

1. 計画名称

茅野市行政経営基本計画

2. 計画全体の進捗状況及び総合評価

進捗評価	やや遅れている	説明	コロナ禍による社会変化や少子高齢化の進展は、地域コミュニティのあり方が浮き彫りとなり、これまでのまちづくりの検証と協議をスタートした。第6次茅野市総合計画は、茅野市総合計画審議会において審申がされ、令和6年には策定を予定している。シティプロモーションにおいては首都圏等での戦略的な情報発信を進めている。行政改革基本方針に沿った優先改革事項については、一部施設の廃止等の方向性を示すことができ、また人財育成ビジョンを策定した。しかしながら、財政運営は非常に厳しく、行政改革を進めるとともに収入確保に向けた全庁的な取り組みが必須であり、達成度を鑑み総体としてはやや遅れているとした。
今後の重点化施策番号	2	説明	令和6年に策定する第6次茅野市総合計画は、令和10年度までの5か年において、優先すべき重点施策や事務事業を抽出し、ヒト、モノ、カネ、情報のリソースを効率的かつ効果的に行政経営に活かしていくため重点化とする。

3. 各施策等における評価内容と改革改善

区分	施策名称	進捗評価	総合評価		改革改善の具体的内容
			主な取組内容や成果	課題	
1	協働のまちづくりによる住民自治の実現	やや遅れている	区・自治会役員の担い手不足、負担軽減に向けて、先進地視察、実地調査、またモデル区を募集し、軽減策の協議を進める準備を整えることができた。	人口減少・高齢化社会が到来する中で、協働のまちづくりにより住民自治を実現するためには、まちづくりのイメージを共有し、市民の役割分担を明確にしておくなど、持続可能な仕組みに変えていく必要がある。	協働のまちづくりの具現化に向けて、市と市民の役割分担を明確にすること、また職員の意識を研修等を通じて改革していく必要がある。 パートナーシップのまちづくり推進会議などで、行政側の課題を共有した上で、これからのまちづくりの手法について協議し、明文化することも検討する。
2	効率的・効果的な行政経営の推進	やや遅れている	・令和4年7月に行政改革基本方針を策定し、行政経営基本計画の体系や細部の流れを継承しながら、より強力に行政改革を進める仕組みと体制を構築した。 ・第5次総合計画策定後、コロナ禍をはじめとする社会情勢の大きな変化により、市の財政状況が年々硬直化、脆弱化する中で、行政評価や細部などの実施を通じて、少しずつ行政改革に対する職員の意識変革を促すことができた。	・行政改革基本方針に基づく改革項目を、確実に推進していく必要がある。 ・現在策定を進めている第6次総合計画においては、施策、事業の選択と集中を行うとともに、新しい時代にスピード感を持って対応し、市民と一緒にまちづくりを進める上での旗印にしておく必要がある。	・行政改革基本方針に基づき定めた優先改革事項を軸に、市民にも積極的に情報を開示し、共感を博しながら、庁内が一体となり行政改革を進めていく。 ・第6次総合計画基本構想で示す目的、目標達成のために必要な施策、事業を抽出し、基本計画にまとめ、総合計画全体を編纂する。
3	持続可能な財政の確立	やや遅れている	コロナ禍を経て、税収やふるさと納税が堅調な伸びを見せている。また、持続可能な財政の確立に向け、施設使用料や補助金・負担金の見直しなど行政改革に取り組んだ。なお、多くの指標では目標を達成することができた。	決算では基金の取崩しを行うことはなかったが、予算では、2年連続で10億円を超える基金の繰入れが必要になるなど、非常に苦しい財政運営となっている。今後もしばらくこのような状況が続くと見込まれ、早ければ令和8年度末で基金が枯渇する恐れがある。	施設使用料の見直しや公共施設の統廃合をはじめとする行政改革を進めるとともに、市の組織や業務の進め方の見直しなどを含めた行政構造改革を全庁一体となって進める必要がある。そうした改革を進めることで、基金に頼らない財政運営の実現に努める。
4	戦略的な情報発信・市民の声の反映と情報共有	おおむね順調	この計画期間のシティプロモーションは主に東京、中期からは名古屋、後期からは横浜と徐々に大都市圏を中心に拡大してきた。ブランド調査の結果はほとんど横ばいだが、継続して実施したい。 Fun!Yatsugatakeは登録者が大幅に増加し認知度も向上してきている。SNSもフォロワーや登録者は増加している。	交付金事業は積極的に活用するが、交付金事業で大きなPRができない場合でも低予算で工夫したプロモーションにより地域の魅力度の向上を図る必要がある。 行政チャンネルの廃止を見据え市内外へ向けたインターネット動画番組、SNSの活用を幅をひろげていく。	対面のプロモーションを行う際に、マスメディアへの積極的な情報発信を行い、取り上げていただく機会を増やしてきた。対面のプロモーションに来ていただき直接PRができれば良いが、そのような人数は限られるため、対面のプロモーションをフックに、できるだけ多くの情報発信を行い、認知度向上を図っていく。
5					

※5つ以上の場合は裏面へ

4. 関連市民団体等の主な意見及び対応のポイント

	主な意見	市の考えや対応など
関連市民団体等名称		
開催回数		
参加延べ人数		
関連市民団体等名称		
開催回数		
参加延べ人数		
関連市民団体等名称		
開催回数		
参加延べ人数		