

# 庄原市行政評価シート

平成 28 年度評価

<b>事務事業名</b>	庄原市シティプロモーション		
<b>実施期間</b>	平成 26 年度 ~ 平成 27 年度 (終期の設定のない場合は、終期を空白)	<b>所管課</b>	総務部行政管理課

<b>長期総合計画</b>	01-04-01 協働の力で笑顔が輝くまちづくり(自治・協働)	効果的・効率的な行政運営	行政機能の充実
<b>予算科目</b>	会計 01 一般会計	款 02 総務費	項 01 総務管理費
	目 03 文書広報費	事業 0402 広報公聴事業	

<b>対象者</b>	市民・市外在住の庄原市へ興味のある方	<b>対象者数など</b>	不特定多数
<b>根拠法令・計画等</b>	特になし		
<b>HPアドレス</b>	<a href="http://www.city.shobara.hiroshima.jp/government/section/post-442.html">http://www.city.shobara.hiroshima.jp/government/section/post-442.html</a>		

<b>実施目的</b>	庄原市の全国的知名度を高めるため、PRロゴマークキャラクターの積極的な活用やメディアを利用した効果的なPRにより、庄原市の魅力を広く発信し、拡散させていくための取り組みとしてシティプロモーション事業を推進していく。
<b>事務事業の概要</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○庄原市PRロゴマークの活用             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ロゴマークキャラクターヒバゴンの着ぐるみ作成</li> <li>・PRロゴマーク関連グッズの製作</li> </ul> </li> <li>○メディアを活用したPR             <ul style="list-style-type: none"> <li>・庄原市公式Facebookページの開設 (H26年7月10日から運用開始)</li> <li>・「庄原いちばんデジタルフォトコンテスト」の開催</li> <li>・ホームページの充実 (専門家によるサイト診断)</li> </ul> </li> </ul>

年度別実績概要	
平成 25 年度	なし
平成 26 年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ヒバゴン着ぐるみ【延べ55日稼働】 ■ロゴマーク関連グッズの製作(クリアフォルダ2000枚、のぼり100枚、ぬいぐるみ各13体) ■公式Facebookページの開設(投稿件数339件、609件いいね！獲得) ■「庄原いちばんデジタルフォトコンテスト」開催(延べ68人・250点の応募) ■広報紙写真はがき(広報しようばら7月・1月号で市民に配布)</li> </ul>
平成 27 年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ヒバゴン着ぐるみ貸し出し(延べ114日稼働、休暇村会報誌掲載33回出演) ■PRロゴマーク使用許可(市外部申請9件) ■PRロゴマーク関連グッズの製作(着ぐるみカーブユニフォーム2着、市政施行10周年記念缶バッジ5,000個) ■公式Facebookページの充実(470投稿、352件いいね！獲得) ■「庄原いちばんデジタルフォトコンテスト」(延べ69人・231点の応募)</li> </ul>

## 実績指標

(単位:千円)

	項目	内容	H 25	H 26	H 27	合計	
	<b>事業費 (インプット)</b>	事業費	シティプロモーション事業		2,475	1,260	3,735
						0	
						0	
		事業費計		0	2,475	1,260	3,735
財源		国県補助金				0	
		地方債				0	
	その他	ロゴマークピンバッジ販売収入		23		23	
	一般財源		0	2,452	1,260	3,712	

	指標名称		単位	基準値	H 25	H 26	H 27	合計
	<b>実績 (アウトプット)</b>	1	庄原いちばんデジタルフォトコンテスト応募人数	人			68	69
	2	公式Facebookページの記事の投稿件数	件			339	470	809
	3	ヒバゴン着ぐるみ貸し出し件数	件			55	114	169
<b>成果 (アウトカム)</b>	1	庄原市の知名度UPのための素材収集	点			250	231	481
	2	閲覧者による「いいね！」獲得件数	件			609	352	961
	3	庄原市の知名度UPのためのイベント参加	日			55	114	169
<b>備考</b>								

事務事業名	庄原市シティプロモーション	所管課	総務部行政管理課
-------	---------------	-----	----------

評価項目		所管課評価	市民意見	評価委員会	評価分布			
分布は、A+1,B:0,C-1で総回答数で割り、小数点以下四捨五入。ただし、A-C又はC-AがBより多い場合はA,Cに補正する					市民意見		評価委員会	
優先度		A	B	A	分布	平均	分布	平均
A	同じ分野の他の事業と比較し、優先度が高い事業である。				4		4	
B	同じ分野の他の事業と比較し、優先度は中くらいの事業である。				5		3	
C	同じ分野の他の事業と比較し、優先度が低い事業である。				0	0	0	1
認知度		C	B	B	分布	平均	分布	平均
A	対象者以外にも、おおむねの内容は知られている事業である。				1		0	
B	対象者には、おおむねの内容は知られている事業である。				4		4	
C	一部の者を除き、事業があることすら知られていない。				4	0	3	0
有効性		A	B	B	分布	平均	分布	平均
A	費用に対して、効果・成果が高い事業である。				2		3	
B	費用に対して、効果・成果が中くらいの事業である。				4		4	
C	費用に対して、効果・成果が低い事業である。				3	0	0	0
受益者満足度		B	B	B	分布	平均	分布	平均
A	受益者(対象者)は、満足している事業内容である。				4		0	
B	どちらともいえない。				1		7	
C	受益者(対象者)が、満足できない事業内容である。(改善要望がある ほか。)				4	0	0	0
市民(納税者)納得度		B			分布	平均	分布	平均
A	目的・費用・自己負担・内容等から、対象者以外も納得できる事業である。							
B	どちらともいえない。							
C	目的・費用・自己負担・内容等から、対象者以外は納得できない事業である。							
代替性		B	A	B	分布	平均	分布	平均
A	収益性や技術面から民間での実施が難しく、市が実施すべき事業である。				7		2	
B	民間での実施も可能であるが、公共性・公平性などから市が関与すべき事業である。				2		5	
C	市の関与は委託や助成とし、民間等での実施を検討すべき又は市が関与する必要はない事業である。				0	1	0	0
まちづくり基本条例適合性		B	A'	B	分布	平均	分布	平均
A	市民(団体等を含む。)の自立を促進する事業である。				6		2	
B	市民の自立促進までは期待できないが、条例の趣旨(市民が主役のまちづくり)に沿った事業である。				1		4	
C	条例の趣旨に沿った実施形態となるよう、手法・内容を見直すべき(終了を含む。)事業である。				2	0	1	0
所管課評価		拡充して実施						
評価視点	庄原市からの情報発信について、そのPR効果を数値として表すことが難しいが、ホームページのアクセス件数や公式Facebookの記事に対する「ええね！」の獲得件数が一定の評価の視点となっている。また、PRロゴマークキャラクターの活用や関連グッズの製作により、認知度向上と拡散により市のPRに効果的で必要性の高い事業と考えており、事業の拡充について意見を求めます。							
所管課が課題と考える内容	自治体のPR手段は、インターネットを活用した動画の配信が主流となりつつあり、今後は、市の良さを伝えるためのPR動画の配信や全国メディアへの露出など、より訴求力があり波及効果のある取り組みをすすめていく必要がある。							

事務事業名	庄原市シティプロモーション	所管課	総務部行政管理課
-------	---------------	-----	----------

市民意見(プラモニ)		※市民意見は、意見数集計のみを評価とします。(プラモニとしての総括評価はありません。) ※全意見は、ホームページに掲載しています。				
意見数分布	現行どおり	拡充	縮小	終了	その他の見直し	総回答数
	2	5	2	0	0	9
主な 意見	<p><b>【拡充して実施】</b>            拡充して実施を選択しましたが、プロモーションビデオは他県の例などを参考にされて、PRするにあたり庄原市の悪いところ(欠けているところ)なども取り上げる必要があるように思います。現状をもっと市民目線で把握され、何のためのPRか将来へむけて希望のもてる事業であってほしいです。            PR事業は、ふるさと納税などにも直結するのではないかと思います。各関係課が協力されてプロモーションビデオを元に「稼げる市役所」として収益をあげることを念頭に、かけた事業費をとりもどしていく意気込みが必要だと思います。最近、市役所に行かれた際の感想で、「あんまり活気がない。」っていわれていたのを思い出しました。こういう事業で各課の連携など、刺激が必要なのは？</p> <p>事業の実施については、市が主体的に行うべきと思いますが、市民の参加によって初めて効果のある事業です。お金をかけなくても、無料の動画サイトへの投稿参加など、レベルに応じたPR方法もあると思います。まずは、あらゆる手法を並べてみる事が良いと思います。自由な発想で、世界から注目を集める事に視点を置いて検討される事に期待します。市長は庄原いちばんのピンバッジをつけるべき。</p> <p>もっとしっかりと庄原市の存在をアピールする活動を強化して展開していくべきだと思いますので、今まで以上に予算も増やして活動を上げていくべきです。庄原市のPRロゴマークとしてヒバゴンとキョロヤマ君が混在していますが、これはお金の無駄遣いなのでどちらか一つに絞って活動しなければ見る者にとっても紛らわしい。</p>					
	<p><b>【現行どおり】</b>            もっともっと庄原を有名にしたいです。良いところをしっかりとアピール出来たらよいと考えます。</p>					
	<p><b>【縮小】</b>            全国的にある一般的な事業となっており、刷新を希望する。</p>					

<b>行政評価委員会評価</b>	<b>拡充</b>	※行政評価委員会の摘録(会議内容)は、ホームページに掲載しています。
------------------	-----------	------------------------------------

総括意見	<p>庄原市の知名度向上のため重要な取り組みであり、インパクトのある情報発信を行うよう、拡充し実施されたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページの情報を充実するとともに情報を容易に検索できるよう工夫すること。</li> <li>・Facebookページの活用は有効と考える。また、その他のSNSやメール配信などの手法も検討すること。</li> <li>・新聞等インターネット以外のメディアも積極的に活用すること。</li> <li>・市外だけでなく市民への情報発信も充実すること。</li> </ul>
------	--

※委員会における最終的な評価として総括したものであり、最も分布の多い評価を優先するものではありません。

評価分布	現行どおり	拡充	縮小	終了	その他の見直し
	1	5	0	0	1

各委員の意見	<p><b>【現行どおり】</b></p> <p>⑦”ヒバゴン”はそのネームバリューが広く知られており、庄原市のキャラクターとして一本化すべきと思う。又、”ヒバゴン” ”ヒバ牛”等、庄原=ヒバとPRするのも良いと思う。高山=ヒダのように。(今あるもので内容を考える)</p> <p><b>【拡充】</b></p> <p>①庄原市は全国的には認知度が低いと思う。観光産業にも大きな魅力を感じているので、地域の良さを知ってもらうためにも情報発信は重要と思う。特にインターネットでPRは効果的で今後拡充していく必要がある。</p> <p>②ホームページなどは市の顔であり、最も外部への効果的なPR方法である。また、ロゴマークやキャラクターはどこの公共団体も行っており、より効果的活用が必要と思われる。したがって今後もより充実した事業の展開が必要である。</p> <p>③・全国的知名度を高めるための事業と考える。 ・内容を工夫して、効果のある事業展開としてほしい。</p> <p>④Facebookページの活用はすごくいいと思います。PR内容については、庄原出身で他県におられる方々に、外からみた庄原市の感想、どんな情報が知りたいか、どんな庄原市であってほしいか等の意見を聞くのも参考になるのではと思います。庄原市を知らない人に庄原市に目を向けてもらうことは難しいと思いますが、市民にも参加協力してもらい(ネット関係に長けた人、アイデアを持っている人等) 試行錯誤しながら地道に続け、少しずつ拡散していけばよいと思います。</p> <p>⑤市としてのプロモーション事業は重要な事業だと思います。取り組みの反響やインターネットのアクセス数等を参考にしながら事業をすすめてもらいたい。庄原市のフェイスブックのページは、わかりやすく楽しくて良いと思います。(他のホームページにも共通した話であるが、ホームページの中の有効な情報や更新された情報を、どうやってお知らせしたり、活用してもらうか、色々な取り組みを期待したい。他のSNSとの連動や定期的メール配信等)</p> <p><b>【縮小・拡大以外の見直し】</b></p> <p>⑥シティプロモーション事業を市が行うのは妥当なのですが、そこに市民が面白がって乗るような形態にしなければ成功しないと思います。かけた費用を回収できる事業ではないし、効果が目に見える事業でもないので評価は難しいですが、現状は、職員さんが「お仕事だから」やっている、というふうに見えます。市民が庄原市を好きになれるような、誇りに思えるようなプロモーションをお願いします。</p>
--------	--

<b>今後の事業実施の方向性</b>	<b>拡充して実施</b>	
--------------------	---------------	--

詳細	<p>平成29年度は、様々な広報媒体を活用したプロモーション活動により、市の認知度向上やイメージアップを図り、市内外からの観光客や交流人口の増加、選ばれる自治体を目指し、企業誘致や定住人口の増加にもつなげていく。</p> <p>タイムリーで訴求効果の高いプロモーション活動の継続が求められており、庄原市PRロゴマークの活用、動画CMコンテストの実施、共同広報番組「ひろおく便り」の制作、ホームページの充実、フェイスブックの活用などにより、市の魅力を効果的に発信し、情報の拡散につなげていく。</p>
----	---

備考	
----	--