

【別紙】
ロジックモデルシート(平成29年度実績評価)

施策コード	14	施策名	「盛岡ブランド」の展開	小施策 主管課名	都市戦略室
小施策コード	14-1	小施策名	市民・事業者との意識共有		

事業名 事業概要等	活動	結果	目指す成果	小施策																		
<p>①盛岡ブランド確立事業</p> <p>【事業概要】 市民一人ひとりの盛岡への誇りや愛着の意識醸成を図るため、盛岡ならではの魅力や価値を磨き育てることを目的としたブランドフォーラムの開催や広告宣伝業務などを行う。</p> <p>【事業費】 3,332千円 【事業担当課】 都市戦略室 【実施内容】 ・盛岡ブランドフォーラムの開催 ・盛岡ブランド広告宣伝業務の実施 ・盛岡ブランド市民企画事業の助成 ・小学校の総合学習への協力</p> <p>【進捗状況】 ・平成30年2月12日に盛岡ブランドフォーラムを開催し、「発信」をテーマにした講演会及びパネルディスカッションを行った。来場者約80人。 ・首都圏の若者世代を中心とした「対象者」に、盛岡の価値や魅力を伝えるプロモーション素材を作成し、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。 ・市民企画事業として公募により申請があった3件に対し助成を実施した。</p>	<p>盛岡ブランドフォーラムを開催する</p> <p>盛岡ブランドフォーラムに市民等が参加する</p> <p>盛岡ブランド広告・宣伝業務を実施する</p> <p>広告宣伝が市民等の目に触れる</p>	<p>盛岡ブランドの認知度が向上する</p> <p>盛岡を好きだと思える人が増加する</p> <p>盛岡の価値や魅力を発信する人が増加する</p>	<p>【対象】 市民 市民以外の人</p> <p>【意図】 ・盛岡への誇りや愛着を抱いてもらう。 ・盛岡を知り、興味・関心を持ち、好きになってもらう。</p> <p>【成果指標・実績値・目標値】</p> <p>A 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 (単位 %)</p> <table border="1"> <tr> <th>H29</th> <th>H31</th> <th>H36</th> </tr> <tr> <td>76.9</td> <td>80.0</td> <td>80.0</td> </tr> </table> <p>B 地域ブランド調査「魅力度における盛岡市の順位」 (単位 位)</p> <table border="1"> <tr> <th>H29</th> <th>H31</th> <th>H36</th> </tr> <tr> <td>62</td> <td>50</td> <td>50</td> </tr> </table> <p>C (単位)</p> <table border="1"> <tr> <th>H29</th> <th>H31</th> <th>H36</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	H29	H31	H36	76.9	80.0	80.0	H29	H31	H36	62	50	50	H29	H31	H36				
H29	H31	H36																				
76.9	80.0	80.0																				
H29	H31	H36																				
62	50	50																				
H29	H31	H36																				
<p>【事業概要】</p> <p>【事業費】</p> <p>【事業担当課】</p> <p>【実施内容】</p>																						
<p>【進捗状況】</p>																						
<p>【事業概要】</p> <p>【事業費】</p> <p>【事業担当課】</p> <p>【実施内容】</p>																						
<p>【進捗状況】</p>																						
<p>【事業概要】</p> <p>【事業費】</p> <p>【事業担当課】</p> <p>【実施内容】</p>																						
<p>【進捗状況】</p>																						