

かしま広報戦略

「伝える」から「伝わる」へ

令和7年3月 広報企画課

1. 広報戦略の目的

みんなが何か **アクション** を起したくなる **情報発信** を行う

広報の役割

- **正しい情報**を伝える（地域住民向け）
- 地域や自治体の**魅力**を伝える（地域外の生活者やマスメディア向け）
- 関係者同士をつなぐ

そのために全庁で取り組むこと

- 情報に**埋もれない** かしまの**強み・独自の施策**を伝える広報
- 広報**媒体の特性**を**駆使**した効果的・効率的な情報発信を行う

※情報発信に係る環境の変化等を踏まえ、広報戦略は3年ごとに見直す

2. 広報戦略の先に目指す姿

市民のかしま愛・誇り
シビックプライド醸成

市民も行政もみんなで広報
シティプロモーション展開

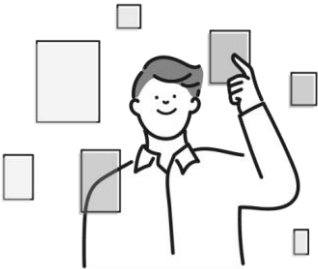
新たなファンが訪れるまちへ
交流・関係人口増加
移住・定住へ

かしまに関わりのある人

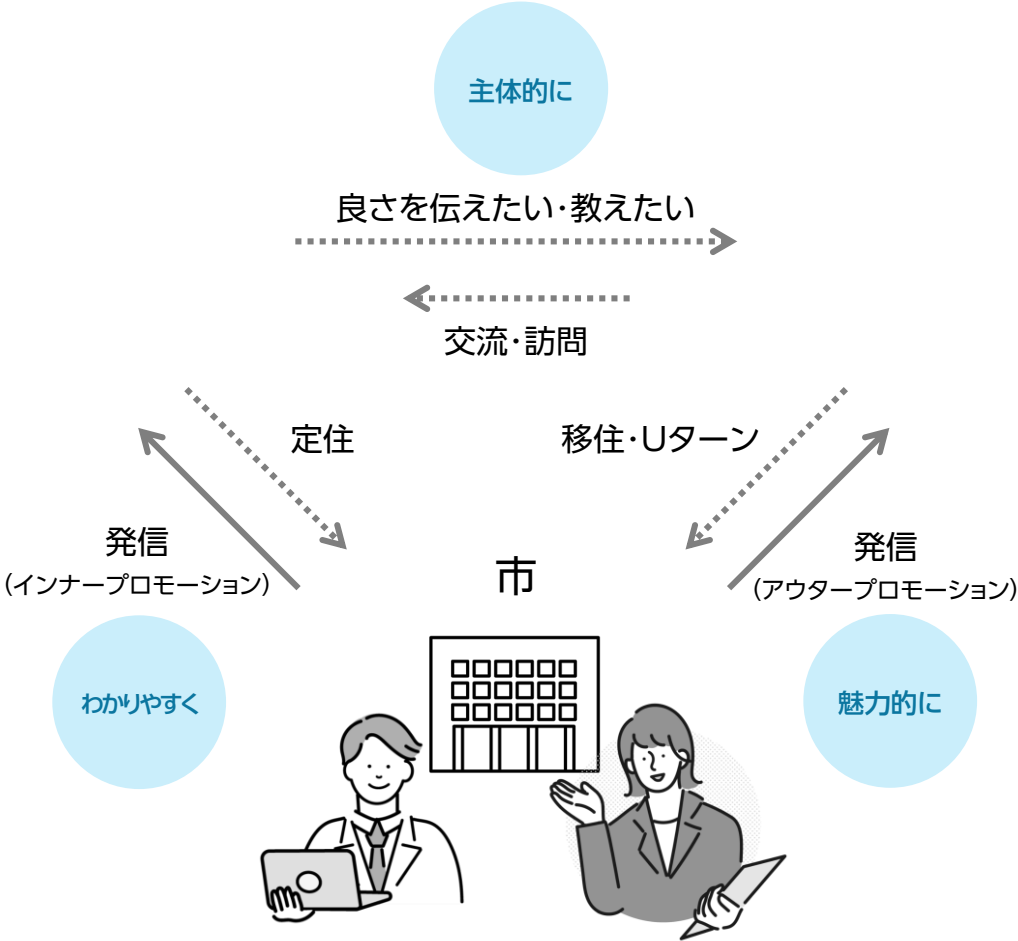


- かしまの良さを実感する
- かしまの暮らしがさらに魅力的になる
- 住み続けたいまちになる

かしまに関わりのない人



- かしまの良さを知る
- かしまのファンになる
- 関わりたい・行ってみたい・住みたい



3. かしま広報戦略

戦略1 伝わる広報

- 誰に何を発信するか
- 広報媒体の特性を活かす
- 広報媒体を組み合わせる

戦略2 全庁的な広報力の向上

- 職員全員が広報担当
- 戦略推進体制の強化
- 職員研修

戦略3 市民も行政もみんな広報マン

- ソーシャルメディアの活用
- 多様な情報発信主体との連携
- 口コミの再評価

期待される効果

- 市民の正確な理解
- サービス向上
- 問合せ減少
- 住民満足度の向上
- シビックプライドの醸成
- 交流・関係人口の増加



広報媒体の特性を理解し活用する



ホームページ | 閲覧者へ(直接検索・他媒体リンク経由)
市のあらゆる情報発信のプラットフォーム
最新の**詳細情報**を掲載する(詳細確認のため他媒体からHPに飛んでくる)



広報かしま | 市民へ(全戸配布)
市の情報発信の基本媒体
周知(お知らせ・注意喚起等)のほか、**魅力発信**につながる(活動報告等)も掲載



SNS | フォロワーへ(フォロワー外へ拡散するとより広く)
SNS媒体により利用者層が異なる(アクションプラン(1)参照…P11)
周知(お知らせ・注意喚起等)のほか、**魅力発信**につながる(活動報告等)も投稿



CATV(行政放送) | 市民へ(「鹿島シティ情報」番組内で1ヶ月間放送)
視聴者層は高齢者が多め
繰り返し周知したいこと(お知らせ・注意喚起等)を発信



防災無線 | 市民へ(屋外・各戸受信機)
緊急性の高い情報、**広く周知**が必要な情報を発信



パブリシティ(記者会見・プレスリリース) | マスメディアへ
テレビ・新聞等で取り上げてもらうための広報手段
イベント等告知のほか、**市民生活に関わること**、**市民の関心が高い情報**等も発信



他者発信・口コミ | 不特定多数へ(市単独広報より広い範囲)
事業で連携した企業や有料媒体(インフルエンサー・PR TIMES等)から発信

特性を理解したうえで…

① **誰に・いつ**伝わってほしい？

② **どうなって**ほしい？

③ アクションを**あきらめさせない**

➡ **広報媒体**を選ぶ・組み合わせる(媒体の特性を活かす)

➡ **伝え方**を考える(具体的な行動を指示/見やすく/読みやすく)

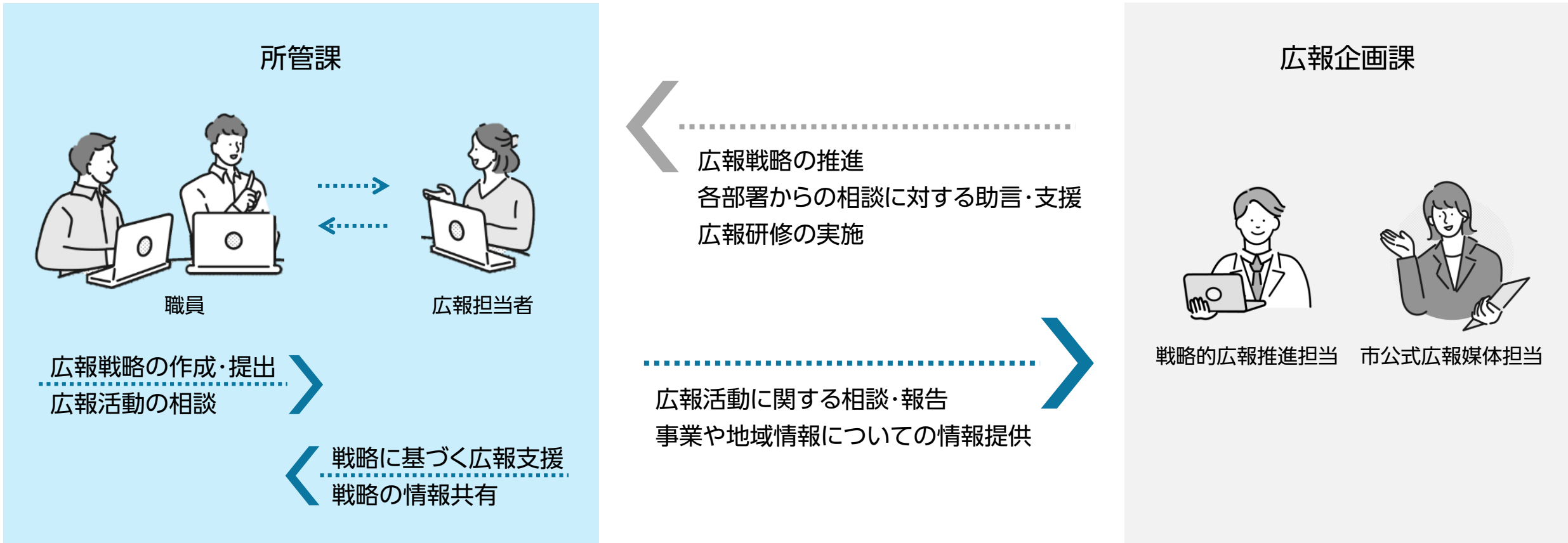
➡ **詳細情報**の整理(詳細情報をわかりやすく示してアクションを起こさせる)

アクションプラン (1) で 確認

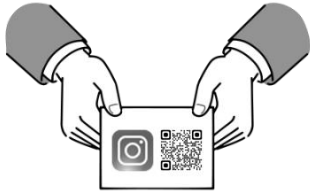
アクションプラン (2) で 確認

アクションプラン (3) で 確認

戦略推進体制の強化



職員全員が広報担当



名刺に二次元コード掲載
(市・事業のPR)



各課からの積極的な情報発信
(全庁での公式SNSシェア)
(各課SNSがあれば公式SNSとリンク)



連携企業経由の情報発信
(情報の拡散)



有料配信サービス(PR TIMES等)や
インフルエンサーの活用

市民も広報マン



市公式SNSの
フォロー・情報拡散



自身のSNSで
情報発信



リビングラボや
情報発信研修への参加