



特集 全ての子どもたちに  
健やかな学びの場を  
～富谷市の教育サポート～

どのような教育サポート体制が行われているのか  
教育の場づくりを分かりやすくお伝えします。

令和4年第2回とみやわくわくミーティング資料

## 市の情報発信について 「市民へ伝わる、 市民とつながる広報へ」

富谷市市長公室

令和4年10月18日

# 情報発信の種類

情報発信の中心は  
広報とみや、  
市公式ホームページ

## LINEはPUSH型の重要ツール

本市において、情報発信の核と位置付けているのが、紙媒体である「広報とみや」とWeb媒体である市公式ホームページです。

さまざまな情報を紙とwebで発信し、各SNSをそれへと導くツールとして運用しています。

## 本市の情報発信ツール

### 情報発信の中心

広報  
とみや

市公式  
ホームページ

市公式SNS ライン、インスタグラム、  
ツイッター、フェイスブック、ユーチューブ

報道機関等  
新聞、テレビ、ラジオ、専門誌など






その他のツール デジタルサイネージ(イオン富谷  
店1階2か所)、番号表示案内システム機(市役所1階窓口) など

※災害等の緊急時は、防災行政無線・安全安心メール・エリアメールと連携。

## SNSを積極的に活用

## PUSH型ツールとしてLINEを活用

各SNSのフォロワー数

フォロワー数		R 4.9	R 3.9	増減
ライン 2018(H30)年		8,607	7,083	1,524
インスタグラム 2018(H30)年		2,285	1,954	331
ツイッター 2012(H24)年		2,090	1,956	134
フェイスブック 2012(H24)年		2,593	2,551	42
ユーチューブ 2016(H28)年		419	-	-

※カッコ内は令和4年9月末の登録者数

・東日本大震災の際に緊急情報や生活情報など、市民へ伝える情報を発信するツールが不足していたことから、市公式SNSを開設。

・まずはツイッター、その後にフェイスブックを開設。以後、市の事業やイベント等を中心に、随時、情報発信。

・平成29年度に市長公室設置後、インスタグラムとLINEを次々に開設し、情報発信力を強化。

・インスタグラムは平日、毎日発信。何気ない富谷の風景など、「とみやライフ」を提供している。

・LINEは、自治体LINE公式アカウントとして県内では初の取組。登録普及等により「ブルベリッ娘とブルピヨ」のLINEスタンプを販売。第2弾を令和4年4月に販売スタート。

・LINEの登録者は、ワクチン接種の予約等を含めて新型コロナウイルスに関連する情報を発信していることもあり急増。LINEをSNSの核として、積極的に情報を発信中。

・広報とみやの発刊と同時に、毎月動画を作成しており、Youtubeへ掲載。「とみや生活TV」として運営中。

## 令和4年度SNS発信状況

※4～9月末まで

月	ライン トーク	ライン LiveVoom	インスタ グラム	フェイス ブック	ツイッター
4月	19	9	20	32	25
5月	15	7	19	33	30
6月	19	8	22	36	39
7月	36	12	20	42	46
8月	27	9	21	36	28
9月	29	23	33	54	20
計	<b>145 (63)</b>	<b>68 (38)</b>	<b>135 (122)</b>	<b>233 (131)</b>	<b>188</b>

※カッコ内の数値はR4年4～9月期の数値

# 情報発信の中心 「広報とみや」

## 広報とみや第1号の発刊—1964(S39)年5月号



- ・広報紙は28ページを基本に毎月1回発行し、全戸へ配布。
- ・令和4年10月号の発行部数は20850部。
- ・平成30年全国広報コンクールへ、宮城県より推薦。(広報とみや平成30年4月号)
- ・直近のリニューアル状況は、令和3年6月号(No.653)より特集を大幅に改変。富谷に住むさまざまな家族がテーマに合わせて登場し、生活の疑問や市の取組などを市民目線で紹介。表紙のデザインもやわらかいイメージへとデザイン変更。
- ・行政情報のみの記事にならないよう、新たなコーナーとして、市民参加型の「とみやフォトグラフ」「広報とみやクイズ」を開始。広報とみやクイズには、毎月約50件程度の応募があり、広報紙へのコメントも添えられている。
- ・広報に関するアンケートを2018年度より実施。今年度も、アンケートを実施しており、今後の改善につなげる。併せて広報Fanの獲得に努めている(2021年度で約60人)
- ・令和4年度の仕様書において紙厚を変更。これまでより、薄い紙を使用し、コストを削減。
- ・ユニバーサルデザイン、ユニバーサルフォントを令和4年4月号より採用。
- ・令和4年度の運用を予定し、広告事業を準備中。

# 本市における 情報発信の課題

本市は、毎月開催する記者会見やSNSによる情報の発信など、県内自治体の中でも積極的に情報を発信している。しかしながら、情報の質や量ともに改善が見込める。また、情報発信体制の強化も検討課題となっている。

- ①情報発信の基本的ルールや発信者に求められる意識、スキルが十分に浸透していない。
- ②庁内において情報を発信する部署が限定されている。情報発信の量や質に部署間で差がある。各課の情報発信担当者を含めた市職員の広報マインド醸成。
- ③全国的に、自治体間競争が激化しているなか、企業誘致や観光振興などの施策を進めて、「富谷市」を全国へPRする情報発信が必須。動画の積極的な活用など。
- ④市民向けの情報と市外向けの情報、何を使って誰に対して情報を発信するのかなど、戦略的な広報が必要。
- ⑤市民に対して「広くお知らせする」という考えのもとで、市から市民に情報を伝達するいわゆる「お知らせ型広報」となっている。情報提供や広報をすることが目的となっており、広報に関するモニタリング(調査)やフィードバック(振り返り)が不十分。 など

# 広報戦略プロジェクトチーム設置

○任命 市職員8人      ○期間 令和4年4月1日～令和5年3月31日

全庁横断の組織  
情報発信体制の強化

## 設置目的

自治体を取り巻く環境が厳しさを増す中で、本市の将来像である「住みたくなるまち日本一」の実現を目指すには、地域の多様な主体と連携しながら、施策の実行と財政運営をバランスよく効率的に進める必要がある。

そこで、広報を一つの戦略と捉え、庁内において広報を横軸に組織の連携強化や事業の円滑な推進、職員個々の広報マインド醸成・広報スキルを向上させ、段階的に全課全部署広報、全員広報の実現を目指す。

## 令和4年度の役割

SNSによる情報発信強化、今後の情報発信のあり方を検討、(仮)広報戦略のガイドライン等作成に向けた準備など。



# プロジェクトの方向性

## 広報戦略プロジェクト

市民

シビックプライド  
醸成

市外

シティプロモーション、  
シティセールス推進

市職員

広報スキル向上・広報マインド醸成

情報発信体制の強化  
「全課・全部署広報、全員広報」へ