

第70号議案 令和元年度 長崎市一般会計補正予算（第2号）

【目次】

（2款 総務費 1項 総務管理費 2目 広報広聴費）

1 広報広聴推進費

1 広報戦略推進費 P 1～4

2 市民との対話行事費 P 5～6

広 報 広 聴 課

令 和 元 年 6 月



予 算 説 明 書					事 業 名	補 正 額
頁	款	項	目	番号		
30 ? 31	2 総務費	1 総務管理費	2 広報広聴費	1-1	広報戦略推進費	千円 12,186

1 概 要

市民とのコミュニケーションを深めながら信頼関係をつくり、地域と一緒にまちづくりを進めていくために、広報の重要性は増している。

広報活動の果たす役割が大きくなる中、指針となる戦略に基づき、効果的に取り組む必要がある。

戦略の策定や、社会動向の調査・情報分析などによるターゲットに応じた分かりやすい情報発信、職員の広報力の向上などを行うため、専門的な支援を受けることにより戦略的・効果的な広報展開を図る。

2 事業内容等

(1) 広報の現状

長崎市が取り組んでいるさまざまな政策や計画、魅力などが、子どもから大人まで幅広い世代に対して正確に伝わっていない。

(2) 今後の取り組み方針

長崎駅周辺や交流拠点施設、新市庁舎の整備など、21世紀のまちの基盤が形になろうとしている中、市民に対して、分かりやすく丁寧な広報が必要になる。長崎市が取り組んでいる施策などを分かりやすく正確に説明することで、市民が安心し、市政への信頼感を増すことにつながる。

また、人口流出などが課題となる中、市内外に長崎市の魅力を掘り起して紹介し、長崎市の都市イメージを高め、市民に地元への愛着を深めてもらう必要がある。

市民・地域と一緒にまちづくりを進めるため、広報を上手に取り入れる市役所になるように、取り組みを強化していく。

(3) 広報の目的

ア 分かりやすい広報で、市民との信頼関係を構築する

イ 長崎市の魅力を発掘・編集・発信し、市民に地元への愛着を深めてもらう

ウ 戦略的かつ積極的な情報発信によって、まちの賑わいや活力をつくる

(4) 広報に求められる能力

「調査・情報分析、広告・宣伝、広報などの専門的知識や企画・発想力」「長崎のまちづくりの現状や魅力などに対する幅広い知識」などの高い能力が必要になる。

(5) 広報の推進策

上記のような能力を持ち、客観的な判断ができる人材に広報戦略のアドバイザーを依頼し、アドバイスや支援を受けながら、取り組みを進めることで、効果的で高い成果を得ていく。

ア 主な支援内容

市が実施しようとする以下の取り組みに対して支援を受ける。

(7) 広報に係る戦略策定

- ・より効果的な広報を行うために、情報発信における戦略を策定し、一貫した広報活動を行う

(イ) 既存の広報媒体の活用や情報発信

- ・既存の広報施策を改善・改良・変更し、より分かりやすい発信を行う
- ・SNSなどの新しい情報技術を活用した広報を推進する

(ウ) 職員の意識改革・人材育成

- ・柔軟な思考でアイデアを出すことができる市役所職員を増やし広報力を高める
- ・スピーディに企画立案し、実施するまでをチームで取り組む

イ 広報戦略アドバイザー 鳥巢智行氏

長崎市出身。株式会社電通に在籍し、広告・宣伝、事業の企画立案を行う部署に所属。平和、まちづくり活動などにも取り組み、長崎伝習所事業にも参画。

ウ 支援体制

長崎市での業務支援・アドバイス、現地確認など(8月～3月) 月2回

メールなどでの相談・業務支援 随時

(6) 事業費 12,186千円

広報戦略アドバイザー業務及びその他の経費(印刷製本・市内移動費など)

鳥巢氏が所属する株式会社電通の規定により、個人における兼業ができないため、株式会社電通とアドバイザー業務に対する委託契約を締結する。

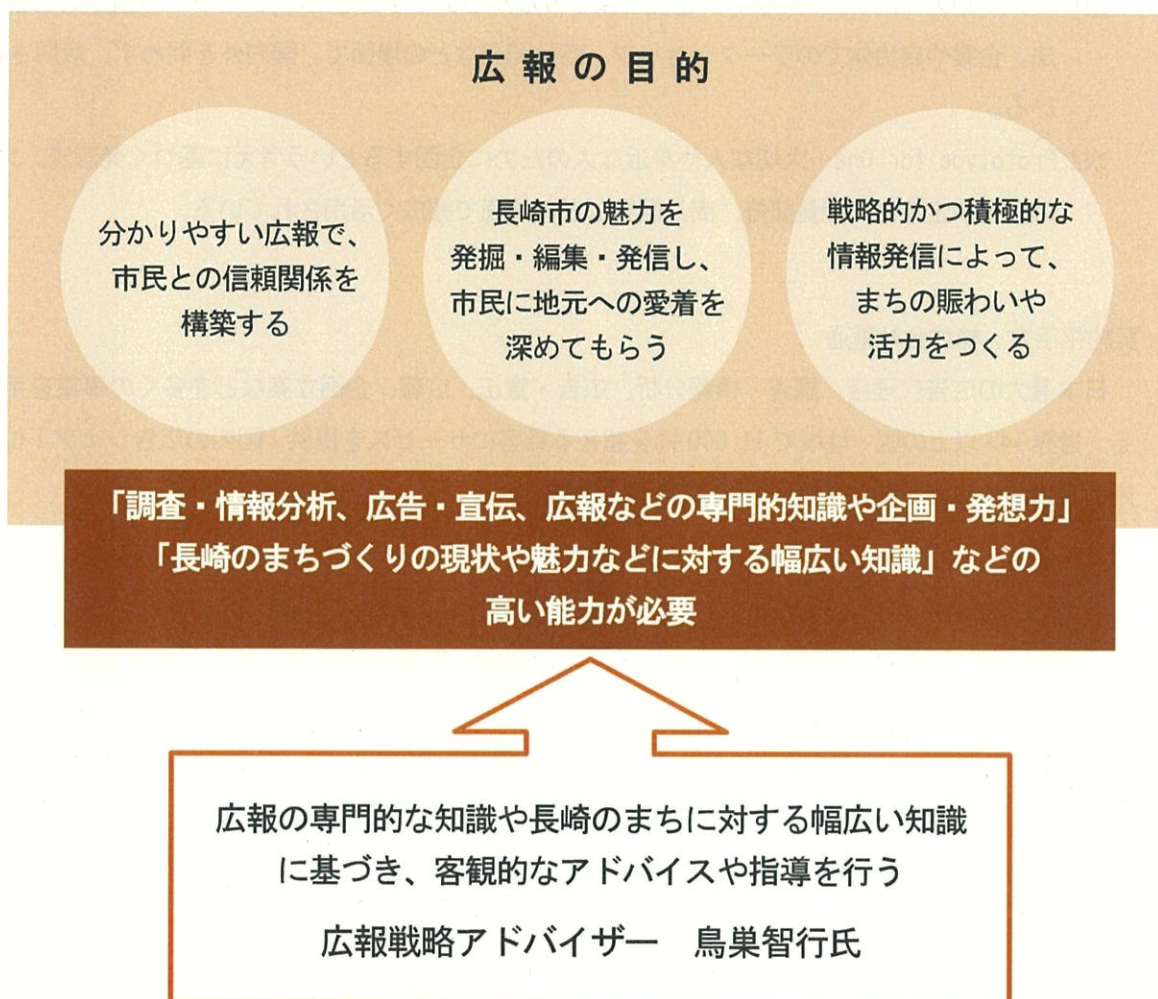
3 財源内訳

事業費	財 源 内 訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
千円	千円	千円	千円	千円	千円
12,186	6,093	—	—	—	6,093

地方創生推進交付金 充当率 1/2

4 イメージ

市の情報を正確に分かりやすく伝えて、市民との信頼関係を構築し、
市民・地域と一緒にまちづくりを進めるため、
広報を上手に取り入れる市役所
になるように取り組みを強化する



5 参考

(1) 広報戦略アドバイザー 鳥巢智行氏

長崎市出身。2008年電通入社。コピーライターとして企業の宣伝活動や広告制作に携わる。お菓子メーカーや飲料メーカーとの新商品開発や、通信会社とのロボット開発まで、企業との共同プロジェクトに幅広く携わる。電通では「ミラクルワードカード (※1)」や「Prototype for One (※2)」などアイデア発想のプロセスを開発し、企業の商品開発などで実践している。

第1回高校生平和大使のメンバーで現在も被爆の実相に係る資料をまとめて、保存・管理する

「Nagasaki Archive」や、平和学習をよりよいものに改善するプロジェクトなど、独自の平和活動に取り組む。長崎市では、長崎伝習所の一環として若者のまちづくり活動を促す事業に講師として携わるなど幅広く活動する。

五島市では古民家を図書館に改修して運営する「さんごさん」の共同設立者。本やコーヒー、珊瑚を中心としたまちの賑わいを生み出すまちづくりも実践する。

文化庁メディア芸術祭 審査員特別賞、毎日広告デザイン賞 シルバー、クリオ賞シルバー、グッドデザイン賞 ベスト100、お〜いお茶俳句大賞など受賞。

※1 ミラクルワードカード…ゲーム感覚で楽しみながらアイデアを生み出すカードを使った発想法。企業や自治体でのワークショップ、商品開発などの場面で、国内外を問わず、活用されている。

※2 Prototype for One…大切な人や身近な人のために企画するという考えに基づく発想法。大学の授業や企業での職員研修、商品開発などの場面で幅広く活用されている。

(2) 契約相手方 株式会社電通

日本最大の広告代理店。調査・情報分析、広告・宣伝、広報、企画立案などを多くの事業を手掛ける。世界145以上の国・地域で11,000社を超える顧客にサービスを提供。国内の広告シェア1位。国内の自治体の広報戦略立案やPR事業の実績も多数。

予算説明書					事業名	補正額
頁	款	項	目	番号		
30 ～ 31	2 総務費	1 総務管理費	2 広報広聴費	1-2	市民との対話行事費	千円 322

1 概要

市長自らが地域に出向き、本市の主な施策や取組について説明するとともに、市民から地域の現状や市政運営に対する意見、提案等を直接聴き、「対話」を通じて本市の現状について相互に理解を深め、市政に反映する。

2 事業内容

(仮称)「市民と市長の地域みらい懇談会」の開催 322千円

(1) 開催内容

ア 1回あたりの開催時間は120分を基本とし、次のとおり開催する。

(7) 市長から本市の主な施策や取組についての説明(30分)

(4) 自治会をはじめとする地域活動団体から意見や提案を受け、意見交換(60分)

(ウ) 参加者から自由に質問や意見を受け、意見交換(30分)

イ 原則として、平日の夜又は土曜・日曜・祝日に開催する。

ウ 広報紙やホームページ等の各種広報媒体でのお知らせに加え、地域内の自治会長・連合自治会長、民生委員・児童委員、PTA、放課後児童クラブ、老人クラブ等の地域の代表を通じて広く参加を呼び掛ける。

(2) 開催場所

ア 中学校区6か所を選定して開催する。

イ 参加者の利便性に配慮し、公民館、ふれあいセンター等の近隣の市有施設で開催する。

ウ 令和3年度末までを目途に、全中学校区(36か所)での開催を目標とする。

(3) 開催期間(令和元年度)

令和元年10月～令和2年3月(6か月間)

(4) 事業経費

ア 会議録反訳手数料 254千円

イ その他経費(消耗品費等) 68千円

3 財源内訳

事業費	財源内訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
千円 322	千円 -	千円 -	千円 -	千円 -	千円 322

4 市民との対話行事の過去の実績

(1) 地域懇談会

昭和54年度から「市長を囲む会」の名称で実施。平成19年度からは「市長との地域懇談会」の名称とし、平成19年度から20年度及び平成23年度から25年度に、それぞれ中学校区を単位として、全地域36か所で実施した。平成19年度から20年度は1,233人、平成23年度から25年度は1,086人が参加した。

(2) 市民と市長とのタウントーク

平成21年度及び22年度は、対象者を設定して公募し、参加者が話し合いたいテーマについて市長と意見交換を行う「市民と市長とのタウントーク」を実施した。計10回開催し、302人が参加した。