

## 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	伝える広報から伝わる広報へ（各所属への助言）
日 時	令和元年10月21日（月曜）15時00分～16時45分
場 所	大阪市役所本庁舎7階市会第6委員会室
出 席 者	(特別顧問・特別参与)： 山本特別参与 (職員等)： 各区・局室 広聴広報幹事
論 点	・伝える広報から伝わる広報へ
主 な 意 見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎日膨大な量の広告が流れており、誰も広告なんて見たくない。広報はもっとかもしれない。そういう前提に立てば工夫しようという意識になり、伝わる広報に近づくのではないかと。</li> <li>・目的を明確にし、焦点を定めると完成形は変わる。スタート地点での目的が手段を作る。目的を達成するために、どのようなアイデア、工夫で表現するか、を考え、ゴールにたどり着く。目的の段階で時間をかけて考えてもらいたい。</li> <li>・企画は両側からトンネルを掘るようなもの。一方は戦略（何を伝えるべきか＝目的）、反対側は戦術（どう伝えるべきか＝手段）、これが一致しないと開通しない。まず戦略を立てる。そして表現を考える。表現が面白いかどうかだけでは判断できない。目的に向かっているか、その上で面白いのか、その判断が必要。</li> <li>・完成度より伝達度をあげる。いかに伝えたいことを伝えるか。伝達度を上げるためにやるべきことは二つ。①目立つこと②伝えること。広報の場合、目立つことはどうかと思うかもしれないが、興味をもって、こっちを向いてもらい、伝えたいことを伝えるのが、効果的な広報。</li> </ul>
結 論	・企画をする時、最終制作物を作る時、大事なことは、考え方のデザイン（＝目的、目標を決める）、情報のデザイン（＝情報の取捨選択、整理整頓）、表現のデザイン。この3つを常に意識すれば、広報は変わってくる。
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