

**令和7年度 長浜市第2期DX実証実験プロジェクト事業
実績等報告関連資料**

DX実証実験プロジェクト事業について

[事業の目的]

本市をフィールドにデジタル関連の技術やサービスを活用した実証実験を実施

※市は実証実験の取組に対するサポートや補助金交付などの支援を行う



地域課題の解決
市民生活の質の向上

[実施事業]

■スマート広報とPOTETO Designを活用した全世代に届く広報DX

プロジェクト実施者:株式会社POTETO Design

市担当部署:秘書広報課 広報室

■共創型採用DXプロジェクト「長浜市の想いをカタチに」

プロジェクト実施者:株式会社パブリックコネクト

市担当部署:人事課

[実施期間]

令和7年8月～令和8年2月

令和7年度 長浜市第2期DX実証実験プロジェクト事業 実績報告

スマート広報とPOTETO Designを活用した全世代に届く広報DX

株式会社POTETO Design

概要

行政広報専用のサービス「スマート広報」と「POTETO Design」を活用し、紙の広報紙をスマホで読みやすいウェブ記事に自動で変換します。広報紙をスマホ最適化された、ウェブ記事に変換することで、年齢等に関わらず誰もが、見やすく、便利になったと感じる広報、紙媒体の広報紙に興味の低い人が見なくなる広報を実現できるか検証します。広報紙のデジタル化で、市民等の満足度が向上するかについて及び、市職員の業務負担への影響度を定量化します。

実証実験で利用する具体サービス

スマート広報 × 行政向けグラフィック作成サービス POTETO Design

「スマート広報」は広報紙をOCRで自動解析し、スマホに最適化されたウェブ記事化するサービス。

「POTETO Design」とはAIを活用したグラフィック自動作成サービス。

AIとデザイナーにより、行政職員の方が文字情報を入れるだけで、最短20分でデジタル発信に最適なグラフィックを作成可能。

これをもって、単なる「お役所広報」を超えた、わかりやすい発信を実現することができます。



行政向けグラフィック作成サービス POTETO Design



AIとデザイナーにより、文字情報を入れるだけで最短20分でグラフィックが作成できるサービスです。

実証実験の目的等

事業の実施によって解決を図る課題 **高齢化3割×スマホ普及率9割の中、紙での広報紙は全戸配布以外のメリットが少ない。**

課題	現状（長浜市）	具体的な課題
広報紙の可読性が悪い	紙をPDF化してHPに掲載・LINEで周知。スマホ閲覧時の拡大／横スクロールが必須。	スマホ所有率90.6%の市民にとって読みにくい。 若年層は紙を読まずに捨てる。
高齢化と情報格差	高齢化率29.7%（R6.10時点）	・PDFでは大きな文字・読み上げ等のアクセシビリティが不足。 ・ 高齢層はピンチ操作に不慣れ。
LINE友だち数の伸び悩み	市人口11万人に対し登録1.1万人（10%）。	登録率が低く、またブロック率も高いことが想定される。
広報紙の満足度が不明	広報紙の満足度調査等は未実施。	どれくらい広報紙が読まれているか、デジタル媒体が好まれるか、また、費用対効果が不明瞭。
アクセシビリティが悪い	日本語の広報紙を全戸配布・HPにPDFを掲載しており、希望者には広報紙の情報を読み上げたものをCDに焼き上げて配布している（広報室にヒアリング）。	外国人や視覚障害者に情報が届きにくく、追加で工数もかかる。
配布コストが大きい	全戸配布部数は約37,000部/月。 印刷郵送費は年間2,000万円弱。	紙・配送コスト、職員と自治会の仕分け工数が大きい。

事業の実施によって実現したい姿（目的）

長浜市が広報紙のデジタル化により、実現したい目標。

- ・年齢等に関わらず誰もが、見やすく、便利になったと感じる広報。
- ・紙媒体の広報紙に興味の低い人が、見なくなる広報。

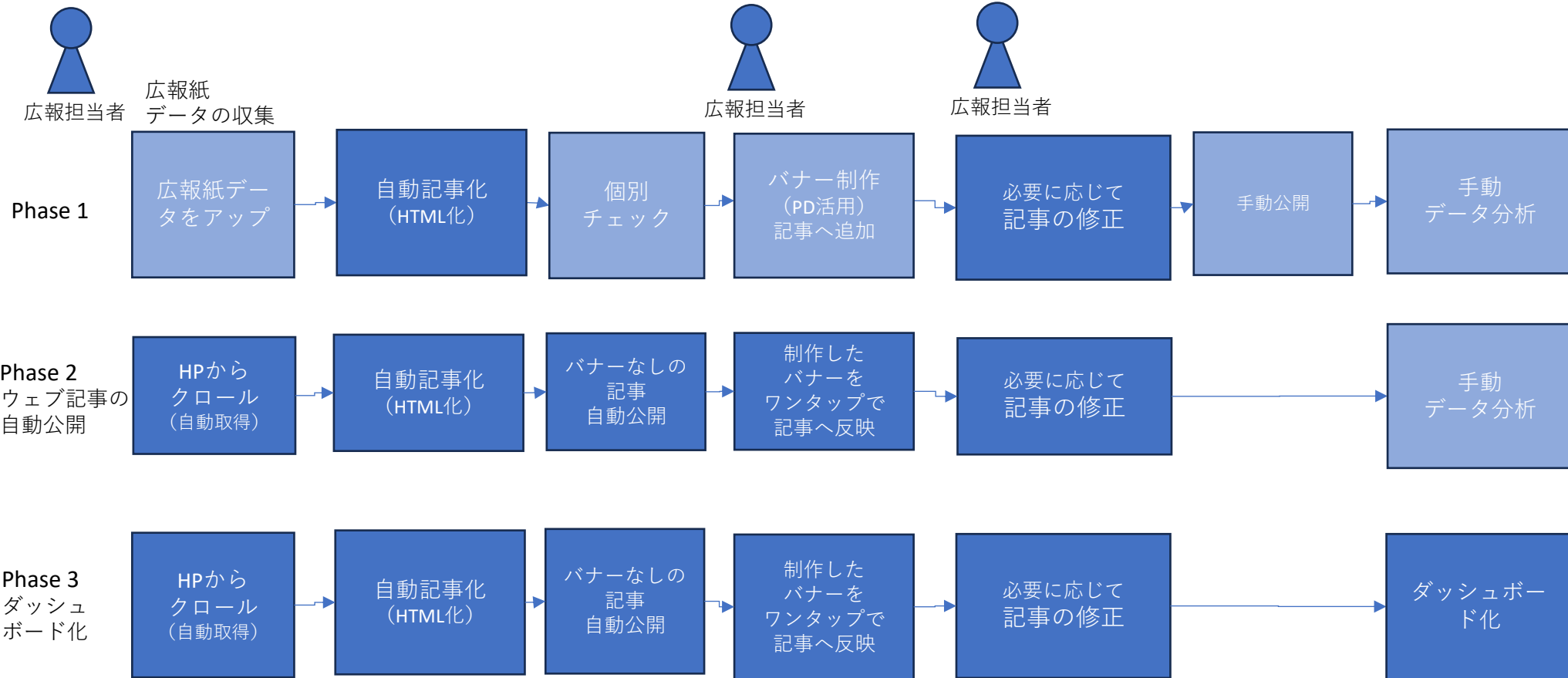
広報紙のデジタル化で市民等の満足度が向上するかについて及び、市職員の業務負担への影響度について検証したい。
また、市公式LINEを通じて、本取組の周知を行うことにより、LINE友だち数の増加にも期待する。
なお、新規アプリは利用者（市民等だけでなく市も含む）の初期設定負担が大きいため使用せず、スマートフォンやパソコン等の種別に関わらずブラウザ等による閲覧が望ましいと考えているが、幅広く提案を求める。

期待できること

- ・広報紙のウェブ記事化することで、若者・広報紙が読めない方にも広報紙の情報を届けやすい。
さらに、外国語翻訳・音声読み上げ機能で、広報紙が届かなかった層にも届く広報に。
- ・視認性のある読みやすいバナーで記事が読みたくなる、読みやすい記事に。
- ・ウェブ記事が自動で生成できるため、記事の確認のみで良いため、職員負担が少ない。
- ・スマート広報の通知を受け取るための「LINEに登録する」動線があり、LINEの友だち増加にも寄与できる。
- ・事前事後のアンケート結果・作成したダッシュボード、広報紙のデジタル化の効果が定量化できる。

スケジュールは、開発・実証実験のPhaseは主に3つに分かれます。

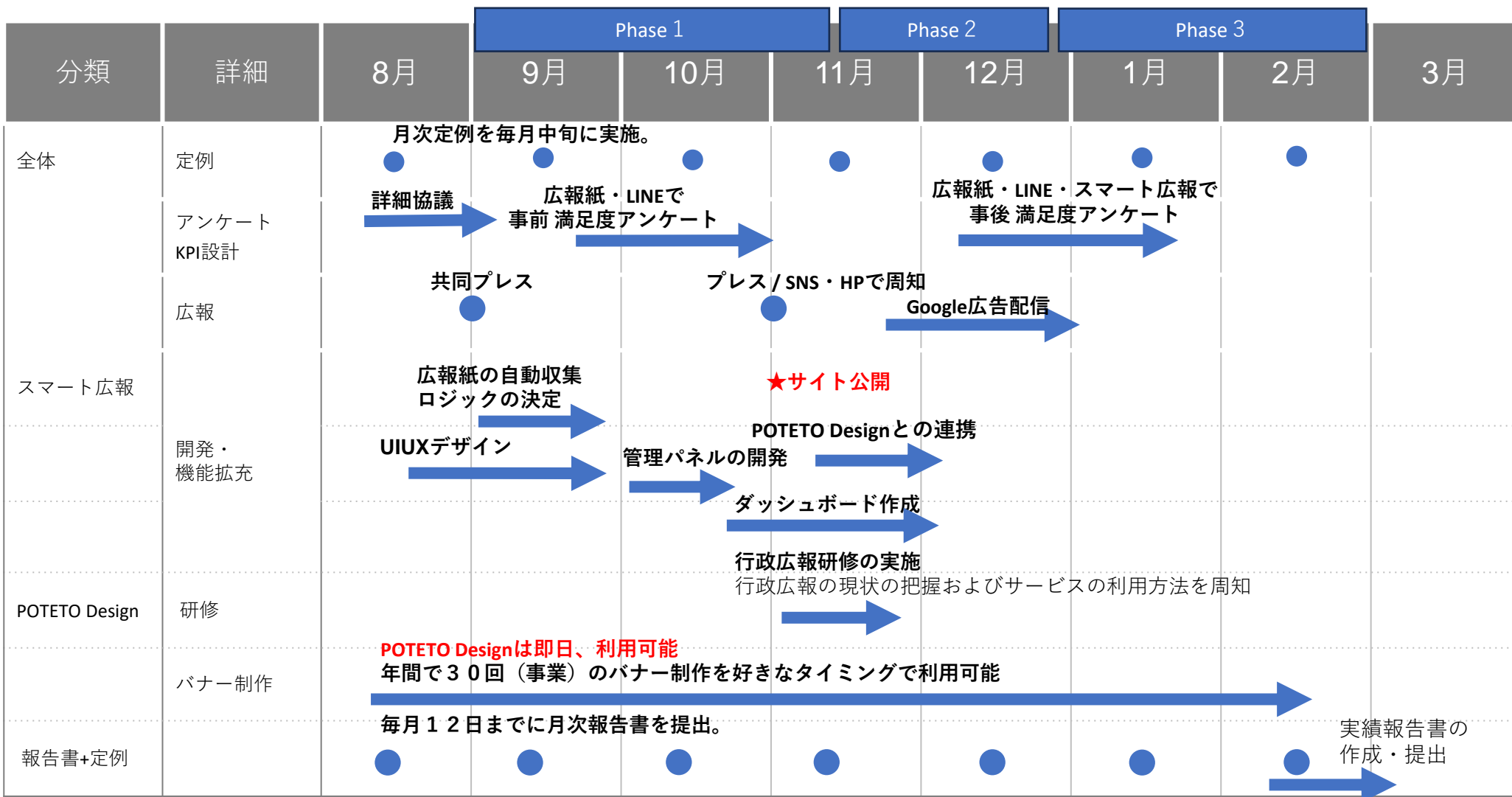
- Phase 1では、広報紙データの確認、ウェブ記事の品質チェックを個別に行ってから、ウェブ記事を公開する。
※ 11月のPhase1のリリース後に、共同プレスを実施。Web広告も順次配信。
- Phase 2では、広報紙データはHP等から自動収集し、ウェブ記事も自動公開される。
記事は修正があれば、適宜修正できるようにする。POTETO Designのバナーも追加可能。
- Phase 3では、ウェブ記事のKPIを自動モニタリングできるダッシュボードを制作し、分析も自由に行えるようになる。



スマート広報とPOTETO Designを活用した全世代に届く広報DX

実証方法（2/13） 詳細スケジュール

定例を毎月実施し、進捗を共有。事前/事後アンケート・KPI設計、広報プラン等は早い段階で検討します。スマート広報は開発を段階的に実施し、11月4日(火)に公開。POTETO Designは即日利用可能で、年間30事業のバナーを好きなタイミングで作る権利を付与。また、11月18日(火)に市職員向けに研修を実施し、スマート広報・POTETO Designの利用方法等について周知。



スマート広報は、自治体の広報紙を「見やすく」「読みやすく」届けるサービス。
スマートフォンやパソコンから、いつでもどこでもアクセスでき、発行されたその日からすぐに読むことができる。

- ・自治体ページ：<https://smartkoho.com/nagahama-city>
- ・広報紙ページ：<https://smartkoho.com/nagahama-city/nagahama-2025-11-01> ※11月号の例
- ・記事ページ：<https://smartkoho.com/nagahama-city/nagahama-2025-11-01/6981> ※11月号の例

広報紙ページ

Smart newspaper interface for Nagahama City, November 2025 issue. The page features a main header with the title "広報ながはま令和7年11月号" and a sub-header "発行日 2025-11-01". A search bar is present with the text "バックナンバーを探索" and a dropdown menu showing "バックナンバーがありません". Below the header, there is a "掲載内容" section with a category filter "すべて" and several article thumbnails, including "令和6年度 決算と財政状況", "わたSHIGA輝く 国スポ・障スポ 2025 長浜", and "ウッチェバル会長・抄理の里を魅力的な場所に！アイデアを募集します".

記事ページ

Article page for "令和6年度 決算と財政状況". The page includes a title, a sub-header "令和6年度 決算と財政状況", and a brief introduction. Below the text is a table titled "各会計の歳入歳出決算状況".

会計名	歳入	歳出	形式収支
一般会計	643.46	626.23	17.23
国民健康保険	109.77	109.21	0.56
国民健康保険(直前勘定)	1.70	1.67	0.03
後期高齢者医療保険	17.42	17.35	0.07
介護保険	126.73	124.95	1.78
休日急患診療所	0.37	0.37	0.00
農業集落排水事業	11.61	11.59	0.03

(単位:億円)

会計名	収益的収入	収益的支出	差引
病院事業	179.97	201.64	△21.67

掲載内容

広報ながはま令和7年11月号
発行日2025-11-01

PDFで見る

- 令和6年度 決算と財政状況
- わたSHIGA輝く 国スポ・障スポ 2025 長浜
- ウッチェバル会長・抄理の里を魅力的な場所に！アイデアを募集します
- 交通安全ゼロをめざして！交通安全市民大会を開催します
- 中級所窓口で看護協会を啓蒙します
- 文化の日 表彰に輝く人々
- 西浅井分庁舎人口工事のお知らせ
- 11月30日は人生会議の日です
- 豊公園で植樹工事を実施します
- 「本人通知制度」ぜひ登録してください
- 遠賀郡・長浜市合同学力向上対策
- 不届給付金の手続きはお済みですか
- 就学援助「入学前払戻金」を支給します
- 下水道設備の整備業者にご用命

市職員はスマート広報の管理画面にログインすることで、スマート広報に掲載されている広報紙や記事、LINEの友だち数等を分析することができる。

ダッシュボードのデザイン



2025年8月28日(木)の市長との記者会見

市長との共同プレスを実施。
メディア（中日新聞、毎日新聞、朝日新聞、京都新聞、NHKが参加）に事業概要を説明。
内容は後日弊社のプレスリリースツールでも配信。

長浜市×POTETO Designで自治体広報DXに関する実証実験を開始しました。

「スマート広報と POTETO Design を活用した全世代に届く広報 DX」弊社が提供する「POTETO Design」と「スマート広報」を連携させる取組としては、全国で初めての取り組みです。

株式会社POTETO Design 2025年8月29日 | 12時04分

株式会社POTETO Design（代表取締役：藤田健登）は、滋賀県長浜市（市長：浅見直義）と自治体広報DXに関する実証実験を開始することを告知させていただきます。



本実証実験は、「令和17年度長浜市第2期DX実証実験プロジェクト」の1種であり、滋賀県長浜市と連携し、長浜市の広報DXに取り組むものです。弊社の行政広報専用サービス「スマート広報」とパートナーサービス「POTETO Design」を連携させる、全国初の実証実験となります。

長浜市長 浅見 直義 様のコメント

全国で初めての試みとなる「スマート広報」と「POTETO Design」を連携して活用する今回のプロジェクトにより、広報DXの新たな可能性を探求しています。
市民の皆さまに迅速に情報をお届けできるように、市の広報活動のさらなる進化を目指してまいります。

長浜市 未来創造部 秘書広報課 広報室 今井 佐雄 様のコメント

これまでの広報紙は全市配布に加えPDFとして公開していましたが、特にスマートフォンでの閲覧時の見づらさが課題となっていました。今回の実証実験では、OCR解析によって自動的にスマホ最適化された記事に変換するとともに、興味関心を高めるバナーを掲載することで、誰にとっても見やすい広報を実現できるのではないかと期待しています。さらに、現職の業務負担軽減や市のLINE公式アカウントを適切に活用し効果も検証しながら、市民の皆さまにより便利に親しまやすい情報発信となるよう取り組んでいます。

株式会社POTETO Design 代表取締役 藤田 健登 様のコメント

今回、長浜市とともに全国初の広報DX実証実験をスタートできることを大変光栄に思っています。「スマート広報」と「POTETO Design」の連携により、住民の皆さまにとって「より見やすく、わかりやすい広報」を実現すると同時に、職員業務効率化にもつながってまいります。本実証を通じて得られた知見を全国の自治体へ広げ、より良い情報発信の仕組みづくりに貢献していきたいと考えています。

2025年11月4日(火)の一般公開時の周知広報

スマート広報の一般公開時に、長浜市のHP・SNSおよび弊社のプレスリリースツールで周知を実施。



スマート広報による広報紙のWeb記事配信（実証実験）

公開日：2025年11月4日 | 更新日：2025年11月4日 | ID: 16286

スマート広報による広報紙のWeb記事配信について



本日は「スマート広報」に関するアンケートを実施する予定です。アンケートについては市公式LINEまでお届かせますので、ぜひご意見を教えてください。

また、広報紙はほぼ全戸配布のホームページに掲載しているPDFデータで配信していますが、スマートフォンからPDFを閲覧する方法などにもスマート広報を導入します。

スマート広報へのアクセス

スマート広報へのアクセスは、下のURLをクリックしてください。
<https://smarkkho.com/nagahama-city/>
なお、スマート広報の内容は、公開内容は掲載内容と一致していない場合がありますので、あらかじめご了承ください。



10月号にアンケートのQRコードを掲載し、加えて、9月29日15時には、市ホームページ・LINE・Xでも周知配信。

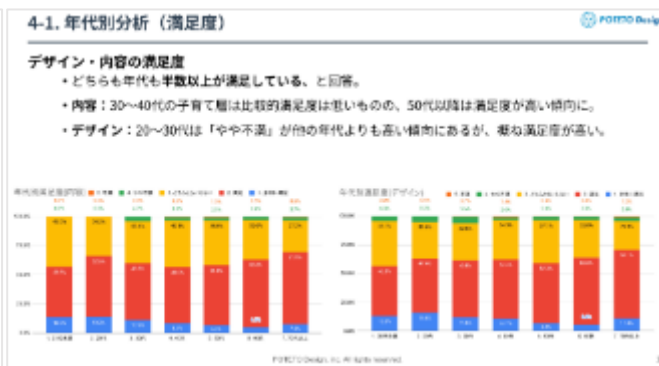
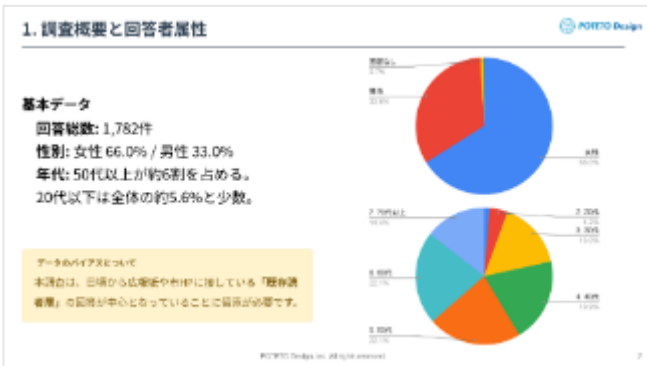


分析報告書として11月20日に提出。

回答総数：1,782件

事前アンケートの結果の概要は下記の通り。

- ・既存の読者層（特に高年齢層）からは、現状満足の声が高い。
- ・回答者の6割が広報紙を「毎号読む」と回答しており、市民の生活情報源として定着している。
- ・60代以上は紙媒体による情報取得を重視する一方、20代～40代ではSNSやHPなどネットを多用する傾向。関心領域も若年層と高年齢層で異なり、ニーズの二極化が見られる。
- ・広報紙を普段「読まない層」から紙媒体は不要の意見もあるが、全世代を通して紙媒体の必要性は認識している。



- ・ 目的：市広報紙に関して、市民の皆さまの満足度や情報入手の手段を把握し、効率的で分かりやすい広報活動につなげるため
- ・ 方法：WEBアンケート（市広報紙に二次元コード掲載、市公式ホームページ、市公式LINEでお知らせ、スマート広報内）

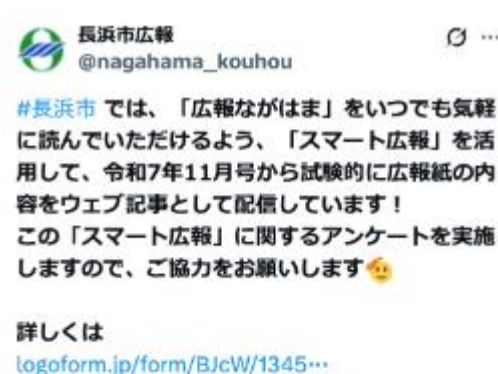
- ・ アンケート期限：1月20日(火)まで
- ・ 回答方法：電子フォームから回答。
- ・ アンケート特典：長浜市民を対象に、抽選で50人にQUOカード1,000円分を進呈。2月に特典を発送。

No	カテゴリ	必須/任意	質問	想定回答
	回答者属性	必須	あなたの性別を教えてください。	・男性 ・女性 ・その他 ・回答なし
	回答者属性	必須	あなたの年代を教えてください。	・20代未満 ・20代 ・30代 ・40代 ・50代 ・60代 ・70代以上
	回答者属性	必須	スマートフォンの使用状況を教えてください。	・日常的に使う ・あまり使っていない ・スマートフォンを持っていない
Q1	広報紙	必須	現在、市の広報紙「広報ながはま」を読んでいますか？	・番号必ず読んでいる ・時々読んでいる ・ほとんど読まない ・読んだことがない
Q2	情報収集方法	必須	「広報ながはま」以外で、長浜市の情報をどのような方法で得ていますか？ (当てはまるものをすべて選んでください。)	・市のホームページ ・市の公式SNS (LINE, X (旧Twitter), Instagram) ・ながはまテレビ (ケーブルテレビ, YouTube) ・スマートフォンアプリ (マチイロ) ・その他
Q3	スマート広報	必須	「広報ながはま」の掲載内容をスマートフォン等でも気軽に読んできたか「スマート広報」を利用しましたか？ https://smarkoh.com/nagahama-city	・利用した(読んだ) ・知っているが、利用していない(読んでいない) ・知らなかった
Q4	スマート広報		「スマート広報」で知りたい情報を得ることができましたか？ スマート広報は以下URLからアクセスできます https://smarkoh.com/nagahama-city	・十分に得ることができた ・ある程度得ることができた ・あまり得ることができなかった ・全く得ることができなかった
Q5	スマート広報		「スマート広報」のデザインや読みやすさに満足していますか？ スマート広報は以下URLからアクセスできます https://smarkoh.com/nagahama-city	・非常に満足 ・満足 ・どちらともいえない ・やや不満 ・不満
Q6	スマート広報	必須	「スマート広報」などウェブサイト上で「広報ながはま」の情報が簡単に入手できるようになった場合でも、紙の広報紙の配布は必要だと思いますか？	・必要 ・必要ない ・わからない
Q7	スマート広報	必須	「スマート広報」を今後も利用(閲覧)したいと思いますか？	・ぜひ利用したい ・やや利用したい ・どちらともいえない ・あまり利用したくない ・まったく利用したくない
Q8	改善要望		「スマート広報」に関して改善してほしい点やご意見がありましたらお聞かせください。	自由記述
			アンケート回答特典のQUOカードを希望されますか？ ▶ アンケート特典 ◀ 今回のアンケートにご協力いただいた場合、長浜市民を対象に、抽選で50人にQUOカード1,000円分を進呈します！ 特典を希望される場合は、最後のアンケート項目で氏名や住所などをご入力ください。 抽選の当選は、QUOカードの発送(2月予定)をもって代えさせていただきます。	
	アンケート特典		※ここでご入力いただいた情報は、特典の抽選・発送にかかるといった事務以外には使用いたしません。	・はい ・いいえ

1月号にアンケートのQRコードを掲載し、加えて、1月7日には、市ホームページ・LINE・Xでも周知配信。



※LINEでの配信はスクリーンショットを撮れていませんでした。



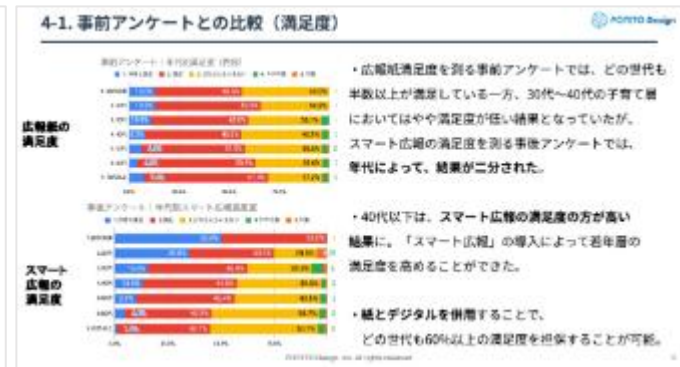
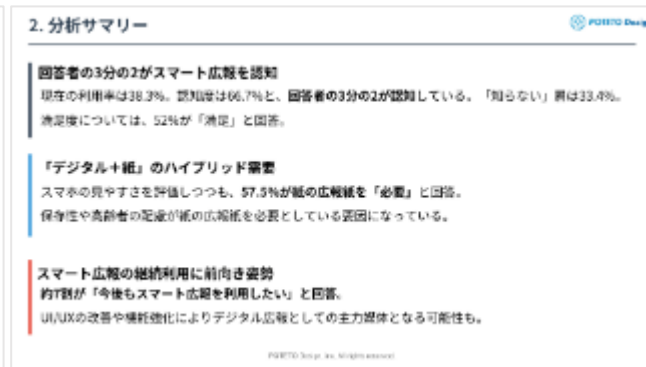
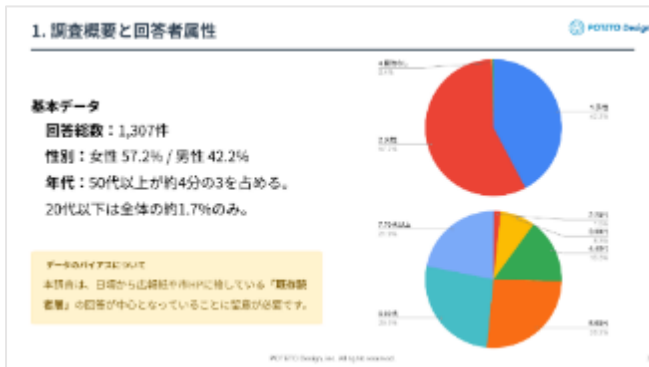
午後7:00・2026年1月7日・1,239件の表示

分析報告書として1月27日に提出。

回答総数：1,307件

事後アンケートの結果の概要は下記の通り。

- ・現在の利用率は38.3%。認知度は66.7%と、回答者の3分の2が認知。満足度については、52%が「満足」と回答。
- ・スマホの見やすさを評価しつつも、57.5%が紙の広報紙を「必要」と回答。保存性や高齢者の配慮が紙の広報紙を必要としている要因になっている。
- ・約7割が「今後もスマート広報を利用したい」と回答。UI/UXの改善や機能強化によりデジタル広報としての主力媒体となる可能性も。
- ・40代以下は、スマート広報の満足度の方が高い結果に。「スマート広報」の導入によって若年層の満足度を高めることができた。→紙とデジタルを併用することで、どの世代も60%以上の満足度を担保することが可能。



市職員の広報意識を高め、サービスの利用促進を図るべく、行政機関の広報で押さえるべき、SNS・HP等を活用したデジタル広報のポイントを研修。

- 1 開催日時：2025年11月18日(火) 13:30～（1時間30分程度）
- 2 開催場所：長浜市役所本庁舎1階 多目的ホール2,3,4
- 3 研修内容：行政広報の現状とその把握から始まり、
広報活動の重要性について。

[講師] 株式会社POTETO Design 代表取締役 藤田 健登



長浜市 行政広報研修会

2025/11/18

POTETO Design, inc. All rights reserved.



令和7年10月●日

職員皆さま

秘書広報課広報室長

「行政広報の重要性を学ぶ」研修の開催について（案内）

市民との信頼関係を築き、行政サービスを円滑に提供するために「広報」は欠かせない役割を果たしています。しかし、広報活動の重要性は十分に理解されているでしょうか。今回の研修では、行政広報の目的や意義を改めて考えるとともに、各所属で取り組む広報活動で活用できる具体的なノウハウや事例を学んでいただけます。つきましては、本研修に積極的にご参加いただけますようお願いいたします。

記

- 1 **開催日時**
令和7年11月18日(火) 13:30～（1時間30分程度）
- 2 **開催場所**
長浜市役所本庁舎1階 多目的ホール 2,3,4
- 3 **研修内容**
行政広報の現状とその把握から始まり、広報活動の重要性を学んでいただけます。
[講師] 株式会社 POTETO Design 代表取締役 藤田 健登 様
令和7年度長浜市 DX 実証実験プロジェクトの実施者であり、現在、当室と連携し、行政専用サービス「スマート広報」とバナー制作サービス「POTETO Design」を活用した広報 DX の実証実験に取り組んでいます。
- 4 **参加申込**
令和7年11月10日（月）までに、以下フォームからお申込みください。
<LGWAN 環境> <https://fb.logform.sl-japan.asp.lgwan.jp/form/BjCW/1267568>
<インターネット環境> <https://logofom.jp/form/BjCW/1267568>
- 5 **その他**
研修資料は開催日までにデータで配付します。当日は資料データを開覧するためのパソコン等をご持参ください。

秘書広報課広報室（担当：今井）
電話：0749-65-6504
内線：84-4411

- ・毎月12日までに前月のKPIの進捗を記載した月次報告書を提出。
- ・スマート広報の公開が11月のため、10月までは計測可能なKPIと、既存の関連数値を分析し報告。



年月	スマート広報			LINE							アンケート		職員の工数
	アクセス数	利用ユーザー数	LINEへの誘導数	友だち数	友だち増加数	ターゲットリーチ数	ターゲットリーチ増加数	ブロック数	ブロック増加数	ブロック率	開封率	満足度	確認時間(h)
2025/7	-	-	-	11,457	-	9,503	-	1,404	-	12.3%	-	-	-
2025/8	-	-	-	11,821	364	9,796	293	1,471	67	12.4%	-	-	-
2025/9	-	-	-	13,637	1,816	11,566	1,770	1,513	42	11.1%	-	実施中	2.0



スマート広報 | アクセス数

現在、スマート広報は開発中で、一般公開は11月を予定しているため、参考値としてGoogle Analyticsより長浜市のサイトの閲覧状況を報告。

9月号の数値（8/27に公開）

10月号ページの数値（9/24に公開）

9月中の広報ながはまページの数値

Copyright 2025 POTETO Design Inc.



KPI① ウェブ記事の閲覧数 (PV数) : 目標値 (1,000件/月) を達成。1月は6,500 PVと大幅達成。

KPI①	スマート広報のPV数	種別	アウトプット	単位	X 件 / 月
KPIの概要、測定方法		Google アナリティクス および スマート広報内のダッシュボードから取得する。			
事業成果等の計測に適する理由		誰もが、見やすく、便利になる広報の実現のため、スマート広報の利用者がどれくらいいるか、現在HPに掲載しているPDF版の広報紙と比較し、事業の効果を定量化するため。 ※ これまでのHPに掲載する広報紙が約 400 件 / 月のため、既存の2.5倍以上のインパクトとなる。			
	令和7年11月		令和7年12月		令和8年1月
目 標	100 件 / 月		500 件 / 月		1,000 件 / 月
結 果	2,881 件 / 月		4,222 件 / 月		6,511 件 / 月

**KPI② 市職員の作業時間 : 目標値 (5 時間 / 月) を達成。
毎月2時間程度の負担の少ない形で、広報紙をデジタル化できた。**

KPI②	市職員の作業時間	種別	アウトプット	単位	X 時間 / 月
KPIの概要、測定方法		市職員と共有するプロジェクト管理シートに、広報紙のアップロード～記事公開までの作業時間を記録いただく。			
事業成果等の計測に適する理由		事業の継続性の観点から、市職員の業務負担が少ないことが望ましいため。			
	令和7年9月	令和7年10月	令和7年11月	令和7年12月	令和8年1月
目 標	10 時間 / 月	10 時間 / 月	7.5 時間 / 月	7.5 時間 / 月	5 時間 / 月
結 果	2.0 時間 / 月	5.4 時間 / 月	2.1 時間 / 月	1.7 時間 / 月	1.9 時間 / 月

市担当者からも、下記の通り好評いただきました。

「電話番号とQRコードからのURL読み取りの2点、申し分ないくらいの精度でした。そのため、文章位置や写真サイズ・位置の修正程度で済んだため、個人的な感覚ではありますが、負担に感じるようなことはありませんでした。」

KPI③ LINE公式アカウントの友だち数 (スマート広報内のリンクをクリックした数)

実際のLINE公式アカウントの友だち数は、

11月+68,390人、12月+1,928人、1月+88人となり、11月～12月に友だち数が大幅に増加した。

しかし、これは、本事業の効果ではなく、ながはま割の影響 (外部要因) と考えられた。

本事業のアウトカム指標として、LINE公式アカウント友だち数の増加数を使用することは不適切であるため、代替KPIとして「スマート広報内のLINEのリンクをクリックした数」を集計した。

その結果、**実際にスマート広報からLINEへの流入数は限定的と考えられた。**

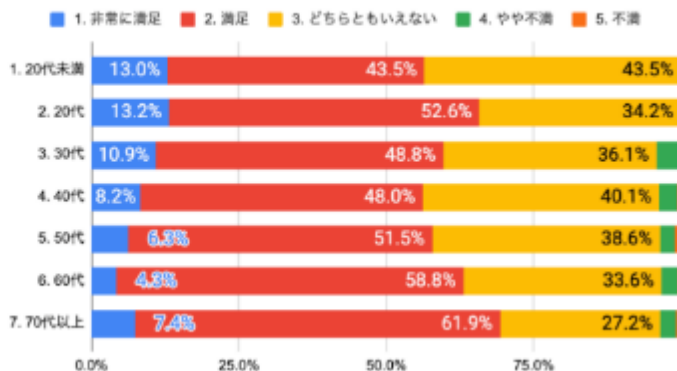
KPI③	市のLINE公式アカウントの友だち数→スマート広報内のリンクをクリックした数	種別	アウトカム	単位	X人/月
KPIの概要、測定方法	LINE公式アカウント 管理画面内の数値 および スマート広報内のリンクをクリックした数を収集する。				
事業成果等の計測に適する理由	本取組の周知を行うことにより、市公式LINEを通したLINE友だち数の増加にも期待されているため。				
	令和7年11月		令和7年12月		令和8年2月
目 標	+ 100 人 / 月		+ 250 人 / 月		+ 500 人 / 月
結 果	43 人 / 月		23 人 / 月		19 人 / 月

KPI④ 住民満足度

- ・ 広報紙満足度を測る事前アンケートでは、どの世代も半数以上が満足していた。30代～40代の子育て層においては、やや満足度が低い結果となっていた。
- ・ スマート広報の満足度を測る事後アンケートでは、年代によって、結果が二分された。
全体平均で見ると、満足度は広報紙より低下したが、これはデータが高齢者の方に偏っているが要因と考えられる。
- ・ 年代別で見ると、**40代以下は、紙の広報紙よりスマート広報の満足度の方が高い結果**となり、「スマート広報」の導入によって若年層の満足度を高めることができた。
- ・ また、事後アンケートでは、**約7割が「今後もスマート広報を利用したい」と回答**いただいた。
- ・ **紙とデジタルを併用することで、どの世代も60%以上の満足度を担保できる**ことがわかった。

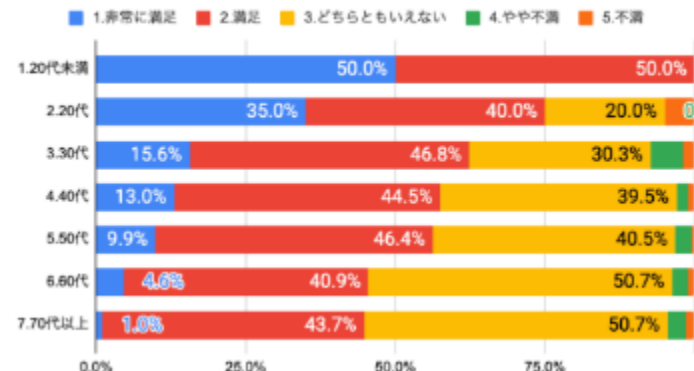
KPI④	住民満足度	種別	アウトカム	単位	X pt
KPIの概要、測定方法	事業開始の事前・事後で、市民にアンケートを実施し、市の広報ならびに広報紙に関する満足度を収集する。広報紙にアンケートフォームのQRコードを掲載し、また、LINE公式アカウント・その他SNS・HPでWebアンケートを配信する。				
事業成果等の計測に適する理由	これまで市の広報に関するアンケートは実施されることがなく、市の広報紙のデジタル化の効果が不明であるため。				
	令和7年11月 (紙の広報紙)	令和7年12月	令和8年2月 (スマート広報単独)		
目標	現状の満足度の収集	-	+ 10 pt		
結果	平均 62.8 %	-	平均 52.8 %		

事前アンケート | 年代別満足度 (内容)



広報紙の満足度

事後アンケート | 年代別スマート広報満足度



スマート広報の満足度

- ・ 2025年11月4日(火)にスマート広報を一般公開できた。
 - ・ <https://smartkoho.com/nagahama-city>
 - ・ <https://smartkoho.com/nagahama-city/nagahama-2025-11-01>
- ・ 広報紙および広報紙をデジタル化した際の満足度を集計することができた。年代別で見ると、40代以下は、紙の広報紙よりスマート広報の満足度の方が高い結果となり、「スマート広報」の導入によって若年層の満足度を高めることができた。
- ・ 紙とデジタルを併用することで、どの世代も60%以上の満足度を担保できることがわかった。事後アンケートでは、約7割が「今後もスマート広報を利用したい」と回答いただいた。
- ・ 広報紙のデジタル化にあたって、市職員の負担が少ない（毎月2時間程度）形で実施できることがわかった。

事後アンケートで住民から出た、広報紙のデジタル化・スマート広報に対する評価

① 利便性と速報性

「自治会の配布より早く情報が得られる」「スマホでいつでも、どこでも読める」という声が多数。外出先での確認に重宝されている。

自治会からの広報配布よりも早くに読めるのが利点

60代女性

② 検索性とアーカイブ

「バックナンバーがすぐに見られるのが便利」「必要な情報を検索しやすい」と、デジタルならではのストック機能を評価。

いつでも広報が見られたり過去の広報が見られるのは有り難いです。

50代女性

③ 環境・コストへの期待

「ペーパーレス化や経費削減につながる」「資源の無駄遣いをなくす良い提案」という行政効率化への支持。

スマート広報は便利だし、紙の使用を減らせるのは今の時代に合っている。

30代男性

自治会の負担も減るので、ぜひ推進してほしいです

60代男性

- ・PV数のKPIは達成できたが、住民一人当たりの閲覧ページ数が少ない傾向にあった。広報紙のようにさまざまな記事を流し読みするような体験をもたらすことができず、改善の余地がある。
- ・新着の広報紙の通知を受け取れることをメリットにLINEの登録を促したが、スマート広報からLINEへの流入数は限定的であった。LINEへの流入を促す施策を引き続き検討する必要がある。

事後アンケートで住民から出た要望・課題の概要

① 機能強化の要望

「LINEから直接読めるように」「記事ごとに印刷・共有したい」「クーポン機能を充実させてほしい」との提案。

端末で閲覧できる利点を活かして、動画を視聴できるようにするのはどうでしょうか。

30代男性

自分が欲しい情報だけを簡単に検索、閲覧できるよう選択出来るといい。

50代女性

② デジタル弱者への不安

「高齢者はスマホを使えない」「デジタル化で情報格差（切り捨て）が起きてはいけない」という切実な懸念。

高齢者にも利用できるように支援体制があると良いと思います。

50代男性

③ 視認性と操作性

高齢の方には、「スマホだと字が小さい」「スクロールよりページをめくる感覚（PDF形式）が読みやすい」との声。画面の小ささが障壁。

文字が小さいし画面をスクロールしないと読めないから不便。

60代女性

スマホで文章を読むと読みにくいので、読み上げ機能が増えると嬉しいです。

50代女性

情報弱者を出さない DX。

若者にわかりやすく届いているか、効果測定を継続できる。

- ・ 事前事後アンケート調査やスマート広報のダッシュボードで、利用人数・満足度等をダッシュボードでモニタリング可能であるため、翌年度以降の本格導入可否を定量的に判断できる仕組みを構築する。

紙の広報紙の全戸配布の再検討

- ・ 実証実験中には、広報紙の配布が不要な人数もアンケートで計測し、デジタル移行率を段階的に定量化する。
- ・ そして、中長期的に広報紙の全戸配布を取りやめ、**広報紙が不要の世帯には、電子のみで閲覧してもらえることができる**といった、紙の広報紙を頼らない新たな広報DXを模索したい。

その他 機能面の拡充 (弊社で継続的に実施予定)

- ・ 多面的展開：広報紙だけでなく、議会だより、その他発信にも対応予定。
- ・ 機能拡充
 - ・ イベントマップやイベントカレンダー機能の開発
 - ・ 英語・中国語以外の多言語対応、音声読み上げの精度向上等
 - ・ PWA化 (スマホのホーム画面に保存できるように)



実証実験に対する市担当部署コメント【秘書広報課 広報室】

【成果】

OCRを活用した「スマート広報」により、広報紙の内容をウェブ記事として配信できる仕組みは、職員の負担を極力増やすことなく対応可能な有益な手段でした。このプロジェクトで得られた検証結果は、今後の広報施策を立案・推進するうえで大変参考となるものです。

また、市民アンケートによると、紙媒体へのニーズが依然としてある一方で、40代以下の世代では「スマート広報」の満足度が高いという結果が得られました。この結果を踏まえ、本市として広報DXをさらに推進していくべきとの指標を確認することができました。

【課題】

一方、グラフィック自動作成サービス「POTETO Design」との連携に関しては、職員のデザインスキルに頼らずに高品質なグラフィックを作成できる魅力的なサービスですが、コスト面での課題から令和8年度にはこの導入を見送る判断をいたしました。また、「スマート広報」との連携によってウェブ記事のPV数がどの程度増加するのかを十分検証できなかった点は課題として残っています。今後、機会があれば改めて検証を進めていきたいと考えております。

【今後の展望】

令和8年度ではDX実証実験プロジェクトの枠から外れますが、無料版の「スマート広報」を引き続き活用し、実証的な位置づけで分析ダッシュボードを利用した効果測定を行いながら、広報紙のデジタル化のあり方を模索していきたいと考えています。また、「スマート広報」上で活用できる拡充機能（イベントカレンダーやマップなど）についても、その活用可能性をさらに研究していく予定です。

令和7年度 長浜市第2期DX実証実験プロジェクト事業 実績報告

共創型採用DXプロジェクト「長浜市の想いをカタチに」

株式会社パブリックコネクト

概要

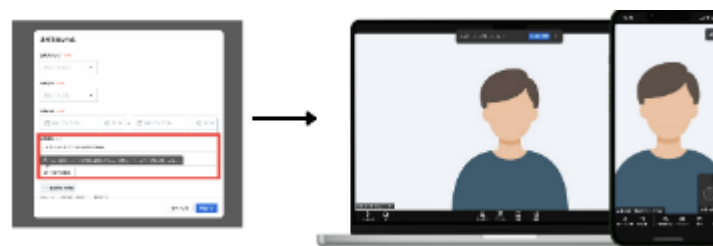
- ・PR戦略の革新：長浜市で働く魅力発信のためのオリジナル動画作成とSNS戦略的活用
- ・採用プロセスのDX化：採用プラットフォーム「パブリックコネクト」と「Room」機能を活用し求人公開、応募受付、合否連絡、内定者フォローまで一元的に効率化
- ・RPOによる戦略的採用：採用計画の策定から、選考プロセスの再設定・サポート、内定者フォローや入庁後の定着支援までを行います。求めるターゲットを明確化し、それに基づく採用計画、募集戦略、選考プロセスを策定

実証実験で利用する具体サービス

- ・採用プラットフォーム：パブリックコネクト 官公庁・自治体に特化した採用プラットフォームサービス。
2026年3月現在、滋賀県内の草津市、米原市、甲賀市、栗東市、湖南市、東近江市、愛荘町など全国約300団体が利用しており、オールインワンの採用システム、集客PR支援を提供。
長浜市役所専用の採用ページを設け、採用PR、集客、求人応募受付、応募者の選考まで対応。



- ・WEBミーティングサービス「Room」
パブリックコネクトと連携したWebミーティングサービス。
一部選考での面接対応、内定後の応募者面談にて活用可能。



実証方法（PR戦略の革新）

オリジナル動画の制作（8月～10月）

採用戦略にあわせて、動画の企画から撮影・編集まで行いオリジナルで4本の動画を制作。



タイトル：【市役所で専門知識を活かす】通勤2時間の生活から理想の働き方へ！転職者が語る公務員土木職の魅力

概要：転職して入庁1年目の土木職員に、なぜ転職されたか、民間とどのような違いがあるか、そして実際の上司や同僚にも話を聞いたインタビュー動画



タイトル：【若手職員の本音炸裂】お給料、ローン、失敗談まで…長浜市役所の気になるアレコレ、全部聞きちゃいました！

概要：公務員への偏見・よくある誤解を解決するため、ディレクターから質問を投げかけ、職員に答えてもらう形式の動画

オリジナル動画の制作（8月～10月）

採用戦略にあわせて、動画の企画から撮影・編集まで行いオリジナルで4本の動画を制作。



タイトル：【若手職員の本音トーク】「配属ガチャ」「ぶっちゃけ忙しい？」気になるギモンに全部答えます！

概要：新卒・中途採用交えた同期職員4人で決められたテーマにつ



タイトル：【職員の1日に密着】長浜市役所の自由な風土だからできるクリエイティブな取り組み

概要：子育てしながらいきいき働く職員の就業1日を、朝の支度から撮影した密着動画



オリジナル動画の制作（10月）

制作した動画（ロングバージョン）をショート動画化し各種SNSにて配信



PRコンテンツの制作（9月～10月）

動画だけでなく、公開求人に合わせてPRコンテンツとしてWEB記事を5本制作
（※下段2名は後述する採用戦略の策定において実施したインタビューをWEB記事化）



「歴史はロマン」。過去と未来を結ぶ、
文化財技術職の醍醐味

#職員インタビュー NEW

2025/10/10



「公共建築物の”一生”に寄り添う」故
郷への想いと専門知識を胸に。長浜市
役所建築技術職の魅力に迫る。

#職員インタビュー NEW

2025/10/10



子どもの笑顔と向き合い続けるプロフ
ェッショナル。長浜市児童発達支援セ
ンターで働くある職員が大切にする…

#長浜市役所紹介 #職員インタビュー

2025/10/07



故郷への想いを力に。民間経験を活かし、
市民と未来を共創する長浜市役所の
働き方

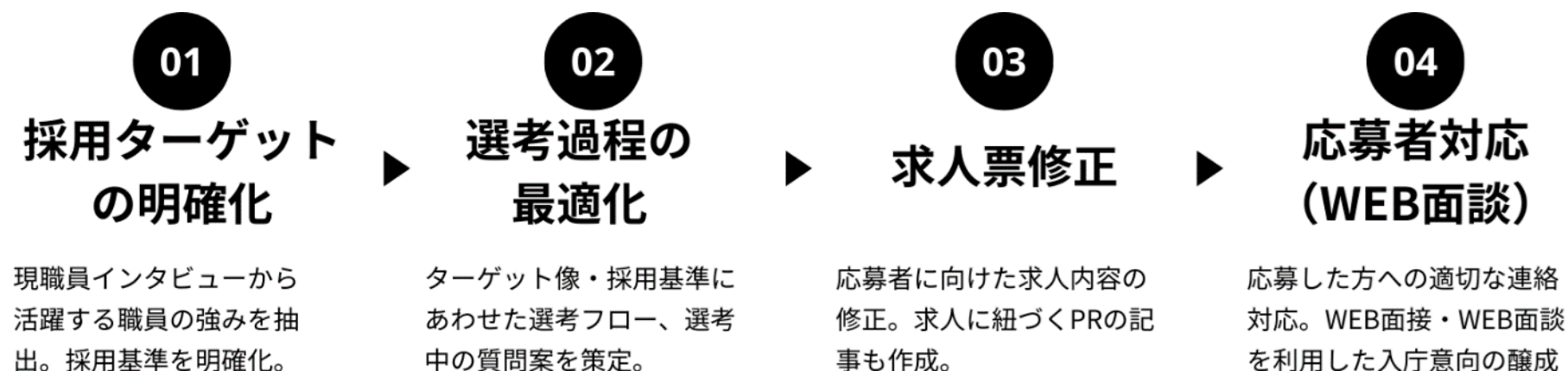
#職員インタビュー #長浜市役所紹介 2025/10/06



全国転勤の民間メーカーから長浜市役
所へ。暮らしと仕事、両方の「チャレ
ンジ」で見つけた新たなキャリアパス

#職員インタビュー #長浜市役所紹介 2025/10/06

RPO全体の流れ（2025/08~2026/03）



採用の一連の流れすべてを改善

採用ターゲットの明確化（8月～9月）

採用戦略を策定するため、まずは採用すべきターゲット像の明確化・言語化を実施。これまで採用した人材の中で、入庁後活躍する”理想的な”人材2名をピックアップし、スキルやモチベーション、経験についてインタビューし、共通する行動特性を抽出。

- インタビューから抽出した、2名に共通する能力・マインドセット
 - 変化に柔軟に対応する「適応力」：新しい知識やスキルを自ら学ぶ姿勢。部署異動を多角的な視点を養う貴重な機会と捉え、柔軟に対応できる力
 - 困難を粘り強く解決する「推進力」：複雑な課題や市民からの厳しい意見に直面しても、諦めずに解決策を探し、実行する力
 - 地域への貢献を自分ごと化する「当事者意識」：仕事を通じて、地域や市民の生活をより良くしたいという強い思いが、職員のモチベーションの源泉
- そこから導き出した採用すべきターゲット「ペルソナ」
 - 30代までの「地域貢献型」社会人
 - 法人や顧客との関係構築、交渉、課題解決といった経験をもつ営業企画系のビジネス経験
 - 長浜市出身や長浜へ移住したなど、何らかの理由にて「長浜市」に貢献したいという明確な意思やモチベーションがある
 - 民間での専門性を活かしつつ、新たな経験を積極的に求め学習する姿勢がある。公務員の安定性のみを求めている

選考過程の最適化（9月）

- ・ 3つの行動特性を今後の選考の選考基準として設定。
- ・ 選考の全過程において、選考基準に応じた評価段階を言語化・明確化。
- ・ 選考過程ごとの選考基準に沿った質問案を提案

実証方法（RPOによる戦略的採用）

求人票修正（9月）

求人を公開する前に、7つの求人すべてを精査し修正

すべて	募集中	募集予定	募集終了
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>文化財技術職（埋蔵文化財）（追加募集） 任期付職員・文化財技術職（埋蔵文化財）（大卒程度）【令和… SPI：文化財技術職（追加募集）</p> <p>その他 技術職 募集期間：2025/10/01～2025/10/31</p>			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>療育専門員（追加募集） 療育専門員（児童発達支援管理責任者）（大卒程度）【令和… SPI：療育専門員（追加募集）</p> <p>児童福祉職 募集期間：2025/10/01～2025/10/31</p>			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>建築技術職（追加募集） 建築技術職（大卒程度）【令和8年4月採用】</p> <p>建築職・建築… 募集期間：2025/10/01～2025/10/31</p>			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>キャリアチャレンジ（追加募集） 【45歳まで受験可・第1次試験は書類審査のみ】キャリア…</p> <p>行政事務 募集期間：2025/10/01～2025/10/31</p>			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>土木技術職（追加募集） 土木技術職（大卒程度）【令和8年4月採用】</p> <p>土木職・土木… 募集期間：2025/10/01～2025/10/31</p>			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>育児休業等代替任期付職員（追加募集） 【年齢上限制限なし】育児休業等代替任期付職員（短大卒…</p> <p>行政事務 募集期間：2025/10/01～2025/10/31</p>			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>一般事務職（しょうがい枠） 【しょうがいのある人】一般事務職（高卒程度）【令和8年…</p> <p>行政事務 募集期間：2025/10/01～2025/10/31</p>			



イベント実施（9月27日）

10月からの求人公開直前に、長浜市役所含めて県内の5自治体を集めてオンラインの求職者向けイベントを実施

タイトル：滋賀で公務員になろう！5自治体オンライン座談会

日時：2025年9月27日（土） 10:00～11:30

参加自治体：長浜市役所、草津市役所、甲賀市役所、東近江市役所、栗東市役所

登録者数：54名

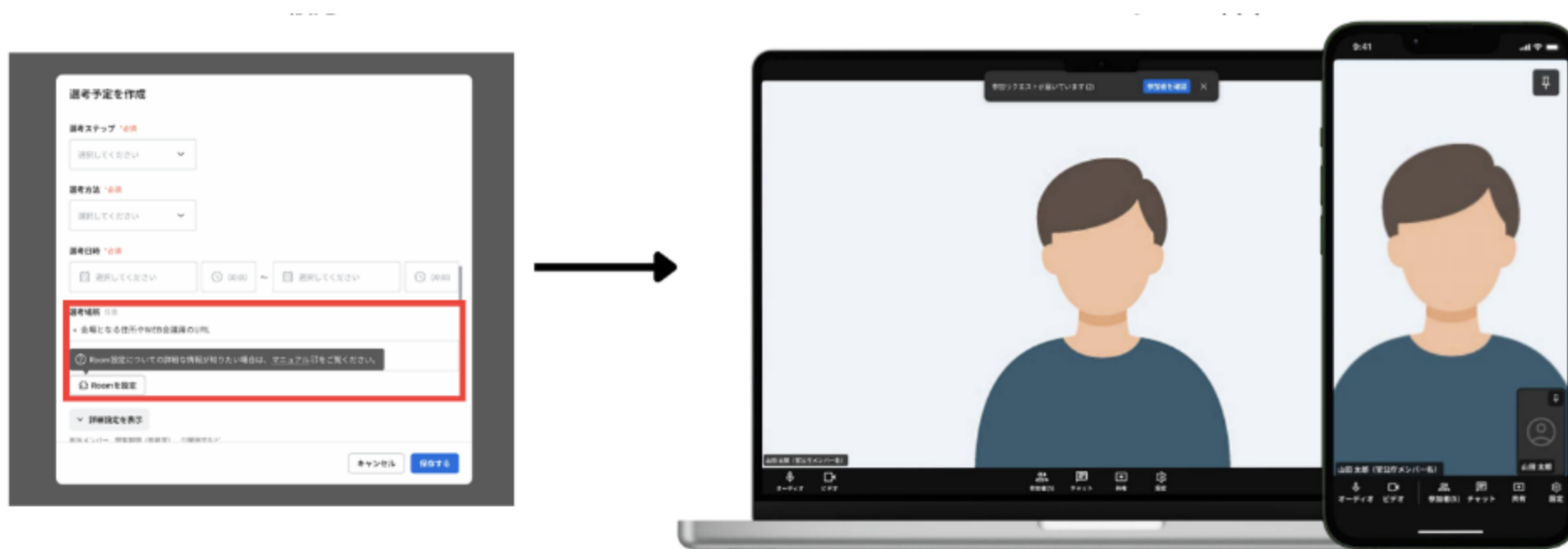


応募者対応（WEB面接・WEB面談の実施）（11月～12月）

PUBLIC CONNECT Roomを利用し、一部の選考過程でオンライン面接を実施。

また、合格者に対してのオファー面談も合格後1週間以内に全合格者（10名）へ対応。

面談の録画情報を元に、面接や面談についてのフィードバックを当社から人事担当に対して実施。



実証方法（採用プロセスのDX化）

採用活動は一貫してパブリックコネクト上で実施（8月～）

作成したPRコンテンツの公開や拡散、求人作成や公開対応、応募の受付対応、現在の応募者との受付対応もすべてパブリックコネクト上で実施。
また、長浜市役所のホームページからも直接パブリックコネクトページへ遷移できるよう動線設計を行い、情報発信をパブリックコネクトへ集約



共創型採用DXプロジェクト「長浜市の想いをカタチに」

目標に対する結果（PR戦略の革新）

アウトプット指標（活動指標）

KPI①	動画制作	種別	アウトプット	単位	x/本
KPIの概要、測定方法		制作した動画本数の計測			
事業成果等の計測に適する理由		魅力発信の土台となるPRコンテンツが、計画通りに制作されているかを測る指標			
令和7年8月～10月					
目標	5分以上のプロモーション動画1本 5分以上のインタビュー動画3本 1分以内のSNS用ショート動画2本				
結果	5分以上のプロモーション動画1本 5分以上のインタビュー動画3本 1分以内のSNS用ショート動画3本				

アウトカム指標（成果指標）

KPI②	動画制作の総再生数1万以上	種別	アウトカム	単位	x/PV
KPIの概要、測定方法		パブリックコネクト上と、配信したSNSサイトのPVを合算した数値			
事業成果等の計測に適する理由		制作したPRコンテンツが、ターゲット層に対しどの程度リーチし、関心を集めているかを定量的に把握できる指標。			
令和8年3月2日時点					
目標	全媒体（パブリックコネクト、YouTube、Instagram、TikTok）再生数が合計1万回以上				
結果	58,397回				
成果内訳	パブリックコネクト上のロング動画（4本分） : 1,932回 YouTube ショート動画（3本分） : 4,927回 TikTok ショート動画（2本分） : 36,760回 Instagram ショート動画（3本分） : 14,778回				

共創型採用DXプロジェクト「長浜市の想いをカタチに」

目標に対する成果（採用プロセスのDX化,RPOによる戦略的採用の実）

アウトプット指標（活動指標）

KPI③	定期的な打ち合わせの実施	種別	アウトプット	単位	x/回
KPIの概要、測定方法		定期的なオンライン/オフラインでの打ち合わせの実施			
事業成果等の計測に適する理由		当社との連携が、計画通り、かつ十分な頻度で実施されているかを測る指標。打ち合わせ回数を確保することで、戦略の軌道修正や課題の早期発見が効率的に行われているか、プロジェクトの実行力を評価する。			
目標	月に2回の打ち合わせ実施				
結果	WEB打ち合わせ：2025年8月15日、8月28日、9月4日、9月11日、10月16日、11月4日、12月1日、12月23日、2026年1月20日、2月4日、2月17日 訪問打ち合わせ：10月9日				

※人事と相談の上、適切な事業の運営にあわせた打ち合わせ頻度での設定としたため、2025年11月、2026年1月に関しては打ち合わせは1回のみの実施となった。

KPI④	求人票の改善	種別	アウトプット	単位	x/件
KPIの概要、測定方法		募集する求人すべての求人票を確認し添削・修正を行う			
事業成果等の計測に適する理由		既存の求人票を分析し、より魅力的で応募意欲を高める内容に戦略的にブラッシュアップできたかを測る指標。			
目標	公開求人すべての添削を実施				
結果	10月1日公開求人 7件の添削を実施				

KPI⑤	内定者全員に対してオファー面談を実施	種別	アウトプット	単位	x/人
KPIの概要、測定方法		募集求人の合格・内定者全員に対して、オファー面談を実施			
事業成果等の計測に適する理由		内定者の辞退を防ぎ、優秀な人材の確実な採用に寄与する活動が適切に実施されているかを測る指標			
目標	合格者に対してのオファー面談実施率100%				
結果	合格者10名にオファー面談をすべて実施				

共創型採用DXプロジェクト「長浜市の想いをカタチに」

目標に対する成果（採用プロセスのDX化,RPOによる戦略的採用の実）

アウトカム指標（活動指標）

KPI⑥	採用目標人数の確保	種別	アウトカム	単位	x/%
KPIの概要、測定方法	採用を予定している職種 / 人数分の人員の内定を出し承諾を得る				
事業成果等の計測に適する理由	DX化とRPO戦略という一連の取り組みが、最終目的である「応募者数の増加」と「持続可能な採用力の確立」に結びついたかを直接的に示す重要な成果指標であるため。				
目 標	採用目標人数に対しての確保率100%				
結 果	キャリアチャレンジ（追加募集）：採用目標3名に対して7名内定承諾 一般事務職（しょうがい枠）：採用目標1名に対して1名内定承諾 文化財技術職（埋蔵文化財）（追加募集）：採用目標1名に対して1名内定承諾 療育専門員（追加募集）：採用目標1名に対して1名内定承諾 土木技術職（追加募集）：採用目標1名に対して内定承諾無し 建築技術職（追加募集）：採用目標1名に対して内定承諾無し				

※土木技術職、建築技術職は達成できなかったため、2026年3月以降の求人募集にて、さらに積極的な応募者集客、採用目標人数の確保に向けて施策を事項中

KPI⑦	応募体験満足度向上	種別	アウトカム	単位	x/%
KPIの概要、測定方法	合格者全員に対してアンケートを実施し、満足度90%を達成 ※注釈：人事課と相談し、応募者全員ではなく、合格者全員へのアンケートを実施する方針に変更				
事業成果等の計測に適する理由	選考で合格に至る、優秀な応募者層が離脱しない応募体験であることを計測するため				
目 標	応募後、応募体験の満足度アンケートを実施し90%を達成				
結 果	合格者に、「受験システム（パブリックコネクト）を利用したエントリーや結果確認のしやすさについて満足度を教えてください」というアンケートを実施し、5段階評価で「満足」「やや満足」の回答率が合計で100%を達成				

- パブリックコネクトを活用した採用戦略、採用選考フローが確立
 - パブリックコネクトの継続的な活用を見込んでいるため、前年度の採用戦略と結果をもとに次年度の採用戦略の策定が可能。効率的な採用活動も実現
- 作成した動画コンテンツは引き続きパブリックコネクト上に掲載しPRに利用可能。
 - パブリックコネクト利用中はWEB記事コンテンツの作成も継続的に可能であり、さらなるPRコンテンツの制作も行っていく予定



実証実験に対する市担当部署コメント【人事課】

【成果】

- ・ SNSを活用した採用PR戦略によるターゲット層へのアプローチ（想定を超える動画再生回数）
- ・ 採用プロセスのDX化による事務の効率化、応募者満足度の向上
- ・ 専門的かつ効果的なアドバイスを受けることができ、戦略的採用（RPO）による適切な人材確保に繋がった。

【課題】

- ・ 単発ではなく、今後も継続的な採用PRが必要

【今後の展望】

- ・ 今回の実証実験により、システムを利用した採用選考フローの確立に成功したことから、今後もシステムを継続的に利用することにより、効果をさらに高めていきたい。
- ・ 人材確保ができなかった技術系職員（土木・建築・電気）にはアプローチを検討し、技術系に特化したPRコンテンツの作成など、さらなる工夫を勧めたい。
- ・ データに基づく採用戦略を進め、中長期的な採用に繋がりたい。