

## 1. 趣旨・目的

近年、ソーシャルメディアの積極的な活用や広報専門職の設置、民間の広報経験者等の採用など自治体の広報に対する関心が高まっている。当センターでは、こうした状況を踏まえ、都市自治体の広報分野における専門性についての研究会を設置し、調査研究をおこなった。このアンケートは、研究会の議論において必要となる都市自治体広報の現状等を把握することを目的に実施した。

## 2. 調査概要

- (1) 調査対象 810市区の広報担当課長
- (2) 調査期間 平成24年9月23日～10月9日
- (3) 調査時点 平成24年4月1日
- (4) 調査方法 郵送発送、電子メール・郵送・ファクス回答
- (5) 回収率 478市区 (59.0%)<sup>1</sup>
- (6) 調査項目 下表のとおり

分野	項目
都市自治体広報の実態	組織内において広報担当部署が属する部門
	広報担当部署が担う役割
	広聴担当部署と広報担当部署との関係
	報道対応担当部署と広報担当部署との関係
	シティセールス（プロモーション）担当部署と広報担当部署との関係

<sup>1</sup> 都市制度・人口規模別では、政令市18市（90.0%）、中核市39市（95.1%）、特例市29市（72.5%）、人口10万人以上の一般市107市（64.5%）、人口10万人未満の一般市267市（51.3%）、特別区18区（78.3%）。人口は平成22年10月1日国勢調査人口に基づく。

都市自治体の実態	広報担当部署の職員数
	活用している広報ツールの種類
	活用している広報ツールの優先順位
	ソーシャルメディアの普及による広報ツールの優先順位見直し
	優先して意識している広報ターゲットの設定 ・設定の有無 ・具体的なターゲットとその設定理由
	各部署からの広報素材の収集方法
	不祥事等発生時における情報集約発信の機能 ・不祥事等発生時の役割 ・平常時における情報収集のための仕組みや取組み
	都市自治体広報の課題
都市自治体広報マネージメントのための取組み	広報に関する戦略や計画、指針等 ・策定の有無 ・策定による効果 ・計画等策定の必要性
	広報マニュアルや教本・策定の有無 ・策定した広報マニュアルや教本の内容
	広報スキルやマインド向上のための研修 ・実施の有無 ・研修実施による効果
	広報分野を専門とする職員の配置 ・配置の有無 ・配置による効果
	広報経験や学識者など民間出身者の採用 ・採用の有無 ・採用による効果
	広報担当部署以外の部署が個別に行っている広報を全庁的に把握する仕組みや取組み
	上記以外の広報をマネージメントするための仕組みや取組み
ソーシャルメディアの活用と広報効果測定	ソーシャルメディア（公式アカウント・マスコット・市長）の活用状況 ・活用の有無 ・活用する目的 ・運用体制 ・活用における課題や悩み
	上記以外のソーシャルメディアの活用状況
	ソーシャルメディアの活用に関するガイドラインや運用方針 ・策定の有無 ・策定されたガイドライン等の内容
	今後のソーシャルメディアの活用方針
	ソーシャルメディア上での自治体に関する情報の確認作業
	広報の効果測定 ・効果測定の実施の有無 ・効果測定の指標と測定方法

### 3. アンケート集計結果

#### ○都市自治体広報の実態○

#### 1 組織内において広報担当部署の属する部門

◇「総務・秘書・市長公室部門」が約6割で最も高く、次いで「政策企画・調整部門」が約4割。

Q1 貴市において、市全体の広報活動を所管する部署（以下「広報担当部署」という）は市組織内のどの部門に属していますか。

（もっとも近いもの一つ） n=478

1 総務・秘書・市長公室部門	58.2%
2 政策企画・調整部門	36.8
3 市民生活・協働部門	3.1
4 その他（情報管理部門や観光部門など）	1.7
（無回答）	0.2

#### 【都市制度・人口規模別】<sup>2</sup>

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
総務・秘書・市長公室部門	10 55.6%	20 51.3%	14 48.3%	60 56.1%	168 63.2%	6 33.3%
政策企画・調整部門	4 22.2%	17 43.6%	13 44.8%	44 41.1%	86 32.3%	12 66.7%
市民生活・協働部門	3 16.7%	1 2.6%	1 3.4%	3 2.8%	7 2.6%	0 0.0%
その他	1 5.6%	1 2.6%	1 3.4%	0 0.0%	5 1.9%	0 0.0%
合計	18	39	29	107	266	18

<sup>2</sup> 表内数値について上段の数値は自治体数、下段のパーセンテージは各都市制度・人口規模別で見た際に占める割合を示したもの。なお、無回答のものは省いた上で計算した割合である。

## 2 広報担当部署が担う役割

◇「広報紙等の広報媒体の管理・運用」と「パブリシティの推進」が9割を超える。「他部署の広報に対する支援・協力」も7割。

Q2 貴市の広報担当部署の役割は、以下のどれですか。(あてはまるものすべて)	n=478
1 広報紙等の広報媒体の管理・運用	99.4%
2 庁内広報などの組織内リレーション活動	23.8
3 パブリシティ（マスコミ等への情報提供など）の推進	91.8
4 シティセールス・シティプロモーション活動	24.1
5 他部署の広報に対する支援・協力	70.3
6 平常時におけるリスク情報の収集	16.1
7 危機事案発生時における危機管理情報の収集・発信	48.3
8 その他（記述：情報公開制度、HP管理運営等）	4.2

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
広報紙等の広報媒体の管理・運用	17 94.4%	39 100.0%	29 100.0%	107 100.0%	265 99.3%	18 100.0%
庁内広報などの組織内リレーション活動	2 11.1%	19 48.7%	6 20.7%	23 21.5%	50 18.7%	14 77.8%
パブリシティの推進	14 77.8%	39 100.0%	29 100.0%	104 97.2%	236 88.4%	17 94.4%
シティセールス・プロモーション活動	7 38.9%	11 28.2%	8 27.6%	29 27.1%	57 21.3%	3 16.7%
他部署の広報に対する支援・協力	17 94.4%	35 89.7%	22 75.9%	73 68.2%	177 66.3%	12 66.7%
平常時におけるリスク情報の収集	3 16.7%	10 25.6%	4 13.8%	15 14.0%	38 14.2%	7 38.9%
危機事案発生時における危機管理情報の収集・発信	6 33.3%	23 59.0%	15 51.7%	62 57.9%	111 41.6%	14 77.8%
その他	3 16.7%	1 2.6%	0 0.0%	5 4.7%	7 2.6%	4 22.2%
合計	18	39	29	107	267	18

### 3 広聴担当部署と広報担当部署との関係

◇「同じ課である」が約8割。

Q3 貴市の広聴を担当する部署は、広報担当部署とどのような関係にありますか。(いずれか一つ)	n=478
1 同じ課（課に相当するセクション）である	77.2%
2 課は異なるが、Q1で答えた部門は同じ	6.9
3 課が異なり、Q1で答えた部門も異なる	12.6
4 その他	3.1
5 広聴を担当する部署を設けていない	0.2

#### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
同じ課である	4 22.2%	24 61.5%	16 55.2%	83 77.6%	230 86.1%	12 66.7%
課は異なるが部門は同じ	9 50.0%	3 7.7%	4 13.8%	4 3.7%	8 3.0%	5 27.8%
課が異なり部門も異なる	5 27.8%	10 25.6%	7 24.1%	17 15.9%	20 7.5%	1 5.6%
その他	0 0.0%	2 5.1%	2 6.9%	3 2.8%	8 3.0%	0 0.0%
広聴を担当する部署を設けていない	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%
合計	18	39	29	107	267	18

#### 4 報道対応担当部署と広報担当部署との関係

◇「同じ課である」が約9割。

Q4 貴市の報道対応を担当する部署は、広報担当部署とどのような関係にありますか。(いずれか一つ)	n=478
1 同じ課（課に相当するセクション）である	88.9%
2 課は異なるが、Q1で答えた部門は同じ	1.5
3 課が異なり、Q1で答えた部門も異なる	2.9
4 その他	2.9
5 報道対応を担当する部署を設けていない (無回答)	3.4 0.4

#### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
同じ課である	12 66.7%	38 97.4%	29 100.0%	99 92.5%	229 86.4%	18 100.0%
課は異なるが部門は同じ	4 22.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.9%	2 0.8%	0 0.0%
課が異なり部門も異なる	2 11.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.9%	11 4.2%	0 0.0%
その他	0 0.0%	1 2.6%	0 0.0%	4 3.7%	9 3.4%	0 0.0%
報道対応を担当する部署を設けていない	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.9%	14 5.3%	0 0.0%
合計	18	39	29	107	265	18

## 5 シティセールス（プロモーション）担当部署と広報担当部署との関係

◇「部署を設けていない」が3割強、「課が異なり・部門も異なる」が3割弱。

Q5 貴市のシティセールス（プロモーション）を担当する部署は、広報担当部署とどのような関係にありますか。（いずれか一つ）	n=478
1 同じ課（課に相当するセクション）である	19.0%
2 課は異なるが、Q1で答えた部門は同じ	9.6
3 課が異なり、Q1で答えた部門も異なる	29.3
4 その他	7.1
5 シティセールスを担当する部署を設けていない（無回答）	34.1 0.8

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
同じ課である	3 16.7%	7 17.9%	5 17.2%	22 20.8%	53 20.1%	1 5.6%
課は異なるが部門は同じ	4 22.2%	10 25.6%	10 34.5%	10 9.4%	10 3.8%	2 11.1%
課が異なり部門も異なる	9 50.0%	7 17.9%	5 17.2%	29 27.4%	80 30.3%	10 55.6%
その他	2 11.1%	3 7.7%	1 3.4%	13 12.3%	14 5.3%	1 5.6%
シティセールスを担当する部署を設けていない	0 0.0%	12 30.8%	8 27.6%	32 30.2%	107 40.5%	4 22.2%
合計	18	39	29	106	264	18

## 6 広報担当部署の職員数

◇管理職・監督職・一般職員数は都市規模により比例する傾向。

Q6 貴市の広報担当部署の職員は何人ですか。以下の分類ごとに下線部に具体的な人数を記入してください。なお、Q3～5で広聴・報道対応・シティセールスの担当が、広報担当部署と「1 同じ課」であると回答した場合は、広報・広聴・報道対応・シティセールスの業務ごとに、担当する人数の内訳もご回答ください<sup>3</sup>。

n=478

### 1 管理職（課長級）

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
0人	0	1	0	2	21	0
1人	9	33	24	97	232	16
2人	7	4	3	8	12	1
3人	2	1	2	0	2	1

### 2 監督職（課長補佐・係長級）

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
0人	1	0	2	0	17	0
1人	0	7	8	52	164	0
2人	4	9	12	31	68	1
3人	3	17	5	17	7	8
4人	3	5	2	4	9	5
5人	2	1	0	1	2	1
6人以上	5	0	0	2	0	3

### 3 一般事務職員

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
0人	0	0	0	1	8	2
1人	0	0	0	6	68	0
2人	0	3	2	20	95	0
3人	0	2	3	29	54	0
4人	0	1	8	23	22	1
5人	2	9	3	13	12	0
6人～10人	8	23	13	14	7	10
11人以上	8	1	0	1	1	5

<sup>3</sup> 担当内訳については、記入方法の不備により集計が不能。



## 7 活用している広報ツールの種類

◇「広報紙」「公式ホームページ」はほぼ全自治体で活用。「パブリシティ」の活用も9割を超える。

Q7 貴市では、どのような広報ツールを活用していますか。(あてはまるものすべて) n=478

1 広報紙	99.8%
2 公式ホームページ	99.8
3 広報テレビ・ラジオ番組	63.8
4 ポスター・広告塔	60.9
5 チラシ	66.1
6 自治会等への回覧板・地域の掲示板	73.6
7 職員による出前講座	74.9
8 パブリシティ (マスコミ等への情報提供など)	96.0
9 マスコミへの有料広告	38.1
10 メール配信サービス・メールマガジン	57.5
11 動画コンテンツの配信 (首長記者会見や議会中継等)	52.7
12 デジタルサイネージ	25.3
13 ソーシャルメディア (ツイッターやフェイスブックなど)	45.8
14 その他 (記述: 防災無線やテレビデータ放送等)	10.3

## 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人 以上の 一般市	10万人 未満の 一般市	特別区
広報誌	18 100.0%	38 97.4%	29 100.0%	107 100.0%	267 100.0%	18 100.0%
公式HP	17 94.4%	39 100.0%	29 100.0%	107 100.0%	267 100.0%	18 100.0%
広報テレビ・ラジオ番組	18 100.0%	38 97.4%	26 89.7%	75 70.1%	132 49.4%	16 88.9%
ポスター・広告塔	15 83.3%	33 84.6%	21 72.4%	64 59.8%	142 53.2%	16 88.9%
チラシ	15 83.3%	32 82.1%	20 69.0%	69 64.5%	164 61.4%	16 88.9%
自治会等への回覧・地域の掲示板	11 61.1%	30 76.9%	21 72.4%	79 73.8%	196 73.4%	15 83.3%
職員による出前講座	16 88.9%	36 92.3%	23 79.3%	82 76.6%	189 70.8%	12 66.7%
パブリシティ (マスコミ等への情報提供)	18 100.0%	39 100.0%	29 100.0%	106 99.1%	249 93.3%	18 100.0%
マスコミへの有料広告	17 94.4%	27 69.2%	11 37.9%	42 39.3%	83 31.1%	2 11.1%
メール配信・マガジン	14 77.8%	36 92.3%	18 62.1%	75 70.1%	117 43.8%	15 83.3%
動画コンテンツの配信 (首長記者会見や議会で中継等)	17 94.4%	33 84.6%	20 69.0%	54 50.5%	114 42.7%	14 77.8%
デジタルサイネージ	15 83.3%	16 41.0%	17 58.6%	34 31.8%	31 11.6%	8 44.4%
ソーシャルメディア	15 83.3%	21 53.8%	18 62.1%	60 56.1%	89 33.3%	16 88.9%
その他	1 5.6%	4 10.3%	1 3.4%	16 15.0%	24 9.0%	3 16.7%
合計	18	39	29	107	267	18

## 8 活用している広報ツールの優先順位

- ◇ 1位「広報紙」 2位「HP」 3位「パブリシティ」の組み合わせが約4割で最も多い。次いで、1位と2位は変わらず3位「広報テレビ・ラジオ番組」が約2割。

Q 8 現在活用している広報ツールの中で、貴市の広報事業の中心、または柱として位置づけられるツールは何ですか。Q 7で回答した選択肢の中から、優先度の高い順に3つまで選んで、番号を記入してください。

n=467

⇒ 110・111Pの見開きページ参照

Q 8 広報ツールの優先順位

広報ツールの優先順位						
第1位		第2位		第3位		
広報紙	443(94.9)	公 式 ホ ー ム ページ	395(84.6)	広報テレビ・ラジオ番組	103(22.1)	
				ポスター・広告塔	11(2.4)	
				チラシ	11(2.4)	
				自治会等への回覧板・地域の掲示板	46(9.9)	
				職員による出前講座	1(0.2)	
				パブリシティ	185(39.6)	
				マスコミへの有料広告	1(0.2)	
				メール配信サービス・マガジン	15(3.2)	
				ソーシャルメディア	15(3.2)	
				その他	7(1.5)	
		広 報 テ レ ビ ・ ラジ オ 番 組	19(4.1)	公式ホームページ	15(3.2)	
					パブリシティ	2(0.4)
					ソーシャルメディア	1(0.2)
					その他	1(0.2)
チ ラ シ	2(0.4)	公式ホームページ	1(0.2)			
			パブリシティ	1(0.2)		
自治会等への回覧板・地域の掲示板	3(0.6)	公式ホームページ	2(0.4)			
			チラシ	1(0.2)		
パブリシティ	22(4.7)	公式ホームページ	17(3.6)			
			広報テレビ・ラジオ番組	4(0.9)		
			自治会等への回覧板・地域の掲示板	1(0.2)		
ソーシャルメディア	1(0.2)	パブリシティ	1(0.2)			
			その他	1(0.2)		
公 式 ホ ー ム ページ	13(2.8)	広報紙	11(2.4)			
			広報テレビ・ラジオ番組	2(0.4)		
			自治会等への回覧板・地域の掲示板	3(0.6)		
		パブリシティ	6(1.3)			
広 報 テ レ ビ ・ ラジ オ 番 組	2(0.4)	広報紙	1(0.2)			
			パブリシティ	1(0.2)		
広 報 テ レ ビ ・ ラジ オ 番 組	2(0.4)	広報紙	1(0.2)			
			マスコミへの有料広告	1(0.2)		
パブリシティ	8(1.7)	広報紙	7(1.5)			
			公 式 ホ ー ム ページ	1(0.2)		
その他	1(0.2)	広報紙	1(0.2)	公式ホームページ	1(0.2)	
合計	467		467		467	

( ) 内はパーセント数値

(都市制度・人口規模別)					
政令市	中核市	特例市	10万人以上	10万人未満	特別区
4(25.0)	13(33.3)	10(34.5)	28(26.7)	44(16.9)	4(22.2)
		1(3.4)		7(2.7)	3(16.7)
1(6.3)			2(1.9)	8(3.1)	
			5(4.8)	41(15.8)	
				1(0.4)	
5(31.3)	16(41.0)	11(37.9)	42(40.0)	103(39.6)	8(44.4)
1(6.3)					
		2(6.9)	4(3.8)	8(3.1)	1(5.6)
		3(10.3)	4(3.8)	8(3.1)	
			1(1.0)	5(1.9)	1(5.6)
1(6.3)	4(10.3)	1(3.4)	2(1.9)	7(2.7)	
1(6.3)		1(3.4)			
			1(1.0)		
	1(2.6)				
				1(0.4)	
				1(0.4)	
				1(0.4)	1(5.6)
				1(0.4)	
1(6.3)	2(5.1)		8(7.6)	6(2.3)	
1(6.3)	1(2.6)			2(0.8)	
				1(0.4)	
				1(0.4)	
				1(0.4)	
			2(1.9)		
				3(1.2)	
			3(2.9)	3(1.2)	
				1(0.4)	
			1(1.0)		
				1(0.4)	
	1(2.6)				
1(6.3)	1(2.6)		1(1.0)	4(1.5)	
			1(1.0)		
				1(0.4)	
16	39	29	105	260	18

## 9 ソーシャルメディアの普及による広報ツールの優先順位見直し

◇「変更しなかった」が約9割。

Q9 貴市では、ソーシャルメディアの普及に伴い、市で活用する広報ツールの優先順位を変更しましたか。(いずれか一つ)		n=478
1 変更した		5.6%
2 変更しなかった (無回答)		93.9 0.4

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
変更した	0 0.0%	1 2.6%	2 6.9%	11 10.3%	12 4.5%	1 5.6%
変更しなかった	17 100.0%	38 97.4%	27 93.1%	96 89.7%	254 95.5%	17 94.4%
合計	17	39	29	107	266	18

## 10 優先して意識している広報ターゲットの設定

◇「優先するターゲットは設定していない」が約9割。

Q10 広く市民一般に伝える広報において、特に優先して意識する広報ターゲットを設定していますか。(いずれか一つ)

n=478

- |                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| 1 優先するターゲットがあり、ターゲットに応じた広報を展開している | 5.2% |
| 2 優先するターゲットはあるが、具体的な対応はしていない      | 2.3  |
| 3 優先するターゲットは設定していない               | 92.5 |

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
優先するターゲットに応じた広報を展開	3 16.7%	0 0.0%	1 3.4%	9 8.4%	10 3.7%	2 11.1%
優先するターゲットはあるが具体的な対応はしていない	0 0.0%	1 2.6%	0 0.0%	5 4.7%	5 1.9%	0 0.0%
優先するターゲットを設定していない	15 83.3%	38 97.4%	28 96.6%	93 86.9%	252 94.4%	16 88.9%
合計	18	39	29	107	267	18

(Q10にて、「1 優先するターゲットがあり、ターゲットに応じた広報を展開している」「2 優先するターゲットはあるが、具体的な対応はしていない」と回答した自治体のみ回答)

Q10-1優先して意識する広報ターゲットは、どのような層ですか。また、どのような理由・考え方から、その層をターゲットとしていますか。それぞれ具体的にご記入ください。(自由記述) n=36

【記述の傾向】

- ・ターゲットと理由の記述は、下記表の通りに大きく分類できる。
- ・子育て世代や高齢者をターゲットに挙げた自治体は、市政への関心も高く、主要政策との結びつきも強いことを理由として挙げている。
- ・若年者を挙げた自治体は、この層が行政への関心が低いことから重点を置いていると理由を述べている。また、若年層はソーシャルメディアの活用が盛んであることから、その媒体において若年層に絞っていることで有効な発信ができるという回答もある。
- ・被災自治体においては、被災者へ支援情報等必要な情報を届けるという明確なターゲット及び目的理由の記述があった。

ターゲット	主な設定の理由
高齢者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市の主要施策の対象</li> <li>・市政への関心の高い層</li> </ul>
子育て世代（母親）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市の主要施策の対象</li> <li>・市政への関心の高い層</li> </ul>
若年層	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市政への関心が低いことから高める必要がある</li> <li>・IT系による情報ツールが有効に機能する</li> </ul>
被災者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生活支援のための情報を発信するため (被災自治体が回答)</li> </ul>



## 11 各部署からの広報素材の収集方法

◇「広報紙やHPなどの広報媒体の作成時に情報収集している」が約9割。

Q11 貴市の広報担当部署は、各部署から広報の素材となる情報をどのように収集していますか。(あてはまるものすべて)

n=478

- |                                      |       |
|--------------------------------------|-------|
| 1 広報紙やHPなどの広報媒体の作成時に情報収集している         | 91.8% |
| 2 定期的な会議開催などで各課の広報担当者から収集している        | 18.0% |
| 3 全庁の連絡網等を活用し定期的な照会を行い収集している         | 44.1% |
| 4 特段には情報の収集をしていない                    | 0.2%  |
| 5 その他(記述:首長公務や幹部会議から収集、個々の職員個人から提供等) | 12.6% |

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
広報紙やHPなどの広報媒体の作成時に情報収集している	16 88.9%	37 94.9%	28 96.6%	100 93.5%	240 89.9%	18 100.0%
定期的な会議開催などで各課の広報担当者から収集している	4 22.2%	6 15.4%	3 10.3%	17 15.9%	50 18.7%	6 33.3%
全庁の連絡網等を活用し定期的な照会を行い収集している	8 44.4%	24 61.5%	13 44.8%	48 44.9%	112 41.9%	6 33.3%
特段には情報の収集をしていない	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%
その他	5 27.8%	6 15.4%	1 3.4%	11 10.3%	34 12.7%	3 16.7%
合計	18	39	29	107	267	18

## 12 不祥事等発生時における情報集約発信の機能

- ◇「危機事案情報の集約は別部署が行い、広報担当部署はその所管部署と協議・連携しながら、マスコミ対応・情報発信などを行う」が約8割。

Q12貴市では、職員や業務の不祥事などの発生時に、関係情報を集約・発信するセンター的機能を、どの部署が行うことになっていますか。(いずれか一つ) n=478

- 1 危機事案情報の集約から発信まで、すべてを広報担当部署が行う 3.8%
- 2 危機事案情報の集約は別部署が行い、広報担当部署はその所管部署と協議・連携しながら、マスコミ対応・情報発信などを行う 80.8%
- 3 危機事案発生時の情報の集約・発信に関して、特に定めはない 10.4%
- 4 その他(記述:すべてを危機管理所管課が対応など) 5.0%

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
危機事案情報の集約から発信まで、すべてを広報担当部署が行う	1 5.6%	1 2.6%	2 6.9%	4 3.7%	9 3.4%	1 5.6%
危機事案情報の集約は別部署が行い、広報担当部署はその所管部署と協議・連携しながら、マスコミ対応・情報発信などを行う	14 77.8%	34 87.2%	26 89.7%	97 90.7%	199 74.5%	16 88.9%
危機事案発生時の情報の集約・発信に関して、特に定めはない	0 0.0%	3 7.7%	0 0.0%	4 3.7%	43 16.1%	0 0.0%
その他	3 16.7%	1 2.6%	1 3.4%	2 1.9%	16 6.0%	1 5.6%
合計	18	39	29	107	267	18

(Q12にて「1 危機事案情報の集約から発信まで、すべてを広報担当部署が行う」を選択した自治体のみ回答)

Q12-1 危機管理情報を普段から集約するためにどのような仕組み、取組みを行っていますか (自由記述) n=18

#### 【記述の傾向】

- ・事前(事後)に相談するよう組織全体に周知を図るという回答が多い。
- ・その手法としては、情報伝達のマニュアル化や様式の整備などが挙げられている。また、内部通報先を広報担当課に設定しているという回答も見られる。

### 13 都市自治体広報の課題

◇課題の上位3つは「職員全体において、広報に必要な知識・スキルなどの専門性の育成が不足している」、「実施した広報についての効果を客観的に評価できない(評価していない)」、「市職員全体において、広報の重要性に対する認識が不足している」で、それぞれ約5割。

Q13貴市全体の広報において、どのような課題がありますか。(あてはまるものすべて) n=478

- |                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| 1 広報予算が不足している                    | 22.2% |
| 2 広報部門の人員が不足している                 | 46.4  |
| 3 首長や市幹部において、広報の重要性に対する認識が不足している | 7.5   |
| 4 市職員全体において、広報の重要性に対する認識が不足している  | 49.2  |

5	広報担当部署の幹部職員において、広報に必要な知識・スキルなどの専門性の育成が不足している	7.9
6	広報担当部署の一般職員において、広報に必要な知識・スキルなどの専門性の育成が不足している	27.6
7	職員全体において、広報に必要な知識・スキルなどの専門性の育成が不足している	53.6
8	意思決定の煩雑さなどの組織上の問題により、情報発信や対応スピードが遅くなる	19.5
9	広報のネタとなる情報の収集・蓄積が不足している	32.6
10	広報の目的やターゲットが意識化されず、広報がルーチン化している	40.8
11	既存の広報ツールや方法では、行政が情報を届けたい市民層に情報が届かない（届きにくい）	18.2
12	市民の市政に対する関心喚起、信頼性向上などにつながる広報ができない	14.2
13	広報の計画やマニュアルが整備されていない	27.0
14	実施した広報についての効果を客観的に評価できない（評価していない）	50.0
15	都市イメージの向上やシティセールス（プロモーション）の展開に関する知識・ノウハウが不足している	43.3
16	不祥事が発生した際の危機管理広報の重要性が認識されていない	12.8
17	災害発生時における危機管理広報の重要性が認識されていない	11.3
18	その他（記述：情報格差問題など）	2.5
19	特段の課題はない	1.9

## 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
広報予算が不足している	6 33.3%	10 25.6%	9 31.0%	26 24.3%	52 19.6%	3 16.7%
広報部門の人員が不足している	5 27.8%	21 53.8%	14 48.3%	44 41.1%	132 49.8%	6 33.3%
首長や市幹部において、広報の重要性に対する認識が不足している	0 0.0%	2 5.1%	1 3.4%	11 10.3%	22 8.3%	0 0.0%
市職員全体において、広報の重要性に対する認識が不足している	5 27.8%	18 46.2%	16 55.2%	52 48.6%	137 51.7%	7 38.9%
広報担当部署の幹部職員において、広報に必要な知識・スキルなどの専門性の育成が不足している	1 5.6%	2 5.1%	1 3.4%	11 10.3%	21 7.9%	2 11.1%
広報担当部署の一般職員において、広報に必要な知識・スキルなどの専門性の育成が不足している	4 22.2%	8 20.5%	8 27.6%	20 18.7%	86 32.5%	6 33.3%
職員全体において、広報に必要な知識・スキルなどの専門性の育成が不足している	8 44.4%	21 53.8%	14 48.3%	65 60.7%	141 53.2%	7 38.9%
意思決定の煩雑さなどの組織上の問題により、情報発信や対応スピードが遅くなる	4 22.2%	9 23.1%	10 34.5%	23 21.5%	45 17.0%	2 11.1%
広報のネタとなる情報の収集・蓄積が不足している	3 16.7%	9 23.1%	6 20.7%	39 36.4%	91 34.3%	8 44.4%
広報の目的やターゲットが意識化されず、広報がルーチン化している	8 44.4%	14 35.9%	12 41.4%	50 46.7%	105 39.6%	6 33.3%
既存の広報ツールや方法では、行政が情報を届けたい市民層に情報が届かない（届きにくい）	7 38.9%	7 17.9%	5 17.2%	21 19.6%	45 17.0%	2 11.1%
市民の市政に対する関心喚起、信頼性向上などにつながる広報ができない	3 16.7%	4 10.3%	6 20.7%	13 12.1%	42 15.8%	0 0.0%
広報の計画やマニュアルが整備されていない	0 0.0%	10 25.6%	6 20.7%	26 24.3%	83 31.3%	4 22.2%
実施した広報についての効果を客観的に評価できない（していない）	9 50.0%	23 59.0%	15 51.7%	50 46.7%	132 49.8%	10 55.6%
都市イメージの向上やシティブロモーション（セールス）の展開に関する知識・ノウハウが不足している	1 5.6%	16 41.0%	13 44.8%	52 48.6%	120 45.3%	5 27.8%
不祥事が発生した際の危機管理広報の重要性が認識されていない	1 5.6%	5 12.8%	3 10.3%	19 17.8%	32 12.1%	1 5.6%
災害発生時における危機管理広報の重要性が認識されていない	1 5.6%	8 20.5%	2 6.9%	17 15.9%	25 9.4%	1 5.6%
その他	2 11.1%	0 0.0%	0 0.0%	5 4.7%	4 1.5%	1 5.6%
特段の課題はない	0 0.0%	1 2.6%	1 3.4%	3 2.8%	3 1.1%	1 5.6%
合計	18	39	29	107	265	18

○都市自治体広報マネージメントのための取組み○

14 広報に関する戦略や計画、指針等

◇「制定している」は1割に満たない。一方で、「制定していない(検討もしていない)」と回答した自治体のうち「必要だと感じない」と回答したのは1割程度にとどまる。

Q14貴市では、市全体の広報に関する戦略や計画、指針など(以下「計画」という)、市広報全般のあり方を規定する基本的な枠組みを明文化し、策定していますか。(いずれか一つ)

※「戦略や計画、指針等」とは広報全体の基本計画・指針を対象としており、報道対応ガイドラインなどの個別のものは除きます。 n=478

1 制定している	8.8%
2 制定してはいないが、今後制定を検討している	19.7
3 制定していないし、今後制定する予定もない (無回答)	71.1 0.4

【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
制定している	5 27.8%	7 17.9%	3 10.3%	10 9.3%	16 6.0%	1 5.6%
制定していないが今後制定を検討	3 16.7%	11 28.2%	8 27.6%	27 25.2%	37 14.0%	8 44.4%
制定しておらず今後も制定する予定はない	10 55.6%	21 53.8%	18 62.1%	70 65.4%	212 80.0%	9 50.0%
合計	18	39	29	107	265	18

### (Q14にて「1 制定している」を選択した自治体のみ回答)

Q14-1 貴市で制定している計画について、下記の表に概略をご記入ください。 n=40

#### 【記述の傾向】

記述内容は、下記の表のとおり大きく4つに分類することができる。

計画の内容	自治体数
自治体の広報全体の戦略プラン	27
広報紙（誌）等の発行に関する規定等	3
広報に関する委員会の規定	2
総合計画の一部に広報計画を含むもの	8

### (Q14にて「1 制定している」を選択した自治体のみ回答)

Q14-2 計画の策定によって、貴市の広報により効果はありましたか。(いずれか一つ) また、よい効果が出た場合は、その内容を具体的にご記入ください。 n=42

1 よい効果がでた	52.4%
2 よい効果はでていない	7.1
3 わからない	35.7
(無回答)	4.8

## 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
よい効果がでた	3 60.0%	2 33.3%	1 33.3%	5 55.6%	10 62.5%	1 100.0%
良い効果はでていない	0 0.0%	1 16.7%	0 0.0%	1 11.1%	1 6.3%	0 0.0%
わからない	2 40.0%	3 50.0%	2 66.7%	3 33.3%	5 31.3%	0 0.0%
合計	5	6	3	9	16	1

## 【「よい効果」の具体的内容】

- ・「目的・目標の共有化」により組織内全体の広報意識の啓発に役立つ。
- ・「方向性の明確化」を図ることで効率的な広報につながる。

## （Q14にて「3制定していないし、今後制定する予定もない」を選択した自治体のみ回答）

Q14-3今後、このような広報に関する計画を策定することは必要だと感じますか。（いずれか一つ）また、それぞれその理由もご記入ください。	n=340
1 必要だと感じる	33.8%
2 必要だと感じない	10.0
3 どちらともいえない	51.5
4 その他	2.6
（無回答）	2.1



## 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人 以上の 一般市	10万人 未満の 一般市	特別区
必要だと感じる	2 20.0%	7 33.3%	5 29.4%	22 31.4%	77 37.2%	2 25.0%
必要だと感じない	1 10.0%	2 9.5%	1 5.9%	9 12.9%	21 10.1%	0 0.0%
どちらともいえない	7 70.0%	10 47.6%	10 58.8%	36 51.4%	106 51.2%	6 75.0%
その他	0 0.0%	2 9.5%	1 5.9%	3 4.3%	3 1.4%	0 0.0%
合計	10	21	17	70	207	8

## 【「選択した理由」の傾向】

### 「1 必要だと感じる」

- ・Q14-2「計画策定による効果」と同様、「目的目標の共有化による組織全体の意識向上」や「方向性を明確化して効率的な広報に取り組む（広報効果測定を含め）必要性を感じている」という意見を挙げている自治体が多い。また、広報の中でも特にシティープロモーションの分野において戦略の必要性を感じるという回答もあった。

### 「2 必要だと感じない」

- ・広報を取り巻く環境は日々変化しており、その状況下では臨機応変な対応が必要となることから、長期的な計画を定めること（縛られること）に否定的な見解を示している自治体が多い。

### 「3 どちらともいえない」

- ・必要性については感じているが、計画を策定することが困難、中長期の目標への疑問、臨機応変な対応が必要といった理由から躊躇しているという記述が多い。

## 15 広報マニュアルや教本

◇「策定している」が4割弱、「策定はしていないが、今後策定を検討している」まで含めると約5割。

Q15貴市では、広報担当部署以外の事業課の広報に関して、マニュアルやテキスト（教本）等を策定していますか。（いずれか一つ）（「マニュアルやテキスト等」とは、事業課広報のノウハウや具体的な方法を示したものを想定しています。広報担当部署の職員のみを対象とした業務マニュアルは除きます。）		n=478
1 策定している		36.8%
2 策定はしていないが、今後策定を検討している		13.6
3 策定はしていないし、今後も策定の予定はない		49.2
（無回答）		0.4

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
策定している	15 83.3%	26 66.7%	16 55.2%	50 47.2%	66 24.8%	3 16.7%
策定していないが今後策定を検討している	1 5.6%	5 12.8%	4 13.8%	16 15.1%	34 12.8%	5 27.8%
策定しておらず今後も策定の予定はない	2 11.1%	8 20.5%	9 31.0%	40 37.7%	166 62.4%	10 55.6%
合計	18	39	29	106	266	18

(Q15にて「1策定している」を選択した自治体のみ回答)

Q15-1そのマニュアル・テキストは、どのような内容を示していますか（あてはまるものすべて）	n=176
1 広報媒体の活用方法	68.2%
2 広報における用語の使い方	43.2
3 情報発信のタイミング	60.8
4 パブリシティのやり方、マスコミの活用方法	77.3
5 具体的な広報事例（モデル）の教示	27.8
6 その他（アクセシビリティ等）	8.0

【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
広報媒体の活用方法	13 86.7%	20 76.9%	12 75.0%	32 64.0%	41 62.1%	2 66.7%
広報における用語の使い方	3 20.0%	10 38.5%	9 56.3%	23 46.0%	29 43.9%	2 66.7%
情報発信のタイミング	13 86.7%	20 76.9%	12 75.0%	29 58.0%	32 48.5%	1 33.3%
パブリシティのやり方、マスコミの活用方法	14 93.3%	25 96.2%	16 100.0%	35 70.0%	43 65.2%	3 100.0%
具体的な広報事例の教示	5 33.3%	14 53.8%	7 43.8%	10 20.0%	13 19.7%	0 0.0%
その他	2 13.3%	2 7.7%	1 6.3%	5 10.0%	4 6.1%	0 0.0%
合計	15	26	16	50	66	3

## 16 広報スキルやマインド向上のための研修

◇「実施している」は、全体の約3割。研修の頻度は、年1回が多数を占める。

Q16貴市では広報担当部署以外の事業課の職員に対して、広報スキルや広報マインドの向上のために市内で研修や勉強会を実施していますか。(いずれか一つ)		n=478
1	実施している	30.5%
2	現在は実施していないが、過去に実施したことはある	6.7%
3	現在実施していないが、今後検討したい	28.0%
4	実施していないし、今後も実施の予定はない(無回答)	34.1%
		0.6%

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
実施している	16 94.1%	23 59.0%	13 44.8%	39 36.4%	45 17.0%	10 55.6%
過去に実施したことはある	0 0.0%	3 7.7%	3 10.3%	12 11.2%	12 4.5%	2 11.1%
実施していないが今後検討したい	1 5.9%	8 20.5%	10 34.5%	27 25.2%	87 32.8%	1 5.6%
実施しておらず今後も予定はない	0 0.0%	5 12.8%	3 10.3%	29 27.1%	121 45.7%	5 27.8%
合計	17	39	29	107	265	18

(Q16にて「1 実施している」「2 現在は実施していないが、過去に実施したことはある」を選択した自治体のみ回答)

Q16-1実施している研修の内容について下記の表に概略をご記入ください。(自由記述) n=178

【記述の傾向】

178自治体が、のべ262の研修事業を記述している。研修内容を4種類に分類して、実施自治体数と研修数を集計したものが表1、研修内容ごとに研修講師と研修の対象を集計したものが、表2及び表3である。研修の年間の実施回数について集計したものが表4である。

表1 実施自治体数 (n=178) と研修数 (n=262)

研修内容	自治体数 (178)	研修数 (262)
ホームページ(アクセスビリティ)	62	77
パブリシティ・報道対応	17	17
緊急対応・危機管理	7	8
広報に関する知識や技術	149	160

表2 研修講師 (n=262)

研修内容	研修講師		
	職員	外部講師	不明
ホームページ(アクセスビリティ)	22	43	12
パブリシティ・報道対応	4	11	2
緊急時・危機管理	2	5	1
広報に関する知識や技術	76	68	6

表3 研修対象 (n=262)

研修内容	研修対象者			
	一般職員	監督職	管理職	特に定めていない
ホームページ(アクセスビリティ)	51	3	4	19
パブリシティ・報道対応	4	3	9	1
緊急時・危機管理	1	0	6	1
広報に関する知識や技術	81	22	27	30

表4 年間の実施回数 (n=262)

年間の実施回数	1回未満	1回	2回	3回以上 11回未満	12回以上	不明
研修数	1	193	21	10	6	31

**〔Q16にて「1 実施している」「2 現在は実施していないが、過去に実施したことはある」を選択した自治体のみ回答）**

Q16-2研修を実施することにより、貴市の広報活動に効果はありましたか。(いずれか一つ)。また、「1 効果はあった」を選択した場合はその具体的な効果の内容をご記入ください。

n=178

1 研修による効果はあった	65.1%
2 効果はなかった	1.7
3 わからない	24.7
4 その他	5.1
(無回答)	3.4

**【都市制度・人口規模別】**

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
効果はあった	10 66.7%	17 68.0%	10 66.7%	33 66.0%	35 63.6%	11 91.7%
効果はなかった	0 0.0%	2 8.0%	0 0.0%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%
わからない	5 33.3%	4 16.0%	4 26.7%	13 26.0%	17 30.9%	1 8.3%
その他	0 0.0%	2 8.0%	1 6.7%	3 6.0%	3 5.5%	0 0.0%
合計	15	25	15	50	55	12

**【記述の傾向】**

- ・研修による効果については、職員の広報スキル向上・広報に対する意欲の向上を挙げる自治体が多い。

## 17 広報分野を専門とする職員の配置

◇配置している自治体は1割に満たない。都市規模が大きい自治体ほど配置されている割合が高い。

Q17貴市では、広報監（官）や広報アドバイザーなどの広報分野を専門とする職員を配置していますか。（いずれか一つ）

n=478

- |   |                           |      |
|---|---------------------------|------|
| 1 | 配置している                    | 6.3% |
| 2 | 現在は配置していないが過去に配置したことはある   | 3.8  |
| 3 | これまで配置したことはないが今後配置を検討している | 2.5  |
| 4 | これまで配置したことはなく、今後も配置の予定はない | 87.0 |
|   | (無回答)                     | 0.4  |

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
配置している	6 33.3%	8 20.5%	1 3.4%	6 5.7%	8 3.0%	1 5.6%
過去に配置したことはある	4 22.2%	2 5.1%	3 10.3%	4 3.8%	4 1.5%	1 5.6%
配置したことはないが今後配置を検討	0 0.0%	3 7.7%	2 6.9%	2 1.9%	4 1.5%	1 5.6%
配置したことがなく今後も予定はない	8 44.4%	26 66.7%	23 79.3%	94 88.7%	250 94.0%	15 83.3%
合計	18	39	29	106	266	18

(Q17にて「1 配置している」「2 現在は配置していないが過去に配置したことはある」を選択した自治体のみ回答)

Q17-1配置している（配置した）専門職について、下記の表に概略をご記入ください。（自由記述） n=48

【記述の傾向】

- ・ 広報分野を統括する役割の専門職と、現場において広報力向上に寄与する役割の専門職の2種類に大きく分類でき、前者の役割をもった広報専門職者を配置している自治体が多い。
- ・ 政令市・中核市など規模が大きな都市自治体においては、広報監（官）や顧問など専門職が高い地位にあるという特徴が見られる。

(Q17にて「1 配置している」「2 現在は配置していないが過去に配置したことはある」を選択した自治体のみ回答)

Q17-2配置したことによる具体的な効果があれば詳細をご記入ください。（自由記述） n=48

【記述の傾向】

- ・ Q17-1で述べたとおり、2種類の広報専門職に分類できるが、管理統括の役割を担う広報専門職を配置している自治体においては、情報の一元化・集約を効果として挙げているところが複数ある。一方、現場において広報を向上する役割の専門職を配置している自治体においては、広報紙の内容やホームページの充実などを効果として挙げている。



## 18 広報経験や学識者など民間出身者の採用

◇採用している自治体は1割に満たない。専門職同様、都市規模が大きい自治体ほど配置されている割合が高い。

Q18貴市では、民間の広報経験者や広報コンサルタント、あるいは学識者などの民間出身者を、広報担当部署（もしくは報道など広報業務に関係する部署）に採用していますか。（いずれか一つ） n=478

- |                              |      |
|------------------------------|------|
| 1 採用している                     | 5.6% |
| 2 現在は採用していないが、過去に採用したことはある   | 2.5  |
| 3 これまで採用したことはないが、今後採用を検討している | 1.3  |
| 4 これまで採用したことはなく、今後も採用の予定はない  | 90.2 |
| (無回答)                        | 0.4  |

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
採用している	5 29.4%	6 15.4%	3 10.3%	3 2.8%	10 3.8%	0 0.0%
過去に採用したことはある	4 23.5%	0 0.0%	3 10.3%	4 3.7%	1 0.4%	0 0.0%
採用したことはないが今後採用を検討	0 0.0%	1 2.6%	1 3.4%	2 1.9%	1 0.4%	1 5.6%
採用したことはなく今後も予定はない	8 47.1%	32 82.1%	22 75.9%	98 91.6%	254 95.5%	17 94.4%
合計	17	39	29	107	266	18

(Q18にて「1 採用している」「2 現在は採用していないが、過去に採用したことはある」を選択した自治体のみ回答)

Q18-1採用している（採用したことがある）民間出身者の職員について下記の表に概略をご記入ください。（自由記述）

n = 39

**【記述の傾向】**

- ・管理職から一般職員または委嘱といった方法まで幅広い方法で活用されている。政令市においては、管理職クラスとして採用されている例が多い。
- ・採用した目的は、民間での経験を活かした広報力アップという意見が大半を占める。
- ・採用形態（常勤・非常勤、任期）については自治体においてまちまちである。

(Q18にて「1 採用している」「2 現在は採用していないが、過去に採用したことはある」を選択した自治体のみ回答)

Q18-2採用したことによる具体的な効果があれば詳細をご記入ください。（自由記述）

n=39

**【記述の傾向】**

- ・民間での経験を活かした活躍（マスコミへのアプローチ、市民目線）により、都市自治体の広報力向上に寄与しているという記述の自治体が多く見られる。
- ・助言による職員のスキルアップなど、組織内に好影響を与えているという記述も複数ある。

## 19 広報担当部署以外の部署が個別に行っている広報を全庁的に把握する仕組みや取組み

◇「ある」は2割に満たない。

Q19貴市では、広報担当部署以外の事業課が個別におこなっている広報活動について、全庁的に把握する仕組みや取組みがありますか。(いずれか一つ)		n=478
1	ある	15.1%
2	ない	84.1
	(無回答)	0.8

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
ある	6 33.3%	7 17.9%	3 10.3%	20 18.9%	31 11.7%	5 27.8%
ない	12 66.7%	32 82.1%	26 89.7%	86 81.1%	233 88.3%	13 72.2%
合計	18	39	29	106	264	18

## (Q19にて「1ある」を選択した自治体のみ回答)

Q19-1どのような仕組みや取組みで把握しているのか詳細をご記入ください。(自由記述) n=72

### 【記述の傾向】

記述内容は、下記の表のとおり7つに分類することができる。

記述内容	自治体数
報道機関等への情報提供（取材対応）、外部への回覧等について広報課へ報告する（広報課が窓口になる）仕組み	30
広報関連事業について広報担当部署が合議（協議）等により関与する仕組み	6
刊行物等を提供（提出）する仕組み	13
庁内照会を行う取組み	5
庁内掲示板やメールなどを活用した仕組み	12
庁内幹部会議等を活用した仕組み	13
その他	2

## 20 上記（Q14～Q19）以外の広報をマネジメントするための仕組みや取組み

Q20これまでの質問にあったもののほかに、貴市において全庁的に自治体広報をマネジメントするための仕組みや取組みをおこなっていただければご記入ください。(自由記述) n=104

### 【記述の傾向】

記述内容は、下記の表のとおり大きく3つに分類することができる。

記述内容	自治体数
広報担当者の選定（会議や委員会による連携）	89
広報予算の事前協議	3
その他（※）	15

※その他内容：「全庁照会」、「庁内報による情報や意識共有」、「事業課の広報計画提出」など

○ソーシャルメディアの活用と広報効果測定

21 ソーシャルメディア（公式アカウント・マスコット・市長）の活用状況

◇ソーシャルメディア（公式アカウント・マスコット・市長）を「開設している」は約5割程度。運営体制としては、「他の広報業務と兼務で、ソーシャルメディアの運用・管理を担当している職員が対応」が約6割を占める。課題や悩みは、「ごく一部の限られた市民しかソーシャルメディアにアクセスしない」が約4割で最も高く、次いで「ソーシャルメディアを十分に活用できる人材が不足している」が約3割。

Q21貴市では、自治体全体の公式アカウントやマスコットキャラクター、市長個人アカウントなどを開設し、ソーシャルメディアを活用していますか（いずれか一つ）	n=478
1 開設している（していた）	47.7%
2 開設していない （無回答）	51.5 0.8

【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
開設している（していた）	9 50.0%	23 59.0%	20 69.0%	64 59.8%	97 36.7%	15 88.2%
開設していない	9 50.0%	16 41.0%	9 31.0%	43 40.2%	167 63.3%	2 11.8%
合計	18	39	29	107	264	17

(Q21にて「1 開設している (していた)」を選択した自治体のみ  
回答)

Q21-1自治体全体の公式アカウント(マスコットキャラクター  
及び市長個人アカウントは除く)で開設している具体的なソー  
シャルメディアについて下記の表にご記入ください。 n=228

ブログ	15.8%
ツイッター	65.4
ウェイボ	0.0
フェイスブック	34.6
ミクシー	0.4
グーグルプラス	0.0
マイスペース	0.0
地域SNS	6.1
グリー	0.0
モバゲー	0.0
ユーチューブ	37.7
ニコニコ動画	0.4
その他(記述:PINTEREST、ustreamなど)	5.3

## 【都市制度・人口規模別】

ブログ		政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
開設している（していた）		5	3	2	6	19	1
更新頻度	ほぼ毎日	2	1	0	2	5	0
	数日に1回	1	1	2	2	8	0
	毎週1回	1	0	0	1	5	0
	数週に1回	0	0	0	0	0	1
	毎月1回	0	0	0	0	1	0
	まれに	0	1	0	1	0	0
担当課	広報担当	4	1	2	3	3	0
	シティセールス担当	1	0	0	0	0	0
	観光担当	0	0	0	0	3	0
	情報担当	0	1	0	0	1	0
	市長秘書担当	0	0	0	1	2	0
	総務担当	0	0	0	0	1	0
	政策企画担当	0	0	0	0	6	0
	地域振興担当	0	1	0	0	0	0
	その他	0	0	0	2	3	1

ツイッター		政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
開設している（していた）		6	13	17	45	53	15
更新頻度	ほぼ毎日	4	7	12	25	27	7
	数日に1回	2	3	2	12	14	4
	毎週1回	0	0	1	2	2	1
	数週に1回	0	1	0	2	2	2
	毎月1回	0	0	1	2	1	0
	まれに	0	2	0	1	4	1
	現在は運用していない	0	0	0	1	1	0
担当課	広報担当	2	9	15	31	29	15
	シティセールス担当	1	0	0	0	1	0
	観光担当	0	0	0	1	3	0
	情報担当	0	3	1	5	5	0
	市長秘書担当	0	0	0	3	3	0
	総務担当	0	0	0	0	2	0
	政策企画担当	0	0	1	1	6	0
	危機管理担当	1	0	0	1	1	0
	地域振興担当	0	0	0	0	1	0
	その他	2	1	0	3	2	0

フェイスブック		政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
開設している（していた）		6	5	10	22	35	1
更新頻度	ほぼ毎日	4	4	6	11	14	1
	数日に1回	1	0	3	10	14	0
	毎週1回	0	0	0	1	4	0
	数週に1回	0	1	0	0	0	0
	まれに	0	0	0	0	1	0
現在は運用していない		1	0	0	0	0	0
担当課	広報担当	4	3	6	14	16	1
	シティセールス担当	1	0	0	0	2	0
	観光担当	0	0	1	1	3	0
	情報担当	0	1	1	1	4	0
	市長秘書担当	0	0	0	1	1	0
	総務担当	0	0	0	0	1	0
	政策企画担当	0	0	1	1	3	0
	危機管理担当	1	0	0	0	0	0
その他の部局		0	1	1	4	5	0

地域SNS		政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
開設している（していた）		0	1	2	5	5	1
更新頻度	ほぼ毎日	0	0	0	2	3	0
	数日に1回	0	0	0	1	0	0
	毎週1回	0	1	1	0	0	0
	数週に1回	0	0	0	1	2	1
	毎月1回	0	0	0	1	0	0
担当課	広報担当	0	0	1	2	2	1
	情報担当	0	1	0	3	1	0
	地域振興担当	0	0	1	0	2	0



ユーチューブ		政令市	中核市	特例市	10万人	10万人	特別区
					以上の	未満の	
開設している（していた）		6	10	9	26	30	5
更新頻度	ほぼ毎日	2	1	0	1	1	0
	数日に1回	0	2	1	1	2	0
	毎週1回	1	0	1	1	2	0
	数週に1回	2	3	2	7	3	1
	毎月1回	1	1	0	5	4	2
	まれに	0	3	5	10	16	2
	現在は運用していない	0	0	0	1	0	0
担当課	広報担当	6	7	8	18	17	5
	シティセールス担当	0	0	0	0	1	0
	観光担当	0	0	0	0	2	0
	情報担当	0	2	1	3	0	0
	市長秘書担当	0	0	0	3	3	0
	総務担当	0	0	0	0	3	0
	政策企画担当	0	0	0	0	3	0
	その他の部局	0	1	0	2	1	0

## 「ミクシー」

10万人未満の一般市1市、更新頻度「現在は運用していない」、担当課「政策企画担当課」

## 「ニコニコ動画」

特例市1市、更新頻度「数週に1回」、担当課「広報担当」

(Q21にて「1開設している(していた)」を選択した自治体のみ回答)

Q21-2自治体のマスコットキャラクターのアカウント（複数キャラクターが存在している場合、1つでも開設していれば「開設している」にしてください）で開設している具体的なソーシャルメディアについて下記の表にご記入ください。 n=228

ブログ	8.3%
ツイッター	13.2
ウェイボ	0.0
フェイスブック	7.0
ミクシー	0.4
グーグルプラス	0.4
マイスペース	0.0
地域SNS	0.0
グリー	0.0
モバゲー	0.0
ユーチューブ	2.6
ニコニコ動画	0.0
その他	0.4

## 【都市制度・人口規模別】

ブログ		政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
開設している（していた）		0	2	0	5	10	2
更新頻度	ほぼ毎日	0	1	0	1	2	0
	数日に1回	0	0	0	1	4	1
	毎週1回	0	0	0	0	2	0
	数週に1回	0	0	0	3	1	0
	まれに	0	0	0	0	0	1
	現在は運用していない	0	0	0	0	1	0
担当課	観光担当	0	0	0	2	6	0
	情報担当	0	0	0	1	0	0
	総務担当	0	0	0	0	0	1
	政策企画担当	0	0	0	0	1	0
	その他の部局	0	2	0	2	3	1

ツイッター		政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
開設している（していた）		5	1	2	9	12	1
更新頻度	ほぼ毎日	0	1	0	6	4	1
	数日に1回	3	0	2	1	6	0
	毎月1回	0	0	0	0	1	0
	まれに	0	0	0	1	0	0
	現在は運用していない	0	0	0	1	0	0
担当課	広報担当	2	0	1	4	3	0
	観光担当	0	0	0	3	6	1
	情報担当	0	0	0	0	1	0
	総務担当	1	0	0	0	0	0
	政策企画担当	0	0	0	1	0	0
	地域振興担当	1	0	1	0	0	0
その他の部局	1	1	0	1	2	0	

フェイスブック		政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
開設している（していた）		3	2	2	6	3	0
更新頻度	ほぼ毎日	1	1	1	2	0	0
	数日に1回	1	0	1	4	1	0
	毎週1回	0	0	0	0	2	0
担当課	広報担当	1	0	1	1	0	0
	観光担当	0	1	1	3	3	0
	総務担当	1	0	0	0	0	0
	政策企画担当	0	0	0	1	0	0
	地域振興担当	1	0	0	0	0	0
	その他の部局	0	1	0	1	0	0

ユーチューブ		政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
開設している（していた）		1	1	0	1	2	1
更新頻度	ほぼ毎日	0	1	0	0	0	0
	毎週1回	1	0	0	0	0	0
	数週に1回	0	0	0	1	2	0
	毎月1回	0	0	0	0	0	1
担当課	観光担当	0	0	0	1	1	1
	総務担当	1	0	0	0	0	0
	その他の部局	0	1	0	0	1	0

## 「ミクシー」及び「グーグルプラス」

10万人以上の一般市1市、更新頻度「まれに」、担当課「その他の部局」

(Q21にて「1開設している(していた)」を選択した自治体のみ回答)

Q21-3市長個人アカウント（把握されている範囲で）で開設している具体的なソーシャルメディアについて下記の表にご記入ください。 n=228

ブログ	13.6%
ツイッター	11.0
ウェイボ	0.0
フェイスブック	12.3
ミクシィー	0.4
グーグルプラス	0.0
マイスペース	0.0
地域SNS	0.0
グリー	0.0
モバゲー	0.0
ユーチューブ	0.0
ニコニコ動画	0.0
その他（ustreamなど）	0.4

## 【都市制度・人口規模別】

ブログ		政令市	中核市	特例市	10万人	10万人	特別区
					以上の	未満の	
		一般市	一般市				
開設している（していた）		1	6	2	6	15	1
更新頻度	ほぼ毎日	0	0	1	1	5	0
	数日に1回	0	1	0	2	2	1
	毎週1回	0	1	0	0	0	0
	数週に1回	0	2	0	2	4	0
	毎月1回	0	0	0	0	2	0
	現在は運用していない	0	0	1	0	0	0
担当課	広報担当	0	2	2	1	6	0
	市長秘書担当	0	1	0	3	3	0
	市長本人	1	3	0	2	6	1

ツイッター		政令市	中核市	特例市	10万人	10万人	特別区
					以上の	未満の	
		一般市	一般市				
開設している（していた）		1	8	1	6	8	1
更新頻度	ほぼ毎日	0	1	0	3	3	0
	数日に1回	0	1	1	1	1	0
	数週に1回	0	1	0	0	0	0
	現在は運用していない	0	0	0	0	1	1
担当課	広報担当	0	2	1	2	3	1
	市長秘書担当	0	0	0	1	1	0
	市長本人	1	6	0	3	4	0

フェイスブック		政令市	中核市	特例市	10万人	10万人	特別区
					以上の	未満の	
		一般市	一般市				
開設している（していた）		1	5	2	5	14	1
更新頻度	ほぼ毎日	0	1	1	1	10	0
	数日に1回	0	1	1	1	1	0
	まれに	0	0	0	1	0	0
担当課	広報担当	0	2	2	1	6	1
	市長本人	1	3	0	4	8	0

## 「ミクシー」

10万人未満の一般市1市、更新頻度「数日に1回」、担当課「広報担当課」

(Q21にて「1開設している(していた)」を選択した自治体のみ回答)

Q21-4貴市において、ソーシャルメディアを活用する目的・狙いはどのようなものですか。(自由記述) n=193

【記述の傾向】

活用する目的・狙いは下記の表のとおり、大きく6つに分類できる。

記述内容	自治体数
発信力（PR）の強化	158
災害（緊急事態）対応	51
発信スピード（迅速・速報）の強化	31
情報収集（共有・コミュニケーション）	29
既存広報（HPなど）への誘導	8
組織全体の広報意識向上	1

(Q21にて「1開設している(していた)」を選択した自治体のみ回答)

Q21-5貴市ではどのような人員体制でソーシャルメディアを運用していますか。(いずれか一つ)	n=228
1 ソーシャルメディアの運用・管理を専任する職員が対応	5.7%
2 他の広報業務と兼務で、ソーシャルメディアの運用・管理を担当している職員が対応	61.4
3 特定の担当職員を置かず、当番制で担当をまわしたり、随時時間の許す職員が対応	13.6
4 職員ではなくアルバイトや非常勤職員が対応	1.3
5 その他(記述:外部委託、ボランティア、各課から個別発信など)	15.4
(無回答)	2.6

【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
専任する職員が対応	0 0.0%	2 10.0%	1 5.0%	5 7.8%	4 4.3%	1 6.7%
他の広報業務と兼務する職員が対応	5 55.6%	12 60.0%	12 60.0%	38 59.4%	59 62.8%	14 93.3%
特定の担当職員を置かない(当番制、随時時間の許す職員が対応)	2 22.2%	2 10.0%	3 15.0%	8 12.5%	16 17.0%	0 0.0%
アルバイトや非常勤職員が対応	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.6%	2 2.1%	0 0.0%
その他	2 22.2%	4 20.0%	4 20.0%	12 18.8%	13 13.8%	0 0.0%
合計	9	20	20	64	94	15



(Q21にて「1開設している(していた)」を選択した自治体のみ回答)

Q21-6これまでソーシャルメディアを運用してきた中で、どのような課題や悩みがありますか。(あてはまるものすべて)

n=228

- |   |                                                         |      |
|---|---------------------------------------------------------|------|
| 1 | 効果において、広報紙やHPなどの従来の広報媒体と変わり映えせず、ソーシャルメディアを運用する必要性が見出せない | 6.1% |
| 2 | 市民からの反応に対する対応に苦慮した                                      | 5.3  |
| 3 | ソーシャルメディアを常時注視しなくてはならず他の業務に支障をきたした                      | 3.5  |
| 4 | ソーシャルメディアを十分に活用できる人材が不足している                             | 32.0 |
| 5 | ソーシャルメディアで発信する情報がない                                     | 6.1  |
| 6 | いつまで安定的に活用できる媒体かわからないため、体制を整備しにくい                       | 21.5 |
| 7 | ごく一部の限られた市民しかソーシャルメディアにアクセスしない                          | 40.8 |
| 8 | その他(記述:閲覧者・利用者の伸び悩み、効果測定が難しい、職員の発信意欲がないなど)              | 16.7 |
| 9 | 特に課題はない                                                 | 14.9 |

## 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人 以上の 一般市	10万人 未満の 一般市	特別区
効果において、広報紙やHPなどの従来の広報媒体と変わり映えせず、ソーシャルメディアを運用する必要性が見いだせない	0 0.0%	1 5.0%	1 5.3%	4 6.6%	7 7.4%	1 6.7%
市民からの反応に対する対応に苦慮した	1 11.1%	2 10.0%	1 5.3%	4 6.6%	4 4.3%	0 0.0%
ソーシャルメディアを常時注視しなくてはならず他の業務に支障をきたした	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 4.9%	5 5.3%	0 0.0%
ソーシャルメディアを十分に活用できる人材が不足している	0 0.0%	6 30.0%	8 42.1%	18 29.5%	36 38.3%	5 33.3%
ソーシャルメディアで発信する情報がない	0 0.0%	1 5.0%	0 0.0%	2 3.3%	9 9.6%	2 13.3%
いつまで安定的に活用できる媒体かわからないため、体制を整備しにくい	3 33.3%	4 20.0%	3 15.8%	12 19.7%	24 25.5%	3 20.0%
ごく一部の限られた市民しかソーシャルメディアにアクセスしない	4 44.4%	7 35.0%	6 31.6%	25 41.0%	48 51.1%	3 20.0%
その他	2 22.2%	3 15.0%	0 0.0%	12 19.7%	16 17.0%	5 33.3%
特段の問題はない	1 11.1%	2 10.0%	6 31.6%	13 21.3%	10 10.6%	2 13.3%
合計	9	20	19	61	94	15

## 22 上記（Q21）以外のソーシャルメディアの活用状況

◇約3割が個別の部署においても開設している。

Q22自治体全体の公式アカウント、マスコットキャラクターのアカウント、市長個人のアカウント以外に、各部局・課室で開設されているソーシャルメディアのアカウントがありますか。（いずれか一つ）		n=478
1	開設している部局・課室がある	26.6%
2	開設している部局・課室はない	64.9
3	他の部局・課室の状況は把握していない（わからない）	7.1
	（無回答）	1.5

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
開設している部局・課室がある	12 66.7%	21 55.3%	12 41.4%	32 30.8%	47 17.7%	3 17.6%
開設している部局・課室はない	2 11.1%	16 42.1%	17 58.6%	67 64.4%	194 73.2%	14 82.4%
他の部局・課室の状況は把握していない（わからない）	4 22.2%	1 2.6%	0 0.0%	5 4.8%	24 9.1%	0 0.0%
合計	18	38	29	104	265	17

## 23 ソーシャルメディアの活用に関するガイドラインや運用方針

◇「策定し、公開している」「策定しているが、公開していない」の合計で約3割。

Q23ソーシャルメディア活用に関する「ガイドライン」や「運用方針」等は制定されていますか。(いずれか一つ) n=478	
1 制定し、公開している	15.3%
2 制定しているが、公開していない	15.9
3 制定していない	67.8
(無回答)	1.0

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
制定し、公開している	6 33.3%	6 16.2%	10 34.5%	19 17.9%	24 9.0%	8 47.1%
制定しているが、公開していない	2 11.1%	9 24.3%	5 17.2%	22 20.8%	31 11.7%	7 41.2%
制定していない	10 55.6%	22 59.5%	14 48.3%	65 61.3%	211 79.3%	2 11.8%
合計	18	37	29	106	266	17

※本編第1期第1章28ページの記述について補足（Q21とQ23のクロス集計）

Q21における回答	Q23における回答	自治体数
開設している (228自治体)	制定し、公開している	71
	制定しているが、公開していない	69
	制定していない	87
	(無回答)	1

(Q23にて「1 制定し、公開している」「2 制定しているが、公開していない」を選択した自治体のみ回答)

Q23-1その「ガイドライン」や「運用方針」等では、主にどのような内容を定めていますか。(あてはまるものすべて) n=149	
1 ソーシャルメディアの自治体広報における位置づけや目的	69.1%
2 個人の発信か組織としての発信かの情報発信主体の線引き	54.4
3 市民等の反応(コメント等)に対する対応方針や取り扱い	75.8
4 情報の責任所在や免責事項	53.7
5 稼働時間帯や更新頻度	30.2
6 発信する情報の内容	75.2
7 その他(記述:職員個人が利用する際のルールなど)	10.1

【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
ソーシャルメディアの自治体広報における位置づけや目的	6 75.0%	9 64.3%	8 53.3%	29 70.7%	38 70.4%	13 86.7%
個人の発信か組織としての発信かの情報発信主体の線引き	5 62.5%	8 57.1%	7 46.7%	22 53.7%	31 57.4%	8 53.3%
市民等の反応(コメント等)に対する対応方針や取り扱い	7 87.5%	11 78.6%	12 80.0%	31 75.6%	40 74.1%	12 80.0%
情報の責任所在や免責事項	4 50.0%	9 64.3%	9 60.0%	22 53.7%	29 53.7%	7 46.7%
稼働時間帯や更新頻度	3 37.5%	5 35.7%	6 40.0%	11 26.8%	15 27.8%	5 33.3%
発信する情報の内容	6 75.0%	9 64.3%	11 73.3%	34 82.9%	38 70.4%	14 93.3%
その他	2 25.0%	1 7.1%	1 6.7%	8 19.5%	1 1.9%	2 13.3%
合計	8	14	15	41	54	15

## 24 今後のソーシャルメディアの活用方針

◇「あまり活用していききたいとは思わない」は1割に満たない。

Q24貴市では、自治体広報において、今後ソーシャルメディアをどのように活用していききたいと考えていますか。（いずれか一つ）また、その選択肢を選んだ理由についてもご記入ください。 n=478

1 積極的に活用していききたい	43.3%
2 どちらともいえない	44.6
3 あまり活用はしていききたいとは思わない	4.0
4 その他	7.3
(無回答)	0.8

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
積極的に活用していききたい	8 44.4%	20 51.3%	20 69.0%	52 49.1%	97 36.6%	10 58.8%
どちらともいえない	5 27.8%	11 28.2%	9 31.0%	46 43.4%	137 51.7%	5 29.4%
あまり活用していききたいとは思わない	2 11.1%	0 0.0%	0 0.0%	3 2.8%	14 5.3%	0 0.0%
その他	3 16.7%	8 20.5%	0 0.0%	5 4.7%	17 6.4%	2 11.8%
合計	18	39	29	106	265	17

## 【記述の傾向】

理由について、選択肢ごとに、それぞれ多かった記述内容を表にまとめた。

「積極的に活用していきたい」(n=86)

記述内容	自治体数
情報発信手段として有効（下記の項目以外の漠然とした回答）	63
災害対応に有効	10
スピードアップに有効	9
若年層などへの既存では難しかった情報発信に有効	8
対外への情報発信に有効	7
情報収集に有効	6
コストがかからない	2

「どちらともいえない」(n=115)

記述内容	自治体数
課題や費用対効果などの検証ができていない	33
人員やガイドラインなどの運営環境の未整備	30
他の自治体の様子を見ている	19
安全性や今後の継続性に疑問	8
利用者が限定的	3
他広報ツールにて補完できており必要性を感じない	3
効果が不明	3

「あまり活用はしていきたいとは思わない」(n=9)

記述内容	自治体数
安全性に疑問	4
人材やガイドラインなどの体制整備が困難	3
他広報ツールにて補完できており必要性を感じない	3

## 25 ソーシャルメディア上での自治体に関する情報の確認作業

◇確認したことがある自治体と確認したことがない自治体は約5割で半々。

Q25ツイッターなどのソーシャルメディア上で、貴市についてどのような言及がされているか、検索等を利用して確認することはありますか。(いずれか一つ)		n=478
1	定期的を確認している	10.3%
2	定期的ではないが確認したことはある	41.6
3	確認したことはない	46.7
	(無回答)	1.5

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
定期的を確認している	2 11.1%	5 12.8%	4 14.3%	13 12.5%	21 7.9%	4 23.5%
定期的ではないが確認したことはある	7 38.9%	18 46.2%	19 67.9%	58 55.8%	86 32.5%	11 64.7%
確認したことはない	9 50.0%	16 41.0%	5 17.9%	33 31.7%	158 59.6%	2 11.8%
合計	18	39	28	104	265	17



## 26 広報の効果測定

◇何かしらの「測定を行っている」は3割程度。

Q26ソーシャルメディアの活用も含めて、広報についての効果測定を何らかの方法で行っていますか。(いずれか一つ)		n=478
1	ソーシャルメディアの効果を測定し、その他の広報媒体または広報全般についても効果測定している	3.6%
2	ソーシャルメディアの効果は測定しているが、その他の広報媒体または広報全般については効果測定していない	1.5%
3	ソーシャルメディアの効果は測定していないが、その他の広報媒体または広報全般については効果測定している	28.0%
4	広報の効果測定はしていない	66.1%
	(無回答)	0.8%

### 【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
ソーシャルメディア、その他の広報媒体の効果測定	0 0.0%	2 5.1%	2 7.1%	7 6.5%	3 1.1%	3 18.8%
ソーシャルメディアの効果を測定、その他の広報媒体は測定せず	0 0.0%	1 2.6%	0 0.0%	3 2.8%	3 1.1%	0 0.0%
ソーシャルメディアの効果は測定せず、その他の広報媒体は効果を測定	16 88.9%	17 43.6%	10 35.7%	37 34.6%	47 17.7%	7 43.8%
広報の効果測定をしていない	2 11.1%	19 48.7%	16 57.1%	60 56.1%	213 80.1%	6 37.5%
合計	18	39	28	107	266	16

(Q26にて「1 ソーシャルメディアの効果を測定し、その他の広報媒体または広報全般についても効果測定している」「2 ソーシャルメディアの効果は測定しているが、その他の広報媒体または広報全般については効果測定していない」「3 ソーシャルメディアの効果は測定していないが、その他の広報媒体または広報全般については効果測定している」を選択した自治体のみ回答)

Q26-1広報の効果測定は、どのような指標で行っていますか。  
 あてはまるものすべてをつけ、それぞれ可能な範囲で測定方法をご記入ください。 n=158

- |                           |       |
|---------------------------|-------|
| 1 費用対効果                   | 22.2% |
| 2 広報ターゲットの意識・行動の変化        | 77.8  |
| 3 広報を協働して行った庁外の組織・団体等の満足度 | 5.7   |
| 4 広報に関与した職員の学習・成長         | 3.8   |

【都市制度・人口規模別】

	政令市	中核市	特例市	10万人以上の一般市	10万人未満の一般市	特別区
費用対効果	5 31.3%	3 15.0%	5 45.5%	5 11.6%	12 25.0%	5 50.0%
ターゲットの意識・行動の変化	13 81.3%	19 95.0%	9 81.8%	36 83.7%	38 79.2%	8 80.0%
広報を協働して行った庁外の組織・団体等の満足度	0 0.0%	0 0.0%	1 9.1%	3 7.0%	5 10.4%	0 0.0%
広報に関与した職員の学習・成長	1 6.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.7%	2 4.2%	1 10.0%
合計	16	20	11	43	48	10

## 【記述の傾向】

選択した指標ごとに、記述の傾向をまとめると下表のとおりである。

選択した指標	記述の傾向
費用対効果	テレビ視聴率
	内部の事務事業評価などにおける評価
	広告換算
	H P等アクセス数
広報ターゲットの意識・行動の変容	アンケート <sup>4</sup> による評価（※約9割がこの記述）
	モニターによる評価
	ソーシャルメディアのコメントや評価機能、ソーシャルメディアのアクセス解析
広報を協働して行った庁外の組織・団体等の満足度	アンケートによる評価
	モニターによる評価
広報に関与した職員の学習・成長	研修後のアンケート
	コンクールなどのコンペ参加
	内部編集会議による評価

---

<sup>4</sup> 具体的なものとして、市民意識調査、モニター向けアンケート調査、イベント時やH P訪問者へのアンケートが記述