

平成30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
総合計画	政策	みんなで築くまち		計画期間
	施策	広聴と情報発信の充実		種別
	基本事業	シティプロモーションの推進		市民協働
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は広く市民に周知する必要がある。その手段として、広報もりや等を通じて市民に情報を提供するものである。また、市内に住んでいる方にはもっと守谷のことを知ってもらい、市外に住んでいる方にも守谷市に興味を持ってもらうため、平成26年度からシティプロモーションを展開し、守谷市の魅力を発信している。	＜広報もりや及び広報もりやおしらせ版の発行＞ 毎月2回（10日・25日）、広報紙を発行し、市政情報を市民に提供する。10日号の表紙には、市内で行われるイベント等の写真を大きく使用し、市民が手に取り、読んでみたくなる広報紙を目指す。 ＜SNSによる情報発信＞ 市公式のフェイスブックやツイッター等のSNSを利用して、市内外を問わず、情報を発信する。SNSは、写真を多用することが可能で動画も掲載できるなど、訴求性の高い媒体であり、これを活用して守谷市を積極的にPRしていく。 ＜市内・市外でのイベントの開催＞ 市外の方々に、守谷市のPRにつながるイベントを市内外で開催し、話題を提供するとともに、守谷市に興味を持ってもらうきっかけを作る。 ＜シティプロモーション戦略プランの策定＞ 民間業者に委託し、活動の基礎となるシティプロモーション戦略プランを策定し、これに基づき活動を展開していく。
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。	
（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
市民が守谷に愛着と誇りを持ってもらうには、守谷の魅力を再認識してもらう必要がある。このため、完成した守谷市シティプロモーション戦略プランに基づき、具体的な事業を実施し、守谷の魅力を伝えていくとともに、広報もりや、市ホームページ、SNS等で積極的に情報を発信し、実際にその情報を目にする人数を増やすことが必要である。	●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（秘書課の指示のもと、委託業者が実施する） ・平成30年12月～平成31年1月 フォトコンテスト作品募集 ・平成31年2月 守谷ハーフマラソンフォトブース設置 ・平成31年3月 フォトコンテスト入賞作品展示 ※上記と並行しながら平成31年度に実施する事業を検討する ●広報もりやのフルカラー化（秘書課広報担当が実施する） ・平成30年12月 定例月議会で広報もりや印刷業務の債務負担行為を設定 ・平成31年1～2月 入札及び契約 ・平成31年3月 フルカラー版の原稿作成（4月10日号） ※色使いを意識した編集を実施 ・平成31年4月～ フルカラー版の発行・原稿作成
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き、具体的な事業（フォトコンテスト等）を実施していく。また、広報もりやをフルカラー化することで、手に取って読んでみたいと思える広報紙づくりを目指し、市民が市の情報に触れる機会を増加させる。	
次年度のコストの方向性（→その理由）	
☒ 増加 ☐ 維持 ☐ 削減	広報もりやのフルカラー化は、従来の2色刷りと比べて費用がかかるため、増加とする。

H29年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（H30年度の振り返り）	
H29年度の評価（課題）	H30年度の取組（評価、課題への対応）
シティプロモーションに関する指針（戦略プラン）を策定するため、民間事業者と委託契約を締結したが、プランの策定は、平成30年度に繰り越しとなり、かなりの時間を要した。 広報もりやについては、実務経験豊富な広報業務補助員を採用し、紙面デザインの見直しや一部ページのフルカラー印刷などで、市民が読みたくなる紙面づくりを行った。 SNSについては、イベント当日の情報発信など、積極的な運用を行い、フォロワー数や閲覧数を増加させたが、より多くの方に情報を伝えるため、インスタグラムなど新たな手法も検討すべきである。	7月に守谷市シティプロモーション戦略プランが完成し、全職員を対象に説明会を行った。また、これに基づき「守谷おせっかいフォトコンテスト」の開催や、守谷ハーフマラソンでのフォトブース設置などのプロモーション活動を行った。 広報もりやについては、ほぼ毎月特集記事を掲載したり、写真の掲載を増やすなど、市民が読みたくなる紙面づくりをさらに推し進めた。 SNSでは、若年層の利用者も多いInstagramの市公式アカウントを新たに開設した。また、既存のSNSアカウントにおいても、市民を多く掲載したフォトアルバムを公開したり、防災情報を積極的に配信する等の運用を行い、フォロワー数や閲覧数を増加させた。

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	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	3,500.00	4,284.00	5,000.00	6,700.00
守谷市に関する新聞記事掲載数（回）	197.00	174.00	276.00	300.00	350.00
成果の動向（→その理由）					
■ 向上 □ 横ばい □ 低下	シティプロモーション戦略プランが完成し、それに基づく具体的なシティプロモーション活動も始めることができた。また、Instagramのアカウント開設において新たなフォロワーを獲得することができ、一定の成果をあげることができた。 次年度から広報もりやが全ページフルカラーとなる予定であり、より視覚に訴える記事とすることができ、市民に興味を持ってもらえる広報紙作りに取り組み、成果の向上を図る。				
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	今年度作成した戦略プランに基づき、具体的なアクションプランを作成・実施して、積極的にシティプロモーション活動を展開していく。 広報もりやの全ページフルカラー化に合わせ、写真を多用した特集ページや、従来とは違ったビジュアル中心の連載ページなど、市民が手にとりたくなる広報紙を目指す。 ツイッター、フェイスブックに加えて、Instagramを活用し、多様な世代に対して積極的に情報を発信する。			

コストの推移						
項目		H28年度決算	H29年度決算	H30年度決算	R01年度予算	R02年度見込
事業費	計	6,617	12,386	21,862	23,353	23,353
	国・県支出金	8	14	39	39	39
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	1,530	1,050	9,499	9,500	9,500
	一般財源	5,079	11,322	12,324	13,814	13,814
正職員人工数（時間数）		3,724.00	3,968.00	4,213.00	0.00	0.00
正職員人件費		15,268	16,269	17,589	0	0
トータルコスト		21,885	28,655	39,451	23,353	23,353

平成30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） ホームページ（パソコン、スマートフォン、携帯電話対応）、Morinfo、地図情報サービス（もりやナビ）、メールマガジン（メールもりや）の運営管理を行う。ホームページのトップページのリニューアル（ホームページレイアウトの変更、大きいバナーの活用、カテゴリの見直し、広告用バナーサイズの変更、シティプロモーション用のページ作成、J I S規格の変更に伴うページチェック機能の導入）を行う。
平成8年の政策提言事業により、職員がインターネット及びホームページの利点や必要性を提案、平成9年度に予算化及びホームページを開設した。その後平成17年度、平成24年度（CMS、クラウド導入）に再構築を行い、平成25年度にはスマートフォンサイトを公開した。 また、平成29年度からは、双方向の情報発信ツールであるMorinfoの稼働を開始した。	
目的及び期待する効果（誰（何）をどうしたいのか）	
市ホームページの閲覧環境を適切に維持するとともに、市の情報を発信し、市民サービス及び対外的な市の認知度の向上を図る。 また、Morinfoを適切に運用し、市民生活の利便性向上を図る。	
（参考）基本事業の目指す姿	
I C T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必要がある。 また、市政への市民参加を促進するため導入したMorinfo（もりんふお）を市民に認知してもらい、市の情報発信を適切なタイミングで受け取ってもらうため、アプリのダウンロード促進に向けて、市民へPRを行う必要がある。また、サービス拡張のため、防災機能のカスタマイズとともに、ポイント機能の導入を検討する。	●ホームページアクセシビリティ研修 アクセシビリティに配慮したページを作成するため、職員研修を実施する。また、アクセシビリティチェッカー（パソコンソフト）の使用によりページのチェックを行う。 ・平成31年2月 アクセシビリティ職員研修実施（システム機能説明と同時に） ・平成31年度中 アクセシビリティチェック実施 ホームページのユニバーサルデザインへの適合化（色、文字サイズ、入力規則等） ※アクセシビリティとは、年齢や身体障がいの有無に関係なく、誰でも必要とする情報に簡単にたどり着け、利用できること。（厚生労働省ホームページから引用） ●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。 ・平成31年9月 防災機能のカスタマイズ（防災訓練実施後） ・平成31年度中 ポイント事業の運用検証及び稼働テスト 市民へのPR（随時）
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、平成30年3月にトップページのデザイン変更、情報構成の見直しなどの一部リニューアルを実施した。今後は、職員に対するアクセシビリティ研修を実施することにより、誰もが必要な情報を見やすい、見つけやすいページ作りに取り組んでいく。Morinfoについては、登録者数を増やすため、引き続きPRを実施していく。また、9月の防災訓練において、防災機能を試験的に運用し、システムの検証を実施した。その結果に基づき、今後、安否確認や災害用レポートへの対応方法等について検討していく。さらには、ポイント事業について、Morinfoでの活用方法や仕様等を検証する。	
次年度のコストの方向性（→その理由）	
☐ 増加 ☒ 維持 ☐ 削減	アクセシビリティチェックの実施やMorinfoの新機能（防災、ポイント事業等）の導入等を予定しているため、増加とする。

H29年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（H30年度の振り返り）	
H29年度の評価（課題）	H30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、中でも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、更なる充実に取り組んでいく。また、スマートフォンの普及に伴い、Morinfoは新たな情報発信ツールとして有効であると考え、市政情報だけでなく災害時の活用も想定しており、双方向で迅速に情報を発信できる最も重要な手段であることから、多くの市民に情報を伝達するため、登録者数の確保に努めていく。	公式サイトについては、7月末にシティープロモーション及びふるさと納税サブサイトを開設し、情報の充実を図った。 なお、来年度から守谷中央図書館の運営が市直営になることに伴い、現在委託業者が運営している図書館サイトが3月末で閉鎖となるため、市が運用する公式サイト内に図書館サブサイトを開設予定である。 市民生活総合支援アプリ「Morinfo」については、ダウンロードユーザー獲得のため、各種イベント時や市内幼稚園にチラシを配布するなどによりPRし登録者の確保に努めるとともに、防災機能の強化を図った。 。よりやナビについては、運用コスト削減と利便性向上のため、地図情

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	目標値（R03）
市ホームページ閲覧件数（件）	942,855.00	1,052,092.00	789,160.00	1,060,000.00	1,200,000.00
Morinfo（もりんふお）のダウンロード者数（人）	0.00	1,916.00	4,661.00	6,000.00	8,000.00
成果の動向（→その理由）					
☐ 向上 ☐ 横ばい ☒ 低下	市ホームページ閲覧件数については、スマートフォンやタブレットの普及により市ホームページへアクセスしやすくなったことから、近年は増加傾向にあったが、昨年11月から減少傾向にある。これは、より容易に情報入手できるSNSの利用者が多くなったためと考えられる。 また、Morinfoのダウンロード者数は増加傾向にあり、今後もさらなるPRや新たなサービス（ポイント事業の導入、防災関係システムの充実・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（→その理由）					
☒ 拡大 ☐ 縮小 ☐ 維持	☐ 改善・効率化 ☐ 統合 ☐ 廃止・終了	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、さら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んでいく。 また、市民生活総合支援アプリ「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ため、市政情報だけでなく災害時の活用も想定している。また、双方向で迅速に情報を発信できる重要なツールであることから、多くの市民に情報を伝達するため、登録者数の確保に努めていくとともに、さらなる機能強化を図っていく。			

コストの推移						
項目		H28年度決算	H29年度決算	H30年度決算	R01年度予算	R02年度見込
事業費	計	4,201	9,423	16,804	15,947	15,947
	国・県支出金	0	0	0	0	0
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	1,340	3,750	7,392	12,103	0
	一般財源	2,861	5,673	9,412	3,844	15,947
正職員人工数（時間数）		663.00	2,203.00	996.00	0.00	0.00
正職員人件費		2,718	9,032	4,158	0	0
トータルコスト		6,919	18,455	20,962	15,947	15,947