



豊中市広報戦略 2026-2029

令和8年（2026年）7月
豊中市 都市経営部 広報戦略課

－ 目次 －

1. 策定の目的
2. 広報戦略によりめざす姿
3. 前戦略の総括
4. 広報を取り巻く状況の変化
5. 新たな広報戦略の方針
6. 目標（KGI）
7. 取組みの方向性
8. KGI・成果指標・取組み別KPI

1. 策定の目的

- 広報とは、市民・事業者の皆さん（※）に情報を伝達し、意見や要望等のフィードバックを得る双方向のコミュニケーションを通じて、市民・事業者の皆さんと市のより良い関係を構築し、維持していくマネジメント活動です。
- 本市では、第4次総合計画後期基本計画や経営戦略方針2023～2025に基づく「広報戦略2023～2025」のもと、『共感を得る広報』をコンセプトに、多様な媒体を活用した情報発信、市民の声を把握する広聴機能の充実、ホームページやSNS、動画などを活用した発信力の強化に取り組んできました。
- 本戦略は、基本政策や経営戦略方針などを着実に推進するため、広報を取り巻く環境の変化や前戦略で明らかになった課題をふまえ、「確実に届ける」「見てもらう」「意見を広く集める」「意見を反映する」取組みをつなぐことで、共感と信頼につながる「広報広聴の好循環」を強化し、『広報戦略2023～2025』の取組みをさらに発展させるために策定するものです。

（※）以下、本戦略では「市民」と表記します。

2. 広報戦略によりめざす姿

コミュニケーション手段が多様に用意され、活用されている

市民からの声を反映した有効な施策・事業が実施されている

市民の市政への関心が高まり、事業に参加したり、意見を述べたり、行動を起こしたりするなどの行動変容につながっている



めざす姿の積み重ねにより
到達する状態

市政への信頼

まちへの愛着

住み続けたいまち

3. 前戦略の総括

前戦略「豊中市広報戦略2023-2025」の概要

計画期間

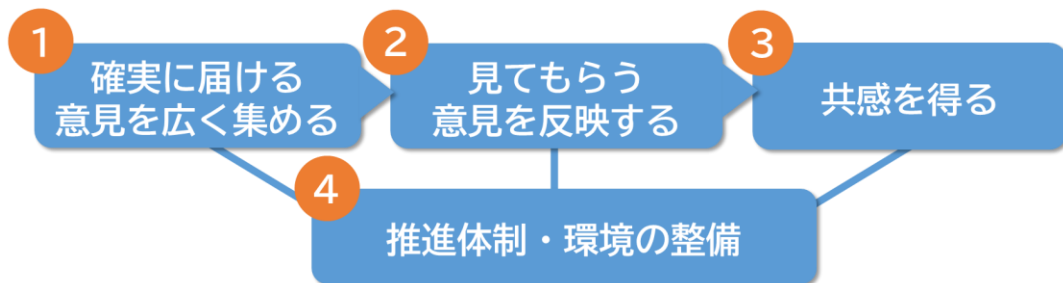
令和5年(2023年)12月～令和8年(2026年)3月

目標指標

市の広報広聴事業への満足度**70%**

取組み内容

前戦略では、めざす姿の実現に向けて、次の4つの観点で取り組みました。



① 確実に届ける・意見を広く集める

- ・SNS、動画による発信の強化、市公式note開設
- ・デジタルアンケート、アウトリーチ型広聴を開始 ほか

② 見てもらう・意見を反映する

- ・ホームページ、イベントカレンダー改修
- ・チャットボット導入と市民の意見を庁内で共有 ほか

③ 共感を得る

- ・外部人材の助言による効果的なSNSと動画発信
- ・市民の声への対応状況やアンケート結果の公表 ほか

④ 推進体制・環境の整備

- ・広報力向上研修、職員向け伴走支援の実施
- ・外部専門人材の活用、庁内の発信体制強化 ほか

3. 前戦略の総括

成果



広報広聴事業への
市民満足度上昇

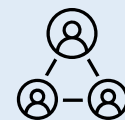
59% → **69%**



情報伝達の進展

必要な情報を受け取れていると
答えた市民の割合

78% → **83%**



コミュニケーション
手段の充実

取組み

- ・アウトリーチ型広聴
- ・デジタルアンケート
- ・SNSの活用
- ・動画での情報発信

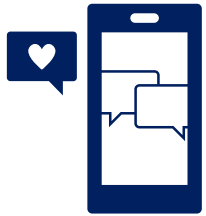
課題

SNSの普及などによる市民の情報収集行動の変化への対応

市民が意見を伝えやすい環境づくりと対話・広聴機会の充実

取組みの効果を検証し改善につなげる指標設定

4. 広報を取り巻く状況の変化



① SNS利用者の増加や利用目的の変化

- 情報発信だけでなく、情報を探す入口としての利用が定着しています。
- 動画や画像で、直感的に情報を得る習慣が広がっています。
- 市民が情報に触れるきっかけが多様化しています。



② 自治体も選ばれる時代

- 人口減少局面において、住み続けたいと思われるまちであることが重要です。
- 市民や地域の意見を取り入れ、ともにまちの価値を上げる「共創」型の広報が求められています。



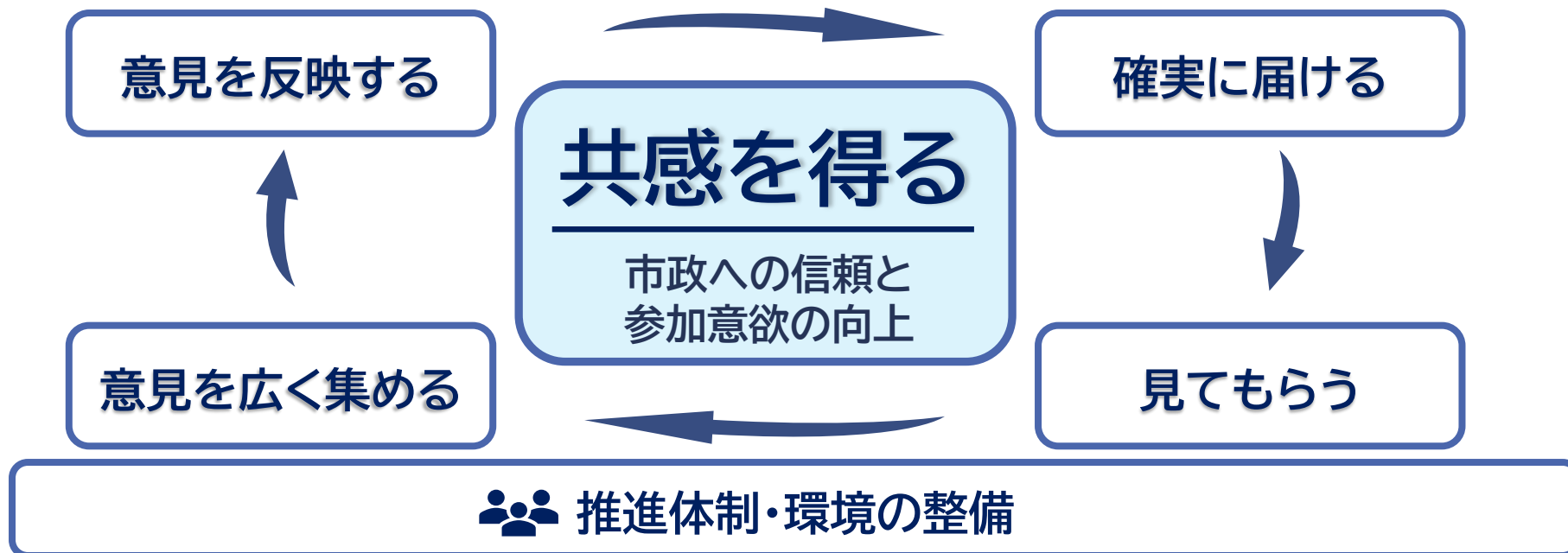
③ AI・データ活用の進展

- 生成AIをはじめデジタル技術の進展により、情報収集・分析など、デジタル活用の可能性が拡大しています。
- 市民の声やデータを適切に把握・分析し、施策や事業の改善につなげることが求められています。

こうした変化をふまえ、多様な広報媒体やデジタルを活用した情報発信を強化するとともに、市民の声やデータを把握・分析し、施策や事業に生かし、「確実に届ける」「見てもらう」「意見を広く集める」「意見を反映する」取り組みをつなぐ、「広報広聴の好循環」を強化していく必要があります。

5. 新たな広報戦略の方針 — 広報広聴の好循環で共感につなぐ —

- 前戦略の「共感を得る広報」を継承し、「広報広聴の好循環」を強化します。
- 必要な情報が届き、見つけやすく、理解しやすい発信を進めるとともに、市民の声やデータを戦略的に把握・分析し、施策や事業の改善につなげ、その過程や成果を市民にわかりやすく伝えることで、市政への信頼と市民満足度の向上につなげます。
- 市民ニーズや行動をふまえ、マーケティングの視点を取り入れながら、必要な人に必要な情報が伝わり、参加や行動につながる広報広聴を推進します。
- 広報広聴業務全体において、AIの活用を進めます。



6. 目標 (KGI)

KGI 市の広報広聴事業への満足度

2023年 前戦略 59%

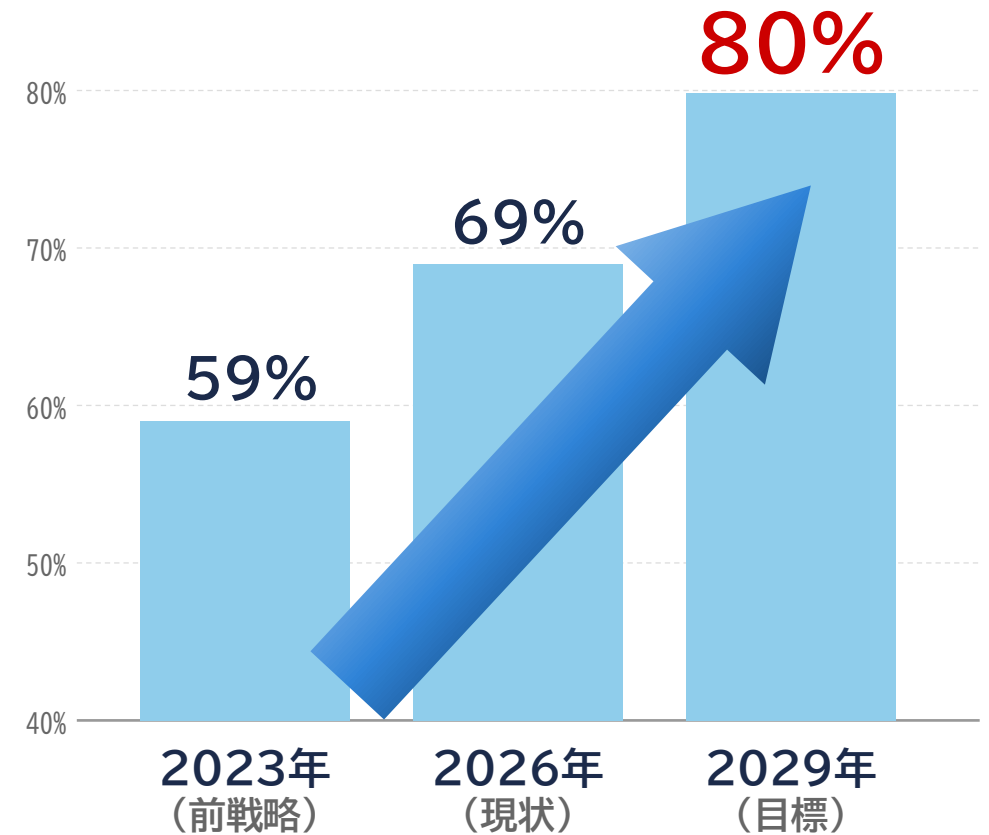
2026年 現状値 69%

前戦略期間中、満足度は大きく向上

広報戦略2026-2029では
市の広報広聴事業への満足度

80%をめざします

広報広聴事業への満足度の推移



7-1. 確実に届ける

方向性

対象にあわせた
情報発信

多様な媒体を活用した
情報発信

危機事象発生時の
発信体制の強化

主な取組み

属性・ニーズにあわせた 情報発信

子育て世帯、高齢者、若年層、事業者など、対象者の属性やニーズをふまえ、必要な情報を必要な人に届くよう、媒体や表現を工夫して発信します。

各広報媒体を 活用した発信

ホームページ、広報誌、SNS、動画、報道提供など、各広報媒体の役割と特性を整理し、目的・対象に応じた効果的な情報発信を行います。

危機事象発生時の 発信・確認フロー

災害などの危機事象発生時を想定した発信・確認フローを整備し、休日・時間外でも速やかに必要な情報発信ができる体制を整えます。

デジタル広報誌による 利便性向上

デジタル広報誌の活用を進め、市民の利便性向上を図るとともに、紙の広報誌の役割や配布の在り方等について整理・検討します。

主なKPI

【アンケート】
・必要な情報を受け取れていると感じる

・SNSフォロワー数

7-2. 見てもらう

方向性

情報を探しやすく
わかりやすく

動画を活用した
伝わりやすい発信

テーマや切り口を
工夫した発信

主な取組み

ホームページリニューアル によるコンテンツ整理

ホームページリニューアルを通じて、掲載情報やページ構成を整理し、市民が必要な情報を得られるようにします。

ホームページの見やすさ わかりやすさ向上

見出し、画像・図解の活用などを見直し、直感的に理解できる見せ方に改善するとともに、生成AIなど新たな情報検索手段への対応方法を検討します。

動画や画像を活用した 伝わりやすい発信

動画や画像などを活用し、制度や施策の内容を、直感的に理解しやすい見せ方で発信します。

テーマや切り口を 工夫した発信

各広報ツールを用い、外部人材の助言を受けながら、テーマや切り口を工夫した情報発信を行います。

主なKPI

【アンケート】
・受け取る情報が
わかりやすい

・ホームページが探し
やすいと思う

・SNSインプレッション数

7-3. 意見を広く集める

方向性

デジタルを活用した
参加しやすい広聴の推進

市民の声やニーズを
把握する仕組みの充実

対話やアウトリーチによる
広聴機会の充実

主な取組み

デジタルを活用した 意見収集

デジタルアンケートやオンライン上の意見募集などを活用し、時間や場所にとらわれず参加できる機会を設け、市民の意見やニーズを幅広く把握します。

市民の意見を把握する 仕組みの充実

窓口、相談、問い合わせ、アンケート、SNSの反応など、日常的に寄せられる市民の意見を把握する仕組みを充実します。

アウトリーチ広聴の実施

地域や現場に出向き、市に意見を伝える機会が少ない人や、様々な世代の市民の声を直接聞く機会を設け、多様な市民の意見を把握します。

対話の機会の実施

市政について意見を述べる機会など、対象に応じた対話の場を設け、若者をはじめ、様々な世代の視点やニーズを把握します。

主なKPI

【アンケート】
・意見を伝える手段や
場所が身近にある

・デジタルアンケート回答数
市民の声件数

・対話の機会の
参加者数

7-4. 意見を反映する

方向性

市民の声や
アンケートの分析

市民の意見の
庁内共有の強化

市民の意見を施策や改善に
つなぐ仕組みの強化

主な取組み

市民の意見の 分析・整理

デジタルアンケートやアウトリーチ広聴、市民の声、市民との対話などで集めた市民の意見を分析・整理します。

市民の意見の 庁内共有

市民からの意見を広報戦略課が統括し、内容に応じて、関係部局に的確に共有します。

市民の意見を施策や改善に つなぐ仕組みの強化

市民からの意見を、施策や事業の改善・新たな取組みにつなぐ仕組みの強化と、見える化を進めます。

主なKPI

【アンケート】
・市民の意見が届いていると思う

・市民からの意見の
庁内共有件数

・市民意見を施策や改善の
検討に活用した件数

7-5. 共感を得る

方向性

市民の意見を施策や改善につないだ結果の見える化

魅せる広報とSNS反応の強化

外部メディアの活用

主な取組み

市民の意見を施策や改善につないだ結果を発信

市民の声やアンケート結果などを、施策や改善にどのようにつないだのかを、SNSや動画などでわかりやすく発信します。

市の施策や取組み地域や市民を魅せる広報

市民、地域団体、事業者、市職員などの取組みや思いを紹介し、市政や地域活動を身近に感じられる発信を行います。

SNSにおける市民の反応の促進

いいねやコメント、保存などで反応・共感しやすいテーマや伝わりやすい表現、参加しやすい投稿設計を戦略的に進めます。

外部メディアの活用

報道提供や積極的な取材受け入れにより、市の取組みや地域の魅力を広く伝えます。重点施策は記者会見とも連動して発信します。

主なKPI

・市民意見を施策や改善につないだ内容の発信件数

・SNS発信への反応数

・外部メディアからの取材件数

7-6. 推進体制・環境の整備

方向性

都市ブランドの
効果的な広報

職員の広報力を
向上する環境整備

AIの利活用

主な取組み

マーケティング組織 の設置

市の都市ブランドを効果的に発信し、市内外に浸透させることで、人口増や寄附獲得につながる広報を進めます。

職員の広報力向上と 外部活力の活用

職員の広報力向上を図るため、研修実施や、note・動画作成などの伴走支援を行います。また、外部人材を活用し、より魅力的で伝わりやすい広報につなげます。

AIの利活用

SNSや広報誌、ホームページ、市民の声など、広報広聴業務の効率化と質の向上を図るため、AIの活用を進めます。

戦略の進捗管理

広報戦略を着実に進めるため、KGIとKPIを設定し、取組みの進捗や効果を検証・改善しながら、戦略を推進します。

主なKPI

・ふるさと納税
寄附額

・他部局によるnote
動画などの発信件数

8. KGI・成果指標・取組み別KPI

KGI

市の広報広聴への満足度

R11年度目標
80%

KGIにつながる成果指標【アンケート】(増加を目指す)

確実に届ける

必要な情報が
受け取れている

見てもらう

受け取る情報が
わかりやすい

意見を広く集める

意見を伝える手段や
場所が身近にある

意見を反映する

市民の意見が
届いていると思う

取組み別KPI(増加を目指す)

共感を得る	SNSの反応率(エンゲージメント・いいね数など)	意見を広く集める	デジタルアンケート回答数
	外部メディアからの取材件数		市民の声の件数
	市民意見を施策や改善につないだ内容の発信件数		アウトリーチ広聴で把握した意見数
確実に届ける	SNSフォロワー数	意見を反映する	対話の機会の参加者数
	SNS投稿あたりの平均リーチ数		市民意見の庁内共有件数
見てもらう	ホームページを探しやすいと思う人の割合	推進体制環境整備	市民意見を施策や改善の検討に活用した件数
	チャットボット閲覧数		ふるさと納税寄附額
	SNS投稿あたりの平均インプレッション数		他部局によるnote,動画発信件数