

そでがうらシティプロモーション推進基本方針の  
最終評価について

令和2年8月

袖ヶ浦市企画財政部秘書広報課

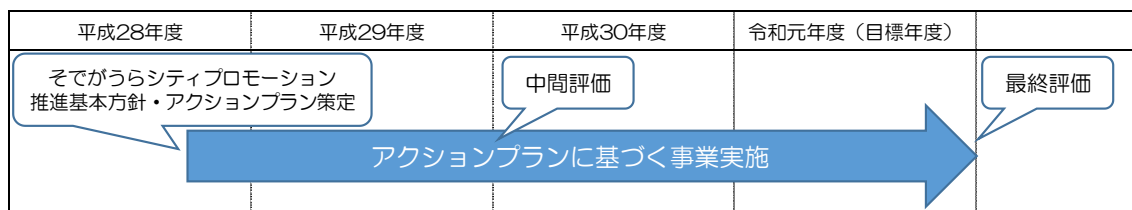
## 1 評価・検証の進め方について

平成28年12月に策定した「そでがうらシティプロモーション推進基本方針及びアクションプラン」については、シティプロモーションの推進により、「将来にわたって、持続的に発展していくまち“袖ヶ浦”の実現」を目的に、平成28年度から令和元年度の4年間を計画期間として各種事業に取り組んできました。

推進基本方針の中では「社会の変化への対応や他の施策との整合性、PDCA（計画・実行・評価・改善）サイクルによる効果検証などを行うことにより、随時取組の方向性や内容の検討・見直しを行っていく」としており、平成30年度に中間評価を行い、アクションプランの一部変更等を行いました。

今回、推進基本方針で定めた目的を達成するため、「実施内容」と「行動計画」を明示したアクションプランについて、4年間の実績評価（事業評価）を別紙のとおり取りまとめました。

推進基本方針に掲げた取組成果指標の達成状況、アクションプランの4年間の実績評価（事業評価）等を踏まえ、シティプロモーション推進基本方針の最終評価を行うものです。



## 2 取組成果指標の達成状況について

推進基本方針では、成果指標として「市の認知度」、「交流人口の増加（観光入込客数）」、「人口動態における社会増減数」、「市に「定住意向」を持つ市民の割合」の4つを掲げています。

計画期間における成果指標の達成状況は以下のとおりです。

- ・ **市の認知度（大田区・川崎市） → 未達成**  
23.4% (H27) → 19.2% (R1) 目標値 40.0%
- ・ **交流人口の増加（観光入込客数） → 未達成**  
166万人 (H27) → 161万人 (R1) 目標値 180万人
- ・ **人口動態における社会増減数 → 達成**  
252人 (H26) → 2,728人 (H27-R1 合計) 目標値 2,000人
- ・ **市に「定住意向」を持つ市民の割合 → 達成**  
45.5% (H27) (※78.9%) → 87.0% (R1) 目標値 50.0%

※「市に「定住意向」を持つ市民の割合は、平成 27 年の調査時は回答の選択肢が 4 択でしたが、令和元年の調査時は 2 択に変更しています。平成 27 年時点での ( ) 内の数値は 4 択のうち「ずっと住み続けたい (45.5%)」と「当分は住んでいたい (33.4%)」の合計値です。

本市の認知度については、平成 27 年の国勢調査で県外から袖ヶ浦市への転入者が比較的多い東京都大田区、神奈川県川崎市で調査しました。各種プロモーション事業の実施にもかかわらず、認知度については 23.4%から 19.2%へと低下しています。

また、交流人口の増加を目標とした年間の観光入込客数については 161 万人となり、目標の 180 万人は達成できませんでした。観光入込客数については近年増加傾向にありましたが、令和元年は 9 月以降に相次いだ台風被害等の影響もあり、平成 30 年の 177 万人から減少してしまいました。

一方で、袖ヶ浦駅海側地区の新たなまちづくりの進展等に伴い、人口動態における社会増減数は、平成 27 年から令和元年の 5 か年合計で 2,728 人と、目標の 2,000 人を達成しました。袖ヶ浦駅海側地区における住民基本台帳登録者の分析では、令和元年 7 月時点の在住者約 2,000 名のうち、市外からの転入者が約 7 割を占め、転入者のうち東京都や神奈川県からの転入が 2 割近くに達しています。

また、市に定住意向を持つ市民の割合についても、設問の選択肢を変更したため単純比較はできませんが、市に定住意向を持つ市民の割合が 87%と高い割合となっています。このことは、新たなまちづくりと連携しながら実施しているシティプロモーションが市の魅力を市内外に伝えていることが想定されます。

### 3 アクションプランの各事業評価について

アクションプランに掲載された各事業の 4 年間の実績評価（事業評価）は下記のとおりです。

事業実施	◎ 予定以上の事業実施	○ 予定通り事業実施	△ 一部事業実施できなかった	× 事業実施できなかった
	0 事業	4 3 事業	0 事業	1 事業
事業効果	◎ 特に効果的	○ 効果的	△ 余り効果的でない	× 効果的でない
	0 事業	4 0 事業	3 事業	0 事業

このように、アクションプランに掲載された44事業のうち、9割以上の事業において、「予定通り事業実施」及び「効果的」の評価となっています。

#### 4 推進基本方針の最終評価について

アクションプランに掲載された各事業の事業評価のうち、9割以上の事業が「予定通り事業実施」及び「効果的」と評価されていること、取組成果指標の達成状況においても、「人口動態における社会増減数」や「市に定住意向を持つ市民の割合」が増加し目標数値を達成したこと等を踏まえ、市のシティプロモーションの推進に一定の成果が表れていると評価できます。

一方で、依然として東京都、神奈川県方面での本市の認知度が低い水準にとどまっている等の課題もあることから、令和2年3月に新たに「そでがうらシティプロモーション戦略基本方針」を策定しました。今後は、本戦略基本方針に基づき、袖ヶ浦の地域ブランドの構築等を目指し、更なるシティプロモーションの推進に取り組んでいきます。