

【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	14-2	小施策名	情報発信の強化		

事業名 事業概要等	活動	結果	目指す成果	小施策																		
<p>①盛岡ブランド情報発信強化事業</p> <p>【事業概要】 SNSや盛岡に関わりのある人をキーパーソンとする人と人との繋がりにより、首都圏等に盛岡ブランドを積極的に発信する。</p> <p>【事業費】 0千円 【事業担当課】 都市戦略室</p> <p>【実施内容】 ・ソーシャルメディア等の活用による情報発信 ・東京盛岡ふるさと会など盛岡と関わりのある人等をキーパーソンとした情報発信 ・地域おこし協力隊による市外へのPR活動</p> <p>【進捗状況】 ・東京盛岡ふるさと会との連携や盛岡デーでの情報発信など、これまでの首都圏とのつながりを生かした情報発信を引き続き実施した。 ・「もりおか暮らし物語」ホームページ及びフェイスブックを通じた情報発信を行った。 ・地域おこし協力隊による東京でのPR活動や、SNSを活用した情報発信のしかけづくり等を行った。</p>	<p>ソーシャルメディア等の活用による情報発信を行う</p> <p>盛岡と関わりのある人等をキーパーソンとした情報発信を行う</p> <p>地域おこし協力隊による情報発信</p>	<p>盛岡ブランドに関する情報に多くの市外の人が接触する</p> <p>盛岡ブランドに興味を持つ人が増加する</p> <p>盛岡の情報について検索する人が増加する</p> <p>盛岡の魅力を知り、訪れる人が増加する</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。(訪れてもらう)</p> <p>【成果指標・実績値・目標値】</p> <p>A 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> <td>H29</td> <td>H31</td> <td>H36</td> </tr> <tr> <td>62</td> <td>50</td> <td>50</td> </tr> </table> <p>B 観光客入込数 (単位 万人回)</p> <table border="1"> <tr> <td>H29</td> <td>H31</td> <td>H36</td> </tr> <tr> <td>500</td> <td>500</td> <td>520</td> </tr> </table> <p>C (単位)</p> <table border="1"> <tr> <td>H29</td> <td>H31</td> <td>H36</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	H29	H31	H36	62	50	50	H29	H31	H36	500	500	520	H29	H31	H36				
H29	H31	H36																				
62	50	50																				
H29	H31	H36																				
500	500	520																				
H29	H31	H36																				
<p>【事業概要】</p> <p>【事業費】 【事業担当課】 【実施内容】</p> <p>【進捗状況】</p>																						
<p>【事業概要】</p> <p>【事業費】 【事業担当課】 【実施内容】</p> <p>【進捗状況】</p>																						
<p>【事業概要】</p> <p>【事業費】 【事業担当課】 【実施内容】</p> <p>【進捗状況】</p>																						