

VIII. ワークショップ当日と対象テーマ別勉強会で使用した資料

1. 市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方について

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

「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

ワークショップのテーマ

「市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方について」

行政評価委員会における評価対象の選定理由

高齢社会といわれる人口構造の急激な変化に伴い、札幌も平成27年をピークに人口減少に転じることが見込まれ、戦後初めての人口減少という歴史的転換点を迎えています。

このように将来を見通すことが難しい厳しい社会経済情勢の中で、市民が市政に参加し、自ら知恵や力を出し合い、安心して誇りを持って暮らせる地域社会を守り育てていく市民自治は、今後ますます重要なものとなってくと考えます。これらことから、「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

市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方について

ワークショップの進め方（予定）

前半の議論のポイント

- 札幌市では、広報誌をはじめ、TV、ラジオなど様々な手段を活用し広報を行っています。その代表的媒体である「広報さっぽろ」をつうじて市民の「知りたい事」が届けられていますか？
- 「知りたい事」ではなかったが「広報さっぽろ」をつうじて「知って良かった事」はありますか？

後半の議論のポイント

- 時代の変化を踏まえ、市民自治をすすめていくうえで、市民にどのような情報を、どのように伝えていくことが大切と考えますか？
- 高齢社会における広報・広聴の留意点は何かありますか？
- インターネット等の積極的活用をどう考えますか？

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

「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

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

市長政策室広報部：札幌市が取り組む広報の姿

資料 1-1

札幌市が広報を行う、理由と役割

なぜ広報を行うのか？

- 市民が主役のまちづくりに向けた、情報共有と良好な関係づくりのため
- 1 市政所から市民に対する、アカウンタビリティ（説明責任）として、
 - 2 札幌市の施策や課題に対する、市民の理解向上・行動喚起などのため、

広報には、どんな役割があるのか？

- 施策や行政サービスを分かりやすく伝える
- 施策への理解や利用を促進する、
 - 行政サービスへの理解や利用を促進する、
 - 市民の利便性を高める。
- 行政の透明性を保ち、市民・企業等との良好な関係を保つ
- 市民との良好な関係から、協働への積極的な参加が期待できる、
 - 市民の利便性を保ち、急務の場も市民会館に基づき行政運営を行う、
- 危機管理を通じて、安全・安心なまちづくりを進める。
- 災害情報、緊急情報などを伝えることで、市民の生命・財産を守る、
 - まちづくりの視座を伝えることで、安全・安心・快適な地域社会を保つ、
 - 防災・防犯意識を高め、災害・犯罪に強いまちを作る、

広報部が、すべての広報をしているの？

札幌市では、各部署においてホームページやポスター・チラシなどを使って広報をしていますが、そのうち公共性や緊急性の高い事例については、広報部でも情報発信を行っています。その際、「広報さっぽろ」や、「広報テレビ番組」といった広報媒体を活用していますが、紙面のスペースや、年間の放送回数にも限りがあります。重要性・緊急性・話題性に応じ、掲載・放送の優先順位を決めています。また各部署に対して、「どんな広報の進め方をしたら良いか」といったアドバイスをする事も、広報部の重要な仕事となっています。

札幌市 の広報	各部署による広報 （ホームページ・ポスター・チラシなど）
広報部 の広報	広報部による広報 （「広報さっぽろ」や「広報テレビ番組」など）

広報媒体における「広報さっぽろ」の役割について

「広報さっぽろ」は、すべての世帯に配布がされることや、開読率が8割を超えること、また了期を超える方が市政情報の入手先として「広報さっぽろ」を挙げるなど、広報媒体として極めて高い価値を持っている。

広報部では、この「広報さっぽろ」を情報発信の中心地として考え、さらにパブリシティ（PR）スコアを通知した情報提供（テレビ・ラジオ）による情報の広がりや考えながら、詳細な情報については、ホームページと連動することで、市民の方が必要とする情報に接することができるよう、各広報媒体を組み合わせた広報を進めています。

広報をする際には、効果的に情報が伝わる手法を考えなくてはなりません。少しでも多くの情報を、一人でも多くの市民の方に効果的に届けるためには、テーマの重要性や対象者、タイムリーさなどに応じ、広報媒体の特性を意識したメディアの使い分けが重要となります。時にはフルオーダーメイドのように広報媒体を組み合わせ、手厚く全市民的な広報をすることもあれば、時には特定のメディアだけに絞ったメディアの組み合わせ、手厚く全市民的な広報をすることを進めることもあります。また気軽に情報を受け取ってもらえるよう、市からの広報だと感じさせない工夫をすることもあります。（情報番組内での情報提供など）

このように、届けたい情報の内容や対象者などによって、それぞれに適した媒体を使い分けしていきますが、多くの市民に考えしてほしいことや、市民生活に大きな影響を持つような事を伝える時には、すべての世帯に必ず配布される「広報さっぽろ」でお知らせすることが、もっとも有効であると考えています。

「広報さっぽろ」編集方針

- 市民が必要としている情報を、適切な時期に、分かりやすく提供する、
- 市と市民が問題意識を共有し、市民が自ら行動を起こすきっかけとなる内容とする、
- 地域活動の紹介などを通し、まちづくりへの参加を促すとともに、市民同士の連携意識の醸成を図る、
- 札幌市内や区の魅力を紹介することで、市民に改めてこのまちの魅力を再認識してもらい、愛着を高めてもらう、
- 写真、イラストなどを用い、幅広い世代の方にとって理解しやすい内容とする、

「広報さっぽろ」開読率の経緯

	読者 (必ずしも)	読まない (必ずしも)	読者割合	読まない割合	変化率(%)
平成18年度	80.9%	17.6%	43.9%	37.0%	11.6%
平成19年度	81.3%	17.8%	45.1%	36.2%	11.7%
平成20年度	82.8%	15.1%	49.2%	33.6%	10.4%
平成21年度	78.3%	19.2%	44.7%	33.6%	12.1%
平成22年度	81.8%	16.8%	49.2%	32.6%	9.6%
平成23年度	85.7%	13.8%	47.2%	38.5%	9.3%

「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

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

市長政策室広報部：札幌市が取り組む広報の姿

資料 1-2

札幌市におけるホームページへの取り組み

インターネットが一般に利用され始めて20年が経ち、自治体においてもホームページによる情報発信が当たり前になりました。札幌市でも平成9年4月から公式ホームページを開設し、積極的な情報発信に努めてきたところです。

かつての札幌市公式ホームページでは、部署ごとにデザインや使い勝手が異なるなど、多くの課題を抱えていましたが、平成23年3月、新たにホームページ作成システム（CMS）を導入したことにより、様々な環境の利用者に配慮したページを、速やかに、かつ簡便に更新・作成することが可能となりました。

現在ホームページの管理運用においては、情報の整理や記事の質の向上という、ホームページの基本を充実させることに取組んでおり、他の媒体との連携も念頭に入れながら、より分かりやすく、より使いやすいホームページとなるよう、日々改善を重ねています。

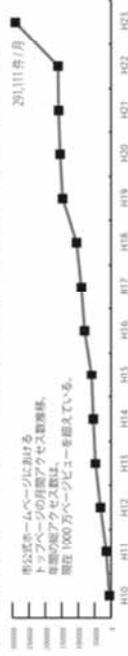
【情報誌とインターネットの関係性】

ポスター チラシ パンフレット イベント 広報誌 SNS 動画配信など	テレビ ラジオ 新聞 雑誌	インターネット （ポータルサイト、動画、有料、無料）	新聞 雑誌 ポスター チラシ パンフレット
---	------------------------	-------------------------------	-----------------------------------

情報誌とインターネット（ホームページ）

高まるインターネットの重要性

現在、インターネットを利用している市民の割合は、60.3%（平成24年度 第1回市民アンケート）ですが、通信環境の向上などとともに、年々増加の傾向にあります。またホームページには、ほぼ無限の情報発信コストで発信できるという特徴があり、さらにはフェイスブックやツイッターといったSNSと呼ばれるサービスの普及や、他の媒体との高い親和性からも、広報におけるインターネットの重要性は、今後ますます高まると考えています。



SNSへの取り組みについて

特にSNSについては、札幌市でもその可能性に着目し、平成23年1月よりツイッターの試行運用を開始し、平成24年4月からは正式運用を始めたところです。

ただしSNSを札幌市が本格的に利用するためには、SNS特有の文化を理解することや、潜在力を徹底的に引き出すためのノウハウ・コスト（人・お金）などの課題があると考えられます。そのため広報部のツイッターでは、まずはホームページへの誘導を主な用途としながら、組織としてSNSに関する知識や経験を積み重ねることを目的の一つとして行っています。

またSNSに限らず、インターネットの世界は非常に速い速度で変化を遂げていくことから、新たな広報手法についてタイミングを逸せず判断できるよう、リスクと効果のバランスを見据えつつ、多方向からの情報収集に努めていくことが重要と考えています。

