

三重県広聴広報アクションプラン（改訂版）＜最終案＞の概要

1 基本事項

県政を取り巻く状況変化（少子高齢化、人口減少等社会環境の変化、サミット開催による知名度・認知度の向上）やSNS等コミュニケーション構造の変化に対応し、県民による県政への積極的な参画や、国内外へ効果的なプロモーションをさらに展開するため、「みえ県民カビジョン 第二次行動計画」の個別計画として、「三重県広聴広報基本方針」をふまえた、「三重県広聴広報アクションプラン（改訂版）」（以下「アクションプラン」という）を策定します。

- 計画期間：平成 29 年度から平成 31 年度（3 か年）
- 基本的な考え方：「県民との接点の拡大と充実」
- 取組視点：「質の高い情報コンテンツづくり」「メディアの効果的な活用」

2 本県の広聴広報活動における課題

（1）前回のアクションプランで残された課題

- ・プロモーション活動の強化
- ・より効果的なメディア連携による情報発信の推進
- ・戦略的な広聴広報活動の実現に向けた庁内機能の強化

（2）「第 6 回みえ県民意識調査」の独自調査により明らかになった課題

- ・「県情報が得られている」と感じる県民の割合が昨年度と同等の 30%に留まった。
- ・上記の実感が、他の属性と比べて低い属性（未婚、離別、死別、単独世帯、世帯収入 300 万円未満）があった。
- ・「情報を入手する手段」は、世代間で大きな差があった。
- ・「県情報を入手する手段」として、「県政だより」「パブリシティ」以外の媒体は 20%以下に留まった（特に、データ放送は 2.2%）。また、30 歳代以下では「特に県の情報を得ていない」と回答する割合が高かった。

3 戦略テーマに基づく取組

「アクションプラン」では、課題から導き出された 3 つの戦略テーマに基づき、取組を進めていきます。

◆戦略テーマ 1 戦略的なプロモーションの推進

首都圏・関西圏でのプロモーション、「つづきは三重で」による総合的なプロモーション、海外三重県フェアや MICE、オリンピック・パラリンピックキャンプ地誘致に向けたプロモーションなど、「三重県営業本部」を中心に、市町等とも連携し、国内外へのプロモーション活動を展開します。

【主な取組】

- ・トップセールスによるプロモーション活動
- ・メディアに応じた情報提供、テレビ番組や雑誌掲載等の誘致
- ・「三重まるごと自然体験ネットワーク」参加団体と連携した県内外でのイベント
- ・市町と連携した海外国や競技団体に対するプロモーション活動

◆戦略テーマ2 メディアの強化・活用

各メディアによる情報発信を強化するとともに、各メディアの特性や役割をふまえたうえで、適切な時期に最適なメディアによる広聴広報活動を展開します。

【主な取組】

- ・各部局の広聴ツールを活用した広聴活動
- ・広報紙・データ放送の効果的な活用
- ・ウェブサイトを活用した情報発信の強化
- ・パブリシティによる情報発信の強化
- ・ソーシャルメディアの効果的な活用
- ・電波、新聞等、それぞれの特性を生かした情報発信

◆戦略テーマ3 「質」の高い情報発信に向けた体制づくり

「広聴広報会議」「広聴広報戦略会議」を活用し、広聴広報活動に関する情報共有や事業間連携を行うとともに、庁内広報の充実や研修の実施等、戦略的、計画的な広聴広報活動の体制を強化していきます。

【主な取組】

- ・主要事業にかかる各部局での「年間広報計画」の策定
- ・各広聴ツールで寄せられた意見等を施策に反映できる体制の構築
- ・誰もが情報を得られるよう、情報の保障の取組
- ・多様化するリスクに対してのマニュアル等の策定及び訓練の実施

◎評価指標（数値目標）

県民指標：得たいと思う県情報が得られている

と感じる県民の割合

H31：50.0%〔第二次行動計画・県民指標〕

戦略テーマ1：県広報プロモーションのファン数 H31：42,000人〔 〃 ・活動指標〕

戦略テーマ2：県民等による県政情報の拡散件数 H31：123,000件〔 〃 ・活動指標〕

戦略テーマ3：情報共有サイト年間アクセス件数 H31：100,000件（H28：87,163件）

4 推進方法

各部局の「年間広報計画」に基づき、情報共有や事業間の連携について調整することで、全庁一体となった、適切で効果的な広聴広報活動を展開していきます。

また、戦略テーマごとに設定した評価指標の目標達成状況及び具体的取組の進捗状況について、PDCAサイクルによる評価・改善を行います。

5 今後の予定

6月の戦略企画雇用経済常任委員会で「三重県広聴広報アクションプラン（改訂版）」＜最終案＞を報告します。