

戦略策定のねらい

市の広聴・広報が、より効果的で効率的な情報発信や意見聴取を行えるよう、方向性やターゲットを整理し、市民と市の「情報を介したコミュニケーション」を円滑にする。

戦略期間 令和7年度～令和8年度

戦略の方針

方針1 市民が主役の「伝わる」広聴広報

市は一方向的に「伝える」情報発信ではなく、市民のニーズや利便性を考慮した「伝わる」広報を目指します。また、「広聴」によって市民の声を正しく把握し、市政に反映させ、「広報」によりそれを情報発信していくことで、市民の市政への参画意識の高まりや市への愛着の醸成を目指します。

方針2 紙媒体からデジタル媒体へ

新型コロナウイルス感染拡大を機に、デジタル化はさらに加速し、新たな働き方やインターネットを通じたサービスの提供が一般的になってきました。市民のニーズに応じた柔軟な対応ができ、より効果的に地域社会とのつながりを深めるため、市は、広聴広報の媒体として新しいツールや方法を積極的に活用します。

方針3 「たじみらしさ」魅力発信

少子高齢化・人口減少が進む中、都市部への人口流出を抑え、市外からの移住・定住者や来訪者の増加を図るために、シティプロモーションの取り組みが必要です。シティプロモーションの観点から、市民の市への愛着、誇りの醸成、市外在住者に多治見市へ興味、関心を持ってもらえるよう「魅力ある情報発信」を心がけます。

情報発信のターゲットを上に取り上げることを目指します。

多治見を(に)

①よくしたい

②愛着がある

③住んでいる
働いている

④ゆかりがある
行ったことがある
興味がある

⑤知っている

⑥知らない

情報発信のターゲット

市内

市外

取組概要

具体的な取り組み

戦略Ⅰ 媒体の役割の再定義

市が情報発信をしている様々な媒体の役割を整理し、より効果的な情報発信を目指します。

媒体の役割の整理

情報の種類別にターゲットと利用する媒体を整理

シティプロモーションの視点での情報発信

1	広報紙の見直し
2	SNSを活用した市の魅力発信
3	Lorcle(地域情報発信アプリ)の活用
4	シティプロモーション戦略の策定
5	定例記者会見の積極的な活用

戦略Ⅱ 媒体のリニューアル

既存の媒体を見直し、情報発信力の強化を図ります。

ホームページのリニューアル

LINEの導入

個別SNS・アプリの入口整理

1	ホームページのリニューアル
2	市公式LINEの運用開始
3	市のSNS・アプリへの窓口の整備

戦略Ⅲ 職員の意識改革

広聴広報に対する意識の組織レベルでの醸成・定着を図ります。

各種研修の実施

広報担当と事業課の情報共有方法見直し

情報発信体制のイメージ化

1	職員研修の見直し
2	ホームページリニューアルに伴う職員研修
3	広報紙掲載依頼様式の見直し
4	SNS発信依頼シートの導入

戦略Ⅳ 広聴機能の充実

広聴媒体や、広聴で寄せられた意見に対する取り組みを周知します。

広聴媒体の周知

広聴手段のあり方の検討

広聴の取り組みの周知

1	広聴媒体の周知
2	SNSを活用した市民参加機会の創出
3	地区懇談会のあり方検討
4	地域課題等に対する意見交換会のあり方検討
5	市民意識調査の見直し