

戦略的な広報の推進と広聴機能の充実

第7次舞鶴市総合計画に基づき、まちづくりの方向性や市の取り組み施策・事業をお伝えする「市政の今」。今回は、市政運営の基本姿勢である市民と共に進めるまちづくりに基づき進めている戦略的広報についてお伝えします。



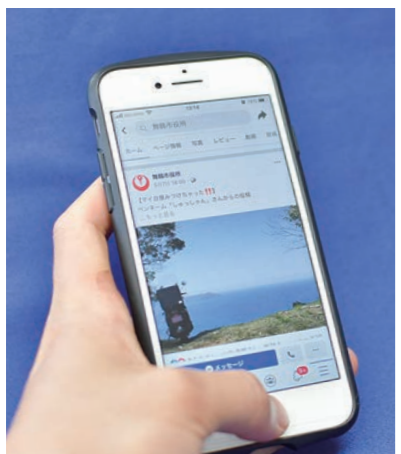
▲五老岳から見た舞鶴湾



▲記者会見を行いメディアを通じて情報発信



▲市内向けに情報発信する広報紙



▲市公式SNSでは全国に情報発信

◆市外への情報発信と地域への広報広聴
住み慣れた私たちにとっては、当たり前になっている海・山といった豊かな自然。赤れんが倉庫群に代表される海軍ゆかりの街並みや田辺城を中心にした城下町。そしてそこに住む人々。先人たちが築き、引き継がれてきたまちの文化・歴史、暮らしなどが数多く存在します。このようなまちの魅力は市民の皆さんと共有し、どのようにして全国、また世界に発信していくべきかを考えています。

本市の先進的な取り組みである、先端技術を使って地域の課題解決に取り組み「心が通う便利で豊かな田舎暮らし」の実現に向けた、全国に先駆けたさまざまな施策は、昨年7月にSDGs未来都市に選定されました。これらの取り組みを市民の皆さんへ広くお知らせするための広報の方法、市民の皆さんの質問や意見などを受けるための広聴の方法を検証し、新たな手法なども含めて見直ししていく必要があると考えています。

「のまちの実現ができます。にぎわいのあるまちには、そこに住む人々が元気で活気があることが必要です。」
「舞鶴には何も無い…」という市民の声を耳にします。どうしても自分のまちにはないものを望みがちです。しかし生まれ育ったこのまちがどれほど素晴らしいものか。ないものに目を向けているだけで、良いところに気付いていないのかもしれない。このまちに住む大人が子ども達に夢と希望を与え、一度舞鶴を離れても、また戻ってきたいと思ってもらえるような、まちへの誇りや愛着の醸成につなげることもシティブランドづくりの目的の一つとなっています。

◆広報広聴機能の見直し

現在、市政情報やイベント情報は、広報紙、市ホームページ、まいづるメール配信サービスやFacebookなどの市公式SNSのほか、テレビや新聞などのメディアを通じてさまざまな形で市民の皆さんにお届けしています。しかし新聞を購読していない「パソコンを持っていない」など情報を受け取る人の世代や環境、生活スタイルによって使えるツールや得られる情報は異なります。市民の皆さんに大切な情報を漏れなく伝えるためにはどのような方法があるのか。ターゲットやタイミングなどの検証のほかアンケート調査などを実施し、既存の枠にとられない効果的で効率的な

◆戦略的に進めるシティブランディング
ブランディングと言えば、観光施設や特産品をまず思い浮かべる人が多いと思います。本市でもこれまで「海と赤れんが」をメインとした観光プロモーションを首都圏や京阪神向けに実施。その効果もあり、近年では多くの観光客がこのまちを訪れるようになりました。本市が考えるこれからのブランディングは、舞鶴市の統一したイメージを市内外に浸透させるシティブランディングで、まちの活性化につなげる事です。

イメージを統一することは容易ではありませんが、市民の皆さんや市内事業者、市職員とともに、市の方向性や施策、文化、自然などの恵まれた資源を再認識し、ブランドイメージを作り上げていく必要があります。市民の皆さんや市内事業者とイメージを共有し、発信してもらうこと、周りに誇れる「ここにしかないまちのブランド」を確立し、移住者の増加、交流人口や関係人口の拡大によりさらなるまちの活性化につなげることで「住んでよし、訪れてよ

情報伝達手段を模索し、新たな情報発信方法を導入するなどの対応を進めていきます。

◆協働による広報広聴

今、世界は新型コロナウイルス感染症の脅威にさらされています。近くに自然があり、人と人のつながりの強い「お互いさま」の心を持つ地域があることだけで助けられることもあります。こんな時だからこそ、地方の重要性が見直され、またそれを発信しなければいけません。

戦略的広報とは、市民の皆さんや市内事業者との協働で意見や提案を取り入れながら進め、皆さんの親しみやすいより良い広報を目指すことです。そして、多くの皆さんが気軽に意見を言える仕組みづくりにも合わせて取り組んでいきます。

このまちに誇りと愛着を持ち、より良いまちづくりのための戦略的広報を協働で進めていきましょう。

施策に関するご意見を

今号の施策に関するご意見やご感想をお寄せください。皆さんと一緒にまちづくりを進めていきます。
▶詳しくは、広報広聴課(☎66・1041)へ。