

南あわじ市 平成 22 年度 事務事業評価シート 新規 継続
(事業 委託 補助用)

I 基本事項

整理番号 73

事業名	南あわじ市ホームページ		予算科目	会計	一般会計・1
担当部課名	総務部 情報課			款	総務費・2款
電話	0799 - 43 - 5003			項	総務管理費・1項
事業分類	<input type="checkbox"/> 義務的(法定)事務 <input checked="" type="checkbox"/> 任意的(自治)事務	法的根拠 (法令、条例、要綱等)		目	文書広報費・2目
南あわじ市総合計画 施策体系	まちづくりの柱	人づくり_知恵あふれ_郷土愛が満ちるまちづくり__			
	まちづくりの目標	大好き_ふるさと南あわじ【郷土愛】			
	施策目標	地域コミュニティや世代間のふれあいを通じ、互いの人権を尊重し、感謝・思いやりのある人を育てる			
該当する事業について「 」を選択		施策的事業	業務委託	負担金補助	

II Plan (計画、事業内容、事業背景)

事業概要	目的	対象(誰を・どのような状況の人に) 市民(対象人数:平成22年3月末現在)	対象人数(人) 52,012
	目的	意図(どのような状態になってもらいたいのか、事業を実施する「本来の目的」を記入) 広報公聴係では情報発信のツールとして広報誌とホームページを管理・作成している。ホームページでは、その即時性を活かし毎月の発行では伝えられない緊急防災やタイムリーな時事情報を発信し、またその特性を活かし紙媒体では伝えることの出来ない情報を動画や音声などで発信することを目的としている。また広報誌の届かない市外の観光客にもイベント情報を発信する手段として用いたり、電子申請による窓口手続きの簡素化を目的としている。	
	実施内容	(何をどのような手段・内容・手順により目的を達成させるのか) 市のホームページ作成支援ソフト「RAKUDA」により、各担当課による情報発信や申請書の掲載を行っている。作られたページがアクセスシビリティに乗っ取ったページであるかを確認しホームページに掲載している。	
	背景	(どのような現状・課題・要望によって事業が実施されるに至ったか、他の自治体の動向など) 旧4町の合併に伴う新市の発足により、新市での情報発信媒体としてホームページを刷新することが求められ、現在の南あわじ市ホームページが作成された。	
	事業実施主体	<input checked="" type="checkbox"/> 市直営 <input type="checkbox"/> 民間・その他 ()	
	事業期間	<input type="checkbox"/> 平成 年度 ~ 平成 年度 <input checked="" type="checkbox"/> 設定なし	
合併協議事務調整内容	(合併前における事業実施団体と合併時における事務調整経緯) <input checked="" type="checkbox"/> 旧緑町 <input checked="" type="checkbox"/> 旧西淡町 <input checked="" type="checkbox"/> 旧三原町 <input checked="" type="checkbox"/> 旧南淡町 <input type="checkbox"/> 旧広域事務組合 <input type="checkbox"/> 新市から 旧4町単位で作られていたホームページを廃止。それに伴い、新市1本でホームページを構築する必要があり、委託業者の選定のためプロポーザル(企画提案協議)を実施し、旧4町の企画担当もしくは総務担当が評価した。総合的な判断によって、最終的に新市のホームページの作成を随意契約でパナソニックSSマーケティング㈱と結び現在のホームページを構築した。		

Ⅲ Do (事業活動・成果、投入資源・コスト)

事業に対する 目標の設定	指標名	市ホームページの月単位のアクセス数					指標単位 数
	指標説明 (指標算出 方法等)	ホームページ作成システム「RAKUDA」による毎月の市ホームページアクセス数のログ解析によって算出する。これによって、インターネットを使って市内外の人がどれだけホームページの閲覧を行っているか確認することができる。					
		平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	
	目標値	140,000	148,000	148,000	149,000	150,000	
	実績値	137,574	146,545	147,047			
	達成度(%)	98.3	99.0	99.4	-	-	
目標値設定 の考え方	アクセス数の多さで市のホームページから市政情報や観光情報などをどれだけの人が見ているか、またホームページの利便性の高さが数値として現れると考えられる。少しでも多くの人からホームページの閲覧をしていただきたいことから、昨年より今年、今年より来年といったアクセス数の増加を期待した目標設定にした。						
資源配分 (インプット)		平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	
	直接事業費 (千円)	1,033	1,176	767	767	483	
	委託料(ホームページ保守管理)	1,033	1,176	767	767	483	
	財源 (千円)						
	国						
	県						
	起債						
	その他			800	400	400	
	一般財源[A]	1,033	1,176	33	367	83	
	人件費(正規職員)[B] (千円)	32,960	30,551	30,879	30,003	30,003	
	平均人件費(1日当り)	30.1	27.9	28.2	27.4	27.4	
	事業量1(事業に要した日数)	365	365	365	365	365	
事業量2(事業に要した人数)	3	3	3	3	3		
年間経費([A]+[B])	33,993	31,727	30,846	30,370	30,086		
「目的」対象人数1人当り経費 (円)	653.6	610.0	593.1	583.9	578.4		
経費に関する 補足説明	平成17年から5年契約でホームページの保守委託料をパナソニックSSマーケティング㈱に支払う。平成20年度ではトップページのカスタマイズをするための委託料、またホームページに掲載するための写真の映像保存用機器の購入。平成22年度はパナソニックSSマーケティング㈱との保守契約期間が終わり、予算計上したものと同社との契約更新を行わず、保守管理委託料は発生していない。平成21年度まで決算額。平成22年度以降当初予算額。						

IV Check (事業の自己評価・一次評価)

		単位	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度			
達成度		%	98.3	99.0	99.4	-	-			
達成度	(事業目標の達成度分析、問題点・課題などを記入。) アクセス数としての目標は、ホームページの市政情報や観光情報のページの更新頻度を増やし、多くの情報を発信することによって、ホームページユーザーの関心を引けるようにする。今年度、対策として、トップページにフォトニュースというページを設けて、イベントなどを紹介するため写真を多く使い、手軽に楽しめるようにしている。周知したいイベントがあるごとに更新を行っていききたい。課題としては今後もたえず情報の更新を行い、最新の情報を発信していききたい。そして、必要な情報は市のホームページに掲載されているという意識をユーザーに持ってもらえるようなものにしていききたい。						自己評価 (5点評価) 4			
	(住民満足度の分析、問題点・課題などを記入。) 昨年11月に行った地域情報化市民アンケート(無作為に質問をした市民5000人に対して調査し有効回答が1715あった)でホームページの満足度を測った結果、「高い」と答えた人が10%で「普通」と答えた人が63%、「低い」と答えた人が27%あった。「低い」と答えた住民の方からは、「知りたい内容の情報が不足している」「文章表現がわかりにくい」などの意見があった。利用頻度についても調査した結果、40%の方がホームページを利用していることがわかった。課題としては、ホームページには行政用語をできるだけ避け、見やすさや読みやすさを重視したものにしていききたい。						自己評価 (5点評価) 3			
効率性		単位	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度			
事業単価		円	653.6	610.0	593.1	583.9	578.4			
効率性	(効率性・コストの分析、問題点・課題などを記入。) ホームページにかかるコストは基本、保守委託費のみである。さらにその保守委託費もホームページに大きなトラブルがなかったということから年々下がっていた。少ない経費で手軽に情報の発信、更新ができるホームページは市としても非常に有効であると考え。ただ今年度保守契約ができなかったため委託費がかからなかったが、トラブルが起こったときのことを考えると今後の対処法を考えなければならない。課題としては、掲載すべき情報が載っていない課もある。ホームページという情報発信のツールを改めて認識してもらい、各担当課のホームページ作成者に掲載すべき新たな情報は、どんどん載せてもらうということを今後も呼びかけていきたい。情報を更新する頻度が多ければ多いほどコストパフォーマンスは上がると考える。						自己評価 (5点評価) 4			
	<table border="1"> <tr> <td>公共性の高低</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> 高</td> <td><input type="checkbox"/> 中</td> <td><input type="checkbox"/> 低</td> </tr> </table>							公共性の高低	<input checked="" type="checkbox"/> 高	<input type="checkbox"/> 中
公共性の高低	<input checked="" type="checkbox"/> 高	<input type="checkbox"/> 中	<input type="checkbox"/> 低							
必要性	(公共性、市民ニーズ、緊急性などを分析、問題点・課題などを記入。) アンケート調査において、「募集情報」「市政情報」「観光情報」の利用頻度が高かった。インターネットを利用することによって、市役所に足を運ばずとも情報収集をすることができるホームページの必要性は高い。また情報の更新も手軽に行え、新着情報としてすぐにホームページを見た住民の方に見ていただくことができる。また緊急の防災情報においてもホームページで情報を載せることができる。課題としては、やはりユーザーが必要としている情報をいかに早く簡単に見つけ出せるかということである。ホームページにはGoogleの検索エンジンを載せているが、トップページの分類別けしている欄から必要なページにたどり着けるようページの構成も変更していくことが必要である。						自己評価 (5点評価) 5			
	<p>自己評価をふまえた現状分析</p> <p>情報化社会においてホームページは必要不可欠であると考え。住民の方がどのような情報を求めているか、またホームページの見やすさ、わかりやすい文章表現を使うという点においては、各担当課のホームページ担当者と調整の上、今後もよりよい情報発信のためのツールとして活用していききたい。業者との保守契約期間が今年度から切れている点についても、ホームページのリニューアルも含め今後の課題として考えていきたい。</p>									
総合評価	<p>評価グラフ</p>									

V Action&Plan (改善の内容及び次年度以降の計画)

	平成23年度にできる改善・改革	平成24年度以降にできる中期的な改善・改革
今後の方向性とその理由	<input checked="" type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 休止・廃止 <input type="checkbox"/> 事業統廃合 <input type="checkbox"/> 予算充実 <input type="checkbox"/> 予算削減 <input type="checkbox"/> 手法見直し	<input checked="" type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 休止・廃止 <input type="checkbox"/> 事業統廃合 <input type="checkbox"/> 予算充実 <input type="checkbox"/> 予算削減 <input type="checkbox"/> 手法見直し
	ホームページ作成システムを更新し、利用者に必要な情報を発信し、アクセス数の増加に努める。	利用者に必要な情報発信を行い、市内に限らず市外からのアクセス数の増に努める。
(現状維持以外の改善方法)		
改善によって期待される効果	効果(アウトカム)面	効果(アウトカム)面
	コスト面	コスト面
(現状維持の場合も記入)	仮に 事業を中止、統廃合した場合に予測される影響(プラス面、マイナス面) 廃止の場合、市のホームページを見ることができなくなり、市政情報や観光情報を市内外に発信できなくなる。	