

長浜市総合計画基本構想の共有手法

本資料は、答申書本文「3 共感を得る表現・手法等について」の具体策について、長浜市総合計画審議会において議論した内容を、5つの分類（ブランディング戦略の展開、広報・情報発信、参加・体験型の普及啓発活動、財政的な支援、法制度の整備）に沿って整理・集約したものです。計画を「作って終わり」とせず、12年間を通じて市民とともに未来をつむいでいくという視点をもって、次に示す取組を進めていただくことを期待します。

1 共有手法の具体策

共有手法の具体策を、以下に例示します。これらは、対象となる世代や地域の特性に応じて、効果的なものを組み合わせて活用することで、その効果の最大化を図っていただくことを期待します。

(1) ブランディング戦略の展開

めざすまちの姿を、市民はもとより市外の方々にも広く浸透させ、認知を高めるためのブランディング戦略を展開します。

【具体策】

- ・ロゴマークの作成
- ・広報用キャッチコピーの作成
- ・まちづくり政策ごとに色を統一し、事業実施時に使用（SDGsのような使い方）
- ・「めざすまちの姿」の表現やキーワードを、既存事業の名称・愛称やイベント名等に取り入れ、施策全体に一貫して展開

(2) 広報・情報発信

基本構想に掲げられた言葉が広く市民の目に留まり、心に残るよう、印刷物をはじめ、デジタルや放送などあらゆる媒体を活用した取組を展開します。とりわけ、人々が日常的に目にする場所への「掲示の力」を重視します。

【具体策】

- ・ポスターの掲示（学校、駅、電車内、バス、市役所、公共施設、事業所など、多くの市民が日常的に利用する場所への設置 など）
- ・概要版やチラシの作成と配布（写真・イラストを活かし、こども版・多言語版等を作成。学校、市役所、事業所、自治会回覧などで配布 など）
- ・物語性のある「読み物」の作成（長浜の歴史を伝えるなど、概要版にとどまらないものを作成 など）
- ・広報誌等への掲載（市広報誌、フリーペーパー等の既存媒体への掲載 など）

- ・配布物への展開（ティッシュ、防災用品、封筒などに、めざすまちの姿やロゴマーク等を印刷して配布 など）
- ・インターネットでの広告（SNS（Instagram、X 等）、YouTube、市ホームページなどでの発信 など）
- ・テレビでの放映（びわ湖放送、ZTV 等での特集やスポット放送を実施 など）
- ・音声メディアでの放送（ポッドキャスト、ラジオ、町内放送の活用 など）
- ・紙媒体と電子媒体の連携（概要版に二次元コードを添付し、基本構想の本編や動画等に誘導 など）

(3) 参加・体験型の普及啓発活動

計画を実現するための施策展開を市民・事業者・関係団体等が協働して取り組んでいけるよう、「みんなでつむぐ・つくる」を体現する参加型・体験型の普及啓発活動を展開します。

【具体策】

- ・イベントの実施・他イベントとの併催（「長浜まち未来（みく）じ」をみんなでつくるワークショップの開催、「子ども真ん中マルシェ」など、イベントを通じた基本構想に掲げた言葉の浸透 など）
- ・コンテストの実施（広報用キャッチコピーを表す絵の募集、自分のシビックプライドを語る発表会（ピッチイベント）の開催、7つの輝きに取り組んでいる優良企業を集めた就活イベントの実施 など）
- ・出前講座の実施（学校・まちづくりセンター・デイサービスでの普及啓発 など）
- ・市民参加型の共創の仕組み（毎年少しずつ余白が埋まるポスターの制作、「長浜の未来の辞書」の作成 など）

(4) 財政的な支援

市民・事業者・関係団体等の主体的な活動を後押しするため、基本構想の趣旨に沿った活動への支援を通じて、その活動の背景にある「めざすまちの姿」への共感を広げていきます。

【具体策】

- ・基本構想の趣旨に沿った市民活動、地域活動への補助金等の支援（子どもがチームで活動する取組への補助 など）

(5) 法制度の整備

「めざすまちの姿」や「開かれたシビックプライド」を地域全体で共有し、施策を中長期的に推進していくための制度的な裏付けや政策面での後押しを行います。

【具体策】

- ・シビックプライドに関する条例等、制度的裏付けの中長期的な検討（先行自治体の事例も参考としながら、本市にふさわしいあり方を検討 など）

2 継続的な共有の仕組み

答申書本文（３）でも述べたとおり、計画を「作って終わり」とせず、施策展開を市民・事業者・関係団体等が協働して取り組んでいくことが重要です。前記１の各具体策を一過性で終わらず、１２年間を通じて継続的に展開していくため、本審議会では特に次の４点を重視します。

- ①策定時にとどまらず、今後も常に対話を継続していくこと。教育や福祉、自治会長の会合などの各分野における様々な会議・協議の場において、「こういうまちをめざしている」ということを市長や市職員が発信すること。
- ②基本構想（案）で掲げた成果指標の進捗状況を公開すること。その際、基準値と目標値については「今がどういう状態で、何年後にどうなっていてほしいか」が伝わるような、市民目線の表現とすること。
- ③基本構想（案）で用いた写真やイラスト、平易な表現の方針を、概要版やポスター、ウェブサイト等の各媒体にも一貫して引き継ぐこと。あわせて、「めざすまちの姿」の言葉とロゴマークを連動させ、デザインや表現に共通性を持たせること。
- ④上記１で掲げた共有手法の具体策について、毎年継続的に行うもの、数年ごとの節目に行うもの、計画期間の中盤以降に本格化させるものなど、その特性に応じて適切な時期に実施し、１２年間を通じて途切れなく展開すること。

こうした継続的な取組を行うことで、ハロー効果（外から評価されることで市民自身のシビックプライドも高まる効果）も期待されます。

3 実施にあたっての留意事項

- ・平易な言葉を徹底し、カタカナ語や専門用語（PDCAサイクル等）には市民目線の解説を付すこと。
- ・ラベルや表現を「行政寄り」でなく「市民目線」に寄せ、「行政の広告」に見えない工夫をすること。
- ・既存の広報手段を最大限活用し、新たな負担を最小化すること。
- ・行政だけで抱え込まず、市民・事業者・団体・企業・メディア等との協働で展開すること。