

～ 戦略的広報活動の実現に向けて ～

# 神奈川県広報戦略

## アクションプラン

平成 28 年 3 月

# 神奈川県広報戦略 ～基本的な方向性～

## 1 県政における広報の役割

県政の目指す姿の実現のためには、適切な政策を策定・実行するのに併せ、県民はもとより、県外・海外を含めたさまざまな関係者の理解と協力が不可欠である。

広報は、神奈川県のさまざまな取組みや魅力を、県内外に向け、適切な時期に、的確に伝えることで、県政に対する理解、協力を得るために積極的に行うものである。

本広報戦略は、本県県政の基本姿勢である「県民との対話行政を推進する基本指針」における柱のひとつである、積極的な情報提供、すなわち「広報」を、より効果的かつ効率的に展開するため、本年7月に策定された県「行政改革大綱」に基づき策定するものである。

## 2 これまでの実績と課題

### (1) これまでの実績

県の広報では、Facebook や Twitter 等の SNS や、ホームページ、動画の活用、県のたよりのデザイン見直しなど、メッセージ力の強化に向けた取組みを進めてきた。



### ホームページの改善

- ・トップページのスライドショー化
- ・重点施策バナーを目立つ位置に配置
- ・メガメニューを採用
- ・各ページの冒頭に画像を配置

もっと探しやすい



### 緊急時の対応

- ・特設ページを設置。警戒レベルに応じた正確・迅速な情報発信
- ・Facebook、Twitter による情報発信、「箱根を守ろう」キャンペーン

県民目線の情報を



### 動画によるPR

・「恋するフォーチュンクッキー 神奈川県 ver.」

YouTube 再生回数 420 万回突破



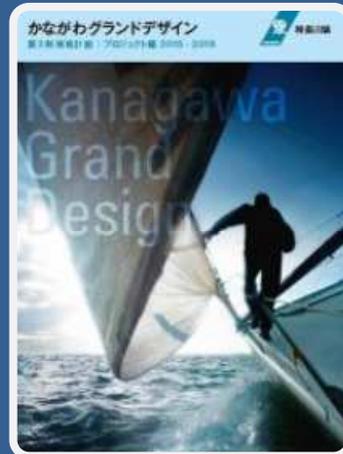
・「危険ドラッグ」啓発動画

YouTube 再生回数 50 万回突破

動画発信 日本一に!

### デザインの向上

- ・「かながわグランドデザイン」「県のたより」のデザイン一新
- ・デザイン支援によるチラシ・ポスターのデザイン向上



もっとデザイン向上



### イベントの開催

- ・県庁本庁舎の公開 来場者累計 40 万人超
- ・ベトナムフェスタin神奈川 来場者数 40 万人
- ・各種シンポジウム、フォーラム

もっとコラボして



## 知事によるトップ広報

知事自ら先頭に

- ・県広報番組への出演 「カナフルTV」「KANAGAWA Muffin」
- ・定例記者会見、講演会



## 新たなツールの活用

もっと多様な方法で

- ・スマートフォンアプリ「カメリオ」で「神奈川県公式チャンネル」を開始。県HPの最新情報を自動配信。



- ・アニメ動画「かなかなかぞく」。  
県のたより  
マンガ特集号にも登場



## 記者発表で話題に

もっと工夫の切り口で

- ・さがみロボット産業特区「鉄腕アトム信号機」。  
あえて設置場所を公開せず記者発表して話題に。

## (2) 今後の課題 ~ 「選ばれる神奈川」になるために~

こうした多方面にわたる広報の取組みは、県の政策の理解促進に成果をあげてきた。

しかし、未だ十分ではない。政策・事業の実施に当たっては、「伝わってこそその政策」との認識のもと、どのように伝えれば、必要な相手に伝わり、理解と協力を得て、実現に至るのかといった構想を持ち、さらに「メッセージ力」を高めていくことが必要である。

また近年、自治体においては、「シティプロモーション」「シティセールス」といった取組みが盛んになっており、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会や地方創生の展開を見据え、県外・海外との自治体間競争が激化することが予想される。

そのため、様々な場面で神奈川県が「選ばれる県」になるよう、本県の取組みや魅力を、広く県内外の関係者に対し、より効果的かつ効率的に伝わる広報を展開していくことが求められている。

### 「選ばれる県」になるための「メッセージ力」向上への課題

- ・ 政策の実現における「広報の重要性」の浸透
- ・ 広報物の品質向上と効果的な活用
- ・ 広く全国や海外のメディアに取り上げられる工夫と展開

## 3 広報展開における二つの柱 【 戦略的広報 】

「県民に選ばれる」ためには、県民が必要とする情報が、必要なときに手に入り、安心感・信頼感・満足感を持ってもらうことが必要であり、「県外・海外から選ばれる」ためには、県の魅力や先進性を積極的に発信していくことが必要である。

今後の広報展開においては、「県民が知りたいこと」「県として知らせたいこと」を柱として、これらが確実にターゲットに「伝わる」よう、意識的に展開していく。

### (1) 「県民が知りたいこと」が「伝わる」広報

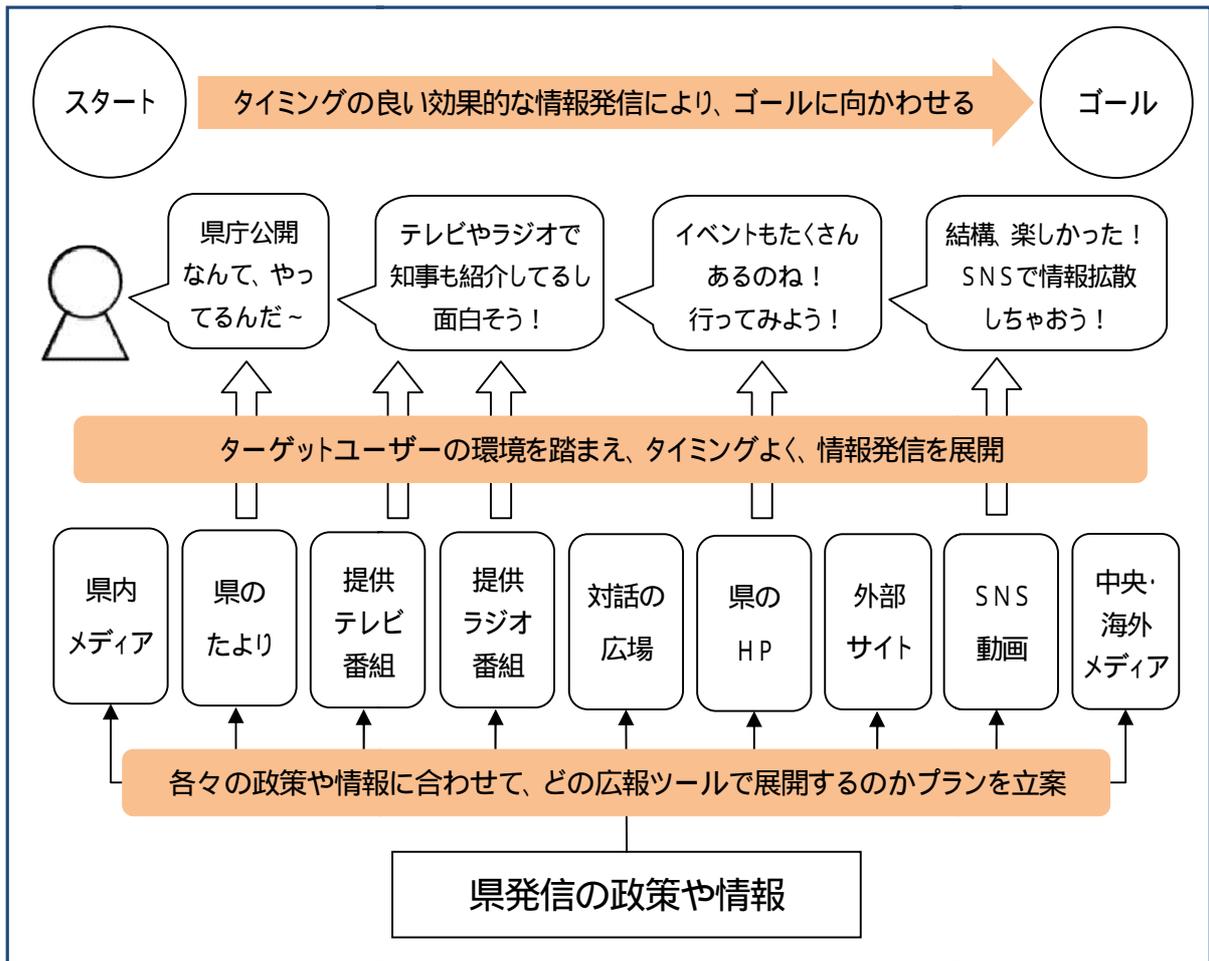
必要なときに、必要な情報が手に入る、県民にとって安心感・信頼感・満足感のある“県民生活の基盤”としての広報

### (2) 「県として知らせたいこと」が「伝わる」広報

県の重点政策や魅力を、県内外・海外に、戦略的に「伝わる」ように、結果にこだわる発信を行い、県政を創り、広め、実現するための“働きかける創造手法”としての広報

そこで、この広報戦略では、県内外の関係者に、「県民が知りたい」「県として知らせたい」情報が、効果的かつ効率的に「伝わる」ようにすることを『戦略的広報』と位置づける。

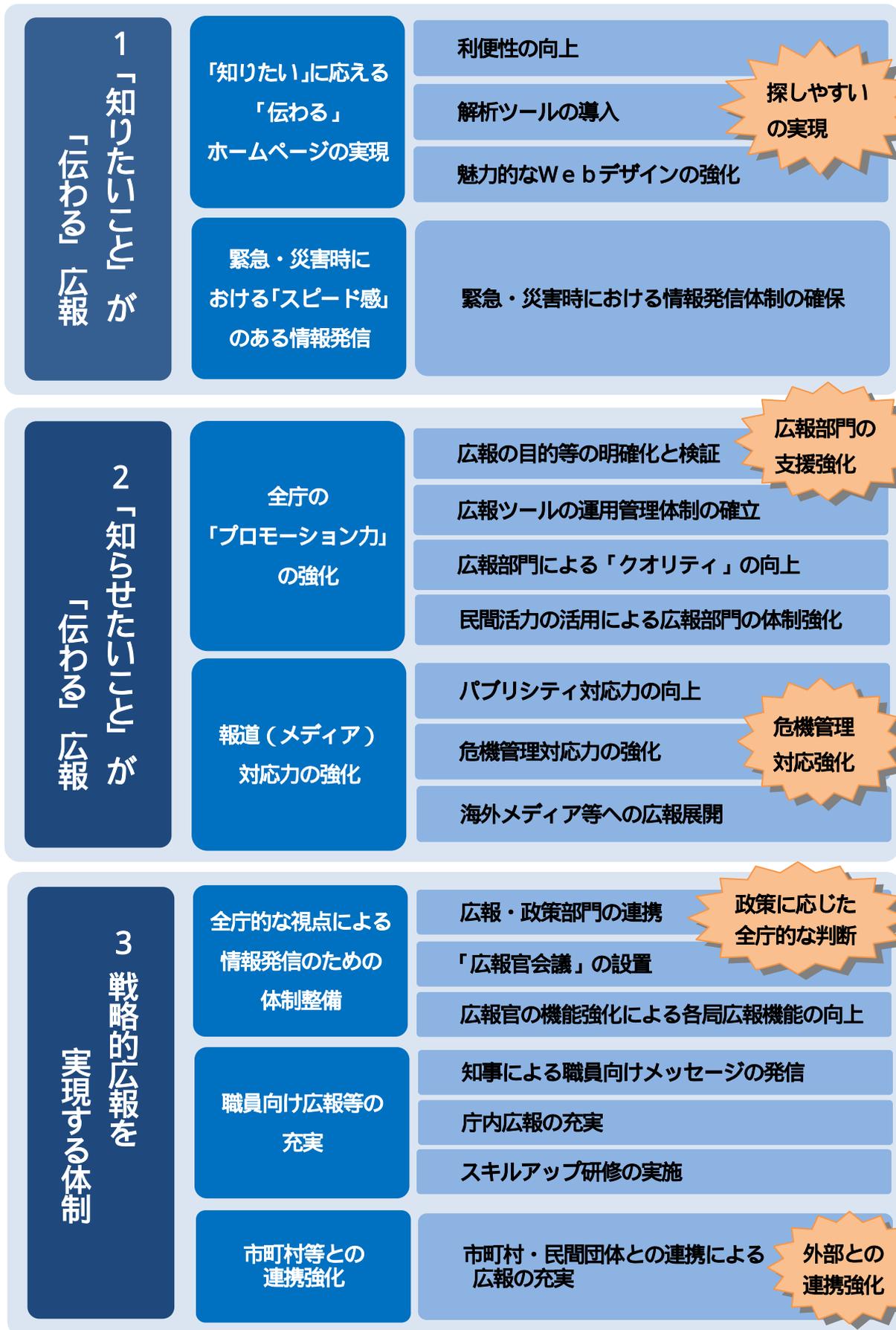
「戦略的広報」の実現イメージ例 ～ 県庁公開の広報 ～



- step1**
  - ・ ある程度前のタイミングで、「全戸配布」の広報誌「県のたより」で開催を幅広くPR イベントの存在を知って、興味を持ってもらう。
- step2**
  - ・ 県広報番組(テレビ・ラジオ)で、より踏み込んだ情報を、映像や音声で詳しく紹介。 さらに具体的な興味を持ってもらう。
- step3**
  - ・ 県公式「ホームページ」では、スケジュールや場所の案内を充実行ってみようと思った方に、迷うことなく参加してもらう。
- step4**
  - ・ SNS(Facebook・Twitter等)で現場の情報発信、実際に参加した方による情報の拡散 さらに大勢の方に参加してもらう。

上記はあくまで例であり、実際に実施された広報とは異なります。

戦略的広報展開のための取組み（アクションプラン）の体系



## 戦略的広報の具体的な展開 ~アクションプラン~

戦略的広報の展開に当たっては、「県民が知りたいこと」「県として知らせたいこと」がより効果的かつ効率的に「伝わる」情報発信の実現と、その実現に必要な体制を構築するため、以下の具体的な取組み（アクションプラン）を実施していくこととする。

### 1 「知りたいこと」が「伝わる」広報

探しやすい  
の実現

#### 「知りたいに」応える、「伝わる」ホームページの実現

情報量の最も豊富なホームページを、初めて触れる人でも「知りたい／探したい」情報が、見つけやすく、使いやすく、そして誰もが利用することができるよう再構築。さらに、利用者の関心内容に合わせ、県の重点政策等をプロモーションする機能を導入し、効果的・効率的な情報発信を行う。

#### 取組み 利便性の向上

- ・ キーワードによる検索結果を、施策分野、所管所属、掲載日等で絞り込むことができる「絞り込み検索機能」の搭載
- ・ スマートフォン、タブレット端末等でも閲覧できるようにするための対応
- ・ 利用者の関心内容に合わせ、県として知らせたい関連情報に誘導する「レコメンド（プロモーション）機能」の搭載
- ・ 海外からの利用者や外国籍県民を意識した「多言語対応」の充実

#### 取組み 解析ツールの導入

- ・ 利用データの把握・解析により、利用者の利便性向上、県の発信力強化を図ることができるよう、高機能な解析ツールを導入

#### 取組み 魅力的なWebデザインの強化

- ・ より表現力・発信力の高いページの作成を可能にする、高機能なCMSを導入

#### 緊急・災害時における「スピード感」のある情報発信

#### 取組み 緊急・災害時における情報発信体制の確保

- ・ 災害等により緊急に情報発信が必要なときは、安全防災局をはじめとする各部局と広報部門が連携し、県公式ホームページやTwitter等のSNSを活用して、迅速かつ的確な情報を、幅広く県民に発信することができる体制を確保

## 2 「知らせたいこと」が「伝わる」広報

広報部門の  
支援強化

危機管理  
対応強化

### 全庁の「プロモーション力」の強化

広報部門の統括・調整により、多様な広報ツール(ホームページ、印刷媒体、視聴覚媒体、SNS等)について、活用目的の明確化と運用管理体制の確立を図ることにより、ターゲットの特性に合わせ、ツールの特長を生かした選択・組み合わせの最適化を図り、効果的かつ効率的に「伝わる」広報展開を図る。

#### 取組み 広報の目的等の明確化と検証

- ・ 各所属が広報ツールの活用状況を簡便に検証できるチェックシートが付属した、活用マニュアルを整備
- ・ 広報の目的・対象・期間・達成目標・効果検証の方法・費用等を明確化
- ・ 効果検証を行い、その結果を踏まえて改善

#### 取組み 広報ツールの運用管理体制の確立

- ・ 各所属は、広報ツールの活用状況について、活用マニュアル(チェックシート)を用いたセルフチェックを実施
- ・ 広報部門は、セルフチェックの結果等を踏まえ、各所属の広報ツールの活用状況を確認し、必要に応じて専門的・技術的な支援や、全庁的な視点からの改善に向けた調整を実施

#### 取組み 広報部門による「クオリティ」の向上

- ・ 広報部門は、チラシ・ポスター等の印刷物やPR動画、Webデザインなど、各所属の広報活動全般について、適時相談を受けるとともに、各局広報官を通じて情報収集を行い、必要に応じて専門的・技術的な支援や改善指導を実施

#### 取組み 民間活力の活用による広報部門の体制強化

- ・ 外部の専門家(Webサイト作成、デザイン、コピーライティング等)の任用や民間委託などによる、デザイン支援や機動的な広報の強化

## 報道（メディア）対応力の強化

各局広報官の機能強化による、記者発表の掲載率の向上、適切な取材対応力の向上など、パブリシティ対応力や、事故・不祥事等のリスクマネジメントにおける広報対応等の強化を図る。

### 取組み パブリシティ対応力の向上

- ・ 記者発表は、掲載率の向上を念頭に、各局広報官が局内の事業全体に目配りしたうえで企画し、必要に応じて広報部門と発表時期や発表内容を調整
- ・ 広報部門は、必要に応じて各局における報道対応への支援を実施

パブリシティ：施策・事業などに関する情報を、記者発表（プレスリリース）などを通じてマスコミに提供し、報道されるように働きかける広報活動

### 取組み 危機管理対応力の強化

- ・ 事故・不祥事、災害時等における危機管理としての報道取材対応を適切に行うため、各局広報官を対象とした「報道対応研修」を実施

### 取組み 海外メディア等への広報展開

- ・ 広報部門が主体となり、全国メディア、海外メディアをターゲットとした広報展開の強化方策を検討

## 3 戦略的広報を実現する体制

政策に応じた  
全庁的な判断

外部との  
連携強化

### 全庁的な視点による情報発信のための体制整備

全庁的な視点から、発信する情報について調整を行い、メリハリの効いた情報を、時機を逸することなく、効果的かつ効率的に発信できる体制を整備する。

### 取組み 広報・政策部門の連携

- ・ 政策の重要度、優先度等に応じた、効果的かつ効率的な情報発信を行うため、広報部門と政策部門との組織的な連携を強化

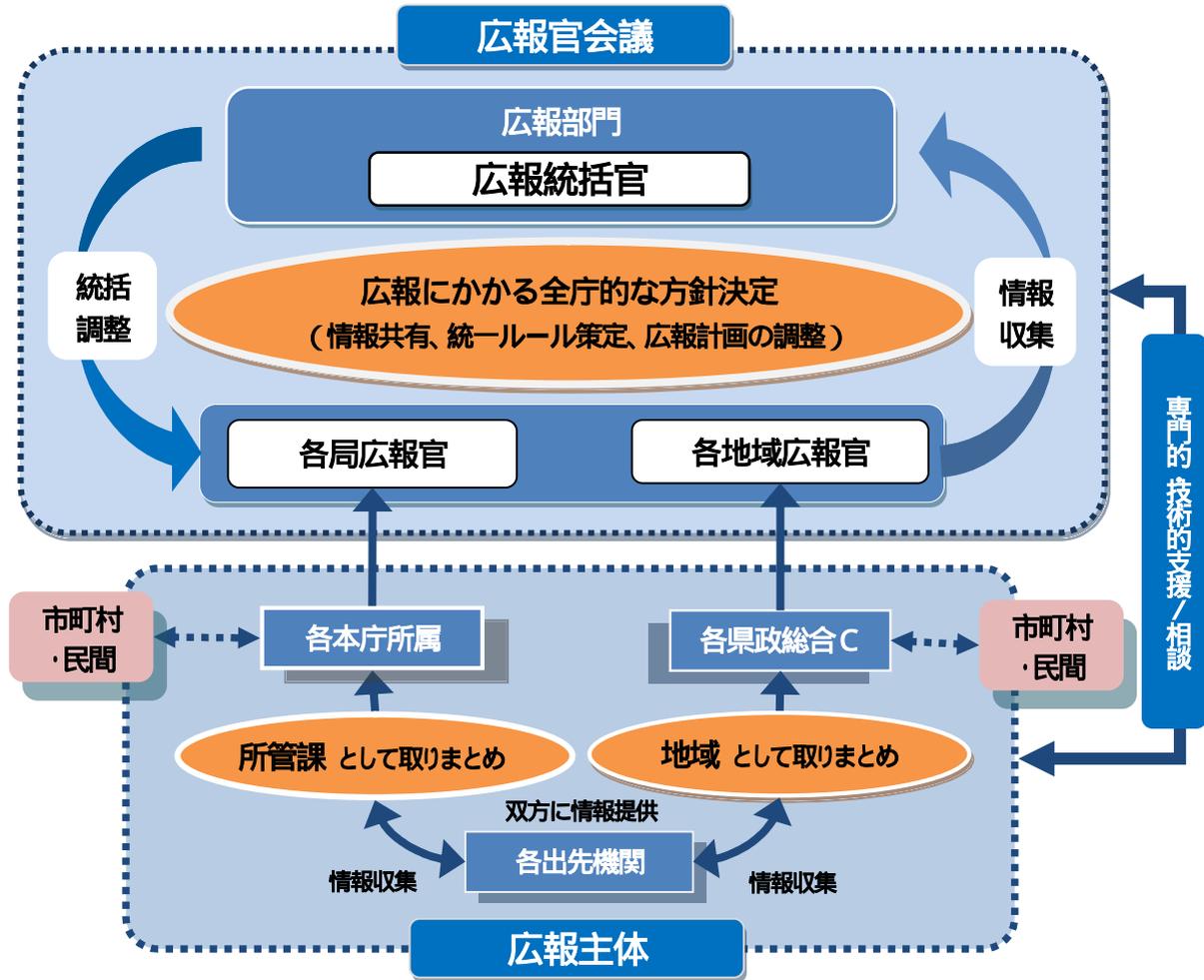
### 取組み 「広報官会議」の設置

- ・ 広報統括官、各局広報官及び各地域広報官（各地域県政総合センター）を構成員とし、広報にかかる全庁的な調整を図る場として「広報官会議」を設置

### 取組み 広報官の機能強化による各局広報機能の向上

- ・ 各局広報官を対象とした研修を実施し、パブリシティ対応力の充実と併せ、広報官が局全体を目配りすることにより各局の広報機能を向上

「広報官会議」のイメージ



職員向け広報等の充実

職員向け広報の充実により、職員一人ひとりが、広報の重要性を認識した『広報パーソン』である意識を醸成。併せて、広報のスキルアップのための研修を実施し、職員の主体的な取組みを促進するための支援を図る。

**取組み** 知事による職員向けメッセージの発信

- ・ 県の取組みにおける課題認識や政策における考え方について、知事自らが職員に向けメッセージを発信するとともに、職員が直接知事に意見を伝える場を設定

**取組み** 庁内広報の充実

- ・ 職員一人ひとりが、県の取組みを理解し、「県民に知ってもらうこと」の重要性を認識することで、様々な場面で主体的な活動ができるよう「職員向け広報」を充実

**取組み** スキルアップ研修の実施

- ・ デザイン、写真撮影、報道対応、メッセージ力の理解促進など、広報の必要性を認識するとともに、具体的な広報スキルを向上させるための各種研修を実施

## 市町村等との連携強化

市町村や関係団体、政策テーマに共感する民間企業等との連携を図り、政策実現の輪を広げる広報を展開する。

### 取組み

#### 市町村・民間団体との連携による広報の充実

- ・ 市町村等とのホームページ等の相互掲載や、同時キャンペーンなど神奈川県内の課題や魅力発信にともに取り組むための連携の強化
- ・ 政策に共感する民間企業とのコラボレーションによる広報の展開

## アクションプランの実施スケジュール

アクションプランの実施期間は、「行政改革大綱」に合わせ、平成 27 年度から 30 年度までの 4 年間とし、27 年度から一部着手しているものを除き、27 年度中に現状把握や実施に向けた検討、調整を行い、28 年度から戦略的広報展開が始動していくことを目指す。

実施項目		アクションプランの実施期間				
		H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	
「知りたいこと」が 「伝わる」広報	利便性の向上	ホームページの再構築 実施				
	解析ツールの導入					
	魅力的なWebデザインの強化					
	緊急・災害時における情報発信体制の確保	情報発信体制の確保				
「知らせたいこと」が「伝わる」広報	広報の目的等の明確化と検証	評価指標・マニュアルの検討	広報ツールの運用管理の実施			
	広報ツールの運用管理体制の確立					
	広報部門による「クオリティ」の向上	一部実施	広報部門の体制を強化して実施			
	民間活力の活用による広報部門の体制強化					
	パブリシティ対応力の向上	研修等の試行	広報官・広報部門による調整 / 報道対応研修の実施			
	危機管理対応力の強化					
	海外メディア等への広報展開	実施	メディア連携の段階的な強化			
戦略的広報を実現する体制	広報・政策部門の連携	新たな庁内体制への移行 / 事業実施				
	「広報官会議」の設置					
	広報官の機能強化による各局広報機能の向上					
	知事による職員向けメッセージの発信	試行	本格実施			
	庁内広報の充実	検討・調整				
	スキルアップ研修の実施					
	市町村・民間団体との連携による広報の充実					