

平成26年三重県議会定例会
戦略企画雇用経済常任委員会説明資料
目次

◎議案補充説明

- 1 議案第180号
三重県個人情報保護条例の一部を改正する条例案について・・・ 1

◎所管事項

- 1 「三重県広聴広報アクションプラン（最終案）」について・・・ 7
- 2 「県政だより みえ」（データ放送版、紙版）による
県政情報の発信について・・・ 19
- 3 国土強靱化地域計画の策定について・・・ 21
- 4 広域連携の取組（知事会議の開催結果）について・・・ 29
- 5 審議会等の審議状況について（報告）・・・ 33

(別冊)

- 三重県広聴広報アクションプラン（最終案）

平成26年12月11日
戦略企画部

1 三重県個人情報保護条例の一部を改正する条例案について

1 改正理由

「行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律」の制定に鑑み、三重県個人情報保護審査会において「特定個人情報保護評価」に関する事項を調査審議するため、規定を整備するものです。

2 改正内容

- (1) 三重県個人情報保護審査会の所掌事項に、特定個人情報保護評価に関する事項を調査審議すること（第三者点検の実施）を追加します。
- (2) 専門の事項を調査審議させるため必要があるときは、審査会に、専門委員を置くことができることを規定します。
- (3) その他規定を整備します。

3 改正の経緯

(1) 特定個人情報保護評価の概要

- ・「行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律」が平成25年5月に制定され、地方公共団体において「特定個人情報保護評価」を実施することが義務付けられました。
- ・実施機関が特定個人情報ファイル（個人番号を含む個人情報ファイル）を保有する前に、特定個人情報の漏えい等を発生させるリスクを分析し、そのようなリスクを軽減するために適切な措置を講じているかについて、実施機関自らが評価を行います。
- ・実施機関が行う評価は、対象人数、特定個人情報ファイルの取扱者数等に基づき、「基礎項目評価」、「重点項目評価」、「全項目評価」があります。
- ・実施機関が「全項目評価」を行う場合は、特定個人情報保護評価書を公示し県民等の意見を求め、必要な見直しを行ったうえで、「第三者点検」を受ける必要があります。

(2) 第三者点検の概要

- ・「第三者点検」は、原則、既存の個人情報保護審査会等が行うこととされています。そのため、三重県においても、三重県個人情報保護審査会において「第三者点検」を実施します。
- ・「第三者点検」の実施に当たっては、個人情報保護や情報システムに知見を有する専門家が必要であるため、現在の委員5名のほかに専門委員1名を置く予定です。

4 施行期日

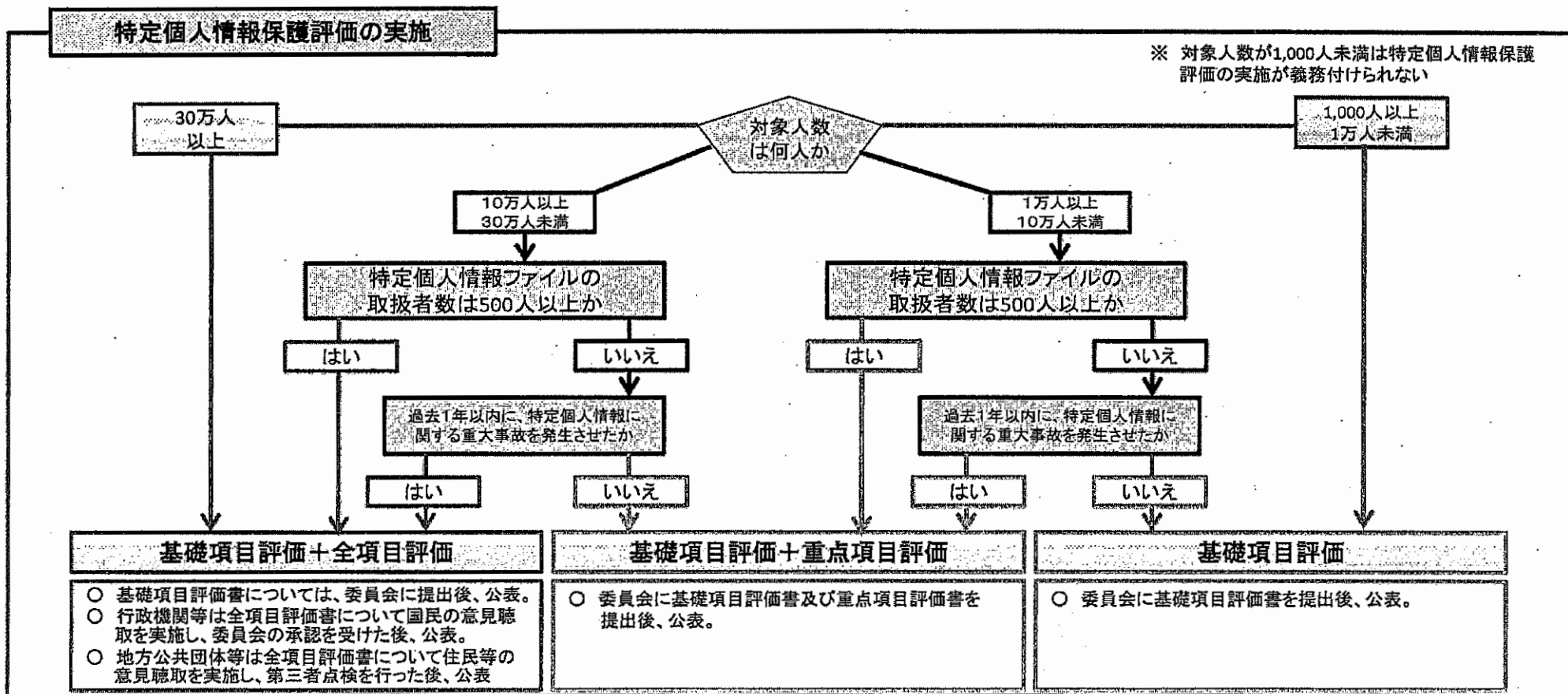
公布の日から施行

○三重県個人情報保護条例の一部を改正する条例案新旧対照表

改正案	現行
<p>(設置等) 第四十九条 (略)</p>	<p>(設置等) 第四十九条 (略)</p>
<p>2 審査会は、前項のほか、実施機関から諮問があったときは、行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律(平成二十五年法律第二十七号)第二十六条第一項に規定する特定個人情報保護評価に関する事項を調査審議する。</p>	<p>2 審査会は、前項のほか、個人情報保護に関する重要な事項について調査審議し、実施機関に意見を述べることができる。</p>
<p>3 審査会は、前二項のほか、個人情報の保護に関する重要な事項について調査審議し、実施機関に意見を述べることができる。</p> <p>4 審査会は、前三項のほか、出資法人等から諮問があつたときは、当該出資法人等の保有する個人情報保護の保護について必要な意見を述べる可能性がある。</p> <p>(組織) 第五十条 (略)</p> <p>2 (略)</p> <p>3 専門の事項を調査審議させるため必要があるときは、審査会に、委員のほか、専門委員を置くことができる。</p> <p>(委員及び専門委員) 第五十一条 (略)</p> <p>2・3 (略)</p> <p>4 専門委員は、専門の事項に関し学識経験を有する者のうちから、知事が任命する。</p> <p>5 専門委員の任期は、当該専門の事項に関する調査審議に必要な期間とし、その都度定める。</p> <p>6 知事は、委員若しくは専門委員が心身の故障のため職務の遂行ができないと認めるとき、又は委員若しくは専門委員に職務上の義務違反その他委員若しくは専門委員たるに適しない非行があると認めるときは、その委員又は専門委員を罷免することができる。</p> <p>7 委員及び専門委員は、その職務を遂行するに当たっては、公正不偏の立場で、調査審議をしなければならない。</p> <p>8 委員及び専門委員は、職務上知ることができた秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。</p>	<p>2 審査会は、前項のほか、個人情報保護に関する重要な事項について調査審議し、実施機関に意見を述べることができる。</p> <p>3 審査会は、前二項のほか、出資法人等から諮問があつたときは、当該出資法人等の保有する個人情報保護の保護について必要な意見を述べる可能性がある。</p> <p>(組織) 第五十条 (略)</p> <p>2 (略)</p> <p>4 (委員) 第五十一条 (略)</p> <p>2・3 (略)</p> <p>4 知事は、委員が心身の故障のため職務の遂行ができないと認めるとき、又は委員に職務上の義務違反その他委員たるに適しない非行があると認めるときは、その委員を罷免することができる。</p> <p>5 委員は、その職務を遂行するに当たっては、公正不偏の立場で、調査審議をしなければならない。</p> <p>6 委員は、職務上知ることができた秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。</p>

第七十一条 第五十一条第八項の規定に違反して秘 密を漏らした者は、一年以下の懲役又は五十万円 以下の罰金に処する。	第七十一条 第五十一条第六項の規定に違反して秘 密を漏らした者は、一年以下の懲役又は五十万円 以下の罰金に処する。
---	---

特定個人情報保護評価の実施手続



実施後に必要となる手続

- 重要な変更を加えようとするとき、特定個人情報に関する重大事故の発生等によりしきい値判断の結果が変わり新たに重点項目評価又は全項目評価を実施するものと判断されたときは、特定個人情報保護評価を再実施。
- 上記以外の変更が生じたときは、評価書を修正・公表。
- 少なくとも1年に1回は特定個人情報保護評価書の見直しを行うよう努める。
- 一定期間(5年)経過前に特定個人情報保護評価の再実施を行うよう努める。

【所管事項説明】

1 「三重県広聴広報アクションプラン（最終案）」について

「三重県広聴広報アクションプラン」（以下、「アクションプラン」）について、常任委員会や庁内会議での議論を踏まえ、別添のとおり最終案をとりまとめました。

1 最終案の構成

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
2. 本県の広聴広報活動における現状と課題
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
2. 基本的な考え方
3. クリエイティブ戦略／メディア戦略
4. 6つの戦略テーマ
5. 各戦略テーマの取組
第3章 具体的取組（各戦略テーマの取組）

2 アクションプランの主な目標・取組事項

(1) 「基本的な考え方」である「県民との接点の拡大と充実」の最終目標を、三重県ファン登録数（平成28年度末に36,000人）としました。

アクションプランでは、県民に対する「質」の高い広聴広報に取り組み、県民との関係性を深化させていくことで、県民の理解や共感、信頼を獲得することができ、「県民」から「三重県ファン」となって、長期にわたる強固な関係性を構築していくことを目指しています。

「三重県ファン」には、政策への積極的な参画や提案、ソーシャルメディア等を活用した情報の伝播による新たなファンの獲得など、アクティブシチズンとしての行動を期待しています。

※三重県ファン…新たに構築するプロモーションサイトで、広聴広報課がスタートさせる登録制度において登録された会員のことです。登録者には、県施策や事業に関する情報をメールマガジン等でお届けしたり、意見や提案をいただいたりして、継続的で直接的なコミュニケーションを図ります。

※プロモーションサイト…特定のサービスの情報を発信するためのウェブサイトで、ブランドサイトとも言います。他自治体のプロモーションサイトの例として、「泣ける！広島県（広島県）」や「恋するうどん県（香川県）」などがあります。

(2) 6つの戦略テーマで達成すべき13の戦略目的について、評価指標や数値目標、及びこれらの目標を実現する53の具体的取組を設定しました。

数値目標と主要な取組については、アクションプラン（概要版）の14～16ページに記載のとおりです。

3 プランの進行管理

設定した具体的取組を計画的・積極的に実行するとともに、評価指標の目標達成状況について、スマートサイクルによるPDCAサイクルに組み入れて定期的な検証を行っていきます。

4 アクションプランの推進により期待される効果

(1) 広聴広報活動基盤（組織・人材・メディア）の強化

- ① 広聴広報課への担当職員の配置や外部専門家のノウハウ活用、広聴広報戦略会議（仮称）の設置により、政策（事業）と広聴広報活動の一体的・戦略的な総合調整や、組織横断的なマネジメントを行える体制が強化されます。
- ② インナー広報（庁内広報）の充実やパブリシティ活動の改善等により、職員の広聴広報に関する意識の向上と、スキルアップが実現します。
- ③ ウェブシステム再構築やプロモーションサイト構築、汎用広聴システム構築、「県政だよりみえ（データ放送版・紙版）」をはじめとした既存の広報媒体の再構築等、オウンドメディア（所有メディア）が強化されます。

(2) 情報発信のクオリティ・コントロール（品質管理）の実現

- ① 広聴広報課による組織横断的なマネジメントについてPDCAサイクルが確立し、情報の「質」の向上、ベストミックスによる効果的なメディア活用など、情報発信のクオリティ・コントロールが実現します。
- ② 県内市町や企業、NPOなど、関係機関と連携した効果的な広聴広報が実現します。

(3) 県民とのコミュニケーション機能の強化

- ① パブリシティやウェブサイト、パンフレット・チラシ等のクオリティの向上により、県民に対する的確で良質な情報提供が実現します。
- ② 広聴機能の充実やプロモーションサイト等による内外への積極的な情報発信により、県民からの理解や共感、信頼の獲得、三重の知名度・認知度の向上、イメージアップが実現します。
- ③ 県民との長期にわたる強固な関係性を構築し、それを継続していくことで、「三重県ファン」の創造が実現します。

三重県広聴広報アクションプラン（最終案）【概要版】

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

県民からの意見や提案を県政に反映させる広聴機能、県民との情報共有や県民ニーズに応じた情報提供を行う広報機能を充実していくことが必要です。

(2) 三重県の知名度・認知度向上とイメージアップを図る広報活動

ターゲットを明確にした訴求効果の高い広報活動を積極的に展開し、本県の魅力を効果的に内外にアピールし続けることが必要です。

(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

インターネットの普及に伴い、コミュニケーション構造が「送り手主導」から「受け手主導」へと大きく変化している中で、メディア活用の最適化に取り組む必要があります。

2. 広聴広報活動における課題

(1) コミュニケーション機能の強化

広聴広報活動は、県民との関係性を深化する役割が求められており、現状の「お知らせ広報」から「コミュニケーション型広聴広報」への転換を図る必要があります。

(2) 三重の知名度・認知度向上

パブリシティや従来型メディアによる積極的な情報発信とともに、ターゲットを明確にした訴求効果の高い広報活動を展開していくことが不可欠です。

(3) 品質管理プロセスの確立

情報発信におけるクオリティ・コントロールが必要であり、政策・事業と広聴広報活動を一体的に取り組み、品質管理プロセスを確立することが重要となります。

(4) 広聴広報課の機能強化

広聴広報課は、プロモーションや情報発信におけるクオリティ・コントロールについて組織横断的なマネジメント機能を発揮することが求められます。

(5) 職員の広聴広報力の向上

職員が県政の推進方向や主要施策の目的などを理解し、三重県の「広聴広報パーソン」として行動していけるよう、情報共有やサポートのしくみづくりが必要です。

(6) メディアの多様化への対応

平成26年度から27年度にかけてウェブシステムの再構築を機に、インターネットを活用した効果的な広聴広報活動の実現に取り組むことが必要です。

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（参考資料：図1）

- アクションプランは「三重県広聴広報基本方針」に基づく行動計画です。
- 計画期間は平成26年度を初年度とし、平成28年度を目標年度とする3か年です。
- 県内の個人や団体、企業ならびに県が誘客や誘致、PRを行う相手方である県外の個人や企業等、県が広聴広報活動を行うすべての対象を「県民」としています。
- アクションプランは、「基本的な考え方」と、その実現に向けた「クリエイティブ戦略」と「メディア戦略」を3つの柱とします。そこから6つの戦略テーマと戦略テーマの成功に必要な取組（戦略目的）、取組の評価指標・数値目標を設定し、この目標を達成するための具体的取組を実行していきます。

2. 基本的な考え方

「県民との接点の拡大と充実」

行政サービスには、「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活動」であるという視点が不可欠です。

正しく県民に伝えなければならない情報をわかりやすく的確に提供することを基本にしつつ、本県が行う施策・事業にかかる情報や県政の課題等を適時に幅広く、効果的・効率的に情報発信することにより、県政の最大の成果を受け取ってもらうこと、また県政に対する意見や評価を聴き、さらなる改善につなげていくことという広聴広報活動を政策の実現に向けてのマーケティング活動であると位置付け、「県民との接点の拡大と充実」に取り組みます。

県民との関係性を強化し、さらに深化させていくことで、本県に対する県民の理解や共感、信頼を獲得することができ、「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きます。「三重県ファン」による行動は、アクティブ・シチズンとしての事業への参画や提案などとして、行政の「質」を高めるとともに、県民力による「協創」の三重づくりにつながります。

目標	目標値
三重県ファン登録数	36,000件（人）
目標は三重県ファン登録数です。アクションプラン最終年度（平成28年度）に公開予定のプロモーションサイトの年間見込訪問者を360万件、そのうち「三重県ファン」の登録に結びつく割合を1%と見込んでいるため、登録数を36,000件（人）に設定しました。「三重県ファン」とは、プロモーションサイトでスタートさせる登録制度から登録された会員で、登録者には県施策や事業に関する情報をメールマガジン等でお届けしたり、意見や提案をいただいたりして、継続的で直接的なコミュニケーションを図ります。	

3. クリエイティブ戦略／メディア戦略

(1) クリエイティブ戦略 — 伝わるメッセージづくり

県政情報について、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・コントロールが求められています。

「県民」「業務プロセス」「人材と変革」の3つの「視点」を設定し、現状の課題解決に向けての庁内体制の整備や広聴広報活動の抜本的な見直しにつなげていきます。

(2) クリエイティブ戦略の3つの「視点」

① 県民の視点／対象の「見える化」

県民に対してどのように行動すべきかの視点であり、「県民が何を必要としているのか、どう届けるのか」コミュニケーションの対象の「見える化」に取り組みます。

② 業務プロセスの視点／政策と広聴広報の「一体化」

「県民の理解や共感、信頼を得るために、どのような業務プロセスが必要か」の視点であり、政策と広聴広報の「一体化」など業務プロセスの確立に取り組みます。

③ 人材と変革の視点／職員の「自分事化」

変革と改善のできる体制や人材についての視点であり、職員の「広聴広報の自分事化」に取り組みます。

(3) メディア戦略 — 伝える場の確保

テレビやラジオ、ウェブや広報紙などのメディアを、ターゲットの属性やエリアに合わせて選択し、最も効果的なメディア・ミックス（組み合わせ）による広報を行うため、新しいマーケティングの枠組みである3つのメディア（トリプルメディア）の概念によるメディア戦略を展開していきます。

(4) メディア戦略を考える3つの「メディア」（トリプルメディア）

① 所有するメディア（オウンドメディア：Owned Media）

県が所有するウェブサイト、メールマガジン、広報紙など、県民との長期的な関係性をつくるため、アクションプランにおいて、最も強化を図るメディアです。

② 信頼や評判を得るメディア（アーンドメディア：Earned Media）

ブログやSNS、ツイッターなど、個人が発信する情報を互いに消費・影響し合うソーシャルメディアやパブリシティなど、口コミの情報伝播が期待されるメディアです。

③ 買うメディア（ペイドメディア：Paid Media）

主に新聞・雑誌・テレビ・ラジオの広告等で、インターネットの台頭により広告効果は低下傾向にあるものの、現在でも重要なプッシュ型（能動型）メディアです。

4. 6つの戦略テーマ

戦略テーマ1：県民との接点の強化【県民の視点】

～県民との関係を自ら構築し発展させます～

正しく県民に伝えなければならない情報をわかりやすく的確に提供することを基本として、県民に対する「質」の高い情報発信と、広聴機能の充実による県民とのコミュニケーションの向上を目指し、「県民との接点の強化」に取り組みます。

県民との関係性を強化し、さらに深化させていくことで、本県に対する県民の理解や共感、信頼を獲得できるよう、会員化施策などに取り組み、多くの「三重県ファン」の創造を目指します。



戦略目的

- 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

戦略テーマ2：品質管理プロセスの確立【業務プロセスの視点】

～政策と広報の一体化によるクオリティ・コントロールを実現します～

政策・事業の展開の中で広聴広報活動を一体的に捉え、どのターゲットに情報を届け、どのような状態にしたいのかを常に明確にするとともに、情報の「質」を担保した全庁統一的なクオリティ・コントロールが行えるしくみとして、「品質管理プロセスの確立」に取り組みます。さらに、さまざまなリスクの発生に対応した広聴広報活動におけるリスクマネジメントを強化します。



戦略目的

- 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

戦略テーマ3：メディア・関係機関連携の強化【業務プロセスの視点】

～「三重県ファン」創造に向けたメディア戦略と関係機関連携を展開します～

県民との接点を強化するため、ソーシャルメディア・パブリシティなどのアードメディア、テレビ・ラジオなどのペイドメディア、オウンドメディアである広報紙などから、ウェブサイトへ県民を案内する、効果的なメディア戦略を展開します。

また、県内市町や企業、NPOなど関係機関との連携を強化します。



戦略目的

- 3_1 メディア連携の強化
- 3_2 関係機関連携の強化

戦略テーマ4：広聴広報体制の強化【人材と変革の視点】（参考資料：図2）

～広聴広報課のハブ化と庁内体制の強化に取り組みます～

広聴広報課が、部局の「ハブ」となって政策と広聴広報活動を一体的・戦略的に進める総合調整を行い、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、担当職員の配置や外部専門家のノウハウの活用など体制としくみの構築を図ります。さらに、広聴広報活動が組織的かつ体系的、持続的に行われ、政策と一体となって展開できるよう、現行の広聴広報会議の上部会議として広聴広報戦略会

議（仮称）を設置し、基本事項等の意思決定や、部局間の情報共有を行います。

戦略目的

4_1 広聴広報課のハブ化

4_2 庁内体制の強化

戦略テーマ5：職員の広聴広報力向上【人材と変革の視点】

～職員行動を促す動機付けと個々の広聴広報力向上のしくみを強化します～

イントラネットによる情報共有サイトやメールマガジン機能の新設など、インナー広報（庁内広報）を強化し、県政の推進方向や主要施策の目的などを共有することで、職員の広聴広報活動に対するモチベーションの向上を図ります。

さらに、職員一人ひとりが、これらの共有事項を積極的に「自分事」として理解し（＝「自分事化」）、県の「広聴広報パーソン」として行動できるよう、外部専門家による OJT や目的別の多様な研修開催など、職員の広聴広報力の向上に取り組みます。

戦略目的

5_1 インナー広報の強化

5_2 広聴広報パーソンの育成

戦略テーマ6：オウンドメディアの強化【人材と変革の視点】

～ウェブサイトを中心とした継続的に県民とつながる環境を構築します～

インターネットの進展による、「受け手主導」のコミュニケーション構造に対応していくため、ウェブシステムの再構築など、「オウンドメディアの強化」に取り組みます。

戦略目的

6_1 オウンドメディアの強化

5. 各戦略テーマの取組

(1) 戦略マップ（参考資料：図3）

各戦略テーマに属する、計13の戦略目的の因果関係をマップにしています。

(2) 具体的取組の実行

戦略目的ごとに評価指標・数値目標を設定し、その目標を達成するため、計53の具体的取組を実行します。

(3) PDCA サイクルによる具体的取組の検証

戦略目的ごとに設定した評価指標の目標達成状況及び具体的取組の進捗状況は、PDCA サイクルによる定期的な検証を行います。

(4) 具体的取組の部局における展開

広聴広報課は、アクションプランの確実な実行のため、各部局との連携のもとに進行管理を行います。各部局では、スマートサイクルにおけるオールインワンシステムの「組織マネジメントシート」上の「県民サービス・事業効果等の向上」に本アクションプランに基づく広聴広報の取組を記載して進行管理します。なお、進行管理や部局間の情報共有については、新設する「広聴広報戦略会議（仮称）」で行います。

第3章 具体的取組（各戦略テーマの取組）

（1）評価指標・数値目標

1_1 良質な情報提供の実現、3_1 メディア連携の強化、3_2 関係機関連携の強化

評価指標	単位	H26	H27	H28
得たいと思う県政情報が得られている県民の割合	%	59.0	60.0	65.0 調整中

1_2 三重の知名度・認知度の向上

評価指標	単位	H26	H27	H28
プロモーションサイトへの月間アクセス数(平均)	件	—	—	30万

1_3 広聴機能の充実によるコミュニケーションの向上

評価指標	単位	H26	H27	H28
新たな汎用広聴システム導入の検討	定性		検討	実施

1_4 三重県ファンの創造

評価指標	単位	H26	H27	H28
三重県ファン登録数	人	—	—	36,000

2_1 業務管理プロセスの確立、4_1 広聴広報課のハブ化

評価指標	単位	H26	H27	H28
部局の政策（事業）に対する企画制作アドバイス件数	件	—	150	200

2_2 リスクマネジメントの強化

評価指標	単位	H26	H27	H28
非常時対応訓練の実施	回	1以上	1以上	1以上
ウェブシステム休止時間	時間	1以内	1以内	1以内

4_2 庁内体制の強化

評価指標	単位	H26	H27	H28
広聴広報関連会議の開催	定性	検討	実施	

5_1 インナー広報の強化

評価指標	単位	H26	H27	H28
情報共有サイト年間アクセス数	件	6,000	48,000	72,000

5_2 広聴広報パーソンの育成

評価指標	単位	H26	H27	H28
専門研修参加者及びOJT対象者数	人	100	270	320

6_1 オウンドメディアの強化

評価指標	単位	H26	H27	H28
オウンドメディアの強化	定性		検討	実施

(2) 具体的取組 (全 53 の具体的取組のうち主なもの)

【共通事項】

NO	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
				26	27	28
25	2.1	政策と広聴広報の一体的取組	広聴広報課への担当職員の配置や、外部専門家のノウハウ活用などによる体制としくみの構築を図り、広聴広報課が部局の「ハブ」として、広聴広報活動を組織横断的にマネジメントします。		実施	→
40	4.1	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	広聴広報課が部局の「ハブ」として、広聴広報活動を組織横断的にマネジメントできるよう、課内に担当職員の配置や、外部専門家のノウハウの活用などによる体制としくみの構築を図ります。	検討	実施	→
43	4.2	広聴広報関連庁内会議の開催	広聴広報活動における情報共有・意思決定を行う庁内会議を設置し運用します。		実施	→
44	4.2	部局単位の広聴広報活動の目標管理	部局単位で、事業に対する広聴広報活動の目標管理(進捗管理)を実施します。		実施	→

【オウンドメディア】

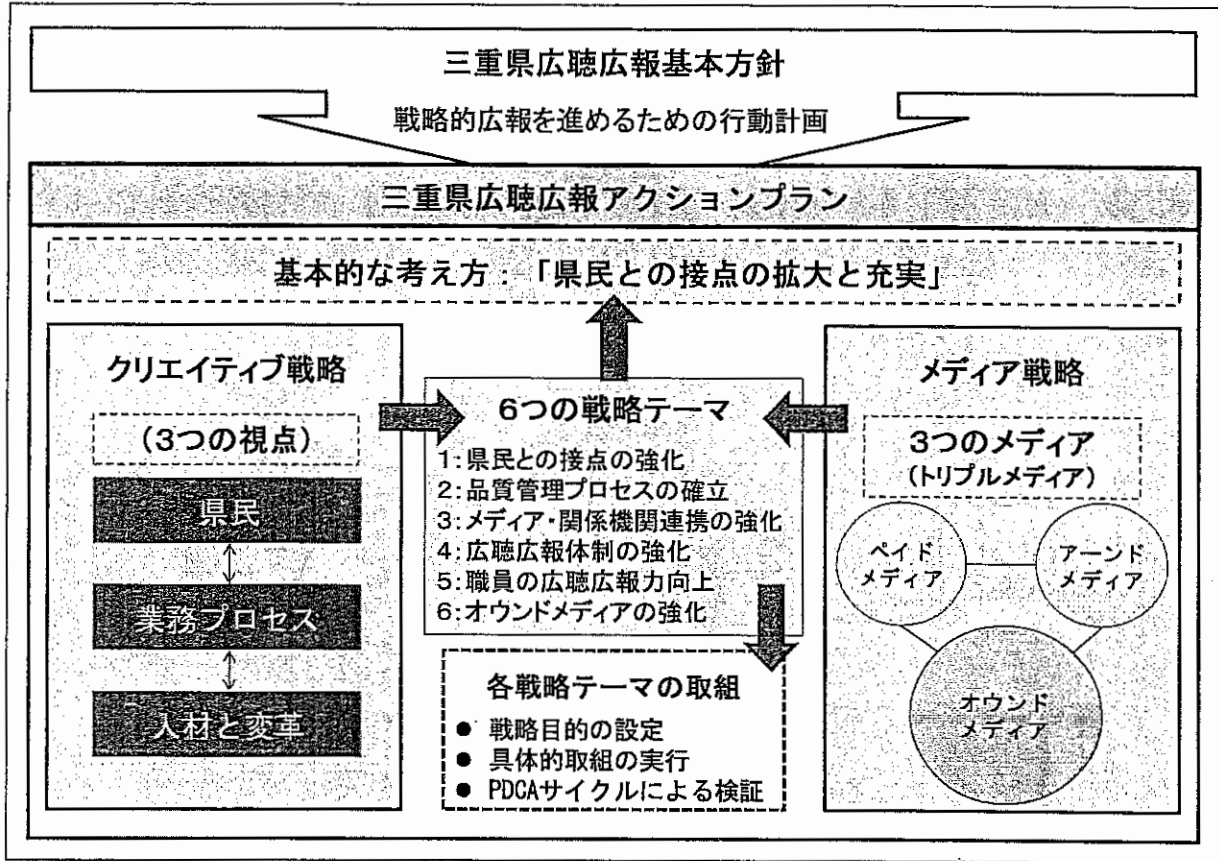
NO	種類	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
6	ウェブ	1.1 1.2	ウェブサイトにおける「質」の高い情報発信	平成 28 年度にリニューアルする公式サイト、新規構築するプロモーションサイトを活用して、県民の視点に立った「質」の高い情報発信を行います。		検討	実施
8	ウェブ	1.3	インターネットを活用した広聴機能の充実	ウェブサイトによるアンケートなど、広聴機能の充実によるコミュニケーションの向上を図ります。		検討	実施
9	ウェブ メルマガ	1.4	参加型広報の展開	三重県ファンの創造をめざす会員化施策等に取り組みます。		検討	実施
47	ウェブ	5.1	インナー広報の強化	職員の広聴広報力向上に向けたインナー広報を強化します。		実施	→
37	県政だより みえ (紙・データ放送)	3.1	「県政だよりみえ」におけるメディア連携の推進	より効果的・効率的な県政情報の発信を目指し、データ放送、紙メディア、ウェブサイト等の各媒体の特性を生かしたメディア連携をさらに強化します。		検討	実施

NO	種類	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
53	県政だよりみえ (紙・データ放送)	6.1	「県政だよりみえ」による情報発信の充実	「県政だより みえ」による情報発信について、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ます。		検討	実施

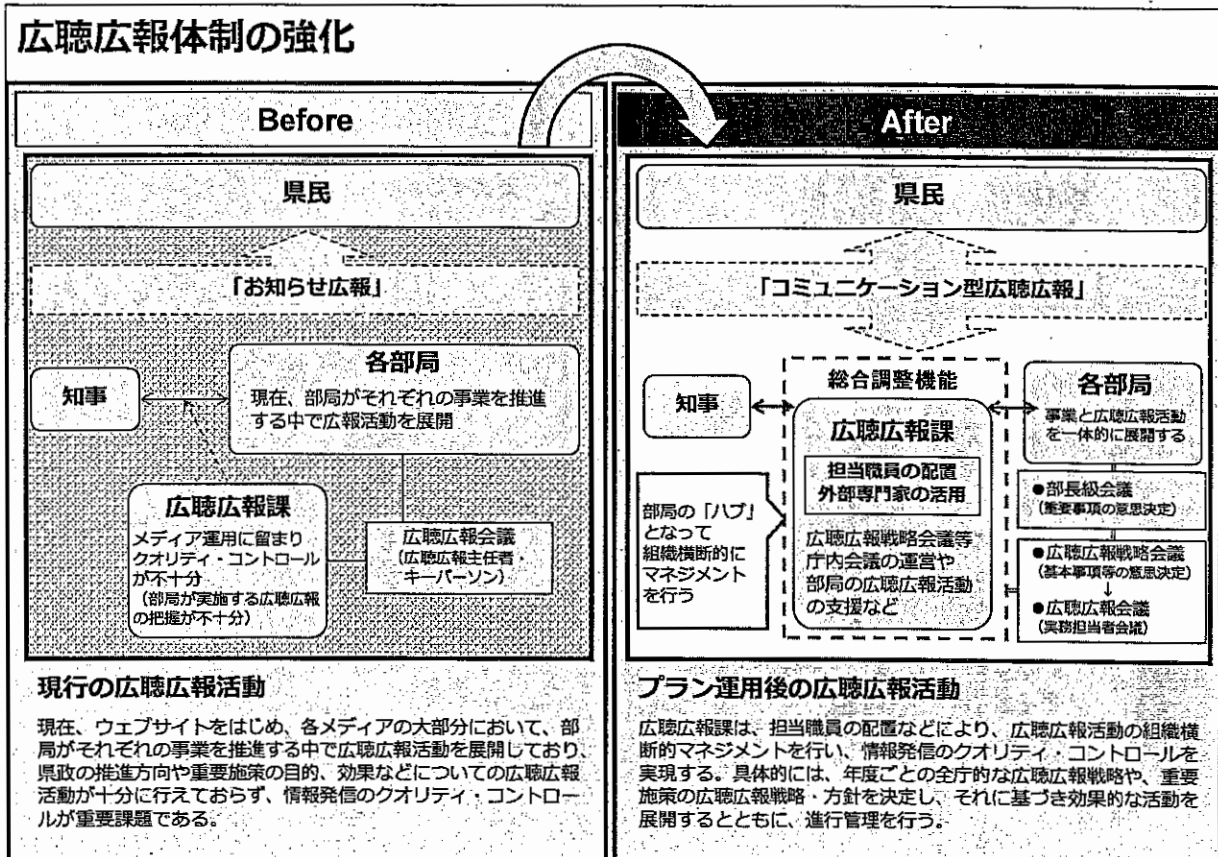
【アードメディア】

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
15	ソーシャルメディア	1.2 1.4	ソーシャルメディアの積極的な活用	全庁版及び部局版によるソーシャルメディアの積極的な活用を行い、県民間のロコミ等による信頼性の構築に取り組みます。		検討	実施
17	パブリシティ	1.1	「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	行政資料としての完成度ではなく、「記者に記事やニュースとして効果的に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を作成します。主な取組として、「プレスリリース大改革宣言(仮称)」により、県民に正しく伝わることを最優先したプレスリリースの作成を強力に推進します。	宣言	実施	

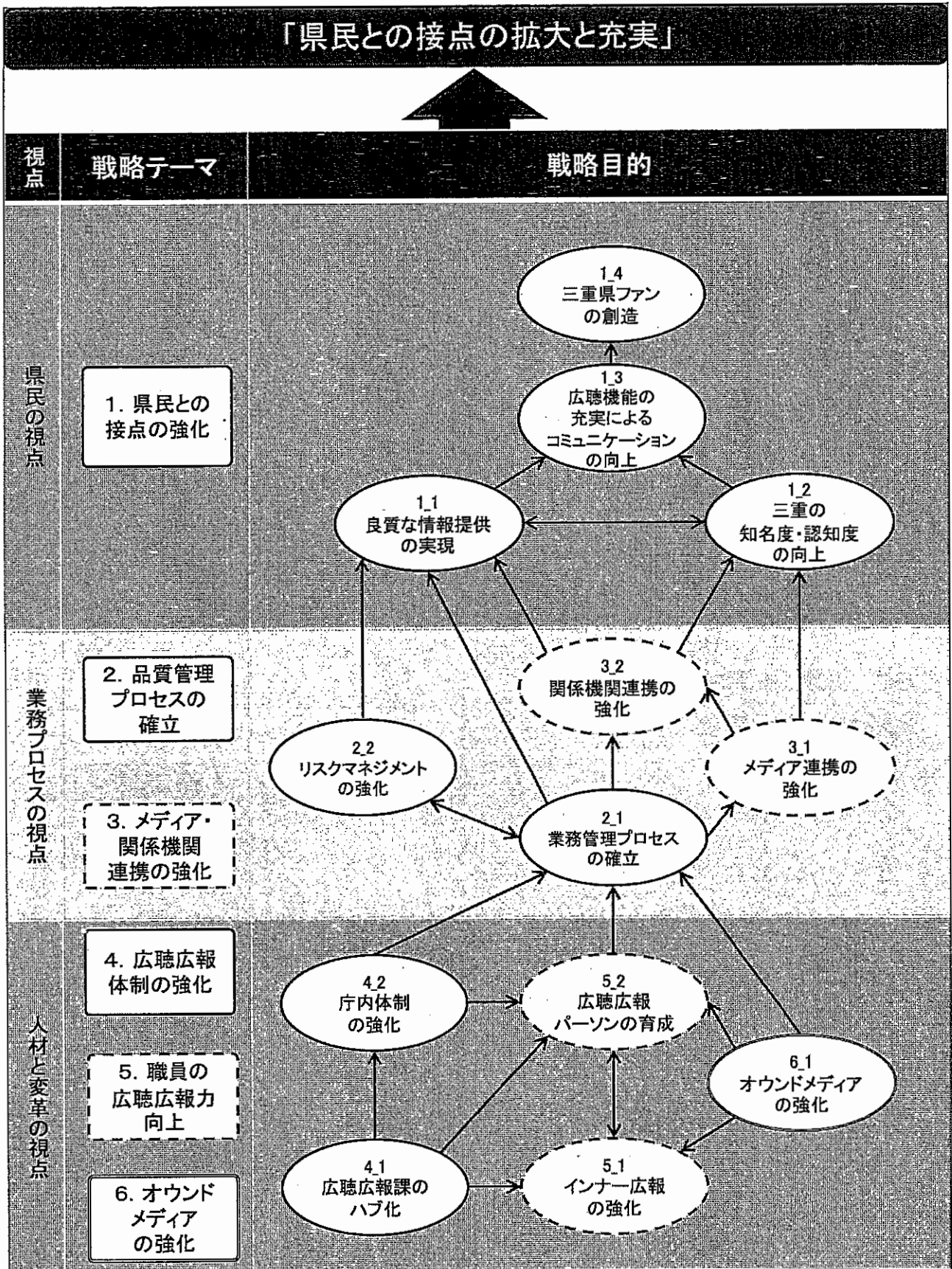
【図1：アクションプランの体系】



【図2：広聴広報体制の強化】



【図3：戦略マップ】



2 「県政だより みえ」(データ放送版、紙版)による 県政情報の発信について

1 県の広報活動に関するアンケート調査の実施状況

平成26年度からのデータ放送による県政情報の発信、紙版県政だよりの配布方法の変更に伴い、県の広報活動に関する評価、感想などについてアンケートを実施しました。概要は次のとおりです。

① アンケート調査の方法及び回答数

実施期間	平成26年7月15日～11月24日		
回答数	4,173名		
(内訳)	みえ出前トーク会場におけるアンケート	1,939名	
	対面調査におけるアンケート	1,288名	
	e-モニターでのアンケート	825名	
	県政だより、県HPにおけるアンケート	121名	

② アンケート結果の概要

【質問1】 県の情報を何で入手していますか (上位3つまで選択可)

調査方法	データ放送版 県政だより		紙版 県政だより		みえだより (新聞折り込み)		テレビ・ラジオ放送 (番組、報道)		インターネット		総計 (回答者)
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
出前トーク	174	9.0%	800	41.3%	550	28.4%	751	38.7%	310	16.0%	1,939
対面調査	312	24.2%	701	54.4%	261	20.3%	520	40.4%	252	19.6%	1,288
e-モニター	79	9.6%	483	58.5%	165	20.0%	205	24.8%	151	18.3%	825
県政だより等	36	29.8%	76	62.8%	19	15.7%	29	24.0%	27	22.3%	121
(参考)4つの合計	601	14.4%	2,060	49.4%	995	23.8%	1,505	36.1%	740	17.7%	4,173

【質問2】 現在、必要な県の情報は入手できていますか

調査方法	できている		おおむね できている		あまり できていない		できていない		総計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
出前トーク	128	7.5%	736	43.1%	726	42.6%	116	6.8%	1,706
対面調査	209	16.7%	628	50.1%	371	29.6%	46	3.7%	1,254
e-モニター	29	3.5%	326	39.5%	379	45.9%	91	11.0%	825
県政だより等	19	16.0%	59	49.6%	30	25.2%	11	9.2%	119
(参考)4つの合計	385	9.9%	1,749	44.8%	1,506	38.5%	264	6.8%	3,904

【質問3】 データ放送版県政だよりの操作方法について

調査方法	わかりやすい		ふつう		わかりにくい		総計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
出前トーク	119	18.3%	491	75.3%	42	6.4%	652
対面調査	224	38.4%	315	53.9%	45	7.7%	584
e-モニター	46	16.5%	201	72.0%	32	11.5%	279
県政だより等	21	30.4%	38	55.1%	10	14.5%	69
(参考)4つの合計	410	25.9%	1,045	66.0%	129	8.1%	1,584

【質問4】データ放送版県政だよりの見やすさについて

調査方法	見やすい		ふつう		見にくい		総計
出前トーク	115	18.3%	480	76.6%	32	5.1%	627
対面調査	215	37.5%	341	59.4%	18	3.1%	574
e-モニター	37	13.3%	210	75.3%	32	11.5%	279
県政だよりの等	20	29.0%	37	53.6%	12	17.4%	69
(参考)4つの合計	387	25.0%	1,068	68.9%	94	6.1%	1,549

2 アンケート結果を踏まえた今後の方向性について

アンケート結果から、データ放送についてはさまざまな方法で周知を行っているものの、認知度がまだ低いこと及び紙媒体に対する根強いニーズがあることが明らかになりました。

また、必要な県の情報が十分入手できていないとする回答割合が45.3%となっており、多様な媒体を活用した更なる情報発信の充実が求められています。

これらの結果を踏まえ、引き続きデータ放送に関する周知に努めるとともに、広聴広報アクションプランに基づき、データ放送をはじめとした各媒体の特性を生かしたベストミックスによる県政情報の発信について検討します。

3 ベストミックスによる情報発信に関する今後の予定

県の施策や考え方など、いわゆる政策広報については、図表やイラストの掲載に適し、視覚に訴えやすい紙媒体により、タブロイド判の新聞折込を行いたいと考えています。

併せて、県からのお知らせやイベント情報などについては、更新の即効性に強く、テレビでいつでも見られるという簡便性に優れたデータ放送を活用することとし、今後それぞれの媒体について、次のとおり取り組んでいきたいと考えています。

(1) データ放送

平成27年度は、現行システムを改善しながら継続し、平成28年度からの新たな仕様による本放送開始に向け、企画提案コンペの実施、システム構築、試験放送などの準備を行います。

(2) 紙媒体

平成27年度は、平成28年度からのタブロイド判広報紙の発行に向け、企画提案コンペの実施、版下作成などの準備を行います。

3 国土強靱化地域計画の策定について

1 策定の背景、策定に向けた考え方・手順

(1) 策定の背景

○ 平成25年12月に施行された国土強靱化基本法に基づき、国においては、平成26年6月に「国土強靱化基本計画」（以下、「国の基本計画」と表記）を閣議決定し、強靱な国づくりを進めています。

また、地方公共団体における国土強靱化計画の策定指針となる「国土強靱化地域計画策定ガイドライン」（以下、「ガイドライン」と表記）もあわせて策定されました。

○ 三重県では、南海トラフ地震の発生が危惧され、事前防災及び減災の取組を進めることが喫緊の課題となっていることから、ガイドラインを参考に、平成27年6月を目途に、「国土強靱化地域計画」（以下、「県の地域計画」と表記）を策定します。

(2) 基本的考え方

○ 県の地域計画は、概ね10年先を見据え、今後の取組の方向性を示すものとします。

○ 対象リスクは、国の基本計画と同様、大規模自然災害とします。このため、「三重県新地震・津波対策行動計画」や「三重県新風水害対策行動計画（仮称）」（本年度中に策定予定）の内容を踏まえます。

(3) 策定手順

ガイドラインを参考に、次の手順で進めます。

ステップ1：目標の設定

ステップ2：リスクシナリオ（最悪の事態）の設定

ステップ3：脆弱性の分析・評価、課題の検討

ステップ4：リスクへの対応方策の検討

相互に点検しながら、
検討を進めます。

2 段階別考え方

(1) ステップ1：目標の設定

ガイドラインでは、「目標は、原則として国の基本計画に即して設定する」とされていることから、国の基本計画と整合を図るため、県の地域計画の目標は国の基本計画で設定された目標（4つの「基本目標」、8つの「事前に備えるべき目標」）とします。

[資料1、資料2 参照]

(2) ステップ2：リスクシナリオ（最悪の事態）の設定

ステップ1で設定した「事前に備えるべき目標」の妨げとなる「起きてはならない最悪の事態」（仮に発生すれば、県内に致命的な影響が生じると考えられる事態）を想定します。

ガイドラインでは、「国の基本計画で設定している45の事態を参考にしつつ、地域の特性を踏まえて設定する」とされていることから、次の点を考慮しながら、県の地域計画の「起きてはならない最悪の事態」を設定します。 [資料2 参照]

○国の取組として想定されているため、県の地域計画には取り入れないもの

- ・3-3「首都圏での中央官庁機能の機能不全」
- ・4-2「郵便事業の長期停止による種々の重要な郵便物が送達できない事態」
- ・5-6「複数空港の同時被災」
- ・5-7「金融サービスの機能停止により、商取引に甚大な影響が発生する事態」

○三重県の実情に合わせて内容の一部を変更するもの

- ・県の実情を反映した追記（2-5「帰宅困難者」の対象者に観光客を追加）

○その他表記の変更等

- ・県の視点による表記の変更（「地方行政機関」⇒「県」、「国家経済」⇒「県内経済」等）

(3) ステップ3：脆弱性の分析・評価、課題の検討

ステップ2で設定した「起きてはならない最悪の事態」を回避するための取組についての脆弱性を分析・評価し、課題の検討を行います。

なお、ガイドラインでは、「脆弱性の分析・評価は、現状で把握できる施策等の進捗状況等を踏まえて行うことを想定しており、個別インフラの点検・調査等を新たに実施することは前提としていない」とされています。

このため、脆弱性評価等については、国の基本計画での評価手法や「三重県新地震・津波対策行動計画」、「三重県新風水害対策行動計画（仮称）」等の取組を参考として行うものとします。 [資料3、資料4 参照]

(4) ステップ4：リスクへの対応方策の検討

ステップ3の評価結果に基づき、国の基本計画での検討手法を参考にして、「起きてはならない最悪の事態」を回避するための取組（対応策）を検討します。

3 現在の検討状況と今後の予定

現在、防災対策部だけでなく関係する部局等と連携して、ステップ2及びステップ3での検討を進めており、今後、ステップ4まで検討を進め、本年度中に中間案を策定し、戦略企画雇用経済常任委員会にて説明します。

【今後の予定】

平成26年12月～27年1月	脆弱性調査（分析・評価・課題の検討）等
27年2月	リスクへの対応方策（目標値等）の検討
3月	中間案の作成、市町への説明 県議会常任委員会で中間案を提示
4月	パブリックコメントの実施
5月	最終案の調製、市町への説明
6月	県議会常任委員会で最終案を提示 策定・公表

国の基本計画における「起きてはならない最悪の事態（リスクシナリオ）」

基本目標	事前に備えるべき目標	起きてはならない最悪の事態	
I. 人命の保護が最大限図られる	1 大規模自然災害が発生したときでも人命の保護が最大限図られる	1-1 大都市での建物・交通施設等の複合的・大規模倒壊や住宅密集地における火災による死傷者の発生	
		1-2 不特定多数が集まる施設の倒壊・火災	
		1-3 広域にわたる大規模津波等による多数の死者の発生	
		1-4 異常気象等による広域かつ長期的な市街地等の浸水	
		1-5 大規模な火山噴火・土砂災害(深層崩壊)等による多数の死傷者の発生のみならず、後年度にわたり国土の脆弱性が高まる事態	
		1-6 情報伝達の不備等による避難行動の遅れ等で多数の死傷者の発生	
	2 大規模自然災害発生直後から救助・救急、医療活動等が迅速に行われる(それがなされない場合の必要な対応を含む)	2-1 被災地での食料・飲料水等、生命に関わる物資供給の長期停止	
		2-2 多数かつ長期にわたる孤立集落等の同時発生	
		2-3 自衛隊、警察、消防、海保等の被災等による救助・救急活動等の絶対的不足	
		2-4 救助・救急、医療活動のためのエネルギー供給の長期途絶	
		2-5 想定を超える大量かつ長期の帰宅困難者への水・食料等の供給不足	
		2-6 医療施設及び関係者の絶対的不足・被災、支援ルートの途絶による医療機能の麻痺	
		2-7 被災地における疫病・感染症等の大規模発生	
	3 大規模自然災害発生直後から必要不可欠な行政機能は確保する	3-1 矯正施設からの被収容者の逃亡、被災による現地の警察機能の大幅な低下による治安の悪化	
		3-2 信号機の全面停止等による重大交通事故の多発	
		3-3 首都圏での中央官庁機能の機能不全	
		3-4 地方行政機関の職員・施設等の被災による機能の大幅な低下	
	II. 国家及び社会の重要な機能が致命的な障害を受けず維持される	4 大規模自然災害発生直後から必要不可欠な情報通信機能は確保する	4-1 電力供給停止等による情報通信の麻痺・長期停止
			4-2 郵便事業の長期停止による種々の重要な郵便物が送達できない事態
			4-3 テレビ・ラジオ放送の中断等により災害情報が必要な者に伝達できない事態
	III. 国民の財産及び公共施設に係る被害の最小化	5 大規模自然災害発生後であっても、経済活動(サプライチェーンを含む)を機能不全に陥らせない	5-1 サプライチェーンの寸断等による企業の生産力低下による国際競争力の低下
			5-2 社会経済活動、サプライチェーンの維持に必要なエネルギー供給の停止
			5-3 コンビナート・重要な産業施設の損壊、火災、爆発等
			5-4 海上輸送の機能の停止による海外貿易への甚大な影響
5-5 太平洋ベルト地帯の幹線が分断する等、基幹的陸上海上交通ネットワークの機能停止			
5-6 複数空港の同時被災			
5-7 金融サービス等の機能停止により商取引に甚大な影響が発生する事態			
5-8 食料等の安定供給の停滞			
IV. 迅速な復旧復興	6 大規模自然災害発生後であっても、生活・経済活動に必要な最低限の電気、ガス、上下水道、燃料、交通ネットワーク等を確保するとともに、これらの早期復旧を図る	6-1 電力供給ネットワークの(発電電所、送配電設備)や石油・LPガスサプライチェーンの機能の停止	
		6-2 上水道等の長期間にわたる供給停止	
		6-3 汚水処理施設等の長期間にわたる機能停止	
		6-4 地域交通ネットワークが分断する事態	
		6-5 異常湧水等により用水の供給の途絶	
7 制御不能な二次災害を発生させない	7 制御不能な二次災害を発生させない	7-1 市街地での大規模火災の発生	
		7-2 海上・臨海部の広域複合災害の発生	
		7-3 沿線・沿道の建物倒壊による直接的な被害及び交通麻痺	
		7-4 ため池、ダム、防災施設、天然ダム等の損壊・機能不全による二次災害の発生	
		7-5 有害物質の大規模拡散・流出	
		7-6 農地・森林等の荒廃による被害の拡大	
		7-7 風評被害等による国家経済等への甚大な影響	
8 大規模自然災害発生後であっても、地域社会・経済が迅速に再建・回復できる条件を整備する	8 大規模自然災害発生後であっても、地域社会・経済が迅速に再建・回復できる条件を整備する	8-1 大量に発生する災害廃棄物の処理の停滞により復旧・復興が大幅に遅れる事態	
		8-2 道路啓開等の復旧・復興を担う人材等(専門家、コーディネーター、労働者、地域に精通した技術者等)の不足により復旧・復興が大幅に遅れる事態	
		8-3 地域・コミュニティの崩壊、治安の悪化等により復旧・復興が大幅に遅れる事態	
		8-4 新幹線等の基幹インフラの損壊により復旧・復興が大幅に遅れる事態	
		8-5 広域地盤沈下等による広域・長期にわたる浸水被害の発生により復旧・復興が大幅に遅れる事態	

県の地域計画における「起きてはならない最悪の事態（リスクシナリオ）」(案)

基本目標	事前に備えるべき目標	起きてはならない最悪の事態	
I. 人命の保護が最大限図られる	1 大規模自然災害が発生したときでも人命の保護が最大限図られる	1-1 大都市での建物・交通施設等の複合的・大規模倒壊や住宅密集地における火災による死傷者の発生	
		1-2 不特定多数が集まる施設の倒壊・火災	
		1-3 広域にわたる大規模津波等による多数の死者の発生	
		1-4 異常気象等による広域かつ長期的な市街地等の浸水	
		1-5 大規模な火山噴火・土砂災害(深層崩壊)等による多数の死傷者の発生のみならず、後年度にわたり国土の脆弱性が高まる事態	
		1-6 情報伝達の不備等による避難行動の遅れ等で多数の死傷者の発生	
	2 大規模自然災害発生直後から救助・救急、医療活動等が迅速に行われる(それがなされない場合の必要な対応を含む)	2-1 被災地での食料・飲料水等、生命に関わる物資供給の長期停止	
		2-2 多数かつ長期にわたる孤立集落等の同時発生	
		2-3 自衛隊、警察、消防、海保等の被災等による救助・救急活動等の絶対的不足	
		2-4 救助・救急、医療活動のためのエネルギー供給の長期途絶	
		2-5 想定を超える大量かつ長期の帰宅困難者(観光客を含む)への水・食料等の供給不足	
		2-6 医療施設及び関係者の絶対的不足・被災、支援ルートの途絶による医療機能の麻痺	
		2-7 被災地における疫病・感染症等の大規模発生	
	3 大規模自然災害発生直後から必要不可欠な行政機能は確保する	3-1 緊急要請からの要請者の逃亡、被災による現地の警察機能の大幅な低下による治安の悪化	
		3-2 信号機の全面停止等による重大交通事故の多発	
		3-3 首都圏での中央官庁機能の機能不全	
		3-4 地方公共機関の職員・施設等の被災による機能の大幅な低下	
	II. 国家及び社会の重要な機能が致命的な障害を受けず維持される	4 大規模自然災害発生直後から必要不可欠な情報通信機能は確保する	4-1 電力供給停止等による情報通信の麻痺・長期停止
			4-2 郵便事業の長期停止による種々の重要な郵便物が送達できない事態
			4-3 テレビ・ラジオ放送の中断等により災害情報が必要な者に伝達できない事態
	III. 国民の財産及び公共施設に係る被害の最小化	5 大規模自然災害発生後であっても、経済活動(サプライチェーンを含む)を機能不全に陥らせない	5-1 サプライチェーンの寸断等による企業の生産力低下による国際競争力の低下
			5-2 社会経済活動、サプライチェーンの維持に必要なエネルギー供給の停止
			5-3 コンビナート・重要な産業施設の損壊、火災、爆発等
			5-4 海上輸送の機能の停止による海外貿易への甚大な影響
5-5 太平洋ベルト地帯の幹線が分断する等、基幹的陸上海上交通ネットワークの機能停止			
5-6 複数空港の同時被災			
5-7 金融サービス等の機能停止により商取引に甚大な影響が発生する事態			
5-8 食料等の安定供給の停滞			
IV. 迅速な復旧復興	6 大規模自然災害発生後であっても、生活・経済活動に必要な最低限の電気、ガス、上下水道、燃料、交通ネットワーク等を確保するとともに、これらの早期復旧を図る	6-1 電力供給ネットワークの(発電電所、送配電設備)や石油・LPガスサプライチェーンの機能の停止	
		6-2 上水道等の長期間にわたる供給停止	
		6-3 汚水処理施設等の長期間にわたる機能停止	
		6-4 地域交通ネットワークが分断する事態	
		6-5 異常湯水等により用水の供給の途絶	
7 制御不能な二次災害を発生させない		7-1 市街地での大規模火災の発生	
		7-2 海上・臨海部の広域複合災害の発生	
		7-3 沿線・沿道の建物倒壊による直接的な被害及び交通麻痺	
		7-4 ため池、ダム、防災施設、天然ダム等の損壊・機能不全による二次災害の発生	
		7-5 有害物質の大規模拡散・流出	
		7-6 農地・森林等の荒廃による被害の拡大	
		7-7 風評被害等による国家県が経済等への甚大な影響	
8 大規模自然災害発生後であっても、地域社会・経済が迅速に再建・回復できる条件を整備する		8-1 大量に発生する災害廃棄物の処理の停滞により復旧・復興が大幅に遅れる事態	
		8-2 道路啓開等の復旧・復興を担う人材等(専門家、コーディネーター、労働者、地域に精通した技術者等)の不足により復旧・復興が大幅に遅れる事態	
		8-3 地域コミュニティの崩壊、治安の悪化等により復旧・復興が大幅に遅れる事態	
		8-4 基幹インフラの損壊により復旧・復興が大幅に遅れる事態	
		8-5 広域地盤沈下等による広域・長期にわたる浸水被害の発生により復旧・復興が大幅に遅れる事態	

※現段階の案であり、今後、変更することもあります。

県の地域計画における脆弱性の評価のイメージ

※ 国の基本計画の脆弱性評価の方法等（「資料4」参照）に準じています。

1 大規模自然災害が発生したときでも人命の保護が最大限図られる

1-1) 建物・交通施設等の複合的・大規模倒壊による死傷者の発生

○住宅・建築物等の耐震化

耐震基準を満たした住宅の割合は約 84% (H24 年度末) であることから、倒壊のおそれのある昭和 56 年 5 月 31 日以前に建築された木造住宅について、耐震診断の受診を促進するとともに、補強が必要な場合の設計・工事への支援を行う必要がある。また、不特定多数の者が利用するホテル・病院・物販店舗等の大規模建築物について、市町と連携し、耐震化を進めるとともに、大規模地震時に、大規模空間建築物の天井の脱落等を防止するための対策を進める必要がある。

○交通施設の耐震化

より多くの鉄道利用者の安全を確保する観点から、主要駅や高架橋の耐震対策を促進する必要がある。

○無電柱化の推進

大規模地震が発生した場合、電柱の倒壊により道路交通が阻害され、避難に障害が及ぶことが想定されることから、市街地等における道路の無電柱化 (H24 年度末で 17 箇所を事業完了) を進め、災害時にも確実な避難や応急対策活動ができるよう道路の安全性を高める必要がある。

○避難路等の整備

大規模地震が発生した際、迅速かつ円滑な避難が行われるために、市町の避難計画に基づき、避難路の整備に向けた支援を行う必要がある。

○広域的な連携体制の構築

防災関係機関との連携強化を推進することにより大規模災害時の応急体制の充実を図るとともに、近隣府県との訓練 (現在年 2 回実施) を通じて、近隣府県からの応援・受援などの連携強化を図る必要がある。

・
・
・
・

(今後、検討を重ねて内容等を充実していきます。)

【取組の現状】

- 耐震基準を満たした住宅の割合 83.7% (H24 年度末)
- 電線類地中化事業完了箇所 (累計) 17 箇所 (H24 年度末)
- 市町の進める津波避難路の整備への支援市町数 19 市町/年 (H24 年度末)

国の基本計画における脆弱性の評価方法及び評価結果（一部抜粋）

1 大規模自然災害が発生したときでも人命の保護が最大限図られる

1-1) 大都市での建物・交通施設等の複合的・大規模倒壊や住宅密集地における火災による死傷者の発生

○住宅・建築物等の耐震化率は、住宅・建築物が約8割（H20）、国公立学校が約9割（H25）と一定の進捗がみられるが、耐震化の必要性に対する認識不足、耐震診断の義務付けに伴う耐震診断、耐震改修の経済的負担が大きいことなどから、老朽化マンションの建替え促進を含め、目標達成に向けてきめ細かな対策が必要である。また、つり天井など非構造部材の耐震対策を推進する必要がある。

○交通施設等について、長時間・長周期地震動による影響、新たな構造材料、老朽化点検・診断技術に関する知見・技術が不足していることから、長期的な視点に立って研究、技術開発を着実に進めていく必要がある。建築物については、長周期地震動の影響を受けやすい超高層建築物等の構造安全性を確保するための対策を図る必要がある。また、交通施設及び沿線・沿道建物の複合的な倒壊を避けるため、これらの耐震化を促進する必要がある。

○大規模地震時に被害を受けやすい電柱、大規模盛土造成地等の施設・構造物の脆弱性を解消するための対策が途上であるとともに、地下街の防災対策のための計画に基づく取組に着手（H26）することとしているところであり、それらの施設の安全性を向上させる必要がある。

○火災予防・被害軽減のための取組を推進する必要がある。また、大規模火災のリスクの高い地震時等に著しく危険な密集市街地（5,745ha）の改善整備については、地方公共団体において取組が進んでいるものの、その解消には至っていないため、避難地等の整備、建築物の不燃化等により官民が連携して計画的な解消を図る必要がある。また、目標達成後も中長期的な視点から密集市街地の改善に向けて取り組む必要がある。

○大規模地震・火災から人命の保護を図るための救助・救急体制の絶対的不足が懸念されるため、広域的な連携体制を構築する必要がある。

○膨大な数の帰宅困難者の受入れに必要な一時滞在施設の確保を図る必要がある。

【国交】住宅・建築物の耐震化率 住宅：約79%（H20） 建築物：約80%（H20）

【国交】市街地等の幹線道路の無電柱化率 15%（H24）

【国交】首都直下地震又は南海トラフ地震で震度6強以上が想定される地域等に存在する主要道路線の耐震化率 91%（H24）

【国交】大規模盛土造成地マップ公表率 約4%（H25）

【国交】防災対策のための計画に基づく取組に着手した地下街の割合 0%（H25）

【国交】地震時等に著しく危険な密集市街地の解消面積 0ha（H23）

県の地域計画の構成イメージ（案）

※ 国の基本計画の構成に準じています。

第1章 県の地域計画策定の基本的考え方

○策定の目的等

三重県を取り巻く環境などの背景を踏まえ、策定する目的等を記載

○対象リスクの範囲

対象リスクは大規模自然災害とすることを記載

○県の各種計画との関係

「三重県新地震・津波対策行動計画」や「三重県新風水害対策行動計画（仮称）」など県の各種既存計画との関係性を記載

第2章 脆弱性評価

○目標の設定

国の基本計画で設定された4つの「基本目標」、8つの「事前に備えるべき目標」を設定

← ステップ1の作業

○「起きてはならない最悪の事態」の設定

国の基本計画で設定している45の事態を参考に、三重県の特性を踏まえて設定

← ステップ2の作業

○脆弱性の分析・評価、課題の検討

「起きてはならない最悪の事態」を回避するための取組について、現在の状況を把握し、分析・評価を行い、課題を抽出

← ステップ3の作業

第3章 国土強靱化の推進方針

○脆弱性評価結果を踏まえた取組の推進

第2章の脆弱性評価結果に基づき、課題を解決するための対応策等を記載

← ステップ4の作業

4 広域連携の取組（知事会議の開催結果）について

1 第96回近畿ブロック知事会議

- (1) 開催日 平成26年10月29日(水)
- (2) 開催場所 和歌山県和歌山市
- (3) 主な概要

- 本県から提案した「広域的な交通のリダンダンシーの確保」「農林漁業者の経営安定を図る燃油高騰対策に関する支援」「地方創生に向けた若者の県内定着への取組に関する支援」「『地方目線』の少子化対策」を含め、「広域インフラの整備促進」「農林水産業の振興」「地方創生の推進」等について協議を行い、これらの項目を国に提言していくことを決定しました。
- 「訪日観光誘客対策」について意見交換を行い、外国人観光者向けの高速道路料金の周遊割引等に近畿ブロック構成府県が連携して取り組むこととなりました。

2 第102回中部圏知事会議

- (1) 開催日 平成26年10月31日(金)
- (2) 開催場所 富山県富山市
- (3) 主な概要

- 中部圏内での周遊性の高い広域観光と海外からの誘客促進等国際観光に関する各県市の取組等の紹介を行うとともに、国内外から中部圏への観光誘客と滞在を促進する方策について意見交換を行いました。
なお、これらの意見交換を経て、「中部圏における国際・広域観光の振興に関する宣言」をとりまとめました。
- 本県から提案した「リニア中央新幹線の東京・大阪間早期全線整備」「『地方目線』の少子化対策」「農林水産物・食品の輸出拡大に向けた環境整備」を含め、各県市から提案された項目を国に提言していくこととしたほか、「危険ドラッグ乱用根絶のための規制強化」及び「鳥獣保護管理法に基づく事業の財政措置」を緊急提言として国に提言していくことにしました。

【「中部圏における国際・広域観光の振興に関する宣言」概要】

- ・国際競争力の高い魅力ある観光地づくりに向けた社会資本整備に取り組む
- ・地域資源を活かし、旅行者が何度も訪れたくなる観光拠点の形成に取り組む
- ・国内外観光客の利便性の向上に向けた受入環境づくりに取り組む
- ・多様な広域観光ルートの充実及びこれを支える地域交通基盤の強化に取り組む
- ・広域連携による認知度向上及び誘客プロモーションの強化に取り組む
- ・中部圏の県市や広域観光推進団体と連携し、実効性の高い取組の効率的な展開に努める。また、国に対して、ビザ要件の緩和や広域観光周遊ルート形成への支援等観光振興施策の強力な推進を求める

3 全国知事会議

(1) 開催日 平成 26 年 11 月 7 日(金)

(2) 開催場所 東京都千代田区

(3) 主な概要

- 10 時から都道府県会館において全国知事会議が開催されました。また、15 時過ぎから首相官邸において政府主催の全国都道府県知事会議が開催され、閣僚等との懇談の後、総理大臣との懇談が行われました。

【全国知事会議】

- 地方創生に係る国の動きや全国知事会の提言活動等について説明があり、協議が行われました。
- 「平成 27 年度税財政等に関する提案」について説明があり、地方創生のために企業の地方移転を促進する仕組みや地方法人特別税の見直し等について協議が行われました。
- 各常任委員長等から、次の事項等の報告がありました。
 - ・ 東日本大震災の復興支援について
 - ・ 社会保障制度改革について
 - ・ 火山防災体制の充実強化に関する緊急提言
 - ・ 頻発する異常気象に備えた事前防災・減災対策の推進に関する緊急声明
 - ・ 集中豪雨や火山噴火等に伴う土砂災害対策の充実強化に関する緊急声明
 - ・ 再生可能エネルギーの系統連系問題等に対する緊急要望
 - ・ 第 9 次日中知事省長交流事業について

【政府主催全国都道府県知事会議】

- 閣僚との懇談では、閣僚等の挨拶の後、各知事から発言がありました。

〔閣僚等の主な発言事項〕

- ・ 地方創生の推進
 - ・ 外形標準課税の拡充、地域間の税源の偏在是正、地方税の充実
 - ・ 東京オリンピックの推進及び経済効果の全国波及
 - ・ 来年 4 月の地方教育行政法の一部改正
 - ・ 地方大学を中心とした地域課題の解決や新しい産業の創出等
 - ・ 農林水産業の成長産業化、輸出促進や高付加価値化を図る 6 次産業化
 - ・ 高レベル放射性廃棄物の処分への協力
 - ・ 防災・減災対策の推進
 - ・ 地域の実情に応じた少子化対策や女性活躍の推進
 - ・ 子ども・子育て支援新制度の推進
- 総理大臣との懇談では、総理大臣の挨拶の後、全国知事会会長、各常任委員会委員長等から発言がありました。

全国知事会として、地方創生のための人の流れを変える税制の仕組みづくりや自由度の高い交付金の早期創設、高齢者世帯から子育て世帯への資産移転制度の創設、中小企業の経営基盤強化への支援、地方創生の一環としての地方分権改革、地方一般財源の総額確保、土砂災害対策の財源確保、農地制度のあり方等について要請を行いました。

総理大臣からは、それぞれの要請について回答があり、制度設計が必要なものについては、地方の意見を十分聞きながら総合的に判断すること、また、地方の財政運営に支障が出ないように、財源確保については適切に対応していきたいこと、農地転用に係る事務権限の移譲については、地方からの意見を踏まえつつ、精力的に検討を進めていきたい旨の発言がありました。

5 審議会等の審議状況について
(平成26年9月16日～平成26年11月20日)

1 審議会等の名称	三重県情報公開審査会
2 開催年月日	平成26年9月19日、10月17日、11月11日
3 委員	会 長 早川 忠宏 会長職務代理 竹添 敦子、川村 隆子 委 員 岩崎 恭彦 他3名
4 諮問事項	開示決定等に係る不服申立事案について
5 調査審議結果	不服申立て3事案について審議され、うち1事案について答申の確定が行われました。
6 備考	

1 審議会等の名称	三重県個人情報保護審査会
2 開催年月日	平成26年10月29日
3 委員	会 長 藤枝 律子 会長職務代理 白石 友行 委 員 尾西 孝志 他2名
4 諮問事項	開示決定等に係る不服申立事案について 個人情報の取扱いに関する制限の適用を除外する事項について
5 調査審議結果	特定個人情報保護評価に係る三重県個人情報保護条例の一部改正案等について、意見交換が行われました。
6 備考	

(最終案)

三重県広聴広報アクションプラン
～「伝える」から「伝わる」へ。広聴広報大改革。～

平成 26 年 12 月

三重県

はじめに

本県の広聴広報活動は、「三重県広聴広報基本方針」に則して、「戦略的・計画的な広報活動の実施」「政策形成につながる広聴活動の実施」「職員の広聴広報力の向上」を基本に、広聴広報課が所管する広報メディアや各部局が実施する事業において、多様に展開されています。

しかしながら、現状では一方的なお知らせに留まっていたり、発信内容に不備があったりすることが多く、また、全庁を挙げての強力な情報発信やPRも十分とは言えません。さらに、人や企業の誘致、定住促進など地域間競争が激化するなか、インターネットやスマートデバイスの進化、ソーシャルメディアの普及によるコミュニケーション構造の変化への対応も不可欠となっています。

このような本県の広聴広報活動の現状と社会情勢の変化を踏まえて、県政の推進方向や施策の成果に関する情報を確実に届けるとともに、県政に対する意見や要望を真摯に受け止めることができるように、「三重県広聴広報基本方針」に基づく行動計画として「三重県広聴広報アクションプラン」（以下「アクションプラン」）を策定しました。

アクションプランでは、県の広聴広報活動の対象を、県内の個人や団体、企業ならびに県が誘客や誘致、PRを行う相手方である県外の個人や企業等、県が広聴広報活動を行うすべての対象を総称して「県民」としています。そのうえで、この「県民」との関係性を築くためのコミュニケーションに取り組むことが広聴広報活動であると位置づけています。

そして、このアクションプランには、「県民」「業務プロセス」「人材と変革」の3つの視点を設定し、県の広聴広報活動の全体を捉えるとともに、それぞれの視点から、現状の課題解決に向けての庁内体制の整備や広聴広報活動の抜本的な見直しに繋げていくことを視野に入れていきます。

また、現在、広聴広報課では、情報発信の体系を、広報紙、テレビ、ラジオ、インターネットといったメディア別に捉えています。このアクションプランでは、人々が情報を入手する手段の多様化を踏まえ、メディア戦略における新たな考え方である「トリプルメディア」という体系を取り入れました。オウンドメディア、アードメディア、ペイドメディアといったメディアの性質を見極め、広聴広報活動の効果を最大限に発揮できるようにすることを目指しています。

今後、このアクションプランの実践により、県の広聴広報活動が磨き上げられ、「県民」の県政への興味と関心を喚起し、県政への理解や共感、信頼を深めて「協創」の三重づくりが着実に進められるよう、県庁全体で取り組んでいきたいと思っております。

平成 26 年 12 月

戦略企画部長

目次

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
 - (1) 「協創」の三重づくりを進める広聴広報活動
 - (2) 三重県の知名度・認知度向上とイメージアップを図る広報活動
 - (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
2. 本県の広聴広報活動における現状と課題…………… 3
 - (1) 広聴広報活動の現状
 - (2) 広聴広報活動の主な課題

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…………… 7
 - (1) 三重県広聴広報基本方針との関係
 - (2) 計画期間
 - (3) 「県民」の捉え方
 - (4) アクションプランの体系
2. 基本的な考え方…………… 9
3. クリエイティブ戦略／メディア戦略…………… 11
 - (1) クリエイティブ戦略－伝わるメッセージづくり
 - (2) クリエイティブ戦略の3つの「視点」
 - (3) メディア戦略－伝える場の確保
 - (4) メディア戦略を考える3つの「メディア」(トリプルメディア)
4. 6つの戦略テーマ…………… 14
 - 戦略テーマ1：県民との接点の強化【県民の視点】
 - 戦略テーマ2：品質管理プロセスの確立【業務プロセスの視点】
 - 戦略テーマ3：メディア・関係機関連携の強化【業務プロセスの視点】
 - 戦略テーマ4：広聴広報体制の強化【人材と変革の視点】
 - 戦略テーマ5：職員の広聴広報力向上【人材と変革の視点】
 - 戦略テーマ6：オウンドメディアの強化【人材と変革の視点】
5. 各戦略テーマの取組…………… 18
 - (1) 戦略マップ(戦略目的の設定)
 - (2) 具体的取組の実行
 - (3) PDCAサイクルによる具体的取組の検証
 - (4) 具体的取組の部局における展開

第3章 具体的取組（各戦略テーマの取組）

戦略テーマ1：県民との接点の強化【県民の視点】	20
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	
戦略テーマ2：品質管理プロセスの確立【業務プロセスの視点】	29
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	
戦略テーマ3：メディア・関係機関連携の強化【業務プロセスの視点】	32
3_1 メディア連携の強化	
3_2 関係機関連携の強化	
戦略テーマ4：広聴広報体制の強化【人材と変革の視点】	35
4_1 広聴広報課のハブ化	
4_2 庁内体制の強化	
戦略テーマ5：職員の広聴広報力向上【人材と変革の視点】	37
5_1 インナー広報の強化	
5_2 広聴広報パーソンの育成	
戦略テーマ6：オウンドメディアの強化【人材と変革の視点】	39
6_1 オウンドメディアの強化	

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、地方分権の進展により、自治体経営が大きな転換期を迎える中、「みえ県民力ビジョン」が目指す、「県民力による『協創』の三重づくり」に向けて、アクティブ・シチズンとして県政への積極的な参画を促すため、県民からの意見や提案を県政に反映させる広聴機能、県民との情報共有や県民ニーズに応じた情報提供を行う広報機能を充実していくことが必要です。

(2) 三重県の知名度・認知度向上とイメージアップを図る広報活動

自治体における人や企業の誘致、定住促進など、地域間競争が年々激化する中で、三重県の知名度・認知度向上とイメージアップを図るため、ターゲットを明確にした訴求効果の高い広報活動を積極的に展開し、本県の魅力を効果的に内外にアピールし続けることが必要です。神宮式年遷宮、熊野古道世界遺産登録10周年といった情報発信の好機に続き、今後も「三重県のブランド力アップ」に向けた全庁統一的で効果的な広報活動をさらに発展させていく必要があります。

また、「食」や「食文化」に関わる多様な産業振興をはじめ、「みえ産業振興戦略」「みえ国際展開に関する基本方針」に基づくものづくり戦略や観光の産業化によるサービス戦略、海外展開戦略などにおける広報活動についても効果的に展開していくことが必要です。

(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

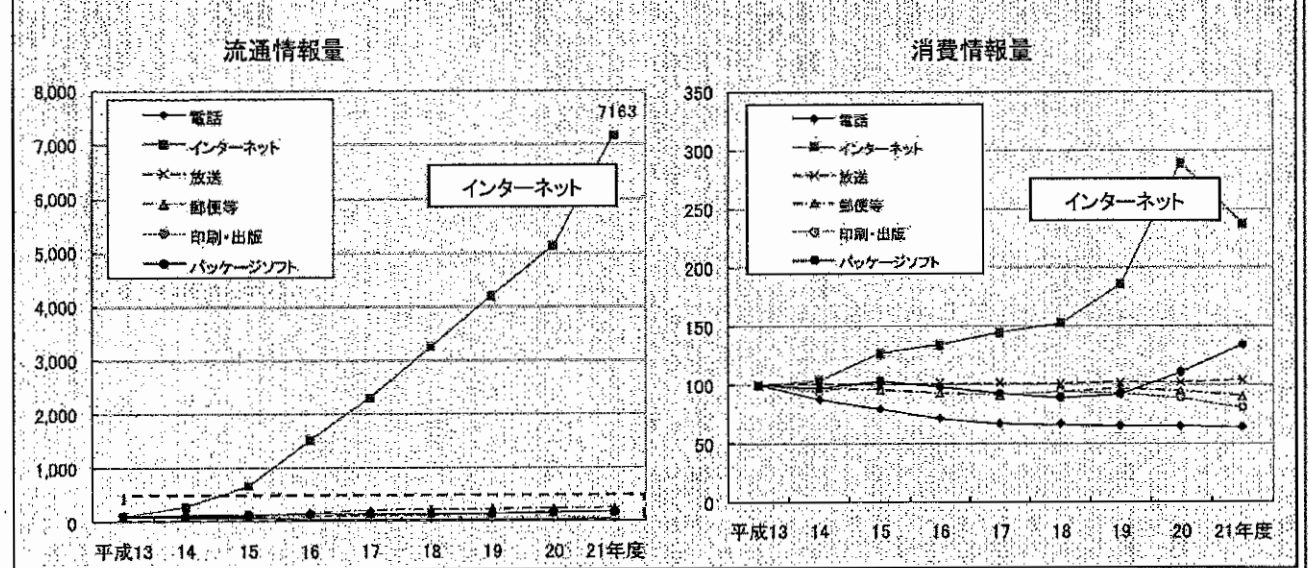
スマートフォン・タブレットなどのスマートデバイスやソーシャルメディアの普及に伴い、コミュニケーション構造が従来型メディアによる「送り手主導」からインターネットを活用して個人が必要なときに必要な情報を入手するという「受け手主導」へと大きく変化している中で、効果的・効率的な広聴広報活動を実現するため、メディア連携を含む、メディア活用の最適化に取り組む必要があります。

MEMO

インターネット上の流通情報量・消費情報量

スマートデバイスやソーシャルメディアの普及に伴い、インターネット上の流通情報量は爆発的に増大しています。また、国内を流通する情報のうち、その受け手に内容が認知される消費情報量をメディア別に見ると、インターネットの伸びが大きく、テレビや新聞といった従来型メディアは、横ばいか漸減傾向にあります。

メディアグループ別の情報量の推移（平成13年度=100）



（資料出所：「我が国の情報通信市場の実態と情報流通量の計量に関する調査研究結果（平成21年度）」総務省）

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

現在、本県が実施している広聴広報活動は、「共通の広聴広報」と「個別の広聴広報」に分類することができます。

① 共通の広聴広報

広聴広報課が所管するメディアを活用した、県政情報を提供する広報活動、県政に対する意見や提案に対応する広聴活動など、全庁共通の広聴広報活動です。

② 個別の広聴広報

部局の所管事業について、県政情報を提供する広報活動、県政に対する意見や提案に対応する広聴活動など、各部局が必要に応じて個別に行う広聴広報活動です。

	マスメディア	インターネット	印刷物	面会その他
共通の広聴広報	プレス発表	ウェブサイト	広報紙	
	テレビ番組	メールマガジン	チラシ	
	ラジオ番組	県民の声		
	テレビ広告	e-モニター	県政一口提案	
	ラジオ広告			
	新聞広告			
個別の広聴広報	プレス発表(独自)	ウェブサイト	ポスター/チラシ	みえの現場 すこいやんかトーク
	テレビ広告	メールマガジン	ガイドブック	出前トーク
	ラジオ広告	ソーシャルメディア	県民意識調査	説明会・意見交換会等
	新聞広告		個別アンケート	イベント

※実線の項目は広報活動、破線の項目は広聴活動です。

③ 共通の広聴広報の状況

<p>広聴活動</p>	<p>【インターネット】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 県民の声 ● e-モニター <p>【印刷物】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 県民の声 ● 県政一口提案 <p>【面会その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 県民の声
<p>広報活動</p>	<p>【マスメディア】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● プレス発表 <ul style="list-style-type: none"> ● テレビ番組 ○ 民間放送局（県政広報番組） 「県政チャンネル～輝け！三重人（みえびと）～」(15分番組、週1回) ● データ放送（「県政だより みえ」） ● ラジオ番組（県政広報番組） ○ FM放送 「三重県からのお知らせ」(5分番組、週7回) 「こんにちは三重県です」(5分番組、週1回) ○ AM放送 「こんにちは三重県です」(4分番組、週1回) 「三重県の窓」(3分番組、週1回) ○ AM放送 「こんにちは三重県です」(3分番組、週2回) ● 新聞広告（「みえだよりプラス」） <p>【インターネット】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ウェブサイト ● メールマガジン <p>【印刷物】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 広報紙（「県政だより みえ」） ● チラシ（「みえだより」）

(2) 広聴広報活動の主な課題

県政を取り巻く環境変化、広聴広報活動の現状や全職員を対象としたアンケート調査を踏まえ、本県の広聴広報活動における課題を次の6項目としました。

① コミュニケーション機能の強化

現在、本県では各メディアを活用した広聴広報活動を行っているものの、伝えたい内容が正しくかつ効果的に届けられているか、県民の意見や要望を受け止め、県政への反映につなげられているかといえ、広報したことや意見をお聞きしたことで目的を達したとしてしまうような「お知らせ広報」から脱却できていません。

しかし、自治体経営の大きな転換期において、県民の満足度を向上させる行政サービスを実施することが不可欠であるなか、広聴広報活動は、県民とのコミュニケーション機能を強化することで県民との関係性を深化する役割が求められており、現状の「お知らせ広報」から「コミュニケーション型広聴広報」への転換を図る必要があります。

MEMO

コミュニケーション

「コミュニケーションを成立させるのは受け手である。コミュニケーションの内容を発する者ではない。彼は発するだけである。聞く者がいなければコミュニケーションは成立しない。」『マネジメント 基本と原則』- P.F. ドラッカー著]

② 三重の知名度・認知度向上

自治体における人や企業の誘致、定住促進など、年々激化する地域間競争を生き残っていくためには、いかに地域の魅力を県外や海外に効果的にアピールして、本県の知名度・認知度の向上とイメージアップを図っていけるかが重要となります。

そのためには、パブリシティや従来型メディアによる積極的な情報発信とともに、ソーシャルメディアを含めたインターネットによる広い伝播力と双方向性を生かし、ターゲットを明確にした訴求効果の高い広報活動を展開していくことが不可欠です。

MEMO

パブリシティ

組織が、事業やサービスなどに関する情報を積極的にマスコミに提供し、マスメディアを通して報道として伝達されるよう働きかける広報活動のこと。

③ 品質管理プロセスの確立

現在の県の広聴広報活動は、ウェブサイトをはじめ様々なメディアを使って各部局が事業推進の中で独自に展開していますが、県が強力に情報発信すべき県政の推進方向や重要施策の目的、効果などについての広聴広報活動が十分ではないところもあり、情報発信におけるクオリティ・コントロール（品質管理）が必要となっています。

「コミュニケーション型広聴広報」への転換を図るためには、政策・事業と広聴広報活動を一体的に取り組み、誰に何を知ってもらい、どのような状態にしたいのかを常に意識することが必要です。そのうえで、情報の「質」を担保した全庁統一的で効果的な広聴広報活動が行えるしくみとして、情報提供の品質管理プロセスを確立することが重要となります。

④ 広聴広報課の機能強化

コミュニケーション機能の強化、三重の知名度・認知度の向上、品質管理プロセスの確立など、全庁が一体となった広聴広報活動を展開するためには、効果的な PR やマーケティングを行うための専門性の担保や担当職員の育成を図るとともに、県民力ビジョンや経営方針を踏まえたマネジメントを充実させる必要があります。

広聴広報課は、所管する既存のメディアによる従来の業務だけではなく、プロモーションや情報発信におけるクオリティ・コントロールについて組織横断的なマネジメント機能を発揮することが求められます。

⑤ 職員の広聴広報力の向上

全庁が一体となった広聴広報活動を展開するためには、広聴広報課の機能強化だけではなく、職員一人ひとりの広聴広報力の向上が不可欠です。そのためには、職員が、所管事業における広聴広報活動を効果的に行うのはもちろんのこと、県政の推進方向や主要施策の目的などを理解し、三重県の「広聴広報パーソン」として行動していけるよう、情報共有やサポートのしくみづくりが必要です。

⑥ メディアの多様化への対応

インターネット関連メディアの進展を中心とするメディアの多様化への対応が求められており、平成 26 年度から 27 年度にかけてウェブシステムの再構築を機に、従来の問題点や課題を解決して、インターネットを活用した効果的な広聴広報活動の実現に取り組むことが必要です。

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) 三重県広聴広報基本方針との関係

アクションプランは、「三重県広聴広報基本方針」に基づく行動計画です。

MEMO	三重県広聴広報基本方針（平成25年2月策定）
職員が常に広聴広報活動に関する意識を高く持って事業を推進し、本県の取組や協創の成果を県民の皆さんに届けていくための基本的な考え方を定めています。	
(1) 戦略的・計画的な広報活動の実施 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 県政の推進方向と連動した戦略的・計画的な広報活動の展開 ✓ インターネットや地上デジタル放送など多様な広報手段を活用した広報活動 (2) 政策形成につながる広聴活動の実施 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域や現場など各種広聴活動による県民の声の幅広い収集 ✓ 収集した声の職員間共有や分析、声を県政に反映する取組の強化 (3) 職員の広聴広報力の向上 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 広聴広報会議の機能強化や職員研修の充実など広聴広報体制の充実 ✓ 職員一人ひとりの広聴広報に係る意識と資質の向上 	

(2) 計画期間

アクションプランの計画期間は、平成26年度を初年度とし、平成28年度を目標年度とする3か年です。

(3) 「県民」の捉え方

アクションプランでは、県内の個人や団体、企業ならびに県が誘客や誘致、PRを行う相手方である県外の個人や企業等、県が広聴広報活動を行うすべての対象を総称して「県民」としています。

(4) アクションプランの体系

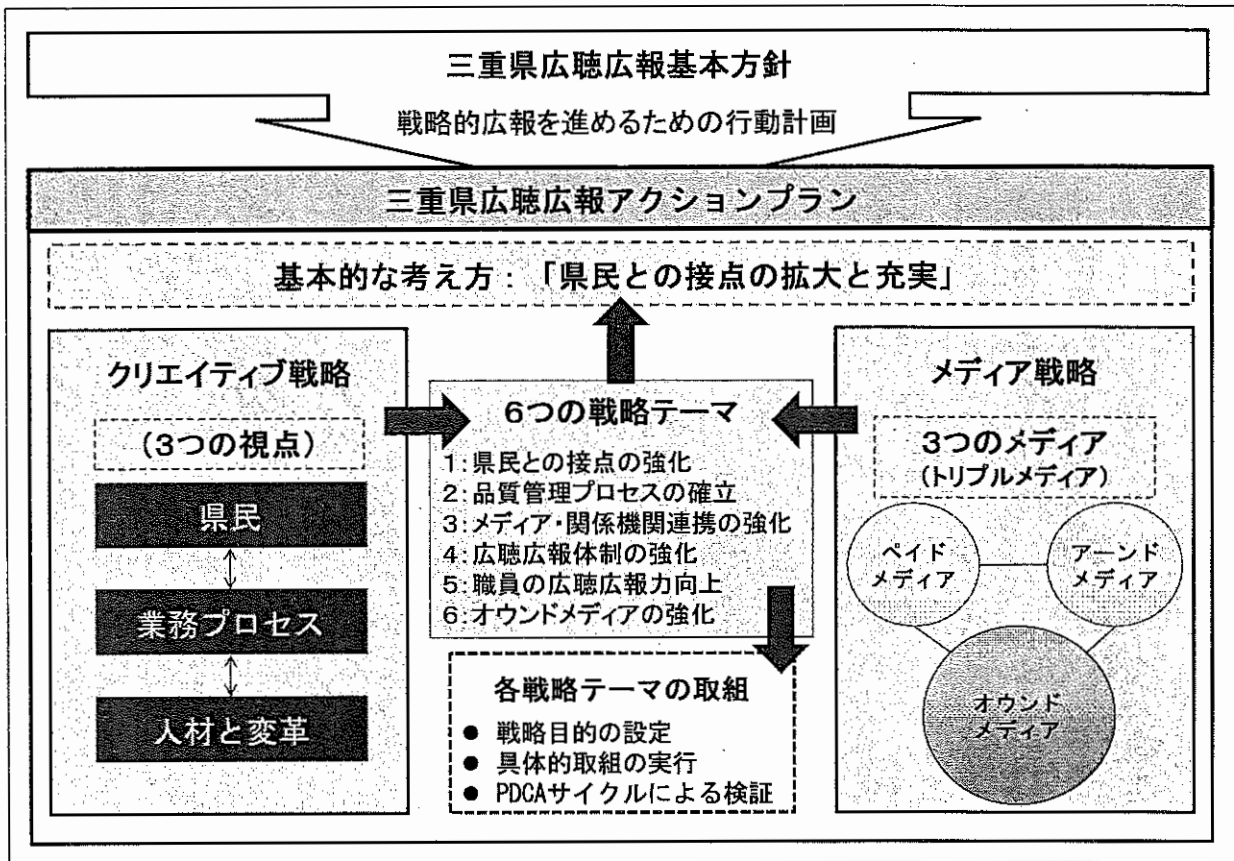
アクションプランは、本県が実現すべき広聴広報活動の「基本的な考え方」と、その実現に向けた「クリエイティブ戦略」と「メディア戦略」で構成しています。

県の広聴広報活動は、行政サービスを実施するにあたって県民とのコミュニケーションを行うための接点であり、非常に重要な役割を担うことから、アクションプランの「基本的な考え方」を「県民との接点の拡大と充実」としています。

そして、「伝わるメッセージ作り」として、情報発信のクオリティ・コントロールを行う「クリエイティブ戦略」には3つの視点（「県民」「業務プロセス」「人材と変革」）を、「伝える手段」となる各種メディアの確保・組み合わせ等を展開する「メディア戦略」には3つのメディア（「オウンドメディア（所有するメディア）」「アーンドメディア（信頼や評判を得るメディア）」「ペイドメディア（買うメディア）」）の概念を導入し、「県民との接点の拡大と充実」に取り組むための6つの戦略テーマを設定しました。

戦略テーマごとに、戦略テーマの成功に必要な取組（戦略目的）と、その評価指標と達成すべき目標を設定し、この目標を達成するための具体的取組を実行していきます。

(アクションプランの体系)



2. 基本的な考え方

「県民との接点の拡大と充実」

行政サービスには、「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活動」であるという視点が不可欠です。

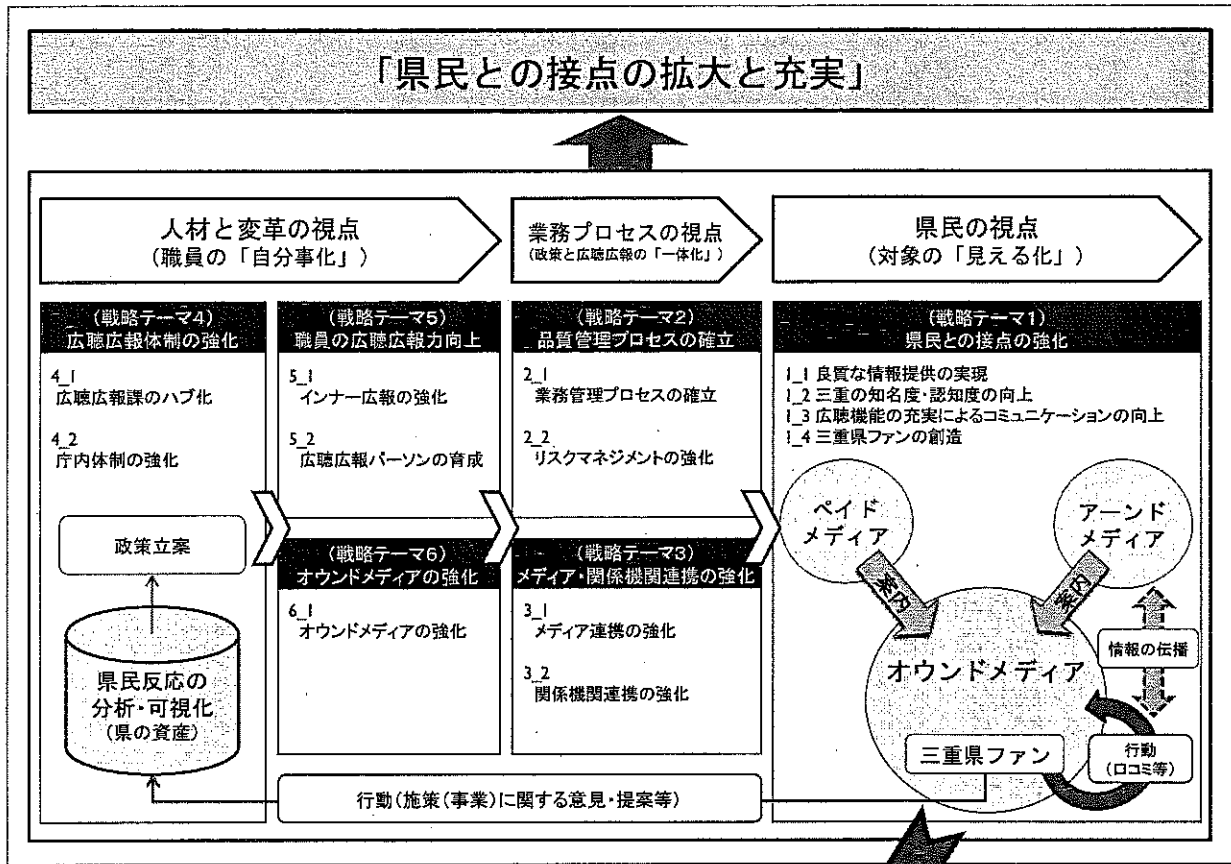
行政として、正しく県民に伝えなければならない情報をわかりやすく的確に提供することを基本にしつつ、本県が行う施策・事業にかかる情報や県政の課題等を適時に幅広く、効果的・効率的に情報発信することにより、県政の最大の成果を受け取ってもらうこと、また県政に対する意見や評価を聴き、さらなる改善につなげていくことという広聴広報活動を政策の実現に向けてのマーケティング活動であると位置付け、「県民との接点の拡大と充実」に取り組みます。

県民との関係性を強化し、さらに深化させていくことで、本県に対する県民の理解や共感、信頼を獲得することができ、「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きます。「三重県ファン」による行動は、アクティブ・シチズンとしての事業への参画や提案などとして、行政の「質」を高めるとともに、県民力による「協創」の三重づくりにつながります。

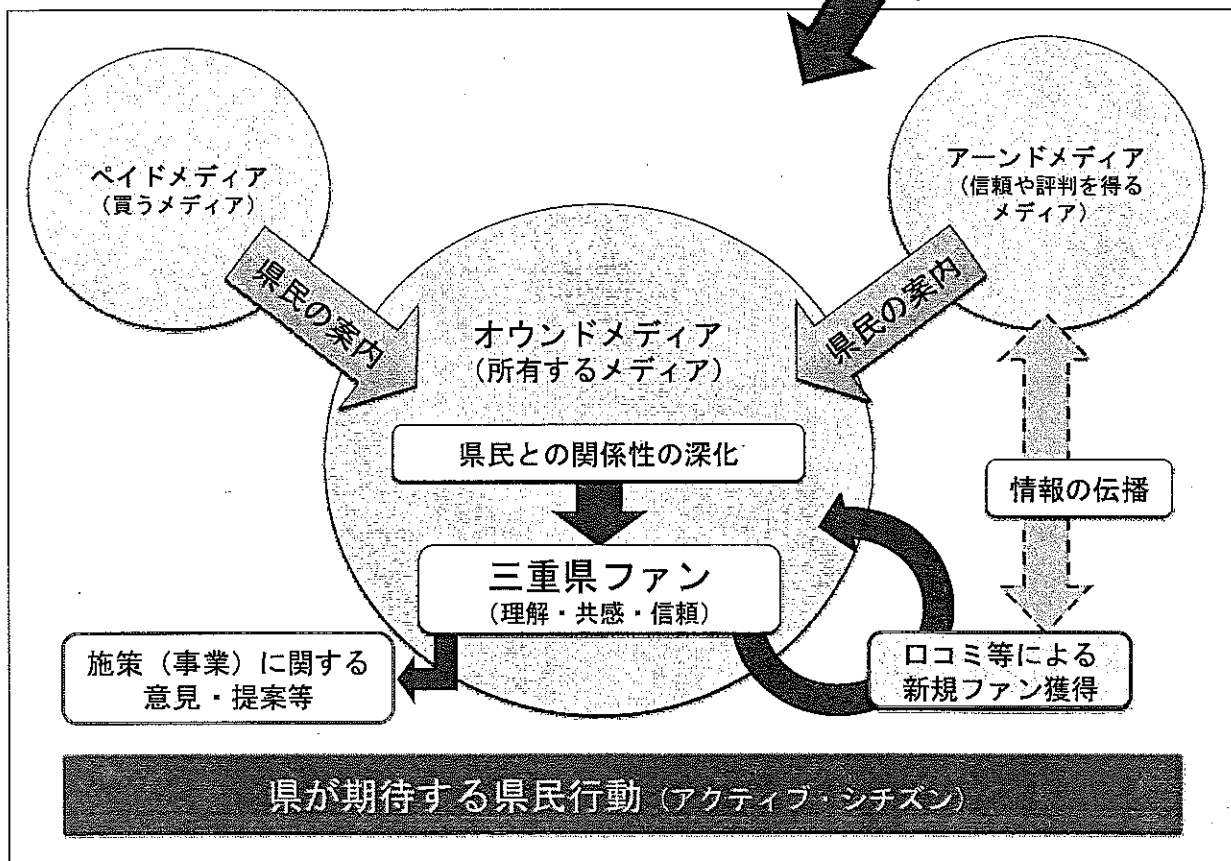
「県民との接点の拡大と充実」の目標

目標	目標値
三重県ファン登録数	36,000 件 (人)
<p>「県民との接点の拡大と充実」の目標を三重県ファン登録数としました。</p> <p>アクションプラン最終年度（平成 28 年度）に公開を予定しているプロモーションサイトの年間見込訪問者を 360 万件、そのうち「三重県ファン」の登録に結びつく割合を 1%と見込んでいるため、三重県ファン登録数を 36,000 件（人）に設定しました。</p> <p>三重県ファンとは、プロモーションサイトでスタートさせる登録制度から登録された会員です。「三重県ファン」登録者には、県施策や事業に関する情報をメールマガジン等でお届けしたり、意見や提案をいただいたりして、継続的で直接的なコミュニケーションを図っていきます。</p>	

(アクションプランの体系 (詳細版))



(県が期待する県民行動)



3. クリエイティブ戦略／メディア戦略

(1) クリエイティブ戦略 — 伝わるメッセージづくり

県民に伝えるべき県政情報について、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・コントロールが求められています。

本県の広聴広報活動の全体を捉えるために、「県民」「業務プロセス」「人材と変革」の3つの「視点」を設定し、現状の課題解決に向けての庁内体制の整備や広聴広報活動の抜本的な見直しにつなげていきます。

(2) クリエイティブ戦略の3つの「視点」

① 県民の視点／対象の「見える化」

県民に対してどのように行動すべきかの視点であり、県民とのコミュニケーションを構築するため、県民との接点を強化する取組が実行されるよう、「県民が何を必要としているのか、どのように届けるのか」を明確に意識する、コミュニケーションの対象の「見える化」に取り組みます。

② 業務プロセスの視点／政策と広聴広報の「一体化」

「県民の理解や共感、信頼を得るために、どのような業務プロセスが必要か」の視点であり、効果的・効率的な広聴広報活動が展開できるよう、政策と広聴広報の「一体化」など業務プロセスの確立に取り組みます。

③ 人材と変革の視点／職員の「自分事化」

変革と改善のできる体制や人材についての視点であり、人材への投資や組織の活性化、職員一人ひとりが「広聴広報パーソン」として行動できるよう、職員の「広聴広報の自分事化」に取り組みます。

(3) メディア戦略 — 伝える場の確保

メディア戦略は、テレビやラジオ、ウェブや広報紙などのメディアを、ターゲットの属性やエリアに合わせて選択し、最も効果的なメディア・ミックス（組み合わせ）による広報を行うための戦略です。このアクションプランでは、ウェブサイトを活用した新しいマーケティングの枠組みである3つのメディア（トリプルメディア：オウンドメディア、アードメディア、ペイドメディア）の概念によるメディア戦略を展

開していきます。

インターネットやスマートデバイスの進展により、情報発信はマスメディアだけでなくウェブサイトやソーシャルメディアにおいても展開されるようになりました。県行政においても、県民とのすべての接点やしぐみをメディアとして捉え直し、多様化した接点の性質を理解して、広聴広報活動全体を設計していくことが必要になってきています。

(4) メディア戦略を考える3つの「メディア」(トリプルメディア)

① 所有するメディア (オウンドメディア : Owned Media)

本県が所有するメディアで、ウェブサイト(モバイルサイトを含む)、メールマガジン、広報紙などがこれにあたります。このメディアの基本的な役割は、県民との長期的な関係性をつくることであり、アクションプランにおいて、最も強化を図るメディアです。

② 信頼や評判を得るメディア (アーンドメディア : Earned Media)

インターネットの掲示板やブログ、SNS、ツイッターなど、個人ユーザが発信する情報を互いに消費し合い、影響し合うソーシャルメディアや、パブリシティなどがこれにあたります。インターネット環境や実際の空間において口コミによる情報の伝播が最も期待されるメディアです。

③ 買うメディア (ペイドメディア : Paid Media)

費用を払って主に広告として活用する従来型メディアで、新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどがこれにあたります。インターネットの台頭により、従来型メディアによる広告効果は低下傾向にあるものの、「広告」というプッシュ型(能動型)メディアについて必要がなくなるということはありません。

(県が活用するメディアをトリプルメディアとして整理した表)

種類	接点	対象	役割	長所・短所
オウンドメディア (所有するメディア)	オンライン	・ウェブサイト ・メールマガジン ・県民の声、e-モニター	県民との長期的な関係を構築する	(長所) ・コスト効率がよい ・長期継続が可能 ・コントロール可能 (短所) ・成長に時間を要する ・多くの人に訴求するのが困難
	オフライン	・広報紙等印刷物 ・職員		
アードメディア (信頼や評判を得るメディア)	オンライン	・ソーシャルメディア	第三者からの推奨による信頼性を構築する	(長所) ・最も信頼される (短所) ・ネガティブなものになりうる ・コントロール不可
	オフライン	・パブリシティ ・利用者の口コミ		
ペイドメディア (買うメディア)	オフライン	・広告(テレビ・ラジオ・新聞) ・番組(テレビ・ラジオ)	広く認知を獲得し、オウンドメディアやアードメディアに県民を案内する	(長所) ・即時性が高い ・コントロール可能 (短所) ・多大な費用を要する ・コミュニケーションが一方通行になりがち

4. 6つの戦略テーマ

戦略テーマ1：県民との接点の強化【県民の視点】

～県民との関係を自ら構築し発展させます～

行政として、正しく県民に伝えなければならない情報をわかりやすく的確に提供することを基本として、県民に対する「質」の高い情報発信と、広聴機能の充実による県民とのコミュニケーションの向上を目指し、「県民との接点の強化」に取り組みます。

県民との関係性を強化し、さらに深化させていくことで、本県に対する県民の理解や共感、信頼を獲得できるよう、会員化施策などに取り組み、多くの「三重県ファン」の創造を目指します。

戦略目的

- 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

戦略テーマ2：品質管理プロセスの確立【業務プロセスの視点】

～政策と広報の一体化によるクオリティ・コントロールを実現します～

政策・事業の展開の中で広聴広報活動を一体的に捉え、どのターゲットに情報を届け、どのような状態にしたいのかを常に明確にするとともに、情報の「質」を担保した全庁統一的なクオリティ・コントロールが行えるしくみとして、「品質管理プロセスの確立」に取り組みます。

さらに、大規模自然災害などの対外的なリスクや、システム障害などの対内的なリスクなど、さまざまなリスクの発生に対応した広聴広報活動におけるリスクマネジメントを強化します。

戦略目的

- 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


戦略テーマ3：メディア・関係機関連携の強化【業務プロセスの視点】

～「三重県ファン」創造に向けたメディア戦略と関係機関連携を展開します～

インターネットやスマートデバイスの進展、ソーシャルメディアの普及など、ICT（情報通信技術）がもたらすメディア環境やコミュニケーション構造の大きな変化に対応するとともに、情報の受け手である県民や、関係機関も発信者に成り得る状況であることから、広聴広報活動における「メディア・関係機関連携の強化」に取り組みます。

県民との接点を強化するため、ソーシャルメディア・パブリシティなどのアードメディア、テレビ・ラジオなどのペイドメディア、オウンドメディアである広報紙などから、ウェブサイトへ県民を案内する、効果的なメディア戦略を展開します。

また、「県民との接点の拡大と充実」を図っていくため、県内市町や企業、NPO など関係機関との連携を強化し、これら関係者が一体となった広聴広報活動を展開します。


 戦略目的

- 3_1 メディア連携の強化
- 3_2 関係機関連携の強化

戦略テーマ4：広聴広報体制の強化【人材と変革の視点】

～広聴広報課のハブ化と庁内体制の強化に取り組みます～

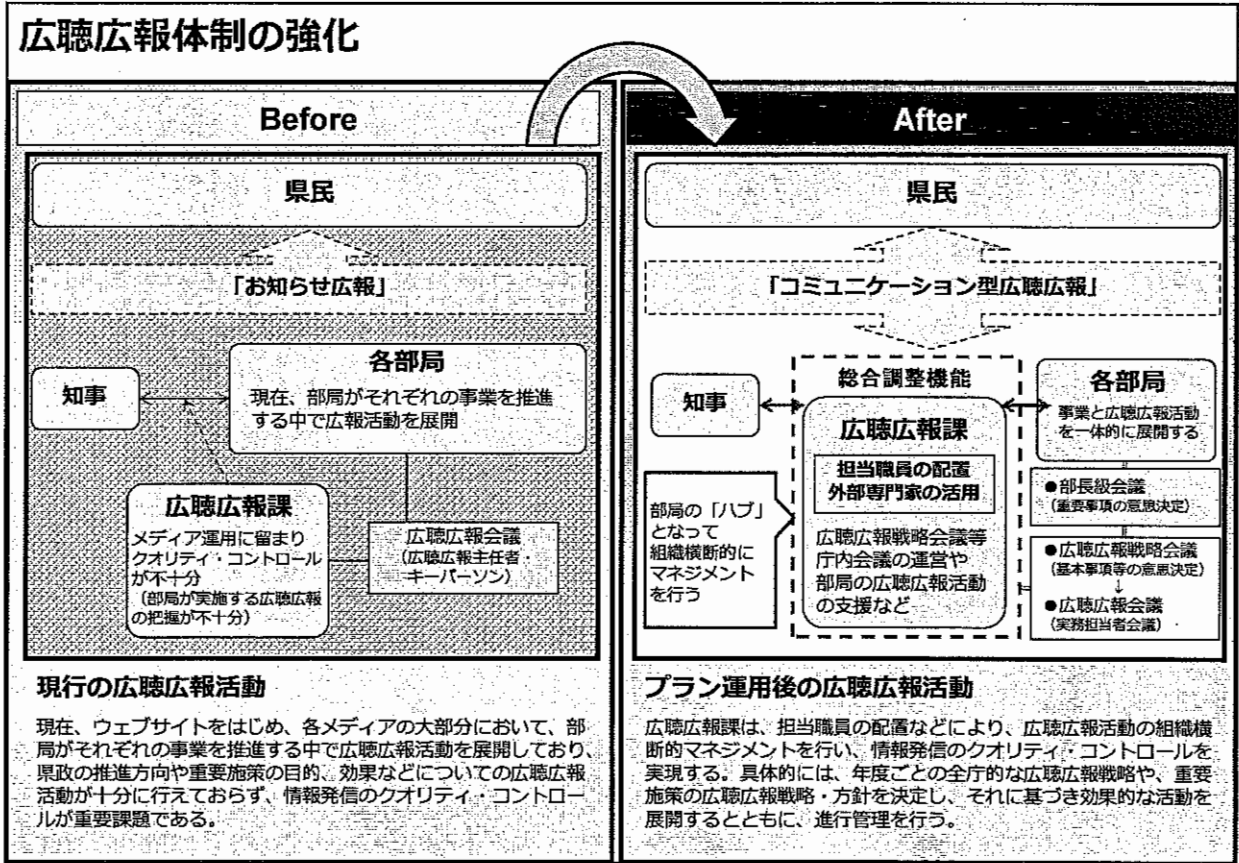
県民の視点、業務プロセスの視点における戦略テーマを達成するためには、基盤となる広聴広報課の機能や広聴広報活動を展開する庁内体制のあり方について抜本的な変革が必要であることから、「広聴広報体制の強化」に取り組みます。

具体的には、広聴広報担当部署である広聴広報課が、部局の「ハブ」となって政策と広聴広報活動を一体的・戦略的に進める総合調整を行い、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、広聴広報課への担当職員の配置や外部専門家のノウハウの活用などによる体制としくみの構築を図ります。

さらに、広聴広報活動が組織的かつ体系的、持続的に行われ、政策と一体となって展開できるよう、現行の広聴広報会議の上部会議として広聴広報戦略会議（仮称）を設置し、基本事項等の意思決定や、部局間の情報共有を行います。



- 4_1 広聴広報課のハブ化
- 4_2 庁内体制の強化



戦略テーマ5：職員の広聴広報力向上【人材と変革の視点】

～職員行動を促す動機付けと個々の広聴広報力向上のしくみを強化します～

「広聴広報体制の強化」による組織の一体感を醸成するため、イントラネットによる情報共有サイトやメールマガジン機能の新設など、インナー広報（庁内広報）を強化し、県政の推進方向や主要施策の目的などを共有することで、職員の広聴広報活動に対するモチベーションの向上を図ります。

さらに、職員一人ひとりが、これらの共有事項を積極的に「自分事」として理解し（＝「自分事化」）、県の「広聴広報パーソン」として行動できるよう、外部専門家によるOJTや目的別の多様な研修開催など、職員の広聴広報力の向上に取り組みます。



- 5_1 インナー広報の強化
- 5_2 広聴広報パーソンの育成

戦略テーマ6：オウンドメディアの強化【人材と変革の視点】

～ウェブサイトを中心とした継続的に県民とつながる環境を構築します～

インターネットの進展による、「受け手主導」のコミュニケーション構造に対応していくため、トリプルメディアのうち、ウェブシステムの再構築をはじめとした、「オウンドメディアの強化」に取り組みます。

財政状況が厳しい中、限られた予算の範囲内でオウンドメディアの強化を図るとともに、広告などのペイドメディアや、パブリシティ、ソーシャルメディアなどのアワードメディアが効果的に連携し、ウェブサイトには県民を案内するしくみを構築します。

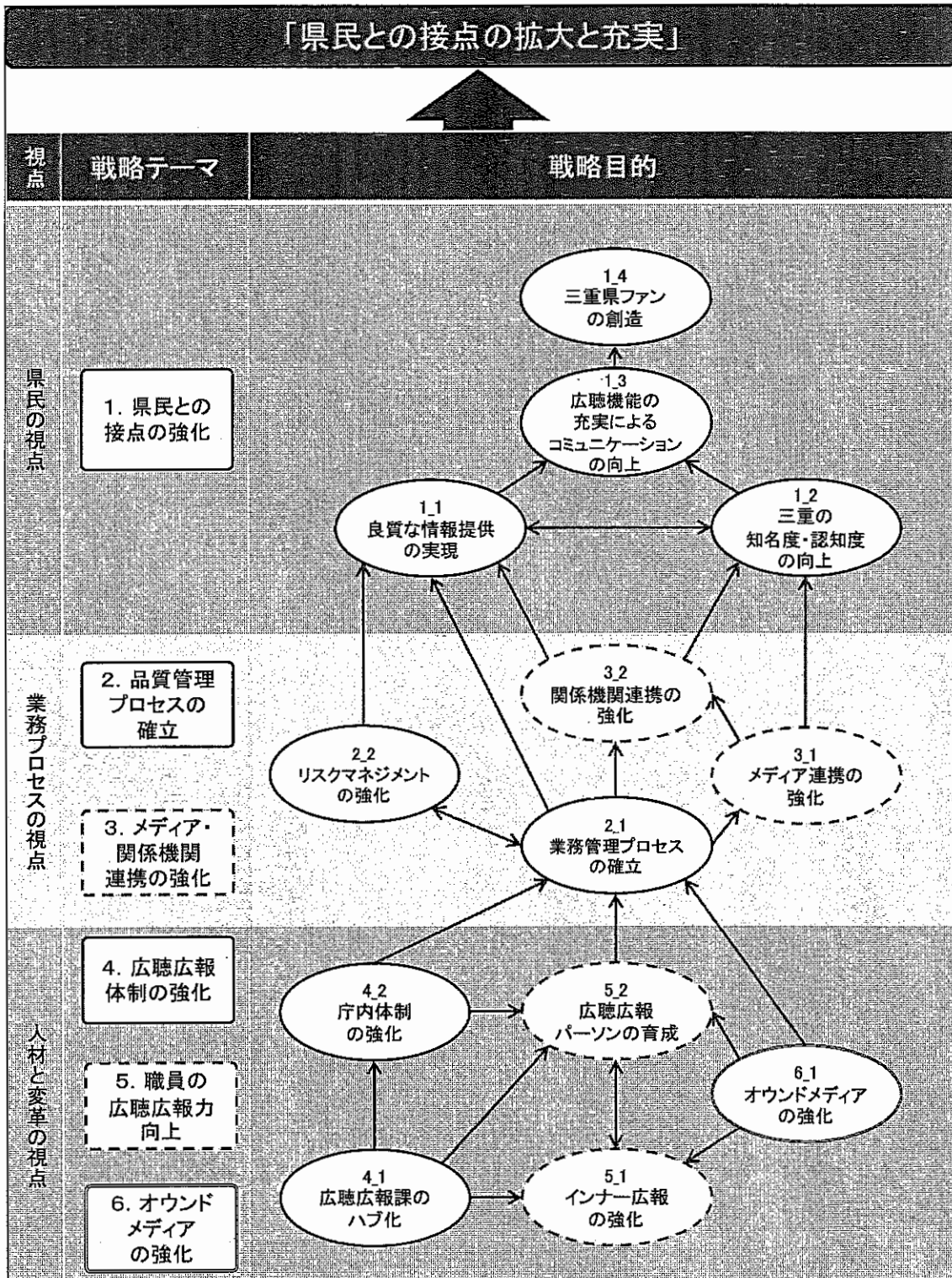
戦略目的

6_1 オウンドメディアの強化

5. 各戦略テーマの取組

(1) 戦略マップ（戦略目的の設定）

戦略テーマの成功に必要な取組として設定した13の戦略目的について、その因果関係も含め、次のとおり戦略マップにしています。



(2) 具体的取組の実行

アクションプランでは、戦略目的ごとに評価指標・数値目標を設定し、その目標を達成するため、計 53 の具体的取組を実行します[◆]。

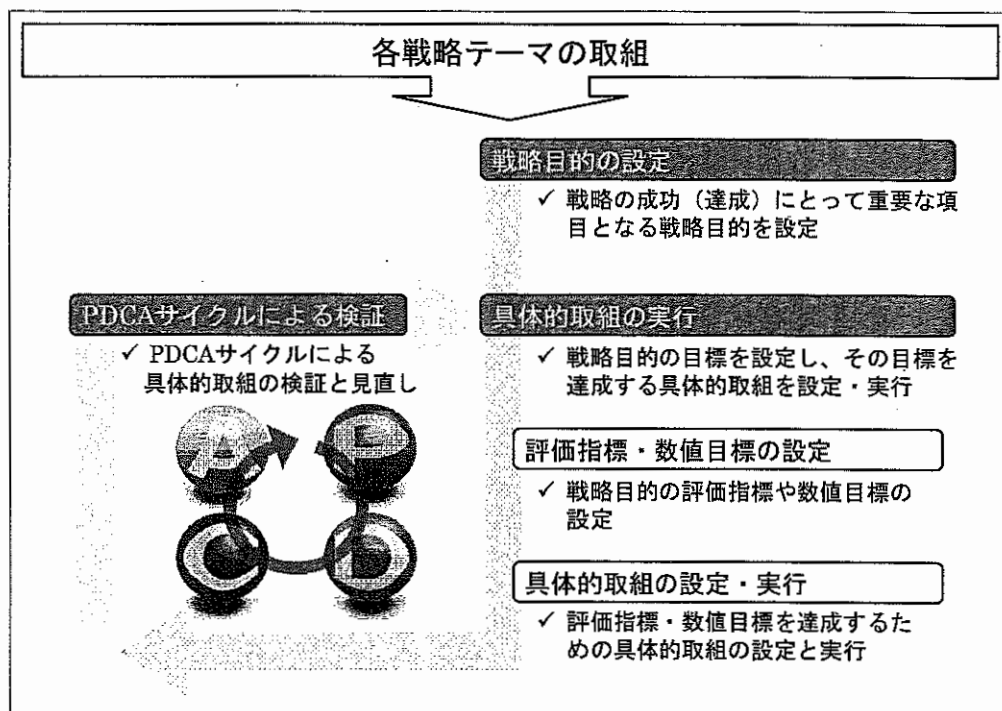
具体的取組の詳細は「第3章 具体的取組（各戦略テーマの取組）」のとおりです。

(3) PDCA サイクルによる具体的取組の検証

戦略目的ごとに設定した評価指標の目標達成状況及び具体的取組の進捗状況については、PDCA サイクルによる定期的な検証を行います。

(4) 具体的取組の部局における展開

広聴広報課は、アクションプランの確実な実行のため、各部局との連携のもとに進行管理を行います。各部局では、みえ成果向上サイクル（スマートサイクル）におけるオールインワンシステムの「組織マネジメントシート」上の「県民サービス・事業効果等の向上」に本アクションプランに基づく広聴広報の取組を記載して進行管理します。なお、進行管理や部局間の情報共有については、新設する「広聴広報戦略会議（仮称）」で行います。



◆ それぞれの取組項目については、各年度の予算調整等を経て、適宜調整を行うため、内容については変更する場合があります。

第3章 具体的取組（各戦略テーマの取組）

戦略テーマ1：県民との接点の強化【県民の視点】

（1）評価指標・数値目標

1.1 良質な情報提供の実現

「県民との接点の拡大と充実」に向けた「県民との接点の強化」に取り組むため、県民の視点に立った「質」の高い情報提供を行います。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
得たいと思う県政情報が得られている県民の割合	%	59.0	60.0	65.0 (調整中)
<p>(評価指標・数値目標の考え方)</p> <p>e-モニターの調査により、得たいと思う県政情報が「十分入手できている」「概ね入手できている」と感じている県民の割合を指標としました。</p> <p>目標値は、平成26年度は「59.0%」、平成27年度は「60.0%」、平成28年度はウェブサイトのリニューアル等、より「質」の高い情報提供を行うことから目標値を「65.0%」と設定しました。</p>				

1.2 三重の知名度・認知度の向上

人や企業の誘致、定住促進など、激化する地域間競争に生き残っていくため、本県の魅力を内外に向けて効果的にアピールし、本県の知名度・認知度の向上を図ります。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
プロモーションサイトへの月間アクセス数（平均）	件	—	—	30万
<p>(評価指標・数値目標の考え方)</p> <p>平成28年度に開設するプロモーションサイトへのアクセス数を指標としました。</p> <p>目標値は、都道府県で展開されているさまざまなプロモーションサイトのうち、特に認知度の高いサイトの月間平均アクセス数を参考とし、初年度（平成28年度）の見込みとして30万件と設定しました。</p>				

1_3 広聴機能の充実によるコミュニケーションの向上

県民との関係性を継続し、さらにその関係性を深化させていくため、広報機能と連携した広聴機能の充実など、コミュニケーション機能の充実を図ります。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
新たな汎用広聴システム導入の検討	定性		検討	実施
(評価指標の考え方) 様々なメディアやICT（情報通信技術）の活用を視野に入れて、簡便で拡張性の高いアンケートシステムの導入について検討します。				

1_4 三重県ファンの創造

県民との関係性を深化し、本県に対する県民の理解や共感、信頼を獲得し続けることで、「県民」から「三重県ファン」として長期にわたる関係性を構築していきます。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
三重県ファン登録数	件（人）	—	—	36,000
(評価指標・数値目標の考え方) 三重県ファン登録数を指標としました。平成28年度は、プロモーションサイトにおける年間訪問者（約360万件）のうち、三重県ファンの登録に結びついた割合を1%と設定しました。※360万件 × 1% = 3万6千件（人）				

(2) 具体的取組

① 共通事項

NO	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
				26	27	28
1	1_1	県民の視点に立った情報発信	ユニバーサルデザインに配慮した上で、伝えるべき対象、目的やポイントを明確にするとともに、県民の視点に立ったわかりやすい表現により適切なメディア・タイミングで情報発信を行います。		実施	

第3章 具体的取組 (各戦略テーマの取組)

NO	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
				26	27	28
2	1.2	トップによる情報発信	引き続き、知事によるトップセールスの積極的な展開や、各種メディアを通じた情報発信を行います。また、トップによる情報発信に際しては、常にメッセージ性の高い発信を意識します。		実施	
3	1.2	統一感ある 広聴広報活動による 認知度向上	キャッチコピーやロゴマーク・シンボルマーク等、県として統一感のある情報発信を行うことで、知名度や認知度、イメージアップを図ります。	----->	検討	実施
4	1.3	新たな 汎用広聴システム 導入の検討	ターゲットを絞った事業評価が可能となるよう、ICTを活用した簡便で拡張性の高いアンケートシステムの導入について検討します。	----->	検討	実施
5	1.3	政策形成過程や 結果(成果)にかかる 情報の積極的な発信	政策形成過程や結果(成果)の情報について、わかりやすくきめ細やかに、かつ積極的に情報発信します。		実施	

② オウンドメディア (オンライン接点)

NO	種類	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
6	ウェブ	1.1 1.2	ウェブサイトによる 「質」の高い 情報発信	平成28年度にリニューアルする公式サイト、新規構築するプロモーションサイトを活用して、県民の視点に立った「質」の高い情報発信を行います。 【主な取組】 ・ユーザビリティ(使いやすさ)やアクセシビリティ(アクセスしやすさ)に配慮した情報提供 ・動画による効果的な県政情報の提供 ・スマートデバイス対応等による利便性や操作性の向上	----->	検討	実施
7	ウェブ	1.1 1.2	ウェブサイトによる 効果的な プロモーションの 推進	平成28年度にプロモーションサイトを新規構築し、プロモーションを推進します。 【主な取組】 ・プロモーションサイトの提供 ・多言語ページの提供	----->	検討	実施

NO	種類	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
8	ウェブ	1.3	インターネットを活用した 広聴機能の充実	ウェブサイトによるアンケートなど、広聴機能の充実によるコミュニケーションの向上を図ります。 【主な取組】 ・eモニター、「さわやか提案箱」、ウェブページ上の簡易アンケートの運用及び機能拡充 ・新たな手法の導入による広聴機能の充実		実施	
						----->	----->
						----->	----->
9	ウェブ・メールマガジン	1.4	県民参加型広報の展開	三重県ファンの創造をめざす会員化施策等に取り組みます。 【主な取組】 ・会員サイトの構築・運用 ・メールマガジン機能の充実		----->	----->

③ オウンドメディア（オフライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
10	チラシ・パンフレット・ポスター等	1.1	啓発事業における効果的・効率的な情報発信	各種啓発事業について、その目的や対象を明確にした上で、情報の受け手の視点に立った効果的な情報発信を行います。また、常にその効果について評価・検証を行います。 【主な取組】 ・ノウハウ、活用可能なメディアや配布先等について、全庁的に情報共有できるしくみの構築 ・新たな汎用広聴システム導入の検討(再掲)	----->	----->	----->
						----->	----->
11	県政だよりみえ(紙・データ放送)	1.1	認知度・利用度の向上に向けた「県政だよりみえ」の充実	県政情報の入手手段としての認知度や利用度のさらなる向上を目指して、「県政だよりみえ」の充実に取り組みます。		----->	----->

第3章 具体的取組（各戦略テーマの取組）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
				【主な取組】 (紙版) ・デザインや構成の見直し ・身近な話題や面白さの付加 ・写真やイラストの積極的活用 (データ放送版) ・市町と連携したお知らせ情報やイベント情報の充実 ・検索性の向上に資する改善			
12	県政だより みえ (紙・データ放送)	1_3	「県政だより みえ」における 広聴機能の充実	伝えるべき対象や掲載目的を明確にした上で、県民の視点に立ったわかりやすい表現、視覚に訴えるデザイン等により、注意喚起力や問題提起力を意識した情報発信を行います。 「県政だより みえ」を広聴ツールのひとつとして積極的・効果的に活用します。 データ放送においては、双方向性を生かしたコミュニケーション手法について検討します。		検討 ----->	実施 ----->
13	イベント	1_1 1_4	イベント等の積極的な活用	啓発事業として実施するイベント等について、部局の垣根を越えて、県政の広聴広報活動の場として積極的に活用します。また、事前広報の評価・検証の機会としても活用します。 【主な取組】 ・イベントカレンダーの全庁共有 ・新たな汎用広聴システム導入の検討(再掲)		検討 ----->	実施 ----->
14	職員	1_1	職員一人ひとりによる情報発信	職員一人ひとりが積極的に県政の推進方向や主要施策の目的などを「自分事」として理解し、県の「広聴広報パーソン」として積極的に情報発信を行います。		実施 ----->	

④ アーンドメディア（オンライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
15	ソーシャルメディア	1.2 1.4	ソーシャルメディアの積極的な活用	全庁版及び部局版によるソーシャルメディアの積極的な活用を行い、県民間の口コミ等による信頼性の構築に努めます。		検討	実施
16	ソーシャルメディア	1.3	ソーシャルメディアを活用した広聴機能の充実	ソーシャルメディア上での県民の意見(コメント)等を収集し、県民と会話ができる関係構築に努めます。		検討	実施

⑤ アーンドメディア（オフライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
17	パブリシティ	1.1	「県民に正しく伝えること」を追求したプレスリリース(報道発表資料)の提供	<p>行政資料としての完成度ではなく、「記者に記事やニュースとして効果的に取り上げてもらうことにより県民に正しく伝えること」を追求したプレスリリースを作成します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「プレスリリース大改革宣言(仮称)」を行うことにより、作成時の悪しき慣習やしがらみからの脱却を庁内外に意識づけるとともに、県民に正しく伝えることを最優先したプレスリリースの作成を強力に推進 ・上記宣言の趣旨が担保されたプレスリリースを作成するための簡易版手引きとして「プレスリリース これだけ守ればOKハンドブック(仮称)」を策定 ・プレスリリースを作成する担当職員の資質向上と負荷軽減のため、外部専門家とともに支援・助言を行うなど、各部局へのサポート体制を充実 	宣言	実施	
						検討	実施
						実施	

第3章 具体的取組（各戦略テーマの取組）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
18	パブリシティ	1_2	首都圏・関西圏への発信を目指した新たなパブリシティへの挑戦	<p>首都圏・関西圏でのマスコミ向け広報機能やネットワーク機能を見直し、他県に対抗できるような新たな情報発信に挑戦します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏・関西圏でのマスコミ向け情報発信ルートやメディア等の新規開拓 ・東京事務所や三重テラス、関西事務所等との連携体制検討 ・三重県の優位性や独自性を強調した「見せ方」や「仕掛け」など、マスコミ向けの新たなPR方法の検討 		実施	→
19	パブリシティ	1_2	海外向けパブリシティ手法の検討	<p>在京海外マスコミ、または海外マスコミへダイレクトに情報発信するための課題を洗い出し、他県に対抗できるような新たな情報発信に挑戦します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・フォーリンプレスセンターなど、在京海外マスコミへのPR方法の検討 ・海外マスコミへダイレクトに取材誘致を働き掛ける方法の検討 		実施	→
20	パブリシティ	1_3	マスコミ(記者)を通じた県民とのコミュニケーションの充実	<p>マスコミ(記者)を通じて県民の意識やニーズを把握するため、職員一人ひとりが記者との接点を積極的に増やし、トップ広報だけに頼らない「職員レベルでの顔の見える関係」を構築します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・担当課(職員)から記者への積極的な直接PR(記者レク等)の実施 ・記者の知識や考え方などを理解する機会設定(研修会等)の働きかけ 		実施	→

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
21	パブリシティ	1.1 1.4	県の信頼度を向上させる プレスリリースの提供	<p>マスコミによる記事やニュースを通じて、本県への信頼度や愛着度が高まり、「三重県ファン」を増やすことを意識したプレスリリースを行います。また、取組結果の検証を行うための指標を変更します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットを絞って、段階的に切れ目なく行うタイムリーな情報提供 ・県民の危機発生時における迅速・正確な情報提供 ・取組結果の検証指標を「報道された件数」から「報道された内容(県の信頼度が向上したかどうかの分析)」に変更 		実施	→

⑥ ペイドメディア（オフライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
22	番組 (テレビ、ラジオ)	1.1	視聴・聴取機会の拡大に向けた 広報番組の見直し	<p>テレビ・ラジオの広報番組において、視聴・聴取機会の拡大に向けた見直しを行います。また、県外向け情報発信番組においては、全国への発信を視野に入れ、幅広い放送事業者の参画が可能となる仕様を検討します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・視聴・聴取のきっかけづくり(PR)の工夫 ・効果的な番組再編(内容、放送日時・回数・時間の見直し) ・二次利用の推進 等 		検討	→
23	広告 (新聞・折込チラシ等)	1.1	新聞広告と新聞折込の 特性を生かした 情報発信	<p>新聞広告と新聞折込を組み合わせながら、それぞれのメディアの特性を生かした見やすくわかりやすい情報発信を行います。また、緊急にお知らせす</p>		検討	→

第3章 具体的取組（各戦略テーマの取組）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
				べき内容については、新聞の積極的な活用を図り、その特性を生かした機動的な情報発信を行います。			
24	広告 (新聞・折込チラシ等)	1_3	広告における広聴機能の充実	伝えるべき対象や掲載目的を明確にした上で、県民の視点に立ったわかりやすい表現、視覚に訴えるデザイン等により、注意喚起力や問題提起力の高い情報発信を行います。		実施	→

戦略テーマ2：品質管理プロセスの確立【業務プロセスの視点】

（1）評価指標・数値目標

2.1 業務管理プロセスの確立

情報提供における庁内の業務管理プロセスを見直し、現状の「お知らせ広報」から「コミュニケーション型広聴広報」への転換を図ります。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
部局の政策（事業）に対する企画制作アドバイス件数	件	—	150	200
<p>（評価指標・数値目標の考え方）</p> <p>マーケティングや広聴広報の要素が含まれる部局の政策（事業）について、企画制作にかかるアドバイス件数を指標としました。</p> <p>目標値は、事務事業約1,700本（公共工事・内部管理を除く）のうち、該当案件はおよそ2割の350件程度を見込んでおり、初年度（27年度）は、150件、28年度は200件と設定しました。</p>				

2.2 リスクマネジメントの強化

大規模自然災害やシステム障害など、さまざまなリスクの発生に対応した広聴広報活動を展開するため、リスクマネジメントを強化します。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
非常時対応訓練の実施	回	1以上	1以上	1以上
ウェブシステム休止時間	時間	1以内	1以内	1以内
<p>（評価指標・数値目標の考え方）</p> <p>大規模自然災害の発生時等、非常時における対応訓練の実施回数、及び平常業務におけるウェブシステムの障害等による休止時間を指標としました。</p> <p>目標値は、非常時対応訓練は年1回以上、ウェブシステムの休止時間を年1時間以内と設定しました。※ウェブシステムは、定期メンテナンスによる休止時間を除く。</p>				

(2) 具体的取組

① 共通事項

NO	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
				26	27	28
25	2.1	政策と広聴広報の一体的取組	広聴広報課への担当職員の配置や、外部専門家のノウハウ活用などによる体制としくみの構築を図り、広聴広報課が部局の「ハブ」として、広聴広報活動を組織横断的にマネジメントします。 【主な取組】 ・重点広報項目にかかる取組方向について、広聴広報課と各部局が十分に意思疎通を行い、整合性・統一性のある情報発信を実施		実施	→
26	2.2	危機事案における広報体制の強化	危機事案に際して、迅速かつ的確な広報が実施できるよう、個々の職員が対応すべき具体的な行動マニュアルの整備や定期的・実践的な訓練を実施します。		実施	→

② オウンドメディア（オンライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
27	ウェブ	2.1	ウェブサイトにおけるチェック機能の強化	各ページ作成(更新)にかかるチェック機能を強化し、情報発信におけるクオリティ・コントロールを行います。 【主な取組】 ・システムによるチェック機能の充実 ・システムでは判断できない部分の人的チェックの徹底		検討	→ 実施
28	ウェブ	2.2	ウェブサイトにおける危機管理対応の強化	ウェブサイト運用についてリスクマネジメントを強化します。 【主な取組】 ・緊急対応ページの公開対応 ・緊急対応マニュアルの整備 ・定期的な訓練の実施		検討	→ 対応

③ オウンドメディア（オフライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
29	県政だよりみえ (紙・データ放送)	2.1	「県政だより みえ」の編集プロセスの見直し	タイムリーで県民の視点に立ったわかりやすい内容とするため、打ち合わせ段階から企画編集を受託する民間事業者のノウハウやスキルを最大限活用するほか、各部局との連絡調整を充実させるなど、編集プロセスを見直します。		検討	実施

④ アードメディア（オフライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
30	パブリシティ	2.1	効果的なプレスリリースを行うための庁内体制の構築	プレスリリースにかかる庁内手続きの見直しを行い、各部局のプレスリリース案を広聴広報課が最も適切なタイミングでチェックして確定する仕組みを構築し、より迅速・的確なプレスリリースを提供します。また、記者会見における発表文案などプレスリリース以外の報道発表全般についても同様の見直しを行います。 【主な取組】 ・プレスリリース作成時における事前協議の仕組みの構築 ・記者会見の事前協議の仕組みの構築		検討	実施
31	パブリシティ	2.2	危機事案における的確な報道対応の実施	各部局の危機事案における報道対応(記者会見実施の可否判断、発表文案作成、取材等すべての報道対応)の方針を明確化し、全庁一体となって実行します。 【主な取組】 ・「報道発表基準」の策定 ・危機管理部門及び秘書部門との連携強化		検討	実施

戦略テーマ3：メディア・関係機関連携の強化【業務プロセスの視点】

（1）評価指標・数値目標

3.1 メディア連携の強化

「県民との接点の拡大と充実」に取り組むため、トリプルメディアを効果的に活用したメディア連携の強化を図ります。

3.2 関係機関連携の強化

「県民との接点の拡大と充実」に向けた、県内市町や企業、NPO など関係機関との連携を強化し、これら関係者が一体となった広聴広報活動を展開します。

（3.1、3.2 の評価指標・数値目標）

評価指標	単位	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
得たいと思う県政情報が得られている県民の割合	%	59.0	60.0	65.0 (調整中)
(評価指標・数値目標の考え方) 「1.1 良質な情報提供の実現」と同様。				

（2）具体的取組

① 共通事項

NO	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
				26	27	28
32	3.1	ウェブサイトとの連携強化	各メディアによる効果的な情報発信が、県民をウェブサイトへ案内し、三重県ファンの創造につながるよう、メディア間の連携を強化します。		検討	実施
33	3.1	メディア連携の最適化	戦略担当による政策と広聴広報の一体的取組において、対象とするターゲットに応じた、メディア連携の最適化を図ります。		検討	実施

NO	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
				26	27	28
34	3.1	多様なメディアの活用	既存メディアやこれまでの実績にとらわれず、対象者や目的によっては、ソーシャルメディア、地域情報誌、CATV やコミュニティFM など、多様なメディアの活用を検討します。 また、さらなるデータ放送の活用について、放送事業者へ働きかけます。		検討 ----->	

② オウンドメディア（オンライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
35	ウェブ	3.2	市町との情報連携	プロモーションサイトで県民にとって有益となる市町の情報を表示するなど、相互に連携できるしくみを構築します。		検討 ----->	実施 ----->
36	ウェブ	3.2	その他関係機関等との情報連携	県内高等教育機関、企業やNPO、その他団体等と情報交換を図り、相互にメリットが共有できる連携を行います。		検討 ----->	実施 ----->

③ オウンドメディア（オフライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
37	県政だより みえ (紙・データ放送)	3.1	「県政だより みえ」におけるメディア連携の強化	より効果的・効率的な県政情報の発信を目指し、データ放送、紙メディア、ウェブサイト等の各媒体の特性を生かしたメディア連携をさらに強化します。		検討 ----->	実施 ----->

第3章 具体的取組（各戦略テーマの取組）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
38	県政だより みえ (紙・データ放送)	3.2	市町広報や県内高等教育機関との連携の推進	イベント・お知らせ情報や共通する地域課題等について、広報の相互掲載など、互いにメリットを共有できるような市町広報との連携方法を検討します。 また、県内高等教育機関の魅力発信に取り組みます。 データ放送では、イベント情報に加えて、市町のお知らせ情報を可能な限り取り上げるなど、市町に関する情報掲載を充実させます。		検討	実施

④ アウンドメディア（オフライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
39	パブリシティ	3.2	関係機関等と連携した積極的な情報発信	市町等関係機関・県内高等教育機関・民間企業等と県が連携協力して「オール三重県」での情報発信を総合的に行う仕組みの構築について検討します。また、庁内の複数部局にわたる横断的・相乗的な情報発信を積極的に行います。 【主な取組】 ・市町等関係機関・県内高等教育機関や民間企業等との相互協力によるプレスリリースの提供 ・他部局のイベント会場でのPRや他部局の情報発信ルートを活用したPRなどの効果的な情報発信		実施	

戦略テーマ4：広聴広報体制の強化【人材と変革の視点】

（1）評価指標・数値目標

4.1 広聴広報課のハブ化

広聴広報課は、部局の「ハブ」として政策と広聴広報活動を一体的・戦略的に総合調整し、メディア連携やプロモーションなど、組織横断的なマネジメントを行います。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
部局の政策（事業）に対する企画制作アドバイス件数	件	—	150	200
（評価指標・数値目標の考え方） 「2.1 業務管理プロセスの確立」と同様。				

4.2 庁内体制の強化

広聴広報活動が組織的かつ体系的、持続的に行われ、政策と一体となって展開できるよう、広聴広報戦略会議（仮称）を設置し、基本事項等の意思決定や、部局間の情報共有など、庁内体制を強化します。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
広聴広報関連庁内会議の開催	定性	検討	実施	
（評価指標の考え方） 広聴広報戦略会議（仮称）や広聴広報会議を設置し、部局間の情報共有や、基本事項等の意思決定を行います。				

（2）具体的取組

① 共通事項

NO	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
				26	27	28
40	4.1	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>広聴広報課が部局の「ハブ」として、広聴広報活動を組織横断的にマネジメントできるよう、課内への担当職員の配置や外部専門家のノウハウの活用などによる体制としくみの構築を図ります。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信の企画立案 ・メディアへの働きかけ ・広告代理店等との連携 ・外部有識者とのネットワーク構築 ・広聴広報ツールの開発と運用 ・プロモーションサイトの構築と運用 ・ソーシャルメディアの積極的活用 ・セミナー、展示会出展等の各種サポート 	検討	実施	
41	4.1	専門的技術 及びナレッジの 蓄積と活用 (ナレッジ・マネ ジメント)	<p>広聴広報課によるマネジメントを継続的に実施していくため、マーケティングや広聴広報に関する専門的な技術やノウハウを蓄積し、その効果的な活用を図ります。</p>		実施	
42	4.1	広聴広報課職 員の専門性向 上	<p>広聴広報課において、広聴広報や、マーケティング活動に関する専門性の高い、他部局から頼られる職員を育成します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・専門研修の実施 ・スペシャリストコースの創設等 		実施	
43	4.2	広聴広報関連 庁内会議の 開催	<p>広聴広報活動における情報共有・意思決定を行う庁内会議を設置し運用します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広聴広報戦略会議(仮称) ・広聴広報会議 		実施	
44	4.2	部局単位の 広聴広報活動 の目標管理	<p>部局単位で、事業に対する広聴広報活動の目標管理(進捗管理)を実施します。 ※みえ成果向上サイクルにおけるオールインワンシステムの「組織マネジメントシート」に取組を記載して進行管理します。</p>		実施	

戦略テーマ5：職員の広聴広報力向上【人材と変革の視点】

（1）評価指標・数値目標

5_1 インナー広報の強化

イントラネットの情報共有サイトやメールマガジン機能の新設など、インナー広報（庁内広報）を強化し、職員の広聴広報活動に対するモチベーションの向上を図ります。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
情報共有サイト年間アクセス数	件	6,000	48,000	72,000
（評価指標・数値目標の考え方） 平成26年度中に開設予定の情報共有サイトへの職員の年間アクセス数を指標としています。				

5_2 広聴広報パーソンの育成

職員一人ひとりが、県政の推進方向や主要施策の目的などを「自分事」として理解し、「広聴広報パーソン」として行動できるよう、職員の広聴広報力の向上に取り組みます。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
専門研修参加者及びOJT対象者数	人	100	270	320
（評価指標・数値目標の考え方） 広聴広報及びマーケティング等にかかる専門研修の参加職員数、及び日常のアドバイス業務によりOJTを実施する職員数を評価指標としています。				

（2）具体的取組

① 共通事項

NO	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
				26	27	28
45	5.2	各種研修の実施	<p>広聴広報スキル、著作権等関係法令や各種メディア、マーケティングに至る、多様な研修を実施します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広聴広報スキル ・著作権等関係法令 ・ウェブに関するスキル ・ソーシャルメディア ・マーケティング、プロモーション関連等 		実施	→
46	5.2	OJTによる学習経験の提供	各啓発事業について、外部専門家によるアドバイス等、日常的経験の積み重ねによって広聴広報力の向上を図れるよう、OJTに取り組みます。		実施	→

② オウンドメディア（オンライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
47	ウェブ	5.1	インナー広報の強化	<p>職員の広聴広報力向上に向けたインナー広報を強化します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広聴広報にかかるノウハウ共有を目的としたイントラサイトの展開 ・庁内メール配信（メールマガジン）による定期的な情報共有 ・イベントカレンダーの全庁共有（再掲） ・広報素材のデジタルアーカイブ化 		実施	→

戦略テーマ6：オウンドメディアの強化【人材と変革の視点】

(1) 評価指標・数値目標

6_1 オウンドメディアの強化

インターネットの進展による、「受け手主導」のコミュニケーション構造に対応していくため、ウェブシステムの再構築をはじめとした、オウンドメディアの強化に取り組めます。

評価指標	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度
オウンドメディアの強化	定性	-----	検討	実施
(評価指標の考え方) オウンドメディアの強化を図り、ペイドメディアやアードメディアと効果的に連携し、ウェブサイトに県民を案内するしくみを構築します。				

(2) 具体的取組

① オウンドメディア（オンライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
48	ウェブ メールマガジン	6_1	ウェブシステムの再構築	平成26～27年度にかけてウェブシステムの再構築を実施し、平成28年度から新システムの運用を開始します。 【主な取組】 ・ページ作成システム構築 ・動画配信システム構築 ・県民の声データベースシステム再構築 ・その他機能(メールマガジン、バナー広告、県公報管理等)の構築※プレスリリース機能はNO.50で別途記載 ・公式サイトリニューアル ・イントラサイトリニューアル		検討	実施

第3章 具体的取組（各戦略テーマの取組）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
49	ウェブ	6.1	プレスリリース作成機能の強化	<p>新たなプレスリリース作成システムの構築により、内容の統一化など質の高いプレスリリースを実現します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プレスリリースの入力項目やレイアウト等を改善することによる、分かりやすく統一感のある標準フォームの実現 ・入力禁則事項等をシステム設定することによる、入力作業上の人的ミスの軽減 		検討	実施
50	ウェブ	6.1	プロモーションサイトの構築	<p>公式サイトとは別に、プロモーション事業を集約したプロモーションサイトを構築・運用します。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロモーションサイトの提供 ・多言語ページの提供 		検討	実施
51	ウェブ	6.1	新たな広聴機能の構築	<p>ウェブサイトによるアンケートなど、広聴機能の充実によるコミュニケーションの向上を図ります。</p> <p>【主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・e-モニターや新たな手法の導入による広聴機能の充実 ・ウェブページ上の簡易アンケートの提供 		検討	実施
52	ウェブ	6.1	参加型広報機能の構築	<p>県民との関係性を深化し、「県民」から「三重県ファン」として長期にわたる関係性に発展させていくため、会員サイトなど参加型広報機能を構築します。</p>		検討	実施

② オウンドメディア（オフライン接点）

NO	メディア	戦略目的	具体的取組	内容	スケジュール(年度)		
					26	27	28
53	県政だより みえ (紙・データ放送)	6.1	「県政だより みえ」による情報発信の充実	「県政だより みえ」による情報発信について、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ます。		検討	実施

三重県広聴広報アクションプラン

平成 26 年 12 月

三重県戦略企画部広聴広報課

〒514-8570 三重県津市広明町 13

電話 059-224-2031 / FAX 059-224-2032

Eメール koho@pref.mie.jp