

「伝える」から「伝わる」へ

キャッチボール型広聴・広報が
高知市を変える

関心

情報
共有

相互
理解

市民
参画



高知市広聴広報戦略プラン

2016年度～2019年度

「伝える」から「伝わる」へ

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
pen 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
nformation Blue
(広報担当)



CONTENTS

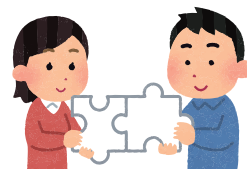
I	はじめに	04～05
	<ol style="list-style-type: none"> 「広聴」とは？ 「広報」とは？ 戦略プラン策定の目的 戦略プランの進行管理 	
II	本市の広聴・広報を取り巻く状況	06～07
	<ol style="list-style-type: none"> 多様化する市民ニーズ まちづくりへの課題の変化 多様化する広聴・広報手段 危機事象発生時への備え 	
III	本市の広聴・広報の現状	08～12
	<ol style="list-style-type: none"> 広聴・広報に関する事業の実施状況 広聴・広報の取り組みに対する市民意識 	
IV	本市の広聴・広報の課題	13～16
	<ol style="list-style-type: none"> 広聴に関する課題 広報に関する課題 組織・体制に関する課題 	
V	基本戦略	17～19
	<p>基本戦略① キャッチボールで伝わる「広聴」</p> <p>基本戦略② キャッチボールで伝わる「広報」</p> <p>基本戦略③ キャッチボールで伝わる「組織・体制」</p> <p>高知市広聴広報戦略プランのイメージ</p>	
VI	具体的な戦略事業	20～29
	<p>基本戦略① キャッチボールで伝わる「広聴」</p> <p>基本戦略② キャッチボールで伝わる「広報」</p> <p>基本戦略③ キャッチボールで伝わる「組織・体制」</p> <p>戦略事業の年次目標（一覧）</p>	



はじめに

1 「広聴」とは？ 「広報」とは？

一般的に「広聴」とは、「行政機関による、国民または住民の行政に対する意見・要望の収集活動」としてとされています。また「広報」とは、「広く知らせること、また、その知らせ」とされています（『広辞苑 第6版』より）。



市政において「広聴」は、市政への提案や要望、苦情、相談など、市民からのさまざまな意見や情報に耳を傾け、市民の立場になって考え、その真意を理解することであり、「広報」は、市民が必要としている行政情報や事業内容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。

本市では「広聴・広報」を、市民と行政のパートナーシップの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、不可欠な行政活動であるといえます。

また、市民の「知る権利」と「市政へ参画する権利」を保障するために、広聴・広報活動の充実が市の責務です。市が保有する情報は市民の情報であるという認識のもと、事業進行と連動した適切なタイミングで積極的に情報を発信するとともに、それに対する市民の意見を広く聴取し、事業に反映させていくことが必要となります。

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もち、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。

高知市行政情報公開条例

（実施機関の責務）

第3条第1項 実施機関は、この条例の目的を達成するため、請求に基づき行政情報を公開するとともに、情報提供その他の施策を充実し、総合的な情報公開の推進を図ることにより、市の有するその諸活動を説明する責務を全うするよう努めなければならない。

（情報提供その他の施策の推進）

第25条 市は、第2章に定める行政情報の公開のほか、市政に関する正確で分かりやすい情報を市民が迅速かつ容易に得られるよう、適切な情報の提供を図るとともに、情報提供施策及び情報公表施策の充実を努めなければならない。

2 戦略プラン策定の目的

近年、本市を取り巻く社会状況は大きく変化しています。少子高齢化や核家族化の進展とともに、市民のライフスタイルの多様化が進み、市政に対する市民ニーズやまちづくりにおける課題の多様化も同様に進んでいます。

また、情報通信技術（ICT）の発展に伴い、市民がさまざまな情報媒体を活用する時代となったことから、行政に求められる広聴・広報の在り方も変化してきており、各自治体ではさまざまな取り組みが行われています。

このような状況を踏まえて、本市においても、市民と行政が市政の情報や課題を共有しながら相互理解を深めるとともに、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、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。

計 画 期 間

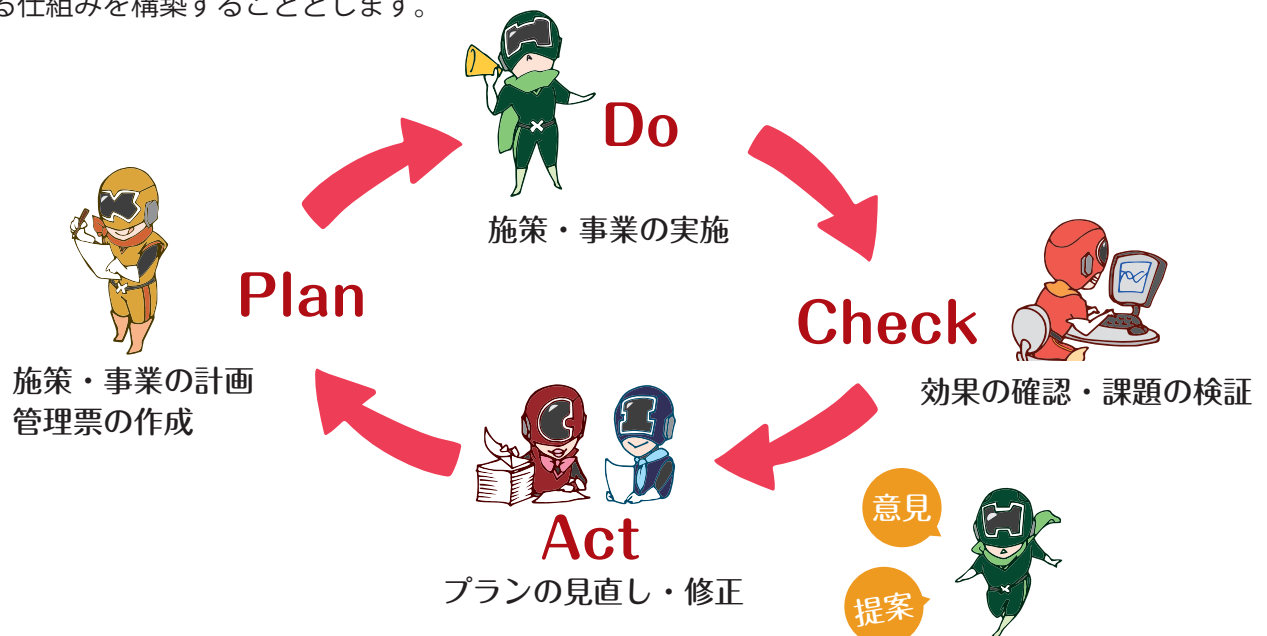
2016(平成28)年度～2019(平成31)年度

3 戦略プランの進行管理

戦略的な広聴・広報の展開には、プランの進行管理が大切です。

着実に広聴・広報の取り組みを進めていくために、進行管理に際しては本プラン（Plan）に基づいて、各事業ごとに管理票を作成し実施（Do）するとともに、実施した事業の効果を定期的に確認・検証（Check）し、必要に応じて見直し・修正（Act）を図っていきます。

また、より効果的な事業展開を図るため、市民から意見・提案等を取り入れ、プラン見直しに反映させる仕組みを構築することとします。



本市の広聴・広報を 取り巻く状況

1 多様化する市民ニーズ

少子高齢化やグローバル化などの社会環境の変化とともに、市民生活の中でもさまざまなライフスタイルやワークスタイルが生まれており、個々の市民の意識やニーズが多様化しています。こうした中、従来までの画一化された手段や方法だけでは、多様な市民ニーズへの対応が困難となってきており、必要な情報を必要な人に確実に届けるための広聴・広報の仕組みづくりの必要性が高まっています。

また、高齢者や本市の将来を担う若者など、幅広い世代のまちづくりへの参画推進のためにも、明りょうで分かりやすく、より親しみやすい情報提供の重要性が増しています。



2 まちづくりへの課題の変化

地方分権が進み、全国的に「地域のことは地域で考える」という意識が広がりつつある中、これまでの行政主導から、市民と行政の協働による地域の独自性を活かしたまちづくりが一層重要となっています。

市街地や中山間地域、田園地域、沿岸地域といった多様な地域特性を有する本市でも、各地域において、それぞれ固有のまちづくりへの課題対応が必要となっており、市民と行政の信頼関係の醸成や良好なコミュニケーションの形成のための有効手段として、市民と行政をつなぐ「架け橋」となる広聴・広報の必要性が高まっています。

また、今後も進展する少子高齢化や人口減少問題を見据えたとき、持続可能な行財政運営のためには、市民サービスの選択と集中が必要となることが考えられます。そうした中において、市民の理解と協力を得ながら、限られた資源の中で最大限の市民サービスを提供するために、広聴・広報の果たす役割は極めて大きくなっています。



3 多様化する広聴・広報手段

情報通信技術（ICT）産業の発展に伴い、従来の携帯電話に代わってスマートフォンが急速に普及しています。また、フェイスブックやツイッターなど「SNS」(*)といわれる拡散性や双方向性のあるサービスを活用して情報収集や情報発信を行う人々も増えています。

本市においても、広聴・広報の新たな手段として、こうした新たなメディアに対応する必要性が高まっています。また、膨大な情報量の中にあっても埋もれない、関心を持たれる広聴・広報の手段を検討・研究する必要性も高まっています。

※「SNS」とは？

「SNS」は、「ソーシャル・ネットワーキング・サービス (social networking service)」を略したものです。

インターネット上の会員制サービスの一種。友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や、新たな人間関係を構築するための場を提供する（『広辞苑 第6版』より）。



4 危機事象発生時への備え

近年、広報活動の役割の一つとして、「危機事象発生時における危機管理情報の収集と発信」の機能が重要視されてきています。

本市においては、大きな被害が生じると想定されている南海トラフ地震が、近い将来必ず発生するとされていることから、市民が揺れや津波から身を守ることができるように、平常時から防災に関する情報提供や情報共有に取り組んでいくことが大切です。また、災害発生時には、被害の抑止や拡大防止に向けて、正確な情報をより迅速に収集することや、市民が必要としている情報を確実に届ける仕組みを構築していくことも重要になります。

さらに、本市の組織内部で事件や事故が発生した場合などにおいても、市民の行政に対する信頼を損ねることがないように、記者会見や記者発表（レクチャー）を実施し、適時・適切な情報開示を行うとともに、今後の方策等をしっかりと示すなど、市民に対する説明責任を果たすことが求められています。



本市の 広聴・広報の現状

1 広聴・広報に関する事業の実施状況

(平成28年4月現在)

1 広聴に関する主な事業

事業	内容	所管課
出前講座等	職員が市民等の元に向いて制度説明や意見交換等を行う事業	各所管課
市民意見提出制度 (パブリック・コメント)	高知市の基本的な政策の策定に当たって、事前に内容を公表して意見を募り、政策に反映させる制度	行政改革推進課
市民意識調査	不特定の市民へのアンケート調査	総合政策課
市民相談業務	職員による市政への要望・意見等の受付（市民の声・ダイレクトアタック・電話や来課での対応）	市民生活課
法律相談業務	専門家による法律相談の実施	市民生活課

2 広報に関する主な事業

事業	内容	所管課
高知市広報紙	広報「あかるいまち」(広報紙・メール版・点字版・録音版・アプリ版)の発行	秘書広報課
広報番組	レギュラー番組「Kochi on TV!」(高知ケーブルテレビ)・特別番組の放送	秘書広報課
ホームページ・フェイスブック	高知市公式ホームページ・公式フェイスブックの運営管理	情報政策課
市民便利帳	NTTタウンページへの市の窓口情報等の掲載	秘書広報課
コールセンター等	高知市コールセンター・FAQ・庁舎総合案内の運営管理	総務課
市政記者対応	市政記者室の運営、取材依頼・情報提供の実施	秘書広報課
記者会見	定例記者会見(年4回)・特別記者会見(随時)	秘書広報課
高知市の概要(市勢要覧)	「高知市の概要」の作成・発行	秘書広報課
職員向けの広報	庁内放送及び「職員だより」による職員に対する広報の実施	秘書広報課
広報マニュアル・研修等	「市民案内の手引き」「パブリシティ早分かりマニュアル」の発行	総務課 秘書広報課

2 広聴・広報の取り組みに対する市民意識

(平成27年度市民意識調査結果より)

1 市政に対する要望・意見の提出方法

● 「市政について要望や意見があるとき」の市民の行動としては、「何もしない」(50.6%)が最も多く、市民の要望や意見の約半数は市に届いていないという結果となっています。

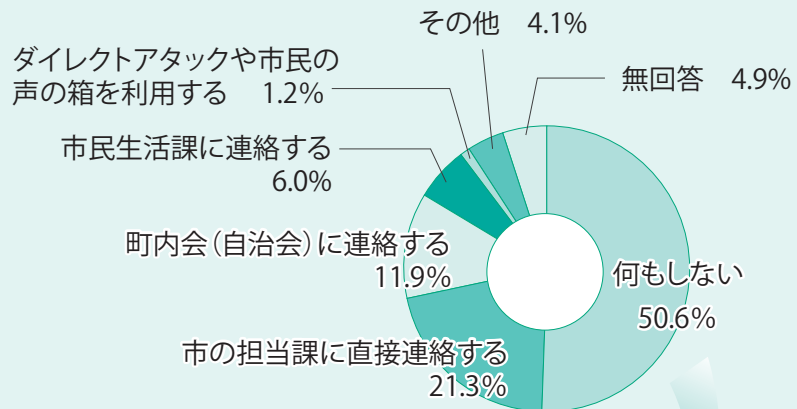


● 「市政について要望や意見があるとき」に「何もしない」市民の割合は、年代が低いほど高くなる傾向が見られ、20歳代では74.9%と非常に高くなっていることから、若年層を中心とした何らかのアプローチの必要性が考えられます。

● 市民が市に対し、要望や意見を伝えるための具体的な行動としては、割合の高いものから順に「市の担当課に直接連絡する」(21.3%)、「町内会(自治会)に連絡する」(11.9%)、「市民生活課(市民相談担当)に連絡する」(6.0%)、「ダイレクトアタックや市民の声の箱を利用する」(1.2%)となっており、本市の広聴機関及び広聴制度の利用が少ない状況となっています。

Q

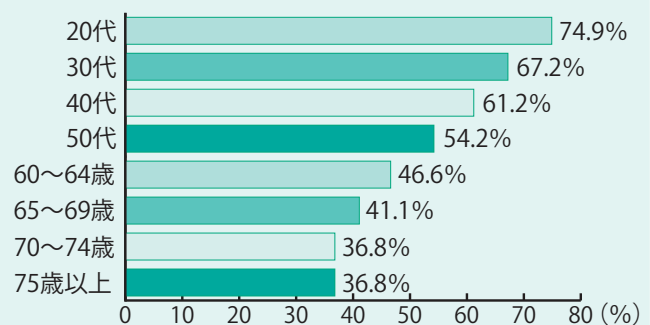
市政について要望や意見があるときの主な行動は？



Q

市政への要望や意見はあるが、「何もしない」市民の年代別の割合は？

年代別



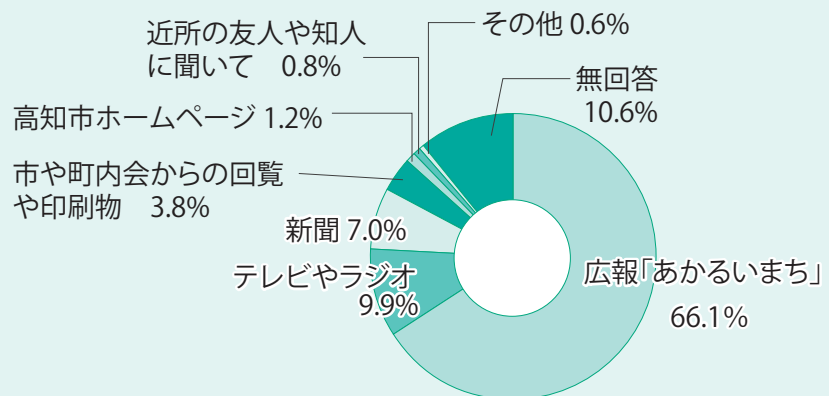
2 市政に関する情報入手の方法

● 「市役所の仕事や行事などを、主に何で知ることが多いですか」という質問では、広報「あかるいまち」の回答割合が66.1%と最も高くなっており、広報「あかるいまち」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「あかるいまち」に次いで、「テレビやラジオ」(9.9%)、「新聞」(7.0%)の割合が高く、市の情報提供にマスコミを介した情報発信が一定の役割を果たしていることが分かります。

Q

市役所の仕事や行事などを知る主な手段は？



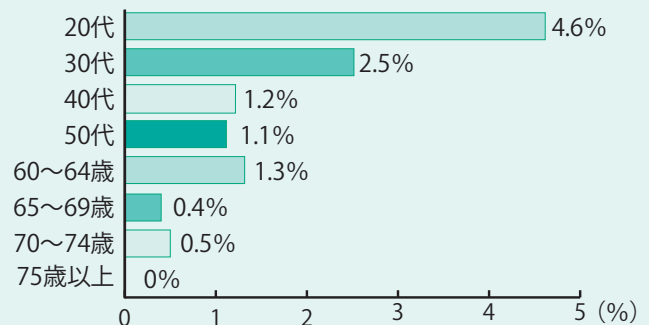
● 情報の入手手段として「市のホームページ」と回答した割合は、全体でわずか1.2%であり、年代別で最も割合の高い20歳代でも4.6%となっていることから、市のホームページは市民への情報発信手段として十分な役割を果たしているとはいえない状況です。

● 年齢が高くなるにつれ、ホームページを活用している市民の割合は低くなる傾向があり、65歳以上では1%に満たなくなっています。

Q

ホームページで市の仕事や行事を知る市民の割合は？

年代別

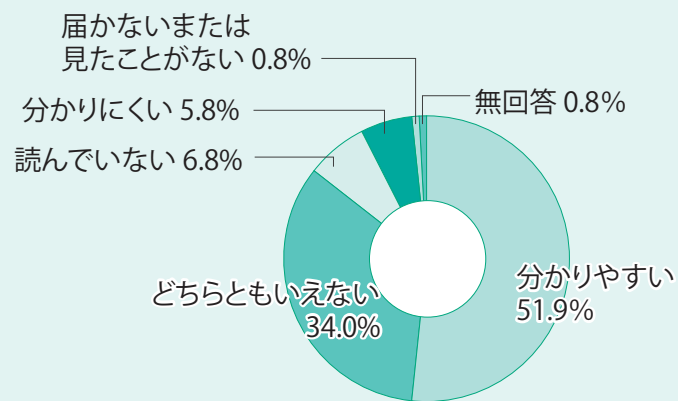


3 広報「あかるいまち」に対する市民の評価

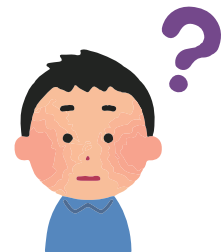
● 広報「あかるいまち」の情報の分かりやすさに関しては、約半数の市民が「情報が分かりやすく掲載されている」(51.9%)と回答しています。一方で、「内容が分かりにくい」(5.8%)、「読んでいない」(6.8%)との回答もあり、これらを合わせると、全体の1割程度の市民が広報「あかるいまち」に不満を持っているか、関心がないといった状況であるといえます。

Q

広報「あかるいまち」には、情報が分かりやすく掲載されているか？



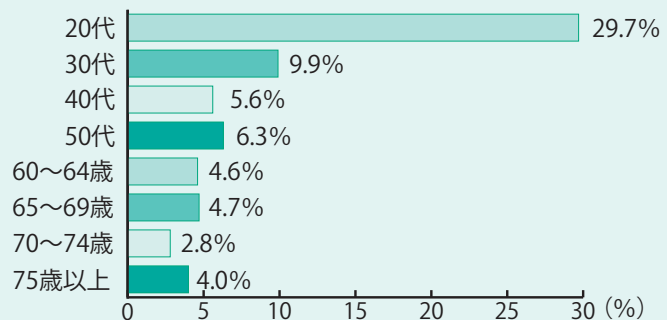
● 広報「あかるいまち」を「読んでいない」と回答した市民の割合は、20歳代が最も多く29.7%となっています。その他の年代の当該回答割合は10%以下であり、20歳代が突出している状況であることから、広報「あかるいまち」には若い世代への訴求力が不足しているといった可能性が考えられます。



Q

広報「あかるいまち」を読んでいない市民の割合は？

年代別

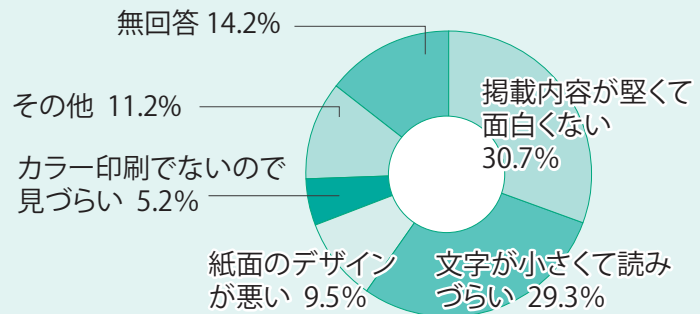


● 広報「あかるいまち」の掲載情報について、「分かりにくい」または「どちらともいえない」と回答した理由としては、「掲載内容が堅くて面白くない」(30.7%)の割合が最も高くなっています。また、「文字が小さくて読みづらい」(29.3%)、「紙面のデザインが悪い」(9.5%)、「カラー印刷でないので見づらい」(5.2%)と、デザイン面を指摘する割合も高くなっています。



Q

広報「あかるいまち」の「掲載内容が分かりにくい」または「どちらともいえない」理由は？



市民と行政との間に距離がある!?

もしかして市民に情報が届いていない!?



本市の 広聴・広報の課題

1 広聴に関する課題

① 市政への関心を高める

平成27年度市民意識調査結果によると、市政に対する要望・提案があっても「何もしない」と回答した市民の割合は約半数を占めています。また、20歳代では74.9%の方が「何もしない」と回答しており、その背景として市政への関心の低さがうかがえます。

市では現在、市民から寄せられた要望や提案等について、どのように市政に反映させたかを公表する仕組みを有していません。市民が市政に対して関心を持ち、市民と行政の協働によるまちづくりをより一層推進するためには、共に考えるための情報共有と、市民の要望や提案を市政に反映させる仕組みづくりが必要です。

市民と行政がそれぞれ一方通行の関係にならないよう、市が保有する重点施策やそれに伴う事業展開、予算展望など、さまざまな行政情報について市民に分かりやすく広報するとともに、意見交換等の対話型の広聴に取り組み、市民と行政が情報を共有しながら本市のまちづくりを進めていく必要があります。

② 要望・提案等ができる機会の拡充

現在、本市の広聴活動は、個別的な要望や困りごとなどの相談対応が中心となっており、市民が本市の施策や事業を知り、それらについて要望・提案等ができる機会が少ない状況です。

若い世代も含め、市民が市や市政に対して興味や関心を持ち、まちづくりへの参画をより身近なものとして捉えることができるよう、広聴活動の拡充を図り、市政に対して誰もが気軽に要望・提案等ができる機会を充実させていくことが大切です。



2 広報に関する課題

1 市民目線で伝わる広報

市の政策や事業など、正確に伝えようとするあまり、必要以上に詳しい情報を提供したり、根拠法令をそのまま使用したりする事例が見受けられます。しかし、情報量が多く、内容が難しくなり過ぎて、それでは逆にうまく伝わらない場合があります。

伝えたい情報を確実に伝えるための広報活動は、情報を発信する側の思いだけでは成立しません。日頃から、情報を受け取る市民の目線で、その情報がどのように受け止められるかということについて強く意識することが重要です。

併せて、広報する表現についても難しい行政用語や専門用語、社会的に定着していない言葉はできるだけ避け、どうしても使用する場合には注釈や説明を加えるなど、全ての市民に分かりやすい広報を心掛けることが大切です。

2 広報「あかるいまち」の充実

平成27年度市民意識調査結果によると、市民の市政に関する情報入手手段として、最も主要なものは広報「あかるいまち」となっています。

広報「あかるいまち」に対しては、51.9%の市民が「情報が分かりやすく掲載されている」と答えています。一方、5.8%の市民が「内容が分かりにくい」と回答しています。「内容が分かりにくい」理由としては、「掲載内容が堅くて面白くない」(30.7%)と回答した方の割合が多いことから、掲載内容については、本市が伝えたい「お知らせ型」広報に加えて、「市民が知りたい」ニーズを意識した視点からの紙面づくりが必要であると考えられます。

また、デザイン面では、若い世代から高齢者まで、より分かりやすく見やすい広報紙となるよう、紙面のカラー化やデザインの見直し、効果的な写真の配置など、さらに多くの人に「読んでもらえる広報紙」をめざした取り組みを進める必要があります。



3 パブリシティ(報道機関への情報提供)の積極活用

より新鮮な情報を市民にいち早く伝えるための手段として、マスコミを活用したパブリシティ(報道機関への情報提供)は非常に効果的です。

マスコミとの関係に関しては、「市にとって都合の悪い情報は提供したくない」「情報開示に伴い苦情がくるのではないかなど、マイナス面を恐れて消極的になりがちですが、そうした職員の意識改



革を図り、市の施策などを広くPRしていく必要があります。

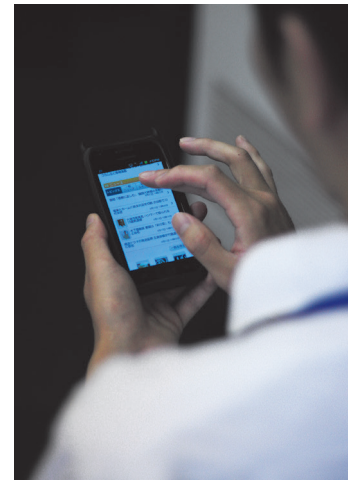
また、取材依頼や情報提供に当たっては、マスコミの目を引く、取材をしたいと思ってもらえるような内容にすることが重要です。取材依頼の様式や表現方法等についての見直しを図るほか、市のトップから本市の重要施策やめざす方向性について積極的に発信するなど、マスコミの情報発信力を最大限に活用しながら、市民との情報共有を推進していく必要があります。



4 インターネットや新たなメディアを活用した広報

インターネットを使った広報は、紙の広報に比べて運用コストが低く、即時性や利便性を兼ね備えています。しかしその一方で、インターネット上には多くの情報が流通しており、目的の情報にたどり着かないといった懸念もあります。

平成27年度市民意識調査結果によると、市民の情報入手手段として市のホームページの活用割合は全体の1.2%と低い状況です。本市のホームページには「見づらい」「検索しづらい」「欲しい情報が掲載されていない」「リンクが切れている」「紋切り型で独自性の無いページが多い」といった指摘があり、これらは部局間で掲載内容や更新頻度、タイトルなどにばらつきがあり、運用面が庁内で統一されていないことが要因として考えられます。知りたい情報を市民が確実に入手できるよう、インターネットのメリットをうまく活かしながら、より利用しやすいホームページの環境を整備していくことが重要です。



さらに、スマートフォンなど携帯型の情報端末の普及が急速に進んでいることから、即時性が必要で双方向性が有効とされる情報については、フェイスブックなどのコミュニケーション型の広報手段やアプリの活用なども積極的に検討していく必要があります。

5 ターゲットと手段を絞った広報

広報活動は、その手法により、効果に大きな差が生じます。広報紙をはじめ、ホームページ、テレビ・ラジオ番組、ソーシャルメディアなど、広報媒体にはさまざまな種類があり、それぞれに特性があります。それらを理解し、発信する内容の受け手（ターゲット）に適した媒体を選択することが、広報効果をより一層高めることにつながります。

また、伝えたい相手に情報を届けるために、新しい広報媒体の検討も必要になります。広報の目的とターゲットを意識し、常に受け手側の立場に立って適切な広報手段を選択するとともに、効果を分析し改善を図るなど、目的に応じた広報媒体の選定と効果の検証を戦略的に実施していく必要があります。

3 組織・体制に関する課題

1 広聴・広報機能を担う組織・体制の強化

一般的に、広聴と広報はどちらか一方だけでは十分機能しない「車の両輪」として例えられています。しかしながら本市では現在、広聴部門と広報部門でそれぞれ部局が異なっていることなどから、広聴事業及び広報事業の連携と効果の検証が十分とはいえない状況です。



現在の広聴所管課である市民協働部市民生活課、広報所管課である総務部秘書広報課、さらに情報公開の窓口である総務部総務課内情報公開センター等も含めて、広聴と広報を一体的にとらえ、それぞれの位置付けや在り方を再検討することにより、より効果的な情報発信と情報共有を図るとともに、市民、職員それぞれにとって分かりやすい組織体制を構築することが必要であるといえます。

また、災害や事件・事故など、危機事象発生時における情報提供の在り方や、市民からの要望・提案等を施策に反映していくための仕組みづくりなどについても、広聴・広報推進の視点から検討していく必要があります。

2 広聴・広報に対する職員の意識とスキルの向上

社会の制度や仕組みが目まぐるしく変わる中、職員の日々の業務量が増加し、情報提供の重要性に対する認識が希薄になったり、新たな情報提供手段等に対する知識や技術が不足したりしがちです。また、広聴・広報の機能は、広聴・広報の所管課だけが担うものと考えてしまいがちです。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す。

研修等を通じて、職員一人一人が広聴・広報の重要性や必要性について理解を深め、市政における重要な取り組みを担う職員であるという意識を向上させるとともに、新たなメディアへの対応や、本市ならではの取り組みへの挑戦など、広聴・広報に関する職員のスキル向上を図っていく必要があります。

併せて、各部局において広聴・広報の取り組みをリードする指導的役割を担う職員の育成も必要になります。



基本戦略

めざすべき「市民と行政のパートナーシップのまちづくり」を
市民との協働により実現していくためには、
「関心」「情報共有」「相互理解」「市民参画」が必要不可欠です。
市民が市政に理解を深め、まちづくりに関心を持つことができるように
市は広聴・広報に努めていかななくてはなりません。

広聴で大切なことは**「誰でも」「気軽に」「簡単に」**、
広報で大切なことは**「タイムリーで」「分かりやすく」「手に入れやすい」**。
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が必要です。

市民と行政が、問題意識や将来展望を共有し、
共に考え、コミュニケーションを深めていくために、
今後の広聴・広報の進むべき方向は
市民と行政が投げ合い受け取り合う
双方向の情報のキャッチボール。

「伝える」から「伝わる」へ キャッチボール型広聴・広報

をめざし、広聴と広報を一つのサイクルとして連携させ
「伝わる」ための広聴・広報戦略を展開していきます。



基本戦略① キャッチボールで伝わる「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
- 市政モニター制度（インターネット）
- 施設見学会
- 広聴キャンペーン



基本戦略② キャッチボールで伝わる「広報」

！ 解決すべき課題

- 市民目線で伝わる広報
- 広報「あかるいまち」の充実
- パブリシティ（報道機関への情報提供）の積極活用
- インターネットや新たなメディアを活用した広報
- ターゲットと手段を絞った広報

戦略事業

- 広報「あかるいまち」の充実
- 市長定例記者会見の充実
- パブリシティ（報道機関への情報提供）の充実
- 高知市公式ホームページの充実
- SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用した情報発信と情報共有
- 新たな広報媒体の発掘
- シティプロモーション（高知市の魅力発信）

基本戦略③ キャッチボールで伝わる「組織・体制」

！ 解決すべき課題

- 広聴・広報機能を担う組織・体制の強化
- 広聴・広報に対する職員の意識とスキルの向上

戦略事業

- 広聴・広報専門部署の設置
- 広聴広報担当者の配置
- 職員の意識啓発とスキル向上
- 危機事象発生時の広聴・広報の仕組みの構築

高知市広聴広報戦略プランのイメージ

「伝える」から「伝わる」へ
キャッチボール型広聴・広報戦略

市民と行政の パートナーシップのまちづくり



具体的な戦略事業

基本戦略① キャッチボールで伝わる「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	<ul style="list-style-type: none"> ● 市長及び幹部職員が、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。 							
	年次目標	<table border="1"> <tr> <td>平成28年度</td> <td>具体的な手法の検討</td> </tr> <tr> <td>平成29年度</td> <td>実施</td> </tr> <tr> <td>平成30年度</td> <td rowspan="2" style="text-align: center;">↓</td> </tr> <tr> <td>平成31年度</td> </tr> </table>	平成28年度	具体的な手法の検討	平成29年度	実施	平成30年度	↓
平成28年度	具体的な手法の検討							
平成29年度	実施							
平成30年度	↓							
平成31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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 出前講座を分野別に取りまとめた一覧を作成し、市の施設等での配布やホームページに掲載することにより認知度の向上を図るとともに、申請窓口を一本化するなど、市民がより分かりやすく、利用しやすい仕組みを再構築する。 ● 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。 							
	年次目標	<table border="1"> <tr> <td>平成28年度</td> <td>各課の実施状況の把握 出前講座実施要綱の制定 申込書・実施報告書等の様式作成</td> </tr> <tr> <td>平成29年度</td> <td>実施講座一覧を公開</td> </tr> <tr> <td>平成30年度</td> <td rowspan="2" style="text-align: center;">↓</td> </tr> <tr> <td>平成31年度</td> </tr> </table>	平成28年度	各課の実施状況の把握 出前講座実施要綱の制定 申込書・実施報告書等の様式作成	平成29年度	実施講座一覧を公開	平成30年度	↓
平成28年度	各課の実施状況の把握 出前講座実施要綱の制定 申込書・実施報告書等の様式作成							
平成29年度	実施講座一覧を公開							
平成30年度	↓							
平成31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	<ul style="list-style-type: none"> ● 「市民の声」の現状や課題について整理・検討し、市民がより気軽に、簡単に利用できるよう運用方法を改善するとともに、ガイドラインを作成し、庁内での統一的な運用を図る。 ● 市民からいただいた「市民の声」を庁内で情報共有し、さらに分類・分析等を行うことにより、市政運営に反映していく仕組みを構築する。 	
	平成28年度	市民の声とダイレクトアタックの一元化
年次目標	平成29年度	運用方法の改善に向けた検討 ガイドラインの作成・周知 ホームページでの公表に向けた検討
	平成30年度	
	平成31年度	



戦略事業④ 市政モニター制度（インターネット）

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。

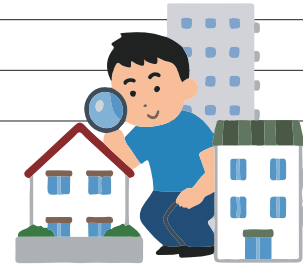
概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 中学生以上を対象に、インターネットを利用した市政モニターを募集するとともに、庁内で市政モニター制度の活用について周知を図り、各課からの希望に応じてアンケート調査を実施する。 ● アンケート調査結果の集計・分析を行い、積極的に市政運営に活用していく。 	
	平成28年度	
年次目標	平成29年度	具体的な手法の検討
	平成30年度	モニター募集（ホームページ改修後）
	平成31年度	実施



戦略事業⑤ 施設見学会

市民に公共施設の現状を伝え、施設への理解を深めてもらうとともに、市民からの要望・提案等を施設運営に反映させる。

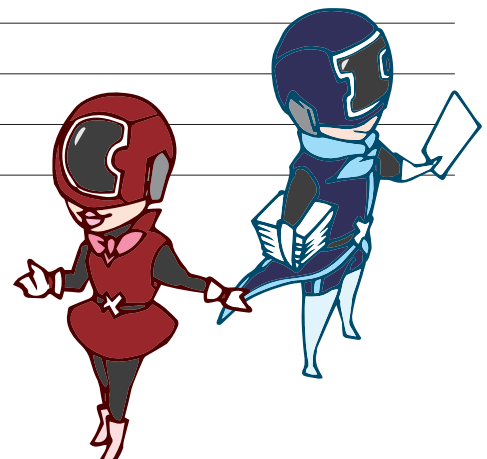
概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 市が保有する複数の公共施設を見学するバスツアーを企画し、施設見学を実施する。 ● 意見交換やアンケートを実施し、施設運営と利用促進につなげる。 	
	平成28年度	
年次目標	平成29年度	具体的な手法の検討
	平成30年度	実施
	平成31年度	↓



戦略事業⑥ 広聴キャンペーン

より気軽に多くの市民が要望・提案等ができる機会をつくり、市民の市政に対する興味・関心や、社会参画に対する意識の向上を図る。


概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 市の広聴事業の認知度を高めるために、広聴キャンペーンとして「広聴月間」を設定し、広報紙やホームページ等で市の広聴事業を広くPRする。 ● 特に若い世代の方を中心に、楽しみながら参加し、気軽に市政に対する要望・提案等を行う体験ができるようなイベント等を開催する。なお、イベント等の開催に当たっては、市民との協働による手法を検討する。 	
	平成28年度	
年次目標	平成29年度	具体的な手法の検討
	平成30年度	実施
	平成31年度	↓



基本戦略② キャッチボールで伝わる「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	<ul style="list-style-type: none"> ● 紙面のカラー化を実施するとともに、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。 	
		
年次目標	平成28年度	紙面カラー化の実施
	平成29年度	紙面デザインのリニューアル 市民ニーズの把握・評価方法の検討 ページ数の検討
	平成30年度	外部評価の導入
	平成31年度	↓


戦略事業② 市長定例記者会見の充実

情報発信力の高い、記者会見というオフィシャルの場を活用して、市民に広く情報を発信し、市や市政への関心や理解度の向上を図る。

概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 原則毎月1回、記者会見を開催し、市のトップである市長から、重要施策や事業、市政の方向性などについて積極的に情報を発信する。 ● 記者会見後はホームページで会見内容・資料等を公開し、より透明で開かれた市政をめざす。 	
		
年次目標	平成28年度	実施(5月～、毎月1回)
	平成29年度	↓
	平成30年度	
	平成31年度	


戦略事業③ パブリシティ(報道機関への情報提供)の充実

本市が実施しているさまざまな事業・イベント・講演・会議等について、報道機関(マスコミ)の情報発信力を活用し、より新鮮な情報を市民にいち早く伝える。

概要	<ul style="list-style-type: none"> ● マスコミから取材対象として興味・関心を持たれるような情報提供の工夫や、マスコミからの取材を有効に活用するための対応方法など、各課におけるパブリシティの充実を図る。 ● パブリシティマニュアル(改訂版)を作成するとともに、マニュアルの有効活用を図るため、職員研修やマスコミとの意見交換会等を実施する。 	
		
年次目標	平成28年度	取材依頼・情報提供の様式見直し
	平成29年度	マニュアルの作成・周知 マスコミとの意見交換会の実施
	平成30年度	マスコミとの意見交換会の実施
	平成31年度	↓

戦略事業④ 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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、ホームページのリニューアルに向けて取り組む。 ● 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。 	
		
年次目標	平成28年度	スマートフォンによる閲覧機能の追加 リニューアルに向けた検討(関係各課協議)
	平成29年度	↓
	平成30年度	
	平成31年度	新ホームページの運用開始

戦略事業⑤ SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）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。

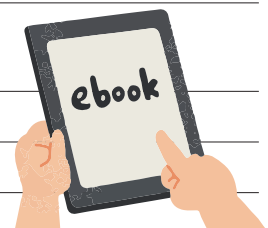
概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 高知市公式フェイスブック（代表ページ）のアカウントを取得し、ホームページよりも即時性の高い情報提供に取り組む。 ● SNS運用マニュアルを作成し、適正な運用を実施する。 ● ツイッターなど、その他の媒体による情報発信について研究し、即時性が必要で双方向性が有効なものは実施を検討するなど、広報力の強化を図る。 								
	年次目標	<table border="1"> <tr> <td>平成28年度</td> <td></td> </tr> <tr> <td>平成29年度</td> <td>公式フェイスブックの運用見直し ツイッター等の導入検討</td> </tr> <tr> <td>平成30年度</td> <td>SNS運用マニュアルの作成・周知 可能な事業から実施</td> </tr> <tr> <td>平成31年度</td> <td>可能な事業から実施</td> </tr> </table>	平成28年度		平成29年度	公式フェイスブックの運用見直し ツイッター等の導入検討	平成30年度	SNS運用マニュアルの作成・周知 可能な事業から実施	平成31年度
平成28年度									
平成29年度	公式フェイスブックの運用見直し ツイッター等の導入検討								
平成30年度	SNS運用マニュアルの作成・周知 可能な事業から実施								
平成31年度	可能な事業から実施								



戦略事業⑥ 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 電子ブックや多言語アプリ、手話動画、漫画などを活用した広報など、新たな広報媒体の活用について研究・検討する。 ● 転入者・子育て世代・高齢者など、ターゲットを絞った広報紙の発行について、関係課と連携し検討していく。 								
	年次目標	<table border="1"> <tr> <td>平成28年度</td> <td></td> </tr> <tr> <td>平成29年度</td> <td>各課のニーズ把握 広報媒体の検討</td> </tr> <tr> <td>平成30年度</td> <td>可能な事業から実施</td> </tr> <tr> <td>平成31年度</td> <td>↓</td> </tr> </table>	平成28年度		平成29年度	各課のニーズ把握 広報媒体の検討	平成30年度	可能な事業から実施	平成31年度
平成28年度									
平成29年度	各課のニーズ把握 広報媒体の検討								
平成30年度	可能な事業から実施								
平成31年度	↓								



戦略事業⑦ シティプロモーション(高知市の魅力発信)

高知市の魅力を県内外に向けて発信し、住んでみたい、または住み続けたいと思える高知市をめざす。

概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 転入者向けのサービスなど、市のイメージアップを含めた行政サービスについて、関係課と連携し検討していく。 ● 市民と行政が一体感を持って市の魅力をPRしていくため、市民と共通して使用できるハガキや名刺のデザインをはじめ、市のキャラクターやオリジナルアイテムの開発等について研究・検討し、可能なものから取り組んでいく。 	
	平成28年度	
年次目標	平成29年度	具体的な手法の検討 可能な事業から実施
	平成30年度	↓
	平成31年度	



基本戦略③ キャッチボールで伝わる「組織・体制」

戦略事業① 広聴・広報専門部署の設置

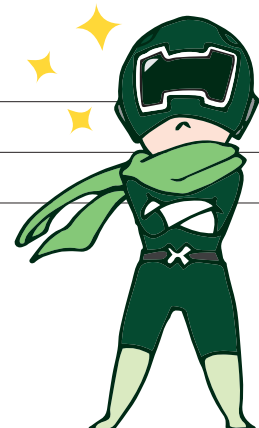
広聴と広報を一体的に展開することにより、より効果的、効率的な広聴・広報活動を推進していく。

概要	● 全庁的な広聴・広報機能強化に向けた取り組みや組織体制等について検討を行い、広聴・広報に関わる事業を専門的に所管する部署を設置する。	
年次目標	平成28年度	広聴・広報機能強化の手法・体制・組織等の検討
	平成29年度	(仮称)広聴広報課の設置 広聴・広報専門部署と関係各課との連携
	平成30年度	広聴・広報専門部署と関係各課との連携
	平成31年度	↓

戦略事業② 広聴広報担当者の配置

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、各課に広聴広報担当者を配置し、全庁的な情報共有を図るとともに、職員の意識啓発や技術の向上を目的として、担当者連絡会や研修会等を実施する。	
年次目標	平成28年度	広聴広報担当者の配置検討
	平成29年度	広聴広報担当者の配置 マニュアルの作成・周知 研修会の実施
	平成30年度	研修会の実施
	平成31年度	↓



戦略事業③ 職員の意識啓発とスキル向上

職員一人一人が広聴・広報活動の重要性を共通認識として持ち、全庁的な広聴・広報機能の強化に向けた取り組みを推進していく。

概要	● 全職員を対象とした研修の実施や、パブリシティマニュアル(改訂版)の作成・周知等を通じて、広聴・広報の取り組みに対する職員の意識啓発や技術の向上を図る。	
	平成28年度	職員研修の実施(意識啓発・全職員対象)
年次目標	平成29年度	マニュアルの作成・周知 職員研修の実施(実務研修・意識啓発・危機事象対応など)
	平成30年度	職員研修の実施
	平成31年度	↓



戦略事業④ 危機事象発生時の広聴・広報の仕組みの構築

市民の安全安心と市に対する信頼感を高めるために、災害や事件・事故等の危機事象発生時には適時・適切な情報開示を行うとともに、必要に応じて記者会見や記者発表(レクチャー)等を実施し広く情報を発信するなど、市民に対する説明責任を果たしていく。

概要	● 危機事象発生時の情報発信について現行の実施体制を検証し、広聴広報専門部署を中心として組織的に、迅速で適切な対応ができる体制及び手法を構築する。	
	● マニュアル等を作成し、全庁的な周知と共通認識の浸透を図る。	
年次目標	平成28年度	
	平成29年度	体制・手法の検討 マニュアルの作成・周知
	平成30年度	
	平成31年度	

戦略事業の年次目標（一覧）

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
広聴				
市長と語ろう会	具体的な手法の検討	実施		
出前講座	各課の実施状況の把握 出前講座実施要綱の制定 申込書・実施報告書等の 様式作成	実施講座一覧を公開		
市民の声	市民の声とダイレクトア タックの一元化	運用方法の改善に向け た検討 ガイドラインの作成・周知 ホームページでの公表 に向けた検討		
市政モニター制度 (インターネット)		具体的な手法の検討	モニター募集（ホーム ページ改修後）	実施
施設見学会		具体的な手法の検討	実施	
広聴キャンペーン		具体的な手法の検討	実施	
広報				
広報「あかるいま ち」の充実	紙面カラー化の実施	紙面デザインのリニュー アル 市民ニーズの把握・評 価方法の検討 ページ数の検討	外部評価の導入	
市長定例記者会見 の充実	実施（5月～、毎月1回）			
パブリシティ（報道機関 への情報提供）の充実	取材依頼・情報提供の様 式見直し	マニュアルの作成・周知 マスコミとの意見交換会 の実施	マスコミとの意見交換会 の実施	
高知市公式ホーム ページの充実	スマートフォンによる閲 覧機能の追加 リニューアルに向けた検 討（関係各課協議）			新ホームページの運用 開始
SNS（ソーシャル・ネッ トワーキング・サービ ス）を活用した情 報発信と情報共有		公式フェイスブックの運 用見直し ツイッター等の導入検討	SNS運用マニュアルの作 成・周知 可能な事業から実施	可能な事業から実施
新たな広報媒体の 発掘		各課のニーズ把握 広報媒体の検討	可能な事業から実施	
シティプロモーション (高知市の魅力発信)		具体的な手法の検討 可能な事業から実施		
組織・体制				
広聴・広報専門部 署の設置	広聴・広報機能強化の手 法・体制・組織等の検討	(仮称) 広聴広報課の設置 広聴・広報専門部署と関 係各課との連携	広聴・広報専門部署と関 係各課との連携	
広聴広報担当者の 配置	広聴広報担当者の配置 検討	広聴広報担当者の配置 マニュアルの作成・周知 研修会の実施	研修会の実施	
職員の意識啓発と スキル向上	職員研修の実施（意識啓 発・全職員対象）	マニュアルの作成・周知 職員研修の実施（実務研修 意識啓発・危機事象対応など）	職員研修の実施	
危機事象発生時の広聴・ 広報の仕組みの構築		体制・手法の検討 マニュアルの作成・周知		



「伝える」から「伝わる」へ

キャッチボール型広聴・広報が
高知市を変える

高知市広聴広報戦略プラン 2016年度～2019年度

2016(平成28)年12月

-
- 発行 高知市
〒780-8571 高知市本町5丁目1番45号
☎088-822-8111(代表)
 - 編集・デザイン 総務部 市長公室 秘書広報課

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

高知市公式Facebookアカウント▶





高知市広聴広報戦略プラン

2016年度～2019年度

「伝える」から「伝わる」へ

「キャッチボール型広聴・広報が

高知市を変える

