

広報・広聴のあり方を考える

福知山市広報・広聴のあり方

- ・ 市政情報を広く市民に伝え、市民の要望や地域の情報をよく把握した上で業務を進める
- ・ 広く報じる、だけでなく、市民との関係性をよりよくしていく
- ・ 市民と市との情報共有を図りよりよいまちづくりにつなげる



方向性 (案)	ターゲットとメッセージを明確にし、複数メディアを効果的に使い分ける	多様な市民の視点に立ち、使いやすい・使われやすい情報発信を行う	民間の広報主体と市民をつなぐ	顔が見える 広報を実現する	市民が簡単に意見を伝えられる仕組みを提供する
出てきた課題	【ワークショップでの意見】 ・ 重要な情報は世代や生活環境によって異なる ・ チラシなどの置き場所を整理 ・ 誰のための情報なのか分かりにくい ・ 届けたい人がいる場所に飛び込む ・ 市ではなく当事者を語り手にするなど、自分事化するには、単なる情報ではなく、共感したり、心を動かすような情報発信が必要 ・ 高齢者には命や健康にかかわる情報も大切、若者にとって楽しい情報も大切 ・ 市からの情報はまじめであり面白くない 【検討委員会での意見】 ・ 老若男女まんべんなく届けようとしており、ターゲットごとに細分化して発信できていないのでは。 ・ 職員の熱量が伝わっていないから情報も伝わらないのでは ・ 地域の情報が知りたい ・ 必要な人に必要な情報を届ける ・ 情報伝達方法を改善し、市民に対する信頼感を高める。	【ワークショップでの意見】 ・ 字が多いと読みにくい ・ どこに情報があるか分からないので、普段目にする場所に置いてほしい ・ 分かりやすい情報に変換を ・ その時に必要な情報を切り分けて発信を ・ 後で情報が探せるよう、情報をどこかにまとめておくことも必要 【検討委員会での意見】 ・ SNSからの情報取得が少ないことが課題なのは。 ・ 情報がたくさんあっても受け止めきれない。 ・ 外国籍の人への配慮も必要では ・ 市民のニーズに合わせた情報提供	【ワークショップでの意見】 ・ いちから市が投稿するのではなく、すでにある個人の投稿を紹介するハズ的な役割があってもいいのでは ・ 行政しか出せない情報と、民間の方が得意な情報発信の線引きと協力体制 ・ 市民発信のイベントや情報を載せられる場所があったら ・ 自らコンテンツをつくるのではなく、良いコンテンツをつなぎ合わせていく 【検討委員会での意見】 ・ 口コミやコミュニティが大きな力を持っている	【ワークショップでの意見】 ・ 市長のしたいことがうまく伝わっていない 【検討委員会での意見】 ・ 市民に市長の活動を「顔を見せる」ことが重要。市長の活動やメッセージが伝わりにくい現状を改善する。	【ワークショップでの意見】 ・ 意見がないのではなくそもそも知らないのでは ・ 見てもらえているか分からず、意見を言う意味がないと感じる ・ 意見を言えるという広報も、意見を踏まえて変わったという広報も少ない ・ 当事者にならないと分からないし、興味も持ちにくい ・ 思っていることはあっても、それを表現する術がないのでは ・ 子どもや弱者の意見を受け止める場所を ・ 市役所から市民へ「困っていること」を発信してみては ・ なんか不満はないか定期的に聞く仕組み ・ 議会での過程がもっと分かりやすく見えたら ・ 制度的な段取りを踏んでいたのに箱もので連続炎上したということは、今の仕組みでは、ワークショップをしたりアンケートをとったりしても、市民の声が反映できないということでは 【検討委員会での意見】 ・ 広聴は市全体で行うもの ・ つくる段階から市民と共創していく ・ 意見を反映する仕組みづくり

広報・広聴のあり方を考える 追加資料

媒体	主な意見	方向性（案）				
		ターゲットとメッセージを明確にし、複数メディアを効果的に使い分ける	多様な市民の視点に立ち、使いやすい・使われやすい情報発信を行う	民間の情報発信者と市民をつなぐ	顔が見える 広報を実現する	市民が簡単に意見を伝えられる仕組みを提供する
広報紙	- 良い情報が伝わっている - 最近の広報誌は写真が多くなり、見やすくなっている - QRコードが載っていて情報を深掘りできる - 情報量が多すぎる - 情報が羅列されていて色がついておらず、受け取る情報としては適切 - 全戸配布だが届いていないところもある - 定期的に届く情報は重要 - 紙で残る情報に安心感	ジュニア版・シニア版など世代に分けた号を作る - 情報をバラバラに切り取りして補完できる - 視覚的に訴える情報を - QRコードを掲載し、詳細情報はホームページに飛ばす - タイトルだけ載せてあとはQRコードをはっておくくらいの情報整理もいいのでは。	- コーナーごとにターゲットを明確化し自分に必要な情報だと認識しやすくなるデザイン - 季節に応じた特集 - 読んだらポイントがつく	民間企業や団体の活動も広報誌で紹介し、市民と民間の接点を作る。	- 著名人などとの対談記事 - 市長の活動の特集	市民の意見を反映させた内容を広報誌に掲載。
ホームページ	- 写真が大きく見やすいと思う - 検索しても目的のページにたどり着きにくい - 自ら情報を探すときに使いやすいもの	- 広報紙やSNSで振り切った情報発信をし、ホームページは正確な情報のプラットフォームに - 市民が簡単にアクセスできるようにする。	- スマホ講座で使い方レクチャー - ホームページを見る習慣がない人へのアプローチ - アクセスが多い記事は求められている情報かも。ランキングを表示してみては	民間企業や団体との連携情報を発信し、市民と民間を繋げる役割を強化。	市長の部屋の更新をもっとこまめに	市民がオンラインで簡単に意見を送れるフォームを設置
チラシ	- 誰のための、何の情報なのか分かりにくいと感じる - 高齢者にはチラシや回覧板の情報も重要 - 回覧板のような定期的に届く情報は重要	配布場所や方法を精査	- 見たくなる、目に留まるデザイン - ターゲットがだれか分かりやすい - デザインや編集スキル向上セミナー	リアルタイムでの情報共有	市長が市民と直接関わる様子の 動画	
SNS	- noteが分かりやすい - インスタ作りこまれている - いがいと福知山が定期的に動き、幅広い情報がある	- SNSの使い分け - 若者層をターゲットに、市民との接点を増やす	- トレンドや季節ネタと掛け合わせた情報発信 - 特典付きの配信 - 生配信	まちの魅力などを発信するメディアやインフルエンサーと連携した情報発信	生配信で市民とコミュニケーション	- 投稿へのコメントやSNSの機能を使った質問、アンケートなど - 双方向のコミュニケーションツールとして活用
動画	フォロワー数が少なく、おすすめに表示されない	- 狙いを明確にした動画発信 - ターゲットのフィールドに飛び込む攻めの姿勢 - 発信媒体ごとの作り分け	- 流行に乗ったフォーマット - 生配信で相互交流 - 短尺動画		- 座談会や対談動画 - 市長が甲冑隊に囲まれてAIと対談する動画 - 記者会見の配信	
直接対話・窓口	直接聞くのが一番分かりやすい	- 国道沿いのデジタルサイネージ - バスやタクシーをラッピングし走る広報板に	- 市役所の窓口案内をフローチャートにする - 待合室やロビーに推している事業をメニューのように掲示 - 病院、飲食店、スーパーなどにポスター		- 座談会やワークショップ - 市民説明会	- 座談会やワークショップ - 市民説明会 - 自ら意見を聞きに行く姿勢
その他	数値目標の設定、達成度を進捗として測る		- ラインニュース、ヤフーニュースに掲載 - 有名漫画家に頼むなど分かりやすい情報に	福知山公立大学生をハブとして、福知山の良さを他地域に伝える可能性		- 定期的に不満などを聞く - 請願の手続きやルールを分かりやすく掲示