

【議題1】 広報・広聴事業の取組状況

令和4年11月24日

令和4年度第1回横浜市広報企画審議会

目次

- 1 昨年度の振り返り
- 2 広報・広聴事業の取組状況
 - 1 【広報】より“伝わる”広報を目指して
(各種媒体の取り組み)
 - 2 【広聴】デジタル技術を活用した
新たな広聴手段について

1 昨年度の振り返り

令和3年度 横浜市広報企画審議会 審議内容

第1回 令和3年11月17日（水）開催

【議題】

議題1 広報・広聴事業の取組状況について

議題2 新型コロナウイルス感染症に関する広報

1 昨年度の振り返り

ご意見	対応状況
<p>LINEをはじめとした新たなツールも活用しながら、各ターゲット層が欲しいと思う情報をタイムリーに発信することが大切。</p>	<p>市民の関心度の高い新型コロナウイルス感染症などの特に重要なお知らせについては、LINEやTwitter、YouTubeなどを積極的に活用し、迅速に情報発信を行っています。</p>
<p>広報紙アプリの9言語の自動翻訳によって、「広報よこはま」をこれまでよりも多くの言語で読めるようになったことは評価できる。広報紙アプリが簡単に操作できるようにするため、アプリ会社とともに改善を進めてほしい。また、市版及び西区版だけでなく全区で広報紙アプリを導入してほしい。</p>	<p>市ウェブサイトにも広報紙アプリの利用方法を掲載するとともに、より使いやすいアプリとなるようアプリ会社への働きかけを行っていきます。また、区と連携し、全区展開できるよう検討していきます。</p>

1 昨年度の振り返り

ご意見	対応状況
<p>自治体の広報は、スマホなどを利用していない人にも、必要な情報を伝える、あるいは、「困ったときはここに問い合わせる」など、まず問い合わせ先があることを伝えることが重要。</p>	<p>各世帯にお届けしている「広報よこはま」では、毎月、新型コロナウイルス感染症に関する情報を掲載しており、コロナに関するコールセンターなどの問い合わせ窓口を案内しています。</p>
<p>コロナ関連の情報発信方法など、今回の経験を今後の広報に生かしてほしい。</p>	<p>ターゲット層に合わせて紙媒体とデジタル媒体など複数の媒体を組み合わせながら、市民の皆様のニーズに合わせた情報発信を行っていきます。</p>

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～広報よこはまのデザイン変更～

◆課題1 広報よこはまの主となる読者層は高齢者であり、若年層には読まれていない傾向にある

■令和2年度横浜市の広報に関するアンケート調査結果

【参考】広報よこはまを読む頻度(年齢別)

年代	毎月読む	ほとんど毎月読む	たまに読む	ほとんど読まない	読まない
18～29歳	3%	1%	12%	18%	65%
30～39歳	10%	11%	24%	14%	40%
40～49歳	18%	12%	33%	14%	21%
50～59歳	23%	16%	31%	11%	18%
60～69歳	31%	16%	31%	11%	11%
70歳以上	44%	21%	20%	8%	5%

広報よこはまを毎月読む人の割合は、高年齢層になるほど高くなり、70歳以上で44%。一方、**18～29歳では読まない割合が65%を占める。**

2-1 より“伝わる”“広報”を目指して

～広報よこはまのデザイン変更～

◆課題2 表紙に文字数、情報項目が多く、読みづらい印象を受ける新聞等に親しみの薄い若年層がより敬遠し手に取らない

広報よこはま
5
せや



横浜ローズウィーク開幕
5月3日(金)～6月12日(日)

横浜市新型コロナウイルス感染症コールセンター(相談・検査依頼センター)
☎550-5530 ☎846-0500

ワクチン接種に関するお問い合わせ ☎0120-045-070 ☎050-3588-7191
9時～19時 土曜、夜休日含む

「広報よこはま」に掲載しているイベントは、新型コロナウイルス感染症対策を行った上で開催しています。参加時は主催者の提示の下、感染症対策にご協力をお願いします。

市民の皆様へ

5～12ページは
せや
区域です

地域を英語にする
民生委員・児童委員

誰もがいつまでも
安心して暮らせる
瀬谷を目指して

横浜市長 山中竹春

市長事務室 2201横浜内市庁舎2階の横浜内市
横浜市民センター(9時～21時)
☎664-2525 ☎664-2828

市民課(2階) 2201横浜内市庁舎2階
☎664-2525 ☎664-2828

市民課(1階) 2201横浜内市庁舎1階
☎664-2525 ☎664-2828

市民課(2階) 2201横浜内市庁舎2階
☎664-2525 ☎664-2828

市民課(3階) 2201横浜内市庁舎3階
☎664-2525 ☎664-2828

市民課(4階) 2201横浜内市庁舎4階
☎664-2525 ☎664-2828

広報よこはま
6
こうなん

新型コロナワクチン
4回目接種が始まっています

横浜市では、3回目接種を受けた18歳以上の方に4回目の接種券をお送りしますが、
今回、4回目の接種予約ができるのは、以下の方に限られます。

- 60歳以上の方
- 18歳～59歳で基礎疾患を有する方
- その他重症化リスクが高いと医師が認める方

現在、接種対象ではない方も、今後接種券が必要になる場合がありますので大切に保管してください。
詳細は、2頁をご覧ください。

横浜市の新型コロナの
お問い合わせ窓口 **24時間受付**

横浜市新型コロナウイルス感染症コールセンター(相談・検査依頼センター)
☎550-5530 ☎846-0500

ワクチン接種に関するお問い合わせ
☎0120-045-070 ☎050-3588-7191
9時～19時 土曜、夜休日含む

現在掲載しているイベントは、新型コロナウイルス感染症対策を行った上で開催しています。参加時は主催者の提示の下、感染症対策にご協力をお願いします。

今年度は、ポスターやチラシ等に添付する「接種のご案内」などで確認してください。
接種所では、感染症対策を行っています。安心して接種にお出かけください。
【問合せ】選挙管理委員会 ☎671-3338 ☎681-6479

市民の皆様へ

5～12ページは 港南区版です

愛あふれる
ふるさと港南に

横浜市長 山中竹春

市長事務室 2201横浜内市庁舎2階の横浜内市
横浜市民センター(9時～21時)
☎664-2525 ☎664-2828

市民課(2階) 2201横浜内市庁舎2階
☎664-2525 ☎664-2828

市民課(1階) 2201横浜内市庁舎1階
☎664-2525 ☎664-2828

市民課(2階) 2201横浜内市庁舎2階
☎664-2525 ☎664-2828

市民課(3階) 2201横浜内市庁舎3階
☎664-2525 ☎664-2828

市民課(4階) 2201横浜内市庁舎4階
☎664-2525 ☎664-2828

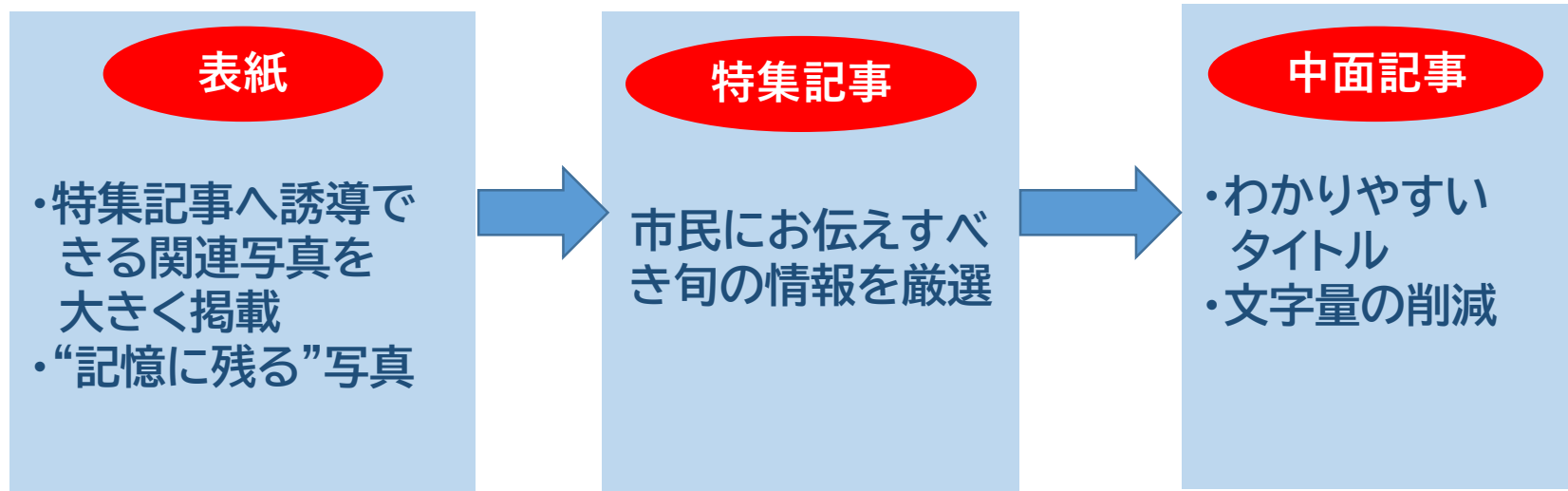
2-1 より“伝わる”広報を目指して

～広報よこはまのデザイン変更～

◆デザイン変更のねらい

手に取り、読み続けたいくなるストーリー性のある紙面へ

高齢者層に加え、これまであまり読まない20代～30代をターゲットに、デザイン性の向上に力を入れ、文字数を削減



市政を知ってもらう、横浜への愛着を持ってもらう
きっかけづくり

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～広報よこはまのデザイン変更～

広報よこはま 7月号 2022年7月号 7月号 7月号



◆変更例：7月号 【特集記事】

横浜で鎌倉時代を旅しよう！

NHK大河ドラマ「鎌倉殿の13人」

ゆかりの史跡巡り・関連イベント紹介

【表紙のねらい】

- ・表紙に代表的な史跡を組み写真で掲載
- ・16面に大河ドラマに関連した記事を掲載したため、多くのファン層を惹きこむことを企図

横浜市内5区から、4区目の新設コロナワクチン接種を開始し、7月からは新型コロナウイルスの感染拡大防止を目的に、市内5区を巡回する巡回接種会場を開設しています。また、引き続き3区目の接種も進められていますので、この機会に接種をご検討ください。[Find Your YOKOHAMAキャンペーン]では、3区目のワクチン接種をのりこぎし歴史の散歩をテーマにした「3区歴史ツアー」を開催しています。参加費無料でしっかりと楽しめながら、観光要素の拡大と消費喚起を図り、観光経済の回復につなげてまいります。

横浜、各地で活動する皆様と連携し意見を交換する場「市民と語りあふ」を「まなび」をテーマに全14区で開催を開始しています。子どもたちが発見できる課題を提案、意見を取り合う。そうしたいのが私たちの希望です。子どもたちの生きる力を伸ばし、育まれていきます。企業も積極的に現場に開き、皆様の声をお聞きしながら、子どもの成長や学びの場を支える社会を創ってまいります。

6月に、市会での議決を経て、中長期の財政方針である「横浜市の持続的な発展に向けた財政戦略」を策定しました。また、これを土台とした「新たな中期計画」の策定に向けた議論の促進を図るとともに、基本的な方向性を定め、2040年度の議決のありたい姿を併せてのりこぎの目標として掲げ、その達成のための取り組みの進捗の把握を図ることを決めています。市会が議決がなされたら、ご意見を募集し、最終的な見直しを進め、新たな中期計画」を策定してまいります。

5-12ページは港南区版です

しっかり学ぼう！
自転車の
交通ルール・マナー

横浜市の
新型コロナウイルス感染症対応
要する上乗せ・おまかせ
コールセンター
0120-045-070
050-3588-7191
受付：9時～17時

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～広報よこはまのデザイン変更～



◆変更例：8月号

【特集記事】

もっとスポーツを楽しもう！
第3期スポーツ推進計画の紹介

【表紙のねらい】

- 様々なスポーツを行っている躍動感ある写真を組写真で掲載
- デザインカラーも黄・青・緑を使い、夏らしく爽やかで元気なイメージで企画。
- 市長コラム下の情報欄も整理し、より写真の掲載スペースを確保。

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～広報よこはまのデザイン変更～



◆変更例：10月号

【特集記事】

実りの秋到来！横浜のみどりを体感しよう

横浜市みどりアップ計画の紹介

【表紙のねらい】

- ・ 緑の森と、子どもの元気な笑顔を掲載。横浜の豊かな緑が増えている様子を伝える。
- ・ 空の写真を変化をつけたデザインにし、今までの紙面イメージとの差別化も図る。

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～広報よこはまのデザイン変更～



◆変更例：11月号

【特集記事】

秋の横浜にでかけよう！

市内の紅葉スポットとリニューアルした施設を紹介

【表紙のねらい】

- ・ 秋の横浜観光を推進できるように、秋空のもと、新しい横浜の観光名所・マリンタワーを若い男女が訪れる写真を掲載。
- ・ 若い世代への訴求と、楽しい秋のお出かけの想起を企図。

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～広報よこはまのデザイン変更～

＜今後の方向性＞ ・ 2023年1月号に向け、更なるリニューアルを検討中

◆表紙の区版情報スペースを廃止

情報量と色合いをよりシンプルにし、写真の訴求力を高める

◆表紙に市版と区版の特集の目次を掲載

◆読みやすくわかりやすい紙面の作成

- ・ 記事の**見出しを明確化**し、記事の文字量を削減。
- ・ 街の歴史や文化に関するコラムなど、読み物として**興味関心を持てる記事を継続的に掲載**。

⇒各世代が**紙面全体で満足感を持てる広報紙へ**



リニューアル内容については、読者アンケート等を実施し効果を測定予定

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～広報よこはまのデザイン変更～

◆デジタル媒体との連携

令和4年6月号より、電子ブックサービス（カタログポケット）の広報よこはまをLINEで周知



- 毎月1日の発行日に、LINEにより電子ブックサービス（カタログポケット）の広報よこはまの発行を配信
- LINE周知により **閲覧数が大幅アップ。**
令和4年5月号 747
→9月号 24,037

※カタログポケット

- 英語・中国語（簡体字・繁体字）、韓国語、タイ語、ポルトガル語、スペイン語、インドネシア語、ベトナム語の9言語に自動翻訳が可能。
- 音声読み上げ機能
- テキストのポップアップ（文字拡大）機能
- ユニバーサルフォント使用

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～市公式LINEの活用～

◆区役所からの情報配信を開始（令和4年4月～）

区民まつりなど、身近な情報を区役所からLINE登録者にメッセージ配信！

受信設定機能※1により、利用者ニーズに合わせた配信が可能
希望する“配信カテゴリ”を事前に選択することで、不要な情報は届かない

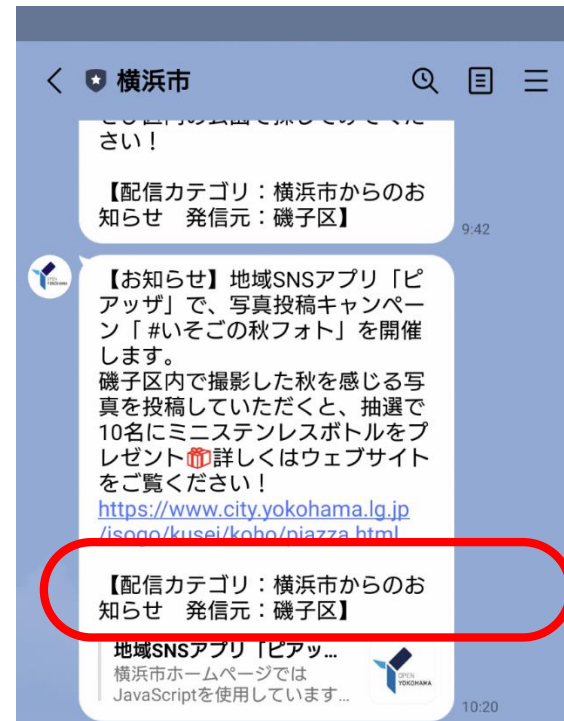
※1 受信設定とは、利用者が配信を希望するカテゴリの情報だけを受信することができる仕組み。

<現在の配信カテゴリ>

- 1 新型コロナ
感染症関連情報
- 2 防犯
犯罪発生情報・不審者情報など
- 3 観光・イベント
市・区の観光・イベント情報
- 4 お知らせ
市・区の事業の紹介、啓発等の
各種お知らせ

【登録者数（令和4年10月1日時点）】

観光・イベント（全域）	37,566人
お知らせ（全域）	41,021人
※友だち登録者	631,342人



↑ 区役所からの情報配信であるかの判別は、
メッセージ下部から確認できます！

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～市公式LINEの活用～

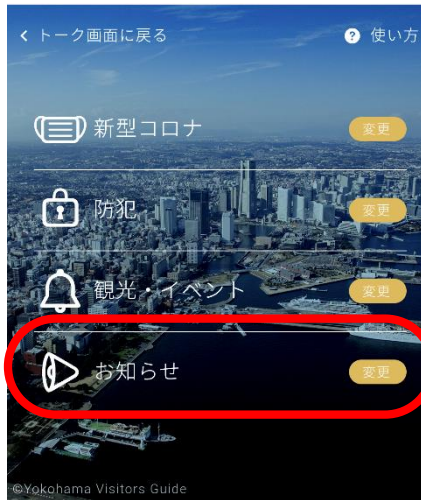
＜参考＞受信設定の方法（例：「お知らせ」カテゴリーの場合）

配信を希望する「カテゴリ」と「区」を選択後、「登録」をクリック

①メニュー画面の右上から

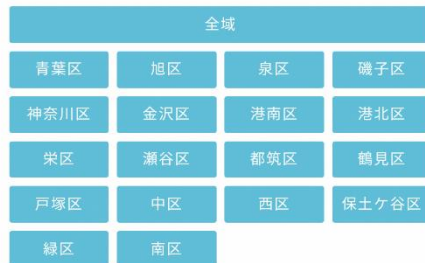
②希望する「カテゴリ」を選択

③希望する「区」を選択し、登録をタップ



横浜市からのお知らせ
配信対象地域を選択

全域選択も



横浜市からのお知らせ
配信対象地域を選択

**複数区
の
選択も可能**



2-1 より“伝わる”広報を目指して

～市公式LINEの活用～

◆画像や写真を用いたわかりやすい情報配信

横浜市
あなたが考えるヨコハマの未来は？
横浜市の未来の姿と重点政策を定める //
横浜市中期計画 への
2022～2025(素案)
皆様からのご意見を
募集しています **あと7日**
令和4年10月14日まで
パブリックコメント募集中
詳しくはこちら ▶

秋の
里山ガーデン
フェスタ
心も染まる秋が来た。
Garden Necklace
YOKOHAMA 2022
9.17 Sat → 10.16 Sun
9:30 - 16:00 入場無料
コロナ感染防止対策のうえ お出かけください
詳しくはコチラ >

横浜市 新型コロナワクチン接種
オミクロン株対応ワクチン接種
団体接種
市内の企業・大学等の従業員・学生等
10月11日(火)から申込受付を開始します
【接種開始日】 令和4年10月14日(金)
【接種場所】 市内の集団接種会場
【使用ワクチン】 オミクロン株対応ワクチン(ファイザー社)
詳細はこちら >

横浜市
住民税非課税世帯等
臨時特別給付金
の申請を受付ています
申請
期限 令和4年10月31日 必着
詳しくはこちらへ

LINE
横浜市人口ニュース No.1154(令和4年10月1日現在)
人口総数 **3,771,961** 人
対前月比 **-926** 人(減少)
社会増減 **85** 人(増加)
自然増減 **-1,011** 人(減少)
対前年同月比 **-3,391** 人(減少)
世帯総数 **1,781,879** 世帯
令和4年10月1日
就業構造
基本調査
安心して働ける明日へ
横浜市政策局総務部統計情報課 TEL(045)671-4207

2022年度 インターンシッププログラム
一般求職者コース 18歳以上
参加者募集!
11月16日(水)、17日(木)、18日(金)
11月21日(月)、22日(火)
実習生待遇 **30** 名
参加無料
「自分に合った仕事」
を探すチャンス!

横浜市場 海外マルシェ
眺望抜群! 横浜市場の隣接地で
「海鮮BBQ&鍋」を開催!!
市場直送の
新鮮な魚介が楽しめます!
2022
11.3 THU - 13 SUN
さらに!! このLINEからBBQコース(レギュラー、プレミアム、プラチナ)を予約された
方は、お一人様につき1つ下記のみずけかをプレゼント! ※数量に限りあり
LINE特典
詳細・予約はこちら >

画像をクリックすると、該当のウェブページに遷移します!

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～Twitterを活用した情報発信～

◆利用者（フォロワー）の共感を得るための情報発信

・行政の一方的な情報発信ではなく、**あいさつツイート（おはようございます、お疲れ様でした、など）**を織り交ぜて発信することにより、良い反応を得て、フォロワーの増加につなげる。

おはようございます！



横浜市広報課 @yokohama_... · 9月12日
皆さま、おはようございます🌞
すっきりとした青空のように、気持ちも爽やかに過ごしたいですね😊🌟

#横浜 #氷川丸 #今週も笑顔で



1 46 257

17万人突破

ありがとうございます！



横浜市広報課 @yokohama_... · 10月11日
おかげさまでフォロワーさんが17万人を突破しました🎉🌟
いつもありがとうございます!!
これからも、みなさまのお役に立てるよう、情報をお届けしてまいります🙏
今後ともよろしく願います🎵

#これまでもこれからも #感謝の気持ちを大切に #横浜



4 36 305

お疲れ様でした！

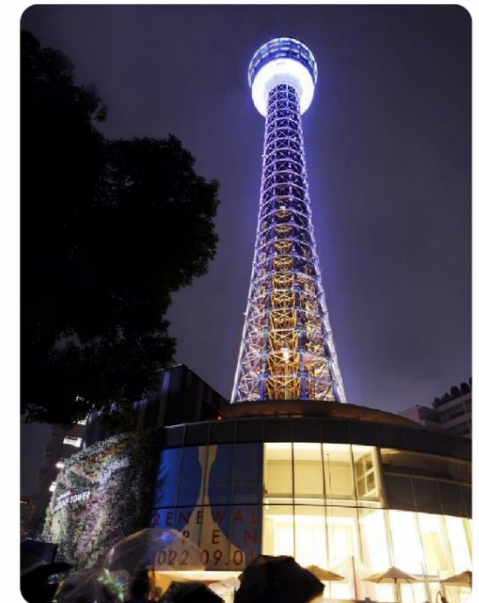


横浜市広報課 @yokohama_... · 9月2日
みなさま、お疲れさまです。

昨日リニューアルオープンした #横浜マリ
ンタワー 🌟

光が灯るロマンティックな姿は、横浜港の夜をやさしく見守ってくれているようですね🌃🌟

#横浜 #お仕事お疲れ様です #素敵な週末を



3 158 749

2-1 より“伝わる”広報を目指して

～Facebookを活用した情報発信～

- ◆イベント・観光情報ではなく、横浜ならではの魅力を伝え、**横浜への愛着を深めて**もらうことを目的に、オリジナルの記事を配信

Find Your Yokohama

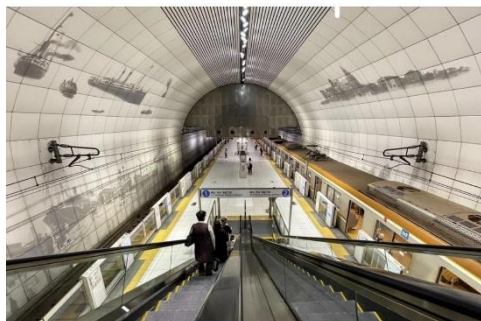
毎週金曜日に投稿

フォロワー数：22,148（10月31日現在）

Find Your Yokohama ...

5月27日 · 🌐

【横浜の駅 勝手に百選 vol.10：元町・中華街 駅（中区山下町）】
横浜高速鉄道みなとみらい線の始発駅である元町・中華街駅の周辺には、元町ショッピングストリート、横浜中華街、横浜マリンタワー、山下公園など有名な観光スポットが多くあり、常に観光客で賑わっています。
... もっと見る



Find Your Yokohama ...

2月4日 · 🌐

【横浜の橋をめぐる旅 vol.6】
橋は昔から人やモノ、文化を結ぶものとして、私たちの生活に密接に関わっています。また、周囲を川や運河に囲まれた横浜では、必然と「橋」が重要な役割を果たしてきました。今回は、そんな横浜の橋をめぐる旅の第6弾です。
長年、繁華街の賑わいを見届けてきた橋や... もっと見る



Find Your Yokohama ...

2021年11月26日 · 🌐

【横浜が発祥！不二家とペコちゃんの魅力】
「ミルクィーはママの味」でお馴染みの「不二家」は、気軽にお菓子から家族だんらんのレストラン、自分へのご褒美として買うケーキなどさまざまな場面で長い間親しまれています。皆さんも子どもの頃に家族と一緒に食べた思い出があるのではないのでしょうか。
... もっと見る



2-1 より“伝わる”広報を目指して

～Instagramを活用した情報発信～

◆海外に向けた、横浜の認知向上・ファン獲得のための情報発信

@findyouryokohama_japan

国内自治体におけるフォロワー数が第2位。
令和4年11月にフォロワー10万人を突破。
世界44の国や地域にいるフォロワーから支持。



2-1 より“伝わる”広報を目指して

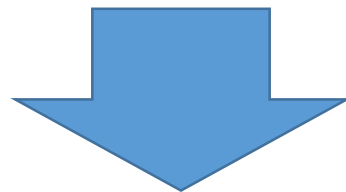
各媒体の取り組み状況について、委員の皆様のご意見をいただければと思います。

2-2 デジタル技術を活用した広聴手段

■ これまでの横浜市の広聴制度

- 市民からの提案(インターネット、手紙、Eメール等)
- パブリックコメント
- 「市長と語ろう！」など

より多くの市民の皆様のご意見を把握する上でも、**デジタル技術**を活用した広聴制度を検討する必要性



デジタルプラットフォームに着目

2-2 デジタル技術を活用した広聴手段

■ デジタルプラットフォームとは

オンライン(インターネット)上で参加者が直接意見を投稿、交換、蓄積することが可能な**市民参加型アイデア募集システム**

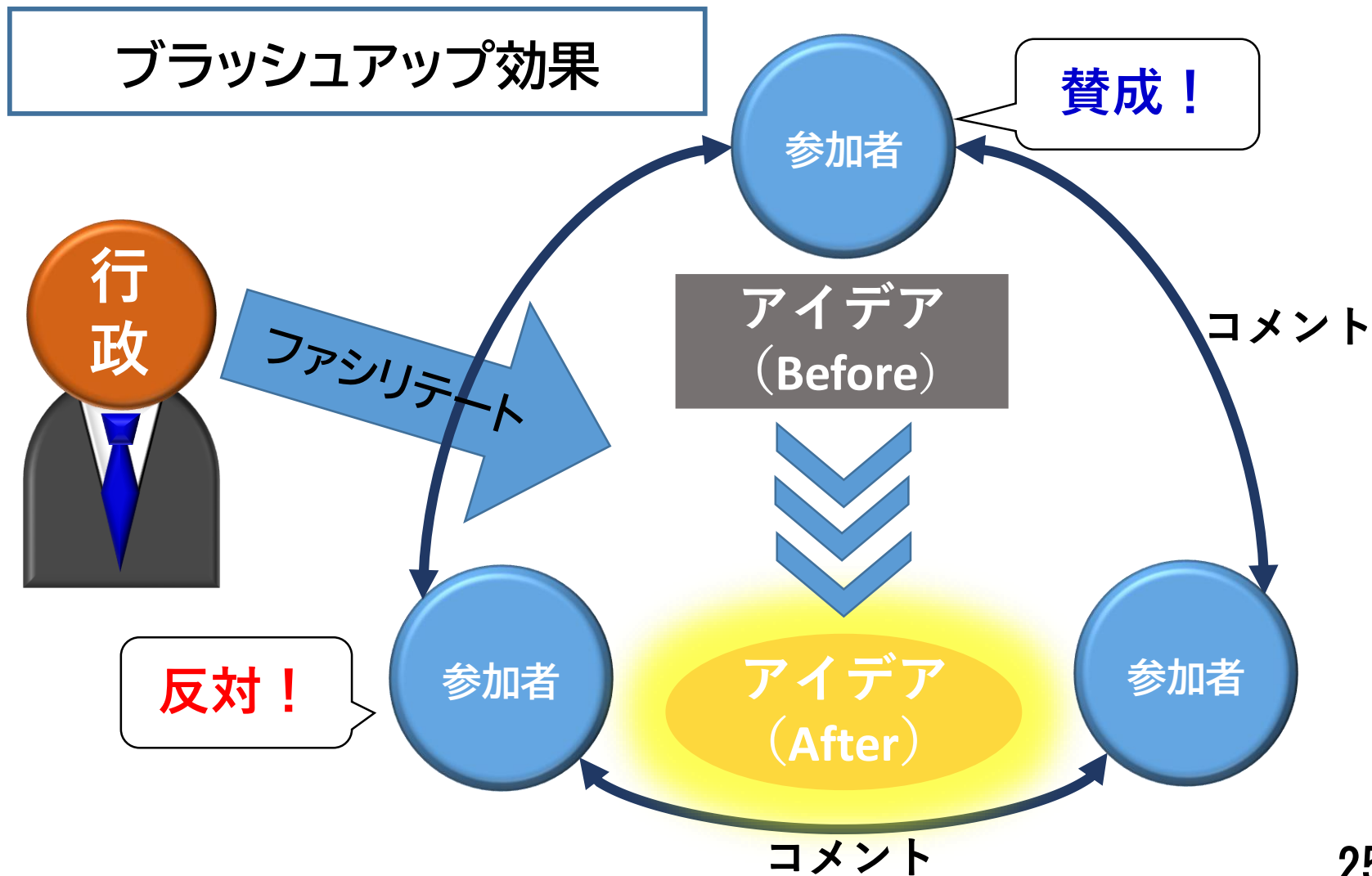
● 導入事例

- ・ 国外:台湾、バルセロナ市
- ・ 国内:デジタル庁、千葉市、福井県、加古川市 等

本年、株式会社自動処理が提供するデジタルプラットフォーム「アイデアボックス」を利用し、市民の皆様を対象とした実証実験(計2回)を実施。

2-2 デジタル技術を活用した広聴手段

■ デジタルプラットフォームの特徴

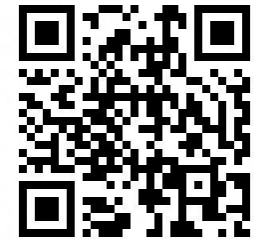


2-2 デジタル技術を活用した広聴手段

■「アイデアボックス」について

<https://yokohamacity.ideabox.cloud/>

実証実験期間:2022年3月から8月まで



横浜市アイデアボックス
IDEEABOX
意見募集プラットフォーム — アイデアボックス

アイデアを投稿する

はじめての方へ

このサイトについて

ログアウト

すべて

キーワードから探す

詳細検索する

横浜市では、新たな意見聴取手段としての活用可能性を検討するため、オンライン上で意見交換を行うデジタルプラットフォームである「横浜市アイデアボックス」を立ち上げ、市民の皆様を対象にした実証実験を実施しました。

第1回（ヨコハマアンケートメンバー対象）は「横浜市の広聴制度」をテーマに、6月6日～27日まで実施

第2回（全市民対象）は「脱炭素」をテーマに、7月22日～8月16日まで実施

皆様のご参加ありがとうございました！

アイデア募集中のカテゴリ

現在、意見を募集しているカテゴリがありません。

アーカイブ済のカテゴリ

「家庭や日常の暮らし」の中でできる具体的な脱炭素の行動や取組 28

経済活動と脱炭素社会の両立を目指しながら、「事業者」ができる具体的な脱炭素の行動や取組 39

事業者の車のEV化
車のCO2は大きな問題です。EVユーザーとして普及の速度が速いことに疑問を感じると共に、普及しづらい理由もわかります。でもこれだけEVシフトが叫ばれている中、普及に積極的だった種

ペットボトルの店頭回収の拡充について
この頃の企業CMはSDGsのものがかなり多いですが、いざ個人となると対岸の火事状態の人がまだまだ多いと思います。

脱炭素にむけて小中学生の意見を集める
今SDGsの学習が盛んに行われています。子どもの視点で脱炭素に向けて意見を求めることは、今後の社会に生かすための貴重な機会を育みます。

市政に関心のない人
スマホを使いこなしている人とそうでない人など個々人のデジタル環境についてより広範に意見の収集できる環境を提供することは賛成です。

リサイクルしやすい仕組みづくり
資源化できるものは、きちんと分別回収して、リサイクルできるというのではないのでしょうか？プラスチックでも甲一素材のものならリサイクルしやすいものがある

デジタルプラットフォームの活用方法について、皆様の考えをお聞かせください
このデジタルプラットフォームは国内においてはまだまだ始まったばかりの取組であり、デジタルプラットフォームの活用方法について

2-2 デジタル技術を活用した広聴手段

■「アイデアボックス」について

The image displays a grid of idea submissions on a digital platform. Each submission includes a user profile, a timestamp, and the text of the idea. A green circle highlights a specific idea titled "ペットボトルの店頭回収の拡充について" (Expansion of PET bottle collection at retail stores). Another green circle highlights a comment on the idea "リサイクルしやすい仕組みづくり" (Creating a system for easy recycling).

投稿されたアイデア

アイデアに対する意見（コメント）

2-2 デジタル技術を活用した広聴手段

■「アイデアボックス」について

全国でも珍しい取り組みということなので、挑戦しないでウジウジするよりも、まず挑戦してみて失敗してもその経験を糧に前に進んでいけたらいいと思います。個人的には、ほかの人が何を考えているのか知る機会ってあまりないので、このような秘密性が高いもので市民同士が意見を交わしてアイデアを磨いていくという取り組みは面白いと思います。でも、この取り組みが成功するかは、ある意味で市民の意識も関わっていると思うんですよね。個人的にはぜひ成功してほしいですし、日本における先進事例としてヨコハマの名前が残ったらうれしいです。

投稿されたアイデア

投票する

👍 賛成	11票
👉 中立	0票
👎 反対	0票

投票

コメントを書く

このアイデアは現在コメントを受け付けていません

本文

コメント (2)

アイデアに対する意見 (コメント)

さん 7/22 19:05

ものすごく同感です!!

★★★★★

さん 8/3 0:51

この取り組みが成功するもしないも横浜市民次第ということですね。折角、出来たツールなので私たちが一人ひとりが有効に活用していくことが大切だと思います。

まずは、一人ひとりが投稿していくことではないか。このような取り組みがあっても誰も反応しなくなれば、いずれ投稿するものもいなくな

アイデア募集中のカテ

現在、意見を募集している

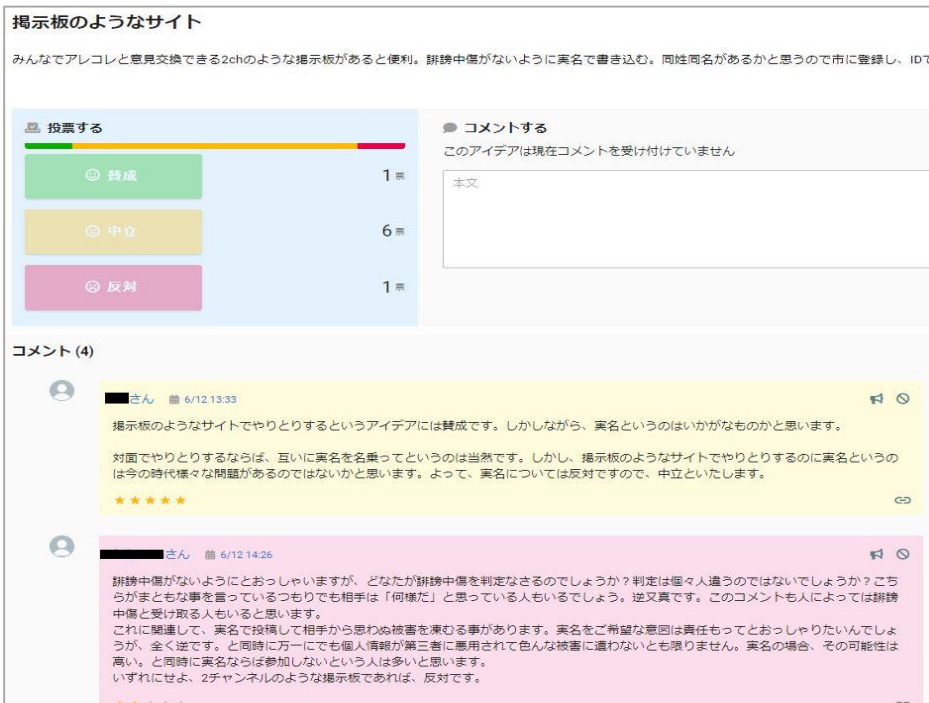
アーカイブ済のカテ

「家庭や日常の暮らし」の
経済活動と脱炭素社会の
炭素の行動や取組

デジタルプラットフォーム

2-2 デジタル技術を活用した広聴手段

■「アイデアボックス」について



ユーザー登録後は
アイデア募集に対して、

- ①アイデアを**投稿**
- ②アイデアに**コメント**
- ③アイデアに**投票**
(賛成・反対・中立)

することが可能です。

参加者同士で**アイデアをブラッシュアップする**
好循環が期待できます。

2-2 デジタル技術を活用した広聴手段

■実証実験の結果概要

回数	ユーザー	アイデア	コメント	実施期間	テーマ
職員対象	40人	37件	66件	令和4年3月8日 ～ 3月29日	①市トップページへの見せ方 11件 ②画像付きリンクパーツの活用 1件 ③その他トップページ改善案 10件 ④アイデアボックスについてのご意見 15件
市民対象第1回 (ヨコハマeアンケートメンバー約 4,200人対象)	184人	111件	221件	令和4年6月6日 ～6月27日	①横浜市への問合せ手段について 21件 ②デジタル技術を活用した意見聴取手段 20件 ③eアンケートメンバーを継続して いただけるためのアイデア 33件 ④アイデアボックスについてのご意見 37件
市民対象第2回 (全市民対象)	75人	77件	211件	令和4年7月22日 ～8月16日	①「家庭や日常の暮らし」の中でできる具体的な 脱炭素の行動や取組 28件 ②経済活動と脱炭素社会の両立を目指しながら、 「事業者」ができる具体的な脱炭素の行動や取組 39件 ③アイデアボックスについてのご意見 10件

2-2 デジタル技術を活用した広聴手段

■実証実験の総括

- ① 意見の可視化による市民相互、行政との意見交換
- ② 意見表明のしやすさ
- ③ 多様な使い方
- ④ SNS等との親和性の高さ

プラットフォームの特徴として上記が確認できたとともに、テーマの設定や参加者を確保するための周知方法などの課題も判明しました。

2-2 デジタル技術を活用した広聴手段

実証実験の結果などを踏まえ、デジタル技術を活用した新しい広聴手段について、委員の皆様のご意見をいただければと思います。

【議題2】 シティプロモーション基本方針（仮称） 骨子

= 政策局広報戦略・プロモーション課 =

基本方針の位置づけ

1 市のプロモーションの大きな方向性と、実施の考え方を示すもの

2 庁内の職員向けに示す方針として整理し、明文化するもの

3 プロモーションを行う際に職員が実務で参照できるもの

4 デジタル化の進展、情報の取得手段の多様化など、
現状の変化に即した内容であるもの

全体像

- 1.基本方針の全体構成
- 2.目指すべき横浜の都市ブランド
- 3.プロモーションの必要性
- 4.横浜市のシティプロモーション基本方針
- 5.プロモーションの組み立て方
- 6.組織的なプロモーション力の向上
- 7.基本方針の効果測定
- 8.プロモーションに係る言葉の定義

基本方針 骨子

1. 基本方針の全体構成

基本方針（本編）

※想定期間：5～10年

本市におけるシティプロモーションの方向性、
実施の考え方を示すもの

関連データ集

基本方針策定の
背景のデータ等を記載

実践マニュアル

プロモーションを行う際の
実務上の手引き

※実情にあわせて適宜改訂

目指すべき都市像 = Vision

【2009年】市民とともに描いた「未来の都市像」(Vision) = OPEN YOKOHAMA

- ▶時には葛藤しながらも、様々なものをやさしく包み込み、人が、人と、人らしく、すごせる街。自然に、自分らしくいられる街。
- ▶長い歩みの中で、異なるものを受け入れ、新たなものを生み出しつづけたヨコハマ。
- ▶開港を経て育んできた真の多様性と、住みやすい環境を自分たちで創りだす市民のチカラ。
- ▶ここにしかない自由で開放的な風が吹き抜ける

OPEN YOKOHAMAの理念を継承しながら、
10年余の社会状況・環境変化を踏まえ、目指す地点を再確認

【2022年】2040年の「共に目指す都市像」(Vision)

= 明日をひらく都市 OPEN×PIONEER 2040 YOKOHAMA (開く×拓く)

- ▶さまざまな困難を抱えていても、その人が望む道を選択し、みんなで応援する都市
- ▶多種多様な人の才能、その人らしい可能性をひらく都市
- ▶たくさんの人が集い、明日を感じ、語りあえる都市
- ▶多くの様々な企業が集まり、つながり、新しい価値を生み出しつづける都市
- ▶自然や文化をはじめとした、豊かな街の魅力をひらく都市
- ▶横浜が持続可能であることはもちろん、地球における持続可能性をひらく都市

自由で開放的な風を
イメージしVisionを
ビジュアル化した
ブランドロゴ



基本方針 骨子

都市のブランドを発信するロゴやスローガン

Vision(都市像)

2009年、市民とともに描いた
未来の都市像(Vision)
OPEN YOKOHAMA



「OPEN YOKOHAMA」で描いた横浜の
未来像に向けたマイルストーンとして、
2040年までに目指す都市像

明日をひらく都市

OPEN × PIONEER 2040 YOKOHAMA

「明日をひらく都市」に向け、
当面4年間で実施する【政策】

横浜市中期計画

Visionに掲げた都市のブランド価値を伝えるためのツール

Vision(都市像)を
ビジュアル化したロゴ
(Brand Logo)



暮らす人、活動する人、
訪れる人のすべてに、
都市として提供する価値
(Brand Promise)

新しい発見
ワクワクする高揚感
感性が磨かれる感覚

VisionとPromiseを
「伝わる」よう言語化
(Brand Slogan)

あうたびに、あたらしい
Find Your YOKOHAMA

3. プロモーションの必要性

(1) 都市ブランド力の向上とシビックプライドの醸成

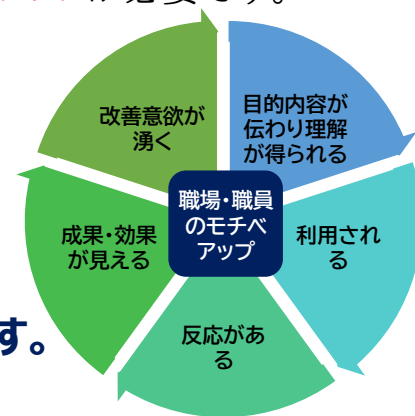
持続可能な都市経営に向け、横浜が多くの方から支持され、愛される都市となるために、都市ブランドの向上とシビックプライド(地域への愛着・誇り)を生み出すシティプロモーションが欠かせません。

(2) 市民の理解の獲得と信頼関係構築

あらゆる事業・サービスを遂行するだけに留まらず、利用されるまでが一体であることを意識し、安心して信頼して利用してもらうため「知ってもらう」「理解、納得してもらう」ためのプロモーションが必要です。

(3) 職場・職員のモチベーションアップ

プロモーション通じ、事業・サービスの対象者からの反応や、事業効果が見えやすくなり、事業の改善やクレーム・問い合わせの減少にもつながることで、担当者や組織全体のモチベーションアップに繋がる好循環が生まれます。



プロモーションは、横浜市職員すべてが意識し、実行しなければならないものです。

4. 横浜市のシティプロモーション基本方針

I 事業とプロモーションは一体不可分で取り組みます

すべての事業・サービスは、相手に理解され、利用され、行動を起こしてもらわないと意味がないことを認識し、職員一人ひとりが、「伝える」担い手であることを認識して業務に取り組みます。

II 都市をプロモーションするというマインドで情報発信します

私たちの事業・サービスの一つ一つが、横浜のイメージやブランドを作り上げています。自分の業務に対して誇りと熱意を持ち、「横浜をプロモーションしている」というマインドで情報を発信します。

III 「伝える」ではなく「伝わる」ことを徹底します

情報を単に「伝える」だけではなく、相手に必要な情報は何か、受け取り手の立場に立ち、「伝わる」プロモーションを徹底します。また、目的・目標を定め、市民をはじめとするターゲットの声や反応、効果測定を行い、「伝わった」こと自体をしっかり把握し、改善につなげます。

IV プロモーションのデジタルシフトを進めます

双方向のコミュニケーションができ、閲覧数等のデータ収集も可能になるデジタルメディア(ウェブ、SNS、動画等)によるプロモーションを積極的に活用します。

4. 横浜市のシティプロモーション基本方針

V 公民連携によってシティプロモーション力を最大化します

行政だけでできることは限りがあることを認識し、「横浜の魅力を高め発信したい」という熱意を持つ企業・団体・個人のプロモーション活動(各種イベント、情報発信等)を最大限に生かし、連携・サポートします。

VI プロモーション力を高める体制づくりを進めます

基本方針の考え方を浸透、着実に実行するため、知識やノウハウを得るための充実した研修や、相談・支援体制を構築し、インターナルブランディングを行います。

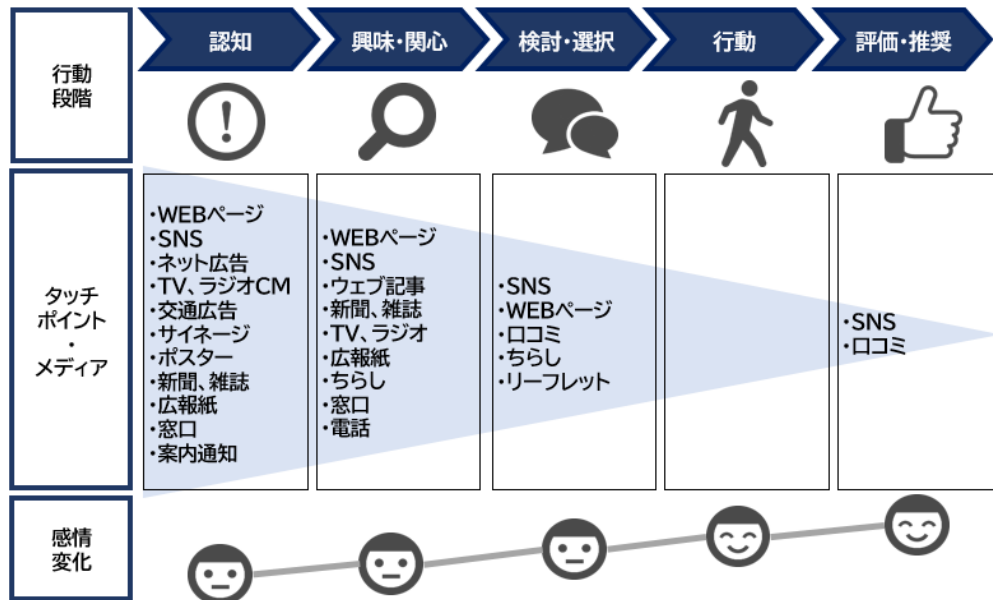
**すべての職員がプロモーションの重要性と効果を理解し、実践することで、
事業の成果が実感できる好循環を生み出します**

基本方針 骨子

5. プロモーションの組み立て方

(1) 思考・行動プロセスとタッチポイント

ターゲットの思考・行動プロセスを踏まえ、段階に応じた適切なタッチポイント・メディアを選択し、プロモーションを企画します。

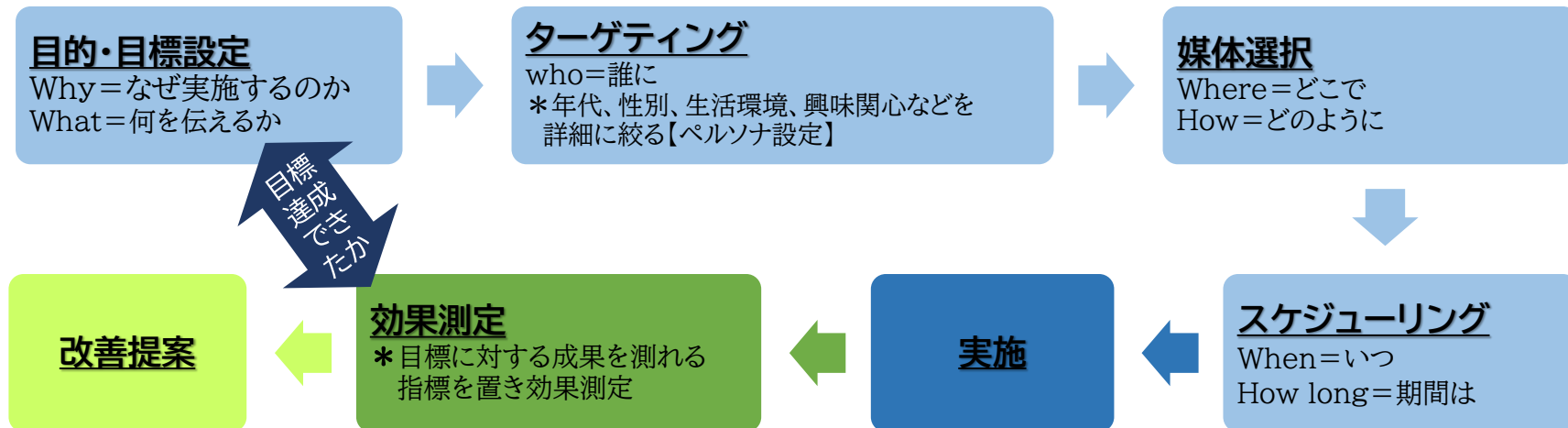


基本方針 骨子

5. プロモーションの組み立て方

(2)PDCAと5W2H

計画段階から、5W2Hを意識し、特に目的、ターゲティングを明確にしてプロモーションを考えていく必要があります。さらに、実施後の効果測定も意識し、その成果などを評価しながら進めます。



5. プロモーションの組み立て方

(3) トーン&マナーの統一

文章やデザインなどの表現における一貫性・統一性を保つトーン&マナーを守ることで、見た人に情報やコンセプトが伝わりやすくなります。

(4) プロモーション予算の確保とクオリティの担保

効果的なプロモーションを行うことを念頭に、必要なシティプロモーション予算を確保し、デザイナーに委託するなど、一定のクオリティーを保てるようにすることが大切です。

(5) リスクマネジメント

情報発信をするうえ、法律・規制、人権、モラル・倫理、世の中の流れを把握し、シティプロモーションをすること自体がリスクにならないための手立てが必要となります。

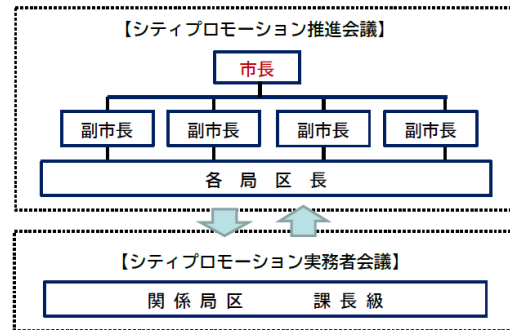
(6) 多様性配慮、SDGs貢献

日本語が読めない、障害がある人など多様な相手に配慮してプロモーションを行う必要があります。また、印刷物の環境配慮など、プロモーションにおいてもSDGsの達成に貢献します。

6. 組織的なプロモーション力の向上

(1) 横断的な庁内推進体制の構築

- **シティプロモーション推進会議** <市長、副市長、全局区長>
 - ① 全庁的なプロモーションの方向性の共有
 - ② 特に力を入れて発信する「重点シティプロモーション項目」の選定
- **シティプロモーション実務者会議** <関係局区の課長級>
 - ① ノウハウ・情報の共有や部署を超えた連携
 - ② 組織全体のプロモーション力の向上



(2) 研修体制

- **導入編**

全体像を理解し、各職位の中で業務に役立てる
<職位別研修>
- **基礎編**

基本的な知識を伝え、実際に業務の中で役立てる
<基礎講座、デザイン研修、報道対応研修 など>
- **実践・発展編**

実践的でより高度な知識、技術を習得する
<ブランド研修、メディアトレーニング など>

(3) コンサルティング・サポート体制

各事業所管のシティプロモーションが効果的に行えるよう日々サポートします。

- ・重点シティプロモーション項目を決定しサポート
- ・記者発表やチラシや動画などの制作物、インターネットを活用したプロモーションなどに関するアドバイス、支援
- ・効果的なプロモーション方法の提案
- ・マーケティングツールを活用した広報の結果を分析、共有

7. 基本方針のPDCA

(1) KGIとKPIの設定

■KGI

- ・シティプロモーションによって自身の業務の成果があがっている(改善されている)

■KPI

- ・市内の基本方針認知度、理解度
- ・基本方針、マニュアルの評価(共感度)
- ・マニュアルの活用度
- ・職員自身の市の情報への接触度、印象

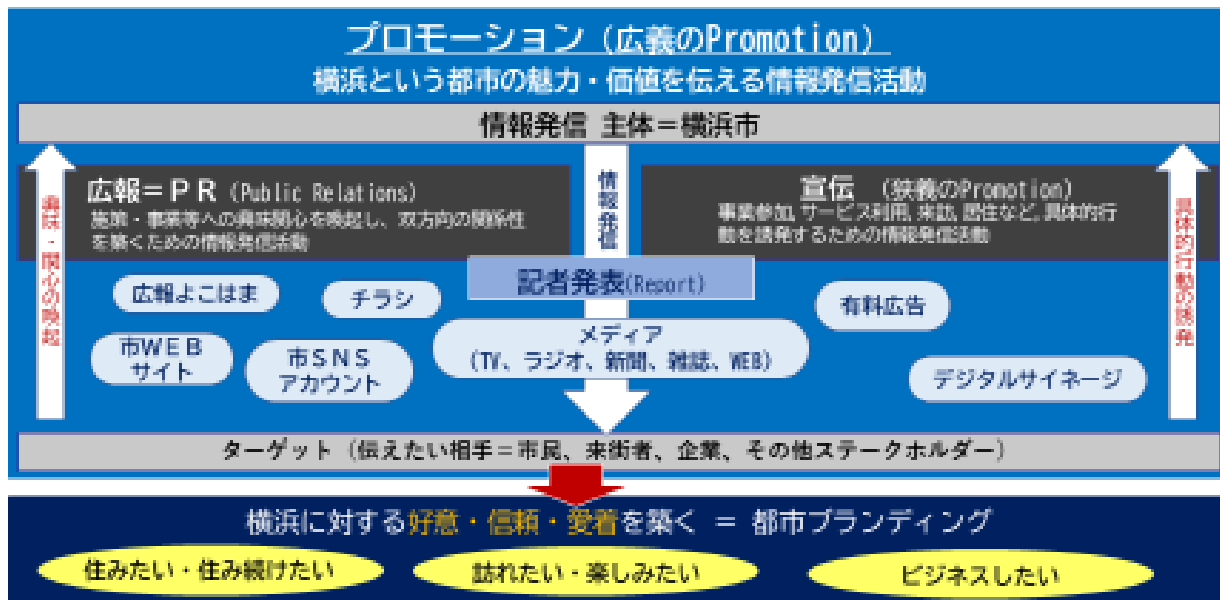
■手法

- 職員アンケート

基本方針 骨子

8. 言葉の定義

現在市内において、広報、プロモーション、PRなどの言葉が様々な意味で使用されているため、本市における広報プロモーションに関する言葉の定義を整理します。



今後のスケジュール

9月	骨子策定
1~2月頃	基本方針策定
3月	策定通知、周知