

# 茨木市役所 まち魅力発信課 インタビュー

## 広報の裏側に迫る!!



### はじめに

今回のインタビューでは茨木市役所まち魅力発信課の方に行政からの情報発信についてお話を伺いました。SNSなど情報発信が容易になった今、民間的な視点ではなく行政側ではどのような方法で情報を市民に伝えているのかを調べたいと思い、インタビューを行いました。

インタビューから見てきたものは行政の正確性を維持し、どのように街の魅力を市民の心に届けるかという試行錯誤を重ねる姿でした。

今回は武部さんと田原さんにお話を聞かせていただきました！

今回お話を伺ったまち魅力発信課はその名の通り、主に茨木市の広報に関しての業務（SNS運営、広報誌発刊など）を担っています。

その中でも特に力を入れて毎月発行している

「広報いばらき」を作っている課でもあります。

まず初めに自治体広報の定義と茨木市役所の広報が掲げる目標を比較したいと思います。

自治体広報は市民に対して発信するため、わかりやすさを重視して行われます。そのため以下の要素が必要であると定義されます。

- ① 広報紙制作に当たっては、地域の特性に合わせて明確な目的・目標を立てる
- ② 指導・教育・啓発色が強くないようにする
- ③ 情報発信とその浸透の難しさを理解する
- ④ 「住民一人ひとりがリーダー」の時代を支える意識を持つ※1

この四つが挙げられます。

次に茨木市情報発信基本方針※2を見てみましょう。ここでは要点を4つにまとめました。

まず一つ目にこの方針の策定の背景と目的についてです。

背景は人口減少や少子高齢化、ライフスタイルの多様化が進む中、市の活力を維持し「共創」のまちづくりを進める必要がある点からきています。

次に目的です。これは市政への信頼と共感を育み、茨木に関わる人を増やすことで街を元気にすることを目指しています。

二つ目に基本理念と推進方針です。

まちへの誇りや期待、日々の安心を育む効果的で伝わる情報発信を基本理念に掲げ、以下の3つのテーマで推進させています。

まず、「戦略的な情報発信」です。これは誰にどう行動してほしいかという目的を明確にし、最適な媒体やタイミングを選択することを指しています。次に「質の高い情報発信」です。市に縁のある外部のクリエイターと連携（茨木市クリエイティブパートナー制度）の試行的実施や職員のスキル向上を図り、わかりやすく魅力的な発信を行うことを目指しています。

※1 全国市町村国際文化研修所 メールマガジンコラム  
自治体における広報の役割 わかりやすい広報とは より引用

※2 茨木市役所ホームページ  
まち魅力発信課 茨木市情報発信基本方針より引用

最後に「みんなで情報発信」です。市民レポーターの起用や事業者、大学等と連携し口コミや多角的な視点での拡散を図っています。

3つ目に具体的な施策と媒体の活用です。主な媒体として「広報いばらき」、市ホームページ、SNS（X、Facebook、Instagram）、市総合アプリ「いばライフ」などを特性に応じて使い分け、連携させており全年齢層をターゲットにしています。

さらに新たな魅力の発展について令和5年度開館の「おにクル」や令和6年度開園の「ダムパークいばきた」といった新しい施設を、茨木市の象徴的な資源として積極的にプロモーションに活用しています。

4つ目にこれからの課題とその改善点の方向性です。市民アンケートの結果、「広報いばらき」の利用率が90.0%と極めて高い一方で、SNSやスマホでの情報収集も増加傾向にあることが指摘できます。これらを踏まえ、情報格差（デジタル・デバイド）への配慮として高齢者向けのアナログ媒体の重視や障害者や外国人向けの多言語化、やさしい日本語対応も進めることが述べられています。

この方針に基づき2025年度から2034年度までの10年間戦略的な広報、プロモーションが展開される予定です。

この茨木市役所情報発信基本方針と自治体広報の定義を照らし合わせると、茨木市の新しい方針は自治体広報のあるべき姿をかなり高いレベルで網羅していることがわかります。また加えて「データ分析」と「デザイン」という現代的な要素を加え、進化させたものと言えます。

これらを前提とし、今回は実際にインタビューを行い見えてきたものを学生、さらには茨木市に実際に住んでいる人間としての視点も交えて紹介していきます。

## まち魅力発信課的 広報の流儀とは!?



広報いばらき 2026年2月号※

インタビューを進めるにつれ、情報発信の戦略が見えてきました。ここでは三つに分けて広報の形態を紹介します。

まず一つ目は媒体ごとの戦略の違いです。市は情報の性質に応じて媒体を使い分けています。公式ホームページでは情報の正確性と全て記載していることを重視する一方SNSでは日常感のあるフランクな発信、親しみやすさを心がけていました。特に、受け手の立場に立った発信を意識しており堅苦しい行政用語や見にくい文章体など避けつつ、また誤解を招かない表現の線引きを常に意識している点を感じ取ることができました。またこの戦略の特徴が顕著に出ているものが「広報いばらき」です。表紙や中身のデザイン性の高さ、市民へのインタビュー記事の掲載や地域のお店と連携している所、行政と市民が広報いばらきを通して協力しているなど多くの特徴を読み取ることができます。

私が「広報いばらき」を初めて読んだ時に一番驚いたことは、アンケートに答えると応募できる読者プレゼントに地元の製菓店を起用している点でした。（令和7年12月号に記載）

茨木市にあるチェーン店ではない個人経営のお店と連携していること、アンケート自体が最終ページに記載されているが、最後の最後まで地域との連携を欠かさない姿勢は徹底的に茨木市をアピールしているのだと改めて感じ、その上で驚嘆するとともに地域愛をととも感じました。

また序章で述べたように、令和5年からは市にゆかりのあるクリエイターと連携し「茨木市クリエイティブパートナー制度」を試行的に導入しておりデザイン性が高く、親しみやすいポスターを作成しています。

このような新しい形の連携をすることで他の市にはない独創性を生み出し、差別化することに成功していると感じました！

## 市民との連携で 広報の幅を広げる

「広報いばらき」の内容で意識しているものが、情報発信基本方針にも挙げられているように市民との連携、つまり「みんなで情報発信」です。

茨木市が目指すのは行政だけでなく市民も巻き込んだ情報発信。広報誌のインタビュー特集などを通じ、行政と市民、それ以外にもさまざまなメディアとの連携を強め、街への期待と希望を作り出し発展させたいと考えているそうです。

令和7年12月号では広報いばらきを音訳するボランティア活動のインタビュー記事が掲載されており、市民との連携が確かに行われていることがわかりました。

このように広報と市民が連携し広報誌に市民が活動する姿を記事にすることは郷土愛の醸成に繋がっていることが推察できます。

他にも事業者向けの記事など掲載するなど広報誌の読者対象を一般市民などに限定せず市として包括的に多くの情報を組み込んでいるという点も特徴的です。

さらに、人事行政の運営状況や給与体系を公開している点は行政運営の透明性を確保するだけでなく、公務員志望者にとっても有益な情報となっており幅広い層へのアプローチが感じられます。

さらに市民からのフィードバック（文字が小さいといった実際の意見など）は真摯に受け止め、改善に繋がっていることがわかりました。

なお、SNSでの批判には毅然とした対応を行い生成AIに関しては積極的な活用はしていません。

AIに関しては市役所内では業務効率化には活用しつつ、しかし市民向けの情報発信には機密性の保護などのリスク管理をしているそうです。



※茨木市クリエイティブパートナー制度をで制作されたポスター

また記事を制作する上で大切にしていることは、職員自らが取材に赴き、編集することを大切にしているため、市職員と市民との交流も積極的に行われていることがわかりました。

## 最後に



広報いばらき令和7年 12月号に掲載  
市民と行政が連携している記事※

## 残る課題 解決方法は？

では、現在の広報活動は全てうまくいっているのでしょうか。しかしながらまだ課題は残っているようです。

特に大きな課題となっているのが、アプローチする層の偏りです。現在、広報誌やSNSの主な利用者は中年層以上であり若年層に十分な情報が届いていない実態が市のアンケートにより明らかになっています。

また映像発信についても職員のノウハウ不足や異動に伴う技術継承の難しさなどの要因によりYouTubeの活用などは限定的となっています。このように技術へのアプローチの困難さなどを解決するか、それとも他の方法を見出すか今後の課題になると考えることができました。

今回のインタビューでは、茨木市役所の広報の取り組みについて知ることができました。

市役所側からの情報発信は市民側から見ると文字だけで固く、伝わりにくいという先入観がありました。

しかし、クリエイターとの連携、広報誌内に市民の取り組みをインタビュー記事にして記載するなど、親しみやすい情報なども織り交ぜていることで行政が発信した情報に対する興味を持ってもらおうとしている意図が伝わってきました。

特に驚かされたのは、読者からのフィードバックを改善へ繋げている点です。「行政に声を届けても改善は難しいだろう」という私自身の先入観は、今回のインタビューによって払拭されました。

それと同時に市民からの声に応える姿勢に大勢に見られることを想定している広報の姿を学ぶことができました。

またメディア媒体の増加やさまざまな技術が発展している現状に行政的な広報や情報発信の方針を合わせることの難しさを実感しました。

正確な情報を発信することが重要視されている行政ではSNSなどの少ない文字数で伝えることが難しいことや、受け手の立場に立ち、情報を簡略化しすぎないようにする様々な観点から見た丁度良い塩梅を見極めることに苦心している印象を持ちました。

しかし、SNSと紙媒体で発信する情報を使い分けることや、アンケートを実施し、そこから閲覧者の傾向などを掴み各メディアを使いこなすような弛まぬ努力を続けているように感じました。

市民に対して意見を求める形を変えず、さらにそのフィードバックの分析を行い、絶えずに改善を続けているのは、特に子育て世代、若者が多い市役所の広報として価値観のアップデートを怠らないその姿勢はこの先の行政広報としてのあり方として目を見張るものがあると感じるインタビューでした。