



豊中市広報戦略

2023-2025

総括

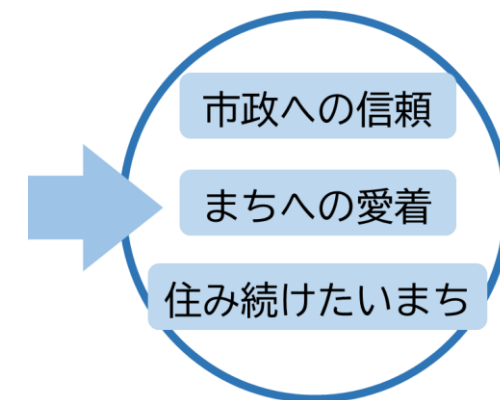
令和8年（2026年）7月

豊中市 都市経営部 広報戦略課

豊中市広報戦略2023-2025 概要

戦略によりめざす姿

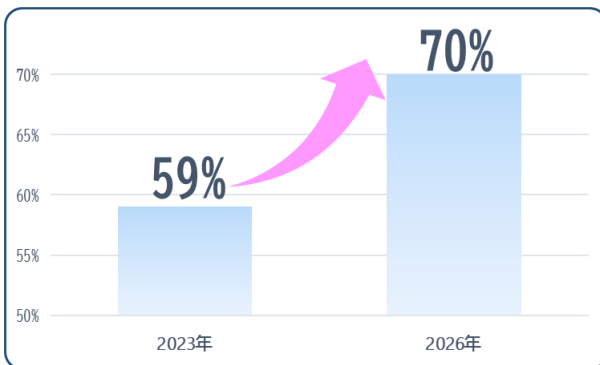
- コミュニケーション手段が多様に用意され、活用されている
- 市民からの声を反映した有効な施策・事業が実施されている
- 市民の市政への関心が高まり、事業に参加したり、意見を述べたり、行動を起こしたりするなどの行動の変容につながっている



めざす姿の積み重ねにより
到達する状態

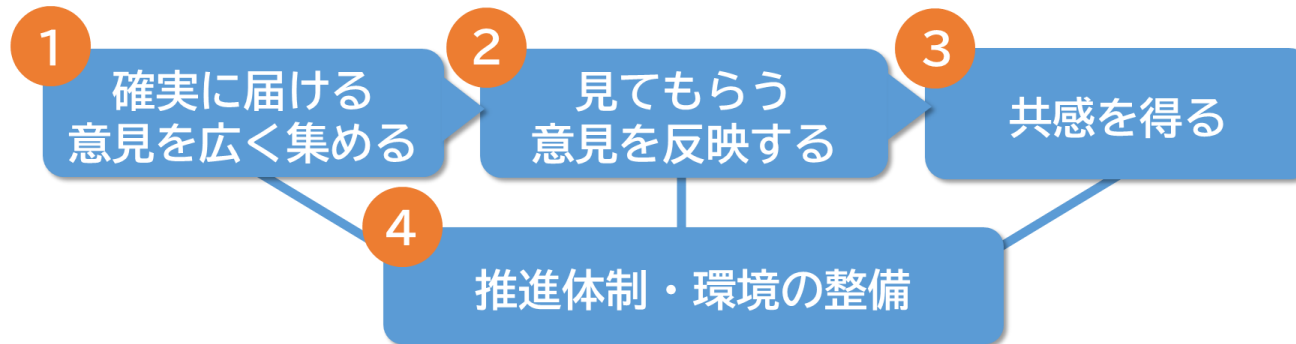
目標指標

市の広報への満足度 **70%**



取組み内容

めざす姿に向けて以下の4つの観点で取り組みました



市民アンケート調査結果

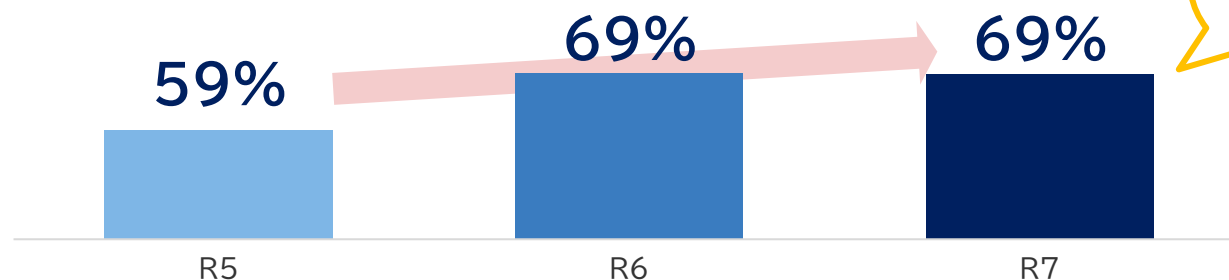
調査概要

めざす姿に向けて市民がどのように感じているか、アンケートを行いました。

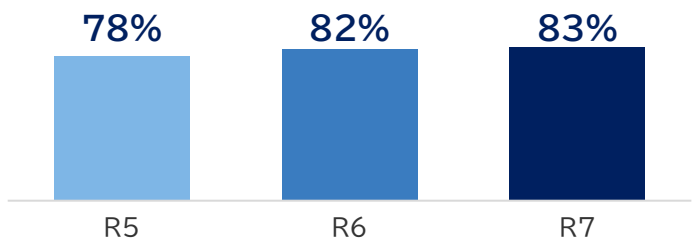
年度	調査期間	回答件数
令和5年度	7/28~8/20	1,733件
令和6年度	7/29~8/23	1,694件
令和7年度	7/22~8/15	1,665件

広報広聴事業の満足度は59% → 69%

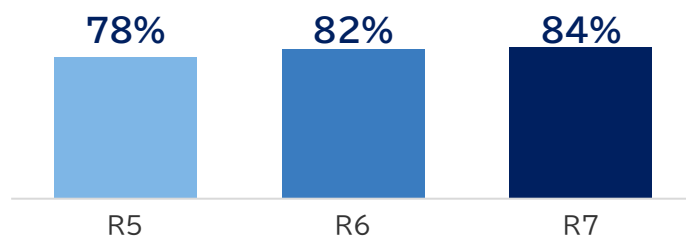
市の広報広聴事業の満足度



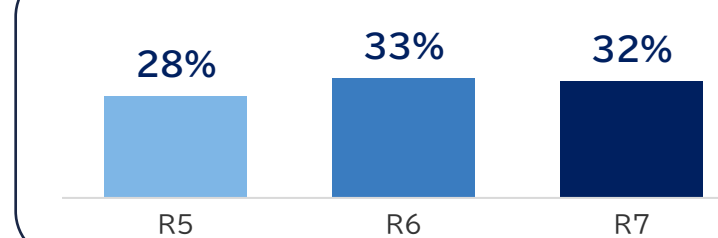
必要な情報を受け取れている



受け取る情報がわかりやすい



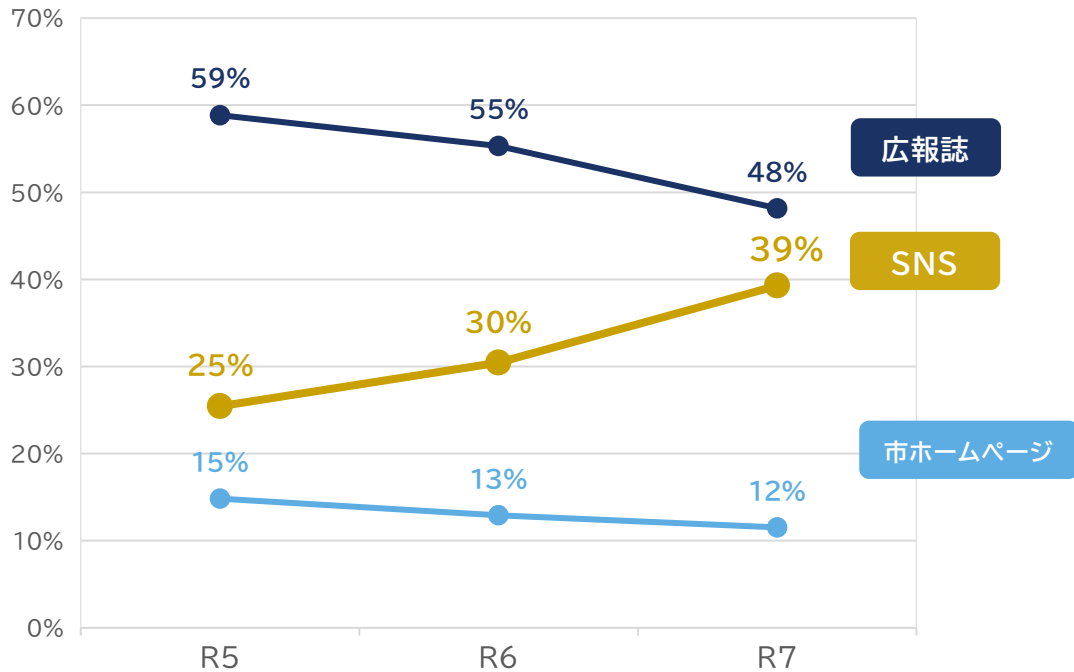
意見を伝える手段や場所が身近にある



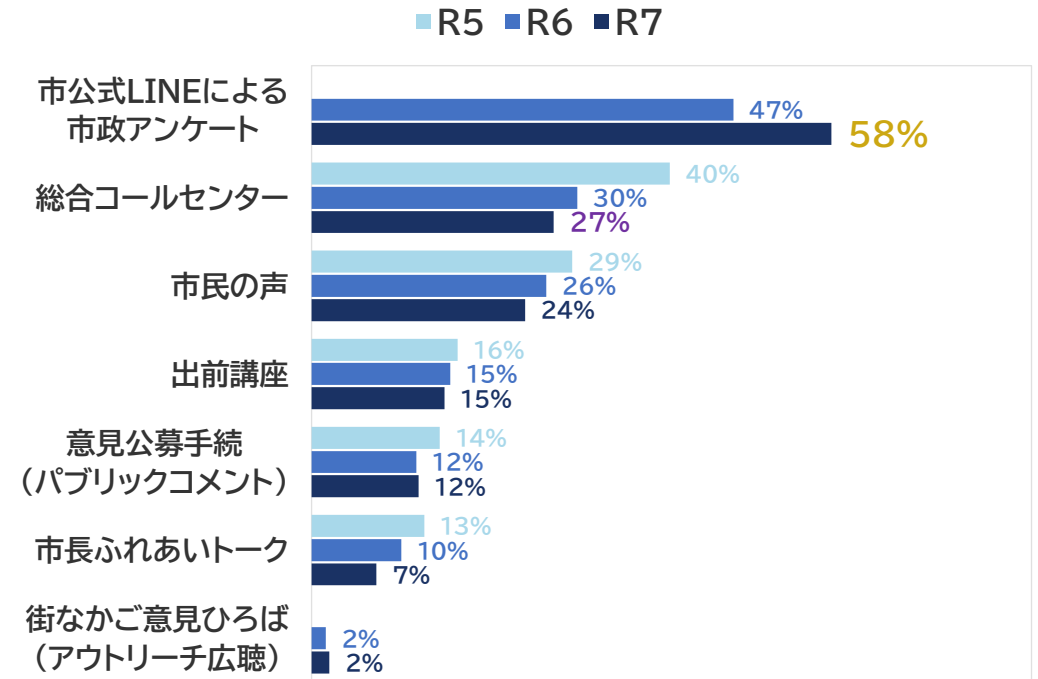
- 市民の広報広聴事業への満足度は、令和5年度の59%から令和7年度は69%となり、目標値70%に近づきました。
- 必要な情報を受け取れている割合や、受け取る情報がわかりやすいと感じる割合も上昇しました。
- 一方で、意見を伝える手段や場所が身近にあると思う人の割合は32%にとどまりました。

市民アンケート調査結果

豊中市からの情報の受信・収集によく利用している媒体



広聴事業の認知度(「知っている」と回答した人の割合)



- 広報誌・ホームページによる情報収集が減少傾向にある一方で、SNSを利用する人が増加しています。
- 広聴事業においても、市公式LINEによる市政アンケートが増加するなど、デジタル媒体の利用・認知が高まっています。

取組み状況①確実に届ける、意見を広く集める -市の情報を多様な媒体を活用して発信-

主な取組み

- 市公式noteを開設(R6.2)
- noteは文章、InstagramやYouTubeは動画、XやFacebookは市政情報や災害情報など、各ソーシャルメディアの特性を生かした発信を充実
- 動画による発信、特にショート動画の発信を強化

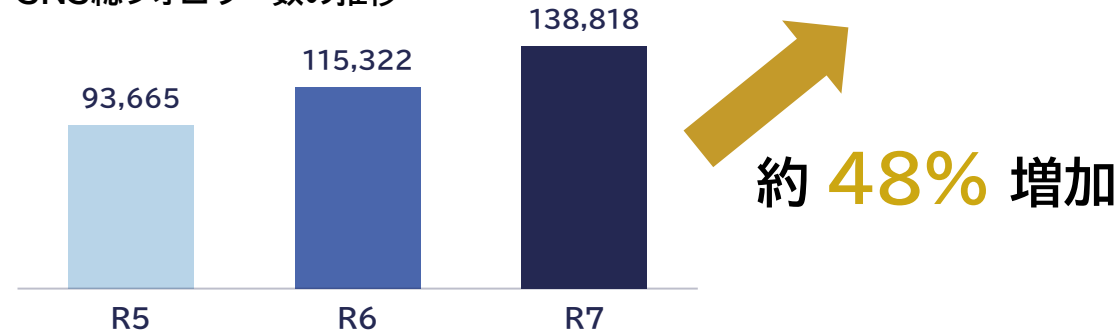
取組みの結果

- 市民アンケート
「必要な情報が受け取れている」 78% → 83%
- note・動画をはじめ各媒体の特性を生かした発信で、情報を届ける接点が拡大し、全ての媒体で閲覧数が増加
- 特にInstagramでは、豊中つばさ公園『ma-zika』の動画が過去最高の89万回再生を記録

SNS1投稿当たりの平均閲覧数(年度別)

媒体	R6	→	R7	増加率
X	4,959	→	6,301	約1.3倍
Facebook	985	→	4,770	約4.8倍
Instagram	5,219	→	23,707	約4.5倍

SNS総フォロワー数の推移



今後の取組みの方向性

noteの開設に加え、動画や各媒体の特性を生かした発信を充実させることで、市民が市の情報に触れる機会が拡大しました。今後は、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に応じた発信を強化するとともに、ホームページ、広報誌、SNS、動画などの役割を整理し、媒体を組み合わせた効果的な情報発信を進めます。

取組み状況①確実に届ける、意見を広く集める -市民の意見や要望を把握する仕組みの充実-

主な取組み

- 市公式LINEを活用したデジタルアンケートを開始 (R5～)
- 市が積極的に意見を聴きに行く、アウトリーチ型の広聴を開始(R5～)

取組みの結果

- 市民アンケート
「意見を伝える手段や場所が身近にあると思う」 28% → 32%
- LINEを活用したデジタルアンケートとアウトリーチ型の広聴を開始し、より幅広く市民の意見や要望を把握する仕組みを構築

項目	R5(試行実施)	R6	R7
デジタルアンケート	2回・1,324件	24回・29,865件	31回・36,873件
アウトリーチ広聴	1回・66件	10回・430件	10回・918件



アウトリーチ型広聴



ホームページに関するアンケート
豊中への想いを教えてください

LINEによるデジタルアンケート

今後の取組みの方向性

デジタルアンケートやアウトリーチ型の広聴を開始したことなどにより、「市に意見を伝える手段や場所が身近にある」と考える人の割合が32%へと増加しました。
今後も、市民が手軽に、簡易に意見を伝えることができる仕組みや環境の整備を進めます。

取組み状況①確実に届ける、意見を広く集める -危機事象発生時の対応力の強化-

主な取組み

- 災害対応訓練の実施(毎年開催)
- 全市一斉防災訓練の実施(毎年開催)
- ICT端末を導入(R6)
- 総合コールセンターのBCP(緊急時業務継続)対策を導入(R5)
- 熱中症予防やインフルエンザなどの周知と熱中症警戒アラート発生時の対応整備

取組みの結果

- 災害対応訓練において、危機発生時と同様の動きを行うことで、台風や地震などの発生時に迅速に対応
- ICT端末の導入により、土日、夜間の緊急時の対応を実施
- 総合コールセンターのBCP対策を強化(災害時のサブセンターの設置、IVRの導入※IVR=電話自動音声応答システム)
- 熱中症やインフルエンザなどに関する市民周知をSNSやホームページでタイムリーに実施

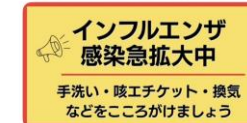
項目	R5	R6	R7
災害対応訓練 全市一斉防災訓練	2回	2回	2回
熱中症・インフルエンザ 関連発信	0回	6回 (熱中症3、インフル3)	15回 (熱中症6、インフル9)
総合コールセンター BCP対策訓練	-	1回	1回



全市一斉防災訓練の実施

豊中市公式広報X (旧ツイ...) 2025/11/20 X
 \インフルエンザ報告数 警報レベルに/
 豊中市ではインフルエンザが急速に拡大しており、11/10~11/16における定点あたりの報告数が41.36となり、警報レベルとなりました。手洗いや咳エチケットをこころがけて感染を予防しましょう。

↓流行状況はこちらでチェック
city.toyonaka.osaka.jp/kenko/kenko_ho...



インフルエンザ注意喚起SNS

今後の取組みの方向性

防災訓練では、実際にホームページを災害時用に切り替えるなど、実地に即した訓練を通じて、緊急時の迅速な対応力の向上を図ってきました。今後も、災害時において総合コールセンターを継続的に運営できる体制を確保するとともに、休日・時間外を含め、危機発生時に職員が速やかに必要な対応を行えるよう、さらなる体制・仕組みの整備を進めます。

取組み状況②見てもらう、意見を反映する -市の情報を、探しやすい、わかりやすく-

主な取組み

- 市ホームページの一部リニューアルを実施(R6.12)
- 市ホームページのイベントカレンダーをより見やすく改修(R7.4)
- 市ホームページにマチカネくんのアイコンによるチャットボット機能を導入(R5)
※チャットボット＝「よくある質問」の検索システム

取組みの結果

- 市民アンケート
「受け取る情報がわかりやすい」 **78% → 84%**
- ホームページリニューアルにより、「情報が探しやすい」割合が増加
- イベントカレンダー改修により、閲覧数が大幅に増加
- チャットボットの導入により、市民の疑問の自己解決支援

項目	R5	R6	R7
ホームページアンケート 「情報が探しやすい」	—	60%	70%
イベントページ閲覧数	21,164件	21,507件	66,825件
チャットボット閲覧数	8,053件	23,873件	29,707件

2026年06月カレンダー

さまざまな催し物等を開催日ごとに案内しています。掲載期間は、今月分を含め

くらし 子ども 健康・福祉 人権・文化 スポーツ

5月 202

4日
 障害者アート展「これが、いいのだ。」展
 千原親子ふれあい広場【要申込】(千原文)
 千原親子ふれあい広場【要申込】(千原文)

イベントカレンダー



チャットボット機能

今後の取組みの方向性

市ホームページの一部リニューアルとイベントカレンダーの改修により、「情報が探しやすい」割合が大きくなりました。一方で、SNSの普及と生成AIによる情報検索手段の広がりなど、市民の情報収集行動は変化しています。今後は、こうした変化への対応方法を検討するとともに、市ホームページの全面リニューアルにより、掲載情報やページ構成を整理し、市民が必要な情報に迷わずたどり着けるようにします。

取組み状況②見てもらう、意見を反映する -テーマや切り口を工夫し、読みたいくなる内容に-

主な取組み

- 広報誌の企画記事掲載を開始し、テーマ設定や切り口を工夫した、読みたいくなる記事を制作(R6~)
- noteによる記事投稿を開始(R6.2)
- 外部人材によるnoteへのシリーズ投稿を開始(R6~)

取組みの結果

- 広報誌の特集や企画記事掲載を開始したことで、広報誌のアンケートにおいて、「「特集」または「裏表紙」がよかった」と回答する人の割合が最多に
- noteへの継続投稿に加え、外部人材によるnoteへのシリーズ投稿により、月平均閲覧数(PV数)が約3倍に、フォロワー数が約7.6倍に増加

項目	R5	R6	R7
note月平均PV数	5,752	11,940	17,297
note作成本数	6本	49本	50本
広報誌企画記事数	—	19件	18件



広報誌の特集制作を開始



外部人材によるnote投稿

今後の取組みの方向性

広報誌の企画記事掲載やnoteへの継続投稿により、テーマや切り口を工夫した、読みたいくなるコンテンツづくりが進みました。今後は、広報誌リニューアルによって、より魅力のある、読み進めたいくなる広報誌を目指すとともに、noteの継続的な記事投稿と、外部人材による指導を受けながら、テーマ設定や切り口の工夫を行います。

取組み状況②見てもらう、意見を反映する -市民の意見や要望を聞く機会の充実-

主な取組み

- 市民の声の受付、出前講座、意見公募手続き、市長ふれあいトークを継続して実施
- 新たに、LINEを活用したデジタルアンケートとアウトリーチ型広聴を実施
- 市民の意見や要望を整理し、施策展開に活用できるよう、BIツールを用いて、庁内に共有

取組みの結果

- 従来の取組みに加え、デジタルアンケートとアウトリーチ型広聴を実施することで、市民の意見や要望を聴く機会が増加
- 様々な広聴活動によって得た市民の意見や要望を、BIツールを活用して共有することで、市の施策や事業に生かす基盤づくりが進展

項目	R5	R6	R7
市民の声	1,056件	1,016件	1,114件
デジタルアンケート(再掲)	2回・1,324件	24回・29,865件	31回・36,873件
アウトリーチ型広聴(再掲)	1回・66件	10回・430件	10回・918件

令和8年(2026年)2月の市民の声

令和8年(2026年)2月に寄せられた市民の声は73件です。

分野別の件数

令和8年2月に受け付けた分野別件数

戸籍・住民票など	0件
その他	73件

市民の声の公表



市長ふれあいトーク

今後の取組みの方向性

デジタルアンケートやアウトリーチ広聴の実施により、市民の意見や要望を聴く機会が増加しました。一方で、蓄積されたデータの分析や検証など、施策立案に向けた利活用が課題です。今後は、広報戦略課が統括し、市民から寄せられた意見を市政に反映させる仕組みづくりと分析・検証を強化するとともに、市民の意見の反映プロセスや結果を効果的に発信する仕組みを構築します。

取組み状況③共感を得る -市民や地域、市の取組みを魅せる広報-

主な取組み

- 外部人材の助言を受けることで、効果的なSNSと動画を発信
- 訴求力の高いショート動画の制作を開始
- アウトリーチ型広聴やデジタルアンケートの結果を、BIツール等を用いて公表

取組みの結果

- SNS発信を各媒体で工夫し戦略的に行うことで、全ての媒体で反応数が大幅に増加
- ショート動画本数に加え、閲覧数も大幅に増加
- アウトリーチ型広聴などで得た意見を分析し、BIツールを用いて公表することで、市民の意見の見える化を推進

項目	R5	R6	R7
Xエンゲージメント	—	157.7	347.6
Instagramいいね数 /1投稿あたり	102.8回	112回	403回
ショート動画本数	55本	53本	90本



ショート動画の制作

アンケート結果のレポート



市民の意見の見える化

今後の取組みの方向性

外部人材の助言を受けながらSNSや動画の発信内容を工夫したことで、各媒体の反応数や閲覧数が大きく増加しました。また、市民の意見を公表し、市民意見の見える化を進めました。今後は、外部人材の助言を受けながら、特に動画や画像を活用した効果的な発信を行うとともに、市民意見の活用状況などを見える化し、市政への理解と信頼につなげ、より共感を得られるように取組みを進めます。

取組み状況③共感を得る -外部メディアへの働きかけ-

主な取組み

- メディアリリースの訴求力向上に向け、見出しの工夫、背景情報の整理などを実施
- 年に1回実施していた市長記者会見を、年に4回の実施とし、あわせて動画による配信も実施
- 市の大きなトピックスについては、メディアリリースに加え、市の様々な媒体で発信することで、外部メディアへPR実施

取組みの結果

- 記者への訴求力が向上し、市全体の取材対応件数が増加
- 市長記者会見の回数を見直すことで、市政情報を報道機関へ直接説明する機会が増加
- 積極的なPRにより、朝7時からの校門開放事業や、豊中つばさ公園の一部開園など多数のメディアに掲載

項目	R5	R6	R7
市長記者会見実施数	1回	3回	4回
取材対応報告件数	170件	180件	181件

令和8年2月市長記者会見【令和8年度予算案】(令和8年2月18日)



市長記者会見の実施



効果的なメディアリリース

豊中市は、8月12日(火)に、大阪国際空港の南側に隣接する豊中つばさ公園『ma-zika』の一部を開園します。あわせて整備を進めてきた千里川土手の一部についても、同時に供用を開始します。

同公園は令和9年3月に全面開園を予定していますが、飛行機を間近で快適に楽しめる絶好のロケーションを早く体験してもらうため、屋根付展望広場やトイレ、授乳室などを備えた管理事務所や駐車場などを先行オープンします。

また、「飛行機撮影の聖地」として知られる千里川土手には、空港のある右岸部分に滑走路を横した遊歩道や階段状の展望広場を整備。これまで以上に快適な環境で飛行機や空港を間近で鑑賞できるようになります。

今後の取組みの方向性

報道提供や積極的な取材受け入れにより、朝7時校門開放や、豊中つばさ公園『ma-zika』の一部開園など、多数のメディアに取り上げられました。今後も、効果的なメディアリリースに加え、メディアとの良好な関係を構築し、メディア掲載が増加するよう取り組めます。

取組み状況④推進体制・環境の整備

-庁内体制の構築、職員の広報力の強化-

主な取組み

- 動画やnoteを完成させるまでの庁内伴走支援を実施
- 発信力強化のため、外部人材を導入(R7)
- 市の職員向けに、各部局が持つメディア掲載情報やトピックスを共有できるデジタル掲示板を作成
- 庁内における広聴事業の推進支援

取組みの結果

- 動画や文章などの庁内研修に加え、広報戦略課が動画やnoteを完成させるまでの伴走支援を職員向けに実施することで、動画件数の増加と幅広いテーマでのnote記事を作成
- 外部人材の活用により、SNSの閲覧数・反応数が増加
- 市の職員向けに、メディア掲載情報や豊中市のトピックスを庁内で共有できる仕組みを構築
- 広聴事業に関する職員研修やマニュアルの整備

項目	R5	R6	R7
動画掲載数 (YouTube)	131	119	191
他部局note記事	—	—	11件
広報力向上研修	1回 (動画制作)	1回 (文章力)	2回 (動画制作)



伴走支援によるnote記事



伴走支援による動画

今後の取組みの方向性

各取組みにより、発信コンテンツ等の幅が広がり、庁内で広報広聴を進める仕組みづくりも進みました。一方で、各取組みの進捗状況をはかる体系的なKPI指標の設定が課題です。今後は、各取組み毎にKPI設定を行い、取組みの効果検証と戦略の着実な推進を図るとともに、職員全体の広報力向上を進めます。市の都市ブランドを効果的に広報するため、全庁的に職員のマーケティング視点の強化を行います。

広報戦略2023-2025総括

-成果・課題と今後の取組みの方向性-

成果

- SNS、デジタルアンケート、アウトリーチ型広聴など、多様な媒体・手法により、情報発信と意見把握の接点を拡大
- 媒体特性を生かした発信や、切り口を工夫したSNS・記事制作により、市民が市の情報に触れる機会を拡大
- ホームページ改修やチャットボット導入などにより、情報の探しやすいさ・わかりやすさを向上
- 広聴、報道対応、庁内研修、伴走支援の充実により、市民の声を把握・発信する体制を強化

課題

- SNSの普及と生成AIによる情報検索手段の広がりなどによる、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・広聴機会のさらなる充実
- 市民の意見を施策や広報・広聴活動の改善につなげる庁内共有・分析の強化
- 各取組みの効果を継続的に検証し、改善につなげる体系的な指標設定

今後の取組みの方向性

- 必要な情報を必要な人に届けるため、広報誌、ホームページ、SNS、報道資料などの役割を整理し、媒体を組み合わせた発信を進めます
- 市民が情報を見つけやすく、理解しやすく、行動につなげやすいよう、媒体特性を生かした発信やホームページ構成や掲載情報の改善を進めます
- 市民の意見を把握・分析し、広報戦略課が統括して庁内への共有と施策への反映の支援を進めるとともに、その過程や成果の見える化を進めます
- 市の都市ブランドを効果的に広報するため、全庁的に職員のマーケティング視点の強化を行います
- 取組みごとの指標を設定し、市民の行動変容、満足度などを検証しながら、広報広聴の好循環を推進し、「共感を得る広報」につなげます