

令和5年度 基本施策評価シート

作成日 令和5年7月25日

基本施策	H1	市民との良好なコミュニケーションを図ります	
2025年度に めざす姿	対 象		意 図
	市民が		さまざまな情報を共有することで、市政への関心を高め、信頼関係を築いている。
第五次総合計画[前期基本計画]基本施策掲載ページ			210ページ
基本施策主管課名	広報広聴課	関係課名	

基本施策の総合評価

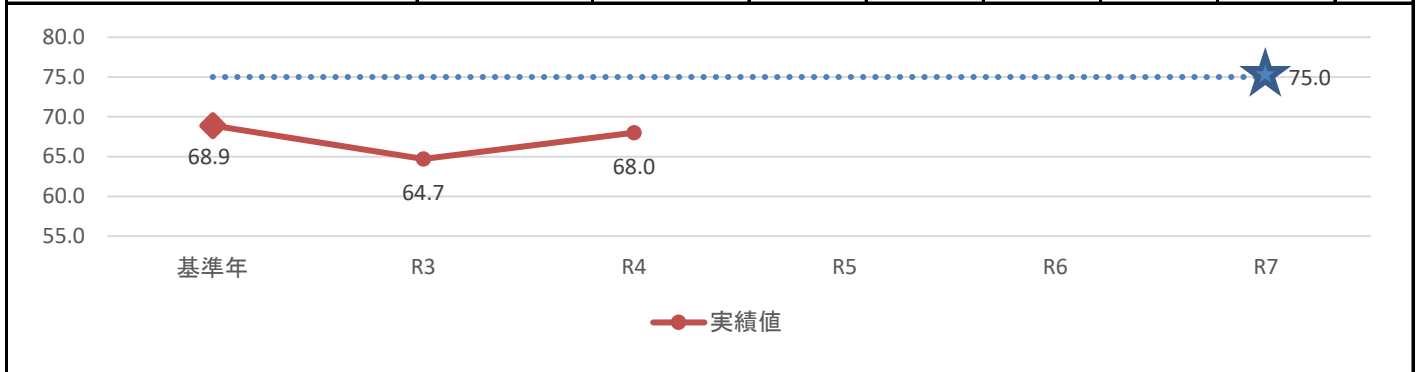
総括	<ul style="list-style-type: none"> ●基本施策の成果指標である「市政情報に満足している割合」(市民意識調査より)は、68.0%と前年度と比較して上昇しているが、基準値(令和2年度)とほぼ同じ割合となっており、2025年(令和7年度)に目指す姿である75.0%に向けて、順調に推移しているとは言い難い。 ●「長崎市の取組みについて、市民の声が反映されているか分からないと回答した市民の割合」(市民意識調査より)は、55.6%と減少しており、市政に関心がない市民が減っている。 <p>以上を踏まえ、今後の主な取組みは次のとおりとする。</p>
H1-1	<ul style="list-style-type: none"> ●さまざまな媒体を活用し、社会動向の調査・情報分析に基づき、ターゲットに応じた情報発信を行う。また、情報化の進展等を踏まえ、インターネットを通じた情報発信を積極的に行うため、SNSの活用に努めるとともに、公式ホームページのリニューアルを行う。 ●広報戦略の基本姿勢「全員広報」のさらなる浸透を図り、広報力の向上を図るとともに、重点的広報テーマに基づく組織的・戦略的に広報を展開することで、引き続き、情報をわかりやすく効果的に発信する。
H1-2	<ul style="list-style-type: none"> ●市民の意見や要望、提案、対話行事などを聴く様々な広聴の機会や窓口を、引き続き、提供するとともに、広聴制度の重要性や、広聴の窓口などについて周知を図っていく。 ●幅広い年代の皆さんと自由な意見交換を行う対話行事「シンナガサキミーティング」を小学校区ごとに開催し、より細やかにそれぞれの地域の実情や市民のニーズを把握し、市政運営に活かす。

二次評価(施策評価会議による評価)

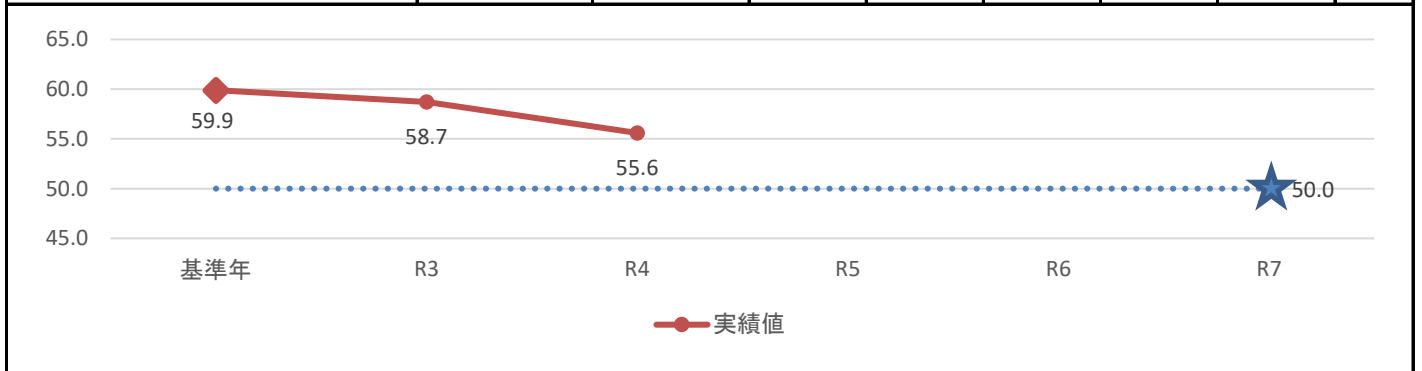
●	H1-1及びH1-2の「成果」について、公式LINE等のSNSの活用や広報誌のリニューアル、大型ディスプレイの設置など具体的な取組み内容や数値等を記載すること。
---	--

成果指標

指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
市政情報の発信に満足している 市民の割合	68.9% (R2年度)	75.0% (R7年度)	64.7	68.0	0	0	0	→



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
長崎市の取組みについて、市民の声が反映 されているか分からないと回答した市民の割合	59.9% (R2年度)	50.0% (R7年度)	58.7	55.6	0	0	0	→



年度別 主な取組内容

R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
<ul style="list-style-type: none"> ・さまざまな広報媒体を効果的に活用した分かりやすい情報発信の結果、市役所からの情報を入手しようとしたことがある市民のうち、入手できた市民の割合の増(対前年度比2.9%増) ・さまざまな手段で広聴に取り組んだ結果、2,520件の市民からの意見、要望、提言等を聴取できた。 			

令和5年度 個別施策評価シート

個別施策	H1-1	市民に必要な情報を分かりやすく効果的に伝えます	
2025年度に めざす姿	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ている。	
個別施策主管課名	広報広聴課		

成果

① 分かりやすい市政情報の発信
<ul style="list-style-type: none"> ●市民に市政情報を伝えるため、広報紙やテレビ、ホームページなど、さまざまな広報媒体を効果的に活用し、分かりやすい情報発信に努めた結果、市政モニターアンケートによると市役所からの情報を入手しようとしたことがある市民のうち、入手できた市民の割合が、対前年度比で2.9%(90.4%→93.3%)に上昇した。 ●新市庁舎の1階にデジタルサイネージやパネル展示などを設けたり、2階窓面に大型ディスプレイを設置したりして、暮らしに役立つ情報や長崎の魅力を紹介する情報などを発信した結果、来庁者や市庁舎周辺を訪れる人に対して市政情報などを伝えることができた。 ●広報ながさきの紙面を令和4年4月号からリニューアルした結果、市民に分かりやすく市政情報を伝えることができ、アンケートでは93%の人が以前と比べて良くなったと回答した。 また、全世代で普及が進むLINEを活用して効果的に市政情報を伝えるため、市公式ラインアカウントの登録を促すインターネット広告を行った結果、登録者数が対前年度比で17,006人の増となった。(R5.3月末登録者数40,207人)
② 戦略的・効果的な広報展開
<ul style="list-style-type: none"> ●市の主要な施策を効果的に伝えるため、広報戦略において重点的広報テーマを設定し、新長崎駅や新市庁舎の建設など100年に一度とも言われる長崎市の変化をまとめて紹介するシティプロモーション「長崎MIRAISM」を展開したことにより、市政モニターアンケートによると「長崎MIRAISM」の認知度が37.6%(前年比+13.2%)となった。その結果、より多くの市民が長崎市の変化に関心を持つきっかけとなった。

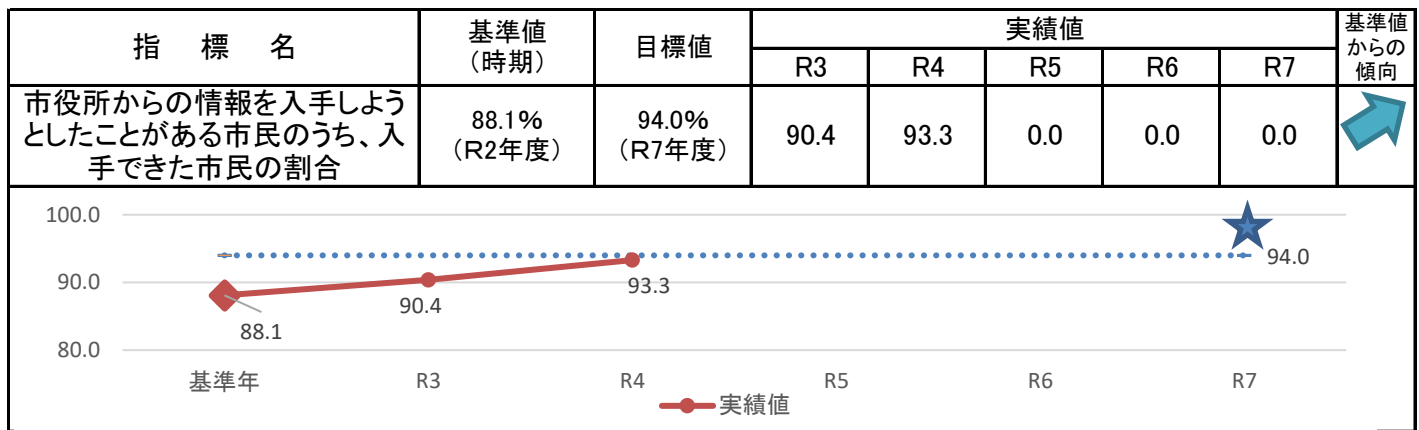
問題点とその要因

① 分かりやすい市政情報の発信
<ul style="list-style-type: none"> ●年代や個人に応じてライフスタイルや情報ニーズが多様化していることにより、市政の情報を必要な人に最適なタイミングで届けることが難しくなっている。
② 戦略的・効果的な広報展開
<ul style="list-style-type: none"> ●研修や広報アドバイス業務を通じて、広報戦略の基本姿勢「全員広報」の浸透を図り、職員一人一人の広報意識は高まっているが、受け手目線にたった効果的な広報技術の習得について十分とは言えない。

今後の取組方針

① 分かりやすい市政情報の発信	
継続	<ul style="list-style-type: none"> ●さまざまな広報媒体を活用し、社会動向の調査・情報分析に基づき、ターゲットに応じた情報発信に努める。
継続	<ul style="list-style-type: none"> ●情報化の進展等を踏まえ、インターネットを通じた情報発信を積極的に行うため、SNSの活用にも努めるとともに、公式ホームページのリニューアルを行う。
② 戦略的・効果的な広報展開	
継続	<ul style="list-style-type: none"> ●広報戦略の基本姿勢「全員広報」のさらなる浸透を図り、広報力の向上を図るとともに、重点的広報テーマに基づき組織的・戦略的に広報を展開することで、引き続き、情報をわかりやすく効果的に発信する。

成果指標



施策を推進する主な事業

1	事業名 担当課	広報戦略推進費	広報広聴課
	事業目的	市民が情報入手しやすい環境をつくる	
	事業概要	広報戦略に基づき、ターゲットに応じたわかりやすい情報発信や職員の広報力向上などに取り組むとともに、広報戦略の重点的広報テーマに関する戦略的な広報を行う。	
	取組実績	広報支援: 所属数44、案件数66件、協議回数172回 プロモーション: ライン広告(登録者数12,025人増)、Twitter広告(フォロワー数5,326人増)	
	決算(見込)額	18,327,544 円	



【長崎市広報戦略ブック】



【長崎MIRAISM】

2	事業名 担当課	インターネット情報発信事業費	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入手できるようにする。		
	事業概要	インターネットの即時性を活かして、ホームページやSNSで、市民へ必要とする情報を分かりやすく発信する。		
	取組実績	ホームページアクセス件数 28,591,100回		
決算(見込)額		4,740,949		円



【市公式ホームページ】

3	事業名 担当課	広報紙等発行事業費	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伝える		
	事業概要	毎月1回、「広報ながさき」を発行し、市民に分かりやすく情報を提供する。自治会等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。		
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> ・広報ながさきの発行部数 1,816,700部(令和4年度) ・声の広報ながさきの利用者数 延べ1,155人 		
決算(見込)額		51,327,925		円



【広報ながさき】

令和5年度 個別施策評価シート

個別施策	H1-2	市民の声を聴き、市政に反映します	
2025年度に めざす姿	対 象	意 図	
	市民が	市政に関心を持ち、参画している。	
個別施策主管課名	広報広聴課		

成果

- ① 広聴の取組みの充実・周知**
- 市民のニーズを的確に把握するため、インターネットやはがき、ファックス等、さまざまな手段で市民のご意見等を受け付けたことにより、2,520件(対前年度比752件の増)の市民からの意見、要望、提言等を聴取することができた。
 - 市民が意見を投稿できる「ご意見箱」を、本庁舎に加え、地域センターにも設置したことにより、「ご意見箱」へ106件(対前年度比77件の増)の意見が投函された。
- ② 市民の声を共有・公表**
- 市民の声を市政に反映させるため、市長が地域に伺い市民と意見交換する対話行事「市民と市長の地域みらい懇談会」を9地区の中学校区で開催したことにより、地域の意見や要望を把握するとともに、市の対応や考えを市民に示すことができた。

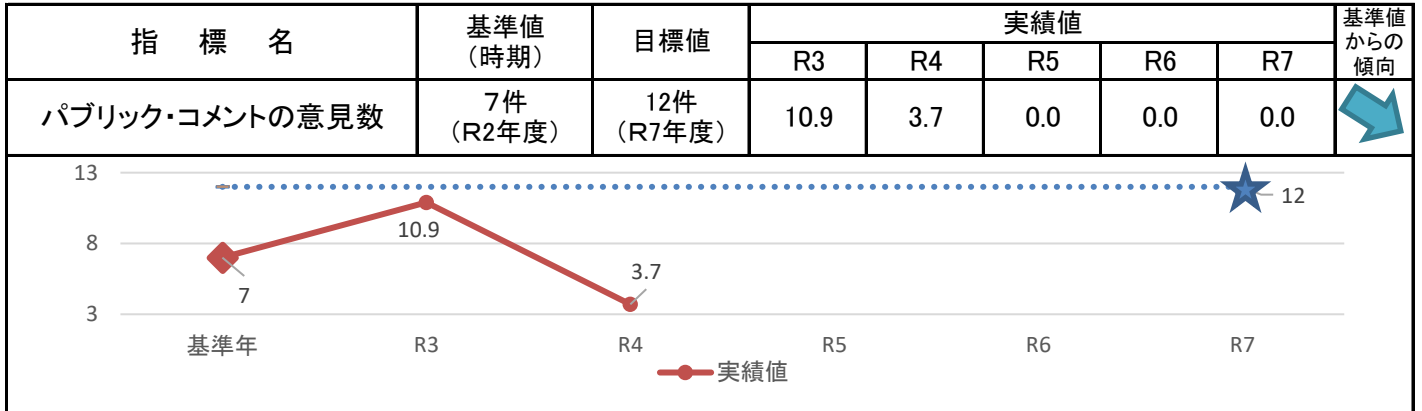
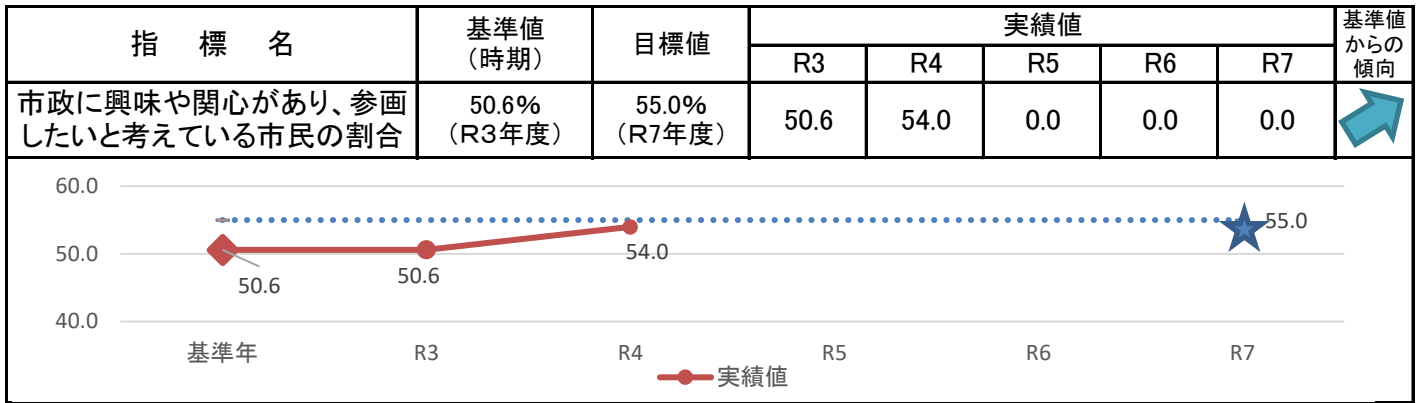
問題点とその要因

- ① 広聴の取組みの充実・周知**
- さまざまな手段でご意見を受ける広聴の窓口を設けているものの、それらの窓口があることや、市民の声が市政運営に活かされることが広く伝わっていないため、市政モニターアンケートによると、市民の約9割の人が広聴の窓口を利用したことがないと回答しており、意見の聴取が十分であるとはいえない。
- ② 市民の声を共有・公表**
- 参加者の懇談会への満足度は高いものの、会の進行上、説明するかたや発言するかたが限られ、もっと自由な意見交換を求める声が多かった。

今後の取組方針

- ① 広聴の取組みの充実・周知**
- | | |
|----|--|
| 継続 | ●市民の意見や要望、提案、対話行事などを聴く様々な広聴の機会や窓口を、引き続き提供するとともに、広聴制度の重要性や、広聴の窓口などについて周知を図っていく。 |
|----|--|
- ② 市民の声を共有・公表**
- | | |
|----|--|
| 継続 | ●幅広い年代の皆さんと自由な意見交換を行う対話行事「シンナガサキミーティング」を小学校区ごとに開催し、より細やかにそれぞれの地域の実情や市民のニーズを把握し、市政運営に活かす。 |
|----|--|

成果指標



施策を推進する主な事業

1	事業名 担当課	市政モニター設置費	広報広聴課
	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。	
	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4年度～令和5年度 【人数】276人(郵送モニター202人、インターネットモニター74人)	
	取組実績	アンケート調査 3回(6項目)	
	決算(見込)額		204,739 円



【市政モニターアンケート結果ホームページ公開】