

デジタル化社会に対応した広報の見直しについて

1 背景と現状

インターネット普及前後で、市民の情報収集行動と市の広報活動は大きく変化している。

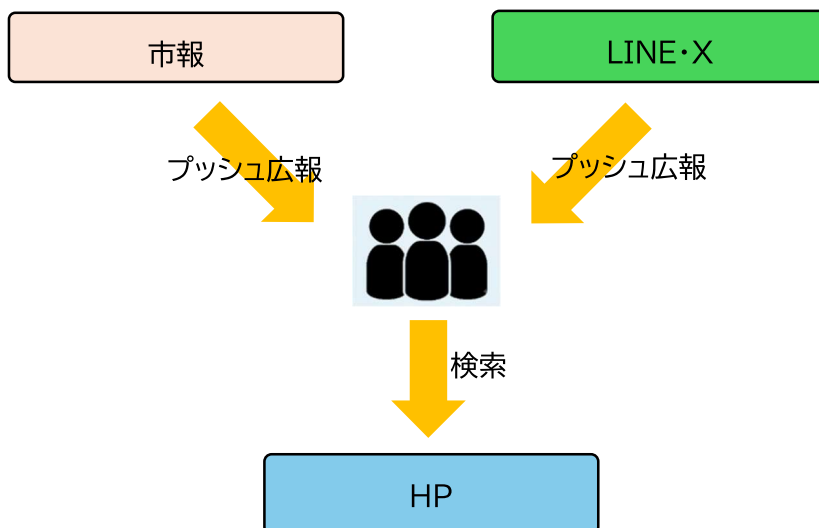
	インターネット普及前(～1990年代)	インターネット普及後(～現在)
市民の情報収集行動	- テレビ、新聞、広報誌、回覧板など、定期的に届く情報を収集 - 紙媒体を読む習慣が生活に定着	- 検索エンジンで自ら収集 - SNS で関心のある情報を 24 時間収集可能 - 生成AIの活用
市の広報活動	昭和 45 年より市報を毎月 2 回(1 日・15 日)全戸配布	- HP(H10年度)、YouTube(H23年度)、X(H24年度)、Facebook(H26年度)、LINE(R7年度) - 市報は全世帯へ直接届く強力なプッシュ型広報として、情報の発信・周知の中心

2 問題

インターネットが普及し、スマートフォンの爆発的普及や AI 技術の進化により、市が実施している広報活動と市民の情報収集行動に乖離が生じており、市政情報が市民に十分届いていない。

3 施策

市民へのプッシュ型広報である市報・LINE・Xの運用を見直し、市民への情報伝達環境を強化するとともに、着地点である HP の利便性を向上する。



(1)市報で届ける	(2)LINE・Xで届ける	(3)着地点(HP)を整える
≪多くの市民に読まれる魅力的な市報を作る≫ ☆ ビジュアル面の強化 ☆ 記事の精査と量の強弱 ☆ 表現の工夫 ☆ 発行回数を月1回 ☆ 紙面サイズを A4 判 ☆ 市民投稿	【LINE】 ☆ 市報記事をベースにセグメント配信の強化 ☆ リッチメニューから HP への誘導動線再構築 【X】 ☆ 情報の拡散性を活かし、ターゲットや社会情勢に合わせた情報発信の徹底	☆ ユーザビリティ向上と AI 対応 ☆ HP リニューアル

【波及効果：広報リソースの最適化による広報力全体の底上げ】

市報発行回数の見直しで生じたリソースを、LINE 発信、HP リニューアル対応、職員の広報スキル向上への取組等にシフト

4 スケジュール概要(案)

項目	実施内容
市報	令和9年4月1日号市報より月1回発行開始
HP	令和9年度中にリニューアル
LINE	令和9年度中にリッチメニュー変更
X	令和9年度中にガイドラインの見直し
職員広報力	令和9年度中に職員研修の実施、AI広報ツールの導入