

事務事業評価シート

(平成 24 年度実施事業)

事務事業名	盛岡ブランド広告宣伝事業			事業コード	2397
所属コード	120600	課等名	広聴広報課	係名	広報ブランド戦略室
課長名	大倉慎澄	担当者名	渡邊智裕	内線番号	3642
評価分類	☒ 一般 ☐ 公の施設 ☐ 大規模公共事業 ☐ 補助金 ☐ 内部管理				

1 事務事業の基本情報・・・・・・・・・・・・・・・・

(1) 概要

総合計画 体系	施策の柱	活力ある産業の振興	コード	5
	施策	地域資源をいかした観光・物産の振興	コード	4
	基本事業	観光地づくりと観光客の誘致	コード	1
予算費目名	一般会計 7 款 1 項 3 目 盛岡ブランド推進事業 (010-01)			
特記事項				
事業期間	☐ 単年度 ☒ 単年度繰返 ☐ 期間限定複数年度			開始年度 17 年度
根拠法令等				

(2) 事務事業の概要

盛岡ブランドの推進に関する取組について市民への周知を進めるとともに、県内・全国に盛岡ブランドについての情報を発信するため、メディアを活用した宣伝を行う。

(3) この事務事業を開始したきっかけ（いつ頃どんな経緯で開始されたのか）

平成 17 年度の盛岡ブランド推進計画策定時に、それまで分野ごとに行ってきたプロモーションを連携させ、効率化を図るため開始したもの。

(4) 事務事業を取り巻く現在の状況はどうか。(3)からどう変化したか。

地域間競争の意識が高まる中、シティプロモーションに取り組む自治体が増えており、各自自治体が様々なメディアを活用し自治体の宣伝を行う機会が増えている。

その中で、当事業の実施により盛岡ブランドについて認知されつつあるが、未だ十分とは言えず、さらなる周知活動が必要である。

2 事務事業の実施状況 (Do)・・・・・・・・

(1) 対象（誰が、何が対象か）

市民、首都圏在住者

(2) 対象指標（対象の大きさを示す指標）

指標項目	単位	22 年度 実績	23 年度 実績	24 年度 計画	24 年度 実績	26 年度 見込み
A 市の人口	人	298,148	298,853	298,853	299,220	299,220
B 首都圏人口	万人	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
C						

(3) 24 年度に実施した主な活動・手順

盛岡ブランドのトップキャッチコピーである「もりおか暮らし物語」のイメージを人々が想起し、盛岡市の全体的なイメージアップにつながる PR を実施することを目的とした宣伝を行った。事業内容については以下のとおりで、公募型プロポーザル方式により広告宣伝に関する事業者から企画提案を募った。

- ・雑誌「旅行読売」盛岡の水にまつわる広告（純広告，カラー，1 ページ）を掲載

※掲載号：3 月号及び 4 月号

- ・盛岡の水をテーマにしたテレビ特別番組を、岩手めんこいテレビ「はちきゅん」拡大版「盛岡の水」として制作

※放映日：平成 24 年 9 月 22 日（土）の 13 時から 13 時 30 分まで

- ・情報誌「マシェリ」に「もりおか“水”物語」として 3 回にわたり記事を掲載

※掲載号：平成 24 年 9 月 14 日号，9 月 28 日号，10 月 5 日号

(4) 活動指標（事務事業の活動量を示す指標）

指標項目	単位	22 年度 実績	23 年度 実績	24 年度 計画	24 年度 実績	26 年度 目標値
A ポスター作製枚数	枚	2,500	600	300	0	500
B 首都圏向けの紙媒体への広告掲載回数	件	0	0	2	2	2
C 市内向けの紙媒体への広告掲載回数	件	1	0	3	3	2

(5) 意図（対象をどのように変えるのか）

盛岡ブランド（盛岡のよさ）について認識を深めてもらう。

(6) 成果指標（意図の達成度を示す指標）

指標項目	性格	単位	22 年度 実績	23 年度 実績	24 年度 計画	24 年度 実績	26 年度 目標値
A 観光客入込数	■上げる □下げる □維持	万人 回	444	466	470	471	490
B	□上げる						

	☐ 下げる ☐ 維持						
C	☐ 上げる ☐ 下げる ☐ 維持						

(7) 事業費

項目	財源内訳	単位	22 年度実績	23 年度実績	24 年度計画	24 年度実績
事業費	①国	千円	0	0	0	0
	②県	千円	4,200		0	0
	③地方債	千円	0	0	0	0
	④一般財源	千円	0	2,100	2,100	2,100
	⑤その他()	千円	0	0	0	0
	A 小計 ①～⑤	千円	4,200	2,100	2,100	2,100
人件費	⑥延べ業務時間数	時間	400	200	200	200
	B 職員人件費 ⑥×4,000 円	千円	1,600	800	800	800
計	トータルコスト A+B	千円	5,800	2,900	2,900	2,900
備考						

3 事務事業の評価 (See)

(1) 必要性評価（評価分類が「内部管理」の事務事業は記入不要）

① 施策体系との整合性

当事業による盛岡のイメージアップや周知の活動は、市外の方が盛岡に対して関心を持ち「訪れてみたい」と考えるきっかけとして重要なものであり、上位施策の意図と結びついている。

② 市の関与の妥当性

特定の企業や団体の活動や製品の宣伝ではなく、盛岡という地域のイメージアップや周知を図るための事業であることから、民間企業や非営利団体が実施を担うことは難しいと考えられるため、市の関与は妥当である。

③ 対象の妥当性

市民が盛岡のよさを再認識することで、一人一人が広告塔となり盛岡へ訪れる観光客の誘致につながるとともに、首都圏を中心とした活動により首都圏からの観光客の誘致につながるため、妥当である。

④ 廃止・休止の影響

人が持つ盛岡のイメージは日々変化しており、継続的な活動が必要である。また、事業を廃止・休止した場合に盛岡のイメージアップを行う機会が失われ、観光客誘致にマイナスと

なる。

(2) 有効性評価（成果の向上余地）

盛岡市民のロコミやメディア等を更に活用することで，効果的な広告宣伝を行うことが期待できる。

(3) 公平性評価（評価分類が「内部管理」の事務事業は記入不要）

盛岡市全体のイメージアップにつながるものであり，特定の受益者はいない。

(4) 効率性評価

事業者間の競争により業務内容がより質の高いものとなるよう平成 24 年度から公募型プロポーザル方式による業務委託に切り替えており，事業の費用対効果は高まっている。

4 事務事業の改革案（Plan）・・・・・・・・・・・・・・・・

(1) 改革改善の方向性

限られた予算でより効果の高い宣伝を行うことができるよう，事業の対象や手法について見直しを実施できるか検討を行う。

(2) 改革改善に向けて想定される問題点及びその克服方法

より効果の高い宣伝としてどのようなものが想定されるのか，内容を具体的に検討する必要がある。他都市の事例等の情報を収集し検討を進める。

5 課長意見・・・・・・・・・・・・・・・・

(1) 今後の方向性

- ☐ 現状維持（従来どおりで特に改革改善をしない）
- ☒ 改革改善を行う（事業の統廃合・連携を含む）
- ☐ 終了・廃止・休止

(2) 全体総括・今後の改革改善の内容

各種メディアを有効に活用し，効率的な情報発信に努める必要がある。そのため，これまで実施してきた広告宣伝の効果を検証し，より効果的な盛岡ブランドの発信について検討することとする。