

市民の「ミカタ」でもっと伝わる

キャッチボール型広聴・広報が
高知市を変える



第2期 高知市広聴広報戦略プラン

2020 年度～ 2023 年度

市民の「ミカタ」でもっと伝わる

キャッチボール型広聴・広報が

高知市を変える

パブリック
戦隊

コウチ エックス
KOCHI X

キャラクター紹介



K ノウ イエロー
now Yellow
(収集担当)

O オープン オレンジ
open Orange
(公開担当)



C チャレンジ レッド
challenge Red
(実行担当)



H ヒアー グリーン
hear Green
(広聴担当)



I インフォメーション ブルー
information Blue
(広報担当)



CONTENTS

I

はじめに

01～02

高知市のめざす社会 と 広聴・広報の役割
広聴・広報の課題
戦略プラン策定の目的

II

第2期 戦略

03～07

第1期から第2期に向けて
第2期戦略テーマ「市民のミカタ」
基本戦略
第2期 高知市広聴広報戦略プランのイメージ
自分ごとの広聴・広報・スキルアップ戦略事業

III

具体的な戦略事業

08～16

戦略事業① 広聴
戦略事業② 広報
戦略事業③ スキルアップ
戦略事業の年次目標（一覧）



はじめに

高知市のめざす社会 と 広聴・広報の役割

1 広聴・広報とは？

一般的に、「広聴」とは広く一般の人の意見を聞くこと。「広報」とは広く知らせることとされています。

市政で考えると、「広聴」は要望や苦情、相談など、市民からのさまざまな声に耳を傾け、市民の立場になって考え、その真意を理解すること。「広報」は、市民が必要としている行政情報や事業などを積極的に発信することで、市政への理解を求めることであるといえます。

2 めざす「高知市型共生社会」における広聴・広報の役割

高知市は、一人一人が手を携え、ともに支え合いながら生きる「高知市型共生社会」の実現をめざし、高知市総合計画を策定しています。

総合計画では、行政と市民が一体で行う協働のまちづくりが不可欠としており、それには市民の声を聴く「広聴」と、市政を知ってもらう「広報」が欠かせません。総合計画の基本計画においても「多様な主体と連携・協働しながら共に発展し、自主自立のまちを築く」ために必要な活動の一つとして位置付けられており、広聴機会の拡充や広報の充実、さらに職員の意識向上に取り組むとしています。

また、協働のまちづくりをめざすために制定された『高知市市民と行政のパートナーシップのまちづくり条例』では、「広聴」と「広報」をまちづくりのための基本的な事項として位置付けており、市民との協働によるまちづくりを進める上で、不可欠な行政活動となっています。



高知市市民と行政のパートナーシップのまちづくり条例

(広報広聴)

第12条 市は、市民等がまちづくりについて関心を持ち、理解を深めることができるよう、広報広聴に努めるものとする。

(施策への反映)

第13条 市は、市のまちづくりの施策の検討及び実施に当たり、市民等の意見の反映及び市民等が参加することができる仕組みの整備に努めるものとする。

広聴・広報を取り巻く状況と課題

これまでも、高知市のめざす社会に向けた広聴・広報に取り組んできました。しかしながら、情報通信技術(ICT)や社会状況の大きな変化に伴い、広聴・広報の在り方も変化してきています。

県内のインターネット利用率85.6%、スマートフォンを用いたインターネット利用率が51.7%（総務省 令和元年通信利用動向調査より）と高まってきており、これに伴うSNSなどの新たな情報収集・発信手段が急速に普及しました。また、新型コロナウイルス感染症により「新たな生活様式」が求められる中で、新たなライフスタイルやワークスタイルが生まれ、市民ニーズやまちづくりの課題も多様化しました。これらの大きな変化に伴い、従来の画一的な手段では対応が困難となり、新たな広聴・広報の必要性が高まっています。

環境変化のほかに従来の課題もあります。令和元年度市民意識調査では、約1/4の市民が要望・提案を伝える「適当な手段がない」と答えています。また、インターネット等のさまざまな媒体が普及・活用しているにもかかわらず、行政情報の入手手段としてWebツールをあげた市民は3.1%であり、さらに市ホームページを「見たことがない」市民は過半数を占めていました。この調査結果から広聴・広報ともに効果的に運用できていない状況が読み取れます。

また、実態として広聴・広報活動は担当部署がそれぞれ行っており、これらを網羅的に把握する手段がなく、市として戦略的に実施できていない現状があります。

戦略プラン策定の目的

このように従来の課題に加え、社会環境の変化によるものも増える一方で、職員の日々の業務量は増加し、広聴・広報の重要性への認識が希薄になり、新たな広聴・広報のスキルも不足しがちです。しかしながら、多様化する市民のニーズの把握や、適時・的確な市政情報の提供には、各部局・各所属におけるそれぞれの取り組みが必要不可欠であり、市全体における戦略的な取り組みが求められています。

市民と行政が相互理解を深め、市民の市政への参画を促し、協働によるまちづくりをより一層推進するために、職員一人一人が戦略的な広聴・広報の取り組みを展開するための実行計画として本プランを策定します。

なお、情報通信技術や社会状況の変化のスピードを踏まえ、計画期間は4か年とします。

第2期計画期間

2020(令和2)年度～2023(令和5)年度

第2期戦略

第1期プランから第2期プランに向けて

1 第1期で達成できたこと・できなかったこと

第1期では、取り組みの遅れていた高知市広聴広報の課題解決のため、多方面にわたって事業を実施しました。ウェブモニター等の新たな手段追加や、広報紙の品質向上をはじめ、年代別で効果に差はあるものの、第1期の事業ほぼすべてに成果が見られました。

第1期プラン前後での市民意識調査結果の変化

質問項目	回答項目	平成27年度	令和元年度	前回比
市の情報の入手先	広報紙	66.1%	77.4%	11.3pt ▲
	ホームページ	1.2%	2.0%	0.8pt ▲
広報紙のわかりやすさ	分かりやすい	51.9%	67.4%	15.5pt ▲
行政への要望手段	何もしない※1	50.6%	23.9% ※1	▲26.7pt ▼
市ホームページのわかりやすさ	わかりやすい	— (平成29年度 17.8%)	21.4%	3.6pt ▲
	見たことがない	— (平成29年度 55.1%)	54.4%	▲0.7pt ▼

※1 H27・29とR1では回答の選択肢が変化している。([何もしない]→[適当な手段がない])

一方で、情報の発信元や市民意見が必要なのはあくまで各担当部署であり、取り組みに温度差が見られるため、広聴広報課主体の取り組みには限界が見えてきました。

また、令和元年度市民意識調査では、ホームページを見たことがない人は54.4%に上り、依然として市民における市政への関心を高める必要があります。

2 第2期プランに必要なもの

第1期で主に取り組んだ新たな仕組みづくりや品質向上については効果が見られたため、継続して取り組みます。

さらに、第1期で見えてきた担当部署・職員間での温度差をなくし、全ての広聴・広報の質を高めること。そして、その質は市民の市政への関心を高めることができるだけのものでなければなりません。

それには、職員の意識向上が欠かせません。窓口や電話対応、文書、会合など、日々の職員と市

民のコミュニケーションは、すべて広報であり広聴です。全ての職員が行う、これらの質を高めるには全職員の意識改革が重要となってきます。

そして、その意識改革においては、市民側の受け取り方が多種多様に変化していることを意識する必要があります。新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う新たな生活様式をはじめ、さまざまなライフスタイルやニーズにより、画一的な手法は通用しなくなりました。それぞれのコミュニケーションツールの特性を踏まえ、市民それぞれのスタイルに合わせていく必要がでてきています。



そこで第2期では、職員一人一人が「市民の見方」を考えることによって、市民に寄り添う「市民の味方」となる「**市民のミカタ**」をテーマに意識改革を行っていきます。

第2期戦略テーマ 「市民のミカタ」とは

既存の紙媒体にスマホをはじめとするデジタルツールが加わり、情報を受け取り発信する媒体が、そして媒体に合わせた表現（絵文字、アニメーションなど）が多種多様となりました。それに伴って情報量が膨大となり、受け手が情報を取捨選択するようになってきました。

この媒体と表現の多様化や、受け取る情報の取捨選択により、年代や職種などで「市民の見方」が大きく異なるようになりました。

このことから、発信した内容がどこでどのように表示され、そのとき市民がどう感じるのか。それらを想像しなければ、その情報は伝わりません。

「市民の見方」を想像することで、市民の気持ちに寄り添った「市民の味方」になれば、話（広報）を聞いてくれ、話（広聴）をしてくれるようになり、ゆくゆくは協働してくれる。そんな信頼関係を築く一歩となります。

第2期では、「市民の見方」を強く意識して「市民の味方」となっていく「**市民のミカタ**」をテーマとして、次のとおり基本戦略を定めます。

市民の見方

- | | |
|-------------|-------------------------|
| ・ 高齢者の見方 | → 見やすい字 |
| ・ 子どもの見方 | → 分かりやすい言葉 |
| ・ 若者の見方 | → SNSを活用 |
| ・ 忙しい人の見方 | → 活字より動画 |
| ・ 働く人の見方 | → 平日より休日 |
| ・ 見えにくい人の見方 | → ユニバーサルカラー
点字・音声 など |



市民の味方



第2期 基本戦略

高知市がめざす社会を
市民との協働により実現していくためには、
市民がまちづくりに理解を深め、関心を持てるように
広聴・広報に努めていかななくてはなりません。

そのためには、広聴と広報を連携させ、
一方的に「伝える」のではなく「伝わる」ための取り組みが必要です。

第1期では、「伝わる」という大きな目標を掲げ、
仕組みづくりに取り組みました。

第2期では、職員一人一人が
「市民の見方」を意識して「市民の味方」となる
意識改革を重視します。

受け取った（伝えた）市民がどう感じるかを想像し、
市民の気持ちに寄り添って、市民の「ミカタ」を徹底的に考える

市民の「ミカタ」でもっと伝わる キャッチボール型広聴・広報

で、市民協働による「高知市型共生社会」と
「市民と行政のパートナーシップのまちづくり」をめざします。

第2期 高知市広聴広報戦略プランのイメージ



市民のミカタで 広聴



解決すべき課題

※「●」は新規事業、「○」はすでに実施している事業

- 市政への関心を高める
- 要望・提案等ができる機会の拡充

戦略事業

- 市長と語ろう会
- 出前講座
- 市民の声
- 市民ウェブモニター制度
- いつでも気軽に意見投稿できる仕組みづくり

市民のミカタで 広報



解決すべき課題

- インターネットや新たなメディアを活用した広報
- ターゲットごとに手段を絞った広報

戦略事業

- 広報「あかるいまち」の充実
- 高知市公式ホームページの充実
- SNSを活用した情報発信と情報共有
- 新たな広報媒体の発掘
- 動画広報の効果的な活用
- まちを好きになってもらう事業

市民のミカタに スキルアップ



解決すべき課題

- 「自分ごと」の広聴・広報とするための職員の意識改革
- ノウハウの充実とスキルの向上

戦略事業

- 広聴・広報活動の見える化
- 広聴広報担当者の役割の再検討
- 広聴・広報ノウハウの提供、マニュアルの充実



具体的な戦略事業

 : 検討

 : 実施

市民のミカタで 広聴

戦略事業① 市長と語ろう会

市の重要施策や事業について、市民が要望・提案等ができる機会を拡充し、市政に対する関心や理解度の向上を図るとともに、市民とのコミュニケーションの中で、各地域や世代・職業等による個別課題を共有し、市民と行政の協働によるまちづくりを推進していく。

概要	● 市長が、地域や各種団体・グループ等の元に出向き、市が設定した特定のテーマに沿って意見交換を行う。 ● 市民からいただいた要望・提案等については、できる限り市政に反映するとともに、その結果を公表していく。	
	継続実施、テーマ選定手法の改善、オンライン実施等の検討	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	

戦略事業② 出前講座

職員が直接出向いて市民に説明することにより、市の施策・事業等の周知と信頼関係の醸成を図る。

概要	● 各種市民グループ・団体からの要請に応じ、希望する講座の所管課職員が施策や事業について説明し、併せて意見交換等を行う。 ● 利用者へのアンケートを実施し、要望・提案等をできる限り市政に反映していく。	
	継続実施、より活用しやすくなるような工夫を検討	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	

戦略事業③ 市民の声

個別広聴機能の充実を図るとともに、市民からの要望・提案等を市政運営に活かしていくことで、市政に対する関心や理解度の向上をめざす。

概要	● 現状を整理し、より気軽に、簡単に利用できる運用へ改善するとともに、ガイドラインを作成し、庁内での統一的な運用を図る。 ● いただいた「市民の声」を庁内で共有し、公表することで市政運営に反映する。	
手法	継続実施、さらなる運用・公表方法の改善	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	

戦略事業④ 市民ウェブモニター制度

より短期間で簡単に市民の意識やニーズを把握し、市政に反映していく。また、インターネットを活用することで、若い世代へのアプローチ力を高め、市政への関心を高める。

概要	● 18歳以上を対象に、インターネットを利用した市政モニターを募集するとともに、庁内で市政モニター制度の活用について周知を図り、各課からの希望に応じてアンケート調査を実施する。 ● アンケート調査結果の集計・分析を行い、積極的に市政運営に活用していく。	
手法	継続実施、各課による効果的な活用方法の検討・周知	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	



：検討



：実施

New!

戦略事業⑤ いつでも気軽に意見投稿できる仕組みづくり

市民が、いつでも気軽に意見を投稿できる仕組みをつくることで、これまで拾うことができなかった層の意見を取り入れるとともに、市政への関心を持つきっかけを増やす。

概要	● Webなどを活用して、手間をかけず日常の延長で市に対して意見を投稿できる窓口づくりの仕組みを検討する。 ● その仕組みを、各課の制度や事業、イベントなどの広報時に設置することで、市民の目に触れ意見を投稿する機会の拡充を図る。	
手法	意見投稿窓口の仕組みづくり、各課のニーズ把握、効果的な設置箇所の検討	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	

市民のミカタで 広報

戦略事業① 広報「あかるいまち」の充実

広報「あかるいまち」をより充実させ、これまで以上に「読んでもらえる広報紙」をめざしていくことにより、市政に関する情報をより多くの市民に、より分かりやすく伝え、市政への関心や理解度の向上を図る。

概要	● 掲載する記事の内容やデザイン、構成等の見直しを行い、見やすさ、読みやすさ、分かりやすさの向上を図る。 ● 編集技術の向上や作業の効率化等に向けた手法、市民のニーズや意見を把握して紙面作成に反映していく仕組みづくり等について検討を行い、実施可能なものから取り組んでいく。	
手法	継続実施、既存のコンテンツの整理と活用方法の検討、新規コンテンツの検討	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	

戦略事業② 高知市公式ホームページの充実

市政情報がより多くの市民に確実に伝わるよう、より機能的で、幅広く活用されるホームページへのリニューアルをめざす。

概要	● 検索・閲覧しやすく、より利便性の高いホームページとなるよう、関係各課が連携し、ホームページの更新に取り組む。 ● 現在のホームページの活用状況等について検証し、課題を整理するとともに、運営方法や体制を見直し、情報の鮮度を高める。	
手法	継続実施、さらなる利便性・掲載情報の質を向上させる仕組みづくり	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	



：検討



：実施

戦略事業③ SNSを活用した情報発信と情報共有

若年層への情報提供機会を拡充するとともに、双方向のコミュニケーションによる市政情報の提供により、市民の市政に対する関心や理解度の向上を図る。

概要	● SNS運用マニュアルを作成し、適正な運用を実施する。 ● 現在運用していない媒体による情報発信について研究し、即時性が必要で双方向性が有効なものは実施を検討するなど、広報力の強化を図る。	
	手法 既存SNSアカウントの整理、新たなSNSの導入検討	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	

戦略事業④ 新たな広報媒体の発掘

新たな媒体を発掘し、市民への情報提供機会の拡充と広報力の強化を図るとともに、情報提供のターゲットを絞ることにより、伝えたい対象者に的確に情報を伝える。

概要	● 転入者・子育て世代・高齢者など、ターゲットを絞った広報の発行について、関係課と連携し検討していく。 ● 新たな広報媒体の活用について研究・検討する。	
	手法 庁内外のニーズ把握、新たな媒体の研究	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	



：検討



：実施

New !

戦略事業⑤ 動画広報の効果的な活用

既存の動画コンテンツを整理し、効果的な活用を検討するとともに、訴求力の高い動画という手段を使った新たなコンテンツにより、市政への関心を高める。

概要	● 従来のテレビ広報や、YouTube「高知市動画チャンネル」の各コンテンツなどを整理し、戦略的かつ効果的な活用を検討する。 ● 新たな動画コンテンツにより市政への関心の向上を図る。	
手法	既存のコンテンツの整理と活用方法の検討、新規コンテンツの検討	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	

New !

戦略事業⑥ まちを好きになってもらう事業

高知市の魅力を県内外、特に市民に向けて発信。高知市をもっと好きになってもらい、住み続けたい（または住んでみたい）と思えるまちをめざす。

概要	● SNSなどを活用した市民参加型の、身近な高知市の魅力を再発見していく事業を検討する。 ● 身近な魅力探しを通じて、地域について深く知ってもらうことで市政への関心を高める。	
手法	具体的な手法の検討	
年次目標	令和2年度	
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	 

市民のミカタへ スキルアップ

New!

戦略事業① 広聴・広報活動の見える化

高知市全体の広聴・広報を戦略的に進めるために、各課が重点的に行う広聴・広報活動の情報を集約して見える化を図る。

概要	- 効果的なアドバイスやノウハウの提供を行うために、各課が行う広聴・広報活動を広聴広報課と各課自らが把握する。 - 見える化で判明した課題の対策としてアドバイス等を行うとともに、全庁的に行う広聴・広報活動や、事業同士の効果的な連携を検討する。 - 見える化で整理された広聴・広報活動計画を実行段階でも各課で活用する。	
	報告書様式などの見える化手法、課題への対策や効果的な利用方法の検討	
年次目標	令和2年度	 
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	

戦略事業② 広聴広報担当者の役割の再検討

広聴・広報に関する全庁的な情報共有や共通認識の浸透、職員の意識啓発・技術向上を図る。

概要	- 広聴・広報機能強化の牽引役として、広聴広報活動の実務担当者を「広聴広報担当者」として各課に配置する。 - 実務担当者同士であることを活かし、各自の持つノウハウの横展開や、効果的な意識啓発手法の検討などを行う。	
	実務担当者の配置	
年次目標	令和2年度	 
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	

↓：検討

↓：実施

New!

戦略事業③ 広聴・広報ノウハウの提供・マニュアルの充実

第1期プランの各事業の中で、広聴広報課に蓄積されたノウハウを各担当部署に伝えることで高知市全体の広聴・広報スキルアップを図る。

概要	● 施設見学会やマスメディアへの情報提供などの経験から、各担当部署にも共通する内容を抜き出し、パターン化された流用可能なノウハウを提供する。 ● これまで作成したマニュアルを体系的に整理し、不十分な分野のマニュアルを作成する。また、動画マニュアルなどの「見てもらえる工夫」がされた新たなマニュアル手法を検討する。	
手法	ノウハウ提供手法の検討、マニュアルの整理・作成、研修の実施	
年次目標	令和2年度	↓ ↓
	令和3年度	
	令和4年度	
	令和5年度	



市民の「ミカタ」でもっと伝わる

キャッチボール型広聴・広報が 高知市を変える

第2期 高知市広聴広報戦略プラン 2020年度～2023年度

2020（令和2）年10月発行

■ 発行 高知市 総務部 市長公室 広聴広報課

高知市ホームページ▶
<https://www.city.kochi.kochi.jp/>





第2期 高知市広聴広報戦略プラン

2020年度～2023年度

市民の「ミカタ」でもっと伝わる

「キャッチボール型広聴・広報が
高知市を変える」

