

## 第1章 アクションプラン策定の背景

### 1. 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

少子高齢化や人口減少等社会環境の変化により、広聴・広報機能の充実を図ることで、県民による県政への積極的な参画を促す。

#### (2)知名度・認知度向上を生かした広報活動

伊勢志摩サミットの開催により、「日本の文化聖地」として向上した県の知名度・認知度を生かして、効果的なプロモーションを展開していく。

#### (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

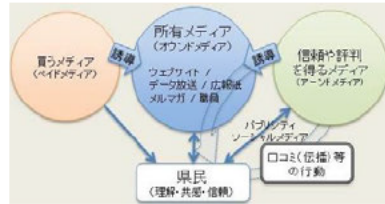
スマートフォンやSNSの普及に伴い、コミュニケーション構造が「受けて主導」へ変化中、これらに対応したメディア活用等に取り組む。

## 2. 本県の広聴広報活動における現状と課題

### (1)広聴広報活動の現状

トリプルメディアの考え方を導入した広聴広報活動を実施

【トリプルメディアのイメージ図】



### (2)前回のアクションプランにおける主な成果と残された課題

前回の取り組みの成果と課題を検証  
※成果と課題の詳細は裏面参照

### (3)「みえ県民意識調査」について

- ①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
  - ☞ **全体の30%**
  - ・上記の実感が**他の属性と比べて低い属性**
  - ☞ **配偶関係:未婚・離別・死別 世帯類型:単独世帯 世帯収入:300万円未満**
- ②さまざまな情報を入手する手段
  - ・情報を入手する際に頻繁に活用しているメディア
  - ☞ **テレビ(82.6%) 新聞(61.9%) インターネット(47.0%)**
  - ・世代間で利用率に大きな差があるメディア
  - ☞ **利用率が高いメディア: 新聞(50歳代以上) インターネット(40歳代以下) SNS(18~20歳代)**
- ③三重県が提供している情報の入手手段
  - ・県情報の入手手段
  - ☞ **県政だより(69.0%) パブリシティ(45.7%)**
  - ・「特に県の情報を得ていない」と回答する割合
  - ☞ **30歳代以下(29.4%) 70歳代以上(7.9%)**

### (4)成果と課題の検証及び「みえ県民意識調査」により明らかになった主な課題

- ①プロモーション活動の強化
  - サミットにより向上した県の知名度・認知度を生かし、「オール三重」でのプロモーション活動を強化。
- ②さらなるメディア活用の検討
  - 広報ツールの認知度向上、発信情報の質の向上及びメディア間の連携等、メディア活用の最適化。各属性別で強みのあるメディアの利用率向上。30歳代以下の若年層に向けた情報発信のあり方。
- ③戦略的な広聴広報活動の実現に向けた庁内機能の強化
  - 情報収集・発信、危機管理等業務等業務プロセスの確立、マネジメント機能をさらに強化。

## 第2章 アクションプランの基本事項

### 1. アクションプランの位置付け

#### (1)みえ県民カビジョン 第二次行動計画等との関係

アクションプランは、「みえ県民カビジョン 第二次行動計画」の個別計画。

#### (2)計画期間

3か年(平成29年度~平成31年度)

#### (3)県民の捉え方

県内外の個人や団体、企業等、県が広聴広報活動を行う対象の総称。

#### (4)アクションプランの体系

4.の取組視点を基に、3.の戦略テーマで具体的な取組を展開。

### 2. 基本的な考え方

#### 「県民との接点の拡大と充実」

県に対する理解や共感、信頼、県政への積極的な参画等が得られるよう、「県民との接点の拡大と充実」に向けた広聴広報活動を展開。

### 3. 2つの取組視点

視点1:質の高い情報コンテンツづくり

視点2:メディアの効果的な活用

### 4. 3つの戦略テーマ

戦略テーマ1:戦略的なプロモーションの推進

戦略テーマ2:メディアの強化・活用

戦略テーマ3:「質」の高い情報発信に向けた体制づくり

### 5. 推進方法

「年間広報計画」を基に、「広聴広報会議」等で、情報を共有等することで、全庁一体となった、適切で効果的な情報を発信。

評価指標の目標達成や取組の進捗状況を、PDCAサイクルにより評価・改善。

2つの視点・3つの戦略テーマで展開

## 第3章 戦略テーマに基づく取組

### 戦略テーマ1:戦略的なプロモーションの推進

#### (1)国内におけるプロモーション活動

- ①首都圏・関西圏におけるプロモーション活動
- ②大都市部のメディアを対象としたプロモーション活動
- ③その他プロモーション活動

#### (2)海外に向けたプロモーション活動

- ①海外ミッション・海外三重県フェア等によるプロモーション活動
- ②インバウンドやMICE、オリンピック・パラリンピックのキャンプ地誘致に向けたプロモーション活動

### 戦略テーマ2:メディアの強化・活用

#### (1)所有するメディア(オウンドメディア)による広聴広報活動

- ①広聴活動
- ②広報紙・データ放送の効果的な活用
- ③ウェブサイトを活用した情報発信の強化

#### (2)信頼や評判を得るメディア(アーンドメディア)による広聴広報活動

- ①パブリシティによる情報発信の強化
- ②ソーシャルメディアの効果的な活用

#### (3)買うメディア(ペイドメディア)による広聴広報活動

- ①電波広報(テレビ・ラジオ)
- ②新聞広告
- ③その他広報等

#### (4)その他メディアによる広聴広報活動

#### (5)メディアミックスによる広聴広報活動

### 戦略テーマ3:「質」の高い情報発信に向けた体制づくり

#### (1)広聴広報課のマネジメント機能の強化

- 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推進体制の強化

#### (2)職員の広聴広報力の向上

- ①庁内広報の推進②各種研修の実施

#### (3)情報の保障

#### (4)リスク管理

#### ◆評価指標(数値目標)

#### 行政運営5「広聴広報の充実」

目標項目	28年度	29年度	30年度	31年度
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(%)	30.0	37.0	44.0	50.0

#### 戦略テーマ1

目標項目	28年度	29年度	30年度	31年度
県広報プロモーションのファン数(人)	40,721	41,000	41,500	42,000

#### 戦略テーマ2

目標項目	28年度	29年度	30年度	31年度
県民等による県政情報の拡散件数(件)	61,768	75,000	100,000	123,000

#### 戦略テーマ3

目標項目	28年度	29年度	30年度	31年度
情報共有サイト年間アクセス件数(件)	87,163	90,000	95,000	100,000

# 三重県広聴広報アクションプラン（平成26～28年度）の主な成果と課題

戦略テーマ・戦略目的	成果	課題
<b>1 県民との接点の強化</b> 1_1 良質な情報提供の実現  1_2 三重の知名度・認知度の向上  1_3 広聴機能の充実によるコミュニケーションの向上  1_4 三重県ファンの創造	<p>広報紙・ウェブサイトをはじめとする広報ツールの充実により、県民との接点を増やし、より多くの県民に確実に情報が伝わる広報活動の実現に取り組んでいる。</p> <p>プロモーション企画「つづきは三重で」に取り組み、ポータルサイトや動画による情報発信を行った。より効果を上げるため、ポータルサイトにおける、市町等関係者と連携した情報発信への見直しや、ソーシャルメディアとの連携強化を行うなど、改善に取り組んでいる。なお、首都圏PR等の取組により、全国への発信・露出は増えている。</p> <p>「県民の声」「e-モニター」の広聴ツールにおける対応を確実に実施している。新たな広聴システムについては、実現可能性や導入効果の観点から、引き続き検討を行っている。</p> <p>ソーシャルメディアを通して施策（事業）の情報を発信し、三重県に興味・関心を持つ三重県ファンを獲得している。</p>	<p>ポストサミットの取組が本格化するなか、事業効果の最大化を図るため、プロモーションサイトにおける情報発信や、首都圏・関西圏に向けたプロモーション活動を、さらに強力に展開していく必要がある。</p> <p>広聴ツールやソーシャルメディア等を通して受信する県民からの意見・提案を、より効果的な施策（事業）構築に反映していく必要がある。</p>
<b>2 品質管理プロセスの確立</b> 2_1 業務管理プロセスの確立  2_2 リスクマネジメントの強化	<p>戦略広報アドバイザーによる助言の結果、広報活動を通してイベント参加者や制度利用の増加につながるなど、事業単位での効果は上がっている。</p> <p>危機事案における報道対応について、危機管理部門と連携してマネジメントを強化している。</p>	<p>情報収集や分析（検証）、情報発信、関係構築、危機管理等の業務プロセスを確立していく必要がある。</p>
<b>3 メディア・関係機関連携の強化</b> 3_1 メディア連携の強化  3_2 関係機関連携の強化	<p>広報紙やマスメディア、インターネット等、メディアのベストミックスによる広報活動を展開している。</p> <p>市町に働きかけを行い、情報発信の連携に取り組んでいる。</p>	<p>より効果的なメディア連携を進めていくため、ソーシャルメディア等、有効なメディアとの連携手法を確立していく必要がある。</p> <p>訴求効果の高い、魅力的な情報発信を展開するため、市町等関係機関との連携をさらに強化していく必要がある。</p>
<b>4 広聴広報体制の強化</b> 4_1 広聴広報課のハブ化  4_2 庁内体制の強化	<p>広聴広報課が、戦略的な広聴広報の視点から、情報の質・発信するタイミング・選択する広報ツールなどの助言や、パブリシティへの支援に取り組んでいる。</p> <p>部局の広報担当者による広聴広報会議を開催し、情報共有や業務実施にかかる協議を行っている。さらに、部局の主管課長による広聴広報戦略会議では、全庁的な方針についての協議を行っている。</p>	<p>庁内会議を活性化し、主要施策（事業）の事業効果の最大化につなげていくための広報計画を策定するなど、全庁一体となった広報活動を進めていく必要がある。</p>
<b>5 職員の広聴広報力向上</b> 5_1 インナー広報の強化  5_2 広聴広報パーソンの育成	<p>情報共有サイト、メールマガジン等を活用して、広聴広報に関する情報共有や意識啓発を行うためのインナー（庁内）広報に取り組んでいる。</p> <p>戦略広報アドバイザーによるOJTや、広報の基本・広報紙のつくり方・パブリシティのあり方などの専門研修の充実に取り組んでいる。</p>	<p>施策（事業）を推進するうえでの広聴広報の重要性をすべての職員が理解できるように、情報共有サイトなどのインナー広報や、専門研修等のさらなる充実を図る必要がある。</p>
<b>6 オウンドメディアの強化</b> 6_1 オウンドメディアの強化	<p>よりわかりやすく、確実に情報が届くよう、広報紙のタブロイド化や新聞折込、ウェブサイトのデザイン統一化やスマートフォン等への対応など、広報ツールの特性を生かした見直しを行った。</p>	<p>より確実に情報を届けるため、広報紙やデータ放送、ウェブサイト等の認知度及び質の向上を図る必要がある。</p>