

施策評価シート

令和 5 年度

総 体 系 計 画	分野	6	第 6 章	互いに尊重し合い、共に創るふれあいのあるまち	施策統括課	広報課
	施策No.	2	施策名	情報共有の推進	課長名 (施策統括責任者)	渡辺 恵
	関係課	総務法制課 秘書課 広報課 地域政策課				

1. 施策の目標

めざす姿 (成果目標)	効率的な情報発信と市民ニーズの積極的な把握によって、市政に市民の意向が適切に反映されている。
取組方針	市民ニーズが的確に反映された市政運営を行うため、まちづくりに関する情報を積極的に発信し、市民、事業者、市民活動団体、議会、行政の情報の共有化を推進します。あわせて、幅広い市民の意見を市政に反映させるとともに、収集した情報を適切に管理します。また、市のイメージの向上のため、市内外に本市の魅力等を発信していきます。

2. 施策の意図と成果指標

対象 (誰、何を対象としているのか) *人や自然資源等	市民						
意図 (この施策によって対象をどう変えるのか)	効率的な情報発信と市民ニーズの積極的な把握によって、市政に市民の意向が適切に反映されている。						
成果指標 A							単位
必要な市政情報が入手できていると感じる市民の割合							%
H30 基準	R1 計画実績	R2 計画実績	R3 計画実績	R4 計画実績	R5 計画実績	R6 目標	
66.7	67.2 64.1	67.7 65.5	68.2 64.3	68.7 62.4	69.2 0.0	69.7	
成果指標 B							単位
提言への対応数							件
H30 基準	R1 計画実績	R2 計画実績	R3 計画実績	R4 計画実績	R5 計画実績	R6 目標	
209.0	321.0 361.0	339.0 436.0	347.0 447.0	347.0 359.0	355.0 0.0	364.0	
成果指標 C							単位
-							-
H30 基準	R1 計画実績	R2 計画実績	R3 計画実績	R4 計画実績	R5 計画実績	R6 目標	
0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0	
成果指標 D							単位
-							-
H30 基準	R1 計画実績	R2 計画実績	R3 計画実績	R4 計画実績	R5 計画実績	R6 目標	
0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0	
成果指標 E							単位
-							-
H30 基準	R1 計画実績	R2 計画実績	R3 計画実績	R4 計画実績	R5 計画実績	R6 目標	
0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0	

施策評価シート

3. 市民意向調査結果

施策の重要度	前回	今回	
重要である	36.7%	37.4%	↑
ある程度重要である	48.4%	46.1%	↓
あまり重要ではない	5.7%	7.0%	↑
重要ではない	0.7%	0.8%	↑
順位	25/36位	26/36位	↓

施策の満足度	前回	今回	
満足している	4.9%	4.1%	↓
どちらかといえば満足	47.4%	47.1%	↓
どちらかといえば不満	26.5%	26.5%	→
不満である	3.7%	4.4%	↑
順位	10/36位	11/36位	↓

4. 社会潮流等の変化について（第2次総合計画策定時からの市民ニーズの環境の変化、法整備状況等）

- ・ テレビやラジオ、紙媒体の平均利用時間が年々減少する中、ネット利用時間が増加している傾向にある。
- ・ 利用時間の多い主なメディアは、テレビとネットであるが、年代により利用時間に大きな違いが見られる。
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、働き方や生活様式が変化し、地方移住への関心が高まり、地域間競争も激化している。

5. 施策を推進していく上での新たな課題、新たな視点

- ・ 「広報の充実」においては、情報を必要とするターゲットを意識した情報発信を実施する必要がある。
- ・ 「市のイメージの向上」においては、定住人口の維持のため、移住促進だけでなく、市民の郷土への愛着や誇りを育てるという視点を持ち取り組んでいく必要がある。

6. 施策の課題解決に向けた今後の取組の方向性・内容等

- ・ 「広報の充実」においては、手に取られる市報作成や利用しやすいホームページの環境整備、ターゲットとなる相手へのSNSによる情報発信に取り組みたい。
- ・ 「市のイメージの向上」においては、パレーンの魅力や都市の暮らしやすさや子育てしやすさなどの強みを、市民、事業者と一緒に発信していく。