

定期総会記念講演会

政策が伝わる 自治体広報

大正大学 地域創生学部教授 谷ノ内 識 氏

2026年6月5日開催の当センター定期総会終了後に、大正大学地域創生学部教授 谷ノ内 識氏をお招きし、「政策が伝わる自治体広報」と題し、ご講演をいただきました。以下、要点をまとめます。

(文責：三重県地方自治研究センター)

広報とはなにか

本日は、自治体広報とはなにか、という考え方の話をする。到達目標として、自治体に広報がなぜ必要なのか理解してもらい、総合計画の中に広報・情報発信に関する部分があるが、その位置づけ、考え方、広報活動の役割を説明できるように紹介する。また、具体的な事例について客観的に見る機会にしたい。

まず初めに、広報とはどういうものか。誰に、何を行うことか。広報の源流はアメリカから持ち込まれたもので、「public relations」：公衆（社会）との（良好な）関係と訳される。日本での一般的な理解として、広報とは、情報の発信、話すこと、書いて発表することなど、広く報じることとして理解され、一方的な情報発信とされている。



発行所

三重県地方自治研究センター
三重県津市栄町2丁目361番地
(一) 三重県地方自治労働文化センター内
TEL059-227-3298
FAX059-227-3116
E-mail : info@mie-jichiken.jp
https://www.mie-jichiken.jp/

自治体における行政広報と課題

情報発信は、良い関係を構築・継続するための手段の一つである。情報発信はあくまでも手段であり、目的ではないので、それを押さえてはならない。

日本広報学会では、広報について定義を定めている。そもそも広報とは、組織や個人が、目的達成や課題解決のために、多様なステークホルダーとの双方向のコミュニケーションによって、社会的に望ましい関係を構築、維持する経営機能であるとしている。

情報発信は広報活動の手段の一つだが、望ましい関係を構築・維持できるような組織全体のマネジメントに關与できなければ役割を果たしているとはいえない。お互いの認識のずれを調整し、うまく伝わっていないければ修正する、伝え方を適宜見直す必要がある。情報発信して終わりではなく、見直すことが必要なのである。

自治体の広報担当部署というと、情報を発信する、広報誌を作る、マスコミ対応、SNSでフォローワー数を増やす、シテイプロモーションで町の魅力を伝える、等の仕事をしている。また、広聴という部分で、市民からの意見も聴く部署であるといえる。

実際に見てもらいたいのだが、宮崎県小林市移住促進PRムービーや

広島県呉市のPR動画は、目立つ、バズる、アイデアのある広報として多くのメディアで取り上げられた。小林市では、担当者が後に振り返っているが、その後も主に市外を意識した単発的なプロモーションを展開してきたが、定量的、定性的な成果というものは初期の動画以降なかなか見出せなかった。バズらせることだけを目的としたため、市外を意識したプロモーションへ比重が傾き、市内を意識したプロモーション意識が欠落していたことで不協和音が生まれていたという。発信するのは大事だが、情報が伝わったか伝わっていないか、どういった経済効果があつたかを検証しなくてはならない。短期的な成果も必要だが、本来は広報が伝わった先にどんな成果、



効果があつたか検証することが必要なのである。

行政広報は、行政が、広報および広聴という、行政体および地域内の情報コミュニケーションを通じて、地域の置かれる状況と地域の民意を踏まえながら、行政と地域のステークホルダーとの間における両者の関係性を最適なものに継続的に調整する行政機能である。情報発信はあくまで手段の一つであり、成果と目標設定が大事になる。発信そのものは広報担当部署だが、各部署における民意を踏まえた関係性を調整する施策とマネジメントを発信しなくてはならないため、全庁的に取り組めるかが鍵となるのである。

人口規模が小さい市でも効果的な取組を行っている自治体も存在する。広報の総合評価が高い自治体ほど都市ブランドینگ（都市をブランド化する）自己評価も高いという相関関係がある。都市ブランドینگは、都市の独自性への他者からの共感であり、身近で有名なところは、千葉県流山市『母（父）』になるなら流山市』や兵庫県明石市『子育てするなら明石』などである。不動産情報サイトでも住みたいまちランキング上昇中である。

広報における取組の成果指標（評価）のステップとして、準備評価（プロセス）、実績評価（アウトプット）、効果評価（アウトカム）がある。準備評価として広報施策と総合計画と



の整合性をはかり、実績評価として情報発信数、HPアクセス数、SNSフォロワー数を見る。効果評価として、対象者の意識や行動がどのようになつたか、自治体に対するイメージの形成について調査することで、広報がどこまで伝わったかを把握することができ、効果評価までやつてはじめて、伝わったかがわかる。情報発信した後、結果がどうなつたか、住民がどう思っているかアンケート調査することが必要である。

自治体のまちづくりのコンセプトは、経済成長が右肩上がりの時代は観光誘致や地産品販売などで消費拡大が目的だった。低成長時代で、人口減少期の現在は、定住人口の確保が課題であり、定住促進を目的に広報もしていたが、大半の自治体で成

果の獲得がない状態である。今後は自分の町の将来像ビジョンを市民と共有し、自発的なファンを育てる方向に転換していく必要がある。都市ブランドینگにおいて、市民がその都市に誇りを持ち、自分自身が主体的に地域経営に参画し、その地域を良くしていくという意識『シビックプライド』の醸成に重点を置くべきである。自治体はそのための広報をしていかななくてはならない。

行政広報は情報発信一辺倒からの脱却が必要である。その町の目指すものに対して、市民が、あの町は元気だ、あの町に行けば取組が進んでいる、新しいことがあるというイメージを持てる必要がある。自治体による行政広報がやるべきは、政策広報による『シビックプライド』の醸成である。広報的視点を重視した、そもその政策事業・立案というところを市として地域として取り組む必要がある。あるものを伝えて、なぜ伝わらないのかではなく、伝わるものを立案して出すことが重要である。

実際に行った事例紹介

兵庫県三木市の広報アドバイザーとして、4年ほど秘書広報課へ入庁した。市政運営は議会承認を経た総合計画に基づいており、総合計画の中に情報発信の取組についても記述がある。総合計画は市民との約束であるため、そこをしっかりと押さえる

必要がある。広報手法より、総合計画の実現に貢献する政策情報発信のあり方が課題であつた。

第2期三木市創生計画人口ビジョン・総合戦略の目標が『誇りを持つて暮らせるまち三木』であつたが、目標として高く、何をもち『誇りを持つ』なのかという点はあつたが、地域資源や民間活力、関係人口を活かし達成を目指すものであつた。また、情報発信の項目として、『伝えるべき情報』を『伝えたい人』に伝わる情報発信をする。情報を必要とする市民に届く関係性を構築するため、広報の魅力を高め、市役所組織全体の発信力を向上させることが目標となつていた。市長とも面談し、市民の理解を得る努力が必要で、民意をとらえた施策と、『伝える』から『伝える』情報発信への転換が必要であり、伝わる施策を考えることが大事だと提案し、理解してもらつた。

三木市にもともとある地場産業の伝統的三大資源（金物、ゴルフ、山田錦）をベースに、企業の実証実験を呼び込んで、三木市でなら新しいことができる、と町の新しいイメージを作っていくとした。何が目的か、発信することで何を達成するのか、そこを明確にし、それを市民に伝え、外部にも発信していく。広報部署だけでなく、観光、産業部署も巻き込み、政策に関わる部署をまたいで実行することになった。民意を

とらえた伝わる施策を全庁で展開し、政策を発信してメディアにのせていくことを町としてやっていく、それが『誇りを持つて暮らせる』シックプライド』の醸成につながるの考えからであった。もともとある自分たちの現状（産業）を活かして新たな価値を生むという意味で、『チャレンジするなら三木』というキャッチコピーをつけて取り組んだ。企業を呼び込み、それを市民にも伝え、この町はよくやっていると認めてもらえる取組がイメージアップにつながると考えた。

『チャレンジするなら三木』は、施策を企画・推進する職員の80%以上が共感してくれていたし、注目されるニュース性のある情報発信が増えていると認識していると庁内アンケートで結果が出た。広報誌「広報みき」がコンクールに入選したり、広報担当以外の職員が全国の市に先駆けて国の制度をわかりやすく解説し、YouTubeで見える化するなどの取組を実施した。取組状況について議員の方から聞かれることもあったが、外部の賞をとることで議員の方へのアピールになったし、実績が出ることで、どの部署、どの自治体でもできるモデルが構築できた。

それらの取組から、現在の第3期三木市創生計画人口ビジョン・総合戦略では、目標を『誇りを持つて暮らせるまち三木』Challenge MIKI

』とした。SDGs等の視点を取り入れ、地域資源や民間活力、関係人口を活かし、重点的、戦略的に人口減少対策に特化した施策にチャレンジすることを基本方針としている。総合計画と連動する三木市の広報は、市の各部門が三木市が誇りを持つて暮らせるまちとして選ばれるために、産官学金労言との双方向のコミュニケーションによって、「さすが三木」と市に誇りを持つてもらえる関係を構築・維持する全庁的取組となっている。政策と広報が一体となって市民のまちづくりへの理解・参画を促す情報発信が必要であり、民間活力と連携したこの取組は三木市発の全国モデルの挑戦となっている。

参考に、これに対し、大阪府寝屋川市は、市長トップダウン型の話題性ある政策情報発信を行っている。第6次総合計画の将来像として、『新たな価値を創り、選ばれるまち 寝屋川』を目指す。

「大阪のベッドタウン以外、特徴がない。企画力ある政策で話題になり、注目されないと市民に伝わらないし、支持は得られない。政策こそがメディアである」という市長の思いがあり、行政情報を市民に届けるメディアは、広報誌やHP、SNSなどにとどまらない。中央公民館の開設や、市民に寄り添い満足度の高いサービスを提供する窓口専門職員の配置など、これらの施策の共通点

は、市民と行政の間の『接点』である。こうした施策は、寝屋川市の『変化』を市民に実感してもらうためのメディアであると考えている。メディアとしての効果を念頭に、これまで戦略的に政策立案・施設整備を実施することで、寝屋川市が変わってきたことをメッセージとして伝えてきた。各自自治体で実施されるサービスの内容を自治体間で比較し、住む町を選択する相対評価の時代にあつては、発信される情報が施策効果に大きな影響を与える。これらのことを踏まえ、『メディアとしての政策』『メディアとしての公共施設』を意識した、政策立案および施設整備に努めている。

寝屋川市のやり方は、話題性が高いので、それ自体がメディアの役割を持つているし、結果として多くのマスメディアの取材を呼び込むことにつながっている。職員の政策立案能力を高めるため、市役所でMBA講座を開講し、管理職登用にはその研修の修了を必須とするなど、広報手法より、市長に続く広報的視点を重視した政策立案できる人材を増やすなど、政策そのものをメディアとする仕組みを実施している。

まとめと課題

両市とも総合計画のまちの将来像に基づき各種施策の立案に広報視点を入れることで、一定の成果をあげている。トップダウン型で進める寝

屋川市の方が総合計画への貢献の観点から、変革のインパクトが大きく、市長の広報への関心度および関与の程度の影響が大きいといえる。広報を手段ではなく、組織の機能ととらえ、職員人事制度にまで踏み込む寝屋川市の取組は、広報概念の経営機能の具体化の一つの例といえる。

自治体広報に求められるものとして、経営機能（マネジメント）、民意を踏まえる、関係性を調整する行政機能であると認識することが必要である。

情報発信はあくまで手段の一つであり、発信することでどんな成果になったかを追いかけることが大事である。また、発信するのは広報部署



だとしても、各部課における民意を踏まえた関係性を調整する施策とマネジメントが必須である。今後の自治体の広報は、全庁で取り組める人材の育成が鍵となる。

《参考文献》

谷ノ内識(2025)「自治体における政策情報発信の実践的展開に関する事例分析―政策立案と行政広報の観点から―」『公共コミュニケーション研究』第10巻1号 https://researchmap.jp/tanisatoyo/published_papers/51410089

谷ノ内識(2026)「何のための広報か―自治体広報における情報発信の役割と意義―」『情報の科学と技術』第6巻第4号 https://researchmap.jp/tanisatoyo/published_papers/53160838

プロフィール

大正大学 地域創生学部教授

たにのうち 谷ノ内 識



愛媛県出身。1999年にNHK入局、記者。2006年に私立大学に転職し、広報課長、理事長室次長を経て、2024年から大正大学地域創生学部教授。専門は、広報・PR論。特に大学や自治体の広報。2018年同志社大学大学院総合政策科学研究科博士後期課程修了。博士(政策科学)。日本広報学会理事のほか、自治体や事業会社の広報アドバイザーも務め、広報に関する実務経験を生かした研究、教育に取り組んでいる。

自治体Weekへ参加してきました

5月13日(水)に東京ビッグサイトで開催された『地域の未来につながる出会いを 自治体・公共Week 2026』に参加しました。

今回はその中で受講した、国土交通省総合政策局公共事業企画調整課長の森下 博之氏による講演『国土交通省のインフラマネジメントに関する取組について』の概要についてご報告します。

本講演では、全国の自治体が抱えるインフラ老朽化問題と、それに対する国土交通省の施策についてお話がありました。自治体の直面している課題として、大きく次の2点があげられます。

一つ目に『コスト』に関する課題です。

現在は不具合が起きてから修繕を行う『事後保全』をしている自治体が多いですが、不具合が起きる前に修繕を行う『予防保全』への転換を推進しています。事前に対策を講じること、トータルコストの縮減が可能になるということでした。また、コスト削減の具体策として『パライムシフト型の機械の更新』もあげられました。例えば、これまで特注品だったエンジンを複数の量産品へと刷新するアプローチです。これにより、一部が故障しても機能を停止させずに運用できるだけでなく、

購入や在庫管理の容易化によるコスト削減が見込めます。今後はインフラを新設する段階から、その後の維持管理を見据えた設計・計画を進めることが不可欠であると強調されていました。

二つ目は、『技術職員減少』に関する課題です。

現在、全国の自治体のうち土木の専門職員が一人もいない自治体が438団体存在しています。専門職員が不在であっても業務がなくなるわけではありません。この厳しい状況下で、的確なインフラ維持を行うための施策として、国が推進しているのが『地域インフラ群再生戦略マネジメント(群マネ)』です。

これは、複数の自治体や企業を一つの『群』としてとらえ、効率的・効果的にマネジメントする手法です。具体的には、都道府県や中核となる自治体を中心に複数自治体連携して合同発注や維持管理を行ったり、一般的な人材育成を進めたりします。さらに自治体間だけでなく、地域の企業同士が連携して受注すること、官民双方の技術向上や業務効率化につながるということです。少子高齢化に伴い自治体も企業も人員確保が困難な時代を迎えています。もはや単独の自治体だけで課題に対峙することは限界に達してお

り、自治体間、そして官民が手を取り合って協力体制を築くことこそが、これからの効率的な行政運営に不可欠であると、本イベントを通じて改めて感じました。

さて、当センターでは10月に、国土交通省から講師をお招きし、『インフラの維持管理』をテーマにしたセミナーの開催を予定しております。各自治体においても極めて重要なテーマとなりますので、皆様ぜひご参加ください。



当センターでは、自治体のニーズを踏まえ、新たな課題や継続の課題をテーマとした講演・セミナーを定期的に実施しています。ご希望のテーマ等がございましたら、事務局までお伝えください。