

令和５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	あい愛バス利用者数 住みよいまちだと感じる人の割合				目標値	120,000人 80.0%
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 市職員および市民・市内事業者 (２) 目的 市職員の広報マインドおよび市民・市内事業者のシビックプライドの醸成				
	事業概要	市広報戦略の推進に向け、広報マインドを醸成するための職員研修やPRハンドブックの改定を実施。 ・広報マインドを醸成するための職員研修の実施 ・市職員向けのPRハンドブックの改定 ・緊急事案発生時の危機管理サポート ・各種メディアへの広報活動 市政70周年に向けた市勢要覧の制作およびBEAMS JAPAN監修による市公式記念品の開発を実施。 ・さまざまな人たちの視点で70年目の美濃加茂を記録した市勢要覧の制作 ・地域資源を活用した市政70周年記念品の開発				
	事業費（千円）	R02	R03	R04	R05	R06
	予算額	12,513	10,176	9,476	16,576	8,790
		決算額	12,410	10,063	9,426	15,895
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	16000
		実績値	38955	22309	23582	28446	

アウト カ ム	K P I（単位）		R02	R03	R04	R05	R06
	美濃加茂市に愛着や誇りを感じている人の割合（％） 「とても感じている」「どちらかといえば感じている」の合計	目標値				63	64
		実績値				68.8	



実 績	実績	業務委託4件 プレスリリース(全国・名古屋)2件、BEAMS JAPAN連携事業（市制70周年を見据えた記念商品の開発）および市広報戦略推進に向け職員向けPRハンドブックの作成、研修を実施。 市制70周年を記念したオリジナル冊子 5,000部作成 イベント情報集約サイトの運営委託 70周年記念ソングの作成
	効果	令和6年度の市制施行70周年に向けた準備期間であったため、目立った動き等はなかったが、記念品や記念誌、イベント情報集約サイトの開設など、節目の年を前に、下準備をしっかりと行うことができた。また、年度末には、SNSを活用した70周年のPRも実施したため、市制施行70周年に向けての機運を高めることができたと考えられる。



評 価 分 析	活動指標分析 目標値の達成 ・未達成要因	過去年度にかけて実施したメディアキャラバンや、取材でつながったメディア関係者とのつながりが実を結び、市の話題を取り上げてくれるメディアや番組が増えたことで、大幅な広告換算額の増となった。当初想定していた以上にメディアに露出したことで目標値を大きく上回っている状態。次年度以降、当該事業は第3期に入ることから、その際に目標値について再度検討する。
	K P I 分析 目標値の達成 ・未達成要因	活動指標でも示しているが、市の話題がメディアに露出する機会が増えたことで、市の取り組みや市民に知っていただき、市民の誇りにつながったのではないかと考えられる。特に当該事業の70周年記念商品の開発におけるチームとの連携などの情報がメディアに取り上げられたことで、市民が市に対し誇りや愛着といった思いが強くなったと考えられる。
	実績からR06年度の事業の方向性	若い世代をターゲットとして、事業の第1期（平成28年度～令和元年度）が市内外に向けた美濃加茂市の認知度の向上をテーマに、第2期（令和2年度～令和5年度）が市内の産業やモノをテーマに事業を展開してきた。令和6年度のテーマは市制70周年だが、第3期となる令和7年度以降のテーマがまだ定まっていないため、若い人たちの定住意識の向上という核となる目的のために、どのような事業展開を行うべきか、先進地等の情報を収集・研究する必要がある。