

「令和4年度に実施した仕事」の振り返りシート（A：裁量有）

記入日 令和5年 4月13日

1 基本情報	事業名称		担当部署								
	まち・ひと・しごと創生事業費		部	企画財政部			係	政策推進担当			
	【ブランド・プロモーション事務】		課	企画政策課			課長名	田代 雄己			
	総合計画（輝きプラン）における位置づけ										
	基本施策	6 暮らしと産業が調和した活力あるまちづくり					第五次基本計画	149 ページ			
	施策	施策6 — 4 観光、ブランド・プロモーション					複数施策	☐ あり			
	展開方向	1	☐ 地域資源や産業資源を活用した観光事業の推進					重要施策	☒ 該当		
		2	☐ 観光情報発信の推進					まち・ひと・しごと創生 総合戦略アクションプラン	49 ページ		
		3	☒ ブランド・プロモーションの推進					実施計画	☒ 該当		
	事業種別	☒ 市単独 ☐ 補助対象 ☐ 市の実施が義務付けられているもの（上乘せあり）									
予算科目	会 計	一般会計	款	2	項	1	目	7	事業番号	3	
開始年度	平成 29 年度		☐ 不詳		行政報告書	74 ページ		新規・継続	継続		
実施の根拠 (法令・要綱等)	まち・ひと・しごと創生法、東大和市まち・ひと・しごと創生会議設置要綱、東大和市まち・ひと・しごと創生庁内検討委員会設置要綱、東大和市まち・ひと・しごと創生庁内作業部会設置要綱、第五次基本計画、第2期東大和市まち・ひと・しごと創生総合戦略アクションプラン、第2期東大和市ブランド・プロモーションアクションプラン										
2 事業概要・目的・活動・実績	事業概要		第2期東大和市ブランド・プロモーションアクションプランに基づき、社会増を図るために、市のイメージをブランド化し、市内外にプロモーションをする。								
	対象：誰を、何を対象としているか					目的：対象をどのような状態にしたいのか					
	①市民、②市外のターゲット					社会増（転入者数と転出者数との差）300人以上					
	活動内容：どのような手段で行ったのか					活動実績：事業を実施した結果「対象」にどのような変化があったか					
	・認知度の向上（一般的）（関東学院大学法学部と連携して制作した魅力「彩」発見ポスター制作事業） ・スタッフブライドの醸成（情報発信力向上研修、ブランド・プロモーション研修） ・認知度の向上（戦略的）（Yahoo! JAPAN検索画面へのインターネット広告掲載、多摩モノレール車両への広告掲載） ・シビックブライドの醸成（インスタグラム「キタマガ」による情報発信）					社会増は、27人（令和4年1月から12月までの合計）となり、目的を達成することができなかった。					
	効果指標	増加を目指す指標	単位	令和2年度		令和3年度		令和4年度			
		年度目標値	人	300		300		300			
		効果実績値	人	300		304		27			
		目標値設定の考え方	社会増（転入者数と転出者数との差）の人数を300人以上とする								
	3 経費	事業のコスト（実績）		単位	令和2年度		令和3年度		令和4年度		
事業費（実績）		円	6,501,671		5,267,135		1,563,598				
財源		一般財源	円	1,501,671		1,347,395		1,563,598			
		特定財源（国・都・他）	円	5,000,000		3,919,740		0			
		（うち受益者負担）	円	0		0		0			
人件費（目安）		所要人数（再任用以外）	人	0.6		0.4		0.4			
		所要人数（再任用）	人			0.5		0.5			
		職員人件費（再任用以外）	円	4,950,000		3,300,000		3,264,000			
		職員人件費（再任用）	円			2,015,500		1,945,000			
事業費+人件費		円	11,451,671		10,582,635		6,772,598				
4 市民等の意見	令和4年度中に寄せられた市民・議会等の意見、市民・サービス利用者等の実態やその意識について										
	・ブランド・プロモーションの取組に対して、まち・ひと・しごと創生会議（外部有識者会議）において市民等の委員から意見聴取をした。 ・同会議にて、委員より、市にある地域資源を掘り起こし、市内外に発信することで、市の認知度向上を図るべきとの意見があった。										

5	市民協働	市民協働の取組		取組手法：②実行委員会・協議会（まち・ひと・しごと創生会議には、公募市民も構成員となっている。）③その他（新築家屋所有者に対するアンケート）						
		☒ 取組んだ ☐ 取組まない		【取組手法の種類】 ①共催 ②実行委員会・協議会 ③事業協力 ④事業委託 ⑤補助・助成 ⑥情報提供・情報交換（広報媒体： ）⑦後援・場の提供 ⑧その他（ ）						
		令和5年度に向け、さらに適した協働の形態とするために 「考え」「気付いた」点								
・ブランド・プロモーションの取組として、市の魅力や特長を市民にもより発信してもらえると良い。										
6	分析・評価	(1)効果指標（評価の視点：この1年間、事務事業を行ったことによる効果の変動はどうだったか）								
		☐ 向上 ☒ 維持 ☐ 低下		説明： 関東学院大学法学部と連携して制作した魅力「彩」発見ポスター制作事業では、積極的なPRにより、制作したポスターが外部媒体（インターネット上閲覧可能な記事やテレビ番組）で紹介されることとなり、市の認知度向上に大きく貢献したが、社会増の目標に届かなかった。（人口減少の抑制は継続的に取り組む必要があることから、効果指標は、維持とした。）						
		(2)費用対効果（評価の視点：実施方法などを見直して、事業費や人件費を縮減することができたか）								
		☐ 向上 ☒ 維持 ☐ 低下		説明： 事業費を維持し多くのブランド・プロモーションの取組を実施することができたが、社会増の目標に届かなかった。（人口減少の抑制は継続的に取り組む必要があることから、効果指標は、維持とした。）						
		(3)指標の達成状況の評価								
			(2) 費用対効果				成果ランク (評価)	成果ランクの説明と方向性	A：効果指標・費用対効果が共に向上	
		(1)		向上	維持	低下			B：効果指標が向上・費用対効果が維持	
		効果指標	向上	A	B	D	E		C：効果指標が維持・費用対効果が向上	
			維持	C	E	G			D：効果指標が向上・費用対効果が低下	
			低下	F	H	I			E：効果指標・費用対効果が共に維持	
※ (1)の効果指標と(2)の費用対効果が交わったところが、G、Hのときは、縮小・休止を含めた要改革を検討し、I のときは廃止を検討する。							F：効果指標が低下・費用対効果が向上			
							G：効果指標が維持・費用対効果が低下 ※			
							H：効果指標が低下・費用対効果が維持 ※			
							I：効果指標・費用対効果が共に低下 ※			
(4)効率性評価（さらに費用対効果の向上を図るためにできることは何か。成果を下げずに事業費を削減できないか。）										
☒ 見直す余地がある ☐ 見直す余地はない			説明： 市民や外部媒体の活用などより効果が高まる取組を検討する。							
(5)休止・廃止した場合の影響（評価の視点：第五次基本計画の施策を実現するための手段として考える。）										
☒ 大きい ☐ 小さい ☐ 不可能			説明： ブランド・プロモーション事務は、第五次基本計画の最重要課題である人口減少の抑制のために社会増を目指す具体的な取組をしていることから、休止・廃止した場合の影響は大きい。							
7	課題	(1)令和4年度に課題とした内容（「令和3年度に実施した仕事」の振り返りシート7課題(3)を転記）								
		・令和3年における人口の社会増減については、転入者数が転出者数を304人上回ったことから、引き続き同程度の社会増となるよう、市のPRをしていきたい。 ・令和3年度の市の認知度は、多摩26市中23位（出典：「魅力度ランキング（令和3年度）」ブランド総合研究所）と低く、引き続き認知度向上につながる取組を講じることが必要である。								
		(2)(1)の課題解決に向けた取組や事務改善など、令和4年度に実施したこと								
		・認知度向上のための取組として、関東学院大学法学部と連携し、東大和市魅力「彩」発見ポスター制作事業を通じて、5つの地域資源に関するポスターを公表した。また、多摩モノレールの車両広告に市PR広告を掲出したほか、インターネット検索サイトYahoo! JAPANに市PR広告を掲出した。								
(3)(2)を踏まえた今後の課題（仕事の最適化・合理化の提案）										
・社会増減は、27人の増加となったが、昨年と比較すると277人の減少となった。都内自治体間では151人の社会増であったのに対して他県へは124人の社会減であったことから、転出抑制をするためには、現在住んでいる市民の方に住み続けてもらえるように市の魅力や良さを伝えていく必要がある。										
8	方向性	(1)今後の取組（「6分析・評価 及び 7課題」を踏まえた具体的な改革・改善案など）								
		・認知度向上のための取組として、テレビ番組を誘致し、「出張！なんでも鑑定団in東大和」として開催する予定である。 ・インターネット等を活用した市のPR広告の掲出については、静止画のみではなく、動画広告等についても検討していきたい。								