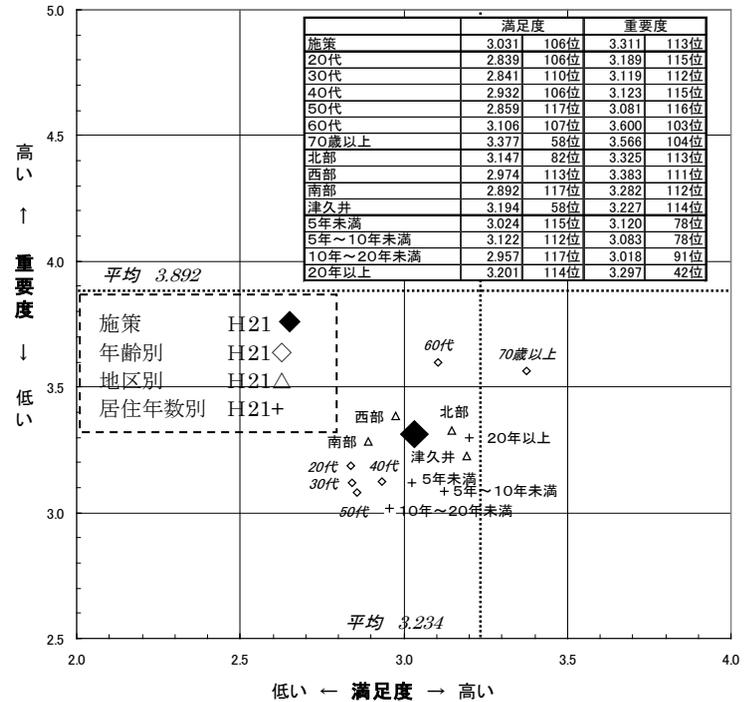


5 市民満足度調査結果(平成21年度実施分)

- この施策の満足度は3.031で全119施策の中で106番目。
- 重要度は3.311で113番目である。
- 改善要望度は-0.267で100番目である。

相模原らしさの創出



6 1次評価(2つの視点から評価を行う)

視点の種類	評価基準・着眼点	評価点	H20評価点	前回(H20)評価結果との比較分析 または優先順位の最も高い指標以外で評価した理由
有効性	各事業が果たす施策に対する目標の達成度合いを把握し、効果の高い事業を実施している	4 (2) 1	4 (2) 1	
効率性	最小の経費で最大限の効果を得られるよう、効率的に事業を実施している	4 (2) 1		
市民満足度	市民満足度調査により市民ニーズを把握し、市民の立場に立って事業展開している	4 2 (1)	4 2 (1)	
合計		5		評価結果に基づく区分(4項目の合計点数による) A(9点以上) B(8点・7点・6点・5点) C(4点以下)
				1次評価 B

* Aは、良好、Bは、事務事業の見直しが必要、Cは、事務事業を統合・廃止の方向

7 課題と解決策(現状または、評価結果から)

課題	「相模原らしさ」については、個人の価値観等により異なる性質のものであることから、施策の効果を測定することも困難である。
解決策	市としてPRを推進したい面を「相模原らしさ」として、シティセールス推進アクションプラン策定の中で位置づけ、取組を推進する。

8 2次評価及び意見(1次、2次で評価に相違がある場合など、必要に応じて意見を記入)

	2次評価 B
--	-----------

* Aは、良好、Bは、事務事業の見直しが必要、Cは、事務事業を統合・廃止の方向

9 3次評価及び意見(評価結果及び課題・解決策について、必要に応じて意見を記入)

	3次評価 B
--	-----------

* Aは、良好、Bは、事務事業の見直しが必要、Cは、事務事業を統合・廃止の方向