

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

<p>議 題</p>	<p>人口誘導・定住促進施策 70周年記念事業 情報発信力を身に付ける研修の在り方 小学生に配布する平和イベントのチラシ など</p>
<p>日 時</p>	<p>平成 28 年 10 月 25 日（火） 14 時～17 時</p>
<p>場 所</p>	<p>第2委員会室</p>
<p>出席者</p>	<p>伊賀広報アドバイザー 市長公室参事 広報課長及び同課職員3人</p>
<p>主な意見</p>	<p><人口誘導・定住促進施策への提言> * 施策の進め方について 教育、産業、住宅、病院などの切り口で定住促進につながる要素を洗い出し、市と市以外の機関がそれぞれ担う面は何かを考える。その上で、大きな枠組みにまとめる必要がある。若手職員のアイデア抽出ミーティングや「子育て世代」「シニア世代」「シングル層」など世代ごとの市民ワークショップを開き、ニーズを把握するのもいい。 * 不動産会社や信用金庫が持つ情報の活用について 住宅状況について、大手ディベロッパーにお聞きすることや、人口動態に関心が高い信用金庫などの金融機関の協力を得て、一緒に魅力の棚卸しができると、行政にはない視点が見付かるのでは。 * 子育て世帯に向けた魅力の棚卸しについて 冊子やホームページは、サービス等を受ける人のメリットが明確に分かる表現にするべき。「府内唯一」など、他市との比較をはじめ、高評価している人の割合や人数を示すと説得力が増す。 * 市内に大学があることを生かしたPRについて 大学の図書館が地域に開かれていることや、大学で学べる講座があれば、もう一度学びたいという欲求を持つシニアは魅力を感じるのでは。 * アクティブシニアの起業支援について 定年後に起業したいと思っているシニアもいる。「枚方でもう一度、夢の起業をしませんか」と打ち出し、支援してはどうか。 <70周年記念事業について> 市外に向けて、枚方の注目度アップを図るとしたら、マスコミに取り上げられるなど 2 次的な効果が必要となる。「おいしい！ 広島」のような逆接的な PR も話題になることが多い。</p>

	<p><情報発信力を身に付ける研修の在り方について></p> <p>2～3回のコースで、受講生が課題を考えて発表し、グループディスカッションで意見を出し合うような機会を設けると、主体的に情報発信を考える能力が向上すると思う。</p> <p><各部署への主なアドバイス></p> <p>平和イベントはチラシの工夫よりもイベントの構成を見直したほうが集客には効果的だと思う。例えば、小学生のメッセージ発表の間に講演会をはさむといった構成はどうか。小学生に直接チラシを配るのであれば、イベント周知だけでなく、平和学習の教材になるような情報を載せたほうが効果的ではないか。</p>
事務局	市長公室 広報課