

意見交換テーマ1 「反響を得る広報について」

《効果的な広報手法とは？》

- 道では、情報の内容や対象を考慮しつつ、様々な手法で広報を行っています。そのような中でも特に効果的だった手法（可能な限り定量的に評価）については蓄積し、今後の広報活動にも活かしていきたいと考えています。
- 広報をお仕事にされている方、自ら企画した事業を発信する方、広報を研究対象とされる方など、様々な方がいらっしゃいます。それぞれのお立場から、身近にあった効果的*な広報手法について、情報提供をお願いいたします。（※「効果的」は、感覚的な評価でも結構です）
- ご教示いただく事例は、今後の道政広報の参考にさせていただきます。

道の事例

1 SNS における動画の積極的活用

内容	SNS での投稿に動画を埋め込み、静止画では伝えきれない臨場感のある発信を実施。
結果	<p>■ Twitter に埋め込んだ「動画」 [主なものの回転数]</p> <p>4/18 鳥インフルエンザ対応（翌朝の作業に向け道職員が夜行バスで移動） 1.1 万回</p> <p>4/29 知床観光船対応（知事から関係者に対応お礼、国交省へ要請） 1.3 万回</p> <p>5/ 6 どうみん割の利用促進（制度をナレーションも交え分かりやすく） 1.7 万回</p> <p>7/ 4 HOKKAIDO WOOD（コンビニ店舗（建物・内装等）での活用事例） 1.3 万回</p> <p>8/ 8 道の警備防犯訓練（暴漢が来庁した際の対応訓練、警察官が暴漢役に） 1.5 万回</p> <p>（7月 道外で CM 放映した誘客促進動画（チームックス出演） 1.6～4.0 万回）</p> <p>⇒ 「動画の臨場感・わかりやすさ」と「SNS の発信力」を組み合わせ、人気芸能人を起用した動画に近い発信力を実現</p>



<4/18 鳥インフルエンザ対応>



<8/8 道の警備防犯訓練>

利用条件

道民のみなさま
道内旅行:
ワクチン2回接種又は
検査結果が陰性

東北県民のみなさま
道内旅行:
ワクチン3回接種又は
検査結果が陰性

旅行商品

1泊につき
最大 50% 割引 (上限5千円)

+ 飲食店等で使える クーポン2千円分

・ゴールデンウィークを除く6/1④チェックアウト分までご利用できます
・北海道・青森県・岩手県・宮城県・秋田

どうみん割

<5/6 どうみん割の利用促進>

2 道政広報番組の導入の工夫

内容	広報番組「知るほど！なるほど！北海道」の視聴者（TV、YouTube）が離脱しないよう、冒頭の見せ方を工夫
結果	<p>■YouTube に掲載した番組動画 [視聴回数] ※内容は TV も同じ</p> <p>R3 最大 1.4 万回（うち、SNS 広告から 1 万回）</p> <p>R4 最大 3.6 万回（うち、SNS 広告から 2 万回）</p> <p>⇒ 冒頭の見せ方を工夫（番組の見所を少し露出）することで、より「見てもらえる（視聴し続けてもらえる）発信」を実現</p>

R 3



R 4



<番組冒頭の比較>

3 「謝意」を伝える手段としての SNS 活用

内容	道（知事）が道民の皆様にお願ひしたことの結果報告と謝意を SNS で発信。（知事も記者会見で言及）
結果	<p>■牛乳消費拡大への協力お礼 [ツイートへの反響]</p> <p>インプレッション 約 8.8 万 （R4.4 以降の平均 約 1.9 万）</p> <p>いいね 約 1,000 （R4.4 以降の平均 約 70）</p> <p>⇒ 道と「道民の皆様」との間で、SNS を通じ双方向に近い関係性を実現</p>



「学校が春休みとなる年度末に向けて、牛乳の消費が落ち込む時期は、もう少し続いていきます。私たち道民一人一人が、例えば朝牛乳を飲むことをモーニングルーティーンにさせていただくなど、今後とも本道の酪農家を応援していただくことをお願い申し上げます」

<1/14 記者会見で知事から話題提供>



【牛乳の消費拡大へご協力へのお礼とお願ひ】
 学校が休みになる年度末や大型連休に、廃棄の心配があった生乳
 多くの方々のご協力により、問題なく処理できています。ありがとうございます！！

豊富な栄養素が含まれる牛乳・乳製品。
 これからも生活の中に取り入れていただくようお願いいたします。



<5/13 Twitter で道民の皆様へ報告・お礼>