

【財源内訳】

(単位：千円)

	平成30年度	令和元年度	差	主な名称
事業費	21,862	20,321	△ 1,541	
国庫支出金	39	41	2	自衛官募集事務費
県支出金				
地方債				
その他	12,551	8,428	△ 4,123	協働のまちづくり基金繰入金(ふるさと納税)、 広報もりや広告掲載料
一般財源	9,272	11,852	2,580	

【目的及び期待する効果(誰(何)をどうしたいのか)】

市民に市政を理解してもらい、市民との信頼関係を築き、守谷に愛着と誇りを持ってもらう。また、市外者には、守谷市の魅力を知ってもらい、ファンになってもらうことで、守谷市への移住を促す。

【今年度の取組】

広報もりや：フルカラー化にあわせ、写真を多用した住民参加型の新コーナー「もりんフォト」のほか、毎月特集記事を掲載した。

SNS：平成31年1月から開設したInstagramの運用を本格的に行い、フォロワーを着実に増やすことができた。

シティプロモーション：「守谷市PRイベント」の開催や「守谷イメージ画プロジェクト」、「もりや広報大使」の任命、守谷ハーフマラソンでのフォトブース撮影などのプロモーション活動を実施した。また、完成した「守谷イメージ画」の原画を図書館で公開したほか、オリジナルグッズやポスターを作成しPRを実施した。

【指標】

指標名	単位	平成26年度	平成30年度	令和元年度	令和3年度
		(基準値)	(実績)	(実績)	(目標値)
守谷市公式SNSアカウントの合計フォロワー数	人	—	4,284	5,491	8,000
守谷市に関する新聞記事掲載数	回	197	276	312	350

【成果の動向】

広報もりやについては、読者から好意的な意見を耳にすることが多く、特集記事を読んだ方から「守谷にこんなところがあったとは知らなかった」という声も聞いており、行政情報だけでなく、これまで埋もれていた市の魅力を掘り起こし、市民に伝えることができた。

また、SNSについても、着実にフォロワーが増えており、成果は向上している。

シティプロモーションについては、戦略プランに基づき、ブランドメッセージの周知を絡めて積極的なシティプロモーション活動を実施することができた。

【今後の事業の方向性】

広報紙やSNSについては、記事がマンネリ化してしまうと、読者の関心も薄れてしまうため、常に新しい情報の提供を意識しながら、これまでの実績を見直し、改善を図っていく。

また、シティプロモーションについては、戦略プランに基づいた積極的なシティプロモーション活動を継続するとともに、これまでの成果を分析し、改善を図っていく。



広報もりや・広報もりやお知らせ版



市公式SNSアカウント



守谷イメージ画を活用したオリジナルグッズ

【財源内訳】

(単位：千円)

	平成30年度	令和元年度	差	主な名称
事業費	16,804	15,639	△ 1,165	
国庫支出金				
県支出金				
地方債				
その他	12,284	11,697	△ 587	協働のまちづくり基金繰入金(ふるさと納税)、 ホームページ広告掲載料
一般財源	4,520	3,942	△ 578	

【目的及び期待する効果(誰(何)をどうしたいのか)】

ホームページを適切に管理し、情報を発信することにより、市民サービス及び市の認知度の向上を図る。また、ニーズに合わせた情報発信を行うため、定期的にサイト全体のリニューアルを行うとともに、ウェブアクセシビリティの更なる向上を目指し、各ページの見直しを行う。さらに、双方向の情報発信機能を有している市民生活総合支援アプリ「Morinfo」を活用し、子育て世代を対象にしたメニューを積極的に配信していくことで、若い世代の市民にも、市政への関心を持ってもらう。

【今年度の取組】

ホームページについては、令和元年6月にアクセシビリティ職員研修を実施し、職員のアクセシビリティ意識の向上を図った。8月から12月に総務省ガイドラインに基づくアクセシビリティチェック等を実施して改善点を修正し、アクセシビリティの向上を図った。また、外国語翻訳ページにおける品質向上のため、人的翻訳により辞書登録を行うことで品質の向上を図った。

Morinfoについては、ダウンロードユーザー獲得のため、各種イベント時のチラシ・グッズ配布等による継続的なPRとともに、防災機能の強化を図った。また、ポイント事業導入のための検証を進めるなど、更なる機能強化を図っていく。

【指標】

指標名	単位	平成26年度	平成30年度	令和元年度	令和3年度
		(基準値)	(実績)	(実績)	(目標値)
市ホームページ閲覧件数	件	942,855	1,588,450	1,962,971	2,400,000
Morinfo(もりんふお)のダウンロード者数	人	-	4,661	7,695	11,000

【成果の動向】

ホームページの閲覧数については、アクセシビリティ向上対策等により、ページ全体の品質が向上したことや、スマートフォンやタブレットの普及等により、増加傾向にある。また、SNSやMorinfoからホームページ閲覧に誘導される件数も一定以上あると見込まれる。

Morinfoのダウンロード者数も増加傾向にあり、今後も更なるPRや新たなサービス(ポイント事業の導入、子育て・防災機能の充実・強化)の提供により、新規ダウンロード者を獲得していく予定である。

【今後の事業の方向性】

行政情報は、当然市が積極的に提供すべきもので、ホームページについては、広報紙に並ぶ市の重要な情報発信ツールであるため、更なるアクセシビリティの向上と掲載情報の充実に取り組むとともに、SNSやMorinfoからホームページへ誘導できるよう工夫していく。

Morinfoについては、スマートフォンの普及に伴い、新たな情報発信ツールとして有効である。また、双方向で迅速に情報を発信できる特性から、市政情報だけでなく災害時の活用も進めるとともに、更なる機能強化を図り、より多くの新規ダウンロード者の確保に努める。



市公式ホームページ



Morinfo(Web版)