



▲自分の思いを語るブランディングメンバー



▲ブランディング会議



▲らぼーで行ったシティブランディング街頭アンケートは東舞鶴高校の生徒も参加

施策に関するご意見を

今号の施策に関する意見や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。



▲チャットボットの流れ(左の「解決しましたか」の結果から学習し回答を提示)

INTERVIEW

選ぶ過程を共有して議論することが大切

キャッチコピーを決めるうえで「選ぶ過程を共有したこと」「1つのキャッチコピーに対してさまざまな意見があることを認識できたこと」「全員が良いと思うキャッチコピーなんてない」など、自分とは違う意見があることを認識し、議論して、共有すること、そして常に前へ進めることが大切です。キャッチコピーの目的は「まずは市民に覚えてもらうこと」。そのために、次に何をしないといけないのかを考えることが大事です。難しく考えてしまうと「最終的にはこのキャッチコピーを使って市がどうなりたいのか?それがブランディングだ。それが無いとどう動いたらいいかわからない」となりますが、まずは市民にキャッチコピーをどんな形でも良いので覚えてもらう。その過程で市民が感じていることを肌で感じ「どういうまちにしていきたいか?」を考えるのが良いと思います。市民の無関心が一番怖いです。全国の自治体でおしゃれな計画を立てたプロモーションはいっぱいありますし、それを作るのは簡単ですが舞鶴は泥臭くいきましょう。

株式会社天空 PR 並川 洋介 さん



▲アンケートの調査結果

投票を実施。「これがいい!」「自分の考えと違う!」どれも合わない!とさまざま意見があると思いますが、キャッチコピーの審査を通じ、自分たちの住むまちをどのように考えているのか、見つめ直すことが大事で、それが元気で活気のあるまちづくりの基礎だと考えています。たくさんのお見込みをお待ちしています。

未来技術等を活用した心が通う持続可能なまちづくり
新技術の導入による広聴機能の充実と
ブランディング戦略の推進

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から戦略的広報をお伝えします。



なおります。ぜひ一度質問してみてください。



AIスタッフ総合案内サービス「しつぎおとうふ」君

◆新技術の導入で広聴機能の充実

昨年度から市公式ホームページに登場しているAIチャットボット。これはAI(人工知能)が市の制度や手続きなど、よくある質問にチャット形式で答えてくれるもので、子育てや引越、ごみのことなど、700件以上の質問に対応しています。24時間対応できるほか、AIを搭載していることで、質問されるほどデータが蓄積されて賢くなり、的確な回答をしてくれるようになります。この特徴があります。また、質問された履歴から、どんな内容がよく質問されるのか、何に興味があるのかなどを集計できるため、そのデータを使うことで今後の施策への反映にもつながります。使えば使うほど学習し、たくさん情報を提供してくれるAIチャットボット。よくある質問に回答する機会が増えれば、窓口では職員が対応しなくてもいい複雑な質問にしっかりと対応できるようにするなど、効率化にもつ

◆ブランディング戦略の推進

◇キャッチコピーを検討

「舞鶴をまちの内側から元気にしたい」「市民の皆さんにもっとまちへの誇りや愛着を持ってほしい」という思いで令和2年度から始まったシティブランディング事業。昨年11月28日~12月23日に市民の皆さんの思いを調査するアンケートを実施。調査の結果はホームページでも公開中です。「舞鶴には何もない!」「という声が聞こえる中、結果を見ると舞鶴のことを「とても好き」「好き」「どちらかという好き」を合わせた「好き」という人の割合が実に全体の9割近いということが分かりました。これだけ多くの「好き」を抱えながら、なぜ「何もない」と感じる人が多いのでしょうか。