大野城市広報・広聴戦略プラン　概要版

第１章　はじめに

（１） 計画の背景

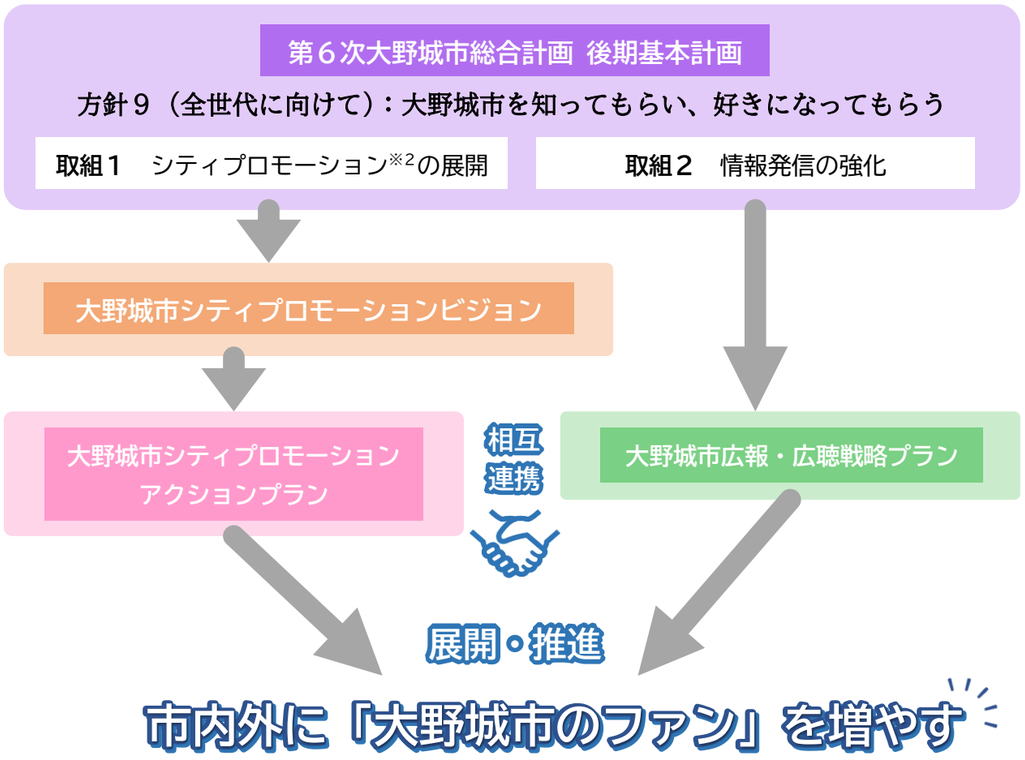
本市では、これまで、「市民と行政」をつなぐための、広報・広聴に取り組んできました。

今後、市内外へ幅広く広報・広聴を進めていくには、情報通信技術や社会状況の変化に合わせ、従来の情報収集・発信のあり方を見直し、より「戦略的」に効果的な手段や方法に変えていくことが求められています。

（２） 計画の目的

「広報・広聴戦略プラン」では、本市の関係人口※1を増やし、移住・定住人口の増加、シティブランドの確立につなげていくためにも、「シティプロモーションアクションプラン」と両輪となり、「大野城市を知ってもらい、好きになってもらう」という方針に向けた、大野城市における広報・広聴戦略の方向性を提示します。

（３） 政策上の位置付け



※1　シティプロモーション：自治体が、地域のイメージ向上、移住者の増加などを目的として行う地域活性化のための活動のことです。

※2　関係人口：大野城市では、市内に居住していなくても、大野城市を「好き」、「応援したい」、「まちづくりに参加したい」という想いや情熱があり、地域の担い手やまちに新しい活力をもたらしてくれるファンやサポーター（支援者）、パートナー（共働者）として多様な関わりを持つ人を「関係人口」として定義しています。

（４） 計画期間

このプランの計画期間は、令和７（2025）年度を初年度とし、「第６次大野城市総合計画」及び「大野城市シティプロモーションアクションプラン」との整合性を図り、令和 10（2028）年度までとします。

第２章　現状と課題

（１） 問題点と課題

	問題点	課　題
広報	①多様な発信方法への対応不足	情報発信手段を拡大していくだけでなく、対象や広報媒体の特性に合わせた効果的な情報発信の検討が必要である。
	②不十分なアクセシビリティ※3対応	全てのユーザーが情報に適切にアクセスできる環境を整備することが求められる。更に、これらの問題を解消するためには職員一人一人の意識改革も必要である。
	③ニーズ把握不足	情報発信の対象を具体化し、各対象のニーズを的確に捉えた上で、対象に合わせた情報発信をしていくことが必要である。
広聴	④情報の未整理	市民のニーズの全体像を把握するため、これまで寄せられた意見や回答内容を再整理し、分析する必要がある。
	⑤受動的な意見収集	既存の広聴手段には、紙媒体のみでの回答など回答方法を限定しているものもあり、利用者に手間をかけているという点も意見が集まりにくい要因になっているため、ICT の活用などを含めた、制度の見直しや手段の検討が必要である。
意識・体制	⑥職員の意識の格差	職員の意識格差を埋めるための研修の実施や、職員みんなで広報・広聴を担うための、意識改革につながる体制の構築などの検討が必要である。
	⑦専門スキルの不足	情報発信に関する仕組みや媒体が日々進歩していく中で、知識や技術を補うための専門的な人材の活用や職員の異動や退職などにおいてもサービスレベルを維持できるような仕組みの検討が必要である。

※3　アクセシビリティ：アクセスのしやすさを意味する言葉です。「利用のしやすさ」や「情報への到達のしやすさ」として使用しています。アクセシビリティが高い状態は、より多くの人にとって使いやすい状態を指します。

第３章　本プランの方向性

（１） 策定に当たっての考え方（基本コンセプト）

本市のファンを増やすため、コミュニケーションを重視し、行政とステークホルダー（利害関係者）との良好な関係による情報の収集・発信といった双方向のコミュニケーションにより施策を展開します。

（２） 広報の考え方

プランの推進に当たり、現状の実績や媒体の特性を基に、表で「各媒体の特性に合わせた情報発信の考え方」を示し、効果的に情報発信を行っていきます。

（３） 基本目標

市の魅力が伝わる戦略的・効果的な取組を展開し、市内外に「大野城市のファン」を増やすことを目標とします。

（４） 計画の体系

第６次大野城市総合計画 後期基本計画

方針９（全世代に向けて）：大野城市を知ってもらい、好きになってもらう

取組１　シティプロモーションの展開　　**取組２**　情報発信の強化

↓

大野城市シティプロモーション アクションプラン

↓

大野城市広報・広聴戦略プラン

目標：市の魅力が伝わる戦略的・効果的な取組を展開し、市内外に「大野城市のファン」を増やす

基本戦略

広報	広聴	意識・体制
基本戦略１ 必要な情報を必要な人に届けるための戦略的な広報	基本戦略２ 積極的に意見を取り入れる広聴体制の構築	基本戦略３ 広報・広聴を支える職員の意識改革と体制の構築

第４章　基本戦略・主要施策

基本戦略１：必要な情報を必要な人に届けるための戦略的な広報

成果指標	現状値	目標値（R10 年度）
ホームページや SNS などの情報媒体と、テレビ、新聞などのマスコミを活用した本市の魅力発信に対する満足度	53%	90%

主要施策1-（1）	ニーズや対象（市内・市外など）に合わせた情報発信
基本方針	情報を受け取る側が必要とする情報などのニーズを把握し、「知りたい」に応えられる広報を目指すとともに、市政情報や市の魅力が伝わる情報を積極的に発信する。
具体的な取組	①広報に関するニーズの把握 ②各種広報媒体の活用基準、手引きの作成 ③各種広報媒体のリニューアル
主要施策1-（2）	「誰にでも・いつでも・どこでも」伝わりやすい情報発信
基本方針	若年層から高齢者など世代を問わず、また障がいの有無、言語の違いなどにかかわらず、誰にでも伝わりやすい情報を発信する。また、タイムリーに情報を発信し、いつでもどこでも情報を届けることができる環境の整備を行う。
具体的な取組	①ガイドラインの見直し ②アクセシビリティの取組の強化 ③SNS 動画などの活用促進

基本戦略２：積極的に意見を取り入れる広聴体制の構築		
成果指標	現状値	目標値（R10 年度）
「市民の声」の意見件数のうち提言・要望の割合	79%	85%
主要施策2-（1）	ニーズの整理と分析	
基本方針	これまで、電話やメール、意見箱などによる「市民の声」や条例や計画などを策定する際の、アンケートやパブリック・コメントなどの方法で、市民からたくさんの意見をいただいた。これまでの意見を再整理し、市政にいかす根拠として活用する方法を検討する。	
具体的な取組	①市民の声、ホームページでの提言受付などの整理 ②ホームページ、SNS などの分析	
主要施策2-（2）	市民の多種多様な意見を集めるための環境整備	
基本方針	既存の広聴手段には紙媒体による受付となっているものもある。制度の見直しを行い、ICT の活用など幅広く意見を集めるための広聴の手段を検討し、意見を聞きやすく、出しやすい環境づくりを検討する。	
具体的な取組	①広聴の選択肢の拡充 ②広聴制度の見直し	

基本戦略３：広報・広聴を支える職員の意識改革と体制の構築		
成果指標	現状値	目標値（R10 年度）
広報・広聴に関する研修の理解度	－	90%
主要施策3-（1）	「伝える」から「伝わる」への職員の意識改革	
基本方針	一方的に情報を発信して「伝える」のではなく、「伝わる」ための取組を行う。対象を明確にした情報発信をするだけでなく、そこから、具体的にどのような行動を起こしてほしいのかを考える。 このような視点を広報・広聴担当だけではなく、全庁で共有し、職員みんなで広報・広聴を担う。	
具体的な取組	①広報・広聴の体制の見直しと構築 ②職員研修の実施	
主要施策3-（2）	プロフェッショナル人材の活用	
基本方針	社会制度や仕組みが目まぐるしく変わる中、新たな情報提供手段などに対する知識や技術が不足傾向にある。全職員が新たな知識や技術を習得するには時間を要するため、専門的な人材の活用について検討する。	
具体的な取組	①各種専門業務の委託や人材登用の検討	

《 具体的な取組のスケジュール 》

具体的な取組		R7	R8	R9	R10
1-(1)-①	各媒体によるアンケート	作成・実施 分析・反映	⇒	作成･実施	分析、運用に反映
	広報全般アンケート	－	－	作成・実施	次期計画に反映
1-(1)-②	活用基準、手引きの作成	基準作成	⇒	見直し	⇒
	新たな発信媒体の活用	活用	⇒	⇒	⇒
1-(1)-③	リニューアル	仕様検討	リニューアル	⇒	⇒
1-(2)-①	ガイドライン見直し	検討	改訂	⇒	⇒
1-(2)-②	ツールの活用	活用	⇒	⇒	⇒
	アクセシビリティ強化	検討	実施	⇒	⇒
1-(2)-③	ツールの導入・活用	導入･活用	⇒	⇒	⇒
2-(1)-①	情報の整理	情報の集約	⇒	整理	⇒
2-(1)-②	分析方法の検討	検討	分析機能の導入	⇒	⇒
	分析	－	－	分析	⇒
2-(2)-①	広報媒体の活用	検討	活用	⇒	⇒
	新たな広聴手法の検討	－	－	調査･研究	導入
2-(2)-②	既存制度の見直し	検討	⇒	見直しの反映	⇒
3-(1)-①	体制の再構築	再構築	運用	⇒	⇒
3-(1)-②	研修の実施	検討･実施	⇒	⇒	⇒
3-(2)-①	外部人材の活用	検討	活用	⇒	⇒

第５章　プランの推進に当たって

（１） 広報・広聴を支える意識・体制

職員みんなで広報・広聴を担っていけるように、主要施策３－（１）－① の具体的な取組である「広報・広聴委員会」において、プランの進捗について報告・確認します。広報・広聴担当だけでなく、全庁的に課題や意識を共有し、プランを推進します。