

令和元年度事業分 坂井市まち・ひと・しごと創生総合戦略及び事務事業評価シート

<事業の名称等>

予算	款	02	総務費	項	01	総務管理費	目	01	一般管理費
大事業	321	シティセールス事業			中事業	01	シティセールス事業		
小事業							他 事業		

1.事業の位置付け

旧総合計画	基本構想	1	住民とともに育むまちづくり	所管部局	総合政策部
	基本計画	1-1	住民と行政の協働によるまちづくりの推進	シティセールス推進課	
旧総合戦略	政策パッケージ	1	移住・定住の促進		
	施策	1-1	シティセールスの強化		
事業区分	自治事務 (任意的なもの)		事業種別	ソフト事業	
根拠法令	無				
根拠例規	無				
関連計画・マニュアル	無				

2.事業の目的・概要

【事業の目的】  
本市の認知度の向上及びシビックプライドの醸成を図るため、市内外に本市の魅力を戦略的、効果的に発信する。

【事業の概要】

- ◆シティセールス事業 本庁 30,308 千円
  - 報償費 (ワークショップ協力者・講師謝礼) 244 千円
  - 旅費 (首都圏PR、品川区連携事業) 2,190 千円
  - 需用費 (事務消耗品、チラシ印刷、PRイベント材料費) 1,290 千円
  - 役務費 (通信運搬費、協賛広告料、清掃手数料、火災保険) 176 千円
  - 委託料 23,422 千円
    1. アンテナショップ運営・販売促進等 13,060 千円  
(委託先 (株)FBCアドサービス ほか)
    2. 品川区連携、お城EXPO、越前織ミュージアム等 9,110 千円  
(委託先 一般社団法人 坂井市観光連盟)
    3. 全国シティセールスデザインコンテスト事業 1,252 千円  
(委託先 丸岡ファインテックス協同組合)
  - 使用料及び賃借料 (PC等機器借上料、アンテナ物件賃貸料) 2,884 千円
  - 負担金、補助及び交付金 (戸越銀座商店街振興組合) 102 千円
- ◆大河ドラマ活用シティセールス事業 本庁 2,491 千円
  - 報償費 (講師謝礼) 10 千円
  - 需用費 (のぼり旗、パンフレット印刷等) 521 千円
  - 役務費 広告料 (大河ドラマ舞台の地新聞掲載) 83 千円
  - 委託料 写真撮影看板設置等 328 千円
  - 工事請負費 看板設置工事費 (称念寺内歴史紹介看板) 449 千円
  - 補助金 大河ドラマおもてなし事業補助金 1,100 千円

3.旧総合戦略記載事項

旧総合戦略記載事項	(1) 情報発信を通じた“住みたいまち”としてのブランディング推進 ・「住みよさ」と「住みたさ」のギャップを受け止め、“住みたいまち”としての情報発信量の最大化を図ります。
-----------	---

4.事業のコスト

(単位：千円)

	令和元年度	平成30年度	平成29年度	元・30年度比	
コスト	事業費	32,799	30,083	36,842	2,716
	人件費	26,832	20,055	28,028	6,777
	総事業費	59,631	50,138	64,870	9,493
人員	正職員	4.00 人	3.00 人	4.00 人	1.00 人
	臨時職員	0.00 人	0.00 人	0.00 人	0.00 人
	人員計	4.00 人	3.00 人	4.00 人	1.00 人
財源内訳	国県支出金	2,500	1,083	0	1,417
	その他特定財源	27,171	29,000	0	△ 1,829
	一般財源	29,960	20,055	64,870	9,905

5. 事業の目標値と実績等

評価指標		単位	年度	令和2年度	令和元年度	平成30年度	平成29年度	平成28年度
指標	地域ブランド調査 居住意欲度 (ブランド総合研究所)	位	目標	500	500	500	500	500
			実績		766	843	682	988
		達成率(%)	0.0	65.3	59.3	73.3	50.6	
指標の説明		ブランド総合研究所が毎年発表する全国自治体のランキング						
独自指標	地域ブランド調査 認知度 (ブランド総合研究所)	位	目標	700	700	700	700	700
			実績		880	886	862	924
		達成率(%)	0.0	79.5	79.0	81.2	75.8	
指標の説明		ブランド総合研究所が毎年発表する全国自治体のランキング						
指標	地域ブランド調査 魅力度 (ブランド総合研究所)	位	目標	500	500	500	500	500
			実績		745	827	660	901
		達成率(%)	0.0	67.1	60.5	75.8	55.5	
指標の説明		ブランド総合研究所が毎年発表する全国自治体のランキング						
独自指標	魅力発信に関わる事業の創出	位	目標	10	10	10	10	10
			実績		6	7	6	12
		達成率(%)	0.0	60.0	70.0	60.0	120.0	
指標の説明		年間のシティセールス活動における主要な取り組み事業数						
指標に基づく評価		居住意欲度、認知度、魅力度、総じて順位があがっており、継続的に情報発信を行ってきた結果が出ています。また、魅力発信に関わる事業の創出として、お城EXPOの出展、越前織ミュージアムの開設、大河ドラマのゆかりの地のおもてなし基盤づくりなどに取り組んできたが、市民と連携し、全国に向けた発信を行ってきたため、シビックプライドを高めることができました。						

6.事業に対する評価

	効率性に課題	有効性に課題	
現状と課題	<p>事業の効果は数値に表れてきますが、目標に達するためには、継続的にシティセールスに取り組んでいくことが大切です。これまで、品川区にあるアンテナショップを拠点に情報発信やイベントを継続的に行ってきたことで、品川区とはより深い関係が構築されてきました。首都圏での情報発信やイベントがスムーズに行えているのは、この関係性によるところが大きく、今後も引き続き品川区を中心としたシティセールスに取り組み、関係人口の創出を目指していきます。</p> <p>坂井市民のシビックプライドの向上としては、関係団体と連携し、お城EXPOの出展や大河ドラマの舞台となった称念寺のおもてなしなどに取り組んできましたが、事業後も自主的な活動ができるような体制づくりにつなげていくことが大切であると考えます。</p>		
成果と改善点 (小事業ごと)	<p>アンテナショップ等での継続的な情報発信・市民交流により、戸越銀座商店街と共同のイベント開催や品川区との連携協定締結などが実現し、首都圏における認知度の向上と関係人口獲得に寄与しました。また、現存十二天守のうち重要文化財7城での連携事業や大河ドラマ活用事業などを通じ、地域資源の魅力発信を図りました。今後は、品川区との連携事業を積極的に進めるとともに、地域資源を活用した情報発信を通じて関係人口の創出を図っていきます。</p>		

7.令和2年度から令和6年度間（第2次総合計画前期期間）の方向性

事業の方向性	継続
方向性の理由	<p>令和元年度に品川区と連携協定を締結したこともあり、品川区に立地するアンテナショップを中心とした情報発信はますます増えていくことが考えられます。また、坂井市と品川区の市民交流イベントなどで深く交流することにより、着実に坂井市との関係人口を増やすことができ、認知度向上にもつながっていくと考えます。</p> <p>また、市内の活動として、令和2年度の大河ドラマで取り上げられた明智光秀ゆかりの地を地域資源として活用し、関係団体と連携しながら、まち歩きできる仕組みづくりを創り上げるなど、坂井市への誘客につながる取り組みを行っていきます。</p>