

施策・基本事業評価表

優先度:成果=高。財源=中。●総務広報課、市長公室

番号	施策名	施策の対象	施策のねらい	区分	施策の成果指標(単位)	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	前期 目標値	24年度	25年度	26年度	28年度 目標値	評価	評価の判定理由と原因分析の説明	今後の取り組み等
6-2	積極的な広報・ 広聴の展開	市民	行政情報が適正に 市民に伝わり、市民 の意見を聴く機会 が確保されている。	成果	行政からの広報や情報 を伝える手段に満足し ている市民の割合	86.7	86.4	87.1	87.8	88.1	89.5	89.4	↑	89.5	90.9	90.8	↑	目標達成	<p>指標値は90.8%であり、目標を達成した。また、指標値算出数値の内訳を見ると、「ふつう」という回答が対象回答の70%近くあるが、「満足」「どちらかといえば満足」という回答にシフトする傾向が見られる。このことから、「広報や情報を伝える手段」については、一定の成果がでている。</p> <p>また、ホームページの積極的な活用や情報を伝える新たな手段の開拓など、他団体と比べて、SNSによる情報発信に努めている。</p>	<p>引き続き行政情報の主な提供手段である「広報ちくご」と「ホームページ」それぞれの持つ機能的な特性である「紙ベースで全世帯に配布」とリアルタイムな情報発信」の特性を活かした情報提供を行う。</p> <p>また、今年度中に現在の広報ちくごの紙面構成の分析やSNSをより活用するための分析と協議を進める。これらにより、広報紙の文字による情報伝達とホームページなどによるリアルタイムな情報発信を相互連携させることを進める。</p> <p>今後も、時代の流れと共に市民意識の多様性は進むものと思われる。引き続き、読者目線に立った取り組みを行っていく。</p>
				成果	市民が意見を行政に伝 える機会に満足してい る市民の割合	74.6	69.8	70.0	75.3	76.4	76.9	79.5	↑	79.3	82.1	79.9	↑	順調	<p>指標値は昨年と比べると2.2ポイント下がったものの、ほぼ目標値を達成。このことから、「市民が意見を行政に伝える機会」については、一定の納得をいただいていると考える。しかし、指標値算出数値の内訳を見ると、「ふつう」という回答が前回に続き70%近くある。</p> <p>また、「広聴による市民からの意見件数」の中で、「市長への手紙」が23.8%、「問い合わせメール」が60.3%と大半を占めているが、パブコメの意見は1件という状況である。</p>	<p>市民が行政に対して意見を伝える手段・方法について、本年度中に広報で4回、ホームページなどで適宜、情報発信に努める。また、このことをPR(特にパブリックコメント)することで、行政に意見を言うことの動機付けを図る。</p> <p>また、「市民からの意見件数」の中で「問い合わせメール」の件数が60.3%を占めており、メール問い合わせへの回答などの管理を徹底し、迅速な回答に努める。</p> <p>IT技術を活用し、「意見を伝える機会」の多様性を進める。</p>

番号	基本事業名称	基本事業の対象	基本事業のねらい	区分	基本事業成果指標(単位)	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	前期 目標値	24年度	25年度	26年度	28年度 目標値	評価	評価の判定理由と原因分析の説明	今後の取り組み等
01	ニーズに対応した広 報機能の充実	市民	市民が知りたい行政 情報をタイムリー に入手することがで きるとともに、行政 に対する関心が高 まっている。	成果	「広報ちくご」を読ん でいる人の割合(%)	94.6	93.7	95.0	94.6	94.1	95.6	95.4	↑	95.1	95.7	96.5	↑	順調	<p>指標値は昨年と比べると0.8ポイント上がっている。市民アンケートでは、行政情報の取得方法として「広報ちくご」は93.1%の回答を得ている。また、「ホームページ」は9.9%、「回覧板」は61.5%、「新聞・テレビ」が19.4%という状況。行政情報の取得方法として、「広報ちくご」は市民から評価をされていると見ることができる。</p> <p>また、広報紙の発行サイクルの回答では、現状の月2回が50.1%、月1回が45.4%、2か月に1回が2.8%という結果になっており、傾向に大きな変化は見られない。</p>	<p>行政情報の取得方法として高い評価を受けており、その評価をさらに高めるために、「読みやすさ」「親しみやすさ」「わかりやすさ」「信頼性」などをキーワードとして、現在の紙面構成の分析を本年度中に行い、評価し、もっと読んでいただくよう紙面構成に工夫をしていく。</p> <p>また、ホームページとの役割分担(ホームページへの誘導)を意識した紙面づくりを進める。</p> <p>広報紙の発行サイクルに対するアンケート回答の割合に変化は認められないことから、月2回の発行を続ける。</p>
				成果	行政からの情報が早 く、わかりやすく伝 えられていると思う市民 の割合(%)	56.4	57.7	53.8	58.9	60.6	55.4	61.4	↑	59.1	58.5	59.9	↑	横ばい	<p>指標値は昨年と比べると1.4ポイント上がった。回答選択肢が「思う」か「思わない」かのどちらかを選ぶこととなっており「ふつう」の選択肢がないことを考慮しても過半数の評価を得ている。</p> <p>市民アンケートでは、行政情報の取得方法として「広報ちくご」は93.1%の回答を得ている。また、行政情報を早く伝える手段としては、「ホームページ」が考えられるが、行政情報の取得方法としては9.9%にとどまっている。</p>	<p>行政情報の取得手段として、広報紙は高い評価を得ていることから、広報紙をわかりやすくする取り組みを続ける。そのため、広報紙の紙面構成の分析を本年度中に行い、情報発信に努める。</p> <p>また、行政情報を早く伝える手段としてホームページを活用する。そのため、SNSサービスの利用を進める庁内も含めたルール化(利用規定等の策定)を進める。</p> <p>(Facebook, Twitter, YoutubeなどのSNSサービスの利用)</p>
02	多様な媒体を活用し た広報の充実	市民	多様な媒体を通し た広報活動により、 市民の情報入手の 利便性が高まって いる。	成果	筑後市ホームページ(P C、携帯電話)への年間 アクセス件数(件)	153,935	182,944	225,272	271,475	272,743	281,867	262,998	300,000	284,864	360,922	435,552	300,000	目標達成	<p>指標値は、今回も目標値を大きく上回り、前年度に引き続き、目標を達成した。ホークスファーム本拠地誘致関連の話題が前回同様、実績に貢献しているが、その他のページにおいても掲載内容の更新を確実にし、情報の鮮度に留意した結果であると思われる。</p>	<p>ホームページ管理部会を定例化し、柔軟な対応が可能な体制を継続する。</p> <p>この体制の中で、3月までに、SNSサービスを活用できるよう(特にFacebook記事投稿権限の拡張)、調査・協議を進める。</p>
				成果	パブリシティにより、新 聞4紙に掲載された筑 後市関連の記事件数 (件)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	164	147	102	180	不調

番号	基本事業名称	基本事業の対象	基本事業のねらい	区分	基本事業成果指標(単位)	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	前期 目標値	24年度	25年度	26年度	28年度 目標値	評価	評価の判定理由と原因分析の説明	今後の取り組み等
03	広聴の充実	市民	様々な方法によって市民が意見を伝える機会が確保され、市民の意見が市政に反映されている。	成果	市民が意見を行政に伝える機会に満足している市民の割合(%)	74.6	69.8	70.0	75.3	76.4	76.9	79.5	↑	79.3	82.1	79.9	↑	順調	指標値は昨年と比べると2.2ポイント下がったものの、ほぼ目標値を達成。このことから、「市民が意見を行政に伝える機会」については、一定の納得をいただいていると考える。しかし、指標値算出数値の内訳を見ると、「ふつう」という回答が前回に続き70%近くある。 また、「広聴による市民からの意見件数」の中で、「市長への手紙」が23.8%、「問い合わせメール」が60.3%と大半を占めているが、パブコメの意見は1件という状況である。	市民が行政に対して意見を伝える手段・方法について、本年度中に広報で4回、ホームページなどで適宜、情報発信に努める。また、このことをPR(特にパブリックコメント)することで、行政に意見を言うことの動機付けを図る。 また、「市民からの意見件数」の中で「問い合わせメール」の件数が60.3%を占めており、メール問い合わせへの回答などの管理を徹底し、迅速な回答に努める。 IT技術を活用し、「意見を伝える機会」の多様性を進める。
				代替	広聴による市民からの年間の意見件数(件)	—	—	—	—	—	540	603	400	649	613	630	550	目標達成	目標は達成したが、指標値自体は横ばいである。指標値として、「市長への手紙」、「問い合わせメール」、「まちづくり懇談会の意見」、「パブリックコメント意見」があるが、それぞれの件数はほぼ横ばいで推移している。その中で、「問い合わせメール」の件数が、380件で全体の60.3%を占めており、IT化の流れを反映していると見ることができる。	引き続きPR活動が続ける。特に、指標値となっている「手段」による意見提出について、広報媒体を使いPRする。「問い合わせメール」への迅速な対応を強化するため、対応マニュアルを作成し、管理を徹底する。