令和5年度 施策事前評価シート

施策責任者所属	情報戦略室		電話番号	直通	918-2015
推進目標	町民との情報共有に支えられた効率的な行財政運営				
施策分野	情報共有		戦略	様々な情報媒体による情報共有の強化	
施策分野の総事業費	前年度決算額	35,822 千円	今年度予算額	44,273 千円	

施策の進捗状況

	成果指標名称	年度	現状値	令和３年	令和４年	令和５年	令和６年	令和７年	単位	進捗評価
1	広報、SNS、新聞等情報媒体から町の情報を得ている町民の割合	目標値		95	95	95	95	概ね95%を維持	%	A
		実績値	96.3	96.5	95.7					
2	まちに愛着を持っている町民の割合	目標値		70	70	70	70	概ね70%を維持	%	A
		実績値	73.5	86.3	88.8					
3		目標値								
		実績値								
4		目標値								
		実績値								

総合評価	A：想定以上に進んでいる

事前分析

施策分野におけるこれまでの取り組みの概要	各媒体情報発信（広報紙、ラジオ、ケーブルテレビ、ホームページ、データ放送（dボタン）、SNS（FB、LINE、Instagram、Twitter、Youtube））、都市ブランド戦略（ブランドシンボルを活用したPR、町内PRポスター作成など）
施策分野における背景・環境及び抱えている課題	・世代により、利用している情報取得媒体が異なっているため、行政からの効果的な情報提供を行うためには、世代が利用している情報媒体を考慮した情報発信が必要となっている。 ・町の認知度は県内では高いが、全国で見ると低い状況である。（R１日本全国ちょうどいい調査） ・町ホームページのコンテンツや階層が深くなっており、情報が探しにくい、わかりにくいなどの声がある。
施策分野における改革・改善内容及び今後の見通し	・情報提供を行う世代が利用している媒体を考慮しながら情報発信を行うと共に、幅広い世代で現在、利用されている「LINE」をさらに有効活用するため、町公式LINEにセグメント配信（取得情報選択機能）と通報システムを導入しており、有効活用を行っていく。 ・新型コロナウイルスの影響により、テレワークが加速している中、2020年度の都道府県別移住希望地ランキング（令和3年３月、認定NPO法人ふるさと回帰支援センターが公表）で静岡県が全国１位となり、今後、町民のシビックプライドを向上させるとともに、首都圏向けのPRをし、町の認知度向上、関係人口の創出をしていく。 ・今年度の取り組みとして、町ホームページのリニューアルを図り、コンテンツや各ページの見直しを行い、見やすく探しやすい「伝わる」ホームページに再構築する。