

第2次広報・啓発活動 事業計画書

伊那市社会福祉協議会

平成 29 年～平成 31 年

ふれあい、支えあい、助け合う、お互い様の地域づくり



伊那市社会福祉協議会
イメージキャラクター
あいなちゃん

1、 計画策定の主旨

(1) 計画策定の主旨

伊那市社会福祉協議会（以下「本会」）は「経営基盤確立計画」、「伊那市地域福祉活動計画」に基づき、住民参加と社会福祉団体その他の関係機関との協働による「ふれあい、支えあい、助け合う、お互い様の地域づくり」を目標とし、地域福祉の一層の推進を図ることを目指しています。

地域福祉の推進を始め、多種多様な福祉事業・活動に取り組んでおり、その活動は社協会員である住民の皆さんによって支えられています。したがって、住民に事業を正確に伝え透明性を確保することは、公益性・公共性の高い事業を行う本会の使命です。

広報は、社会と良好なコミュニケーションを図り、良好な信頼関係を構築しようとする包括的な活動です。「沈黙は評価されない」ということを念頭に、事業の説明責任と啓発活動の使命を果たすため、計画的かつ組織的に広報活動をしようと、本会は「第1次広報・啓発活動 事業計画書（平成26年度～平成28年度）」を策定しました。その計画によって、広報委員会の立ち上げや、ホームページのリニューアルなどの成果を得る事ができました。

今回の「第2次広報・啓発活動 事業計画書（平成29年度～平成31年度）」は広報・啓発活動を引き続き行い、更に現状に即した事業が行うことができるよう計画を立てました。

(2) 計画の性格

本計画は、本会の理念に基づいた広報活動の目的を明確にし、広報活動の課題整理や、具体的な広報活動の方向性を掲げています。本会職員が住民に発信していく具体的な広報内容を共有でき、円滑な広報活動が行えるようにするために策定するものです。

また、この計画の実施期間は、平成29年度より3年間とします。

なお、本会は下記の内容を広報・啓発します。

項目	内容
「福祉情報の周知」	障害者や高齢者の支援制度やサービスの利用状況、事業者の情報などの具体的な福祉情報が、住民、とくに情報を得る機会が限られている利用者自身に十分伝わるよう、丁寧な情報伝達の配慮をする。
「広報活動の充実」 「社会福祉協議会の事業説明」	本会の活動内容を住民に伝えるため、社協報、ホームページ（以下HPとする。）、ケーブルテレビ広報番組「きらきら☆ふくし」などにより広報する。社会福祉法人の特殊性もあって、活動内容が伝わるよう工夫する必要がある。
「職員採用に関わる社協活動のPR」	「第2期経営基盤確立計画（平成27年4月～）」に新たに盛り込まれた指針。人材確保の面で、求職者が求める情報を発信していく必要がある。

2、広報・啓発活動の目的

(1) 本会のキャッチコピー

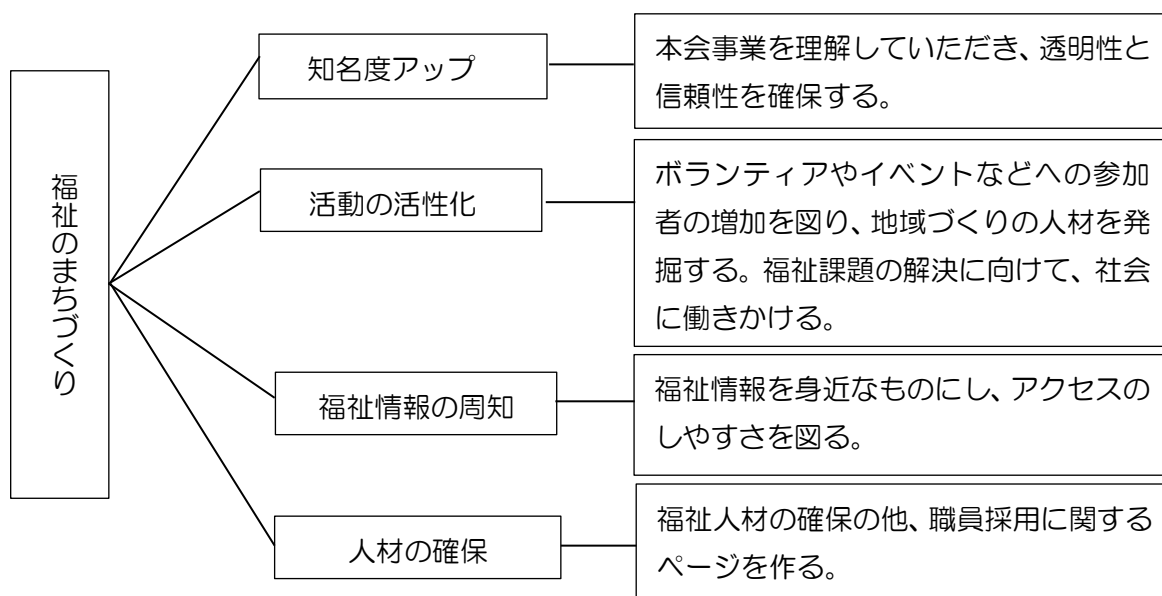
「ふれあい、支えあい、助け合う、お互い様の地域づくり」

(2) 活動の基本的事項の整理

①	本会が目指す 展望や構想	目標：地域の人々の幸せな暮らしを実現する 組織目標：「ふれあい、支えあい、助け合う、お互い様の地域づくり」
②	市民に対する 約束や提言	○「組織を持続的に発展させ、福祉のまちづくりに貢献します」（経営理念） ○「地域で暮らす個人の課題解決のため、地区・地域社協などとも連携しながら、新たな福祉ニーズの掘り起し等に努め、一人ひとりの思いにそった相談・支援に取り組みます。」（事業展開の方向性）
③	社会に与えようと 想定している印象	「地域の生活課題を受け止め、相談・支援や解決につなげ、誰もが安心して暮らすことができる地域に根ざした福祉のまちづくりをする組織」（全社協の行動宣言より）
④	人的又は経験的な 資産	○福祉関係資格保持者多数 （社会福祉士、介護福祉士、看護師、精神保健福祉士、介護支援専門員等） ○高齢者関係事業、障害者関係事業に長年従事し経験豊富な職員が多数 ○ボランティア活動者、ボランティア団体、福祉団体とのつながり ○県社協、行政、地域の福祉施設、病院などの機関との連携 ○区、地区・地域社協などの住民自治組織とのつながり

3、広報・啓発活動の方針

前項について、本会は福祉の現状や魅力等を市民に発信することで、本会の経営理念である「福祉のまちづくり」の実現を果たします。その「福祉のまちづくり」を実現するための広報を行うために、以下の4つの方針で広報活動を推進します。



4、広報の内容

(1) 知名度アップ

本会活動そのものを市民に知っていただくことを目的とし各事業を広報します。事業の説明責任を果たし、透明性と信頼性の確保を図ることがイメージアップにつながります。「身近な社協」を目指し、本会キャラクター「あいなちゃん」の親しみやすさを有効に活用します。

①事業広報（社協活動全般）

法律での設置目的	本会の具体的な事業
1)社会福祉に関する活動への住民参加のための援助	地域福祉推進事業、ボランティア・地域活動応援センター事業等
2)社会福祉を目的とする事業の企画及び実施	介護保険事業・障害者総合支援法事業、ふれあい相談センター、日常生活自立支援事業、くらしの安心サービス、上伊那成年後見センター、伊那市生活就労支援センター（まいさぽ伊那市）、誰でも集える居場所（フリースペース）事業「ぷりむら」等
3)社会福祉を目的とする事業に関する調査、普及、宣伝、連絡、調整及び助成	社会福祉大会、ふれあい広場、ふくし伊那の発行、福祉の日啓発事業（有線放送）、CATV きらきら☆ふくし等
4)その他社会福祉を目的とする事業の健全な発達を図るために必要な事業	生活福祉資金の貸付、赤い羽根共同募金等

②商品広報

本会の事業の中でも商品・サービス広告という性格が強い広報活動があります。商品・サービス広告とは、本会の自主製品やサービスの促進（マーケティング）の一環として行われるコミュニケーション活動です。本会では下記の2つが該当します。

- 1) 障害者就労支援センターの自主製品（年賀状販売、入園準備品、ビーズ・布製品等）、販売会紹介
- 2) 介護保険事業等の福祉サービス

サービスの受け手はライフスタイルに合った商品を選ぶ傾向があり、メディアやインターネット等の多様な媒体から情報を収集したうえで判断することが予想されます。サービスの受け手の情報収集手段を考慮したうえで、様々な手法を用い商品に対する認知や理解を深める必要があります。

事業広報と商品広報はそれぞれの部署で行うことがありますが、情報の受け手である住民はどちらも「伊那市社会福祉協議会」から発信されている公式な情報として捉えます。どちらの広報も本会の中では互いに緊密に連携し、統合されている必要があります。

（２）活動の活性化

①イベントや講座などの周知

本会では様々な企画を立て、多くの市民にご協力をいただきながら事業を進めています。本会が主催するイベントや講座、研修会などへの参加者増加は、地域づくりの人材の発掘に繋がり、福祉のまちづくりに欠かせません。また、市民にとっても、適切な時期に正確な募集情報はなくてはならないものです。さらに、情報へのアクセスのしやすさも求められますので、計画的に媒体を活用して広報する必要があります。

・ふれあい広場	・ボランティア募集、ボランティア講座
・伊那市社会福祉大会	・ふれあい交流バス
・生活支援サポーター養成講座	・伊那市ボランティア研究集会
・まちの縁側サミット	・成年後見セミナー
・地区・地域社協役員研修会	・介護者交流会
・エンディングノート講座	・デイサービスセンター等の行事 など

②福祉課題の解決に向けて

本会は地域生活を支える専門職の集まりです。したがって、地域住民が抱える福祉課題（ニーズ）を、専門的な視点と方法で社会全体に伝達する使命があります。

具体的には、社会資源の創出、住民主体の参加促進、政策提言などの方法が想定されます。生活環境が改善されるよう、社会に対して問題提起を行い世論を喚起します。

このように、社会への働きかけを行う際、広報媒体やメディアの活用を積極的に行います。

（３）福祉情報の周知

住民が望む福祉サービスを適切に受けることができるよう、あらゆる方法で丁寧な情報伝達が必要です。病気や障害、制度や資格などの福祉に対する正しい知識を促すために、関係機関などと連携し、福祉情報を周知することで、「福祉のまちづくり」を実現します。

また、地域の福祉課題を問題提起し、地域住民の身近な課題であると理解され、共感を得られるよう広報を行っていきます。

（周知内容の例）

高齢者	介護に関する事、活動、施設、制度
障害者	障害についての理解、情報伝達、趣味、仕事、制度
子ども	子育てサークルの紹介、学校の福祉活動、制度
地域	地域社協の活動、ボランティア活動
福祉課題	災害、独居高齢者、生活困窮
その他	制度、専門職

（４）優秀な人材の確保

本会で必要とする資格を持つ人材を募集しても、応募がほとんどない現状で、同様に優秀な若い人材の確保が課題となっています。原因としては、「社協活動の内容が分かりにくい」ことが挙げられます。職員の生の声が聞ける機会を設けたり、「働きやすさ」や「やりがいのある職場環境」を、求職者の目線で訴えていきます。

５、広報・啓発活動の現状と今後の取り組み

（１）現在の広報活動

本会では主に「ふくし伊那」「有線放送」「HP」「きらきら☆ふくし」の４つの媒体を使って広報活動を行っています。ここではそれぞれの媒体の現状と今後の取り組みを整理します。

広報媒体	メリット	デメリット
ふくし伊那	・毎月一回、定期的に発行される。 ・町内会加入世帯に配布されている。また、公共施設にも置かれており、手頃かつ市内全域で情報を得ることができる。 ・幅広い年齢層が読んでいる。	・ページ数に制限があり情報量に限界がある。 ・情報収集から発行まで２～３ヶ月かかる。 ・構成内容は担当職員が決めているため、情報に偏りがある。
	《方針》 ・年度事業計画に基づき、重点事業を優先に掲載する。 ・年間計画を立て、福祉情報の周知に関する記事を掲載する。 ・各部署の情報を計画的に掲載する。	
有線放送	・毎月第一火曜日の朝・夕放送している。 ・手頃に情報を得ることができる。 ・幅広い年齢層で聴かれる。	・高遠町、長谷、非契約世帯は聞けない。 ・月１回のみでの放送であり、耳から得る情報のため、情報が記憶に残りにくい。 ・月によって内容量にばらつきがある。
	《方針》 ・各事業所の紹介や福祉情報を分かりやすく周知する検討。	
HP	・PC、スマートフォン等で簡単に閲覧可能。 ・詳細な資料、写真や動画など、様々な情報が集約できる。 ・様式のダウンロード等利便性が図れる。	・更新にある程度、専門的な技術や知識が必要である。 ・年配者やインターネット環境が無い人は見ることができない。
	《方針》 ・「きらきら☆ふくし」や、動画の配信方法の検討 ・デザイン性やレイアウトを向上し見やすくする ・SNS 登録者数の増加 ・各事業所の更新を増やし、更新頻度を高める ・職員採用に関するページの作成 ・災害時の運用方法を職員と共有する	
きらきら☆	・１週間に１２回放送。二週間ごとの更新。	・非契約者は視聴できない。

ふくし	・多くの伊那市民が視聴している。 ・雰囲気や臨場感などが映像で伝わる。	・肖像権等があるため、撮影の許可を慎重にとる必要がある。
	《方針》 ・広報委員会で年間計画を立て、それに沿って番組を制作する。 ・状況に合わせて最新の情報を的確に放送できるよう調整する。 ・開かれた番組制作をめざし、制作過程で多くの意見を取り入れる。 ・視聴者が楽しめ、見ていて飽きないようなテンポの良い番組作りを心掛ける。	

(2) その他

①対外的な広報の方法

上記広報媒体の他、事業担当者が以下の方法でPRをします。

- ・チラシの作成、配布（支所、学校、ボランティアサークル等）
- ・伊那市福祉まちづくりセンター内の掲示板活用（トイレや会議室等の掲示板への掲載検討）
- ・プレスリリースによるメディアの活用（新聞、ケーブルテレビ、フリーペーパー）

②組織内広報

組織にとって同じ理念を持ち、職員が同じ目標に向かってベクトルを合わせるために、意識的に事業所の情報を提供することも、広報を行う上で重要です。

- ・事業所のお知らせ、お便り（個人情報に注意する）
- ・チラシ
- ・新聞記事

③職員間の連携（ふくし広報委員会の設置）

各部署のコミュニケーション不足を解消し、広報担当者と事業所との連携を進めます。

- ・委員からの情報提供
- ・各広報媒体の計画に対する意見参集
- ・広報効果の確認、改善に向けた話し合い

【メディア別の分類表】

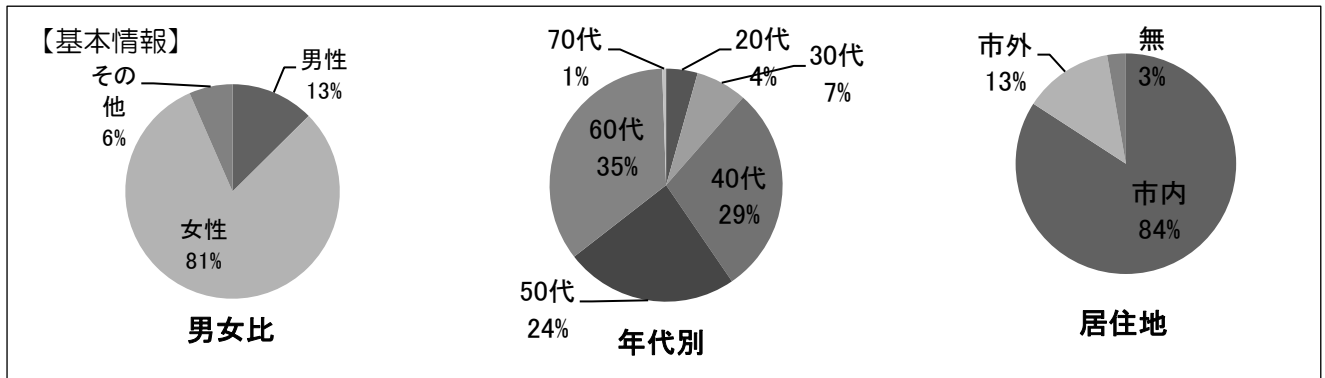
	メディアの種類	対象	特徴	ポイント
コ ミ ス	新聞	比較的高齢層	信頼性が増す、新しい層の開拓に有効	知名度アップ
	テレビ	比較的高齢層	遡及力は圧倒的	知名度アップ
	専門誌	関心層	掲載率が高い	記者との関係重要
	フリーペーパー	関心層	詳細まで記載が可能	イベント告知向け
イン ター ネ ット	ウェブサイト	関心層・会員	定期的に直接お知らせできる	イベント告知向け
	SNS	関心層	口コミ効果で情報が拡散しやすい	イベント告知向け
紙 媒 体	機関誌	地域全戸	魅力的であれば遡及力大／コスト大	全てに有効
	チラシ	関心層	配布場所に左右される	イベント告知向け
	ポスター	広く一般	掲示場所に左右される	キャンペーンなど
	ダイレクトメール	会員・関係者	手に取る可能性高	全てに有効

【調査概要】

回答者 : 183 名

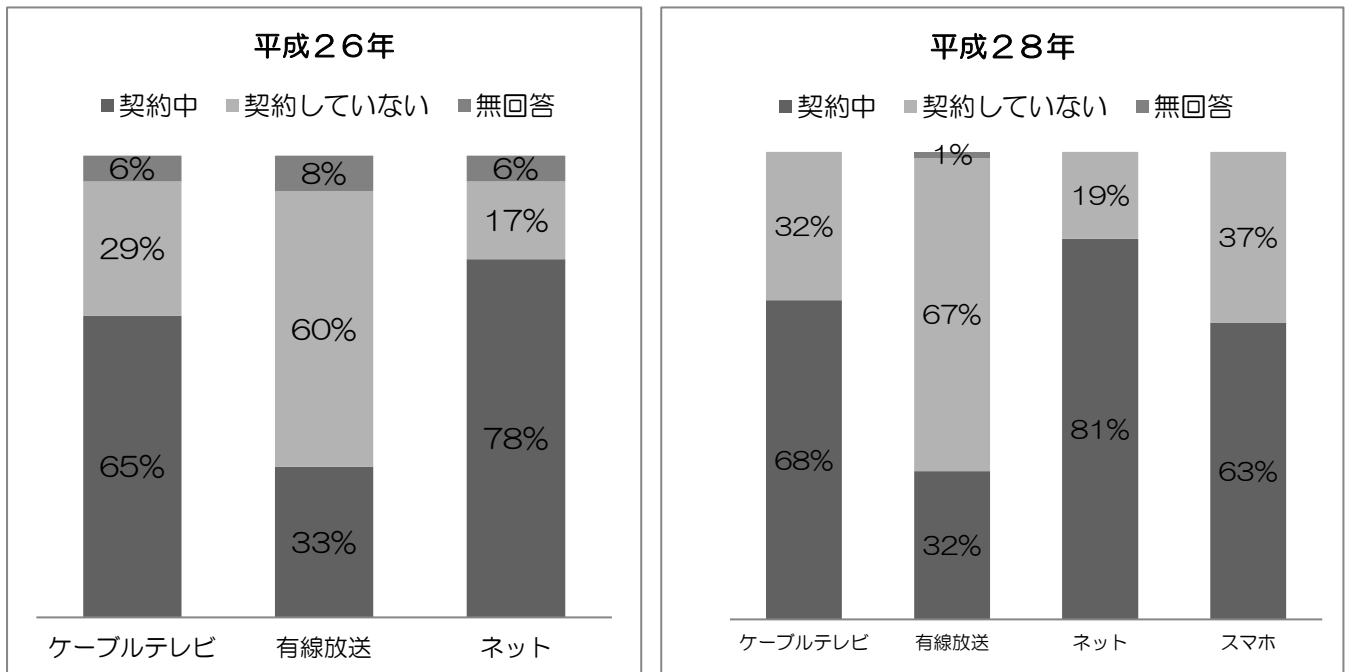
調査方法 : 事業所、勤務形態関係なく同一のアンケートを配布

調査期間 : 平成28年12月13日～12月27日



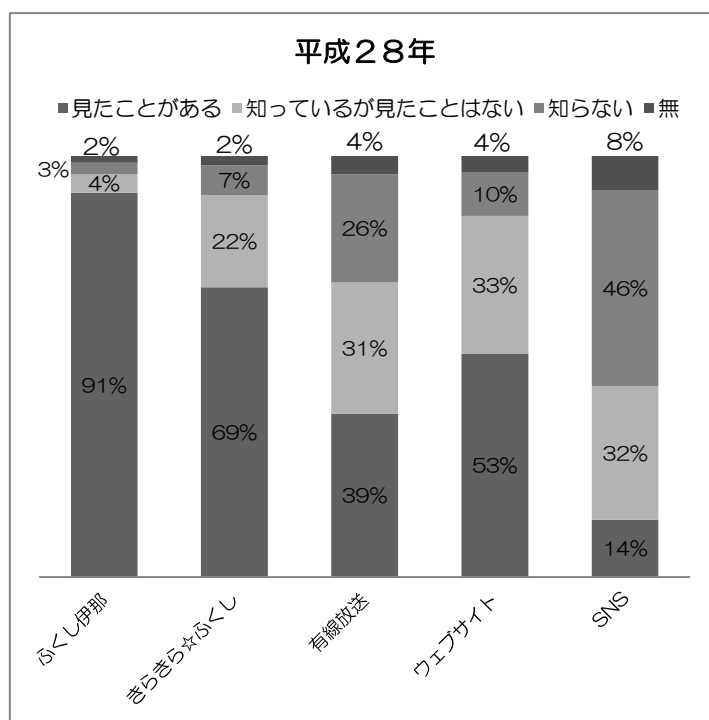
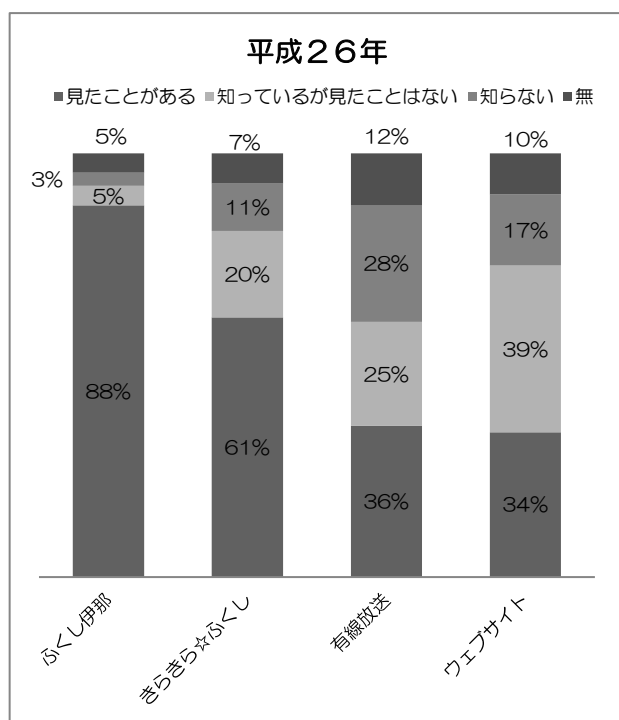
第1次広報・啓発活動事業計画書を作成する準備段階で行った、「広報に関する社協職員アンケート」と、同じ項目を比較しました。

【広報媒体の契約割合】



有線放送は非契約者数が微増。ケーブルテレビ、インターネット契約者数が微増している。

【広報活動の認知度】

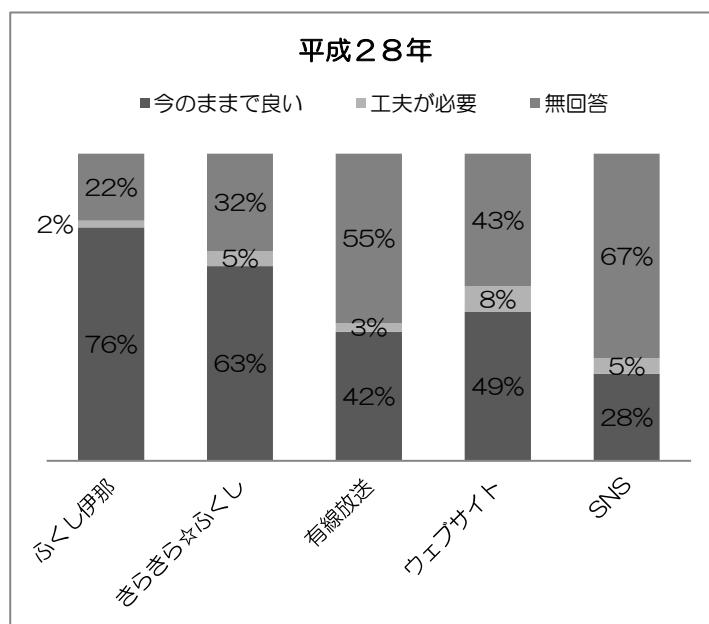
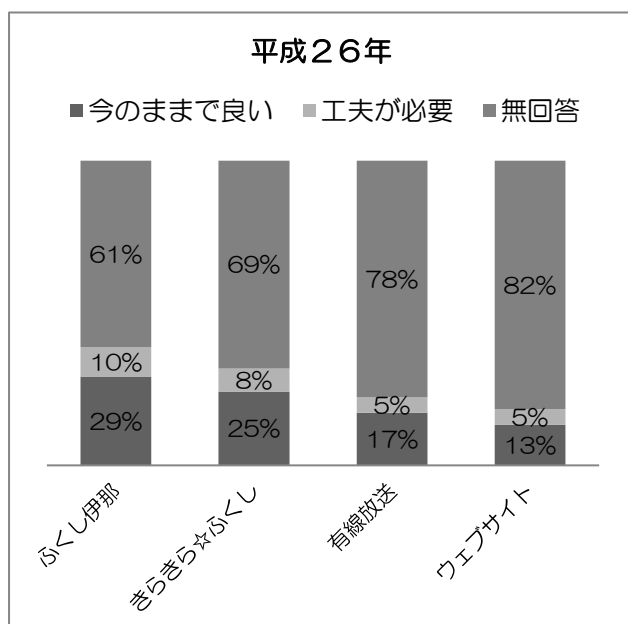


全てにおいて認知度は増加している。特にウェブサイトは19ポイント認知度が上がっている。

ネット環境が整い、スマートフォンの普及率が上がっているにも関わらず、ウェブサイトやSNSの認知度は低い。

ふくし伊那、きらきら☆ふくしの認知度が高く、定着している。

【現状の広報活動に対して】



全てにおいて「今のままで良い」と回答した職員は増加している。更に、「工夫が必要」と感じている職員は減少している。普段身近ではない広報媒体に対しては、「無回答」が多い。