

特別顧問・特別参与が従事した職務の遂行に係る情報（事後公表）

【担当課：政策企画室広報担当】

議 題	大阪市の広報について（改善に向けた意見聴取）
日 時	令和3年8月26日（木曜） 9時30分～11時30分
場 所	大阪市役所本庁舎5階秘書担当会議室 等
出 席 者	(特別顧問・特別参与)： 清水特別参与・山本特別参与 (職員等)： 政策企画室（市民情報部長、広報担当課長、広報担当課長代理）
論 点	・大阪市の各種広報媒体及び広報手法について
主 な 意 見	<p><広報の手法について></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 広報の内容・手法を考えるにあたっては、「人に行動変容させるために伝えること」と「信用できるニュースソースとして間違いなく伝えること」の整理が必要。 ● ホームページと駅のサイネージでの広報では次のような違いがある。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ ホームページ <ul style="list-style-type: none"> ◇ 関心がある人だけが見ている。 ◇ 冷静に見てもらえる。 ◇ リンク先での補足も可能。 ⇒ 関心がある方により詳しい情報をお届けするのに有効 ➢ 駅のサイネージ（15秒動画） <ul style="list-style-type: none"> ◇ 関心のない方にも目にしてもらえる。 ◇ 歩きながらパッと見るため、直感的に判断される。 ⇒ 関心のない方にシンプルな内容をお届けするのに有効 <p><HPバナー等での広報について></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 緊急性が高い情報については、デザインはシンプルな方が良い。情報が多いと意識に残らないこともある。最低限伝えたいことだけ伝える割り切りも必要。 ● 市民の行動を変容させるためには、データ・エビデンスを見せて「今までの意識ではだめだ」ということを伝える必要がある。 <p><若年層への広報について></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 大阪市の情報はアンテナにかかっていない方も多いため、若年層に影響力のある方に発信してもらおうといった手法も検討しても良いのではないかと。 ● 現在大阪市が使用している媒体では駅のサイネージが若年層の目に入る可能性が一番高い。 ● SNSに関しては、リツイートしたくなるような絵や文の面白さがあれば拡散する。学生に協力を求めるやり方も考えられる。

結 論	・本日の助言を踏まえ、改善に向け検討を進める。
説明等資料	
備 考	
関係所属 (部 課)	政策企画室市民情報部広報担当