

枚方市広報アドバイザーが従事した職務の遂行に係る情報

議 題	定住促進施策の推進を担当する部署の業務内容について アドバイザーへの相談希望があった市制施行 70 周年記念事業について アドバイザーへの相談希望があった観光・賑わいづくりについて 外部とのタイアップをコーディネートする部署について など
日 時	平成 29 年 2 月 24 日（金） 14 時～17 時
場 所	第 2 委員会室
出席者	伊賀広報アドバイザー 市長公室広報課長及び同課職員 3 人 産業文化部産業振興室賑わい交流課長 総務部次長
主な意見	<p>&lt;定住促進施策の推進を担当する部署の業務内容について&gt;</p> <p><b>* 広報課との協力について</b> マーケティング的な発想に基づいたニーズ調査や話題づくりの企画が必要だと思う。その上で最終的な発信を広報課と協力して行なうとよい。</p> <p><b>* ニーズ調査について</b> 市民が望むサービスの調査や、「枚方の変えたいところ」をきくアンケートなど、市内外から枚方がどう見られているのかを調べるとよいのではないかと。結果が集まれば、次にすべきことを考えることができる。</p> <p>&lt;アドバイザーへの相談希望があった市制施行 70 周年記念事業について&gt;</p> <p><b>* 記念式典第 2 部の進行について</b> （市民会館大ホールを会場に、枚方 70 年の歩みを振り返る映像を映し枚方市ゆかりの著名人とともに振り返るとい企画について）内容とともに時間配分は重要。間延びしないように。</p> <p><b>* 映し出す映像について</b> スクリーンの映像も重要。見慣れたものよりは、観客が感嘆・共感する内容のものだとよい。</p> <p><b>* ゲストの著名人と司会者について</b> 人数は司会者を入れて 4～5 人程度がよいと思う。50 分の企画であれば、人物の紹介、昔の枚方の写真と思い出話など、構成・トーク内容をあらかじめ考えておく必要がある。司会者は、各ゲストのトーク量のバランスや時間配分を管理しながら、前の人のお話から次の話題へ上手くつなげられる「しゃべりのプロ」である必要がある。</p> <p><b>* PR 大使について</b> 就任会見はマスコミに来てもらい、大々的に発表した方がいい。また、法被や旗などのツールをつくって、就任した人に身に付けてもらうとよいのではないかと。</p>

	<p>&lt;アドバイザーへの相談希望があった観光・賑わいづくりについて&gt;</p> <p><b>*目標の設定について</b></p> <p>「観光客数を増やしたい」「まちの魅力をPRしたい」「にぎわいを生み出したい」など、担当課として何をしたいのかを明確にしておくべき。</p> <p><b>*広告費の算出について</b></p> <p>資料館など入館数が分かる施設の情報を元に現在の来訪者数を把握し、増やしたい目標人数を決めてから、見込まれる経済効果を基に広告費を算出するとよいのではないか。</p> <p><b>*観光パンフレットの配布について</b></p> <p>観光ステーションや市役所に置くよりも、ターゲットとする市外の人が手にとってくれる場所に設置する方法を考えるとよい。</p> <p><b>*観光ステーションについて</b></p> <p>観光ステーションを訪れてもらえるかは、通行者の目に留まるかどうか大きい。掲示方法を工夫をしてはどうか。</p> <p><b>*イベント時のアンケートのとり方について</b></p> <p>(アンケート回答者の年代・性別の割合に偏りが出してしまうという相談について) 実際の比率に合うようにサンプルをとりたいのであれば、年代・性別ごとの該当者数を管理しながら聞いていく方法や、アンケート結果を人口比率に割り戻す方法がある。厳密さとサンプル数を増やすことのどちらを優先するのかは考えた方がよい。また、会場に足を運んだ人の満足度調査でしかなく、イベントに来なかった方も含めた全体のニーズ調査ではないことは心得ておいた方がよい。</p> <p>&lt;外部とのタイアップをコーディネートする部署について&gt;</p> <p>民間と行政が「Win-Win」となる取り組みは多いはず。民間の力を借りることでコスト削減につながる可能性もある。タイアップをコーディネートしてくれる部署があると、外部から分かりやすく、情報も集まりやすくなると思う。</p>
事務局	市長公室 広報課