

事務事業評価シート2 (一般事業)

1 基本情報

		事業番号	0010/100510/04/02	事業の種類	4
年度	20	事務事業名	マスメディア広報事業	作成日	重要度
予算事業名	広報広聴事業		担当課名	企画広報課	
政策名	計画推進のために		実施計画への記載	無	主要事業の指定
施策名	市民参加のまちづくり			無	無
根拠法規及び関連法規					
事業の目的	誰のために(具体的に)	テレビ・ラジオにより、相生市の情報を効果的にPRすることにより、相生市民の郷土愛を高める。			
	誰(何)を対象として	市民を含むテレビやラジオを見たり聞いたりする全ての人々。			
	意図(どのような状態にしたいのか)	相生市の情報を訴求力のあるテレビ等により発信することによって、相生市を全国にPRし、まちの活性化の繋げる。			

2 事業の概要 Do

実施の概要		TV、ラジオで市のイベント情報等の情報発信を行い、広くPRをしている。また、平成19年度からは、神戸新聞社のミントビジョンに参画し、三宮駅乗降客への情報発信を行っている。				
活動実績	項目	単位	18年度実績	19年度実績	20年度実績	21年度計画
	TV放送	回	4	4	4	4
	ラジオ放送	回	8	6	0	0
	ミントビジョン	時間		54	54	54

3 投入資源

会計区分		一般会計			事業費単位:円				
インプット指標		18年度決算	19年度決算	前年比	20年度決算	前年比	21年度予算	前年比	備考
人員	課長以上職員	0.083	0.085	102.4	0.083	97.6	0.084	101.2	
	主幹以下職員	0.020	0.020	100.0	0.020	100.0	0.020	100.0	
	臨時職員	0.000	0.000	-	0.000	-	0.000	-	
支出内訳	人件費	885,594	913,605	103.2	871,998	95.4	883,584	101.3	
	事業費	1,260,000	1,208,000	95.9	1,230,000	101.8	1,230,000	100.0	
	合計	2,145,594	2,121,605	98.9	2,101,998	99.1	2,113,584	100.6	
財源内訳	国庫支出金	0	0	-	0	-	0	-	
	県支出金	0	0	-	0	-	0	-	
	市債	0	0	-	0	-	0	-	
	その他	0	0	-	0	-	0	-	
	一般財源	2,145,594	2,121,605	98.9	2,101,998	99.1	2,113,584	100.6	
	合計	2,145,594	2,121,605	98.9	2,101,998	99.1	2,113,584	100.6	

4 評価指標

[有効性]

指標名1		年間放送時間数(テレビ、ラジオ)							
指標説明(式)		年間放送時間(サンテレビ1回7分30秒、KissFM1回1分) サンテレビは、年間4回、KissFMは、年間8回(19年度は6回)							
指標単位	区分	18年度	19年度	前年比	20年度	前年比	21年度(計画)	前年比	備考
分	目標	38	36	94.7	30	83.3	30	100.0	
	実績	38	36	94.7	30	83.3			
指標名2		年間放送時間数(ミントビジョン)							
指標説明(式)		年間放送時間(ミントビジョン1回3分、1日3回) 平成19年度から実施							
指標単位	区分	18年度	19年度	前年比	20年度	前年比	21年度(計画)	前年比	備考
分	目標		3,285	-	3,285	100.0	3,285	100.0	
	実績		3,285	-	3,285	100.0			

[効率性]

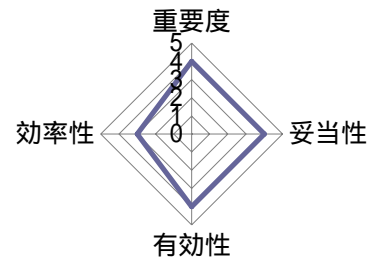
指標名1		テレビ放送コスト							
指標説明(式)		放送委託料÷放送時間(分) (サンテレビ(1放送7分30秒))							
指標単位	区分	18年度	19年度	前年比	20年度	前年比	21年度(計画)	前年比	備考
円	実績	35,000	35,000	100.0	35,000	100.0	35,000	100.0	
指標名2		ラジオ放送コスト							
指標説明(式)		放送委託料÷放送時間(分)(キッスFM(1放送1分間))							
指標単位	区分	18年度	19年度	前年比	20年度	前年比	21年度(計画)	前年比	備考
円	実績	25,000	25,000	100.0	0	-	0	-	

5 事業の評価(20年度実績) Check

評価視点	具体的な評価観点	評価コメント及び現状認識	1次評価(係長)	2次評価(課長)
妥当性	目的の妥当性	市民を含む視聴者に対して相生市の主要なイベント情報の発信ができた。	4	4
	市民ニーズ	特に、テレビは、訴求力のあるメディアである。		
有効性	市民サービス	市の情報がテレビ等で流れることにより、市民意識が高揚するとともに、イベント等の周知により交流人口を高めることができた。	5	4
効率性	手段の最適性	7分番組の制作から放送に至る経費を考慮するとリーズナブルである。	4	3
	コストの節減			

6 課題として認識された点

評価視点	具体的な評価観点	内容
有効性	コストの節減	ミントビジョンの放映内容の訴求力が弱い。



7 事業の改革改善 Action

(1) 評価結果を踏まえた21年度の改革改善内容

評価視点	具体的な評価観点	内容
有効性	市民サービス	ミントビジョンの内容充実を図る。また、テレビ局と調整を図り、相生市の市政情報をよりわかりやすく発信するための十分な連絡調整を行う。
H20	H21予算反映額	0

(2) ヒアリング時指摘事項

--

検討の有無	-
総合指標	21