

		コメント		
① 目標設定	シティプ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	十分な調査はされている。域外ターゲットに関しては、もう少し分析がほしい		
	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な戦略・指針等に記述されているか			
	参考 シティプ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			
② ブランド構築	地域での持続的発展との整合性は論理的か	mGAPを用いて指標化。リリースも出している。継続的に測定・把握は素晴らしい。		
	参考 指標は定量化されているか			
	目的は明文化されていたか			
	参考 自地域ブランドの明確化ができていますか			
③ ターゲット	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	「&green」のコンセプトが単なるキャッチコピーではなく、市民のライフスタイルを象徴。北本市役所前の芝生広場も象徴的である。		
	参考 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			
	参考 ブランド構築への市民参加は的確か			
④ 競合連携	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	市民参加はある。「きたもと暮らし研究会」や、市役所若手を中心に策定された		
	参考 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			
	参考 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			
⑤ シティプロモーションを実現するメディア活用	ブランドに沿った訴求対象が明確か	まずは市内の「20代-40代前半」がターゲット。市外へのアプローチについては今のところは重点化できていないとのこと		
	参考 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			
	参考 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	近隣4市1町(埼玉県央地域)協働でシティプロモーション事業「IKOKA」を行っている。域内では民間「暮らしの編集室」との連携もあり、先進的である。		
	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			
	参考 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	「&green」の認知を高めるため、冊子をターゲットに配布している。認知を確認するための指標設定は現状では特に設けられていない		
	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			
	参考 指標の設定は恣意的ではなく納得できるものか			
	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		「&green」添付のアンケートに600名以上から回答。関心獲得の指標イベント参加者数やWEB閲覧者数などにより把握されている	
	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			
	参考 関心の獲得を確認するための指標は明確か			
	⑧ 活動実驗		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	マーケットの学校や暮らしの学校等オフライン型の事業も「&green」を体感できるブルメディアとして機能している。推奨・参加・感謝意欲を測定することで成果も明確化されている
			参考 ターゲットの信頼を獲得できているか	
			信頼を提供できるブルメディアが整備されているか	
			参考 信頼の獲得を確認するための指標は明確か	
⑨ 現目標	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	市民主体のプロジェクトを広報きたもとに掲載することで、情報共有としている		
	参考 ターゲットの共感を獲得できているか			
	共感を提供できるブルメディアが整備されているか			
	参考 共感の獲得を確認するための指標は明確か			
⑩ 目標実	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	ふるさと納税クラウドファンディングでの資金支援、「&greenproject」での後方支援等も実施できている		
	参考 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			
	ほとんどのフェイズで情報共有が行われているか			
	参考 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			
⑪ 目標実	情報共有を確認するための指標は明確か	年1回のまちづくり市民アンケートでのmGAP確認、各個別事業でのアンケートによる意欲指標確認もされており、明確である		
	参考 ターゲットは期待する行動を行っているか			
	ターゲットはシティプロモーションの目的に応じた行動を実現しているか			
	参考 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			
⑫ 目標実	行動を確認するための指標は明確か	市長直轄部署である市長公室で所管。庁内シティプロモーションチームを各部から1名以上、約15名で設置・運用。庁内職員250名中130名が研修受講済など内部理解への意識、進捗は評価できる		
	参考 地域で行われているシティプロモーションに資する活動を的確に把握しているか			
	地域でのシティプロモーションに資する活動を発見する仕組みはあるか			
	参考 地域でのシティプロモーションに資する活動と連携する仕組みはあるか			
⑬ 目標実	戦略・指針等に記述されているか	行政のみが主体となって取り組むのではなく、市民や企業と連携しながら“オール北本”で取り組まれていることが理解できた		
	参考 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			
	目標は明確に設定されているか(既述)			
	参考 目標実現の進捗を評価する方法は適切か			
⑭ 目標実	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	令和2年はmGAPの向上、17年ぶりの社会増(+209)など成果指標の向上が見られた。社会増の要因分析はまだこれからだが、シティプロモーションの影響は大いにあった		
	参考			