

## 第2次アクションプラン

SaitamaCity  
PR Masterplan

## 1 第1次アクションプランの総括

さいたま市PRマスタープランは、全体としては10年間の計画であるが、期間を区切って順次アクションプランを設定する構造になっている。第1次アクションプランは、最初期の平成23年度から24年度までの2年間を計画期間として設定された。

第1次アクションプランでは、情報発信、報道対応、情報公開、広聴の各分野の課題を解決し、さいたま市のPR活動全般を活性化させる62事業を提示した。平成24年度末の時点で、それら62事業の実施状況を見ると、予定された事業内容の70%以上を達成した事業が58事業あり、全体として第1次アクションプランは順調に進捗したと言える。各分野の事業の進捗状況は、以下の通りである。

[実施状況の評価基準]

評価	実施状況	事業数
A	予定内容の90%以上実施した	46
B	予定内容の90%未満、70%以上実施した	12
C	予定内容の70%未満、50%以上実施した	4
D	予定内容の50%未満実施した	0

### 1-1 情報発信

情報発信の分野（広報課・東京事務所所管）では、第1次アクションプランに記載された30事業のうち、予定された事業内容の70%以上を達成した事業は、28事業であった。一方、70%に満たない進捗状況にある事業は、「庁内優良PR紹介」と「事業課PRツールの効率化」の2事業であった。

順調に進捗している事業は、今後も引き続き、予定された取り組み方針に沿って事業を進めていく。また、進捗が遅れている事業は、他の事業との統合等による取り組み方針の見直しを検討し、事業を進めていく。



[情報発信分野事業の評価]

評価	事業名	事業数
A	都市イメージキャッチフレーズ、市報さいたま、ハローマイタウン（ガイドブック）、ガイドマップ、グラフ誌版市勢要覧、ニュースレター、グリーティングカード、公式ホームページ、広報課ブログ、催事情報システム（プラズマテレビ）、PRビデオ、テレビ広報番組、ラジオ広報、情報発信協力者、東京事務所拠点化、庁内報、各課広報担当者、PR実践マニュアル、情報発信テンプレート、市民向け文章作法、事業PR計画フォーマット	21
B	映像ライブラリー、地域ポータルサイト、メールマガジン、出前講座、事業課PR調査、市政広告、PRヘルプデスク	7
C	庁内優良PR紹介、事業課PRツールの効率化	2
D		0

## 1-2 報道対応

報道対応の分野（広報監付所管）では、第1次アクションプランに記載された9事業のうち、8事業は予定された事業内容の70%以上を達成しているが、「PR研修」は70%に達しない。この事業に関しては、パブリシティの意義、重要性、実施方法など市の実態・実例に合わせた研修について検討する。

[報道対応分野事業の評価]

評価	事業名	事業数
A	パブリシティガイドライン、市長定例記者会見、広報推進責任者、タウン誌向け情報提供、緊急時広報体制	5
B	メディアリスト、パブリシティ事例紹介、メディアトレーニング	3
C	PR研修	1
D		0

### 1-3 情報公開

情報公開の分野（行政透明推進課所管）では、第1次アクションプランに記載された13事業のうち、12事業は予定された事業内容の90%以上を達成しているが、「情報提供要望サイト」は70%に達しない。この事業に関しては、公式ホームページに専用コンテンツを開設したものの、寄せられる意見・要望の多くは市政への意見・要望であり、広聴的なものとなってしまっていることから、情報公開コーナーに意見募集の箱を設置することなどを見送ったため、今後の事業展開について検討する。

#### [情報公開分野事業の評価]

評価	事業名	事業数
A	情報開示制度、情報提供制度、「見える化」推進の手引き、会議公開制度、コスト表記制度、行政サービスコストの提示、「見える化」推進体制、情報公開職員研修、先進情報提供事例紹介、情報公開コーナー、行政情報の検索性の向上、開示情報の電子交付	12
B		0
C	情報提供要望サイト	1
D		0

### 1-4 広聴

広聴の分野（広聴課所管）では、第1次アクションプランに記載された10事業は、すべて予定された事業内容の70%以上を達成している。この分野もおおむね順調に進捗しており、今後も予定通り事業を進めていく。

#### [広聴分野事業の評価]

評価	事業名	事業数
A	市民の声データベース、市民の声への対処システム、市長への提案、タウンミーティング、コールセンターと代表電話との統合、市民意識調査、ウェブアンケート調査、広聴実績のアピール	8
B	市民の声検討会議、パブリック・コメント	2
C		0
D		0

## 2 第2次アクションプランの枠組み

第2次アクションプランは、第1次アクションプランの達成を踏まえて、さらに継承、発展させる事業に取り組む。

第2次アクションプランの目標は、さいたま市PRマスタープランの全体目標をそのまま継承する。すなわち、「市政に対する信頼感の向上」、「市民と市との共有感の向上」、「都市としての存在感の向上」の3点とする。それらの達成度指標も、PRマスタープランのものを継承する。

計画期間に関しては、さいたま市PRマスタープラン全体の計画期間は平成23年度からの10年間であり、その中の第1次アクションプランは平成23年度から24年度までの2年間であった。これを受けて、第2次アクションプランの計画期間は、平成25年度から29年度までの5年間とする。

## 3 第2次アクションプランの方針・事業内容

情報発信、報道対応、情報公開、広聴の各分野における、第2次アクションプランでの方針と事業内容を定める。なお、第1次アクションプランの事業をそのまま引き継ぐものに関しては、参考資料（第1次アクションプラン事業一覧（再録））のとおりとする。

### 3-1 情報発信

#### (1) 方針

- ①市報と公式ホームページを媒体の柱とし、多様な媒体を活用する。
- ②事業課による広報をレベルアップさせる。

#### ①市報と公式ホームページを媒体の柱とし、多様な媒体を活用する。

第2次アクションプラン策定の段階で特に考慮すべき環境変化は、まずソーシャルメディア利用者の急増があげられる。市民の情報摂取行動は、従来にないほど多様化している。本市でもすでにツイッターとフェイスブックの運用をはじめており、その結果、以前にはアクセスしにくいと思われていた若者層などに対しても、市が情報提供できる環境が生まれつつある。

今後もインターネット上の新しい媒体が、ツイッターやフェイスブックのように多数の利用者を獲得するようになれば、市としてもそうした媒体を有効に活用する必要がある。

ただし、ツイッターやフェイスブックはあくまで民間企業1社のサービスであり、行政の情報提供を行うための、安定した持続的なプラットフォームには向いていない。また、それらの媒体は基本的に、個人のプライベートな情報発信ツールを志向しており、組織がまとまった情報を提供する場にはなりにくい。

そのため、市の運用している媒体は、それぞれの特性に応じた使い分けを行い、「幹」と

なる媒体と「枝葉」となる媒体を位置づける。「枝葉」媒体はあくまでもサマリー的な情報を扱って告知的な役割を担い、一方、「幹」となる媒体には詳細情報を蓄積し、説得的な機能を目指す。サマリー的な情報は発信情報のインデックスとしても機能させ、最終的には「幹」媒体の詳細情報へと誘導する。

今の段階でインターネット関係媒体の位置づけを整理すると、ツイッターは速報性を旨とし情報の拡散効果を期待する。フェイスブックは市の情報発信全般に広く目配りして発信し、インデックス的機能を担う。広報課によるブログは、市政と市民との乖離を解消する機能を期待する。以上は「枝葉」メディアとする。そして、詳細情報の検索先であり、市民の納得を得る情報を提供するアンカーメディアは市公式ホームページである。

## ②事業課による広報をレベルアップさせる。

第1次アクションプランで行った広報部門の基盤整備を、事業課レベルに拡大するものである。市の情報発信の多くは、事業課が実施している。広報課の機能強化だけでは市の情報発信の一部しか改善できない。

第2次アクションプランでは、事業課の広報力を向上させる。事業課が作るポスターやチラシは、年間何百とある。それらが本来の力を発揮すれば、その影響力は市報にも匹敵する。それらが十分機能するように、広報課が事業課の広報を支援し、事業課広報のレベルアップに寄与する人材を育てていく。



事業名	A-10 地域ポータルサイト
目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●市民や事業者による市内の魅力情報の発信を支援し、官民協働の情報発信により都市イメージの向上とシティセールスの推進を図る。</li> <li>●ポータルサイトの参加者間での情報共有が進み、市の情報が伝わりやすくなる。</li> </ul>
対象	●さいたま市在住、またはゆかりの個人・事業者のインターネット情報発信者。
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>●さいたま市関連の情報をインターネット上に発信している個人・事業者のブログを集めたポータルサイトをつくり、インターネット上でさいたま市情報が集まる場とする。</li> <li>●さいたま市の新たな魅力の創出や市民・事業者の市に対する愛着や誇りを醸成する。</li> <li>●ポータルサイト参加者と市との連携を深め、情報交換を行い、相互に連携して情報を発信する。</li> </ul>
年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>●平成25年度 運用開始</li> <li>●平成26年度 継続</li> </ul>

事業名	A-13 催事情報システム
目的・効果	●区役所への来庁者に対して市政情報を周知する。
対象	●区役所来庁者
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業課の広報媒体として活用する。</li> <li>●区単位での広報媒体としても活用する。</li> <li>●新システムを導入するため、運用に関するガイドラインを作成し、事業課の利用促進を図る。</li> </ul>
年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>●平成25年度 民間事業者の提案（提案型公共サービス公民連携制度）により、新システムに移行</li> <li>●平成26年度 継続</li> </ul>

事業名	A-20・22 庁内報
目的・効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●PR活動の進捗情報、役に立つ情報を全庁で共有する。</li> <li>●職員のPR意識を鼓舞する。</li> </ul>
対象	●全職員
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>●広報課から全庁に向けて、毎月1回の月報として発信する。</li> <li>●アクションプランの進捗、活動事例、PR活動に関する疑問、事業課で実施した優良PR事例などを周知する。</li> </ul>
年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>●平成25年度 優良PR事例の選定</li> <li>●平成26年度 優良PR事例の紹介</li> <li>●平成27年度 継続</li> </ul>

※ A-22 庁内優良PR紹介を統合



事業名	A-21・25 PRヘルプデスク
目的・効果	●事業課のPR活動を広報課スタッフが支援し、事業課によるPRの水準を上げる。
対象	●全庁各事業課
内容	●事業課PR活動を広報課が支援する仕組みをつくり、広報技術を向上する。 ●情報発信に関する研修を定期的実施し、職員の広報に対する関心を喚起する。 ●事業課が作成したポスター・チラシ等を集約して、公式ホームページで公開する。 ●相談内容、支援内容等を記録した「PRヘルプ記録」をイントラネットで公開し、ノウハウの共有を図る。
年度	●平成25年度 非常勤職員の配置、研修実施等 ●平成26年度 継続

※ A-25 事業課PRツールの効率化を統合

③新規に検討・実施（第1次アクションプランに位置づけされていない事業で、既に実施したものを含む）（2アイテム）

事業名	A-31 ツイッター・フェイスブック
目的・効果	●さいたま市に関する情報発信手段を拡充することで、市民をはじめとした多くの方が市政情報に触れる機会を増やす。 ●さいたま市の魅力や事業、施策等の情報を発信することで、市民から見た市政への距離感を縮め、市民に身近な市政イメージを醸成する。
対象	●SNSを利用する市民・事業者等
内容	●災害等の緊急情報や市の施策・事業、イベント、報道発表等の情報を発信する。 ●RSS機能を活用するなどして、発信情報を関連付けし、情報の拡散を図る。 ●ツイッターのアカウント取得を事業課に促進する。
年度	●平成25年度 継続

事業名	A-32 動画配信
目的・効果	●市民をはじめとした多くの方に、さいたま市の魅力やイベント、事業・施策等を知ってもらい、市政への距離感を縮め、市民に身近な市政イメージを醸成する。
対象	●インターネットで動画を利用する市民・事業者等
内容	●テレビ広報番組「のびのびシティさいたま市」、PRビデオや事業課が作成したイベント、市の施策・事業に関する動画をYouTubeで発信する。 ●都市イメージの形成と確立を意識したチャンネルづくりを行う。
年度	●平成25年度 継続

## 3-2 報道対応

### (1) 方針

- ①パブリシティを「攻めの情報発信」として意識づけ、活用する。
- ②記者会見の訴求力を高める。

### (2) 事業内容

第1次アクションプランでは、報道対応にかかわる事業として、9アイテムを位置づけたが、第2次アクションプランでは、次のとおり10アイテムを実施及び検討する。

#### ①第1次アクションプランに掲げた内容等を継続（7アイテム）

事業名	B-1 パブリシティガイドライン
	B-3 広報推進責任者
	B-4 タウン誌向け情報提供
	B-5 メディアリスト
	B-6 パブリシティ事例紹介
	B-8 メディアトレーニング
	B-9 緊急時広報体制

※各事業の内容等は、参考資料のとおり

#### ②第1次アクションプランに掲げた内容等を見直して実施（2アイテム）

事業名	B-2 市長定例記者会見
目的・効果	●記者会見の魅力化と効率化を同時に図り、一層訴求力を向上させる。
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>●すでに実施中の記者発表におけるパワーポイントの活用は必須とする。</li> <li>●パワーポイント資料及び記者提供資料はグラフや図形を利用したより魅力的でわかりやすいものを引き続き用意する。</li> <li>●訴求力のより一層の向上を図るため、手話通訳映像の導入などを検討する。</li> </ul>
年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>●平成25年度 内容検討、順次実施</li> <li>●平成26年度 継続</li> </ul>

事業名	B-7 PR研修
目的・効果	●パブリシティのメリットやノウハウを習得し、パブリシティを「攻めのPR」として意識づける。
対象	●広報推進責任者 広報担当者
内容	●パブリシティの意義、重要性、実施方法など市の実態・実例に合わせて研修する。
年度	●平成25年度 内容検討、順次実施 ●平成26年度 継続

- ③新規に検討・実施（第1次アクションプランに位置づけされていない事業で、既に実施したものを含む）（1アイテム）

事業名	B-10 SNSの活用
目的・効果	●SNSを積極的に活用することにより本市パブリシティの訴求力を一層向上させる。
内容	●本市で発信する各種SNSに、積極的にパブリシティ内容を掲載・活用する。 ●記者会見映像も公式ホームページだけでなく、様々なSNS映像媒体を通じ発信する。
年度	●平成25年度 内容検討、順次実施 ●平成26年度 継続

### 3-3 情報公開

#### (1) 方針

- ①全庁統一的な情報公開の制度運用を図る。
- ②職員の情報公開に対する意識を改革する。
- ③情報公開の方法を効果的なものとなるよう改善する。

##### ①全庁統一的な情報公開の制度運用を図る

情報開示制度、情報提供制度、会議公開制度等の制度運営の厳格化を図るとともに、全庁横断的に組織された「見える化」推進体制の発展を図ることにより、全庁統一的に総合的な情報公開を推進し、また各所管による自主的かつ積極的な情報提供を展開する。

##### ②職員の情報公開に対する意識を改革する

情報公開にかかる職員の意識改革と制度の理解を促進するため、様々な学習の機会を設けるとともに、先進事例や市民の意見・要望を知らせることにより、新たな発想や自発的な取り組みを促し、提供情報の質の向上を図る。

##### ③情報公開の方法を効果的なものとなるよう改善する

インターネット、電子メール等の情報通信技術を活用し、情報を、探しやすく・入手しやすく・理解しやすく・効果的に公開する方法を研究し、改善する。また、市民が公開を望む情報を把握し、内容の充実を図る。

## (2) 事業内容

第1次アクションプランでは、情報公開にかかわる事業として、13アイテムを位置づけしたが、第2次アクションプランでは、次のとおり14アイテムを実施及び検討する。

### ①第1次アクションプランに掲げた内容等を継続（10アイテム）

事業名	C-1 情報開示制度
	C-2 情報提供制度
	C-3 「見える化」推進の手引き
	C-4 会議公開制度
	C-5 コスト表記制度
	C-6 行政サービスコストの提示
	C-8 「見える化」推進体制
	C-9 先進情報提供事例紹介
	C-11 行政情報の検索性の向上
	C-12 開示情報の電子交付

※各事業の内容等は、参考資料のとおり

### ②第1次アクションプランに掲げた内容等を見直して実施（3アイテム）

事業名	C-7 「見える化」推進体制
目的・効果	●全庁を横断する情報公開に関する推進体制を整備することにより、行政情報の積極的な「見える化」を推進し市政の透明性を確保する。
内容	●本市の情報発信・情報提供を総合的に推進するために効率的な体制との統合を検討する。
年度	●平成25年度以降

事業名	C-10 情報公開コーナー
目的・効果	●区役所において情報開示請求の受付及び行政資料の閲覧、貸出しを行い、市政の透明性の確保と利便性の向上を図る。
内容	●提供情報の質の向上に取り組むことにより、本市の「見える化」を推進する。また、求められる市政情報も多様化・高度化していることから、配置する行政情報の内容、量、配置方法などの見直しを行い、区役所情報公開コーナーのあり方についても検討する。
年度	●平成25年度以降

事業名	C-13 情報提供要望コンテンツ
目的・効果	●情報公開に関する市民からの意見・要望を書き込むことのできるコンテンツを運営することにより、市民の必要とする情報について把握する。
内容	●公式ホームページを通じて情報提供に関する意見・要望を寄せることのできるコンテンツを設け、寄せられた意見・要望を事業課に送付し、今後の情報提供の参考とする。
年度	●平成25年度以降一部見直し

- ③新規に検討・実施（第1次アクションプランに位置づけされていない事業で、既に実施したものを含む）（1アイテム）

事業名	C-14 事業の「見せ方」の改善
目的・効果	●所管の計画、基本事業、事業の実施状況等を分かりやすく公表することにより、市政の透明性を確保する。
内容	●各局の基本方針・計画等、事業課の基本事業・実績等を分かりやすく公表するため、公式ホームページにおける事業の「見せ方」の改善に取り組む。
年度	●平成25年度以降

### 3-4 広聴

#### (1) 方針

<ul style="list-style-type: none"> <li>①市民の声に迅速・適切に対応する新たなシステムを構築する。</li> <li>②各種意識調査の有効活用を促進する。</li> </ul>
---

#### (2) 事業内容

第1次アクションプランでは、広聴にかかわる事業として、10アイテムを位置づけしたが、第2次アクションプランでは、次のとおり11アイテムを実施及び検討する。

##### ①第1次アクションプランに掲げた内容等を継続（8アイテム）

事業名	D-2 市民の声対応調整会議
	D-3 市民の声への対処システム
	D-5 タウンミーティング
	D-6 パブリック・コメント
	D-7 コールセンターと代表電話との統合
	D-8 市民意識調査
	D-9 ウェブアンケート調査
	D-10 広聴実績のアピール

※各事業の内容等は、参考資料のとおり

※D-2の事業名は、第1次アクションプラン「市民の声検討会議」から名称変更

##### ②第1次アクションプランに掲げた内容等を見直して実施（2アイテム）

事業名	D-1 市民の声データベース
目的・効果	●さまざまな形で収集された市民の声の分析結果を活用し、市政へ反映させる。
対象	●市長への提案、陳情・要望、コールセンター、タウンミーティング、市民意識調査のほか、市に寄せられた市民の声。
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>●市民の声の一元的管理を行い庁内で情報の共有化を図る。</li> <li>●部局横断的で調整困難な案件や、高度な判断を要する案件等は、「市民の声対応調整会議」で検討を行う。</li> <li>●定性的・定量的な分析による統計情報を作成する。</li> </ul>
年度	●平成25年度 順次運用開始

事業名	D-4 市長への提案（わたしの提案）
目的・効果	●市民への対処をより迅速化し、市からの回答を「見える化」する。
対象	●「市長への提案」により寄せられた市民の声
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「市長への提案(私の提案)」への対処は、市民の声データベースを活用し、各局・各区で行う。</li> <li>●市長は、対応状況をイントラネット上で確認し、必要に応じて指示する。</li> <li>●市民公開は、市民の声データベースで行う。</li> <li>●市民の声の処理段階や市政への反映状況をインターネットを通じて確認できる環境整備を行う。</li> </ul>
年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>●平成25年度 順次運用開始</li> <li>●平成26年度 市民の声の処理段階をインターネットで確認できる環境整備を行う。</li> </ul>

③新規に検討・実施（第1次アクションプランに位置づけされていない事業で、既に実施したものを含む）（1アイテム）

事業名	D-11 各種意識調査の有効活用
目的・効果	●各種意識調査の調査結果をより有効活用する。
対象	●庁内で実施される各種意識調査
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>●庁内で実施される各種意識調査の調査結果を一元的に集約し全庁で情報共有できる環境整備をする。</li> <li>●市民に迅速に発信できる環境整備をする。</li> </ul>
年度	●平成25年度 内容検討・運用開始