

資料 8

新・旭川市広報広聴戦略プラン 【改訂版】

令和 2 年（2020 年）6 月

旭川市

新・旭川市広報広聴戦略プラン【改訂版】

目次

はじめに	1
第1 新・旭川市広報広聴戦略プランの総括	2
1 策定の経過と概要	2
2 新・旭川市広報広聴戦略プランに基づく取組の成果と課題	3
第2 新・旭川市広報広聴戦略プラン【改訂版】	5
1 新・旭川市広報広聴戦略プラン【改訂版】（改訂後の新たなプラン）	5
(1) 新・旭川市広報広聴戦略プランに基づく取組の更なる強化	5
(2) 基本目標	5
(3) 基本戦略, 重点項目	5
(4) 推進期間	8
(5) 推進体制	8
(6) 指標と目標値	9
2 資料編	10
(1) 広報活動	10
(2) 広聴活動	11

はじめに

人口減少・少子高齢化の進行，経済のグローバル化など，社会経済情勢や本市を取り巻く環境が大きく変化する中，市民と行政の相互の理解や信頼を深めるため，市役所の広報力を強化し，市民に必要な情報を分かりやすく効果的に提供するとともに，幅広い世代の多様なニーズを的確に把握し，協働のまちづくりを推進することが重要です。

また，クリーンな農産物，高品質の家具などの地域資源，四季を通じて楽しめる観光地など，多様な魅力を発信することにより，本市の認知度の向上やイメージアップとともに，北北海道全体の活性化を図る必要があります。

本市では，第8次旭川市総合計画に掲げる施策の推進を目指し，平成28年度に「新・旭川市広報広聴戦略プラン」を策定し，4年の推進期間中，広報広聴活動の推進に取り組んできました。

この度，当該プランの推進期間が令和元年度で終了することから，これまでの取組の成果と今後の課題を整理するとともに，社会経済情勢や本市を取り巻く環境の変化に的確に対応するために必要な見直しを行い，限られた予算の中で広報広聴活動の成果を最大限に高めるための指針として，「新・旭川市広報広聴戦略プラン【改訂版】」を策定しました。

今後4年間，本プランに基づき，全職員が広報広聴活動の意義や役割への認識を高め，広報広聴活動を積極的に推進していくものとします。

新・旭川市広報広聴戦略プラン【改訂版】

第1 新・旭川市広報広聴戦略プランの総括

1 策定の経過と概要

(1) 策定の経過と主な成果

ア 旭川市広報戦略プラン（平成22年度～平成24年度）

限られた予算の中での確かな広報活動を展開するための指針として策定

（主な成果）

- ・ 広報誌の充実（全号32ページ化，オールカラー化，特集記事の充実）

イ 旭川市広報広聴戦略プラン（平成25年度～平成27年度）

本市のコミュニケーション活動における車の両輪である「広報」と「広聴」を効果的に展開するための指針として策定

（主な成果）

- ・ CMS^{*1}導入によるホームページのリニューアル
- ・ ソーシャルメディア^{*2}の活用による情報発信の推進
- ・ インターネットを活用した市政モニター制度の導入

(2) 新・旭川市広報広聴戦略プランの概要

社会経済情勢や本市を取り巻く環境の変化に対応し，これまでのプランの考え方や取組の継承と更なる強化を図るとともに，第8次旭川市総合計画に掲げる施策の推進に向けて，積極的な広報広聴活動を展開するための指針として策定

ア 基本目標

「市民と市役所 旭川と世界をつなぐ 広報広聴の進化と深化」

イ 基本戦略

- ・ 市民とのコミュニケーション強化【基本戦略1】
- ・ 旭川ブランドの発信力強化【基本戦略2】
- ・ 職員と市役所の広報広聴力強化【基本戦略3】

ウ 推進期間

平成28年度～平成31年度（令和元年度）

*1 CMS：Contents Management System（コンテンツ・マネジメント・システム）の略。Webサイトを構成するテキストや画像，レイアウトなどの情報を一元的に管理し，Webサイトを自動的に構築，編集することができるシステム。専門知識のない初心者でもWebページの作成や更新などを簡単に行うことができる。

*2 ソーシャルメディア：利用者の発信した情報や利用者間のつながりによってコンテンツを作り出す要素を持ったWebサイトやネットサービスなどを総称する用語。SNS，ミニブログ，ショッピングサイトの購入者評価欄などが含まれる。

工 重点項目

基本戦略ごとに重点項目を設定

オ 推進体制

庁内連携組織の設置による広報広聴課と各部局との情報共有と連携強化

2 新・旭川市広報広聴戦略プランに基づく取組の成果と課題

(1) 取組の成果

ア 市民とのコミュニケーション強化【基本戦略1】

○複数の広報媒体の活用による効果的な広報の実施

- ・ 広報誌とテレビ・ラジオ広報番組の連携による効果的な広報活動の展開
- ・ 広報誌の誌面リニューアルの実施（対象・分野ごとの掲載によるお知らせ記事の充実，市民の広場の掲載ルールの改善）
- ・ 広報誌の誌面活用の効率化によるコスト抑制（折り込みチラシを誌面掲載に変更）
- ・ 地デジ広報，全戸配布のフリーペーパーを活用した情報発信
- ・ テレビ広報番組のホームページ及びSNS^{*3}への掲載
- ・ 市長定例記者会見（動画）のホームページ及びSNSへの掲載
- ・ 広報広聴推進懇談会の参加者からの意見聴取と広報広聴事業への反映

○ホームページやソーシャルメディアによる情報発信の充実

- ・ ホームページコンテンツの充実（英語ページ，概要ページの内容改善，動画ライブラリーの設置など）
- ・ ホームページ運用方法の効率化（公開作業の効率化）
- ・ SNSの活用促進（LINE公式アカウント及び公式インスタグラムの運用開始並びにSNSの運用管理の効率化）

○広報と広聴の連携による積極的な広聴活動の展開

- ・ 市長への手紙の応募用紙及び集約結果の広報誌への掲載
- ・ まちづくり対話集会の開催結果の広報誌への掲載
- ・ 市民アンケート調査結果の広報誌への掲載
- ・ 広報誌の誌面を活用したアンケートの実施

*3 SNS：Social Networking Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の略。人と人とのつながりを維持，促進する様々な機能を提供する会員制のオンラインサービス。Webサイトや専用のスマートフォンアプリなどで閲覧・利用することができる。世界最大のソーシャルネットワークに成長したフェイスブックや短いつぶやきを投稿・共有するツイッター，写真の投稿・共有を中心とするインスタグラムなどが有名。

イ 旭川ブランドの発信力強化【基本戦略2】

○様々な広報媒体の活用等によるシティプロモーション^{*4}の強化

- ・ 広報番組，プロモーション動画のホームページ及びSNSでの公開
- ・ 市勢要覧の全面改訂
- ・ 広報誌を活用した地場産品，四季の景観のPR
- ・ 公式インスタグラムの運用開始

ウ 職員と市役所の広報広聴力強化【基本戦略3】

○職員向け広報広聴研修の実施

- ・ 新採用職員研修（旭川市の広報）の実施
- ・ ホームページ活用促進研修の実施
- ・ 伝わる広報セミナーの実施

○部局間の情報共有・連携強化のための庁内連絡組織の設置

- ・ 新・旭川市広報広聴戦略プラン庁内推進会議の実施による庁内の情報共有

エ 総括

第8次旭川市総合計画に掲げる施策の推進に向けて，各種広報媒体を効果的に活用し，市政の重要施策や本市の魅力に関する情報を積極的に発信した。

また，市民アンケート調査やまちづくり対話集会の実施等により，市民ニーズを的確に把握し，市政への反映を図った。

さらに，広報広聴活動に係る庁内連携の推進や，職員の広報力強化を図るなど，着実に広報広聴活動を推進した。

(2) 今後の課題

ア 次代を担う若者世代を対象とした情報発信及び意見聴取の推進

イ 近年増加する自然災害など，市民生活に重大な影響を及ぼす事案に適切に対応するための危機管理広報の強化

^{*4} シティプロモーション：地方自治体が行う「宣伝・広報・営業活動」のことで，地域のイメージ向上やブランドの確立を目指し，地域経済の活性化などを目的とした取組。具体例としては，観光客の誘致や移住促進，特産品の販売促進，「ゆるキャラ」による営業活動などがよく知られる。

第2 新・旭川市広報広聴戦略プラン【改訂版】

1 新・旭川市広報広聴戦略プラン【改訂版】（改訂後の新たなプラン）

(1) 新・旭川市広報広聴戦略プランに基づく取組の更なる強化

社会経済情勢や本市を取り巻く環境の変化に的確に対応し、効率的かつ効果的に広報広聴活動を展開していくことが求められる中、「市民とのコミュニケーション」と「まちの魅力の発信」など広報広聴活動が担う役割を果たしていくためには、これまで実施してきた取組を、時代の変化に対応しながら更に強化していく必要があります。

(2) 基本目標

「市民と市政をつなぎ 旭川を世界に発信する 広報広聴の更なる強化」

第8次旭川市総合計画で目指す都市像「世界にきらめく いきいき旭川 ～笑顔と自然あふれる 北の拠点～」の実現に向けて、市民と行政が情報を共有し、更なる市民主体のまちづくりを推進するとともに、本市の魅力国内外に発信するため、市民とのコミュニケーションや国内外に向けたシティプロモーションを強化するなど、広報広聴活動の更なる強化を図ります。

(3) 基本戦略、重点項目

基本目標の実現に向け、次のとおり、基本戦略及び重点項目を定めます。

《基本戦略1》 市民とのコミュニケーション強化

市政に対する市民の理解や信頼が高まるよう、市民との情報の共有化を積極的に進めます。また、市民に「伝わる広報」を目指して、広報の質を高めます。

さらに、市政の重要課題に関する情報を積極的に発信するとともに、市民のニーズを的確に把握し、市政に反映させるなど、広報と広聴の連携を図ります。

重点項目① 広報媒体の特性を生かした効果的な広報活動の展開

情報を発信する際は、各広報媒体の特性を十分理解し、発信する情報に応じた適切な媒体を選択することが重要です。広報広聴課と各部局が連携することにより、情報や対象に応じた適切な広報媒体を活用し、効果的に情報を発信します。

また、全ての人々が、必要とする情報を容易に取得することができるよう、多様な広報媒体の活用や分かりやすい情報の提供に努めます。

重点項目② 報道機関の活用促進

報道機関を通じた広報は、速報性や経済性に優れ、情報の浸透度が高いという利点がある一方で、報道の決定権は報道機関が有していることから、ニュース性の高い情報をタイムリーに提供することが重要です。

そのため、アピール度の高いタイトルや発表時期の工夫など効果的な報道依頼の実施、市長定例記者会見や記者レクチャーの活用など、積極的な対応を進めます。

重点項目③ 地域や民間企業等との連携・協働による広報の展開

近年、企業の社会的責任（CSR）への関心の高まりを背景に、本市においても包括連携協定の締結などによる民間企業等との協働の取組が進んでいます。

広報活動においても民間企業等との連携・協働により、民間企業等の広報媒体を効果的に活用し、広報の充実を図ります。

さらに、地域情報紙、フリーペーパー等の紙媒体、ホームページやSNS等のwebメディアとの連携のほか、多くの人が集まるイベントとの連携など、多様な手法による効果的な広報活動の展開についても検討します。

重点項目④ 複数の広報媒体を組み合わせた広報の展開

重要施策については、広報誌やホームページ、テレビ・ラジオの広報番組、SNSなど、複数の広報媒体を組み合わせた広報を行うとともに、報道機関に積極的に情報提供するなど、様々な手段を活用した集中的、継続的な広報により、情報の浸透を図ります。

重点項目⑤ 広報と広聴の連携による積極的なコミュニケーション活動の推進

広報活動と広聴活動は、市民とのコミュニケーション活動における「車の両輪」であるとの認識に立ち、意見交換等の機会を通じて、市政情報を発信するとともに、積極的に意見を聴取することにより、広報と広聴が連携して、相乗効果を得られるようなコミュニケーション活動の推進を図り、市政に対する意見等を出しやすい環境の充実や、市民ニーズの的確な把握に努めます。

重点項目⑥ 意見・提言の市政への反映状況の公表促進

意見や提言の部局間における情報共有の促進を図るとともに、市政への反映状況の積極的な公表に努め、市民との情報の共有化を推進します。

《基本戦略2》 旭川ブランドの発信力強化

人口減少社会において、本市が持続可能なまちづくりを進めていくためには、定住人口の維持、交流・移住人口の増大、地場産品の販路拡大、企業誘致による雇用の創出などにより、地域を活性化させることが重要です。

そのため、本市をはじめとする北北海道地域を国内外の多くの人に知ってもらい、関心を持ってもらえるよう、様々な広報媒体を効果的に活用し、地域の魅力を積極的に発信します。また、本市をはじめとする北北海道地域のブランドイメージ向上のため、より効果的にシティプロモーションを展開するための手法を検討します。

重点項目⑦ 広報媒体の効果的な活用による国内外への情報発信の充実

本市をはじめとする北北海道地域の魅力について、訴求力の高い画像や動画等を用いて、ホームページやSNSなど利用者の多い広報媒体により、積極的に情報発信します。

また、市長によるトップセールスをはじめ、シンボルキャラクター「あさっぴー」、サブキャラクター「ゆっきりん」の活用や、国内外から多くの観光客が集まる「旭川夏まつり」、「北の恵み 食べマルシェ」、「旭川冬まつり」などのイベントの機会を捉えて、効果的に情報を発信します。

さらに、市民が旭川の魅力や優位性を自発的に国内外に発信できるよう、情報提供に努め、まちに対する愛着度を高める取組を進めます。

重点項目⑧ 国内外における認知度やイメージ向上のためのシティプロモーションの推進

本市では、これまで北北海道地域の自治体や関係機関等と連携し、観光振興や地場産品の販路拡大、企業誘致等の様々な分野で積極的に国内外に向けたプロモーションを展開し、成果を上げてきました。今後もこれらの取組を有機的に結び付け、更に発展させるとともに、本市をはじめとする北北海道地域が、国内外の多くの人々に知ってもらえるよう、効果的な広報手法の研究等、シティプロモーションの推進に向けての検討を進めます。

《基本戦略3》 職員と市役所の広報広聴力強化

市民参加と協働のまちづくりを推進していくためには、市政情報の積極的な発信や市民参加の機会の確保など、広報広聴活動を強化することが重要です。

そのため、職員一人一人の広報広聴活動に対する意識と技術の向上を目指すとともに、効果的に広報広聴活動を展開するため、各部局との連携強化を図ります。

重点項目⑨ 職員の広報広聴力強化のための環境整備

情報を発信する際の適切な広報媒体の活用、効果的な広報資料の作成、ホームページの編集やSNSの活用等、実践的な職員研修の充実を図ります。また、各職員が積極的に情報発信に取り組むことができる環境を整備することにより、職員の広報広聴力の強化を図ります。さらに、近年増加している自然災害などの市民生活に重大な影響を及ぼす事案が発生した際に、市民等に対し、必要な情報を正確かつ迅速に発信することができるよう、環境整備を行うなど、危機管理広報の強化を図ります。

重点項目⑩ 部局間の連携強化

広報広聴課と各部局が連携し、広報広聴課では情報の収集、整理や、各部局の広報活動の支援を行うとともに、各部局では、部局内や部局間での情報の共有化や連携による効果的な情報発信に努めます。

(4) 推進期間

推進期間：令和2年度（2020年度）～令和5年度（2023年度）

社会経済情勢や市政を取り巻く環境の変化に的確に対応するとともに、本市の重要施策と一体的となった広報広聴活動を推進するため、本プランの推進期間は、第8次旭川市総合計画の推進計画の期間に合わせて4年間とします。

(5) 推進体制

本プランに基づく広報広聴活動及びシティプロモーション推進のため、庁内連携組織を設置し、広報広聴課と各部局との情報共有や連携強化を図るとともに、本プランの進行管理を行います。また、市民や有識者等による懇談会、市民対象のアンケート調査の実施など、多様な市民意見を聴取し、具体的な取組に反映します。

(6) 指標と目標値

広報広聴戦略プランの達成状況を計る指標及びプランの最終年度である令和5年度の目標値を次のとおり設定します。

指標	基準値 (平成27年度)	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和5年度)
①旭川市への愛着度	77.8%	76.7%	78.0%
②まちづくりへの関心度	73.0%	70.0%	73.0%
③広報誌の閲読率	90.2%	87.7%	90.0%
④ホームページの閲覧率	35.7%	38.1%	40.0%
⑤ホームページ閲覧数	—	2,107万3,216件	1,770万件
⑥フェイスブックフォロワー数	—	9,218人	15,000人
⑦ツイッターフォロワー数	—	6,116人	10,000人
⑧LINE公式アカウント友だち数	—	6,384人	10,000人
⑨公式インスタグラムフォロワー数	—	1,778人	5,000人

注) ①～④の基準値及び現状値は、令和元年度旭川市民アンケート調査**結果による。

⑤の現状値は、令和元年度(平成31年度)の実績値。⑥～⑨の現状値は、令和2年3月31日現在の実績値。

*5 旭川市民アンケート調査：隔年を実施し、直近の調査は令和元年度に実施。調査対象は、旭川市民のうち18歳以上の男女3,000人を住民基本台帳から地域別、性別、年齢層別人口比率を考慮し無作為に抽出。(回収数 1,613人、回収率 53.8%)

2 資料編

(1) 広報活動

広報媒体	概要
広報誌 (こうほう旭川市民 「あさひばし」)	毎月1回発行(163,100部)。民間事業者又は市民委員会等の住民組織等を通じて全戸配布しているほか、公共施設等に配置。また、点字広報誌や声の広報を発行。さらに、旭川市ホームページや民間企業が運営する電子書籍サービスでも閲覧可能。
旭川市勢要覧	本市の概要やまちづくりの取組等について、写真・統計資料などを用いて紹介。
暮らしの便利帳	隔年発行。全戸配布のほか転入者に配布。市民生活を送る上で必要な各種手続をはじめとする行政情報や地域情報を分かりやすく紹介。作成費用は、共同発行事業者が市内企業等から募集する広告収入により当該事業者が負担。
旭川市民ニュース (STV)	毎週土曜日の午前11時54分から4分間、道北エリアで放送。旭川市内で行われたイベントや市の取組を紹介。放送後、ホームページ及びSNSで視聴可能。
マイタウンあさひかわ (HBC)	毎月第4日曜日の午前6時30分から15分間、全道で放送。旭川の魅力を情報発信。放送後、ホームページ及びSNSで視聴可能。
わくわくライフ旭川 (旭川ケーブルテレビ ポテト)	毎週土曜日の午後1時から30分間放送の「あさひかわ情報局」番組内の15分間、ケーブルテレビの視聴エリア内で放送。市内のイベントや、市からのお知らせなど、地域に密着したきめ細かな情報を発信。放送後、ホームページ及びSNSで視聴可能。
市政情報番組 (FMリバー)	毎月第1～3木曜日の午後4時から5分程度、「市からのお知らせ」を放送。また、毎月第4木曜日の午後4時から10分程度、「西川市長のまさに一言」を放送。市長が出演し、市の重点的取組などについて対談形式で情報発信。放送後、ホームページで聴取可能。
旭川市ホームページ	市政情報や各種手続に関する情報の提供を行うとともに、イベントや市の魅力に関する情報を国内外に広く情報発信(自動翻訳により外国語対応)。CMS(コンテンツ・マネジメント・システム)により、各部局において迅速かつタイムリーな情報発信が可能。
フェイスブック	本市の魅力を高めることにつながる情報や広くお知らせしたい市政情報、災害等発生時の迅速な情報発信を行うために運用。
ツイッター	本市の魅力を高めることにつながる情報や広くお知らせしたい市政情報、災害等発生時の迅速な情報発信を行うために運用。
LINE公式アカウント	LINEの特長を活用して、イベント情報等の発信、アンケート等のほか、家庭ごみ分別検索サービスを提供。
インスタグラム	旭川の街並みや自然、食や文化など、まちの魅力を高めることにつながる画像や動画を発信。市民等からも投稿を募集し、市民とともに、まちの魅力を発信している。
定例記者会見	原則毎月1回開催。市政記者会加盟の17社が対象。
記者発表 (レクチャー)	必要に応じ随時開催。市政記者会加盟の17社が対象。
報道依頼	各部局において、イベント情報など広くお知らせしたい情報について随時実施。
民間企業の広報媒体の活用	旭川信用金庫の本支店内の店頭モニターやイオンモール旭川駅前のデジタルサイネージのほか、民間事業者が運営する情報サイト等を活用し、市政情報や市の魅力等について情報発信している。

(2) 広聴活動

広聴媒体	概要
まちづくり対話集会	市長が市民との対話を通じて市政やまちづくりに対する意見、提言、アイデア等、市民の生の声を聞き、市政に反映させる。
市民の声 (陳情・要望)	個人、団体、地域から市政に関する陳情、要望、意見などの「市民の声」を、文書、電話、面談などで受け付け、市政に反映させる。
市長への手紙	市長への手紙を通じて市政に対しての意見やアイデアなどを広く聞き、市政に反映させる。 広報誌への折り込みや主な市有施設に備えた応募用紙のほか、インターネット（まちづくり電子提案箱）などにより、意見を寄せてもらう。
「市民の声」受付箱	受付箱を市庁舎、各支所、東部まちづくりセンターに設置し、市政やまちづくりに関する意見、要望のほか、市民が市役所などを訪れて気づいたことなど、広く市民の声を聞き、市政に反映させる。
市民アンケート調査	市政や市民生活に対する市民の意識、関心などをアンケート調査により把握し、意識の変化や傾向を分析することにより、市政に反映させる資料として活用する。
市政モニター制度	市政や市民生活に関わりの深い課題等に対する市政モニターからの意見などを、インターネットを利用して実施するアンケート調査により把握し、市政に反映させる資料として活用する。