

行政評価事務事業一覧

【まちづくりの目標7_行財政運営】

施策 7-1_人口減少対策とシティブランド戦略の推進

基本計画		事業番号	細事業名称
7-01-01	移住・定住の促進	02516_01	奨学金返済支援事業
7-01-01	移住・定住の促進	02533_01	移住者住宅改修支援事業
7-01-01	移住・定住の促進	02548_01	転入者ウェルカム事業
7-01-01	移住・定住の促進	02614_02	移住相談推進事業
7-01-01	移住・定住の促進	02614_03	移住体験促進事業
7-01-01	移住・定住の促進	02614_04	空き家バンク推進事業
7-01-01	移住・定住の促進	02643_01	首都圏移住支援事業
7-01-02	出会い・結婚支援の推進	02542_01	縁結びサポート事業
7-01-03	シティブランドの形成	02528_01	シティブランド戦略推進事業
7-01-03	シティブランドの形成	02550_01	シティプロモーション推進事業
7-01-03	シティブランドの形成	02636_01	SDGs未来都市推進事業

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報			事後評価	2024	02516_01			
事業名(行目名称)		奨学金返済支援事業費	細事業名	奨学金返済支援事業				
総合計画	まちづくり	行財政運営	施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進				
	基本計画	移住・定住の促進	担当課	シティプロモーション推進課				
II 事務事業の実施概要								
事務事業内容	対象(誰・何を)	新卒就職者のうち、Uターン、地元就職希望者		数値	約500人			
	手段(どうやって)	本市へのUターン、地元就職を条件に、新卒就職者の奨学金の返済を支援する。						
	目的(どんな状態にしたいのか)	本市へのUターン、地元就職の促進						
III 投入費用								
実施年度		令和5年度 決算額(千円)	令和6年度(千円)			令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース		
			当初予算額	年度末予算額	決算額			
経費		7,203	7,002	7,002	5,973	○負担金補助及び交付金 7,002千円		
財源	県・国支出金	0	0	0	0			
	地方債		0	0				
	その他	0	0	0	0			
	一般財源	7,203	7,002	7,002	5,973			
IV 指標								
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度	令和7年度	
奨学金返済支援事業を利用した人数(人)			目標値	75	75	38	75	30
			実績	63	54	15	45	—
V 事中評価								
評価視点		妥当性	やや高い	有効性	やや低い	効率性	やや高い	
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	休止・廃止する					
令和5年度末で新規受付を終了していることから、2回目もしくは3回目申請の受付を引き続き行う。								
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	縮小					
令和5年度末までに初回申請を終えた方については、翌年度も補助金申請の対応を行うこととする。								
VI 事後評価								
成果	総合評価(令和6年度)		A:計画通りに事業を進めることが適当					
当補助金が本市へのUターン及び地元企業への就職に直接的に繋がっていなかったため、令和6年度より新規受付を廃止。既存の申請者からの受付のみ引き続き行う。								

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報			事後評価	2024	02533_01		
事業名(行目名称)		移住者住宅改修支援事業	細事業名	移住者住宅改修支援事業			
総合計画	まちづくり	行財政運営	施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進			
	基本計画	移住・定住の促進	担当課	シティプロモーション推進課			
II 事務事業の実施概要							
事務事業内容	対象(誰・何を)	市外在住者(移住希望者)		数値	約500名		
	手段(どうやって)	空き家バンク(新居浜市・愛媛県)に登録された戸建て住宅を購入又は賃貸し、住宅改修を行う愛媛県外からの移住者に対し、改修工事費用等の一部を補助する。					
	目的(どんな状態にしたいのか)	本市への移住促進					
III 投入費用							
実施年度		令和5年度 決算額(千円)	令和6年度(千円)			令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース	
			当初予算額	年度末予算額	決算額	○負担金補助及び交付金 4,200千円	
経費		2,000	4,200	4,200	0		
財源	県・国支出金	1,000	2,100	2,100	0		
	地方債		0	0	0		
	その他	0	0	0	0		
	一般財源	1,000	2,100	2,100	0		
IV 指標							
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度	令和7年度
補助を通じた移住者数		目標値	5	4	2	4	8
		実績	0	2	0	0	—
V 事中評価							
評価視点		妥当性	高い	有効性	やや高い	効率性	やや高い
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	現状のまま維持する				
空き家を改修し住みたいと考えている移住検討者が一定数いることから、引き続き空き家の利活用による移住促進にも取り組む必要がある。							
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	拡大				
愛媛県との協調補助事業であり、今後も空き家バンクと連動した事業展開を引き続き行う必要がある。現在、愛媛県において、事業内容の見直しを検討しているが、来年度、当事業を活用して2組の子育て世帯が本市に移住する予定である。							
VI 事後評価							
成果		総合評価(令和6年度)	A:計画通りに事業を進めることが適当				
令和6年度については、申請はなかったが、当事業は、愛媛県との協調補助事業で、空き家の利活用の相談は一定数あることから、今後も空き家バンクと連動した事業展開を行い、移住者の利用促進を図る必要がある。							

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報				事後評価	2024	02548_01		
事業名(行目名称)		転入者ウェルカム事業費		細事業名	転入者ウェルカム事業			
総合計画	まちづくり	行財政運営		施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進			
	基本計画	移住・定住の促進		担当課	シティプロモーション推進課			
II 事務事業の実施概要								
事務事業内容	対象(誰・何を)	転入者			数値	約2000世帯		
	手段(どうやって)	新居浜市の人口のうち、約1/3を占める市外出身の転入者に対し、新居浜市を知ってもらい、互いに交流する機会を提供する。						
	目的(どんな状態にしたいのか)	新居浜市民(特に転入者)の新居浜市に対する誇りや愛着を高めること						
III 投入費用								
実施年度		令和5年度 決算額(千円)	令和6年度(千円)			令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース		
			当初予算額	年度末予算額	決算額			
経費		226	312	312	139	○報償費 31千円 ○需用費 81千円 ○役務費 105千円 ○使用料及び賃借料 95千円		
財源	県・国支出金	113	156	156	0			
	地方債		0	0				
	その他	0	0	0	0			
	一般財源	113	156	156	139			
IV 指標								
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度	令和7年度	
転入者の新居浜市への好意度(%)			目標値	85	85	-	85	85
			実績	76.5	81	-	63.9	-
V 事中評価								
評価視点		妥当性	やや高い	有効性	やや高い	効率性	やや高い	
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	現状のまま維持する					
<p>転入者に対して直接新居浜の魅力を発信できる事業となっている。 転入者ウェルカムツアーについては、新居浜南高校生のガイドで10月に東平を巡るツアーを実施予定。</p>								
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	縮小					
<p>転入者ウェルカムプレゼントの封入作業について、共同作業所への依頼を行わず職員が手作業で封入することとする。また、転入者ウェルカムツアーでの参加者記念品についても、昨年度までトートバッグをプレゼントしていたが、来年度以降はショッパー等で対応する。</p>								
VI 事後評価								
成果		総合評価(令和6年度)	C:事業規模・内容・実施主体の見直し検討					
<p>転入者を対象にウェルカムプレゼントの配布及びウェルカムツアーを通じて、新居浜への愛着を高めてもらうよう取り組んできたが、交付金不採択により一部縮小して実施した。 ウェルカムプレゼントについては、広瀬歴史記念館の招待券及び観光に関するパンフレット等を同封しているが、内容は定期的に見直す必要がある。 ウェルカムツアーについては、転入者に新居浜市の魅力を直接伝える機会であるものの、新居浜市への好意度に直接効果があったか測ることが難しく、別の形でできることを検討する。</p>								

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報				事後評価	2024	02614_02		
事業名(行目名称)		移住定住応援推進費		細事業名	移住相談推進事業			
総合計画	まちづくり	行財政運営		施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進			
	基本計画	移住・定住の促進		担当課	シティプロモーション推進課			
II 事務事業の実施概要								
事務事業内容	対象(誰・何を)	県外在住者のうち、本市への移住検討者			数値	約500人		
	手段(どうやって)	県外からの移住者の増加を図るため、移住相談窓口の設置や、首都圏で開催される移住フェアへの出展等により、本市の魅力をPRし、移住促進を図る。						
	目的(どんな状態にしたいのか)	移住者の増加 ⇒ 社会減の改善						
III 投入費用								
実施年度		令和5年度 決算額(千円)	令和6年度(千円)			令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース		
			当初予算額	年度末予算額	決算額			
経費		3,310	3,760	3,760	3,604	○報酬 2,031千円 ○職員手当等 624千円 ○共済費 469千円 ○旅費 394千円 ○需用費 20千円 ○役務費 22千円 ○使用料及び賃借料 100千円 ○負担金補助及び交付金 100千円		
財源	県・国支出金	1,278	1,568	1,568	0			
	地方債		0	0				
	その他	147	0	0	0			
	一般財源	1,885	2,192	2,192	3,604			
IV 指標								
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度	令和7年度	
県外からの移住者数			目標値	250	250	125	250	250
			実績	525	366	171	442	—
V 事中評価								
評価視点		妥当性	やや高い	有効性	高い	効率性	高い	
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	現状のまま維持する					
東京や大阪で開催される移住フェアに出展し、移住検討者に直接PRできる貴重な機会となっている。フェア参加後に、お試し移住用住宅を利用される方や実際に移住された方もおり、今後も継続してアプローチを行い、相談からお試し移住、移住、定住につなげていく必要がある。								
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	縮小					
来年度も引き続き、移住相談窓口を設置するとともに、東京、大阪で開催される移住フェアに参加し、本市のPR及び移住定住の促進を行う必要があるが、移住相談員の人件費等については削減予定である。								
VI 事後評価								
成果		総合評価(令和6年度)	A:計画通りに事業を進めることが適当					
令和6年度は、県内20市町参加型の移住フェアに東京2回、大阪2回に出展し、本市のPR及び移住相談対応を行い、本市の魅力発信及び認知度向上を図ることができた。フェア参加者の中には、その後、お試し移住用住宅の利用や本格的に移住いただく等、少しずつ効果が現れている。また、移住者数は、転入者アンケートの回収率が上がったこともあり、昨年度より増加しており、引き続き移住相談窓口を設置し、本市のターゲット層である若者世帯、子育て世帯の移住促進を図る必要がある。								

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報			事後評価	2024	02614_03		
事業名(行目名称)		移住定住応援推進費	細事業名	移住体験促進事業			
総合計画	まちづくり	行財政運営	施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進			
	基本計画	移住・定住の促進	担当課	シティプロモーション推進課			
II 事務事業の実施概要							
事務事業内容	対象(誰・何を)	市外在住者のうち、本市への移住希望者	数値	約500人			
	手段(どうやって)	県外からの移住者の増加を図るため、移住検討者が気軽に本市での生活を体験できるよう、一定期間(3日~7日間)お試し移住用住宅の貸し出しを行う。					
	目的(どんな状態にしたいのか)	移住者の増加 ⇒ 社会減の解消					
III 投入費用							
実施年度		令和5年度決算額(千円)	令和6年度(千円)		令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース		
			当初予算額	年度末予算額	決算額		
経費		4,049	1,809	1,809	868		
財源	県・国支出金	2,005	272	272	0		
	地方債		0	0			
	その他	1,552	1,265	1,265	532		
	一般財源	492	272	272	336		
○需用費 1,287千円 ○役務費 85千円 ○委託料 50千円 ○使用料及び賃借料 387千円							
IV 指標							
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度	令和7年度
お試し移住用住宅を利用した移住者数		目標値	25	15	7	15	15
		実績	5	6	2	4	—
V 事中評価							
評価視点		妥当性	高い	有効性	高い	効率性	やや高い
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	手段を改善する				
<p>移住前にお試し移住体験をすることで、移住後のイメージを具体的にふくらませることができるため、1日1,000円で利用できるお試し移住用住宅のニーズは高まっているが、移住支援住宅は空きが多く、今後の利活用方法を検討する必要がある。</p>							
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	現状維持				
<p>移住前に実際に本市での生活体験をすることで、移住後のミスマッチ防止にもつながるため、今後も継続して実施していく必要があるが、経費の削減を図るため、2部屋から1部屋の運用に変更予定である。</p>							
VI 事後評価							
成果	総合評価(令和6年度)		B: 事業の進め方の改善検討				
<p>移住検討者が気軽に利用できるお試し移住用住宅は、移住前に本市での生活や仕事、子育て環境のイメージを膨らませることができるとともに、移住後のミスマッチ防止にもつながっており、今後も、移住フェア等の相談者に対して、当制度の周知を行うとともに、滞在中の満足度向上に努め、相談・お試し移住から次のステップにつなげていく必要がある。</p> <p>ただし、現在2部屋で運用しているが、2部屋ともに予約が埋まる期間はほとんどなく、コストを削減するため、令和7年度からは1部屋での運用に変更する。また、設備の老朽化も進んできているため、市営住宅への移転も検討していく必要がある。</p>							

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報			事後評価	2024	02614_04		
事業名(行目名称)		移住定住応援推進費	細事業名	空き家バンク推進事業			
総合計画	まちづくり	行財政運営	施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進			
	基本計画	移住・定住の促進	担当課	シティプロモーション推進課			
II 事務事業の実施概要							
事務事業内容	対象(誰・何を)	市外在住の移住希望者	数値	約500人			
	手段(どうやって)	売却や賃貸を希望する空き家所有者及び宅建協会から物件情報を収集し、「空き家バンクシステム」を活用した情報のデータベース化を行い、住まいを探している移住検討者に向けて情報発信し、双方のマッチングを図る。					
	目的(どんな状態にしたいのか)	移住者の増加、空き家の有効活用					
III 投入費用							
実施年度		令和5年度 決算額(千円)	令和6年度(千円)			令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース	
			当初予算額	年度末予算額	決算額	○使用料及び賃借料 66千円	
経費		66	66	66	66		
財源	県・国支出金	33	33	33	0		
	地方債		0	0	0		
	その他	0	0	0	0		
一般財源		33	33	33	66		
IV 指標							
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度	令和7年度
成約件数		目標値	15	15	15	15	15
		実績	13	3	3	8	—
V 事中評価							
評価視点		妥当性	やや高い	有効性	やや高い	効率性	やや高い
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	現状のまま維持する				
<p>空き家バンクを通じた物件の購入や賃借に関する相談数(空き家バンク利用者登録者数)は、昨年度の9月末時点で7件であったのに対して、今年度の9月末時点では14件となっている。このことから、空き家自体のニーズは増加傾向にあるため、ニーズに合った空き家が提供できるよう、空き家バンク掲載物件数を充実させる必要がある。</p>							
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	現状維持				
<p>システム利用料は現行のまま継続する。空き家を売りたい・貸したい人と買いたい・借りたい人のマッチングを促進するために、制度を周知し空き家バンク掲載物件数の増加を図る。</p>							
VI 事後評価							
成果	総合評価(令和6年度)		A:計画通りに事業を進めることが適当				
<p>令和6年度末時点で、空き家バンクの成約率は約70%と高くなっているが、購入や賃貸が可能な物件は21件と伸び悩んでおり、移住検討者等に情報提供ができる物件が少ないのが現状である。空き家バンクに登録するメリット等を再度協力不動産会社に周知するなど、登録件数の増加を図る必要がある。</p>							

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報			事後評価	2024	02643_01	
事業名(行目名称)		首都圏移住支援事業費	細事業名	首都圏移住支援事業		
総合計画	まちづくり	行財政運営	施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進		
	基本計画	移住・定住の促進	担当課	シティプロモーション推進課		
II 事務事業の実施概要			数値	約500人		
事務事業内容	対象(誰・何を)	首都圏在住の移住希望者				
	手段(どうやって)	東京23区在住または東京23区に通勤している人が、移住支援金対象求人に就職する等し、本市に移住した場合、移住支援金を交付する。				
	目的(どんな状態にしたいのか)	移住者の増加 ⇒ 社会減の解消				
III 投入費用			令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース			
実施年度		令和5年度決算額(千円)	令和6年度(千円)			
			当初予算額	年度末予算額	決算額	
経費		0	3,000	3,000	1,200	
財源	県・国支出金	0	1,500	1,500	600	
	地方債		0	0		
	その他	0	0	0	0	
	一般財源	0	1,500	1,500	600	
○負担金補助及び交付金 3,000千円						
IV 指標						
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度
首都圏移住支援事業を利用した移住件数		目標値	-	2	1	2
		実績	-	0	1	2
令和7年度						1
						-
V 事中評価						
評価視点		妥当性	やや高い	有効性	やや高い	効率性
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	現状のまま維持する			やや高い
今年度、テレワーク移住の申請は1件あったが、当事業は市内企業の担い手確保も1つの目的であることから、今後も引き続き首都圏の移住検討者にPRするとともに、産業振興課と連携し、再度市内企業に周知する等、移住及び市内企業への就職を促進していく必要がある。						
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	現状維持			
子育て世帯の加算要件もあり、今後も本市のターゲット層である子育て世帯の移住を促進する必要がある。						
VI 事後評価						
成果	総合評価(令和6年度)		A:計画通りに事業を進めることが適当			
当事業はデジタル田園都市国家構想交付金を活用した事業であり、引き続き実施し、地元企業への就職及び移住・定住の促進を図る必要がある。今後、相談や申請が多くなった場合は、補助金額の見直しを行う必要がある。						

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報			事後評価	2024	02542_01			
事業名(行目名称)		縁結びサポート事業費	細事業名	縁結びサポート事業				
総合計画	まちづくり	行財政運営	施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進				
	基本計画	出会い・結婚支援の推進	担当課	男女参画・市民相談課				
II 事務事業の実施概要								
事務事業内容	対象(誰・何を)	市民		数値	113466人			
	手段(どうやって)	新居浜市縁結びサポートセンターに設置した「愛結び」コーナーの運営、交流イベントの開催(年4回)、結婚サポーターの交際フォロー等を実施する。						
	目的(どんな状態にしたいのか)	若者世代の結婚しない主な理由として適当な相手に巡り合えないことを挙げていることから、未婚の男女の出会いの場を創出する。						
III 投入費用								
実施年度		令和5年度 決算額(千円)	令和6年度(千円)			令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース		
			当初予算額	年度末予算額	決算額			
経費		3,460	3,460	3,460	2,750	○需用費 7千円 ○役務費 3千円 ○委託料 3,450千円		
財源	県・国支出金	1,730	1,730	1,730	0			
	地方債		0	0	0			
	その他	0	0	0	0			
一般財源		1,730	1,730	1,730	2,750			
IV 指標								
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度	令和7年度	
イベント等をきっかけとした婚姻数			目標値	8	8	5	10	10
			実績	6	8	5	5	—
V 事中評価								
評価視点		妥当性	高い	有効性	高い	効率性	やや高い	
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	現状のまま維持する					
<p>新居浜ウイメンズプラザに設置している「愛結び」コーナーについては、スマートフォンからもマッチングシステムが利用できるように改良されたため、稼働率(開所時間あたりの利用率)が低い曜日等を見直し、今年度より開所日数を200日から150日に変更し、効率的な運営に努めており、今年度は昨年度よりもやや高め稼働率で運営できている。また、昨年度の8月までと比較して、新規登録数は13名と変わらないものの、カップル成立数は18組から21組、婚姻数は3組から5組と増加した。婚活イベントについては、7月のランチ婚活は定員以上の応募があったものの、5月のお友達同伴婚活は応募者が少なく中止となってしまった。そのため、新規婚活イベントについては、十分にニーズがありそうなイベントかどうか等を委託先であるえひめ結婚支援センターと慎重かつ十分に協議したうえで、イベントの開催を決めていきたい。なお、お友達同伴婚活が中止となったため、翌年2月にバレンタイン婚活を実施予定である。</p>								
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	現状維持					
<p>結婚を望む未婚男女への出会いの機会を提供・支援するため、お見合いシステムの充実やイベント内容を検討しつつ、イベントへの参加者が固定化しないように新規登録者の掘り起こしを行いながら、翌年度は国の地域少子化対策重点推進交付金を活用し事業を実施する。</p>								
VI 事後評価								
成果		総合評価(令和6年度)	B:事業の進め方の改善検討					
<p>令和6年度は「愛結び」コーナーを年150回開所し、愛結び会員の婚活サポートを行い、50組のカップルが成立した。また、対面式の交流イベントは年4回実施し、122名が参加、21組のカップルが成立した。事業を通しての婚姻数は5組であり、令和5年度から3組減少した。令和7年度からは「愛結び」コーナーを当面中止としたが、婚活相談や愛結び会員登録ができる「はま恋相談会」を月2回実施し、非会員であっても利用できるよう改善した。また、交流イベントは年3回の実施となったが、軽スポーツ婚活など若い独身者でも気軽に参加できる内容を取り入れ、カップル数や婚姻数の上昇を図っていく。人口減少が進む中、社会情勢や経済情勢の影響を受けやすい施策であり、引き続き、事業の進め方の改善検討を図りながら、若者世代の成婚率上昇を目指していく。</p>								

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報			事後評価	2024	02528_01		
事業名(行目名称)		シティブランド戦略推進事業費	細事業名	シティブランド戦略推進事業			
総合計画	まちづくり	行財政運営	施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進			
	基本計画	シティブランドの形成	担当課	シティプロモーション推進課			
II 事務事業の実施概要							
事務事業内容	対象(誰・何を)				数値	114356	
	手段(どうやって)	社会減への対応策として、他地域からの移住者を増やし、新居浜市からの転出者を減らすための取組として、民間企業が多く採用するブランド戦略的手法を取り入れる。					
	目的(どんな状態にしたいのか)	新居浜ブランドのファンを市内で確立(インナーブランディング)し、そのプロセスを経て段階的に、外への情報発信(アウトナーブランディング)を拡大させる。(対外的な新居浜市の認知度・注目度及び市民の満足度・誇りを高める)					
III 投入費用							
実施年度		令和5年度 決算額(千円)	令和6年度(千円)			令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース	
			当初予算額	年度末予算額	決算額		
経費		4,016	6,197	6,197	2,042	○職員手当等 764千円 ○報償費 163千円 ○旅費 171千円 ○需用費 1,262千円 ○役務費 2,194千円 ○委託料 1,659千円 ○使用料及び賃借料 4千円 ○負担金補助及び交付金 40千円	
財源	県・国支出金	1,784	2,690	2,690	0		
	地方債		0	0			
	その他	0	0	0	0		
	一般財源	2,232	3,507	3,507	2,042		
IV 指標							
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度	令和7年度
シティブランド活動への賛同意識(%) 都市イメージに関する調査		目標値	60	60	—	60	60
		実績	59.3	60.6	—	67.3	—
V 事中評価							
評価視点		妥当性	高い	有効性	高い	効率性	やや低い
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	現状のまま維持する				
<p>シティブランド戦略第3ステージ2年目である本年度は、シティブランド戦略推進のため、「まちの魅力を人から人へ」をテーマに各種事業を実施しており、上半期は新居浜みらい会議として、高校生政策アイデアコンテストを実施した。なお、戦略の取組方針でもあるシティブランド活動への参加意欲や推奨意欲の醸成に向け、Hello! NEW新居浜アンバサダー制度の再構築が課題となっており、6年度末には新制度で実装予定。また、昨年度より県、西条市と連携して、NHK朝ドラ誘致を実施している。</p>							
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	縮小				
<p>シティブランド戦略に基づいた継続的な事業実施が必要である。また、新居浜みらい会議「高校生政策アイデアコンテスト」については、今年度実施の反省点も踏まえ来年度も引き続き実施したいと考えている。その他、当市へのファン獲得・認知度向上に向け、NHK朝ドラ誘致を引き続き実施。</p>							
VI 事後評価							
成果		総合評価(令和6年度)	B:事業の進め方の改善検討				
<p>シティブランド活動への認知度は年々上昇しており、ブランド定着の担い手として市民により積極的に活動に参画してもらう必要がある。令和7年度シティブランド戦略第3ステージが最終年となることから実施計画を見直し、特に若い世代を巻き込んだ事業展開を図っていく。</p>							

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報			事後評価	2024	02550_01			
事業名(行目名称)		シティプロモーション推進費	細事業名	シティプロモーション推進事業				
総合計画	まちづくり	行財政運営	施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進				
	基本計画	シティブランドの形成	担当課	シティプロモーション推進課				
II 事務事業の実施概要								
事務事業内容	対象(誰・何を)	新居浜市に興味・関心のある人		数値	86079			
	手段(どうやって)	○移住・定住に特化した専用のWebサイトの安定的な管理運用 ○大都市圏向けに、新居浜市の良さや魅力を知ってもらうためのシティプロモーションコンテンツの制作、配信・配布。 ○ニハマ写真部写真展を開催する。等						
	目的(どんな状態にしたいのか)	最終目的は、本市への移住・定住者の増加と市民の愛着と誇りを高めることであるが、当面の目的としては、市外・県外の人に新居浜の良さや魅力を認識してもらうとともに、市民に市の魅力を再認識してもらい、新居浜の認知度や好意度をアップさせることである。						
III 投入費用								
実施年度		令和5年度決算額(千円)	令和6年度(千円)			令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース		
			当初予算額	年度末予算額	決算額			
経費		7,686	5,295	5,295	5,015	○報償費 200千円 ○委託料 4,968千円 ○使用料及び賃借料 97千円 ○負担金補助及び交付金 30千円		
財源	県・国支出金	3,841	2,447	2,447	2,398			
	地方債		0	0				
	その他	2,184	400	400	220			
	一般財源	1,661	2,448	2,448	2,397			
IV 指標								
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度	令和7年度	
地域ブランド調査全国ランキング(魅力度)			目標値	200	200	—	200	200
			実績	442	438	—	507	—
V 事中評価								
評価視点		妥当性	高い	有効性	やや高い	効率性	やや高い	
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	現状のまま維持する					
移住・定住ポータルサイトについては、引き続き安定的な運用を図る必要がある。 シティプロモーションコンテンツであるフリーペーパーについては順調に作成中で、11月中旬に完成予定。なお、大都市圏に向けて効果的な配布が課題となっている。								
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	現状維持					
移住・定住ポータルサイトについては、移住・定住に興味を持っている方に直接情報を届けることのできるサイトとして不可欠であり、来年度も引き続き安定的かつ最適に運用したいと考えており、現状維持とする。 シティプロモーションコンテンツについては、若年者移住促進支援交付金を活用するにあたり、子育て支援や移住・定住支援に関する情報を中心とした内容に仕様の見直しを行い、より効果的に本市の魅力を訴求し、移住・定住の促進を図る。ニハマ写真部については、公式Instagramの活用やアンバサダーとも連携し、予算のかからない方法で実施。								
VI 事後評価								
成果		総合評価(令和6年度)	B: 事業の進め方の改善検討					
移住・定住ポータルサイトについては、随時データの見直しなども行いながら管理運用できており、多くの方に訪問していただいている。シティプロモーションコンテンツについては、フリーペーパー「#ニハマ」を作成し、移住検討者等に向け本市の魅力を訴求することができた。今後も事業内容の見直しを行いながら、引き続き事業実施を行う必要があると考える。								

令和6年度事務事業評価表

I 基礎情報			事後評価	2024	02636_01		
事業名(行目名称)		SDGs未来都市推進事業費	細事業名	SDGs未来都市推進事業			
総合計画	まちづくり	行財政運営	施策	人口減少対策とシティブランド戦略の推進			
	基本計画	シティブランドの形成	担当課	総合政策課			
II 事務事業の実施概要							
事務事業内容	対象(誰・何を)	市民		数値	112,017人		
	手段(どうやって)	令和4年5月に国から「SDGs未来都市」の選定を受け、「SDGs未来都市」に相応しい取組の推進、関係者間の連携促進を行うため、「新居浜市SDGs推進プラットフォーム(官民協議会)」を令和5年6月に設立し、会員が参加可能なセミナーやワークショップを開催し、このプラットフォームでの活動・交流を通じた新しいプロジェクト(分科会活動)を支援する。					
	目的(どんな状態にしたいのか)	「新居浜市SDGs推進プラットフォーム(官民協議会)」の枠組みを有効活用し、経済、社会、環境、三側面に関係する企業や団体間の情報共有、新たな連携の促進を図り、当プラットフォームでの活動・交流を通じた新しいプロジェクト(分科会活動)を生み出し、それぞれの取組みを一歩進めることにより、SDGs未来都市にふさわしいまちを目指す。					
III 投入費用							
実施年度		令和5年度 決算額(千円)	令和6年度(千円)			令和6年度事業の主な経費(千円)※当初予算ベース	
			当初予算額	年度末予算額	決算額		
経費		428	1,021	1,021	871	○職員手当等 183千円 ○報償費 178千円 ○旅費 145千円 ○需用費 20千円 ○使用料及び賃借料 495千円	
財源	県・国支出金	0	0	0	0		
	地方債		0	0			
	その他	428	0	0	100		
	一般財源	0	1,021	1,021	771		
IV 指標							
成果指標名(計算式)			令和4年度	令和5年度	令和6年度中間値	令和6年度	令和7年度
新居浜市SDGs推進プラットフォーム分科会連携メンバー数		目標値		150	30	30	40
		実績		128	23	27	—
V 事中評価							
評価視点		妥当性	高い	有効性	高い	効率性	高い
事業が半年経過し生じた課題等		事業の方向	重点化する				
<p>令和6年度成果指標を「新居浜市SDGs推進プラットフォーム会員数」としていたが、会員が一定数に達したため、今後は分科会の連携状況に注目し、令和6年度から「新居浜市SDGs推進プラットフォーム分科会連携メンバー数」を成果指標とする。 プラットフォーム会員数は140となり、自主的なプロジェクトは8つの分科会に拡大している。SDGs推進に向けた取組は着実に進んでいると評価できるが、連携メンバーを増やすことにより、今後は取組みの幅を広げる、新たなプロジェクトが立ち上がる仕組みづくりについての検討が必要である。</p>							
翌年度予算の要求方針(改革・改善案等)		予算の方向	現状維持				
<p>現予算の範囲内で最大限の効果が得られる実践的な取組みを検討する。</p>							
VI 事後評価							
成果		総合評価(令和6年度)	A: 計画通りに事業を進めることが適当				
<p>分科会では、各団体が持つノウハウや資源を活かした具体的な取組が展開されており、地域の持続可能性向上に向けた自主的な活動が促進されている。今後についても、分科会活動のさらなる活性化に向けて活動や交流を通して情報共有を深め、課題解決に向けた成果を広く発信することで更なる企業の参画を促し、分科会活動の継続的な推進を行う。</p>							