令和５年度　事務事業評価シート

事務事業名	ふるさと応援感謝事業	事務事業コード	31027102	整理番号	222
（予算事業名）	ふるさと応援感謝事業				
担当課名	観光・シティプロモーション課	担当係名	観光・シティプロモーション係	作成日	令和5年7月12日

Ⅰ.事務事業の概要

1	総合計画上の位置づけ	まちづくりの柱	３　魅力を発信し、市民と共に進めるまちづくり
		基本方針	１０　多様な魅力をつくり、効果的に発信することで行ってみたい・住んでみたい・暮らし続けたい地域をつくります
		施策	２７　まちの魅力の創造・発信
		取組項目	松原ブランドの確立
	ＳＤＧｓ上の位置づけ	ゴール	（８）働きがいも経済成長も
		ターゲット	8.9
2	事務事業の対象	☐ 不特定の市民　☐ 特定の市民　☐ 不特定の企業・団体　☐ 特定の企業・団体　☑ その他 具体的に（　　）	
3	事務事業の意図（ねらい）	ふるさと寄附をしていただいた方へ感謝の気持ちを込めてお礼の品を送り、松原を広く市外にＰＲする。また、貴重な財源としてふるさと寄附金の増加も目指す。	活動指標　指標名（単位）：お礼の品の品数（品） 算出法：年度末時点でのお礼の品の品数
4	事務事業の内容	ふるさと寄附金における１回の寄附金額が５，０００円以上の方に、寄附金額に応じてお礼の品を贈呈する。お礼の品の配送等に係る事務を民間事業者に委託し、効率的な運営を目指すもの。	成果指標　指標名（単位）：ふるさと寄附金額（円） 算出法：年間のふるさと寄附の金額
5	これまでの改革・改善の取組経緯	年々返礼品のラインアップを拡充し、寄附額の増加に繋げた。また、令和５年度よりポータルサイトの拡充や中間委託事業者の見直しを行い、寄附額拡大に向けた体制を大幅に強化した。	

Ⅱ.事務事業の業績（指標と投入資源の推移）

指標・投入資源				令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度（目標･予算）	対前年比 R04/R03
1 事務事業指標	有効性	活動指標		95	154	257	400	166.9%
		成果指標		75,054,206	92,161,538	127,296,966	200,000,000	138.1%
	効率性	コスト指標	コスト計/活動指標（円）	404,000	337,474	297,444	334,863	88.1%
2 投入資源	①投入人員（人）	正職員		0.30	0.75	0.90	1.05	120.0%
		再任用職員						
		会計年度任用職員						
	②支出内訳（千円）	人件費		1,870	4,639	5,514	6,447	118.9%
		事業費		36,510	47,332	70,929	127,498	149.9%
	③コスト計（=人件費＋事業費）（千円）			38,380	51,971	76,443	133,945	147.1%
	④事業費財源内訳（千円）	特定財源	国・府補助金					
			地方債					
			受益者負担等					
		一般財源		38,380	51,971	76,443	133,945	147.1%
	⑤その他考慮すべきコスト	将来発生するコスト（施設・設備・金利等）						

Ⅲ.事務事業の評価と改革・改善策

評価の視点	評　価	評価の判断理由の説明
1　必要性の評価 チェックシートへ移動	○ 1 事業を行う義務がある ◉ 2 事業の必要性が高い ○ 3 事業の必要性が低い	市の個性・特色・魅力を継承・発展・創造し、あるいは市内外へ情報発信することを目的とした事業
2　有効性（顧客の視点）の評価	○ 1 非常に有効 ◉ 2 効果があった ○ 3 あまり効果がなかった	寄附金額のカテゴリーを細分化したことにより、お礼の品の拡充が図られ、ふるさと寄附金の増加につながった。
3　効率性（コストの視点）の評価	◉ 1 向　上 ○ 2 横ばい ○ 3 低　下	寄附額の増加に伴い、コスト計は増加傾向にあるが、お礼の品の拡充についても力を入れているため、効率性についてはほぼ横ばいを維持できている状態
4　今後の方向性（総合評価）	◉ A　計画どおりに事業を進めることが適当 ○ B　事業の進め方の改善の検討 ○ C　事業規模・内容又は実施主体の見直しの検討 ○ D　事業の抜本的見直し、休・廃止の検討	
5　評価結果に対する所見（事業の総括と課題に対する改革・改善策）	成果指標である寄附額は順調に増加しているが、先進自治体に比べると実績が少ない状態である。活動指標であるお礼の品の品数については年々拡充を図っているところではあるが、それに加えこれまでに登録済みのお礼の品についてもイメージ画像や説明文を見直すことにより、新規寄附者の獲得につなげる必要がある。	

令和５年度　事務事業評価シート

事務事業名	観光事業		事務事業コード	31027201	整理番号	223
（予算事業名）						
担当課名	観光・シティプロモーション課	担当係名	観光・シティプロモーション課	作成日	令和5年6月26日	

Ⅰ.事務事業の概要

1	総合計画上の位置づけ	まちづくりの柱	３　魅力を発信し、市民と共に進めるまちづくり
		基本方針	１０　多様な魅力をつくり、効果的に発信することで行ってみたい・住んでみたい・暮らし続けたい地域をつくります
		施策	２７　まちの魅力の創造・発信
		取組項目	観光資源の掘り起こしと有効活用
	ＳＤＧｓ上の位置づけ	ゴール	（８）働きがいも経済成長も
		ターゲット	8.9
2	事務事業の対象	☑ 不特定の市民　☐ 特定の市民　☐ 不特定の企業・団体　☐ 特定の企業・団体　☐ その他 具体的に（　市外からの来訪者　）	
3	事務事業の意図（ねらい）	市域内への来訪者増加及び市民の郷土愛を高めることを目的とした本市の魅力発信に努める。	活動指標　指標名（単位）：ＳＮＳによる情報発信（回） 算出法：
4	事務事業の内容	「もずふるレンタサイクル」事業への継続参加や、竹内街道沿道自治体と連携し、日本遺産『竹内街道』の魅力発信に努めた。また、自転車周遊を促進するため、堺市との連携によりシェアサイクル実証実験を引き続き行う。	成果指標　指標名（単位）：大阪府外からの休日・滞在人口（人） 算出法：RESAS
5	これまでの改革・改善の取組経緯	世界文化遺産『百舌鳥・古市古墳群』周遊のための二次交通手段として整備された「もずふるレンタサイクル」事業への継続参加や、「古墳」を有する自治体によるサミット等を通じ広域連携を図り、一体的な観光ＰＲに努めたほか、自転車周遊の方法としてシェアサイクル実証実験を実施し、市内での長時間滞在を促進した。	

Ⅱ.事務事業の業績（指標と投入資源の推移）

指標・投入資源				令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度（目標・予算）	対前年比 R04/R03
1 事務事業指標	有効性	活動指標		180	182	206	216	113.2%
		成果指標		16,628	16,019		17,646	0.0%
	効率性	コスト指標	コスト計/活動指標（円）	119,917	55,242	27,539	168,676	49.9%
2 投入資源	①投入人員（人）	正職員		2.35	0.95	0.60	0.55	63.2%
		再任用職員				0.20	0.40	
		会計年度任用職員						
	②支出内訳（千円）	人件費		14,646	5,876	4,381	4,918	74.6%
		事業費		6,939	4,178	1,292	31,516	30.9%
	③コスト計（=人件費＋事業費）（千円）			21,585	10,054	5,673	36,434	56.4%
	④事業費財源内訳（千円）	特定財源	国・府補助金					
			地方債					
			受益者負担等					
		一般財源		21,585	10,054	5,673	36,434	56.4%
	⑤その他考慮すべきコスト	将来発生するコスト（施設・設備・金利等）						

Ⅲ.事務事業の評価と改革・改善策

評価の視点	評　価	評価の判断理由の説明
1　必要性の評価 チェックシートへ移動	○ 1 事業を行う義務がある ◉ 2 事業の必要性が高い ○ 3 事業の必要性が低い	所信表明・施政方針・総合計画に施策として位置付けられている事業
2　有効性（顧客の視点）の評価	○ 1 非常に有効 ◉ 2 効果があった ○ 3 あまり効果がなかった	新型コロナウィルス感染症の収束期を迎え、人流が戻りつつあるため、市外からの来訪者が増加したと考えられる。（RESASの更新がなされておらず、令和4年度実績値把握が不可能。）
3　効率性（コストの視点）の評価	◉ 1 向　上 ○ 2 横ばい ○ 3 低　下	新型コロナウィルス感染症の収束期を迎え、市内外でのＰＲの機会がコロナ以前の状態に回復したため、令和3年度に比べ活動指標の数値は大幅に向上した。
4　今後の方向性（総合評価）	◉ A　計画どおりに事業を進めることが適当 ○ C　事業規模・内容又は実施主体の見直しの検討	○ B　事業の進め方の改善の検討 ○ D　事業の抜本的見直し、休・廃止の検討
5　評価結果に対する所見（事業の総括と課題に対する改革・改善策）	新型コロナウィルス感染症の収束期を迎え、イベント実施や市内外でのＰＲの機会がコロナ以前の状態に回復したため、有効性における対前年比は大幅に向上している。今後については、引き続き感染症に左右されない新しい観光スタイルとして、「シェアサイクル」等の自転車周遊を促進していくほか、世界文化遺産「百舌鳥・古市古墳群」が所在する堺市・羽曳野市・藤井寺市や日本遺産「竹内街道」沿道自治体などとの広域的な連携を深め、本市域への観光誘客のためのプロモーションを実施していく。 （令和5年度より、観光事業と観光協会運営管理事業を統合したため、予算額が増加している。）	

令和５年度　事務事業評価シート

事務事業名	松原市観光協会運営管理事業	事務事業コード	31027202	整理番号	224
（予算事業名）					
担当課名	観光・シティプロモーション課	担当係名	観光・シティプロモーション係	作成日	令和5年6月26日

Ⅰ.事務事業の概要

1	総合計画上の位置づけ	まちづくりの柱	３　魅力を発信し、市民と共に進めるまちづくり
		基本方針	１０　多様な魅力をつくり、効果的に発信することで行ってみたい・住んでみたい・暮らし続けたい地域をつくります
		施策	２７　まちの魅力の創造・発信
		取組項目	観光資源の掘り起こしと有効活用
	ＳＤＧｓ上の位置づけ	ゴール	（８）働きがいも経済成長も
		ターゲット	8.9
2	事務事業の対象	☑ 不特定の市民　☐ 特定の市民　☐ 不特定の企業・団体　☐ 特定の企業・団体　☐ その他 具体的に（　市外からの来訪者　）	
3	事務事業の意図（ねらい）	松原市観光協会を運営、管理し、市域内への来訪者増加及び市民の郷土愛を高めることを目的とした本市の魅力発信に努める。	活動指標　指標名（単位）：ＳＮＳによる情報発信（回） 算出法：
4	事務事業の内容	市外からの来訪者増加と地域活性化に資するため、松原市観光協会に補助金を交付し、着地型観光体験プログラムの実施や、レンタサイクル事業の運営、広報周知媒体を効果的に活用した情報発信を行う。	成果指標　指標名（単位）：大阪府外からの休日・滞在人口（人） 算出法：RESAS
5	これまでの改革・改善の取組経緯	ＳＮＳの情報発信数を強化し、フォロワーの大幅な増加に努めた。社会環境に左右されないツールとして「まつばらすごろく」を作成し、遊んで学べることで市民の郷土愛を高めるとともに本市の魅力発信に努めた。	

Ⅱ.事務事業の業績（指標と投入資源の推移）

指標・投入資源				令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度（目標･予算）	対前年比 R04/R03
1 事務事業指標	有効性	活動指標		180	182	206	観光事業に統合	113.2%
		成果指標		16,066	16,019			0.0%
	効率性	コスト指標	コスト計/活動指標（円）	196,233	188,357	167,757		89.1%
2 投入資源	①投入人員（人）	正職員		0.60	0.60	0.35		58.3%
		再任用職員				0.25		
		会計年度任用職員						
	②支出内訳（千円）	人件費		3,740	3,711	3,026	0	81.5%
		事業費		31,582	30,570	31,532		103.1%
	③コスト計（=人件費＋事業費）（千円）			35,322	34,281	34,558	0	100.8%
	④事業費財源内訳（千円）	特定財源	国・府補助金					
			地方債					
			受益者負担等					
		一般財源		35,322	34,281	34,558	0	100.8%
	⑤その他考慮すべきコスト	将来発生するコスト（施設・設備・金利等）		市域内に観光散策の拠点となる観光案内所を設置する可能性がある。				

Ⅲ.事務事業の評価と改革・改善策

評価の視点	評　価	評価の判断理由の説明
1　必要性の評価 チェックシートへ移動	○ 1 事業を行う義務がある ◉ 2 事業の必要性が高い ○ 3 事業の必要性が低い	所信表明・施政方針・総合計画に施策として位置付けられている事業
2　有効性（顧客の視点）の評価	○ 1 非常に有効 ◉ 2 効果があった ○ 3 あまり効果がなかった	観光資源の掘り起こしと磨き上げによる観光体験プログラムに、市内外からの多くの方が参加されている。（RESASの更新がなされておらず、令和4年度実績値把握が不可能。）
3　効率性（コストの視点）の評価	○ 1 向　上 ◉ 2 横ばい ○ 3 低　下	観光体験プログラムは松原市観光協会が主体となって運営しており、効率的に事業を実施している。
4　今後の方向性（総合評価）	◉ A　計画どおりに事業を進めることが適当　○ B　事業の進め方の改善の検討 ○ C　事業規模・内容又は実施主体の見直しの検討　○ D　事業の抜本的見直し、休・廃止の検討	
5　評価結果に対する所見（事業の総括と課題に対する改革・改善策）	情報発信力の向上を図るためＳＮＳを引き続き強化し、マスメディアを活用した広報も行ったことにより、有効性における対前年比は向上している。観光体験プログラム「よろしおあがり旅」の実施や市の街道、歴史・文化等を遊んで学べる「まつばらすごろく」を作成し、市民の郷土愛を高めるとともに本市の魅力発信に努めた。今後は、2025年開催の大阪・関西万博に向け、阪南大学を中心とした近隣自治体との連携により観光誘客を図るための取り組みを進める必要がある。 （令和5年度予算より、観光事業に統合）	

令和５年度　事務事業評価シート

事務事業名	松原市PR事業		事務事業コード	31027401	整理番号	226
（予算事業名）						
担当課名	観光・シティプロモーション課	担当係名	観光・シティプロモーション係	作成日	令和5年7月3日	

Ⅰ.事務事業の概要

1	総合計画上の位置づけ	まちづくりの柱	３　魅力を発信し、市民と共に進めるまちづくり
		基本方針	１０　多様な魅力をつくり、効果的に発信することで行ってみたい・住んでみたい・暮らし続けたい地域をつくります
		施策	２７　まちの魅力の創造・発信
		取組項目	魅力の向上と効果的な発信
	ＳＤＧｓ上の位置づけ	ゴール	（８）働きがいも経済成長も
		ターゲット	8.9
2	事務事業の対象	☐ 不特定の市民　☐ 特定の市民　☐ 不特定の企業・団体　☐ 特定の企業・団体　☑ その他 具体的に（ 市民及び、不特定の市外の方 ）	
3	事務事業の意図（ねらい）	少子高齢化・人口減少社会において、定住人口・交流人口の獲得、地域資源を活用したシティプロモーションを図るため、松原市の魅力を最大限にＰＲする。	活動指標　指標名（単位）：委託事業数（件） 算出法：委託契約件数
4	事務事業の内容	松原市観光親善大使であるflumpoolによるラジオ番組での市政情報・観光情報発信や、市内最大の商業施設であるセブンパーク天美を活用したイベント開催・ポスター掲示、シネマ広告放映等の市の魅力発信につながる事業を実施する。	成果指標　指標名（単位）：市ホームページのアクセス件数（件） 算出法：グーグルアナリティクス
5	これまでの改革・改善の取組経緯	松原市観光親善大使flumpoolによるFM802のラジオ番組における市の情報発信に加えセブンパーク天美内「TOHOシネマズ セブンパーク天美」における移住定住の促進を目的としたシネマ広告動画の放映等、より広範囲への市の魅力発信に努めた。	

Ⅱ.事務事業の業績（指標と投入資源の推移）

指標・投入資源				令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度（目標・予算）	対前年比 R04/R03
1 事務事業指標	有効性	活動指標		6	6	7	8	116.7%
		成果指標		2,137,250	2,137,250	1,719,031	2,473,473	80.4%
	効率性	コスト指標	コスト計/活動指標（円）	1,833,333	1,923,500	3,222,714	2,572,375	167.5%
2 投入資源	①投入人員（人）	正職員		0.15	0.30	1.25	0.75	416.7%
		再任用職員				0.25	0.15	
		会計年度任用職員						
	②支出内訳（千円）	人件費		935	1,856	8,539	5,183	460.1%
		事業費		10,065	9,685	14,020	15,396	144.8%
	③コスト計（=人件費＋事業費）（千円）			11,000	11,541	22,559	20,579	195.5%
	④事業費財源内訳（千円）	特定財源	国・府補助金					
			地方債					
			受益者負担等			524	607	
		一般財源		11,000	11,541	22,035	19,972	190.9%
	⑤その他考慮すべきコスト	将来発生するコスト（施設・設備・金利等）						

Ⅲ.事務事業の評価と改革・改善策

評価の視点	評　価	評価の判断理由の説明
1　必要性の評価 チェックシートへ移動	○ 1 事業を行う義務がある ◉ 2 事業の必要性が高い ○ 3 事業の必要性が低い	市の個性・特色・魅力を継承・発展・創造し、あるいは市内外へ情報発信することを目的とした事業
2　有効性（顧客の視点）の評価	◉ 1 非常に有効 ○ 2 効果があった ○ 3 あまり効果がなかった	これまでの事業にくわえ、「ＴＯＨＯシネマズセブンパーク天美」で放映する新たなシティプロモーション動画を作成し、シネマ広告として市内外の来訪者に対して市のＰＲを行い、市への注目度を上げることができたと考える。
3　効率性（コストの視点）の評価	◉ 1 向　上 ○ 2 横ばい ○ 3 低　下	コストについては、本事業に「キャラクターPR事業」「観光PR事業」を統合したことにより、事業費が上がっているが、業務効率も上がった。
4　今後の方向性（総合評価）	◉ A　計画どおりに事業を進めることが適当 ○ B　事業の進め方の改善の検討 ○ C　事業規模・内容又は実施主体の見直しの検討 ○ D　事業の抜本的見直し、休・廃止の検討	
5　評価結果に対する所見（事業の総括と課題に対する改革・改善策）	前年度に引き続き松原市観光親善大使flumpoolによるFM802のラジオ番組における市の情報発信や、セブンパーク天美内「TOHOシネマズ セブンパーク天美」における移住定住の促進を目的としたシネマ広告動画の放映等魅力発信を実施することができた。今後については、より市外からの移住・定住に直結するような新規事業の検討を進めていく必要がある。	

令和５年度　事務事業評価シート

事務事業名	広報等発行事業		事務事業コード	31027403	整理番号	228
（予算事業名）						
担当課名	観光・シティプロモーション課	担当係名	広報係	作成日	令和5年7月7日	

Ⅰ.事務事業の概要

1	総合計画上の位置づけ	まちづくりの柱	３　魅力を発信し、市民と共に進めるまちづくり
		基本方針	１０　多様な魅力をつくり、効果的に発信することで行ってみたい・住んでみたい・暮らし続けたい地域をつくります
		施策	２７　まちの魅力の創造・発信
		取組項目	魅力の向上と効果的な発信
	ＳＤＧｓ上の位置づけ	ゴール	（１７）パートナーシップで目標を達成しよう
		ターゲット	17.17
2	事務事業の対象	☑ 不特定の市民　☐ 特定の市民　☐ 不特定の企業・団体　☐ 特定の企業・団体　☐ その他 具体的に（　　）	
3	事務事業の意図（ねらい）	紙媒体を用いて、幅広い世代に市政に関する情報を提供し、市政への理解と関心を促し、市民協働のまちづくりに寄与することを目的とする。	活動指標　指標名（単位）：広報紙市内公共施設・コンビニ等への配布拠点数 算出法：広報紙市内公共施設・コンビニ等への配布拠点数
4	事務事業の内容	・「広報まつばら」は毎月1日発行で、町会を通じて各家庭に配布するとともに、市内公共施設・駅・コンビニ・スーパーなどに配置し、手に取ってもらう機会を増やす。 ・月1回、広報紙とほぼ同じ内容の「声の広報まつばら」、内容の一部を抜粋した「点字広報」を視覚障害者に送付する。 ・広告を掲載し、自主財源の確保に努める。	成果指標　指標名（単位）：広報紙満足度（市民アンケート結果） 算出法：普通評価以上の数値（%）
5	これまでの改革・改善の取組経緯	・広報紙の配布拠点を増やす ・広報紙面にQRコードを入れることで紙面以上に内容を充実させ、わかりやすく伝える工夫を行った。	

Ⅱ.事務事業の業績（指標と投入資源の推移）

指標・投入資源				令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度（目標・予算）	対前年比 R04/R03
1 事務事業指標	有効性	活動指標		101	104	104	110	100.0%
		成果指標		96	96	96	98	100.0%
	効率性	コスト指標	コスト計/活動指標（円）	232,515	241,135	254,721	316,573	105.6%
2 投入資源	①投入人員（人）	正職員		1.30	1.30	1.30	1.35	100.0%
		再任用職員						
		会計年度任用職員						
	②支出内訳（千円）	人件費		8,102	8,041	7,964	8,289	99.0%
		事業費		15,382	17,037	18,527	26,534	108.7%
	③コスト計（=人件費＋事業費）（千円）			23,484	25,078	26,491	34,823	105.6%
	④事業費財源内訳（千円）	特定財源	国・府補助金	537	544	479	431	88.1%
			地方債					
			受益者負担等	2,880	3,200	3,440	2,400	107.5%
		一般財源		20,067	21,334	22,572	31,992	105.8%
	⑤その他考慮すべきコスト	将来発生するコスト（施設・設備・金利等）						

Ⅲ.事務事業の評価と改革・改善策

評価の視点	評　価	評価の判断理由の説明
1　必要性の評価 チェックシートへ移動	◉ 1 事業を行う義務がある ○ 2 事業の必要性が高い ○ 3 事業の必要性が低い	市民にとって必要性は高いが、民間だけでは市全体にとって望ましい質・量を負担することができず、それを補完・先導する事業
2　有効性（顧客の視点）の評価	○ 1 非常に有効 ◉ 2 効果があった ○ 3 あまり効果がなかった	令和4年度市民アンケート「松原市政世論調査」によると広報まつばらの総合的な評価は96.2%（※成果指標は小数点第一位を切り捨てした96%で算定）と前年度より0.5ポイント減少したが、「非常に満足」「まあ満足」の割合が前年度より4.2%上昇している。それゆえ、効果があったといえる。
3　効率性（コストの視点）の評価	○ 1 向　上 ◉ 2 横ばい ○ 3 低　下	物価高騰による紙代の高騰により、事業費が増加し、効率性の低下となったが、広告による財源確保に努めため、特定財源の受益者負担等が前年度比107.5%になった。活動指標は前年と同様であるため横ばいといえる。
4　今後の方向性（総合評価）	◉ A　計画どおりに事業を進めることが適当 ○ C　事業規模・内容又は実施主体の見直しの検討	○ B　事業の進め方の改善の検討 ○ D　事業の抜本的見直し、休・廃止の検討
5　評価結果に対する所見（事業の総括と課題に対する改革・改善策）	配布拠点を増加させるとともに、ホームページに掲載する広報紙を、LINEをはじめとしたSNS等で引き続き周知を行った。 広報紙の掲載内容をより充実させ、市民に伝わりやすく、市民が読みたいと感じる広報紙を作成し、広告の掲載を継続し、自主財源の確保に努める必要がある。	

令和５年度　事務事業評価シート

事務事業名	市政情報提供事業	事務事業コード	31027406	整理番号	231
（予算事業名）					
担当課名	観光・シティプロモーション課	担当係名	広報係	作成日	令和5年7月7日

Ⅰ.事務事業の概要

1	総合計画上の位置づけ	まちづくりの柱	３　魅力を発信し、市民と共に進めるまちづくり
		基本方針	１０　多様な魅力をつくり、効果的に発信することで行ってみたい・住んでみたい・暮らし続けたい地域をつくります
		施策	２７　まちの魅力の創造・発信
		取組項目	魅力の向上と効果的な発信
	ＳＤＧｓ上の位置づけ	ゴール	（１７）パートナーシップで目標を達成しよう
		ターゲット	17.17
2	事務事業の対象	☑ 不特定の市民　☐ 特定の市民　☑ 不特定の企業・団体　☐ 特定の企業・団体　☑ その他 具体的に（　市外の人　）	
3	事務事業の意図（ねらい）	ホームページやLINE配信により、紙媒体にはない速報性のある情報を、広範囲に伝達すること。	活動指標　指標名（単位）：メール配信登録件数（件）/（令和5年～）LINEシステム友達登録者数（人） 算出法：メール配信登録件数/（令和5年～）LINE友達者数
4	事務事業の内容	市政やまちの情報をわかりやすく提供すること（広報紙の満足度を上げていくこと）で、市民に市政への関心と理解を深めていただく。	成果指標　指標名（単位）：市ホームページアクセス数（月平均/ページ） 算出法：グーグルアナリティクス
5	これまでの改革・改善の取組経緯	広報紙（紙媒体）以外での情報発信の必要性が高いことから、特に市民ニーズの高いホームページやFacebook・Twitter・LINE等のSNS、メール配信サービスを充実させてきた。また、より分かりやすく、魅力のあるホームページ構築のため、平成30年度にはホームページシステムのリニューアルを行った。	

Ⅱ.事務事業の業績(指標と投入資源の推移)

指標・投入資源				令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度（目標･予算）	対前年比 R04/R03
1 事務事業指標	有効性	活動指標		1,758	1,782	1,744	11,000	97.9%
		成果指標		178,104	187,384	143,253	206,123	76.4%
	効率性	コスト指標	コスト計/活動指標（円）	6,432	6,363	6,636	1,577	104.3%
2 投入資源	①投入人員(人)	正職員		0.85	0.85	0.90	1.35	105.9%
		再任用職員						
		会計年度任用職員						
	②支出内訳（千円）	人件費		5,298	5,258	5,514	8,289	104.9%
		事業費		6,010	6,080	6,060	9,053	99.7%
	③コスト計(=人件費＋事業費)(千円)			11,308	11,338	11,574	17,342	102.1%
	④事業費財源内訳（千円）	特定財源	国・府補助金				1,155	
			地方債					
			受益者負担等	196	462	420	168	90.9%
		一般財源		11,112	10,876	11,154	16,019	102.6%
	⑤その他考慮すべきコスト	将来発生するコスト（施設・設備・金利等）						

Ⅲ.事務事業の評価と改革・改善策

評価の視点	評　価	評価の判断理由の説明
1　必要性の評価 チェックシートへ移動	◉ 1 事業を行う義務がある ○ 2 事業の必要性が高い ○ 3 事業の必要性が低い	市の個性・特色・魅力を継承・発展・創造し、あるいは市内外へ情報発信することを目的とした事業
2　有効性（顧客の視点）の評価	○ 1 非常に有効 ◉ 2 効果があった ○ 3 あまり効果がなかった	市政に関する情報を市民が必要としていたが、LINEなどの他のSNSの普及により、メール配信の登録者数が伸びなかった。
3　効率性（コストの視点）の評価	○ 1 向　上 ◉ 2 横ばい ○ 3 低　下	活動指標とコストが前年度と同程度であったため。
4　今後の方向性（総合評価）	○ A　計画どおりに事業を進めることが適当 ○ C　事業規模・内容又は実施主体の見直しの検討	◉ B　事業の進め方の改善の検討 ○ D　事業の抜本的見直し、休・廃止の検討
5　評価結果に対する所見（事業の総括と課題に対する改革・改善策）	誰が見てもわかりやすく、魅力のあるホームページを構築し、市政への理解と関心を深めてもらう。 スマートフォンの普及に伴い全世代でのLINEアプリ利用者が増加したことを鑑み、公式LINEの登録者数を活動指標として定め、利便性の向上に努めた。 またFacebook、Twitter、Instagramによる市の情報や市政情報の周知を継続し、登録者数の増加させる。 速報性が求められる情報をホームページ及びSNS等の媒体で、タイムリーかつ総合的に発信できる体制づくりに努める必要がある。	