



神奈川県

KANAGAWA

資料

第2回 広報戦略検討委員会

～改定素案における新たな取組みとKPIの設定～

神奈川県政策局知事室

令和5年10月31日

第2回広報戦略検討委員会で議論していただきたいこと

1 本改定において中心となる新たな取組みの方向性

- (1) 必要な情報が必要な人に届く当事者目線の広報
- (2) アードメディア等の積極的な活用
- (3) インナーブランディングによる広報マインドの醸成

2 KPIの設定

⇒現戦略の各取組みに設定しているKPIを、具体的な取組に応じた4つ程度の指標に整理。

KPIの考え方などについて、**ご意見**をお願いします。

- (1) かながわの広報の伝達度
- (2) 県のSNSの登録者数 インプレッション数 いいね数 リポスト数
- (3) プレスリリースしたうち記事化された割合
- (4) 「3秒で伝わるデザイン」などの広報の軸の庁内認知度

3 その他

⇒ (1)事故・不祥事等における広報、(2)行政のSNSの使い方、(3)拡散する広報への工夫など

1.本改定において中心となる新たな取組みの方向性

本改定において中心となる新たな取組みの方向性

必要な情報が必要な人に届く当事者目線の広報

年代別のSNSの利用率や、テレビ、ネット等の主要メディアの利用時間を見える化し、事業課が効果的・効率的な情報発信できるような支援を行う。

アードメディア等の積極的な活用

行政の堅さをなくしたSNSの発信によって、情報の受け手の「驚き」や「共感」を獲得し、受け手から受け手に広がる情報発信を行うとともに、プレスリリースの記事化を促進していく。

インナーブランディングによる
広報マインドの醸成

庁内プロジェクトチームにおいて、検討委員会で議論した「広報の軸」をどのように庁内に広めるか、具体的な検討を進めていく。

上記を実施するうえで、具体的なご意見等をいただけると幸いです。

2. KPIの設定

(1) かながわの広報の伝達度 県民ニーズ調査 | 令和4年度

KPI案：県民ニーズ調査による神奈川の広報の伝達度

6 かながわの広報

問 17 県は、県の取組みや行事、お知らせなど県政情報を十分に伝えていると思いますか。(〇は1つ)

- | | | |
|-----------------|------------------|---------|
| 1 伝えている | 3 どちらかといえば伝えていない | 5 分からない |
| 2 どちらかといえば伝えている | 4 伝えていない | |

令和4年度 県民ニーズ調査 N数 1,277



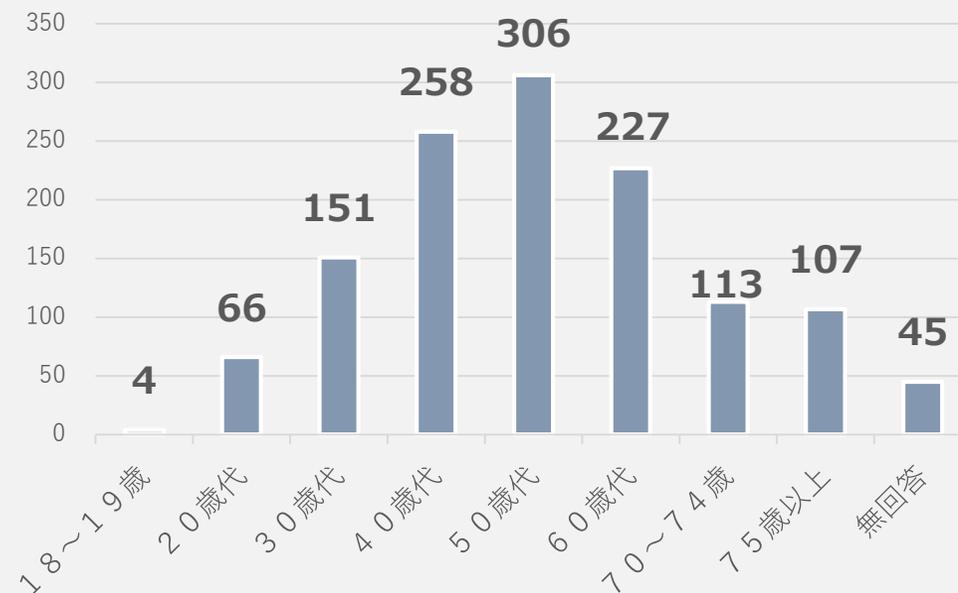
「伝えている」「どちらかというと伝えている」の計



KPI 現在 **39%**

KPIとして適切か、
4年間の目標値の数値設定について
ご意見をお願いいたします。

【回答者の年齢分布】



(1) かながわの広報の伝達度 県民ニーズ調査

<過去4年間の結果>

	A	B	C	D	E		
	伝えていると思う	どちらといえば伝えていると思う	どちらかといえば伝えていない	伝えていないと思う	分からない	無回答	A+B
令和元年	9.3	38.9	14.2	9.8	23.8	4.1	48.2
令和2年	8.8	33.8	13.5	7.4	33.5	3.0	42.6
令和3年	5.7	34.5	20.0	9.9	28.2	1.6	40.2
令和4年	7.7	31.3	23.5	9.6	27.2	0.7	39

<令和5年の調査項目>

16 かながわの広報

問 53 県は、災害や感染症対策などの取組み、イベントの実施など県政情報を伝えていると思いますか。
(○は1つ)

- | | | |
|-----------------|------------------|---------|
| 1 伝えている | 3 どちらかといえば伝えていない | 5 分からない |
| 2 どちらかといえば伝えている | 4 伝えていない | |

↑ 聞き方が、今年度から若干変更される予定です。

問 54 県が県政情報を伝えている広報媒体について、知っているものを選んでください。

(○はいくつでも)

- 1 県の広報紙「県のとより」
- 2 県の公式 YouTube チャンネル「かなチャン TV」
- 3 県の広報テレビ番組 (tvk「カナフル TV」)
- 4 県の広報ラジオ番組 (FM ヨコハマ「KANAGAWA Muffin」)
- 5 県のホームページ
- 6 県のソーシャルメディア※
- 7 県が発行する冊子・パンフレット・チラシなど
- 8 新聞での紙面広報
- 9 フリーペーパー
- 10 どれも知らなかった

※ ソーシャルメディアとは、例えば X (Twitter)、Facebook、Instagram などがあります。

2. KPIの設定

KPIとして、何の数値設定が適切か、
目標数値設定について
ご意見をお願いいたします。
※複数設定することも含めてご検討をお願いします。

(2) SNSに関する数字 | 県公式X 神奈川県庁広報

	(A) フォロワー数 (登録者数)	(B) 投稿別平均インプレッション数 (閲覧数)	(C) 年間いいね数 (共感数)	(D) 年間リポスト数 (共有数)
現 状	約151,000人 (令和5年度推計)	約7,644/投稿 (令和5年度推計)	約16,450/年 (令和5年度推計)	約5,294/年 (令和5年度推計)
メリット	他の指標と比較して ・数値が大きくなりやすい ・数字の減が起きにくい	閲覧数であり、最も基本的な数値	気軽に投稿への共感を示せる (アクションしやすい)	新たな取組みであるアードメディアの受け手から受け手への情報発信のダイレクトの指標となる
デメリット	・ミュート等が反映されない ・休眠アカウントが含まれる	発災等により大きく上振れる	・事故や不祥事等への投稿等への「いいね」の意味が多義的になる。 ・発災等により大きく上振れる	・アクションへのハードルが高い ・発災等により大きく上振れる

<「県公式X 神奈川県庁広報」の月例比較>

年/月	インプレッション	いいね	リポスト	年/月	インプレッション	いいね	リポスト	年/月	インプレッション	いいね	リポスト
2023/09	435035	1285	398	2023/02	534234	1257	545	2022/07	704131	1879	1019
2023/08	467238	1458	436	2023/01	572764	1352	533	2022/06	581101	1565	681
2023/07	477758	1134	324	2022/12	911607	2531	916	2022/05	1705244	1938	1234
2023/06	550943	1651	548	2022/11	554999	1506	687	2022/04	644267	1704	719
2023/05	461702	1326	500	2022/10	467459	1423	559				
2023/04	599861	1164	473	2022/09	549377	1829	773				
2023/03	489006	1292	488	2022/08	775530	2122	1147				

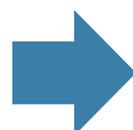
・ 緊急速報メール
 ・ オミクロン株ワクチン
 ・ 医療ひっ迫、検査キット配布

2. KPIの設定

(3) 県がプレスリリースしたうち記事化された割合

	記者発表数(県合計) (A)						合計
	記者発表(会見扱いの参考資料含む)					参考資料 送付	
	計	知事会見		所属会見 (レク)	資料送付		
	記者発表	参考資料					
R4	1,621	62	4	402	1,153	638	2,259
R3	1,900	61	2	401	1,436	662	2,562
R2	1,677	95	11	471	1,100	569	2,246
R1	1,334	109	15	52	1,158	827	2,161
H30	1,095	93	9	16	977	748	1,843
H29	1,021	80	12	24	905	770	1,791
H28	1,021	89	8	21	984	832	1,934

	掲載数(県合計) (B)						合計
	記者発表(会見扱いの参考資料含む)					参考資料 送付	
	計	知事会見		所属会見 (レク)	資料送付		
	記者発表	参考資料					
R4	1,139	50	4	402	683	246	1,385
R3	1,148	54	1	400	693	285	1,433
R2	1,052	84	10	463	495	209	1,261
R1	649	75	10	50	514	274	923
H30	446	65	5	16	360	198	644
H29	414	60	9	19	326	222	636
H28	570	74	6	21	469	339	909



R2～4年には、新型コロナウイルスの影響で数値が上振れている。

	掲載率(県合計) C=(A)/(B)						合計
	記者発表(会見扱いの参考資料含む)					参考資料 送付	
	計	知事会見		所属会見 (レク)	資料送付		
	記者発表	参考資料					
R4	70.3%	80.6%	100.0%	100.0%	59.2%	38.6%	61.3%
R3	60.4%	88.5%	50.0%	99.8%	48.3%	43.1%	55.9%
R2	62.7%	88.4%	90.9%	98.3%	45.0%	36.7%	56.1%
R1	48.7%	68.8%	66.7%	96.2%	44.4%	33.1%	42.7%
H30	40.7%	69.9%	55.6%	100.0%	36.8%	26.5%	34.9%
H29	40.5%	75.0%	75.0%	79.2%	36.0%	28.8%	35.5%
H28	55.8%	83.1%	75.0%	100.0%	47.7%	40.7%	47.0%

KPIとして適切か。目標設定について
ご意見をお願いいたします。

(3) 県のプレスリリースしたうち記事化された割合

記者発表数(県全体(ただし、健康医療局分を除く)) ①=(A)-(a)							
	記者発表(会見扱いの参考資料含む)				参考資料送付	合計	
	計	知事会見		所属会見(レク)			
		記者発表	参考資料	資料送付			
R4	933	55	2	21	855	585	1,518
R3	1,226	43	2	26	1,155	581	1,807
R2	1,085	59	6	65	955	522	1,607
R1	1,195	102	14	29	1,050	790	1,985
H30	1,014	86	7	16	905	720	1,734
H29	909	66	8	23	812	694	1,603
H28	832	77	7	14	815	739	1,652

掲載数(県全体(ただし、健康医療局分を除く)) ②=(B)-(b)							
	記者発表(会見扱いの参考資料含む)				参考資料送付	合計	
	計	知事会見		所属会見(レク)			
		記者発表	参考資料	資料送付			
R4	476	44	2	21	409	211	687
R3	505	39	1	25	440	232	737
R2	506	50	5	62	389	181	687
R1	551	70	9	28	444	262	813
H30	399	58	5	16	320	188	587
H29	353	47	6	19	281	190	543
H28	454	63	5	14	372	292	746

コロナの影響 (R2~4) を除くために健康医療局分を除いたもの

掲載率(県全体(ただし、健康医療局分を除く)) C=②/①							
	記者発表(会見扱いの参考資料含む)				参考資料送付	合計	
	計	知事会見		所属会見(レク)			
		記者発表	参考資料	資料送付			
R4	51.0%	80.0%	100.0%	100.0%	47.8%	36.1%	45.3%
R3	41.2%	90.7%	50.0%	96.2%	38.1%	39.9%	40.8%
R2	46.6%	84.7%	83.3%	95.4%	40.7%	34.7%	42.8%
R1	46.1%	68.6%	64.3%	96.6%	42.3%	33.2%	41.0%
H30	39.3%	67.4%	71.4%	100.0%	35.4%	26.1%	33.9%
H29	38.8%	71.2%	75.0%	82.6%	34.6%	27.4%	33.9%
H28	54.6%	81.8%	71.4%	100.0%	45.6%	39.5%	45.2%

KPIとして適切か。目標設定について
ご意見をお願いいたします。

2. KPIの設定

(4) 広報の軸の庁内認知度

庁内イントラのアンケート機能によって、現在、知事室で進めている「3秒で伝わるデザイン」の認知度を把握する。

今後、庁内プロジェクトチームを結成し、検討委員会で検討した広報の軸を検討したうえで、「**インナーブランディング**」の手法により庁内への浸透を進めていく。

KPI：広報の軸の庁内認知度

「手に取ってもらえる」デザインをつくる 9つのポイント



3秒で伝わるデザイン

KPIとして適切か。目標設定について
ご意見をお願いいたします。

3. その他

(1) 事故・不祥事等における広報

⇒事故・不祥事が発生した時の情報発信・取材対応等を適切に行い、リスクを最小限にコントロールするための体制づくり。

(2) 行政のSNSの活用方法

⇒アードメディアの有効な活用方法や、ネガティブなコメント炎上等への対応。

(3) 拡散する広報

⇒YouTubeでも、視聴回数が伸びる動画はハジけている動画
視聴回数が伸びる動画を作成する上でのポイントなど

上記について、（知事を交えて）具体的なお意見を願います。

危機発生！「その時」の報道対応 10 か条

(トップ (知事) へ報告)

第1条 何はともあれ第一報！トップ (知事) は知らなかったじゃ済まされない。

(関係機関との情報共有)

第2条 忘れていませんか？関係当局。

(情報共有・協力体制の構築)

第3条 「スキ」なし、「モレ」なし。職員は一致団結。

(事案の正確な状況把握)

第4条 「正確な状況把握」は対応の成否を決する。

(広報企画・報道グループに相談)

第5条 迷ったときの広報企画・報道グループ！お役に立ちます。

(発表方法の調整)

第6条 記者発表方法は如何に？「会見」が原則です。

(記者発表準備)

第7条 求められるのは正確でスピーディな発表。

(会見対応)

第8条 事実を簡潔・明確に。

(取材対応)

第9条 記者は締切りとの競争。窓口は複数とし、待たせない。

(記者発表後の発表内容等の整理・記録・報告)

第10条 一連の記録は明日の信頼回復のため。

(日常の事故防止体制整備・緊急連絡網整備が前提。)

附 則 日ごろの準備がものをいう。緊急連絡網や非常時マニュアル作成。

<令和4年4月改定版>