

平成24年度 コミュニケーションチーム活動検討会の結果概要 (H24. 7. 23)
(議論・検討のポイント)

1 コミュニケーションチームリーダーの選出について

委員の互選によりコミュニケーションチームリーダーは、足立委員に決定した。

2 コミュニケーションチームの活動方針について……………【資料1～2】

- ・ これまでの取組等についての事務局説明後、今年度の活動方針について議論・検討した。

(今後の方向)

- ・ 「ニュースレター(しずくちゃん便り)は作成目的やターゲットの絞込みを行った上で、内容や配布先について検討すべき」、「水に興味のある人にターゲットを絞込み、そこからの広がりを目指して広報を行うのが効果的」、「ターゲットを絞り込むための基礎調査が必要」等の意見を踏まえ、事務局で実現可能性を検討し、再度、コミュニケーションチームと調整を行った上で、必要な取組を進める。

検討会における主な意見 (○=委員の発言 ●=県側の発言)

【ニュースレターについて】

- 配架先の残数が多く、県民に十分な広報ができているとは言えない。
- 配布先が行政機関中心であり、県民があまり行かないような場所ばかりで効果的でない。
- 幼稚園や小学校で配布することはできないのか。
- 教育委員会と調整する必要があるため、確認が必要。
- 大学の掲示板で拡大したものを掲示してはどうか。
- 県と協定を結んでいる場所など、ポスターやフライヤーの掲示が可能な場所はあるのか。
- 県内のコンビニやスーパー等、既に協定を結んでいる場所はある。枠が確保できれば掲示は可能。
- 自治会だよりと一緒に回覧してもらってはどうか。
- 県のたよりの紙面への掲載、折込を行ってはどうか。
- 紙面確保するのはなかなか難しい。折込には莫大なコストがかかる。
- 文字ばかりで惹きつけるものがない。しずくちゃんが小さく、PR力に欠ける。
- 事業モニターの報告や県民会議の情報を掲載する前に、身近な話題(メッセージ)を設定し、まずは手にとってもらえるもの作ることからはじめるべき。
- 県ホームページに掲載されているが、それを見てもらうための広報をしていない。
- 高齢の方など、紙媒体でしか情報を得る手段がない人もいるため、不必要なものとは言えない。

ニュースレター作成の目的と、ターゲットの絞込みを行った上で、内容や配布先について検討していく必要がある。

【ブログについて】

- 新しい広報手段として評価できる。アクセス数が比較的多いことから考えても、効果が見

込める。

○ターゲットを明確にする必要がある。（今のブログでは、子供・男性は見ないという印象を受ける）

○リピーターなのか、新規の閲覧者なのかを解析する必要がある。

○今後、公開する時間帯を工夫することで、閲覧者を増やすことも期待できる。

【広報手段全般について】

○広報効果を上げるためには、参加型コミュニケーションを行うことが大切である。

○「水に興味のある人」にターゲットを絞り込み、そこからの広がりを目指して広報を行うことが効果的である。

○「水に興味のある人」＝子供を持つ女性（30～40代）、美容や健康意識の高い女性（20代）という印象が強い。このターゲットに合わせた「メッセージ＝安全・美容・健康」と水に関連させて広報を行ってはどうか。

○ターゲットの絞り込みがこれで正しいか確認するため、基礎調査として、①一般の人を集めたヒアリング調査を行う（費用負担有り）、もしくは、②水と生活に関係する活動をされている民間団体（生活クラブ連合会等）にヒアリング調査をし、効果的なターゲットとメッセージを得る（費用負担無し）ことが必要であると考える。

○今年度、県民会議（コミュニケーションチーム）の活動に使える予算はどれだけあるのか。

●すぐにお答えはできない。確認し、別途回答する。

○現時点で使用可能な広報グッズはあるのか。

●しずくちゃんのイラストが入ったクリアファイル3種類、風船がある。

○ターゲットが絞れた段階で、効果的なグッズを検討する必要がある。

○水源林パートナーに入っている企業にお願いし、広報やグッズ作成に協力いただいてはどうか。

○かながわ女性センターで、子育て世代の女性向けのイベントを頻繁に行っているので、そこで広報を行うのも効果的である。

平成24年度 コミュニケーションチーム活動方針の検討について(案)

1 目的

水源環境保全・再生施策の取組について、県民への周知の充実を図るため、県民への情報提供、広報のあり方等について検討を行う。

2 平成23年度までの取組状況

○県ホームページの見直し

- ・ 県ホームページ「かながわの水源環境の保全・再生をめざして」に関して、県民の目線で分かりにくいと感じた課題を中心に検討を行い、結果を県に報告した。（平成20年度）

<報告事項>

① 情報へのアクセス関係

- ・ 「かながわの水源環境の保全・再生をめざして」へのアクセスについて
- ・ 関連事項とのリンク等について

② 情報内容関係

- ・ 特別対策事業について
- ・ 水源環境保全・再生かながわ県民会議関係について
- ・ ニュースレター「しずくちゃん便り」のHP上での紹介について

○ニュースレター「しずくちゃん便り」の発行

- ・ 発行回数 計25回
- ・ 発行部数 各号4,800部（平成23年度に見直し）
- ・ 配布先 県民会議委員、関係・市民団体、県政情報コーナー、県内図書館、市町村支援センターなど【参考資料1】
- ・ 掲載内容 ①事業モニター結果報告
②県民フォーラムの開催告知・結果報告
③現地見学会の開催告知・結果報告
④県民会議の活動状況
⑤市民事業支援補助金補助団体の活動状況 など【参考資料2】

3 課題

- ニュースレター配架先での残部数、県ホームページへのアクセス数の改善
- 幅広い世代に向けた、より効果的・効率的な情報発信手法の検討 など

【参考資料3】

4 平成24年度の活動方針（事務局案）

県と県民会議が共同で、ブログを設置・活用することにより、水源環境全・再生関連の情報の発信に一体となって取り組む。【資料2、参考資料4・5】

水源環境保全・再生施策における情報発信力の強化について (事務局検討資料)

1 目的

これまで、水源環境保全・再生かながわ県民会議では、ニュースレター「しずくちゃん便り」を発行し、委員が県民の目線で事業のモニターをした結果や、県主催のイベントに参加した結果などを紙媒体や県HP上で広報してきた。

しかし、配架先での残部数やHPへのアクセス数を見ると、未だ県民への情報発信力が不十分であると考えられる。また、県民会議委員より、ブログ等を活用した広報手段を検討すべきであるという意見が多く出されている。

そこで、今後、より効果的・効率的な広報手段として、水源環境保全課でブログを設置・活用することにより、水源環境保全・再生関連の情報の発信に取り組む。

2 ブログの導入により期待される効果

- 日ごろ県広報に触れる機会の少ない若年層をはじめ、幅広い世代に向けた情報発信が期待できる。
- 情報の更新に時間がかからず、常にタイムリーな情報を提供できる。
- 関係団体、庁内関係各課の情報を併せてブログの中で紹介することで、幅広く関係情報の伝播・拡散が図れる。
- 水源環境保全・再生キャラクター「しずくちゃん」をPRすることで、(人気が出れば)県関係イベントでの集客率の向上を図れる。

3 発信する情報

○しずくちゃんプロフィール <常時掲載>

⇒キャラクター紹介

○しずくちゃん日記 <週3日程度更新>

⇒水源保全地域等に関する情報

(本庁・出先の関係職員や関係団体が現場で撮影した写真と紹介文を掲載)

⇒職員の仕事紹介

(事務職・技術職・職以外の職(森林害虫防除員など)の業務内容を紹介)

⇒イベント等の結果報告

(現地見学会、県民フォーラム等の開催状況を掲載)

○イベント情報 <随時更新>

⇒県主催のもの(関係各課の情報を含む)

⇒市民事業支援補助金交付団体主催のもの など

○水源環境保全・再生基金へご寄付いただいた法人のバナー広告<随時更新>

4 情報発信の形態・文章表現

上記の発信情報を、水源環境保全・再生イメージキャラクター「しずくちゃん」が話しているような文章表現に水源環境保全課が加工して、県ホームページ上で公開する。

5 掲載までの流れ

- ① 課内や関係各課、市民団体が、広報したい情報の概要を、関連した画像等を添えて水源環境保全課に送付。
- ② 受信した文章を選定し、しずくちゃんが話しているような表現に水源環境保全課で加工し、県ホームページ上で公開。

6 今後の課題

- 県民会議の情報提供
- ブログアクセス数の向上に向けた検討