

《山形県戦略の広報基本指針》 (令和 6 年度改定版)

令和 7 年 3 月策定
山形県戦略広報会議

目 次

I	策定の趣旨	- 1 -
II	改定の背景	- 1 -
III	県が目指す広報の姿	- 1 -
IV	実現のために	- 1 -
1	戦略的広報の基盤となる広報計画の策定	- 2 -
2	広報計画に基づく広報活動の実施	- 4 -
V	推進体制	- 4 -
1	広報担当者（指針に基づく広報活動の実践）	- 4 -
2	広報監（施策目標実現のための広報マネジメント）	- 4 -
3	広報広聴推進課（広報活動の支援）	- 4 -
VI	推進期間	- 4 -

I 策定の趣旨

県の施策や事業の実施には、必ず広報活動が伴い、広報活動なくしては、県の取り組みに対する県民等の受け手の理解や参画は得られない。そして、施策や事業の効果を高めるためには、広報活動を戦略的に展開する必要がある。

本指針は、戦略的広報の意義や、県内はもとより、国内外に向けた効果的で効率的な広報活動について、組織全体としての目標、取り組むべき基本的な方向性を提示したものである。

II 改定の背景

「山形県戦略的広報基本指針（令和2年度改定版）」の推進期間（令和3年度～令和6年度）において、戦略広報会議及び戦略広報企画会議を通じた、部局間で連携した広報活動の実施、セミナー等を通じた広報技術の向上等を図ってきたところである。

これらの取り組みにより、本指針記載の「組織的かつ体系的取り組み」「訴求対象・テーマの明確化」「持続的な展開」などの項目について、意識して広報を実施している者の割合が向上しているなど、一定程度の成果が見られる。

一方、「効果測定・分析」などの項目について課題を抱える職員が多くみられることから、これまでの指針の内容を踏襲しながら、職員一人ひとりの広報のPDCAの実現、特に広報活動の基盤となる広報計画の策定に焦点を当て、内容を再構築するものである。

III 県が目指す広報の姿

～「伝え」「伝わり」「共感を生み」「意識や行動の変容を促す」広報～

情報は、受け手（必要とする人や伝えたい人）に届き（＝伝える）理解されて（＝伝わる）こそ意味がある。このため、県の施策・事業の成果に係る情報は、受け手（県民を始めとする県内外の利害関係者）にしっかりと「伝え」、さらに「伝わった」後に、受け手の「共感」が得られなければ、県が望むところの「意識や行動の変容」に繋がらない。

情報が受け手に確実に届き理解され、「共感」を得て、さらに「意識や行動の変容」に繋げ、県の目的を達成するため、受け手に「どうなってほしいのか」という目標を明確にし、その目標達成に向けた広報活動を展開する。

IV 実現のために

県民の日常生活に密接に関わる情報などを漏れなく正確に伝え、また、本県の魅力を県内外へ効果的に発信するためには、「事業と広報活動は一体」という考え方のもと、「誰に対して何をしてほしいのか」という目標を明確にする必要がある。

また、後付け的な広報とならないよう、広報活動を事業計画の中で明確に位置付け、ターゲット・コンテンツ・タイミングをしっかりと想定し、計画的に「戦略的広報」を実践することが重要である。

「戦略的広報」の実践にあたっては、事業計画に沿って、持続発展的かつ一貫して行われることが必要であり、また必要に応じて適宜見直され、改善されるべきものである。

このため、広報活動のプロセスを体系的かつ組織的に管理し改善を行うためのフレームワークとして、「PDCA（計画・実行・評価/分析・改善）サイクル」の確立、特に、全ての広報活動の基盤となる広報計画の策定は、目標実現のために重要なものである。

1 戦略的広報の基盤となる広報計画の策定

広報計画の策定にあたっては、目標の提示、目標指標（KGI・KPI としてのアウトプット指標・アウトカム指標）の設定、その達成に向けた情報発信の具体的な訴求対象（ターゲット）、広報内容（コンテンツ）、スケジュール（タイミング）、などを詳細に定める必要がある。

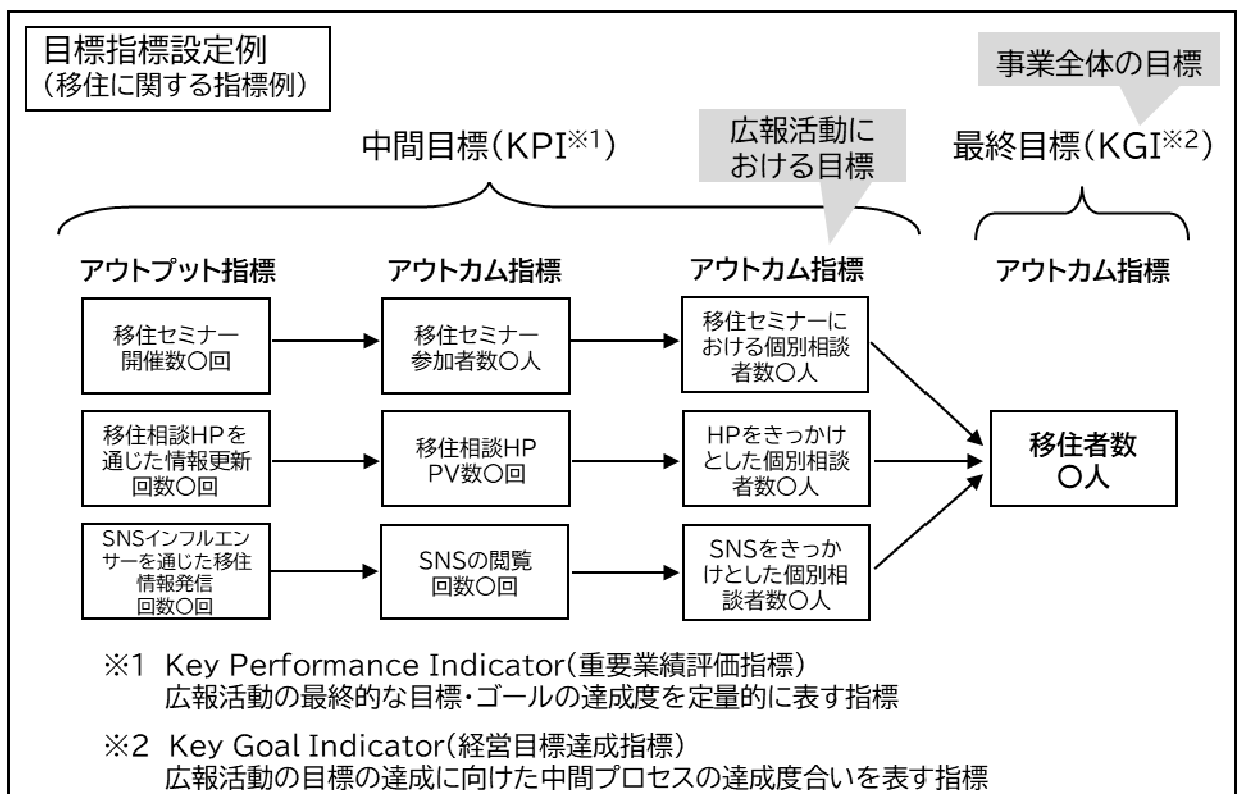
特に、事業全体の目標及び当該目標達成に繋がる広報活動における目標設定、受け手の明確化・細分化・重点化、媒体の選択、タイミングをより具体的に計画し、当該計画に基づき、実行・評価/分析を行うことが重要となる。

なお、広報計画策定の留意点は以下のとおりである。

① 明確な広報目標と指標の設定【ゴール】

● 的確な目標指標の設定

達成すべき目標を明確にすることで、広報意識の共有や、事業の効果的・効率的推進が図られる。目標指標の適切な設定にあたっては、ロジックツリー等を活用し、KGI と KPI を体系的に組立てることが望ましい。



② 受け手の精緻な設定【ターゲット】

- 受け手の明確化・細分化・重点化

受け手の違いを理解し、それに応じて情報伝達を最適化することが重要であることから、必要とする人に確実に情報が届くよう、受け手の明確化・細分化※を行い、リソース（人員・予算等）の重点化を図る。

※ 以下の属性を意識した明確化・細分化を行う。

区分	例
地理的属性	国籍、居住地、居住環境 等
人口動態的属性	年齢、性別、家族構成、年収 等
心理学的属性	価値観、ライフスタイル、趣味嗜好、興味関心 等
行動的属性	検索行動、購買状況、行動ルート 等

③ 受け手の属性を考慮した情報発信【コンテンツ】

- 受け手の属性を考慮した情報の選択

リサーチの実施等により、設定した受け手の属性のニーズや関心に沿った情報を提供する。

- 受け手の属性を考慮した効果的な媒体（メディア）の選択

受け手の属性と各媒体（HP、広報誌、プレスリリース、SNS 等）が持つ特性の適合性を考慮し、複数組み合わせるなど、より効果的な媒体の選択を検討する。

- 受け手の属性を考慮した表現の工夫

情報発信に際しては、受け手の属性を考慮した「表現の工夫」を行う。

- 目立つ広報

各種メディアでの露出やインターネット上での拡散を狙うため、斬新性（新しさ）、一番性（トップ）、時間性（旬）、社会性（物語）を考慮する。

④ 中長期的スパンでの実行タイミングの設定【タイミング】

- 時期を定めた広報活動

事業効果を高めるため、後付け的な広報活動とならないよう、事業の進捗状況に合わせ、予め時期を定めた広報活動を展開する。

- 好機を逃さない広報活動

県内外を取り巻く社会情勢等について、幅広い視点を持ち、ニュースや市場動向を踏まえ、好機を逃さない広報活動を行う。

⑤ 広報活動の広域的連携【パートナーシップ】

- 多様なネットワークの活用

目標達成のために必要なリソース（人員、予算、知識、経験、ノウハウ、媒体、等）については、他部局、市町村、関係団体、民間企業等と連携・協働するなど、多様なネットワークの活用を図る。

2 広報計画に基づく広報活動の実施

職員一人ひとりが行う全ての広報活動について、上記の留意点を考慮しながら、戦略的広報の基盤となる広報計画を策定し、当該計画に基づくPDCAサイクルを意識した広報活動を展開していく。

広報計画は、必ずしも新たに作成する必要は無いが、理解促進、進捗管理、情報共有のため、広報活動の規模等に応じて、形式にこだわらず、事業計画等により整理する。

事業推進中において、目標指標を随時評価し、適宜広報活動の改善を行う。

改善にあたっては、これまで蓄積された、関係データの推移及び経済社会データ、社会的背景などを時系列的に組み合わせて読み取ることで、ヒントを得る。これらを通じて、どの領域に最もリソース（人員・予算等）を配分すべきかを決定する。

内部で改善点を見つけ出すことが難しい場合、外部専門家（学識経験者・民間広報実践者等）の知見導入や連携により、新たな視点から、見直し・改善を進めていく。

V 推進体制

本指針の推進にあたり、次の役割を認識し、各広報担当者が各部局等広報監（次長等）のマネジメントのもと広報活動を展開し、広報広聴推進課がその支援を行う。

1 広報担当者（指針に基づく広報活動の実践）

職員一人ひとりが、県全体のビジョンや実現に向けた政策を十分に理解した上で、自ら指針に基づく広報を企画・実践するとともに、日頃から広報技術の研鑽に努め、県を代表する「県政のスポークスパーソン」としての自覚を持ち、積極的な広報活動を展開する。

2 広報監（施策目標実現のための広報マネジメント）

各部局等の施策等の企画立案や実施にあたり、広報活動の位置付けと戦略を明確化し、広報監が中心となって部局内の広報活動を束ねるとともに、他部局等と関連する広報活動について連携を図る。

また、部局内職員の広報の取組みを適切に評価し、達成感やモチベーションの向上に努める。

3 広報広聴推進課（広報活動の支援）

職員の主体的な広報活動を促進する気運を醸成するとともに、広報業務環境の確保や職員の広報技術向上を図る。

VI 推進期間

令和7年度から令和11年度までの5年間

※ 社会情勢、県政を取り巻く環境の変化等に適切に対応し、不定期で適宜見直しを実施

○本指針策定にあたっては、山形県戦略広報アドバイザー・北村 倫夫 氏（元北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院 教授）より、指導・助言いただきました。