

令和8年度 事務事業マネジメントシート

1 事業概要			中事業番号		1882									所属コード	061000
政策体系			SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X 推進	手段	意図（目的）		
大綱（取組）	基盤的取組：行政経営効率化 等		17.17	○								・統計リテラシー向上のための職員研修の実施 ・市政見える化データ集の公開数の増加 ・デジタル庁推奨「自治体標準ODS」適用による二次利用可能データ公開数の増加	・統計の有用性を理解し、統計データを活用する能力を高めることで、統計情報提供の質の向上やEBPMの推進を図る。 ・積極的なデータの公開により部局間協業、公民連携、広域連携の推進を通じた地域諸課題の解決、地域経済の活性化を図る。		
施策			17.18												

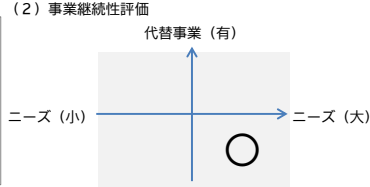
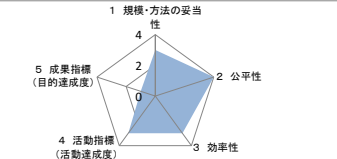
事業開始時周辺環境（背景）			現状周辺環境			今後周辺環境（予測）			住民意向分析		
・平成28年12月14日に公布・施行された「官民データ活用推進基本法」は官民データ活用の推進により、国民が安全で安心して暮らせる社会及び快適な生活環境の実現に寄与することを目的とし、官民データの容易な利用等について規定			・2023年3月31日デジタル庁が「自治体標準オープンデータセット21項目（正式版）」を公表、2023年10月データセット9項目新規追加 ・職員の統計リテラシー向上及びEBPM推進に向けた体制強化を図るため、昨年度に引き続き各所属にEBPM推進リーダー（2025年度実績：116名）を設置し、未来創造課において支援を行う。			・EBPMに加えデータ分析ツール（BIツール）などの活用による「データドリブン」な企画立案や意思決定が求められる。 ・スマートフォン、タブレット端末、SNSの普及等を背景に、多種多様な情報を相互に連携させた新たな価値が生み出される。			・企業進出や移住定住においての検討材料として本市の統計情報が必要である。 ・政策立案等に用いられた公共データの公開により、行政の透明性が図られ、信頼が高まる。		

2 事業進捗等（指標等推移）			まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針	
指標名	指標名	単位	2023年度（令和5年度）		2024年度（令和6年度）		2025年度（令和7年度）		2026年度（令和8年度）		2027年度（令和9年度）		2028年度		中間指標	
			計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	計画	2021年度	最終指標 2025年度
対象指標	郡山市職員	人		2,050		2,063		2,069								
活動指標①	統計研修開催数（他団体提供講座含む）	件	5	5	5	7	5	1	5		5		5			
活動指標②	オープンデータ公開項目数	件	220	285	240	304	280	304	380		480		580			
活動指標③	市政見える化データ公表数	件	100	107	103	122	110	106	115		120		125			
成果指標①	統計研修受講者数	人	400	229	520	538	230	99	230		230		230		200	200
成果指標②	オープンデータサイトアクセス数	件	10,000	4,428	11,000	3,431	30,000	3,933	40,000		50,000		60,000		10,000	10,000
成果指標③	市政見える化データ新規作成数	件	3	7	3	16	5	0	5		5		5		3	3
単位コスト（総コストから算出）	受講者一人あたりのコスト	千円		11		7		27	0.286							
単位コスト（所要一般財源から算出）	受講者一人あたりのコスト	千円		11		7		27	0.286							
事業費		千円		38		67		46	149							
人件費		千円		2,462		3,466		2,613	0							
歳出計（総事業費）		千円		2,500		3,533		2,659	149		0		0		0	
国・県支出金		千円		0		0		0	0				0			
市債		千円		0		0		0	0							
受益者負担金（使用料、負担金等）		千円		0		0		0	0							
その他		千円		0		0		0	0							
一般財源等		千円		2,500		3,533		2,659	149		0		0		0	
歳入計		千円		2,500		3,533		2,659	149		0		0		0	
実計区分			評価結果	新規	継続	拡充	継続	継続								

活動指標分析結果	成果指標分析結果	総事業費（事業費・人件費）分析結果
①6月4日に市主催の集合・オンラインのハイブリット研修（職員向け統計研修）を1回（午前・午後の部）開催したが、昨年度と比較し、国勢調査の対応に多くの労力と時間を割くこととなったため、計画とおりの回数を開催することができなかった。 ②オープンデータ公開の項目数は計画よりも多い状態である。 ③見える化データの公表数は、データ内容が重複しているものを整理したため減少した。	①市開催の統計研修の受講者数は各所属からの出席があり総数97名で、ほかにこおりやま広域圏から2名の職員（須賀川市、田村市）の出席があったが、計画回数の研修を実施できなかったため受講者数の減少となった。 ②オープンデータのアクセス数は若干増えたが、オープンデータサイトのPR、項目の充実を図れなかったため件数に届かなかったと考える。 ③市政見える化データの新規作成がなかった点については、未公表の所属が50％ある状況だが、それら所属に向けた積極的なデータ公表の働きかけができなかったためと考える。	【事業費】 （公財）統計情報研究開発センターからの講師派遣により、研修コストの大きな負担はなかった。 【人件費】 令和7年国勢調査本調査の実施年であったため、統計研修を複数回実施することが出来ず、昨年度に比べ受講者1人あたりのコストは高くなった。

3 一次評価（部局内評価）

(1) 事業手法評価		
1 規模・方法の妥当性		3
2 公平性		4
3 効率性		3
4 活動指標（活動達成度）		3
5 成果指標（目的達成度）		1



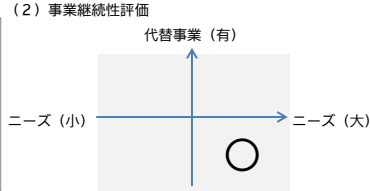
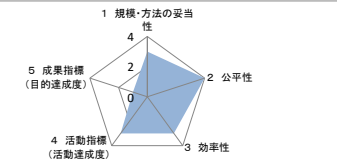
改善	一次評価コメント
令和7年度は国勢調査の本調査の年度であったが、調査員については高齢化などから想定を超えて不足し、市職員を動員するなど調査員確保に困難を極めたこと、調査員の途中交代などで調査活動の支援に多くの労力、時間を割くこととなり、計画どおりの活動が出来なかった。 ○オープンデータの公開項目数の拡充については、庁内への働きかけを行うことができなかったため、項目数を増やすことができず、昨年度と同様の結果となった。 令和8年度はEBPM推進リーダーをはじめとした職員への効果的な統計研修を実施するとともに、各所属へ積極的なデータの公開を行うよう周知徹底を図っていく。 ○市政見える化データの公表数については、類似データの見直しなどにより減少となったが、データ公表を行っている所属は全体の50％にとどまっている状況のため、今後は各所属1件以上公表を行うよう働きかけと支援を行っていく。	

5レシ	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
			○	○	○

気候変動対応	D X (デジタル市役所)	部局間協奏
	○	○

4 二次評価

(1) 事業手法評価		
1 規模・方法の妥当性		3
2 公平性		4
3 効率性		3
4 活動指標（活動達成度）		3
5 成果指標（目的達成度）		1



改善	二次評価コメント
令和7年度は国勢調査対応にリソースを割かれた結果、主要な活動・成果が著しく低迷した。統計研修の開催数は計画5回に対し実績1回のみであり、受講者数も計画達成率43%と、前年度実績から大幅に減少した。オープンデータ公開項目数は計画を達成したが、サイトアクセス数は横ばいであり、サイトのPRやコンテンツ充実について、検討の余地がある。 EBPM推進とデータ活用は行政経営の根幹であり、本事業の必要性は非常に高い。オープンデータは量の拡充だけでなく、利用機会の拡大という「質（成果）」に繋がるPR戦略やコンテンツの充実を図るとともに、庁内関係所属への具体的な働きかけと支援の強化についてそれぞれ見直し必要がある。 なお、今後は国勢調査のような大規模業務の影響を考慮した上で、実施計画を策定すること。	

(参考) 令和7年度カイゼンのための行動計画

令和8年度 事務事業マネジメントシート		段階： 令和7年度実施事業に係る事務事業評価						5966				こおりやま応援寄附金事業				政策開発部	選ばれるまち推進課
1 事業概要		中事業番号		198												所属コード	061700
政策体系		SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X推進	手段	意図（目的）					
大綱（取組）	基盤的取組：行政経営効率化 等	10.4 17.1		4-2							ウェブサイト及び民間運営のポータルサイト等により、税法上の寄附金控除制度並びに返礼品等の情報発信を行う。	ふるさと納税制度の理解を求めるとともに、寄附によるふるさと応援の拡充を図る。					
施策																	

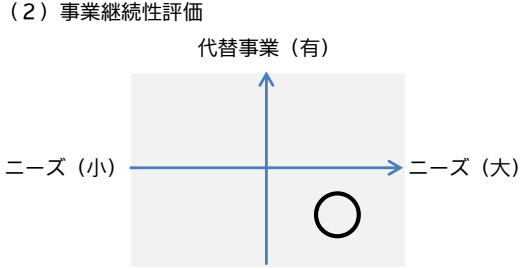
事業開始時周辺環境（背景）	現状周辺環境	今後周辺環境（予測）	住民意向分析
平成20年度の税制改正によって、ふるさとへの思いを寄附金という形で実現した場合に、所得税及び住民税から控除される仕組みが導入された。	平成27年度税制改正によって、寄附金控除枠の拡大や一定要件を満たせば、確定申告が不要となるワンストップサービスが導入され、ふるさと納税が容易となる環境が整備された。 一方、加熱する返礼品競争を是正するべく、総務大臣が基準（募集費用総額5割以下及び返礼割合3割以下かつ地場産品に限定）に適合する地方団体をふるさと納税（特例控除）の対象として指定することとする税制改正や令和7年10月1日からふるさと納税のポータルサイトによるポイント付与が全面禁止となる制度改正が行われた。	ふるさと納税受入額はコロナ渦であった令和元年度より増加の一途をたどっており、メディア露出も増える中で市場が拡大している。このことに伴い、各自治体ではふるさと納税受入額の向上を目的とした新規返礼品の開拓や自治体を応援してもらうプロモーションの展開等の様々な策を講じている。 今後、全国の自治体で積極的な事業展開が進められると考えられる。一方で返礼品の産地偽装等の問題に端を発する各自治体の制度趣旨を逸脱した行動により、国はふるさと納税返礼品に関する関連コストの見直しを進めており、50%を上限とする募集費用総額が段階的に引き下げられ、最終的には40%が上限となる。	寄附金の使い道が、教育・福祉といった分野別からより具体的な事業別へと変化してきている。また、魅力ある返礼品の提供により寄附意欲が高まる傾向がある。

2 事業進捗等（指標等推移）			まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針	
指標名	指標名	単位	2023年度（令和5年度） 計画	実績	2024年度（令和6年度） 計画	実績	2025年度（令和7年度） 計画	実績	2026年度（令和8年度） 計画	実績	2027年度（令和9年度） 計画	実績	2028年度 計画	2029年度 計画	中間指標 2021年度	最終指標 2025年度
対象指標	寄附件数（ふるさと応援寄附金件数＋各課寄附受入件数）	件		6,954		7,844		8,524								
活動指標①	総務省申請返礼品数	品	215	394	300	555	400	672	410		420		430			
活動指標②																
活動指標③																
成果指標①	寄附件数（応援寄附金）	件	5,700	6,954	6,200	7,808	7,000	8,483	7,200		7,400		7,600		1,900	6,100
成果指標②	寄附金額（応援寄附金）	千円	118,000	147,060	128,000	171,573	150,000	194,157	152,000		154,000		156,000		32,300	122,000
成果指標③																
単位コスト（総コストから算出）	寄附件数（応援寄附金）1件あたりのコスト	千円		12		11		12	15		15		15			
単位コスト（所要一般財源から算出）	寄附件数（応援寄附金）1件あたりのコスト	千円		12		11		12	15		15		15			
事業費		千円		72,074		83,398		92,611	98,870		99,870		100,870			
人件費		千円		5,232		6,122		9,258	6,130		6,130		6,130			
歳出計（総事業費）		千円		77,306		89,520		101,869	105,000		106,000		107,000	0		
国・県支出金		千円														
市債		千円														
受益者負担金（使用料、負担金等）		千円														
その他		千円														
一般財源等		千円		77,306		89,520		101,869	105,000		106,000		107,000	0		
歳入計		千円		77,306		89,520		101,869	105,000		106,000		107,000	0		
		実計区分	評価結果	継続	継続	拡充	改善	継続								

活動指標分析結果	成果指標分析結果	総事業費（事業費・人件費）分析結果	
地場産品の基準に基づく選定やポータルサイトの拡充（一休.comふるさと納税やふるさと納税for Good）・見直し（令和8年3月をもって低調だったマイナビふるさと納税を終了）、地域産業との連携強化に加え、カイゼンのための行動計画を着実に実施した結果、昨年に引き続き返礼品の登録種類数が目標値を大きく上回った。	多様な寄附者ニーズに対応した返礼品の増加及びポータルサイトの拡充・見直しにより、寄附申込者数及び寄付金額ともに堅調な伸びを見せ、目標を上回った。	【事業費】 寄附申込者数及び寄附金額の増加に伴い、委託料及び返礼品代等が増加したことから事業費が増加した。	【人件費】 返礼品の登録増加及びポータルサイトの拡充に伴う事務量の増加により人件費が増加した。

3 一次評価（部局内評価）

(1) 事業手法評価			
1 規模・方法の妥当性		3	
2 公平性		4	
3 効率性		3	
4 活動指標 (活動達成度)		4	
5 成果指標 (目的達成度)		4	



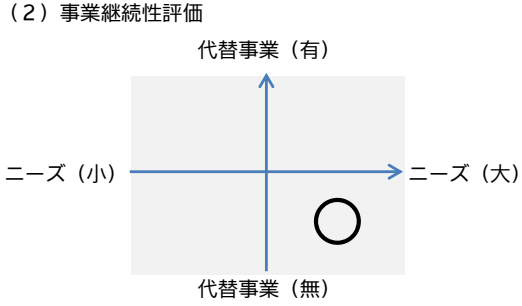
継続	一次評価コメント
	返礼品種類数の増加などにより寄附申込者数は675人の増、寄付金額は22,584千円の増となった。こおりやま応援寄附金事業は令和8年4月1日付組織改編により市民税課から選ばれるまち推進課に業務が移管となった。ふるさと納税受入額増額に向けて、市内企業等への訪問による魅力的な新規返礼品の開拓や中間事業者の見直し検討等を行う。加えて、選ばれるまち推進課ではシティプロモーション推進事業も所管していることから、更なる本市への寄附を誘因するため、シティプロモーションと一体となった宣伝広報を積極的に進める。

5レス	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス (会議レス)
	○	○	○		

気候変動対応	D X (デジタル市役所)	部局間協奏
	○	○

4 二次評価

(1) 事業手法評価			
1 規模・方法の妥当性		3	
2 公平性		4	
3 効率性		3	
4 活動指標 (活動達成度)		4	
5 成果指標 (目的達成度)		4	



継続	二次評価コメント
	令和7年度の活動指標及び成果指標はいずれも目標値を上回った。これは、多様な寄附者ニーズに対応した返礼品の増加やポータルサイトの拡充・見直し、地域産業との連携強化、「カイゼンのための行動計画」の着実な実施によるものと推察される。総事業費は、寄附の件数及び金額の増加に伴い、委託料や返礼品代等が増加したため増加傾向にある。人件費も返礼品登録数の増加とポータルサイトの拡充に伴う事務量の増加により増加した。しかしながら単位コストは、寄附件数も増加しているため、概ね横ばいで推移している。 国による返礼品関連コストの見直し（上限の段階的引き下げ）に対応しながら、市内企業等への訪問による新規返礼品の開拓や、シティプロモーションと一体となった宣伝広報を積極的に進めることで、更なる寄附誘引を図るため、継続して事業を実施する

(参考) 令和7年度カイゼンのための行動計画
(1)具体的なカイゼン策 ①庁内において今後の全庁的な取組み方針を検討するため意見交換会を開催する ②旅行クーポンに特化したポータルサイト等を新たに契約する ③トップスポーツチームに関する返礼品を総務省に申請する (2)カイゼンの明確な時期 ①8月1日に開催 ②8月中旬に「一休.com」と契約。その後「まいふる」と契約。 ③10月中旬に申請する (3)カイゼンのために必要な事項・関係する所属 人事課、行政マネジメント課、未来創造課、財政課、スポーツ振興課、観光政策課、園芸畜産振興課、産業雇用政策課、産業創出課

令和８年度 事務事業マネジメントシート		段階： 令和７年度実施事業に係る事務事業評価					5975	シティプロモーション推進事業				政策開発部	選ばれるまち推進課
１ 事業概要		中事業番号		2072								所属コード	061700
政策体系		SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X推進	手段	意図（目的）	
大綱（取組）	Ⅱ「交流・観光の未来」	12.b 17.17	○	2-1						○	・店舗を問わず住民等がまちづくりに関わる職法を創出し、住民等が参画するプロモーション事業を推進する。 ・ウェブメディア等を通して、本市の認知度・知名度の向上を図るプロモーション事業を推進する。 ・「がくとくんバンドをはじめとしたキャラクタープロモーション活動を展開する。 ・フロンティア大使等の助言・支援をいただきながら、プロモーション事業展開を図る。	市民、民間団体・企業、教育機関、行政がそれぞれの役割に応じた連携を図りながら郡山の魅力を「オール郡山」の体制で発信することで、外部の様々な価値を呼び込み、都市の新たな活力の創出を図り、さらに市民が郡山の魅力を再発見する機会を得ることで、郷土愛の醸成を推進し、将来予想される人口減少や経済縮小などの課題克服を目指す。	
施策	3 たくさんの人が「また来たい」、「住んでみたい」と思えるまち												

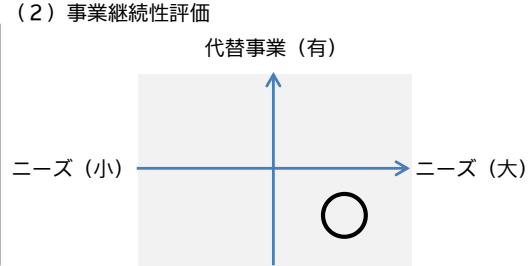
事業開始時周辺環境（背景）	現状周辺環境	今後周辺環境（予測）	住民意向分析
地方都市では、人口減少傾向や中心市街地の衰退などから、これまで以上に都市の活力が求められ、様々な分野において都市の競争力が問われている中で、東日本大震災により都市イメージが大きく低下した。	観光客やインバウンドをはじめ、国内だけでなく国外からの往来が従来状況を取り戻している。コロナ禍によりSNSやオンライン会議等のコミュニケーションスキルが一般化したものの、現実世界での生の体験がより求められるようになったことから、従来からの観光施策やプロモーション施策に加え、積極的なDXの導入が求められる。	国内・国外からの往来がコロナ禍以前よりも増加していることから、積極的な情報発信の拡充に加え、国内旅行者やインバウンドの受入体制の強化が求められる。こうした状況は、シティプロモーションの目的を達成するため、在住者だけでなく来訪者とのより良い関係を構築し、シビックプライドの深化と関係人口創出の契機になることから、DXを積極的に活用し、効果的かつ効率的に情報を発信し、インバウンドを含めた誘客に繋げていく必要がある。	まちの魅力やアイデンティティー等を再認識し、郷土愛や誇りを持つことにつながる風潮がある。住民の中には、まちに関心を持ち、SNS等を通じて情報を共有したり、まちの課題解決を図りながら持続可能な地域づくりを目指したり、プロモーションにつなげたりするなど、自分のまちに何らかの関与をしたいという意欲のある住民が増えている。

２ 事業進捗等（指標等推移）			まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針	
指標名	指標名	単位	2023年度（令和５年度）		2024年度（令和６年度）		2025年度（令和７年度）		2026年度（令和８年度）		2027年度（令和９年度）		2028年度		中間指標	
			計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	計画	2021年度	最終指標 2025年度
対象指標	市民	人		322,515		319,680		317,263								
活動指標①	プロモーション活動回数（市内外）	回	80	60	80	113	80	95	80		80		80			
活動指標②	パブリシティによるメディア掲載回数	回	300	1,401	300	818	300	819	300		300		300			
活動指標③	Instagram更新回数	回	100	93	100	101	100	123	100		100		100			
成果指標①	観光入込客数	人	5,000,000	3,692,220	5,000,000	3,992,984	5,000,000	3,933,037	5,000,000		5,000,000		5,000,000		5,000,000	5,000,000
成果指標②	まちの住み心地（ずっと住み続けたい 市民意見レーダー）	%	55	59	55	58	55	57	55		55		55		55	55
成果指標③	Instagramフォロワー数	人	7,500	8,200	8,000	8,896	8,500	9,762	9,000		9,500		10,000		5,200	5,500
単位コスト（総コストから算出）	観光客1人あたりのコスト	千円		0.015		0.011		0.012	0.008		0.008		0.008			
単位コスト（所要一般財源から算出）	観光客1人あたりのコスト	千円		0.012		0.010		0.010	0.007		0.007		0.007			
事業費		千円		30,321		19,172		22,380	13,571		13,571		13,571			
人件費		千円		24,935		26,406		23,296	24,935		24,935		24,935			
歳出計（総事業費）		千円		55,256		45,578		45,676	38,506		38,506		38,506	0		
国・県支出金		千円		2,836		6,182		3,774								
市債		千円														
受益者負担金（使用料、負担金等）		千円														
その他		千円		8,765		265		1,534	1,539		1,539		1,539			
一般財源等		千円		43,655		39,131		40,368	36,967		36,967		36,967	0		
歳入計		千円		55,256		45,578		45,676	38,506		38,506		38,506	0		
		実計区分	評価結果	継続	継続	拡充	継続	継続								

活動指標分析結果	成果指標分析結果	総事業費（事業費・人件費）分析結果
・学校・団体等民間でのキャラクタープロモーションやがくとくんバンドの出演を通して、キャラクターの認知拡大に取り組んだ。 ・プレスリリース配信会社との協定を締結し、首都圏向けのシティプロモーションに資する情報配信を行い、メディア掲載実績数は計画数と比較し大幅に増加した。 ・Instagramは「#mykoriyama」の投稿をリポストする方法で、市民参加型の仕組みによる魅力発信を図り、更新回数は前年度を上回っている。	・観光入込客数は前年度と同程度の値で推移している。 ・市民のシビックプライド醸成を重視したプロモーションを継続して実施していることから、市民意見レーダーによる「ずっと住み続けたい」という市民の割合は同程度で推移している。 ・SNSを用いた市民参加型のフォトコンテストや、都内での写真展の開催等により、市公式Instagramのフォロワー数が増加しており、市内外に向けた魅力発信につながっている。	【事業費】 令和７年度は、「こおりやまファンクラブリニューアルプロジェクト」や「西田敏行特別企画展」などの新規事業を実施し、市内外へのPR事業を拡充することで、本市の認知度およびイメージの向上を図った。これにより事業費は増加したものの、国の補助金等を活用したことで、一般財源の圧縮に努めた。 【人件費】 令和６年度に実施した市制施行100周年事業の完了や、育休復帰職員の時短勤務実施により、人件費は減少した。

３ 一次評価（部局内評価）

（１）事業手法評価		
1 規模・方法の妥当性		4
2 公平性		3
3 効率性		3
4 活動指標（活動達成度）		4
5 成果指標（目的達成度）		4



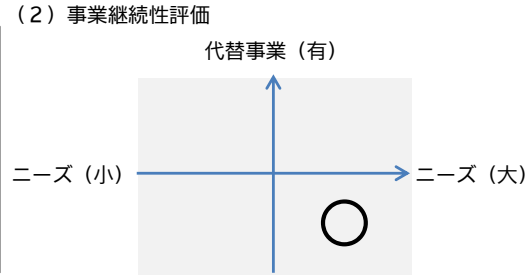
継続	一次評価コメント
継続	市外を対象とする事業は、コロナ禍以前の水準に回復したことから、首都圏等において積極的にプロモーションを実施した。とりわけ、郡山市外の者を対象とした「こおりやまファンクラブ」会員の交流会の開催、特産品の提供等を行う「お届け”こおりやま”」を都内において企画・実施し、多角的なプロモーションにつなげたほか、「郡山市フロンティア大使」として、宇宙関連技術の研究開発に取り組む岩谷氏、芥川賞作家の鈴木氏、俳優・モデルとして活躍する箭内氏の3名に対し、平成7年度の制度創設以来となる複数名の委嘱を行い、市のイメージづくりやPR活動を推進した。 市内を対象とする事業においては、本市出身の俳優、故・西田敏行氏を偲ぶ企画展を実施した。企画展には延べ3万4千人以上が来場し、市民のシビックプライドの醸成に寄与した。 今後も、若年層や首都圏等をターゲットとした事業による集客をさらに強化するとともに、人口減少時代において重要度が増している「関係人口」の創出に向けて、こおりやま広域圏内外を含めたプロモーションを継続して実施する。

5レス	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
	○		○		○

気候変動対応	D X （デジタル市役所）	部局間協奏
	○	○

４ 二次評価

（１）事業手法評価		
1 規模・方法の妥当性		3
2 公平性		3
3 効率性		3
4 活動指標（活動達成度）		4
5 成果指標（目的達成度）		4



継続	二次評価コメント
継続	活動指標はいずれも計画値を上回っており、積極的なシティプロモーション活動の実施がうかがえる。成果指標では、観光入込客数が計画値に達しなかったものの、Instagramフォロワー数は計画値を上回っており、着実に成果を挙げている。 「SNSプロモーションアンパサダー」の積極的な活動により、そのフォロワー数が増加していることに加え、令和７年度は「郡山市フロンティア大使」に20～30代の若者を３名委嘱し、市のイメージづくりやPR活動を推進している。 人口減少時代においては「関係人口」創出の重要性が増しており、本市の魅力を内外に発信し続ける本事業は不可欠である。今後は、若年層や首都圏をターゲットとした集客をさらに強化するとともに、こおりやま広域圏内外を含めたプロモーションを継続して実施する。

（参考）令和７年度カイゼンのための行動計画

令和８年度 事務事業マネジメントシート		段階： 令和７年度実施事業に係る事務事業評価					6594	移住・定住促進事業				政策開発部	選ばれるまち推進課
１ 事業概要		中事業番号		1624								所属コード	067000
政策体系		SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X 推進	手段	意図（目的）	
大綱（取組）	Ⅱ「交流・観光の未来」	8.5 10.7 11.3	○	2-3							市ウェブサイト上に移住・定住ポータルサイトを設置するほか、イベントや都内の移住相談窓口等を活用し、都市住民等へ本市のP Rを図る。	人口減少や少子高齢化、東京圏への一極集中が進む中で、本市への移住・定住人口の増加を図る。	
施策	3 たくさんの人が「また来たい」、「住んでみたい」と思えるまち												

事業開始時周辺環境（背景）	現状周辺環境	今後周辺環境（予測）	住民意向分析
人口減少や少子高齢化に対応し、東京圏への過度な一極集中を是正するため、「まち・ひと・しごと創生法」が施行され、本市においても「人口ビジョン」、「総合戦略」を策定した。	国においては、2025年6月に「地方創生2.0基本構想」が取りまとめられ、その中で「人口規模が縮小しても経済成長し、社会を機能させる適応策を講じていくことや、若者や女性にも選ばれる地域づくりを行う」ことが掲げられている。 本市では2026年3月に総合計画と併せて人口ビジョンが改訂され、「若年層の社会移動率ゼロ」「2035年において人口30万人以上を維持する」ことを目標とした。	国の「地方創生2.0」の5本柱の1つとして、「人や企業の地方分散～産官学の地方移転、都市と地方の交流等による創生～」が掲げられており、「政府関係機関の地方移転」「本社機能の地方分散」「ふるさと住民登録制度の創設」「都市部人材の地方での活用促進」「地方移住の更なる促進・二地域居住の促進」が施策の方向として示されており、今後も東京圏からの地方移住を促進していくことが求められる。	各分野における有識者で構成する「郡山市総合戦略有識者懇談会」において、移住定住の促進について意見をいただいていることから、人口減少・少子高齢化社会の中にあっても、市民生活や企業活動をはじめ、あらゆる分野において持続的發展を遂げるまちづくりを推進するため、移住定住促進の重要性は認知されているものとする。

２ 事業進捗等（指標等推移）			まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針	
指標名	指標名	単位	2023年度（令和５年度）		2024年度（令和６年度）		2025年度（令和７年度）		2026年度（令和８年度）		2027年度（令和９年度）		2028年度		中間指標	最終指標
			計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	計画	2021年度	2025年度
対象指標	都市住民等（東京圏住民×30％）	千人		11,296		11,296		11,296								
活動指標①	イベント出展回数	回	4	2	2	3	2	3	2		2					
活動指標②	地域おこし協力隊員数	人	4	2	3	2	3	2	3		3					
活動指標③	移住相談者数	人	100	264	110	209	120	226	130		130					
成果指標①	イベント出展ブースへの来場者数（オンライン閲覧者数含む）	人	250	56	40	61	40	59	40		40				250	40
成果指標②	移住者アンケート・移住相談により把握している本市への移住者数	人	100	436	260	483	260	559	260		260				80	260
成果指標③	移住・定住ポータルサイトの閲覧数	回	54,000	34,115	40,000	38,483	40,000	37,413	40,000		40,000				52,000	40,000
単位コスト（総コストから算出）	移住者1人あたりのコスト	千円		188		174		122	283		283					
単位コスト（所要一般財源から算出）	移住者1人あたりのコスト	千円		112		85		62	131		131					
事業費		千円		69,884		73,001		58,184	60,365		60,365					
人件費		千円		11,576		10,832		10,007	12,398		12,398					
歳出計（総事業費）		千円		81,460		83,833		68,191	72,763		72,763		0	0		
国・県支出金		千円		33,150		43,200		33,300	35,562		35,562					
市債		千円														
受益者負担金（使用料、負担金等）		千円														
その他		千円														
一般財源等		千円		48,310		40,633		34,891	37,201		37,201		0	0		
歳入計		千円		81,460		83,833		68,191	72,763		72,763		0	0		
		実計区分	評価結果	拡充	継続	継続	継続	拡充								

活動指標分析結果	成果指標分析結果	総事業費（事業費・人件費）分析結果
・デジタル化の進展によるテレワークの普及や「働き方・暮らし方」に関する意識・価値観の変容等により、地方移住への関心が全国的に高まっている現状にあることから、本市においても広域圏移住体験ツアーの開催や各移住相談会への参加を通じて移住希望者へのPRを行い、移住相談者数が増加した。	・県主催の移住相談会「くらし&しごとフェア」では本市のブースが3年連続相談件数1位（R7:30件）であることから、移住者希望者の本市への関心は高い状況にある。実際に移住者数も増加傾向であることから、引き続き多くの方に興味関心を持ってもらえるようPRを実施する。 ※移住者：転勤・進学以外の理由で本市に転入し、5年以上居住する意思を有している者	【事業費】 ・補助交付金の減（UIJターン移住支援金▲13,200千円） ・地域おこし協力隊卒隊（R7.11.30付）による事業費の減（▲1,223千円） 【人件費】 担当職員数の変更（R6：3名→R7：2名）による減（▲825千円）

３ 一次評価（部局内評価）

（１）事業手法評価			
1 規模・方法の妥当性		3	
2 公平性		4	
3 効率性		4	
4 活動指標（活動達成度）		4	
5 成果指標（目的達成度）		4	

（２）事業継続性評価			
	代替事業（有）		
ニーズ（小）			
ニーズ（大）			

継続	一次評価コメント
	国において、人口減少・少子高齢化社会への対応の一つとして、主に東京圏から地方への移住を促進しているところであるが、本市においても令和6年度に引き続き、「移住体験ツアー」を実施するとともに「移住支援金」、「地域おこし協力隊」制度の活用、専用ポータルサイトやその他WEB媒体による魅力発信を強化した結果、移住者数は令和6年度と比して約15%増加した。 テレワークの普及や「働き方・暮らし方」に関する意識・価値観の変容等により、地方移住への関心は引き続き高い傾向にあることから、財源の有効活用や事業の広域圏での展開を念頭に、既存事業の強化を図るとともに、シティブロモーションとの連携や転出者へのアンケート調査など、移住・定住や関係人口構築の推進に向けた効果的な事業展開の検討を進める。

5レス	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
	○				○

気候変動対応	D X (デジタル市役所)	部局間協奏
	○	○

４ 二次評価

（１）事業手法評価			
1 規模・方法の妥当性		3	
2 公平性		4	
3 効率性		4	
4 活動指標（活動達成度）		4	
5 成果指標（目的達成度）		4	

（２）事業継続性評価			
	代替事業（有）		
ニーズ（小）			
ニーズ（大）			
	代替事業（無）		

継続	二次評価コメント
	活動指標は概ね計画値を達成しており、特に移住相談者数は計画値を大幅に上回っている。成果指標についても、移住者数が増加傾向にあり、県主催の移住相談会「くらし&しごとフェア」では3年連続相談件数1位であることから、地方移住者からの関心度の高さが確認される。 また、総コスト圧縮と移住者増加の相乗効果により、単位コストは低下しており、効率的かつ効果的に事業が実施されていることがうかがえる。 国の「地方創生2.0」の方向性とも合致しており、既存事業の強化、シティブロモーションとの連携など、移住・定住や関係人口構築の推進に向けた効果的な事業展開を今後においても継続して実施する。

（参考）令和７年度カイゼンのための行動計画

令和8年度 事務事業マネジメントシート

1 事業概要		段階： 令和7年度実施事業に係る事務事業評価				10003	デジタルファースト推進事業				政策開発部	D X戦略課
		中事業番号		74							所属コード	062000
政策体系		SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X推進	意図（目的）	
大綱（取組）	基盤的取組：行政経営効率化 等	8.4 9.1 9.4	○	1-1						○	・オンライン申請手続きの拡充 ・マイナポータルの拡充 ・インターネットによる行政サービスの提供が可能なシステムの運用	
施策											マイナナンバーカードの普及を推進し、それに伴う公的個人認証サービスを用いた本人確認の手段を利用して、行政手続きの100%オンライン化の実現、キャッシュレス決済の推進を行うことで市民の来庁時間や来庁機会の削減を図り、市民の利便性の向上を図る。	

事業開始時周辺環境（背景）		現状周辺環境		今後周辺環境（予測）		住民意向分析	
国のデジタルガバメント実行計画やそれに基づく自治体DX推進計画及びデジタル手続法において、行政サービスの「デジタルファースト」、「ワンストップ」及び「コネクテッド・ワンストップ」の3原則が定められ、市区町村において、デジタル化が加速化することが見込まれる。		国の自治体DX推進計画に基づく自治体DX計画に示されている重点取組事項として、「マイナナンバーカードの取得支援・利用の推進」、「自治体フロントヤード改革の推進」が掲げられている。		自治体DX推進計画における重点取組事項である「自治体の情報システムの標準化・共通化」については、2025年度末までに国の標準仕様に準拠したシステム移行が概ね完了した。これにより、今後は標準化された環境下でさらなる手続のオンライン化が進展するものと考えられる。また、マイナナンバーカードは市民生活に広く浸透し、健康保険証との一体化や運転免許証との統合など、活用の幅が広がっている。マイナポータルを通じた公的給付や行政サービスのデジタル化は、国の施策として今後も強力に継続される見込みである。社会全体のデジタル化は一過性の動きではなく、定着・深化のフェーズに移行しており、市民の利便性向上に直結する本事業の重要性は、今後益々高まっていくことが想定される。		2025年度に実施した「まちづくりネットモニター」の結果、行政サービスのデジタル化が進んでいると実感する割合は43.8%（前回比15.9ポイント増）に達し、また、今後重点的に推進すべき施策として「オンラインによる各種行政手続」が最多となるなど、簡単な操作で、時間や場所を問わず利用できる利便性の向上を求める声が主流となっている。	

2 事業進捗等（指標等推移）			まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針	
指標名			2023年度（令和5年度）		2024年度（令和6年度）		2025年度（令和7年度）		2026年度（令和8年度）		2027年度（令和9年度）		2028年度		中間指標	
			計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	計画	2021年度	最終指標
対象指標	市民	人		322,515		319,680		317,263								
活動指標①	マイナポータルを用いた延べ申請手続き数	件	30	28	30	55	30	57	60		60					
活動指標②	オンラインによる電子申請手続き数（上記以外）	件	642	453	669	685	1,728	927	710		740					
活動指標③	キャッシュレス決済導入施設数	施設	52	52	58	58	58	58	58		58					
成果指標①	マイナナンバーカードを利用したコンビニでの証明書等発行件数	件	30,000	69,940	55,000	77,934	65,000	84,991	80,000		80,000				8,000	65,000
成果指標②	オンライン申請件数	件	291,289	291,289	300,000	316,799	350,000	336,815	350,000		350,000				31,500	65,000
成果指標③	キャッシュレス決済の利用件数	件	40,000	46,800	70,000	57,356	84,000	67,619	70,000		70,000					84,000
単位コスト（総コストから算出）	電子申請及びキャッシュレス決済1件当たりのコスト	円		155		178		173	174		174					
単位コスト（所要一般財源から算出）	電子申請及びキャッシュレス決済1件当たりのコスト	円		155		163		173	174		174					
事業費		千円		39,131		50,496		51,885	52,000		52,000					
人件費		千円		13,277		16,175		17,933	18,000		18,000					
歳出計（総事業費）		千円		52,408		66,671		69,818	70,000		70,000		0	0		
国・県支出金		千円				5,818										
市債		千円														
受益者負担金（使用料、負担金等）		千円														
その他		千円														
一般財源等		千円		52,408		60,853		69,818	70,000		70,000		0	0		
歳入計		千円		52,408		66,671		69,818	70,000		70,000		0	0		
		実計区分	評価結果	継続	改善	拡充	継続	継続								

活動指標分析結果		成果指標分析結果		総事業費（事業費・人件費）分析結果	
市民が来庁せずに目的を達成できる「スマホ市役所」の実現に向けて、情報システム面やキャッシュレス決済環境の整備は完了している。「オンラインによる電子申請手続き数」は計画値に達しなかったものの、「令和7年度カイゼンのための行動計画」に基づき、申請件数の多い手続の優先的なオンライン化や各所属への伴走支援等を推進した結果、オンライン手続数は大幅に増加した。今後は、現行法制度上オンライン化困難な手続の法改正等を関係機関へ要望するとともに、費用対効果等を考慮した行政手続の「原則オンライン化」をさらに推進する。		マイナナンバーカードの普及に伴い、公的個人認証サービスを活用した「マイナナンバーカードを利用したコンビニでの証明書等発行件数」が引き続き増加している。また、「キャッシュレス決済の利用件数」は計画値を下回ったものの、前年度比で増加しており、2025年度のキャッシュレス決済比率は33.2%に達した。オンライン申請については、利用頻度の高い手続を優先的に推進した結果、手続数の35.3%増に対し、申請件数は2.8%増となっている。これらの取り組みは「スマホ市役所」の実現及び市民の利便性向上に寄与している。		【事業費】 前年度と比較して事業費が1,339千円増加したが、メタバース環境の利用等によるものである。 ・メタバース内「バーチャルこおりやま」利用 1,320千円	
				【人件費】 添付書面等の省略を可能とする「郡山市行政手続等における情報通信の技術の利用に関する条例」等の改正や、「令和7年度カイゼンのための行動計画」に基づき、行政手続オンライン化に向けた伴走支援を実施したことに伴い、業務量が増加した。	

3 一次評価（部局内評価）

(1) 事業手法評価		(2) 事業継続性評価	
1 規模・方法の妥当性	4	代替事業（有）	
2 公平性	3	ニーズ（小）	
3 効率性	3	ニーズ（大）	
4 活動指標（活動達成度）	4		
5 成果指標（目的達成度）	4		

4 二次評価

(1) 事業手法評価		(2) 事業継続性評価	
1 規模・方法の妥当性	4	代替事業（有）	
2 公平性	3	ニーズ（小）	
3 効率性	3	ニーズ（大）	
4 活動指標（活動達成度）	4		
5 成果指標（目的達成度）	4		
		代替事業（無）	

継続	一次評価コメント
行政手続オンライン化に向けた施策について、条例改正や各所属への伴走支援を重点的に実施した結果、「電子申請手続き数（上記以外）」は685件から927件に増加しており、申請件数も増加するなど、施策の効果が表れている。 また「キャッシュレス決済利用件数」は計画値を下回ったものの前年度比で増加しており、2025年度の決済比率は、国が2025年までの目標として掲げる40%に対し33.2%まで上昇した。これらは「スマホ市役所」の実現に向けた基盤として、市民の利便性向上に大きく寄与している。 今後は、これらの取り組みを全庁的に継続し、DX郡山推進計画2026-2029で掲げるビジョン「デジタルで未来を拓く 持続可能なこおりやま」の実現を目指した施策を推進する。	

継続	二次評価コメント
令和7年度は申請件数の多い手続の優先的なオンライン化や各所属への伴走支援等を推進した結果、オンライン手続数は大幅に増加した。成果指標についても、前年度と比較して着実に増加しており、市民の利便性向上に寄与している。 本件はDX郡山推進計画2026-2029で掲げるビジョン「デジタルで未来を拓く 持続可能なこおりやま」実現のための基盤的取組であることから、今後においても継続して事業を実施する。	

5レス	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
	○	○	○		

気候変動対応	D X (デジタル市役所)	部局間協賛
	○	○

(参考) 令和7年度カイゼンのための行動計画

令和8年度 事務事業マネジメントシート

1 事業概要			中事業番号		75											所属コード	062000
政策体系			SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X推進	手段		意図（目的）			
大綱（取組）	基盤的取組：行政経営効率化 等		8.5 9.1 9.4	○	1-4						○	AI、RPA等の新たなICTを活用し業務効率を向上させる。また、セキュアな専用回線（閉域ネットワーク）を利用したテレワークを行う。既に導入しているWeb会議システムの活用を図る。		業務効率化による市民サービスの向上 紙媒体の持ち出しによるセキュリティリスクの低減 外出先からのメール確認や議事録作成を可能とすることによる、業務効率の向上 Web会議システムを活用した「こおりやま広域圏」での情報共有による検討機会の向上			
施策																	

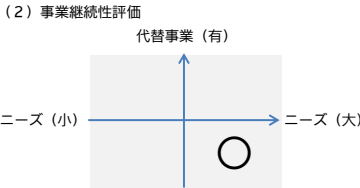
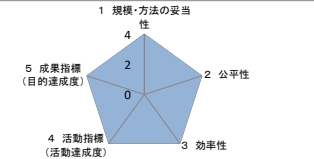
事業開始時周辺環境（背景）			現状周辺環境			今後周辺環境（予測）					住民意向分析					
2019年4月に働き方改革推進法が施行されるとともに、少子化や高齢化の進行や大都市圏への人口の集中、単独世帯や核家族世帯の増加、生産年齢人口の減少やグローバル化の急速な進展に代表されるように、社会構造は大きく変化しており、このような社会環境への対応やワークライフバランスの実現を考慮した職場環境整備等の需要が高まっている。			全国共通の行政課題の増加及び各地方独自の行政課題の増加により、地方公務員が行うべき業務が拡大している中、限られた人的資源で、行政運営をしていく必要がある。			国が掲げる「自治体DX推進計画」などに記載のとおり、地方公共団体のデジタル化の推進（システムの標準化・共通化、AI、RPA、テレワークの推進等）が求められている。特にAIについては急速に普及が進んでおり、今後はさらなる活用の拡大が見込まれることから、ICTを用いた業務効率化の重要性は一層高まっていくと考えられる。また、コロナ禍を契機に導入が進んだテレワークやオンライン会議等の柔軟な働き方は、今後も社会全体で継続・定着していくと考えられる。					社会構造の変化や価値観の多様化を背景に、ICTの活用による柔軟な働き方の実現と、行政運営の効率化が求められている。限られた人的資源を最大限に活用し、質の高い行政サービスを維持・向上させていくことへの期待が高まっている。					

2 事業進捗等（指標等推移）			まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針	
指標名			2023年度（令和5年度）		2024年度（令和6年度）		2025年度（令和7年度）		2026年度（令和8年度）		2027年度（令和9年度）		2028年度		中間指標	
			計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	計画	2021年度	最終指標
対象指標	職員	人		2,050		2,063		2,069								
活動指標①	AI、ローコードツール等を活用した事業数（累計）	件	100	100	100	145	100	209	170		100					
活動指標②	テレワークの実施所属数	所属	100	100	100	100	96	96	96		96					
活動指標③	生成AI利用者数（延べ）	人	-	-	850	842	1,800	3,036	1,900		2,000					
成果指標①	職員の業務時間削減数	時間	20,000	8,386	20,000	13,511	10,000	22,010	15,000		15,000				5,000	20,000
成果指標②	テレワーク実施者数（延べ）	人	20,000	6,989	20,000	8,925	5,000	8,490	10,000		5,000				10,000	20,000
成果指標③																
単位コスト（総コストから算出）	職員の業務削減時間1当たりのコスト	千円		4		3		2	3		3					
単位コスト（所要一般財源から算出）	職員の業務削減時間1当たりのコスト	千円		4		3		2	3		3					
事業費		千円		25,026		30,957		36,050	36,000		36,000					
人件費		千円		11,677		15,694		13,358	13,000		13,000					
歳出計（総事業費）		千円		36,703		46,651		49,408	49,000		49,000		0	0		
国・県支出金		千円				864										
市債		千円														
受益者負担金（使用料、負担金等）		千円														
その他		千円														
一般財源等		千円		36,703		45,787		49,408	49,000		49,000		0	0		
歳入計		千円		36,703		46,651		49,408	49,000		49,000		0	0		
実計区分			評価結果	継続	継続	継続	継続	継続								

活動指標分析結果			成果指標分析結果			総事業費（事業費・人件費）分析結果		
AI、ローコードツール等を活用した事業数は、RPAやローコードツールによる事務効率化の有用性が全庁的に浸透し、活用事例が拡大したことで増加した。 特に、2024年10月に導入したLGMAN環境対応の生成AI「IxaBase 生成AI for 自治体」については、延べ3,036人の職員が利用し、利用文字数は約13億2,735万文字に達するなど、職員の日常業務における基盤ツールとして定着している。			テレワーク実施者数は、新型コロナウイルスの5類移行後も堅調に推移しており、柔軟な働き方の一形態として着実に定着している。 また、AI、ローコードツール等の活用による業務削減時間については、前述の生成AIに加え、ローコードツールの全庁的な活用が進展したことで、前年度を大幅に上回る成果が得られた。これらデジタルツールの積極的な活用が、職員の業務負担軽減に寄与していると考えられる。			【事業費】 前年度と比較して事業費が5,093千円増加したが、主な要因は、「IxaBase 生成AI for 自治体」の通年利用やローコードツール活用支援業務委託の拡充、事務打ち合わせ用大型ディスプレイの新規導入等によるものである。 【人件費】 LGMAN環境で利用可能な生成AI・kintone等の新規サービス導入完了等に伴い、業務量が減少した。		

3 一次評価（部局内評価）

(1) 事業手法評価		
1 規模・方法の妥当性		4
2 公平性		4
3 効率性		4
4 活動指標（活動達成度）		4
5 成果指標（目的達成度）		4



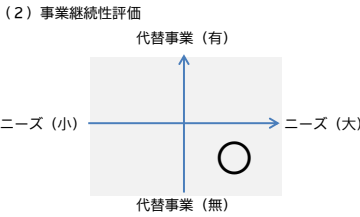
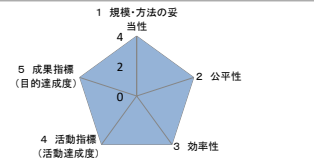
継続	一次評価コメント
継続	生成AIやローコードツール等の活用が全庁的に進展し、各活動指標において着実な成果が得られた。特に生成AIについては、幅広い所属で多くの職員に利用されており、事務の効率化に資するツールとして浸透している。また、ローコードツールについては、活用を通じた業務効率化を一層推進するため、全庁的な活用をさらに拡充していく。あわせて、蓄積された活用ノウハウの共有をさらに進め、業務効率化の定着を図っていく。 また、テレワーク実施者数についても堅調に推移しており、働き方の一形態として定着している。今後も、関係部局と連携しながら、ICTを活用した柔軟な働き方を推進する。

5レシ	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
			○	○	○

気候変動対応	D X (デジタル市役所)	部局間協奏
	○	

4 二次評価

(1) 事業手法評価		
1 規模・方法の妥当性		4
2 公平性		4
3 効率性		4
4 活動指標（活動達成度）		4
5 成果指標（目的達成度）		4



継続	二次評価コメント
継続	活動指標及び成果指標について、計画値を達成している。特に生成AIやローコードツール等の活用による業務削減時間は、前年度を大幅に上回る成果が得られており、デジタルツールの積極的な活用が業務負担軽減に寄与している。単位コスト（職員の業務削減時間1当たりのコスト）も低下傾向であり、効率的に事業が実施されている。 本件はDX郡山推進計画2026-2029で掲げるビジョン「デジタルで未来を拓く 持続可能なこおりやま」実現のための基盤的取組であることから、今後においても継続して事業を実施する。

(参考) 令和7年度カイゼンのための行動計画	

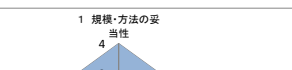
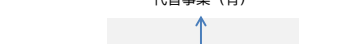
令和8年度 事務事業マネジメントシート			段階： 令和7年度実施事業に係る事務事業評価				5590	ウェブ等情報発信事業				政策開発部	広聴広報課
1 事業概要			中事業番号		85							所属コード	063000
政策体系			SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X 推進	手段 意図 (目的)	
大綱 (取組)	Ⅳ「誰もが地域で輝く未来」		16.6	○							○	ウェブサイト管理システムを利用し、レイアウトやデザインを統一したウェブサイトへ、適切な時期と期間に公開し、情報の更新も随時行う。また、LINE・Facebook・YouTubeなど、各SNSの特性を生かした情報発信を行う。	市民や市外の方々などに対し、見やすさ、分かりやすさ、正確さを確保しタイムリーに、かつ、積極的に情報を提供する。
施策	1 市民生活に活力があり、地域で楽しく元気に暮らせるまち		16.10										

事業開始時周辺環境（背景）		現状周辺環境		今後周辺環境（予測）		住民意向分析	
ホームページを開発することを求められ、文字情報の提供が中心だった。		スマートフォンの普及によりインターネットを通した情報社会が飛躍的に進展。ウェブサイトの主な閲覧媒体もPCからスマートフォンへと変化。情報提供が様々な媒体で行われる中、ウェブサイトは迅速に多様な情報提供する方法として広く浸透されており、2025年のまちづくりネットモニターによると市ウェブサイトを利用している人は94.6%であった。また、情報発信ツールとしてSNS等の活用についても必須となっている。		スマートフォンやSNSの機能の進化、オープンデータの蓄積などに伴い、インターネットによる情報発信が今後ますます重要度を増していく中、ウェブサイトは、さまざまな情報発信ツールの特性を生かしたクロスメディア戦略の核であり、さらに重要なツールとして位置づけている。		タイムリーな情報提供に加え、コンテンツの見やすさや検索性の向上などが求められている。	

2 事業進捗等（指標等推移）			まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針	
指標名	指標名	単位	2023年度（令和5年度）		2024年度（令和6年度）		2025年度（令和7年度）		2026年度（令和8年度）		2027年度（令和9年度）		2028年度		2029年度	
			計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	計画	中間指標 2021年度	最終指標 2025年度
対象指標	1日当たりのウェブサイトアクセス件数（成果指標①/365）	件		40,296		40,625		35,651								
活動指標①	ウェブサイト公開ページ数	ページ	8,000	7,191	8,000	6,037	8,000	8,424	8,000		8,000					
活動指標②	ウェブ広告枠	枠	144	16	144	130	144	142	144		144					
活動指標③																
成果指標①	市ウェブサイト総アクセス数	件	16,928,815	14,708,112	17,098,103	14,828,192	17,269,084	13,012,446	17,441,775		17,616,193				16,595,251	17,269,084
成果指標②	LINE登録者の数	人	14,500	17,652	16,000	20,748	17,500	24,900	19,000		19,000				11,226	17,500
成果指標③																
単位コスト（総コストから算出）	1日のウェブアクセス件数当たりのコスト	千円		0.54		0.58		0.54	0.45		0.44					
単位コスト（所要一般財源から算出）	1日のウェブアクセス件数当たりのコスト	千円		0.51		0.55		0.51	0.46		0.46					
事業費		千円		13,469		13,144		9,420	13,679		13,679					
人件費		千円		8,166		10,251		9,903	8,519		8,519					
蔵出計（総事業費）		千円		21,635		23,395		19,323	22,198		22,198		0	0		
国・県支出金		千円						0	0		0					
市債		千円						0	0		0					
受益者負担金（使用料、負担金等）		千円						0	0		0					
その他		千円		1,101		950		1,253	871		871					
一般財源等		千円		20,534		22,445		18,070	21,327		21,327		0	0		
蔵入計		千円		21,635		23,395		19,323	22,198		22,198		0	0		
		実計区分	評価結果	継続	継続	拡充	継続	継続								

活動指標分析結果		成果指標分析結果		総事業費（事業費・人件費）分析結果	
ウェブサイト公開ページ数は、各課での積極的な情報発信に努め、計画値を超えるページ数となった。ウェブ広告枠は、年度当初2枠に空きがあったものの、5月以降は全枠に広告掲載でき、計画値に近ついた。		市ウェブサイト総アクセス数は昨年度と比較し減少した。広報紙等でのクロスメディアを図っているが、広報紙掲載のQRコードからアクセスした場合、直接該当ページに遷移するため、検索エンジンを経由したアクセスよりも総アクセス数が減り、それに伴い総アクセス回数が減少したことも考えられる。LINEについては、昨年度666回の情報発信を行ったほか、より役立っ情報を届けられるよう居住地や知りたい情報などの受信設定の呼びかけを行った。また、広報紙や新聞広告を活用して登録を呼びかけた結果、登録者数は昨年度に比べ約4千人増加した。		【事業費】ウェブアクセスシビリティ業務の増（+1,073千円）、ウェブ広報コンサルティング業務の減（▲660千円）、ウェブサイト管理システム委託料の減（▲4,344千円）ウェブサイト管理システムは3年更新となっており、R7年度は新システム構築がなく保守経費が主となったため事業費が減少した。	
				【人件費】トップページ改修、動画まとめサイトの新設業務の減少により、人件費が前年度比で348千円減少した。	

3 一次評価（部局内評価）			(1) 事業手法評価			(2) 事業継続性評価			拡充		一次評価コメント				
1 規模・方法の妥当性	4		代替事業（有）			ニーズ（小）→ ニーズ（大）		ウェブサイトでは各課で随時最新情報を掲載している。ページ数が過大でも情報の探しにくさにつながるため、真に必要なページを公開することが必要である。昨年実施のまちづくりネットモニターでは、知りたい情報を「探しやすい」「やや探しやすい」とした人と、「探しにくい」「やや探しにくい」とした人の割合がそれぞれ半数程度であるため、より分かりやすいカテゴリー分類等を検討していく。		5レス カウンターレス キャッシュレス ペーパーレス ファイルレス ムーブレス (会議レス)					
2 公平性	4														
3 効率性	4														
4 活動指標 (活動達成度)	4														
5 成果指標 (目的達成度)	4														
								さらに、若年層や子育て世代向けにSNSや動画での情報発信を強化し、動画ではまちの魅力、LINEは生活に必要な情報等、世代や媒体に応じて適した内容を届けられるよう、今後も積極的なPRに努めていく。		気候変動対応 D X (デジタル市役所) 部局間協奏					
										○					

4 二次評価			継続			二次評価コメント			(参考) 令和7年度カイゼンのための行動計画		
(1) 事業手法評価			(2) 事業継続性評価								
1 規模・方法の妥当性		4							活動指標及び成果指標は概ね計画値を達成した。特にLINE登録者数は、積極的な情報発信や、広報紙・新聞広告での登録促進により、前年度から約4千人増加しており、順調な増加傾向を示している。 今後は、LINEのような成果が期待できる情報発信ツールの活用を強化し、多様な媒体の特性を活かしたクロスメディア戦略を推進することで、全体としての情報発信効果を高めながら、継続して事業を実施する。 なお、情報発信ツールの活用による伝わりやすさや満足度など、本事業の成果が把握可能な指標を設定する必要がある。		
2 公平性		4									
3 効率性		4									
4 活動指標 (活動達成度)		4									
5 成果指標 (目的達成度)		4									

拡充	一次評価コメント
ウェブサイトでは各課で随時最新情報を掲載している。ページ数が過大でも情報の探しやすさにつながるため、真に必要なページを公開することが必要である。昨年実施のまちづくりネットモニターでは、「知りたい情報を「探しやすい」「やや探しやすい」とした人と、「探しにくい」「やや探しにくい」とした人の割合がそれぞれ半数程度であるため、より分かりやすいカテゴリ分類等を検討していく。	
さらに、若年層や子育て世代向けにSNSや動画での情報発信を強化し、動画ではまちの魅力、LINEは生活に必要な情報等、世代や媒体に応じて通した内容を届けられるよう、今後も積極的なPRに努めていく。	

継続	二次評価コメント
活動指標及び成果指標は概ね計画値を達成した。特にLINE登録者数は、積極的な情報発信や、広報紙・新聞広告での登録促進により、前年度から約4千人増加しており、順調な増加傾向を示している。	
今後は、LINEのような成果が期待できる情報発信ツールの活用を強化し、多様な媒体の特性を活かしたクロスメディア戦略を推進することで、全体としての情報発信効果を高めながら、継続して事業を実施する。	
なお、情報発信ツールの活用による伝わりやすさや満足度など、本事業の成果が把握可能な指標を設定する必要がある。	

5レシ	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
			○		
気候変動対応	D X (デジタル市役所)	部局間協奏			
	○	○			

(参考) 令和7年度カイゼンのための行動計画

令和8年度 事務事業マネジメントシート

1 事業概要		段階： 令和7年度実施事業に係る事務事業評価				6397					こおりやまりサーチ事業		政策開発部	広聴広報課
		中事業番号		87									所属コード	063000
政策体系		SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X推進	手段		意図（目的）	
大綱（取組）	Ⅳ「誰もが地域で輝く未来」	16.6 16.7								○	まちづくりネットモニター、市民意見リーダー等の実施を通して広く市民等から市政に対する意見・ニーズを集める。		時代とともに変化・多様化する市民意見とニーズを把握し、施策・事業の検討などの基礎データとして活用する。	
施策	1 市民生活に活力があり、地域で楽しく元気に暮らせるまち													

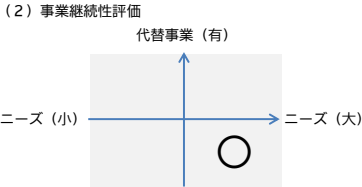
事業開始時周辺環境（背景）		現状周辺環境		今後周辺環境（予測）		住民意向分析	
市民の市政に対する関心は高まっており、市政に対する市民ニーズの把握や市政に参画する場が求められていた。		行政課題はより複雑化、多様化しており、広く市民ニーズ等を把握することが重要である。		市政への意見、要望等については、インターネット環境の充実やSNSの普及により、市民がより発信しやすい環境が整ってきていることから、市民からの意見等は増加すると思われる。		市民からより多くの意見等をいただくため、さらなる制度の周知とともに、市政への意見等が具体的にどのように活かされているか見える仕組みづくりが必要である。	

2 事業進捗等（指標等推移）			まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針	
指標名	指標名	単位	2023年度（令和5年度）		2024年度（令和6年度）		2025年度（令和7年度）		2026年度（令和8年度）		2027年度（令和9年度）		2028年度		2029年度	
			計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	計画	中間指標 2021年度	最終指標 2025年度
対象指標	市民	人		322,515		319,680		317,263								
活動指標①	まちづくりネットモニター登録者数	人	360	397	390	411	390	427	390		390					
活動指標②	まちづくりネットモニターアンケート回数	回	11	15	11	16	11	16	11		11					
活動指標③	市民意見リーダー実施者数	人	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500		1,500					
成果指標①	まちづくりネットモニターアンケート回答率	%	80.0	89	80.0	90	80.0	88.7	80.0		80.0				80.0	80.0
成果指標②	まちづくりネットモニターアンケート結果活用件数	件	11	15	11	16	11	16	11		11				11	11
成果指標③	市民意見リーダー回答率	%	50.0	42	50.0	45	50.0	44.0	50.0		50.0				50.0	50.0
単位コスト（総コストから算出）	ネットモニター登録者1人あたりのコスト	千円		49		42		41	42.0		42.0					
単位コスト（所要一般財源から算出）	ネットモニター登録者1人あたりのコスト	千円		45		42		41	42.0		42.0					
事業費		千円		5,979		2,365		2,289	3,077		3,077					
人件費		千円		13,427		14,716		15,222	13,334		13,334					
歳出計（総事業費）		千円		19,406		17,081		17,511	16,411		16,411		0	0		
国・県支出金		千円		1,727												
市債		千円														
受益者負担金（使用料、負担金等）		千円														
その他		千円														
一般財源等		千円		17,679		17,081		17,511	16,411		16,411		0	0		
歳入計		千円		19,406		17,081		17,511	16,411		16,411		0	0		
		実計区分	評価結果	継続	継続	継続	継続	継続								

活動指標分析結果		成果指標分析結果		総事業費（事業費・人件費）分析結果	
・まちづくりネットモニター登録者数は、より多くの方の市政参画機会を確保するため、応募者全員をモニター登録しており、広報紙やSNSを活用し募集をし、計画値以上の応募があった。 ・まちづくりネットモニターアンケートは、市民のニーズを施策や事業に反映させるツールとして各課が活用しており、計画値を上回る調査回数となった。		・まちづくりネットモニター回答率については、各課と調整を図り、設問数を少なくし回答しやすい内容にするなど、回答率の向上に努め計画値を上回った。 ・市民意見リーダー回答率については、送付用封筒に回答用QRコードを入れるなど回答率の向上に努め、昨年並みに回答はあったが、計画値には届かなかった。		【事業費】 ・市民意見リーダーの契約額が減額になったため、事業費は減少した。	
				【人件費】 ・主な市民提案制度の回答は広報紙でお知らせしているが、昨年度は新たに、YouTube動画（水遊びのできる公園、花見時の渋滞解消）を作成したため、昨年度に比べ人件費が上昇した。	

3 一次評価（部局内評価）

(1) 事業手法評価			
1 規模・方法の妥当性	4		
2 公平性	4		
3 効率性	4		
4 活動指標（活動達成度）	4		
5 成果指標（目的達成度）	4		



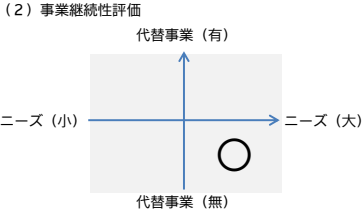
継続	一次評価コメント
継続	まちづくりネットモニターについては、インターネットからの回答を前提とし、設問数や文字数を少なくし回答しやすく改善を図ること、計画値を上回り、より多くの市民の意見を施策等に活用することができた。また、10代・20代の若者の意見を反映させるため、市内の大学や専門学校にモニター登録の啓発を進めている。 市民意見リーダーについては、まちづくり基本指針の各分野に係る設問を経年調査することで市民意見の推移を把握することができ、新規事業や施策の見直しなどの基礎データとして各課に活用されている。今後もインターネット回答を推進し回答率向上に努める。 市民提案については、市民への周知が必要なものについては、広報紙のほかYouTubeなどで周知に努めている。 引き続き、市政への市民の意見を反映させる貴重な貴重なツールとして事業を実施する。

5レス	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
	○		○	○	

気候変動対応	D X (デジタル市役所)	部局間協奏
	○	○

4 二次評価

(1) 事業手法評価			
1 規模・方法の妥当性	4		
2 公平性	4		
3 効率性	4		
4 活動指標（活動達成度）	4		
5 成果指標（目的達成度）	4		



継続	二次評価コメント
継続	活動指標及び成果指標について、概ね計画値を達成した。特にまちづくりネットモニター登録者数は、広報紙やSNSを活用した募集により計画以上の応募があり、過去の実績と比較しても順調に増加している。しかしながら、市民意見リーダー回答率は、送付用封筒に回答用QRコードを入れるなどの工夫はあったものの、昨年並みの回答に留まり、計画値達成には至らなかった。 今後は、市民意見リーダー回答率向上のため、市民が回答しやすい媒体や、回答内容のさらなる簡素化など、より効果的な回答率向上のための施策を検討しながら、継続して事業を実施する。

(参考) 令和7年度カイゼンのための行動計画	

令和8年度 事務事業マネジメントシート

1 事業概要		段階： 令和7年度実施事業に係る事務事業評価				6398 こおりやまインフォメーション事業					政策開発部	広聴広報課
		中事業番号		84							所属コード	063000
政策体系		SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X 推進	手段	
大綱（取組）	Ⅳ 「誰もが地域で輝く未来」	16.6 16.10	○								広報こおりやまの発行及び広報カレレベルアップのためのセミナーや広報委員会を開催する。また、デジタルサイネージを活用した情報発信を行う。	
施策	1 市民生活に活力があり、地域で楽しく元気に暮らせるまち										市政情報を的確に発信することで、市民の生活等に役立ててもらい、市民が暮らしやすいまちづくりに資する。また、セミナーや広報委員会を開催することで、職員全体の広報力のレベルアップを図る。	

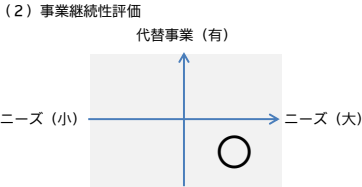
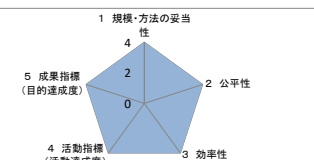
事業開始時周辺環境（背景）		現状周辺環境		今後周辺環境（予測）		住民意向分析	
情報化社会の発展とともに、広範な市政情報の提供が求められていた。		様々な市政情報について、より分かりやすく発信していくことが求められている。原油価格などの影響により紙代、配送代などが高くなっている。 2025年に実施したまちづくりネットモニター結果によると、広報こおりやまを紙媒体で読みたい人は77.2%、PDFなど電子媒体で読みたい人を合わせると60%で、紙媒体の需要は多い。		情報取得の手段として、デジタルへの移行が進んでいくことが予測される。より分かりやすい情報の発信とともに、多様な機会、媒体で情報入手できる環境の整備充実が必要である。		市政情報については、分かりやすく、タイムリーに、多様な手段で情報を得ることができるようニーズが高まっていると考えられる。	

2 事業進捗等（指標等推移）				まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針	
指標名		指標名	単位	2023年度（令和5年度）		2024年度（令和6年度）		2025年度（令和7年度）		2026年度（令和8年度）		2027年度（令和9年度）		2028年度		中間指標	最終指標
				計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	計画	2021年度	2025年度
対象指標	市民		人		322,515		319,680		317,263								
活動指標①	広報紙発行部数（年間）		部	1,428,000	1,428,000	1,428,000	1,428,000	1,428,000	1,394,100	1,428,000		1,428,000					
活動指標②	広報委員会情報提供回数		回	4	4	4	2	4	3	4		4					
活動指標③	広報こおりやま広告枠		枠	36	36	36	36	36	36	36		36					
成果指標①	総世帯に対する配布割合		%	78.2	78.5	78.2	77.3	78.2	76.6	78.2		78.2				80.0	78.2
成果指標②	広報こおりやまウェブサイト閲覧回数（年間）		回	21,000	19,436	21,500	27,138	22,000	19,460	22,500		22,500				20,000	21,500
成果指標③																	
単位コスト（総コストから算出）	広報紙発行部数1部あたりのコスト		千円		0.11		0.13		0.11	0.11		0.11					
単位コスト（所要一般財源から算出）	広報紙発行部数1部あたりのコスト		千円		0.10		0.13		0.10	0.10		0.10					
事業費			千円		122,684		155,907		132,571	124,946		124,946					
人件費			千円		28,578		26,298		22,407	24,325		24,325					
蔵出計（総事業費）			千円		151,262		182,205		154,978	149,271		149,271		0	0		
国・県支出金			千円		63		63		63	63		63					
市債			千円		0		0		0	0		0					
受益者負担金（使用料、負担金等）			千円		0		0		0	0		0					
その他			千円		2,157		2,390		2,731	1,103		1,103					
一般財源等			千円		149,042		179,752		152,184	148,105		148,105		0	0		
蔵入計			千円		151,262		182,205		154,978	149,271		149,271		0	0		
		実計区分	評価結果	継続	継続	継続	継続	継続									

活動指標分析結果	成果指標分析結果	総事業費（事業費・人件費）分析結果
広報紙発行部数は、物価高騰やペーパーレス推進の観点から部数を精査し、年間1,394,100部を発行した。広報委員会情報提供回数は、対面開催（1回）メール（2回）により情報共有・注意喚起等を実施した。また、広報紙面への広告掲載を計画値どおり36枠（月3枠×12月）実施し、税外収入を確保した。広報紙においては、民間事業者のアイデアやスキルの活用とノウハウの吸収のため、年3回（10月、12月、2月）委託により特集を制作した。昨年実施したネットモニターでは、10月号の特集の印象について「読みやすい」「興味をひかせるレイアウト」「文章が分かりやすい」「色使いが良い」と答えた人が合わせて80%であり、魅力的な広報紙の作成につながっている。	町内会加入率の低下と発行部数の減少に伴い、総世帯に対する配布割合は減少している。広報こおりやまウェブサイトの閲覧回数は昨年比約71%と減少している。昨年のネットモニター結果によると、「広報紙を紙媒体で読みたい」と回答した人は77.2%、「PDF・アプリ・ウェブページで読みたい」とした人は合わせて60%であった（複数回答）。紙媒体の需要は高いものの、昨年と比較すると紙媒体を選択した人は約10ポイント減少、一方PDF・アプリを選択した人は昨年度より約9ポイント増加していることから、さらに電子媒体の利便性を周知していく必要がある。	【事業費】市制100周年事業のR6年度完了に伴い、R7事業費は減少した。広報紙1頁当たりの印刷単価が上昇（R5：2.38円、R6：2.52円、R7：2.64円）しており、印刷製本費の増（R5年度比+8,368千円）、新たに戦略的広報について専門家アドバイスを実施した（+462千円）ことなどから、R5年度比で9,887千円の増となった。 【人件費】市制100周年事業が完了したため、全体業務量が減少し人件費も減少した。また、会計年度任用職員による広報紙編集を継続していることもあり、人件費が前年度比3,891千円の減となった。

3 一次評価（部局内評価）

(1) 事業手法評価	
1 規模・方法の妥当性	4
2 公平性	4
3 効率性	4
4 活動指標（活動達成度）	4
5 成果指標（目的達成度）	4



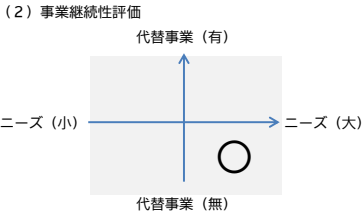
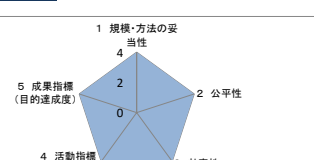
継続	一次評価コメント
広報紙の配布については、町内会や公共施設、商業施設等への配布に加え、ウェブサイトなどの電子媒体とのクロスメディア化を推進することにより、市政情報の発信に努める。また、引き続き、広報紙内の広告を募集し、税外収入の確保に努める。 ネットモニターの結果によると、77.2%の人が紙媒体で読むことを希望しているが、紙では情報量に限界があり、今後とも、ウェブサイトでの広報紙の閲覧へ誘導する必要がある。LINEなどのSNSとのクロスメディア化を図り、閲覧回数の増加を図る。 今後も、広報紙特集記事の民間委託や広報全般に関するネットモニターを継続的に実施し、ニーズに対応した広報紙の情報発信に努める。	

5レシ	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
			○		○

気候変動対応	D X（デジタル市役所）	部局間協奏
	○	

4 二次評価

(1) 事業手法評価	
1 規模・方法の妥当性	4
2 公平性	4
3 効率性	4
4 活動指標（活動達成度）	4
5 成果指標（目的達成度）	4



継続	二次評価コメント
令和7年度に実施した市民アンケートにおいて紙媒体への強い需要（77.2%）が示されており、町内会加入率の低下という社会的背景を踏まえながらも、総世帯配布割合で計画値に非常に近い実績を維持している。 また、印刷単価の上昇という外部要因がある中で、会計年度任用職員を活用することで人件費を抑制し、業務の効率化に努めていることがうかがえる。 広報紙はクロスメディアの一翼を担う重要な媒体であり、効果的な市政情報の発信のため、今後においても継続して事業を実施する。	

(参考) 令和7年度カイゼンのための行動計画	

令和8年度 事務事業マネジメントシート

1 事業概要		中事業番号		86									所属コード	063000
政策体系		SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X推進	手段	意図（目的）		
大綱（取組）	Ⅳ「誰もが地域で輝く未来」	16.6 16.10									テレビ・ラジオ・新聞等のマスメディアを活用し、市政に関する情報を広くかつ分かりやすく広報し、併せて市のイメージアップを図る。	市政情報を正確に提供し、市民に市の取り組み等を理解してもらう。		
施策	1 市民生活に活力があり、地域で楽しく元気に暮らせるまち													

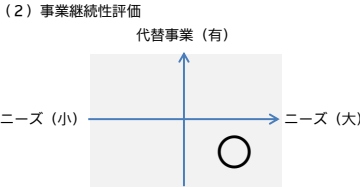
事業開始時周辺環境（背景）		現状周辺環境		今後周辺環境（予測）		住民意向分析	
テレビ等のマスメディアは市民に広く普及しており、それを利用して市政PRのほか、市政情報の提供、市の取り組みを理解してもらう必要があった。		昨年実施のネットモニターによると、市政情報の入手先について、広報紙（82.5%）、ウェブサイト（54.0%）に次いで、テレビ（37.6%）、新聞（29.6%）という結果になった。（参考：市SNS 33.6%、ラジオ 11.3%）。新聞、テレビなどのマスメディアの情報発信力はSNSが普及した今も大きいことが伺える。		クロスメディアによる情報提供と、SNSを活用した市政情報の発信に対するニーズが高まっていく。		市政情報について、分かりやすく、タイムリーな情報提供が求められる。	

2 事業進捗等（指標等推移）			まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針		
指標名		指標名	単位	2023年度（令和5年度）		2024年度（令和6年度）		2025年度（令和7年度）		2026年度（令和8年度）		2027年度（令和9年度）		2028年度	2029年度	中間指標	最終指標
				計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績			2021年度	2025年度
対象指標	市内テレビ5分ニュース番組視聴者	人			26,533		30,775		32,044								
活動指標①	テレビ放送回数	回		124	122	124	122	124	120	124	124		124				
活動指標②	ラジオ放送回数	回		156	156	156	156	156	156	156	156		156				
活動指標③	新聞掲載回数	回		16	16	16	16	16	16	16	16		16				
成果指標①	テレビ5分ニュース番組平均視聴率	%		7.0	8.3	7.0	9.7	7.0	10.1	7.0	7.0		7.0			7.0	7.0
成果指標②	テレビ15分情報番組平均視聴率	%		5.0	5.5	5.0	4.2	5.0	5.7	5.0	5.0		5.0			5.0	5.0
成果指標③	テレビ5分情報番組平均視聴率	%		5	6	5	6	5.0	6.4	5.0	5.0		5.0			5.0	5.0
単位コスト（総コストから算出）	市内5分ニュース番組視聴者1人あたりのコスト	千円			2.4		2.2		2.2	0.3	0.3		0.3				
単位コスト（所要一般財源から算出）	市内5分ニュース番組視聴者1人あたりのコスト	千円			2.4		2.2		2.2	0.3	0.3		0.3				
事業費		千円			51,666		54,834		51,647	51,552	51,552		51,552				
人件費		千円			12,620		13,993		18,608	11,499	11,499		11,499				
蔵出計（総事業費）		千円			64,286		68,827		70,255	63,051	63,051		63,051	0	0		
国・県支出金		千円							0	0	0		0				
市債		千円							0	0	0		0				
受益者負担金（使用料、負担金等）		千円							0	0	0		0				
その他		千円							0	0	0		0				
一般財源等		千円			64,286		68,827		70,255	63,051	63,051		63,051	0	0		
蔵入計		千円			64,286		68,827		70,255	63,051	63,051		63,051	0	0		
			実計区分	評価結果	継続	継続	継続	継続									

活動指標分析結果		成果指標分析結果		総事業費（事業費・人件費）分析結果	
ラジオ・新聞の各放送・掲載は計画通り実施した。テレビは、週間トピックス（FCT、KFB）計104回、こおりやまプラス（TUF）6回、サタふく内情報番組（FTV）6回、ミミヨリこおりやま（FCT）4回を制作した。ミミヨリこおりやまは年間放送回数は昨年度より2回減少したが、うち1回は30分の長尺番組として内容を深掘りして見ごたえのある番組となった。ラジオはFM、AM、コミュニティ放送の3局、新聞は地元紙2紙で、それぞれ放送・掲載時期や放送時間、視聴者層等を考慮した情報発信をした。		5分ニュース番組（週トビ）は、市民に市政に興味を持ってもらえるよう多分野の情報発信に努め、市長から市民に向けたコメントを増やすなどしたことで、視聴率が上昇した。15分情報番組は、こどもたちのタイトルコールの導入やこども食堂、ラムサール条約等を深掘りし楽しめる構成にしたことで視聴率が上昇した。5分情報番組は、生活に役立つ情報やイベント情報などを番組MCが楽しく伝える構成とし、視聴率が上昇した。		【事業費】100周年事業の完了に伴い、事業費は減少した。（▲3,187千円）	
				【人件費】市長就任に伴い、メディア各局からのインタビュー対応業務が増加した。また、7月～3月まで計10回ラジオインタビューを新たに実施したため、人件費が増加した。（事業費は0予算）	

3 一次評価（部局内評価）

(1) 事業手法評価	
1 規模・方法の妥当性	4
2 公平性	4
3 効率性	4
4 活動指標（活動達成度）	4
5 成果指標（目的達成度）	4



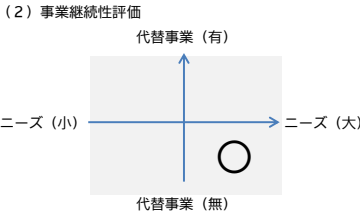
継続	一次評価コメント
R5年度にテレビ広報の見直しを図り、5分ニュース番組については、取材の締め切りが1週間余裕のある郡山本社の2局に絞り、旬の情報を発信するようにした。福島本社の2局は、テーマを絞ったわかりやすく楽しい番組制作とし、いずれも平均視聴率の計画値を上回ることができた。新聞については、地元新聞社2社の発行部数は約40万部あり、これは県内の総世帯約74万世帯の54%に及ぶ。また、昨年実施したネットモニターによると、5分ニュース番組については、83.6%の人が見たこと・聞いたことがあるとし、認知度が高い。マスメディアは大きな情報発信源であるため、有効に活用しながら、SNSなど他媒体のクロスメディア化を戦略的に実施していく。	

5レス	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
			○		

気候変動対応	D X（デジタル市役所）	部局間協賛
	○	○

4 二次評価

(1) 事業手法評価	
1 規模・方法の妥当性	4
2 公平性	4
3 効率性	4
4 活動指標（活動達成度）	4
5 成果指標（目的達成度）	4



継続	二次評価コメント
活動指標及び成果指標について、概ね計画値を達成した。特にテレビの5分ニュース番組では、市長コメントの増加などにより視聴率が計画を大幅に上回った。また、15分情報番組、5分情報番組も、それぞれ子供たちのタイトルコール導入や生活に役立つ情報提供等により、いずれも計画を上回る成果を出した。市長就任に伴うメディア対応業務の増加やラジオインタビューの新規実施による人件費は増加したが、視聴者数の増加という効果が得られており、単位コストは抑制されている。テレビ・ラジオ・新聞等のマスメディアはクロスメディアの一翼を担う重要な媒体であり、効果的な市政情報の発信のため、今後においても継続して事業を実施する。	

(参考) 令和7年度カイゼンのための行動計画	