令和８年度　施策評価シート《佐賀市未来共創プラン》

政　　策	10　行政経営	OPENなしせい（市政・姿勢）で挑むまち

少子・高齢化、人口減少が進行する中、限られた職員数で多様化し続ける市民ニーズにスピード感をもって対応する必要があります。そのためには、「市政」を見える化し、垣根なく、さまざまな声を大切にしながら、変化に挑み続ける姿勢が重要です。
佐賀市の行政運営に対する関心と信頼に応え続けていくために、常に改革・改善に取り組みながら質の高い行政サービスを提供していきます。

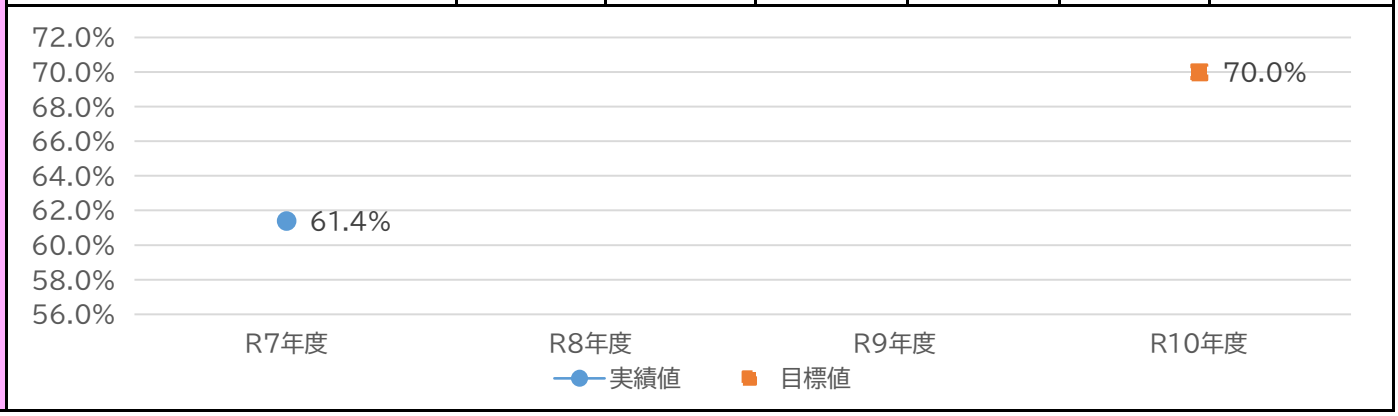
2040年に目指す市民等の姿《総合計画》

1 市民は、誰でも、いつでも、どこでも、必要な情報を手に入れることができ、多くの人が佐賀市に関わりたいと思っている。
2 市民は、選択と集中による質の高い行政サービスに満足し、行政運営を信頼している。

重点ポイント	目指す姿や重点ポイントと現状のギャップ
・最新技術を活用した、個人のニーズに応じた情報提供を実施すること ・市民に寄り添い、心の通ったあたたかみのあるしごとにシフトすること	・情報の大量流通の進行に伴い、興味・関心が高い情報を入手する傾向が更に強まり、市政への関心が低下する。 ・地域間競争の激化により、市の魅力が十分に伝わりにくくなっている。 ・制度や手続きが複雑・細分化されており、市民にとって必要な情報や申請窓口が分かりづらい。 ・申請や定型事務の処理に、相当の人員や時間を要している。

政策のゴール

必要な行政サービスが提供されていると感じる市民の割合	基準値	目標値	実績値			
	Ｒ５年度	Ｒ１０年度	Ｒ７年度	Ｒ８年度	Ｒ９年度	Ｒ１０年度
	－	70.0%	61.4%			



施　　策	10-1 インナー・アウタープロモーションの推進	施策統括責任課	広報課
関係課	広報課		

重点的に取り組む施策の方向性

・広報媒体が有するそれぞれの特性を活かし、「自分事」として関心を持ってもらえる情報の見せ方・届け方を展開します。
・必要な情報が入手できるよう、発信ツールの最適化により、個人のニーズ等に応じた情報発信を行います。
・佐賀市の認知度・イメージの向上に向けて、本市が有する魅力や価値を効果的に発信します。
・市民が暮らしの中であたりまえに楽しんでいる「モノ」・「コト」の魅力や素晴らしさを内外に伝えるプロモーションを展開します。

《総合評価》総括と今後の主な取組

■総括（成果・課題）
市政広報分野では、「市報さが」の全面リニューアルや対象者を絞ったＷＥＢ広告の配信など、各媒体の特性を生かした情報発信を強化したことで、「必要な市政情報が入手できている」と感じる市民の割合が向上した。
シティプロモーション分野では、「あたりまえハッピープロモーション」を通じた地域の魅力発信により、「市を暮らす街として推奨できる」市民の割合が前年度の56.4%から65.7%と大きく増加した。
一方で、各々の取組において課題も見えてきた。
市政広報分野では、20代以下の市報購読率が低く、若年層の紙媒体離れや情報取得ニーズの多様化への対応が急務である。
シティプロモーション分野では、「あたりまえハッピー」の価値観は浸透しつつあるものの、市民が自ら魅力を発信・推奨するような「行動」には十分につながっていない。また、情報があふれる首都圏におけるバルーンの認知度も、依然として引き上げる余地がある。

■今後の主な取組
1.広報資源の最適化とデータ活用･･･デジタルシフトを見据え、「市報さが」の発行方法のあり方を含め、紙媒体とデジタル媒体それぞれの特性を活かした広報の最適化について研究・検討していく。また、広告・媒体効果のデータ分析を継続し、市民一人ひとりに適切に情報が届くよう発信手法を改善し続ける。
2.市民の行動を促すプロモーション･･･「知ってもらう」段階から一歩進み、市民が自分から魅力を語りたくなるような仕組みづくりやコンテンツ制作を強化する。
3.戦略的な認知拡大･･･首都圏などターゲットを絞ったエリアで、より印象的で話題となるような効果的なプロモーションを展開し、市の認知拡大・イメージ向上につなげる。

年度別　主な取組内容

Ｒ７年度	Ｒ８年度	Ｒ９年度	Ｒ１０年度
①市報、ホームページ等の広報媒体の最適化 ●市報さが発行事業：89,694千円（市報購読率71.8%） ●ホームページ運用事業：4,839千円（閲覧数779.1万PV） ●ホームページリニューアル事業：28,600千円 ②ターゲットに応じた情報発信の強化（デジタル広報の活用強化） ●メディア広報推進事業：42,402千円（市政情報到達度83.5%） ③認知度・イメージ向上等に向けたプロモーションの推進 ●シティプロモーション事業：35,859千円（暮らす街推奨度65.7%）			

成果指標

指標①

市政に関心がある市民の割合	基準値 R５年度	目標値 R１０年度	実績値 R７年度	R８年度	R９年度	R１０年度
	－	70.0%	71.7%			

分析　「市報さが」の紙面刷新による「自分事」として捉えやすい情報提供に加え、ＷＥＢ広告でのターゲティング配信や、新聞・テレビ等を含めたメディアミックス戦略を効果的に展開したことで、市民の幅広い市政への関心喚起につながった。

指標②

必要な市政情報が入手できていると感じる市民の割合	基準値 R５年度	目標値 R１０年度	実績値 R７年度	R８年度	R９年度	R１０年度
	62.4%	71.0%	83.5%			

分析　「市報さが」の目次やコーナー名の新設など、市民が直感的に情報を探しやすくなるようレイアウトを大幅にリニューアルしたことや、個人の興味・関心に合わせたデジタル広報の活用を強化した結果、市政情報の到達実感が目標を大きく上回った。

成果指標

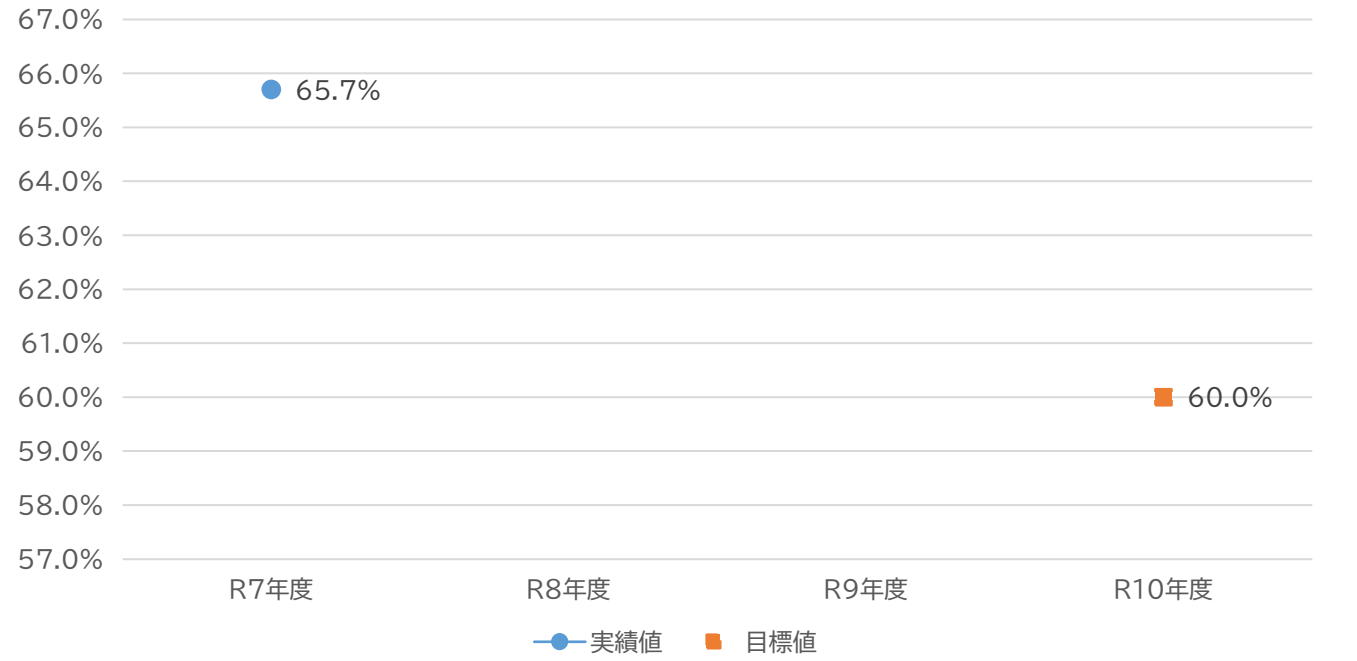
指標③

佐賀市を観光地として推奨できる市民の割合	基準値 R５年度	目標値 R１０年度	実績値			
			R７年度	R８年度	R９年度	R１０年度
	－	43.0%	40.8%			

分析：観光担当部局と連携した「あたりまえ観光」ＷＥＢサイトや、交通拠点での観光コンテンツのカード配布といった新たなアプローチにより、市民が日常の風景を「観光資源」として再評価し、市外の人に勧めたいと感じる機会が増えたことで、前年度（38.5%）から着実に増加した。

指標④

佐賀市を暮らす街として推奨できる市民の割合	基準値 R５年度	目標値 R１０年度	実績値			
			R７年度	R８年度	R９年度	R１０年度
	－	60.0%	65.7%			



分析：日常の魅力を「あたりまえハッピー」として言語化し、市報やＳＮＳで継続的に発信したことで、市民が自分たちの暮らしの豊かさに気づき、まちへの愛着や誇り（シビックプライド）が高まり、前年度（56.4%）から大きく増加した。

重点的に取り組む事業　①

市報、ホームページ等の広報媒体の最適化

成果

【市報さが発行事業】
表紙やデザインの刷新、記事配置の見直しなど、読者目線での全面リニューアルを実施した「市報さが」を発行したことで、「市報を読んでいる市民の割合」の目標値を達成した。
【ホームページリニューアル事業】
令和8年6月の運用開始に向け、佐賀市公式ホームページの全面リニューアルに着手し、「佐賀市らしさ」と「探しやすさ」を両立したサイト設計を進めるとともに、個人のニーズに応じた情報を届けるため、佐賀市公式スーパーアプリに実装する「広報ミニアプリ」を制作した。

問題点とその要因

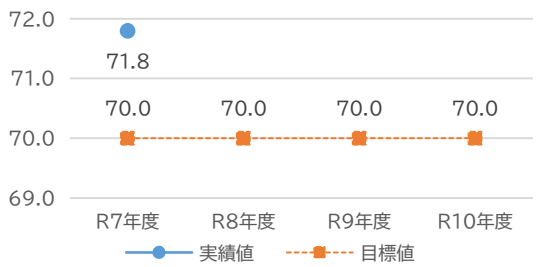
【市報さが発行事業】
情報が大量に流通する現代において、特に若年層の紙媒体離れが進む中、「市報さが」ならではの「一覧性」や「信頼性」を活かしつつ、いかに興味を惹きつけるかが課題となる。
【ホームページリニューアル事業】
現行システムは稼働から約10年が経過しており、スマートフォン中心の閲覧ニーズや、時代に応じたアクセシビリティ（誰もが使いやすい設計）への対応が不十分な状態である。

今後の取組方針

【市報さが発行事業】
紙媒体である「市報さが」と、即時性のあるデジタル媒体を効果的に連動させる。「市報さが」では「自分事」として関心を持てる特集や深掘り記事を展開し、詳細はＷＥＢサイトへ誘導するなど、媒体の強みを掛け合わせた情報提供を行っていく。
【ホームページリニューアル事業】
ユーザー目線に立ったホームページの全面刷新により、情報への辿り着きやすさを向上させる。また、市民一人ひとりのニーズに応じた情報がタイムリーに「届く」プッシュ型の情報発信を確立していく。

主な重点取組事業

1	事業名	市報さが発行事業				
	担当課	広報課	事業期間	昭和　40　年度　～　　年度		
	事業概要・目的	市民が、誰でも、いつでも、どこでも、必要な情報を手に入れることができるようにするため、「市報さが」を発行し、市政情報を市民に周知し、市政に関する市民の正しい理解及び協力を得る。				
	該当年度取組実績	・「市報さが」の発行（1日号・15日号）：発行部数108,500部/回 ※紙面リニューアル（表紙・情報記事面の刷新、特集記事のデザイン強化等）を反映した「市報さが」を発行（令和7年度～） ・点字版「市報さが」の制作（1日号・15日号）：発行部数54部/回 ・音声版「市報さが」の制作（1日号・15日号）：発行枚数60枚/回				
	成果 指標	市報さがを読んでいる市民の割合			単位	％
	成果 年度	Ｒ７年度	Ｒ８年度	Ｒ９年度	Ｒ１０年度	
	成果 目標値	70.0	70.0	70.0	70.0	
	成果 実績値	71.8				
	成果 達成状況	達成している				
	決算額 年度	Ｒ７年度	Ｒ８年度	Ｒ９年度	Ｒ１０年度	
	決算額 総事業費	89,694 千円				
	決算額 うち市費	68,992 千円				
	決算額	（※職員人件費は含まない）　（千円）				



重点的に取り組む事業　②

ターゲットに応じた情報発信の強化（デジタル広報の活用強化）

成果

年齢や居住エリア、興味関心に応じたＷＥＢ広告のターゲティング配信を積極的に展開した。また、プレスリリース配信サービスを活用し、報道機関へのアプローチを強化したことで、「必要な市政情報が入手できている」と感じる市民の割合の大幅な向上に貢献した。

問題点とその要因

市民の情報取得ツールが多様化・細分化しているため、単一の手法では情報が届きにくくなっている。また、デジタル広報は効果が見えやすい一方で、そのデータを分析し、次なる情報発信の改善に結びつけるPDCAサイクルが十分に確立していくことが課題となる。

今後の取組方針

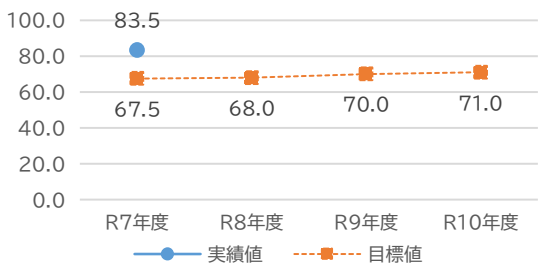
情報の受け手に合わせた最適な発信ルート（ＷＥＢ広告等）の活用を継続する。その上で、「広告・媒体効果のデータ分析」を定期的に行い、情報発信の手法を客観的に検証・改善することで、より費用対効果が高く、市民の行動変容につながる広報を展開していく。

主な重点取組事業

1

事業名	メディア広報推進事業			
担当課	広報課	事業期間	昭和　40　年度　～　　年度	
事業概要・目的	市民等が、誰でも、いつでも、どこでも、必要な情報を手に入れることができるようにするため、様々な広報媒体を活用した市政情報発信を展開する。			
該当年度取組実績	・新聞（3紙）、情報誌（3誌） ・テレビ（2局）、ラジオ（3局） ・ＷＥＢ広告（22案件）、プレスリリース配信サービス（22案件） ・市長記者会見（全14回）			

成果					
指標	必要な市政情報が入手できていると感じている人の割合			単位	%
年度	Ｒ７年度	Ｒ８年度	Ｒ９年度	Ｒ１０年度	
目標値	67.5	68.0	70.0	71.0	
実績値	83.5				
達成状況	達成している				



決算額					
年度		Ｒ７年度	Ｒ８年度	Ｒ９年度	Ｒ１０年度
総事業費		42,402 千円			
	うち市費	39,531 千円			
（※職員人件費は含まない）　（千円）					

重点的に取り組む事業　③

認知度・イメージ向上等に向けたプロモーションの推進

成果

◇あたりまえハッピープロモーション：「市報さが」での特集記事の連載などを通じて、日常にある魅力を再認識してもらう基盤づくりが奏功し、暮らす街としての推奨度の向上につながった。
◇バルーンブランド強化プロモーション事業：「バルーンのまち佐賀市」ＰＲムービーの制作などが話題を呼び、全国的な認知度の向上（R6：43.2%→R7：49.5%）につながった。

問題点とその要因

◇あたりまえハッピープロモーション：「あたりまえハッピー」との接触機会を創出できた中、市民が積極的に佐賀市を推奨する機運を醸成するためには、市民がその魅力を自らＳＮＳ等で発信したり、周囲に勧めたりする「自発的な推奨行動（行動変容）」を促す仕掛けづくりが求められる。
◇バルーンブランド強化プロモーション事業：全国的な認知度は約半数に達したものの、情報発信力が高く、観光・移住のメインターゲットとなる「首都圏」での認知度は19.5%にとどまった。情報過多な都市部でも埋もれないような話題化の取り組みが求められる。

今後の取組方針

◇あたりまえハッピープロモーション：「知って共感する」段階から「自ら語る」段階へステップアップを図る。市民が思わず周囲に勧めたくなるようなコンテンツの制作や、市民発信を後押しするようなキャンペーン等を重点的に展開する。
◇バルーンブランド強化プロモーション事業：首都圏における認知拡大を図るため、より人の印象に残るような企画を実施する。広く薄く発信するだけでなく、一定のコミュニティに深く刺さるようなアプローチ手法も検討する。

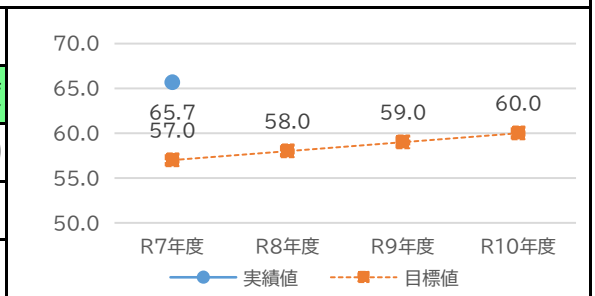
主な重点取組事業

1

事業名	シティプロモーション事業			
担当課	広報課	事業期間	平成　26　年度　～　　年度	
事業概要・目的	佐賀市の認知度向上、イメージアップのための魅力発信により、魅力ある地域として人々に「選ばれるまち」となり、市外からの来訪者や移住者など交流人口の増加、企業進出などの投資の誘導を図る。			
該当年度取組実績	◇あたりまえハッピープロモーション ・市報特集記事連載：24件、ホームページ・ＳＮＳ情報発信：70件 ・動画広告配信：2回（8月・3月）、閲覧数｜YouTube：34万回、インスタ：27万回 ◇バルーンブランド強化プロモーション事業 ・ＰＲムービー制作、首都圏での発表会・係留等体験実施 ムービー閲覧数｜YouTube：6,900回、インスタ：67,000回、係留等体験人数：71名			

成果

指標	佐賀市を暮らす街として推奨できる市民の割合			単位	％
年度	Ｒ７年度	Ｒ８年度	Ｒ９年度	Ｒ１０年度	
目標値	57.0	58.0	59.0	60.0	
実績値	65.7				
達成状況	達成している				



決算額

年度	Ｒ７年度	Ｒ８年度	Ｒ９年度	Ｒ１０年度
総事業費	35,859 千円			
うち市費	23,381 千円			

（※職員人件費は含まない）　　（千円）