

(案)

徳島市の広報のあり方に関する提言書

平成30年11月

徳島市広報のあり方検討会議

目 次

はじめに

1 提言の総括	1
2 テーマ別の検証結果と意見	
(1) 徳島市の広報について	
ア. 内部検証の結果	4
イ. 委員の主な意見	5
(2) 検証テーマⅠ：広報紙について	
ア. 内部検証の結果	6
イ. 委員の主な意見	8
(3) 検証テーマⅡ：新聞広報について	
ア. 内部検証の結果	9
イ. 委員の主な意見	11
(4) 検証テーマⅢ：テレビ広報・ケーブルテレビ広報について	
テレビ広報	
ア. 内部検証の結果	12
イ. 委員の主な意見	13
ケーブルテレビ広報	
ア. 内部検証の結果	14
イ. 委員の主な意見	15
(5) 検証テーマⅣ：新たな広報手段の活用について	
ア. 内部検証の結果	16
イ. 委員の主な意見	17
3 会議の概要	
(1) 目的	18
(2) 会議の委員名簿	18
(3) 会議の開催状況	18

はじめに

市民が情報を取得する機会や手段は、主にICT技術の進歩によって、大きく様変わりしています。

近年はスマートフォンやタブレットなどのモバイル機器を利用し、インターネットを介しての情報取得が大幅に増加しています。

特に、スマートフォンの急速な普及と移動通信システムの進化による高速通信の実現により、ウェブサイトだけでなくSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）に代表されるソーシャルメディアなどを介して欲しい情報・新しい情報を時間や場所に関係なく自由に入手できるとともに、誰もが情報を発信できるようになり、情報が伝わる・拡散するスピードも速くなっています。

このような市民生活の変化に合わせて、市が行う広報手段にも変化が求められています。

また、徳島市では、平成17年及び平成22年に行財政健全化計画を策定し、懸念されていた財政再建準用団体への転落を回避するとともに、平成26年に策定した行財政力強化プランにおいては、健全化の取り組みだけでなく、職員力や組織力等の様々な「力」の強化に取り組んできました。

しかし、人口減少や少子高齢化の進展に伴い、市税等の一般財源収入の大幅な伸びが期待できないとともに、社会保障関係費の増加や老朽化に伴う公共施設等の改修・更新に多額の経費が必要となることから、これまで以上に効果的・効率的な行財政運営が求められています。

こうした状況を踏まえ、徳島市広報のあり方検討会議では、市民や市内企業・団体に向けて、日々の生活や事業活動に必要な情報を届けるとともに、市の政策を理解し、共感してもらい、市民参画につなげていくことを目的として、これからの広報事業のあり方について、平成30年8月から11月までの間に、計4回の検討会議を開催し、事前に市が行った市民アンケートなどの結果も踏まえて、様々な視点から検討を行ってきました。

このたび、これまでの検討会議における各委員の意見を提言としてまとめましたので、この提言内容を参考に具体的な取り組みが進められることを期待します。

徳島市広報のあり方検討会議

委員長 山本 耕 司

1 提言の総括

(1) 広報紙

市民が情報を得る手段は、ここ数年で大きく変化し、スマートフォンの利用者が急激に増え、インターネットの利用者も9割以上となった。一方、新聞の1世帯あたりの購読部数は、平成12年には約1.13部だったものが、平成28年には0.75部へと減少するなど、いわゆる「紙離れ」が進んでいる。

こうした傾向は今後も変わることなく、より進行していくものと言わざるを得ない。

一方で、スマートフォンなどを利用していない高齢世代を中心に、紙媒体による情報入手を望む市民も多く、広報紙「広報とくしま」は市政情報の入手手段として必要とされている。

こうした状況を踏まえ、広報紙「広報とくしま」については、ターゲットに合わせた掲載方法やレイアウトにするなどの工夫が必要である。

また、広報紙の予算は広報事業全体の予算の5割を占めていることから、現状の厳しい財政状況下においては、掲載する情報を精査し、ほかの広報媒体とのすみ分けを行ったり、発行回数やページ数を見直すなど、コストダウンに努めるべきである。

(2) 新聞広報

上述のとおり、新聞の購読部数は減少を続け、「紙離れ」が進んでいる。

新聞広報「徳島市政だより」は、掲載している情報の9割以上が広報紙「広報とくしま」と重複しており、掲載する情報を整理すべきである。

現在の掲載内容は詳しすぎるため、読むことを敬遠されるので、内容をもっと簡潔なものとし、気軽に読むことができるような工夫が必要である。これらによって、掲載に必要な紙面面積を削減することができる。

同じ紙媒体である広報紙「広報とくしま」との役割分担をしっかりと考え、広報紙の発行のはざまの期間に発信が必要となるような情報を新聞広報で発信することで、掲載回数を減らすことができる。

また、新聞広報「徳島市政だより」は広報紙「広報とくしま」と比較して、発信する情報に対する費用がかなり高額であることから、段階的に、その掲載頻度を減らしていくべきである。

(3) テレビ広報・ケーブルテレビ広報

テレビ広報「マイシティとくしま」は、放送している時間帯が悪いことなどから、視聴率が低く、年間2,000万円の費用に見合う効果が得られていない。

また、徳島市の広報事業は、市民を対象とした広報であるため、地上デジタル放送によって徳島県内全域に放送する必要はなく、非効率である。

さらに、他団体においてもテレビ広報を行っている団体は少ないうえ、テレビ広報を行っている他団体と比較すると放送頻度と費用面からも、徳島市のテレビ広報は割高である。県内に民間放送局が1局しかなく、競争原理が働かないため、他団体と比較してテレビ広報費がかなり高額であると考えられる。

一方、ケーブルテレビ広報「徳島市NOW」は、徳島市だけをサービスエリアとしているケーブルテレビ事業者で放送しており、市の広報事業に関しては放送料が無償で同じ番組を繰り返し放送していること、ケーブルテレビへの加入率が9割を超え、全国1位の加入率であることから、費用対効果はテレビ広報と比べて、はるかに高いと言える。

しかし、現在は、ケーブルテレビ広報の認知度が低いことやチャンネルの設定に苦慮している家庭があるといった課題も存在する。

費用対効果を考えると、テレビ広報を廃止し、ケーブルテレビ広報へ一本化するべきである。

その際、ケーブルテレビ広報の放送日時や内容を十分に周知し、多くの方が視聴する機会をつくることやケーブルテレビの独自チャンネルの視聴方法を知らない家庭も一部あるので、フォローしていくことが大事である。

また、広報紙と同じ内容をそのまま発信するのではなく、映像媒体の特性を考慮した工夫が必要である。

(4) ソーシャルメディア

移動通信システムの進歩とスマートフォンの急速な普及により、スマートフォンでのインターネット利用時間が増加している。また、スマートフォンの普及と合わせて、高齢世代を除く各世代におけるSNSの利用率も大きく伸びている。

さまざまなSNSがあるが、それぞれのSNSで利用者層が異なることから、SNSごとにターゲットを意識した情報の発信に努めるべきである。

また、SNSを活用するにあたっては、徳島市公式アカウントがあることをまずは知ってもらうことがなにより重要であることから、さまざまな機会

を通じて周知に努めることが必要である。

SNSによる情報発信は、今後ますますその重要性が増すとともに、技術革新も著しいので、市政情報を発信するメインツールとなるであろうことから、取組体制も整備すべきである。

そのためにも、テレビ広報を廃止することにより、そこにかけていた労力をSNSでの情報発信に振り分けるべきである。

(5) スマートフォン向けアプリ「マチイロ」

紙媒体である広報紙は、市公式ホームページから閲覧することができるが、全国の多くの自治体でスマートフォンで閲覧できるアプリ「マチイロ」を活用している。

アプリを活用することで、いつでもどこでも広報紙を読むことができ、さらに、バックナンバーを見ることや気になる記事をスクラップすることもできる。また、ホームページの新着情報とも連携し、利用者の興味のある分野に限定した情報収集を行うこともできる。

このアプリは自治体も利用者も無料で利用でき、広報紙をアプリに登録する労力もほとんどかからないため、早く導入すべきである。なお、導入に当たっては、十分周知をすることが必要である。

さらに、コストや手間が不要であれば、「マチイロ」に限らず、他のアプリなども積極的に活用し、市民が情報を得るための手段や機会を増やしていくことが大事である。

2 テーマ別の検証結果と意見

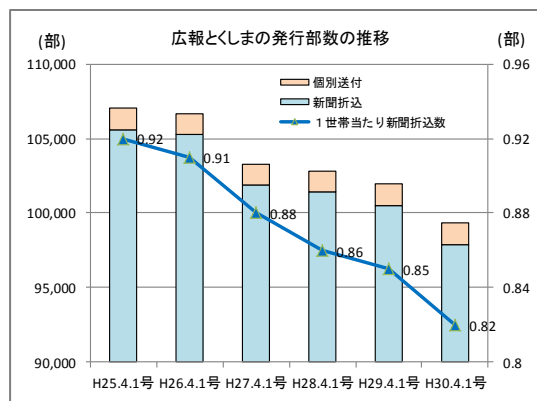
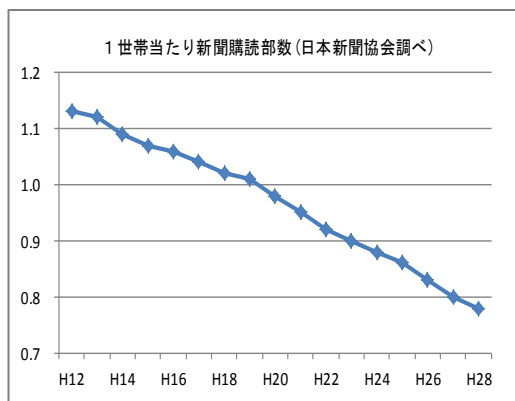
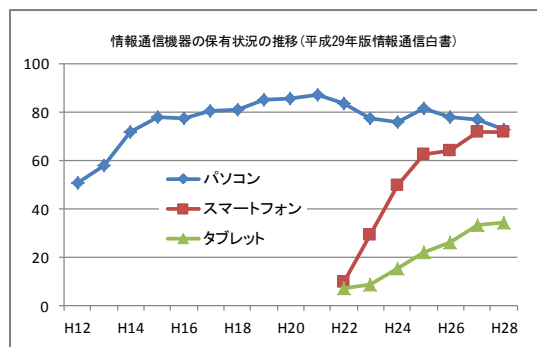
(1) 徳島市の広報について

ア. 内部検証の結果

○現状

移動通信システムの進化とスマートフォンの急速な普及により、モバイル端末によるインターネットの利用時間が増加している。一方、1世帯当たりの新聞購読部数は減少傾向で、いわゆる「紙離れ」が進んでいる。

本市においても、徳島市公式ホームページへのアクセス数がスマートフォンによるものを中心に増加する一方、新聞折り込みによる「広報とくしま」の発行部数は減少するなど、市民を取り巻く広報環境は大きく変化しており、市民が情報を取得する機会や利用する情報入手手段については、今後も同様の傾向が続くと思われる。



○課題

広報事業も厳しい財政状況や限られた人員配置を踏まえ、効率的かつ効果的に行う必要がある。情報入手手段やニーズの多様化を踏まえた上で、市政に対する市民の関心を高め、市民参画につなげることが広報の役割であり、さまざまな世代それぞれの市民のニーズを大切にしながら、情報媒体の特性に合った対象者や発信内容を整理することが必要である。

イ. 委員の主な意見

[ターゲットについて]

- ◆ 主な広報媒体である広報紙、新聞広報、テレビ広報は、同じ世代に向けた広報媒体であり、さまざまな世代や目的に応じて、ほかの広報媒体を活用することが必要である。
- ◆ 世代によって、必要とする情報が違うので広報媒体ごとに情報を変えるべき。
- ◆ 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。
- ◆ 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、同じ情報がさまざまな広報媒体にあると便利である。

[情報発信手段について]

- ◆ 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。
- ◆ 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。

[その他]

- ◆ 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。

(2) 検証テーマ I : 広報紙について

ア. 内部検証の結果

〔発行状況について〕

○現状

- ・ 毎月 1 日（4 ページ）、1 5 日（8 ページ）の月 2 回発行。
- ・ 新聞 6 紙（徳島・朝日・読売・毎日・産経・日経）に折り込んで、各紙の購読者に配布。新聞未購読の希望者には個別送付。
- ・ 発行部数は新聞購読者数の減少に伴い減少を続けている。
- ・ 広報紙があることを知らない、広報紙が届いていないという声がある。

○課題

- ・ 広報紙を受け取っていない市民との市政情報の共有。

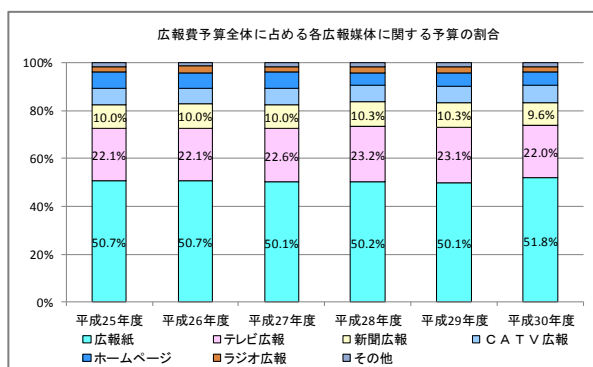
〔費用について〕

○現状

- ・ 広報費全体に占める予算の割合は約 5 割で、もっとも費用がかかっている。

○課題

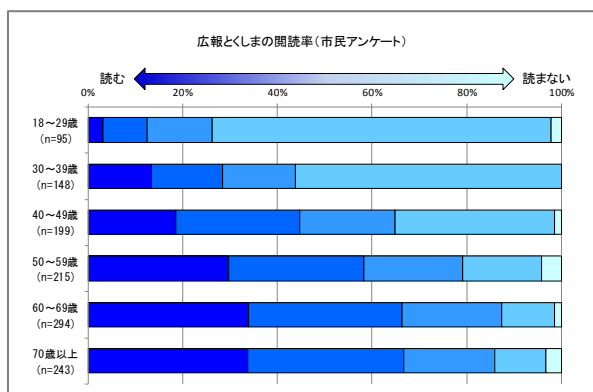
- ・ 費用の削減。



〔ターゲットについて〕

○現状

- ・ ターゲットを絞らず、さまざまな分野の情報を掲載している。
- ・ 市民アンケートの結果、閲読率は若い世代ほど低く、年齢とともに高くなり、70歳以上が最も高い。



○課題

- ・ ターゲットを絞るべきか。
- ・ 広報紙を読まない若者世代にどのように市政情報を届けるか。

〔魅力ある紙面作りについて〕

○現状

- ・ 縦書きと横書きの記事が混在しているため、読みづらい。
- ・ 記事と記事の間のスペースが少ない。
- ・ 高齢者の読まない理由は「読みにくい（文字が小さい、文字量が多いなど）」が他の世代より高い。

○課題

- ・ レイアウトのリニューアル。
- ・ 一目で興味をひくような1面のデザイン。

イ. 委員の主な意見

[発行頻度について]

- ◆ ページ数を増やして、発行回数を減らす。
- ◆ アンケート結果からも、発行回数やページ数を見直す余地がある。
- ◆ 広報媒体によって発信する情報を分けて、広報紙の発行回数を減らす。

[ターゲットについて]

- ◆ 子育て情報を今以上に充実させてほしい。
- ◆ 若者世代は紙媒体をあまり見ないので、若者世代対象の情報は簡略化し、詳細については、QRコードを掲載することでホームページを見てもらうようにする。
- ◆ 高齢世代は紙媒体をよく見るので、高齢世代対象の情報を充実させる。
- ◆ 子育て情報やごみの出し方など市民生活に関係の深い情報を重点的に掲載する。
- ◆ 今後、紙媒体を必要とする高齢者は減っていき、スマートフォンを使用している世代が高齢者となっていくので、今が紙媒体から電子媒体へ変わる過渡期である。今はまだ紙媒体も必要であるが、将来的には紙媒体による広報は縮小させていくべきである。

[魅力ある紙面作り（企画・編集）について]

- ◆ 広報紙を読んでもらうためには、まず興味を持ってもらうことが第一歩である。
- ◆ 記事は、導入部分だけとして、QRコードなどを掲載することで、ホームページへ誘導する仕組みが必要である。
- ◆ 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、広報紙を手取るきっかけになる。
- ◆ 写真をうまく活用し、分かりやすく伝える工夫が必要である。
- ◆ 地域活性化のためには、地域活動や地域コミュニティの記事を増やしていくべきである。
- ◆ 市民生活に直結する情報を届ける。
- ◆ 企画記事をもっと掲載することで、興味を引くことができる。
- ◆ 広報紙の存在を知ってもらうことが必要である。
- ◆ 広報紙を最初から最後まで全部読む人は少ないので、分野ごとに情報を整理することで興味がある部分だけ読めるようにすれば、読みやすい。

(3) 検証テーマⅡ：新聞広報について

ア. 内部検証の結果

〔掲載状況について〕

○現状

- ・ 毎週木曜日に新聞4紙（徳島、朝日、読売、毎日）の紙面3段分に市政情報を掲載している。
- ・ 新聞購読世帯数は年々減少を続けている。
- ・ 新聞広報は徳島県版の新聞に掲載されているため、徳島市民以外にも情報が届いている。
- ・ 掲載情報の9割以上は広報紙と同じ情報となっている。
- ・ 新聞購読者には広報紙も新聞に折り込んで配布している。
- ・ 新聞広報を実施している他都市はごく少数である。

他都市の状況

	あり	なし
類似団体	4団体（13%）	27団体（87%）
四国県都市	1団体（33%）	2団体（67%）
県内近隣市	3団体（100%）	0団体（0%）
全体	8団体（22%）	29団体（78%）

○課題

- ・ 徳島市民以外にも情報を発信する必要性の検証。
- ・ 掲載頻度および掲載面積の見直し。

〔費用について〕

○現状

- ・ 年間約1,000万円の費用がかかっている。
- ・ 紙面面積あたりの費用は広報紙の約1.8倍である。

○課題

- ・ 費用対効果の検証。

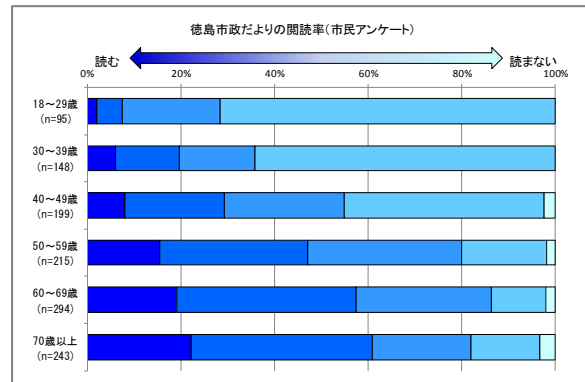
〔ターゲットについて〕

○現状

- ・ ターゲットを絞らず、さまざまな分野の情報を掲載している。
- ・ 閲読率は若い世代ほど低く、年齢とともに高くなり、70歳以上で最も高い。

○課題

- ・ ターゲットとする世代を絞るべきか。
- ・ 広報紙との違いと新聞広報の特性を生かす記事の選択。



イ. 委員の主な意見

[必要性について]

- ◆ 広報紙と掲載している情報がほとんど同じであり、新聞を購読している人には広報紙も届くので、新聞広報は必要ない。
- ◆ 他都市で新聞広報は行っている団体は少数であり、費用対効果からも新聞広報は必要ない。
- ◆ 広報紙と大部分の情報が重複しているので、掲載する情報を精査することで、掲載を隔週とするなどして掲載回数を削減できるのではないか。
- ◆ 費用対効果から見直すべきである。
- ◆ 広報紙は新聞折り込みで配布していることから、広報紙と新聞広報の両方を読んでいる人の割合は高い。
- ◆ 新聞広報から情報を得ている人もいるので、すぐに廃止するのではなく、段階的に縮小していくべきである。
- ◆ 新聞広報を削減する場合は、広報紙から情報を得ることができることをアナウンスすることが大事である。

[掲載内容について]

- ◆ 文字ばかりで掲載している情報が詳しすぎるため、なかなか読んでもらえない。もっと簡潔な記事にすることで、掲載に必要な紙面面積も減らすことができる。
- ◆ 広報紙はそれ自体を読むつもりでなければ読むことはないが、新聞広報は新聞を読むついでに目に留まり読むことがある。
- ◆ 掲載する情報が広報紙に掲載する情報と重複しないようにし、掲載する情報も簡潔に表現することで、読者の目につきやすくもなり、そのうえ、掲載回数を減らす考え方はありだと思う。
- ◆ 広報紙と新聞広報で役割分担する。
- ◆ 広報紙への掲載が間に合わないようなタイムリーもしくは緊急の情報などを掲載する。
- ◆ 広報紙の発行日と新聞広報の掲載日が重なるときは、新聞広報をやめるべき。

(4) 検証テーマⅢ：テレビ広報・ケーブルテレビ広報について

テレビ広報

ア. 内部検証の結果

[放送枠と内容について]

○現状

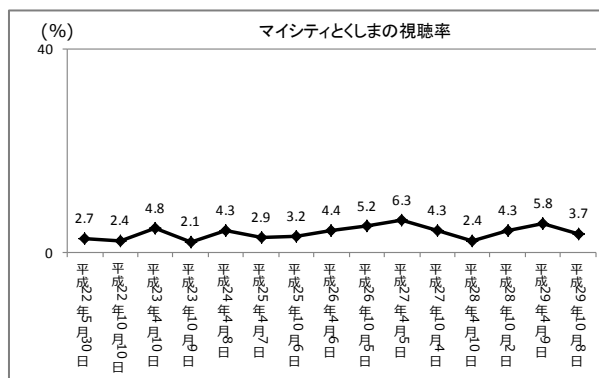
- ・ 3分番組を日曜日午前11時50分から四国放送で放送している。
- ・ 放送は週1回のみ。
- ・ 徳島県内全域に放送している。
- ・ 放送内容の多くは広報紙と重複している。
- ・ テレビ広報を実施している他都市はごく少数。

他都市の状況

	あり	なし
類似団体	5団体 (16%)	26団体 (84%)
四国県都市	3団体 (100%)	0団体 (0%)
県内近隣市	0団体 (0%)	3団体 (100%)
全体	8団体 (22%)	29団体 (78%)

○課題

- ・ 放送枠が日曜日の昼前であり、視聴率が低い。
- ・ 市民向けの広報番組を市域外に放送する必要があるか。



[費用について]

○現状

- ・ 広報事業全体予算の2割以上を占める。
- ・ 時間あたりの費用はケーブルテレビ広報の約1.5倍かかっている。

○課題

- ・ 費用対効果の検証。
- ・ 他都市と比較すると、制作・放送に係る費用がかなり高額である。

イ. 委員の主な意見

[放送枠と内容について]

- ◆ 放送頻度を週 1 回から月 1 回に変更し、費用を抑えられないか。
- ◆ 放送する時間帯が悪いので、時間帯を変更できないか。

[費用について]

- ◆ 放送局ともっと価格交渉して、費用を下げるべきである。
- ◆ テレビなどから受動的に情報を得る時代からインターネットから能動的に情報を得る時代になってきている。
- ◆ 費用対効果を考えると、テレビ広報は廃止すべき。
- ◆ テレビ広報を廃止し、ケーブルテレビに一本化するべきである。

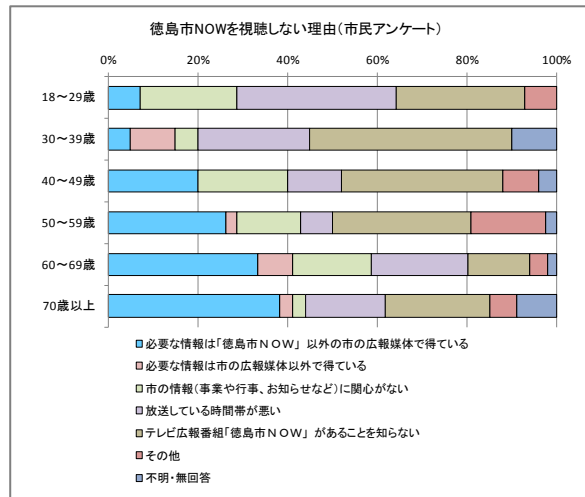
ケーブルテレビ広報

ア. 内部検証の結果

〔放送枠と内容について〕

○現状

- ・ 徳島市域のみで放送している。
- ・ 地域によって、ケーブルテレビ徳島と国府町CATVが放送している。
- ・ ケーブルテレビ徳島は月曜日から日曜日の毎日2回放送している。
- ・ 国府町CATVは金曜日及び土曜日に1日6回放送している。
- ・ ケーブルテレビへの加入率は、90%を超えている。



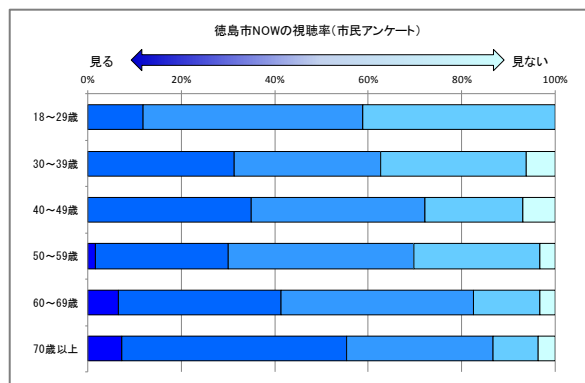
○課題

- ・ 広報番組自体の認知度が低い。

〔ターゲットについて〕

○現状

- ・ ケーブルテレビ広報番組ではターゲットを絞って放送していない。
- ・ ケーブルテレビの独自番組を視聴している人の割合は低く、また、年代も高齢世代に偏っており、若者世代には活用されていない。
- ・ ケーブルテレビのサービスエリアは徳島市内に限定されており、放送している内容も市民対象の情報である。



○課題

- ・ ターゲットとする世代を絞るべきか。

イ. 委員の主な意見

[放送枠と内容について]

- ◆ 「徳島市からのお知らせ」で、イベントの開催日時や場所、申し込み方法などがテロップで放送されるが、テロップが変わるのが早いので、メモをする時間がない。
- ◆ ケーブルテレビ広報の存在を知らない人が多いので、多くの人に視聴してもらうためには、ケーブルテレビ広報の放送日時や内容をもっと広報紙などで広報する必要がある。
- ◆ 全国1位のケーブルテレビ加入率の高さは広報媒体として有効である。
- ◆ 映像媒体は、詳細な情報を放送しても、一度見ただけではなかなか理解できないので、要点だけを伝える内容にする。

[ターゲットについて]

- ◆ 高齢者の中には、通常チャンネルからケーブルテレビへの切り替え方が分からず、視聴したくても視聴できない人もいるので、ケーブルテレビへの切り替え方を教える講習会を開催したり、広報紙などにケーブルテレビの視聴方法が分からない場合の連絡先などを掲載してみてもどうか。
- ◆ ケーブルテレビに加入していない1割の世帯にも、別の方法でケーブルテレビ広報を視聴する機会を与えることが必要である。
- ◆ 誰もがケーブルの番組を視聴できるように十分広報するべきである。

[テレビ広報との比較について]

- ◆ テレビ広報より費用対効果が高いので、利用価値がある。
- ◆ テレビ広報と比較して、コストも低く、また、放送エリアが徳島市に限定されているので、市民を対象とした情報発信として効率的である。

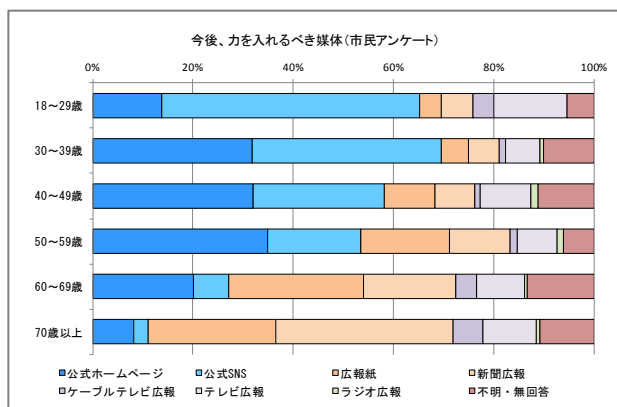
(5) 検証テーマⅣ：新たな広報手段の活用について

ア. 内部検証の結果

〔今後、力を入れるべき媒体について〕

○現状

- ・ 既存の広報媒体については、若い世代を中心に、SNSに力を入れるべきとの回答が多い。
- ・ 既存の広報媒体以外では、スマートフォン向けアプリに力を入れるべきとの回答が多い。



○課題

- ・ 限られた人員配置でSNSにあまり力を入れることができていない。

〔SNSについて〕

○現状

- ・ SNSを活用した広報は、費用をかけずに迅速に情報発信できることや拡散性・双方向性などのメリットがあることから、利用する自治体も急速に増加しており、徳島市では、フェイスブック、ツイッター、ライン、ユーチューブを活用した広報を行っている。

○課題

- ・ 市政情報を届けるツールとしてのより効果的な活用
- ・ 充実した情報発信を行うための仕組みや体制づくり

〔スマートフォン向けアプリについて〕

○現状

- ・ 広報媒体としてのアプリを導入していない。
- ・ 他都市では、広報紙を無料で閲覧できるアプリ「マチイロ」を導入している団体が多い。

○課題

- ・ スマートフォンで広報紙を閲覧できるアプリなどの有効活用。

イ. 委員の主な意見

[SNSについて]

- ◆ 若い人を中心にSNS公式アカウントの存在を知らない人が多いので、もっと周知をするべきである。
- ◆ SNSを使っている世代は紙媒体やテレビを見ないので、広報紙などで周知するだけでなく、ポスターやイオンのデジタルサイネージを活用し、QRコードを掲載することで気軽に登録できるように工夫する必要がある。
- ◆ それぞれのSNSに同じ情報を発信しているのはいい。
- ◆ ラインは世代に関係なく多くの人が使っているので、情報発信には有効である。
- ◆ 世代や性別によって、よく使っているSNSが異なるので、利用者の傾向を踏まえて、SNSごとに発信する情報を使い分けることが効果的な広報につながる。

[スマートフォン向けアプリについて]

- ◆ わざわざ新しいアプリをインストールしない人も多いので、多くの人がすでに利用しているSNSを活用するほうが効果的だと思う。
- ◆ SNSを使っていない人にとっては広報紙を見るためのアプリがあると便利なので、インストールしたいと思う。
- ◆ 新聞を購読していない若い世代にとって、アプリで広報紙をみることができるのはありがたい。
- ◆ 年齢や性別にかかわらず、人によってSNSを利用していたり、利用していなかったりするので、さまざまなSNSやアプリを広報に活用することは、市民が情報を入手するための選択肢が増えることになり、いいことである。

3 会議の概要

(1) 目的

市民ニーズの多様化や情報入手手段の変化を踏まえ、広報手段の特性に応じた効果的かつ効率的な広報を検討し、徳島市の広報のあり方を見直すため、有識者、関係団体などから幅広い意見を聴取し、多方面から意見交換を行う。

(2) 委員名簿

委員長	山本 耕司	四国大学経営情報学部メディア情報学科教授
委員	島田 和男	徳島市コミュニティ連絡協議会会長
委員	田上 賢児	徳島県県政広報幹
委員	香留 麻衣子	主婦
委員	西谷 里歩	徳島大学総合科学部4年生

(3) 会議の開催状況

■ 会議

	開催日	検討内容
第1回	8月 1日(水)	現状と課題の整理
第2回	9月 11日(火)	広報紙、新聞広報について
第3回	10月 5日(金)	テレビ広報、新たな広報手段について
第4回	11月 1日(木)	提言案について

■ その他

- ・平成30年度徳島市の広報に関するアンケート

調査対象：18歳以上の市民3,000人（無作為抽出・郵送調査）

回収結果：有効回収数1,200／有効回収率40.0%

調査期間：平成30年6月8日～6月22日

調査項目：43問