

令和 4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	地域自治	計画期間	年度～
	施策	活気ある地域活動の推進	種別	任意の事務
	基本事業（取組）	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などの市政情報の周知、市内での出来事や市民活動の紹介など市の魅力発信を行う責務があるため、広報もりや、SNSなどを通じて市民に情報を提供する。	＜広報紙「広報もりや」の発行＞ 広報もりや及び広報もりやお知らせ版は月2回（10日・25日）発行し、市政情報を市民に提供する。令和元年度はフルカラー印刷へ変更、令和2年度は表紙デザイン等の一新、令和3年度はコロナ関連情報など市民ニーズの高い内容を継続的に発信した。令和5年度からは、編集時間を確保し紙面内容の充実を図るため、25日発行のおしらせ版を廃止し月1回10日の発行にする。 ＜SNSによる情報発信＞ 市公式SNS（フェイスブック、ツイッター、インスタグラム、ユーチューブ）を利用して、市内外へ効果的に情報を発信する。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（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）	
広報紙等による各課からの市政情報の発信により、市民に対して必要かつ適切な行政サービスを受けてもらえるよう促すことで、行政に対する信頼と市政への参加意識の向上を図る。 また、市民団体や市内事業者による様々な活動を紹介することで、守谷への愛着心を高めてもらい、シビックプライドの醸成につなげていく。	
（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。（定住促進） 本市の認知度を高め、流入人口、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
改善内容（課題解決に向けた解決策）	
次年度のコストの方向性（→その理由）	
☐ 増加 ☐ 維持 ☐ 削減	

R03年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（R04年度の振り返り）	
R03年度の評価（課題）	R04年度の取組（評価、課題への対応）
〈広報もりや〉 編集作業の負担軽減・効率化、取材記事の充実のため、広報もりやの発行回数を月1回にすることを提案。 自治会長、自治会役員へのアンケート調査により、発行回数変更への意見聴取を行ったが、変更の決定と周知に向けて検討していく。 〈SNS〉 継続してフォロワーを増やすこと、また、市役所各課にアカウント開設させ、各課からの専門的な情報を、即時性を持って発信できるよう勧めていく。	〈広報もりや〉 各自治会へのアンケート調査を元に、月1回への変更方針を決定。市民・議会・関係各所への説明を行い、令和5年4月の変更に向け、紙面内容やデザインもリニューアルした。また、令和4年8月号に掲載した表紙写真が評価され、茨城県広報コンクールで準特選を受賞した。 〈SNS〉 ようこそ守谷へや二十歳の記念式典などにPRブースを出展し、「市公式SNSをフォローするとオリジナルグッズが当たる」などの仕掛けを行い、フォロワー数を増やすことができた。また、YouTubeを中心に動画を積極的に配信し、新しい形での情報発信の充実を図った。各課において、6アカウントを新設し担当課において、情報の即時発信

評価（指標の推移、今後の方向性）							
指標名	基準値（R02）	H30年度	R01年度	R02年度	R03年度	R04年度	目標値（R08）
守谷市公式SNSアカウントの合計フォロワー数（人）	7,731.00	4,309.00	5,528.00	7,731.00	9,096.00	10,290.00	14,000.00
守谷市に関する新聞記事掲載数（回）	295.00	276.00	312.00	295.00	181.00	187.00	200.00
成果の動向（→その理由）							
■ 向上 □ 横ばい □ 低下	市民に手に取ってもらえる広報紙であるため、女性消防団員へのインタビューや、マインブルク市からのホームステイ受入れの様子、生徒会長と市長の対談など、市民の活躍を紹介する特集企画を実施した。これにより、毎月実施している読者アンケートで、特集内容を評価するご意見を多数いただいた。 市公式SNSのフォロワー数は、市内のイベントにおける積極的なPRや効果的な投稿を続けた結果、増加している。						
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	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、編集作業の効率化や負担軽減を図る一方で、広報もりやのリニューアルに合わせて、市民が主役になる記事の連載企画など、新たな企画の検討を進めている。 さらにSNSフォロワー数を増加させるために、イベントでのPR機会を増やすとともに、発信頻度の向上、新しいSNS媒体（クックパッド）の検討を行う。					

コストの推移						
項目		R02年度決算	R03年度決算	R04年度決算	R05年度予算	R06年度見込
事業費	計	17,883	11,808	10,920	13,584	13,584
	国・県支出金	15	15	15	16	16
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	780	900	900	900	900
	一般財源	17,088	10,893	10,005	12,668	12,668
正職員人工数（時間数）		7,007.00	4,310.00	4,129.00	0.00	0.00
正職員人件費		28,364	16,675	15,921	0	0
トータルコスト		46,247	28,483	26,841	13,584	13,584

令和 4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		ホームページ等運営管理事業	担当課	秘書課
総合計画	政策	地域自治	計画期間	平成 9年度～
	施策	活気ある地域活動の推進	種別	任意的事務
	基本事業（取組）	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公式サイトを開設した。	市公式サイト（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）について、運用管理を行い、必要な情報発信を行う。 令和4年度は、アクセシビリティ・ユーザビリティに配慮したサイトとなるよう、リニューアルに関する仕様を定めた。このために、他自治体事例等を調査するとともに、市のDX方針を担うデジタル戦略課と情報共有・連携を図った。
目的及び期待する効果（誰（何）をどうしたいのか）	
市公式サイトを適切に管理し、行政情報を適宜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。 このことにより、市内外を問わず幅広い世代の方に、市の情報を発信し、市への興味感心を高めてもらう。	
（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
改善内容（課題解決に向けた解決策）	
次年度のコストの方向性（→その理由）	
☐ 増加 ☐ 維持 ☐ 削減	

R03年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（R04年度の振り返り）	
R03年度の評価（課題）	R04年度を取組（評価、課題への対応）
多様化するWebアプリケーションへの不正な攻撃や災害時などにアクセス集中時の負荷を分散する方策を取る必要がある。 また、新型コロナウイルス感染症関連情報など、情報の更新速度が加速したため、外部サイトへのリンク切れなどが発生している。	第一に、不正な攻撃に対応するため、WAF（ウェブアプリケーションファイアウォール）を、災害時などにアクセス集中時の負荷を分散するため、CDN（コンテンツデリバリーネットワーク）を導入した。 第二に、外部サービスを利用し、リンク切れを毎月定期的に確認し、適正なホームページ管理に努めた。 第三に、より統一的な表現や見つけやすく・分かりやすいサイトを維持するため、15年振りに公式サイト作成ガイドラインを改訂し、現行のWEB環境に適合したサイト作りを推進した。 第四に、令和5年度のサイトリニューアルに向け、市民ニーズや今後のWEB動向について情報を精査し、プロポーザルの公募を実施した。

評価（指標の推移、今後の方向性）							
指標名	基準値（R02）	H30年度	R01年度	R02年度	R03年度	R04年度	目標値（R08）
市ホームページ閲覧件数（件）	2931812.00	1588450.00	1962971.00	2931812.00	3158760.00	2587707.00	3000000.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
成果の動向（→その理由）							
☐ 向上 ☐ 横ばい ☒ 低下	新型コロナウイルス感染症に関する情報提供等の更新作業が終了し、同感染症に関連する事業・情報が縮小したことに伴い、閲覧者数が減少したと思われる。 また、市公式サイト以外のWEBメディア（Morinfo、SNSなど）の閲覧者数が増加していることに伴い、市公式サイトにアクセスすることなく、情報取得が可能であることも閲覧者数の減少の理由として考えられる。						
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	現行のWEB環境に適合した市公式サイトのリニューアルを実施するため、各課にヒアリングを実施し、適切な移行・構築を行う。その際に、公式サイトのみならず様々な外部ツールの検証・活用を行い、ユーザーが求める情報を容易に見つけやすくするよう改善・検討を進める。					

コストの推移						
項目		R02年度決算	R03年度決算	R04年度決算	R05年度予算	R06年度見込
事業費	計	9,341	3,916	6,810	40,984	7,430
	国・県支出金	1,142	0	0	0	0
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	300	1,862	1,862	2,358	2,358
	一般財源	7,899	2,054	4,948	38,626	5,072
正職員人工数（時間数）		3,910.00	1,320.00	900.00	0.00	0.00
正職員人件費		15,828	5,107	3,470	0	0
トータルコスト		25,169	9,023	10,280	40,984	7,430

令和 4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		シティプロモーション活動事業		担当課 秘書課
総合計画	政策	地域自治		計画期間 平成26年度～
	施策	活気ある地域活動の推進		種別 任意の事務
	基本事業（取組）	シティプロモーションの推進		市民協働 事業協力
予算科目コード		01-020103-02 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）
市の魅力を内外に向けて積極的に発信し、市への共感・愛着度と認知度の向上を目的に、平成26年度にシティプロモーションマネージャーを公募し、平成28年度まで市民と協働でのイベント実施とその情報発信、PR動画の作成などを行ってきた。平成30年度には、市への誇りや共感を持つ人をより増やしていくため、戦略的なシティプロモーション展開を目指し、守谷市シティプロモーション戦略プランを策定して、市のブランドメッセージを設定した。	シティプロモーション戦略プランに基づきシティプロモーション活動を展開した。 令和4年度は、職員対象に情報発信研修を実施し、全庁的な情報発信力の強化を行った。市制施行20周年記念事業などの市イベントについては、より効果的なPRができるよう担当部署との連携強化に努めた。 また、プロモーション活動について、市民等と協力して行える体制を構築するため、市民対象の情報発信講座の開催を検討する。
目的及び期待する効果（誰（何）をどうしたいのか）	
市民に対しては、市の魅力や様々な情報を発信することで、市に愛着を持ってもらい、シビックプライドを醸成する。市外者に対しても、市民に対する魅力等の情報発信を通じて市に興味・感心を持ってもらう。このことにより、将来的にまちを発展させていく「担い手（まちを良くしようという想いのある人）」の育成や転入者の増加等から、本市の魅力を理解し、まちに共感する方々を増やすことで持続的な発展が可能となる。	
（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
改善内容（課題解決に向けた解決策）	
次年度のコストの方向性（→その理由）	
☐ 増加 ☐ 維持 ☐ 削減	

R03年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（R04年度の振り返り）	
R03年度の評価（課題）	R04年度を取組（評価、課題への対応）
守谷イメージ画を物販使用できるよう使用取扱要綱を改正し、守谷イメージ画による更なる市の魅力発信とイメージ向上を図る。 ガイドマップ設置の業者を増やし、シティプロモーションに共感してくれる事業者との連携を拡大する。さらに、市内外に魅力を発信するため、市のプロモーション動画を制作する。	守谷イメージ画使用取扱要綱の改正により、申請を受け、物販でのイメージ画使用も可能とした。また、ガイドマップ配布に関しては、広報紙企画「もりやいただきます」での取材事業者に新たに依頼を行い、設置場所を大幅に増やすことができた。動画制作に関しては、プロポーザル審査により業者を決定し、令和5年12月の完成を目指して撮影を進めている。 その他、守谷イメージ画のイラストをデザインした市オリジナルグッズを制作し、イベントに出店して頒布活動を行うことで、市の魅力PRにつなげた。

評価（指標の推移、今後の方向性）							
指標名	基準値（R02）	H30年度	R01年度	R02年度	R03年度	R04年度	目標値（R08）
ガイドマップ設置場所（件）	18.00	0.00	0.00	18.00	20.00	39.00	45.00
守谷イメージ画使用申請件数（件）	2.00	0.00	0.00	2.00	2.00	4.00	6.00
成果の動向（→その理由）							
■ 向上 □ 横ばい □ 低下	ガイドマップ設置場所数は、広報紙の企画「もりや いただきます」で、市内の飲食店舗を紹介するコーナーを立ち上げ、新たな設置個所として各店舗に依頼した。これにより、守谷市の紹介やプロモーションへの理解を各店舗にいただいたことにより設置数が増加した。 また、守谷イメージ画使用申請は、市内事業所にもイメージ画が浸透したことにより、新たに事業所等の店舗から申請を受けたものです。						
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	ウォールアート事業により描かれたイラストについては、市の公式キャラクター等として契約し、イラストの追加、プロフィールの設定、名前の公募などを行うことで、魅力発信を効果的に行うためのキャラクターとして、様々なシーンで利用できるよう検討を進める。また、市の魅力をPRするために、新たなオリジナルグッズを制作し、イベント等で市民に頒布することで、引き続き市の魅力発信の機会創出に努める。					

コストの推移						
項目		R02年度決算	R03年度決算	R04年度決算	R05年度予算	R06年度見込
事業費	計	0	8,924	6,208	10,187	10,187
	国・県支出金	0	0	0	0	0
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	0	0	0	207	207
	一般財源	0	8,924	6,208	9,980	9,980
正職員人工数（時間数）		0.00	2,695.00	2,515.00	0.00	0.00
正職員人件費		0	10,427	9,698	0	0
トータルコスト		0	19,351	15,906	10,187	10,187