

羽村市広報活動指針

平成 28 年 3 月

羽 村 市

はじめに

わが国は、急速な少子高齢化の進展に伴って人口の減少局面に入り、地域経済の縮小や労働力不足などが懸念されています。国はこうした現状を克服するため「まち・ひと・しごと創生法」を制定しました。

羽村市においても、平成 22 年(2010 年)の 57,772 人をピークに人口は減少に転じ、毎年減少傾向にあることなどから、平成 27 年 9 月、他市に先駆けて「羽村市長期人口ビジョン及びまち・ひと・しごと創生計画」を策定しました。

平成 27 年度に市が実施した「市政世論調査」における羽村市の定住意向に対する回答は、「ずっと住み続けたい」が 56.8%、「当分の間住みたい」33.4%で合わせて 90.2%と「住み続けたい」が多数を占めました。また、転入者に向けたアンケート調査においても、「ずっと住み続けたい」と「当分の間住みたい」の合計が 86.3%を占めました。一方、地域ブランド調査における羽村市の認知度は、低いという結果が出ています。さらに、市の「長期人口ビジョン」では、男性、女性ともに、15 歳～39 歳、年齢が高くなるにつれて減少の割合が大きくなっていき、なかでも 35 歳～39 歳の女性がもっと大きな減少となっています。これらのことから、20 代、30 代のファミリー世帯、特に女性の減少が顕著にみられています。

「まち・ひと・しごと創生計画」は、羽村市が将来にわたって賑わいと活力のあるまちであるために、女性を中心とする若い世代をターゲットに地方創生施策を展開していくことで、定住人口を増加させるとともに認知度を向上させることを目的としています。こうした目標の達成のためには、これまでの一方的な「伝える広報」ではなく、わかりやすく伝え、受け手が正しく理解できる「伝わる広報」へと改革し、羽村市の魅力を情報として広く発信していくことが重要となっています。

羽村市広報活動指針では、これまで市内に留めていた広報活動を広く市内・外にも発信していき、また、さまざまな媒体を活用した新たな視点での広報活動を行うことで、羽村市の魅力を広く市内・外に発信し、定住促進、知名度向上のために取り組んでいくこととします。

1 広報活動の現状と課題

(1) 情報発信者

情報発信者は、市長が市のトップセールスマンとして市内外に情報を発信するほか、広報担当職員をはじめとする市職員、市民の代表として、行政と連携する市議会議員、ロコミなどにより羽村市のPRに関わることのできる在住市民、羽村市と関わりを持っている在勤者と市内企業、羽村市を訪れた、また、羽村市を知っている市外在住市民となります。

羽村市に関するさまざまな情報を発信していくためには、より多くの人幅広い視野を持って情報を発信し続けることが重要です。

(2) 情報発信の対象者

これまでの広報活動は、市内在住・在勤者及び市内企業などを対象に、情報を発信してきました。しかし、認知度の低さからもわかるとおり、市外に向けた広報活動を積極的に行ってきたとは言えません。今後は市外在住者・市外企業なども対象に広報活動を行っていくことが必要です。

(3) 情報発信の手段

羽村市では、広報はむらをはじめとし、テレビはむら、市公式サイト、PR刊行物、SNSなどのさまざまな媒体を活用し、「より正確に、よりわかりやすく、より迅速に」をモットーに広報活動を行っています。

【羽村市の広報活動】

媒体	内容
広報はむら	<p>発行 月2回(1日号、15日号)発行</p> <p>配布 全戸配布26,200部</p> <p>印刷 冊子型平均18~24ページ、フルカラー印刷</p> <p>編集 DTP方式直営、印刷及び配布は委託</p> <p>※市公式サイトでPDF版を公開</p> <p>※このほか、教育委員会「はむらの教育」、市議会「ギカイのトビラ」など部署独自の広報を展開している。</p>
テレビはむら	<p>番組 毎週木曜日更新 30分番組。市政に関する情報、市内の話題などを、映像を通して情報を提供している。</p>

	<p>制作 市職員直営</p> <p>放映 多摩ケーブルネットワーク(株)のチャンネル時間枠を1日3回借り上げ、1週間放映している。その他、市公式サイトにおいて動画を配信している。</p> <p>※DVD等の貸出・交換サービスも実施している。</p>
市公式サイト	<p>トップページ年間アクセス数 約27万6千件(平成26年度)</p> <p>全ページ年間アクセス数 約232万7千件(平成26年度)</p> <p>作成・更新 コンテンツマネジメントシステム(以下CMS)により、ページ作成・更新はページ内容を所管する各課が行う。</p>
定例記者会見・パブリシティ	<p>開催 市議会定例会前に年4回。</p> <p>内容 条例や予算などの議案内容及び市政情報等を報道機関に提供している。</p> <p>※その他、パブリシティ活動として、常時、市政情報やイベント情報などをプレスリリースとして発信している。</p>
メール配信サービス	<p>内容 緊急時の情報者や市からのお知らせなどを、登録者にメール送信している。</p> <p>登録者数 約10,800件(平成26年度末時点)</p> <p>メール送信件数 284件(平成26年度実績)</p>
SNSでの広報	<p>内容 ツイッターの公式アカウントをとり、市政情報や公式キャラクターなど、比較的若い年齢層をターゲットとした情報を発信している。</p> <p>フォロワー数 約700人(平成28年3月時点)</p> <p>※今後、発信環境の改善をはかり、即時性や話題性などの面でのコンテンツ発信の見直しを行い、フォロワー数の増加を図る。</p>
市勢要覧	<p>発行 以前は4年に1度発行していたが、現在は周年行事などに合わせて発行している。</p> <p>内容 市の情勢や現況を写真や図などを使いまとめたもの</p> <p>制作 編集・印刷委託</p> <p>部数 1,000部程度</p>
ガイドブックはむら	<p>発行 4年に1度を基本に発行している。</p> <p>内容 市民が日常生活のために必要な情報を掲載している。</p> <p>制作 官民協働事業として、民間の広告会社等が広告を募り、広告費で制作し配布まで行う。市支出無し。</p> <p>配布 全世帯にポストインするほか、転入者に配布する。</p>

2 広報活動指針

(1) 誰が情報を発信するのか

現状の情報発信者は市長と市職員及び市議会議員ですが、在住市民と在勤者・市内企業においてもさまざまな活動や機会を通して羽村市の情報を発信することが可能です。そのため、在住市民、在勤者・市内企業との連携を強化し、その効果を図りながら、すべての情報発信者がいろいろな場面や機会ですべて連携し、意識の共有化を図りながら効果的な情報発信を行っていきます。さらには、市外在住市民などによる評価なども情報発信源として活用していきます。

(2) 誰に向けて情報を発信するのか

「まち・ひと・しごと創生計画」の目標のひとつ「定住促進」に向けては、市内在住・在勤者及び市内企業を対象とした広報活動をさらに充実したものとしていきます。目標のもうひとつ「知名度の向上」に向けては、これまでの対象としていなかった市外在住者や市外企業などを対象とし、羽村市の魅力を情報として発信していきます。

(3) どのように情報を発信するのか

①既存の広報活動

定住促進を図るうえで、広報はむら、テレビはむら、市勢要覧やガイドブックなどのPR刊行物、市公式サイト、SNSといった既存の情報発信手段は、今後も広報活動の柱として、在住・在勤者及び市内企業に向けた情報を発信するという重要な役割を担っていきます。

②シティプロモーションの推進

知名度向上を図るうえでは、市外の人向けに行う広報活動として、市公式サイトの充実や、SNSの活用などに加え、新たな視点に立った広報活動が必要となります。社会情勢の変化に伴い、年齢や性別、個々の生活スタイルなどにより求める情報が違ってきています。そこで、雑誌などに広告を掲載していくなど、羽村市のイメージ(情報)を対象者を絞って発信していくことで、広報活動をより実効性のあるものとしていきます。

3 戦略的な広報活動に向けて

(1) 広報力の強化

平成27年8月に行った「情報化に関するアンケート」の結果は、88.0%の市民が「広報はむら」から情報を得ていると回答しています。このことから、引き続き、広報紙を核とした情報発信を行っていくこととし、これまで一方的に発信していた「伝える広報」から、わかりやすく伝え、受け手が正しく理解できる「伝わる広報」へと改革していきます。

また、これまでの「説明責任を果たすための広報」でなく、今後は「受け手に有益な受け手のための広報」が必要であることを、職員一人ひとりが認識することで、新たな展開を生み出していくこととします。

そして、広報紙や市公式サイトなどに留まらず、さまざまな媒体を駆使した広報活動をめざし、さらなる広報力の強化に努めます。

(2) シティプロモーションの推進

「羽村市長期人口ビジョン及びまち・ひと・しごと創生計画」におけるターゲットの絞込み及びプロモーション活動の効果的な実施のため、市内在住者と市外在住者を対象にマーケティング調査を実施しました。

調査の対象は、長期人口ビジョンにおいて、人口減少が特に多かった20代・30代の女性としました。調査の結果、市内在住者は、居住環境の良さや子育て支援策の充実度などの魅力を感じていることがわかりました。一方、市外在住者については、転居先に求める要素として「通勤時間」「住みやすさ」を重視していることがわかり、羽村市の認知度を向上させることが転入促進につながることをわかりました。

今後は、ターゲットを絞るなどの新たな視点に立った戦略的な広報活動を行うシティプロモーション活動を推進していくこととします。

4 指針の見直し

「羽村市広報活動指針」は、羽村市の知名度の状況等の変化や広報発信手段等の環境の変化等に応じて適宜見直しを行っていくものとします。