

令和3年度 基本施策評価シート

作成日 令和3年5月27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	水田 光一
関係課名	広報広聴課、広報戦略室、長崎創生推進室、総務課、行政体制整備室、情報統計課、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

判断理由

- ・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。
- ・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2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。

【評価判断に至った成果・効果及び問題点・その要因】

(1)基本施策の目標達成率

- ・「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。

(2)「H2-1 協働できる環境を整えます」

- ・提案型協働事業について、手続きの見直しを図ったことで、市民活動団体と、事業担当課が企画の事業化に向けて、協議を重ねることができた。また、提案件数は目標値を達成できなかったものの、昨年度より1件増えた。
- ・長崎創生プロジェクト事業として認定することにより、官民が連携して人口減少対策、地方創生に資する取組みを推進できたことで、民間事業者等による人口減少の克服、地方創生に取り組むための機運の醸成や自主的・主体的な取組みの促進が図られた。

(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」

- ・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。
- ・広報戦略の重点的広報テーマに関する情報を整理し、市民がまちづくりに関する情報等を入手しやすくする環境を整えた。
- ・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。
- ・新型コロナの状況が刻々と変化する中、市の広報手段に加え、自治会や民間事業者、議会とも連携しながら、市民に必要な情報や市から伝えたいメッセージなどをタイミングをとらえて発信することができた。
- ・市長記者会見に手話通訳者を配置することで、耳が不自由なかたに対しても、分かりやすく市政の情報を届けることができた。
- ・本会議で手話通訳の様態を中継するなど、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。

(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」

- ・様々な広聴の窓口を通じて、多くの意見、要望、提言等を聴取し、意見等を市政に反映することができた。

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	H29	H30	R元	R2	R3
協働の事例件数	433件 (26年度)	↑ 目標値	440	460	480	500	500
		↑ 実績値	483.0	484	533	528	
		↑ 達成率	109.8%	105.2%	111.0%	105.6%	

今後の取組方針

- (1) 市民活動団体と行政が当り前に協働事業に取り組む環境となるよう、引き続き、職員に対し協働への理解を深める研修を行うほか、協働の相手となる団体や行政との相互理解や協働事例につながるような意見交換の場を増やす。
- (2) 制度の周知や、官民が連携した取組みにより民間事業者等が得られるメリット等の周知を強化することで、幅広く事業認定を行い、オール長崎市で協働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むとともに、まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」に着手し、「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、それぞれの媒体を生かした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、市がどのように考え、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。
- (H2-1) 提案型協働事業の問題点については、市民側も行政側もともに制度について知らなかったりとの記載があるが、市民との関係性が築けていないという一面も考えられるので、記載方法を検討してはどうか。
- 市民への情報発信は災害時など非常に重要なものである。どういった情報をどういった世代にどのように届けるかなど、ターゲットや手法について早急に戦略を立て実行していくこと。
- 職員の「全員広報」の意識を高めるために、各所属の広報に係る取組みを共有すると良いのではないか。
- 広報に係る成果を客観的な数値で示すよう検討すること。

令和3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 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	水田 光一

令和2年度の取組概要

<p>①提案型協働事業の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、市民活動団体と事業担当課が事業化に向けて調整する時間を拡充するために、審査会を2回から1回に変更するなどの制度の見直しを行った。 <p>②協働の推進の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>③長崎市よかまちづくり基本条例の推進の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎市よかまちづくり基本条例の周知啓発のため、各種イベント等でリーフレットの配布等を行った。 <p>④長崎創生プロジェクト事業の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、第2期長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略における基本目標及び特定目標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	H29	H30	R元	R2	R3	
提案型協働事業の提案 件数	2件 (27年度)	↑	目標値	10	10	10	10	10
			実績値	2	4	3	4	
			達成率	20.0%	40.0%	30.0%	40.0%	
【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	440	460	480	500	500
			実績値	483	484	533	528	
			達成率	109.8%	105.2%	111.0%	105.6%	

※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。

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
<p>①提案型協働事業の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・提案型協働事業について制度の見直しを行い、審査会を2回から1回に変更して実施し、市民活動団体と事業担当課が事業化に向けて調整する時間を拡充することができた。 	<p>事業化に向けて、市民活動団体と事業担当課が課題を共有し企画内容をブラッシュアップできるとともに、協働で課題を解決する意識の醸成につながった。</p>
<p>②協働の推進の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「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。 	<p>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。</p> <p>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り起こしにつながった。</p>

<p>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のため、各種イベント等でリーフレットの配布等を行った。また、市職員向けの研修でも周知を行った。</p>	<p>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。</p>
<p>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、8件の認定を行った。</p>	<p>事業認定により、官民が連携して人口減少対策、地方創生に資する取組みを推進できたことで、民間事業者等による人口減少の克服、地方創生に取り組むための機運の醸成や自主的・主体的な取組みが促進され、オール長崎市で協働に取り組むという機運の醸成が図られた。</p>

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
<p>①提案型協働事業の取組み ・制度の見直しにより、市民活動団体と事業担当課が事業化に向けて調整する時間を拡充できたものの、事業の提案件数及び採択件数が増加するには至らなかった。</p>	<p>・市民側及び行政側への、制度の周知が足りない。 ・行政と市民活動団体の間で、協働して解決すべき課題の共有が図られていない。 ・行政が、協働することで解決できる課題について、把握が不十分である。</p>
<p>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。</p>	<p>・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。</p>
<p>③長崎市よかまちづくり基本条例の推進の取組み ・市民意識調査において、条例を「知っている」とした回答の割合が13.7%と低い水準であった。</p>	<p>・条例の周知が不十分である。 ・市民が条例に触れる機会が少ない。</p>
<p>④長崎創生プロジェクト事業の取組み ・認定の対象や要件は幅広く、長崎市には様々な分野で活動している民間事業者等がいる中で、認定事業数に増加の余地があると考えられる。</p>	<p>・制度の浸透や、官民が連携した取組みにより民間事業者等が得られるメリット等の周知不足が要因の一つであると考えられる。 ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、民間団体等の取組みが減少している。</p>

今後の取組方針

<p>①提案型協働事業の取組み ・事業説明会や庁内の研修時などにおいて引き続き周知を図るとともに、協働の相手となる団体や行政との相互理解や協働事例につながるような意見交換の場を増やす。 ・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。 ・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。</p> <p>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、効果的に周知情報発信することで、協働への理解促進に努める。</p> <p>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。</p> <p>④長崎創生プロジェクト事業の取組み ・制度の周知や、官民が連携した取組みにより民間事業者等が得られるメリット等の周知を強化することで、幅広く事業認定を行い、オール長崎市で協働に取り組むという機運の醸成を図る。</p>

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2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	2 件	2 件
		達成率	20.0 %	20.0 %
		決算(見込)額	251,410 円	109,984 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	(取組実績) ・庁内向け提案型協働事業説明会 ・事業報告会及び説明会の開催 ・サポートセミナーの開催 ・提案型協働事業1次審査 ・中間報告、提案型協働事業2次審査	(取組実績) ・事業報告会 ・説明会の開催 ・提案型協働事業審査会、中間報告会 ※新型コロナの影響により中止 ・庁内向け提案型協働事業説明会 ・サポートセミナーの開催
			(成果・課題等) 提案件数3件、採択件数2件 (1)市民提案:採択2件(新規1件・継続1件) (2)行政提案:採択0件 募集したテーマ:1件 市民からの事業企画:応募0件 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。	(成果・課題等) 提案件数4件、採択件数2件 (1)市民提案:採択2件(新規1件・継続1件) (2)行政提案:採択0件 募集したテーマ:2件 市民からの事業企画:応募1件 市民と事業担当課が事業化に向けて調整する時間を拡充するために、審査会を2回から1回に変更するなどの制度の見直しを検討し試行的に実施した。これにより、市民と事業担当課の協議が増え、課題の共有ができた。 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。

令和3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	菖蒲 浩

令和2年度の取組概要

①戦略的な広報の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・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の支援を得て、「全員広報」を基本姿勢とする広報戦略の職員への浸透や、各所属が行う広報の支援に取り組んだ。 ・広報戦略の重点的広報テーマに基づき、文化や歴史を大切に育みながら進化を続け、100年に一度ともいわれる新しい進化の時を迎えている長崎の魅力などを発信する、まちづくりのプロモーションを実施するため、専用ホームページ等の広報媒体を制作した。 ・「若い人に選ばれるまち」を目指し、若い世代をターゲットに長崎の多様な魅力を紹介する情報誌「yoriyori」を発行し、美容室やカフェ、書店、公共施設などで無料配布した。
②各種広報媒体を使った情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・新型コロナの状況が刻々と変化する中、感染予防策や社会経済対策、感染者数などの市民が求める情報などを、各広報媒体の特性に合わせ、タイミングをとらえて発信した。 ・新型コロナの感染予防などを市民に呼びかける市長のメッセージ動画を作成して発信した。 ・市長記者会見で手話通訳者を配置した。
③コールセンターの運営	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・問い合わせが多い所属に関しては、打ち合わせを重ね、対処の方法を見直しながら、サービスの向上に努めた。 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・本会議の様態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委員長報告の際には手話通訳の様態も中継した。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	H29	H30	R元	R2	R3
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	68.3	69.4	68.9	68.9	
		↑ 達成率	91.1%	92.5%	91.9%	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	92.1	93.8	94.4	94.3	
		↑ 達成率	96.9%	98.7%	99.4%	99.3%	

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
<p>①戦略的な広報の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広報戦略アドバイザーと密に連携し、広報に関する専門的な視点から、各所属が行う広報の企画等への支援や職員研修を実施することができた。 ・部局単位で広報戦略の策定に取り組む動きが出るなど、広報に対する庁内の意識の高まりが見られた。 ・重点的広報テーマに関する情報が整理され、まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」を発信する準備を整えることができた。 ・情報誌「yoriyori」が、日本地域情報コンテンツ大賞((一社)日本地域情報振興協会が主催)において、誌面の企画等に高い評価を受け「新創刊部門」の「最優秀賞」を受賞した。 	<p>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。</p> <p>市民が、長崎市のまちづくりに関する情報などを横断的に入手できる環境づくりにつながった。</p> <p>若い世代の皆さんが長崎市の多様な魅力を知る機会が増えた。</p>
<p>②各種広報媒体を使った情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・新型コロナウイルスに関するさまざまな情報やメッセージを、タイミングをとらえて発信することができた。 ・市長記者会見に手話通訳者を配置することで、耳が不自由なかたに対しても、分かりやすく市政の情報を届けることができた。 	<p>さまざま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。</p> <p>有事のときなど、刻々と変化する状況に対しても、市民の立場に応じた必要な情報を適切に把握し、効果的に発信できた。</p>
<p>③コールセンターの運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オペレーターが親切丁寧な対応を行うことにより、目標は達成しなかったものの、利用者の満足度が高い水準を保っている。 ・FAQホームページを通じて、多くのかたが自己解決できた。 	<p>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。</p> <p>FAQの充実により、知りたい情報を入手しやすくなった。</p>
<p>④議会情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<p>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。</p>

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
<p>①戦略的な広報の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広報に対する庁内の意識の高まりが見られるものの、市役所全体としての成果はまだ十分に表れていない。 ・市民に対し、長崎市のまちづくりに関する情報等が十分に伝わっていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「全員広報」を基本姿勢とする広報戦略の職員への浸透の取り組みが十分にできていない。 ・まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」の実施に向けた専用ホームページ等の広報媒体の制作は進んだものの、新型コロナウイルスの影響により制作に時間を要し、公開が令和3年4月1日となったため、周知が行き届いていない。
<p>②各種広報媒体を使った情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民意識調査の回答によると、市民の約3割は市役所からの情報発信に満足していない。 	<p>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、必要な人に必要な情報が届く情報発信になっていない。</p>

<p>③コールセンターの運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民意識調査の回答によると、コールセンターの認知度は令和元年度より上昇したものの、まだ約4割がコールセンターを知らない。 ・問い合わせのうち、FAQがないためにコールセンターで回答できなかったものが約8%あった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・市の制度や手続き、イベント、施設などについてワンストップで回答することができるコールセンターの利便性に関し、市民に対する周知が十分に行き届いていない。 ・各所管のFAQに対する意識が十分でない。また、当課から各所管に対する情報の追加・更新の周知が十分でない。
<p>④議会情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本会議のインターネット生中継などのアクセス件数が増加しないことから、事業の周知がまだ不十分である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・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

<p>①戦略的な広報の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「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ために、「全員広報」を目標として事業の中心に広報を組み込むことを浸透させていく。 ・市民に広く普及しており、受信したい情報の分野を利用者が設定できるLINEを新たな広報媒体として活用し、市民が必要な情報を入手しやすくするとともに、「全員広報」の実践の場とする。 ・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継続的に取り組む。 ・まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」を開始し、各所属が連携しながら、100年に一度ともいわれる新しい進化の時を迎えている長崎の魅力を発信する。 <p>②各種広報媒体を使った情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、様々な世代の市民が必要な情報を確実に入手できるように、それぞれの媒体の強みを生かした、効果的な広報展開を図る。 <p>③コールセンターの運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>④議会情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	令和元年度	令和2年度
1	(事業名) 広報紙等発行費 【広報広聴課】 (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う。 (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。	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	82.1 %	81.6 %
		実績値	81.6 %	80.6 %
		達成率	99.4 %	98.8 %
		決算(見込)額	46,367,369 円	46,655,099 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) ・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。	(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。 ・毎月、新型コロナの情報を発信し、周知・啓発に努めることができた。		
2	(事業名) インターネット情報発信費 【広報広聴課】 (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。 (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。	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	23,510,000 件	25,320,000 件
		実績値	23,021,633 件	33,172,763 件
		達成率	97.9 %	131.0 %
		決算(見込)額	4,511,856 円	4,882,431 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。 ・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、Instagram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)	(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、Instagramでの積極的な情報発信を行った。 ・新型コロナウイルス感染拡大を踏まえ、ホームページやSNSで新型コロナ特設サイトを開設し、即時性や拡散性の高い発信に努めた。 (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54,321人、フェイスブック36,291人)		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2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	94.4 %	94.3 %
		達成率	99.4 %	99.3 %
		決算(見込)額	54,168,945 円	61,186,858 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。 ・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。	(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。 ・問い合わせが多い所属に関しては、打ち合わせを重ね、対処の方法を見直しながら、サービスの向上に努めた。 ・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) ・オペレーターが親切丁寧な対応を行うことにより、目標は達成しなかったものの、利用者の満足度が高い水準を保っている。		
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	82.1 %	81.6 %
		実績値	81.6 %	80.6 %
		達成率	99.4 %	98.8 %
		決算(見込)額	11,810,710 円	10,457,082 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。	(取組実績) 年4回発行(5・8・11・2月) 年間発行部数:628,300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	令和元年度	令和2年度
5	<p>(事業名) 本会議ケーブルテレビ放映費</p> <p>【議事調査課】</p> <p>(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う。</p> <p>(事業概要) 本会議の様子をケーブルテレビで中継する。</p>	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	14,772 件	18,788 件
		実績値	17,894 件	10,707 件
		達成率	121.1 %	57.0 %
		決算(見込)額	1,342,061 円	1,445,400 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>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。</p> <p>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。</p>	
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <p>ケーブルテレビ加入世帯 84,361世帯(令和元年9月末)</p> <p>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)</p> <p>(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。</p>	<p>(取組実績)</p> <p>ケーブルテレビ加入世帯 85,062世帯(令和2年9月末)</p> <p>放映回数 定例会4回(本会議22日) 臨時会3回(本会議3日)</p> <p>(成果・課題等) 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため一般質問の人数を減らした結果、中継時間が減少したことなどによりアクセス件数は減少したものの、本会議の内容を生中継することでリアルタイムの情報が発信され、「市民に開かれた議会」を実践できている。</p> <p>今後も引き続き様々な広報手段を活用して本事業の周知を図り、市議会の動きを広く市民に知ってもらう必要がある。</p> <p>(参考) 一般質問者数 令和元年度 合計63人→令和2年度 合計36人</p>

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2年度
6	<p>(事業名) 本会議インターネット配信費</p> <p>【議事調査課】</p> <p>(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う。</p> <p>(事業概要) 本会議の様相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。</p>	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	14,772 件	18,788 件
		実績値	17,894 件	10,707 件
		達成率	121.1 %	57.0 %
		決算(見込)額	2,223,600 円	2,244,000 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 5,956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)	(取組実績) アクセス件数 生中継 3,455件 録画中継 1,462件 ユーチューブ 5,790件 合計 10,707件 フェイスブック登録者数 2,019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。	(成果・課題等) 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため一般質問の人数を減らした結果、中継時間が減少したことなどによりアクセス件数は減少したものの、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。また、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。 今後も引き続き様々な広報手段を活用して本事業の周知を図り、市議会の動きを広く市民に知ってもらう必要がある。
				(参考) 一般質問者数 令和元年度 合計63人→令和2年度 合計36人

令和3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 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	菖蒲 浩

令和2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、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。
 ・「市民と市長の地域みらい懇談会」を5つの中学校区で開催し、各地域における意見、要望等を聴取のうえ、市の考えを回答した。また、地域からまちづくりの取組状況について聴取し、市からは市のまちづくりの現状や今後の動きなどを紹介した。

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	H29	H30	R元	R2	R3
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	1,525	1,790	1,291	1,869	
		↓ 達成率	101.7%	119.3%	86.1%	124.6%	

評価(成果と効果)

取組による成果	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、市民からの意見等を聴取し、市の考えや対応を示すことができた。 ・懇談会にはコロナ禍の中、参加者数の上限を設けての開催を余儀なくされたが、5地区166人が参加した。市は地域の要望等に対する考えを示すとともに、各地域の実情を把握できた。	・市民からの様々な意見等の聴取により、市民が何に関心を持ち、どのように考えているか把握することができた。 ・懇談会を通じ、市と地域が直接対話することで、お互いの理解を深めるきっかけにできた。また、市民同士がお互いの取り組みを知ることでコミュニティを活性化するきっかけにできた。

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 ・市民の意見等に回答しているものの、市政への参画につながるような働きかけができていない。 ・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。	・意見等を受け、市政に参加するきっかけになるような仕組みづくりができていないため。 ・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、市民からいただいた意見等について、市がどのように考えているか、理解を得られるような回答を通じ、コミュニケーションを行う。
 ・「市民と市長の地域みらい懇談会」を通じて、市と地域が直接対話し、市は地域の実情を把握するとともに、市の考えなどを伝える。また、コロナ収束後は、より多くの地域の団体の参加を促し、地域コミュニティの活性化につなげていく。
 ・担当所管と連携を図り、パブリックコメントを募集する計画等に限らず、市の取組みについて、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	令和元年度	令和2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 令和2年度～令和3年度 人数 228人(郵送モニター181人、インターネットモニター47人)</p>	実施年度	継続		
		成果指標	アンケートの回収率		
		目標値	78.2 %	77.1 %	
		実績値	70.8 %	82.8 %	
		達成率	90.5 %	107.4 %	
		決算(見込)額	232,821 円	196,960 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。 過去4年間(平成28～令和元年度)の平均値(77.1%)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) ・アンケート調査 3回(6項目)</p> <p>(成果・課題等) ・市民の意見を集めて事業等の参考にしてている。 ・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。</p>	<p>(取組実績) ・アンケート調査 3回(9項目)</p> <p>(成果・課題等) ・市民の意見を集めて事業等の参考にしてている。 ・アンケートの回答率が低い傾向にあるインターネットモニターについて、郵送でも回答可能とし、回答率の向上を図った。</p>	