

PDCAチェックシート(平成 27 年度実績評価)

		担当局	広報室
		担当課	広報課
		課長名	猪本
		施策番号	
		Ⅲ - 3 - (3) - ①	
事業名	タウンミーティング開催事業		
事業概要	様々な政策課題について、市民と直接対話するタウンミーティングや地域ふれあいトークを開催し、市民の意見を伺うとともに、市民が市政への理解を深めることで市民と市との協働によるまちづくりを進めることを目的とする事業です。		
コスト	事業費	27年度当初予算額 5,000 千円	27年度執行額 千円
	人件費	目安の金額 3,315 千円	課長 0.06 人 係長 0.15 人 職員 0.15 人
		(事業費備考)	
		(人件費備考)	

- 事業手法
- 直営 補助金
 - 全部委託 負担金
 - 一部委託 指定管理
 - その他

【Action】改善			
課題	H25年度の評価結果を受けての課題	市民と市との協働を進めることが目的であるため、市民意識調査の市政要望等により市民の関心の高いテーマを選択し、より効率的で多くの市民にご参加いただけるよう、さらに検討を行います。	見直し内容
		多くの市民に参加いただくとともに高い効果を得られるよう、関係局と協議をしながら、実施方法などの検討・見直しを行います。	

【Plan】計画			【Do】実施 → 【Check】評価		
目的	対象(誰を、何を)	目指す状態(どのような状態にしたいか、どのような成果を実現したいか)	成果の状況		
	市民	より多くの市民にご参加いただき、市民と市との協働を進めます。	代表的な成果指標の実績などを参考に、成果の状況をチェック		
代表的な成果指標	指標(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明と目標設定の考え方)	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績	27年度目標	27年度実績(達成率)	成果の状況評価理由
	市民の市政への関心・理解度	-	90 %		
	タウンミーティング参加者へのアンケート調査において、本市のまちづくりの方向性や市の取り組みについて関心・理解が深まったと答えた人の割合 (最終目標と目標年度) 毎年度90%以上				

活動計画	市民のまちづくりへの参画や市民の協働を進めるために、タウンミーティング及び地域ふれあいトークを開催し、市長が市民と直接対話し、意見を伺います。 実施方法(テーマの選定方法、規模、回数、実施場所・時間等)の工夫やアンケートによる満足度の把握などにより、多くの市民に参加いただくとともに高い効果を得られるよう検討を進めたいと考えています。	活動の状況	活動指標の実績を参考に、活動の状況をチェック		
活動指標	指標(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明)	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績	27年度目標	27年度実績(達成率)	活動の状況評価理由
	タウンミーティング開催回数	9 回	9 回		
	様々な政策課題についてタウンミーティングを開催し、市民との対話の機会を設けます。				
	タウンミーティング参加者数	1239 人	1,350 人		
	タウンミーティングを通じ、より多くの市民の参加を得て、対話を図ります。				

【Check】評価(分析)	
分析及び課題の整理	【成果の状況】 【活動の状況】 を踏まえた分析 ※事業手法の有効性、外部要因などの視点 「経済性」(同成果を低コストで) 「効率性」(同コストで高成果を) の分析 ※民間活力導入の視点

PDCAチェックシート(平成 27 年度実績評価)

		担当局	広報室
		担当課	報道課
		課長名	辰本
		施策番号	
		IV - 4 - (1) - ①	
事業名	ブランド創造・シティプロモーション事業		
事業概要	美しいまちをコンセプトとした北九州ブランドの浸透を図り、市民のまちへの愛着や自信や誇りを醸成し、まちが一体となったシティプロモーションを展開します。また、北九州市応援団の輪を広げ、クチコミ等を活用した本市のシティプロモーションを行います。		
コスト	事業費	27年度当初予算額 6,784 千円	27年度執行額 千円
	人件費	目安の金額 10,950 千円	課長 0.30 人 係長 0.30 人 職員 0.60 人
		(事業費備考)	
		(人件費備考)	
		事業手法 <input checked="" type="checkbox"/> 直営 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> 全部委託 <input type="checkbox"/> 負担金 <input checked="" type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 指定管理 <input type="checkbox"/> その他 ()	

【Action】改善			
課題	(都市ブランドの向上) 本市の魅力が十分に伝わっておらず、実態とイメージには大きなギャップが存在します。 (シビックプライドの醸成) まちへの愛着はあるが、まちに対する自信や誇りにつながっていない市民が多い状況です。	見直し内容	引き続き北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視した」ワークショップなどを開催し、北九州ブランド推進の輪を広げます。 アウトプットが比較的弱い20代、30代の若い世代を視野に入れた、全体的に広がりのあるより多くの市民を巻き込むような形の取り組みを展開します。

【Plan】計画			【Do】実施 → 【Check】評価		
目的	対象(誰を、何を) 市民、市外の人	目指す状態(どのような状態にしたいか、どのような成果を実現したいか) 北九州市は、これまで様々な形でイメージアップに取り組んできましたが、依然として市外の方が本市に対して抱くイメージと実態との間に大きなギャップがあるなど、十分に効果をあげているとは言えない現実があります。そのため、まずは、市民の愛着度や誇りを高め、本市の強みとなる北九州ブランドを確立し、効果的に発信することで、多くの方に「行きたい」「住みたい」「進出したい」などと思ってもらい、まちのにぎわい創出につなげていきます。	成果の状況	代表的な成果指標の実績などを参考に、成果の状況をチェック	
代表的な成果指標	指標(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明と目標設定の考え方) 本市への愛着があると答えた市民の割合	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績 79.3 %	27年度目標 86.5 %	27年度実績(達成率)	成果の状況評価理由
	目標の達成には、市民一人一人の関与が必要です。市民一人一人の意識改革を示す指標として、本市への愛着度に関するアンケートの調査結果を採用します(「肯定的な回答」をした者の数)。 (最終目標と目標年度) 平成28年度までに90.0%以上				
	本市への誇りや自信があると答えた市民の割合	57.0 %	68.9 %		
	目標の達成には、市民一人一人の関与が必要です。市民一人一人の意識改革を示す指標として、本市への誇りに関するアンケートの調査結果を採用します(「肯定的な回答」をした者の数)。 (最終目標と目標年度) 平成28年度までに75.0%以上				

活動計画	どうやって目的を達成するか 北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視した」ワークショップを開催し、北九州ブランド推進の輪を広げます。	活動の状況	活動指標の実績を参考に、活動の状況をチェック		
活動指標	指標(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明) 北九州ブランド浸透のためのワークショップ及び派生イベント開催回数	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績 15 回	27年度目標 25 回	27年度実績(達成率)	活動の状況評価理由
	北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視した」ワークショップを開催し、北九州ブランド推進の輪を広げます。25年度の成果分析に基づき、アウトプットが比較的弱い、若年層を意識した取り組みを展開します。				
	北九州ブランド浸透のためのワークショップ及び派生イベント参加人数	1,218 人	2,000 人		
	北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視した」ワークショップを開催し、北九州ブランド推進の輪を広げます。				

【Check】評価(分析)	
分析及び課題の整理	【成果の状況】 【活動の状況】 を踏まえた分析 ※事業手法の有効性、外部要因などの視点 「経済性」(同成果を低コストで) 「効率性」(同コストで高成果を) の分析 ※民間活力導入の視点

PDCAチェックシート(平成 27 年度実績評価)

		担当局	広報室				
		担当課	報道課				
		課長名	辰本				
事業名	北九州市ミュージアム構想推進事業		施策番号				
			IV - 4 - (1) - ①				
事業概要	まち全体を屋根のないミュージアムに見立て、市内各地の様々な地域資源を展示品にたとえ、市民の手でこれらを発掘・再発見し、さらにウェブサイト「北九州市 時と風の博物館」で情報の共有や補足等を行うことで、地域資源を磨き上げ、効果的な情報発信を展開します。		<input checked="" type="checkbox"/> 直営 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> 全部委託 <input type="checkbox"/> 負担金 <input checked="" type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 指定管理 <input type="checkbox"/> その他 ()				
			事業手法 (人件費備考)				
コスト	事業費	27年度当初予算額	27年度執行額	(事業費備考)	人件費	目安の金額	課長 0.30 人
		5,900 千円	千円			10,950 千円	係長 0.30 人 職員 0.60 人

【Action】改善			
課題	(都市ブランドの向上) H25年度の評価結果を受けての課題 本市の魅力が十分に伝わっておらず、実態とイメージには大きなギャップが存在します。 (シビックプライドの醸成) まちへの愛着はあるが、まちに対する自信や誇りにつながっていない市民が多い状況です。	見直し内容	幅広い世代の市民が自らの手で発掘・再発見した地域資源が、効果的に情報発信され、より多くの人に気づきや自信を与え、「市の好感度・誇り」の上昇に寄与するよう努めます。

【Plan】計画			【Do】実施 → 【Check】評価		
目的	対象(誰を、何を) 市民、市外の人	目指す状態(どのような状態にしたいか、どのような成果を実現したいか) 市外の方が抱く本市に対するイメージと、実態の間には大きなギャップが存在しており、イメージ向上の為に取り組みを展開していく必要があります。そのためには、市民自らが本市の魅力を再発見し、郷土愛を醸成し、当事者意識を持ってまち自慢を行う市民ムーブメントを興隆していく必要があります。まち全体でシェアプロモーションを展開する事によって、本市に対する憧れや期待を創出し、交流人口の増加、にぎわいの創出を図ります。	成果の状況	代表的な成果指標の実績などを参考に、成果の状況をチェック	
代表的な成果指標	指標(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明と目標設定の考え方) 本市が好きだと答えた市民の割合	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績 78.5 %	27年度目標	27年度実績(達成率)	成果の状況評価理由
	目標の達成には、市民一人一人の関与が必要です。市民一人一人の意識改革を示す指標として、本市への好感度に関するアンケートの調査結果を採用します(「肯定的な回答」をした者の数)。 (最終目標と目標年度) 平成28年度までに90.0%以上	86.3 %			
	本市への誇りや自信があると答えた市民の割合	57.0 %	68.9 %		
	目標の達成には、市民一人一人の関与が必要です。市民一人一人の意識改革を示す指標として、本市への誇りに関するアンケートの調査結果を採用します(「肯定的な回答」をした者の数)。 (最終目標と目標年度) 平成28年度までに75.0%以上				

活動計画	どうやって目的を達成するか 市民自らが、発掘・再発見した各地の多種多様な地域資源を発信し、共有し、さらに市民自らが情報の追加や捕捉を行うことで地域資源を磨き上げ、より効果的に情報を発信します。市民自らがまちの魅力を発信する場として、「北九州市 時と風の博物館」専用ウェブサイトを活用します。	活動の状況	活動指標の実績を参考に、活動の状況をチェック		
活動指標	指標(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明) 専用ウェブサイト会員登録数	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績 559 人	27年度目標	27年度実績(達成率)	活動の状況評価理由
	専用ウェブサイトにて、地域資源を登録するためには、会員登録を行う必要があります。本サイトの会員登録数は、地域資源の「発掘・再発見」「共有」の度合いを示す数値として活用することができます。	650 人			
	専用ウェブサイト地域資源登録数	1,805 点	2,500 点		
	専用ウェブサイトの地域資源登録点数は、「当事者意識を持ったわがまち自慢」の度合いを示す数値として活用することができます。				

【Check】評価(分析)	
分析及び課題の整理 【成果の状況】 【活動の状況】 を踏まえた分析 ※事業手法の有効性、外部要因などの視点	
「経済性」(同成果を低コストで) 「効率性」(同コストで高成果を) の分析 ※民間活力導入の視点	

PDCAチェックシート(平成 27 年度実績評価)

		担当局	広報室
		担当課	報道課
		課長名	辰本
		施策番号	
		IV - 4 - (2) - ①	
事業名	ブランド創造・シティプロモーション事業		
事業概要	美しいまちをコンセプトとした北九州ブランドの浸透を図り、市民のまちへの愛着や自信や誇りを醸成し、まちが一体となったシティプロモーションを展開します。また、北九州市応援団の輪を広げ、クチコミ等を活用した本市のシティプロモーションを行います。		
コスト	事業費	27年度当初予算額 6,784 千円	27年度執行額 千円
			(事業費備考)
		目安の金額	課長 0.30 人 係長 0.30 人 職員 0.60 人
		10,950 千円	(人件費備考)
			■ 直営 □ 補助金 □ 全部委託 □ 負担金 ■ 一部委託 □ 指定管理 □ その他 ()

【Action】改善			
課題	(都市ブランドの向上) 本市の魅力が十分に伝わっておらず、実態とイメージには大きなギャップが存在します。 (シビックプライドの醸成) まちへの愛着はあるが、まちに対する自信や誇りにつながっていない市民が多い状況です。	見直し内容	引き続き北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視した」ワークショップなどを開催し、北九州ブランド推進の輪を広げます。 アウトプットが比較的弱い20代、30代の若い世代を視野に入れた、全体的に広がりのあるより多くの市民を巻き込むような形の取り組みを展開します。

【Plan】計画			【Do】実施 → 【Check】評価			
目的	対象(誰を、何を)	目指す状態(どのような状態にしたいか、どのような成果を実現したいか)	成果の状況	代表的な成果指標の実績などを参考に、成果の状況をチェック		
	市民、市外の人	北九州市は、これまで様々な形でイメージアップに取り組んできましたが、依然として市外の方が本市に対して抱くイメージと実態との間に大きなギャップがあるなど、十分に効果をあげているとは言えない現実があります。そのため、まずは、市民の愛着度や誇りを高め、本市の強みとなる北九州ブランドを確立し、効果的に発信することで、多くの方に「行きたい」「住みたい」「進出したい」などと思ってもらい、まちのにぎわい創出につなげていきます。				
代表的な成果指標	指標(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明と目標設定の考え方)	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績	27年度目標	27年度実績(達成率)	成果の状況評価理由	
	本市への愛着があると答えた市民の割合	79.3 %	86.5 %			
	目標の達成には、市民一人一人の関与が必要です。市民一人一人の意識改革を示す指標として、本市への愛着度に関するアンケートの調査結果を採用します(「肯定的な回答」をした者の数)。 (最終目標と目標年度) 平成28年度までに90.0%以上					
	本市への誇りや自信があると答えた市民の割合	57.0 %	68.9 %			
	目標の達成には、市民一人一人の関与が必要です。市民一人一人の意識改革を示す指標として、本市への誇りに関するアンケートの調査結果を採用します(「肯定的な回答」をした者の数)。 (最終目標と目標年度) 平成28年度までに75.0%以上					

活動計画	どうやって目的を達成するか	北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視した」ワークショップを開催し、北九州ブランド推進の輪を広げます。	活動の状況	活動指標の実績を参考に、活動の状況をチェック	
活動指標	指標(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明)	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績	27年度目標	27年度実績(達成率)	活動の状況評価理由
	北九州ブランド浸透のためのワークショップ及び派生イベント開催回数	15 回	25 回		
	北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視した」ワークショップを開催し、北九州ブランド推進の輪を広げます。25年度の成果分析に基づき、アウトプットが比較的弱い、若年層を意識した取り組みを展開します。				
	北九州ブランド浸透のためのワークショップ及び派生イベント参加人数	1,218 人	2,000 人		
	北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視した」ワークショップを開催し、北九州ブランド推進の輪を広げます。				

【Check】評価(分析)	
分析及び課題の整理	<p>【成果の状況】 【活動の状況】 を踏まえた分析 ※事業手法の有効性、外部要因などの視点</p> <p>「経済性」(同成果を低コストで) 「効率性」(同コストで高成果を) の分析 ※民間活力導入の視点</p>

PDCAチェックシート(平成 27 年度実績評価)

		担当局	広報室		
		担当課	報道課		
		課長名	辰本		
事業名	北九州市ミュージアム構想推進事業				施策番号
					IV - 4 - (2) - ①
事業概要	まち全体を屋根のないミュージアムに見立て、市内各地の様々な地域資源を展示品にたとえ、市民の手でこれらを発掘・再発見し、さらにウェブサイト「北九州市 時と風の博物館」で情報の共有や補足等を行うことで、地域資源を磨き上げ、効果的な情報発信を展開します。				■ 直営 □ 補助金 □ 全部委託 □ 負担金 ■ 一部委託 □ 指定管理 □ その他 ()
					(事業費備考) 目安の金額 課長 0.30 人 係長 0.30 人 職員 0.60 人 (人件費備考)
コスト	事業費	27年度当初予算額	27年度執行額	人件費	目安の金額
		5,900 千円	千円		10,950 千円

【Action】改善		
課題	(都市ブランドの向上) 本市の魅力が十分に伝わっておらず、実態とイメージには大きなギャップが存在します。 (シビックプライドの醸成) まちへの愛着はあるが、まちに対する自信や誇りにつながっていない市民が多い状況です。	見直し内容 幅広い世代の市民が自らの手で発掘・再発見した地域資源が、効果的に情報発信され、より多くの人に気づきや自信を与え、「市の好感度・誇り」の上昇に寄与するよう努めます。

【Plan】計画			【Do】実施 → 【Check】評価		
目的	対象(誰を、何を) 市民、市外の人	目指す状態(どのような状態にしたいか、どのような成果を実現したいか) 市外の方が抱く本市に対するイメージと、実態の間には大きなギャップが存在しており、イメージ向上の為に取り組みを展開していく必要があります。そのためには、市民自らが本市の魅力を再発見し、郷土愛を醸成し、当事者意識を持ってわがまち自慢を行う市民ムーブメントを興隆していく必要があります。まち全体でシティプロモーションを展開する事によって、本市に対する憧れや期待を創出し、交流人口の増加、にぎわいの創出を図ります。	成果の状況 代表的な成果指標の実績などを参考に、成果の状況をチェック		
代表的な成果指標	指標(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明と目標設定の考え方) 本市が好きだと答えた市民の割合	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績 78.5 %	27年度目標	27年度実績(達成率)	成果の状況 評価理由
	目標の達成には、市民一人一人の関与が必要です。市民一人一人の意識改革を示す指標として、本市への好感度に関するアンケートの調査結果を採用します(「肯定的な回答」をした者の数)。 (最終目標と目標年度) 平成28年度までに90.0%以上	86.3 %			
	本市への誇りや自信があると答えた市民の割合	57.0 %	68.9 %		
	目標の達成には、市民一人一人の関与が必要です。市民一人一人の意識改革を示す指標として、本市への誇りに関するアンケートの調査結果を採用します(「肯定的な回答」をした者の数)。 (最終目標と目標年度) 平成28年度までに75.0%以上				

活動計画	どうやって目的を達成するか 「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力を発信していく人の輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていきます。市外企業の関係者が集まる場などに出向いて積極的な勧誘活動を行い、参加者を募ります。また、新たに情報発信力のある方に特命大使に就任していただくことで、マスコミでの効果的な情報発信を行います。	活動の状況 活動指標の実績を参考に、活動の状況をチェック			
活動指標	指標(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明) 専用ウェブサイト会員登録数	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績 559 人	27年度目標	27年度実績(達成率)	活動の状況 評価理由
	専用ウェブサイトにて、地域資源を登録するためには、会員登録を行う必要があります。本サイトの会員登録数は、地域資源の「発掘・再発見」「共有」の度合いを示す数値として活用することができます。	650 人			
	専用ウェブサイト地域資源登録数	1,805 点	2,500 点		
	専用ウェブサイトの地域資源登録点数は、「当事者意識を持ったわがまち自慢」の度合いを示す数値として活用することができます。				

【Check】評価(分析)	
分析及び課題の整理 【成果の状況】 【活動の状況】 を踏まえた分析 ※事業手法の有効性、外部要因などの視点	「経済性」(同成果を低コストで) 「効率性」(同コストで高成果を) の分析 ※民間活力導入の視点

PDCAチェックシート(平成 27 年度実績評価)

		担当局	広報室			
		担当課	報道課			
		課長名	辰本			
事業概要	事業概要				施策番号	
	ブランド創造・シティプロモーション事業				IV - 4 - (2) - ②	
事業概要					美しいまちをコンセプトとした北九州ブランドの浸透を図り、市民のまちへの愛着や自信や誇りを醸成し、まちが一体となったシティプロモーションを展開します。また、北九州市応援団の輪を広げ、クチコミ等を活用した本市のシティプロモーションを行います。	
	<input type="checkbox"/> 直営 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> 全部委託 <input type="checkbox"/> 負担金 <input checked="" type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 指定管理 <input type="checkbox"/> その他 ()					
コスト	事業費	27年度当初予算額	27年度執行額	(事業費備考)	目安の金額	課長 0.30 人
		6,784 千円	千円		10,950 千円	係長 0.30 人 職員 0.60 人

【Action】改善			
課題	H25年度の評価結果を受けての課題 (都市ブランドの向上) 本市の魅力が十分に伝わっておらず、実態とイメージには大きなギャップが存在します。 (シビックプライドの醸成) まちへの愛着はあるが、まちに対する自信や誇りにつながっていない市民が多い状況です。	見直し内容	「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力を発信していく輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていく。引き続き北九州市の魅力について効果的に情報発信をします。

【Plan】計画			【Do】実施 → 【Check】評価			
目的	対象(誰を、何を) 市民、市外の人	目指す状態(どのような状態にしたいか、どのような成果を実現したいか) 北九州市は、これまで様々な形でイメージアップに取り組んできましたが、依然として市外の方が本市に対して抱くイメージと実態との間に大きなギャップがあるなど、十分に効果をあげているとは言えない現実があります。そのため、まずは、市民の愛着度や誇りを高め、本市の強みとなる北九州ブランドを確立し、効果的に発信することで、多くの方に「行きたい」「住みたい」「進出したい」などと思ってもらい、まちのにぎわい創出につなげていきます。	成果の状況	代表的な成果指標の実績などを参考に、成果の状況をチェック		
代表的な成果指標	指標	(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明と目標設定の考え方)	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績	27年度目標	27年度実績(達成率)	成果の状況評価理由
		本市が好きだと答えた市民の割合	78.5 %	86.3 %		
		目標の達成には、市民一人一人の関与が必要です。市民一人一人の意識改革を示す指標として、本市への好感度に関するアンケートの調査結果を採用します(「肯定的な回答」をした者の数)。 (最終目標と目標年度) 平成28年度までに90.0%以上				
		本市の魅力を思いつかない、無回答と答えた市民の割合 目的の達成には、市民一人一人の関与が必要です。市民一人一人の意識改革を示す指標として、本市への魅力に関するアンケートの調査結果を採用します(「思いつかない」「無回答」と回答した者の数)。 (最終目標と目標年度) 平成28年度までに5.0%以下	— %	7.2 %		

活動計画	どうやって目的を達成するか 「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力を発信していく人の輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていきます。市外企業の関係者が集まる場などに出向いて積極的な勧誘活動を行い、参加者を募ります。また、新たに情報発信力のある方に特命大使に就任していただくことで、マスコミでの効果的な情報発信を行います。	活動の状況	活動指標の実績を参考に、活動の状況をチェック			
活動指標	指標	(数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明)	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績	27年度目標	27年度実績(達成率)	活動の状況評価理由
		北九州市応援団員の数	1,024 人	1,200 人		
		北九州市の魅力を高めるためには、北九州市を積極的に応援してくれる人の輪を広げる必要があります。そのため、着実に北九州市応援団の加入者を増やしていきます。				

【Check】評価(分析)	
分析及び課題の整理	【成果の状況】 【活動の状況】 を踏まえた分析 ※事業手法の有効性、外部要因などの視点 「経済性」(同成果を低コストで) 「効率性」(同コストで高成果を) の分析 ※民間活力導入の視点

PDCAチェックシート(平成 27 年度実績評価)

事業概要							担当局	広報室
							担当課	報道課
							課長名	辰本
事業名	情報発信・取材協力事業						施策番号	
							IV - 4 - (2) - ③	
事業概要	本市の認知度と都市イメージの向上を図るため、新聞、雑誌、テレビ、インターネット等のマスメディアを通じた本市のPRに取り組みます。						事業手法	<input checked="" type="checkbox"/> 直営 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> 全部委託 <input type="checkbox"/> 負担金 <input checked="" type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 指定管理 <input type="checkbox"/> その他 ()
								(人件費備考)
コスト	事業費	27年度当初予算額	27年度執行額	(事業費備考)	目安の金額	課長 0.30 人	(人件費備考)	
		37,850 千円	千円		10,950 千円	係長 0.30 人 職員 0.60 人		

【Action】改善			
課題	H25年度の評価結果を受けての課題	本市の認知度、イメージを向上させるためには、多くの人に本市の情報に触れてもらうことが重要となりますが、特に、情報量の多い首都圏での認知度は低く、本市の魅力が十分に伝えられていない状況です。	見直し内容
			テレビや雑誌等のマスメディアへ積極的に働きかけ情報発信を強化するとともに、観光を始めとした関連部署との連携を密にし、市として統一感のあるPRに努めます。

【Plan】計画			【Do】実施 → 【Check】評価		
目的	対象(誰を、何を)	目指す状態(どのような状態にしたいか、どのような成果を実現したいか)	成果の状況	代表的な成果指標の実績などを参考に、成果の状況をチェック	
	本市の知名度及び都市イメージ	各種雑誌への記事掲載、テレビ番組の放映などを通じて、ものづくり、観光グルメ、自然などの情報を発信し、本市のイメージアップと認知度の向上を図ります。			
代表的な成果指標	指標 (数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明と目標設定の考え方)	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績	27年度目標	27年度実績 (達成率)	成果の状況 評価理由
	北九州市の認知度	19 位	14 位以内		
	北九州市の認知度向上を図ります。 (最終目標と目標年度) (株)ブランド総合研究所が実施する「地域ブランド調査」において、平成29年度までに政令指定都市10位以内				
	北九州市の情報接触度	15 位	13 位以内		
北九州市の情報に触れる機会を増やします。 (最終目標と目標年度) (株)ブランド総合研究所が実施する「地域ブランド調査」において、平成29年度までに政令指定都市10位以内					

活動計画	どうやって目的を達成するか	今年度のトピック的な事項に加え、グルメ・観光・自然等の情報発信を行うなど、多方面から本市のイメージアップ及び認知度の向上を図ります。	活動の状況	活動指標の実績を参考に、活動の状況をチェック	
活動指標	指標 (数値化できない場合は、目指している状態を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明)	上段: 25年度実績 下段: 26年度実績	27年度目標	27年度実績 (達成率)	活動の状況 評価理由
	雑誌・新聞等掲載業務	67 件	81 件		
	雑誌などを活用したPRを推進するため、誘致活動や各種情報発信、取材協力を行います。				
	テレビ・ラジオ番組放送実績	341 件	259 件		
テレビ番組等を活用したPRを推進するため、誘致活動や各種情報発信、取材協力を行います。					

【Check】評価(分析)	
分析及び課題の整理	<p>【成果の状況】 【活動の状況】 を踏まえた分析 ※事業手法の有効性、外部要因などの視点</p> <p>「経済性」(同成果を低コストで) 「効率性」(同コストで高成果を) の分析 ※民間活力導入の視点</p>