

令和４年度 事業評価書

会計区分	01	一般会計					事業主体	06700000			経営企画部 秘書広報課	
大事業	E1	6つのまちづくり宣言	地域再生	款項目	02	総務費	01	総務管理費		06	企画費	
		目指す姿	地域の魅力をアップデート！	K P I	①あい愛バス利用者数 ②住みよいまちだと感じる人の割合					目標値	①120,000人 ②80.0%	
中事業	04	主要な取り組み	みんなの活動を、みんなで支える									
小事業	05	シティプロモーション事業		目標年度	令和6年度							

イン プ ット	事業実施の 背景にある課題	市民の情報収集手段は、新聞やテレビ、広報紙などはもちろん、スマートフォンなどの情報通信機器の普及が急速に進んだことにより、TwitterやLINE、InstagramなどのSNSを活用する人が増えてきている。こうしたことから、市職員は従来の広報媒体の活用を図る一方、これまでの手法にとらわれない、広報媒体の特性や広報の目的に沿った、より効果的な情報発信の手段を選択できるようになる必要がある。				
	事業目的	(1) 対象 20代30代の若い世代 (2) 目的 現在の市民、特に若い世代が定住し、人口や活力が維持されること。				
	事業概要	若い世代に人気が高く、各地の地方創生事業に取り組むアパレル企業の株式会社ビームスと連携し、埋もれてしまっている美濃加茂市産品や魅力を、同社のバイヤーと市内企業が再編集。地域資源に同社のブランド力を取り入れることで、市民が改めて手に取りたくるものをプロデュース・制作していくもの。				
	事業費（千円）	R02	R03	R04	R05	R06
	予算額	12,513	10,176	9,476	16,576	
	決算額	12,410	10,063	9,426		
	年間の事業に要する時間 (正職員/正職員以外)	1,490 / 194				

アウト プ ット	活動指標（単位）	R02	R03	R04	R05	R06
	メディア露出（TV・新聞・雑誌・WEB等）に伴う広告換算額（万円）	目標値	13000	14000	15000	16000
		実績値	38955	22309	23582	

アウト カ ム	K P I（単位）	R02	R03	R04	R05	R06
	20代・30代の美濃加茂市に住み続けたいと思う人の割合（％）	目標値	60	65	70	
		実績値	56.63	65.27	56.1	



実
績

実 績	業務委託1件…プレスリリース(全国・名古屋)2件、BEAMS JAPAN連携事業を実施（6事業者24品目のふるさと納税返礼品を監修および同社新宿店舗でのポップアップイベントを開催） みのかもストーリーVol.3 5,000部作成
効 果	地域の事業者と人気アパレル企業である「株式会社ビームス」をつなぐことで、新たな「稼ぐ力」を生み出したほか、開発した産品はふるさと納税の返礼品として登録し、事業費の2倍を超える税収を獲得できた。



評
価
分
析

活動指標分析 ※目標値の達成 ・未達成要因	メディアが扱う主要テーマが、新型コロナウイルスの話題から、観光やグルメなどをはじめとする一般的な話題へと戻りつつあり、市の産品等をさまざまな角度からメディアにて取り上げてもらえる機会が多かった。
K P I 分析 ※目標値の達成 ・未達成要因	全世代の新型コロナウイルスや昨今の社会情勢から、若い世代が人生設計がしにくい現状が3年ほど続いていることが要因と考える。全世代における定住意欲については、例年大きな変化は見られないため、今後も若い世代を主な対象として事業を行っていく必要がある。 昨年度までの事業でメインターゲットとしていた20代30代という年代の枠を、今年度からは全世代を対象に事業を実施するため、KPIをR5年度から次のとおり変更する。 ・美濃加茂市に誇りや愛着を感じている人の割合
実績からR05年度の事業の方向性	職員の意識改革や広報ノウハウへの理解などが必要になるため、職員研修会の実施など、広報マインドを組織レベルで醸成、定着させていく。また、広報効果を職員が実感できる機会を作り、その結果に基づいた改善策の考案・実践に取り組める環境を整備する。 なお、市政70周年に向けては、市の産業や魅力を市民が再認識できるプロダクトを株式会社ビームスとともに開発するとともに、70年目の美濃加茂市の今を記録した冊子を作成する。