

重点項目		令和3年度 各課の取組実績について
＜基本戦略1＞ 市民とのコミュニケーション強化		
①	<p>広報媒体の特性を生かした効果的な広報活動の展開</p> <p>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。広報広聴課と各部署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。</p>	<p>○「旭川市公共施設等総合管理計画（改訂版）」のパブリックコメント（R3.11.19～12.20）の実施に当たっては、コロナ禍で従来型の市民説明会の実施が困難な中、ホームページやSNS（Facebook）の活用に加え、広報誌への特集記事の掲載、YouTubeへの説明動画の公開、大学・高専への周知ポスター掲示により、幅広い層への分かりやすい情報発信に努めた。</p> <p>○9階展望ラウンジに寄附者の名前を刻む新たな寄附募集に当たり、様々な世代の方に広く周知するため、広報誌のほか、SNSを活用した。</p> <p>○交通安全・防犯意識の向上のため啓発活動をホームページやFacebook、広報紙など、様々な媒体から情報発信を行った。</p> <p>○ライナーへの「新型コロナウイルス相談窓口周知ポスター」折込による情報発信 ○広報車による広報の実施（コロナワクチン接種等に係る情報発信）</p> <p>○「新しい生活様式」取組支援事業の広報を行った。 ・あさひばしへの掲載 1回（8月） ・ホームページの更新 随時情報を更新した</p> <p>○10月に猫の收容頭数が増えて、收容限界を超える可能性があったため、即時性が高くタイムリーな発信が可能なFacebook等のSNSに「緊急！猫の新しい飼い主募集中」の記事を掲載したところ、飼い主を希望する方が多数来所して、多くの猫が新しい飼い主に引き取られた。 また、YouTubeに收容動物の動画投稿を継続したことにより、動画を見て来所した方が増えた。</p> <p>○メディアとの連携 ・旭川ケーブルテレビ 番組へのゲスト出演 1件</p> <p>○広報誌の活用による各種周知の実施 ①住宅リフォーム補助事業の募集（R3.4月号及び6月号） ②屋外広告物適正化旬間に係る啓発（R3.9月号） ○市ホームページの活用による各種事業に係る周知の実施 住宅リフォーム補助事業及び屋外広告物講習会の参加者に係る募集や概要についての周知</p> <p>○広報誌、ホームページ、市フェイスブック及びツイッターによる市営住宅入居者募集の周知の実施（R3.6月号、9月号、12月号、R4.3月号）</p> <p>○広報誌の活用による各種周知の実施 ①住宅耐震診断補助（R3.4月号） ②住宅耐震改修補助（R3.4月号） ③木造住宅無料耐震診断（R3.4月号） ④空き家住宅除却費補助（R3.4月号） ⑤空き家無料合同相談会（R3.9月号） ○市ホームページの活用による各種事業に係る周知の実施 各種補助事業、空き家無料合同相談会</p> <p>○広く周知する必要がある道路の通行規制に関する情報について、広報誌を活用して発信した。</p> <p>○全ての市民に情報が確実に届くよう、広報誌に次のとおり記事を掲載した。 ・11月号～令和3年度除排雪のお知らせ ・11月号～旭川市雪対策基本計画改定案の意見提出手続 ・1月号～除雪車が走行した軌跡を公開 ・1月号及び2月号～除排雪マナー啓発記事 ・3月号～旭川市雪対策基本計画の改定</p> <p>○市民広報、フェイスブック、LINEに選挙の執行について掲載し、投票を呼び掛けた。</p> <p>○監査結果、決算審査報告についてホームページで公表を行っていますが、それ以外の媒体活用は行っていません。</p>
②	<p>報道機関の活用促進</p> <p>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。</p>	<p>○9階展望ラウンジに寄附者の名前を刻む新たな寄附募集に当たり、報道依頼のほか、市長定例記者会見を活用した。</p> <p>○交通安全教室など、活動内容を広く市民に理解してもらうため、主催者から承得た場合に報道依頼を行い、周知を行っている。</p> <p>○「新しい生活様式」取組支援事業の広報を行った。 ・市長定例記者会見 1回（4月） ・ポテト 1回（6月25日） ・STV旭川市民ニュース 1回（7月3日）</p> <p>○前年度（令和2年度）に犬、猫ともに殺処分ゼロをあとにまる開所後、初めて達成したことを広く伝えるため、報道依頼をした。</p> <p>○新聞、雑誌等 ・北海道新聞 5件 ・北海道通信（日刊教育版） 1件 ・ライナー 1件 ・月刊メディアあさひかわ 1件 ・月刊北海道経済 1件 ○テレビ番組等 ・STV（旭川市民ニュース） 6件 ・旭川ケーブルテレビ 4件 ・NHK（道内ニュース） 1件</p> <p>○住宅リフォーム補助事業説明会に係る周知を報道機関に依頼（R3.4） ○住宅リフォーム補助事業実施に係る周知を報道機関に依頼（R3.4）</p>

重点項目	令和3年度 各課の取組実績について
	<ul style="list-style-type: none"> ・市営住宅入居者募集に係る周知を報道機関に依頼（R3. 6月, 9月, 12月, R4. 3月） ○ニュース性の高い情報を次のとおり報道依頼した。 <ul style="list-style-type: none"> ・旭川市雪対策審議会の開催 3回（書面会議は除いている） ・道路除排雪に関する協定の調印式 1回 ○報道依頼実績 <ul style="list-style-type: none"> ・R3. 6. 28 「水道料金・下水道使用料の改定案」, 「水道料金・下水道使用料の減免制度見直しの考え方（案）」に対する意見提出手続（パブリックコメント） ・R3. 10. 12 水道料金及び下水道使用料の見直し（諮問）への答申 ○選挙期日の決定について報道依頼したほか、本市で初めてとなるトリプル選挙の執行については、選挙管理委員会委員長出席のもとで記者発表を実施し、その報道を通じて選挙の執行について周知した。
<p>③ 地域や民間企業等との連携・協働による広報の展開</p>	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○旭川ガス株式会社との包括連携協定の締結に当たり、連携・協力事項に基づく取組として「市の広報活動に関する協力」を盛り込んだ。 ○9階展望ラウンジに寄附者の名前を刻む新たな寄附募集に当たり、イオン各店舗へのポスター掲示及びチラシの配付のほか、ライナーを活用した。 ○イオンモール旭川駅前店に設置しているデジタルサイネージや旭川信用金庫のデジタルサイネージにて、飲酒運転根絶等の啓発動画を放映した。また、上川総合振興局・北海道警察・自動車学校等と連携して広報の展開を行った。 ○感染拡大防止対策やワクチン接種促進等の情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ・株アイケム・・・街頭放送 ・株ハスコム・・・電子看板広告（4条通7丁目） ・イオン北海道㈱・・・デジタルビジョン（駅前イオン入口） ○「新しい生活様式」取組支援事業の広報を行った。 <ul style="list-style-type: none"> ・フリーペーパー掲載 6回 ・月刊情報誌掲載 2回 ・旭川信用金庫 デジタルサイネージによる情報発信（7月1日～9月30日） ・ポスター掲示 市内コンビニ・スーパー等に掲示（200店舗に依頼） ○自殺対策強化月間において、市内路線バス（道北バス）車内に設置されている液晶画面で、若者向けに自殺予防に資するメッセージを放映している。 <ul style="list-style-type: none"> ○協会けんぽの受診券発送時に旭川市がん検診のおしらせチラシを同封している。 ○明治安田生命の配布チラシにがん検診に係る案内を掲載している。 ○北海道都市職員共済組合にセット型健診のチラシを送付し配布している。 ○第一生命への保険加入者への配布チラシにがん検診のお知らせを掲載している。 ○「ななかまど」や「あさひかわ新聞」に収容動物の紹介記事を掲載するなど、新しい飼い主への譲渡に繋がるよう努めた。 ○イオンモール旭川西 <ul style="list-style-type: none"> ・旭川市・姉妹友好都市青少年交流絵画展 ・第30回旭川生涯学習フェア「まなびピアあさひかわ」 R4. 2. 8～13 モール内で絵画及びパネル展示 ○メガセンタートライアル旭川店 <ul style="list-style-type: none"> ・旭川市・姉妹友好都市青少年交流絵画展 R4. 2. 21～27 旭川市情報コーナーで絵画展示 ○旭川駅前イオンデジタルサイネージによる「住まいサポートあさひかわ 協力不動産店制度」の周知実施（R3. 12～） ○市内外の企業との協働により、次のとおり広報媒体を活用した広報事業を実施した。 <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社サイネックス 駅前イオンのデジタルサイネージで除排雪マナーの啓発を広報 ・市内イオン各店舗 市内各イオン店舗に除排雪マナーの啓発ポスターの掲示等 ・メガセンタートライアル旭川店（旧イトーヨーカドー旭川店） 店内の旭川市情報コーナーに除排雪マナーの啓発ポスターの掲示等 ・旭川信用金庫 各店舗の店頭テレビで除排雪マナーの啓発を広報 ○市内企業の協力により、広報媒体を活用した議会日程等の周知を行った。 <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社 山城教材社 デジタルサイネージによる議会日程周知等のデモンストレーションの実施 R3. 12 第4回定例会会期中（11/30～12/10）において、議会議場内にデジタルサイネージを設置し、議会日程のほか、一般質問や大綱質疑の順序（氏名、会派名）、傍聴案内の動画などの放映を実施 ○旭川信用金庫のデジタルサイネージにおいて選挙の執行について周知した。市内大型商業施設8店舗に対し店内放送を依頼し、投票を呼び掛けた。

重点項目		令和3年度 各課の取組実績について
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。	○北彩都あさひかわ冬のガーデンの開催に当たり、ホームページやSNSなど複数の広報媒体を組み合わせたほか、報道機関に情報提供するなど、広く情報発信を行った。
		○「旭川市公共施設等総合管理計画（改訂版）」パブリックコメント実績 ・Youtube説明動画の閲覧件数 243回 ・パブリックコメント提出件数 47件（個人35名、1団体） ※取組内容は①のとおり
		○活動期間にあわせて広報誌やホームページ、Facebookなど、複数の広報媒体を組み合わせた広報を行った。また、報道依頼し情報提供するなど複数の広報媒体を組み合わせて行った。
		○動物愛護条例の施行に伴い、市民広報誌への掲載だけでなく、HPやチラシの作成など複数の広報媒体を通じて周知に努めた。
		○ヒグマの市街地出没の際に、ホームページ、SNS、報道依頼、広報車及び町内会への周知と組み合わせて、地域住民に注意喚起を行った。（⑨も同回答） ○イベントやセミナーの開催周知のため、広報誌やホームページ、SNSなどを組み合わせて広報をした。 ○ホームページ及びSNSを活用し、ごみの減量化に向けた取組（食品ロス削減動画、生ごみ堆肥づくりの様子）及び廃棄物の適正処理（モバイルバッテリーや加熱式たばこ機器等）について発信し、普及啓発に努めた。
		○旭川市・姉妹友好都市青少年交流絵画展 ・作品の募集及び絵画展の開催に当たり、広報誌やホームページ、SNS、報道機関への依頼といった様々な手段を活用し周知を図った。
		○市Facebookによる「「住まいサポートあさひかわ協力不動産店制度」の周知実施（R3.6）
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	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。	○広報誌、ホームページ、市フェイスブック及びツイッターによる市営住宅入居者募集の周知の実施（R3.6月号、9月号、12月号、R4.3月号）
		○令和3年度の除排雪のお知らせについて、広報誌11月号への記事掲載のほか、わくわくライフ旭川（ポトド）でも情報発信した。 また、除排雪マナーの啓発については、複数の広報媒体を活用したとともに、市長動画を新たに作成し、YouTubeに動画をアップするとともに、他のSNSからも閲覧可能にした。
		○料金改定及び減免制度の見直しについてのパブリックコメントの実施とそれに伴う市民説明会の実施について ・ライナーR3.6.22号掲載 ・市広報誌「あさひばし」R3.6月号掲載
		○料金改定について ・市広報誌「あさひばし」R4.2月号掲載 ・月刊北海道経済R4.3月号掲載 ・月刊メディアあさひかわR4.3月号掲載 ・ライナーR4.3.22号掲載
		○選挙の執行について、広報誌、ホームページ、市民ニュース、SNS等の複数の広報媒体を組み合わせて広報を行ったほか、テレビや新聞の取材を積極的に受け、その報道を通じて選挙の執行の周知、投票の呼びかけを実施した。
		○広報誌やFacebookのほか、地域雑誌の民間企業と連携し、情報発信を行った。
		○住宅リフォーム補助金に係る申請者アンケートの実施（R3.4～11） 1,580通送付 回収数：1,547通 回収率：97.9% ○住宅リフォーム補助金に係る利用者アンケートの実施（R3.9） 782通送付 回収数：561通 回収率：71.7% ○「住まいと住環境に関する市民アンケート調査」の実施（R3.11） 1,500通送付 回収数：657通 回収率：43.8%
○除雪連絡協議会を通じて、地域の市民委員会や町内会等と除排雪に関する情報の共有や意見交換を実施した。（4回開催） また、雪対策審議会を通じて、各分野の代表者から雪対策に関する意見を聴取した。		
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。	○「旭川市公共施設等総合管理計画（改訂版）」のパブリックコメントで提出された意見について、関連部局間で速やかに共有するとともに、意見に対する回答をホームページで公表した。
		○第11次旭川市交通安全計画（素案）に対する意見等の募集を行い、その結果等をホームページで公表した。
		○雪対策推進庁内連絡会議を通じて、雪対策基本計画の改定等に伴い聴取した意見等について、関係部局間で情報共有等した。

重点項目		令和3年度 各課の取組実績について
<基本戦略2> 旭川ブランドの発信力強化		
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	<p>本市をはじめとする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。</p> <p>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。</p>
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	<p>本市では、これまで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。</p>
<基本戦略3> 職員と市役所の広報広聴力強化		
⑨	職員の広報広聴力強化のための環境整備	<p>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。</p>
⑩	部局間の連携強化	<p>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。</p>
		<p>○コロナ禍による教室や会議、街頭啓発活動等の中止が相次ぎ、活動数は少ないが、ホームページや広報誌、報道依頼で積極的に活動について情報発信を行った。</p> <p>○Facebook 旭川市ふるさと納税アカウントについて 令和3年度は、寄附金の使い道に係る情報発信、返礼品開発の経過報告、ふるさと納税寄附受付ポータルサイト内における本市特集記事掲載のお知らせなど、計20件の投稿を実施した。</p> <p>○Instagram 旭川市ふるさと納税アカウントについて 令和3年8月に新たにアカウントを開設し、旭川市の風景、返礼品、寄附金の使い道に係る情報発信、ふるさと納税寄附受付ポータルサイト内における本市特集記事掲載のお知らせなど、計15件の投稿を実施した。</p> <p>○コロナ禍により実施できなかった環境フェスタに代わり、ホームページに環境特集を掲載し、環境に対する啓発普及を行った。</p> <p>○ヒゲマの生態に関する周知や注意喚起を目的として、市のユーチューブチャンネルに動画を掲載した。</p> <p>○第63回旭川冬まつりについて、オンラインを中心とした取組を行い、「みんなの冬2022」のHPの開設及びSNS・広報誌等で情報発信を行った。</p> <p>○市民が安全に安心して暮らせる地域社会を実現するため、上川総合振興局や北海道警察、各関連団体等と連携し、活動に係る情報発信を今後とも継続する。</p> <p>○あさひかわ観光誘致宣伝協議会において次の取組を行った。 ・道北地域の約200の観光資源を集約したポータルサイトの開設。 ・Facebook、Instagramへの投稿。 フォロワー数はR3.3からR4.3の期間でFacebook約30%、Instagram約45%増。 ・YouTubeへの投稿（R3年度投稿数約130件）。</p> <p>○交通・防犯等に関するホームページやFacebook、広報誌等の内容及び発信方法等の課内検討を行った。</p> <p>○結果的に不要であったが、交通機関に重大な影響を及ぼす可能性のある大雪発生時には、SNSやホームページで即時情報発信できるよう準備をしていた。</p> <p>○広報広聴課へ情報提供及び交通・防犯等に係る部局間での情報交換等を行い、効果的な情報発信を行った。</p> <p>○新型コロナウイルス感染症の影響による保険料減免（国民健康保険・後期高齢者医療制度・介護保険）について、部内関係課連携を行い、一元的に広報誌やHP、リーフレットによる広報を実施し、対象となり得る方々へ効果的に周知を図ることができた。</p> <p>○ヒゲマ出没による河川敷や公園の立入制限について関係部局それぞれのホームページ内にリンクを作成し、情報を整理・共有した。</p> <p>○他部局の広報媒体を利用し、次のとおり情報発信した。 ・市民課 総合庁舎1階窓口番号案内表示機で除排雪マナーの啓発を広報（1月・2月） ・情報政策課 庁内の電子掲示板で職員向けに除排雪マナーの啓発を広報（4回） ・広報広聴課 暮らしの便利帳に除排雪マナーの啓発や除雪用機械の貸出しについて掲載した。</p> <p>○広報広聴課へのリツイート依頼 R3.12.28、R4.1.12</p> <p>○選挙の執行、市民及び報道機関に向けた投票開票の状況の速報について、広報広聴課と連携し、効果的な情報発信に努めた。</p>