

北海道戦略広報基本方針に基づく 取組について

第1回会議（9月2日開催）以降の新たな取組（**NEW**と表示）

P11 広報紙「ほっかいどう」紙面リニューアル

P16 民間企業などとの協働による広報の拡充

令和5年（2023年）2月7日（火）
北海道総合政策部知事室広報広聴課

道民の理解と協働に基づく戦略広報の展開による 北海道価値を活かした地域・経済の活性化

道民の理解と協働を大切にする広報活動を前提としながら、「北海道価値」を活用して、地域や経済の活性化に結びつけることに重点を置いた取組を推進

○基本戦略1 北海道価値の効果的な発信

- ①インターネットの積極的な活用
- ②マスメディアに対する働きかけ
- ③道外在住者・外国人に向けた情報発信

○基本戦略2 道民の理解と協働による コミュニケーション広報の推進

- ①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用
- ②広報に関する道民意見の把握と反映

○基本戦略3 民間企業などとの協働による 広報の推進

- ①民間ならではの効果的な手段を活用した協働
広報の推進

○基本戦略4 広報活動を支える マネジメント機能の充実

- ①広報広聴推進会議等の活用
- ②職員の広報マインドの醸成

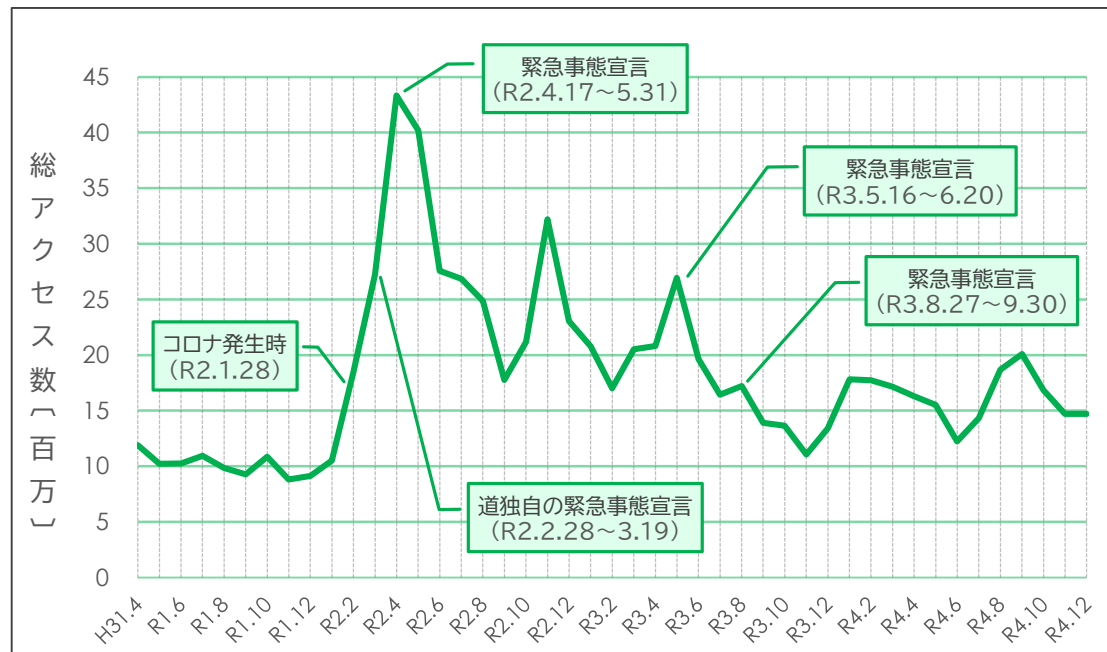
①インターネットの積極的な活用

◆北海道のホームページ

- ・ R3.7にホームページをリニューアル
- ・ 見やすさや探しやすさ、利便性を向上
- ・ トップページのアクセス数 約55万件／月

※R4.1～R4.12平均

【総アクセス数の推移】（月別・総アクセス数）

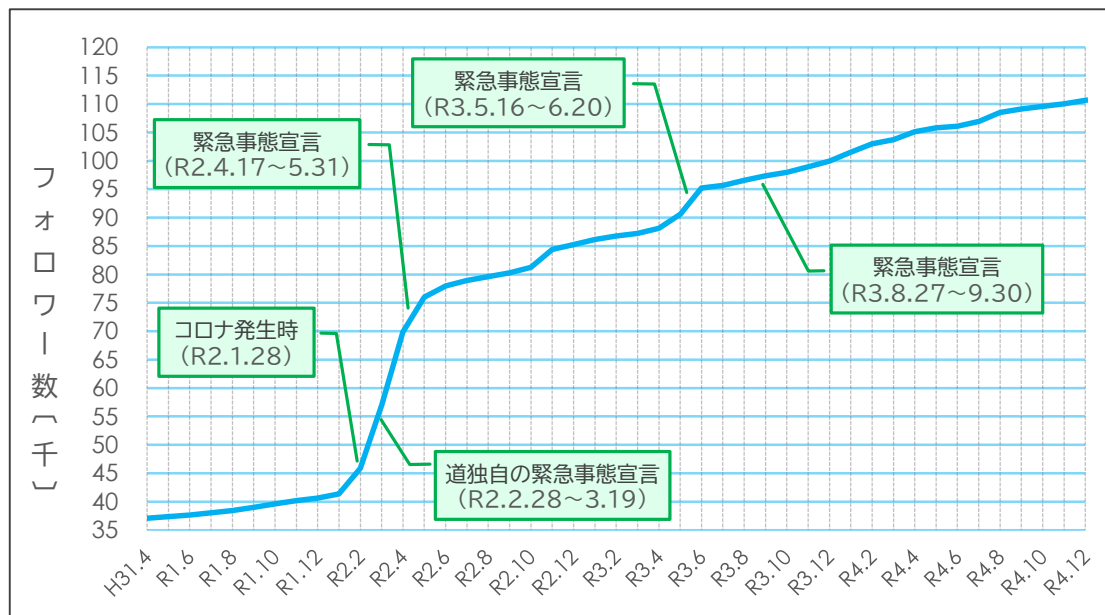


①インターネットの積極的な活用

◆「北海道庁広報ツイッター」

- ・ 即時性や情報の拡散性が特徴であるツイッターの活用により、道政情報や地域の魅力、災害情報などを発信
- ・ フォロワー数 約110,700 ※R4.12現在

【フォロワー数の推移】

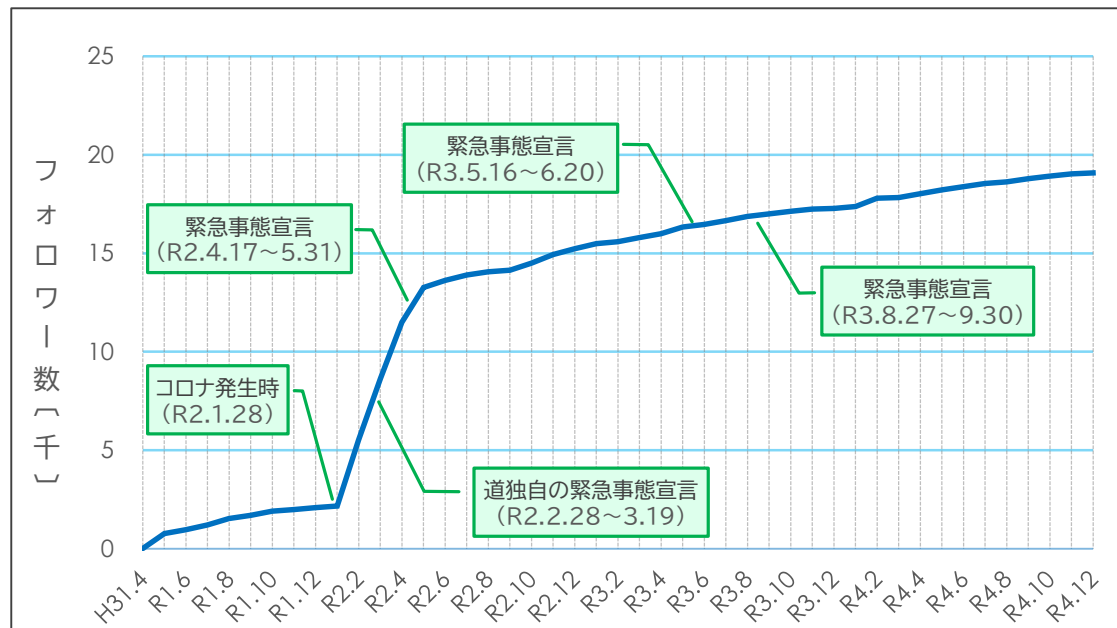


①インターネットの積極的な活用

◆北海道知事 鈴木直道Facebook

- ・ 知事の日々の活動を通じて、道政の動きを発信
- ・ 主な道政情報や注意喚起などを発信
- ・ フォロワー数 約19,000 ※R4.12現在

【フォロワー数の推移】



北海道知事 鈴木直道
2日 投稿

【スノーシュー体験】
洞爺湖では、洞爺自然センターからフレベの湯まで、世界自然遺産洞爺湖の雪冬期の寒さに耐える本々を感じながら、自然絶景を目指し、動物たちの足跡や雪にまぎれて生きる小鳥を探して歩くスノーシュー体験ができます。

スノーシューとは、いわゆる「かんじき」で、深雪の中でも軽快に歩けるようにするための道具です。私も体験させていただきました。楽しい環境の中にある自然の美しさを改めて実感しました。

世界遺産洞爺湖の魅力は、意外のアドベンチャーラベルファンからも関心が高く、本日は海外観光の取材を受けたところです。

洞爺湖では洞爺湖が一体となって安全な旅の提供に取り組んでおり、世界中の旅行客の皆様を魅了する、自然や四季折々の豊富なアクティビティがある洞爺湖に、ぜひ足を運んでいただきたいです。

※観光船運航事業者等の安全対策・安全運航の取組については、こちらをご覧ください。
<https://www.pref.hokkaido.lg.jp/k2/k2/kankousen.htm>



◆動画を用いた発信

《YouTube北海道公式チャンネル》

- ・道が実施する行事・イベント等の動画作成
- ・知事定例記者会見を、手話通訳付で配信（生中継）
各話題と質疑ごとに掲載して情報へのアクセス向上
- ・チャンネル登録者数 約24,200 ※R4.12現在

《Twitterにおける動画の活用》

- ・短編動画を制作し、ツイートに埋め込み

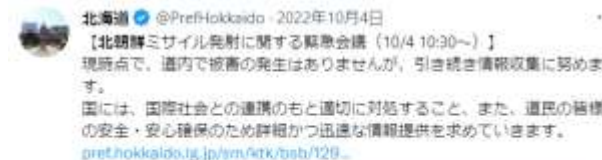
【北海道みらい運動会】



【日本酒アワード2022】



【北朝鮮ミサイル発射事案への対応】



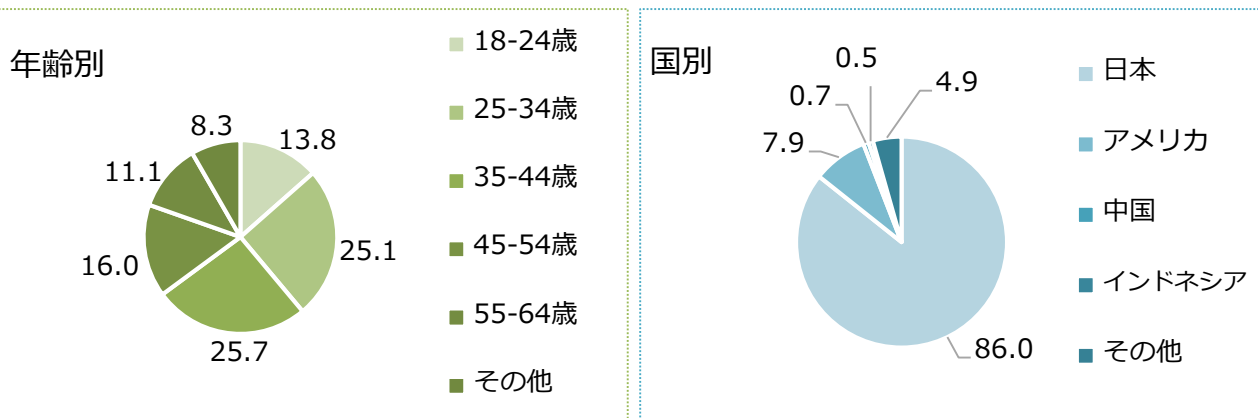
◆Instagram「北海道ミライノート」による魅力発信

- ・若年層及び海外層をメインターゲットに、Instagramを活用して北海道の新たな魅力を発信
- ・未来に残したい画像をホームページで紹介（日本語・英語対応）
- ・庁内の広報媒体でも活用

【フォロワー数】 令和2年12月末現在 約4,600
令和3年12月末現在 約6,500
令和4年12月末現在 約7,500



ホームページ



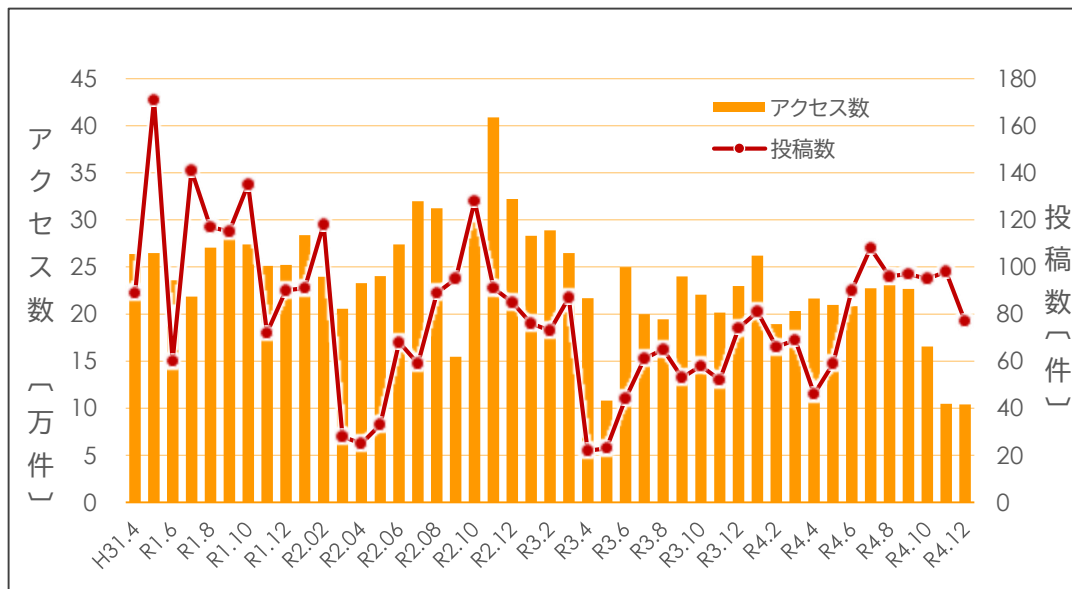
【基本戦略1】北海道価値の効果的な発信

①インターネットの積極的な活用

◆ブログ「超!!旬ほっかいどう」

- ・各部局、（総合）振興局が各自で積極的に投稿
- ・北海道庁広報ツイッターとも連携

【アクセス数及び投稿数の推移】




【最新ブログを更新しました】
メールマガジンDo・Ryokuでの「HO (ほ)」のプレゼント企画！
メールマガは毎日配信なので、まだ登録が済んでいない方は、これから登録をお願いします！

【メールマガジンDo・Ryokuで「HO (ほ)」9月号プレゼント！】

メールマガジンDo・Ryokuで「HO (ほ)」9月号プレゼント企画！
「あの味が東へ走れ!! 道東グルメ旅」です！

海沿いの町は海鮮、肉、野菜、地酒、乳製品

ツイッターとも連携

①インターネットの積極的な活用



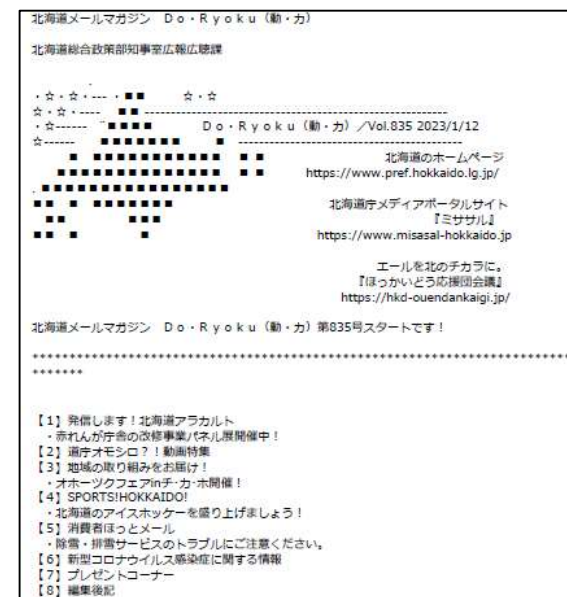
◆「北海道メールマガジンDo・Ryoku」

- ・ ブログやツイッターとのメディアミックス
- ・ 新型コロナウイルス感染症の最新情報を掲載
- ・ 毎号、地域の話題として振興局の取組やイベント情報を掲載
- ・ 市町村・観光関係団体から提供される情報も積極的に発信
- ・ 民間企業の協力による購読者プレゼント

※「北海道メールマガジンDo・Ryoku」
含め、道全体で32のメールマガジンを
配信

【登録者数】

令和4年7月末現在 18,862人
令和5年1月末現在 19,302人

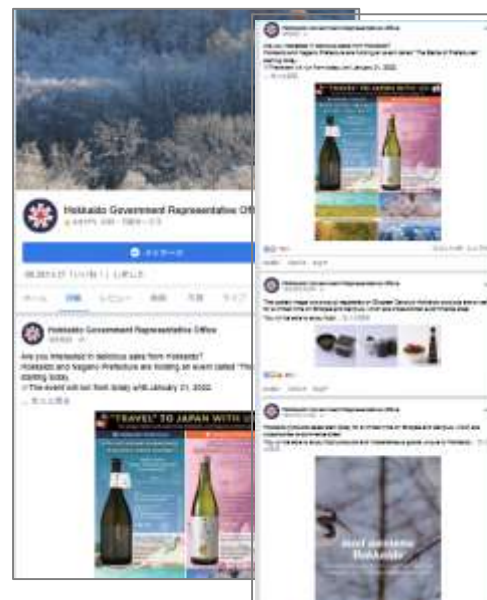


◆外国人に向けた情報発信

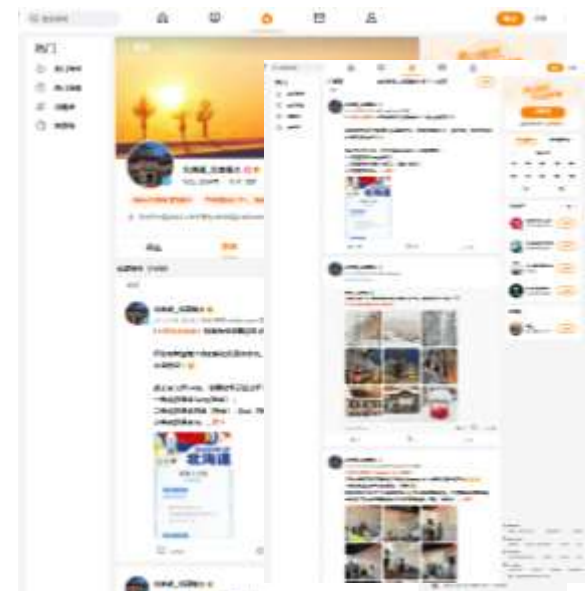
- ・北海道公式ホームページに外国語ページを設置
[英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語、ロシア語]
- ・道の海外事務所が運営するSNSやWebサイトなどと連携し、外国人に向けて北海道の取組や魅力を発信



北海道公式多言語ページ



北海道ASEAN事務所
フェイスブックページ



北海道上海事務所
微博（ウェイボー）

①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用

◆広報紙「ほっかいどう」

【体裁など】タブロイド版 4P 年5回

【発行部数】約249万8千部

【配布方法】新聞折込、ポスティング、施設設置等

- ・道の重点政策や地域情報などを紹介
- ・広報番組との連動企画
- ・広報紙WEB版、紙面にQRコード掲載
- ・市町村広報誌(紙)のリンク集開設
- ・広報ツイッターで特集の連動企画
- ・**2023.1月号 紙面リニューアル
新年特別号発行**

NEW

【特集テーマ】

11月号：北海道で働こう！

冬の防災対策

1月号：スポーツでつながる、未来へつなげる。



①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用



◆道政広報番組

- ・メインMCの上杉周大氏が道の重要政策などを紹介する30分番組を年4回放送
- ・広報紙の特集テーマとの連動企画



〈今年度の放送〉

放送日	テーマ	視聴率	占拠率	動画視聴回数
R4年5月28日 (土)	最強タッグ! 企業と一緒に北海道を元気に!	4.9%	18.6%	36,625
R4年7月30日 (土)	アイデアで勝負! 北海道のチャレンジ企業	4.7%	18.0%	24,510
R4年10月22日 (土)	今こそはじめよう冬の備え、くらしの中の防災対策	4.6%	18.5%	32,352
R4年12月17日 (土)	スポーツでつながる、未来へつなげる! 北海道	3.2%	12.8%	29,162

R5.1.26現在

①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用



◆ラジオスポットCM

- ・自動車税の納期限や重点政策・緊急広報に関するラジオスポットCM (20秒、全102回)
- ・放送局：STV-R、HBC-R、AIR-G、FMノースウェーブ

◆新聞紙面利用広告

○みなさんの赤れんが (道新・朝日・読売・毎日)

- ・道の事業やイベント行事、各種制度等をコンパクトにお知らせ
- ・毎月第2日曜日掲載、半3段：年14回



○北海道ビジネスページ (日経)

- ・経済や企業に関する道の事業や各種制度をコンパクトにお知らせ
- ・偶数月の最終木曜日掲載 半3段：年6回



【基本戦略3】民間企業などとの協働による広報の推進 民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進



◆ 雑誌・フリーペーパーなど

□ 航空会社機内誌

「rapora」 AIR DO

北海道への移住者と移住者が暮らす地域の「地域情報」を紹介する「北海道移住ライフ」を連載

□ 子育て情報誌

「あんふあん」(株)こどもりびんぐ社

□ 美容健康情報誌

「スコブル」(株)ぶらんとマガジン社

□ 地域情報誌

「JP01」、地域新聞「ふりっぱー」
総合商研(株)

□ 映画ポスター

TOHOマーケティング(株)、(株)MACHが配給・宣伝を行う映画ポスターに道政広報を挿入



【基本戦略3】民間企業などとの協働による広報の推進 民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進



◆ 街頭大型ビジョン

- 札幌駅南口メガビジョン
- パルコビジョン 〈(株)メガコーポレーション〉
- サッポロファクトリー大型ビジョン 〈サッポロ都市開発(株)〉
- 狸ビジョン (狸小路1～6丁目) 〈札幌狸小路商店街振興組合〉
- チカホ (北大通交差点広場, 北3条交差点広場) 〈札幌市〉
- 札幌地下鉄大通駅南口「HA・NA・VI」 〈北海印刷(株)〉

◆ 自動販売機電光掲示板

- 北海道コカ・コーラボトリング



【基本戦略3】民間企業などとの協働による広報の推進 民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進



◆ 店舗等

□ デジタルサイネージ

丘珠空港ビル

NEW 北海道中央バス 札幌ターミナル待合室

NEW 酪農学園大学、北海道大学

NEW 北海道銀行、北洋銀行

□ ポスター、チラシ・リーフレットの配置

セブン-イレブン、ファミリーマート、
セコマ、アリオ札幌、北洋銀行、北海道銀行、
佐川急便など

□ 店内放送

セコマ

□ 企業ホームページの活用

サツドラホームページ



北海道銀行店舗内サイネージ
(北方領土動画コンテスト最優秀作品放映)



北海道中央バス札幌ターミナル
待合室内サイネージ

【基本戦略3】民間企業などとの協働による広報の推進 民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進



◆スマートフォン・アプリを活用した情報発信

国内最大規模のニュースアプリ

「SmartNews(スマートニュース)」への情報発信

- ・「SmartNews」の北海道チャンネルに道HPの最新情報を配信
- ・官民連携（道とクリプトン・フューチャー・メディア(株)）による取組

<情報発信のイメージ>

<SmartNewsの北海道チャンネル>



◆研修会等の実施

- ・ 広報担当職員等を対象に、道政情報を分かりやすく伝える動画の作成能力や広報能力向上のため「道政広報研修会」を実施
- ・ 道職員その他、市町村職員等を対象とした「広報広聴技術研究会」を実施
※R4.8.25～26実施（約120名参加）
- ・ 人事課主催「SNS活用研修」開催
※R4.9.8実施（約30名参加）
- ・ 動画による広報の企画力等向上のため「広報動画コンテスト」を実施

◆北海道戦略広報基本方針の徹底

- ・ 全職員に基本方針が浸透するよう、庁内各種会議などを通じ、周知徹底。



R3年度道政広報研修会（ウェブ開催）
R4.1月実施

②職員の広報マインドの醸成

◆報道対応の手引き

- 職員一人一人の報道対応能力を強化するため、新たに作成した報道対応の手引きを活用し、新任管理職研修における講義や出前講座などを実施



<全体の構成>

- 1 はじめに**
 - 1-① 何のために報道対応を行うの？
 - 1-② どんなことに気をつけるの？
 - 1-③ 報道機関のことを知ろう！
- 2 報道発表について**
 - 2-① 記者の心に響く「ウリ」を作ろう！
 - 2-② 資料は分かりやすく！ポイントを明確に！
 - 2-③ タイミングはとて重要！
 - 2-④ 取材制限は必要最小限に！
 - 2-⑤ 記者レクチャーを有効に活用！
 - 2-⑥ 新たなツールを活用しよう！
- 3 個別取材対応について**
 - 3-① 対応者・対応コードを統一する！
 - 3-② 記者を待たせない！
 - 3-③ 取材対応は正確、丁寧、誠実に！
 - 3-④ 取材結果の共有を忘れずに！
- 4 行事対応について**
 - 4-① 事前の検討・準備を怠りなく！
 - 4-② 行事中の対応もしっかりと！
 - 4-③ 行事終了後の対応も丁寧に！
- 5 その他**
 - 5-① 報道発表等の内容に誤りがあったとき
 - 5-② 報道された内容が道の認識と異なっていたとき
 - 5-③ 事件、事故など発生したとき