

第2章 秘書・広報・広聴・シティプロモーション

秘書広報課、市民情報・相談課

第1節 秘書

1 名誉市民

本市の産業、経済、文化、その他地方自治の振興に顕著な貢献をされ、広く市民の敬仰の的となっている方に対し、その功績と榮譽をたたえることにより、市民の敬慕の情をあらわすことを目的とし、昭和40年に制定された平塚市名誉市民条例に基づき、名誉市民の称号を贈っている。

これまでに名誉市民の称号を受けられた方

- (1) 河野一郎氏（昭和40年7月27日追贈）
- (2) 比企能達氏（昭和43年12月25日追贈）
- (3) 河野謙三氏（昭和58年9月30日贈）

2 市功労者

昭和27年に制定された平塚市功労者表彰条例に基づき、行政関係者のほか、産業経済、福祉、保健衛生等本市の公共の福祉の増進に尽力された方、また、教育、芸術、科学等本市文化の向上に寄与された方を、市議会の議決を経て、市功労者として表彰している。

平成29年3月31日現在で52人となっている。

第2節 広報

広報は、市民と行政を結ぶコミュニケーションの大きな手段であり、広報紙、インターネット、ケーブルテレビ(CATV)、コミュニティーFM放送など、さまざまなメディアの特長を生かしながら、本市の政策や市民生活に密着した情報を、市民が理解しやすいように発信している。また、日刊紙、テレビ局、ローカル紙などのメディアにも積極的に情報を提供している。

1 出版印刷広報

(1) 広報ひらつか

市政情報やまちの話題などを記事にまとめて発行している。

平成22年4月発行号から、情報をより分かりやすく市民に伝えるため、紙面構成を見直した。超高齢社会に対応するため文字を大きくし、写真などを多用することで、分かりやすい構成とした。併せて、色使いについては、視覚障がい者らに配慮した。また発行日についても、毎月1日・15日から第1金曜日・第3金曜日に変更し、ポスティングによる全戸配布を開始した。さらに、平成23年10月から、第3金曜日号も8ページ化した。

○形式 タブロイド判 第1・第3金曜日号8ページ（全面カラー）

○発行 毎月第1・第3金曜日（平成29年3月第3金曜日号114,336部）

○配布 ポスティングで、発行日を含め3日間で全戸配布。

○経歴 昭和24年10月創刊、平成5年5月から月2回発行、平成29年3月末現在1075号。

○ウェブサイトの活用 平成11年7月15日号から、平塚市ウェブサイトなどで掲載内容を発信。平成25年12月、広報ひらつか1000号発行に合わせて「広報ひらつかデジタルアーカイブ」を公開。これまでの広報紙をデジタル化し、インターネットで閲覧できるようにした。

(2) 点字広報紙

視覚障がい者を対象に毎月2回発行。「広報ひらつか」のほぼ全文を掲載し、希望者に配布している。

○製作 平成29年3月末現在、毎号41部

○経歴 昭和45年4月創刊、平成29年3月末現在848号

(3) 声の広報紙

毎月2回発行。「広報ひらつか」の内容を録音したデジター・CDを作成し、社会福祉協議会などの協力を得て、希望する市内の視覚障がい者(平成29年3月末現在40人)に郵送している。

(4) 電子書籍版広報紙

平成23年3月からスマートフォンなどで読めるEPUB形式の電子書籍版広報ひらつかの配信をしていたが、平成28年4月からはEPUB形式の配信を止め、代わりにスマートフォンやタブレットPC端末で電子書籍が読めるアプリケーションソフトによる配信を開始した。最新号の発行に併せて自動的に端末に知らせる機能や、記事をSNSでシェアできる機能などがある。

(5) 市民生活ガイドブック

転入者が本市で暮らし始めるときに戸惑うことがないように、転入手続きの際に市民課窓口で配布している。市の事業・制度、公共施設の利用案内などを掲載するとともに、歴史・文化・自然など市のあらましを紹介している。希望者には平塚市役所本館1階総合案内、公民館などの公共施設や商業施設などで配布している。

○発行部数 20,000部 A4判 122ページ(フルカラー・一部2色刷り)

2 視聴覚広報

(1) 映像広報

市政の動きや市からのお知らせなどの番組を制作し、放送している。

ア ケーブルテレビ湘南チャンネル

○企画番組「ひらつかビジョン」(6本)

イ ビデオ・DVDの活用

本市が制作した番組のビデオやDVDを、図書館や市民活動センターなどで貸し出している。

ウ ウェブサイトの活用

平成14年12月から、平塚市ウェブサイト「平塚市関連テレビ番組の紹介」(現:メディア情報)コーナーを開設し、番組の放送時間などの情報を発信している。また、平成21年12月からは「YouTube」でも映像番組を配信している。

(2) コミュニティーFM放送

市からのお知らせ、行事、イベント情報などをFM湘南ナパサで放送している。

○平塚市広報だより（内容は週替り）

○スポットアナウンス（緊急情報などを随時提供）

3 その他

(1) インターネット

平成8年12月に「平塚市ウェブサイト」を開設し、本市情報の発信を開始した。平成14年には全課から情報を発信している。平成19年2月にコンテンツ・マネジメント・システム（ウェブサイト管理するソフトウェア）を導入し、平塚市ウェブサイト全体をリニューアルした。これに伴い、各課での内容更新が可能となり、迅速で柔軟な対応ができるようになった。さらに、平成23年12月に再度リニューアルし、ウェブサイトに関する国内外の規格を満たせるようにした。デザインを一新し、情報分類を見直すとともに、シンプルで分かりやすいページ構成とした。また、平成15年5月から市議会会議録をインターネットで公開。平成18年9月からトップページにバナー広告（有料広告）の掲載を開始した。平成19年3月から「よくある質問とその回答集（FAQ）」を掲載して、内容の改善及び充実を図っている。ほかにも、平成24年4月には5カ国語に対応した自動翻訳サービスを導入、平成26年6月には、トップページと第2階層、子育てページでスマートフォン専用画面を公開した。平成29年3月には3度目となる平塚市ウェブサイトの全面リニューアルを行った。リニューアルにあたり、ページの分類方法を見直し、知りたい情報を探しやすいウェブサイトへと刷新するとともにスマートフォンなどの機器に合わせて操作性を高めるウェブデザインを導入した。

○平塚市ウェブサイトアクセス件数（平成28年度） 5,615,952件

(2) 報道発表

平塚記者クラブに加盟する新聞記者、放送記者及び地元報道機関に対して、定例記者会見を開催している。また、プレスサービスとして積極的に市政の報道発表を実施している。

平成13年3月から、平塚市ウェブサイト「平塚市記者発表」を開設し、定例記者会見の内容を発信、さらに同年5月から記者発表資料も提供している。また、同年11月からは、報道機関に対して電子メールで記者発表資料を発信している。平成28年度の発信件数は310件。

(3) 広報板

市内各地に76基の広報板を設置し、毎月2回、各種の行政ポスターを掲出している。

(4) 広報車

市主催による各種大会や、パレードの先導などに活用している。また、地震、津波、台風などの災害時にも出動し、災害対策車として市民に注意を呼び掛ける。

第3節 広聴

市民の声は「明るく住みよいまちづくり」、「市民本位の市政」を推進するための源であり、市民と行政との良好な相互関係を構築するための貴重な情報である。これら市政に対する市民の意見、提案などを積極的にとらえ、可能な限りこれを市政に反映するために、「市長への手紙」をはじめいろいろな広聴活動を行っている。

1 広聴手段

(1) 市長への手紙

市民の声を積極的に聴取するため、昭和55年5月から実施している。郵送料を市払いにしたり、平成7年度からはプライバシー保護のためはがきから封書にしたりと、投書しやすいように工夫している。

(2) 投書等

郵送によるもの、電話やファクスによるもの等がある。ファクスについては、平成7年9月から送付料市払いにより24時間受信可能なフリーダイヤル「なでしこファクス」を開設している。

(3) 広聴メモ

市職員一人一人が見聞きした行政に対する市民の声をその場でメモし、市政に反映させることを目的として昭和42年9月から実施している。

(4) 電子メール

本市ウェブの中に、平成10年5月から「私の提案」を開設している。

(5) 陳情等

各種団体や政党等から寄せられるものとして陳情書や要望書等がある。

(6) 市民と市長の対話集会

市民と協働して魅力あるまちづくりを進めるため、市民と直接対話を行うことで、市民の視点からの発想を生かした行政運営を推進していくとともに、市政への理解を深めてもらうことを目的として市民と市長の対話集会を実施した。

市民が個人として参加する「市長と語ろう！ほっとミーティング」については、5地区の公民館を会場に、「子育て・高齢福祉・安心安全」をテーマにして、開催地区の市民（在勤、在学も含む）を対象に開催し、計136人（参加者52人、傍聴者84人）の市民の参加があった。

また、大学生を対象に「平塚の魅力発信」をテーマにして2回開催し、計20人の学生の参加があり、市長との意見交換を踏まえた活性化案を市長に報告した。

地域対象及び大学生対象の対話集会の結果については、報告書としてまとめ、参加者に送付するとともに、本市ウェブ等で公表した。

なお、「市長と語ろう！ほっとミーティング」の内容及び意見の市政への反映状況は、本市ウェブ等により広く市民に情報提供を行っている。

2 広聴手段別の要望内訳

平成28年度は、一般広聴（市長への手紙、電子メール、ファクス、投書、電話、来庁等）及び陳情等の方法によって732通、2,348件の要望が市に寄せられた。

広聴手段別	28年度	
	通数	件数
一般広聴	661	1,173
市長への手紙	235	396
投書	180	373
電話	15	35
来庁	5	11
広聴メモ	13	25
ファクス	3	6
電子メール	188	299
県情報公開広聴課からの照会	2	2
ほっとミーティング	20	26
陳情等	71	1,175
合計	732	2,348

第4節 シティプロモーション

近年、全国の自治体で、定住人口の獲得や観光客の誘致などを目的として、さまざまなシティプロモーションの取り組みが行われている。

本市においても、平塚市を多くの人から選ばれるまち、だれもが住み続けたいと思うまちにしていくため、新たな魅力づくりや多方面に向けた情報発信を進めることで、イメージの向上やシビックプライドの醸成に取り組んでいる。

1 平塚市シティプロモーション指針（平成27年11月策定）

選ばれるまち、住み続けるまちの実現に向け、本市が取り組むべきシティプロモーションの方向性を明らかにするために策定した。

(1) 目的

- ア 市民の平塚への愛着・誇り（シビックプライド）の醸成
- イ 対外的なイメージの向上
- ウ 交流人口の増加
- エ 定住人口減少の緩和

(2) 重点取組分野

- ア 都市イメージの向上
- イ 定住促進の魅力発信

2 平塚市ブランディング戦略（平成 29 年 2 月策定）

「平塚市シティプロモーション指針」で定める 2 つの重点取組分野のうち、「都市イメージの向上」に向けた戦略を明らかにするために策定した。

- (1) 取組期間 平成 30 年度まで
- (2) 戦略の目標 選ばれるまち・住み続けたいまちの実現に向けたイメージの向上
- (3) ブランディングテーマ 「手をつなぎたくなる街 湘南ひらつか」

3 平成 28 年度の主な取り組み

本市がシティプロモーションを本格的に始動したことを市内外に広く周知することを主たる目的に、次の取り組みを実施した。

(1) ご当地婚姻届

ゼクシィとのコラボレーションにより、「まちキュンご当地婚姻届」を神奈川県下で初めて導入した。全国的に有名な平塚市の七夕まつりをテーマに、七夕飾りの吹き流しや天の川をモチーフにしたオリジナルデザインであり、全国どこの自治体の窓口でも提出できる公式な婚姻届である。

(2) ロゴマークの作成

ブランディングテーマの認知向上を図るため、「ギュッとつないだ手で、一つの輪を作る」ことで、「人と人の輪がもっと広がり、人と人の和がずっと続く」ことをイメージしたデザインのロゴマークを作成した。



手をつなぎたくなる街

(3) インスタグラムを活用した魅力発信

平塚市公式アカウント「hiratsukagood」を平成28年7月27日に開設し、平塚市の日常や魅力的な風景などを発信しているほか、「#hiratsukagood」のハッシュタグを使ったフォトキャンペーンを実施し、投稿作品を様々なプロモーション活動に活用した。また、投稿が多数集まったことから、平成28年12月12日から16日にかけて、「家族・友人・恋人」をテーマとした写真展を市役所本館で初開催した。

(4) 動画による魅力発信

ア #hiratsukagood フォトキャンペーン（平成28年10月公開）

フォトキャンペーンへの投稿作品を採用した市のPR映像を4本制作し、ららぽーと湘南平塚、東京駅、品川駅で放映した。

イ #hiratsukagood（平成29年2月公開）

平塚出身・在住のアーティストやバンド、サーファー、サッカーチーム、親子やカップルなど、この街のカルチャーやライフスタイルを体現する方々の協力のもと制作した。平塚の魅力的な景色の中で繰り広げられる「人と人の温かなつながりやふれあい」を、色鮮やかなアートアニメーションと、湘南を連想させるリラックスした曲調のオリジナルソングで表現しており、平塚の街の雰囲気が伝わってくる映像となっている。

映像は、ららぽーと湘南平塚の大型ディスプレイで放映したほか、YouTube や Facebook 等のWEB上で累計40万超の視聴を獲得した。