

令和7年度 基本施策評価シート

基本施策	H1	市民との良好なコミュニケーションを図ります		
2025年度に めざす姿	対 象		意 図	
	市民が		さまざまな情報を共有することで、市政への関心を高め、信頼関係を築いている。	
第五次総合計画[前期基本計画]基本施策掲載ページ			210ページ	
基本施策主管課名	広報広聴課	関係課名		

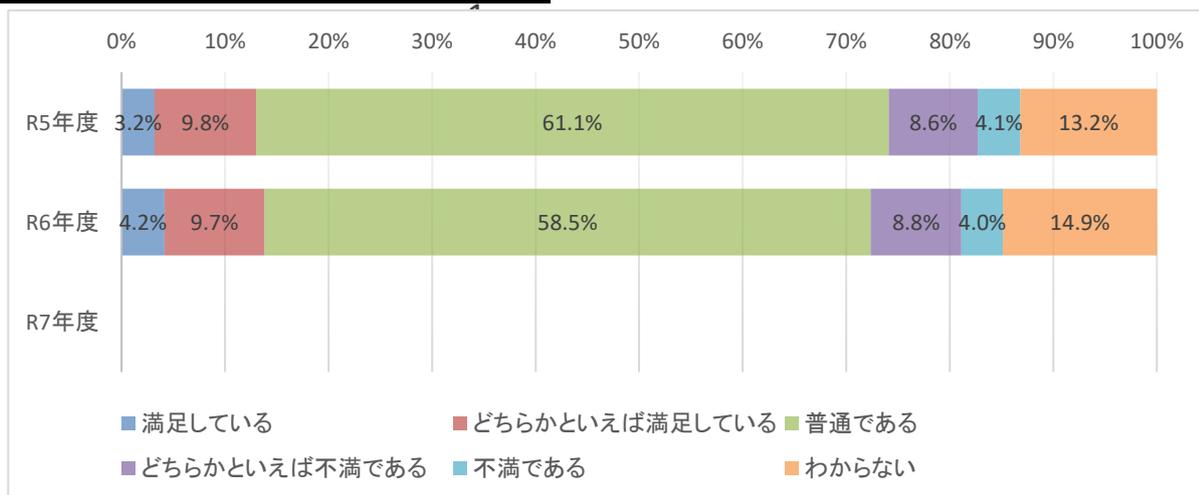
基本施策の総合評価

総括	<ul style="list-style-type: none"> ●基本施策の成果指標である「市政情報に満足している割合」(市民意識調査より)は、70.9%と前年度と比較して2.8ポイント上昇した。 ●「長崎市の取組みについて、市民の声が反映されているか分からないと回答した市民の割合」(市民意識調査より)が、59.0%と前年度より増加しており、市政への関心度が高まっているとは言い難い。 <p>以上を踏まえ、今後の主な取組みは次のとおりとする。</p>
H1-1	<ul style="list-style-type: none"> ●さまざまな媒体を活用し、社会動向の調査・情報分析に基づき、ターゲットに応じた情報発信を行う。また、情報化の進展等を踏まえ、インターネットを通じた情報発信を積極的に行うため、公式ウェブサイトや公式LINEなどの活用に努める。 ●広報戦略の基本姿勢「全員広報」のさらなる浸透を図り、広報力の向上を図るとともに、重点的広報テーマに基づく組織的・戦略的に広報を展開することで、引き続き、情報をわかりやすく効果的に発信する。
H1-2	<ul style="list-style-type: none"> ●市民の声をより広く聴き、その意見を市政運営に反映していくため、広聴制度の有効性など周知を図っていく。

二次評価(施策評価会議による評価)

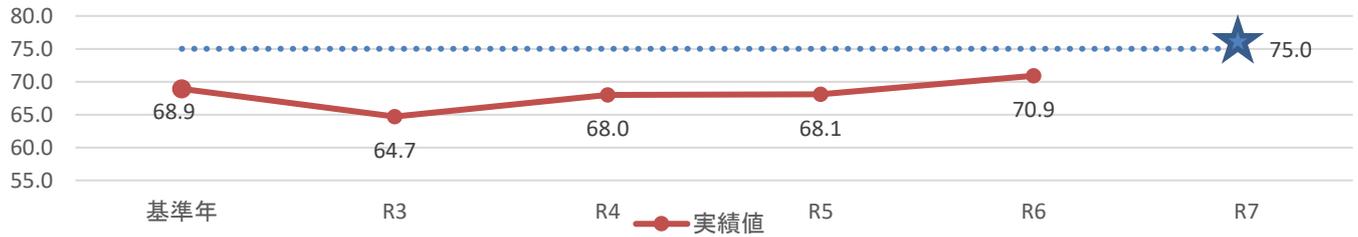
●	【H1-1】 広報戦略については、再度職員への意識啓発をはかるとともに戦略の内容について適宜見直しを検討すること。
●	【H1-1】 「②戦略的・効果的な広報展開」の新たなシティプロモーション「WA!」については、取組みの費用対効果や問題点をしっかり分析・明確化したうえで今後の在り方を検討していくこと。 また、シビックプライドの醸成については、部局を横断した取組みを検討してほしい。
●	【H1-2】 「シンナガサキミーていんぐ」については地域課題や市民ニーズを把握のためだけでなく、市の取組みを市長の口から直接市民に発信する場として活用することを検討してほしい。
●	【H1-2】 「②広聴の取組みの充実・周知」について、市政モニターアンケートによる「実際に利用したことがある」と答えた方の割合が低いことが問題点であるかのように見受けられるが、「不満がないため広聴制度を利用しない」という方も一定数存在していると思われるので、アンケートの設問をもう一段階設けるなど分析を検討すること。また、記載内容に語弊が無いよう修正すること。

基本施策に対する市民満足度調査結果

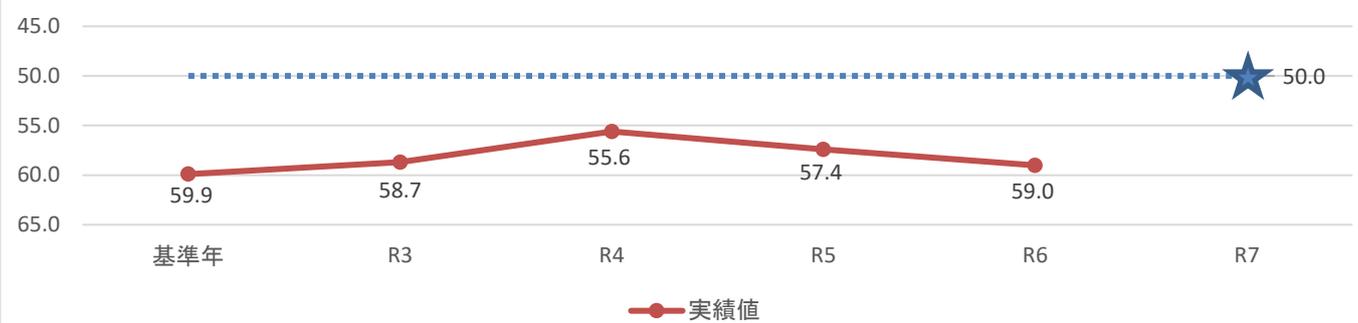


成果指標

指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
市政情報の発信に満足している市民の割合	68.9% (R2年度)	75.0% (R7年度)	64.7	68.0	68.1	70.9	-	▲



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
長崎市の取組みについて、市民の声が反映されているか分からないと回答した市民の割合	59.9% (R2年度)	50.0% (R7年度)	58.7	55.6	57.4	59.0	-	▲



年度別 主な取組内容

R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
<ul style="list-style-type: none"> ・さまざまな広報媒体を効果的に活用した分かりやすい情報発信の結果、市役所からの情報を入手しようとしたことがある市民のうち、入手できた市民の割合の増(対前年度比2.9%増) ・さまざまな手段で広聴に取り組んだ結果、2,520件の市民からの意見、要望、提言等を聴取できた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・さまざまな広報媒体を効果的に活用した分かりやすい情報発信の結果、市役所からの情報を入手しようとしたことがある市民のうち、入手できた市民の割合の増(対前年度比1.8%増) ・さまざまな手段で広聴に取り組んだ結果、3,637件の市民からの意見、要望、提言等を聴取できた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・さまざまな広報媒体を効果的に活用した分かりやすい情報発信の結果、市役所からの情報を入手しようとしたことがある市民のうち、入手できた市民の割合の増(対前年度比0.8%増) ・さまざまな手段で広聴に取り組んだ結果、3,892件の市民からの意見、要望、提言等を聴取できた。 	

令和7年度 個別施策評価シート・まち・ひと・しごと創生総合戦略評価シート

個別施策	H1-1	市民に必要な情報を分かりやすく効果的に伝えます
2025年度に めざす姿	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ている。
個別施策主管課名	広報広聴課	

まち・ひと・しごと創生総合戦略施策

目標／具体的施策

基1・(3)

経済を強くし、新しいひとの流れをつくる／学び、暮らし、楽しむ魅力を高める

成果

① 分かりやすい市政情報の発信

●市民に市政情報を伝えるため、広報紙やテレビ、ウェブサイト、SNSなど、さまざまな広報媒体を効果的に活用して分かりやすい情報発信に努めた結果、市政モニターアンケートによると市役所からの情報を入手しようとしたことがある市民のうち、入手できた市民の割合が、対前年度比で0.8ポイント(95.1%→95.9%)上昇し、令和7年度における目標値を達成した。また、公式ウェブサイトの検索機能を充実するなど誰にとっても使いやすくリニューアルした。

★全世代で普及が進むLINEを活用して効果的に市政情報を伝えるため、アカウントの登録を促す情報発信を行った結果、登録者数が対前年度比で4,708人の増となった。(R7. 3月末登録者数59,349人) また、市公式ラインのリッチメニューを充実させるなど、必要な情報を簡単に入手できるようにリニューアルを行った。

関連する総合戦略施策

基1・(3)

② 戦略的・効果的な広報展開

★シティプロモーション「長崎MIRAISM」で紹介したハード事業の整備が一定完了したことから、令和6年度にリニューアルを行い、「仕事」、「子育て」、「楽しみ」の分野で活躍する人を中心に、長崎で暮らす人と人の繋がりを輪(WA!)とし、ソフト面を重点的に取り上げる「長崎のWA!」をスタートさせた。

関連する総合戦略施策

基1・(3)

●広報のノウハウを活かし、庁内各事業の広報に関する相談を受け付け、延べ66所属、119件の支援を実施した。市民への分かりやすい情報提供を実現するとともに、関係課へ広報戦略の基本姿勢「全員広報」の浸透を図ることができた。

問題点とその要因

① 分かりやすい市政情報の発信

●市公式ウェブサイトや市公式ラインのリニューアルを行い、誰もが、いつでも、どこでも市政情報を入手できるように努めているものの、年代や個人に応じてライフスタイルや情報ニーズが多様化し情報があふれており、市政の情報を必要な人に最適なタイミングで届けることが難しくなっている。

② 戦略的・効果的な広報展開

★新たなシティプロモーション「WA!」は、長崎で暮らす人と人の繋がりを長崎での可能性を紹介し、多くの市民を巻き込みながらシビックプライドを醸成していくこととしていることから、プロモーションを浸透させるまで多くの市民との関わりを要する。

関連する総合戦略施策

基1・(3)

●研修や広報アドバイス業務を通じて、広報戦略の基本姿勢「全員広報」の浸透を図ったことで、職員一人一人の広報意識や広報技術の向上がはかられているものの、まだまだ十分とは言えない。

今後の取組方針

① 分かりやすい市政情報の発信

継続 ●さまざまな広報媒体を活用し、社会動向の調査・情報分析に基づく、ターゲットに応じた情報発信に努める。

改善 ★インターネットを通じた情報発信を積極的に行うため、SNSやショート動画などの新たな媒体や形態を活用し、若年世代へ向けた広報を行う。

関連する総合戦略施策 基1・(3)

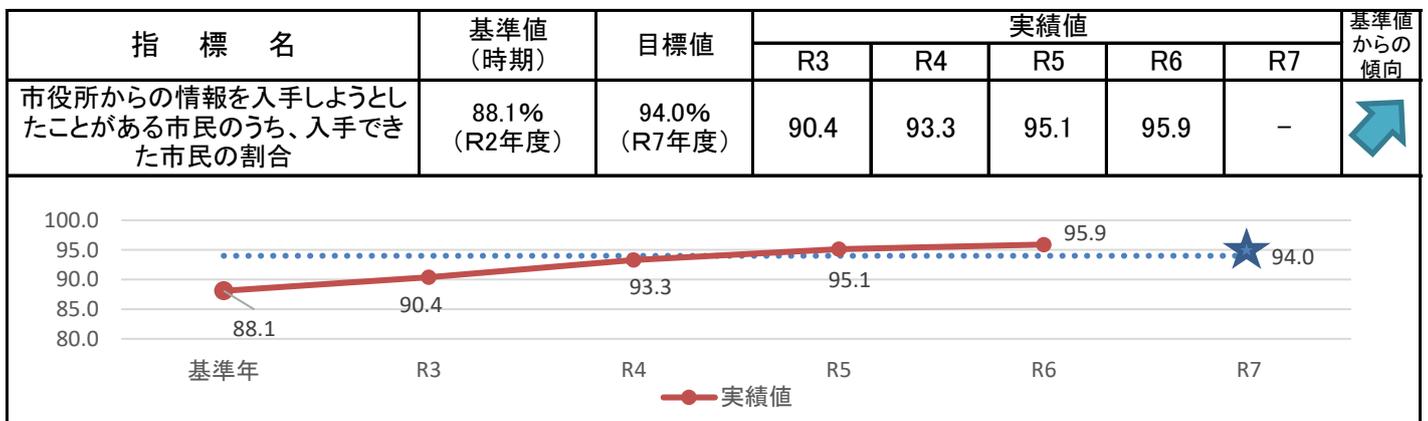
② 戦略的・効果的な広報展開

改善 ★新たなシティプロモーションである「長崎のWA!」により市民のシビックプライドを醸成させるために、R6年度に作成した素材を生かして、積極的に地域に足を運びながら、プロモーションの区切りであるR8年度までに市民への周知・浸透に努める。

関連する総合戦略施策 基1・(3)

継続 ●全庁に対する研修や広報支援業務を継続して実施することで広報に対する意識や技術の向上を図るとともに、重点的広報テーマに基づく組織的・戦略的に広報を展開することで、情報を分かりやすく効果的に発信する。

成果指標



施策を推進する主な事業

事業名 担当課	広報戦略推進費	広報広聴課
成果指標	必要な市政情報入手できた市民の割合	<p>【長崎市広報戦略ブック】</p>
目標値	92.8%	
実績値	95.9%	
達成率	103.3%	
成果指標・ 目標値の説明	長崎市からの情報入手しようとした市民のうち、必要な情報入手できた市民の割合が増えることは、情報入手しやすい環境づくりの成果と考えられるため、入手できた市民の割合を成果指標とした。 市政モニターアンケートにより調査を行い、令和2年度の実績値から毎年度1.2%増を目標とする。	
事業目的	市民が情報入手しやすい環境をつくる	
事業概要	広報戦略に基づき、ターゲットに応じたわかりやすい情報発信や職員の広報力向上などに取り組むとともに、広報戦略の重点的広報テーマに関して、シティプロモーションなどの戦略的な広報を行う。	
取組実績	広報支援：所属数66所属、案件数119件、協議回数246回 新しいシティプロモーション「長崎のWA!」の周知準備：シティプロモーション戦略に基づき、シティプロモーションの展開に向けて、WEBサイトや動画などの広報ツールを制作	
	決算(見込)額	14,600,266 円

2	事業名 担当課	インターネット情報発信事業費		広報広聴課
	成果指標	市ホームページアクセス数		 <p>【市公式ホームページ】</p>
	目標値	25,579,848件		
	実績値	27,549,899件		
	達成率	107.7%		
	成果指標・ 目標値の説明	アクセス件数が増えることにより、市民に広く情報発信していると考えられるため、市ホームページアクセス件数を成果指標とした。前年度の市ホームページ総アクセス件数を目標値とした。		
	事業目的	市民及び世界の人々が、必要な情報をいつでも入手できるようにする。		
	事業概要	インターネットの即時性を活かして、ホームページやSNSで、市民へ必要とする情報を分かりやすく発信する。		
取組実績	ホームページアクセス件数 27,549,899回			
	決算(見込)額		37,998,515	円

3	事業名 担当課	広報紙等発行事業費		広報広聴課
	成果指標	「広報ながさき」の世帯への配布率		 <p>【広報ながさき】</p>
	目標値	76.9%		
	実績値	73.6%		
	達成率	95.8%		
	成果指標・ 目標値の説明	配布率が増えることにより、市民に広く情報発信していると考えられるため、「広報ながさき」の世帯への配布率を成果指標とした。自治会加入率が減少傾向にあるなか、前年度実績を維持することを目標とした。		
	事業目的	制度や催し、取組み等、市政全般の情報を広く市民に伝える		
	事業概要	毎月1回、「広報ながさき」を発行し、市民に分かりやすく情報を提供する。自治会等を通じて各家庭に届けるとともに、郵便局や銀行、コンビニ等に設置する。		
取組実績	・広報ながさきの発行部数 1,802,000部(令和6年度)			
	・声の広報ながさきの利用者数 延べ1,119人(令和6年度)			
	決算(見込)額		55,672,376	円

令和7年度 個別施策評価シート・まち・ひと・しごと創生総合戦略評価シート

個別施策	H1-2	市民の声を聴き、市政に反映します
2025年度に めざす姿	対象	意 図
	市民が	市政に関心を持ち、参画している。
個別施策主管課名	広報広聴課	

成果

① 広聴の取組みの充実・周知

●市民のニーズを的確に把握するため、インターネットやはがき等、さまざまな媒体や手段で受け付けたことにより、合計3,892件(対前年度比255件の増)の市民からの意見、要望、提案等を聴取することができた。

●幅広い年代の皆さんと市長が双方向・対面型で自由な意見交換を行う対話の場「シンナガサキミーティング」を小学校区やテーマ別に34回開催し、昨年度と合わせると、ほぼ全ての小学校区を周ることができ、より細やかに各地域の実情や市民ニーズを把握するとともに、市長が市の取り組みなどを市民に直接伝えることができた。

② 市民の声の共有・公表

●市民からの意見等について、関係課に3,836件の情報提供を行った。また、「市政への提案」に寄せられた意見585件のうち、回答を希望された方に対する回答を265件行い、その内容をホームページで公開したことにより、市の対応状況や考え方を市民に示すことができた。

●シンナガサキミーティングで出された意見を市役所内部で共有し、必要な対応を行うとともに、市民の意見やそれに対する市の対応状況や考え方をレポートにまとめ、参加者への配布や市ホームページでの公開を行ったことにより、市民に示すことができた。

問題点とその要因

① 広聴の取組みの充実・周知

●さまざまな手段でご意見を受ける広聴の窓口を設けており、市政モニターアンケートによると、「広聴制度について知っている」と答えた方は77.2%であるものの、「実際に利用したことがある」と答えた方は16.9%となっている。
「実際に利用したことがない」人の中には、市政に関して意見や要望がない、利用または参加する時間がないなどを理由としている人がいるものの、意見や要望を届ける手段をしらなかったことを理由にしている人もいることから、広聴制度の周知が十分でない。

② 市民の声の共有・公表

●聴取した意見の共有や対応状況の公開を行っているものの、市政モニターアンケートによると「市政運営に市民の声が反映されていると思うか」の問いに61.5%の方が「分からない」と回答しており、市民の声をお聴きしながら市政運営を行っていることについて十分に伝わっていない。

今後の取組方針

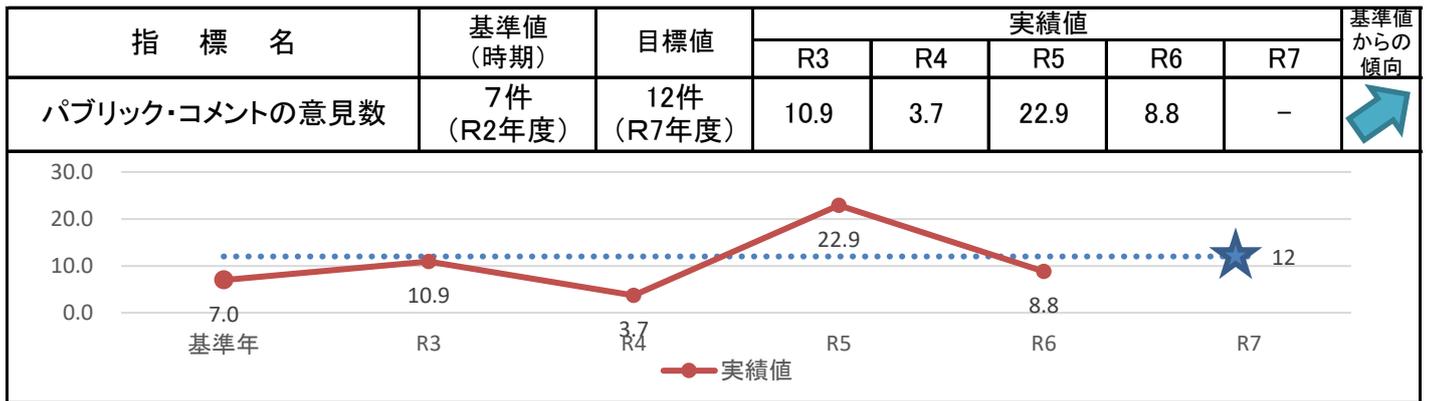
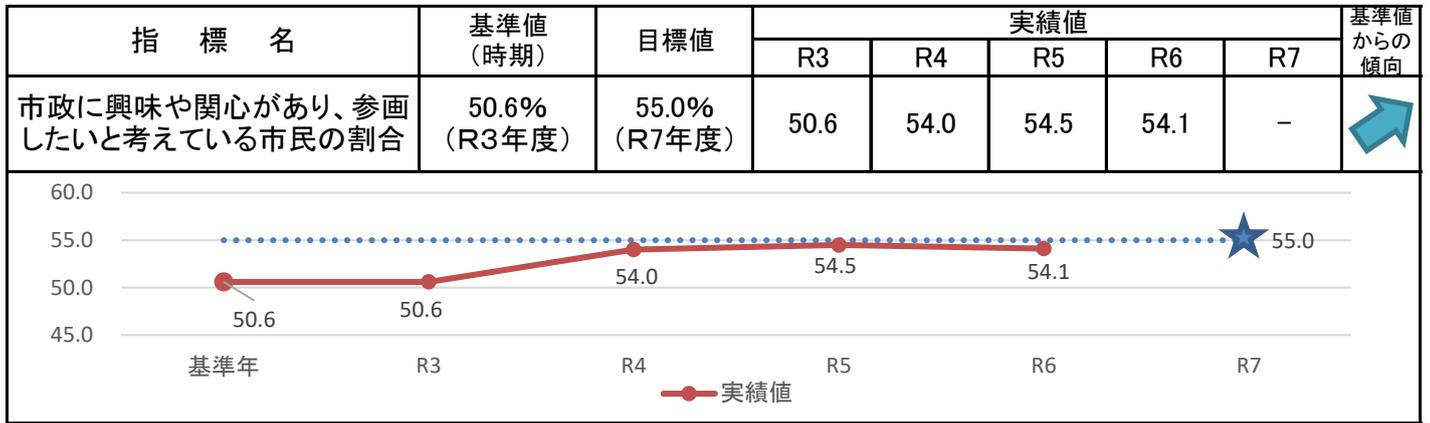
① 広聴の取組みの充実・周知

継続 ●市民の意見や要望、提案等を聴く様々な機会の創出や提案窓口の提供を引き続き行い、広聴の周知を図っていく。

② 市民の声の共有・公表

継続 ●広聴の取組みによりいただいた市民の声について、庁内で共有し、その対応状況等について引き続き広く公表を行い、周知を図っていく。

成果指標



施策を推進する主な事業

	事業名 担当課	市民との対話行事費	広報広聴課
	成果指標	シンナガサキミーティングの参加者満足度	 【シンナガサキミーティングの様子】
	目標値	85.8%	
	実績値	82.0%	
	達成率	95.6%	
1	成果指標・ 目標値の説明	参加者の満足度が高いほど、地域の実情や課題について十分に意見交換できた、また、市の考え方や対応について理解できたと考えられるため、参加者の満足度を成果指標とした。 令和元年度から令和4年度にかけて中学校区で開催した対話行事の参加者満足度が85.8%であったことから、同等またはそれを上回ることを目標とした。	
	事業目的	多様化・複雑化している地域課題や市民ニーズを把握し、今後の市政運営に活かすことを目的とする。	
	事業概要	市長と地域の皆さんが双方向・対話型の意見交換を行う「シンナガサキミーティング」を開催し、本市の現状について相互理解を深め、市政に反映する。	
	取組実績	シンナガサキミーティングの開催 34回(地域別30回、テーマ別4回)	
		決算(見込)額	575,616 円