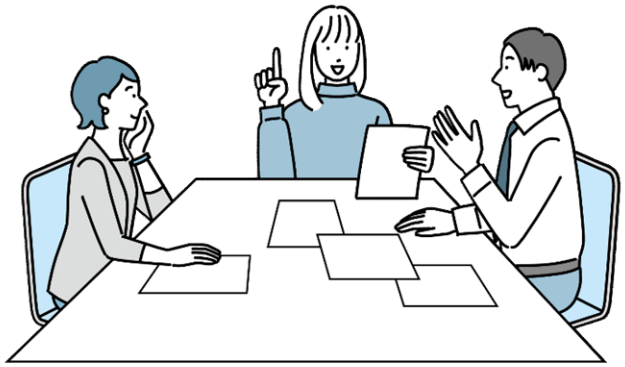
令和5年度 第1回

高知市
広聴広報推進委員会



令和5年8月2日（水）

目次

Ⅰ. 広聴広報戦略プランの事業と取り組み　P2

①市民のミカタで広聴　P3

②市民のミカタで広報　P6

③市民のミカタへスキルアップ

（地域力創造アドバイザー）　P9

Ⅱ.第3期広聴広報戦略プランの骨子(案)について　別紙

Ⅰ．第2期　広聴広報戦略プランの取り組み

第2期 高知市広聴広報戦略プラン

計画期間　2020（令和2）年度～2023（令和5）年度

◆情報通信技術や社会状況の変化に伴い、市政に対する市民ニーズやまちづくりの課題も多様化し、行政に求められる広聴広報の在り方も変化している。

◆自治体の広聴広報を取り巻く現状、本市における課題やめざす姿を明らかにし、職員一人一人がより戦略的な広聴・ 広報の取組を展開するための実行計画として、2020年10月に「高知市広聴広報戦略プラン」を策定。

市民に向けた取り組み

広聴

- 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
- 気軽な意見投稿の仕組みづくり

広報

- 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・情報共有（高知市公式LINE）
- 市長定例記者会見
- 動画広報の効果的な活用

庁内に向けた取り組み

スキルアップ

- 広聴広報担当者の配置・研修
- 広聴広報マニュアルの作成
- 技術的サポート・アドバイスなど

① 第2期 広聴広報戦略プランの取り組み 市民のミカタで広聴

1 市長と語ろう会

市長と市民とのコミュニケーションの場を設けることで、協働のまちづくりを推進

◆市長が、地域や各種団体等の元に出向き、特定のテーマに沿って意見交換を行う。

◆要望・提案等は、できる限り市政に反映し、その結果を公表する。

これまでの取り組み

	元年度	3年度	4年度
テーマ	子育て	防災	高知市型 地域共生社会
開催時期	R1.7月 ～ 8月 （全3回）	R3.11月 （全1回）	R4.10月～11月 （全3回）
対象	子育て世代	防災に関心のある女性	学生、地域活実践者、企業・NPO等
会場	杉の子幼稚園、旭保育園、ちより保育園	こうち男女共同参画センター「ソーレ」	オーテピア 本庁舎6階大会議室
参加人数	35人	13人	31人

※新型コロナ感染拡大のため、2年度は開催なし、3年度は1回のみの開催。

令和5年度の取り組み

開催テーマ

若者にささる　これからの広聴広報を考える

若い世代が「どのような行政情報に興味があるのか」「どのような場面で、どのような広報手段を利用しているのか」などを知ることで、ターゲットを意識した効果的・効率的な広聴・広報手段の検討材料とする。

開催日程

◆ **第１回**　日　時：７月９日（日）10時～12時半
場　所：高知県立大学永国寺キャンパス
参加者：14名（高知大学、県立大学、龍馬学園、商業高等学校）

◆ **第２回**　日　時：８月22日（火）14時半～16時半
場　所：オーテピア　４階研修室
参加者：15名程度（こうちこどもファンド助成団体・こども審査員）

第1回の意見交換で出た主な提案　等

・匿名で対話できるアプリの導入
人見知りの人でも職員と対話可能。
文字入力しなくても仮想空間などでAI（人工知能）が代わりに話してくれる機能があれば、障がい者も利用できる。

・行政手続き動画の配信
転出入などの行政の手続きは、慣れていない学生には難しい。学生などが実演した動画を配信することで、学生の手続きへのハードルが低くなり、行政にも関心が持てる。

・ホームページへのAIチャットボット機能の追加
市役所のホームページは、情報が見つけにくい。企業のホームページのように、利用者が質問項目を入力すると即答できると短時間で知りたいことを知ることができる。

① 第2期 広聴広報戦略プランの取り組み 市民のミカタで広聴

2 出前講座

①市の施策や事業等を周知し理解いただく
②職員と市民が直接対話することで、市政を身近に感じていただく

◆市民グループから申し込みのあった講座に担当職員が直接出向いて実施
◆利用者アンケートを実施し、要望・提案等を受ける

地域の公民館や町内会、児童クラブ等での利用が多い。

目標・実施件数

	R元年度	2年度	3年度	4年度
目標	200件	200件	200件	200件
実施	214件	79件	108件	143件

●R4年度 カテゴリー別申込状況 143件
①防災・救急 39講座 ②福祉と健康 49講座 ③くらしと環境 17講座
④市政・まちづくり・文化など 13講座 ⑤子供向け（小学生以下） 25講座

令和5年度の取り組み 講座テーマ数：69講座

申し込み状況 114 件（R5.7.20現在） 目標200件

新規追加講座
介護の仕事を知ろう！、出張手話講座、観光ガイドが語る高知の歴史、まちのコイン「ぼっちり」ワークショップ

3 市民の声

①以前からの個別広聴機能「市民の声」の広聴面の強化
②市民の声に寄せられた要望・提案等の効率的な市政への反映

◆H30. 9月 「市民の声」公表要綱を制定
◆H30.12月 「市民の声」の要望とその対応結果を公表基準に基づきホームページに掲載

受付・公表件数

	H30年度	R元年度	2年度	3年度	4年度
受付	225件	349件	618件	581件	516件
公表	57件	82件	103件	82件	64件

●R4年度 受付状況
電子メール 346件、文書 116件、電話 33件、来庁 21件、FAX 0件

項目別受付件数（上位3項目）
市の施設・公園 17件、子ども・教育 10件、道路・農道・水路 7件

① 第2期 広聴広報戦略プランの取り組み 市民のミカタで広聴

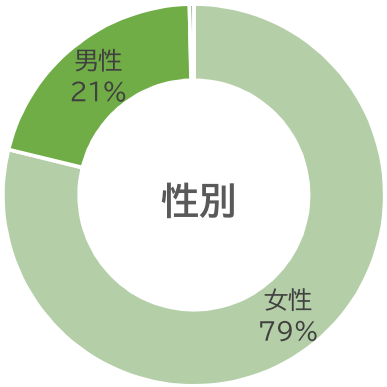
4 市民ウェブモニター

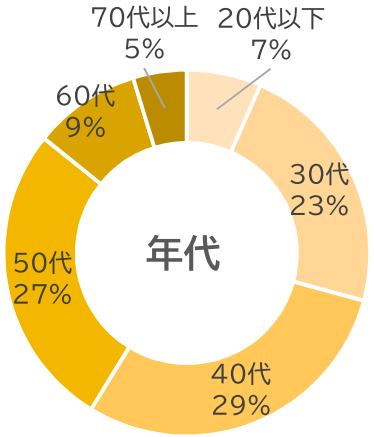
・より短期間で簡易に市民の意識やニーズを把握
・Web活用による若い世代へのアプローチ力、市政への関心を高める

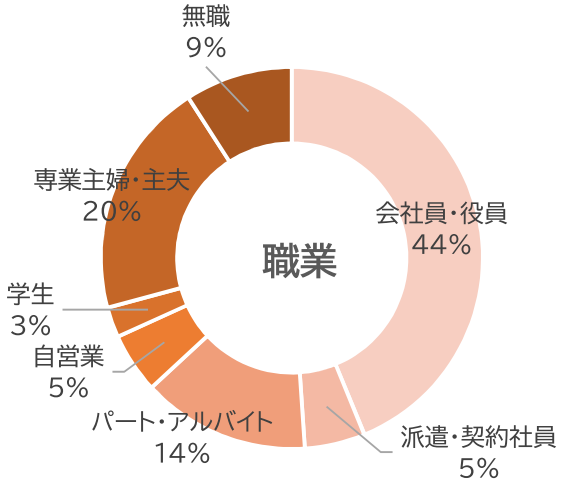
令和4年度の実施状況（モニター数 318人）

実施期間	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%）
R5.2.2(木)～2.13(月)	動物愛護・動物愛護センター(仮称)について【生活食品課】	241人（75.8%）
R5.3.10(金)～3.22(水)	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】	212人（66.7%）

R5年度 モニター登録者数 275人(昨年度 △43人)







② 第2期 広聴広報戦略プランの取り組み 市民のミカタで広報

1 広報あかるいまちの充実

(1)リニューアルの実施(令和5年4月号から)

① 要点をしぼり, 写真やイラストを使った、分かりやすく伝わりやすい紙面
② ニーズを把握し、年齢各層の関心の高い情報をピックアップ
③ クロスメディアを意識した情報発信(HPやSNSとの連携強化)

コンテンツ	リニューアルのポイント	アンケート等に寄せられた意見等
■ 表紙	□ 若者を意識した、手に取り開きたくなる表紙	■ 表紙があかるくなった（60代・女性）他多数 ■ 表紙がきれいでインパクトがある（50代・女性） ■ ぱっと見て「あかるいまち」と気が付かなかった（30代・男性）
■ 特集・お知らせ	□ 特集は市民等に登場してもらい、親しみやすさ読みやすさを意識。内容については、各課との打ち合わせにより企画をしっかりと検討。 □ これだけは知ってほしい情報は３ページの「今月のPick Up」へ掲載。	■ 余白が増えて柔らかいイメージになりました（30代・女性） ■ 全体的にイマドキのデザインになり、本当の意味で「あかるいまち」になったと思います（40代・女性）
■ 子育て情報	□ 就学前～小学生の子育て世代向けの情報を「子育て応援し隊」として２ページに集約。 □ 要望の多いお出かけ情報やイベント情報を充実。 □ 子育て中に役立つコラム「ひよこの豆知識」	■ 子どもと参加できる行事やイベントなど嬉しいです（20代・女性） ■ 子育てコラム「ひよこ豆知識」は子どもとの関わり方、発達などの知識プラス相談できる場所などが書いてるので安心できる（30代・女性） ■ 子育て中の読者のからの一言を記事にするのも面白いと思う（20代・女性）
■ SDGsコラム	□ 人権シリーズや従来のコラムを刷新し、人権をベースとするSDGｓの視点で各課の取り組みを紹介	■ SDGｓの連載を楽しみにしています（10代・男性） ■ 具体的な取り組みが書かれていて分かりやすい（60代・女性） ■ SDGsを見たり聞いたりしますが、内容はわかってなかった。（40代女性）
■ 新設コラム・コーナー	□ 各課のSNSを紹介する「高知市のSNS」 □ 地域の人に登場いただく「おらんくの元気人」 □ まちの出来事を写真で紹介する「撮り立ちトピックス」 □ 各部署の業務内容を紹介する「高知市の推しゴト！」 □ 地元のお店や商品などをプレゼントとして紹介しつつ、市民からの紙面への意見を聞く「今月の読者プレゼント」 □ アンケートで寄せられた意見を紹介する「みんなのVoice」	■ 高知市LINEの登録者数が掲載月に増加 ■ 現在、頑張っている人を応援する記事は励まされる（70代・女性） ■ 「市役所の推しゴト」は市役所が身近に感じられる（40代・女性） ■ 「撮り立ちトピックス」写真で出来事や雰囲気がよくわかる。長文の記事のあとにあったので、心が和む（30代・女性） ■ アンケートなど参加型が増えていいです（40代・男性） ■ 市民の生の声が反映される広報紙であると、多くの世代が興味を持って読むと思います（40代・女性）
■ 情報掲示板	□ 市民の関心の高い「ごみ」「納税」等の情報を最初に配置 □ 文字サイズの変更余白を広くするなど、読みやすさを重視 □ 二次元コードを見出しの横へ配置 □ 市の施策に関するお知らせを、最後にまとめて配置 □ 見やすさを重視した健康ひろばのレイアウト（文字量の削減）	■ インデックスはカラーが分かりやすい。 ■ 二次元バーコードが助かります（50代・女性） ■ 健康ひろばはデザインが変わり見やすくなった（50代・女性） ■ 情報量が多すぎて読みづらく感じた（60代・男性） ■ 催し＆イベントの記事を枠で囲ってほしい（50代・女性）
■ その他	□ 人目を引く「おおきくなーれ」を裏表紙へ掲載	■ おおきくなーれの認知度が上がり、申込が増加。 ■ LINEでも送ってくれて便利にみられてます（30代・女性） ■ 新聞をとっていないので、地域の重要な情報源となっています（20代・女性）

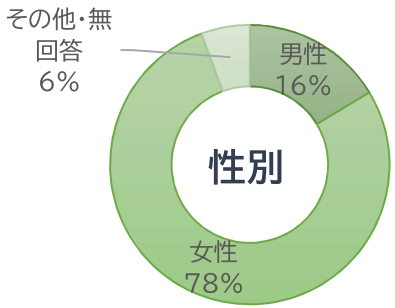
② 第2期 広聴広報戦略プランの取り組み 市民のミカタで広報

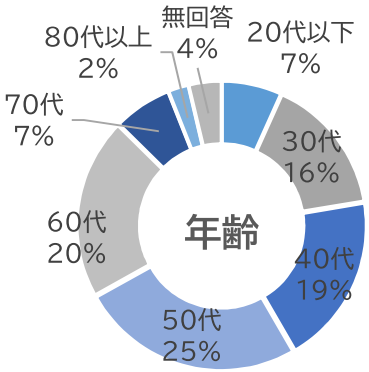
1 広報あかるいまちの充実

(2)広報あかるいまち 今月の読者プレゼント(R5.4～6月号実施分)

- 実施方法：あかるいまち各月号紙面（〆切：各月末日）
- 回答方法：アンケートフォームおよび郵送
- 回答者総数（３ヶ月合計）：783人

  ４月号425人　５月号158人　６月号　200人
- アンケート項目





①今月号で最も印象に残っている記事

- ４月号　①特集（らんまん）160件（46.2%）②情報掲示板 28件（8.0%）③子育て応援し隊・健康ひろば 22件（6.3%）　⑤表紙　21件（6.0%）
- ５月号　①健康ひろば 27件（18.6%）　②情報掲示板　21件（14.5%）　③特集（予算）14件（9.6%）　④撮り立ちトピックス　13件（9.0%）
- ６月号　①特集（コミュニティスクール）・元気人 31件（15.8%）　③歴史万華鏡　25件（12.6%）　④情報掲示板　22件（11.2%）

②取り上げてほしい企画や内容

取り上げてほしい企画や内容(4月)　全体:231件

1位	イベントや町のお店などお出かけ情報	83件	(36%)
2位	子育てに関する情報（子どもとの外出情報含む）	35件	(15%)
3位	らんまん・牧野冨太郎に関する情報	15件	(6%)
4位	各課の仕事や業務内容	11件	(5%)
	スポーツ情報、健康、地域の人、動物愛護など		

取り上げてほしい企画や内容(5月)　全体:90件

1位	イベントや町のお店などお出かけ情報	25件	(28%)
2位	健康	14件	(16%)
3位	子育てに関する情報（子どもとの外出情報含む）	7件	(8%)
3位	らんまん・牧野冨太郎に関する情報	7件	(8%)
	各課の仕事や業務内容、介護、防災・防犯、レシピなど		

取り上げてほしい企画や内容(6月)　全体:121件

1位	イベントや町のお店などお出かけ情報	38件	(31%)
2位	子育てに関する情報（子どもとの外出情報含む）	23件	(19%)
3位	スポーツに関する情報	7件	(6%)
	健康、地域の人、健康、各課の仕事や業務内容、よさこい、農業など		

③あかるいまちへの感想や高知市に対する意見

（4月号）リニューアルについての感想が中心　⇒　（６月号）市の各課の業務への意見等が増加

2 SNSを活用した情報発信と情報共有

・若者層への情報提供の機会拡充

・双方向のコミュニケーションによる市政に対する関心や理解度向上を図る

名称	対象	公開までの時間	特徴
LINE 高知市	全年代	即(各担当課)	・R3.12.20～運用開始 ・友だち登録者 1万9,054人 (R5.7.27) 内訳:性別では女性が68.1%。年代では、50代以上が47.6% ・セグメント配信により、市民が必要な情報を適切な時期に提供 (防災・防犯、ごみ、子育て、福祉・健康、イベント、その他) ・通報機能により、道路や河川、公園の不具合を担当窓口に通報 通報実績 R3年度 23件 R4年度 159件
facebook 高知市役所	全年代	即(広聴広報課)	・フォロワー数 1,447人(R5.7.27) 内訳:性別では、男性 57%。 年代では、45～54歳 25% 35～44歳 21.5% ・市の取り組みなどの報告を実施 ・あかるいまち紙面との連動でフォロアーは微増(＋40程度)
Youtube 高知市チャンネル	全年代	数日～1ヵ月程度	・チャンネル登録者 2,505人(R5.7.27) 登録者数微増 ・視聴状況 性別では男性 52.2%。年代では35～44歳 31.8% ・高知市の動画配信のポータルサイト ・画像や音、字幕等で伝えることができ分かりやすい (書類の書き方、手話動画等)
Instagram えいね高知市	県外へ転出した 20代女性	1日程度	・フォロワー数 1,184人(R5.7.27) 内訳:性別では男性51%。年代では、25～34歳 30.5%。 ・更新はストップしているが、フォロワー数は変化していない

③　第2期　広聴広報戦略プランの取り組み　市民のミカタでスキルアップ

1　広聴広報担当者の配置・研修

職員の意識啓発とスキル向上

◆広聴・広報活動の重要性を認識

◆職員の広聴・広報能力の強化

令和5年度広聴広報担当者　109名

これまでの研修の実施状況

	R2年度	3年度	4年度
研修内容	公務員に必要な広報・デザイン力	市民をミカタにする情報発信	伝わる情報の届け方～全職員が広報担当～
実施時期	R2. 9月	R3.12月	R4.9月
対象	20～30代の若手職員	広聴広報担当者	広聴広報担当者及び希望者
講師	佐久間　智之さん（PRDESIGN JAPAN株式会社代表取締役）	谷　浩明さん（合同会社MACARON代表）	佐久間　智之さん（PRDESIGN JAPAN株式会社代表取締役）
参加人数	81人	102人	96人

令和5年度の取り組み

研修内容

伝わる情報の届け方　～全職員が広報担当～

市民に向けて発信する広報物（刊行物やパンフレット，通知文書，HP，SNSなど）について，情報の受け手となる市民に分かりやすく，必要な情報を発信していくための知識や技術などを学ぶ。

講師

令和5年度　広聴広報戦略アドバイザー　佐久間　智之さん
（PRDESIGN JAPAN株式会社代表取締役　元埼玉県三芳町職員）

開催日程

日　時：７月25日（火）①９時50分～12時　②13時30分～15時40分
対　象：広聴広報担当者及び希望者
参加者：①83人　②71人　計154人

第3期広聴広報戦略プラン研修

研修内容

◆管理職向け研修（1時間程度×2回　対象120名程度）
戦略プランの目的や方向性について、理解を深める

◆担当者向け研修（2時間程度×2回　対象120名程度）
戦略プランの実現に向けた広聴広報スキルの向上を図る

開催日程（予定）

◆管理職向け研修　　令和6年1月上旬
◆担当者向け研修　　令和6年2月中旬

2 広聴広報活動の見える化

広報活動支援サポート事業の実施

（令和2年度から開始）

◆希望する課の情報発信に必要なサポートを実施
①写真撮影　イベントや表彰式等の撮影
②編集・企画支援　チラシやパンフレットの編集や企画支援
③動画撮影・編集　動画の撮影及び編集等
④機材貸出　広聴広報課のカメラ等の貸出
⑤その他　HPのアンケートや申込フォームの作成

◆令和4年度は、動画作成支援の依頼が増加

実施件数

	R2年度	3年度	4年度
全体	75件	99件	111件

●R4年度　依頼内訳
①写真撮影　47件　②編集・企画支援 20件　③動画撮影・編集　16件
④機材貸出　15件　⑤その他　13件

令和5年度

依頼状況　21　件(R5.7.31現在)

●依頼内訳
①写真撮影　9件　②編集・企画支援 4件　③動画撮影・編集　4件
④機材貸出　6件

3 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。

＼ 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**。

×

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

総務省

※「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**。

第3期

高知市広聴広報
戦略プラン

～アリバイ広報0（ゼロ）へ　もっと「伝わる」 3つの戦略でSTEP　UP！～

骨子案

高知市総務部　政策推進室　広聴広報課

高知市広聴広報戦略プランの概要

2020（令和2）年10月に策定した第2期戦略プラン

◆情報通信技術や社会状況の変化に伴い、市政に対する市民ニーズやまちづくりの課題も多様化し、行政に求められる広聴広報の在り方も変化している。

◆自治体の広聴広報を取り巻く現状、 本市における課題やめざす姿を明らかにし、職員一人一人がより戦略的な広聴・ 広報の取組を展開するための実行計画として「**高知市広聴広報戦略プラン**」を策定。

第３期（Ｒ６～）

令和６年１月　策定予定

▲ STEP UP

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

概要　職員一人一人が「市民の見方」を意識して、市民の味方」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事業も検討。

【市民のミカタの例】見やすい文字、分かりやすい言葉、SNS・動画を活用、平日より休日、ユニバーサルデザイン等

▲ STEP UP

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

概要　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28年度に戦略プランを策定し、翌年度には広聴広報の専門部署となる「広聴広報課」を設置した。

高知市のこれまでの主な取組

広聴 出前講座【H29～】

市民グループ・団体からの要請に応じて職員が直接出向き、市の事業等について説明し、意見交換を行う。

広報 市長定例記者会見【H28～】

記者会見というオフィシャルな場を活用して、市長自らが市民に対して情報を発信し、市政への関心を高める。

広報 高知市PR大使【R2～】

本市の魅力を市内外に広く発信し、関係人口の拡大や地域振興を図ることを目的に創設。

（「アンジュルム」の川村文乃さんを委嘱）

組織 広聴広報担当者の配置【H29～】

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各課に１名配置する。

広聴 市民ウエブモニター【H30～】

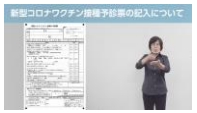
インターネットを活用した市政モニターを募集し、定期的に各課からの希望の応じたアンケート調査を実施する。

広報 ホームページの充実【H31～】

市政情報がより多くの市民に伝わるよう、より機能的で幅広く活用されるホームページにリニューアルする。

広報 動画広報の活用【R4～】

各課において検討・導入できるように機材（タブレット等）の貸し出し等の支援を行う。また令和５年７月から手話動画ちゃんねるを開設。



組織 広聴広報研修の実施【H29～】

広聴広報担当者の広聴広報技術のスキルアップを図るために、専門講師を招へいし、研修を開催する。

広聴 市長と語ろう会【H30～】

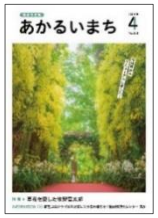
市長が地域や各種団体・グループ等の元へ出向き、市が設定したテーマに沿って意見交換を行う。

広聴 広報 公式LINE開設【R3～】

ニーズに合わせた情報発信を効果的かつ確実に行うとともに、広報媒体へ誘導する。また、通報機能を備えることで双方向のコミュニケーションを実現。

広報 あかるいまち リニューアル【R5～】

読者アンケートや広聴広報推進委員会からの意見等を参考に、令和５年４月号から紙面の全面リニューアルを行った。



組織 広聴広報の技術的サポート【H29～】

広聴広報に関するマニュアルを作成するとともに、広報活動支援依頼があった場合には各課における広報活動をサポートする。

広聴・広報を取り巻く社会情勢

01

2020年に発生した新型コロナウイルス感染症の度重なる感染拡大を受けて、地方公共団体では、政府等からの情報（感染防止対策やワクチン接種、経済的支援など）を**正確かつ迅速に、そして確実に、市民等に対して発信することが求められ**、「伝わる」広報の重要性を再認識することとなった。

市民の「ミカタ」を意識

02

一方で、新型コロナウイルス感染症の影響により、急速かつ強制的にデジタル化が進展し、テレワークやオンライン授業など、従来利活用が十分に進んでいなかった分野でもデジタル化が進んでいる。2021年には岸田総理大臣によって「**デジタル田園都市国家構想**」が発表され、2022年12月、国は「**デジタル田園都市国家構想総合戦略**」を閣議決定。本市においても今年度、当該戦略を踏まえた「**第３期高知市まち・ひと・しごと創生総合戦略**」を策定することとしている。

デジタルツールの有効活用

03

こども施策を社会全体で総合的かつ強力に推進していくために、2022年６月に「こども基本法」が成立し、2023年４月には「こども家庭庁」が発足した。基本法では、こども施策の対象となる**こども等の意見を反映させる**こととしている。市民ニーズが多様化する中で、子ども、若者、子育て世代、地域住民など、「誰のために」「何のために」声を聴き、どのようにしたら情報にたどり着くのかなどを設計し、**それぞれに適したアプローチを行っていくことが重要となる**。

ターゲットを意識

市民の「ミカタ」を意識

方向性 ①

もっと「伝わる」
脱アリバイ戦略

第２期広聴広報戦略プランに掲げる「市民の見方」と「市民の味方」を踏襲しつつ、職員一人一人が広聴・広報活動の「目的を明確化」し、市民目線の「伝わる工夫」「脱アリバイ広報」の視点を持って、もっと「伝わる」ための広聴・広報戦略を展開する。

デジタルツールの有効活用

方向性 ②

もっと「伝わる」
デジタル戦略

インタネットの普及に伴い、スマホやパソコンの利用者が増加傾向にある。インターネットを効果的に活用することで、幅広い世代に対して迅速なアプローチが可能となり、さらに情報がデータ化されることで収集・分析・保管作業が軽減され、業務の効率化も期待できる。

ターゲットを意識

方向性 ③

もっと「伝わる」
ターゲティング戦略

広報紙やホームページ、チラシ、SNS、サイネージ、プレスリリースなど、様々な情報伝達ツールがあり、複数のメディアをクロスさせたりミックスさせることで、幅広い層にアプローチが可能となる。さらに、「子ども基本法」に基づき今後は子どもたちの声も収集し、施策に反映させることも必要となる。

第３期 広聴広報戦略プラン骨子案

目次（案）

① 策定の目的
② 目指す方向性
③ キャッチコピー
④ 計画期間
⑤ プランの構成

1 策定の目的

現状

◆本市では、一人一人が手を携え、ともに支え合う「高知市型地域共生社会」の実現を目指している。そのためには、市民と職員のコミュニケーションが必要不可欠であるが、市政に対する市民ニーズやまちづくりの課題も多様化しており、行政の求められる広聴・広報の在り方も変化している。

全国の動向

◆新型コロナウイルス感染症拡大を主な契機として、急速にデジタル化が進展。テレワークやオンライン授業など、従来利活用が十分に進んでいなかった分野でもデジタル化が進んでいる。

◆2022年12月、「デジタル田園都市国家構想総合戦略」が閣議決定。

◆2022年６月、「こども基本法」が成立。2023年４月に「こども家庭庁」が発足。同法では、こども等の意見を施策に反映させることとしている。

課題

◆社会情勢の変化により職員の日々の業務量が増加し、広聴・広報活動の重要性への認識が希薄になり、新たな広聴・広報スキルも不足してしまうことが懸念される。

◆多様化する市民ニーズの把握や、随時・的確な市民情報の提供には、各部署、各部署における取組が必要不可欠であり、市全体で戦略的に取り組んでいくことが重要。

策定の目的

◆地域住民の声を聴き、正しい情報を適切なタイミングで伝えること――それは、私たち自治体職員にとって非常に重要な役割。

◆誰のために、何のために声を聴き、どのようにしたら情報にたどり着くのかなどを設計し、それぞれに適したアプローチを全庁的に行っていくために、「第３期 高知市広聴広報戦略プラン」を策定し、職員一人一人がより戦略的な広聴・ 広報の取組を展開する。

② 目指す方向性

◆市民と良好な関係を築きながら協働のまちづくりを進めていくためには、多様化する市民ニーズを把握するとともに、随時・的確な情報提供が必要である。そのためには、**特定の部署・職員ではなく、全ての部署・職員が広聴広報担当者としての意識を持つことが重要**となる。

◆第３期戦略が目指すのは「**全職員が広聴広報担当**」。

◆その上で、市民に対してさらに「伝わる」ための広報力のスキルアップを図る「**①アリバイゼロ戦略**」、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「**②デジタル戦略**」、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「**③ターゲティング戦略**」の３つを基本の柱として、第３期の広聴広報戦略を展開していく。

目次（案）

① 策定の目的

② 目指す方向性

③ キャッチコピー

④ 計画期間

⑤ プランの構成

広報

アリバイゼロ戦略

どんなにいい情報でも、相手に届かなければ存在しないのと同じ。ホームページや広報紙等に載せて終了ではなく、相手に必要な情報がしっかりと確実に「伝わる」工夫を意識する。

広聴　広報

デジタル戦略

スマホ・パソコンの普及に伴い、幅広い世代に対して迅速なアプローチが可能となった。複数のデジタルメディアをクロス、ミックスさせることで、より効果的な広聴・広報活動を展開する。

広聴　広報

ターゲティング戦略

国等の施策（こども施策や物価高騰対策など）に素早く対応していくために、事業対象者となるターゲットに対して、最も適切な広聴・広報ツールを検討し、アプローチする。

全職員が「広聴広報担当」

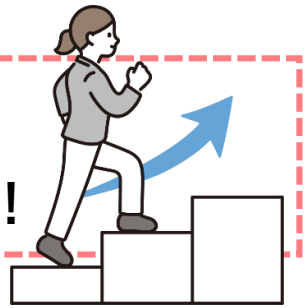
もっと「伝わる」広聴・広報戦略を展開していくために、現在各課１名配置している「広聴広報担当者」だけでなく、全職員が「広聴広報担当者」として意識してもらえるよう、広聴・広報活動に関する環境整備を行う。

③ キャッチコピー

第１期戦略　「伝える」から「伝わる」へ　キャッチボール型広聴・広報

第２期戦略　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

第3期戦略　アリバイ広報0（ゼロ）へ
もっと「伝わる」３つの戦略でSTEP UP！



④ 計画期間

◆情報通信技術や社会状況の変化のスピード感を踏まえ、第１期、第２期広聴広報戦略プランの計画期間は４か年としていた。

◆令和４年12月に「デジタル田園都市国家構想総合戦略」が閣議決定されたことから、本市では現行の「第２期高知市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の終期を１年前倒し、令和６年度を始期とする５か年の「第３期高知市まち・ひと・しごと創生総合戦略(仮称）」を策定することとしている。

◆戦略プランは総合戦略を補完していくことも想定されることから、総合戦略と計画期間を合わせることとし、令和６～10年度の５か年計画とする（ただし、必要に応じて年度改定を行う）。

2015(H27)	2016(H28)	2017(H29)	2018(H30)	2019(R元)	2020(R2)	2021(R3)	2022(R4)	2023(R5)	2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)	2028(R10)
	第1期　広聴広報戦略プラン				第2期　広聴広報戦略プラン				第3期　広聴広報戦略プラン				
第2期　まち・ひと・しごと創生総合戦略					第2期　まち・ひと・しごと創生総合戦略				第3期　まち・ひと・しごと創生総合戦略				
高知市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン													
2011高知市総合計画　前期基本計画(2011～)						2011高知市総合計画　後期基本計画(2021～)							

目次（案）

① 策定の目的
② 目指す方向性
③ キャッチコピー
④ 計画期間
⑤ プランの構成

⑤ プランの構成（案）

はじめに

第１章　基本方針

策定の目的／背景／
現状と課題／目指す方向性／
キャッチコピー／計画期間

第２章　広聴・広報戦略

広聴と広報の役割
伝える≠伝わる
基本的な３つの柱
①アリバイゼロ戦略
②デジタル戦略
③ターゲティング戦略

第３章　全職員が「広聴広報担当」

住民サービスの向上／業務の改善

第３期戦略の具体的な取組例

広聴戦略

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

- 広報「あかるいまち」紙面アンケートの可視化
- 気軽に意見投稿ができる仕組みづくり

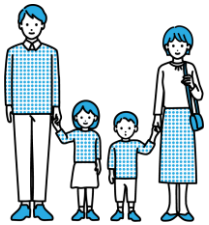
広報戦略

- 広報「あかるいまち」の充実
  【広聴】紙面アンケートの実施（プレゼント企画）
  【広報】伝わる紙面づくり

- LINE公式アカウントの運用
  【広聴】市道の異常や施設の故障など、市民が情報提供できる通報機能
  【広報】ニーズに合わせた市政情報をセグメント配信

NEW

- 高知市公式ホームページのリニューアル
- デジタル化の推進
- こども向けホームページの作成



- 市長定例記者会見
- ＳＮＳを活用した情報発信（Instagram・YouTube等）
- 動画広報
- まちを好きになってもらう事業（高知市ＰＲ大使）

- 新たな広報媒体の発掘

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・機材の貸し出し）

NEW

- チラシ・写真のテンプレートの共有
- 広聴広報研修の実施（管理職向け）
- マニュアルの充実

今後のスケジュール（案）

年度	内容	特記事項
７月 9日 25日	★ 戦略プラン（骨子案）の作成 第１回 市長と語ろう会（学生対象：14人） 職員研修の開催（担当者向け：対象約200人）＠２時間×２回	◆ 研修会場は高知市本庁舎６階大会議室。内容は広報スキルアップ研修。対象は広聴広報担当者及び受講希望者とする。 ◆ 「若者にささる これからの広聴・広報を考える」をテーマに「市長と語ろう会」を実施（全２回）
８月 2日 22日	第１回 広聴広報推進委員会の開催 第２回 市長と語ろう会（まちづくりに興味のある学生対象） 市民ウエブモニターへのアンケート（予定）	◆ 戦略プランの方向性について、推進委員から意見を聴く。
９月		
10月	★ 戦略プラン（素案）の作成	
11月	第２回 広聴広報推進委員会の開催 ★ 戦略プラン（案）の作成 広聴広報推進委員の委嘱（次期：R5.11.22～R7.11.21）	◆ 戦略プラン（素案）について、推進委員から意見を聴く。
12月	市議会へ戦略プラン（案）を報告	◆ 総務常任委員会で戦略プラン（案）の概要を報告
Ｒ６．１月 12日	★ 戦略プランの完成・公表 職員研修の開催（管理職向け：対象約120人）＠１時間×２回 （担当者向け：対象約200人）@1.5時間×２回	◆ 職員研修に参加できない職員向けに動画撮影を行い、アーカイブ配信する。

第3期

高知市広聴広報
戦略プラン

～アリバイ広報0（ゼロ）へ　もっと「伝わる」　３つの戦略でＳＴＥＰ　ＵＰ！～