

第4次行財政改革前期実施計画個票

No.	I-1-1
-----	-------

基本方針	I 人とつながる		
施策	I-1 効果的な情報発信の推進	参考： 方向性	3 積極的な情報発信

取組項目	市公式ウェブサイトの全面リニューアルによる分かりやすい情報の発信					
------	----------------------------------	--	--	--	--	--

現状等	<p>市公式ウェブサイトは平成19年度にコンテンツ・マネジメント・システム「ALAYA」で構築後、利用者の利便性の向上を目的に平成26年度にリニューアルを実施し、現在に至っています。</p> <p>令和3年度時点での利用状況等は次のとおりです。</p> <ul style="list-style-type: none"> 管理ページ数：約26,000ページ、アカウント数：211、 閲覧総数：年間約1,700万ビュー(平成29～令和元年度平均) 訪問者数：年間約1,250万人(平成28～令和元年度平均) <p>また、令和3年度の市民意識調査で「欲しい市政情報が十分に手に入れない理由」を聞いたところ、次の①～③のような評価となりました。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①市公式ウェブサイトが見つらい：21%、 ②市公式ウェブサイトに欲しい情報が載っていない：18% ③市公式ウェブサイトの情報が古い：6% ①+②+③=45% 					
-----	---	--	--	--	--	--

取組概要 (前期計画)	<p>令和5年度にリニューアル作業を行い令和6年度から新ウェブサイトを稼働します。</p> <p>＜リニューアルの方針＞</p> <p>誰もが欲しい情報が掲載されたページに簡単にたどり着くことができるウェブサイト (カテゴリーの見直し、やさしい日本語の適用など)</p> <p>令和5年度 全面リニューアル、公式ウェブサイトの再構築 令和6年度 新システム稼働、新公式ウェブサイトの公開、管理保守開始 令和12年度 公式ウェブサイトリニューアルの検討</p>					
----------------	---	--	--	--	--	--

取組内容 (計画・実績)	年度	R5	R6	R7	R8	R9～12の取組
	計画	◎システム選定 ◎再構築	◎システム稼働、公開 ◎管理保守	→	→	管理保守 リニューアルの 検討
	実績					

凡例	△調査・検討、○一部実施、◎実施、→継続、●実績なし、×中止					
----	--------------------------------	--	--	--	--	--

効果	<p>利用者の利便性の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用者が、欲しい情報が掲載されたホームページに簡単にたどり着くことができるようになる。 ・操作者(職員)が、簡単にホームページを作成することができるようになる。 					
----	--	--	--	--	--	--

指標	年度	R5	R6	R7	R8	大綱最終年度 (R12年度) 目標値
意識調査で「欲しい市政情報が十分に手に入れない理由」に市公式ウェブサイトの不備(①②③)を挙げる市民の割合の低下	計画	—	40%	35%	30%	20%
	実績					

局名	市長公室	所管課	広報課			
----	------	-----	-----	--	--	--

第3次後期実施計画個票No. (継続取組のみ)	—
----------------------------	---

第4次行財政改革前期実施計画個票

No.	I-1-2
-----	-------

基本方針	I 人とつながる		
施策	I-1 効果的な情報発信の推進	参考：方向性	3 積極的な情報発信

取組項目	災害関連情報の伝達体制の強化		
現状等	市民の皆さんが、災害時に安全・安心に避難するには、災害関連情報を速やかに取得することが必要です。災害関連情報の伝達については、(1)ウェブサイトや防災メール、SNSなどで発信しているが、市民からも情報を収集する仕組みや、一元的かつ総合的に発信することが求められている、(2)デジタル弱者を含めた全ての人に伝達できる環境整備が求められている、(3)同報無線が聞き取りにくい、といった課題があります。		

取組概要 (前期計画)	災害時において、市民が災害関連情報を速やかに取得できるよう、デジタル化のメリットを活かした情報発信体制を整備します。 ①一元的な発信のための取組みとして、静岡県「災害時総合情報サイト」の構築、市公式LINEなどでの災害関連情報の積極的な発信を行うほか、これらの周知活動も継続します。 ②避難所で災害関連情報を伝達できる環境を整備する取組みとして、各避難所に大型モニターを設置し、最新の情報を表示します。 ③同報無線を聞き取りやすくするため、令和4年度から令和8年度にかけて、同報無線をアナログ方式からデジタル方式に更新します。デジタル化により、アプリやメール、ウェブサイトへの情報伝達の即時性向上も図ります。		
----------------	---	--	--

取組内容 (計画・実績)	年度	R5	R6	R7	R8	R9~12の取組
	計画	△静岡県「災害時総合情報サイト」構築検討 ◎避難所に災害関連情報発信用の大型モニターを配備 ○同報無線の整備工事の実施(デジタル化一部供用開始)	○静岡県「災害時総合情報サイト」の構築 ◎運用開始(R6.10~) →機器維持管理の継続実施 →整備工事の継続実施	→サイトの改善、周知活動の継続実施 →機器維持管理の継続実施 ◎同報無線の整備工事の実施(デジタル化完了)	→サイトの改善、周知活動の継続実施 →機器維持管理の継続実施 ◎同報無線の整備工事の実施(既存設備撤去完了)	→サイトの改善、周知活動の継続実施 →機器維持管理の継続実施 →設備維持管理の継続実施
実績						

凡例	△調査・検討、○一部実施、◎実施、→継続、●実績なし、×中止					
----	--------------------------------	--	--	--	--	--

効果	各種情報ツールと連携した静岡県「災害時総合情報サイト」と、避難所への災害関連情報配信用の大型モニター配備、同報無線のデジタル化への更新により、市民が、必要な時に多様なルートで災害関連情報を取得できるようになり、市民の安全・安心の確保につながる。					
----	--	--	--	--	--	--

指標	年度	R5	R6	R7	R8	大綱最終年度(R12年度)目標値
①静岡市公式LINE登録者数(R4年末:100,598人) ②避難所における情報発信の運用訓練(9月総合防災訓練・12月地域防災訓練)	計画	①10万5千人 ②年2回実施	①11万人 ②年2回実施	①11万5千人 ②年2回実施	①12万人 ②年2回実施	①14万人 ②年2回実施
	実績					

局名	危機管理総室	所管課	危機管理総室
----	--------	-----	--------

第3次後期実施計画個票No. (継続取組のみ)	—
----------------------------	---

第4次行財政改革前期実施計画個票

No.	I-1-3-1
-----	---------

基本方針	I 人とつながる		
施策	I-1 効果的な情報発信の推進	参考： 方向性	3 積極的な情報発信

取組項目	SNSによる図書館情報の効果的な発信					
現状等	平成29年度に市立図書館独自のアカウントを開設して以来、Twitterからも図書館情報を発信しています。アカウント開設当初は、Twitterは新しい情報発信のツールであったため、発信の数を指標とし、図書館アカウントの周知を目指しました。 その結果、令和4年5月末現在のフォロワー数は2,480人となりました。					
取組概要 (前期計画)	Twitterにより、即時かつ魅力的な情報発信の取組を引き続き行っていきます。ツイート内容は、イベント情報のほかに、図書館司書のおすすめ本や図書館職員の仕事、図書館周辺の自然の話題など、図書館から発信する情報に興味・関心を持ってもらえる内容をツイートしていきます。また、イベントの講師等とのコラボなどTwitter上での企画を今まで以上に充実させ、市立図書館を効果的にPRしていきます。					
取組内容 (計画・実績)	年度	R5	R6	R7	R8	R9~12の取組
	計画	◎実施	→継続	→継続	→継続	継続実施
実績						
凡 例	△調査・検討、○一部実施、◎実施、→継続、●実績なし、×中止					
効果	図書館利用者はもちろん、普段は図書館を利用しないがSNSは活用している人が関心を寄せやすい話題や情報をTwitterで発信することで、多くの方に図書館並びに図書館から発信される情報に対して興味を持っていただき、市立図書館を効果的にPRできます。					
指 標	年度	R5	R6	R7	R8	大綱最終年度 (R12年度) 目標値
フォロワー数年間120人増 ※令和4年度末で2,580人を見込む	計画	2,700人	2,820人	2,940人	3,060人	3,540人
	実績					
局 名	教育局	所管課		中央図書館		
				第3次後期実施計画個票No. (継続取組のみ)		I-3-1-2-7

第4次行財政改革前期実施計画個票

No.	I-1-3-2
-----	---------

基本方針	I 人とつながる		
施策	I-1 効果的な情報発信の推進	参考：方向性	3 積極的な情報発信

取組項目	SNSを活用した消防情報の発信				
現状等	消防局は、新たな情報発信の場として、平成29年12月にFacebookページを開設しました。現在、4年半が経過し、フォロワー数は2,400人を超えており、毎年増加傾向にあります。消防局Facebookページでは、住民の皆様に対して、防火防災意識の高揚を図るとともに、消防の業務等を広く知っていただき、消防行政への理解を深めていただくため、消防の活動、各種イベント等の情報を数多く発信しています。				

取組概要 (前期計画)	<p>Facebookページと合わせて、更なるツールとして広報ビデオを制作し、YouTube等に配信することで、投稿内容や情報発信力を強化し、閲覧される住民の皆様から【いいね】、【コメント】及び【シェア】などのアクションをしてくださる閲覧者の数を増やし、消防行政への更なる理解を深めていただくことに重点を置きます。また、Facebookページ作成にあたっては、消防のことをあまり知らない方に対して、わかりやすい文章表現にすることで消防を理解していただき、様々な業務に関することを投稿することで、幅広い年齢の方に対して、身近で頼れる存在をアピールしていきます。</p> <p>1、Facebookページは、①災害対策に関するもの（各種訓練、資機材の紹介）、②啓発に関するもの（救急車の適正利用、住宅用火災警報器の設置・維持管理）、③職員採用に関するもの（業務紹介、女性職員）を3つの柱とすると共に、各種イベント情報等についても積極的に情報発信します。</p> <p>2、広報ビデオは、毎年度決める重点広報テーマに沿って、企画立案し制作します。制作した広報ビデオは、YouTube等に配信するだけでなく、各所属が主催する講習会や防災訓練等においても積極的に活用していきます。</p>				
----------------	---	--	--	--	--

取組内容 (計画・実績)		R5	R6	R7	R8	R9~12の取組
	計画	<ul style="list-style-type: none"> Facebook投稿数130件 広報ビデオ制作1件 	継続 (新たな媒体併用)			
実績						

凡例	△調査・検討、○一部実施、◎実施、→継続、●実績なし、×中止				
----	--------------------------------	--	--	--	--

効果	多くの住民の皆様には消防局FacebookページとYouTube動画を見ていただき、消防の業務、活動等を広く知ってもらうことで、防火防災意識の醸成が図られるとともに、消防行政への理解と関心が深まることが期待されます。				
----	--	--	--	--	--

指標	年度	R5	R6	R7	R8	大綱最終年度 (R12年度) 目標値
----	----	----	----	----	----	--------------------------

<ul style="list-style-type: none"> Facebookページ、YouTube動画のアクション者数 (いいね、投稿、シェア) 	計画	13,000人	14,000人	15,000人	16,000人	
	実績					

局名	消防局	所管課	消防総務課		
----	-----	-----	-------	--	--

第3次後期実施計画個票No. (継続取組のみ)	I-3-1-2-5
----------------------------	-----------

第4次行財政改革前期実施計画個票

No.	I-1-4-1
-----	---------

基本方針	I 人とつながる		
主要施策	I-1 効果的な情報発信の推進	参考： 方向性	3 積極的な情報発信

取組項目	高校生等との協働による若年層への選挙啓発事業					
現状等	政治や選挙に関する意識の醸成、向上を図るため、選挙啓発ポスターコンクールの実施、成人式でのチラシ配布及び高校生の投票事務をモチーフに静岡市選挙啓発冊子を毎年度発行し、市内すべての高校に配布しています。					
取組概要 (前期計画)	①選挙啓発の実施 ・静岡市内に在住・在学・在勤の若者により構成された静岡市選挙啓発サポーターと連携し、効果的な選挙啓発の方策を検討し、検討結果を具体的な事業として選挙啓発を実施します。（成人式でのチラシ配布等） ・高校生対象には、静岡市選挙啓発冊子を継続して作成しますが、今後も若年層からの意見を取入れた内容によるリニューアルを行い、高校における生きた教材としての価値を高めていきます。					
取組内容 (計画・実績)	年度	R5	R6	R7	R8	R9~12の取組
	計画	→継続	→継続	→継続	→継続	継続実施
実績						
凡 例	△調査・検討、○一部実施、◎実施、→継続、●実績なし、×中止					
効果	選挙・政治に対する意識や関心が向上するほか、選挙啓発において若年層に対する啓発効果が高まることが期待されます。					
指 標	年度	R5	R6	R7	R8	大綱最終年度 (R12年度) 目標値
高校・大学等との協働による 選挙啓発事業の実施数	計画	3回	3回	3回	3回	3回
	実績					
局 名	選挙管理委員会事務局	所管課		選挙管理委員会事務局		
				第3次後期実施計画個票No. (継続取組のみ)		I-1-2-2-6

第4次行財政改革前期実施計画個票

No.	I-1-4-2
-----	---------

基本方針	I 人とつながる		
施策	I-1 効果的な情報発信の推進	参考： 方向性	3 積極的な情報発信

取組項目	低コスト林業推進に資するエリートツリーへの転換に向けた試験植栽の情報発信					
現状等	<p>林業経営を持続するための課題の一つに、新たな植林にかかる初期コストが高いことがあります。行政からも植林に対して補助金を投入しているものの、新たに植林を行う面積は減少傾向にあります。</p> <p>その対策として、生育が早く下刈り等の初期コストの軽減が期待できるエリートツリーと呼ばれる苗木が注目されています。新植苗木のエリートツリーへの転換を進めるべく、市内においてエリートツリーの試験植栽を行っているところであり、試験植栽で得た情報を林業家等へ積極的に発信していくことが必要となります。</p>					
取組概要 (前期計画)	一般的なスギ・ヒノキの中から選ばれた成長の優れたエリートツリーの苗木を市内3地区（静岡地区・清水地区・井川地区）に試験植栽し、そこで得た情報を林業家等へ発信することで、林業家が新植苗木を従来の苗木からエリートツリーへと転換していくことを促進します。					
取組内容 (計画・実績)	年度	R5	R6	R7	R8	R9～12の取組
	計画	維持管理の実施	維持管理の実施	情報発信	継続	
	実績					
凡 例	△調査・検討、○一部実施、◎実施、→継続、●実績なし、×中止					
効果	試験植栽で得た情報の発信により苗木の転換を促進することで、低コスト林業の推進と安定した木材供給体制が確立されます。					
指 標	年度	R5	R6	R7	R8	大綱最終年度 (R12年度) 目標値
民有林における新植苗木のエリートツリーへの転換面積	計画	試験植栽期間	試験植栽期間	苗木転換面積 計0.5ha	苗木転換面積 計1ha	苗木転換面積 計3ha
	実績					
局 名	経済局		所管課	中山間地振興課		
				第3次後期実施計画個票No. (継続取組のみ)	—	

第4次行財政改革前期実施計画個票

No.	I-1-4-3
-----	---------

基本方針	I 人とつながる		
施策	I-1 効果的な情報発信の推進	参考： 方向性	3 積極的な情報発信

取組項目	応急手当普及啓発					
現状等	① 応急手当普及啓発は、ホームページに写真を掲載して文字で説明したり、救急フェアなど各種イベント開催時や、Facebookにて市民へ広報しています。 ② 救急講習受講者の振り返りや再確認の材料は、配布する紙テキストの資料で実施しています。 ③ 救急講習の受講者数が一般市民向け及び学校教育共に伸び悩んでいます。					
取組概要 (前期計画)	① 応急手当普及啓発における広報活動として、SNSを活用してPR動画を配信することにより、救急講習への受講者の増加を図ります。 ② ホームページへの掲載動画には、心肺蘇生法やAEDの取扱い動画を掲載することにより、知識、技術を幅広く普及させるとともに救急講習受講者の振り返りと再確認の材料として活用します。 ③ 公立小中学校を対象とした学校教育に対して、救急講習を従前どおり継続するとともに、私立小中学校に対しても年少期から心肺蘇生法について講習を行っていきます。 ④ 受講者に対し定期的な再受講を促し、質の高い技術を持った人材育成を目指します。					
取組内容 (計画・実績)		R5	R6	R7	R8	R9~12の取組
	計画	企画・動画作成・配信	→継続	→継続	→継続	継続実施・見直し
実績						
凡例	△調査・検討、○一部実施、◎実施、→継続、●実績なし、×中止					
効果	SNSにPR動画を掲載することで受講者を増加させ、更に救命率の向上を目指します。また、受講後でも簡単な振り返りや再確認のツールとして使用を図ります。					
指標	年度	R5	R6	R7	R8	大綱最終年度 (R12年度) 目標値
救急講習受講人数 (令和3年度：学校教育の実施を含む人数 23,000人)	計画	39,000人	39,000人	39,000人	39,000人	39,000人
	実績					
局名	消防局	所管課		救急課		
				第3次後期実施計画個票No. (継続取組のみ)		I-1-2-4

第4次行財政改革前期実施計画個票

No.	I-1-4-4
-----	---------

基本方針	I 人とつながる		
施策	I-1 効果的な情報発信の推進	参考： 方向性	3 積極的な情報発信

取組項目	環境保健研究所の機能強化の推進（情報発信力の強化）					
現状等	現在の環境保健研究所は、狭あい化及び老朽化が著しく、所内には講座等を行うことができる会議室はないことから、施設見学や体験学習により市民が研究所を訪れる機会を設けることが困難な状況です。令和7年度供用開始予定の新環境保健研究所では、「市民に開かれた研究所」を目指し、環境保健研究所が市民生活を支えている施設であるとの理解が進むように、情報発信力を強化していくことが必要です。					
取組概要 (前期計画)	①新環境保健研究所において、検査風景を見学できる見学窓の設置（微生物検査、理化学検査）、施設の見学会等を実施し、研究所の業務内容をPRします。 ②新環境保健研究所の施設において、研究所の測定機器や試薬を使用した公開講座及び体験学習を実施します。 ③市内高等学校等を対象とした学習支援を実施します。					
取組内容 (計画・実績)	年度	R5	R6	R7	R8	R9~12の取組
	計画	△業務内容PRの検討 △公開講座・体験学習会の検討 ○支援内容の協議	△業務内容PRの検討 △公開講座・体験学習会の検討 ◎学習支援の実施	◎業務内容PRの実施 ◎公開講座・体験学習会の実施 →継続	→継続 →継続 →継続	継続実施
実績						
凡 例	△調査・検討、○一部実施、◎実施、→継続、●実績なし、×中止					
効果	環境保健研究所の認知度を高めるとともに、科学に関する学びの拠点として教育・交流事業を推進することで、より科学に対する関心を高め、次世代を担う未来の技術者を育成します。					
指 標	年度	R5	R6	R7	R8	大綱最終年度 (R12年度) 目標値
①公開講座・体験学習等の人数 ②研究所への関心が高まった人の割合	計画	① - ② -	① 10人 ② 70%	① 30人 ② 80%	① 40人 ② 90%	① 50人 ② 100%
	実績					
局 名	環境局	所管課		環境保健研究所		
				第3次後期実施計画個票No. (継続取組のみ)	-	

第4次行財政改革前期実施計画個票

No.	I-1-5
-----	-------

基本方針	I 人とつながる		
施策	I-1 効果的な情報発信の推進	参考：方向性	3 積極的な情報発信

取組項目	しずちカを活用したシティプロモーションの推進					
現状等	<p>JR静岡駅北口地下には、市の取組をパネル展示などで紹介する「しずちカ市政情報発信コーナー」、お茶のまち静岡市PR事業を実施する「しずちカ茶店一茶」、まちかどコンサートなどイベントを実施する「イベントスペース」、市の情報を発信する「大型看板」が設置されています。</p> <p>これらは、現在それぞれが、それぞれの役割に応じて活用されていますが、来静の要衝であり、静岡中心市街地において最も通行量の多いエリアに位置していることから、一体的に活用し、より効果的な情報発信を可能とするためのリニューアルを目指し、令和2年度及び3年度に社会実験を実施、そこから導き出されるリニューアルの方向性とその実現に必要な改修計画を策定、運営・活用方針を検討しています。</p> <p>年間来場者数：令和2～4年度（見込み）平均約114,000人</p>					
取組概要 (前期計画)	<p>令和5年度に地下空間を一体的に活用するための改修工事を実施し、令和6年度から新しずちカ空間として稼働します。</p> <p><リニューアルの方向性> 市内一等地で、市民及び市外からの来訪者に向けて効果的な情報発信を行うことができる情報発信拠点</p> <p>(1) 「お茶のまち静岡市」の情報発信拠点 お茶の魅力を体験できるお茶カフェを常設し、お茶の楽しみ方の提案・需要の拡大を図る</p> <p>(2) 市民に向けた効果的な市政情報発信拠点 テーマに沿ったイベントの実施やお茶・お茶のおともを提供する「企画カフェ」の開設により、市が伝えたい情報を広く市民に発信する</p> <p>(3) 街中の賑わいの創出につながるまち歩きの情報発信拠点 街中のイベント情報の発信や、観光案内所との連携によるまち歩き情報の案内により街中への周遊を促す</p> <p>(4) 事業発展に繋がる事業者の情報発信拠点 商品の紹介や新商品のテスト販売などによる、各業界の底上げ支援を図る</p> <p>令和5年度 改修工事实施、運営計画策定、リニューアル 令和6年度～ 新しずちカ空間運営、運営による効果検証及び見直し 令和9年度～ リニューアルの検証、運営による効果検証及び見直し</p>					
取組内容 (計画・実績)	年度	R5	R6	R7	R8	R9～12の取組
	計画	◎改修工事 ◎運営計画策定 ◎リニューアル	◎運営 ◎運営による効果検証・見直し	→	→	リニューアル・運営による効果検証及び見直し
	実績					
凡 例	△調査・検討、○一部実施、◎実施、→継続、●実績なし、×中止					
効果	<p>市民及び来訪者が「伝わる情報発信」により静岡市の情報（魅力）を受け取り、市の認知度・魅力度の向上に繋がる。</p> <p>静岡市内周遊の起点として回遊・消費活動を促進する。</p> <p>サイネージ広告収入や、カフェ収入、スペースの賃借料により、運営費の捻出及び収益があがる。</p>					
指 標	年度	R5	R6	R7	R8	大綱最終年度 (R12年度) 目標値
しずちカ年間来場者数	計画	52,250人	136,800人	182,400人	228,000人	273,600人
	実績					
局 名	市長公室		所管課	広報課		
				第3次後期実施計画個票No. (継続取組のみ)		—

第4次行財政改革前期実施計画個票

No.	I-1-6
-----	-------

基本方針	I 人とつながる		
施策	I-1 効果的な情報発信の推進	参考：方向性	3 積極的な情報発信

取組項目	首都圏でのシティプロモーションの推進					
現状等	<p>首都圏でのシティプロモーションについては、本市にゆかりのある人が一堂に会する「静岡市交流会」の開催をはじめ、コミュニティスペース「WeWork」を活用したPRイベントの実施など、本市の認知度向上に資する取組を行ってきています。それら取組を通して、本市の魅力発信のサポーターである「静岡市の『いいねえ。』届け隊」の会員拡充に努めていますが、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、ここ数年、会員同士の交流機会が減少するなど、関係の希薄化が課題となっています。</p> <p>※「静岡市の『いいねえ。』届け隊」とは、首都圏等において、静岡市のことを盛り上げてくれる“静岡市のファン”の集まり。（平成27年度創設。令和3年度から店舗単位にも拡充）</p> <p>※令和3年度末現在加入者数（個人及び店舗）：371件</p>					
取組概要（前期計画）	<p>静岡市ファンの拡大、深化に向け、WeWork等イベントスペースにおいて、庁内各課、市内民間事業者等と連携し、時宜に合った本市の魅力を取り上げるなど、これまで以上に訴求力の高いイベント等を実施する。</p> <p>また、会員活動の活性化に向け、会員同士の交流の機会を創出する。</p>					
取組内容（計画・実績）	年度	R5	R6	R7	R8	R9～12の取組
	計画	◎首都圏等でのイベント実施 ◎「静岡市の『いいねえ。』届け隊」の運営	→	→	→	継続実施
	実績					
凡例	△調査・検討、○一部実施、◎実施、→継続、●実績なし、×中止					
効果	<p>イベントの実施や「静岡市の『いいねえ。』届け隊」会員自らの情報発信により、静岡市の認知度を高め、新たな静岡市ファンの獲得、さらには交流人口及び関係人口の拡大につなげることができる。また、会員同士の活発な交流により、主体的な活動意欲を持つ会員が増加し、持続可能な組織運営につながる。</p>					
指標	年度	R5	R6	R7	R8	大綱最終年度（R12年度）目標値
「静岡市の『いいねえ。』届け隊」への新規加入者数（個人及び店舗）	計画	30件	30件	30件	30件	「静岡市の『いいねえ。』届け隊」加入者数（個人及び店舗）500件
	実績					
局名	市長公室	所管課		東京事務所		
	第3次後期実施計画個票No.（継続取組のみ）				I-3-1-2、3	