

# 【小施策評価(平成30年度実績評価)】

## 小施策の総合計画における位置付け

|      |      |                |                  |       |         |
|------|------|----------------|------------------|-------|---------|
| 基本目標 | 2    | 盛岡の魅力あふれるまちづくり | 小施策<br>主管課等      | 都市戦略室 |         |
| 施策   | 14   | 「盛岡ブランド」の展開    | 評価<br>責任者        | 高橋 宏英 | 内線 3867 |
| 小施策  | 14-1 | 市民・事業者との意識共有   | 評価<br>シート<br>作成者 | 阿部 牧子 | 内線 3869 |

## 小施策の概要

| 現状と課題(総合計画実施計画から転記)  | 取組の方向性(総合計画実施計画から転記)  |
|--|---|
| 盛岡らしい有形・無形の価値や魅力を「盛岡ブランド」として整理・体系化し、発信してきたが、市民や事業者への浸透が十分ではなく、盛岡ブランドをよく理解してもらう必要がある。 | 市民や事業者に盛岡ブランドをよく理解してもらい、意識共有を図るための取組を充実・強化することにより、市民一人ひとりが盛岡に対する誇りや愛着を抱くシビックプライドの醸成を図る。 |
| 対象(誰(何)を対象として行うのか)   | 意図(具体的に対象をどのような状態にしたいのか/対象+成功状態)  |
| 市民   | 盛岡への誇りや愛着を抱いてもらう。   |
| 市民以外の人   | 盛岡を知り、興味・関心を持ち、好きになってもらう。   |

## 小施策の成果指標の達成状況・評価(平成30年度実績)

| 実績値の推移                         |      |       |  | 実績の評価  |   |
|--------------------------------|------|-------|--|--|---|
| 指標①                            | 単 位  | 目指す方向 | 成果点  | 成果の要因分析  | 問題点   |
| まちづくり評価アンケート調査「盛岡が好き」と答えた市民の割合 | %    | ↗     | <ul style="list-style-type: none"> <li>まちづくり評価アンケート調査「盛岡が好き」と答えた市民の割合が上昇した。</li> <li>小学校の総合学習で盛岡ブランドを周知する機会が増加し、子どもたちの郷土愛の醸成を図ることができた。</li> <li>盛岡ブランドフォーラムの参加者数が増加し、より多くの市民への普及啓発を行うことが出来た。</li> <li>盛岡の価値や魅力を伝えるプロモーション素材を作成するとともに、それを活用したプロモーション活動を行うことが出来た。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>小学校との連携により授業参画を行った内容を、市内の小学校にリーフレットとして周知したことで、出前事業の実施校を増加させた。</li> <li>ブランドフォーラムの開催時期や場所を変更したほか、ポスターを制作し行政施設での掲示を行うなど集客の増加に努めた。</li> <li>写真と動画の2種類を制作したことで、素材活用の幅を広げることが出来た。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>もりおか暮らし物語読本の刊行を行えなかった。</li> <li>出前講座の要請が少なく、1件の実績に留まった。</li> </ul> |
| 当初値 (H25)                      | 78.0 | R1目標値 | 80.0   | R6目標値  | 80.0  |
|                                |      |       |  |  |   |
|                                |      |       | 問題点  | 問題の要因分析  |   |
|                                |      |       |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>刊行する本の内容や費用負担の面で発行者との合意形成に時間を要した。</li> <li>地域への周知が不足した。</li> </ul>  |   |

## 今後の方向性(令和元年度以降)

| 評価を踏まえた取組の方向性 | <ul style="list-style-type: none"> <li>子どもたちに向けた郷土愛の醸成を図るため、小学校との連携を継続的に行えるよう、関係の構築に努める。</li> <li>盛岡ブランドフォーラムの実施時期や内容、周知方法を見直し、より集客できるよう努める。</li> <li>第2次盛岡ブランド推進計画が令和元年度までとなっていることから、それ以降の盛岡ブランドの展開について計画を策定する。</li> <li>盛岡ブランド推進計画の次期計画に基づき、新たに事業の実施を検討する。</li> <li>盛岡ブランドフォーラムやもりおか暮らし物語表彰の実施について、効果を検証し、今後の実施を検討する。</li> </ul> |
|---------------|--|
|---------------|--|