

第17号議案 令和4年度長崎市一般会計予算

【目次】

(歳出)

【2款 総務費 1項 総務管理費 2目 広報広聴費】

1 広報広聴推進費

1 広報戦略推進費 P 1

2 事務費

1 広報広聴費事務費（広報写真のデジタル化） P 5

【2款 総務費 1項 総務管理費 9目 国際化推進費】

2 都市間交流推進費

2 日中国交正常化50周年記念事業費 P 7

予算説明書					事業名	予算額
頁	款	項	目	番号		
108 ～ 109	2 総務費	1 総務管理費	2 広報広聴費	1-1	広報戦略推進費	千円 20,104

1 概要

市民とのコミュニケーションを深めながら信頼関係をつくり、地域と一緒にまちづくりを進めていくために、広報の役割は非常に重要であることから、市民に市の政策や情報をわかりやすく、正確に伝えるとともに、長崎市の魅力を広く発信するため、長崎市広報戦略に基づいた戦略的・効果的な広報活動を行うもの。

広報に関する職員の意識改革・人材育成に取り組むとともに、広報戦略の重点的広報テーマとして令和3年度から開始した、市民のくらしを便利で豊かにする情報を発信するくらしプロモーション「マル得長崎」及び100年に一度とも言われる長崎市のまちの進化や魅力等を発信するまちづくりのプロモーション「長崎 MIRAISM」を引き続き実施する。

なお、令和元年8月から配置している広報戦略アドバイザーについては、令和3年度をもって配置を終了する。

2 事業内容

(1) 広報戦略の重点的広報テーマに基づくプロモーションの実施 13,516千円

「マル得長崎」及び「長崎 MIRAISM」を実施するため、プロモーション用広報ツール（専用ウェブサイト、動画、冊子等）を活用した市内での情報発信を行う。

くらしプロモーション「マル得長崎」
(令和3年6月開始)



まちづくりのプロモーション「長崎 MIRAISM」
(令和3年4月開始)



▽ 長崎市公式 LINE と連動した情報発信 ▽



▽ 第2弾企画「長崎ミライツーリズム」開始 (R3.12月) ▽



ア 各種媒体を活用した情報発信 (9,688千円)

(ア) SNS等のウェブメディアを活用した発信

利用者数や1日あたりの利用時間が拡大していることなどから、多くのかたへ情報を発信でき、さらに情報の拡散が期待できる SNS等のウェブ媒体を活用した広告配信を行い、広く情報を発信する。

(イ) 交通広告の掲出

(ウ) 街頭大型ビジョン等を活用した動画放映

(エ) 商店街への大型広告掲出

(オ) 情報誌への広告掲載

イ 長崎市公式LINEアカウントの発信力の強化 (3,300千円)

くらしプロモーション「マル得長崎」については、スマートフォンに直接情報を届けることができる「プッシュ型」の広報媒体のLINEによる情報発信を行っており、長崎市公式LINEアカウント(令和3年6月運用開始)の登録者数増加に向けたLINE広告を実施する等ことにより、媒体の発信力を高める。

ウ プロモーション用ウェブサイトの機能拡充等 (528千円)

「マル得長崎」「長崎MIRAISM」に関する情報を集約した専用ウェブサイト等のプロモーション用の媒体について、即時性がある更新ができるよう機能拡充を行う。

(2) 情報発信力の強化に向けたネットワークの構築 1,289千円

高い情報発信力を有する民間事業者等との広報に関するネットワークを構築するためのしくみづくりや、首都圏等における情報収集・プロモーションに取り組み、長崎市の情報発信力の強化を図る。

(3) 市内の広報相談に対する支援 3,653千円

広報戦略アドバイザーの配置終了に伴い、広報戦略室において市内の広報の企画等への相談に対応することとしているが、職員だけでは対応が困難な専門的な知識・経験を要する案件があることも想定されるため、案件に応じて広報分野の専門家を選任し招聘する(月に1回程度を想定)。

(4) 職員研修等の実施 788千円

職員の広報に対する意識の醸成や柔軟な思考でアイデアを発想する力を身に付けるなど、より効果的な広報活動を行うためのスキルを高める研修を実施する。また、広報の企画や媒体活用等の参考となる図書を購入し、市内への貸し出しを行う。

(5) その他経費(消耗品費、使用賃借料ほか) 858千円

3 財源内訳

事業費	財源内訳				
	国庫支出金※	県支出金	地方債	その他	一般財源
千円 20,104	千円 9,880	千円 -	千円 -	千円 -	千円 10,224

※地方創生推進交付金 補助率1/2

項目	内容	主な成果	令和4年度の主な取組み	
<p>職員の意識改革 ・ 人材育成</p>	<p>職員研修の実施</p>	<p>■研修の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> アイデア発想のスキルを高める研修 人やメディアが伝えたい情報を編集するスキルを高める研修 広報戦略の理解を深める所属長研修、新任課長・課長補佐研修 など 	<p>■職員研修の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> 広報の分野で最先端の知見を有する専門家を招聘し、職員のスキルを高めるための研修を引き続き実施する。 	
	<p>広報の企画等に関する支援</p>	<p>■各所属の広報の企画等への支援（広報戦略アドバイザー対応分）</p> <p>【所属数及び案件数】</p> <p>令和元年度 24所属 35件 令和2年度 13所属 29件 令和3年度 19所属 25件（R4.1月時点）</p> <p>【主な案件】</p> <p>稲佐山スロープカー、井戸端パーティー、住みよかプロジェクト、さしみシティ、新型コロナウイルス対策等の広報の企画やキャッチコピー・ロゴ等の制作支援、若者向け情報誌「yoriyori」のコンセプト立案への支援 など</p>	<p>■各所属の広報の企画等への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 広報戦略アドバイザーから重点的に助言を得てきた、「何を伝えるのか」「誰に伝えるのか」等のコンセプトを明確にした広報の企画立案のノウハウを活かし、広報戦略室において相談支援を行う。 <p>■相談案件に応じた広報の専門家招聘</p> <ul style="list-style-type: none"> 広報戦略室の職員のみでは対応できない専門的な知識・経験を要する案件については、専門家を招聘する。 	
	<p>職員向け 広報ハンドブック の作成など</p>	<ul style="list-style-type: none"> 広報戦略ブック副読本の制作 （仮称）SNSの発信事例集の検討 プレスリリースの新しいフォーマットの検討 など 	<ul style="list-style-type: none"> 「全員広報」の実践に役立つツールの整備が進んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> 広報戦略ブック副読本の改訂 （仮称）SNSの発信事例集の発行 （仮称）LINEの実務運用マニュアルの発行 プレスリリースの新しいフォーマットの運用 など
<p>情報発信力の強化</p>	<p>既存広報媒体の見直し</p>	<ul style="list-style-type: none"> 市公式Instagram（にやがさき市公式）の開設 →市の魅力発信に特化したアカウント 市公式LINEアカウントの開設 市公式SNSアカウント（Twitter、Facebook）の発信方法の見直し など 	<ul style="list-style-type: none"> 尾曲がり猫が長崎の魅力を発信するInstagramの開設により、長崎の魅力の新たな伝え方が加わった。 Twitterの閲覧数が、見直し前の平均と比較し約3.5倍に伸びた。 	<ul style="list-style-type: none"> 市総合公式ホームページのリニューアルの検討に向けた広報広聴課との連携 など
	<p>ネットワークの構築 に向けた民間との連携</p>	<ul style="list-style-type: none"> NTTアーバンソリューションズのテレビCM「あしたのわがまち 長崎篇」制作への連携 日経BPが運営するウェブサイト「ひとまち結び」において、長崎にちなんだモノづくりに取り組む人々を紹介する記事制作への連携 など 	<ul style="list-style-type: none"> 広く全国に長崎の人やまちの魅力が発信された。 	<ul style="list-style-type: none"> 長崎市の情報発信につながる民間事業者との連携協定 など
<p>広報戦略の重点的 広報テーマに基づく プロモーションの実施</p> <p>①くらし プロモーション</p> <p>②シティ プロモーション</p> <p>全員広報</p>	<p>【市内向け】</p> <p>くらしプロモーション シティプロモーション ↓ 広報戦略推進費</p>	<p>■くらしプロモーション「マル得長崎」の開始（R3.6月）</p> <p>市民のくらしが便利でゆたかになるお役立ち情報を「いつでも・どこでも・分かりやすく・定期的に」手に入れられるよう、SNSの中で最も利用者が多いLINEを主とする情報発信を行う。</p> <p>■まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」の開始（R3.4月）</p> <p>100年に一度ともいわれる大きな進化の時期を迎えている今、まちづくりの目的や事業の進捗、近い未来のくらしがどう変わるのかなどをわかりやすく伝え、長崎のまちへの期待やまちへの愛着を持つ人の増加につなげていく。</p> <p>【主な取組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> プロモーション用広報ツールの制作（ウェブサイト、動画、冊子など） 広報ツールを活用した情報発信（広報紙、テレビ、交通広告など） 各種イベントや会議等での周知、大学での出前講座の実施 など 	<p>■「マル得長崎」</p> <ul style="list-style-type: none"> LINE登録者数 約1.8万人（R4.1月） R3年度目標 2.0万人 ※達成見込 若手職員を中心とするLINEの情報発信チームを立ち上げ「全員広報」のしくみづくりにつながった。 <p>■「長崎MIRAISM」</p> <ul style="list-style-type: none"> 動画再生回数が大幅に伸びるなど、多くのかたに情報に触れてもらう機会ができた。 【例】・コンセプト動画 333回→16.3万回 ・恐竜パークアニメ動画 2,360回→17.6万回 ・ウェブサイト 19.7万回閲覧 	<p>■「マル得長崎」の継続</p> <ul style="list-style-type: none"> LINEの登録者数の増加に向けたLINE広告を活用した情報発信、各種イベントや会議等での周知に取り組む。 「全員広報」の実践の場でもあるLINEの情報発信チームについては、定期的なミーティングを開催したり、研修の実施などによる学びの場づくりを行う。 <p>■「長崎MIRAISM」の継続</p> <ul style="list-style-type: none"> R3年度にシティプロモーション推進費において、市外向けのウェブ媒体を活用した情報発信（SNS広告等）を実施したところ、情報への接点づくりや興味関心の喚起に効果的であったことから、市内向けについてもSNS広告等のウェブ媒体を活用した情報発信を強化する。 各種媒体を活用した情報発信を行う。 ウェブサイトの情報を即時的に更新できるよう機能拡充を行う。
	<p>【市外向け】</p> <p>シティプロモーション ↓ シティプロモーション 推進費</p>	<p>■まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」の開始（R3.4月）</p> <p>長崎MIRAISMを市外に向けて発信することで、長崎に興味を持ってもらうとともに、「行ってみたい」「関わってみたい」という気持ちや行動を喚起し、交流人口や関係人口の増加につなげていく。</p> <p>【主な取組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> 広報ツールを活用した情報発信（若者へSNS等のウェブ媒体で発信） 新企画「長崎ミライツーリズム」の開始（R3.12月） 首都圏の催事等での情報発信（東京事務所との連携） など 	<ul style="list-style-type: none"> 若者目線で、進化が進む長崎での新しい時間の過ごし方などを提案する動画や記事を発信する「長崎ミライツーリズム」を開始。興味や関心を喚起するコンテンツが充実した。 	<p>■「長崎MIRAISM」の継続</p> <ul style="list-style-type: none"> R3年度のSNS広告等の検証結果を活かし、ウェブ媒体を活用し広く情報を発信する。 「長崎ミライツーリズム」に関する動画や記事等を拡充し、コンテンツの一層の充実を図ることで、情報発信力を高める。なお、「長崎ミライツーリズム」については、市内向けの発信とも効果的に連携させる。

【参考資料】これまでの広報戦略室の取組み一覧（令和元年8月～）

項目	内容
----	----

新型コロナウイルス感染症対策の主なもの

「新しい生活様式」の周知啓発



「長崎やさしいまち宣言」の周知啓発



「感謝とエールをおくろう！やさしいまち長崎」の周知啓発



予 算 説 明 書					事 業 名	予 算 額
頁	款	項	目	番号		
108 ? 109	2 総務費	1 総務管理費	2 広報広聴費	2-1	広報広聴費事務費 (広報写真のデジタル化)	千円 11,764 (2,003)

1 概要

長崎の歴史を未来に残し、今後、有効に活用していくため、昭和30年代から平成15年ごろまでに広報写真として撮影したネガ・ポジフィルム（約70万枚）を整理し、必要な写真を選んでデジタル化するもの。

写真をデジタル化し、撮影時期やタイトルなどの情報を付して整理することで、長崎市の市政資料として利活用しやすくなるとともに、特に施設や風景、行事などの写真については、今後、インターネット上で公開（オープンデータ化）し、だれでも利用・閲覧できるようにすることで、長崎市に対する理解や愛着を深めてもらう。

2 事業内容

令和4年度は、主に、ネガ・ポジフィルムを把握・整理するとともに、保存すべき写真を選定する。

(1) スケジュール（予定）

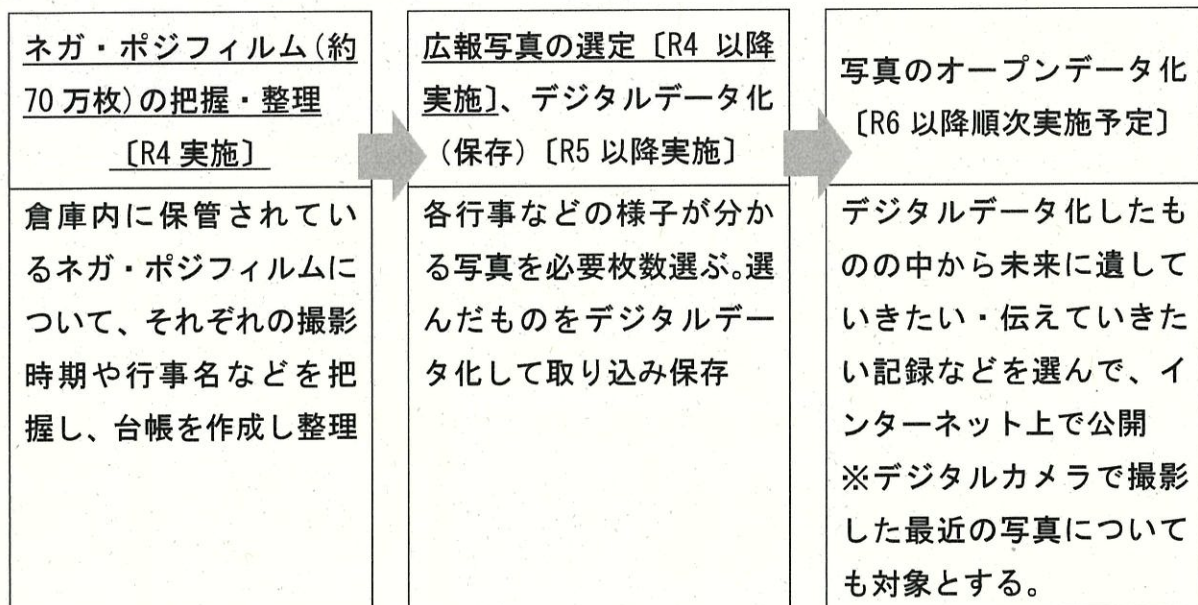
令和4年度 ネガ・ポジフィルムの把握・整理

令和4年度～ 保存すべき広報写真の選定

令和5年度～ 写真のデジタルデータ化、写真のオープンデータ化の検討

令和6年度～ 写真のオープンデータ化（順次実施予定）

(2) 作業手順



3 事業費 2,003 千円

- (1) 経費内訳 会計年度任用職員報酬人件費 (1名) 1,836 千円
 需用費 (手袋など) 30 千円
 備品購入費 (スキャナー[フィルムの確認用]ほか) 137 千円

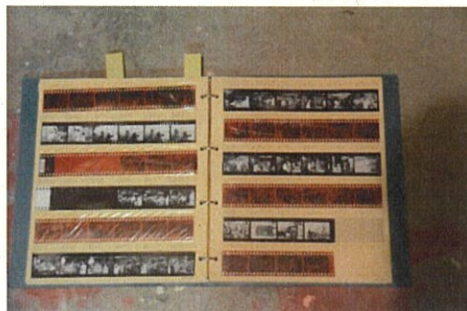
4 財源内訳

事業費	財源内訳				
	国庫支出金(※1)	県支出金	地方債	その他(※2)	一般財源
千円 2,003	千円 2,000	千円 -	千円 -	千円 3	千円 -

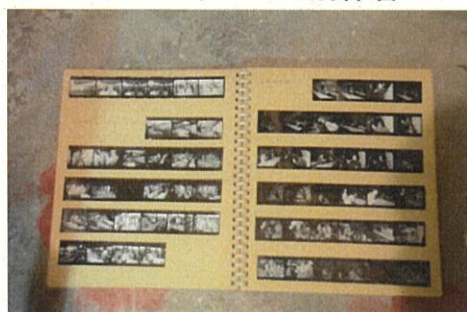
※1: 新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金(単独) ※2: 保険料個人負担金

【参考】広報写真の保管状況

- (1) ネガシートとべた焼き (コンタクトプリント) がセットで保存されているファイル



- (2) べた焼きのみ保存されているファイル ※ネガフィルムは別保管



- (3) ポジフィルムが保存されているファイル



予 算 説 明 書					事 業 名	予 算 額
頁	款	項	目	番号		
118 ? 119	2 総務費	1 総務管理費	9 国際化推進費	2-2	日中国交正常化50周年 記念事業費	千円 4,526

1 概要

県と連携し、日中国交正常化50周年及び長崎県・福建省友好県省締結40周年を記念し、日中間の交流を深めるため、友好都市福州市などへ公式訪問団を派遣し、現地での交流を行う。

あわせて、長崎ランタンフェスティバルなどで披露されている川劇（変面）の本場である四川省成都市を関係者とともに訪問し、変面による交流を深めることで、観光活性化につなげる。

また、友好都市をはじめとする中国からの訪問団を受け入れ、日中友好を深めていく。

2 事業内容

(1) 公式訪問団派遣

- ア 日程 令和4年秋頃 4泊5日（予定）
- イ 派遣都市 福州市、北京市、成都市（予定）
- ウ 公式派遣団 市長、市議会議員、国際課職員2人 計4人
（関係部局）文化観光部、議会事務局 計2人 合計6人
その他、成都市訪問には、長崎孔子廟中国歴代博物館の参加を予定
※県の訪問団全体では約100人（県、市、県議会議員、市議会議員、経済団体等）

エ 行程（案）

（ア）長崎～上海～福州→成都～上海～長崎
市長、市議会議員、国際課、文化観光部、議会事務局

（イ）長崎～上海～福州→北京～上海～長崎
市議会議員、国際課

オ 訪問先での交流内容等（予定）

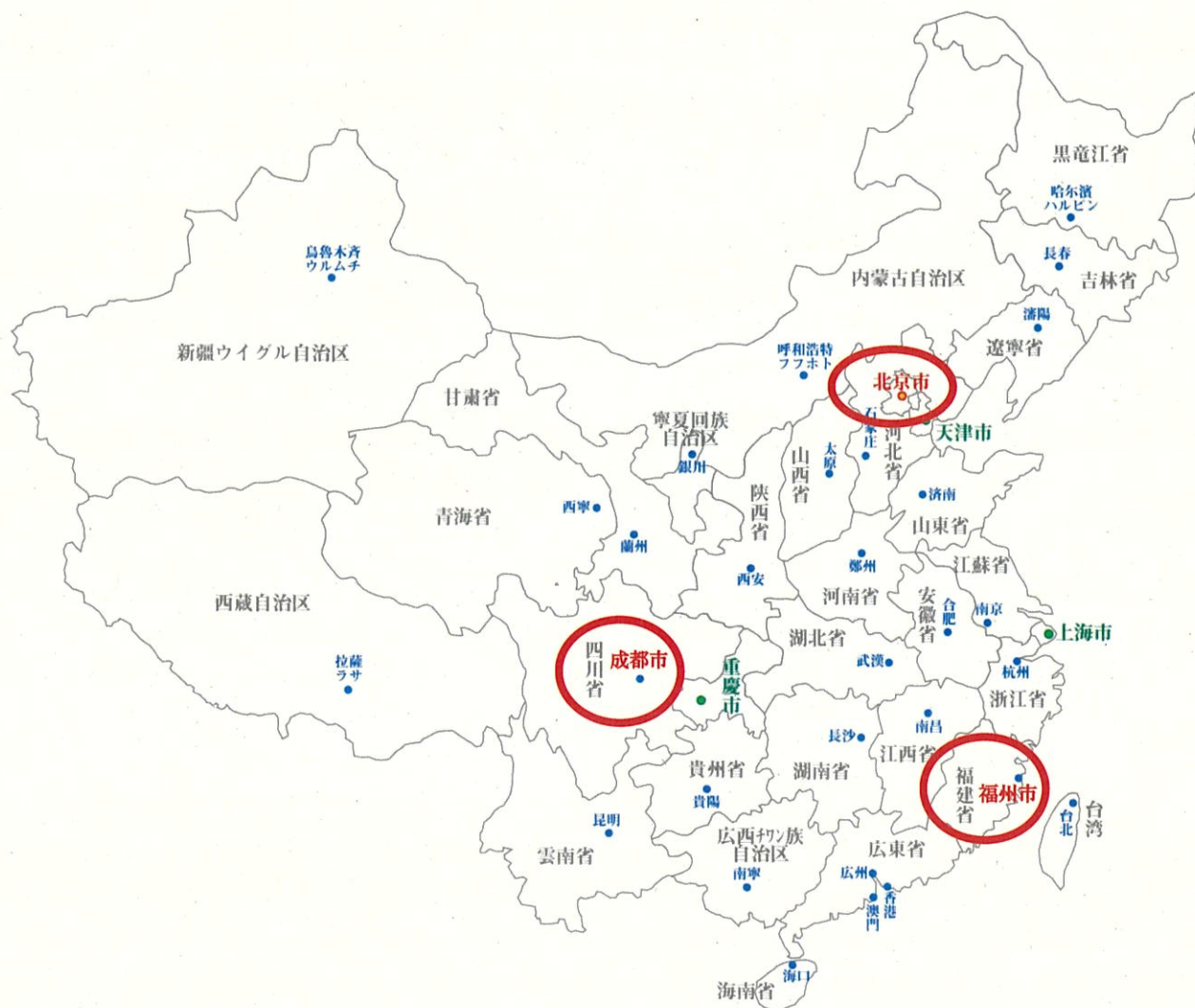
（ア）福州市
公式行事出席、市役所表敬訪問

（イ）成都市
市役所表敬訪問、変面交流

（ウ）北京市
中国政府要人・中日友好協会会長表敬訪問

カ 事業費 2,855千円（国際課分）

- （内訳）旅費 2,730千円（市長、議長、国際課職員2人）
需用費 70千円（訪問先への記念品）
役務費 55千円（携帯電話借上・電話料）



(2) 公式訪問団受入れ

- ア 期間 令和4年度中 2泊3日（予定）
- イ 訪問団 約5人（予定）
※福建省からの訪問団全体では約100人
- ウ 交流内容（予定） 市議会全員協議会の開催
市内施設等視察 など
- エ 事業費 1,671千円
- | | |
|----------|--------------------------|
| （内訳）報償費 | 15千円（通訳謝礼） |
| 旅費 | 13千円（空港送迎旅費） |
| 需用費 | 840千円（歓迎屋・夕食会、記念品等） |
| 役務費 | 520千円（通訳） |
| 使用料及び賃借料 | 283千円（バス借上げ、タクシー代、施設入場料） |

3 訪問（市役所表敬）都市の概要

(1) 福州市

- ア 人口 約 774 万人
- イ 面積 11,968 平方キロメートル
- ウ 提携日 昭和 55（1980）年 10 月 20 日
- エ 提携のきっかけ

多くの長崎華僑の出身地で歴史的なつながりがある。中日友好の船「明華号」の長崎訪問の折に、中日友好協会会長に要望書を提出。

(2) 成都市

- ア 人口 約 1,633 万人
- イ 面積 14,380 平方キロメートル
- ウ 概要 四川省の省都。川劇（変面）の故郷。

4 財源内訳

事業費	財 源 内 訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他 ※	一般財源
千円 4,526	千円 -	千円 -	千円 -	千円 4,526	千円 -

※文化国際交流基金繰入金 2,684千円
市町村振興事業補助金受入金 1,842千円