

平成27年度 行政評価の取組結果（広報室）

【Plan】 計画 / 【Do】 実施															【Check】 評価 / 【Action】 改善																			
施策番号・施策名	No.	基本計画の施策を構成する主な事業・取組	主要事業所管課名	事業・取組概要	事業評価の成果指標（目標・実績）					H27年度		H26年度		人件費（目安）			H27年度				H29年度予算要求に向けた施策の方向性													
					指標名等	現状値（基準値）	H26年度	H27年度	中期目標	予算額（千円）	決算額（千円）	決算額（千円）	金額（千円）	職位	人数	事業評価	評価の理由	局施策評価	局施策評価の理由および課題															
Ⅲ-3-(3)-① 市民参画と協働のための仕組みづくり	1	タウンミーティング開催事業	広報課	<p>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。</p>	意見交換、アンケート等による市民の意見の把握及び市民の市政への参画意識の向上	目標	—	—	—	意見交換、アンケート等による市民の意見の把握及び市民の市政への参画意識の向上	5,000	3,460	4,225	3,315	課長	0.06 人	順調	<p>タウンミーティングの参加者数については、目標（1,350人）を下回ったものの総計1,172人の参加があり、多くの意見を得ることができた。意見交換後のアンケートでは「よく理解できた」「ある程度理解できた」と回答した人が9割を超えており、市民の市政への理解を深めることができた。</p>	順調	<p>市民との協働によるまちづくりを進めるため、市政の重要テーマについて、市長が市民と直接対話し、率直な意見を伺うことができた。</p>	<p>今後もタウンミーティングを通じて、政策課題について市民との意見交換を行うことにより、協働によるまちづくりに取り組みたい。</p>													
						実績	—	—	—													—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Ⅳ-4-(1)-① 北九州の魅力づくり	2	ブランド創造・シティプロモーション事業	報道課	<p>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する。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う。</p>	本市への愛着があると答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	目標	82.9 %	86.5 %	90.0% (H28年度)	6,784	4,268	2,353	10,950	課長	0.30 人	順調	<p>アンケート調査の結果「本市への誇りや自信があると答えた市民の割合」は、目標値を下回ったものの、「本市への愛着があると答えた市民の割合」は、前年値を上回っているため、おおむね順調と判断。</p>	順調	<p>【評価理由】 北九州の魅力づくりのために、ブランド創造・シティプロモーション事業でのワークショップや北九州市ミュージアム構想推進事業での「北九州市 時と風の博物館」において、一定の成果を収めているため「順調」と判断。</p>	<p>北九州ブランド推進に向け「北九州市 時と風の博物館」などを通じてシビックプライドの醸成を図る。</p>														
						実績	79.3 %	80.1 %													75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)
						達成率	95.7 %	92.6 %													90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %
	3	北九州市ミュージアム構想推進事業	報道課	<p>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。</p>	本市が好きだと答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	目標	82.4 %	86.3 %	90.0% (H28年度)	5,900	3,268	3,979	10,950	課長	0.30 人	順調	<p>アンケート調査の結果「本市への誇りや自信があると答えた市民の割合」は、目標値を下回ったものの、「本市が好きだと答えた市民の割合」は、前年値を上回っているため、おおむね順調と判断。</p>	順調	<p>【課題】 北九州ブランド推進に向け更なる市民意識を高め、本市の魅力づくりにつなげる。</p>	<p>北九州ブランド推進に向け「北九州市 時と風の博物館」などを通じてシビックプライドの醸成を図る。</p>														
						実績	82.8 %	83.5 %													75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)
						達成率	100.5 %	96.8 %													90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %
				<p>本市への誇りや自信があると答えた（肯定的な回答をした）市民の割合</p>	目標	62.8 %	68.9 %	75.0% (H28年度)						課長	0.30 人	順調																		
					実績	57.0 %	54.3 %															75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)	75.0% (H28年度)
					達成率	90.8 %	78.8 %															90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %	78.8 %	90.8 %

【Plan】 計画 / 【Do】 実施															【Check】 評価 / 【Action】 改善						
施策番号・施策名	No.	基本計画の施策を構成する主な事業・取組	主要事業所管課名	事業・取組概要	事業評価の成果指標（目標・実績）					H27年度		H26年度		人件費（目安）		H27年度				H29年度予算要求に向けた施策の方向性	
					指標名等	現状値（基準値）	H26年度	H27年度	中期目標	予算額（千円）	決算額（千円）	決算額（千円）	金額（千円）	職位	人数	事業評価	評価の理由	局施策評価	局施策評価の理由および課題		
IV-4-(2)-① 戦略的なシティプロモーションの展開	4	ブランド創造・シティプロモーション事業	報道課	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する。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う。	本市への愛着があると答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	79.3% (H25年度)	目標	82.9 %	86.5 %	90.0% (H28年度)	6,784	4,268	2,353	10,950	課長	0.30 人	順調	アンケート調査の結果「本市への誇りや自信があると答えた市民の割合」は、目標値を下回ったものの、「本市への愛着があると答えた市民の割合」は、前年値を上回っているため、おおむね順調と判断。	順調	【評価理由】 北九州の魅力づくりのために、ブランド創造・シティプロモーション事業でのワークショップや北九州市ミュージアム構想推進事業での「北九州市 時と風の博物館」において、一定の成果を収めているため「順調」と判断。	北九州ブランド推進に向け「北九州市 時と風の博物館」などを通じてシビックプライドの醸成を図る。
						実績	79.3 %	80.1 %	達成率												
	5	北九州市ミュージアム構想推進事業	報道課	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。	本市が好きだと答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	78.5% (H25年度)	目標	82.4 %	86.3 %	90.0% (H28年度)	5,900	3,268	3,979	10,950	課長	0.30 人	順調	アンケート調査の結果「本市への誇りや自信があると答えた市民の割合」は、目標値を下回ったものの、「本市が好きだと答えた市民の割合」は、前年値を上回っているため、おおむね順調と判断。	順調	【課題】 北九州ブランド推進に向け更なる市民意識を高め、本市の魅力づくりにつなげる。	
						実績	82.8 %	83.5 %	達成率												
IV-4-(2)-② 北九州を応援する人のネットワークによる情報発信	6	ブランド創造・シティプロモーション事業	報道課	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する。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う。	本市が好きだと答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	78.5% (H25年度)	目標	82.4 %	86.3 %	90.0% (H28年度)	6,784	4,268	2,353	10,950	課長	0.30 人	順調	アンケート調査の結果「市外からの来訪者に対し、北九州市の魅力や主要施策をいくつ伝えることが出来ますか」との質問に対し「思いつかない、無回答」と答えた市民の割合は前年値を上回っているためおおむね順調と判断。	順調	【評価理由】 北九州を応援する人のネットワークによる情報発信のために、ブランド創造・シティプロモーション事業でのワークショップや北九州市ミュージアム構想推進事業での「北九州市 時と風の博物館」において、一定の成果を収めているため「順調」と判断。	北九州市応援団の輪を広げるため、今後とも「北九州市 時と風の博物館」の展示品の活用等を行い、「北九州市応援団員」の増加に努め、北九州ブランドの更なる浸透を図る。
						実績	82.8 %	83.5 %	達成率												
	7	情報発信・取材協力事業	報道課	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に取り組む。	北九州市の認知度（地域ブランド調査によるもの）	19位 (H25年度)	目標	16位以内	14位以内	10位以内 (H29年度)	37,850	31,182	23,179	10,950	課長	0.30 人	順調	本市の魅力や主要施策を広く紹介するとともに、メディアへの露出を通じて本市の認知度向上を図っており、一定の成果を挙げていることから順調と判断。	順調	【評価理由】 都市イメージの向上のために、情報発信・取材協力事業におけるメディアへの露出をとおして、一定の成果を収めているため「順調」と判断。	今後、本市の重点施策や主要施策について、メディアへの情報提供などプロモート活動を行う。
						実績	15 位	18 位	達成率												
15位 (H25年度)	北九州市の情報接触度（地域ブランド調査によるもの）	目標	14位以内	13位以内	10位以内 (H29年度)	実績	15 位	16 位	達成率	- %	- %	職員	0.60 人								