

伝える広報から、つながる広報へ

# 見附市広報戦略

令和4年  
11月  
ver1.0



見附のイメージキャラクター「ミッケ」

# 1 背景と目的

全国の自治体において課題となっている、人口減少や少子高齢化の進展は、生産年齢人口の減少や経済規模の縮小、社会保障費の増大など、社会経済ひいては地方財政に大きな影響を及ぼすことが予想されています。

見附市においても 10 代後半から 20 代前半の若年層の転出増加、出生数の減少をはじめとした同様の課題を抱えており、行政単独でのまちづくりではなく、市民や市外の方々と信頼関係を構築し、地域への「参画」と「協働」による持続可能な地域づくりを共に目指すことが不可欠です。

また、ICT(情報通信技術)の急速な進展により、市民生活におけるデジタル環境の変化と併せ「情報」をめぐる環境も大きく変化しています。スマートフォンなどのデジタルデバイスが普及し、いつでもどこでも情報を得ることができ、SNS を通じて一人ひとりが世の中にさまざまな影響を与えるようになるなど、メディアの構造も大きく変化しています。

こうした社会情勢と市民の生活環境の変化に合わせ、広報活動に関するこれまでの規程やマニュアルを見直すなど広報の在り方から再編し、市民の参画と協働を促進し、地域への愛着醸成につながる情報発信を展開していくことが必要です。

これまで以上に選ばれる見附市を目指し、既存の伝える広報から、人と地域がつながる広報への変革を実現すべく広報戦略を策定します。

## 2 現状と課題

### (1) 広報活動の現状

見附市では、「広報みつけ」を始めとするさまざまな広報媒体を活用し、総合的に市政情報を発信しています。各担当課においても、チラシ・ポスターなどの作成をはじめ、市ホームページ、SNS、各種広報媒体などを活用し、より詳細な事業や各種サービスの情報を発信しています。

#### 【令和4年11月時点での主な広報媒体】

媒体	概要
広報紙	「広報みつけ」を毎月1回、全世帯へ配布
市ホームページ	行政情報の掲載、各種手続案内 など
SNS (ソーシャルメディア)	現在3種のSNSを運用 ・市公式 Twitter、Facebook、Instagram
プレスリリース	各部署からの情報提供を基に、広報担当より各マスコミへリリース
定例記者会見	議会開催に併せ、年4回の開催
緊急情報メール	災害時等における緊急情報のメール配信
発行物(定期・随時)	各部署の施策に基づき、チラシやポスター等を制作
スマホアプリ	広報紙や紙による各種発行物を無料スマートフォンアプリケーション「マチイロ」で毎月配信
分野別ホームページ	各部署の施策周知に特化した(子育て、教育、観光、移住定住、住宅など)各事業分野別の単独ホームページ

## (2) 広報活動の課題

### ① 政策広報の不足

見附市ではさまざまな情報発信を行っていますが、現在はそれぞれの事業に関する単独的な広報活動にとどまっている状況です。

広報活動は自治体の政策や行政サービスに対する理解を深め、政策への認知向上、地域への関心増加、行動変容を促すための「政策広報」を戦略的に推進していくことが求められます。

Who(誰に/誰が)、What(何を)、When(いつ)、Why(何の目的で)、Where(どこで)、How(どのように)という基本的な情報の整理を基に、目的とターゲットを多面的に分析し、戦略的な情報発信を進める必要があります。

### ② 情報共有と発信方法

子どもから高齢者までスマートフォンをもち、Twitter や Instagram、LINE などの SNS が普及し、私たちが情報を入手する手段が年々多様化しています。

こうした手段が変化・増加していく中で、現在は情報発信媒体の共有と整理が不十分となり、非効率かつ管理不足な状況が生まれています。

市の広報媒体を整理・共有し、既存の媒体に固執せず、「どの世代にどの媒体が効果的か」を職員一人ひとりが考え、各媒体の特性を生かした立体的な広報への転換が必要です。

### ③ 情報発信の効果検証

これまでの広報では「広く伝える」ことに注力してきました。そのため、情報を提供することが目的となっており、発信の効果やその検証が十分ではない状況となっています。自治体広報は「情報を発信」して終わりではなく、想定するターゲットに情報が伝わり、相手が「行ってみよう」「やってみよう」などの「行動変容」を起こすことで初めて意味を持ちます。

自分たちの情報発信が、本当に「行動変容」につながっているか、発信後の反応の検証なども踏まえ、より効果的な広報活動へつなげていく必要があります。

### 3 見附市広報戦略

#### (1) 基本理念

「選ばれる見附市」を目指して、人と地域が「つながる」広報を実施します

広報は単に「情報を発信」することが目標ではありません。

広報を通じて①市民との信頼関係を構築し、②地域への愛着の醸成につなげることが目標です。職員一人ひとりが現状課題を自覚し、改善を行うことで、目指すべき姿である「選ばれる見附市」に向けた広報を実施していく必要があります。

目指すべき姿

暮らし満足NO.1  
選ばれる見附市へ

広報の目標

信頼関係の構築  
地域への愛着の醸成

広報の目的

見附を知ってもらう、伝えるための情報発信

#### ①必要かつ正しい情報を「確実」に「わかりやすく」伝える

- ・行政施策の情報
- ・社会生活に必要な情報
- ・災害情報などの生命に関わる情報
- ・市民の財産保護に関わる情報

- ➡行政サービスの周知や利用促進
- ➡必要な手続きの遂行
- ➡必要な行動などを促す

#### ②市内外の方に見附市の魅力を伝える

- ・観光情報 ・住環境情報
- ・地域産業、企業情報 ・市民活動情報 等

- ➡移住・定住の促進
- ➡企業誘致の促進
- ➡観光客の獲得
- ➡市民の地域への愛着心の醸成

## (2)キャッチコピー

～全職員が市民とつながる～

# 「職員全員広報担当」

職員一人ひとりが市民と向き合う**広報担当**であるという自覚を持って広報活動に取り組みます。担当事業だけでなく、横断的に各課の取組みや地域の情報にも目を向け、市民を始めとする多くの関係者とより良いコミュニケーションが取れる組織を目指します。

## (3)行動指針

### ①寄り添う広報 ～多角的な目線でデザインします～

- 届ける相手の目線に立った広報を目指します  
一方的な情報発信になっていないかを常に確認します。届けたい相手が何を望んでいるのか、何を課題と感じているのかを傾聴し、既存の手法にとらわれることなく、伝える内容やアクセシビリティを意識し、発信の効果を検証します。
- パートナーシップを意識します  
市民との信頼関係「パートナーシップ」の構築を意識した広聴を推進し、市民と行政の協働に向けた広報を推進します。
- 社会の変化を捉えアップデートを続けます  
市民は今何を求めているのか、何を知りたいのか、世の中の動きはどのようになっているのか、変化する世の中の流れを敏感に捉え、職員一人ひとりが広く情報を収集し、広報活動に反映します。

### ②伝わる広報 ～適正な手段で正確な情報発信に努めます～

- 明確な目的を常に意識します  
Who(誰に/誰が)、What(何を)、When(いつ)、Why(何の目的で)、Where(どこで)、How(どのように)を意識した情報発信に努め、目的にあった広報を行います。
- 最適な手法を検討します  
「見附市広報編集部会(仮)」を中心に、常に変化する社会情勢や市民の生活環境に合わせた最適な手法を検討します。  
市が有する数多くの媒体の特性を活かし、立体的な広報を進めることで、市内および市外への情報発信を戦略的に推進します。
- 適切なタイミングで正確に届けます  
広報は適切なタイミングでの正確な情報発信が基本です。内容やタイミングをチェックできる体制を確立し、適切な広報を実施します。

### ③つながる広報 ～複数の目線を意識し創造的に発信します～

- 情報共有、連携を強化します

「伝わる広報」を推進するために「見附市広報編集部会(仮)」を組成し、庁内内部の情報共有を充実させます。広報における現状課題を把握し改善を進めるほか、「広報みつけ」の内容の検討、市広報全体の仕組みやルールを定めるガイドラインの作成、各種ツールの見直しなど、全庁的な広報スキルの底上げを行います。

- 新しい価値を創造します

広報から生まれるコミュニケーションを重視し、職員間の横断的な連携や市民意見の広聴から生まれる新しいアイデアを積極的に取り入れます。既存の手法や慣例にとらわれず、常に新たな視点で情報の価値を創造します。

## (4)アクションプラン

行動指針に基づき、以下アクションプランを定め、広報の改善を実行します。

### アクションプラン1 情報共有・連携の強化

#### ・広報担当部門の体制強化、および見附市広報編集部会(仮)の組成

広報戦略を統括する担当部門の体制強化および、庁内組織を横断した「見附市広報編集部会(仮)」を組成します。体制を強化することにより、組織的かつ戦略的な情報発信を推進します。

また、全庁的な情報の共有と連携を進め、広報すべき情報の集約、広報媒体の全体的な把握と管理、業務改善提案、効果的な情報発信方法の検討など、さまざまな課題の解決を目的とします。

### アクションプラン2 発信手法の検討・改善

#### ・市ホームページの全面リニューアル (R5年度:更新予定)

政策広報で最も重要な媒体である市のホームページを、より「伝わるホームページ」となるように改修します。

スマートフォンの普及など市民等の情報取得環境の変化に配慮し、誰もが①迷わず、②検索しやすく、③興味関心が持てるページ作りを目指します。

#### ・情報発信媒体の精査と新規導入 (R5年度:新規媒体導入予定)

「見附市広報編集部会(仮)」において、情報発信媒体の管理、PUSH型配信媒体の新規導入、既存媒体の統合・廃止など検討を進めます。

「必要な情報を、必要な方へ、適切に届ける」ために、さまざまな情報発信媒体の特性の分析や整理のほか、変化する市民ニーズや社会環境の把握に努め、きめ細やかな情報発信を推進します。

・パブリシティの強化

「パブリシティ」とは市の政策や地域情報をマスコミに自主的に提供し、新聞やテレビなどを通じてニュースとして報道してもらう広報活動です。

プレスリリースや定例記者会見の実施を強化し、マスコミの情報伝達機能、影響力の大きさを活用することで、市内外への発信強化を図ります。

**アクションプラン3 職員の意識向上**

・職員向け広報サポートツール「見附市広報ガイドライン」の改定

現在運用している「広報心得帳」を「見附市広報ガイドライン」として新たに定め、市広報全体の仕組みや情報発信・共有におけるルールを定め、全庁的な広報スキルの底上げを行います。

・積極的な広報活動の促進

「見附市広報ガイドライン」を基盤に、職員自身が積極的な広報活動に努めます。プレスリリースや定例記者会見などの媒体を活用し、きめ細やかで効果的な広報活動を行います。

【事業構成図】

