

## PDCAチェックシート (平成23年度実績評価)

<b>事業名</b>	<b>タウンミーティング開催事業</b>						施策番号	
							Ⅲ-3-(3)-①	
<b>コスト</b>	平成23年度執行額	平成24年度当初予算額	人件費 の目安	金額	3,315 千円 (備考)		担当局	広報室
	2,916 千円	8,000 千円		課長	0.06 人 職員 0.15 人		担当課	広報課
				係長	0.15 人		課長名	鷹取

### 【Plan】計画 → 【Do】実施 → 【Check】評価

<b>目的</b>	何を(誰を)どのような状態にしたいのか	タウンミーティング(対話集会)を通じて、様々な政策課題について、市民と直接対話し、市民と市との協働を進めます。	<b>成果実績</b>	下記「代表的な成果指標」のとおり
-----------	---------------------	---	-------------	------------------

	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)	前年度実績	目標	実績 (達成率)	→	【成果の状況】
<b>代表的な成果指標</b>	意見交換、アンケート等による市民の意見の把握	-	-	-		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
	意見交換、アンケート等による市民の意見を把握し、施策における活用を図りたいと考えます。 (最終目標と目標年度)			-	%	
	(最終目標と目標年度)			-	%	大変順調 順調 やや遅れ 遅れ

<b>活動計画</b>	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、平成23年度は「新球場の整備」、「地域防災計画」、「高齢者支援」の3つのテーマでタウンミーティング及び地域ふれあいトークを開催し、市長が皆さまと直接対話し、ご意見を伺います。 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。	<b>活動実績</b>	下記「活動指標」のとおり
-------------	--	-------------	--------------

	指標 (数値化できない場合は、活動内容を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明)	前年度実績	目標	実績 (達成率)	→	【活動の状況】
<b>活動指標</b>	タウンミーティング開催回数	21 回	10 回	8 回		活動指標の実績を参考に、活動の状況をチェック
	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。			80.0 %		
	タウンミーティング参加者数	2200 人	1,750 人	1,275 人	72.9 %	大変順調 順調 やや遅れ 遅れ

### 【Check】評価(分析)

<b>分析及び課題の整理</b>	<b>【成果の状況】</b> <b>【活動の状況】</b> を踏まえた分析	活動や成果は予定通りだったのか、成果を得るための活動は有効だったのかなど、分析課題を整理する。また、影響を及ぼした外的要因の分析も行う。	平成23年度は「新球場の整備」、「地域防災計画」、「高齢者支援」の3つのテーマでタウンミーティング及び地域ふれあいトークを開催する予定でしたが、「新球場の整備」については、事業評価に想定以上の時間を要したため開催を見送り、平成24年度に改めて開催を検討することとなりました。 タウンミーティングは、各施策、事業について市民と直接対話の場を設け、市民と市との協働を進めることが目的であるため、各施策、事業の進捗状況や市民の関心などによって、テーマや実施時期・実施方法を見直す必要が生じることがあります。
	<b>「経済性」</b> <b>「効率性」</b> の分析	「同じ成果をより低いコストで」「同じコストでより高い成果を得られないか。また、民間活力導入による「経済性・効率性」の向上はできないか。	参加人数は、平成22年度の2200人から925人減って1275人となりましたが、平均参加者を比較すると、タウンミーティングでは291人から229人増加して520人、地域ふれあいトークでは85人から23人増加して108人となっており、より市民の関心の高いテーマについて効率的な開催ができたと考えます。実施方法(テーマの選定方法、規模、回数、実施場所・時間等)については、より効率的で多くの市民に参加いただけるよう、さらに検討を進めます。

以下、予算案作成時に記入

### 【Action】 上記の評価結果と、予算案作成時点までの事業の状況を踏まえて記入

<b>見直し状況等</b>	課題 開催時期や参加人数はテーマとなる施策・事業の内容や進捗状況と深く関わります。また、市民のまちづくりへの参画や市民との協働を進めるうえでは、開催回数や参加人数だけではなく、市民の意見をどのように把握し施策に反映させていくかが重要です。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、実施方法(テーマの選定方法、規模、回数、実施場所・時間等)などについて、ひきつづき検討・見直しをしていく必要があると考えます。	その結果目指す成果(次年度の成果目標) タウンミーティング(対話集会)を通じて、様々な政策課題について、市民と直接対話し、市民と市との協働を進めます。
	次年度の活動計画(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、事業を継続します。	

## PDCAチェックシート (平成23年度実績評価)

<b>事業名</b>	情報発信・取材協力事業						施策番号
							IV-4-(2)-③
<b>コスト</b>	事業費	平成23年度執行額 47,948 千円	平成24年度当初予算額 46,565 千円	人件費 の目安	金額 23,250 千円 (備考)	担当局	広報室
					課長 0.5 人 職員 1 人	担当課	報道課
					係長 1 人	課長名	島屋

### 【Plan】計画 → 【Do】実施 → 【Check】評価

<b>目的</b>	何を(誰を)どのような状態にしたいのか 各種雑誌への記事掲載、テレビ番組の放映などを通じて、環境未来都市・北九州市のアピールや、ものづくり、観光グルメ、自然など幅広い視点での情報発信を行います。また、市長対談やインタビューなどを雑誌などに掲載することにより、本市のイメージアップと認知度の向上につなげます。	<b>成果実績</b>	大都市圏における本市に対する認知度、イメージ等を把握するために概ね5年毎に行う「認知度調査」では、「将来性のある都市」で全政令指定都市中、6位(平成18年度実施)→2位(平成23年度実施)に向上しました。
-----------	--	-------------	--

	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)	前年度実績	目標	実績 (達成率)	→	【成果の状況】
<b>代表的な成果指標</b>	北九州市の認知度					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
	全国での北九州市の知名度と都市イメージの向上を図ります。 (最終目標と目標年度) 向上を図ります	-	-	-	%	
	パブリシティ効果			13.5	億	大変順調 順調 やや遅れ 遅れ
	パブリシティ効果(テレビ番組誘致実績をネット料金・制作費で積算したもの)のさらなる充実を図ります。 (最終目標と目標年度) 充実を図ります	-	-	-	%	

<b>活動計画</b>	本市の都市ブランドの柱である「環境」というキーワードに関連する取組みや素材の情報発信を行います。また、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および認知度の向上を図ります。	<b>活動実績</b>	平成23年度は雑誌65件、テレビ番組262件で本市情報を発信しました。とりわけ全国発信の番組や媒体の企画を多く行いました。
-------------	--	-------------	---

	指標 (数値化できない場合は、活動内容を文章で記載) (上段:指標名 下段:指標の説明)	前年度実績	目標	実績 (達成率)	→	【活動の状況】
<b>活動指標</b>	雑誌・新聞等掲載実績			65		活動指標の実績を参考に、活動の状況をチェック
	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。	65 件	91 件	71.4	%	
	テレビ・ラジオ番組放映実績			262		大変順調 順調 やや遅れ 遅れ
	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。	175 件	138 件	189.9	%	

### 【Check】評価(分析)

<b>分析及び課題の整理</b>	【成果の状況】 【活動の状況】 を踏まえた分析	活動や成果は予定通りだったのか、成果を得るための活動は有効だったのかなど、分析し課題を整理する。また、影響を及ぼした外的要因の分析も行う。	テレビでは、非常に多数の全国放送の番組誘致に成功し、本市の特色あるグルメ・観光・自然等の情報を強力に発信できたと考えます。 雑誌分野でも、幅広いジャンルの全国誌と多数の企画を実施。とりわけ平成23年12月の「環境未来都市」選定にあわせて、雑誌の大型企画を実施するなど、適時性にも優れた情報発信ができたと考えます。本市の知名度と都市イメージの向上に寄与したものと考えます。
	【経済性】 【効率性】 の分析	「同じ成果をより低いコストで」「同じコストでより高い成果を」得られないか。また、民間活力導入による「経済性・効率性」の向上はできないか。	経済性と効率性を追求するため、「番組や媒体のテイストに合わせた、緻密な企画提案と支援」を行うことで、良質な番組や媒体を誘致することに成功し、効果的な情報発信に繋げることができました。今後も最少の費用で最大の効果があがるよう、努めます。 民間活力の導入については、市が実施することで大局的な観点からの情報発信ができていたり、撮影にあたっての適切な許認可、円滑な地元調整、法令遵守の体制を敷くことができ、これらを民間で行うことは難しいと考えます。よって、引き続き市が実施主体となるのが望ましいと考えます。

以下、予算案作成時に記入

### 【Action】 上記の評価結果と、予算案作成時点までの事業の状況を踏まえて記入

<b>見直し状況等</b>	課題 全国放送や全国誌に本市の事業や魅力が数多く紹介されたことに伴い、本市への取材依頼や企画持込等が多数行われています。マスメディアを活用し、より多くの本市の魅力等が発信されるよう努めるとともに、情報内容、タイミング及びその対象を明確にし、より効果的な事業展開に努めます。
	次年度の活動計画(見直し内容) 本市のイメージアップと認知度の向上につなげるため、本市の主要施策や戦略、観光・食・文化などの情報発信を積極的に行なっていきます。内部経費の見直しにより事業費は減額します。
	その結果目指す成果(次年度の成果目標) さらなる本市のイメージアップや認知度の向上を図ります。

## PDCAチェックシート (平成23年度実績評価)

<b>事業名</b>	映像製作誘致強化事業						施策番号
							IV-4-(2)-③
<b>コスト</b>	事業費	平成23年度執行額 11,231 千円	平成24年度当初予算額 11,168 千円	人件費 の目安	金額 23,250 千円 (備考)	担当局	広報室
					課長 0.5 人 職員 1 人	担当課	報道課
					係長 1 人	課長名	日々谷

### 【Plan】計画 → 【Do】実施 → 【Check】評価

<b>目的</b>	何を(誰を)どのような状態にしたのか 映画・TVドラマ等のロケ誘致や撮影支援を積極的に行い、本市の知名度と都市イメージの向上を図ります。 また、支援作品やロケ地を街のにぎわいの創出や人的交流等のまちづくりに活用し、将来的にはロケの定着化により地域の映像産業・雇用の創出などを目指します。	<b>成果実績</b>	下記の代表的な成果指標のとおりです。
-----------	---	-------------	--------------------

	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)	前年度実績	目標	実績 (達成率)	→	【成果の状況】
<b>代表的な成果指標</b>	北九州市の知名度・都市イメージ			-		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
	北九州市の知名度と都市イメージの向上を図ります。 (最終目標と目標年度)いっそうの向上を図ります	-	-	-	%	
	地域経済への貢献(直接経済効果)			301,955 千円		大変順調 順調 やや遅れ 遅れ
	ロケ隊の本市への滞在を通じて地域経済への貢献(直接経済効果)を高めます。 (最終目標と目標年度)いっそうの貢献を図ります	114,580 千円	-	-	%	

<b>活動計画</b>	映画・TVドラマ等のロケ誘致や撮影支援を積極的に行い、本市の知名度と都市イメージの向上を図ります。 また、支援作品やロケ地を街のにぎわいの創出や人的交流等のまちづくりに活用します。	<b>活動実績</b>	JTB羽住英一郎北九州3部作ロケ地ツアーを開催し、54名が参加、好評を博しました。また、ロボジー・WILD7共同で北九州市の名産品・映画グッズのプレゼントキャンペーンを実施、全国から1500通の応募がありました。
-------------	---	-------------	--

	指標 (数値化できない場合は、活動内容を文章で記載) (上段: 指標名 下段: 指標の説明)	前年度実績	目標	実績 (達成率)	→	【活動の状況】
<b>活動指標</b>	撮影支援実績			20 件		活動指標の実績を参考に、活動の状況をチェック
	都市イメージの向上ならびに交流人口の拡大等による地域経済の活性化、映像関連産業の集積を図るため、国内外の映画やドラマ、CMなどのロケーションの誘致・支援を行います。	19 件	10 件	200.0 %		
	市民の参加(人的交流)			5,606 人		大変順調 順調 やや遅れ 遅れ
支援作品を活かした「まちづくり」を行うため、エキストラ、サポートスタッフ等、市民の参加を図ります。	2,900 人	300 人	1868.7 %			

### 【Check】評価(分析)

<b>分析及び課題の整理</b>	<b>【成果の状況】</b> <b>【活動の状況】</b> を踏まえた分析  <b>「経済性」</b> <b>「効率性」</b> の分析	活動や成果は予定通りだったのか、成果を得るための活動は有効だったのかなど、分析課題を整理する。また、影響を及ぼした外的要因の分析も行う。  平成23年度は、20本(映画9本、ドラマ9本、CM2本)の撮影支援を行い、過去最高の誘致実績及び直接経済効果を上げることができました。これにより、本市を全国に強くPRし、知名度の向上に繋げることができたと考えています。かかる好成果は、これまで積み上げた支援実績や信用が結実したものと考えます。  「同じ成果をより低いコストで」「同じコストでより高い成果を」得られないか。また、民間活力導入による「経済性・効率性」の向上はできないか。  直接経済効果が301,955千円と過去最高の成果を上げており、費用対効果は充分にあると考えています。また、民間活力の導入については、撮影にかかる適切な許認可、地元・官公庁との円滑な調整、公益性や公平性の確保等の点から、フィルムコミッションが非営利の公的機関として運営されており、引続き市が実施主体となることが適切であると考えています。
------------------	--	---

以下、予算案作成時に記入

### 【Action】 上記の評価結果と、予算案作成時点までの事業の状況を踏まえて記入

<b>見直し状況等</b>	課題 平成24年度は、映画の誘致件数は昨年度に比し減少していますが、東日本大震災の影響もあり、制作費が減少し関東近郊でのロケが中心となる中で、地方都市として健闘しているといえます。また、「映画」を切り口とした、新たなまちの活性化策として『ロケ地修学旅行』を国内で初めて実施しました。(2校、380名) これまでの映画・TVドラマ等の誘致・撮影支援に加え、「映画」を切り口としたまちづくりを積極的に展開していくことで、都市イメージの向上やまちのにぎわいづくり及び観光客の誘致等につなげていきます。	その結果目指す成果(次年度の成果目標)  『ロケ地修学旅行』等「映画」を切り口としたまちづくりを積極的に行なっていきます。 内部経費の見直しにより事業費は減額します。  「映画の街 北九州」の都市ブランド化を進め、さらなる知名度と都市イメージの向上を図るとともに、「映画」を切り口とした新たなまちづくり施策を展開します。
---------------	---	---