

令和 3年度 施策評価シート（令和 2年度実績評価）

政策 06 みんなで築くまち
施策 03 広聴と情報発信の充実
主管課： 秘書課
関係課： 総務課、企画課

1 施策の目的

対象（誰、何を対象としているか） 市民，市外の方	意図（どのような状態にしたいのか） 市民等が行政運営を理解し，市政への関心が深まるまちをつくる。 多くの市民が，行政情報は適切に共有されていると感じることができ るまちをつくる。
-----------------------------	--

2 施策の成果状況（意図の達成度を図る成果指標とその動向）

守谷市を「終（つい）の住みか」としたいと感じる市民の割合（％） 秘書課						
基準値（H26）	H28年度	H29年度	H30年度	R01年度	R02年度	目標値（R03）
0.00	55.60	59.50	62.20	59.90	65.30	90.00
向上指針	上がると良い	（状況）前年度から5.4ポイント増加し，成果は向上ですが，目標値とは差がある状態とな っています。 （原因）アンケート結果からは，出生地や在住期間に関係なく「どちらともいえない」とい う回答が2割強あり，特に10～30代に多いことが分かります。「守谷市に住みたくない」と いう方は全体的に少ない一方，永住意識につながる市の魅力が，若い世代にうまく伝わって いないことが，目標達成率の向上につながらない要因と考えられます。 ※H28から把握開始した指標値のため，基準値（H26実績）は数値なし				
対前年度	向上					
目標達成度	中					
次年度課題	課題とする					

市民と行政との間で，市政情報が適切に共有されていると感じる市民の割合（％） 秘書課						
基準値（H26）	H28年度	H29年度	H30年度	R01年度	R02年度	目標値（R03）
74.30	72.00	69.80	73.20	71.60	76.90	80.00
向上指針	上がると良い	（状況）前年度から5.3ポイント増加し，成果は向上ですが，基準値からは横ばいとなっ ています。 （原因）アンケート結果からは，在住期間が長くなる程「適切に共有されていない」と感 じる方が多くなる傾向が読み取れます。情報媒体として，広報紙は在住期間と年齢に比例して 読む方が多くなりますが，双方向の性質を持つHPや市民生活総合支援アプリMorinfoは，全 体利用率は微増ながら，HPは40代，Morinfoは30代をピークに利用率が減少しており，全 体的に指標が伸び悩む要因となっている可能性があります。				
対前年度	向上					
目標達成度	中					
次年度課題	課題とする					

基準値（H26）	H28年度	H29年度	H30年度	R01年度	R02年度	目標値（R03）
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
向上指針						
対前年度						
目標達成度						
次年度課題						

3 施策に係るコスト（単位：千円）

	H30年度	R01年度	R02年度	R03年度	R04年度
	決 算	決 算	決 算	予 算	見 込
事業費合計	38,894	36,191	27,496	16,878	16,878
人件費	23,639	33,714	45,957	0	0
トータルコスト	62,533	69,905	73,453	16,878	16,878

4 基本事業の状況

基本事業名称	成果指標の動向					事業費				
						H30年度	R01年度	R02年度	R03年度	R04年度
01 シティプロモーションの推進	向上	向上				38,666	35,961	27,224	16,605	16,605
02 広聴・情報公開の充実	向上	横ば				228	230	272	273	273

5 施策全体の取組状況と課題

前年度の取組内容、成果及び次年度以降に向けた課題

コロナ禍による様々な制限がある中、各所と連携した動画形式での情報発信、コロナ関連情報のSNSやMorinfo、HPでの即時更新など、多様な媒体を活用して各層に必要な情報が届くよう情報発信を行いました。広報紙についても、コロナ関連情報を毎号掲載したほか、各課と連携して市民に伝えたい情報を「特集記事」として分かりやすく提供しました。 広聴については、「私の提案」用紙の広報折込廃止にも関わらず、提案件数は前年度より増加となったことから、今後は広聴手段を取捨選択し、より時代に即した手法を検討していくことが重要と判断できました。	推進状況	順調
	次年度への課題	課題あり
	成果方向性	向上
	コスト方向性	維持

当該年度の全庁決定の方向性（前年度の全庁政策会議での決定事項）

守谷市シティプロモーション戦略プランに基づき、引き続き、戦略的な情報発信や市民との情報共有に取り組みます。 Morinfoの認知度向上及び登録者の増に取り組みます。広報紙、HP、メール配信サービス、SNS等、市が持つ情報発信ツールをうまく活用して、情報発信の強化や市民の声の収集に努めます。 広聴については、従来のやり方を見直し、ターゲットを絞る、デジタル媒体を活用する等、各課の業務の負担が増えないような方法を検討していく必要もあります。	成果方向性	向上
	コスト方向性	維持

次年度の方向性

市民に必要な情報を確実に届けられるよう、情報発信媒体の長短や想定対象者層を分析し、戦略的な情報発信を検討していきます。 広聴については、投書箱やHPからの「私の提案」制度、Morinfo投稿機能を活用した意見聴取などを継続するとともに、まちづくり協議会会議に市職員が出向き、直接意見を伺う場を設定したり、各課の業務負担が増えないような広聴手段のあり方を検討していきます。	成果方向性	向上
	コスト方向性	維持