

# 【小施策評価(令和元年度実績評価)】

## 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 主管課等	都市戦略室	
施策	14	「盛岡ブランド」の展開	評価 責任者	中嶋 孝樹	内線 3867
小施策	14-2	情報発信の強化	評価 シート 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)
盛岡市の認知度は、民間シンクタンクの調査によると、決して高くはなく、首都圏や関西以西において認知度を向上させる余地があることから、特産品やイベントなどの魅力を生かしながら、全国に向けて情報発信を効果的に行う必要がある。	発信に当たっては、シティプロモーションの視点から、ソーシャルメディア等の新たな広報・情報媒体の積極的な活用を図るほか、転出者や首都圏等に在住する盛岡出身者等、盛岡に関わりがある人をキーパーソンとする、人と人の繋がりによる盛岡の魅力の発信に取り組む。
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 市民以外の人	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。

## 小施策の成果指標の達成状況・評価(令和元年度実績)

実績値の推移				実績の評価	
				成果点	成果の要因分析
指標①	地域ブランド調査「魅力度における盛岡市の順位」	単 位 位	目指す方向 ↗		
当初値 (H25)	58	R1目標値	50	R6目標値	50
				<p>・外国人を中心に盛岡の認知度を向上させることを目的に、英語版フォトブックを企画制作し、ゲストハウスに配架することにより、プロモーション活動を行うことができた。</p> <p>・「地域おこし協力隊」の活動により、首都圏における写真展開催や、SNSを活用した情報発信、ウェブへの記事の提供などを行うことができた。</p> <p>・関係人口を機軸とした移住・定住・交流人口対策事業として「盛岡という星で」プロジェクトを立ち上げ、情報発信や首都圏における盛岡コミュニティ形成を行うことができた。</p>	<p>・それぞれの活動に対し、訴求する相手方(ターゲット)を設定したことで、効果的な訴求につながった。</p>
				問題点	問題の要因分析
				<p>・英語版フォトブックの配布活動や、情報発信を効果的にするためのマーケティング研修が、コロナウイルス感染拡大防止のため中止となった。</p>	<p>・年度末に実施時期を集中させてしまったことから、スケジュールの変更を行うことができなかった。</p>
指標②	観光客入込数	単 位 万人回	目指す方向 ↗		
当初値 (H25)	472	R1目標値	500	R6目標値	520
				<p>・若者に人気の高いインフルエンサーを活用して、首都圏の若者をターゲットとした観光情報を発信できた。</p> <p>・「盛岡という星で」プロジェクトの一環として、体験ツアーを実施することで、市への来訪のきっかけ作りを行うことができた。</p> <p>・北上川において、かつて盛んだった舟運の実現に向けて、木造船「もりおか丸」を活用したフェスタや運航実験、小学生を対象とした体験運航を実施し、マスコミ等にも取り上げられ、舟運の魅力を市内外にPRできた。</p>	<p>・それぞれの活動に対し、訴求する相手方(ターゲット)を設定したことで、効果的な訴求につながった。</p> <p>・民間事業者などと連携し、ターゲットを明確にしたプロモーションの方向性を構築したうえで事業を実施した。</p> <p>・地元団体、国土交通省、市による舟運実行委員会を組織し、舟運実現に向けた組織強化が図られ、フェスタを含む社会実験を5回開催できたことによる。</p>
				問題点	問題の要因分析
				<p>・盛岡からの転出者や盛岡デーへの来訪者など、東京盛岡ふるさと会以外で盛岡と関わりがある人との継続的な連携が十分とは言えない。</p> <p>・舟運による水辺空間の賑わい創出だけでなく、中心市街地の活性化にも繋がる取り組みにする。</p> <p>・船着場が無いため、運航するたびにレンタルで仮桟橋等を準備する必要がある。</p>	<p>・盛岡デーの来訪者等と継続的な関係性を持つ手法が確立できていない。</p> <p>・広告宣伝や周知イベント等の回数や参加人数が限られており、大規模なプロモーションに繋がっていない。</p> <p>・舟運と連携した街なかのイベント等の取り組みが必要である。</p> <p>・船着場の整備が必要である。</p>

## 今後の方向性(令和2年度以降)

評価を踏まえた取組の方向性	★…R2年度着手済または着手予定 ☆…R3年度以降の着手を検討
<p>★ 新たに策定した「盛岡市シティプロモーション指針及び推進計画」に基づき、市外住民に向けた効果的なプロモーションを行うためにマーケティング及び戦略的プロモーションの庁内への定着を図る。</p> <p>★ 訴求する相手方(ターゲット)の設定や、ターゲットに適した情報発信手法など、マーケティング手法を用いながら効果的なプロモーションの実施に努める。</p> <p>☆1 「盛岡市シティプロモーション指針及び推進計画」に基づき、市外に向けたプロモーションの効果を高めるため、マーケティング手法を取り入れた情報発信を実践する。</p> <p>☆2 移住ニーズに対応するため、相談支援体制の強化を図る。</p> <p>☆3 関係人口が盛岡での具体的な取組にかかわるための機会を創出する。</p> <p>☆4 地元の高中生や大学生が地域課題を知る機会などを提供する。</p> <p>☆5 上記の取組を推進するための拠点を整備する。</p>	<p>★ 新たに策定した「盛岡市シティプロモーション指針及び推進計画」に基づき、市外住民に向けた効果的なプロモーションを行うためにマーケティング及び戦略的プロモーションの庁内への定着を図る。</p> <p>★ 舟運の実現により、河川空間の活用やまちなか観光、北上川に隣接する木伏緑地と連携し、観光振興や中心市街地の活性化を図るとともに、盛岡の新たな魅力を発信する。</p> <p>☆1 新たに策定した「盛岡市シティプロモーション指針及び推進計画」に基づき市外に向けたプロモーションの効果を高めるため、マーケティング手法を取り入れ、全庁的な視点で連携した情報発信を実践する。</p> <p>☆2 令和2年度に河川管理者である国土交通省が船着場を整備することから、具体的な運用等を関係団体で協議する。</p>