

事務事業評価シート (評価対象年度：令和2年度)

1. 基本的事項【PLAN】

①事務事業名	シティブランド創出事業(シティプロモーション事業)				②事業番号	1317	
③事業類型	3. 政策推進事業			④開始年度	年度	⑤終了予定年度	年度 ○ 設定なし
⑥根拠法令等	法令	条例	規則	要綱	計画等	その他	法令等の名称: —
⑦実施手法	直営	全部委託	○一部委託	補助・負担	その他		
⑧関連予算科目コード	款	2	項	1	目	9	細目 17
⑨担当部名	総合政策部		⑩担当課名		政策推進課		会計 一般会計

2. 事務事業の現状把握【DO】

【1】事務事業の目的・事業内容

(1)対象(誰、何に対して事業を行うのか)	対象指標(対象者数を表す指標)	単位
① 市民	① 人口	人
②	②	
(2)事業内容(具体的な事務事業の内容、どのような方法で実施しているか)	活動指標(活動の量を表す指標)	単位
市内に所在する地域資源を活用して、大阪府が推進する大阪ミュージアム、泉州9市4町をはじめ、他団体とも連携協働して市のPR活動を積極的に推進する。 「花笑み・せんなんプロジェクト」を開始し、ノベルティグッズの作成、市内イベントで配布を行っている。その他パナースタンドや車両プレートの作製を行い、本市の魅力を発信している。 R2年度は新たに本市のふるさと納税返礼品でも人気で全国的にも周知されている吉田珈琲本舗性のドリップコーヒーを使用して恋人の聖地誘客連携におけるPRグッズを作成し、新たに開園したSENNAN LONGPARKをはじめとする泉南市の魅力を広く発信し、誘客を図る。	① 実施事業数	件
	②	
	③	
(3)意図(対象をどのような状態にしたいか、何をねらっているのか)	成果指標(意図の達成度を表す指標)	単位
市内外の多くの人に泉南市を知ってもらい、泉南市に魅力を感じてもらおう。	① 大阪ミュージアム登録数	件
	② 花笑みグッズ配架数	数
	③ 誘客連携グッズ配架数	数
(4)結果(対象を意図する状態にすることで、何に結びつくか。上位施策との関連)	総合計画体系上の位置付け	
市内の人に泉南市に誇りと愛着を感じてもらおうとともに、市外の人に泉南市の魅力を知ってもらい、食文化や特産品、観光のブランド化につなげる。	政策(章) 3 産業の活力が増し、賑わいと交流が生まれるまち	
	施策大(節) 4 豊かな地域資源を有効に活かし、さまざまな人々が行き交う観光・交流のまちをめざします	
	施策中 3 物産開発の促進	
	施策小 1 「せんなんブランド」の確立	

【2】各種指標値、事業費の推移

指標名	単位	H30実績	R1実績	R2実績	R3見込	R4目標	指標値の推移における特殊要因などの説明
対象指標① 人口	人	61,984	61,457	60,795	—	—	指標値の推移における特殊要因などの説明
対象指標②							
活動指標① 実施事業数	件	7	7	6	8	8	
活動指標②							花笑みグッズ配架数は、平成30年度はふるさと納税災害支援寄附に対し、ささやかなおれで使用したため特に数値が大きくなっている。R2は新型コロナウイルス感染症拡大のため配架機会がなくなっている。
活動指標③							
成果指標① 大阪ミュージアム登録数	件	82	81	81	83	83	
成果指標② 花笑みグッズ配架数	数	1,795	630	0	500	500	
成果指標③ 誘客連携グッズ配架数	数	—	—	20,253	9,747	—	
事業費	投入人員						事業費などの推移における特殊要因などの説明
	正職員	人	0.05	0.04	0.16	0.16	
	任期付職員	人	0.00	0.00	0.00	0.00	
	臨時職員	人	0.00	0.00	0.00	0.00	
事業費	人件費(投入人員*単価)	千円	405	308	1,221	1,221	令和2年度は企画専門職員の採用を行った。今後目白押しとなる国際的イベントに照準を合わせ、本市のプロモーションを積極的に展開していく予定。
	直接事業費	千円	0	0	962	8,600	
	総事業費	千円	405	308	2,183	9,821	
財源内訳	国庫支出金	千円	0	0	471	3,250	
	府支出金	千円	0	0	0	0	
	受益者負担金	千円	0	0	0	0	
	その他特定財源	千円	0	0	472	5,350	
一般財源	千円	405	308	1,240	1,221		

【3】事務事業開始の経緯、状況の変化、評価結果への対応

①この事業を開始したきっかけは何か。	全国的に少子高齢社会が進行し、本市においてもまちの活力が失われつつある中、市の魅力の再発見とPR活動の重要性が再認識されたため。
②開始から現在までこの事務事業を取り巻く状況は、どのように変化したか。また、今後どのように変化していくと考えられるか。	少子高齢化が進行し、本市の人口構成においても、生産年齢人口をはじめ人口全体の減少が急激であり、今後自治体自体の存続が危ぶまれる。
③前年度の評価結果を受けて行った改革・改善の取組はあるか。	—

3. 事務事業の評価【CHECK】

〔1〕目的妥当性(必要性)

A.高い B.やや高い C.やや低い D.低い

〔1〕の評価

A

評価項目	評価及び理由・説明等	
①事業サービス内容、質、規模等は市民のニーズや社会環境に合っていますか。 (他団体と比較してどうですか。)	ア. 合っている イ. ある程度 ウ. いない	少子高齢化、定住促進は、自治体にとって全国的かつ喫緊の行政課題である。

〔2〕有効性

A.高い B.やや高い C.やや低い D.低い

〔2〕の評価

B

②期待どおりの成果が得られていますか。	ア. 得られている イ. ある程度 ウ. いない	現在は、他の市町村との連携により、PR活動を進めているため、一定の成果はみられる。
③今後事務事業を工夫することで成果向上の余地はありませんか。 (事務事業の成果指標をさらに伸ばすことができませんか。)	ア. ある イ. ない	他の市町村との連携に加え、本市独自のプロモーション計画に基づいた単独の活動が必要。
④庁内の他部署で、類似の目的を持つ事務事業はありませんか、それらと統廃合や連携を行うことで、より成果を向上できませんか。	ア. 類似なし イ. できる ウ. できない	プロモーション活動に関する市の窓口は、一つにすべき。街に賑わいをつくる観光部門は近い役割を担っている。

〔3〕効率性

A.高い B.やや高い C.やや低い D.低い

〔3〕の評価

B

⑤成果を下げずに事業を工夫してコスト(直接事業費+人件費)を削減する手法はありませんか。 (業務改善、業務の委託化、委託業務内容の見直し、IT化などはできませんか。)	ア. ある イ. ない	まずプロモーション推進計画を策定して一定の成果を出してから、コストについて検討すべき。
----------------------------------------------------------------------------------------	----------------	---------------------------------------------

4. 総合評価

総合評価	評価(A~D)	個別評価の結果を踏まえて課題等を整理
	B	新型コロナ感染症拡大の状況を見据えた上で、今後の国内・国際イベントの動きに合わせたプロモーション推進計画を策定し、積極的に時機を活用してプロモーション活動を展開すべきと考える。

A: 現状のまま事業を進めることが適当
B: 課題が少しあり事業の一部見直しが必要(事業の進め方に改善が必要)
C: 課題が多くあり事業の大幅な見直しが必要(事業規模、内容、実施主体の見直しが必要)
D: 事業の統合、休止・廃止の検討が必要

5. 改革、改善案【ACTION】

<今後の方向性>

イ	ア. 現状のまま継続 イ. 見直しのうえで継続 ウ. 終了 エ. 休止 オ. 廃止 (___ 年まで) (___ 年から) (___ 年から)
<今後の展開方針>	
a	a. 重点化する(集中的なコスト投入)
b	b. 手段を改善する(実施主体や実施手段を変える) c. 効率化する(コストを下げる) d. 簡素化する(規模を縮小する) e. 統合する(他の事務事業と統合する)

①改革、改善の具体案、実施年度など	市のプロモーション活動として、シティブランドの創出からシティプロモーションへと段階を得て事業を展開していくためにも、専門性を持たせた組織の創設など体制の見直しが必要。また、時機に合ったシティプロモーション戦略を練り、計画を策定して、本市の知名度を上げるためにも積極的な事業展開を行うことが必要と考える。
②改革・改善を実現するうえで、解決すべき課題及び考えられるその解決策	地域の資源を見直しや新たな棚掘りおこしを行い、市民とともに磨き上げ、他の地域に対する優位性を確立し(シティブランドの創出)、その優位性を前面に押し出してプロモーションを展開していくため、PR活動などの一定の経費を要する。また新型コロナ感染症拡大の状況を見据えた上で、新しい生活様式を取り入れた手法を考える