

令和6年度重点プロジェクト事業評価調査（令和5年度事業分）

視点	行財政	再掲	ひと	重点 目標	③多様な主体による協働・ 協働を進める	重点 項目	協働・協創による地域づくりの活 性化	記入 所属	地域の中から推進部地域調整課地域調整係	SDGs関 連する ゴール・ ターゲット	17 パートナーシップで 目標を達成しよう			
事業名	No.34「町会・自治会の活性化支援」													
	対象		※ その他の場合記入											
事業の概要	その他		町会・自治会											
	目的(⑤最終成果(理想))													
	地域活動が活発化し、活力溢れるまちが実現している													
	内容													
町会・自治会の運営を支援し、町会・自治会の加入率の向上により地域活動の増加を図り、活力溢れるまちづくりを実現する。														

【ロジックモデル・指標の達成度】														■ 令和5年度事業費支出内訳(上位3事業)													
①投入資源(インプット)														(1) 主な内容 町会・自治会に対する補助金 89,208 千円													
対応する予算事業名 町会・自治会活動支援事務 町会・自治会会館整備助成事業														(2) 主な内容 町会・自治会会館整備事業助成 12,604 千円													
年度														(3) 主な内容 子ども向け地域活性化事業助成 10,007 千円													
総事業費(a+b)														156,645													
事業費(a)														115,160													
人件費(b)														41,485													
国庫負担金・補助金														0													
受益者負担金														0													
5年度														178,992													
6年度														192,600													
内訳														135,554													
192,600																											
税外														0													
収入														0													
②活動(アウトプット)※区が行う直接の活動																											
【事業の概要】																											
1 町会・自治会への助成事業や他団体の活動事例情報を地域調整課からのお知らせや区民事務所から地域の会長会議を通じて情報提供を実施する。【活動-1】																											
2 SNS、HPを活用して町会・自治会の活動事例を紹介する。【活動-2】																											
3 町会・自治会の加入を促進するための広告をバス車内に掲載する。【活動-3】																											
③成果指標														③直接成果(②の活動の直接的な結果)													
【活動-1】助成事業、活動事例の情報発信数														助成事業や活動事例の情報が浸透することで、各種助成件数が増える。 1 会館・防災倉庫・掲示板の環境が整備される。【直接成果-1】 2 子ども向けイベントを開催することで、町会・自治会が未加入者となつがるきっかけとなる。【直接成果-2】 3 町会・自治会の活動周知・加入促進につながるチラシが作成・配布される。【直接成果-3】 4 加入勧誘時に配付するグッズがあることで、町会・自治会の加入勧誘活動がしやすくなる。【直接成果-4】													
年度														年度													
目標														目標													
実績														実績													
達成率														達成率													
111%														100%													
④成果指標														④中間成果(③の成果が伸びたら、どうなるか)													
【活動-2】町会・自治会活動に関するSNSでの情報発信回数														1 町会・自治会への加入世帯が増える。【中間成果-1】 2 「加入方法がわからない」「誘われない」の理由で町会・自治会に加入していない層が減少する。【中間成果-2】													
年度														年度													
目標														目標													
実績														実績													
達成率														達成率													
200														89%													
【活動-3】車内広告を掲載したバスの台数														【最終成果】地域活動が活発化し、活力溢れるまちが実現している													
年度														年度													
目標														目標													
実績														実績													
達成率														達成率													
-														-													
行政のコントロール要素 大														外的な要因 大													

STEP1

【所属の自己分析】(一次評価)

STEP 1

指標分析	課題分析	今後の事業の予定(短期)・方向性(中・長期)
【活動-1】区や東京都の助成金について、各町会・自治会に直接郵送で通知やチラシを送付する情報発信を行った。また、毎月行われる所長連絡会や地域事務担当者会議において、町会・自治会からも各種助成金事業、事例を共有し、各地域で行われる地区町自連会議で情報提供を行った。 【直接成果-1】町会・自治会の環境整備(会館整備助成、防災倉庫設置助成、掲示板設置助成)に対する助成申請件数は、40件の申請が行われ活用された。 【直接成果-2】令和5年10月から新たに開始した「未加入者も参加できる子ども向けイベント助成」は43件の申請が行われ活用された。 【直接成果-3】令和5年10月から新たに開始した「町会・自治会活動周知・加入勧奨チラシ作成・ポスティング費用助成」は10件の申請が行われ活用された。 【中間成果-1】町会・自治会の加入世帯率は住民のライフスタイルの変化や価値観の多様化により減少傾向にあり目標を達成できなかった。 【参考】区から町会・自治会に情報提供を行った結果、東京都実施の「関東大震災100年町会・自治会防災力強化助成」は、201件の申請が行われた。	アフターコロナとなり少しずつ町会・自治会活動も再開し始めたが、足立区政に関する世論調査では、町会・自治会に加入しない理由として「加入方法がわからない」「誘われないから」のほか、「加入する必要性を感じないから」「人間関係がわずらわしいから」という価値観の多様化がうかがえる。 対応策・・・「加入方法がわからない」「誘われないから」との理由から町会・自治会に加入しない方が約2割いることも分かった。この2割の方を町会・自治会加入に繋げられるように、町会・自治会と未加入者のきょうがけづくりや緩やかな関係からつながることができるように新たな助成事業を開始した。「未加入者も参加できる子ども向けイベント助成」「町会・自治会活動周知・加入勧奨チラシ作成・ポスティング費用助成」の2つの助成事業は年度途中からの開始のため、6か月間の募集となったが予想を上回る町会・自治会に活用いただくことができた。	【短期】 町会・自治会活動が活性化し、地域の賑わいに繋がられるように各種助成事業の活用を促し、加入勧誘活動を行い加入者を増やしていきけるように支援を行っていく。 【中・長期】 町会・自治会加入者が増えることでさらに地域活動が活性化し、活力溢れるまちが実現する。そのために町会・自治会と未加入者の接する機会が得られるように、また、町会活動の周知や加入勧奨が行えるように、地域が求める支援策を継続して実施していく。

【市内評価委員会の評価】(2次評価)

	評価結果
【目標・成果の達成度への評価】 全国的な流れであるとはいえ、町会・自治会加入率が下がりが続いている点は残念である。ただ、世論調査結果を分析し、働きかけ次第で町会・自治会加入の可能性がある層をターゲットに、新たな事業展開を始めている点は評価できる。令和5年度から開始した「子ども向け地域活性化事業助成」については、目標を大きく上回る申請があり、助成金を活用したイベントがきっかけで、加入した事例もあるとのことで、一定の成果があったのではないかと考えている。一方で、「チラシ作成・配付等に対する助成」の件数は、目標を大きく下回っているため、活用されなかった理由を分析し、より活用しやすい制度に改善していただきたい。	全体評価 3
別紙のとおり。	
反映結果・反映状況	

【評価結果・提言を受けての取組】(反映結果)

別紙のとおり。	反映結果・反映状況

【全体評価の経年動向】

	R2	R3	R4	R5
片内評価結果	3.5	3.5	3.5	3
区民評価結果	3	評価中止	1.5	2

※ R3までは庁内評価・区民評価ともに「町会・自治会、NPOの活性化支援」として評価

R4の庁内評価は「町会・自治会の活性化支援」として評価

STEP 3

[illegible]

STEP 4

全体評価	2
反映結果	3
達成度	2.5
方向性	2

【町会・自治会の活性化支援】区民評価結果を受けた反映結果・反映状況

【加入しない理由第 1 位「加入する必要性を感じられないから」という層に対するアプローチ】

町会・自治会は行政と一緒に地域のために災害時の避難所運営や防犯・防火パトロール、美化活動など多様な地域活動に取り組む唯一の団体であり、「加入する必要性を感じられないから」という層も含め多くの方に、まずは町会・自治会について知ってもらう必要があると考えている。そのため、区内を走行するバス車内への加入促進ポスターの掲示を行うとともに転入手続きの窓口や町会・自治会の加入勧誘で配布している「はじめての足立区町会・自治会」リーフレットを住区センターや保健センター等への配架依頼を新たに行い、多くの方に知ってもらえるように取り組んでいく。さらに、昨年度開始した「活動周知・未加入世帯への加入勧奨チラシの印刷助成」は、令和 6 年度は 12 月 5 日現在、18 団体に活用いただいている。町会・自治会の活動内容などの周知や加入勧奨のためのツールとして用意した助成事業のため、多くの団体に活用いただけるように促し、支援を行っていく。

【デジタル回覧板対応機器購入助成金の出し方、運営面への具体的なサポート、受け取り側への周知やツールの整備】

令和 6 年度から新たに開始したデジタル回覧板対応機器購入助成は、機器の設定も必要な場合は助成対象とし、運用については多くの方が利用しているメールや LINE、ホームページへの掲載を想定している。すぐに全ての町会・自治会で活用することは難しいが、デジタル対応へのきっかけづくりや紙媒体での回覧板以外の選択肢のひとつになると考えている。なお、運用面のサポートについては、既存の都の支援事業を紹介するなど導入後の支援も必要に応じて行っている。

【加入率の少ない団体を重点団体と据えて積極的に施策活用を促すなど加入率を底上げする指標の検討】

加入勧誘活動は町会・自治会が行う活動で役員の方が主に担っているが、加入申込書だけでの勧誘は訪問しづらいとの声をいただいた。今年度より訪問時の勧誘活動を支援し、きっかけづくりや町会・自治会名を PR するための加入勧誘時配付物品について助成を開始した。加入率の少ない団体を捉えてのものではないが、全ての町会・自治会の勧誘活動を活発化させるための支援を行うとともに、引き続き町会・自治会のご意見を伺いながら、その町会・自治会に合った支援を行っていく。また、指標については現在の指標が最終的には加入率の底上げ

につながると考えて設定しているが、より良い指標について検討していく。

【「町会・自治会に加入していると、区役所担当の勉強会に参加できる、意見も伝えられる」などの魅力的な仕組みづくりや加入していることのお得感を出すなど、町会・自治会と足立区双方にとってのメリットの検討】

区が何か新しい事業を行う場合は、地域の会長会議での説明や町会・自治会員には回覧板、掲示板で周知を行うことでより緊密な関係が築けるように取り組んでいる。情報提供することで会長や地域からご意見やご質問をいただくことができ、意見交換の場にもなるため、結果的に双方にとってメリットがあると考ええる。一方、会員であることのメリットを目に見える形で提供することは課題であるが、顔の見える関係づくりは災害時の避難所での安心感や地域での安全・安心にも繋がるので、引き続き区民事務所が調整役を行い町会・自治会の支援に取り組んでいく。

【区民全員が何らかの活動に参加できるよう参加の場を増やす取組（町会・自治会加入有無に関わらず、区民の参加ハードルを下げて「地域活動に参加しやすい足立区」となるような区民参画施策へのリニューアルを提言）】

町会・自治会の活動支援は、当事業で行っている助成事業だけでなく、様々な事業毎にそれぞれの担当所管課でも活動への支援を行っている。当事業で行っている町会・自治会への支援は、町会・自治会活動の基礎的な部分であり、地域への情報提供や周知を行うための掲示板設置助成、災害時の資機材を収容する防災倉庫設置助成、地域の交流や賑わいを創出するイベント助成等がある。今後も区の最大のパートナーである町会・自治会活動の基礎的な部分の支援を継続して行っていく。なお、本施策の対象は、町会・自治会であるため、区民全員に対する施策へのリニューアルはできないと考える。

令和6年度重点プロジェクト事業評価調査書（令和5年度事業分）

視点	行財政	再掲	ひと	重点 目標	重点 項目	協働・協創による地域づくりの活 性化	記入 所属	政策経営部あだち未来支援室 協働・協創推進協働・協創推進担当	SDGs関 連する ゴール・ ターゲット	17 パートナーシップで 目標を達成しよう		
事業名	No.35「協創推進コーディネートの強化（人づくり・場づくり）」											
事業の概要	対象		※ その他の場合記入									
	その他		区民、事業者、職員									
	目的(⑤最終成果（理想）)											
	協創による地域課題の解決や新たな魅力の創出の実現											
内容	新たな協創の取組み 協創の認知度の向上											
事業の概要	多様な主体をつないでいくコーディネートをしていくとともに、区も多様な主体の一員として、地域課題の解決と新たな魅力を創出していく。											
	目的(⑤最終成果（理想）)											

【ロジックモデル・指標の達成度】																																																																																																																							
■ 令和5年度事業費支出内訳(上位3事業)																																																																																																																							
<table><tr><th colspan="2">①投入資源(インプット)</th><th colspan="2">単位:千円</th><th colspan="2"></th><th colspan="2">30,421</th><th colspan="2">千円</th><th colspan="2"></th></tr><tr><td colspan="2">(1) 主な内容</td><td colspan="2">協働・協創推進事業</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">(2) 主な内容</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">(3) 主な内容</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr></table>												①投入資源(インプット)		単位:千円				30,421		千円				(1) 主な内容		協働・協創推進事業										(2) 主な内容												(3) 主な内容																																																																							
①投入資源(インプット)		単位:千円				30,421		千円																																																																																																															
(1) 主な内容		協働・協創推進事業																																																																																																																					
(2) 主な内容																																																																																																																							
(3) 主な内容																																																																																																																							
<table><tr><th colspan="2">対応する予算事業名</th><th colspan="2">協働・協創推進事業</th><th colspan="2"></th><th colspan="2"></th><th colspan="2"></th><th colspan="2"></th></tr><tr><td colspan="2">年度</td><td colspan="2">4年度</td><td colspan="2">5年度</td><td colspan="2">6年度</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">総事業費(a+b)</td><td colspan="2">8,609</td><td colspan="2">38,789</td><td colspan="2">52,885</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">内訳</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">事業費(a)</td><td colspan="2">312</td><td colspan="2">30,421</td><td colspan="2">52,885</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">人件費(b)</td><td colspan="2">8,297</td><td colspan="2">8,368</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">国庫負担金・補助金</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">税外収入</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">受益者負担金</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr></table>												対応する予算事業名		協働・協創推進事業										年度		4年度		5年度		6年度						総事業費(a+b)		8,609		38,789		52,885						内訳												事業費(a)		312		30,421		52,885						人件費(b)		8,297		8,368								国庫負担金・補助金		0		0		0						税外収入		0		0		0						受益者負担金		0		0		0					
対応する予算事業名		協働・協創推進事業																																																																																																																					
年度		4年度		5年度		6年度																																																																																																																	
総事業費(a+b)		8,609		38,789		52,885																																																																																																																	
内訳																																																																																																																							
事業費(a)		312		30,421		52,885																																																																																																																	
人件費(b)		8,297		8,368																																																																																																																			
国庫負担金・補助金		0		0		0																																																																																																																	
税外収入		0		0		0																																																																																																																	
受益者負担金		0		0		0																																																																																																																	
<table><tr><th colspan="2">②活動(アウトプット)※区が行う直接の活動</th><th colspan="2"></th><th colspan="2"></th><th colspan="2"></th><th colspan="2"></th><th colspan="2"></th></tr><tr><td colspan="2">【事業の概要】</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">・SNSやホームページ、あだち広報、協創ニュースなどにより協創に関する情報を発信する【活動-1】</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">・多様な主体との事業連携を促進する【活動-2】※NPO活動支援センターでの各種相談件数、及び区と協定を締結している団体等との協議数</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">・地域活動(協働・協創)を担う人材を養成する【活動-3】</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">・職員研修を実施する【活動-4】※協創について講義した職層研修の回数</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">・区の魅力発信やPRIに繋がるふるさと納税返礼品として、候補となる事業者との協議回数【活動-5】</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="2">(協働・協創推進事業)</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr></table>												②活動(アウトプット)※区が行う直接の活動												【事業の概要】												・SNSやホームページ、あだち広報、協創ニュースなどにより協創に関する情報を発信する【活動-1】												・多様な主体との事業連携を促進する【活動-2】※NPO活動支援センターでの各種相談件数、及び区と協定を締結している団体等との協議数												・地域活動(協働・協創)を担う人材を養成する【活動-3】												・職員研修を実施する【活動-4】※協創について講義した職層研修の回数												・区の魅力発信やPRIに繋がるふるさと納税返礼品として、候補となる事業者との協議回数【活動-5】												(協働・協創推進事業)																							
②活動(アウトプット)※区が行う直接の活動																																																																																																																							
【事業の概要】																																																																																																																							
・SNSやホームページ、あだち広報、協創ニュースなどにより協創に関する情報を発信する【活動-1】																																																																																																																							
・多様な主体との事業連携を促進する【活動-2】※NPO活動支援センターでの各種相談件数、及び区と協定を締結している団体等との協議数																																																																																																																							
・地域活動(協働・協創)を担う人材を養成する【活動-3】																																																																																																																							
・職員研修を実施する【活動-4】※協創について講義した職層研修の回数																																																																																																																							
・区の魅力発信やPRIに繋がるふるさと納税返礼品として、候補となる事業者との協議回数【活動-5】																																																																																																																							
(協働・協創推進事業)																																																																																																																							

影響要因

- ・企業、NPO団体等が区と連携するインセンティブ
- ・協創プラットフォーム参加のインセンティブ
- ・講座等開催時の天候

③直接成果(②の活動の直接的な結果)

- ・区民の協創の認知度が高まる【活動②-1】※世論調査で『「協創」の仕組み』を「知っている」「聞いたことはある」と回答した区民の割合
- ・新たにつながりを持つ企業やNPOの数が増える【活動②-2】
- ・地域人材養成講座の参加者が増える【活動②-2、②-3】
- ・職員研修の受講者数が増える【活動②-4】※協創について講義した職層研修の受講者数
- ・事業者との協創によるふるさと納税返礼品登録数が増える【活動②-5】

影響要因

- ・各所管課のコーディネート力カ力量差
- ・ふるさと納税制度の改正

④中間成果(③の成果が伸びたら、どうなるか)

- ・協創の取組みを実践する区民が増える※世論調査で『「協創」の仕組み』を理解し、かつ『協働・協創』による取組みを実践している」と回答した区民の割合
- ・事業連携や協創プラットフォームによって実現する事業の数が増える
- ・地域人材養成講座受講者による地域活動の取組みが増える
- ・協創の実践に必要なコーディネート意識を持つ職員が増える※協創について講義する職層研修時のアンケートで、コーディネート意識の必要性を理解した受講職員の割合(令和4年度より実施)
- ・ふるさと納税返礼品を通じて、区の魅力や取組みに賛同する寄附件数が増える

影響要因

- ・コロナ禍による活動制限や中止など、世論調査の結果に大きな影響を及ぼすような社会情勢

⑤最終成果(理想)

協創による地域課題の解決や新たな魅力の創出の実現

②活動指標	単位	年度	実績	目標	達成状況
【活動-1】 協創に関する情報発信数	回	目標	60	80	
	実績	36	45	-	やや遅れている
	達成率	60%	75%		
【活動-2】 企業・NPO団体等と事業連携等の相談や協議を行った回数	回	目標	480	600	達成
	実績	489	839	-	
	達成率	102%	175%		
【活動-3】 地域人材養成講座開催回数	回	目標	50	50	達成
	実績	58	52	-	
	達成率	116%	104%		
【活動-4】 職員研修の実施件数	回	目標	3	3	達成
	実績	3	3	-	
	達成率	100%	100%		
【活動-5】 ふるさと納税返礼品登録候補事業者との協議を行った数【新規】	回	目標	—	300	達成
	実績	160	247	-	
	達成率	—	124%		

③成果指標	単位	年度	実績	目標	達成状況
【直接成果-1】 「協創」の仕組みを理解している区民割合	%	目標	30	45	
	実績	29	31	-	やや順調
	達成率	97%	89%		
【直接成果-2】 事業連携の協議に参加した企業・NPO団体、プラットフォーム参加団体等の数	団体	目標	130	130	順調
	実績	98	123	-	
	達成率	75%	95%		
【直接成果-3】 地域人材養成講座参加者数	人	目標	420	500	達成
	実績	517	538	-	
	達成率	123%	128%		
【直接成果-4】 職員研修受講人数	人	目標	350	420	順調
	実績	352	358	-	
	達成率	101%	94%		
【直接成果-5】 ふるさと納税返礼品登録品目数【新規】	品目	目標	32	300	達成
	実績	64	196	-	
	達成率	200%	196%		

④成果指標	単位	年度	実績	目標	達成状況
【中間成果-1】 協創の取組みを実践している区民割合	%	目標	15	15	
	実績	4	7	-	遅れている
	達成率	27%	47%		
【中間成果-2】 企業・NPO団体、プラットフォーム参加者等と連携して行った事業の数	事業	目標	10	12	達成
	実績	11	13	-	
	達成率	110%	108%		
【中間成果-3】 地域人材養成講座受講後1年以内に活動始める計画のある人の割合	%	目標	80	80	達成
	実績	57	81	-	
	達成率	71%	101%		
【中間成果-4】 コーディネート意識の必要性を理解した受講職員の割合	%	目標	60	100	順調
	実績	100	99	-	
	達成率	167%	99%		
【中間成果-5】 ポータルサイトを経由したふるさと納税による寄附件数【新規】	件	目標	—	2,000	順調
	実績	414	981	-	
	達成率	—	98%		

⑤成果指標	単位	年度	最終目標
【最終成果】 協働や協創により事業が進んでいると感じる区民割合	%	目標	35
		実績	—
		達成率	

行政のコントロール要素 大

外的な要因 大

【所属の自己分析】（一次評価）

指標分析

■【活動-1】（直接成果-1）【中間成果-1】
目標の発信には届かなかったものの、情報発信の内容が区民の活動事例の紹介をメインとするなど、区民が協創をイメージしやすいように工夫した。また、商業施設や病院など区民の生活圏での配架を拡大することで、「協創」が目に見える機会を増やした。さらに、足立区の魅力を区外へ広げるため、ふるさと納税返礼品を中心とした足立の魅力PR物産展を宇都宮で開催し、地方都市での魅力発信に繋がった（地域発展に貢献することを目的とした信金中央金庫の「SCBふるさと応援団」による寄付金を活用）。

■【活動-2】（直接成果-2）【中間成果-2】
NPO活動支援センターの各種相談件数は、観光イベントでの出張相談等も実施したことから712件となり、昨年度の385件から大きく向上した。その他、区と協定を締結している企業等との協議数が127件であった（活り）。プラザTフォームでは、Nフェス、子ども食堂「フードハンタリー」、げんき応援事業助成金成果報告・登載団体の交流会を開催し、構の繋がりを創ることのできた（直3）。また、企業との連携機会の創出を図り、東京2020大会のバラスポーツ選手が在籍する企業と特別支援学校及び近隣小学校を数社、バラスポーツ体験会を開催するなど、新たな取り組みを協創で実現した（中2）。

■【活動-3】（直接成果-3）【中間成果-3】
参加者が地域活動によりイメージしやすくなるため、実践的な講座として「子ども食堂スタッフ体験」を新婦で2回実施し、いずれも申込開始後すぐに定員に達し、講座から活動に直結する流れを作ることができた。なお、令和6年度は、講座の回数ではなく、より実践的な質を求めた講座への移行を検討しているため、参加者数の目標値を500とした（直3）。

■【活動-4】（直接成果-4）【中間成果-4】
協員の協創に関する理解促進のため、新任、主任・係長昇任の研修における講義を通じて、多様な主体を繋いでいくコーディネーター意識の必要性を高めることができた。

■【活動-5】（直接成果-5）【中間成果-5】
足立成和信用金庫等と連携し、返礼品提供事業者の開拓に力を入れ、また、ふるさと納税業務の委託化により、寄附申込に対するスムーズな事務処理や返礼品発送等が可能となり、返礼品提供事業者の手間も減少することができたため、返礼品登録品目数は前年度の3倍以上（充充前の令和3年度比では16倍以上）、寄附金額は前年度の2倍以上の3475.6万円（令和3年度比では4倍以上）、寄附件数は前年度の2倍以上（令和3年度比では7倍以上）となった。

【庁内評価委員会の評価】（2次評価）

評価結果

【目標・成果の達成度への評価】

全体的に活気づいている事業であると評価する。【活動-1】情報発信については、情報誌等には多く、情報誌等には多く、情報誌等には多くの場所に設置されているにもかかわらず目標値に届いていないことから、調査上の達成状況は「やや遅れている」という評価であるが、進捗が本当に遅れているのか、方法を再考すべきなのではないか【活動-2】【活動-3】活動・3】協創の向上や新たな取り組みの創出に向け、多様な主体と相談や協議を行った回数および、人材養成講座の開催数は目標値以上に達成できているが、やや目標値が甘かったのではないかと。【中間成果-1】協創の取組みが実践している区民割合は低く、世論調査の質問票の返答を分析していることなど、より適切な結果が反映されるよう検討を進めていただきたい。【活動-5】【直接成果-5】【中間成果-5】ふるさと納税については、前年度に引き続き多くの事業者と協議を行い、返礼品の登録数が大幅に増加となり、目標には僅かに達しなかったが、寄附件数が大幅に伸びたことは非常に大きな成果であると言える。

【今後の事業の予定、方向性への評価】
協創に関する情報発信や多様な主体と連携することについては継続して取り組んでいただきたい。職員研修については、協創に関する知識の習得だけでなく、実際に自分が協創に関わっているか、実践できているかどうかを考えると、職員が関係している団体等に協創に向けたアプローチができるよう、工夫してほしい。
ふるさと納税に対しては、特別区民税減収額には及ばずとも、より多くの寄附をいただけるよう、引き続き事業を継続していただきたい。

【区民評価委員会の評価】（3次評価）

反映結果の評価	目標・成果の達成度への評価	今後の事業の予定、方向性への評価
区民へのアピール活動は積極的に展開されています。NPOフェスティバルなどのイベントを通じて「協創」の理念が十分に発信されており、この理念の広がりが期待されています。これらの取り組みは、区民の理解と協力を得るための重要な手段となっており、今後も引き続き推進することが望まれます。	各種成果指標については概ね順調に推移しています。各「協創」に関する情報発信数の達成状況が75%にとどまっています。主な原因として、協創の具体的な事例が少なかつたことや、庁内での事例発掘および情報収集の不足が挙げられます。	現在の事業展開では、民間との連携を推進しているものの、創担当の役割が主に情報発信や研修に限定されている状況です。今後は、庁内の各部署間の連携を強化し、コーディネーターとしての役割を再認識し、主体的に事業展開を行うことが求められます。協創の中核を担うには、より広範な連携と調整が不可欠であり、自らの行動改革を契機に積極的に協創を推進していただく必要があります。
今年度の事業展開では、前年度とほぼ同様の施策内容と方法が前年度の評価委員会で指摘された職員研修後の管理職に対する部下指導のフォローについて、具体的な検討や対応が行われていない状況が続いています。	このような状況から推察するに、庁内での実質的な協創の取り組みが十分に進んでいないことがうかがえます。	また、庁内組織の力を最大限に引き出すためには、職員研修後の継続的なフォローが重要です。特に管理職に対しては、「協創に関する部下指導状況」をしっかりと確認し、指導が実行されているかどうかをチェックすることが必要です。研修内容についても、単なる理念や観念にとどまらず、事前課題などを工夫して、事業に役立つ具体的な事例研究（成功例・失敗例）を中心にした内容へとアップデートすることが求められます。これにより、参加者が実践的なスキルを身につけるとともに、日常業務に即した協創の取り組みが促進されるでしょう。
これは、管理職の指導力向上や組織全体のパフォーマンス改善に向けた重要な課題であり、研修の事前課題などを工夫し、管理職を含めた所属部署で報告しやすい流れをつくるなど、対策が求められます。	具体的な区民へのアピール活動については、パラスポーツ体験会やふるさと納税、子ども食堂の1日体験などを通じて、直接区民にアピールする場を設けて協創の理念を広めています。また、NPOフェスティバルなどを活用して協創の理念を積極的に発信し、パートナー企業との関係も強化しています。	現状の課題として、課題分析は的確に行われているものの、「継続的」なフォローが重要である。特に管理職に対しては、「協創に関する部下指導状況」をしっかりと確認し、指導が実行されているかどうかをチェックすることが必要です。研修内容についても、単なる理念や観念にとどまらず、事前課題などを工夫して、事業に役立つ具体的な事例研究（成功例・失敗例）を中心にした内容へとアップデートすることが求められます。これにより、参加者が実践的なスキルを身につけるとともに、日常業務に即した協創の取り組みが促進されるでしょう。

課題分析

協創の認知度は、統計を開始した平成29年度の1割台から徐々に増加し、令和4年度2割台、令和5年度3割台と年々高まっている。協創の取組を実践している割合も高まっているが、既に行っている地域での様々な活動が協創であることを区民が認識していない可能性もある。協創の更なる推進にあたっては、協創をイメージしやすい内容での情報を数多く発信するとともに、職員一人ひとりが、多様な主体を繋ぐきっかけづくりやコーディネーターをしていくスキルや行動力を高め、区民、企業・NPO団体などの自主的な参画を促し、サポートすることが必要である。

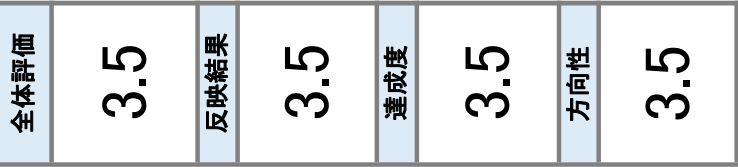
■庁外における取組み
地域活動に興味がある層へのアプローチとして、区民の関心が高い分野の講座を開催し、地域活動の実践に繋げる必要がある。また、地域活動に興味がない層へのアプローチとして、NPOフェスティバル等の区民が参加しやすいイベントを通じて、多種多様な活動があることを告知する機会の創出とコミュニケーションを図ることと興味を持つてもらい、関わり手を増やすきっかけを作る取り組みも必要である。さらに、協創による新たな魅力創出として、ふるさと納税返礼品を更に充実させて、区外に向けてPRしていく必要がある。

■庁内における取組み
各所管課が行っている協創の取組みや、つながりがある企業や団体の情報を集約し、事例紹介をしていくことで協創をイメージしやすくとともに、多様な主体を結びつける職員のコーディネーター力を高めるための育成を進めることで、協創による活動の活性化に繋げていく必要がある。

STEP2



STEP3



STEP4

反映結果・反映状況
【協創の意義と成果をより明確に伝えるため、協創の具体的な成功事例や実績を詳細に集約し、庁内外に広く共有する】 今年度も11月に梅田地域4ヶ所回遊型NPOフェスティバルを2日間実施した。NPO団体・企業の参加は昨年度の70団体から84団体に増加し、5,400人の来場者によりNPOの体験や周知を図った。また、2年連続でバラスポーツ選手が在籍する企業と特別支援学校及び近隣区立小学校をつなぎ、パラスポーツ体験会を12月に実施し、ホームページで発信した。さらに、11月よりNPO活動支援センター新規登録団体を対象に、団体の悪いや活動状況等についてインタビューを実施しており、12月からSNSやホームページで発信していく。
【協創担当の役割が主に情報発信や研修に限定されているため、庁内各部署間の連携強化を行うコーディネーターとしての役割を再認識し、主体的に事業展開を行う】 協創担当として庁内各部署間や包括連携協定連携先・企業・団体等と連携強化を行うコーディネーターをしており、協創という理念が生まれてから8年、一定程度の認知・実践も広がっていることを認識しているが、協創は担当課だけで行うのではなく、庁内各所管が主体的に進めていくことは改めて伝えていく必要がある。その考えを再認識していくためにも、令和7年度からの新たな基本計画、新たな組織の元で、理念を再浸透させていくとともに、研修などを通じて、庁内でのつながりを強化していく。
【職員研修後の継続的なフォローが重要であるため、特に管理職に対して、「協創に関する部下指導状況」をしっかりと確認し、指導が実行されているかどうかをチェックする】 研修内容について、単なる協創の理念や観念にとどまらず、事前課題などを工夫して、業務に役立つ具体的な事例研究（成功例・失敗例）を中心にした内容へとアップデートする】 管理職に対しても協創の理解を更に深め率先して実践することが必要だが、窓口職場など、必ずしも協創の実践に馴染まない所属もあり、管理職による指導の実行やチェックや事前課題を一律に対応することには課題もある。研修を所管している人事課とも連携を取りながら検討する。また、次期基本計画において「協創の再構築」を掲げることから、まずは協創やつながりを意識・発見できる研修を令和7年1月に行う。

【全体評価の経年動向】

	R2	R3	R4	R5
庁内評価結果	3	3.5	3.5	4.5
区民評価結果	3	評価中止	4	3.5

今後の事業の予定（短期）・方向性（中・長期）

（短期）
区民の活動総量を上げていくため、以下の取組みとともに、庁内外で発信されている情報等を参考にしながら、既に様々な取組みを行っている方との対話や繋がるの可能性を探り、更に多くの区民・団体・企業・地域等との関わりを創出に取り組んでいく。

■庁外における取組み
ホームページやSNS、プレスリリースなど多様な媒体を活用し、協創の具体的な事例を紹介することで、区民や企業・団体等が協創活動の一歩を踏み出せるように取り組んでいく。また、企業との協創によるふるさと納税返礼品の充実を引き続き図るため、返礼品提供事業者数を前年度の79事業者から100事業者を目指し、区外に向けた区の魅力の情報発信及び寄附額の増に取り組んでいく。さらに、活動総量を上げていくため、他自治体の例も参考にしながら、げんき応援事業助成金の利便性の向上を検討していく。

■庁内における取組み
各所管課の職員一人ひとりが自らが協創の理念を基に業務を遂行できるよう、コーディネーターの具体例も交えながら職層研修により職員の協創の理解を深めるとともに、所管と共に協創となる取組を実践していく。また、協創の掲示板などを活用し、庁内各課の事業で協創を推進できるように取り組んでいく。

（中・長期）
これまでの方向性を以下のとおり維持しつつ、令和7年度からの新たな足立区基本計画のもと協創を更に推進していく。

■庁外における取組み
地域活動人材の発掘・サポートを継続して行うことで、地域の課題解決や新たな魅力の創出を実現する。

■庁内における取組み
職員一人ひとりが、コーディネーターの力を身につけ、協創の理念を基に業務を遂行できるよう研修や実践を通じて育成を進める。

【評価結果・提言を受けての取組】（反映結果）

令和6年度重点プロジェクト事業評価調査(令和5年度事業分)

視点	行政政	再掲	重点 目標	⑬多様な主体による協働・ 協創を進める	重点 項目	大学連携の推進	記入 所属	政策経営部シニアプロモーション課大学連携担当	SDGs関 連する ゴール・ ターゲット	4 質の高い教育を みんなに	17 パートナーシップで 目標を達成しよう		
事業名	No.36「大学連携コーディネート事業」												
事業の概要	対象		※ その他の場合記入										
	区民と事業者												
	目的(⑤最終成果(理想))												
	区と大学、区民と大学の交流が深まることで大学を身近に感じる区民が増える												
内容		子どもから高齢者まで切れ目なく、各大学の特色を生かした知識や技術を提供できるよう、コーディネート及び支援を行っていく											

【ロジックモデル・指標の達成度】												単位:千円		■ 令和5年度事業費支出内訳(上位3事業)																			
①投入資源(インプット)														(1) 主な内容 大学生地域活動プラットフォーム 3,608 千円																			
対応する予算事業名 大学連携推進事業														(2) 主な内容 リレー企画 364 千円																			
年度														(3) 主な内容 千円																			
総事業費(a+b)												4年度 20,723		5年度 20,904		6年度 6,063																	
内訳												事業費(a)		4,129		4,168		6,063															
												人件費(b)		16,594		16,736																	
税外												国庫負担金・補助金		0		0		0															
収入												受益者負担金		0		0		0															
②活動(アウトプット)※区が行う直接の活動																																	
【事業の概要】																																	
1 学長会議、実務者会議を実施する【活動-1】																																	
2 各大会と連携して行う事業のサポート、コーディネートを行う【活動-2、3】																																	
3 大学生地域活動プラットフォームなどで、地域、区内企業、大学生が交流する場を提供する【活動-3】																																	
4 大学とのリレー企画として、講座等を実施する【活動-3】																																	
5 連携事業に関するSNS発信などで、区民にPRする【活動-3】																																	
②活動指標												単位		年度		実績		目標		達成状況													
【活動-1】 六大学学長会議・実務者会議開催回数												回		目標 4 実績 4 達成率 100%		R4 4 R5 4 R6 4		4 - -		順調													
【活動-2】 関係課連絡会の実施回数												回		目標 3 実績 2 達成率 67%		3 3 100%		2 - -		達成													
【活動-3】 大学PR・連携事業の情報発信												回		目標 50 実績 50 達成率 100%		50 52 104%		50 - -		達成													
③成果指標												単位		年度		実績		目標		達成状況													
【直接成果-1】 六大学連携事業数												事業		目標 180 実績 153 達成率 85%		R4 180 R5 178 R6 180		180 178 -		順調													
【直接成果-2】 六大学連携事業全体の参加者数												人		目標 45,000 実績 41,397 達成率 92%		45,000 52,880 118%		45,000 - -		達成													
【直接成果-3】 リレー企画参加者数												人		目標 150 実績 173 達成率 115%		150 202 135%		150 - -		達成													
④成果指標												単位		年度		実績		目標		達成状況													
【中間成果-1】 参加者満足度												点		目標 5.0 実績 4.6 達成率 92%		R4 5.0 R5 4.7 R6 5.0		5.0 4.7 -		順調													
【中間成果-2】 大学連携事業を知っている区民の割合												%		目標 20 実績 - 達成率 -		20 41.3 207%		20 - -		達成													
【中間成果-3】 大学連携事業に参加したいと答えた区民の割合												%		目標 15 実績 - 達成率 -		15 68.0 453%		15 - -		達成													
④中間成果(③の成果が伸びたら、どうなるか)																																	
1 六大学との連携事業を通じて大学の持つ知識や技術を体感することにより参加者の満足度が上がる																																	
2 六大学との連携事業が活性化されることにより大学連携事業に対する一般区民の認知度が上がる																																	
3 六大学との連携事業に参加したいと思う区民が増える																																	
⑤最終成果(理想)																																	
区と大学、区民と大学の交流が深まることで大学を身近に感じる区民が増える																																	
⑤成果指標												単位		年度		実績		目標		達成状況													
【最終成果】 大学を身近に感じると思う区民の割合												%		目標 20 実績 - 達成率 -		R6 20		20 -		達成													
最終目標														6年度																			
影響要因																																	
・天候、イベントの内容や出来栄、参加者の属性																																	
影響要因																																	
・世論調査の結果に大きな影響を及ぼすような社会情勢																																	
⑥重点プロジェクト共通の成果(⑤最終成果(理想)が伸びたらこうなる)																																	
区政全体に対する区民の満足度 67%																																	

行政のコントロール要素 大

外的な要因 大

指標分析	課題分析	今後の事業の予定(短期)・方向性(中・長期)
【活動①】学長会議は台風の影響により中止。実務者会議は、7月、11月、3月に実施。事務担当者が一同に集まることで、各大学の情報を共有し意見交換することができた。 【活動②③】令和4年度中に実施予定だった区長報告会を5月に実施したほか、大学連携事業に関わる7つの所管課との連絡会を7月と2月に開催した。講座で当日キャンセルを防ぐ工夫や落選者への他講座の紹介など、効果があった取組みや各課の課題、対応策を共有することで、今後の事業に生かせる内容となった。 【直接成果①②】連携事業数と参加者数については、藝大10事業34,190人、未来大38事業5,771人、文教大43事業5,008人、帝科大42事業2,620人、電大21事業1,106人、放大大23事業4,122人となった。学長会議で課題となった大学間の学生交流の機会創出では、新たに各大学の学園祭実行委員の交流会を開催。学園祭実施に向けた事前の情報交換及び終了後の課題を共有することで交流を促進した。また、高大連携では、青井高校と帝科大をつなぎ、青井高校(1〜3年生)の学生に向けたキャンパスの見学や模擬授業の体験が実現した。見学した3年生(4人)の内、2名が帝科大に進学することができた。 【直接成果③】文教大「プログラミングでドローンを飛ばそう」定員40名、申込1,025名、帝科大「認知症予防 運動のススメ」定員40名、申込46名、電大「電池のナゾを解き明かそう」定員40名、申込276名。 企画について区から大字に依頼し、区民ニーズをとらえた内容にしたことが申込者増につながった。また、令和4年度は無断キャンセルが36件発生したことを受け、オンライン申請システムを活用したリマインドメールによる対策を実施。すべての企画を含わせてキャンセルを1件に抑えることができた。 【中間成果①】藝大のアカフトリーチンサポートや各大学の児童向けの体験講座が特に満足度が高く、昨年度より0.1ポイント増の4.7点となった。 【中間成果②③】あだち広報や区民まつりでニーズアンケートを実施し、3,400件以上の回答を集めた。大学連携事業を知っている割合及び大学連携事業に参加したい割合が目撃値を超える結果となった。集計結果は今後の事業に生かしてもらったため、大学や庁内関係部署にも共有した。	【短期】 1 学長会議・実務者会議 学長会議は各学長の説明がメインとなり、活発なディスカッションができていないため、工夫する必要がある。 2 連携講座 庁内各課の事業は対象者と内容が決まっているため、新たなニーズに対応した新規事業の導入が困難または時間がかかる。 3 事業の充実・見せる化 区ホームページやSNSなど、主にデジタル媒体を活用し連携事業をPRしてきたが、区民がより多様な媒体から情報を知り、参加したい講座等を選択できるようになっていく必要がある。 4 大學生地域活動プラットフォーム 交流会は大学生から非常に好評で、お互いの情報共有や意見交換が活発に行われた。次のステップとして、各大学の学生が主体となったアクシオンに発展させたい。 【中・長期】 大学、地域、企業、区をつなぐコーディネートや支援を継続し、子どもから大人まで切れ目なく、各大学の特色を生かした知識や技術を区民に提供していくことで、大学を身近に感じる区民を増やしていく。	【短期】 1 学長会議・実務者会議 活発な意見交換ができるテーマや実施方法をホスト校と十分協議していく。 2 連携講座 区民ニーズがある企画については、区から大学に提案し協議しながら大学連携担当が行う事業のりレー企画を試行の場としても活用していく。 3 事業の充実・見せる化 SNSなどの発信に加え、大学連携事業全体をPRするリーフレットを作成するなど、デジタルと紙の両方で認知度をさらに高めていく。 4 大學生地域活動プラットフォーム 大学間の連携に意欲を持つ学生を支援し、学生主体の活動につなげる。その際は、大學生地域活動プラットフォーム登録企業とのマッチングも視野に入れ、多方面にわたる交流を促進する。

評価結果	反映結果・反映状況
【目標・成果の達成度への評価】 学校により参加者数等の差はあるものの、リマインドメールで無断キャンセルを大きく減らす等の努力もあり、事業目的を果たすための活動、成果が得られている。 アウトリーチコンサートなど、満足度の高い企画を実施した点や、文教大の「ドローンを飛ばそう」など、申込者の多い人気企画を実施した点は評価できる。りレー企画を活用した新たな講座の開拓にも期待したい。	【学生が主体となった活動の支援】 未来大生と帝科大生による商品開発企画に対し、区内企業とのマッチングやサポートを行うなど、併走型の支援を行っている。また、昨年に引き続き大学祭の実行委員を集めた交流会を開催し、他大学の学生同士がつながるきっかけを作ることができた。今後も学生が主体的に活動できるよう、ニーズに沿った支援を行っていく。 【幅広い世代のニーズに合わせたりレー企画】 未就学児や小学生、保護者など、幅広い世代のニーズに合わせ、大学の特長を生かした企画を実施することができた。今後は、これまで関わりがなかった学部とつながり、多分野にわたるテーマを設定できるよう、各大学と調整していく。 【多様な手法によるPR】 区と大学の連携講座やイベントについて、区HPやSNSを使って月に1回のペースで周知したほか、大学の独自企画についても区HP、区施設、駅スタンドを活用し、周知・PRに努めた。今後も引き続き認知度の向上に向けて、様々な手法により事業を発信していく。
【今後の事業の予定・方向性への評価】 大學生地域活動プラットフォームで、大学間の連携のため、学生主体の活動にも繋げようとしていることは、事業の方向性として妥当である。今後も学生主体の活動を拡充して欲しい。 区民が大学を身近に感じ、あらゆる世代が参画を望めば大学を通して必要な知識や経験ができる機会を、今後も各大学が創出できるよう、区はコーディネートや支援に努めて欲しい。特に、認知度向上のためのPRや周知が区に求められていると思うため、引き続き十分な発信を行って欲しい。	

全体評価
4.5

反映結果の評価	目標・成果の達成度への評価	今後の事業の予定、方向性への評価

全体評価
反映結果
達成度
方向性

	R2	R3	R4	R5
片内評価結果	4	4.5	4.5	4.5
区民評価結果	4.5	評価中止	評価対象外	評価対象外

令和6年度重点プロジェクト事業評価調査（令和5年度事業分）

視点	行財政	再掲	行財政	重点 目標	④戦略的かつ効果的な行政運営を行う	重点 項目	行政サービスのデジタル化	記入 所属	ICT戦略推進担当課	SDGs関連する ゴール・ ターゲット				
	協働・協創										ICTの活用について、区役所内の各部署と協働し、取り組んでいる。			
事業名	No.37「DXの推進による区民サービスの向上と職員の業務効率化」													
	対象		※ その他の場合記入											
事業の概要	その他		区民・事業者・職員											
	目的(⑤最終成果(理想))													
	DXの推進による区民サービスの向上と職員の業務効率化													
	内容													
	デジタルツールの活用で、区民サービス向上と職員の業務効率化を図っていく。													
			項目		取組状況		具体的に							
			窓口DX(書かない窓口)の導入		実施済		オンラインによる申請書の事前作成の仕組みについて、戸籍住民課や区民事務所といった区役所窓口に導入した。令和6年度に移転を予定している本人確認証を用いた申請書作成の仕組みと併せて、更なる区民の利便性向上に取り組んでいく。							
			オンライン申請システム、RPAの拡充		実施済		各種手続のオンライン申請システムへの搭載と、様々な業務のRPAによる自動化について引き続き取り組み、区民サービスの向上や業務効率化に寄与してきた。							
	SDGs関連するゴール・ターゲットに対する貢献状況													
	何時でもどこでも申請が可能なオンライン申請システムの拡充や、RPAによる電算データの自動入力により、区民サービスの向上と職員の業務効率化の基盤作成に寄与することができた。													

【ロジックモデル・指標の達成度】													
■ 令和5年度事業費支出内訳(上位3事業)													
①投入資源(インプット)													
対応する予算事業名													
ICT戦略推進事務													
単位:千円													
年度													
総事業費(a+b)													
事業費(a)													
人件費(b)													
国庫負担金・補助金													
受益者負担金													
②活動(アウトプット) ※区が行う直接の活動													
【事業の概要】													
・オンライン申請拡充にあたり各所管とオンライン申請システム支援 ヒアリングを行う【活動-1】													
・窓口DXを広めていくため、SNS等を利用した周知活動を行う【活動-2】													
※窓口DX:オンラインによる申請書の事前作成と本人確認書類を用いた申請書の作成支援													
・RPAを導入にあたり、対象となる事業を検討する【活動-3】													
・EBPM(証拠に基づき政策立案)を推進するための職員研修を行う【活動-4】													
③直接成果(②の活動の直接的な結果)													
・各所管へのヒアリングを行うことで、オンライン申請システムへ掲載の手続数が増加する【活動②-1】													
・窓口DXの認知度が上昇することで、対象手続数が増える【活動②-2】													
・RPA導入事業の検討を重ねることで、実際に作成するシナリオが増える【活動②-3】													
・EBPM研修の受講者数が増えることで、論理的思考やデータの分析・活用ができる職員が増える【活動②-4】													
④中間成果(③の成果が伸びたら、どうなるか)													
・オンライン申請システムや窓口DXの対象手続数が増加することで、利用者の選択肢が増え、利用件数も増加し、申請手続が簡略化されるなど区民サービスの向上に寄与する。													
・作成したシナリオ数が増え、稼働時間が増加することで、事務が効率化し、他業務に回せる時間が新たに生み出される。													
・DX推進に欠かせない論理的思考やデータの分析・活用ができる職員が増えることで、RPA等の業務の理解が深まり、事務の効率化や新たな時間の創出に一層寄与する。													
⑤最終成果(理想)													
DXの推進による、区民サービスの向上に対する満足度の向上													
影響要因													
・ICT機器の操作が不得手な高齢者 ・職員のITリテラシーの力量差													
影響要因													
・世論調査の結果に大きな影響を及ぼすような社会情勢 ・職員のITリテラシーの力量差													
⑥重点プロジェクト共通の成果(⑤最終成果(理想)が伸びたらこうなる)													
区政全体に対する区民の満足度 65%													
行政のコントロール要素													
外的な要因													

【所属の自己分析】（一次評価）STEP1

指標分析

課題分析

今後の事業の予定(短期)・方向性(中・長期)

【オンライン申請システムの拡充
【活動-1】【直接成果-1】【中間成果-1】
オンライン申請システム支援ヒアリングについて、保賃など手続のオンライン化需要が高い
部署へのサポートに注力した結果、オンライン申請システム対応手続数は目標値を下回っ
たものの、利用件数は目標以上の実績を達成できた。
■窓口DXの導入
【活動-2】【直接成果-2】【中間成果-2】
システムの導入が、令和5年10月から令和6年1月となり、本人確認証の読取サービスも令和
6年度中の開始となるなど、当初の予定から大きく変更が発生した。そのため、周知活動や
対応手続数の実績に比べ、利用件数の実績が目標値を大きく下回ってしまった。
■RPAによる自動入力
【活動-3】【直接成果-3】【中間成果-3】
当初の目標以上に作業の自動化を検討できたため、目標以上のシナリオを作成できた。
■EBPM研修
【活動-4】【直接成果-4】
令和4年度の研修結果を踏まえ、より分かり易い内容の研修内容を企画した。その結果、よ
りEBPMの考え方を身につけた職員の割合を増やすことができた。

STEP2

【庁内評価委員会の評価】（2次評価）

評価結果

【目標・成果の達成度への評価】
RPA導入事業が増加し、事務効率化が図られてきており、他業務に回せる時間が大幅に増加している点は評価できる。
指標は全般的に目標達成率が高いものが多かったが、窓口DX利用件数については、様々な要因が重なり目標値を大きく下回った。区民向けPRをより積極的に行
い、目標達成に向け取り組みを強化していった。
【今後の事業の予定・方向性への評価】
窓口DXの利用件数が極端に少ない。このことに対しての分析や対応策が具体的に記載されていないのは残念である。RPAについては、これまで経験のない所属に
ついては、どんな業務をどうしたらよいかイメージがわかないと思うので、多くの職員に知ってもらうことについて推進してもらいたい。
EBPM研修を着実に進め、さらに新任職員にも対象を広げるなど、幅広い職員の職員が身につくような体系、内容へと進化させていきたい。

STEP3

【区民評価委員会の評価】（3次評価）

反映結果の評価

目標・成果の達成度への評価

今後の事業の予定、方向性への評価

STEP4

全体評価

4.5

反映結果・反映状況

窓口DXについては、区民の認知度向上を図るため、SNSでの発信回数を増や
し、利便性やメリットを周知していくことで利用意欲を高められるよう取り組んだ。
RPAについては、今年度も全庁向けに利用希望調査を行い、政策経営部や衛生
部などこれまでRPAを利用していなかった所属へ導入を行った。同時に、福祉部
や区民部など、従来利用している所属においても新たなシナリオを作成し、利用の
拡充を進めることができた。
EBPM研修について、7月に実施した全新任職員対象のDX研修において、EBP
Mの基本的な考え方を盛り込んだ研修を行った。また、職層ごとに実施する研修
の体系や内容を工夫し、それぞれの職層に適した方法で理解を深められるよう取
り組んだ。

【全体評価の経年動向】

	R2	R3	R4	R5
庁内評価結果		4.5	4.5	4.5
区民評価結果	4	評価 中止	4.5	評価 対象外

- 95 -

令和6年度重点プロジェクト事業評価調査(令和5年度事業分)

視点	行財政	再掲	重点 目標	⑭戦略的かつ効果的な行政運営を行う	重点 項目	区民からの信頼を高められる人材の育成	記入 所属	カバナンス担当課ガバナンス担当 区民の声相談課区民の声担当 人事課人材育成係	SDGs関 連する ゴール・ ターゲット						
事業名	No.38「組織能力の向上と組織風土の改善」										16.5				
事業の概要	対象	※ その他の場合記入					SDGs関連するゴール・ターゲットに対する貢献状況								
	職員						【目標16】ターゲット16.5では、あらゆる形態の汚職や贈賄を大幅に減少させることを目指す。事故・ミスの未然防止を図ることで、事務の適正化が進められるとともに、研修等の職員教育により公務員としての倫理観が高められることで、目標達成に貢献している。								
	目的(⑤最終成果(理想))						昨年度の反映結果に対する取組状況								
	区政に対する区民の信頼向上						項目	取組状況							
	内容						事故ミスの未然防止	実施済							
						接客スキルの向上	実施済								
地方自治法に則った内部統制制度によるリスク管理を進めるとともに、発生した事故・ミスについては、真因を見つけ適切な対応策を講じることで、再発を防止する。また、公務員としての倫理観や区民の満足度を高める接客を身につけるための研修を繰り返し実施する。															

【ロジックモデル・指標の達成度】					単位:千円	■令和5年度事業費支出内訳(上位3事業)				
①投入資源(インプット)						職員研修事業				
対応する予算事業名						(1) 主な内容	職員の研修	3,497	千円	
年度						(2) 主な内容	人権意識向上事務	93	千円	
						(3) 主な内容			千円	

入性急識同工事務			(3)主な内容		十		
年度			4年度	5年度	6年度	影響要因	
総事業費(a+b)			16,987	15,304	4,357		
内訳	事業費(a)			5,371	3,589		4,357
	人件費(b)			11,616	11,715		
税外収入	国庫負担金・補助金			0	0		0
	受益者負担金			0	0		0
・特になし						影響要因	
						・緊急、重大案件の頻発による業務の逼迫 ・来庁者アンケート回答者の状況	
						影響要因	
						・世論調査回答者の状況 ・区の組織や職員の対応以外の要因による影響	

②活動(アウトプット)※区が行う直接の活動		③直接成果(②の活動の直接的な結果)		④中間成果(③の成果が伸びたら、どうなるか)		⑤最終成果(理想)	
【事業の概要】		1 事故・ミスの未然防止に向けた活動 (1) 事故・ミス発生時における担当所管への「調査・分析・提言等」の実施【活動-1】 (2) ミス防止研修、公務員倫理研修、研修推進員等を通じた注意喚起等の実施【活動-2】		1 事故・ミス、懲戒処分件数の減る (※) 事故・ミス、懲戒処分の実績集計方法変更 事故・ミス及び懲戒処分を別集計することで、同一案件が重複集計されていた。正しい集計を実施するため、今回より重複計上のない集計方法に変更。 【修正箇所】 R4実績・達成率 実績：修正前165件(4件重複) ⇒ 修正後161件 達成率：修正前70% ⇒ 修正後71% 【参考】 R3実績 実績：修正前155件(5件重複) ⇒ 修正後150件 達成率：修正前81% ⇒ 修正後83%		区政に対する区民の信頼が向上し、区民が満足できる区政運営が行えている	
2 接客スキルの向上に向けた活動 (1) 接客力向上研修の実施【活動-3】		2 接客スキル向上に関する成果【活動-3】 (1) 接客力向上に関する知識やスキルを学んだ職員が増える【直接成果-3】		2 職員の接客力が向上する			

②活動指標		単位	年度	実績		目標	達成状況
【活動-1】 事故・ミス発生所管への「調査・分析・提言等」の延べ実施回数	回	目標	226	170	150	達成	
		実績	178	190	-		
		達成率	79%	112%			
【活動-2】 ミス防止研修、公務員倫理研修等の実施回数	回	目標	28	29	32	達成	
		実績	32	30	-		
		達成率	114%	103%			
【活動-3】 接客力向上研修の実施回数	回	目標	13	10	11	やや遅れている	
		実績	11	8	-		
		達成率	85%	80%			
【活動-4】		目標			-		
		実績					
		達成率	#DIV/0!	#DIV/0!			

③成果指標		単位	年度	実績		目標	達成状況
【直接成果-1】 重点分野(衆生・学生上位)の事故・ミス件数	件	目標	63	74	52	やや順調	
		実績	92	83	-		
		達成率	68%	89%			
【直接成果-2】 ミス防止研修、公務員倫理研修等の受講者数	人	目標	3,923	3,777	8,317	達成	
		実績	4,176	4,800	-		
		達成率	106%	127%			
【直接成果-3】 接客力向上研修の受講者数	人	目標	2,578	1,925	4,844	達成	
		実績	2,287	1,924	-		
		達成率	89%	100%			
【直接成果-4】		目標			-		
		実績					
		達成率	#DIV/0!	#DIV/0!			

④成果指標		単位	年度	実績		目標	達成状況
【中間成果-1】 事故・ミス、懲戒処分の件数	件	目標	115	132	99	遅れている	
		実績	161	155	-		
		達成率	71%	85%			
【中間成果-2】 来庁者アンケートにおける職員接客態度に対する評価の平均点	点	目標	90	90	90	達成	
		実績	94	93	-		
		達成率	104%	103%			

⑤成果指標		単位	年度	実績		目標	達成状況
【最終成果】 区政全体に対する区民の満足度	%	目標	67			67	
		実績					
		達成率					

※④中間成果自体が、⑥重点プロジェクト共通の成果に直接寄与する成果であるため、本調査に限り、⑤の最終成果を⑥と同一のものとする。

※④中間成果自体が、⑥重点プロジェクト共通の成果に直接寄与する成果であるため、本調査に限り、⑤の最終成果を⑥と同一のものとする。

行政のコントロール要素

外的な要因

【所属の自己分析】（一次評価）

STEP1

指標分析	課題分析
【活動-1】令和5年度の「調査・分析・提言等」の延べ実施回数は、事故・ミスの原因の特定と再発防止を目的とした事故発生所管へのヒアリングを190回（1件当たり平均1.5回）実施し、目標を達成した。令和6年度のヒアリングの目標実施回数は、令和5年度の実績及び基本計画の令和6年度の事故・ミスの目標値（99件）を踏まえ、150回とした。 【活動-2】当初想定していた研修を中止したことによる研修実施回数削減があったものの、当該内容を取り入れたミス防止研修において、動画研修のみではなく集合研修での実施も実現したこと等により、目標を達成した。 【活動-3】接客力向上研修の実施回数は、「新任6～接客ファローアップ～」研修の会場確保ができず中止となったため目標をやや下回った。なお、同研修は令和6年度から特別区研修所実施の研修に組み替えるため、目標値は減になる。 【直接成果-1】令和5年度の重点分野の事故・ミス件数は83件と前年度より9件減少した。内訳としては「収入・支出の誤り」は14件（△6件）、「印刷物等の誤植」11件（△9件）は重点分野から外れた。チェック方法に関する動画視聴の推奨、継続した注意喚起等の効果によるものと考えられる。他方、「個人情報情報の漏えい・紛失等」は34件（2件増）で、誤封入（8件）、誤交付（5件）、委託事業者による事故（14件）が増加している。また、「道交法違反・車両破損」は35件（△5件）で、公用車の車両破損が11件（△11件）と減少する一方、交通違反・事故は24件（6件増）となった。 【直接成果-2】財務に係る事故・ミス防止の徹底のため、対象事務に従事する職員等を対象に「相続等の実合法」等に関する研修（任意）、入札関係の事故を防止するため、全ての管理職員及び係長級職員を対象に「入札犯罪と法規制の概要研修」を実施したことに伴い、受講者数は目標を上回った。令和6年度については、公務員倫理等の内容を含む「会計年度任用職員」研修において、全会計年度任用職員が受講対象者となる年度であるため、目標値が大幅に増となっている。 【直接成果-3】中止せざるを得ない研修もあったが、「職員としての心構え」研修等、当初想定していた受講者数より増えた研修もあったため受講者数は目標を達成した。	【事故・ミス防止について】 ・令和5年度の事故・ミスの件数は155件（前年度161件）と6件減少した。そのうち懲戒処分事案は9件（前年度3件）で大きく増加した。印刷物等の誤植など、大きく減少した事故もあつたが、個人情報漏えい、交通違反、委託先等の事故については減少に至っておらず、これらの問題分野に的を絞った事故防止対策が必要と考えられる。また、懲戒処分9件の内訳は、公務外を含めて、交通違反・交通事故2件（前年度1件）、欠勤3件（前年度0件）、ハラスメント1件（前年度1件）、業務上の問題事案1件（2件）等であり、常勤職員によるものが6件（前年度2件）、会計年度任用職員によるものは3件（前年度1件）となっている。全計年度任用職員も含めて公務員としての倫理意識の徹底が必要と考えられる。 ・区民から信頼され続けるために、公務員倫理、ミス防止研修等を継続的に実施し、公務員としての倫理意識、職層ごとに求められる適切な業務遂行に係る意識の向上に加え、職種、職層を問わず、全ての区職員がそれぞれの立場で自分事として認識し、改善に向けた行動を起こすよう働きかけていく必要がある。 【職員の接客力向上について】令和5年度の来庁者アンケートの分析結果では、接客力向上に向けた課題として「正確な情報提供」や「相手の理解度にあわせて簡潔な説明」、「丁寧なお見送り」が挙げられている。現在行っている研修（新任職員研修、区民事務所職員研修、接客あだち推進リーダー研修）の内容に課題解決のための項目を組み入れるなど、スキルアップが必要となっている。

【区内評価委員会の評価】（2次評価）

STEP2

評価結果
【目標・成果の達成度への評価】 （活動1-1、2、直接成果1）重点分野の事故・ミス件数は前年度から9件減少し、中でも「印刷物等の誤植」は前年度比45%減となり重点分野から外れるなど一定程度の活動の成果は見られる。しかしながら、個人情報情報の漏洩・紛失等は微増、交通違反・事故に至っては前年度比33%増と課題が残る。研修・再発防止策の提言等により得られた取組が職員にとって日常化することが成果達成状況にも影響することから、継続した職員の意識啓発とともに、研修受講者のその後のミス・事故発生状況の確認など研修の効果を追跡把握していくことも必要である。 （活動3、直接成果3、中間成果2）来庁者アンケートによる職員の接客態度に対する評価は平均点が90点（満点100）を超えた状態を維持しており高く評価できるが、区民の声における接客苦情が高止まりしている状況もあることから、アンケート分析によって把握された課題「正確な情報提供」、「相手の理解度にあわせて簡潔な説明」、「丁寧なお見送り」の解決に向けた取組に注力し、引き続き接客力の維持・向上に努めていただきたい。 【今後の事業の予定・方向性への評価】 研修目的・内容の明確化や、動画視聴の活用による受講生の利便性向上などにより研修受講者は増加傾向にあり、職員の取組姿勢も高まってきていると評価する。業務が複雑・多様化する中で、事故・ミスを未然に防いでいくためには、常に新しい視点を取り入れつつ見直しを行いながら取組を継続していくことが重要である。さらに、研修内容の理解と実践が進んでいるかの把握など効果検証を踏まえブラッシュアップし続けていくことが求められる。 近年、増加傾向にある会計年度任用職員を含めた全庁的な対応力の強化を図っていくためには、計画的な研修受講体制の構築が必須であるが、非常勤職員への研修体制が見えづらい。会計年度任用職員の懲戒処分事例が増えている点の検証を含め、今後の対策を打ち出してほしい。

【区民評価委員会の評価】（3次評価）

STEP3

反映結果の評価	目標・成果の達成度への評価	今後の事業の予定、方向性への評価

STEP1

指標分析	課題分析
【活動-1】令和5年度の「調査・分析・提言等」の延べ実施回数は、事故・ミスの原因の特定と再発防止を目的とした事故発生所管へのヒアリングを190回（1件当たり平均1.5回）実施し、目標を達成した。令和6年度のヒアリングの目標実施回数は、令和5年度の実績及び基本計画の令和6年度の事故・ミスの目標値（99件）を踏まえ、150回とした。 【活動-2】当初想定していた研修を中止したことによる研修実施回数削減があったものの、当該内容を取り入れたミス防止研修において、動画研修のみではなく集合研修での実施も実現したこと等により、目標を達成した。 【活動-3】接客力向上研修の実施回数は、「新任6～接客ファローアップ～」研修の会場確保ができず中止となったため目標をやや下回った。なお、同研修は令和6年度から特別区研修所実施の研修に組み替えるため、目標値は減になる。 【直接成果-1】令和5年度の重点分野の事故・ミス件数は83件と前年度より9件減少した。内訳としては「収入・支出の誤り」は14件（△6件）、「印刷物等の誤植」11件（△9件）は重点分野から外れた。チェック方法に関する動画視聴の推奨、継続した注意喚起等の効果によるものと考えられる。他方、「個人情報情報の漏えい・紛失等」は34件（2件増）で、誤封入（8件）、誤交付（5件）、委託事業者による事故（14件）が増加している。また、「道交法違反・車両破損」は35件（△5件）で、公用車の車両破損が11件（△11件）と減少する一方、交通違反・事故は24件（6件増）となった。 【直接成果-2】財務に係る事故・ミス防止の徹底のため、対象事務に従事する職員等を対象に「相続等の実合法」等に関する研修（任意）、入札関係の事故を防止するため、全ての管理職員及び係長級職員を対象に「入札犯罪と法規制の概要研修」を実施したことに伴い、受講者数は目標を上回った。令和6年度については、公務員倫理等の内容を含む「会計年度任用職員」研修において、全会計年度任用職員が受講対象者となる年度であるため、目標値が大幅に増となっている。 【直接成果-3】中止せざるを得ない研修もあったが、「職員としての心構え」研修等、当初想定していた受講者数より増えた研修もあったため受講者数は目標を達成した。	【事故・ミス防止について】 ・令和5年度の事故・ミスの件数は155件（前年度161件）と6件減少した。そのうち懲戒処分事案は9件（前年度3件）で大きく増加した。印刷物等の誤植など、大きく減少した事故もあつたが、個人情報漏えい、交通違反、委託先等の事故については減少に至っておらず、これらの問題分野に的を絞った事故防止対策が必要と考えられる。また、懲戒処分9件の内訳は、公務外を含めて、交通違反・交通事故2件（前年度1件）、欠勤3件（前年度0件）、ハラスメント1件（前年度1件）、業務上の問題事案1件（2件）等であり、常勤職員によるものが6件（前年度2件）、会計年度任用職員によるものは3件（前年度1件）となっている。全計年度任用職員も含めて公務員としての倫理意識の徹底が必要と考えられる。 ・区民から信頼され続けるために、公務員倫理、ミス防止研修等を継続的に実施し、公務員としての倫理意識、職層ごとに求められる適切な業務遂行に係る意識の向上に加え、職種、職層を問わず、全ての区職員がそれぞれの立場で自分事として認識し、改善に向けた行動を起こすよう働きかけていく必要がある。 【職員の接客力向上について】令和5年度の来庁者アンケートの分析結果では、接客力向上に向けた課題として「正確な情報提供」や「相手の理解度にあわせて簡潔な説明」、「丁寧なお見送り」が挙げられている。現在行っている研修（新任職員研修、区民事務所職員研修、接客あだち推進リーダー研修）の内容に課題解決のための項目を組み入れるなど、スキルアップが必要となっている。

【評価結果・提言を受けての取組】（反映結果）

評価結果	反映結果・反映状況
3.5	【事故・ミスの防止について】 ・事故発生時には、ガバナンス担当課による該当所属へのヒアリングの実施、「事故対応・是正報告書」による再発防止策の実施状況報告の依頼等を行っている。これらを通じて事故・ミスの原因を究明する中で、事故を起こしてしまった職員の研修受講状況及び具体的な実践状況の把握についてモニタリングする。 ・令和6年度特に注意すべき事故・ミスへの対策」として、個人情報漏えい対策や収入・支出等に関する誤り対策を各課で策定、実践する取組みを行った。また、令和5年度から開始した「事故・ミスゼロ月間」を、8月と1月の年2回に拡充実施した。 ・ミス防止研修については、毎年ミス事例の更新を行うとともに、講義最後に理解度確認テスト及びアンケートを実施し、短期的に効果検証を行っている。今後は、テスト及びアンケートの詳細結果を登壇講師に共有することで、研修の理解と実践が進んでいるか長期的な視点で効果検証していくとともに、次年度の研修カリキュラム強化につなげていく。 ・勤務内容・時間等が多種多様な会計年度任用職員に対しては、引き続き、各希望制研修受講の促進や、職場研修支援等、各職員の状況に応じた研修受講体制を支援していく。また、懲戒処分事例が微増している点については、倫理意識の再徹底が必要であると捉え、令和6年度は全会計年度任用職員を受講対象として、処分事例を交えた公務員倫理研修を実施し、受講生からの報告と併せて所属長コメントを提出させることとした。また、任用更新及び採用書類に服務規律徹底の通知を新たに導入するなど、公務員としての当事者意識を強く持つよう取り組んだ。 【職員の接客力向上について】 ・令和5年度来庁者アンケートの分析によって把握された3つの課題について、6月に実施した「接客あだち推進リーダー研修会」にて、アンケートに寄せられた具体的な意見や対応例を紹介した。具体的意見については、肯定的に評価された事例（良い例）と否定的に評価された事例（悪い例）を紹介するとともに、対応例も示すことで、課題解決を含む接客力の維持向上に努めている。

【全体評価の経年動向】

	R2	R3	R4	R5
庁内評価結果	3.5	3.5	3.5	3.5
区民評価結果	4	評価中止	評価対象外	評価対象外

令和6年度重点プロジェクト事業評価調書(令和5年度事業分)

視 点	行財政	再掲	重点 目標	④戦略的かつ効果的な行政運営を行う	重点 項目	区民からの信頼を高められる人材の育成	記入 所属	総務部人事課入事係 総務部人事課人事計画担当 総務部人事課人材育成係 政策経営部ICT戦略推進担当課	SDGs関 連 ゴ ール ・ タ ー ゲ ット		5ジェンダー平等を 実現しよう		10人や国の不平等を なくそう		
	事業名 No.39「人材育成事務(職員研修事業、職員の能力を活かす人事)」														
	対 象	※ その他の場合記入													
	職 員														
事業の概要	目的(⑤最終成果(理想))														
	協創の実現に必要なコミュニケーション力、論理的思考力、発想力、企画力、調整力等を身に付けた職員の育成														
	内 容														
	多様な手段で区の魅力をPRし、意欲の高い採用試験受験者を増やしていくことで、区が求める能力を有する人材の確保を図る。職層ごとに求められる役割意識と必要となる能力の向上を図る集合研修を実施するとともに、各職場の課題に対応する職場研修の仕組みや、自己啓発を図る職員を支援することで、職員の協創力の向上を図る。適切なジョブローテーション(入区後10年間で、3所属以上)により多様な業務に対応できる職員を育成する。														

【ロジックモデル・指標の達成度】

①投入資源(インプット)			
対応する予算事業名	職員研修事業、人事管理事務 人権意識向上事務		
(1) 主な内容	職員研修事業		29,995 千円
(2) 主な内容	人事管理事務		1,229 千円
(3) 主な内容	人権意識向上事務		93 千円

総事業費(a+b)		103,806	114,077	35,191	影響要因
内訳	事業費(a)	24,984	31,234	35,191	
	人件費(b)	78,822	82,843		
	国庫負担金・補助金	0	0	0	
	受益者負担金	0	0	0	
税外収入					・公務員志望の動向 ・他自治体・民間企業の求人状況 ・感染症の影響による研修中止

②活動(アウトプット)※区が行う直接の活動

- **【事業の概要】**
- 受給者向けのPR活動を実施する(人事管理事務)【活動-1】
- 各職層等に求められる集合研修(区主催)を実施する(職員研修事業)【活動-2】
- 職場研修支援を実施する(職員研修事業)【活動-3】
- EBPM(証拠)に基づく政策立案を推進するための職員研修を実施する(活動-4)
- 人事異動に関する所属長ヒアリングを実施する(人事管理事務)【活動-5】

②活動指標	単位	年度	実績			目標	達成状況
			R4	R5	R6		
【活動-1】 受検者向けPR活 動の実施回数	回	目標	8	8	13	達成	
		実績	8	13	-		
		達成率	100%	163%			
【活動-2】 各職層等に求めら れる集合研修回 数	回	目標	162	160	150	達成	
		実績	95	160	-		
		達成率	59%	100%			
【活動-3】 職場研修支援回 数	回	目標	60	60	60	順調	
		実績	53	55	-		
		達成率	88%	92%			
【活動-4】 EBPM研修受講職 員数【No.38再掲】	人	目標	300	300	300	やや順調	
		実績	284	247	-		
		達成率	95%	82%			
【活動-5】 所属長ヒアリング 実施割合	%	目標	100	100	100	達成	
		実績	100	100	-		
		達成率	100%	100%			

行政のコントロール要素

③直接成果(②の活動の直接的な結果)

- 足立区を希望する受験者が増える【活動②-1】
- 集合研修の受講者が増える【活動②-2】
- 各所属の職場研修・学習会等が増える【活動②-3】
- 論理的思考に基づき、データの分析・活用ができる職員割合が増える【活動②-4】※EBPM研修受講職員における割合
- 適切なジョブローテーション(入区後10年間で、3所属以上)が実施される職員が増える【活動②-5】

成果指標	単位	年度	実績			目標	達成状況
			R4	R5	R6		
③ 成果指標 【直接成果-1】 足立区を希望する 受験者割合(区面接 合格者のうち)	%	目標	70	70	70	やや遅れ ている	
		実績	57	51	-		
		達成率	81%	73%			
【直接成果-2】 各職層等に求めら れる集合研修の 受講者数	人	目標	7,136	7,250	9,130	やや順調	
		実績	6,550	6,368	-		
		達成率	92%	88%			
【直接成果-3】 職場研修、学習会 等の実施回数	回	目標	1,300	1,300	1,300	順調	
		実績	1,222	1,241	-		
		達成率	94%	95%			
【直接成果-4】 EBPMの考え方を身 に付けた職員の割 合【No.38再掲】	%	目標	100	100	100	順調	
		実績	87.7	98	-		
		達成率	88%	98%			
【直接成果-5】 適切なジョブローテ ーション(入区10年以 上)の実施割合	%	目標	93	93	93	順調	
		実績	88	89	-		
		達成率	95%	96%			

令和5年度事業費支出内訳(上位3事業)

(1)	主な内容	職員研修事業	29,995	千円
(2)	主な内容	人事管理事務	1,229	千円
(3)	主な内容	人権意識向上事務	93	千円

影響要因

④中間成果(③の成果が伸びたら、どうなるか)

- 区が求める能力を有する新規採用職員が増える(足立区を希望する職員が増えるため)
- 職務に対する意欲が向上する職員が増える(研修内容を職務に活用したいと考える職員が増えるため)
- 自己成長を感じた職員が増える(集合研修、職場研修、ジョブローテーションの実施により、多様な業務に対応できる職員が増えるため)

④成果指標	単位	年度	実績			目標		達成状況
			R4	R5	R6			
【中間成果-1】 区面接における合 格者の平均得点 率	%	目標	80	78	80	-	達成	
		実績	76	78				
		達成率	95%	100%				
【中間成果-2】 集合研修により、職 務に対する意欲が 向上した職員数	人	目標	5,700	5,700	8,500	-	達成	
		実績	5,113	5,911				
		達成率	90%	104%				
【中間成果-3】 職場研修や「3ローター ン」を通じて自己成長 を感じた職員の割合	%	目標	75	70	75	-	達成	
		実績	67	71				
		達成率	89%	101%				

⑥重点プロジェクト共通の成果(⑤最終成果(理想)が伸びたことになる)

区政全体に対する区民の満足度 67%

影響要因

- ・感染症の影響による研修のグループワークの中止

⑤最終成果(理想)

- ・協創の実現に必要なコミュニケーション力・二ヶーション力・論理的思考力・発想力・企画力・調整力等を身に付けた職員が増える

⑤成果指標	単位	年度	最終目標
【最終成果】 人事評価の平 均点(14点満 点)	点	目標 実績 達成率	11 — —

大外的な要因

【所属の自己分析】（一次評価）

STEP1

指標分析	課題分析
【活動-1】【直接成果-1】 受験者向けPR活動については、参加者が区内の特色ある地域をめぐるバスツアーを5年ぶりに再開したことに加え、公務員予備校での説明会や自衛隊・警察・消防と連携した合同説明会などを新たに実施し、目標を大きく上回った。一方、足立区を希望する受験者割合は、令和4年度に引き続き50%代と目標に届かなかった。 【活動-2】【直接成果-2】 集合研修回数については、会議室使用不可に伴う研修の一部中止等があった一方で、管理職昇任前職員向けの新規研修を企画・実施したことにより、目標を達成した。受講者数については、受講人数が多かった研修の中止等に加え、ミス防止研修を通年で動画視聴可能とした結果、各回の集合研修の参加者が減少し、目標を下回った。令和6年度目標値は、全会計年度任用職員を対象とする研修を実施するため、目標値が大幅に増えている。 【活動-3】【直接成果-3】 職場研修支援回数については、目標を達成しなかったものの、コロナ禍により中断していたOJTシートの送付を再開したため、数値は上昇した。職場研修等の実施回数についても、目標に達しなかったものの、数値は上昇し、コロナ禍前の水準まで回復した。 【活動-4】【直接成果-4】 令和4年度の研修結果を踏まえ、より分かり易い内容の研修内容を企画した結果、EBPMの考え方を身につけた職員の割合を増やすことができた。 【活動-5】【直接成果-5】 人事異動において、本人の「希望の実現」「能力の活用」が可能となるよう、全所属長に対してヒアリングを実施し、「本人希望」「各所属長の意見」を踏まえた適切なジョブローテーションに繋げ、概ね目標に達した。	【活動-1】【直接成果-1】 令和6年度受験者の足立区希望割合等の状況が分かった時点で、改めて効果検証を行う。なお、新規採用のアンケート結果からは、受験生向けの効果的なPR方法として、SNSや動画の活用が有効であることがわかったため、今後のPR活動に反映していく。 【活動-2】【直接成果-2】 研修の受講者数を増加させるため、多様化する職員の働き方に応じて、集合研修に加えて動画研修を引き続き活用して受講しやすしい環境づくりを進めるとともに、研修の内容も見直し、効果的に職員の育成に寄与できるよう改善していく必要がある。 【活動-3】【直接成果-3】 職場ごとの人材育成をより推進させるため、各職場の現状とニーズを把握し、OJTの意識醸成と活性化に寄与する方策を実施しつつ、育成の風土づくりを支援していくことが求められる。 【活動-4】【直接成果-4】 管理職 係長級、主任級向けの職場研修となっているが、ロジカルシンキング等を幅広い職層の職員が身につけることができるよう、全体研修への位置づけを検討する必要がある。 【活動-5】【直接成果-5】 所属の状況など、様々な要因で適切なジョブローテーションが維持できないケースがある。引き続き、所属長ヒアリング等を通じて、各所属の状況をきめ細やかに把握し、個々の職員の自己成長につながるような人事配置を実施していく。

【区内評価委員会の評価】（2次評価）

STEP2

評価結果	【目標・成果への達成度の評価】
	・「採用」「育成」「配置」の3本柱を軸とした事業を展開している。柱ごとにアンケートやヒアリングを実施しており、当事者の声をもとに事業をさらに前進させていく意気込みが伺える。 ・「採用」に関しては、区内バスツアーの5年ぶり開催や新たな説明会の場の開拓など、足立区を希望する受験者数増加に向けた積極的な取り組みをしており、そうした姿勢を評価する。毎年様々なPR活動を打ち出す一方で、「直接成果-1」のとおり足立区を希望する受験者数が伸び悩んでいる点について、アンケートなどを通じて受験者の関心を引き活動の展開に期待する。 ・「育成」に関しては、研修実施に加え、座学よりもグループワークを多くするなど主体的に受講できる内容にブラッシュアップしていることが伺える。今後実施回数だけでなく、質のさらなる向上を図ってほしい。 ・「配置」に関しては、「中間成果-3」の実績値の伸びが低調である。職員が成長を感じられる効果的な仕組みの構築をお願いしたい。
	【今後の事業の予定・方向性への評価】 採用に関しては、独自の受験者向けPR活動を多く展開していることを評価することから、事務職以外の受験者向けの活動も今後必要になると考える。育成や配置に関しては、成果として表れるまで一定の期間を要すると考える。協創の実現に向け必要と考える4つの力（コミュニケーション力、発想力、企画力、調整力等）を採用、育成、配置のどのフェーズでどのように養っていくのかといった点や職層ごとのモデル的な昇任サイクルを検討してもらい、職員自身が足立区で働く魅力を感じられるよう取り組んでもらいたい。

STEP3

【区民評価委員会の評価】（3次評価）

反映結果の評価	目標・成果の達成度への評価	今後の事業の予定、方向性への評価
・採用については、アンケートから受験生の心をつかむ効果的なアプローチ方法の分析を行い、SNSや動画の活用などのPR方法を見出したことは評価できる。 ・人材育成については、研修機会の提供だけでなく、研修内容に二層重点を置くために、研修会後のアンケート項目を改良し、分析結果を研修内容の改善につなげていることは評価できる。また受講者が当事者意識を持ち、主体的に受講できるよう、グループワークや全体発表の場を含んだ研修の実施を進めていることも一定程度の評価ができるが、こうした取り組みが実際に受講内容の理解深化や日頃の業務への好影響をもたらしているのかは明らかではない。 ・配置については、職員の自己成長の実現に向けて、キャリア形成の一助とすべく、「職員キャリアサポートBOOK」を作成したことは評価できる。各個人が描くキャリアプランや自己成長に向けた異動希望の検討を可能とする仕組みづくりの推進や、ジョブローテーションに対する職員の評価に関する仕組みづくりには一層期待する。	・採用については【活動-1】が目標を達成しており、PR活動の内容についても評価できる。一方で【直接成果-1】の達成状況は「やや遅れている」となっており、指標間の因果について再検証の必要性が考えられるとともに、今年度の課題分析から明らかとなった取り組みの実施が来年度以降の数値に反映されることを期待する。 ・人材育成については、【活動-2】が目標を達成しているにも関わらず【直接成果-2】は横ばいにとどまっている。オンライン研修の参加状況を把握しないことのメリットが大きいのである。受講者数を指標とすることもしくは目標値を見直す必要もあると考えられる。 ・配置については、【活動-5】、【直接成果-5】を確認すると、人事異動において、本人の「希望の実現」「能力の活用」が可能となるよう、全所属長に対してヒアリングを実施し、「本人希望」「各所属長の意見」を踏まえた適切なジョブローテーションに繋げ、概ね目標に達していることは評価できる。 ・【中間成果-3】については達成していることは評価できるものの、自己成長を感じた職員は全体の70%程度に留まっている。成長を感じることでできない理由についても検討してほしいかもしれない。 ・なお達成状況の評価については不明瞭な部分もあり（例えば、【直接成果-2】については昨年度92%で「やや遅れている」であったが今年度は88%で「やや順調」としていたり、「直接成果-3」については昨年度94%で「やや遅れている」であったが今年度は95%で「順調」としていたりすること）、今後説明を期待する。	・採用・育成・配置の3本柱の事業である。各取り組みともアンケートを活用し、根拠に基づいて今後の方向性を決定している点は大きく評価できる。特に複数の情報源を組み合わせて分析をしようとしている姿勢は評価できる。 ・目的は「協創の実現に必要な力を身に着けた職員」の育成であるため、各取り組みが目的に対してどのような役割を果たしているかを意識しながら、必要に応じて指標を再検討しながら進められることを期待したい。

STEP4

全体評価
4
反映結果
4
達成度
4
方向性
4.5

今後の事業の予定(短期)・方向性(中・長期)	【短期】 受験者向けのSNSや動画によるPR活動と、区内バスツアーなどの体験型説明会を併用し、より多くの受験者に足立区を知ってもらい、足立区を希望する受験者数を増やしていく。 職員研修については、集合研修を基本としつつ、コロナ禍で培った動画研修等のノウハウを活用し、研修の効果や内容を見極めて実施していく。また、研修内容について、研修後のアンケートの回答を分析・活用すると同時に、人事評価の分析結果から明らかとなった職員の能力傾向や課題を分析することで、見直し及び強化を図っていく。 人材育成の舞台は各職場であるため、OJTの中心を担う主任や係長級などの職層別研修において、自らの役割とOJTの重要性を再認識させる。併せて、各職場のニーズに応じた外部機関実施研修の情報提供等を行い、職場研修の活性化に向けた支援を行う。 EBPMの考え方について、より多くの職員が身につけられるよう、管理職・係長・主任級向けだけでなく、新任職員向けに研修を実施するなど、対象者の幅を広げていく。 【中・長期】 職員の採用・育成・配置・評価を運動させながら効果的に運用することで、モチベーション、スキル等の向上を図り、協創の実現に必要な能力を身に着けた職員を増やす。 令和5年度に新たに作成した「職員キャリアサポートBOOK」を継続的に発行し、研修など機会を捉えて周知・活用することで、キャリア形成を意識するように促し、職員の自己成長や、管理職等の上位層の職を目指す職員に研修を実施するなど、対象者の幅を広げていく。
------------------------	---

【評価結果・提言を受けての取組】（反映結果）

反映結果・反映状況
【採用について、活動-1が目標を達成している一方で直接成果-1の達成状況は「やや遅れている」となっており、指標間の因果について再検証が必要】 直接成果-1について、活動-1の実績との関係性が不明確な点があったと考え、より実績が反映される指標に見直す。また、課題分析を踏まえ、区ホームページの採用ページについて、足立区の魅力紹介動画へのリンク設定や、採用説明会の動画掲載などの改良を加え、都度SNSでも周知していく。 【人材育成について、活動-2が目標を達成しているにも関わらず、直接成果-2は横ばいにとどまっている。受講者数を指標とすることもしくは目標値を見直す必要】 集合研修の一つである「ミス防止研修」について、当初は感染症対策の一環で動画研修の形式で実施を予定していたが、その後研修効果向上等を鑑み、対面での集合研修に切り替えて実施した。動画研修に比べ、集合研修は会場規模等の都合上、対象者数を縮小して実施せざるを得なかったため、受講者数の実績は減少した。よって、令和6年度の直接成果-2の目標値については、集合研修としての実施を念頭に、受講者数の減少を考慮に入れた数値に見直した。 【職場研修やジョブローテーションを通じて自己成長を感じた職員の割合について、自己成長を感じることでできない理由について検討】 現状の職員アンケートでは、「自己成長しなかったからならない」と思っている職員の実体的な理由の把握まで至っていない。令和6年度のアンケートでは、自己成長を感じるために必要と思うことなどを挙げてもらい、その結果を事業に反映していく。 【人材育成について、グループワークや全体発表の場を含んだ研修が実際に受講内容の理解深化や日頃の業務への好影響をもたらしているのかの分析】 研修後のアンケート結果において、グループワークや全体発表を通じて、自らの考えを表明し、同期や多職種と意見交換することで新たな気付きや発見があったとの回答が多々あった。このように、講義を一方的に受けるのみでは得られない理解深化をもたらしている事が窺え、その結果、職務に対する意欲が向上した人数の増加に繋がっていると考ええる。研修で学んだことを日頃の業務に活かしてこそ研修受講の意義となるため、引き続き効果的な研修の実施に努めていく。 【目的「協創の実現に必要な力を身に着けた職員の育成」に対して各取り組みがどのような役割を果たしているかを意識しながら、必要に応じ指標の再検討】 今後も、各取り組みの進捗状況、効果、目標の達成状況を見定めながら、必要に応じて適切な指標に変更するなど、事業のブラッシュアップに努めていく。

【全体評価の経年動向】

	R2	R3	R4	R5
庁内評価結果	4	4	4	4
区民評価結果	4	評価中止	3.5	4

【所属の自己分析】（一次評価）

STEP1

指標分析	課題分析	今後の事業の予定（短期）・方向性（中・長期）
■世論調査・世論調査（小規模調査） いずれの調査についても、情報発信の頻度を増やした【活動-1、3】。世論調査は、質問数を前年度の182問から128問にまで減らした結果、有効回収率【直接成果-1】が改善した。世論調査（小規模調査）は、対象者の多い調査を行ったため、実施回数【活動-2】は3回に留まったものの、有効回収率【直接成果-2】は目標を達成した。 ■区民の声 （1）受付件数は2,745件で、令和4年度と同程度となった。コロナ禍以前は2,000件前後で推移していたが、コロナ禍に関連する区民の声が終息した後も受付件数が高い傾向が続いている。 （2）平均回答日数は、4.4日と目標値を達成した。回答に日数を要する場合は速やかに申出者に連絡するなど適切な初期対応を行ってきた結果である。 （3）区民の声に対する満足度は目標を下回った。 ■パブリックコメント 令和5年度は11件のパブリックコメント実施案件があった。各担当課に募集チラシへのQRコード（HPへのリンク）の掲載徹底とともに、好事例を紹介しつつ積極的な周知を図ることにより【活動5】は目標を上回った。【直接成果4】は目標を大きく上回るも、800件を超える意見が届いた「介護保険事業計画」案件を除くと平均12.0件であった。前年度よりは件数を伸ばし、一方で意見ゼロの案件もなかった。結果、【中間成果4】のとおり貴重な意見を着実に計画等へ反映することができたほか、今後の事業構築にあたり参考となる多数の意見もいただいた。	■世論調査・世論調査（小規模調査） ・世論調査の有効回収率【直接成果-1】は改善したものの、年代・性別の内訳を見ると、50代以上の女性の有効率はいずれも目標である65%を下回っており、年齢の低い層ほど回収率が低い。また、世論調査（小規模調査）の有効回収率【直接成果-2】は、目標を達成したものの、無作為抽出の対象者の回収率が低い。①両調査共通の課題として、インターネット回答の環境整備、回答者へのお礼など世代を問わない取り組みと、SNSによる若い世代に向けた発信などターゲットを絞った取り組みを行うこと、②世論調査について、質問数をさらに減らし、さらに回答しやすくなることが回収率向上には必要と考える。 ■区民の声 （1）区民の声として寄せられる要望や意見は、必ずしも実現可能なものばかりではないが、実現に向けた区の前向きな対応が求められていることも多い。 （2）区民の声に対する満足度の向上に向けて、回答文書のわかりやすさや実現できない場合でも申出者に寄り添った対応をする等の取り組みが必要である。 ■パブリックコメント 区の計画や施策に対して多くの方に関心を持っていただく情報発信はとても重要なことであり、その結果の一つとしてパブリックコメント制度を活用する区民が増えるよう引き続き取り組み、令和5年度で多くの意見が寄せられた案件を見ると、関係団体への周知のほか、公聴会を開催したり、関連イベントでの説明ブース設置など関心層に直接届けることが地道ではあるが効果が高いと考えられる。	■世論調査（短期） 設問内容や質問方法の変更、設問の削減、毎年は必要としない設問について隔年で行うこと等により回答しやすくなる。特ににより回答数の向上を図る。 （中・長期） 結果の公表や、調査結果の区施策への活用などを発信することにより、認知度の向上と調査の必要性を図り、さらなる回答増に繋げる。 ■世論調査（小規模調査） （短期） 利用意向調査の時期を前年度の1月とすることにより、上半期での調査を可能とし、調査結果を次年度に反映できるようにする。 （中・長期） 調査実施のノウハウを所管課に還元することにより、アンケート内容を充実させ、区民のニーズを的確に把握できるようにする。 ■区民の声 （1）（短期） ア 令和6年度は区民への回答文を作成するにあたり、結論や実施時期のわかりやすさ、回答内容における申出者に寄り添った表現や丁寧な言葉遣い等の配慮を重点ポイントに位置づけ、各課への通知や説明会等で周知を図っていく。エリアとあわせて、迅速で確実な回答に向けた三現主義に基づいた初期対応の実践についても説明会等を通して全庁的に呼びかけていく。 （2）（中・長期） サ サービスアップ推進会議で満足度や回答実績を報告し、目標値の見直しやさらなる改善策を検討していく。 ■パブリックコメント （短期）関連イベントとのタイアップなど、ターゲット層に直接届きやすいPR方法の工夫を重ねていく。 （中・長期）今後は、多くの分野で子どもたちの意見聴取が求められていく。また、令和6年度には足立区基本計画策定に向けてライブミーティング（区民等との会場でのデバズセッションと動画の生配信の同時実施）による意見交換会を予定するなど、時勢に応じた多様な意見を反映できる手法を分析しながら制度運用に努めていく。

【庁内評価委員会の評価】（2次評価）

STEP2

評価結果	反映結果・反映状況
【目標・成果の達成度への評価】 世論調査は区民ニーズや意識の把握できる一方、事業目的に対する区民の意見の反映に關する設問がどの程度あるのか分らないため、評価しにくい。また、年齢の低い層や無作為抽出層の回収率の低さについては大きな課題であると言える。 事業目的の区民意見の反映を一番実感できるのが区民の声制度であることから、相当な時間や手間をかけているが、継続する必要がある事業と言える。 二次元コードの掲載徹底や好事例周知等、様々な取り組みの結果でパブリックコメントの意見件数が、介護の特別な例を除いても平均12.0件に増加した点は評価できる。 【今後の事業の予定・方向性への評価】 世論調査については、回答率の低下、若い年代の回答が低いという課題分析に対する改善を早急に実施されるべきと感じる。設問内容等変更、毎年ではなく隔年での質問とするなど、見直しにより回答数の向上に期待する。回収率向上策については、他自治体で回収率が高いところがあれば、当区でも有効であるならば他自治体の手法も取り入れてほしい。しかしながら、世論調査は各所属において貴重な意見聴取機会となるため、質問数の精査は当然だが、減らすばかりではなく、必要性の高い質問を増やすことも積極的に行ってほしい。 パブリックコメントについては、子どもたちの意見聴取、基本計画のライブミーティングなど新たな運用に期待する。	【世論調査】 令和6年度には、①設問数の削減（R5：113問→R6：103問）、②回答者から抽選で100名に魚沼産コンヒカリの贈呈をした。 来年度には、他の調査実施主体による取り組み事例の導入や、基本計画の見直しを受けた指標として使われる設問の入れ替え、設問数のさらなる削減を検討する。これらの取り組みにより、引き続き各所管のニーズに応えていくとともに回答者の負担軽減およびインセンティブ提供による回収率の向上を図る。 【パブリックコメント】 引き続き、子ども・若者を含め幅広い世代に、区政への関心をもってもらえるよう、新たなPR手法の試み、他の案件で効果があつた手法の横展開など、案件に応じて実効性の高いPRを行っていく。

【区民評価委員会の評価】（3次評価）

STEP3

反映結果の評価	目標・成果の達成度への評価	今後の事業の予定、方向性への評価

STEP4

全体評価	全体評価	反映結果	達成度	方向性

全体評価	R2	R3	R4	R5
庁内評価結果	4	3.5	3.5	3.5
区民評価結果	4.5	評価中止	評価対象外	評価対象外

【全体評価の経年動向】

令和6年度重点プロジェクト事業評価調査（令和5年度事業分）

視点	行財政	再掲	重点 目標	⑮区のイメージを高め選 ばれるまちになる	重点 項目	区の魅力発掘・創出とプラスイ メージへの転換	記入 所属	政策経営部シティプロモーション課プロモーション係	SDGs関 連する ゴール・ ターゲット	16 平和と公正を すべての人に	17 パートナーシップで 目標を達成しよう		
事業名	No.41「シティプロモーション事業」												
事業の概要	対象	※ その他の場合記入											
	その他	区民・事業者・職員											
	目的(⑤最終成果(理想))												
	足立区を自慢できる誇れるまちへと進化させる。												
内容	区内全体の情報発信力を磨くとともに、区と事業者を繋ぐことで区の新たな魅力を創る「区内ブ ロモーション」と、区外からのマイナスイメージを払拭する「区外プロモーション」の両輪を戦略的 に展開する。												

【ロジックモデル・指標の達成度】										■ 令和5年度事業費支出内訳(上位3事業)																																							
①投入資源(インプット)										単位:千円																																							
対応する予算事業名										シティプロモーション事業																																							
年度										4年度										5年度										6年度																			
総事業費(a+b)										88,127										91,544										56,794																			
事業費(a)										33,446										36,616										56,794																			
人件費(b)										54,681										54,928																													
国庫負担金・補助金										0										0										0																			
受益者負担金										0										0										0																			
内訳																																																	
税外																																																	
収入																																																	
②活動(アウトプット)※区が行う直接の活動																																																	
・区民に「届き」伝わる」広報物制作支援(活動-1)																																																	
・区内の情報発信力を強化する、職員等を対象とした																																																	
ワークショッヅ実施(活動-2)																																																	
・各所管事業や企業・団体・区民活動の企画等をサポート・																																																	
コーディネート(活動-3)																																																	
・区のプラスイメージに寄与する情報をWeb媒体等を活用して																																																	
区内外への拡散(活動-4)																																																	
※1 シティプロモーション課で行うWEB媒体を活用したプレス																																																	
リリースの発信件数																																																	
③直接成果(②の活動の直接的な結果)																																																	
・情報発信に対する職員の意識が変わる(活動-1、2)																																																	
・広報物制作やロジックに関する研修により区の情報効果を効果的																																																	
に発信できるシティプロモーターが増える。(活動-1、2)																																																	
・各主体のコーディネートにより、まちの関わり手が増える。																																																	
(活動-3)																																																	
・プラスイメージの情報を区内外の方が目にする。(活動-4)																																																	
※2 シティプロモーター・広報物作成の研修や、ロジック研修の																																																	
受講した職員及び広報物や事業の相談を行った職員等をシ																																																	
ティプロモーターとして認定																																																	
※3 活動4の掲載後1カ月の閲覧者数																																																	
④中間成果(③の成果が伸びたら、どうなるか)																																																	
・足立区を人に勧めたいと思う区民の割合が増える																																																	
・足立区をよいまちにするために何かしたいと思う区民の																																																	
割合が増える																																																	
・足立区をよいまちにするために何かの行動をした区民の																																																	
割合が増える																																																	
・区外からのイメージがアップする																																																	
⑤最終成果(理想)																																																	
(まちへの関わり手を増や																																																	
す、区外からのイメージが上																																																	
がることで)																																																	
足立区を自慢できる誇れるま																																																	
ちへと進化させる																																																	
⑤成果指標										単位										指標										単位										最終目標									
【最終成果】										【最終成果】										【最終成果】										【最終成果】										【最終成果】									
足立区に誇り										足立区に誇り										足立区に誇り										足立区に誇り										足立区に誇り									
を持つ区民の										を持つ区民の										を持つ区民の										を持つ区民の										を持つ区民の									
割合										割合										割合										割合										割合									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率										達成率										達成率									
60										60										60										60										60									
実績										実績										実績										実績										実績									
達成率										達成率										達成率</																													

【所属の自己分析】（一次評価）

STEP1

指標分析	課題分析	今後の事業の予定（短期）・方向性（中・長期）
1 区内・区民へ向けたプロモーション（インナープロモーション） （1）職員の情報発信力向上の取り組み【活動-1、2】【直接成果-1、2】 広報物等制作支援については、コロナ禍が明けイベントや事業が通常時に戻ったことから、安定して推移している。研修については、広報カアップのための「チラシの作り方ワークショップ」「カメラの撮り方研修」と、企画力アップのための「ロジックを学ぶ研修」に加え、職員要望の多かった「パワーポイント資料作成研修」を新たに実施。情報発信力の更なる向上に寄与できた。 （2）庁外との連携【活動-3】【直接成果-3】 「①区民の生活圏で庁内各事業の普及啓発を展開する」「②企業・団体等との連携で課題解決や新たな魅力創出を図る」ことなどを目的に活動サポート・コーディネートを行っている。セブンイレブンのおいしい給食コラボ商品販売や、アリオ西新井や北千住マイルといった大型商業施設での防災フェア、認知症予防企画などの各課事業、CSRを推進する企業が健康増進をテーマに集まるイベントなどをコーディネートしたことや昨年度の数値を上回り、区の新たな魅力創出に貢献した。 【中間1、2、3】（1）（2）ともに順調ではあるものの、「人に勧めたい」「何かしたいと思う」「行動をした」区民の割合は目標・前年度数値いずれも下回った。この傾向は3年続いており、今後の推移を注視しながら要因を抽出し、取り組みを検討していく。 2 区外へ向けた情報発信の取り組み【活動-4】【直接成果-4】 Web媒体のプレスリリースサイトを活用し、区のPRをイメージに寄与する情報を発信した。区制90周年の影響もあり、情報発信件数・閲覧数ともに高い水準であった昨年度と比較すると低調となったが、発信した記事はWEBサイトへの転載582件、新聞・TV等での紹介52件と拡散でき、波及効果があった。 【中間4】足立区に「良いイメージ」を持つ区の近隣在住者の割合は前年度24.1%から3.4ポイント下回った。過去3年の調査において、20%から25%の間で増減しており、要因を分析する必要がある。	【区】に誇りを持つ区民の割合の向上】 「区」に誇りを持つ区民の割合は、3年連続で減少。庁内の総力を挙げてV字回復に取り組みが必要であり、その下支えを行うため、以下の取り組みが必要である。 1 インナープロモーションの更なる推進 （1）職員の情報発信力の更なる向上 職員の情報発信への意識は高い水準で推移しているものの、「職員全員がシティプロモーター」という目標においては道半ばであることから、広報物制作支援や研修等を通じて、チラシやSNSなどで情報発信する際の能力向上に引き続き取り組み必要がある。 （2）庁外との連携強化 大型商業施設や包括連携協定を結んでいる企業、区内企業・団体との連携は年々深化しているが、コロナ禍を経て、既存事業の見直しをする企業も出てきている。地域との協働の必要性やメリットを伝えながらこれまで培ってきた連携を途切れさせないアプローチや新たな企業・団体との連携を構築していく必要がある。 2 区外からの評価向上 「足立区世論調査」と「足立区に対するイメージ調査」において、区民と区外在住者の認識に大きなズレがあることがわかっていく（例：「治安が良い」と感じる割合は、区民6割に対して、近隣在住者1割）。 区の近隣在住者が持つ区への悪い印象は「実際に」「経験した」というより、メディアや伝言などで「なんとなく」形成されたものであり、特に20代～40代までの比較的年代においては、それ以上の層と比較して「メディア（TV・SNS等）」からの情報で悪い印象を持った方の割合が高い。 区に来訪経路のある（一定の知識がある）人のイメージは比較的良好傾向にあることから、今後は特に若い世代に向けて「先進性」や「プラスの魅力」を積極的に発信することで、現実とイメージのギャップを改善していく必要がある。	【短期】 1 インナープロモーションの更なる推進 （1）職員の情報発信力の更なる向上 情報発信力を向上させるためには、日々の広報物制作支援・相談が一番重要であることから、作成未経験者には特に時間をかけサポートする等、メンタリを見つけるながら丁寧に対応していく。 研修については、これまでの参加者の意見や感想も踏まえながら、参加率が低くなりつつあるカメラ研修は見直し、参加者が多いチラシやパワポ研修については定員や回数を増やす等、ブラッシュアップを図る。 （2）庁外との連携強化 ① より多くの所管が企業・団体等との連携を推進できるよう、つなぐ・サポートする役割を積極的に担うことで、区民の生活圏で庁内各事業の普及啓発を展開する。 ② 連携による「課題解決」や「新しい魅力創出」に賛同する企業・団体等を掘り起こし、新たな連携を展開していく。 2 区外プロモーションの強化 区の近隣に居住する20～40代をターゲットに、「先進性」や「プラスの魅力」を届けるため、現在取り組んでいる情報発信に加え、今年度開催する区外向けのPR発表会を皮切りに、交通広告やインフルセンサーの活用、特設サイトの開設などにより、日頃足立区のことを気にかけていない層にも届く情報発信を行う。加えて、区民や区内企業などを巻き込み、足立区のイメージアップに寄与する情報を自主的に発信・拡散いただき、オール足立でマイナスイメージの払拭に取り組み、足立区イメージアップを醸成していく。 【中・長期】 「足立区世論調査（区民）」と「足立区に対するイメージ調査（区外在住者）」の経年結果や、短期的取り組みの成果を分析しながら、適切なインナープロモーション・区外プロモーションを展開することで、「さらに誇れる足立区」を目指していく。

【庁内評価委員会の評価】（2次評価）

STEP2

評価結果	全体評価	反映結果・反映状況
【目標・成果の達成度への評価】 【活動-1】【活動-2】【活動-3】区内外に対する支援活動はほぼ目標を達成できており、これまで14年間継続して進めてきている地道なシティプロモーション活動については評価できる。ただ、【活動-2】については、令和5年度の実績が大きく伸びていることから、令和6年度の目標値を上方修正してもよかつたのではないかと考える。【成果-1】【成果-2】【成果-3】意識づけや行動変容を促すような成果も出てきたことから、引き続き多様な主体に対して働きかけていきたい。【活動-4】【直接成果-4】令和4年度は区政90周年関連により実績数が大幅に増えた反動により、5年度の達成率は非常に低い実績となったが、通常の年においても目標を達成できるよう、様々な取り組みを進めていきたい。活動・直接成果指標のすべてが高くなれば、自ずと中間成果の実績も上がってくるのではないかと考える。 【今後の事業の予定、方向性への評価】 区内プロモーションはかなり進んでいると感じられる。そのため、今後は区外プロモーションにも注力していく流れは妥当と言える。ただし、区外プロモーションを進めるにあたり、区内にも波及効果が及ぶように、取り組み方を工夫してほしい。ターゲットとしている区外近郊に居住する比較的若い世代層における区への悪いイメージを払拭し、最終的には足立区に誇りを持つ区民の割合の目標達成に向け、継続して事業を進めていきたい。	4	別紙のとおり。

【区民評価委員会の評価】（3次評価）

STEP3

反映結果の評価	目標・成果の達成度への評価	今後の事業の予定、方向性への評価
区外への新しいプロモーションのコピー「ワケあり区、足立区。が秀逸で、インターネット上では好意的な意見・否定的な意見の両方を含めて反響があるということであった。一方、人々の興味を引くのは確かかもしれないが、これが区民の誇りにつながるのか、イメージが元々悪いところに持ってくるコピーとしてどうかという意見も少なからずあるだろう。区民の反応も正確に捉え、今後のプロモーションに反映していったらいい。 ワークショップも宣伝手法や技術より、宣伝したいものがあって初めて効果があるのではないかと感じる。議改革は、一区民としてとても必要と感ずる。 また、プロモーションの展開として、ややビジュアル先行のきらいがある。例えば提議層がいの方などにも関わわるプロモーションを展開するなど、他の手段を用いたプロモーションの展開も期待したい。	区内外ともにプロモーションをする上でチラシやポスターのデザインはただおしやれというわけではなく、正しい人に正しく情報を伝える上で非常に重要であるので職員を対象としたワークショップの参加人数が目標に達し、かつ実際のチラシ・ポスターも非常にわかりやすく良いものとなっていることは評価できる。一方、こういった職員研修は担当職務のためで終わってしまっは意味がない。シティプロモーターとして庁内での展開に限らず、庁外へのアプローチも行っていたとき、それらを指標にも取り込んでいたきたい。特に、企業やNPOとの連携は効果が期待できるので、より推進していただきたい。 直接成果4「プレスリリース等発信の閲覧者数」は目標値の30%以下と大幅に下回った。令和4年度は区政90周年による発信が多かったこととの反動との分析だが、見方を変えればプロモーションに力を入れれば、令和4年度同等のリーチができるということでもある。現状に満足せず、発信により力を入れて欲しいが、最終成果を達成する上ではプレスリリース発信件数にとどまらないSNSの投稿数やインプレッションを目標に置いた目標を越すこともいいかもしれない。 成果指標に挙げている「よいまちとはどういうまちか、具体的な深掘りが出来ていないのではないかと。何を課題と定義しているか、イメージだけでは厳しい。	横並び行政をやめて、足立区の今ある魅力を引き出すことが一番のプロモーションになると考える。区の取り組み自体が区内にも区外に向けても大きな宣伝効果がある。例えば、他のプロジェクト事業でも成果を出している事業が多くある。防災や耐震化促進など、当該部署と連携し、区外も含めアピールしてもよいかもしれない。 職員の情報発信力の向上は必要だと考えるが、発信したい何かがないところにプロモーションはないし、何かを無理やり考えるものではない。発信したいものがあるという気持ちが一番の向上につながるという本質は常に念頭に置いていただきたい。 例年、シティプロモーション事業はレベルの高い取り組みをしていただいていると感じている。一方、プロモーション活動自体が目立つため庁内評価は高いが、区民の意識については成果が上がっていない面もあるので、自画自賛だけになってしまわないよう留意する必要がある。分科会でも議論に上がったが、成果指標としてよいまちにするために何かしたいと思う、「誇りに思う」といった抽象度の高い目標ではなく、インナープロモーション、区外プロモーションについて、例えば、企業誘致や区外からの転入者の増など、より具体的な成果指標を定めた上でプロモーションを検討してもよいだろうか。本年一度進めた本格的な区外へのアピール、知名度のある区長のプロモーション協力、庁外との連携強化などによる発信強化にもぜひ今後期待したい。

STEP4

全体評価	全体評価	反映結果	達成度	方向性
3	3	3.5	3	3
反映結果	3.5	4.5	4.5	4
達成度	3.5	4.5	4.5	3
方向性	3.5	4.5	4.5	3

【全体評価の経年動向】

	R2	R3	R4	R5
庁内評価結果	4.5	4.5	4.5	4
区民評価結果	3.5	評価中止	3.5	3

【シティプロモーション事業】区民評価結果を受けた反映結果・反映状況

【「ワケあり区、足立区。」に対する区民の反応を踏まえた今後のプロモーションへの反映】

「ワケあり区、足立区。」発表後、区民の皆様からは、「逆効果では？」などの意見をいただいた一方で、「この取り組みを通じて、魅力を知ってもらうことで、区の評価が向上することを期待している」「足立区は住みやすくてオススメ」「足立区に住んでいないけど、足立区が好きになる広告」など、応援の声も多数いただいております。

また、真意が伝わりにくいというご意見を受け、「知って欲しい、足立区のリアル。」というサブキャッチとセットで情報発信するなど、反応を見ながらプロモーションを展開しております。

なお、この取り組みは、区のマイナスイメージを逆手に取り、インパクトのあるキャッチコピーでまずはメディアの関心を集め話題になることと、区の先進性や区民が感じているリアルな声（ポジティブなワケ）が掲載された特設サイトに誘導することで、足立区の変化や現状を知っていただくことを狙っています。現在も多数の区民・企業・団体の皆様にご協力いただいております、今後も輪を広げながら、マイナスイメージの払拭に取り組んでまいります。

【視覚障がいの方などにも伝わるプロモーションの展開】

足立区では、区民に届く広報物一つ一つにこだわっているため、作成量が多いチラシやポスターのイメージが強くビジュアル先行という印象を持たれるかもしれません。伝える要素として「ビジュアル」は重要な要素ではありますが、それに限らずターゲットに届けるための展開方法なども同様に大切にしています（例：若者に遡及させるため、大型商業施設と連携するなど）。担当部署とも連携しながら、障がいのある方も含め、情報を届けたい方にしっかり情報が伝わるよう、引き続き取り組んでまいります。

【シティプロモーターとして庁内での展開だけでなく庁外へのアプローチとその指標化】

区民や企業・団体の方々にシティプロモーターとなっていただくことは、とても重要と考えており、「繋ぐプロモーション」として現在も積極的に取り組んでいます。

活動指標 4「関係所管事業や企業・団体・区民活動のサポート・コーディネート件数」は、関係所管事業と企業や団体の連携サポートや、企業・団体・区民の活動を直接サポート・コーディネートした件数となっております。

【プレスリリース発信件数にとどまらない SNS の投稿数やインプレッションの目標設定】

Web 媒体を活用したプレスリリースは、300 媒体のメディアへプレスリリースされるほか、Web メディア 20 媒体以上に転載されることで、大きな拡散を期待できるため、区外からのイメージ向上の指標として設定しております。SNS の発信数やインプレッションは、「情報発信強化事業」において指標化し、目標設定をしております。

【成果指標に挙げている「よいまち」の具体的な深掘りと課題の定義】

「良いまちにするための行動」について世論調査内では、『町会・自治会活動、ボランティア活動、防犯活動、地域イベントの手伝いのほか、家の前の清掃をしている、道案内など困っている人を助けた、足立区内の魅力的な情報を伝えた（発信した）などの個人的な行動も含む』と定義しています。「誇りに思う気持ち」をまちに対する行動意欲やまちへの関わりに繋げ、それが周りにも伝播することでさらに誇りが高まっていくことから、「区民参画総量」を高めることが重要であり、プラスのスパイラルの進捗を測る指標として設定しております。

【成果を出している他の事業の部署と連携した、区外も含めたアピール】

シティプロモーション課は、全ての部署の事業のプロモーションの下支えを行っております。現在も「おいしい給食事業」や「子どもの貧困対策」など成果が出ている事業に対して企画サポート、情報発信など積極的に関わっています。こうした成果を出している事業は、シティプロモーション課が中心となって既に区外に向けて積極的にアピールしているほか、各部署の先進的な施策や成果の出ている施策についても情報収集をしております。今後も区民評価などの結果も確認しながら、成果が出ている事業について戦略的に発信してまいります。

【インナープロモーション、区外プロモーションの具体的な成果指標の設定（企業誘致や区外からの転入者の増など）】

足立区のシティプロモーション課は足立区のイメージアップを図る専管組織であり、最終目標は「区民の誇りを高める」ことです。区民の誇りを高めるためには、庁内のあらゆる事業を通じた取り組みが必要です。そのためシティプロモーション課には、あらゆる事業のサポート・コーディネートはもちろん、庁内に横串しを刺すことで事業効果を最大化することが求められています。

こうした経緯から最終成果の「誇り」についての変更は考えておりませんが、中間成果もすべて定量化できない指標となっているため、庁内の重点プロジェクトの目標達成率を指標とするなど、検討してまいります。

【本年度進めた本格的な区外へのアピール、知名度のある区長のプロモーション協力、庁外との連携強化などによる発信強化】

区長は、現在もメディア取材など、積極的に対応しております。現在、区として重要度の高い事案についてはYouTubeで区長メッセージを発信しているため、当日ご提案いただいた定期的な区長のYouTubeでの発信等については考えておりません。

庁外（区民や企業・団体）との連携については、区外プロモーションの成果を出すうえで欠かせない視点と考えており、既に多くの皆様にご協力いただいております。今後もこうした協力の輪を広げるため、取り組んでまいります。

【何のために区外からのイメージをあげたいのか、何をうりにしたいのか、そもそもこの事業がなぜ必要か、具体例と納得させるものが必要】

区外に向けたプロモーションは、「区外からの評価を高めることで、区民の誇りを高めること」を目指しております。

平成21年の世論調査では、「足立区に愛着を持っている」方は67%だったのに対し、「まちに対して誇りを持っている」方は34.8%。足立区は「愛着は持てるが、誇りの持てないまち」でした。

こうしたイメージの低さは区民、とりわけ若い世代の自己肯定感に大きな影響を与えており、成人の日の集いの実行委員から「足立区出身と言うと馬鹿にされる。この現状をどうにかして欲しい」と毎年のように意見があがるほどでした。

こうした状況を打破するため、平成22年度にイメージアップの専管組織として「シティプロモーション課」が創設されました。

区内・区民に向けたプロモーションを展開した結果、区民のまちに対する評価は向上した一方で、区外在住者からのイメージは一向にアップデートされません。このことから、メディア等から植え付けられた「なんとなく悪いイメージ」を払拭するため、メディアやSNSを活用しながら区外に向けたプロモーションに取り組んでいます。

令和4年度に、区外に対して売り込むべき魅力を調査した結果、「足立区と言えば〇〇」という象徴づけるものは無かった一方で、先進性があることが分かりました。このため、区外に向けたプロモーションでは、「子育てのしやすさ」「来訪」「やりたいが叶う（企業）」の3つを軸に、区の先進性を発信しております。

【どこも横並びという印象を払拭させる取り組みが必要】

こうしたイメージを払拭させるため、区外プロモーション「ワケあり区、足立区。」の特設サイトでは、「子どもの貧困対策」や「切れ目ない子育て支援」「大学誘致による街の変化」など、他自治体と比べて優位性のある取り組みを積極的に発信しております。

紙面構成の都合により、本ページ余白

令和6年度重点プロジェクト事業評価調書(令和5年度事業分)

視点	行財政	再掲	重点目標	⑮区のイメージを高め選ばれるまちになる	重点項目	記入 所属	政策経営部 報道広報課 広報係	SDGs関連する ゴール・ターゲット				
事業名	No.42「情報発信強化事業（各種広報媒体の充実・情報発信力の向上等）」											
	対象	※ その他の場合記入					協働・協創	SDGs関連するゴール・ターゲットに対する貢献状況				
	区民と事業者		区が持つ情報発信媒体を活用し、重点課題や重要施策を積極的かつスピーディーに発信することで、区政透明度を高めた。									
事業の概要	目的(⑤最終成果(理想))											
	区政情報の提供への満足度向上											
	内容											
	区民が必要なときに必要とする情報を入手することができる環境を整え、区政透明度を高めて区民サービスの向上を図っていく。											

【ロジックモデル・指標の達成度】		単位:千円	■令和5年度事業費支出内訳(上位3事業)			
特定行政事務 「あだち広報」制作等運営費	①投入資源(インプット)		(1) 主な内容	あだち広報製作委託	119,525	千円
			(2) 主な内容	あだち広報配布委託	84,787	千円
		⑥重点プロジェクト共通の成果(⑤最終成果(理想)が伸びたらこうなる)				
		区政全体に対する区民の満足度 67%				

内訳	総事業費(a+b)	284,155	351,923	273,194	影響要因
	事業費(a)	183,073	250,143	273,194	
	人件費(b)	101,082	101,780		
税外収入	国庫負担金・補助金	0	0	0	影響要因
	受益者負担金	0	0	0	

- 情報発信のタイミング - 新型コロナウイルス感染症拡大や 地震・洪水などの自然災害等					・世論調査の結果に大きな影響を及ぼすような社会情勢
---	--	--	--	--	---------------------------

- 情報発信のタイミング - 新型コロナウイルス感染症拡大や 地震・洪水などの自然災害等					・世論調査の結果に大きな影響を及ぼすような社会情勢
---	--	--	--	--	---------------------------

- 情報発信のタイミング - 新型コロナウイルス感染症拡大や 地震・洪水などの自然災害等					・世論調査の結果に大きな影響を及ぼすような社会情勢
---	--	--	--	--	---------------------------

②活動(アウトプット)※区が行う直接の活動

- 【事業の概要】
- ・あだち広報の製作【活動-1】
- ・ホームページ、ツイッター、フェイスブック、LINE等の管理運営【活動-2】
- 【活動-3】活動-4】
- ・全庁向け情報発信研修の実施【活動-5】

■以下、変更点

【活動-3】ツイッター・フェイスブックの情報発信数としていたが、フェイスブックの仕様変更があり、フェイスブックの成果指標が取れなくなつた。そのため、関連する活動指標について、ツイッターの情報発信数のみにR5実績値から変更する。R6目標値も変更。

③直接成果②の活動の直接的な結果

- ・多くの区民が広報紙から区政情報を取得することができる【活動-1】
- ・ホームページでの情報発信への閲覧が増える【活動-2】
- ・ツイッター・フェイスブックでの情報発信に対する評価・関心が高まる【活動-3】
- ・LINEでの情報発信に対する満足率が上がる【活動-4】
- ・職員の情報発信力が向上する【活動-5】

■以下、変更点

【直接指標3、4】フェイスブックの仕様変更とLINEの機能拡張の影響により、直接成果3と4の指標が取得できなくなったため、成果指標3と4を変更した。

影響要因

④中間成果(③の成果が伸びたら、どうなるか)

・市民が必要とするときに必要な情報を取得できる【中間成果-1】【中間成果-2】

※必要とする情報が届いているか(情報発信の量が十分か)確認する指標として【中間成果-1】を設定。必要とする情報の内容に満足しているか(情報発信の質が十分か)確認する指標として【中間成果-2】を設定。その差が拡大することを目指していく。

・世論調査の結果に大きな影響を及ぼすような社会情勢

活動指標	単位	年度	実績			目標		達成状況
			R4	R5	R6			
②活動指標 【活動-1】 広報紙発行部数	部	目標	8,300,000	8,400,000	8,500,000	達成		
		実績	8,467,800	8,571,300	-			
		達成率	102%	102%				
		目標	5,000	12,000	14,000			
【活動-2】 基準日現在の閲覧可能な公開ページ総数	件	目標	11,118	13,027	-	達成		
		実績	222%	109%				
		達成率	4,000	4,000	3,000			
		目標	5,057	2,906	-			
【活動-3】 ツイッターの情報発信数	件	目標	126%	73%		やや遅れている		
		実績	150	1,400	1,500			
		達成率	176	1,370	-			
		目標	117%	98%				
【活動-4】 LINEでの情報発信数	件	目標	5	5	5	順調		
		実績	12	11	-			
		達成率	240%	220%				
		目標	5	5	5			
【活動-5】 情報発信の全庁向け研修回数	回	目標	12	11	-	達成		
		実績	240%	220%				
		達成率	5	5	5			
		目標	12	11	-			

成果指標	単位	年度	実績			目標	達成状況
			R4	R5	R6		
③成果指標 【直接成果-1】 区の情報の入手手段をあち広報としている区民の割合	%	目標	70	70.0	70	順調	
		実績	67.1	69.1	-		
		達成率	96%	99%			
【直接成果-2】 ホームページの全体のページビュー（閲覧）数	件	目標	50,000,000	50,000,000	50,000,000	達成	
		実績	60,139,240	58,194,251	-		
		達成率	120%	116%			
【直接成果-3】 ツイッターでの投稿に対する「いいね+リツイート」の件数	件	目標	-	80,000	80,000	順調	
		実績	70,453	76,406	-		
		達成率	-	96%			
【直接成果-4】 LINEの友だち登録者数	%	目標	-	60,000	70,000	達成	
		実績	40,435	61,030	-		
		達成率	-	102%			
【直接成果-5】 情報発信に関する課題の解決率	%	目標	75	75	75	遅れている	
		実績	82	67	-		
		達成率	109%	89%			

④成果指標	単位	年度	実績			目標	達成状況
			R4	R5	R6		
【中間成果-1】 必要なときに必要と する情報が得られて いる区民の割合	%	目標	76	76	76	やや遅れ ている	
		実績	75.1	74.1	-		
		達成率	99%	98%			
【中間成果-2】 必要なときに必要と する情報が得られてい ない区長の割合【低減目 標】	%	目標	10.0	10.0	10.0	やや遅れ ている	
		実績	10.8	11.2	-		
		達成率	93%	89%			

⑤成果指標	単位	年度	最終目標
【最終成果】 区政情報の提供に満足している区民の割合	%	年度	6年度
		目標	75
		実績	-
		達成率	

【所属の自己分析】（一次評価）STEP1

指標分析

課題分析

【活動-1】【直接成果-1】世帯数の自然増による増。都広報コンクールでは毎年複数入賞。令和5年度も広報紙部門3部門全てで入賞。世論調査の結果では、情報の入手手段としても安定している。

【活動-2】【直接成果-2】活動指標は前年度実績を上回り、成果指標は目標達成。公開ページ数の増は、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、イベント等が増加したためと考えられる。

【活動-3】【直接成果-3】活動指標は目標値を達成、成果指標は未達成。

令和4年度は、新型コロナウイルス感染症の情報発信が多くなっていた。令和5年度は、各所管等でイベントの再開があり、イベント情報の発信が増えた。しかし、新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことに伴い関連情報の発信が減ったことで、全体の発信数はやや減少した。

【変更あり・前ページに記載】

【活動-4】【直接成果-4】令和5年3月、LINEにAメールとの連携機能や不法投棄通報機能、保育指数シミュレーション等の機能を実装した。令和5年度は、各課のイベント情報をLINEで配信したことに加えて、Aメールと連携した情報発信も行うことで発信数が増加した。

【変更あり・前ページに記載】

【活動-5】【直接成果-5】少人数でのインターネッター向けの研修に加えて、上級者向け研修を開催したことから目標値を上回った。全庁に調査をしている情報発信に関する課題の解決率は、年々課題のレベルが上がっている影響もあり、低下している。解決率向上のため、より効果的な情報発信力強化の取組みを検討する。

【区内評価委員会の評価】（2次評価）STEP2

評価結果

4.5

【目標・成果の達成度への評価】

活動・直接成果などの指標から相当の情報発信をしていることや、区民が情報にアクセスしているという結果が出ていることは高く評価できる。しかしながら、一部の成果指標において、実績値が若干低下している点が気にかかる。

また、中間成果で「必要な時に必要とする情報が得られている」が「やや遅れている」となったことは、事業内容の工夫が必要であると考えられる。

【今後の事業の予定・方向性への評価】

広報紙モニター、インスタグラム協力員などの導入で、事業改善に取り組む姿勢は良い方向性であると言える。

情報内容のクオリティ向上と新たなツールの活用等の改善で、目標を達成してほしい。

【区民評価委員会の評価】（3次評価）STEP3

反映結果の評価

目標・成果の達成度への評価

今後の事業の予定、方向性への評価

STEP4

全体評価

反映結果

達成度

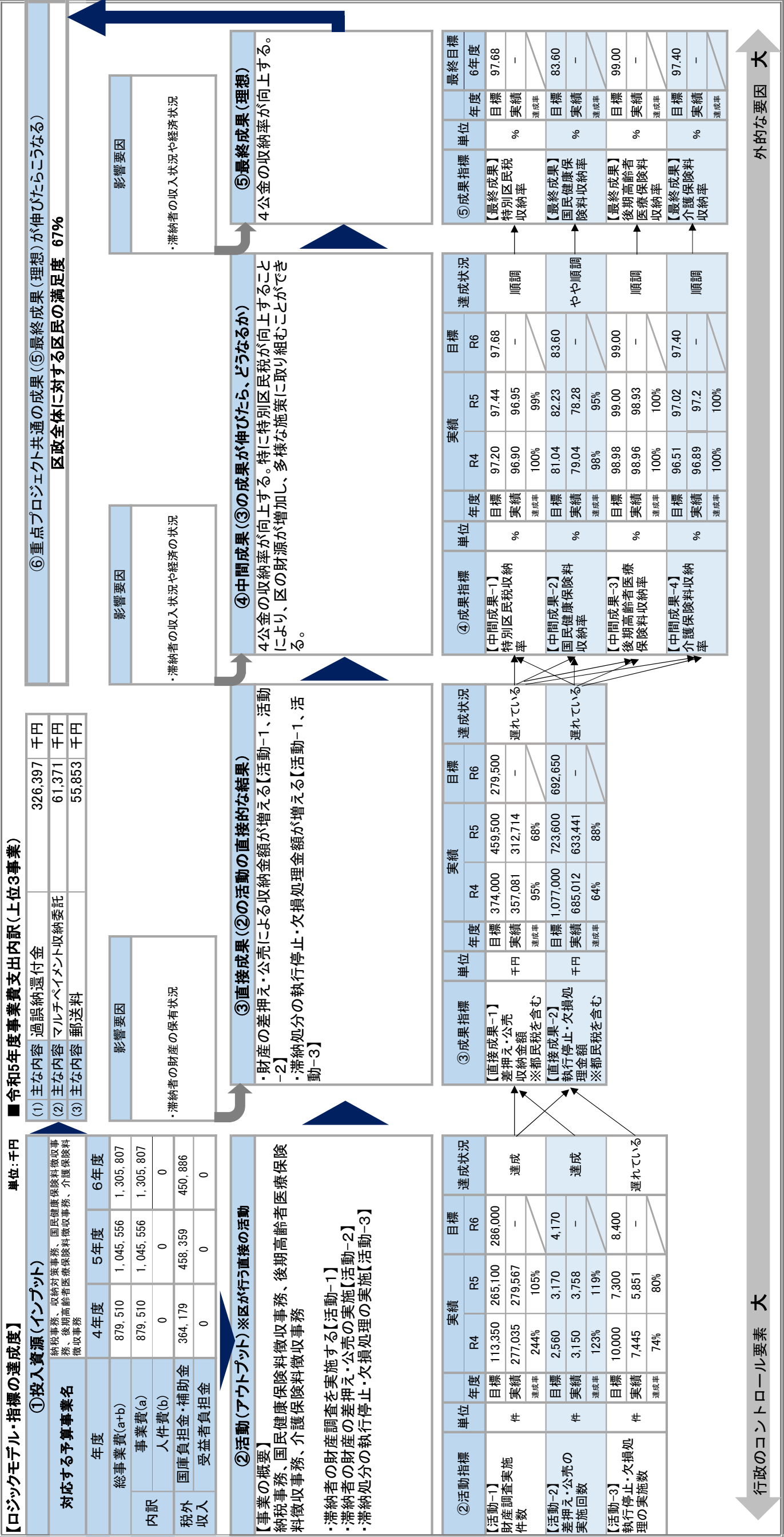
方向性

【全体評価の経年動向】

	R2	R3	R4	R5
庁内評価結果	5	5	5	4.5
区民評価結果	4	評価中止	4.5	評価対象外

令和6年度重点プロジェクト事業評価調査(令和5年度事業分)

視点	行財政	再掲	重点 目標	⑯次世代につなげる健全な財政運営を行う	重点 項目	堅固な歳入基盤の確保	記入 所属	区民部納税課納税計画係	SDGs関連する ゴール・ターゲット	17 ハートナッシュで 目標を達成しよう					
事業名	No.43「4公金収納金の収納率向上対策(税・保険料)」														
事業の概要	対象		※ その他の場合記入												
	区民														
	目的(⑤最終成果(理想))														
	区政運営の根幹である4公金収納金の収納率を向上させる		項目		取組状況		具体的に								
内容		厳正的確な滞納整理や、期限内納付の推進により4公金の収納率を向上させ、自主財源の充実を図る。		多様な納付手段の検討		実施済		・4公金の納付に利用可能なスマートフォン決済について、令和6年4月に新たに楽天ペイを追加し、計6種類となった。 ・国税OB職員やベテラン職員によるOJTや実務研修の実施や、グループ制による滞納処分を実施した。 ・特別収納対策課において、各課の債権処理に関する相談・支援を行い、徴収知識の庁内全体への蓄積を図っている。							



【所属の自己分析】(一次評価) STEP1

指標分析	課題分析	今後の事業の予定(短期)・方向性(中・長期)
【活動-1(財産調査実施件数)】 滞納者の実態を正確に把握するためにも財産調査を積極的に実施した。特に納税課では昨年に引き続き預貯金等の電子照会を積極的に実施し、目標値を上回った。なお、令和4年度実績から、件数の算出方法を延べ件数による集計へ4公金で統一したため、目標値を大きく上回っている。 【活動-2、直接成果-1(差押え・公売実施回数、収納金額)】 給与支払者への給与照会を強化し、預貯金等の債権を積極的に差押えた結果、件数にについては目標値を上回った。収納金額については納税課において昨年度比約4千万円増加したものの、目標達成には至らなかった。 【活動-3、直接成果-2(執行停止・欠損処理の実施数、金額)】 財産調査を行った結果、生活困窮等の理由により徴収困難案件については執行停止・欠損処理を実施している。特別区民税・国民健康保険料で長期・高額滞納事案の整理が進んで対象が減少していることもあり、件数及び額ともに前年度実績を下回り、目標達成に至らなかった。 【中間成果-1～4】 各公金ともに滞納を長期化させないよう早期の納付勧奨や口座振替による納期内納付の取組みを実施した。その結果、特別区民税及び介護保険料については前年度実績を上回り、後期高齢者医療保険料については前年度と同様の収納率を維持した。国民健康保険料については、差押え・欠損等の件数は増加し、滞納繰越分収納額は増加したものの全体の収納率は下回った。	納期内納付の定章が4公金の共通課題である。納期内納付の定着を図るため、納付案内センターを活用した初期滞納者へのアプローチやSMSの発信、口座振替勧奨を積極的に実施していく。 また、納税課では、財産調査の早期実施やコロナ禍では実施が困難だった滞納者宅への捜索を行い、滞納者の実態を正確に把握することにより、差押えや執行停止・即時欠損を適正に実施し滞納を果敢させない取組みの強化も合わせて行っていく。 国民健康保険課では、徴収吏員の所掌件数が一人当たり約1,500件と多く、全ての滞納者への適切な滞納処分が出来る環境下ではない。そのため、各徴収吏員に対し具体的な処理の件数目標を課し、高額滞納者等への対応を行っていく必要がある。 高齢医療・年金課では、毎年、新規加入者が約8,000人を超え、制度加入時は未納となる可能性のある納付書払いから始まる。加入後、半数以上は翌年に年金天引き(特別徴収)となり、それまで未納とならない対策が必要である。 介護保険課では、現年度分・滞納繰越分ともに、収入未済は年々減少しているが、未だに多額の未収金がある。滞納が長期化すると徴収が益々困難となるため、特に初期滞納者への早期対応を強化し、滞納を未然に防止する必要がある。	【短期】 納税課では、預貯金等の電子照会を積極的に実施し、差押え等の滞納処分の早期着手を図る。また、昨年度より始めたグループ制の効果検証を行い、より効率的・効果的な滞納整理を進めていく。 国民健康保険課でも第三次滞納対策アクションプランで定めた基本方針を確実に運用し、現年収納率向上に向け、口座振替勧奨、財産調査の早期着手、さらに昨年度より催告実施回数を増やし滞納整理を進めていく。 高齢医療・年金課及び介護保険課においても納付漏れ防止に有効な口座振替勧奨等を重点的に進め、滞納困難案件については特別収納対策等と連携し、更なる収納率向上を目指すしていく。 【中・長期】 納税課では滞納状況を分析し、効率、効果的な滞納整理を提案するEBPM支援サービスを利用して、第三次足立区滞納対策アクションプランの検証を綿密に行い、今年度中に策定する第四次滞納対策アクションプランをより実効性の高い計画とし、区税収入の着実な確保に努める。 国民健康保険課では、令和7年度末のシステム標準化に合わせ、財産照会の電子化について先行導入済である納税課と連携し、令和6年度中に運用の検討を進める。 高齢医療・年金課及び介護保険課では、個別で定める方針・計画の成果・課題の検証を定期的に行うことで、収納率の更なる向上を目指すしていく。

STEP2

【庁内評価委員会の評価】(2次評価)

評価結果
【目標・成果の達成度への評価】 (中間成果1～4)四公金の収納率は概ね目標を達成しており、日常的な取組の成果と高く評価する。(活動1・2)預貯金等の財産調査にあたって電子照会を積極的に実施したり、給与支払者への給与照会を強化し預貯金等債権を積極的に差押える等、活動1、2ともに着実に目標を達成している。ただ、これらの活動の効果として、直接成果1へ充分に結びついていない点はやむを得ない面もあると推察されるが、引き続きの課題として対策を図りたい。 【今後の事業の予定・方向性への評価】 まず、納期内納付の定着を図るため、納付案内センターを活用した初期滞納者へのアプローチやSMSの発信、口座振替勧奨を積極的に実施していくことは極めて重要であり、注力されたい。並行して、滞納状況の正確な把握・分析の上、グループ制の導入や滞納処分の早期着手など取組を固定化せず、効率的・効果的に収納率向上を目指す方向性も妥当であり、その継続が望まれる。 納税課で先行導入している、財産調査の電子化は職員の仕事負担軽減を含めて他課への導入も鋭意進めていただきたい。差押え、公売や執行停止・欠損処理の適正実施については、課題の検証を含めた計画的対応が必要であろう。 なお、将来に亘る課題として、国税OB等の専門性の高い公務経験者の任用と、ノウハウ継承など収納管理体制の維持・確保について継続的な検討も求められる。

STEP3

【区民評価委員会の評価】(3次評価)

反映結果の評価	目標・成果の達成度への評価	今後の事業の予定、方向性への評価

全体評価
3.5

【評価結果・提言を受けての取組】(反映結果)

反映結果・反映状況
【目標・成果の達成度への評価】 4公金について、各課の活動と直接成果をみると、納税課と介護保険課は活動と直接成果は、目標値を上回っている。活動と直接成果に乖離があるのは国民健康保険課であるが、これについては、数値目標を見直すとともに、財産調査を実施し、個々の実情や生活に与える影響等を十分に勘案したうえ積極的に差押え等を行い、収納金額の増加を目指す。 【今後の事業の予定・方向性への評価】 納付案内センターでの初期滞納者への電話や訪問、SMSの発信は、早期滞納対策として効果的であるため、引き続き実施していく。口座振替勧奨は、納税課及び国民健康保険課では新規加入キャンペーンを、高齢医療・年金課及び介護保険課では機会を捉えて実施していく。 グループ制については、進捗をグループ内で共有、処理方針の判断を早期化するなど、より効率的・効果的に滞納整理を進められるように実効性を高めていく。財産調査の電子化は、令和7年度から税以外の3公金にも拡充する。国税OB職員の計画的な任用とともに、国税OB職員による処理困難事例の指示・助言や捜索同行によるOJTの強化や、4公金合同研修を実施し、更なる専門知識やノウハウ継承を図る。

【全体評価の経年動向】

	R2	R3	R4	R5
庁内評価結果	5	4.5	4.5	3.5
区民評価結果	4	評価中止	評価対象外	評価対象外

2 重点プロジェクト事業 予算への反映結果

区民評価委員会の各分科会において、今後の展開に期待するとの評価を受けた事業について、区民評価結果を踏まえた令和7年度予算案への主な反映結果をまとめました。なお、この他の事業についても、予算編成や手法の見直し等により、事業改善に向けて取組みを進めています。

No.	分科会／事業名	令和7年度予算への反映状況	掲載ページ
4	【ひと】 不登校対策支援事業	不登校に関する実態調査 12,674 千円 NEW 全児童・生徒やその保護者にアンケートを実施し、不登校児童・生徒の実態把握に努めることで、個々の状況に合わせた多様な支援策の充実を図ります。	22
14	【くらし】 ビューティフル・ウィンドウズ運動（地域防犯力の向上・防犯まちづくり事業）	自転車カギかけありがとうキャンペーン 1,768 千円 NEW 10代から20代で自転車盗の被害が多く、その多くが無施錠であるため、区内都立高校と連携し高校生へ施錠の啓発活動を行います。	46
24	【まち】 地域と一体となった水害対策	あだち防災リーダー認定・登録制度の拡充 3,503 千円 あだち防災リーダーの対象者および活動内容を拡充し、地域防災力のさらなる向上を目指します。	66

【参考】 令和7年度予算編成のあらまし