

平成 25 年 7 月 24 日
区長室広聴広報課

第 1 回練馬区広報施策懇談会における主な意見

	意見の要旨	区の考え方
①	<p>【ブランド戦略と広報戦略の関係について】</p> <p>本当であれば今年度のブランド戦略や方向性があり、練馬区を誰にどうアピールしていくのかという大きな方針みたいなものがあって、その方針を聞いた上で、色々な事業のうち、どれをピックアップしたらいいのか、あるいはどれをつなげるとその目標に合致する状態になるのかを考えた方が良い。</p>	検討中
②	<p>【目指すべき区のイメージについて】</p> <p>ブランド戦略については、目指すブランド像が見えないことには、これはやりようがない。並列で走っているという話だったが、そういった意味ではブランド戦略のブランド像を早く明確化しないことには、時間だけが過ぎてもったいない。練馬区のイメージアップと言うけれど、望ましい区のイメージとは何なのか。言葉にしないとダメだ。具体的な分かりやすい言葉にして、このイメージ像を目指すために広報戦略を駆使してやっていくというのがないとうまくいかない。イメージアップでは、漠然としすぎている。そういうことが必要だと思う。</p>	検討中
③	<p>【広聴広報課の役割について】</p> <p>広報の予算は、それぞれの個別事業に付いていると思う。個別事業の中で、広報をどうやっていくかに関しては、課単位で意志決定をして、内容の選定、個別実施または外部委託などを決めているのか。それとも、ある程度広報課で俯瞰して、全体の広報のイメージや方向性を統一できるようなガバナンスになっているのか。</p>	広報戦略基本方針（素案）に反映

④	<p>【ソーシャルメディアの双方向の運用について】</p> <p>現在、ソーシャルメディアが入り口になって各コンテンツに入っていく状況である。そう考えると、当然フェイスブックを、すぐにでもプロジェクトチームを立ち上げて導入していかなければいけない。そのときに留意すべきことは、区民に面白い情報を伝えているかということ。例えば、ツイッターで区民の方々とインタラクティブに何かをやるようになりましたとか。そこでやっていることが面白ければ区外に伝わっていく。最初から区外をイメージするだけでなく、区民とのやりとりをどう変えていくかで区外から注目を浴びていくものである。</p>	<p>広報戦略基本方針（素案）に反映するが、双方向の運用については検討が必要</p>
⑤	<p>【広報における説明責任について】</p> <p>ベースはいかに区民に対して説明責任を果たすかであって、それが広報の原点だと思う。それが無いのは戦略としておかしい。広報は説明責任を果たすことが第一義的にあるわけだから、それなりの覚悟がいる。まず、ベースになる説明責任を果たさないことにはイメージダウンになる。イメージダウンを防いで守りの基盤の広報を強化していくのも大事なことである。</p>	<p>広報戦略基本方針（素案）に反映</p>
⑥	<p>【区報の充実について】</p> <p>区民とコミュニケーションしていくときに一番重要なのは広報紙である。紙媒体ということを考えると、あまねくすべての区民の方に情報を伝えられる媒体なわけであるが、何らかのてこ入れをしていかないといけない。何か考えていることがあるのか。</p>	<p>広報戦略基本方針（素案）に反映</p>
⑦	<p>【区のロゴマーク等について】</p> <p>練馬区のロゴマークやキャッチフレーズは本当にあれでいいのか。また練馬区のコーポレートカラーは何なのか。なんとなく緑なので、ちゃんと決めないといけない。</p>	<p>個別対応</p>

⑧	<p>【予算プレス発表資料について】</p> <p>記者発表用の予算説明資料は補足資料だと思う。この中に書いてあるもののうち、例えば3枚書いてくれと言えば、それがリリースになると思う。また、平成25年度重点事業一覧があるが、25年度に、練馬区はこれを目指すんだとかがあるべき。例えば、25年度の練馬区のイベントを取材しようという時に、各月ごとに何があるのかを俯瞰するものがない。さらに、文化・芸術について、向山庭園や美術館の話とか色々あるが、横から整理したものがない。それは広報の役割だと思う。記者にとって何が分かりやすいかという視点で、課を越えた横の軸を広報課が作ってあげないといけない。</p>	個別対応
⑨	<p>【各課における広報の予算について】</p> <p>広報予算の棚卸しは、一度やって全体を俯瞰して見ておいた方が良い。単純に練馬区のブランドイメージを上げれば良いという話ではなく、最終的に、広報で重要になってくるのは、区民とのコミュニケーションなので、一緒にやっていかないと意味がない。棚卸しは大事である。</p>	個別対応