

宝塚市 広報基本戦略

2024年1月
広報課

目次

I はじめに	3
1 広報基本戦略の役割「私たち職員がどう変わるべきかを示す」.....	3
2 広報の役割「市民との協働の実現を力強くサポートする」.....	3
II 戦略策定までのプロセス（令和4年度）.....	4
1 市民アンケートの振り返り「広報活動が十分できていない 約8割」.....	4
2 広報戦略策定庁内検討会「職員の『マインド』と『体制』が最重要」.....	5
① インターネットアンケート	6
② 広報モニターの意見	6
③ 職員の意見	6
III 戦略策定までのプロセス（令和5年度）.....	8
1 職員の広報マインド「成功体験と学びが不足」.....	8
(1) 職員アンケート(広報マインド)の結果	8
(2) 職員アンケート(広報マインド)の分析.....	10
① ADUPTによる主な分析.....	10
② CXO補佐官による主な分析.....	11
③ 以上を総合した、広報戦略チームの分析.....	11
2 理想の宝塚市職員「市民フォーカス、協力と連携、柔軟性と創造性」.....	12
(1) 職員アンケート(理想の宝塚市職員)のChatGPTによる分析.....	12
(2) 職員アンケート(理想の宝塚市職員)のCXO補佐官による主な分析	13
3 宝塚市職員の課題「市民サービス向上、組織文化の改善、情報共有と意思決定」	14
(1) 職員アンケート(宝塚市職員の課題)のChatGPTによる分析.....	14
(2) 職員アンケート(宝塚市職員の課題)のCXO補佐官による主な分析	15
4 職員アンケートの全体考察「インナー広報も重視」.....	17

IV 広報基本戦略.....	18
■市民にきく.....	18
■職員がつながる.....	18
■市民に伝わる.....	18
V 具体的施策の方向性.....	19
■市民にきく.....	19
(1) 市民の声を聴く/市民が市政に対して意見を伝える.....	19
(2) 市の対応や回答が見える化.....	19
■職員がつながる.....	19
(1) 現状と課題を職員で共有する仕組みをつくる.....	19
(2) 組織横断的な広報チーム.....	19
■市民に伝わる.....	20
(1) 広報媒体の見直し.....	20
(2) 職員の学びの機会の確保.....	20
(3) 広報に市民目線を入れる.....	21
VI おわりに.....	21

I はじめに

私たち宝塚市職員は、宝塚の市民やまちを誇りに思っています。そして、私たちは宝塚市民の皆さんに誇りに感じていただけるような市職員であることを誓います。私たちの目指す理想の職員像は、市民の皆さんを第一に考え、協力と連携のもと柔軟性と創造性を発揮しながら地域社会に貢献できる職員です。この理想の職員像を実現するため、広報基本戦略を策定します。

1 広報基本戦略の役割「私たち職員がどう変わるべきかを示す」

宝塚市は、第6次総合計画で「わたしの舞台はたからづか」をスローガンに、「共に創り、未来につなぐまち」を目指すまちの姿として掲げています。少子高齢化で人口減少が進む中、私たちは、限られた人員と予算で山積する行政課題に対応していかなければなりません。そのためには、まず私たち職員同士が目指すまちの姿を共有した上で、その姿や市の取り組み、地域の魅力を市民に伝え、理解してもらい、市民の信頼や共感を得て、参画と協働に基づく市政運営を実現していく必要があります。

しかしそもそも、私たちは職員同士で目指すまちの姿を共有できているといえるでしょうか？ またインターネットの普及が進み、媒体の多様化や情報過多、また受け手が必要な情報を選べるなど情報を取り巻く環境が変化する中、私たちは市民と情報を共有し、信頼を得ていくことができているのでしょうか？

市民とともに目指すまちの姿を実現するために、職員自身がどう変わるべきか、変わるために何をすべきかを示したものがこの広報基本戦略です。

2 広報の役割「市民との協働の実現を力強くサポートする」

「広報」は、広く(=社会に対して)、報じる(=知らせる)ものと多くの方が理解をしていますが、本来は、英語で「Public Relations」と訳されるように、広く対象との関係性を変えるものです。このうち、組織外を対象とするのがアウトター広報、組織内の構成員を対象とするのがインナー広報です。広報というとブランディングやプロモーションなど対外的で華やかな部分が注目されがちですが、実は市役所と職員、あるいは職員同士の関係性を変えていくインナー広報も、時代の変化に対応した市政運営を実現するために非常に重要な役割を果たします。

アウトター広報とインナー広報の2つの広報はともに、目指すまちの姿の共有や市民との協働の実現を力強くサポートする役割を担っています。

Ⅱ 戦略策定までのプロセス（令和4年度）

コロナ禍をきっかけに、給付金やワクチン接種など自治体の情報発信に関心が高まる中、発信のタイミングが遅い、正しい情報が伝わらないなど宝塚市の情報発信に関する問題点が浮き彫りになりました。こうした背景から、市は広報の重要性を改めて認識し、その在り方を見直すこととしました。

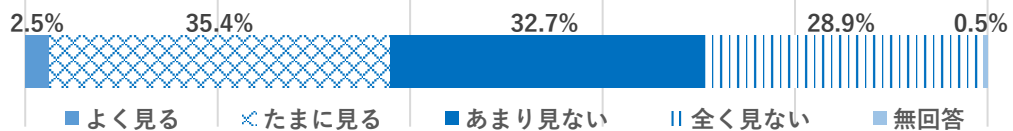
1 市民アンケートの振り返り「広報活動が十分できていない 約8割」

令和3年度に実施した市民アンケート¹の結果では、広報たからづかを87.1%の人が、市ホームページを37.9%の人が見ている一方で、市の広報活動が十分にできている、またはできていると答えた人は20.1%でした。

① 広報たからづかの閲覧状況(問22 広報誌「広報たからづか」はご覧になりますか。)



② 市ホームページの閲覧状況(問24 宝塚市のホームページはご覧になりますか。)



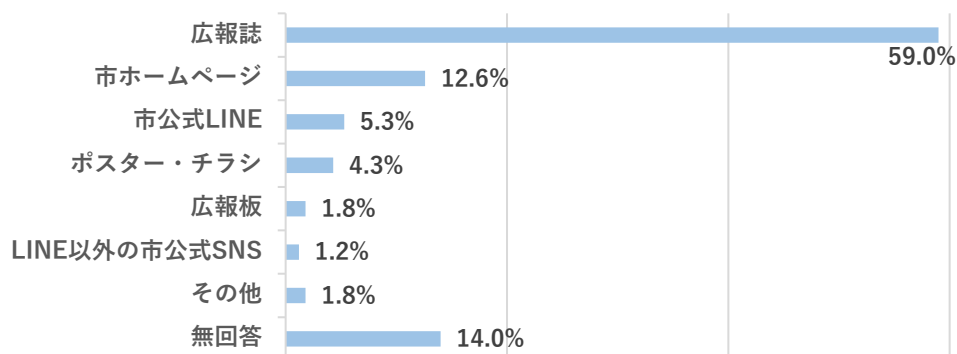
③ エフエム宝塚の聴取状況(問25 コミュニティFM「エフエム宝塚」を聞いたことがありますか。)



¹ 宝塚市在住の16歳以上の市民3,000人を抽出し、調査用紙を郵送で配布・回収。調査期間は、令和3年11月5日～26日。有効回答数は1,283人(回答率42.8%)。

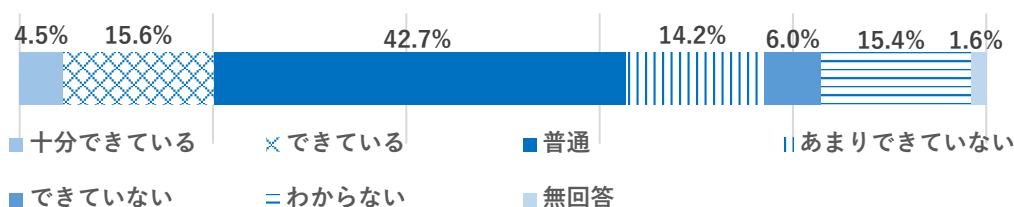
④ 市からの情報を受け取る手段

(問 26 あなたが市役所の発信する情報を受け取る手段として最も多いものは。)



⑤ 市の情報提供、広報が十分できているか

(問30 市政の情報提供、広報は十分できていると思いますか。)



2 広報戦略策定庁内検討会「職員の『マインド』と『体制』が最重要」

広報活動の機会が多い課の課長による庁内検討会²を設置して、広報活動ができていない原因を探るため、インターネットアンケート³や広報モニター⁴からの意見聴取、職員アンケート⁵の実施結果を踏まえ、広報媒体ごとの問題点や今後対応すべき課題について意見交換を行いました。

² 企画経営部長を会長とし、市長室長と、広報課、市民相談課、窓口サービス課、総合防災課、地域福祉課、子ども政策課、環境政策課、商工勤労課、教育企画課の課長で構成。会議を3回開催。

³ 広報たからづか令和4年7月号と10月号で告知。調査期間は、令和4年6月28日～7月31日と令和4年9月28日～10月19日。回答数は、59件と226件。

⁴ 18歳以上の市民を対象に広報モニターを公募。令和4年度は20人のモニターに対して、6回のアンケートを実施。

⁵ 対象は全庁職員。調査期間は令和4年11月11日～24日。回答数は124件。

① インターネットアンケート

インターネットアンケートで寄せられた主な意見は次のとおりです。

広報媒体	主な意見
広報 たからづか	<ul style="list-style-type: none"> ・縦書きと横書きが混ざっていて読みにくい。 ・全体的に文字量が多く読みにくい。
ホームページ	<ul style="list-style-type: none"> ・階層が細かすぎて欲しい情報にたどり着かない。 ・表現が硬く、文字量も多いので読みづらい。 ・情報の優先度が伝わってこない。
SNS	<ul style="list-style-type: none"> ・Instagram 等の SNS は常に発信して欲しい。 ・LINE で十分情報が得られるので、他の SNS はフォローしていない。 ・SNS を見る時間がないため、SNS はフォローしていない。 ・そもそも SNS で情報発信していることを知らない。

② 広報モニターの意見

広報モニターから寄せられた主な意見は次のとおりです。

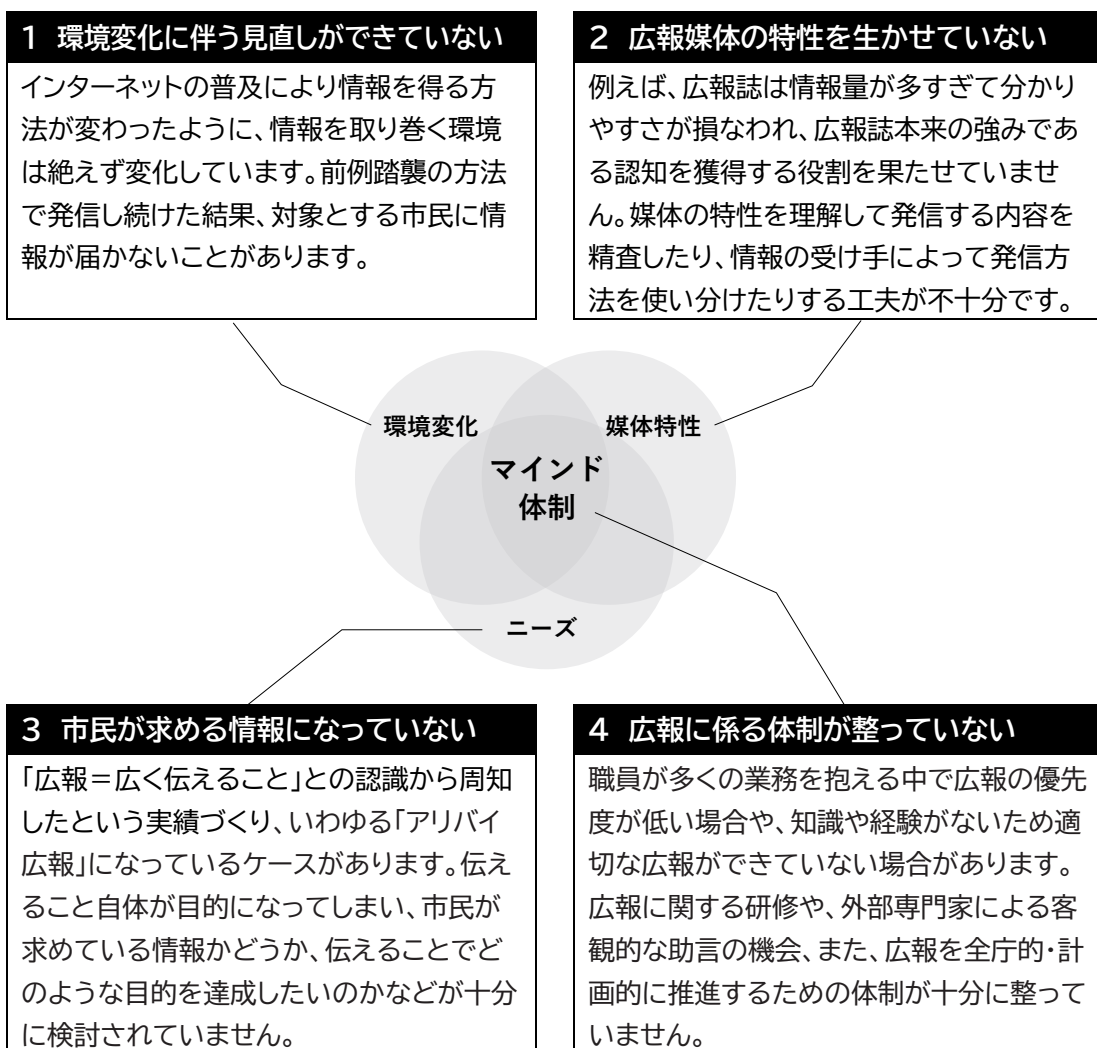
広報媒体	主な意見
広報 たからづか	<ul style="list-style-type: none"> ・字が詰まりすぎて、読む気が起こらない。 ・表紙から始まるものと裏表紙から始まるものが混在して進行方向が分からなくなり、戸惑ってしまう。 ・イベントが開催される施設ごとの案内記事が欲しい。
ホームページ	<ul style="list-style-type: none"> ・トップページから目的のページを探しにくい。 ・目的のページに移動するまでループする事がある。
SNS	<ul style="list-style-type: none"> ・欲しい情報が得られないため、フォローしていない。 ・広報誌をかみ砕いて SNS 世代に発信してみてもは。また、講座、イベントの受け付け開始日、締め切り日に発信することで応募を促進できるのでは。

③ 職員の意見

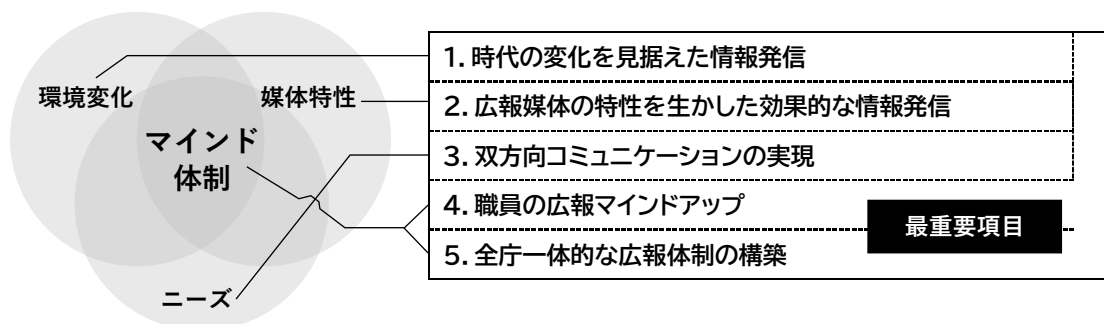
職員から寄せられた主な意見は次のとおりです。

広報媒体	主な意見
広報 たからづか	<ul style="list-style-type: none"> ・文字が多すぎて、読みにくい。 ・どこに情報があるのか分かりにくい。 ・高齢の市民から「二次元コードだと確認する手段がないから困る」という意見があった。 ・編集から発行まで1か月以上経つため、最新情報という意味で弱い。時間勝負の情報は媒体を使い分けてみては。
ホームページ	<ul style="list-style-type: none"> ・階層が分かりにくい。 ・雑多な情報が多く表記の統一性も乏しいため、情報が埋もれている。 ・古い情報がいつまでも残っている。また更新されていても該当箇所が分からない。
SNS	<ul style="list-style-type: none"> ・LINE はアンケート等のツールとしても活用してみてもは。 ・発信数が少なく、注目度が低い。 ・いずれの SNS も登録者数や発信した後の効果が分からない。登録者数が少ないなど不要なものもあるのでは。 ・SNS によって利用者層が異なるので発信内容を変えてみては。

前記の調査結果を庁内検討会で議論し、広報活動の問題点を以下の4つにまとめました。



4つの問題点を「環境変化」「メディア特性」「ニーズ」「マインド」「体制」という5つの視点で考察し、5つの取り組むべき項目をまとめました。特に、職員の「マインド」「体制」は、すべての問題解決の糸口となるため、4・5を最重要項目としました。



Ⅲ 戦略策定までのプロセス（令和5年度）

広報課職員を中心とする広報戦略チーム⁶を設置。そこで、前記の最重要項目を踏まえて、職員の広報に対する意識がどのようなものか確認するとともに、職員一人ひとりが思い描く理想の職員像から課題を導くため、全庁職員を対象としたアンケート⁷を実施しました。

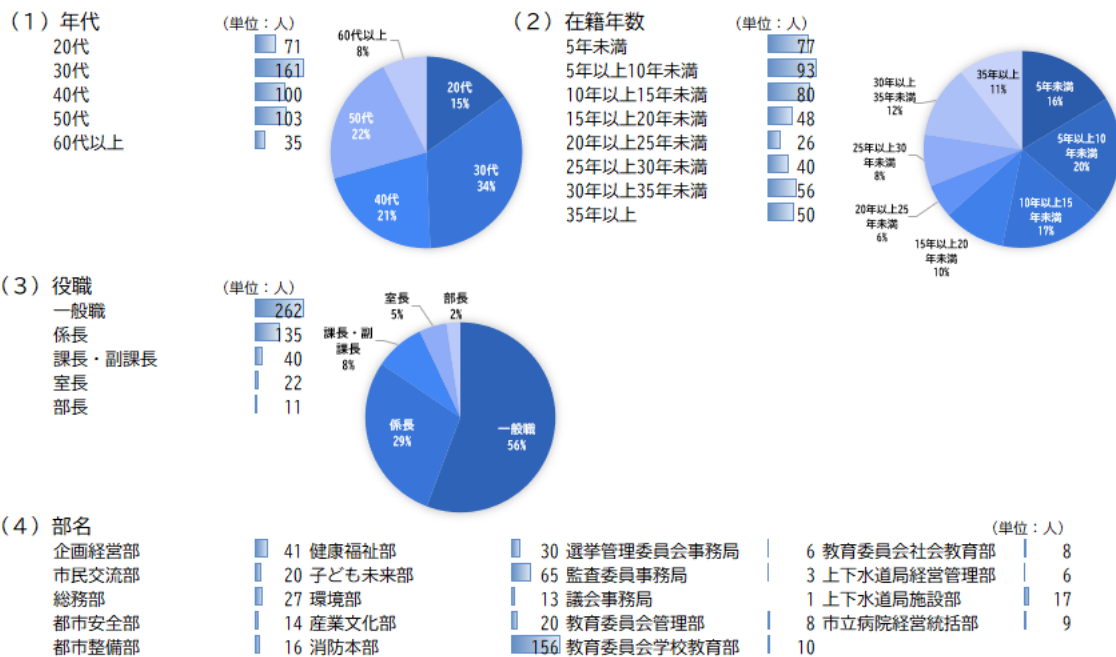
アンケートの前段では、「担当事業や業務の中で広報に対する成功体験があるか」や「広報を学んだり研修を受けたりしたことがあるか」などの広報マインドに関する項目について聞き、後段では、市民と職員が同じ30年後の宝塚市の未来に向かって進んでいくための課題を浮き彫りにするため、「30年後の市役所で働く職員の理想」や「理想を実現するための職員の課題」について聞きました。

1 職員の広報マインド「成功体験と学びが不足」

(1) 職員アンケート(広報マインド)の結果

① あなたの属性

(アンケート結果を整理して、市の課題をできるだけ正確に把握するため、属性を教えてください。)



⁶プロジェクトオーナーである市長を筆頭に、市長室長、広報課長、広報課係長2名で構成。アドバイザーに、(一社)リベルタ学舎の湯川カナ氏。

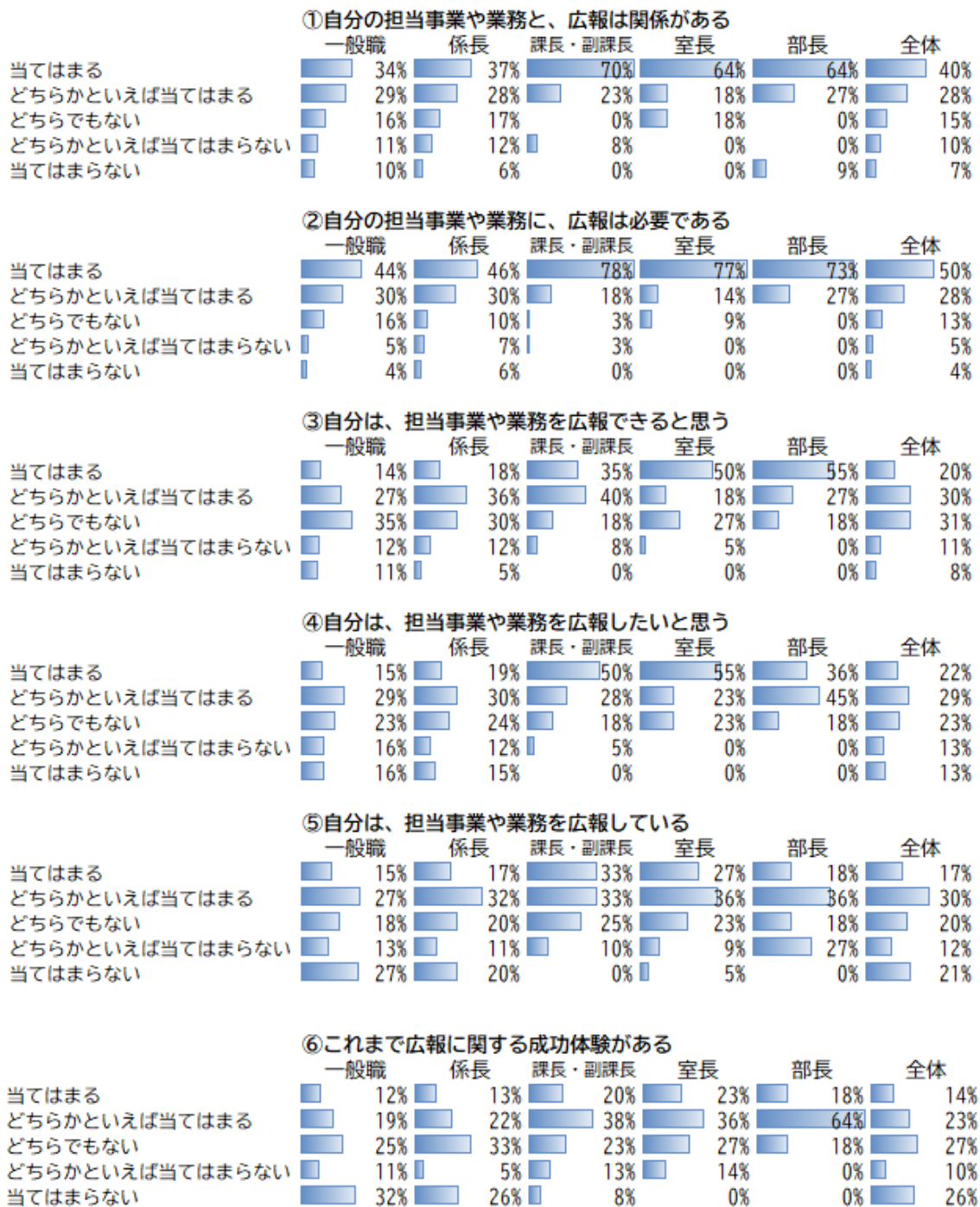
⁷対象は、全庁職員2,266人。調査期間は令和5年9月1日～7日。回答数は470件。

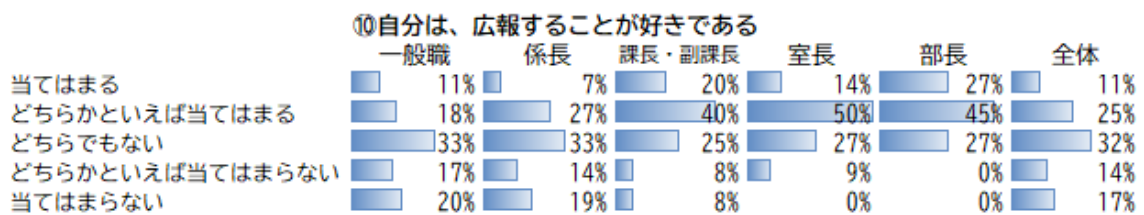
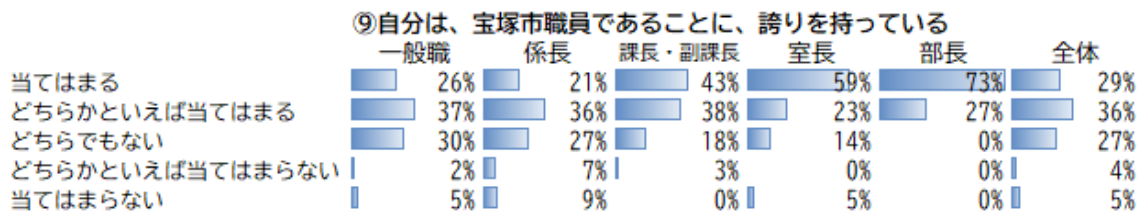
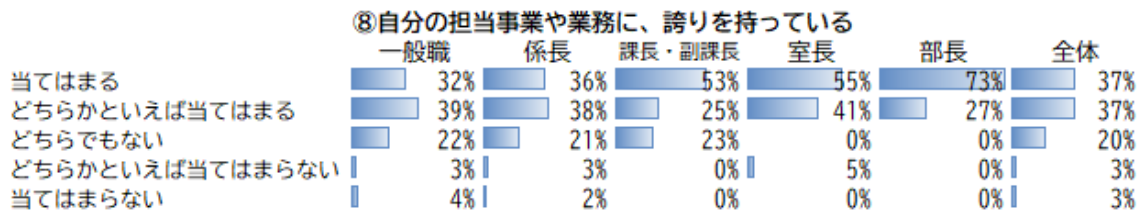
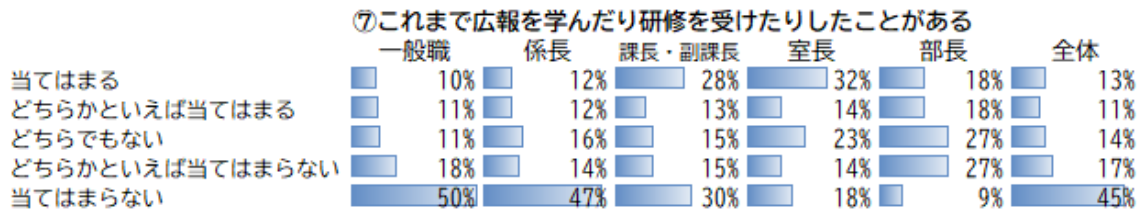
② 広報に関する意識

(以下の質問につき、できるだけ率直に、最も近いものを選んでください(全10問))

なお、文章中の「広報」という語句は、あなたがいま感じている意味で解釈してください。)

※以下、全体集計に加えて役職別でクロス集計しています。





(2) 職員アンケート(広報マインド)の分析

前記のアンケート結果について、データ利活用推進担当ADUPT⁸とCXO補佐官⁹の分析をもとに、広報戦略チームにおいて総合的に分析結果をまとめました。

① ADUPTによる主な分析¹⁰

・属性と広報に関する意識との関係性として、「管理職以上」と「係長・一般職」という役職の違いが、ポジティブとネガティブの回答状況に影響を与えている可能性がある。

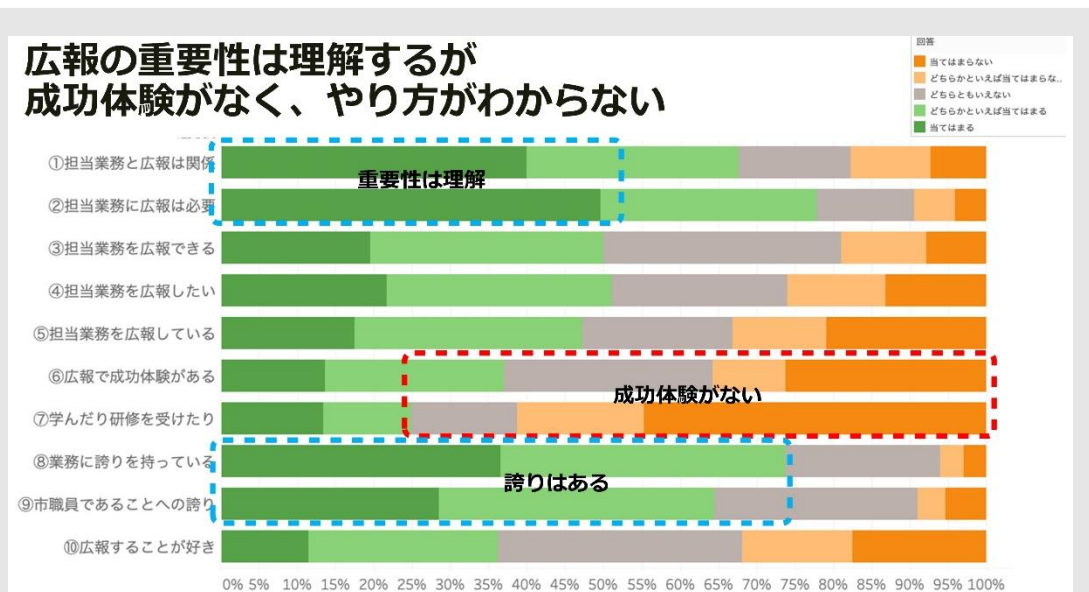
⁸ 市民目線でのよりよいサービス提供や職員の負担軽減につながる EBPM(客観的な根拠に基づく政策立案)を推進するため、庁内公募により選出されたデータ利活用推進担当職員

⁹ 時代にふさわしい行財政経営に必要な変革や職員の意識改革等への伴走支援のために登用している専門的知識や経験を有する職員(CXO=変革推進最高責任者であり、副市長をCXOとして位置づけている)

¹⁰ (参考)データ利活用推進担当 ADUPT 作成「広報に関する職員アンケート_ADUPTによる分析.xlsx」

- ・「管理職以上」はポジティブ、「係長・一般職」はネガティブな回答傾向がある。
- ・広報に関する意識について質問間の関連性から、広報が自分の担当事業や業務に関係があると認識するためには、まず第一に広報の必要性を認識し、次に、実際に広報を行う中で成功体験を重ね、広報への意欲や自信を培うことが重要である。

② CXO補佐官による主な分析¹¹



広報(=市民とのコミュニケーション)に対して、

- ・大前提である誇りはちゃんとある。
- ・当事者意識、主体的に取り組む気持ちはある。
- ・具体的行動は弱め。
- ・成功体験が不足している。
- ・実行に向けた学び、訓練が不足している。

(CXO 補佐官作成)

③ 以上を総合した、広報戦略チームの分析

大前提として、多くの職員は、「市職員としての誇りを持って担当事業や業務に取り組んでいる」ものの、「自分の担当事業や業務を広報している」割合は低い状況です。

広報が自分の担当事業や業務に関係があると認識するためには、まず第一に広報の必要性を認識し、次に、実際に広報を行う中で成功体験を重ね、広報への意欲や自信を培うことが重要です。

¹¹ (参考)CXO 補佐官作成「広報に関する職員アンケート_CXO 補佐官による分析.pdf」P2-17

また、広報に関する学びの機会が不足していることも「広報している」割合が低い要因の1つだと考えます。特に広報に関してネガティブな回答傾向のある「係長・一般職」に対して、成功体験を積む機会や研修の機会を提供することが、広報マインドの醸成に有効であると考えられます。

2 理想の宝塚市職員「市民フォーカス、協力と連携、柔軟性と創造性」

『理想の宝塚市』を実現するため、30年後に市役所で働く職員は、どのような状態であるのが理想でしょうか?という質問をしました。分析にあたっては、ChatGPTの活用に加えて、多角的な視点を取り入れるため、CXO補佐官にも分析を依頼しました。

(1) 職員アンケート(理想の宝塚市職員)のChatGPTによる分析

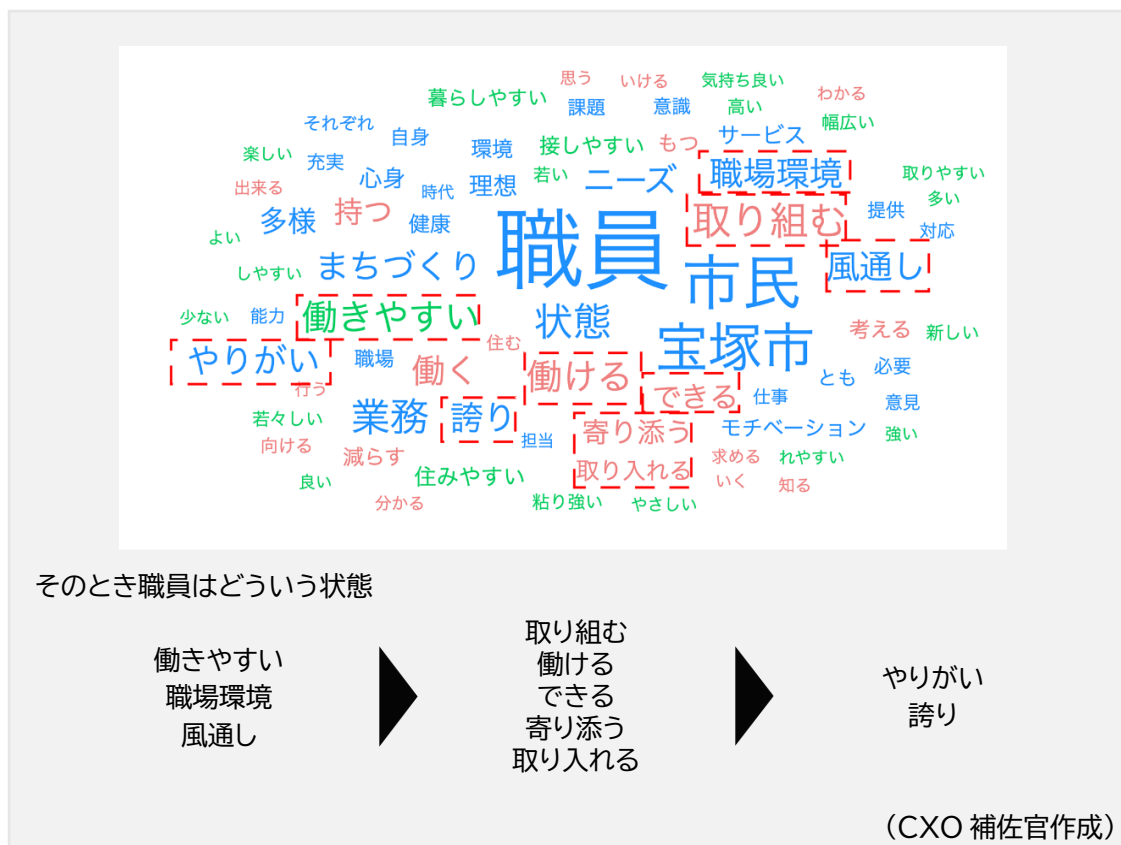
アンケートの回答をChatGPTで読み込んだ上で、「理想の宝塚市を実現するために30年後に働く職員はどのような状態であるのが理想ですか?というアンケートの結果を分析してください」と質問をしました。回答に頻出する上位7つのキーワードとその説明文は下表のとおりです。

7つのキーワード	説明
市民フォーカス	市民の声を重要視し、市民のニーズに対応することが重要であり、市民サービスの向上が優先事項です。市民へのサービス提供において、透明性とアクセス可能性が強調されています。
協力と連携	市民サービスの向上に向けて、職員同士や他の自治体との連携が強調されています。連携と協力の精神は、課題の解決や市民のための最適なソリューションを見つける上で重要です。
柔軟性と創造性	新しいアイデアやテクノロジーを採用し、市民の変化するニーズに迅速に対応する柔軟性が求められています。革新的なアプローチを採用して、市民への価値を向上させることが重要です。
健康とワークライフバランス	職員の健康とワークライフバランスの確保が注目されており、職場環境の改善や休暇の充実が求められています。健康な職員はより効果的に仕事を遂行できるため、大切にされています。
若手育成と活躍機会	若手職員へのサポートと成長機会の提供が重要視されており、新しい視点やアイデアを取り入れ、次世代のリーダーを育成する環境が求められています。
ハラスメント防止	パワハラを防ぐための職場文化の構築が必要であり、風通しの良い職場で働けることが重要です。職員同士の信頼関係を築くことも強調されています。
地域社会への貢献	地域社会への貢献や協力が強調されており、宝塚市の発展と共に地域社会の発展にも貢献する姿勢が求められています。

※表中の文章は ChatGPT により作成したものです。(<https://chat.openai.com>)

(2) 職員アンケート(理想の宝塚市職員)のCXO補佐官による主な分析¹²

2つの質問、「30年後の宝塚市はどのような状態であることが理想でしょうか?」と、「『理想の宝塚市』を実現するため、30年後に市役所で働く職員は、どのような状態であるのが理想でしょうか?」に対する回答を、CXO補佐官がユーザーローカルAIテキストマイニング¹³により分析しました。そのうち、後者の質問に対する回答の分析は下図のとおりです。



上記2つの質問に対する回答の分析のまとめとしては、次のとおりです。

- ・未来像については、宝塚市が、さらに住みやすい、暮らしやすい地域となり、それを支える経済も活性化している状態。
- ・未来像における市役所の状態としては、働きやすさ、風通しの良さが職員の取り組みを後押しし、社会の変化への適応が進み、誇りとやりがいのある仕事である状態。

(CXO 補佐官作成)

¹² (参考)CXO 補佐官作成「広報に関する職員アンケート_CXO 補佐官による分析」P21-28

¹³ 大量の文章(テキストデータ)から情報を取り出し分析し可視化する手法。文章を単語や文節に分割し、出現頻度や傾向を分析します。(参考資料:文部科学省 高等学校情報科「情報I」教育研修用教材(本編)第4章情報通信ネットワークとデータの活用・巻末
https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/zyouhou/detail/1416756.htm)

3 宝塚市職員の課題「市民サービス向上、組織文化の改善、情報共有と意思決定」

「30年後の『理想の宝塚市役所職員の状態』を実現するため、現在の市職員の一番の課題は何でしょうか?」という質問をしました。分析にあたっては、ChatGPTの活用に加えて、多角的な視点を取り入れるため、CXO補佐官への依頼を行いました。

(1) 職員アンケート(宝塚市職員の課題)のChatGPTによる分析

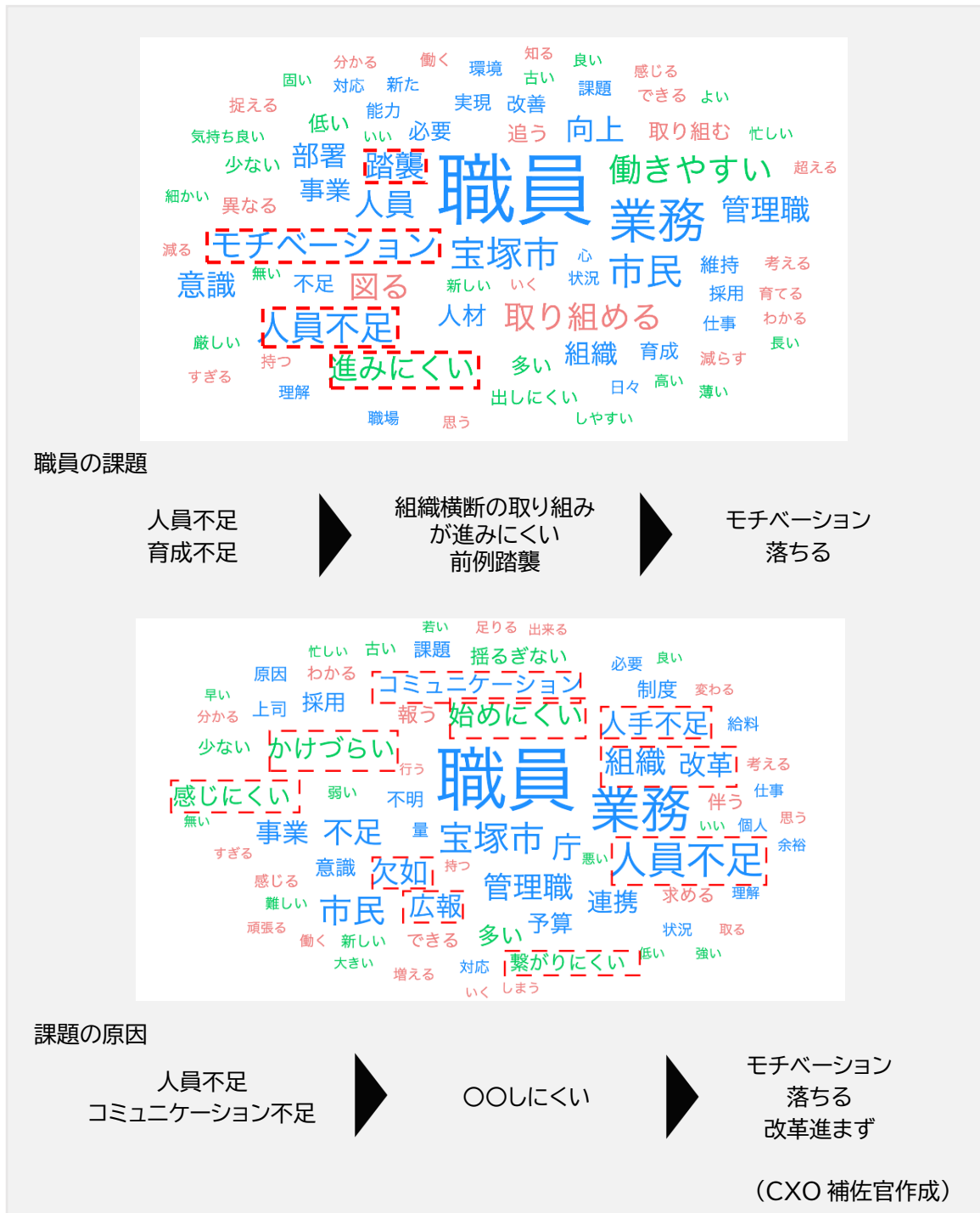
アンケートの回答をChatGPTで読み込んだ上で、「30年後の理想の宝塚市職員の状態を実現するにあたって、現在の市職員の課題は何でしょうか?というアンケート結果を分析してください」と質問しました。回答に頻出する上位9つのキーワードと説明文は下表のとおりです。

9つのキーワード	説明
デジタル化と効率化	職員はデジタル技術を積極的に活用する必要があります。特に、業務のデジタル化や自動化により、不必要な仕事の削減が求められています。これにより、業務効率を向上させることができます。
組織文化とモチベーション	組織文化の改善が必要です。職員間のコミュニケーション、チームワーク、協力の向上が、モチベーションを高める鍵となります。組織改革や意識改革が求められます。 職員のモチベーションの低下については、仕事への達成感ややりがいの提供、給与体系の見直しが考慮されるべきです。
財政難への対応	財政難に対処するために、予算の見直し、業務整理、効率化が必要です。また、福祉や市民サービス向上に資金を確保する方法も検討されるべきです。
市民サービス向上	市民ファーストの姿勢を持ち、市民ニーズに応じたサービス提供が重要です。市民とのコミュニケーションを強化し、市民対応の質を向上させる必要があります。
人材育成	職員の専門性の向上やスキルアップが必要です。若手職員の育成に焦点を当て、組織にとって重要な能力を発展させる取り組みが求められます。
組織文化の改善	古い考え方や派閥主義にとらわれない組織文化の構築が重要です。柔軟性、協力、チームワークが奨励されるべきです。
ワークライフバランス	職員のワークライフバランスを実現するために、残業削減、休暇取得の促進、働きやすい環境整備が必要です。
情報共有と意思決定	組織内での情報共有と意思決定の迅速化が必要です。情報のフローを改善し、効果的な意思決定を促進すべきです。
部署間の協力	部署間での協力意識の向上が求められます。組織全体での協力を奨励し、施策やプロジェクトのスピード感を高めることが大切です。

※表中の文章は ChatGPT により作成したものです。(<https://chat.openai.com>)

(2) 職員アンケート(宝塚市職員の課題)のCXO補佐官による主な分析¹⁴

「30年後の『理想の宝塚市役所職員の状態』を実現するにあたって、現在の市職員が一番の課題は何でしょうか?」と、「課題が生じている最大の原因は、何でしょうか?」に対する回答を、CXO補佐官がユーザーローカルAIテキストマイニングにより下図のとおり分析しました。



¹⁴ (参考)CXO 補佐官作成「広報に関する職員アンケート_CXO 補佐官による分析」P19-38

上記2つの質問に対する回答の中から、広報に関するコメントを一部抜粋したものを、次に示します。

- ・職員間における**広報不足**
- ・外向きの広報だけでなく、**内向きに**宝塚市は…を目指すとビジョンを統一する
- ・市の一番の課題とは何かを、**市役所内部で**議論ができていないこと
また、その**広報が不足**していること
- ・広報、支援(が必要)
- ・もっと**大々的に**広報すべき
- ・将来に向けた市方針の意思決定(何をしようとするのか)と
職員、市民との共有(周知、広報)
- ・**積極的な業務内容の紹介**(業者に頼るのではなく、**職員による**リアルな業務紹介動画等)
農林水産省公式YouTubeチャンネルを参考にした広報が必要
- ・広報に充てる時間が少なく、**各職員の広報に対する積極性**の欠如

(CXO 補佐官作成)

以上を踏まえた、CXO 補佐官のまとめとしては、次のとおりです。

- ・理想の未来像にむけた課題としては人口減、財政難、それによる人員不足が強く挙げられた。
- ・それに対し、今すべきことは多く挙げられたが、コミュニケーション不足、組織横断の取り組みが進まないこと、結果として前例踏襲が基本路線となり、モチベーションが下がってしまう状態を打破することが望まれている
- ・上記への対応として広報という観点で取り組むべきことは、組織内部・組織横断のコミュニケーション量を増やすこと、まず課題やそれにむけた取り組みについての内部広報を充実させ、その延長で職員自身が市民への共有を行う状態をつくっていくことである。

(CXO 補佐官作成)

4 職員アンケートの全体考察「インナー広報も重視」

以上の職員の理想と課題を、広報で実現または解決するという観点で整理し、市役所と市民との関係性を変えるアウター広報と市役所内での関係性を変えるインナー広報に分類したところ、以下のとおりになりました。

理想	・地域社会への貢献		
	・市民フォーカス	・協力と連携	・柔軟性と創造性
課題	・市民サービス向上	・情報共有と意思決定 ・部署間の協力	・組織文化の改善 ・デジタル化と効率化
	↓	↓	
分類	アウター広報	インナー広報	

一般的に、広報戦略においてはアウター広報に関する施策が中心となります。本市においても市民アンケートや広報モニターとの意見交換会、職員アンケートの結果から、広報媒体の特性を生かした効果的な情報発信やデジタル化への対応などが大きな課題といえるため、戦略の柱の1つとします(=広報基本戦略「市民に伝わる」、詳細は後述)。

一方で、職員アンケートの結果、多くの職員がインナー広報に関する課題を挙げていることが分かりました。このことは、令和4年度の庁内検討会でも広報活動の最重要項目として挙げられており、改めてその重要性が浮き彫りになったことから、本市の広報基本戦略においてはインナー広報に関しても重視し、2つ目の柱とします(=広報基本戦略「職員がつながる」、詳細は後述)。

また、アウター広報とインナー広報のいずれにおいても、市民の声を聴くことがその起点となり必要不可欠であることから、3つ目の柱とします(=広報基本戦略「市民にきく」、詳細は後述)。

以上のことから、宝塚市広報戦略は、「市民にきく」「職員がつながる」「市民に伝わる」を3つの柱として策定するものとします。

IV 広報基本戦略

■市民にきく

私たちは、市民に対して情報発信したり、施策や事業を立案したりする前に、市民が必要とする情報や施策が何かを聴かなければなりません。市民ニーズを正しく把握し、市民が必要とする情報を適切な方法とタイミングで発信し、また、市民が必要とする施策を立案することが、市民との信頼関係を築くことにつながります。

つまり「市民にきく」ことは、広報のみならず、参画と協働に基づく市政運営を実現するにあたって起点になるものと言えます。

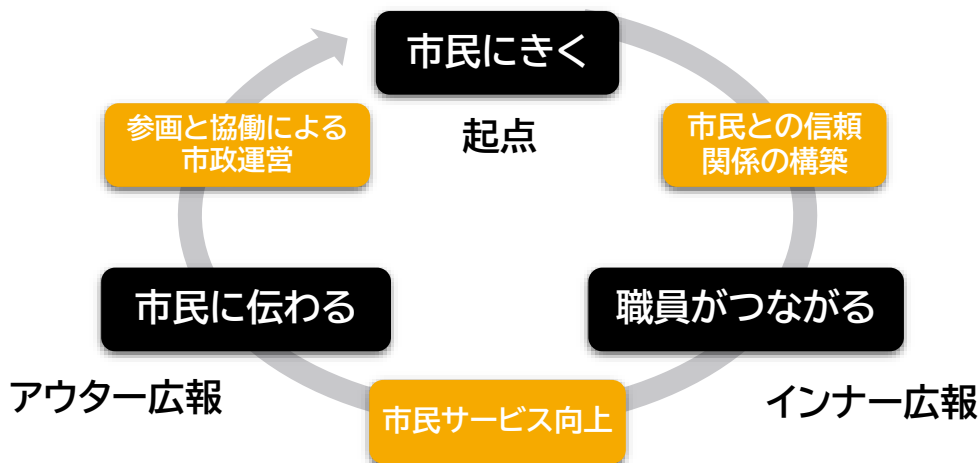
■職員がつながる

情報を取り巻く環境が変化する中、複雑多様化する市民ニーズに対応し、的確な情報や市民サービスを提供するためには、職員一人ひとりが古い考え方にとらわれず、柔軟性と創造性をもって業務に取り組まなければなりません。そのため、組織文化を改善して、職員間の連携強化やコミュニケーションの活性化、部署間で協力できる体制や市民ニーズを共有できる体制を整える必要があります。

■市民に伝わる

市民からの信頼を得て、参画と協働に基づく市政運営を実現するためには、これまでの「伝える」広報から「伝わる」広報への変革を進めなければなりません。「伝わる」広報とは、情報を受け取った市民が市の施策や魅力を正しく知るだけに留まらず、さらに、市政への関心や参画意欲を高め、市政への参画といった行動を起こしてもらうことです。

私たちは、広報することが目的ではなく手段であることを理解し、「伝わる」広報をもって、市民とともに、目指すまちの姿を実現する必要があります。



V 具体的施策の方向性

基本戦略に基づき具体的施策を進めるための方向性を以下に示します。今後、施策の具体化に向けて関係課との調整をしながら取り組みを進めます。

■市民にきく

これまでも市民の声を聴く方法はありませんでしたが、施策や業務の始まりの段階から、市民の声を聴けるようにしたり、市民の声にどう対応しているかを見える化したりすることで、市民との信頼関係を構築します。

(1) 市民の声を聴く/市民が市政に対して意見を伝える

行政計画や条例案などについて聞くパブリック・コメントだけではなく、市の取り組みや問題点について随時意見を聴くことができる環境を整えます。

(2) 市の対応や回答を見える化

様々な広聴や市民参画の機会を通して届いた市民の意見を庁内で共有する仕組みを整えるとともに、それらの意見の公表についてルール化し、市の対応や回答を見える化します。

■職員がつながる

職員が柔軟性と創造性をもって仕事がしづらい組織文化を改善するために、職員間で意識を共有し、部署間で協力することができる体制を築きます。

(1) 現状と課題を職員で共有する仕組みをつくる

イントラネットを活用し、市民の声や施策の進捗状況、意思決定の過程を職員間で共有できる仕組みを整えます。

(2) 組織横断的な広報チーム

広報マインドの醸成とスキルアップに関する研修を受けた職員の中から、広報チームのメンバーを募集し、各課の広報に関する意見交換や組織横断的な広報に取り組みます。

■市民に伝わる

市民に伝わるためには、市民がどのような情報を、いつ、どんな方法で欲しいと思っているのかを把握した上で、タイミングを見計らい、適切な広報媒体で発信し、その効果を検証する必要があります。「伝わる」広報の実現のため、まず市民の声を起点にした広報活動にするとともに、職員に対して「伝わる」広報の実現に向けた学びの機会を確保し、職員が市民目線で広報できる仕組みを整えます。

(1) 広報媒体の見直し

①ホームページのリニューアル

UX¹⁵(ユーザー体験)に基づいて、カテゴリー・階層の見直しや閲覧者が関連ページを見つけやすくするようリニューアルします。

②デジタル化

高齢者などのデジタルディバイドに配慮しつつ、紙からデジタルへの転換に備え、デジタル媒体を意識した広報誌の作成や、市公式 LINE をはじめとしたSNSなどを活用した広報を実践します。

(2) 職員の学びの機会の確保

①職員研修の実施

広報マインドの醸成やスキルアップを図る研修を行います。特に係長・一般職を対象とした実践的な広報研修を行います。

②ガイドラインの策定

全職員を対象に、「伝わる」広報を実現するために、情報発信する際に使う表現や発信のタイミング・頻度などを明記したガイドラインを策定します。

¹⁵ User Experience(ユーザー体験)を指し、ユーザーが製品やサービスを利用する際の体験を意味する。(引用資料:経済産業省 平成30年度産学連携サービス経営人材育成事業「高度デザイン人材育成の在り方に関する調査研究報告書 概要版」P25
https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/H30FY/000678.pdf)

(3) 広報に市民目線を入れる

① 広報モニター制度やアンケートの活用

広報モニターとの意見交換会や広報に関するインターネットアンケートをより充実させ、それらの分析も交えながら広報活動に活用します。

② 外部人材の活用

市民目線を取り入れた広報ができるよう、外部人材による日常的な業務相談や伴走型支援が受けられる体制を整え、職員の「市民フォーカス広報」の成功体験を増やします。

③ 市民が発信者となるプラットフォームの構築

市民とつくる広報の1つの形として、市民が自身の体験や活動、まちの魅力や市の施策について、市民とともに発信できるプラットフォームを構築します。

VI おわりに

本戦略を策定するにあたって、部長・室長級職員を対象に、最終案に対する意見照会¹⁶を行い、令和5年12月20日に情報・意見交換会¹⁷を開催しました。

情報・意見交換会では「我々も意識を変えなければならないと感じた。また、戦略に書かれていない具体的な取り組みをどう実現していくか」「広報に関係がない部署はない」「この会議にいる職員が変えなければならない」などの意見が出ました。

これらの意見を踏まえ、令和5年度から本戦略に基づき広報マインド醸成のための職員研修を実施するとともに、令和6年度から各施策の具体化に向けた組織横断的なチームを組成し、順次取り組みを進めます。

¹⁶ 照会期間は令和5年11月27日～12月1日。回答数は96件。

¹⁷ 市政上の政策課題等に関する全庁横断的な情報共有、意見交換を通じて、より多くの職員の市政への参画と課題認識の共有化を図り、もって政策形成、課題解決につなげることを目的として設置するもので、市長、副市長、理事、技監、教育長、上下水道事業管理者、部長級、室長級職員で構成。