

		*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	<input type="checkbox"/> X3	0		
	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			<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X
	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	<input type="checkbox"/> X6			
	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	<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X		
	② ブランド構築	自地域における生活や滞在の特徴(スタイル)を意味するブランドの明確化ができていますか	<input type="checkbox"/> X3		0
		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		
ブランド構築への市民参加は的確か		<input type="checkbox"/> X3			
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	<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X			
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	<input type="checkbox"/> X6	0		
	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		<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X	
	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		<input type="checkbox"/> X4	
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	<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X			
⑤ シティプロモーション性を 実現するメディア活用 の的確	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	<input type="checkbox"/> X1	0		
	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		<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X	
	対象セグメントにターゲットインし、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	<input type="checkbox"/> X1			
	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	<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X		
	地域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」に、対象セグメントを誘導し、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	<input type="checkbox"/> X1	0		
	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		<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X	
	地域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を提起できる「場」に、対象セグメントを誘導し、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	<input type="checkbox"/> X1			
	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	<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X		
	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	<input type="checkbox"/> X1	0		
	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		<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X	
	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	<input type="checkbox"/> X1			
	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	<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X		
P D C A ⑥	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	<input type="checkbox"/> X4	0		
	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		<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X	
	⑦ 内部協力	行政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		<input type="checkbox"/> X6	
参考	首長の理解・協力は十分か 理事・管理職の理解・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 自治体における多様な施策との連携はとれているか	<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X			
動 ⑧ の地 把域 握活	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	<input type="checkbox"/> X4	0		
	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		<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X	
	⑨ 目標 現 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		<input type="checkbox"/> X6	
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	<input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X <input type="checkbox"/> Δ X			
*調査員は各細目に必要に応じて○△×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		