

施策評価シート

施策等名称	戦略的な情報発信とオープンデータの提供	体系番号	0705010104
		主管課	地域戦略課

1 施策基本情報

現状と課題	SNS の普及などにより、ICTを使った情報発信手段が多様化しています。これまで行ってきた情報発信の手段、内容を含め、市民へのより一層の情報提供や茅野市の魅力を外へ広く発信していくことなど、市における戦略的な情報発信についての検討が必要です。 インターネットの普及やコンピュータの能力向上等により、データの提供、提供されたデータの利用のための環境が整ってきています。さまざまなデータの活用が期待される中、市が保有する公共データを公開することが求められてきています。
めざす将来像 (あるべき姿、基本的な考え方)	住みたい、訪れたい茅野市を目指し、茅野市の魅力を広く市内外に発信するために、SNSなどを活用した情報発信に取り組みます。さらに、生活に役立つ行政情報などの提供を、より一層行っていくことにより、茅野市の魅力を市内外に発信していきます。また、行政が保有するデータを様々なシステムで利用できる形で広く公開することで、今までになかった視点での活用を促していきます。

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	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年間アクセス件数(件)	18163.00	
②	SNSリーチ件数	SNSを通じて市から発信された情報へのリーチ件数(件)	108864.00		進行管理を行う中で 進行管理を行う中で
③					

施策の柱 1	名称	戦略的な情報発信とオープンデータの提供		主管課	地域戦略課			
	詳細	住みたい、訪れたい茅野市を目指し、茅野市の魅力を広く市内外に発信するために、SNSなどを活用した情報発信に取り組みます。さらに、生活に役立つ行政情報などの提供を、より一層行っていくことにより、茅野市の魅力を市内外に発信していきます。また、行政が保有するデータを様々なシステムで利用できる形で広く公開することで、今までになかった視点での活用を促していきます。						
	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	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年間アクセス件数(件)	18163.00	行管理を行う中で	1	インターネット動画番組制作配信	実施
	2	SNSリーチ件数	SNSを通じて市から発信された情報へのリーチ件数(件)	108864.00	行管理を行う中で	2	SNSによる情報発信	実施
	3				行管理を行う中で	3	オープンデータの公開	実施準備

基本政策間連携

施策の体系	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	

基本政策間連携

施策の柱 3	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	

基本政策間連携

施策等名称	戦略的な情報発信とオープンデータの提供	体系番号	0705010104
		主管課	地域戦略課

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	インターネット動画番組アクセス件数	18163.00	18163.00	164625.00			
		進行管理を行う	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!
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	音楽やスポーツなどのファン層が多いコンテンツと広告の効果により、件数の増加につながった。					
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
施策	SNSリーチ件数	108864.00	108937.00	151947.00			
		進行管理を行う	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!
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	従来のSNSに加えて、市民特派員により、市内の情報を積極的に発信していただき、成果が見られた。					
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
柱1	インターネット動画番組アクセス件数	18163.00	18163.00	164625.00			
1		進行管理を行う	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!
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	音楽やスポーツなどのファン層が多いコンテンツと広告の効果により、件数の増加につながった。					
	2020年度						
	2021年度						
	2022年度						
柱1	SNSの情報閲覧件数	108864.00	108937.00	151947.00			
2		進行管理を行う	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!
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	従来のSNSに加えて、市民特派員により、市内の情報を積極的に発信していただき、成果が見られた。					
	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	戦略的な情報発信とオープンデータの提供	体系番号	0705010104
		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)	
投資額	事業費(円)	30,216,726		17,840,948	0.59	17,320,000	0.97				
	うち一財(円)	28,983,726		17,620,948	0.61	16,919,000	0.96				
	増減理由 (一般財源 前年度比 ±10%以上 の場合に 記載)			ホームページリニューアルに係る構築費の減による。							
進捗評価		おおむね順調		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。		①インターネット動画は、ファンの多いコンテンツと広告の効果により再生回数が増えた。 ②SNSは八ヶ岳登山道整備のためのふるさと納税の広告により閲覧数の増加につながった。 ③ホームページがリニューアルオープンした。台風によりアクセス数が増加した。							
	課題	①インターネット動画配信については、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。 ②SNSについては、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。		①広告の効果により再生回数を増加することができたが、再生回数の少ないコンテンツの認知が必要。 ②市民特派員による効果的な情報発信の検討及びふるさと納税事業と連携した広告の活用を検討。							
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、Instagram、ホームページから誘導を図る。 ②SNSについては、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。		①企画・内容の精査を引き続き行い、さらなる認知向上を図る。また、SNSホームページからインターネット動画閲覧への誘導を図る。 ②SNSを活用した市外のユーザーに向けた更なるPRを行う。							
	重点化する施策の柱	1		1							
	重点業務	1		1							
理由	利用が進んでいるインターネットでの情報発信手段を活用し、茅野市の魅力をより一層発信していくことが重要であることから、インターネット動画番組制作配信事業を重点事業とする。		インターネットでの情報発信手段をさらに活用し、茅野市の魅力を効果的に発信していくことが重要であることから、引き続きインターネット動画番組制作配信事業を重点事業とする。								

作成担当者	両角香代	小平昌紀		
最終評価責任者	加賀美積	加賀美積		
最終評価年月日	2019年5月31日	2020年7月9日		