

I 広報編

1 本市における広報の現状 前回より変更なし 本文 P4～6

本市では、広報紙・テレビ番組・ラジオ番組・ホームページ・SNSなど様々なメディアを活用し、行政情報や地域の魅力等を市内外に広く発信している。

2 広報にかかる現状分析 本文 P7～12

ふく e アンケート調査および市内アンケート調査 現状分析

(1) 広報紙

- ・市政情報を、広報紙から入手する市民が多い
- ・広報紙を読む若者が少ない
- ・広報紙の発行回数は月1回が適当とする市民が多い

(2) ケーブルテレビ

- ・地域の最新情報や分かりやすく楽しい短尺の市政情報が求められている
- ・ケーブルテレビは見ないといった意見が多い

(3) SNS 等

- ・若い世代は、SNS から市の情報を入手する傾向がある
- ・市の SNS は、アカウントが乱立し、更新頻度が低く、発信後の分析がなされていない
- ・職員の動画やチラシの作成需要は高いが、機材やスキル・知識が不足している

3 広報にかかる課題 本文 P13

(1) 広報紙

- ・若者も読みたくなる分かりやすい内容、見やすいデザインにする必要がある
- ・市民のニーズを踏まえ、内容等や発行回数を見直す必要がある

(2) ケーブルテレビ

- ・インターネットの普及により、広報媒体が多様化し、テレビ離れが進む中、ケーブルテレビの行政チャンネルそのものを見直す必要がある

(3) SNS 等

- ・SNS アカウントを分かりやすく再編、全庁的な配信の分析・改善に取り組む必要がある
- ・SNS 等の業務に関わる職員の育成や撮影機材の充実などを図る必要がある

4 今後の対応策 本文 P14～19

(1) 広報紙

広報紙をリニューアルする

- ① 分かりやすい内容、見やすいデザイン
- ② 市民の声を反映した広報紙づくり
- ③ 発行回数の見直し

(2) ケーブルテレビ

ケーブルテレビの行政チャンネルを根本的に見直す

- ① 市民ニーズを踏まえた広報番組へリニューアル
- ② いつでもどこでも見られる Web 配信の強化
- ③ 行政チャンネルから、コミュニティチャンネルへ移行

(3) SNS 等

若者をはじめ市民が利用しやすい SNS 等を強化する

- ① SNS アカウントの整理、分析機能の強化及び改善
- ② 動画配信の充実に向けた環境整備
- ③ SNS やチラシの内容の充実強化

II プロモーション編

1 本市のプロモーションの現状 本文 P20～21

これまで、北陸新幹線開業に向けてイメージロゴ「福いいネ!」を旗印に、関係機関と連携して大規模なプロモーション活動を実施するとともに各所属でも各分野における情報発信に取り組んできた。

その結果、開業直後においては、本市にはかつてない賑わいが生まれるなど大きな成果を得ることができている。

2 プロモーションにかかる課題 本文 P21～P22

(1) 選択と集中

- ・大規模なプロモーションの継続には大きな予算が伴う

(2) 全庁的推進

- ・効果的に行うため、各分野のプロモーションに加え、全庁的に進めていく必要がある。また、個別の事業についても、素材、手法を横展開し、連携して進めていく必要がある

(3) エリアの拡大

- ・大阪・関西万博開催、中部縦貫自動車道県内全線開通などをきっかけとし、首都圏や新幹線沿線以外にもプロモーションを展開していく必要がある

3 今後の事業展開の考え方 本文 P22～24

(1) 「選択と集中」によるプロモーションの展開

- ① 効果的・効率的なプロモーション手法の展開
- ② 分析、改善による事業のレベルアップ
- ③ 市民と協働した情報発信

(2) 全庁的なプロモーションの推進

- ① 全庁的な情報発信
- ② 各分野間における事業連携推進
- ③ プロモーションの効果、課題等の共有

(3) 戦略的なプロモーションの展開

- ① 首都圏、北陸新幹線沿線都市への展開
- ② 大阪・関西万博開催、中部縦貫自動車道県内全線開通を活用した展開
- ③ 海外へのプロモーションの推進