

施策	7202 市の認知度の向上						
区分	妥当性	妥当	コスト削減の余地	無	受益者負担	適正	
	上位貢献度	有効	類似事業の有無	無	成果向上の余地	有	
対象	市民						
施策が目指す姿	市のマスコットキャラクターとち介を先頭に、ふるさと大使や市民とともに市内外で栃木市の周知を図り、各種メディアを活用した情報の発信に努める。						
成果指標	とち介市外派遣数・・・120回 とち介Twitterのフォロワー数・・・20,000人 ふるさと大使委嘱人数・団体数・・・25人						
目標達成状況			平成30年度	平成31年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	成果指標1 [回]	予定	70.00	90.00	100.00	110.00	120.00
		実績	84.00				
	成果指標2 [人]	予定	8,500.00	11,000.00	14,000.00	17,000.00	20,000.00
		実績	8,516.00				
		単位コスト	2.15				
	成果指標3 [人]	予定	18.00	20.00	22.00	24.00	25.00
		実績	24.00				
		単位コスト	761.13				
	成果指標4 []	予定					
		実績					
		単位コスト					
内部評価	貢献度	予定	19,984	17,590	17,585	0	0
		実績	18,267	17,590	17,585	0	0
	達成状況	基本施策が目指す、本市の魅力を発信し、本市への移住定住の促進を実現するため、本施策の貢献度は高い。					
	課題	本施策の各成果指標については年度目標を達成しており順調に推移しているが、下位の事務事業の目標は未達となっている。					
外部評価	取組方針	本施策と下位事務事業との成果指標実績の乖離要因や整合性の検証に加え、観光客の入込客数や市外からの移住者数といった成果に反映できているか検証を行う必要がある。					
		市の認知度向上の成果を図るため、観光振興や移住定住促進など、庁内他部署と連携を図った取り組みを実現させていきたい。					
単位施策達成のための事務事業	成果指標である、「とち介市外派遣数」、「とち介Twitterのフォロワー数」、「ふるさと大使委嘱人数・団体数」の指標は目標を達成し順調に推移しているが、市民の歌に関しては、依然として多くの市民に周知されていない。小中学校では機会があることに歌われているようではあるが、多くの市民に一層の愛着を感じて頂けるよう各イベントにおいても発信するようお願いしたい。						
	また、ふるさと大使についても有名人が数多く委嘱されたいが、その方が大使であることを市民は知らない。ふるさと大使を一同に会したイベントを開催し栃木市の魅力を市内外に発信してもらってはいかがか。						
	事業コード	名 称	トータルコスト(千円)		達成度		
	762401	市民の歌活用事業費	3,308		100		
	701701	マスコットキャラクター活用事業費	13,109		88		
	715401	マスコットキャラクター応援基金積立金	1,850		62		

単位施策評価表 補表

施策	7202 市の認知度の向上		
区分	妥当性	妥当	本市のシティプロモーションを展開するうえで市内外での認知度を高めることは必要であり妥当であるとする
	コスト削減の余地	有	下位の事務事業でのコスト削減の余地はあるとする
	受益者負担	適正	受益者負担は適正であるとする
	上位貢献度	有効	基本施策の達成に本施策は有効であるとする
	類似事業の有無	無	類似事業はない
	成果向上の余地	有	成果の向上の余地は十分にあるとする
内部評価	貢献度	基本施策が目指す、本市の魅力を発信し、本市への移住定住の促進を実現するため、本施策の貢献度は高い。	
	達成状況	本施策の各指標は順調に推移しており、特に市の公式マスコットキャラクター「とち介」については、とち介の公式Twitterのフォロワー数が、市の公式Twitterのフォロワー数を大幅に超えるなど、その認知度は市内外ともに高くなっている。	
	課題	これまで本市のシティプロモーションはとち介を先頭に展開してきたが、とち介の認知度に対して、本市の認知度が追い付いていない状況は大きな課題であると考えており、目的と手段を整理した戦略的なシティプロモーションが求められるとする。	
	取組方針	市の認知度を高める成果として、観光客の入込数や本市への移住者数の増加といった指標に貢献するようなシティプロモーションを展開するため、他部署との連携強化による、これまでにない取り組みを実施していきたいとする。	