

第1章 現状と課題

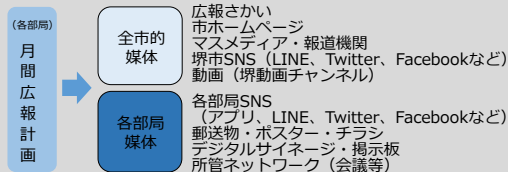
1 広報活動の現状

自治体を取巻く環境

- ・高齢化、人口減少等による税収減、社会保障費増
- ・公共施設や設備の維持・更新コストの負担増
- ・市民ニーズの多様化への対応
 - ▶限られた財源での効果的・効率的な行財政運営
 - ▶選ばれる自治体になるための広報活動の強化

堺市の広報活動の現状

- ・各局への広報広聴委員設置による計画的取組み
- ・SNSなどの変化する情報発信の手法への対応



2 広報活動の課題

広報活動の実態把握・分析結果

- ・全市民を対象とした広報さかい、堺市ホームページで大部分の施策・事業の情報を発信
- ・堺市ホームページは、各部署で情報の見え方や階層、量にばらつきがあり、情報にたどり着きにくい
- ・広報さかいは、情報量に限りがあり、多くの情報を「お知らせ」することが中心となっている
- ・SNSは、ホームページへの誘導の補完媒体的な位置づけで、双方向の機能が十分活かしきれていない
- ・各部署は、独自の発信媒体による個別断片的な情報発信を行っている

課題

- ・ターゲット、タイミング等に応じた媒体の選択と情報発信
- ・広報活動の運用基準、ルールの明確化に基づく組織運営

第2章 戦略的広報の推進

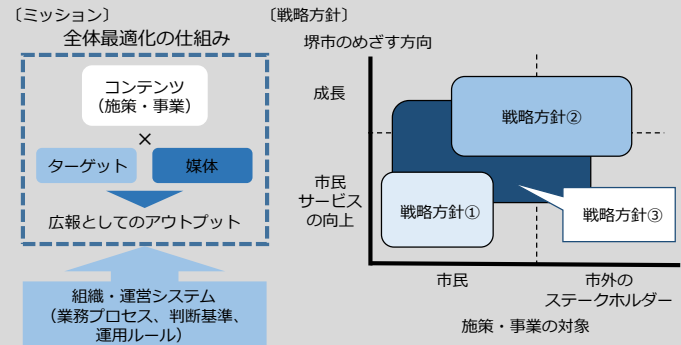
1 目標

施策や事業、及びその成果への貢献を通じて
市政への信頼獲得、ブランド力の向上等
堺市のプレゼンスを高める

2 ミッション

媒体とコンテンツ（施策・事業）の全体最適化に基づく戦略的広報の展開 → 3 広報戦略

戦略的広報を支える基盤としての組織・運営システムの構築 → 4 組織・運営方針



3 広報戦略

戦略方針①

市民の求める情報をよりわかりやすく伝えるため、適時、円滑に情報が届けられるシンプルで発信力の高い広報を行う

広報戦略①

広報戦略①
市政のベースとなる、堺市の全ての情報が集約された基幹媒体を構築

戦略方針②

重点的・先進的な取組みを中心に、堺市が新たに何をしようとしているのか周知・理解を促すため、ターゲットに対し、メッセージ性のある訴求力の高い広報を行う

広報戦略② - (1)

広報戦略② - (1)
市の成長や市民サービス向上をめざす新たな取組みをわかりやすく的確に伝える媒体を整備

広報戦略② - (2)

広報戦略② - (2)
堺市外のステークホルダー（特に観光誘客、企業誘致、移住促進）に対して効果的なプロモーションを実施

戦略方針③

情報を届けたい市民に情報が届けられる仕組みを構築し、市民の立場に立ったニーズ対応型の広報を行う

広報戦略③

広報戦略③
市民それぞれの興味・関心等に応じて、セグメント別に情報が届けられる仕組みを段階的に確立

4 組織・運営方針

媒体とコンテンツ（施策・事業）の全体最適化に基づく戦略的広報を運営する組織及び機能を構築する

広報活動の包括的な運用による、ターゲット、タイミング等に応じた媒体の選択と情報発信に向け、インプットからアウトプットまでのプロセスを組織的にマネジメント

第3章 広報戦略 取組みの具体的方向性

広報戦略①

「堺市ホームページ」を市政の『総合情報プラットフォーム』と位置づけ、市民にとってより情報が見やすく探しやすい媒体としてリニューアル

広報戦略② - (1)

「広報さかい」を堺市の変化や魅力を市民により伝えられる媒体として再構成し、リニューアル

広報戦略② - (2)

顕在・潜在ターゲットへのプレゼンテーション支援や、公民連携の推進に資するプロモーションの企画・実行

広報戦略③

市民と直接つながるベースとして、スマートフォンなどモバイル機器の活用を前提に、SNSの機能拡充やアプリケーションソフト開発の可能性を検討

第4章 組織・運営システム 取組みの具体的方向性

戦略的広報を支える基盤

- ・全体最適化に向け、計画から実行、検証、改善までのプロセスを組織的にマネジメント
 - ▶運用基準及びルールの策定、広報相談機能の整備
- ・局間連携の強化
 - ▶ICTイノベーション推進室と積極的に連携

（広報部門による包括的運用・管理のイメージ）

「最適媒体の選定」と「コンテンツ調整」のプロセス・スクリーニング基準・運用ルール策定

