

武蔵村山市第二次

広

報

「伝える広報」から「伝わる広報」へ

単

略

令和6年1月
武蔵村山市

令和6年度▶▶令和8年度

目次

01

広報戦略の概要

1	策定の背景	1
2	取組経過	2
3	情報発信の現状	4
4	課題	5
5	本市の広報活動が目指すべき姿	7

戦略1 みんなで広報

取組①	市内研修の実施	9
取組②	広報マニュアルの整備	9
取組③	新たなハッシュタグの作成	9
取組④	「武蔵村山の魅力教え隊」の拡充	9

02

03

戦略2 伝える広報

取組①	広報媒体の役割の見直し	11
取組②	市公式LINEの導入	13
取組③	市広報キャラクターの活用	13
取組④	ショート動画の作成	13
取組⑤	市ホームページリニューアル	14
取組⑥	新たな広報媒体の検討	14

活動目標

第五次長期総合計画（令和3年度～令和12年度）に おける成果指標	15
広報戦略独自の目標値（令和8年度）	16

04



01

広報戦略の概要

1

策定の背景

ICT（情報通信技術）の進展に伴い、SNSをはじめとするソーシャルメディア等情報発信の手段が多様化し、市民が日頃接する情報量は膨大なものとなっている。住民が自治体を選ぶと言われている現代において、自治体が適切かつ効果的な施策を実施していても、その施策の存在や内容が知られることがなければ、住民から選ばれる可能性は低い。選ばれる自治体になるためには、各種広報媒体の特性を生かした効果的・効率的な情報発信を実践し、市民だけでなく、市外のかたにも本市の施策や魅力を確実に届ける必要がある。

これらのことを踏まえ、平成 29 年度に策定した「武蔵村山市広報戦略（平成 30 年度～平成 34 年度）」を基に、より時代の動向に合わせた広報活動を戦略的に推進することを目的とし、「武蔵村山市第二次広報戦略（令和 6 年度～令和 8 年度）」（以下「広報戦略」という。）を策定する。

2

取組経過

平成 29 年度に策定した「武蔵村山市広報戦略（平成 30 年度～平成 34 年度）」では、3 つの戦略を柱として、各種取組を推進した。取組の経過は以下のとおりである。

戦略Ⅰ・みんなで広報

広報戦略 PT の設置	広報戦略推進委員会を設置した。
情報発信年間計画の作成・特命魅力教え隊隊員（特命 MM 教え隊）の設置	各課に 1 名ずつ設置し、隊員に対して情報発信年間計画の作成依頼や、情報発信研修を行った。
マニュアルの更新、作成	SNS への投稿方法や情報発信に関するマニュアルを、庁内掲示板及びキャビネットに掲載した。

戦略Ⅱ・伝わる広報（情報を分かりやすく発信する広報）

市報むさしむらやま	令和元年 10 月 1 日号からフルカラーにリニューアル。デザインについても大幅に見直した。
市ホームページ	各課と連携し、カラーセルバナーの作成や階層の整理等、分かりやすいホームページ作成を行った。
ツイッター、フェイスブックページ等	発信方法について、マニュアルや研修等を通じて各課へ周知した。
動画	講演会のオンライン動画や、手続方法を解説した動画等を作成。また、国立音楽大学が作成した市 PR ソング 3 曲を Youtube 上で公開した。
武蔵村山の魅力教え隊・魅力マイスター	大学生と魅力マイスターの交流会を実施し、市認知度のアップを図った。
伝わる情報発信（分かりやすい情報発信）研修	特命魅力教え隊隊員を対象に、チラシの作成方法等に関する情報発信研修を行った。
ブランドメッセージの制定	市制施行 50 周年事業において、ブランドメッセージ「みんなで未来をつむぐまち」を制定した。

3

情報発信の現状

市では、秘書広報課を中心に広報活動を行っており、市報むさしむらやま、ホームページ、SNS等を活用し、関係各課と情報共有しながら適切な情報発信に努めている。現在活用している主な広報媒体は次のとおりである。

現在活用している広報媒体（令和5年12月末現在）

市報		毎月1日（奇数月及び4月は1日と15日）に発行。市内全戸配布のほか、公共施設等に配架。また、視覚障害者向けに声の広報を作成している。 ■発行部数 32,200部/回
ホームページ		各課でページを作成・更新 ■アクセス数（令和4年度） 478,999件/年、1,312件/日
SNS	X（旧 Twitter）	各課で原稿を作成・投稿 ■フォロワー数 4,415 フォロワー
	Facebook	各課で原稿を作成、秘書広報課で投稿 ■フォロワー数 1,105 フォロワー
YouTube		各課で作成した動画を YouTube 上で公開 ■チャンネル登録者数 540人
市政情報メール		犯罪・災害・市政情報があり、情報ごとに登録が可能。市政情報については、原則、毎週金曜日午後4時に配信。犯罪・災害情報については、随時配信 ■登録者数 犯罪情報 3,780人 災害情報 3,935人 市政情報 2,720人
プレスリリース		新聞・テレビ番組等で取り上げてもらうことを目的に、報道機関へ随時情報提供している。 ■プレスリリース数（令和4年度） 32回
チラシ・ポスター		各課で作成し、窓口等で配布

4 課題

1 職員の情報発信に対する意識の差

広報活動は、政策説明、市政情報提供、観光振興、危機管理など多様な側面があり、こうした広報活動を行う主体（所管部署）は全庁に及んでいる。しかし現状、情報発信に対し積極的な姿勢の職員がいる一方で、「広報は広報担当課が行うもの。」「市報に掲載すれば情報発信したことになる。」という考えを持つ職員もいることは否定できない。

多様な側面を持つ広報活動は、各部署の業務の中に含まれており、それらの情報発信は各部署が責任を持って行うものと意識啓発し、実践していく必要がある。

2 伝わりづらい情報発信

情報発信の目的は、発信することそのものではなく、相手に確実に伝わることで、理解や行動に結び付くことである。

しかし、市から発信される情報に、市民にとって分かりづらい表現や内容があることも事実である。これは、情報を正しく伝えようとするあまり、長い正式名称を使用したり、優先度の低い情報まで細かく発信してしまうこと等が原因である。分かりやすく情報を発信することと、情報を詳細に伝えることの両立は難しいが、情報が正確に伝わらないことで誤解が生じたり、生命の危機に見舞われる可能性もあるため、市には伝わりやすい情報発信が求められている。

情報配信サービスのご案内

本市は、電子メール（携帯メール、パソコン）を利用して迅速な「情報配信サービス」を行っています。これは市民の被害が減少・安全に保たれるよう実施しているもので、市内や近隣市町等で目撃された不審者の犯罪情報、災害情報、車上イベント情報などを配信しています。多くの情報の配信がなされています。

1 内容
 (1) 犯罪情報
 市内や近隣市町等で目撃された不審者の情報等を配信します。
 (2) 災害情報
 洪水や火災発生などの災害情報を配信します。
 (3) 市政情報
 市が主催するイベント、市報情報などのお知らせ、催事に関するお知らせを配信します。

2 登録方法
 (1) QRコード、またはメール送信番号から masash@city.musashimura.lg.jp へメールを送信してください。件名、本文は登録のままで結構です。
 (2) 受付メールが届いたら文中のURLをクリックしてください。
 (3) ご希望の配信情報にチェックを入れ、送信してください。
 (4) 登録完了のお知らせメールが届きます。これで登録が完了です。
 ※メールの配信は、犯罪・災害情報については随時、再配信を行う場合があります。

【ご利用上の注意事項】
 ● サービスをご利用になる場合には、携帯電話、パソコンのメールアドレスを登録していただく必要があり、お名前のみはできません。お名前の登録と併せて、お名前と住所等の重要な情報や連絡手段等をご入力ください。それらを適切に保護、管理いただく必要があります。
 ● ご利用に当たってご自身の登録のためのメールアドレスは任意で入力し、変更していただけます。
 ● この情報は、武蔵村山市が登録者に対して発信するもので、登録者は登録した情報の管理を適切に行ってください。
 ● 万一上記に違反した場合は関係するデータが削除されたい旨が記載された場合には、当該利用者のメールアドレスを削除し、サービスの提供を中止する場合があります。
 ● このメール配信サービスは犯罪や災害（メールなどの発信者特定情報の提供、電話、メール送信など）、ネットワークの混雑や障害等により、メール配信が滞る、または、配信されない等の不具合に際しては責任を負いません。
 ● メールアドレスの扱いについて登録されたメールアドレスは、情報配信サービス以外では使用しません。
 ● 電子メールについて、お名前が不明な電子メールの受信は、送信メールアドレスが不明な場合があります。

問い合わせ先
 武蔵村山市役所 情報配信課 広報広聴係 042-565-1111（内線315）

武蔵村山市公式メールマガジン
情報配信サービス

① 犯罪情報
 市内や近隣市町等で目撃された不審者等の情報

② 災害情報
 火災、台風、大雨等の災害情報

③ 市政情報
 イベント情報や市報情報のお知らせ等

市役所からの大事な情報をメールで確認♪

登録方法

STEP 1
 こちらへQRコードを送信！

STEP 2
 自動的に届く受付メールのURLにアクセス

STEP 3
 ご希望の配信情報①～③を選択して登録完了！

※上記QRコードを読み取れない場合は、masash@city.musashimura.lg.jpへメールを送信

お問い合わせ：武蔵村山市役所 情報配信課 広報広聴係
 ☎ 042-565-1111（内線315）

レアケースまで細かく網羅しようとすると、文字だらけになってしまう。要点を絞って情報を整理することで、相手に伝わりやすい情報発信になる。

3 広報媒体を効果的に選択できていない

自治体の情報発信においては、全住民に向けて発信しようとするあまり、この情報を誰に届けたいのか、どういう人に見つけてほしいのかという視点があいまいになってしまうことが多く見られる。

市からの情報発信を、主に紙ベースの広報紙で行っていた時代は、受け取る側も唯一の情報収集ツールである広報紙に一定の信頼をもって情報を得ていた。しかし、近年はスマートフォンや SNS 等の普及により、紙ベースによる情報発信の機会が減少している。様々な環境にいる幅広い世代のニーズに対応するため、ターゲットに合わせた情報媒体を選択し、利用していくことが求められている。



5 本市の広報活動が目指すべき姿

第五次長期総合計画に掲げる将来都市像「人と人との絆をつむぐ 誰もが活躍できるまち むさしむらやま」を実現するためには、市に対する市民の理解を深め、より良い関係を構築し、市と市民、更には市への来訪者等もつながり、つながった全ての人に武蔵村山市を好きになってもらう必要がある。

広報戦略では、以下のとおり本市の広報活動が目指すべき姿（目的）を定め、課題の解決を図るため、各戦略に取り組むこととする。

目指すべき姿

みんながつながる 好きになる むさしむらやま

- 職員一人ひとりが積極的に情報発信を行い、市全体の広報活動が活発になる。
- 情報の受け手のことを考え、伝わる内容で情報発信を行う。
- 市民が積極的に市の情報を取得したくなるようなコンテンツを作る。
- 発信した情報が新たなつながりを生む。

本市の課題（再掲）

- 1 職員の情報発信に対する意識の差
- 2 伝わりづらい情報発信
- 3 広報媒体を効果的に選択できていない





02 戦略1 みんなで広報

武蔵村山市に関わる全ての人が広報担当者

自治体では縦割り意識からか、広報担当以外の部署では業務内における広報活動の優先順位が低くなってしまい、この情報は広報すべき情報などと意識して仕事をすることは少ないと思われる。そのため、情報は広報するものという共通認識を職員が持ち、職員一人ひとりが広報担当者であると意識改革をすることが、この戦略のポイントとなる。

また、昨今ではSNSをはじめとするソーシャルメディアの発展により、情報発信の手段が多様化し、誰もが手軽に情報発信ができるようになった。武蔵村山市の魅力について、市側の一方向からの発信だけでなく、市民や来訪者、その他関係者等も巻き込み、多方面から発信することによって更なる情報の拡散が期待できる。

取組

1

庁内研修の実施

令和6年度実施

「伝わりやすい文章表現」や「広報媒体ごとの特性」といったテーマの研修を実施し、職員の広報マインド及び技術を向上させ、市全体の広報活動のレベルアップを図る。

1 広報意識向上のための研修

広報の重要性を深く認識し、広報に関する知識や技能を向上させるための研修を実施する。なお、日々変化していく社会情勢に対応した広報活動を展開するため、管理職を対象とした研修の実施についても検討を行う。

2 ホームページ操作研修

基本的な操作方法だけでなく、誰でも見やすい、使いやすいホームページの基準となるウェブアクセシビリティについての研修を実施する。

取組

2

広報マニュアルの整備

令和6年度実施

広報活動においては情報発信の回数が重要となってくる。職員一人ひとりが、小さな情報でも積極的に情報発信できるよう、適切な広報媒体の選び方や発信方法をまとめたマニュアルを作成する。

取組

3

新たなハッシュタグの作成

令和7年度実施

SNS等を通じて武蔵村山市をPRする際の、共通ハッシュタグを作成し、市だけでなく、市民や関係者と一体となって市の魅力を効果的に発信していく。

取組

4

「武蔵村山の魅力教え隊」の拡充

令和7年度実施

武蔵村山の魅力教え隊の活用について、より広範囲に情報発信を行えるよう、制度の拡充について検討する。拡充に当たっては、隊員となる対象者の見直し等を行い、魅力マイスターとも連携を図りながら、制度自体の情報についても発信していく。



03 戦略2 伝える広報

「伝える」から「伝わる」へ

自治体の情報発信において、正式な表現や専門用語をそのまま使用したり、情報を余すところなく伝えようとして、文章だらけになってしまい、住民にとって理解が難しい表現になることが多く見られる。情報は正しく伝わることで、受け手の理解や行動に結び付き、情報発信の目的を達成することができる。そのためには、専門用語をなるべく減らし、誰でも理解できるような簡潔な文章にする等、受け手のことを考えた表現を心掛けることが重要である。

また、情報発信する際、ターゲットに合った情報媒体を選択するためには、職員が各広報媒体の特性を理解する必要がある。

戦略2では、情報を発信するだけの伝える広報ではなく、確実に相手に情報を届ける伝わる広報を実践することで、シティプロモーション[※]を推進するものである。

※シティプロモーション：市民の愛着心や市外からの認知度等の向上を目的とし、市内外問わず多くのかたへ本市の魅力を伝える広報活動のこと

取組

1

広報媒体の役割の見直し

令和6年度実施

消費者の購買行動プロセスモデルであるAIDMA（アイドマ）モデルを参考に、情報の受け手である市民等の行動プロセスを「認知（事業の存在を知る）」「理解（事業の内容を理解する）」「参加・利用（事業に参加又は事業を利用する）」の三段階に分け、広報媒体の役割を以下のとおり見直す。

これまでの広報媒体の役割



これからの広報媒体の役割



原則、市報・SNS等で事業を認知、その後ホームページへ誘導し理解させ、参加・利用につなげる。必要に応じてYoutubeで解説動画等を公開する。

具体的な使い方

市報	認知	<ul style="list-style-type: none"> ■特集記事を作成し、一面にすることで、手に取りやすく、親しみやすい紙面を制作する。 ■事業の説明等については原則、市ホームページへ誘導するなどし、文字数の削減を行う。 <p>※ホームページへの誘導については、ターゲットに応じて対応する。</p>
SNS・ 市政情報メール	認知	<ul style="list-style-type: none"> ■ホームページの更新と同時に、SNSで発信することで、事業の認知性を高める。 ■投稿する文章について、いわゆるお役所言葉にならないよう、親しみやすい情報発信を行う。
プレスリリース	認知	<ul style="list-style-type: none"> ■報道機関向けであっても、内容が一目で分かるよう、イラストや見出しに注意し、新聞等に取り上げられる回数を増やす。
チラシ・ ポスター	認知	<ul style="list-style-type: none"> ■情報に優先順位を設け、条文のような堅い印象にならないようなチラシを作成する。 ■秘書広報課において、伝わりやすいチラシ作成についての研修を実施する。
ホームページ	理解 参加・利用	<ul style="list-style-type: none"> ■条例や要綱の文言をそのまま掲載するのではなく、利用者が読みやすいページ作りを行う。 ■利用者が欲しい情報に到達しやすいよう、階層を整理する。
Youtube	理解 参加・利用	<ul style="list-style-type: none"> ■講演会の様子や、文章や写真ではイメージしづらいもの（申請方法等）等を動画にまとめ、ホームページの補足として活用する。

取組

2

市公式 LINE の導入

令和 6 年度実施

国内ユーザー数が多い LINE を活用し、市政情報・犯罪情報・防災情報等、利用者が知りたい情報ごとに情報発信できるように仕組みを構築する。

取組

3

市広報キャラクターの活用

令和 6 年度実施

市広報キャラクター「M ジロ」「M ザベス」を活用し、親しみやすいシティプロモーションを展開する。イラストバリエーションの増加や、グッズ作製、現在販売中の LINE スタンプについて、拡充を検討する。



取組

4

ショート動画の作成

令和 6 年度実施

市の魅力を発信するため、市民がスマートフォンで気軽に楽しめるショート動画（30秒程度の縦型短尺動画）を作成し、YouTube 上に投稿する。

それぞれの役割

秘書広報課	<ul style="list-style-type: none"> ■積極的に情報収集を行い、ショート動画として発信できそうな内容があれば、各課へ制作を促し、共同で制作する。 ■撮影・編集・YouTube 上への投稿を行う。
各課	<ul style="list-style-type: none"> ■所管する事業において、ショート動画として発信できそうな内容があれば、秘書広報課へ情報提供し、作成に協力する。 <p>【例】 イベントの様子、事務手順の手順 等</p>

取組

5

市ホームページリニューアル 令和7年度実施

リニューアルに当たっては、利用者が知りたい情報にたどり着きやすいよう、全体設計（ページのカテゴリ分けの見直し）と、個別設計（各ページ内の文章表現を簡潔にし、読みやすくする。）の2つの視点から実施する。

それぞれの役割

秘書広報課	<ul style="list-style-type: none"> ■全体設計（カテゴリ分けの見直し、必要とされる機能の導入等）について検討する。 ■各課に対し、操作方法の研修を実施するとともに、読みやすいホームページ作成についても意識啓発を行う。
各課	<ul style="list-style-type: none"> ■各課所管の事業について、ホームページを作成する。 ■作成に当たっては、利用者にとって読みやすい文章となるよう心掛ける。

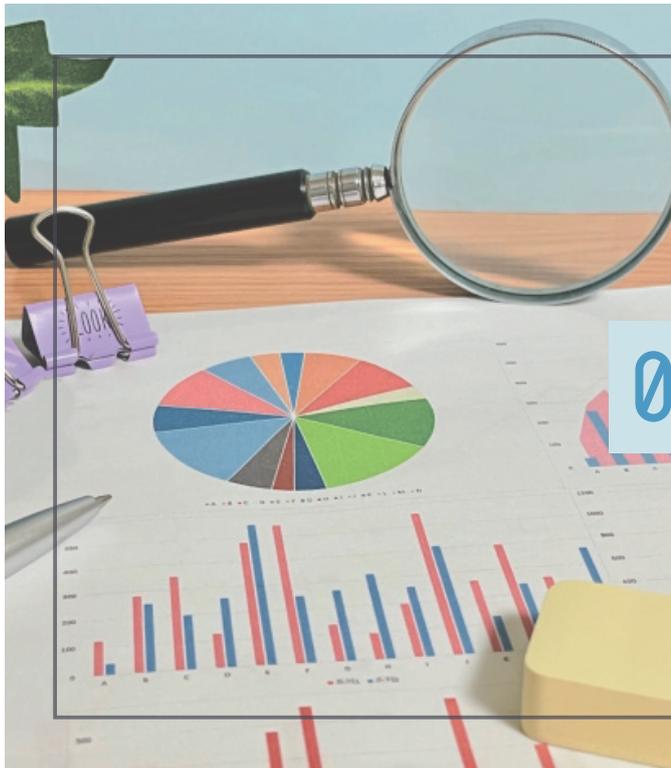
取組

6

新たな広報媒体の検討

LINEだけでなく、他のSNSサービス等新たな広報媒体についても情報収集を継続し、時代のニーズに合わせて導入を検討する。また、利用者が少ない広報媒体の廃止についても、併せて検討する。





04 活動目標

以下の目標を達成するため、見やすさや・伝わりやすさに配慮した情報発信を、全庁的に進めていく。

第五次長期総合計画（令和3年度～令和12年度）における成果指標

	令和元年度	令和7年度
市ホームページアクセス数	341,995 件 / 年	500,000 件 / 年
市公式フェイスブックページ 「フォロワー」件数 ^{※1}	885 件	1,250 件
市公式 X（旧 Twitter） 「フォロワー」件数 ^{※2}	3,170 件	4,500 件
情報提供サービス登録者数 （犯罪情報、災害情報、市政情報）	4,561 人	6,000 人

※1 計画上の表現は「市公式フェイスブックページ「いいね！」件数」

※2 計画上の表現は「市公式ツイッター「フォロワー」件数」

広報戦略独自の目標値（令和 8 年度）

広報戦略独自の目標値として、市民意識調査（平成 25 年度・平成 30 年度実施）の調査結果を基礎データとした目標値を設定する。秘書広報課において市民向けの調査を実施し、その結果を踏まえ、目標値の検証を行う。

武蔵村山市の広報に**満足**している市民の割合

60%以上

武蔵村山市の広報に**不満**を感じている市民の割合

5%未満

市報やホームページなどの広報に対する満足度

	平成 25 年度	平成 30 年度	令和 8 年度
満足している	8.6%	4.4%	60%以上
どちらかといえば満足	44.1%	28.2%	
どちらでもない	44.3%	52.9%	—
どちらかといえば不満	4.8%	9.1%	5%未満
不満である	6.2%	13.8%	
	1.4%	4.7%	

※無回答の割合は、平成 25 年度が 5.4%、平成 30 年度が 5.1%



武蔵村山市第二次広報戦略（令和6年度～令和8年度）

発行年月 令和6年1月
発行 武蔵村山市
編集 武蔵村山市 企画財政部 秘書広報課

武 蔵 村 山 市

