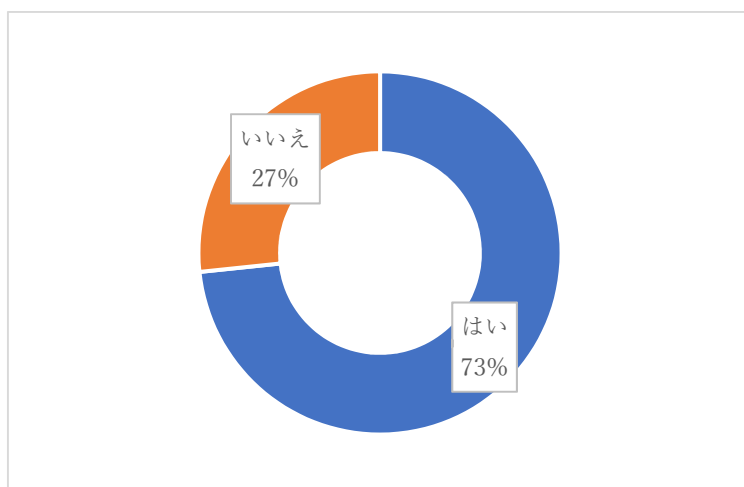


Q1.市が発信する情報について、「発信されたことが分からない」と感じたことはありますか？



Q2.「情報発信されたことが分からない」と感じる原因は何だと思いますか？

- ・ 私はチラシをよく見ていますが、特に若い人たちは紙媒体では見る気がないのだと思います。
- ・ 広報誌については、配布後にすぐ目を通しますが繰り返し読むということはなかなかしないので発信された情報を忘れてしまう、またははじめてから読み飛ばして知らないまま過ぎていく等があるのではないのでしょうか？
- ・ 忙しいと紙媒体は見ないときがあるので、LINE かメールで届けば見る機会は増えると思う。
- ・ そもそも自分が知りたい情報以外取りに行かないため。発信された広報誌を隅々まで読むことがないため
- ・ 紙媒体が多いから
- ・ 広報誌は読むのを後回しにしてしまうから
- ・ 対象の広報記事を見つけられなかった
- ・ 私の認識不足
- ・ 表現の仕方が悪い
- ・ 専門的な用語など難しい言葉が含まれているから。
- ・ 周りの人が誰も知らない
- ・ アピールする事があまりにも無いため、地味な内容を発信している為です
- ・ 各項目を案内する目次がふつうに無いため。
- ・ 情報発信ツールの周知不足。
- ・ 発信される情報やデータ自体は事実として理解はできるものの、自分の日々の生活に直接関わりのない内容だと、「で、このデータから何が言いたいのだろう？」と肝心なメッセージの部分が分かりづらい部分はあるのではないのでしょうか。

<問題点要旨>

1. 媒体の問題

紙媒体はスマホと比べて手軽さに劣るため、情報取得手段としての優先度が下がってしまい、記載されていたとしても見てもらえない可能性がある。また、広報誌は月に一度の発行であるため情報の即時性に欠けることに加え、その弱点を補うためのデジタルメディアの周知が足りていないため、情報発信したことが伝わりにくくなっている。

2. 表現・内容に関する問題

行政的な専門用語が難しい、表現が悪いなど記事が市民目線に立てていない。また、魅せ方の工夫が足りておらず、何を伝えたいか分かりづらかったり、注目を引ける構成でなかったり（地味）している。

Q3. 情報発信されたことが市民に広く伝わるための改善点や案があれば教えてください

- ・ インスタなどの活用。
- ・ LINE 配信はとても良いと思います。忘れていても再度配信されることで情報にふれることができるため。紙媒体だけではなかなか周知されないこともあると思うので。
- ・ リポストをしてもらえる内容づくり。リポストすれば抽選で何かが当たる
- ・ sns での発信
- ・ LINE とかを使って知らせたり、サロンで呼びかける
- ・ 例えば子育て支援の情報であれば保育園や幼稚園で各家庭に一部ずつ行き渡るように配布する。
- ・ 年代や居住地区などによって情報収集方法が異なると思われるため、あらゆるコミュニティに行き渡るような情報発信方法の工夫が必要と考える。
- ・ 高齢者向け、子育て向けと市民のニーズに合う情報だけを送って頂きたいです。
- ・ もっと市民（若者）が興味を持つような面白いことをやると、自然に広く伝わると思う。
- ・ 目次のページで記載ページとインデックスの色と一致すれば、初めて見る人にも分かりやすくなるのでは！
- ・ たとえば隔々まで情報誌を読むことで回答できる質問を儲けて応募させるとか、市民が参加することでプラスになるような側面をアピールできれば良いと思います。また市の情報発信を受けどのくらいの人がイベントに参加しているかを測定し、参加したきっかけを聞くだけでなく人に勧めたいと思うか、改善すべき点は何かなどのアンケートを実施してはどうかと思います。
- ・ 専門的な用語には、同じページにわかりやすく注釈をつける。
- ・ 広報誌の中でいうと、とくに上下水道や医療のようなとっつきにくい印象があるコーナーこそ、目線を市民レベルにまで落とした、分かりやすい発信にしていただけたらあ

りがたいです。例えば上下水道の情報は、恐らく市として発信する必要がある分野であるものの、一般市民が日頃からそこまで興味関心のある分野ではないのかな、という部分に需要と供給のギャップを感じます。だからこそ、どういう切り口から伝えれば、実生活と結び付けて興味関心を持ってもらえるかなど、発信の仕方に工夫の余地はあると思います。

<改善案要旨>

1. デジタルメディアの活用

LINE や Instagram で発信するだけでなく、抽選キャンペーンなど注目度を高める取り組みを行う。

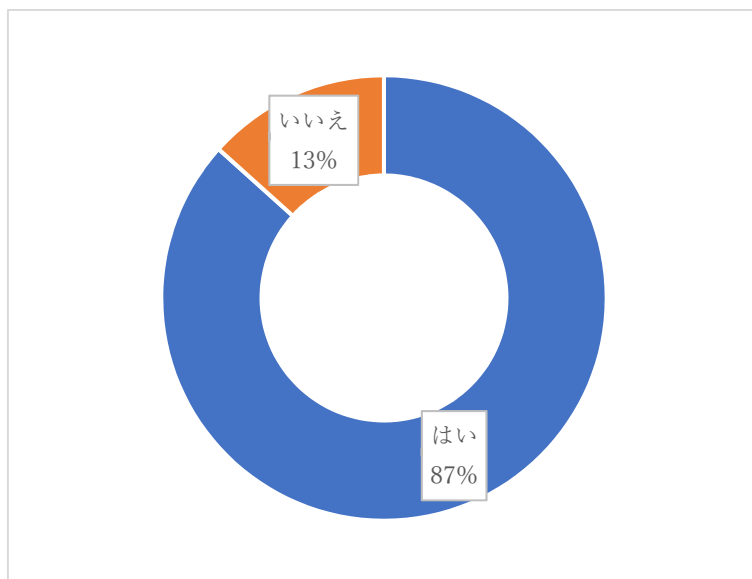
2. 対象を限定した広報

若者や高齢者、子育て世帯など具体的な対象がいる情報については、広報誌だけでなく個別に告知や宣伝を行う。また、対象層の注目を集めるような事業の実施を図る。

3. 広報誌の改善

記事や単語の平易化やインデックスの追加など読みやすくなる工夫の他、応募企画など紙面を読む意欲を高められる機能を追加する。

Q4.市が発信する情報について、「欲しい情報が探しにくい」と感じたことはありますか？



Q5.「欲しい情報が探しにくい」原因は何だと思いますか？情報を探しにくいと思われる媒体と併せて記入してください

- ・ 高齢者向きのものも多く、子どもがいる私にとって子育て向けのものを探し出すのがしんどいです。子どもがいるため、広報誌などに目を向ける時間をあまりさけない。
- ・ 広報誌はあまりボリュームが多いと、全てに目を通しにくいと思います。"
- ・ 広報はどこに何が記載されているか、丹念に見ていかないと、探し出せない
- ・ 広報誌は欲しい情報があまりない。市 HP は探しにくい
- ・ 広報誌は文字が多く欲しい情報が探しにくい、市 HP は検索しにくい

- ・ 市のホームページが見にくいし行けてない。
- ・ 市のホームページが検索しにくい
- ・ 自分の探している情報のカテゴリーが分類しにくい。
- ・ 市のホームページをいちいち見ないと思う。目的ないと広報誌も読まない
- ・ ホームページが複雑
- ・ 特に探しにくいとまでは思わないが、市 HP は情報量が多いため必要な情報に辿り着くまで少し時間がかかる。
- ・ "HP は検索バー等を利用する事で比較的情報に辿り着きやすいと思います。年配の方は少し難しいのがかもしれません。

- ・ 子どもの相談をしたい時に相談窓口がいくつかあってたらい回しにされてると感じた
- ・ "市政だよりやホームページは行政のことだけで面白くない。関心を、持たれる遊びに行くや飲食とかを載せて欲しいです"
- ・ 面倒くささ
- ・ 各種 SNS など積極的に活用されているようなのですが、色々種類がありすぎて、どれをフォローしておけばいいのかよくわからずにいます。

<問題点要旨>

1. 広報誌の情報量が多い

市民全体をターゲットにしているため、読者ごとに必要な情報と不要な情報が混在しており、全てに目を通さないと取捨選択ができない。

2. 市 HP が見にくい

そもそも市の HP を見に行くことがない。また、サイト階層が複雑なため、興味を持ったとしても該当ページに辿り着きにくい。

3. その他

相談窓口の分かりにくさやニーズに合わない情報の掲載など

Q6. 情報を探しやすくするための改善点や案があれば教えてください

- ・ 高齢者向けと子育て向けをわけるとありだと
- ・ 子に関する相談は LINE や、チャットで気軽に相談できると良い。
- ・ 子育て世代向けの専用 HP など、ニーズに分けたサイト作成はいかがでしょうか。
- ・ 始めに目次があると見つけやすいのでは？
- ・ 自分自身が情報収集にあまり困っていないので、よくわかりませんが広報誌の見出しをより目立つようにすれば、誰でも情報に辿り着きやすくなるのではないのでしょうか。
- ・ 一目で分かるように、目次のページを設けて欲しい。
- ・ 神戸市の広報誌のオンラインサイトのように、カテゴリ別、地域別、目的別、キーワード別のようなタグで記事検索できる、まとまったサイトが一つあると便利で嬉しいです。よほど意識の高い方でしたら「マチイロ」「マイ広報誌」のようなスマートフォンのアプリをダウンロードされると思いますが、個人的にはそこまでのハードルが高いと感じてしまいます。
- ・ ホームページやインスタ、LINE リッチメニューなど、ハッと目を惹くオシャレなデザインにする
- ・ 探すと言うよりは検索しようと思ってもらえるようにしてほしい。関西ウォーカーに載るような感じを、まず真似をしてみてもいいと思います"
- ・ 画像や図の積極的な使用

- ・ Yahoo ニュースとかネット記事に1つでも掲載したら、そこから市の情報に行くそういったツールを作る
- ・ ホームページのアプリ化
- ・ Chatbot など一括で楽に情報が探せれば楽です（ゴミ捨ての日とか、書類手続き関係とか）。LINE もありますが、本当に知りたいのはゴミの分別方法ではなくて捨てる日だと思うので項目に足して欲しいです"
- ・ sns での発信

<改善案要旨>

1. 子育て情報の充実

比較的行政情報に関心の高い子育て世帯に特化した LINE のサービスや専用サイトの作成

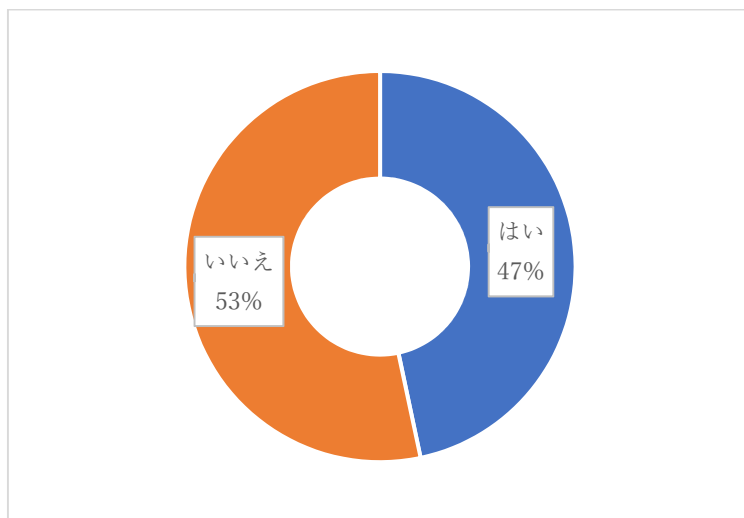
2. デザイン性の向上

目次や見出し、画像、検索タグなどをつけて情報を目立たせたり、探しやすくしたりする。
また、広報媒体のデザインを底上げする。

3. デジタル技術の活用

SNS やチャットボットなど、知りたい情報への導線を分かりやすくする工夫を行う

Q7.あなたは市が発信する情報について、「受け取る手段が分からない」と感じたことはありますか？



Q8.「情報を受け取る手段が分からない」と感じる原因は何だと思いますか？

- ・ 若い人は広報誌をみていない人が多い。時間がない。紙媒体はみない人が多い。
- ・ 市政だよりしかないからだと思います
- ・ 広報誌か HP くらいしか思いつかないから。(それで充分だと思いますが)
- ・ 情報発信ツールの周知不足。
- ・ デジタル化がすすんでいて高齢者がついていけない
- ・ 二次元バーコードのみの場合、スマホや iPad を持っていない人は受け取れない。
- ・ ツールが一体化していない
- ・ インスタなど素早く最新の情報を受け取れるイメージがない。
- ・ 問い合わせ先がはっきりと明記されていない。
- ・ 周りの情報の少なさ、宝塚市への関心の低さ
- ・ イベントの情報など興味を持っても後回しにしてしまう
- ・ 自ら検索しないと知ることが出来ない
- ・ 認識不足
- ・ Q5.の回答と同様です。
- ・ 特になし

<問題点要旨>

1. 媒体ごとの弱点

紙媒体である広報誌は若い世代の関心が低く、HP や二次元コードなどデジタル媒体は不得手とする高齢者が多い。SNS などその他の媒体は存在自体あまり知られておらず、それぞれに弱点を抱えている。

2. 関心の低さ

市が発信する情報への関心度が低いうえ、発信場所が分かりにくいいため自ら調べる負担が発生し、情報取得の意欲が持てない。

Q9.情報を受け取る手段を伝えるための改善点や案があれば教えてください

- ・ Instagram の利用
- ・ インスタなどの活用。
- ・ ネットを使って欲しいです
- ・ sns での発信
- ・ LINE など（もう少し詳細に教えてくれる）
- ・ 情報が必要とされる状況が予測できるのであれば、その時点で発信する。

- ・ 宝塚市内のあらゆる飲食店などに市のイベント情報を掲載する。気にしなくても宝塚市内にいれば自然と目に入る感じがいいと思う。
- ・ コンビニとかで広報とか置いてたらいいと思う
- ・ 直近開催のイベントは市のホームページのトップに一覧で出てたりすると探しやすい
- ・ 市民の中でも情報発信力の高い方や、SNS での知名度の高い方など、コラボレーションで何か企画したり投稿したりすることで、それをきっかけに、より認知度を拡大させる。
- ・ 担当部門の電話番号の併記も必要では？
- ・ 担当の部署の連絡先を明記すること
- ・ ゴミもホームページなども一体化
- ・

<改善案要旨>

1. デジタルメディアの活用

SNS などとクロスし、紙媒体以外でも情報を発信する

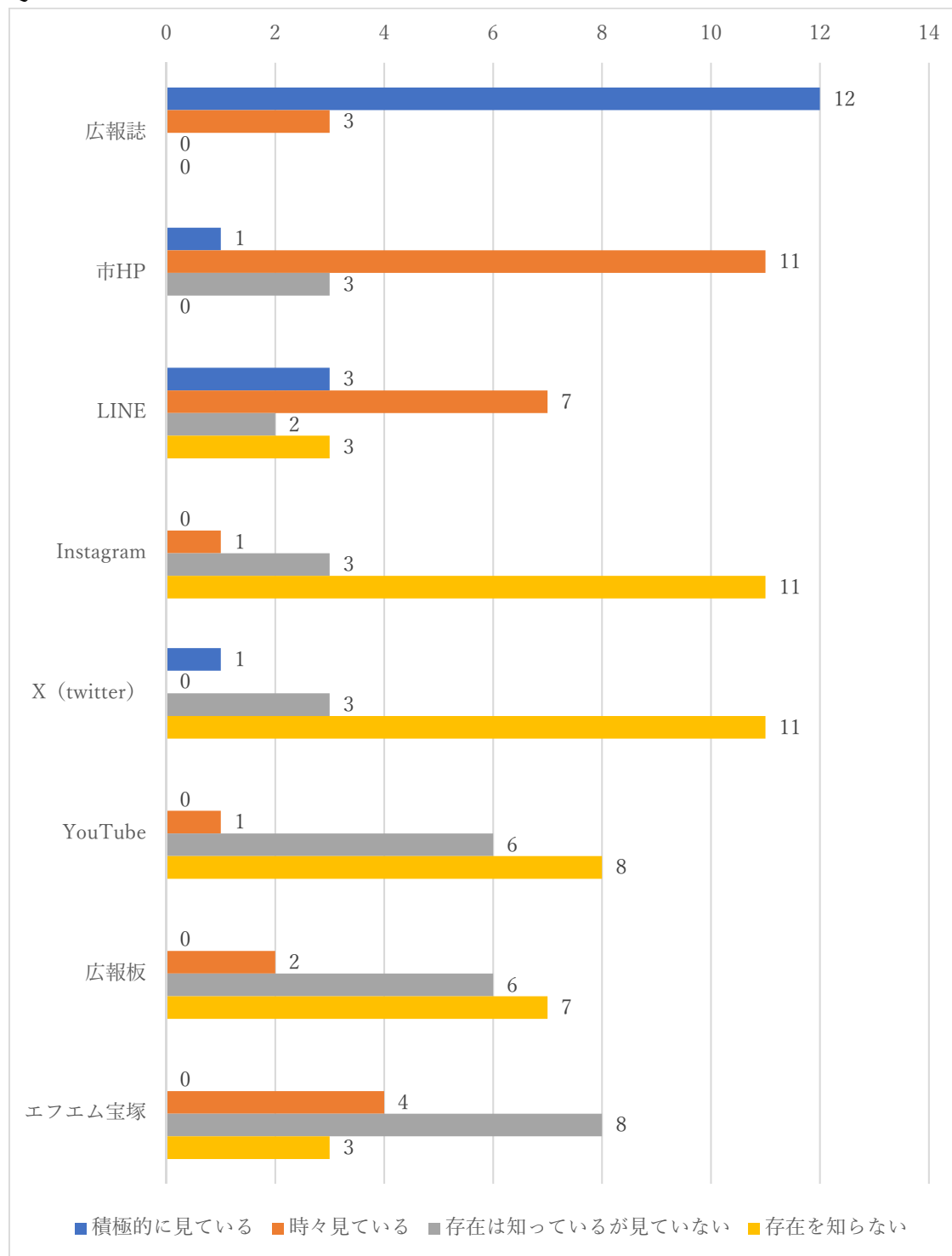
2. 認知場所の拡大

コンビニや飲食店、市 HP のトップやインフルエンサーなどとのコラボなど、従来の広報のやり方にとどまらず広く周知できる機会の増加を図る。

3. その他

連絡先の明記（SNS ?）、HP の改善

Q10.市が発行・投稿する情報について、どの程度ご覧になっているか教えてください



<要旨>

改善策で SNS の活用を上げる意見は多かったが、そもそも広報課で運用しているアカウントの存在が知られていなかった。また、広報モニターへの応募者という優位性はあるものの、市の情報発信媒体として広報誌の注目度は最も高い。