

政策	72 シティプロモーションの推進							
区分	妥当性	妥当	コスト削減の余地	有	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	<ul style="list-style-type: none"> ・市民一人ひとりが栃木市の魅力を知り、好きになることで、住んで良かったと実感する ・市民が栃木市に愛着と誇りを持って住み続け、自ら栃木市の魅力をPRすることで、交流人口、定住人口の増加が図られ、魅力あるまちになる。 							
成果指標	市民の栃木市が「好き」の割合・・・5年間で72.0%（現状値63.6%） 関東の人が栃木市を知っている割合・・・5年間で65.0%（現状値44.6%） 関東外の人が栃木市を知っている割合・・・5年間で45.0%（現状値28.5%）							
目標達成状況			平成30年度	平成31年度	令和2年度	令和4年度	令和3年度	令和3年度
	成果指標1 [%]	予定	65.00	67.00	69.00	72.00	71.00	71.00
		実績	78.40	78.20				
	成果指標2 [%]	予定	48.00	52.00	56.00	65.00	60.00	60.00
		実績	54.10	73.09				
	成果指標3 [%]	予定	30.00	34.00	38.00	45.00	42.00	42.00
		実績	32.00	58.66				
	成果指標4 [%]	予定						
実績								
トータルコスト (千円)	予定	39,794	49,444	44,635	0	0		
	実績	37,173	49,444	44,635	0	0		
内部評価	貢献度	本施策が目指す、市民や市外の方が本市の魅力を知り、好きになってもらうことは、基本方針実現への貢献度は高い。						
	達成状況	各成果指標とも年度目標を達成しており、順調に推移している。下位事務事業の一部に目標未達があることを踏まえて目標達成に向けた対応と進捗管理を行っていききたい。						
	課題	成果指標における関東外の方の認知度向上は非常に難しい課題となっており、費用対効果を鑑みながら効果的なシティプロモーションの展開が求められる。						
	取組方針	庁内の関係部署との連携を強化し、新たな取組みの検討、実現により、成果指標の目標達成や他の成果指標達成の貢献を図っていききたい。						
外部評価	3つの成果指標すべてで目標値を上回ったことは喜ばしい。とち介の活躍が大きな役割を果たしている。引き続き本市のPRに努めてもらいたい。昨年、PR冊子480冊を店舗に設置したと伺ったが、感染症等の影響から設置された冊子は見ていただけない可能性がある。フリーペーパー等での対応をお願いしたい。また、冊子が出来上がると事業が完了した感があるがその後の検証はしっかり行ってほしい。 ふるさと大使には多くの方が任命されているが、市民は誰が任命され、どういった活動をしていくのかわからない。ふるさと大使が一同に会した報告会を開催し本市の魅力等を語ってもらってはどうか。 現代は、活字だけではなくビジュアルでアピールすることも大切である。市の案内所や駅等に市内の名所を写真等でPRする方法も検討してほしい。							
基本施策達成のための単位施策	施策コード	名 称				トータルコスト(千円)	達成度	
	7201	愛着と誇りの醸成				30,543	100	
	7202	市の認知度の向上				17,590	100	

基本施策評価表 補表

施策	72 シティプロモーションの推進		
区分	妥当性	妥当	本市の交流人口や定住人口の増加に向けて、本市のシティプロモーションを推進することは妥当である
	コスト削減の余地	有	下位の事務事業についてコスト削減の余地はあると考える
	受益者負担	適正	受益者負担は適正であると考え
	上位貢献度	有効	上位基本方針への貢献度は高く施策は有効であると考え
	類似事業の有無	無	類似事業はない
	成果向上の余地	有	成果向上の余地は十分あると考える
内部評価	貢献度	本施策が目指す、市民や市外の方が本市の魅力を知り、好きになってもらうことは、基本方針実現への貢献度は高い。	
	達成状況	各成果指標とも目標を達成しており、特に栃木市を好きだと思っている市民の数や関東の在住者の認知度は高い傾向にあり、市民の愛着心の醸成や観光・移住の主要なマーケットである関東地方での知名度の維持を心がけていきたい。	
	課題	関東外の認知度を高めることは非常に難しい課題であると認識しており、費用対効果を鑑みながら、かつ庁内の関係部署との連携を図りながら、新たなシティプロモーションを展開する必要があると考える。	
	取組方針	国内外の観光客誘客のイベントや移住促進イベントなどへの参加やこれまでプロモーションを行なえなかった地域へのアプローチを検討し、効率的かつ効果的な取り組みを実施したいと考える。	