

三重県広聴広報アクションプランについて

1. 対応方針

平成27年3月に成立しました「三重県広聴広報アクションプラン」について、基本的な考え方である「県民との接点の拡大と充実」の実現に向けて、平成27年度はさらに全庁一体となった取組を推進していきます。

2. 平成27年度の取組（メディア別）

【共通事項】

○は、アクションプラン関連予算です。

プランに掲げる 具体的取組	平成27年度の取組内容及び進捗状況
政策と広聴広報の 一体的取組	<p>【取組内容】 <u>広聴広報課が部局の「ハブ」として政策(事業)と広聴広報活動を一体的・戦略的に総合調整を行い、メディア連携やプロモーションなどを組織横断的にマネジメントできるよう、外部専門家のノウハウを活用します。</u> ○平成27年度予算：16,200千円 [事業名]戦略広報支援業務 (取組1)認知度向上・イメージアップに向けた広聴広報活動の統括 (取組2)広聴広報活動に関する部局・事業者へのアドバイス (取組3)メディア活用に対するアドバイス ほか</p>
担当職員の配置等による広聴広報課の 総合調整機能強化	<p>【進捗状況】 ・受託者:株式会社CAP(兵庫県神戸市) ※広島県、京都府の戦略広報の展開、観光プロモーション等に関わる。 ・担当者:北村啓司(プロデューサー) ・週2日の予定で庁内のアドバイザー業務を実施</p>
統一感ある 広聴広報活動による 認知度向上	<p>【取組内容】 本県の認知度向上・イメージアップを図り、販路拡大や誘客につなげていくため、本県に関する興味・関心を強烈に喚起するプロモーションを展開します。 ○平成26年度予算(2月補正)：34,162千円 ※国の「地域住民生活等緊急支援のための交付金」 [事業名]三重の認知度向上・イメージアップにかかる戦略広報業務 (内訳1)地方創生先行型:4,423千円 ・三重の魅力を伝えるクリエイティブ(映像・画像)コンテンツ制作 ・プロモーション用ポータルサイト制作・運用 (内訳2)地域消費喚起・生活支援型:29,739千円 ・消費喚起にかかるプロモーション展開</p> <p>【進捗状況】 4月17日(金)に最優秀提案者が決定し、夏休み戦線に向けた効果的なプロモーションを展開するため、今後、関係部局との協議・調整を行います。</p>

プランに掲げる 具体的取組	平成27年度の取組内容及び進捗状況
新たな 汎用広聴システム 導入の検討	<p>【取組内容】</p> <p>新たな汎用広聴システムとして、ターゲットを絞った事業評価が可能となるよう、QRコードなどICTを活用した簡便で拡張性の高いアンケートシステムを導入します。</p> <p>○平成27年度予算：4,196千円</p>
広聴広報関連庁内会 議の開催	<p>【取組内容】</p> <p>広聴広報戦略会議、広聴広報会議を設置し運用します。</p> <p>【進捗状況】</p> <p>4/13 第1回広聴広報会議 4/17 第1回広聴広報戦略会議開催</p>

※【進捗状況】がない項目は、仕様等を検討している段階です。

【所有するメディア（オウンドメディア）】

種類	プランに掲げる 具体的取組	平成27年度の取組内容及び進捗状況
ウェブ	ウェブサイトにお ける「質」の高い 情報発信	<p>【取組内容】</p> <p>県ウェブサイトは、平成26～27年度にかけてシステムの抜本的な見直しを実施し、平成28年4月にリニューアルします。</p> <p>【進捗状況】</p> <p>・現行システムから新システムへのデータ移行を部局別実施</p>
ウェブ	インナー広報の 強化	<p>【取組内容】</p> <p>広聴広報課イントラサイトやメールマガジンの発行等、広聴広報に対する職員の意識啓発を促し、職員の自分事化を促進します。</p> <p>【進捗状況】</p> <p>・職員の広聴広報力向上に向けた効果的な取組を検討中</p>
県政だより みえ (紙・デー タ放送)	「県政だより み え」による情報 発信の充実	<p>【取組内容】</p> <p>「県政だより みえ」について、写真・図表やイラスト等のビジュアルに強い紙版では政策的内容を、速報性がありアクセスが容易なデータ放送版ではイベントやお知らせ情報の掲載を充実させるなど、メディアの特性を生かした情報発信の充実を図ります。平成27年度は検討・準備期間で、平成28年度から実施予定</p>

※【進捗状況】がない項目は、仕様等を検討している段階です。

【信頼や評判を得るメディア（アールドメディア）】

メディア	プランに掲げる 具体的取組	平成27年度を取組内容及び進捗状況
ソーシャル メディア	ソーシャルメディアの積極的な活用	<p>【取組内容】 全庁版(広聴広報課所管)のソーシャルメディアの活用について検討し、本県の知名度・イメージアップに努めます。</p>
パブリ シティ	「県民に正しく伝わることを追求したプレスリリース(報道発表資料)の提供	<p>【取組内容】 「<u>記者に記事やニュースとして取り上げてもらうことにより県民に正しく伝わることを追求したプレスリリースの作成</u>」に取り組みます。 主に、 (1)広聴広報課から各部局に対する支援の充実 (2)効果的な業務プロセスの構築 (3)記者との接点強化を中心とした意識啓発や研修事業の実施 に取り組みます。</p>

※【進捗状況】がない項目は、仕様等を検討している段階です。

三重県広聴広報アクションプラン

【参考】

【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
- (2)県の知名度・認知度向上、イメージアップを図る広報活動
 - ※地方創生(地方創生先行型・地域消費喚起)
- (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

【三重県広聴広報アクションプラン】

- (1)基本方針の行動計画
- (2)計画期間:平成26~28年度
- (3)構成:基本的な考え方、クリエイティブ戦略、メディア戦略の3つで構成

【三重県広聴広報基本方針】(平成25年2月策定)

- (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)職員の広聴広報力の向上

基本的な考え方:「県民との接点の拡大と充実」

マーケティングとしての広聴広報活動

「県民が真に求めるサービスを作り、その情報を効率的に届け、県民が最大の効果を得られるようにする」
県民との接点の拡大と充実に取り組み、本県に対する県民の理解や共感、信頼を獲得することで、「県民」から「三重県ファン」として長期にわたる強固な関係性に発展させていく。

※「県民」→県内外の個人や団体、企業をはじめ、県が広聴広報活動を行う対象の総称

クリエイティブ戦略

伝わるメッセージづくり

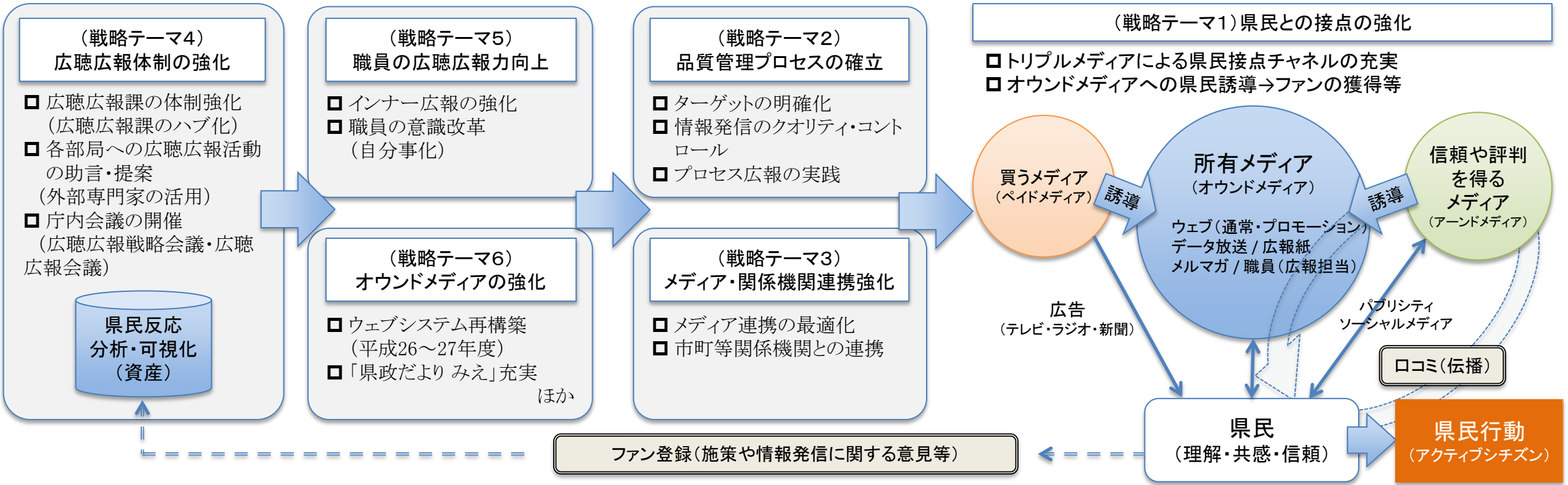
ただ「伝える」だけではなく、「伝わる」メッセージとなるよう、情報発信のクオリティ・コントロールに取り組む。

メディア戦略

伝える場の確保

「トリプルメディア」の考え方を取り入れ、県民との接点をメディアとして捉え直し、広聴広報活動全体を設計していく。

6つの戦略テーマと具体的取組



人材と変革の視点(長期にわたる)
【職員の自分事化】

業務プロセスの視点
【政策と広聴広報の一体化】

県民の視点
【対象の見える化】