

〔総務部市長公室 秘書課 所管〕

02010301 広報活動事業

予算書P. 45

(単位：千円)

	新年度	前年度	差	主な名称
事業費	23,171	23,353	△ 182	
国庫支出金	15	14	1	自衛官募集事務費
県支出金	0	0	0	
地方債	0	0	0	
その他	1,260	9,330	△ 8,070	広報もりや広告掲載料
一般財源	21,896	14,009	7,887	

【背景(なぜ始めたのか)】

市の施策やイベント、市内での出来事等の市政情報を広く市民に周知するため、広報もりや等を通じて市民に情報を提供するもの。

また、市の魅力を市内外の方に知ってもらうため、平成26年度からシティプロモーションを展開している。平成30年度には守谷市シティプロモーション戦略プランを策定し、これに基づきフォトコンテスト、守谷ハーフマラソンでのPRブース設置、守谷イメージ画制作などの事業を行っている。

【目的及び期待する効果(誰(何)をどうしたいのか)】

市政情報の提供により、市民の行政に対する関心を高め、市政への参加意識の向上を図る。

市民に対しては、適切かつ必要な情報やサービスを提供し、イベントへの参加等により生活を充実させるとともに、守谷に愛着を持ってもらい、シビックプライドを作り上げる。

市外者には、守谷に興味を持ってもらうことで交流人口の増加を図り、市の知名度と魅力を高めていく。それにより、転入者の増加等、まち・ひと・しごと総合戦略の展開施策に寄与する効果も期待できる。

【内容(何の業務活動をどのような手法で行うか)】

<広報もりや及び広報もりやお知らせ版の発行>

広報紙を毎月2回(10日・25日)発行し、市政情報を市民に提供する。令和元年度からはフルカラー印刷に変更した。特集記事を毎月掲載し、また市民が紙面に登場する機会を増やすことで、より身近に感じてもらい、市民が手に取り、読んでみたくなる広報紙を目指している。

<シティプロモーション活動の推進>

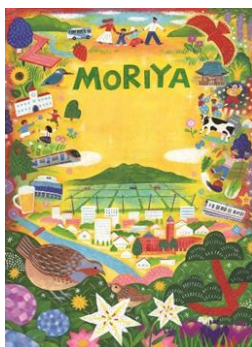
シティプロモーション戦略プランに基づきシティプロモーション活動を展開していく。令和元年度には、国内外で評価の高いイラストレーター・イヌイマサノリ氏による守谷イメージ画を作成したため、今後は、このイメージ画を活用した事業も展開していく。

<SNSによる情報発信>

市公式のSNS(フェイスブック、ツイッター、インスタグラム)を利用して、市内外を問わず情報を発信する。SNSは、写真の多用や動画の掲載が可能であり、ハッシュタグと呼ばれる見出し語を使用することで訴求性を高められるなどの利点があることから、これらを活用して守谷市を積極的にPRしていく。



広報もりや



守谷イメージ画



SNS

	新年度	前年度	差	主な名称
事業費	10,715	15,947	△ 5,232	
国庫支出金	0	0	0	
県支出金	0	0	0	
地方債	0	0	0	
その他	1,944	12,103	△ 10,159	茨城県市町村振興協会市町村交付金
一般財源	8,771	3,844	4,927	

【背景(なぜ始めたのか)】

市の情報を効率的かつ広く周知するため、情報発信において即時性を有し、大量の情報を発信することができる市ホームページを開設した。また、平成29年度から、市民生活総合支援アプリMorinfo（もりんふお）を新たに導入したことで、市民に的確・即時に市政情報等を提供するとともに、市内施設の不具合等を報告いただける双方向の情報発信環境を整備し、情報配信の充実を図っている。

【目的及び期待する効果(誰(何)をどうしたいのか)】

ホームページを適切に管理し、情報を発信することにより、市民サービス及び市認知度の向上を図る。また、ニーズに合わせた情報発信を行うため、定期的にサイト全体のリニューアルを行うとともに、ウェブアクセシビリティの更なる向上を目指し、各ページの見直しを行う。さらに、双方向の情報発信機能を有しているMorinfoを活用し、子育て世代を対象にしたメニューを積極的に配信していくことで、若い世代の市民にも、市政への関心を持ってもらう。

【内容(何の業務活動をどのような手法で行うか)】

ホームページ（パソコン、スマートフォン、携帯電話対応）、メールマガジン（メールもりや）、Morinfoの運用管理を行う。

令和2年度は、ホームページのセキュリティ向上のための常時SSL化、Morinfoの防災機能の更なる拡張や、ポイント事業実施に向けた運用試験を行う。



公式ホームページ(パソコン)



メールマガジン(メールもりや)



Morinfo