

# 施策マネジメントシート（令和 6 年度目標達成度評価）

第2次 総合計画 体系	政策 No.	9	政策名	市民みんなが観光ガイド!ひとがひとを呼ぶまち
	施策 No.	1	施策名	情報発信の充実
施策主管課	総合戦略課		施策関係課名	議会議務局・総合戦略課・企画政策課

## 1 施策の目的（①対象③意図）と指標（②対象指標④成果指標）等の推移

①対象 (この施策は、誰、何を対象としているのか)		③意図 (この施策によって対象をどう変えるのか)						
A. 市民 B. 市外の人		A. 必要な情報をいつでも、どこでも入手できる B. 小城市を知ってもらう						
④成果指標 (意図の達成度を表す指標)		単位	数値区分	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	成果指標の達成状況及び要因
1	自分が知りたい市に関する情報を容易に知ることができている市民の割合	%	目標値	67.0	68.0	69.0	70.0	1) 概ね達成。「自分が知りたい市に関する情報を容易に知ることができている市民の割合」は若干減少した。令和6年度実績値は66.6%と目標値の69.0%を下回り、目標を達成することが出来なかった。HPへのアクセス数は前年度とあまり変わっておらず、各種SNSのフォロワー数などは増加傾向にある。減少した要因としては、情報を必要とする方が利用している媒体で必要な情報にたどりついていないことが推測できるので、情報の発信量そのものを増やす必要がある。 2) 概ね達成。実績値が同水準で推移している要因としては、市民の方は、各自で小城市の情報を取得され、小城市の魅力（衣食住等）を十分認識されているものと考えている。ただし、人に伝えるまでのインパクトある情報を共有、提供できていない部分があると推測できる。
			実績値	66.3	69.9	66.6	67.9	
			達成率	99.0%	102.8%	96.5%	97.0%	
2	小城市の魅力を市外の人に伝えたことがある市民の割合	%	目標値	29.0	30.0	31.0	32.0	
			実績値	31.5	31.9	29.8	29.9	
			達成率	108.6%	106.3%	96.1%	93.4%	
3			目標値					
			実績値					
			達成率					
4			目標値					
			実績値					
			達成率					
5			目標値					
			実績値					
			達成率					

## 2 施策（基本事業）の振り返り

基本事業	(施策の目標達成に向けて、どのように取り組んだか。)
わかりやすい情報発信の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>市が行う事業や市民活動団体も含めた行事等を広く市民に伝え、市政やまちづくりに対する理解を深めるとともに市民参加のまちづくりを促す一助とするため、広報「さくら」を全世界に発行した。(月1回/毎月20日発行)</li> <li>市議会の活動内容を市民に広く知ってもらうため、「おぎ市議会だより」を全世界に発行した。(年4回)</li> <li>令和6年10月からLINEを利用したオンライン手続きを開始した。</li> </ul>
多様な情報発信環境の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>市からのお知らせや情報を正確かつ速やかに発信できるよう、HP、SNS、情報アプリ「OgiOgi」、LINE等を活用し、随時、最新の情報を提供できるよう努めた。</li> <li>市報や議会広報紙については、記事へ二次元コードを掲載し、詳細については市HPから閲覧できるよう工夫するなど、多様な情報発信手段の充実を図った。</li> <li>議会中継(ライブ中継・録画中継)においては、インターネット配信やケーブルテレビでの放映を行った。</li> <li>YouTube番組「おぎツクール」においては、CSO、地元高校などの活動に携わる職員や生徒などが自ら出演し、その内容を発信した。</li> </ul>
地域の魅力発信の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>小城市の歴史や観光地などを「おぎまんが」により、方言を交え、絵で伝えることで、地域の魅力をわかりやすく発信した。</li> <li>おぎツクール、おぎぶら等の動画コンテンツを制作し、メディアやSNSを通じて、地域の魅力を市内外に発信しており、おぎツクールは令和5年全国広報コンクールにおいて、佐賀県内で唯一の受賞を果たした。また、「おぎスナップ」と題し、普段の何気ない小城市の風景を切り取った写真をSNS等で発信した。</li> <li>小城市の暮らしや人などを新たな資源として、関係人口の創出や観光人口の増加を図り、市民のシビックプライドを醸成するための取組として、ローカルフォトの地域おこし協力隊を配置し、SNS等で地域情報を発信した。</li> </ul>

## 3 施策の課題（基本計画で掲げた施策の「現況と課題」、成果指標の達成状況を踏まえて、次年度以降に向けた施策の課題）

<ul style="list-style-type: none"> <li>様々な媒体を活用し、多様な情報発信環境の充実を図っているが、市に関する知りたい情報を容易に知ることができている市民の割合は67%程度に留まっている。より容易に情報の取得ができるように、各種SNSから市HPへの誘導、HPの掲載内容をより充実させることが課題である。</li> <li>職員の情報発信に対する意識向上、市としてSNSを意識した発信の戦略が求められている。</li> <li>市の魅力を市外の人に伝えたことがある市民の割合を向上させるためには、よりシビックプライドの醸成を図る必要がある。</li> </ul>
---

## 4 今後の取り組み（課題解決に向けた今後の取り組みの方向性・内容等）

<ul style="list-style-type: none"> <li>情報発信を行う媒体（SNS等）は時代に応じ整理していく。また、各媒体の特性を活かした情報発信に努め、より多くの情報を提供していく。各種情報発信媒体から情報量が充実しているHPへの誘導を図る。</li> <li>LINEについては、手続き機能もあるため登録者数の向上を図り、その他の媒体も登録者の向上を図る。</li> <li>情報発信について、市からの発信だけではなく、地域おこし協力隊を中心にローカルフォトのチームづくりも進め、市民の協力をいただきながら行う。</li> <li>今後においては、小城市からの情報発信を戦略的に行うために、広報戦略プラン策定や庁内での推進体制の整備を行っていく。</li> </ul>
--