

令和 2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ため、広報もりや等を通じて市民に情報を提供するもの。 また、市の魅力を市内外の方に知ってもらうため、平成26年度からシティプロモーションを展開している。平成30年度には守谷市シティプロモーション戦略プランを策定し、これに基づきフォトコンテスト、守谷ハーフマラソンでのPRブース設置、守谷イメージ画制作などの事業を行っている。	＜広報もりや及び広報もりやおしらせ版の発行＞ 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。令和元年度からはフルカラー印刷に変更した。特集記事を毎月掲載し、また市民が紙面に登場する機会を増やすことで、より身近に感じてもらい、市民が手に取り、読んでみたくなる広報紙を目指している。 ＜シティプロモーション活動の推進＞ 令和元年度に、国内外で評価の高いイラストレーター・イヌイマサノリ氏と市内小中学生との協働で作成した守谷イメージ画を活用して、引き続き市の魅力を発信していく。 令和3年度からは特に、市制施行20周年記念事業の効果的なプロモーションを検討していく。 ＜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、市内外を問わず情報を発信する。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）	
市政情報の提供により、市民の行政に対する関心を高め、市政への参加意識の向上を図る。 市民に対しては、適切かつ必要な情報や市の魅力を発信し、市政への理解を深めていただくとともに、市に愛着を持ってもらい、シビックプライドを作り上げる。 市外者には、市の魅力を発信することで市に興味を持ってもらい、知名度やイメージを高めていく。	
（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 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 ・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
改善内容（課題解決に向けた解決策）	
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。	
次年度のコストの方向性（→その理由）	
■増加 □維持 □削減	シティプロモーション活動については、守谷イメージ画及びブランドメッセージを活用したプロモーション活動を展開させるため、オリジナルグッズ種類の充実や、市内に整備する情報発信媒体の更新等を進めていく。 また、もりや広報大使候補として検討中である藤田菜七子さんを活用した事業について、検討・展開していく。

R01年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（R02年度の振り返り）	
R01年度の評価（課題）	R02年度の取組（評価、課題への対応）
<広報もりや> 市民が手に取って読みたくなる広報紙づくりを、さらに推し進めていく。 <SNS> 市民にとって有益な情報や、市内外問わず魅力的に感じてもらえる情報を定期的に発信し、フォロワー数を増やしていく。 <シティプロモーション> 守谷シティプロモーション戦略プランに基づき、積極的なプロモーション活動を継続していく。	<広報もりや> ・市内各課と連携し、毎月特集記事を作成したほか、紙面の見やすさを考慮し、色遣いやデザインを一新。 <SNS> ・コロナ禍で中止となった各種講座や、市民に有益な情報を動画形式で発信するとともに、コロナ関連の最新情報をタイムリーに更新。 <シティプロモーション> ・市制施行20周年周知のため、イメージ画作者と中学校美術部員との協働でのラッピング公用車及び記念ロゴマークの制作、守谷駅へのロゴマーク横断幕等の設置を実施。

評価（指標の推移、今後の方向性）							
指標名	基準値（H26）	H28年度	H29年度	H30年度	R01年度	R02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	0.00	3,513.00	4,309.00	5,528.00	7,731.00	8,000.00
守谷市に関する新聞記事掲載数（回）	197.00	172.00	174.00	276.00	312.00	295.00	350.00
成果の動向（→その理由）							
■向上 □横ばい □低下	広報は、読みやすく面白くなった等の好意的な意見が寄せられており、市政情報のみならず、魅力発信にもつながっている。8月号は茨城県広報コンクールで準特選、全国広報コンクールで入選を果たした。 SNSは、特に動画について庁内外各所と連携して様々な情報発信を行い、公式YouTube登録者数は、年度当初の37件から180件に増加した。 シティプロモーションについては、イメージ画とブランドメッセージを組み合わせ、統一感のある形						
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・効率化について検討していく。 シティプロモーションについては、今後、SNSをより効果的に活用できるよう、運用ガイドラインを見直し、各課への移管も検討しつつ、魅力的な情報発信を目指していく。また、市全体でのプロモーション活動を目指し、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。					

コストの推移						
項目		H30年度決算	R01年度決算	R02年度決算	R03年度予算	R04年度見込
事業費	計	21,862	20,321	17,883	12,628	12,628
	国・県支出金	39	41	15	15	15
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	12,551	8,428	780	900	900
	一般財源	9,272	11,852	17,088	11,713	11,713
正職員人工数（時間数）		4,213.00	6,159.00	7,007.00	0.00	0.00
正職員人件費		17,589	25,270	28,364	0	0
トータルコスト		39,451	45,591	46,247	12,628	12,628

令和 2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。また、平成29年度から、市民生活総合支援アプリMorinfo（もりんふお）を新たに導入したことで、市民に的確・即時に市政情報等を提供するとともに、市内施設の不具合等を報告いただける双方向の情報発信環境を整備し、情報配信の充実を図っている。	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）、Morinfoの運用管理を行う。 令和3年度は、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。 ※令和3年度からMorinfoが別事業となったため、今後の取組については記載していない。
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。	
（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必要がある。 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	ホームページの検索機能の強化及びMorinfoの機能の充実を予定しているため、増加とする。

R01年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（R02年度の振り返り）	
R01年度の評価（課題）	R02年度の取組（評価、課題への対応）
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。	ホームページについては、アクセシビリティ向上対策として、音声読み上げソフトを使用してページチェックを実施し、不適な部分の改修を行った。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。 Morinfoについては、ダウンロード促進のため、投稿機能を利用したイベントやコンテストを実施したほか、コロナ対策情報の発信やごみ分別のための検索機能の追加を行った。また、コロナ禍において市民に必要な避難所情報を発信できるよう、防災機能のカスタマイズを行った。

評価（指標の推移、今後の方向性）							
指標名	基準値（H26）	H28年度	H29年度	H30年度	R01年度	R02年度	目標値（R03）
市ホームページ閲覧件数（件）	942,855.00	0.00	1600478.00	1588450.00	1962971.00	2931812.00	3000000.00
Morinfo（もりんふお）のダウンロード者数（人）	0.00	0.00	1,915.00	4,660.00	7,694.00	10,243.00	12,700.00
成果の動向（→その理由）							
■ 向上 □ 横ばい □ 低下	ホームページについては、読み上げに不便のないページにするなどのアクセシビリティ向上や、コロナ関連情報を即時に分かりやすく伝えられるよう、各課と連携しながら情報把握・ページ作成に努めた結果、閲覧数は大幅に増加した（1,962,971件→2,931,812件）。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数あると見込まれる。 Morinfoについても、テイクアウトクーポン参加店を地図で見せるなど、コロナ関連情報を効果的に周知したほか、ごみ検索機能の追加など市民ニーズに沿った対応を展開し、ダウンロード数は増加傾向						
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	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。また、職員研修の実施や日々の更新内容のより詳細なチェックにより、アクセシビリティの向上を目指すとともに、デジタル戦略課とICT化方針に関する情報共有を行い、今後のリニューアルについて検討していく。 Morinfoについては、引き続き基本機能や防災機能等の強化を図っていくとともに、イベント等を通じて、ダウンロード者数の増加に向け、PRを続けていく。					

コストの推移						
項目		H30年度決算	R01年度決算	R02年度決算	R03年度予算	R04年度見込
事業費	計	16,804	15,640	9,341	3,977	3,977
	国・県支出金	0	1,224	1,142	0	0
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	7,392	10,473	300	1,862	0
	一般財源	9,412	3,943	7,899	2,115	3,977
正職員人工数（時間数）		996.00	1,633.00	3,910.00	0.00	0.00
正職員人件費		4,158	6,700	15,828	0	0
トータルコスト		20,962	22,340	25,169	3,977	3,977