

「広報戦略について」 に関する政策提言

令和2年9月

茅ヶ崎市議会 総務常任委員会

目 次

1. はじめに	P 1
2. 調査研究の経過	P 2
3. 政策提言	
(1) 戦略的な広報担当の創設に向けて	P 4
(2) 広報戦略の共有による庁内連携の推進	P 5
(3) ICT化の促進	P 6
(4) 茅ヶ崎市の魅力を効果的に発信するための市民力の活用	P 6
(5) 市内外に向けた有効なプレス手法	P 7
4. おわりに	P 9

1. はじめに

世界的にも前例が無い人口減少期、超高齢化を迎えた日本において、各地方自治体は市場的競争、制度・基盤的競争、広報的競争のただ中にある。

加えて、令和2年度は新型コロナウイルス感染症が拡大したことで、経済の低迷や雇用の不安定化、それらに伴う税収の減少等、各地方自治体に共通した危機感が抱かれる状況下にある。

また、新型コロナウイルス感染症の拡大によって全国的に緊急事態宣言が発令された際には、茅ヶ崎市から市民に正確な情報を適切に伝えることについて課題が浮き彫りとなり、改めて広報の重要性を痛感したところである。

こうした状況の中で、市民サービスの最前線である地方自治体に求められるのは、自主財源の確保や課税客体の強化等の経営的視点を持った、新たな戦略による行政運営である。限られた財源の中で必要なサービスは何かを精査して優先順位を付けた行政運営を行うだけでなく、市場的競争等に勝つという経営的な視点に基づいて、「住み続けたい」、「住んでみたい」と思わせるまちの魅力を創出し、それらの魅力を戦略的に広報していくという「"外"を意識した戦略的な広報」が必要不可欠な時代となっている。限られた資源（人・予算）の投入で最大の成果を得る鍵は、地方自治体の広報をより実効的に展開するための「戦略的な広報」が握っている。

これらを踏まえ、総務常任委員会では、持続可能なまちを実現するために広報も含めた経営戦略を行う時期であると判断したため、茅ヶ崎市の「戦略的な広報」のあり方について、先進事例の調査研究を重ね、政策提言をすることとした。

2. 調査研究の経過

総務常任委員会では、政策提言に向けて、次のように調査研究活動に取り組んできた。

日程	活動	内容
令和元年 5月28日	総務常任委員で勉強会を実施	政策討議のスケジュールや調査研究の進め方を確認
6月19日	総務常任委員で勉強会を実施	調査研究テーマや調査研究の内容を協議し、広報について調査研究を行う方向性を確認
7月19日	総務常任委員で勉強会を実施	本市の広報の現状や課題について協議
8月9日	執行部へのヒアリングを実施	本市の広報の現状や課題について、秘書広報課にヒアリングを実施
8月19日	総務常任委員で勉強会を実施	執行部へのヒアリングを踏まえて、本市の課題等について協議
8月29日	総務常任委員で勉強会を実施	先進自治体の事例を調査研究
9月13日	総務常任委員で勉強会を実施	先進自治体の事例を調査研究
9月30日	総務常任委員会を開催 (委員間での政策討議)	調査研究テーマを「広報戦略について」に決定、先進自治体(山口県下関市、福岡県久留米市)に行政視察を実施することを決定
10月16日	総務常任委員で勉強会を実施	行政視察について協議
11月5日	行政視察(山口県下関市)	テーマ： 1 広報戦略課の取組内容について (1) 広報戦略課の設置目的について (2) 庁内における広報戦略課の位置づけ、役割について (3) 広報戦略課の取組内容について
11月6日	行政視察(福岡県久留米市)	テーマ： 1 広報戦略課の取組内容について (1) 広報戦略課の設置目的について (2) 庁内における広報戦略課の位置づけ、役割について (3) 広報戦略課の取組内容について
11月29日	総務常任委員で勉強会を実施	行政視察の結果を踏まえた協議を行うとともに、今後の活動の方向性やスケジュールを協議
12月5日	総務常任委員で勉強会を実施	執行部との意見交換の実施について調整及び全議員への中間報告の準備

12月18日	総務常任委員で勉強会を実施	先進自治体の事例を調査研究
令和2年 1月17日	全員協議会	全議員への中間報告及び意見交換
2月13日	執行部との意見交換を実施	秘書広報課及び行政改革推進室との意見交換を実施
2月28日	総務常任委員で勉強会を実施	執行部との意見交換を踏まえた協議を行うとともに、今後の活動の方向性やスケジュールを協議
3月13日	総務常任委員で勉強会を実施	今後の活動の方向性やスケジュールを協議
5月14日	総務常任委員で勉強会を実施	新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、今後の活動の継続可否やスケジュールを協議
7月13日	総務常任委員で勉強会を実施	政策提言に向けて今後のスケジュール等を協議
7月22日	総務常任委員で勉強会を実施	政策提言の骨子について協議
8月4日	総務常任委員で勉強会を実施	政策提言の素案について協議
8月17日	総務常任委員で勉強会を実施	政策提言の素案について協議
9月2日	総務常任委員で勉強会を実施	政策提言の素案について協議
9月14日	総務常任委員会を開催 (委員間での政策討議)	政策提言の素案について討議・決定
9月25日	全員協議会	全議員への政策提言(素案)の説明及び意見交換
9月25日	政策提言を議長へ報告	

3. 政策提言

(1) 戦略的な広報担当の創設に向けて

少子化による人口減少や超高齢化が進む中、各地方自治体間の競争が一層激しくなっている。そのような状況においては、市民等に向けた市の施策やイベント等の周知といった広報とは別に、市外に向けた戦略的な広報を推進することが求められる。

戦略的な広報の推進にあたっては、広報に関係する組織を体系化し、戦略的な広報担当部門を創設すべきである。その上で、広報担当部門が中核となり、広報担当部門と各課かいとの「信頼協働関係」を形成することで、広報の組織化を実現することが求められる。

このような組織の体系化にあたっては、前提として、茅ヶ崎市の「将来像についての明確なイメージ」及び「広報戦略の目的」を市内外に発信していくことが肝要である。地方自治体として「将来どのようなまちにしたいと考えるか」、「どのような特色を持ったまちにしていくか」等のビジョンを明確にして、総合計画等の各種計画の中に戦略的な広報を行う目的（戦略的な広報担当部門を設置する目的）をはっきりと示すことが必要である。その上で、示した将来像を達成するための道筋として、経営的視点を入れたシティセールス戦略を策定し、広報のターゲット層を絞ってポジショニングを行い、キャッチコピー作成やストーリー性のある広報をはじめとした明確な意図を持った広報を行うべきである。

併せて、①広報戦略は即成果を求める短期的なものではなく持続・発展的なものとして実施していくこと、②広報の専門的な人材の育成やコミュニケーター等の人材の登用を行うことを求める。

(2) 広報戦略の共有による庁内連携の推進

(1)で示した広報担当部門が中心となって「司令塔」として主導権を持ち、単に庁内での認識の共有に留まらず、庁内全体の広報が同じベクトルを向いて展開されているかを常にコントロールする役割を担うことで、各課かいの広報の取り組みが広報戦略の目的に基づいて展開される必要がある。

現在の広報は、各課かいで実施する広報と「何のために広報を行うのか」、「広報することで何を達成するのか」という広報戦略の目的との結びつきが見えづらい事案も見受けられる。そのため、各課かいの広報が広報戦略の目的とつながりを持ったものとなるよう、広報担当部門を中核としたシステム（体制）を構築し、その上で、広報担当部門が設定した広報戦略の目的に基づいて各課かいが広報に取り組めるよう、各課かい向けの行動指針を作成することで、広報担当部門を中核とする庁内一丸となった効果的な広報となるよう求める。

また、広報のテーマ（分野）については、選択と集中の考え方によって、重点的に取り組むべきテーマ（分野）を選択し、選択したテーマ（分野）に集中して展開する必要がある、テーマ（分野）としては、市政情報、観光情報、産業情報、定住促進情報、福祉・子育て情報等が考えられるが、広報戦略の目的達成のために有効なテーマ（分野）に広報の力点を置くことを求める。

そして、各課かいから情報を発信する場合には、当該情報がタイムリーな情報となるよう、広報の各種コンテンツを即時発信し、高い頻度で更新することを心

掛けること及び情報発信するタイミングを逃さないことに配慮すべきである。

(3) ICT化の促進

(2)の実現にあたっては、庁内において情報・データを速やかに共有できること及び広報担当部門に情報を集約化できることが重要となる。情報の共有化及び集約化のためにも、また(5)で後述する有効なプレス（露出・宣伝）の実施のためにも、パソコンやタブレットの活用等のICT化をさらに推進し、ハード面でのシステム整備を行う必要がある。

ICT化については、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、今後一層推進される方向にあると考えるが、戦略的な広報のために留まらず、庁内全体の業務の合理化や小さな市役所の構築も含めた中で、ICT化をより一層推進するよう求める。

(4) 茅ヶ崎市の魅力を効果的に発信するための市民力の活用

市民力を活用した広報の仕組みの確立については、現在も地方自治体として取り組みを進めていると認識しているが、より一層戦略的に実施する必要がある。

広報の企画は現行どおり市が主体的に行いつつも、市民リポーターや市民特派員の活用、市に関わる著名人（市民栄誉賞受賞者等）の露出を高める等の工夫をすることで、風土・文化・歴史をはじめとした茅ヶ崎市の魅力を掘り下げる広報

を展開すべきである。また、市民とともに広報を展開する際には、充実した広報の展開という視点のほか、茅ヶ崎市への郷土愛の定着を図るという視点も重要である。

加えて、専門性を有する市民への協力依頼も推進すべきである。その時々
の広報戦略の目的に応じて、様々な分野の専門性を有する市民にも協力を仰いで必要な人材の市民力を活用していくことを求める。その際には、取り組みを通して地方自治体及び専門性を有する市民の双方に相乗効果が生じるような活用方法となるような実施すべきである。

また、公平性を担保するためには、協力依頼に係るマニュアルやガイドラインを作成した上で、適切に実施していく必要がある。

いずれの市民力の活用を実施する場合でも、ターゲット層を明確に意識し、市内外のターゲット層の目線に立った広報を行うことで、広報媒体に掲載される対象が身近に感じられるようにすることが必要である。

(5) 市内外に向けた有効なプレス手法

記者会見を開催する際には、ただ事実を知らせる記者会見の他にも、「この施策の推進によって、どういったまちを目指すのか」、「今回の案件を広報することを通して、どのようなまちにしていきたいのか」等、茅ヶ崎市の将来像も含めたストーリー性のある記者会見を行うべきである。記者会見の回数に多寡に関わらず、

面白みのある情報を見つけ、イメージキャラクター等も活用しながら、記者会見を通して市民に今後の茅ヶ崎市の方向性を広く示していくことが望まれる。

加えて、記者会見においては、市長のトップセールスも重要となる。現在の記者会見は、市長が露出する機会が少ないと認識している。重要な事案には市の代表である市長自らが記者会見に出て、強弱を付けながら語って広報していくような手法を積極的に推進すべきである。記者会見場のハード面の充実した整備も含めて、記者会見の方法について改善を求める。

記者会見の有効活用のために、日頃から報道機関との関係を良好にすることもまた重要である。報道機関との良好な関係づくりのための取り組みや報道機関から取材・依頼があった際の適切な対応等を実施することで、より円滑かつ効果的な情報発信につなげる必要がある。

また、記者会見以外の広報媒体による展開として、インターネットの拡散効果を意識し、時には大胆に意表を突き、手法・コンテンツの活用やキャッチコピー等の使用等、目立つことを重要視した広報を実施することで、効果的に露出・宣伝することも重要なポイントとなる。インターネット上の口コミで拡散される可能性を高め、メディア等の露出度の更なる高まりを狙っていくことが求められる。

併せて、茅ヶ崎の魅力を単にPRするだけではなく、茅ヶ崎市の制度・サービス等に関する事実（実施していること）をしっかりと伝えていく姿勢も求められる。

4. おわりに

総務常任委員会では、委員間での勉強会をはじめ、関係課との意見交換、先進自治体への行政視察等の実施などの取り組みを進めてきた。

このような活動を通して、戦略的な広報の実現のためには、地方自治体、市民及び事業者の3者が、良好な信頼関係の上に立って推進していくことが求められると実感している。そして、そのためには、市外之力(人口力、経済力、購買力等)を市内へ取り込む政策運営、市民及び事業者との運命共同体の確立、住民の目に敏感な経営などで、市内外の市民及び事業者に地方自治体に対する理解、共感、信頼を深めてもらい、地方自治体の取り組みに貢献してもらう努力が必要である。地方自治体には、今までの枠にとらわれない戦略的な広報が必要である。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大で市民の生活様式が変更を余儀なくされたことで、市民の価値観は現在大きく変化している。この状況をピンチではなくチャンスと捉えて、市民の価値観の変化に対応し、市民が生活に求めていることを的確に把握することが必要である。そして、茅ヶ崎市として重点を置くことを判断し、戦略的な広報により効果的に発信していく。このような地方自治体による戦略的な広報が、市民との共通理解への新たな場となり、可能性を広げていくためのツールとなることを期待する。

最後に、茅ヶ崎の魅力を大切にし、交流人口、企業・ビジネス誘引を引き続き行うことで市内の経済力を高めるとともに、安心・安全につながるインフラ整備や子育て支援の充実を図ることで、誰もが「住んでよかった」、「住んでみたい」と思われる茅ヶ崎市となるよう、市議会も共に尽力していくことを約束し、提言とする。