ 見直し余地あり ②有効性 ☐ 適切 ☒ 見直し余地あり ③効率性 ☒ 適切 ☐ 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 ☐ 廃止 ☐ 休止 ☐ 目的絞込み ☐ 目的拡充 ☐ 事業統廃合 ☒ 事業のやり方改善 ☐ 予算削減 ☐ 予算増大 ☐ 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 真岡市シティプロモーション指針に基づき、「いちご王国栃木の首都もおか」を活用したPR活動を実施すること。																								