

<第2次総合計画進行管理表>

施策評価表

作成日 令和4年6月23日(木)

1. 基本事項

施策		情報発信・共有の推進		期間	平成30年度～令和4年度	施策担当部課名	秘書室 秘書課
総合計画	大項目	6	みんなで創る協働のまち	目的・対象			
	中項目	2	将来に向けた持続可能なまちづくり				
	小項目	1	情報発信・共有の推進				
	主要プロジェクト						
重要度・満足度	まちづくりアンケートにおける施策別の重要度、満足度では、全施策の平均値に近い値である。			施策推進のための主な取組	行政の運営（情報公開制度、個人情報保護制度整備事業など） 広報の充実（情報発信事業、広報ふかや発行事業など） 広聴の充実（広聴事項管理事業、陳情・要望など） シティプロモーションの推進（シティセールス推進事業など）		
施策を取り巻く社会状況等	ICTの発達により情報公開制度の充実のほか、ホームページやSNSを活用した情報発信が一般的になり、単なる情報提供だけでなく、市民が活用しやすいオープンデータの取り組みも推進されている。						

2. 評価指標

上段は目標値、下段は実績値

区分	指標名（上段） 算出式・説明（下段）	単位	平成29年度	平成30年度	平成31年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
				一部達成	未達成	未達成	未達成	
成果指標	深谷市の市政に関心を持っている市民の割合	%	-	66.80	67.90	68.40	69.20	70.00
	深谷市民まちづくりアンケート		64.50	67.30	66.70	68.20	68.90	
	埼玉県内における深谷市の魅力度	位	-	10.00	9.00	8.00	6.00	5.00
	地域ブランド調査（株式会社ブランド総合研究所）		22.00	18.00	10.00	11.00	10.00	

3. 一次評価（今後の施策の方向性）

区分	現状維持	1. 現状維持	2. 拡充	3. 縮小
『市政に関心を持っている市民の割合』『県内における深谷市の魅力度』ともに、昨年度よりやや上昇した。洪沢栄一翁が主役の大河ドラマが放送されたことに加えて、その次の大河ドラマに畠山重忠公が登場することになり、全国的な注目が続いている好機を生かして、本市の魅力や市政情報を広く発信した。シティプロモーションでは、『農作物』『花卉』『アウトレット』『ふっかちゃん』などの地域資源を活用し、本市の魅力や市政情報を広く発信した。行政の運営では、情報公開制度などを適切に運用し透明性が保たれた。				
			評価者	秘書課長 塚原 陽一

4. 改善改革プラン（3. 一次評価を受けての具体的な解決策）

区分	具体的な対応策等
<input checked="" type="checkbox"/> 既存事業の拡充	『市政に関心を持っている市民の割合』と『県内における深谷市の魅力度』が上昇するよう、戦略的な情報発信に取り組んでいく。併せて、行政運営の透明性や信頼性のさらなる向上に努める。栄一翁や畠山重忠公に関する情報、新型コロナウイルスに関連する情報とともに、市政情報や災害情報を効果的に発信し、市民の意見や要望を把握し市政への反映に努める。シティプロモーションについては、『深谷市シティプロモーション戦略プラン』に従い、積極的な魅力発信に努める。
<input type="checkbox"/> 事業の新規立案	
<input type="checkbox"/> 事業の廃止・縮小	
<input type="checkbox"/> 事務事業の再編	
<input type="checkbox"/> その他	

5. 二次評価（所属長の見解）

ICTの進歩やSNSの普及により情報入手と情報発信の手段が多様化し、一層正確で迅速な対応が求められている。広報紙だけでなくホームページやツイッターなどそれぞれの特性を生かした積極的な情報発信をしていく。また、市長への手紙や対話会など、各種広聴手段の活用や情報公開制度の適正活用などにより、市政に関心を持つ市民を増やしていく。シティプロモーションについては、『洪沢栄一翁』や『畠山重忠公』、『深谷ねぎ』、『ふっかちゃん』など地域資源を活用し『ふかや』の魅力やPRしていく。	
所属長	秘書室長 田高 博