

広報事業

テーマ	魅力的な広報
市民生活の視点	つながり
政策	関わる
施策	市民の声を聴き、情報の共有化に努めます
所管部・課	総合政策部広報室

1 事業課題及びディスカッションに求められたもの

(1) 広報誌・・・読者に興味を持って読んでいただける誌面づくりを進めることが課題であり、多くの方（特に若い世代）に読んでもらうためのヒントなど。
(2) インターネット（FB）・・・登録者を増やす「しかけ」が必要であると考えており、アイデアとこのディスカッションを通じて興味を持ってもらう。

2 ディスカッションの全体まとめ

(1) 広報誌
市の基幹メディアで、伝えるべきこと、伝えたいことを伝える媒体である。手に取ってもらう機会を増やす施策が必要。「広報の広報」を行う。情報の伝え手として市民を巻き込む。市民企画の特集記事、地域のイベント情報やイベントレポートなど投稿をまち情報として（紙幅と編集労力の軽減のため）折り込みとするなどを検討して、記事に関係がある人（＝読みたいくなる人）を増やす。表紙の工夫や、介護や財政などの固い内容をきんたくん、学生の参加などによって柔らかくするなど、さらなる「伝える」工夫に期待する。
(2) インターネット（FB利用者の拡大）
その特性（即時性・検索性・世代の若さ）を活かした取り組みを行う必要があり、即時性を活かしたイベント速報（花火、花見、紅葉の見頃）によってユーザー層が拡大しうる。また、災害時の情報提供などは重要。市民による情報提供（写真や情報）を受け入れ、情報の伝え手として市民へ参加を求める。即時性ではツイッター連動を期待する。きんたくんFB・ツイッターなどでFB・HPへの誘導を行う。検索性については、ツールによる向上が期待される。
全体として、情報の伝え手として市民の巻き込み、他部局との連携による情報資源の活用が期待された。また、広報のための広報の必要性が指摘された。

3 個別検討事項

他部署との連携については、他部署が持っている広報資源やきんたくん情報の伝え手、情報媒体として活用（例えば、他部署印刷物への広報誌情報、HP、FB情報の掲載や、きんたくん活動時のPRなど）。
広報の広報については、広報誌やFBの存在を知らない市民に、転入者配布物などをはじめ印刷物を広報誌別冊として広報の存在をアピール（バスや駅へのポスター掲示、広報のためのイベント企画など）。
表紙の工夫については、月刊誌的な記事となっているが、表紙は市広報誌的。表紙も月刊誌的なレイアウトとし、見出しを大きくするなど読まれる工夫などとしてはどうか。
数値目標を定めることについては、例えばFBで「いいね」獲得のための件数を掲げる。
広報誌への子育て世代、若手の読者獲得については、読者プレゼントや参加記事企画など、手に取ってもらう機会の拡大を図る。