

事務事業名	コミュニティFMによる防災力の向上事業				担当	市民生活部 暮らし安全課 危機管理係		
政策名	5	「環境づくり」～安全なまちアップ!～			<input type="checkbox"/> 総重 (総合計画重点事業) <input type="checkbox"/> 総新 (総合計画新規事業) <input type="checkbox"/> 戦拡 (総合戦略拡充事業) <input type="checkbox"/> 戦新 (総合戦略新規事業)	<input type="checkbox"/> 単年度のみ <input type="checkbox"/> 毎年度実施 (開始年度 年度～) 年度～ <input type="checkbox"/> 期間限定複数年度 (2 年度～ 7 年度)		
施策名	6	防災体制の整備						
関連個別計画	真岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略				事業期間			
法令根拠								
予算科目	1. 一般会計	2. 総務費	1総務管理費	1一般管理費				
事業概要	<p>○防災ラジオは、防災行政無線、CTV、市R-BA、FM、スマートフォン「真岡市公式アプリ」と合わせ、防災情報の伝達手段であり、自動起動装置により、電源が自動的に入り、放送されるのが最大の特徴である。</p> <p>この防災ラジオの導入により、防災情報をより正確かつ迅速に伝達することで防災力の向上を図るとともに、災害から市民の「生命・身体・財産」保護する。</p> <p>○全体整備計画(目標) R2～R7(6年間) 16,900台 市内全世帯数の53.5%の整備を目指す。</p> <p>○令和2年10月5日販売開始</p> <p>○令和2年11月15日に開設したコミュニティFMを活用し、運用を開始。</p> <p>○防災ラジオから緊急放送される内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国民保護情報(ミサイル攻撃、大規模テロなど) ・緊急地震速報(震度5弱以上) ・気象特別警報 ・避難情報(避難指示)及び避難所開設に関する情報 ・火災、詐欺、行方不明者情報、毒物注意情報、熱中症アラート、他 <p>○販売価格</p> <p>その他の世帯 1台目 1,000円 2台目以降は1台当たり9,900円</p> <p>無償貸与者等 区長、町会長、地域公民館長、地域公民館、民生委員、児童委員、避難行動要支援者情報提供同意者名簿に掲載されている方、他、保育園、認定こども園、幼稚園、警察署、高等学校、消防団員 など</p>							

1. 現状把握の部 (1) 事務事業の目的と指標

① 手段 (主な活動)		④ 活動指標 (事務事業の活動量を表す指標) の推移						
<p>2年度実績</p> <p>コミュニティFMを活用した、新たな防災情報伝達手段として「防災ラジオ」の計画的な導入・整備を実施。</p> <p>R2.10 平日のみ販売開始</p> <p>R2.12 休日販売開始</p> <p>R2 整備計画台数 4,562台 (販売台数2817台、無償貸与1745台)</p> <p>実績 3,305台 (販売台数2757台、無償貸与548台)</p> <p>3年度計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防災ラジオ販売窓口の増加(二宮支所:購入者の利便性向上を図る) ・事業所等への販売方法検討 ・無償貸与該当者への配布 <p>R3 整備計画台数 4,840台 (販売台数4840台)</p>		名称	単位	29年度(実績)	30年度(実績)	31年度(実績)	2年度(実績)	3年度(見込)
		ア 休日販売(毎月第4日曜日)台数	台				191	240
		イ 平日販売(本庁)台数等	台				3114	4400
		ウ " (二宮支所)台数等	台				0	200
		エ 計					3305	4840
② 対象 (誰、何を対象にしているのか) *人や自然資源等		⑤ 対象指標 (対象の大きさを表す指標) の推移						
市民		名称	単位	29年度(実績)	30年度(実績)	31年度(実績)	2年度(実績)	3年度(見込)
		ア 本市の世帯数(4/1)	世帯				30056	30581
		イ 人口(4/1)	人				78874	78592
		ウ						
		エ						
③ 意図 (この事業によって、対象をどう変えるのか)		⑥ 成果指標 (対象における意図された対象の程度) の推移						
<p>防災ラジオを整備(普及)することで、市民の防災意識の高揚と災害情報等を確実に伝達し、有事の際の迅速な行動等を促す。</p>		名称	単位	29年度(実績)	30年度(実績)	31年度(実績)	2年度(実績)	3年度(見込)
		ア 普及台数	台				3305	4840
		イ 整備累計台数	台				3305	8145
		ウ 整備率(整備累計/世帯数)	%				10.6	26.2
		エ						
(2) 総事業費の推移		単位	29年度(実績)	30年度(実績)	31年度(実績)	2年度(実績)	3年度(見込)	
投入量	事業費	財源内訳	千円	0	0	0	0	0
		国庫支出金	千円	0	0	0	0	0
		県支出金	千円	0	0	0	0	0
		地方債	千円	0	0	0	0	0
		その他	千円	0	0	0	0	0
	一般財源	千円	0	0	0	38,392	47,916	
事業費計(A)		千円	0	0	0	38,392	47,916	

2. 1次評価の部 *原則は事後評価、ただし複数年度事業は途中評価

目的妥当性評価	①政策体系との整合性 市の政策体系に結び付き、社会環境や住民ニーズ等を考慮した上で目的は妥当か？	<input type="checkbox"/> 見直し余地はない <input type="checkbox"/> 見直し余地がある (評価理由) 市民への防災情報伝達手段として導入・整備することは、市民が安全で安心して生活する上で妥当であると考えられる。
	②公共関与の妥当性 市が事業に関与する必要があるか？	<input type="checkbox"/> 見直し余地はない <input type="checkbox"/> 見直し余地がある (評価理由) 防災情報を伝達することは、市の責務であると考えられる。
	③対象と意図の妥当性 ・1枚目の②「対象」③「意図」は適切か？ ・対象を限定・追加する必要があるか？ ・意図を限定・追加する必要があるか？	<input type="checkbox"/> 対象・意図を見直す必要はない <input type="checkbox"/> 対象を見直す必要がある <input type="checkbox"/> 意図を見直す必要がある (評価理由) 市民への防災情報伝達手段として導入・整備を実施しているため、対象・意図は適正であるといえる。
有効性評価	④成果の向上余地 ・成果を向上させる余地はあるかどうか？ない場合の理由は適切か？ ・成果の現状水準とあるべき水準の差異はないか？ ・何が原因で成果向上が期待できないのか？	<input type="checkbox"/> 向上余地はない <input type="checkbox"/> 向上余地がある (評価理由) 全体整備計画では、令和2年度から7年度までの6年間で、本市の世帯数の53.5%の整備を目指しているところで、平日販売のみならず、毎月第4日曜日、市民課の休日窓口の開設に併せて防災ラジオの休日販売を実施している。また、購入者の利便性向上を目指し、令和3年度から、平日のみであるが二宮支所窓口においても取り扱い可能としている。 加えて、企業や事業所向けに防災ラジオのPRを図り、さらなる販売（普及）に努めていく。
	⑤類似事業との統廃合・連携の可能性 ・類似事業はないか、統合や連携はできないか？	<input type="checkbox"/> 類似事業と統合・連携ができる（類似の事務事業名： ） <input type="checkbox"/> 類似事業と統合・連携できない（類似の事務事業名： ） <input type="checkbox"/> 類似事業はない (評価理由) 防災ラジオは防災行政無線、ケーブルテレビ、市ホームページ、公式アプリと連携し、市民に防災情報の伝達を行っているが、それぞれを補充するため整備している。よって、連携できるが、統合はできない。
効率性評価	⑥事業費の削減余地 ・成果を下げずに実施主体の見直しによりコスト削減をできないか？ ・実施方法の適正化によりコスト削減をできないか？	<input type="checkbox"/> 削減余地がない <input type="checkbox"/> 削減余地がある (評価理由) 高齢者のみの世帯は、特に、防災情報の入手方法について、市ホームページ、公式アプリ等の活用が困難であり、防災ラジオの整備が必要であると考えられるため、購入しやすいよう安価にしておき、販売価格（購入者負担額）の設定は妥当である。よって、経費削減等は望めない。

3. 改革・改善方向の部

(1) 改革の方向性（改革案・実行計画） <input type="checkbox"/> 廃止 <input type="checkbox"/> 見直し（ <input type="checkbox"/> ：目的妥当性 <input type="checkbox"/> ：有効性 <input type="checkbox"/> ：効率性 <input type="checkbox"/> ：公平性） <input type="checkbox"/> 統合 <input type="checkbox"/> 継続 販売窓口を増設し、さらなる普及率向上を目指す。	(3) 改革・改善による期待成果 <table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <th colspan="3">コスト</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <th>削減</th> <th>維持</th> <th>増加</th> </tr> <tr> <th rowspan="3">成果</th> <th>向上</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <th>維持</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <th>低下</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			コスト					削減	維持	増加	成果	向上				維持				低下			
			コスト																					
		削減	維持	増加																				
成果	向上																							
	維持																							
	低下																							
(2) 課題、課題の克服の方向性 販売窓口を二宮支所に増設する。																								

4. 事務事業の2次評価結果（事業の総括と事業の方向性）

(1) 1次評価結果の客観性と出来具合 <input type="checkbox"/> 記述説明不足（説明責任不充分） <input type="checkbox"/> 評価内容が客観性を欠く <input type="checkbox"/> 評価内容は客観的と言える	(5) 改革・改善による期待成果 <table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <th colspan="3">コスト</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <th>削減</th> <th>維持</th> <th>増加</th> </tr> <tr> <th rowspan="3">成果</th> <th>向上</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <th>維持</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <th>低下</th> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			コスト					削減	維持	増加	成果	向上				維持				低下			
			コスト																					
			削減	維持	増加																			
成果	向上																							
	維持																							
	低下																							
(2) 2次評価者としての評価結果 ①目的妥当性 <input type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり ②有効性 <input type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり ③効率性 <input type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり ④公平性 <input type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり																								
(3) 2次評価者として判断した今後の事業の方向性 <input type="checkbox"/> 廃止 <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 目的絞込み <input type="checkbox"/> 目的拡充 <input type="checkbox"/> 事業統廃合 <input type="checkbox"/> 事業のやり方改善 <input type="checkbox"/> 予算削減 <input type="checkbox"/> 予算増大 <input type="checkbox"/> 現状維持（従来通りで特に改革改善をしない）	(4) その他2次評価会議で指摘された事項																							