

令和 2年度 施策評価シート（令和元年度実績評価）

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）	H30年度	R01年度	R02年度		目標値（R03）	
0.00	62.20	59.90	75.00		90.00	
向上指針	上がると良い	（状況）前年度からは2.3%の低下となり、成果は横ばいです。目標値である90%とは大きな差が出ている状態にあります。 （原因）アンケートの結果を見ると、出生地や在住期間に関係なく、「どちらともいえない」という回答が多くなっています。このことから「守谷市に住みたくない」という方は少ない状況である一方、永住意識につながるような市の魅力が、「どちらともいえない」という層にうまく伝わっていないことが、成果が向上していない要因と考えられます。				
対前年度	横ばい					
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）	H30年度	R01年度	R02年度		目標値（R03）	
74.30	73.20	71.60	76.00		80.00	
向上指針	上がると良い	（状況）前年度からは1.60%の低下となり、成果は横ばいです。 （原因）アンケートの結果を見ると、在住期間20年以上30年未満の方の数値が低い傾向にあり、長期間守谷市に住んでいる方のほうが、適切な共有がなされていないと感じていると考えられます。また、20歳代の方にも同様の傾向が見受けられます。				
対前年度	横ばい					
目標達成度	低					
次年度課題	課題とする					

基準値（H26）	H30年度	R01年度	R02年度		目標値（R03）	
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）

	H29年度	H30年度	R01年度	R02年度	R03年度
	決算	決算	決算	予算	見込
事業費合計	22,037	38,894	36,191	34,157	34,157
人件費	27,220	23,639	33,714	0	0
トータルコスト	49,257	62,533	69,905	34,157	34,157

4 基本事業の状況

基本事業名称	成果指標の動向					事業費				
						H29年度	H30年度	R01年度	R02年度	R03年度
01 シティプロモーションの推進	低下	向上				21,809	38,666	35,961	33,886	33,886
02 広聴・情報公開の充実	横ば	横ば				228	228	230	271	271

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

<p>前年度は、シティプロモーション事業の一つとして、今後の広報活動で活用していく「守谷イメージ画」を、子どもたちのアイデアを基に制作しました。また、広報紙をフルカラー化したことを契機に、市民生活総合支援アプリMorinfoとも連動した企画「もりんフォト」を実施するなど、市が持つツールを複合的に活用して情報発信を行いました。次年度も、これらの取組をさらに充実させていきます。</p> <p>広聴については、従来のやり方だけではなく、ターゲットを絞るなど、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があります。</p>	推進状況	一部停滞あり
	次年度への課題	課題あり
	成果方向性	より向上
	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）

<p>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。</p> <p>市民生活総合支援アプリMorinfoの認知度向上及び登録者の増に取り組むとともに、アプリの双方向性を活用し、情報発信力の拡充や市民の声の収集に努めます。また、広報紙、ホームページ、メール配信サービス、SNS等を活用し、様々な情報を分かりやすく提供していきます。広聴については、従来のやり方だけではなく、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。</p>	成果方向性	向上
	コスト方向性	維持

次年度の方向性

<p>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。</p> <p>市民生活総合支援アプリMorinfoの認知度向上及び登録者の増に取り組みます。広報紙、ホームページ、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。</p> <p>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。</p>	成果方向性	向上
	コスト方向性	維持