

平成28年度 課の事業一覧

組織名	広報室	広報課	重点項目	・広報紙、市政テレビ・ラジオ、ホームページなどの広報媒体を活用し、市の施策やイベントなどの情報を周知・PRする。				
	課長名	猪本 由美子	コスト	事業費	28年度当初予算額 356,520 千円	人件費	目安の金額 101,500 千円	課長 1 人 係長 3 人 職員 8 人

No.	主要	事業名	事業概要	業務目的	課題	課題解決に向けた強化・見直し内容
1		市政だより発行事務	市政だよりの発行・配送事務	様々な広報媒体を活用した市政情報の広報	市の重要施策やイベント情報などの市政情報を、市民に伝える必要があるが、世代等によって情報を入手するための広報媒体は様々であり、対象等を考慮し媒体を工夫する必要がある。	現在も、様々な広報媒体を活用し市政情報を発信しているが、新たな媒体（YouTubeなど）も積極的に活用し、市民サービスの向上に努める。
2		刊行物発行事務	市勢概要などの刊行物発行事務			
3		市政テレビ等による広報	テレビ・ラジオ等のマスメディアを利用して、市の施策・事業をPRする。			
4		地域密着広報事業	本市に密着した情報を提供している電波媒体を活用し、市の施策などの周知・理解を促す。			
5		ホームページを活用した情報発信事業	インターネットを通じて、市の計画や取り組みなど様々な情報を発信する。			
6		YouTubeを活用した本市の魅力発信事業	北九州公式YouTubeチャンネルで、本市のブランド等の情報を国内外に広く配信する。			
7		市政だより発行事務（債務負担分）	市政だよりの編集業務委託			
8		市政テレビ等による広報（債務負担分）	テレビを活用して、市の施策・事業をPRする。			

No.	主要	事業名	事業概要	業務目的	課題	課題解決に向けた強化・見直し内容
9	○	タウンミーティング開催事業	市と市民との協働によるまちづくりを進めることを目的にタウンミーティングを開催する。	様々な広報媒体を活用した市政情報の広報	市の重要施策やイベント情報などの市政情報を、市民に伝える必要があるが、世代等によって情報を入手する広報媒体は様々であり、対象等を考慮し媒体を工夫する必要がある。	現在も、様々な広報媒体を活用し市政情報を発信しているが、新たな媒体（YouTubeなど）も積極的に活用し、市民サービスの向上に努める。
10		重要施策PR事業	市の重要施策の広告を掲出し、市民等へのPRを図る。			
11		新・ホームページ管理システム更新事業	市公式ホームページ管理システム機器更新			
12		広報業務管理事務	広報室庶務的経費	その他	—	—
13		人権週間行事	人権研修等各種研修参加に要する経費			

平成28年度 課の事業一覧

組織名	広報室 報道課	重点項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・報道機関を通じて市政情報を発信する。</li> <li>・新聞、雑誌、テレビ、インターネット等のマスメディアを通じたPRによる、本市の知名度と都市イメージの向上を図る。</li> <li>・都市ブランドを基軸としたシティプロモーションを推進する。</li> </ul>				
課長名	島屋 良一	コスト	事業費	28年度当初予算額	人件費	目安の金額	課長 1 人
				64,827 千円		69,000 千円	係長 2 人
							職員 5 人

No.	主要	事業名	事業概要	業務目的	課題	課題解決に向けた強化・見直し内容
1		メディアトレーニング事業	市幹部の危機管理能力を高め、報道対応能力の向上を図るための新任課長を対象とした研修。	報道機関を通じて市政情報を発信する。	市の事業について、市民の理解を得て最大の効果を挙げるためには、多くの市民に事業の情報を提供する必要がある。	多くの市民に市政情報を発信するためには、報道機関に情報を提供し発信してもらうことが重要であることから、今後も積極的に情報提供・発信を行う。
2	○	情報発信・取材協力事業	新聞、雑誌、テレビ、インターネット等のマスメディアを通じて本市をPRする。	テレビ番組等のロケ誘致・撮影支援や新聞、雑誌、テレビ、インターネット等のマスメディアを通じたPRによる、本市の知名度と都市イメージの向上を図る	本市の認知度、イメージを向上させるためには、多くの人に本市の情報に触れてもらうことが重要となるが、特に、情報量の多い首都圏での認知度は低く、本市の魅力が十分に伝えきれていない。	テレビや雑誌等のマスメディアへ積極的に働きかけ情報発信を強化するとともに、観光をはじめとした関連部署との連携を密にし、市として統一感のあるPRに努める。
3	○	ブランド創造・シティプロモーション事業	美しいまちをコンセプトとした北九州ブランドの浸透を図り、市民のまちへの愛着や自信や誇りを醸成し、まちが一体となったシティプロモーションを展開する。また、日頃本市行政へ協力的な主に市外在住者の方に対し、本市への一層の愛着と誇りを共有し、活動への感謝と今後のさらなる取り組みをお願いする場として「北九州応援団の集い」を開催する。	都市ブランドを基軸としたシティプロモーションを推進する	(都市ブランドの向上) 本市の魅力が十分に伝わっておらず、実態とイメージには大きなギャップが存在する。	「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力発信していく輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていくために、 (1) 北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視したワークショップ」を開催し、北九州ブランド推進の輪を広げる。
4	○	北九州市ミュージアム構想推進事業	まち全体を屋根のないミュージアムに見立て、市内各地の様々な地域資源を展示品にたとえ、市民の手でこれらを発掘・再発見し、ウェブサイト「北九州市 時と風の博物館」を通じて情報の共有や補足等を行うことで地域資源を磨き上げ、本市の魅力の効果的に発信する。	都市ブランドを基軸としたシティプロモーションを推進する	(シビックプライドの醸成) まちへの愛着はあるが、まちに対する自信や誇りにつながっていない市民が多い。	(2) 市民自らがまちの魅力を発信するウェブサイト「北九州市 時と風の博物館」を通じて、シビックプライドの向上や地域情報の効果的な浸透を図る。

No.	主要	事業名	事業概要	業務目的	課題	課題解決に向けた強化・見直し内容
5		新・F1層に届け！北九州シティプロモーション事業	本市の知名度と都市イメージの向上を図り、新しい人の流れをつくるため、特に首都圏のF1層(20~34歳の女性)に対して、「観光」や「子育て環境」など本市の魅力を一時的に情報発信する。	主に首都圏のF1層を対象に、雑誌、インターネット等を通じたPRによる、本市の知名度と都市イメージの向上を図る。	首都圏のF1層が抱く「観光」「移住」に関するトレンドやニーズの把握ができていない。F1層にターゲットを絞った戦略的な取り組みが出来ていない。	首都圏のF1層の利用度が高いサイト等を活用してトレンドやニーズを探るとともに、それぞれの興味にマッチした北九州市の情報を発信する。