

堺市広報戦略

2020 年 10 月

広報戦略部

広報戦略推進課

目次

はじめに ～広報戦略の策定にあたって～

第1章 現状と課題

- 1 広報活動の現状
- 2 広報活動の課題

第2章 戦略的広報の推進

- 1 目標
- 2 ミッション
- 3 広報戦略
- 4 組織・運営方針

第3章 広報戦略 取り組みの具体的方向性

第4章 組織・運営方針 取り組みの具体的方向性

はじめに ～広報戦略の策定にあたって～

堺市においては、都市の将来像を描いた「堺グランドデザイン 2040」、並びに健全な財政基盤の構築に向けた「堺財務戦略」の策定を踏まえ、持続可能な社会の実現をめざす SDGs 未来都市としての自覚とともに、令和 3 年度より「次期堺市基本計画」が始動します。

行財政運営を取り巻く環境が厳しさを増し、各政策の目標達成に向けたプロセス管理の重要性がより一層高まる中、『広報』の役割においても、各部局の所管する施策や事業と一体となった戦略的広報への転換が求められています。

このような認識のもと、市政の目的に連動した戦略的広報を実現すべく、新たに『広報戦略』を策定します。この『広報戦略』に基づき、堺の「成長」と「市民サービスの向上」に向けた施策や事業、およびその成果への貢献に資する、広報活動の展開をめざします。

本広報戦略において、戦略的広報推進の考え方、および取り組みの具体的方向を提示します。

第 1 章 現状と課題

1 広報活動の現状

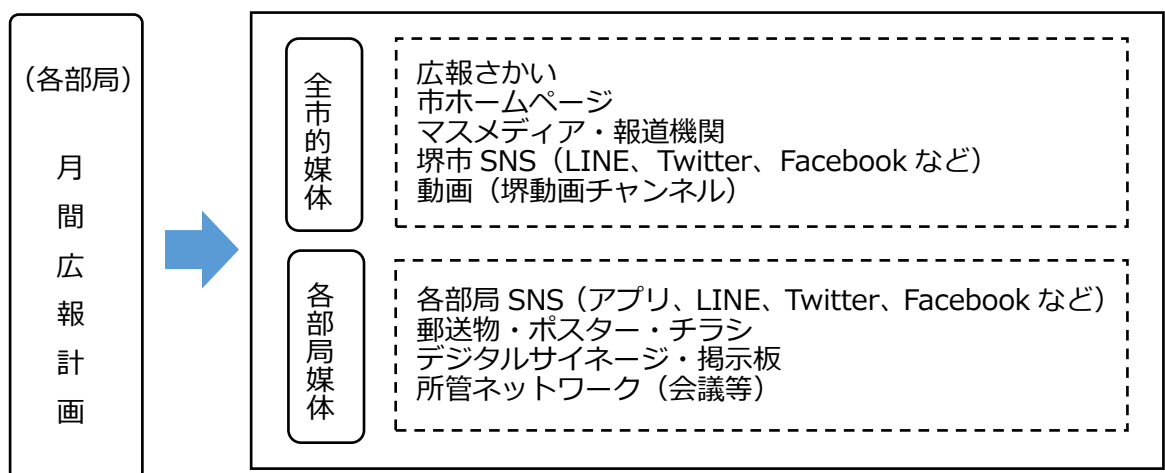
地方自治体においては、高齢化や人口減少などを背景に、税収の減少や社会保障費の増加、また、公共施設・設備の維持・更新コストの負担増大など、限られた財源の中で効果的・効率的な行財政運営が求められています。

このような状況の中、近年多くの自治体では、多様化する市民ニーズに対応し、理解を得ながら選ばれる自治体（まち）となるために、広報・プロモーション活動への注力・強化を図っています。

堺市においても、市の施策や市政に関わる情報を市民によりわかりやすく効果的に発信するため、広報活動の継続的な強化に取り組んでいます。

現状では、広報および広聴に係る事務を円滑に処理するため、各局・区に広報広聴委員を置き、広報・プロモーションの基本姿勢や重点項目、留意点などを定め、計画的な広報に取り組んでいます。

また、スマートフォンの普及などを背景に、SNS などコミュニケーションツールが拡大していく中、変化する情報発信の手法への対応も進めています。



2 広報活動の課題

これまでの広報活動について実態を把握し、媒体、コンテンツ（施策・事業）、ターゲットという視点から分析した結果、大部分の施策や事業は「堺市ホームページ」並びに「広報さかい」を活用し、情報を発信しています。

両者ともに全市民を対象にした媒体であり、各施策や事業ごとにターゲットが絞り込める媒体ではありません。

「堺市ホームページ」については、CMS（コンテンツ マネジメント システム）を活用し、各部局がそれぞれページを更新し即時に情報発信ができる運用を行っています。一方で、基本的なルールが浸透していないため、各部局によって情報の見え方や階層、情報量にばらつきがあり、閲覧者にとって必要な情報にたどり着きにくい状況となっています。

また、「広報さかい」は全市民に情報を届けられる媒体であり、所管の掲載依頼が集中する傾向にある一方で、紙面に載せられる情報量に限りがあるため、数多くの行政情報を「お知らせ」することが中心となっています。

Twitter や Facebook、LINE、YouTube といった広報部門の SNS 媒体については、現状ホームページの情報の誘導するための補完媒体的な位置づけにあり、双方向の機能が十分に活かしきれていません。また、各部局では独自の SNS 発信やポスターの掲示、チラシの配布、デジタルサイネージ、地域の組織・人的ネットワークの活用など、発信が個別断片的に行われている状況です。

【広報活動の課題】

- 対象者（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

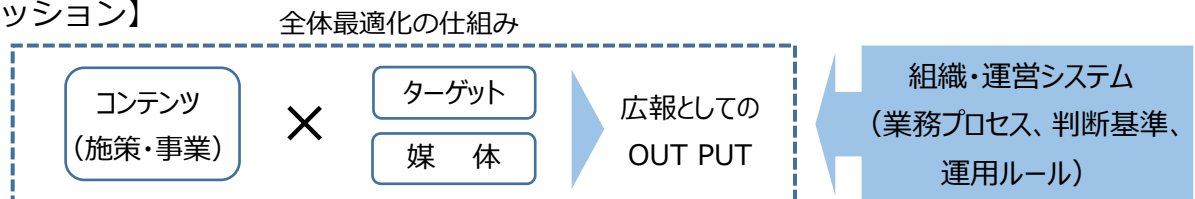
市政の目的と連動した「広報」というあるべき姿に向けて、各部局の「成長」並びに「市民サービスの向上」をめざす施策や事業、およびその成果に対する広報機能としての貢献を果たすことで、市政に対する信頼獲得、ブランド力の向上など、堺市のプレゼンスを高めることを目標とします。

2 ミッションと戦略の方針

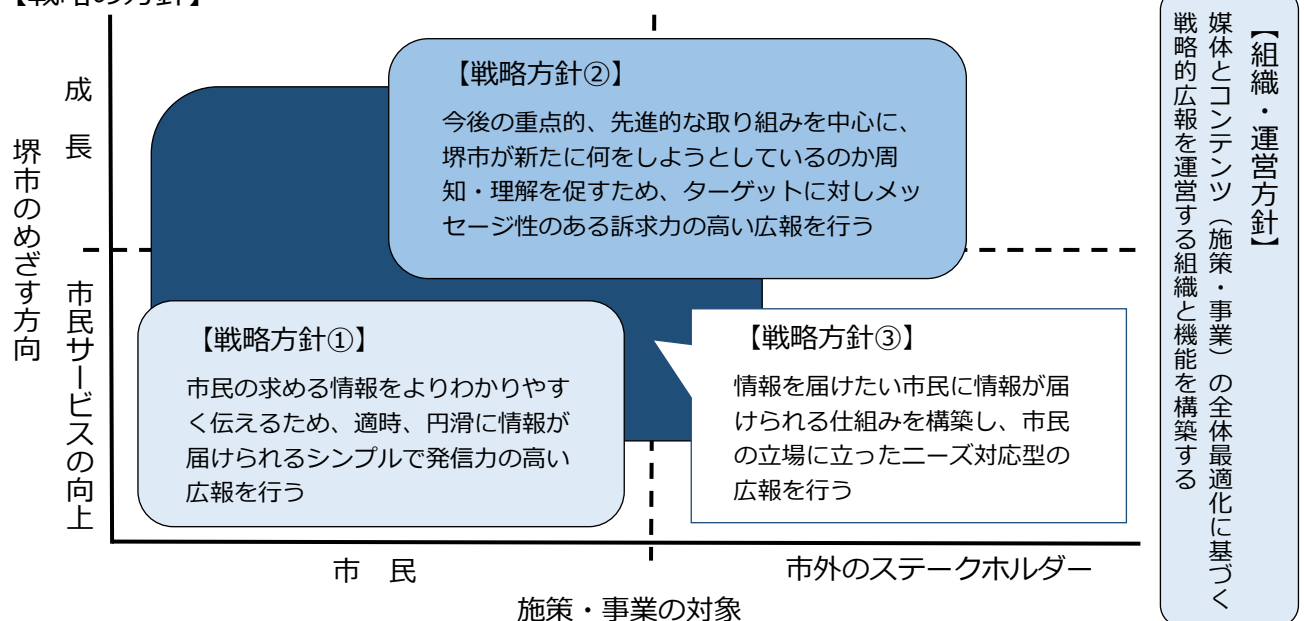
- 媒体とコンテンツ（施策・事業）の全体最適化に基づく戦略的広報の展開
- 戦略的広報を支える基盤としての組織・運営システムの構築

これらをミッションとして、堺市のめざす方向性と施策・事業の対象に応じて戦略の方針を組み立て、効果的な広報活動をめざします。

【ミッション】



【戦略の方針】



3 広報戦略

ミッションに基づく広報戦略は以下の通りです。

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 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



「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

戦略方針②：今後の重点的、先進的な取り組みを中心に、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）

市の成長や市民サービスの向上をめざす堺市の新たな取り組みをわかりやすく的確に伝える媒体を整備



「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）

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）に対する効果的なプロモーションの実施



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

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 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



市民と直接つながるベースとして、普及率の高まったスマートフォン
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

4 組織・運営方針

戦略方針：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
営する組織および機能を構築する

組織・運営 広報活動の包括的な運用による、対象者（ターゲット）、タイミング等
方針 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



戦略的広報活動を運営する業務プロセス、判断基準、運用ルール等を策
定し、広報部門一体となった組織運営システムを確立

第3章 広報戦略 取り組みの具体的方向性

「堺市ホームページ」を総合情報プラットフォームとしてリニューアル

他政令指定都市の事例分析も踏まえ、次の3つの観点から堺市ホームページをリニューアル

- ①デザイン・レイアウト・掲載情報量の見直し
(見やすさ、操作しやすさの観点)
- ②掲載コンテンツの優先順位の見直し
(重点政策、緊急性・リスクマネジメント、アクセス数の高いページ等の観点)
- ③各部署のページのあり方、および運用ルールの見直し
(情報の探しやすさ、統一性の観点)

※広報部門アカウントの SNS を、ホームページ掲載コンテンツの即時情報共有と情報拡散を担う媒体と位置づけ、運用ルールを見直し

「広報さかい」を堺の変化や魅力を市民により伝えられる媒体としてリニューアル

現行の「広報さかい」に対する市民のニーズ、評価の検証も踏まえ、次2つの観点から「広報さかい」をリニューアル

- ①全体構成の見直し
(行政情報の「お知らせ」に加え、市の魅力を伝える「特集」等を組み入れる観点)
- ②デザイン・レイアウト・情報掲載量の見直し
(行政情報をより効率・効果的に伝達する観点)

※業務に必要な機能とプロセスの洗い出し、および企画、制作、印刷、プロセス管理、配布等に係る新たな業務フローと実行体制の見直し

※広報紙のホームページへの掲載、QR コードによるホームページへの誘導を始めとする読者の利便性を高める広報紙デジタル化の一環として、AR（拡張現実）アプリを起動し、スマホのカメラで読み取れば、編集記事のより詳しい解説動画を見ることができなどの先進デジタル技術の積極的活用も検討

ステークホルダー対応、公民連携推進に向けたシティプロモーションの強化

堺市の成長に欠かせないステークホルダーである「企業誘致」、並びに「観光誘客」に重点を置いたプロモーションの実施

①「企業誘致」

- ・堺市の立地優位性や機能的強み等の訴求力を強化
- ・企業からの引き合い等を促す新たなコンテンツ開発やプレゼンテーションを支援

②「観光誘客」

- ・堺の歴史・文化資源（古墳、環濠エリア、茶の湯、伝統産業等）の訴求力を強化
- ・堺の真髄を伝える動画や画像を SNS 等で戦略的に展開

※関係部局、特に東京事務所と連携し、営業・PR 活動に必要なプロモーションを把握したうえで、シーンに応じた取り組みを支援

※「移住促進」については、市外から人を呼び込み定住人口増を図る前提として、産業活性を促し雇用環境を整備する必要があるため、「企業誘致」などに注力した後に取り組む

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

スマートフォンなどデジタルデバイスの活用を通じて市民と直接つながるための仕組みを検討

①SNS の「LINE」に連動するセグメント別情報配信ソフト

- ・市民が自分の欲しい情報を選択すれば、その欲しい情報、必要な情報だけが LINE を通じて送られてくる仕組み
- ・堺市公式アカウントの友だち登録数が 32,317 件（R2 年 10 月 5 日現在）まで伸びた「LINE」の機能を拡充することにより、直接つながることができる市民の拡大を促進

②目的・ニーズ別オリジナルアプリケーションソフト

- ・子ども青少年局が既に展開している「さかい子育て応援アプリ」の拡大版を想定
- ・市民のニーズやライフスタイルなど、複数の施策・事業に横串を刺すイメージで開発を検討
- ・双方向性や利便性等の訴求によりアプリへの登録促進を図ると共に、メルマガの配信などにより市民の情報ニーズに対応

第4章 組織・運営システム 取り組みの具体的方向性

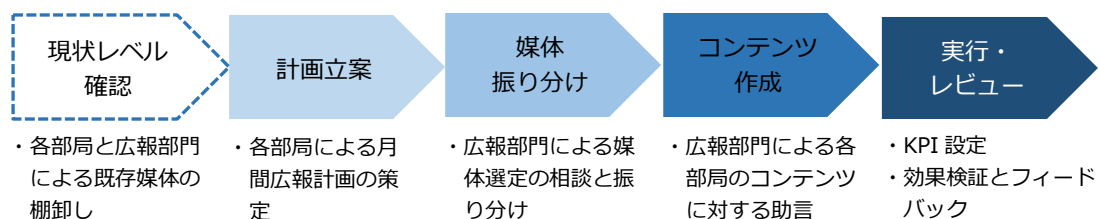
今回、戦略的広報を推進するにあたっては、「媒体とコンテンツ（施策・事業）の全体最適化」というミッションに基づき、各部局が主体的に行う広報も含めた包括的な運用による全体最適化に向け、計画から実行、検証、改善までのプロセスを所管部門と連携して実施できるように組織的にマネジメントします。そしてそのマネジメントを可能とするための、運用基準およびルールを策定します。

また、各部局においても、事業ごとに運用ルールに基づいた計画を立て、広報部門と連携し媒体選択、コンテンツ作成を行い、効果的な情報発信に取り組むと共に、広報業務における効果検証を実施し、改善に繋げていきます。

【広報部門による包括的運用・管理のイメージ】

戦略的広報を支える基盤

「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



- 全体プロセスの設計、および運用の仕組み・手続き、局間連携、データ分析・検証手法等の検討
- 広報相談機能の整備 → 各部局の取り組みを支援し、広報活動を効率・効果的に推進

戦略的広報の視点から見た事務事業の総点検

各部局が「事務事業総点検シート」の業務分析において、戦略的広報を視点としたレビュー・効果検証を行うと共に、広報部門として今後の事業における広報の全体最適化に向けた助言を行います。

なお、戦略的広報の推進にあたり、必要な局間連携を強化します。特に ICT イノベーション推進室については、以下想定される項目について積極的に連携します。

① デジタルファーストの推進

堺市ホームページ（PC 版、スマートフォン版）のリニューアルを行う際には、市民にとって使いやすく、便利な入口・インターフェースとなるよう、行政手続きオンライン化の推進、キャッシュレスの推進、マイナンバーカードの活用など、デジタルファーストの推進による市民サービスの向上に取り組めます。

② 新たな技術とデータの積極活用

各種媒体への AR（Augmented Reality・拡張現実）やチャットボットの採用、また公民連携支援に向けたオープンデータ利用支援など、広報活動における先進的なデジタル技術とデータの活用を検討します。