

令和2年度 第4回市政モニターアンケート

「広報活動」の集計結果からの考察

目的：多くの広報媒体がある中、市民・市外住民への効果的発信を探る

それぞれの広報媒体に求められている情報や利用シーンを意識した広報活動を行う

ラジオは、その特性上、通勤時車の運転や家事をしながら聴くことが多いほか、目的（音楽、交通情報、語学、好きなDJなど）があって聴いている。

ホームページは、知りたいことがあるときに利用されるため、検索機能が使いやすいことや、分かりやすく分類されていることが求められている。

SNSではテレビやホームページとは異なり、イベント情報や子育て情報など細かな情報、コアな情報が求められているので、取り上げてこまめに発信する必要がある。

ラジオエフやSNSでの広報活動は、まず知ってもらおう

「広報ふじのみや」は、市政情報の媒体の核になっている。「市のホームページ」もインターネットを利用する人には良く使われている。それに対し、「ラジオエフ」や「市のSNS」発信については、あまり使われていない。ラジオやSNS自体を利用しない人もいるが、利用していても「ラジオエフ」や「市のSNS」を知らない人も多い。まずは発信していることを知ってもらう必要がある。

例えば、ラジオエフでは身近な人が登場することが聞くきっかけになることがある。まちの話題として本人や身近な人に登場してもらえばそれが聴く目的となり、それをきっかけにラジオエフを知ってもらい、リスナーを増やすことができるのではないかと考える。

また、多種多様な媒体を使用するようになってきているため、多様な手段を使っての広報活動を継続し、時代に合わせて新しい広報手段も模索していく必要がある。

まだあまり取り上げられていないまちや企業の魅力をメディアにPRする

富士宮市について、メディアでの取り上げは、富士山、観光、世界遺産、やきそば、自然といった印象が強く、メディアには、決まったイメージで取り上げられているといった印象もある。

よく取り上げられることだけではなく、その他にも魅力的な街のことや企業のことも取り上げられるようにメディアへPRしていく必要がある。

市外住民は、富士宮市を行先として決める判断をするための情報を求めている

富士宮市以外の市町に関する情報は、今、コロナ情報への意識が強く、その行先にも影響を与えている。同様に、市外の人にも、富士宮市の情報は、まず行き先としてどうかの判断材料となっていることが推察される。イベントやおすすすめスポット、お土産などの観光情報はもちろん必要だが、コロナ情報のように安全安心に関する情報を市外の人に対しても発信する必要がある。