

和地ひとみレポート No.262

東大和市議会平成29年第4回定例会 一般質問 “広報ならびにブランドプロモーションについて” 事業の充実と広報で選ばれる街を目指して

■第4回市議会定例会 一般質問

…平成29年第4回市議会定例会で、私は以下のテーマについて一般質問で取り上げました。

■日本一子育てしやすいまちづくりについて ※この項目の内容はNo.261で紹介

- ① 学童クラブについて
⇒待機児童の現状と課題、今後の対応について。
⇒延長保育について。
→把握しているニーズについて。
→現状の取組みと課題について。
→今後の取組みについて。
⇒学童クラブの入所選考についての現状と課題について。
⇒その他、市民ニーズや現場からの声などにより、市が把握している学童保育の課題について。
- ② 児童の見守りシステムの導入についての現状及び課題と、今後の対応について。

■広報ならびにブランドプロモーションについて

- ① 市報について。
⇒現状と課題について。
⇒今後の拡充について
- ② ブランド・プロモーションにおける広報の取組みについて。
⇒ホームページの活用について。
⇒SNSの活用について。
⇒その他の広報の取組みについて

…このところ、市の広報のメイン媒体である市報では、様々な工夫がされているとことを感じる紙面が多く、私も毎回、楽しみにしています。また、12月1日にはホームページもリニューアルされ、新たに設けた“イントロページ”については、多摩地域では先進的な取組として新聞でも取り上げられました。このような状況から、市が以前より広報に積極的に取り組んでいることは間違いありません。一方、市では本年度からブランド・プロモーションを本格化。これは人口減少に歯止めをかけ、子育て世代の人の転入を促進するための取り組みです。11月に開催された「産業まつり」では、メインステージで東大和市のブランド・メッセージのデザインが発表され、市長から東大和市の現状と課題、今後のへの取組みなどについてのお話がありました。当日、私もステージ前に行き、ステージの様子を拝見しましたが、残念なことに、市民の方の参加が少なく、まだ市内では、ブランド・プロモーションへの興味関心は薄いのではないかと感じました。



…ブランド・プロモーションは、市外に向けて東大和市をPRしていく取り組みですが、東大和市の“ブランド”を作る重要な要素の一つは市民だと思います。プロモーションの成功には、行政が目指している市のイメージと市民の抱くイメージが、共有されることが必要。その大きな手段として、市の広報の重要性は高まっており、さらに今後は、ブランド・プロモーションという視点から、広報全体としての大きな方向性を決定し、各々の媒体で工夫をして広報を受け取る人がブランドイメージを持っていただけるように展開していくことが重要だと考え、このテーマを取り上げました。

■やはり広報の中心媒体は“市報”

…市には紙媒体である“市報”だけでなく、ホームページやSNSといった様々な媒体を活用して広報活動を行っていますが、今回の質問での市長答弁では「市報は市政情報を市民の皆様へ直接お届けできる媒体として、市の広報媒体の中心的な位置づけとなっている。」との認識が示されました。そこで、市報がどの程度読まれているのか。また、市報を毎号読んでいる年齢層や市民の評価を把握しているのかを確認。その答弁は「市民意識調査での『市報を毎号読んでいる』という設問に対し『そう思う』と『ややそう思う』と回答した人は59%に達している。また、年齢層が高くなるほどその割合は増え、65歳以上の方では73.1%の方が、およそ毎号読んでいるとの回答だった。市民意識調査での市報に対する評価は、他の広報媒体よりも高いが、紙面の充実という面においては、改善の余地があると認識している。また、年齢層が下がると『市報を毎号読んでいる』方の割合が減っていく傾向があるため、今後は、若年層の方に関心を寄せただけのような紙面づくりも重要であると認識している。」とのことでした。

■行政の広報のトレンドは

…市報の一義的な目的は「行政の情報を市民に知らせること」です。しかし「市の魅力を知っていただく」というブランド・プロモーションという点から考える必要が出てきている現在は、市報も若年層のみならず多くの方に魅力的な内容にする必要もあります。また、市の魅力だけではなく、東大和市の行政の姿勢が伝わる紙面という点も重要。
…昨今は多くの自治体が「タウン誌」的な要素を盛り込んだ市報を発行しています。そのような広報誌は、公益社団法人日本広報協会が毎年開催している全国広報コンクールでの入賞作でも確認できます。そこで、このコンクールを知っているか、また、応募しようかと検討したことはあるかを確認しました。

(裏面に続く)

…「各区市町村が『全国広報コンクール』に参加するためには、都道府県の推薦が必要。全国広報コンクールへの予選会的な位置付けで『東京都広報コンクール』が毎年度実施されており、当市も、昨年度より参加を始めたところだ。具体的には、現在、時節柄に応じた特集記事に力を入れていることもあり、昨年度、今年度ともに、特集記事で使用した写真で写真部門に参加した。残念ながら、昨年度は全国広報コンクールに推薦はされなかったが、引き続き、魅力的な紙面の作成に努めるとともに、担当職員の士気高揚のためにも、コンクールへの挑戦は続けてまいりたい。」との答弁がありました。

…ここ近年、東京都の自治体（区市町村）の広報は、コンクールでの入賞はありません。一方で、地方の自治体の入賞広報を見ると、お知らせ以外の部分で市民に街のことを知ってもらおう、目指す街の将来に共感してもらおうといった内容が充実しており、若い人にも読んでもらえるような、郷土愛の醸成にもつながる内容になっています。また、入賞広報はA4の冊子形態、カラーのものがほとんど。この点についての市の考えを確認したところ「市報をカラー化することに関しては、写真やイラスト、題字の活用等における視覚的な効果が増大し、情報伝達効果を高めることができることが考えられる。市でも経費を見積り、検討しているが、経費が増える結果を得ている。市民の皆様にも、より身近な広報媒体と感じていただくためにも、市民の皆様の声などの記事の掲載も、前向きに検討していきたい。」との答弁でした。

…A4サイズの冊子にすれば、市が発行している様々な広報紙をまとめることもしやすくなるため、経費の調整もできるのではないかと思います。この点については「新たな提案だ。A4サイズ冊子形態の市報については、単体での経費に限らず、様々な広報媒体を一元化する場合の効果や課題、あるいは市報の内容をタウン誌的なものに変えることの効果や課題など、多方面から、研究させていただきたい。」との答弁でした。

…また、友好都市である喜多方市では、毎月1日号をA4のカラー冊子形態で、15日号を「お知らせ版」として白黒のもので発行をするという工夫をしています。このような方法も参考にして、費用対効果を含めて検討してほしいと要望しました。

■その他の工夫は…ARを導入？

…また最近では、市報にAR（拡張現実：紙面のイラストや写真などにスマートフォンなどをかざすと、動画などが見られるもの）を活用している自治体もあります。市の答弁では多摩地域26市では、立川市、青梅市、府中市、調布市、国立市そして狛江市の6市において、市報でARを活用しているとのこと。個人的には、その効果のイメージが今一つ持てなかったため、どのような効果があると市が認識しているのか確認しました。「近隣市での状況を見ると、イベントのお知らせ等に活用している例が多いようだが、導入間もない市が多いためか、市民の方から大きな反響が寄せられるといったことは無いようだ。市報では、活字や写真、イラスト等を用いて情報をお伝えすることになるが、AR

を活用した場合、詳細な情報や場の雰囲気等もお伝えすることができ、限られた紙面の中でも、情報を広げる効果があると認識している。一方で、他市の状況を伺うと、当市で導入をする場合には、市報の特集記事に関連する動画を撮影して活用するなど、単にイベント情報に留まらない運用も必要だと認識している。

…また、ARを導入するにあたっての課題については「市報に掲載する写真に関心を寄せていただいた上で、動画の視聴につながる仕組みであることから、より効果的に活用するという意味では、市報のカラー化も併せて検討することが望ましいと考えている。現在、ARを導入している多摩地域の自治体6市の市報は、全てカラーだ。」との答弁でした。

■工夫だけでなく、全体で

…多くの自治体でシティ・プロモーションを展開する中、東大和市でもプロモーションをスタートし、広報媒体を様々持って工夫をスタートさせました。しかし、今現在は、それらのツールを活用できていないと感じることも。多くの市民に参加してほしいイベントでの集客がうまくいっていないときなどに、ツイッターやFacebookなどでの呼びかけもできるはず。しかし、そのような動きはあまり見られません。そこで、市のツイッター、フェイスブックでの発信方法について確認したところ「ツイッターに関しては、各事業主管課が希望する内容について課長決裁で起案。その内容を秘書広報課長が2次承認のうえ、投稿する。また、Facebookに関しては、秘書広報課が所管し投稿している。」とのこと。即時性がメリットのSNSの特徴を半減させているような状況です。各課が投稿できる仕組みなどを検討しても良いのではないかと問いかけに対しては「現在の規定を見直し、新たな手続きを構築する必要があるが、前向きに検討させていただきたい。」との答弁でした。

…様々なツールを持った今、広報の効果を検証する仕組みも市は整えるべき。ブランド・プロモーションも「やっただけ」になる恐れがあると懸念しています。また、ARの導入など、積極性は評価しますが「道具」は効果的に使用するために導入するもので「道具」に使われるような状況になると、コンテンツも魅力のないものになり、利便性が発揮できなくなると思います。…今回、学童保育と広報といった、一見、遠い事務事業を私は取り上げましたが“持続可能な東大和市の実現”という大きな目標に照らせば、関連性は大きいにあると思います。選ばれる街になるということは、地理的に同じような自治体と比較してどうかという点で見られることになり、その情報の発信は広報ということになります。日経DUALで上位になったことで、市民の皆さんも「東大和市も捨てたもんじゃない。いい街に暮らしている。」と子育て世代でない方も市に誇りを感じ、喜んでます。きっと職員のモチベーションも高まっているはず。事業を確実に進めることと同時に、広報し、それが第三者から評価されることで、また、誇りを持ち、市民が街を宣伝したくなるという好循環を作ることが必要だと最後に提言させていただきました。



市政、議会について「自然体」「ざっくばらん」にレポート。駅前配布するレポートは毎回、最新号です。
「私たちの身近にある市政、市議会。伝えることがスタートだと思います。」

■ 連絡先 和地 ひとみ事務所 HP : <http://www.wachi1103.jp>
✉ wachi_hitomi@cocoa.ocn.ne.jp 【電話・FAX】 042-516-8546
〒207-0005 東大和市高木3-274-2-102