

事務事業名	シティプロモーション関係費								担当課	部課名	企画政策部広報シティプロモーション課					
予算科目コード	会計	01	款	02	項	01	目	05	細目	003	説明	01	課等の長	鳥原 利文	電話	2121

1. 事業概要

事業開始年度	平成 27 年度	終了(予定)年度	未定 年度	事業の性質	任意自治事務
事業概要	藤沢の魅力やイメージを効果的かつ継続的にアピールすることで、都市のブランド価値を高めるとともに、本市全域が活力あるまちとして、持続的に発展していくことを目的に、2014年12月からシティプロモーションを本格スタート。重点方針に基づき、市民・企業等と連携したパートナーシップによるプロモーションとして「キュンとするまち。藤沢」のキャッチフレーズのもと、SNSや公式マスコットキャラクター「ふじキュン♡」等を活用し、藤沢の魅力を発信することで、一貫性のあるプロモーションを展開する。				
事業目的及び必要性	都市を取り巻く急激な社会構造の変化や時代潮流の中で、活力ある都市として持続的に発展していくためには、市内外の多くの人々から選ばれる「都市としての優位性の創出」が求められる。少子高齢化など社会的状況を克服し、持続的に発展していくために、都市のブランド価値の向上と活力の創出を図る本事業が必要となる。				
対象	1. 個人	市民			438,968 人
根拠法令等	その他(要綱等) ふじさわシティプロモーション推進方針				

藤沢市市政運営の総合指針2024及び長期的な視点(SDGsの視点)

まちづくりコンセプト		重点施策名
<input checked="" type="checkbox"/> サステナブル藤沢 <input type="checkbox"/> インクルーシブ藤沢 <input type="checkbox"/> スマート藤沢 (その理由)シティプロモーションとは「都市の魅力やイメージを効果的かつ継続的にアピールすることで、都市のブランド価値(都市としての優位性)を高め、都市を発展させていく取組」であり、「都市のブランド力」を高めることにより、藤沢らしさを未来につなぐ持続可能な元気なまち(サステナブル藤沢)につながるため。	次世代につなげる歴史・文化施策の推進と多彩な魅力の発信	
2030年又は事業終了時の望ましい姿		指針体系コード
藤沢の良さや魅力を市内外に効果的かつ継続的にアピールし、その結果、多くの人々の「憧れ」の対象として、「ずっと住み続けたい、訪れてみたい、将来住んでみたい」と思ってくれる人々が増えていくことが、ふじさわシティプロモーションの目指すべき姿「ブランド力向上により持続的に活性化していく都市(まち)」であり、望ましい姿である。		5-4-41
		その他の計画との関連
		ふじさわシティプロモーション推進方針
		貢献する主なSDGsのゴール
		11 住み続けられるまちづくりを

関連の深い「市民生活に関する意識調査結果」

市民意識調査における質問項目	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
市民が自慢できるまちであること	3.48 点	3.43 点	3.53 点	3.55 点
子どもが大人になっても愛着の持てるまちであること	3.65 点	3.68 点	3.73 点	3.76 点

令和3年度 支出済額 13,613 千円	事業費節別内訳		
	費目	支出済額(千円)	主な事業内容
	報償費	78 千円	講師謝礼等
	需用費	933 千円	ノベルティグッズ等
	役務費	322 千円	アンケート用郵便料等
	委託料	11,856 千円	シティプロモーション推進事業等
その他	424 千円	使用料・備品購入費等	
【参考】 令和4年度 予算額 17,930 千円	事業費節別内訳		
	費目	予算額(千円)	主な事業内容
	報償費	552 千円	講師謝礼等
	需用費	1,869 千円	ノベルティグッズ等
	役務費	526 千円	アンケート用郵便料等
	委託料	14,573 千円	シティプロモーション推進事業等
その他	410 千円	使用料・備品購入費等	

2. 事務事業に関わる職員数(任用形態別)

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
常時勤務職員※	3.00 人工	3.00 人工	3.00 人工	3.00 人工
短時間勤務職員(再任用・任期)	0.00 人工	0.00 人工	0.00 人工	0.00 人工
非常勤職員	0.00 人工	0.00 人工		
合計	3.00 人工	3.00 人工	3.00 人工	3.00 人工

※再任用・任期付(フルタイム勤務)を含み、会計年度(フルタイム勤務)を除く

会計年度任用職員(配置数)		0.50 人	0.00 人
---------------	--	--------	--------

3. 事業実施内容・成果

令和3年度 事業実施 内容	都市のブランド価値の向上と活力の創出を図るため、次の事業等を実施した。						
	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSの発信 ・SNSの発信を強化するためのワークショップの開催 ・フォトキャンペーンの実施 ・Instagramの機能を活用したARエフェクトの作成 ・市民アンケートの実施 						
成果目標	指標名	単位	平成30年度 目標値	令和元年度 目標値	令和2年度 目標値	令和3年度 目標値	備考
	ふじさわファンクラブ会員数	人	4,200	4,500	4,700	5,000	
	地域ブランド調査(認知度)	位	145	145	145	145	
	市民アンケート愛着度(とても好き)	%	65	65	65	65	
	参考						
活動実績	指標名	単位	平成30年度 実績値	令和元年度 実績値	令和2年度 実績値	令和3年度 実績値	備考
	Instagramフォロワー数	人	1,455	3,485	6,054	8,145	
	Twitterフォロワー数	人	2,910	3,500	4,694	5,387	
	Facebookフォロワー数	人	3,930	4,247	4,851	4,978	
	数値で表せない効果						
成果実績	指標名	単位	実績値	実績値	実績値	実績値	備考
	ふじさわファンクラブ会員数	人	4,300	5,113	5,227	5,316	
	地域ブランド調査(認知度)	位	205	180	200	193	
	市民アンケート愛着度(とても好き)	%	53.2	53.4	54.3	56.8	
	数値で表せない効果						

4. コスト分析

年度		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度				
コスト	行政費用(フルコスト) A	39,170	46,427	42,336	42,476				
	(1)現金を伴う支出 (千円)	42,613	46,401	42,348	42,473				
	事業費(支出済額)	13,704	17,245	15,826	13,613				
	償還金利息	0	0	0	0				
	人件費合計(①+②+③)	28,909	29,156	26,522	28,860				
	①常時勤務職員等の給与等	27,501	27,423	24,201	27,606				
	②会計年度任用職員の報酬等	0	0	698	0				
	③退職金相当額	1,408	1,733	1,623	1,254				
	(2)現金を伴わない支出 (千円)	-3,443	26	-12	3				
	①減価償却費	0	0	0	0				
	②退職給与引当金繰入額	-3,443	26	-12	3				
	③不納欠損額	0	0	0	0				
	④その他()	0	0	0	0				
	行政収益(事業収入) B	1,281	2,498	1,833	3,194				
	(3)現金を伴う収入 (千円)	1,281	2,498	1,833	3,194				
①分担金及び負担金 c	0	0	0	0					
②使用料及び手数料 d	0	0	0	0					
③国庫支出金	0	0	0	0					
④県支出金	1,281	2,498	1,833	3,194					
⑤その他()	0	0	0	0					
(4)現金を伴わない収入 (千円)	0	0	0	0					
収入未済増減額	0	0	0	0					
収支差額(純費用) A-B E	37,889	43,929	40,503	39,282					
分析指標	項目	ふじさわファンクラブ	単位	単位	単位	単位			
	F	4,300	人	5,113	人	5,316	人		
	1単位あたりの総費用 A/F (円)	9,109.30		9,080.19		8,099.48		7,990.13	
	市民1人あたりの負担額 E/人口 (円)	88.25	429,317	101.44	433,060	93.08	435,121	89.49	438,968
	受益者負担率 (C+D)/A (%)	0.00		0.00		0.00		0.00	

※1 事業費(支出済額)・・・令和元年度以前の事業費は、支出済額から非常勤報酬額(「②会計年度任用職員給与合計」欄の数値)を除いた額

※2 常時勤務職員等の給与等・・・任用形態別の平均給与に人工数を乗じ算出

※3 会計年度任用職員の報酬等・・・令和元年度以前の数値は、非常勤職員報酬額を示すもの

※4 退職金相当額・・・年度内に発生した退職金総額を年度当初一般職員数で除し、事業に従事する一般職員数を乗じたもの

5. 事務事業を進めていく上での課題と課題解決の取組

(1) 令和2年度末時点の課題	優れた政策や魅力等が本市に多くあるにも関わらず、これを活用しきれていない。また、これらの情報が効果的に発信されていない。
(2) (1)解決のための令和3年度の取組	全庁的な情報の収集・発信を取り扱う広報部門と連携することにより、効果的な情報発信体制を構築し、市内外への発信力の強化に取り組む。
(3) 令和3年度末時点の課題	広報部門と連携し、市内外への発信力の強化と、アンケート結果に基づく効果的な情報発信。
(4) (3)解決のための今後の取組	広報紙・テレビ・FMなどを積極的に活用し情報発信に努めるとともに、アンケート結果を踏まえInstagramによる情報発信の強化。

6. 事務事業の特徴

(1) 事業の性質	① 法的根拠	○ ア=法令等の根拠はないが、市の裁量により実施するもの(イ～オ以外) イ=市の条例等で規定されている事業 ウ=県の条例等で事業の実施について推奨・規定されているもの エ=国の法律で事業の実施について推奨・規定されているもの オ=法律等により、事業の実施が義務付けられているもの(市に裁量の余地がないもの)	
	② 事業実施の位置づけ(市民へのサービス提供状況)	○ ア=国、県、他自治体や民間等も、市内や近隣市町村で市民が利用できる同種のサービスを提供しているもの イ=国、県、他自治体等も、市内や近隣市町村で市民が利用できる同種のサービスを提供しているもの ウ=国、県、他自治体等も同種のサービスを提供しているが、一部のサービスは本市のみが提供しているもの エ=本市のみがサービスを提供し、よりよい生活環境の実現、地域の発展、市民生活の向上を目的とするもの オ=本市のみがサービスを提供し、生活基盤の維持・確保、市民の権利維持・安全確保を目的とするもの	
	③ 事業期間	○ ア=恒久的に実施するもの イ=年限の定めのないもの ウ=時限的に実施する事業で、終了まで5年以上あるもの エ=時限的に実施する事業で、今後2～4年で終了するもの オ=時限的に実施する事業で、本年度で終了するもの	
	(2) 財政的な特徴	④ 事業費…令和3年度支出済額	○ ア=300,000千円以上 イ=100,000千円以上～300,000千円未満 ウ=30,000千円以上～100,000千円未満 エ=5,000千円以上～30,000千円未満 オ=5,000千円未満
		⑤ 一般財源比率…事業費に占める一般財源の割合	○ ア=80%以上 イ=50～80%未満 ウ=30～50%未満 エ=10～30%未満 オ=10%未満
		⑥ 固定的経費比率…行政費用(フルコスト)に占める固定的な経費の割合	○ ア=10%未満 イ=10～30%未満 ウ=30～50%未満 エ=50～80%未満 オ=80%以上

(3) 事業の種類	(4) その他の事業特性
1. 市民等サービス	

7. 事務事業を取り巻く環境の現状と今後の予測

社会情勢等	2008年をピークに日本の人口は減少に転じ、今後その加速化が予測されている中、地方自治体においては将来の地域の経済力・活力の低下が懸念されている。こうした状況において、地域の活力を維持し持続的な発展をしていくためには、市内外の多くの人々から選ばれる「都市としての優位性の創出」が求められている。 また、2014年にまち・ひと・しごと創生法が成立し、地方自治体においては地方圏と東京圏がそれぞれの強みをいかし、活力ある持続的な社会を構築するため、まち・ひと・しごと創生に関する施策を実施することが責務とされている。	
他市等の事例	上記の社会情勢を受け、各地方自治体においてシティプロモーション、都市ブランドの確立を推進するための部署が組織され、独自の施策が実施されている。 先行事例：流山市(2003年～)・つくば市(2005年～)・宇都宮市(2009年～)・豊橋市(2010年～)・弘前市(2012年～)・尼崎市(2012年～)・町田市(2013年～)・品川区(2015年～)等 県内事例：川崎市(2003年～)・相模原市(2008年～)・横須賀市(2011年～)・伊勢原市(2014年～)・平塚市(2015年～)等	
市民ニーズ	把握方法	・市民満足度調査 ・市民アンケート調査(2021年12月1日～12月31日) 対象2,500件(回答1,072件)、転入者対象500件(回答167件)
	把握内容	・市民満足度調査 (項目)「市民が自慢できるまちであること」、「子どもが大人になっても愛着の持てるまちであること」 ・市民アンケート調査 (共通項目)「藤沢市の魅力」、「愛着度」、「推奨度」ほか (在住者向け項目)「継続居住意向」、「知名度」、「イベント(参加した／参加したい)」ほか (転入者向け項目)「転入意向」、「満足度」、「転入してきた理由」、「居住形態」
	対応等	ふじさわシティプロモーション委員会に報告するとともに、ふじさわシティプロモーション推進方針の推進方策の実施のための基礎資料とした。

8. 事務事業の評価と今後の方針

評価	第2期ふじさわシティプロモーション推進方針の理念に沿い、SNSを活用した情報発信を強化するとともに、フォトキャンペーンの実施など郷土愛の醸成等を通じた市民参加型のプロモーションやデジタルコンテンツを活用したプロモーションに取り組み、「ブランド力の向上により持続的に活性化していくまち」に向けた取組が推進された。	
今後の方針	まちづくりテーマ	⑤ 未来を見据えてみんなではじめる
	事業の方向性	現状維持
	令和3年度に引き続き、広報部門と連携を図りながら、市内外に向け、本市の魅力を効果的、かつ積極的に情報発信できるよう取り組む。 また、「第2期ふじさわシティプロモーション推進方針」が令和5年度に終了することから、第3期策定に向け、現方針を踏まえながら、市政運営の総合指針2024に記された「市内外への統一的で効果的な情報発信」の視点を取り入れるなど、議論を進める予定である。	

9. 部長確認欄

部名	企画政策部	氏名	宮原 伸一	確認日	2022/9/2
----	-------	----	-------	-----	----------