

令和7年度 第2回

高知市 広聴広報推進委員会



令和8年2月10日(火)

目次

I. 令和7年度広聴広報戦略プランの取組報告

- | | |
|--------|----|
| 1 広聴戦略 | P2 |
| 2 広報戦略 | P6 |
| 3 組織戦略 | P9 |

II. 高知市PRソングの完成 P10

III. 高知市公式ホームページのリニューアル P11



I. 広聴広報戦略プランの取組報告

第3期 高知市広聴広報戦略プラン

計画期間

2024(令和6)年度～2028(令和10)年度

第1・2期戦略プランの考え方を継承しつつ、より「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」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。

広聴戦略

- ① 出前講座
- ② 市民ウェブモニター
- ③ 市長と語ろう会
- ④ 広報「あかるいまち」の充実
(紙面アンケート)
- ⑤ LINE公式アカウントの運用
(道路異常・災害等の通報機能)

広報戦略

- ① 広報「あかるいまち」の充実
(伝わる紙面づくり)
- ② LINE公式アカウントの運用
(ニーズに合わせたセグメント配信)
- ③ デジタル化の推進
(市民のデジタルリテラシー向上)
(高知市公式ホームページリニューアル)
- ④ 高知市PR大使(高知市PRソング)

組織戦略

- ① 広聴広報研修の実施
- ② 広聴広報活動支援

I-1 広聴戦略

- ① **出前講座**
- ・市の施策や事業等を周知し理解いただく
 - ・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

申し込み状況255件(R8.1.16現在) 年度当初の目標200件

地域の公民館や町内会、児童クラブ等での利用が多い。

	防災・救急	福祉と健康	くらしと環境	市政・まちづくり など	子ども向け (小学生以下)	合計
R5【実績】	77件	68件	23件	14件	28件	210件
R6【実績】	139件	94件	31件	9件	35件	308件
R7【R8.1.16現在】	101件	90件	33件	12件	19件	255件

R7 申込数の多い講座(上位5位)

- 【防災・救急】 ・高知市の防災対策 66 ・応急給水に関する防災講習 12
- 【福祉と健康】 ・危険な熱中症～予防と対策について～ 14
・みんなで取り組む栄養改善 11
- 【くらしと環境】 ・悪質商法にご注意 14

スマホでLINE教室(広聴広報課実施)

市民のデジタルリテラシー向上支援のため、市と連携協定を結ぶソフトバンク(株)のスマホアドバイザーを講師として実施。1回あたり10～15人が参加。令和6年度申込数6、令和7年度申込数6(R8.1.16現在)



② 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

第1回:地域窓口センターに関するアンケート

令和7年11月 回答者数:175人(回答率 82.9%)

第2回:ボランティア活動に関するアンケート

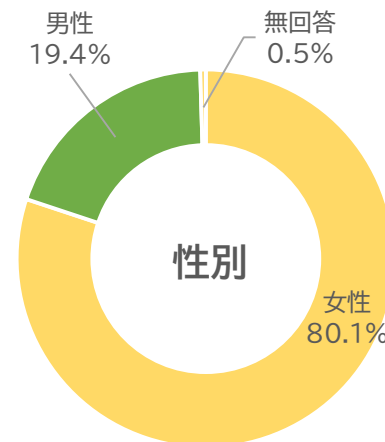
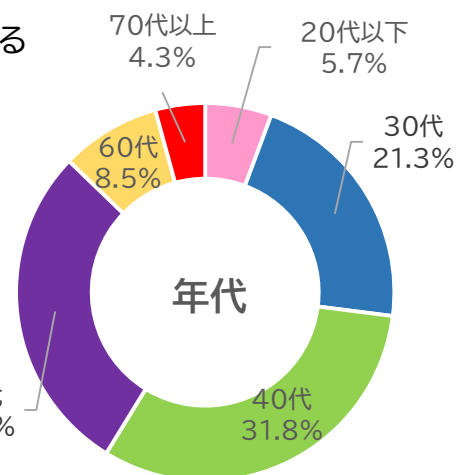
令和7年12月 回答者数:170人(回答率 80.6%)

第3回:公共交通に関するアンケート

令和8年1月 回答者数:175人(回答率 82.9%)

令和8年2月中に第4回(かるぽーとの利用について)を実施予定。

R7年度 モニター登録者数 211人



③ 市長と語ろう会

市の重点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する。

今年度のテーマ(予定) ※ テーマ、開催日時等は現在調整中

ターゲットを18歳~40代(学生、若手社会人、子育て世代)の市民とし、令和8年度に策定する「(仮称)高知市未来ビジョン」を市長とともに市民目線で考えるもの。



▲前回の様子(R7年2月27日開催)

④ 広報「あかるいまち」の充実(紙面アンケート)

広報「あかるいまち」では、市民ニーズを把握するため令和5年度から「読者プレゼント」コーナーでアンケートを実施。広報紙への感想のほか、市政に対する様々な意見が寄せられており、紙面の充実や各課の業務の参考として活用している。

令和7年度のアンケート結果概要(令和7年4月号～令和7年12月号現在)

[延べ回答数]

1,240人

男 274人 (22.1%)
 女 892人 (71.9%)
 他 74人 (6.0%)

回答者の年代 (1,240人)

10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	その他
7	125	222	227	308	239	87	15	10

今月の読者プレゼント PRESENT!
 今月は、7月に改装オープンした西塚ノ原の「パン茶屋むぎまる」から、「選べるパン」引換券を抽選で5人の方にプレゼント! アンケートにお答えの上、ご応募ください。

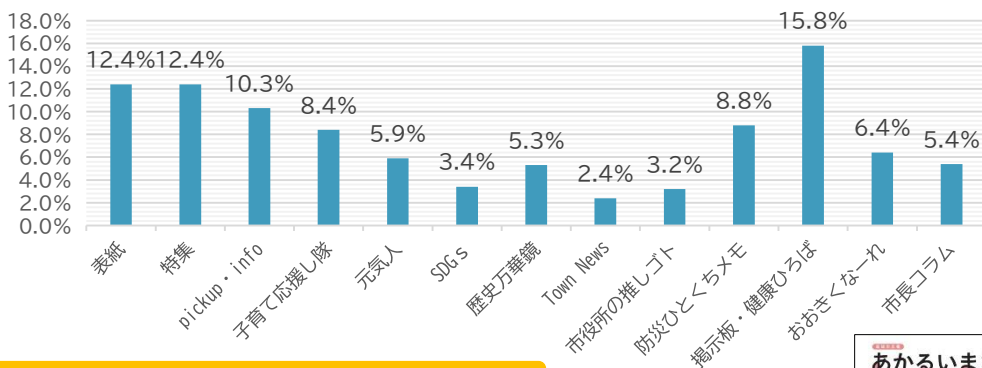
パン茶屋むぎまる 選べるパン (300円未満のパン2個)
 住 西塚ノ原 40-1 8時～17時 (売切れ次第閉店)
 休 水・木曜日 821-8448
 食パン・塩パン・コッペパンなど、毎日80種ほどのパンを焼いています。店内にはイートインスペースがあり、ドリンクやモーニング(11時まで)も提供しています。

回答方法
 住所・氏名・年齢・性別(任意)・電話番号・プレゼントの名称・アンケート①～④の回答を明記し、応募フォームまたははがきで。
 郵送先▶〒780-8571 本町5-1-45 広報広報課
 ※当選発表はプレゼントの発送をもって代えさせていただきます。
 ※個人情報保護法に基づき、応募フォームの送信は、個人情報を提供することになります。また、事業者から直接発送の場合は当選者の個人情報を提供します。

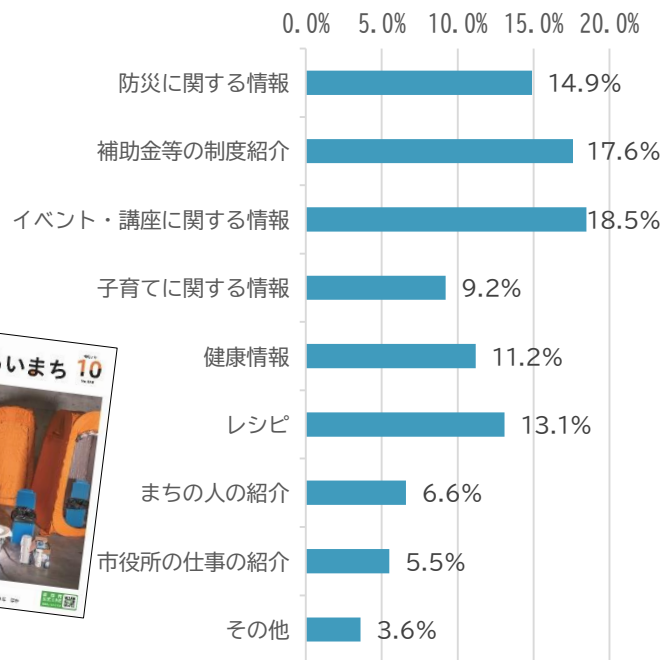
アンケート
 ① 今月号で最も印象に残っている記事とその理由
 ② 取り上げてほしい企画や内容(任意)
 ③ あかるいまちの感想や高知市に対する意見
 ※ご意見の一部は紙面に掲載することがあります。掲載を希望しない場合は「掲載不可」と記入してください。

応募締切 10月31日(金) (当日消印有効)

最も印象に残っている記事



取り上げてほしい企画や内容



紙面への感想や高知市に対する意見

- 特集に対するご意見・感想
 - ✓ (10月号)災害用トイレを初めて写真で見て、イメージがわいた。
- あかるいまちに対する意見
 - ✓ 新聞やニュースを見ないので「あかるいまち」は大切な情報源。
 - ✓ 補助金、健康、防災、ごみ、文化活動、など、実生活に今、役立つ情報の充実を。
 - ✓ 「あかるいまち」の情報をSNSなどデジタルを活用して広報すれば若い世代に届くのでは。



⑤ LINE公式アカウントの運用(道路異常・災害等の通報機能)

市で管理する道路や河川、公園等の不具合について情報を受け付ける「通報機能」を令和3年12月から運用。LINEシステムでは、「河川・水路」、「公園」、「道路」、「災害」の4つの事象ごとに通報することが可能。

通報実績

	河川・水路	公園	道路	災害	合計
R4	13件	36件	102件	5件	156件
R5	2件	60件	152件	2件	216件
R6	15件	33件	162件	6件	216件
R7(R8.1.16現在)	12件	23件	173件	10件	218件

令和6年度からの新たな取組

キャッチボール型広聴の強化

通報者に対して「受付完了」のメッセージを自動配信するのみとなっているシステムを対応状況を通報者に通知できるよう、令和7年2月に改修。



行政と市民のキャッチボールが生まれ、さらなる広聴機能の活性化が図られることを期待

I-2 広報戦略

① 広報「あかるいまち」の充実(伝わる紙面づくり)

◆要点をしばり、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

- ・特集に関連したインパクトのある写真を表紙に採用し、開いて読んでもらう
- ・コミック風のデザインや、柔らかい印象の紙面デザインで若い世代にアプローチ

◆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

- ・読者プレゼントと連動したアンケートを毎号実施し、市民のニーズを把握

◆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)

- ・「高知市のSNS」で各課の運用するSNSを紹介し、各課独自の情報発信を支援
- ・「情報掲示板」は、詳しい情報が分かるホームページにつながる二次元コードを掲載



令和7年度からの変更・検討事項

「防災ひとくちメモ」をスタート

紙面アンケートで防災関係の情報を求める声が多かったことから、各課が関連する防災情報について交代で執筆する形とし、令和7年5月号から連載スタート。

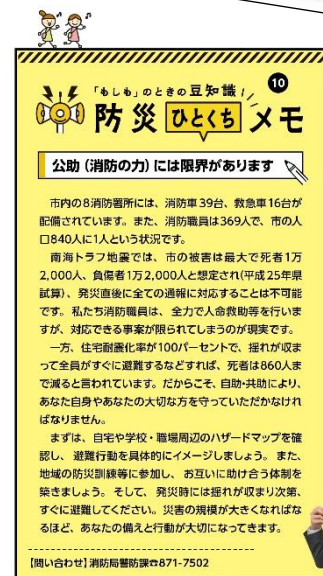
【掲載例】ペットの同行避難(生活食品課)、耐震改修(建築指導課)、福祉避難所(健康福祉総務課)

リニューアルする高知市公式ホームページとの連携強化

令和8年3月に運用開始を予定する、リニューアル後の高知市公式ホームページとの連携強化により、広報紙を読んでいる方の割合を少なくすることを目指す。

紙媒体以外の展開

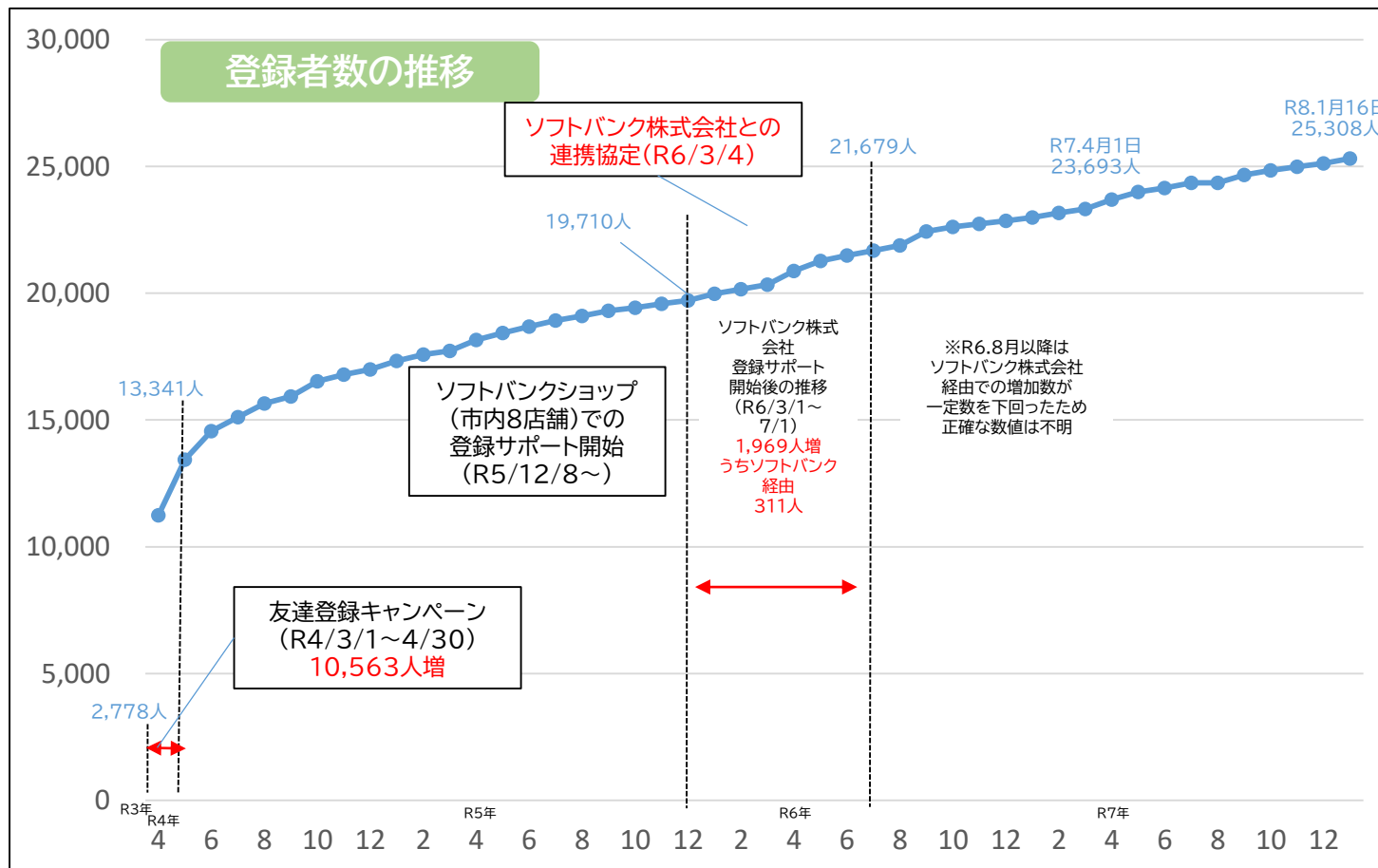
視覚障害者向けに「点字版」「メール版」「録音版」を発行。



② LINE公式アカウントの運用(ニーズに合わせたセグメント配信)

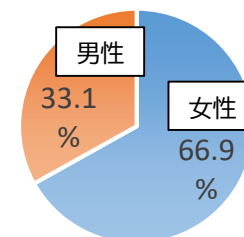
◆防災・防犯(9,086人)、ごみ(8,750人)、子育て(4,411人)、イベント(9,478人)、福祉・健康(6,516人)、
 新型コロナ関連(7,276人)、その他(5,542人)の7カテゴリーで希望者に配信

※令和7年度配信件数154件(R8.1.16現在) ※令和6年度配信件数204件

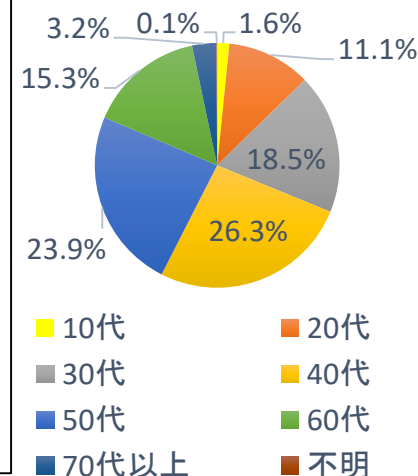


登録者数の属性

[性別]



[年代]



③ デジタル化の推進(市民のデジタルリテラシー向上)

ソフトバンク株式会社と令和6年3月に締結したデジタルリテラシー向上に関する連携協定に基づいた各種取組を実施

1 ソフトバンクショップでのサポート

- ・市内全7店舗のカウンターに高知市公式LINEのチラシを配架。
- ・全ての通信会社のスマホ使用者を対象に、以下のサポートを実施
 - ①店舗での市公式LINE友だち登録サポート(令和6年3月1日～ 311人以上)
 - ②高知市公式LINE講座を実施(令和7年5月～令和8年1月16日で累計147回開催、参加者291人)

2 出前講座で「スマホでLINE教室」を実施

- ・令和6年度実施数6、令和7年度申込数6(実施済み3)
- ・申込団体は町内会、老人会、百歳体操の集まり、宅老所などで、1回当たり10人～15人前後が参加。
- ・ソフトバンク(株)のスマホアドバイザーが講師を務め、サポート役で2～3人の社員も参加。スマホを持っていないまたはほとんど使っていない方向けに、スマホでできることや操作方法、LINEの機能の紹介と体験、高知市公式LINEの紹介。

3 本市主催イベントでのデジタルリテラシー向上支援

【R6】 「いきいき健康チャレンジ」イベント(5月～9月に3回開催)、SDGsイベント(9月)、高知市総合防災訓練(11月)にソフトバンク(株)がブースを出展し、それぞれ市公式LINEや健康アプリ・県防災アプリ等をPR。SDGsイベントでは広聴広報課も共同で出張スマホ教室とプログラミング体験のブースを出展。

【R7】 「いきいき健康チャレンジ」イベント(6月)にソフトバンク(株)が「高知家健康パスポート」のアプリ操作体験ブースを出展。



▲スマホでLINE教室の様子。



▲イオンモール高知でのプログラミング体験(R6)。

I-3 組織戦略

① 広聴広報研修の実施

研修内容

ロービジョンの方の物の見え方と カラーユニバーサルデザイン

ロービジョンの方の物の見え方を理解するとともに、全ての市民に見やすく分かりやすい広報物とするためのカラーユニバーサルデザインについて学ぶ。

日 時：①7月23日（水）と②8月14日（木）の2日実施

対 象：① 各課の広報担当者
② 各課の管理職

参加者：①66人 ②46人

講 師

別府 あかね さん 視能訓練士・歩行訓練士

間嶋 沙知 さん デザイナー

寄せられた意見(アンケート結果から抜粋)

(午前)・今まで考えたことのない視点に気づくことができた
・広報資料の作成時に大いに活用できると感じた

(午後)・コントラストやフォントの重要性を理解することができた
・実践に活かせる知識を得ることができた

② 広聴広報活動支援

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・三脚等の貸出
- ⑤その他 式典の機器接続、LINEシステム利用相談

R7支援申込数件 (R8.1.16時点)

	写真 撮影	編集 企画	動画撮影 ・編集	機材 貸出	その 他	合計
R5【実績】	34	20	7	24	0	85件
R6【実績】	39	31	13	31	3	117件
R7 【R8.1.16】	23	14	5	22	9	73件

II. 高知市PRソングの完成

次世代を担う若者・子育て層に響くアプローチを行うことで、郷土愛の醸成に取り組むとともに、市外の方にも高知市を知ってもらい（知名度アップ）、魅力を感じてもらい（認知度アップ）、親しみを感じてもらい（好感度アップ）ことで交流人口の拡大や観光振興、地域経済の活性化などにもつながるイメージ戦略の一環として高知市PRソングを制作するもの。

楽曲制作

本市の魅力を市内外に広く発信し、本市の認知度とイメージを向上や関係人口の拡大及び地域振興を図ることを目的に設置している高知市PR大使であるGRE4N BOYZ（グリーンボーイズ）に依頼。



令和7年4月21日 委嘱式



【プロフィール】

- 旧「GreeneN」（グリーン）。福島県で結成された男性4人組ボーカルグループ。歯学生でありながらデビューを果たし、歯科医師免許取得後は、全員が歯科医師として働きながら音楽活動を続けている（顔は非公表）。
- 2024年3月に所属事務所から退所し、グループ名を「GRE4N BOYZ」（グリーンボーイズ）に改称。

【主な楽曲】

キセキ、愛唄、遙か、歩み、人、道、扉、アイノカタチ（MISIAに楽曲提供）など

【高知市との関わり】

- 大阪出身のHIDE（ヒデ）さんは、中学・高校時代を高知県で過ごし、ヒップホップ洋服店でのアルバイト経験を通じてバンド活動を始める。尊敬する人物は坂本龍馬。
- 高知県とのつながりから、2013年の「第60回よさこい祭り前夜祭」で「みんなでよさこいプロジェクト「総踊り」」に新曲『この地へ〜』を提供。

高知市PRソングの展開

①制作【令和7年4月～12月】

<コンセプト>

高知市に帰ってくる人への「おかえり」、高知から進学や就職などで決意を持って市外・県外へ出ていく人を「あたたかく送り出す」ような楽曲

<メッセージ募集（6/9～30）>

高知に関わりのある皆さんからエピソードやメッセージを募集、結果はGRE4N BOYZに提供
 【応募数】 466名
 【0～20代の割合】 40.1%



▲2025年6月メッセージの募集

<プロモーション動画の同時制作>

12月完成

②発表【令和8年1月11日】

『令和8年高知市成人式 ～二十歳の祝典～』楽曲お披露目

- ・高知市長式辞の中で楽曲発表
- ・グループリーダー・HIDEさんからの肉声メッセージとともに新成人を祝福

『はたちの広場』への特設ブース設置

- ・特設ブースでプロモーション動画放映し、完成記念ステッカーを配布



市民参加型の制作

認知度向上

③活用【令和8年1月発表以降】

高知市PRソング完成記念ステッカーを市内各学校に配布

月末・月初のお昼の庁内放送でPRソングを放送

<今後の活用イメージ>

- 楽譜の提供
- 市関連施設での放送
- 学校行事での活用
- ハッシュタグキャンペーン（「歌ってみた」「踊ってみた」など）
- その他、高知市の各種イベントで活用（庁内で活用アイデアを募集）など



Ⅲ. 高知市公式ホームページのリニューアル

□ 市民等からは、「知りたい情報にたどり着けない」「デザインが見づらい」「そもそも見たことがない」といった声も寄せられており、「**全ての利用者に見やすく、分かりやすい**」かつ「**利便性が高く、業務改善にもつながる**」ための魅力的な市ホームページとなるようリニューアルを行っているもの。

リニューアルの方向性

DXの推進を考慮しつつ、市民等の利便性の向上や業務の効率化を庁内横断的に検討していくために、高知市DX推進本部内にプロジェクトチームを設置。市民等へのアンケート結果や他都市事例などを参考に、3つの方向性を踏まえたリニューアルを行う。

プロジェクトチームの まとめ（報告）



知りたい情報にたどり着きやすくするための**見せ方の工夫**と、CMSの編集作業改善による**使いやすさの向上**の視点を取り入れたホームページの構築をめざす。

見せ方の工夫

- 感覚的に分かるよう項目のアイコン化
- 検索エンジンの常時表示化など

使いやすさの向上

- 各課ページデザインの自由度の向上
- ページ掲載承認作業の簡素化 など



01 主要なデバイスに対応したサイト設計

2020年時点で65.1%の方が、本市HPをタブレット・スマートフォン等のモバイル端末で閲覧している状況を踏まえ、モバイル端末対応に重点を置いたサイト設計（レスポンシブデザインの強化）を目指す。

02 市民が見やすい・探しやすいホームページの構築

トップページのメニューの整理やデザイン変更、市民に分かりやすい名称の使用、セカンドページへの効果的な誘導など、ページ構造を刷新し、探しやすいホームページの構築をめざす。

03 DXの推進

市民の半数以上が望む「電子申請システムの構築」「公共施設の利用申請」「AIチャットボットの導入」などの導入を視野に入れ、市民サービス向上と業務の効率化をめざす。

リニューアルの経過

令和6年度

- 4月 高知市DX推進本部会（リニューアルの方向性/PT設置案）
- 5月 プロジェクトチーム設置
- 6月 第1回 プロジェクト会議（現状と課題の共有）
- 7月 庁内アンケートの実施・広聴広報推進委員会での意見聴取
- 8月 市民・事業者向けアンケートの実施
第2回 プロジェクト会議（PT報告の作成）
- 2月 高知市DX推進本部会（検討結果報告）

令和7年度

- 4月 公募型プロポーザル選定委員会設置
- 7月 リニューアル業務委託事業者選定（8月契約締結）
- 8月 全庁説明会（リニューアルの方向性・移行スケジュール等）
- 1月 全庁説明会（新CMS操作研修等）
- 3月 **新ホームページの運用開始**

01 新ホームページの概要（トップページ）

トップページ

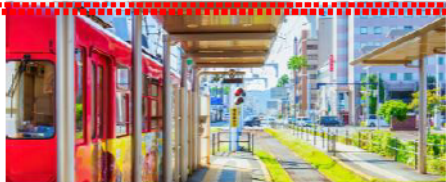
[1]

[1]ヘッダー(グローバルナビゲーション)

全ページ共通して掲載される、高知市公式ホームページとしてのアイデンティティを表す部分となります。文字サイズ、色合い変更機能、「サイトマップ」ページへのリンクなどを配置しています。アクセシビリティ・ユーザビリティ(探しやすさ・使いやすさ)の観点からも重要な部分です。

また、ここから分類別にページを探すことができます。全ページに共通して表示されるメニューです。

[2]



[3]

[2]アピールエリア

高知市の景観やおすすめ事業の画像が自動で切り替わり、表示される仕組みです。高知市が閲覧者に知らせたい情報を視覚的にアピールできるエリアです。

[4]

[3]重要なお知らせ・防災緊急情報エリア

閲覧者(住民)にとって特に重要な生命や財産に関わる情報へのリンクを配置しています。(※「重要なお知らせ」は情報が存在する場合のみ表示されます)

[5]

[4]検索コーナー

閲覧者(住民)が目的の情報にたどり着きやすくなるよう、さまざまな検索方法をまとめて配置しています。ユーザビリティ(探しやすさ・使いやすさ)に配慮したコーナーです。

[5]情報掲載エリア

「新着情報」、「トピックス」、「イベントカレンダー」など、新鮮で話題性のある情報が掲載されるエリアです。



01 新ホームページの概要（トップページ）



※この画面はサンプルです。

[6]PRコーナー

高知市が取り組んでいる事業や市の施設を画像やバナーを使ってアピールします。

[7]主要メニュー

主に閲覧者（住民）が知りたい情報を中心に配置します。各コーナーの役割分担と情報の分類を明確にレイアウトに反映することにより、自治体目線ではなく閲覧者（住民）目線で分類します。

[8]フッター

高知市役所の連絡先、各種ポリシーなど公共のホームページに必要な不可欠な情報へのリンクを配置します。

02 リニューアルの方向性による主な変更点

01 主要なデバイスに対応したサイト設計

様々なデバイスからのアクセスに対応するため、レスポンシブデザインを採用し、視認性の高いUDフォントを適用。



02 見やすい・探しやすいホームページの構築

市民視点で情報分類を見直すとともに、分類の階層を大・中・小の3階層で統一し、目的の情報を探しやすい設計、デザインにリニューアル。



質問
～さだのけいこ～
◎ チャットボットのキャラクターは柴田ケイコさんデザインによる高知市シティマーク ※デザインは(仮)

03 DXの推進

利用者が使いやすく、職員による運用も簡単なAIチャットボットを導入。
市民自らがホームページ上で知りたい情報にたどり着きやすくなり、電話による問い合わせ件数の低減が期待できる。

03 新ホームページの概要 (ページ検索の流れ)

Point

- ▶ トップページ及び各ページから実際の情報のページ（記事ページ）へたどり着くための情報の検索方法を複数設けていることで、同じ記事ページでも、複数のルートからたどり着くことができる。

