

上天草市広報・広聴戦略

1 社会背景から見た課題

- 市民のニーズやライフスタイルが高度化・多様化しており、行政に求められるサービスの範囲が拡大している。
- 市民と行政がともにまちをつくるという意識を醸成するには、お互い情報交換を行い理解し信頼関係を築く必要がある。
- 情報が高度化・多様化し厳しい財政状況の中で、より効果的な情報発信やまちづくりを進めるためには、積極的な意見聴取や活発な意見交流が必要となっており、職員の広報広聴スキル向上が必要となっている。
- 市民の信頼を得て市民の満足度を高めるためには、市の施策の目的などの情報を分かりやすく提供し、説明責任を果たす必要がある。

【地域社会の広報・広聴に関する環境変化】

市民の社会生活における変化

- ライフスタイルの多様化に市民の生活課題・ニーズの高度化・多様化
- ICTの進展による情報受発信ツールの多様化
- SNSによるコミュニケーション機会の拡大
- ガバナンス(説明責任、情報開示)の重要性の高まり

自治体を取り巻く環境変化

- 地域間競争の激化（定住促進・観光誘客、産業誘致等）に伴う外への情報発信力の強化
- 大規模震災・風水害による自治体・住民間、住民間との情報のつながりに対する重要性の高まり

【環境変化により求められる戦略的広報・広聴活動】

- 市民が求める情報が届く市民志向の「伝わる広報」
- まちづくりへの連帯感を醸成する情報共有と対話の「つながる広報」
- 内外から上天草市への関心・共感を高める「戦略的な魅力発信」
- 広報広聴を実践する機動力のある「人材育成と体制づくり」

2 広報・広聴の課題と現状

現在の当市における広報・広聴の取り組み内容及びその課題については以下のとおり。

(1) 広報

区分	現状	課題
広報紙	毎月15日に発行(11,800部)。区長便において全戸配布する他、市外の希望者に対し発送。 上天草高等学校の生徒を広報特派員に任命し、若者の視点から上天草市や高校の魅力などを紙面で紹介。	①市外定期購読者数が減少傾向にある。 ②高齢者には定評があるが、若年者における広報紙への関心が薄まっている。 ③広告掲載依頼が少ない。
ホームページ	市の取組、イベント、各種手続きの案内などの情報を市内外に情報発信。 アクセシビリティを導入し、誰もが閲覧可能なホームページを製作	④広告バナーの掲載依頼が少ない。 ⑤ホームページの画面上で市外又は市内向けの情報が混在している。 ⑥市から発信すべきイベント等の情報掲載が、担当課によって温度差がある(情報掲載の有無、記載ぶりなど)。
SNS	平成27年7月から市公式アカウントを開設し、市内外に対して上天草市のイベントや新しくオープンしたお店などの情報をタイムリーに配信	⑦コンセプトを明確にしておらず、市民又は市外者向けの情報が混在。 ⑧ポイント制度を導入しているが、いまいち浸透していない ⑨市民や観光客が市と共同で発信する情報ツールがない。
マスコミ	議会定例会の開会日に定例記者会見を年に4回実施。対象は天草記者クラブの13社。定例記者会見で発表できない情報など、各所管課から報道機関に対して随時提供。	⑩天草記者クラブに対して随時情報を提供しているが、新聞紙面における記事掲載が少ない。 ⑪外向けの情報は、常にマスコミに情報提供することに対する職員の意識が低い。
防災無線	防災無線の個別受信機を市内全戸に設置し、災害時に市民の安全を確保するための注意喚起や避難所開設の情報などを必要に応じて適宜情報を発信。また、平時には、1日2回の定時放送において、行政やイベント情報などを周知。	⑫戸別受信機の設置は、各個人の申請主義となっており、一部の世帯に設置されておらず、行政からの情報伝達が全世帯を網羅していない。 ⑬無線放送の対応ができる職員数が少ない(陸上特殊無線技士の第三級以上の資格が必要)。
シティプロモーション	平成27年度に観光、平成28年度に移住促進のPR動画を制作し、上天草市の魅力を都市部中心に情報発信。移住促進PR動画(平成28年10月公開)については、平成29年7月に動画再生回数が144万回を突破し、各メディアにおいても紹介されている。	⑭市におけるシティプロモーションのコンセプトがなく、事業毎にプロモーションを行っている状況にあり、市のトータルなプロモーション活動ができていない。
出前講座	協働のまちづくりの礎を築く一つの取組として、市職員が市民団体に対し、市の取組や暮らしに役立つ情報等を説明。	特になし

区分	現状	課題
広報媒体 (全体)	昨今は情報化社会の進展により、行政機関が情報発信する広報媒体が多種多様化している。本市においてもありとあらゆる手段により、行政情報を発信している。	⑮情報を入手する側の年齢層が広報媒体により異なるため、市の施策や取組みを各媒体の特性を活かしたわかりやすい情報を世代に関係なく市民に伝達することが求められる。

(2) 広聴

市民意識 調査	行政評価における施策等の成果を測定するため、行政が把握している数値で測れない住民の満足度を調査するもの。	⑯主に満足度を図る調査であり、特定のことを深く掘り下げた質問がないため、回答を施策に直結させることが難しい。一方で、設問を多くしすぎると回答率が低下する恐れがある。 ⑰高齢者など、回答が煩わしいと感じる人からの回答が得られない（平成29年度の高齢者回答率：約35%）。
パブリック コメント	市が施設・計画などを定めるに当たり、市民のその形成過程公表した上で意見を徴し、反映するもの。	⑱平成20年度から制度を導入しているが、平成28年度は、本制度の活用実績がない。
市長への 意見箱	市内外の個人から市政に対する意見をホームページや各庁舎窓口で受け付け、期限内に担当課が回答している。（上天草市電子メールによる質問等の取扱要領（平成27年6月施行））	特になし
市長とラ ンチde トーク	市長が10名程度の団体と昼食をともにしながら意見を交換する（内容に応じて事務局管の課長が同席）。過去2年間で24回（平成27年度：16回、平成28年度：8回）開催している。	⑲小中学校からの申込が増加し、市民団体からの申し込みが減少傾向にある。 ⑳定期的に広報紙等で募集告知をしているが、今後申し込みが減少する場合は、事業継続の含めた検討が必要となる。
陳情・要 望受付	区長をはじめ、市内外の個人及び団体から市政に対する陳情・要望を受け付け、期限内に担当課が回答する。	特になし
区長会の 実施	毎年5月末に全区長を対象に実施（約90分程度）。内容は、表彰、委嘱、市の主要事業の説明及び連絡等。	㉑年に1回のみで開催であることに加え、主な内容として行政側からの一方的な説明のみとなっており、各区長からの意見聴取ができていない。

(3) その他

庁内組織	各職員の広報に対する意識が薄く、市が広報で活用している媒体を十分に活用できていない。また、市のプロモーション活動においては、総括的にマネジメントする部署がなく、各課でまちまちな取組みが行われている状況。	㉒広報業務は、「総務課秘書広報係の業務」とのイメージが強く、各担当課における各種事業の広報周知の意識が薄い。 ㉓市のプロモーション活動における実施体制が整っておらず、各ジャンルのプロモーションを個々に展開している。
------	---	--

上天草市広報・広聴戦略

3 広報・広聴戦略の基本方針

【基本目標】

- 市民との信頼あるパートナーシップを築くコミュニケーションを強化する
- 上天草市のブランド力を高める外への情報発信を強化する

【行動方針】

- (1) 市政に対する市民の関心を高め、市民の理解・協働を促すコミュニケーション戦略
 - ① 市民からの信頼及び関心を高める「伝わる広報」(市民参加による広報活動の推進)
 - ② 市民との理解と協働を促す「つながる広聴」
- (2) 市のイメージを定着させ、まちの魅力をアピールする対外的なプロモーション戦略
 - ① 内外に発信する統一した市のイメージ戦略
 - ② 戦略的な対外へのPR活動
- (3) 災害時等の情報伝達機能を強化する危機管理広報・リスクコミュニケーション戦略
災害時における市民への情報伝達手段の向上
- (4) まちの広報広聴力を高めるプラットフォーム構築戦略
 - ① 職員の広報広聴マインドの醸成
 - ② 庁内組織体制の強化



4 広報広聴を活用した戦略

今までの単に「お知らせする」、「意見を聞く」という広報広聴ではなく、上天草市のまちづくりのツールの一つとして広報・広聴に戦略的に取り組むこととする。

(1) 市政に対する市民の関心を高め、市民の理解・協働を促すコミュニケーション戦略

① 市民が信頼及び関心を高める「伝わる広報」(市民参加による広報活動の推進)

ア 市民が必要な情報を確認しやすい広報内容の充実と市民参加促進による「市民視点」の広報づくり

- 市の施策を各種媒体を活用して市民にわかりやすく伝達(課題⑮)
- 行政からの一方的な情報発信でなく、市民(受け手)の目線に立った分かりやすい広報紙づくり(課題①、⑦)
- 広報特派員や広告掲載など市民が参加する広報紙づくり(課題②、③、④)
- LINEポイントを活用した市民参加促進及び地域経済の活性化(課題⑧、⑨)

イ あらゆる人に適応した広報ツールの活用

- ホームページ・LINE等による即時性の高い情報発信(課題⑤、⑥、⑦、⑧)
- 高齢者福祉等の公共施設や公民館など知らせたい人が集まる場での情報掲出機会の充実
(必要な情報が必要な人へ届く機会の拡大)

②市民の理解と協働を促す「つながる広聴」

市民からの意見の一元管理（データベース化）と市民の声の反映結果の「見える化」

- パブリックコメントなど各広聴活動の市民意見を集約してデータベース化し施策立案の参考とし、その結果を情報発信する。（課題⑩）
- 市の各施策に対する市民との意見交換の場の確保及び市民が意見しやすい環境の整理（課題⑯、⑰、⑱、⑳、㉑）

(2)市のイメージを定着させ、まちの魅力をアピールする対外的なプロモーション戦略

①内外に発信する統一した市のイメージ戦略

市のイメージを醸成させるVI（Visual Identity）の構築

- 共通ロゴ、キャッチフレーズ等の制作及びその運用（トータルブランディング）（課題⑭）
- 公式インスタグラム（仮）を活用した市のイメージアップ（課題⑨）

②戦略的な対外へのPR活動

ア マスメディアを活用したパブリシティの促進

- 担当記者のリスト化と定期的なニュースリリースの配信（コミュニケーションの常態化）（課題⑩）
- プレス懇親会、プレスツアーなどによるメディアリレーションの向上（課題⑩）
- 情報発信に係る職員のスキルアップ及び意識の醸成（課題⑪）

イ 市のトータル的なプロモーション

- 本市の知名度を向上させるため、各課連携した市のトータル的なプロモーション活動の継続実施（課題⑭、㉓）

(3)災害時等の情報伝達機能を強化する危機管理広報・リスクコミュニケーション戦略

災害時における市民への情報伝達手段の向上

- リアルタイムできめ細かな災害関連情報を市民に伝達する緊急情報ツールの確立（課題⑫、⑬）
（防災行政無線、LINE、安心安全メールなどの媒体を利用した緊急情報ツールの作成）

(4)まちの広報広聴力を高めるプラットフォーム構築戦略

①職員の広報広聴マインドの醸成及び庁内組織体制の強化

- 日常的な広報広聴や情報の危機管理への意識を高める職員広報広聴研修の実施（課題㉒）
- 記事作成、パブリシティ活動等の広報スペシャリスト育成のためのスキルアップ研修の実施（課題㉒）

②庁内組織体制の強化

- 各部署の広報広聴担当の配置と広報広聴部署との連携・連絡体制の強化（庁内情報共有システムの改善）（課題㉓）

