

事務事業一覧表

施策コード	事業名称	部局名	所属名	ページ
0511	都市イメージ向上事業	総合政策部	シティプロモーション推進課	2
0511	都市ブランド戦略推進事業	総合政策部	シティプロモーション推進課	3
1142	市政広報事業	総合政策部	シティプロモーション推進課	4
1142	メディア広告等事業	総合政策部	シティプロモーション推進課	5

令和8年度 松山市事務事業シート（令和7年度実績分）

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G	市政広報・魅力発信	連絡先	948-6877
------	-------	-----	---------------	-----	-----------	-----	----------

1.事業概要【Plan】

事業名	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
0511					
政策【分野】	ワクワクを全国・世界へつなぐ【都市の魅力】	各種計画該当	総合計画(実施計画)	市長公約	
政策別未来像	松山ファンが増えて、集まってくる		○	○	
施策	人と仕事を呼び込む情報発信	根拠法令			
主な取組	シティプロモーションの推進				
目的・背景	【目的】本市が他都市と比べて優位性を保ち、「選ばれる都市」となるため、テレビやインターネット、SNSを効果的に活用するクロスメディア戦略により、本市の多彩な魅力や価値を全国・世界へ発信することで、都市そのものに対する信頼や好感を市の内外から獲得する。				
対象・内容	【対象】市民、市外の方 【内容】県外在住者に「行ってみたい、住んでみたい」、市内在住者に「ずっといたい」と感じてもらえるよう以下の事業を実施 ○メディア戦略事業 本市が持つさまざまな魅力を発信するため、マスコミやネットニュースへの情報提供、SNSのインフルエンサーの誘致などの活動を行う ○Instagramの運用 若者に松山の魅力が刺さるInstagram『マツヤマデイズ』を運用。本市のさまざまな魅力を発信する。 ○ロケ支援・ファンイベントの開催 本市が舞台となる映画やアニメの制作支援や、作品のファンが楽しめる発行物の制作やファンイベントを企画・開催する。				

2. 事業実施【Do】

2. 事業実施【Do】		会計	一般会計	款	総務費	項	総務管理費	目	企画費
事業費／財源		令和6年度	令和7年度	令和8年度		主な 経費 (千円) 【R7 決算】	Instagramの運用業 務委託		9,464
予算 (千円)	事業費計	55,995	36,653	30,226			フリーペーパー制作業 務委託		8,940
	国費・県費		11,876	11,546					
	市債								
	その他								
	一般財源	55,995	24,777	18,680		メディア戦略事業業 務委託		8,685	
決算 (千円)	事業費計	53,245	36,745			主な 取組 内容 【R7】	・Instagramの運用業務 ・フリーペーパー制作業務 ・メディア戦略事業		
	国費・県費	20,815	12,465						
	市債								
	その他	1,100	100						
	一般財源	31,330	24,180						
	(執行率)	95%	100%						
人役	正規職員	3.0	3.0	3.0		特記 事項	決算額が予算額を上回ったのはロケ地PR リーフレット制作業務委託を実施したため		
	その他								
	合計	3.0	3.0	3.0					

3.事業評価(検証・改善)【Check・Action】

種類	指標名		区分	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度(最終目標年度)	目標の達成又は未達成要因の分析(令和7年度)
成果指標	本市に関するポジティブツイート件数		目標	110,000	130,000	150,000	150,000	愛媛ゆかりの芸能人や道後アート、四国初上陸の「鳥フェス」などのイベントなどが牽引しポストが伸びたため
			実績	125,000	179,000			
	単年で増	件	達成率	114%	138%			
成果指標	プロモーション活動における情報接触人数		目標	435,000	440,000	445,000	450,000	「幸せになろう」の動画PRを強化したこと、閲覧数が増加したため
			実績	448,000	1,102,009			
	単年で増	人	達成率	103%	250%			
事業評価	評価	期待した成果をあげることができた。						
	理由	劇場アニメ「がんばっていきまっしょい」を通じて生まれたファンと地域住民の交流を深める「聖地梅津寺ビーチクリーン」を開催するなど、昨年度に続いて、松山市は「訪れてみたい日本のアニメ聖地88」に選定された。また、メディア戦略事業では、松山市を取り上げたSNSの投稿で200万回再生を超えたほか、Instagram『マツヤマデイズ』では、フォロワー数が6000人を超え順調に推移するなど全国にシティプロモーションを展開できた。						
課題	市内外の若者に訴求可能なプロモーション活動			今後の方向性	現行のまま継続	左記の理由	順調に進んでいるため	

令和8年度 松山市事務事業シート（令和7年度実績分）

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G	市政広報・魅力発信	連絡先	948-6877
------	-------	-----	---------------	-----	-----------	-----	----------

1.事業概要【Plan】

事業名	都市ブランド戦略推進事業	事業性質	1-1:自治事務(実施規定なし)	事業区分	2:委託
0511					
政策【分野】	ワクワクを全国・世界へつなぐ【都市の魅力】	各種計画該当	総合計画(実施計画)	市長公約	
政策別未来像	松山ファンが増えて、集まってくる		○	○	
施策	人と仕事を呼び込む情報発信	根拠法令			
主な取組	シティプロモーションの推進				
目的・背景	【目的】 「第2期松山市都市ブランド戦略」に基づき、市の内外から選ばれるまちの実現を目指して、効果的なブランディングを推し進め、一人でも多くの市民が「住み続けたい」「勤めたい」といった愛着や誇りを育み、市外の人からも「行ってみたい」「住みたい」といった関心や憧れを高める。 【背景】 本市の都市ブランドを確立し、選ばれるまちを目指して、令和7年度に「第2期松山市都市ブランド戦略」を策定。				
対象・内容	【対象】市民、市外の方 【内容】第2期松山市都市ブランド戦略に基づき、以下の業務を実施。 ○幸せメッセージ募集事業の開催負担金 ブランドスローガン「幸せになろう。」の普及浸透を目的に、幸せのメッセージを募集。全国47都道府県から5,726点の作品が寄せられ、大賞1点、優秀賞4点、入賞5点を決定し、授賞式を行った。 ○ブランドメッセージ普及啓発PR事業 ブランドメッセージの普及啓発のため、PRツールを制作し、首都圏のイベントに出展して本市の魅力を発信。また、松山で感じる幸せを募集し、それをウェブサイトやSNS、広報紙を通じて紹介した。また、YouTube上で動画広告を配信し、ブランディングを強化したほか、木のオブジェにメッセージカードを吊るす参加型のアートプロジェクトを実施した。				

2. 事業実施【Do】

2. 事業実施【Do】		会計	一般会計	款	総務費	項	総務管理費	目	企画費
事業費／財源		令和6年度	令和7年度	令和8年度		主な 経費 (千円) 【R7 決算】	都市ブランド推進業務委託		9,900
予算 (千円)	事業費計	24,540	19,933	16,053			幸せメッセージ募集事業 の開催負担金		7,997
	国費・県費		200	7,650			松山市ブランディングサ イト運営管理業務委託		1,400
	市債								
	その他								
	一般財源	24,540	19,733	8,403					
決算 (千円)	事業費計	23,839	20,064			主な 取組 内容 【R7】	・ブランドスローガン普及啓発のためのPR ツールの制作、イベント出展、動画広告配 信、市民参加型のアートプロジェクトなどの 実施 ・幸せメッセージの募集と表彰 ・ブランディングサイトの運営		
	国費・県費	1,188	9,200						
	市債								
	その他	10,000	1,113						
	一般財源	12,651	9,751						
	(執行率)	97%	101%						
人役	正規職員	2.0	2.0	2.0		特記 事項	当初想定されていなかった旅費が発生した ため、流用に伴う事業費の増加があった。		
	その他								
	合計	2.0	2.0	2.0					

3.事業評価(検証・改善)【Check・Action】

種類	指標名		区分	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度 (最終目標年度)	目標の達成又は未達成要因の分析 (令和7年度)	
	目指す方向性	単位							
活動指標	イベントの出展回数		目標	0	5	5	5	積極的にPR活動に取り組んだため。	
			実績	0	9				
	単年で増	回	達成率	0%	180%				
成果指標	ブランドメッセージを見たり聞いたりしたことがある市民の割合		目標	－	20	40	60	イベント出展のほか、SNSなどの情報発信にも積極的に取り組んだため。	
			実績	－	46				
	累計で増	%	達成率	－	229%				
事業評価	評価	期待した成果をあげることができた。							
	理由	イベントでの積極的なPR活動やSNSなどを通じた情報発信に力を入れたことで、目標数値をクリアすることができたため。							
課題	「第2期松山市都市ブランド戦略」で掲げる目標達成に向けて、ブランディング活動に取り組み、都市のイメージを向上させる。					今後の方向性	現行のまま継続	左記の理由	「第2期松山市都市ブランド戦略」に基づきブランディング活動を進めるため。

令和8年度 松山市事務事業シート（令和7年度実績分）

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G	市政広報・魅力発信	連絡先	948-6707
------	-------	-----	---------------	-----	-----------	-----	----------

1.事業概要【Plan】

事業名	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
1142					
政策【分野】	つなぐを支える【連携】	各種計画該当	総合計画(実施計画)	市長公約	
政策別未来像	つながりがまちの活力になっている		○	○	
施策	市民参画と広報・広聴の促進	根拠法令			
主な取組	行政情報の発信				
目的・背景	【目的】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。				
対象・内容	【対象】市民 【内容】広報紙やホームページ、点字広報等、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 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 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。				

2. 事業実施【Do】

2. 事業実施【Do】		会計	一般会計	款	総務費	項	総務管理費	目	広報広聴費	
事業費／財源		令和6年度	令和7年度	令和8年度		主な経費 (千円) 【R7 決算】	広報まつやま等印刷製本費		67,287	
予算 (千円)	事業費計	166,739	165,671	186,084			広報まつやま配送業務等委託料	56,618		
	国費・県費	100	100	13,075				市勢要覧松山2026制作業務委託料	2,420	
	市債									
	その他	7,904	7,889	7,623						
	一般財源	158,735	157,682	165,386						
決算 (千円)	事業費計	146,274	144,340			主な取組 内容 【R7】	・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 ※令和8年1月1日号から広報まつやまをリニューアル ・市ホームページの管理運営			
	国費・県費	105	66							
	市債									
	その他	7,905	7,592							
	一般財源	138,264	136,682							
	(執行率)	88%	87%							
人役	正規職員	5.9	5.9	5.9		特記 事項				
	その他									
	合計	5.9	5.9	5.9						

3.事業評価(検証・改善)【Check・Action】

種類	指標名		区分	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度 (最終目標年度)	目標の達成又は未達成要因の分析 (令和7年度)	
	目指す方向性	単位							
活動指標	広報まつやま発行部数		目標	5,928,000	5,928,000	5,928,000	5,928,000	関係課の協力により目標を達成できた。	
			実績	5,931,000	5,930,000				
	現状維持	部	達成率	100%	100%				
成果指標	市政情報が届いていると 思う市民の割合		目標	—	60	65	70	広報紙の配布等により市政情報を提供できた。	
			実績	—	61				
	単年で増	%	達成率	—	102%				
事業評価	評価	期待した成果をあげることができた。							
	理由	広報紙や市ホームページ、市LINE公式アカウントなど、市が有する様々な広報手段を活用し、市政情報を市民の皆さんにタイムリーにお届けすることができた。							
課題	・市ホームページの検索のしやすさ ・SNSの活用					今後の 方向性	見直しを検討	左記の 理由	市民の皆さんが利用しやすい環境づくりに 取り組んでいく。

令和8年度 松山市事務事業シート（令和7年度実績分）

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G	市政広報・魅力発信	連絡先	948-6707
------	-------	-----	---------------	-----	-----------	-----	----------

1.事業概要【Plan】

事業名	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
1142					
政策【分野】	つなぐを支える【連携】	各種計画該当	総合計画(実施計画)	市長公約	
政策別未来像	つながりがまちの活力になっている		—	—	
施策	市民参画と広報・広聴の促進	根拠法令			
主な取組	行政情報の発信				
目的・背景	【目的】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して、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る。				
対象・内容	【対象】市民 【内容】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 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 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。				

2. 事業実施【Do】

2. 事業実施【Do】		会計	一般管理費	款	総務費	項	総務管理費	目	広報広聴費
事業費／財源		令和6年度	令和7年度	令和8年度		主な経費 (千円) 【R7 決算】	テレビ広報		17,094
予算 (千円)	事業費計	36,963	37,157	30,082			ラジオ広報		5,016
	国費・県費						ストリートビジョン		4,858
	市債								
	その他								
	一般財源	36,963	37,157	30,082					
決算 (千円)	事業費計	36,066	35,952			主な 取組 内容 【R7】	テレビ広報、ラジオ広報、ストリートビジョン、新聞広報		
	国費・県費								
	市債								
	その他								
	一般財源	36,066	35,952						
	(執行率)	98%	97%						
人役	正規職員	2.1	2.1	2.1		特記 事項			
	その他								
	合計	2.1	2.1	2.1					

3.事業評価(検証・改善)【Check・Action】

種類	指標名		区分	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度 (最終目標年度)	目標の達成又は未達成要因の分析 (令和7年度)	
	目指す方向性	単位							
活動指標	広報テレビ放送回数		目標	50	50	50	50	関係課の協力により目標を達成できた。	
			実績	50	51				
	現状維持	回	達成率	100%	102%				
成果指標	広報テレビ視聴率(個人)		目標	6.0	6.0	6.0	6.0	関係課の協力により目標を達成できた。	
			実績	6.9	6.4				
	現状維持	%	達成率	115%	107%				
事業評価	評価	期待した成果をあげることができた。							
	理由	的確に広く市民等に市政情報の発信を行うことができた。							
課題	日常の情報入手手段として、InstagramやXなど新たな情報入手媒体が広がっている。また物価高騰により、費用の増加が見込まれる。					今後の方向性	現行のまま継続	左記の理由	引き続き、メディア環境に応じた適正な広報媒体を活用しながら、広く市民等に市政情報を発信していく。