

第3期高知市広聴広報戦略プランの概要



① 目的

社会情勢の変化や市民ニーズが多様化・複雑化する中、何のために市民の声を聴き、どのようにすれば伝わる情報を届けることができるのかなどを職員一人ひとりが考え、それぞれに適したアプローチを実践していくために「高知市広聴広報戦略プラン」を策定し、組織全体として戦略的な広聴・広報の取組を展開するもの。

社会情勢

- ◆目まぐるしく変化する社会情勢
- ◆急速なデジタル化
- ◆多様化する市民ニーズ

現状と課題

- ◆市民に伝わらない「アライゼロ広報」
- ◆「デジタル活用」への苦手意識
- ◆職員のスキルのバラつき

② 第3期戦略プランの方向性

第1・2期戦略プランの考え方を継承しつつ、国の動向や社会情勢の変化に素早く対応していくために、事業対象者に対して戦略的なアプローチを行うための「①ターゲティング戦略」、より「伝わる」ための広報力のスキルアップを図る「②アライゼロ戦略」、複数のデジタルメディアを効果的に活用し、幅広い世代に対して迅速にアプローチするための「③デジタル戦略」を基本の柱として、様々な広聴・広報活動を展開するとともに、「全職員が広聴広報担当者」としての意識の醸成を図っていく。

第3期（R6～10） もっと「伝わる」3つの戦略でSTEP UP

- 戦略① ターゲティング戦略
- 戦略② アライゼロ戦略
- 戦略③ デジタル戦略

全職員が
広聴広報担当者

●計画期間は「第3期高知市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を補完するものとし、令和6～10年度の5カ年計画とする。

第2期（R2～5）

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

職員一人ひとりが「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する。また、新たな広報媒体の発掘やまちを好きになってもらう取組（高知市PR大使）も導入。

第1期（H28～R1）

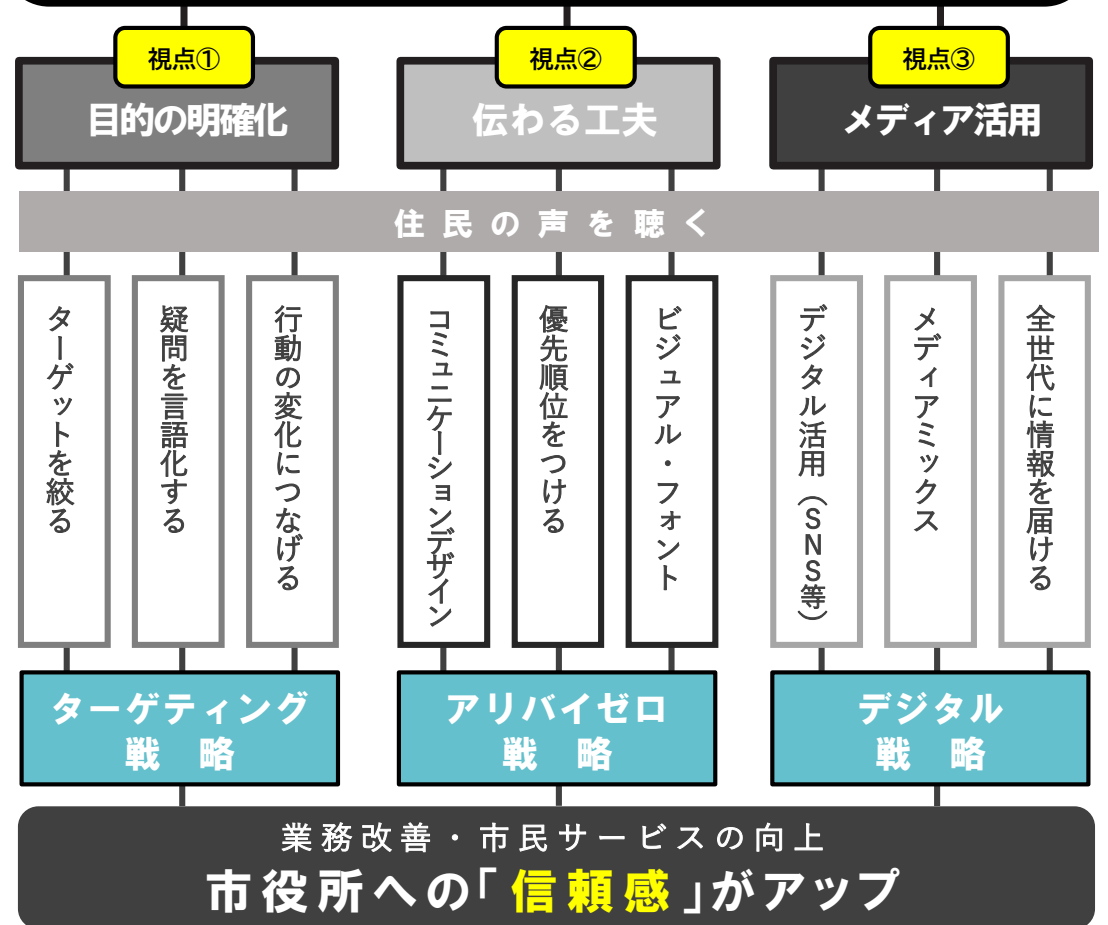
「伝える」から「伝わる」へ
キャッチボール型広聴・広報

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」ための仕組みづくりを展開する。平成29年度からは広聴広報の専門部署となる「広聴広報課」を設置。

③ 戦略プランを推進する3つの視点

第3期戦略プランの基本の柱「ターゲティング戦略」「アライゼロ戦略」「デジタル戦略」を効果的に展開していくために、「目的の明確化」「伝わる工夫」「メディア活用」の3つの視点を意識して取り組んでいく。

全職員が広聴広報担当者



〈参考〉 広聴広報の主な取組

広聴戦略

- 出前講座
- 市民ウェブモニター
- 広聴広報推進委員会
- 市長と語る会
- 市民の声

- 広報「あかるいまち」の充実
〈広聴〉紙面アンケート
〈広報〉伝わる紙面づくり
- LINE公式アカウントの運用
〈広聴〉道路異常・災害等の通報機能
〈広報〉ニーズに合わせたセグメント配信

- 市長定例記者会見
- SNSを活用した情報発信
(Instagramなど)
- 高知市PR大使
- 動画広報

広報戦略

組織戦略

- 広聴広報担当者の配置
- 広聴広報研修の実施
(担当者向け)
- 広聴広報活動支援
(アドバイス・機材貸出)

今後の検討

- 広報「あかるいまち」紙面アンケートの可視化
- デジタル化の推進
(高知市公式ホームページのリニューアル等)
- 新たな広報媒体の発掘
- 全職員の広聴広報力の強化