

施策	92	情報共有の促進	政策	9	市民と共に進める行政経営		
施策主管課	秘書広報課	課長名	細田 仁	内線	2210	政策担当部長名	総務部長 伊藤 実
施策関係課名	総務文書課、ムトスまちづくり推進課、企画課、危機管理室						
重点施策	関連計画	情報化基本計画2008					

1 施策の目的

目的	対象	市役所、市民
	意図	情報を共有する。

2 現状把握

(1) 対象指標、成果指標の状況

対象指標	単位	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度			
① 住民人口	人	105,335	104,728	103,947	103,105	102,446	101,743	100,957			
② 市役所(基本計画施策数)			46.0	42	42	42	42	42			
成果指標	単位	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	実績値 28年度	目標値 28年度	指標の 傾向	
※成果指標の設定の考え方は別ワークシートにて整理											
① 知りたい行政の情報が十分に入手できていると感じている市民の割合	%	62.8	61.8	66.9	67	68.4	68.7	69.8	70	○	
② 市政について要望等を言える機会が設けられていると感じている市民の割合	%	29.2	31.1	34.9	36.4	34.9	35.4	34.8	35	○	
③											

(2) 成果向上に向けての役割分担

主体	役割分担	ムトス指標と把握方法と単位	24年度	25年度	26年度	27年度	実績値 28年度	目標値 28年度	指標の 傾向	
行政	市(国・県) 市政全般に関する情報を的確、且つ迅速に市民に提供する。	市民が知りたい行政の情報が十分に入手できていると感じている市民の割合	①	66.9	67	68.4	68.7	69.8	70	○
			②							
主体	役割分担	ムトス指標と把握方法と単位	役割発揮の特記事項(後期5箇年)							
市民等	①まちづくりに必要な情報を、多様な媒体により入手し活用する。 ②提言する。	①-1広報いいだを読んでいる数 ①-2HPアクセス件数 ②市政へ寄せられた意見の数	①-1 広報いいだの特集記事を中心に、文章のシンプル化、図・挿絵・写真の多用、段組みの工夫など、わかりやすく見やすい記事へと転換を図った。 ①-2 ホームページをリニューアルし、スマートフォンからのアクセスや検索機能など、利便性を向上させた。 ②やらまいか提言など市民の疑問・意見には、さらに丁寧に対応してきた。 そのほか、マスコミを通じた広報活動を強化した(月1回だった記者会見を2回とした等)。 これらにより、市民各位の市政情報に対する関心度は高まった。							
役割の発揮状況										
後期(5箇年)	行政として多様な主体に対する協働の働きかけの取組と成果	①月1回だった記者会見を2回とした。また、市政懇談会レポートをホームページに掲載するようにした。 ②若者目線を意識して、飯田女子短大生による「いいレポ」を結成し、フェイスブック等に記事を掲載いただいた。 ③広報いいだへの親しみを意識して、表紙写真の公募を始め、その写真により表紙を作成するようにした。 ④地区リーダーの市政への関心度向上を意識して、公民館委員に広報モニターを担っていただいた。 ⑤飯田エフエムのご協力により、市ホームページにてFM市政番組を聴取できるようにした。 ⑥シティプロモーション活動や、プロモーションツール制作のプロセスに市民が関わることで、シビックプライドの醸成を図った。 これらにより、市民各位の市政情報に対する関心度は高まった。								
	多様な主体の協働を推進していくための課題	引き続き、各界各層への浸透をさらに深めて、市民一人ひとりの市政関心度を高めていくこと。 → 6 課題と方向性 ※重複するので、ここでは省略する。								

3 施策を取り巻く状況変化・有識者等の意見

この施策に対して有識者等(議会、市民、関係者・団体等を含む。)からどんな意見や要望が寄せられているか。	市議会から、市民等との情報共有を深める方法について、たびたび質される。まちづくり委員会等や市民から、適時適切な情報を求められている。マスコミからは、積極的な情報開示を求められている。ブランディング事業とシティプロモーション事業の連携した取組の推進が求められている。
施策を取り巻く状況(対象者や根拠法令等)はどのように変化しているか、更に今後どう変化するか。	ICT技術の急速な進展やスマートフォンなどの普及に伴い、紙媒体による情報受発信の影響力は相対的に低下している。この傾向が飛躍的に進んでいくことは確実である。インターネットによるニュース配信等は日進月歩で充実・拡大しており、特に若年層、さらには青壮年層の情報受発信方法(生活様式)は、インターネットへと急速に移行している。このことは、ICT技術に関わらない高齢者層との間で、極めて大きな情報格差が生ずることもある。

4 評価結果(後期5箇年)

(1) 実施した事務事業の評価(取組みの状況評価)

<input type="checkbox"/> 計画どおり取り組めた
<input checked="" type="checkbox"/> おおむね計画どおり
<input type="checkbox"/> あまり取り組めなかった
<input type="checkbox"/> 達成できなかった

(2) 施策全体の評価(外部要因も含めた総合的な評価)

<input type="checkbox"/> 進んだ
<input checked="" type="checkbox"/> ある程度進んだ
<input type="checkbox"/> あまり進まなかった
<input type="checkbox"/> 進まなかった

5 後期5箇年の取組評価(主に取り組んできた事項とその成果・成果が得られた要因)

【評価結果の理由】

- ・成果指標である「市民が知りたい行政の情報が十分に入手できると感じている市民の割合(目標28年度70%)」は、平成23年度の61.8%まで低下していたが、その後 毎年度上昇し平成28年度は69.8%になったこと。
- ・もう一つの成果指標「市政について要望等を言える機会が設けられていると感じている市民の割合(目標28年度35%)」は、平成22-23年度には30%前後まで低下していたが、24年度以降は35%前後で推移していること。
- ・記者会見を月2回など平成24-25年度から始めた取組が定着してきたこと。
- ・飯田の魅力がマス・メディアに数多く取り上げられ、関心が高まっていること。

【事務事業群テーマ別の評価】

1. マスコミに関して、

- 月1回だった記者会見を2回としたことで、マスコミ各社とのコミュニケーションが深まった。

<成果>市政情報を正確・適切に発信いただくことができた。

2. 広報いいだに関して、

- 広報いいだの特集記事を中心に、文章のシンプル化、図・挿絵・写真の多用、段組みの工夫など、わかりやすく見やすい記事へと転換を図った。
- 特集記事をベースとしたケーブルテレビ番組を制作し、繰り返し放映した。
- 表紙写真の公募を始め、その写真により表紙を飾るようにした。
- 公民館委員に広報モニターを担っていただいた。
- コラム「リニア駅ができるまち」の連載を開始し、市民が求めている情報の提供に努めた。

<成果>広報いいだ組み写真は、長野県広報コンクールで平成26.27.28年と3年連続で入賞し、高い評価を得ている。また、ケーブルテレビが作成した広報番組は、平成25.27.28年度に同コンクールで入選を果たしている。表紙写真は、平成28年度までに104作品の応募があり、32作品を表紙写真として採用した。広報モニターからは「季節感や地域の話題がわかる良い写真になった」と評価を得ている。

3. ホームページに関して、

- リニューアルし、スマートフォンからのアクセスや検索機能など、利便性を向上させた。
- 市政懇談会レポートをホームページに掲載できるようにした。
- 市ホームページにてFM市政番組を聴取できるようにした。

<成果>平成27年度には、スマートフォンやタブレット端末によるアクセス率が4割を超え、アクセス総数は微増であるが手軽に市からの情報を入手してもらえる状況となっている。

4. その他広報関係

- 飯田女子短大生による「いいレポ」を結成し、フェイスブック等に記事を掲載いただいた。

<成果>「いいレポ」はマスコミ等にも着目され各所で紹介いただいた。フェイスブック広報いいだは、平成28年度末で2,312人の「いいね！」を獲得。1つの記事に対する平均アクセス件数は、開始した平成25年度の1,303件から平成28年度には4,621件と大幅に増加している。

5. 広聴に関して、

- やらまいか提言など市民の疑問・意見には、さらに丁寧に対応してきた。
- 市民意識調査を実施して、市政に対する市民の意識を数値化し、その共有を図った。

6. シティプロモーションに関して、

- 食の専門誌「dancyu」に「焼肉の里・飯田」の記事掲載が入口となって、NHKによる「あさイチ」・「シブ5時」・「天才てれびくん」、TBSによる「あさチャン」をはじめ、焼肉関連の取材で飯田の魅力が全国放送に数多く取り上げられた。「日本一の焼肉の街・飯田」をきっかけとした、認知度・知名度の向上を目指し、関係部署と連携し取材対応を行った。

○プロモーションツールのファクトブック「へー図鑑」、外国人へアプローチする「飯田市絵巻物」を発行し、飯田の魅力発信の取組を幅広く展開した。

6 上記の取り巻く状況の変化等を踏まえ、かつ、リニア時代を見据えた上での課題・その課題に取り組む際の方向性(有効策)

【課題】

- ①ICT技術の進展に対応した情報提供。一方で、情報格差・情報弱者のフォロー。
- ②地元情報(飯田・下伊那、伊那谷、長野県内)の流通…東京発キー局レベルの情報流通に埋没しない地元情報の発信方法。
- ③リニアがもたらす大交流時代を見据え、国内外から多くの人を惹き付ける魅力づくりと発信。

【方向性】

- ①ICT技術に関する不断の調査・研究。一方で、広報いいだなど紙媒体の維持、組合回覧など住居コミュニティでの情報流通の活用。
- ②マスコミ各社等と関係強化を図り、地元情報の流通を強化するよう取り組む。行政の発信には限界があるため、多様な主体による市政情報の発信を積極的に支援しつつ、連携・協力を得ていく。
- ③世界でも有数の「リニアが走るまち」という競争優位を生かした地域資源の活用と魅力発信に取り組むためIIDAブランド推進課を新設し、ブランディング事業とシティプロモーション事業を一体的、戦略的に展開する。