

閲覧用

三次市 広報戦略プラン（案）



令和3年2月
三次市



目次

第1章 広報戦略プラン策定の背景

1	本市の広報を取り巻く環境変化と広報の重要性	1
2	本市における広報の現状と課題	3
(1)	広報活動の現状	3
(2)	広報における課題	4
3	新たな広報戦略策定	5

第2章 広報戦略プランの基本的な考え方

1	基本理念と基本目標	6
2	基本戦略	7

第3章 広報戦略プランの全体像

1	広報戦略プランの体系	8
2	広報戦略プランの具体的な展開	9
(1)	主な取組	9
(2)	広報戦略プランの運用イメージ	19
(3)	実施スケジュール	20



第1章 広報戦略プラン策定の背景

1 本市の広報を取り巻く環境変化と広報の重要性

日本全体の総人口が減少するなか、加速化する東京圏への一極集中による地方の人口減少の一層の進展、少子高齢化に伴う社会構成の変化、社会経済へのグローバル化の浸透、シェアリングエコノミー（※1）などの価値観の変化やライフスタイルの多様化など、自治体を取り巻く環境は大きく変化しています。

こうしたなか、地域間競争は、より一層激化しており、さらに、近年頻発化する大規模自然災害や新型コロナウイルス感染症等への対応、「ウィズコロナ」と言われる新しい価値観を前提とした社会変化への対応など、行政に求められる役割やニーズは、ますます多様化、高度化しています。

本市においても、人口減少と高齢化が進み、今後、行政運営の厳しさが増してくることが想定されますが、こうしたなかでも、質の高い行政サービスを、安定的かつ持続的に提供することが求められます。

このためには、限られた経営資源を有効に活用することが不可欠であり、選択と集中を推進していくなかで、市民との相互理解を深め信頼関係を構築し、市政への市民参画を促進することが、これまで以上に重要となります。

そして、「市民と行政」、「市民と地域」、「地域と行政」をつなぐコミュニケーションツールとして、広報の役割がますます大きくなっています。



高谷山から見た三次市街地

さらに、シティプロモーションの取組など、各地方自治体が「宣伝・広報・営業活動」に注力するなかで、外からの活力を呼び込み、選ばれる「三次」となるためには、行政だけではなく、市民・企業・団体等と一丸となって、県内、さらには全国に向け、本市の魅力を強力に発信することが求められます。

このためには、行政が考える「三次」の魅力発信に止まらず、市民一人ひとりが、「三次」に生まれ、育ち、暮らしていることに誇りと喜びを感じ、市民自らが感じる「三次」の魅力を主体的に情報発信できるような仕組みづくりなど、「三次」ブランドの構築に向けた、戦略性のある広報がますます重要となります。

また、近年、スマートフォンなど情報通信機器の普及が急速に進むとともに、FacebookやTwitterなどSNSと言われる拡散性や双方向性のあるサービスを活用した情報収集や情報発信が増加しています。今後、IoT（※2）／5Gの時代に向け、情報通信技術がさらに進化し、これらを活用した新たなサービスが次々と生まれてくることが予想されます。

その一方で、新聞、テレビ、広報紙なども情報収集の主たる手段として従来どおり活用されています。

このため、今後は、従来の広報媒体の活用も図る一方で、これまでの手法にとらわれることなく、広報媒体の特性等や広報の目的に沿った、より効果的な情報発信の手段を選択することが求められています。

※1 シェアリングエコノミー インターネットを介して個人間で使っていないモノ・場所・技能などを貸し借りするサービスのこと。

※2 IoT (Internet of Things) いろいろな物をインターネットに接続させること。

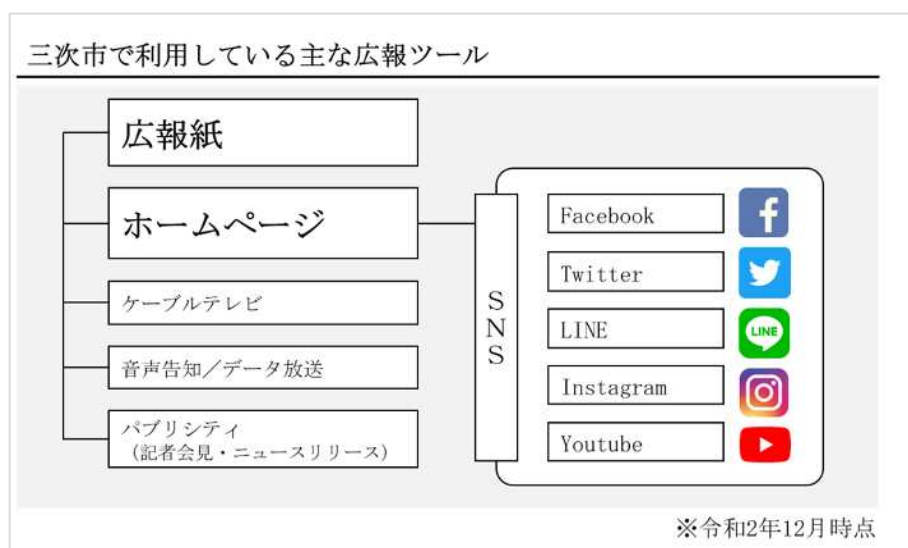
2 本市における広報の現状と課題

(1) 広報活動の現状

本市の広報活動において、市民向けの情報発信の柱となっているのが、広報紙「広報みよし」とWeb媒体の公式ホームページです。広報紙は平均32ページの冊子を毎月1回発行し、全戸に配布しています。（令和2年度は月25,000部発行）。またホームページにもデジタルブックとして公開しています。公式ホームページは、「暮らし」「市政」などの分野に分けて検索しやすくし、また、災害・緊急情報といった重要なお知らせはトップページの目立つ所に配置するなどの工夫をしています。

その他の情報発信として、ケーブルテレビを活用した番組を年間44本制作、音声告知放送を活用した生活情報や緊急情報の発信を行うとともに、平成30年度からは、公式SNSとしてFacebookを、さらに令和2年度からはTwitter・LINE・Instagramを開設しています。

また、パブリシティ（メディアを活用した広報）については、市長による記者会見を毎月1回実施するとともに、記者クラブへのニュースリリース（情報提供）を年200件以上行っています。



広聴関連業務としては、市民と直接意見交換する場として市政懇談会（まちづくりトーク）を市内19カ所で行っているほか、意見等を投稿できる「市民のポスト」を設置するとともに、市職員が市の施策や事業をPRする場として「出前講座」を実施しています。

(2) 広報における課題

本市は、市民志向の広報をめざす「広報戦略」を、平成18年9月に策定しました。当時、「お知らせ型広報」が自治体広報の主流であるなか、市民を「情報やサービスを共に創り出すパートナー」として位置づけ、市民とのコミュニケーションを図り、市民参加を推進する「市民志向の広報」を基本的な考え方にした点において、この広報戦略は、全国的にも先進的取組として評価されました。

しかしながら、戦略策定から10年以上が経過し、現在の広報活動の状況を見ると、解決すべき課題が残されていることに加え、昨今の環境変化に伴う新たな課題も生じています。

現状を踏まえた主な課題は、次のとおりです。

① 「お知らせ型広報」

市の広報の現状は、市民に対して「広くお知らせする」という考えのもとで、市から市民に情報を伝達するいわゆる「お知らせ型広報」となっています。情報提供や広報をすることが目的となっており、広報に関するモニタリング（調査）やフィードバック（振り返り）が十分でない点があげられます。

② 職員の広報に対する意識

情報発信を行う上での基本的なルールや、発信する側として求められる意識やスキルが十分に浸透していないため、イベントのお知らせや例年掲載している啓発記事の更新に留まるなど、情報の見え方や情報量に違いが生じています。

③ 広報の効果検証

広報の効果検証については、当時の広報戦略においても、「広報効果測定モデルの研究」が戦略のひとつに位置づけられていましたが、現状では、不定期な広報アンケートの実施にとどまっています。

そのため、情報の到達度や情報を受け取った者の反応などを適切に評価し、広報活動の改善等に活かすことが十分できていないという課題があります。

④ 市外への情報発信の不足

全国的に、自治体間競争が激化しているなか、本市における情報発信は、市内向け、市民向けが中心であり、「三次」のブランド価値を高めることなどを目的とした、市外、さらには全国に向けた戦略的かつ持続的な広報には至っていません。

3 新たな広報戦略策定

平成18年に策定した広報戦略における基本的な考え方である「市民志向の広報戦略」は、現在においても、極めて重要な考え方です。

そもそも「広報」とは、市民との良好な関係を構築することを目的とするものであり、今後とも、市民目線に立ち、市民が本当に必要とする情報や政策を分かりやすく伝えて説明責任を果たすとともに、市政における課題や問題提起も行いながら市政への関心を高め、理解や参加促進につながるような広報を展開する必要があります。

また、自治体を取り巻く環境が大きく変化するなか、広報の役割も変化しており、その重要性がより一層増してきていることから、時代のニーズに対応した取組を柔軟に行う必要もあります。

こうしたことを踏まえ、これまでの広報戦略における考え方も継承しつつ、新たな視点も加え、将来の三次の発展に向けた広報のあるべき姿と組織全体として取り組むべき基本的な方向性を整理した、新しい広報戦略を策定します。また、戦略を着実かつ計画的に推進するため、具体的な取組と実施スケジュールを体系的に整理し、実効性のあるプランとします。



第2章 広報戦略プランの基本的な考え方

1 基本理念と基本目標

市の政策・施策や行政サービスへの理解を深め、協働のまちづくりを行っていくためには、市民からの信頼・共感を得ることが不可欠です。

そのためには、本市の広報も、「伝える」広報ではなく、市民が知りたい情報と市民に伝えたい情報が確実に「伝わる」広報を、また、コミュニケーション力を強化し、市民の協力、参画につながる広報をめざします。

市外、県外への情報発信についても、情報の受け手に対しきちんと「伝わり」、共感を呼び起こし、行動変容を促す、訴求力の高い方法を考える必要があります。

このため、本市は、「伝わる」から一步踏み込んだ「つながる」広報をめざします。「伝わる」とは、情報を認知し内容を理解することですが、「つながる」は、理解した情報に興味を持ち、気持ちがつながり、行動にもつながっていくこと、そして、人と人とのつながりが次々と増えていくことを意味します。

行政と市民は信頼によってつながります。市民は「三次」に対する誇りと愛着を共有することによって、世代間や地域を越えてつながり、そして、支え合いや助け合いが生まれます。市外や県外に住んでいる多くの人が「三次」につながりを求め、様々な交流が始まります。

こうした「つながり」を生み出すための「広報」をめざし、「基本理念」と「基本目標」を次のとおりとします。

基本理念

市民と「つなぐ」、全国と「つながる」三次の広報

※「つなぐ」「つながる」広報を常に意識し、実現していくことを表現するキーワード（合言葉）を「みよしリンク」とします。

基本目標

分かりやすく確かな情報を市民に届けることで、市民との信頼関係を築くとともに、市民の「三次に対する誇りと愛着を醸成し、市民が参加しやすい市政」となるよう、行政と市民をつなぐ「広報」をめざします。

また、本市の魅力を積極的に情報発信することで、市外、さらには全国とのつながりを広げていきます。

2 基本戦略

基本目標を達成するため、3つの基本戦略を掲げます。

《基本戦略1》 市民とつなぐ広報 ～市民とのコミュニケーションの強化～

- ・ 市民ニーズを把握しつつ、多様な広報媒体を有効活用することにより、市民目線に立った、よりの確で分かりやすい情報発信を行い、市民が知りたい情報、市民に伝えたい情報が確実に、正しく伝わる広報を実現します。
- ・ 市の施策等に関する情報の効果的な発信と、広聴活動の積極的な展開を図り、市民との信頼関係を築くことで、市民参画につなげます。

《基本戦略2》 市民、全国とつながる広報 ～情報発信力の強化～

- ・ ホームページやSNSなど、様々な広報媒体を効果的に活用した戦略性の高い情報発信を積極的に行います。
- ・ 対外的な認知度を高め、外からの活力を呼び込むため、市民の三次市に対する誇りや愛着（シビックプライド）の醸成につながる三次のブランド価値を向上させる取組を、市民と一体となって進めます。

《基本戦略3》 職員がつなぐ広報 ～戦略の実行を支える体制等の強化～

- ・ 《基本戦略1》及び《基本戦略2》の着実な実行に向け、職員が主体的かつ継続的に取り組む機運を醸成するとともに、組織文化としての定着を図ります。
- ・ 職員ひとり一人が広報の意義や重要性を理解、共有し、一体的に取り組むため、職員の意識変革を促すとともに、スキルの向上に取り組めます。



第3章 広報戦略プランの全体像

1 広報戦略プランの体系

《基本戦略1》 市民とつなぐ広報 ～市民とのコミュニケーションの強化～	
I 市民が知りたい情報がすぐに見つかり、市民に知らせたい情報が確実に伝わる広報の実現	①利便性の向上と効果的な情報発信
	②市民ニーズにあった情報の提供
	③緊急・災害時等における迅速な情報発信
II 市政への関心を高め、市民参画を促進	①市政情報の戦略的な発信
	②市民参加型の広報の拡充
	③広聴活動の拡充と広報との連携強化
《基本戦略2》 市民、全国とつながる広報 ～情報発信力の強化～	
I 広報媒体の有効活用と機能の充実	①ホームページの充実・機能強化
	②メディア（報道）対応力の強化
	③新しい広報媒体の積極的な活用
II 三次ブランドの構築と全国に向けた情報発信の強化	①市民が共感する三次ブランドの構築
	②戦略的なプロモーションの実施
《基本戦略3》 職員がつなぐ広報 ～戦略の実行を支える体制等の強化～	
I 広報戦略推進に向けた広報マネジメントの強化	①戦略的広報を実施するための体制整備
	②積極的な広報に向けた機運の醸成
II 職員の意識改革と広報スキルの向上	①広報に対する意識改革（広報マインド）の醸成
	②広報マニュアルの有効活用と研修の充実

2 広報戦略プランの具体的展開

(1) 主な取組

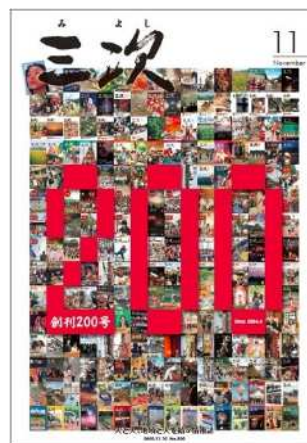
《基本戦略1》 市民とつなぐ広報 ～市民とのコミュニケーションの強化～

I 市民が知りたい情報がすぐに見つかり、市民に知らせたい情報が確実に伝わる広報の実現

① 利便性の向上と効果的な情報発信

■ 「市民が読みたいと感じる」広報紙づくり

- ・ 市民が知りたい情報を容易に入手できるよう、紙面構成や掲載方法等を工夫します。
- ・ 市民に知らせたい情報が確実に伝わるよう、読みやすさ、分かりやすさ、さらには、掲載内容の面白さを追求します。



広報みよしは令和2年11月に200号を発刊しました。

■ 閲覧者目線に立ったホームページへ

- ・ 「使いやすく」しかも「市の情報の玄関口」としてアピール力のあるホームページに向け、閲覧状況の分析、検証を行いつつ、ページ構成やレイアウト構成、アクセシビリティ（アクセスのしやすさ）について随時見直しを行います。
- ・ 多言語対応の強化やモバイル端末への対応など、閲覧者の利便性を向上させる機能強化等について、改善を図ります。

■ 適切な広報媒体の選択と多様な広報媒体の連動

- ・ 発信する情報テーマや内容、情報の受け手（ターゲット）、広報媒体の特性などを踏まえた最適な情報発信手段の選択となっているかどうかを随時フィードバックしていきます。
- ・ 媒体から媒体への誘導など、複数の広報媒体を組み合わせ、連動させることによって、情報収集の選択肢を増やします。また、高齢者向けスマートフォン教室の開催などにより、情報格差の解消に努めます。

② 市民ニーズにあった情報の提供

■ 市民ニーズの積極的な把握

- ・ 定期的な広報アンケートの実施や庁内の情報共有等によって市民ニーズの把握に努めます。

■ 興味関心を引く広報番組づくり

- ・ 市の広報番組をYouTubeで配信し、そのアクセス数等によって市民の関心度をチェックし、市民ニーズに合った番組づくりの参考とします。

■ メリハリのある情報発信

- ・ 広報の年間スケジュールを策定する際に、市民に伝える必要性が高い市政のテーマ設定を行うなど優先順位付けを行い、情報発信の重点化を図ります。
- ・ 市民ニーズが高く、市民生活に密接に関わる情報や安全安心に関する情報については、漏れなく効果的に伝えるため、情報発信のタイミング、手段、内容等についての検討を行います。

③ 緊急・災害時等における情報発信

■ 迅速かつ確実に伝わる情報発信体制の確保

- ・ 災害等により緊急に情報発信が必要な場合には、各部と広報部門が連携し、防災メール、音声告知放送、さらにはホームページやSNSなど、市既存の多様な情報伝達手段をフル活用し、多重的に「伝える」ことによって、すべての市民に必要な情報が、必要なタイミングで届く仕組みづくりに努めます。

■ 災害記録を残す取組

- ・ 災害時の被害状況などの記録を残し、今後の情報発信や、防災・減災に活かします。

Ⅱ 市政への関心を高め，市民参画を促進

① 市政情報の戦略的な発信

■ 重要施策に対する市民の理解度，関心度の向上

- ・ 重要施策については，様々な広報媒体を活用して，集中的かつ継続的に広報を行うとともに，ストーリー性のある発信方法や現地見学の実施など，様々な工夫を行うことにより，市民の重要施策に対する理解を深め，関心度の向上を図ります。

■ 対面型広報の充実

- ・ 市政の様々なテーマについて，市民からの要望に応じて，積極的に職員が出向き，市民に対して直接説明を行うと同時に，市民からの疑問や意見に答えることによって，コミュニケーションを図り，市政に対する市民の理解を深め，信頼構築につなげます。

② 市民参加型の広報の拡充

■ 広報紙・広報番組への市民参画の拡充

- ・ 市民による広報紙の編集体験や，市民をレポーターとした観光情報の発信，市民目線による市政に対する意見の積極的な発信など，広報を通じて市政をより身近に感じてもらおう取組を進めていきます。

■ SNSを活用した市民参画型広報

- ・ Instagram等を活用したイベントの実施など，SNSを活用した市民参画型広報の拡充により，市政への関心を高めます。



令和2年10月，
三次市公式Instagram開設

③ 広聴活動の拡充と広報との連携強化

■ 市民との対話の充実

- ・ 現在、住民自治組織単位で実施されている市政懇談会については、引き続き実施するとともに、動画配信を行うなど、充実に向けた検討を行います。

■ 広聴活動の発信強化

- ・ 広報紙やホームページ等で市の広聴活動を広くPRするとともに、幅広い世代が気軽に市政に対する要望・提案等ができるような、新たな取組等を開催するなど、広聴活動に対する市民の理解を深めていきます。

■ インターネットを活用した「Web調査制度」の導入

- ・ インターネットを利用したアンケート調査を実施することによって、迅速に市民の意識やニーズを把握し、市政運営の参考にします。

■ 市政への反映状況の積極的な公表

- ・ 広聴活動によって把握した意見については、組織として情報共有し、市政への適切な反映を図ります。

I 広報媒体の有効活用と機能の充実

① ホームページの充実・機能強化

■ 閲覧者目線に立ったホームページへ 【再掲】

- ・ 「使いやすく」しかも「市の情報の玄関口」としてアピール力のあるホームページに向け，閲覧状況の分析，検証を行いつつ，ページ構成やレイアウト構成，アクセシビリティ（アクセスのしやすさ）等について随時見直しを行います。
- ・ 多言語対応の強化やモバイル端末への対応など，閲覧者の利便性を向上させる機能強化等について，適宜改善を図ります。

② メディア（報道）対応力の強化

■ パブリシティ（メディアを活用した広報）の質の向上

- ・ メディアに取り上げられやすいニュースリリース資料の作成手法やプレゼンテーション手法等について，研修やマニュアル等を活用して職員のスキルの向上を図ります。

■ メディアとのコミュニケーション強化

- ・ 日頃からメディアの取材に積極的に応じるとともに，定期的な意見交換等によりメディアの視点やニーズ等を把握するなど，メディアとの意思疎通を図ることで，より効果的なパブリシティにつなげていきます。

■ ニュースリリースのフィードバック

- ・ 報道の有無や報道の内容，取り上げ方など，ニュースリリースの結果を確認し，担当部署にフィードバックを行います。

■ 記者会見の効果的な活用

- ・ 市長の定例記者会見におけるタイムリーなリリース（情報提供）の他，戦略的な記者会見設定によって，パブリシティの有効性を高めます。

■ 全国版のメディアの有効活用

- ・ 全国に向けた情報発信の強化方策について検討します。

③ 新しい広報媒体の積極的な活用

■ SNSの特性を活かした情報発信の強化

- ・ SNSの利用者が増加するなか，SNS活用のリスクも踏まえつつ，個々のSNSごとの特性を活かした，新たな情報発信の展開や強化方策について検討します。

■ 新たな情報発信手段の検討

- ・ 民間企業等や他の市町と連携・協働による情報発信，地域情報誌やフリーペーパー，アニメやゲーム，動画等の活用など，新たな情報発信手段による広報の展開について幅広く検討を行い，実現につなげます。



令和2年7月，三次市LINE公式アカウント開設

Ⅱ 三次ブランドの構築と全国に向けた情報発信の強化

① 市民が共感する三次ブランドの構築

■ ブランドメッセージの創出

- ・ 市民、企業、団体等が、ともに共感し、三次市に対する誇りや愛着（シビックプライド）の醸成につながる「ブランドメッセージ」を創出します。

■ 市民等との協働・連携による三次の魅力の創出

- ・ 三次市が有している自然、景観、歴史、風土などの数多くの魅力や市民や事業者等の様々な分野における活動が生み出す魅力など、三次の多彩な魅力を積極的に発掘するとともに、こうした情報の共有や連携、人材等のマッチング、行政との連携や支援など、市民等との協働、連携を推進することで、さらなる魅力創出に取り組みます。

② 戦略的なプロモーションの実施

■ プロモーション戦略の策定と継続的な展開

- ・ 三次の認知度を高め、全国とのつながりを広げるため、目的を明確にした戦略的なプロモーションのプランを策定し、観光や定住など様々な分野での取組を相互に関連づけながら継続的な展開を図ります。

I 広報戦略推進に向けた広報マネジメントの強化

① 全庁的な体制強化

■ 各部署における広報機能の強化

- ・ 各部署に広報担当を明確に位置づけ、役割、機能の強化を図るとともに、広報担当間の連携を強化します。

■ 広報担当課における支援の強化

- ・ 広報担当課は、各所属における広報活動全般について適宜相談を受けるとともに、必要に応じて専門的、技術的支援や改善にむけたアドバイスをを行います。
- ・ 専門的、技術的支援に当たっては、専門家の活用や民間委託などの手法についても検討を行います。

■ 広報戦略を全庁的に推進するための統括組織の設置

- ・ 広報戦略プランにおける取組を全庁的に推進するため、情報共有、広報に関する仕組み等の見直し、広報計画の調整など、広報に関する全庁的な方針決定について権限を有する「（仮称）広報戦略会議」を設置します。

② 広報活動の効果検証と改善の仕組み導入

■ 効果検証の取組と広報活動の見直し

- ・ 市が行う広報活動全般に関する定期的な市民アンケートの実施や広聴活動における情報収集，その他，様々な施策や事業展開の現場における意見聴取等を通じて広報活動による効果検証を行い，不断の見直しにつなげます。

■ 「広報計画シート」事前作成の仕組みを導入

- ・ 事業実施に関して広報活動を実施する場合には，目的や訴求対象の明確化，細分化，広報のタイミングや広報媒体選択の理由，成果指標の設定と検証方法など，広報活動に関する全体計画と効果を検証するためのシートを，あらかじめ作成する仕組みの導入を検討します。

■ 広報部門と政策・企画部門との連携強化

- ・ 事業戦略と広報戦略は密接不可分であり，さらに，政策を広報する際の重点テーマの選定に当たっても共通認識が必要であることなどから，広報部門と政策・企画部門とのより一層の連携を図ります。

II 職員の意識改革とスキルの向上

① 広報に対する意識改革（広報マインド）の醸成

■ 広報活動に対する職員の積極的参加

- ・ 広報紙づくりや広報番組作成，SNSによる広報活動への職員の直接参加や，職員のアイデアを活かした情報発信など，職員が広報活動に積極的に参加できる仕組みづくりを行います。

■ 職員向け広報・庁内広報の充実

- ・ 職員向け広報を充実することによって，市の施策の方向性や様々な取組，市民の声やニーズなどに対する職員ひとり一人の理解，共通認識の促進を図ります。
- ・ さらに，職員一人ひとりが，あらゆる場面で主体的に市民との適切なコミュニケーションをとることができる意識を高めます。

② 広報マニュアルの有効活用と研修の充実

■ 広報マニュアルの更新と有効活用

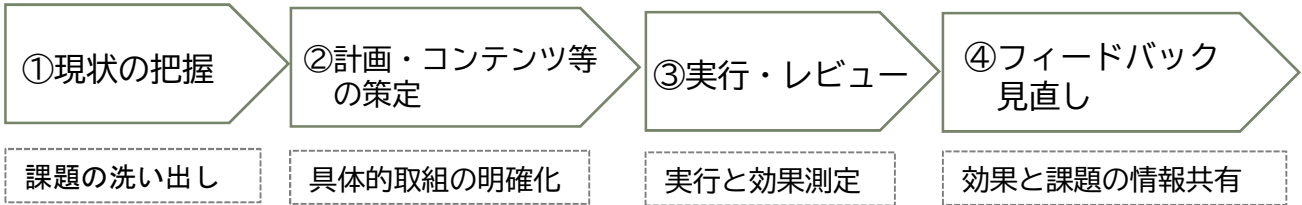
- ・ 広報マニュアルについて必要な更新を行うとともに，広く周知することにより有効活用を促します。
- ・ 広報の重要性の再認識や，危機管理時の広報対応等に関するスキルアップに向けては，管理職員研修などの機会を捉え，広報マニュアルの活用を図ります。

■ 広報に関する研修の充実

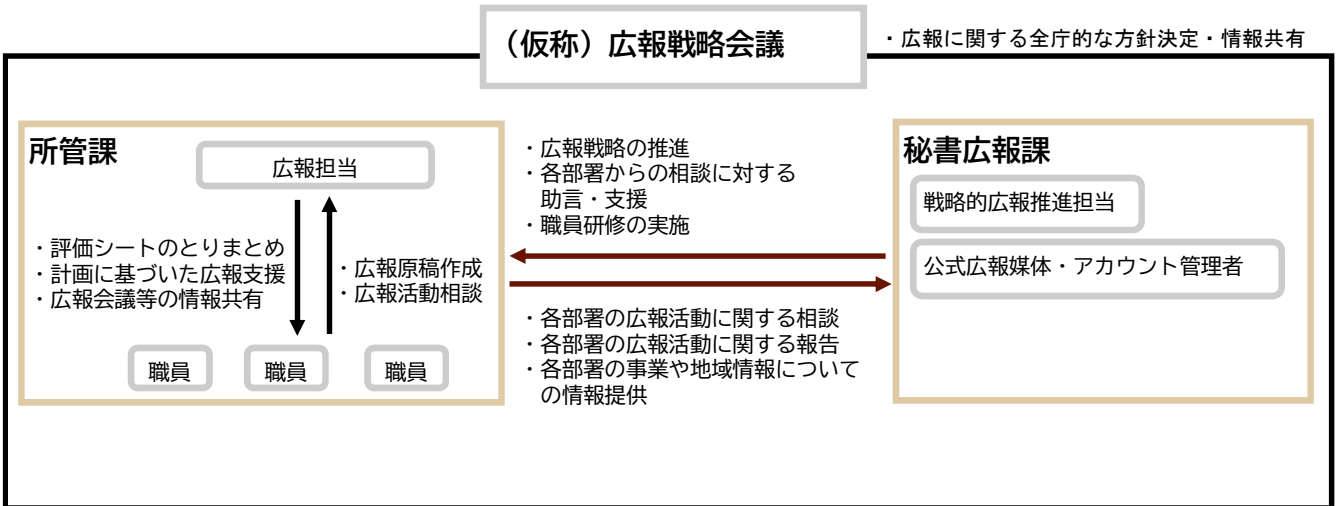
- ・ より効果的な研修となるよう，対象者や研修内容等について見直しを行います。
- ・ 職員の情報発信に対するモラルやメディアリテラシー（メディアなどの正しい情報を取捨選択する能力），情報リテラシー（取捨選択した情報をうまく扱う能力）を向上させる研修等を行います。

(2) 広報戦略プランの運用イメージ

効果的な広報活動を実行するため、運用イメージは次のとおりとします。



※組織の運用イメージ



(3) 実施スケジュール

アクションプランの実施期間は、令和3年度から令和5年度までの3年間とします。

取組項目		実施期間				
		令和3年度	令和4年度	令和5年度		
市民とつなぐ広報	I	①利便性の向上と効果的な情報発信	広報紙やホームページの構成等の見直し、修正			
		②市民ニーズにあった情報の提供	アンケート等の実施・分析、情報の共有化			
		③緊急・災害時等における迅速な情報発信	情報収集・発信体制の確保、実施			
	II	①市政情報の戦略的な発信	検討・実施	見直し		
		②市民参加型の広報の拡充	検討	実施	検討	実施
		③広聴活動の拡充と広報との連携強化	検討・実施			
市民、全国とつながる広報	I	①ホームページの充実・機能強化	HPの構成等の見直し、移行		公開	
		②メディア（報道）対応力の強化	随時実施			
		③新しい広報媒体の積極的な活用	随時実施			
	II	①市民が共感する三次ブランドの構築	プラン策定 プロモーション 実施			
		②戦略的なプロモーションの実施				実施と成果の検証、事業強化
職員がつなぐ広報	I	①全庁的な体制強化	体制の整備・移行			
		②広報活動の効果検証と改善の仕組み導入				実施
	II	①広報に対する意識改革（広報マインド）の醸成	検討準備	実施		
		②広報マニュアルの有効活用と研修の充実	マニュアルの更新と周知・活用 職員研修の実施			