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）

市名		各市の状況	
		（1）現状の取組について	（2）今後の展望について
1	名古屋市	（広報課） ・各局区室がタイミングやターゲットに応じた広報を行うことができるようにするため、広報幹事会において各種広報媒体の活用について調整するなど、より幅広く、多くの市民に伝わるように連携している。 ・広報意識・広報力を高める研修を毎年実施し、各局区室の担当者に出席いただくことで、市役所全体の広報意識・広報力を高めることに努めている。 ・広報幹事会を通じ、翌年度の市全体の「重要広報事業」を決め、当該事業については広報課が重点的に広報していくことで、計画的な広報を行っている。 （ナゴヤ魅力向上室） ・H29.3に策定した名古屋魅力向上・発信戦略の中に、「戦略4メディアの創造・活用」を位置付けた。本戦略に基づき、名古屋魅力向上・発信のためウェブサイトやSNSを活用した情報発信を行っている。また、マスメディアにも積極的に情報提供している。	（広報課） ・今後も引き続き、上記の取組を中心に、市全体の広報活動の総合的な企画・連絡調整を行っていく。 （ナゴヤ魅力向上室） ・H29.3に策定した名古屋魅力向上・発信戦略に基づき、市民や企業と連携し、新たな広報宣伝媒体を開発・活用するとともに、最も情報として信頼されている「知人からの推奨」を軸に、双方向のコミュニケーションが可能なSNSやウェブサイト等を活用した市民による魅力発信の仕組みづくりを検討。
2	豊橋市	平成29年3月に「豊橋市広報広聴戦略プラン」を策定し、市民協働のまちづくりを進めるための戦略、市内外の方から観光地や居住地として選ばれるまちとなるための戦略、職員全員で広報広聴活動を展開するための戦略の3つの戦略を位置付けた。	今後は、研修等を通じて「豊橋市広報広聴戦略プラン」の考え方を職員に周知徹底するとともに、これに基づく事業展開を積極的に進めていく予定である。また、広報広聴課の職員のスキルアップを図るため、より専門的な研修への参加も予定している。
3	岡崎市	本市では、CATV行政占有チャンネルにおいて市政情報番組を放送している。 番組内のコーナーでは、地域の魅力再発見をテーマに、市内の特色ある観光スポットや物産、文化財や地域行事などを、現地取材し、地域の方に出演頂き紹介する特集番組を制作し放映している。また、制作した番組映像は、観光情報として市HPで動画配信している。	市内にある観光資源を、地域住民等とともにPRを行っていくことは地域の活性化においても重要と考えている。 本市では、昨年、市制100周年を記念し各学区の地域住民が地域の歩みや魅力をまとめ製作した記念誌”まちものがたり”を映像化し、CATV放送と市HPでの動画配信を予定している。
4	一宮市	当市では紙媒体による「広報紙」や、ケーブルテレビによる「映像広報」、コミュニティーFMによる「音声広報」、インターネットによる「市公式ウェブサイト」、そして、フェイスブック・ツイッター・YouTubeを活用した「市公式SNS」、子育て支援アプリ等により情報発信を行っています。また当市を全国へ発信するため、平成27年6月に「いちのみやフィルムコミッション協議会」を設立したり、首都圏の大学や地元出身のモデルとのコラボレーションなどによる尾州産地のPRも行ったりしています。 また当市を全国へ発信するため、平成27年6月に「いちのみやフィルムコミッション協議会」を設立したり、首都圏の大学や地元出身のモデルとのコラボレーションなどによる尾州産地のPRも行ったりしています。	今年10月からは「LINE」による情報発信を予定しており、それに先駆けて市のキャラクター「いちみん」を利用したオリジナルスタンプのアイデアを募集します。市内向けはもちろん、市外向けの情報発信にもさらに注力していく予定です。

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）

市名		各市の状況	
		（1）現状の取組について	（2）今後の展望について
5	瀬戸市	本市の広報戦略は、地域の発展を支える市民等の主体的な自治体運営・市民活動の参画を促すため、政策や行政サービスに関する情報等の共有化や、市民等と行政の双方向コミュニケーションの密度を高めることを目的としている。 市外や県外の方々への市のPRについては、観光や産業、文化に係る担当課が中心となり、関係課と連携をして取組むことで本市への観光客等の誘客に効果をあげているものと考える。	昨年度、本市の魅力を市内外に発信するための指針として『せとまちブランディング』の基本的な考え方をまとめたので、今後はせとまちブランディング担当部署を中心に関係で連携して取組んでいく予定である。
6	半田市	平成28年度末に策定した「半田市シティプロモーション戦略」に基づき、平成29年度以降、戦略に掲げられた事業を実施し、広報紙やパブリシティによる情報発信だけでなく、まちへの愛着形成を促す取組も行っていくことで、市民にとって「住み続けたい」、市外の人から「住みたい」「訪れたい」と言われるまちを目指す。	同左
7	春日井市	春日井市では、平成25年度から、都市への愛着・誇り（シビックプライド）の醸成に取り組んでいます。市民による魅力発信を強化することにより、市民が地域社会へ参画するようになり、口コミにより市外での認知度やイメージの向上が期待されると考えます。 （現状の取り組み） ■春日井広報大使を起用した魅力発信（各課における事業、広報広聴課が 主体となったプロモーション事業、PR動画の制作） ■シティプロモーションの視点から市勢要覧を改訂	今後は、企業や観光コンベンション協会とも連携をし、市では発信しづらい商業面から春日井の魅力を発信できるような仕組みづくりを検討していきたいと考えております。
8	豊川市	平成28年度策定の「豊川市シティセールス戦略プラン」のもと、「知ってもらう」、「興味を持ってもらう」、「選んでもらう」を3つの柱とし、対外的なプロモーションと合わせ、インナーセールスに向けた観光・交流イベントを庁内横断的に実施しています。特にSNS（Facebook）を利用した情報発信については、市外の登録者が6割を占めていることから、対外的に有効な発信ツールとして積極的に活用しています。	事業評価が難しい側面がありますが、各自治体が情報発信を強化していくなかで、ブランド力を高めていくためには、引き続き、戦略プランの方針に沿って、市内外に向けた市政PRを推進する必要があると考えています。
9	津島市	四半期に1回を目処に報道機関（放送局）を廻り、市イベントの売り込みに出向いている。また、月に一度、定例記者会見を実施し、地域の記者クラブ（新聞社4社、放送会社2社）に情報提供をしているが、戦略的な広報・情報発信のあり方を検討するまでには至っていない。	広報戦略が弱いので、インナープロモーション研修を通じて、職員一人ひとりの意識の向上を図り、質の高い、かつ戦略的な広報・情報発信を行っていきたいと考えている。
10	碧南市	平成27年度にPR動画の作成・公開。	検討中。

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）

市名		各市の状況	
		（1）現状の取組について	（2）今後の展望について
11	刈谷市	市民の誇りや愛着を醸成しつつ、市内外に向けて本市の魅力を発信し、まちのイメージを向上させるため、各種PR動画の配信やマスコットキャラクターを活用した市内外での各種イベントへのブース出展、冊子配布などにより、積極的にPRを行っている。	地域資源を活かし、市民に対しては「郷土愛」の醸成、対外的には本市の認知度及びイメージを向上させられるよう各種メディアを積極的に活用し、既存事業をより効果的に実施することで、市民に愛され、市外の人や企業等から「選ばれるまち」になることを目指す。
12	豊田市	広報紙、ホームページ、CATV等により、市の施策や取組を多くの市民に伝えるとともに、平成27年度から定住人口獲得のためのプロモーションを実施。	ラグビーワールドカップ2019を見据え、外国人向けの情報発信の充実を図る。 また、平成29年度から一般社団法人化した豊田市観光協会（ツーリズムとよた）と連携し、交流人口増加に向けた効果的な情報発信を行う。
13	安城市	平成28年度にホームページのリニューアルを行い、ページの見やすさの向上を図るとともに、市が特にPRしたい内容を目立たせるようにした。 そのほか、総合計画の目指す都市像をPRするため、ポップなPR動画を作成し、市内外の方から興味を持ってもらえるような情報提供に努めている。	いずれの媒体においても、市の施策を積極的に情報提供することにより、より多くの人が興味を持ち、結果として地域の発展につながると考えるため、今後も「見てもらう」ことに重点を置いた広報を行っていきたい。
14	西尾市	・ふるさと納税を推進するために新聞掲載を行い、県内及び関東地区にPRを実施しました。 ・移住・定住促進のため、シティプロモーションとして市の施策を紹介したプロモーションブックを作成し、市内の独身寮や住宅展示場で配布しPRを実施しました。 ・観光面では、海外向けのPR動画やパンフレットを作成し、訪日外国人観光客をターゲットとしたPRを実施しました。	市をPRすることで観光客や定住者が増えれば地域の活性化につながります。しかし、テレビや新聞など多額の費用をかけてもどれだけ成果がでるかは不明であるため、財政状況が厳しい現在では費用をかけられないのが現状であります。今後もコストパフォーマンスを勘案しながら効果的な手法を検討していきます。
15	蒲郡市	広報紙・マスコミへの情報提供・ホームページ・PR動画・ケーブルテレビ・主要駅のモニター・メールマガジン・SNSを用いた複合的な情報発信を行っている。	当市もご教示いただきたいです。
16	犬山市	これまで本市は観光都市として観光資源を目玉に市のPRに取り組んできたが、「暮らしたいまち」「活躍したいまち」「訪れたいまち」を目指したシティプロモーションの積極的展開を重点事業として位置づけ、その「活躍したいまち」をキーワードとして着目し、市民で一歩踏み出し活躍する人に光を当て市の仕掛けにより広く紹介する。	地域づくりに参画する住民が各々の立場で新しい世界にチャレンジし「活躍する人、応援する人」へ繋げることで地域ブランドの確立を図る。またその人達がSNS等の媒体を通じ、自分自身でその活動を市内外に発信することによって、広く市や地域の情報発信となり広報の展開を図ることができる。

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）

市名		各市の状況	
		（1）現状の取組について	（2）今後の展望について
17	常滑市	広報紙、CATV、市ホームページ、facebook、行政情報アプリ、新聞広告などの各種媒体による広報に加えて、報道機関への情報提供により、効果的な広報活動を目指して活動している。 組織としては、各部署から広報広聴委員を選任し、広報活動に従事している。 媒体別の取組として、広報紙の紙面づくりでは、市民の人に地域を知ってもらえるような特集づくりに取り組んでいる。また、市民参加のページとして伝言板「みんなのコーナー」で催し物などの告知をしたりしている。 市ホームページでは、プロローグページやトップページを見る人が興味を示すよう観光資源や祭りの情報などを掲載し、また各ページに問合せフォームを設定したり、生活情報を多言語で表示するページを設けたりするなど媒体の特性に合わせた取り組みも行っている。 facebookでは、市ホームページのトップページからも見られるようにし、祭りやイベントの時期にあった記事や市の事務の紹介などをしている。	情報の発信に際して、情報の発信者の意図が受け手に正しく伝わるように、受け手や伝えたいことの絞り込み、媒体の選択などを持続的に実施し、市の魅力を発信していきたい。 また、新たにシティプロモーションにも取り組んでおり、以下の取組を推進し地域資源を生かした「常滑ブランド」の確立、交流人口や定住人口の増加、企業誘致につなげていきたい。 ・キャッチフレーズ「LOVE TOKO」を活用した交流促進事業の実施による常滑ファンづくり ・パンフレットやPR動画作成による情報発信
18	江南市	地方創生加速化交付金を活用し、シティプロモーションビジョンの策定を行い、市の魅力を対外的にPRするため、ポスター及び動画の制作を行い、市内外に発信し続けている。	SNS等を活用し、分かりやすく魅力的な情報を提供する。
19	小牧市	【小牧市マスコットキャラクター「こまき山」を活用した広報戦略】 小牧市では、ブランドコンセプトを「夢・チャレンジ始まりの地　小牧」と位置付け、小牧市地域ブランド戦略を推進しています。これは、織田信長が初めてつくった石垣の城が小牧山城であり、天下統一への第一歩とした地によるものであります。 その織田信長が深く相撲を愛好した史実から、小牧山をモチーフとした力士のキャラクターとし、ブランドコンセプトを市内外に発信するメッセンジャーとしてキャラクター「こまき山」が誕生しました。 このキャラクター「こまき山」を活用し、平成28年度は104回の活動をしました。内容は、イベント出演・保育園・幼稚園・地域のお祭りなど現地に出向いたものが89回、メディア対応が15回であります。 こういった活動から、地域のタクシー会社が自社負担により、全車両にキャラクター「こまき山」のステッカーを貼り、うち2台には車体上部の車外灯に「こまき山」をデザインし、PRを行っている。また、地元の土産物の会社では、自主的にキャラクター「こまき山」のタンブラー・マグカップ・クリアファイルなどのグッズ展開をするなど、市制60周年の平成27年から2年を経過し、着実に地域に広がりを見せており、キャラクター「こまき山」が地域のプロモーションに有効活用されています。（資料2）	今後も、更なる広がりをみせるよう、キャラクター「こまき山」を有効活用していきます。

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）

市名		各市の状況	
		（1）現状の取組について	（2）今後の展望について
20	稲沢市	広報紙を始め、市ホームページやFacebook、新聞やテレビなどの報道機関を通して情報発信に努めている。	SNSなど媒体の多様化や双方向での情報の発信および受信力を強化することで市の魅力のPRに努めていく。
21	新城市	広報紙、防災行政無線、ホームページ、ケーブルテレビ、新聞、SNS、PRイベント開催等、様々な手段を使って、新鮮な情報をタイムリーに情報発信するように努めています。例えば、高速道路の開通に伴いお出かけマップを作成し、市外の方にも市のいろいろな場所へ来ていただき、地域の活性化につながるよう取り組んでいます。	様々な年代の方に情報が届くよう、PRの内容を、そのときどきのトレンドに合わせて変えていきます。特に、若者を中心にSNSを利用した市政情報の拡散方法を検討していきます。さらに、市から一方的に情報を発信するお知らせ広報から、政策を「伝える・伝わる広報」をめざした取り組みをします。
22	東海市	地域の発展・活性化までを視野にいれた広報戦略はありませんが、「企業支援ガイドブック」を作成し、企業訪問を行うことで、市内企業の従業員の定住促進などによる地域の発展・活性化を図っています。	「観光（来訪機会の増大、交流人口の拡大）」の視点だけではなく、住みたくなる、住んでよかったまちとして本市の魅力を紹介・PRする「シティプロモーション」に取り組んでいく必要があると考えています。
23	大府市	大府市は、「健康都市」をまちづくりの基本理念に掲げています。この健康都市の構想実現の手段の一つとして、本市と東浦町で、ウェルネスバレー構想を掲げ、健康・医療・福祉・介護施設が集積している「あいち健康の森」と周辺地区を健康長寿の一大拠点の形成を目指しています。	超高齢社会が抱える課題の解決に向けた先駆的な取組を推進し、ここに住みたい、住み続けたい、住んで良かったと思われる街をめざし、情報発信していきたいと考えています。
24	知多市	市公式ホームページやFacebook、市の魅力をPRするビデオ制作などに取り組み、市内外に向けて分かりやすく親しみやすい広報活動を展開しています。 また、平成28年1月に知多市エリアで開局したコミュニティFMを新たな情報発信ツールとして、市政情報や災害情報等の発信を行っています。 シティプロモーションでは、29年3月下旬に開設したシティプロモーションホームページによる情報発信を開始しました。	従来の広報媒体に加え、今後はスマートフォン等を活用した「コラボレーション型広報」（広報発信者と広報受信者が一体となったクチコミによる広報）の影響力が高まってきている状況です。 このようなことから、シティプロモーションFacebookにおいて、市民ライターを公募し、市民とともに市の魅力発信に取り組み、市民の地域愛醸成などにつなげていきたいと考えています。
25	知立市	市ホームページにシティプロモーションに特化したコンテンツを制作したことに加え、専用アカウントによるFacebookの運用を行っています。 このほか、毎月一回定例的に記者会見を行うなど、報道機関への情報提供も積極的に行っています。	新たなSNSの導入など、引き続き広報ツールの活用などを検討するとともに、広報諸施策の評価・検証方法についても調査し、より効果的な広報戦略を打ち立てたい意向です。

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）

市名		各市の状況	
		（1）現状の取組について	（2）今後の展望について
26	尾張旭市	▼広報誌「広報おわりあさひ」を月2回発行（全戸配布） ▼広報誌及び市ホームページへの広告掲載 ▼行政情報番組「あさチャン」の放送（グリーンシティケーブルテレビ。1日6回。10分番組。HP、YouTubeでも配信） ▼市の魅力などを紹介する各種冊子を作成・配布 ▼市イメージキャラクターによるPR（グッズ販売、Facebook、LINE、着ぐるみ・のぼり旗の貸し出し） ▼市PR動画の配信（HP、YouTube） ▼職員出前講座（市職員による講座）の実施 ▼新聞広告を活用した市のPR ▼各種行事・ｲﾍﾞﾝﾄの取材、報道機関への情報提供	上記現状の取り組みを継続するとともに、その他の情報発信手段の情報収集を行い、対象に合わせて広報手段を工夫する必要がある
27	高浜市	「ふるさとチョイス」(ふるさと応援寄附金を魅力的に伝え、簡単に寄附できる仕組みを提供するふるさと納税総合サイト)等を活用したシティプロモーションを行う。	今後のPRの仕方については、一方向のPRではなく、三方面のPRが必要と考えている。関心がない・知らない状態の市民に対する一般的なPR、ある程度必要性のある階層に向けてターゲッティングしたPR、理解者を増やしたいというPRなど工夫して、市民に認識を深めてもらう戦略を立てていかないといけない。 情報が不足しているということではなく、関心のないところには、どれだけPRしても届かないと感じているので、情報をどのように供給するか、戦略性を細かく組み立てる必要がある。
28	岩倉市	PR動画を昨年作製したが、周年記念としての性格を持っており、「その映像を具体的にどうやって活用するか」というところが明確ではなかった。メディアへの情報発信やプロモーション事業も実施するなどPRのチャンネルはいろいろあるものの、それぞれが連動する形にはなっておらず、全体としての広報戦略を持つ必要性を感じている。	統一性を持った広報戦略・ビジョンを職員間で共有していくことが重要だと考えている。広報担当だけでなく職員一人ひとりが広報を担うという意識を持たせるようにしたい。
29	豊明市	本市の現状において、地域の発展・活性化までを視野に入れた広報戦略を策定したうえで、広報活動を実施するまでに至っていない。	今後、広報活動の指針となる広報戦略を定めていきたい。その中で、地域の発展・活性化までを視野に入れることが望ましいと考える。
30	日進市	現在、広報紙、ホームページ、フェイスブック、映像番組を主な柱として広報をすすめています。名古屋市と豊田市へ向かう際の利便性の高さもあって、良好な住宅地として発展をしてきた経緯もあり、住環境を守ったり、住みよさを向上させたりする事業の周知を積極的に行う広報をしています。	価値観は多様化していますが「税金を使って何がどうなるのか」という点には厳しい目が向けられていると考えています。取り組む事業の意義などは、民間マスコミも含めて各媒体を通じてPRし、説明責任を明確にし「住んで良かった」と思ってもらえる広報を目指して取り組んでいきます。
31	田原市	まちの魅力や価値、ブランドを積極的に市内外へ発信し、知名度向上やイメージアップを図っている。 （例）東京五輪サーフィン競技会場招致、ナゴヤドームでのイベント実施（渥美半島たはらデー）など	（1）と同様
32	愛西市	ケーブルテレビ、コミュニティFMを活用し地域の行事などを発信している。	SNSなど他のツールを調査し、効果的な広報戦略を調査します。

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）

市名		各市の状況	
		（1）現状の取組について	（2）今後の展望について
33	清須市	平成27年に市制施行10周年記念映像を作成した。また、平成28年度から、市民の誇り（シビックプライド）を高めることを目的として「清須学講座」を開催している。	今年度には、市勢要覧を作成する。（前回H22作成） ホームページやSNS（ツイッター）等による情報発信を、継続して行っていく。
34	北名古屋市	広報紙等を通じ、地道に地域の発展・活性化につながる情報を発信することに努めている。	行政からだけの情報発信には限界があるため、市民や市内の企業もまちの情報発信源となりうるような仕組みを検討すべきかと考える。
35	弥富市	昨年度10周年記念映像のDVDを作成し、市制10周年記念式典にて上映し地域の発展に寄与することが出来た。	現在広報は、広報誌、ホームページ、Twitterにて対応していますが、お知らせ広報の域は出ていない。今後は、広報担当職員のスキルアップを行い、市として広報広聴の必要性、役割を理解し、市民ニーズを把握・情報を共有し、コミュニケーションを意識した広報に変えていく予定です。また、報道機関との良好な関係を築き市政情報のPR機会を充実させ市の魅力の効果的な発信に努めて行く。 そのためにSNS（YouTube、instagram、Facebook）等を導入し情報発信を行っていく。
36	みよし市	市政に対する理解と関心を高めてもらうための広報活動が中心であり、地域の発展・活性化を意識した特別な取り組みは行っておりません。	現状の市政情報発信も地域の発展・活性化に寄与していると考えていますが、更なる地域の発展・活性化につながる情報戦略は今後の検討課題となっています。
37	あま市	市の魅力を発信し、市外からの新しい人の流れをつくることを目的として、子育て世帯への訴求力の高いInstagramによる情報発信や、Instagramのハッシュタグ機能を活用した市民協働による市の魅力発信への取組みを通じて地域活性化を図っている。	現在は、市の公式アカウントとして市の事業や魅力的な風景を掲載しているが、今後は観光協会とも協力をして、商工業の活性化にも努めていく。
38	長久手市	市政情報を伝える事業として、広報紙「広報ながくて」発行や、ホームページ事業を実施し、また、動画として市政情報番組「weeklyながくて」をケーブルテレビにおいて放映している。 近年では、地域の発展・活性化に資するため、市政・広報eモニターアンケート「ながモニ」を市民等に対して実施し、「広報紙が読みにくい」及び「視聴頻度」を評価指標とし、事業確認をしている。	評価指標の目標は達成しているものの、アンケート結果等を踏まえ、より読みやすい広報紙の紙面作り、より視聴頻度の実績を上げる方法を研究する。 また、「市民の力を活かそうとする取組」を多く掲載するとともに、取組が広がるような紙面作り、動画に係る情報提供に努めていく。