

市長公室 令和3年度 局運営方針

1. 主な現状と課題

市民意識が成熟し、市民の行政ニーズが複雑・多様化する中では、情報発信・受信による市民との良好な関係づくりが重要性を増しています。特に感染症の流行下等、社会不安が大きい状況では、その重要性は一層高まります。

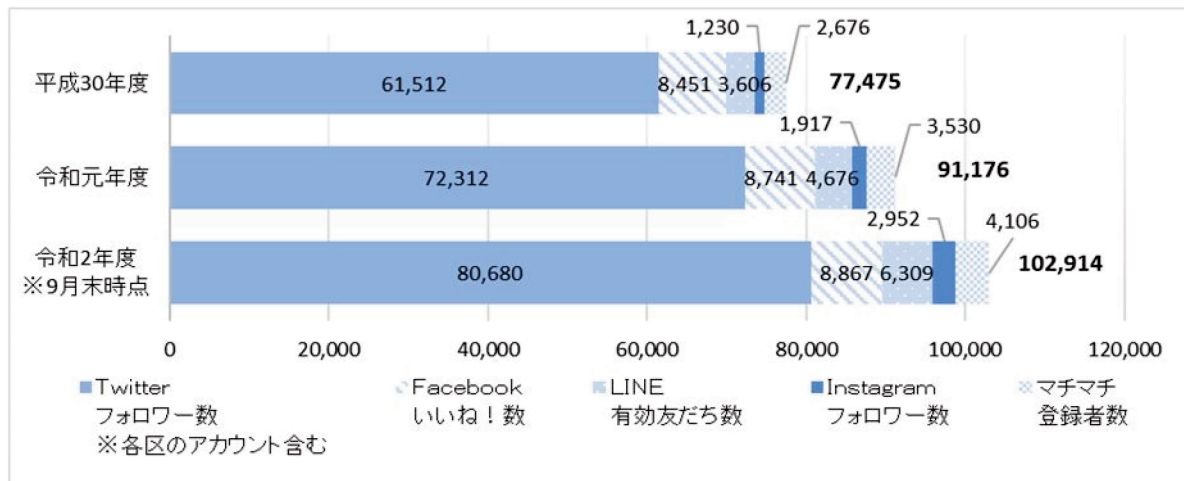
このような状況において、市政に対する市民の信頼感・共有感を高めるためには、効果的な市政情報の発信と的確な市民ニーズの把握が必要となります。

また、将来の人口減少を見据え、本市が持続可能な都市づくりを進めるため、市民の定住意向の形成を目的とした市への愛着醸成を図るとともに、訪問人口の増加や市外からの転入を促進することも、重要な課題となっています。

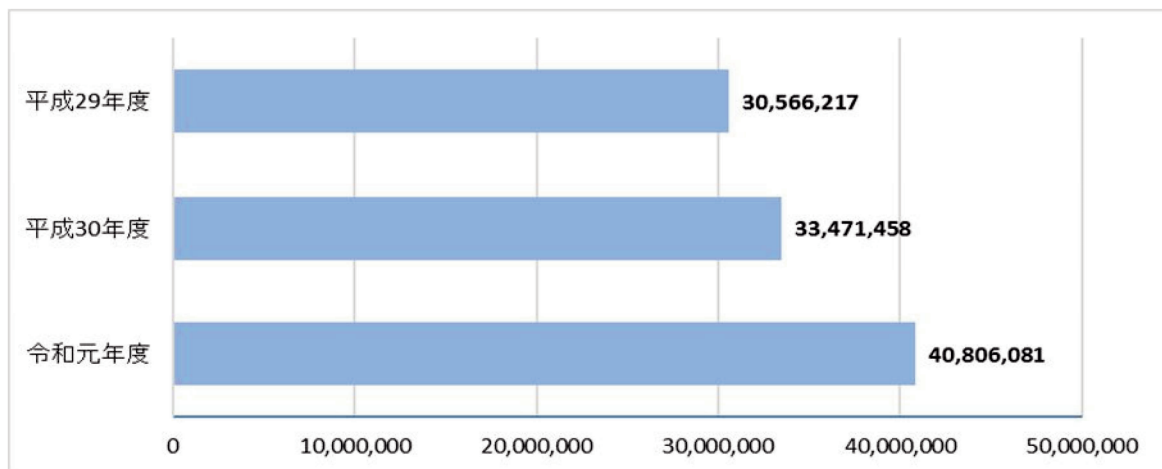
(1) 多様化する市民ニーズに対応した効果的な情報発信

市の情報発信については、様々な媒体によって行っていますが、市民の関心や情報の入手方法は年々変化しており、多様化する市民ニーズに対応した効果的な情報発信の手法が課題となっています。また、近年の災害や新型コロナウイルス感染症等の状況を踏まえ、危機時における情報発信体制の整備が強く求められています。

情報発信媒体(SNS)の登録者数の推移



さいたま市ホームページアクセス数の推移



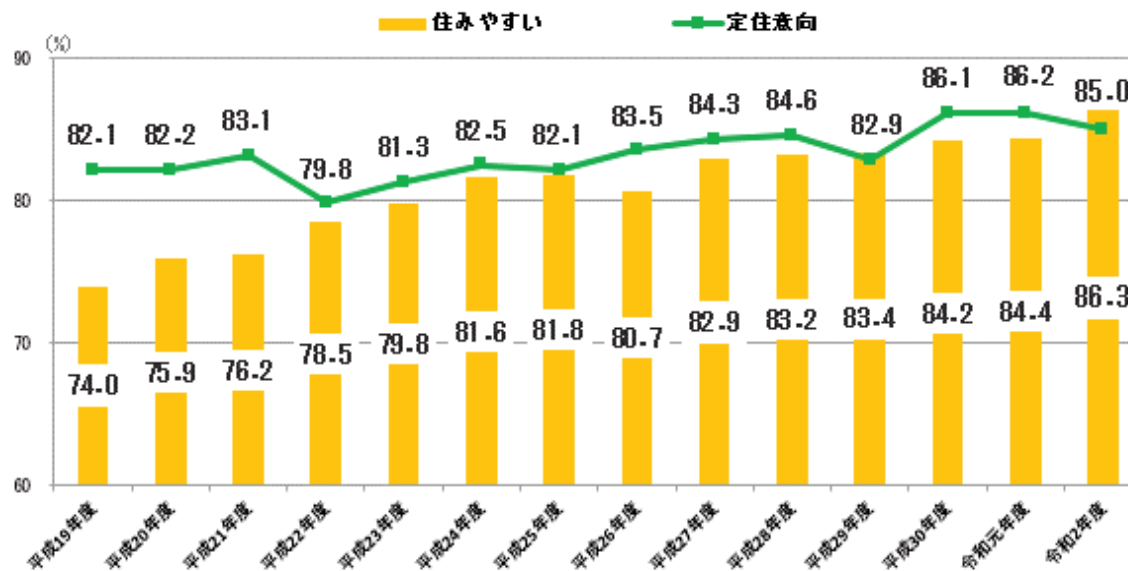
※さいたま市公式ホームページ (<https://www.city.saitama.jp/>) 配下のページ

(2) 市民意識の把握

「市民満足度」向上のためには、施策への要望や市のイメージなどについて、幅広く市民の意識を把握することが重要です。

令和2年度の調査における市民から見た「住みやすさ」は86.3%、「定住意向」は85.0%で、ともに増加基調が続いています。

〔住みやすさと定住意向の推移〕



* 平成19年～令和2年度実施「さいたま市民意識調査」（さいたま市民が対象）

(3) 市民の声の集約

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

令和元年度に寄せられた市民の声

提案種類	件数
わたしの提案	2,965件
陳情・要望等	257件
子どもの提案	1,794件
タウンミーティング	318件
所管課受付対応	601件
合計	5,935件

(4) 都市イメージの向上

令和2年度の「さいたま市民意識調査」（市内在住者対象）では、さいたま市が住みやすいと思う人の割合が86.3%となっている一方で、令和2年度の「さいたま市首都圏における都市イメージ調査」（首都圏在住者対象）ではさいたま市のイメージを住みやすいと思う人の割合は44.4%であり、市内在住者と首都圏在住者との認識には大きな差が生じています。

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

(5) さいたま市誕生20周年事業

令和3年度にさいたま市は誕生20周年を迎えます。この節目となる年を契機に、誰もが「住みやすい」、「住み続けたい」と実感していただけるよう、本市の魅力や発展をSNS等の様々な媒体で市内外に発信するとともに、市民協働事業等の推進により、市への愛着・誇りを醸成していきます。

(6) 東京2020大会を活用した魅力の発信

東京2020大会期間中、サッカーとバスケットボール競技の開催会場である本市には、多くの観戦客等の来訪が見込まれています。

この東京2020大会を、本市の認知度や都市イメージの向上を図る絶好の機会と捉え、市の魅力や取り組みに関する情報を発信していく必要があります。

2. 基本方針・区分別主要事業

市長・副市長のトップマネジメントをサポートします。
 情報発信を効率的・効果的に行い、市の施策や事業に対する市民の関心を高め、市民の理解・共感を得るとともに、さいたま市の魅力を発信し、市内外にアピールしていきます。
 市民の声を集約し、傾向等を分析して市政への反映等を図るとともに、反映結果を分かりやすく市民に伝えていきます。
 環境、健康、スポーツ、教育での強みや交通の要衝等の地理的優位性、特色ある地域文化資源等を生かし、それらを市内外に発信することによって、都市イメージの向上が図れるようシティセールスを展開します。

(1) 市長・副市長の日程調整等秘書業務を行います。

* ()内は一般財源

(単位:千円)

No.	区分	事業名	令和3年度	令和2年度	説明	概要掲載ページ
1		秘書事務事業 〔秘書課〕	10,616 (10,616)	11,405 (11,405)	市長・副市長のトップマネジメントをサポートし、随行業務・日程管理等を効率的に実施	52
2		表彰事業 〔秘書課〕	3,950 (3,950)	3,776 (3,776)	市政の振興発展に尽力いただき、顕著な功績のあった方々を表彰	52
3		市長交際費 〔秘書課〕	2,000 (2,000)	2,400 (2,400)	市長が市を代表して行う外部との交渉に要する経費	52

(2) 市民ニーズに対応した広報力を向上させます。

* ()内は一般財源

(単位:千円)

No.	区分	事業名	令和3年度	令和2年度	説明	概要掲載ページ
4		市報さいたまの発行 〔広報課〕	227,403 (214,577)	222,615 (211,986)	市の施策や行事等の市政情報を掲載する広報紙を編集し、毎月1日に発行して、全世帯に配布	52
5		公式ホームページの運用 〔広報課〕	13,405 (11,205)	13,405 (10,655)	ホームページで市政情報や市の魅力等を発信	52
6		テレビ広報番組の制作 〔広報課〕	27,720 (27,720)	30,252 (30,252)	テレビ広報番組「のびのびシティさいたま市」等を制作し、テレビ埼玉で放送するとともに、過去放送分をインターネットで映像配信	52
7	総振	市民に分かりやすい情報発信 〔広報課〕	1,528 (1,528)	2,256 (2,256)	出前講座を実施するとともに、動画・画像を活用した情報発信を強化	52

〔区分〕新規…新規事業 拡大…拡大事業 総振…総合振興計画実施計画事業

*()内は一般財源

(単位:千円)

No.	区分	事業名	令和3年度	令和2年度	説明	概要掲載ページ
8	総振	市民の関心・共感を高める情報発信 〔広報課〕	1,110 (1,110)	160 (160)	SNS等を活用し、市民・大学等と連携した情報発信を強化	52
9		定例記者会見の情報発信 〔広報課〕	5,799 (5,799)	5,036 (5,036)	市長の定例記者会見をインターネットで動画配信	52

(3) 市民の声の市政への反映等を進めます。

*()内は一般財源

(単位:千円)

No.	区分	事業名	令和3年度	令和2年度	説明	概要掲載ページ
10	総振	タウンミーティングの開催 〔広聴課〕	1,188 (1,188)	1,163 (1,163)	市民と市長が直接対話する機会として開催。参加者は公募に加え、無作為抽出の手法を取り入れた「市民の声モニター」制度を活用	53
11	総振	市民意識調査の実施 〔広聴課〕	7,017 (7,017)	6,596 (6,596)	市政に関する市民意識を把握し、施策の立案・実施等の基礎資料として活用するため、郵送及びインターネットによるアンケート調査を実施	53
12	総振	市民の声データベースシステムの運用 〔広聴課〕	33,410 (33,410)	33,931 (33,931)	市に寄せられる市民の声を集約して庁内で共有し、対応の迅速化や見える化を進めるとともに、その傾向等を分析し、市政への反映に資する情報として提供	53
13		コールセンター運営事業 〔広聴課〕	107,836 (107,836)	107,837 (107,837)	市民サービスの向上を図るため、本庁及び区役所代表電話を含めた市民からの電話、FAX及び電子メールによる問合せに対する回答や所管課への取次ぎ等を行うさいたまコールセンターの運営管理	53

〔区分〕新規…新規事業 拡大…拡大事業 総振…総合振興計画実施計画事業

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

*()内は一般財源

(単位:千円)

No.	区分	事業名	令和3年度	令和2年度	説明	概要掲載ページ
14	総振	定住意向形成事業 〔シティセールス 推進課〕	12,034 (12,034)	10,329 (10,329)	本市のイメージを住みやすいと思うを増やすため、本市の強みや優位性を発信し、都市イメージの向上につながるようシティセールスを推進	54
15	新規	さいたま市誕生20周年 事業 〔シティセールス 推進課〕	48,105 (0)	0 (0)	さいたま市誕生20周年を契機に、本市の魅力や発展をSNS等の様々な媒体で市内外に発信するとともに、花で装飾した「フラワーウォール」を市民と協働で設置することで市への愛着・誇りを醸成	54
16		東京2020大会を活用した市の魅力発信事業 〔シティセールス 推進課〕	33,550 (33,550)	54,656 (54,656)	多くの来訪者が見込まれる東京2020大会期間中、サッカーとバスケットボールの競技会場周辺において本市の施策や伝統産業等の魅力を発信	54

〔区分〕新規…新規事業 拡大…拡大事業 総振…総合振興計画実施計画事業

3. 見直し事業一覧

(単位：千円)

課名	見直し事業名	見直しの理由及び内容	コスト削減額
秘書課	旅費の見直し	過去の実績に基づき、予算額を縮小する。	△ 776
秘書課	市長交際費の見直し	過去の実績に基づき、予算額を縮小する。	△ 400
秘書課	消耗品費の見直し	過去の実績及び在庫量を踏まえ、予算額を縮小する。	△ 396
秘書課	食糧費の見直し	過去の実績及び在庫量を踏まえ、予算額を縮小する。	△ 31
広報課	テレビ広報番組・放映代理業務委託の見直し	番組制作本数・放映回数を見直し、予算額を縮小する。	△ 2,532
広報課	FM NACK5 ラジオ広報業務委託の見直し	放送回数を見直し、予算額を縮小する。	△ 1,453
広報課	グラフ誌版広報誌作成業務委託の見直し	発行回数を見直し、予算額を縮小する。	△ 506
広報課	ブログ発信業務の廃止	ブログに代わり、SNSに重点を置き情報発信を行うこととするため、予算計上を廃止する。	△ 12
広報課	備品購入計画の見直し	備品の購入計画を見直し、予算計上を廃止する。	△ 132
広聴課	わたしの提案に係る郵送料の見直し	過去の実績から必要数を見直し、予算額を縮小する。	△ 47
広聴課	市民の声データベースシステム運用保守に係る委託料の見直し	委託する業務の範囲を見直し、予算額を縮小する。	△ 620
シティセールス推進課	シティセールス推進員研修の見直し	研修手法を見直し、予算額を縮小する。	△ 100
シティセールス推進課	転入者意識調査の見直し	実施時期を2年おきに見直し、予算計上を廃止する。	△ 2,420
シティセールス推進課	市PRリーフレット等作成の見直し	作成時期を隔年に見直し、予算計上を廃止する。	△ 548