

		*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	4	×3	12	総合基本計画-第2期久喜市スポーツ推進計画に基づく。スポーツを通じた地域の持続的発展を促すための、関係人口増によるプロモーションという位置づけ。リサーチは前記計画策定時のアンケートによる。
	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	○	○		
参考	○	○	○		
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	3	×6	18	2020年「健康・スポーツ都市」宣言。健康寿命の延伸という地域課題に対し、日本一の高校やプロチームという地域資源を十二分に活用し、市民中心の「実行委員会」方式により、「育成」というコンセプトを実現している。指標は前記計画に基づきスポーツ実施率等を採用。	
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	△	○			
参考	○	○	○		
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	3	×3	9	市民のスポーツに対する「する」「みる」「ささえる」「つくる・はぐくむ」という多様な関わり方を下地に、スポーツや運動を通じて、「誰もが輝き、健やかに幸せな生活ができるまち」を目指す
	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	△	○		
参考	○	○	○		
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	4	×3	12	実行委は市内の子ども食堂経営者達が創設。子どもが集まった時の活動と、久喜高校を応援の掛け合わせが「3x3」を市全体で盛り上げるという構想に結実。自走した運営で、事業自体が市民参加を前提としている。	
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	○	○			
参考	○	○	○		
③ ターゲット	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	4	×6	24	市内外の「子ども」+「保護者」をメインターゲット。スポーツを「する」起点としての子どもの「育成」をメインストーリーとして、「みる」「ささえる」について幅広い市民参加の裾野を形成するサブストーリーが成立している。
	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	○	○		
参考	○	○	○		
④ 競合連携	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	4	×4	16	独自の地域資源に立脚するユニークな取り組みなので競合という視点は持っていない。連携のポイントは、森永製菓をはじめとする協賛企業。取り組みを広げる段階では近隣・広域に他の自治体も視野に入ってくる。
	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	○	○		
参考	○	○	○		
⑤ シティプ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	3	×1	3	〈商業面でのタイアップ〉が「知らない人」への認知拡大に大きく寄与。市内商業施設、地元タクシー会社、飲料自販機等、多くの接点で自然に市民の目に触れられる。
	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	○	○		
	参考	○	○	○	
	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	3	×1	3	バスケットに興味のある人へ対しては専門誌等が有効。更に地元TV局による継続的な取材企画も「関心の高温化」に寄与している。
	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	△	○		
	参考	○	○	○	
	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	3	×1	3	信頼形成に関しては、市の広報誌やホームページ等のオウンドメディア活用が奏功している。【本事業は狭い意味での情報発信を主とする事業ではないため、各フェーズの達成状況ではなく、事業全体に関わる実施・継続に直結する数値が指標となり、その点で評価各項目の参考要素に沿った評価が難しく、納得が得られるかという視点を用いているところもある】
	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	△	○			
参考	○	○	○		
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	3	×1	3	多世代コミュニティの効用。例えば、プロ・高校生・小学生が一緒に活動する過程において、高校生がプロと小学生の間をつなぐ「通訳」として機能することなどにより、関係者の相互理解を促すはたらきをしている。	
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	△	○			
参考	○	○	○		
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	3	×1	3	SNSの有効活用。中でも、久喜高校のインスタグラムは、日本一という実績をバックボーンに他地域の人々へ対しても訴求力がある。久喜高校バスケット部に入部したために八丈島から移住したというケースも出てきている。	
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	△	○			
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成果指標(KPI)は的確か	3	×1	3	メディア活用全般を通してイベント来場者/シュートチャレンジ参加者/協賛企業数/協賛金額等定量的に確認することの出来るデータを多種類とっている	
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	△	○			
参考	○	○	○		
⑥ PDCA	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	4	×4	16	実行委にて定期的に実施している。事業の運営費は企業からの協賛金で賄っており、スポンサー継続のためには詳細なKPIと精密なPDCAが必須であり、それゆえ自治体単独の事業より効率的かつ効果的な事業運営が行なわれている。企業参画がポジティブに働いている。
	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	○	○		
参考	○	○	○		
⑦ 内部協力	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	4	×6	24	首長の姿勢が積極的であることから、全庁的に優先実施事項として取り扱われている。ふるさと納税(ブランド推進課)、車いすバスケットのタイアップ(障がい者福祉課)、食育啓発(健康)、参加者による環境美化(環境)、飲食ブース展開(観光)等、事業を核とした庁内連携も活発。
	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	○	○		
参考	○	○	○		
⑧ 地域の地域活用	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	4	×4	16	元来、地域の自発性を起点とする事業であり、地域活動であることが前提となっている。さらに商業面のタイアップ等、いろいろなものを巻き込み、ステークホルダーを拡大することが、イコール事業の発展となっている。
	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	○	○		
参考	○	○	○		
⑨ 現目標実	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	3	×6	18	設定した目標は「スポーツ実施率」の向上だが、その達成と件が、中学校の参加やクラブチームの発足等、事業コンセプトである「育成」のためのシステム構築であり、事業拡大が目標の実現と的確に結びついている。
	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	○	○		
参考	○	○	△		
*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	183		