

市長公室 令和2年度 局運営方針

1. 主な現状と課題

市民意識が成熟し、市民の行政ニーズが複雑・多様化する中では、情報発信・受信による市民との良好な関係づくりが重要性を増しています。

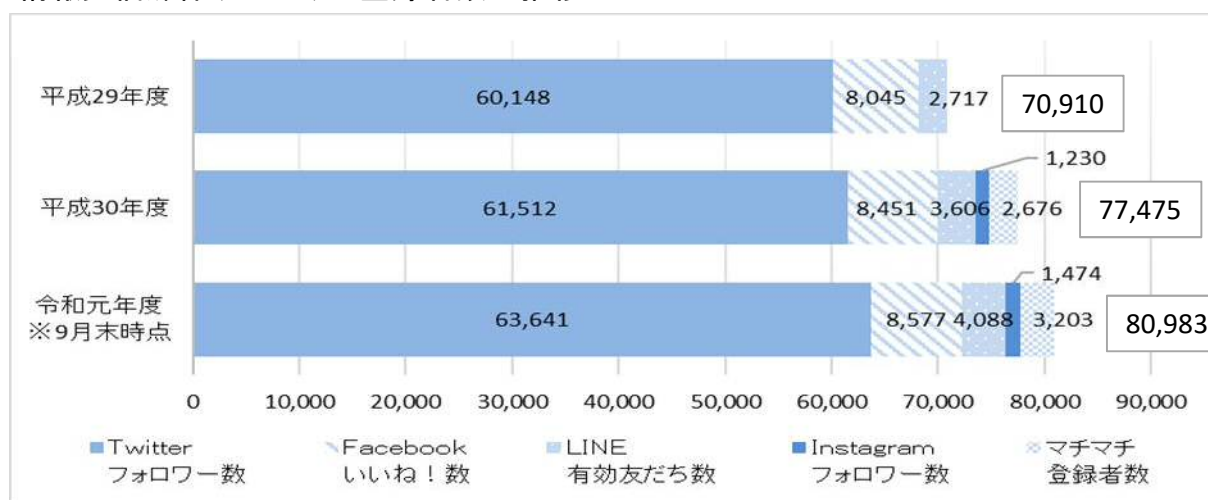
施策に対する市民の関心を高め、市民の理解・共感を得ることは、施策展開の円滑化と効率化のために不可欠となっており、市報やホームページ、SNS等を利用し、市政情報を効果的に発信するとともに、市に寄せられる市民の声を集約し、その傾向等を分析して市政への反映を図り、反映結果を分かりやすく市民に伝えることは、重要な課題となっています。

また、人口減少社会を迎える中、持続可能な自治体として成長を続けていくため、市民の市への愛着の醸成を図るとともに、訪問人口の増加や市外からの転入を促進することも、重要な課題となっています。

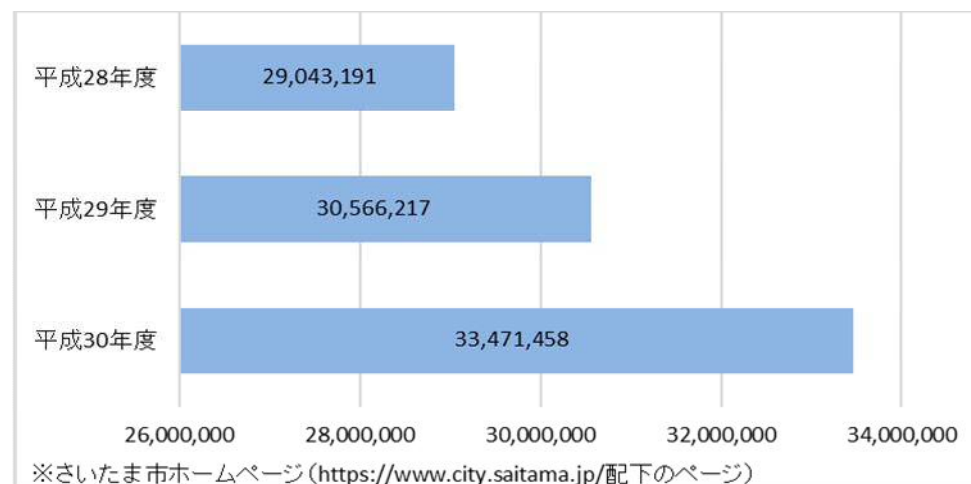
(1) 効率的・効果的な情報発信

市の情報発信については、様々な媒体によって行っていますが、市民の関心や情報の入手方法は年々変化しており、これらに対応するための効果的な情報発信の手法が課題となっています。

情報発信媒体(SNS)の登録者数の推移



さいたま市ホームページアクセス数の推移

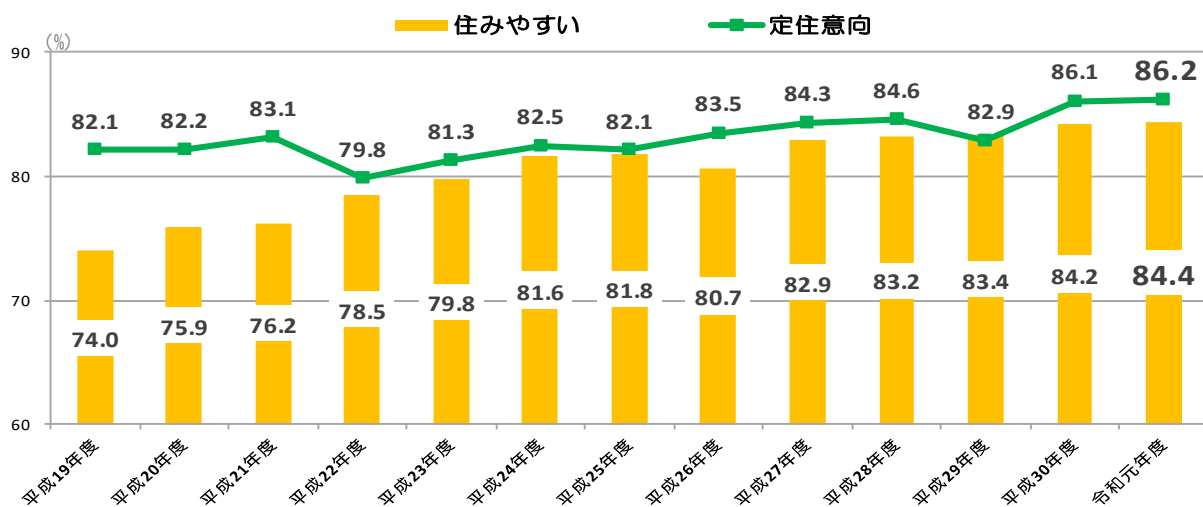


(2) 市民意識の把握

「市民満足度」向上のためには、施策への要望や市のイメージなどについて、幅広く市民の意識を把握することが重要です。また、取組の成果を測る指標として、「住みやすさ」や「定住意向」の市民意識を調査します。

令和元年度の調査における市民から見た「住みやすさ」は84.4%、「定住意向」は86.2%で、ともに増加基調が続いています。

住みやすさと定住意向の推移(さいたま市)



* 平成19年度～令和元年度実施「さいたま市民意識調査」(さいたま市民が対象)

(3) 市民の声の市政への反映

市長への提案制度「わたしの提案」をはじめ様々な機会を通じ、市民の声が寄せられています。

平成30年度に寄せられた市民の声

事業名	件数
わたしの提案	1,969件
陳情・要望等	229件
子どもの提案	2,193件
タウンミーティング	297件
所管課受付対応	514件
合計	5,202件

(4) 都市イメージの向上

令和元年度の「さいたま市民意識調査」では、さいたま市が住みやすいと思う人の割合が84.4%となっている一方で、令和元年度の「さいたま市首都圏における都市イメージ調査」では、さいたま市のイメージを住みやすいと思う人の割合は45.9%であり、市内在住者と首都圏在住者との認識には大きな差が生じています。

今後も本市が持続的に成長・発展していくためには、この差を縮めていくことが必要であり、環境、健康、スポーツ、教育での強みや交通の要衝などの地理的優位性、特色ある地域文化資源などを生かし、それらを市内外に発信することによって、さいたま市は「住みやすい」という都市イメージの向上が図れるようシティセールスを展開していくことが重要です。

(5) 東京2020大会を活用した魅力の発信

東京2020大会は、多くの観戦客等の来訪が見込まれており、国内外における本市の認知度等を向上させる絶好の機会です。

そこで、本市の認知度を高め、都市イメージの向上を図るために、本市の施策や伝統産業などの魅力発信を推進することが必要です。

2. 基本方針・区分別主要事業

市長・副市長のトップマネジメントをサポートします。

情報発信を効率的・効果的に行い、市の施策や事業に対する市民の関心を高め、市民の理解・共感を得るとともに、さいたま市の魅力を発信し、市内外にアピールしていきます。

市民の声を集約し、傾向等を分析して市政への反映を図るとともに、反映結果を分かりやすく市民に伝えていきます。

環境、健康、スポーツ、教育での強みや交通の要衝などの地理的優位性、特色ある地域文化資源などを生かし、それらを市内外に発信することによって、都市イメージの向上が図れるようシティセールスを展開します。

(1) 市長・副市長の日程調整等秘書業務を行います。

* () 内は一般財源

(単位:千円)

No.	区分	事業名	令和2年度	令和元年度	説明
1		秘書事務事業 〔秘書課〕	11,405 (11,405)	12,098 (12,098)	市長・副市長のトップマネジメントをサポートし、随行業務・日程管理等を効率的に実施
2		表彰事業 〔秘書課〕	3,776 (3,776)	3,369 (3,369)	市政の振興発展に尽力いただき、顕著な功績のあった方々を表彰
3		市長交際費 〔秘書課〕	2,400 (2,400)	2,400 (2,400)	市長が市を代表して行う外部との交渉に要する経費

(2) 市民ニーズに対応した広報力を向上させます。

* () 内は一般財源

(単位:千円)

No.	区分	事業名	令和2年度	令和元年度	説明
4		市報さいたまの発行 〔広報課〕	222,615 (211,986)	203,647 (193,140)	市の施策や行事等の市政情報を掲載する広報紙を編集し、毎月1日に発行して、全世帯に配布
5	拡大	公式ホームページの運用強化 〔広報課〕	13,405 (10,655)	11,866 (7,006)	市政情報や市の魅力等を発信するとともに、導入したCDN(コンテンツ・デリバリー・ネットワーク)の運用により、災害時等における市ホームページへのアクセス環境を強化
6		テレビ広報番組の制作 〔広報課〕	30,252 (30,252)	31,513 (31,513)	テレビ広報番組「のびのびシティさいたま市」等を制作し、テレビ埼玉で放送するとともに、過去放送分をインターネットで映像配信

〔区分〕 新規 … 新規事業 拡大 … 拡大事業 総振 … 総合振興計画後期基本計画後期実施計画事業
 増 … しあわせ倍増プラン2017事業 成長 … 成長加速化戦略事業 創生 … まち・ひと・しごと創生総合戦略事業

*()内は一般財源

(単位:千円)

No.	区分	事業名	令和2年度	令和元年度	説明
7	新規	PRマスタープランの改定 〔広報課〕	5,206 (5,206)	0 (0)	本市のPRを戦略的に行うための目標や手法等について定めるプランを改定
8	倍増	新たな情報発信媒体を活用した効果的な広報 〔広報課〕	2,018 (2,018)	2,002 (2,002)	SNS等の特性を活かすため、端的でわかりやすい情報発信力を強化
9	倍増	出前講座の推進 〔広報課〕	238 (238)	247 (247)	市民の集会等に職員を派遣し、施策や事業の説明を実施
10		定例記者会見の情報発信 〔広報課〕	5,036 (5,036)	5,112 (5,112)	市長の定例記者会見をインターネットで動画配信

(3) 市民の声の市政への反映を進めます。

*()内は一般財源

(単位:千円)

No.	区分	事業名	令和2年度	令和元年度	説明
11	倍増	タウンミーティングの開催 〔広聴課〕	1,163 (1,163)	974 (974)	市民と市長が直接対話する機会として開催し、公募と併せて「無作為抽出」の手法を採用したタウンミーティングを実施
12	倍増	市民意識調査の実施 〔広聴課〕	6,596 (6,596)	6,291 (6,291)	市政に関する市民意識を把握し、施策の立案・実施等に活用するため、郵送及びインターネットによるアンケート調査を実施
13	倍増	市民の声データベースシステムの運用 〔広聴課〕	33,931 (33,931)	35,141 (35,141)	市に寄せられる市民の声を集約して庁内で共有し、対応の迅速化や見える化を進めるとともに、その傾向等を分析して、市政への反映を図るため、市民の声データベースシステムを運用
14		コールセンター運営事業 〔広聴課〕	107,837 (107,837)	106,827 (106,827)	本庁及び各区の代表電話とコールセンターを統合し、電話問合せ窓口の一本化を図るコールセンターの運営

〔区分〕 新規 … 新規事業 拡大 … 拡大事業 総振 … 総合振興計画後期基本計画後期実施計画事業
 倍増 … しあわせ倍増プラン2017事業 成長 … 成長加速化戦略事業 創生 … まち・ひと・しごと創生総合戦略事業

(4) 本市の強みや優位性等を市内外に発信することで、都市イメージの向上を図ります。

* ()内は一般財源

(単位:千円)

No.	区分	事業名	令和2年度	令和元年度	説明
15	総振 成長	定住意向形成事業 〔シティセールス推進 課〕	10,329 (10,329)	7,789 (7,789)	定住意向の形成を図るため、本市の強みや優位性を市内外に発信
16	新規	東京2020大会を活用した市の魅力発信事業 〔シティセールス推進 課〕	54,656 (54,656)	0 (0)	国内外から多くの観戦客等が来訪する東京2020大会期間中、サッカー及びバスケットボール競技の会場周辺において、本市の施策や伝統産業などの魅力発信を実施

〔区分〕 新規 … 新規事業 拡大 … 拡大事業 総振 … 総合振興計画後期基本計画後期実施計画事業
 倍増 … しあわせ倍増プラン2017事業 成長 … 成長加速化戦略事業 創生 … まち・ひと・しごと創生総合戦略事業

3. 見直し事業一覧

(単位：千円)

課名	見直し事業名	見直しの理由及び内容 (代替事業等があれば記載)	コスト 削減額
秘書課	旅費の見直し	過去の実績に基づき、予算額を縮小する。	△ 143
秘書課	市長応接時における食糧費の見直し	過去の実績に基づき、予算額を縮小する。	△ 13
広報課	ガイドブック発行業務の見直し	発行方法を見直し、予算額を縮小する。	△ 1,318
広報課	インターネット記者会見配信業務の見直し	記者会見予定時間を見直し、予算額を縮小する。	△ 104
広報課	テレビ広報番組・PR映像制作・放映代理業務の見直し	テレビ広報番組制作委託業務の一環としてPR映像を制作していたものを見直し、予算額を縮小する。	△ 1,261
広報課	市報さいたまの対談企画の見直し	過去の実績に基づき、予算額を縮小する。	△ 50
広報課	広告料の見直し	過去の実績に基づき、予算額を縮小する。	△ 64
広報課	備品購入費の見直し	備品の購入計画を見直し、予算額を縮小する。	△ 176
広報課	消耗品費の見直し	消耗品の購入計画を見直し、予算額を縮小する。	△ 98
広報課	負担金の見直し	参加する研修を見直し、予算額を縮小する。	△ 35
広聴課	子どもの提案における消耗品費の見直し	過去の実績や在庫等から必要数を見直し、予算額を縮小する。	△ 3
広聴課	タウンミーティングにおける印刷製本費の見直し	受注業者先を新規開拓した結果、単価額が下がったため予算額を縮小する。	△ 5
シティセールス推進課	ラジオCMの見直し	広報課の類似する事業へ整理したため、ラジオCMを廃止する。	△ 2,365
シティセールス推進課	シティセールス推進員研修事業の見直し	過去の実績に基づき、予算額を縮小する。	△ 50