

# 美濃加茂市**広報**戦略

## ver2.0

令和 8 年 4 月



## 目次

### 第 1 章 広報戦略策定の**背景**

1. 取り巻く環境と広報の変化	1
2. 本市における広報の現状と課題	2
3. 広報戦略の策定	6

### 第 2 章 広報戦略策定の基本的な**考え方**

1. 基本理念と基本目標	7
2. 基本的な取り組み	8
・ 基本的な取り組み 1 広報紙に留まらない広報 ～広報紙+αの広報～	8
・ 基本的な取り組み 2 広報機能の積極的な強化及び導入	10
・ 基本的な取り組み 3 職員全員が広報担当者 ～戦略推進体制の強化～	12

### 第 3 章 広報戦略策定の**全体像**

1. 令和 10 年（3 年後）に期待する姿	14
2. 広報戦略の KPI	14
3. 広報戦略の実施スケジュール	15

---

## 第 1 章 広報戦略策定の背景



### 1. 取り巻く環境と広報の変化

日本全体の総人口が減少するなか、東京・名古屋などの都心部への地方の人口流出、少子高齢化に伴う社会構成の変化など、従来の価値観やライフスタイルは大きく変化し続けています。

また、令和 2 年から令和 5 年ごろまで猛威を振るった、新型コロナウイルス感染症は、働き方や人との関わり方などを大きく変化させ、新たな価値観を前提とした社会変化の対応など、行政に求められる役割やニーズはますます多様化、高度化し続けています。

本市においても、人口は微増ながらも高齢化や公共施設の老朽化や管理に係る財政面での課題は進行し、今後、行政運営の厳しさが増してくることが想定されますが、こうした中でも、常に質の高い行政サービスを安定的かつ持続的に提供することが求められます。

また、近年ではスマートフォンなどの情報通信機器の普及が急速に進んだことにより、市民は X (旧 Twitter) や Instagram などの SNS を活用した情報収集ができるようになりました。しかしながら新聞やテレビ、広報紙なども情報収集の主たる手段として現在も広く活用されています。

今後は、従来の広報媒体の活用を図る一方で、これまでの手法にとらわれることのない、広報媒体の特性や広報の目的に沿った、より効果的な情報発信の手段を選択することが求められています。

このためには、市民との相互理解を深め信頼関係を構築し、市政への市民参画を促進することが重要になります。そのきっかけをつくるコミュニケーションツールこそが「広報」であることから、その役割はますます大きくなっています。

## 2. 本市における広報の現状と課題

### (1) 広報活動の現状

市民満足度調査を基に前回の広報戦略策定時と現在の広報活動を比べてみると、本市の広報活動において、市民向けの情報発信の柱となっているのが、これまでの、広報紙「広報みのかも」と「すぐメールみのかも」、「市公式ホームページ」3つに加え、新たに市 LINE 公式アカウント「スマホ市役所」が行政情報の取得手段の大きな柱になったことが分かります。



市 LINE 公式アカウントについては、市民サービスの向上と市と市民との双方向のコミュニケーションを目的に、令和 5 年度にリニューアルし、機能が大きく拡張し、市民にとって利便性が大きく向上し、それに比例して、登録者（友だち）数も大幅に増加しました。

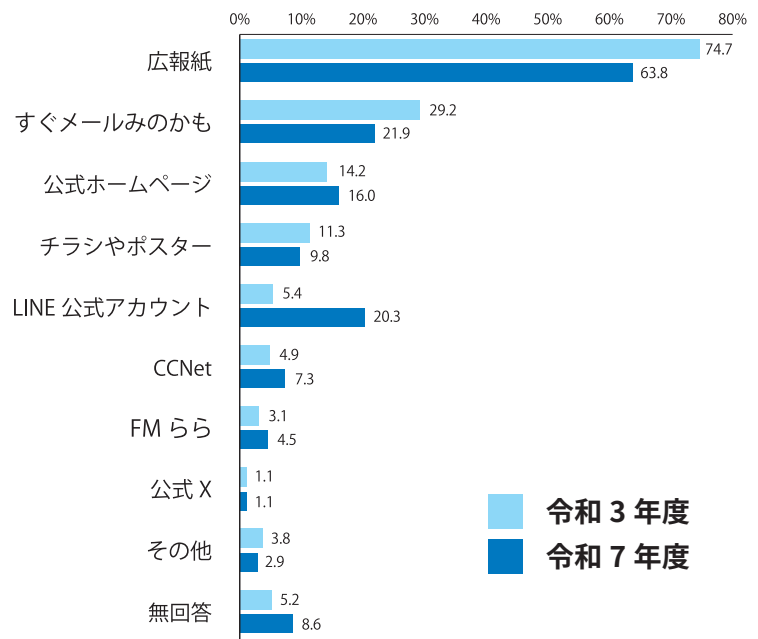
### 市民満足度調査「行政情報は主にどこから入手していますか（複数回答可）」より

#### 令和 3 年度

- ・ 広報みのかも : 74.7%
- ・ すぐメールみのかも : 29.2%
- ・ 市公式ホームページ : 14.2%
- ・ 市 LINE 公式アカウント : 5.4%  
(件数 = 718)

#### 令和 7 年度

- ・ 広報みのかも : 63.8%
- ・ すぐメールみのかも : 21.9%
- ・ 市公式ホームページ : 16.0%
- ・ 市 LINE 公式アカウント : 20.3%  
(件数 = 561)



### 市公式 SNS の登録者数の推移

	R4	R5	R6	R7	R4 → R7 増減
LINE	4,378	10,597	18,601	22,447	+ 413%
X	2,850	2,930	3,140	3,129	+ 10%
Instagram	1,552	1,748	2,207	2,507	+ 65%
Facebook	1,350	1,490	1,625	1,623	+ 20%
YouTube	1,112	1,450	4,348	4,190	+ 277%

(令和 7 年 12 月 1 日現在)

広報紙「広報みのかも」（令和7年度は月14,000部発行）は平均36ページを毎月発行し、自治会協力のもと自治会加入世帯への配布をはじめ、公共施設、駅、市民が多く利用すると思われる大型商業施設へ設置しています。

また、デジタルブックとしても市公式ホームページやマチイロアプリなどに広く公開しています。

その他の情報発信としては、ケーブルテレビやコミュニティーFMなどの民間企業と契約し、生活情報や緊急情報を発信しているほか、市公式SNSとして、X、LINE、YouTube、Instagram、Facebookに加え、noteを活用した情報発信や美濃加茂市政記者クラブへのニュースリリース（年間200回以上）を通してパブリシティ（メディアを活用した広報）につなげています。



**X** 利用者数（情報発信／情報閲覧）：6,800万人

140文字程度の情報を発信する（つぶやく）SNS。もっとも気軽に発信できるSNSであり、拡散力やリアルタイム性が強い。ただし、誹謗中傷なども目立つSNS。

**LINE** 利用者数（情報発信）：不明 利用者数（情報閲覧）：1億人

LINE公式アカウント（旧LINE@）は、LINEでお友達登録してもらった人に、個別または一斉配信ができるサービス。既に企業の8割が公式LINEで情報発信しているというデータもあるほど、情報発信には今後必須になってくるツール。

**YouTube** 利用者数（情報発信）：不明 利用者数（情報閲覧）：7,370万人

動画配信のSNSであり、第二の検索エンジンと呼ばれるほど利用者数が多く存在する。チャンネル登録者数を増やすことが1つのポイントだが、他のSNSより難易度は高い。よって、他のメディアからYouTubeを参照するという流れが一般的。

**Instagram** 利用者数（情報発信／情報閲覧）：6,600万人

写真投稿（動画投稿も可）がメインのSNS。ビジュアル情報の発信に適している。欠点としては、Instagramは各投稿にURLリンクが貼れないこと（プロフィールページのみ可）。

**Facebook** 利用者数（情報発信／情報閲覧）：2,600万人

個人の本名開示のSNSなので、他のSNSと比べると、誹謗中傷などは圧倒的に少ない。また、ある程度の大人層、ビジネス層が多く、若年層はFacebook離れが目立ってきている。

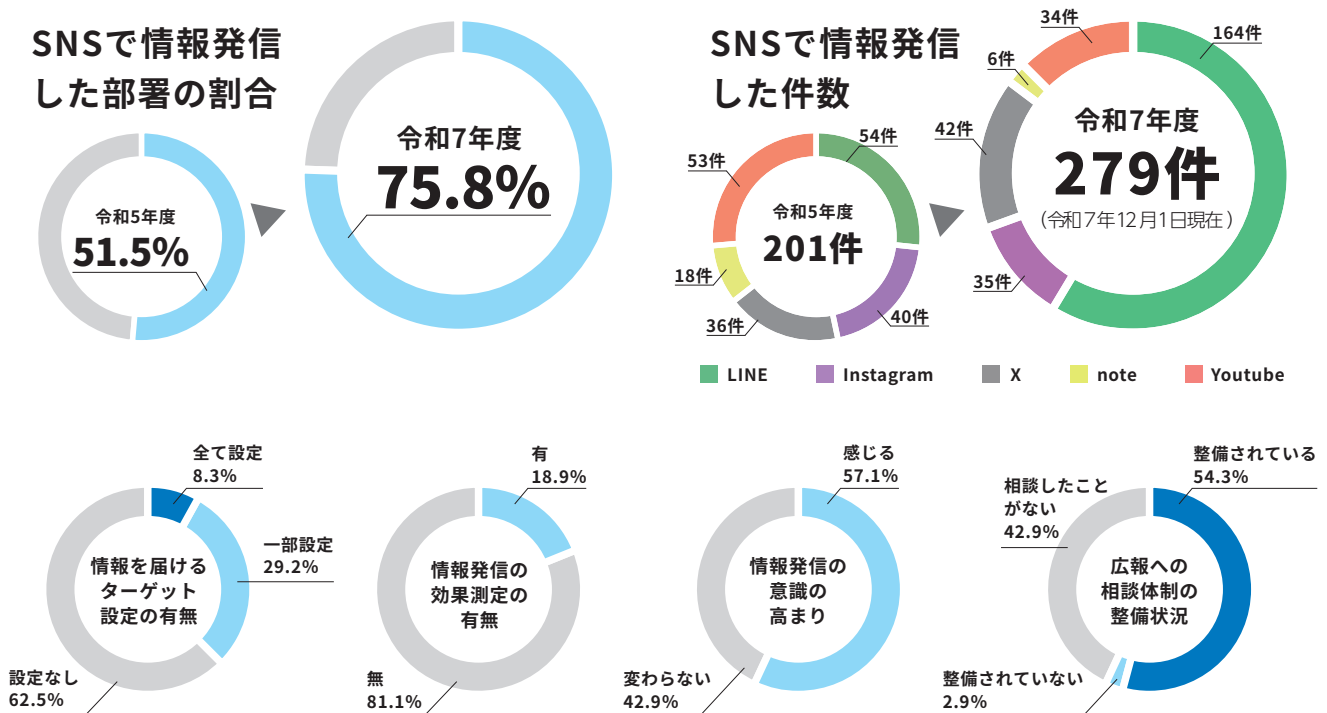
**note** 会員数（情報発信）：1,114万人 利用者数（情報閲覧）：8,660万人

テキスト（文章）、画像、つぶやき、音声、動画の5種類の記事を投稿できるSNS。手軽に自分のコンテンツを配信することができ、投稿内容を販売することもできる。

※フォロワー数や登録者数などは、令和8年2月時点の数字

(2) 行政から出される情報発信の現状

令和7年度に各課広報担当者向けに実施した情報発信に関するアンケート調査や、広報戦略が始まった令和5年度からの情報発信の状況をみると、職員の広報手段の一つに「SNS」への意識が高まったことで、SNSを利用する担当課が増え、SNSを利用した情報発信数も増加していることから、市の広報手段が以前に比べ充実してきていることが分かります。また、各担当課から広報係への情報発信に関する相談件数も増加し職員の広報への意識が高まってきています。



ただし、未だ、ターゲットの設定があいまいであることや、発信した情報による広報効果の検証が不十分でした。また、広報係への情報発信に関する相談などから、担当課から出す多くの行政情報は、目的（誰にどうなってほしいのか）が明確になっていないことが多いことが分かりました。

広報戦略が始まって3年が経過し、これまでの実績やアンケートなどから、現在の本市の広報が抱えている課題につながると思われるものは大きく分けて次の4つです。

- 情報を発信することの目的やターゲットなどの情報が整理されていない。
- 情報発信媒体の取捨選択ができていない。
- 適切な頻度や回数での情報の周知ができていない。
- 効果測定をしておらず、改善しないまま毎年同じ広報手法を繰り返し行っている。

市の広報は、市と受けて（主に市民）との相互理解を深め信頼関係を構築し、市民活動などへの参加促進につなげていく必要があります。そのために、これまでの背景や現状を踏まえ、本市の広報における課題を次のとおり設定しました。

### ①「お知らせ型広報」から脱却できていない

お知らせ型広報とは、情報を発信するのみで完結し、その効果測定や改善策を検討しないことを表現するもので、現代よりも地域のコミュニティが機能していた時代、行政からのお知らせなどは、その地域のコミュニティ間や家族・親族間などで情報共有がされていました。

しかし、生活環境も変わり、自治会をはじめとした従来のコミュニティ間での情報共有が難しくなっており、従来の方法で行政情報を発信しても、市民に広く伝わるのが難しくなっていることや、市民のお客様意識の増加により、行政情報が他人事になってきています。さらには、市民が SNS などを巧みに使い、「知りたい情報を自分で探す」ことが当たり前になってきています。

市民ニーズを正しく見極め、時代に合った方法で情報を正しく届けることが求められています。

### ②ターゲットに合った情報発信ができていない

市民満足度調査では、行政側からの情報はどの世代も広報紙から得ていますが、10代から40代では、20%から30%が LINE から情報を得ており、行政からの情報取得の選択肢として SNS の割合が大きくなっています。

情報を伝える際、「広報紙に掲載して終わり」ではなく、SNS などを使った複合的な情報発信に力を入れることで、ターゲットをすべての年代と一括りにするのではなく、若い世代など設定したターゲットが興味や関心が高くなる内容や手法を検討・実施・改善し、継続的なアプローチを行い、効果的に情報発信につなげることが必要です。

### ③職員の広報における情報（目的、ツールなど）の整理ができていない

職員の情報発信の意識が高まりつつあり、広報への相談も増えてきている一方、「情報発信を行うことで、誰にどうなってほしいのか」という目的や、その目的に合った情報発信方法が整理されおらず、効果的な広報活動ができていないことが多くあります。また、基本的なルールや、発信する側に求められる意識やスキルに職員の間で認識の違いやバラつきがあります。

### ④広報の効果検証をしていない

アンケート結果からもわかるように、行政から発信した多くの情報が効果検証を行わないまま、同じ情報発信方法を選択することが繰り返されています。こうしたことから情報の到達度や市民の反応などを適切に評価ができていないという課題があります。

### 3. 広報戦略の策定

市役所における広報とは、発信する側（市担当課）と受け手（主に市民）が良好な関係や一体感を構築することを目的とするものです。今後も受け手目線に立ち、本当に必要な情報をわかりやすく伝えるとともに説明責任を果たし、市政における課題や問題提起も行いながら、市政への理解や関心を高め、市民活動などへの参加促進につながるような広報を展開する必要があります。

また、自治体を取り巻く環境や情報経路のデジタル化の推進は大きく変化しています。その変化に柔軟に対応した取り組みも求められています。

こうしたことを踏まえ、市役所組織全体として取り組むべき基本的な方向性を整理した「美濃加茂市広報戦略」を、令和5年度に策定しました。これまでの戦略を基本的な柱におき、新たな課題を加えた「美濃加茂市広報戦略 ver2.0」を策定し、令和8年度から令和10年度までの3年間について、基本的な取り組みと実施スケジュールを整理し、行動計画を定めて実効性のある戦略とします。

## 第2章 広報戦略策定の基本的な**考え方**

### 1. 基本理念と基本目標

美濃加茂市の政策・施策や行政サービスへの理解を深め、協働のまちづくりを行っていくためには、市民からの信頼・共感を得ることが不可欠です。

そのためには、これまでの出しっぱなし、投げっぱなしの「お知らせ型広報」ではなく、「市民が知りたい情報」と「市民に伝えたい情報」を確実に「伝わる」ものにするための取り組みが求められます。さらに、今回の戦略では、情報を認知し内容を理解するという「伝わる」だけでなく、まちづくりに協力および参画してもらおうという「行動」や市民が市のことをもっと知ることができるようになるところまでの考え方の整理も行います。

こうした広報を目指すため、市民を情報やサービスを共に創り出す「パートナー」と位置付け、市民の実情などを正しく把握し、市と市民との認識の差を埋め、相互理解を深めることで、事業推進を促し、課題解決を目指すとともに、市内外の人たちが美濃加茂市を知り、興味を持ち、関わるようになるための情報発信を行います。そのための「基本理念」と「基本目標」は次のとおりです。



#### 基本理念

**互いを知り、互いに分かり合える 美濃加茂市**

#### 基本目標

**わかりやすく確かな情報を市民に届け、市民との信頼関係を築くとともに、市政情報がより身近なものと感じられる「広報」を目指します。**

## 2. 基本的な取り組み

基本目標を達成するため、3つの基本的な取り組みを行います。

### 基本的な取り組み1 広報紙に留まらない広報 ～広報紙+αの広報～

【関係課題：①②④】

- ・ 市民ニーズや環境が多様化する中、市から情報を届ける手段・手法は変化しつつあります。そのため多様な広報媒体の特性を知り、有効活用することで、市民に寄り添った、的確かつ分かりやすい情報発信に努める広報を実現します。
- ・ これまでの慣例的な広報ではなく、市から届ける情報をより身近に感じてもらい、信頼関係を築くことで、市民参画・協働へとつなげます。

### 1 市民に寄り添った、的確かつわかりやすい情報発信の実現

#### ①利便性の向上と効果的な情報発信

##### 市民に最も利用され、信頼性の高い広報紙の強化

- ・ より身近に感じてもらえるよう、読みやすさ、分かりやすさ、紙面構成や掲載方法をこれまで以上に追求し、内容の面白さも充実させることで市民と行政との距離を縮めます。

##### グローバル社会、デジタル化など、時代にあった情報発信の強化

- ・ 現在も美濃加茂市では外国人市民の人口は増加している中で、広報紙の多言語対応については、再編集して外国語版広報紙を発行していますが、広報紙のアプリ上での多言語対応ができるように機能拡張を進め、閲覧者の利便性向上を図ります。

##### 広報における SNS の活用と連動

- ・ 発信する内容やその情報を届けたいターゲットを明確化し、最適な情報発信手段の選択を行えているかの検証を行い、内容によっては SNS での広報を促します。
- ・ 情報発信を、ケーブルテレビやコミュニティー FM をはじめとした複数の広報媒体や SNS を連動させることで、情報収集や情報が届く機会を増やします。

#### ②市民ニーズに合った情報提供

##### 市民ニーズの積極的な把握

- ・ 広聴機能や SNS で寄せられた市民からの意見やコメントなどを庁内に共有・把握します。

##### 緊急性、即時性が求められるものの積極的な広報を実施

- ・ 広報紙では掲載できない、掲載しにくい情報を市公式 YouTube チャンネルを用いた動画配信やラジオ放送、SNS などを活用することで、市民の関心度を高めます。

### ③組織間の広報認識の統一及び情報共有

#### 職員への広報の可視化

- ・ いつ、だれが、どんな媒体を使ってどんな内容を広報したのかを可視化できるようにします。
- ・ 市民全員ではなく、どんな人にどうなってほしくて広報するのかを職員全員が考え、ターゲットを明確にして、アリバイ広報にならないように、ターゲットに合った内容・媒体を選択して、情報発信ができるようにします。

## II 市民参画・協働を促進

### ①市政情報の戦略的な発信

#### 重要施策に対する市民の理解度、関心度の向上

- ・ 重要施策については、そのプロセスの段階から SNS や動画配信などを活用することで、関心を高めるとともに、広報紙や市公式ホームページ内での情報の見せ方を工夫すること、また、報道機関を対象にした説明会を開催するなど積極的に、報道機関へ情報共有し、各メディアをとおして情報を発信することで、市の政策や方針、事業に対して、市民の理解度を高めます。

### ②市民参画型の広報の拡充

#### 広報紙や広報番組への市民参画の拡充

- ・ 広報紙があまり読まれていない若い世代に対し、行政情報を身近なものに感じてもらうための紙面構成を考え、内容やレイアウトの変更を適宜実施します。
- ・ 市公式 YouTube チャンネルに市民に登場してもらうなど、SNS を活用した市民参画型広報を拡充し、市政への関心を高めます。
- ・ 美濃加茂市プロモーション大使を活用した市政情報の発信を実施します。

### ③広聴機能の拡充と組織間連携の強化

#### 広聴活動の機能の強化

- ・ 市民が最も身近に感じている SNS を活用した広聴機能を引き続き実施します。
- ・ 新たな取り組みを幅広く周知し、あらゆる世代が気軽に市政への要望・提案ができる環境づくりを行います。



#### 市政への反映状況の積極的な公表

- ・ 広聴活動で把握した意見については、組織として情報共有し、市政への適切な反映を図ります。

## 基本的な取り組み 2 広報機能の積極的な強化および導入 【関係課題：①②④】

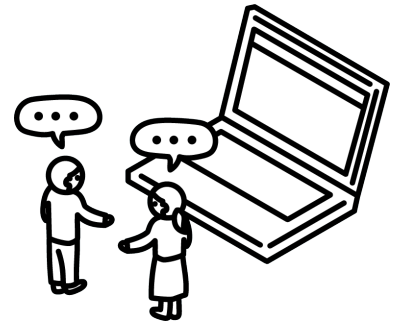
- ・ 市からの情報を得る手段として市民から最も知られており、信頼性を持たれている広報紙ですが、そこに頼りすぎたがゆえにお知らせ型広報が生まれてしまったと考えます。今後もホームページや SNS などを効果的に活用し、戦略性の高い情報発信を積極的に行います。
- ・ 媒体の特性を生かし、美濃加茂市に対する愛着や誇り（シビックプライド）を醸成します。

### I 広報媒体の有効活用と機能の充実

#### ① SNS の積極的な利用

##### 特性を活かした情報発信

- ・ 広報紙や市公式ホームページに掲載するだけでなく、「募集は LINE で」「写真を Instagram で」「動画を YouTube で紹介」するなど、媒体の特性を活かした情報発信を工夫して行います。
- ・ 各課に配置している広報担当者の役割などを改めて明確化し、SNS の活用についての研修会の実施やフォローを行います。



#### ②市公式ホームページの充実・強化

##### 閲覧者目線に立ったホームページへ

- ・ 大幅リニューアルした市公式ホームページを、アピール力のあるものにして、アクセシビリティ等について各課において随時見直しを行います。
- ・ 多言語対応の強化やモバイル端末への対応など、閲覧者の利便性を向上させる機能の強化について適宜改善を図ります。

#### ③広報媒体の機能の充実

##### 市 LINE 公式アカウント「スマホ市役所」の機能の活用と周知

- ・ これまで機能拡張を進めてきた「市 LINE 公式アカウント」について、広報・広聴だけでなく、さまざまな手続きや窓口のデジタル化などの LINE 機能の活用を進め、市民の利便性を向上させるとともに、その利便性を広く市民に知ってもらい、利用してもらうことで、市民への情報発信機能の強化を図ります。

##### 新たな情報発信手段の検討

- ・ 動画の活用、地域情報誌やコミュニティー FM、ケーブルテレビなど新たな情報発信手段による広報の展開について検討を行い、実現していきます。

## II 戦略性の高い情報発信

### ①段階的な情報発信

#### インターネット・ソーシャルメディア時代の情報発信

- ・各課から情報発信に関する相談や、市の重点事業に関する情報発信について、それぞれの目的に合わせて最大の効果を得られるように、スキームや手法、スケジュールなどを広報係と連携して検討し、情報発信を行います。

### ②情報発信後の広報効果の測定

#### ニュースリリースのフィードバック

- ・報道の有無や報道の内容、取り上げ方など、ニュースリリースの結果を確認し、担当部署にフィードバックを行います。

#### 広報効果の報告

- ・イベントの募集などを広報した場合、ウェブのアクセス数や当日の参加者数などを報告するようにし、正しく情報が届けられたかどうかを検証し、改善へとつなげます。



### 基本的な取り組み 3 職員全員が広報担当者 ～戦略推進体制の強化～

【関係課題：①②③④】

- ・ **基本的な取り組み 1 および 2** の達成には職員の意識改革、広報ノウハウの理解などが必要になります。そのため職員研修会の実施し、評価者層も含めて情報発信の重要性を認識して、広報マインドを組織レベルで醸成、定着させていきます。
- ・ 広報効果を職員が実感できる機会を作り、その結果に基づいた改善策の考案・実践に取り組める環境をつくります。

## I 広報戦略推進に向けた広報マネジメントの強化

### ①戦略的広報を実施するための体制整備

#### 各部署における情報共有環境の整備

- ・ 各部署の広報担当者の役割や機能を明確化し強化を図るとともに、定期的にコミュニケーションを取ることで、広報担当者間の連携を強化します。また、庁内の広報担当者全員のチャットグループなどを作り、庁内の広報物や相談内容、情報発信事例などを共有できる環境を整備します。

#### 広報担当課の支援の強化

- ・ 広報担当課は各所属における広報活動全般についての相談を受けるとともに、必要に応じて専門的、技術的支援や改善に向けたアドバイスを行い、こういった情報が伝えるべき情報なのかを職員自身が認識できるようにします。なお、支援の手法については、民間委託や地域活性化起業人制度を利用します。

### ②積極的な広報の実施

#### 広報担当者による SNS を活用した情報発信

- ・ 各課に置く広報担当者にアカウントを付与することで、気軽に事業を紹介できる環境づくりを行います。
- ・ SNS の活用については、研修を行い、リスク管理も同時に行います。

### ③広報物のデザインや考え方の共有

#### 広報のデザインガイドラインの運用

- ・ 市の広報物における「デザイン原則」「イメージ統一」「作成ルール」をまとめたデザインガイドライン（仮称）を、広報係各課の広報担当者を中心に職員へ周知および運用を進めます。
- ・ デザインガイドラインにあるチラシやポスターなどに使用できるデザインフォーマットを職員が活用・共有できるように、整備します。

## II 職員の意識改革と広報スキルの向上

### ① 広報に対する意識の改革

#### 広報担当者への公式 SNS アカウントの付与

- ・ 各課で行う事業を広報紙だけでの紹介だけで終わらせないよう、SNSなどを積極的に活用して発信できる環境をつくれます。

#### ニュースリリースエントリーシートの変更

- ・ これまでメディア向けに情報提供するために各課から提出を求めていた「ニュースリリースエントリーシート」を、メディア向けだけでなく、市民向けにもどんな媒体を使って広報するかをプラスして報告できる様式に変更します。

### ② 広報マニュアルの作成と研修会の実施

#### 職員向けの広報マニュアルの周知と更新

- ・ どのような広報が効果的になる可能性が高いかどうかをまとめた、シチュエーションやジャンルに分かれた職員向けに作成した広報マニュアルを、各職員へ浸透させるとともに、必要に応じて情報の更新を行います。

#### 職員向けの広報に関する研修会を実施

- ・ リスク管理やリリース資料の作成などだけでなく、広報媒体の連携や継続的な広報のやり方などの考え方を学ぶ研修会を実施します。
- ・ 広報を身近なものとして考えてもらえるよう、カメラの使い方やスマートフォンカメラを使った写真の撮り方、動画の録り方、編集方法を学ぶ研修会を実施します。

### ③ 広報効果の確認

#### アリバイ広報からの脱却

- ・ アリバイ広報と呼ばれる「広報紙で掲載しておけばいい」「実施したことが新聞に掲載されればいい」といった考え方を改めるため、目的のある広報を実践します。

#### お知らせ型広報の脱却

- ・ 広報紙への掲載、メディアリリースだけで終わってしまわないよう、広報効果の確認やフィードバックまでを考えた広報を実践します。

## 第3章 広報戦略策定の全体像

### 1. 令和10年（3年後）に期待する姿

- ・さまざまな媒体を通し、どの世代でも行政情報を身近に受け取れる環境ができている。
- ・紙やインターネット（アプリ）などで、若い世代に広報紙を読んでもらえる。
- ・どういった情報が伝えるべき情報で出すべき情報なのかを広報担当職員が理解できている。
- ・職員が各種メディアや SNS の特性を生かした情報発信を行っている。
- ・いつどうやって情報を出したのかを、広報担当職員が把握している環境が整備されている。
- ・広報担当職員が目的（ターゲットにどうなってほしいのか）や適切な情報媒体を整理して、「効果的な広報」を意識して情報発信が行えている。
- ・効果的な情報発信の方法について、SNS 等で市民から意見を得られる環境が整備されている。

### 2. 広報戦略の KPI

令和8年度から令和10年度までの3年間について、次のとおり目標値を設定します。

基本的な取り組みにおける実施項目		令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
市民満足度調査の「行政情報の入手手段」における「市公式ホームページ」「各種 SNS（現在は LINE と X のみ）」数値の向上	市公式ホームページ	16.0%	16.0%	16.0%	16.0%
	公式 LINE	20.3%	23.0%	25.0%	28.0%
	公式 X	1.1%	1.7%	1.8%	1.9%
市民満足度調査の「広報みのかもを読んでいるか」における「10代」「20代」の「ほとんど毎号読んでいる」数値の向上	10代	16.7%	18.0%	19.0%	20.0%
	20代	6.1%	10.0%	15.0%	20.0%
市 LINE 公式アカウントによる「アンケート」で「市からの情報発信（広報紙、各種 SNS）を受け取って行動につながった人」の数値の向上		—	50.0%	60.0%	70.0%
広報係に広報に関する相談をした案件のうち、市民の行動変容（各事業の目的）につながった割合の向上		—	50.0%	60.0%	70.0%
市 LINE 公式アカウントを活用した各分野における「広報アンケート」の実施		1回	2回	2回	2回
職員からの広報に関する相談件数（※広報紙の掲載依頼やニュースエントリーシートの提出は除く）		27件	30件	35件	40件
各課の情報発信数（X、Instagram、note）		100件	100件	110件	120件

### 3. 広報戦略の実施スケジュール

基本的な取り組みの実施に向け、令和8年度から10年度までの3年間の行動計画を定めます。

基本的な取り組みにおける実施項目		実施期間			
		令和8年度	令和9年度	令和10年度	
1 広報紙に留まらない広報 広報紙+αの広報	I	①利便性の向上と効果的な情報発信	状況把握と見直し	実施	
		②市民ニーズに合った情報提供	随時状況把握・実施		
		③組織間の広報認識の統一及び情報共有	随時実施		
	II	①市政情報の戦略的な発信	随時実施		
		②市民参画型の広報の拡充	・美濃加茂市プロモーション大使の委嘱 ・広報紙の見直し ・市民参画型企画の実施		
		③広聴機能の拡充と組織間連携の強化	状況把握と見直し	実施	
2 広報機能の積極的な強化及び導入	I	① SNS の積極的な利用	随時実施		
		②市公式ホームページの充実・強化	市公式ホームページ掲載情報の随時見直し		
		③広報媒体の機能の充実	検討・実施	検討・実施	検討・実施
	II	①段階的な情報発信	実施・随時見直し		
		②情報発信後の広報効果の測定	検討・実施	検討・実施	検討・実施
3 職員全員が広報担当者 戦略推進体制の強化	I	①戦略的広報を実施するための体制整備	実施・随時見直し		
		②積極的な広報の実施	随時実施		
		③広報物のデザインや考え方の共有	随時実施		
	II	①広報に対する意識の改革	随時実施		
		②広報マニュアルの作成と研修会の実施	状況把握と見直し	実施	
		③広報効果の確認	検討・実施	検討・実施	検討・実施