

「第3回アドバイザー会議」における評価区分及び評価内容

調書番号: 4 事業名: 自動車税納期内納税広報費

| アドバイザー   | 評価区分  | 評価内容  |
|----------|-------|---|
| 小口アドバイザー | 「要改善」 | <p>様々な広報活動を行って工夫や努力を積み重ねていることは理解できる。広報手段ごとの効果測定ができないということで、どの広報もやめられないという状況にあると思われる。様々な角度から広報手段を検証するとともに、先進県の情報を収集して、より効果のある広報へ改善いただきたい。</p> <p>広報手段の効果測定が非常に難しいと感じているが、どんな手段によって自動車税の納期を知ったか、例えば県政モニターアンケートの活用や、大口の事業所での社員アンケートを実施するなど、ずばりの結果は得られないかもしれないが、色々なところへアンテナをはり、もう一度、何が効果があるのか情報を集めて分析していただきたい。こうした調査の結果により、効果の高い事業は強化し、低い事業は廃止するという選択が必要なときと考える。</p> <p>他県で成果が上がっているクレジットカード納付の他にも、当県の状況に合わせて導入できるものはぜひ積極的に取り入れていただきたい。</p> |
| 五味アドバイザー | 「要改善」 | <p>広報ツールのうち、どれが効果があったのか非常に判断が難しいところだと思うが、見直しをしながら取りやめるものを判断するのも必要と考える。先ほど会長からも話があったように、県政モニターを使うのも一つの手だと思う。広報のための事業なので滞納常習者など個人的情報にかかわる部分へのアプローチはできないとのことだが、一般納税者に対する広報だけでは限界があるのではないかと考える。その方法の検討が必要であると考えている。</p>   |
| 諸平アドバイザー | 「要改善」 | <p>納税意識の高揚や県税収入の確保について、納期内納付率のアップという効果ははっきりと見えていて、様々な取組を行ってご苦労されているのが良く理解できる。今後も事業を行っていく中で、広報費の増額は難しいことから、広報手段を取捨選択する時期にきていると考え、引き続き見直しを行っていただきたい。</p>  |