

事務事業一覧表

施策コード	事業名称	部局名	所属名	シート区分	ページ
32151	都市イメージ向上事業	秘書広報部	シティプロモーション推進課	シートB	2
61221	市政広報事業	秘書広報部	シティプロモーション推進課	シートB	4
61221	メディア広告等事業	秘書広報部	シティプロモーション推進課	シートA	6

令和3年度 松山市 事務事業シート <シートB>

評価実施年度	令和3年度	評価対象年度	令和2年度
--------	-------	--------	-------

令和3年度	部局等名	秘書広報部	課等名	シティプロモーション推進課	担当グループ名	広報・魅力発信	連絡先	948-6877				
	部等長名	玉尾 浩紀	課等長名	森本 智恵	リーダー名	主幹	西原 進	担当者名	主査	神野 智子	主任	玉井 宏幸
令和2年度	部局等名	秘書広報部	課等名	シティプロモーション推進課	担当グループ名	広報・魅力発信	連絡先	948-6877				
	部等長名	玉尾 浩紀	課等長名	矢野 荘六	リーダー名	主幹	西原 進	担当者名	主査	兵頭 利彦	主任	玉井 宏幸

1. 事業概要【Plan】 ※令和2年度の内容

事務事業名(施策コード)	32151	都市イメージ向上事業	事業性質	1-1:自治事務(実施規定なし)	事業区分	2:委託
基本目標	地域の魅力・活力がふれるまち【産業・交流】		笑顔プログラム	111	個別プログラム	笑顔が集まるプログラム
政策	都市全体の価値や魅力を向上する				重点プロジェクト	松山への新しい人の流れをつくる「心ひかれるまちづくり」プロジェクト
施策	選ばれる都市づくり				主な取り組み	シティプロモーションの推進
主な取り組み	シティプロモーションの推進		市長公約			
取り組みの柱	戦略的な情報発信による都市イメージの向上					
総合戦略	2211	基本目標	②松山への定着と新しい人の流れをつくる(移住定住対策)		取組み	①ウェブサイトやSNS、フリーペーパー、パンフレットなどの様々な媒体やテレビ・雑誌などのメディアを活用し、松山の魅力や情報を効果的に発信します。
		政策	②移住の促進			
		施策	①都市イメージの向上			
総合計画の実施計画掲載有無(R2)	1:有り	重点的取組事業該当有無(R2)	1:有り			
根拠法令,条例,個別計画等						

事業の目的(どのような状態にするか)	本市が他都市と比べて優位性を保ち、「選ばれる都市」となることを目指す。					
背景(どのような経緯で開始したか)	松山市は、認知度・魅力度が低く、特に情報接触度が低いという調査結果が出た。これは情報接触度の低さが、松山の認知度や魅力度の低さに繋がっていると考えられる。そこで、本市の都市イメージと認知度を高めるため事業を開始した。					
対象・事業内容(誰に対して、何をやるのか)	県外在住者、特に首都圏及び関西圏などの都市部在住の若年世代に以下の事業を実施する。 ○メディアプロモーション事業【R2年度契約(委託)先:株式会社 中国四国博報堂愛媛支社】 本市が持つさまざまな魅力を発信するため、テレビ・雑誌・WEB等のメディアに取材誘致活動を実施して、メディア露出を獲得する。 ○フリーペーパー制作事業【R2年度契約(委託)先:株式会社 サンケイリビング新聞社】 首都圏等での認知度向上を目的としたプロモーション用フリーペーパーを制作・配布する。 ○ウェブメディア戦略事業【R2年度契約(委託)先:株式会社 アイム・ビック】 若者世代の人たちに松山ファンになってもらうことを目的に、フリーペーパーのWEB掲載やWEBアンケートを実施する。					
受益者負担の状況	負担の有無	3:負担する性質でない	「有り」の場合、基準金額等 「無し」の場合、その理由			
始期・終期(年度)	平成 23	～	令和 4	終期の種別	2:事業の継続・終了の検討時期	

2. 事業実施に係る資源の投入量【Do】

予算科目	会計	一般会計	款	総務費		総務管理費		企画費		R2 予算措置時期	当初
				項	目	目	目				
				R元年度		R2年度		R3年度			
現計予算額(A)(単位:千円)				28,047		28,236		28,236		25,680	
決算額(B)(単位:千円)				26,715		27,328		27,328		25,680	
内訳(単位:千円) ※R元→R2 決算内訳, R3→予算内訳	国支出金			12,750		12,702		12,702		11,064	
	県支出金			0		0		0		0	
	市債			0		0		0		0	
	その他			0		0		0		0	
	一般財源			13,965		14,626		14,626		14,616	
主な経費(単位:千円) ※R2→決算,R3→予算				委託料 25,751千円		委託料 25,751千円		委託料 23,450千円			
特記事項(単位:千円) ※繰越,補正,流用,事業統合等				地方創生推進交付金 12,702千円		地方創生推進交付金 12,702千円		地方創生推進交付金 11,064千円			
予算執行残額(単位:千円)	(A)-(B)			1,332		908		908			

※決算額(内訳含む。)は四捨五入のため、実際の額とは異なる場合あり。

3. 前年度(R2年度)の事業検証・改善【Check・Action】

主な取り組み内容	・メディア戦略事業 ・フリーペーパー制作事業 ・ウェブメディア戦略事業					
主な取り組み内容の達成度	↑	↑:年度当初目標以上 →:年度当初目標どおり ↓:年度当初目標以下	左記の理由として良かった点,悪かった点など	松山の情報がテレビ番組などで紹介されたものを広告費に換算した額が目標値を超える実績となった。		
施策への貢献度(目的の達成度を含む)	1:貢献している	左記の理由	本事業により、松山市への情報接触を増やし、認知度を高めることにつながったため。			
事業の公共性	必要性	2	1:日常生活に不可欠(必需) 2:日常生活に不可欠ではない(選択) 3:どちらにも該当しない	公益性	3	1:より多くの市民に提供(共同型) 2:特定の個人・団体等に提供(個人型) 3:どちらにも該当しない
R2年度終了までに把握している環境の変化,障害,課題となっている事項	・都市プロモーションの分野で地域間競争の激化が進んでおり、他都市と比べて優位に立つためには一層のプロモーションが必要である。 ・若者の本市への認知度は依然低い、スマホの普及に合わせて情報収集のツールも変化しているなどの環境の変化、課題などがある。 ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、観光誘客につなげる魅力発信が難しい状況となっている。					
R3年度の目標	全国の若者から選ばれる都市を目指すとともに、若者のシンクプライド醸成に向けた事業を展開する。		R3年度の主な取り組み内容(予定含む)	メディア戦略事業 フリーペーパー制作事業 ウェブメディア戦略事業	特に環境変化,障害,課題等解決のため,R3年度で取り組み改善策	WebやSNSでの情報発信を強化するなど、若者の情報接触機会を増やす効果的な方法を検討する。

【活動指標】とは…事業の具体的な活動量(アウトプット/「市」が何をしたか)

【成果指標】とは…事業実施により得られる成果(アウトカム/活動の結果、「市民等」がどうなったか)

<業績の分析>

目標達成度	指標名	単位	区分	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標		
活動指標 (3つまで設定可)	事業費に対する広告 換算額の広告効果	千円	目標値	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	目標値	1,000,000	
			実績値	2,822,926	1,980,065	3,171,077			達成年度	R3年度	
		%	達成度	283	198	317					
	指標の種類	5:現状維持を目指す指標(増を良しとする)				最終目標値の 設定の考え方	松山のメディアの情報発信の露出量を増やすため、活動成果の目標値とする。				
	本指標の設定理由	テレビ等メディア露出の成果を示すのに最適な指標のため									
			目標値							目標値	
			実績値							達成年度	
			%	達成度							
	指標の種類					最終目標値の 設定の考え方					
	本指標の設定理由										
			目標値							目標値	
			実績値							達成年度	
		%	達成度								
指標の種類					最終目標値の 設定の考え方						
本指標の設定理由											
成果指標 (3つまで設定可)	地域ブランド調査 情報接触度	位	目標値	150	150	150	150	150	目標値	150	
			実績値	136	105	130			達成年度	R3年度	
		%	達成度	110	143	115					
	指標の種類	2:単年度での減少を目指す指標				最終目標値の 設定の考え方	松山・魅力度の向上のため、活動成果の目標値とするもの				
	本指標の設定理由	全国規模で毎年実施している唯一の地域ブランド調査のため									
	地域ブランド調査 魅力度	位	目標値	100	100	100	100	100	目標値	100	
			実績値	68	82	87			達成年度	R3年度	
		%	達成度	147	122	115					
	指標の種類	2:単年度での減少を目指す指標				最終目標値の 設定の考え方	松山・魅力度の向上のため、活動成果の目標値とするもの				
	本指標の設定理由	全国規模で毎年実施している唯一の地域ブランド調査のため									
			目標値							目標値	
			実績値							達成年度	
		%	達成度								
指標の種類					最終目標値の 設定の考え方						
本指標の設定理由											
上記指標の実績に対 する評価(達成又は未 達成要因の分析)	活動指標	事業者との連携および積極的な情報提供により、予定を大きく上回るメディア露出を獲得できた。									
	成果指標	①予定を上回る順位を獲得できた。 ②予定を上回る順位を獲得できた。									
上記の指標以外に、指標では表すことができない 定性的な成果がある場合、その内容											

令和3年度 松山市 事務事業シート <シートB>

評価実施年度	令和3年度	評価対象年度	令和2年度
--------	-------	--------	-------

令和3年度	部局等名	秘書広報部	課等名	シティプロモーション推進課	担当グループ名	広報・魅力発信	連絡先	948-6707	
	部等長名	玉尾 浩紀	課等長名	森本 智恵	リーダー名	主幹	西原 進	担当者名	副主幹 兵頭 利彦 主事 中塚 美奈
令和2年度	部局等名	秘書広報部	課等名	シティプロモーション推進課	担当グループ名	広報・魅力発信	連絡先	948-6877	
	部等長名	玉尾 浩紀	課等長名	矢野 荘六	リーダー名	主幹	西原 進	担当者名	主査 井上 典 主事 中塚 美奈

1. 事業概要【Plan】 ※令和2年度の内容

事務事業名(施策コード)	61221	市政広報事業	事業性質	1-1:自治事務(実施規定なし)	事業区分	1:直営
基本目標	市民とつくる自立したまち【自治・行政】		笑顔プログラム	225	個別プログラム	笑顔を育むプログラム
政策	市民参画を推進する				重点プロジェクト	わがまち松山への愛着と誇りの醸成による「住み続けたいまちづくり」プロジェクト
施策	市民参画による政策形成				主な取り組み	子どもや若者のシビックプライド醸成
主な取り組み	行政情報の発信		市長公約	532	自分たちのまちに愛着や誇りをもち、住み続けたい松山をつくります	
取り組みの柱	広報活動の充実				風早・忽那諸島をはじめ、各地域の歴史や文化、自然などを活かし、松山のさまざまな魅力を磨きます。さらに、地域の魅力を知る機会を充実させることで、子どもや若者のシビックプライドを醸成します。	
総合戦略	3111	基本目標	③魅力ある仕事と職場をつくる(地域経済活性化)		取組み	① 企業や金融機関等とのコラボレーションにより、RPAをはじめとしたITツールの活用を促進し、市内企業等の生産性の向上に取り組みます。また、キャッシュレス決済の導入を促進し、小売業の競争力の強化を図ります。
		政策	①産業の競争力強化(業種横断的取組)			
		施策	①ICT等の利活用によるビジネス創出や生産性向上			
総合計画の実施計画掲載有無(R2)	1:有り		重点的取組事業該当有無(R2)	1:有り		

根拠法令,条例,個別計画等						
事業の目的(どのような状態にするか)	市の基本方針や事業などについてPRすることで、市政についての正しい理解と協力を求める。					
背景(どのような経緯で開始したか)	市民に市政についての正しい理解と協力を求めるため事業を開始した。					
対象・事業内容(誰に対して、何をやるのか)	広報紙やホームページ、点字広報、松山市LINE公式アカウント等、市が直接有する広報手段を活用し、市民に市の基本方針や事業などについてPRする。 ○広報まつやまの編集・制作【R02年度契約先:佐川印刷株式会社・不二印刷株式会社】 広報まつやまを制作し、広く市民等に市政情報を発信する。 ○広報まつやまの全戸配布【R02年度契約(委託)先:株式会社えひめリビング新聞社】 制作した広報まつやまを市内全戸に配布し、広く市民等に市政情報を発信する。					
受益者負担の状況	負担の有無	3:負担する性質でない		「有り」の場合、基準や金額等 「無し」の場合、その理由		
始期・終期(年度)	平成 28	～	令和 4	終期の種別	2:事業の継続・終了の検討時期	

2. 事業実施に係る資源の投入量【Do】

予算科目	会計	一般会計	款	総務費	項	総務管理費	目	広報広聴費	R2 予算措置時期	当初	
				R元年度	R2年度			R3年度			
現計予算額(A)(単位:千円)				154,574				147,047	153,347		
決算額(B)(単位:千円)				125,713				123,666			
内訳(単位:千円) ※R元→R2 決算内訳, R3→予算内訳	国支出金			0				67	0		
	県支出金			0				34	0		
	市債			0				0	0		
	その他			6,316				6,279	6,466		
一般財源			119,397				117,286	146,881			
主な経費(単位:千円) ※R2→決算,R3→予算							広報まつやま印刷製本費 66,408千円	広報まつやま印刷製本費 81,000千円			
特記事項(単位:千円) ※繰越,補正,流用,事業統合等											
予算執行残額(単位:千円)	(A)-(B)			28,861				23,381			

※決算額(内訳含む。)は四捨五入のため、実際の額とは異なる場合あり。

3. 前年度(R2年度)の事業検証・改善【Check・Action】

主な取組み内容	・広報紙(年間24回×月2回)、市勢要覧(年1回)、点字広報(年間12回×月1回)の発行 ・市ホームページの管理及び運営 ・情報発信端末「タウンボード」での市政情報の発信 ・航空写真の撮影 ・日本広報協会が主催する広報コンクールへの応募や広報セミナーへの参加					
主な取組み内容の達成度	↑	↑:年度当初目標以上 →:年度当初目標どおり ↓:年度当初目標以下	左記の理由として良かった点,悪かった点など	本市LINE公式アカウントを開設し、そのLINEアカウントを広報紙等で周知することで、登録者数を増やした。また、広報紙で、道後REBORNプロジェクトや、姫ヶ浜荘(ぼしふるテラス姫ヶ浜)のリニューアルを取り上げたほか、新型コロナウイルス関連情報などを継続的に掲載したことで市民の関心・理解度の向上につながられた。		
施策への貢献度(目的の達成度を含む)	1:貢献している	左記の理由	市の重要な施策を、タイムリーかつ正確に市民に伝えることができた。			
事業の公共性	必要性	1	1:日常生活に不可欠(必需) 2:日常生活に不可欠ではない(選択) 3:どちらにも該当しない	公益性	1	1:より多くの市民に提供(共同型) 2:特定の個人・団体等に提供(個人型) 3:どちらにも該当しない
R2年度終了までに把握している環境の変化,障害,課題となっている事項	・各課からの掲載依頼や市政情報の増加により、掲載スペースに限りのある広報媒体では、全ての情報を網羅することが非常に難しい状況になっている。 ・イベントの参加者募集記事などは、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、校了間近に記事が差し替えになるなど、緊急の対応が頻発している。 ・スマホの普及にあわせて市民の情報収集のツールも変化している。					
R3年度の目標	市政広報事業を引き続き実施することで「市民のまちへの愛着度の向上」に努めながら、市政情報をより分かりやすく発信する。		R3年度の主な取組み内容(予定含む)	広報紙やホームページ、SNS、点字広報など、市が直接有する広報手段を活用し、市の基本方針や事業などをPRする。		特に環境変化,障害,課題等解決のため,R3年度で取り組む改善策
	広報紙やホームページに掲載する内容の整理を行うとともに、SNSを活用した適切かつ効果的な広報手段を検討する。					

【活動指標】とは…事業の具体的な活動量(アウトプット/「市」が何をしたか)

【成果指標】とは…事業実施により得られる成果(アウトカム/活動の結果、「市民等」がどうなったか)

<業績の分析>

目標達成度	指標名	単位	区分	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標		
活動指標 (3つまで設定可)	広報まつやま発行部数	部	目標値	5,916,000	5,916,000	5,916,000	5,916,000	5,916,000	目標値	5,916,000	
			実績値	5,922,000	5,921,500	5,910,000			達成年度	R3年度	
		%	達成度	100	100	100					
	指標の種類	5:現状維持を目指す指標(増を良しとする)					最終目標値の設定の考え方	広報紙は、市内の全戸に月2回配布しており、発行の現状維持のための部数を目標値とするもの。			
	本指標の設定理由	広報紙を活用し、市民へのシビックプライドの醸成を図ることで定住促進につなげていく。									
			目標値							目標値	
			実績値							達成年度	
			%	達成度							
	指標の種類						最終目標値の設定の考え方				
	本指標の設定理由										
		目標値							目標値		
		実績値							達成年度		
		%	達成度								
指標の種類						最終目標値の設定の考え方					
本指標の設定理由											
成果指標 (3つまで設定可)			目標値						目標値		
			実績値						達成年度		
			%	達成度							
	指標の種類						最終目標値の設定の考え方				
	本指標の設定理由										
			目標値							目標値	
			実績値							達成年度	
			%	達成度							
	指標の種類						最終目標値の設定の考え方				
	本指標の設定理由										
上記指標の実績に対する評価(達成又は未達成要因の分析)	活動指標	事業者との密な連携により、予定通り広報紙を発行できた。									
	成果指標										
上記の指標以外に、指標では表すことができない定性的な成果がある場合、その内容											

令和3年度 松山市 事務事業シート <シートA>

評価実施年度	令和3年度	評価対象年度	令和2年度
--------	-------	--------	-------

令和3年度	部局等名	秘書広報部	課等名	シティプロモーション推進課	担当グループ名	広報・魅力発信	連絡先	948-6877				
	部等長名	玉尾 浩紀	課等長名	森本 智恵	リーダー名	主幹	西原 進	担当者名	主査	井上 典	主任	川村 祐司
令和2年度	部局等名	秘書広報部	課等名	シティプロモーション推進課	担当グループ名	広報・魅力発信	連絡先	948-6707				
	部等長名	玉尾 浩紀	課等長名	矢野 荘六	リーダー名	主幹	西原 進	担当者名	主査	大野 美保	主事	川村 祐司

1. 事業概要【Plan】 ※令和2年度の内容

事務事業名(施策コード)	61221	メディア広告等事業	事業性質	1-1:自治事務(実施規定なし)	事業区分	7:その他
基本目標	市民とつくる自立したまち【自治・行政】		笑顔プログラム	個別プログラム	-	
政策	市民参画を推進する			重点プロジェクト	-	
施策	市民参画による政策形成			主な取り組み	-	
主な取り組み	行政情報の発信		市長公約	-		
取り組みの柱	広報活動の充実			-		
総合戦略	基本目標	-				
	政策	-				
	施策	-				
総合計画の実施計画掲載有無(R2)	2:無し	重点的取組事業該当有無(R2)	2:無し			
根拠法令,条例,個別計画等						
事業の目的(どのような状態にするか)	市の施策を、新聞・テレビ・ラジオ等マスメディアなどを活用した広告事業を通じて、広く市民や県民に周知することで市政への協力を求めていく。					
背景(どのような経緯で開始したか)	新聞・テレビ・ラジオ等市民の日常の情報入手手段として利用率が高いメディアであるため、事業を開始した。					
対象・事業内容(誰に対して、何をやるのか)	広く市民等に市政への理解と協力を求めるため、以下の事業を実施する。 ○市政広報テレビ【R02年度契約先:南海放送株式会社】 テレビを通じて、広く市民等に市政情報を発信する。 ○市政広報ラジオ【R02年度契約先:南海放送株式会社・株式会社FM愛媛】 ラジオを通じて、広く市民等に市政情報を発信する。 ○各種新聞広告 新聞各社に広告を掲載し、広く市民等に市政情報を発信する。					
受益者負担の状況	負担の有無	3:負担する性質でない	「有り」の場合、基準や金額等「無し」の場合、その理由			
始期・終期(年度)	平成 28	～	令和 4	終期の種別	2:事業の継続・終了の検討時期	

2. 事業実施に係る資源の投入量【Do】

予算科目	会計	一般会計	款	総務費	項	総務管理費	目	広報広聴費	R2予算措置時期	当初
				R元年度		R2年度		R3年度		
現計予算額(A)(単位:千円)				33,801		30,582		30,780		
決算額(B)(単位:千円)				28,252		27,157		-		
内訳(単位:千円) ※R元→R2 決算内訳, R3→予算内訳	国支出金			0		0		0		
	県支出金			0		0		0		
	市債			0		0		0		
	その他			0		0		0		
	一般財源			28,252		27,157		30,780		
主な経費(単位:千円) ※R2→決算,R3→予算				テレビ広報 15,840千円 新聞広報 392千円		テレビ広報 15,895千円 新聞広報 3,082千円				
特記事項(単位:千円) ※繰越,補正,流用,事業統合等										
予算執行残額(単位:千円)				(A)-(B)		5,549		3,425		

※決算額(内訳含む。)は四捨五入のため、実際の額とは異なる場合あり。

3. 前年度(R2年度)の事業検証・改善【Check・Action】

主な取り組み内容	新聞広報、テレビ広報、ラジオ広報、ストリートビジョン					
主な取り組み内容の達成度	↑	↑:年度当初目標以上 →:年度当初目標どおり ↓:年度当初目標以下	左記の理由として良かった点,悪かった点など	新型コロナウイルス感染拡大の影響で、イベント等の広告ではできなかったものの、開設した本市LINE公式アカウントをテレビ広報や新聞広告で周知することで、登録者数を増やした。また、1日約200万人が利用する台湾地下鉄の約500面のディスプレイで本市PR動画を放映し、世界に向けてシティプロモーション活動を行った。		
施策への貢献度(目的の達成度を含む)	1:貢献している	左記の理由	市の重要な施策をタイムリーかつ正確に市民に伝えることができた。			
事業の公共性	必要性	1	1:日常生活に不可欠(必需) 2:日常生活に不可欠ではない(選択) 3:どちらにも該当しない	公益性	1	1:より多くの市民に提供(共同型) 2:特定の個人・団体等に提供(個人型) 3:どちらにも該当しない
R2年度終了までに把握している環境の変化,障害,課題となっている事項	新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、イベントの告知などが非常に難しい状況になっているものの、感染予防対策の徹底を周知し、コロナ収束後にはイベント等を積極的に周知していく必要がある。 また、収束後に移住・定住・観光地として選んでもらえる都市となるよう、アフターコロナを見据えたシティプロモーション活動も行っていく必要がある。					
R3年度の目標	メディア広告等事業を引き続き実施することで「市民のまちへの愛着度の向上」に努めながら、市政情報をより分かりやすく発信する。	R3年度の主な取り組み内容(予定含む)	【市政広報テレビ】 南海放送で毎週火曜日に放送(再放送は翌日曜日) 【新聞広告】 コロナ収束時に本市のイベントをPRする	特に環境変化,障害,課題等解決のため,R3年度で取り組む改善策	コロナの感染状況に注視しながら、収束後、メディアを使ってタイムリーに本市のイベントや市政情報等を発信していく。	