

板橋区の広報活動への取組について

1 広聴広報課が所管する主な広報ツール

No.	広報ツール	概要	実績等	
1	区公式ホームページ	区の事業・施設案内など、区のあらゆる最新情報を提供している。令和4年度から、自動翻訳システムを導入し、121言語に対応。	【ページビュー数】 22,735,912回（令和5年度） 31,314,106回（令和4年度） 38,797,724回（令和3年度）	
2	広報いたばし	区の施策・事業、区民への啓発など区政に関する総合情報や、区の多様な魅力を伝える広報媒体で、第1～第4土曜日に発行。	【発行回数】46回 【発行部数】144,000部 ※令和5年度	
3	いたばし暮らしガイド	区の施設・サービス・担当窓口などの行政情報、地図、医療機関などを掲載した「いたばし暮らしガイド」と災害への備え、防災マップ・各種ハザードマップなどの防災情報を掲載した「防災ガイド・ハザードマップ」をコンパクトにまとめた両面表紙構成の冊子。	【発行頻度】隔年発行 【発行部数等】全戸配布（令和5年度）	
4	区公式SNS	LINE	主に行政情報・災害情報発信用SNSとして活用。自身の選んだ情報のみ受信できる「セグメント配信」、リッチメニューからのホームページへの誘導、チャットボット等の機能を搭載。	【運用開始】令和5年7月～ 【友だち数】22,919人（R6.10月末） 【発信件数】627件（令和5年度）
5		X(旧Twitter)	行政情報・災害情報発信用SNSとして活用。	【運用開始】平成23年7月～ 【フォロワー数】23,506人（R6.10月末） 【発信件数】391件（令和5年度）
6		Facebook	行政情報発信用SNSとして活用。	【運用開始】平成26年6月～ 【フォロワー数】3,313人（R6.10月末） 【発信件数】140件（令和5年度）
7		Instagram	魅力情報発信専用SNSとして、写真・動画付きで投稿している。	【運用開始】令和2年2月～ 【フォロワー数】5,461人（R6.10月末） 【発信件数】87件（令和5年度）
8		Yahoo!くらし	行政情報・災害情報発信用SNSとして活用。プッシュ通知は緊急情報のみ可能。	【運用開始】令和4年4月～ 【発信件数】150件（令和5年度）
9		YouTube	全庁的な動画専用のSNSとして活用。	【運用開始】平成24年3月～ 【フォロワー数】7,160人（R6.10月末） 【発信件数】163件（令和5年度）
10	報道発表（プレスリリース）、区長記者会見	日々のプレスリリースや年3回の区長記者会見等で新聞社、テレビなどの報道機関に区政情報などを提供し、区のイメージアップと区政のPRを図っている。	【プレスリリース件数】 107件（令和5年度） ※令和6年度からプレスリリース配信サービス「PRTIMES」を導入	
11	魅力発信！いたばしナビ	広聴広報課で毎月作成している、板橋の魅力を映像で紹介する15分番組。ジェイコムチャンネル及びYouTubeで放映。	【作成本数】12件	
12	区役所イベントスペース展示	区役所イベントスペースにて、年間2回、区の魅力発信に係る展示を実施。	【令和5年度】 ・絵本のまち板橋、SDGs関連展示実施	
13	デジタルサイネージ	庁内の窓口等に設置してあるテレビモニターで、行政情報や魅力情報等を放映している。広聴広報課では本庁舎内に5台、常盤台区民事務所、高島平区民事務所、赤塚庁舎に各1台の合計8台を設置している。	【広聴広報課以外の設置（本庁舎内）】 本庁舎南館（契約管財課設置）、各児童館、中央図書館等に設置されており、映像広報「魅力発信！いたばしナビ」の放映を依頼している。	
14	職員報	庁内向けの広報として、区に関する話題、各課事業や人事情報等を周知。広報に関する特集、職員によるコラム掲載等、広報の意識醸成ツールとしても活用。	【令和5年度】年6回発行（隔月）	

▷その他、区が広報活動に活用しているツール

- ・町内及び区施設掲示板
- ・町内回覧板
- ・子育て応援アプリ
- ・いたばしPay（アプリ） など

2 効果的な情報発信のための取組

(1) 職員の広報能力向上

① 広報意識の醸成及び区職員の育成

管理職・係長職4年目への研修の場での職員の意識啓発を行うほか、職員報等の職員向け記事や広聴広報課マニュアル等により、職員の意識の醸成及び能力向上を図っている。

② 職員向け広報マニュアルの整備

各職員がより良い広報活動をするために役立つ資料や考え方をまとめた広報マニュアル「広報の教科書」を全庁的に展開し、広聴広報課及び各課で活用している。

(2) 全庁での情報収集及び効果的な情報発信に向けた協議

広報案件をできる限り漏れなく発信するため以下の取組を行っている。

- ・庁議案件や年間スケジュール等から広報案件の把握
- ・広報いたばし掲載記事の課内共有
- ・プレスリリースの案件調査(4半期ごと)
- ・所管課との事業情報発信の内容及びタイミング協議
- ・各課への広報案件に関する情報提供の呼び掛け

(3) 適切な広報ツールの活用

情報の性質に応じ、広報ツールを効果的、複合的に活用している。また、各課でも効果的なツールを選択できるよう「広報の教科書」で各種 SNS の特徴を分類し共有している。

		メイン世代	情報量	即時性	認知度	まとめ
行政 情報	広報いたばし いたばし暮らしガイド 区公式 LINE X (旧 Twitter) Facebook Yahoo!暮らし	50代以上	△ スペースに限りあり	△ 入稿から発行まで 約1カ月	◎ 区民の認知度が 高い	事業などを知ってもら う入口。 関心を集め、ホーム ページなどにつなぐこ とが重要。
		20～40代	◎ 大量の写真・情報の 掲載が可能	◎ 即時更新が可能	◎ 近年は高齢者の 利用も増加	情報発信の基盤。
魅力 情報	YouTube、 広報番組「魅力発信！いたばしナビ」 区公式 Instagram 広報いたばし魅力特集版 本庁舎等での展示	40代以上 ※区公式アカウント 友だち登録者	△ 文字数制限あり (ホームページリンク 掲載で情報量拡大)	○ 配信まで数日～ 1週間程度 (緊急時など例外あり)	◎ あらゆる世代で 高い利用率	プッシュ型、カテゴリ別 配信で、必要としてい る人に確実に情報を届 ける。
		10～30代	△ 文字数制限あり (HPリンクで情報量 拡大)	◎ 即時更新可	△ 高齢者の利用率が 低い	即時性が高い。 特に若い世代への周知 に効果的。
両方	報道発表 (プレスリリース) 区長記者会見 区ホームページ デジタルサイネージ	10～30代	△ 文字ではなく 写真が中心	○ 写真がメインとなる ため、事後の投稿が 多い	△ 高齢者の利用率が 低い	事前告知にはあまり適 さない。「映え写真」に よる区の魅力アピール。

【広報の教科書 (抜粋)】