

PR戦略(国際戦略を含む)への意見

三重県経営戦略会議(第4回)委員提出資料

(株式会社宣伝会議 取締役編集室長)

委員 田中 里沙

経営視点のPR

- ・ 県政運営の潤滑油としてPRを活用する。
(経営はコミュニケーションだ、という経営トップの言葉)
- ・ 知事から職員の方を含むステークホルダーにPR重視の姿勢、活用効果への期待を語っていただく。
- ・ メディアを通して伝えられている三重県の姿を分析し、把握する
よく使われる形容詞、キーワードなど
これにより、受け手の中にあるイメージを知る
- ・ 県政の方向性と、伝わっている内容にギャップがあるものがあれば、それを洗い出す。
誤解があれば、それを解く。同時に、新たな、正確な情報を発信する。
報道部門からメディアへの説明。
保有メディア(サイト、広報誌など)での発信
- ・ 知事のビジョンに基づき、いま三重県で何が動いているか、動こうとしているかがわかるもの(メディア、ツール)を作成する。

目的別PR

- ・ 観光客増、企業誘致、イベント集客など、個別の施策については
中心対象層を明確にして、その層への認知、理解をまずは高め、反応を見ながら進めていく。その成功を積み重ねていく。
- ・ 国際も同様で、各地、各層にあわせた表現、メディア(誰にどう言うか)を徹底していく。