

三重県広聴広報アクションプランについて

1. 対応方針

平成27年3月に成立しました「三重県広聴広報アクションプラン」について、基本的な考え方である「県民との接点の拡大と充実」の実現に向けて、平成27年度はさらに全庁一体となった取組を推進していきます。

2. 平成27年度の取組（メディア別）

【共通事項】

○は、アクションプラン関連予算です。

プランに掲げる 具体的取組	平成27年度の取組内容及び進捗状況
政策と広聴広報の 一体的取組	<p>【取組内容】 <u>広聴広報課が部局の「ハブ」として政策(事業)と広聴広報活動を一体的・戦略的に総合調整を行い、メディア連携やプロモーションなどを組織横断的にマネジメントできるよう、外部専門家のノウハウを活用します。</u> ○平成27年度予算：16,200千円 [事業名]戦略広報支援業務 (取組1)認知度向上・イメージアップに向けた広聴広報活動の統括 (取組2)広聴広報活動に関する部局・事業者へのアドバイス (取組3)メディア活用に対するアドバイス ほか</p>
担当職員の配置等による広聴広報課の 総合調整機能強化	<p>【進捗状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受託者:株式会社 CAP(兵庫県神戸市) ※広島県、京都府の戦略広報の展開、観光プロモーション等に関わる。 ・担当者:北村啓司(プロデューサー) ・週2日の予定で庁内のアドバイザー業務を実施
統一感ある 広聴広報活動による 認知度向上	<p>【取組内容】 本県の認知度向上・イメージアップを図り、販路拡大や誘客につなげていくため、<u>本県に関する興味・関心を強烈に喚起するプロモーションを展開します。</u> ○平成26年度予算(2月補正)：34,162千円 ※国の「地域住民生活等緊急支援のための交付金」 [事業名]三重の認知度向上・イメージアップにかかる戦略広報業務 (内訳1)地方創生先行型:4,423千円 ・三重の魅力を伝えるクリエイティブ(映像・画像)コンテンツ制作 ・プロモーション用ポータルサイト制作・運用 (内訳2)地域消費喚起・生活支援型:29,739千円 ・消費喚起にかかるプロモーション展開</p> <p>【進捗状況】 4月17日(金)に最優秀提案者が決定し、夏休み戦線に向けた効果的なプロモーションを展開するため、今後、関係部局との協議・調整を行います。</p>

プランに掲げる 具体的取組	平成27年度の取組内容及び進捗状況
新たな 汎用広聴システム 導入の検討	<p>【取組内容】</p> <p>新たな汎用広聴システムとして、ターゲットを絞った事業評価が可能となるよう、QRコードなどICTを活用した簡便で拡張性の高いアンケートシステムを導入します。</p> <p>○平成27年度予算：4,196 千円</p>
広聴広報関連庁内会 議の開催	<p>【取組内容】</p> <p>広聴広報戦略会議、広聴広報会議を設置し運用します。</p> <p>【進捗状況】</p> <p>4/13 第1回広聴広報会議 4/17 第1回広聴広報戦略会議開催</p>

※【進捗状況】がない項目は、仕様等を検討している段階です。

【所有するメディア（オウンドメディア）】

種類	プランに掲げる 具体的取組	平成27年度の取組内容及び進捗状況
ウェブ	ウェブサイトにお ける「質」の高い 情報発信	<p>【取組内容】</p> <p>県ウェブサイトは、平成26～27年度にかけてシステムの抜本的な見直しを実施し、平成28年4月にリニューアルします。</p> <p>【進捗状況】</p> <p>・現行システムから新システムへのデータ移行を部局別を実施</p>
ウェブ	インナー広報の 強化	<p>【取組内容】</p> <p>広聴広報課イントラサイトやメールマガジンの発行等、広聴広報に対する職員の意識啓発を促し、職員の自分事化を促進します。</p> <p>【進捗状況】</p> <p>・職員の広聴広報力向上に向けた効果的な取組を検討中</p>
県政だより みえ (紙・デー タ放送)	「県政だより み え」による情報 発信の充実	<p>【取組内容】</p> <p>「県政だより みえ」について、写真・図表やイラスト等のビジュアルに強い紙版では政策的内容を、速報性がありアクセスが容易なデータ放送版ではイベントやお知らせ情報の掲載を充実させるなど、メディアの特性を生かした情報発信の充実を図ります。平成27年度は検討・準備期間で、平成28年度から実施予定</p>

※【進捗状況】がない項目は、仕様等を検討している段階です。

【信頼や評判を得るメディア（アールドメディア）】

メディア	プランに掲げる 具体的取組	平成27年度の取組内容及び進捗状況
ソーシャル メディア	ソーシャルメディアの積極的な活用	<p>【取組内容】 全庁版(広聴広報課所管)のソーシャルメディアの活用について検討し、本県の知名度・イメージアップに努めます。</p>
パブリ シティ	「県民に正しく 伝わること」を追求したプレスリリース(報道発表資料)の提供	<p>【取組内容】 「<u>記者に記事やニュースとして取り上げてもらうことにより県民に正しく伝わること</u>」を追求したプレスリリースの作成に取り組みます。 主に、 (1)広聴広報課から各部局に対する支援の充実 (2)効果的な業務プロセスの構築 (3)記者との接点強化を中心とした意識啓発や研修事業の実施 に取り組みます。</p>

※【進捗状況】がない項目は、仕様等を検討している段階です。

三重県広聴広報アクションプラン

【参考】

【県政を取り巻く環境変化と広聴広報活動】

- (1)「協創」の三重づくりを進める広聴広報活動
- (2)県の知名度・認知度向上、イメージアップを図る広報活動
※地方創生(地方創生先行型・地域消費喚起)
- (3)コミュニケーション構造の変化に対応した広聴広報活動

【三重県広聴広報アクションプラン】

- (1)基本方針の行動計画
- (2)計画期間:平成26~28年度
- (3)構成:基本的な考え方、クリエイティブ戦略、メディア戦略の3つで構成

【三重県広聴広報基本方針】(平成25年2月策定)

- (1)戦略的・計画的な広報活動の実施
- (2)政策形成につながる広聴活動の実施
- (3)職員の広聴広報力の向上

基本的な考え方:「県民との接点の拡大と充実」

マーケティングとしての広聴広報活動

「県民が真に求めるサービスを作り、その情報を効率的に届け、県民が最大の効果を得られるようにする」
県民との接点の拡大と充実に取り組み、本県に対する県民の理解や共感、信頼を獲得することで、「県民」から「三重県ファン」として長期にわたる強固な関係性に発展させていく。

※「県民」→県内外の個人や団体、企業をはじめ、県が広聴広報活動を行う対象の総称

クリエイティブ戦略

伝わるメッセージづくり

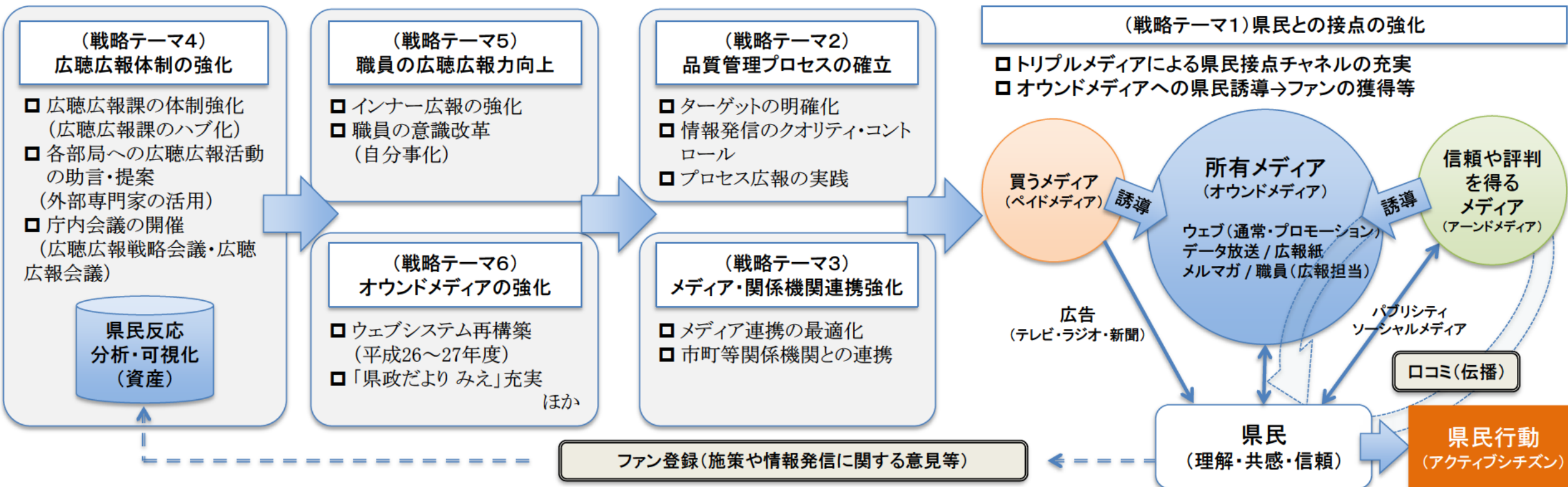
ただ「伝える」だけではなく、「伝わる」メッセージとなるよう、情報発信のクオリティ・コントロールに取り組む。

メディア戦略

伝える場の確保

「トリプルメディア」の考え方を取り入れ、県民との接点をメディアとして捉え直し、広聴広報活動全体を設計していく。

6つの戦略テーマと具体的取組



人材と変革の視点(長期にわたる)
【職員の自分事化】

業務プロセスの視点
【政策と広聴広報の一体化】

県民の視点
【対象の見える化】