

石岡市情報戦略指針

平成25年9月

石岡市

目 次

第1章 戦略的情報発信の考え方

- 1 策定の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 情報発信の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 3 情報発信の課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 4 策定の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3

第2章 戦略的な情報発信のために

- 1 石岡市情報戦略指針の定義・・・・・・・・・・・・ 3
- 2 戦略的情報発信のルール・・・・・・・・・・・・・・ 3
 - 1) 計画的な情報発信・・・・・・・・・・・・・・ 3
 - 2) 効果的な情報発信・・・・・・・・・・・・・・ 4
- 3 戦略的情報発信のツール・・・・・・・・・・・・・・ 5
 - 1) 情報発信ツールとは・・・・・・・・・・・・・・ 5
 - 2) 主な情報発信ツール・・・・・・・・・・・・・・ 5
 - 3) 情報発信ツールの選択・・・・・・・・・・・・・・ 8

第3章 情報発信の推進

- 1 推進組織・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
- 2 各部署の取り組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8

石岡市の魅力発信・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9

第1章 戦略的情報発信の考え方

1 策定の背景

石岡市は、紫峰・筑波山と日本第二位の面積を誇る湖・霞ヶ浦を有するなど、豊かな自然環境に恵まれている。また、東京から70キロ圏内に位置し、JR常磐線や常磐自動車道が縦断し、周辺には北関東自動車道、茨城空港そして茨城港が整備され、交通の要衝でもあり大変恵まれた立地条件にある。これらを活かしながら栄えた歴史や文化が今まで集積され、豊富な地域資源に恵まれている。

一方、石岡市は県南地域でも人口減少が顕著な市となっている。人口減少の理由としては、就職等を機に市外に転出する社会減が自然減を超え、この影響が労働人口の減少を招き、将来の税収確保に懸念が生じる。

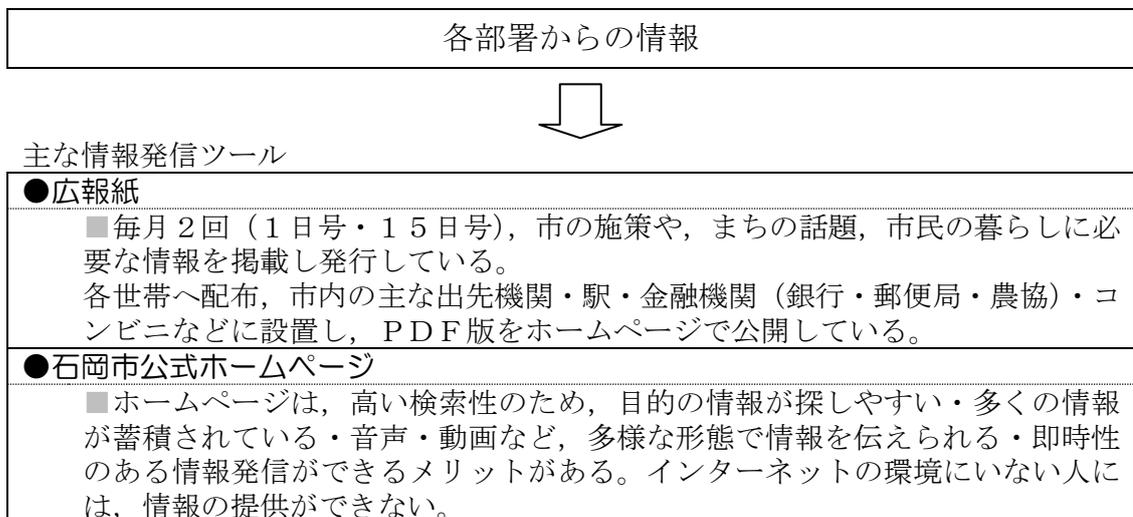
人口減少に歯止めをかけ「石岡市の認知度向上」、「交流人口の拡大」及び「定住人口の確保」のため、自然や先人から受け継いだ地域資源などの石岡市の魅力や独自性の情報を、広く市内外へ積極的かつ効果的に発信することにより、多くの人に石岡市への興味や関心を持ってもらい、都市間競争において優位に立つための戦略的な情報発信が必要である。

2 情報発信の現状

石岡市の情報発信は、各部署が独自に様々な方法で行っており、市全体としての統一性・一貫性がなく、単なる周知や一方的な情報提供にとどまるなど、対象者の目線に沿った情報発信が、積極的かつ効果的にされているとは言えない状況である。このため、このことに起因して市外から石岡市の認知度が低い[※]と思われる。

※「都道府県の魅力度ランキング」で茨城県は下位：(株)ブランド総合研究所調

情報発信の流れの状況



<p>●石岡市公式メールマガジン</p> <p>■利用者が登録したパソコンや携帯電話のメールアドレス宛に、市からの情報を直接、迅速に受信できるサービス。</p>
<p>●ソーシャルメディア</p> <p>■インターネット上のWebサービスの一種で、サービス利用者間で双方向のコミュニケーションを可能とするもの。 メディアの形態は、電子掲示板システムやブログ、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）、画像や動画の投稿・共有サイトなど、主な例としては、Facebook，mixiなどのSNS，YouTubeなどの動画共有サイトなど。</p>
<p>●チラシ・リーフレット・パンフレットなど印刷物</p> <p>■チラシ：印刷された情報を伝達する一枚刷りの印刷物のこと。 ■リーフレット：両面に印刷された1枚の紙を複数回折りたたんだもの。 ■パンフレット：製本されていない、冊子のこと。</p>
<p>●キャンペーン</p> <p>■ある目的のもとに組織的に人々に働きかける活動。宣伝・啓蒙活動。</p>
<p>●定例記者会見・記者発表（パブリシティ）</p> <p>■パブリシティは、費用を負担する広告とは違い、その情報についてテレビや新聞、雑誌などのメディアがニュースや記事として取り上げてもらうことで、情報の伝達に絶大な効果が期待できる。 ■定例記者会見 政策の情報やイベントなどの情報を、新聞記者などの報道機関に定期的に発表している。 ■記者発表 記者クラブ加盟報道機関に、必要によりFAXで情報を随時提供。</p>
<p>●くらしの便利帳</p> <p>■転入者に、行政サービスの概要を掲載した冊子を配布。</p>
<p>●防災行政無線</p> <p>■八郷地区で、防災情報や市政のお知らせを放送。</p>



市内外の対象者

3 情報発信の課題

石岡市の情報発信の課題を整理すると、次の項目にまとめることができる。

主な課題

- ・首都圏など都市部の人々に、石岡市の認知度が低いと思われる。（市外）
- ・対象者の選定や方法にルールがなく、統一性・一貫性がない。（市内・市外）
- ・各部署の情報の共有化が図られていないため。（市内・市外）
- ・イベントなどの日程が重複して、所期の目的が達成できない。（市内）

以上のことから、市内外の対象者に積極的かつ効果的な情報発信をしていくためには、情報を集約し一元的に管理する方策や、戦略として効果的に多くの対象者へ情報を伝え、石岡市への興味や関心を持ってもらうための、市全体で統一された情報発信の基本的なルールをつくる必要がある。

4 策定の目的

市から発信される市政に関するお知らせや、石岡市の魅力・イベント・キャンペーンなどの情報を、市内外のあらゆる利用者に対して積極的にアピールできるように、戦略的な情報発信に必要な「基本的なルール」を策定することにより、「石岡かがやきビジョン」の目指すべき将来像である「誰もが いきいきと暮らし 輝くまち いしおか」の達成を目指すことを目的とする。

第2章 戦略的な情報発信のために

1 石岡市情報戦略指針の定義

「石岡市情報戦略指針」（以下、「指針」という。）とは、石岡市の魅力や優位性の情報を、広く市内外の対象者に効率よく的確に伝え、それによって石岡市への興味や関心が生まれ、市民には地域への「郷土愛や誇り」の醸成や向上を、市外在住者には訪問してみたいなど、「行動したい」という気持ちを誘発させることを目指した、戦略的な情報発信に必要な「ルール」と定める。

この「ルール」には、市からの情報発信を、より多くの対象者に的確に理解してもらうため、目的を明確にして、どんな内容を、どの発信ツールで、いつ発信するかを定める。

2 戦略的な情報発信のルール

1) 計画的な情報発信

情報を対象者に効率よく的確に伝えるには、手順を検討し計画的に情報発信に取り組む。

- 「市民」には、市政情報を的確に伝えるとともに、石岡市の優位性や地域資源を再認識し、石岡市民で良かったと思える情報発信を目指す。市民自らが石岡市の良さをPRしたくなるような、郷土愛や誇りの醸成を促す。
- 「市外」には、地域や年代層、性別など、幅広い層の対象者がおり、様々な情報発信ツールを有効に活用して、石岡市の優位性や、地域資源の素晴らしさ独自の政策を、適時適切かつ積極的にPRし、結果として、石岡市に興味や関心を感じてもらうことで、認知度・好感度の向上を目指す。
- 「市職員」は最も身近な情報発信者であり、常に対象者のニーズを意識・把握することで、単に担当部署ごとに行事やイベントの告知、事業の情報発信を行うのではなく、全庁的な連携により戦略的な情報発信を実施しなければならない。情報発信に対する意識改革を行い、職員自らが取り組む心構えを持つ。

2) 効果的な情報発信

●誰に（対象者を定める）
情報の対象者を単に市外・市内だけで分類するのではなく、住んでいる場所や世代、意識・関心などさまざまな視点から分析をすることが大切である。より具体的に対象者をイメージする。 「対象者」は、 市民や市外在住者の、子育て世代・働く世代・高齢者・自然を体感したい人・歴史に関心ある人・芸術に関心のある人・自然体験、農業体験を求める人など
●目的（目的は何かを明確に）
「石岡市を知ってもらうために」「石岡市に来てもらえるように」「石岡市に住んでももらえるように」「石岡市に住み続けてもらえるように」など、その情報を発信することの目的を明確に設定する。
●何を（何を伝えたいのか）
市の魅力を分かりやすく伝えるには、対象者を具体的に想定し、関連するキーワードを含んでイメージできる情報発信が効果的である。 「キーワード」の例 「子育て・教育」・・・学童保育，乳幼児健診相談，子育て支援センター 「歴史・伝統文化」・・・常陸国分寺跡，常陸国分尼寺跡，舟塚山古墳 「豊かな自然」・・・里山の風景，茅葺民家，ロケ情報 「市政情報」・・・市政運営，市民サービス，市独自の事業 「産業」・・・特産品，農林業体験，企業誘致 「イベント」・・・石岡のおまつり，街頭キャンペーン 「観光情報」・・・フルーツ狩り，街中散歩 「スポーツ」・・・マラソン，ウォーキング，スカイスポーツ 「食べる」・・・いしおかサンド，果樹，野菜
●方法（情報発信ツールは何を選択するのか）
現在活用している・していないにかかわらず，対象者や情報に応じ，最も適したものを，それぞれのメリットとデメリットを理解して選択する。 また，効果的に組み合わせて活用する。
●いつ（発信時期はいつにするのか）
情報発信の時期は，各情報発信ツールの伝播性などに考慮して，対象者に最適な時期に届くよう，あらかじめ検討する。
●どこで（効果的な場所はどこか）
イベントやキャンペーンなどは，石岡市の認知度向上のため市内外を問わず，効果的に行える場所を検討して実施する。

ポスター・チラシ・パンフレットなどの印刷物は、情報の内容や対象者ごとの掲出や設置場所を検討する。

対象者が子どもたちであれば、保育所・幼稚園・学校などへ、市外の人が対象であれば、市までの交通機関の駅や空港・サービスエリアなどへの掲出や設置をする。

●表現（対象者に効果的に伝えられるか）

対象者に情報をわかりやすく伝えるためには、年代層ごとの表現に配慮する。文字による発信では「専門用語や外来語などは、誰でも分かる言葉に置き換える」「見やすい文字の大きさ」などに、図形や画像での情報提供では「わかりやすい地図」「情報の内容とあった画像やイラスト」などに配慮する。

また、基本的人権、肖像権、プライバシー権、著作権などを侵害しない。

3 戦略的情報発信のツール

1) 情報発信ツールとは

この指針のなかでの「情報発信ツール」とは、現在活用している・していないにかかわらず、また、公共機関や民間企業が運用しているかを問わず、市内外の対象者に効率よく積極的かつ効果的にアピールできると思われる、「情報媒体」や「方法」などをいう。

2) 主な情報発信ツール

●広報紙

市内全世帯に配布されるため、市民に対し効果的に情報を提供できるツールで、現物が手元にあるため、情報を読み返すことが可能である。

また、ページ数や文字量に影響した情報量に限度があることや、原稿の締切日や配布され市民に届くまでの期間を考慮する。

編集にあたっては、多くの市民に情報が伝えるための、表紙や見出し、レイアウトなどの基準を作成する。

●石岡市公式ホームページ

近年のICT等の進展に伴い、受け取る側のニーズが、「待つ」情報から積極的に「得る」情報取得へと意識が変化している。また、インターネット等の急速な普及により、市民をターゲットとして意識していたエリアが全国へ、さらには世界へと拡大してきた。

石岡市公式ホームページは、石岡市の顔として市内外を問わず広く情報を発信するために、必要不可欠な重要なツールである。

市からの市政や観光などの情報を、積極的かつ効果的な情報の伝達のため、高齢者や障がい者を含む誰もが使いやすく、目的の情報にたどり着きやすくするとともに、バリアフリー化や、石岡市の独自性を強く印象付け

るデザインやレイアウトなどにも配慮する。

各部署からの情報を、市民向け、市外向けに分かり易く発信することにより、石岡市に将来にわたり「住み続けたい」「住んでみたい」と思わせる、地域の特性を最大限に活かし、存在感のある石岡ならではの魅力を発信する。

掲載内容は、随時最新の情報を掲載し、信頼性の確保のため各部署において、定期的な掲載情報の確認と更新を行う。

また、ホームページを訪れるよう広報紙やチラシなどの印刷物にアドレスを掲載するなど、積極的に誘導して閲覧者を増やす。

●石岡市公式メールマガジン

カテゴリは、対象者に分かりやすい区分とする。配信内容は、部署ごとに重複して配信しないよう、グループウェアに掲示して情報の共有化を図る。

また、国や県、教育関係などの他機関や団体が配信する、同一または類似の情報も、受信者が混乱しないよう連携を密にして発信する。

なお、登録者を増やすために目標値を設定して、周知活動に取り組む。

●チラシ・リーフレット・パンフレットなど印刷物

効果的に見てもらうため、配布方法や多くの人が目につく掲出場所、多くの人に手にとってもらえる置き場などを検討する。

●ポスター・看板

見た人の視覚に訴えるため、その情報を印象付けるデザインなどに配慮する。掲出する場所は、対象者に効率よく見てもらえる場所を検討する。

●キャンペーン

市内外で行う観光や特産物などのキャンペーンは、石岡市の魅力や特色などを広く積極的にアピールできるツールである。

効果的な実施にあたっては、目的を明確にして、他部署や市内外の関係機関や関連団体が開催する、イベントと連携することなどにより実施する。

●定例記者会見・記者発表（パブリシティ）

報道機関に取り上げてもらえるよう、積極的に情報の提供を行う。

●ソーシャルメディア

ソーシャルメディアは、刻々と状況が変化する情報を、多くの市内外の対象者に発信していくことから、非常に有効な情報発信ツールである。

活用にあたっては、不用意な情報漏洩、間違った情報や憶測的な情報は発信しない。その発信情報の信憑性の低下や、市全体への信頼の失墜などを招く可能性がある。

各部署において、ソーシャルメディアに取り組む場合は、石岡市ソーシャルメディア運用方針を基に、「ソーシャルメディアに関するガイドライン」を策定するなどの対策を講じ、公開を行う前に委員会に図る。

●ロゴマーク・キャッチフレーズ・イメージキャラクターなど

市で統一されたロゴマークやキャッチフレーズ、イメージキャラクターは、市内外に市の認知度向上のために有効な発信ツールである。

作成にあたっては、突発的な話題性があったとしても人気が続くとは限らない。そのため、主管となる部署を決め、官民を問わず関連する機関や団体などとの連携や、市民との協働などにより、市の地域資源や特性を調査検討し、目的を明確にして作成する。

市民に愛され、市民が自慢できることによって、石岡市の認知度が市内から市外へ徐々に拡散させることが期待でき、ひいては認知度向上につなげることができる。

※ロゴマーク

企業などのイメージを印象づけるように、図案化・装飾化された文字やマークを組み合わせて図案化したもの。

※キャッチフレーズ

人の心をとらえるように工夫された印象の強い文句。うたい文句。

※イメージキャラクターなど

近年、全国的に地域振興や積極的な自治体PRのために、自治体公式の「イメージキャラクターなど」を作成し、特産物の販売促進などのイベントで活動する自治体が数多くある。

●デジタルサイネージ

デジタルサイネージは、市の魅力や市政情報を、画像や動画により視覚に訴えて、見た人に効果的に印象付けることができる情報発信ツールである。

設置場所の選定については、その効果が期待できる場所を検討する。

※屋外や交通機関、店頭、公共施設などで、ネットワークに接続したディスプレイ端末を使って多くの人に情報を発信するシステム。

●その他の情報発信ツール

効果的な情報発信の方法として、県など（いばらきインターネットテレビ・アンテナショップなど）公共機関や民間が運用（twitter・Facebook・LINEなど）している情報発信ツールも活用する。

また、上記以外に、市の情報が積極的かつ効果的に伝えることができると思われる防災行政無線などや、あらたな情報発信ツールなどは、それぞれのメリットとデメリットを考慮して活用する。

3) 情報発信ツールの選択

情報発信ツールは、対象者の年齢層や情報の内容・時期ごとに効率よく情報を伝えられるかを検討し選択する。

また、個々の情報発信ツールのみを使用するのではなく、複数の情報発信ツールを同時に組み合わせて展開するメディアミックスを効果的に活用する。

第3章 情報発信の推進

1 推進組織

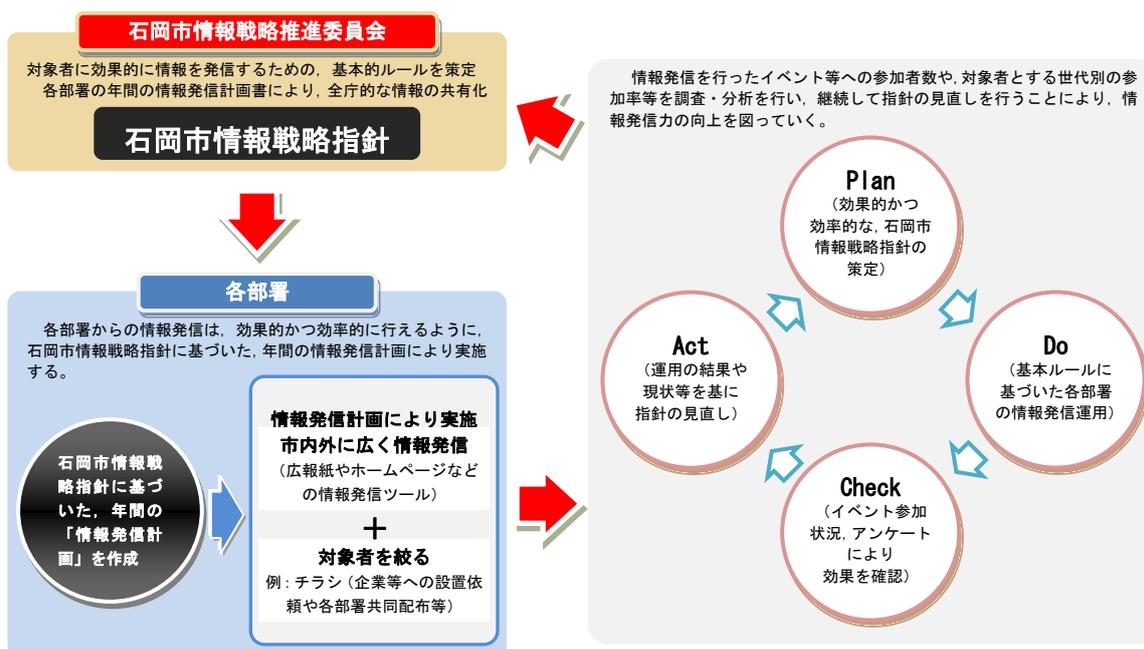
指針を周知徹底し、推進する組織として、「石岡市情報戦略推進委員会」（以下、「委員会」という。）を設置し、情報を全庁的に共有し、積極的かつ効果的な発信の具体的な取組みをとりまとめるため、定期的に会議を開催する。

また、さらなる情報発信の向上のため、指針の運用状況や管理をPDCAサイクルにより、委員会で協議して内容などを見直す。

2 各部署の取り組み

各部署は、積極的かつ効果的な情報発信のため、指針に基づいた年間の「情報発信計画」を作成し委員会に報告する。それにより情報発信の状況を全庁的に共有して、それらを考慮した企画立案により情報発信を行う。

情報発信計画の作成に当たっては、「石岡市広報事務取扱規定」に定める広報主任が担当部署の情報を取りまとめるとともに、担当部署の積極的な情報発信に努める。



石岡市の魅力発信

石岡市の魅力を、市内外に発信することで、市民には地域の再発見で郷土愛や誇りの醸成を、市外には興味や関心を感じてもらうことで、認知度・好感度の向上を目指す。

くらし・市政

主に市内向け

●交通

J R常磐線（石岡駅・高浜駅）、常磐自動車道（千代田石岡 I C・石岡小美玉スマート I C）、北関東自動車道（笠間西 I C）、高速バス、国道 6 号、かしてつバス、茨城空港、朝日トンネル、T Xつくば駅、石岡駅周辺整備事業

●生活

温暖な気候、自然災害が少ない、商店やスーパーが多く買い物に困らない、病院や診療所も多い、防災無線の整備、自主防災組織へ支援

●子育て

保育所の待機児童 0 人、全小学校で 6 年生までの学童保育を実施、子育て支援センター、小中学校に空調設備の導入検討、AET の増員、通学路の見守り支援、予防接種の助成、子どもの医療費助成

●高齢者

介護施設が多くあり必要な介護を受けやすい、シルバーリハビリ体操の普及推進、健康づくりの推進

●働く

工業団地がある、豊かで広大な農地を有している、有機農業が盛ん、若い新規就農者が多く定着、企業誘致、就職相談会、中心市街地へ新規出店者支援、新規就農者支援、農林産物の流通促進やブランド化

●住まい

住まいづくりの支援、再生可能エネルギー導入支援、木の住まい助成事業、住まいづくり推進事業、住宅用太陽光発電システム補助金制度

楽しむ・学ぶ

主に市外向け

●観光・レジャー

石岡のおまつり、国分寺花まつり、真家みたまおどり、柿岡八幡宮太々神楽、染谷十二座神楽、加波山きせる祭、高浜神社青屋祭、八郷ふれあいまつり、八坂神社祇園祭、まち蔵藍、茨城県フラワーパーク、常陸風土記の丘、国民宿舎つくばね、キャンプ場、農産物直売所、柏原池公園、鳴滝、朝日里山学校、菖蒲沢薬師古道、街中散歩、フルーツ狩り、石岡ぐるりん、ホテル、そば打ち体験、農林業体験、高浜釣り大会、陶芸・工芸、日本一の獅子頭、常陸国風土記 1300 年

●スポーツ

つくばねマラソン、トレイルラン、ハングライダー、パラグライダー、ウォーキング、サイクリング

●歴史・文化

常陸国分寺跡、常陸国分尼寺跡、常陸國総社宮、舟塚山古墳、善光寺楼門、埴輪男子像、土橋町の獅子頭、富田のささら、石岡ばやし、片野排禍ばやし、柿岡からくり人形、球状花崗岩、佐久の大スギ、瓦塚、板敷山大覚寺、峰寺山西光院、常陸大掾氏墓所、高浜神社、「茨城」の地名発祥地、代田の大人形、いしおかフィルムコミッション、茅葺民家、にほんの里 100 選、昭和のレトロな街並み、ギター文化館

●特産品

いしおかサンド、味噌、清酒、赤ねぎ、杉線香、弓矢、納豆、かき、みかん、りんご、ブルーベリー、いちご、なし、そば、つくばしゃも

地域の再発見、誇り

「石岡市を知ってもらうために」

石岡市への興味

「石岡市に来てもらえるように」関心

「石岡市に住み続けてもらえるように」郷土愛

「石岡市に住んでももらえるように」行動

市内向け

広報紙、ホームページ、チラシ、ポスターなど

市外向け

ホームページ、キャンペーン、パブリシティ、チラシ、ポスターなど