

Saitama City PR Masterplan

第Ⅱ部 第1次アクションプラン

1. 第1次アクションプランの方針

第1次アクションプランでは、各分野の課題を解決し、かつさいたま市のPR活動全般を活性化させる事業を提示する。それらの事業の設計において、特に留意すべき方針は次のとおりである。

- ① 市のPR活動の基盤を整備する
- ② 既存事業を改めて再構築する
- ③ 定期的に効果測定し、必要に応じて軌道修正する
- ④ 組織で対応する仕組みをつくる

- ① 市のPR活動の基盤を整備する

プランは、さいたま市のPR活動全般を対象とする計画としては最初のものとなる。第1次アクションプランでは、活発なPR活動を安定的に展開することができるような基盤を整備する。

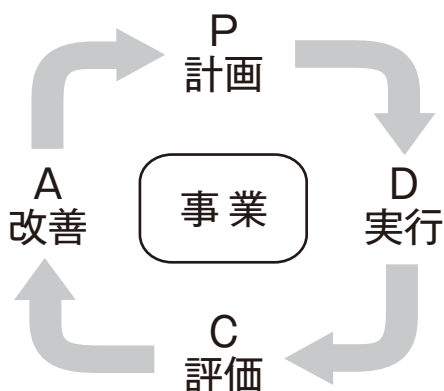
- ② 既存事業を改めて再構築する

広報課、広聴課、行政透明推進課が従来実施してきた事業は、プランの策定にあわせ見直しを行う。各事業の目的と効果を改めて評価・検討し、新規事業を含むPR活動全体の中で位置づけしなおした上で再構築する。

- ③ 定期的に効果測定し、必要に応じて軌道修正する

プランに記載されたすべての事業に関して、PDCAのサイクルをまわし、年に一度、進捗度と効果を検証・総括する。その結果、軌道修正が必要な場合は、状況に応じて見直し最適化を図る。

[PDCAサイクルのイメージ]



【PDCAサイクル】

マネジメントサイクルの1つで、計画(plan)、実行(do)、評価(check)、改善(action)のプロセスを順に実施するもの。最後のactionではcheckの結果から、最初のplanを継続(定着)・修正・破棄のいずれかとして、次回のplanに結び付ける。このらせん状のプロセスによって、品質の維持・向上及び継続的な業務改善活動を推進するマネジメント手法がPDCAサイクルである。

④ 組織で対応する仕組みをつくる

人事異動により担当者がかわっても、事業の遂行に支障がないように、また質的な低下を招かないように、事業の遂行に当たっては個人ではなく、できるかぎり組織で対応する仕組みをつくり、必要に応じて手順を明文化する。

2. 分野別戦略

2-1. 情報発信

(1) 都市イメージ戦略の方針

- ① 市民参加によって市の目指す都市イメージの内容(目標)を決定する
- ② 都市イメージを市民・職員に共有の資産・資源として育てる
- ③ 都市イメージはまず市民への浸透を目指す
- ④ キーパーソンを囲い込み、情報発信の拠点として活用する
- ⑤ 「刷り込み」と「納得」のそれぞれの情報を発信し、さらに政策的に補完する

- ① 市民参加によって市の目指す都市イメージの内容(目標)を決定する

さいたま市が目指す都市イメージは、市民参加の手続きを経て、その内容(目標)を決定する。例えば、都市イメージを訴求するキャッチフレーズを市民から公募することによってアイデアを募り、イメージ内容を具体化する手法を検討する。

- ② 都市イメージを市民・職員に共有の資産・資源として育てる

さいたま市は多彩で多様な魅力をもつが、いずれも市のイメージを代表するようなスケールの大きな魅力とはなっていない。今の段階でたとえば、その中からどれか1つを意図的に市のシンボリックな要素として定めても、おそらく市民や職員において多数の賛同は得られにくい。

しかし、市の魅力はすでに顕在化している地域資源に加えて、今後新たに掘り起こされる資源の中にしか存在しないし、それが都市イメージの中核となるためには、市民と市とが協働して育てていく必要がある。

具体的には、市民は市の魅力を再発見・再認識し、一方、行政は広報と政策の両面から市の魅力を育て、相互に双方向のコミュニケーションを図りながら、それぞれの分野で市の魅力を情報発信していく。

- ③ 都市イメージはまず市民への浸透を目指す

さいたま市の都市イメージに関しては、前述のとおり、市外において市の実態があまり知られていないという問題があったが、市内においても市民は市のイメージ・魅力を明確には認識していない。

都市イメージ戦略は、一般的には市外での認知やイメージ形成を目標とする。しかし、さいたま市の場合、市民レベルでも都市イメージが育っていない状況にあり、市民が知らない都市の魅力・イメージは、市外には伝わらない。

したがって、今後の都市イメージ戦略は、まず市民への浸透を図るものとする。当然、直接市外に向けての情報発信も行うが、市内において市の魅力を再認識することにより都市イメージを形成し、それが順次市外に広がっていくような流れをつくる。

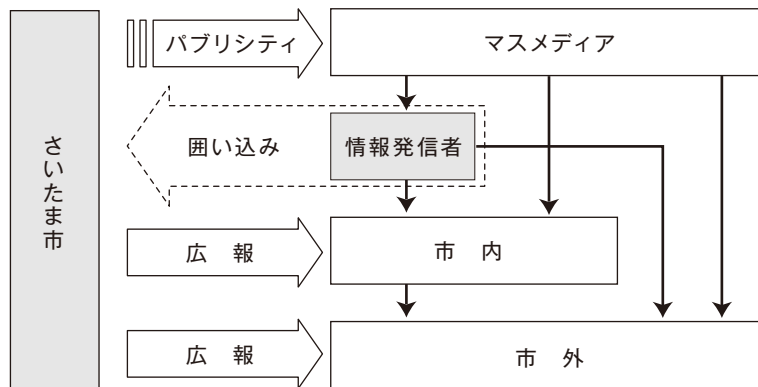
④ キーパーソンを囲い込み、情報発信の拠点として活用する

有識者や著名人はもとより、情報発信力をもつ市民（ブログ、ホームページなどの発信者）や事業者も含めた情報発信のキーパーソンと協力関係を構築し、これらの方々に対して重点的に情報提供を行う。まずは、キーパーソン（下図の情報発信者）にさいたま市の魅力を理解してもらい、個別に情報発信してもらう。

これによって、市の情報は市からの直接発信や新聞・雑誌などのメディアのほか、プライベートな発信に乗る可能性があり、インターネット上で大きな影響力をもつ口コミ効果が期待できる。

[発信情報の流れ]

*矢印は情報の流れ



【ブログ】

ウェブ上の記録を意味する「ウェブログ」の略。個人の日記などを、簡便な方法で作成し、公開することができるウェブサイト（インターネット上で、さまざまな情報を提供するページやその集合。）の総称。パソコンだけではなく、携帯電話などを使って更新できるものもある。

⑤ 「刷り込み」と「納得」のそれぞれの情報を発信し、さらに政策的に補完する

都市イメージ形成のための情報は、キャッチフレーズとそれを説明する情報の2種類を用いる。キャッチフレーズは、都市イメージの核となる要素を端的に表現したものであり、市内外にイメージ要素の「刷り込み」を行う。

それと並行して、キャッチフレーズの内容を説明する詳細情報を発信し、そのイメージ要素を市内外に「納得」させる。「刷り込み」情報は都市イメージの種であり、「納得」情報はそれを育てる栄養分である。さらに、そのイメージ要素に関連する諸事業を推進し、政策面でもイメージの成長を助ける。

(2) 情報発信の方針

- ① 多様な媒体を活用し(マルチチャネル化)、情報の二次利用につとめる
- ② 市民向け広報の信頼性を高める
- ③ 市政への関心を喚起する情報、市政が身近になる情報などを積極的に発信する
- ④ 事業課の行う広報を支援する仕組みをつくる

- ① 多様な媒体を活用し(マルチチャネル化)、情報の二次利用につとめる

市報は、今後も市の広報の中心的媒体であるが、ただし市報への依存状態は緩和させることとする。他の媒体も積極的に活用し、市報では十分に伝え切れなかった情報を伝達していく。

その際、各媒体で取り上げた情報は、公式ホームページでも公開するなど、媒体間の情報連動性を高め、有効な情報であれば一度限りの使用ではなく、二度三度と媒体をかえて活用する。

なお、情報通信環境の変化により、次々と出現する新しい媒体(ツイッターなど)に関しては、その長所短所を見極め、今後の活用を検討する。

- ② 市民向け広報の信頼性を高める

市報に掲載されている行政サービス案内の情報(いわゆる「お知らせ」情報)は、市民サービスの内容を端的に表現しており、市民の市政に対する信頼感の基盤ともなっている。

このため、市報の限られた誌面の中で、市民に真に必要な情報を絞り込み、行政サービス案内の利便性を高め、市政に対するさらなる信頼感の獲得を目指す。

- ③ 市政への関心を喚起する情報、市政が身近になる情報などを積極的に発信する

単なる「お知らせ」情報だけでなく、市政の重要課題やタイムリーな問題なども広報素材として取り上げ、市政に対する市民の関心・理解を促進する。さらに、市政が身近に感じられる情報、市の魅力を再認識する情報も、積極的に発信する。

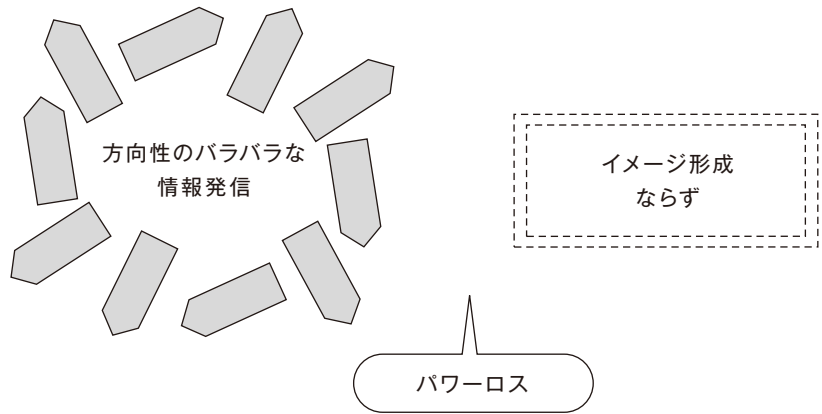
その際には文字情報だけでなく映像情報も活用し、特に動画による情報提供の機会を増やす。

④ 事業課の行う広報を支援する仕組みをつくる

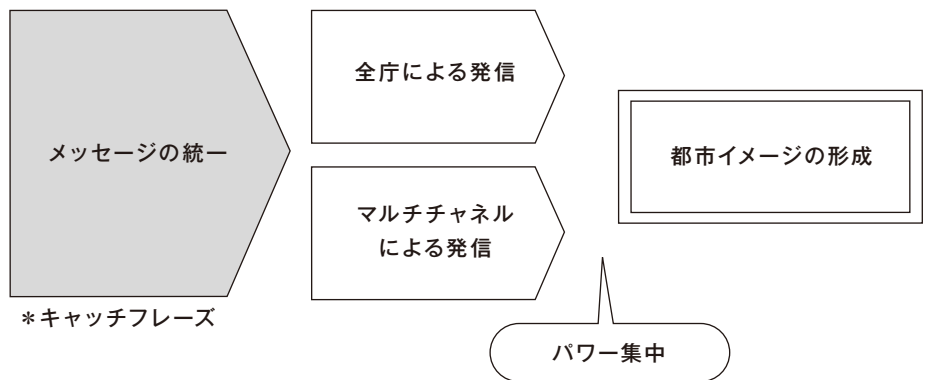
全庁的な情報発信を活性化するために、事業課の職員における広報マインドを高める庁内基盤整備を行う。また、事業課が行う広報の効果・効率を上げる各種ツールを用意し、必要に応じて広報課がサポートする。

なお、これまで述べた方針を図式化すると、以下のようになる。市のキャッチフレーズを定め都市イメージ形成のためのメッセージ内容を統一し、かつ、広報課だけでなく全庁的に情報発信を活性化し、市報だけでなく多様な媒体を活用するマルチチャンネル化をすすめつつ、情報発信のパワーを集中させることで、都市イメージの形成を早期に図っていく。

[従来の都市イメージ情報発信]



[今後の都市イメージ情報発信]



(3) ターゲットの考え方

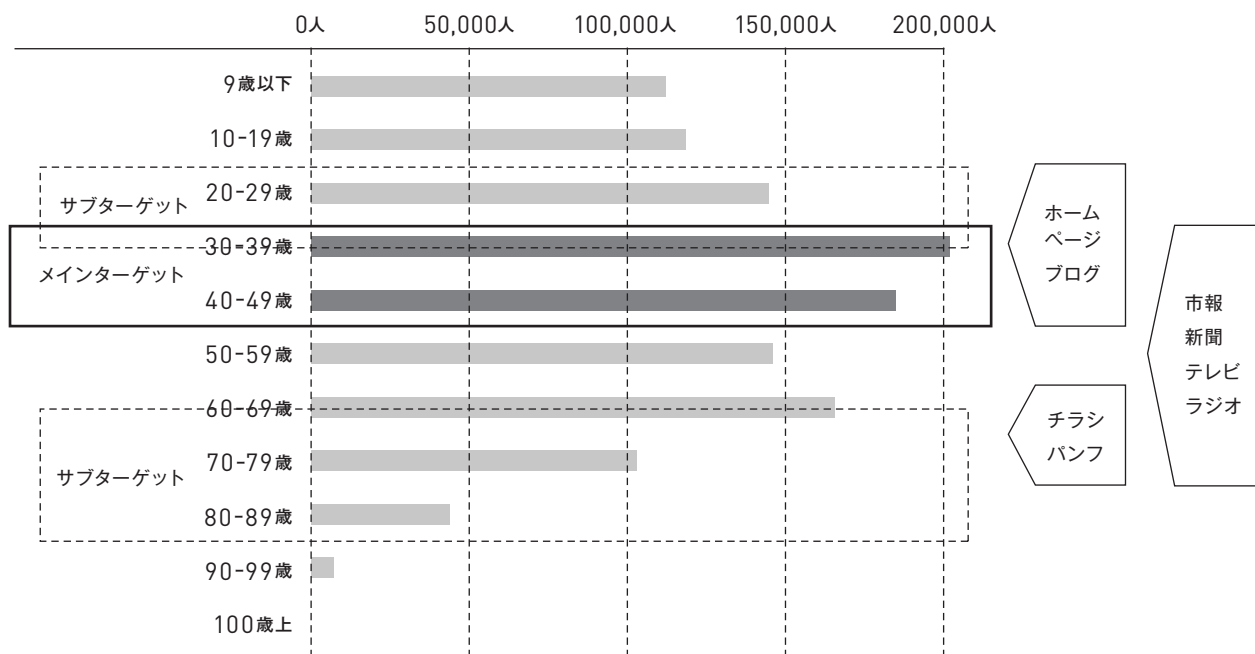
- メインは30～40代の女性
- サブは20～30代前半の独身者と65歳以上の高齢者

市の情報発信ターゲットは、すべての市民を対象とする。ただし、情報の効果的・効率的な伝わり方を考慮すると、30～40代の女性を重点的に意識すべきターゲットと設定できる。この層をメインにする理由は、以下のとおりである。

- ・30～40代は市の人口構成のボリュームゾーン(平成22年10月現在)
- ・女性は、自分が受信した情報を周囲に伝える伝播力が強い
- ・結婚年齢を含み家庭を持つ人が多いため、市民意識や定住意識を育てやすい
- ・市民意識が育つと、市政への関心を持ち、市政参加意識も生まれやすい

30～40代女性というターゲットは、将来的にも動かさず維持する。今の30～40代は10年後には40～50代になるが、この世代において育った市民意識は、メインの情報発信ターゲットからはずれても継続して、市の情報に敏感に反応することが期待できる。

[平成22年10月現在、さいたま市の人口構成]



また、20～30代前半の若年独身者と65歳以上の高齢者をサブターゲットとする。若年独身者はもともと市政への関心が薄い層だが、メインターゲットにつながる世代であるため、早くから市の広報に接触してもらい、メインターゲットに育つ土台をつくるものとする。

高齢者に関しては、情報化社会の高度な進展に取り残され「情報弱者」にならないよう、意識的にターゲットとして取り上げて情報提供を行う。

(4) 今後のシティセールス展開案

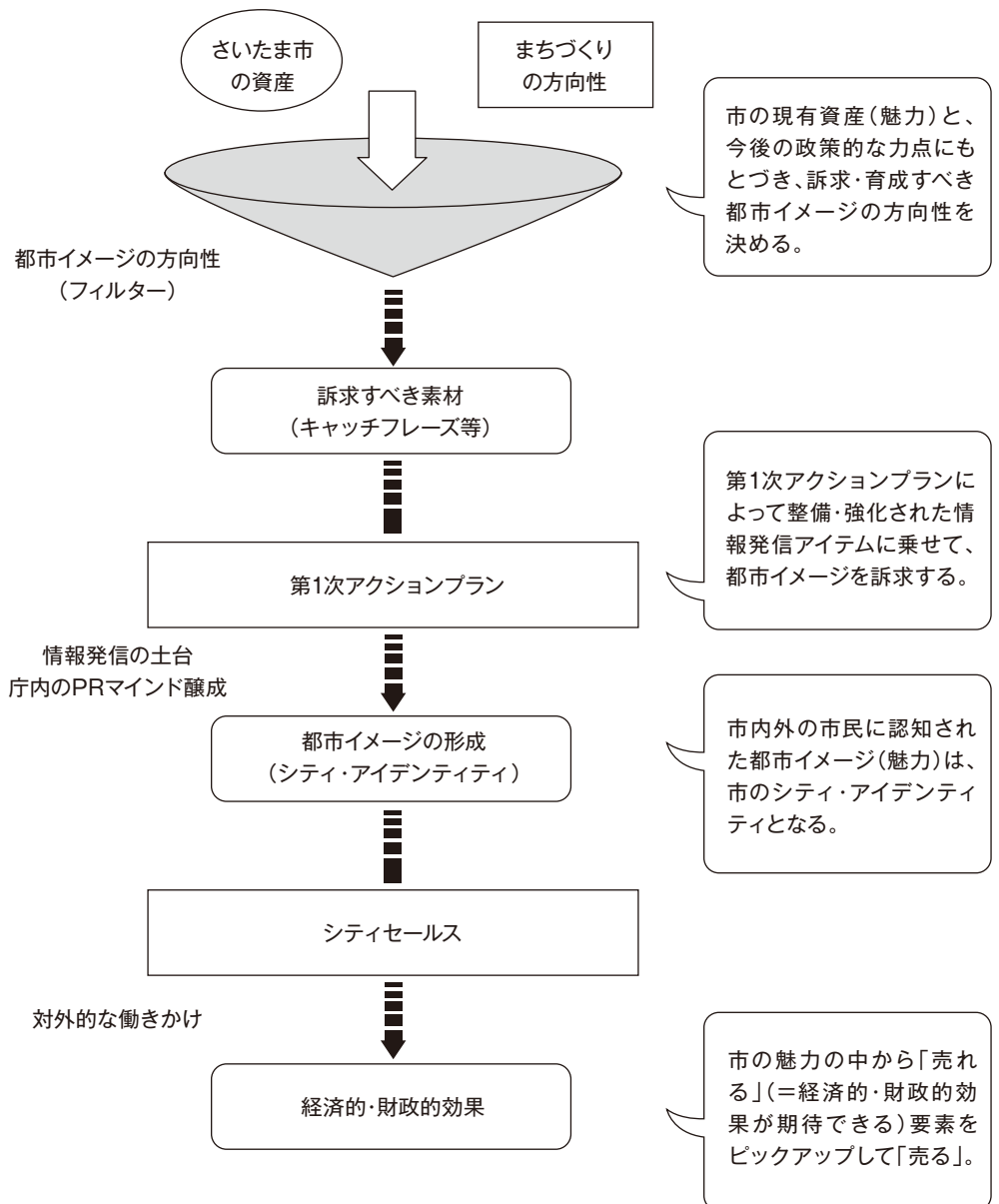
第1次アクションプランでは、さいたま市の特長(現有の資産)と政策的なまちづくりの方向性にもとづいて、市が今後獲得していく都市イメージの方向性を定め、それを表現したキャッチフレーズを定める。その後、都市イメージの方向性(キャッチフレーズ)の内容にもとづき、全庁的に情報発信の方向性を統一化していくことになる。市の情報発信の基盤が整えられ、情報発信のパワーが同じ方向にむかえば、さいたま市の都市イメージ戦略は、新たな段階に達することが予測される。

シティセールスは、都市イメージの確立により、プランの第2次アクションプランと並行して展開する。

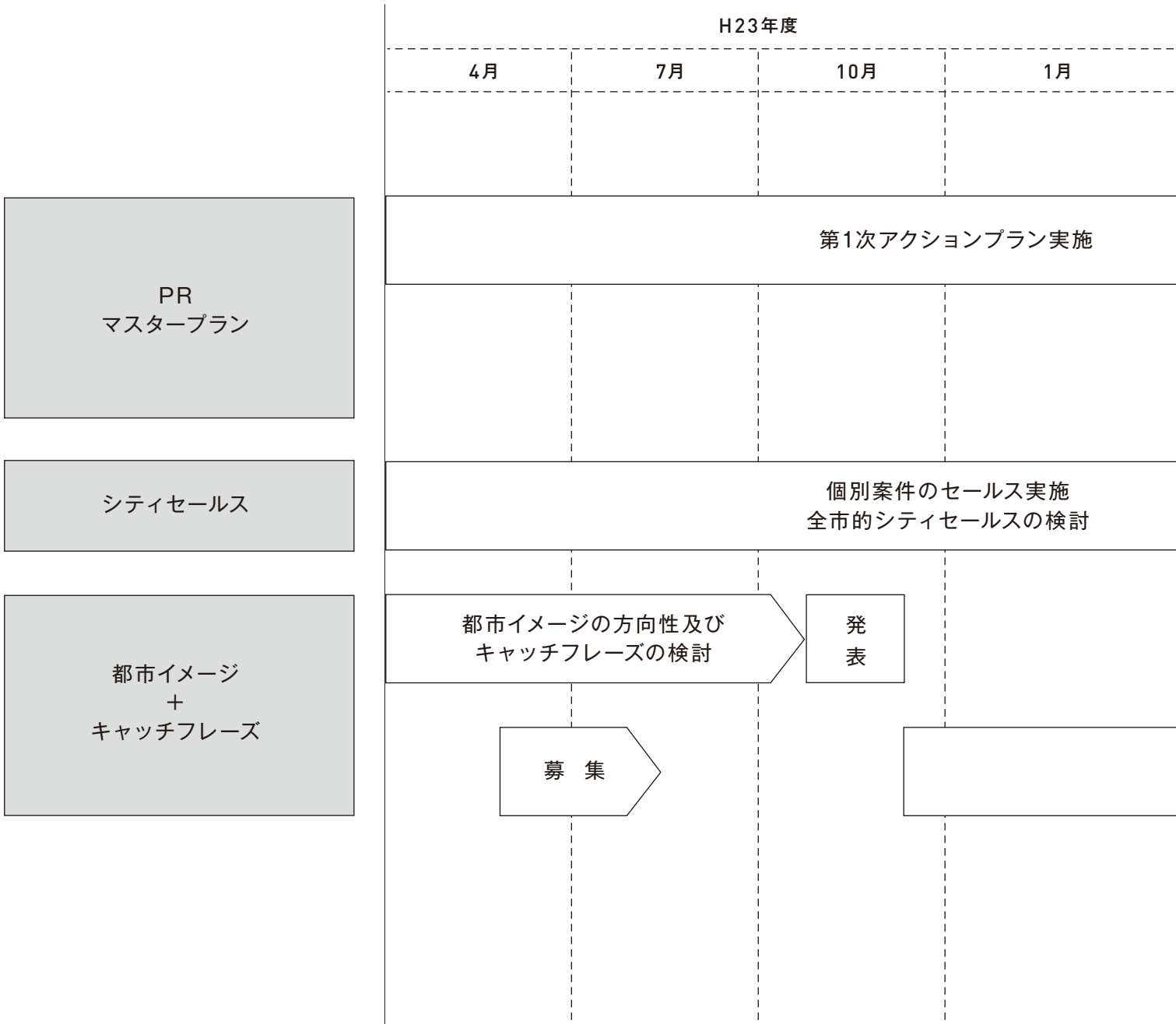
【シティセールス】

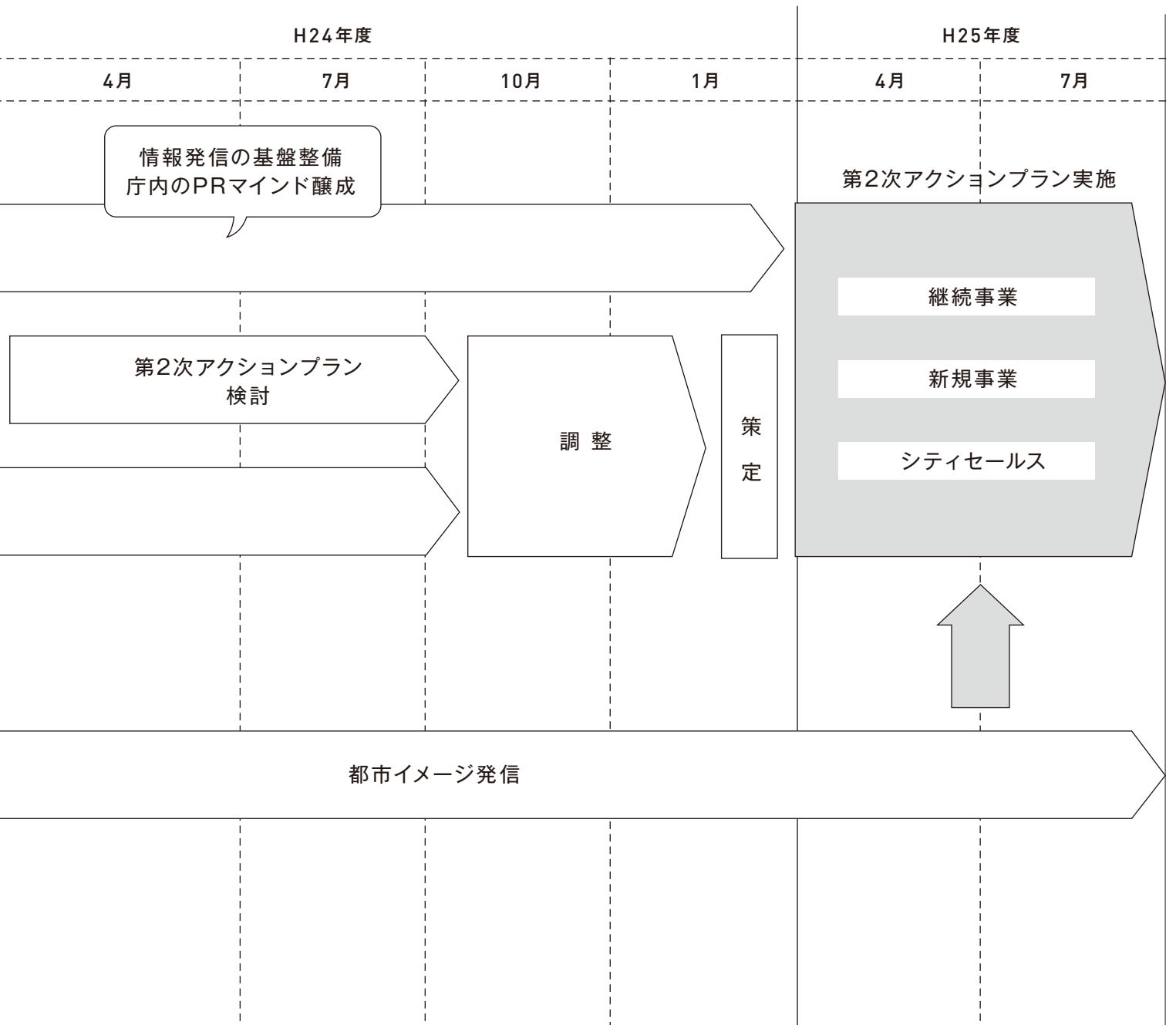
都市が持つ歴史・伝統・文化・産業構造・街並み・自然環境など、様々な要素によって形成される都市の魅力とその伝え方について、目標、基本方針、魅力的な要素、重点項目などの方針を定め、それらを基にして積極的・効果的に市内外に情報発信することにより、人・モノ・金・情報などのさまざまな価値を取り込んでいく活動。

[都市イメージ戦略からシティセールスへの流れ]



PRマスタープラン策定後の展開案





(5) 情報発信事業のアイテムマップ

情報発信にかかわる事業をその対象範囲ごとに分類すると、下表のようになる。このうち太字で表示された事業は、新設のものを示す。

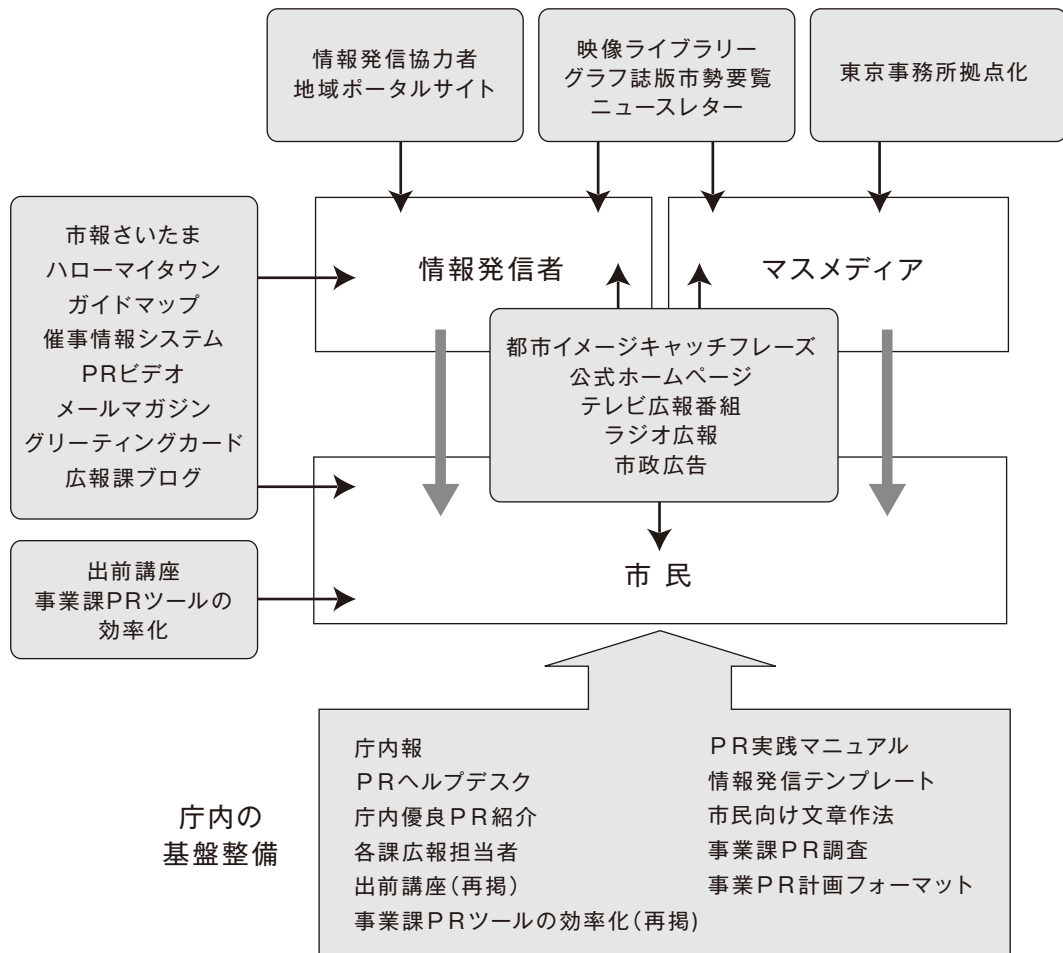
| | 市 外 | 市 内 | 庁 内 |
|---------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 素材 | 1 都市イメージキャッチフレーズ 2 映像ライブラリー | | |
| 印刷物 | | 3 市報さいたま 4 ハローマイタウン 5 ガイドマップ | |
| | 6 グラフ誌版市勢要覧 7 ニュースレター 8 グリーティングカード | | |
| インターネット | 9 公式ホームページ 10 地域ポータルサイト 11 広報課ブログ 12 メールマガジン | | |
| 映像 | | 13 催事情報システム | |
| | 14 PRビデオ | | |
| マス媒体 | 15 テレビ広報番組 16 ラジオ広報 17 市政広告 | | |
| 制度・企画 | 18 情報発信協力者 | | 19 庁内報 20 PRヘルプデスク 21 庁内優良PR紹介 22 各課広報担当者 |
| | 23 東京事務所拠点化 | 24 出前講座 25 事業課PRツールの効率化 | |
| マニュアル | | | 26 PR実践マニュアル 27 情報発信テンプレート 28 市民向け文章作法 29 事業課PR調査 30 事業PR計画フォーマット |

市の情報の受け手別に情報発信事業を整理すると、下図のようになる。受け手はマスメディア、情報発信者、市民であり、このうち、情報発信者とは情報発信手段を持っている個人や事業所を指す。

たとえば、「都市イメージキャッチフレーズ、公式ホームページ、テレビ広報番組、ラジオ広報、市政広告」は、マスメディア、情報発信者、市民のすべてに情報を提供するアイテム、「情報発信協力者、地域ポータルサイト」は情報発信者向けのアイテム、「映像ライブラリー、グラフ誌版市勢要覧、ニュースレター」は情報発信者とマスメディア向けのアイテムである。

また、「庁内報」以下の「庁内の基盤整備」に関するアイテムは、主として事業課の広報を支援するアイテムである。

[アイテムマップ]



* 矢印は情報の流れ

(6) 情報発信のアイテム

| 素材 | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-1 都市イメージキャッチフレーズ |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● さいたま市の目指す都市イメージを端的に表現するもの。 ● 市内外の人が、さいたま市に対して抱く都市イメージの基本的な要素。 |
| 使い方 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市章やキャラクターと組み合わせ、特に市章を表示する際に必ずキャッチフレーズも表示されるようにデザインする。 ● テレビ広報やラジオ広報でも活用し、視聴者の意識下に「刷り込む」。 ● キャッチフレーズの内容を補完する情報発信を意識的に実施する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 誕生10周年を契機として、今後10年間にさいたま市が目指す都市イメージの方向性を決定する。 ● 都市イメージの方向性にそった市のキャッチフレーズを市民参加により決定する。 ● 10周年記念式典の中で、決定したキャッチフレーズを発表する。 ● 広報・政策の両面から新しい都市イメージを具現化していく。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 記念式典で発表 ● 平成24年度 市内外への周知 |

| 素材 | |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-2 映像ライブラリー |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● さいたま市の魅力を広く市内外に周知し、都市イメージの向上と市民意識の高揚を図る。 ● 市内外の人やマスコミが市の映像素材を活用することで、市の魅力をアピールする。 |
| 使い方 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市内外の人、マスコミ。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 広報課が保管・更新する市内の映像データ(動画を含む)のうち、市の魅力を伝えるものを公式ホームページで公開する。 ● 市民の作品募集についても検討する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 公開 ● 平成24年度 継続 |

印刷物

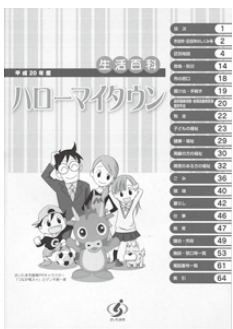
| | |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>事業名</p> | <p>A-3 市報さいたま</p> <div data-bbox="555 241 783 566" data-label="Image"> </div> <p>市報さいたまは、市内の全世帯へ配布。</p> |
| <p>改善の目的・効果</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 市内向け広報の主たる媒体としていっそうの充実を図る。 ● 「お知らせ」情報の検索性を高め、情報を探しやすくする。 ● 従来発信が少なかった重要な施策や市の魅力に関する情報を積極的に発信し、市政への信頼感・共有感を育て、市のイメージアップを図る。 |
| <p>対象</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● すべての市民を读者としつつ、重点ターゲットは市民のボリュームゾーンである30～40代の、しかも情報の波及効果を期待して女性とする。 |
| <p>内容</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 催し、講座、募集などの「お知らせ」情報の検索性を高めるために、冊子の小口部分にカテゴリーを帯状に表示する。 ● 高齢者に関する情報は、フォントやレイアウトを工夫するなど視認性を高める見せ方を検討する。 ● 「お知らせ」情報に関しては、掲載の基準を再度明確化し、掲載情報の絞り込みを検討する。 ● 「特集」「BREEZE」「さいたまマガジン」のページは、必要に応じて再構成する。 ● 新たに「アピール情報」のページを設け、重要な施策や市の魅力に関する情報を提供する。 ● 市民との双方向コミュニケーションの場として、投書、写真、イラストなどの募集欄を設ける。 ● ページ数は従来どおりとする。 ● 読者に市の魅力を再発見してもらうなどの誌上でのシリーズ企画(例:さいたま市百景)を随時展開する。 ● 全戸配布に関しては当面維持する。 ● 音声テープ版市報に関しては、利用者ニーズの動向にあわせて、徐々にカセットテープからデジター版に移行する。 |
| <p>年度</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 全面改訂 ● 平成24年度 継続 |

【デジター版】

デジターとはDigital Accessible Information Systemの略。

視覚障害者などが利用するデジタル録音図書の国際標準規格。

印刷物

| | |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-4 ハローマイタウン(ガイドブック) |
| |  <p>ハローマイタウンは、 転入手続き時に配布。</p> |
| 改善の 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 必要な情報を素早く探せるように、アクセシビリティ・検索性を高める。 ● 将来的には転入者が必要な民間情報も盛り込み、市民生活に役立つ「便利帳」を目指す。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市への転入者。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 転入者が真に必要な情報を厳選し、掲載情報を絞り込む。 ● 転入者の利便性を考慮して、情報の並びを変更する。 ● 参照が少ない情報は問い合わせ先のみを表示し、掲載情報量を調整する。 ● カラー印刷ページは、その効果を生かせる情報を掲載する。 ● 民間施設・サービスのうち、公共性と利便性が高いものに関しては掲載を検討する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 改訂 ● 平成24年度 継続 |

印刷物

| | |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-5 ガイドマップ |
| 改善の 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 行政関連の地図情報を伝えるだけでなく、市のイメージアップにつながる内容にする。 ● 視認性の高い地図に作り変える。 ● 市民の行政地図ニーズに応じた利便性の高い地図を作成する。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市への転入者。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 裏面に掲載する情報は、市の魅力を端的にかつセンスよく伝える内容とする。 ● ガイドブック「ハローマイタウン」と一体化したデザインにする。 ● 地図上の文字を読みやすくするため、例えば市域外を着色し、市内を白地図化するなどして、文字情報の視認性を高める。 ● 民間施設・機関のうち、公共性が高いものに関しては、掲載を検討する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 現行地図改訂 ● 平成24年度 新地図検討 |

| 印刷物 | |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-6 グラフ誌版市勢要覧 |
| 改善の目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 単に市を説明する資料ではなく、市のイメージアップに寄与するグラフ誌に変更する。 ● さいたま市の「今・旬」の魅力を展開するツールとする。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市のイメージアップにつながる情報発信を期待できるキーパーソン、マスコミ関係者。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● グラフ誌の体裁をとり、写真を大きく扱い、さいたま市の「魅力」・「らしさ」・「現在の姿」を伝える内容とする。 ● ページ数を減らした上で(全24ページ程度)、鮮度の高い情報を掲載する。 ● 計画的に毎号テーマを設定し、伝えるべき内容を絞り込む。 ● 号を重ねることで、シリーズの読み物として楽しめる内容にする。 ● 市のイメージアップツールにふさわしい名称をつける。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 年2回発行 ● 平成24年度 継続 |

| 印刷物 | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-7 ニュースレター |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市から定期的な報告を行い、メディアや個人の情報発信者との関係を密にして、市への理解を深める。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市のイメージアップにつながる情報発信を期待できるキーパーソン、マスコミ関係者。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市のトピックス、政策や事業の動向などを掲載する。 ● A4版2ページ程度で、年4回発行する。 ● 公式ホームページにも掲載し、市政の近況がわかるコンテンツとする。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 定期発行 ● 平成24年度 継続 |

印刷物

| | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-8 グリーティングカード |
| 目的・効果 | ● さいたま市の魅力を市内外に発信するため、地域資源をデザインに取り入れたグリーティングカードの画像データを作成し、公式ホームページで公開する。 |
| 使い方 | ● 市民や事業者が自由にダウンロードして、使用する。 |
| 内容 | ● さいたま市の地域資源、市のキャッチフレーズなどを印刷したものを作成する。 |
| 年度 | ● 平成23年度 運用開始 ● 平成24年度 継続 |

インターネット

| 事業名 | A-9 公式ホームページ | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|
| 改善の目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市広報の主たる媒体としていっそうの充実を図る。 ● 市の「顔」として、市のイメージアップに寄与するつくりとする。 ● 情報の検索性を高め、使いやすいホームページとする。 ● コンテンツページのデザインを整え、読みやすくわかりやすい内容とする。 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 対象 | ● 検索エンジンの使い方に習熟していないインターネット利用者レベルを想定。 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 内容 | <p>【トップページ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 市の「顔」を意識したデザインとする。 ● トップページの掲載情報を整理し絞り込むことで、コンテンツを探しやすくし、伝えたい情報を際立たせる。 ● 市の魅力を表現した写真を大きく表示する。 ● アクセスが多いコンテンツのランキングを表示し、上位のコンテンツにはランキング表示からジャンプできるようにする。 ● 必要最小限のバナーを置く。 ● ページの構造は視認性に配慮して、画面を縦に分割しない1カテゴリー型とし（現状は縦に3分割する3カテゴリー型）、掲載情報が増えた場合は下方向に伸びるものとする。 <p>【コンテンツ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 市の重要な施策、市の魅力、市政の近況などが伝わるコンテンツを新設する。 ● アクセスの多いコンテンツから優先的に、ページのデザインを変更する。 ● デザイン変更したページを推奨デザインの見本とし、以後のコンテンツページづくりの見本とする。 ● ジャンル設定、表題のつけ方、古すぎる情報などの不適切なコンテンツに対しては、広報課が適宜修正を行う。 <p style="text-align: center;">(万件) トップページのアクセス件数</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>アクセス件数 (万件)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15年度</td> <td>134</td> </tr> <tr> <td>16年度</td> <td>181</td> </tr> <tr> <td>17年度</td> <td>399</td> </tr> <tr> <td>18年度</td> <td>386</td> </tr> <tr> <td>19年度</td> <td>433</td> </tr> <tr> <td>20年度</td> <td>482</td> </tr> <tr> <td>21年度</td> <td>508</td> </tr> </tbody> </table> <p>（平成）</p> <p>【開設時期】 平成13年5月1日</p> <p>【URL】 http://www.city.saitama.jp/</p> | 年度 | アクセス件数 (万件) | 15年度 | 134 | 16年度 | 181 | 17年度 | 399 | 18年度 | 386 | 19年度 | 433 | 20年度 | 482 | 21年度 | 508 |
| 年度 | アクセス件数 (万件) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15年度 | 134 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16年度 | 181 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17年度 | 399 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 18年度 | 386 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 19年度 | 433 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20年度 | 482 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 21年度 | 508 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 トップページの全面改訂、以後、順次コンテンツの改訂 ● 平成24年度 継続 | | | | | | | | | | | | | | | | |

インターネット

| | |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-10 地域ポータルサイト |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 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を図る。 ● 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。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 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"> ● 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・事業者のホームページ・ブログのリンク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所とする。 ● 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。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 ポータルサイト設計、参加者募集 ● 平成24年度 ポータルサイト運用開始 |

インターネット

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-11 広報課ブログ |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 広報課職員が非オフィシャルな情報を発信することにより、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。 ● 市民と市との双方向コミュニケーションの場として活用する。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● インターネット利用者。 ● 特に、20~30代の若年層を意識した内容とする。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 広報課の日常、庁内の動き、市役所の業務などに関する情報を、親しみやすい語り口で紹介する。 ● 記事のカテゴリー設定によって、市役所という組織と業務の紹介となるように記事を構成する。 ● 単なる紹介記事だけでなく、職員の肉声が伝わるような記事、市政に関して市民と一っしょに考える問題提起型の記事も折々にアップロードする。 ● 市民の意見・反応を、記事に対する「レスポンス」(書き込み)によって受信し、それに対して広報課職員が「レスポンス」を重ねる、という形で双方向コミュニケーションを行う。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 運用開始 ● 平成24年度 継続 |

インターネット

| | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | <p>A-12 メールマガジン</p> <p>【登録者数】</p> <p>平成19年2月1日 893人 平成22年2月1日 2,713人 平成23年2月1日 3,229人</p> |
| 改善の目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 直接市民の手もとに情報を届けられる媒体として、市が伝えたい情報の提供のため積極的に活用する。 ● メールマガジンを市民と市とを直接つなぐパイプと位置づけ、つながりを密にすることにより、市への共感を持つ市民層を育てる。 ● 事業課においては、更新したコンテンツをメールマガジンで告知することで、参照数を増やす。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市政全般、自分に関係する行政サービス、市の魅力などの情報に関心がある市民。 |
| 内容 | <p>【広報課メールマガジン】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 読みやすい内容にするために、一度に発信する本文を減らす。 ● 市民との「つながり感」を高めるために、発行頻度を現行の月2回から4回に増やす。 ● 公式ホームページへの誘導に特化するのではなく、メールマガジン自体の「読み物」としての楽しみを作り出す。 <p>【事業課メールマガジンの新設】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● メールマガジンの読者を増やすため、事業課にもメールマガジンの積極的な発行を働きかける。 ● 事業課と広報課がタイアップし、事業課のメールマガジンの運用例(成功例)をつくり、他の事業課にメールマガジンを活用する事例を示す。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 広報課メールマガジン改訂、事業課版活用例作成 ● 平成24年度 継続 |

映像

| | |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>事業名</p> | <p>A-13 催事情報システム(プラズマテレビ)</p> <div data-bbox="311 248 692 517" data-label="Image"> </div> <p>プラズマテレビで市のイベントやお知らせを放映。区役所開庁時間(8時30分~17時15分)、約30画面を15秒間隔で表示。</p> |
| <p>改善の目的・効果</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 10区役所には、年間相当数の市民が来庁しており、催事情報システムは有効に活用すれば一定のPR効果が期待できる。 ● 市政情報の周知に積極的に活用する。 ● PRビデオ、テレビ広報番組などの映像コンテンツを二次利用する場としても有効である。 |
| <p>対象</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 区役所来庁者。 |
| <p>内容</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● PRビデオ、テレビ広報番組の二次利用のほか、事業課の広報媒体として活用する。 ● テレビ放送用データの作り方に関するガイドラインを作成し、事業課が放送用データを自作できるようにする。 ● 市民にわかりやすく、親しみをもってもらえるように事業名を変更し、事業課の利用促進を図る。 |
| <p>年度</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 放送用データ作成のガイドライン作成、新しい放映計画に沿った試験放映開始、名称変更 ● 平成24年度 新運用開始 |

| 映像 | |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | <p>A-14 PRビデオ</p> <p>【ビデオタイトル】</p> <p>平成20年度 「10 Colors Saitama～私たちがつくり共に生きるまち～」</p> <p>平成21年度 「さいたま市長と堀尾正明の絆対談」</p> <p>平成22年度 「さいたま市漫ろ歩き～映像散歩 観光編～」</p> |
| 改善の目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市の内外に向けて、市の魅力を紹介する。 ● 市が伝えたいキーパーソンに映像情報を伝える。 ● 美しい上質な映像によって、市の魅力を多方面からとらえ、新しい市の魅力を発見する。 ● 市の現在の姿を記録し、市の公式な映像記録として後世に伝える。 ● 二次利用の用途を広げ、簡単に市の魅力紹介ができるツールとする。 |
| 使い方 | <ul style="list-style-type: none"> ● テレビ埼玉で年2回放送する。 ● 市のイメージアップにつながる情報発信を期待できるキーパーソン、マスコミ関係者に配布する。 ● 公式ホームページでストリーミング配信する。 ● 区役所のプラズマテレビで定期的に放映する。 ● 市内の図書館、小・中学校に配布する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市の魅力を伝える上質な映像で構成する。 ● そのときどきのさいたま市の姿を記録し、後世に伝える史料映像とする。 ● 毎年1作ずつテーマを明確に設定し、計画的に市の魅力を網羅的に記録する。 ● これまで作成したPRビデオは、すべてDVD化し、内容をリスト化した上で公開する。 (公式ホームページ、区役所プラズマテレビ、図書館、学校など) |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 旧作のDVD化、リスト化 ● 平成24年度 継続 |

マス媒体

| | |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-15 テレビ広報番組「きらめきいっぱい さいたま市」 【平成22年度の放送概要】 毎月第1～4日曜日、10:45～11:00に放送(第2・4日曜日は前週の再放送)。 年間24本制作。 |
| 改善の 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市の内外に向けて、市の魅力を紹介する。 ● 市の「今」を、映像で伝える。 ● 重要な事業などを必要に応じて取り上げ、施策PRツールとしても活用する。 |
| 使い方 | <ul style="list-style-type: none"> ● テレビ埼玉で放送する。 ● 公式ホームページで2年間ストリーミング配信する。 ● 区役所のプラズマテレビで順次放映する。 ● 市内図書館、学校での活用を検討する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 番組で取り上げるテーマを計画的に設定し、市の特長や各区を網羅する内容とする。 ● VHS版はDVD版に転換し、旧作の内容を検索できるようにリスト化した上で、貸し出しする。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 旧作のDVD化を開始 ● 平成24年度 継続 |

マス媒体

| | |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-16 ラジオ広報 【平成22年度の放送内容】 月曜日から金曜日までの毎日10秒間のCM放送。 |
| 改善の 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 県外にも情報発信できる媒体であり、首都圏における市のイメージアップにつながる。 ● 放送スタイルは、キャッチフレーズの「刷り込み」に適する。 |
| 対象 | ● NACK5視聴者(首都圏)。 |
| 内容 | ● 都市イメージの形成に寄与する複数のフレーズ等を用意し、継続的に放送する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 新バージョン放送 ● 平成24年度 継続 |

| マス媒体 | |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-17 市政広告 |
| 改善の目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 県内版での掲載が主となるが、県内全域へのアピールに活用できる。 ● 市の県内での存在感の向上だけでなく、市への集客、転居などの誘導も企図する。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 新聞読者(県内)。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市をアピールする広告テーマを計画的に設定し、斬新でインパクトのある広告とする。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 掲載 ● 平成24年度 継続 |

| 制度・企画 | |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-18 情報発信協力者 |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 情報発信協力者を組織し、民間からの情報発信を促進する。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市の「観光宣伝部長」など、情報発信が期待できる著名人。 ● ブログやホームページを使って情報発信している市民。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市の魅力やトピックスを発信する協力者をリスト化し、市から情報提供を行う。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 リスト作成、順次情報提供 ● 平成24年度 継続 |

| 制度・企画 | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-19 東京事務所拠点化 |
| 改善の目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 首都メディア戦略の最前線拠点。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 主要メディアとの関係・人脈づくりを行う。 ● リリース、ニュースレター、グラフ誌版市勢要覧などを首都メディアに届け、市をアピールする。 ● 事業課が首都圏や全国を視野に入れた事業を展開する場合は、首都メディア戦略の拠点となる。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 運用開始 ● 平成24年度 継続 |

庁内／制度・企画

| | |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-20 庁内報 |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none">● PR活動の進捗情報、役に立つ情報を全庁で共有する。● 職員のPR意識を鼓舞する。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none">● 全職員。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none">● 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。● アクションプランの進捗、活動事例などを周知する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none">● 平成23年度 検討● 平成24年度 運用開始 |

庁内／制度・企画

| | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-21 PRヘルプデスク |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none">● 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 | <ul style="list-style-type: none">● 全庁各事業課。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none">● 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。● 当初は特定の事業課のPR活動を支援し、事業課PRの範となる事例を増やしていく。● 最終的には、事業課の「事業PR計画」をサポートし、戦略的な事業PRを展開できるようにする。● 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 | <ul style="list-style-type: none">● 平成23年度 支援事例づくり● 平成24年度 継続 |

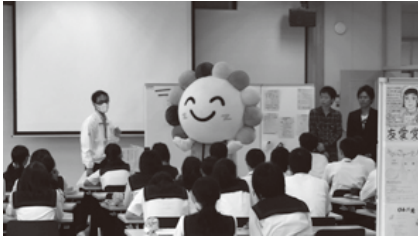
庁内／制度・企画

| | |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-22 庁内優良PR紹介 |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 事業課で実施されたPR事例の中から、とくにすぐれた企画を顕彰し、事業課PRの手本として共有する。 ● 事業PRに取り組む意欲を高める。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 前年度に事業課で実施されたPR活動。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 事業課が作成した印刷物、PRグッズ、イベントなど、市民へのPR全般を対象とする。 ● ツール類の完成度、企画のユニークさ、効果の大きさなどの視点から、とくに優秀な例を紹介する。 ● 他事業課の範となるように公式ホームページ上で公開する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 検討 ● 平成24年度 印刷物に関する事例を選考 |

庁内／制度・企画

| | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-23 各課広報担当者 |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 各課に広報担当者を任命し、事業課においても新たなPR活動に取り組む体制をつくる。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 各課のホームページ担当者をあてる。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 各課の連絡窓口となり、プランの全庁的浸透に寄与する。 ● ホームページの担当者制度は継続する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 運用開始 ● 平成24年度 継続 |

庁内／制度・企画

| | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-24 出前講座 |
| |  <p>【選挙出前講座の様子】</p> |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市政に対する理解・親近感を醸成し、市政への市民参加を促す。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市内に在住または通勤、通学の人。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市民に伝えるべき重要な施策、トピックス、意識啓発などのテーマを事業課が設定し、それぞれのテーマに沿った市民対象の講座を実施する。 ● 特に必要性や市民ニーズが高いと思われるテーマに関しては、広報課から事業課に講座の実施を働きかける。 ● 講座ではテーマに沿った説明に加えて、さいたま市をPRするような事業・イベント等も紹介する。 ● 広報課は、事業課で設定したテーマをとりまとめ、市民に周知する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 テーマ設定、運用開始 ● 平成24年度 継続 |

庁内／制度・企画

| | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-25 事業課PRツールの効率化 |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 事業課が作成しているさまざまなPRツールの効率的な運用を図る。 |
| 対象 | <ul style="list-style-type: none"> ● 全庁事業課で作成するPRツール。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 印刷物調査にもとづき、事業課作成のPRツールにおける対象者、配布時期、配布方法などの重複を洗い出す。 ● 事業課が異なっても統合可能なツール、統合することで伝達力が高まるツールを特定し、ツールの効率的な統合のあり方を検討する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 統合ツールの検討 ● 平成24年度 試験運用 |

【印刷物調査】

庁内で作成されたPR印刷物の効果検証の方策を検討するため、広報課が印刷物の作成目的、種類、部数等を事業課に照会するもの。

庁内／マニュアル

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-26 PR実践マニュアル |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 事業課で行う事業PRの手引書となる。 ● PRに関する知識が浅い職員であっても、事業PRが可能となるようなマニュアルとする。 ● 事業課でのPRの効果的なあり方、広報課の支援内容などを明示する。 ● 事業課でのPRの「敷居」を低くする。 |
| 対象 | ● 全庁職員。 |
| 内容 | ● 事業課PRの意義・メリット、実施方法、実施のタイミングなどについてのマニュアルを作成する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 マニュアル作成 ● 平成24年度 運用開始 |

庁内／マニュアル

| | |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-27 情報発信テンプレート |
| 目的・効果 | ● 事業課で独自に作成するPRツールのひな形を版型別(チラシ、パンフレットなど)に用意し、それを活用することで、ツールの質が平準化され統一感が生まれる。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● パンフレットの表紙、チラシ、ポスターのひな形をそれぞれ4種類程度作成する。 ● 用途・目的に応じて事業課が選択し、ひな形内の文字やビジュアルを差し替えて使用する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 テンプレート作成、運用開始 ● 平成24年度 継続 |

庁内／マニュアル

| | |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-28 市民向け文章作法 |
| 目的・効果 | ● 市民に正確に伝わり、分かりやすい文章を書くための手引書。 |
| 対象 | ● 全庁職員。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● ホームページ、広報ツール、記者提供資料など、庁外の人に向けた文章を書く際に留意すべき諸点を手引書としてまとめる。 ● 役所言葉、役所的な言い回し、伝わりにくい構文などを排除し、伝わりやすい例を示す。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 内容検討 ● 平成24年度 運用開始 |

庁内／マニュアル

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-29 事業課PR調査 |
| 目的・効果 | ● 事業課のPR活動を自己評価することで、事業PRの効果的なあり方を検討する契機をつくる。 |
| 対象 | ● 前年度に事業課で実施されたPR活動 |
| 内容 | ● 事業課が実施するPR活動を記録し、自己評価するための調査票をつくる。 ● 事業課で作成したPR調査票を広報課で取りまとめ、全庁的なPR活動の全容を把握する。 |
| 年度 | ● 平成23年度 事業課PR調査票の設計、調査実施 ● 平成24年度 継続 |

庁内／マニュアル

| | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | A-30 事業PR計画フォーマット |
| 目的・効果 | ● 事業を立案・推進する上で、効果的なPRを考える契機をつくり、実践を助ける。 |
| 対象 | ● PRを必要とする事業全般。 |
| 内容 | ● 個別の事業において、どのようなPR活動を、どのタイミングで行えばよいのかを検討するためのフォーマットを示す。 ● 項目ごとに記入することで、事業PRの進め方がわかるようなカルテ形式とする。 |
| 年度 | ● 平成23年度 内容検討 ● 平成24年度 試験運用 |

2-2. 報道対応

(1) 報道対応の方針

- ① 広報監付の機能を拡大し、市のパブリシティ全般の底上げを指導する
- ② 職員のPRマインドを育成する
- ③ 広報との連動性を強める
- ④ 危機事案発生時の非常時広報体制を確立する
- ⑤ 記者会見を効果的に演出する

- ① 広報監付の機能を拡大し、市のパブリシティ全般の底上げを指導する

広報監付は、市のパブリシティ全般を統括する立場から、事業課がつくる記者提供資料、市長の定例記者会見用資料などに対して指導監督機能を強化し、資料の質的向上、訴求力の強化を図る。

- ② 職員のPRマインドを育成する

所管事業の情報伝達だけのPRではなく、事業推進を助けるような「攻めのPR」が発想できるように、職員のPRマインドを育成し、ノウハウを蓄積する。

- ③ 広報との連動性を強める

広報課で行っている広報と広報監付が統括するパブリシティは、方法論的な違いはあるが、目指すところは同じである。現在のところ、組織上個々に独立的な動きをしているが、広報とパブリシティが情報発信・提供の両輪となって、相乗効果を上げられるように相互の連動性を強める。

- ④ 危機事案発生時の非常時広報体制を確立する

報道対応は「迅速性とタイミングのよさ」が何よりも大切であり、危機事案発生時にはさらに格別の対応が求められる。非常時にふさわしい、平時とは異なる対応ができるように危機管理部局との連携を強化しながら、非常時広報体制を改めて確立する。

⑤ 記者会見を効果的に演出する

市長定例記者会見は、必ず新聞等のマスメディアで報道される市のトップセールスである。市長が発表するにふさわしい内容とするとともに、記者や市民により分かりやすく伝わるよう様々な演出を行い、取材されやすい環境を整備する。

(2) 報道対応のアイテム

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | B-1 パブリシティガイドライン |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● パブリシティを質的に向上させ、広報監付のチェック機能を働かせることにより、提供情報の訴求力を高め、市の実情に即したパブリシティを実現する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 一般論としてのパブリシティのあり方は、『情報発信ガイドライン』に記述されているが、これを市の実情、職員の実務に合わせて再編集し、パブリシティ手引書の「決定版」とする。 ● 報道機関への資料提供、記者レクチャー、記者会見の活用の仕方、資料の作り方を明示する。 ● 特に、首都圏メディアを意識したネタの作り方を明示する。 ● パブリシティに関わる広報監付の機能・権限を改めて確認し、ガイドラインの徹底を図る。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 内容検討、運用開始 ● 平成24年度 継続 |

| | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | B-2 市長定例記者会見 |
| 改善の目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 最も効果的な定例記者会見のあり方を確立し、記者会見の魅力化を図る。 ● 記者会見の要項を定め、「パブリシティガイドライン」に盛り込む。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市長発表のスタイルを改めて定義する。 ● 記者提供資料は、記者や市民が見てもわかりやすく、目的、ターゲット、訴求したいメッセージを明確にしたものを作成する。 ● グラフや図形を利用したわかりやすい説明用パネルの使用を必須とし、市長がパネルに沿って説明できるような資料を用意する。 ● 事業推進に資する政策的で斬新な発表を心がけ、そのノウハウを蓄積する。 ● さらに分かりやすくするため、パワーポイントの利用を検討する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 検討開始、順次実施 ● 平成24年度 継続 |

| | |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | B-3 広報推進責任者 |
| 改善の目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 各所管部局におけるパブリシティ全般の底上げを図るため、中心的役割を担う広報推進責任者を各部、各区役所単位で任命する。 ● 広報推進責任者を、広報監と各所管部局との連動性を高める窓口として機能させる。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 広報監は年に数度、広報推進責任者会議を開催し、本市パブリシティ向上のための情報交換、研修等を実施し、広報推進責任者の意識啓発を行う。 ● 広報推進責任者は常に事業所管課の施策・事業のPRを意識し、事業所管課が積極的に広報・記者発表等を行うよう指導し、その内容、発表方法、発表時期等を提案する。 ● 広報推進責任者は事業所管課に報道機関からの問い合わせ等がある場合を常に想定し、対応者、対応方法、対応範囲について確認を行なう。 ● 広報推進責任者は報道機関から取材を求められた場合、必要に応じ広報監へ速やかに連絡し、連携を図る。 ● 広報推進責任者は、各所管部局の広報担当キーパーソンとして中心的役割を担う。 |
| 年度 | ● 平成23年度 継続実施 |

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | B-4 タウン誌向け情報提供 |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● パブリシティの媒体として、タウン誌も積極的に活用する。 ● 日ごろからの情報提供によりタウン誌との連携を深め、広報課マターの媒体としても活用しやすい関係を構築する。 |
| 対象 | ● 「リビングさいたま」、「ぼど」などのさいたま市内で配布されているタウン誌。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市政記者クラブに提供している記者提供資料の中から、市民生活に密着した話題を選んで、タウン誌編集部を提供する。 ● 毎週1回程度、郵送する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 運用開始 ● 平成24年度 継続 |

| | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | B-5 メディアリスト |
| 目的・効果 | ● テーマに適したメディアに情報提供し、露出を増やす。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市政情報の中から、メディアが関心をもちそうな情報を選んで、その専門分野のメディアに情報提供する。 ● あらかじめ想定される分野ごとに、関係メディアをリスト化しておく。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 リスト作成、順次運用開始 ● 平成24年度 継続 |

| | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | B-6 パブリシティ事例紹介 |
| 目的・効果 | ● パブリシティの現状、モデルケースなどを積極的に庁内に周知し、職員のPRマインドを育成する。 |
| 対象 | ● 全庁職員。 |
| 内容 | ● パブリシティの実績、効果の上ったモデルケース、戦略的なパブリシティの活用例などを取り上げる。 ● 広報課の「庁内報」を活用して周知する。 |
| 年度 | ● 平成23年度 運用開始 ● 平成24年度 継続 |

| | |
|-------|--------------------------------------------------------|
| 事業名 | B-7 PR研修 |
| 目的・効果 | ● 研修により、PRマインドを学習する。 |
| 対象 | ● 広報担当者、全庁職員(eラーニング) |
| 内容 | ● PR活動の意義、重要性、実施方法などを市の実態・実例に合わせて研修する。 ● OJT、eラーニング |
| 年度 | ● 平成23年度 内容検討 ● 平成24年度 順次実施 |

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | B-8 メディアトレーニング |
| 目的・効果 | ● マスコミ取材の最前線に立つ職員においてメディアへの耐性をつけ、「攻めの取材対応」を行う。 |
| 対象 | ● マスコミ取材に対応することが多い課長級職員。 ● 各区・各局の広報推進責任者 |
| 内容 | ● すでに実施されている課長級研修に組み込む。 ● メディア対応で気をつけるポイント、想定Q&Aの作り方、話し方のコツなど、マスコミ取材を恐がらない準備方法を示す。 ● 危機管理広報マニュアルを作成し、パブリシティガイドラインに掲載する。 |
| 年度 | ● 平成23年度 内容検討 ● 平成24年度 順次実施 |

| | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | B-9 緊急時広報体制 |
| 目的・効果 | ● 危機事案発生時の報道対応において、最もダメージを軽減させる庁内体制をつくる。 |
| 内容 | ● 危機事案発生時の非常時報道対応において、事業課の情報提供のあり方、提供情報の決裁方法、市首脳部の緊急意思決定の方法、広報監の権限などを危機管理部局と連携をとりながら定める |
| 年度 | ● 平成23年度 内容検討 ● 平成24年度 順次実施 |

2-3. 情報公開

(1) 情報公開の方針

- 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り、全庁統一的に総合的な情報公開を推進する。また、平成22年度に設置した全庁の組織を網羅する「見える化」推進体制を活用し、制度を浸透させるとともに、事業課における自主的かつ積極的な情報公開の推進を図る。

- 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組みを促す。

- 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するとともに、市民の意見・要望を取り入れて改善する。

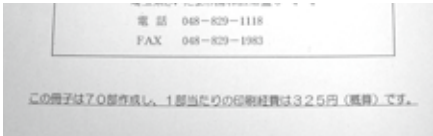
(2) 情報公開のアイテム

| | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-1 情報開示制度 |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市民の知る権利を保障するため、開示を求める市民の権利と情報公開の総合的な推進について定めることにより、説明する責務の全うと市民の市政参加を促進し、もって市政に対する市民の理解と信頼を深め、公正で透明な開かれた市政の発展に寄与する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 「さいたま市情報公開条例」に基づき、市の保有する行政情報を開示請求に応じて開示する。今後も適正な運営に努める。 ● 制度のあり方について、情報公開法の改正なども勘案しながら常に研究し、必要な改善を行う。 ● 利用者の利便性を向上させるため、ホームページにおける行政情報の検索性の向上や開示情報の電子交付等を推進する。 |
| 年度 | ● 平成23年度 さいたま市情報公開条例の見直し |

| | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-2 情報提供制度 |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市の保有する行政情報を積極的に提供し行政の透明化を推進することにより、市民との信頼関係を築き、市民参画の開かれた市政の発展に寄与する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 「さいたま市市政情報の提供の推進に関する要綱」に基づき、市が保有する行政情報をわかりやすく効果的に市民に提供する。 ● 情報公開日本一達成のために最も重要な制度であり、「見える化」推進の手引きを作成し、全庁統一的に徹底を図る。 |
| 年度 | ● 平成23年度以降 継続実施 |

| | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-3 「見える化」推進の手引き |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 「さいたま市市政情報の提供の推進に関する要綱」に基づき、「見える化」の手引きを示すことで、全庁統一的に情報提供の推進に取り組む。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 「さいたま市市政情報の提供の推進に関する要綱」の説明、提供の手順、提供方法等について示す。これに基づき、「見える化」推進体制において具体的に検討し、実践を進める。 |
| 年度 | ● 平成23年度以降 継続実施 |

| | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-4 会議公開制度 |
| 目的・効果 | ● 市民や専門的な知識を有する者を委員とし、その意見を市政に反映させることを目的として設置された附属機関や協議会等の会議を原則公開とし、透明かつ公正な会議の運営を図る。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 「さいたま市情報公開条例」第23条の規定により附属機関等の会議を原則として公開する。 ● 「さいたま市附属機関等の会議の公開に関する要綱」に基づき、会議開催を事前に告知する。 ● 会議開催結果、会議資料及び会議録を各区役所情報公開コーナーにて閲覧等に供するとともに、公式ホームページに掲載する。 ● 制度の厳格な運営に努めるとともに、ホームページへの掲載方法を見直し、検索性の向上を図る。 |
| 年度 | ● 平成23年度 公式ホームページへの掲載方法の見直し |


| | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-5 コスト表記制度  |
| 目的・効果 | ● 市の実施する事業実施に要するコストを表示することにより、市政の透明性の確保と職員のコスト意識の更なる向上を図る。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 「さいたま市コスト表記実施要綱」に基づき、市の発行する印刷物及び市の主催するイベントに係るコストを、その印刷物や表示板、公式ホームページ等に表記し、多くの市民の目にふれる機会をつくることにより、事業への関心を高めるとともに職員自身もコストを意識し改革につなげる。 ● 今後、対象の範囲を広げ、透明性の向上を図る。 |
| 年度 | ● 平成23年度 表記対象範囲の拡大 |

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-6 行政サービスコストの提示 |
| 目的・効果 | ● 市の実施する主要な事務事業の内容及び総コストを公表することにより、市政の透明性の確保と職員のコスト意識の更なる向上を図る。 |
| 内容 | ● 年度ごとに、事務事業にかかる直接的な経費だけではなく、事業の企画立案から実施に携わっている職員の人件費を含めた総事業費も公表する。また、その事業の内容、実施方法等も表示する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 一部試行 ● 平成24年度 運用開始 |

| | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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」を推進する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● すべての部等に「見える化」推進責任者を置くとともに「見える化」推進責任者会議を設置した。「見える化」の推進に必要な調査・検討を行い、課題を整理し、全庁的な実践を進める。 ● 各課所長を「見える化」推進者に任命し、この責任者及び推進者により部等ごとに「見える化」推進者会議を設置した。これにより、各部ごとに、情報を分かりやすく、かつ的確に提供できるよう工夫し、市民の目線に立った分かりやすい情報公開を推進する。 |
| 年度 | ● 平成23年度以降 推進体制の運営 |

| | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-8 情報公開職員研修 |
| 目的・効果 | ● 情報公開にかかる様々な学習の機会を設けることにより、職員の意識改革と制度の理解を促進する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 職員の職位に合わせ、実務研修、講演会、パソコンを利用した研修等を実施する。 ● 定期的に職員意識調査を行い、研修内容の改善を図る。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 研修の充実、拡大 ● 平成24年度 職員意識調査 |

| | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-9 先進情報提供事例紹介 |
| 目的・効果 | ● 情報公開に関する先進事例を庁内に周知することにより、職員の意識啓発を図り自発的な情報提供を促進する。 |
| 内容 | ● 庁内における積極的な情報提供や新しい方法による情報提供などの先進事例、並びに他自治体における同様の先進事例を紹介する回覧板を作成し、全庁掲示板により全庁的に周知する。 |
| 年度 | ● 平成23年度 年2回の回覧板発行 |

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-10 情報公開コーナー  |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● すべての区役所において情報開示請求の受け付け及び行政資料の閲覧、貸出しを行い、透明性の向上と利便性の確保を図る。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 各区役所に設置された情報公開コーナーにおいて、行政情報開示請求及び個人情報開示請求の受け付け、開示の実施、事業課から提供された行政情報の閲覧と貸出し、会議開催のお知らせと開催結果の閲覧等を行う。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度以降 行政資料の配架方法の継続的な改善 |

【浦和区役所情報公開コーナー】

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-11 行政情報の検索性の向上 |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 公式ホームページ上で行政情報の検索性を向上させることにより、情報開示請求時の情報の特定を容易にする。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 現在、紙により情報公開コーナーにおいて提供しているファイル基準表を公式ホームページ上で閲覧できるようにすることで、自宅において個別ホルダーの特定が可能になる。 ● 従来の行政情報検索システムと組み合わせることにより、検索性の向上を図る。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 システムの検討、ファイル基準表の掲載(試行) ● 平成24年度 運用開始 |

| | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-12 開示情報の電子交付 |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 行政情報開示請求における開示情報を電子メール、ファクシミリ等の通信手段により交付することにより、請求者の利便性と情報開示の迅速性を向上させる。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 行政情報開示請求における情報の写しの交付方法としては、現在は主にコピー機により紙にコピーし、直接受け取りに来られない場合は郵送しているが、新たに、電子メール、ファクシミリ等の方法を選択可能にする。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 電子交付の検討、運用開始 |

| | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | C-13 情報提供要望サイト |
| 目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 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サイト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 | <ul style="list-style-type: none"> ● 公式ホームページ上に情報提供に関する意見や要望を書き込むサイトを設けるとともに、情報公開コーナーに意見箱を設置する。 ● ここに寄せられた意見・要望は事業課に送付され、今後の情報提供の参考とする。 |
| 年度 | ● 平成23年度 制度の検討、運用開始 |

2-4. 広聴

(1) 広聴の方針

- ① 市民の声を一元的に管理する「市民の声データベース」を構築する
- ② 市民の声に迅速かつ適切に対応する体制を整備する
- ③ 分類・分析された市民の声を施策に反映する
- ④ 広聴実績を積極的に情報提供する
- ⑤ 戦略的な広聴機能を普及させる
- ⑥ 市民からの問い合わせをワンストップ化する

- ① 市民の声を一元的に管理する「市民の声データベース」を構築する

区役所や事業課に直接入る市民の声をそれぞれが入力し、その情報を共有化するとともに、随時に分類・分析して統計情報等を出力できる「市民の声データベース」を構築する。市長への提案、タウンミーティング、パブリック・コメント、コールセンターなど、さまざまな形態で広聴課に蓄積された市民の声についても「市民の声データベース」で一元的に管理する。

- ② 市民の声に迅速かつ適切に対応する体制を整備する

「市民の声データベース」を全庁で活用することにより、自動的に事業課同士の連携が図られ、迅速な対応が可能となる。事業課は、市民の声やその対応状況をリアルタイムに「市民の声データベース」に入力するとともに、その対応状況を各区・各局等において責任を持って市民に回答する。

部局横断的な市民の声や重要案件にかかる市民の声で、事業課では実現が難しいものについて、その対処方法を検討・検証する専門機関「(仮称)市民の声検討会議」を設置し、市民の声に対し適切に対応する。

市長への提案についても、「市民の声データベース」の回答の仕組みに統合し、市長は、「市民の声データベース」で分類・分析された市全体の市民の声と、専門機関の調整も含めた市民の声への回答状況を随時確認し、必要に応じて指示する。

- ③ 分類・分析された市民の声を施策に反映する

「市民の声データベース」を全庁で共有化するとともに、分類・分析された統計情報等のデータや回答状況を取りまとめ、全庁や都市経営戦略会議に適宜報告することにより、市民の声を施策や事務事業に的確に反映する。

④ 広聴実績を積極的に情報提供する

さまざまな広聴機能の実績を公式ホームページなどにより、市民に見える形で積極的に情報提供する。

また、「市民の声データベース」を公開し、市民の個々の声がどのような処理段階にあるのか市民がインターネットを通じて照会できるようにし、迅速な対応状況を市民に明示する。

⑤ 戦略的な広聴機能を普及させる

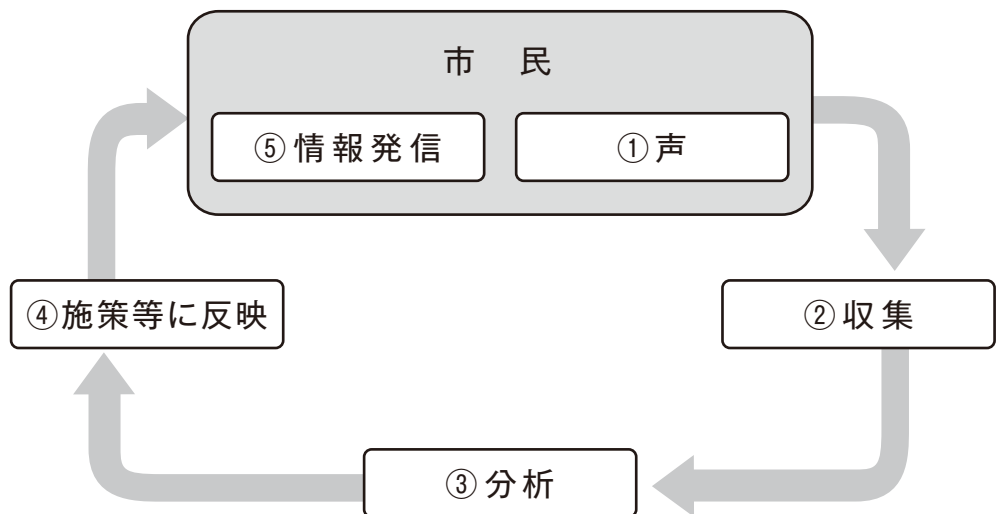
市民から寄せられる声を待つ受け取る「受け身の広聴」ではなく、市民の理解・賛同が欠かせない事業においては、時機を逸せず市民意識を把握し対策を講じるなど、広聴機能を施策推進に活用する「攻めの広聴」に転換する。

⑥ 市民からの問い合わせをワンストップ化する

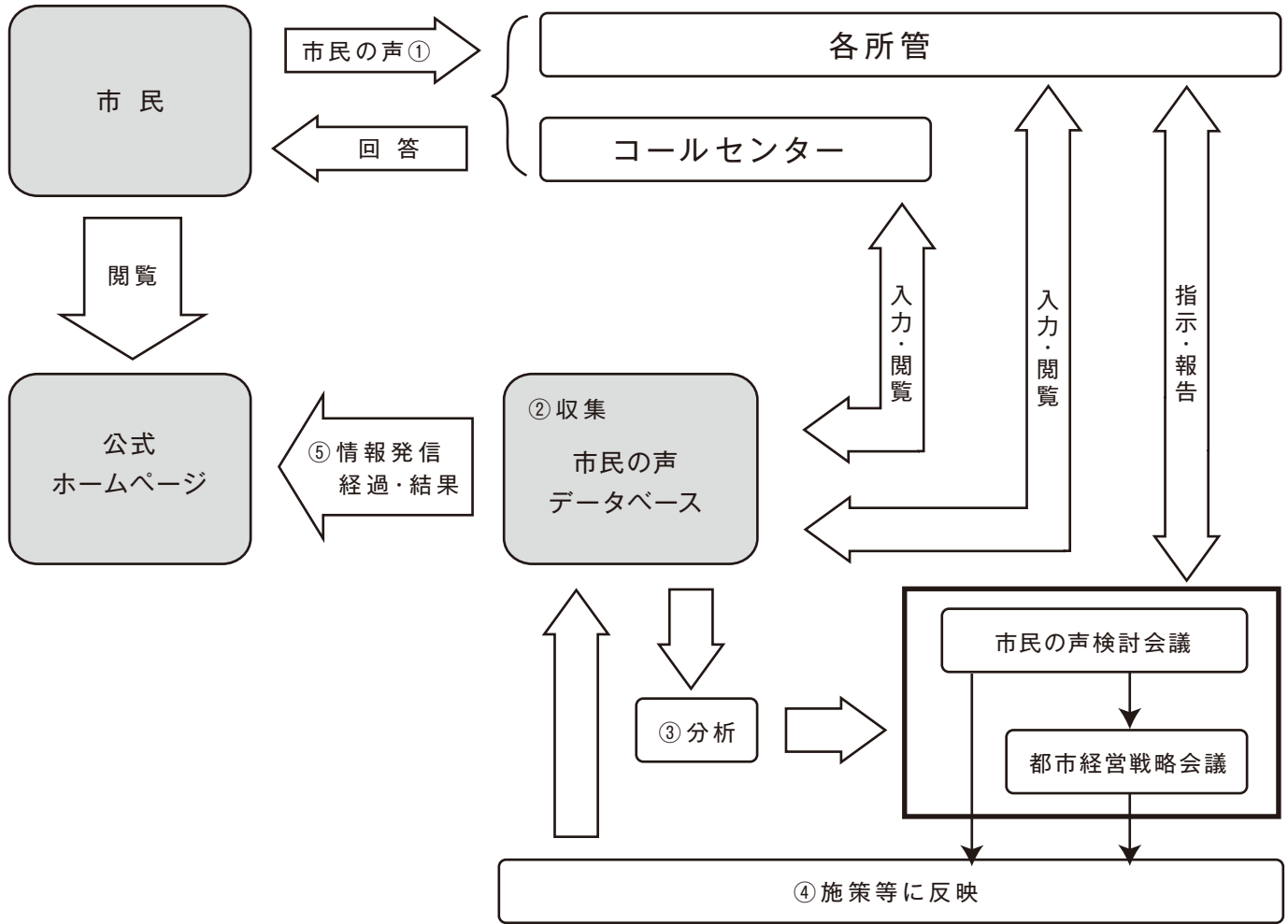
市役所や各区役所の代表電話を廃止して、コールセンターに統合することにより、市民の声を集中して受け付け、対応のワンストップ化を図る。

コールセンターで受け付けた市民の声も「市民の声データベース」に吸収することにより、関係する事業課に自動的に転送され迅速かつ適切に処理を行う。

[情報サイクル]



[市民の声処理システム イメージ]



(2) 広聴のアイテム

| | |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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を一元的に管理し、効率的かつ適切に対処する。 |
| 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、市に寄せられたすべての市民の声。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● これまでにさまざまな形態で広聴課に蓄積された市民の声を、一元的なデータベースに移管する。 ● 区役所や事業課に直接入る市民の声やその処理状況もデータベースに吸収する。 ● 今後新たに収集する市民の声やその処理状況は、その事業課がイントラネット上で入力し、全庁で閲覧できるシステムをつくる。 ● 事業課により入力された市民の声が、どのような処理状況にあるのかを公開し、市民がインターネットで閲覧できるようにする。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 市民の声データベースのシステム基本計画 ● 平成24年度 システムの構築、テスト運用、運用開始 |

| | |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | D-2 市民の声検討会議 |
| 目的・効果 | ● より多くの市民の声の実現を図り、市民満足度を向上させるため、市の幹部級で構成する「(仮称)市民の声検討会議」を設置する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 部局横断的な市民の声や、実現することが難しい重要事案にかかわる市民の声への対処方法を検討・決定する。 ● 副市長を長とし、主要幹部で構成する。 ● 通常案件は、各区・各局等に対応方針を決定し、事業課が処理する。 ● 最重要案件は、都市経営戦略会議に付議する。 |
| 年度 | ● 平成23年度 運用開始 |

| | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | D-3 市民の声への対処システム |
| 目的・効果 | ● 市民の声に関する検討から市政への反映までをシステム化し、迅速に対応できる体制をつくる。 |
| 対象 | ● 市民の声を受け付ける全庁の事業課とその声を処理する全庁の事業課 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 窓口等で市民の声を受け付けた事業課は、必ずイントラネット上でその内容を市民の声データベースに入力し、その声を処理する事業課を設定し、伝達する。 ● 市民の声を処理する事業課は、その市民の声への対応状況を市民の声データベースに入力するとともに、各区・各局等において責任を持って市民に回答する。 ● データベースに集約された市民の声は統計的に処理し、全庁や「(仮称)市民の声検討会議」、都市経営戦略会議に適宜報告する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 内容検討 ● 平成24年度 順次運用開始 |

| 事業名 | <p>D-4 市長への提案</p> <p>(件)</p> <p>市長への提案 受付件数</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>受付件数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>17年度</td> <td>1,006</td> </tr> <tr> <td>18年度</td> <td>1,170</td> </tr> <tr> <td>19年度</td> <td>909</td> </tr> <tr> <td>20年度</td> <td>894</td> </tr> <tr> <td>21年度</td> <td>1,462</td> </tr> </tbody> </table> <p>(平成)</p> | 年度 | 受付件数 | 17年度 | 1,006 | 18年度 | 1,170 | 19年度 | 909 | 20年度 | 894 | 21年度 | 1,462 |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|------|-------|------|-------|------|-----|------|-----|------|-------|
| 年度 | 受付件数 | | | | | | | | | | | | |
| 17年度 | 1,006 | | | | | | | | | | | | |
| 18年度 | 1,170 | | | | | | | | | | | | |
| 19年度 | 909 | | | | | | | | | | | | |
| 20年度 | 894 | | | | | | | | | | | | |
| 21年度 | 1,462 | | | | | | | | | | | | |
| 改善の目的・効果 | ● 対処を迅速化し、市からの回答を「見える化」する。 | | | | | | | | | | | | |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 「市長への提案」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。対応状況は、専門機関(「(仮称)市民の声検討会議」)で確認、検証する。 ● 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。 ● 市政に反映した事例は、広報素材として活用し、市報と公式ホームページに掲載する。 | | | | | | | | | | | | |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 内容検討 ● 平成24年度 順次運用開始 | | | | | | | | | | | | |

| | |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | D-5 タウンミーティング |
| 改善の目的・効果 | ● 参加した市民の満足度を高め、タウンミーティングの成果を「見える化」する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市民参加者が意見を出しやすい身近なテーマを設定する。 ● テーマに合わせて参加者人数、実施方法などを工夫する。 ● 意見交換は1問1答形式だけでなく、テーマに沿って自由に討議する形式などで行う。 |
| 年度 | ● 平成23年度 運用開始 |

| | |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | D-6 パブリック・コメント |
| 改善の目的・効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 市民が評価しやすい情報提供を行う。 ● パブリック・コメントを実施する施策の認知度を高め、市民の評価を積極的に収集する。 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ● 施策の庁内資料は、市民には理解できない場合が多く、また分量も多い。パブリック・コメントを実施する施策は、市民説明用の簡易バージョンを用意し、市民が理解し評価しやすい情報提供を行う。 ● パブリック・コメントを実施する施策に関する告知は、市報や公式ホームページだけでなく、メールマガジンでも行うほか、イベントなどの機会も活用する。 ● パブリック・コメント実施予定の施策を、その関連情報とあわせて公式ホームページで紹介し、市民の関心を高める。 ● パブリック・コメント制度が適正かつ円滑に運用されるよう職員を対象とした研修会を開催する。 |
| 年度 | ● 平成23年度 運用開始 |

| | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | D-7 コールセンターと代表電話との統合 |
| 目的・効果 | ● 市への問い合わせ・苦情・要望の受信をコールセンターに一本化し、それらへの対応のワンストップ化を進める。 |
| 内容 | ● 市民の声データベース化、イントラネットとの接続により、コールセンターでの受付処理能力を高める環境を整えた後、代表電話を廃止して、コールセンターに一本化する。 |
| 年度 | <ul style="list-style-type: none"> ● 平成23年度 統合システムの基本計画、本庁の休日代表電話をコールセンターに転送 ● 平成24年度 統合システムの構築、テスト運用、区の休日代表電話をコールセンターに転送 |

| | |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | D-8 市民意識調査 |
| 改善の目的・効果 | ● さいたま市民意識に関する最も基本的なデータとして継続的に蓄積する。 |
| 内容 | ● 市民意識調査は、無作為抽出による厳密な調査を必要とし、しかも時間的な余裕がある案件を中心に実施する。 ● 次年度の予算編成に間に合うように実査時期を早める。 |
| 年度 | ● 平成23年度 運用開始 |

| | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | D-9 ウェブアンケート調査 |
| 目的・効果 | ● インターネット調査を通して、市民(市政モニター)からリアルタイムで市民意識を把握する。 |
| 内容 | ● 事業課の要望や重要施策・緊急課題に関連する調査テーマについて、時機を逸せずタイムリーにアンケートを実施する。 ● 必要に応じて、市外を対象とする調査も実施する。 |
| 年度 | ● 平成23年度 内容検討、運用開始 |

| | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業名 | D-10 広聴実績のアピール |
| 目的・効果 | ● 広聴実績を年間のトータルで、また個別の特徴的な案件でアピールする。 |
| 内容 | ● さまざまな広聴活動の実績を、毎年「広聴事業概要書」にとりまとめ、公表する。 ● 市長への提案などに寄せられた案件で、市政に反映した事案に関しては、広聴実績の具体例として市報、公式ホームページなどで周知する。 |
| 年度 | ● 平成23年度 内容検討、順次運用開始 |

Saitama City PR Masterplan

タイムテーブル

(1) 情報発信

| 事業名 | 23年度 | 24年度 |
|----------------------------|--------------------------|----------|
| A-1 都市イメージキャッチフレーズ | 記念式典で発表 | 市内外への周知 |
| A-2 映像ライブラリー | 公開 | 継続 |
| A-3 市報さいたま | 全面改訂 | 継続 |
| A-4 ハローマイタウン | 改訂 | 継続 |
| A-5 ガイドマップ | 現行地図改訂 | 新地図検討 |
| A-6 グラフ誌版市勢要覧 | 年2回発行 | 継続 |
| A-7 ニュースレター | 定期発行 | 継続 |
| A-8 グリーティングカード | 運用開始 | 継続 |
| A-9 公式ホームページ | トップページ改訂 | 継続 |
| A-10 地域ポータルサイト | 設計、参加者募集 | 運用開始 |
| A-11 広報課ブログ | 運用開始 | 継続 |
| A-12 メールマガジン | 広報課メルマガ改訂、 事業課版活用例作成 | 継続 |
| A-13 催事情報システム (プラズマテレビ) | ガイドライン作成、試験放映 開始、名称変更 | 新運用開始 |
| A-14 PRビデオ | 旧作DVD化、リスト化 | 継続 |
| A-15 テレビ広報番組 | 旧作DVD化開始 | 継続 |
| A-16 ラジオ広報 | 新バージョン放送 | 継続 |
| A-17 市政広告 | 掲載 | 継続 |
| A-18 情報発信協力者 | リスト作成、順次情報提供 | 継続 |
| A-19 東京事務所拠点化 | 運用開始 | 継続 |
| A-20 庁内報 | 検討 | 運用開始 |
| A-21 PRヘルプデスク | 支援事例づくり | 継続 |
| A-22 庁内優良PR紹介 | 検討 | 印刷物事例の選考 |
| A-23 各課広報担当者 | 運用開始 | 継続 |
| A-24 出前講座 | テーマ設定、運用開始 | 継続 |
| A-25 事業課PRツールの効率化 | 統合ツールの検討 | 試験運用 |
| A-26 PR実践マニュアル | マニュアル作成 | 運用開始 |
| A-27 情報発信テンプレート | テンプレート作成、運用開始 | 継続 |
| A-28 市民向け文章作法 | 内容検討 | 運用開始 |
| A-29 事業課PR調査 | 調査票設計、調査実施 | 継続 |
| A-30 事業PR計画フォーマット | 内容検討 | 試験運用 |

(2) 報道対応

| 事業名 | 23年度 | 24年度 |
|------------------|-----------|------|
| B-1 パブリシティガイドライン | 運用開始 | 継続 |
| B-2 市長定例記者会見 | 検討開始、順次実施 | 継続 |
| B-3 広報推進責任者 | 継続実施 | |
| B-4 タウン誌向け情報提供 | 運用開始 | 継続 |
| B-5 メディアリスト | 順次運用開始 | 継続 |
| B-6 パブリシティ事例紹介 | 運用開始 | 継続 |
| B-7 PR研修 | 内容検討 | 順次実施 |
| B-8 メディアトレーニング | 内容検討 | 順次実施 |
| B-9 緊急時広報体制 | 内容検討 | 順次実施 |

(3) 情報公開

| 事業名 | 23年度 | 24年度 |
|------------------|----------------------------|--------|
| C-1 情報開示制度 | さいたま市情報公開条例の見直し | 継続 |
| C-2 情報提供制度 | 継続実施 | |
| C-3 「見える化」推進の手引き | 継続実施 | |
| C-4 会議公開制度 | 公式ホームページへの掲載方法の見直し | 継続 |
| C-5 コスト表記制度 | 表記対象範囲の拡大 | 継続 |
| C-6 行政サービスコストの提示 | 一部試行 | 運用開始 |
| C-7 「見える化」推進体制 | 推進体制の運営 | 継続 |
| C-8 情報公開職員研修 | 研修の充実、拡大 | 職員意識調査 |
| C-9 先進情報提供事例紹介 | 年2回の回覧板発行 | 継続 |
| C-10 情報公開コーナー | 行政資料の配架方法の改善 | 継続 |
| C-11 行政情報の検索性の向上 | システムの検討、 ファイル基準表の掲載(試行) | 運用開始 |
| C-12 開示情報の電子交付 | 電子交付の検討、運用開始 | 継続 |
| C-13 情報提供要望サイト | 制度の検討、運用開始 | 継続 |

(4) 広聴

| 事業名 | 23年度 | 24年度 |
|----------------------|-------------|-------------------|
| D-1 市民の声データベース | システム基本計画 | システム構築、テスト運用、運用開始 |
| D-2 市民の声検討会議 | 運用開始 | 継続 |
| D-3 市民の声への対処システム | 内容検討 | 順次運用開始 |
| D-4 市長への提案 | 内容検討 | 制度改定、順次運用開始 |
| D-5 タウンミーティング | 運用開始 | 継続 |
| D-6 パブリック・コメント | 運用開始 | 継続 |
| D-7 コールセンターと代表電話との統合 | システム基本計画 | システム構築、テスト運用 |
| D-8 市民意識調査 | 運用開始 | 継続 |
| D-9 ウェブアンケート調査 | 内容検討、運用開始 | 継続 |
| D-10 広聴実績のアピール | 内容検討、順次運用開始 | 継続 |

写真撮影地

| | |
|-------|----------------|
| 表紙裏 | 平野原送信所 |
| 02 03 | 高沼遊歩道 |
| 04 05 | さいたまスーパーアリーナ |
| 06 07 | さいたま新都心駅東西自由通路 |
| 08 09 | 荒川総合運動公園近く |
| 10 11 | 鴨川堤 |
| 12 13 | 大栄橋 |
| 14 15 | 大宮公園サッカー場 |
| 16 17 | 民家園 |
| 18 19 | 十二日まち |
| 20 21 | 岩槻城址公園わんぱく広場 |
| 53 | 彩の国さいたま芸術劇場 |
| 54 55 | 大宮盆栽美術館 |
| 56 57 | 鉄道博物館 |
| 58 59 | 岩槻城址公園ハツ橋 |
| 60 61 | 大宮第二公園前歩道橋 |

さいたま市PRマスタープラン

さいたま市 市長公室 広報課

〒330-9588 さいたま市浦和区常盤6丁目4番4号

電話 048-829-1039(直通) ファックス 048-829-1018

URL <http://www.city.saitama.jp/>

この印刷物は200部作成し、1部あたりの印刷経費は987.5円です。

