

ソフト事業のみ ハード事業を含む

成果検証報告書

【成果指標の達成状況】

成果検証実施年度 令和5年度

市町村名	富士見市					
提案事業名	市制施行50周年を契機とした未来へ向けた賑わいづくり事業					
事業期間	令和4年度					
成果指標	(成果を検証する指標) 「市に愛着を持っている人」の割合					
	(成果検証の具体的な方法) 既存のウェブアンケートシステムを活用し、「市に愛着を持っている人」の割合を問う (令和5年度)					
	(成果の目標値に対する実績)				達成度	A B C
	従前値 (3年11月時点)	84.9%	目標値 (5年時点)	90%	実績値 (5年6月時点)	86.5%
	(施設建設等の場合の実績)					
	年間利用者数 (人)	(目標) (実績)	稼働率 (%)	(目標) (実績)		
住民への公表状況 及び特記事項		市HPにて公表予定 (令和5年度中)				

【事業効果の整理・原因分析】

令和4年度 構成事業

構成事業名	事業効果	事業効果の概要及び原因分析
① 「市制施行50周年記念式典」事業	○	「富士見ファンファーレ」の初披露や「富士見市ゼロカーボンシティ宣言」を行うなど、市制施行50周年の年の幕開けを飾るのに相応しい式典を開催した。 式典の招待者約400人から好評を得ることができた。
② 「富士見市PR冊子作製」事業	○	富士見市PR大使に参加いただいた特集記事など本市の様々な魅力を掲載した冊子を7,500部作製し、市内、池袋駅周辺商業施設等に設置した。 3月31日時点で7,114部配布済みであり、市内外の多くの方々に市の魅力を発信することができた。
③ 「ふわっぴー10周年記念郵便ポスト設置」事業	○	市内7か所にふわっぴーのイラストをラッピングしたポストを設置し、市及びふわっぴーへの愛着を醸成できた。 また、令和4年12月23日(金)市役所ロータリーのポストにてお披露目式及び保育所の子どもたちによる年賀状投函式を実施した。
④ 「市内3駅発車メロディー放送」事業	○	・富士見市PR特別大使のももいろクローバーZの楽曲を基に音源を作成。(ポスター100枚作製) ・令和4年4月8日(金)東武鉄道と連携して市内3駅発車メロディーの出発式をふじみ野駅にて開催した。当日は、ももいろクローバーZメンバーの佐々木彩夏さん、高城れにさんに出席いただき、全国放送のニュースなど多くのメディアに取り上げていただくなど、本市のイメージや知名度アップにつながった。
⑤ 「ふわっぴー10周年記念お誕生日会イベント」事業	○	・令和5年2月23日(木・祝)ららぽーと富士見屋内広場にてふわっぴーお誕生日会を開催した。 ・ふわっぴー衣装「ふわっ服」、ふわっぴー絵本のお披露や、近隣自治体によるご当地キャライベントを実施した。 ・参加延べ人数 1,130名程度(イベントは満員御礼) ・様々なイベントを通して、市への愛着醸成に寄与できた。

⑥ 「ふじみ☆ふわっぴー絵本作製」事業	○	<ul style="list-style-type: none"> ・公募44作品の中から「ぼくの☆をしりませんか？」に決定し、300冊作製。 ・令和5年2月23日（木・祝）ふわっぴーお誕生日会にてお披露目、読み聞かせを実施し、販売（1冊1,000円）を実施した。（目標販売部数：50部・販売実績：66部） ・各施設（市内保育所・幼稚園・小中特別支援学校、小児科・小児歯科、図書館等の公共施設）へ配布した。 ・富士見市マスコットキャラクター「ふわっぴー」を主人公として、市の名所や魅力を掲載した絵本を読んでもらうことで、市及びふわっぴーの愛着醸成に寄与できた。
⑦ 「謎解きデジタルスタンプラリー」事業	○	<ul style="list-style-type: none"> ・「富士見謎解きヒストリーツアー」としてデジタルスタンプラリーを実施した（令和4年9月15日（木）～令和5年1月31日（火）まで実施）。 ・参加実績 参加者10,987ユーザー、内応募1,761名） ・令和5年3月31日までに当選者に賞品発送済 ・市の名所を謎解きスポットとし、市内全域を周遊してもらうことで、市の新たな魅力発見を促進するなど、市への愛着醸成に寄与できた。
⑧ 「市制施行50周年記念埼玉新聞特集記事掲載」事業	○	<ul style="list-style-type: none"> ・令和4年4月8日（金）紙面発行 約11万8千部 ・記念式典で配布するほか、市内3駅・ららぽーと富士見に設置、イベントで配布し市をPRした。（令和5年4月19日（水）時点116,649部配布済） ・新聞への特集記事掲載により、県内を中心とした市内外の読者に市の魅力を発信することができた。
⑨ 「FUJIMI音楽祭」事業	○	<ul style="list-style-type: none"> ・令和5年11月19日（土）、20日（日）に実施 ・文化芸術アドバイザー北原幸男氏指揮による日本フィルハーモニー交響楽団のコンサート（公募により結成した市民合唱団も出演）や、ワークショップを実施 ・来場者数：延べ1,852人 ・市民参加による音楽祭を創り上げることができ、市の文化芸術振興と市民相互の交流に資することができた。
⑩ 「市制施行50周年記念式典シャバツ市長招待」事業	○	<ul style="list-style-type: none"> ・シャバツ市長を含む関係者4名、友好クラブ2名の計6名を招待。（令和5年10月19日（水）～10月23日（日）） ・市歓迎セレモニーを実施し相互交流に関する確認書署名や記念植樹等を行った。 ・このほかにも、市内小学校訪問、公共施設見学、イベントへの参加などを通じ、両市の友好関係が一層強化されたとともに、国際交流を実施している市のイメージアップにつながった。
⑪ 「ビジュアル版 富士見のあゆみ」発行事業	○	<ul style="list-style-type: none"> ・市史を編纂し記録として残すとともに、次代に伝えていくため、写真やイラストを用いた冊子を1,000部発行（500部販売） ・市民が自分たちの暮らす街について知り、親しみと愛着を抱き、長く住み続けたいという気持ちを育むとともに、学校教育やシティプロモーションにも活用可能な冊子を作製したことで、市の愛着醸成に寄与できた。

【成果検証の総括・改善策の検討】

実施事業について 十分に成果が認められた点	<p>市制施行50周年記念式典をはじめとした各種事業の実施により、新型コロナウイルス感染症の影響により失われた、人と人との絆を取り戻し、未来へとつながる機会とすることができた。</p> <p>また、本取組の実施により成果指標が従前値より1.6%向上したことから、市民約1,800人の愛着醸成につなげることができた。</p> <p>※以下のとおり、成果指標である「市に愛着を持っている人」の質的向上も図れたものとする。</p> <p>愛着を持っている：28.2%（R3）⇒30.8%（R5） どちらかといえば愛着を持っている：56.7%（R3）⇒55.7%（R5）</p>
実施事業について 成果が不十分である点	<p>イベント事業の実施による多くの市民等との交流や、PR冊子作製等によるプロモーションを図ることができた一方で、市への愛着醸成は一朝一夕に図れるものではないことが分かった。</p> <p>また、イベント等については、参加者への効果はあっても、参加していない方も含まれるアンケート回答者全体への訴求ができていないことから、目標値に到達しなかったものとする。</p>
成果検証を踏まえた 今後の改善策	<p>成果指標における従前値から数値が上昇していることや、各種事業の評判も良かったことも踏まえ、一定程度の効果はあったものと評価できる。</p> <p>一方で、市への愛着醸成について、短期間で効果を発現させることは困難であり、長期的に市への愛着醸成に向けた事業を展開していく必要があることを認識し、今後においてもより多くの市民へ訴求するため、幅広い事業を継続的に実施し、市への愛着醸成の向上を目指していく。</p>