

シティブロモーション・アワード2023評価シート		組織または団体名・担当者	
応募部門：実現途上部門		筑西市 市長公室シティブロモーション課長沼さま	
		主担当・副担当	北見・柴田 記入日 2023/1/09
		*調査員採点	補正後
		コメント	
①目標設定	シティブロモーション事業に取り組もうとした課題認識は適切か		
	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	資料ではターゲットや戦略などは資料だけではわかっていない。 最終的には移住者を増やしたいと行っていたが、地域参画総量とのロジックが不明確。
	シティブロモーションの目的(最終アウトカム)及び成果指標が地域の課題認識と十分な整合性があるか		
	参考	地域の課題認識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	こちらも同様である。「選んでもらえた筑西市」というプロモーションがSNSもっと中の人に向けて活動がされているように感じている。 最終的には移住者を増やしたいと行っていたが、地域参画総量とのロジックが不明確。
②ブランド構築	本アワードにおけるブランドとは、当該地域の特徴的なライフスタイル、滞在スタイルを基礎にして構築されるものであるが、そうした意味でのブランドの明確化ができていますか		
	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 ブランドのアウトプットは十分か	ブランドは明確なところが面白く、そのロジックを聞いてみたい。 まだ、筑西市のブランド構築には至っていない。ペルソナ等を作成し試行錯誤している段階。今後に期待!
	上記ブランド構築への市民参加は的確に行われているか		
	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	ブランド構築から活動まで全所属、市民(特に3年以内の定住者・移住者)を巻き込み彼らからその「良さ」を発信している点が素敵だ 多くの市民を巻き込むブランドで欲しい、今後に期待!
③ターゲット	シティブロモーションの対象セグメント(ターゲット)とその設定根拠は明確か		
	参考	ブランドに沿った訴求対象が明確か 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	定住者の訴求はきちんとできているのではないかとと思われる。特にツイッター(X)では、中の人に向けた(筑西に来る人に向けた)きめ細やかな情報発信がされているのではないかと。ブランド構築していないので、今後に期待!全方位でやろうとしている感あり。
④競合または連携	シティブロモーションにおいて連携する地域(自治体)・団体及び競合する地域(自治体)の存在は明確か		
	参考	競合対象または連携対象の意義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	「小美玉市」を参考モデルに対話のモデルを考えている。 「小美玉市」で、明けのダイヤモンド筑波、宵のダイヤモンド筑波など連携関係
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	ブランドの幅広い認知を獲得するためのメディア活用と成果指標(KPI)は的確か		
	参考	幅広い認知を実現するためのメディア活用と考えられるか 認知獲得状況を確認するための指標は論理的かつ明確か	Facebook, Instagram, Twitterなどを効果的に活用していると思われる。 認知いう点では良い。SNSの成果指標(KPI)が欲しい。
	対象セグメントにターゲティングし、関心を惹起するためのメディア活用と成果指標(KPI)は的確か		
	参考	対象セグメントの関心を惹起できるメディア活用と考えられるか 関心惹起状況を確認するための指標は論理的かつ明確か	メディア戦略はある程度成功しているツールもある中で、新しいチャンネルを立ち上げている点ははやや勿体無いと感じた。 SNSの成果指標(KPI)が欲しい。「いいね」数がKPIになるか不明。
	地域のブランドへの信頼を十分に信頼可能とする、「公共性」とデータにより裏打ちされた「場」を設定した上で、その「場」へ的確に誘導できた対象セグメントの信頼を形成するためのメディア活用と成果指標(KPI)は的確か		
	参考	対象セグメントを的確に誘導し、信頼を形成できるメディア活用と考えられるか 信頼形成状況を確認するための指標は論理的かつ明確か	SNSの成果指標(KPI)が欲しい。「いいね」数がKPIになるか不明。
	地域のブランドへの共感を十分に形成可能とする、地域に関わる人の思いや声が提起された「場」を設定した上で、その「場」へ的確に誘導できた対象セグメントの共感を形成するためのメディア活用と成果指標(KPI)は的確か		
	参考	対象セグメントを的確に誘導し、共感を形成できるメディア活用と考えられるか 共感形成状況を確認するための指標は論理的かつ明確か	SNSの成果指標(KPI)が欲しい。「いいね」数がKPIになるか不明。
	メディア活用の各時点での訴求対象者による情報拡散・情報共有を促すためのメディア活用と成果指標(KPI)は的確か		
	参考	認知獲得・関心惹起・信頼形成・共感形成の各段階で、訴求対象者による情報拡散・情報共有を促すメディア活用と考えられるか 情報拡散・情報共有を確認するための指標は論理的かつ明確か	SNSや広報含めある程度の効果が出ているし、多くの方々が参画しているように感じる。 SNSの成果指標(KPI)があると良い。
	対象セグメントに期待する行動を促すためのナッジ、インセンティブに係る取り組みと成果指標(KPI)は的確か		
	参考	対象セグメントに期待する行動を促すためのナッジ、インセンティブに係る取り組みと考慮されるか 行動実現を確認するための指標は論理的かつ明確か	庁内の各職員やプロジェクト参画の移住者・定住者にとってのインセンティブになっているかはわからない。 CPIに参加したい住民を巻き込みが必要。
⑥PDCA	PDCAを的確に実現するため、成果指標の逐次の確認により事業の的確な運営を図っているか		
	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	この辺りはおそらく上手に設計されているものと思われる。 地域参画総量は、年1回のため、それに代わる日々のKPIが欲しいところ。
	団体または組織内部でのシティブロモーションへの理解・協力は獲得できているか		
⑦内部協力	参考	自治体においては首長の、その他団体においてはトップの理解・協力は十分か 理事・管理職にあたる者の理解・協力は十分か シティブロモーション担当を除く各部局の理解度・協力度を的確に把握しているか 自治体等組織内における多様な施策との連携はとれているか	要調整ではあるが、各部署で推進員を設定し、3年以内の移住・定住者も巻き込んだプロジェクトは筑西市の覚悟の表れで、首長はじめ町内で了解が取れているのではないかと。 庁内での連携はとれているのは理解。どういった連携があるのかもっと知りたい。
	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		
⑧地域活動の把握	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	ここで現在のところではあまり見えていない点ではないか。 定性的ではあるが、CPの市民の自発的取り組みを聞こえ来るようであるが、把握・巻き込む手段がない。
	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		
⑨目標実現	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	市民が参加してシティブロモーションにチャレンジしていることは良くわかった。目標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仕掛けを作ると良いと思われる。
	*調査員は各細目に必要に応じ○△×等を記載し、コメント欄に評価に係る内容を記述したうえ、総合評価点として各欄太枠内に1~4のいずれかを記入		