

# 令和2年度 基本施策評価シート

作成日 令和2年6月16日

基本施策	H2 つながりあう地域社会をつくります		
施策の目的 (対象と意図)	対象	意 図	
	多様な主体同士が	お互いの強みを活かした役割分担のもと、いつでも協働の手法を使って、地域課題に取り組んでいる。	
長崎市第四次総合計画[後期基本計画] 基本施策掲載ページ		238ページ ~ 239ページ	
基本施策主管課名	市民協働推進室	所属長名	金原久美子
関係課名	広報広聴課、広報戦略室、総務課、行政体制整備室、統計課、自治振興課、各総合事務所、各地域センター、議会事務局総務課・議事調査課、選挙管理委員会事務局		

## 基本施策の評価

Ac 目標を達成しているものの、目的達成に向けた課題の克服などがやや遅れている
<p>判断理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>基本施策の成果指標が100%以上の目標達成率となったことから、「A」とする。</li> <li>個別施策の成果指標5つのうち、100%以上の目標達成率が半数以下の1つで、目標達成率が95%未満の低いものもあるため「c」とする。</li> </ul> <p>【評価判断に至った成果・効果及び問題点・その要因】</p> <p>(1)基本施策の目標達成率</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「協働の事例件数」は目標値を達成している。今後も引き続き「『協働』は特別なものではない」という意識の醸成に努めるため、あらゆる機会を捉えて、協働の周知に取り組む。</li> </ul> <p>(2)「H2-1 協働できる環境を整えます」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>提案型協働事業の取組みにおいて、行政と市民団体等との課題の共有の不足などから、提案件数が目標値を達成できなかった。</li> <li>長崎市よかまちづくり基本条例の周知啓発とまちづくりを担う人材育成のために、大学と連携し、学生を対象に市民参加によるまちづくりについて講義を行い、まちづくりの関心を高めることができた。</li> <li>長崎創生プロジェクト事業として認定することにより民間団体の支援を行い、自主的・主体的な取組みの促進を図ることができた。</li> </ul> <p>(3)「H2-2 市民との良好なコミュニケーションを形成します」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>広報戦略アドバイザーと密に連携し、専門的視点から各所属が行う広報の支援や職員研修を実施したことにより、分かりやすく整理された市政の情報を市民が入手できる機会の増加につながった。</li> <li>様々な広報手段の活用・連携により、広く市民に市政情報を発信することができた。</li> <li>若い世代向けの情報誌を発行し、長崎市の魅力や取り組みなどを伝えることができた。</li> <li>本会議で手話通訳の模様を中継するなど、様々な広報手段の活用により、広く議会情報を発信することができた。</li> </ul> <p>(4)「H2-3 市政への関心を高め、市民の声を市政に反映します」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>広聴の窓口から、多くの意見や要望、提言等を聴き、意見等を市政に反映することができた。</li> </ul>

## 成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	R元	R2
協働の事例件数	433件 (26年度)	↑ 目標値	420	440	460	480	500
		↑ 実績値	466	483	503	502	
		↑ 達成率	111.0%	109.8%	109.3%	104.6%	

## 今後の取組方針

- (1) 市民活動団体と行政が自然に協働事業に取り組む環境となるよう、協働への理解を深める研修などを行うほか、協働できる課題や、協働の相手となる団体や行政との相互理解やリサーチにつながるような意見交換の場を増やす。
- (2) 引き続き、長崎創生プロジェクト認定制度の周知を図り、オール長崎市でまちづくりに取り組むという機運の醸成を図る。
- (3) 広報戦略アドバイザーの支援を得ながら、職員研修などを通して広報戦略の浸透を図り、職員の広報に対する意識やスキルの向上に取り組み、「広報＝コミュニケーション」の考え方のもと、広報を通じた市民との良好なコミュニケーションを図る。
- (4) 社会情勢の変化や市民からの意見・提案をこれまで以上に注視し、市民が必要な情報を確実に入手できるように、広報戦略に基づき、効果的な広報展開を図る。
- (5) 広聴に関する市の取組や窓口について、継続して周知を図るとともに、広聴の窓口からいただいた意見等について、どのように市政に反映しているか周知を図るとともに、パブリックコメントを募集する計画等については、担当所管と連携を図り、市民の関心を高めるような情報発信を行う。

## 二次評価(施策評価会議による評価)

- 基本施策の評価「Ac」については、所管評価のとおり。
- 広報戦略についての記載がないことについて、広報戦略はアドバイザーを配置するなど新しい取組みをしつつ力も入れている。必ず記載すべきである。
- 個別施策H2-1「よかまちづくり基本条例」について、市民意識調査で81.4%が「知らない」という結果である。制度をつくったもののなかなか市民の認知度が進まない。広報の仕方もあると思うが、長崎市の自治の基本となる条例なので、知るということが大事であるので、「職員をはじめ市民の認知が進んでいない」ことを問題点に記載すべきである。
- 個別施策H2-1「①提案型協働事業の取組み」の今後の取組方針に、「行政の事業や課題を周知する」とあるが、取組みを行う理由について具体的に記載すべきである。
- 広報戦略を策定したことを記載すべきである。
- どの施策でも共通しているのが、周知不足や周知方法等が問題点として挙げられているように、長崎市政の大きな問題としてあるので、広報戦略ができて、戦略に基づいて広報していく必要があるということだと思う。H2-2の問題点とその要因として、「戦略に基づいた広報活動ができていない」という項目があるべきではないか。

## 令和2年度 個別施策評価シート

個別施策	H2-1 協働できる環境を整えます		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 象 図	
	多様な主体同士が	協働に対する理解を深め、意識を高めている。	
個別施策主管課名	市民協働推進室	所属長名	金原 久美子

### 令和元年度の取組概要

- ①提案型協働事業の取組み
- ・市民と行政がパートナーシップの関係を築き、お互いに連携・協力して多様化する市民ニーズや地域課題の解決に取り組むための手法である提案型協働事業について、実施した協働事業の報告会時や庁内の研修時において周知を図るとともに、市民団体及び職員を対象に協働の研修を行った。
  - ・提案テーマの増加を図るため、庁内向けの提案型協働事業説明会や市民団体向けのサポートセミナーを実施した。
- ②協働の推進の取組み
- ・各所属の協働事業実施状況を把握するため「長崎市協働事業の実施状況調査」を行い、庁内の協働の実態を把握した。
  - ・市民に身近にある協働事業を知ってもらい、協働への理解促進を図るため、市内で行われている協働事業の事例を取材してケーブルテレビで放映し、併せてインターネットでの動画配信も行った。
  - ・市民活動や市民活動団体が身近なものとなるよう、市民活動団体の活動を紹介する冊子を作成し、市民活動センター「ランタナ」や市役所本館、各地域センター等の各施設に設置した。
  - ・協働の推進における課題等を明らかにするため、市民活動団体に対してアンケートを実施した。
- ③長崎市よかまちづくり基本条例の推進の取組み
- ・長崎市よかまちづくり基本条例の周知啓発とまちづくりを担う人材育成のため、大学と連携し、学生を対象に市民参加によるまちづくりについて講義を行った。
- ④長崎創生プロジェクト事業の取組み
- ・まちづくりの様々な担い手が人口減少の克服、長崎創生に取り組むための機運の醸成及び自主的・主体的な取組みの促進を図るため、長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略における地方創生の実現を目的とした特定戦略及び人口減少の克服を目的とした基本戦略に適合した事業者等の取組みを認定した。

### 成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指 標 名	基準値 (時期)	区 分	H28	H29	H30	R元	R2
提案型協働事業の提案 件数	2件 (27年度)	↑	目標値	10	10	10	10
			実績値	2	2	4	3
			達成率	20.0%	20.0%	40.0%	30.0%
【補助代替指標】 協働の事例件数※ 【H2から再掲】	433件 (26年度)	↑	目標値	420	440	460	480
			実績値	466	483	503	502
			達成率	111.0%	109.8%	109.3%	104.6%

※協働の事例件数が、市民と行政との協働に対する意識の醸成を示し、協働できる環境を整えた指標の一つと考えられるため、追加する。令和元年度実績値は見込み(9月確定予定)。

## 評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
①提案型協働事業の取組み ・市民活動団体が協働事業に取り組みやすくなるよう協働研修(3回)やサポートセミナー(1回)を開催し、約220人が参加した。	協働の手法を取り入れることへの理解や認知を広めることができた。
②協働の推進の取組み ・「長崎市協働事業の実施状況調査」を実施し、各所属の協働実態を把握するとともに、今後の協働につながるようホームページで調査結果を公表した。 ・身近にある協働事業を知ってもらい、協働への理解促進を図るため、市内で行われている協働事業の事例を取材してケーブルテレビで放映し、併せてインターネットでの動画配信も行った。 ・市民活動団体の活動を紹介する冊子を作成し、市内各施設に設置した。	多様な市民ニーズに対応するため協働で取り組むことで、多様な主体同士の理解が深まり、協働に対する意識を高めることにつながった。  市民活動に対する理解が深まり、身近なものとなることで、まちづくりの新たな担い手の掘起しにつながった。
③長崎市よかまちづくり基本条例の推進の取組み ・純心大学と連携し、学生に市民参加によるまちづくりについて講義を行い、約50人が参加した。	よかまちづくり基本条例の理念を理解し、まちづくりが身近になるきっかけにつながった。
④長崎創生プロジェクト事業の取組み ・長崎創生プロジェクト事業として、11件の認定を行った。	事業認定により民間団体等の支援を行うことで、自主的な取組みの促進や、多様な主体が協働してまちづくりを行う意識の醸成が図られた。

## 評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
①提案型協働事業の取組み ・事業の提案件数及び採択件数がともに伸びない。	・制度内容についての理解が不十分である。 ・行政と市民団体による課題の共有が図られていない。
②協働の推進の取組み ・令和元年度に実施した市民活動団体アンケートにおいて、協働相手となる行政に対する情報不足(36.4%)や理解不足(30.8%)であると認識している団体が多いことがわかった。また、職員アンケートにおいて、協働は必要(87.2%)としながらも、協働の経験がある割合(37.4%)は、市民活動団体側(65.9%)に及ばない結果であった。	・市民活動団体と、行政がお互いを認め分り合う機会が少ない。 ・職員の協働に関する意識・認識が不十分である。
④長崎創生プロジェクト事業の取組み ・民間団体等による様々な新たな取組みが行われている中で、認定事業数が伸びていない。	制度内容の浸透と制度活用に向けた周知不足が要因の一つであると考えられる。

## 今後の取組方針

### ①提案型協働事業の取組み

- ・行政の事業や課題を周知する機会を創出する。
- ・より効果的に機能する制度設計について見直しを含めて検討する。
- ・提案型協働事業により市民活動団体と協働で実施することで、より効果的に課題を解決できる事案がないか、庁内に聞き取りを行うなど、働きかけを行う。

### ②協働の推進の取組み

- ・実施した市民活動団体アンケートの結果を受けて、市民活動団体と行政の意見交換の場を設けるなど、相互理解を図るための環境づくりに努めるとともに、職員に対する協働研修を見直し、協働に関する意識の醸成を図る。
- ・協働事例を紹介するケーブルテレビの放映とインターネットでの動画配信を、効果的に周知し情報発信することで、協働への理解促進に努める。

### ③長崎市よかまちづくり基本条例の推進の取組み

- ・長崎市よかまちづくり基本条例について、市民や職員に対して条例の理念等について理解を深める機会を増やす。

### ④長崎創生プロジェクト事業の取組み

- ・引き続き、事業の周知を図り、オール長崎市でまちづくりに取り組むという機運の醸成を図る。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
1	<p>(事業名) 提案型協働事業推進費</p> <p>【市民協働推進室】</p> <p>(事業目的) 市民と行政が協働して地域課題の解決に取り組む協働のシステムを広く周知し、幅広い協働の実践につなげる。</p> <p>(事業概要) 社会課題の解決のための事業提案を募集し、その提案を市民と行政とで協議・調整し、審査を経て、翌年度以降実施する。 ・市民活動団体及び行政からのテーマを募集 ・事業説明会及び前年度事業報告会を開催 ・提案事業の審査会(1次・2次)を開催</p>	実施年度	継続	
		成果指標	事業採択件数	
		目標値	10 件	10 件
		実績値	4 件	2 件
		達成率	40.0 %	20.0 %
		決算(見込)額	219,230 円	251,410 円
		成果指標及び目標値の説明	協働に対する理解度や意識の高まりを反映するものとして、市民協働のきっかけづくりである提案型協働事業の採択件数を成果指標とした。平成26年度を維持し10件を目標値とした。	
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・庁内向け提案型協働事業説明会(4月24日)</li> <li>・事業報告会及び説明会の開催(6月8日)</li> <li>・サポートセミナーの開催(6月8日)</li> <li>・提案型協働事業1次審査(8月19日)</li> <li>・中間報告、提案型協働事業2次審査(9月29日)</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>提案件数4件</p> <p>(1)市民提案:採択3件新規</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スクール・セクハラ防止啓発事業(Moshyw(モッシュュ))</li> <li>・絵本で子育て応援“おひざで絵本”事業(とらねこ文庫)</li> <li>・茂木南部地区における市民も参加できる営農環境の保全事業(NPO 法人ながさきエコネット)</li> </ul> <p>(2)行政提案:採択1件新規</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出島表門橋公園の賑わい創出に向けた社会実験実施事業(D EJIMA BASE)</li> </ul> <p>提案件数を増やすため、引き続きサポートセミナーを実施し、利用促進を図った。 事業採択件数は目標値に及ばなかったものの、各所属が独自で事業に協働の手法を取り入れた事例が徐々に増加していることから、協働意識は次第に浸透していると思われる。 今後も、協働事業の実施事例を増やせるよう、庁内及び市民団体に対し協働への理解と周知を徹底する必要がある。</p>	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・庁内向け提案型協働事業説明会(4月23日)</li> <li>・事業報告会及び説明会の開催(6月14日)</li> <li>・サポートセミナーの開催(6月14日)</li> <li>・提案型協働事業1次審査(9月27日)</li> <li>・中間報告、提案型協働事業2次審査(10月25日)</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>提案件数3件、採択件数2件</p> <p>(1)市民提案:採択2件(新規1件・継続1件)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・切れ目のない子育て支援環境整備事業(トムテのおもちゃ箱)(新規)</li> <li>・茂木南部地区における市民も参加できる営農環境の保全事業(NPO 法人ながさきエコネット)(継続)</li> </ul> <p>(2)行政提案:採択0件</p> <p>募集したテーマ:1件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・斜面地区における高齢者のごみ出し支援(廃棄物対策課)</li> </ul> <p>市民からの事業企画:応募0件</p> <p>2次審査に進む過程で、提案を取り下げる事例が生じた。 市民と行政が、課題を共有し解決するために事業を企画することは、現行の限られた期間では難しい面がある。制度の見直しにより、改善できないか検討したい。 また、協働事業の実施事例を増やせるよう、庁内及び市民団体に対し協働への理解と周知を引き続き徹底したい。</p>

## 令和2年度 個別施策評価シート

個別施策	H2-2 市民との良好なコミュニケーションを形成します		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図	
	市民が	いつでも、どこでも、必要な市政情報を入手できる。	
個別施策主管課名	広報広聴課	所属長名	水田 光一

### 令和元年度 of 取組概要

- ①戦略的な広報の推進
- ・広報の分野において豊富な実績を有する広報戦略アドバイザーを配置し、「全員広報」を基本姿勢とする広報戦略の策定や、各所属が行う広報の支援に取り組んだ。
- ②各種広報媒体を使った情報発信
- ・広報紙や、テレビ・ラジオ、ホームページ、SNS(フェイスブック・ツイッター・インスタグラム)、データ放送などのさまざまな広報媒体を活用し、市政情報の発信を行った。
  - ・若い世代に長崎市の魅力や取り組みなどを分かりやすく伝えるフリーペーパーの情報誌「yoriyori」を発行し、市内の公共施設や商業施設、カフェなどの飲食店、美容室、県内の大学、東京にある長崎県アンテナショップなどで配布した。
- ③コールセンターの運営
- ・電話による問い合わせに迅速に対応するため、FAQ(よくある質問と回答)の充実に努めた。また、ホームページでも有効な情報発信を行った。
  - ・電話対応業務の経験がある人材の確保により、電話対応の質が向上した。
  - ・事業や施策の分析につながるよう、各所属に対し、コールセンターへの問い合わせ内容や統計の確認手段などの周知を図った。
- ④議会情報の発信
- ・広報紙を中心として、ホームページ等、それぞれの特性を活かして議会情報の発信を行った。
  - ・本会議の様様をケーブルテレビ及びインターネットで中継し、定例会の招集日及び閉会日には手話通訳の様様も中継した。また、過去の本会議の録画映像をインターネット及びYouTubeで配信した。
  - ・議会事務局のフェイスブックにより、議会の動きをタイムリーに発信した。

### 成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指 標 名	基準値 (時期)	区 分	H28	H29	H30	R元	R2
市政情報の発信に満足している市民の割合	71.7% (26年度)	↑ 目標値	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0
		実績値	73.0	68.3	69.4	68.9	
		達成率	97.3%	91.1%	92.5%	91.9%	
コールセンター市民満足度	94.0% (26年度)	↑ 目標値	95.0	95.0	95.0	95.0	95.0
		実績値	94.9	92.1	93.8	94.4	
		達成率	99.9%	96.9%	98.7%	99.4%	

## 評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
①戦略的な広報の推進 ・広報戦略アドバイザーと密に連携しながら、広報に関する専門的な視点から、各所属が行う広報の支援や職員研修を実施することができた。	広報に対する職員の意識の変化に伴い、所属が連携し、市民目線に立って編集した情報を発信する事例が新たに生まれるなど、分かりやすく整理された市政の情報を市民が入手できる機会の増加につながった。
②各種広報媒体を使った情報発信 ・さまざまな広報媒体を活用し、広く市民に市政情報を発信することができた。 ・若い世代に長崎市の魅力や取り組みなど、周知することができた。	様々な広報手段を活用することで、市民が必要な市政の情報を入手できる機会が増えた。
③コールセンターの運営 ・オペレーターの対応に対する満足度の実績値が向上した。 ・FAQホームページを通じて、多くのかたが自己解決できた。	サービスの質が向上し、分かりやすく、安心して、市の情報を得やすくなった。 FAQの充実により、知りたい情報を入手しやすくなった。
④議会情報の発信 ・手話通訳の模様を中継するなど、様々な広報手段の活用により、広く議会情報を発信することができた。	様々な広報手段を活用することで、市民が議会の情報を入手しやすくなった。

## 評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
①戦略的な広報の推進 ・広報戦略アドバイザーの支援による人材育成に取り組み始めたところであるが、市役所全体としての成果はまだ現れていない。	職員一人ひとりの広報に関する意識やスキルが不十分である。 「全員広報」を基本姿勢とする広報戦略を策定したところであるが、次の段階となる職員への浸透については未着手である。
②各種広報媒体を使った情報発信 ・さまざまな媒体を活用した情報発信を行っているものの、市民が求める情報が容易に見つけにくくなっている。	市民のライフスタイルや、情報に対するニーズが多様化するなか、提供する情報が膨大な量となっている。
③コールセンターの運営 ・市民意識調査におけるコールセンターの認知度は平成30年度より上昇したものの、まだ半数近くがコールセンターを知らないと回答している。	平成22年に導入し、ある程度定着し無意識に利用されている面もあると推測されるものの、利用するメリットが十分に伝わっていない。
④議会情報の発信 ・本会議のインターネット生中継のアクセス件数や、ユーチューブの再生回数は増加したものの、人口に対してアクセス件数が低く、周知がまだ不十分である。	幅広い世代に興味を持ってもらえるような情報発信ができていないため。 議会情報の様々な広報媒体の周知が不足しているため。



## 今後の取組方針

### ①戦略的な広報の推進

・広報戦略アドバイザーの支援を得ながら、職員研修などを通して広報戦略の浸透を図り、職員の広報に対する意識やスキルの向上に取り組む。

・「広報＝コミュニケーション」の考え方のもと、広報を通じた市民との良好なコミュニケーションを図る。

### ②各種広報媒体を使った情報発信

・社会情勢の変化や市民からの意見・提案をこれまで以上に注視し、市民が必要な情報を確実に入手できるように、広報戦略に基づき、効果的な広報展開を図る。

### ③コールセンターの運営

・対応の質の向上や、自己解決を促進するとともに、さまざまな機会を通じて、コールセンターやFAQの周知を図る。

・各所属と連携してFAQの充実を図る。また、各所属での事業や施策の分析につながるようコールセンターへの問い合わせ内容や統計値の把握などを促す。

### ④議会情報の発信

・社会情勢の変化や市民からの意見・提案をこれまで以上に注視し、より市民のニーズに応じた情報をわかりやすく発信する。引き続き、市議会だよりの各世帯への配付、ケーブルテレビ、インターネット及びYouTubeによる本会議等の情報発信、併せて議会事務局フェイスブックによる情報発信により、市議会の動きについて市民への周知を図る。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
1	<p>(事業名) 広報紙等発行費</p> <p>【広報広聴課】</p> <p>(事業目的) 制度や催し、取組み等、市政全般の情報を広く市民に知ってもらおう。</p> <p>(事業概要) 印刷物と音声データで作成する「広報ながさき」を毎月1回を発行し、市民に分かりやすく情報を提供する。 印刷物については、自治会・配布グループを通じて、各家庭に届けるとともに、郵便局や銀行、コンビニ等に設置する。 音声データについては、視覚障害者への提供及び貸出しを行う。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	「広報ながさき」の世帯への配布率	
		目標値	82.7 %	82.1 %
		実績値	82.1 %	81.6 %
		達成率	99.3 %	99.4 %
		決算(見込)額	44,884,352 円	46,367,369 円
		成果指標及び目標値の説明	配布率が増えることにより、市民に広く情報発信していると考えられるため、「広報ながさき」の世帯への配布率を成果指標とした。 自治会加入率が減少傾向にあるなか、前年度実績を維持することを目標とした。	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) ・市政情報紙「広報ながさき」の発行 ・視覚障害者向け「声の広報ながさき」の発行  (成果・課題等) ・目標は達成できなかったものの、広報紙は市民が情報を入手しやすく、広報媒体の中で最も活用された。 ・フェイスブックやツイッターでも、広報紙の内容を発信した。	(取組実績) ・市政情報紙「広報ながさき」の発行 ・視覚障害者向け「声の広報ながさき」の発行  (成果・課題等) ・広報紙は市民が情報を入手しやすく、広報媒体の中で最も活用された。 ・データ放送やSNSでも、広報紙の内容を発信した。		
2	<p>(事業名) インターネット情報発信費</p> <p>【広報広聴課】</p> <p>(事業目的) 市民及び世界の人々が必要な情報をいつでもどこでも入手できるようにする。</p> <p>(事業概要) ホームページの即時性を活かし、きめ細やかな情報発信を行う。 また、ソーシャルメディア(ツイッター、フェイスブック等)の活用を図る。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	市ホームページアクセス数	
		目標値	24,670,000 件	23,510,000 件
		実績値	21,374,895 件	23,021,633 件
		達成率	86.6 %	97.9 %
		決算(見込)額	4,109,643 円	4,511,856 円
		成果指標及び目標値の説明	アクセス件数が増えることにより、市民に広く情報発信していると考えられるため、市ホームページアクセス件数を成果指標とした。 前年度の市ホームページ総アクセス件数の10%増を目標値とした。	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) ・ホームページを通じた即時的・効果的な情報発信に努めた。 ・フェイスブックやツイッターでの積極的な情報発信を行った。  (成果・課題等) ・SNS等の普及で情報収集手段が多様化する中、目標は達成できなかったものの、トップページのスライド画像を通じた主な事業の紹介など、積極的な発信を行った。 ・フェイスブック・ツイッターともに総フォロワー数が増加した。 (年度末現在 ツイッター40,835人、フェイスブック33,488人) ・ホームページサーバーの性能改善により、処理速度が向上し、利便性が高まった。	(取組実績) ・ホームページを通じた即時的・効果的な情報発信に努めた。 ・フェイスブックやツイッターでの積極的な情報発信を行った。 ・暗号化サービスを導入し、安全性や信頼性を高めた。 ・長崎の魅力をSNSを通じて発信するため、インスタグラムを開設した。  (成果・課題等) ・トップページのスライド画像を通じ、主な事業などを積極的に発信した。 ・関係所属と連携し、新型コロナウイルス関連情報など、緊急・重要度の高い情報を、ホームページ・SNS・データ放送などを相互に活用し、積極的に発信した ・フェイスブック・ツイッターともに総フォロワー数が増加した。 (年度末現在 ツイッター44,830人、フェイスブック34,941人)		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
3	(事業名) コールセンター運営費 【広報広聴課】 (事業目的) ワンストップによる市民サービスの向上・情報格差の解消・電話対応業務の軽減による業務の効率化等を図る。 (事業概要) 市民から寄せられる様々な問い合わせを一元的に受け付け、迅速かつ的確に情報を提供する。	実施年度	継続	
		成果指標	コールセンター市民満足度	
		目標値	95.0 %	95.0 %
		実績値	93.8 %	94.4 %
		達成率	98.7 %	99.4 %
		決算(見込)額	53,670,252 円	54,168,945 円
		成果指標及び目標値の説明	利用者がコールセンターの対応に満足している割合が高いほど、サービスの質や利便性も高いと考えられるため、コールセンター市民満足度を成果指標とした。 コールセンター利用者に対してアンケートを実施し、対応に満足(5段階評価の5)と答えた人の割合が、過去5年間(平成26～30年)の平均(93.8%)の同等またはそれを上回ることを目標とした。	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) ・FAQの充実に取り組んだ。 ・テレビや広報紙、チラシなどを通じて、周知を図った。 ・オペレーター対応研修の充実に図った。 (成果・課題等) ・FAQのアクセス件数が増加した。 ・平成29年度と比べて、オペレーターの対応に対する満足度が向上した。	(取組実績) ・FAQの充実に取り組んだ。 ・テレビや広報紙、チラシなどを通じて、周知を図った。 ・電話対応業務の経験がある人材の確保を図った。 ・事業や施策の分析につながるよう、各所属に対し、コールセンターへの問い合わせ内容や統計の確認手段などの周知を図った。 (成果・課題等) ・平成30年度と比べて、オペレーターの対応に対する満足度が向上した。		
4	(事業名) 議会広報紙発行費 【議事調査課】 (事業目的) 市議会での議員の一般質問や市長等が提出する議案の審議内容等を市民に知ってもらうことで、住民生活に直結する市議会の活動に対して市民に深い関心をもってもらう。 (事業概要) 年4回開催される定例会後に、市議会での議員の一般質問や市長等が提出する議案の審議内容等を掲載した広報紙を発行する(改選期は、改選後に開催される臨時会後にも発行する。)。	実施年度	継続	
		成果指標	議会広報紙の各世帯への配布率	
		目標値	82.7 %	82.1 %
		実績値	82.1 %	81.6 %
		達成率	99.3 %	99.4 %
		決算(見込)額	9,849,784 円	11,810,710 円
		成果指標及び目標値の説明	市議会の活動を市民に知ってもらうために市議会だよりを発行しているため、各世帯への配布率を成果指標とした。 広報ながさきに折り込んで各世帯に配布を行っており、自治会加入率が減少傾向のなか、前年度実績を維持することを目標とした。	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) 年4回発行(5・8・11・2月) 年間発行部数：636,400部 (成果・課題等) 広報ながさきに折り込んで各世帯に配布を行うことで、効果的な情報発信を行うことができた。	(取組実績) 年5回発行(5・6・9・11・2月) 年間発行部数：791,500部 (成果・課題等) 広報ながさきに折り込んで各世帯に配布を行うことで、効果的な情報発信を行うことができた。		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
5	(事業名) 本会議ケーブルテレビ放映費 【議事調査課】 (事業目的) 市長等から提出される議案の審議内容と審議結果をタイムリーに把握してもらおうと同時に市民生活と直結する市議会の活動内容(一般質問等)を市民に広く知ってもらおう。 (事業概要) 本会議の様態をケーブルテレビで中継する。	実施年度	継続	
		成果指標	インターネットアクセス件数	
		目標値	20,243 件	14,772 件
		実績値	14,069 件	17,894 件
		達成率	69.5 %	121.1 %
		決算(見込)額	1,072,224 円	1,342,061 円
		成果指標及び目標値の説明	事業の成果として市民へ議会活動の情報発信が効果的に実施されているかを調査したいが、視聴率が把握できない。そのため、代替指標として同じ動画配信をしているインターネット中継を視聴しているアクセス件数を事業の成果指標とした。 前年度のインターネットアクセス件数の5%増を目標とした。	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) ケーブルテレビ加入世帯 84,300世帯(平成30年9月末) 放映回数 定例会4回(本会議30日) (成果・課題等) 本会議の内容を生中継することでリアルタイムの情報発信を可能とし、「市民に開かれた議会」が実践できている。	(取組実績) ケーブルテレビ加入世帯 84,361世帯(令和元年9月末) 放映回数 定例会4回(本会議26日、全員協議会1日) 臨時会1回(本会議1日) (成果・課題等) 本会議の内容を生中継することでリアルタイムの情報発信を可能とし、「市民に開かれた議会」が実践できている。		
6	(事業名) 本会議インターネット配信費 【議事調査課】 (事業目的) 市長等から提出される議案の審議内容と審議結果をタイムリーに把握してもらおうと同時に市民生活と直結する市議会の活動内容(一般質問等)を市民に広く知ってもらおう。 (事業概要) 本会議の様態をインターネットで中継し、過去の録画映像の配信も行う。 また、ソーシャルメディア(ユーチューブ、フェイスブックなど)の活用を図る。	実施年度	継続	
		成果指標	インターネットアクセス件数	
		目標値	20,243 件	14,772 件
		実績値	14,069 件	17,894 件
		達成率	69.5 %	121.1 %
		決算(見込)額	2,203,200 円	2,223,600 円
		成果指標及び目標値の説明	情報発信の効果としてインターネットアクセス件数を成果指標とした。 前年度のインターネットアクセス件数の5%増を目標とした。	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) アクセス件数 生中継 5,227件 録画中継 1,982件 ユーチューブ 6,860件 合計 14,069件 フェイスブック登録者数 1,937人(年度末現在) (成果・課題等) ケーブルテレビの未加入世帯及び視聴できない地域への議会の情報発信の補完的な役割を担うことができた。 録画映像の配信を行うことで、日中、就労等により議会の中継を視聴できない市民にも情報発信を行うことができた。	(取組実績) アクセス件数 生中継 5,956件 録画中継 1,819件 ユーチューブ 10,119件 合計 17,894件 フェイスブック登録者数 1,995人(年度末現在) (成果・課題等) ケーブルテレビの未加入世帯及び視聴できない地域への議会の情報発信の補完的な役割を担うことができた。 録画映像の配信を行うことで、日中、就労等により議会の中継を視聴できない市民にも情報発信を行うことができた。		

## 令和2年度 個別施策評価シート

個別施策	H2-3 市政への関心を高め、市民の声を市政に反映します		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 象 図	
	市民が	市政への関心を持って参画している。	
個別施策主管課名	広報広聴課	所属長名	水田 光一

### 令和元年度 of 取組概要

①市民の声を聴く仕組み  
 ・「市政への提案」、「パブリックコメント」、「市政モニター調査」等、様々な広聴の窓口を設け、市民からの意見や要望、提言等を聴取した。また、寄せられた意見等に対しては、市の考えや対応を回答し、ホームページで公開した。

### 成 果 指 標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指 標 名	基準値 (時期)	区 分	H28	H29	H30	R元	R2
市民から寄せられた意見・提案等	1,404件 (23～25年 度平均)	↑ 目標値	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
		実績値	1,727	1,525	1,790	1,279	
		達成率	115.1%	101.7%	119.3%	85.3%	

### 評 価 (成 果 と 効 果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
①市民の声を聴く仕組み ・様々な広聴の窓口を通じて、市民からの意見や要望、提言等を収集し、これを市政に反映することができた。	・市民からの意見等に対し、市の考え等を示すことで、コミュニケーションを図り、市民の市政への参画を促すことができた。

### 評 価 (問 題 点 と そ の 要 因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
①市民の声を聴く仕組み ・市民の声を聴いていない、反映していないという意見が聞かれる。 ・パブリックコメントに対して、寄せられる意見数が少ない。	・いただいた意見等について、どのように市政に反映しているのか、周知が十分でないため。 ・どのような広聴の窓口があるか、周知が十分でないため。 ・パブリックコメントを行う計画等について、関心を持ってもらえるような情報発信が十分でないため。

### 今 後 の 取 組 方 針

①市民の声を聴く仕組み  
 ・広聴に関する市の取組みや窓口について、継続して周知を図るとともに、いただいた意見等についてどのように市政に反映しているか周知を図る。  
 ・パブリックコメントを募集する計画等については、担当所管と連携を図り、市民の関心を高めるような情報発信を行う。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度	
1	<p>(事業名) 市政モニター設置費</p> <p>【広報広聴課】</p> <p>(事業目的) 市政に対する意見等を市政モニターから体系的・継続的に聴取することにより市民のニーズを把握し、市政の参考にする。</p> <p>(事業概要) 市民のニーズや意見を必要とする施策や事業についてアンケートを実施する。 任期 平成30年度～令和元年度 人数 227人(郵送モニター186人、インターネットモニター41人)</p>	実施年度	継続		
		成果指標	アンケートの回収率		
		目標値	77.9 %	78.2 %	
		実績値	84.3 %	70.8 %	
		達成率	108.2 %	90.5 %	
		決算(見込)額	174,767 円	232,821 円	
		成果指標及び目標値の説明	<p>市民ニーズを正確に把握する必要があるため、市政モニターアンケートの回収率を成果指標とした。</p> <p>過去4年間(平成27～30年度)の平均値(78.2%)の同等またはそれを上回ることを目標とした。</p>		
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート調査 9回</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市民の意見を集めて事業等の参考になっている。</li> <li>アンケートの回収率を高め、市民ニーズを正確に把握するため、分かりやすい調査表の作成に努める必要がある。</li> </ul>	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート調査 6回</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市民の意見を集めて事業等の参考になっている。</li> <li>アンケートの回答率は、郵送モニターと比較してインターネットモニターが著しく低いこと、任期の2年目は1年目と比較して低くなることから、回答方法の見直し等を行う必要がある。</li> </ul>	