

令和3年度 飯塚市事務事業評価シート

令和 4 年 7 月 11 日 作成

事務事業名		情報発信力強化事業			外部評価の状況		事務事業No.					
					なし		143 - 9					
1. 基本情報												
担当部	担当課	担当係	作成者職名	作成者氏名	所属長職名	所属長氏名						
総務部	情報管理課	情報発信係	係長	田中 由理	課長	福田 大輔						
施策体系	総合計画	政策	1	人権・市民参画								
		施策	4	情報共有の推進								
		基本事業	3	広報の充実								
	その他の計画	個別計画	-									
根拠法令・条例・要綱等												
-												
事業開始年度	2021年度	事業終了年度	未定	事務事業類型	ソフト事業							
実施手法	一部委託	補助金等の支給	なし	実施計画期間	-							
2. 事務事業の概要及び目的（決算成果説明書と運動）												
概要	本事業は、従来の紙媒体広報やIPなど受け手側からのアクセスを待つ市政情報発信手法の強化策として、LINEやFacebookなどの各種SNS発信により受け手側にプッシュ方式で情報を速やかに送信する新たな情報発信事業をいう。加えて、R3年度から始めた地上デジタル放送による広報サービスは、地域住民がテレビの「dボタン」を押すだけで最新の地域情報を受信でき、これらの情報サービスを新たな市政情報の伝達手段として積極的に展開し、ネット環境がある人も無い人も分かりやすく最新のこれらの市政情報を手にすることができる事業を指す。											
対象	働きかける相手・もの	市内外の方										
手段	方法・働きかけ（活動指標）	SNS媒体、dボタンを使った市政情報の発信										
意図	対象をどのようにしたいか（成果指標）	市のSNS（LINE）フォロワー数及びSNS（LINE）の閲覧数を増やす										
3. 活動指標（決算成果説明書と運動）												
指標名		単位	指標の説明（算式等）		前年度実績	本年度実績	次年度見込					
年間のSNS（LINE）投稿回数		回	年間投稿回数		457	499	500					
dボタン広報誌の投稿回数		回	年間投稿回数		-	463	480					
SNSやdボタン広報誌の周知回数		回	年間の周知方法の数		-	4	5					
4. 成果指標（決算成果説明書と運動）												
指標	市のSNS（LINE）のフォロワー数	単位	達成目標値		前年度実績	本年度実績	次年度見込					
		人	人口比10%以上	目標値	-	12,000	12,000					
説明	LINEでの友だちの総数（※ブロック数を除く）	方向性	達成目標年度	実績	5989	8,713						
		増加	毎年度	達成率		72.61%						
指標	SNS（LINE）の1記事当たりの平均インプレッション数	単位	達成目標値		前年度実績	本年度実績	次年度見込					
		回	昨年度以上	目標値	-	-	3242					
説明	市公式LINE投稿にフォロワーが反応した回数（1記事当たりの平均フォロワー閲覧数）	方向性	達成目標年度	実績	-	3242						
		増加	毎年度	達成率	-	-						
指標		単位	達成目標値		前年度実績	本年度実績	次年度見込					
				目標値								
説明		方向性	達成目標年度	実績								
				達成率								
5. 事務事業実施にかかるコスト（決算成果説明書と運動）												
予算科目・事業		会計	1 一般会計	款	2 総務費	項	1 総務管理費	目	2 文書広報費			
		大	3 広報管理運営事業費	中	8 情報発信力強化事業費	他 - 事業						
投入人員 （当該事務事業に対して1年間に投入した人員）		(R2以降)	前年度実績実績(千円)		本年度実績(千円)		増減理由（10%以上の場合）		次年度予算(千円)			
		正職員	0.00	人	0	0.22	人	1,804		0.70	人	5,738
		任期付職員(保育士)	0.00	人	0	0.00	人	0		0.00	人	0
		任期付職員(CW・水質)	0.00	人	0	0.00	人	0		0.00	人	0
		再任用フル	0.00	人	0	0.00	人	0		0.00	人	0
		再任用短	0.00	人	0	0.00	人	0		0.00	人	0
		会計年度 1級フル	0.00	人	0	0.00	人	0		0.00	人	0
		1級パート	0.00	人	0	0.00	人	0		0.00	人	0
		2級パート	0.00	人	0	0.00	人	0		0.00	人	0
		人件費計（A）			0		1,804		令和3年度よりdボタン広報誌事業及びSNS発信強化事業として事業開始としたため。		5,738	
事業費	直接事業費（B）		0		1,584				1,584			
	総事業費（A+B）		0		3,388				7,322			
直接事業費のうち		使用料		0		1,584				1,584		
の主な歳出内訳		-		0		0				0		
財源内訳	使用料・手数料（受益者負担分）		0		0				0			
	国・県支出金		0		0				0			
	市債		0		0				0			
	一般財源		0		3,388				7,322			
その他（ ）												

6. 事務事業の事後評価★

評価視点	評価項目	評価	評価の理由、または認識している課題を記載
妥当性 評価 (上位施策/ 成果)	市の関与の妥当性	妥当	市が発信する情報であることから関与は妥当と考える。
	目的の妥当性	妥当	行政情報の発信は行政サービスの一環として行うものであることから妥当と考える。
	対象(受益者)の妥当性	妥当	市民等が必要で喜ばれる行政情報を発信するものであるため妥当と考える。
効率性 評価 (活動量/ コスト)	コスト削減・コスト効率化	余地なし	dボタン広報事業については一定の費用がかかっているが人口規模によって決められた月額単価であること、SNS発信については無料サービスにより実施していることからコスト削減の余地はない。
	負担割合の適正化	適正	受益者への負担はない。
	手段の最適性	最適	ダイレクトに最新情報を送信・受け手も受信できる点で紙媒体の市報や防災無線、HPなどでは代替できない役割も担っている。
有効性 評価 (成果/ 活動量)	目標達成度	未達成	R3年度はコロナ関連を中心とする情報発信を行い、SNSフォロワー数も増加したが、各SNSの特性に応じた発信を行わず同一情報を発信しているのみで受け手目線の情報発信とは言えず、フォロワー数・割合(人口比)も他自治体と比べ少ない。
	上位施策への貢献度	貢献できなかった	dボタン広報誌事業、SNS発信事業を車の両輪として推進した点は一定の広報充実が図られたが、SNS発信事業は運用から4年が経過、他自治体が行っているシステム改修を行っていないため受け手目線での情報発信・広報充実に至っていない。
	事業継続の有効性	ある	dボタン広報誌事業、SNS発信事業双方に「内容の充実」を基本とし今後も継続的に行う必要がある。

7. 前年度評価時の計画と実績

前年度評価★		前年度記載した改善策(課題解決や改革・改善に向けて、予算を含めた具体的な方策)★	
評価区分	方向性	次年度以降に予算(コスト)を必要とせず、直ちに実施できる改善策	-
評価対象外	評価対象外	次年度以降に予算(コスト)増を必要とし、中長期的に実施する改善策	-

前年度改善策に対する実績 ★ ※上記の改善策に対して今年度実施できたこと、などを記入

-

8. 今年度評価における成果と課題(決算成果説明書と連動)★

【成果】 初年度運用のdボタン広報誌事業については、利用者数の集計等ができないことから成果を数値化することができないものの、本事業の利用者からの問い合わせ内容などで好感触を得ることができている。引き続きSNS発信事業と併せて周知を行っていく。

【課題】 未だ本事業を知らない人が多いと考えられ、継続したフォロワー獲得のための周知を図る必要がある。また、SNS発信事業については、発信情報に内容条件を付けずプッシュ方式で一斉送信している点で、受け手である市民等が欲しい情報とミスマッチが起きている。

9. 今後の事業の方向性と改善策

成果の方向性	拡充	④ ② ①				評価区分	事務事業の方向性
	現状維持	③ ⑤		⑥			
一次評価	⑦	⑥				一次評価	①コスト・成果ともに拡充
二次評価	⑦	⑥				二次評価	①コスト・成果ともに拡充
		休・廃止	縮小	現状維持	拡充		
コスト投入の方向性							

次年度以降の改善策(課題解決や改革・改善に向けて、予算を含めた具体的な方策)★

コスト(人・予算等)を必要とせず、ただちに実施できる改善策 公式ホームページ等にてdボタン広報誌やSNS発信事業の継続した周知を図ることは当然だが、分かりやすいタイトル・文面に配慮し、地域性の高い記事・写真や動画を多用しながら受け手側の理解が深まり、共感し、満足できる情報発信を行っていく。

コスト(人・予算等)を必要とし、中長期的に実施する改善策 SNSの中でも一番利用度の高いLINEサービスにおいてプッシュ方式からセグメント方式へ変更し、市民や事業者が欲しい情報を選択しながら欲しい時期に手に入れることができる施策を実施することで、市民等に真に寄り添った情報発信を行い、今まで飯塚市の情報取得に無関心であった層にも飯塚市に関心を持ってもらうことに寄与する。

評価変更理由	一次評価のとおりとする。
--------	--------------