

平成30年度(平成29年度事業分)周南市事務事業評価シート

事務事業コード	012028	事務事業名	シティプロモーション事業費			
担当部・課名	広報戦略課	評価者(課長)	行富 広康	評価責任者(部長)	山本 敏明	

【事業概要】 Plan

第2次まちづくり総合計画・前期基本計画における位置づけ	施策コード	900204	分野	9行政経営	事業の分類	(ソフト事業)
	基本施策	2将来を見据えた行政経営			補助・単独の別	単独
	推進施策	(4)その他			会計名	01一般会計

事業の目的(対象)	女性・子どもを主とした周南市民及び市外の本市出身者。	事業の目的(意図)	シティプロモーション活動を通じて、市の認知度向上とシビックプライドの醸成を図り、本市の活性化につなげ持続可能なまちづくりに寄与する。
事業の内容(手段)	周南市シティプロモーション基本方針に基づき、主に市民をはじめ企業・団体など市の関係者を対象とした取り組みや、庁内関係各課と連携した取り組み、また各種メディアを活用した事業展開を図る。		

【実施内容】 Do

事業目標	指標名	指標説明	単位	年度	28年度	29年度	30年度
	市公式SNS(フェイスブック・ツイッター)及び特設サイト訪問者の合計数字		市公式フェイスブック(いいね)とツイッター(フォロワー)、特設サイト(セッション)の合計数字を基準とし、前年度の増加数を毎年の目標数字とする。	件	目標値	2,309.0	8,380.0
				実績値	5,170.0	15,201.0	
				達成度(%)	223.9%	181.4%	

事業費	項目	単位	28年度	29年度	30年度(予算)	31年度(予算)	32年度(見込)
	(予算額)	直接事業費	千円	5,500	25,301	16,958	16,913
うち一財		千円	5,500	25,001	16,828	16,913	16,913
(決算額)	直接事業費	千円	4,956	24,472		対30年度増減理由	対31年度増減理由
	うち一財	千円	4,956	24,172			
	正職員人件費	千円	15,900	11,199			
	人工数	人	2.17	1.52	1.87		
	支出コスト	千円	決) 20,856	決) 35,671			

【評価】 Check

課題・問題・評価等	事業開始からの推移	周南市シティプロモーション基本方針やPRマニュアルを平成28年度中に作成。平成29年1月より市の愛称を活用したプロモーション活動を開始。平成29年10月に新聞広告を全国紙に掲載(15段カラー:300万部)	課題・問題点	<input type="checkbox"/> 妥当性 <input checked="" type="checkbox"/> 有効性 <input checked="" type="checkbox"/> 効率性 認知度向上と、シビックプライドの醸成は短期間で達成できるものではない。引き続き一人でも多くの市民が継続して参加できる施策や事業の実施や、様々なメディアを活用した情報発信を継続して展開していく必要がある。
	評価	A	A 目標を達成した(計画どおりに事業を進めた) B 概ね目標を達成した(実施方法等の見直しが必要) C 目標を下回る(大幅な見直しが必要) D 目標を大きく下回る(抜本的な見直し、廃止の検討)	達成度と結びつかない場合の理由
	事務事業の方向性	本市の認知度向上とシビックプライドの醸成を目指し、ホームページやケーブルテレビ等での情報発信、SNSやインターネットなど様々なメディアを活用したプロモーション事業等を展開。市民参加型イベントの展開。平成30年度は全国キャラバンを実施し、本市の認知度向上を図る。	評価責任者コメント	愛称「しゅうニャン市」を活用した周南市独自のシティプロモーションは、メインターゲットである若者、女性を中心に本市の認知度・好感度アップにつながっている。また、全国紙への全面広告は、広告デザイン賞(準部門賞)を受賞し高い評価を受けた。市内の企業・団体との連携事業も広がり、効果が出ている。

【改善】 Action

平成31年度当初予算等での改善結果(平成31年度当初予算への反映など) 市をPRするコンテンツ(PRグッズや動画の制作、特設サイトなど)の拡充を図り、SNSをはじめとする各種メディアの拡散力を活用した戦略的な情報発信を行う。また、引き続き市民や民間団体との連携や活動支援など、市民力を生かしたシティプロモーション事業を行う。	備考
---	----

【事務事業を構成する細事業(H29年度事業分)】

No.	細事業名	細事業の目標	細事業の実施内容	コスト(千円)		人工数	
				外部委託の可否		正職員	臨時等
①	シティプロモーション推進業務	周南市シティプロモーション基本方針に基づきながら、戦略的なシティプロモーション事業を推進する。	各種メディアへの広告、他課との協力、市民参加企画、特設サイトの更新、全国キャラバンの企画・運営、パートナーズ・サポーターズ・アンバサダーズの募集。	24,472	可	1.00	
				0			
②	SNS活用研究業務	情報ツールの一つとして活用が広がっている各種のSNSについて、有効に活用していく。	市公式フェイスブック・ツイッター・インスタグラム等を使用した戦略的な配信及び市ホームページとの連動。	0	否	0.12	
				0			
③	PR動画等の検討・制作業務	動画の利活用を、本市の魅力等を発信する手法として検討する。	動画のテーマや対象についての協議・検討。	0	否	0.40	
				0			
④							

平成30年度(平成29年度事業分)周南市事務事業評価シート

事務事業コード	012009	事務事業名	広報事業費			
担当部・課名	広報戦略課	評価者(課長)	行富 広康	評価責任者(部長)	山本 敏明	

【事業概要】 Plan

第2次まちづくり総合計画・前期基本計画における位置づけ	施策コード	900102	分野	9行政経営	事業の分類	(ソフト事業)
	基本施策	1市政に参画できる仕組みの充実			補助・単独の別	単独
	推進施策	(2)広聴活動の拡充			会計名	01一般会計

事業の目的(対象)	周南市民	事業の目的(意図)	行事や手続きなどの市民生活に必要な情報を届ける。また、市の施策について市民理解を深め、市民協働のまちづくりを推進する。(ホームページアクセス件数H30目標2,500件/日)
事業の内容(手段)	広報紙やケーブルテレビ、ホームページ、ソーシャルネットワーキングサービスなどを活用し、積極的に市政情報を発信する。		

【実施内容】 Do

事業目標	指標名	指標説明	単位	年度	28年度	29年度	30年度
	市ホームページへのアクセス件数	達成項目/目標項目	%	目標値	2,500.0	2,500.0	2,500.0
			実績値	2,439.0	2,388.0		
			達成度(%)		97.6%	95.5%	

事業費	項目	単位	28年度	29年度	30年度(予算)	31年度(予算)	32年度(見込)
	直接事業費	千円	54,071	65,522	51,792	52,074	52,074
(予算額) うち一財	千円	49,471	61,206	47,646	48,073	48,073	
直接事業費	千円	53,002	64,727		対30年度増減理由	対31年度増減理由	
(決算額) うち一財	千円	48,402	60,411				
正職員人件費	千円	17,218	19,746				
人工数	人	2.35	2.68	3.06			
支出コスト	千円	決) 70,220	決) 84,473				

【評価】 Check

課題・問題・評価等	事業開始からの推移	広報紙の編集発行事業は、平成21年度から部分的な取材・編集とデザイン・印刷・仕分け業務を民間に委託しており、平成27年度に3回目の契約更新を行った。また平成27年度には、ホームページ音声読み上げサービスを導入。平成25年7月にはSNS(Facebook, Twitter)を開設、平成29年度にホームページのリニューアルを実施した。		課題・問題点	<input type="checkbox"/> 妥当性 <input checked="" type="checkbox"/> 有効性 <input checked="" type="checkbox"/> 効率性 近年、SNSをはじめ情報発信手段が多様化している。市民に必要な情報を周知するには、市ホームページや広報紙だけでなく受け手に応じて有効な情報発信ツールを選択、活用し有効に伝えていく必要がある。
	評価	B	A 目標を達成した(計画どおりに事業を進めた) B 概ね目標を達成した(実施方法等の見直しが必要) C 目標を下回る(大幅な見直しが必要) D 目標を大きく下回る(抜本的な見直し、廃止の検討)	達成度と結びつかない場合の理由	
	事務事業の方向性	平成30年度は、広報紙のリニューアルに伴い、取材及び管理業務を職員自ら行う直営業務に変更する。		評価責任者コメント	市ホームページは、スマートフォン、タブレットに対応し、検索機能の充実やイベントカレンダーなどの新機能も追加したことで、見やすく、わかりやすい情報発信ツールとなった。今後も情報提供を通じた市民サービス向上をさらに推進する必要がある。

【改善】 Action

平成31年度当初予算等での改善結果(平成31年度当初予算への反映など) 広報編集発行事業は、職員が企画、取材を行い、市の施策に関する特集記事を年数回作成するなど、内容を充実させながら、引き続き親しみやすい紙面づくりを行う。また、H31年度より広報配布等報償金の算出基準が統一され、広報紙も自治会を通しての配布のほか、自治会未加入世帯への対策として、病院をはじめ民間施設への設置個所の増などの拡充を図る。	備考
--	----

【事務事業を構成する細事業(H29年度事業分)】

No.	細事業名	細事業の目標	細事業の実施内容	コスト(千円)		人工数	
				外部委託の可否	正職員	臨時等	
①	市広報編集発行業務	広報「しゅうなん」を発行し、手続き行事などの周知を図る。インターネットに連動した新機能で広報紙の機能アップを図る。	年間24回広報しゅうなん発行。取材指示、各所管からの原稿取りまとめ、校正。自治会等配布先名簿の管理。インターネットに連動した拡張機能の搭載。	42,633 可	1.30		
②	広報紙面リニューアル検討業務	市政情報がより身近に、分かりやすく伝わる紙面となるようリニューアルを行い、市政運営に関心を持ってもらう。	さまざまな事例を参考にしながら、レイアウトや掲載内容の検討を行う。	0 可	0.40		
③	市政情報(CATV)の制作業務	市民に関心を持っていただきたいことについて、映像で理解しやすく説明・紹介する。	年間12本の周南市政だより(15分)、しゅうなんTV(5分)を制作しケーブルテレビ等で放送。所管課及び取材対象の団体との調整や収録立会い等。	5,896 可	0.15		
④	広聴業務	市民から寄せられる意見や提案などを聞き、市政運営への参考とする。	電話・メール・手紙などで寄せられる市民の意見等を関係各課へ通知し、本人への回答を各課から行う。	0 否	0.15		
⑤	ホームページ運用管理及びリニューアル業務	広報紙に掲載したことも含め、市の事業の詳細な内容を掲載し、各事業をわかりやすく説明し、利用者にとって分かりやすいサイトを構築する。	各課の更新内容の承認。トップページの改善。アクセシビリティ基準達成のためのチェック作業。各課への啓発。新システムへの移行作業の実施。	16,198 可	0.63		
⑥	市政情報提供業務	報道機関への情報提供により、様々な事業の周知の一助とする。	各課・外部からの報道機関向け資料の受付。必要に応じFAXにより報道各社へ情報送信。	0 否	0.05		

平成30年度(平成29年度事業分)周南市事務事業評価シート

事務事業コード	012022	事務事業名	頑張るふるさと応援事業			
担当部・課名	広報戦略課	評価者(課長)	行富 広康	評価責任者(部長)	山本 敏明	

【事業概要】 Plan

第2次まちづくり総合計画・前期基本計画における位置づけ	施策コード	900301	分野	9行政経営	事業の分類	(ソフト事業)
	基本施策	3持続可能な財政運営			補助・単独の別	単独
	推進施策	(1)積極的な財源の確保			会計名	01一般会計

事業の目的(対象)	周南市民を含む国内の住民、団体	事業の目的(意図)	・自主財源の確保 ・本市の知名度をアップさせるとともに、様々な分野での人材発掘につなげる。
事業の内容(手段)	・ふるさと納税制度を活用し、自主財源の確保と市のPRを行う。 ・各界で活躍する本市ゆかりの方を「周南ふるさと大志」に任命し、市の知名度アップに協力を得るとともに、助言等をまちづくりに活かす。 ・市外在住者を対象に、ふるさとサポーター「周南志民」を募集し、市のPRを行う。 ・本市出身者が集う団体に対し市政報告やPR等を行い、市政に関心を持ってもらい、協力を得る。		

【実施内容】 Do

事業目標	指標名	指標説明	単位	年度	28年度	29年度	30年度
	頑張るふるさと応援寄附金(ふるさと納税)受入件数(個人)	個人による「頑張るふるさと応援寄附金(ふるさと納税)」の件数※2万円/人の寄付を想定	人	目標値	550.0	2,500.0	2,000.0
			実績値	212.0	1,043.0		
			達成度(%)	38.5%	41.7%		

事業費	項目	単位	28年度	29年度	30年度(予算)	31年度(予算)	32年度(見込)
	(予算額)	直接事業費	千円	2,800	26,893	23,143	42,224
うち一財		千円	2,800	26,893	23,143	42,224	42,224
(決算額)	直接事業費	千円	1,023	11,309		対30年度増減理由	対31年度増減理由
	うち一財	千円	1,023	11,309		H31年度寄附額の想定を72,000千円と設定したことによる。(H30年度:40,000千円)	
	正職員人件費	千円	2,052	4,421			
	人工数	人	0.28	0.60	0.60		
	支出コスト	千円	決) 3,075	決) 15,730			

【評価】 Check

課題・問題・評価等	事業開始からの推移	平成20年度から「ふるさと周南応援寄附金」「ふるさと大志」、平成21年度から「周南志民」制度を創設。平成26年度から1万円以上の寄附者に対し、特産品のPRを兼ね、返礼の品を送付。平成29年度は寄附情報のとりまとめや返礼品の拡充・配送業務を専門業者へ委託。	課題・問題点	<input type="checkbox"/> 妥当性 <input checked="" type="checkbox"/> 有効性 <input checked="" type="checkbox"/> 効率性 前半は周知の機会が市ホームページとパンフレットしかなかったため、寄附件数が伸び悩んだ。また、返礼品についても、特定の品に申し込みが集中しており、通年で需要のある返礼品の新規開拓も必要である。
	評価	C	A 目標を達成した(計画どおりに事業を進めた) B 概ね目標を達成した(実施方法等の見直しが必要) C 目標を下回る(大幅な見直しが必要) D 目標を大きく下回る(抜本的な見直し、廃止の検討)	達成度と結びつかない場合の理由 平成29年度は9月から事業者へ委託したため、上半期は昨年度と同じ返礼品及び決済方法であったことや、返礼品のPR不足も目標値を下回る要因と考えられる。
	事務事業の方向性	平成30年度は引き続きインターネットを活用したふるさと納税を請け負う業者と委託契約を行い、総務大臣通知を順守しながら、首都圏で行われるふるさと納税に係るイベントに新たに出展するなど、より広く本市の特産品PRに努める。	評価責任者コメント	インターネットを活用したふるさと納税は、平成29年9月からのスタートとなり、目標指標である寄附者数を達成できなかったが、本市特産品の中で、何が人気であるかなどを知ることができた。このことをしっかり分析し、本市の魅力の特産品を通じて発信し、ふるさと納税の拡大につなげていく必要がある。

【改善】 Action

平成31年度当初予算等での改善結果(平成31年度当初予算への反映など)	備考
H30年度は寄附者数が増加し、年度末までの寄附額は72,000千円を想定している。H31年度も前年度の想定額を基に寄附額を設定。応援しなくなる自治体としての魅力を高めながら、引き続きふるさと納税に係るイベントへの出展や、インターネットサイト上で本市の特産品記事の露出機会を増やすなど、更なる寄附者の増加に向けた取り組みを行い財源確保を図る。	

【事務事業を構成する細事業(H29年度事業分)】

No.	細事業名	細事業の目標	細事業の実施内容	コスト(千円)		人工数	
				外部委託の可否		正職員	臨時等
①	ふるさと周南応援寄附金業務	ふるさと納税制度を活用し、自主財源の確保に努めるとともに、返礼の品として周南ブランド等の品を送ることにより、積極的なシティプロモーションに繋げる。	返礼品の拡充や事業者の新規開拓を行い、寄附者に向けたシティプロモーション活動を行いながら、寄附者の増加を図る。	11,304	可	0.50	
②	周南ふるさと大志対応業務	各界で活躍する本市ゆかりの「周南ふるさと大志」の協力により、本市の知名度の向上に繋げる。	本市の市政情報などを広報紙の送付やメールで情報提供を行うとともに、特製名刺を提供し、本市のPRを依頼。	5	否	0.10	
③							