

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 6 年 10 月 28 日（月曜） 9 時 30 分～10 時 45 分
場 所	大阪市役所本庁舎 5 階秘書課会議室
出 席 者	（特別顧問・特別参与）： 清水特別参与、寺本特別参与 （職員等）： 政策企画室（市民情報部長、広報担当課長 外）
論 点	令和 6 年度企画広報及びデジタルサイネージの活用について
主 な 意 見	（令和 6 年度企画広報について） ・メインコンテンツが面白くなってこそ、他の戦略が生きてくる。他の人に勧めたくなるようなものにしないといけない。 ・LINE の友だち登録につなげるフックとなるメインコンテンツを、登録後にも市事業の利用促進につなげるような仕組みにするのが良いのではないか。 ・LINE での情報発信は、防災情報といった公式な情報や行政オンラインシステムとの連携など役に立つ情報、今回の企画広報のような楽しい情報に加えて、知っていると得する、知っておかないと損するような拡散したくなる情報を発信すると良い。 ・各所属の広報担当者自身が LINE の友だち登録を身近な人に勧めるなど、市内部から登録者を増やすことも大切。 （デジタルサイネージの活用について） ・デジタルサイネージではほぼ広報はできてしまうが、災害時など紙媒体による広報の強さもある。また、広報媒体が紙からデジタルへ移る過渡期にある中、手に取って見える紙媒体の方が良い場合もあるので、バックアップとして、デジタル：紙が 8：2 くらいになるよう考えておいたほうが良いのではないか。 ・サイネージをリマインドメディアと捉えており、色々な SNS や動画による発信と、タイミングをできるだけ連動してやった方がいい。 ・画像が動くのが特長で、動画に近いメディアである。CM のように細かいエフェクトを加えたりしたり、演者を入れたりする必要はないが、ズームアップなどパワーポイントのスライドショーレベルの動きのあるコンテンツが良い。 ・多く人が来る場所にあるサイネージを選ぶ、そこでのコンテンツに力を入れていくことが大事。人が少ない場合にどのような情報を出すのかも考える必要がある。
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