

		コメント
① 目標設定	シティブロモーションに関わる十分なリサーチ及び分析ができているか	既存ランキング資料を活用しつつ、Webアンケートによるイメージ調査、mGAP調査などを的確に行っている。ただしセグメントごとの分析は必ずしも十分ではないところも散見される
	参考 リサーチ手法の的確性を説明可能か 現状分析及びターゲット分析のいずれも十分か 戦略・指針等に記述されているか	
② ブランド構築	シティブロモーションの目的及び成果指標が地域の持続的発展と十分な整合性があるか	個々の取り組みが、段階的に福知山市ブランドへの付加価値向上を実現し、さらに地域推奨、参加、感謝に繋がる明確なロジックモデルが設定されている
	参考 地域の持続的発展との整合性は論理的か 指標は定量化されているか 目的は明文化されていたか	
③ ターゲット	自地域ブランドの明確化ができているか	ブランドメッセージ「いがいと!福知山」による地域の差別的優位性への気づきを促し、一方で地域外への明智光秀訴求を行い、それによる評価向上を地域内に還流させて市民の誇り強化につなげている
	参考 当該地域における生活や滞在の特徴(スタイル)が明確になっているか ブランドアウトプットとライフスタイルに整合性があるか ブランドのアウトプットは十分か	
④ 競合連携	ブランド構築への市民参加は的確か	小学校などの総合的学習でのシティブロモーション活動や、福知山フォトグラファによるブランドマネジメントへの参加はあるが、当初のブランド構築への参加は十分には見られない
	参考 ブランド構築にとって市民やステークホルダーの存在が決定的なものか ブランド構築の初期から市民やステークホルダーが参加しているか ブランド構築の過程に何らかの市民参加があるか	
⑤ シティブロモーションを実現するメディア活用の的確性	ブランドに沿った訴求対象セグメントによりターゲットが設定できているか	「いがいと!福知山」「明智光秀」それぞれのブランド提起ごとに全体事業ターゲットとコアターゲットを明確にしたうえで、それぞれのセグメントに応じたメディア活用が進められている
	参考 ブランドに沿った訴求対象が明確か 訴求対象に基づくターゲット設定が適切か 定住者への訴求に留意できているか 戦略・指針等に記述されているか	
⑥ PDCA	競合の明確化ができているかまたは明確な理由のある連携相手を設定できているか	「いがいと!福知山」「明智光秀」それぞれについて十分なデータも基礎に競合及び連携対象を明らかにしている。
	参考 競合対象または連携対象が明確か 競合対象または連携対象について理解されているか 戦略・指針等に記述されているか	
⑦ 内部理解	ライフスタイルに基づくブランドの幅広い認知が実現できているか	「明智光秀」についての多様な工夫による認知獲得には極めて秀でたものがあり、データによる裏打ちも行っている。「いがいと!」についても認知度調査を行い、進捗を確認している
	参考 幅広い認知は実現できているか 認知を確認するための指標は明確か 指標の設定は恣意的ではなく納得できるものか	
⑧ 活動実働	ターゲットの特性に合わせたメディア活用により関心を惹起できているか	イベントなどを通じて「いがいと!福知山」ファンクラブへの加入を促し、ファンクラブメンバーへのメルマガ活用などにより関心持続を図っている
	参考 ターゲットの関心は獲得できているか ターゲットに即したメディア活用が行われているか 関心の獲得を確認するための指標は明確か	
⑨ 目標実現	十分に信頼できるだけの情報蓄積にターゲットを誘導し、実際に信頼を獲得できているか	いがいと!福知山ウェブサイトへの誘導を行っているが、誘導に向けた仕掛けは必ずしも十分ではない。また、福知山の強みである合計特殊出生率などのデータはサイトの深いところにあるのがもったいない。mGAPなどの指標は適切に用意されている
	参考 ターゲットの信頼を獲得できているか 信頼を提供できるプルメディアが整備されているか 信頼の獲得を確認するための指標は明確か 信頼を提供できるプルメディアにターゲットを的確に誘導できているか	
⑩ 目標実現	十分に共感できるだけの情報蓄積にターゲットを誘導し、実際に共感を獲得できているか	ハッシュタグを用いての発信を促すことで、当該ハッシュタグ検索を誘導できれば、共感に繋がることは期待できる。明智光秀についてもアニメなどによる共感形成も意図されている。こうした仕組みは適切だが、誘導には課題も残る。指標については上記同様用意されている
	参考 ターゲットの共感を獲得できているか 共感を提供できるプルメディアが整備されているか 共感の獲得を確認するための指標は明確か 共感を提供できるプルメディアにターゲットを的確に誘導できているか	
⑪ 目標実現	メディア活用の各時点での訴求対象者による情報共有は実現できているか	Instagramでの#いがいと!福知山によるシェアは2020年度末には40000件と情報共有の成果は十分に上がっている。
	参考 ほとんどのフェイズで情報共有が行われているか 情報共有を支援する取り組みが的確に設けられているか 情報共有を確認するための指標は明確か	
⑫ 目標実現	ターゲットは期待する行動を行っているか	シティブロモーションにつながる、「いがいと!」「明智光秀」それぞれのKGI、各種KPIの上昇が確認できている。上昇の理由も適切に説明できる
	参考 ターゲットはシティブロモーションの目的に応じた行動を実現しているか ターゲットが行動を実現するための的確なインセンティブが付与されているか 行動を確認するための指標は明確か	
⑬ 目標実現	成果指標の逐次の確認により事業的確な運営を図っているか	明確な成果指標とロジックモデルが存在することから、PDCAのベースが十分に設けられている。そのうえで、日常的なPDCAサイクルを意識できている
	参考 事業の逐次の確認を行っているか 事業の確認は定量的に行われているか 確認の結果に基づく事業運営を行っているか	
⑭ 目標実現	行政内部でのシティブロモーションへの理解は獲得できているか	市長の強い意欲に基づいて事業が進められている。部課長及び職員については広報手法的な理解増進及び実情把握は得られているが、プロモーションの意義については必ずしも十分ではない
	参考 首長の理解は十分か 理事・管理職の理解は十分か シティブロモーション担当を除く各部局の理解度を的確に把握しているか 自治体における多様な施策との連携はとれているか	
⑮ 目標実現	地域で行われているシティブロモーションに資する活動を的確に把握しているか	Instagramで #いがいと福知山 をつけて投稿されたものをすべてをチェックし、いいねをつけるとともに、学校などへ講義・講演に出向き、児童・生徒らが考えるPR活動をフォローしながら関係構築している
	参考 地域でのシティブロモーションに資する活動を発見する仕組みはあるか 地域でのシティブロモーションに資する活動と連携する仕組みはあるか 戦略・指針等に記述されているか	
⑯ 目標実現	設定された目標は実現できたか、あるいは実現に向けて進捗しているか	シティブロモーションにつながる、「いがいと!」「明智光秀」それぞれのKGI、各種KPIの上昇が確認できている。上昇の理由も適切に説明できる(同上)
	参考 目標は明確に設定されているか(既述) 目標実現の進捗を評価する方法は適切か 目標実現、あるいは実現に向けて進捗していることを定量的に説明できるか	