

磐田市

広報戦略プラン

令和6年度（改定版）

磐田市

このページは空白です

目次

第1章 基本的な事項	4
1 策定の趣旨	
2 位置づけ	
3 策定の背景	
4 計画期間	
5 目指す姿	
第2章 現状と課題	7
1 現状	
(1) 広報活動で発信する情報の種類	
(2) 所有する情報発信媒体の種類	
(3) 各発信媒体の推移と分析	
(4) 市が実施した広報アンケート等から見えること	
(5) 外部機関が実施した調査から見えること	
2 課題	
(1) 「伝える」から「伝わる」、「行動変容を促す」情報発信力	
(2) 広報媒体の効果的な選択と活用	
(3) まちのブランド力向上	
第3章 基本戦略	13
1 目指す姿の実現に向けた戦略	
戦略1 情報発信力の向上	
戦略2 広報戦略力の向上	
戦略3 ブランド力の向上	
2 戦略の体系	
3 活動指標の設定	
4 具体的な取組み	
5 推進方法	

第1章 基本的な事項

1 策定の趣旨

本市における広報活動の指針である磐田市広報戦略プラン（以下「本プラン」という。）は、平成22年（2010年）度に策定してから、時代の変化に適応するよう見直してきました。

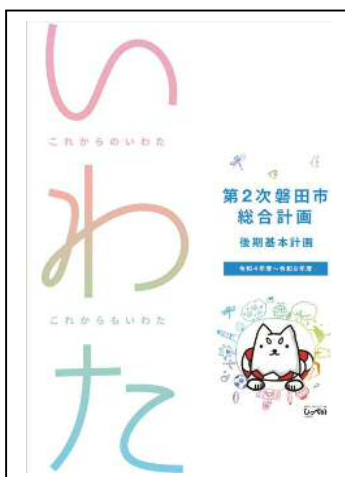
こうした中、令和2年（2020年）度に策定した本プランの計画期間が令和6年度末をもって終了することから、本市を取り巻く様々な課題や社会情勢の変化に適切に対応するとともに、令和7年（2025年）度以降の5か年で取り組むべき基本的な方向性を明らかにすることを目的に計画を見直します。

2 位置づけ

本プランは、組織全体として戦略的な広報の取組を展開できるよう、第2次磐田市総合計画後期基本計画に掲げる以下の施策に関する具体的な方向性を明らかにするものとして位置づけます。

分野1 産業・雇用・観光・移住定住
基本施策5 ブランド力の強化とシティプロモーションの推進
情報発信力とブランド力の強化を図ります

分野7 行財政改革
基本施策1 効率的・効果的な行政運営の推進
広報機能の強化を図ります



3 策定の背景

少子高齢化や人口減少が進み、社会保障費の増大や税収の減少などにより、本市においても限られた財源の中で効果的・効率的な行財政運営が求められています。

また、地方創生の動きが活発化する中で、地域の独自性を活かしたまちづくりを進めることができるよう、市民や企業・団体などの意見にしっかりと耳を傾け、それぞれの知識やアイデアを活用するなど共創の機会をさらに拡充していくことが重要となります。

広報活動は、時代の変化に適應しながら必要な情報を対象者へ確実に届けて、十分な説明責任を果たし、市民や企業・団体などと、より良い関係を築く役割を担っています。加えて、本市が持つさまざまな地域資源の魅力を高め、戦略的かつ効果的に市内外に情報を発信することで興味・関心を持ってもらうこと、市民の地域への誇りを醸成していくこと、持続可能なまちとして展開していくことも重要な業務です。

そこで、本市における広報活動のあり方を検証し、全職員が一体となって取り組む指針として、本プランを適時見直しているところです。

情報通信技術や社会情勢に伴い、市政に対する市民ニーズやまちづくりの課題も多様化し、行政に求められる広報も変化しています。このプランを通じて、広報を取り巻く現状や課題、目指す姿を明らかにし、職員一人一人がより戦略的な広報の意識を高めていくことを期待します。

4 計画期間

計画の期間は、令和7年(2025年)度から令和11年(2029年)度とし、おおむね5年ごとに見直します。

5 目指す姿

以下の対象者に向けてより良い広報活動を行うことにより、安心でき、人が集まり、将来にわたり持続可能なまちにしていくことが最終的な目指す姿です。

💡「市内の方」(生活の拠点を本市に置く方)に「いいまちに暮らしている」と感じてもらう



市内の方に向けて、正確で分かりやすい広報により市政に関する理解や関心を高め、安心して住み続けてもらうよう行動変容を促す広報を目指します。

また、本市が有するあらゆる資源の素晴らしさを再認識し、暮らしてよかったと感じる、まちづくりに関わりたくなるなど、郷土愛や誇り「シビックプライド」※の醸成を促します。

💡「市外の方」(磐田市を客観的な立場で見る方)に「関わりたい」と感じてもらう



市外の方に向けて、さまざまな広報媒体を有効に活用することで市の魅力や政策を積極的・効果的に発信します。こうした取り組みで認知度や好感度を向上させ、市の活動に参加したい、行きたい、暮らしたいと思ってもらえる広報を目指します。

💡「磐田市職員」に「伝わる広報で業務が円滑になった」と感じてもらう



職員は、市民に接する機会や市政情報を多く持っています。どんなに良い施策であっても、市民に理解され、最終的に行動変容につながってもらわなければ成果を得ることはできません。そのため一人一人が地域の現状や市民のニーズを把握し、対象者に向けて「伝わる」工夫をし、効果的・戦略的な情報発信に取り組むことで、各々の業務がより円滑になる広報を目指します。

※シビックプライド

地域に対する市民の誇り。そのまちの自慢や郷土愛だけでなく、「そのまちをより良い場所にするために自分自身が関わっている」という当事者意識を持って地域に関わっていかうとする思いのこと。

第2章 現状と課題

1 現状

市内のさまざまな情報について、多種多様な媒体の特性に応じた発信をしています。

(1) 広報活動で発信する情報の種類

区分	主な内容	発信相手に期待すること
行政情報	<ul style="list-style-type: none"> ・市の政策や施策に関する情報 ・市政の課題解決に向けて市民等の参画を促したい情報 	<ul style="list-style-type: none"> ・市政の理解を深め的確な行動 ・市政の現状認識とそれに基づく課題を認識し、気づきやまちづくりへの参画
危機管理情報	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急時に生命、身体、財産の保護のために発信する情報 ・地域や行政への信頼を確保するために、公表することが必要な情報 	<ul style="list-style-type: none"> ・自らの生命、身体、財産の保護のために危険を回避する行動
地域情報	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の話題、イベント、まちづくり活動など、タイムリーな地域の情報 ・まちの課題解決等に向けて参画を促したい情報 ・地域の魅力に関する情報 ・観光など本市の活性化に繋がる地域情報 	<ul style="list-style-type: none"> ・本市への愛着度や関心度の向上 ・地域への関わり

(2) 所有する情報発信媒体の種類

媒体		内容
印刷媒体	広報紙	広報いわた
	冊子	市勢要覧、市魅力発信パンフレット
電子媒体	冊子	広報プラス、こども版広報、暮らしのガイドブック
視聴覚媒体	インターネット	ホームページ、いわいわた、いわたホットメール
	SNS	X、Instagram、Facebook、LINE
	音媒体	声の広報、しっぺいアニメーション、しっぺい音頭、市歌
	動画	YouTube（磐田TV）、テレビCM
	ラジオ	市情報番組（SBSラジオ 磐田市情報局）
	デジタルサイネージ	JR磐田駅・御厨駅、市役所本庁舎1階
	同報無線	災害時の避難や行方不明者に関する情報
施設	磐田市情報館、駅前観光案内所	
市政情報コーナー	各種行政資料の閲覧	
メディアに向けた活動	定例記者会見、取材メモ、月間行事予定表	
著名人	静岡いわたPR大使など	
その他の媒体	本庁舎1階展示ブース、駅通路等ポスター掲示板	

(3) 各種発信媒体の推移と分析

① 広報紙いわた発行部数

	R1	R2	R3	R4	R5
年間発行部数(部)	727,500	729,800	714,300	733,200	734,000
月平均発行部数(部)	60,600	60,800	60,900	61,100	61,200
人口数(人)	169,725	169,673	169,013	167,663	167,375
うち外国人人口(人)	7,912	8,478	8,557	8,304	9,210
世帯数(世帯)	67,784	68,858	69,408	69,580	70,706

人口は微減傾向にあるものの、世帯数は微増傾向であるため発行部数は年々増加しています。人口数に占める外国人の割合は約6%に増えています。

② 報道関係

	R1	R2	R3	R4	R5
取材メモ提出件数(件)	1,004	637	706	880	900
新聞掲載件数(件)	823	628	817	901	820
テレビ放映件数(件)	83	149	159	145	101

取材メモ提出件数等は、各課の事業件数と市職員の広報意識のほか、提供する情報内容の創意工夫が大きく影響しています。

③ ホームページアクセス件数

	R1	R2	R3	R4	R5
全ページ対象(件)	5,078,887	8,550,482	11,490,788	8,166,252	5,843,560
トップページのみ(件)	692,911	1,072,300	1,550,733	1,093,400	834,706

市ホームページのアクセス件数は、対R1年比で増加しています。R2～R4は新型コロナウイルス感染症関連による特異な状況です。トップページからの閲覧は少なく、検索サイトからの直接アクセスが増加していることが特徴と考えます。

④ SNSの利用状況

区分		R1	R2	R3	R4	R5
Instagram	投稿件数(件)	228	243	264	258	255
	フォロワー数(人)	5,247	6,882	8,350	9,080	10,320
X	投稿件数(件)	140	147	625	780	733
	フォロワー数(人)	4,050	4,804	6,043	6,654	6,962
Facebook	投稿件数(件)	355	446	729	592	494
	フォロワー数(人)	1,216	1,366	1,501	1,631	1,730
LINE	投稿件数(件)	-	-	490	922	963
	友だち登録者数(人)	-	-	85,845	90,968	95,025
YouTube	投稿件数(件)	56	43	121	145	110
	視聴回数	1,760	2,160	187,755	243,421	243,602

SNSを活用した情報発信を進めており、フォロワー数は年々増加しています。世代等により主に利用する媒体が異なることから、情報内容により使い分ける必要があると考えます。

⑤各SNSに応じた情報発信

各媒体を利用している主な年齢層をターゲットとして意識し、情報発信を行っています。

Instagram	視覚に訴えるような魅力的な写真や短い動画と端的な文章で見ていただくもの
Facebook	さまざまな取材の様子などをわかりやすく伝える写真と文章で読んでいただくもの
X	比較的若い世代に向けて短い文章で他SNSやHP等に誘導し拡散を狙うもの

(4) 市が実施した広報アンケート等から見えること

① 市からの情報入手方法

- ・ 8割以上が広報紙、次いで自治会などの回覧版や掲示板が約6割を占める
なお、市ホームページや市公式SNSは前回調査と比較し、5ポイントの微増

■傾向

性別 : 大きな差はない

年代別 : すべての年代で「広報いわた」が最も多い

居住地別 : すべての居住地区で「広報いわた」が最も多い

【令和2年度(2020年)度磐田市市民意識調査結果(一部抜粋)】

② 市民の磐田市に対する想いについて

ア. 磐田市に愛着や親しみを「多に感じている」「少し感じている」人は8割以上

■傾向

性別 : 男女とも「感じている」が8割を超えている

年代別 : 「感じている」は、60歳代が最も多く、30歳未満が最も低い

居住地別 : すべての居住地区で「感じている」が7割を超えている

「感じていない」年代別 30歳未満約3割、40歳代約2割

【令和2年度(2020年)度磐田市市民意識調査結果(一部抜粋)】

イ. 磐田市が最も誇れるもの・象徴するもの

- ・ 「ジュビロ磐田などのスポーツ資源」 23.2%
- ・ 「輸送用機器や楽器、繊維業などの産業」 15.8%
- ・ 「遠州灘や天竜川をはじめとする水資源」 13.4%

■傾向

性別 : 男女とも「ジュビロ磐田などのスポーツ資源」が最も多い

年代別 : 複数の年代で最も多い項目は「ジュビロ磐田などのスポーツ資源」

【令和2年度(2020年)度磐田市市民意識調査結果(一部抜粋)】

ウ. 磐田市での居住継続意向

- ・ 磐田市に「ずっと住みたい」「当分の間、住みたい」人は9割以上

■傾向

- 性別 : 男女とも「住みたい」が9割を超えている
- 年代別 : すべての年代において「住みたい」が8割を超えている
- 居住地別 : すべての居住地区で「住みたい」が8割を超えている

【令和2年度（2020年）度磐田市市民意識調査結果（一部抜粋）】

エ. 磐田市での暮らしやすさ

- ・ 磐田市は「暮らしやすい」「どちらかといえば暮らしやすい」と思う人は9割以上

■傾向

- 性別 : 男女とも「暮らしやすい」が8割を超えている
- 年代別 : すべての年代において「暮らしやすい」が8割を超えている
- 居住地別 : すべての居住地区で「暮らしやすい」が8割を超えている

【令和2年度（2020年）度磐田市市民意識調査結果（一部抜粋）】

③ 市民の広報紙に対する満足度等について

- ・ 50歳代から70歳代の約8割以上が毎月広報紙を読んでおり、内容に「満足」と回答
- ・ 広報紙の電子媒体に関する意識は、4割が「紙媒体は必要」と回答。電子版のみは約3割、「どちらも必要」との回答が約3割。紙媒体に関するニーズが7割を占める。

【令和5年度広報紙「広報いわた」に関する市民アンケート（一部抜粋）】

④ 職員の広報紙の満足度等について

- ・ 毎月広報紙を読んでいる職員は約8割で、9割の職員が内容に「満足」と回答
- ・ 広報紙の電子媒体に関する意識は、3割が「紙媒体は必要」と回答。電子版のみは約5割、「どちらも必要」との回答が約2割。紙媒体に関するニーズが5割を占める

【令和5年度広報紙「広報いわた」に関する職員アンケート（一部抜粋）】

⑤ 移住者数及び移住相談件数

区分	R2	R3	R4	R5
県外からの移住者数（人）	31	16	45	37
移住相談件数（件）	55	41	95	79

※令和4年度の移住者数や相談件数の増は、中古建物リフォーム補助金の対象が拡大、結婚新生活支援事業の影響が大きい。

⑥ 人口の推移

人口動態区分		H30	R1	R2	R3	R4
自然動態	出生(人)	1,206	1,133	1,093	1,043	1,014
	死亡(人)	1,697	1,760	1,730	1,924	2,009
	増減(人)	△491	△627	△637	△881	△995
社会動態	転入(人)	7,123	7,472	5,964	5,603	7,077
	転出(人)	6,838	6,897	5,987	6,072	6,370
	増減(人)	285	575	△23	△469	707

【令和5年度磐田市統計書(一部抜粋)】

(5) 外部機関が実施した調査から見えること

① 市の魅力発信について

- ・スポーツのまちとして、1,000自治体のうち本市の順位

区分	R2	R3	R4	R5
魅力度(位)	2	1	2	1

- ・魅力度・認知度 1,000自治体のうち本市の順位

区分	R2	R3	R4	R5
魅力度(位)	527	426	420	434
認知度(位)	350	315	289	275

【地域ブランド調査※(一部抜粋)】

※地域ブランド調査

株式会社ブランド総合研究所が平成18(2006)年から毎年行う調査で、全国約3万人の消費者から回答を集め、市区町村の魅力度やイメージ、観光・居住・産品購入の意欲など全89項目にわたって調査し発表している。

② スマートフォン等の利用状況

- ・調査対象の13歳から69歳までの男女1,500人のうち、全年代でスマートフォンの利用率は97.0%である。主なソーシャルメディア系サービス、アプリ等の利用率のうち、全年代では、「LINE」の利用率が90.0%を超過している。年代別も10代から50代で90.0%を超過している。
- ・ユーザー同士の交流やコミュニケーションを主な目的とするソーシャルメディア系サービス/アプリでは、全年代の利用率で見ると、「Instagram」が56.1%、「X」が49.0%、「Facebook」が30.7%で「LINE」に続いている。
- ・全年代では、「X」の利用率は増加しており、20代は81.6%と高い利用率。「Instagram」の利用率は増加しており、20代の利用率が最も高く78.8%となっている。また、「YouTube」の利用率が高く、10代から40代で90.0%を超過。「TikTok」は10代で70.0%となっている。

【総務省令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書(一部抜粋)】

2 課題

これまでもさまざまな広報活動を行ってきましたが、目指す姿の実現に向けて、戦略的・効果的に推進するため、今後は特に次の課題解決に向けて取り組む必要があります。

(1) 「伝える」から「伝わる」、「行動変容を促す」情報発信力

広報活動で発信する情報は、市政や危機管理、地域の話題や観光など多様であり、これらの活動主体は、全庁に及んでいます。また、情報発信の目的は、発信することではなく、相手に確実に伝わることで、理解され行動を促すことです。

市から発信する情報の中には、市民にとって分かりづらい表現や内容など「伝える」にとどまっている事例もあるため、「伝える」から「伝わる」工夫をして発信相手に向けて行動変容を促せるよう、**職員一人ひとりが「伝わる」広報の意識を持つこと**が求められます。

(2) 広報媒体の効果的な選択と活用

情報媒体が多様化する中、情報を検索・収集する手法は、変化し続けています。

本市は、アナログとデジタルの双方の情報発信体制は整備されているものの、できる限り多くの方に情報を届けるために、**アナログ・デジタル両面において差別化した情報発信とターゲットに合わせた情報発信媒体の選択**を今後進めていく必要があります。

スマートフォンや SNS 等の利用状況や、さまざまな環境にいる幅広い世代に対応できるよう、効果的な広報媒体の選択とともに、新しい情報媒体の導入についても検討していくことが必要です。

(3) まちのブランド力向上

本市が目指す「シティプロモーション」は、地域に関わる意欲が育まれるよう、市民に地域への誇りと愛着の醸成を、市外の方に磐田市への興味、関心を持っていただくような魅力ある情報発信を進めることです。

そのためには、**本市のシティプロモーションの目的や取組を市内外に向けて明らかにし、理解を深めるとともに、市民や企業・団体と共創した本市ならではの魅力を発信する仕組みづくり**が必要です。

第3章 基本戦略

1 目指す姿の実現に向けた戦略

次の3つの戦略を進めていきます。

戦略1 情報発信力の向上 ～「伝える」から「伝わる」に向けた発信力の向上～

広報は、広報紙や市ホームページなどの発信媒体にとどまらず、窓口や電話対応など、市の業務に係るコミュニケーション全てが「広報」とも言えます。相手の立場に立って話を聴き、相手のことを考えて分かりやすく伝え、相手の行動変容を促す工夫ができるよう、職員全員の「伝わる」広報意識の改革を推進します。

戦略2 広報戦略力の向上 ～ 戦略的な広報に向けた情報発信体制の強化～

必要な情報を必要な方へ適切に届けるために、さまざまな発信媒体の特性を分析し、検証するとともに、変化する市民ニーズの把握に努めて細やかな情報発信に努めます。

また、報道機関へのプレスリリースや定例記者会見の内容を強化し、マスコミの情報伝達機能や影響力の大きさを活用することで、市内外への発信強化を図ります。

戦略3 ブランド力の向上 ～ ブランド力向上に向けたシティプロモーションの強化～

持続可能なまちづくりを目指し、地域の魅力を効果的にアピールすることで、ヒト・モノ・カネ・情報などの資源を活用していく「シティプロモーション」を市内・市外に向けて取り組みます。

市内に向けては、地域の資源やポテンシャルを活かした魅力を戦略的・効果的に発信することにより、市民発の魅力発信など市民や団体等を巻き込んで地域に関与する意欲が育まれるようなまちの魅力発信の連鎖を創り出していきます。

市外に向けては、関係人口の創出・拡大や将来の移住・定住につながるよう、本市に関心を持ち、地域に関与する意欲を促すような情報発信や仕掛けを創り出していきます。

※磐田市のシティプロモーションの位置づけについては、次ページで説明しています。

磐田市のシティプロモーションとは

シティプロモーションの定義はさまざまで、自治体によりその定義も異なる現状にあります。

シティプロモーション自治体等連絡協議会は、以下のように定義しています。

「シティプロモーションの捉え方は多々ありますが、その一つは、そこに住む地域住民の愛着度の形成と考えます。その先には、地域の売り込みや自治体名の知名度の向上と捉えることも可能です。さらに、自らの地域のイメージを高め経営資源の獲得を目指す活動と考えることもできます。このようにシティプロモーションの取組みは、多方面に広がっていく能動的な活動になります。」

【シティプロモーション自治体等連絡協議会ホームページから一部抜粋】

磐田市におけるシティプロモーションは、以下のとおりとし、市職員一人ひとりがこれを認識して、取り組みます。

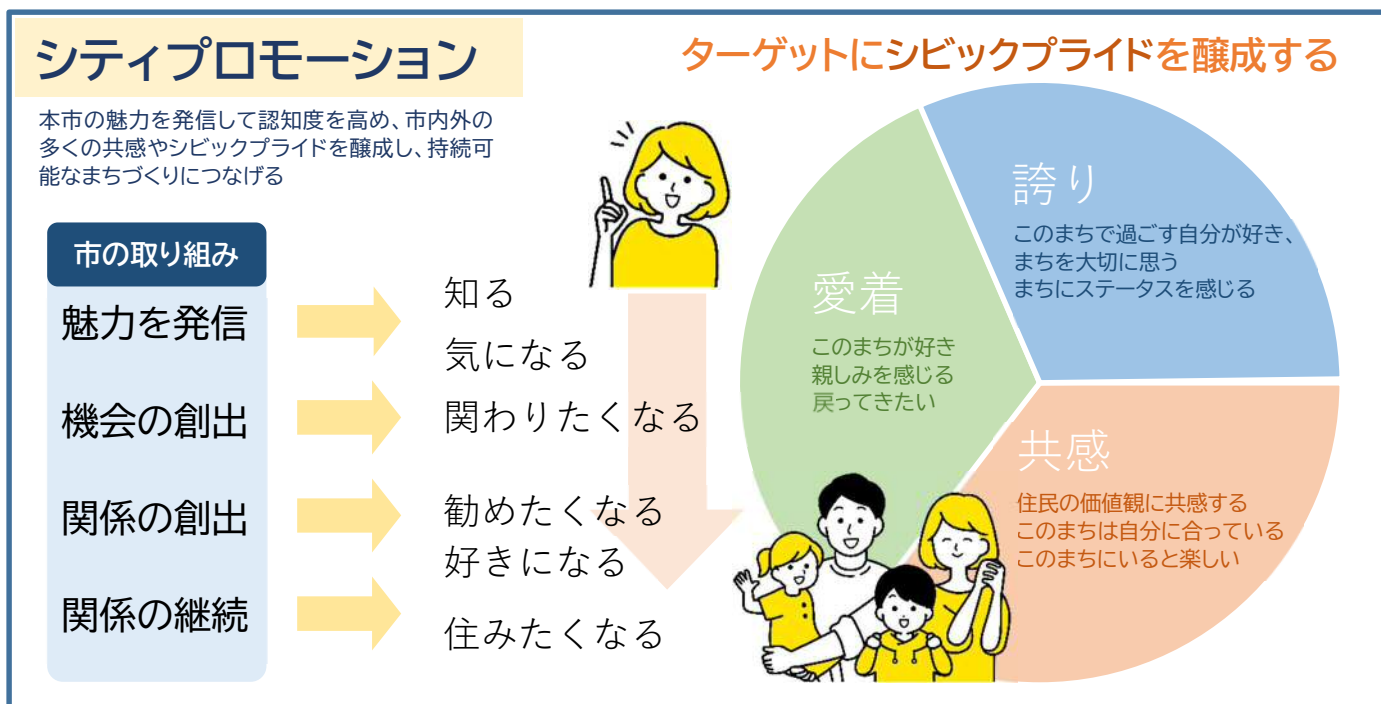
1 本市のシティプロモーションとは

本市の魅力を生内外に効果的に発信して認知度や魅力を高めて、生内外から多くの共感やシビックプライドを獲得し、持続可能なまちづくりにつなげることです。そのため、本市に関わりたい関係人口※を創出・拡大することにより、ヒト・モノ・カネ・情報などの資源を呼びこみ、安心できるまち、人が集まるまちを目指していきます。

2 重点的に取り組むターゲット層

- (1) 市内・・・次世代を担う若者とその親世代
- (2) 市外・・・首都圏等の大都市圏に住む自分らしい暮らしや生き方を模索している20～30代

3 取組みのイメージ



※関係人口

総務省によると「地域や地域の人々と多様に関わる者」と定義されています。

本プランでは、暮らしてよかったと感じる、まちづくりに関わりたくなるなど、郷土愛や誇り「シビックプライド」を持って、本市を推奨する、まちの活動に参加するなど、何らかの行動を起こす人を指します。

2 戦略の体系

戦略	具体的な取組み ※は新規の取組み
<p>1 情報発信力の向上</p> <p>(1)広報に対する職員の意識向上</p> <hr/> <p>(2)各部局による情報発信力の向上</p>	<p>① 市民等からの意見やニーズの把握</p> <p>② 市が所有する広報手段の活用</p> <p>③ 市政に関する情報共有</p> <p>④ 各部署における広報活動の充実</p> <p>⑤ 戦略的かつ効果的な広報活動の推進</p> <p>⑥ 広報活動に関する研修の実施</p> <p>⑦ アンケート調査の実施 ※</p> <hr/> <p>⑧ 事業の効果的な情報発信</p> <p>⑨ 市民や関係団体に向けた情報発信</p> <p>⑩ SNS を活用した多言語による情報発信 ※</p> <p>⑪ 危機管理対応能力の強化</p> <p>⑫ 広報活動の検証 ※</p>
<p>2 広報戦略力の向上</p> <p>(1)広報広聴・シティプロモーション課による発信体制の強化</p> <hr/> <p>(2)広報広聴・シティプロモーション課が所有する発信媒体の強化</p> <hr/> <p>(3)マスメディア等に向けた情報発信</p>	<p>① 情報の一元管理</p> <p>② 各種マニュアルの充実</p> <p>③ 広報効果の検証・改善</p> <p>④ 情報収集、編集、企画に関する能力向上</p> <hr/> <p>⑤ 広報いわたの編集強化</p> <p>⑥ 市ホームページの機能強化</p> <p>⑦ SNS を利用した効果的な情報発信</p> <p>⑧ 発信媒体の使い分けと新たな媒体の開拓と導入 ※</p> <hr/> <p>⑨ マスメディアとの連携強化</p> <p>⑩ 定例記者会見の充実</p>
<p>3 ブランド力の向上</p> <p>(1)魅力の発掘・発信</p> <hr/> <p>(2)関係人口の創出に向けた仕組みづくり</p>	<p>① 魅力の発掘・発信</p> <p>② 市民等と共創した魅力発信の仕組みづくり ※</p> <p>③ 磐田市情報館を活用した魅力発信</p> <p>④ TV やラジオ等を利用した効果的な情報発信</p> <p>⑤ 静岡いわた PR 大使による魅力発信</p> <p>⑥ 同窓会組織などの関係団体との連携強化</p> <p>⑦ 情報発信の機会を拡充</p> <hr/> <p>⑧ 関係人口の発掘・創出に向けた施策の検討 ※</p> <p>⑨ 本市にゆかりのある方の発掘と関係構築 ※</p> <p>⑩ ブランドメッセージの作成・発信・浸透 ※</p> <p>⑪ 関係人口の創出に向けた機会の創出 ※</p> <p>⑫ 各団体等との連携強化 ※</p>

3 活動指標の設定

本プランで定めた3つの戦略の達成状況を確認するため、戦略ごとの活動指標を以下のとおり設定します。

戦略1 情報発信力の向上 ～「伝える」から「伝わる」に向けた情報発信力の向上～

多くの職員が相手に「伝わる」広報意識について学ぶことで、意識の向上を図ります。

また、各部局が提出する報道機関へのプレスリリースの内容や件数から意識の浸透が図られていることを確認します。

活動指標	実績値(2023)	目標値(2029)
■広報活動に関する研修の参加人数	48人	100人
■取材メモの提出件数	900件	1,000件

戦略2 広報戦略力の向上 ～戦略的な広報に向けた情報発信体制の強化～

広報広聴・シティプロモーション課が各部局からの情報を効果的に外部へ発信することで、マスコミに多く取り上げられているか、また磐田市公式 LINE 友達登録件数から、効果的に媒体が活用できているか確認します。

活動指標	実績値(2023)	目標値(2029)
■新聞・TVの報道件数	新聞 820件 TV 101件	新聞 900件 TV 130件
■磐田市公式 LINE 友達登録件数	95,025人	102,500人

戦略3 ブランド力の向上 ～ブランド力向上に向けたシティプロモーションの強化～

広報広聴・シティプロモーション課が市内外に向けて効果的に本市の魅力発信できているか、磐田市情報館の来場者数や市が主催する市外に向けた交流会の参加人数などの関係人口数で確認します。

活動指標	実績値(2023)	目標値(2029)
■磐田市情報館の来場者数	423,130人	500,000人
■首都圏交流会等のイベント参加人数	30人	100人

4 具体的な取組み

戦略1 情報発信力の向上

～「伝える」から「伝わる」に向けた情報発信力の向上～

活動指標	実績値(2023)	目標値(2029)
■広報活動に関する研修の参加人数	48人	100人
■取材メモの提出件数	900件	1,000件

は、新規の取組み

(1) 広報に対する職員の意識向上

No	具体的な取組み	内容
①	市民等からの意見やニーズの把握	・各部局は、市民や企業・団体からの意見や提案等を把握する機会を充実させ、これらを検証し、事業の改善に努めます。
②	市が所有する広報手段の活用	・全職員は、広報活動に関するマニュアル「広報広聴ハンドブック」を活用し、効果的な広報手段を選択し活用します。
③	市政に関する情報共有	・全職員は、施政方針や重点事業、新規事業、また市政の課題などを職員間で情報共有し、広報担当という意識を醸成します。
④	各部署における広報活動の充実	・広報委員は、部署内の情報を広報戦略・シティプロモーション推進員や広報広聴・CP課と共有し、広報活動の充実に繋がります。
⑤	戦略的かつ効果的な広報活動の推進	・広報戦略・シティプロモーション推進員は、部局内と部局を跨ぐ情報の調整役として、広報活動の充実に繋がります。
⑥	広報活動に関する研修の実施	・広報戦略シティプロモーション推進員や広報委員等は、広報研修に参加し、その内容を各部署で共有します。
⑦	アンケート調査の実施	・全職員の広報に対する意識を把握するため、定期的にアンケート調査を実施します。

(2) 各部局による情報発信力の向上

No	具体的な取組み	内容
⑧	事業の効果的な情報発信	・各部局は、優先施策など業務の進捗状況に合わせて、戦略的な広報の手法を検討し、広報広聴・シティプロモーション課と共有します。
⑨	市民や関係団体に向けた情報発信	・各部局は、担当業務にとどまらず、市民や関係団体に向けて「市からのお知らせ」を活用して市政の取り組みを発信します。
⑩	SNSを活用した多言語による情報発信	・担当部局は、外国人が必要とする本市の情報をタイムリーに発信できるよう、SNSを活用した情報発信を行います。
⑪	危機管理対応能力の強化	・各部局は、「危機管理広報マニュアル」を活用して、突発事態の際に市のリスクを最小限に抑えるよう努めていきます。
⑫	広報活動の検証	・各部局は、発信内容が対象者に「伝わったか」を検証し、適時改善につなげていきます。

戦略2 広報戦略力の向上 ～ 戦略的な広報に向けた情報発信体制の強化 ～

活動指標	実績値(2023)	目標値(2029)
■新聞・TVの報道件数	新聞 820件 TV 101件	新聞 900件 TV 130件
■磐田市公式 LINE 友達登録件数	95,025人	102,500人

は、新規の取り組み

(1) 広報広聴・シティプロモーション課による発信体制の強化

No	具体的な取り組み	内容
①	情報の一元管理	・広報広聴・シティプロモーション課は、庁内部局の事業情報を一元的にコーディネートし、最も効果的な情報発信に努めます。
②	各種マニュアルの充実	・広報広聴・シティプロモーション課は、各種マニュアルの内容を適宜見直し、職員が適切な対応ができるよう促していきます。
③	広報効果の検証・改善	・広報広聴・シティプロモーション課は、マスメディア等が掲載した記事数や放映時間の広告料換算などにより、広報の効果測定を行い、広報活動の充実につなげます。
④	情報収集、編集、企画に関する能力向上	・広報広聴・シティプロモーション課職員は、撮影や編集技術など広報の専門的な研修に積極的に参加し、能力の向上に努めます。

(2) 広報広聴・シティプロモーション課が所有する発信媒体の強化

No	具体的な取り組み	内容
⑤	広報いわたの編集強化	・広報いわたの編集力を強化するとともに、外部機関からの公表や指導を依頼するなど常に紙面の向上に努めます。
⑥	市ホームページの機能強化	・効果的なツールの導入を研究するとともに、分かりやすいホームページに随時更新していきます。
⑦	SNSを利用した効果的な情報発信	・FacebookやInstagramなどのSNSの特徴を活かすとともに、複数の媒体を組み合わせるなど効果的な発信に努めます。
⑧	発信媒体の使い分けと新たな媒体の開拓と導入、	・ターゲットに応じて発信媒体を使い分けるとともに、さまざまな情報発信ツールを調査し、より効果的に伝わる手法を検討し、適切に導入していきます。

(3) マスメディア等に向けた情報発信

No	具体的な取り組み	内容
⑨	マスメディアとの連携強化	・広報広聴・シティプロモーション課を主としてマスメディアと常に連携体制を維持し、庁内全体で活発な広報活動を展開します。
⑩	定例記者会見の充実	・マスメディアに対しインパクトのある内容にすることや動画を配信するなど見せ方なども工夫してさらなる充実に努めます。

戦略3 ブランド力の向上 ～ ブランド力向上に向けたシティプロモーションの強化 ～

活動指標	実績値(2023)	目標値(2029)
■磐田市情報館の来場者数	423,130人	500,000人
■首都圏交流会等のイベント参加人数	30人	100人

■ は、新規の取組み

(1) 魅力の発掘・発信

No	具体的な取組み	内容
①	魅力の発掘・発信	・地域への誇りと愛着の醸成が図られるよう、スポーツや文化などをはじめとした地域の魅力を掘り起こして明らかにし、本市の良さを市内外に発信します。
②	市民等と共創した魅力発信の仕組みづくり	・市民や団体等と共創して本市の魅力を市内外に発信するなど、地域と関わりたい意欲が育まれる機会を創出します。
③	磐田市情報館を活用した魅力発信	・ららぽーと磐田内の「磐田市情報館」を本市の情報発信拠点として活用し、市の魅力を効果的に市内外に発信します。
④	TV やラジオ等を利用した効果的な情報発信	・テレビやラジオ、動画サイトなどの市が所有する以外のチャンネルを活用して本市の良さを積極的に発信し続けます。
⑤	静岡いわた PR 大使による魅力発信	・「静岡いわた PR 大使」との連携を強化するとともに、新たな候補者に関する情報を収集し、適切な方を委嘱していきます。
⑥	同窓会組織などの関係団体との連携強化	・全国にある市内高校の同窓会組織等と連携して、本市の PR 協力と郷土への愛着と誇りが持てるよう、市からの情報をお知らせします。
⑦	情報発信の機会を拡充	・JR の駅をはじめとする民間施設等を活用して、情報発信の機会を拡大し、効果的に発信できるよう努めます。

(2) 関係人口の創出に向けた仕組みづくり

No	具体的な取組み	内容
⑧	関係人口の発掘・創出に向けた施策の検討	・様々な情報の分析を基に、ターゲットや発信方法などを検討し、シティプロモーションの効果を高めていきます。
⑨	本市にゆかりのある方の発掘と関係構築	・首都圏交流会の開催などにより本市に関心を寄せる方を発掘し、ネットワークの構築を図ります。
⑩	ブランドメッセージの作成・発信・浸透	・磐田ならではの魅力を表すブランドメッセージを作成し、市外に向けて発信していきます。
⑪	関係人口の創出に向けた機会の創出	・本市に興味を持つ方が本市の活動に円滑に関わることができるよう、地域に集まるヒト・コト・モノを積極的に活用してその機会を創出します。
⑫	各団体等との連携強化	・民間の団体に関する情報も含め、本市のプロモーションが効果的に見込めるものを積極的に発信していきます。

5 推進方法

各戦略に掲げる具体的な取組みを令和7年(2025年)度から実施します。

取組状況については、副市長をはじめとする広報戦略・シティプロモーション推進員からなる「磐田市広報戦略会議」において適時検証し、今後の取組みに活かしていきます。

年度		
令和 7年(2025)年度	各戦略に掲げる具体的な取組みを実施	実施
令和 8年(2026)年度	各部局から取組み状況に関する意見を 集約し、課題等を適時検証・見直し	検証・見直し
令和 9年(2027)年度	前年度に抽出した課題に対する改善策 の実行	
令和10年(2028)年度	改善策や各部局からの取組み状況に関す る意見を集約し、課題等を適時検証・見直し	
令和11年(2029)年度	これまでの取組みに対する評価とともに 進捗状況から次年度を見据えた次期計画を検討	次期計画の策定

磐田市広報戦略プラン 令和6年度改訂版

磐田市企画部広報広聴・シティプロモーション課