

成果指標				
成果指標	トップセールスの実施による販路拡大・企業誘致等の成立件数			
指標設定の考え方	「市の顔」である市長が自ら出向きトップセールスを行うに当たっては、高い目的意識を持つとともに、高い成果を求めることが必要であるとする。			
区分年度	26年度	27年度	28年度	
目 標	3件	3件	3件	0
実 績	0件	3件	0	0

自己評価				
自己評価 (担当責任者)	妥当性	目的の妥当性	4	B
		市民ニーズへの対応	4	
		市の関与の妥当性	3	
	有効性	事業の効果	3	B
		成果向上の可能性	4	
		施策への貢献度	3	
	効率性	手段の最適性	3	C
		コスト効率	3	
		受益者負担の適正	3	
課題認識	様々な企業・機関・団体等の協力も得ながら、一歩踏み込んだ活動が実施できており、知名度向上や販路開拓の面で少しずつ効果・成果が現れてきたと感じている。今後は庁内関係部署間の役割分担の明確化に努めつつ、一層充実した活動に発展させていきたい。			

一次評価				
一次評価 (所属長)	妥当性	目的の妥当性	4	B
		市民ニーズへの対応	4	
		市の関与の妥当性	3	
	有効性	事業の効果	3	B
		成果向上の可能性	4	
		施策への貢献度	3	
	効率性	手段の最適性	3	C
		コスト効率	3	
		受益者負担の適正	3	
課題認識	ロゴマークを市制10周年事業をはじめとする市行事や物産フェア等でトップセールスと併せて広く周知し、これまでにない手応えを得ることができた。次年度以降は更に踏み込んだ事業展開とするため、所管部署との連携を強化し、新たな横展開や隘路打開を目指して、一体的に持続可能な取り組みとしたい。			

二次評価	
二次評価 (所属部長)	一次評価結果のとおり事業継続と判断する。
意見、課題	

行政評価委員会の答申

外部評価
(行政評価委員会)

経営者会議の最終判断

事業の方向性

現状のまま継続する。

意見、課題