

現状

○「山形は魅力的な資源があるのに宣伝下手」「県がどのような施策に取り組んでいるのかよくわからない」「情報発信がバラバラ」と言われる。

- 社会情勢・環境の変化
- ・行政へのニーズの多様化
 - ・自治体・地域間競争の激化
 - ・情報伝達手段の多様化 など

課題

- 県民の県政への理解を促す県政情報の積極的な発信
- 山形の魅力をより広く知ってもらうための県内外・国外向けの効果的な情報発信

※以上、行財政改革推進プランより

- ・広報の計画性の不足
- ・訴求対象・状況に応じた的確な広報
- ・多様な広報媒体・手法に対するスキル不足
- ・広報の効果検証の重要性に対する認識不足
- ・広報の優先意識が不十分

『戦略的広報3分野』の特性に応じた広報の推進

明確な目的とターゲットの意識、状況に応じた取組意識、的確な媒体選択など、局面に応じた対応が必要となることから、広報について3つの分野に分類し、それぞれに応じた最適な手法・媒体を用いて広報する。

(1) 県民等の理解と信頼を得る広報

～自治体と県民、コミュニティ、企業、団体、マスメディア、職員等との“良好な信頼関係”を構築するための広報～

- ①多様な受け手の目線に立ったきめ細かな「伝わる」広報の実践
- ②施策や事業等、県民に知ってもらいたい情報の積極的発信
- ③県民等の意見・反応の的確な把握・分析と施策等への反映
- ④Web媒体、SNS、パブリシティ等、多様な媒体等の特性を生かした効果的活用

(2) 「外」の「活力」を呼び込む広報

～外に目を向け、「人口力(観光客、UJターン者)」「経済力(事業・ビジネス、投資、進出企業)」「購買力(地域産品購入)」「基盤力(インフラ、制度)」などを本県に引き込むための広報～

- ①対象市場におけるターゲットの見極め・明確化と、当該ニーズに対応した効果的な手段や、タイミングによる訴求力の高い情報発信
- ②多様なメディア等との関係構築や新たな広報チャンネルの開拓

(3) 危機管理に係る広報

～災害や事件・不祥事等の際の適切な対処や、県民の安全・安心を確保するための広報～

- ①危機発生前の未然防止や危機に際しての対応の情報発信、迅速・正確・わかりやすい情報発信に向けた計画の策定
- ②災害等の有事に際しての県民が必要とする情報の迅速かつ的確な提供

『戦略的広報5原則』の全庁展開

広報のレベルアップに向け、次の(1)～(5)を意識した、全庁的な取組を展開する。

(1) 組織的かつ体系的取組み

組織全体で広報の指針や計画を整備し、広報分野を体系化し、全庁的に重複なく効果的に展開する。

(2) 訴求対象・テーマの明確化

広報の訴求対象(ターゲット)やテーマ(分野)の重点を選択と集中の考え方によって絞る。

(3) 持続的な展開

広報活動を短期的または一過性のものでなく持続発展的に行う。

(4) 計画的な広報と効果的手段の活用

発信のタイミング、訴求対象、媒体を定め計画的に実行する。

SNS等の新たな媒体・手段の研究・導入等により、訴求対象と媒体特性の適合性を考慮し、分かりやすく効果的で効率的な手段選択を行う。

(5) グローバル目線

世界を意識しグローバル目線に立ち、内容・手法・デザイン・ネーミング・キャッチコピー等は、目立つよう大胆に、斬新性・一番性・時間性・社会性等に留意する。

PDCAサイクルの確立(広報活動の評価と施策への反映)

推進期間：平成30～32年度(3年間)
※社会情勢の変化等に適切に対応し、不定期で適宜見直しを実施。

推進体制

(1) 全庁推進体制の構築と運営

- ・副知事をトップにした、各局報道監等で構成する部局横断・連携の『戦略広報会議』を設置(H29.6)。
- ・部長のマネジメントのもとで広報を戦略的に明確化し、報道監が中心となり部局内の広報を束ね、他部局と連携を図る。
- ・広報の好機を逃さず、強力な広報を展開するため、年度ごとに主要テーマを設定し、関係部局が連携し重点的に取り組む。

(2) 組織風土の醸成

- ・各局報道監を中心に、庁内・部局内の広報の成果を把握・評価し磨き上げを行うことで、職員の広報の取組を適切に評価し、職員の達成感やモチベーションを高める。また、職員一人ひとりの積極的に広報しようとする意識とスキルの向上に努める。

H30 関係部局が連携して取り組む広報主要テーマ

《活用する機会や発信する情報》

- 県産品ブランド戦略
- 移住・定住施策
- 若い世代の結婚支援策
- 平時における危機管理広報 など

発信される情報が伝わり、正しく理解されていること、効果測定や評価分析及び見直し改善の取組み