

金沢市広報基本戦略

令和5年3月
金 沢 市

【目次】

はじめに.....	1
I 金沢市広報基本戦略策定の背景.....	2
1. 本市を取り巻く社会情勢の変化.....	2
(1) 人口減少と少子高齢化の進展.....	2
(2) 新型コロナウイルス感染症の拡大による影響.....	2
(3) 情報通信技術の進歩.....	2
(4) 生活様式の変化.....	3
2. 現行戦略の達成状況.....	4
II 現状と課題.....	5
1. 広報・広聴の主な活動.....	5
(1) 広報.....	5
(2) 広聴.....	6
2. 現行戦略の課題の検証.....	7
基本戦略1 きめ細かく行き届いた広報の実現.....	7
基本戦略2 市民の理解・反応・評価を得て、市民参加を促進する広聴の実現...9	
基本戦略3 金沢の地域ブランドを市内外に発信.....	10
基本戦略4 職員の広報広聴活動に対する意識向上のための仕組みづくり.....	11
基本戦略5 組織横断的な広報広聴活動をマネジメント.....	12
III 金沢市広報基本戦略.....	13
1. 基本的な考え方.....	13
2. 戦略の方向性.....	13
IV 具体的な戦略.....	14
1. 実施期間.....	14
2. 戦略.....	14
V 基本戦略の見直し.....	15
【別紙】具体的な基本戦略.....	16

はじめに

現行の新金沢市広報基本戦略(H29.12月策定)(以下、「現行戦略」という)は、令和4年度までの5年間を計画期間と定め、「きめ細かく行き届いた広報の実現」「市民の理解・反応・評価を得て、市民参加を推進する広聴の実現」「金沢の地域ブランドを市内外へ発信」「職員の広報広聴活動に対する意識向上のための仕組みづくり」「組織横断的な広報広聴活動をマネジメント」を5つの基本戦略とし、その具現化に向けて具体的な施策を進めてきました。

基本戦略ごとに設定した具体的な施策は概ね達成する一方で、インターネットを活用した高速通信技術やソーシャルネットワークサービス(以下:SNS)等の急速な普及、新型コロナウイルス感染症の拡大、それに伴う市民ニーズの複雑化・多様化が進み、市民の価値観や生活様式は大きく変容しています。

この「金沢市広報基本戦略」は、現行の戦略を刷新し、現代の社会情勢に対応した広報広聴活動を展開するための新たな指針として策定するものです。

今後は、本戦略に基づき、職員一人ひとりが広報広聴活動の主体であることを自覚し、市民に身近で分かりやすい広報広聴活動の展開をめざしてまいります。

令和5年2月

I 金沢市広報基本戦略策定の背景

現行戦略の策定時から今日に至るまで、本市では少子高齢化が進展し、新型コロナウイルス感染症の影響で外国人を含む観光客が大幅に減少しました。

その一方で、インターネットとスマートフォンの普及に伴い情報の入手先の多様化が進み、テレワークの導入が増えるなど、人々の生活様式は大きく変容しています。

本市を取り巻く社会情勢の変化を以下のとおり整理しました。

1. 本市を取り巻く社会情勢の変化

(1)人口減少と少子高齢化の進展

年少人口の減少と老年人口の増加により、少子高齢化が進展している

	平成 30 年	令和 3 年	差引き
人口	454,416 人	451,018 人	△3,398 人
年少人口（15 歳未満）	59,950 人	57,346 人	△2,604 人
生産人口（15 歳以上 65 歳未満）	277,281 人	272,564 人	△4,717 人
老年人口（65 歳以上）	117,185 人	121,108 人	3,923 人

※金沢市統計データ（住民基本台帳に基づく金沢市の年齢別人口（1月の値））

(2)新型コロナウイルス感染症の拡大による影響

コロナ禍の影響により、観光客数・外国人宿泊者数が減少している

	平成 30 年	令和 3 年	差引き
観光客数 ※1	9,048,836 人	3,553,114 人	△5,495,722 人
外国人宿泊者数 ※2	522,343 人	4,638 人	△517,705 人
転入者数 ※3	47,892 人	46,297 人	△1,595 人

※1 主要観光施設（19 施設）の利用者数の推移（金沢市観光調査結果報告書より）

※2 外国人宿泊者数の推移（金沢市観光調査結果報告書より）

※3 人口の転出入状況（国勢調査の平成 27 年、令和 2 年の結果を使用）

(3)情報通信技術の進歩

通信技術の進歩により、インターネットとスマートフォンの利用率が増加している

	平成 30 年	令和 3 年	差引き
インターネット利用率 ※4	79.8%	82.9%	3.1%
スマートフォン利用率 ※4	87.0%	95.3%	8.3%
1 日(平日)テレビ平均利用時間※5	156.7 分	146.0 分	△10.7 分

※4 総務省通信利用動向調査

※5 総務省情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査

(4)生活様式の変化

新聞やテレビから SNS へ情報入手先の多様化が進んでいる

		平成 30 年	令和 3 年	差引き
主な SNS 利用率※6 (全年代)	LINE	82.3%	92.5%	10.2%
	Twitter	37.3%	46.2%	8.9%
	Facebook	32.8%	32.6%	△0.2%
	Instagram	35.5%	48.5%	13.0%
	YouTube	75.7%	87.9%	12.2%
	TikTok	10.3%	25.1%	14.8%
県内新聞購読者数（5紙）※6		419,546 部	368,670 部	△50,876 部
1日(平日)テレビ平均利用時間※5		156.7 分	146.0 分	△10.7 分

※6 日本ABC協会「新聞発行社レポート半期」、2016年1月～6月平均、2021年7月～12月平均より

コロナ禍の影響により、テレワークを導入した企業が増加している

	平成 30 年	令和 3 年	差引き
テレワークを導入している※4	19.1%	51.9%	32.8%

2. 現行戦略の達成状況

令和4年度末時点での、5つの戦略ごとの具体的な施策（49事業）の達成状況は以下のとおりです。今後も引き続きその効果を検証し、さらなる充実に努めます。

【達成状況一覧】

戦 略	主 な 事 業
基本戦略1 きめ細かく行き届いた 広報の実現	<ul style="list-style-type: none"> ・ AI を活用した広報ツールの導入(R1～) ・ SNS での情報発信の導入(R2～市公式 LINE) ・ 「かなざわのわフォトプロジェクト」開始(R2～) ・ ホームページのリニューアル(R3) ・ 記者提供資料の電子化等(R3～) ・ 「結ネット」アプリを活用した町会連合会への 市政情報等の発信 (R3～) ・ 生活ページの電子申請サービス連動(R4～) <div style="text-align: right;">等</div>
基本戦略2 市民の理解・反応・評価 を得て、市民参加を推進 する広聴の実現	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「かがやき発信講座」実施(H26～) ・ 市政 e モニター制度実施(H27～) ・ 「まちづくりミーティング」実施(H31～3 巡目) ・ 「ビジネスティーミーティング」実施(H29～) ・ 「かなざわ未来づくりミーティング」実施(R1～) <div style="text-align: right;">等</div>
基本戦略3 金沢の地域ブランドを 市内外へ発信	<ul style="list-style-type: none"> ・ プロモーション動画の YouTube 放映(H25～随時) ・ 「首都圏版かがやき発信講座」実施(H27～) ・ ロゴマークを活用した名刺統一化(H30～) <div style="text-align: right;">等</div>
基本戦略4 職員の広報広聴活動に 対する意識向上のための 仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ CMS 操作研修の実施(H26～) ・ 「ICT 広報スキル向上研修」実施(H28) <div style="text-align: right;">等</div>
基本戦略5 組織横断的な 広報広聴活動を マネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広報ディレクターの配置(H24～) ・ 緊急時放送訓練の実施(H27) ・ コピーライターへの相談業務開始(H28～) ・ 災害対策本部訓練に広報対応を導入(H30～) ・ SNS 運用相談業務開始(R1～) ・ 行事予定表を庁内掲示板に掲載(R3～) <div style="text-align: right;">等</div>

II 現状と課題

1. 広報・広聴の主な活動(令和4年度)

(1) 広報

① 新聞広報

- ・ 金沢市広報「いいね金沢」
- ・ 特別広告

② テレビ広報

- ・ 市政広報番組
- ・ スポットCM

③ ラジオ広報

- ・ 市政広報番組
- ・ スポットCM

④ インターネット

- ・ ホームページ
- ・ LINE (ライン)
- ・ Twitter (ツイッター)
- ・ YouTube (ユーチューブ)
- ・ Instagram (インスタグラム)
- ・ Facebook (フェイスブック)



金沢市広報「いいね金沢」(毎週火曜日掲載)



金沢市ホームページ

金沢市公式 SNS 登録者数(R5.1 現在)	
LINE	20.0 万人
Twitter	1.8 万人
YouTube	1.4 万人
Facebook	1.9 万人



金沢市公式 LINE

⑤ 屋外広告

- ・ 庁舎前デジタルサイネージ
- ・ 香林坊地下広告枠

⑥ フリーペーパー

- ・ リビングかなざわ



庁舎前デジタルサイネージ

⑦ 市政情報コーナー

- ・ 市政情報コーナー
- ・ 市政情報デジタルライブラリー

⑧ パブリシティ

- ・ 市長定例記者会見
- ・ 市長ぶら下がり会見
- ・ 記者レクチャー
- ・ 記者資料提供
- ・ 行事予定表(日報、週報)

⑨ 町内会回覧板等

⑩ その他広報

- ・ 生活ページ(市民便利帳)
- ・ 市勢要覧
- ・ 首都圏版金沢かがやき発信講座



市長定例記者会見



かなざわ生活ページ

(2) 広聴

① まちづくりミーティング

② 市政eモニター制度

③ 金沢かがやき発信講座

④ 市政に対するご意見

⑤ 市民相談

- ・ 市民相談室
- ・ 女性相談支援室
- ・ 人権相談
- ・ 近江町消費生活センター

⑥ 情報公開



まちづくりミーティング



首都圏版金沢かがやき発信講座

2. 現行戦略の課題の検証

基本戦略1

きめ細かく行き届いた広報の実現

1. 各 SNS の特長を活かした情報発信ができていない

スマートフォンが普及した今、より効果的な広報活動を展開するためには、身近で親しみやすくなった SNS を効果的に運用することが求められます。

しかし、本市が運営する SNS においては、相当規模の利用者はいるものの、「分かりにくい」「使いにくい」といった声が寄せられていることから、まだ効果的な運用ができていないとは言えません。したがって、各 SNS の特長や利用者の属性を十分に理解し、訴求力の高い情報を発信する必要があります。

< SNS に関するご意見(市民アンケート等) >

- ・ テレビをあまり見ないので SNS で発信してもらえると見る機会が増える。
- ・ 災害情報、イベント、コロナ関連など、どの媒体を見ればいいのかわからない。
- ・ 緊急性の高いものは LINE、イベントの情報は Twitter や Facebook などと使い分けてほしい。
- ・ LINE は毎日チェックしているが文章が長くてしっかり読んでいない。簡素化をお願いしたい。
- ・ イラストを入れたり、理解しやすいように書いてくれたらありがたい。

2. ホームページで知りたい情報にすぐにたどり着けない

災害や感染症等が発生した際の緊急対応の迅速化を図るため、令和 3 年度末にクラウド型のコンテンツ管理システム(CMS)を導入し、本市公式ホームページをリニューアルしました。ページの管理・編集が容易になり職員の負担は軽減されましたが、一方で、利用者からは「使いづらい」「見づらい」「欲しい情報を探しにくい」といった声が届いています。

カテゴリの整理、見やすいページの作成など、ユーザビリティ向上のためのスキルを職員間で共有し、誰もが使いやすいホームページを構築していくことが必要です。

< ホームページに関するご意見(市民アンケート等) >

- ・ 市の LINE やホームページはとにかく見づらいというのが正直な感想。
- ・ 探したい情報がなかなか出て来ず困っている。
- ・ 市民目線で探したいものにたどり着きにくい。職員目線で振り分けしているのではないか。
- ・ 最初から難しい長い文章では見る気がしないし、分かりづらい。

3. 多様な広報媒体を利用しているものの、情報の入手先に偏りがある

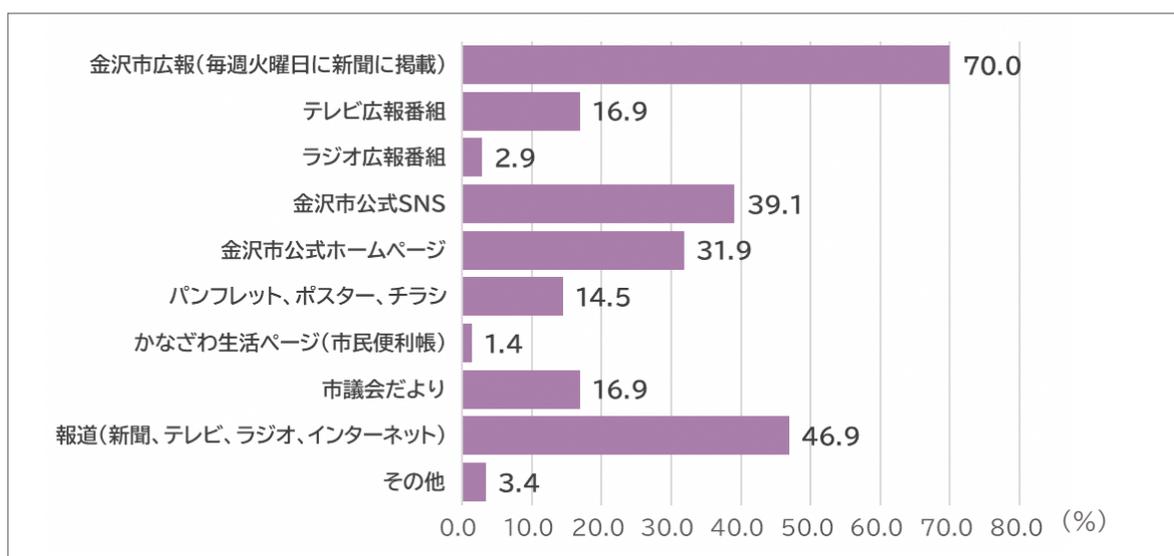
「きめ細かく行き届いた広報」を実践するため、市民が利用する様々なメディアで情報を発信してきましたが、市民アンケートからは、情報の入手先に大きな偏りがあることが分かりました。

特にテレビ・ラジオの広報番組は比較的視聴率（聴取率）が低いことから、SNSを通じて誘導し、視聴のきっかけ作りを行うなど、市民に情報を届けるための取り組みが必要です。

<市政情報の入手先に関するご意見(市民アンケート等)>

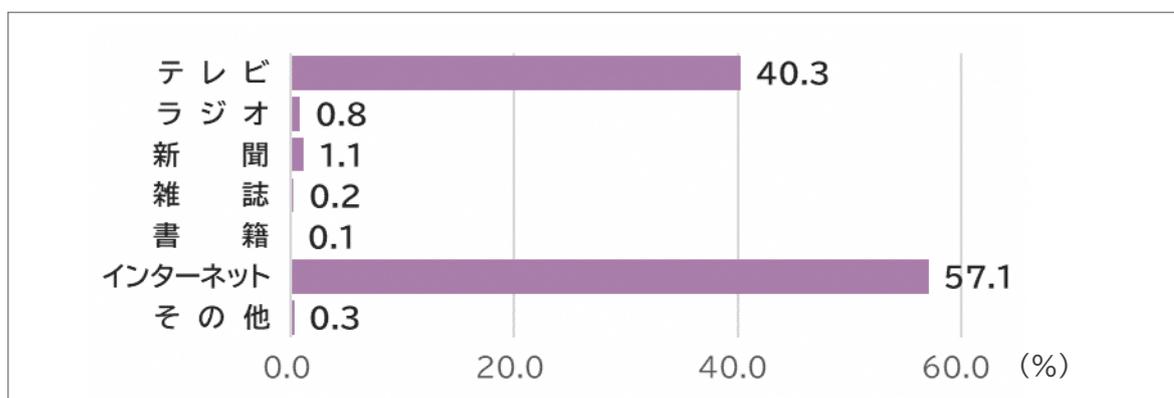
- ・年齢が低い層は新聞を読まない人、テレビを見ない人が多いように思う。
- ・金沢市がたくさんの広報媒体を活用していることがわかったが、あまり浸透していないのではと思う。
- ・(広報活動は) 色々なことをやっているなので、もっと宣伝をすべき。

<金沢市の情報入手のために利用するメディア>



※ 令和4年度市政eモニター制度「【金沢市の広報について】に関するアンケート」

<「いち早く世の中のできごとや動きを知る」ために最も利用するメディア>



※ 総務省情報通信政策研究所「令和3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」

1. 市民意識の変化を捉えていない

複雑化・多様化する市民の要望を市政に反映するには、定期的に調査を行うなど、市民意識の変化を敏感に捉えることが重要です。広報広聴課においては市民アンケート(市政eモニター制度)を実施していますが、質問項目を社会情勢に応じたものに見直したり、電話等で市民から直接いただいた声を集約し担当部署と共有するなど、市民のニーズをより捉えることができるよう改善を図る必要があります。

<意見募集に関するご意見(市民アンケート等)>

- ・ホームページなどで市民からの意見を収集する方法を検討したほうがよい。

2. 市民が気軽に相談・質問・意見が言えて回答が返ってくる場の提供

市政に対する市民からの問い合わせは、電話や電子メールのほか、まちづくりミーティングなどで寄せられますが、市民アンケートによると、こうした声に対する市の回答が不十分であるという指摘があります。

市民の声を聴く貴重な場として、まちづくりミーティングにおいては今後も市民からの意見や要望に丁寧に応えていくほか、市公式ホームページの「よくある質問」やAIチャットボットを充実させるなど、市民からの問い合わせに対して真摯に回答していく必要があります。

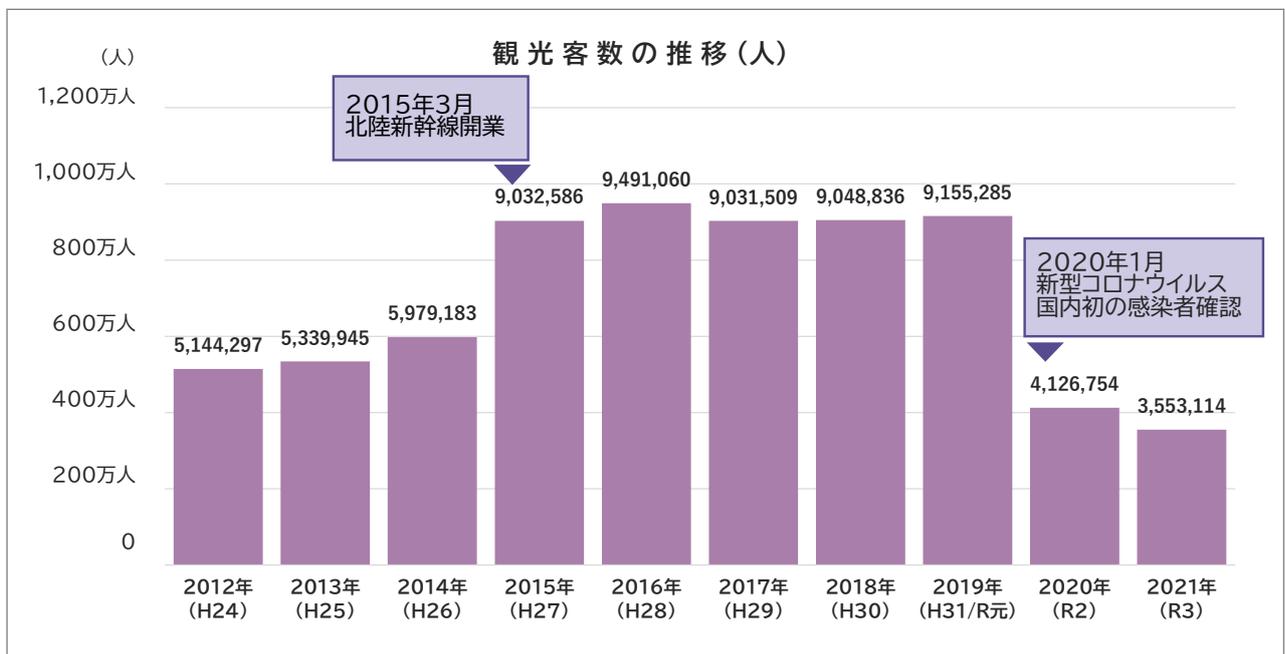
<市の対応に関するご意見(市民アンケート等)>

- ・市政に対する要望を発信したら即何らかの回答が来たら嬉しい。
- ・SNSなどで寄せられた情報、それに基づく行動(実施、計画など)を公表して欲しい。

シティプロモーション事業では、イメージアップを目的としたプロモーション動画の制作、首都圏向けの出前講座のほか、市民の約9割が認知している「いいね金沢」ロゴマークを使用した幹部職員の名刺統一化などに取り組みました。その結果、金沢のイメージを県内外へ打ち出し、一定の効果があつたと認識しています。

北陸新幹線の開業以降、観光客数は順調に伸びていましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う外出自粛・移動制限により、近年は大幅に減少しました。

今後は、コロナ禍で変容した生活様式や社会環境を考慮し、動静を見据えながら、より効率的で効果の高い広報活動を検証する必要があります。



※ 主要観光施設（19施設計）の利用者数の推移（金沢市観光調査結果報告書より）

1. 効果の検証が不足している

伝えたい情報を特定の相手に的確に届けるには、最も適切な広報媒体を選択する必要があります。そのためには、広報活動の効果を検証・分析し、その結果を次の行動へ活かして改善していくことが重要です。

SNSをはじめとする各広報媒体の効果を検証し、戦略的な広報活動を展開する必要があります。

<効果の検証に関するご意見(市民アンケート等)>

- ・各媒体のアクセス数や視聴率等を確認できるようにすればコスト削減なども可能かと思う。

2. 職員の広報広聴活動に対する理解が不足している

広報広聴活動を展開するためには、職員一人ひとりが所管業務の広報担当者として自覚を持つことが大切です。しかし、問い合わせへの対応が粗雑であったり、新聞やSNSへの掲載原稿が漫然としている場合があります。

職員一人ひとりが広報主体としての自覚と責任を持てるよう、広報広聴課が中心となって、研修や手引きの充実など、広報広聴活動に対する職員の理解度を向上させていく取り組みが必要です。

<広報内容に関するご意見(市民アンケート等)>

- ・文字数は少なめで、なるべくシンプルで分かりやすい内容にしてほしい
- ・表題にインパクトがない。最後まで読む気がしない時がある。
- ・もう少し簡単でいいので主旨を書き添えてほしい。
自分にとって必要な情報か、緊急性があるかないかを先に判断したいので。

<職員の広報力向上に関するご意見(パブリックコメント)>

- ・ダイバーシティとインクルージョン(多様性と包摂)の視点を取り入れた広報物作成の手引きを整備すること。

1. 効果的かつ体系的な広報活動をマネジメントできていない

広報広聴課では、各担当部局からの依頼をもとに、事業やイベントの性質(ターゲット・内容・規模など)を考慮し、最も訴求力が高いと思われるメディアを選択して情報を発信しています。しかし、市民が利用するメディアは年代やライフスタイルによって大きく異なるため、広報手段が特定のメディアだけに偏るのは好ましくありません。

広報広聴課においては、今後、より効果的な広報活動を展開していくためにも、複数のメディアを組み合わせるなど広報活動をマネジメントする必要があります。

<運営に関するご意見(市民アンケート等)>

- ・ SNS を利用できる人には便利ですが利用しない人にも同じように情報が伝わることも大切。
- ・ SNS での配信は今後必須だと思うし、もっと IT 化普及して良いとは思いますが、利用していない方もいるのでバランス良く配信して行ってほしい。
- ・ 40 代以上は新聞やテレビから情報を得ることが多く、子どもたちは SNS からが多いので、多種多様な形態での情報発信が好ましい。

2. SNS の運営に係る炎上防止等の安全対策の構築が必要

SNS には、なりすましの危険性のほか匿名性や拡散性といった特性があり、不正確な情報や不用意な記述が運営社の意図しない問題を引き起こすことがあります。本市においては、広報広聴課が運営する公式 SNS のほか、各担当部局が運営する SNS がありますが、共通のルールを設け、十分な安全対策を講じる必要があります。

SNS の利用に関する職員向けガイドラインの見直しや、各 SNS の運用ポリシーの公開など、職員と市民がともに安心して SNS を利用できる仕組みが必要です。

※参考 令和4年度 市政 e モニター制度
【金沢市の広報について】に関するアンケート

実施期間：令和4年8月
回答者：10～70代の男女 207名

Ⅲ 金沢市広報基本戦略

1. 基本的な考え方

より多くの市民に必要な情報が行き届くように、職員一人ひとりが広報主体としての自覚と責任を持ち、多様化したメディアの特性を適切に理解し、幅広く市民の声を聴くツールを充実させることで、市民に身近で分かりやすい広報広聴活動を展開します。

2. 戦略の方向性

戦略的な広報を展開していくために、次のとおり戦略の方向性を定めます。

- 1 SNS を効果的に利用した情報発信力の強化
- 2 多様化したメディアの応用と分かりやすく体系的な広報活動の実践
- 3 職員の広報力向上のための取組みの強化
- 4 幅広い市民の声を適切に市政に反映する広聴の実現

IV 具体的な戦略

1. 実施期間

令和5年度から令和9年度までの5年間とします。

2. 戦略

戦略的な広報を実践するため、次の4項目を「具体的な基本戦略」とし、施策を展開していきます。

基本戦略1 SNS を効果的に利用した情報発信力の強化

高速通信技術の発展に伴うスマートフォンの普及により、近年は若年層を中心にSNSから情報を入手する人が増えています。令和3年にはインターネット広告がメディア4媒体（テレビ、新聞、雑誌、ラジオ）を初めて上回るなど、SNSの利用者は今後も増え続けていくと考えられることから、各SNSの特長を効果的に利用し、訴求力の高い情報発信をめざします。

基本戦略2 多様化したメディアの応用と分かりやすく体系的な広報活動の実践

SNSを活用して従来のメディアに誘導するなど、各メディアの特長を活かした複合的な広報活動が必要となっていることから、複数のメディアを組み合わせた広報活動をマネジメントするなど、複合的、体系的な広報により情報の浸透度を高めます。また、新たな情報通信技術の活用の可能性についても注視していきます。

基本戦略3 職員の広報力向上のための取組みの強化

組織として効果的な広報活動を展開するためには、職員一人ひとりが所管業務の広報担当である自覚を持ち、施策の要旨を理解するとともに、適切な言葉で分かりやすく伝えるための広報力が求められます。また、性別による役割分担の固定観念（ジェンダー・ステレオタイプ）などを生まないように、多様化社会にふさわしい広告表現に配慮する必要があります。そのため、全庁的な研修会などを通じて広報広聴課が各課の広報活動をきめ細かくサポートし、職員の意識啓発と広報技術の強化に努めます。

基本戦略4 幅広い市民の声を適切に市政に反映する広聴の実現

市民アンケートの実施や市民の声を聴く機会を定期的に設けるなど、意見や提言を収集しやすい環境を充実させることでニーズの的確な把握に努めます。また、問い合わせが多い関心事項への回答や市政への反映状況をホームページで公開するなど、市民との情報共有を図ります。

V 基本戦略の見直し

市政を取り巻く状況や情報通信技術の進歩など社会情勢は常に変化していくことから、定期的にアンケートを実施するなど、市民意識の変化の把握に努め、随時、広報基本戦略を見直し、充実を図ります。

【別紙】具体的な基本戦略

基本戦略1 SNS を効果的に利用した情報発信力の強化

具体的な方針	具体的な施策		実施内容	番号
各 SNS の 特長を 活かした 効果的な 情報発信	LINE	新 画像とテキストを組み合わせた読みやすいメッセージの配信	フレックスメッセージなどの積極的な活用	1
		新 メッセージを活用したイベント参加申込み等の受付	イベント等の参加申込みフォーム等へのリンクをメッセージで配信	2
		機能的なリッチメニューの配置	業務効率化や市民ニーズの解消に繋がるよう必要に応じてリッチメニューを整理	3
	Twitter	新 観光客向けイベント情報の定期配信	観光協会ホームページ等のイベント情報を定期的に配信	4
		新 市政広報番組や事業等を紹介する動画の配信	市政広報番組や事業紹介動画の視聴用 URL を配信	5
	Facebook	各局に配置した選任メンバーによる市政情報等の配信	各局の制度紹介やニュースリリースなどを定期的に配信	6
	YouTube	新 届出・申請の動画マニュアルの配信	申請・届出の手順や施設の利用案内などを動画で配信	7
		レイアウト改善による利便性の向上	注目動画への誘導、ショート動画の活用、再生リストの整理など	8
		市政広報番組のデジタルアーカイブ化	市政広報番組を YouTube 等で配信	9
	Instagram	かなざわのわフォトプロジェクト(金沢写真部)の運営	・「#かなざわのわ」の件数が成果指標、デジタルサイネージ等で作品を放映 ・ショート動画や地図検索機能を活用し利便性を向上	10
SNS 運営に 係る統一的な ルールを構築	新 市公式 SNS に関する運用指針の策定	市公式 SNS の運用に関する統一のルールを策定	11	
	新 各課(所)が運用する SNS に対する統一ルールの策定	・ 職員の SNS 利用に関するガイドラインの更新 ・ 新規アカウント開設時の届出制の導入(届出書を広報広聴課に提出) ・ 各課(所)に「運用ポリシー」を作成してもらい広報広聴課で管理	12	

新:新規施策 改:改定施策

基本戦略2 多様化したメディアの応用と分かりやすく体系的な広報活動の実践

具体的な方針	具体的な施策		実施内容	番号
効果的かつ体系的な広報活動をマネジメント	新	戦略的なクロスメディアの実施	従来のメディアと SNS を組み合わせたきめ細かい効果的な広報活動を実施	13
	新	広報予定案件調査票の改善	SNS での発信を想定しホームページ URL や画像・動画の有無などを調査項目に追加	14
	改	市政広報番組と SNS 動画を総括したホームページの公開	テレビ・ラジオ・SNS などメディア別に公開している情報ページを統一	15
多様な広報媒体を有効に活用	新聞	新聞広報の制作	毎週火曜日の朝刊(地方 2 紙・全国 3 紙)に掲載、市公式 SNS の二次元コードを掲載	16
	テレビ・ラジオ	テレビ・ラジオの市政広報番組の制作	市政 e モニター等の傾向を踏まえ番組内容は適宜改編	17
	AI サービス	AI(人工知能)を搭載した自動応答システムの運用	LINE やホームページと連携し対象分野の追加とサービス拡充に向けて随時見直し	18
	サイネージ	改 庁舎前デジタルサイネージの効果的な運用	<ul style="list-style-type: none"> 来庁者へのウェルカムサインの表示 庁舎前イベントと連動したコンテンツの表示 イベント(百万石まつり、金沢マラソン等)の LIVE 映像の配信 パブリックビューイングへの活用 	19
	フリーペーパー	フリーペーパー掲載記事の制作	ターゲット(女性)に合うテーマを選定し毎月掲載	20
	閲覧・公表	市政情報コーナーの運営	市政情報デジタルライブラリーの充実	21
	パブリシティ	定例市長記者会見の実施	YouTube 配信によるリアルタイムでの視聴環境を整備(必要に応じ配信機能を強化)	22
		記者提供資料や行事予定表の配布	各課(所)の取材希望案件を随時受付しメディア各局へ配布	23
	その他広報	市民便利帳(生活ページ)の制作	分かりやすく使いやすい冊子へ随時見直し	24
		市勢要覧の制作	冊子を制作し市政情報デジタルライブラリーへ掲載	25
		各課(所)のチラシ・パンフレット・ポスター制作への支援	広報ディレクター等の活用促進による質の向上	26
障がい者向け広報の実施		アクセシビリティを随時見直し	27	
	外国人向け広報の実施		28	
市公式ホームページをさらに使いやすく改善	新	各課(所)が運営する SNS アカウントをホームページで公開	SNS アカウントを「運用ポリシー」と併せ一覧形式にしてホームページで公開	29
	新	申請窓口の順番待ち人数の表示	申請が混雑する時期に窓口の順番待ち人数をホームページ等で公開	30
	新	AI 自動応答システムのフローティングメニュー化	チャットボットシステムを更に使いやすくするため機能を拡充	31
		見出しや写真等を活用した分かりやすいページ編集の作成支援	CMS 研修等で周知、他自治体の好例等も紹介	32
		週間行事予定表のホームページへの掲載	報道提供資料に基づき作成した週間行事予定表を掲載	33

新:新規施策 改:改定施策

基本戦略3 職員の広報力向上のための取組みの強化

具体的な方針	具体的な施策	実施内容	番号
広報活動に対する効果を検証	新 市公式 SNS の効果分析の実施	・各 SNS ツールのアナリティクスを活用しユーザーや投稿に関する傾向を分析 ・ SNS 評価員(仮)による寸評	34
	新 広報活動に関する庁内アンケートの実施	市の広報活動全般に関わる要望を集約し改善に向けて活用	35
	各課(所)広報担当者による自己評価(ふりかえり)の実施	次年度以降の広報活動の改善に向けて自己評価を実施	36
職員の広報広聴活動に対する理解を深める	改 広報活動手引きの改訂	SNS の効果分析や庁内アンケートに基づき内容を随時見直し	37
	改 各課(所)広報担当者向け基本研修の実施	年度初めに広報広聴課による研修を実施(SNS 関連を強化)	38
	他市町の広報担当職員との合同研修会の開催	広報スキルの向上と情報共有に向けて他市町との合同研修会を開催	39
	広報ディレクター等の活用促進	広報ツールに関する知識やスキルを専門家から職員にアドバイス	40

基本戦略4 幅広い市民の声を適切に市政に反映する広聴の実現

具体的な方針	具体的な施策	実施内容	番号
市民意識の変化を定期的に把握	意識調査の実施(市政 e モニター制度)	質問項目を厳選し新規モニターの獲得	41
市民が気軽に相談・意見できる場の提供	改 ホームページの「よくある質問」ページの充実	・問い合わせ件数の多い案件をホームページの「よくある質問」に随時掲載 ・内容の更新を広報広聴課から各課(所)に随時働きかけ ・[再掲] AI(人工知能)を搭載した自動応答システムのサービス拡充	42
	情報公開制度の運用	市民からの情報公開請求に対し法令に基づき適正に対応	43
	まちづくりミーティングの実施	随時内容を見直し	44
	金沢かがやき発信講座の実施	講義テーマの随時見直しと回数・受講者数の増加	45
	市民相談室の充実	相談内容の分析、市民向け発信など	46

新:新規施策 改:改定施策