

平成30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

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
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ックプライド（郷土への愛着と誇り）の醸成を図るため、市内外に本市の魅力を戦略的、効果的に発信します。

**【事業の概要】**

○旅費	特別旅費(首都圏PR、品川区連携事業)	1,658 千円
○需用費	消耗品費(事務用品、PRイベント用消耗品)	529 千円
	書籍購入費	54 千円
	新聞代	27 千円
	印刷製本費(イベントチラシ、パンフレット印刷)	912 千円
○役務費	通信運搬費(配送料)	184 千円
	広告料(協賛広告)	54 千円
	手数料(不動産更新手数料、看板清掃手数料)	87 千円
	火災保険料	25 千円
○委託料		23,112 千円
1.	アンテナショップ運営委託事業	9,100 千円
2.	品川区連携、現存12天守同盟イベントなど	8,400 千円
3.	坂井市政PR特別テレビ番組制作委託	1,620 千円
4.	全国シティセールスデザインコンテスト事業	3,397 千円
5.	福井国体PR幕制作事業	107 千円
6.	PRイベント会場設営、看板、パネル等制作委託	488 千円
○使用料及び賃借料	(PC等機器借上料、アンテナ物件賃貸料)	3,207 千円
○備品購入費	(アンテナショップ備品)	132 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

2.事業の目的・概要の続き

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。
----------	---

3.事業のコスト

(単位：千円)

	平成30年度	平成29年度	平成28年度	30・29年度比	
コスト	事業費	30,083	36,842	63,647	△ 6,759
	人件費	20,055	28,028	26,852	△ 7,973
	総事業費	50,138	64,870	90,499	△ 14,732
人員	正職員	3.00 人	4.00 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	3.00 人	4.00 人	4.00 人	△ 1.00 人
財源内訳	国県支出金	1,083	0	21,965	1,083
	その他特定財源	29,000	0	500	29,000
	一般財源	20,055	64,870	68,034	△ 44,815

4. 事業の成果

評価指標		単位	年度	令和元年度	平成30年度	平成29年度	平成28年度	平成27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		843	682	988	990
		達成率(%)	0.0	59.3	73.3	50.6	50.5	
	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	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	500
			実績		886	862	924	892
		達成率(%)	0.0	79.0	81.2	75.8	56.1	
	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		827	660	901	854
		達成率(%)	0.0	60.5	75.8	55.5	58.5	
	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
			実績		7	6	12	9
		達成率(%)	0.0	70.0	60.0	120.0	90.0	
	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	平成29年度は、自治体や企業との連携を用いた情報発信事業のさらなる創出や、恒常的な発信拠点(アンテナショップ)を活用した情報発信・交流事業などの充実を図りました。今後、これらの関係や拠点を一層育てることを通して、魅力度や認知度等の向上につなげていく必要があります。							

5.事業に対する評価

現状と課題	効率性に課題	有効性に課題	
これまでの見直しや改善等の実績	<p>事業効果を数値に表すことで、効果が見えてきますが、指標に達するまでには持続的な事業実施が必要です。また、様々な角度から、情報発信の事業を行っていますが、すべて坂井市の認知度向上のための事業であります。効果を高めるには、行政、市民総じて、坂井市の魅力を発信していくことが必要と考えます。また、市民協働の事業は、事業後も自主的なまちづくりにつながるような推進をする必要があると考えます。</p> <p>行政の視点だけでなく、市民と協働で、坂井市を代表する素材に光をあて、新たな付加価値を創出し、ブランド力を向上させました。</p>		

6.第2次総合戦略期間に向けた方向性

次期総合戦略期間（令和2年度から令和6年度）の方向性		※各小事業の今後5年間の事業内容を記載してください	
方向性とその事業内容（小事業）	小事業名	方向性	第2次総合戦略期間の事業内容
	首都圏情報発信事業（アンテナショップ事業）	継続	首都圏の情報発信の拠点として品川区の戸越銀座に坂井市のアンテナショップを構え、坂井市の認知度および魅力度の向上を図ります。
	魅力発信プロジェクトまちの魅力体感事業	継続	坂井市を代表する地域資源のブランド力の向上を目指した情報発信を行います。また、坂井市の魅力を体感するためのイベントの開催を行います。
	特別区全国連携プロジェクト事業	継続	特別区全国連携プロジェクトで関係のある品川区と共存共栄できる関係を構築し、相互の発展に寄与する事業を展開していきます。

7.事業全体の今後の方向性

短期的な方向性		継続	方向性の理由	全国的に人口が減少する中、自治体として持続させていくには、坂井市と関わりをもつ人口を増やし、市を活性化させる必要があると考えます。それには、まず、坂井市を知ってもらい、興味を持ってもらわなければいけません。そのきっかけをつくるため、今後もシティセールスの事業は必要であると考えます。
目標年度	令和元年度			
中長期的な方向性		継続		
目標年度	令和5年度			

8.総合戦略記載事業の検証

総合戦略上の位置づけ	政策パッケージ	1	移住・定住の促進	施策	1-1	シティーセールスの強化
	施策項目	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				
実施事業名（小事業）	シティセールス事業					
事業で得られたノウハウや気づき等	<ul style="list-style-type: none"> <li>市民協働によるシティセールスは、事業後も自主的なまちづくりにつながるような推進をしていく必要があります。</li> <li>市の事業でもありますが、観光連盟に委託するなど、連携して推進することにより、観光面でも効果を上げることができます。</li> </ul>					