

事務事業評価表

平成14年度	主要事業計画対象の有無	無	電話	042(769)8200
担当部課名	企画部	広聴広報	課	広報
事務事業名	視聴覚広報費(ビデオ広報)		事業コード	16230

1 総合計画における位置づけ

政策名	第6章	彩りのある市民文化を創造します	事業開始年度
基本施策名	第2節	郷土意識づくりの推進	~63
施策名	第3施策	相模原らしさの創出	

2 実施根拠及び関連法令等

なし

3 事業概要

(1) 事業の目的		(2) 対象(誰、何)	
市政の動きや街の話題、施設の完成、各分野で活躍する人物など、相模原市をピジュアルに紹介するため、月2回、15分番組を制作し、市内公共施設53か所で放映するとともに、テレビ神奈川(TVK)などでも放映し、市外にも相模原市をアピールしている。		市民	
		対象数	61万人
(3) 平成13年度事業の内容		(4) 総合計画・実施計画における概要	
<ul style="list-style-type: none"> ビデオ番組「相模原るっくあらうんど」の制作 月2回(年間24回) TVKで毎週日曜日午前9時30分から放映 ケーブルテレビ「J-COM」でも毎日放映 ビデオ広報専用テレビを2か所に新規設置 総合学習センター、青少年学習センター 公共施設及び市政モニターへのアンケート 視聴状況などを調査 		なし	
		(5) 個別計画の概要	
		計画名なし	
		計画年次	年度~ 年度
		なし	

4 評価指標

指標名	テレビ神奈川視聴率		
指標式	各年度の視聴率		
指標設定の意図	テレビによる視聴状況を表す		

5 目標と実績

〔金額単位：千円〕

	平成11年度	平成12年度	平成13年度(評価対象年度)		平成14年度	
	実績	実績	実績	目標	目標	
指標	2.6	1.2	a 2.5	b 5.0	5.0	
指標			c	d		
指標			e	f		
事業費	決算(予算)額	46,759	46,939	45,092	49,625	28,950
	人員・時間数	576時間	576時間	576時間	576時間	480時間
	人件費	2,408	2,408	2,408	2,408	2,006
	その他経費	0	0	0	0	0
	合計	49,167	49,347	47,500	52,033	30,956
特定財源	0	0	0	0	0	

6 個別評価

(1)達成度…目標をどれだけ達成したか												
評価 C ▼	A:達成している (100%)	= 、 、 の平均値 = 50.0%										
	B:一部達成していない(100%> 80%)											
	C:達成していない (80%>)											
a	2.5	b	5.0	$\times 100 = 50.0\%$	c		d	$\times 100 =$	e		f	$\times 100 =$
理由:	元来、高視聴率の取れない放送局でもあり、目標とする5%には届かなかった。放送時間も日曜日の午前中ということで固定視聴者以外の視聴率は伸びないと判断。14年度はその対策として、放映日・放映時間を変更し、あらたな視聴者の確保を図る。											

(2)必要性…時代変化に適応した事業内容か			
評価 B ▼	A:適応している	理由:	インターネットの普及などで、自宅や会社で好きな時間に情報が得られる時代に、公共施設や民放ローカル局での放映のみでは、視聴者が限られてしまう。
	B:一部適応していない		
	C:適応していない		

(3)経済性・効率性…費用対効果は妥当か			
評価 C ▼	A:妥当である	理由:	明確な視聴率の測定ができないのであくまでも感覚的な印象だが、多くの人に見てもらっているとは考えにくく、制作費に見合った実績をあげているとは言えない。
	B:一部妥当でない		
	C:妥当でない		

(4)事業の代替性…県、民間との役割分担のあり方から見て、市が実施していくことが適当か			
評価 B ▼	A:代替の可能性ない	理由:	大都市とは違い、独自で番組を制作しない限り、メディアに取り上げられることは困難であるため市が実施しているが、地元ケーブルテレビ局があることから、制作委託などの連携の可能性が全く無いとは言えない。
	B:代替の可能性低い		
	C:代替の可能性高い		

(5)市民満足度…対象市民の満足は得られているか			
評価 C ▼	A:満足できる	理由:	視聴率から考えても満足度は低いと言わざるを得ない。市政モニターアンケートでは回答数47件のうち、ビデオ広報の存在を知らない人が半数、残る半数も積極的な視聴者ではないという結果が出ている。
	B:一部満足できない		
	C:満足できない		

(6)有効性…当該事業は上位の施策を実現する上で有効か			
評価 B ▼	A:有効である	理由:	生の表情や声を紹介するためには映像広報は欠くことのできないものである。時代を映す記録的な意味合いも含めて考えれば、規模の縮小は致し方ないとしても存続すべき事業と考える。
	B:一部有効である		
	C:有効でない		

<p>評価バランスチャート</p>	<p>成果向上の余地</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ある</p> <p><input type="checkbox"/> ない</p> <p>説明: 多くの視聴者を獲得するために、放映場所や時間の変更、番組内容決定における市民意見の導入など、向上のための努力の余地は残されていると考える。</p>
	<p>コスト改善余地</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ある</p> <p><input type="checkbox"/> ない</p> <p>説明: 制作回数の削減や1回あたりにかかる制作プロセスの簡素化(ロケ日の縮減など)により、制作費を抑制することは可能であると考え。</p>

7 総合評価

評価 B ▼	他自治体の類似事業との比較	習志野市 20分月2回、CATVで日3回放映。図書館で貸し出し 企画・構成は職員、CATVに取材・編集等を委託 制作費 674,100円/回 習志野市の委託先CATVは市の3セク(本市のCATVは純民間)
		川口市 20分月1回、テレビ埼玉で月2回放映。制作費 800,000円/回
今後の進め方		相模原市 15分月2回、テレビ放映月4回、公共施設でビデオ放映 制作費 1,645,843円/回
<input type="checkbox"/>	継続	<p>説明</p> <p>14年度からは次のとおり、事業改善を進めていくこととした。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・費用対効果の是正 制作回数の縮小(月2回 月1回) ・内容充実への努力 ロケ日数の増加(2日/回 4日/回) ・視聴割合の拡大 市内放映場所の見直し(利用されていない場所から撤退し、民間施設も含めた新規場所を選定する) <p>TVK放映日時変更(毎週日曜日9時30分 月4回 第1土曜日9時、第2月曜日18時15分 月2回)</p>
<input checked="" type="checkbox"/>	見直し	
<input type="checkbox"/>	廃止	
<input type="checkbox"/>	完了	

8 二次評価における変更点

--