

平成 25 年 8 月 30 日
 区長室広聴広報課

第 2 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>【ブランド戦略における目指すべき区のイメージについて】</p> <p>(1) ブランド戦略を踏まえた広報の具現化において、発信ツールなどの検証があるが、一番大事なのは、どういうイメージにしたいのかということである。これがないと、企画を考える人間が何をコンテンツとしてピックアップすればいいのかという基準が持てなくて、結果的には目の前にあるものをひたすら発信することになり、取捨選択につながらない懸念がある。</p> <p>(2) 練馬区のイメージアップが一番のポイントだと思う。これから色々やれると思うが、逆に練馬区をどういう区として皆に見せるのかというのが結構キモだと思う。そこからブレイクダウンしていつて何をどうするかが決まると思う。</p>	<p>広報戦略基本方針（案）に反映</p>
②	<p>【プロジェクト広報について】</p> <p>プロジェクト広報という意味でいったら、マッチングもある。マッチングみたいなことをしながらコンテンツを磨いていく。広報の人は俯瞰で見て、マッチングさせたり掛け合わせたり、そういう目線で提案していったほしいが、でもその提案が受け入れられないと意味がない。難しいと思うが、それが越えられないと磨きにはつながらない。</p>	<p>広報戦略基本方針（案）に反映</p>
③	<p>【ラインの活用について】</p> <p>福岡市はラインの公式アカウントを作っているが、若い世代に対するラインの普及度を考えると、ラインの公式アカウントを導入することも考えた方がいい。ラインは発信一方でもある程度使えるメディアだから、ラインのトライアルも一つ必要である。</p>	<p>広報戦略基本方針（案）に反映</p>

④	<p>【区民の巻き込みについて】</p> <p>区民の巻き込みは大事で、まさにそれは弱点を補い合うパートナーシップの関係だと思う。それを区民の方々が喜んでやっているのであれば、練馬区のイメージをアップしてくれるような、あるいはマインドを持っていそうなことに協力してくれそうなインフルエンサー的な立場の人が区内にどれくらいいるのか、調べてもいいのかもしれない。</p> <p>区が音頭をとってやるのではなく、区はやり始めたけど、勝手連的に区民の方々が練馬区をどんどん応援しようみたいなネットワークを作っていっていただければ、一番ありがたい。</p>	<p>広報戦略基本方針 (案)に反映</p>
⑤	<p>【区報について】</p> <p>(1) こだわりたいのは紙媒体である。ソーシャルメディアを使っていない人たちが、人口の半分を占めていると考えた時に、レイアウトも変え、ページもカラー化し、ページ増もした区報が、少なくとも今拝見している限りでは、行政区報の枠組みから脱し切れていない。いわゆるターゲットを明確にしたような紙媒体というものを考える必要がある。</p> <p>(2) 区報は、全区民にとって非常に有効な情報が載っているけれども、ある号については例えば働くお母さんにとって非常に有益な情報が特集されているとなると、逆にクローズアップされるのではないか。そのメリハリはつけたほうがいい。こちらはこういうターゲット、あちらはこういうターゲットという分け方は、現実的には結構厳しいと思うが、編集のところでの特集の組み方などの工夫はいいかなと思う。</p>	<p>現在取組中</p>
⑥	<p>【目標指標について】</p> <p>区政モニターみたいな方がどういう形でやっているのか分からないが、そういう人たちを集めて、現在のものがどういう状況か、1・2年後にどういう状況かをフォーカスグループインタビューみたいな形でやる質的調査を組み合わせてもいいのかなと思う。</p>	<p>今後検討</p>