

施策を構成する事業評価

No.	49	担当課	秘書広報課
-----	----	-----	-------

1. 施策名

基本目標	5	まちづくりに市民と行政が共に取り組むまち【コミュニティ・自助・共助・公助】
政策名	2	まちの元気・魅力が発信されるまちづくり
施策名	1	知名度向上に向けて情報を発信します

2. 重点事業

事業名(中分類)	メディアを利用した情報発信事業		予算事業番号 (予算事業名)	2.1.2.102023(広報広聴費)									
事業指標	情報機関への情報発信件数	現状値 (H27(2015))	実績値									目標値 37年度	達成 状況(%)
		694 回/年	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度	36年度	37年度	800 回/年	121
事業概要	菊川市の知名度向上を図り、若者や子育て世代の定住化を促進するためにメディアを利用した情報発信を行う。												
取組内容・結果等(D)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・968件の情報発信を行い、テレビで99回の放送、新聞(静岡・中日)で288回の掲載がなされた。情報発信件数は前年から205件も多かったものの、テレビ・新聞で取り上げられた回数は、103件のマイナスであった。</li> <li>・広報ホームページ委員会を3回開催し、各課の委員を通じて積極的な情報発信を呼び掛けた。</li> </ul>												
課題・問題点等(C)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報発信の件数を増やしても、メディアの露出にうまく繋がっていない。</li> </ul>												
今後の方向性(A)	引き続き、各課の広報・ホームページ委員を中心に積極的な情報発信を呼び掛けるとともに、マスコミに新しい情報を提供できるよう、ネタの掘り起こしに努め、メディアを通じて元気な菊川市を広く発信していく。												

3. 基本事業

事業名(中分類)	市長定例記者会見の実施		予算事業番号 (予算事業名)	2.1.2.102023(広報広聴費)									
事業概要	市の施策に関する情報や主要なイベント情報等を、市長から直接発信していただくことにより、マスメディアへの露出を増やし、もって市内外への情報発信力を高めることを目的とする。												
取組内容・結果等(D)	4月・6月・8月・10月・12月・2月の年6回記者会見を行った。市長リリース事項は計20件、情報提供事項は計12件であった。												
課題・問題点等(C)	イベント情報に偏ることなく、市の施策(新規事業や重点事業)に関する市長リリースを増やしていく必要がある。												
今後の方向性(A)	新たな施策の立案、実施等に関する情報を、最適なタイミングで効果的に発信できるよう、各課の情報発信に対する意識を高めていく。												

施策を構成する事業評価

No.	49	担当課	秘書広報課
-----	----	-----	-------

1. 施策名

基本目標	5	まちづくりに市民と行政が共に取り組むまち【コミュニティ・自助・共助・公助】
政策名	2	まちの元気・魅力が発信されるまちづくり
施策名	2	移住・定住に関する情報を積極的に発信します

2. 重点事業

事業名(中分類)	移住・定住推進事業		予算事業番号 (予算事業名)	2.1.2.102151(総合戦略・知名度向上事業費) 2.1.2.102155(総合戦略・菊川市魅力発信事業費) 2.1.2.102023(広報広聴費)									
事業指標	ランディングページ閲覧回数	現状値 (H27(2015))	実績値									目標値 37年度	達成 状況(%)
		H28.2.1 ランディング ページ閲覧開始 のため、 現状値不明	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度	36年度	37年度	10万回/年	59.1
事業概要	移住・定住促進、人口減少対策に向けた効果的な広報として、主に子育て世代を対象とし、菊川市の魅力を紹介する小冊子の増刷やインターネットを利用した広告など、総合的な広報活動を行い、市の魅力をPRする。												
取組内容・結果等(D)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住定住特設ページの改修を8月末に完了した。</li> <li>・6月1日から10月31日までの5か月を応募期間としてInstagramフォトコンテストを開催した。二つの部門で募集を行い、菊川市の魅力と考えるものの写真を投稿する「魅力のわ」部門に501作品(投稿数343件)、笑顔やほほえましい光景の人物が映った写真を投稿する「笑顔のわ」部門に331作品(投稿数178件)の応募があり、市内外から多くの方にご参加いただいたことで、市公式Instagramフォロワー数もコンテスト終了時(10月末時点)には目標の1,000人を超える1,019人となった。(※H31年3月末現在:1,144人)</li> </ul>												
課題・問題点等(C)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Instagramのフォロワーが離れていくことのないよう、菊川市の魅力を掘り起こし、写真・動画を効果的に使いながら随時発信していく必要がある。</li> <li>・市外の人に菊川市に来てもらい、市の良さを直に感じてもらうと共に、市内の人も市の魅力や地域の資源を再認識し、郷土愛が更に深まるような、菊川市のファンを増やす取組が必要である。</li> </ul>												
今後の方向性(A)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住定住特設ページの維持管理を行うとともに、フェイスブックやInstagramを通じた若い世代への効果的な情報発信を行う。</li> <li>・多くの人に菊川市を訪れてもらうため、市内を回遊する体験型イベントや地域情報をインターネット上の百科事典「ウィキペディア」へ掲載するウィキペディアタウンを実施する。</li> </ul>												

3. 基本事業

事業名(中分類)	なし	予算事業番号 (予算事業名)	
事業概要			
取組内容・結果等(D)			
課題・問題点等(C)			
今後の方向性(A)			

施策を構成する事業評価

No.	50	担当課	企画政策課
-----	----	-----	-------

1. 施策名

基本目標	5	まちづくりに市民と行政が共に取り組むまち【コミュニティ・自助・共助・公助】
政策名	2	まちの元気・魅力が発信されるまちづくり
施策名	2	移住・定住に関する情報を積極的に発信します

2. 重点事業

事業名(中分類)	移住・定住推進事業		予算事業番号 (予算事業名)	2.1.7.102158(移住・定住・交流推進事業)									
事業指標	暮らし案内件数	現状値 (H27(2015))	実績値									目標値 37年度	達成 状況(%)
		—	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度	36年度	37年度	6件/年	116
事業概要	<p>・まち・ひと・しごと創生総合戦略の目標である「地方へ新しい人の流れをつくる」ことを目的に、移住を検討している方に菊川市を知るための案内事業の実施や、首都圏等で開催する移住相談会等へ参加する。</p> <p>・進学のため首都圏をはじめとする市外に転出した若者を菊川市へ呼び戻すことや、新しく世帯を形成する時期や住宅を取得する時期などに、できるだけ多くの人に居住地として菊川市を選択してもらえるよう、市内児童・生徒等が参加する農業ビジネスの実体験プログラム(菊川ジュニアビレッジ)等を実施し、積極的に情報発信する。</p> <p>・対外的な認知度の向上とともに、市民がまちに対する「誇り」や「愛着」を持って、まちの魅力を推奨する気持ちの醸成を図り、「住みよいまちを一緒に創る人を増やす」ことを目的として、シティプロモーション事業を展開する。</p>												
取組内容・結果等(D)	<p>・移住希望者を対象とした静岡県主催の「ふじのくにに住みかえるセミナー」や、「JOIN移住・交流&amp;地域おこしフェア」等の移住相談会に出展し、首都圏等の移住希望者に対し本市の移住施策のPRを行った。また、移住相談会や窓口で相談を受けた移住希望者のニーズに合わせたコースを巡り、本市の様々な情報を提供する「暮らし案内」を7件実施した。</p> <p>・農芸学校事業では、菊川ジュニアビレッジに市内外から延べ16人の小中学生が参加し、ハーブの栽培・収穫、パッケージのデザイン、ハーブティーの商品化及び商品の販売を行い、75万円を売り上げた。また、この活動に関して、テレビ、新聞等のメディアに取り上げられ、菊川市のPRに寄与した。</p> <p>・シティプロモーションについては、菊川市を愛する32名できがわ魅力さがし隊を結成、ワークショップを3回実施し、ブランドツアーを企画した。その後、市民団体である未来会議がモニターツアーを実施した。</p>												
課題・問題点等(C)	<p>・首都圏等における本市の知名度が不足しているため、移住希望先の候補として挙げられることが少ない。</p> <p>・農芸学校事業は、平成30年度をもって市の委託事業が終わり自走を始めたが、部員の確保や財源確保、活動を支える地域のボランティア等の人材確保が必要である。また、事業を継続させていくために、市も引き続き連携していく必要がある。</p>												
今後の方向性(A)	<p>・首都圏等で開催する移住相談会やセミナーへの参加、メディアを活用することで、本市の魅力を首都圏等に向け情報発信するとともに、「暮らし案内」を活用し本市の認知度向上や本市への移住者数の増加を図る。</p> <p>・農芸学校事業の委託は終了したが、菊川発祥の事業として法人の円滑な運営を後援していく。</p>												

3. 基本事業

事業名(中分類)	出会い・結婚サポート事業		予算事業番号 (予算事業名)	2.1.7.102150(総合戦略・出会い・結婚サポート事業)								
事業概要	<p>定住及び少子化対策の第1段階である結婚に向けての支援として、「結婚したいけど出会いがない」独身者の方に出会いの場を提供するものである。また、菊川市出会い・結婚サポート事業(婚活イベント)は「菊川市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に位置付けられている。</p>											
取組内容・結果等(D)	<p>平成30年11月23日に「アエルで出逢える恋仲パーティー2018」を開催した。第1部(30歳代、40歳代、50歳代)、第2部(20歳代、30歳代)の2部構成で開催し、計80名が参加した。司会を増田ちほ氏に、パーソナリティーを落語家の立川晴の輔師匠に依頼し、当日のパーティーを盛り上げた。1対1トーク、グルーptーク、フリートーク等で参加者の交流を図り、第1部・第2部合わせて11組のカップルがマッチングした。マッチングした方には、お付き合いにつながるように、掛川グランドホテルのランチ券及び連絡先交換のカードを配布した。また、マッチングしなかった方に向けて別の会場で「オフ会」を開催した。平成31年2月に、マッチングした11組を対象に追跡調査を実施し、連絡を取り合っているのは1組であった(回収数:7/22通)。</p>											
課題・問題点等(C)	<p>①参加者が固定化しないように、周知方法を検討する。</p> <p>②マッチングからお付き合いにつながるように検討が必要である。</p>											
今後の方向性(A)	<p>「アエルで出逢える恋仲パーティー」を継続開催し、菊川市が行う婚活イベントとして事業の定着を図る。</p> <p>課題①に対して、ポスター・チラシの配架やラジオや新聞を利用した周知方法に加え、民間婚活サイトへの登録等メディアを活用し、新規参加者の確保に努める。</p> <p>課題②に対して、引き続きパーソナリティと連携し、交流ゲームを進め参加者の交流を図ることや、マッチングしたカップルの今後の進展に繋がるようにアドバイスをする時間を設けるなど、お付き合いにつながるようにする。</p>											