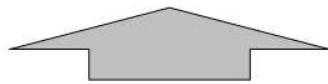


施策：	16	開かれた市政の推進	財務コード	01020101-39-00
基本事業：	02	市の魅力の情報発信	担当部	総務部
基本事業の成果指標	市公式ホームページ（魅力発信に関するページ）アクセス件数 SNSフォロワー数 市の魅力をPRするために作成・発信したコンテンツ数（計画期間内累計） この1年間で友人・知人に筑紫野市の良さを伝えたことがある市民の割合		担当課	総務課
			担当係	総務担当



事務事業が貢献すべき成果

計画年度	平成27年度 ~		新規・継続	継続	会計区分	一般会計	実施計画		
1. 対象（誰、何に対して事業を行うのか）			2. 手段（事務事業の内容、やり方、手順）						
市内外住民			<ul style="list-style-type: none"> ・イベント等でのつくしちゃんの着ぐるみの積極的な活用。その様子を「つくしちゃんの出勤フォト日記」としてホームページに公開。 ・刊行物等へのつくしちゃんのイラストの積極的な活用。 ・ラインスタンプ、グッズ（ピンバッジ、CD等）の販売・配布 						
3. 意図（この事業によって対象をどのような状態にしたいのか）									
市のイメージアップと知名度向上の一助となることを目的に、「つくしちゃん」の露出回数を増加させることで愛着や印象を持ってもらい、「つくしちゃん」の認知度を向上させる。									
4. 成果（簡易評価は未記入）									
成果指標名称		単位	02年度 実績	03年度 実績	04年度 当初	05年度 要求	06年度 計画	07年度 計画	目標
着ぐるみの貸し出し回数		回	11	10	50	50			
「つくしちゃん」の認知度（市民アンケート）		%	85.5	86.3	90	90			
5. コスト									
事業費		計	千円	30	32	46	46		
		国	千円	0	0	0	0		
		県	千円	0	0	0	0		
		地方債	千円	0	0	0	0		
		その他	千円	0	0	0	0		
一般		千円	30	32	46	46			
正職員人工数		人工	0.3	0.3	0.3				
正職員人件費		千円	2,409	2,376	2,318				
トータルコスト(事業費+正職員人件費)		千円	2,439	2,408	2,364	46			
6. 成果状況及びコメント（簡易評価は未記入）									
あがっている どちらかといえばあがっている あがっていない（停滞・低下）		庁内での着ぐるみ活用のネックとなっていた着用する人員の確保について、「着ぐるみ出動隊」を組織し公務対応可能とした。また、着ぐるみ貸し出し要綱を策定し、外部への貸し出しを可能としている。 コロナ禍のためイベント等が中止された事により、着ぐるみ貸し出し回数が減少した。 「つくしちゃん」の認知度について、市民アンケートで平成30年度から質問項目を設けており、令和3年度は「イラストも愛称も知っている」54.6%、「イラストだけ知っている」27.4%、「愛称だけ知っている」4.3%という結果だった。							
7. 評価及びコメント（簡易評価は未記入）									
対象動向	維持	類似事業	なし		【状況】着ぐるみ貸し出しについて、例年同一イベントでの貸し出しが多い。コロナ禍で貸出件数が減少。 【課題】イベント等の中止により着ぐるみの貸し出しの申込件数は少ないと予測できるが、今後のためにも貸し出し制度の周知を継続的に行う。 庁内業務におけるイラストや着ぐるみ等のより積極的な活用を促していく。				
手段効率化余地	あり	コスト削減余地	あり						
公的関与	妥当性がある	受益者負担	余地あり						
上位貢献度	基礎的事務事業	業務推進課題	あり						
成果向上余地	大きい								
8. 改善改革案（簡易評価は必要な場合のみ記入）									
改善案/期待する成果/必要性/推進スケジュール/必要な費用（維持/事業終了の場合は記入する必要なし）			改善方向性		維持 見直し 廃止 事業終了				
着用時の暑さを軽減するタイプの着ぐるみを作製すると共に、より効果的なPRを目的に法被と職も作製した。 ラインスタンプ、ピンバッジ、CD、DVD、シールを作成しており、市民に提供するとともに、各課の行事等で活用してもらい、市のPRに活用してもらう。			より効率的・効果的に成果をあげるためには、他市の活用事例等を参考にしつつ、本市独自のPR方法等を検討する必要がある。						
事業開始背景及び現在の環境変化（市民・議会等の要望）			備考・特記事項 or 進行管理欄						
近年、自治体のマスコットキャラクターは「ゆるキャラ」としてイベントのPRや自治体の顔として重要な役割を担うようになってきている。									