

令和5年度 日本財団助成事業「自治体広報戦略のあり方に関する調査研究」報告書 概要版

調査研究の概要

背景と目的：本調査研究は、「戦略的広報の必要性」及び「戦略的広報の実施に向けた基本的課題」に記載する内容を背景と捉え、新しいメディアの有効な活用方法も含めて、誰に、何を、どのように伝えるかという観点で、自治体広報戦略の現状を整理し、これからの戦略的広報のあり方を検討するものである。また、①広報戦略の策定状況と取組の調査・分析、②戦略的広報取組に関する調査・分析、③自治体の注目される取組に関する調査・分析、④自治体広報に関する意識の調査・分析の4つの調査研究を通じ、自治体の特性や規模に応じた自治体広報のあり方を検討することを目的とする。

体制：一般財団法人地方自治研究機構を実施主体として、北海道大学北村倫夫元教授の指導及び助言の下、基礎調査機関として株式会社マインズ・アイ、株式会社ジックの協力を得て実施した。

期間：令和5年5月～令和6年2月

詳細は、報告書序章に記載

1. 広報戦略の策定状況

- (発行状況)
 - 広報誌は8割の団体が年12回発行
 - 全自治体がWeb利用、SNSも約7割が活用
- (シティブロモーション)
 - 約6割の団体がシティブロモーションを推進。議会質問、答弁で取り上げられた団体が約6割
- (情報セキュリティ)
 - LINE等で情報セキュリティに関する問題も発生。指針の制定等セキュリティに対する対応が必要
- (広報戦略の策定とマネジメント)
 - 計画・戦略・指針を策定する市区町村は約3割
 - 独自計画の運用、行政評価等により運用

詳細は、報告書第1章に記載

2. 戦略的広報の取組

- (広報紙誌の発行)
 - 発行は概ね年12回。発行数は世帯数未満が5割を超える
 - 自治体による配布が多い。HP配布も存在
 - デザイン、印刷、配布等を外部委託する団体が多い
 - 自治会の対応、印刷・配布のコスト増等の課題が存在
- (SNS活用)
 - SNS活用が普及
 - 住民対応はLINE利用が中心
 - 8割の団体がセキュリティポリシーを策定
 - 登録者数、フォロワーの伸び悩み、特性を活かしきれないこと等が課題
- (広報戦略・計画の内容と進行管理)
 - シティブロモーションを含めて、推進体制は広報広聴担当が約6割
 - 評価指標は魅力度等が多い
 - 評価結果が反映されていないという団体が約35%存在
 - 広報戦略の成果として、地域への愛着度向上、対外的なイメージ・認知度改善、移住促進等があげられる。

詳細は、報告書第2章に記載

戦略的広報の必要性

対内：人口減、高齢化、国際化等によるコミュニティ弱体化、共同体意識醸成の必要性への対応
対外：激化する地域間競争のもとでの地域活性化に向けた、対外マーケティングの必要性の増大

戦略的広報の実施に向けた基本的課題

- 自治体に対する情報ニーズに的確に応え、地域の魅力と求心力向上に資する広報の実現
- 地域内：コミュニティがある地域づくり
 - 地域外：ディスティネーションとしての地域づくり

詳細は、報告書第5章に記載

これからの自治体広報のあり方

国内外の自治体広報の実態・課題および注目される取組を踏まえると、効果的・効率的に戦略的広報を「マネジメント」（運営・管理）していく際の柱（大項目）は、「プランニング」（Planning：計画）、「オーガニゼーション」（Organization：組織）、「メディア」（Media：媒体）、「パフォーマンス」（Performance：業績）の4つである。これらをひとつのパッケージとして表現すると「POMPマネジメント」となる。

①プランニング・マネジメント

＜Planning Management：広報計画管理＞
戦略的広報の構想・計画、広報業務の指針・ガイドライン等のマネジメント

②オーガニゼーション・マネジメント

＜Organization Management：広報組織管理＞
戦略的広報を担う組織・体制、人材等のマネジメント

③メディア・マネジメント

＜Media Management：広報媒体管理＞
戦略的広報の手段や媒体のマネジメント

④パフォーマンス・マネジメント

＜Performance Management：広報業績管理＞
戦略的広報の目標設定、評価、フィードバック等の業績のマネジメント

詳細は、報告書第5章に記載

3. 自治体の注目される取組からの示唆

- (国内自治体の取組)
 - 地域に対する愛着の不足に対応（尼崎市あまらぶ等）
 - メディアコーディネーターの活用、地元スポーツクラブとの連携による広報（川崎市等）
 - ペルソナの設定によるメディアマネジメントの検討（盛岡市）
 - 地域幸福度指数を用いた目標設定（北本市等）
- (海外自治体の取組)
 - 対内広報と対外広報を明確に区別
 - 対応すべき課題に応じて、必要に応じてコンベンションビューロー、大都市圏等、別組織で対応
 - 専門人材の登用も積極的に推進する団体が存在

詳細は、報告書第3章に記載

4. 自治体広報に関する意識

- (参照頻度)
 - 居住市区町村ではほぼ毎月が5割
 - 非居住市区町村はほとんど参照していない約7割だが、ほぼ毎月以上参照も約2割
- (情報の入手手段)
 - 入手手段は居住自治体では広報誌65%、Webが30%
 - 非居住自治体では広報誌・Webが25%、ニュース・報道約2割
- (満足度)
 - 居住自治体では満足75%、不満2割強
 - 非居住自治体では満足7割弱、不満25%
- (入手したい情報)
 - 居住自治体では地域医療・保健サービス、祭りやイベント、福祉サービス、公共施設情報等。性別、世代によってニーズが異なる。
 - 非居住自治体では、祭りやイベントに関する情報、話題のスポットなど
- (改善ニーズ)
 - 居住自治体、非居住自治体とも、欲しい情報が提供されないという不満が存在
 - SNS等のメディアニーズが存在

詳細は、報告書第4章に記載