



「広報」は、みんなの仕事。

どんな仕事、どんな場面にも、那珂川らしさが問われている。



\ オール広報 / みずから発信 みんなで共有

那珂川町広報戦略

那珂川町広報戦略

目次

1.背景と目的

1-1.背景	02
1-2.目的	02

2.現状の課題

2-1. 広報の対象範囲	04
2-2. 課題抽出に向けて	07
2-3. 広報に対する意識や 情報共有の課題	08
2-4. 情報発信・収集に関する課題	09

3.広報戦略の目標

3-1.コンセプト「オール広報」	13
3-2.戦略方針と目標像	14

4.「オール広報」 アクションプラン

4-1.アクションプランの構成	16
4-2.アクションプラン	18

5.評価とスケジュール

5-1.広報戦略の評価	25
5-2.スケジュール	27

広報戦略策定の流れ

6.広報サポートキット

6-1.広報虎の巻	29
6-2.広報お助けシート	36

1

背景と目的



1-1.背景

1-2.目的

① 背景と目的



1-1. 背景

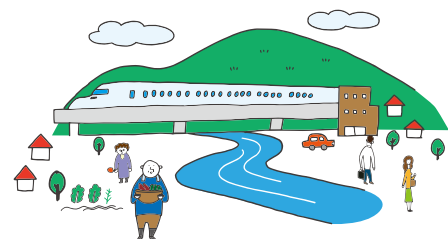
那珂川町は、福岡都市圏の中で快適さと利便性を併せ持つ町として大きく発展し、人口も増加してきました。その一方で、特に南部においては、豊かな自然に恵まれた美しい風景を保ちながらも、都市部への人口の流出、少子高齢化の影響を少なからず受けつつあります。

人口減少や少子高齢化は、我がまちに限った課題ではありません。他の自治体はそれぞれの課題やまちの魅力に向き合いながら、スピード感を持って情報発信し、自治体間競争を激しく展開しています。

そんな中、我がまちにおいても「那珂川らしさ」を改めて問い直し、目先のことだけにとらわれるような自治体間競争に巻き込まれることなく、将来の世代へ、地に足のついた「まちの可能性」を託していかねばなりません。つまり、その実現を支える情報発信のあり方、すなわち「広報」の戦略の策定が早急に求められているのです。

また、「広報」は、まちの魅力の戦略的創出に寄与するだけでなく、スムーズな行政運営を実現する手段としても機能します。「広報」とは、『情報の発信や収集を通して、対象との良好な関係づくりを目指したコミュニケーション活動』です。地域住民のニーズが多様化・複雑化する中、その関心に寄り添いながら、複雑な情報の理解を促し、同時に業務の円滑化に寄与する役割を「広報」は担っています。

さらに近年、多様化する地域住民のニーズに対応した高度な行政サービスを提供するためには、市民との協働※1なくしては、実現不可能となっています。その中で「広報」は、互いの情報共有と共通理解を促し、信頼関係と当事者感覚を育む役割を担っています。つまり、「情報公開」や「広聴」といった狭義の情報のやり取りだけでなく、地域ぐるみの子育て活動、高齢者の見守り活動、コミュニティスクールの運営、災害時の共助活動等、市民との協働を前提にした全ての取り組みにおいて、「広報」の工夫・戦略が必要とされているのです。



1-2. 目的

以上の背景を踏まえ、本戦略では各種施策に効果的な広報を施すことにより、まちの認知度及び地域住民の愛着度の向上を図ることを目的とし、その成果として、定住・交流人口の増加を目指します。また、広報業務を通し、高度化・多様化する地域住民のニーズに対応した円滑なコミュニケーションの場の形成に努め、行政運営へのさらなる理解と協力を得ることを目指します。

※1: ここでの「市民」は「行政区画としての町（市）在住を問わず、町（市）に関係する人全て」を指し、行政区画としての町（市）在住の「地域住民」と分けて扱います。
また、「協働」とは、行政や市民、非営利団体、企業等、それぞれの主体が互いの強みを活かし、対等な立場で協力し合い活動することです。本戦略における「市民」「地域住民」「協働」は全て以上の定義に従います。

②

現状の課題



2-1. 広報の対象範囲

2-2. 課題抽出に向けて

2-3. 広報に対する意識や
情報共有の課題

2-4. 情報発信・収集に
関する課題

2-1. 広報の対象範囲

1-1.の背景で記したように、「広報」とは『情報の発信や収集を通して、対象との良好な関係づくりを目指したコミュニケーション活動』です。広報紙やホームページ等の「コミュニケーション・ツール（以下、ツール）」、そしてイベントやタウンミーティング等の「コミュニケーションの機会（以下、機会）」を通じて発信・収集される情報、およびその基盤となる組織内部の情報共有全てを対象とします【表2-1】。つまり、情報とは、紙に記された文字だけを示すものではなく、目に見えない音やイメージ、ムード等、何らかの意味や働きが五感で感じられるもの全てを含みます。

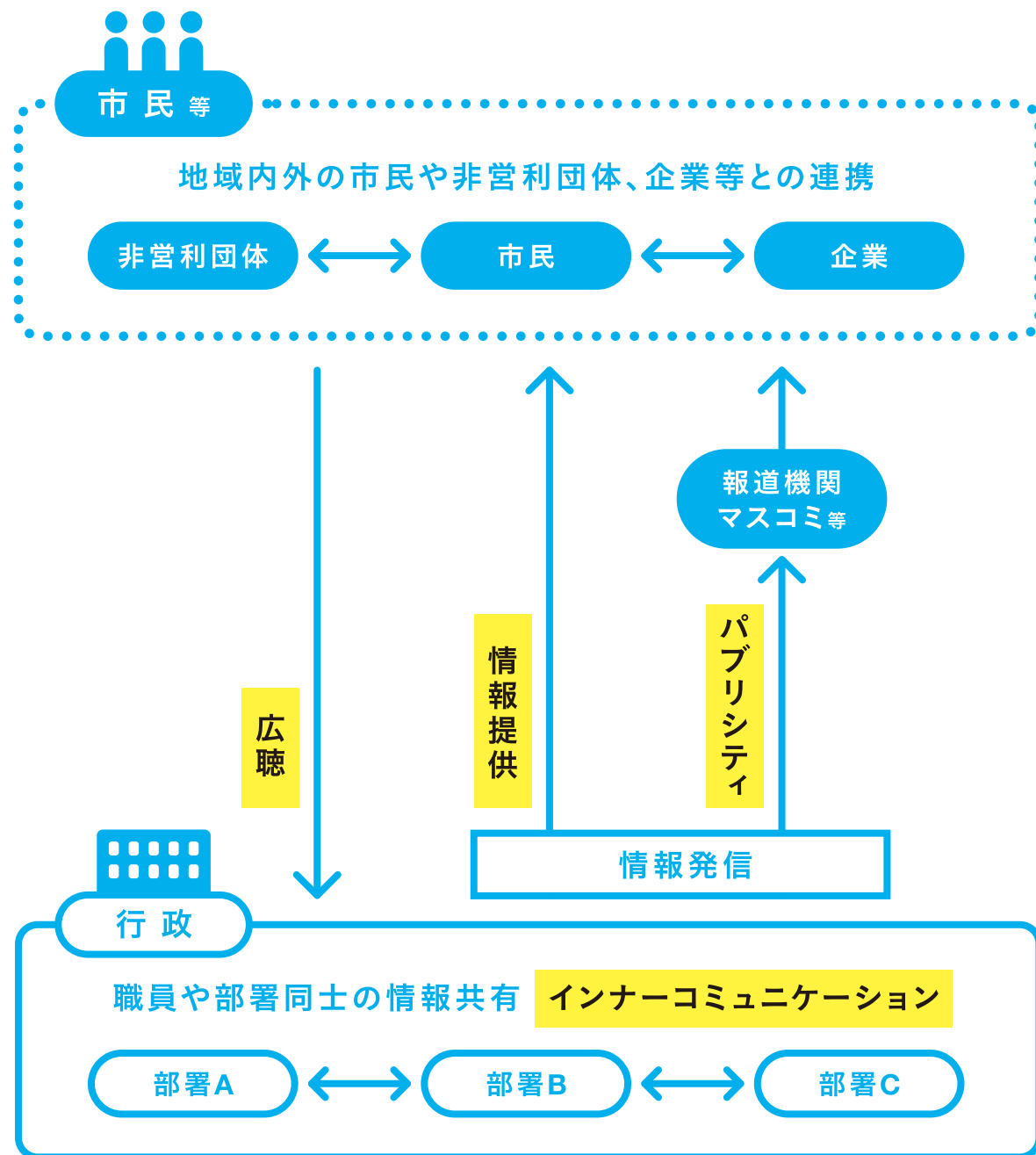
また、広報の種類をまとめると、それぞれの関係は【図2-1】のようになります。まず、庁内の情報共有である「インナーコミュニケーション」、そして、市民を対象とした情報発信があります。本戦略においては、その情報発信の中でも一般的な「情報提供」と、主として報道機関やマスコミ等に向けて情報を発信する「パブリシティ」を区別しています。そして市民のみなさんの意見を集め、政策へと反映させる「広聴」の大きく4つに分類しています。

また、3章で詳述しますが、本戦略は「オール広報」というコンセプトの下で、広報に携わる関係者がそれぞれ当事者意識を携え、連携しながら情報発信・収集に取り組むことを目指しています。庁内はもちろん、市民との良好な関係づくりを目指し、その時々コミュニケーション活動にふさわしいツールと機会を見極め、情報を取捨選択し、対象者に提供していくための戦略が『広報戦略』です。



【表2-1】那珂川町におけるコミュニケーション・ツールおよび機会のまとめ

種類	ツールおよび機会	概要	
情報共有	グループウェア	職員の情報共有として利用	
	広報広聴編集委員会	主に広報紙「広報なかがわ」の編集等に関して、月1回開催	
	その他	掲示板、ホワイトボード、掲示チラシ等	
情報提供	広報紙	「広報なかがわ」を毎月1回、区長を通じて全世帯へ配布、公共施設等にも配布	
	チラシ、ポスター、パンフレット等	主に公共施設等での配布、掲示を行っており、各部署の施策に基づいて制作 例)消費生活相談窓口(産業課)、ハザードマップ(安全安心課)、かわせみバス利用案内(都市計画課)等	
	ホームページ	行政情報の掲載、各種手続きや新着情報の案内 例)ミリカローデン那珂川、グリーンピアなかがわ、中ノ島公園等	
	SNS(ソーシャルメディア)	各種SNSを運用中 例)公式ツイッター及び公式フェイスブックページ「なかがわTopics」等	
	定期発行物	各種団体・施設の定期発行物 例)「社協だより」、「シニアなかがわ(シニアクラブ連合会)」、「パートナー21(人権政策課)」、「ミリカディア(ミリカローデン那珂川)」、「くる.ねっと(くるりんぽ)」等	
	その他のツール:のぼり、看板、各種ノベルティ等	各部署の施策に基づき、制作・配布	
	イベント等	祭り、物産展、フォーラム等	
	窓口対応	各部署の窓口で対応	
	パブリシティ	プレスリリース	「那珂川町メディア活用ガイドライン」に沿って各部署で取り組み、広報担当に報告しリリース
		記者会見	定例記者会見は年に4回、議会の開催に合わせて開催。その他、適宜開催
情報収集	集会広聴	タウンミーティングは2年に1回開催。その他、各種説明会等は、適宜開催	
	個別広聴	ホームページや電話、メールでの問合せ、窓口での相談に各部署で対応	
	調査広聴	住民意識アンケートは毎年1回実施。パブリックコメントは、各種計画策定時等に実施	



【図2-1】広報の関係図

2-2. 課題抽出に向けて

戦略立案の手がかりとなる課題を抽出するために、以下の調査を実施しました。

A. 職員アンケート及びヒアリング調査

庁内での認識や現状を把握するために、職員を対象にアンケートを実施しました。また、さらに詳しい現状を把握するために、一部の職員にヒアリング調査を行いました。

B. 事業者・地域住民へのヒアリング調査

世代や職業などさまざまな地域住民に、広報に関するヒアリング調査を実施しました。さらに、町の事業と関わりが深い事業者へのヒアリング調査も行いました。

C. 住民意識アンケート調査

年に一度、町内に居住する18歳以上の住民から約2,000人を無作為に選んで行われる住民意識アンケート調査を用い、平成23年度～平成28年度のデータから、広報に関わる項目を分析しました。

D. 専門家の知見からの分析

広報に詳しい専門家の意見をはじめホームページのアクセス解析※2等のデータを使い、分析及び仮説をたてました。

以上の調査結果を踏まえ、「2-3. 広報に対する意識や情報共有の課題」と「2-4. 情報発信・収集に関する課題」にまとめました。



※2: アクセス解析とは、ホームページへの訪問情報を具体的な数値等で収集するデータです。例えば、どれだけ訪問したか（アクセス数）を時間別や日別などで確認できたり、どのような環境（ブラウザ）で訪れたかなども判別したりできます。

2-3. 広報に対する意識や情報共有の課題

主に職員一人ひとりの広報に対する意識やスキル、また、部署内や部署間での情報共有といったインナーコミュニケーションに関する課題を整理します。

① 情報共有に関する課題

○ 部署内、部署間の情報共有について

主な情報共有として庁内ではグループウェアが利用されていますが、職員間の情報共有やコミュニケーション向上等を図るツールとしては、十分に活かしきれていない部分があります。より複雑化する地域住民のニーズに適切に情報提供を行う上でも、また、効率的な情報発信を行うためにも、その活用は欠かせないものとなります。

○ 広報に関する素材データや制作物等の管理について

過去の情報発信で蓄積されているまちの情報や写真データは、各部署や担当で管理されています。今後は、情報発信の業務をより効果的、効率的に行うためにも、グループウェア等を活用した素材データや制作物の一括管理や共有が求められます。また、現状の制作物は保管や管理ルールが統一されていないため、情報の更新が行われていない等のケースが見受けられます。

② 広報に対する意識の課題

○ 職員一人ひとりの広報に対する意識の向上について

職員それぞれの努力により、効果的な広報が実現できている例が見られるものの、担当者の負担が大きくなってしまったり、部署によっては業務と広報とのつながりが見えにくくなったりすることもあり、広報を業務に十分に活かしきれていないケースも見られます。前述のように、広報を『情報の発信や収集を通じた、対象との良好な関係づくりを目指したコミュニケーション活動』と捉え、互いに意識を共有し、協力し合いながら広報活動に携わることができる仕組みが求められます。

○ 広報に関するノウハウやデザインスキルを学ぶ機会について

職員自らがチラシ等の制作に携わる機会が増えている一方で、デザインスキルを学ぶ機会はまだまだ十分ではありません。また、これからは広報のノウハウを熟知して、ターゲットにあわせたツールを使い分ける等、対象に対して適切に「伝わる」情報発信のためのスキルアップが必須となります。

2-4. 情報発信・収集に関する課題

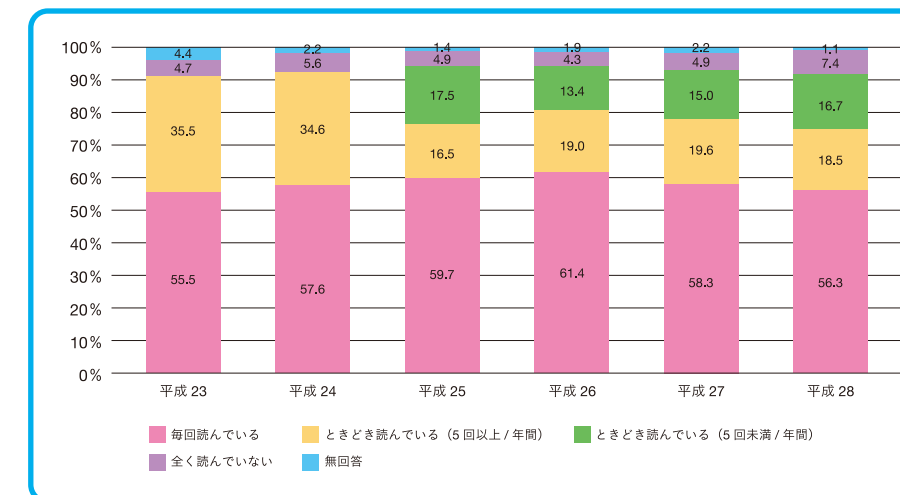
情報発信・収集に関する各種手段の課題を整理します。

① 広報紙「広報なかがわ」

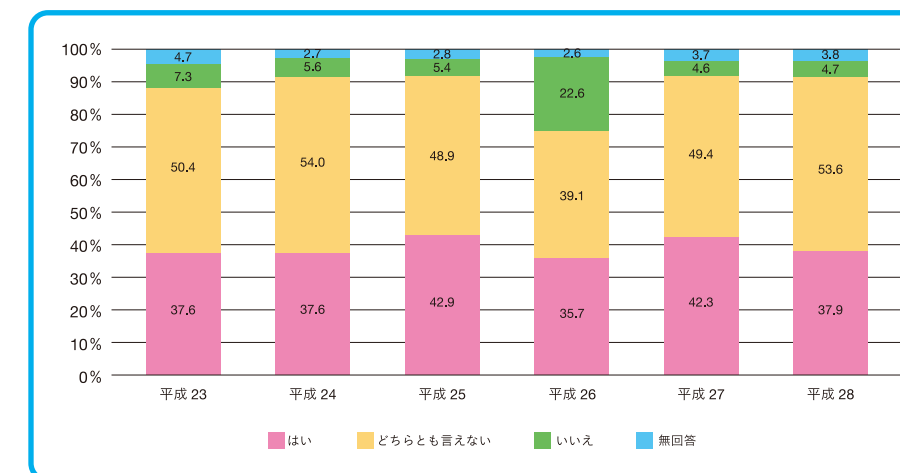
○ 情報量や掲載内容、デザインについて

住民意識アンケート調査では、約5割の人が「毎回読んでいる」とあり、町の情報発信の中心になっていることは間違いありません。一方で、掲載内容の満足度は、約4割程度です。住民へのヒアリング調査では、「読み物的な内容がほしい」といった声も寄せられています。また、子育て世代へのヒアリングでは、「子育て情報を得るために活用している」ということもわかりました。幅広い世代に読みやすい広報紙とするため、情報量、掲載内容、デザイン等のさまざまな工夫が求められています。また充実したコンテンツを制作する上でも、ターゲットや編集方針を検討するための庁内の体制づくりが必要です。

【参考資料2-4-1 / 「広報なかがわ」をどのくらい読んでいますか？[平成23～平成28年度]】



【参考資料2-4-2 / 「広報なかがわ」の掲載内容に満足していますか？[平成23～平成28年度]】



② 現状の課題



② チラシ・ポスター・パンフレット

○デザインや設置・掲出方法について

チラシやポスター等の制作物は、受け手側の知りたい情報を網羅できていないものも見受けられ、発信する情報の整理や編集力の向上が求められます。デザインに関しても、興味や関心を高めるためには工夫や改善が求められます。

住民へのヒアリング調査では、公共施設等でのチラシやポスターが「雑多でわかりにくい」という意見が寄せられています。また、情報の期限管理ができていないため、過去の情報を掲載した制作物が提供され続けているケースもあります。

③ ホームページ、SNS（ソーシャルメディア）

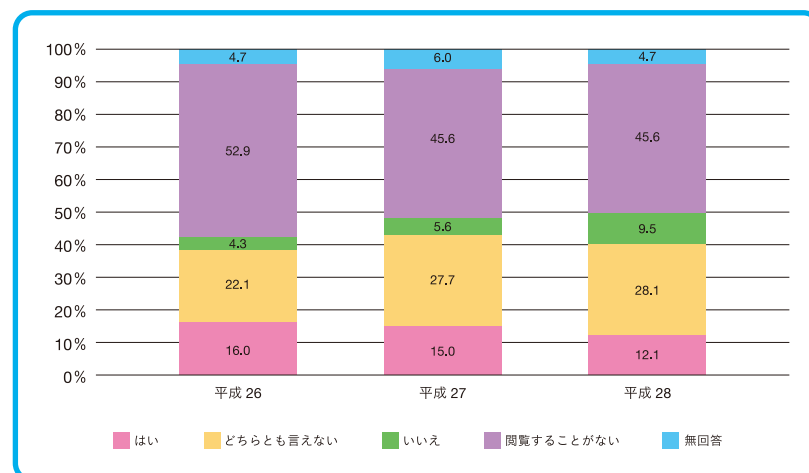
○ホームページの閲覧に関して

住民意識アンケート調査では、どの年度も「閲覧しやすい」と感じていた人は2割以下と少数です。閲覧のアクセス解析からは、那珂川町ホームページへは「中ノ島公園」「ふれあいこども館」といった施設名での検索ワードで訪れる人が多いことがわかります。しかし、サイト内での滞在時間が短く、他のページへの遷移が少ない状況です。受け手側が求める情報に合わせたコンテンツの充実やホームページ内の回遊を高める関連情報の提供や整理も求められます。

○SNSの活用に関して

那珂川町では、公式Facebook「なかがわTopics」や公式Twitter「那珂川町」、Instagram「みんなで手話なかがわ」等を運用中です（平成28年10月31日現在）。また、各施設等でも独自のSNSを運用していますが、連携は十分とは言えません。町内外を問わずファンや拡散（シェア）を獲得していくためにも、魅力的な情報の発信と共に、相互に連携した情報発信が必要とされています。

【参考資料2-4-3 / 町ホームページは閲覧しやすいですか？ [平成26～平成28年度]】



④ パブリシティ

○プレスリリースについて

「那珂川町メディア活用ガイドライン」に沿って、各部署でリリース資料を作成して広報担当を通して情報を発信しています。今後は、テレビや新聞等のメディアをさらに活用してまちの情報を発信していくために、「メディアが取材しやすい」切り口を考えたリリース資料の作成や、情報発信のタイミング等についても検討の必要があります。

○記者会見について

現在は、主に議会の開催前に定例会見を年に4回と、その他は必要に応じた記者会見を実施しています。今後はまちの認知度向上等も踏まえた「話題づくり」を視野に入れた、積極的な情報発信の取り組みが必要です。

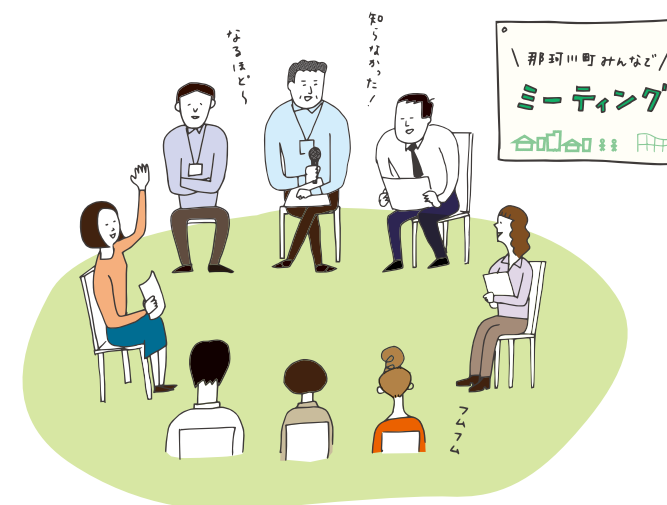
⑤ 広聴

○タウンミーティングなど集会広聴について

「タウンミーティング」は2年に1回、各種説明会等は適宜開催しています。市民の意見を行政施策に反映していく重要な機会ですが、もともとまちの施策に興味・関心の強い方の参加が中心となっているため、さらに開かれた機会提供の工夫が求められています。

○住民意識アンケート調査などの調査広聴について

調査広聴として毎年実施している住民意識アンケート調査や各部署で実施しているアンケート調査及びパブリックコメントは、市民の意見を行政施策に反映していくための重要な取り組みです。また、これらは、町の事業や取り組みを知り、気軽に関われる貴重な機会です。まちづくりに関心を持ってもらうきっかけとして、より一層の活用が求められます。



3

広報戦略の 目標



3-1.コンセプト
「オール広報」

3-2.戦略方針と目標像

3 広報戦略の目標



3-1. コンセプト「オール広報」

前章まで見てきた課題の中で特に重要な点は、まずは職員一人ひとりが広報を理解し業務に活用していくことであり、部署間の連携を図ることです。町として発信すべき情報が増加する中で、市民の多様なニーズを受け止め、多くの情報を編集し、提供していくためには、そうした意識の向上と連携の取り組みが欠かせません。

もちろん、連携を踏まえた広報戦略の必要性は、庁内に限ったことではありません。近年は、まちの認知度・イメージの向上を目指し、外部事業者と連携して情報発信をしている事例が見られます。移住定住を促していく「SUMITSUKE那珂川」、南畑エリアの魅力を発信する「南畑の本」、交通の要所「博多南駅」を基点に人々が交流する機会を創出する「こととば那珂川」等、我がまちの大きな強みとなり得る営みが散見し始めており、さらに磨きをかけていく必要があります。

また、市民やNPO等と連携した広報活動のもとに、町全体でまちづくりの関心を醸成していくことも肝心です。

そこでわたしたちは、一人ひとりが「広報の担い手」である自覚を持ち、互いに助け合いながら課題を解決し、強みをさらに伸ばしていくことを目指し「オール広報」というコンセプトを掲げることにします。全職員がチームの一員として、そして、同じ那珂川「市民」のチームの一員として、『オール広報』の名の下に、広報活動に取り組んでいきます。



合言葉は

「オール広報」

みずから発信
みんなで共有



3-2. 戦略方針と目標像

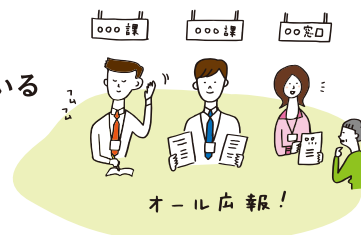
「オール広報」のコンセプトに沿って、広報戦略の方針と目標像を以下のようにまとめました。

戦略方針1 インナーコミュニケーションの充実

多様化・複雑化する市民のニーズに伴い増加する情報量に対応し、行政運営の円滑化及び効率化を実現していくために「オール広報」を掲げ、職員・部署間の連携を深めるとともに、各人の広報に対する意識の向上を目指した「インナーコミュニケーションの充実」に取り組みます。

〈目標像〉

- ① 部署内及び部署間の情報が共有され、理解されている
- ② 職員一人ひとりが、広報の担い手としての当事者意識を持っている
- ③ 職員一人ひとりが、情報を届けるためのスキルアップの意識を持っている
- ④ 部署間の情報共有の結果、業務の円滑化が図れている



戦略方針2 市民と連携した情報発信・収集の充実

地域住民が行政運営に興味や関心を抱くとともに、行政との共通理解や信頼関係を醸成していくために「オール広報」を掲げます。少子高齢化をはじめとした多様化する地域課題を解決していくためには、行政だけでなく市民に当事者感覚をもって関わってもらうことが重要です。また、「那珂川らしさ」が、地域外へとさらに広く認知されることを目指し、広報活動に取り組む必要があります。そこで、地域外に住む人たちも含めて「オール広報」を掲げてチームワークを醸成し、市民と連携した情報発信の充実に取り組みます。

〈目標像〉

- ① 行政サービスの情報が地域住民に行き届いている
- ② 行政・市民双方のまちづくりに関する
共通理解が進み、関心の向上が見られる
- ③ 地域外に住む人たちとの連携による情報発信が進んでいる
- ④ 住みたい、そして、住み続けたいまちとされている



4

「オール広報」 アクションプラン

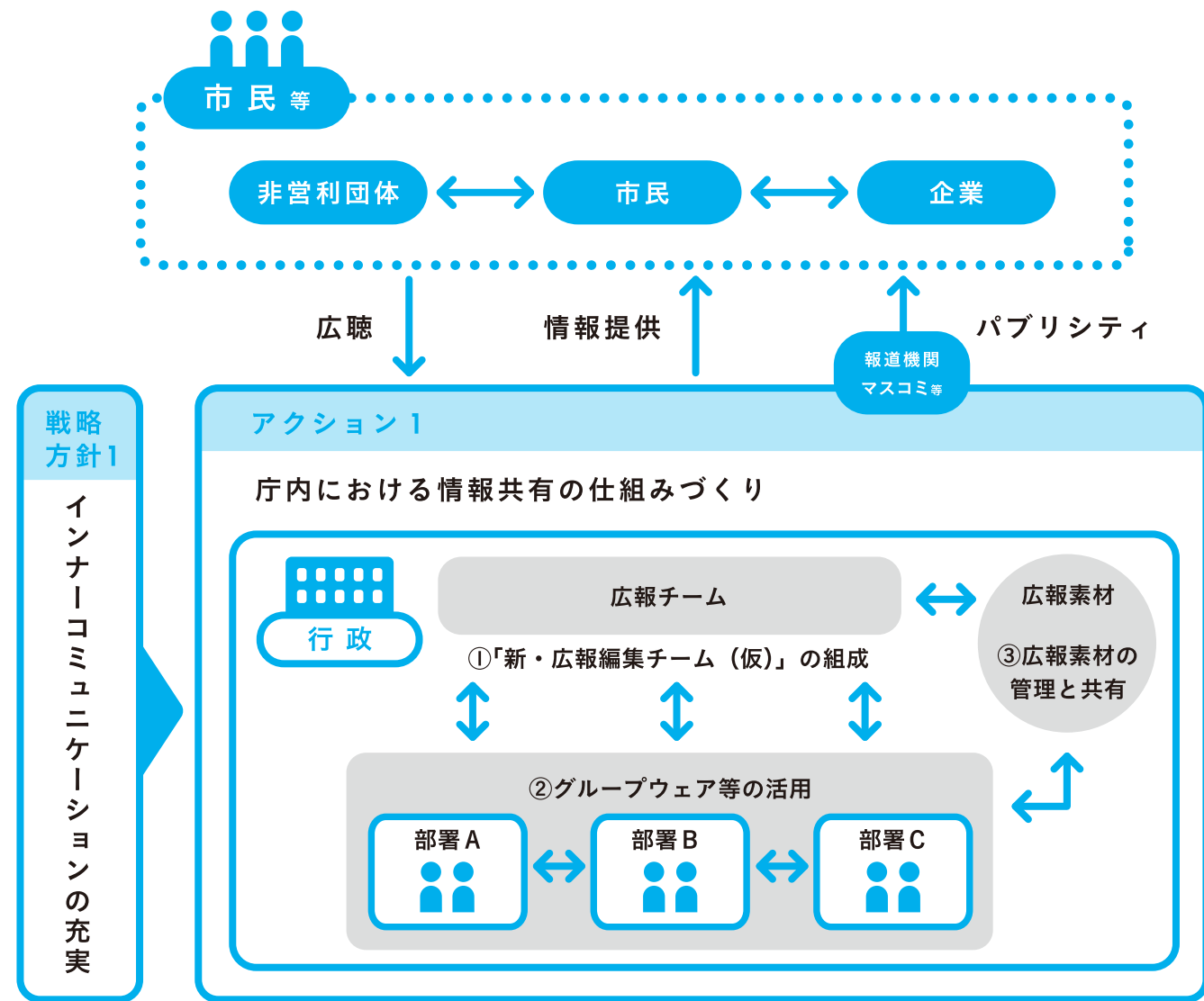


4-1. アクションプランの構成

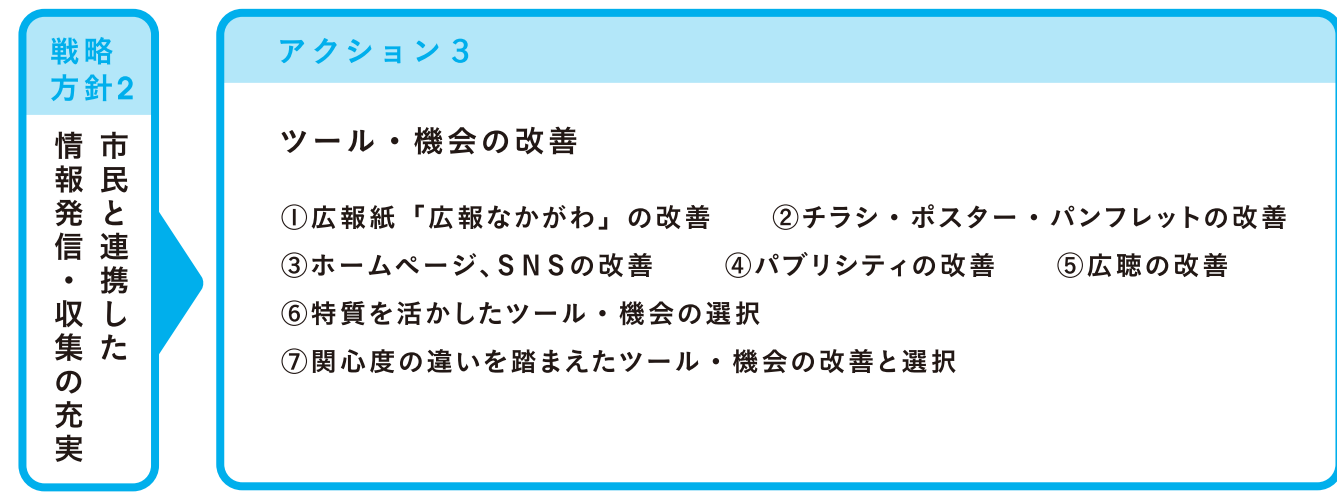
4-2. アクションプラン



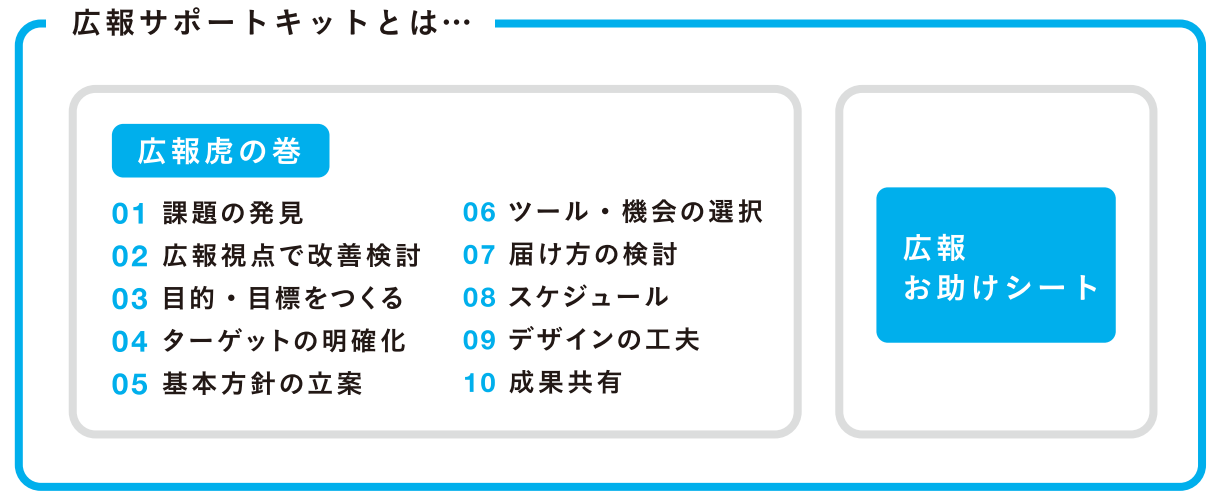
4-1. アクションプランの構成



戦略方針1
インナーコミュニケーションの充実



戦略方針2
市民と連携した情報発信・収集の充実



4-2. アクションプラン

アクション1 庁内における情報共有の仕組みづくり

庁内における情報共有の課題を受けて、共有を促すための仕組みづくりに取り組みます。

① 広報を俯瞰する！「新・広報編集チーム（仮）」の組成

広報戦略を推進していくために、従来の「広報広聴編集委員会」を再構築し、新たな「新・広報編集チーム（仮）」づくりを行います。「新・広報編集チーム（仮）」は、広く庁内の広報に関する現状と課題を把握し、改善策を練ることを目的とします。従来取り組んできた「広報なかがわ」の編集内容の検討はもちろん、各種ツールの見直しや、部署内・部署間が「オール広報」で連携する際のさまざまな仕組みやルールを検討します。また、これまで集客効果・告知効果が高かった広報について奨励する機会等を創出し、職員の意識向上の仕組みをつくります。

●「新・広報編集チーム（仮）」の役割

- ・各部署で取り組む広報業務の情報把握、成果共有
- ・現状の広報の課題の抽出
- ・グループウェア活用へ向けた仕組みづくり
- ・各種媒体で紹介されたまちの情報の収集及びストックのためのルールづくり 等

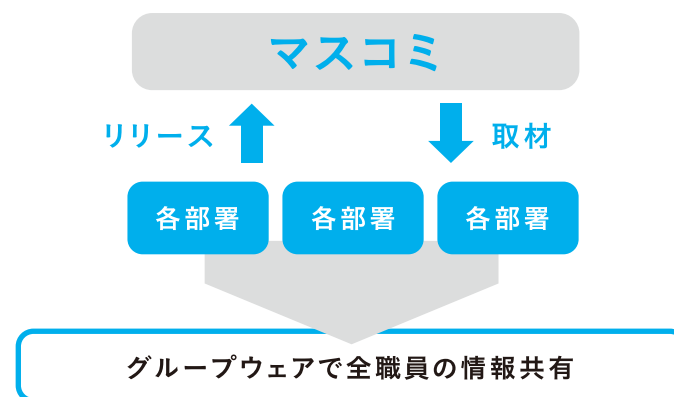


② 部署内・部署間を効率的につなぐ！グループウェア等の活用

インナーコミュニケーションの充実を図るために、既存のグループウェア活用のためのルールを整備します。特に、「どのタイミングで、どんな情報を共有する」といったグループウェア活用のタイミングを明らかにし、ルール化することで積極的な活用へとつなげます。

●グループウェアの活用例

- ・各部署で計画するイベントや施策の情報共有
- ・マスコミへのプレスリリースや実際の取材情報の共有 等



③ 職員誰もがいつでも使える！広報素材の管理と共有

ツール制作やリリース等の際、まず写真やロゴ等の素材データが必要となります。この素材データを、職員であればいつでも手軽に活用できるように整理・共有し、業務の効率化を目指します。これにより、マスコミや問い合わせにも迅速に対応できる体制が構築できます。

●管理・共有すべき広報素材

- ・町内の施設や催し・祭り・イベント等で撮影された写真・映像データ
- ・過去に制作された各種地図やロゴマーク、イメージ 等



アクション2 広報に関する意識向上の機会の充実

職員の広報に対する意識の課題を受けて、それらの向上を図ります。

① 企画力、発想力を磨く！職員向けの広報研修の開催

デザインスキルはもとより、企画力・発想力を高めるための広報研修を開催します。開催にあたっては、外部の専門家等（大学教員、デザイナー、プランナー等）を迎えて研修を実施します。“伝わる”ための情報発信ノウハウはもちろん、外部関係者との連携の際に必要な知識等も学び、スキルアップを図ります。

●広報研修での研修項目

- ・伝わるための基本的なデザインスキル
- ・広報のミッションとは 等



② 相談・共有で広報の意識を高める！

広報相談会の開催

職員が日々抱えている広報に関するさまざまな課題を持ち寄り、相談・共有できる場として広報相談会を開催します。開催にあたっては、専門的な知見からアドバイスを行える専門家（大学教員、デザイナー、プランナー等）を相談役に迎えます。

●広報相談会の検討事項

- ・「参加者が集まらない」、「反応が少ない」広報の改善
- ・新たな事業や取り組みに関する広報展開の相談 等



③日々の業務を助ける！広報サポートキットの活用

日常の広報業務をサポートするツールとして、広報サポートキットを作成します。職員全員に配布される広報戦略ダイジェスト版の中に添付して、広報業務に迷った際や、企画・計画のステップで活用してもらうツールとします。使い続けることで、職員一人ひとりの広報に関する「企画力」や「計画力」を高めることを目的とします。

1)「広報虎の巻」

「広報虎の巻」は、戦略的な広報を進めていくために抑えておきたい広報の企画・計画のステップや、簡単なデザインのノウハウをまとめたものです。広報に取り組む前はもちろん、途中で迷ったとき、さらには業務を振り返りたいときに参考にしてほしい虎の巻です。

2)「広報お助けシート」

「広報お助けシート」は、広報を計画する際や制作物をつくる過程で、目的やスケジュール等の項目を書き込んでまとめられるように制作した那珂川町オリジナルのシートです。大切なポイントを明確にすることで、情報発信の質を高めただけでなく、業務の効率化も図ります。また、繰り返しシートを活用することで、職員の広報意識の醸成にも役立ちます。

アクション3 ツール・機会の改善

現状のツール・機会の改善に向けて、具体的な改善策を掲げ取り組みます。

①広報紙「広報なかがわ」の改善

「新・広報編集チーム（仮）」を中心に、現状の問題・課題、及び最新の事例を参考にしながら広報紙の在り方の見直しとリニューアルを検討します。例えば、「愛読者の多い子育て世代にどのような情報を届けていくか」「読者の満足度を高めるためには、どのような工夫が必要か」等を考慮しながら、広報紙の全体構成を検討します。

②チラシ・ポスター・パンフレットの改善

受け手側が知りたい情報を、わかりやすく整理して適したツールで届けるために、制作物をつくる際に広報サポートキットを活用しながら制作物の企画・デザイン等を進めます。また、制作して終わりではなく、「届ける」までが広報の重要な業務です。設置・掲出等についても、例えばカテゴリー毎に分類したり、見出しを付けて種類分けしたりといった改善検討を行います。さらに、情報は鮮度が重要です。その後の情報の変化を見据え、情報の期限やリニューアルのタイミング等の管理に取り組みます。

③ホームページ、SNS（ソーシャルメディア）の改善

1)ホームページの内容充実

ホームページは、情報をわかりやすく得るためのツールとして、常にデザインの改善が求められます。次期リニューアルを目処に、今後、どのような情報をどのような方針で提供するか、アクセス解析等のデータをもとにして適宜検討していきます。また、コンテンツの内容や情報の鮮度も重要なため、各部署や担当で手軽に情報更新がしやすい仕組みやシステムの導入も検討します。ホームページのアクセス解析データは随時変化していくため、「新・広報編集チーム（仮）」での共有も図ります。

2)SNSの積極的運用

関心の持ち方に併せて情報の拡散が効果的に図れ、災害等の緊急時に素早く情報提供が可能なSNSは、今後の広報の主要ツールのひとつになります。広報研修等で他自治体の先進事例を積極的に学び、那珂川町に相応しいSNSの活用方法をルール化し、職員が自発的に運用できる仕組みを検討します。

④パブリシティの改善

現状の定例記者会見に加え、まちの好感度やイメージの向上を狙った話題性のあるパブリシティ情報を発信していきます。会見は回数だけでなく話題づくりにも注力します。まちの認知拡大も意識し、バックパネルの設置や記者会見の場づくりなどにも工夫を凝らします。また、プレスリリースについても、テレビや新聞等のメディアに積極的に取り上げてもらえるように、リリースのタイミングや内容、デザインなども見直しを図ります。

⑤広聴の改善

説明会やタウンミーティングは、これまで足を運んだことのない市民にも興味・関心をもってもらえるよう、リリースや告知のためのツールの工夫、開催場所や時間の再検討を行います。また、市民が比較的参加しやすいアンケート調査やパブリックコメントなどは、市民との協働の入口としても機能します。アンケート調査等に協力してくださった市民が、次の参画の機会につながるよう、調査協力のタイミングを活かし、情報提供に取り組みます。

⑥特質を活かしたツール・機会の選択

各ツール・機会は、それぞれで完結した手段として機能するだけでなく、複数のツールや機会を組み合わせることで、効果的な広報が実現できます。それぞれのツール・機会が持つ特質や組み合わせのノウハウを広報研修を通して学ぶ機会を提供します。



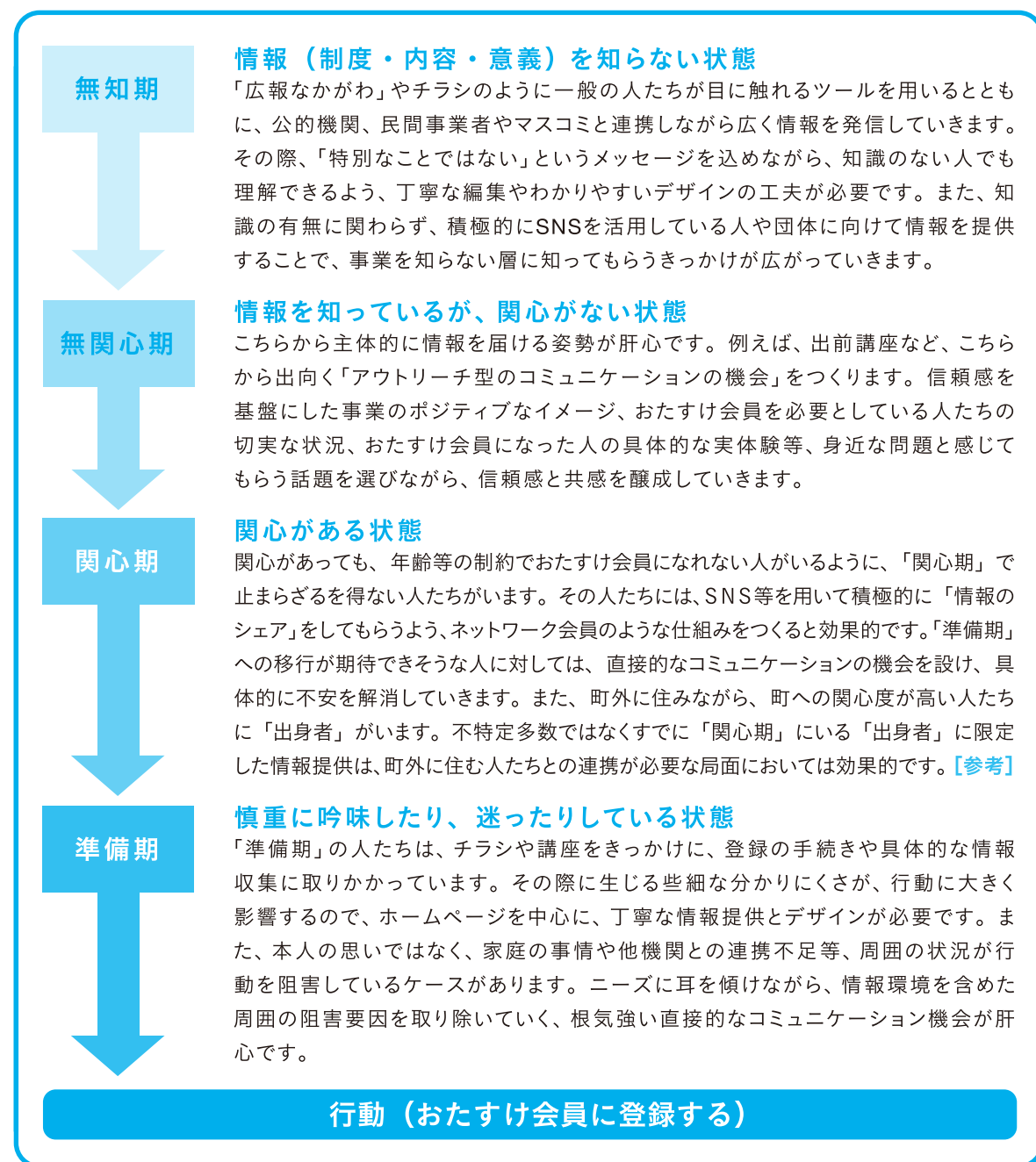
④ 「オール広報」アクションプラン



⑦ 関心度の違いを踏まえたツール・機会の改善と選択

伝えたい相手（以下、ターゲット）の情報に対する関心度が異なるために、情報が伝わらなかったり、行動につながらなかったりする局面が多々あります。よって、情報に対する「関心度」の違いを意識し、ツール・機会の改善と選択に取り組みます。

具体例として、ターゲットが行動を起こすまでのプロセスを「無知期」「無関心期」「関心期」「準備期」の4つの段階として捉え、各段階にふさわしい情報提供やコミュニケーションの機会づくりに取り組む方法があります。【図 4-1】に、ファミリー・サポート・センター事業（子育て援助活動支援事業）における「おたすけ会員（援助を行う人たち）」を増やすための広報活動を事例として、段階毎のポイントをまとめてみました。



【図4-1】関心度の違いを踏まえた広報事例：ファミリー・サポート・センター事業の場合



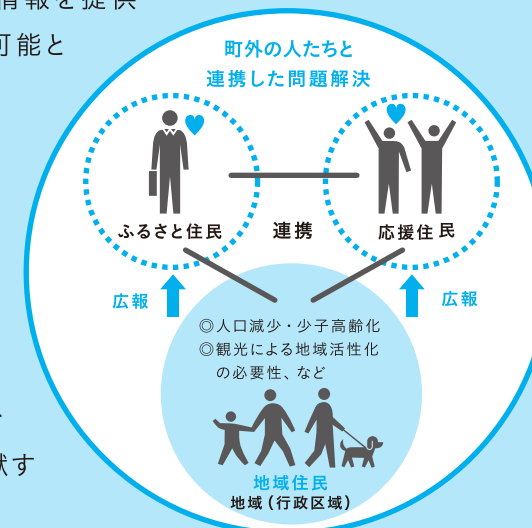
参考 ～町外の人たちと連携するために～

町外の人たちと連携した効果的な広報に取り組むためには、町への関心度が高い人たちとネットワークをつくるのが肝心です。例えば、今現在は町外に住んでいても、町で生まれ育った「出身者」の人たちがいます。また、出身者でなくても、町のファンでいてくださる人たちがいらっしゃいます。その人たちは、町への愛着と高い関心度を持っており、まちづくりの分野では、そのそれぞれの人たちを「ふるさと住民」「応援住民」と呼び、共に連携しながら活動・事業に取り組んでいる事例があります。*

「ふるさと住民」や「応援住民」は、提供された情報に対して主体的に関心を持ち、行動を起こしてくれる可能性の高い人たちです。また、来訪や移住など、直接町を訪れる行動だけでなく、SNSで積極的に書き込みをしてくれたり、情報をシェアしてくれたり、町外にいる市民のひとりとして、広報活動に積極的に協力してくれます。

町外へ向けた広報活動に取り組む場合、不特定多数の人たちに等しく情報を提供する傾向がありますが、まずは「ふるさと住民」や「応援住民」を見出し、具体的につながり、コミュニケーションの場を設けたり、情報を提供したりすることで、効率的な広報活動が可能となります。

また、地区によっては人口減少や少子高齢化が顕著となる中、町外の人たちとともに「協働のまちづくり」を展開したり、広報活動を担ってもらったりする方法が必要となってきています。その中でも特に「ふるさと住民」および「応援住民」に着目し、その人たちと「オール広報」を推進することが、それらの課題解決に貢献すると考えられます。



*フィルムアート社(2012)「クリエイティブ・コミュニティ・デザイン」より。本書の中では、町外に住む人たちもあえて「住民」と呼ぶことで、まちづくりや広報活動と一緒に取り組む「チームの一員」と感じられることが意図されています。

5

評価と
スケジュール

5-1. 広報戦略の評価

5-2. スケジュール

5-1. 広報戦略の評価

本戦略の評価は、「戦略方針」の達成度を評価対象とします。戦略方針 1 および 2 がアクションプランによってどの程度達成されたかを、職員アンケート調査※3 や住民意識アンケート調査の結果、新たに収集したデータ等を活用しながら、定量的に検証し、広報戦略を評価していきます。また、それぞれの目標値は、初年度の調査結果を基準として設定することとします。

戦略方針 1 インナーコミュニケーションの充実

「オール広報」を推進していくためには、職員一人ひとりが広報に対して当事者意識を持つとともに互いに情報共有に取り組むこと、つまり、インナーコミュニケーションの充実が不可欠です。アクションプランの結果、インナーコミュニケーションが充実した場合、グループウェアでの情報共有やサポートキットの利用が活発になるとともに、プレスリリースをはじめとした外へ向けた情報発信の頻度が増すと考えられます。また、広報研修および広報相談会の活用頻度も高まると考えられるため、以下に示す指標を把握します。

〈評価指標〉

●グループウェアの活用による業務の改善度【職員アンケート調査】

設問例：グループウェアで得られた他部署の情報が、業務を行う上で役に立つ
ことがありましたか

1. とても当てはまる
2. やや当てはまる
3. どちらとも言えない
4. あまり当てはまらない
5. 全く当てはまらない

●インナーコミュニケーションの充実による広報の改善度【職員アンケート調査】

設問例：広報サポートキットを使って、広報活動の改善は見られましたか

1. とても当てはまる
2. やや当てはまる
3. どちらとも言えない
4. あまり当てはまらない
5. 全く当てはまらない

●グループウェアでの「お知らせ」の回数【実績数】

●プレスリリースの回数【実績数】

●広報研修の開催数【実績数】

●広報相談会の相談件数【実績数】

※3: 職員アンケート調査は、グループウェアを用いて実施します。



戦略方針 2 市民と連携した情報発信・収集の充実

「オール広報」を推進していくためには、職員だけでなく、市民も当事者感覚をもって、情報の発信・収集に関わってもらうことが重要です。

市民と連携した情報発信・収集の充実度を図るために、広報紙やホームページの満足度、SNS などへの関わり方等を把握することが考えられます。さらに、プレスリリースによる情報掲載等が進めば、イベントをはじめ様々な行政施策の情報が行き届き、参加が増加します。そのような様々な行政施策への関心が高まれば、広聴などへの参加も高まると考えられます。

〈評価指標〉

● 広報紙の閲読率【住民意識アンケート調査】

設問：広報なかがわをどのくらい読んでいますか

1. 毎回読んでいる
2. ときどき読んでいる（5回以上／年間）
3. ときどき読んでいる（5回未満／年間）
4. 全く読んでいない

● 広報紙の満足度【住民意識アンケート調査】

設問：広報なかがわの掲載内容に満足していますか

1. はい
2. どちらとも言えない
3. いいえ

● 町から発信される情報のわかりやすさ【住民意識アンケート調査】

設問：町から届く情報はわかりやすいものとなっていますか

1. はい
2. いいえ

● ホームページの閲覧しやすさ【住民意識アンケート調査】

設問：町ホームページは閲覧しやすいですか

1. はい
2. どちらとも言えない
3. いいえ
4. 閲覧することがない

● 公式 Facebook ページの「いいね」の数（町内／町外）【実績数】

● プレスリリースに対するページ記事の掲載・放映件数【実績数】

5-2. スケジュール

いずれのアクションプランも平成 28 年度より検討をはじめ、準備ができたものから実施していきます。広報紙やホームページ等の大きな改善は、契約更新のタイミングなどに合わせて検討します。

項目	2016年度 (平成28年度)	2017年度 (平成29年度)	2018年度 (平成30年度)	2019年度 (平成31年度)	2020年度 (平成32年度)
アクション1：庁内における情報共有の仕組みづくり					
①「新・広報編集チーム（仮）」の組成	準備	再構築			
②グループウェア等の活用	準備	改善			
③広報素材の管理と共有	検討・準備		実施		
アクション2：広報に関する意識とスキルアップの機会の充実					
①職員向けの広報研修の開催	検討	実施			
②広報相談会の開催	準備	実施			
③広報サポートキットの活用	実施				
アクション3：ツールおよび機会の改善					
①広報紙「広報なかがわ」の改善	検討			実施	
②チラシ・ポスター・パンフレットの改善	検討	可能なツールから実施			
③ホームページ、SNS の改善	検討				実施
④パブリシティの改善	検討・実施				
⑤広聴の改善	検討	実施			
⑥特質を活かした ツール・機会の選択	広報サポートキットを活用				
⑦関心度の違いを踏まえた ツール・機会の改善と選択	広報研修・広報相談会などを経て、職員自ら実施できるようにする				

広報戦略策定の流れ

本戦略の策定にあたっては、総務課秘書広報担当と、町職員によって結成された「広報戦略研究会」という場を設けました。九州大学大学院人間環境学研究院専任講師の田北雅裕先生に座長をお願いし、計10回、延べ72人の職員の参加により検討を重ねました。策定までの流れは以下の通りです。

那珂川町「広報戦略研究会」 プレ・ミーティング

日時：平成27年9月29日（火）17：30～19：30
内容：広報に関連した活動の紹介、意見交換など

第1回 那珂川町「広報戦略研究会」

日時：平成27年10月27日（火）17：30～19：30
内容：ワークショップ：「情報発信」に関する課題と解決に向けた“視点”を出し尽くす

第2回 那珂川町「広報戦略研究会」

日時：平成27年11月25日（水）17：30～19：30
内容：ワークショップ：問題・課題の整理から「広報戦略の方向性」を導く

第3回 那珂川町「広報戦略研究会」

日時：平成28年1月29日（金）17：30～19：30
内容：広報戦略策定後の改善イメージ、広報戦略冊子の目次案の検討など

第4回 那珂川町「広報戦略研究会」

日時：平成28年2月23日（火）17：30～19：30
内容：キャッチコピー、目次構成の検討など

第5回 那珂川町「広報戦略研究会」

日時：平成28年3月30日（水）17：30～19：30
内容：住民ヒアリングの結果報告、広報戦略の説明など

第6回 那珂川町「広報戦略研究会」

日時：平成28年4月25日（月）17：30～19：30
内容：広報戦略骨子の説明、アクションプラン案の検討など

第7回 那珂川町「広報戦略研究会」

日時：平成28年5月24日（火）17：30～19：30
内容：広報戦略骨子、施策の検討など

第8回 那珂川町「広報戦略研究会」

日時：平成28年6月1日（水）17：30～19：30
内容：広報戦略骨子、ダイジェスト版、広報お助けシートの検討など

第9回 那珂川町「広報戦略研究会」

日時：平成28年7月12日（火）17：30～19：30
内容：広報戦略全体の説明、議論など

第10回 那珂川町「広報戦略研究会」

日時：平成28年10月18日（火）17：30～19：30
内容：広報戦略の最終確認



\オール広報/ 虎の巻

広報に感じるモヤモヤを解決するヒントや、業務をスムーズに進める計画のステップ等をまとめた虎の巻です。日々の広報に迷ったときに、ぜひ、活用ください。

モヤモヤ01 広報ってそもそも何ですか？

市民との良好な関係づくりのために必要なものです。

親しい友人や同僚・家族の間でも、情報が上手く伝わらないとすれ違いが起こることはあるものです。企業にとっては、どんなによい商品やサービスでも、しっかり伝えることができなければ事業の継続問題になります。こうした『情報の発信や収集を通して対象と良好な関係づくりを目指したコミュニケーション活動』のことを、広報と言います。それは、紙に記された文字だけでなく、目に見えない音やイメージ、ムード等、何らかの意味や驚きが五感で感じられる全てのものを含みます。



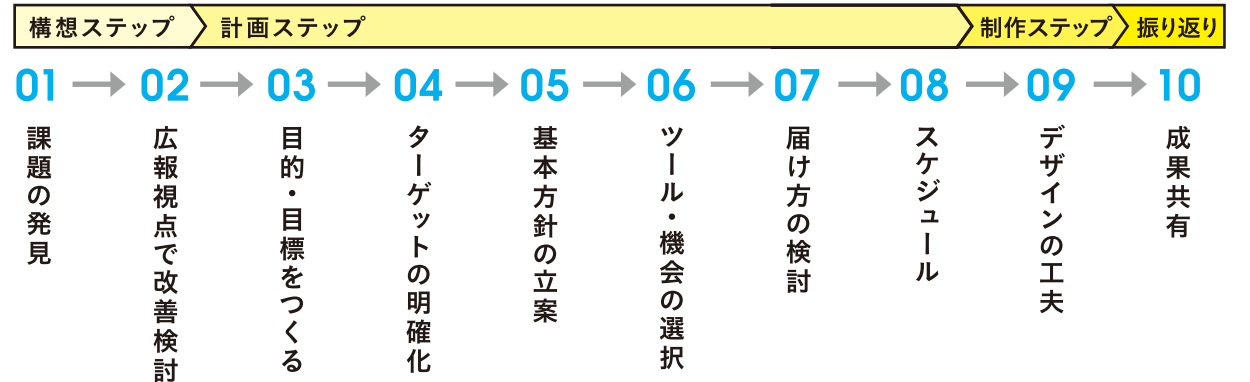
モヤモヤ02 広報を頑張るとどうなるの？

ズバリ、あなたの仕事がやりやすくなります。

広報とは、まちの認知度やイメージの向上に役立つものです。それと同時に、スムーズな行政運営を行う手段としても有効です。地域住民のみなさんのニーズは多様化・複雑化しています。そのニーズに寄り添うことは大切ですが、一方で、業務の円滑化も欠かせません。そんな時に役立つのが、複雑な情報の理解を促す広報です。本戦略では、「オール広報」のコンセプトに沿ったさまざまなアクションプランをたてています。煩雑化するあなたの仕事を、やりやすくするために役立つ戦略が満載です。

広報ステップ

広報を計画するステップに添った、抑えるべきポイントを紹介します。



日頃の業務で感じているモヤモヤを、広報と結びつけて考えるオール広報ステップです。

ステップ 01 課題の発見

日頃感じている課題が、実は広報活動のはじまりです。

イベントやPR告知のためにツールをつくることだけが、広報ではありません。仕事のなかで感じているモヤモヤを解決したい。そう考えたときに役立つくれるのが広報です。

広報の担い手としての
当事者意識を持ちましょう

*例えばこんなことも広報で・・・



給付関係の手続き業務。どうしても一人の対応に時間がかかりすぎて他の人を待たせてしまう!

ステップ 02 広報視点で改善検討

伝える・伝わることで円滑化を試みましょう。

さまざまな業務を効果的に進めていくために、広報で何ができるかを検討してみましょう。もちろん、予算が必要な場合もありますが、ちょっとしたツール・機会を工夫することでできることもたくさんあります。

解決の糸口を
広報相談会で見つけましょう

アクション2

*広報的解決案は・・・

- ▶書類記入を「難しい」と感じている人たちに、どこがわかりづらいかヒアリングしてみる
- ▶書類を事前にホームページからダウンロードできる仕組みをつくってみる
- ▶よくあるQ&Aをホームページに掲載してみる



具体的な広報物の制作を計画するステップです。

ステップ 03 目的・目標をつくる

計画を推進するために目的や目標を明確にしましょう。

広報を進めていく上で、拠り所となるのが目的や目標です。しかし、それは簡単に導きだせるものではありません。現状の課題はもとより、その他の事例も参考にまずは情報収集を行います。その情報を分析、仮説を立てることで、目的や目標が明確になっていきます。

目的や目標をつくる前に
収集しておくべき情報

- 現在の課題
- 住民の意見、感想等
- 他の地域の事例、先進的取り組み例
- 他の分野での参考事例



収集した情報を分析
→ 仮説を立てる

目的・目標の設定に悩んだら、
広報相談会も活用!

アクション2

以上を踏まえて……
目的は…… **最終的に目指すこと、計画の道しるべ的なこと**
目標は…… **いつ、誰が、何をすべきか設定すること**

広報計画は、この目的や目標を達成することを基本に考えていきましょう。また、他部署との連携で効率化が図れないかも検討しましょう。

決定した目的・目標は
「新・広報編集チーム(仮)」で共有

アクション1

ステップ 04 ターゲットの明確化

対象としたい人を具体的にイメージしましょう。


行政広報の多くは、幅広い世代の市民に届くことが基本とされます。しかし、地域住民のニーズが多様化、複雑化するなかで、確実にサービスを届けていくためには、広報に関しても「どんな人に届けたいのか?」つまり、ターゲットを明確化しておくことは欠かせません。また、「誰に」だけでなく「相手の気持ち」、例えば「関心度」も手がかりにすると戦略がより明確になります。

参照 アクション3


*ターゲットは・・・

どんな人

20代後半～
40代までの
那珂川町に住む
女性



もっと
具体的に
イメージ




「どんな人」を具体的に

- 那珂川町在住
- 保育園に通う子どもを育てるママ
- 産休から復職
- 博多南駅前周辺に住んでいる

ナニに関心?

- 地域活動に少し関心をもっている
- 子育ての情報を知りたい、語り合いたい

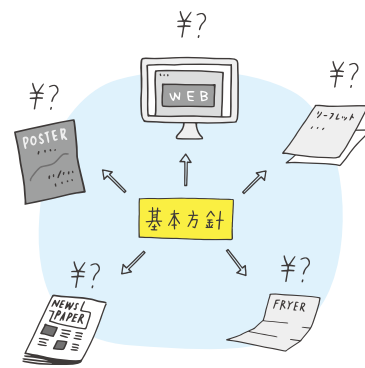
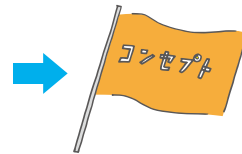


ステップ 05 基本方針の立案

目標・目的を達成することを念頭に、基本方針を立案します。

届けたい情報がどうやったらターゲットの胸に響くのか。目標や目的の達成を念頭におきながら、どのようなアプローチをとるのか基本方針を決めていきます。キャッチフレーズやデザインの方向性は、部署内・関係部署はもとより、場合によっては広報の専門家等の多方面からのアイデアを募り、最終案に絞っていきましょう。

- どんなイメージ？
- どんなキャッチフレーズで訴えるのか？
- どんなデザインで見せるのか？
- 予算・時間をどれくらいかけるのか？



基本方針に迷ったら広報相談会

アクション2

ステップ 06 ツール・機会の選択

ターゲットにあったツール・機会の選択が必要です。

ツール・機会を深く考えずに選択してしまうと、折角の情報発信も「届けたい対象に届かないもの」となってしまいます。特に、SNSなどのツールが躍進する今、ターゲットにあった適材適所のツール・機会を熟考して選ぶことは、情報を届ける上で欠かせないこととなっています。他部署が使用するツール・機会との連携ができないかを情報共有しながら検討しましょう。

ツール・機会を使い分ける
情報発信ノウハウは、
広報研修で学ぼう

アクション2

それぞれのツール・機会の特徴と使い方

新聞・テレビ・ラジオ・雑誌のメディア

出稿・掲載に関して費用がかかるメディア。一方で、幅広い世代に大きな影響力がある。費用がかけられない場合は、パブリシティによる取材記事を獲得したい。そのためには、マスコミに向けたリリース情報の発信が必要。



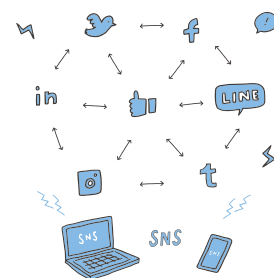
チラシ・パンフレット・ポスター等のツール

知らせたい情報を自由に編集でき、的確に発信できる、興味・関心を持ってもらうための入口メディア。手に取ってもらったり、気にとめてもらったりするには、目を引くデザインの工夫が必要。ただつくるだけでなく、届け方を考えていくことが肝心。



ホームページ・SNS等のツール

更新がしやすいツールのため、リアルタイムの情報発信が可能。ホームページは、チラシやポスター等で興味・関心をもった人たちがアクセスしやすいので、充実した詳細の情報掲載が求められる。SNSは、関心の持ち方に合わせた情報の拡散が期待できる一方で、リスク管理も必要。



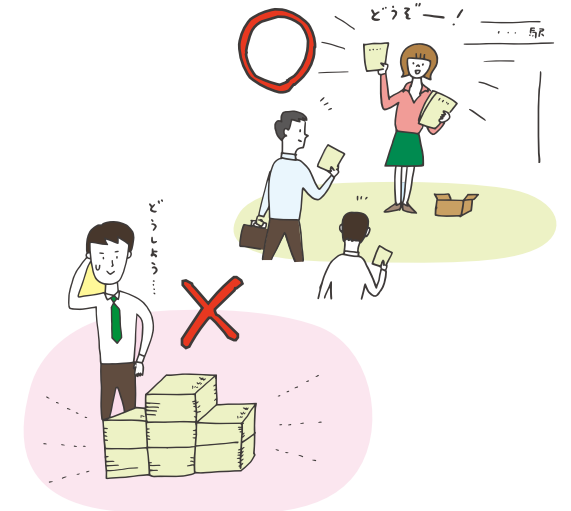
イベント・タウンミーティング等の機会

情報を発信するだけでなく収集もできる貴重な機会。顔と顔を会わせて情報を交換できるため、相互理解も深まる。

ステップ 07 届け方の検討

「つくる」だけでなく、「届ける」までが重要です。

広報活動では「つくる」ことに重きを置きがちですが、ツールを「届ける」つまり周知していくこともとても重要なステップです。チラシであれば配布場所、ポスターであれば掲示場所、ホームページであればSNS等を使った情報拡散といった、周知方法もしっかりと計画しておきましょう。その際、ターゲットの属性なども加味していく必要があります。また、配布や掲示に関しては、「どこで、どのように発信できるか？」にあわせて、必要な印刷部数を決めていきましょう。他部署や市民との連携で、効率的な届け方ができないかも探っていきましょう。



ステップ 08 スケジュール

逆算スケジュールと未来スケジュールをつくります。

計画的に広報を進めていくために、スケジュールの作成はとても重要です。特に関わるメンバーが多い場合は、スケジュールをきちんと共有し、「すべきこと」「期限」を明確にしておくことが広報活動成功のカギとなります。

■ 逆算スケジュール

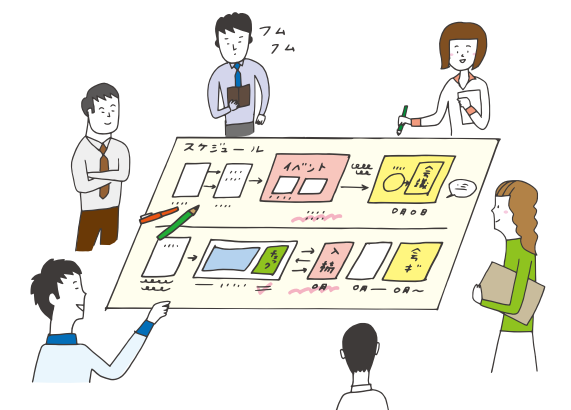
事業の実施日を起点に考えるスケジュールです。そのためなら、「いつ告知を開始すべきか」「マスコミへリリースをする調度よい時期は？」等のタイミングを逆算しながらスケジュールをつくります。

■ 未来スケジュール

情報を発信した後のスケジュールです。情報の期限やリニューアルすべきタイミングなどを決めていきます。

チーム内で共有+
グループウェアで庁内にも共有

アクション1



ステップ 09 デザインの工夫

ポイントを抑えて、伝えるデザインをレイアウト。

デザインする上で一番大切なのは、情報を伝えるものにする事です。そのためには、届けたい対象が理解しやすいように、読みやすさや見やすさを高めるいくつかのポイントを抑えておくことがカギとなります。ちょっとしたコツを踏まえれば、専門家でなくても情報を上手にデザインすることができます。ここでは、伝えるデザインのためのいくつかのポイントを紹介します。

広報研修でデザインスキルを身につけよう！ **アクション2**

書体選びのポイント

使うシーンに合わせて、読みやすい書体を選びましょう。

書体とは、形や太さによって分類された文字の種類のことです。書体の選び方によっては、デザインの見やすさや、読みやすさといった全体の印象が大きく左右されます。

■ 代表的な書体とその使い方のコツ

和文の書体

ゴシック体

視認性が高いので目立つ書体
キャッチフレーズや見出しに最適

那珂川町の広報は、オール広報

明朝体

可読性が高いので読みやすい書体
長い文章、本文などに最適

那珂川町の広報は、オール広報

Column 基本のキ

パソコンにはたくさんの書体が入っているので、いろいろ使ってみたくはありますが、個性的な書体を選んでしまうと逆に読みにくいものになるのでご用心！飾りすぎると判読性が悪くなります。

EX) **【ポップ体】**

那珂川町の広報は、
オール広報

【筆書体】

那珂川町の広報は、
オール広報

特に読ませたい部分は、大きく、太く、アクセントをつけて強調。

文章のなかでも特に注目して欲しい部分は、太字を使ったり、あえて大きさに差をつけたりすることで、強弱をつけて読みやすくしましょう。

■ 文字の配置のポイント

読みやすいレイアウトとするために、次のような点に注意しましょう。

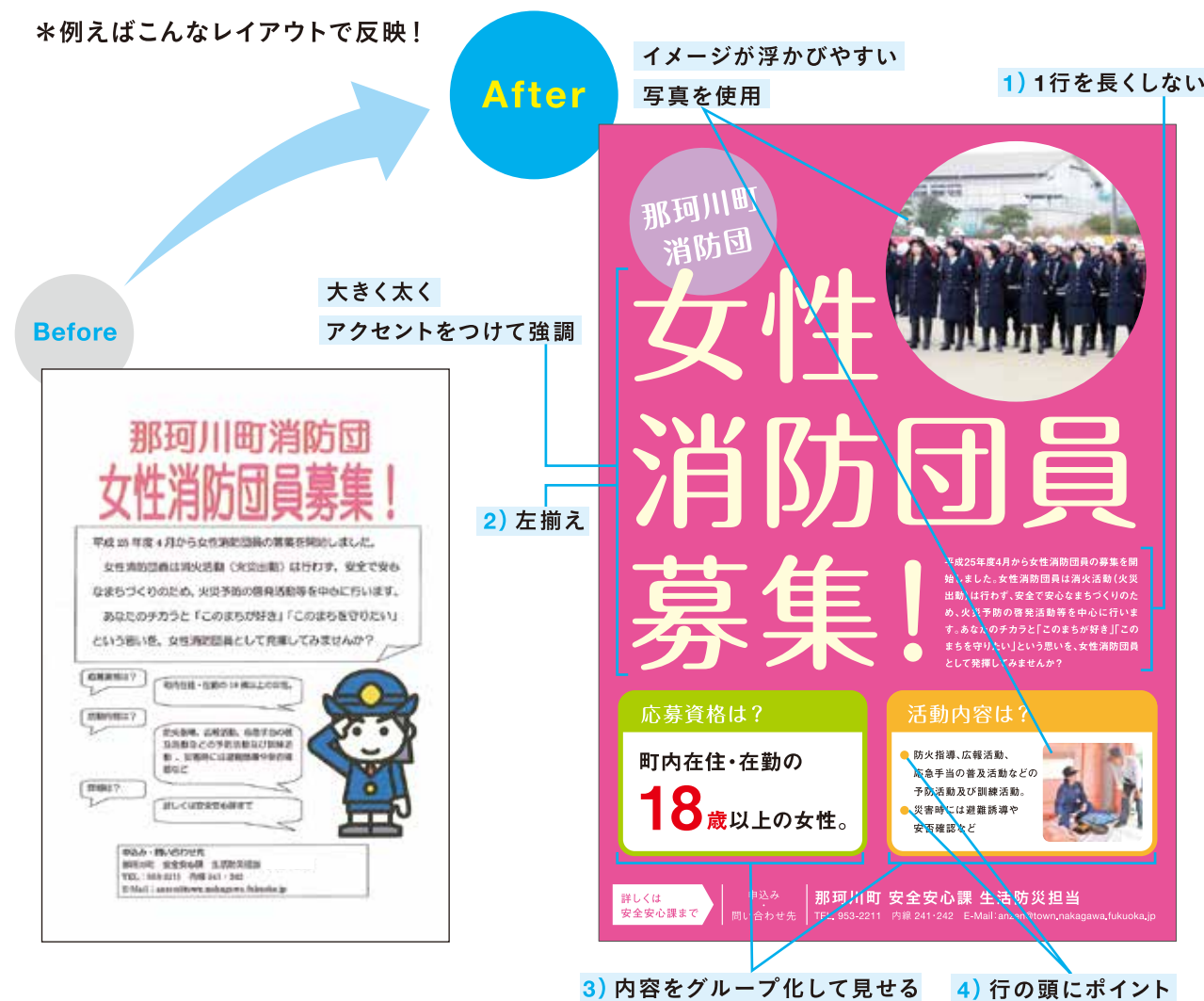
- 1) 1行の文字数を長くしすぎない。文字が多くなりすぎるときは2段組などの工夫を
- 2) 読みやすさを優先するなら、中央揃えよりも左揃えや両端揃えを
- 3) 内容に合わせてグループ化して見せる
- 4) 箇条書きなどのときは「●」や「■」を使って行の頭にポイントを置いてみる

■ レイアウトのポイント

レイアウトは、イメージで行うものではありません。ポイントは、情報をどう整理するか、構造をわかりやすく伝えることを念頭に以下のような点を工夫してみましょう。

- 5) 情報の関係をわかりやすく構造化する
- 6) グループ化や余白をとることでわかりやすくする
- 7) 揃えたり、繰り返したり、心地よいデザインリズムを大切に

*例えばこんなレイアウトで反映！



ステップ 10 成果共有

広報活動をステップアップさせるために 成果を共有しましょう。

各種ツールの評価はもちろん、行政運営を継続的に円滑化、効率化していくためにも欠かせないのが振り返りです。「良かった点」「改善すべき点」を共有していくことで、全体のステップアップと個人のスキルアップを図っていきましょう。

「新・広報編集チーム(仮)」で
成果を共有・奨励

アクション1

広報お助けシート

ツールを制作したり、コミュニケーションの機会を提供したりする過程で明確にしておきたいポイントを書き込むシートです。頭の整理のためにも繰り返し書き込んで使ってみましょう。

広報の対象が決まっていないとき

ステップ

01 モヤモヤをハッキリさせよう！ 課題の発見

課題	
----	--

ステップ

02 広報で何ができる！？ 広報視点で改善検討

できること	
-------	--

広報の対象や制作物が決まっているとき

ステップ

03 -1 戦略を練る前にまずは調べる！ 情報収集

下記の4つのヒアリングや調査はできていますか？

- 現在の課題
- 住民の意見、感想等
- 他の地域の事例、先進的取り組み
- 他の分野での参考事例

ステップ

03 -2 目的（計画の道しるべ）と目標（いつまでに誰が何を） チームで共有 連携も考えよう

目的	
目標	

ステップ

04 情報を伝えたいのはどんな人？ どんな気持ち？ ターゲットの明確化

どんな人	<input type="checkbox"/> 無知期 <input type="checkbox"/> 無関心期 <input type="checkbox"/> 関心期 <input type="checkbox"/> 準備期
------	---

ステップ

05 目標・目的を達成するためのコンセプトとは？ 基本方針の立案

コンセプト	
-------	--

ステップ

06 07 何を届ける？ どう届ける？ ツール・機会の選択と届け方の検討

連携も考えよう

ツール				機会名	
届け方(先) 周知の仕方				場のつくり方 工夫	

ステップ

08 すべきこと+期限を見える化！ スケジュール

チームで共有・庁内で共有

■ 逆算スケジュール

事業の実施日		告知をはじめる日		マスコミへのリリース日	
デザインの締切日		掲載情報の決定日		素材集め締切日	

■ 未来スケジュール

告知完了予定日		情報更新予定日	
---------	--	---------	--

ステップ

09 ポイントを押さえて実践！ デザインの工夫

- 情報の量は適切ですか？
 - 詰め込みすぎたり、大切なことが伝わりにくかったりしていませんか？
- 伝わるデザインになっていますか？
 - 視認性、可読性など選んでいる書体は適切ですか？
 - まずは目を引くメリハリのあるデザインになっていますか？
 - 内容を読んで疲れないレイアウトになっていますか？
- イメージや雰囲気はあってますか？
 - 主なターゲットにあわせた伝わりやすい表現方法になっていますか？

振り返り ▶ 計画が終了した時点で必ず振り返りまで行いましょう。

ステップ

10 次へつながる貴重な資産！ 成果共有

チームで共有・庁内で共有

良かった点	
改善すべき点	

「オール広報」を支える10ヶ条

一人ひとりが広報の担い手になり、
「届けたい人に伝わる」広報を実行するためのポイントです。

- 1 日々の業務の課題にじっくり向き合ってみよう
- 2 課題を「広報」で解決できないか、周囲に相談しながら考えよう
- 3 目的や目標を見える化し、チームで共有しよう
- 4 どんな人？ どんな気持ち？ 伝えたいターゲットを具体化しよう
- 5 みんなの知恵でグッドアイデアを！ コンセプトをまとめよう
- 6 さまざまな人やメディアと連携して「伝わる」手段を見出そう
- 7 広報物は「贈りもの」。届け方まで工夫しよう
- 8 情報は鮮度が命！届けた後も、情報の変化をチェックしよう
- 9 デザインにセンスはいらない。「伝わる」デザインに挑戦しよう
- 10 「振り返り」までが広報。チームで成果を共有しよう

1. 背景と目的

- 1-1. 背景
- 1-2. 目的

2. 現状の課題

- 2-1. 広報の対象範囲
- 2-2. 課題抽出に向けて
- 2-3. 広報に対する意識や
情報共有の課題
- 2-4. 情報発信・収集に
関する課題

3. 広報戦略の目標

- 3-1. コンセプト「オール広報」
- 3-2. 戦略方針と目標像

4. 「オール広報」 アクションプラン

- 4-1. アクションプランの構成
- 4-2. アクションプラン

5. 評価とスケジュール

- 5-1. 広報戦略の評価
- 5-2. スケジュール

広報戦略策定の流れ

6. 広報サポートキット

- 6-1. 広報虎の巻
- 6-2. 広報お助けシート