企画・統計、広報関係部課長会議　会議録

１　日　時　平成２９年５月２４日（水）　午後１時３０分

２　会　場　愛知県自治センター４階　大会議室

３　当番市　刈谷市

４　出席者

①県	広報広聴課　課長補佐　上窪徹	
	観光振興課　主事　朝岡千晶	
②市	名古屋市広報課長　宮澤百代	始め４１名
③市長会事務局	財政係長　浅田正弘	始め２名

５　内　容

①開　　会　　市長会事務局　浅田正弘

②あいさつ　　愛知県広報広聴課　課長補佐　上窪徹

③議長選出　　刈谷市企画財政部企画調整監兼企画政策課長　岡部直樹

④議　　題

議題１　地域ＰＲ動画について（常滑市提出）

（１）ＰＲ動画の制作の有無

（２）動画制作の目的

（３）動画の内容

（４）ＰＲ動画による効果

（５）制作後の課題

（６）今後の展望について

◆提案市の常滑市より（１）から（６）までの趣旨説明

◆発言内容

議　　長：安城市で制作したＰＲ動画がユーチューブで１日１０万回再生されたとのことだが、ＰＲにおいて工夫された点などはあるか。

安 城 市：制作会社のファンサイトなどにリンクしてもらっており、公開初日の１０万回再生のうち、６～７割はファンサイトからのアクセスだと聞いている。制作会社のツールをうまく活用することで認知が広がり、動画が興味を引くようなものであれば、自然発生的にアクセスが増え、それに伴いマスコミにも取り上げてもらえる。これによりアクセス件数が伸

びたものと考えている。

議　　長：春日井市の市民参加による魅力発信「春日井ムービーコンテスト」についてお聞かせ願いたい。

春日井市：春日井市では暮らしやすさを市の魅力として打ち出しているが、市民から見た市の魅力を発見するため、今年度からの新規事業として実施する。市民から１分の動画を募り、優秀作品を表彰するとともにユーチューブや市ホームページなどで公開し、市の魅力を発信したいと考えている。

議　　長：議題１について愛知県からの発言を求める。

県(上窪)：県でも広報動画の貸出のほか、ウェブページやテレビ広報番組などで動画を発信している。動画は短い時間でイメージを伝えやすく、映像や音楽で言語を限定せず雰囲気を伝えやすいという利点があり、各市町の取組を理解してもらうための有効な手段であると考えている。一方で課題としては、閲覧数の伸び悩みや効果の指標設定、陳腐化に伴う更新への対応などがあり、良い事例があれば参考にしたい。また、ＱＲコードの活用も有効な手段と認識している。

県(朝岡)：昨年度俳優を起用して観光ＰＲ映画を制作した。顔認証アプリを模したキャラクターを使用してインパクトのある映像で常滑市などを紹介したことにより、地元テレビだけでなく、全国ネットでも話題になった。また、動画を認知した情報源の調査では、テレビが圧倒的に多かった。口コミを元にメディアが取り上げ、どう広がっていくかが動画制作のポイントになる。動画による訴えかけには認知、理解、購入の３段階があり、目的に応じて動画制作を考えるとよい。県としても、認知度を高める短くインパクトのあるものを作っていきたい。

議題２　地域発展につながる広報戦略について（岩倉市提出）

（１）現状の取組について

（２）今後の方向性について

◆提案市の岩倉市より（１）及び（２）の趣旨説明

◆発言内容

議　　長：広報戦略プラン等を策定して取り組んでいる市もあると思うが、名古屋市での取組状況をお聞かせ願いたい。

名古屋市：昨年度名古屋魅力向上・発信戦略を策定し、１０年を目処に全庁的に取り組んでいる。地域発展となると、市民への広報が重要となる。毎年重要広報事業を決め、全庁的に合意を得て進めている。いかに全庁を巻

き込んで取り組んでいくかが重要である。

議　　長：豊川市では昨年シティセールス戦略プランを策定しているが、今後はどのように展開されるのか。

豊 川 市：シティセールス戦略プランは平成２４年に４年間のアクションプランを設け策定し、平成２８年度末に改定したもの。最初のものは全庁的に取り組むため各課がすべきことを集めたが、各課でお願いしていても遅々として進まないため、今回はアクションプランを設けず、秘書課で積極的に主導していくものとしている。

議　　長：知多市の回答に「市民ライター」の記載があるが、今後の展開にイメージがあればお聞かせ願いたい。

知 多 市：今年３月にシティプロモーションのホームページを開設し、フェイスブックページを作成した。若手の職員で検討委員会を組織しており、職員ライターに加え、市民ライターを公募した。現在１２名の市民ライターが市の魅力をフェイスブックで発信している。

議　　長：議題２について愛知県からの発言を求める。

県(上窪)：県ではインターネットの普及拡大に対応するため、フェイスブックやユーチューブなどを使い、動画を発信している。方向性としては県民とのパートナーシップの強化と世界から人を惹きつけるという２つを行動目標とし、著名人を活用した広報のほか、パブリシティ活動にも力を入れている。住民ニーズを的確に捉え、住民が知りたいことを伝えつつ、行政が知らせたいことを届けることが戦略的広報の策定には肝要であり、住民の声を反映した広報計画を立案し、検証し、次の計画に反映させることが効果的である。

県(朝岡)：県でも観光分野でＳＮＳを活用している。フェイスブックやラインなどは気軽に扱ってもらえる利点があり、イベント情報などを発信している。他にも、人を使ったツールとして忍者隊があり、メンバー募集時に海外から多くの応募があったことで話題になり、海外メディアからも注目された。その他、ゆるキャラを作成し、貸出を行っている。

議題３　インターネットを活用したアンケート調査について（岩倉市提出）

（１）インターネットによるアンケートの実施の有無（平成２６年～２８年度実績）

（２）インターネットを活用した調査とする場合の基準

（３）アンケート調査の今後の方向性

◆提案市の岩倉市より（１）から（３）までの趣旨説明

◆発言内容

議　　長：一宮市の回答にある「ＹＡＨＯＯ！世論調査」について、その内容や仕組みなどについて補足説明願いたい。

一 宮 市：ソフトバンクからの提案による実施で、将来的には有償サービスとして提供することを想定したもの。ヤフートップページの広告部分にアンケート募集の記事が表示され、クリックするとアンケート回答画面に遷移するという仕組み。実施して感じたのは、性別や年代ごとに設定した回答数が得られるまで継続できるので、最低限の母数が確保できる。集計も容易で、画面上でクロス集計をボタン一つで分析できるという利点もある。特に市外居住者への調査が可能であり、市のＰＲにも活用できるツールであると感じている。

議　　長：稲沢市の実施している市外在住者を対象としたインターネット調査について、内容や仕組みについてお聞かせ願いたい。

稲 沢 市：まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定にあたり、市内居住者へは郵送によるアンケートを行い、市外居住者への調査としてインターネット調査を行った。会員制のネットリサーチ企業に登録者のサンプルをもらい、男女を半々、首都圏と名古屋圏を半々などの条件を付し、５００人をスクリーニングした。

議　　長：議題３について愛知県からの発言を求める。

県(上窪)：県広報広聴課ではインターネット調査を実施していないが、他部局では実施しているところもある。インターネットの利用が困難な方も相当数あることから今のところ調査手法を変更する予定はない。大量の調査結果の集計の簡便化や省力化、経費削減、若年層回答率の増加など利点がある一方で、インターネットが利用できない人が回答できないことや、回答者属性の偏り、複数回答や情報セキュリティ面、信頼性など課題もあり、幅広い層を等しく調査する場合には郵送が基本となるが、目的を特化したものには有効であると考える。

県(朝岡)：県観光局では昨年度２件のインターネット調査を実施している。１件は前述のＰＲ動画の感想をモニターに回答してもらうもので、性別や年齢分布を考慮した調査設定ができるため、属性の偏りはあまりないと考えている。もう１件は武将観光に関する調査で、侍や忍者の海外での認識や観光ＰＲについての基礎調査として、海外４か国を対象に実施した。海外へのＰＲ展開には、インターネット調査が非常に簡便であると考えている。

⑤次年度当番市の決定　　豊田市に決定（市制施行順による）

⑥閉　　会　　市長会事務局　財政係長　浅田正弘