

### 第3節 広報課

#### 〔総括概要〕

広報課の主な分掌事務は、広報業務、広聴業務、シティプロモーション業務及びマスコットキャラクター活用業務である。

広報業務については、市民への市政情報の提供及び市外に向けての情報発信を目的として、広報紙の発行、公式ホームページ等への掲載、報道機関への情報提供等、積極的な広報活動を展開した。

広報紙については、紙面の充実を図りながら、毎月1回発行した。また、ホームページの内容の充実をはかるとともに、SNSを活用した広報活動として、公式ツイッター及び公式フェイスブックによる広報を行った。更に、栃木市コミュニティFM「FMくらら 857」を活用し、身近な地域情報や災害・防災情報の配信を行った。

広聴業務については、それぞれの地域ごとのニーズや意見等を市の施策に活かすとともに、本市の進めるまちづくりについて理解を深めてもらうことを目的として、まちづくり懇談会ふれあいトークを開催し、市政に関する意見、提案を広く求めた。

また、老若男女の各世代が一堂に会し、地域の課題やまちづくりについて、市長及び市執行部と意見交換し、市政に反映するとともに、地域の活性化に向けたまちづくりに参画していく意欲の向上に寄与することを目的とした、多世代まちづくり意見交換会を開催し、各世代が抱える課題の洗い出しや、認識の共有を図った。

シティプロモーション業務については、令和元年度に策定した Tochigi City Promotion “Creation 2nd” のアンケート結果をもとに、本市のフルーツを活用した市内外へのプロモーションを推進するため、「#栃木市フルーツスイーツコンテスト」や「#栃木市フルーツフォトコンテスト」、「#栃木市フルーツ検定」などを実施した。また、栃木市フルーツPR動画を作成し、ふるさと納税や移住定住など、他のプロモーション動画と併せて、新宿アルタビジョンでの放映を行った。

マスコットキャラクター活用業務については、平成26年4月5日に誕生した栃木市マスコットキャラクター「とち介」を広くPRすることで、市民の一体感の醸成や本市の知名度の向上に努めた。また、とち介の派遣業務やデザイン申請の受付及び承認を行ったほか、とち介の公式YouTubeチャンネルでの配信など、本市情報の発信に努めた。

#### 広報広聴係

##### 1 広報業務

###### (1) 広報紙等による広報

市政全般について掲載した広報紙を、特集記事の強化など内容の充実を図りながら毎月発行し、市政のPRに努めた。

###### ア 広報とちぎ

- ・発行回数 定期12回（毎月1回）
- ・発行部数 53,500部
- ・仕様様 A3判2つ折り

号	ページ数		号	ページ数	
	4色	2色		4色	2色
133(5月号)	8	8	139(11月号)	8	8
134(6月号)	8	8	140(12月号)	8	8
135(7月号)	8	8	141(1月号)	8	8
136(8月号)	8	8	142(2月号)	8	8
137(9月号)	8	8	143(3月号)	8	8
138(10月号)	8	8	144(4月号)	8	8

イ 広報とちぎ点字版

- ・発行回数 定期6回（2か月に1回）
- ・発行部数 24部
- ・仕様様 B5判点字用紙（約30ページ）

ウ 声の広報とちぎ

朗読ボランティア「あかり」及び音訳グループ「いずみ」の協力を得て発行

- ・発行回数 定期12回（毎月1回）
- ・仕様様 CD・SDカード・カセットに音声収録

エ 新型コロナウイルス感染症対策に関するお知らせの発行

新型コロナウイルス感染症対策に関するお知らせを作成し、市民に広く周知を行った。

- ・発行日 第7報 4月25日
- 第8報 5月16日
- 第9報 6月13日
- 第10報 7月11日
- 第11報 9月5日
- 第12報 12月26日
- 第13報 1月16日
- 第14報 1月30日
- 第15報 2月27日

- ・発行部数 53,500部
- ・配布方法 新聞折込・市内各施設への設置・市ホームページ

(2) ホームページによる広報

平成30年度にリニューアルを行ったホームページの機能を活かしながら、市政情報やイベント、観光案内、生活ガイドや災害情報等の内容の充実化と積極的な市内外への発信を行った。

- ・アクセス件数（ページビュー数）9,881,860件

(3) SNSを活用した広報

S N Sによる広報を行うことで、多様な媒体を通じての情報発信強化に努めた。

- ・投稿内容 行政情報、観光情報、災害情報等
- ・投稿数 フェイスブック 340件 ツイッター 1,691件

(4) テレビ・ラジオ等による広報

ア C A T Vコミュニティチャンネル

広報とちぎの内容や市政情報等について、ケーブルテレビ（株）に番組制作を委託し、同社のコミュニティチャンネル（デジタル111チャンネル）で放送した。

主な番組

・Report Tochigi

職員による市政情報発信番組として、イベント情報や市政情報の発信を行った。併せて、市内施設の紹介も実施した。

5分番組で、月毎にテーマを変えて放送した。（1日3回程度放送）

・生活文字情報

文字スクロールによる生活情報で、1日9回、毎日放送した。

・エリア便

イベント等の告知情報で、毎週月～木曜日に約1分間放送した。

・新春特別番組「新年のご挨拶／テレビ年賀状」

市長がまちづくりの抱負や行政運営、将来の展望について語った。

15分番組で、1月1日（土）～5日（水）に放送した。

イ とちぎテレビ

市政のPRを行うため、（株）とちぎテレビに番組制作を委託し、市長がまちづくりの抱負や行政運営、将来の展望について語った。

・新春特別番組「2022年 わが街発！」

30分番組のうち10分間で、1月1日（土）、3日（月）に放送した。

ウ 栃木放送（C R T）

市政のPRを行うため、（株）栃木放送に番組制作を委託し、市長がまちづくりの抱負や行政運営、将来の展望について語った。

・新春特別番組「新しい年を迎え栃木市長に聞く」

10分番組で、1月1日（土）、1月2日（日）に放送した。

エ エフエム栃木

市政のPRを行うため、（株）エフエム栃木に番組制作を委託し、市長がまちづくりの抱負や行政運営、将来の展望について語った。

・令和3年度 オールとちぎ 首長新春挨拶CM

60秒CMで、1月1日（土）～15日（土）の間に10回放送した。

(5) コミュニティFM

栃木市コミュニティFM「FMくらら857」を活用し、災害情報・防災情報の配信や、身近な地域情報を発信することで、市民が豊かで安心して暮らせるまちづくりの推進を図った。

ア 市の広報番組

- ・「とち介のHAPPY TOWN」 平日の11時～11時55分

- ・インフォーマーシャル 市からのお知らせを生放送で、毎日4回放送した。
- ・CM 市からのお知らせを録音し、毎日6回放送した。

イ 災害放送

- ・災害発生時に備えるため、毎週木曜日11時に緊急割込み放送の試験放送を行った。

(6) 報道機関等への情報提供

ア 記者会見

- ・定例記者会見 毎月1回
- ・予算記者会見 年1回
- ・臨時記者会見 随時(令和3年度0回)

イ 市政情報の提供 (FAXにより随時)

- ・情報提供件数 587件

(7) 広報活動推進員による活動

各課で1名広報活動推進員(庶務担当係長)を選任し、広報活動の円滑な事務を行うための研修を毎年実施しており、今年度も3月に開催予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、令和2年度に続き中止とした。

2 広聴業務

(1) まちづくり懇談会ふれあいトーク

市長をはじめとする市執行部が、市民の市政に対する意見、提案等を直接聴くことにより、課題等を共有し、市政に反映することを目的に実施した。

また、市の重要施策を市長等から直接市民に説明することにより、事業の周知を図った。

ア 懇談会

- ・栃木地域

実施日	出席者(人)	会場
7月15日(木)	55	皆川公民館
7月19日(月)	49	栃木市役所3階 正庁
11月2日(火)	39	栃木市役所3階 正庁
11月5日(金)	30	国府公民館
11月8日(月)	41	栃木市役所3階 正庁
11月10日(水)	66	寺尾公民館

- ・大平地域

実施日	出席者(人)	会場
6月29日(火)	47	ゆうゆうプラザ
7月2日(金)	32	ゆうゆうプラザ

- ・藤岡地域

実施日	出席者(人)	会場
7月9日(金)	49	藤岡文化会館

・都賀地域

実施日	出席者（人）	会場
7月12日（月）	66	都賀公民館

・西方地域

実施日	出席者（人）	会場
6月25日（金）	42	関東ホーチキにしかた体育館 （西方総合文化体育館）

・岩舟地域

実施日	出席者（人）	会場
7月6日（火）	55	岩舟体育館

(2) 多世代まちづくり意見交換会

老若男女の各世代が一堂に会し、地域の課題やまちづくりについて、市長及び市執行部と意見交換し、それを市政に反映するとともに、各世代が感じる問題意識を共有、若しくは理解し合い、且つ、地域の活性化に向けたまちづくりに参画していく意欲の向上に寄与することを目的として実施した。

・南部会場

実施日	出席者（人）	会場
12月11日（土）	33	岩舟公民館

・北部会場

実施日	出席者（人）	会場
12月11日（土）	32	都賀公民館

(3) 市政メール箱（電子メール）

インターネットを利用した広聴活動として、ホームページ内に電子メールによる投書窓口「市政メール箱」を設け、投書受付を実施した。

・件数 320件

(4) 投書箱

本庁及び各総合支所に投書箱を設置し、投書受付を実施した。

・件数 48件

(5) 郵送及びFAXによる市政に関する意見の受付

・件数 16件

(6) 来庁や電話による市政に関する意見の受付

・件数 21件

(7) パブリックコメント

重要な施策の策定過程において、市民の市政に対する意見や提案の機会を確保するとともに、政策決定過程への市民の参画を促進し、市民との協働によるまちづくりの推進を図るため、栃木市パブリックコメント手続条例に基づき、パブリックコメント（市民意見提出制度）を実施した。

・件数 11件

## シティプロモーション係

### 1 シティプロモーション業務

#### (1) シティプロモーション事業

ア フルーツを活用したプロモーションを推進するため、「#栃木市フルーツスイーツコンテスト」を開催した。

- ・審査会 第1回 9月21日（火）13店21品応募  
（新型コロナウイルス感染拡大防止のため、中止）  
第2回 1月17日（月）17店20品応募

イ フルーツを活用したプロモーションを推進するため、「#栃木市フルーツフォトコンテスト」を開催した。

- ・応募数 延べ38名158点（メール16名66点・インスタグラム22名92点）

ウ フルーツを活用したプロモーションを推進するため、「#栃木市フルーツ検定」を実施した。

- ・問題数 おとな編40問（30問以上正解で合格）  
こども編30問（20問以上正解で合格）
- ・受験者数 おとな編216名 こども編72名
- ・合格者数 おとな編168名（合格率77.8%） こども編66名（合格率91.7%）

エ フルーツを活用したプロモーションを推進するため、栃木市フルーツスイーツPR冊子を作成した。

- ・作成部数 2万部（A4判、8ページ）
- ・掲載内容 「#栃木市フルーツスイーツコンテスト」応募スイーツ一覧、栃木市ふるさと大使インタビュー、フルーツスイーツマップ、栃木市フルーツスイーツスタンプラリー など

オ 本市をPRするため、4種類のプロモーション動画（各45秒）を新宿で放映した。

- ・放映期間 3月1日（火）～3月31日（木）
- ・放映場所 新宿アルタビジョン
- ・放映動画 栃木市フルーツPR動画、栃木市シティプロモーション動画、ふるさと納税PR動画、移住定住PR動画

#### (2) 栃木市ふるさと大使

ア 本市の魅力を広く効果的に情報発信することにより、本市の知名度及びイメージの向上を図るとともに市民の一体感及び郷土愛を醸成することを目的とした「栃木市ふるさと大使」制度を設け、全国的に活躍する本市ゆかりの方に委嘱している。

- ・栃木市ふるさと大使 27名（赤荻一也氏、石川恋氏、植野広生氏、上原チョー氏、大谷桃子氏、桂小南氏、菊池優氏、雲田はるこ氏、古今亭志ん橋氏、小林美貴氏、澤村拓一氏、春風亭柳橋氏、武井沢也氏、寺内崇幸氏、富田晋伍氏、富山貴光氏、蜂須賀孝治氏、半屋弘蔵氏、冬木れい氏、古川登志夫氏、間中利美氏、茂手木章氏、八津弘幸氏、山田五郎氏、山田昌彦氏、吉

川真氏、渡辺俊介氏)

2団体 (栃木シティフットボールクラブ、MAGIC OF LiFE)

イ 栃木市ふるさと大使による情報発信を強化するため、PR冊子へのインタビュー記事掲載を行った。

・栃木市フルーツスイーツPR冊子でのインタビュー記事掲載 (植野広生氏、小林美貴氏)

(3) 栃木市魅力発信特使

ア 新生栃木市10周年を機に、「栃木市魅力発信特使」制度を設け、本市の明るい未来を築いていこうという志を持って、それぞれの分野で市内を中心に活躍し、本市の魅力を積極的に発信している個人及び団体等を認定している。

・栃木市魅力発信特使 18名 (飯野理衣氏、伊吹和矢氏、遠藤翼氏、遠藤百合子氏、桜祐氏、落合義人氏、神戸明氏、倉持雅代氏、小竹花絵氏、小林由実氏、小林美香氏、坂本絵津子氏、高橋由起氏、田代大輔氏、田中潔氏、田村愛氏、山田かかし氏、義達祐未氏)

1団体 (田村律之助顕彰会)

2 マスコットキャラクター活用業務

(1) とち介派遣事業

栃木市マスコットキャラクター「とち介」を市主催のイベントや学校行事、キャラクターイベント等に派遣し、とち介及び栃木市のPRと共に市民の一体感の醸成に努めた。

・派遣回数 43回 (市内42回 市外1回) 月平均 約3.6回  
(市外イベントであっても、オンライン開催の場合は市内に含む)

(2) デザイン申請・承認手続

とち介のデザインを用いた商品等の、デザイン使用申請の受付及び承認 (更新申請も含む) を行った。

・承認件数 152件 (販売品42件 非売品110件)  
・商品 エコバック Tシャツ クッキー キーホルダー 靴 等

(3) とち介公式SNSによる情報発信

各SNSの特徴や、ターゲット層等に着眼し、それぞれ使い分けながら、本市の情報等を継続的に発信した。

ア とち介目線のゆるやかな言葉で、本市の情報等を継続的に発信した。

・ツイッター フォロワー数 11,704人  
・インスタグラム フォロワー数 4,398人

イ スタッフ目線で、より詳細な情報を継続的に発信した。

・フェイスブック フォロワー数 2,280人

(4) マスコットキャラクター応援基金

マスコットキャラクター活用推進の財源確保のため、栃木市ふるさと応援寄附 (ふるさと納税) の「マスコットキャラクター活動支援事業」コースにて寄附を募った。

- ・受入件数 204件
- ・受入額 4,398,000円