

# 令和4年度 基本施策評価シート

作成日 令和4年 6月 24日

基本施策	H2 つながりあう地域社会をつくれます		
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		143 ページ ~ 145 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		

## 基本施策の振返り

後期基本計画策定時の課題		後期基本計画期間の取組み (H28~R3年度)	
個別施策	H2-1	協働できる環境を整えます	
ア 多様化する地域課題に対して、行政がすべてに対応することが困難	イ 協働に対する理解促進と環境整備	⇒	(ア)提案型協働事業の実施及び説明会、セミナーの開催 (イ)協働への課題を共有するための「行政出前講座@ランタナ」の実施 (ウ)職員及び市民団体対象の協働研修の実施 (エ)協働事例のケーブルテレビ放映及びインターネットでの動画配信 (オ)長崎市協働事業の実施状況調査の実施 (カ)小学生を対象とした「まちづくりアイデアコンテスト」の開催 (キ)民間団体等の自主的かつ主体的な取組みに対する事業認定 (ク)市民活動団体の活動を紹介する冊子の作成 (ケ)市民活動団体への協働の推進における課題についてのアンケートの実施 (コ)提案型協働事業の実施にかかる制度の見直し
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	
ア 多様な主体がまちづくりを進めていくための地域の様々な情報の共有	イ 情報格差の拡大	⇒	(ア)広報戦略の策定 (イ)重点的広報テーマに基づくプロモーション「長崎MIRAISM」「マル得長崎」の実施 (ウ)広報戦略アドバイザーの配置 (エ)様々な広報媒体による市政情報発信 (オ)既存広報媒体の見直し(「広報ながさき」のリニューアルほか) (カ)コールセンターの運営 (キ)FAQ(よくある質問と回答)の充実 (ク)議会広報紙の発行 (ケ)議会中継など様々な広報媒体による議会情報の発信
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	
ア 広聴と説明責任		⇒	(ア)「市政への提案」をはじめとする広聴窓口の設置 (イ)「市民と市長の地域みらい懇談会」の実施 (ウ)市政モニターへの聴取 (エ)審議会等における積極的な委員の公募



成果及び効果(H28～R3年度)		
個別施策	H2-1	協働できる環境を整えます
<p>①提案型協働事業の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市民活動団体が協働事業に取り組むヒントとなるよう協働研修(計画期間中11回)やサポートセミナー(計画期間中4回)を開催したことにより、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。</li> </ul> <p>・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回へ変更し実行したことにより、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とともに、課題を共有し企画内容をブラッシュアップでき、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"> <li>・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、ホームページで調査結果を公表することで、協働に対する意識を高めることにつながった。</li> </ul> <p>・切れ目のない子育て支援環境整備事業や「知って」「考えて」「行動する」よかまちづくり事業など、協働事業の事例を取材して、テレビ放映や、インターネットでの動画配信により、広く市民へ協働の取組みを伝えた。このことにより、市民活動に対する理解が深まり、市民にとって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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・これからのまちづくりを担う子どもたちに、まちづくりについて考えるきっかけにしてもらうことを目的として、小学生を対象とした「まちづくりアイデアコンテスト」を実施し、計画期間中22,557件の応募があり、子どもたちのまちづくりに参画する機運の醸成が図られた。また、コンテストに参加した子どもの保護者や教師等にもまちづくりに参画することについて関心を高めることができた。さらに、「平和のバス」の運行や「弱虫ペダルマンホール」の設置など、コンテストで出されたアイデアが実現したことにより、まちづくりへの参画について、参加者以外にも広く発信することができた。</li> </ul>		
<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"> <li>・長崎創生プロジェクト事業として、観光型MaaSサービス「STLOCAL(ストローカル)」など、71件の認定を行った。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。</li> </ul>		
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
<p>①戦略的な広報の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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、各所属が行う広報の支援、職員研修などに取り組むことで、職員の広報に対する意識の向上や、伝え方を工夫した分かりやすい情報発信につながった。</li> <li>・重点的広報テーマに基づき、まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」、くらしプロモーション「マル得長崎」を開始したことで、まちづくりの目的や進捗、市政情報等をテーマや分野に整理して発信することができた。</li> </ul>		
<p>②各種広報媒体を使った情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広報紙、テレビ、ラジオに加え、市民のメディア利用動向を踏まえ、ホームページやSNS(フェイスブック・ツイッター・インスタグラム・ライン)など、さまざまな広報手段の活用・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> </ul> <p>・社会情勢の変化に合わせ適宜広報媒体を見直すことで、市民に対し市政の情報を効果的に提供することができた。</p>		
<p>④議会情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本会議の様様をケーブルテレビやインターネットで配信したり、定例会の招集日及び委員長報告の際に新たに手話通訳を実施するなど、様々な広報手段の活用により、議会情報を広く発信したことで、市民が議会の情報を入手しやすくなった。</li> </ul>		
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
<p>①市民の声を聴く仕組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和元年度から、市長が市内の各地域に出向き、地域の現状や課題を地域の皆さまに直接うかがうとともに、今後のまちづくりについて語り合う、「市民と市長の地域みらい懇談会」(計画期間中20回)を開催した。</li> <li>・審議会等において積極的に委員を公募したことで、様々な分野や世代の市民から意見をいただくことができた。</li> </ul>		

問題点とその要因(H28～R3年度)		
個別施策	H2-1	協働できる環境を整えます
<p>①提案型協働事業の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・制度の見直しにより、市民活動団体と事業担当課が協働で課題を解決する意識の醸成を図っているものの、制度内容についての理解が十分にできていないことから提案型協働事業の提案件数及び採択件数がともに伸びない。</li> </ul>		
<p>②協働の推進の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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や理解不足であると認識している団体が多いこと、職員アンケートにおいて、協働は必要としながらも、協働の経験がある割合は市民活動団体側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理解し合う機会が少なく、職員の協働に関する意識や認識がまだまだ十分とは言えないことが要因の一つであると考えられる。</li> </ul>		
<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"> <li>・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。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。</li> </ul>		
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
<p>①戦略的な広報の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広報に対する職員の意識の高まりが見られたものの、新型コロナウイルス感染症の影響により職員研修が予定どおりに実施できなかった。</li> <li>・まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」、くらしプロモーション「マル得長崎」の開始から1年であることから、まだ市民の認知度が低く、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。</li> </ul>		
<p>②各種広報媒体を使った情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・正しい情報や必要な情報がこれまでに比べ見つけにくくなっている。これは、ライフスタイルや情報ニーズの多様化、情報の多量化などが要因であると考えられる。</li> </ul>		
<p>④議会情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学生など幅広い世代が興味を持つような情報発信が不十分であることから、議会中継などのインターネット配信のアクセス件数が増加しない。</li> </ul>		
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
<p>①市民の声を聴く仕組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年度の市民意識調査によると、約6割の市民が、市民の声が市政に反映されているか分からないと回答している。</li> <li>・公募制を導入している審議会等への公募委員の応募が少ない。市民の審議会等に対する関心が低いことが考えられる。</li> </ul>		

## 今後の取組方針

※【】内は第五次総合計画における個別施策

H2-1 → 【H2-2 多様な主体が強みを活かし協働するまちづくりを進めます】

①提案型協働事業の取組み、②協働の推進の取組み

・市民活動団体をはじめ様々な主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、企業及び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。

④長崎創生プロジェクト事業の取組み

・ポストコロナ社会で、今後民間団体等の取組みが活発になっていくと想定される中で、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。

H2-2 → 【H1-1 市民に必要な情報をわかりやすく効果的に伝えます】

①戦略的な広報の推進

・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、職員研修や広報の企画への支援等により、事業のプロセスに広報を組み込むという意識の浸透や広報のスキルの向上などに継続的に取り組み、職員一人ひとりの広報力を高める。

・重点的広報テーマとして取り組んでいる、まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」、くらしプロモーション「マル得長崎」を継続する。認知度等に関するアンケート結果の分析を踏まえたターゲット層の設定や媒体の選択を行うなど、戦略的・効果的な広報を展開し、まちづくりの情報や暮らしやすさにつながる情報などを市民に分かりやすく伝える。

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・提案にこれまで以上に注視し、社会動向の調査・情報分析などに基づくターゲットに応じた分かりやすい市政情報の発信を行う。

H2-3 → 【H1-2 市民の声を聴き、市政に反映します】

①市民の声を聴く仕組み

・市民の意見や要望、提案などを聴く様々な広聴の機会や窓口を通じて、市民の声を把握し、市内部で共有するとともに、市の考えや対応状況などを公表する。

## 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	R3
協働の事例件数	433件 (26年度)	↑ 目標値	420	440	460	480	500	500
		実績値	466	483	484	533	528	607
		達成率	111.0%	109.8%	105.2%	111.0%	105.6%	121.4%

## 基本施策の評価

Ab 目標を達成しており、目的達成に向けて概ね順調に進んでいる

判断理由

- ・基本施策の成果指標の全てが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、過半数の3つが100%以上の目標達成率となったことから「b」とする。

## 二次評価(施策評価会議による評価)

- 基本施策の評価「Ab」については所管評価のとおり。
- 近年、企業との包括連携協定が数多く結ばれているため、「今後の取組方針」H2-1「②協働の推進の取組み」において、企業との協働についても明記すべき。
- 「成果及び効果」H2-2「①戦略的な広報の推進」については、計画期間中、広報戦略室を設置し、様々な取組みを行っていることから、特に力を入れて取り組んだ事例なども含め、効果や成果をしっかりと明記すること。

## 令和4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3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や説明会時において周知を図るとともに、職員を対象に協働の研修を行った。
- 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。
- 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。
  - ・長崎市よかまちづくり基本条例の理念を市民に浸透させ、まちづくりの担い手として行動するきっかけとするため、提案型協働事業として、もってこい長崎レクリエーショングループお手玉の会が「虹カフェ」「よかまちセミナー」を開催した。
  - ・小学生を対象とした「まちづくりアイデアコンテスト」を開催した。
- 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、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。

### 評価(成果)

- ①提案型協働事業の取組み
- ・4年次課長23人、4年次係長53人を対象に協働の研修や周知を図ることで、多様化する地域課題の解決に協働の手法を取り入れることへの理解や認知を広げることができた。
- 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することで、協働に対する意識を高めることにつなげた。
  - ・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を行うことで、身近にある協働事業を周知し協働への理解促進を図った。
- ③長崎市よかまちづくり基本条例の推進の取組み
- ・自治振興推進大会や保環連総会などの各種イベント等でリーフレットの配布等を行った。また、市新人職員向けの研修で説明をし周知が図れた。
  - ・「虹カフェ」2回、「よかまちセミナー」1回を実施し、延べ225名の参加があり、「よかまち条例」について知り、考える機会を持ってもらえることができた。
  - ・「まちづくりアイデアコンテスト」の開催により、6,597作品の応募があり、まちづくりに参画することについて関心を高めることができた。
- 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、6件の認定を行った。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。

## 評価(問題点とその要因)

### ①提案型協働事業の取組み

・行政と市民活動団体等の間で、協働して解決すべき課題の共有が図られていないこと等から、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。

### 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、行政の相互理解や、職員の協働に対する意識や認識が不十分であることが、要因の一つと考える。

### 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13.6%と低い水準であったことから、周知不足が要因の一つと考えられる。

### ④長崎創生プロジェクト事業の取組み

・新型コロナウイルス感染拡大の影響により、認定対象となるイベントや取組み等が多く開催できなかった。また、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。

## 今後の取組方針

### 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、企業及び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。

・提案型協働事業を通して市民活動団体と協働することで、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。

### 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

・ポストコロナ社会で、今後民間団体等の取組みが活発になっていくと想定される中で、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。

## 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	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	10
		実績値	2	2	4	3	4	3
		達成率	20.0%	20.0%	40.0%	30.0%	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	500	500.0
		実績値	466	483	484	533	528	607
		達成率	111.0%	109.8%	105.2%	111.0%	105.6%	121.4%

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
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>	成果指標	事業採択件数
		目標値	10 件
		実績値	3 件
		達成率	30.0 %
		決算(見込)額	103,590 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>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。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業報告会(オンライン開催)</li> <li>・説明会の開催(オンライン開催)</li> <li>・提案型協働事業審査会、中間報告会</li> </ul> <p>※新型コロナの影響により中止</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・庁内向け提案型協働事業説明会</li> <li>・サポートセミナーの開催</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>提案件数3件、採択件数3件</p> <p>(1)市民提案: 採択2件(新規2件・継続0件)</p> <p>(2)行政提案: 採択1件</p> <p>募集したテーマ: 1件</p> <p>市民からの事業企画: 応募1件</p> <p>事業採択件数は目標値に及ばなかったものの、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で、協働意識の向上が図られた。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促進と周知を引き続き徹底したい。</p>		

## 令和4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3年度の取組概要

#### 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、100年に一度ともいわれるまちの変化を発信するまちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」及び、市民の暮らしを便利で豊かにするお得な情報を発信する暮らしプロモーション「マル得長崎」を開始した。

・幅広い世代に利用され、受信したい情報の分野を利用者が設定できるラインの市公式アカウントを開設し、若手職員を中心とする情報発信チームが主体となり、「マル得長崎」をはじめ、さまざまな市政情報等の発信に取り組んだ。

#### 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・ライン)、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。

・「情報量を整理して見やすくする」「世代に応じて分かりやすくお知らせする」「時代に合ったコーナーを設ける」という視点で検討を行い、「広報ながさき」をリニューアルした。

・新型コロナの状況が刻々と変化する中、感染予防策やコロナワクチンの接種に関するお知らせ、社会経済対策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て、タイミングをとらえて発信した。

・新型コロナの感染状況や入院者数などを説明し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。

#### 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。

・問い合わせが多い項目に関しては、担当所属と打ち合わせを重ね対処の方法を見直したり、市の広報媒体を活用した広報に努めることなどにより、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

・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も実施した。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。

・ラインの市公式アカウントにより、定例会や委員会の日程などの情報を発信した。

### 評価(成果)

#### 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、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。

・「長崎MIRAISM」及び「マル得長崎」を開始したことで、まちづくりの目的や進捗、市政情報等の情報などをテーマや分野に整理して市民に発信することができた。

・「全員広報」の動きを促す実践の場の1つとして、若手職員を中心とする情報発信チームが主体となって公式ラインを運用することにより、広報に対する職員の意識の高まりが見られた。また、関係課と連携して周知を行ったことなどにより、公式ラインの登録者は目標を上回る約23,000人に達した。

#### ②各種広報媒体を使った情報発信

・社会情勢が変化する中、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。

#### ③コールセンターの運営

・オペレーターが親切丁寧な対応を行うことにより、利用者の満足度が96.7%と令和2年度(94.3%)よりも上昇し目標(95%以上)を達成した。

・FAQホームページを通じて、多くのかたが自己解決できた。

#### ④議会情報の発信

・定例会の招集日及び委員長報告の際には手話通訳を中継するなど、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)

### ①戦略的な広報の推進

- ・広報に対する職員の意識の高まりが見られたものの、新型コロナウイルス感染症の影響により職員研修が予定どおりに実施できなかった。
- ・プロモーションの開始から約半年後に実施した市政モニターアンケートによると、周知が十分に行き届いていないことから、「長崎MIRAISM」及び「マル得長崎」を知っているかたの割合が2割前後に留まっている。

### ②各種広報媒体を使った情報発信

- ・市民意識調査の回答によると、市民の30.2%は市役所からの情報発信に満足していない。ライフスタイルや情報に対するニーズが多様化する中、必要な人に必要な情報が届きにくくなっていることが考えられる。

### ③コールセンターの運営

- ・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2年度より上昇したものの、まだ44.0%がコールセンターを知らない。市の手続きやイベント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ことが想定される。

### ④議会情報の発信

- ・幅広い世代に興味を持ってもらえるような情報発信が不十分であることから、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ていない。

## 今後の取組方針

### ①戦略的な広報の推進

- ・「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プロセスの中に広報を組み込むことを浸透させていく。
- ・職員研修や広報の企画等への支援などを通して広報戦略の浸透を図るとともに、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。
- ・重点的広報テーマに基づき実施している「長崎MIRAISM」及び「マル得長崎」を継続し、各所属と連携しながら、受け手目線でわかりやすく情報を整理し発信する。
- ・さまざまな媒体による周知を行い、幅広い世代に利用されているラインの市公式アカウントの登録者数を増加させることなどを通じて、多くの市民に市の情報に触れてもらうとともに、関心の高い情報を入手しやすい環境づくりを進める。

### 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、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。
- ・ホームページでの情報収集が増えたことを踏まえ、誰もが見やすく分かりやすい内容とするよう市ホームページのリニューアルを行う。

### ③コールセンターの運営

- ・対応の質の向上や、FAQでの自己解決を促進するとともに、さまざまな広報媒体により、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布、ケーブルテレビ、インターネット及びユーチューブによる本会議等の映像発信、併せて議会事務局フェイスブック及びラインの市公式アカウントによる情報発信により、市議会の動きについて幅広い世代への周知を図る。

## 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	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	75.0
		実績値	73.0	68.3	69.4	68.9	68.9	64.7
		達成率	97.3%	91.1%	92.5%	91.9%	91.9%	86.3%
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	95.0
		実績値	94.9	92.1	93.8	94.4	94.3	96.7
		達成率	99.9%	96.9%	98.7%	99.4%	99.3%	101.8%

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
1	<p>(事業名) 広報戦略推進費</p> <p>【広報戦略室】</p> <p>(事業目的) 市民に市の政策や情報をわかりやすく正確に伝え、市の魅力を広く発信する。</p> <p>(事業概要) 広報戦略アドバイザーによる支援を得て、「全員広報」を基本姿勢とする広報戦略に基づき、広報に関する職員の意識改革・人材育成に取り組む。 広報戦略の重点的広報テーマに基づく情報発信を行う。</p>	成果指標	必要な市政情報を入手できた市民の割合
		目標値	89.3 %
		実績値	90.4 %
		達成率	101.2 %
		決算(見込)額	27,404,483 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>長崎市からの情報を入手しようとした市民のうち、必要な情報を入手できた市民の割合が増えることは、情報を入手しやすい環境づくりの成果と考えられるため、入手できた市民の割合を成果指標とした。</p> <p>市政モニターアンケートにより調査を実施し、令和2年度の調査で必要な情報を「入手できなかった」「どちらかといえば入手できなかった」市民の割合が約11.9%だったことから、その割合を令和7年度までに半減(約6%)させ、入手できた市民の割合を94%にすることを目標に、令和2年度の実績値から毎年度1.2%増を目標とする。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広報戦略の浸透や、各所属が行う広報の支援に取り組んだ。</li> <li>・ 広報戦略の重点的広報テーマに基づき、まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」、くらしプロモーション「マル得長崎」を開始した。</li> <li>・ 幅広い世代に利用され、スマートフォンに直接情報を届けることができるプッシュ型の広報媒体であるラインを活用した情報発信を開始した。</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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支援や職員研修を実施し、職員の広報に対する意識やスキルの向上を図った。</li> <li>・ 「長崎MIRAISM」及び「マル得長崎」を開始したことで、まちづくりの目的や進捗、市政情報等の情報などをテーマや分野に整理して市民に発信することができた。</li> <li>・ 「長崎MIRAISM」及び「マル得長崎」の認知度を高める必要がある。</li> </ul>		
2	<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>	成果指標	「広報ながさき」の世帯への配布率
		目標値	80.6 %
		実績値	79.0 %
		達成率	98.0 %
		決算(見込)額	51,088,546 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>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ことと考えられるため、「広報ながさき」の世帯への配布率を成果指標とした。</p> <p>自治会加入率が減少傾向にある中で、前年度実績を維持す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>・ 市政広報紙「広報ながさき」の発行</li> <li>・ 視覚障害者向け「声の広報ながさき」の発行</li> <li>・ 「情報量を整理して見やすくする」「世代に応じて分かりやすくお知らせする」「時代に合ったコーナーを設ける」という視点による「広報ながさき」のリニューアル</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 「広報ながさき」をリニューアルしたことで、市民に対し市の情報を効果的に提供することができた。</li> <li>・ データ放送やSNSでも、広報紙の内容を発信した。</li> <li>・ 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。</li> </ul>		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
3	<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>	成果指標	市ホームページアクセス数
		目標値	36,872,000 件
		実績値	33,109,489 件
		達成率	89.8 %
		決算(見込)額	5,250,569 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>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。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・フェイスブックやツイッター、インスタグラム、ラインでの積極的な情報発信を行った。</li> <li>・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により、即時性や拡散性の高い発信に努めた。</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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などを相互に活用し、積極的に発信した</li> <li>・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65,588人、フェイスブック36,503人)</li> </ul>		
4	<p>(事業名) コールセンター運営費</p> <p>【広報広聴課】</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>	成果指標	コールセンター市民満足度
		目標値	95.0 %
		実績値	96.7 %
		達成率	101.8 %
		決算(見込)額	75,518,207 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>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28～令和2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。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・FAQの充実に取り組んだ。</li> <li>・テレビや広報紙、チラシなどを通じて、周知を図った。</li> <li>・問い合わせが多い項目に関しては、担当所属と打ち合わせを重ね対処の方法を見直したり、市の広報媒体を活用した広報に努めることなどにより、サービスの向上に努めた。</li> <li>・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。</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オペレーターが親切丁寧な対応を行うことにより、利用者の満足度が令和2年度よりも上昇し目標を達成した。</li> </ul>		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
5	<p>(事業名) 議会広報紙発行費</p> <p>【議事調査課】</p> <p>(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おう。</p> <p>(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。)</p>	成果指標	議会広報紙の各世帯への配布率
		目標値	80.6 %
		実績値	79.0 %
		達成率	98.0 %
		決算(見込)額	9,592,404 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>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。</p> <p>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。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 年4回発行(5・8・11・2月) 年間発行部数: 616, 900部</p> <p>(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。</p>		
6	<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発信し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) 本会議の様態をケーブルテレビで中継する。</p>	成果指標	インターネットアクセス件数
		目標値	11,242 件
		実績値	9,218 件
		達成率	82.0 %
		決算(見込)額	1,384,318 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への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) ケーブルテレビ加入世帯 85,437世帯(令和4年1月末) 放映回数 定例会4回(本会議24日) 臨時会3回(本会議3日)</p> <p>(成果・課題等) 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。 今後も引き続き市議会の動きを広く市民に知ってもらう必要がある。</p>		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等		
7	(事業名) 本会議インターネット配信費	成果指標	インターネットアクセス件数	
	【議事調査課】	目標値	11,242 件	
	(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発信し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。	実績値	9,218 件	
	(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。	達成率	82.0 %	
		決算(見込)額	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	<p>(取組実績)</p> <p>アクセス件数</p> <p>生中継 2,845件</p> <p>録画中継 1,663件</p> <p>ユーチューブ 4,710件</p> <p>合計 9,218件</p> <p>フェイスブック登録者数 2,011人(年度末現在)</p> <p>(成果・課題等)</p> <p>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。</p> <p>今後も引き続き市議会の動きを広く市民に知ってもらう必要がある。</p>	

## 令和4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				菖蒲 浩		

### 令和3年度の取組概要

#### 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12か所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、市からまちづくりの現状や今後の動きなどを紹介するとともに、地域からまちづくりの取組み状況を聴取した。

### 評価(成果)

#### 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。
- ・「市民と市長の地域みらい懇談会」にはコロナ禍の中、12地区494人が参加し、市は各地域の実情を把握した上で地域の要望等に対する考えを示すことができた。アンケートでは、「市民と市長の地域みらい懇談会」に参加して88.3%が「満足」又は「やや満足」だったと回答した。

### 評価(問題点とその要因)

#### ①市民の声を聴く仕組み

- ・「市民と市長の地域みらい懇談会」の開催にあたっては、地域の各種団体に参加を呼びかける予定としていたが、コロナ対策により、参加人数を絞る必要があった。
- ・パブリックコメントを行う計画等ついて、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寄せられる意見数が少ない。

### 今後の取組方針

#### ①市民の声を聴く仕組み

- ・「市民と市長の地域みらい懇談会」のコロナ禍での開催にあたっては、地域の皆さんに共有できるよう、ホームページや地域センターの窓口などでも市の考えや対応等を公表する。
- ・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。

### 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	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	1,500
		↓ 実績値	1,727	1,525	1,790	1,291	1,869	2,019
		↓ 達成率	115.1%	101.7%	119.3%	86.1%	124.6%	134.6%

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等		
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>	成果指標	アンケートの回収率	
		目標値	77.0 %	
		実績値	65.8 %	
		達成率	85.5 %	
		決算(見込)額	252,850 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29～令和2年度)の平均値(77.0%)と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(10項目)</p> <p>(成果・課題等) ・市民の意見等を聴取し、事業等の参考になっている。 ・任期の2年目は1年目と比較してアンケート回収率が低くなる傾向がある。</p>			