



4	広報ちがさき等発行事業	2	4.86	一般	49,076,000 49,066,222	28,083,000 14,187,463	5月以降はコロナ対策として広報紙の発行回数を月2回から月1回としたが、特集チラシを年6回臨時で発行し、市政情報を発信し、市民との状況共有を図ることができた。また、広告事務を展開し、広報紙発行に係る経費負担の軽減に繋げることができた。	広報ちがさき発行部数	2,160,000部	1,387,600部	A	変動なし		
5	市ホームページ等管理運営事業	2	0.78	一般	10,868,000 10,478,872	9,005,000 8,997,060	市内外の人に対して、新型コロナウイルス関連情報を始めとした即時性のある情報発信を積極的に行ったことにより、ウェブサイトによる情報取得回数が増加した。	ホームページ訪問数(セッション数)	3,180,000	9,116,356	S	増加		
6	ケーブルテレビ放送用市広報番組制作事業	2	0.54	一般	17,485,000 17,465,699	17,644,000 17,624,926	ケーブルテレビやYouTubeを通して地域や市民活動を伝えることで、市民参加型の番組制作を進めてきた。令和2年度県広報コンクールでは「茅ヶ崎に特化したフリーマガジン Cheeega(チーガ)」が映像部門で最優秀賞に選ばれた。	番組放送回数	52週	52週	S	変動なし		
7	デジタルサイネージ運用事業	2	0.56	一般	1,669,000 1,637,505	1,713,000 1,515,615	来庁者やバス利用者に市政情報を映像を使い案内することができた。特にエレベーターサイネージは多くの課が活用し掲出回数も増えた。バスサイネージは普段来庁しない層に対し市政を周知することができた。	コンテンツの更新回数	135回	258回	S	増加		
8	総合案内等広報一般管理業務	2	2.31	一般	14,888,000 13,912,485	16,631,000 14,941,241	総合案内や庁内放送による周知・広報により、来庁者への利便性の向上に繋がることができた。また、会計年度任用職員および派遣職員の配置により定例的な広報事務を効率的に運営できた。	非常勤嘱託職員等の人数	8人	8人	S	変動なし		
9	外国人への情報提供事業	2	0.30	一般	515,000 513,936	484,000 483,780	令和2年6月から、外国人に向け、多言語情報配信クラウドサービス「カタログポケット」を使い、9ヶ国語10言語で広報紙を配信した。様々な国の方に広報紙が読まれるようになり、市政情報を届けることができた。	広報紙配信回数	5回	10回	S	増加		
10	FM放送用市広報番組制作事業	2	0.32	一般	909,000 908,334	917,000 916,667	地元FM局を活用し、行政・地域、市民活動情報の発信による市民への積極的な情報提供を行った。継続的に市政情報を放送し、新型コロナウイルスの影響で中止や変更となったイベントや事業なども放送した。	番組放送回数	52週	52週	S	変動なし		
11	広報板管理事業	2	0.48	一般	1,686,000 1,633,648	1,599,000 1,359,806	新型コロナウイルスの影響でイベント等が中止になり、掲示物が例年より低下した。広報掲示板の設置場所等の適正化を図りながら、地域の身近な場所に掲示物を掲出し、市民と必要な情報の共有化を図ることができた。	掲示した掲示物の数	200件	161件	S	減少		
12	報道機関への情報提供に関する事務	2	1.21	一般	0 0	0 0	報道機関の媒体を活用して積極的な情報提供を図った。新型コロナウイルスの感染状況についての情報提供が増えたことが要因となり、情報提供件数が増大し、報道機関の媒体で掲載されることが増えた。	年間情報提供件数	310件	402件	S	増加		
13	公共施設等見学会	2	0.00	一般	0 0	0 0	市内公共施設の見学を通して市政に対する理解を深めていただくことを目的に開催してきた。しかし、ここ数年は庁内各課かいでマイクロバスを利用した事業が増加し、車両の確保ができず令和元年度末で事業を中止した。	公共施設等見学会の実施回数	10回	0回	実績なし	-		
14	子育て世代の転入促進事業	3	0.69	一般	5,046,000 5,027,000	6,809,000 5,654,000	市外の子育て世代を主なターゲットに、Webサイトやオンラインセミナーを通じて茅ヶ崎暮らしの情報を発信。湘南への移住の機運の高まりを背景に、ライフスタイルへの共感獲得と転入への興味を喚起した。	事業の実施状況	暮らしのセミナーの開催(3回)	暮らしのセミナーの開催(3回)	B	変動なし		
					R2予算(円)	88,358,000								
					R2決算(円)	68,440,347								

3 実施計画事業(政策的事業(政策的事業のない課はいは一般管理事務等))の総括評価

人工・事務事業費・事務事業指標達成度の結果にかかる分析(Check) / 今後の展望(Action)	
秘書広報課の第4次実施計画の政策的事業の事業数は、14事業である。これらを指標の達成度及び事業の実施効果から見ると、「S」8事業、「A」3事業、「B」1事業、「実績なし」2事業となっている。また、指標の達成状況についても、9事業において80%以上達成できており、3事業については、指標は達成できなかったものの、成果はあがっており、順調に事業が実施できたと考えている。達成度の結果にかかる分析は次のとおり。 ▼ホームページの訪問数は、目標値の318万回に対して286.6%の約911万回であった。前年度と比較しても約1.6倍となっていることから、新型コロナウイルス関連情報を始めとした即時性のある行政情報を得るためにホームページを利用することが定着してきていると考えられる。▼平成28年4月から始めた無料スマートフォン向けアプリ「マチイロ」でも「広報ちがさき」を配信している。令和2年度末時点の広報ちがさき登録ユーザー数は3,866件(前年同期比388件増)となっている。また、令和2年6月からは多言語情報配信クラウドサービス「カタログポケット」を導入し、10言語での広報紙の発信を行った。平成30年度からは市が提供するオープンデータを活用した「マイ広報紙」での配信を実施している。▼市公式Twitterの令和2年3月時点のフォロワー数は20,907である。SNSの発信では、新型コロナウイルス関連情報といった重要情報や、季節感や臨場感のある写真やイベントの記事などで、「いいね」やシェアの数が増加傾向にあることから、今後も茅ヶ崎の「今」を感じさせる魅力ある情報の発信が必要である。また、SNS単体での情報発信のみならず、市ホームページや広報紙等の既存媒体とのクロスメディア展開を行うことで、より多角的な閲覧層の獲得が必要である。▼表彰関係事業については、令和2年度はコロナの影響により式典を実施することはできなかったが、茅ヶ崎市表彰自体は実施し、46人、13団体を表彰することができた。▼姉妹都市交流事業については、民間団体と連携・協力するなかで、過去最大の協力店舗によるホノルルウィークの実施やウィンテージアロハシャツ展の開催、アロハマスクの販売など、コロナ禍においても市民が姉妹都市ホノルルを身近に感じてもらうことで、市民の国際感覚の醸成に寄与することができた。▼子育て世代の転入促進事業はコロナ禍でセミナーの運営手法を変更し、模索しながらの運営となった。今後、オンラインを前提とした上で、どのようなセミナーの運営が効果的かを研究していくことが必要となる。▼職員の時間外勤務に着目すると、総時間で2,440時間、一人当たり年に換算すると月平均18.5時間であった。	

4 Actionにチェックの入った今年度「事務改善」を行う事業

No.	事務事業(事業がない場合は-)	事務改善の内容
	-	-

5 Actionにチェックの入った今年度「休・廃止」を検討する事業

No.	事務事業(検討事業がない場合は-)	休・廃止検討の理由(1事業も検討できない場合はその理由を記載)
3	ホノルル市・郡との姉妹都市提携交流事業 (渡航に係る部分のみ)	新型コロナウイルス感染症の影響により、渡航に対する安全・安心が確保できないため、青少年国際交流事業をはじめ、市や各団体が取り組む現地ホノルルとの直接的な交流(旅費関係)を一時休止。