

【施策評価調査】

施策名	6-3-1	行政情報の発信	132	施策を推進するには、 情報の発信：住民にとって、知りたいことが「わかる！」 情報の受信：住民にとって、言いたいことが「言える！」 情報の資源化：集めた情報が「資源に変わる！」...という3点からのアプローチが必要だと考えます。 当施策は、「の観点から住民とのコミュニケーションを活性化するために実施します。
		高根沢町地域経営計画2006 該当ページ		
担当部課	総務企画部秘書広報課	担当 リーダー	広報公聴担当 小池 哲也	町からの情報提供量を増やすと共に、必要な情報を分かりやすく、そして必要なときに情報が得られるよう、インターネット*や携帯電話を活用した情報提供手段を、さらに改善していきます。また、防災、防犯情報等の速報性の高い情報の提供については、実施方法の検討を含めて優先的に進めていきます。 「広報たかねざわ」や「町政だより」などによる現在の広報活動については、質を低下させることなく、引き続き一層内容を充実させていきます。(高根沢町地域経営計画2006からの抜粋)
環境変化	インターネットが日常生活に定着した感がある一方で、紙媒体の「親しみやすさ」が依然として根強い人気を誇っています。 情報媒体が多様化している中で、住民が自分の好きな媒体から、自然と違和感なく情報を得られる形態を構築することが求められているといえます。			

指標

施策の評価指標	基準値	年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
指標：町ウェブサイトの年間アクセス件数(単位:件)	平成16年度実績	計画	80,000件	85,000件	88,000件	90,000件	92,000件
		実績	89,223件	93,564件	103,457件		
指標：広報たかねざわの満足度(単位:%)	平成15年度アンケート調査実績	計画	55.0%	56.0%	60.0%	63.0%	65.0%
		実績	95.2%	95.1%	95.0%		
指標：		計画					
指標：		実績					
指標に関する特記事項	指標は、既に22年度の目標値を上回る実績をあげていることから、20年度は95,000件を目標に施策を展開しています。 指標は、計54人の広報モニターを対象にアンケート調査を実施しています。モニターは自治会単位となっています。(発送54人、回答40人)						

施策に係る事業費(傘下事務事業費計)の推移	年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
	当初	20,136,000	42,369,000	15,956,000		
	決算	15,967,707	30,515,760	12,867,361		

事務事業事後評価 20年度の検証

施策傘下事務事業	事業費	活動量(アウトプット)	施策への貢献度	施策達成にどう貢献しましたか?(アウトカム)			
町政だより発刊費	当初 2,346,000	町政だより発行回数	A	生活に密着した情報を提供する媒体との位置づけどおり、月2回発行するメリットを活かし、タイムリー、かつ生活に密着した情報提供をしています。住民ニーズを的確に捉え、住民生活満足度の向上に貢献しています。			
	決算 2,153,363	24回 / 24回		今後の方向性(自己評価)	継続	今後の方向性(総合評価)	継続
広報たかねざわ発刊費	当初 8,480,000	特集記事掲載数	A	町の施策や制度、理解してほしいことを住民に周知、啓発を図るとの位置づけどおり、イベントや行事、地域の話題紹介、町民(広報レポーター)から情報提供を受けた情報を記事にすることによって、地域に密着した親しみのある情報提供に貢献しています。			
	決算 6,391,548	5回 / 6回		今後の方向性(自己評価)	継続	今後の方向性(総合評価)	継続
元気ネット整備費 繰越明許	当初 2,299,000	町のホームページの年間アクセス件数	A	本庁と出先機関を有線で結んだことにより、天候や電波による通信障害が無くなり、事務の効率化・行政サービスの向上に繋がりました。基幹系サーバを専門の施設に預けることにより、セキュリティ面も強化され、情報提供の環境が整えられました。			
	決算 2,298,450	103,457件 / 90,000件		今後の方向性(自己評価)	継続	今後の方向性(総合評価)	継続
予算のあらし発刊費	当初 2,831,000	予算のあらし印刷部数	A	まちづくり基本条例で、予算の具体的情報提供が義務付けられました。住民が必要とする情報をわかりやすい構成で、紙面及びHPで発信しており、町の事業に関心を持ちかけづらくなり、情報提供量の増大、住民とのコミュニケーション活性化につながっています。			
	決算 2,024,000	10,300部 / 10,300部		今後の方向性(自己評価)	継続	今後の方向性(総合評価)	継続
	当初			今後の方向性(自己評価)		今後の方向性(総合評価)	
	決算	/		今後の方向性(自己評価)		今後の方向性(総合評価)	
	当初			今後の方向性(自己評価)		今後の方向性(総合評価)	
	決算	/		今後の方向性(自己評価)		今後の方向性(総合評価)	

施策事後評価 20年度の検証

	施策達成状況に関する評価	課題と今後の方向性
自己評価	分かりやすい情報提供や提供量の増大を進めるとともに、必要なときに情報が得られるよう、インターネットや携帯電話を活用した情報提供に努めています。広報活動の中心に位置づけられる「広報たかねざわ」や「町政だより」は、質を低下させることなく、内容の充実に取り組んでいることが、満足度調査の評価維持につながっています。また、電子媒体においては、タイムリーな情報提供、見やすい画面構成がアクセス件数の増加につながっています。	現在の情報提供手段においては、紙媒体と電子媒体が大きなウェートを占めています。紙媒体の「親しみやすさ」や「保存性」、電子媒体の「情報の多様性」「質的・量的豊富さ」「速報性」「選択性」など、それぞれの特徴があり、それらを十分考慮のうえ、媒体の使い分けを工夫することが必要になってきました。いかに「住民にとって知りたいこと」を提供できるか、これを念頭に置きながら、住民とのコミュニケーションの手段として、住民がスムーズに情報を得られる形態の研究を進めていくことが課題です。
総合評価	総合評価 継続的に施策展開されていると評価する。 後期計画策定に向け、広報を見ている(情報収集している)方々の現状を分析した上で、広報に有効なことをただ提供するだけでなく、施策の有効な実現に向けて、有用な情報を収集し、必要に応じてタイムリーに提供するなど、戦略的な視点を持って情報提供・共有することで、町の施策のアピールにどうつなげていくかを常に念頭に置いて、施策展開を検討すること、また、施策指標についても見直すこと。	