

令和2年度

市町村広報広聴活動に関する調査結果



千葉県総合企画部報道広報課

表紙のチーバくんのイラスト

「ちばと一緒に！」キャンペーン シンボルマーク

千葉県では、新型コロナウイルスの感染拡大による影響を受ける中で、「新しい生活様式」の実践・定着や県内産業の回復に向けた取組などを県民・企業・行政等が一体となって行う「ちばと一緒に！」キャンペーンを展開中です。

このキャンペーンでは、『「ちばと一緒に！」まごころのチカラ』を合言葉に、チーバくんをデザインしたシンボルマークを統一的に使い、様々な取り組みを行っています。

「ちばと一緒に！」キャンペーン特設ホームページはこちら



ま え が き

このたび、「令和2年度市町村広報広聴活動に関する調査」の結果をとりまとめました。

本調査は、市町村と県の効果的な広報広聴活動に資するため、昭和45年度から、各市町村の御協力のもと実施しています。

情報公開と住民参加による行政運営が不可欠である今日、住民への情報発信（広報）と住民からの意見等の収集（広聴）を絶えず繰り返すことで、住民との相互理解が促進され、より効果的な施策を展開することができます。

また、現在、新型コロナウイルス感染症の影響を受ける中で、行政広報にはより迅速かつ柔軟な対応が求められており、県では、ホームページや広報紙、その他の媒体を通じて、県民に正確な情報提供を行うとともに、県政に関する世論調査などにより県民のニーズを把握して、県政運営に活かしています。

加えて、様々な媒体を活用して、県内の様々な魅力を全国に、さらに海外にも戦略的に発信しています。

今後とも、各市町村の皆さまと連携を図りながら、効果的に県の広報広聴活動に取り組んでまいります。

各市町村におかれましても、今回の調査結果を有効に活用していただければ幸いです。

令和3年3月

千葉県総合企画部報道広報課長

目 次

第一部 市町村広報広聴の動向

| | |
|------------------------|----|
| 1 概況 | 1 |
| 2 広報 | |
| (1) 広報組織の現況 | 2 |
| (2) 広報予算について | 4 |
| (3) 広報紙の発行状況 | 5 |
| (4) 放送メディアによる広報の状況 | 6 |
| (5) ホームページの運営状況 | 6 |
| (6) 広報紙等への広告の掲載状況 | 7 |
| (7) 広報モニターの設置状況 | 7 |
| (8) マスコットキャラクターを利用した広報 | 7 |
| 3 広聴 | |
| (1) 広聴組織の現況 | 8 |
| (2) 広聴事業について | 10 |
| 4 報道広報（パブリシティ）活動 | 11 |

第二部 資料（市町村別）

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 1 広報組織及び予算 | 12 |
| 2 広報紙（誌）の発行状況 | |
| (1) 一般紙 | 18 |
| (2) グラフ誌 | 32 |
| (3) 不定期刊行物 | 32 |
| 3 放送メディアによる広報 | |
| (1) テレビ、ラジオの利用及び映画、ビデオ等の制作状況（令和元年度） | 34 |
| (2) テレビ、ラジオの利用及び映画、ビデオ等の制作予定（令和2年度） | 40 |
| 4 インターネットによる広報 | |
| (1) ホームページ開設状況 | 46 |
| (2) SNS使用状況 | 54 |
| 5 メールマガジン、緊急情報、広告掲載状況、広報モニターの設置状況等 | 68 |
| 6 広報機材保有状況、その他の広報活動 | 80 |
| 7 パブリシティ活動 | |
| (1) 首長会見等 | 88 |
| (2) 記者クラブの構成（市町村役場内に記者クラブがある場合） | 94 |
| (3) 記者クラブの構成（市町村役場内に記者クラブがない場合） | 98 |
| 8 プロモーション担当課 | 100 |
| 9 マスコットキャラクターを利用した広報 | 104 |
| 10 広聴組織及び予算 | 114 |
| 11 広聴事業 | |
| (1) 個別広聴、個別相談、法律相談の状況 | 120 |
| (2) 集団広聴、モニター | 128 |
| (3) 世論調査、アンケート、施設広聴 | 134 |
| 12 パブリックコメント（実施市町村） | 140 |

第三部 県の広報広聴の概要

| | |
|-------------|-----|
| 1 広報の体系 | 142 |
| 2 広聴の体系 | 143 |
| 3 広報広聴組織 | 144 |
| 4 広報刊行物一覧 | 145 |
| 5 広報番組等一覧 | 146 |
| 6 千葉県ホームページ | 148 |
| 7 広聴一覧 | 149 |
| 8 地域振興事務所一覧 | 150 |
| 9 記者発表の種類 | 151 |

※文章中の比率は、四捨五入処理をしているため計（100%）と一致しないこともありますのでご了承ください。

第一部 市町村広報広聴の動向

1 概況

— 県内市町村広報広聴関係の当初予算総額は23億4764万円 —

<予算>

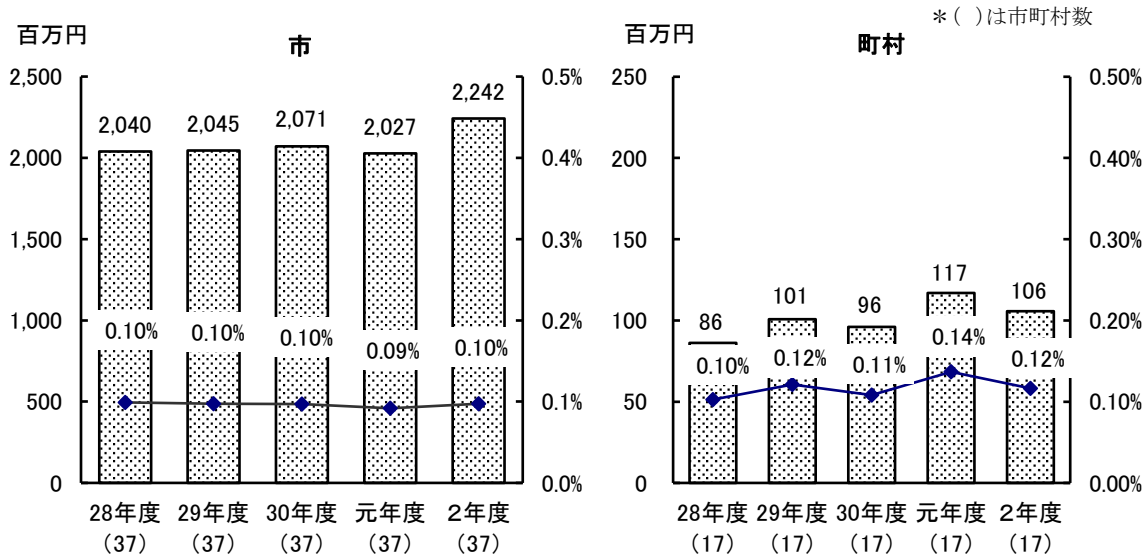
令和2年度の市町村広報広聴関係当初予算の総額は23億4764万円で、前年度と比べ、2億369万7千円(9.5%)増加した。その内訳は、市では、22億4187万4千円で2億1478万1千円(10.6%)の増加、町村では1億576万6千円で1108万4千円(9.5%)の減少となった。

ここ数年の予算額を見ると、市ではほぼ横ばいの傾向が続いたのち前年度に減少したが、再び増加へと転じた。町村では増加傾向にあったが減少に転じた。(第1図)

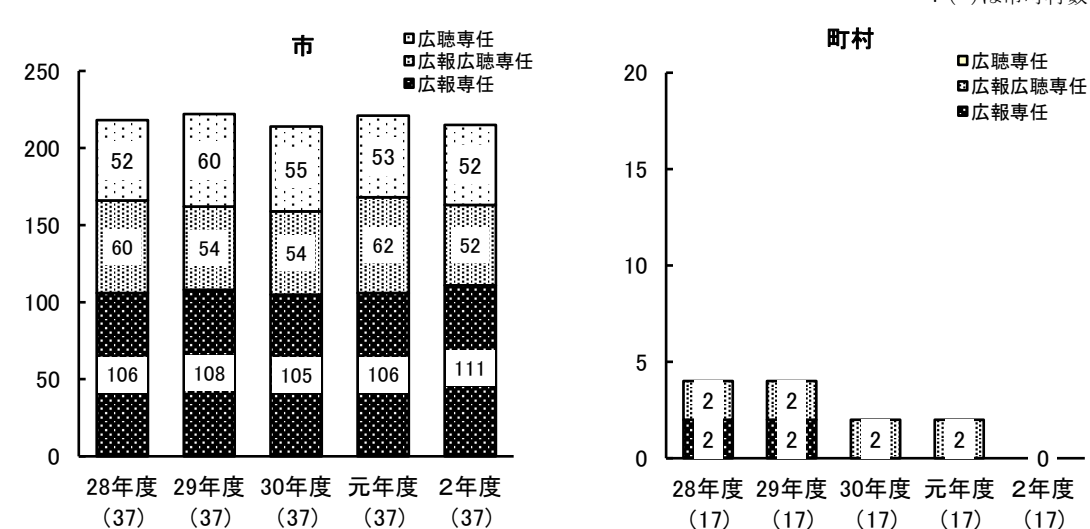
<専任職員数>

広報広聴専任職員は215人で、前年度から8人減少となっている。なお、専任職員を置いているのは市のみとなった。(第2図)

第1図 広報広聴当初予算額の推移(棒)と一般会計に占める割合(線)の推移



第2図 広報広聴担当者数(専任職員)の推移



2 広 報

(1) 広報組織の現況

— 市では秘書業務と兼ねる場合が多く、すべての町村で他の業務を兼ねている —

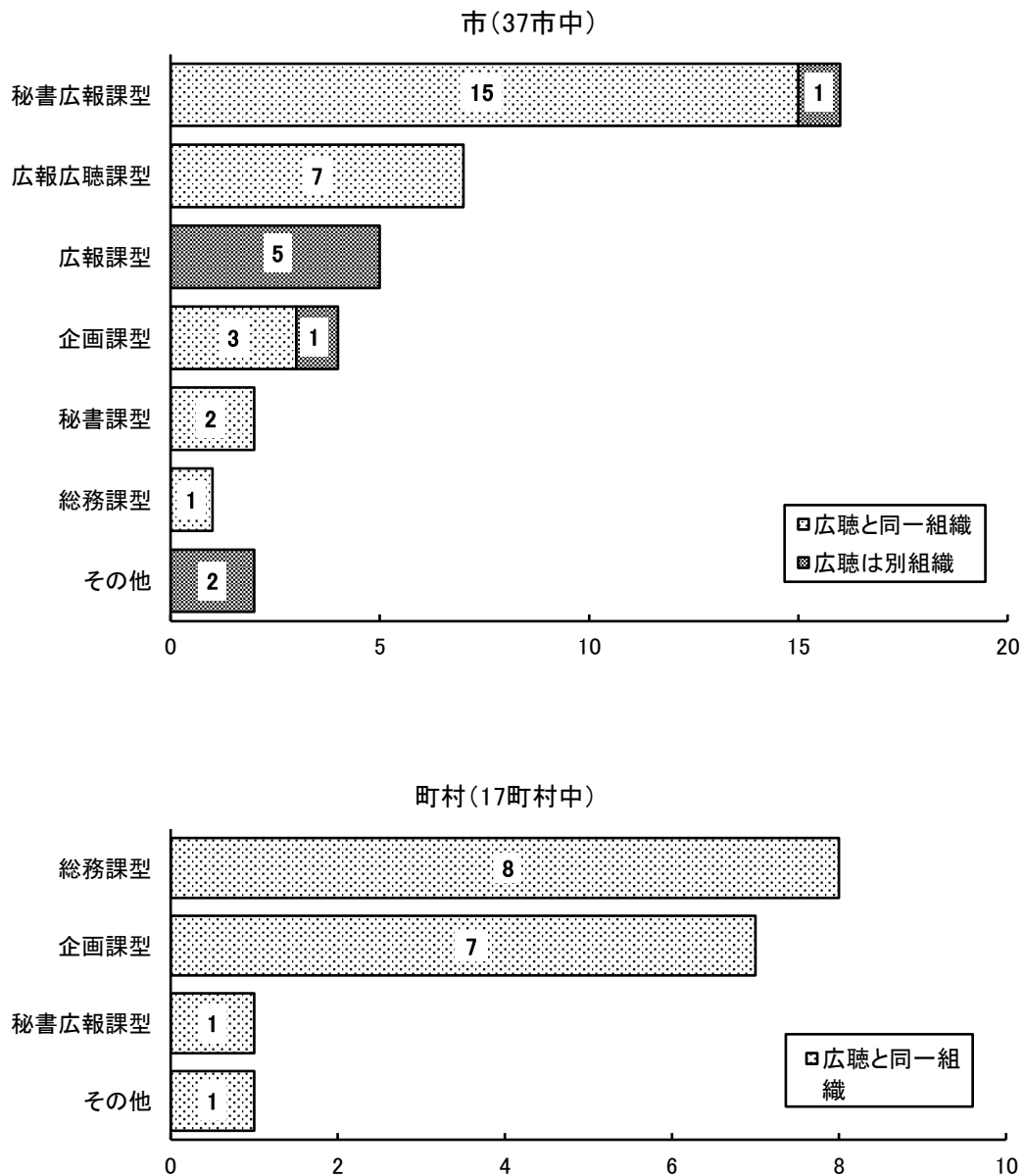
各市町村で、広報が行政のなかでどのように位置づけられているか広報組織を性格別に分類すると第3図のとおりである。

市では、広報業務又は広報広聴業務を単独で行う広報課型、広報広聴課型が12市ある。また、他の業務を兼ねている市の中では、秘書業務を同じ組織で行う秘書広報課型、秘書課型が18市(48.6%)と多くなっている。

また、すべての町村で、他の業務を兼ねて行っている。

広報と広聴を同一の組織で行っているのは、市では28市(75.7%)、町村では17町村(100%)となっており、8割以上の市町村が、広報と広聴を同じ組織で行っている。

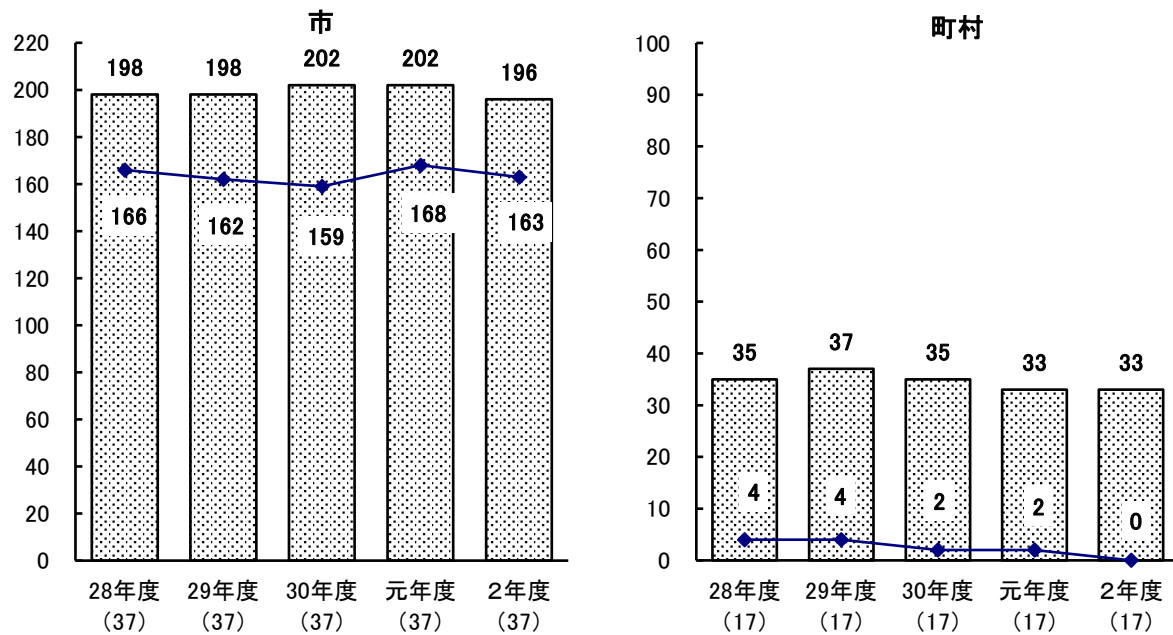
第3図 広報組織の性格類型と広聴組織との関わり



広報関係職員数の推移(第4図)をみると、総数は229人で、前年度の235人から6人減となっている。
市と町村別にみると、市では前年度から6人減の196人、町村では前年度と変わらず33人となっている。

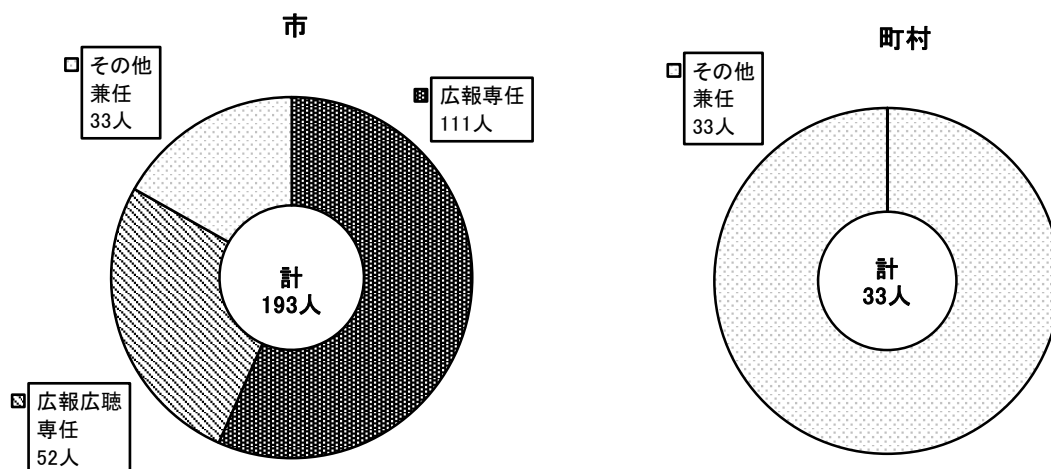
第4図 広報関係職員数の推移(折れ線は広報専任及び広報広聴専任の職員数)

*()は市町村数



広報関係職員の内訳(第5図)をみると、市では、広報を専任で担当している職員が111人(全体の56.6%)となっている。また町村では、広報・広聴以外の業務も併せて担当している職員が33人(100%)で全ての町村の担当者が兼任となっている。

第5図 広報関係職員の内訳

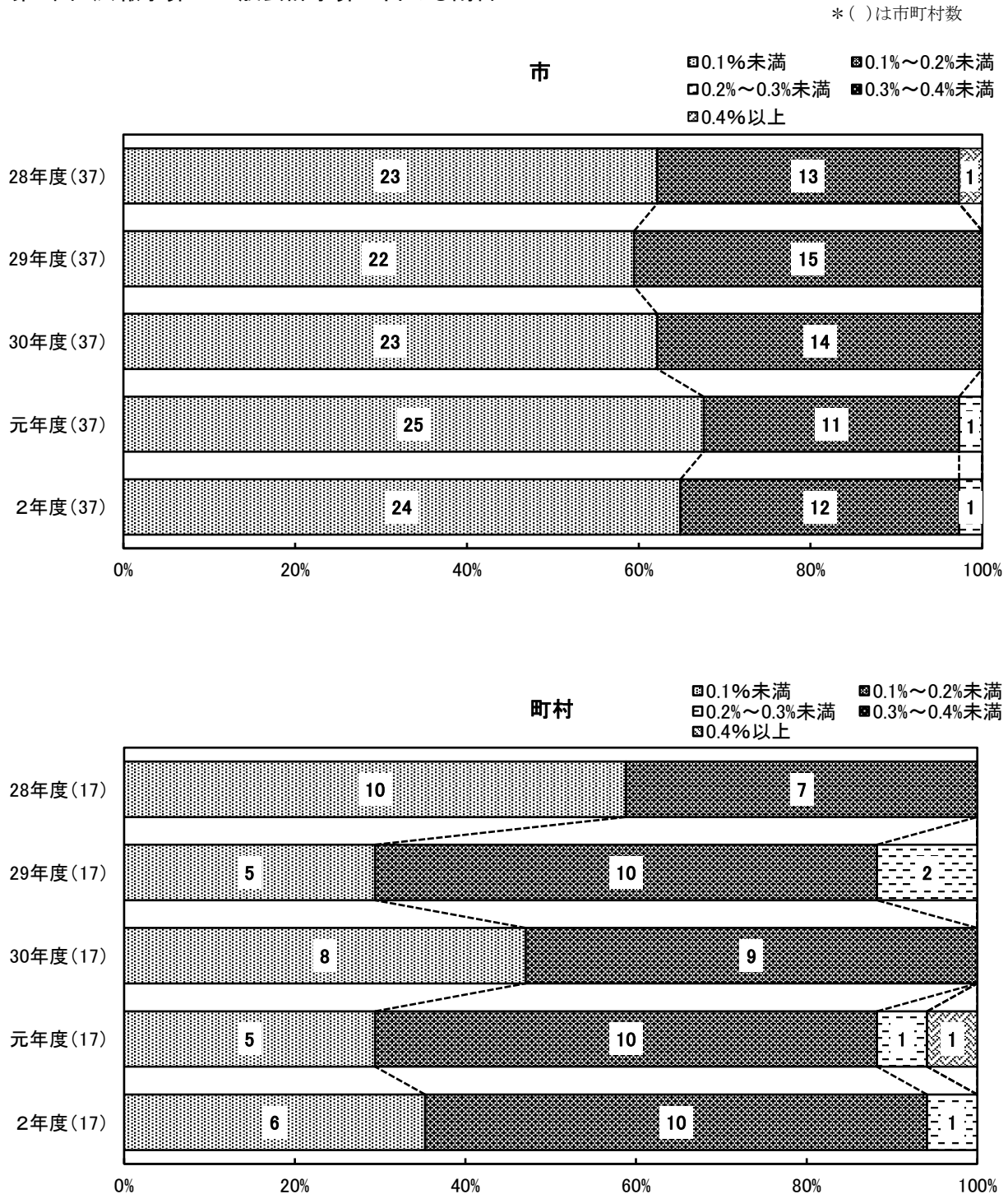


(2) 広報予算について

— 広報予算の一般会計当初予算に占める割合は、ほとんどの市町村で0.2%未満である —

広報予算の一般会計当初予算に占める割合(第6図)をみると、市は「0.1%未満」が24市(64.9%)、「0.1%~0.2%未満」が12市(32.4%)あり、町村は「0.1%未満」が6町村(35.3%)、「0.1~0.2%未満」が10町村(58.8%)となっている。

第6図 広報予算の一般会計予算に占める割合



(3) 広報紙の発行状況

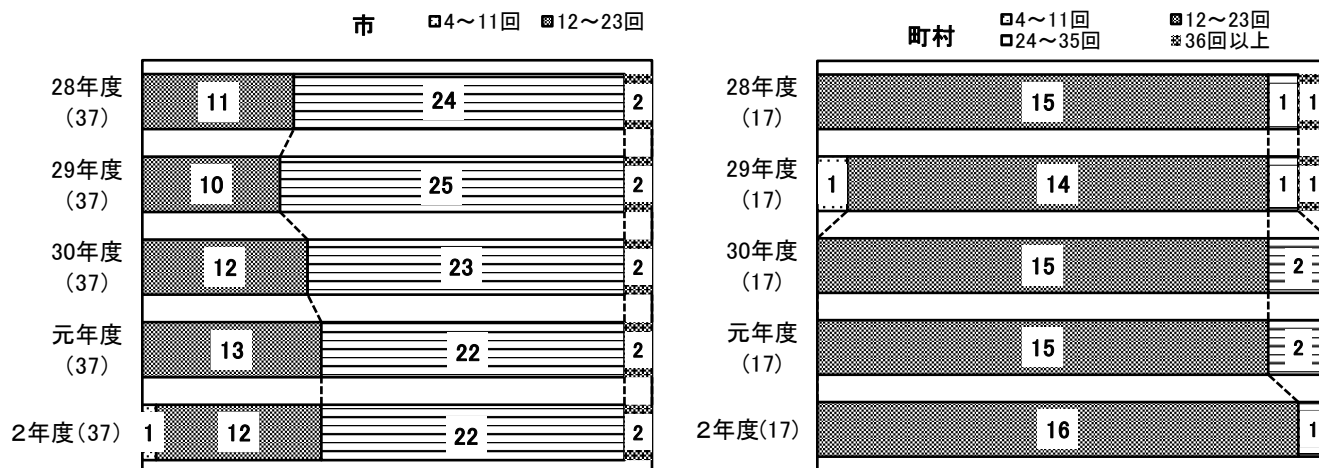
—市の6割以上が月2回以上発行、ほとんどの町村で月1回以上発行—

広報紙の発行回数（第7図）をみると、市では、月2回以上発行が24市（64.9%）あり、町村ではほとんどの町村が月1回以上の発行であった。

また、1市がグラフ誌を発行した。

第7図 広報紙の年間発行回数

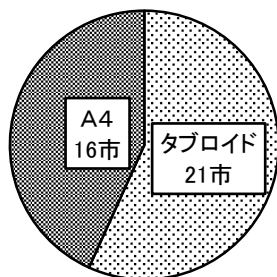
*（ ）は市町村数



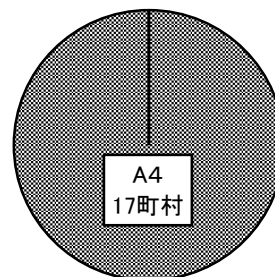
広報紙の規格（第8図）をみると、市ではタブロイド判が21市（56.8%）と多く、町村では全てA4判である。

第8図 広報紙規格

市 (37)



町村 (17)



広報紙への再生紙の使用状況（第1表）をみると、市では、古紙配合率30%以上が31市（83.8%）である。

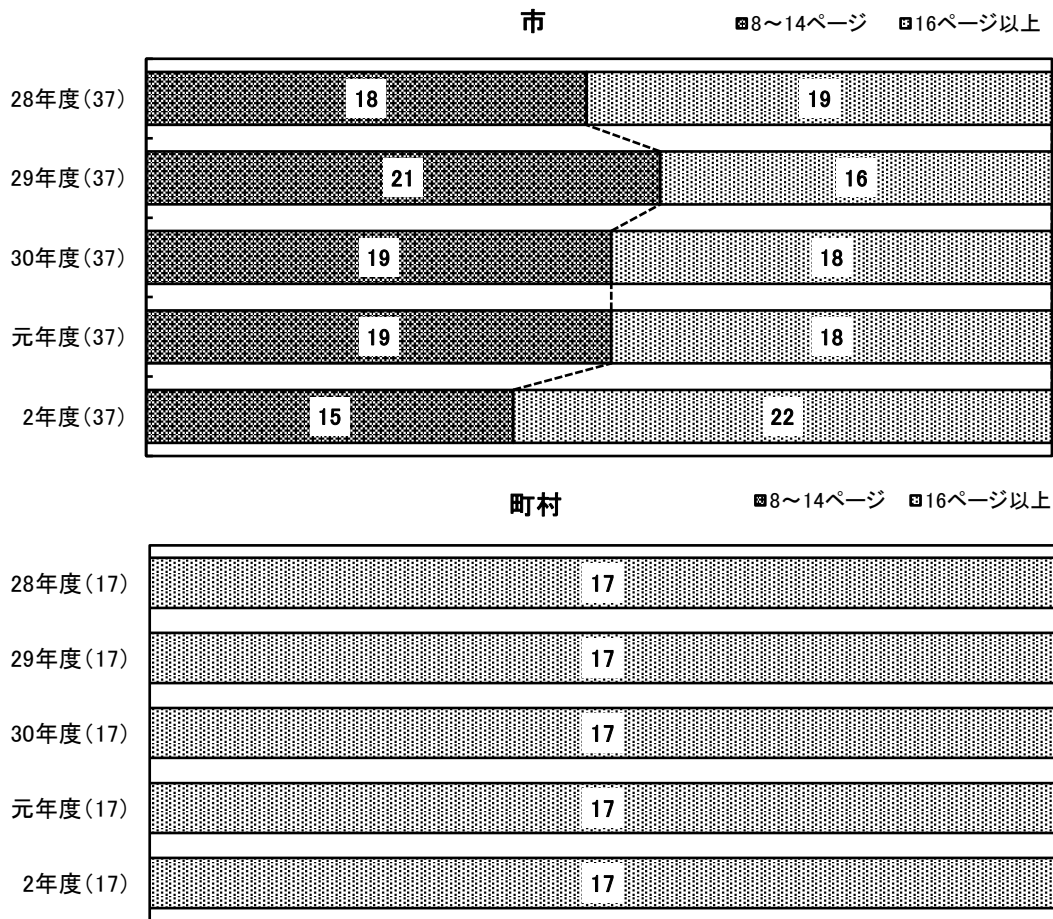
第1表 再生紙の使用状況（一般紙）

| | 0% | | 30%未満 | | 30%以上 60%未満 | | 60%以上 100%未満 | | 100% | | 計 | |
|----|----|--------|-------|--------|----------------|--------|-----------------|--------|------|--------|----|--------|
| | 数 | 比率 (%) | 数 | 比率 (%) | 数 | 比率 (%) | 数 | 比率 (%) | 数 | 比率 (%) | 数 | 比率 (%) |
| 市 | 4 | 10.8 | 2 | 5.4 | 2 | 5.4 | 24 | 64.9 | 5 | 13.5 | 37 | 100.0 |
| 町村 | 9 | 52.9 | 2 | 11.8 | 0 | 0.0 | 6 | 35.3 | 0 | 0.0 | 17 | 100.0 |
| 計 | 13 | 24.1 | 4 | 7.4 | 2 | 3.7 | 30 | 55.6 | 5 | 9.3 | 54 | 100.0 |

広報紙のページ数をみると、市では「8～14ページ」が15市(40.5%)、「16ページ以上」が22市(59.5%)あり、町村では17町村すべてで「16ページ以上」となっている。

第9図 広報紙のページ数

* ()は市町村数



※月ごとにページ数が異なる場合には、一番多いページ数で分類。

(4)放送メディアによる広報の状況

制作費をかけてテレビ・ラジオを利用した広報を行っているのは、令和2年度で、13市となっている。CATVと地方テレビ局・ラジオ局を使った広報が多い。

また、ビデオ・映画作成(映像資料の記録のみを含む)は、13市町で行われており、YouTubeを使つての放映なども行っている。

(5)ホームページの運営状況

ホームページ運営を広報担当課が行っているのは、49市町村、5市町では別の組織が担当している。

<外国語ページ>

外国語のページは、36市13町村で開設しており、言語は、英語のほか、中国語、韓国語、スペイン語、ポルトガル語、フランス語、イタリア語、ドイツ語、ロシア語、タイ語、タガログ語、アラビア語、ベトナム語、ヒンディー語、デンマーク語、ペルシャ語が使用されている。(第2表)

<動画配信サービス・携帯電話・スマホ版Webサイト、ソーシャルメディアによる情報発信>

携帯電話版Webサイトの開設は34市7町村、スマホ版Webサイトの開設は34市13町村(一部のページのみ開設を含む)、ソーシャルメディアによる情報発信に取り組んでいるのは37市15町村であった。また、動画配信サービスの実施は37市13町であった。(第2表)

<CMS(コンテンツ・マネジメント・システム)の導入>

CMSについては、全市町村で導入しているが、そのうちホームページ全体に導入しているのは35市16町村であり、また、一部に導入しているのは2市1町となっている。

<災害時等の緊急情報メール配信>

災害時等における緊急情報メールは、37市、16町村で配信に取り組んでいる。

第2表 ホームページの運営状況

| | 外国語ページの開設 | | 動画配信サービス | | 携帯版Webサイト | | スマホ版Webサイト | |
|-------|-----------|-------------|----------|-------------|-----------|-------------|------------|-------------|
| | 開設数 | 実施市町村の割合(%) | 実施数 | 実施市町村の割合(%) | 開設数 | 実施市町村の割合(%) | 開設数 | 実施市町村の割合(%) |
| 市 37 | 36 | 97.3 | 37 | 100.0 | 34 | 91.9 | 34 | 91.9 |
| 町村 17 | 13 | 76.5 | 13 | 76.5 | 7 | 41.2 | 13 | 76.5 |
| 計 54 | 49 | 90.7 | 50 | 92.6 | 41 | 75.9 | 47 | 87.0 |

| | ソーシャルメディアによる情報発信 | | CMSの導入 | | 災害時等の緊急情報メール配信 | |
|-------|------------------|-------------|--------|-------------|----------------|-------------|
| | 実施数 | 実施市町村の割合(%) | 実施数 | 実施市町村の割合(%) | 実施数 | 実施市町村の割合(%) |
| 市 37 | 37 | 100.0 | 37 | 100.0 | 37 | 100.0 |
| 町村 17 | 15 | 88.2 | 17 | 100.0 | 16 | 94.1 |
| 計 54 | 52 | 96.3 | 54 | 100.0 | 53 | 98.1 |

※ CMS導入の実施数は、一部導入を含む。

<メールマガジンの発行>

メールマガジンを発行しているのは、市川市、船橋市、流山市、我孫子市、四街道市、八街市、白井市の7市となっている。

(6) 広報紙等への広告の掲載状況

広報紙等への広告掲載については、6割以上の22市13町で実施している。また、ホームページのバナー広告は、9割以上の36市15町村が実施している。(第3表)

第3表 広報紙等への広告の掲載状況

| | 広報紙 | | 封筒 | | ホームページのバナー | |
|-------|-----|-------------|-----|-------------|------------|-------------|
| | 実施数 | 実施市町村の割合(%) | 実施数 | 実施市町村の割合(%) | 開設数 | 実施市町村の割合(%) |
| 市 37 | 22 | 59.5 | 24 | 64.9 | 36 | 97.3 |
| 町村 17 | 13 | 76.5 | 5 | 29.4 | 15 | 88.2 |
| 計 54 | 35 | 64.8 | 29 | 53.7 | 51 | 94.4 |

(7) 広報モニターの設置状況

11市で、広報モニター(広報紙やホームページの内容などについて意見等をもらう)を設置している。

(8) マスコットキャラクターを利用した広報

34市17町村でマスコットキャラクターを利用した広報に取り組み、およそ69体が活動している。

3 広聴

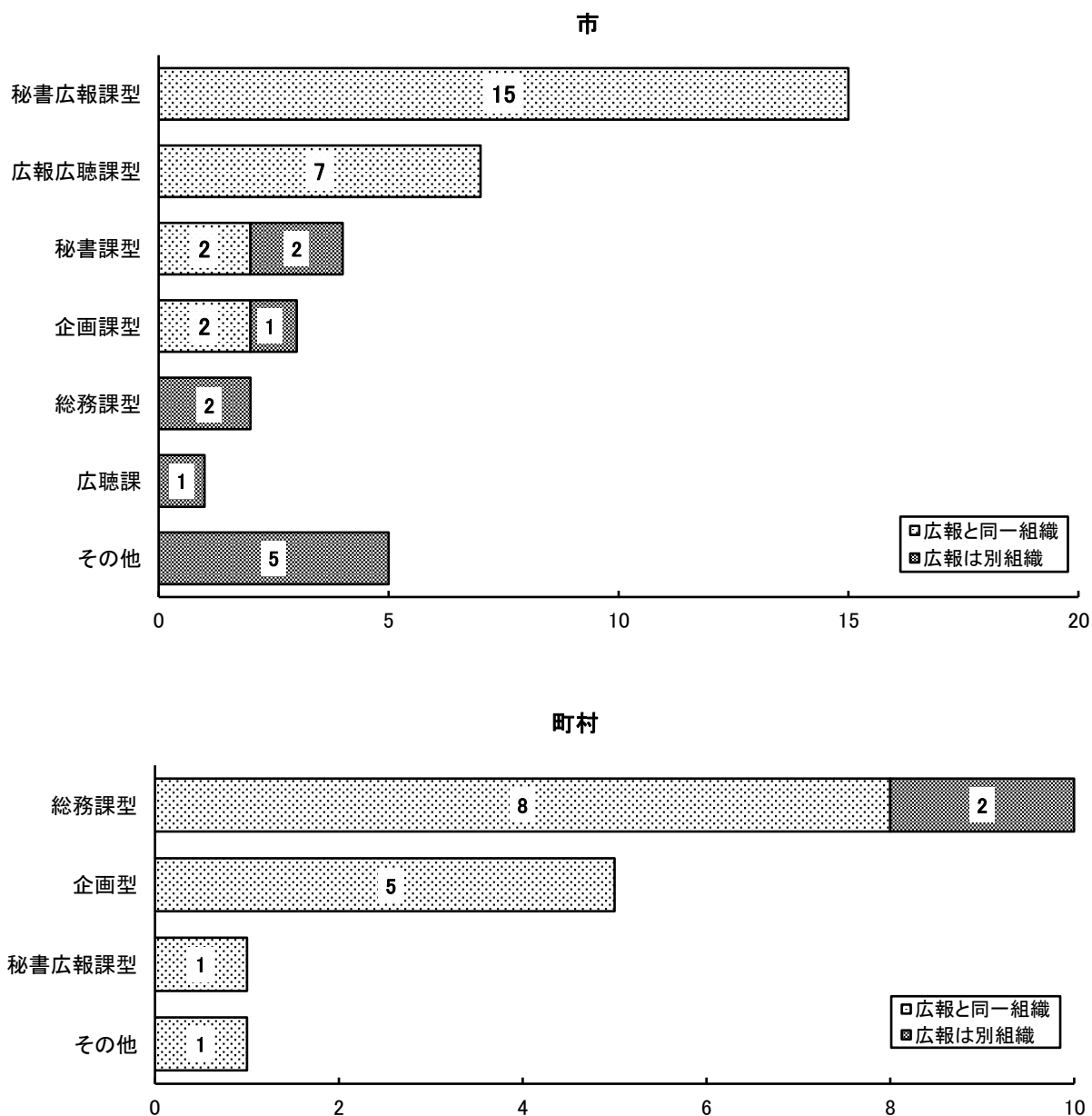
(1) 広聴組織の現況

— 市では秘書業務と兼ねる場合が多く、すべての町村がその他の業務を兼ねている —

市では、広聴業務又は広報広聴業務を単独で行う広聴課型、広報広聴課型が8市あり、また、他の業務を兼ねている市の中では、秘書業務を同じ組織で行う秘書広報課型、秘書課型が19市(51.4%)と多くなっている。

また、すべての町村が他の業務を兼ねて行っている。

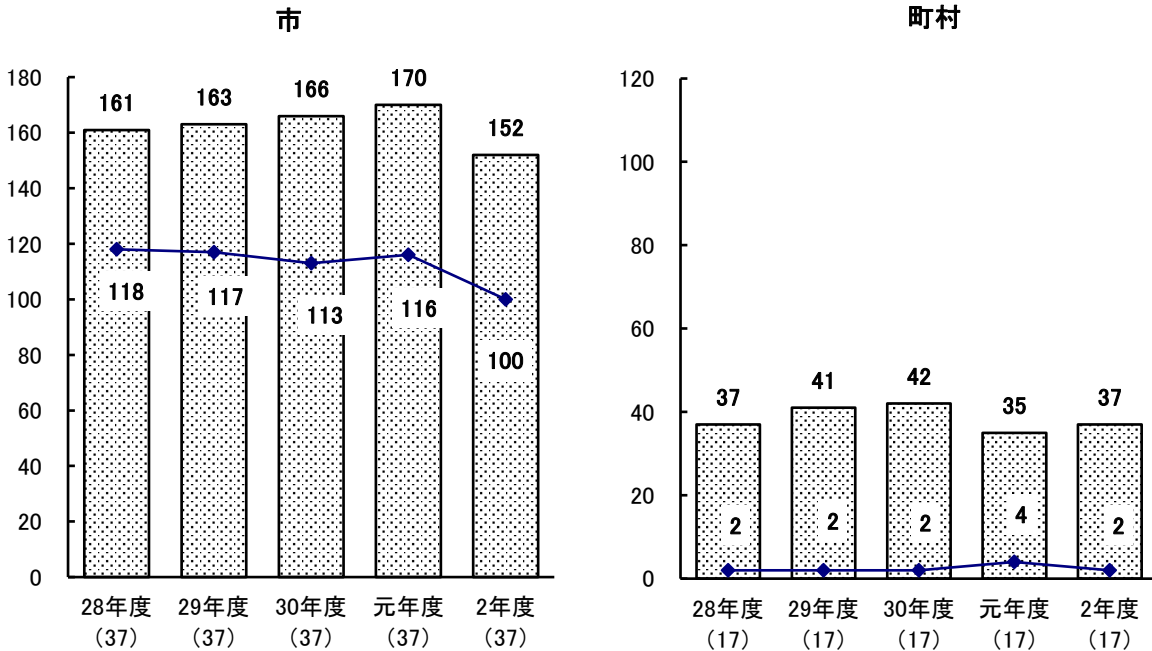
第10図 広聴組織の性格類型と広報組織との関わり



広聴関係職員数の推移(第11図)をみると、総数は189人で、前年度より16人減となっている。(第11図)

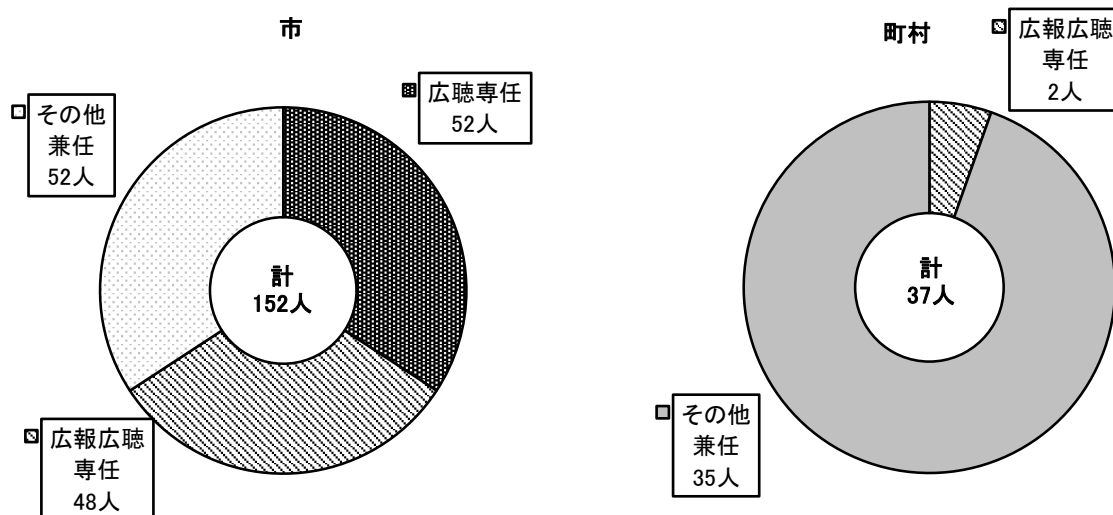
第11図 広聴関係職員数の推移(折れ線は広聴専任及び広報広聴専任の職員数)

* ()は市町村数



広聴関係職員の内訳(第12図)をみると、市では、広聴を専任で担当している職員が52人(全体の29.2%)となっている。また町村では、広報・広聴以外の業務も併せて担当している職員が35人(全体の94.6%)となっている。

第12図 広聴関係職員の内訳



(2) 広聴事業について

— 全ての市町村で個別広聴を実施 —

住民からの苦情・意見などを受ける個別広聴は、すべての市町村で実施されている。また、46市町村で、法律相談を実施している。(第4表)

第4表 個別広聴・法律相談の実施状況

| | 個別広聴 | | 法律相談 | |
|-------|------|-------------|------|-------------|
| | 実施数 | 実施市町村の割合(%) | 実施数 | 実施市町村の割合(%) |
| 市 37 | 37 | 100.0 | 34 | 91.9 |
| 町村 17 | 17 | 100.0 | 12 | 70.6 |
| 計 54 | 54 | 100.0 | 46 | 85.2 |

集会(集団)広聴(首長との対話、座談会等)は、45市町村で設置している。また、施設広聴は13市町で設置している。(第5表)

第5表 集会(集団)広聴・施設広聴の設置状況

| | 集会(集団)広聴 | | 施設広聴 | |
|-------|----------|-------------|------|-------------|
| | 設置数 | 設置市町村の割合(%) | 設置数 | 設置市町村の割合(%) |
| 市 37 | 31 | 83.8 | 12 | 32.4 |
| 町村 17 | 14 | 82.4 | 1 | 5.9 |
| 計 54 | 45 | 83.3 | 13 | 24.1 |

世論調査(またはアンケート調査)は31市町で実施している。また市政モニターなど行政一般を対象とするモニター制度は、14市町で実施している。(第6表)

第6表 世論調査(アンケート調査)・モニターの実施状況

| | 世論調査 | | モニター | |
|-------|------|-------------|------|-------------|
| | 実施数 | 実施市町村の割合(%) | 実施数 | 実施市町村の割合(%) |
| 市 37 | 25 | 67.6 | 13 | 35.1 |
| 町村 17 | 6 | 35.3 | 1 | 5.9 |
| 計 54 | 31 | 57.4 | 14 | 25.9 |

パブリックコメントは、40市町で実施されており、その全てで条例・要綱等により制度化されている。(第7表)

第7表 パブリックコメントの実施状況

| | パブリックコメント | |
|-------|-----------|-------------|
| | 実施数 | 実施市町村の割合(%) |
| 市 37 | 34 | 91.9 |
| 町村 17 | 6 | 35.3 |
| 計 54 | 40 | 74.1 |

4 報道広報(パブリシティ)活動

— 全市で定例首長会見を実施 —

県内自治体で、記者クラブが存在するのは、15市となっている。また、全ての市で定例記者会見を実施している。

第8表 記者クラブ加入社数

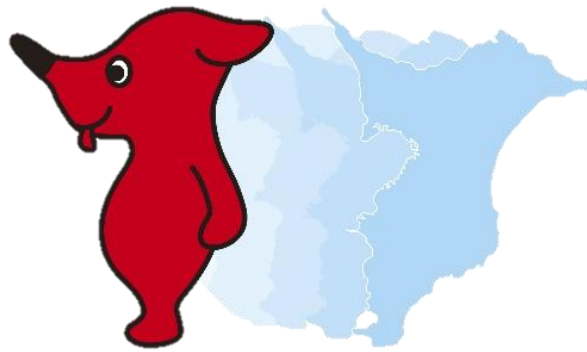
| | 5社未満 | 5～9社 | 10～14社 | 15社以上 | 計 |
|-------|------|------|--------|-------|----|
| 市 37 | 0 | 8 | 7 | 0 | 15 |
| 町村 17 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 計 54 | 0 | 8 | 7 | 0 | 15 |

第9表 記者会見の状況(定例)

| | 5回未満 | 5～9回 | 10～14回 | 15回以上 | 計 |
|-------|------|------|--------|-------|----|
| 市 37 | 20 | 6 | 10 | 1 | 37 |
| 町村 17 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 計 54 | 20 | 6 | 10 | 1 | 37 |

第10表 記者会見の状況(臨時)

| | 5回未満 | 5～9回 | 10～14回 | 15回以上 | 計 |
|-------|------|------|--------|-------|----|
| 市 37 | 13 | 0 | 0 | 0 | 13 |
| 町村 17 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 計 54 | 14 | 0 | 0 | 0 | 14 |



千葉県マスコットキャラクター チーバくん



千葉県に住む不思議ないきもの。好奇心旺盛でいろいろなことに挑戦することが大好き。未知のものに立ち向かうときほど勇気と情熱がわき、からだがか赤く輝く。食いしん坊でいたずら好きな面も。

葉

*横から見た姿が千葉県の形をしています。

