

シティプロモーション・アワード2023評価シート		組織または団体名・担当者	名張市
応募部門： 途上部門		主担当・副担当	記入日
		*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		名張市の中でも特にターゲットとして市内(中でも若者・移住者をコアターゲット)、市外(出身者、関係人口、大阪からの転入希望者)などがきちんとデータに基づき優先ターゲットとして絞られている。
	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か 戦略・指針等に記述されているか	
	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		
	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	
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		ブランドは明確になっており、さらに現在のプロジェクトのキャッチコピーができてくると、市民を巻き込んだ取り組みとして非常に力強いメッセージが伝えられるのではないかと。
	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	
	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	
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		きちんと対象を設定できており、明文化している。
	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 戦略・指針等に記述されているか	
④競合または連携	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		まだまだ市内への発信が中心のためか、市外との競合や連携は検討がないと感じた。ヒアリングでもお聞きする。
	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	
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	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		広報誌では、11月「なばり学」として名張のことを伝え参画を促す発信がされていた。よりワカモノターゲットにするための活動もあると非常にいい。
	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	
	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	
	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		
	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	
	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		
	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	
	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	
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		上記同様、しかし11月の広報誌の伝え方は、若者や移住者なども参画しやすい情報発信ではないかと感じたので加点。 https://www.city.nabari.lg.jp/s010/110/080/010/2023/051101/R5.11matome.pdf	
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		
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		地域参画総量をKPIの大きな1つとして設定していると考えられる。そこ以外に「若者」「移住・定住者」の参加が確認できるKPIの設定も欲しいと考えています。
	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	
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		市長がワークショップでも参加されており、TOPの理解がきちんとあることは明らかである。管理職や各組織の今後の積極的な連携が必要である。
	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	
⑧地域活動の把握	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		きちんとキャッチコピー、なば愛を叫ぶでは連携する仕組みが、明文化されている。令和6年はさらに効果的に関わって欲しいと思われました。
	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	
⑨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		単年度の計画がきちんとあることが非常に素晴らしいと感じている。そこをきちんと評価し翌年につながる仕組みの構築を期待。
	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