

# 「市民自治の実践による地域づくりの支援」に関連する施策・事業について

市長政策室広報部 参考資料（広報・広告の基礎知識）

資料5

## マスメディア+インターネットの特性について

	強み	弱み
新聞	<ul style="list-style-type: none"> <li>媒体としての信頼性が高い</li> <li>媒体に応じた情報発信が可能</li> <li>地域と比べて多くの読者を持つ</li> <li>タイムリーな記事掲載が可能</li> <li>安定した読者層：90%以上が定額購読者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>保存性はあるが、原稿の寿命は短い</li> <li>雑誌とは比べ、色の再現性などの見出しが劣る</li> <li>年齢・性別・嗜好による分層が難しい</li> <li>広告出稿に時間がかかる</li> </ul>
雑誌	<ul style="list-style-type: none"> <li>一度に多量の情報を発信可能</li> <li>保存性が最も高い</li> <li>年齢・性別・嗜好など読者層が明確</li> <li>表現力に優れている（紙・印刷・色）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>記事掲載・広告出稿にも時間が掛かる</li> <li>新聞と比べて読者が少ない</li> <li>ローカル層以外には地域別の情報発信が困難</li> </ul>
テレビ	<ul style="list-style-type: none"> <li>同時に多くの視聴者に情報発信が可能</li> <li>視覚・聴覚に訴えるため認知力が高い</li> <li>広範囲な年齢層をターゲットとできる</li> <li>時間帯でターゲットを絞ることも可能</li> <li>タイムリーな効果（報道）が可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多くの情報を届けにくい</li> <li>一般的にはコストが高い</li> <li>広告出稿に時間がかかる</li> </ul>
ラジオ	<ul style="list-style-type: none"> <li>同じようなコミュニケーションが強い共感を呼びながらメディア。職業や生活行動と密着</li> <li>TVと比較してコストが安価</li> <li>タイムリーな発信が可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>視覚に訴えることができない</li> <li>テレビと比較して聴取者数が少ない</li> <li>広告出稿に、やや時間がかかる</li> </ul>
インターネット	<ul style="list-style-type: none"> <li>コストが安価</li> <li>無類に近い情報を全世界に提供可能</li> <li>タイムリーな情報発信が可能</li> <li>情報の加工・二次利用が簡単</li> <li>他のメディアとの複合性が高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>特定の対象者に対する情報発信は困難</li> <li>情報を見に来てもらうにはコストがかからない</li> <li>情報発信のための機器が必要</li> <li>情報発信が不確実</li> <li>可能性・潜在力を見出すにはコストがかかる</li> </ul>

※参考：7MBAマーケティング：図1良一監修、グロービス著

## 企業の事例からみるインターネットの可能性

大企業では、インターネットの広告への積極的な活用を進めており、自治体でもSNSなどの積極的な活用が散見され始めています。一方でインターネットの持つ可能性や潜在力を引き出すためには、多くのコスト（人・金）が必要という課題も明らかになっており、特にSNSは情報拡散の不確実性や売上・風評被害などのリスクもあり、その取扱いには、ネット文化への深い理解と造語を必要とします。しかしインターネットの台頭により既存マスメディアの役割が変化しつつある中で、他企業との差別化を価値なくされる民間企業では、リスクを承知しながらも、新たなコミュニケーションノックアウトの構築を急務とし、インターネットでの様々なチャレンجزを行っています。

例1



例2



WEBを5番目のマスメディアとして位置づけ、主に既存マスメディアを補完する情報提供ツールとして活用。その他、SNS・PRイベント・街頭での販売促進活動などを通じて、商品の認知・購入につなげる。

企業、商品情報の他、購買意欲を高めるコンテンツを開発。企業を自社WEBサイトに集約し、ブランドイメージ・情報発信の中心として位置付ける。各広告媒体やPRイベントなどは、商品の認知を向上させる目的の一方で、WEBへの誘導が大きな役割となる。

※OOH=Out of Home 主に駅の外で集まる広告媒体の総称。

## 広報・広告は「コミュニケーション」？

少し想像してみてください。ある日あなたはこんなお願いをされました。「大を倒つて人に、ペットを倒らうと情えを説明し、なるほどと言わせてみてください。」さて、いったいどうしますか？犬の散歩をしている人に手当たり次第に声をかけますか？それとも「ペットを倒らうときの情えを話します」というチラシを配りますか？誰かに情報を届けるとき、その情報を受け取るか受け取らないかは、相手の気持ち次第。いくらあなが大声で叫びかけても、チラシを100万枚配らなくても、相手の心が通じなければ、話を聞いてさえもありません。話を聞いてくれる心優しい人がいたとしても、次は分かちやすくなるように説明をし、理解と共感を育むなければ「なるほど」とは言ってもらえません。

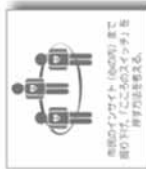
このように、送り手と受け手の間の信頼や関心、さらには伝える技術も伴って、初めて広報や広告は成立します。これが、広報や広告が「コミュニケーション」と呼ばれる理由です。

## 最も効果的な広報をめざして

仏達は、「広報＝市民とのコミュニケーションである」という観点を忘れず、「誰に向かって」「どんなメッセージを」「どのメディアを使って」「どのよう伝えるか」そして「どんなゴールを目指すか」という、いわゆるコミュニケーション設計（デザイン）を大切に考えています。その際、民間企業の広報手法なども参考にしながら、広報のあり方について改善や見直しを重ね、限られた資源の中で、最も効果的な広報となることをめざしています。

### 基本的なコミュニケーション設計の手順

- 課題と問題の洗い出し（現状の理解・整理）
- 何を目的として広報するのか（ゴール設定）
- 伝えるべき相手は誰か（ターゲットインク）
- キヤッチコピー・ビジュアルなど（表現計画）
- いつ・どこで・何をを使うか（メディア計画）
- 効果測定とフィードバック



### 広報の効果測定について

民間企業には「売上」という指標があります。一般的に広報の効果測定は難しいと言われていますが、札幌市においては、広報誌の閲覧率や広報番組の視聴率、市民の皆さんから寄せられる声を指標としながら、広報事業の改善や見直しにつなげています。

### 広報の効果測定が難しいと言われる理由

- 何をもって目的を達成できたのか、定義をすることが難しいこと。
- その効果が、広報によるものか、他の理由によるものかを区分することが難しいこと。
- 長期に渡る意識醸成を確実にする広報テーマがあること。
- 広報であることを意識させない広報活動があること。

<以下はワークショップ当日配布した追加資料>

### 市長政策室広報部 市民意見の市政反映について

## 市民意見の市政反映について

#### 市民

- 日々の意見・提言・要望・問い合わせ
- ふらっとホームなどの集団広聴

各事業の担当部局

↑ ↓

市民の声を聞く課  
コールセンター  
各区広聴係

↑ ↓

市民意見を集約  
（改善・検討・見直し）

↑ ↓

市民意見を全庁で情報共有

「声の集約システム」や「コールセンターFAQ」により、市民からの意見・要望や、それに対する札幌市からの回答情報を共有。

市民から寄せられた意見・提言

市民意見の市政反映事例（主な案件を抜粋）

市民から寄せられた意見・提言	意見を受けての反映結果
観光客への情報提供サービスとして、携帯電話ハイベント情報や目的地検索のアプリ機能を提供できたいが、	平成24年9月、札幌市観光のスマートフォン公式アプリ「札幌いんふお」をリリースし、GPSなどで自動した観光スポット情報や、お得なクーポンなどの情報を提供しています。
乳幼児のおむつ用ごみ袋を交付するときに、利用者がサイズや量を選べるチケット制にしてほすか。	従前、20gのごみ袋を交付していましたが、24年8月発行分の引換券より、10g・20gいずれのごみ袋を選択できるようにしました。
区役所のダンボール回収場所を休日にも利用できるようにしてほしい。	平成24年5月より、区役所や区民センターに設置している古紙回収ボックスを、土日祝日も利用できるようにしました。
特定健診の案内が、受診日前後に届く。もう少し早く送付した方がよい。	案内の送付時期を早め、年度当初の受診券送付時に健診チラシを同封しました。
大学生向けの情報を集めた「大学生版広報さっぽろ」を制作してほしい。	平成25年1月の発行を目指し、札幌市広報課と市内大学生とで編集作業が進行中です。
夜道が非常に暗い歩道があるので、街路灯を増やしてほしい。	指摘のあった歩道について、街路灯の灯柱を取替えるとともに、明かりを落とす木柵について考案をし、明かさ確保しました。

市民から寄せられた意見・提言	意見を受けての反映結果
転入手続きの間に、子ども手当の手続きについても案内してほしい。	平成23年6月より、市内に入られた方に対し、子ども手当を含めた各種手続き案内の一冊を配布しています。
平日本番出演の演者に対し、敬語ハズを交付してほしい。	現行制度では8月申請・9月交付のスケジュールでしたが、特例的に前倒しを求め、平成23年5月9日より交付を実施しました。
病院を情報発信の場にしてはどうか。	市内の病院及び有床診療所に希望を募り、平成23年9月号から広報さっぽろを郵送し、待合室などで配架しています。
区役所の庁舎案内を分かりやすくしてほしい。	平成22年10月、全ての区役所のレイアウト整理にあわせ、区役所の庁舎案内、案内板等の改善を図りました。
市立保育園の年末年始の休み（12月30日～1月5日）を短縮してほしい。	平成22年度より、市立保育園及び認可保育園の年末年始休園日を12月29日～1月3日に短縮しました。
交通機関の利用に加えて、観光施設の割引が適用される「サポロカード」を発行してほしい。	円山公園と円山動物園の年間パスポートに円山動物園での貸出し物事がセットになった「ワイZOOカード」や、地下鉄・バス・市電の共通一日乗車券と観光スポットで利用できるポイント券がセットになった「札幌まちめぐりパス」など、お得な乗車券の発売を実施しました。
地下鉄の空席広告の場所に、小・中学生の結晶作品を貼ってほしい。	■平成19年11月より地下鉄10駅に「メトロギャラリー」を開設し、学玉の力でも積極的に幅広い世代の方々の作品を展示しています。 ■平成22年度より、「メトロギャラリー」や複数の地下鉄駅構内などで「こども結晶展」の作品を毎年約1ヶ月間展示しています。 ■平成23年度は、近隣小学校の生徒が作成したベストポスターの展示を行ったり、まちづくり活動を紹介する掲示板を設置しました。
地下鉄のエスカレーターでの歩行を禁止してほしい。高齢者や車いすのある方に配慮が必要。	■平成19年12月より、地下鉄駅構内の全エスカレーター付近で、歩行禁止を呼びかける張り紙を掲示しました。 ■平成23年9月より、JR北海道と共同で、エスカレーターの安全利用を呼びかける大型ステッカーを、地下鉄駅・JR構内のエスカレーター付近に貼付しました。 ■平成24年1月30日から2月1日まで、小学生の画による駅構内啓発放送や、高齢者・イッシュュを配布するなど、エスカレーターの安全利用キャンペーンを実施しました。
地区センターの図書館に、読書用のパソコンを設置してほしい。	平成20年3月に、全ての地区センター図書室に読書資料検索用のパソコンを導入し、利用者が自由に検索できる環境を整えました。

## 2. 児童相談所業務の現状を踏まえた、児童虐待の早期発見と的確な対処のための取組のあり方について

「健やかな育ちの推進」に関連する施策・事業について

平成24年度 札幌市行政評価委員会 市民参加ワークショップ

### ワークショップのテーマ

### 「児童相談所業務の現状を踏まえた、児童虐待の早期発見と的確な対処のための取組のあり方について」

#### 行政評価委員会における評価対象の選定理由

少子化が進行している札幌市では、子育ての支援や子どもへの健全育成といった取組が、今後ますます重要な課題となっています。その中でも、近年、児童虐待が社会問題となっている点などを踏まえ、子どもたちの「健やかな育ちの推進」に関連する施策・事業を行政評価委員会としての評価対象に選定しました。

#### ワークショップにおける議論のテーマ

児童相談所業務の現状を踏まえた、児童虐待の早期発見と的確な対処のための取組のあり方について

#### ワークショップにおける議論のテーマ選定理由

「健やかな育ちの推進」に関連する事業についての評価過程で、札幌市の児童相談所における児童虐待の相談件数が、高い水準で推移していることがわかってきました。これらの子どもを取り巻く課題に対応していくため、札幌市では、札幌市児童相談所強化プランを策定し、児童相談所の機能・体制強化などの取組を進めています。

しかしながら、改めて児童相談所の機能を考えてみると、行政としての適切な対応はもとより、広く市民の皆さんにも関心を持っていただき、市民ぐるみで子どもへの「健やかな育ち」を支えて行くことが大切であると考え、「児童相談所について」を意見交換の対象としました。

そして、その中でも特に児童虐待については、地域における市民の皆さんのご理解やご協力により状況の改善につながる部分も多くあります。虐待防止に対して、市民の皆さんの力をどのように活かすことができるのか。また、活かして行くためにどのような施策が必要か、という点についてご議論いただきたいと考えました。

以上の理由から、ワークショップにおける議論のテーマを「児童相談所業務の現状を踏まえた、児童虐待の早期発見と的確な対処のための取組のあり方について」としました。

#### ワークショップの進め方（予定）

前半の議論のポイント

- あなたは、児童相談所の役割や業務とその現状をよくご存知でしたか？
- あなたの身の回りで、児童虐待に関して「気になる状況」はありましたか？もし、何か気になる状況があった場合、どのような行動を取られましたか？
- 児童虐待の早期発見と的確な対処をすすめるための課題として何が考えられるでしょうか？

後半の議論のポイント

- 身近な相談窓口の「区家庭児童相談室」を、市民に、より効果的に利用してもらうには、今後どのような取組をしたら良いでしょうか？
- 常時相談を受けられる体制の「子ども安心ホットライン」を、より有効に活用してもらうには、今後どのような取組をしたら良いでしょうか？
- 地域力の強化策としての「オレンジリボン協力員」を、より地域に根ざしたものにすするためには、今後どのような取組をしたら良いでしょうか？

#### 平成24年度 札幌市行政評価委員会委員

委員長	吉見 宏	北海道大学大学院経済学研究科 教授
副委員長	山崎 幹根	北海道大学公共政策大学院 教授
委員	石川 信行	石川公認会計士事務所 公認会計士・税理士
同上	太田 明子	太田明子ビジネス工房 代表
同上	林 千賀子	北海道ひびき法律事務所 弁護士

# 「健やかな育ちの推進」に関連する施策・事業について

## 児童相談所について

児童相談所は、児童福祉法第 12 条に基づき、各都道府県に設けられた児童福祉の専門機関です。現在、都道府県だけではなく政令指定都市及び一部の中核市に設置されています。

18才未満の児童を対象に、児童福祉法第 11 条の2に定められている次の4つの業務を行っています。

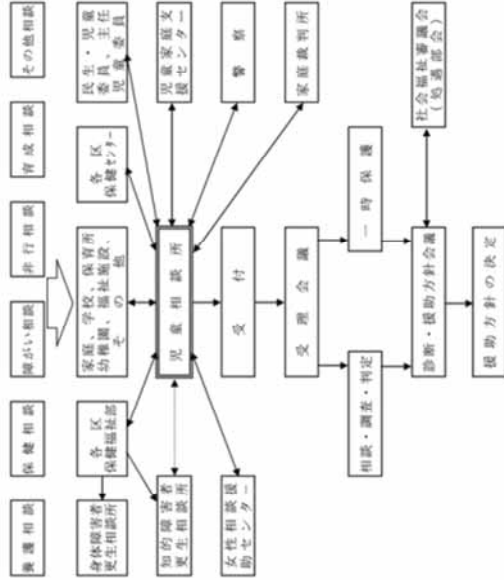
- ① 児童に関する家庭その他からの相談のうち、専門的な知識及び技術を必要とするものに応ずること。
- ② 児童及びその家庭につき、必要な調査並びに医学的、心理学的、教育学的、社会学的及び精神保健上の判定を行うこと。
- ③ 児童及びその保護者につき、②の調査又は判定に基づいて必要な指導を行うこと。
- ④ 児童の一時保護を行うこと

## 児童相談所で対応している相談の種類

相談種別については、「養育困難な児童に関する養護相談」、「虐待児童等に関する保健相談」、「肢体不自由・知的障がいに関する障がい相談」、「盗み・家出等に関する非行相談」及び「不登校等の育成相談」の5つに大きく分類しており、さらに以下のように細分化しています。

種別	内容
養護相談	父又は母等保護者の実出、失踪、入院、離婚、死亡、虐待、性的虐待等の虐待行為等により養育困難な児童、児童、または虐待児童、虐待責任、親権を行使した親の子、養育者など児童等虐待の問題を有する児童、養育者に関する相談
保健相談	虐待児童、虐待児、ツバネクマリン反記憶転写、内部臓器障がい、小児糖尿病その他の疾患（精神疾患を含む）等を有する児童に関する相談
肢体不自由相談	肢体不自由児、運動発達遅滞に関する相談
視聴覚障がい相談	盲（弱視を含む）、ろう（聴覚を含む）、ろう（聴覚を含む）、小児脳性麻痺障がい、きつ病、失音等音声や言語の機能障がいのある児童、言語発達遅滞、注意欠陥障がい等を有する児童等に関する相談
言語発達障がい等相談	（ことばの遅れの原因は知的障がい、自閉症、しつけ上の問題等他の相談種別に分類される場合はこれぞれに分類する。）
知的障がい相談	知的障がい児に関する相談
自閉症相談	自閉症若しくは自閉傾向の児童に関する相談
非行等相談	虐待者、虐待者、実出、失踪、児童、性的虐待等の虐待行為等により養育困難な児童、虐待者から年少知として過期のある児童、又は転居行為があったと想定されても警察署から児童福祉法（以下、「法」と記載する。）上調査による通告のない児童に関する相談
触法行為等相談	触法行為があったとして警察署から法務局からの通告があった児童に関する相談、犯罪少年に関する通告がなくても調査の結果、通告が予定されている児童に関する相談
育成相談	児童の人格の発達上問題となる反抗、友達と遊べない、落ち着かない、内気、かん黙、不登校、家庭内暴力、生活習慣の悪い逸格等性格不登校に関する相談
不登校相談	もしくは転居上の問題を有する児童に関する相談（非行が主である場合や精神疾患、養護問題が主である場合はそれぞれに分類する。）
通性相談	発達障害性、職業適性、学業不振等に関する相談
育児・しつけ相談	家庭内における幼児のしつけ、児童の性教育、遊び等に関する相談
その他の相談	上記のいずれにも該当しない相談

## 相談の流れと関係機関



## 相談の受理状況

平成 23 年度の受理状況の内訳としては、「障がい相談」の占める割合が依然として多く、2,553 件（構成比 49.5%）となっています。次いで「養護相談」が 1,841 件（35.7%）、「育成相談」が 498 件（9.7%）、「非行相談」が 203 件（3.9%）となっています。この 5 年間の推移を見ると構成比に大きな変化は見られません。

種別	相談種別別受理件数(推移)											合計								
	養護	保健	肢体不自由	視聴覚障がい	知的障がい	自閉症	非行	育成	その他	合計	構成比									
19年度	1,599	478	179	0	819	115	1,379	446	2,038	151	36	187	92	3	10	362	32	5,108		
20年度	1,785	621	222	2	698	46	1,486	351	2,803	145	72	217	275	109	1	168	533	23	5,383	
21年度	1,830	620	1	289	3	787	387	1,614	3,389	148	70	218	253	81	12	216	560	26	6,036	
22年度	1,670	478	1	232	0	551	70	1,531	320	2,704	161	71	232	271	70	10	237	588	42	5,437
23年度	1,841	437	1	200	0	557	56	1,452	286	2,553	125	70	203	254	15	4	175	408	62	5,188