

令和 2年度 事務事業評価表 (平成31年度)

事務事業名	シティプロモーション事業費	担当所屬	シティプロモーション課
		連絡先	

【事務事業基本情報】

分野	9行政経営	事業期間	平成28年度 ~
基本施策	1 市政に参画できる仕組みの充実	会計種別	一般会計
推進施策	(1) 市政情報の発信・個人情報の保護の推進	事業種別	自治事務
根拠法令要綱			

【事業概要・指標】

事業概要	対象	周南市民及び市外の出身者、勤務や通学・居住経験、ゆかりのある人、周南市シティプロモーションへの賛同者、協力者。
	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。
	成果	市民と市の関係者が一体となってシティプロモーションに取り組むことで、シビックプライドの醸成や関係人口の創出、本市の認知度・好感度の向上が図られる。 フォロワー数（フェイスブック約10万3,180人・インスタグラム9,713人・ツイッター2,641人）
	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。

【指標の推移】

	指標名	単位	H29年度実績	H30年度実績	H31年度実績	R 2年度見込	
指標①	市公式SNS（フェイスブック・ツイッター等）フォロワー数の合計	目標値	件	8380	11590	14790	117845
		実績値	件	15201	109650	115534	-
		目標達成度	%	181.40	946.07	781.16	-
指標②		目標値					-
		実績値					-
		目標達成度	%				-

指標の増減維持理由

H31年度からインスタグラムによるフォロワー数を加算したため。

【投入コスト・人員】

年度	単位	平成28年度 決算	平成29年度 決算	平成30年度 決算	平成31年度 決算	令和 2年度 予算
トータルコスト	千円	20,856	38,418	35,046	15,714	33,824
事業費	千円	4,956	21,472	15,952	1,555	17,124
特定財源	国庫支出金	千円	0	0	0	0
	県支出金	千円	0	0	0	0
	地方債	千円	0	0	0	0
	受益者負担	千円	0	0	0	0
	その他	千円	0	300	175	40
一般財源	千円	4,956	21,172	15,777	1,515	7,124
人件費合計	千円	15,900	16,946	19,094	14,159	16,700
正職員	千円	15,900	16,946	19,094	14,159	16,700
人員	人	2,170	2,300	2,600	1,950	2,300

【環境変化等】

開始時の周辺環境	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したが、令和元年7月に廃止する。令和2年4月より新しいシティプロモーションの検討を始める。
現状の周辺環境	市をPRするコンテンツの拡充や、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。
今後の予想される周辺環境	新しいシティプロモーション事業の検討、関係人口の創出・拡大に向けたネットワークの基盤づくりを行う。

【事業の評価】

【目的妥当性評価】 1. 市の関与（税金支出）		
評価	B	現段階では妥当である
【目的妥当性評価】 2. 事務事業の目的（対象・意図）		
評価	B	現段階では妥当である
【目的妥当性評価】 3. 事務事業の目標（活動指標等）		
評価	B	現段階では妥当である
【有効性評価】 4. 計画の実施状況		
評価	C	実施できなかった
令和元年7月に、これまでの実施事業が廃止となったため、7月以降の事業が未実施となる。		
【有効性評価】 5. 事務事業の目標（活動指標等）の達成度		
評価	A	達成できた
事業の見直しはあっても、効果的な情報発信は、継続していた。		
【有効性評価】 6. 上位施策への貢献度		
評価	C	貢献できなかった
令和元年7月に、これまでの実施事業が廃止、7月以降は未実施のため、貢献できなかった。		
【有効性評価】 7. 事業成果の向上へのさらなる取組み		
評価	C	向上余地が考えられる（大程度）
令和2年度から事業の見直しを行うため。		
【効率性評価】 8. 投入経費（コスト）削減へのさらなる取組み		
評価	B	削減余地が考えられる（中小程度）
【効率性評価】 9. 類似事業との統合・代替の検討		
評価	A	類似事業はない
【効率性評価】 10. これまでの実施手段		
評価	C	見直す余地がある（B以外の方法）
令和2年度は、事業の一部について、民間委託を実施している。		

【総合評価】		
評価	B	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を進めていく上で、当該事業を推進していく必要がある。

【改革案】

今後の実施方向性 手段変更		期待効果		
市内外へ向けた新たなシティプロモーション事業の検討、関係人口の創出・拡大に向けたネットワークの構築を行う。		コスト		
		削減	維持	増大
成果	上昇		○	
	維持			
成果	縮小			
改革効果（どのような効果が期待できるか）				
1. シビックプライドの醸成 2. 認知度の向上 3. 関係人口から移住へのPR・促進 4. まちづくり活動の充実				

令和 2年度 事務事業評価表 (平成31年度)

事務事業名	頑張るふるさと応援事業費	担当所属	シティプロモーション課
		連絡先	

【事務事業基本情報】

分野	9行政経営	事業期間	平成20年度 ~
基本施策	3持続可能な財政運営	会計種別	一般会計
推進施策	(1)積極的な財源の確保	事業種別	自治事務
根拠法令要綱	周南市ふるさと応援基金条例		

【事業概要・指標】

事業概要	対象	周南市民を含む国内の住民、団体
	意図	<ul style="list-style-type: none"> ・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。
	成果	<ul style="list-style-type: none"> ・令和元年度個人寄附件数（ふるさと納税）2,108件。
	手段	<ul style="list-style-type: none"> ・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。

【指標の推移】

	指標名	単位	H29年度実績	H30年度実績	H31年度実績	R 2年度見込	
指標①	頑張るふるさと応援寄附金（ふるさと納税）受入件数（個人）	目標値	人	2500	2000	3600	2500
		実績値	人	1043	2726	2108	-
		目標達成度	%	41.72	136.30	58.56	-
指標②		目標値					
		実績値				-	
		目標達成度	%				-

指標の増減維持理由

【投入コスト・人員】

年度	単位	平成28年度 決算	平成29年度 決算	平成30年度 決算	平成31年度 決算	令和 2年度 予算
トータルコスト	千円	3,075	15,730	41,330	41,790	44,509
事業費	千円	1,023	11,309	36,924	36,707	39,063
特定財源	国庫支出金	千円	0	0	0	0
	県支出金	千円	0	0	0	0
	地方債	千円	0	0	0	0
	受益者負担	千円	0	0	0	0
	その他	千円	0	0	0	0
一般財源	千円	1,023	11,309	36,924	36,707	39,063
人件費合計	千円	2,052	4,421	4,406	5,083	5,446
正職員	千円	2,052	4,421	4,406	5,083	5,446
人員	人	0.280	0.600	0.600	0.700	0.750

【環境変化等】

<p>開始時の周辺環境</p> <p>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を目的として返礼の品を送付。平成29年度下期から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。</p>
<p>現状の周辺環境</p> <p>令和元年6月より基準を満たす自治体を総務大臣が指定する指定制度が導入され、「ふるさと納税の対象となる地方団体」として本市も指定された。</p>
<p>今後の予想される周辺環境</p> <p>全国的に新型コロナウイルス感染症の拡大により、市民生活に甚大な影響が出ている中、従来通りの寄附が受けられるかは、見通しが立たない。</p>

【事業の評価】

【目的妥当性評価】 1. 市の関与（税金支出）	
評価	A 妥当である
ふるさと納税制度は、国の制度であり、納税額が増えるたびに市への歳入も増額するようになってきていることから市が行う事業として十分な理由がある。	
【目的妥当性評価】 2. 事務事業の目的（対象・意図）	
評価	A 妥当である
返礼品を通じた本市の特産品等のPRと財源の確保を図るという目的が達成されれば、市のシティプロモーションの推進につながる。よって、市が行う事業として十分な理由がある。	
【目的妥当性評価】 3. 事務事業の目標（活動指標等）	
評価	A 妥当である
ふるさと納税の納付者は、主に市外在住者の方がほとんどであり、受入件数が増えれば納税額も増えることから、目標としては妥当である。	
【有効性評価】 4. 計画の実施状況	
評価	A 実施できた
R2年度は、上記の目的を達成するために、返礼品や参加事業者の拡充を図るため、寄附金納付サイトの多サイト化を進める予定であり、事業は順調に進めることができている。	
【有効性評価】 5. 事務事業の目標（活動指標等）の達成度	
評価	C 達成できなかった
<ul style="list-style-type: none"> ・ H30年度は、大口の個人寄付1,000万円があったが、R1年度は、なかった。 ・ H30年度は、7月豪雨災害の寄付があった。 ・ 総務省のルール変更により、返礼品に対する寄付額の見直しを行った。 	
【有効性評価】 6. 上位施策への貢献度	
評価	A 貢献できた
ふるさと納税制度を通じて、本市の魅力を市外にPRすることで、シティプロモーションの推進にもつなげている。	
【有効性評価】 7. 事業成果の向上へのさらなる取組み	
評価	B 向上余地が考えられる（中小程度）
事業成果の向上へのさらなる取組みとして、R2年度から寄附金納付サイトの多サイト化を進めている。	
【効率性評価】 8. 投入経費（コスト）削減へのさらなる取組み	
評価	A 削減余地はない
代行業務委託料の取扱い割合の削減を行うなど、コスト削減へ取り組んでいる。	
【効率性評価】 9. 類似事業との統合・代替の検討	
評価	A 類似事業はない
ふるさと納税制度は、国の制度であり、類似事業はない。	
【効率性評価】 10. これまでの実施手段	
評価	A 最適である
寄附金納付サイトの多サイト化に向けてのプロポーザルの実施、返礼品充実のための新規出展者との交渉、事業全体のコーディネートなど、全て予定通り、順調に進めている。	

【総合評価】	
評価	A 地方にとって有意義なふるさと納税制度の活用を図る事業で、円滑に執行されており一定の成果を上げている。制度の趣旨を踏まえ、適切な執行にあたるとともに、工夫を凝らして事業を推進していく。また、寄附の勸奨についても更に検討する。

【改革案】

今後の実施方向性	拡充	期待効果		
納付者から見たふるさと納税の機会拡大を図るため、現在の寄附金納付サイト1社から多サイト化を行い、納付者の増加や納税額の増額につなげていく。	成果	コスト		
		削減	維持	増大
		上昇	維持	縮小
			○	
改革効果（どのような効果が期待できるか）				
自主財源の確保。制度を通じての本市のPRを市外に向けて行い、出身者、勤務や通学・居住経験、ゆかりのある人たち、ふるさとのために力を貸していただける人などいわゆる関係人口の創出につなげる。				