

整理番号	20003
評価対象年度	令和3年度
編成区分	当初

事務事業評価(事前)シート

提出日	令和3年1月14日
事業担当課	広報広聴課
担当者・内線	菖蒲・2133

《基本情報》

事務事業名	テレビ・新聞等広報費(動画制作)		<input checked="" type="checkbox"/> 新規
			<input type="checkbox"/> 拡大
基本施策	H2 つながりあう地域社会をつくります		
基本施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図	
	多様な主体同士が	お互いの強みを活かした役割分担のもと、いつでも協働の手法を使って、地域課題に取り組んでいる。	
個別施策	H2-2 市民との良好なコミュニケーションを形成します		
個別施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図	
	市民が	いつでも、どこでも、必要な市政情報を入手できる。	

《事業の目的及び現在の取組み概要等》

現状・問題点	市のメッセージが既存媒体での周知では伝わりにくい状況にある
目標(誰(何)をどのような状態にしたいのか)	市民に市からの呼びかけやメッセージなどを効果的に届ける
課題(どういことをする必要があるので)	分かりやすく市のメッセージを届けるために、発信の仕方を工夫する必要がある。

上記の問題点に対して現在行っている事業の有無	有 <b>無</b> ※有の場合は事業概要を添付(委員会資料等)
当該新規・拡大事業を行うにあたり、縮小・統合・廃止する事業	有 <b>無</b> ※有の場合は事業概要を添付(委員会資料等) 新規・拡大事業を行うためには、今までやってきた取組みを検証し、成果や効果が低い事務事業の終了も含めた「選択と集中」に努めることが不可欠です。

《事業の概要》

<p>事業の具体的内容 (対象、事業主体、事業期間、総事業費、事業費内訳等記載)</p>	<p>動画制作(1,320千円) (内容) 伝わりにくいメッセージを、広告の手法を使って、分かりやすく広報するため、動画素材(2テーマ)を制作する。</p> <p>(参考 広報・広告) 広報…利害関係者(市民など)との望ましい関係を築くためのコミュニケーション全般。 →正確に。誤解が無いように。 広告…世の中に商品やサービスを広く知らせ、人の関心を惹きつけること。 →広く世の中に伝わりやすい。情報が限定的。</p> <p>(制作方法) 映像制作などを学ぶ大学・学生への委託(2テーマ) 660千円 大学生と連携し制作させることで、若い世代の感覚で若者にも訴求する動画をつくることができ、また、市の施策やまちづくりの状況を市から直接伝え、企画を練ってもらうことで、大学生自身が長崎市のまちづくりに興味・関心をもったり、長崎で働きたい・住みたいと思ったりするきっかけにする。</p> <p>・スケジュール案 制作期間 6月～11月</p> <p>・テーマ案 長崎の人のやさしさや温かさなどが伝わるような動画(別紙 参考資料 参照) 長崎市が求める職員像を紹介する動画 など</p>
--	--

事業の具体的内容 (対象、事業主体、事業期間、総事業費、事業費内訳等記載)	(活用方法) ・まちなかモニターで放映 ※広告モニターは設置者が企業CMなどを放映し広告収入を得ているが、近年、社会貢献活動の一環として、設置者が放送枠を、市政情報の発信のために、提供するような動きがある。市は放送料の負担なく市政情報を伝えることができ、また設置者は地域貢献活動の一環として市民に有益な情報を提供しながらブランドイメージの向上を図ることなどができることから、官民の連携・協働も活用しながら効果的な発信を行う。 ・大型有料モニター(660千円) ・市主催の会議・イベント等での放映 ・動画共有サイト、SNS、ホームページ等での発信					
業務量の増減	200時間の増					
市民等の参画と協働のまちづくり (取組みに☑をし、その内容を記載)	<input checked="" type="checkbox"/> 情報共有 <input type="checkbox"/> 参画 <input type="checkbox"/> 協働					
事業期間	<input checked="" type="checkbox"/> 単年度 <input type="checkbox"/> 単年度繰り返し <input type="checkbox"/> 期間限定 ( 年度～ 年度 )					
予算額	金額(千円)	国	県	地方債	その他	一般財源
	当年度	1,320				1,320
	総額					
	財源名称					
成果(活動)指標	指標(単位)	市役所からの情報発信に満足している割合				
	年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
	目標値	73.0%	73.5%	74.0%	74.5%	75.0%
	成果指標及び目標値の説明	広告の手法を活用した動画を制作・発信することで、市からの情報がより伝わりやすくなるため、市民意識調査の「市役所からの情報発信に満足している」割合を成果指標とした。令和3年度は73%とする(令和元年度68.7%、平成30年度69.4%)。				

## 評価結果

(1)今後の事業の方向性と理由	
<input checked="" type="checkbox"/> 採択	<input type="checkbox"/> 所管案のとおり <input type="checkbox"/> 事業のやり方改善 <input type="checkbox"/> 事業規模拡大 <input type="checkbox"/> 事業規模縮小 <input type="checkbox"/> 事業統廃合 <input checked="" type="checkbox"/> その他
<input type="checkbox"/> 不採択	<input type="checkbox"/> 企画不十分
<input type="checkbox"/> 一部不採択	<input type="checkbox"/> 企画不十分
(2) 評価会議における指摘事項	
<p>長崎市の考え方やメッセージ等を多くの人に伝えるため、映像を使ったメッセージ性の高い動画を、大学への委託により制作し、まちなかモニターでの放映やイベント等での放映、SNS、ホームページでの発信を行うものである。動画を通じて分かりやすく市の考え等を発信することで、市政への理解が深まることから、事業の実施は適当である。</p> <p>ただし、事業実施に対する意見は次のとおり。</p> <p><b>【市長ヒアリングまでに(予算計上にあたって)整理すべき事項】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事例を参考に、事業の基本的な考え方を分かりやすく示すこと。</li> <li>・シティープロモーション推進事業などの類似事業との違いを分かりやすく示すこと。</li> <li>・今後制作する動画の主なターゲット、内容、大学に委託する理由について、分かりやすく示すこと。</li> </ul>	