

【会議録】

開催日時	令和8年3月24日(火) 10:00~12:00
開催場所	エントランス棟3階 会議室3-1
会議名	越谷市広報広聴専門委員令和7年度第2回会議
件名	(1) 令和7年度広報活動・シティプロモーションの推進に関する取り組み (2) 令和8年度広報シティプロモーション課の事業計画 (3) その他
出席者等	出席委員(5名) 白井委員、大野委員、吉野委員、櫻井委員、駒崎委員 欠席委員(1名) 川本委員 担当課(3名) 広報シティプロモーション課(課長、副課長、主査)
要旨	令和7年度の広報シティプロモーション課における主な取り組み及び令和8年度の事業計画について説明し、各委員に意見を求めた。
内容	<p>(1) 令和7年度広報活動・シティプロモーションの推進に関する取り組み</p> <p>【広報】昨年11月の第1回会議後に実施した事業の進捗や、新たに取り組んだ事業について説明。これらの取り組みや、広報行政、シティプロモーションの推進について、ご意見をいただきたい。</p> <p>【委員】数多くの事業に取り組んでいることは、とても良い。何がヒットするか分からないので、たくさん事業を実施していく必要がある。一方で新たな取り組みを実施するときには、評価の基準を考えておく必要がある。</p> <p>【広報】失敗を恐れずにチャレンジすることで手札を持ち、その中から伸ばしていくもの、変えていくものを判断するという姿勢でいる。シティプロモーションの基本的な考え方として、「まちの価値は、まちに関わる市民がつくる」を掲げている。市民との関わりの総量を測る mGAP(修正地域参画総量指標)を設定し、関係人口(多様な人のつながり)を定量化する中で試行と検証を繰り返していきたい。</p> <p>【委員】事業を前向きに取り組むことは良いと思う。ただ、「KOSHIGAYA 水遊都市百景」のYouTube動画では、閲覧数や、その後どのような意識や行動に変化があったかなどを検証できるといい。</p> <p>【広報】ブランドメッセージ「水遊都市 KOSHIGAYA」の動画等のコンテンツについては、WEB 広告</p>

や交通広告により訴求を図っている。特に鉄道沿線をターゲットとしている。市内の各駅をはじめ北千住駅や大宮駅など交通の結節点になる駅に、動画に誘導するようにポスター大型を掲示しているほかトレインビジョンを放送している。アンケート等を実施して定量的効果、定性的効果ともに測定している。

【委員】越谷市は特徴となる魅力に乏しい。テレビドラマや情報番組で越谷市が紹介されると気づいてもらいやすい。越谷市の魅力を見つけてしっかりと発信してほしい。

【広報】まちをブランディングし、越谷ならではの特徴を考える必要がある。そのため、水辺が美しく、歴史や人がつながるまちとして、「水遊都市 KOSHIGAYA」というブランドメッセージを策定しプロモーションに取り組んでいる。また、市民の皆さんが越谷市にかかわり、自由に魅力を発信できる機会をつくるため、市民アンバサダー「こしがや私のイチ OSHI クルー」や市民ワークショップの事業を新たに立ち上げた。これらの取り組みが浸透していくと良いと考えている。

【委員】テレビドラマや情報番組で紹介されて、「こんな素敵な風景があったんだ」と気が付いてもらえることもある。

【広報】最近の撮影会社は YouTube や Instagramなどで、ロケーションの候補を決めていることが多いと聞いている。YouTube や Instagramでの配信の効果が出てきているように思う。

【委員】SNS など、たくさんのツールで情報発信しているが、それぞれの発信内容は異なるのか。防災情報や高齢者の方に向けた情報を知らせることも重要だと思う。

【広報】SNS等の情報発信ツールを絞り込むのではなく、特性を活かした情報の配信を心掛けている。情報発信の手法が多いほどそれぞれの登録者数が増えるという検証結果もある。ライフスタイルやライフステージに合ったものを活用していただいている。情報については、必要な人に必要な情報を届ける、または、必要なときに必要な人がアクセスできるよう取り組んでいく。

【委員】cityメールと同じようにLINEを充実させていく必要があるのでは。

【広報】LINEの拡張機能を危機管理の部局で取り入れている。連携して登録者数の増加を図っていく。

【委員】SNS等では情報が消費されてしまう。広報紙のように紙面で情報発信する意味は大きいと

思う。

【委員】 広報こしがやを試験的に南越谷地区で全戸配付した進捗はどうか。

【広報】 現在、結果を取りまとめている。報告書としてまとめ、ご協力いただいた自治会等と調整した後、公開したい。

【委員】 広報こしがやを必要としない人もいるので、費用対効果も考える必要がある。

【委員】 自治会に加入していない人が広報紙を手にとった際の意見を聞いてみたい。

【広報】 今後、他地区との意見交換を踏まえ、ポスティングについて検討していく。また、ポスティング以外で広報こしがやを入手できる方法も充実させていくべきと考えている。例えば、電子版の本格導入や公共施設等での配布の充実などを検討していく。

【委員】 広報こしがやに広告を掲載している事業者からはどのような評価があるのか。

【広報】 広報こしがやの広告基準を改正した。具体的には、二色刷りを廃止して全面カラー化に変更した。広告効果が見込める価値を紙面につくらなくてはならないと考えている。現状では、カラー化後も広告枠は埋まっている。

(2) 令和8年度広報シティプロモーション課の事業計画

【委員】 既存事業を「改善する」ことはもちろん、「やめる」または「削減する」の判断は難しい。基準を事前に考えておいた方がいい。

【広報】 例えば、広報こしがやを効果的に発信するために、令和6年度に紙面をリニューアルした。これまで、地域への取材を増やすなど方向転換を行ったことで、コストや負担が増えることになる。広告の全面カラー化により歳入を確保するとともに費用対効果の視点をもって広報事業を整理していく必要がある。そのため、紙面のデザインを委託することにした。公的役割を踏まえた上で、効果測定を行い、さらに、効果を見せていくことが大事であると考えている。

(2) その他

来年度の開催予定等について事務連絡を行った。

以上

