

		*調査員採点	補正後	コメント
① 目標設定	シティプ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			・アフター大河をきっかけに、「アフター大河」バトンプロジェクトとして、NHK大河ドラマが終わり、注目が終わったことに問題意識を持つ。
	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	シティプ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			・行動力は素晴らしい。何を以て評価するか不明。
	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			
③ ターゲット	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ないか			・「アフター大河」バトンプロジェクトとして、地域を盛り上げようとしている。
	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 ブランドのアウトプットは十分か			
④ 競合連携	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			・各地の高校に広がり努力は素晴らしい。地域市民というよりは高校生が中心。光秀マインドを具現化している。
	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 シティプロモーションを実現するメディア活用の的確性	シティプ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			・ターゲットは高校性であることは明確。他の地域の高校生(埼玉県立深谷商業高校、鎌倉女学院、兵庫県立柏原高校、兵庫県立出石高校)を巻き込んだのは素晴らしい。
	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			
⑥ PDCA	シティプ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			・各地の高校と連携することは明確。埼玉県立深谷商業高校、鎌倉女学院、兵庫県立柏原高校、兵庫県立出石高校と連携を作った。
	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			
⑦ 内部協力	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			・「大河黒板アート」がSNSによる拡散によるKPIは不明。
	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			
⑧ 地域把握	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			・「大河黒板アート」がSNSによる拡散によるKPIは不明。
	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			
⑨ 現状	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」への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			・「大河黒板アート」がSNSによる拡散によるKPIは不明。
	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			
⑩ その他	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」への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			・「大河黒板アート」がSNSによる拡散によるKPIは不明。
	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			
⑪ その他	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			・「大河黒板アート」がSNSによる拡散によるKPIは不明。
	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			
⑫ その他	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			・「大河黒板アート」がSNSによる拡散によるKPIは不明。
	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えられるか 行動実現を確認するための指標は論理的かつ明確か			
⑬ その他	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			・PDCAをどのように実現しようとしているか不明。
	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 その他	団体または組織内部でのシティプロモーションへの理解・協力は獲得できているか			・「光秀マインド」を具体化することで、プロジェクトと連動福知山市役所と連動している。
	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 シティプ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			
⑮ その他	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			・SNS(X, Instagram)で情報発信、仕組みはある。
	参考 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 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 戦略・指針等に記述されているか			
⑯ その他	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			・全国の高校生が広がり、一定の目標を達成できている。 ・トライとしては、素晴らしいが、今後ロジックを検討していくべき。
	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			
*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		合計	0	