

広報戦略に係る「広報の軸」

広報戦略に係る「広報の軸」

<課題>

- ・ 「見られる広報」の実現

<広報の軸とは>

- ・ 広報を行う際に職員が常に意識すべき広報の心得。
- ・ 来年度以降、「神奈川県広報改革プロジェクトチーム（仮称）」を結成し、庁内にインナーブランディングの手法によって、浸透させていく。

案1:

3秒でつかめ！県民の心

情報の受け手である県民の「心」をつかむことが、
「見てもらえ」かつ「一歩行動に踏み出せる」情報発信につながることを表現。
スローガンのような語調で一体感と積極的な広報マインドを醸成する。

別案：3秒でつかめ！秒速広報

3秒でつかめ！旬速広報

案2:

パッと伝わる広報

加速する情報社会を踏まえ「3秒で伝わるデザイン」の「3秒」を3秒に限定しない表現にし「デザイン」をSNSや動画も含む汎用的なワードにアップデートした案。
伝わることを「刺さる」と今っぽくかつ少々刺激的に表現。

別案：秒速で伝わる広報

案3:

瞬速広報

もっとシンプルに

短いネーミングに短いコピーを付けた案。短いコピーは省略しても。

新鮮な情報をパッと伝わるように発信する広報を、「瞬速」で表現。

「シンプル」という言葉を入れることにより、「3秒で伝わるデザイン」も表現。

案4:

ピンとくる広報

「ビビッとくる」と「ビビット（鮮やかな、鮮明な）」をかけたワードで
一目で伝わる情報発信を簡潔に表現。

なんとなくから、 心をつかむ広報へ

漫然とした情報発信ではなく、受け手の立場に立って考え情報に血を通わせることが
「見てもらえ」かつ受け手が「行動に踏み出せる」広報につながることを喚起。

AIの進出やフェイクニュースの氾濫など機械的な情報が蔓延するなかで
人の心の重みや創造性を強調する案。