

令和6年度 施策評価シート

1. ふじみ野市将来構想 from 2018 to 2030 における位置づけ

施策体系	分野	06 産業・経済 ～にぎわいと活力にあふれるまち～					
	施策	23 観光 ー誰でもいつでも観光を楽しめる環境づくりを進めますー					
重点プロジェクト		美しく活気ある暮らしやすいまちプロジェクト					
総合戦略		ふじみ野市における安定した雇用を創出する ふじみ野市への新しい人の流れをつくる					
主管課		市民活動推進部 産業振興課				評価責任者	吉村 敏世
						評価日	令和7年6月2日
関連課		資産管理課、協働推進課、社会教育課					
目標		祭りやイベントの開催、ふじみ野市らしい商品の開発やふじみ野市PR大使『ふじみん』の活用などを通して、「訪れたいまちふじみ野」の実現に向けた取組を進めます。					
施策目標の実現に向けた取組		(1) 地域資源の活用による地域の活性化 ○「上福岡七夕まつり」をはじめ、「ふじみ野ブランド産品」を市内外へ情報発信し、ふじみ野市のイメージアップを図ります。 ○ふじみ野市PR大使『ふじみん』を活用し、各種イベントへの参加や啓発グッズなどの利用により、市のPR活動を積極的に進めます。 ○有形文化財などの観光資源を活用し、ロケーションサービス、インターネット、SNS等を通して周知活動を行い、観光客の誘致を進めます。					

2. 施策指標と達成状況

※網掛けの指標は後期重点プロジェクトに該当する指標です。

施策指標	指標1	指標名	「上福岡七夕まつり」、「おい祭り」の来場者数【総合戦略】					
		説明	上福岡七夕まつり177,000人 おおい祭り72,000人が来場した。					
		単位	人					
	成果	年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
		目標値	240,000	242,000	244,000	246,000	248,000	250,000
		実績値	249,000					252,000
	指標2	指標名	ふじみん出場回数					
		説明	着ぐるみ使用申請による出勤回数46回、ふじみ野市観光協会による派遣数12回となり合計58回の出場となった。					
		単位	回					
	活動	年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
		目標値	50	55	55	60	60	65
		実績値	58					65
	指標3	指標名						
		説明						
		単位						
		年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
		目標値						
		実績値						
	指標4	指標名						
		説明						
		単位						
		年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
		目標値						
		実績値						
	指標5	指標名						
		説明						
		単位						
		年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
		目標値						
		実績値						

3. 施策への投入コスト

(単位：千円)

		令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
支出	事務事業費	29,220	0	0	0	0	0	0
	人件費	6,633	0	0	0	0	0	0
収入	特定財源	2	0	0	0	0	0	0
	一般財源	35,851	0	0	0	0	0	0

4. 評価対象年度の施策実施内容

※網掛けの指標は後期重点プロジェクトに該当する取組です。

		実施内容	実施実績と効果	主な事務事業
取組①	市のPR活動	様々な媒体を活用し、市のPRに努めた。	新たなふじみんグッズとして、新作Tシャツ、上福岡七夕まつり限定販売ジュニアTシャツ、デニムバッグ、リュックバックを作製するとともに、既存のグッズや「ブランド産品」等を様々なツールを活用し周知することで市の知名度の向上に寄与した。	観光事業（一部）
取組②	【総合戦略】 上福岡七夕まつり	第70回の記念回として上福岡七夕まつりを開催した。	70回の記念事業として、芸人ライブ・ヒーローショー・バルーンフォトスポットの設置・スタンプラリー、ヴィンテージ車展示・神輿の展示を実施し、177,000人（前年比3,000人増加）に会場いただいた。	観光事業（一部）
取組③	地酒づくりプロジェクト	ふじみ野市誕生20周年に向け、本市で収穫されたお米を原料とした地酒を醸造することで、地産地消を推進し、地域経済の活性化を図るとともに、お酒の販売を通じ、本市のプロモーションを行った。	お米の選定や販売等に関する調整、地酒の醸造を行なった。具体的な販売や地酒を活用したPRは令和7年度以降に実施。	観光事業（一部）
取組④				
取組⑤				

5. 評価

評価	
指標の達成状況	名所や旧跡、自然遺産など観光資源が乏しい本市においては、七夕まつり等イベントの充実は欠かせないものであり、また、シティプロモーションの観点からも「ふじみん」や「ブランド産品」によるPR活動は必須である。第70回の記念回として上福岡七夕まつりを実施し177,000人、おおい祭りには72,000人の観光客が来場された。また、福バル事業を実施したことや各種イベント等も再開され、ふじみんの出動回数は増加している。多くのイベントにふじみんが出演することで本市のPRをする機会が増えていることもあり、効果は得られていると考える。 令和6年度は観光協会事業として地酒づくりを進捗しており、米の選定や名称の決定、醸造を完了している。引き続き、周知の手法等を検討し、地酒のPR効果による、ふじみ野市自体のPRを進めていく必要がある。
おおむね順調	
行政資源の活用	
おおむね適切	
取組の有効性	
おおむね有効	
施策の効果	
効果が得られている	