

いなべ市広報戦略基本方針

平成31年3月

いなべ市

はじめに（広報戦略基本方針の策定にあたっての考え方）

1 策定の趣旨

○自治体広報を取り巻く現状、本市広報における課題やめざす姿を明らかにし、市民及び市の関係者（企業、団体のほか、市外在住の消費者、観光客、学生、移住希望者等本市に関わる幅広い方々を含む。）との双方向のコミュニケーションを前提とした市全体の情報発信力強化に向けて、今後、市が取り組む広報活動全般の方向性を示すため策定します。

2 性格・位置付け

○今後、市が取り組む広報活動全般の指針とします。

○「第2次いなべ市総合計画」に掲げる基本事業3「広報広聴の充実」、「第2次いなべ市行政改革大綱」及び「いなべ市行政改革第3期集中改革プラン」に掲げる施策「シティプロモーションの推進」を一層推進するためのプランと位置付けます。

3 期間

○平成31年度から平成35年度までの5年間とします。

また、5年間の計画期間中であっても、様々な状況の変化により見直しの必要性が生じた場合は、適宜、計画の見直しを行っていくこととします。

目次

第1章 自治体広報を取り巻く環境

- 1 社会経済情勢の変化 1
- 2 情報伝達手段の多様化 1
- 3 SDGsの取り組み 1

第2章 本市の広報活動の現状と課題

- 1 本市の広報活動の現状 2
- 2 本市の広報活動の課題 3

第3章 本市広報のめざす姿 6

第4章 戦略方針 7

第1章 自治体広報を取り巻く環境

1 社会経済情勢の変化

少子高齢化、人口減少、社会経済のグローバル化、行政ニーズの多様化等、自治体を取り巻く環境は急速に変化しています。このような社会環境の変化の中で、地域の活性化を目的に、移住促進、観光客誘致、企業誘致、市産品の販路拡大等の対外的施策により幅広く活力を取り込もうとする動きは一層活発化し、自治体間競争は激化しています。

こうした中、本市が有する魅力の情報発信や本市の重要施策に関する広報活動について、これまで以上に効果的・効率的に展開し、市民や市の関係者の理解と参画、協働等を促すことにより、市全体が一体となって市政の諸課題に対応していくことが求められています。

2 情報伝達手段の進歩・多様化

情報通信技術（ICT）の進歩に伴う高度情勢化、デジタル社会の進展は自治体広報のあり方にも大きな影響を与えています。1990年代後半から爆発的に普及したインターネットや携帯電話、スマートフォン等によって、市民は情報の受容者から発信者へと変貌し、2010年以降、インスタグラム（Instagram）及びツイッター（Twitter）等のソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の利用者は急増しています。

このため、自治体広報においても、ホームページやSNSの活用は、もはや必要不可欠となり、今後、情報技術が進歩する中、既存のツールだけにとらわれることなく、新しい技術やサービスの導入を積極的に試行していくことが求められています。

3 SDGs 未来都市への取り組み

SDGsは、2015年9月の国連サミットで全会一致で採択され、「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に掲げられた2030年を期限とする17の国際目標です。

本市でも日本政府が創設した「SDGs 未来都市」の選定を目指し、いなべブランドの各事業や市の計画等にSDGsの視点を取り入れていくこととしました。

このSDGsをキーワードに、「いなべの魅力」を誰一人取り残さず、あらゆる人にPRするための積極的な広報活動が必要です。

第2章 本市の広報活動の現状と課題

1 本市の広報活動の現状

広報活動の所管である広報秘書課では、各担当課などと調整しながら、さまざまな情報媒体を活用し、市の重点施策や各種取り組みなど、市民に身近でタイムリーな情報の発信に努めています。

【主な広報活動の内容（平成31年3月現在）】

広報手段	概要
情報誌 Link	毎月1回発行し、自治会を通じて加入世帯に配布するほか、図書館や大規模小売店などに設置している。ウェブ上でも閲覧可能。
ホームページ	市の取り組み、イベント、各種手続きの案内などの情報を掲載している。ウェブアクセシビリティに配慮し、誰でも閲覧可能。
インスタグラム ツイッター	市公式アカウントを開設し、市の情報や魅力を配信している。インスタグラムは毎日投稿、ツイッターは随時投稿している。
CTY いなべ10	日曜日更新で、1週間放送 毎日2回（朝6:30～、夜8:50～）10分間放送である。 1週間の放送内容は、3つのニュースと1つのコーナーで構成している。
CTY データ放送	行政からのお知らせなどを文字情報で放送している。
FMラジオ いなべエフエム	行政からのお知らせなどを毎日定時に放送している。
市長定例記者会見	議会定例会前に市長の定例記者会見を行っている。
プレスリリース 情報提供	市主催の行事などはプレスリリース、それ以外のは情報提供として、報道関係機関（22ヵ所）にFAXで情報発信している。
いなべ市生活情報 まいめる	利用登録した人に行事案内、生活安全情報、訃報情報、保育園案内をeメールで発信している。
クックパッド	保育園、小中学校の給食メニューを概ね月1回程度掲載している。

2 本市の広報活動の課題

(1) アンケート調査結果からわかること

・調査の概要

調査期間 平成 30 年 2 月 1 日～2 月 28 日

調査対象 平成 30 年 1 月 1 日現在、20 歳以上の市内在住者（外国人を除く）から無作為抽出された者

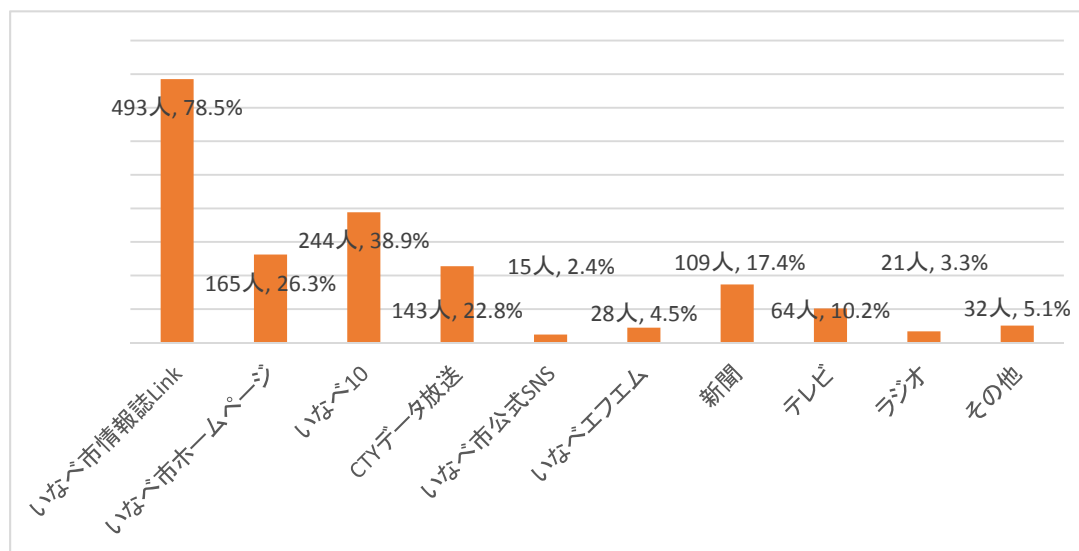
調査人数 2,000 人（年代別に按分）

回答者数 628 人

回収率 31.4%

・アンケート結果

■ 普段、あなたは市に関する情報（事業や行事、お知らせなど）をどのようなものから得ていますか。当てはまるものに○をつけてください。（複数可）



この結果から情報誌 Link、ホームページ、いなべ 10、CTV データ放送が市民にとって、主な情報源となっているという結果が得られました。

ただし、情報内容のわかりやすさについては、「わかりやすい」という回答 50.9% に対して、「どちらともいえない」が 45.4% あり、市民に伝えたいことが十分に伝わっていないことも分かりました。

また、日頃入手したい市の情報についての問いでは、市民が知りたいと考えている情報は多岐に渡っていることがわかりました。

しかしながら、広報媒体ごとに提供しやすい情報（得意とする領域）があり、提供できる情報の種類や量も限られてくることから、媒体の得意分野を組み合わせた複数媒体による広報の検討が今後の課題です。

情報誌 **L i n k**については、「毎号読む」と「ときどき読む（2～3 ヶ月に1回程度）」という回答を合わせると 80%を超え、情報誌として市民に広く読まれていることがわかりました。また、情報量、写真の質、読みやすさなどの評価についても適当という意見が多数を占めており、広報媒体として十分に認知され、一定の評価を得ていることがわかりました。

その一方で、「あまり読まない（年に1～2回程度）」、「読んだことがない」と回答した人にその理由を尋ねると、「**L i n k**が届かないから」という意見が 24.3%もあり、今後、配布方法や配布先の見直しが必要だと考えられます。

また自由意見では、もっとかわいいイラストがあると明るくなる、文字ばかりのページは見にくい、情報が探しにくいといった意見が寄せられており、見やすく、読みやすくするための改善が必要だということもわかりました。

ホームページについては、「必要な情報を得たいときにだけ利用している」という回答が一番多いものの、「ほとんど利用したことがない」、「利用したことがない」を合わせると 48.9%という結果になりました。ホームページは、**L i n k**のように毎月送られてくるものではないため、多くの方は、何か調べたいことができたときに、インターネットで検索して、知りたい情報を閲覧していると予測されます。アンケートの結果からも、ホームページに最も期待されていることは、「検索しやすさ」でした。

また、その他の意見として、「情報は載っていたが十分ではなかった」及び「内容のわかりやすさ」を期待するという意見がありました。今後課題として検討していきます。

いなべ 10については、「毎週見る」、「よく見る（2～3週に1回は見る）」、「時々見る（月に1回は見る）」を合わせると 57%と過半数を超えており、いなべ市の情報番組としてよく周知されていることがわかった一方で、「毎年同じ内容ばかり」、「放送が遅い」との意見もありました。

C T Y データ放送に関しても、いなべ 10 と同様に、「毎週見る」、「よく見る（週に数回）」、「時々見る（月に数回）」を合わせると 52%となり、広報媒体として有効な手段だということがわかりました。

S N Sとして**Instagram**及び**Twitter**の利用率は、現在十数%ですが、急速に発展する情報化社会を迎え、今後増加が見込まれます。

現在、各担当課などで独自の **S N S** を運用していますが、連携は十分とは言えません。市内外を問わずファンやフォロワーを獲得していくためにも、魅力的な情報の発信とともに、相互に連携した情報発信が必要です。登録した人にプッシュ型のお知らせを送ることができたり、ハッシュタグを工夫したりすることで、市外の人にもいなべの魅力を伝えることが可能となる **S N S** は、今後注力すべき広報媒体だと考えています。

(2) 課題

アンケート調査結果や関係者への聴取内容を整理した結果、本市では、以下のような課題が見えてきました。

◆ 新しいメディアへの対応における課題

SNS等の新しいメディアを十分に活用できていない現状があります。

例えば、新しいメディアが持つ特性や機能を十分に活かし切れておらず、効率的な情報伝達できていないといった課題のほか、各担当課や各団体などで独自のSNSを運用しているものの、その後、閲覧数やフォロワーを増やすための工夫を怠っているなどの課題が見受けられます。

◆ 職員一人一人における課題

各担当課では、所管する事業や施策、イベント等を周知するために、様々な広報活動を行っていますが、「何のために周知するのか(目的)」「誰に伝えたいのか(ターゲット)」、そして、「そのターゲットに何を伝え、何をもって成果とするのか」といった整理が、ともすれば不明瞭なまま広報活動が行われているのが現状で、職員一人一人のスキルや意識が十分とは言えないという課題があります。

どんな素晴らしい事業や行事を実施しても、市民や市の関係者が知らなければ「やらなかった」と同じになってしまいます。まずは、市民や市の関係者に多くの情報を発信することが大切です。

第3章 本市広報のめざす姿

人口減少をはじめとする厳しい社会環境の変化に立ち向かい、将来に向けて魅力あふれるいなべ市を創っていくには、広報を通じて市民や市の関係者との長期的な信頼関係を構築し、市民や市外の皆さんから選ばれ、「第2次いなべ市総合計画」のまちづくりの将来像である「住んでいーな！来ていーな！活力創生のまちいなべ」の実現に寄与することが必要です。

このため、「いなべ市広報戦略基本方針」では、“いなべ市広報のめざす姿”を以下のおりとして掲げ、その実現に向けた戦略方針を示します。

“いなべ市広報のめざす姿”

〈めざす姿①〉 市民や市の関係者と連携した情報発信

- 行政サービスの情報が地域住民に行き届いている
- 行政・市民双方のまちづくりに関する共通理解が進み、関心の向上が見られる
- 市外に住む人たちとの連携による情報発信が進んでいる
- 住みたい、そして、住み続けたいまちと思われている

〈めざす姿②〉 インナーコミュニケーションの充実

- 部署内及び部署間の情報が共有され、理解されている
- 職員一人一人が、広報の担い手としての当事者意識を持っている
- 職員一人一人が、情報を届けるためのスキルアップの意識を持っている
- 部署間の情報共有の結果、業務の円滑化が図れている

第4章 戦略方針

前述の“いなべ市広報のめざす姿”の実現に向け、以下の戦略方針1～6を推進していきます。

◆戦略方針1

“効果的で効率的な情報発信”

各広報媒体の特徴や受け取る側の利用状況などを把握し、効果的で効率的な情報発信を行うとともに、より有効的な情報発信を検討していきます。

	取組	内 容	時 期
1	Linkの配布先などの見直し	大規模小売店などの配布先での必要部数を調査し、配布先及び配布部数を見直す	平成31年度実施・完了
2	Linkのデザインリニューアル	Linkのロゴ(表紙Linkの文字、いきいきマイタウンの文字など)デザインのリニューアル	平成31年度実施・完了
3	Link編集作業の委託の検討	業務効率化のため、編集作業委託の検討を行う	平成31年度委託可否検討
4	ホームページ	検索しやすさを追及する 誰もが見やすいようにホームページの内容を精査する	平成31年度以降随時検討
5	いなべ10	放送内容を精査する 配信時期を検討する	平成31年度以降随時検討
6	CTYデータ放送	CTYデータ放送の有効的な活用方法を検討する	平成31年度以降随時検討
7	いなべ市生活情報まいめる	訃報情報配信の全日委託を実施する まいめるの有効的な活用方法を検討する	平成31年度実施
8	Instagram	積極的な活用方法及びあり方を検討する	平成31年度以降検討
9	ツイッター	積極的な活用方法及びあり方を検討する	平成31年度以降検討

◆戦略方針 2



“「メディアミックス」や 「クロスコミュニケーション」の活用“

〈SDGs 該当の目標〉

各広報媒体の特性を活かし、複数の広報媒体を組み合わせることにより、必要な情報を必要な人の元へ届けます。それぞれの広報媒体で最も効果的な方法で情報提供するとともに、各媒体の特性を活かして、補完し合いながら更に深く情報を提供します。

一般的に年齢が高い人は、紙媒体やテレビから情報を得ている割合が高くなる一方、若い世代はインターネットやSNSが重要な情報源となっており、一つの情報を市民に広く周知するためには複数の媒体で発信することが必要です。

また、SDGsの理念である「誰一人取り残すことのない」社会の実現のため、すべての人に情報が届くよう複数媒体を駆使して情報を発信していきます。

※メディアミックスとは

新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ウェブサイトなどの媒体を、それぞれの特徴を活かしつつ組み合わせた広報活動を行う。例えば、あるイベントを周知する場合、さまざまな媒体を駆使して市民とイベントの接点を増やして、各媒体によってアピールする表現方法を工夫する。これにより、イベントの魅力を様々な角度から伝えることができ、より高い効果が期待できる。

※クロスコミュニケーションとは

新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ウェブサイトなどの媒体を複合的に利用することにより相乗効果を生みだし、単体の媒体での広報活動よりも高い効果をねらう手法。ひとつの広報媒体から別の広報媒体へと誘導していく仕組み。

例)・イベントチラシに参加申し込み用ウェブサイトへ誘導する二次元コードを掲載する。

・市内の路線バスの車内に広報紙の中吊広告を掲示し、普段忙しいサラリーマンなどを広報紙に誘導する。

	取組	内容	時期
10	メディアミックス	同じ情報を複数の広報媒体で発信する。 例：いなべ10、Link、HPに同じ情報をそれぞれの表現方法を用いて発信する。	平成31年度に検討・実施
11	クロスコミュニケーション	複数の広報媒体を組み合わせる。 例：LinkにQRコードを載せ、スマートフォンから、Instagramに誘導する。	平成31年度に検討・実施
12	新しい広報媒体の情報収集	広報媒体に関する情報を新聞、テレビ、インターネットなどで常に調査し、最先端の情報を集める。	随時調査

◆戦略方針 3



“市民や市の関係者とのコミュニケーション形成”

〈SDGs 該当の目標〉

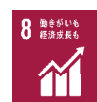
市民に対して、意識調査（アンケート）を数年に一度行い、市民ニーズの把握を行います。

また、インターネットの持つ双方向性を利用し、インスタグラムやツイッターなどから市民や市の関係者の意見を吸い上げ、その意見を参考に施策の方向性や業務の改善を進めます。

さらに、SDGs 16 番目の目標「平和と公正をすべての人に」、ターゲット 16.6「あらゆるレベルにおいて、有効で説明責任のある透明性の高い公共機関を発展させる」及び 17 番目の目標「パートナーシップで目標を達成しよう」、ターゲット 17.17「さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する」ため、市民や市の関係者とのコミュニケーション形成を推進し、連携を強化します。

	取組	内容	時期
13	意識調査（アンケート）	市民のニーズ、意見を把握するため、意識調査（アンケート）を実施する	平成 34 年度に実施
14	インスタグラム	市民参加型のいなべの魅力を伝える写真展を開く フォロワーやコメントなどの意見を集約して、今後のあり方を検討する	平成 31 年度に実施 随時集約・検討
15	ツイッター	フォロワーやコメントなどの意見を集約して、今後のあり方を検討する	随時集約・検討

◆戦略方針 4



“いなべの魅力を市外へ”

〈SDGs 該当の目標〉

いなべの魅力を市内だけでなく、「市外」へも積極的に発信していきます。

また、SDGs 8 番目の目標「働きがいも経済成長も」、ターゲット 8.9「2030 年までに、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する」ため、「市外」への積極的な情報発信を行います。

	取組	内容	時期
16	SNS の活用	インスタグラム、ツイッターの利用	随時実施
17	外部人材の活用	集落支援員や地域おこし協力隊などの外部人材を用いた市外へのいなべの魅力発信	平成 31 年度以降に検討

◆戦略方針 5

“職員の広報マインドアップ”

市全体の広報活動をレベルアップさせるためには、職員一人一人が広報の重要性を深く認識し、広報に関する知識や技能を向上させることが不可欠です。

外部講師による広報関連の総合的・実践的な研修を実施するなどにより、職員の広報マインド及び技術を向上させ、市全体の広報活動のレベルアップを図ります。

	取 組	内 容	時 期
18	職員の広報意識向上のための研修	職員の広報意識の向上、意識改革を目的とした職員研修を定期的実施する	平成 31 年度から実施
19	広報技術習得研修	職員が広報の技術（取材方法、カメラ撮影、記事作成など）を学び、広報技術を習得するための研修を実施する	平成 31 年度に研修内容を検討 平成 32 年度から実施
20	管理職意識改革研修	管理職を対象に意識改革研修を実施する	平成 31 年度に研修内容を検討 平成 32 年度から実施
21	各課の広報物、広報記事の調査及び見直し	各課の広報物や広報記事を調査し、見直しを行う	平成 31 年度に研修内容を検討 平成 32 年度から実施

◆戦略方針 6

“成果指標・評価方法の検討・評価・見直し”

今後、広報戦略を推進するにあたり、戦略方針 1～5 の進捗状況について、適切な評価と検証を行うため、成果指標を設定し、効果を測定することを検討します。ホームページのデータ解析、インスタグラムのフォロワー数、アンケート調査の結果など、客観的な成果指標となり得る項目を抽出し、指標としての活用や効果の測定方法について検討します。

また、本方針の推進期間中に改正が必要となったとき、または推進期間の最終年度においては、それまでの成果指標の達成度や進捗状況を総合的に振り返るとともに、市政を取り巻く環境の変化や新たな課題に対応するため、本方針の見直しを行うこととします。

	取 組	内 容	時 期
22	広報戦略基本方針の成果指標・評価方法の検討	広報部会等にて、客観的な成果指標となり得る項目の抽出、指標としての活用や効果測定方法の検討を行う	平成 32 年度末から実施

いなべ市広報戦略基本方針

平成 31 年 3 月

事務担当：いなべ市企画部広報秘書課