
令和 6 年度第 1 回 神奈川県広報戦略検討委員会

知事室広報企画・報道グループ
R7.1.24

～本日ご議論いただきたい内容～

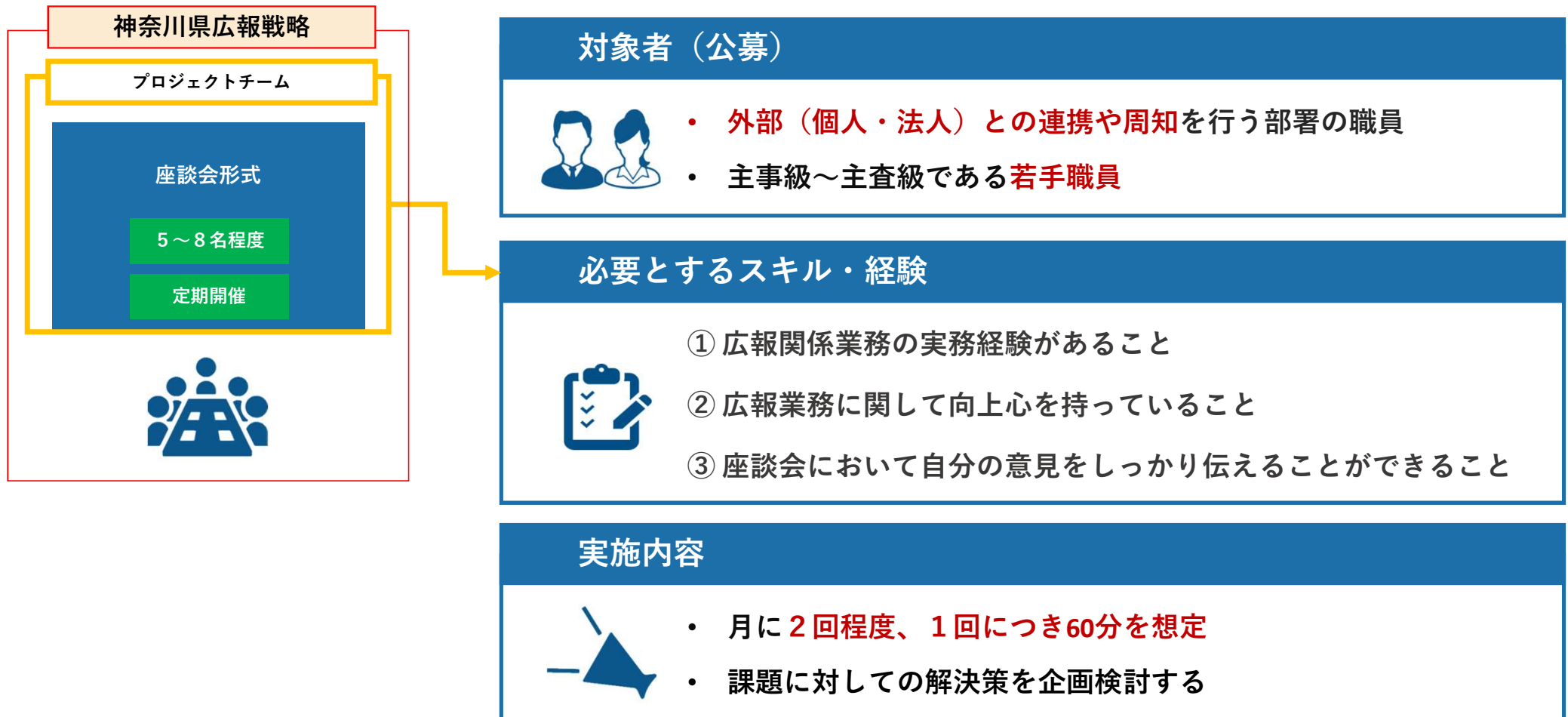
(1) 令和7年度の施策展開に向けた アドバイス アイデア

神奈川県広報戦略を基に進めてきた施策等を踏まえ、令和7年度の施策展開に向け、①「伝わる広報」を戦略的に仕掛ける、②「興味・関心」を持ってもらう、③誰かに教えたいと思ってもらう、の3点を重点としたアドバイス・アイデアをご教授いただきたい。

(2) K P I の修正について

1 令和6年度実施・検討している各施策

1-1-1 プロジェクトチームの組成（7名）



1 - 1 - 2 本PTによる広報戦略の実施案



広報コンクールの実施

組織全体で意識をする



デザイン事例集の拡充

デザインのイメージを掴む

相談できる気軽さとハードルを下げるために、



広報簡易相談窓口

を設置



素材の集め方指南書

素材収集の参考とする



広報実技研修の導入

実技による経験を積む

1 - 2 広報簡易相談窓口の設置

目的：一番伝えたい相手・コトは何なのか、意識できるようにアドバイスを実施

各グループへの円滑な接続と負担軽減へ

イメージ

・チラシを作ろうと思って...
「これだったらチラシより動画のほうが効果があるのでは...?」

各課より

チラシ



テレビ・ラジオ



SNS



動画



webサイト



どの広報媒体か
不確定でも対応

どの広報媒体が有効か・各グループへの円滑な接続



広報簡易
相談窓口

- ・ 内容ヒアリング
- ・ どの媒体が有効か
- ・ イメージの調整
- ・ 3秒デザイン説明
- ・ 各Gへの案内
- ・ 各G相談時の注意点

広報企画が担当

イメージ

・ 子どもや若者向けのイベントをやるのだけど...
「SNSやwebサイトをうまく使ってみたらどうでしょう...?」

相談を受けて...

3秒で伝わる
デザイン理解

広報媒体
の確定

STEP1

各Gへの
案内

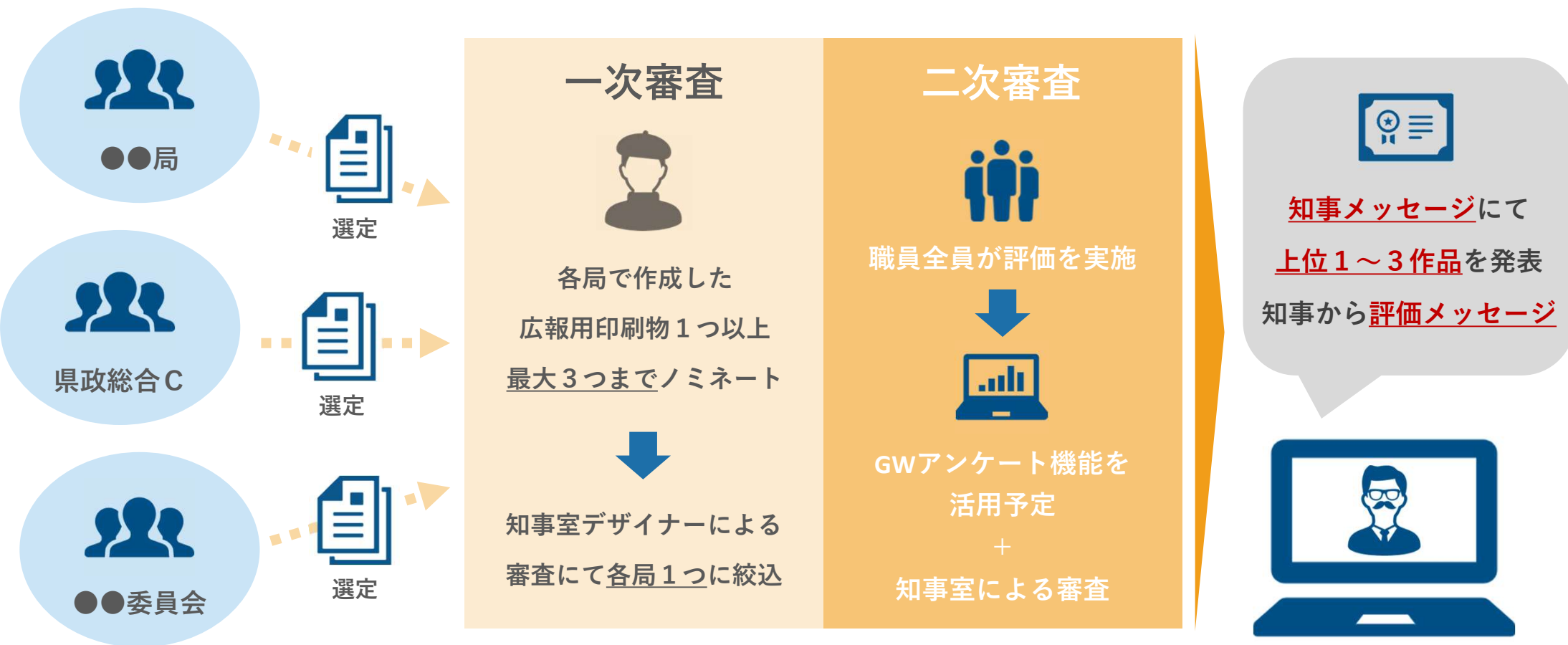
イメージ
の共有

STEP2

双方の負担が
軽減できるよう...

1-3 庁内広報コンクールの実施

目的： 庁内の広報物を客観的に評価することで、職員の広報意識を醸成



広報の意識付けや重要性などを醸成

1-4 デザイン事例集の拡充

県民スポーツ月間:ポスター&チラシ



ポイント 各チームから提供いただいた動きのある写真を使って躍動感を

目的: ポスターやチラシ等の広報物を制作
する上でヒントになるように

団地コーラス発表会:ポスター



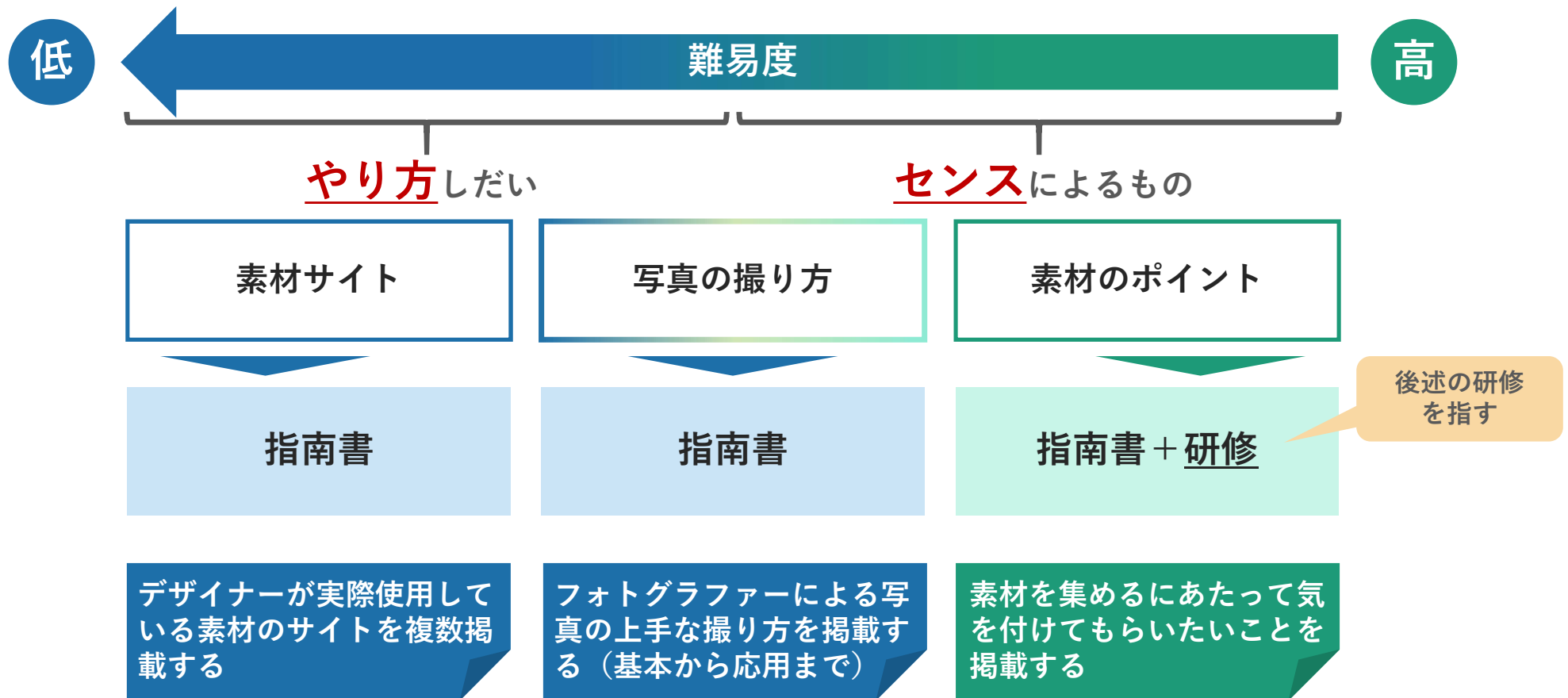
ポイント 団地のイラストを背景に音符を配置することで
ビジュアルでイベント内容をストレートに伝える

イベント、募集など
各カテゴリごとに整理

1 - 5 広報物の素材の集め方指南書

目的：効果的に広報をする上でより良い
広報物を計画的に制作してもらう

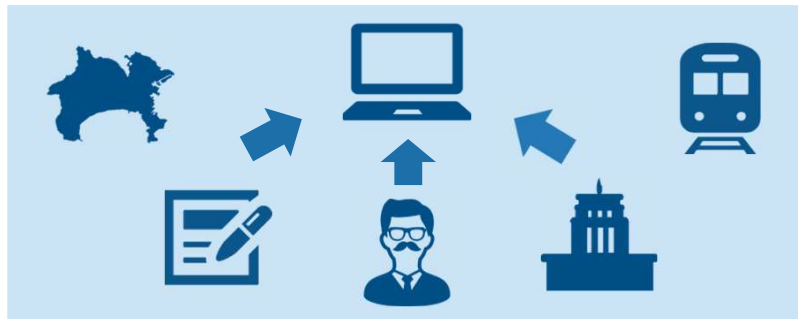
事前に広報に関連した素材を集める意識をしておく必要がある



1 - 6 広報実技研修の導入

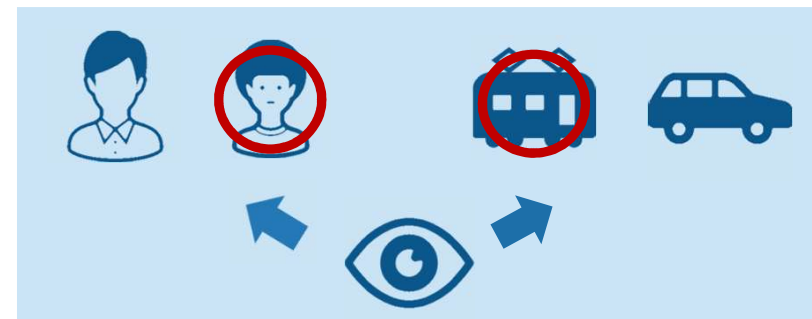
目的：実技研修を通して制作の経験を培い
広報技術の向上を目指す

写真・文章などの配置



いくつかの素材を「福笑い」的な要素で
バランス良く、見栄え良く配置を行う

被写体の選定



実施内容ごとにどちらの被写体が良いか
など被写体を選定する能力を養う



デザイナーが講評

良かった点を中心に改善点等も説明してもらう

1-7-1 かながわ キンタロウ の積極的活用

目的：キンタロウをきっかけに県の施策や
事業に興味を持ってもらう



神奈川県公式のP Rキャラクター（H24年6月～）

- ・ 趣味：相撲・川遊び・ドライブ
- ・ 夢：神奈川県知事になること（なんてね）



「かなチャンTV」でのワンシーン

○ これまでの活躍の場

活用
1

県庁内各課へ着ぐるみを貸し出し
イベントや展示会などで県施策のP R

活用
2

庁内外へイラストの使用許可を行い
パンフレットや商品のラベルに活用

活用
3

県公式YouTube「かなチャンTV」に出演し
県施策を分かりやすく楽しくお知らせ

1 - 7 - 2 Instagramの開設

☆ R 6 年 6 月 3 日にキンタロウのInstagramを開設しました☆

○原則、土日祝日除いて毎日更新

○キンタロウの日常やダンス、県施策の紹介などを投稿しています



1-7-3 かなちゃんTVへの露出増加



県の公式YouTubeチャンネル

- ・登録者約4.9万人、投稿動画約3,000本
- ・県の施策を中心に動画を展開
- ・知事室作成の動画や各課作成の動画を投稿



1－8－1 民間企業との連携①

目的： 企業との連携により県の施策や事業が
県民の目に触れる機会を増やしていく

いいじゃん！ かながわフェア

地産地消の推進や神奈川県の魅力発信の観点から
県産食材を使用した商品などを販売



1－8－2 民間企業との連携②

「かなチャンTV」連携動画

神奈川県産の食材を使用した給食を調理から届けて食べるまでを動画化



2 令和7年度の施策展開に向けて

2 - 1 KPIの進捗状況

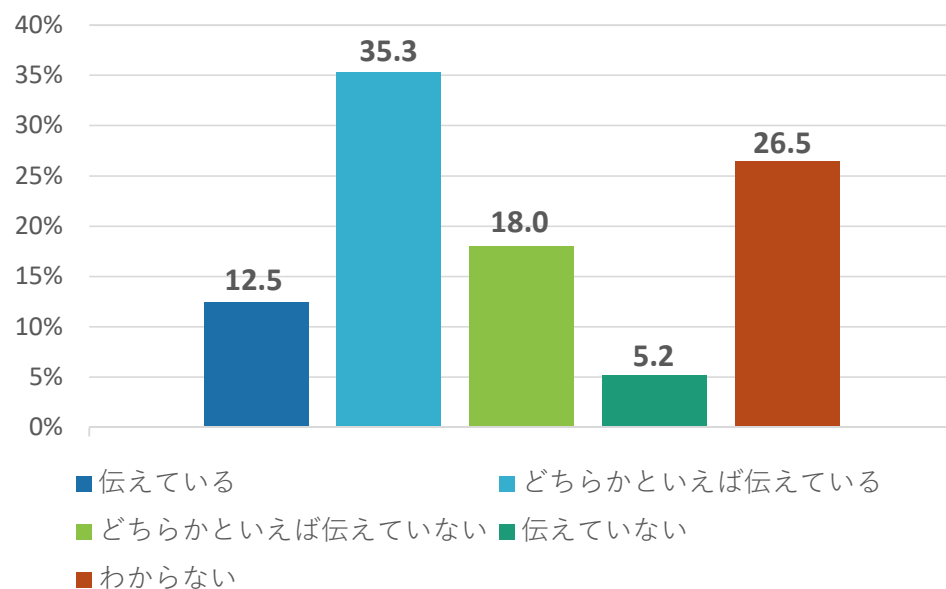
項目	指標	2023年度	2024年度	目標：2027年度
広報の伝達度	「伝えている」と 「どちらかといえば伝えている」 の計	47.8%	51.6%	60%
デジタル広報 の強化	県公式X（旧Twitter） 「神奈川県庁広報」	・ インプレッション数 5,985,074（推計） 5,300,916（実績） ・ いいね数 16,036（推計） 11,477（実績）	（R6.12.31現在） ・ インプレッション数 2,267,395（実績） ・ いいね数 8,580（実績）	・ インプレッション数 7,182,088 ・ いいね数 19,243
	県YouTubeチャンネル 「かなチャンTV」	・ 視聴回数 4,246,800（推計） 5,535,450（実績） ・ 高評価数 （修正前） 3,416（推計） <u>（修正後） 16,728（推計）</u>	（R6.12.31現在） ・ 視聴回数 5,967,059（実績） ・ 高評価数 8,282（実績）	・ 視聴回数 5,096,160 ・ 高評価数 （修正前） 4,099 <u>（修正後） 20,073</u>
広報マインド の醸成	庁内における広報マインド の認知度 （3秒で伝わるデザインの庁内認知度）	51.7%	R7.2～3 実施予定	80%

(参考) 県広報の現状①

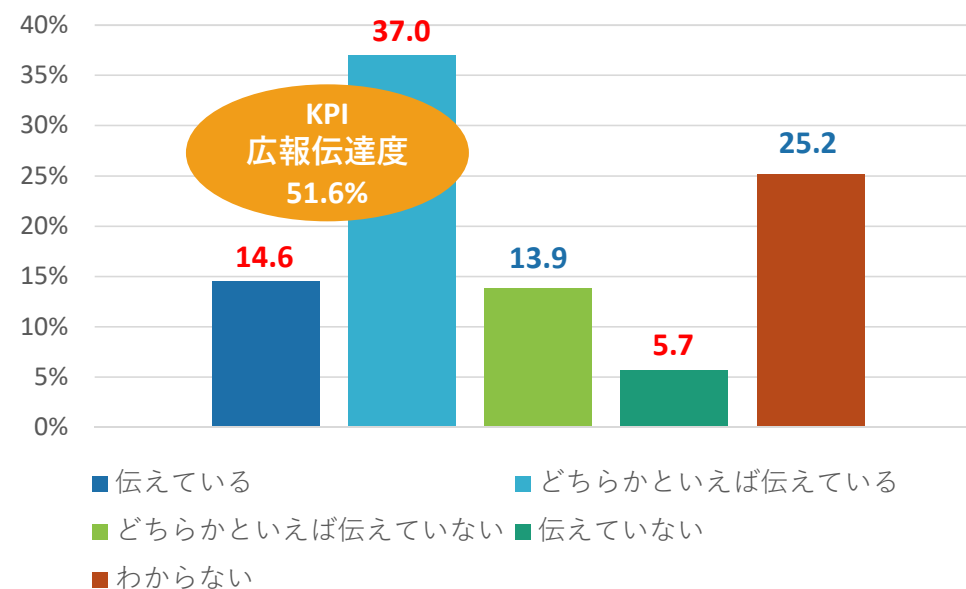
※神奈川県県民ニーズ調査

県は県政情報を伝えているか？

令和 5 年度



令和 6 年度



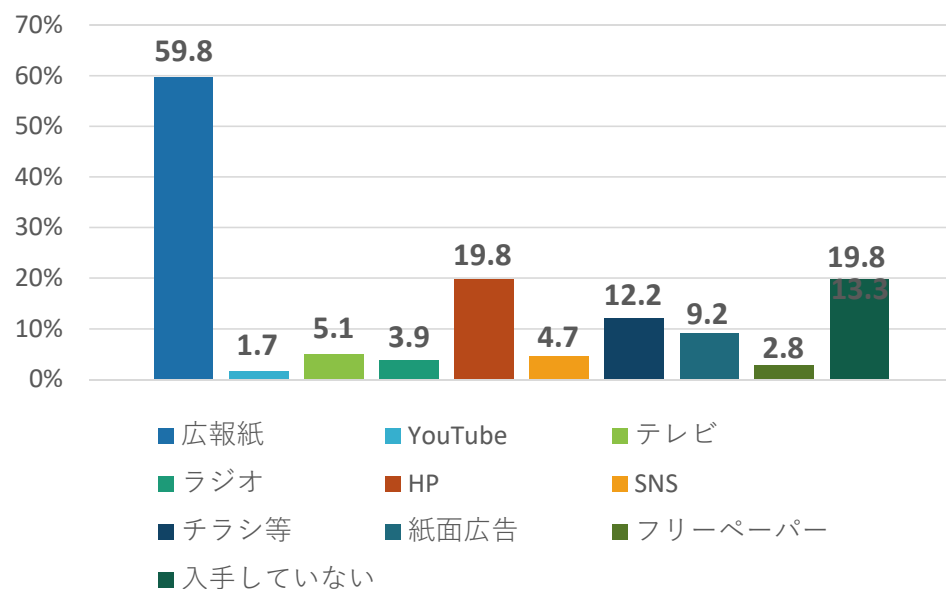
・ 令和 6 年度調査にて「伝えている + どちらかといえば伝えている」が過半数を超えた

(参考) 県広報の現状②

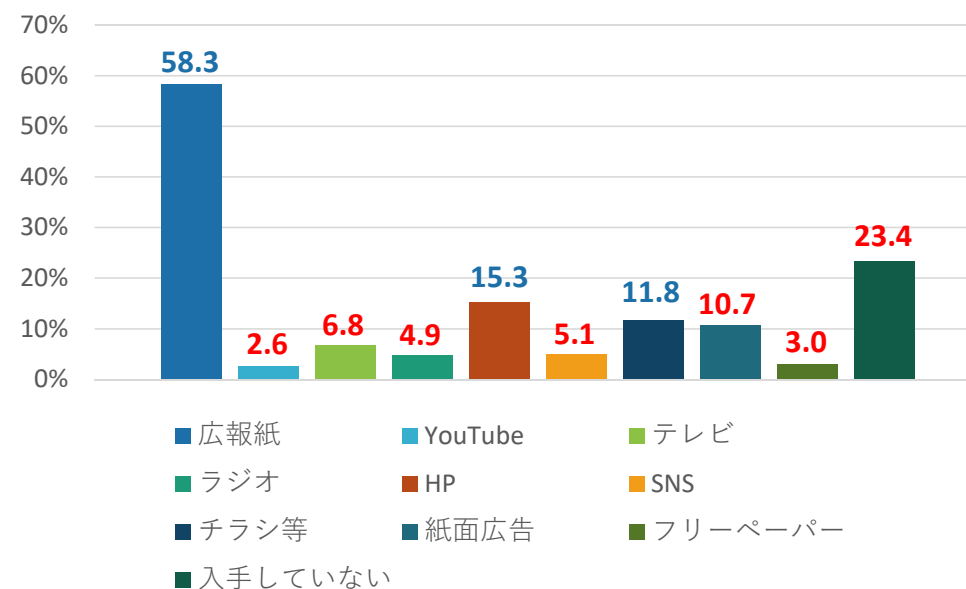
※神奈川県県民ニーズ調査

県政の情報をどこから入手しているか？

令和5年度



令和6年度



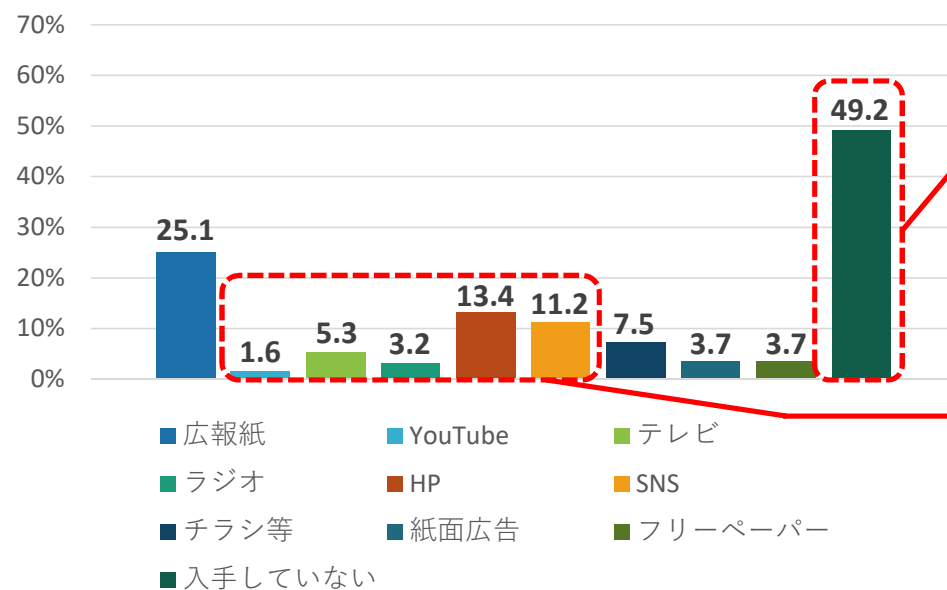
・ 県の広報紙「県のたより」が最も多く、入手先に偏りがある

(参考) 県広報の現状③

※神奈川県県民ニーズ調査

県政の情報をどこから入手しているか？

30歳代以下



半数程度が県広報媒体から
情報を得ていない

デジタル広報からの情報収集も低調

2-2 令和6年度を振り返ってみて

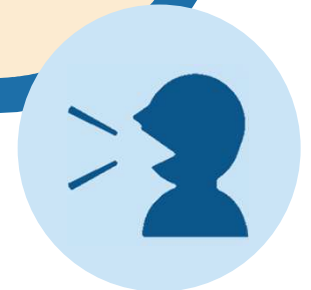


「伝わる広報」
を戦略的に仕掛ける

- ・ 重点施策など、県として知らせたいことをもっと多くの県民へ伝えたい
- ・ YouTubeやXなど、県のデジタル広報を県民に浸透させたい
- ・ 若年層へ県政情報を届けたい
- ・ 興味や関心を引き付ける、民間企業と連携した広報を強化したい
- ・ SNSについて、もっといいねや高評価、共有をしてもらいたい



「興味・関心」
を持ってもらう



「誰かに教えたい」
と思ってもらう

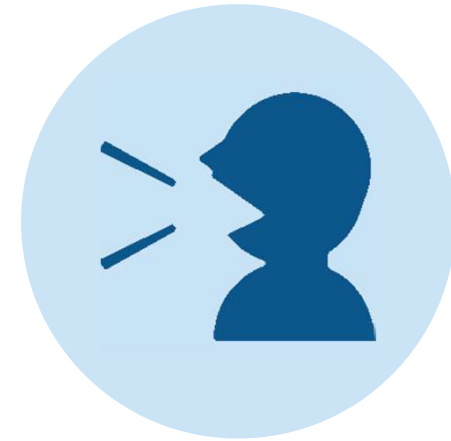
2－3 令和7年度の施策展開に向けて



「伝わる広報」
を戦略的に仕掛ける



「興味・関心」
を持ってもらう



「誰かに教えたい」
と思ってもらう

～神奈川県広報戦略～

もっと多くの
県民の皆様に



必要な情報を
届けたい