

「戦略的な情報発信のための指針」の改訂について

1 改訂の経緯

本区では、平成 21 年 9 月に区民が求める情報や区政の方針、重点施策等を効果的に、わかりやすく伝え、併せて自治体としての目黒区のイメージアップを図ることを狙いと
した情報発信を行うために「戦略的な情報発信のための指針」を策定し、職員の共通認
識とした。現在まで、この指針に基づき、区報、ホームページ、パブリシティ（マスメ
ディアへの情報提供）を中心に情報発信の取組みを進めてきたところであるが、この間、
情報通信機器の進化など自治体広報を取り巻く環境が大きく変化してきた。このため、
現行の指針を見直し、より効果的な情報発信に向けて現行指針を改訂した。

2 改訂の考え方

現行指針の取組の充実を図る観点から、以下の課題に対応する改訂とした。

(1) 情報通信機器の進化に伴う対応

「目黒区世論調査」及び総務省による「通信利用動向調査結果」など近年の情報通
信環境の進化を踏まえた、的確な情報発信媒体の活用。

(2) 区の内外に目黒区の魅力を伝える

目黒区ならではの魅力を区の内外にアピールすることにより、区民の地域への愛着
を向上させるとともに、地域全体の活力を醸成する取組の強化。

(3) 緊急時における情報発信体制の構築

自然災害や、区政執行に関係する事件・事故発生時などの緊急時における迅速かつ
正確な情報を発信するための体制の構築。

3 改訂の主な視点

改訂指針は以下の視点で見直し、具体的な業務に反映させることとした。

(1) メディアミックスの強化

情報通信機器の進化・普及を踏まえて、メディアミックスの手法を強化した計画的・
積極的な情報発信に努める。

(2) 組織全体での情報発信強化

マスメディアへの取材協力など、各部局単位での情報発信を強化し、区民への情報
の浸透性を向上させる。

(3) 双方向の情報環境を充実

区が情報発信する環境の整備のみならず、区民が自ら求める情報を探しやすくする
環境を整備する。

(4) アクセシビリティの向上

障害者、外国人など情報入手が困難な人が必要な情報を入手できる環境を構築する。

4 改訂版の概要

今回の改訂は従来の指針の構成を踏まえつつ、別添項目別新旧対照表（資料1）のとおり、「目標」においてはアクセシビリティへの配慮、「各媒体による情報発信のポイント」ではインターネットの活用など新たな取組を追加した改訂版（資料2）とした。改訂版の概要は以下のとおり。

(1) 戦略的な情報発信の目標

- ア 理解が深まる情報を発信し、区民の共感を得る
- イ 「伝わる」手法で情報発信し、区民と「つながる」環境をつくる
- ウ 区の魅力を意識した情報発信を進める
- エ 誰もが必要な情報を得られる環境をつくる

(2) 戦略的かつ計画的な情報発信のポイント

- ア 重点広報テーマの選定と年間広報計画の作成
- イ 広報マネジメント会議
- ウ 多様なメディアの効果的な活用
- エ 職員の広報マインドの向上

(3) 各広報媒体による情報発信のポイント

- ア めぐる区報
 - 手に取られ、読まれ、保存される広報紙
- イ インターネット（公式ホームページ・SNS）
 - 情報量と双方向性に優れたインターネットを活用した情報発信
- ウ パブリシティ
 - マスメディアの持つ客観性、信用度を効果的に活用するパブリシティ
- エ その他の手法

(5) クライシス・コミュニケーションへの取組（別添）

5 今後の取組

平成29年度より改訂指針に基づく情報発信に取り組むこととする。

以 上

指針（構成・概要）	改訂指針（構成・概要）	対応
<p>イメージアップのための広報戦略 ～メディアの特性を生かした情報発信～</p>	<p>区民の理解・信頼・共感を得るための広報戦略 ～「伝える」広報から「伝わり、つながる」広報へ～</p>	<p>拡充</p>
<p>1 戦略的な情報発信の目標</p> <p>❖1 明確なビジョンを提示した情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> * 区政の方針、主要施策を踏まえて、区政運営の戦略的な視点から、重点的に発信する情報を絞り込み、政策の策定や実施段階だけでなく、施策の形成過程及び実施後の成果についても積極的に情報発信をしていく。 * 区民に区政や地域への関心を引き起こさせるように、メッセージポイントを明確にし、わかりやすくアピールする情報発信を行う。 * 区報、ホームページ、パブリシティの各情報発信媒体で、トップによる発信を充実させ、区民に区政をより身近に感じさせるとともに、自治体としてアピールしていく。 * 情報発信のマネジメント機能を強化する。 <p>❖2 必要な時に、必要な情報をわかりやく効果的に発信</p> <ul style="list-style-type: none"> * 各情報発信媒体の特性を生かして効果的かつタイムリーに発信する。 * 区民が求める情報や区民の役に立つ情報を区民の視点に立ちでわかりやすく伝える。 <p>❖3 区の魅力や政策の独自性を意識してイメージアップを狙った情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> * 職員一人ひとりががシティセールスを担う気概を持ち、積極的に情報発信する。 * 区民参加型の情報発信を推進し、区民の目線ととらえたまちの魅力や地域の活動を内外に発信することにより、区民とともに目黒区のイメージアップを図る。 	<p>I 戦略的な情報発信の目標</p> <p>1 <u>理解が深まる情報を発信し、区民の共感を得る</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * <u>重点的に発信する情報は、多様な手法で計画的・積極的に発信する</u> * 区民に区政や地域への関心を引き起こさせる * <u>組織全体で情報を発信する</u> * 情報発信のマネジメント機能を強化する <p>2 <u>「伝わる」手法で情報を発信し、区民と「つながる」環境をつくる</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * 多様な情報媒体を活用して「伝わる」手法で情報を発信する * 区民が求める情報を探しやすい環境をつくる <p>3 <u>区の魅力を意識した情報発信を進める</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * 地域の魅力を掘り起こす * 区民とともに目黒区の魅力を発信する <p>4 <u>誰もが必要な情報を得られる環境をつくる</u></p>	<p>拡充</p> <p>継続</p> <p>拡充</p> <p>継続</p> <p>継続</p> <p>拡充</p> <p>継続</p> <p>継続</p> <p>新規</p>
<p>2 戦略的かつ計画的な情報発信のマネジメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 重点広報テーマの選定と年間広報計画の作成 ■ 広報戦略検討会議の開催 ■ 3大メディアの効果的な活用 ■ 職員の広報マインドの向上 	<p>II 戦略的かつ計画的な情報発信のマネジメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 重点広報テーマの選定と年間広報計画の作成 ② 広報マネジメント会議 ③ 多様なメディアの効果的な活用 ④ 職員の広報マインドの向上 	<p>継続</p> <p>継続</p> <p>拡充</p> <p>継続</p>

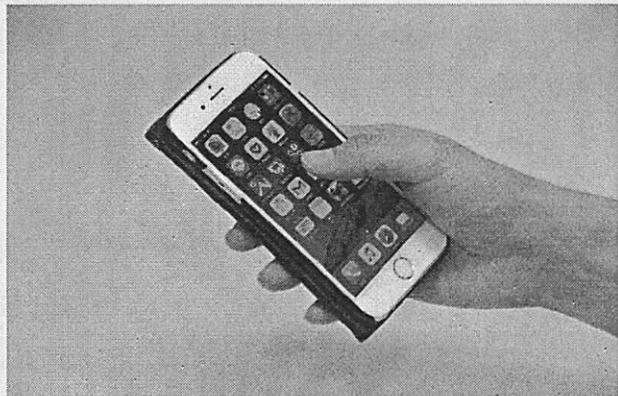
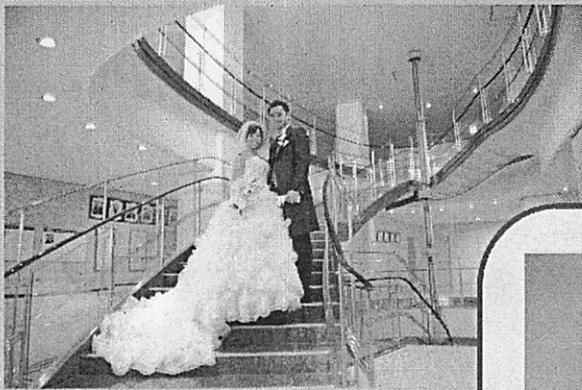
3 各広報媒体による戦略的な情報発信	Ⅲ 各広報媒体による情報発信のポイント	
<p>【めぐろ区報】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■わかりやすく区民にアピールする広報紙 <ul style="list-style-type: none"> ◆主要記事の企画を練り上げる ◆デザインにも配慮した読みやすい紙面をつくる ◆記事にメリハリをつける ◆地域情報を充実させるとともに、区民参加型の情報発信を進める 	<p>【めぐろ区報】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <u>手に取られ、読まれ、保存される広報紙</u> <ol style="list-style-type: none"> ① 主要記事の企画を練り上げる ② 手に取りたくなるデザイン・構成を目指す ③ <u>読みやすい用語・わかりやすい表現に努める</u> ④ <u>保存して読まれる情報を掲載する</u> (区民との連携・参加は全ての媒体で取り組む) ⑤ <u>購読習慣を意識した紙面とする</u> 	<p>継続 継続 新規 拡充 新規</p>
<p>【ホームページ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■大量の情報を相互に関連付けて区の内外に速やかに発信するホームページ <ul style="list-style-type: none"> ◆速やかに発信する ◆大量の情報を相互に関連付けて発信する ◆広く発信する ◆区民の意見や地域情報を発信する <p>【携帯サイト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■携帯電話利用者のニーズにあった情報の提供 <ul style="list-style-type: none"> ◆手軽に情報が入手できる ◆困った時に必要な情報を発信する <p>【メールマガジン】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■新鮮な情報を、求める人に確実に届ける 	<p>【インターネット（公式ホームページ・SNS）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <u>情報量と双方向性に優れたインターネットを活用した情報発信</u> <ol style="list-style-type: none"> ① 即時性を活かす ② 情報を関連付けて発信する (区の魅力発信は全ての媒体で取り組む) ③ 区民の意見や地域情報を発信する ④ <u>検索機能の充実を図る</u> ⑤ <u>多様な表現方法を活用する</u> ⑥ <u>新たな機能も積極的に導入する</u> ⑦ <u>個別配信メディア（ツイッター等）を活用する</u> ⑧ <u>多言語翻訳機能を活用する</u> 	<p>継続 継続 継続 新規 新規 新規 新規</p>
<p>【パブリシティ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■マスコミが求める情報を発信し、目黒区を広くアピールするパブリシティ活動 <ul style="list-style-type: none"> ◆区長のビジョン、区政の方針、政策を明確に打ち出し、自治体としてアピールする ◆マスコミが求める情報提供をする ◆地域をクローズアップする情報を発信する ◆報道カレンダーによる効率的な情報収集・発信 ◆事件事故報道は速やかに行う 	<p>【パブリシティ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ マスメディアの持つ客観性、信用度を効果的に活用するパブリシティ活動 <ol style="list-style-type: none"> ① <u>取材の機会を設け、積極的に応じる（インタビュー、記者会見など）</u> ② パブリシティに適した情報を発信する ③ 地域の魅力を区（内）外に発信する ④ 報道カレンダーによる効率的な情報収集・発信 ⑤ <u>クライシスコミュニケーション能力を高める</u> 	<p>拡充 継続 継続 継続 拡充</p>
<p>【その他の媒体】</p> <p>現行の広報課所管・各所管の媒体に加え、新たな媒体について導入効果を検討する</p>	<p>【その他の媒体】</p> <p>これまでの取組みの蓄積により更に有効な手法につなげていく。</p>	<p>継続</p>

戦略的な情報発信のための指針（改訂版）

区民の理解・信頼・共感を得るための広報戦略

～ 「伝える」広報から「伝わり、つながる」広報へ ～

本区では、職員の共通認識のもとで区民が求める情報や区政の方針などを、わかりやすく伝え、あわせて目黒区のイメージアップを図ることを狙いとして、「戦略的な情報発信のための指針」を平成21年に策定しましたが、その後、情報通信機器の進化など自治体広報を取り巻く環境は大きく変化しています。このため、現行の指針を見直し、より効果的な情報発信を目指します。



目次

- 01 戦略的な情報発信の目標
- 03 戦略的かつ計画な情報発信のマネジメント
- 04 各広媒体による情報発信のポイント
 - ・04 めぐる区報
 - ・05 インターネット（公式ホームページ・SNS）
 - ・07 パブリシティ、その他の手法
 - ・09 （別添）クライシスコミュニケーションへの取組み
 - ・12 資料集

I 戦略的な情報発信の目標

1 理解が深まる情報を発信し、区民の共感を得る

区が情報を発信する目的の一つに、区政情報が区民、事業者、関係団体などに確実に伝わることで、区政への理解と信頼を深めることがあります。理解と信頼に裏付けされた事業は区民等の共感を得ることにつながり、区政の円滑な運営に寄与します。こうした目的を達成するために、情報の内容が受け取る区民等に十分に行き渡ることを目指します。

※ 重点的に発信する情報は、多様な手法で計画的・積極的に発信する

多くの区民に影響を及ぼす重要な計画や主要な施策は、形成過程、実施（策定）段階、実施後の成果など進捗状況を踏まえた情報を発信して理解を促進します。また、関心を高めるために要点を記載した冊子の配布や区報臨時号の発行、ホームページの特設バナー開設など、メディアミックスの手法で情報を発信します。

※ 区民に区政や地域への関心を引き起こさせる

区政や地域に関する情報は、ポイントを明確にして発信するとともに、その情報をきっかけとしてさらに区政や地域への関心を引き起こし、具体的な参加や行動につなげる意欲を喚起する情報発信に努めます。

※ 組織全体で情報を発信する

区の内外に伝えたい情報は、マスメディアに発表し報道を促すことで区の情報の浸透性を図っていきます。トップによる発信を充実するとともに、各部局単位でマスメディアの取材対応や写真等の素材提供など、積極的な取組により区政への理解を深め、自治体の魅力を発信します。

※ 情報発信のマネジメント機能を強化する

複数の媒体を使って情報を発信するメディアミックスの手法検討、効果的なタイミングを選択し関連する事業を集中的に発信する戦略的な計画の策定など、職員が創意工夫に努める広報マインドの向上を進めます。各部局においても、情報発信の対象者の年代や事業の特性などに応じた効果的な手法の考え方を検討し、より円滑な事業の執行につなげていきます。

2 「伝わる」手法で情報発信し、区民と「つながる」環境をつくる

自然災害の発生や事件・事故等の緊急時には、特に迅速性、正確性、有効性を意識した多様な手法で情報を発信します。また、インターネットなどを活用して自ら区政や地域の情報を探す人々にとって、いつでも必要な情報が入手できる環境を整えることを目指します。

* 多様な情報媒体を活用して「伝わる」手法で情報を発信する

区民の情報入手手段が多様化しているなかで、区民がよく利用する情報媒体に留意しつつ時間や場所を選ばず、手軽に情報の入手が可能となるよう情報媒体を活用します。

* 区民が求める情報を、探しやすくする環境をつくる

情報通信機器の進化により手軽かつ迅速に双方向で情報をやり取りする環境が整いつつある中で、区は情報発信のみでなく、双方向の情報のやり取りを意識した情報環境（ソーシャルメディアの活用など）の整備に努め、求める人に的確な情報が行き渡る取組を進めます。

3 区の魅力を意識した情報発信を進める

本区においては、これまでも区のイメージアップを狙った情報発信に努めてきましたが、区が自ら魅力を伝えるのみでなく、マスメディアとの連携により多くの人々が地域の活動や区の事業に参加して、体感した魅力を第三者に広げていく視点での取組も進めます。

* 地域の魅力を掘り起こす

日々行われている地域活動や定例的な事業の中にも地域の魅力や区の独自性を見出し、独自の取組の強調や関係情報を加えるなど情報の価値を高める工夫をしていきます。また、地域（関係）団体自らの情報発信との連携を図ります。

* 区民とともに目黒区の魅力を発信する

区と地域住民が連携して育成してきた事業やイベントが区外の人にも知られることで区のイメージアップに寄与しています。規模やテーマにかかわらず目黒区ならではのユニークな視点に基づく事業やイベントはマスメディアにも積極的に情報を発信して新たな区民の参加につなげます。

4 誰もが必要な情報を得られる環境をつくる

障害者や日本語を理解することが困難な外国人などに対して、情報のアクセシビリティに配慮した発信手法の充実に努めます。視覚障害者のためのホームページの読み上げサービスや広報紙のDAISY版など従来から実施している事業や、ホームページやスマートフォンで利用されるアプリケーションによる多言語化などを継続し、区が発信する情報をいつでも誰もが必要な情報を入手できる環境の構築に努めます。

II 戦略的かつ計画的な情報発信のマネジメント

特に重要な情報は計画的に発信するために全庁的なマネジメントを行います。また、各部署ごとに主体的な取組を推進するために職員の意識を高めます。

① 重点広報テーマの選定と年間広報計画の作成（毎年度実施）

- 各部署が翌年度の主要施策等を踏まえて重点広報テーマを選定し、情報発信の時期、発信する情報のポイント、媒体の選択（区報、ホームページ、パブリシティ等）を盛り込んだ広報計画を作成します。
- 広報課は各部署から提出のあった広報計画に基づき、区としての重点広報テーマを選定し、情報発信の時期と活用すべき広報媒体を調整して、翌年度の区全体の年間広報計画を作成します。
- なお、緊急報道が必要な場合や情勢判断により最適なタイミングを選ぶ必要があるため、計画は固定せず、必要に応じて適宜修正し、弾力的に行います。

② 広報マネジメント会議（毎月実施）

- めぐろ区報に掲載する重点広報テーマを中心に、発信する情報の内容、広報媒体の選択・組合せなど多角的に検討する広報マネジメント会議を開催します。
- 会議には、広報課長、広報課担当者と重点広報テーマの主管課長、担当者が出席して指針の考え方を実現する効果的な手法について検討します。

③ 多様なメディアの効果的な活用（継続的な取組み）

- 各部署では情報発信の取組は重点広報テーマに加えて、日々発生・変化する情報を発信します。ホームページの更新、メールマガジンの配信、ツイッターを活用したお知らせなど対象や事業の特性に応じて多様な媒体を活用して適宜情報を発信します。

④ 職員の広報マインドの向上（継続的な取組み）

- 発信する情報を扱う職員一人ひとりが、事業の充実と円滑な執行に寄与する情報発信を意識するよう努めます。
- 職員一人ひとりが地域に関心を持ち、区の魅力を発掘し、発信する動きにつなげます。
- 広報課は、職員が、より最適な情報発信を行えるよう、自治体や事業者の広報活動事例の研究や情報通信機器の活用などについて、実務的な支援を行います。

Ⅲ 各広報媒体による情報発信のポイント

めぐろ区報

平成 26 年に実施した世論調査では、区のお知らせや情報の入手先として全体の 63.4% の区民が「めぐろ区報」を挙げていることから、広報紙は引き続き安定的な情報発信手法として位置付けられます。広報紙は、機器等を使用せず手軽に入手と保管ができ、ホームページやスマートフォンを利用するかたにも閲覧できる環境を整えています。一方で、原稿作成から発行までに時間を要することや、情報量にも制限があります。こうした特徴を踏まえて、以下の取組みを進めていきます。

■手に取られ、読まれ、保存される広報紙

① 主要記事の企画を練り上げる

年間広報計画に掲載された広報テーマを区報に掲載する際には、所管課、広報課、関係団体、編集委託事業者などが一堂に会する広報マネジメント会議で、他のメディアの取扱いも含めて効果的な掲載内容について検討します。

② 手に取りたくなるデザイン・構成を目指す

タイトルやサブタイトルは、読者が感覚的に自分との関係を理解できる表現にするよう努めます。図、グラフ、イラスト、写真など視覚的に有効な手法を活用し、デザイン的にも優れた紙面構成を目指します。

③ 読みやすい用語・わかりやすい表現に努める

限られた紙面の中で重要なポイントを分かりやすく伝えるために、簡潔で明瞭な表現方法に努めます。専

門的な用語は必要最小限にとどめて注釈をつけるなど、対象や年代を問わず理解されるよう留意します。

④ 保存して読まれる情報を掲載する

幅広い読者を対象とする広報紙は、区政や地域の情報を網羅的に掲載し、特に重要な記事を大特集及び一面記事に据えるなど、保存して読まれる価値のある情報を中心に掲載します。

⑤ 購読習慣を意識した紙面とする

広報紙は号ごとの特集記事以外にも、全体を一覧する中で必要な情報を選択する読者や特定のコーナーを継続的に購読している読者がいます。定期的に連載するコラムや、節目で実施状況を掲載する事業などは統一感を持った構成とします。

区報に掲載する情報の種類と掲載方法の分類の基本的な考え方

情報の種類	掲載方法
当該年度の重点広報テーマ、大規模なイベント、区民生活に直接い大きな影響を与えるもの（制度改正など）	特集記事（大特集・一面）臨時号
パブリックコメント募集、法令で公表を定めている事業報告、区民への注意喚起、計画策定	特集記事（概要）、
意識啓発、区長コメント	連載記事
区民や地域団体の活動紹介、通常のお知らせ記事	情報ボックス

インターネット（公式ホームページ・SNS）

区民のインターネット利用率が70%を超す状況の中で、公式ホームページは区の情報発信の一翼を担っています。ホームページは速報性に優れるとともに膨大な情報を掲載でき、情報を求める人が必要な情報を簡単に検索できる機能を有します。

また、スマートフォンなどを利用した、手軽に双方向で情報を受発信できるSNSの更なる活用が見込まれます。しかし、SNSは、不適切な内容が広範囲に瞬時に拡散し、関係者に大きな影響を与えることもありますので、その特徴を十分に理解したうえで活用しなければなりません。こうした特徴に留意して、インターネットを重層的に活用します。

■情報量と双方向性に優れたインターネットを活用した情報発信

① 即時性を活かす

区民に対して緊急かつ重要な情報はホームページやツイッターなどインターネットの活用を中心に情報を発信します。あわせて報道機関への公式発表など情報入手環境が異なる区民にも配慮した取組をします。

② 情報を関連付けて発信する

区報掲載記事は原則として全てホームページに掲載します。ホームページには区報やツイッターには掲載しきれなかった事業の詳細な内容を掲載するとともに、関連した他のページにリンクするなど構成に工夫を凝らします。

③ 区民の意見や地域情報を発信する

区民と区長のまちづくり懇談会やパブリックコメントに寄せられた意見とその対応などを掲載します。また、報道ニュース、動画ニュースなどでイベントや事業に対する区民の意見や感想を紹介するなどホームページの機能を活用して区政や地域の情報などを発信します。

④ 検索機能の充実を図る

丁寧な説明を要する制度に関する情報や、区政や地域に関する情報の検索機能の充実を図ります。また、多くの問い合わせが寄せられる事項は、FAQで一覧できる環境や関連するページにリンクするなど、検索者の利便性向上を図ります。

⑤ 多様な表現方法を活用する

インターネットでは、文字や図表のみならず写真、イラスト、動画、音声など多様な表現を掲載することが可能です。ユーチューブの活用などアクセスビリティにも配慮しながら受け手側に最も効果的に伝わる情報発信手法を検討していきます。

⑥ 新たな機能も積極的に導入する

印刷物にQRコードを掲載してスマートフォンでも閲覧を可能にすることや、計画書や冊子の電子書籍版の作成など、新たな経費負担や多くの人的負担を追加することなく利活用が可能な機能については、積極的に導入を進めます。

⑦ 個別配信メディア（ツイッター等）を活用する

メールマガジンやツイッターなど、区民一人ひとりが希望する分野や個別の情報を定期的に受信するプ

ッシュ型の情報発信の充実に努めます。また、特にSNSの分野では新たなアプリケーションの活用も区民等のニーズを見ながら実施を検討していきます。

⑧ 多言語翻訳機能を活用する

本区の外国人住民登録者数は増加傾向にあり、国籍も多様化しています。また、近年では訪日外国人の増加などもあり、更なる多言語による情報発信の環境整備が求められています。こうした状況を踏まえて情報通信機器の機能を活用した多言語による情報発信に努めます。

パブリシティ

報道機関を通じて発信される情報は、客観性や信用度が高く、速報性、広域性、浸透性に優れており、目黒区の魅力や区政の姿を広く発信するためには極めて重要です。一方で、報道機関は各々の判断で情報を取り上げますので区の広報とは視点が異なります。近年、区民等はより多くのメディア（マスメディア、ソーシャルメディア）から情報を入手する傾向があることから、メディアの特性を理解したうえでパブリシティを捉え、以下のような取組を進めます。

■マスメディアの持つ客観性、信用度を効果的に活用するパブリシティ活動

① 取材の機会を設け、積極的に応じる（インタビュー、記者会見など）

年度当初予算プレス発表や定例区長記者会見など、重要な施策や重点事業に関する情報をトップ自ら発信する機会を設けるとともに、各部局が事業の事前報道、関係者インタビュー、写真・録画撮影協力など積極的に対応するよう、広報課はマスメディアと各部局との調整など取材環境の構築や、発信した情報の収集（プレスモニタリング）など取材対応の体制確立に努めます。

② パブリシティに適した情報を発信する

報道機関は自ら取材した情報を中心に報道します。広報課では、独自性、先駆的、社会的な価値の高さなど、様々な視点から発信するテーマを選択し、報道機関に関心を持たれる効果的な手法や表現方法などを各所管と調整して情報発信に努めます。

③ 地域の魅力を区（内）外に発信する

報道機関が発信した情報は、その後、区が直接関与することなく広域に浸透していきます。区の魅力を内外に発信する際には、区の事業や地域イベントの特性を目黒区の「強み」や区民・訪問者への「メリット」という視点でも見直し、報道機関へのリリースを行います。

④ 計画的な情報収集・発信

広報課は定期的に報道希望調査を行い、年間広報計画で選定した重点広報テーマに加えて各部局が広く区外にも情報発信したい事業やイベントを取材し、計画的に情報発信していきます。

⑤ クライシスコミュニケーション能力を高める

自然災害の発生や重大な事故、事件が発生した場合、被害拡大の防止や社会的責任の大きさやなどから、区として自ら状況などを公表するとともにマスメディアにプレスリリースを行います。また、マスメディアから取材要請を受ける場合など、緊急事態発生時における組織的なマスメディア対応（クライシスコミュニケーション）について、あらかじめ共通認識を図ります。（別添）

その他の手法

区の情報発信手段としては、その他にも掲示板や回覧板による個別事業のお知らせや、くらしのガイドなど定期刊行物の発行、窓口や区有施設などを中心としたリーフレットの配布など多様な手法があります。また、事業の成果を取りまとめた冊子を販売する取組なども行われています。事業の対象や内容によって、こうした取組も有効かつ重要ですので、活用事例の蓄積により更に有効な手法につなげていくこととします。

クライシス・コミュニケーションへの取組 (緊急事態発生時の組織的対応)

クライシス・コミュニケーションは、事件・事故等により組織が危機的状況に陥ったときに、組織が社会に対し情報を公開し、マスコミや区民を始めとする関係者（団体）からの質問に対応し、理解と協力を得ようとする活動である。クライシス・コミュニケーションへの取組みはマネジメントサイクル（PDCAサイクル）の手法を基本とする。

1 計画(Plan)：平常時～緊急事態発生（事件・事故発生）

(1) リスク調査・分析（広報課）

日々報道される行政機関等に関連する事故・事件をストックし、リリース・個別取材対応・記者会見開催など情報発信のレベルを把握する。また、事業や行政の分野ごとに異なる事件・事故の特徴、発生頻度や原因の傾向を分析し、必要に応じて関係課と情報共有するなど事件・事故発生の未然防止を図る。

(2) 庁内管理（広報課）

事件・事故発生時の庁内情報伝達経路を作成・確認する。

(3) 事前対応（各部局）

事件・事故の情報を把握し、事前に必要な対応を図る。

2 実施(Do)：緊急事態発生～報道機関対応

緊急事態発生時には、迅速な意思決定と行動により被害の拡大を防止し、区民の不安解消や軽減を図る。また、報道機関への対応においては、わかりやすい情報開示を行い社会的な視点をもって説明責任を果たす。

プレスリリース（取材対応）の考え方

① 重大事故が発生した場合

区が関与する事故、個人情報の漏えいなど、組織として説明責任がある場合に正確な事実関係を公表するとともに、区の姿勢を迅速に広く知らしめることで、被害の拡大を防ぐ場合に実施する。事実関係の説明や関係規定に基づく対応の他に、お詫び、哀悼の表明などを行う。

② 住民や社会に不安を与える事象がある場合

自然災害による被災や事故・事件により死傷者が発生した場合など、区民への直接の影響の有無や区の責任にかかわらず、区の対応を示して住民や社会の不安解消を図る。また、事実関係を明らかにすることで、風評等により区民生活に悪影響を及ぼすことを避ける。

*いずれの場合も、議会報告・関係機関への報告・調整を踏まえて実施を判断する。

(1) ポジションペーパーの作成（各部局）

緊急情報を入手した場合、各担当は速やかに上司に報告するとともに、広報課に連絡し、情報発信について協議する。その際、マスメディアや関係者（住民・事業者等）からの問い合わせに備えて、*ポジションペーパー（PP）を作成する。PPは個別取材対応、緊急記者会見、プレスリリース（マスメディアに個別に情報提供）にも活用できるよう、現場・関係機関（者）から入手する情報を整理し、事実関係を明確にするとともに区側の姿勢と今後の対応等を含める。PPは、公表まで随時更新・修正を行う前提として作成する。

* ポジションペーパー

「公式見解」「統一見解」「声明文」ともいう。事実、経過、原因等客観的事実に、対策、コメント等をまとめた「第三者説明用資料」をいう。

(2) プレスリリース

事実関係の確認、被害（影響）状況の把握、当面の対応など区として事案の認識と対応について共通認識が図られた段階でプレスリリースを行う。各部局はPPと資料をも

とにリリース文を作成し、広報課が確認のうえマスメディアにリリースする。リリース後、一定時間は取材対応（問い合わせ）に向けて関係者は待機する。

(3) 取材対応（関係課・広報課）

正確な状況把握前や未確認の内容について、区民やマスメディアから問い合わせがあった場合、不明確な部分の即答は避け確認後に回答する。

(4) 緊急記者会見（特別職・関係理事者・広報課）

緊急記者会見の実施は以下の点を防ぐ効果があることに留意して、個別案件ごとに関係者が協議して決定する。

① 取材が殺到して個別の対応が困難になる。

② 個々の取材が重なりマスメディアごとにニュアンスが異なる（不正確な）情報が発信される。

緊急記者会見を行うタイミングは多くのマスメディアから取材申し込みがある場合が多いため、正確に理解されやすい説明用・報道機関用の資料を用意する。

また、混乱している状況では必ずしも発言や意図が正しく記者に伝わらない可能性があるため、専門的ではなく、明快な言葉で発言できるよう資料を作成する。資料作成のポイントは①何が起きたか（現状と経緯）、②なぜ起きたか（原因）、③対処はどうするか、④再発防止策など。

3 確認（Check）

実際に報道された記事や放映内容を収集（プレスモニタリング）し、事実や区のメッセージが正しく伝わったかをチェックする。

4 改善（Action）

取材対応（緊急記者会見を含む）やPPの内容、説明の仕方などを検証し、不十分な点は改善する。また、一連のクライシス・コミュニケーションの活動内容を記録し、組織内で情報の共有化を図る。

以 上

資料集

1 目黒区世論調査結果比較（抜粋）

(1) 定住・転出意向

	平成 21 年	平成 23 年	平成 26 年
ずっと住んでいたい	54.1%	54.4%	54.4%
当分の間は住んでいたい	39.9%	39.8%	40.8%
定住意向 計	94.0%	94.2%	95.2%
あまり住んでいたくない	1.6%	1.7%	1.1%
できれば引っ越したい	2.6%	2.9%	2.4%
転出意向 計	4.2%	4.6%	3.5%
無回答	1.9%	1.2%	1.3%

(2) 区のお知らせや情報の入手先

		平成 21 年	平成 23 年	平成 26 年
めぐろ区報		52.4%	50.3%	63.4%
ホームページ	全 体	39.2%	43.2%	39.4%
	パソコン	34.0%	36.2%	28.8%
	携帯電話	5.2%	7.0%	*210.6%
回覧板・掲示板		14.3%	13.5%	30.5%
くらしのガイド	全 体	13.6%	12.4%	12.5%
	区民便利帳	13.6%	12.4%	12.2%
	電子書籍版	—	—	*30.3%
施設窓口でのチラシやポスター		9.4%	8.4%	10.6%
新聞・テレビ・ラジオ（マスメディア）		9.3%	7.6%	15.7%
メールマガジン		4.0%	5.2%	1.8%
ツイッター		—	—	*31.3%
必要としていない		11.0%	11.9%	6.6%
無回答		—	—	*31.3%

（複数回答のため合計は 100%を超える）

* 1：平成 21・23 年は入手先を項目別（子育て、福祉等 13 項目）に調査したため、平均値。

* 2：平成 26 年は（スマートフォン）として調査。

* 3：平成 21・23 年は調査項目なし。

(3) めぐろ区報の入手先

	平成 21 年	平成 23 年	平成 26 年
新聞の折り込み	64.6%	62.4%	55.6%
図書館・住区センターなどの区の施設	10.0%	11.1%	12.6%
駅の広報スタンド	6.5%	7.4%	7.0%
新聞未購読世帯への区の配送サービス	2.8%	3.4%	3.1%
目黒区公式ホームページ（PDF）	1.9%	2.5%	2.7%
スーパーマーケット・コンビニエンスストア	2.9%	2.3%	2.4%
郵便局・金融機関	1.7%	1.8%	2.0%
手にしていない	19.1%	20.7%	24.9%
無回答	2.9%	1.3%	1.7%

(4) めぐろ区報の閲覧状況

	平成 21 年	平成 23 年	平成 26 年
必要なところだけ読む	58.9%	60.0%	60.3%
十分に目を通す	26.5%	24.1%	21.3%
あまり読まない	10.8%	11.5%	14.9%
まったく読まない	1.8%	2.9%	1.9%
無回答	2.0%	1.5%	1.6%

(4) インターネットの利用状況

	平成 21 年	平成 23 年	平成 26 年
すでに利用している	65.1%	67.0%	71.2%
利用していないが、機会があれば利用したい	12.0%	12.0%	10.0%
利用するつもりはない	13.0%	14.5%	10.8%
わからない	5.7%	4.2%	6.0%
無回答	4.1%	2.4%	2.0%

(5) 目黒区公式ホームページの閲覧状況

	平成 21 年	平成 23 年	平成 26 年
見たことがある	63.7%	70.3%	68.1%
見たことがない	35.8%	28.6%	25.9%
無回答	0.5%	1.1%	6.0%

(6) 目黒区公式ホームページの満足度

	平成 21 年	平成 23 年	平成 26 年
満足	5.3%	8.1%	9.2%
どちらかといえば満足	39.4%	40.3%	40.9%
どちらともいえない	38.9%	37.2%	39.1%
どちらかといえば不満	12.1%	11.6%	7.5%
不満	2.9%	2.2%	3.1%
無回答	1.5%	0.5%	0.2%

(*満足できない理由：どちらともいえない、どちらかといえば不満、不満と回答したかたに質問)

	平成 21 年	平成 23 年	平成 26 年
情報が探しにくい	62.8%	60.7%	60.1%
知りたい情報の説明が不十分である	33.3%	31.0%	20.3%
情報の内容や表現が理解しにくい	16.5%	21.2%	20.0%
知りたい情報が載っていない	16.0%	14.9%	15.3%
最新の情報が載っていない	12.3%	11.0%	7.9%
その他	11.1%	10.0%	12.2%
無回答	4.2%	6.1%	8.6%

(7) 公式ホームページへの意見（自由意見）

	平成 21 年	平成 23 年	平成 26 年
分かりやすさ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 図や写真が多くしてほしい。 ・ 難しい言葉は使わず、やさしい言葉を使う。 ・ 大人から子どもまで分かりやすく、見やすく。 <p style="text-align: right;">108 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ わかりやすく明るいイメージに。 ・ 区施設の詳しい写真、画像を載せてほしい。 ・ レイアウトをすっきりしてほしい。字が細かい。説明が不足する部分は補足を。 <p style="text-align: right;">58 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 色が少なく地味で見づらい。 ・ 文字の羅列が多く見にくい。画像を増やして広告は下に。 ・ 文章の量が多いので読みづらい。写真などが古い。 <p style="text-align: right;">75 件</p>
検索しやすさ	<ul style="list-style-type: none"> ・ どこに何の情報があるのかわかりにくい。 ・ 検索システムを充実。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 検索をもっと効率よく出来るようにしてほしい。 ・ リンクを改善してほしい。情 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 検索が目的の情報にヒットしない、検索ワードの見直し。

	<ul style="list-style-type: none"> ・トップページを分かりやすく。 <p style="text-align: right;">121 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・報分類がよくない。 ・検索機能の充実、カテゴリー別のコンテンツの仕分けを。 <p style="text-align: right;">83 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・カテゴリ検索ができるとよい。 ・「施設」検索を分かりやすく。 <p style="text-align: right;">38 件</p>
情報の内容	<ul style="list-style-type: none"> ・情報量を増やす。知りたい情報までリンクされていない。 ・本当に必要としている詳しい情報がない。 ・窓口での手続等を具体的に表示してほしい。 ・ほとんどが担当に電話しないと解決しない。 <p style="text-align: right;">30 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・粗大ごみのアイテムを増やす。 ・問い合わせをしなくてよいように、もっと詳しい情報を。 ・もっと細かく、HPで全てわかるように。結局他の情報源と併用しなければ何もわからない。 <p style="text-align: right;">27 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・もう少し具体的に情報を載せてほしい。 ・保育園事情、子育て支援について直接窓口に行かなくてもわかるようにしてほしい。 ・外部のページに飛ばす、すべて区のHPで完結すると良い。 <p style="text-align: right;">10 件</p>
管理の姿勢	<ul style="list-style-type: none"> ・区民の目線を知る努力が足りない。 ・職員以外からのアドバイスを受けたほうがよい。 <p style="text-align: right;">33 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・アクセス解析や検索ワードの分析など、区民が何を知りたいか考え、もっと詳しく。 ・年代、性別に応じたHP。 ・使う人（未経験・情報不足）の立場、視点で組み立てる姿勢を。 <p style="text-align: right;">19 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者サイドに立つ。 ・区が伝えたいことより、利用者が何でHPを訪問するかを考える。 ・利用者が、どのように必要な情報を探そうとするかを意識してほしい。 <p style="text-align: right;">18 件</p>
情報の鮮度	<ul style="list-style-type: none"> ・更新頻度を上げてほしい。 ・課によって更新頻度に差がある。 <p style="text-align: right;">14 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・震災直後更新のスピードや地域の詳細に物足りなさを感じた。 ・常に最新の情報を。 ・トップページは最新の情報を分かりやすく掲載してほしい。 <p style="text-align: right;">7 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・更新の頻度を上げてほしい（古い情報がそのまま） ・施設などの写真を最新のものに変える。 <p style="text-align: right;">7 件</p>
Q & A の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・Q & A を充実させてほしい。 ・メールでの問い合わせに対して 48 時間以内に回 	<ul style="list-style-type: none"> ・困ったときに活用できるサイトや連絡先の掲載。 ・問い合わせの多い案件をリストアップして掲載してほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・Q & A の充実。 ・「よくある質問」などの欄をつくると気軽に見やすい。

	<p>答を返信するシステムがほしい。 8件</p>	<p>い。 5件</p>	<p>2件</p>
現状のまま	<ul style="list-style-type: none"> 今のところ不自由はなく、特に必要と思うところはない。 他の市町村より使いやすく、とても便利だと思う。 <p>19件</p>	<ul style="list-style-type: none"> HPにこれ以上手をかけず、労力は他にまわしてほしい。 大変分かりやすく、よくまとめたHP。あまり改善する点はない。 <p>5件</p>	<ul style="list-style-type: none"> 特に不便だと思わない。 使い勝手に困ったことはない。シンプルで必要な情報を探しやすい。 <p>14件</p>
その他	<ul style="list-style-type: none"> 携帯サイトの充実。 携帯電話でも見やすく。 子ども・若者向けの情報ページがもっとあってもよい。 各部署への意見を伝える場所がほしい。 サークル活動や同好会の情報も知りたい。 <p>27件</p>	<ul style="list-style-type: none"> 届出や申請などがHPで完結できるようになってほしい。 スマートフォン対応に。 HPを知らない(申請書類のダウンロードなど)人がいる。転入時に案内や、年配の方に使いかたを教えるといい。 <p>46件</p>	<ul style="list-style-type: none"> 他自治体のHPを参考にするのはではなく民間企業をもっと調べるべき。 更新情報を定期的にメールで配信してほしい。 区公認ゆるキャラをつかって広報活動をしたら良い。 <p>41件</p>

(8)ホームページアンケート

閲覧場所	<p>自宅で閲覧：20件 職場で閲覧：3件 自宅・職場で閲覧：8件 その他：1件</p>
閲覧形態	<p>WinPC：23件 MacPC：5件 スマートフォン：4件 その他：1件</p>
閲覧頻度	<p>月数回：10件 週1回程度：8件 週2~3回程度：8件 ほぼ毎日：4件 初めて見た：1件 ほとんど見ない：2件</p>
閲覧目的	<p>くらしのガイド：18件 手続(戸籍・住民票など)：17件 施設案内(予約)：17件 催事・講座に参加：11件 計画・施策を調べる：10件 災害・事故の情報：7件 統計(人口・位置など)：3件 区が発注する仕事など：2件 その他：2件</p>
到達状況	<p>すぐたどり着けた：9件 割合すぐたどり着けた：13件 難しかった：11件 たどりつけなかった：0</p>
役立った情報	<p>お知らせ：15件 施設案内：14件 イベント情報・カレンダー：14件 くらしのガイド：13件 人材募集・公募受付：4件 申請書DL：3件 行政情報：4件 防災気象情報：3件 オン</p>

	ライン窓口、入札・契約情報、教育委員会：2件 地図、リンク集、よくある質問、いざというとき、区議：1件
携帯サイト	利用している：13件 知っているが利用したことがない：9件 知らない：11件
メルマガ	既に登録している：11件 知っているが未登録：9件 知らない：13件
自由意見 (要望等)	<ul style="list-style-type: none"> ・サイトの構造が良くないので、行きたいページにたどり着きにくい。 ・更新情報がトップページの「お知らせ」に掲載されていない場合がある。全ての掲載が難しい場合は、網羅的な「更新一覧」をつくったほうがよい。組織・部署別のページもあったほうがよい。 ・公園の写真をもっと多く。細かい情報がほしい。地図が判りにくい。公園のみの一覧図がほしい。 ・他区と比べて見劣りする。安全・安心に関わる緊急情報はトップページ上部に目立つよう掲載すべき。 ・施設予約が判りにくい。保育園などの必要書類のDL先は階層が深すぎてわかりにくい。 ・公園の整備計画を掲載してほしい。学校ひろばはHP上で開放状況が分かるようにしてほしい。 ・戸籍や保険など一般的に関わる項目をトップページ上部に。 ・区役所のフロアごとの課の表示など年齢に大きく分かりやすく記載してほしい。

(平成 28 年 8 月 29 日～9 月 30 日)

2 平成 27 年通信利用動向調査結果 (平成 28 年 7 月公表：総務省) (抜粋)

(1) インターネットの利用状況

インターネット利用者割合は 83.0%で、性別では男性 (84.9%) が女性 (81.2%) より 3.7 ポイント高く、年代別では、13 歳から 59 歳までが男女とも 90%を上回っており、60～79 歳のインターネット利用も上昇傾向。

	平成 21 年末	平成 27 年末
全体	78.0%	83.0%
6 歳～12 歳	68.6%	74.8%
13 歳～19 歳	96.3%	98.2%
20 歳～29 歳	97.2%	99.0%
30 歳～39 歳	96.3%	97.8%

40歳～49歳	95.4%	96.5%
50歳～59歳	86.1%	91.4%
60歳～69歳	*64.8%	76.6%
70歳～79歳	32.9%	53.5%
80歳以上	18.5%	20.2%

*平成21年は60～64歳、65～69歳での集計であるため、各々の結果の和を按分した。

(2) インターネット利用機器の状況

世代別インターネット利用機器の状況：スマートフォンでの利用が全ての年代において上昇しており、特に40代では初めてパソコンの利用を上回った。また、タブレット型端末での利用も全ての世代で上昇している。

	*平成23年末				平成27年末			
	PC	*携帯	スマホ	タブレット	PC	携帯	スマホ	タブレット
全体	—	—	—	—	56.8%	15.8%	54.3%	18.3%
13～19歳	85.2%	57.5%	18.2%	5.1%	57.4%	7.4%	78.3%	23.5%
20～29歳	82.7%	65.0%	44.9%	6.6%	73.3%	8.7%	91.3%	20.4%
30～39歳	80.4%	70.0%	28.9%	7.9%	68.9%	13.0%	84.6%	23.5%
40～49歳	78.7%	68.9%	18.3%	6.2%	71.5%	17.5%	73.6%	24.5%
50～59歳	66.4%	59.6%	9.3%	2.8%	64.9%	20.8%	54.8%	20.1%
60歳以上	31.1%	33.2%	1.5%	0.6%	38.3%	20.6%	15.9%	8.1%

*利用機器の状況は平成23年末から調査結果を公表。

*「携帯」はPHSを含み、スマートフォンを含まない。

(3) 情報通信機器の保有状況

スマートフォンを保有している世帯の割合は上昇を続け、パソコンを保有している世帯との差が縮小。また、スマートフォンを保有している個人の割合は、上昇を続け半数を上回った。

(世帯別保有状況)	平成21年末	平成22年末	平成23年末	平成27年末
固定電話	91.2%	85.8%	83.8%	75.6%
パソコン	87.2%	83.4%	77.4%	76.8%

*携帯電話・PHS	96.3%	93.2%	94.5%	95.8%
(スマートフォン)	—	(9.7%)	(29.3%)	(72.0%)
タブレット型端末	—	7.2%	8.5%	33.3%

*携帯電話・PHSは、スマートフォンを内数に含む。

(個人別保有状況)	平成 25 年末	平成 26 年末	平成 27 年末
携帯電話・PHS (スマートフォンを含む)	71.4%	73.7%	81.4%
携帯電話・PHS (スマートフォンを除く)	38.9%	34.6%	35.1%
スマートフォン	39.1%	44.7%	53.1%

(4) ソーシャルメディアの利用動向

ソーシャルネットワーキングサービスの利用者の割合は、特に 40 歳代、50 歳代で上昇している。

	平成 25 年末	平成 26 年末	平成 27 年末
6~12 歳	15.9%	19.7%	18.4%
13~19 歳	57.2%	63.7%	64.6%
20~29 歳	65.5%	71.4%	72.1%
30~39 歳	58.9%	62.6%	65.0%
40~49 歳	43.5%	51.2%	55.0%
50~59 歳	29.8%	36.5%	40.6%
60 歳以上	18.5%	18.4%	20.9%
全体	42.4%	47.4%	48.9%

以 上