

# 廿日市市

## 広報戦略基本方針

令和 6年 3月  
廿日市市

---

---

# 目次

---

---

## 第 1 章 策定の背景

1. 策定の背景 . . . . . P3
2. 社会的なメディアの変化・動き . . . . . P5

## 第 2 章 情報発信の課題

1. 情報発信の課題 . . . . . P9

## 第 3 章 基本方針

1. 情報発信の目指す姿 . . . . . P12

## 第 4 章 具体的な取組

1. 情報発信ツールの整理 . . . . . P17
2. 個々の情報発信力の育成 . . . . . P19
3. 情報発信担当者の設置 . . . . . P20
4. 部署横断会議体の設置 . . . . . P21
5. 市民共創による情報発信 . . . . . P22
6. 地域情報の発信力強化 . . . . . P22

## 別添

1. 今後の検討事項・課題 . . . . . P24

# — 第 1 章 —

## 策定の背景

## 策定の背景 ①

### ■はじめに

全国的に人口減少が進む中、将来的な市の活力を維持するためには、移住定住の促進や関係人口・交流人口を拡大することの重要性が高まっています。情報発信によって、市民にまちの魅力を届け、本市への愛着や誇りを育むと共に、市外の人に対しても本市の認知度や好感度を向上させ、廿日市市のファンを増やしていく取組が必要になっています。

情報発信の主体が、紙メディアからデジタルメディアに移行したことで、情報の発信手段や受け取り方も大きく変化し、多くの情報が行き交う時代となりました。その多くの情報の中から「必要な情報・欲しい情報」を選んで受け取ることが当たり前となっている現代において、どうすれば市が発信する情報が市民に届くのかを考える必要があります。

これまで本市は、月に1度発行する「広報はつかいち」を中心に情報発信を行ってきましたが、インターネットの普及に伴いホームページを整備し、現在は広報紙とホームページを情報発信の基盤として運用しています。

しかし、社会情勢がめまぐるしく変化する中では、タイムリーな情報やプッシュ型の情報が求められ、従来の方法だけでは市民が必要な情報を必要な時に届けることが難しくなっています。

社会の変化に合わせ、本市でもSNS等の発信媒体を導入してきましたが、フォロワー数がまだ少ないことや、「広報紙に掲載すれば市民に届く」という職員の感覚も根強いことから、広報紙に情報が集中する傾向があります。

また、各媒体の使い方・使い分けに関する明確なルールがなく、各媒体の強みや機能を活用しきれていません。導入している発信媒体の本市における役割を整理するとともに、新たな発信媒体への対応が必要となっています。

## 策定の背景 ②

### ■本方針の位置づけ

最上位計画である市総合計画を始めとするさまざまな計画、施策を実現するための業務を進めるうえで、広報に関して全庁が共通認識を持ち、積極的かつ統一的に効果の高い広報を展開していくための総合的かつ戦略的な方針と位置づけます。

### ■広報の基本的な役割

「広報」とは「パブリックリレーションズ」を意味します。自治体においては、行政と地域住民あるいは地域外住民やメディアなどとの良好な関係性を築くための取組です。

これまで自治体における広報は、市の取組やサービスに関する情報を「一方的に伝える」ことが多くありましたが、市民が主体となって地域づくりを進めていくことが求められる現代においては、市民が「内容に共感し、自分ごととして考え、行動につながる」、つまり市民の行動の動機づけになるような広報が求められます。

市民の行動変容につながるための広報の内容は次のように分類できます。

#### ①行政サービス広報

市が提供する行政サービスの情報、市民が必要としている情報を正しく伝え、的確な活用を促す広報

#### ②政策広報

市の現状認識と、それに基づく問題・課題を提起し、住民の市民参画を促す広報

#### ③地域広報

本市の持つ多様な資源、特徴的な施策などを市内外に広く発信することで、市への関心や好感度の向上、市民のシビックプライドの醸成や、市外からのファン獲得、交流促進をめざす広報

### ～自治体広報の戦略的情報発信とは～

自治体における戦略的情報発信は、地域住民とのコミュニケーションを強化し、自治体の取組や政策に対する理解や共感を促すための計画的なアプローチです。

具体的には、記者発表や広報紙の発行等がありますが、昨今は、SNSやメディアを活用したより広い情報発信や、地域住民との発信情報の共創を通して、理解や共感を得ていく取り組みも重要となっています。

また、戦略的情報発信には、目標設定やPDCAの運用なども欠かせません。

## 社会的なメディアの変化・動き ①

### ■旧来型の情報発信から、複数の情報発信媒体が連動した情報発信へ

SNS・デジタルメディアの発展から情報発信媒体は増加しています。届けたい相手を意識し、画一的な情報発信から、相手に合わせて多角的に情報発信媒体を活用した、届ける情報発信をしていくことを目指します。

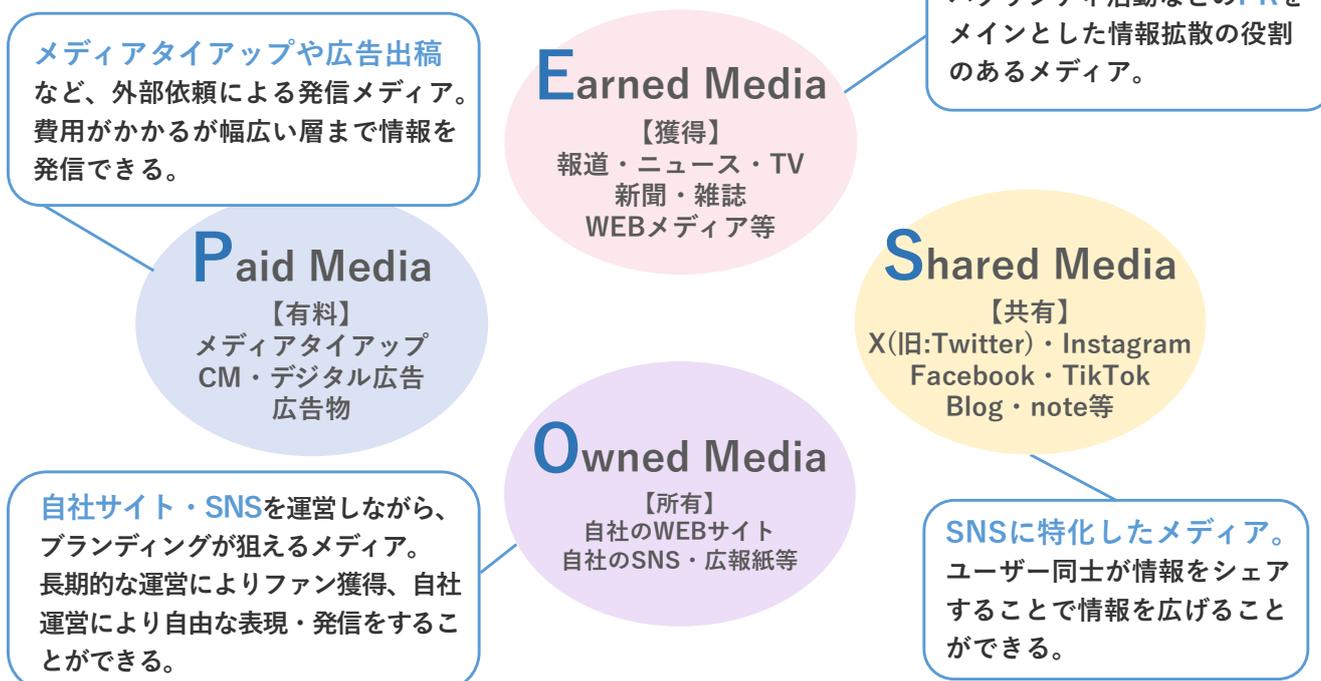
### ■デジタル化時代における情報モデル「PESOモデル」時代の到来

これまではメディアが一方向的に情報を提供し、生活者がそれを受け取るという形式が主流でした。しかし、現代ではインターネットやデジタルメディアの普及により、情報の双方向性やユーザー参加の重要性が増し、情報モデルはより複雑な形に変化しました。

PESOモデルとは、Paid Media（広告）、Earned Media（パブリシティ）、Shared Media（生活者のSNSやブログ）、Owned Media（企業ウェブサイトや公式SNSアカウント）の頭文字を取った4つのメディアの総称です。情報戦略において広報やメディアの活用を考える際に、これらのメディアやコミュニケーション手段を包括的に組み合わせて活用する戦略を指します。※2014年にアメリカにてジニ・ディートリッヒ氏が提唱

さらに、昨今ではこの4つのメディアの中のチャンネルも多様化・細分化し、それぞれ得意とすることなどが異なっています。これらの多様化するチャンネルを理解するとともに、4つのメディアそれぞれが相関性を持っていることにも注意が必要です。また、Shared Mediaを筆頭に日々アップデートがなされていくため、最新動向に注意を払い、変化に対応していく必要もあります。

#### ◎現代のPESOモデル



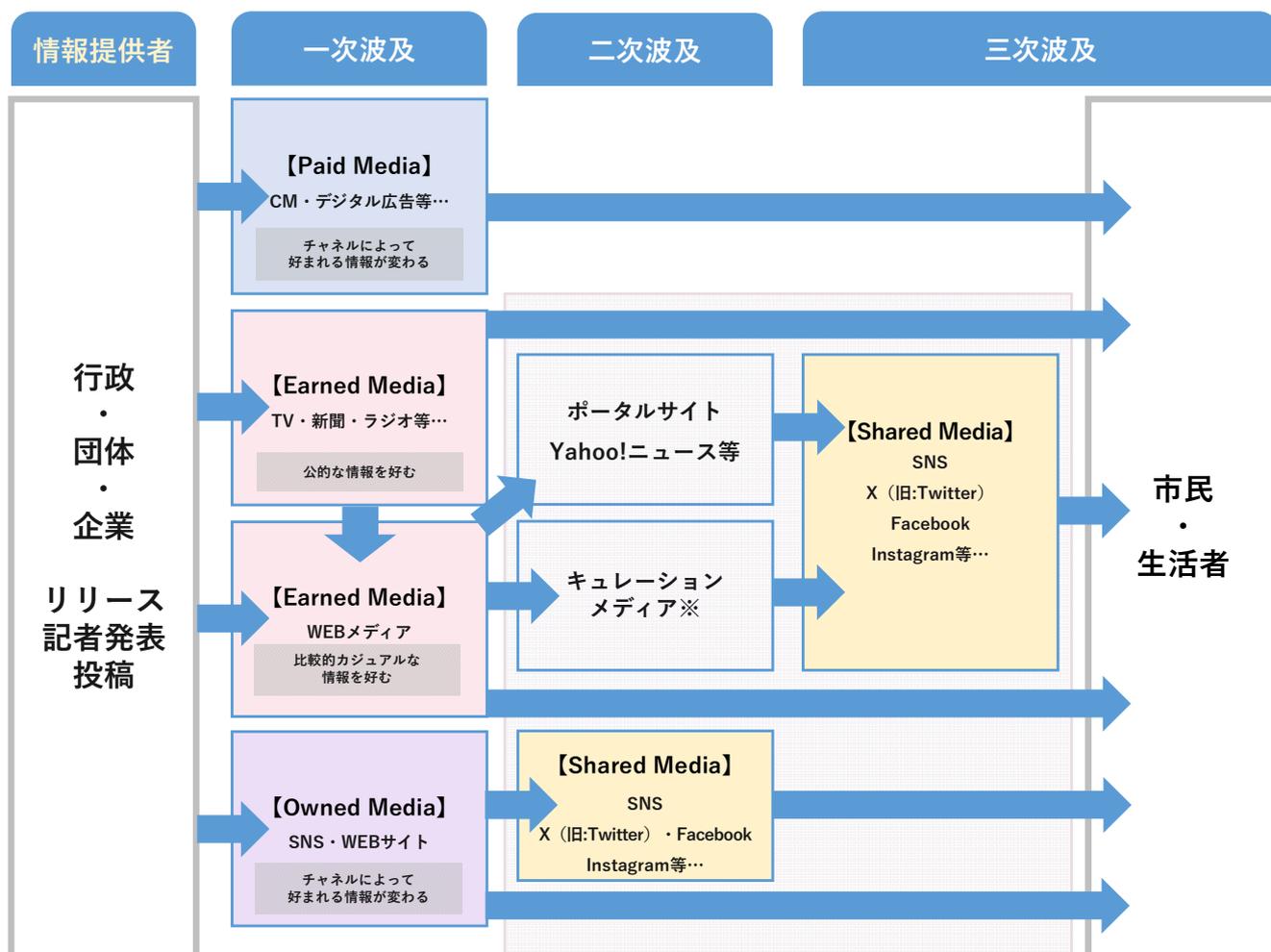
## 社会的なメディアの変化・動き ②

### ■デジタル化に伴い複雑化する情報流通構造

現在ではポータルサイトやキュレーションメディア※2、SNSなどを介した情報接点が増え、生活者が見ている情報プラットフォームは多様化しています。情報提供者はそれに対応するために生活者が利用している情報プラットフォームを把握し、適切な情報設計を行う必要があります。

また、各チャネル（メディアやSNSの種類）によって相性の良い情報が異なるため、ターゲット視点でのチャネル選択はもちろん、そのチャネル内で好まれる情報を作っていく情報クリエイティブ力も必要となっています。

### ◎現代における情報流通構造の複雑化



※2 「NewsPicks」「グノシー」などのように情報を収集・整理して配信するメディアサイト

## 社会的なメディアの変化・動き ③

### ■ 広報・プロモーションのDX化の加速

SNS等のデジタルメディアと情報発信ツールの多様化、デジタルツールにおける業務効率化や、さらに、昨今最も勢いがあるのが、特に生成AI登場による業務の大幅な効率化と高度化など、広報プロモーションにおいてもDXの影響が大きくなってきています。

これらのDXに対応していくためには、職員のデジタルリテラシーの向上とともに、ハード面での対応、さらには、活用リスクも見越したマニュアルの作成などが必要となってくると考えられます。

#### SNS

TikTokやLinkedInの台頭。TwitterからXへの変更など、SNSを取り巻く環境は大きく変化しています。  
農林水産省BUZZ MUFF（バズマフ）など行政や自治体でもSNSを活用し、成功しているところが増えてきています。

#### AI

広報プロモーションにおけるAIの活用は、生成AI、そして対話型チャットAIなどがあります。  
神戸市などではSNSの文章作成に生成AIの活用がされており、業務の効率化、高速化、高度化が期待されています。

#### デジタルツール

SlackやTeams、Googleなどの業務コミュニケーションツールの一般化により、業務効率が改善されています。  
デジタル庁のようにSlackを活用した自治体では、行政職員を繋ぐオープンプラットフォームを構築するなど、コミュニティツールとして活用されています。

### ■ 自治体プロモーションにおける情報発信の多様化

情報発信は、デジタルメディアの進化によって、発信方法が多様化するだけでなく、発信の考え方が変化してきています。従来は、情報を正確に伝えれば良かったところから、市民との対話や傾聴を重視した、双方向性の高い伝わる発信へと変化し、現在では、市民や企業、場合によっては市外の人なども巻き込み、発信する情報自体を共に創っていく時代へと変わってきています。

#### 情報発信1.0

一方的  
一元的な情報発信

#### 情報発信2.0

傾聴を活かした  
双方向性の高い  
情報発信

#### 情報発信3.0

市民や企業とともに  
情報コンテンツを  
共創し発信

## — 第 2 章 —

# 情報発信の課題

## 情報発信の課題 ①

### ■情報発信における課題

本市の情報発信における解決すべき課題を抽出しました。

#### ◎主な課題

情報発信における職員の知識・技術不足

情報発信ツール・メディア理解不足

目的やターゲットの設定ができていない

情報発信ツールの使い分けができていない

実施した情報発信の効果検証ができていない

各情報発信ツールのユーザー調査ができていない

広報紙に掲載すれば市民に届くという感覚が根強い

#### ◎その他の課題

広報素材（キャラクターなど）を活用しきれていない

各課の情報発信の量／質に差がある

広報ノウハウが属人的になっていて継承・蓄積がない

対外的な資料のデザインや文章に統一感がない

## 情報発信の課題 ②

### ■本市の本質的な課題

前項の課題を踏まえ、本市における情報発信の本質的な課題を3つにまとめました。これら3つの課題に対して、次章以降で、課題の解決および効果的・効率的な情報発信を目指します。

#### 課題 ①

情報発信に関する  
職員の知識不足

目的・計画がなく、場当たりの情報発信が多い

#### 課題 ②

情報発信ツールの  
使い分け

各媒体の役割や活用方法が定まっていない

#### 課題 ③

情報発信に対する  
反応が見えない

情報が市民に適切に届いているのか見えない

## — 第 3 章 —

# 基本方針

## 情報発信の目指す姿 ①

### ■本市の情報発信の目指す姿

本市総合計画では、はつかいちの新たな魅力を創造するとして「本市への興味・関心の更なる拡大」「本市の居住地としての認知度・好感度の向上」「市民が本市の魅力をより深く認識し、愛着心を育む事業」に取り組むとしており、情報発信はこうした将来像実現のためのすべてを下支えするものです。

本市の情報発信における現状や課題を踏まえ、目指す姿・目的を以下のように設定し、情報発信の質的向上を図っていきます。

#### ◎本市の本質的な課題

- ・ 目的 計画がなく、場当たりの情報発信が多い
- ・ 各媒体の役割や活用方法が定まっていない
- ・ 情報が市民に届いているのか見えない



#### ◎情報発信の目指す姿

- ・ 住民のニーズにあわせた情報発信により、市民との良好な関係を構築
- ・ メディア特性に応じた効率的かつ効果的な情報発信の推進
- ・ 情報発信計画の立案を行い、振り返りのできる情報発信の実行

### ■本市の情報発信の目的設定

市民のシビックプライドを醸成し、地域への愛着や誇りを高めることで、市外の人たちに廿日市市の魅力を伝え、廿日市市のファンを市内外に増やすことを目的とします。

#### ◎情報発信の目的

「市民のシビックプライドを醸成し、廿日市市のファンをつくる」

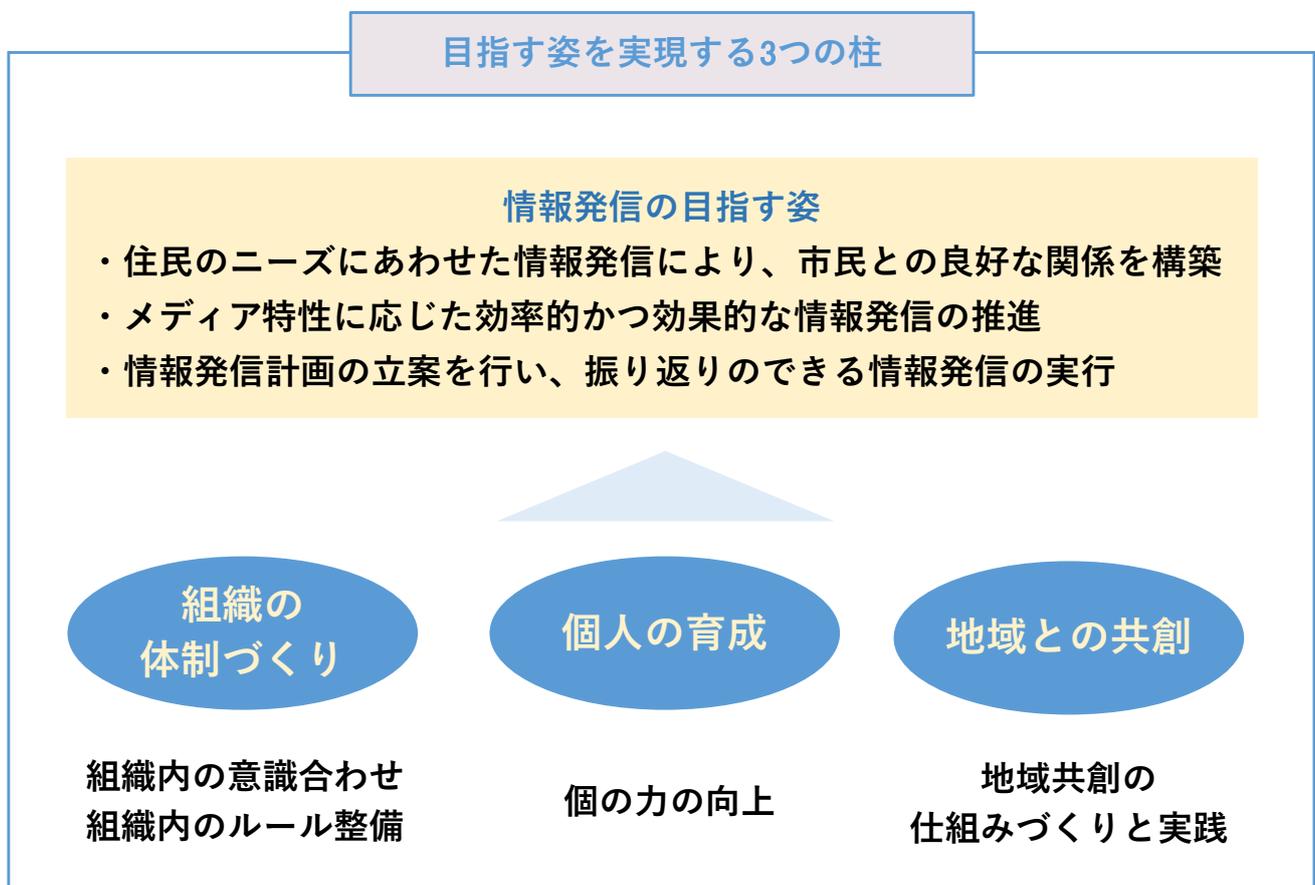
#### ◎目的達成により促したい態度変容

- ・ 市民・関係者が廿日市市の魅力を再発見し、より好きになり、誇りに思う
- ・ 自ら発信したいと思う、廿日市市の情報発信に参加したいと思う
- ・ 移住や定住の候補地となる

## 情報発信の目指す姿 ②

### ■本市の情報発信が目指す姿を実現するための3つの柱

本市の情報発信が目指す姿に近づくために、「組織の体制づくり」「個人の育成」「地域との共創」を展開していきます。これらの施策によって、効果的・効率的な情報発信体制を構築していくことで、市民のシビックプライドを醸成し、甘日市市のファンをつくることの実現を目指します。



## 情報発信の目指す姿 ③

### ■取り組む内容

本市が目指す姿を実現する3つの柱を実践するために取り組む基本活動項目として、以下を推進する活動と定めます。

効果的・効率的な情報発信体制構築の第一歩として、現在、廿日市市が所有している情報発信ツールの役割を整理し、明確化します。そのうえで、研修などにより個々の広報力向上をはかるだけではなく、各部署の情報発信の中核を担う「情報発信担当者」の設置を推進します。さらに、情報発信における部署間の横連携を図る横断会議体「Meetsはつかいち」を結成し、庁内の情報共有や発信活動の連携等を図り、より効率的な情報発信を目指します。

またインターネットによる情報発信の普及により、双方向でのコミュニケーションだけでなく、情報を共創する時代となっています。将来的に市民や事業者らとの協働により情報発信することを視野に入れ、その仕組みづくりを検討していきます。

#### 取り組む基本活動項目

情報発信ツールの整理

個々の情報発信力の育成

情報発信担当者の設置

部署横断会議体の設置

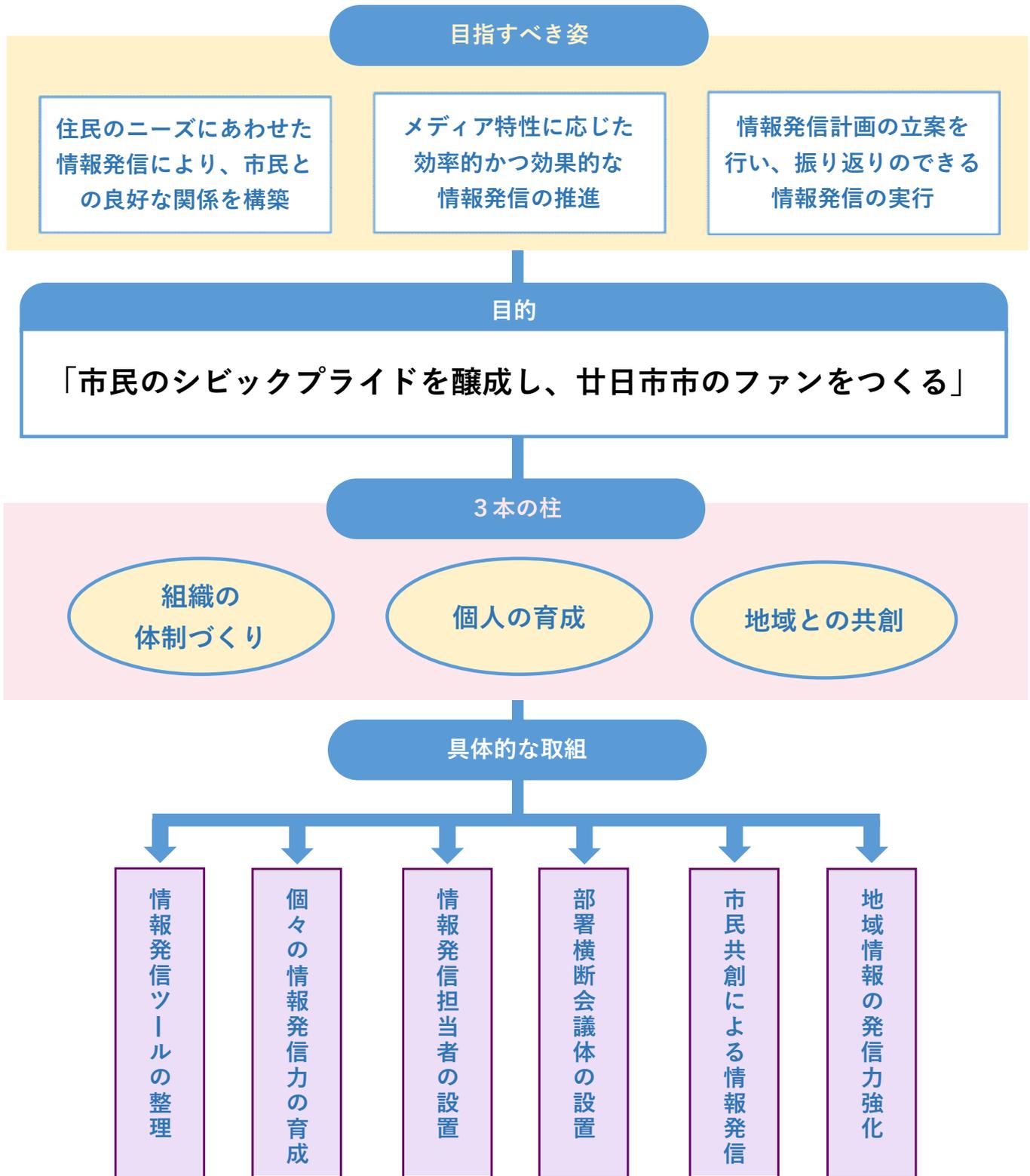
市民共創による情報発信

地域情報の発信力強化

## 情報発信の目指す姿 ④

### ■情報発信の施策体系図

前項までで記載した、本書で示す情報発信の施策体系図が下図となります。



## — 第 4 章 —

### 具体的な取組

## 情報発信ツールの整理 ①

### ■本市の情報発信ツール

情報発信を行う際には、保有する媒体特性の把握と、情報を発信する際の適切な媒体選択が重要となります。

本市では、プロモーション戦略課が中心となり情報発信業務を行っており、広報紙の発行やホームページの更新、SNSの運用など、各担当課と連携して正確な情報発信に努めています。広報紙、ホームページ以外にも、市長による毎月の記者発表やコミュニティFMラジオなど、多様な方法で情報を発信しています。

本市の広報戦略では、PESOモデルのカテゴリーを組み合わせて情報発信を行い、市民の認知促進や参画促進、市民との信頼関係の構築を効果的に進めていきます。また、各媒体特性に合わせたコンテンツや情報提供を行うことで、効率的な情報発信と市民との良好なコミュニケーションを実現します。

### ◎PESO視点での発信媒体一覧

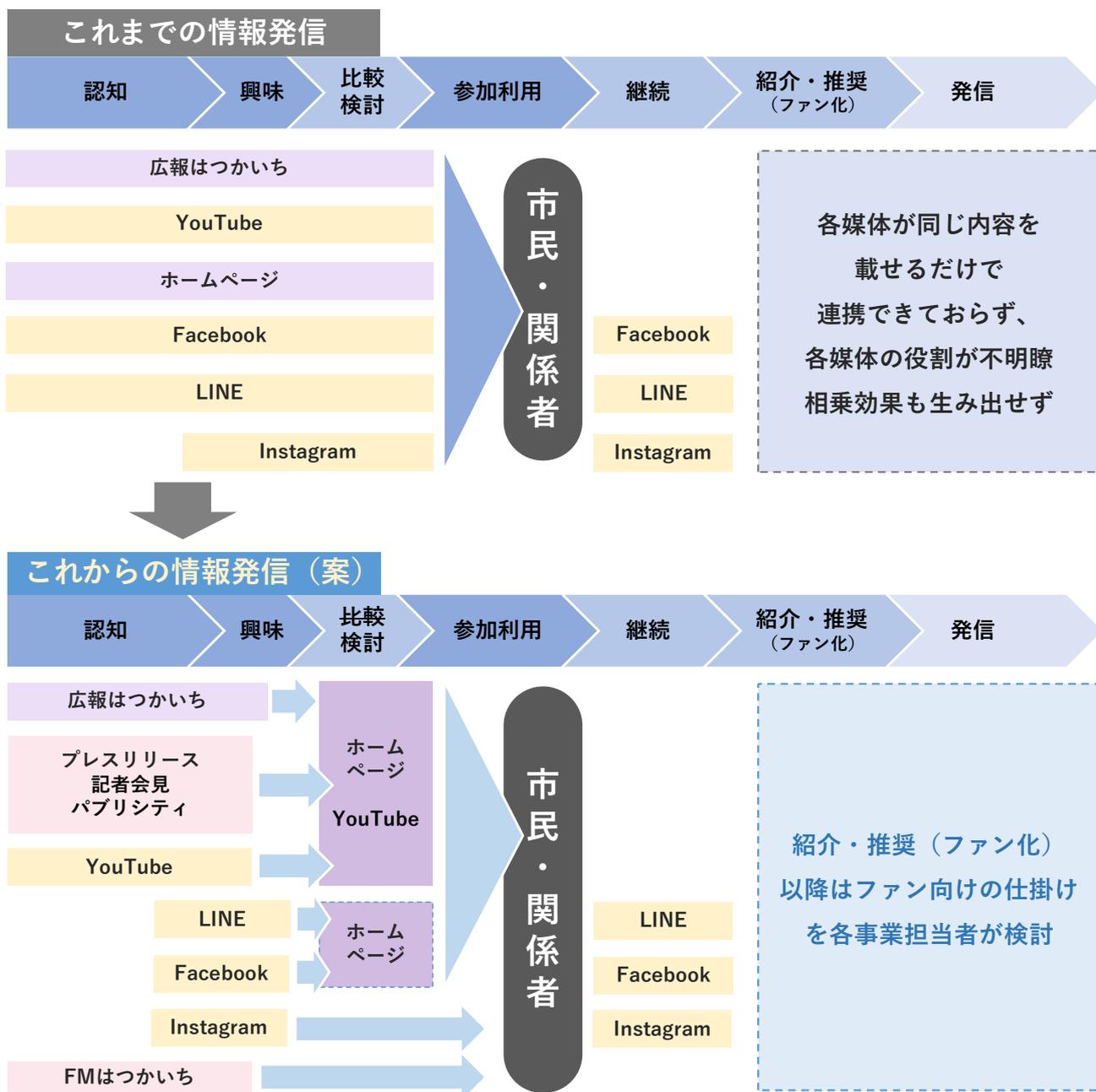


## 情報発信ツールの整理 ②

### ■各媒体の使い方と役割整理による効果的な情報発信

これまでの媒体の使い方は、連携が欠けており各媒体の役割が不明瞭でした。その結果、「何を・どこで・いつ・どのように発信すべきか」が明確になっておらず、全ての媒体に同じ情報を発信していました。

これからは、ホームページ以外の媒体を活用して事業を認知させ、市民の興味・関心を喚起することを目指します。そして、各媒体の役割を整理し、情報発信をマーケティングファネルに即した形で行うことで、各媒体の特性に応じた適切な情報発信ツールを選定していくことを目指します。



## 個々の情報発信力の育成

### ■個々の情報発信力を育成するための研修・ワークショップの実施

本市の情報発信が目指す姿を実現するためには、庁内全体での広報スキルの向上が不可欠です。広報の重要性を理解することから始まり、「知識面」と「技術面」を段階的に学ぶことができる研修・ワークショップを実施することで、職員一人ひとりの能力を向上させ、庁内全体の広報活動のレベルアップを図ります。

#### ◎情報発信研修

#### 戦略的広報のための 広報知識の向上

##### 広報基礎研修

広報の基礎となる考え方、現代の情報流通構造などから、自治体広報のあり方を学びます。

##### メディア研修

現在国内で使用されている各媒体の特性と、その活用方法について学びます。

##### 広報戦略研修

本市の目指す姿の実現に向け、様々な媒体を活用しながらPDCAを回していく実践方法を学びます。

#### 伝わるための 広報技術の向上

##### 伝え方研修

プレスリリースの書き方や、フライヤーちらしの作り方など、情報発信の基本となる伝え方のスキルを学びます。

##### ホームページ研修

基本的な操作方法の他、誰もが見やすく使いやすいホームページの作り方について学びます。

##### SNS研修

それぞれのSNSの特性を理解すると共に、市民の目にとまりやすい発信方法（投稿）の仕方を学びます。

## 情報発信担当者の設置

### ■ 「情報発信担当者」設置の意義およびその役割について

各部署の情報発信の中核を担う「情報発信担当者」を配置します。「情報発信担当者」の役割は、プロモーション戦略課と連携しながら担当課の広報活動を統括し、戦略的な情報発信を目指します。「情報発信担当者」の意義および役割については以下の4点でまとめています。

#### 1. プロモーション戦略課と各部署との情報共有

「情報発信担当者」がプロモーション戦略課と各部署との情報共有を行い、広報活動とプロモーション活動を連携させることで、市民に対して、より効果的な情報発信を行うことを目指します。

#### 2. 職員の広報知識・技術不足の解消

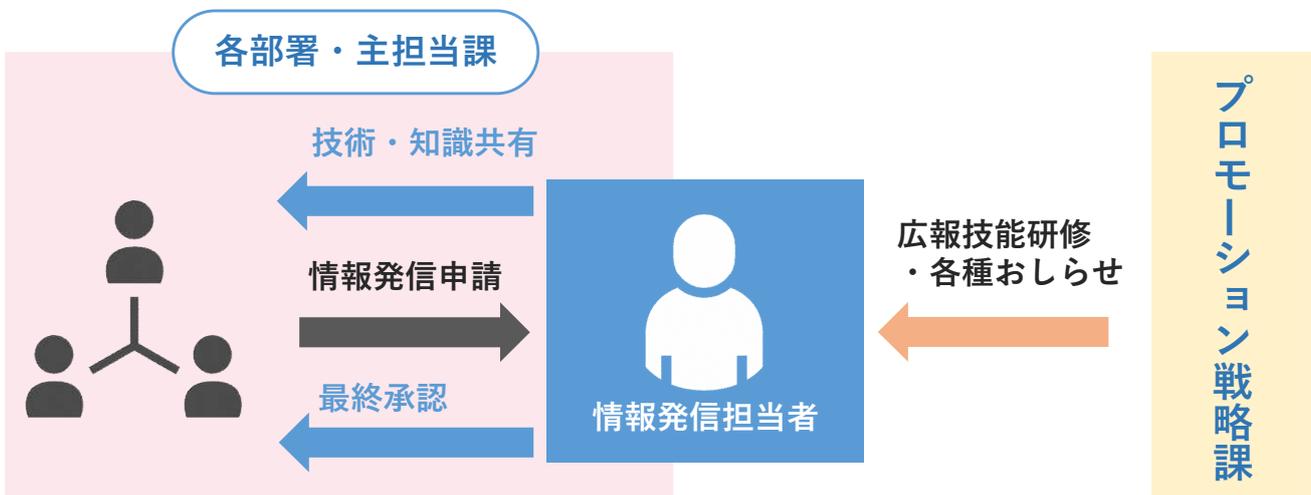
全職員の広報力を向上させるには、長期的な取組が必要です。まずは「情報発信担当者」が情報発信の知識・技術を蓄積し、職員の広報力不足解消の先駆けとなってまいります。

#### 3. 承認フローの簡素化

これまでプロモーション戦略課が担ってきた承認フローの一部を、自部署内の「情報発信担当者」が担い、情報発信のスピードアップと効率化を図ります。

#### 4. 各部の情報発信格差の是正、質の向上

「情報発信担当者」は、自部署内の状況に加えて、庁内全体の動きを把握・共有することで、他部署間の橋渡しの役割を果たし、庁内の情報格差解消に貢献します。また、複数の部署が連携することでの情報量の増加や発信形態の統一など、情報の質も向上させます。



## 部署横断会議体の設置

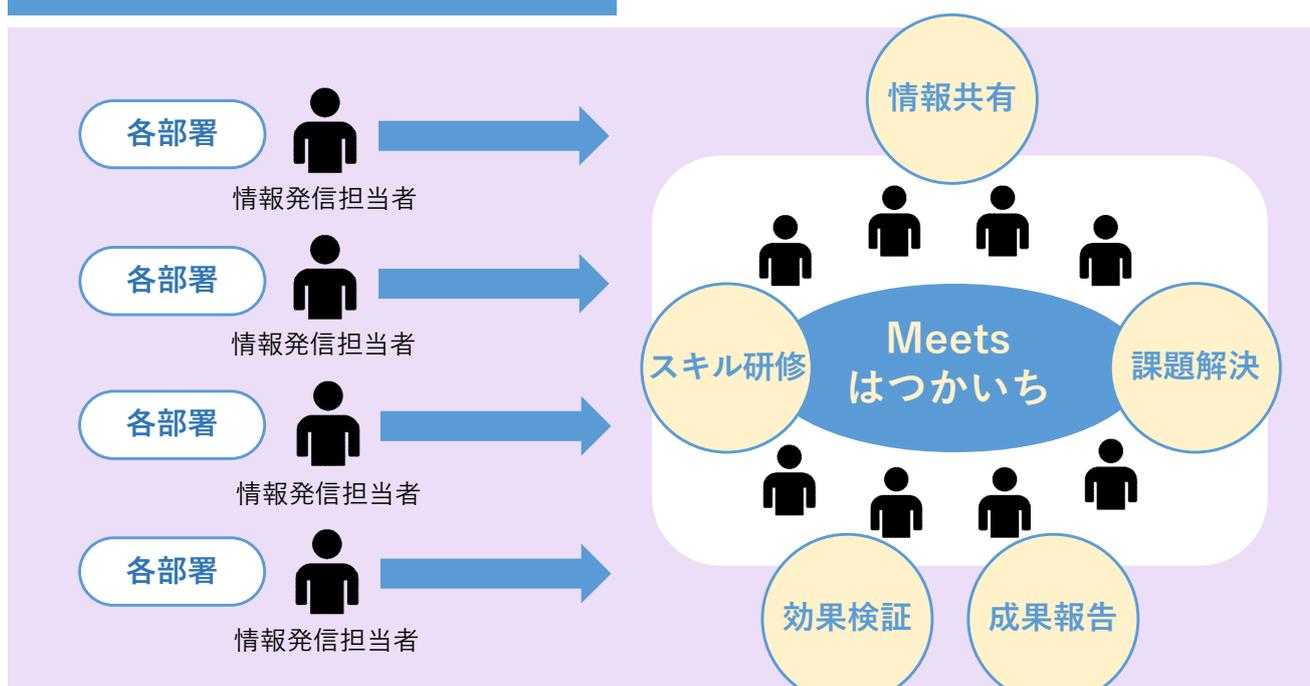
### ■情報発信における部署間連携を目的とした「Meetsはつかいち」

プロモーション戦略課と、各部署の「情報発信担当者」が集う横断会議体「Meetsはつかいち」を設置します。「Meetsはつかいち」では、部署間の連携・情報共有、また、情報発信の効果検証などを行い、広報戦略を検討します。

#### 「Meetsはつかいち」主な活動内容

- 今後の情報発信スケジュールやイベント行事等の共有
- 広報力向上研修の実施
- 各発信ツールの数値レポートの分析
- 発信ツールのユーザーに関する定量・定性調査
- 日々の情報発信の困り事を持ち寄り議論・課題解決
- 各部署の成功事例などの事例共有
- 庁内の決裁を担う担当者を招いての体制強化の提言・質問・気づきの共有 等

#### 「Meetsはつかいち」体制図



## 市民共創による情報発信/地域情報の発信力強化

### ■市民との共創による情報発信の仕組みを検討

本市の情報発信の可能性や幅を広げていくために、市民や事業者らとの共創による情報発信の仕組みについて検討をします。

本市への愛着や誇りを持つ市民や事業者らが、様々な視点で情報発信をすることにより、情報の拡散や浸透が高まることや新たなファンの獲得なども期待ができます。将来的には、地域の魅力を語り合える場づくりにも繋げていき、情報の共有と発信を効率的かつ効果的に行なえるようにします。

### ■市民との共創による情報発信のイメージ

#### 1. オウンドメディアの共創

本市のオウンドメディアにおいて、市民や事業者らと一緒に魅力的な情報コンテンツをつくる仕組みを検討します。

#### 2. 市民ライターの育成

本市の魅力発信に関わりたいという市民や事業者らを対象に、情報発信の知識と技術を高める講座を開催し、市民ライターとして本市の広報に携わる仕組みを検討します。

#### 3. 事業者等との連携による情報発信

本市に関する情報発信を事業者らの活動において、協力的に発信する仕組みを検討します。共通のシンボルやフラッグの設置、ポスターやパンフレットなど広報物の設置や配布など、様々な事業活動において双方にとって効果的な広報の仕組みを検討します。

### ■更なる地域情報の発信力の強化に向けて

本市は世界文化遺産の宮島を有しており、国内外からの注目度が高いまちです。本市の魅力をもっと効果的に発信するためには、メディアプロモーションに加え、県外や首都圏を狙いとしたPR・パブリシティ活動も重要な取組になってきます。

首都圏を対象とした広報を戦略的に行っていくには、首都圏メディアとの関係性の構築が必要となり、メディアキャラバンや記者・編集者との情報交換会の実施等も検討する必要があります。また、全国エリアに配信が可能な『PR TIMES』などのリリース配信サービスの活用や、PRの専門家や企業等との協業も方法の一つです。

市外から発信された情報やメディアの報道は、市民へのミラー効果となり、最終的に、市民プライドの醸成にもつながることが期待されます。

別添

## 今後の検討事項・課題 ①

### ■情報発信に関する今後の検討ポイント

本市戦略展開で取り組む基本活動項目に関連する業務効率化、および更なる進展のために、今後検討していくべきポイント・課題をあげました。

なお、プロモーション戦略課や、その他特定の部署だけでは推進が難しい課題については、全庁における組織変革や複数部門を横断するクロスファンクション（cross-function）プロジェクトを実施する必要があります。

### ハード・インフラ

#### 申請・承認システムおよびフローの効率化

情報発信に関する申請・承認システムおよびフローが煩雑であると、情報発信までのタイムラグが発生し、適切なタイミングでの情報発信がかなわない場合もあります。効果最大化の観点でも、課題であると考えます。この問題に対処するためには、総務省の方針に従い、セキュリティ面を確保した上で、情報システム部署などの関連部署と協力し、別のプロジェクトとして改善の検討を行う必要があります。

また、近隣自治体との情報交換会や合同勉強会を開催することや、専門の外部コンサルタントからアドバイスを得ることも検討。これにより、より効果的な改善策を見つけることができます。

#### 情報発信環境の適正化

現代社会では、デジタルメディアを通じたコミュニケーションがますます重要性を増しています。画像や動画の編集が一般化しつつあり、より適切に編集の手を加えた広報素材を活用する必要性が一層高まることが予想されます。そのため、上記の情報発信フローの効率化の観点のみならず、広報素材の充実の観点でも、情報発信環境の適切化が必要となってきます。

例えば庁内PC環境の盤石化には、情報システム部門などと連携しながら、デジタル環境の整備に取り組む必要があります。具体的には、予算の取得や新たな働き方の導入、セキュリティの考慮などが重要なポイントとなります。これにより、適切なデジタル環境を整えることができ、職員の効率性と情報セキュリティを確保することが可能となります。

## 今後の検討事項・課題 ②

### コンテンツ

#### ホームページのリニューアル

ホームページは重要なメディア機能であるため、ユーザーにとっての最適化を図るためには、定期的な発信ツールのメンテナンスも重要です。適宜ホームページの課題を抽出し、改善策を検討する必要があります。具体的な取組案としては、新たな運用ルールの策定や表現のひな形の作成、効果測定や振り返りができる月次レポートの導入などがあげられます。

なお、これらの作業は職員だけでは限界があります。そのため、外部の専門機関・会社への委託も検討する価値があります。特にSEO対策を含めて外部の専門家に依頼することで、効果的な改善が実現できます。

#### キャラクターなど広報素材の活用

キャラクターやその他の広報素材を活用するためには、各担当部署が適切なルールの策定および部署横断での連携を行うなど、広報素材としての活用方法を探求する必要があります。キャラクターや広報素材の活用を最大限に引き出し、効果的な広報活動を展開するために以下の取組が考えられます。

##### 1. 広報素材の統一性

キャラクターやその他の広報素材のデザインやメッセージに一貫性を持たせることで、ブランドイメージを強化し、効果的な広報活動が行えるようにします。

##### 2. 内外部の連携

キャラクターや広報素材の活用において、関連する部署や外部のパートナーと連携することで、より多角的な視点でのアイデアや戦略を生み出すことができます。

##### 3. オンライン上の存在感の向上

ソーシャルメディアやホームページなどのオンラインプラットフォームを活用し、キャラクターや広報素材を積極的に発信し、広報効果を最大限に引き出します。

##### 4. イベントやコラボレーションの活用

キャラクターや広報素材を活かすために、イベントや他の組織とのコラボレーションなど、新たな活動形態を取り入れることで、広報の範囲を拡大します。

## 今後の検討事項・課題 ③

### ノウハウ・ルール

#### ノウハウの継承・蓄積

情報発信全般において、ノウハウ・ルールが属人化してしまうケースが多く存在します。情報発信の持続性および質の担保をしていくためには、ノウハウを継承していく仕組みづくりが必要です。

そのための取組として、研修内容やスキル・テクニックの共有を意識的に行い、デジタルメディアの最新情報に常にアクセスできるような定期的な研修計画を立案することや、主導する部署を決めておくことも重要です。取組案としては以下の点が考えられます。

1. 内部研修の充実と外部トレーニングの活用
2. 内部のスキルシェア・コミュニティの構築
3. トレンドのモニタリングと情報収集

#### 各課の情報発信における格差（量／質）の是正

各課の情報発信における格差は、量と質の2つの側面で存在します。情報の発信量および質が不足している課は、関連情報の共有や市民とのコミュニケーションの機会を逃しているかもしれません。

また、市民や関係者への情報の浸透や理解度が不十分になる可能性があります。均等かつ質の高い情報発信の実現に向けての取組案としては、以下の点が考えられます。

##### 1. 研修による意識改革と知識・スキルの向上

各部署で情報発信に関わる職員を対象に、合同研修プログラムを実施します。効果的な情報発信の方法やツールの活用法などを外部の専門家から学び、各課の情報発信能力を均衡させます。

##### 2. 部署ごとの情報発信の事例を共有

各部署の情報発信の取組における成果や効果を共有する仕組みを検討します。情報発信に積極的な部署の事例を共有し、相互に学ぶことで、競争意識やモチベーションを高める場づくりを行います。

## 今後の検討事項・課題 ④

### 対外的な資料（フォーマット・名刺他）のデザイン統一

現状では、対外的な資料（PowerPointフォーマットや名刺）のデザインが一貫性を欠いているという課題が存在します。

PowerPointに関しては、主導する部署が統一された定型フォーマットを作成し、庁内で共有することが求められます。発表に使用されるPowerPointはこの定型フォーマットで作成されることが好ましいと考えられます。

名刺については、組織の統一感やブランディング、シティプロモーション推進の観点からデザインの統一が望まれますが、部署ごとに推進したいプロジェクトやそれに伴うロゴ、キャラクターなどが存在する場合があります。統一を実施する場合でも、完全に同一のデザインにするのではなく、部署ごとに色の違いや自由な項目を設けるなどの柔軟性を持たせることも検討すべきです。

これらの改善策により、市の印象や好感度を向上させ、その結果、組織の統一感やブランディングに貢献することが可能となります。

### 外部人材の登用

外部人材の登用も情報発信の質の向上に寄与すると考えます。

特定のスキルや知識を持つ人材を迎え入れることで、その分野での専門性を獲得することができます。また、外部からの人材は、組織の文化や習慣にとらわれない新鮮な視点をもっているため、通例化していた課題について解決に導く可能性があります。

そして、組織内部で人材を育成するためには時間とコストがかかりますが、外部から即戦力となる人材を迎え入れることで、育成コストを軽減することができます。

また、専門知識を持った民間人材の短期受け入れを図ることも、質の向上に有効であると考えます。

さらに、さまざまなバックグラウンドを持つ人々が集まることで、チームの多様性が増し、より広範な視点が得られるという副次的効果も期待できます。

