

第4号議案 令和2年度長崎市一般会計補正予算（第19号）

【目次】

（繰越明許費）

ページ

【2款 総務費 1項 総務管理費 2目 広報広聴費】

広報広聴推進費

 広報戦略推進費 1

秘書広報部

令和3年2月



【繰越明許費】 予算説明書 48～49ページ

2 款 総務費 1 項 総務管理費 2 目 広報広聴費

事業名	金額		財源内訳			
			国庫支出金※	県支出金	地方債	一般財源
広報戦略推進費	予算現額	千円 32,336	千円 15,693	千円 —	千円 —	千円 16,643
	支出予定額	18,776	8,913	—	—	9,863
	繰越明許費	13,560	6,780	—	—	6,780

※地方創生推進交付金 補助率 1/2

1 繰越事由

新型コロナウイルス感染症の影響によりプロモーション用広報ツール（WEB サイト・動画・冊子）の制作に必要な現地ロケや対面での取材が実施できないことなどから不測の日数を要し、事業が年度内に完了しない見込みであるため。

2 事業内容

広報戦略の重点的広報テーマとして、市民の暮らしを便利で豊かにする情報をお届けする「暮らしプロモーション」及び長崎市のまちの進化や魅力等を市の内外に発信する「シティプロモーション」を効果的に実施するために必要なプロモーション用広報ツールの制作及びツールを活用した情報発信を行う。

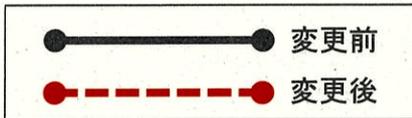
- (1) WEB サイト制作
- (2) 動画制作（コンセプト編：3分×1本、30秒×1本、大型事業編：30秒×9本）
- (3) 冊子制作（6,000部）
- (4) ロゴ制作
- (5) 広報ツールを活用した情報発信（テレビスポット）

3 完了予定

令和3年5月

【スケジュール（予定）】

	令和2年度						令和3年度	
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
(1) WEB サイト	●————●							
	●- - - - -●						●	
(2) 動 画	●————●							
	●- - - - -●						●	
(3) 冊 子	●————●							
	●- - - - -●						●	
(4) ロ ゴ	●————●							
(5) 広報ツール を活用した 情報発信						●—●	●—●	



【参考】プロモーション用広報ツールの概要について（令和2年度に制作中）

重点的広報テーマ

くらしプロモーション

得 長崎

市内

市民のくらしを便利でゆたかにするお得な情報を発信する。

シティプロモーション

100年にいちどの長崎

市内

まちづくりのストーリー（目的や事業の進捗、実現する生活像など）を発信する。

市外

長崎の文化と変化を組み合わせることであまれる、新たな魅力を発信する。

WEB
サイト

くらしプロモーション及びシティプロモーションの情報をまとめた専用WEBサイト

〇くらしプロモーション

便利な制度や楽しみ方などを利用者目線で分野ごとに分け、情報をわかりやすく整理し発信する。

〇シティプロモーション

のもぎき恐竜パークや出島メッセ長崎など、現在進行中の大型事業等の目的・進捗・基礎情報に加え、長崎で暮らす人の将来の生活像を事業担当者と市民との対談を通じて発信する。

※WEBサイトには、動画や冊子のデータなどを掲載し、プロモーションの中核となる総合的な発信媒体として活用する。

※各部署が管理する既存のWEBサイトや動画を紹介し、連携を図る。



連 携

LINE

LINEの特長や機能を活かし、利用者が希望する分野の市政情報を効果的に発信する。特に「得長崎」や新型コロナなどの重要度・緊急度の高い情報は、誘導効果に優れた配信フォームで発信する。

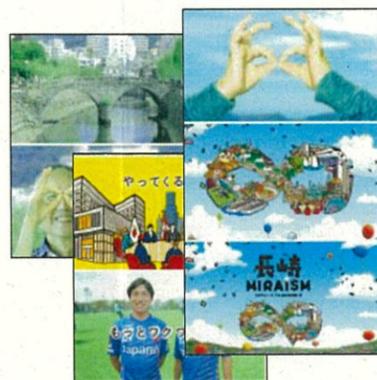


連 携

動画

プロモーションの全体像を伝えるコンセプトムービーや、のもぎき恐竜パーク、出島メッセ長崎等の9つの大型事業を紹介する短編ムービーで、まちづくりへの興味を喚起する。

コンセプトムービー編（3分・30秒 各1本）



大型事業編（30秒×9本）



連 携

冊子

まちづくり全体の目的・進捗・基礎情報等を紹介する。動画とともに、職員が市内外で長崎のまちを紹介するコミュニケーションツールとしても活用する。



画像は現時点でのイメージです。

プロモーション用広報ツールを効果的に活用し、重点的広報テーマに基づくプロモーションを強化する。