

2 議題

(3) 市民参画を促進するための効果的な情報発信・共有について

高松市自治基本条例

(情報の共有)

第14条 市は、市政に関する情報を積極的に、分かりやすく、かつ、適時に市民に提供し、市民との情報の共有に努めなければならない。

2 執行機関は、参画と協働による市政運営に資するため、市民と情報を共有するための仕組みの整備を図らなければならない。

背景

- 市民が市政に参画したり、市民と協働したりするためには、**市民と市が情報を適時適切に共有することが重要**。
- また、**市政への参画意識を向上するため、市民の本市に対する誇りと愛着（シビックプライド）の醸成につながる情報発信に取り組む**ことが必要。
- 単に情報を発信したり、共有したりするだけでなく、**市民の市政への参画を促進するために、様々な媒体を活用した効果的な情報発信・共有が必要**となっている。
- 本市では、本年4月に、市全体のシティプロモーションを統括し、**分野横断的に推進するため、「広聴広報・シティプロモーション課」を新設**。

① 目的と広報の現状

参画と協働による市政運営に資するため、様々な広報媒体により、市政に関する情報等を積極的に、より分かりやすく、適時かつ効果的に市民に提供し、市民との情報共有を図ることを目的とし、また、本市に誇りと愛着（シビックプライド）を持ち、まちづくりに主体的に関わろうとする思いを育んでいくことが重要であることから、市民に身近でタイムリーな情報の発信を行っている。

② 各種広報媒体

- ・ 広報高松の作成、配布
- ・ 市政広報番組の制作、民放テレビやケーブルテレビ、ラジオでの放送
- ・ 市公式ホームページの制作
- ・ 市公式SNS（LINE、X（旧Twitter）、Instagram）
- ・ 広報動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」の制作
- ・ プレスリリース

② 各種広報媒体

媒体	概要	頻度等	部数・対象等
広報高松	- 毎月1回発行、発行部数は約20万部 - 市の取組やイベントなどを掲載、原則市内全世帯に配布 - 市ホームページ等での閲覧可能	1回／月	約200,400部／回
民放テレビ	・民放テレビ番組内の1コーナー（約3分）で市政情報を発信	12回／年	香川・岡山エリア
	・高松の歴史や伝統文化を紹介する15分番組	3回／年	香川・岡山エリア
ケーブルテレビ	・ケーブルテレビ番組内の1コーナー（約3分）で市政情報や市の魅力を発信	24回／年	高松エリア
	・市長定例記者会見を発信	24回／年	高松エリア
ラジオ放送	・FMラジオの番組内で（約3分）市政情報や子育て情報を発信	5回／週	高松エリア
HP「もっと高松」	・各担当課により、ホームページコンテンツを作成・更新	随時	34,694,662件
市公式SNS	LINE	随時	フォロワー数 13,032人 (R6.8.1現在)
	Facebook	随時	フォロワー数 2,281人 (R6.8.1現在)
	X（旧Twitter）	随時	フォロワー数 11,137人 (R6.8.1現在)
高松ムービーチャンネル	・YouTubeを活用し市政情報番組やプロモーション動画等を配信	200本／年	121,880（視聴回数）
プレスリリース	・報道機関（高松市政記者クラブ）への情報提供	随時	1,241件 (プレスリリース数)
市長定例記者会見	・市長自らが情報提供を行う	2回／月	YouTube

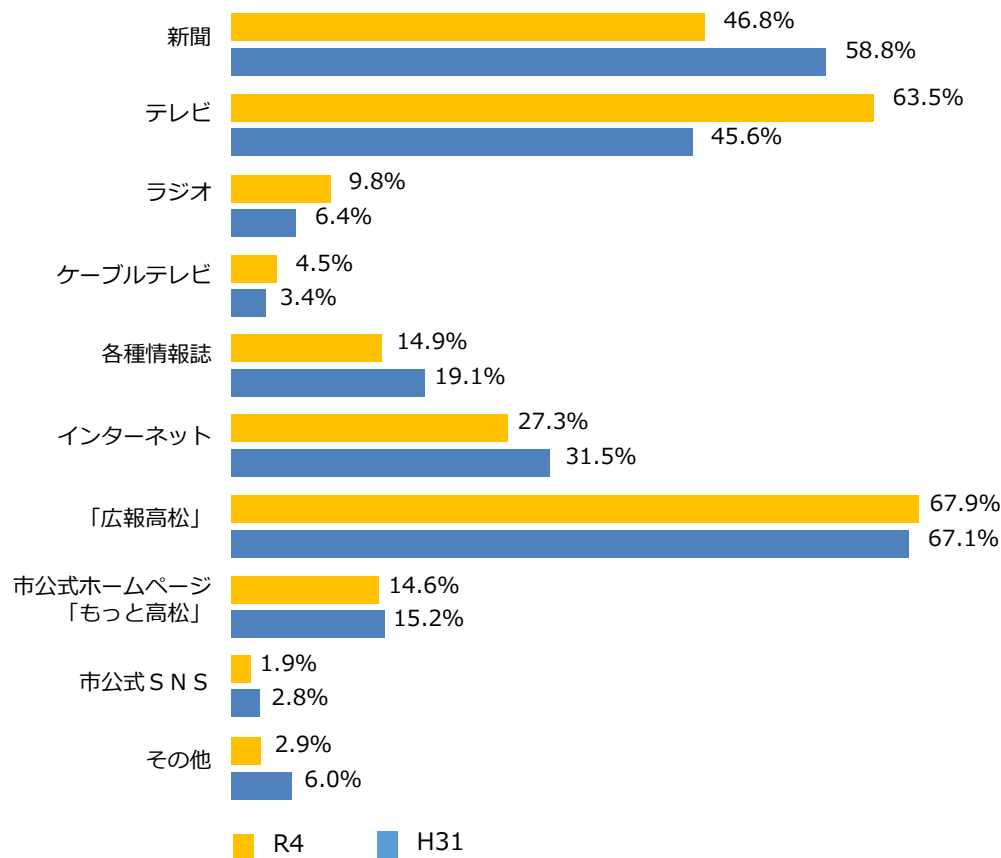
※R5年度実績

③ 令和4年度広報活動アンケート報告書（抜粋）

- ① 調査対象者
満18歳以上の市民 2,000人（無作為抽出）
- ② 調査期間
令和4年7月1日（金）～7月21日（木）
- ③ 回収結果
583件（男性 306人、女性 269人） 回収率 29.2%
- ④ その他
この調査は、昭和57年度から3年に1度実施しており、今回で15回目。

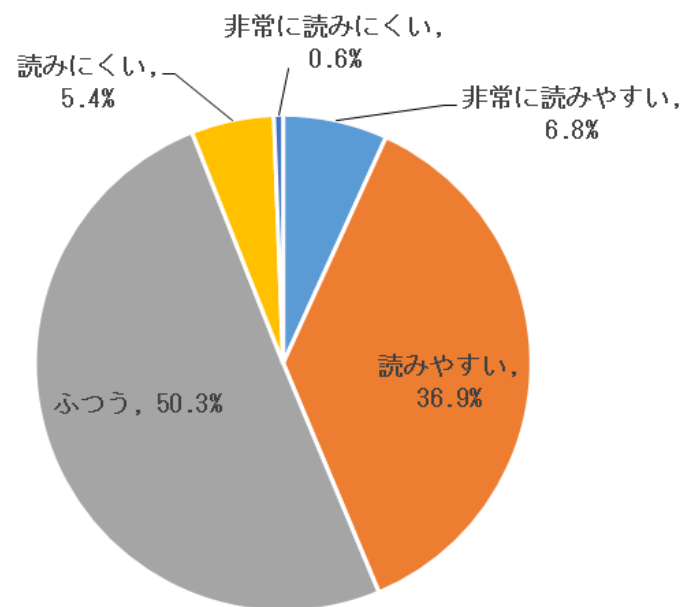
③ 令和4年度広報活動アンケート報告書（抜粋）

市の施策や制度等の情報を主に何から得るか（複数回答）



・「広報高松」、「テレビ」、「新聞」、「インターネット」が上位を占める。

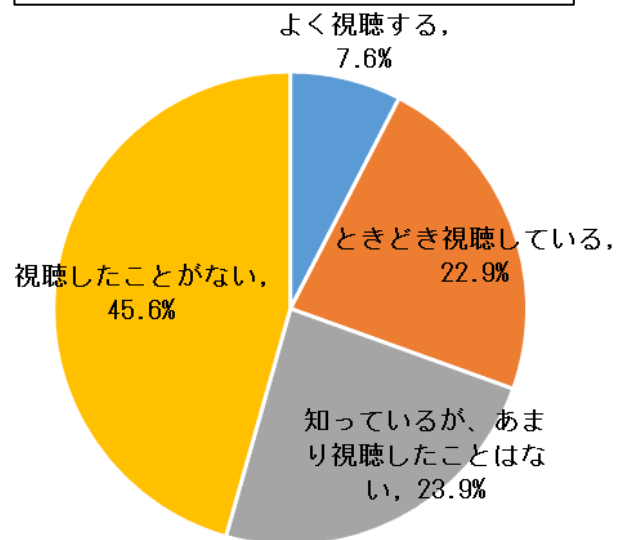
「広報高松」の印象



内容	回答数	割合
非常に読みやすい	34	6.8%
読みやすい	184	36.9%
ふつう	251	50.3%
読みにくい	27	5.4%
非常に読みにくい	3	0.6%

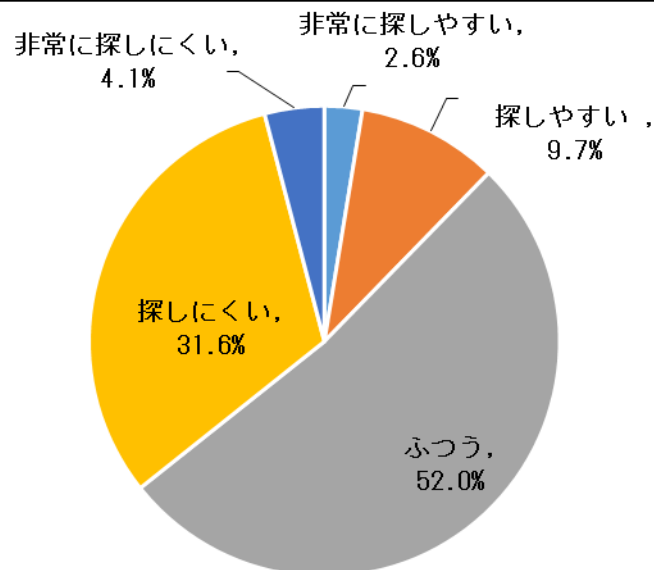
③ 令和4年度広報活動アンケート報告書（抜粋）

テレビ・ラジオ広報番組の視聴頻度



内容	回答数	割合
よく視聴する	43	7.6%
ときどき視聴している	130	22.9%
知っているが、あまり視聴したことはない	136	23.9%
視聴したことがない	259	45.6%

市公式ホームページ「もっと高松」での目的のページの探しやすさ



内容	回答数	割合
非常に探しやすい	5	2.6%
探しやすい	19	9.7%
ふつう	102	52.0%
探しにくい	62	31.6%
非常に探しにくい	8	4.1%

- ・ より市民の興味を引くような番組の作成等に取り組み、市民の広報番組の視聴機会を増加させる必要がある。
- ・ 今後、ホームページの情報のカテゴリーを整理するなどして、探したい情報を見つけやすいように工夫して情報発信をするなどの必要がある。

③ 令和4年度広報活動アンケート報告書（抜粋）

よく利用するSNS

SNSツール	回答数	割合	SNSツール	回答数	割合
X（旧Twitter）	26	4.6%	Facebook	21	3.7%
LINE	229	40.4%	Instagram	32	5.6%
YouTube	87	15.3%	TikTok	1	0.2%
利用していない	170	30.0%	その他	1	0.2%

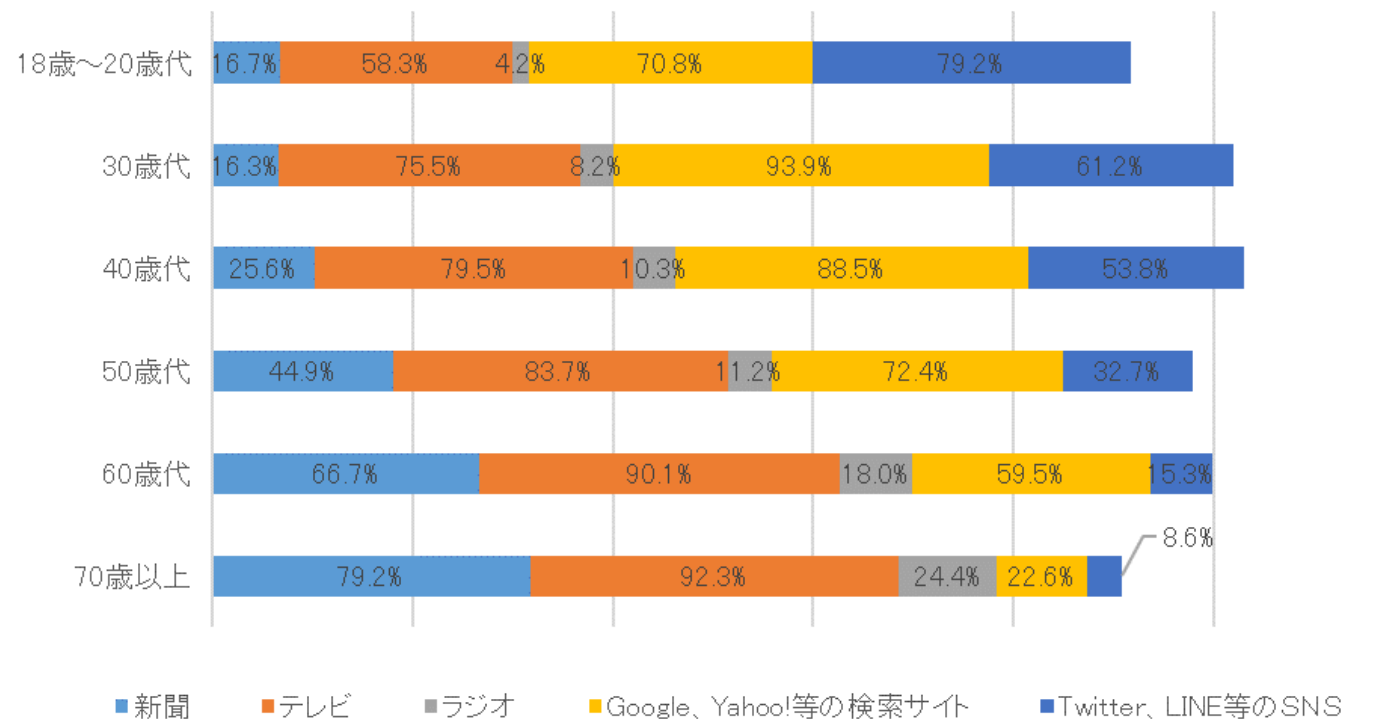
●YouTube

- ・ 市民がよく使うSNSとしてLINE（40.4%）に次いで、YouTube（15.3%）が使われており、有効な広報媒体の一つである。
- ・ 高松ムービーチャンネルについては、「見たことがない」（78.7%）の回答が最も多く、市民の認知度が大変低いことが分かる。高松ムービーチャンネルの認知度を高め、市民の利用を促進する必要がある。

③ 令和4年度広報活動アンケート報告書（抜粋）

【年代別割合】

日常生活に関する情報の入手方法（複数回答）



若者や子育て世代は、「X（旧Twitter）、LINE等のSNSから情報を入手する」が高く、SNSやデジタルツールの活用による、情報発信力を強化する必要がある。

④ 現状の取組

SNSを活用した情報発信

LINE

LINEを活用した情報発信



① プッシュ通知

- ・利用者に必要な情報を、タイムリーにお知らせする。
- ・情報は利用者で選択できる。
✓子育て □ゴミ ✓イベント □新型コロナ情報など

② Q Aチャットボット

- ・F A Qを活用し、市民からの問い合わせに対応

子育てや防災情報など市民ニーズが高い項目をアイコン表示し、利用者がタップして情報を選択できる。

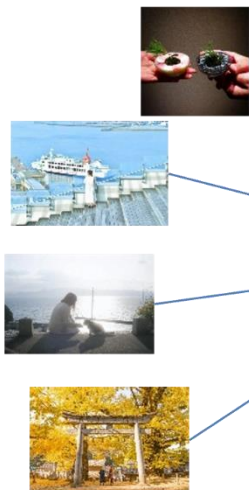


④ 現状の取組

SNSを活用した情報発信



インスタグラムによる魅力発信



高松市のいいところ
「場所」「歴史・文化」
「食」「ヒト」などを掲載

目次 / contents

04 【新春企画】
06 屋敷山上とアツタ
07 市・県民力
08
09 芸術年度任用
10 ブラッパニク
10 お知らせ
16 イベント/Le
20 子育て/With
22 健康/for he
24 カルチャー

Regular

13 1月ご収入力
15 高松市版 A50のこのため「愛」
16 1月の休日の巻
17 フォト日記/photo diary
22 教えて！ある病院
28 Bright Eyes/たかまつでかやゆりこ vol.21
岩田 知子さん(高松市産業振興協議会情報発信委員会リーダー)

高松市公式SNS

高松市の知られざる情報、最新
情報をこちらでお見逃しなく！

フェイスブック インスタグラム
チャンネル登録
YouTube
高松市公式チャンネル

マツダ
マツダの最新情報や
イベントの開催情報
など、ぜひこちらで
チェックしてください。

QRコード

④ 現状の取組

動画配信サイトを活用した情報発信

YouTubeを活用し、イベントや歴史・文化のほか観光スポットなど本市の多彩な魅力を紹介する広報番組を配信する。

高松ムービーチャンネル 高松市の公式サイトはこちら

小 中 大

Search 検索

全力!!タカマツ広報部 東西南北 屋島の絶景!!

資料写真

共有

更新

見る YouTube

屋島から見る宝石のような夜景

注目

全力!!タカマツ広報部「知られざる高松の○○」#8. 横石塚を築いた謎の豪族

再生: 345回
公開: 2024.6.7

全力!!タカマツ広報部「知られざる高松の○○」#7. 高松城を救った5,000円

再生: 734回
公開: 2024.4.17

全力!!タカマツ広報部「知られざる高松の○○」#6. 写真で巡る高松今昔

再生: 8,605回
公開: 2024.4.11

アップデートたかまつ

④ 現状の取組

メディアミックスの取組

広報紙 ➤ ホームページ ➤ 動画 の連携

複数の広報媒体を組み合わせることで、分かりやすく効果的に情報を発信

広報 高松



連携



※ アンケート結果等も踏まえ、SNSやデジタルツールを活用して、市政情報を発信・共有することにより、市政に対する興味・関心を高め、より一層の市民参画の促進を図る。

文字だけでわかりにくい情報を、動画を組み合わせることで分かりやすく伝える

④ 現状の取組

シティプロモーションの取組

都市間競争が加速する中、戦略的な情報発信と、本市の新たなブランドイメージの創出に取り組む。

シティプロモーション動画の制作

国内外に向けて、本市の魅力と価値を広く効果的に発信することによって、知名度や認知度の向上及びイメージアップを図り、さらには交流・関係人口や移住・定住人口の増加とシビックプライドの醸成を目的としたシティプロモーションを推進する。

まちづくり動画の制作

目指すべき都市像とその実現に向けた取組の推進や本市の魅力・価値を、より多くの市民に分かりやすく伝えることで、シビックプライドの醸成やU/Iターンによる移住の促進につなげる。

シティプロモーション推進ビジョン（仮称）の策定

本市のシティプロモーションを推進していくための目指すべき姿や方向性を、分かりやすく、明確に示すため、「高松市シティプロモーション推進ビジョン（仮称）」を策定。

⑤ 情報発信・共有の課題

【課題①】 市政に関する情報発信・共有に取り組んでいるが、「伝わっていない」「届いていない」「知らなかった」などの意見もあり、**市民に興味を持っ
てもらえるような、情報発信・共有の更なる取組や工夫が必要**である。

【課題②】 18歳～20歳代までの若者は、「X（旧Twitter）、LINE等のSNSから情報を入手する」が、79.2%と最も高く、**SNSやデジタルツールを活用
による、情報発信力を強化する必要**がある。

一方で、**市公式SNSのフォロワー数は、伸び悩んでいる。**

3 ホームページ等管理運営事業

広聴広報課

【事業概要】 事業目的：市民に市政への理解を深めてもらうとともに、市政への市民の協働と参画を促進するため、市の重要施策や各種取組、地域の身近な情報等をホームページやSNS等を通じて情報発信する。

- 市公式ホームページの管理運営
- 市公式SNSによる情報発信（X（旧Twitter）、Facebook、LINE）
- 広報動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」の管理運営

【事業費】

	R5年度(予算)		R4年度(決算)		R3年度(決算)		R2年度(決算)	
事業費合計	9,461	千円	5,796	千円	8,563	千円	9,863	千円
事業費内訳 (R4)	ホームページ管理運営費：5,577千円 インターネット広報動画管理運営費：219千円							



【参考】令和5年度 高松市外部評価

3 ホームページ等管理運営事業

広聴広報課

評価結果

改善

検討方向

改善

【評価者からの提言内容】

- ・市公式ホームページは、コンテンツ内容と目的別階層を整理し、他都市のホームページ等を参考に、AIチャットボットの導入など、市民にとって分かりやすく、魅力ある形にリニューアルしていただきたい。
- ・市公式SNSを利用した情報発信を行っているが、フォロワー数の増加とさらなる利用促進につなげるため、若い世代の目線等で攻めの広報により取り組んでいただきたい。
- ・市公式LINEはリアルタイムでほしい情報受け取ることができるので、非常に便利である。このため周知啓発を積極的に行い、利用者数の増加に努めていただきたい。
- ・「たかまっぴ」から「高松市スマートマップ」への移行については、引き続き、移行する方向で進めていただきたい。

【主な見直し内容】

「現行」

- ・市公式ホームページがコンテンツ量の膨大化で複雑な階層構造となり、知りたい情報にたどり着くまでのアクセスが悪い。
- ・市公式SNSのフォロワー数が伸び悩んでいる。



「改善策」

- ・不要な情報の削除等の整理や階層構造の見直しを行い情報へのアクセスを向上させる。また、ホームページ等の機能強化を図る。
- ・市公式SNSの利用促進のため、各種団体と連携して周知啓発に努める。

【詳細な見直し内容】

- ・募集期間や申込期間が過ぎた情報など不要な情報をホームページから削除する等、情報整理を行うほか、階層構造を見直すことでより利用しやすいホームページづくりに取り組む。また、ホームページの全体的なリニューアルについても検討する。
- ・市民の利便性向上のため、ホームページへのAIチャットボットの導入を検討する。
- ・市公式SNSがそれぞれ有する即時性や拡散性などの特性に合わせて情報発信するほか、フォロワー数（登録者数）を増やすため、市の魅力等を効果的に発信する取組を実践する組織づくりを行う。
- ・地域コミュニティ協議会を始めとした団体や企業等と連携し、市公式LINEへの登録の呼び掛けなどを行い、利用促進を図る。
- ・「たかまっぴ」から「高松市スマートマップ」への移行については、引き続き関係課と調整し、移行を検討する方向で進める。