

二次評価における質問項目への回答

※二次評価は、各実施計画の平成29年度実績に対する担当課の自己評価結果の妥当性について、市民委員による外部評価を実施したものです。

ID	実施計画(取組内容)	二次評価結果 A:妥当である B:わからない C:妥当ではない			担当課の 自己評価		自由記載 □意見 ■質問 ●資料要求	回答 ※●または■の項目にご回答ください。
		A	B	C	進捗度	達成度		
3	①シティセールス戦略プランの策定 ②鳥取市地域ブランド創出・活用方針の見直し ③シティセールス戦略プラン(「SQのあるまち」)に基づく取り組み推進	7	0	3	B	C	<p>■1 地域ブランド力を指標にしている以上、順位が落ち続けてBはない。他の入込客数など別の目標はどうか？</p> <p>□2 地域ブランド力調査の結果が下降傾向なのに、進捗度が「概ね順調」とは言えないのではないか？ 取り組みの中身もロゴやキャッチコピーばかりで、中身が伴っていないので当然の結果だと思う。</p> <p>□3 「SQ」という表現は、それに込められた意味が市民へ伝わりづらいのではないかと考えます。</p> <p>□4 クレドカード作成はともいえると思うのですが、シティセールス強化はスピードアップすべしと思います。資源が活かされているのかは疑問に思います。</p> <p>□5 ブランドロゴマーク「SQ」は本当に必要か？</p> <p>●6 アクションプラン全体版の資料がほしい。</p> <p>■7 対外発信、PRはどのように行っているか。</p>	<p>■1 地域ブランド力以外の指標に関する実績資料を提供します。(資料2-2)</p> <p>●6 平成30年度アクションプランを提供します。(資料2-3)</p> <p>■7 鳥取市ホームページ、市報、会議・イベントでの資料配布等により、対外発信、PRを行っています。</p>
13	地域推進型移住定住の促進	9	0	1	B	B	<p>□1 達成度はCかと。移住ガーデンの所在位置に疑問です。移住者を呼び込むなら鳥取初心者の方がいる駅のホーム、それこそ空港の構内はどうでしょう？ 空き家に関してはニーズはあっても住める物件がないのが実情で、ここを解決しないと移住定住者も増えないのでは。</p> <p>□2 外部委託、ガーデンの効果が見えない。</p>	
35	①プレミアム付きふるさとプレゼントの開発 ②ふるさと納税ポイント制度の導入検討 ③ふるさと納税ポイント制度の運用	7	2	1	B	C	<p>□1 納税額が前年と比べて大きく減少してしまっただが、これは一時的なものであって次年度からは計画当初予定していた額に戻るのだろうか。今年度の納税額を参考に次年度の増加目標など具体的な数字を新たに設定しないと、今後の展望が分かりにくいのではないだろうか。</p> <p>□2 取り組みそのものに疑問を感じているので、評価できない。</p> <p>●3 ふるさと納税のエリア別寄附件数、金額推移が分かる資料がほしい。</p> <p>■4 国の返礼割合指導後も年度別の寄附受入目標額は増加のままであるが、この目標を達成するための施策を知りたい。</p> <p>■5 ポイント制の利用状況は？</p>	<p>●3 平成27年度～29年度のエリア別寄附件数、寄附額の推移については、別添のとおりです。(資料2-4)</p> <p>■4 認知度の高いポータルサイトの導入や、寄附件数の少ない中部圏域をターゲットとした広報、返礼品の充実等に取り組んでおります。</p> <p>■5 ポイント制については、本市では29年度より採用しております。寄附を行った方全てにポイントを付与(辞退や市内寄附者を除く)し、そのポイントを利用してプレゼントを選択する形態となります。(資料2-5) 29年度の寄附実績に対するポイントの利用率は、92.3%となっており、ポイントは2年間有効であるため、そのまま保有し、好きなタイミングでプレゼントに交換される方もあります。</p>
75	砂像のまちとつとりの推進	9	0	1	B	B	<p>□1 砂の美術館の入館者数が、大幅に減少していることどう対応するのか？ 滞在型観光への貢献がどの程度なのかも検証が必要なのでは？</p>	<p>※前期委員会からのご提言に対する現在の取組状況を添付します。(資料2-6)</p>