

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2年度 松山市 事務事業シート <シートB>

評価実施年度	令和2年度	評価対象年度	令和元年度
--------	-------	--------	-------

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	
	部長名	玉尾 浩紀	課等長名	矢野 莊六	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
令和元年度	部局等名	総合政策部	課等名	シティプロモーション推進課	担当グループ名	移住・定住	連絡先	948-6707	
	部長名	河合 洋二	課等長名	佐伯 文男	リーダー名	主幹	徳永 直哉	担当者名	副主幹 今井 元子 主査 井上 典

1. 事業概要【Plan】 ※令和元年度の内容

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	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	3111	基本目標 ③松山への定着と新しい人の流れをつくる(移住定住対策) 政策 ①移住の促進 施策 ①都市イメージの向上	取組み	① ホームページやメールマガジン、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。		(総合戦略) 未来プロジェクト、該当有無
総合計画の実施計画掲載有無(R元)	1:有り		重点的取組事業該当有無(R元)	1:有り		

根拠法令,条例,個別計画等

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。

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)	平成24年の都市ブランド戦略ビジョンで「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つな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の取り組みを推進し、本市のブランド力を高めていく取り組みを行っている。					
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対して以下の事業を実施する。 ○メディアプロモーション事業【R01年度契約(委託)先:株式会社 中国四国博報堂愛媛支社】 本市が持つ様々な魅力を発信するため、テレビ・雑誌・WEB等のメディアに対し、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【R01年度契約(委託)先:株式会社 サンケイリビング新聞社】 首都圏での、特に若者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。 ○若者をターゲットとした情報発信事業【R01年度契約(委託)先:株式会社 ADKマーケティング/ソリューションズ 九州支社愛媛オフィス】 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、市の魅力・価値を効果的に伝える。					
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 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	項	総務管理費	目	企画費	R元	予算措置時期	当初
				H30年度		R元年度		R2年度			
現計予算額(A)(単位:千円)				34,542		28,047		28,236			
決算額(B)(単位:千円)				34,343		26,715					
内訳(単位:千円) ※H30→R元 決算内訳, R2→予算内訳	国支出金			15,000		12,750		13,250			
	県支出金			0		0		0			
	市債			0		0		0			
	その他			0		0		0			
一般財源			19,343		13,965		14,986				
主な経費(単位:千円) ※R元→決算,R2→予算						委託料24,945千円		委託料25,850千円			
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12,750千円		地方創生推進交付金13,250千円			
予算執行残額(単位:千円)				(A)-(B)		199		1,332			

※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(R元年度)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すことにより、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
R元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	・地方創生の動きから、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、より一層のプロモーションが必要となっている。 ・また、若者の転出超過に歯止めがかからない、若者の本市への認知は依然低い、スマホの普及にあ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。					
R2年度の目標	・全国の若者から選ばれる都市を目指し、「若者のシビックプライド醸成」に向けた事業を展開する。		R2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,R2年度で取り組む改善策	・引き続き若者をターゲットに設定し、フリーペーパーやウェブなどで、ライブステージ・ライブイベントに応じた情報を発信し、若者から選ばれる都市を目指す。

【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	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3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	2,575,640	2,822,926	1,980,065			達成年度	R3年度	
			% 達成度	258	283	198					
	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	113	136	105			達成年度	R3年度	
			% 達成度	132	110	143					
	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	53	68	82			達成年度	R3年度	
			% 達成度	188	147	122					
	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2年度 松山市 事務事業シート <シートB>

評価実施年度	令和2年度	評価対象年度	令和元年度
--------	-------	--------	-------

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	中塚 美奈
令和元年度	部局等名	総合政策部	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	連絡先	948-6705				
	部長名	河合 洋二	課等長名	佐伯 文男	リーダー名	主幹	徳永 直哉	担当者名	副主幹	今井 元子	主査	井上 典

1. 事業概要【Plan】 ※令和元年度の内容

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	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松山への定着と新しい人の流れをつくる(移住定住対策) 政策 ①移住の促進 施策 ①都市イメージの向上	取組み	① ホームページやメールマガジン、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。		(総合戦略) 未来プロジェクト、該当有無
総合計画の実施計画掲載有無(R元)	1:有り	重点的取組事業該当有無(R元)	1:有り			

根拠法令,条例,個別計画等	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。					
事業の目的(どのような状態にするか)	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。					
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、点字広報等、市が直接設けた広報手段を活用し、市民に対して以下の事業により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【R01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【R01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	R元	予算措置時期	当初
				H30年度			R元年度		R2年度		
現計予算額(A)(単位:千円)				160,226				154,574	147,047		
決算額(B)(単位:千円)				114,793				125,713			
内訳(単位:千円) ※H30→R元 決算内訳、R2→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			6,971				6,316	6,124		
一般財源			107,822				119,397	140,923			
主な経費(単位:千円) ※R元→決算、R2→予算							広報まつやま印刷製本費 71,152千円	広報まつやま印刷製本費 84,760千円			
特記事項(単位:千円) ※繰越、補正、流用、事業統合等							流用による減あり				
予算執行残額(単位:千円)		(A)-(B)		45,433			28,861				

*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(R元年度)の事業検証・改善【Check・Action】

主な取り組み内容	・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					
主な取り組み内容の達成度	→	↑:年度当初目標以上 ↓: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	広報紙で、道後温泉プロジェクトや道後温泉本館ラッピングアート、松山市制施行・市議会開設130周年などを掲載したことで市民愛着度の向上に資することができた。		
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
R元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困難になっている。 ・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。					
R2年度の目標	引き続き市政広報事業で「市民のまちへの愛着度の向上」を図りながら、市政情報をより分かりやすく市民の方に伝える。		R2年度の主な取り組み内容(予定含む)	広報紙やホームページ、SNS、点字広報など、市が直接設けた広報手段を活用し、市の基本方針や事業などについてPRする。		広報紙に掲載すべき内容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	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3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	目標値	5,916,000	
			実績値	-	5,922,000	5,921,500			達成年度	R3年度	
			% 達成度	-	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										
			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2年度 松山市 事務事業シート <シートA>

評価実施年度	令和2年度	評価対象年度	令和元年度
--------	-------	--------	-------

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 莊六	リーダー名	主幹	西原 進	担当者名	主査	井上 典	主事	川村 祐司
令和元年度	部局等名	総合政策部	課等名	シティプロモーション推進課	担当グループ名	移住・定住	連絡先	948-6705				
	部等長名	河合 洋二	課等長名	佐伯 文男	リーダー名	主幹	徳永 直哉	担当者名	主査	大野 美保	主査	高垣 真也

1. 事業概要【Plan】 ※令和元年度の内容

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	-		取組み	-	
	政策	-			(総合戦略) 未来プロジェクト 該当有無	
	施策	-			-	
総合計画の実施計画掲載有無(R元)	2:無し	重点的取組事業該当有無(R元)	2:無し			
根拠法令, 条例, 個別計画等	市の施策を、新聞・テレビ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理解と協力を求めていく。					
事業の目的(どのような状態にするか)	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。					
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、何をするのか)	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【R01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【R01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	R元予算措置時期	
				H30年度	R元年度					当初	
現計予算額(A)(単位:千円)				34,445					33,798		30,582
決算額(B)(単位:千円)				31,368					28,252		
内訳(単位:千円) ※H30→R元 決算内訳, R2→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	31,368					28,252		30,582
主な経費(単位:千円) ※R元→決算,R2→予算							テレビ広報 15,552千円 新聞広報 1,275千円		テレビ広報 15,840千円 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							流用による増あり				
予算執行残額(単位:千円)			(A)-(B)	3,077					5,546		

※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(R元年度)の事業検証・改善【Check・Action】

主な取り組み内容	・新聞による広報 ・テレビ広報 ・ラジオ広報 ・ストリートビジョンによる市政情報の発信					
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	テレビ広報などで、道後温泉プロジェクトや道後アート、松山市制施行・市議会開設130周年などを周知したことで市民愛着度の向上に資することができた。		
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
R元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	特になし					
R2年度の目標	引き続きメディア広告等事業で「市民のまちへの愛着度の向上」を図りながら、市政情報をより分かりやすく市民の方に伝える。		R2年度の主な取組内容(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】 夏のイベント(松山まつり)や、春まつりなどの周知を予定	特に環境変化,障害,課題等解決のため,R2年度で取り組む改善策	特になし