

評価シート 様式

取組名	地域人材ネットワークの醸成と通放融合による新たな地域メディアを用いた地域広告ビジネス市場の開拓事業		
実施団体名	特定非営利活動法人 桐生地域情報ネットワーク	対象地域	群馬県桐生市
(代表団体名)		推薦団体名	

① 実施 状況	提案書に記載された取組内容について、当初の計画通り実施されているか	② 実施 体制	平成20年度に行われた取組の実施体制について
	<input type="checkbox"/> 申請時に予定した取組を適切に実施したと判断される。		<input checked="" type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り地域の関係者が明確な役割分担の下、各々主体的に実施されたと判断される。
	<input checked="" type="checkbox"/> 申請時に予定した取組の一部が未実施となっている。但し、予定した主要な取組は適切に実施したと判断される。		<input type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り地域の関係者が明確な役割分担の下、各々主体的に実施されたと判断されるものの、改善の余地が認められる。
	<input type="checkbox"/> 申請時に予定した取組の一部又は全部が未実施となっており、特に主要な取組が実施されていない。		<input type="checkbox"/> 実施した取組について、主体的に実施されたと判断できない。
	(備考・特記事項)		(備考・特記事項)
③ 効果	平成20年度に行われた取組の当初目標の達成状況について	④ 継続 展開 の見 込み	平成20年度に行われた取組の継続展開の見込みについて
	<input type="checkbox"/> 当初設定した目標を達成し、実施した取組が予定していた成果をあげたと認められる。		<input type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り又は発展的に継続展開が予定され、持続的・効果的に取組が進捗すると見込まれる。
	<input checked="" type="checkbox"/> 当初設定した目標の達成には至らないものの、実施した取組が予定していた成果の一部又は全部をあげたと認められる。		<input checked="" type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画とは一部異なるものの、取組方法の改善等により持続的・効果的に取組が進捗すると見込まれる。
	<input type="checkbox"/> 実施した取組が当初の目標の達成に至らず、予定していた成果をあげることができなかったと認められる。		<input type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り持続的・効果的に取組が進捗するとは見込まれない。
	(備考・特記事項)		(備考・特記事項)

※①において「申請時に予定した取組とは異なる取組が行われた」場合や、③において評価シート作成時点で成果を把握できない場合など、留意事項がある場合に「備考・特記事項」欄に記載する。

評価シート 様式

取組名	地域人材ネットワークの醸成と通放融合による新たな地域メディアを用いた地域広告ビジネス市場の開拓事業		
実施団体名	特定非営利活動法人 桐生地域情報ネットワーク	対象地域	群馬県桐生市
(代表団体名)		推薦団体名	

⑤ 総合評価	○ 複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果に関する所見
	○ 評価
	<input type="checkbox"/> ①～④及び「複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果」の全てにおいて評価が高く、「地方の元気再生事業」の趣旨に鑑みて優れた取組であると評価できる。
	<input checked="" type="checkbox"/> 「地方の元気再生事業」の趣旨に合致した取組であると評価できる。ただし、①～④及び「複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果」のいずれかについて改善の余地が認められる。
	<input type="checkbox"/> ①～④のうち1以上の項目で評価が低く、「複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果」においても特筆すべき点が認められず、「地方の元気再生事業」の趣旨に合致した取組であるとは評価できない。
	(評価の考え方及び次年度以降に向けた所見)
	<p>本取組は、地域における通信と放送の融合を促進し、新たな地域メディアを構築することで、広告ビジネス市場を開拓する点で評価できる取組であり、同時に、地域内外への情報及び広告の発信による地域への波及効果が期待できる点が高く評価できる。本事業では、番組制作を通じて人と人をつなぐコネクター役の人材を4名誕生させ、152サイトから構成されるコミュニティFMサイトグループを構築するなど、当初想定していた取組はおおむね実施されており、地域広告ビジネス市場の新しいモデルの構築が着実に進んでいると評価できる。一方で、本取組が新たな地域広告市場の開拓につながるものとするには、地域メディアの着想をリスナーである地域住民や潜在的広告主に幅広く浸透させることが求められる。このような観点から、個々の取組の目的と対象を明らかにしつつ、他地域の例も参考にしながら地方の元気再生事業による支援を継続することにより、本格的展開に向けて継続的な取組が期待できる。</p> <p>具体的には、取組①「県内のコミュニティFMの連携」及び取組②「地域型広告ビジネスの構築」については、H20の取組の成果を踏まえるとともに、地域メディアとの連携にも留意した上で実施すべきである。取組③「運営ノウハウの蓄積」については、まずは桐生でのビジネスモデルとして確立することが重要であり、ウェブ連携モデルの具体的な利用方法を明らかにする方向で実施する必要がある。</p>