パブリック戦隊 KOCHIX

広聴広報マスコットキャラクター

令和4年度 第2回

広聴広報推進委員会

令和5年1月17日（火）

目次

1. 広聴広報戦略プランの事業と取組　P1

2. 広報「あかるいまち」のリニューアル　P5

3. その他　P7

パブリック戦隊 KOCHIX

令和4年度「市長と語ろう会」実施報告

実施目的	本市の広聴機能の充実に向け，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，市政に関する関心や理解度を向上させるとともに，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，市民と行政との協働によるまちづくりを推進する。

① 開催概要

開催テーマ

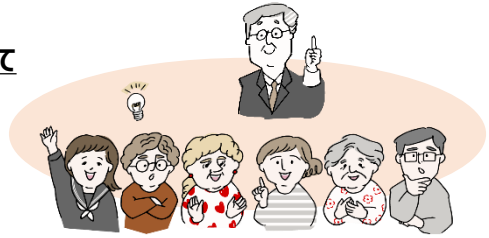
みんなで支え合う　ふだんのくらし
～私が考える『高知市型地域共生社会』～

開催日程など

日時	対象 （開催場所）	参加者数
10月22日（土） 14:00 ～16：00	学生を中心とした若者 （オーテピア４階研修室）	10人
11月８日（火） 18：30～20：30	地域での活動に取り組んでいる方 （高知市役所本庁舎６階会議室）	11人
11月22日（火） 18：30～20：30	地域での活動に取り組んでいる企業，NPO法人等 （高知市役所本庁舎６階会議室）	10人

市長からの説明内容

「高知市型共生社会」の実現に向けて



○ 社会情勢の変化
・人口推計と少子高齢化
・これまでの福祉制度と課題
○ 国の動向
○ 地域共生社会とは
○ 高知市の取組
・ほおっちょけん相談窓口
・高知くらしつながるネット（愛称「Licoネット」）
・SNSでの発信
・課題解決型の地域づくり
○ 事例紹介
・広がるネットワーク（江ノ口西地区）
・重層的な取組推進体制（秦地区，初月地区）
・子ども食堂への支援
（子ども食堂「なごみカフェしなね」立ち上げ支援，フードドライブの取組）
・学生の地域活動支援（三里中学校生徒会ゴミ出しボランティア活動を支援）
○「福祉のまちづくり」から「福祉でまちづくり」へ
・地域福祉コーディネーターの配置

令和4年度「市長と語ろう会」実施報告

② 意見交換会で出された主な意見・提案

第1回
学生を中心とした若者

活動の中で感じている地域の課題など

地域の高齢者と関わる機会があったが，授業だけで終わってしまった。在学中にもっと地域と関わる機会があればいいと思った。

外出したい思いがあっても公共交通機関がなく，外に出られない高齢者がいる。人口の少ないところでは，交通面の課題があると感じている。

活動を通じて，周りを動かすことの大変さと，感謝をいただいた時のやりがいを感じている。

若者が夢や希望を持って活躍できる高知市にするためのアイデア

夢を持つには，小さい頃に肯定された経験が大事。家庭や学校だけではなく，サードプレイス的な空間など，子どもにとって肯定される経験ができる場所があれば，いろんな選択肢が生まれ，夢も抱きやすくなる。

こどもファンドは認知度が低く，新たな視点の活動が少なくなり，マンネリ化している。活性化のためには，こどもファンドの活動団体間など，地域活動に主体的に取り組む子どもたちの交流の場があればいいと思う。

高知市には小さい頃からいろんな経験のできる施設や環境が整っていることを情報発信することによって，より多くの子どもたちが自分の意見を持ち，考えて行動できるような経験のできる機会を増やしていくことが大切。

第2回
地域での活動に取り組んでいる方

活動の中で感じている地域の課題など

独居の高齢者が多いが，家から出てこないとどこに誰がいるのか分からない。出てくるためには認知症カフェなどのきっかけが必要。

地域活動を担っているのが高齢者になっている。仕事の定年まで若い世代は地域活動をするのが難しく，次の世代が育たない。

居場所を提供することによって，緩やかなつながりをつくることが一番大事。全部形を整えてから迎えるのではなく，ニーズを感じながら皆で作りあげていくというのが大きなポイントではないか。

子どもたち，保護者世代や高齢者も，人とのふれあいを求めていると感じる。

地域での居場所づくりにおいて努力や工夫していること，活動の紹介など

一方的に強い者が支えるのではなく，支えられる側の意見も聞く必要がある。町内会を核とした地域の中で支え合えるような仕組みが必要。

それぞれの地域で誰かを見守りつつ，誰かに見守られているような地域社会は，いろんな線が少しずつ繋がっていくことで，力強い地域になれるのではないか。

子どもとのつながりを大事にしていきたいと考えている。子どもが挨拶をすると，大人は自然と見習って返事や挨拶をするようになり，大人にも良い影響がある。

福祉の条例というのは，支えられる人がどうあったらいいかという条例が多いが，これからは支える人を支えるような政策が大事。

第3回
地域での活動に取り組んでいる企業，NPO法人等

取り組みを始めたきっかけや思い

（実際の活動を通じて）企業のミッションを実現するには，企業活動だけでは難しいということを痛感した。

企業の社会貢献活動には，身近で分かりやすいことが大事。そのことで活動が社員の意識改革を促し，事業の拡大にも繋がっている。

市社会福祉協議会に相談することで，障がい者やセーフティネットのＮＰＯなどと繋がり，新規事業の一部を担ってもらうことになった。会社として利益を追求するという経済活動の中で，地域貢献や福祉課題の解決などに繋がる取り組みにしていきたいという思いで事業をしている。

取り組みを広げていくために必要なことやあればいいと思うこと

ただ情報を発信するのではなく，必要な人に届けるという仕組みや，どう届けるのかが課題。

目の前にいる人に何ができるのかという思い。何か困った時に声をかけてもらえるようになるには，名前を呼び合える関係性がとても大切。

居場所が一つだけにならないように，いくつか作ることが必要。いつでも立ち寄ることのできる場所をいう機能を生かして，繋がり続けることが大事。

中長期的に考えると小学生や中学生に，ほおっちょけんなどの活動を広げていかないと，今の子どもたちが主役になる社会が来た時に「知らない」となってしまう。そうならないように幼い頃から教育が必要。

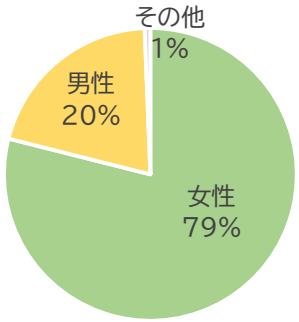
その他，多くのご意見やご提案をいただきました。今回いただいたご意見やご提案は，今後の取り組みの参考とさせていただきます。

1－2　令和4年度「市民ウェブモニター」実施状況

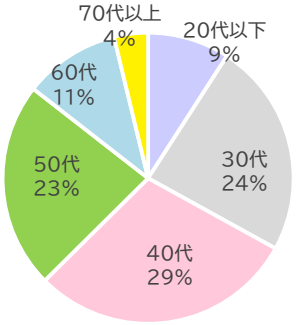
実施目的	①より短時間で簡易に市民の意識やニーズを把握 ②WEB活用による若い世代へのアプローチ力、市政への関心を高める

1　モニター登録者

●モニター数　318人（R4新規登録者122人）



性別



年齢

2　R4年度実施状況（予定）

実施期間（予定）	テーマ【担当課】	回答者数（回答率）
6.13(月)～6.20(月)	こうちこどもファンド・まちづくり活動への参画について【地域コミュニティ推進課】	229人（72.0%）
12.16(金)～12.26(月)	広報「あかるいまち」のリニューアルについて【広聴広報課】	239人（75.2%）
R5.1月下旬	男女共同参画・ジェンダー平等について【人権同和・男女共同参画課】	―
R5.2月上旬	動物愛護・動物愛護センター(仮称)について【生活食品課】	―

3　第１回アンケート結果（抜粋）

テーマ:こうちこどもファンド・まちづくり活動への参画

- こうちこどもファンドの認知度に関する項目では、91%が「知らない」と回答。こどもファンドの認知度をもっと高める必要があることが分かった。しかし、制度を知らなかった方でも、89%の方が取組を評価しており「活動をもっと知りたい」「広報に力を入れるべき」「自分の子どもも参加させてみたい」といった声が多くあった。
- 自由記述（113件）では、子どもから高齢者まで多世代が交流できる機会を作ってほしい」という声が最も多かった。

Q6　こどもファンドをどのような形で応援したいと思いますか。

1位	**子どもたちの企画したイベントや取組に参加してみたい**	130件（57%）
2位	実際に参加しないが、寄付など資金面でサポートしたい	40件（17%）
3位	特に応援しない	35件（15%）
4位	子どもたちと一緒に取組を進めてみたい	24件（11%）

アンケート後の情報発信

町内会長へ配布する「こうちこどもファンド通信」で助成団体の取組をまとめて年に数回情報発信

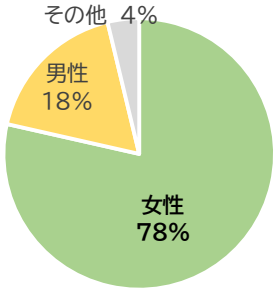
▼

・Instagram「kochi_kodomofund」を新設
　イベント情報や活動内容を随時発信

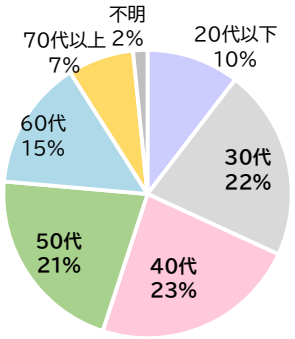
・イベントなどのマスコミへの情報提供を実施
　▶ 高知新聞紙面で　こどもファンド活動団体紹介（予定）

1 実施状況

- 実施時期　：あかるいまち令和４年９月号紙面（〆切：９月30日）
- 実施方法　：アンケートフォームおよび郵送
- 回答者総数　：932人（女性78%、30～50代の回答が66%）
  ※昨年度　821件



性別



年齢

2 アンケート結果（抜粋）

- 満足度に関する項目では９割以上が「あかるいまち」に満足と回答。しかし、文字の大きさなどの読みづらさや掲載内容への不満の意見も見られました。
- あかるいまちの紙面を見て、約半数がホームページやSNS（インスタグラムやフェイスブック等）の情報を確認したと回答。「二次元バーコードがあることでアクセスが簡単だった」との声もあり、クロスメディアによる情報発信の効果が見られた。
  その一方で「スマートフォンは使えない」など、広報紙のみが情報入手手段となっているとの意見も多数あった。

Q3　役立っている情報（3つまで）		全体件数：2,583件	
1位	情報掲示版	989件	（38%）
2位	健康ひろば	338件	（13%）
3位	ゴミに関する情報	260件	（10%）
4位	インフォメーション	228件	（9%）
5位	特集	187件	（7%）

Q4　取り上げてほしいテーマ		
1位	お出かけイベント情報	35.4%
2位	市役所の業務内容や施設	14.6%
3位	子育てに関する情報	12.0%
4位	健康（コロナ関連情報を含む）	10.2%
	料理・レシピ 2.1%、人や団体の紹介 1.9%、読者コーナー 1.5%	

自由意見

- ✓ 「あかるいまち」なので、読んで楽しくなるコーナーがあればうれしい。（66歳　女性）
- ✓ 市役所の各課に寄せられることの多い問い合わせについて、Q&A形式で掲載していくと便利だと思います。（48歳　女性）
- ✓ インターネットで確認できることもありますが、やはり紙で確認できると良いなと思います。（33歳　女性）
- ✓ 特集記事は気づきのきっかけになります。いろいろな視点で広く情報を掲載してほしいと思います。（61歳　女性）

このほか、「参加型のコーナーがあれば」「子育て世代や若い世代向けの情報を増やしてほしい」といった要望あり。

2　広報「あかるいまち」のリニューアルについて

1　リニューアル案に対するモニターからの意見

- 高知市民ウエブモニター登録者316人に対し、12月16日～26日に広報「あかるいまち」リニューアル案（記事内容はダミー）に関するアンケート調査を実施。**239人（75.6%）から回答**があった。
- アンケートでは、リニューアル案の第一印象や興味のあるコーナーの有無、デザイン、文字の大きさ・量のほか、お知らせ定期便（現・情報掲示板）の文章の向きなどについて、広く意見を伺った（詳細は別紙参照）。
- 興味のあるコーナーとしては、「トピックス」や「お知らせ定期便」など、**市からのお知らせが上位を占めており**、自由意見には「イベント情報を載せてほしい」「ＱＲコードはすぐに検索できるのでいい」「健康ひろばが見やすくなった」などの意見も見られた。
- 文字の大きさや量、紙面構成、デザイン、色使いについては、**「特に気にならない」または「よい」と回答された方が多かった**が、自由意見には「文字が多い、小さい」「変化があまり分からない」「インパクトが弱い」「あっさりしている」などの意見も見られた。

アンケート結果（抜粋版）

Ｑ７　読んでみたいコーナー（複数回答）

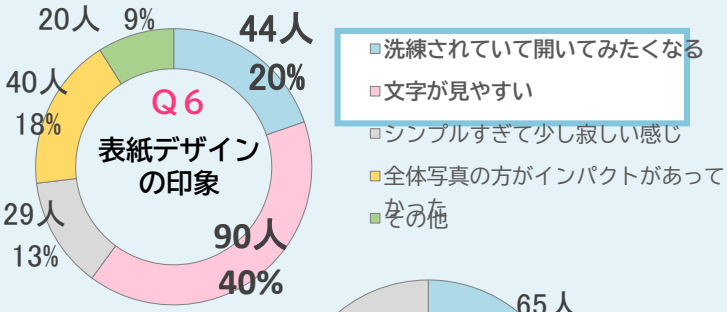
１位	今月のトピックス	１１８人	（１２%）
２位	お知らせ定期便	１０９人	（１１%）
３位	今月のＰＲＥＳＥＮＴ　NEW	１０２人	（１０%）
４位	今月のキニナル人　NEW	９９人	（１０%）

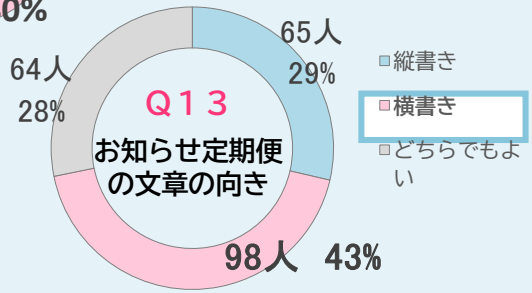
Ｑ８　興味がないコーナー（複数回答）

１位	特になし	１０１人	（２７%）
２位	市長コラム	５４人	（１５%）
３位	おおきくなーれ	４８人	（１３%）

その他

Ｑ１０	文字の大きさ・行間の読みづらさ	特になし	１８０人	（６３%）
Ｑ１１	文章量が多すぎると感じたコーナー	特になし	１７１人	（５９%）
Ｑ１４	紙面構成の分かりやすさ	分かりやすい	１５０人	（６５%）
Ｑ１５	デザイン	よい	１３９人	（６１%）
Ｑ１６	色使い	ちょうどいい	１９４人	（８５%）





2 リニューアル案に対するモニターからの意見

モニターからの意見を参考に、リニューアル案の見直しを行った。主な見直し内容は以下のとおり。

コーナー名	モニターからの主な意見	見直し内容
■ 構成	■ 目次がすごく見やすくてよい。 ■ 市長コラムは最後の方でいい。 ■ 今月のキニナル人は前の方が見る。 ■ 特集２の位置が見づらい。	□ 目次の位置を２ページに変更（リニューアル案では３ページ） □ 「市長コラム（３ページ）」と「キニナル人（裏表紙）」の掲載場所を入れ替え □ 「特集２（10ページ）」を「インフォメーション」（お知らせ定期便のピックアップ記事のイメージ）に変更
■ 文字	■ 文字が小さい。 ■ たて書きは読みにくい。	□ 文字の大きさを「12Q」から「12.5Q」に拡大 □ お知らせ定期便は、全てよこ書きとする。
■ デザイン	■ もう少しデザイン感があるページがあるといい。 ■ 何が変わったのか分からない。	□ リニューアル感を出すために、「編集室Pick Up（３ページ）」「撮りだちトピックス（９ページ）」「インフォメーション（10ページ）」などのデザインを変更
■ 表紙	■ 四季の風景や当月の行事に関する写真を継続 ■ 不必要な写真やイラストは不要 ■ 表紙に特集情報１・２しかないのでつまらなそう。	□ 写真は記事に関するものや季節を感じるもの、イベント等の写真を使用 □ リニューアル案にあったイラスト（若葉）を削除 □ 特集とインフォメーションの２つの見出しを表紙で紹介
■ コラム・トピックス等	■ 役所の各部署の紹介コーナーがあると親しみやすさや利用しやすさを感じる。 ■ 変化があまり分からない。	□ 「撮りだちトピックス（９頁）」のスペースを２/３に減し、残りのスペースに各部署の紹介コーナー「高知市の推しゴト！」を新設。 □ タイトルを変更 ・キニナル人（２頁）→おらんくの元気人 ・今月のトピックス（２頁）→編集室Pick Up
■ お知らせ定期便	■ インデックスはカラーが分かりやすい。 ■ ＱＲコードが多く、情報が取りやすそう。 ■ 健康ひろばが見やすくなった。	□ インデックスを従前どおりのカラー版に修正 □ 二次元コードは全て見出しの横へ配置 □ 健康ひろばは、より見やすく、分かりやすく修正 □ 記事と記事の間の余白を広くするなど、読みやすさを追求
■ その他		□ 広告枠の縦幅を小さくし、圧迫感をなくす。また掲載位置も「健康ひろば」から別のページへ変更（枠数を２枠→３枠にすることで財源は確保）

3 令和5年度予定　高知市広聴広報戦略プラン × 地域力創造アドバイザー

令和５年度は「第２期高知市広聴広報戦略プラン」の最終年度となり、年度内に第３期目の戦略を策定する必要がある。
そこで、財源のある国の**「地域力創造アドバイザー制度」**を活用し、外部専門家からの指導・助言を受けながら、より実効性の高い戦略を策定し、効果的な事業展開に繋げるもの。

＼ 令和５年度は 第３期 広聴広報戦略プラン 策定に向けた ステップアップ ／

高知市 高知市広聴広報戦略プラン

＜めざす姿＞

令和5年度は第2期戦略プランの最終年度となることから、**コロナ・デジタル化など社会情勢の変化に対応しつつ、これまでの取組を振り返り、課題を可視化し、解決に向けた実効性の高い第3期戦略プランを策定する。**

×

総務省 地域力創造アドバイザー

＜めざす姿＞

シティプロモーションに関する知見やノウハウを有する外部専門家として、**全国の先進事例や社会情勢の変化、メディア事情などを参考に、戦略プランづくり、広聴広報活動について指導・助言を行う。**

※特別交付税措置あり

※「地域力創造アドバイザー」として登録された外部専門家を、年度内に延べ１０日以上又は５回以上招へいし、地域独自の魅力や価値を向上させる取組を実施した場合に、**１市町村当たり年間上限５６０万円（最大３年間）**が特別交付税として措置される。令和４年度から地域活性推進課で３１０万円を活用。**残額…年間２５０万円／期間…令和６年度まで。**

戦略コンセプト

「伝える」から「伝わる」へ

キャッチボール型広聴・広報

令和５年度は、新型コロナウイルス感染症の影響による社会情勢の変化や、市民ニーズ、メディア事情などを考慮した上で、第３期戦略プランを策定。

＼ 市民のミカタを意識 ／

第３期（R6～9）

- 第２期プランの振り返り
- 既存媒体のブラッシュアップ
- 新たな媒体の導入
- 市民との協働

第２期（R2～5）

- 第１期プランの振り返り
  - ・市民ニーズを反映
  - ・ターゲットを意識
- 新たな媒体の導入

【新たな取組】
★高知市公式LINEの運用開始
★高知市PR大使の導入
（主なターゲットは県外若者）
★動画広報の効果的な活用

第１期（H29～R1）

- 専門部署「広聴広報課」を設置
- 広聴・広報機能の可視化
- 広聴広報推進委員会の設置
- 庁内職員への意識啓発・技術向上

【主な取組】
★広聴…市長と語ろう会、出前講座、市民ウエブモニター等
★広報…広報紙・HPの充実、SNSの活用、市長記者会見 等
★組織…広聴広報担当者の配置、マニュアル作成、研修会等

アドバイザーの主な業務内容（案）

① 第２期戦略プランの振り返りと課題の可視化
② 第３期戦略プラン（骨子を含む）の策定に向けたアドバイス
③ 庁内職員への意識啓発・技術指導を目的とした研修

スケジュール（素案）

- 4月　アドバイザー契約
- 5月　★キックオフ会議
- 6月
- 7月　骨子（案）作成
- 8月　①推進委員会の諮問
- 9月　モニターアンケート
- 10月　プラン（素案）作成
- 11月　②推進委員会の諮問　プラン（案）作成
- 12月　推進委員会任期 11/21まで　議会への報告
- 1月　プラン策定
- 2月　職員研修（担当／管理職）
- 3月　★業務報告・支払い

高知市へ（１０日以上又は５回以上）