

令和8年度 事務事業評価シート（1）

[令和7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	戦略的広報推進事業				事業番号	001-004	
担当部署名	政策局	局	広報戦略部	部	広報課	課	

I. 基本情報

事業の位置付け

1	堺市基本計画2025	施策との関連	有・無	戦略	4.人や企業を惹きつける都市魅力 ～Attractive～	施策	(2)市政への信頼獲得、ブランド力の向上に向けた戦略的広報の展開		
		有	取組の方向性	③公民連携推進に向けたシティプロモーションの強化					
		寄与するKPI	有・無	指標名	—				
	堺市SDGs未来都市計画 2021-2025	施策との関連	有・無	指標名	—				
			無	現状値	—		目標値	—	
			有・無	ゴール	—		ターゲット	—	
	寄与するKPI	有・無	指標名	—					
		無	現状値	—		目標値	—		
		無	現状値	—		目標値	—		
2	関連計画			—					
3	事業開始年度			平成 23 年度		点検対象年度（個別計画）		令和 12 年度	
4	実施根拠			堺市広報戦略					

事業の概要

5	事業の実施主体	本庁						
6	事業の対象	市民、市外在住の方					対象数	単位
							—	—
7	事業の目的	市の施策や魅力を効果的に発信し、市政への信頼獲得、ブランド力の向上など、堺のプレゼンスを高める。						
8	事業内容	堺の居住魅力を取りまとめたホームページの作成やWEB広告の配信、不動産情報プラットフォームを活用した情報発信により、堺の住環境及び居住魅力に関する認知と好感度を高め、市外からの子育て世代の流入促進を図る。 また、堺市公式Instagramを活用し、市外の若年層をターゲットとして、従来発信してきた堺の潜在的な魅力に加え、類いまれな歴史文化等の強みのあるコンテンツの発信をすることで、堺の魅力的なイメージを形成し観光誘客や市内周遊を促進するほか、堺名誉大使を務めていただいたさいとう・たかを氏の作品を活用し市の魅力を発信する。 さらに、市として優先的に発信するテーマや重点的に広報に取り組む事業を設定し、各事業の効果的な広報に向けて、その計画から発信までを戦略的にサポートする。広報実施後は、データに基づく効果検証等を行い改善につなげ、情報発信の質の向上を図る。あわせて、広報研修や広報相談の継続的な実施により、庁内の戦略的広報の更なる浸透を推進する。						
	※国・府の基準より上回って実施した内容	—						
9	主な支出先	委託契約受注者						
10	公民連携・協働事業	—						

II. 事業目的の達成状況

事業の成果や活動実績の測定

11	成果指標	単位		実績		目標	目標	点検対象年度（個別計画）	
	市外向けアンケート調査における堺に「訪れたい」、「住みたい」と答えた人の割合	%		令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和12年度		
				目標値	—	—	42	50	
				実績値	—	40			
達成率	—	—							
当該指標を選定した理由			観光誘客や人口流入に直結する「訪れたい」「住みたい」という意識変容の数値を指標とすることで、当該事業における市外向けプロモーションの成果が測れるため。（令和8年度に指標変更）						
目標値の設定根拠・算出方法			令和7年度実施の「堺のイメージ調査」における堺に「訪れたい」、「住みたい」と答えた人の割合を踏まえて設定。						

12	活動指標	単位		実績		目標		
	市外に向けた「観光誘客」及び「人口流入」に関する発信の閲覧数	件		令和6年度	令和7年度	令和8年度		
				目標値	—	—		1,000,000
				実績値	—	—		
達成率	—	—						
当該指標を選定した理由			当該事業で実施するInstagramを活用した観光誘客プロモーションや人口流入促進プロモーションに関する発信の閲覧数を高めることで、堺の魅力が広く認知され、成果指標である「訪れたい」「住みたい」という意識変容につながるため。（令和8年度に指標変更）					
目標値の設定根拠・算出方法			堺市公式Instagramの閲覧数（市外在住者分）と堺の居住魅力を取りまとめたホームページの閲覧数の合計。					

令和8年度 事務事業評価シート（2）

事務事業名		戦略的広報推進事業				事業番号		001-004			
-------	--	-----------	--	--	--	------	--	---------	--	--	--

Ⅲ. 投入量

事業コスト

※当初予算には、前年度からの繰越分を含む。(単位：千円)

	項 目	令和5年度		令和6年度		令和7年度		令和8年度	
		決算		決算		当初予算	決算	当初予算	
13	事業費 (a)	16,244		16,198		19,818	17,031	16,397	
	国支出金	0		0		0	0	0	
	府支出金	0		0		0	0	0	
	市債	0		0		0	0	0	
	その他 ()	0		0		0	0	0	
	受益者負担金(使用料、手数料等)	0		0		0	0	0	
	一般財源	16,244		16,198		19,818	17,031	16,397	
14	人件費 (b)	44,100		44,100		37,300	37,300	47,300	
15	年間経費 (c)=(a)+(b)	60,344		60,298		57,118	54,331	63,697	

事業費の内訳 (単位：千円)

16	事業費内訳	項 目	年度		事業費		うち一般財源	項 目	年度		事業費		うち一般財源
		広報戦略に基づく発信強化業務	R7	決算	1,994	1,994	その他	R7	決算	7	7		
			R8	予算	6,429	6,429		R8	予算	691	691		
		写真等を活用した魅力発信事業	R7	決算	2,077	2,077	R7	決算					
			R8	予算	4,464	4,464	R8	予算					
		さいとう・たかを作品を活用した魅力発信事業	R7	決算	12,860	12,860	R7	決算					
			R8	予算	3,750	3,750	R8	予算					
		堺名誉大使・堺親善大使・堺親善アーティスト事業	R7	決算	2	2	R7	決算					
			R8	予算	788	788	R8	予算					
		ハニワ部長活用事業	R7	決算	91	91	R7	決算					
			R8	予算	275	275	R8	予算					

Ⅳ. 事業の効率性

単位当たり経費

17	区 分	単位	令和6年度	令和7年度
	① 広報活動をサポートした各部局の事業のKPI達成件数	件	46	53
	② 上記①にかかる年間経費	千円	6,480	6,300
	③ 単位当たり経費 (②÷①×1,000円)	円/単位	140,870	118,868
算出についての説明等		令和7年度までの当該事業の成果指標により算出		

Ⅴ. 評価

費用対効果に係る所見

令和7年度までは、堺市広報戦略の導入期として全庁的に戦略的広報の理解・浸透に取り組み、広報研修の実施や広報相談等を通じて、各部局の広報活動を支援してきた。

その結果、各部局における重点取組事業の数値目標達成件数は段階的に増加している。(令和5年度41件、令和6年度46件、令和7年度53件)

また、さいとう・たかを作品を活用した堺の魅力発信や誘客イベントの実施、Instagramでの堺のお出かけスポットの発信等を通じて、市内外のステークホルダーに集大成として実施し、万博会場や首都圏での発信、テレビなどのメディア露出、ステークホルダーのSNSによる発信など、特に市外に向けての発信を強化したことで、イベント来場者数の増加につながった。(令和7年度のイベント来場者数：100,993人 令和6年度比約239%増加)

KPI等への寄与（基本計画等のKPI・取組の方向性や事業の目的の達成にどのように寄与したか）

広報相談窓口での助言をはじめ、広報戦略部の媒体やメディアを活用した発信プロデュースを展開し、各部局の重点取組事業の数値目標達成に広報機能として貢献した。大阪・関西万博、サイクルライン、中学校給食の取組については、先行する取材会によりメディアの関心を高めた上で、ニーズを捉えた追加取材会を実施し、計83件の記事等の掲載につなげるなど、効果的な情報発信を実現した。

また、さいとう・たかを作品を活用した堺の魅力発信や誘客イベントの実施、Instagramでの堺のお出かけスポットの発信等を通じて、市内外のステークホルダーに対する効果的なプロモーションを展開し、市政への信頼獲得やブランド力の向上など、堺のプレゼンスを高めることに寄与した。

令和3年度からの実績等を踏まえた事業の必要性・有効性に係る所見（前年度の事務事業評価で点検対象年度を令和7年度とした事業のみ記載）

20	必要性	■ 高い □ 低い	情報発信手段の多様化により、事業目的やターゲットに応じて、発信媒体やコンテンツを組み合わせる戦略的広報の必要性が高まっている。本事業は、ターゲットに応じた情報発信を通じて発信の質を高め、施策への理解促進を図る点で有効である。また、発信して終わりではなく、発信効果を振り返り効果検証することで施策の改善や新たな価値の創出につなげる点にも意義がある。一方で、効果を高めるためには、指標に基づく検証と改善、さらには人材育成や体制整備を継続的に進めることが重要である。加えて、人口減少や地域間競争の進展を踏まえると、市内にとどまらず市外に向けた情報発信の強化も不可欠であり、本市の魅力や取組を積極的に発信することで、交流人口や関係人口の創出・拡大、さらには定住・流入の促進につなげる必要がある。そのためには、外部視点を意識したコンテンツの企画や、多様な媒体を活用した効果的なプロモーション展開が求められる。
	有効性	■ 高い □ 低い	