

PDCAチェックシート

実施年度	令和 7 年度		担当課名	戦略情報課
事務事業名	シティプロモーション事業			
【Plan】計画	【Do】実施・実行	【Check】点検・評価	【Action】処置・改善	
■目的 戦略的な情報発信体制及び機能の強化を推進し、地域の魅力を内外に発信することにより地域の活性化を目指す。	■具体的取組 市公式シティプロモーション用SNSを活用した情報発信、パンフレットの作成、CM動画や魅力発信ラジオの制作放送による市のPRを実施した。 地域愛着心の向上を目的とした東かがわ市シティプロモーション戦略を策定するため、アンケートや座談会、ワークショップを実施した。 また、ブランドメッセージとロゴマークを決定した。 事業費等 事業費 10,556千円 ○パンフレット等印刷 403千円 ○CM動画、魅力発信ラジオ制作放送 1,224千円 ○万博関連事業 4,111千円 ○シティプロモーション戦略策定 4,818千円 ■アウトプット(数量等) 実施回数等 ○市公式シティプロモーション用SNS Facebook 投稿数 66件 フォロワー数 1,657(前年1,674) Instagram 投稿数 183件 フォロワー数 11,749(前年8,612) YouTube 投稿数 88件 フォロワー数 927(前年 787) ○パンフレット等印刷 リーフレット 15,000部 ○CM動画放送 11回 ○魅力発信ラジオ制作放送 40回(再放送込) ○プレスリリース実施回数 154回	■成果指標の具体的検証結果 (インプット・アウトプットに対するアウトカムの達成状況はどうか、また、達成できていない場合の原因は何なのか等の検証結果を具体的に記載) シティプロモーションとして2度の催事に出展した大阪・関西万博と初参加となった瀬戸内国際芸術祭2025夏会期の様子や、東かがわ市を訪れたいくなるような写真や動画などをSNSで継続的に発信した結果、Instagramのフォロワー数が令和6年度末8,612人であったのが、令和7年度末11,749人まで増えた。 大阪・関西万博では、香川県催事及び首長連合催事に出展した。香川県催事では4日間で約31,000人、首長連合催事では4日間で約45,500人に対して本市のPR活動を行った。また、引田ひなまつり会場において、首長連合催事で共同出展した自治体が集結し、万博レガシーの継続と地方創生への寄与を目的に公式キャラクター「ミyakミyak」の出演を依頼し、4市キャラクターとの絡みや来場者との写真撮影などを行った。 市の基本構想に掲げる将来像「つながる未来を とともに創るまち 東かがわ」の実現に向けたまちづくりビジョンを達成するための事業として位置づけたシティプロモーション戦略を策定し、市内外に向けた情報発信だけでなく、市民の地域愛着心が向上するような取組を積み重ねていく計画とした。 ラジオでは、2市1町の東讃地区共同で魅力発信ラジオを制作放送し、市内の人・物・事など、四季折々の魅力発信に取り組んだ。	■検証結果を受けての具体的対応 大阪・関西万博への出展、初参加となる瀬戸内国際芸術祭2025夏会期等により、Instagramを中心としたSNSフォロワー数は当初目標(11,000人)を大きく上回る14,333人を達成し、認知度拡大において成果が得られた。一方で、Facebookフォロワー数が微減しているなど、運用面での課題も明確になった。 今後は、7年度に策定した「東かがわ市シティプロモーション戦略」に基づき「ただいま」と感じられるまちのプロモーションを展開する。決定したブランドメッセージ「ただいま 手袋のまち」やロゴマークを活用した展開を図る。単なる情報発信にとどまらず、市民の地域愛着心のさらなる向上を目指し、市民などが継続的に関われる仕組みづくりを進める。 また、東讃地区2市1町の広域連携によるラジオ放送や、万博を通じて構築した他自治体とのネットワークも有効に活用し、より効果的かつ持続可能なプロモーション体制へ移行する。 ■評価 現状維持	
■成果指標(アウトカム・KPI) ※ 【目標値】 ○市公式シティプロモーション用SNSフォロワー数 11,000人 【達成値(R7実績値)】 ○市公式シティプロモーション用SNSフォロワー数 14,333人				

※KPI … 重要業績評価指標。Key Performance Indicatorの略。アウトカムの達成度を具体的に示す指標(数値)をいう。