

施策評価シート

施策等名称	戦略的な情報発信・市民の声の反映と情報共有	体系番号	0601010104
		主管課	地域戦略課

1 施策基本情報

現状と課題	(1)現在、首都圏などで関心の高い地域資源をPRして茅野市への誘客、認知度向上に努めていますが、担当課別に行っており、課を超えた連携意識が希薄でした。(2)まちづくり懇談会や広報紙等により、市が実施している取組の周知を行っていますが、特に若年層への周知が不足しています。(3)市公式ホームページは、誰もが利用しやすく、わかりやすいページ構成を心掛けていますが、ウェブアクセシビリティに配慮しつつ目を引く構成とする必要があります。(4)茅野市の施策を検討・実施する際に、各種統計調査で得られた情報のさらなる活用が求められます。また、情報公開制度や個人情報保護制度は、適正に運用される必要があります。
めざす将来像 (あるべき姿、基本的な考え方)	市政に関する情報を市民と共有することで市政への関心を高め、住んでいるまちに愛着を持ち、市政への理解と参画を促します。さらには、茅野市の素晴らしさを市内外に発信し、交流人口や定住人口の増加につなげます。

施策指標	指標名称		指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値
					2027年度目標値
	①	地域ブランド調査の魅力度に係る全国順位(魅力度)	魅力度に係る全国順位(位)	421	350
					300
	②				
	③				

	名称	戦略的なシティプロモーションの展開	主管課	地域戦略課
	詳細	地域資源を磨き上げることで新たな強みとし、この魅力を戦略的に発信することで交流人口の増加や定住人口の増加につなげるとともに地域の人々の「生活の質」や「地域への愛着」を高めます。		

施策の柱 1	まちづくりの目標指標					
	まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分
	1 地域ブランド調査全国順位(認知度)	認知度に係る全国順位(位)	554	500	1 地域創生推進事業	実施
				450	2 縄文ふるさと大使及び応援団推進事業	実施
	2 地域ブランド調査全国順位(情報接触度)	情報接触度に係る全国順位(位)	564	510	3	
				450	4	
3 SNSリーチ件数	Facebook※、Instagram※等のSNSを通じて市から発信された情報へのリーチ数(件/年)	108,864 (R元設定)	533,000	5		
			679,000	6		

基本政策間連携 茅野市地域創生総合戦略

	名称	広聴活動の充実	主管課	地域戦略課 パートナーシップのまちづくり推進課
	詳細	次世代を担う若者に、茅野市で行っている取組に関心を持ってもらい、若者の意見をまちづくりに反映させます。		

施策の体系	施策の柱 2					2022年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分	
		まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2027年度目標値				
		1	まちづくり懇談会参加者数	まちづくり懇談会に参加する方の人数(人/年)	849	増加	1	まちづくり懇談会【まち懇】の開催事業	ゼロ予算
						増加	2	市長への手紙・メール事務	ゼロ予算
		2	まちづくり懇談会に参加する若年層の割合	会場アンケートの回答から、まちづくり懇談会に参加する30歳代以下の割合(%)	13.40	17.00	3	区・自治会関係事業	実施
						20.00	4		
		3					5		
							6		

[illegible]

名称	行政情報の発信	主管課	地域戦略課
詳細	ウェブアクセシビリティに配慮した市公式ホームページをはじめとした、多様な広報手段により戦略的な情報発信を行います。		

施策の柱 3		まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分
	1	ホームページアクセス 件数	トップページ、コンテンツページへの 総アクセス件数(件/年)	2,694,926	3,000,000	1 広報紙発行事業	実施
					3,300,000	2 ホームページ管理運営	実施
	2	インターネット動画番組 アクセス件数	インターネット動画番組へのアク セス件数(件/年)	18,163 (H30実績)	360,000	3 行政チャンネル運営事業	実施
					540,000	4 インターネット動画番組制 作事業	実施
	3					5	
						6	

[illegible]

施策評価シート

施策等名称	戦略的な情報発信・市民の声の反映と情報共有	体系番号	0601010104
		主管課	地域戦略課

※施策の柱が4つ以上ある場合は下記へ記載

施策の体系	施策の柱 4	名称	行政情報の活用と保護			主管課	地域戦略課、総務課		
		詳細	茅野市で保有している統計情報を、茅野市の施策の検討・実施等に有効に活用します。また、情報公開制度や個人情報保護制度を適正に運用します。						
			まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業		区分
		1	統計情報活用件数	具体的な活用方法、考察等を示して庁内に共有された統計情報が、各種行政施策立案・推進等に活用された件数(件/年)	30	40 50	1 統計調査事務	実施	
		2	統計情報のオープンデータ化件数	統計情報をオープンデータ化し、ホームページに公開した件数(累積)	29 (R元設定)	89 164	2 統計調査員確保対策事業 3 情報公開・個人情報保護事務	実施 実施	
		3				4 5 6			
		基本政策間連携							
	施策の柱 5	名称				主管課			
		詳細							
			まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業		区分
		1					1		
		2					2		
		3					3		
		4					4		
	施策の柱 6	名称				主管課			
		詳細							
			まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業		区分
		1					1		
		2					2		
		3					3		
4						4			
施策の柱 7	名称				主管課				
	詳細								
		まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業		区分	
	1					1			
	2					2			
	3					3			
	4					4			
基本政策間連携									

2 指標等の推移と変動要因

体系区分		成果指標名	計画策定時	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
指標No.			中間目標値	実績値 / 達成率(実績値÷目標値)				
施策		地域ブランド調査の魅力度に係る全国順位	421	466				
1		(魅力度)	350	75.11				
変動要因等	2018年度	2017年度まで実施(又は中止の場合もあり)していた認知向上イベントを通じた情報発信を2018年度は行わなかった。来年度以降は、シティプロモーション戦略に基づきSNS等を活用して対外的に茅野市の魅力発信を行う。						
	2019年度							
	2020年度							
	2021年度							
	2022年度							
柱1		地域ブランド調査全国順位(認知度)	554	582				
1			500	85.91				
変動要因等	2018年度	2017年度まで実施(又は実施を予定)していた認知向上イベントを通じた情報発信を2018年度は行わなかった。来年度以降は、シティプロモーション戦略に基づきSNS等を活用して対外的に情報発信を行う。						
	2019年度							
	2020年度							
	2021年度							
	2022年度							
柱1		地域ブランド調査全国順位(情報接触度)	564	631				
2			510	80.82				
変動要因等	2018年度	2017年度まで実施(又は実施を予定)していた認知向上イベントを通じた情報発信を2018年度は行わなかった。来年度以降は、シティプロモーション戦略に基づきSNS等を活用して対外的に情報発信を行う。						
	2019年度							
	2020年度							
	2021年度							
	2022年度							
柱1		SNSリーチ件数	108,864	108,864				
3			533,000	20.42	0.00	0.00	0.00	0.00
変動要因等	2018年度	2018年度からSNSによる情報発信を開始した。						
	2019年度							
	2020年度							
	2021年度							
	2022年度							
柱2		まちづくり懇談会参加者数	849	912				
1			増加	達成	未達成	未達成	未達成	未達成
変動要因等	2018年度	市長と話す機会として定着しているが、地区の参加者は、地区内諸役員等からの動員による参加傾向があるが参加者は微増になった。						
	2019年度							
	2020年度							
	2021年度							
	2022年度							
柱2		まちづくり懇談会に参加する若年層の割合	13.40	9.80				
2			17.00	57.65	0.00	0.00	0.00	0.00
変動要因等	2018年度	地区の参加者は、地区内諸役員等からの動員による参加傾向がある。若年層の参加者は年により増減がある。						
	2019年度							
	2020年度							
	2021年度							
	2022年度							

施策等名称	戦略的な情報発信・市民の声の反映と情報共有	体系番号	0601010104
		所管課	地域戦略課

No.	成果指標名	計画策定時	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
		中間目標値	実績値 / 達成率(実績値÷目標値)				
柱3 1	ホームページアクセス件数	2,694,926 3,000,000	2,911,702 97.06				
変動要因等	2018年度	SNSでの発信や特定の事柄がメディアに取り上げられたことにより、アクセス件数が増加になった。					
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
柱3 2	インターネット動画番組アクセス件数	18,163 360,000	18,163 5.05				
変動要因等	2018年度	ビーナネットChinoの浸透が不足していた。					
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
柱4 1	統計情報活用件数	30 40	35 87.50				
変動要因等	2018年度	統計情報が、各種施策計画の立案・推進等に利活用されたため増加した。					
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
柱4 2	統計情報のオープンデータ化件数(累計)	29 89	29 32.58				
変動要因等	2018年度	2019年のホームページ更新に併せて、オープンデータ化を進めた。					
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
変動要因等	2018年度						
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
変動要因等	2018年度						
	2019年度						
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						

施策等名称	戦略的な情報発信・市民の声の反映と情報共有	体系番号	0601010104
		主管課	地域戦略課

3 評価・改革改善 (単位:円)

項 目		2018年（前年度比）		2019年（前年度比）		2020年（前年度比）		2021年（前年度比）		2022年（前年度比）	
評 価	投資額	事業費(円)	86,296,510		85,280,000	0.99					
		うち一財(円)	77,768,897		70,458,000	0.91					
		増減理由 （一般財源 前年度比 ±10%以上 の場合に 記載）									
	進捗評価		おおむね順調								
総 合 評 価	主な 取 組 内 容 や 成 果	①インターネット動画番組の配信を開始した。 ②公式フェイスブック、インスタグラムの各ページを開設した。 ③2019年度4月の公式ホームページのリニューアルに合わせ、オープンデータ公開の準備を進めた。 ④まちづくり懇談会の10地区以外の会場を変更して開催した。									
		課 題	①再生回数の多い動画がある一方で、極端に低いものもある。 ②市民のフォロワーが多く、市外への情報拡散が希薄である。 ④まちづくり懇談会参加者は、地区内諸役等からの動員による傾向がある。若年層の割合が低い。								
改 革 ・ 改 善	改革・改善内容		①企画・内容の精査を行い、認知向上を図る。フェイスブック、インスタグラム、ホームページから誘導を図る。 ②フェイスブックのターゲティング機能を活用し、市外のユーザーに向けた広告宣伝を行う。 ④特に参加の少ない若者が関心を持つようなテーマと、人が集まりやすい会場を設定し、SNSによる情報発信を行う。								
	施策の柱等の重点化	重点化する施策の柱	1								
		重点事業	1								
	理 由	市がこれまでに保有しているメディアでは情報を届けることができなかった人や企業に、SNSやインターネット動画番組等の新たな手段を使って市の魅力や行政情報をより効果的かつ強力に発信する必要があるため。									

作成担当者	伊藤 俊成				
最終評価責任者	加賀美 積				
最終評価年月日	2019年5月31日				