

——研修生最優秀レポート——



広報の効果的实践—第36期 第2組

市民に伝わる情報発信とは

栃木県足利市総合政策部秘書広報課広報広聴担当主事 山波 佐祐里

最優秀レポート「学長賞」を受賞して

この度は、「学長賞」という荣誉ある賞をいただき、誠にありがとうございます。研修環境を整えてくださった市町村アカデミー職員・講師の皆様、共に学び多くの刺激を与えてくださった研修同期の皆様、快く研修へ送り出していただいた職場の皆様にご心より感謝申し上げます。

この受賞を励みに、今後も自己研鑽を続け、レポートのテーマでもある「市民の方に伝わる情報発信」ができるよう、広報活動に取り組んでまいります。

1 はじめに

本研修を受講して、広報戦略や工夫を凝らした広報紙づくり、写真撮影など様々なテクニックを学んだ。しかし、最も大切なことは「市民の方にきちんと情報が伝わること」だと感じた。見てもらえなくても、わかってもらえなくても意味がない。そこで、わが市における「市民に伝わる情報発信」とはどういうものなのかを考えたい。

2 現状

本市の主な広報媒体は広報紙、ホームページである。

広報紙は月1回発行しており、ページ数は平均して28ページ、自治会を通じて全戸配付を行っている。本市では、経費削減、事務の効率化の観点から、広報紙のページ数を削減してきた。そのため、情報がぎっしり詰まった紙面となっている。また、取り上げる内容も、各担当課から掲載依頼があった市政情報やイベントなどのお知らせに特化してしまっている現状にある。

一方、ホームページはCMSを導入しており、各担当課から迅速に情報掲載がなされている。基本的には、市が発信する情報は、全てホームページで網羅できるようになっている。しかし、大量の情報から必要な情報にたどり着くまでの道のりが分かりづらく、インターネット環境がない市民は見ることができないという課題もある。また、

Twitter、Facebook、LINE（以下、これらを「SNS」という）を使用して情報発信を行っており、そこからホームページに誘導する取り組みも行っている。しかし、こちらにおいても同様にインターネット環境がない市民の方は見ることができない。また、市民の方が自ら登録し、アクセスしなければ情報は届かないという課題がある。

本市では毎年市民アンケートを行っており、その結果では、広報紙を「よく読んでいる」人は全体の36.7%、「関心のあるところを読んでいる」人は39.7%だった。これらを合わせると、約8割の人が広報紙に目を通していることになる。しかし、年齢別の内訳をみていくと若い世代の割合は少なく、年齢が上がるにつれて読んでいる人の割合が増加していくのが現状である。また、ホームページに関しては「よく見ている」人が8.8%、「ときどき見ている」人が29.9%であった。同様に年齢別に見ていくと、こちらは年齢が上がるにつれて、見たことがない人が増加する現状にある。これらのことから、デジタル化が進むなか、広報紙の存在が未だ健在であることが読み取れる。また、年齢層によって情報を取得するツールが異なっており、情報を発信する媒体によって市民の方に見てもらえていない可能性があるということがわかった。

自身の経験として、5年間市役所職員として勤め、市民の方に何度か言われた印象的な言葉がある。それは、「面白そうなイベントをやっているの

に知らなかった」「足利市はPRが上手じゃないね」「それってどこで知るの?」という残念な内容だった。当時の私は「担当部署の周知不足」が原因だと思っていた。しかし、広報広聴担当職員として1年間活動してわかったのは、広報活動はたくさんしているということだった。これらのことから、発信した情報が市民の方に「届いていない、伝わっていない」という大きな課題が見えてきた。

3 課題

広報の最終目的とは、市民の方に行動変容を促すことだ。そのためには、情報がきちんと伝わる必要がある。それでは、情報が伝わるとは具体的にどういうことだろうか。私は、発信する情報が適切な方法で市民の方に届き見てもらえること、そして、理解・共感を得ることができて、はじめて「伝わる」と考える。本市の広報を機能させるためには、次の問題を解決し、市民に伝わる情報発信をしていく必要がある。

(1) マンネリ化による市民の広報紙離れ

本市の広報紙は、各担当課から掲載依頼があったお知らせなどで構成されており、毎年日付だけ変えたような記事が多く掲載されている。読者は飽和状態であり、一定層の読者にしか読んでもらえていない。読んでいたとしても、関心があるところを探して部分的に読まれている。特に市民アンケートの結果から若い世代の読者層が薄いことがわかる。また、特集が組まれたとしても市民に対するメッセージではなく、「こんなことを市で取り組みました」という、どこか結果報告に近い内容になっている。市民の方が主役となる記事や特集は減多になく、「行政が伝えたいこと」が先行し、「市民の方が知りたいこと」がないがしろにされた広報紙となってしまっている。

(2) 情報発信が目的になっている

「広報紙に載せている」「ホームページのここに書いてある」「SNSでも発信した」と市民の方に返答するために、多くの情報を複数のツールで発信している。そのうえ、情報発信に注力しすぎて、伝

えることがおざなりになっている。例えば、長文・専門用語・小さい文字で作成された内容、ターゲットに合わないツールでの情報発信、国や県からの難しい言葉やチラシをそのままSNSで情報発信するなど、市民にとって丁寧でわかりやすい情報提供ができていない。

4 今後の対策

(1) 手に取り、読んでもらえる広報紙づくり

本市の広報紙は、若い世代の読者が少ないとはいえ、まだまだ読んでいる市民の方は多く、可能性を大いに秘めている。手に取り、読んでもらえる広報紙を作成することで、多くの情報を伝えることができる考える。

第1に、読みやすく、誰でも理解できる紙面にする必要がある。余白をうまく残し、読み手に安心感を与え、記事が目につくように視線を誘導する。また、縦書きと横書きの記事が混在するため、統一して視認性を高めるべきである。難しい制度ほど、市民目線で誰が読んでも丁寧で優しい、簡潔した表現を意識する。また、前年の日付だけ変えたような情報を多く掲載しているが、記事をそのまま使用するのではなく、一つひとつキャッチーなタイトルをつけて読み手を引き付ける内容にする工夫を加えたい。

第2に、人（市民の方）を通して伝える特集が必要だと考える。毎月お知らせだけの代り映えない広報紙は面白みにかけるからだ。人を通して語るストーリーは、読者に伝わりやすい。また、登場する市民の方のモチベーションを高めることはもとより、他の市民の励みにもなり、あるいは知り合いが広報に載ることで、市政に関心を持つきっかけになる。そのためには、広報担当と各担当課職員が連携を取りながら、高くアンテナをはり、街中に足を運んで、多くの市民の方と触れ合いながら、取材を重ねなければならない。

第3に、本市の広報紙は若い世代の読者が少ないため、増やす必要がある。市を知ってもらい愛着をもってもらうことは、シビックプライドを醸成するきっかけとなり、今後の市の繁栄にも繋がる。そのためには、若い人を主役とした記事を取

り上げることで、同世代の興味関心を引き付けることができると考える。本市には、高校生が「足利盛り上げ隊＝足利を盛り上げたい」という思いから「あしもり隊」という名前で地域を盛り上げるための様々な活動を行っている。例えば、「あしもり隊日記」という名前で、あしもり隊と一緒に記事を作成し、「これからを担う若者が主役となり、市を盛り上げるために頑張る姿」をみせることにより、「頑張る若者を応援したい」という他の層の関心を引き付ける可能性を秘めている。

第4に、表紙により注力し、ひとひねり工夫を加えるべきだと考える。今回の研修で多くの市町村が表紙にかなり力を入れていることがわかった。季節感や色味を意識し、計画的に表紙を作成する必要がある。また、特集を組む際には、表紙と中身に関連性を持たせ、表紙を効果的に使うべきだと考える。本市は、特集記事を組んだ号でも、中の記事と表紙の関連がないことがほとんどである。つまり、表紙単体で完結してしまうのである。表紙を効果的に使うためにも、魅力ある写真に工夫を加え、キャッチーな見出しで読者を引き付けることで、普段広報紙を読まない方が1ページ開くきっかけになると考える。

(2) 職員の意識改革

私は事業を担当する全職員が広報担当者だと考える。つまり、情報発信が目的になっていることやデジタル・デバインドに関することについては、全

ての職員が意識改革をしなければ問題は解決することができない。全ての職員が常にその意識を持ち、「市民の方が知りたいことは何か」を念頭に置き、その効果的な広報について意識し、内容や発信方法を精査しなければならない。

それにはまず、広報に関する研修会を実施し、一人ひとりに問題を知り意識して取り組んでもらう必要がある。その他にも、庁内で優良事例などの情報共有を行ったりすること、庁内で広報委員会を設置し、それぞれの部に広報を兼任する担当者を置くなど、全庁内を巻き込んだ仕掛け作りが必要となってくる。

5 おわりに

全ての広報は、市民の方に情報が届き見てもらい、理解してもらえなければ、全て意味がなくなってしまう。これらをしっかり押さえたうえで、様々な工夫が凝らせた時にはじめて効果的な広報活動が行えるようになると思う。「記事や投稿一つひとつにキャッチーなタイトルをつけていくこと」、「広報紙で市民の方を引き付けるような、人を通して語る特集を組むこと」は大変手間暇のかかることである。しかし、その労力を惜しむことなく、今回の研修で学んだことを活かしながら、多くの方々に伝わる情報発信をしていきたいと思う。





政策企画—第36期 第1組

地域おこし協力隊を定住・定着に繋げるために

岩手県盛岡市市長公室企画調整課政策調整係主任 岩瀬張 友花

最優秀レポート「学長賞」を受賞して

この度の受賞は、研修でお世話になりました先生方や、日頃から御指導くださる職場の皆様あつての受賞だと感じており、心より感謝申し上げます。本レポートでは、当時筆者が担当していた地域おこし協力隊活用事業の改善策について提示しました。活力ある地域人材の獲得は、人口減少対策の切り札として市町村共通の課題となっておりますが、個人の生き方に関わることから、きめ細やかな対応が必要との課題意識があり、本レポートを執筆しました。本受賞を契機として一層真摯に仕事に取り組んでまいりたいと存じます。

1 はじめに

地域おこし協力隊（以下、「協力隊」という。）は、都市地域から人口減少や少子高齢化の進行が激しい条件不利地域に生活の拠点を移し、地場商品の開発・販売、農林水産業、住民の生活支援といった地域協力活動に従事する者を自治体で一定期間受け入れ、生活費や活動経費による支援を行いその地域への定住・定着を図る総務省の制度である。

本レポートでは、協力隊を定住・定着に繋げるために、ロジックモデルを作成し、自治体ができる具体策について考える。

2 ロジックモデルの作成

協力隊が定住・定着に繋げるために必要な事業を洗い出すため、別添図1のとおりロジックモデルを組んだ。まず、協力隊事業の最終成果を「隊員が市内に定住・定着する」と設定した。次に、最終成果を達成するための要素として、「地域協力活動の継続」「市内での就業・起業」「地域の魅力の発見」等が挙げられると考え、中間成果として設定した。最後に、隊員に行動を起こさせるために自治体ができることとして、下記の4点を挙げた。

- A：適切な活動内容を設定し、協力隊を募集する。
- B：隊員と活動内容を共有する。
- C：活動中のサポート体制を整え実行する。
- D：起業・就業支援体制を整え実行する。

3 盛岡市の協力隊の導入状況及び退任者の状況

続いて、政策を検証する指標として、盛岡市の協力隊の導入状況及び退任者の状況について整理した。

盛岡市は、平成29年度に中山間地域の人口減少対策として地域の担い手確保のために協力隊制度を導入し、令和5年2月1日時点で累計着任者数が27名となった。当初は、中山間地域の活性化の分野に協力隊を導入したが、以後スポーツ推進、関係人口等分野を広げながら制度充実を図ってきた。なお、本市では、制度運用及び活動テーマの決定から採用までに係る事務は企画調整課が所管し、隊員の所管や隊員のサポート、予算所管は農政課、スポーツ推進課といった活動テーマの担当課が所管している。

退任者については、これまでに16名が退任し、うち10名が任期満了で退任した。そのうち、7名は本市及び周辺市町での定住を選択した。残りの3名は市外転出した。

また、任期満了を待たずに退任した者は6名である。そのうち3名は市内に留まり、残りの3名は市外転出した。就業状況の内訳は別添図2のとおりである。

図2によると、任期満了の方が市内への定着率が高いことがわかる。加えて、本市に定着した者の進路は、就業、起業、フリーランス等、様々な働き方を選択していることがわかる。

図に記載のない事項を補足すると、就業（行政機関等）の1名は、集落支援員として市が任用している。また、主婦（夫）等の1名及び起業・フリーランスのうち1名は、市内で配偶者を見つけ、定住している。

一方、途中退任者について、その他（現況不明含む）の元隊員は、全員が次の就業先を決めずに退任した。また、当時の記録によると、退任の理由として、市職員のフォローが行き届かなかったことや、想像していた活動内容と実際の活動が異なっていた、といったことが挙げられた。

については、これらの記録から、協力隊が定住・定着するためには、隊員と自治体間で活動内容を共有し行き違いが起らないようにすることや、活動中の自治体の支援体制の強化が重要だと考えられ、ロジックモデルに記載した自治体の対応策（1のA～D）とも矛盾がないことを確認した。

4 自治体の対応策

ここからは、協力隊の移住・定着のため自治体ができることについて、図1のA～Dを自治体の具体策に落とし込む。なお、具体策のうち本市で実践した事例についても併せて紹介する。

（1）募集時における活動内容等の明確化（1-A～D）

「A：適切な活動内容を設定し、協力隊を募集する。」「B：隊員と活動内容を共有する。」「C：活動中のサポート体制を整え実行する。」「D：起業・就業支援体制を整え実行する。」を達成するためには、協力隊を募集する前の段階で、自治体が隊員導入により目指したいことを明確にし、活動内容の細部（スケジュール、退任後のイメージ、自治体ができるサポート体制、求める人物像）まで整理しておく必要がある。これにより、活動内容を応募者に明確に伝えることができ、活動内容の齟齬が生じにくくなる。また、自治体にとっては、活動内容を定める過程を通じて求める人物像をより具体的にイメージできるようになり、採用時のミスマッチが起りにくくなる。

本市では、協力隊の活動内容を決定する際は、協力隊の受入を希望する課から活動テーマ案を提出してもらい、採用担当の企画調整課と受入希望課間で活動内容の調整のヒアリングを経た上で、

活動内容を決定している。令和4年度は、ヒアリングにて整理すべき項目を下記のとおり細分化した上でヒアリングを実施することにより、活動内容等の明確化を行った。また、ヒアリングの実施と併せて募集要項の見直しを行い、令和4年度から3年間のスケジュールの例、1日のスケジュールの例といった項目を加え、より応募者が協力隊の活動をイメージし易くなるよう努めた。なお、ヒアリングの方法については、地方移住情報誌TURNS第49～51号の掲載記事「地域おこし協力隊のトリセツ」（西塔大海著）を参考にした。

参考として、別添図3にヒアリングによる活動内容の検討状況を示した。

【ヒアリングにて整理した事項】

ア 協力隊を導入する経緯

テーマに係る現状（協力隊導入前の取組状況を含む）及び協力隊を導入する必要性について確認した。

イ 活動目標

協力隊導入により目指す目標を書き出し、活動内容と連動していることを確認した。

ウ 活動内容（特に力を入れたい活動を3つ程度ピックアップ）

具体的な活動内容について確認した。また、任期内に無理なく終わられる業務量であることや、特に優先して取り組む事項について確認した。

エ 活動拠点

執務室のほか、隊員が訪れる可能性のある拠点や勤務場所について確認した。

オ 3年間の活動スケジュール

ウに関連し、3年間のスケジュールを確認した。活動内容の特に優先して取り組む3業務については、それぞれスケジュールを組んだ。さらに、スケジュールの3年目には、退任後の準備の時間を組み込んだ。

カ 1日の活動スケジュール

隊員の活動をより具体的にイメージするため、1日のスケジュール例を検討した。

キ 自治体又は受入企業の支援体制

自治体職員が協力隊のサポートに充てられる時間や協力隊とのミーティングの頻度について確認した。

ク 退任後の活動イメージ

隊員の退任後の活動イメージについて確認した。具体的には、就業を行う場合、活動テーマに近い業界の企業が市内にあるかどうか、また、起業を想定する場合は、活動内容を通じて起業可能なスキルが身に付けられそうかを確認した。

ケ 必要なスキル・求める人物像

活動時に必要なスキル等及び求める人物像（人柄、経験等）について確認した。

(2) 退任後の支援体制の拡充（1-C・D）

「C：活動中のサポート体制を整え実行する。」
「D：起業・就業支援体制を整え実行する。」の達成のため、退任後の支援体制について拡充する必要がある。

本市では、金銭面の支援体制として、令和2年度から盛岡市地域おこし協力隊起業・事業承継支援補助金を導入し、退任後に市内で起業する退任者に起業資金として100万円の補助制度を設けた。一方で、本市では市内での定住を希望しているが起業を選択しない退任者に向けた転居費や生活費等の補助制度を設けていない。県が実施する移住支援金制度においても、協力隊退任者は対象とならないことから、今後本市で検討が必要な事項となっている。

また、(1)でも触れたが、募集時の段階で協力隊の活動を通じて就業できる仕組みを作る方法も考えられる。本市では、自治体と民間企業が委託契約を結び、民間企業が協力隊を受け入れる委託型協力隊制度を導入しており、任期終了後に同じ企業で継続して働くことができる活動テーマや、任期中に専門スキルを身に付けられる学校に入校し、活動期間に実践を積むことができる活動テーマを用意している。他自治体でも、担い手不足の地元

企業に協力隊の受入を積極的に呼びかけ、退任者を採用することで雇用に繋げている例がある。このように、活動内容のスキームを工夫することで就業の支援体制を作ることが可能になる。

(3) おためし地域おこし協力隊及び地域おこし協力隊インターンの導入（1-B）

「B：隊員との活動内容を共有する。」に関連し、総務省の特別交付税措置対象である上記事業を活用する方法が考えられる。これらの制度により、協力隊の活動に興味を持つ者が、着任要件である住民票の異動を行わずに、実際に地方に住みながら協力隊の活動を体験できる。また、体験を通じて、自治体側も応募希望者がどのような人物であるかを見極めることができる。本市では令和5年度から実施を予定しているが、体験内容を実際の活動内容とできるだけ近づけるようにする等、応募希望者が隊員となった際の活動イメージを持てるような工夫が必要になると考える。

5 総括

今回は、市町村アカデミーで学んだロジックモデルを活用し、協力隊の移住・定着を達成させるための具体策について検討した。ロジックモデルの作成は、目指すゴールを見失わないようにする点や、目指すゴールに即した方策を考える上で有効であると感じた。

協力隊の業務は、隊員の人生が掛かっており、責任が重く、隊員一人ひとりに合わせた対応が求められる。目指すゴールを見据え、目の前にいる隊員に向き合うことを大切に業務に携わりたいと考える。

図1 ロジックモデルシート

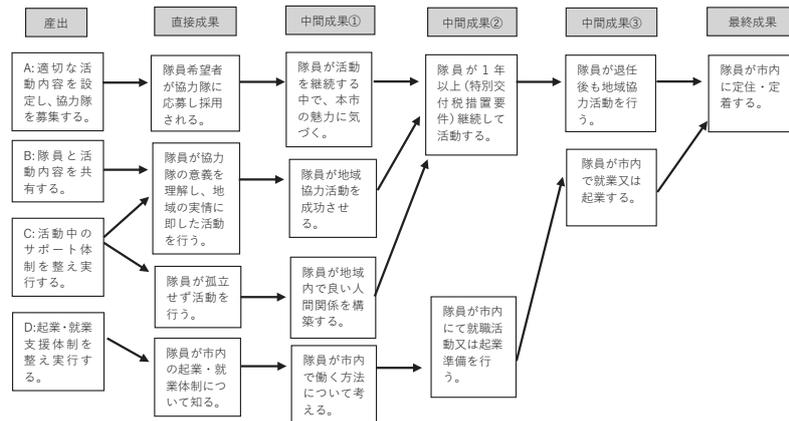


図2 盛岡市地域おこし協力隊 退任者の状況（単位：人）※令和4年6月30日時点

① 任期満了者			② 途中退任者		
	市内・周辺市町	市外転出		市内・周辺市町	市外転出
就業（民間企業）	2	2	就業（民間企業）	1	0
就業（行政機関等）	1	0	就業（行政機関等）	0	0
起業・フリーランス	3	1	起業・フリーランス	0	0
主婦（夫）等	1	0	主婦（夫）等	0	1
その他（現況不明含む）	0	0	その他（現況不明含む）	2	2
合計	7	3	合計	3	3

図3 ヒアリングによる活動内容の検討状況

【例】活動テーマ：デジタルの力で、盛岡を笑顔に！

※太字の部分は、ヒアリングの過程で整理した。

ア 協力隊を導入する経緯	令和3年度に行政DX推進計画を策定し、デジタルを活用した市民の利便性向上と行政事務効率化に取り組んできた。街にDXを導入するにあたり、市民のデジタル格差を解消する取組として、市民向けスマホ講習会等を企画・実施する協力隊を導入することとした。 令和3年度に民間企業と協定を締結し、民間企業と協働で市民向けスマホ講習会の実証実験を行ってきた。民間企業との協定解消後も市で独立して事業を継続できるよう、取組事例のノウハウを整理し、市で独立して事業継続できる体制を整えたい。
イ 活動目標	・スマホ講習会やデジタル支援員の育成を通じて、市民のデジタルデバイドの解消を図る。 ・デジタル技術を活用したイベント企画・アプリ開発等により、地域の活性化を目指す。 ・行政手続きのオンライン化について、市と連携しながら支援を行い、市民サービスの向上を目指す。
ウ 活動内容（多い場合は特に力を入れた活動を3つ程度ピックアップする）	・市民向けスマートフォン講習会・相談会の開催 ・マニュアルの作成 ・デジタル支援員の育成 ・市のリモート窓口の支援 ・シティアプリの企画・開発 ・デジタルイベント等の企画 ・小中学校での情報モラル講習の取組支援 ・SNS等を活用した地域の情報発信 ・市のデジタルイベントに関する企画 (1) 主要な業務 ① 市民向けスマートフォン講習会・相談会の開催 …公民館等で、高齢者等を対象としたスマートフォン講習会・相談会の運営・講師業務を行う。ノウハウを整理し、地域の方々が講師（デジタル支援員）となれるよう、育成を行う。 ② 市のリモート窓口の支援 …公民館等に設置したリモート窓口の使い方がわからない方々に対する支援や利用促進に向けたPRを行う。 ③ シティアプリの企画・開発 …地域の方々と交流を通じて、デジタル分野における市の課題を見つけ、課題解決に向けたアプリの企画・開発を行う。 (2) その他の業務 ・小中学校での情報モラル講習の取組支援 ・地域の情報発信 ・デジタルイベントの企画
エ 活動拠点	盛岡市役所6階情報企画課 盛岡市役所6階情報企画課を活動拠点として、地域内の公民館を回り、活動を行う。
オ 3年間の活動スケジュール	【1年目】・1か所地域を指定し、月1～2回講習会・相談会を実施 ・リモート窓口の支援 ・地域住民との交流の中から地域課題を見つける 【2年目】・講習会・相談会の拠点を広げる ・デジタル支援員の育成 ・シティアプリの企画・開発 【3年目】 ・シティアプリのリリース・運用保守 ・退任後に向けた起業等の準備
カ 1日の活動スケジュール	09:00 出勤 09:30 情報企画課との打ち合わせ 11:30 公民館へ移動、講習会の準備・会場設営 12:00 昼食 13:00 講習会開催 14:30 操作相談会 地域の方々と交流・意見交換 15:30 市役所に帰庁 総括と次回の準備 16:00 帰宅
キ 自治体又は受入企業の支援体制	月1回、情報企画課職員とのミーティングの場を設ける。 着任後数か月は講習の現場に同行する。
ク 退任後の活動イメージ	市内IT企業へ就職あるいは起業
ケ 必要なスキル・求める人物像（年齢、経験等）	スマホ操作についての知識がある、アプリ開発ができる、コミュニケーション能力がある… ICT関連業務に携わった経験がある方、人の話を聞いたり相談に乗るのが好きな方、地域住民と積極的にコミュニケーションを図り、デジタル化に戸惑っている人に親切丁寧に教えることができる方、初対面の方と話すのに抵抗がない方