

情報発信の取組について

1 基本的な考え方

「政策」と「広報」は車の両輪であるとの基本的認識に立ち、各事業を所管する課に対し、各種広報ツールを活用し、積極的な広報を行うよう働きかけている。

大切なのは、「魅せ方」であり、結果、市民等に伝わっていなければ、その事業を実施していないのと同じであるとの強い思いで、一方的な情報発信（伝える広報）ではなく、情報を受け取る側にたった情報発信（伝わる広報）を推進している。

2 新たな広報媒体の活用

① AR（拡張現実感（Augmented Reality））：平成 27 年度～

：実際の景色、地形、感覚などに、コンピュータを使ってさらに情報を加える技術。
スマートフォンのアプリを活用して、広報紙の紙面上にかざすことで、あたかも紙面の画像が動き出したかのような動画が視聴できる仕組み。

② シネアド：平成 27 年度～

映画館の作品上映前に市政広報の 15 秒 CM を放映。

（放映場所）MOVIX 清水、シネシティザート

③ 民間放送局の番組放映：平成 28 年度～

- ・平成 28 年度からの新規事業として、民間放送局の番組を利用し、3 次総の 5 大構想・重点プロジェクトの中からテーマを選定し、3 番組を放映。
- ・この事業は、静岡県域で視聴者の多いゴールデンタイムに放送している番組であり、行政が直接市政を訴えるものではなく、民間の視点で番組を制作し放映することで、市民が自然に視聴してくれることが期待でき、市政に関心のない方にも市政を PR することが期待できる事業。

平成 28 年度 3 番組平均視聴率 12.13%

- 1) 「25 周年!大道芸ワールドカップ本番直前 生中継スペシャル」(11 月 2 日放送)
- 2) 「石原良純の秘宝大公開 静岡ふしぎ発見」(1 月 25 日放送)
- 3) 子育てしやすいまち…各種子育て先進事業ほか (3 月 15 日放送)

3 現状の課題

- ① イベントなどの情報は、早めに広報課へ情報発信の依頼があり情報量も多いが、それ以外の市政情報の発信が少ない傾向にある。
- ② 市民意識調査の結果において、若い世代（特に 20 代）の市政関心度が低い。
- ③ 全庁的な広報マインドの底上げ