

施策を構成する事業評価

No.	49	担当課	秘書広報課
-----	----	-----	-------

1. 施策名

基本目標	5	まちづくりに市民と行政が共に取り組むまち【コミュニティ・自助・共助・公助】
政策名	2	まちの元気・魅力が発信されるまちづくり
施策名	1	知名度向上に向けて情報を発信します

2. 重点事業

事業名(中分類)	メディアを利用した情報発信事業		予算事業番号 (予算事業名)	2.1.2.102023(広報広聴費)								
事業指標	情報機関への情報発信件数	現状値 H27	実績値								目標値 R7	達成 状況(%)
		694 回/年	H29	H30	R元	R2	R3	R4	R5	R6	R7	800 回/年
事業概要	菊川市の知名度向上を図り、若者や子育て世代の定住化を促進するためにメディアを利用した情報発信を行う。											
取組内容・結果等(D)	<ul style="list-style-type: none"> 938件の情報発信を行い、テレビで104回の放送、新聞(静岡・中日)で406回の掲載がなされた。前年と比べ、情報発信件数は30件少なかったが、テレビ・新聞で取り上げられた回数は123件増加するなど効果的な情報発信を行うことができた。 広報ホームページ委員会を3回開催し、各課の委員を通じて積極的な情報発信を呼び掛けた。 											
課題・問題点等(C)	取材及び記事の配信などメディアへの情報発信に時間がかかり職員の負担が増している。											
今後の方向性(A)	<ul style="list-style-type: none"> 職員全体の情報発信の意識、スキルをより高いレベルへ引き上げるため、各課の広報・ホームページ委員会を対象とした広報研修を実施する。 マスコミに新しい情報を提供できるよう、ネタの掘り起こしに努め、メディアを通じて元気な菊川市を広く発信していく。 											

3. 基本事業

事業名(中分類)	市長定例記者会見の実施		予算事業番号 (予算事業名)	2.1.2.102023(広報広聴費)								
事業概要	市の施策に関する情報や主要なイベント情報等を、市長から直接発信していただくことにより、マスメディアへの露出を増やし、もって市内外への情報発信力を高めることを目的とする。											
取組内容・結果等(D)	4月・6月・8月・10月・12月・2月の年6回記者会見を行った。市長リリース事項は計22件、情報提供事項は計28件であった。											
課題・問題点等(C)	イベント情報に偏ることなく、市の施策(新規事業や重点事業)に関する市長リリースを増やしていく必要がある。											
今後の方向性(A)	新たな施策の立案、実施等に関する情報を、最適なタイミングで効果的に発信できるよう、各課の情報発信に対する意識を高めていく。											

施策を構成する事業評価

No.	49	担当課	秘書広報課
-----	----	-----	-------

1. 施策名

基本目標	5	まちづくりに市民と行政が共に取り組むまち【コミュニティ・自助・共助・公助】
政策名	2	まちの元気・魅力が発信されるまちづくり
施策名	2	移住・定住に関する情報を積極的に発信します

2. 重点事業

事業名(中分類)	移住・定住推進事業		予算事業番号 (予算事業名)	2.1.2.102151(総合戦略・知名度向上事業費) 2.1.2.102155(総合戦略・菊川市魅力発信事業費) 2.1.2.102023(広報広聴費)											
事業指標	ランディングページ閲覧回数	現状値 H27	実績値										目標値 R7	達成 状況(%)	
			H29	H30	R元	R2	R3	R4	R5	R6	R7				
		H28.2.1 ランディング ページ閲覧開始 のため、 現状値不明	11,149	59,136	3,459									10万回/年	3.5
事業概要	移住・定住促進、人口減少対策に向けた効果的な広報として、主に子育て世代を対象とし、菊川市の魅力を紹介する小冊子の増刷やインターネットを利用した広告など、総合的な広報活動を行い、市の魅力をPRする。														
取組内容・結果等(D)	<ul style="list-style-type: none"> ・7月18日から9月1日の期間に体験型謎解き宝探し「さくんと一緒に菊川の宝物を探し出せ！」を実施した。市内の魅力スポット4か所を周遊しながら謎を解いていくイベントで、謎解き解答者への景品プレゼントには224組751名の応募があるなど、県内外から多くの方が参加し菊川市の魅力を体験してもらうことができた。 ・ランディングページやInstagramで市の自然や風景、行事など市の魅力につながる情報を随時発信したが、Instagramフォトコンテストを実施した昨年度と比べ、ランディングページの閲覧数は10分の1以下と大幅に落ち込んだ。 														
課題・問題点等(C)	<ul style="list-style-type: none"> ・ランディングページの閲覧数が大幅に減少しており、Instagramと連動させ、ユーザーをランディングページに誘導する取り組みが必要である。 ・Instagramのフォロワー数は順調に増加している一方で、離れていくことのないよう、菊川市の魅力を掘り起こし、写真・動画を効果的に使いながら随時発信していく必要がある。 ・市外の人に菊川市に来てもらい、市の良さを直に感じてもらうと共に、市内の人も市の魅力や地域の資源を再認識し、郷土愛が更に深まるような、菊川市のファンを増やす取組が必要である。 														
今後の方向性(A)	<ul style="list-style-type: none"> ・移住定住特設ページの維持管理を行うとともに、フェイスブックやInstagramを通じた若い世代への効果的な情報発信を行う。 ・市民自らがSNSを通じて市の魅力を発信するきっかけづくりとしてSNS写真講座を開催し、市公式Instagramやランディングページと連携した企画を検討する。 														

3. 基本事業

事業名(中分類)	なし	予算事業番号 (予算事業名)	
事業概要			
取組内容・結果等(D)			
課題・問題点等(C)			
今後の方向性(A)			