

五島市 PR 指針 第 1 部：概論

はじめに

五島市 PR 指針は、“行政の見える化”を前提に、市イメージの確立や情報の受発信体制の整備などに取り組み、戦略的な情報発信や市民等との効率的な意思疎通を可能とするための方策を示しています。

五島市 PR 指針は、これらの方策を実行し、市民や市外ターゲットの五島市への愛着・推奨意欲を高めることで、市の事業や意欲ある市民等による取り組みに関与する人を増やし、意欲ある市民等が積極的にまちづくりに取り組む基盤を造ることを目的とします。

市と市民等との協働の基盤を造り、固め、広げることで、段階的に定住人口の確保につなげ、「五島市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略」（以下「総合戦略」という）が掲げる目標人口及び基本目標達成の推進を支援します。

目次

第 1 部：概論

- 1 五島市PR指針の定義…………… 1
- 2 五島市PR指針の構造及び計画期間…………… 2
- 3 五島市PR指針の目的(五島市PR指針が実現できること)…………… 3
- 4 五島市PR指針の目標と成果指標…………… 4

第 2 部：事業計画

- 1. 事業計画の目標を達成するための体制…………… 5
- 2. 事業計画の目標を達成するための仕掛け…………… 6
 - (1)五島市イメージのブランド化…………… 6
 - (2)情報の受発信体制の整備…………… 8
 - (3)市民や市外ターゲットの巻き込み…………… 10
 - (4)市民の信頼の確保…………… 13

2018 年(平成 30 年)4 月 1 日
五島市総務企画部情報推進課広聴広報班

1.五島市 PR 指針の定義

五島市まち・ひと・しごと創生総合戦略			
基本目標1	基本目標2	基本目標3	基本目標4
五島の恵みを活かし 雇用を生み出す“しま”をつくる	五島の魅力を発信し 世界に誇れる“しま”をつくる	安全、安心で、住みやすさ 日本一の“しま”をつくる	五島の宝・子どもが 育ち、輝く“しま”をつくる
■農林水産業振興プロジェクト ■物産・ブランド振興プロジェクト ■商工業振興・新産業 育成プロジェクト ■再生可能エネルギー 産業創出プロジェクト	■観光による交流拡大 プロジェクト ■Uターン促進プロジェクト ■スポーツを通じた 交流拡大プロジェクト ■ 広報戦略プロジェクト	■地域コミュニティ維持・ 活性化プロジェクト ■健康長寿のしまづくり プロジェクト ■インフラ整備プロジェクト	■結婚・出産・子育て 支援プロジェクト ■教育のしまづくり プロジェクト
↑ 支援	↑ 支援	↑ 支援	↑ 支援
行政サービス広報 政策広報	地域広報	行政サービス広報 政策広報	
行政サービスの活用促進 市民・企業・NPOと連携した 地域の課題解決	魅力の発信 シティプロモーション	行政サービスの活用促進 市民・企業・NPOと連携した 地域の課題解決	
市民・企業・NPOからの課題聴取	市民・企業・NPOによる魅力発信	市民・企業・NPOからの課題聴取	
市民・企業・NPOからの聴取による進捗確認			
五島市PR指針			

(1) 五島市 PR 指針の位置づけ

五島市 PR 指針は、『五島市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略』（以下「総合戦略」という。）に掲げる基本目標2「五島の魅力を発信し、世界に誇れる“しま”をつくる」の戦略プロジェクト：広報戦略プロジェクトの実現に向け策定した。

(2) 五島市 PR 指針の定義

行政情報の見える化を前提としたうえで、上位の「総合戦略」に掲げる目標人口及び基本目標ごとの数値目標の達成を、広聴広報体制の整備により支援するもの。

PR 指針の運用により PR 推進体制を整備し、合理的な行政運営を図る。

(3) 情報推進課の責任範囲

PR 指針に定めた KPI の達成

(4) 各課の責任範囲

PR 指針に定めた KPI 達成への協力

2.PR 指針の構造及び計画期間

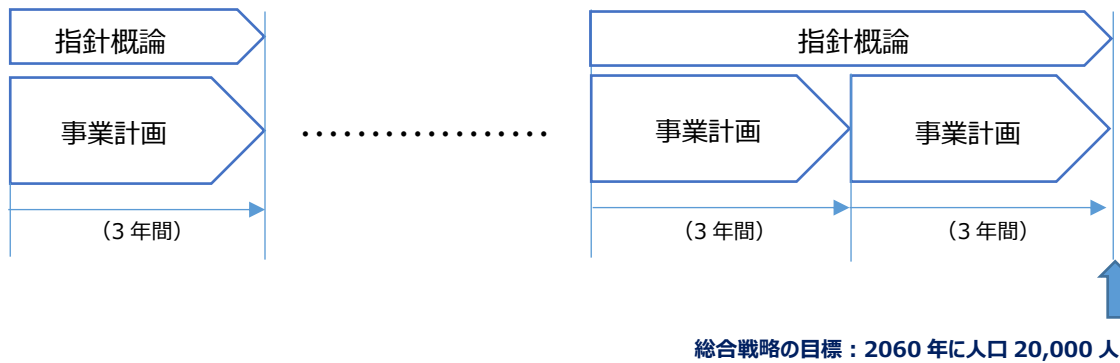
(1) 構造

指針は2部構成。第1部は、概論として枠組みや構造を、第2部は、具体的な事業計画を示す。

(2) 計画期間

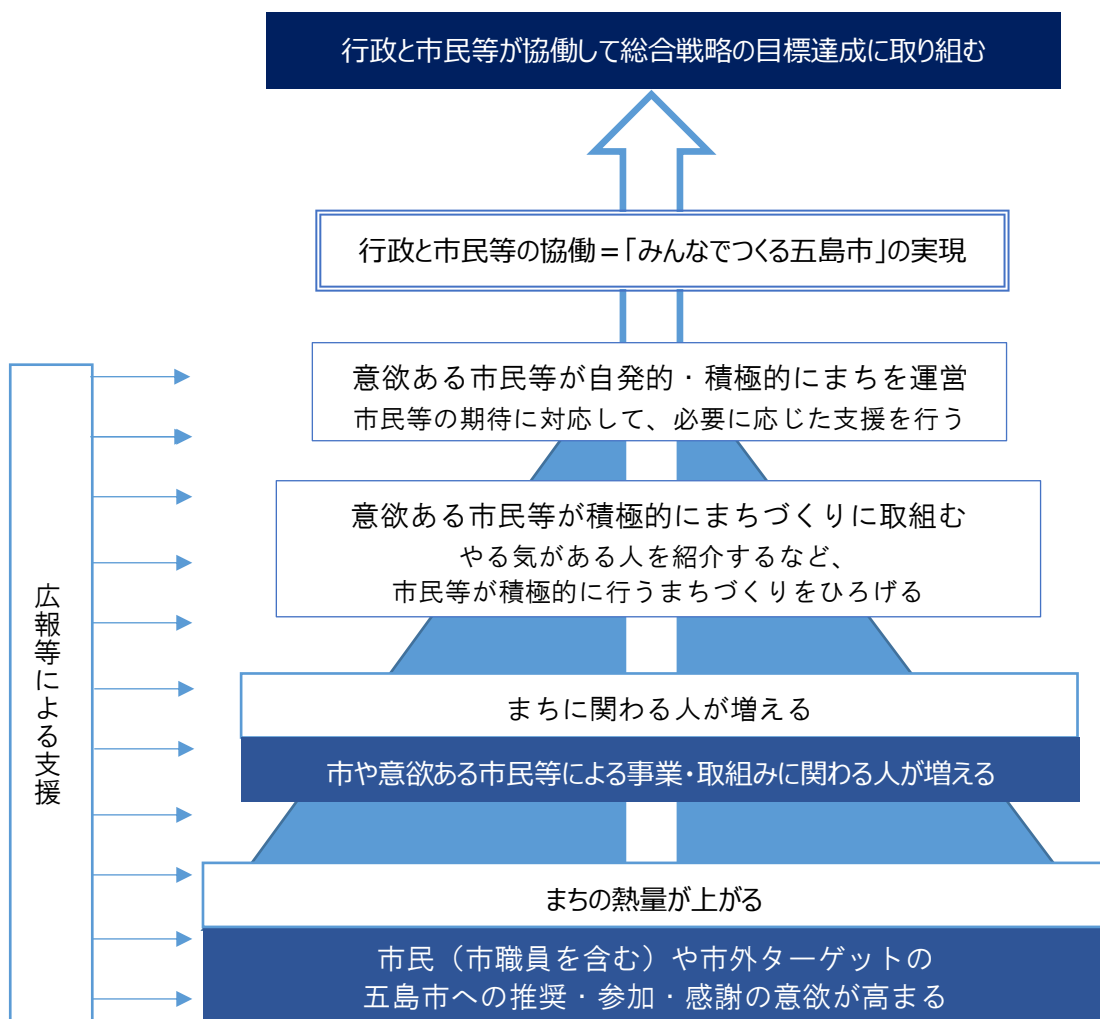
指針概論及び事業計画の計画期間は、3年間とする。

概論、事業計画、KPIは、最新の社会状況に対応するため、随時見直すこととする。

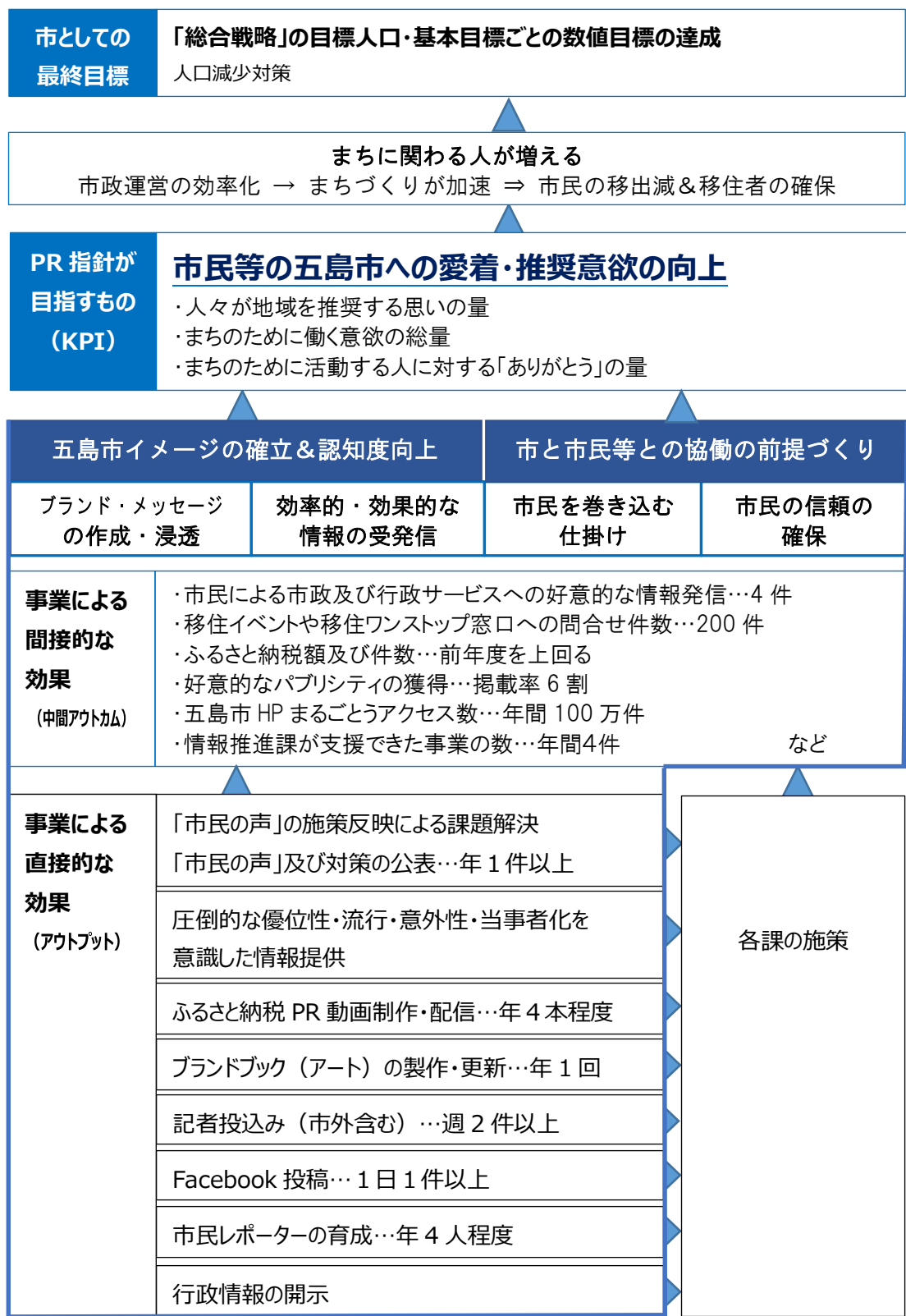


3.PR 指針の目的（PR 指針が実現できること）

PR 指針は、行政と市民等との協働により「総合戦略」が掲げる目標人口及び基本目標ごとの数値目標を達成するため、PR 指針の推進体制の整備により、市民や市外ターゲットによる五島市への推奨・参加・感謝の意欲を高めることで、市事業課や意欲ある市民等による事業や取り組みに関与する人を増やし、意欲ある市民等が積極的にまちづくりに取り組む基盤を造ることを目的とする。



4.PR 指針の目標と成果指標



※市民=NPO、企業、市外在住の五島市に関わりを持ちたい人・五島市を応援したい人を含む

5.PR 指針の評価と改善、推進状況の公表

(1) 評価

- ①外部から目に見える形で成果物が残る事業…ブランドアートの製作、市民レポーターの育成など事業実施の前後、ターゲットを対象にアンケートを実施する。

・調査項目 i) 地域を推奨する思いの量 (点数)
ii) まちのために働く意欲の総量 (点数)
iii) まちのために活動する人に対する感謝の量 (点数)

- ②成果物が形として残らない事業…広報媒体活用方法の改善、「市民の声」対策の公表など個別に成果を測ることはせず、PR 指針推進全体の評価として、定期的にアンケートを実施する。ただし、アンケートに各項目の点数増減の理由を尋ねる質問を追加する

点数増 実施した事業を列挙し、人々の思いに影響を与えた事業を選択してもらう。

例) 五島市を誰かにおススメしたい気持ちが強くなった理由は？

- テレビで紹介されたから (番組名〇〇)
- 雑誌で紹介されたから (雑誌名〇〇)
- 新聞で報道されたから (事業名〇〇)
- 広報ごとうで五島市の魅力を知ったから (記事名〇〇)
- ごとうチャンネルで五島市の魅力を知ったから (番組名〇〇)
- 市民の意見が市政に反映されることを知ったから (例〇〇) など

点数減 理由を記載してもらう。

例) 五島市を誰かにおススメしたい気持ちが弱くなった理由を書いてください。

()

(2) 改善

アンケート結果の分析により、効果が低いと判断できる事業は、廃止や縮小、見直しを検討する。

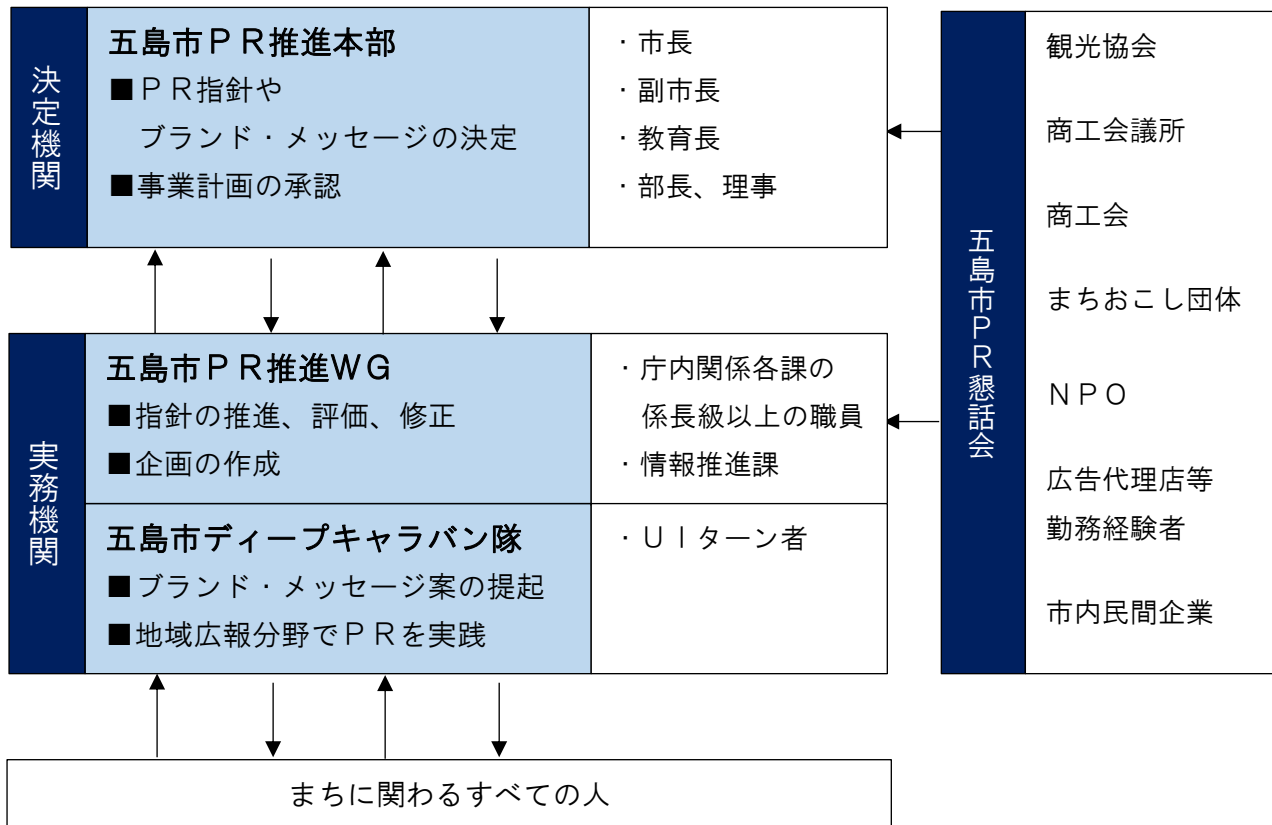
(3) 推進状況の公表

アンケートの分析結果及び結果を受けて行った改善について、市の媒体により公表する。

五島市 PR 指針 第2部 事業計画

1. 事業計画の目標を達成するための体制

(1) PR 指針の推進体制



2.事業計画の目標を達成するための仕掛け＜4つの軸＞

(1) 五島市イメージのブランド化

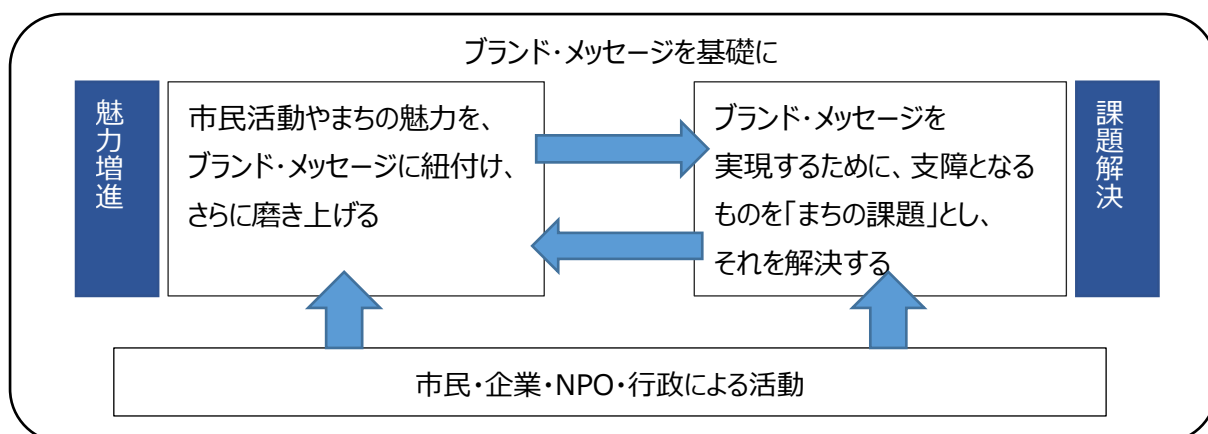
①ブランド・メッセージに基づくプロモーション

- ・五島市がいま持っている魅力を基に、今後ありたい姿を示した「ブランド・メッセージ」を作成する。
市民からの提案を基礎に、五島市ブランド・メッセージを決定し、
市の事業をはじめ、企業や市民の活動等にブランド・メッセージを紐づけ、プロモーションに取り組む。

ブランド・メッセージ＝市民や企業・団体など五島市に関わる人々が「まちの当事者」となるための仕掛け

ブランド・メッセージの構成

- メインメッセージ…人の心を「とらえる」ためのコピー = キャッチフレーズ
ごく短い言葉で人の注意を引く役目をもつ。
- ボディコピー……………イメージの詳細を語る文章



東海大学文学部広報メディア学科：河井孝仁

<ブランド・メッセージの活用方法（例）>

- 五島市ブランド・メッセージのサブメッセージやロゴを考えてもらう

小中学校や高校、市民団体、企業などに、五島市ブランド・メッセージを基にしたサブメッセージやロゴを考えてもらい、それぞれ活用してもらう。

- ブランドブックの制作

子どもさんが五島市の保育園に入園し、幸せになっていくご家族の絵本を作る。

ストーリーは、五島市ブランド・メッセージに紐付けて考案する。

→ブランド・メッセージに関連付けた制作活動を行うことで、五島市のことを真剣に考えてもらい、まちづくりの当事者になってもらう。また、五島市ブランド・メッセージに関わる活動をした市民等に自ら情報発信をしてもらうことで、市内における情報発信ハブの増加につなげる。

②広報媒体の活用手法の改善

資産の範囲内で媒体を増やし、媒体の積極的な活用を図ると同時に、メディア活用において、常にドミナント・トレンド・ギャップ・当事者化を意識したコンテンツ提供に努め、大きな認知獲得を図る。

- ・ドミナント…圧倒的な差別化、圧倒的優位性
- ・トレンド…流行（いま話題になっていることに関連づける）
- ・ギャップ…意外性（将来の五島らしくない、役所らしくないなど）
- ・当事者化…自分の問題だと意識できるようになる

i) 媒体の拡大

- ・新たな媒体として、プレスリリース配信サービスや、東京事務所・福岡事務所の営業先（マスコミ）、郷土人会、行政専門誌などを検討する。
 - ・新たなソーシャルメディアの展開を検討する。例）Instagram や LINE@など
- ※その他、具体的事例は随時検討していく。

ii) ドミナント・トレンド・ギャップ・当事者化を意識したコンテンツ提供に努める

- ・積極的に情報共有をしてもらうため、多様なソーシャルメディアの活用を図る。
 - ・広報アンケートでの提案を積極的かつ定期的に実現する。
- ※その他、具体的事例は随時検討していく

iii) HP を、信頼を確保するための「情報の着地点」として機能させる

- ・アクセシビリティへの配慮（アクセシビリティ基準：AA 準拠）
- ・ブランド・メッセージを含め状況に応じた情報分類の実施
- ・スマホ対応
- ・オープンデータカタログ類への参加を検討

iv) 広報媒体評価

広報媒体を的確に活用できているのかの評価を、各メディアの特性に応じて実施する。

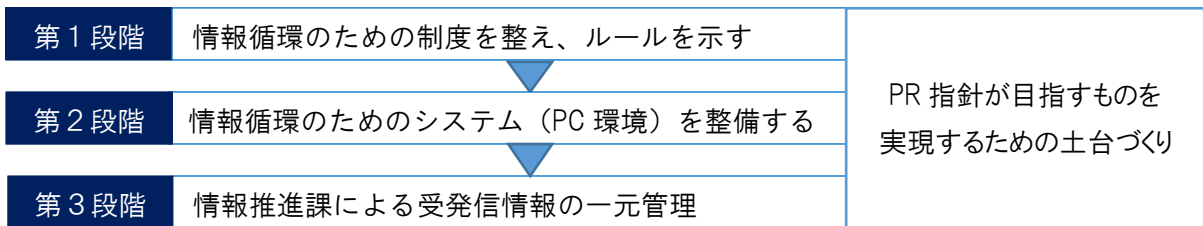
- ・紙媒体…定期的なアンケートを実施
- ・ごとうチャンネル…定期的なアンケートを実施
- ・ホームページ…アクセス解析
- ・ソーシャルメディア…ソーシャルメディア解析

(2) 情報の受発信体制の整備—コミュニケーション密度を高める

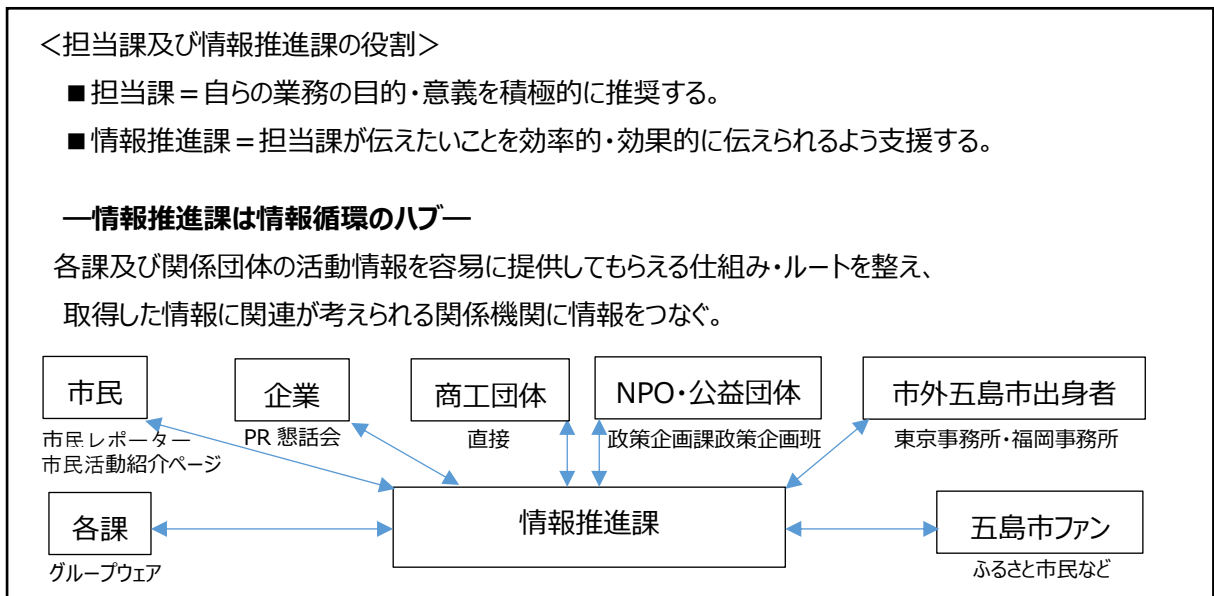
① 広聴広報情報の一元化

前述のインターナルコミュニケーション及び情報推進課のハブ化を進め、庁内の広報活動や関係団体の活動状況を把握し、整理・分析する。実態に応じて、以下の PC 環境整備を検討する。

- ・広報情報一元管理システム
- ・広聴データベース…市民の声を蓄積、一元管理・分析し、施策に反映させる。



② 組織内に情報推進課の役割を宣言



・広聴広報マニュアルの作成

情報推進課の役割を明文化するとともに、情報共有のルールや広聴広報の制度、広報依頼の手順、報道及び記者対応等を示す。

③ 職員の PR 意識の強化

- ・研修…広報の専門家を招いて、管理職を含む職員の研修を実施する。
- ・情報推進課による広報の PDCA 支援を積極的に行うことにより、実質的な情報の一元化を図る。
- ・庁内報による啓発…広報実績、広報ノウハウ&ルール、アクセシビリティ、著作権、肖像権等

④職員の PR 行動の推進

職員が自ら積極的にまちを推奨するだけでなく、誰かに働きかけようと思う仕掛け

事例 1 各課と情報推進課との共同編集による情報発信

・ブランドブック（アート）や番組、動画、記事等の共同企画、共同制作

⑤ビジョンの共有（刷り込み）…組織としての構想・目標とする未来像を、職員に示し続ける

・トップによるコミュニケーション = トップダウン

市長が、課長会議や訓示などで、「PR 指針の目標達成が総合戦略の目標達成に寄与すること」や「PR 指針の目的」を職員に示す。

⑥組織内における積極的な関わりの推奨・支援 = ボトムアップ

・トップが部署や職員をほめる仕組みを構築

事例 1 PR 指針表彰（仮称）の実施

- コラボ事業部門…複数部署あるいは市民や企業とコラボして、PR 指針の KPI 達成に寄与した部署や職員を表彰 ※PR で情報推進課との協力は必須
- 地域活動部門…地域活動に熱心に取り組んでいる部署や職員を表彰
- 市民の声対応部門…市民の声を施策に反映し、課題を解決した部署や職員を表彰
- 部署別表彰…表彰数が多かった部（部長）または課（課長）を表彰

事例 2 庁内報の発行

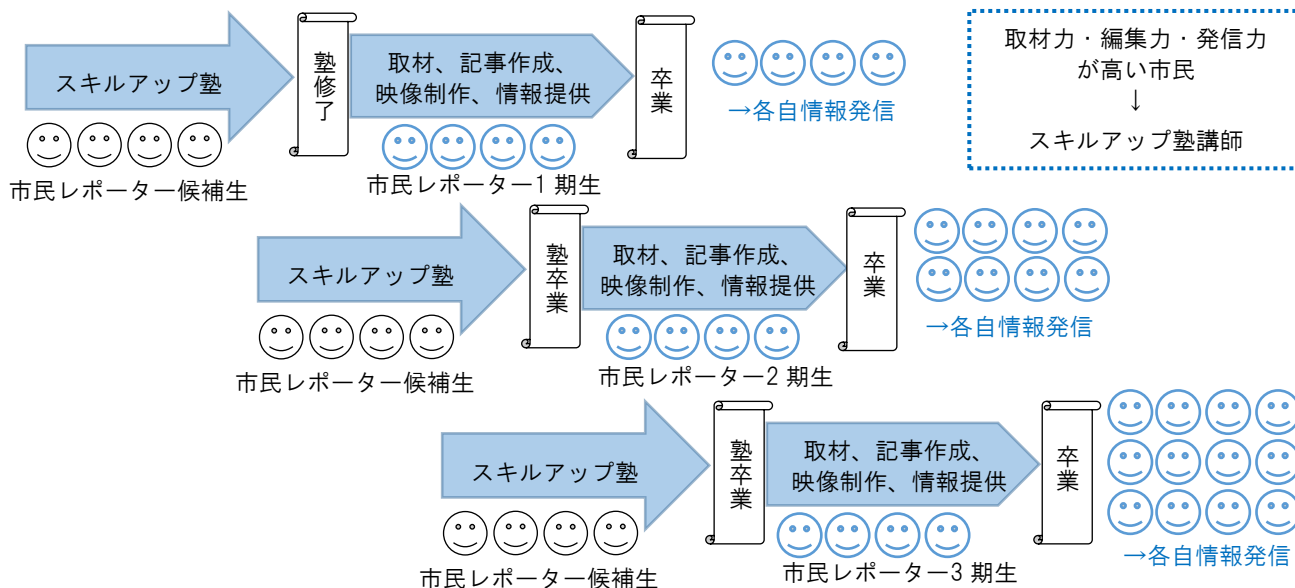
- PR 指針の目標達成に寄与した部署や職員を褒める記事（= 成功事例）を掲載
 - PR 指針の理解を促すコラムを掲載、PR 関連の知識や技術を掲載
- ※課長会議等で配布し、権威付け

(3) 市民や市外ターゲットの巻き込み

①市民が自ら地域の魅力発信を行うための土台作り

市民レポーターの育成

- ・五島市の魅力をストーリーとして語れる力をつけるために、スキルアップ塾で市民レポーターを育成する。
- ・市民レポーターは、塾修了後、卒業までの間、市の媒体で活動する。
- ・市民レポーターは、卒業制作としてブランドブックまたはブランドアートを制作する。



- 取材力・編集力・発信力を持つ市民が増える
→取材力・編集力・発信力を持つ市民が自ら情報を発信する。
 - 若い世代が島の魅力に気づく
→将来「島に帰る」ことが選択肢のひとつとなる。
- ⇒地域の推奨力が上がる

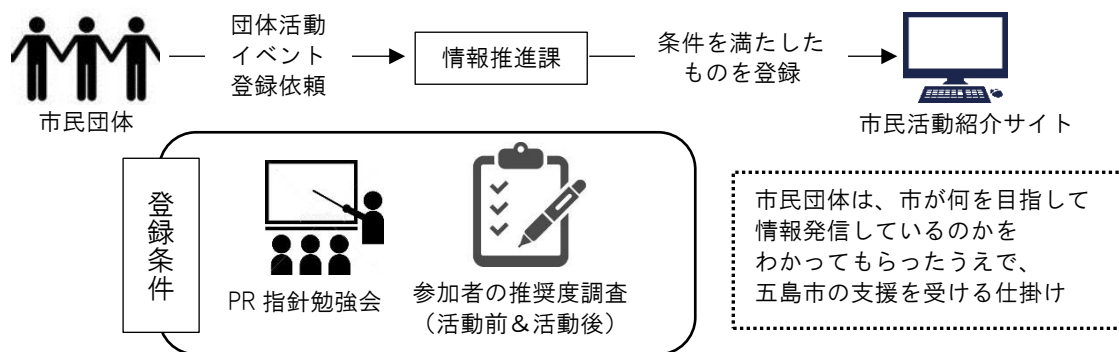
- ・市民レポーターの活動の場として、新しい媒体の作成を検討する。
- ・島外在住の「五島応援レポーター」の設置を検討する。

②市民側から情報が入ってくる流れをつくる

市民活動紹介サイト（市民情報発信サイト）の設置および運営

五島市公式ホームページまごとう内に、まちづくり活動を行う市民団体の活動を紹介するサイトを設置する。サイトでは、市民団体主催のイベントや地域貢献活動を紹介する。

- ・市民側から情報が入ってくる仕組みを構築する。
- ・まちのために頑張っている人の活動の情報を一元化する。
- ・市民団体に、市が何を目標として情報発信しているのかを認識してもらう。



- サイトを見て…活動している方に感謝する → 地域活動感謝量アップ
- サイトを見て…活動に参加したくなる → 地域参加意欲アップ

③市民及び市民団体のモチベーションアップ

感謝状の贈呈

地域に対する推奨力や参加意欲を上げた活動を実施した市民や団体等に感謝状を贈呈する。

- ・地域活動をしている方のモチベーションをあげる。
- ・市民の地域活動感謝量や地域参加意欲を上げる。



- 報道・広報を見て…活動している方に感謝する → 地域活動感謝量アップ
- 報道・広報を見て…活動に参加したくなる → 地域参加意欲アップ

④地域外ターゲットへの働きかけ

i) ふるさとづくり寄附金納税者の当事者化

市民が出演したふるさと納税お礼動画の制作・放送

ふるさと納税を財源として実施した事業について、動画で成果を報告する。また、H PやF Bで公開する。
恩恵を受けている市民本人が出演し、納税者にお礼を伝える。
納税者は、自分の寄附金が具体的に誰の役に立っているか視覚で認識できる。

□動画を見て…寄附している方に感謝する → 地域活動感謝量アップ

□動画を見て…寄附したくなる、あるいは寄附者に貢献したくなる → 地域参加意欲アップ

ii) 五島市出身者や五島市ゆかりの方々の当事者化

五島市のオウンド・メディアを使って、五島市関連情報を発信してもらう

- ・広報ごとう「わたしのイチオシ」
- ・広報ごとう「五島市ゆかりのお店」 など

iii) つばきねこファンの当事者化

五島市イメージキャラクターつばきねこを通じて、五島市のファンになってもらう。

■ つばきねこファン Instagram の開設・運用

■ つばきねこファンミーティングの開催

つばきねこファン Instagram のフォロワー等を招待し、東京都及び福岡県で「つばきねこファンミーティング」を開催する。ファンミーティング限定の写真パネルやグッズ等でリア感を演出する。

(4) 市民の信頼の確保

① 市民協働型広聴の実施

i) 市民の声を一元管理、分析

情報推進課は、各課に届いた「市民の声」を収集・分析する。その分析結果に基づき、本質的に関連する「市民の声」を紐付けて、各課へ政策立案の参考として情報を提供するとともに、市民へ対応状況を周知する。また、市民の声管理システムの導入を検討する。

ii) 事業に関連する人々の声を拾う仕組みをつくる

- ① 事業に関連する人々に日常的に接する方々の協力を得、拾った声について情報提供してもらう
 - ・健康推進員、民生委員、まちなか子育て相談室「歩む」など
- ② 地域活動をしている職員による情報収集への期待

iii) 広報媒体を活用した傾聴

下記の傾聴を行うことにより、市民及び市外ターゲットのメディアに対する満足感とメディアを利用したい意欲を高める。

- ・広報ごとう…市民ニーズを把握するハガキを組み込む等による意見聴取と聴取した意見への積極的な対応及び対応の公表によって情報の循環を図る。
- ・ホームページ…アクセス解析等によりユーザーの行動分析を実施する。
- ・ソーシャルメディア…ソーシャルメディア解析を含むソーシャルリスニングを実施する。
- ・電子書籍サイト「マチイロ」「マイ広報紙」のユーザーデータを分析する。

iv) 広聴制度の PR

下記を実施することで、市政に対する市民の信頼を得て、共に市政を担う存在として市民の積極的な活躍が期待できる。

- ・市の広報媒体で「市民の声」とその対応状況を公表することにより、広聴制度の存在とその意義及びそれに対する五島市の積極的な対応について認知を図る。
- ・「市民の声」を聴き取る取り組みを行うことにより、市が積極的に市民の意見を聴き取っていることを認識してもらい、市の官民協働に対する姿勢の認知と市民の市政に対する十分な理解を推進する。

vii) 積極的な IT ツールとの連携

- ・スマートフォンアプリなど、IT ツールとの連携を検討する。

② 徹底した情報開示

市民との信頼関係を築くため、情報を徹底的に開示し、信頼確保のための広報対応についてマニュアルを整備する。