

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	地域創生課

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。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				

施策の柱1	名称	戦略的なシティプロモーションの展開	主管課	地域創生課			
	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。					
	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	500 450	1 地域創生推進事業 2 縄文ふるさと大使及び応援団推進事業	実施 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	510 450	3 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)	533,000 679,000	5 6	

基本政策間連携 茅野市地域創生総合戦略

施策の体系	名称	広聴活動の充実	主管課	地域創生課 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。					
	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	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 増加	1 まちづくり懇談会【まち懇】の開催事業 2 市長への手紙・メール事務	ゼロ予算 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 20.00	3 区・自治会関係事業	実施
	3					4 5 6	

基本政策間連携

施策の柱3	名称	行政情報の発信	主管課	地域創生課			
	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。					
	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 3,300,000	1 広報紙発行事業 2 ホームページ管理運営	実施 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)	360,000 540,000	3 行政チャンネル運営事業 4 インターネット動画番組制作事業	実施 実施
	3					5 6	

基本政策間連携

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	地域創生課

※施策の柱が4つ以上ある場合は下記へ記載

施策の柱 4	名称	行政情報の活用と保護			主管課	企画課、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	
	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 4			
3					5 6			
基本政策間連携								
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 4			
	3				5 6			
	基本政策間連携							
	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 4			
3					5 6			
基本政策間連携								

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	地域創生課

## 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	2023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に係る全国順位(魅力度)	421	466	413	383	345	430	428
		350	75.11	84.75	91.38	101.45	81.40	81.78
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	2018年度3月に策定した茅野市シティプロモーション戦略に基づき、着実に事業を実施することで指標改善に繋がった。						
	2020年度	地方創生推進交付金事業を活用した交流人口・関係人口創出事業により情報発信の強化を行った。						
	2021年度	交流人口・関係人口創出事業が複数行われ、発信する情報が増えた。						
	2022年度	交付金事業である交流人口・関係人口創出事業が前年度で一部終了。他の事業で情報発信を強化したが、実績値は下がった。						
	2023年度	前年度とほぼ横ばいとなった。東京、名古屋、横浜を中心にシティプロモーションを実施しているが大きな数字の変動はなかった。						
柱1		554	582	543	548	541	570	583
1	地域ブランド調査全国順位(認知度)	500	85.91	92.08	91.24	92.42	87.72	85.76
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	2018年度3月に策定した茅野市シティプロモーション戦略に基づき、着実に事業を実施することで指標改善に繋がった。						
	2020年度	地方創生推進交付金事業を活用した交流人口・関係人口創出事業により情報発信の強化を行った。						
	2021年度	交流人口・関係人口創出事業が複数行われ、発信する情報が増えた。						
	2022年度	コロナ禍で新たな市民活動の創出は難しかったが、市民活動再開のための講座を中心に市民活動の支援を行った。						
	2023年度	東京、名古屋、横浜を中心にシティプロモーションを実施しているが若干順位は下がった。						
柱1		564	631	596	589	539	636	619
2	地域ブランド調査全国順位(情報接触度)	510	80.82	85.57	86.59	94.62	80.19	82.39
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	2018年度3月に策定した茅野市シティプロモーション戦略に基づき、着実に事業を実施することで指標改善に繋がった。						
	2020年度	地方創生推進交付金事業を活用した交流人口・関係人口創出事業により情報発信の強化を行った。						
	2021年度	交流人口・関係人口創出事業が複数行われ、発信する情報が増えた。						
	2022年度	交付金事業である交流人口・関係人口創出事業が前年度で一部終了。他の事業で情報発信を強化したが、実績値は下がった。						
	2023年度	インターネットを使用した情報発信などにも力を入れているが、大きな数字の変動はなかった。						
柱1		108,864	108,864	486,502	373,815	888,696	932,420	846,232
3	SNSリーチ件数	533,000	20.42	91.28	70.13	166.73	174.94	158.77
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	市民特派員による情報発信を開始し、リーチ件数増加に繋がった。特派員数を拡充する等の対応も検討していく。						
	2020年度	市民特派員による情報発信におけるアプリの連携不具合と新型コロナウイルス感染症対策により、外出を控えたことで投稿数が減少した。						
	2021年度	市Instagramのフォロワー増加により、Instagramの閲覧数が増加している。						
	2022年度	市Instagramのフォロワー増加により、Instagramの閲覧数の増加、またLINE配信の増加による増。						
	2023年度	新型コロナウイルス関係のLINE配信が減ったことによるリーチ件数の減。スタート当初からは大幅に増加している。						
柱2		849	912	968	464	261	303	365
1	まちづくり懇談会参加者数	増加	達成	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きているが、地区の参加者は、地区内階級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	地区内階級役員等からの動員による参加傾向もあるが、市長との懇談の機会として定着し、参加者は増加している。						
	2020年度	新型コロナウイルス感染症対策による人数制限のため参加者数が減少した。						
	2021年度	新型コロナウイルス感染症対策による人数制限に加え、参加者数に職員をカウントしないこととしたため、大幅に減少した。						
	2022年度	テーマを地区の課題としたこと、新型コロナウイルス対策として各地区ごとに各団体の役員等へ案内状を送ったことから若干の増加となった。						
	2023年度	コロナ禍を過ぎたが、各地区と連携し各団体役員等へ案内状を送る等したことから増加となった。						
柱2		13.40	9.80	8.12	8.40	11.47	14.58	20.58
2	まちづくり懇談会に参加する若年層の割合	17.00	57.65	47.76	49.41	67.47	85.76	121.06
変動要因等	2018年度	地区の参加者は、地区内階級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	地区内階級役員等からの動員による参加傾向があることから、当役の年齢により若年層割合に変動がある。						
	2020年度	地区内階級役員等に参加を制限したため、当役の年齢により若年層割合に変動がある。						
	2021年度	地区内階級役員等に参加を制限したため、当役の年齢により若年層割合に変動がある。						
	2022年度	各地区ごとの各団体の役員等へ案内状を送ったことから、役員年齢により若年層割合に変動がある。						
	2023年度	コロナ禍が過ぎ若年層参加者が増えたこと、また当年の役員年齢により若年層割合の変動がある。						