

法政大学学術機関リポジトリ

HOSEI UNIVERSITY REPOSITORY

PDF issue: 2025-05-09

自治体における行政広報活動についての研究 ：マーケティング視点による統合型行政広報 (シティコミュニケーション)への深化

SUZUKI, Yuki / 鈴木, 勇紀

(発行年 / Year)

2015-03-24

(学位授与番号 / Degree Number)

32675甲第350号

(学位授与年月日 / Date of Granted)

2015-03-24

(学位名 / Degree Name)

博士(公共政策学)

(学位授与機関 / Degree Grantor)

法政大学 (Hosei University)

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00011883>

博士学位論文
論文内容の要旨および審査結果の要旨

氏名	鈴木 勇紀
学位の種類	博士(公共政策学)
学位記番号	第566号
学位授与の日付	2015年 3月24日
学位授与の要件	本学学位規則第5条第1項(1)該当者(甲)
論文審査委員	主査 教授 名和田 是彦 副査 教授 杉崎 和久 副査 教授 武藤 博己

自治体における行政広報活動についての研究
～マーケティング視点による統合型行政広報(シティコミュニケーション)への深化～

本審査小委員会は、博士学位申請者鈴木勇紀氏からの博士(公共政策学)学位請求論文「自治体における行政広報活動についての研究」の提出を受けて、慎重に審査を行ってきた。

1 本論文の主題と構成

本論文は、日本における自治体の行政広報活動についての包括的な研究であるが、とりわけマーケティングの視点からの統合型行政広報を提案する政策提案に一つの焦点が当てられた研究である。

本論文の目次は、以下の通りである。

序章

1節 本研究の動機について

2節 行政広報における先行研究について

1章 自治体における行政広報活動

1節 自治体における行政広報活動の歴史

2節 自治体視点による自治体の行政広報

3節 住民視点による自治体広報

4節 自治体の組織内広報の現状

5節 自治体による行政広報の現状

2章 マーケティング活動

1節	マーケティング活動とは
2節	マーケティングの歴史
3節	自治体におけるマーケティング活動
4節	自治体におけるプロモーション活動とは
3章	“広義の行政広報”から“統合型行政広報(シティコミュニケーション)”へ
1節	統合型行政広報(シティコミュニケーション)とは
2節	自治体によるシティプロモーション(セールス)の現状
3節	自治体におけるシティプロモーション(セールス)戦略の比較
4章	自治体における広報・広告活動の事例とその比較について
1節	シティプロモーション実施自治体とそれ以外の自治体の比較～千葉県流山市を例に～
2節	シティプロモーション実施自治体同士の比較～静岡県浜松市と静岡市を例に～
a.	静岡県浜松市の事例
b.	静岡県静岡市の事例
c.	静岡市と浜松市の比較
3節	住民向けシティセールス実施自治体～神奈川県川崎市を例に～
5章	自治体の行政広報のあり方
1節	自治体における行政広報活動の成功要因
2節	自治体の統合型行政広報活動への示唆
	結びにかえて
	参考文献一覧

なお、本論文は、A4版で170ページであり、字数にして約15万字となっている。

2 本論文の要旨

本論文の5章立てで構成されているが、各章毎の内容はおおよそ以下のとおりである。

まず序章では、研究の動機と先行研究について述べられている。先行研究としては、行政広報の研究が始まった1960年代からの先行研究が整理されている。とくに1960年代には、戦前から広告や世論調査の研究を行っていた小山栄三、戦前の一方通行的な狭義の広報に広聴を加え広義の広報を提唱した辻清明、辻の提唱した広義の行政広報活動を発展させ、一般広報と個別広報の整理を行った井出嘉憲が扱われている。1970年代については、住民自身の行政運営への参加との掛け橋的な役割を担う政策広報を提唱した三浦恵次、1990年代には行政の誘導・先導機能を行政広報に求めた本田弘、2000年代ではシティプロモーションについての研究を行っている河井孝仁などの先行研究が扱われている。また、非営利組織のマーケティングという観点よりフィリップ・コトラー(Philip Kotler)が扱われている。こうした先行研究を詳細に検討することによって、自治体の行政広報に関する研究の現状と課題を取り出している。

1章では、これまで自治体で行われてきた「行政広報活動」が整理され、それについての考察が

行われている。1節では1946年ごろを行政広報の誕生の時期とし、以降の日本における広報の歴史が解説されている。その際、行政広報と民間広報の歴史が比較の上で整理されている。また自治体の観光広報の歴史にも触れられており、現在多くの自治体で取り組んでいるシティプロモーションにつながるまでの歴史が整理されている。

2節では、日本都市センターが実施した「自治体広報に関する調査」を中心に、行政広報の現状を考察されている。ここでは、現在の自治体が行っている行政広報活動は、多くの自治体において戦略化されず、具体的なプランニングもされず、ターゲットも明確にされず、効果測定も行われていない現状が指摘されている。

3節では、時事通信社が実施した「自治体広報に関する世論調査」に基づいて、住民視点で行政広報の現状についての考察が行われている。ここでは、4割近い住民に自治体の情報が伝わっていないという事実、また7割を超える自治体では実施した広報施策や広報媒体の評価もできていない事実が明らかにされている。

4節では、自治体の組織内広報について考察されている。ここでは、自治体では縦割り組織であるにもかかわらず、組織内広報が十分ではなく、広報組織が主管する一般広報とそれ以外の組織が担当する個別広報の連携ができていない現状を踏まえ、効率的かつ専門的な広報を行うためにも個別広報も含めて広報組織が担うべきであるという持論が展開されている。

5節では、1章全体を通じて、自治体においては行政広報活動を行う際に、住民の視点、すなわちマーケットの視点がないことに触れ、これからの自治体は現在以上にマーケットを理解し、マーケティングの発想を高めていかなければならないと結論づけられている。

2章では、自治体におけるマーケティング活動についての考察が行なわれている。1節では、コトラーなどの先行研究を中心にマーケティング活動全般について整理を行なわれ、解説されている。

2節では、コトラーの定義を中心にマーケティングの歴史が振り返られている。

3節では、代表的なマーケティングミックスである4P (Product, Price, Place, Promotion) を、現在の自治体の活動にあてはめて考察が行なわれている。そのなかで「行政広報活動」に「プロモーション機能」を付加することにより行政広報活動がより発展的になるのではないかという仮説が立てられている。

4節では、広義の行政広報として行われてきた“住民向け広報・広聴”や、“メディアリレーション”などの一般広報に加え、従来広報組織以外の組織が行ってきた企業誘致広報や住民誘致広報などの個別広報なども行政広報機能のひとつとして捉えるべきだと指摘されており、これらの活動すべてを含めて、新たな自治体の行政広報活動の定義が考察されている。本論文では、地域や住民との共生、既存住民とのリレーションを主とした行政広報を中心に、住民や産業誘致を行う外部広報機能を追加すべきと考えていることから、自治体における“コミュニケーション”の強化と考え、“プロモーション”に偏ったシティプロモーション活動との差異化を図るため、「統合型行政広報(シティコミュニケーション)活動」が提唱されている。

3章では、2章で考察された統合型行政広報(シティコミュニケーション)活動について考察されている。1節では、行政広報活動を住民向けと非住民向けに整理し、従来から行ってきた広義の行政

広報活動を既存顧客である在住住民の愛着の向上のための広報活動を「内部広報活動」とし、自治体における認知や好感度を高め、より多くの定住・交流人口、企業などを獲得する「外部広報活動」に整理されている。

2節では、現在自治体で取り組んでいるシティプロモーションについて、戦略の立案状況や推進体制がベースに整理されている。

3節では、早い時期にシティプロモーションの戦略を立案している仙台市、川崎市、浜松市、新潟市、静岡市の戦略の比較・検討が行なわれている。そこでは、川崎市を除く4市が外部からの人や企業の誘引を中心に行っており、多くの自治体が外部からの誘引をメインの戦略としていることが指摘されている。また、川崎市のように住民の流出を食い止め、定住を促進することを狙っている自治体もあり、自治体によって内部向け外部向けそれぞれの戦略があることが指摘されている。

4章では、実際にマーケティング視点での活動に積極的に取り組んでいる自治体の活動について、その実施内容を検証し、各市の取り組みと結果についての考察が行なわれている。とくに政令指定都市規模の自治体として、静岡県浜松市と静岡市、神奈川県川崎市を、また一般市レベルとして、千葉県流山市の事例について検証が行なわれている。1節では千葉県の流山市が取り上げられ、流山市の周辺自治体が同時期にマーケティング視点での活動を実施していないことからマーケティング視点での活動を実施した自治体としていない自治体の例として考察されている。

2節では、静岡県の静岡市と浜松市が取り上げられ、この両市が同一県内であり、またシティプロモーション(シティセールス)を実施した時期が近いことから、シティプロモーションを実施している自治体同士での比較例として考察されている。

3節では、神奈川県の川崎市が取り上げられ、川崎市が自治体内の既存住民の満足度を上げることで、転出を減らし人口増加を図る戦略であることから、内部広報を中心に行った事例として取り上げられている。結果として、定住人口の増加を目指した流山市は周辺自治体より、定住人口を増やすことに成功し、また交流人口増加を目指した浜松市と静岡市においては、静岡市が浜松市よりも交流人口を増加させている状況であることから、それぞれの戦略の違いと、そこから生まれた結果の差異がまとめられている。また人口の流出を減らすことを目指した川崎市は、人口の流出数が減り、人口の増加に成功したことから、内部広報、外部広報ともに、目的に応じて実施することは自治体にとって大きな価値を持ち、プラスとなる施策であると結論づけられている。

5章では、自治体の行政広報のあり方が考察されている。1節では、4章で紹介した4市の事例をもとに、各自治体の取り組みから成功と失敗の要因を分析し整理が行なわれている。

2節では、本論のまとめとして1節で検証をした成功と失敗の要因をベースに、今後自治体が「統合型行政広報(シティコミュニケーション)活動」を行っていくに際しての提言を行っている。著者は統合型行政広報活動を成功させるためにもっとも大切な要素は、自治体が将来どうなりたいたいかという「想い(ビジョン)」と考えており、そのビジョンを達成するために必要なのが自治体の「広報戦略」と「広報戦術」であると指摘している。また戦略を実行するために必要なものとして、機動性や知識の集約を考えると広報機能は、専門の単一組織で行われることが好ましく、また戦略や

戦術を立て、実行していく過程ではマーケティングの視点が大切であると結論づけられている。

最後に、「結びにかえて」では、自治体は自治体の将来像である〈想い(ビジョン)〉を再確認し、その〈想い〉を実現するための道筋をしっかりと考える必要がある。そのためには自治体自身が自治体の現状を認識し、長所や短所を理解した上で、住民を顧客として考え、そしてマーケティングの視点で経営を行い、戦略を考え、推進していくことが重要であり、未来に向かうためのロードマップを一步一步歩んでいくことが大切であるという結論が述べられている。

3 本論文の特色と評価

本論文は、自治体の広報活動についての研究である。本論文は次のような諸点において、評価しうる価値ある研究であると考えられる。

第1に、本研究は自治体の行政広報活動についての研究であるが、従来の広報活動に関する研究と比較すると、新しい側面が考察対象とされており、その意味では自治体の広報活動に関する先駆的な研究と位置づけることができる。すなわち、自治体の広報活動について、現代적かつ重要な側面に焦点が当てられ、考察されている。具体的にいえば、先行研究の渉獵、歴史の考察、現状の分析・考察、非営利組織における理論、自治体の広報活動における現代적課題の析出、シティプロモーションの考察、多様な側面を有する広報に対応するための統合型広報という新しい枠組みの提案等、自治体の広報活動に関するきわめて貴重な研究である。自治体の広報活動に関する研究に新しい研究成果を追加する研究として評価できよう。

第2に、この研究の背景として、民間企業における広報経験があり、このような研究者自身の経験を学問的に昇華させようとする研究として、高く評価することができる。著者は、外資系企業で長年にわたり広報活動に従事しており、現在も金融系企業において広報活動に従事している。こうした民間企業における経験から自治体の広報活動を考察した研究であり、行政と民間の違いを踏まえた上で分析や考察が行われている。こうした意味では経営の実際と行政の実務を架橋する研究であると評価することができる。

第3に、本論文は社会人大学院生による研究である。博士後期課程は3年が標準とされているが、実際に論文を完成させる年月は、私が見聞きしたわずかな経験でも、5～6年はかかっている。しかも、これまでは専念学生が多かったのであるが、社会人としてのフルタイム労働をしない場合でも、3年間で完成させることは非常に稀であった。指導教員である武藤が研究指導している博士後期課程の院生では、平均して4年程度かかっている。ところが、本論文の著者は2年半で書き上げている。研究職や比較的負担の軽い仕事についているわけではなく、民間企業においてフルタイムで勤務している。研究に使うことにできる時間が少ないにもかかわらず、短期間でこれだけの論文をまとめる能力は高く評価してよいと考えられる。

こうした点について、本研究は評価できるとはいえ、課題として指摘すべき点も多い。

まず第1に、……省略……。

第2に、……省略……。

第3に、……省略……。

また、……省略……。

第4に、……省略……。

しかしながら、こうした課題があるとはいえ、審査小委員会としては、本論文がオリジナリティを備えた、価値ある研究業績であり、研究者としての研究能力を実証するに十分な業績であり、博士の学位を授与するに値する業績であると認めるものである。

4 口頭試問

審査小委員会は、2015年1月15日に鈴木勇紀氏の口頭試問を実施し、その論文を中心とし、それに関連のある学識確認の試問を行った結果、同氏が博士学位の授与に値する学識と研究能力を持っていると判定した。

5 結論

以上を踏まえ、本審査小委員会は、鈴木勇紀氏が、研究能力並びに学位論文に結実した研究成果の到達度の両面において、博士(公共政策学)の学位を受けるに十分値するものと判断した。

以上