

基本事務事業 4.「情報提供を推進する」

○この基本事務事業の上位の目的(「後期基本計画」の位置づけ)
「市民ニーズに基づく行政経営を行います」

・めざしたい将来像

50万人になろうとする市民が、安心して住みやすく、満足してもらえるようなまちを実現します。そのため、継続的な対話を経た力強い連携から政策が生まれる仕組みづくりをし、経営基盤を強化します。

・めざそう値

	13年度	19年度	21年度	25年度	32年度
住み続けたいと思う人の割合	58.6%	58.2%	60.0%	62%	65%
行政サービスの改善度	—	—	26.8%	29.4%	35%
後期基本計画のめざそう値の達成率	—	—	—	100%	100%
行政情報入手手段に係るホームページの割合	4.8%	11.3%	14.4%	18%	25%
インターネットを利用している人の割合	38.1%	61.3%	60.0%	65%	70%
いきいきと働くことができている職員の割合	—	—	49.2%	55%	60%

・現状と課題

●市民への情報提供

行政経営において、市民参加をより一層進めるためには、これまで以上にわかりやすくタイムリーな市政情報の公開・提供をし、信頼関係を築くことが重要です。

こうした中、本市では、広報紙の発行に加え、ホームページの開設、パートナー講座(出前)の開催など、わかりやすい情報提供をこころがけ、また、情報公開制度の整備、パブリックコメント手続の導入等の制度の充実を図ってきました。なお、パブリックコメントの実施件数は、平成20年度において6件になっています。

また、個人情報保護については、市民の重要な情報を預かる機関としての責任を果たすため、情報の流通や管理の形態の変化に合わせた対策づくりをしていく必要があります。

基本事務事業紹介シート

○この基本事務事業の「目的」

市民と行政の信頼を構築するとともに、松戸市の良さを積極的に市内外に伝えるため、戦略的な情報提供を行う。

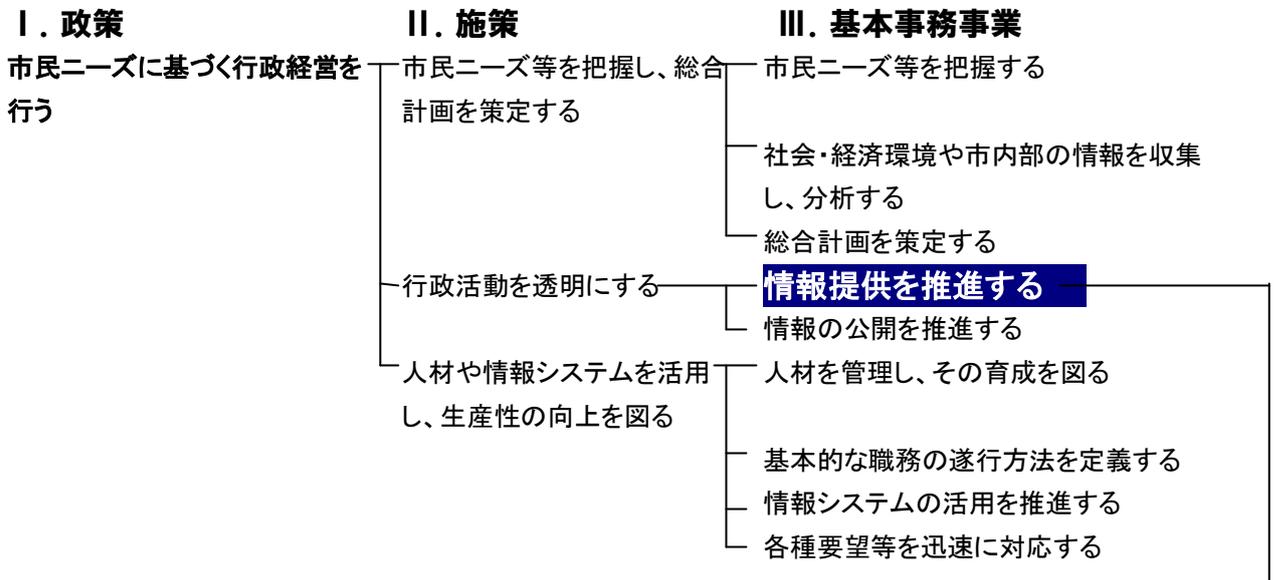
○この基本事務事業の「取り組み課題」

庁内広報情報の一元化、ICTの戦略的な活用、職員の行政情報発信力(意識と技術)の向上、メディアへのパブリシティの強化、市民や企業などとの広報連携

○この基本事務事業の「めざす成果」

様々な施策の認知度と理解度の向上、松戸市の対外的な認知度やイメージの向上(都市ブランドランキングの向上など)、松戸市に住みたい、応援したいという人の増加

○この基本事務事業の「政策目的体系」の位置づけ



IV. 対象業務 8業務

●政策意見反映事業

1. パブリックコメント業務

●広報紙誌発行业務

2. 広報まつど発行业務

3. 広報活動業務

4. 市民便利帳発行业務

●パートナー講座推進事業

5. パートナー講座推進業務

●電子広報事業

6. 電子モニター管理業務

7. 情報化人材育成業務

●広報戦略推進事業

8. 広報戦略推進業務

4.「情報提供を推進する」基本事務事業概要シート①

外部環境の変化	内部要因	H23予算
<ul style="list-style-type: none"> 単なる情報公開から政策形成過程や意思決定過程における情報提供など、説明責任(アカウンタビリティ)を果たすことが求められるようになった。 都市間競争が激しくなっているとともに、自治体においても民間同様にブランド構築の必要性が問われるようになった。 ICT(情報通信技術)が進化し、情報発信ツール(メディア)が充実してきている。 	<ul style="list-style-type: none"> 【強み】・民間広報と比較して、行政情報には信頼がある。 ・広報戦略会議が設置されている。 ・松戸市の広報を統括する広報担当の審議監がいる。 ・各課に広報担当が配置されている。 【弱み】・広報ツールが生かされていない。 ・都市間競争に勝てるような具体的広報がない。 ・組織として積極的に情報提供する意識が醸成されていない。 	144,002 千

No.	業務名(所管)	本基本事務事業における本業務の意義・目的	業務内容	事業費(千円)		人員配置(人)(H23)		担当部課評価		
				H21決算額	H24計画額	H21決算額	H24計画額			
1	パブリックコメント業務(政策調整課)	市民の行政参加を推進し、政策を策定する上での説明責任を果たすことにより、行政運営の透明性の向上を図る	市が策定する総合計画などの重要な計画や、市民生活に大きな影響を及ぼす条例などの政策案を策定する過程(最終段階)において、市のホームページや広報まつどで広く市民に政策案を公表し、それに対して意見を求め、提出された意見に対して市の考え方を示す一連の手続(手続は担当課で対応し、政策調整課は庁内の相談窓口)	H21決算額 0 H22決算額 0 H23予算額 0	H24計画額 0 H25計画額 0 H26計画額 0	0 0 0	一般職 再任用 嘱託・臨時	0.34 人件費 事業費計	3,228 3,228	平成18年9月にパブリックコメント手続要綱を定め、手続き事務の標準化が図れたことで、市民参加の有効なツールの一つとなったことは評価している。また、制度の認知度と活用を高めるため、職員向けのマニュアルを作成し、手続事務の簡略化を図った。制度開始からこれまで25件実施しており、業務の目的は果たしていると一定の評価をしている。
2	広報まつど発行業務(政策調整課・広報担当室)	市政への理解と協力を得るため、市政の目的・目標、事業や施策の内実を市民にしっかりと伝え、市民から正しく評価されるよう広報まつどを発行し、市の説明責任を果たす。	昭和25年より、市民の市政に対する認識と理解、協力を深めるとともに、住民と行政を結ぶパイプ役として、月2回定期的に広報まつどを発行している。 発行した広報まつどは、新聞折り込み(173,000部)、新聞未購読者へのポスティング(3,415部)、駅等に設置した広報ボックス(1,490部)や市施設への配布(2,300部)等により市民のもとに届けられる。 なお、目が不自由な方のため松戸市朗読奉仕会が広報を声でCDに吹き込んだ「声の広報」をボランティアで作成している。また、広報まつどの一部を松戸市国際交流協会が英語、中国語、ハンガール、スペイン語、ポルトガル語で翻訳し、情報を届けている。 広報まつどは市のホームページでも公開している。	H21決算額 76,024 H22決算額 74,202 H23予算額 83,581	H24計画額 H25計画額 H26計画額	83,581 83,581 83,581	一般職 再任用 嘱託・臨時	4 人件費 事業費計	38,980 122,561	・市民意識調査(h22.3アンケート)結果では、松戸市の行政情報を得る主な手段で広報誌(広報まつど)との回答が73.7%であり、その割合は平成18年度から変わっていない。この結果からも広報まつどは、市政情報を発信する基幹媒体と認識する。 ・広報まつどは、新聞折り込み、新聞未購読者へのポスティング、広報ボックス、市施設への配布、ホームページへの掲載など様々な方法により、行政情報を必要としている市民に届けられる仕組みとなっている。 なお費用の内訳は、作製印刷約4,400万円、配布約3,900万円他である。
3	広報活動業務(政策調整課・広報担当室)	広報まつど・ホームページでの情報発信と併行して、他の媒体での情報発信を推進し、市の情報発信力を高めることで、松戸市内や市外に住む人に市政情報の周知を図る。	市政情報を報道機関を通じ積極的に発表する。その方法として、 ・定例記者会見 市政の重要事項について市長が発表 ・レクチャー 資料配布だけでは報道機関に内容を十分伝えきれないと判断した事項について記者室で記者に説明 ・投げ込み 資料により内容が十分伝わる情報や行事案内などを記者に情報提供 の三種類がある。なお、事業費は報道機関に対して情報を提供するための資源(新聞・広報車維持費等)を購入するためのもの。	H21決算額 439 H22決算額 435 H23予算額 626	H24計画額 H25計画額 H26計画額	626 626 626	一般職 再任用 嘱託・臨時	0.5 人件費 事業費計	5,248 5,874	新聞やテレビといったメディアが持つ「信頼性」「伝達範囲の広さ」「経済性」などの優れた特性から、報道機関への情報提供は有効であり、引き続き、積極的に行っていくべきと考える。 ・平成21年度277件のパブリシティに対し、406件(読売、朝日、毎日、産経、東京、日経、千葉日報計7紙合計。複数紙に同一内容の記事が載った場合を含む)の掲載があった。 ・平成22年度263件のパブリシティに対し、423件の掲載。
4	市民便利帳発行業務(政策調整課・広報担当室)	生活カタログを作成・配布し、市民が市政情報にアクセスするためのツールとして活用してもらう	生活カタログを作成・配布し、活用してもらう。平成23・24年度は22年度作成分の残部を転入世帯(年間2万部)に配布予定。25年度に広告収入による無料作製を予定。	H21決算額 4,599 H22決算額 3,298 H23予算額 0	H24計画額 H25計画額 H26計画額	0 5,169 0	一般職 再任用 嘱託・臨時	0 人件費 事業費計	0 0	広告収入により生活カタログを業者に無料で作製させ、全戸配布させた経緯もあり、今後もクライアントが広告を出してくれるタイミングを踏まえ、適宜全戸配布を無償で行っていききたい。ただし、内容については、修正すべき点がある。
5	パートナー講座推進業務(市民環境本部企画管理室)	市民と行政がパートナーシップを構築して一緒に取組むようになる。	市民等の要請にもとづき職員が講師として伺い、市が行っている事業や業務を市民にお話しし、市政に対して理解してもらう。	H21決算額 51 H22決算額 47 H23予算額 51	H24計画額 H25計画額 H26計画額	51 51 51	一般職 再任用 嘱託・臨時	0.4 人件費 事業費計	3,798 3,848	平成14年度から事業を開始し、平成22年度末で述べ1,193講座、42,402人の方にご利用いただいております。健康・福祉・環境に関する講座への要望が多く全体の半数を占めています。講座の内容面の充実と重点を置き、質的向上を図っていききたい。
6	電子モニター管理業務(政策調整課・広報担当室)	「電子(市政情報・動画広告)モニター」とは、本庁舎や市の施設の待合ロビーなどに液晶モニターを設置し、市政情報や案内などの行政情報や企業広告を文字や画像で提供するものである。 事業目的としては、電子モニターを通じて行政情報や観光案内などの行政情報を提供し、市民への周知を図ること。また、行政情報の合間に地域の企業広告を流すことで広告費を確保するとともに、地域経済の活性化を図る。	平成22年10月に新たな情報提供媒体として電子モニターを設置した。内容としては、公募型プロポーザルにより選定した広告代理店と3年間の長期貸付契約を締結し、市役所・支所に計11台の電子モニターを無料で設置した。音声付きのモニターで行政情報や観光案内などを提供することで市の周知を図っている。なお、工事・設置にかかった導入費用や電気代も代理店が支払うため、市の負担はない。 コンテンツは、1分あたり45秒の広告と15秒の市政情報の割合で、市の開庁時間(平日の8時30分～17時)に放映しており、情報は2週に1回のタイミングで入れ替えている。なお、設置業者は企業広告による広告収入を得ており、他市では船橋市・習志野市・我孫子市など172市町村で導入実績がある(平成23年8月現在)。	H21決算額 0 H22決算額 -2,955 H23予算額 -2,904	H24計画額 H25計画額 H26計画額	-2,904 -2,904 -2,904	一般職 再任用 嘱託・臨時	0.2 人件費 事業費計	1,899 -1,005	電子モニター事業は、来庁者の待ち時間などを活用して重要な市政情報や観光情報を視覚的に伝えていく、新たな情報提供ツールとして有効である。 また、行政情報の合間に放映する企業広告についても、広告収入として新たな財源が確保できるだけでなく、地域に密着した企業広告を流すことで地域経済の活性化も図れる。
7	情報化人材育成業務(政策調整課・広報担当室)	市から発信する情報を充実するため、ホームページに携わる職員の能力を高める。	市ホームページに携わる職員の能力を高めるため、各課の新任のホームページ担当者に対し1回ホームページ操作研修を実施している。	H21決算額 586 H22決算額 0 H23予算額 0	H24計画額 H25計画額 H26計画額	0 0 0	一般職 再任用 嘱託・臨時	0 人件費 事業費計	0 0	平成21年度までは外部講師に委託していたため事業費が発生していたが、現在はホームページを作成できるスキルを広報担当室の職員が各課職員に研修会により伝授している。その結果、現在は事業費が発生していない。
8	広報戦略推進業務(政策推進研究室)	松戸市の良さを積極的に市内外に伝えるための広報戦略を検討し、推進する。	平成22年度より広報戦略策定に向けた検討を開始。 23年度当初より庁内横断組織として広報戦略会議を設置し、松戸市広報戦略を策定した。 庁内各課に広報担当を置き、広報情報の一元化、情報発信意識の向上を図っている。 ツイッター等のソーシャルメディア活用やシティプロモーション等、都市ブランドを意識した広報活動を検討、推進している。	H21決算額 - H22決算額 - H23予算額 0	H24計画額 H25計画額 H26計画額	30,000 30,000 30,000	一般職 再任用 嘱託・臨時	1 人件費 事業費計	9,495 9,495	23年8月に広報戦略を策定したことで、松戸市の「広報」の課題や今後の方向性が明確になった。 23年度当初より広報戦略会議を設置し、また各課に広報担当を置いたことにより、庁内の情報発信に対する意識が向上しつつあり、パブリシティの活用やツイッターの利用が積極化している。 震災直後の3月15日に市公式ツイッターを立ち上げ、現在まで2,800回を超える積極的な情報発信が評価され、利用者が増加している(11/11現在のフォロワー数13,153)。

4.「情報提供を推進する」基本事務事業概要シート②

外部環境の変化(地域環境、市民ニーズ等)	内部要因の変化(基本事務事業の目的を達成するために事業提供側に求められる要件)	中期的重要課題	中期的予算額の増減予測
<ul style="list-style-type: none"> 市民の“情報”への認知度が向上し、市政情報の迅速できめ細やかな提供が求められる。 社会の要請として、「新しい公共」の担い手としての市民の参画が求められる。 市民の積極的な広報をする自治体が増える。 新聞購読者の減少、インターネット利用者の増大など、主となる情報媒体の変動する。 ソーシャルメディア等、新たな情報発信手段の利用が広がる。 市民からの情報発信や双方向の情報伝達へのニーズが高まる。 電子情報の著しい発展に伴い、情報弱者への対応がより重要となる。 	<ul style="list-style-type: none"> 市民ニーズの的確な把握と、政策への反映・ニーズへの細かな対応。 都市ブランドを目指す方向性の明確化。 シティプロモーションを含めた情報発信に対する職員の意識の向上。 情報発信に従事する職員の質・量の充実。 	<ul style="list-style-type: none"> 市内広報情報の一元化 ICT(情報通信技術)の戦略的な活用 職員の行政情報発信力(意識と技術)の向上 メディアへのパブリシティの強化 市民や企業などとの広報連携 都市ブランドランキングの上昇を目指す 広聴機能との連携を含め、組織の連携強化 	・増加予定

【基本事務事業の指標】

指標	基準値(H21)	H23	H24	H25
都市ブランドランキング(対前年度比のランキング上昇数)	—	25位	25位	25位

no.	業務名(所管)	業務の目的	指標(単位)	基準値(H21)	H23	H24	H25	今後の変化に対して想定される業務の課題	今後の業務の課題に関する対処・取り組み策
1	パブリックコメント業務(政策調整課)	市民の行政参加を推進し、政策を策定する上での説明責任を果たすことにより、行政運営の透明性の向上を図る。	パブリックコメント手続実施件数	2	8	8	8	本市ではパブリックコメント制度の導入から5年が経過し、制度の評価や見直しを検討する時期に来ていると考える。また、制度の認知度を上げることや、より市民意見が出やすい工夫も必要と考える。	今後の国の法改正等の動きに注視し、他市の取り組み状況等も参考にしながら、より市民参加が担保できるように調査研究する。また、パブリックコメント手続の前段階も含めた政策案の策定過程における市民参画の一連の流れの整理が必要と考える。
2	広報まつど発行業務(政策調整課・広報担当室)	本市の活動状況をわかりやすく伝えることが、市民の行政活動への理解を増やすことになる。行政活動が市民にとってよりよい方向に向かっていくことを伝えることで、市民は行政活動を信頼するようになる。伝えることによる信頼感の醸成が広報まつどの発行の意義である。	広報まつど発行部数(部)	185,000	185,000	185,000	185,000	<ul style="list-style-type: none"> 新聞購読率が若年層を中心に減少しているため、現在の一斉配布モデル(紙媒体、新聞折り込み、1世帯に1紙配布)の見直しが将来求められる。 高齢社会に対応し、高齢者も読みやすい紙面づくりが求められている 	紙媒体による配布方法が行政情報を必要とする市民に一番届きやすい手段であることは変わらない。(H22市民意識調査によると、広報まつどにより松戸市行政情報を得ている人の割合が73.7%)それを補完するため、現在実施している広報まつどの無料宅配サービスのさらなる周知を図る。 また将来の電子書籍化を視野に入れた、スマートフォンなどの個人用端末への配信モデルの検討が今後必要になる。 ユニバーサルデザイン(差異・障害・能力のちがいを問わずに利用することができる施設・製品・情報の設計)に基づいた紙面構成への取り組み。例えばユニバーサルフォントの導入などによる読みやすさの工夫といったことが考えられる。
3	広報活動業務(政策調整課・広報担当室)	新聞やテレビといったメディアが持つ「信頼性」「伝達範囲の広さ」「経済性」などの優れた特性を考え、市政情報を報道機関を通じ積極的に発表し、松戸市の多方面での市政発信を図る。	報道機関に対するパブリシティの実施数(件)	430	430	500	500	部署により情報提供の仕方に温度差があり、取りこぼしが見受けられる。また、パブリシティによる情報発信は今後ますます重要になるため、発信する情報を選びすぎたものにしていく研修が必要である。	各部署で作成したホームページの市政情報をパブリシティ及び広報まつどに同時に投稿できる仕組みの導入など、伝えるべき市の情報の収集方法を検討し、速やかに情報を提供できる仕組みをさらに探っていく。
4	市民便利帳発行業務(政策調整課・広報担当室)	市政情報にアクセスするためのツールとして生活カタログを作成・配布し、情報検索における利便性の向上を図る。	生活カタログの配布部数(冊)	20,000	20,000	20,000	210,000	平成24年度は22年度作成分の残部を転入世帯(年間2万部)に配布予定だが、25年度に広告収入による無料作成を予定。欲しい情報へのたどりつきやすさなどのため、生活カタログの再整理が必要。また、官民協働事業のため、発行時の経済情勢に広告の集まりなどが左右される。	掲載する情報の再検討を実施し、その後、協働事業の範囲を広げ生活カタログの作成方法や配布モデルの検討/配布年度の検討後、次回改訂に臨む。
5	パートナー講座推進業務(市民環境本部企画管理室)	市民と行政がパートナーシップを構築して一緒に取り組むようになる。	講座利用者数(人) 講座開催回数(回)	6,068 200	6,119 171	6,119 171	6,119 171	社会情勢の変化や新しい市の動きなどを的確に情報提供できる講座の充実	講座開催時のアンケート結果等を踏まえながら、講座メニューの見直しを行う。情報公開の進む中での行政の説明責任として行う必要があると考え「市民と行政が共に考え、共に汗を流す」パートナーシップの仕組みとしていきたい。
6	電子モニター管理業務(政策調整課・広報担当室)	市役所・支所に設置した電子モニターを通じて行政情報や観光案内などの情報を提供し、市民への周知を図る。また、行政情報の合間に企業広告を流すことで広告費を確保するとともに、地域に密着した企業広告を流すことで地域経済の活性化を図る。	電子モニター設置による建物貸付収入(千円)	-2,904	-2,904	-2,904	-2,904	広告を原資とするため、経済情勢に左右される。市役所・支所以外の施設にも拡張できるか、また、その場合、設置場所に合わせたコンテンツ(情報)がきめ細かく提供できるかなど、業務の拡大について検討が必要。	電子モニターの運用を開始して1年が経過したが、これまで正常に稼働しており、情報発信及び財源確保の観点からも重要な事業であることから、本事業を今後も継続していきたい。
7	情報化人材育成業務(政策調整課・広報担当室)	市から発信する情報を充実するため、ホームページに携わる職員の能力を高める。	ホームページ作成者研修の参加者数(人)	67	67	124	124	ホームページによる情報発信は今後ますます重要になるため、発信する情報を作成できる職員をさらに増やすことが課題	研修方法の改善や研修時期の見極めなどを実施していく
8	広報戦略推進業務(政策推進研究室)	松戸市の良さを積極的に市内外に伝えるための広報戦略を検討し、推進する。	新しい広報ツールの数 メディア掲載件数	0 —	2 100	1 150	1 150	市政情報の周知と説明責任(アカウントビリティ)を果たす市民に「新しい公共」の担い手として参画してもらう都市ブランド構築のため、地域の魅力を地域内外に伝える	副市長をトップに市内横断的に組織した広報戦略会議が中心となり広報情報の一元化を図るとともに、各課に配置した広報担当の活用等により職員のスキルを向上し、常に都市ブランドを意識した政策形成やまちづくりを戦略的に行う。ソーシャルメディアや動画など情報発信メディアの充実、パブリシティ強化、市民のシビックプライド醸成、市民活動の広報力向上、シティプロモーションの具体的な推進を始める。

1 日経リサーチ
地域ブランド戦略サーベイ

地域名	08順位	06順位	08スコア	06スコア
京都市	1	1	978	952
神戸市	2	3	891	667
横浜市	3	2	857	895
札幌市	4	4	826	833
鎌倉市	5	5	824	822
函館市	6	6	799	801
奈良市	7	21	784	701
名古屋市	8	15	760	737
金沢市	9	11	750	750
富良野市	10	10	738	760

2 長谷エアベスト
住んでみたい街(駅)

住んでみたい街・駅	10順位	09順位
吉祥寺	1	1
横浜	2	3
自由が丘	3	2
鎌倉	4	4
恵比寿	5	5
たまプラーザ	6	7
新宿	6	19
田園調布	8	6
池袋	9	10
下北沢	10	27
中野	10	14

全国

県内

地域名	08順位	06順位	08スコア	06スコア
浦安市	50	39	614	651
銚子市	88	134	572	548
成田市	121	171	544	522
館山市	140	152	532	532
南房総市	142	210	531	503
勝浦市	143	144	530	537
千葉市	299	285	464	472
船橋市	303	313	463	462
柏市	475	302	439	466
市川市	549	627	428	409

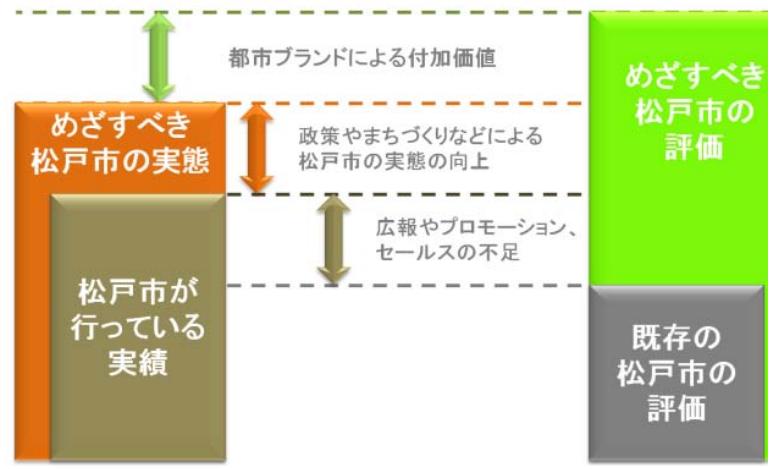
住んでみたい街・駅	10順位	09順位
新浦安	1	1
市川	2	6
柏	3	7
船橋	4	4
津田沼	4	3
海浜幕張	6	10
千葉	7	5
浦安	8	2

松戸市	572	543	423	421
市原市	645	713	406	390
佐倉市	664	701	401	393
習志野市	685	554	395	420
野田市	703	743	392	381
富津市	728	584	385	416
袖ヶ浦市	734	653	384	404
八千代市	739	749	383	380
東金市	754	762	376	374
印西市	760	749	374	380
香取市	763	757	373	375
八街市	769	738	371	383
君津市	771	717	370	389
富里市	772	741	369	382
山武市	772	783	369	365
流山市	775	773	368	370
鎌ヶ谷市	778	757	367	375
四街道市	781	712	366	391
旭市	781	753	366	378
白井市	781	777	366	367
匝瑳市	784	686	365	396
いすみ市	784	693	365	395
我孫子市	784	738	365	383
茂原市	795	777	361	367

新松戸	20	外
舞浜	9	11
柏の葉キャンパス	11	圏外
木更津	12	圏外
西船橋	13	圏外
幕張	14	12
本八幡	15	16
流山おおたかの森	15	17
稲毛	17	14
勝浦	17	圏外
稲毛海岸	19	圏外

※2011年8月策定
「松戸市広報戦略」
←より資料抜粋

3

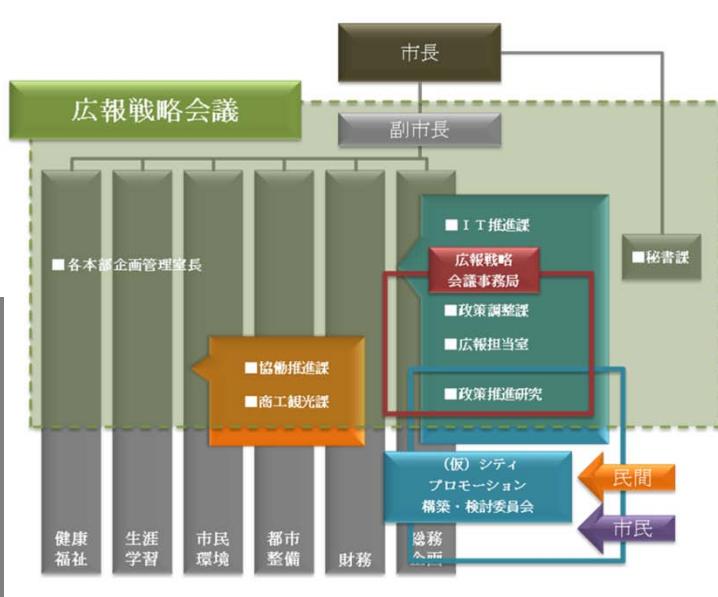


4

松戸市広報戦略の4本の柱

- 01・市政情報の周知と説明責任 (アカウントビリティ)を果たすための広報
- 02・市民に“新しい公共”の担い手として参画してもらうための広報
- 03・都市ブランド構築のため、地域の魅力を地域内外に伝える広報
- 04・政策形成やまちづくりと一体化し、松戸市の価値を上げる広報

5



6

Twitter などソーシャルメディアの活用

◆松戸市公式アカウント @matsudo_city
3/15開始 フォロワー数13,150人 県内2位
1日約12回、計2,784回のツイート 県内1位
◇政策推進研究室 @matsudo_tt 681人 55回
◇商工観光課 @matsudo_kankou 351人 29回

◆Facebook 千葉県松戸市(公式実証研究)
いいね! 117人

7

広報まつど

8

市民便利帳(生活カタログ)

9

電子モニター

市役所 3ヶ所
・正面玄関
・新館地下入り口
・市民課窓口
8支所 各1ヶ所

市民意識調査実施結果

10

Q1 あなたは、松戸市の行政情報を主に何によって入手しているかお答えください。(2つまで○)

No.	カテゴリー名	人数	回答数	構成比	H19構成比	H18構成比	H16構成比	H13構成比
1	テレビ・ラジオ		132	8.7	8.2	10.1	7.8	6.7
2	新聞・雑誌		292	19.2	18.1	17.9	22.2	23.3
3	広報誌(広報まつど)		1,123	73.7	73.1	73.1	78.8	76.7
4	松戸市のホームページ		219	14.4	11.3	9.3	8.9	4.8
5	各種パンフレット	1,336	141	9.3	8.1	8.3	7.8	9
6	町会などでの集会や会合		112	7.3	7.2	7.7	9.4	8.1
7	市が主催する説明会など		2	0.1	0.6	0.5	1	0.7
8	その他		30	2	0.7	2	1.2	※ 1.1
9	特になし	167	167	11	11.9	12.2	10.7	11.5
	不明		21	1.4	3.1	2.5	1.5	2.8
	全体	1,524	2,239	146.9	142.4	143.5	149.3	144.7

11

Q2 あなたは、ご自身でインターネットを利用しますか。次の中からあてはまる番号1つに○をつけてください。

No.	カテゴリー名	回答数	構成比	H19構成比	H18構成比	H16構成比	H13構成比
1	毎日のように利用している	567	37.2	38.1	27.8	27.3	17.3
2	時々利用している	232	15.2	13.9	15.3	13	11.3
3	たまに利用している	116	7.6	9.3	9.9	10.4	9.5
4	ほとんど利用していない	147	9.6	6.8	9	7.2	8.1
5	全く利用していない	427	28	29.4	36.2	39.3	51.8
	不明	35	2.3	2.4	1.9	2.8	2
	全体	1,524	100	100	100	100	100

12

(Q2で1～3を選択した人のお答えください)
SQ1 あなたは、インターネットをどのようなことに活用していますか。次の中からあてはまる番号全てに○をつけてください。

No.	カテゴリー名	人数	回答数	構成比	H19構成比	H18構成比	H16構成比	H13構成比
1	電子メールの送信		577	63.1	63.6	52.2	62.2	72.5
2	メール情報の受信		418	45.7	42.8	33.1	39.5	36.3
3	ホームページを開いて情報を入手		710	77.6	76.2	83.2	80.5	73.6
4	チケット予約や株売買などの買い物	905	372	40.7	35.8	34.6	31	24.3
5	ホームページを開き、情報を発信		82	9	7.9	5.2	4.3	4.9
	その他		26	2.8	2.2	4	4.7	0.3
	不明	10	10	1.1	0.9	0.1	0.2	0.2
	全体	915	2,195	239.9	229.4	212.4	222.4	212.1

13

(Q2で1～3を選択した人のお答えください)
SQ2 あなたのインターネット利用は、次の中のどれにあてはまりますか。あてはまる番号1つに○をつけてください。

No.	カテゴリー名	回答数	構成比	H19構成比
1	パソコンからのみ利用	314	34.3	37.2
2	パソコンが主で、補助的に携帯電話を利用	271	29.6	31.2
3	パソコン、携帯電話の利用がほぼ半々	107	11.7	10.1
4	携帯電話が主で、補助的にパソコンを利用	109	11.9	9
5	携帯電話からのみ利用	70	7.7	8.2
	不明	44	4.8	4.3
	全体	915	100	100

パートナー講座実績

14

年 度	講座担当部署数	講座数	年 度 実 績		
			講座数	受講者数	
14年度	H14. 4. 1～H15.3.31	31	47	66	2,049
15年度	H15. 4. 1～H16. 3.31	38	52	54	1,668
16年度	H16. 4. 1～H17. 3.31	51	68	79	3,022
17年度	H17. 4. 1～H18. 3.31	52	73	100	4,222
18年度	H18. 4. 1～H19. 3.31	52	78	127	4,950
19年度	H19. 4. 1～H20. 3.31	54	76	127	5,082
20年度	H20. 4. 1～H21. 3.31	56	84	274	9,826
21年度	H21. 4. 1～H22. 3.31	55	86	200	6,068
22年度	H22. 4. 1～H23. 3.31	54	82	129	4,671
	計			1,156	41,558

15

受講者数の年度別推移



16

No.	担当課名	講座名	開催数		受講者数	
			回数	構成比	受講者数	構成比
1	保健福祉課	生活習慣病の予防について(メタボリックシンドローム・がんについて)	18回	14.0%	389人	8.3%
2	介護支援課 介護予防推進担当室	認知症サポーター養成講座	17回	13.2%	599人	12.8%
3	保健福祉課	親のための性教育	15回	11.6%	461人	9.9%
4	防災課	地震災害に対する備え	14回	10.9%	1,579人	33.8%
5	介護支援課	高齢者の生活を支える介護・福祉制度について	12回	9.3%	275人	5.9%
6	生活安全課 防犯対策担当室	地域の防犯対策について	6回	4.7%	157人	3.4%
7	社会教育課	松戸の埋蔵文化財について	5回	3.9%	96人	2.1%
8	保険課	国民健康保険・後期高齢者医療制度について	4回	3.1%	148人	3.2%
9	福祉事務所 援護担当室	民生委員の仕事	4回	3.1%	141人	3.0%
10	スポーツ課	手軽に楽しめるスポーツ紹介	3回	2.3%	77人	1.6%
11	水道部総務課/工務課	水道事業(市営水道)について	2回	1.6%	203人	4.3%
12	財務本部 企画管理室	松戸市の財政事情	2回	1.6%	76人	1.6%
13	指令課	24時間あなたを守る消防指令センターのすべて	2回	1.6%	60人	1.3%
14	国民年金課	年金制度の概要	2回	1.6%	46人	1.0%
15	健康福祉会館	ふれあい22 松戸市健康福祉会館の役割について	2回	1.6%	36人	0.8%
16	病院建設事務局	新病院の建設について	2回	1.6%	30人	0.6%
17	保健福祉課	乳幼児の事故防止	2回	1.6%	23人	0.5%
18	環境計画課	ごみ処理基本計画について	1回	0.8%	34人	0.7%
19	環境計画課 減CO2担当室	「もったいない」からはじめよう！～エコ上手は節約上手省エネの方法教えます。～	1回	0.8%	30人	0.6%
20	社会教育課	松戸のたからもの 市所蔵美術作品について	1回	0.8%	27人	0.6%
21	市民税課	市民税の豆知識	1回	0.8%	25人	0.5%
22	環境業務課	誰にでもできるごみ減量の「コツ」教えます	1回	0.8%	24人	0.5%
23	農政課	松戸の農業はガンバっています	1回	0.8%	19人	0.4%
24	協働推進課	協働のまちづくりについて	1回	0.8%	16人	0.3%
25	建築指導課	わが家の耐震対策	1回	0.8%	15人	0.3%
26	市民環境本部企画管理室 国際交流担当室	松戸で楽しむ！国際交流	1回	0.8%	12人	0.3%
27	商工観光課	松戸市の観光	1回	0.8%	12人	0.3%
28	都市計画課 景観担当室	松戸の「景観」	1回	0.8%	11人	0.2%
29	環境業務課	家庭ごみの分け方・出し方について	1回	0.8%	10人	0.2%
30	みどりや花の課	松戸の緑の現状と課題	1回	0.8%	10人	0.2%
31	総務企画本部 企画管理室	市役所の仕事って	1回	0.8%	9人	0.2%
32	市民相談課	身近な人権講座	1回	0.8%	9人	0.2%
33	選挙管理委員会事務局	暮らしの中の選挙	1回	0.8%	8人	0.2%
34	議会事務局 庶務課	松戸市議会のしくみについて	1回	0.8%	4人	0.1%
	TOTAL		129回	100.0%	4,671人	100.0%

松戸の強みと弱みを考えるデータ集

政策22

市民ニーズに基づく行政経営を行う

2.行政活動を透明にする

2. 取り組み状況

昭和46年より発行している広報まつどは、行政活動を知る媒体として市民の間に定着しています。平成9年にはホームページを開設し、インターネット時代に対応するとともに、14年には、行政職員が対面で事業や業務内容を説明するパートナー講座（出前）を導入しました。

情報公開制度の開示請求の受付・相談の窓口となっている市役所別館1階の行政資料センターは、各種の行政資料等を取りそろえ、総合的な情報提供の窓口としての役割も負っています。

また、平成18年10月よりパブリックコメント制度を導入し、基本的な政策の策定過程で案を公表し、広く市民の皆様から意見を求め、提出された意見に対する市の考え方をホームページなどで公表しています。

【特筆すべき松戸の強み・弱み】

- ① 情報公開、情報提供、意見募集についてのツールや制度が充実しています（強み）
- ② 市民や企業等が必要としている情報と行政が提供する情報の間に、タイミングや内容のアンマッチが生じています（弱み）

22 19年元旦号 広報まつど アンケート結果

① 広報まつどをご覧になっていますか？	(人)	(%)
A 毎号	1,025	85.6
B とまどき	150	12.5
C 読まない	16	1.3

② よく読む記事は何ですか？（3つまで）		
A 行政面	594	49.6
B 情報チャンネル	973	81.2
C 市長室・節	227	18.9
D あなたの健康 歯を大切に	409	34.1
F 人	287	24.0
G まちの話題	663	55.3

③ 広報まつどは市のホームページからの閲覧できることを知っているか		
A 閲覧したことある	225	18.8
B 閲覧したことない	561	46.8
C 知らなかった	396	33.1

出典 政策調整課広報担当室資料

23 松戸市ホームページ トップ画面



※ ホームページのアクセス件数の推移は、政策22施策3「人材や情報システムを活用し、生産性の向上を図る」に記載しています。

24 情報公開・個人情報保護に関する条例等主な制度

施行・導入年月	条例制度名
平成元年4月	松戸市電子計算機処理に係る個人情報の保護に関する条例
平成7年4月	松戸市公文書公開条例
平成7年4月	松戸市個人情報の保護に関する条例(全部改正)
平成11年1月	審議会等の会議公開制度
平成14年4月	松戸市情報公開条例(全部改正)

出典 総務課情報公開担当室資料

25 主なパートナー講座(出前)の開催状況(参加人数上位5番目まで、平成14年度(導入年度)・平成19年度)

参加人数順位	担当課名	平成14年度			平成19年度		
		講座名	開催回数	人数	講座名	開催回数	人数
1	介護支援課	介護保険について	17回	530人	生活安全課 防犯対策担当室	16回	1,080人
2	保険福祉課	健康について	8回	290人	防災課	21回	883人
3	環境計画課	ごみリサイクルについて	10回	286人	保険課	11回	527人
4	子ども課	少年非行と家庭教育	4回	189人	介護支援課	14回	435人
5	救急防災課	火災原因別火災予防対策	3回	107人	環境計画課	8回	414人

出典 市民環境本部企画管理室資料

26

パブリックコメント実施一覧

出典 政策調整課資料

意見募集年度	政策案の名称	意見提出者数	意見件数
平成18年度	① 松戸市パブリックコメント手続実施要綱	3	12
	② 松戸市協働のまちづくり条例	15	41
	③ 松戸市国民保護計画	2	12
	④ 松戸市障害者計画改定	2	8
平成19年度	① 松戸市下水道条例の一部を改正する条例	0	0
	② 松戸市における宅地開発事業等に関する条例の一部を改正する条例	0	0
	③ 松戸市中高層建築物等の建築等に係る紛争の予防と調整に関する条例	0	8
	④ 松戸市総合計画第3次実施計画	1	2
	⑤ 松戸市耐震改修促進計画	0	0
	⑥ 松戸市安全で快適なまちづくり条例にかかる重点推進地区の追加指定	0	0
	⑦ 松戸市ごみ処理基本計画	9	59
	⑧ 松戸市食育推進計画	2	3
平成20年度	① 松戸市緑の基本計画改訂版	4	25
	② 松戸市景観基本計画	3	13
	③ 松戸市墓地等の経営の許可等に関する条例の一部を改正する条例	0	0
	④ 松戸市介護保険条例の一部を改正する条例	0	0
	⑤ 第5期松戸市高齢者保健福祉計画および第4期松戸市介護保険事業計画	4	28
	⑥ 松戸市敬老祝金支給条例の一部を改正する条例	0	0

1. 現状と課題

行政経営において、市民参加をより一層進めるためには、これまで以上にわかりやすくタイムリーな市政情報の公開・提供をし、信頼関係を築くことが重要です。

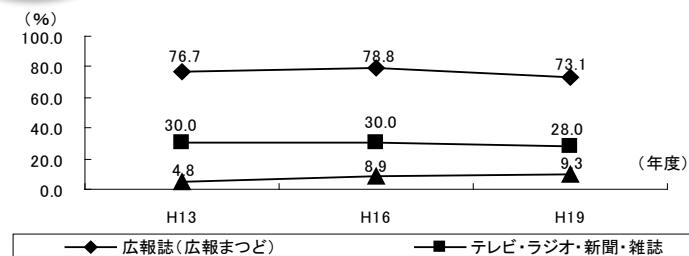
こうした中、本市では、従来よりの広報紙の発行に加え、ホームページの開設、パートナー講座（出前）の開催など、わかりやすい情報提供をこころがけ、また、情報公開制度の整備、パブリックコメント手続の導入等の制度の充実を図ってきております。なお、情報公開制度の利用件数は、ほぼ100件前後で推移しておりますが、パブリックコメントにおける意見件数には改善の余地があると思われまます。

また、個人情報保護については、市民の重要な情報を預かる機関としての責任を果たすため、情報の流通や管理の形態の変化に合わせた対策づくりをしていく必要があります。

【特筆すべきニーズの変化】

- ① 市政への参加を望む市民は、市の政策を検討するための基礎となる情報が入手しやすくなることを望んでいます（ニーズの増）
- ② 個人情報保護することについての意識が高まっています（ニーズの増）

17 行政情報の入手経路



出典 松戸市総合計画前期基本計画進行管理に係る市民意識調査等実施結果(報告書)

18 会議公開制度の状況

年度	公開会議数	傍聴者数
H15	97	93
H16	106	218
H17	110	115
H18	110	87
H19	79	72

出典 総務課情報公開担当室資料

19 情報公開制度の利用状況(処理状況別)

	H15	H16	H17	H18	H19
開示決定	13	21	10	5	17
一部開示決定	10	10	9	6	9
非開示決定	5	19	6	5	3
取下げ	1	1	0	0	1
処理中	0	3	1	0	0
合計	28	54	26	16	30

出典 総務課情報公開担当室資料

21 個人情報の開示請求の状況(処理状況別)

20 情報公開制度の利用状況(実施機関別)

	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
市長	59	58	69	61	123
教育委員会	28	15	11	5	10
選挙管理委			1	1	1
監査委員		1	3	1	1
農業委員会				3	7
水道事業	1			2	3
病院事業	4	5	4	2	2
消防	3	3	5	4	7
議会	9	6	11	4	7
合計	104	88	104	83	161

出典 総務課情報公開担当室資料

出典 総務課情報公開担当室資料