

## 第3次行財政改革前期実施計画個票

No

1

基本方針	I 市民協働・官民連携の推進
改革の方向	3 開かれた市政の推進
施策	1 積極的な情報発信

取組項目	2 メディアミックス広報等による情報発信					
現状等	<p>広報紙や市政ビデオ、ホームページ、テレビ、ラジオなどの広報媒体の活用や、報道機関への情報提供により市政情報の発信を行っていますが、ICTの更なる活用による新たな広報手段が求められています。  (H25年度市民意識調査 市民の市政運営関心度 81.1%)  (H25年度 静岡市ホームページ総アクセス数 16,490,828件)</p>					
取組概要	①新たな広報媒体の活用：戦略広報プランの見直しに基づき、近年普及しているスマートフォン等に対応した伝達性、拡散性に優れたSNSなどのICTや、ワイヤーサービスなど多様な媒体を活用し、市民はもとより、市外に向けたより広範囲で効果的な情報発信の手段を検討、実施します。					
効果	情報発信を多様な媒体で広範囲に実施することで、静岡市のイメージの確立及びブランド化が期待できます。					
工程	年度	内容	H27	H28	H29	H30
	計画	①ICT等を活用した新たな広報媒体の活用	△ 媒体の検討	◎ 媒体の活用	⇒ 継続	⇒ 継続
	実績	①ICT等を活用した新たな広報媒体の活用	◎ 媒体の活用	⇒ 継続		
	凡例	△調査・検討    ○一部実施    ◎実施    ⇒継続    ●実績なし    ×中止				
	進捗	①	凡例	①計画より進んでいる    ②計画どおり    ③計画より遅れている    ④実績なし		
取組実績 (具体的な取組内容)	H27	AR、シネアド（映画館作品上映前のCM放送）を新たな広報媒体として活用しました。実績値が計画値に達しなかった理由は、市政の情報発信が不十分であったことが原因と考えられます。				
	H28	AR、シネアドは継続して活用しました。広報媒体の活用方法として、民間放送局（ゴールデンタイム）において3番組を放映しました。市ホームページのアクセス数は計画値を大きく超えたことから、ウェブにおける情報発信は一定の効果を受けました。しかしながら、実績値が計画値に達しなかった理由は、メディアミックス広報として効果的に市政の情報発信ができなかったことが原因と考えられます。				
指標	内容	年度	H27	H28	H29	H30
		計画	80%以上	80%以上	80%以上	80%以上
	市政に関心がある市民の割合 (H25 81.1%)	実績	77.9%	75.8%		
		計画	1,665万件	1,673万件	1,681万件	1,689万件
市ホームページの総アクセス数 (H25 1,649万件)	実績	1,632万件	1,761万件			
	局名	総務局	所管課	広報課		