

まちづくり達成状況報告書（事務事業点検シート）

課等名：常創戦略課      シートNo：11      作成日：2024/8/9

① 総合計画上の位置付けと事務事業説明

| 後期<br>基本<br>計画 | 施策の大綱               | I 市民参画の推進                | 背景・課題                                                                                                                | 目的・意図                                                                                                                                                                       |
|----------------|---------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                | 施策の目標               | 1参画と協働の仕組みをつくり、 活動の輪を広げる | 令和5年度は道の駅常総の開業やアグリサイエンスバレー常総での進出企業の操業開始など、本市にあらたな人の流れが創出されます。この機会を好機と捉え、常総市を市内外へ広くPRし、交流・関係人口や移住・定住人口の増加へ繋げる必要があります。 | ・新たにパンフレット、ロゴマークを作成し、これらを活用することにより、常総市の知名度、認知度を向上させます。<br>・コアターゲットである20歳代～40歳代と親和性が高いSNSを有効活用し、交流・関係人口の増加を図ることにより、移住定住人口の増加につなげます。<br>・シビックプライドを醸成し、長期的な観点から、定住人口の増加を目指します。 |
|                | 施策                  | 5情報発信                    |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                             |
|                | 施策内容                | シティプロモーションの推進            |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                             |
|                | その他、根拠法令<br>及び分野別計画 | —                        |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                             |
| 事務事業名          | シティプロモーション事業        |                          |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                             |

② インプット（投入）

|        |      |        |
|--------|------|--------|
| 主な予算科目 | 会計名  |        |
|        | 一般会計 |        |
|        | 款    | 総務費    |
|        | 項    | 総務管理費  |
|        | 目    | 企画費    |
|        | 事業   | 企画調整経費 |

③ 主なアクティビティ（活動）とアウトプット（結果）

| アクティビティ（活動）         |               |                 |         | アウトプット（結果）        |               |
|---------------------|---------------|-----------------|---------|-------------------|---------------|
| 活動名                 | 対象者           | 活動指標（回数・件数・日数等） |         | 活動指標（参加者数・面積等）    |               |
|                     |               | R5年度実績値         | R5年度目標値 | R5年度実績値           | R5年度目標値       |
| シティプロモーションパンフレットの配布 | 市民や市外の方       | 109件            | 50件     | 30,000冊（配布数）      | 10,000冊（配布数）  |
| ロゴマークの活用促進          | 市役所・市民・事業者・団体 | 4回              | 4回      | 22件               | 10件           |
| SNSによる情報発信          | SNS利用者        | 278件            | 88件     | 85アクション（いいね数／最大値） | 20アクション（いいね数） |
| 職業体験＋ヒーロー作りワークショップ  | 市内小学生とその保護者   | 1回              | 1回      | 20名（参加者）          | 20名（参加者）      |
|                     |               |                 |         |                   |               |
|                     |               |                 |         |                   |               |

④ 初期・中間アウトカム（成果）

| 指標名           | 成果指標     |          |
|---------------|----------|----------|
|               | R5年度実績値  | R5年度目標値  |
| SNS フォロワー数    | 839フォロワー | 200フォロワー |
| シビックプライド醸成事業数 | 1        | 1        |

⑤ 最終アウトカム（成果）

| 指標名    | 成果指標       |                 |
|--------|------------|-----------------|
|        | R5年度実績値    | R9年度目標値         |
| 観光入込客数 | 1,744,300人 | 1,056,000人以上を維持 |
| 転入転出者数 | 転入超過       | 転入超過            |

⑥ 点検

| 改善の余地                                                                                                                                               |     |   |    |   |    |   | 今後の方向性 |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---|----|---|----|---|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ■                                                                                                                                                   | コスト | □ | 活動 | □ | 成果 | □ | その他    | シティプロモーションの目的を達成するために、キャッチコピーやロゴマークの活用を促進し、常総市を統一的なイメージでプロモーションを展開していきます。パンフレットやSNSなどのツールを活用した情報発信に注力していきます。<br>また、庁内各部署との連携や市民や事業者と協働での取組みを推進することで、本市の魅力を充実させるとともに、市民のシビックプライド※を醸成し、市内外に対する本市の魅力度の向上を目指します。<br>※「シビックプライド／Civic Pride」は、株式会社読売広告社の登録商標です。 |
| 業務の振り返り                                                                                                                                             |     |   |    |   |    |   |        |                                                                                                                                                                                                                                                            |
| パンフレットやロゴマークの活用促進やSNSによる情報発信により、好スタートを切ることができました。シビックプライド醸成事業においては、自主財源の投入を最小限に抑え、官民連携により実現し、参加者から高い評価を得ることができました。一方で継続的に事業を実施するためには、安定的な財源確保が課題です。 |     |   |    |   |    |   |        |                                                                                                                                                                                                                                                            |