

# 事業評価シート

番号 0140020 - 011

## 【1.基本情報】

事業名	主要事業啓発新聞等広告料				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	直営	補助の種類※	実施主体	岐阜市	
実施期間	令和元 年度～	年度	根拠法令 関連計画※		

## 【2.事業概要】

事業の目的	新聞やテレビ・ラジオ放送、雑誌等のメディアの有料広告枠を活用し、岐阜市の観光情報や市政情報などを広く市民や市外に対してPRし、岐阜市の認知度向上を図る。	
事業の内容	新聞、テレビ・ラジオ放送、雑誌等の有料広告枠に、岐阜市の観光情報や市政情報などを掲載。	
事業の対象	何を	岐阜市の観光情報や市政情報を掲載した新聞、テレビ・ラジオ放送、雑誌等の有料広告
	誰に (対象者・対象者数)	市民ほか
	どのくらい (具体的 数値で)	年10件程度
令和元年度 (実施内容)	地元紙への新年度予算特集のほか、ぎふ長良川の鶺鴒、その他事業の紹介など、16件。	

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	824	26	824	26	884	26
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	824	26	824	26	884	26

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
		1,335	1,443	1,347
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	新聞広告	1,065	1,173	1,072
	テレビ	162	162	165
	雑誌	108	108	110
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		1,335	1,443	1,347

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	2,159	2,267	2,231

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	2,159	2,267	2,231

【6.コストバランス】

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	読者等	読者等	読者等
受益者数	一定でない	一定でない	一定でない
受益者負担額(千円)	0	0	0
受益者負担率(%)	0.0%	0.0%	0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)			

【7.指標】

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	広告掲載件数		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	10	10	10
実績値	16	17	16

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	-		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	-	-	-
実績値	-	-	-

【8.評価】

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	高	<p>市政情報等を外部に広報する手段として、広告の掲載は重要なもののひとつである。</p> <p>岐阜市をPRする広告であり、市が事業を担うことが適正である。</p>
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	<p>様々な媒体に廉価で掲載しているが、更なるコスト削減に努める。</p> <p>各種媒体を利用し岐阜市の情報を発信するものであり、岐阜市が実施することが効率的である。</p>
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	中	<p>新聞等、市民等が日常目にする事の多い媒体を利用することで、広く市民に対し市政情報等をPRしている。今後は、その購読層や掲載紙面の構成等を精査した上で、より受け手に伝わる広告内容の作成に努める。</p>
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	中	<p>各種媒体を利用し、広く市民等に市政情報等を発信するよう努めている。</p>
【総合評価】 (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	現状維持	<p>市政情報等について広く知らしめるため必要な事業である。今後も、より多くの方に市政情報等を届けるため、様々な広告媒体を活用するとともに、その購読層や掲載紙面の構成等を精査した上で、より受け手に伝わる広告内容の作成に努める。</p>

# 事業評価シート

番号 0140020 - 012

## 【1.基本情報】

事業名	市政モニター事業				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	直営	補助の種類※	実施主体	岐阜市	
実施期間	平成23年度～	年度	根拠法令 関連計画※		

## 【2.事業概要】

事業の目的	市民の市政に対する意識、ニーズ等を迅速かつ効果的に把握するとともに、モニターを通じて更なる市政への関心の向上並びに市民参画意識の醸成を図る。	
事業の内容	市公式ホームページのアンケート入力機能を活用して、アンケート調査を実施する。	
事業の対象	何を	市政や各事業についての市民意識や意見の調査
	誰に (対象者・対象者数)	応募者(市内在住の満20歳以上・定員200人)
	どのくらい (具体的 数値で)	年間約6回
令和元年度 (実施内容)	200人のモニター登録者に対して、6回のアンケートを実施 【R1アンケート例】 ・ぎふページ及び岐阜市農業振興ビジョン策定に関するアンケート調査 ・岐阜市公式ホームページについて など	

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	2,061	65	2,061	65	2,210	65
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	2,061	65	2,061	65	2,210	65

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
		189	185	190
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	謝礼	189	185	190
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		189	185	190

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	2,250	2,246	2,400

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	2,250	2,246	2,400

**【6.コストバランス】**

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	岐阜市民	岐阜市民	岐阜市民
受益者数	412,254	410,297	408,970
受益者負担額(千円)			
受益者負担率(%)	0.0%	0.0%	0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)	0	0	6

**【7.指標】**

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	アンケート実施回数	単位	回
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	6	6	6
実績値	5	6	6

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	アンケート回答率	単位	%
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	90	90	90
実績値	92.2	90.3	91.3

**【8.評価】**

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	<p>広く市民の意見を聴取するための重要な手段となっている。</p> <p>市の事業について意見を募る事業であり、市が事業を担うのが適切である。</p>
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	高	<p>インターネットを活用することにより費用を抑制し、また回答者の手間も紙でのアンケート等に比べ省けている。</p> <p>岐阜市が自らの事業について意見を募る事業であり、岐阜市が直接実施することが効率的である。</p>
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	高	<p>平均回答率は90%以上と高く、また、幅広い年齢層(10代~80代)で様々な職業(会社員、自営業、家事、学生など)の市民の意見を抽出できている。</p>
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	中	<p>広報紙及び市公式ホームページにおいて広く公募しており、募集方法においては公平である。</p>
<b>【総合評価】</b> (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	現状維持	<p>幅広い年齢層・職業の市民の意見を聴取し、市政の政策・施策へ反映させるため必要な事業であり、引き続き効率的な実施に努める。</p>

# 事業評価シート

番号 0140020 - 021

## 【1.基本情報】

事業名	広報ぎふの発行				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	直営	補助の種類※	実施主体	岐阜市	
実施期間	昭和23年度～	年度	根拠法令 関連計画※		

## 【2.事業概要】

事業の目的	市民サービスの充実に加え、行政の説明責任を果たすため、日常生活に直結する税金、福祉、保健などの制度・制度変更に関する市政情報を、迅速かつ的確に市民にお知らせするとともに、市民の暮らしを豊かにするための生涯学習講座や健康講座等の情報、さらには、市の政策を推進するための文化・芸術、観光、農業、環境などの各種催し情報を提供する。				
事業の内容	市政情報、各種講座・催しの情報などを掲載した広報ぎふを、毎月2回、1日、15日に発行している。また、視覚に障がいのある方へ情報を提供するため、点字版と録音版を作成して希望者へ配布している。				
事業の対象	何を	市政情報、各種講座・催しの情報など			
	誰に (対象者・対象者数)	市民			
	どのくらい (具体的数値で)	タブロイド判135,000部、点字版180部、録音版65本をそれぞれ月2回発行。なお、市ホームページ、広報紙閲覧サービスのアプリ「マイ広報ぎふ」・「マチイロ」・「カタログポケット」などにも掲載。			
令和元年度 (実施内容)	タブロイド判135,000部、点字版180部、録音版65本をそれぞれ月2回発行。なお、市ホームページ、広報紙閲覧サービスのアプリ「マイ広報ぎふ」・「マチイロ」・「カタログポケット」などにも掲載。				

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	20,288	640	20,288	640	21,760	640
嘱託職員	1,545	150	1,545	150	1,560	150
アルバイト	0		0		0	
計(A)	21,833	790	21,833	790	23,320	790

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
		82,124	83,388	84,660
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	印刷・配布	78,098	79,362	80,596
	点字版制作	2,420	2,420	2,443
	録音版制作	1,606	1,606	1,621
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		82,124	83,388	84,660

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	103,957	105,221	107,980

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金	1,209	1,179	1,166
県支出金	646	623	622
市債			
使用料・手数料		1,030	2,304
その他	3,245	3,485	4,956
計(F)	5,100	6,317	9,048

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	98,857	98,904	98,932

【6.コストバランス】

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	市民	市民	市民
受益者数	412,254	410,297	408,970
受益者負担額(千円)			
受益者負担率(%)	0.0%	0.0%	0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)	240	241	242

【7.指標】

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	発行部数	単位	部/月
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	280,000	274,000	270,000
実績値	280,000	274,000	270,000

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	-	単位	-
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	-	-	-
実績値	-	-	-

【8.評価】

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	高	市民サービスの充実に加え、行政の説明責任を果たす上で、日常生活に直結する市政情報等の提供は必要である。  市政情報等を発信するものであり、市が担う必要がある。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	市政情報等を発信するための有効な手段である。  手にとって読むことができること、一覧性に優れていることなどから、紙媒体での情報提供は幅広い世代に有効である。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	高	手にとって読むことができること、一覧性に優れていることなどから、紙媒体での情報提供は幅広い世代に有効である。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	中	自治会加入世帯に配布するほか、市役所庁舎、市事務所、コミュニティセンター・地区公民館など市公共施設に加え、郵便局、金融機関、コンビニエンスストア(それぞれ一部店舗を除く)に配置するとともに、市ホームページ、広報紙閲覧サービスのアプリ「マイ広報ぎふ」、「マチイロ」、「カタログポケット」などに掲載している。
【総合評価】 (現状維持・改善(統合・縮小含む。)・廃止)	現状維持	市民サービスの充実に加え、行政の説明責任を果たす上で、日常生活に直結する市政情報等の提供は必要である。紙媒体での情報提供は幅広い世代に有効であり、今後も親しみやすく、読みやすい紙面となるよう努めていく。 そのような中、市ホームページへの掲載のほか、広報紙アプリの導入といった現状に鑑み、コンビニ等への配置部数などを精査し、令和元年度に発行部数を1号あたり2,000部削減したところである。

# 事業評価シート

番号 0140020 - 031

## 【1.基本情報】

事業名	最適な広報媒体の活用(SNS等)				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	直営	補助の種類※	実施主体	岐阜市	
実施期間	平成25年度～	年度	根拠法令 関連計画※		

## 【2.事業概要】

事業の目的	Facebook, Twitter, LINE, YouTubeの市公式アカウントを活用し、市政に関する情報等をタイムリーに広報する				
事業の内容	Facebook, Twitter, LINE, YouTubeの市公式アカウントから情報を発信				
事業の対象	何を	市政に関する情報を			
	誰に (対象者・対象者数)	市公式アカウントのフォロワー等に			
	どのくらい (具体的数値で)	1日1回程度の頻度で発信			
令和元年度 (実施内容)	Facebook, Twitter, LINE, YouTubeの市公式アカウントから情報を発信				

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	1,046	33	1,046	33	1,122	33
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	1,046	33	1,046	33	1,122	33

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目				
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		0	0	0

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	1,046	1,046	1,122

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	1,046	1,046	1,122

**【6.コストバランス】**

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	フォロワー等	フォロワー等	フォロワー等
受益者数	一定でない	一定でない	一定でない
受益者負担額(千円)	0	0	0
受益者負担率(%)	0.0%	0.0%	0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)			

**【7.指標】**

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	記事投稿回数		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	252	252	252
実績値	346	423	489

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	-		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	-	-	-
実績値	-	-	-

**【8.評価】**

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	高	PC・スマートフォンが普及している現代社会において、情報を様々なツールでタイムリーに発信することは市民のニーズに合っている。 市政情報をタイムリーかつ適切に発信するため、市が担うのが適当である。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	高	作業に従事する職員の人件費以外の費用は要しないため、費用対効果は高い。 市民に情報を速やかに届けるため、様々なツールで情報を発信することが重要であるため、適切である。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	高	各SNSのフォロワー等に情報を届けることができた。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	高	各SNSは、誰でも利用できるため公平である。
<b>【総合評価】</b> (現状維持・改善(統合・縮小含む。)・廃止)	現状維持	適切に情報を発信し、更に多くのフォロワー等の獲得を目指していく。



# 事業評価シート

番号 0140020 032

## 【1.基本情報】

事業名	くらしのガイドの発行				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	直営	補助の種類※	実施主体	岐阜市	
実施期間	昭和52 年度～	年度	根拠法令 関連計画※		

## 【2.事業概要】

事業の目的	市民に不便のない生活を送っていただくため、日常生活に必要な市政情報とその担当部署の情報を提供する。	
事業の内容	各種届出、防災、税金、福祉、子育て、教育、健康、環境などに関する情報など、日常生活に必要な市政情報とその担当部署を掲載した、広報ぎふ別冊「くらしのガイド」を発行している。転入者に配布するほか、公共施設に配置している。	
事業の対象	何を	日常生活に必要な市政情報
	誰に (対象者・対象者数)	市民
	どのくらい (具体的数値で)	A4判48ページ、20,000部を発行するとともに、市ホームページに掲載。
令和元年度 (実施内容)	A4判48ページ、20,000部を発行するとともに、市ホームページに掲載。	

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	1,902	60	1,902	60	2,040	60
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	1,902	60	1,902	60	2,040	60

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
		3,240	3,352	756
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	印刷	3,240	3,352	756
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		3,240	3,352	756

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	5,142	5,254	2,796

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他	98	260	130
計(F)	98	260	130

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	5,044	4,994	2,666

**【6.コストバランス】**

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	市民	市民	市民
受益者数	412,165	410,472	408,970
受益者負担額(千円)			
受益者負担率(%)	0.0%	0.0%	0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)	12	12	7

**【7.指標】**

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	発行部数	単位	部/年
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	145,000	145,000	20,000
実績値	145,000	145,000	20,000

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	-	単位	-
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	-	-	-
実績値	-	-	-

**【8.評価】**

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	高	市民が不便のない生活を送る上で、日常生活に必要な市政情報とその担当部署の情報の提供は必要である。  市政情報を発信するものであり、市が担う必要がある。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	市政情報を発信するための有効な手段である。  -
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	高	手にとって読むことができること、一覧性に優れていることなど、紙媒体での情報提供は幅広い世代に有効である。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	中	令和元年度から、配布対象者を主に転入者とした。市役所庁舎、市事務所、コミュニティセンター・地区公民館など市公共施設に配置するとともに、市ホームページに掲載している。
<b>【総合評価】</b> (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	現状維持	令和元年度から、配布対象者を主に転入者とするにより、発行部数を見直したところである。

# 事業評価シート

番号 0140020 - 101

## 【1.基本情報】

事業名	名古屋都市圏へのテレビを活用したプロモーション				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	委託(民間)	補助の種類※	実施主体	(株)CBCテレビ	
実施期間	令和元 年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	名古屋都市圏(東海3県)向けの番組内で岐阜市の自然、歴史、施設、グルメ、居住環境などの魅力を集めて放送することにより、本市の知名度向上およびイメージアップを図り、本市への交流人口および定住人口の増加に繋げる。また、市民がこれらの番組を観ることにより、本市への愛着や誇り(シビックプライド)を醸成する。				
事業の内容	在名テレビ局(メ〜テレ、東海、CBC、中京)が制作する名古屋都市圏向けの情報番組内で本市の観光や居住環境、グルメなどの魅力を集めた企画を年度内に12回以上放送する。				
事業の対象	何を	岐阜市の自然、歴史、施設、グルメ、居住環境などの魅力を			
	誰に (対象者・対象者数)	名古屋都市圏居住者に			
	どのくらい (具体的数値で)	TV番組を12回以上放送			
令和元年度 (実施内容)	CBCテレビにてTV番組を16回放送				

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	0		0		1,632	48
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
<b>計(A)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1,632</b>	<b>48</b>

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	テレビ情報番組活用			9,900
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
<b>計(D)=B+C</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9,900</b>

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	0	0	11,532

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
<b>計(F)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	0	0	11,532

**【6.コストバランス】**

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者			名古屋都市圏在住者
受益者数			11,000,000
受益者負担額(千円)			0
受益者負担率(%)			0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)			1

**【7.指標】**

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	放送回数		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			12
実績値			16

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	番組平均視聴率		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			3.9
実績値			5.6

**【8.評価】**

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	名古屋都市圏向けの番組内で岐阜市の魅力の特集し放送することは、本市の知名度向上およびイメージアップを図り、本市への交流人口および定住人口の増加に繋がり、また、市民にとって、シビックプライドを醸成する機会となるため必要である。  岐阜市に関する情報を総合的に発信できる民間の担い手はいない。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	高	シティプロモーションのターゲットである名古屋都市圏を放送エリアとしてカバーしており、また、高視聴率番組で紹介していることから効果は高い。  ターゲットに行き届く広報手段は、在名局のテレビ等を活用する方法以外に効率的な方法はない。(キー局のテレビを活用するより安価である)
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	高	プロポーザル審査により業者選定したことで番組・CM放送回数が増加するなど期待以上の効果が得られた。また、番組視聴者へのアンケートによる岐阜市への来訪意向調査では、その88%が「番組を観たことで岐阜市に行きたくなった」と回答した。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	中	市民および放送エリアの住民は誰でも視聴できるため、公平である。
<b>【総合評価】</b> (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	改善 (統合・縮小含む)	令和2年度において、番組の放送時期及び回数等について改善済み。 ●放送時期:7月~3月(令和元年度)⇒8月~11月(令和2年度) ●放送回数:12回以上(令和元年度)⇒8回以上(令和2年度)

# 事業評価シート

番号 0140020 - 102

## 【1.基本情報】

事業名	名古屋都市圏へのラジオを活用したプロモーション				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	委託(民間)	補助の種類※	実施主体	(株)ZIP-FM	
実施期間	令和元 年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	名古屋都市圏(東海3県)向けの番組内で岐阜市の自然、歴史、施設、グルメ、居住環境などの魅力を特集し放送することにより、本市の知名度向上およびイメージアップを図り、本市への交流人口および定住人口の増加に繋げる。また、市民がこれらの番組を聴取することにより、本市への愛着や誇り(シビックプライド)を醸成する。				
事業の内容	名古屋都市圏で最も聴取率の高いラジオ局を活用し、本市の施策、イベント、おすすめスポットなどをPRする。				
事業の対象	何を	岐阜市の自然、歴史、施設、グルメ、居住環境などの魅力を			
	誰に (対象者・対象者数)	名古屋都市圏居住者に			
	どのくらい (具体的 数値で)	ラジオ番組で5～9月、10～3月の毎週土曜日放送			
令和元年度 (実施内容)	5～9月、10～3月の毎週土曜日にZIP-FMにてラジオ番組を計48回放送				

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	0		0		1,632	48
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	0	0	0	0	1,632	48

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	ラジオ番組制作			4,200
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		0	0	4,200

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	0	0	5,832

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	0	0	5,832

**【6.コストバランス】**

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者			名古屋都市圏在住者
受益者数			11,000,000
受益者負担額(千円)			0
受益者負担率(%)			0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)			1

**【7.指標】**

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	放送回数		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			48
実績値			48

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	16～34歳聴取シェア		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			40
実績値			43.4

**【8.評価】**

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	名古屋都市圏向けの番組内で岐阜市の魅力の特集し放送することは、本市の知名度向上およびイメージアップを図り、本市への交流人口および定住人口の増加に繋がり、また、市民にとって、シビックプライドを醸成する機会となるため必要である。  岐阜市に関する情報を総合的に発信できる民間の担い手はいない。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	シティプロモーションのターゲットである名古屋都市圏を放送エリアとしてカバーしており、また、最も聴取率の高いラジオ局で紹介していることから効果は高い。  ターゲットに行き届く広報手段は、在名局のラジオ等を活用する方法以外に効率的な方法はない。(キー局ラジオを利用するより安価である)
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	中	名古屋都市圏で最も聴取率が高いZIP-FMにおいて、土曜日の正午前に番組が放送されたことで、多くの方の聴取が期待できた。また、当日のイベント等を紹介した際には、午後から岐阜市への来訪を期待できた。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	中	市民および放送エリアの住民は誰でも聴取できるため、公平である。
<b>【総合評価】</b> (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	改善 (統 合・縮 小含 む。)	令和2年度において、番組の放送時期、回数について改善済み。 ●放送時期:5月～3月(令和元年度)⇒7月～12月(令和2年度) ●放送回数:48回(令和元年度)⇒26回(令和2年度)

# 事業評価シート

番号 0140020 - 103

## 【1.基本情報】

事業名	名古屋都市圏へのフリーペーパーを活用したプロモーション				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	直営	補助の種類※	実施主体	岐阜市	
実施期間	令和元 年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	本市から最も転出者が多い愛知県(特に名古屋市、一宮市、稲沢市)に向けて、住民に身近なフリーペーパーを活用したシティプロモーションを行うことにより、本市への交流人口および定住人口の増加を図る。				
事業の内容	名古屋・尾張エリアに配布されるフリーペーパーに岐阜城、鶯飼など地域資源の魅力や、教育、子育てなどの取組み、更には住環境の良さなどをPRする広告を掲出する。				
事業の対象	何を	地域資源の魅力や、教育、子育てなどの取組み、更には住環境の良さなどをPRする広告を			
	誰に (対象者・対象者数)	名古屋市、一宮市、稲沢市の居住者に			
	どのくらい (具体的 数値で)	名古屋市内(30万部×2回) ※クラブナゴヤ 一宮市・稲沢市(20万部余×2回) ※くれよん			
令和元年度 (実施内容)	クラブナゴヤ(8月号、2月号)への広告記事掲載 地域密着生活情報誌くれよん(8月号、2月号)への広告記事掲載				

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	0		0		1,020	30
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	0	0	0	0	1,020	30

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	クラブナゴヤ広告料			1,526
	くれよん広告料			986
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		0	0	2,512

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	0	0	3,532

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	0	0	3,532

【6.コストバランス】

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者			名古屋市、一宮市、稲沢市の居住者
受益者数			1,160,000
受益者負担額(千円)			0
受益者負担率(%)			0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)			3

【7.指標】

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	広告記事掲載部数	単位	部
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			-
実績値			1,014,200

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	読者が「ええとこたん」とHPを閲覧した回数	単位	回
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			-
実績値			956

【8.評価】

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	将来にわたり持続可能な都市経営を行っていくため、「交流人口の拡大」、「定住人口の拡大」を目指し、ターゲットとなる名古屋都市圏在住の20～30代、子育て世代に、本市の話題スポットや教育、子育てなどの取り組み、住環境の良さなどをPRすることは必要である。  市の魅力を発信する事業であるため、市が担う必要がある。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	費用対効果を考え、名古屋都市圏のうち、鉄道沿線である名古屋市、一宮市、稲沢市に絞って広告記事を掲載している。  自治体間競争であるため広域連携にはそぐわないが、民間との連携や、市民協働で推進していくことも検討する必要がある。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	中	読者が本市のブランド冊子である「ええとこたん」とホームページを閲覧した回数が956回を数えるなど、掲載した記事の内容以上に岐阜市の魅力を発信できた。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	低	名古屋都市圏在住者への情報発信であり、市民が直接情報を得られるものではないが、その目的である「交流人口の増加」、「定住人口の増加」は、まちの活力を維持することに繋がるものであり、受益者負担として適正である。
【総合評価】 (現状維持・改善(統合・縮小含む。)・廃止)	改善 (統合・縮小含む。)	掲載する情報の内容を精査するとともに、最も効果的・効率的な媒体や掲載時期を研究し、情報発信を行う必要がある。 ●掲載媒体:名古屋地下鉄設置型FP、一宮・稲沢版FP(令和元年度) ⇒名古屋市西区、中村区、北区版FP、一宮・稲沢版FP(令和2年度) ●掲載回数:年2回(令和元年度)⇒年4回(令和2年度)



# 事業評価シート

番号 0140020 \_ 104

## 【1.基本情報】

事業名	リスティング(検索連動型広告)による移住PR事業				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	委託(民間)	補助の種類※	その他	実施主体	株式会社中広
実施期間	令和元 年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	パソコンやスマートフォンでユーザーが求める情報と連動して表示されるインターネット広告を活用し、本市への定住人口を増加させるために情報発信を行う。	
事業の内容	過去の検索履歴や閲覧したコンテンツをもとに、住居を探している人、移住を検討している人などに対して、Yahoo! サービス内の広告枠を使い、バナー等で広告(リンク)を配信する。広告をクリックしたリンク先は、「ええとこたんと岐阜市」の「暮らす」ページとし、岐阜市の子育て、教育、医療環境などの魅力を発信する。	
事業の対象	何を	岐阜市の魅力を
	誰に (対象者・対象者数)	移住に興味がある名古屋都市圏在住の20～30代を対象に
	どのくらい (具体的 数値で)	R1年11月～R2年2月の4か月間で、1か月のクリック回数625回
令和元年度 (実施内容)	ぎふメディアコスモスの内観と、キャッチコピー「ワタシがギフシに決めた理由(ワケ)」でバナーを作成し、Yahoo! サービス内の広告枠に掲載した。	

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	0		0		340	10
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	0	0	0	0	340	10

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	広告掲載料			341
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		0	0	341

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	0	0	681

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	0	0	681

**【6.コストバランス】**

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者			移住に興味がある名古屋都市圏在住の方
受益者数			5,016
受益者負担額(千円)			0
受益者負担率(%)			0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)			136

**【7.指標】**

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	バナー表示回数		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			2,500,000
実績値			10,195,123

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	バナークリック数		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			2,500
実績値			5,016

**【8.評価】**

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	持続可能な岐阜市を実現するために、「定住人口の増加」に向けた情報発信を行うことは重要な取り組みである。  市の魅力を発信する事業であるため、市が担う必要がある。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	広告表示回数は10,195,123回で、表示回数は5,016回、1人当たりの広告費換算は約70円であり、バナークリック数(ページアクセス)は前年度から約31倍と効率的に運用できている。  自治体間競争であるため広域連携にそぐわず、また、民間活用や市民協働も困難である。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	高	検索連動型広告を発信することで、情報を必要とする人に岐阜市の魅力を発信できているといえるため有効である。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	中	名古屋都市圏在住者への情報発信であり、市民が直接情報を得られるものではないが、その目的である「定住人口の増加」は、まちの活力を維持することに繋がるものであり、受益者負担として適正である。
<b>【総合評価】</b> (現状維持・改善(統合・縮小含む。)・廃止)	現状維持	検索連動をするためのサーチキーワードの見直しやバナーの内容を検討し、岐阜市の魅力をさらに多くの人に知ってもらい、「定住人口の増加」を図っていく。

# 事業評価シート

番号 0140020 105

## 【1.基本情報】

事業名	サブカルインプレッションプロモーション事業				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	委託(民間)	補助の種類※	その他	実施主体	株式会社ジェイアール東海エージェンシー 株式会社大広メディアックス名古屋支社 中日本エクシス株式会社
実施期間	令和元 年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	デジタルサイネージを使用したアニメによる岐阜市シティプロモーション動画の放映を行い、岐阜市の魅力を発信し、交流人口の増加を目指す。	
事業の内容	JR名古屋駅、名古屋市営地下鉄東山線(名古屋駅、栄駅)、岡崎SAにて、岐阜市シティプロモーション動画の放映を行う。	
事業の対象	何を	岐阜市の魅力を
	誰に (対象者・対象者数)	JR名古屋駅、名古屋市営地下鉄東山線(名古屋駅、栄駅)、岡崎SAの利用者に
	どのくらい (具体的 数値で)	延べ37,948回放映
令和元年度 (実施内容)	岐阜市と人気キャラクターがコラボした岐阜市の魅力発信動画を放映した。	

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	0		0		510	15
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	0	0	0	0	510	15

### (2)物にかかるコスト

		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
直接経費 【直接事業費】 (B)				2,108
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	JR駅広告料			1,914
	岡崎SA広告料			43
	地下鉄広告料			151
減価償却費 【施設管理】※ (C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		0	0	2,108

### (3)総コスト

	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
総事業費(E) =A+D	0	0	2,618

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

## 【5.収支】

	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
市負担額一般 財源(E-F)	0	0	2,618

**【6.コストバランス】**

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者			JR名古屋駅、名古屋市営地下鉄東山線名古屋駅・栄駅、岡崎SAの利用者
受益者数			3,552,000
受益者負担額(千円)			0
受益者負担率(%)			0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)			1

**【7.指標】**

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	放映回数		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			37,948
実績値			37,948

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	視聴者数		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			3,552,000
実績値			3,552,000

**【8.評価】**

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	持続可能な岐阜市を実現するために、シティプロモーションを推進することは重要な取り組みである。  市の魅力を発信する事業であるため、市が担う必要がある。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	不特定多数の人に動画を見ていただくことができるため効率的である。(設置した駅等の1日当たりの利用者の合計:約65万人)  市民や企業と連携し、動画を拡散してもらうことで、多くの人に閲覧してもらうことは可能。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	中	岐阜市シティプロモーション動画の放映により、岐阜市の魅力を発信できていると言えるため、有効である。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	低	名古屋都市圏在住者への情報発信であり、市民が直接情報を得られるものではないが、その目的である「交流人口の増加」は、まちの活力を維持することに繋がるものであり、受益者負担として適正である。
<b>【総合評価】</b> (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	改善 (統合・縮小含む)	人の往来が激しい公共交通機関での放映は、市の魅力を十分に伝えきれないため、映画館や野球場等での放映など座ってじっくり観覧できる工夫が必要。 令和元年度には、今後のシティプロモーションに活用するため、新たなプロモーション動画(交流人口編)(定住人口編)を作成した。

# 事業評価シート

番号 0140020 - 106

## 【1.基本情報】

事業名	プロ野球公式戦「岐阜市デー」				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	委託(民間)	補助の種類※	実施主体	中日ドラゴンズ、中日アド企画	
実施期間	令和元 年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	名古屋都市圏に向けたシティプロモーションとして、集客力が高いイベントで本市の魅力を訴求することにより、本市の知名度向上および観光客など外部からの訪問者数を増やすことによる交流人口の増加を図る。	
事業の内容	ナゴヤドームで開催される中日ドラゴンズ公式戦のゲームスポンサーとなり、来場者に対し、様々な媒体を通して岐阜市の魅力を発信する。	
事業の対象	何を	岐阜市の魅力を
	誰に (対象者・対象者数)	中日ドラゴンズ公式戦「岐阜市デー」の来場者(35,980人)
	どのくらい (具体的 数値で)	PRグッズ(うちわ20,000枚)配布、場内ビジョンCM放映(15秒×5回)など
令和元年度 (実施内容)	8月25日に岐阜市スポンサーゲーム「岐阜城・鶯飼・長良川！ええとこ岐阜市デー」を実施。抽選会や始球式の実施、入場ゲートやのぼり旗の設置、場内ビジョン等を使ったCM放映を実施した。また、ええとこたんとホームページのQRコードを印刷したうちわを来場者に配布した。	

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	0		0		3,570	105
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	0	0	0	0	3,570	105

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	スポンサー料			3,591
	PR実施業務委託			1,815
	グッズ制作費			715
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		0	0	6,419

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	0	0	9,989

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			1,796
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	1,796

## 【5.収支】

市負担額一般 財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	0	0	8,193

【6.コストバランス】

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者			来場者
受益者数			35,980
受益者負担額(千円)			0
受益者負担率(%)			0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)			228

【7.指標】

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	来場者数		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			31,115
実績値			35,980

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	来場者アンケート(岐阜市に興味を持った)		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値			80
実績値			79.9

【8.評価】

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	集客力の高いイベントでシティプロモーションを行うことは話題性があり、来場者のみならず様々なメディアを介して多くの人々に本市の取組を発信できるため、必要である。  市の魅力を発信する事業であるため、市が担う必要がある。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	来場者への情報発信に限らず、球団等のホームページ閲覧者や新聞購読者にもPRできるため、費用対効果は高い。  交流人口のターゲットとなる名古屋都市圏に唯一本拠地を有する球団と連携して実施している。また、広域で実施する事業には適さない。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	中	来場者によるSNSでの発信が見受けられるなど、当日参加者以外にも情報が届けられている。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	低	主に名古屋都市圏在住者で観戦チケットを購入した人が対象となり、市民が直接対象となるものではないが、その目的である「交流人口の増加」は、まちの活力を維持することに繋がるものであり、受益者負担として適正である。
【総合評価】 (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	現状維持	WEB版「ええとこたんと岐阜市」への誘導方法や、抽選会における参加条件に、市公式SNSのフォロワーとなることなどの仕掛けを検討することで、さらなる認知度の向上、交流人口の増加を図っていく。

# 事業評価シート

番号 0140020 - 107

## 【1.基本情報】

事業名	「ええとこたんと岐阜市」冊子・ホームページ制作				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	委託(民間)	補助の種類※	実施主体	西濃印刷(株)	
実施期間	令和元 年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	岐阜市の認知度の向上、交流人口、定住人口の増加およびシビックプライドを醸成するため、本市の魅力をもとに冊子およびホームページに集約し、発信を行う。こうした情報発信を通じて、本市への来訪者を増やすことで、まちのにぎわいを生み出し、地域活力の維持・発展へとつなげる。	
事業の内容	岐阜市の魅力をブランド冊子にまとめるとともに、ウェブ版を活用して広く本市の魅力情報を発信する。	
事業の対象	何を	岐阜市の魅力を
	誰に (対象者・対象者数)	岐阜市民および名古屋都市圏在住者に
	どのくらい (具体的 数値で)	冊子「ええとこたんと岐阜市」35,000部、WEB版ホームページ閲覧数22万件以上
令和元年度 (実施内容)	市の施策や地域資源など岐阜市の魅力を紹介する冊子及びウェブ版「ええとこたんと岐阜市」を作成。冊子は、市内集客施設のほか、名鉄沿線、愛知県内の金融機関や大学等で配布した。	

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	6,594	208	6,594	208	7,072	208
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	6,594	208	6,594	208	7,072	208

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	印刷製本費	2,080	2,085	2,013
	冊子・ウェブデザイン費	1,946	2,079	2,058
	配架広告料	241	241	255
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		4,267	4,405	4,326

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	10,861	10,999	11,398

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	10,861	10,999	11,398

**【6.コストバランス】**

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	冊子を手にとった人、 ウェブページを閲覧した人など	冊子を手にとった人、 ウェブページを閲覧した人など	冊子を手にとった人、 ウェブページを閲覧した人など
受益者数	222,212	242,876	315,619
受益者負担額(千円)	0	0	0
受益者負担率(%)	0.0%	0.0%	0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)	49	45	36

**【7.指標】**

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	冊子作成部数	単位	部
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	35,000	35,000	35,000
実績値	35,000	35,000	35,000

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	認知度(「ええとこたん」とウェブページビュー)	単位	回
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	90,000	180,000	220,000
実績値	187,212	207,876	280,619

**【8.評価】**

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	高	まちの賑わいを生み出し、持続可能な岐阜市を実現するために、シティプロモーションを推進することは重要な取組である。  市の魅力を発信する事業であるため、市が担う必要がある。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	令和元年度のウェブ制作費は約95万円、ページビューは280,619回、1ページビュー当たりのコストは約3.4円であり、効率的に運用できている。  自治体間競争であるため広域連携にはそぐわないが、プロモーションの展開については、民間活用、市民協働の「オール岐阜市」で推進していくことができる。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	高	平成30年度(207,876回)と令和元年度(280,619回)のページビューを比較すると、対前年比約135%であり、より多くの人に岐阜市の魅力を発信できていると言えるため、有効である。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	高	冊子については、希望者が手に取れるよう、市有施設や集客施設等で配布している。また、ウェブページに関しては、誰もが閲覧可能となっており、公平である。
<b>【総合評価】</b> (現状維持・改善(統合・縮小含む。)-廃止)	現状維持	冊子およびウェブ版「ええとこたん岐阜市」については、掲載内容やデザイン、サイズ、紙質等の見直しを行いながら、更なる認知度向上を図っていく。



# 事業評価シート

番号 0140020 \_ 108

## 【1.基本情報】

事業名	SNSを活用したシティプロモーション				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	直営	補助の種類※	実施主体	岐阜市	
実施期間	平成29年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	「Instagram」の市公式アカウントを活用し、広く本市の魅力的な風景、イベント、産品などの写真を募集し、Instagram上で拡散することにより、交流人口の増加を図る。	
事業の内容	市公式アカウント「ギフスタ！」を活用し、市内で撮影した写真を募集するフォトコンテストを開催	
事業の対象	何を	「Instagram」で募集した本市の魅力的な風景、イベント、産品などの写真を
	誰に (対象者・対象者数)	写真投稿者のフォロワーや市公式アカウントのフォロワーに
	どのくらい (具体的数値で)	写真約1,000枚
令和元年度 (実施内容)	市公式アカウント「ギフスタ！」を活用し、市内で撮影した写真を募集するフォトコンテストを1回開催	

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	1,141	36	1,141	36	1,224	36
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	1,141	36	1,141	36	1,224	36

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
		74	110	55
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	賞品	74	110	55
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		74	110	55

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	1,215	1,251	1,279

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	1,215	1,251	1,279

【6.コストバランス】

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	コンテスト応募者	コンテスト応募者	コンテスト応募者
受益者数	3,740	2,470	1,300
受益者負担額(千円)	0	0	0
受益者負担率(%)	0.0%	0.0%	0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)	325	507	984

【7.指標】

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	コンテスト開催数	単位	回
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	1	2	1
実績値	1	2	1

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	フォロワー数	単位	人
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	1,000	1,600	1,800
実績値	1,410	1,771	1,845

【8.評価】

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	「インスタ映え」等、インスタグラムにおける写真の拡散や閲覧は社会現象と言え、岐阜市の魅力をインスタグラム上で発信することはニーズに合っている。  本市の魅力を総合的に発信できる民間の担い手はいない。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	高	費用はコンテスト賞品代のみであり、写真の閲覧者数(コンテスト応募者のフォロワー数合計)を想定すると効果は高い。  写真の投稿を促すにはコンテストが適切と考える。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	中	インスタグラムフォトコンテストを開催することにより、市公式アカウントのフォロワーだけでなく、コンテスト応募者のフォロワーにも岐阜市の魅力的な写真が行き届いており、応募者のフォロワー数が平均100人として写真の閲覧者数を想定すると、約13万人が閲覧したことになる。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	中	インスタグラムは誰でも利用できるため公平である。
【総合評価】 (現状維持・改善(統合・縮小含む。)・廃止)	現状維持	コンテストは毎回、テーマを変えて実施しており、適切なテーマを設定することで更に多くの閲覧者の獲得を目指していく。

# 事業評価シート

番号 0140020 - 109

## 【1.基本情報】

事業名	市政テレビ広報				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	委託(民間)	補助の種類※	実施主体	岐阜放送、CCN	
実施期間	昭和44年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	生活に密着した市政情報や市民活動およびイベント情報などを分かりやすく伝え、シビックプライドの醸成を図るとともに、交流人口の増加を図る。				
事業の内容	生活に密着した市政情報や市民活動およびイベント情報などを紹介する番組を制作し、テレビ放映およびインターネット発信する。				
事業の対象	何を	生活に密着した市政情報や市民活動およびイベント情報を			
	誰に (対象者・対象者数)	市民及び視聴可能エリア内の住民に			
	どのくらい (具体的 数値で)	①ぎふチャン ・あなたの街から岐阜市(毎週金曜日、年48回) ・市議会提案説明(1回) ②CCN ・ぎふっCiao(年4本、月8回)			
令和元年度 (実施内容)	①ぎふチャン ・あなたの街から岐阜市(毎週金曜日、年48回) ・市議会提案説明(1回) ②CCN ・ぎふっCiao(年4本、月8回)				

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	8,242	260	8,242	260	8,500	250
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	8,242	260	8,242	260	8,500	250

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	岐阜放送	25,261	25,029	24,196
	シーシーエヌ	1,599	1,599	1,090
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		26,860	26,628	25,286

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	35,102	34,870	33,786

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	35,102	34,870	33,786

**【6.コストバランス】**

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	市民並びに視聴可能エリア内の住民	市民並びに視聴可能エリア内の住民	市民並びに視聴可能エリア内の住民
受益者数	2,000,000	2,000,000	2,000,000
受益者負担額(千円)	0	0	0
受益者負担率(%)	0.0%	0.0%	0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)	18	17	17

**【7.指標】**

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	ぎふチャン(あな街)、CCN(ぎふっCiao)放送回数	単位	回
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	80	80	80
実績値	80	80	80

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	YouTube視聴回数	単位	回
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	-	-	10,400
実績値	未計測	未計測	33,380

**【8.評価】**

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	市政情報や市民活動および地域の話題などを視覚的に判りやすく伝えることは、シビックプライドの醸成の観点からも有益である。  岐阜市政に関する情報を発信しており、民間では担い手がない。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	県内全域をカバーしており、さらに、放送後にYouTubeでいつでも視聴できるようにするなど効率的な番組制作をおこなっている。  岐阜市に本社を有するテレビ局は、ぎふチャン、CCNの2社しかなく、他に効率的な方法はない。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	中	市政情報の他、市内で開催されるイベントや市民活動をテレビを含めた様々な媒体で紹介することでより多くの市民に周知を図ることができる。引き続き、番組を見てもらえるような工夫(番組内容、他媒体によるPRなど)を行っていく。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	中	市民および視聴可能エリアの住民は誰でも視聴できるため、公平である。
<b>【総合評価】</b> (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	現状維持	令和元年度に内容、放送日時を改善済みである。 ●放送内容: 岐阜放送番組について、視聴率向上のため、一部番組の出演者を本市出身の著名人に変更 ●放送日時: CCN番組について、視聴率向上のため、平日週2日放送であったものをうち1日を休日放送にし、放送時間を人気番組の直後に変更

# 事業評価シート

番号 0140020 - 110

## 【1.基本情報】

事業名	市政ラジオ広報				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	委託(民間)	補助の種類※	実施主体	岐阜放送、FMわっち	
実施期間	昭和37年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	生活に密着した市政情報や市民活動およびイベント情報などを分かりやすく伝え、シビックプライドの醸成を図るとともに、交流人口の増加を図る。	
事業の内容	生活に密着した市政情報やイベントの案内などを、職員とアナウンサーとの対談方式で放送する。	
事業の対象	何を	生活に密着した市政情報、イベント案内など
	誰に (対象者・対象者数)	市民をはじめとする電波受信可能エリアの住民に
	どのくらい (具体的 数値で)	①ぎふちゃん 「岐阜市！元気インフォメーション」:毎週火、金 17:40～17:50 ②FMわっち 「とっておき岐阜情報 聴いてミント」:毎週月～水・金 12:30～12:40 土 9:00～9:10
令和元年度 (実施内容)	①ぎふちゃん 岐阜市！元気インフォメーション(104回) ②FMわっち 聴いてミント(257回)	

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	3,297	104	3,297	104	3,536	104
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
<b>計(A)</b>	<b>3,297</b>	<b>104</b>	<b>3,297</b>	<b>104</b>	<b>3,536</b>	<b>104</b>

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
		9,630	9,659	9,843
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	岐阜放送	7,676	7,676	7,822
	FMわっち	1,954	1,983	2,021
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
<b>計(D)=B+C</b>		<b>9,630</b>	<b>9,659</b>	<b>9,843</b>

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	12,927	12,956	13,379

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
<b>計(F)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	12,927	12,956	13,379

【6.コストバランス】

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	市民並びに聴取可能エリア内の住民	市民並びに聴取可能エリア内の住民	市民並びに聴取可能エリア内の住民
受益者数	2,000,000	2,000,000	2,000,000
受益者負担額(千円)	0	0	0
受益者負担率(%)	0.0%	0.0%	0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)	6	6	7

【7.指標】

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	ぎふチャン、FMわっち放送回数	単位	回
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	254	256	361
実績値	254	256	361

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	ぎふチャン、FMわっち放送時間	単位	回
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	3,540	3,580	3,610
実績値	3,540	3,580	3,610

【8.評価】

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	市民の生活利便性の向上や余暇を楽しむイベント情報などを生活に身近なラジオを活用して紹介することは、シビックプライドの醸成の観点からも有益である。  岐阜市政に関する情報を発信しており、民間では担い手がない。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	県内全域をカバーしており、さらに、放送後にもアプリの「radiko(ラジコ)」で聴取できる(ぎふチャンのみ)など、効率的な番組制作を行っている。  岐阜市に本社を有するラジオ局は、ぎふチャン、FMわっちの2社しかなく、他に効率的な方法はない。番組作りにおいて市民協働の手法を取り入れることはできる。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	中	ラジオ局が聴取率を測定していないため、平成30年度に職員アンケートを実施し、普段、どのラジオ局を選択し、ラジオを通して得た情報は何か等の収集したデータをもとに、令和元年度から放送時間や放送曜日を変更した。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	中	市民および聴取可能エリアの住民は誰でも聴取できるため、公平である。
【総合評価】 (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	現状維持	令和元年度に改善を図り、ぎふチャン「岐阜市！元気インフォメーション」については、聴取率向上のため、最も人気の高い番組内の一部のコーナーとして放送するように変更した。一方で、FMわっち「とっておき岐阜情報 聴いてミント」についても聴取率向上のため、平日5日のうち、1日を休日に変更し、平日の放送時間帯を昼休み時間に変更した。

# 事業評価シート

番号 0140020 - 111

## 【1.基本情報】

事業名	ふるさと納税を活用したシティプロモーション事業				
担当部名	市長公室	担当課名	広報広聴課		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	直営	補助の種類※	実施主体	岐阜市	
実施期間	平成27年度～	年度	根拠法令 関連計画※	岐阜市シティプロモーション戦略	

## 【2.事業概要】

事業の目的	ふるさと納税制度を活用し、市外在住の寄附者の方に返礼品として本市にゆかりある土産物や農産品などの特産品等を送付することにより、実際に品物に「見て」、「触れて」、「食べ」、「体験」してもらうことで、本市の認知度の向上を図る。				
事業の内容	ふるさと納税制度を活用し、市外在住・個人で一定額(R1:5千円)以上の寄附をいただいた方に岐阜市をPRできる特産品等を贈る				
事業の対象	何を	岐阜市をPRできる特産品等			
	誰に (対象者・対象者数)	市外在住の個人で一定額以上の寄附をされた方			
	どのくらい (具体的数値で)	市外在住の個人からの一定額以上の寄附件数			
令和元年度 (実施内容)	特産品発送件数 460件 品目数:83品(11月1日～)、区分:11区分(5千円、1万円、2万円、3万円、4万円、5万円、10万円、15万円、20万円、30万円、40万円)、返礼割合:3割以下				

## 【3.支出(行政コスト)】

### (1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	3,043	96	3,043	96	3,264	96
嘱託職員	0		0		0	
アルバイト	0		0		0	
計(A)	3,043	96	3,043	96	3,264	96

### (2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
		6,758	7,009	2,737
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	特産品代	6,410	7,009	2,737
	チラシ	348	0	0
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		6,758	7,009	2,737

### (3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	9,801	10,052	6,001

## 【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他	6,758	7,009	2,737
計(F)	6,758	7,009	2,737

## 【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	3,043	3,043	3,264

【6.コストバランス】

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	市外在住の個人で一定額以上の寄附をされた方	市外在住の個人で一定額以上の寄附をされた方	市外在住の個人で一定額以上の寄附をされた方
受益者数	1,174	768	460
受益者負担額(千円)	一定でない	一定でない	一定でない
受益者負担率(%)			
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)	2,592	3,963	7,096

【7.指標】

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	-		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	-	-	-
実績値	-	-	-

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	特産品等の発送件数		単位
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	800	800	800
実績値	1,174	768	460

【8.評価】

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	ふるさと納税に伴う返礼品の送付は全国的に普及している事業であり、寄附者に対するプロモーション、及び寄附者がお礼の品を求めているというニーズを考慮して必要な事業であると考えます。  市に対する寄附金に対し特産品等を贈るものであり、市が自ら事業を実施することが適正と考える。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	毎年岐阜市に寄附を行っていただく岐阜市のファンといえる方も出てきており、受益者(寄附者)に対して直接岐阜市の魅力をPRできる手段であるため、費用対効果は高いといえる。  現在の特産品等の品数や送付件数では、市が直接事業を実施することが効率性が良いと考える。なお、今後事業が拡大した場合は、業務委託等の民間活用という手段も可能性として考えられる。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	中	特産品等の送付件数は開始年度と比べて増加しており、より多くの寄附者に対し岐阜市をPRできていると考える。 返礼品送付実績 H27: 134件 H28: 900件(対前年比:676.6%) H29: 1,174件(対前年比:130.5%) H30: 768件(対前年比:65.5%) R1: 460件(対前年比:59.9%)
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	高	寄附額に応じて特産品等を選択することができ、適正であると考えます
【総合評価】 (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	改善 (統合・縮小含む)	全国的に認知が拡大しており、かつ話題性の高い事業であり、特産品等を通じて市のPRを行うため必要である。 そこで、国が定めたルールに基づき特産品を提供していくとともに、岐阜市ならではの魅力的な返礼品をさらに追加し、市の認知度向上や交流人口の増加を図っていく予定。 令和3年度に予定されている市公式HPのリニューアルに向け、より利用しやすく、かつ寄附者の興味を喚起する内容となるよう検討を進めていく。