

# 広報広聴戦略プランの第三次改訂について

## 1 プランの位置付け（これまでの取組み）

○平成 21 年 8 月、広報広聴活動の庁内アクションプランとして策定

（H25. 4 一次改訂・H28. 4 二次改訂）

○基本理念「県民と県政、全国とえひめを“愛顔”でつなぐ広報・広聴」の実現を目指し、新規事業や既存事業の拡充など、広報広聴活動の充実強化に取り組んできた。

【主な取組み（平成 28～30 年度）】※第二次改訂後

○ゆるキャラ®グランプリの本県開催

○みきゃんセンターの開設

○県庁本館竣工 88 周年記念事業を実施

○みきゃん公式テーマソング・ダンスの公表

○「こみきゃん」登場

## 2 改訂の方向性

基本目標や戦略項目は継承しつつ、「統一コンセプト」による新たなPR戦略やデジタルマーケティングの手法の活用など新たな施策を踏まえた全国・海外に向けた広報の展開を図るほか、新キャラクター「こみきゃん」の活用や「えひめさんさん物語」等の大型イベントを活用した県外への情報発信も充実強化するため、内容を拡充・追加

○統一コンセプトによる情報発信

「えひめ」を強く印象付ける統一的なコンセプトを使った一体感のある情報発信により訴求力を向上

○デジタルマーケティング戦略の展開

デジタル環境の進展に則し、デジタルマーケティングの手法を活用した効果的な情報発信とデータの活用

○「こみきゃん」の活用

新キャラクター「こみきゃん」の注目度を生かし、「みきゃん」や「ダークみきゃん」とともに本県広報ツールとして積極的に活用

○大型イベントを活用した県外への情報発信の充実

平成 31 年の東予東部圏域振興イベント「えひめさんさん物語」、「東京 2020 オリンピック・パラリンピックに向けた事前合宿」、「愛媛国際映画祭」、平成 32（2020）年の「日本スポーツマスターズ 2020」、平成 32（2020）年を目途に開催検討中の「瀬戸内しまなみ海道・国際サイクリング大会」など、本県のPRに絶好の機会となる大型イベントを活用した広報活動の展開

## 3 改訂の概要

(1) 基本理念及び基本目標（※変更なし）

（基本理念）

『県民と県政、全国とえひめを“愛顔”でつなぐ広報・広聴』

（基本目標）

え ひめ県民とともに進める県政 ⇒（戦略 1）

ひ ろがるえひめの魅力 ⇒（戦略 2）

め ざめる職員の広報広聴マインド ⇒（戦略 3、4）

(2) 主な取組み ( \_\_\_\_\_ は、新規・拡充) (※戦略は変更なし)

<b>戦略 1</b>	<b>「県民の理解・協働を得るコミュニケーション広報広聴へ」</b>
広報広聴活動に対する県民の理解や協働を促進するとともに、広報と広聴の効果的な連携を図り、県民との双方向コミュニケーションの確立に努める	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○積極的でタイムリーな記者発表の実施</li> <li>○広報紙や広報番組による戦略的・効果的な県政情報の発信</li> <li>○「みきゃんのかんづめ」をはじめとする SNS 及びえひめ Free Wi-Fi を活用した双方向のコミュニケーション広報の実施</li> <li>○「愛媛&amp;みきゃん応援団」等と連携協力した広報活動の推進</li> <li>○愛顔でトークや政策提言制度の効果的な運用と施策・事業への活用促進</li> <li>○モバイル端末への対応強化</li> </ul>	

<b>戦略 2</b>	<b>「えひめの魅力の発信力強化へ」</b>
えひめを強く印象付ける一体感のある情報発信やデジタルマーケティングの手法の積極的な活用等により、県外等への愛媛の魅力情報 PR を強化し、愛媛のイメージアップや認知度の向上を図る	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○統一コンセプトを浸透させるための全国プロモーションの展開</li> <li>○デジタルマーケティングの手法を活用した、インバウンド誘客、サイクリスト誘致、営業分野等における情報発信の強化</li> <li>○トップセールスによる大都市圏や海外等への愛媛の魅力情報発信の促進</li> <li>○「みきゃん」や「ダークみきゃん」、「こみきゃん」を活用した愛媛の魅力情報の発信</li> <li>○「愛のくに えひめ営業本部」と連携した戦略的な広報活動の展開</li> <li>○首都圏、近畿圏のマスメディアに対するパブリシティ活動の展開</li> <li>○HP や SNS、えひめ Free Wi-Fi を活用した愛媛の魅力情報の積極的な発信</li> </ul>	

<b>戦略 3</b>	<b>「職員一人ひとりが広報広聴パーソンへ」</b>
職員の広報広聴マインドを醸成し、職員一人ひとりが攻めの姿勢で取り組む	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○職員への県政ビジョンや重点政策の浸透 (総合商社『愛媛』の広報・営業マンという意識、5つの意識改革)</li> <li>○職員自身が広報媒体となった広報活動(名刺、ウィンドブレーカー等)</li> </ul>	

<b>戦略 4</b>	<b>「全庁が連携した広報広聴へ」</b>
部局横断的に連携し、効果的・効率的に広報広聴活動を展開	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○「えひめさんさん物語」、「愛媛国際映画祭」、「日本スポーツマスターズ 2020」、「瀬戸内しまなみ海道・国際サイクリング大会」など全庁で取り組む大規模なイベント等の広報活動の連携強化</li> <li>○イベントカレンダーの活用による各課相乗り広報の実施</li> </ul>	

(3) 推進期間 平成 31～34 (2022) 年度 (4 か年)

(4) 目標値

項目	現状	目標 (H34 年度)
県政広報媒体の周知度	72% (H29 年度)	90%
広聴活動の県民の意見数	1,208 件 (H27～29 年度平均)	1,268 件
報道機関への資料提供件数	2,910 件 (H27～29 年度平均)	3,056 件