

提言書付属資料

目 次

委員名簿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	2
広報・広聴に関する事業の実施状況・・・・・・・・	3
広報・広聴の取組に対する市民意識・・・・・・・・	4
ふくちやま市民広報会議（市民ワークショップ）のまとめ・・・・・・・・	9
福知山市広報戦略検討委員会のまとめ・・・・・・・・	12

福知山市広報戦略検討委員会 委員名簿

氏名	所属団体等
委員長 伊吹 勇亮	外部有識者（京都産業大学 経営学部准教授）
副委員長 衣川 直宙	市民委員
並川 洋介	外部有識者（株天空 PR 代表取締役）
栗本 拓幸	外部有識者（株Liquitous 代表取締役 CEO）
芦田 あき子	市民公募委員
梅原 義博	市民公募委員
笹井 浩典	市民公募委員
古川 昌宏	市民公募委員
荒川 翔太	市民委員
塩見 誠	市民委員
高瀬 信幸	市民委員
堀井 一壽	市民委員

*外部有識者・・・学識経験者、マスメディアに見識を有する者、民間広報経験者等

*市民公募委員・・・一般公募で選出され、委嘱された市民委員

*市民委員・・・市民ワークショップ参加者から選出され、委嘱された市民委員

1 広報・広聴に関する事業の実施状況

福知山市が実施している広報・広聴に関する主な事業です。広報する内容や手段については、各事業ごとに担当課が決めているため、情報発信に統一感がなく、市民への伝わり方に差があります。また、広聴については、市民の意見を聞く場や手段が限られている状況があります。

①広報に関する主な事業

事業	内容	主担当	関係部署
広報紙	広報ふくちやまの発行	秘書広報課	全所属
ホームページ	ホームページの管理運営	秘書広報課	全所属
公式 SNS	ライン、フェイスブック、ユーチューブ、インスタグラム、エックス、ノートの管理運営	秘書広報課	全所属
市長記者会見、記者レクチャー、プレスリリース	メディアへの市政情報の発信	秘書広報課	全所属

②広聴に関する主な事業

事業	内容	主担当	関係部署
ホームページ (お問合せフォーム)	市への問い合わせや意見などを受け付ける	市民課	全所属
声の箱	市政運営等に関して直接意見を言える手段として市本庁舎に設置	市民課	全所属
パブリックコメント	市の基本的な政策の策定にあたって、事前に内容を公表して意見の募り、政策に反映させる制度	市民課	全所属
まちづくりミーティング	住みよいまちづくりなどについて市長と市民団体等との意見交換会	秘書広報課	全所属

2 広報・広聴の取組に対する市民意識

(広報・広聴に係る市民アンケートの結果より抜粋)

【市民アンケートの実施】

目 的 市民の情報入手の方法や市の広報・広聴に対して抱いているイメージについて 現状と課題を把握し、今後の広報・広聴活動に生かす

期 間 発送：令和6年8月29日（木）

期限：令和6年9月18日（水）

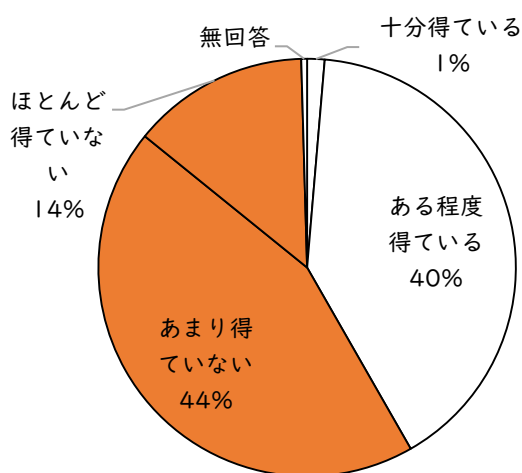
実施方法 郵送による配布・回収（WEB 回答可）

対 象 15歳以上の市民3,000人（無作為抽出）

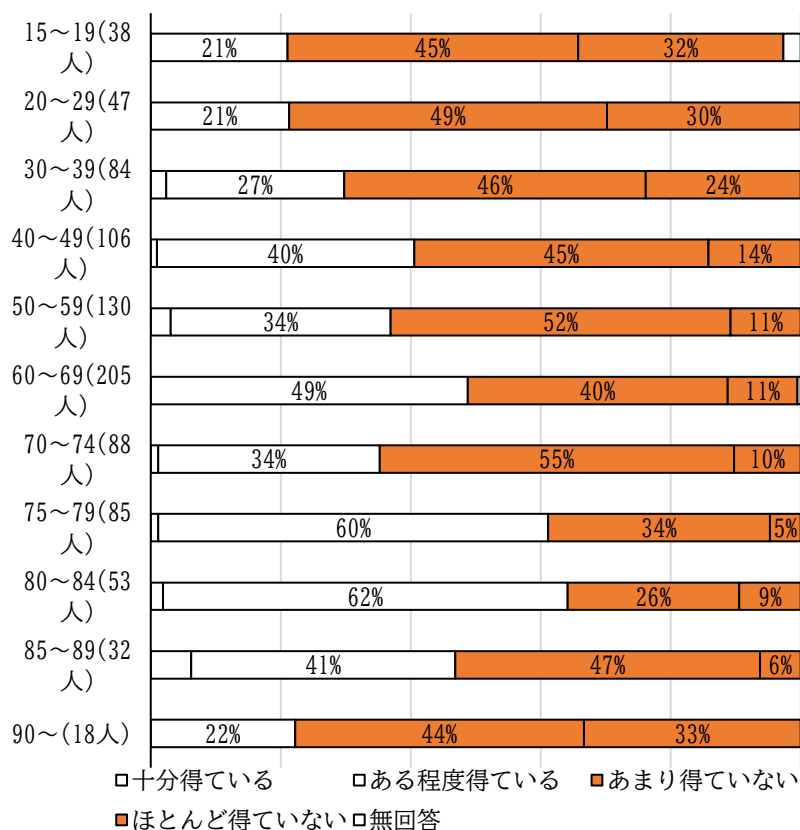
回答者数 889人（回答率29.6%）

【市政情報の取得状況】

・「市が行っている事業や政策について、どの程度情報を得ていると思いますか？」という質問に、「十分得ている」「ある程度得ている」と答えた人が41%であるのに対し、「あまり得ていない」「得ていない」が58%と、市政情報の発信に課題が見られます。年代が上がるにつれて市政情報を得ていると答えた人が多くなっています。

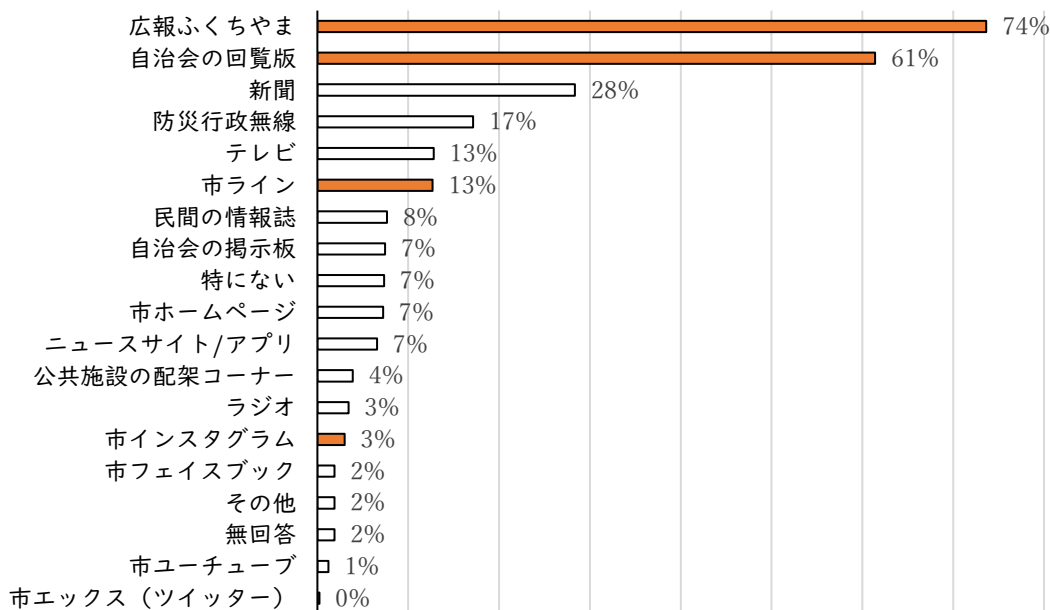


年代別結果



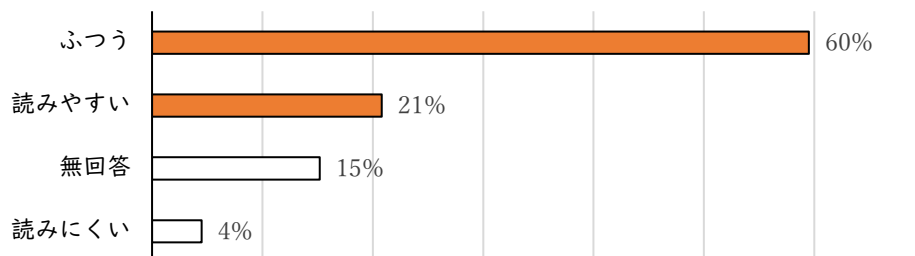
【市政に関する情報入手の方法】

- ・「市からの情報やお知らせについて、何によって情報を得ていますか？」という質問に対し、「広報ふくちやま」の回答割合が74%と最も高くなっており、「広報ふくちやま」は行政情報の入手手段として最も重要な役割を担っていると考えられます。
- ・「広報ふくちやま」に次いで、「自治会の回覧板」(61%)、「新聞」(28%)の割合が高く、市の情報提供に自治会を介した情報発信が一定の役割を果たしています。
- ・「市ライン」(13%)、「市インスタグラム」(3%)などSNSで情報を取得する人は少なく、SNSでの発信に課題が見られます。



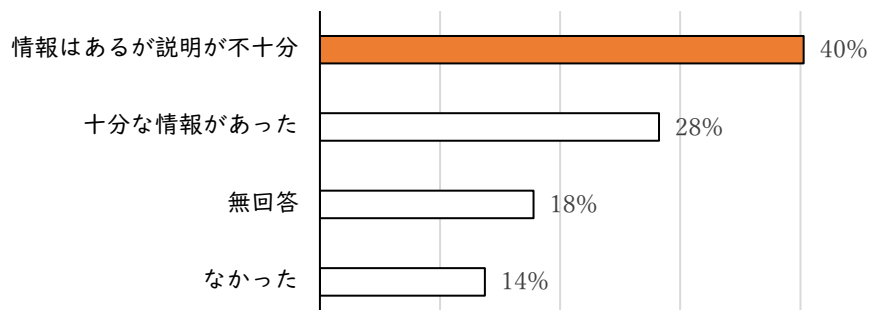
【広報ふくちやまについて】

- ・「広報ふくちやまは読みやすいですか？」という質問に対し、「ふつう」(60%)「読みやすい」(21%)「読みにくい」(4%)となっており、概ね評価を得ています。



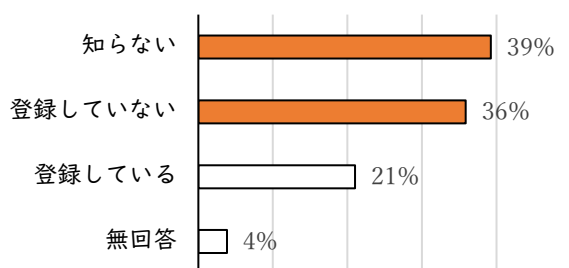
【市のホームページについて】

- ・「市のホームページに必要な情報はありましたか？」という質問に対し、「情報はあがるが説明が不十分」と答えた人が40%であり、工夫や改善が必要であることがわかる結果でした。

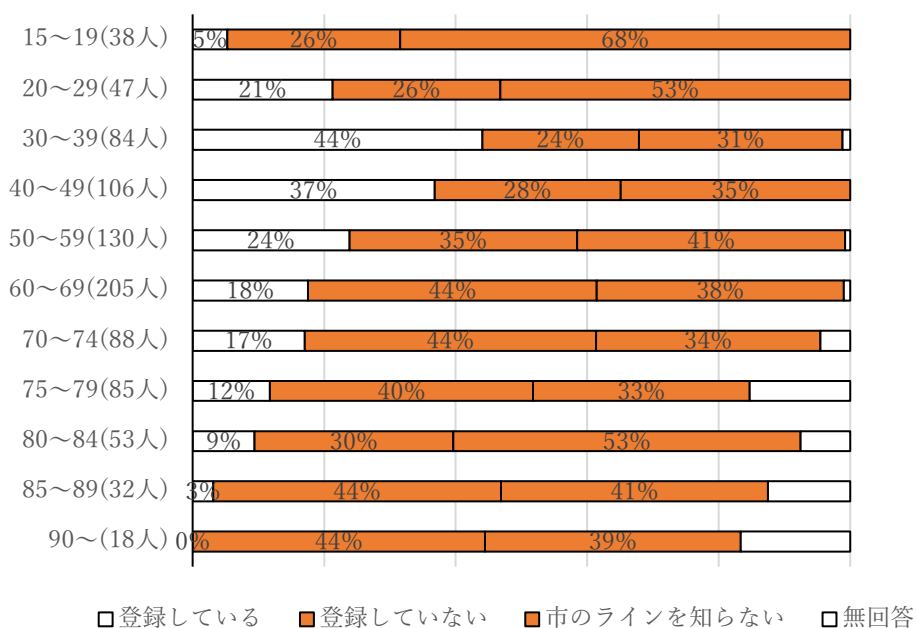


【市のラインについて】

- ・「市のラインの登録をしていますか？」という質問に対し、「知らない」「登録していない」が75%となり、ライン活用に向け、さらなる周知が必要です。

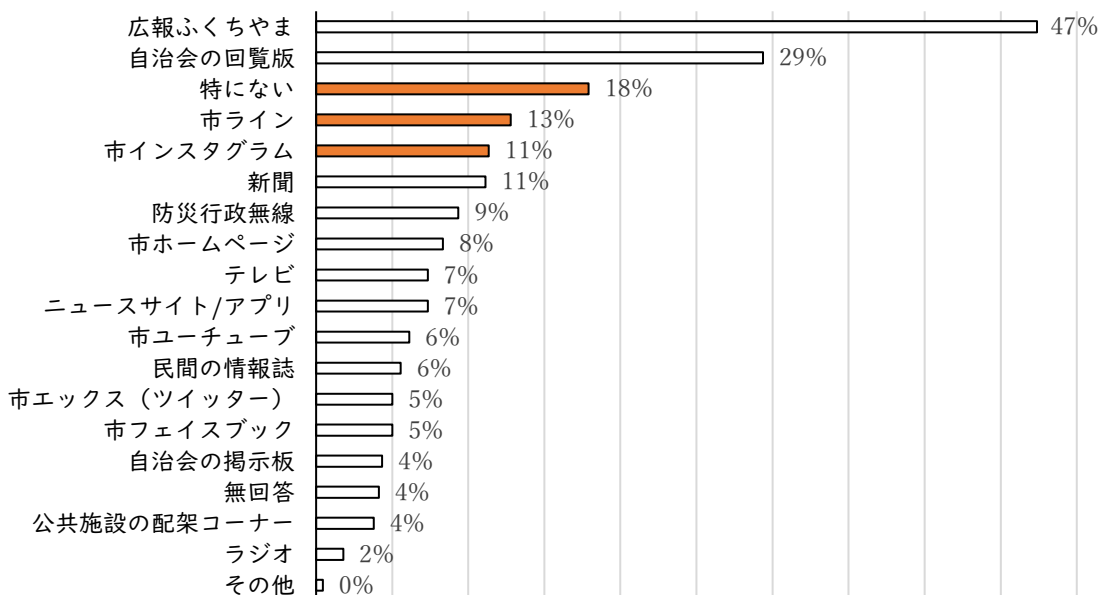


年代別結果



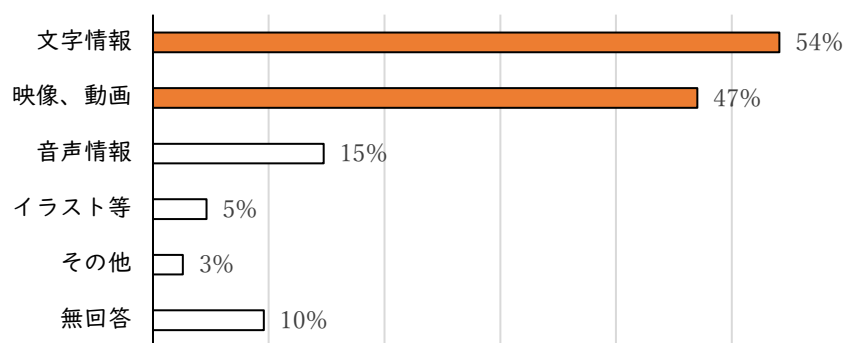
【期待する広報媒体について】

- ・「市からの情報発信について、今後力を入れてほしい広報媒体はありますか？」という質問に対し、普段情報を得ている手段の「広報ふくちやま」(47%)、「自治会の回覧板」(29%)と回答した割合が「市からの情報取得について(P5)」と比べて低くなっているのに対し、「特にない」(18%)、「市ライン」(13%)、「市インスタグラム」(11%)と回答した割合は増えています。SNSでの情報発信が期待される一方で、市からの情報発信について関心がないと考えられる状況があります。



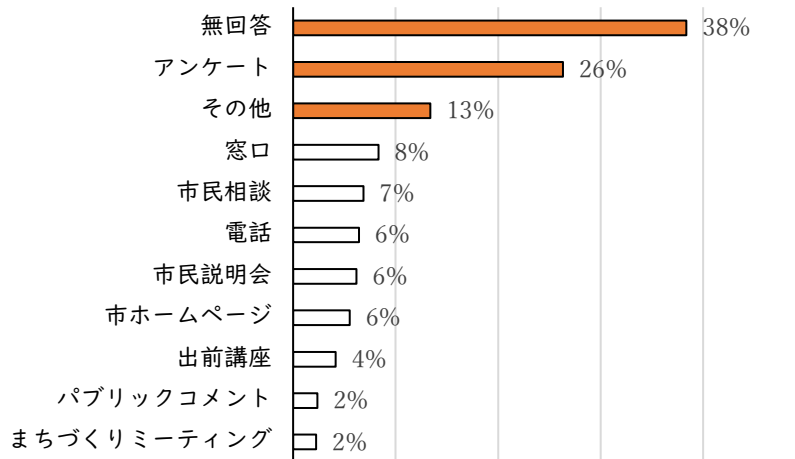
【情報発信の形態について】

- ・「市からの情報発信について、今後力を入れてほしい形態はありますか？」という質問に対し、「文字情報」(54%)、次いで「映像、動画」(47%)となっています。

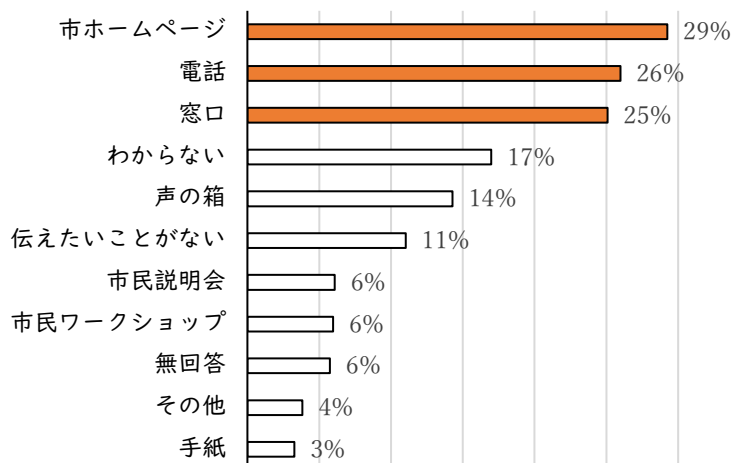


【市政に対する疑問や意見を伝える方法（場）】

- ・「市が主催する話し合いの場、市の意見募集、説明会等に参加したことがあるものはありますか？」という質問に対して、「無回答」「アンケート」「その他」が多く、あることの情報が伝わっていない、または市政に関心がないことが考えられます。



- ・「市政に対し疑問や意見があった場合、今後どのような方法であれば伝えやすいと思いますか？」との質問に対し、最も多い意見は「市ホームページ」次いで「電話」「窓口」と続いており、意見の提出先としてホームページに対する期待が見られる一方、電話・窓口など直接的な対話の機会を求められていることがわかります。



3 ふくちやま市民広報会議（市民ワークショップ）のまとめ

市民アンケートの結果をもとに、市の広報・広聴について思っていることや感じていることについて、「広報紙」「ホームページ」「回覧板」「広報動画」「SNS」のグループに分かれて意見交換（市民ワークショップ）を実施しました。

- ①実施日 ・10月18日（金） 午後6時～9時 総合福祉会館
内容：テーマ「市民アンケートの結果を深堀」
（市の情報をどうやって探すか／市に発信してほしい情報／
市の情報がどこに、どんなふうにあったら探しやすいか）
- ・11月15日（金） 午後6時～9時 総合福祉会館
内容：テーマ「市の広報についてユーザー目線で考える」
「市民の声を市政に反映させるために」

- ②参加者 15歳以上の市民3,000人（無作為抽出）から、参加を希望した人
参加者数 10月18日：15人
11月15日：14人

③ワークショップで出た意見

【課題】

- ・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
- ・当事者を語り手にするなど、自分ごと化するには、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
- ・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
- ・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ブ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
- ・市長のしたいことがうまく伝わっていない
- ・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」を発信してみても
- ・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

【具体的な改善方策や感じていること】

(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保管できる
- ・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
- ・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いデザイン
- ・季節に応じた特集
- ・著名人などとの対談記事

(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かない、市民が簡単にアクセスできるようにする
- ・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
- ・ホームページは正確な情報のプラットフォーム
- ・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としてラインなど SNS の活用
- ・アクセスが多い記事は求められている情報か
- ・市長の部屋の更新をもっとこまめに

(チラシ)

- ・誰のための、何の情報なのかが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わかりやすい
- ・デザインや編集スキル向上セミナー

(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
- ・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
- ・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配信
- ・ターゲットのフィールドに飛び込む攻めの姿勢
- ・発信媒体毎の作り分け
- ・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
- ・記者会見の配信

4 福知山市広報戦略検討委員会のまとめ

福知山市の広報・広聴の方向性について、市民アンケート、市民ワークショップの意見をもとに協議を行いました。

①実施日 第1回 10月31日（木） 午後7時～9時 市民交流プラザふくちやま
主たる議題：委員委嘱、福知山市広報・広聴に係る課題

第2回 12月2日（月） 午後5時～7時 市民交流プラザふくちやま
主たる議題：市民ワークショップのまとめから広報戦略の方向性について

第3回 12月25日（水） 午後3時～5時 市民交流プラザふくちやま
主たる議題：福知山市広報・広聴にかかる提言案について

②主な意見

【課題】

- ・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
- ・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
- ・SNSからの情報取得が少ないこと
- ・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
- ・市民のニーズに合わせた情報提供
- ・口コミやコミュニティが大きな力を持っている
- ・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
- ・広聴は市全体で行うもの
- ・作る段階から市民の声を反映させるため、情報発信を早くして、市民と共創していく
- ・意見を反映する仕組みづくり
- ・広報活動の一元管理、統一感を持たせた実施
- ・アンケート結果の共有、結果をもとにしたプロセスの共有が広報活動の効率化に
- ・若者、子どもの視点、意見を取り入れることが必須

【具体的な改善方策や感じていること】

- ・民間企業や団体の活動も広報紙で紹介し、市民と民間の接点を作る
- ・市長の活動を広報紙で特集
- ・市民の意見を反映させた内容を広報紙に掲載
- ・市民が簡単にホームページにアクセスできるようにする。
- ・民間企業や団体との連携情報を発信し、市民と民間をつなげる役割を強化
- ・市民がオンラインで簡単に意見を送れるフォームをホームページに設置
- ・リアルタイムでの情報共有

- ・市長が市民と直接かかわる様子の動画
- ・SNS で若者層をターゲットに、市民との接点を増やす
- ・数値目標の設定、達成度を進捗として測る
- ・福知山公立大学生をハブとして、福知山の良さを伝える
- ・アンケート項目に専門的な視点
- ・秘書広報課が予算を一元化し調整する（京都府など）
- ・市民からの意見を広報活動に反映させる仕組み作り
- ・短期・中期・長期の目標設定と、進捗、評価の仕組み
- ・初期段階では小さなステップで取り組みを始める