

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3年度	令和4年度
	成果指標1 [%]	予定	65.00	67.00	69.00	71.00	72.00
		実績	78.40	78.20			
	成果指標2 [%]	予定	48.00	52.00	56.00	60.00	65.00
		実績	54.10	73.09	88.26		
	成果指標3 [%]	予定	30.00	34.00	38.00	42.00	45.00
		実績	32.00	58.66	70.50		
	成果指標4 [%]	予定					
実績							
トータルコスト (千円)	予定						
	実績	37,173	48,133	44,635			
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	感染症等の影響によりシティプロモーションアンケートが未実施となり、本市を好きな市民の割合調査が出来なかったが、栃木市の認知度は年度目標を大幅に超えている。					
	課題	成果指標における本市の認知度は向上しているが、認知されている内容を精査し、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、市外に向けた情報発信に併せて、市民への本市の魅力発信も展開し、成果指標の目標達成や他の成果指標達成の貢献を図りたい。					
外部評価	本施策の成果指標である「市民が栃木市を好きの割合」については、新型コロナウイルス感染症等の影響によりアンケートが実施できなかったため職員による評価は実施されていない。「関東の人が栃木市を知っている割合」、「関東外の人が栃木市を知っている割合」については認知度が向上している。 新型コロナウイルス感染症の影響により市内のみならず市外の方からも多大な人気を誇る市のマスコットキャラクター「とち介」の派遣業務の実施が難しい状況であることは残念であるが、担当課においてSNS等での発信や動画投稿による情報発信に努めるなど工夫を凝らした取組みが行われていることは評価できる。 新型コロナウイルス感染症の影響により制約があると思うが、本市に対する愛着をさらに感じていただけるよう引き続き様々な手段による情報発信により本市のプロモーションに努めていただきたい。						
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				27,050	100
	7202	市の認知度の向上				17,585	89

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	感染症等の影響によりシティプロモーションアンケートが未実施となり本市を好きな市民の割合については調査ができなかったが、観光アンケートより関東内・関東外の在住者の栃木市の認知度は向上していた。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	本市の認知度は関東内外ともに向上しているが認知されている内容の精査が必要と考えられる。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、効果的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と市外でのプロモーションを重視して検討してきたが、併せて市民に向けての本市の魅力発信も検討し、市民も参画した効率的かつ効果的な取り組みを実施したいと考える。	