

平成29年度 事務事業マネジメントシート

事業名	市のイメージ向上と企業・住民誘致の推進事業			会計	款	項目	大専	小専
政策	05	5節	賑わいと活気に満ちた流山（産業の振興）	主管課	マーケティング課			
施策	5-1	商業の拠点づくりと地域密着型サービスの強化		主管課長	藤原 睦美			

I 事務事業の目的・内容

事業目的	対象	首都圏の住民(将来の市民)	意図	流山市を広く認知し、よい街のイメージを持ってもらう。また多くの方に流山市を訪れてもらい、さらに移り住んでもらう。
事業内容	首都圏駅PR広告により、首都圏域に住むDEWKS層を中心に市の認知度、イメージの醸成を図る。また、シティセールスイベント等の実施及びプロモーションを行なうことにより、テレビ・新聞・インターネット等のメディアを通じて情報発信を仕掛け、流山市の知名度とイメージ向上を図り、ひいては住民誘致・流山市ブランドの構築につなげる。			
事業開始から現在までの状況変化	平成15年10月マーケティング室、平成16年4月から課組織として事業がスタート。平成21年4月シティセールス体制を強化した。以来ターゲット層を含む人口が順調に増加している。またイベントではコンセプトを明確にし、市のイメージ、知名度をアップするものとなっている。また、近年フィルムコミッションを有効なツールとしてプロモーションを展開している。			

II 事務事業の実績・現状及び成果を表す指標の動きとコストの状況

指標	名称	平成27年度	平成28年度	平成29年度	単位	目標方向	算定式（成果指標の場合）
①	イベント集客数	147,700	137,370	139,950	人	↑↑↑	集客数合計
②	人口増加数	4,021	4,529	5,126	人	↑↑↑	当年常住人口
③	人口に占める30～40歳代の割合	31.30	31.70	31.90	%	↑↑↑	30～40代人口÷人口合計×100、年度末
④	イベントにおける市外来場者比率	43.60	34.70	39.60	%	↑↑↑	市外来場者÷イベント来場者総数×100
⑤							
⑥							
指標で表すことができない定性的な成果	市制施行50周年に合わせ、イベントの誘致や新たな企画の実施によるプロモーション活動により、さらなる市の知名度とイメージ向上を図ることができた。			目的に対する現状（客観的事実・データに基づく現在の状況や取組状況）			
事務事業のコスト	平成27年度	平成28年度	平成29年度	目的に対する現状（客観的事実・データに基づく現在の状況や取組状況）			
事務事業の総コスト(a=b+c)	60,856,228	57,238,592	63,606,237	○流山市市制施行50周年記念としてNHKのど自慢を誘致し、全国放送網を介して、知名度向上・イメージのアップを図ることはできたが、予定以上の歳出が発生してしまった。			
事業費(b)(円)	21,524,228	21,194,592	30,922,517	○各イベントにて話題性等を考慮し、今までの繰り返しではなく、新たな企画を検討・実施した。			
うち一般財源	21,524,228	21,194,592	30,922,517	○SNSを使った情報発信は、フォロワーも増え、順調に情報交流のリピーターを確保できている。			
職員給与費(c)(円)	39,332,000	36,044,000	32,683,720	○フィルムコミッション事業において、作品支援による市の有効なPRを実現した。			
人役・職員(人)	5.00	5.00	4.60				
人役・再任用(人)							
人役・臨職(人)	1.00	1.00	1.08				
人役・嘱託(人)							
初期投資コスト(円)（建設又は取得年度のみ記入）							
想定耐用年数（年）（建設又は取得年度のみ記入）							

III 事務事業の評価、今後の方向性及び業務改善 <※主管課長記入>

(1) 事務事業についての評価及び今後の方向性

個別評価	必要性	今後の必要性	B 必要性は変わらない	有効性	目標達成度	A 達成できた
		市関与の必要性	A 市が担うべき	効率性	対象者の適切性	A 対象者は適切である
					コストの削減	A 削減の余地はない
総合評価	II 継続（事業を現状どおり継続すべき）					

(2) 事務事業の業務改善について

①今年度(H29)の改善計画	これまでの取り組みを進化・継続させていくとともに、流山市ブランドの構築活動の進捗、成果度合を客観的に評価する仕組み作りに取り組む。	③取組の課題	人口の減りにくいまちに向けての環境づくりのため、流山市ブランドをより高い位置に引き上げる施策を実施していく必要がある。
②今年度(H29)に実施した取組	流山市ブランドの構築活動の進捗、成果度合を客観的に評価するため、「ブランド認知度調査」を実施し、流山市の現状のブランド認知度を確認した。	④今後(H30以降)の改善計画	流山市の都市イメージを具現化するデザインを作成し、ビジュアル・アイデンティティ確立のため、マニュアル作成及び啓蒙活動に取り組む。