

愛媛県広報広聴基本戦略

【計画期間】令和5年度～令和8年度

策定趣旨

- 新型コロナにより、これまでの常識や社会の仕組みは短期間で大きく変化し、デジタル社会の急速な進展とも相まって、人々の情報入手手段等多様化。
- 人口減少や経済成長の低迷が長期化する中、観光や地域産品販売、移住定住の促進等に向けた地域間競争も激化しており、従来の延長線上ではない、新たな局面に対応した発想と戦略が必要不可欠。
- これらの状況を踏まえ、従来のプランの改訂ではなく、ウィズコロナ・アフターコロナに対応した今後の広報広聴活動の基本方針となる「愛媛県広報広聴基本戦略」を策定。



開かれた県政の実現、関係人口の一層の拡大 → 実需を創出し、人口減少対策・地域経済の活性化

2つの基本目標

県内 → 県民の理解と信頼を得る「しっかりと」した広報広聴

- ☑ 県政情報を「しっかりと」届ける
- ☑ 意見・提言を「しっかりと」聴く
- ☑ 危機情報を「しっかりと」伝える

県外・海外 → 選ばれる愛媛を実現する「はっきりと」したプロモーション

- ☑ 目的やターゲットを「はっきりと」設定
- ☑ 他県と「はっきりと」差別化
- ☑ 愛媛の魅力を「はっきりと」発信

7つの戦略

1 統一コンセプト「まじめ」によるブランディング

若者が「まじめ」に活躍する愛媛県のイメージ定着を目指し、若者による若者向けの様々なプロモーションを展開することにより、「まじめえひめ」の更なる認知度向上とブランディングによるイメージアップを図る。

2 「みきゃん」やキャッチコピー「愛顔」等を活用したプロモーション

「みきゃん」をはじめ、「愛顔」や「疲れたら、愛媛。」等のキャッチコピーを効果的に活用した広報・PR活動を展開し、愛媛のイメージを醸成する。

3 デジタルとリアル両軸での広報広聴

社会のDX化の流れ等を踏まえ、デジタル発信を一層充実強化すると同時に、コロナ禍により自粛を余儀なくされていたリアルイベントを拡大し、デジタルとリアル双方で訴求力のある広報活動も展開する。

4 情報一元化とコーディネートによるプロモーション

庁内各課はもとより、市町や関係団体等の広報・PR案件情報を集約し、発信媒体・手法・タイミング等をコーディネートすることにより、相乗効果を発揮した広報広聴活動を展開し、PR効果の最大化を図る。

5 将来を担う若者の目線による広報広聴

新しい物事への関心が高く、柔軟性や行動力を有する若者の目線による、同世代に訴求するプロモーションを積極的に展開する。また、若者からの意見を積極的に聴取し県政にフィードバックする。

6 アンドメディア等の積極的活用

県が有する各種広報媒体による発信に加え、積極的なパブリシティ活動によるマスメディアを通じた露出拡大や、SNSフォロワー等を通じた情報拡散など、アンドメディアを活用した情報発信を積極的に実施する。

7 迅速かつ適切な危機管理広報

防災情報、安否・災害対応情報の提供や、事件・不祥事等が発生した際における迅速かつ適切な広報を行い、県民の不安解消と安全・安心の確保につなげる。

推進体制

秘書広報統括監の下、一元的に情報集約し、専門家の助言等を得た効果的・効率的な広報広聴体制を構築