

# 旭川市広報広聴戦略プラン（令和6年度～令和9年度）概要

## 本市の広報・広聴の課題

### 課題1

#### 市民ニーズの把握と発信手法の見直し

「お知らせ型」の踏襲によるニーズ把握不足

発信方法の多様化

市政への意見聴取と公表

### 課題2

#### 広報意識格差とスキル不足

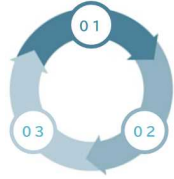
情報発信への意識格差

組織内体制

「伝わる」ための配慮不足

## 基本コンセプト

市民や国内外の方に対して、適切なタイミングで正確に分かりやすい情報を届けることで、本市に関する多様な情報に触れる機会を創出した上で、積極的にコミュニケーションを図り、市民等からのニーズを「把握・分析・公開」することで、市民と行政の互いの理解や信頼を深めると共に、地域への愛着などを醸成する効果や、市の様々な取組への参画、協働への意欲促進等、地域全体の好循環化が期待できます。



01 様々なニーズの把握

02 分析・検証

03 効果的な広報の実施

市民と行政の互いの理解や信頼を深める

地域への愛着の醸成

市政への市民の参画や協働への意欲促進

地域全体の  
好循環化

## 推進期間

令和6年度から令和9年度（4年間）

## 基本目標

「住み続けたいまち」へ

広報

市内

「選ばれるまち」へ

広報

市外

「市民とともにつくるまち」へ

広聴

## 基本戦略

### 1 「必要なアナログ」と「デジタル」の連携による「広報DX」

重点  
戦略

- ① ソーシャルメディアを活用した情報発信の推進
- ② メディアミックスによる効果的な広報
- ③ パブリシティの推進
- ④ デジタルマーケティングによる戦略的PR

### 2 積極的に意見を取り入れるコミュニケーション力を活かした「広聴」

重点  
戦略

- ⑤ 対話によるニーズ把握と多角的視点による分析
- ⑥ 積極的な意見交換と信頼によるまちづくり

### 3 伝えるから必要な人に伝わるへの「マインドシフト」

重点  
戦略

- ⑦ 情報共有と連携強化
- ⑧ マネジメント機能の充実
- ⑨ デザイン思考とデザイン力向上による広報力の強化

## 指標と目標値

指標	前回プラン値 (R元年度)	R5年度	目標値 (R9年度)
①旭川市への愛着度	76.7%	77.4%	78.0%
②まちづくりへの関心度	70.0%	68.0%	73.0%
③広報誌の閲覧率	87.7%	86.0%	90.0%
④ホームページの閲覧率	38.1%	48.6%	60.0%
⑤ホームページ閲覧数	2,107万3,216件	2,945万4,659件	2,693万件
⑥Facebook フォロワー数 エンゲージメント率	9,218	12,027	13,230 3.0%
⑦X (旧Twitter) フォロワー数 エンゲージメント率	6,116	20,626	49,600 4.2%
⑧LINE フォロワー数 エンゲージメント率	6,384	26,273	34,500 20.0%
⑨Instagram フォロワー数 エンゲージメント率	1,778	6,885	9,400 20.0%

注)

- ①～④の現状値は、令和5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4年度の実績値。
- ⑤の目標値は、令和2～4年度のコロナ禍がなかった場合の閲覧数の上昇曲線を想定し設定。
- ⑥～⑨の現状値は、令和6年2月末現在の値。
- ⑥～⑨の目標値（エンゲージメント率）は、年度内の平均値とする。

## 前プランからの主な変更のポイント

- ① 現状分析から課題を明確にした上で、今後の取組を構築することで、より実効性のあるプランとした
- ② 「広報（市内向け）」「広報（市外向け）」「広聴」の3つのアプローチにより、目標を明確にし、より具体的な広報広聴活動を展開
- ③ 「伝える」だけでなく「伝わる」に重点をおいたプラン内容