

戸田市広報戦略

－ 情報発信力の強化 －

平成24年3月

戸 田 市

(目 次)

第1章

1. 策定の背景と目的	1
2. 戸田市における広報の現状	3
3. 目指す都市イメージと基本目標	4
4. 基本目標に向けた行動指針	8

第2章

新たな取り組み事項	9
-----------	---

首都に隣接オアシス都市

憩う、育む、楽しむまち

第1章

1. 策定の背景と目的

**市民が将来にわたって、
安心して暮らし、住むことを自ら誇れることができるまち
を実現していくために**

(第4次総合振興計画「将来都市像」基本理念)

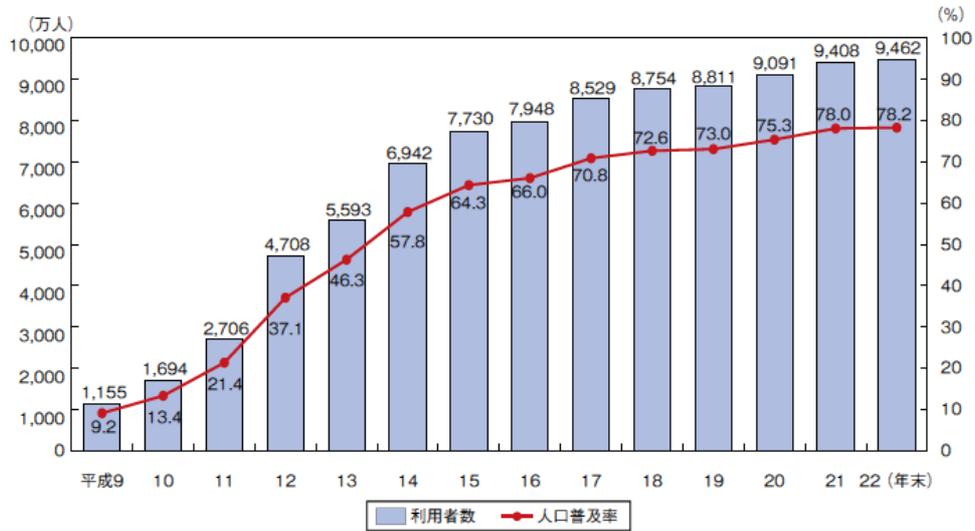
(1) 策定の背景

戸田市は、戸田市政策研究所及び戸田市まちづくり戦略会議によるシティセールスに関する調査研究を踏まえ、平成23年6月に「戸田市シティセールス戦略」を策定しました。第4次総合振興計画の基本理念に基づき、市民が将来にわたって、安心して暮らし、住むことを自ら誇れることができるまちを実現していくために、自治体同士の都市間競争の時代にあって、多くの人に選ばれ、活力ある都市であり続けなければなりません。そのためには、戸田市の持つ様々な魅力や強みを明らかにするとともに、それらを効果的にPRし、まちへの関心や愛着、帰属意識を高めていくシティセールスは重要な取り組みの一つです。そして、このシティセールス戦略の推進においては、内外に向けた情報の発信機能を担う広報が大きな役割を果たします。

また、東日本大震災の対応にあたっては、放射線関連の問題や計画停電、ボランティア活動など複数の主管課にわたる災害関連情報について、いかに市民に向けて迅速かつ確実に情報提供するかが大きな課題となりました。市民が安心して暮らすことのできる信頼あるまちとなることは、選ばれる都市となるために欠かすことのできない要素の一つであり、信頼の視点から危機管理広報の体制整備が不可欠です。

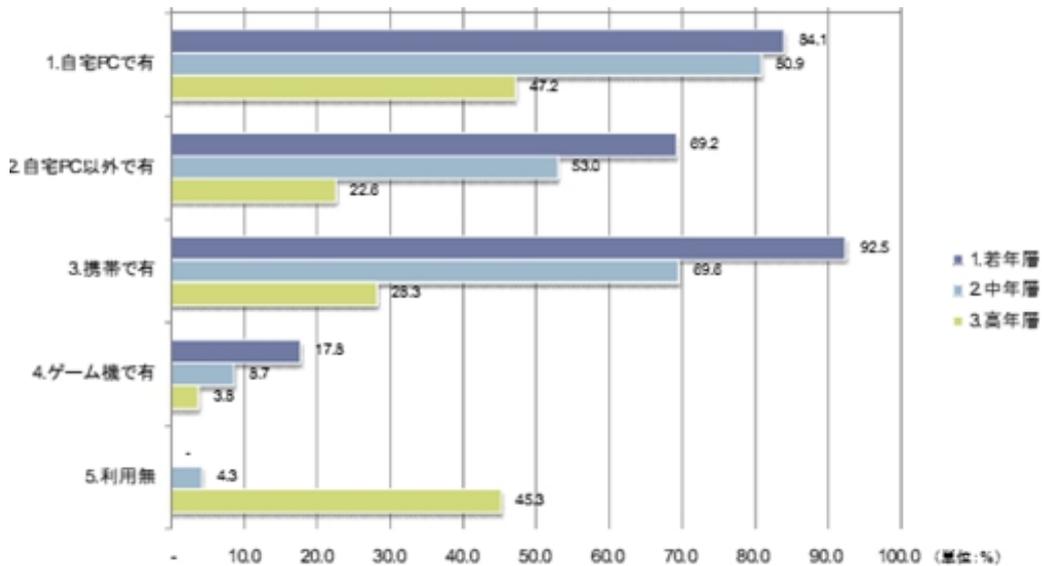
さらに、これまで広報活動においては、紙媒体が主要な位置づけとなってきましたが、情報化の進展はめざましく、インターネットはすでに国民の78.2%が利用しており、情報の流通手段の多様化が進んでいます(図表1)。そして、戸田市においては、市民の約9割がインターネットを利用しており、高年層でもパソコンや携帯電話といったインターネット接続機器を保有している割合が高くなっています(図表2)。このような社会環境の変化に的確に応えるべく、従来の紙媒体と併せて、市ホームページの充実や新しいメディアの活用といった多様なチャネルを効果的に駆使した広報活動が求められています。

図表1 インターネットの利用者数及び人口普及率の推移



(総務省：平成23年版 情報通信白書)

図表2 インターネットの利用状況



1. 若年層：20代・30代 / 2. 中年層：40代・50代 / 3. 高年層：60代・70代

(戸田市：第2次情報化推進計画 e-Toda プラン)

(2) 広報戦略の目的

広報戦略は、上位にあるシティセールス戦略を踏まえ、それを実現するために広報の果たす役割を提示します。そして、全庁共通の認識を持ちながら、各部署が積極的に情報を発信していくことにより、統一的に迅速かつ効果の高い広報活動を展開していくことを目的とします。

2. 戸田市における広報の現状

(1) 広報活動の現状

戸田市では現在、以下の広報活動を行っています。

主な全庁広報

広報戸田市	発行：毎月2回（1日号、15日号） ※15日号は簡易なお知らせ版。1月、8月、12月は1日号のみ発行 発行部数：1日号47,000部、15日号46,000部（平成23年度） 大きさ・規格：A4版、1日号・4色刷、15日号・2色刷り 配布方法：町会・自治会を通して各世帯へ配布 また、市の各出先機関や鉄道3駅、大型店舗、金融機関、郵便局でも配布 市ホームページでデジタルブック版とPDF版を配信
テレビ広報 ふれあい戸田	放送内容：10分間の映像により市政に関する情報を提供 放送局・日時：[テレビ埼玉] 毎週日曜日の午前9時15分～、 [JCN埼玉(CATV)] 原則として第1・3週の月～日曜日の正午～ 市ホームページでストリーミング配信
定例記者会見	市議会定例会前に開催。条例や予算・決算などの議案に関する情報や各種市政情報をレクチャー形式で川口記者クラブ加盟記者へ提供
記者発表	川口記者クラブ加盟報道機関へFAXにより随時情報を提供 平成22年度：73件、平成21年度71件、平成20年度：74件 市ホームページで発表情報を公開
市ホームページ	CMSを導入し、各部署によりコンテンツを管理 市域の電子地図「いいとだマップ」も提供 平成22年度アクセス件数：835,710件（トップページ）
とだガイド	主な公共施設等を掲載した市のガイドマップを毎年度作成 発行部数：10,000部
暮らしの便利帳	市の行政・観光・医療機関などの情報を掲載した冊子を3年～4年ごとに作成 発行部数：60,000部 市ホームページでデジタルブック版を配信

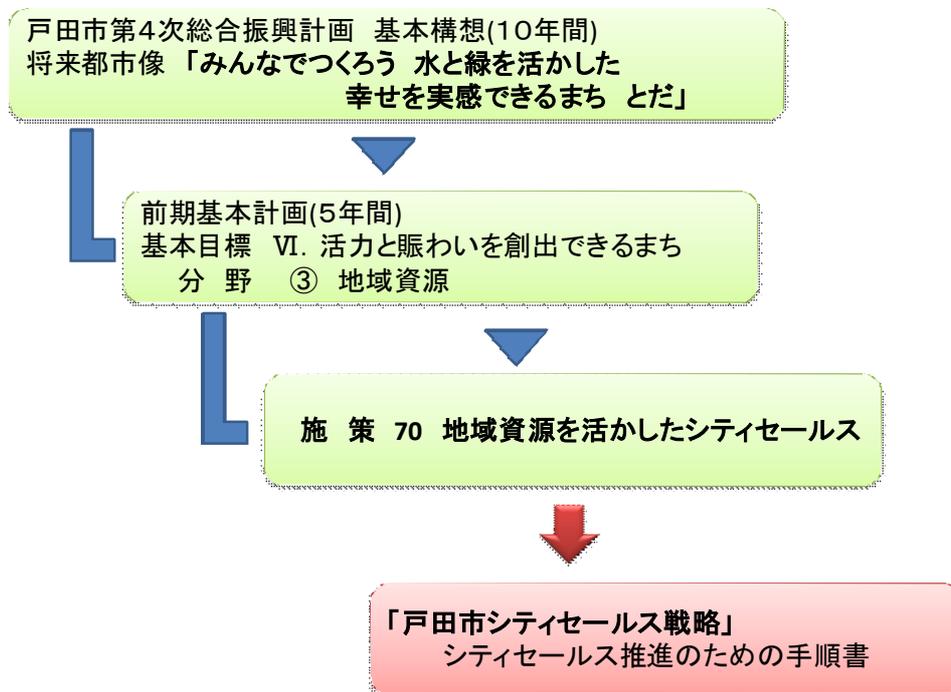
3. 目指す都市イメージと基本目標

市の最上位の計画である第4次総合振興計画と、上位にあるシティセールス戦略を踏まえて、広報戦略の位置づけを明らかにします。

そして、広報戦略に沿った広報活動の展開にあたって、その方向性を示す「目指す都市イメージ」と「基本目標」を定めます。

(1) 広報戦略の位置づけ

○第4次総合振興計画とシティセールス戦略の関連



○シティセールス戦略と広報戦略の関連

シティセールスを行う最終目的

人や企業を呼び込み、引き留めることにより、将来にわたりまちの活力を維持する
⇒その結果、持続的・安定的な都市経営が可能となり住民福祉が向上する

○シティセールス展開目標

戸田市が目指す都市イメージ

「首都に隣接 オアシス都市 憩う、育む、楽しむまち」

を実現する

戸田市第4次総合振興計画・分野別個別計画

戸田市の魅力向上

戸田市シティセールス戦略

推進の目標

認知度と都市イメージの向上

市民の誇り、愛着心の向上

2つの戦略

1. 様々なメディア、機会を活用した情報発信

- (1) 戸田市の広報メディアの効果的な活用
- (2) 新たなメディア、媒体の活用
- (3) イベントの機会を活用した情報発信
- (4) ターゲットエリアでのPR活動の展開

2. 発見！戸田市の魅力

- (1) シティセールス推進管理体制の確立
- (2) 多彩な人材を活用した情報発信の推進
- (3) 戸田市を知るための学習・体験機会等の提供
- (4) 強みや特性を活かした資源の磨き上げ
- (5) 戸田市の新たな魅力の開発

62のアクションプラン

4つの重点プロジェクト

(1) 情報発信力強化

「戸田市広報戦略」

- (2) フィルムコミッション設立
- (3) 市のキャラクター選定・活用
- (4) 都市イメージ強化

広報戦略は、シティセールス戦略の4つの重点プロジェクトの一つである「情報発信力強化プロジェクト」を推進する役割を担い、広報活動の方向性や指針を示すとともに、多様なメディア、機会を効果的に活用した新たな取り組みを実施することにより、戸田市の情報発信力の強化を図ります。

(2) 目指す都市イメージ

「首都に隣接 オアシス都市 憩う、育む、楽しむまち」

シティセールス戦略では、戸田市の持つ魅力・強み・資源などを分析し「目指す都市イメージ」を設定しています。広報活動の展開にあたってはこの都市イメージを掲げ、「首都に隣接 オアシス都市 憩う、育む、楽しむまち」のメッセージを訴求していくことで、都市イメージの定着を目指します。

(3) 基本目標

広報戦略では、基本的にシティセールス戦略の2つの「推進の目標」を踏襲するとともに、危機管理広報の側面から信頼の向上という視点も加え、「基本目標」を次の3つとします。

戸田市広報戦略

○ 3つの基本目標

01 認知度と都市イメージの向上

02 市民の誇り、愛着心の向上

03 まちの信頼の向上

広報戦略

3つの基本目標

01 認知度と都市イメージの向上

多様なメディアを効果的に活用し、市に関する情報の露出機会を増やすことで、戸田市の認知度が高められる。また、発信する情報の内容や、タイミング、対象など、訴求力をより高めることで、戸田市の都市イメージが向上される。

02 満足度と誇り・愛着心の向上

市の政策や施策を積極的に発信することで周知・共有を図り、事業の実施効果をより高めることで、市民満足度が向上される。また、市の魅力や強みを明らかにし、市民に向けて明示することで、まちへの誇りと愛着心が向上される。

03 まちの信頼の向上

地震や風水害時において、正確な災害情報を迅速かつ確実に市民へ発信することで、安心・安全を実感することができ、まちの信頼を高められる。また、行政情報を適切に開示し説明責任を果たすことで、行政の信頼が向上される。

4. 基本目標に向けた行動指針

3つの基本目標に沿って広報活動を展開していくにあたり、ポイントとなる大きな3つの視点と、職員一人ひとりが主眼とする行動指針を定めます。

(1) 3つの視点

- 1 **【ブランド】**: まちの価値を創造し魅力を高める
- 2 **【共感】**: まちづくりへの共感を喚起し各施策の効果を高める
- 3 **【信頼】**: まちの信頼を高める

(2) 行動指針

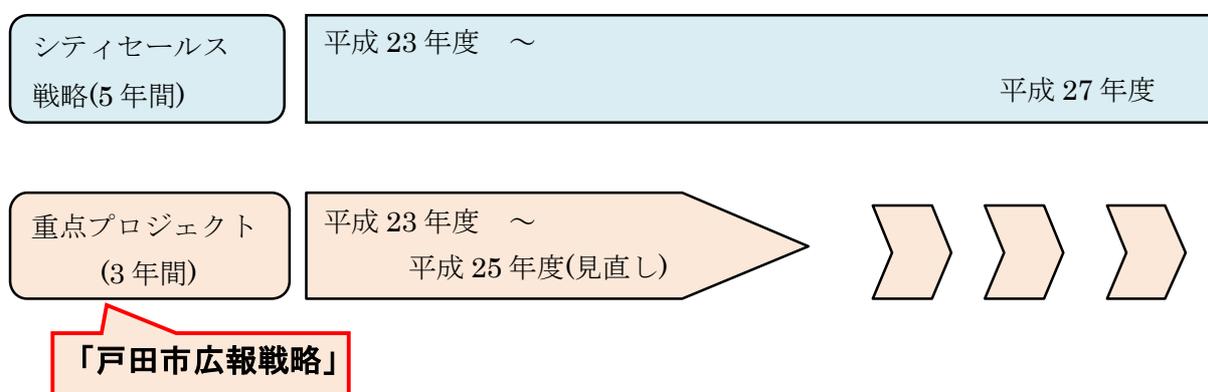
01	認知度と都市イメージの向上	【ブランド】
<p>市の情報の露出機会を高め、認知度の向上と目指す都市イメージの定着を図る</p> <p>掲げられた都市イメージについて、全庁で共有し全ての職員がその実現を目指す</p>		
02	市民の満足度と誇り・愛着心の向上	【共感】 【ブランド】
<p>政策や施策を積極的にPRするとともに、市民等と共有することで、政策や施策の実施効果をより高める</p> <p>市の魅力や強みを、独創性や優位性等を示しながら、より効果的に訴求し、市民の誇り・愛着心を喚起する</p>		
03	まちの信頼の向上	【信頼】
<p>災害時等において、必要な情報を正確・迅速に伝達する</p> <p>市政情報の透明性を確保する</p>		

第2章

新たな取り組み事項

(1) 実施期間

シティセールス戦略は、第4次総合振興計画の前期基本計画に合わせ、平成23年度から27年度までの5年間で計画期間となっています。そして、シティセールスを展開する上で、短期間で高い効果が期待できる取り組みを「重点プロジェクト」として、集中的に取り組むこととしています。



広報戦略は、「重点プロジェクト」の一つである「情報発信力強化プロジェクト」の一環として位置づけられており、広報戦略における新たな取り組み事項の実施期間は、平成23年度から25年度までの3年間となります。

(2) 取り組み内容

情報発信力を強化するために、大きく5つの項目からなる具体的な取り組みを実施します。また、各取り組みが、どのポイントとなる視点と関連するかを示し、効果的な広報活動の展開を図ります。

■ 1 既存メディア・チャンネルの拡充	視点
<input type="checkbox"/> プレスシートによる情報発信力の強化 訴求力のある内容となるような様式への改善 パブリシティに関するマニュアルの作成	【ブランド】 【共感】
<input type="checkbox"/> 広報紙のPR活動 紙面内容が一目で分かる中吊り版により広報紙をPR	
<input type="checkbox"/> デジタルブックの充実（紙媒体を効果的に活用） 紙媒体の冊子をデジタルコンテンツとしても有効に活用	
<input type="checkbox"/> 防災行政無線の適切な運用 放送の運用について明確化し、適切な運用を図る	【信頼】

■ 2 ソーシャルメディアの活用	視点
<input type="checkbox"/> ブログ ¹ （SNS ² を利用）の開設 facebook ³ ページを開設し、写真を中心に広報担当の取材記事などを掲載（広報紙の補完） また、市の郷土、イベント情報なども紹介 自庁サーバー障害時の情報伝達手段としても活用	【ブランド】 【共感】 【信頼】
<input type="checkbox"/> Twitter ⁴ の公式アカウントの開設 【通常時】 市ホームページの新着情報などを配信 【緊急時】 災害関連情報を配信	【共感】 【信頼】
<input type="checkbox"/> YouTube ⁵ の公式チャンネルの開設 「ふれあい戸田」の配信（携帯・スマートフォンでの閲覧が可能） 職員提案に基づき、職員撮影動画を配信	【ブランド】 【共感】
<input type="checkbox"/> ソーシャルメディアガイドラインの策定 職員が公私でソーシャルメディアを利用する際のガイドラインを策定し、メディア特性の理解とモラルの向上を図る	【信頼】

■ 3 戸田市情報ポータル(市ホームページ)の拡充	視点
<input type="checkbox"/> 転入促進ページ(施策・地域力のPRページ)の開設 定住促進に向けて市の施策や地域力等の魅力・強みをまとめたページを作成しPR	【ブランド】
<input type="checkbox"/> イベントカレンダーの活用 イベントカレンダーの周知と情報入力 of 徹底	【共感】

■ 4 インナー・コミュニケーション	視点
<input type="checkbox"/> シティセールスの庁内周知 シティセールス全般やシティセールス戦略及び同戦略に基づく各課の取り組み等を紹介し、職員間の情報共有と一人ひとりの意識の高揚を図る	【ブランド】
<input type="checkbox"/> 各部署のブログ掲載(facebook) 部次長や課長、担当者が各部署をプロモーション。他部署の取り組み等を全庁で共有(SNS を使うことで市民へも PR)	【共感】

■ 5 広報体制の強化	視点
<input type="checkbox"/> 広報ガイドの作成 職員向けの広報に関する各種規定・マニュアル類を一冊に集約	【ブランド】 【共感】 【信頼】
<input type="checkbox"/> 危機管理マニュアルの作成 災害や不祥事等の発生時における適切な情報発信と役割分担の明確化	【信頼】

1 ブログ

日記風ホームページのこと。一般の人がインターネットに向けて比較的簡単に情報を発信できることから現在普及が進んでいる。

2 SNS

Social Networking Service(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の略。インターネットにおける匿名性を一部排除した会員制の情報交流の場として普及が進んでいる。

3 facebook

フェイスブック。Facebook, Inc. の提供するソーシャル・ネットワーキング・サービス。

4 Twitter

ツイッター。140 文字以内でメッセージを書き込み、交流するサービス。「ミニブログ」や「マイクロブログ」とも呼ばれる。

5 YouTube

ユーチューブ。インターネットの最大手の動画サイト。動画を無料で公開・閲覧できるため、企業や行政の情報提供サービスにも利用されている。