

第 1 回検討会議の概要

1 第 1 回検討会議の概要

(1) あり方検討会議設置の背景について（第 1 回資料 1）

(i) 広報環境の変化（第 1 回参考資料 3）

紙媒体やテレビ媒体が中心だった時代から、近年の I C T 技術の進歩により、スマートフォンやタブレットなどのモバイル端末を用いてインターネットから情報収集する社会に急速に変化してきています。

このような状況の中で、世代間のギャップが顕著になっています。具体的には、60 代以上は紙媒体、50 代以下はスマートフォンによる情報収集が主体となっています。

(ii) 市の行財政運営の現状（第 1 回参考資料 1、2）

平成 28 年度決算では実質単年度収支が赤字となり、平成 29 年度決算（速報値）も赤字となっています。

今後も、人口減少や少子高齢化の進展に伴い、市税等の伸びが期待できないうえ、社会保障費の増加や公共施設の老朽化に伴う改修・更新に多額の経費が必要であり、現状の行財政運営を続けた場合、平成 33 年度に基金が枯渇すると試算されています。そこで、今年 3 月に「行財政改革推進プラン 2018」を策定し、市税等の自主財源の一層の確保や聖域なき事務事業の見直しなどに取り組むこととしています。

(2) 徳島市の広報の概要（第 1 回資料 2、第 1 回資料 3 データ 6）

徳島市では、主に、広報紙、新聞広報、テレビ広報、ケーブルテレビ広報、ラジオ広報、ホームページ、SNS の 7 種類の媒体で広報を行っています。

広報事業全体の予算は約 9,000 万円であり、内訳は、広報紙が約 4,700 万円、テレビ広報が約 2,000 万円、新聞広報が約 900 万円、ケーブルテレビ広報が約 600 万円などとなっています。

(3) 現状と課題（第 1 回資料 3）

(i) 新聞離れ

全国的にも、徳島市においても、新聞の発行部数は年々減少を続けており、新聞離れが進んでいます。

(ii) テレビ離れ

テレビの視聴状況について、50代以上は過去20年間であまり変化はみられないが、40代以下は減少傾向が続いており、テレビ離れが進んでいます。

(iii) テレビ広報番組の視聴率

テレビ広報番組「マイシティとくしま」の視聴率は、平均3.9%（最低2.1%、最高6.3%）でした。

(IV) 広報事業に関する予算

広報事業に関する予算は年々削減されており、平成25年度と比べて平成30年度は約600万円減少しています。

広報事業の予算全体に占める各媒体の予算の構成比は、過去からほとんど変化はありません。広報紙（52%）、テレビ広報（22%）、新聞広報（10%）が大部分を占めており、広報環境の変化に対応できているとは言いがたい状況です。

2 第1回検討会議での主な意見

(1) 広報事業全体について

- ・ 広報する側は全部見てほしいと考えているが、見る側は見たい情報しか見たくないというミスマッチがある。
- ・ 主な広報媒体（広報紙、新聞広報、テレビ広報）は全て同じ世代に向けた広報媒体であり、世代や目的に応じて広報媒体を使い分ける必要がある。
- ・ 世代によって、必要とする情報が違うので媒体ごとに情報を変えるべき
- ・ それぞれの世代が、何に興味があるか、どのようなツールで情報収集しているか、情報収集する時間帯はいつか、を見極めることが必要である。
- ・ 子育てしていると、決まった時間に情報を受け取ることが難しく、空いた時間に情報を受け取りたいので、同じ情報でも様々な広報媒体にあると便利である。
- ・ 広報する側にとって効果的に広報することも重要であるが、受け取る側が効率的に情報を取得できることも重要である。
- ・ それぞれの立場の人にとっての必要な情報を、受け取りやすい媒体で提供されることがベストである。
- ・ 広報紙やテレビ広報を徐々に減らしていき、SNSなどに切り替えていくべきである。

(2) 広報紙について

- ・ 広報紙を読んでもらうには、まず興味を持ってもらうことが第一歩である。
- ・ 記事の内容は、導入部分だけとして、詳しくはホームページを見てもらうようにする。

- 字ばかりの紙面ではあまり読んでもらえない。
- 興味を引く写真を多く掲載すれば、手に取るきっかけになる。