

シティプロモーション・アワード講評シート(足立区)

		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ますか	区民意識を利用して、まず職員→区民⇒区外と分析し、戦略を立てている。インナープロモーションに約10年をかけ徹底している点が素晴らしく成果が出ている
	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に戦略・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	地域(区)の持続的発展を強く意識している。2018年度から区民参画総量の計測を開始し、活動目標=区民参画総量、成果目標=誇りに思う区民の割合との提示が的確に行われている
	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ますか	マイナスという明確な位置づけ。ボトルネック的課題「治安」「学力」「健康」「貧困」の改善の方向性が明らかである
	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	区民向けの世論調査などを繰り返し行い、十分把握している
	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確実性	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	ターゲットを区民全体の持続的発展としており、詳しく区分していない。
	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 P D C A	競合の明確化ができていますかまたは明確な理由のある連携相手が設定できているか	インナープロモーションとして、職員、区民には丁寧に対応し、競合、連携はあまり意識していない。そのうえで「今後の課題と認識」されている。下町連携的な考え方もあり得るとのことであった
	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	区民への認知は進んでいるが、区外の情報発信に向けたメディア戦略の検討が進んでいない部分が見られる
	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 活動実驗的把握	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	区内での活動指標としてワークショップ参加人数、ポスター・チラシ作成支援数を提示し、結果として区民全体の関心を促すことに成功している。
	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	良い話だけでなく情報発信により、かえって信頼が獲得できている
	参考 ターゲットの信頼を獲得できているか 信頼を提供できるブ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 信頼を提供できるブ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	インナープロモーションとして職員、区民との共感を意識調査で確認し、今後、区外への情報発信に取り組んでいく状況にある
	参考 ターゲットの共感を獲得できているか 共感を提供できるブ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 共感を提供できるブ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	区の良い所、悪い所をオープンにして、ネガティブ情報払拭により信頼を獲得し、区内と区民の情報共有につなげている
	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	まず区内各課は政策に区民意識を指標として活動しており、成果が出ている。ターゲット「区内」に対するシティブロモーター制度は大いに機能している
	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の的確な運営を図っているか	重要施策について、区内評価委員会と区民評価委員会の評価を経て、運営へ反映している
	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	戦略方針「すべての所管課が施策・事業を展開する上での基本的方針」に位置づけ、上記シティブロモーター制度の機能も活かしている。政策毎に区民意識調査を行っている点が特徴的である。
	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	「繋ぐプロモーション」公民の様々な活動主体をつなげるコーディネートを展開し、例年120件程度の実績があるが、さらに地域の活動と連携を今年から本格化しはじめている
	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	足立区を「自慢できる、誇れるまち」へ進化させる目的に対し、誇りをもっている区民の割合3割⇒5割へ上昇させることができた。区内⇒区民⇒区外の戦略が明確でブレないことが大きな意義を持っている
	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	