

令和2年度 事務事業総点検シート(1)
〔令和元年度事務事業〕

一般会計						事務事業分類	A 一般事務事業
事務事業名	シティプロモーション事業					シート番号	001-004
担当部署名	市長公室	局	広報戦略	部	広報戦略推進	課 評価責任者(課長名)	東野

Ⅰ. 基本情報

基本情報	1	堺市マスタープランの政策体系に基づく事業の位置付け	政策	6	まちの魅力向上と、賑わいと交流のまちづくりを進めます		後期実施計画の位置付け	
			施策	4	歴史・文化資源を活かしたまちの賑わいの創出		有	
	2	事業開始年度	平成 23 年度		終了(予定)年度	— 年度		
	3	根拠法令等 (法令、条例、規則、要綱等)						
	4	関連計画						
	5	事業実施の経緯	本市は教科書に掲載されるような著名な人的・文化的資源を豊富に有しているにもかかわらず、全国的な知名度や認知度がその資源に比して低い。					

Ⅱ. 事業概要

事業概要	6	事業の実施主体 (誰が実施しているのか。)	☒ 本庁 ☐ 各区 ☐ 出先機関 () ☐ 市外郭団体 ☐ 地域団体・市民 ☐ 民間企業・NPO ☐ その他 ()				
	7	事業の対象 (誰を、何を対象としているのか)	全国				
	8	事業の目的 (どのような状況にしたいのか)	本市への興味・関心を喚起し、知名度・認知度・都市イメージの向上を図ることで、市域内に「人」・「モノ」・「情報」を呼び込み、さらなる魅力発信へとつながる良好な循環サイクルを形成する。				
	9	事業内容 (スケジュール、実施方法・手段、事業ボリュームなど)	○シティプロモーションWeb発信 堺の歴史文化をはじめとする都市魅力や教育・子育て施策等について、動画やWebで情報発信を行う。 ○音・光・映像等による魅力演出・発信 大学生制作による堺をテーマとした映像作品を公募、同作品の上映イベントを開催し、来場者へ堺の魅力発信を行う。 ○堺名誉大使・堺親善大使・堺親善アーティスト 大使・アーティストとして委嘱した堺にゆかりのある著名人らによる堺の魅力の発信。 ○ハニワ部長 世界遺産 百舌鳥・古市古墳群PRキャラクターハニワ部長・CHOによるメディアやイベントへの出演、SNSを通じて、百舌鳥・古市古墳群のPRを行う。 ☒ 直接実施 ☐ 指定管理 ☒ 委託 ☐ 補助金 ☒ 負担金 ☐ その他 ()				
	10	直接実施以外の主な支出先	株式会社ジェイコムウエスト堺局、堺プロジェクションアート実行委員会				

Ⅲ. 投入量

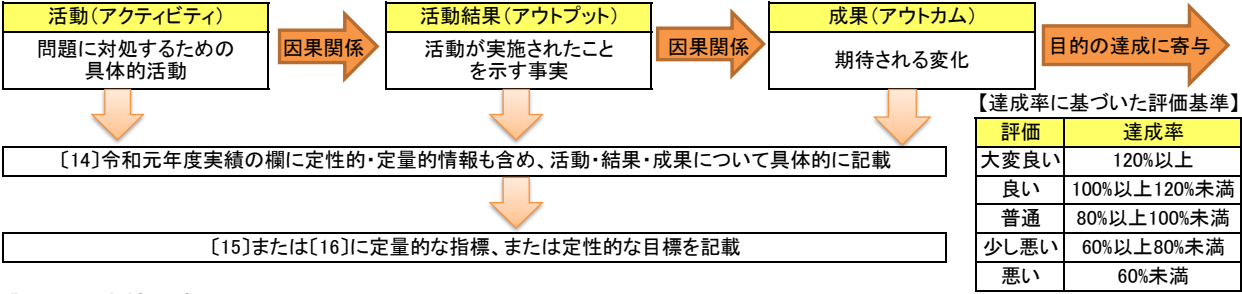
	項 目	単位	平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度
			予算	決算	予算	決算	予算	決算	予算
事業コスト	事業費 (a)	千円	43,203	30,753	40,401	34,352	35,085	25,508	30,725
	主な事業費内訳								
	シティプロモーションWEB発信委託料	千円		0	9,600	9,509	10,800	10,800	10,300
	音・光・映像等による魅力演出・発信員団費(旧プロジェクションマッピング員団費)	千円	16,590	15,319	16,000	15,492	7,452	7,078	7,452
	堺名誉大使・堺親善大使・堺親善アーティスト事業委託料	千円	4,000	0	4,000	1,729	3,811	216	3,800
	ハニワ部長活用事業委託料	千円		0		0	150	430	100
	財源内訳								
	国・府支出金	千円		0		0	0	0	0
	受益者負担金(使用料、手数料等)	千円		0		0	0	0	0
	市債	千円		0		0	0	0	0
	その他(地方創生応援税制(企業版ふるさと納税))	千円		900		1,000	0	0	0
	一般財源	千円	43,203	29,853	40,401	33,352	35,085	25,508	30,725
12	人件費 (b)	千円	44,300	44,300	44,300	44,300	43,800	43,800	68,900
13	総コスト(c)=(a)+(b)	千円	87,503	75,053	84,701	78,652	78,885	69,308	99,625

令和2年度 事務事業総点検シート(2)

事務事業名	シティプロモーション事業	シート番号	001-004
-------	--------------	-------	---------

Ⅳ. 評価(測定・分析)》

ロジックモデルの考え方



事業の活動実績や成果

令和元年度実績						
活動実績と成果	14	〇シティプロモーションWeb発信 特設Webサイト「SAKAI!JAPAN」を開設し、堺の歴史文化や子育て環境の魅力を発信した。YouTuber等を起用した動画4作品、Web記事5作品を掲載。サイト閲覧数256,621PV、動画再生回数429,870回、Twitter表示回数1,617,000、メディア露出件数11件となった。				
		〇音・光・映像等による魅力演出・発信 堺をテーマにした映像作品を公募し、3大学から4作品の応募があった。この4作品について、11月29日～1月15日の17時30分～21時に市役所高層館21階展望ロビーにおいて上映し、堺の魅力を発信した。来場者数9,932人、Instagram表示回数3,319、メディア露出件数17件となった。				
		〇堺名誉大使・堺親善大使・堺親善アーティスト 堺名誉大使の桂文枝氏、数内佐斗司氏、堺親善大使の片岡愛之助氏、黒谷友香氏、沢口靖子氏による、百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録の祝福メッセージ動画をYouTubeやイベントで配信し、百舌鳥・古市古墳群のPRを行った。YouTube動画再生回数は1,184回となった。				
		〇ハニワ部長 テレビ・ラジオ、雑誌等のメディアやイベントへの出演、ハニワ部長Facebookやハニワ部Twitterを通じて、世界遺産 百舌鳥・古市古墳群のPRを行った。メディア露出件数79件、イベント出演件数79件、Facebook表示回数280,962、Twitter表示回数191,259となった。				
	15	指標名【成果指標】	単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度
		シティプロモーション事業にかかるSNSの表示回数	人	目標値	—	60,000
				実績値	—	2,523,594
				達成率	—	4206%
				評価	—	大変良い
	16	算出方法・設定根拠など	Twitter・Facebook・YouTube等の表示回数の合計			
		単位	誌	平成29年度	平成30年度	令和元年度
				目標値	—	—
				実績値	—	—
				達成率	—	—
				評価	—	—

事業の効率性

17	区 分		単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	①	シティプロモーション事業にかかるSNSの表示回数	リーチ	—	—	2,523,594
	②	上記①にかかる年間経費	千円	—	—	2,805
	③	単位当たり経費(②÷①×1,000円)	円/単位	—	—	1
備考(算出についての説明等)						
18	区 分		単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	①	—	—	—	—	—
	②	上記①にかかる年間経費	千円	—	—	—
	③	単位当たり経費(②÷①×1,000円)	円/単位	—	—	—
備考(算出についての説明等)						

業績の分析

19	目標を達成できた、または達成できなかった要因や効率性についての分析 (その他、関連情報に基づいた分析)	○ 5W2Hを踏まえて、実施過程に問題はありませんでしたか。 ○ 資源投入は適切でしたか。 ○ 事前想定できない外的要因の影響はありませんでしたか。 ○ 有効性は高いですか。低いですか。 ○ 効率性は向上していますか。 ○ RPA等をはじめとするICTを活用する余地はありませんでしたか。 ○ ターゲットに応じた最適媒体の選定など、戦略的な広報ができていましたか。
	SNS表示回数については、令和元年度に百舌鳥・古市古墳群が世界遺産登録され、ハニワ部長の活動と相まって注目度が高くなった機会を捉え、本市の魅力を発信できた。また、Web上においても記事の掲載や堺に関するクイズを実施するなど、多様な手法を用いて本市の魅力発信に取り組み、SNSとの相乗効果をあげることができた。	

令和2年度 事務事業総点検シート(3)

事務事業名	シティプロモーション事業	シート番号	001-004
-------	--------------	-------	---------

《Ⅴ. 点検》

＜点検の前提＞

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、本市の財政運営は今後一層厳しくなる
- 新型コロナウイルス感染症拡大防止と社会経済活動の両立をめざす

○上記「点検の前提」を踏まえ、事業の抜本的な見直しを検討するもの。

⇒

■	確認
---	----

コロナ禍を踏まえた点検（必要性・有効性・効率性）	20	本市財政運営が厳しくなることが想定される中、当該事業を廃止できないか。	事業廃止の可能性 ☐ 廃止できる ☒ 廃止できない	廃止した場合に市民生活等に及ぼす具体的な影響 堺の魅力ある情報の発信機会の減少に伴い、堺の知名度、都市イメージの向上が図られないため、来訪者等への訴求力が弱まり、社会経済活動の回復が進まない。	
	21	(20で廃止できるを選択しなかった場合) 本市財政運営が厳しくなることが想定される中、当該事業を休止(延期)できないか。	事業休止の可能性 ☐ 休止(延期)できる ☒ 休止(延期)できない	休止した場合に市民生活等に及ぼす具体的な影響 上記20に同じ	休止の場合の再開時期 ☐ 令和2年度中 ☐ 令和3年度 ☐ 令和4年度以降
	22	(20で廃止できるを選択しなかった場合) 本市財政運営が厳しくなることが想定される中、事業規模を縮小するなど、コスト縮減を図ることができないか。	コストの縮減 ☐ 一部廃止しコスト縮減できる ☒ 一部休止しコスト縮減できる ☐ 規模等を縮小しコスト縮減できる ☐ 事業手法等を改善しコスト縮減できる ☐ 縮減できない	縮減できる場合は具体的な縮減内容、できない場合はその理由 新型コロナウイルス感染症の影響により、一部事業を中止する。	
	23	(20で廃止できるを選択しなかった場合) 社会経済活動の維持・回復のほか、3密を避けるなどの市民や民間の活動変容への対応に向け、実施手法を改善する必要があるか。	事業手法の適切性 ☒ 改善する必要がある ☐ 改善する必要がある ☐ 既に対応できている	改善する場合は改善策、その他は理由 イベント実施を伴う事業については、3密回避の視点からも、リアルだけでなく、ネットでも参加・体験できる手法を取り入れる必要がある。	
	24	(20で廃止できるを選択しなかった場合) 効果的・効率的な事業の実施に向け、右に掲げる視点から改善できないか。	効果的・効率的な事業実施(以下の観点で、改善する(または改善済)場合は■、改善しない(改善余地がない場合を含む)場合は□) ① ☒ 公民連携の推進 ② ☐ ICT活用による効率化 ③ ☐ 他部局との適切な連携・役割分担 関係部署名 () 関連事業名 () ④ ☐ 国・府等との適切な役割分担・連携 ⑤ ☐ 他政令市等との比較におけるサービス水準の均衡 ⑥ ☐ その他 ()	理由・説明 イベント実施を伴う事業については、公民連携などの手法を取り入れ、役割分担を行っていく。	
	25	これまでの点検を踏まえ、今後の事業のあり方についてどのように考えるか。	事業の方向性 ☐ 廃止 ☐ 休止または延期 ☐ 事業を縮小 ☒ 改善して継続 ☐ 現状を継続 ☐ 事業を拡充 公金投入の方向性 ☐ ゼロ ☒ 縮小 ☐ 現状維持 ☐ 拡大 実施年度 ☒ 令和2年度 ☐ 令和3年度 ☐ 令和4年度以降		
		所見	ターゲットに対し、訴求力や発信力の高い情報発信を行うなど、戦略的な広報・プロモーションに取り組むとともに、公民連携等の手法を取り入れた事業に取り組む。		