

令和 3年度 事務事業マネジメントシート

事業の基本情報				
事務事業名		広報活動事業	担当課	秘書課
総合計画	政策	みんなで築くまち	計画期間	年度～
	施策	広聴と情報発信の充実	種別	任意の事務
	基本事業	シティプロモーションの推進	市民協働	その他
予算科目コード	01-020103-01 単独	根拠法令・条例等		

なぜ、この事業を実施しているか？ 何をどうするための事業か？	
背景（なぜ始めたのか）	内容（何の業務活動をどのような手法で行うか）
市の施策やイベント、市内での出来事等の市政情報を広く市民に周知する責務があるため、広報もりや、SNS等を通じて市民に情報を提供する。	＜広報もりや及び広報もりやお知らせ版の発行＞ 広報紙を毎月2回（10日・25日）発行し、市政情報を市民に提供する。令和元年度はフルカラー印刷への変更、令和2年度は表紙デザイン等の一新や特集記事の充実、令和3年度はコロナワクチン等、市民ニーズの高い内容を連載として継続的に発信した。 ＜SNSによる情報発信＞ 市公式のSNS（フェイスブック、ツイッター、インスタグラム）を利用して、市内外に市政情報を発信する。SNSは、写真の多用や動画の掲載が可能であり、ハッシュタグと呼ばれる見出し語を使用することで訴求性を高められるなどの利点があることから、これらを活用して守谷市を積極的にPRしていく。
目的及び期待する効果（誰（何）をどうしたいのか）	
市民に対して各種行政情報を提供し、必要かつ適切な行政サービスを受けていただくとともにイベント等への参加を促すことで、行政に対する関心と市政への参加意識の向上を図る。 また、市民団体や市内事業者等による様々な活動を紹介することで、守谷への愛着を高めていただき、シビックプライドの醸成につなげていく。 市外者には、広報もりやのインターネット上での公開や、SNS等での	
（参考）基本事業の目指す姿	
市民としての誇りや地域への愛着、住み続けたいという意識の醸成を図る。 本市の認知度を高め、定住人口、交流人口の増加につなげる。	

事業の課題認識、改善の視点（次年度にどう取り組むか）	
目的達成のための課題（問題点、現状分析、課題設定）	具体的内容とスケジュール
広報もりやに関しては、記事内容は好意的な評価も寄せられており大きな問題はないと考えられるが、市議会での指摘もあり、編集作業や配布方法の負担軽減・効率化について検討する必要がある。 シティプロモーションに関しては、コロナ禍による大型イベントの中止のほか、プロモーション業務委託事業者の撤退等があり、昨年度に比べて活動は停滞したが、守谷イメージ画を活用した事業や動画による情報発信事業を実施した。 今後は、SNS等、オンラインでの情報発信の強化や、市民、市内事業者・団体との協力関係の構築を検討していく。また、戦略プランの計画期間終了年度に事業者が撤退したため、市単独で実績検証等を行う	広報もりや負担軽減・効率化 ●年末年始の合併号導入 （秘書課が実施する） ・令和3年1～2月 合併号導入について検討 ・令和3年3月 （実施する場合）庁内に周知 ●配布方法の検討 （秘書課と市民協働推進課とが協力して実施する） ・令和3年度 自治会や庁内の意見を集約して方向性を決める
改善内容（課題解決に向けた解決策）	守谷市シティプロモーション戦略プランに基づく事業の実施
広報もりやの検討については、関係部署等と協議しながら進めていく。 市外者に対するPR手法として、イベント開催・参加はある程度有効だが、イベントそのものが目的ではなく、参加者によるSNS拡散など、守谷市がより多くの人に認知されるような仕掛けが必要である。 また、行政が直接PRを行うことはもちろん大事だが、市民や市内団体、市にゆかりのある人等と連携し、守谷市の情報発信をしてもらうことが効果的である。このため、昨年度設置した「もりや広報大使」の活用及び新たな候補者の選定、魅力発信を担う人材育成の仕組みを検討していく。	・令和2年11月 学生シェアハウス事業との連携 首都圏新都市鉄道及び関東鉄道との連携協議 ・令和3年1～3月 守谷駅での守谷イメージ画及びブランドメッセージPR ・令和3年4月～ 守谷イメージ画や守谷ふるさと大使を活用した事業を展開
次年度のコストの方向性（→その理由）	
☐増加 ☐維持 ☒削減	広報紙の発行を月2回から月1回に変更することで、事務の効率化と1回の紙面の充実を図る。

R02年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（R03年度の振り返り）	
R02年度の評価（課題）	R03年度を取組（評価、課題への対応）
<広報もりや> 読みやすい紙面、興味を持たれる有益な記事を作成するとともに、編集作業や配布方法の負担軽減・効率化を検討していく。 <SNS> 市民にとって有益な情報や、市内外問わず市を魅力的に感じてもらえる情報を定期的に発信し、フォロワー数をさらに増やしていく。	<広報もりや及び広報もりやお知らせ版の発行> 広報紙を毎月2回（10日・25日）発行し、市政情報を市民に提供する。令和元年度はフルカラー印刷への変更、令和2年度は表紙デザイン等の一新や特集記事の充実、令和3年度はコロナワクチン等、市民ニーズの高い内容を連載として継続的に発信した。 <SNSによる情報発信> 市公式のSNS（フェイスブック、ツイッター、インスタグラム）を利用して、市内外に市政情報を発信した。SNSは、写真の多用や動画の掲載が可能であり、ハッシュタグと呼ばれる見出し語を使用することで訴求性を高められるなどの利点があることから、これらを活用

評価（指標の推移、今後の方向性）							
指標名	基準値（H26）	H29年度	H30年度	R01年度	R02年度	R03年度	目標値（R03）
守谷市公式SNSアカウントの合計フォロワー数（人）	0.00	3,513.00	4,309.00	5,528.00	7,731.00	9,096.00	8,000.00
守谷市に関する新聞記事掲載数（回）	197.00	174.00	276.00	312.00	295.00	181.00	350.00
成果の動向（→その理由）							
■ 向上 □ 横ばい □ 低下	市民に手に取ってもらう広報紙であるため、読者アンケートで要望が多かった「市内のお店（事業者）」を紹介する連載企画を開始するとともに、SNSの利用においては、これまでは秘書課アカウントのみであったが、生活環境課、保健センター、市民協働推進課、地域子育て支援センターがアカウントを開設し、より専門的な内容を情報発信できるようになった。						
今後の事業の方向性（→その理由）							
□ 拡大 □ 縮小 □ 維持	■ 改善・効率化 □ 統合 □ 廃止・終了	広報もりやについては、引き続き読みやすい紙面、興味を持たれる有益な記事を作成するとともに、編集作業や配布方法の負担軽減・効率化を図る一方で、紙面レイアウトのリニューアルや掲載記事募集方法の見直しを行い、より充実した広報紙の作成を検討していく。 SNS利用により、効果的かつタイムリーに市政情報や魅力発信を行い、今後もフォロワー数を継続的に増加させていく。					

コストの推移						
項目		R01年度決算	R02年度決算	R03年度決算	R04年度予算	R05年度見込
事業費	計	20,321	17,883	11,808	11,430	10,100
	国・県支出金	41	15	15	15	0
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	8,428	780	900	900	900
	一般財源	11,852	17,088	10,893	10,515	9,200
正職員人工数（時間数）		6,159.00	7,007.00	4,310.00	0.00	0.00
正職員人件費		25,270	28,364	16,675	0	0
トータルコスト		45,591	46,247	28,483	11,430	10,100

令和 3年度 事務事業マネジメントシート

事業の基本情報				
事務事業名		ホームページ等運営管理事業		担当課 秘書課
総合計画	政策	みんなで築くまち		計画期間 平成 9年度～
	施策	広聴と情報発信の充実		種別 任意の事務
	基本事業	シティプロモーションの推進		市民協働 その他
予算科目コード		01-020108-03 単独	根拠法令・条例等	

なぜ、この事業を実施しているか？ 何をどうするための事業か？	
背景（なぜ始めたのか）	内容（何の業務活動をどのような手法で行うか）
市の情報を効率的かつ広く周知するため、情報発信において即時性を有し、大量の情報を発信することができる市ホームページを開設した。	ホームページ（パソコン、スマートフォン、携帯電話対応）、メールマガジン（メールもりや）について、運用管理を行い、必要な情報を発信する。 ホームページ検索管理システムをクラウド版に移行し、ユーザーの検索ログを効率的に分析することが可能となった結果、閲覧者のニーズに応じたコンテンツ配置が可能となった。また、職員向けのウェブアクセシビリティ研修及び承認時の目視による厳格なウェブアクセシビリティチェックを実施することにより、ホームページ閲覧者にとって閲覧しやすいホームページとなるよう取組を行った。
目的及び期待する効果（誰（何）をどうしたいのか）	
ホームページの適切管理に取り組むとともに、行政情報の発信を行うことにより、市民サービス及び市の認知度向上を図る。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す。	
（参考）基本事業の目指す姿	
ICTを活用した情報提供により、市民としての誇りや地域への愛着、住み続けたいという意識の醸成を図る。 また、本市の認知度を高め、定住人口、交流人口の増加につなげる。	

事業の課題認識、改善の視点（次年度にどう取り組むか）	
目的達成のための課題（問題点、現状分析、課題設定）	具体的内容とスケジュール
誰もが必要な情報を見やすい、見つけやすいホームページを作成するため、日頃からアクセシビリティに配慮したページの作成に努めるとともに、セキュリティ面についての配慮が必要である。 Morinfoについては、認知度向上とダウンロード促進に向け、より一層のPR活動が必要である。また、サービス拡張のため、防災機能等の更なるカスタマイズと、コロナ過により延期となったポイント事業の運用検証が課題である。 今年度はコロナ過により、通常と比べ高頻度で様々な情報発信を行ったが、関連部署に問い合わせが集中した。これを踏まえ、今後はより効率の良い情報発信体制整備が急務である。	●ホームページ アクセシビリティ向上対策として、職員研修及び音声読み上げソフトを使用したページチェックを実施する。また、セキュリティ対策を向上させるため、総務省「地方公共団体における情報セキュリティポリシーに関するガイドライン」に基づき、常時SSL化を実施した。 また、誰もが必要な情報を見つけやすいようにするため、検索機能の強化を実施する。 ・令和2年8月～ 音声読み上げソフトを使用したページチェック ・令和2年10月～ Line連携・チャットボット導入に関する検討 ●Morinfo アプリのダウンロード促進に向けた市民へのPR実施と機能の充実を図る。 ・令和2年度中 防災機能のカスタマイズ ・避難所物資等の状況表示 ・避難所収容人数の表示 ポイント事業の稼働テスト ・令和3年度中 機能の充実（予約機能の追加等）
改善内容（課題解決に向けた解決策）	
ホームページについては、令和2年4月に職員研修、7月にはセキュリティ向上対策（常時SSL化）を実施した。今後は、音声読み上げソフトを使用したチェック等により、更なるアクセシビリティ向上対策を進めていくとともに、誰もが必要な情報を見つけやすいページ作りに取り組んでいくことが必要である。 Morinfoについては、登録者数を増やすため、引き続きPRを実施するとともに、昨年度防災訓練での運用結果等を踏まえた機能の改善・強化を図る。また、ポイント事業の稼働テストや新機能の追加についても検証する。 また、効率的な情報発信体制の整備については、Line連携やチャット	
次年度のコストの方向性（→その理由）	
■増加 □維持 □削減	ホームページについては、令和6年度に向けてり4年度及び5年度でリニューアルを実施する。

R02年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（R03年度の振り返り）	
R02年度の評価（課題）	R03年度の取組（評価、課題への対応）
ホームページの管理機能を強化し、検索履歴の多いページ等を効率的に把握することで、より効果的なホームページ運営を図る。 職員研修の実施や日々の更新内容をより詳細にチェックすることで、アクセシビリティ向上を目指す。	ホームページ（パソコン、スマートフォン、携帯電話対応）、メールマガジン（メールもありや）について、運用管理を行い、必要な情報を発信した。 ホームページ検索管理システムをクラウド版に移行し、ユーザーの検索ログを効率的に分析することが可能となった結果、閲覧者のニーズに応じたコンテンツ配置が可能となった。また、職員向けのウェブアクセシビリティ研修及び承認時の目視による厳格なウェブアクセシビリティチェックを実施することにより、ホームページ閲覧者にとって閲覧しやすいホームページとなるよう取組を行った。

評価（指標の推移、今後の方向性）							
指標名	基準値（H26）	H29年度	H30年度	R01年度	R02年度	R03年度	目標値（R03）
市ホームページ閲覧件数（件）	942,855.00	1600478.00	1588450.00	1962971.00	2931812.00	3158760.00	3000000.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
成果の動向（→その理由）							
■ 向上 □ 横ばい □ 低下	ホームページコンテンツのニーズに応じた配置やアクセシブルな閲覧しやすいページ作成、ホームページを主としたSNS・Morinfo・広報紙等の各メディアの関連性を意識させたことなどから、誘導効果が生じ閲覧数のアクセス件数は約22万件増加した。						
今後の事業の方向性（→その理由）							
■ 拡大 □ 縮小 □ 維持	■ 改善・効率化 □ 統合 □ 廃止・終了	スマートフォンやタブレット等のデジタル端末の多様性に伴うレスポンス対応や、新たなウェブアクセシビリティ水準への適応等の社会的要請に応じたホームページのリニューアルを、令和5年度実施に向けて検討する。 また、災害時やネットワーク攻撃によるアクセス集中時においても安定的な運用が可能になるシステムや、ウェブアプリケーションの脆弱性を利用したサイバー攻撃に対抗できるシステムを導入を検討し、ホームページの安定性とセキュリティ対策を強固なものとする。					

コストの推移						
項目		R01年度決算	R02年度決算	R03年度決算	R04年度予算	R05年度見込
事業費	計	15,640	9,341	3,916	7,387	32,000
	国・県支出金	1,224	1,142	0	0	0
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	10,473	300	1,862	1,862	1,862
	一般財源	3,943	7,899	2,054	5,525	30,138
正職員人工数（時間数）		1,633.00	3,910.00	1,320.00	0.00	0.00
正職員人件費		6,700	15,828	5,107	0	0
トータルコスト		22,340	25,169	9,023	7,387	32,000

令和 3年度 事務事業マネジメントシート

事業の基本情報				
事務事業名		シティプロモーション活動事業		担当課 秘書課
総合計画	政策	みんなで築くまち		計画期間 令和 3年度～
	施策	広聴と情報発信の充実		種別 任意の事務
	基本事業	シティプロモーションの推進		市民協働 事業協力
予算科目コード		01-020103-02 単独	根拠法令・条例等	

なぜ、この事業を実施しているか？ 何をどうするための事業か？	
背景（なぜ始めたのか）	内容（何の業務活動をどのような手法で行うか）
「住まうまち・もりや」の実現のため、市を知ってもらう取組として市の強みを内外に発信し、市のイメージを高める戦略的なシティプロモーションを開始した。	シティプロモーション戦略プランに基づきシティプロモーション活動を展開していく。 ＜ブランドメッセージの認知＞ 市役所正面玄関や市内各所にブランドメッセージの懸垂幕・横断幕・看板・ポスター等を掲示する。 ＜ガイドマップの制作＞ ガイドマップは地図以外に、住環境や自然、食、イベントなど市の魅力を掲載することで、シティプロモーション用パンフレットとしての役割を果たすよう制作し、駅や店舗等に設置する。 ＜守谷イメージ画の活用＞ 守谷の魅力をイラスト化した守谷イメージ画を使用したオリジナルグッズを制作し、販売・配布する。 また、守谷イメージ画使用取扱要綱に基づき申請することで、事業者・団体等も使用することができるため、あらゆる場面で守谷イメージ画を使用することで、市の魅力発信とイメージ向上を図る。
目的及び期待する効果（誰（何）をどうしたいのか）	
市民に対しては、市の魅力や様々な情報を発信することで、市に愛着を持ってもらい、シビックプライドを醸成する。市外者に対しても、市民に対する魅力等の情報発信を通じて市に興味を持ってもらう。このことにより、将来的にまちを発展させていく「担い手（まちを良くしようという想いのある人。）」の育成や転入者の増加等から、本市の魅力を理解し、まちに共感してもらえる人たちの増やすことで、持続的な発展が可能となる。	
（参考）基本事業の目指す姿	
市民としての誇りや地域への愛着、住み続けたいという意識の醸成を図る。 本市の認知度を高め、定住人口、交流人口の増加につなげる。	

事業の課題認識、改善の視点（次年度にどう取り組むか）	
目的達成のための課題（問題点、現状分析、課題設定）	具体的内容とスケジュール
改善内容（課題解決に向けた解決策）	
次年度のコストの方向性（→その理由）	
☐ 増加 ☒ 維持 ☐ 削減	現行の戦略プランに基づいて、コストを維持して成果の向上を図るよう取り組む事業である。

R02年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（R03年度の振り返り）	
R02年度の評価（課題）	R03年度を取組（評価、課題への対応）
※令和2年度までは別事業（広報活動事業）	シティプロモーション戦略プランに基づきシティプロモーション活動を展開した。 守谷イメージ画及びブランドメッセージについて、横断幕やポスター等の掲示を行い、また、オリジナルグッズ及びガイドマップを制作し配布することで、市の魅力発信とイメージ向上を図った。 さらに、市制施行20周年記念事業として、市内20か所に守谷イメージ画を使用したウォールアートを描く等、20周年を盛り上げる企画を展開した。

評価（指標の推移、今後の方向性）							
指標名	基準値（H26）	H29年度	H30年度	R01年度	R02年度	R03年度	目標値（R03）
ガイドマップ配布先（件）	0.00	0.00	0.00	0.00	18.00	20.00	20.00
守谷イメージ画使用申請件数（件）	0.00	0.00	0.00	0.00	2.00	2.00	2.00
成果の動向（→その理由）							
■ 向上 □ 横ばい □ 低下	各課に「情報発信担当者」を選任し、より分かりやすく効果的な情報発信が継続するよう情報発信研修会を開催し、市職員の情報発信力の向上を図った。また、守谷イメージ画の認知を高めるとともに、20周年を広く周知するため、市内20か所に守谷イメージ画をモチーフにした壁画を描くウォールアート事業を実施し、当該事業を活かしたスタンプラリーを実施することで、効果的に市の魅力発信を行った。						
今後の事業の方向性（→その理由）							
□ 拡大 □ 縮小 □ 維持	■ 改善・効率化 □ 統合 □ 廃止・終了	守谷イメージ画を使用した物を販売できるよう守谷イメージ画使用取扱要綱を改正することで、守谷イメージ画による更なる市の魅力発信とイメージ向上を図る。 ガイドマップ設置の協力事業者等を増やし、市のシティプロモーション活動に共感してくれる事業者等との連携を拡大していく。 また、シティプロモーション動画の制作を行い、市内外に向けて、市の魅力を発信する。					

コストの推移						
項目		R01年度決算	R02年度決算	R03年度決算	R04年度予算	R05年度見込
事業費	計	0	0	8,924	11,242	12,000
	国・県支出金	0	0	0	0	0
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	0	0	0	0	0
	一般財源	0	0	8,924	11,242	12,000
正職員人工数（時間数）		0.00	0.00	2,695.00	0.00	0.00
正職員人件費		0	0	10,427	0	0
トータルコスト		0	0	19,351	11,242	12,000