

小山市事務事業評価シート

平成30年度版

No.	1
-----	---

1. 基本情報						
<1> 事業・業務名		小山市シティプロモーション推進事業		<2> 事業・業務の別		事業
<3> 選定基準		③ 平成29～30年度総合計画実施計画の計上事業		<4> 継続評価・新規評価の別		新規評価
<5> 総合計画基本計画での体系	大項目	6 にぎわい活力 元気が出るまちづくり		<6> 担当部(局)		—
	中項目	6-1 恵まれた立地条件を最大限に生かした活力と魅力にあふれた産業・地域振興		<7> 担当所属		秘書広報課
	小項目	6-1-3 観光		<8> 担当係等		シティプロモーション係
	施策	シティプロモーションの推進				
<9> 根拠法令・計画等		第1期小山市シティプロモーション5カ年計画		<10> 関連・類似事業		
<11> 会計		一般 会計		<12> 予算科目		2 款 1 項 7 目
<13> 実施期間		28 年度 ~ 32 年度		<14> 全体事業費		千円
<15> 実施手法		一部委託		「その他」の場合 ()		

2. Do - 実施 -								
<16> 事業・業務の概要		観光やイベント情報等を中心とした市の魅力、施策や住みやすさ等の魅力を市内外に発信(紹介動画の制作や広報紙、ホームページの有効活用、各種メディア等への積極的な働きかけ)することにより、小山市の認知度向上、観光誘客、移住・定住促進、市民の愛着度の醸成等を図るものである。						
目的	<17> 事業・業務の目的	シティプロモーション事業の推進により、人と企業を呼び込み、小山市に住み、働き、豊かな生活を送りたいという市民を増やし、小山市の持続的な発展に寄与して、「人と企業を呼び込む栃木の玄関口 魅力あふれる『開運のまち おやま』」を実現するため。						
	<18> 事業・業務の対象	若年層を中心とした市民、東京圏を中心とした市外居住者、観光客(外国人含む)						
手段	<19> 平成29年度の活動内容	観光系プロモーション動画の制作・制作後の効果的な情報発信、シティプロモーション専用WEBサイトのコンテンツ企画・制作・保守、小山市が実施するシティプロモーション活動に関するコンサルティング						
	<20> 活動指標(アウトプット)	指標名	単位	平成28年度		平成29年度		
				計画	実績	計画	実績	達成率(%)
		小山市ホームページアクセス数(月平均)	回	140,000	183,454	140,000	149,513	106.8%
	観光プロモーション動画再生回数	回	—	—	60,000	139,000	231.7%	
成果	<21> 事業・業務の成果	小山市の認知度向上による、交流人口・観光客数の増加、移住・定住人口および意向の増加、情報発信の強化、シティプロモーション活動を担う人材の育成						
	<22> 成果指標(アウトカム)	指標名	単位	平成28年度		平成29年度		
				計画	実績	計画	実績	達成率(%)
		小山市の認知度	%	75	61	75	61	81.7%
	facebookフォロワー数	人	3,000	270	3,000	397	13.2%	
コスト ～資源の投入量	<23> 投入指標(インプット)	区分	単位	平成28年度		平成29年度		
				計画	実績	計画	実績	投入率(%)
	コスト	千円	12,214	12,208	11,191	12,163	108.7%	
	事業費等	千円	5,000	4,994	3,996	4,968	124.3%	
	財源内訳	国・県補助金	千円					
		地方債	千円					
		その他	千円					
		一般財源	千円	5,000	4,994	3,996	4,968	124.3%
人件費	千円	7,214	7,214	7,195	7,195	100.0%		
正職員	千円 × 人役	7,214 × 1.0	7,214 × 1.0	7,195 × 1.0	7,195 × 1.0			
他の職員	千円 × 人役	×	×	×	×			

3. Check - 評価 -								
実績評価	妥当性	<24> 目的・対象の妥当性	1.妥当である	理由	目的・対象:小山市の認知度向上、観光誘客、移住・定住促進、市民の愛着度醸成等により魅力あふれる小山市の実現に向けて取り組みごとに効果的な対象を選定していることから妥当。 手段:認知度向上、観光誘客に特化しているが、今後は将来の担い手となる市民の発掘、愛着度醸成も併せて進めていく必要がある。 実施手法:委託のみならず、市内外のシティプロモーション推進活動を行っている個人・団体への補助・助成の導入についても検討する必要がある。			
		<25> 手段や実施手法の妥当性	4.手段・実施手法を見直す必要がある					
	有効性	<26> 成果の向上余地	1.向上の余地なし	理由	小山市の認知度:「第1期小山市シティプロモーション5カ年計画」におけるKPIとなっているが、毎年調査を行っておらず現状は不明。 facebookフォロワー数:達成率は停滞しているものの、着実に増加している。先進事例を鑑みて、1,000人前後から急速に増加する傾向があることから、掲載頻度、内容については現状のまま進めていくことが妥当である。			
	効率性	<27> 事業費や人件費の削減余地	1.削減の余地なし	理由	シティプロモーションに取り組み2年が経過した段階であり、成果指標の達成、目的達成に向けた、さらなる事業の推進が必要な時期であることから、削減の余地はない。			
	公平性	<28> 受益者負担の適正化余地	1.適正	理由	受益者負担の余地はない。			
		<29>総合評価	2.改善の余地がある	理由	小山市の将来像である「人と企業を呼び込む栃木の玄関口 魅力あふれる『開運のまち おやま』」の実現に向けて、本事業を推進していく必要があるものの、各年度の事業結果を踏まえて、効果的な手段・実施手法の検証を踏まえた事業展開を図る必要がある。			
4. Action - 改善 -								
事業の改善	<30> 事業の課題 事業の改善点 今後の進め方等	これまで取り組んできた認知度向上、観光誘客増加による交流人口増加に加えて、今後は、移住・定住促進に寄与する関係人口増加に向けた市民の愛着度醸成を強化していく必要がある。 事業の進め方は、順応的管理により適宜、効果的な手段を選択の上、実施することが望ましい。						
事業の方向性	<31> 1次評価	係長	3.現状維持	理由	本事業は、行政の進める各施策の下支えとなる事業であることから、継続して実施する必要がある。個別の施策については、優先順位と必要性を熟慮したうえで実施する点に留意。			
	<32> 2次評価	所属長	3.現状維持	理由	本事業は、他の施策と連携して効果を発揮する事業として、地域振興を図ることが可能なものである。費用対効果を意識するとともに、個々の事業の対象を明確にした事業推進を期待する。			
5 Plan - 計画 -								
事業の計画	<33>実施計画	・小山市ファンクラブの設立 ・年代別に適切な手法による情報発信 ・移住・定住促進関連プロモーションの展開 ほか		<35>コスト	区分	単位	平成30年度	平成31年度
	<34>活動・成果目標	・小山市の認知度 75% ・小山市ファンクラブ会員数 個人1,000人 団体100団体			コスト	千円	16,035	17,635
					事業費等	千円	8,840	10,440
				人件費	千円	7,195	7,195	