平成29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	任意的事務	
	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）

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。

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，市のファンになってもらうことで，守谷市に移住してもらう。

（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。

内容（何の業務活動をどのような手法で行うか）

＜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全面に使用し，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＞
市外の方向けに，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。

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）

市内に住んでいる方に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開始したが，シティプロモーションマネージャーの退職に伴い，当該事業が停滞し，戦略的なシティプロモーションを展開することができていない。
また，広報媒体として活用している広報紙，ホームページ，SNSにより市政情報の発信を行っているが，若年層に対する情報発信が市民アンケートにより弱いという結果が出ている。

改善内容（課題解決に向けた解決策）

新たなシティプロモーションマネージャーの採用に向けて，公募を2回行ったが適任者の採用に至らなかったため，9月議会において「守谷市シティプロモーション基本戦略」策定委託費に係る予算補正を行い，10月に委託業者を決定するための公募型プロポーザル実施に着手した。
また，広報媒体のさらなる閲覧数を向上させるため，記事の表現の改善に取り組み，さらには，掲載記事について広報紙，ホームページ，SNSを連携させることで，掲載記事の充実に努めた。

具体的内容とスケジュール

●シティプロモーション基本戦略策定
・公募期間　10月26日～11月7日
・提案書の提出期間　11月10日～11月21日
・プレゼンテーション　11月27日
・結果通知　11月30日
・契約　契約日の翌日～平成30年3月31日

次年度のコストの方向性（→その理由）

■増加
□維持
□削減

「守谷市シティプロモーション基本戦略」策定に係る公募型プロポーザルにおいて，その委託内容として今後３か年（平成30～32年度）の各年度における実施方針の提案を求め，その内容を検証しながら，新たなシティプロモーションを実施していく。

H28年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（H29年度の振り返り）	
H28年度の評価（課題）	H29年度の取組（評価、課題への対応）
シティプロモーションマネージャーの不在が続き，シティプロモーションへの取組を市役所全体で展開するために必要となる指針が作成できなかった。今後もマネージャーの雇用が難しいとの見通しから，外部のアドバイザーを起用するとともに民間事業者への業務委託により，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。	戦略プランの策定作業に取り組み，複数業者のプロポーザルを経て，平成29年11月に株式会社フロンテッジとの委託契約を締結した。シティプロモーションアドバイザーから業務の作業期間を延長し，内容の精査を行った方がよいとの助言を受けたため，予算を平成30年度に繰り越し，平成30年7月中の戦略プラン策定を目指し作業を進めている。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，紙面構成の見直しや一部ページのフルカラー印刷など，市民が読みたくなる紙面づくりを行った。また，ＳＮＳで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。

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	目標値（H33）
守谷市公式フェイスブック閲覧数（回）	118,555.00	389,067.00	448,158.00	449,000.00	450,000.00
守谷市に関する新聞記事掲載数（回）	197.00	172.00	174.00	200.00	220.00

成果の動向（→その理由）

□向上 ■横ばい □低下	今年度中に戦略プランを策定する予定だったが，シティプロモーションアドバイザーから業務の作業期間を延長し，内容の精査を行った方がよいとの助言を受けたため，次年度に繰り越すこととなった。今後は，シティプロモーション戦略プランを策定し，シティプロモーション活動に取組み，成果の向上を図る。

今後の事業の方向性（→その理由）

■拡大　□改善・効率化 □縮小　□統合 □維持　□廃止・終了	戦略プランの完成後は，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。広報もりやについては，現在の印刷契約が平成30年度で終了となるため，平成31年度以降の契約時に，現行の2年間・ページ単価による契約方法を見直し，コストを上げずに全ページのカラー化を目指す。ＳＮＳによる情報発信については，現在のフェイスブックとツイッターだけでなく，新たな手法も用いて，積極的な情報発信を行う。

コストの推移

項目		H27年度決算	H28年度決算	H29年度決算	H30年度予算	H31年度見込
事業費	計	7,541	6,617	12,386	20,078	21,578
	国・県支出金	7	8	14	15	15
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	1,140	1,530	1,050	17,887	1,080
	一般財源	6,394	5,079	11,322	2,176	20,483
正職員人工数（時間数）		0.00	3,724.00	3,968.00	0.00	0.00
正職員人件費		0	15,268	16,269	0	0
トータルコスト		7,541	21,885	28,655	20,078	21,578

平成29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	任意的事務	
	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）

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。

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，時代のニーズに合わせたホームページを作成するため，誰もが見やすく活用しやすい内容にリニューアルする。また，ＪＩＳ規格の変更に対応するため，各ページの見直しを行う。

（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。

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），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，ＪＩＳ規格の変更に伴うページチェック機能の導入）を行う。

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）

誰もが見やすい，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（もりんふぉ）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推進に向けて，市民へＰＲを行う必要がある。

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，リニューアルの委託業者を決定し，アクセシビリティに配慮した新たなページの作成に向けて着手し，併せて，シティプロモーションとふるさと納税のＰＲも重視した改修作業に取り組んでいる。
また，Morinfo（もりんふぉ）の導入において，市民に愛着を持ってもらえるよう，市内在住・在勤・在学者に対して，アプリのデザインと名称を募集し，決定した。10月から職員による稼働テストを実施し，関係課との連絡調整やシステム変更を随時行っている。第二段階として，市民に対してアプリを公開し，本稼働に向けた検証を行っている。

具体的内容とスケジュール

●ホームページリニューアル
　アクセシビリティの更なる向上とシティプロモーションとふるさと納税の強化のため，新たにサブサイトの作成を進める。
・リニューアル作業：平成30年２月完了予定

●Morinfo（もりんふぉ）
・第一次稼働テスト：10月　※職員のみ対象
　職員用レポートを活用し，台風災害や不法投棄，道路破損等の状況報告を試験的に行い，レポート機能の検証・見直しを随時実施している。
・第二次稼働テスト：11月中旬　※市民に公開（機能制限あり）
　もりやレポートを機能限定で利用を開始し，投稿テストを実施する。市民に実際に操作してもらうことで，アプリの操作性や不具合等についての確認・対応を行う。
・本稼働：12月予定
　もりやレポート等の全ての機能を利用可能とし，アプリの本格運用を開始する。また，本稼働に併せて，アプリのダウンロードを促すため，チラシ等を作成し，市民にＰＲを行う。

次年度のコストの方向性（→その理由）

■増加
□維持
□削減

Morinfo（もりんふぉ）を活用した新たなサービス（ポイント事業の導入，防災関係システムの充実・強化）を予定

H28年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（H29年度の振り返り）	
H28年度の評価（課題）	H29年度の取組（評価、課題への対応）
平成28年度から業務が企画課から秘書課へ移管された。 平成29年度に予定していた公式サイト運営管理システムの導入（CMS）及びサーバの更新に伴い，庁内でWGを結成し，「誰もが見やすい・探しやすいホームページの作成」と「シティプロモーションの強化」を図るため，方向性について検討を行った。また，サイト管理の省力・コスト削減を図るため，リニューアルが可能なシステム業者の絞り込みを行い，平成30年1月末での切替え作業に向けて準備を進めた。	公式サイトのリニューアルのため，業者選定を行うとともにデザインやカテゴリの見直しを庁内WGを活用し意見を取りまとめ，3月末に公開予定である。なお，サブサイトにシティプロモーションとふるさと納税を掲載するが，シティプロモーション戦略策定業務の内容を反映させるため，平成30年の夏頃まで業務期間を延長して作業することとなった。 また，市民生活総合支援アプリ「Morinfo」を開発し，段階的に稼働テストを進め，1月に本稼働を開始した。ダウンロードユーザーを獲得するため，広報紙やSNSで情報掲載するとともに，小中学校や転入者にちらしを配布して登録者数の確保に務めた。

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	目標値（H33）
市ホームページ閲覧回数（回）	942,855.00	1,046,537.00	1,052,092.00	1,056,000.00	1,200,000.00
Morinfo（もりんふぉ）ダウンロード者数（人）	0.00	0.00	1,916.00	2,100.00	3,000.00

成果の動向（→その理由）

■向上 □横ばい □低下	アクセスカウント方法については，検索サイトからのロボット検索アクセスをカウントしてしまうため，一概に増加しているとはいえないが，スマートフォンやタブレットの普及により，容易に公式サイトへのアクセスが可能となっていることから，今後もアクセスは増加すると考えている。

今後の事業の方向性（→その理由）

■拡大　□改善・効率化 □縮小　□統合 □維持　□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，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，さら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。

コストの推移

項目		H27年度決算	H28年度決算	H29年度決算	H30年度予算	H31年度見込
事業費	計	15,504	4,201	9,423	10,094	12,407
	国・県支出金	0	0	0	0	0
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	1,500	1,340	3,750	2,762	2,762
	一般財源	14,004	2,861	5,673	7,332	9,645
正職員人工数（時間数）		0.00	663.00	2,203.00	0.00	0.00
正職員人件費		0	2,718	9,032	0	0
トータルコスト		15,504	6,919	18,455	10,094	12,407