

平成 27 年度

施策評価シート1

総合計画体系	分野	5	第 章	地域経営の推進	施策統括課	秘書課
	施策No.	34	施 策 名	情報の共有化の促進	課 長 名 (施策統括責任者)	江頭 健司
関係課名		総務法制課, 協働推進課, 情報システム課, 市民生活課				

目指す成果(平成26年の状態)

効率的な情報発信と的確な市民ニーズの把握によって、市政に市民の意向が適切に反映されている。

1. 施策の対象と対象指標

対象(誰、何を対象としているのか) * 人や自然資源等		市民							
対象指標		単位	20年度(実績)	21年度(実績)	22年度(実績)	23年度(実績)	24年度(実績)	25年度(実績)	26年度(実績)
A	佐賀市の人口	人	236,057	235,692	236,357	235,350	236,004	235,469	235,162
B									
C									

2. 施策の意図と成果指標

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的確な市民ニーズの把握によって、市政に市民の意向が適切に反映されている。							
成果指標		単位	20年度(実績)	21年度(実績)	22年度(実績)	23年度(実績)	24年度(実績)	25年度(実績)	26年度 (上段:目標 下段:実績)
A	市民生活の向上に役立つ市政情報が、的確に、わかりやすく伝えられていると感じている人の割合	%	53.8	53.8	57.4	53.1	54.0	48.7	60.0 52.2
B	市民の意見が反映された行政運営がなされていると感じている人の割合	%	40.1	38.9	46.0	40.7	44.2	38.8	52.0 40.4
C									
D									
E									
成果指標の測定企画(実際にどのように実績値を把握するか)		市民意向調査							
目標設定の考え方(平成26年度)		平成22年度実績に対し、毎年0.7%の伸びを見込み、平成26年度の目標を設定した。							

3. 施策のコスト

単位:千円

項目	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
事業費(事務事業の事業費合計)	777,800	466,031	3,269,058	204,665	180,387	176,767	202,596
人件費	170,529	143,403	145,143	132,836	126,236	121,051	140,085
合計	948,329	609,434	3,414,201	337,501	306,623	297,818	342,681

施策評価表シート2

4. 施策の特性・状況変化・住民意見等

①この施策の役割分担をどう考えるか(協働による住民と行政の役割分担)
ア)住民(事業所、地域、団体)の役割(住民が自助でやるべきこと、地域やコミュニティが共助でやるべきこと、行政と協働でやるべきこと) <ul style="list-style-type: none"> ・市の行政情報等に関心を持ち、情報の収集に努める。 ・地域活動、市民活動等の地域情報を積極的に発信する。 ・インターネット市政モニターに登録し、市の施策に対する考えを伝える。 ・市政への提言や市長と語る会等を利用して、市の施策に対する考えを伝える。
イ)行政の役割(市がやるべきこと、都道府県がやるべきこと、国がやるべきこと) <ul style="list-style-type: none"> ・広報・広聴の機能を充実させ、積極的に市民との情報の共有を進める。 ・地上デジタル放送をはじめとした通信・放送融合環境を活用して、リアルタイムな情報の受発信を進める。 ・市民が多様な広報手段を通して地域情報、行政情報が取得できるよう環境を作る。 ・情報公開を進め、開かれた行政運営に努める。
②施策を取り巻く状況(対象者や根拠法令等)は今後どのように変化するか?
<ul style="list-style-type: none"> ・地方分権の進展に伴い、市政に関心を持つ市民が増加する。 ・市民、議会、行政等が協働によるまちづくりを進めていく上で、情報の共有化がますます重要となる。 ・通信手段の飛躍的な発達に伴い、市民の情報収集手段が多様化している。
③この施策に対して、住民(対象者、納税者、関係者)や議会からどんな意見や要望が寄せられているか?また、それにどう対応するのか?
<ul style="list-style-type: none"> ・市民の情報収集手段が多様化しており、市報・新聞・テレビのニュースを見ない若者に行政情報が伝わっていない。一方では、高度な通信手段等を利用できない市民も多く、市民間の情報格差が年々大きくなっている。 ⇒ホームページのウェブアクセシビリティを強化する。また、各広報媒体の調整を図り対象者を明確にする。 ・市政への提言は、ここ数年は約400件と大きな変化はない。内容は窓口対応や市民サービス、市の施設に関する要望、苦情が多い。 ・行政からの紹介型の情報だけではなく、受け取った住民が二次的に感想や感動を発信することが必要。(議会) ⇒SNS(ソーシャルネットワークシステム)を活用することにより、住民の二次的な情報発信を誘発する。

5. 施策の前年度成果結果の振り返り

評価	達成度(単年度目標(H26実績/H26目標))	達成している		概ね達成		○ 達成していない	
	必要性(市民・社会ニーズ)	○ 増加している		横ばい		減少している	
	市(役所)の裁量余地の大小	かなり大きい	○	どちらかといえば大きい	どちらかといえば小さい	かなり小さい	余地なし
評価理由	<ul style="list-style-type: none"> ・達成度: 成果指標が目標に達しなかったことから、市民の幅広い意見の把握と広報手段のさらなる充実に努める。 ・妥当性: 情報発信の即応性を高めるため、シティプロモーション事業に取り組む。また、市長が若い世代と意見交換する機会を設ける。 ・必要性: 市民の行政情報等に対する関心が増大するなか、今後も多様な情報発信と市民のニーズの把握の必要性は増加する。 ・裁量余地: 市民の情報発信と収集の手段を把握し、市民のニーズに応じた広聴・広報媒体を提供することで事業を効率的に実施できる。 						

6. これまでの総括

評価	「目指す成果」の達成度	達成できた		概ね達成できた		○ 少し遅れている		大幅に遅れている	
	成果指標	単位	当初目標値	H22達成度	H23達成度	H24達成度	H25達成度	H26達成度	指標の達成度
	市民生活の向上に役立つ市政情報が、的確に、わかりやすく伝えられていると感じている人の割合	%	85.0	67.5%	62.5%	63.5%	57.3%	61.4%	少し遅れている
	市民の意見が反映された行政運営がなされていると感じている人の割合	%	52.0	86.5%	78.3%	85.0%	74.6%	77.7%	少し遅れている

7. 施策の課題認識

施策の課題(関係部)
<ul style="list-style-type: none"> ・市政に関する情報をわかりやすく市民へ伝達できるように工夫をしているが、市民のニーズの多様化により、知らせるべき行政の情報量は増加の一途をたどっている。 ・テレビやラジオは視覚的、聴覚的に分かりやすく情報発信ができるが、近年は活字離れと同様にテレビやラジオ離れも進んでいる。 ・情報伝達のツールとしてのインターネットは、リアルタイムに情報を発信できる反面、高齢者など利用されない方もかなりいる。 ・市政への提案制度は要望苦情がほとんどである。また、市長が若い世代と意見交換したり、政策提案を受ける機会が少ない。 ・都市間競争の激化という状況の中で自治体が発展を図っていくためには、地域の魅力ある情報を積極的に外部へ発信することで知名度を向上させ、競争力を高めることが求められている。