



北海道戦略広報基本方針

自治体広報戦略レビュー

2016/7/25

株式会社 タンシキ

代表取締役 秋山和久

自治体広報戦略レビュー

広報・コミュニケーション活動のコンサルティングを行う株式会社タンシキが発行する『自治体広報戦略レビュー』（不定期発行）は、自治体の広報戦略や広報方針、アクションプラン等について、その内容を、デスク調査の範囲で自治体ごとにレビューしたものです。

ほとんどの自治体は広報の専門部署を設けていますが、広報戦略や広報方針、アクションプランを策定していない自治体も多くあります。多くの自治体の「総合計画」等では広報の重要性が指摘されており、現在、広報戦略等を策定しない自治体も、今後は、広報戦略や方針、アクションプランの策定が具体化していくことでしょう。

広報活動は、組織が抱える問題を解決するものでなければいけません。自治体の場合は、その地域が抱える問題と、解決の基本的なアプローチは総合計画に示されています。このため、『自治体広報戦略レビュー』では、総合計画と広報活動が紐付いて、地域が抱え

る課題を解決するものとなっているのか、都道府県の広報戦略等の内容を丁寧に分析しています。

新たに広報戦略を策定する場合、本資料によって、他の自治体の事例研究に充てる時間を短縮できるはずです。広報戦略等の見直しを検討している自治体においては、改善のヒントを得られることでしょう。自治体に限らず、大学や病院、あるいは民間企業でも、広報戦略等の策定を検討する際には、学ぶべき点、注意すべき点の確認を進めやすくなるでしょう。

ご覧いただくすべての方にとって、本資料が有益なものとなり、社会・産業の発展に多少なりとも貢献するものとなるよう、願っています。

株式会社 タンシキ
代表取締役 秋山和久

=====

当面は、都道府県に絞って、北からレビューを進めてまいります。このため、今回は、北海道の「北海道戦略広報基本方針」を取り上げています。

北海道戦略広報基本方針

概要

北海道戦略広報基本方針（以下、「基本方針」）は、平成26年度から平成28年度を対象とした、北海道の広報活動の基本方針です。北海道では平成23年度から平成25年度までを対象とする「北海道戦略広報展開方針」（以下、展開方針）を策定しており、基本方針はこれを受け継ぐものと位置づけられています。

基本方針では、従来の展開方針から戦略広報を継続することとして、目指す姿と基本戦略を以下のように設定しています。

北海道戦略広報基本方針

〈目指す姿〉

「道民の理解と協働に基づく戦略広報の展開による
北海道価値を活かした地域・経済の活性化」

〈基本戦略〉

- 1 北海道価値の効果的な発信
- 2 道民の理解と協働によるコミュニケーション広報の推進
- 3 民間企業などとの協働による広報の推進
- 4 広報活動を支えるマネジメント機能の充実

ここで核となっているのは「北海道価値」です。北海道価値とは、平成20年3月策定の「新・北海道総合計画」で示された、北海道の独自の価値のことです。基本方針では同計画の抜粋として、以下の10項目を示しています。

〈北海道価値〉

※新・北海道総合計画

- ・地理的優位性
- ・冬・雪・冷涼
- ・広大な土地資源と3つの海
- ・優れた自然環境
- ・豊かな水と森林
- ・高い食料供給力
- ・多様なエネルギー資源
- ・多様性に富む地域
- ・独自の歴史・文化
- ・フロンティア精神と寛容な気質

北海道価値が変わってる？

ところが、平成28年3月に新たな「北海道総合計画」が策定され、北海道価値はいくつか変更されています。北海道価値が核となっていることは間違いありませんが、この変更は基本方針に反映されて

北海道戦略広報基本方針

いません。

〈多様な北海道の価値と様々な強み〉※北海道総合計画

- ・魅力となる雪や寒さ
- ・アジア・ロシア極東との近さなど地理的優位性
- ・厳しい自然条件などのもとで培われた優れた技術
- ・優れた自然環境・豊かな水資源と森林
- ・広大な土地・3つの海を背景とした高い食料供給力
- ・豊富で多様なエネルギー資源
- ・多様性に富む地域
- ・独自の歴史・文化

このように、基本方針の基盤となる総合計画の北海道価値が見直されている一方で、基本方針の軌道修正を図ろうとする動きはなさそうです。北海道では「広報広聴推進会議」を設置し、道民の意向を反映して道の広報活動を委嘱された委員が協議することとしています。この推進会議は平成28年6月に開催されています。会議録を確認すると、委員の変更もあったた

め、改めて基本方針について説明がなされていますが、北海道価値の変更については触れられていなかったようです。

北海道価値の要素に大きな変更があったわけではありませんし、基本方針の対象年度の最後の年ということもあり、基本方針そのものを早期に見直すことまでは踏み込まないと判断されていると考えられます。

では、基本戦略の内容についてそれぞれ確認していきましょう。

基本戦略 1

北海道価値の効果的な発信

ここでは大きく以下の3点が示されています。

- ① インターネットの積極的な活用
- ② マスメディアに対する働きかけ
- ③ 道外在住者・外国人に向けた情報発信

③で「道外在住者」と設定されているように、一見すると、①および②は道内在住者がターゲット

北海道戦略広報基本方針

として設定されていると解釈できます。「目指す姿」で、「地域・経済の活性化」がゴールとして設定されていますので、道内の方々に対して、ネットやマスコミを通じて、北海道価値の発信を強化していこうという基本方針の構成ではないかと考えられる内容です。

ところが、「①インターネットの積極的な活用」の概要説明では「（略）インターネットを積極的に活用し、道政情報や北海道ならではの魅力を、各部局・振興局や市町村などと連携しながら、道内外に発信していきます」と、「道外」も対象と含まれています。

同じように、「②マスメディアに対する働きかけ」でも、「道内はもとより首都圏等の出版社・放送局等に対し、各部局・振興局や市町村などと連携しながら（以下略）」とあり、道外も対象となっています。

この基本戦略1では、手法に関する方針である①②と並列する形

で、③の道外在住者・外国人というターゲットの説明がされているために、読み手が混乱するものとなっています。

また、①②ともに「各部局・振興局や市町村などと連携しながら」と記載されているように、この基本方針は、広報広聴課の分掌業務の範囲内での基本方針であり、北海道としての戦略広報の基本方針まで昇華できていないものであることが確認できます。

北海道では、基本方針とは別に、「取組計画表」を作成し、具体的な取組の計画と、目標数値の設定が可能なものは目標設定をして、公開しています。

基本戦略1に係るものでは、たとえば①インターネットの積極的な活用で言えば、アクセス数やコンテンツ数などが挙げられています。個々の取組に対する目標は挙げられていますが、できれば、北海道価値が道内・道外でどれぐら

北海道戦略広報基本方針

い認知されているのか、それに共感をしているのか、目指す姿で設定されていた活性化にまでつながっている（と認識している）のかどうかを、基本戦略1の全体としての目標設定がなされ、効果測定をする必要がありそうです。

基本戦略2

道民の理解と協働によるコミュニケーション広報の推進

ここでは、以下の2点が取組として挙げられています。

- ①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用
- ②広報に関する道民意見の把握と反映

基本戦略として示されている言葉「コミュニケーション広報」は、あまり見られないもので、どのような意味で使用しているのか不明確です。これについては、②の「広報に関する道民意見の把握と反映」の中で、「道民の理解と協働による双方向型のコミュニケー

ション広報」と記載されていますが、「広報」は組織とステークホルダーとの関係性を構築しようとする活動ですので、コミュニケーションとほぼ同義であり、本来は双方向性を前提とすべきものです。ここでは、自治体広報の特徴である「お知らせ広報」が前提になってしまい、広報は一方通行のものであるという理解が出発点になってしまっています。

では、①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用で何が書かれているのかと言えば、「広報紙、新聞紙面広告、テレビ番組などのアナログ系広報ツールと、ネット系広報ツールを相互に補完するなどして、効果的・効率的な広報に努めます」とあります。より詳細な情報を得ようと「取組計画表」を確認すると、広報紙の設置場所の拡大・周知と広報紙の認知度向上が目標として設定されています。ここでは目的が示されておらず、残念ながら、何のために広報をしているのか明確になっていません。おそらく、道民が必要な情報を確

北海道戦略広報基本方針

実に得ることができるように、世代やニーズの違いを踏まえながら広報手段を相互補完していく、という意味と考えられます。

この推測をベースとするのであれば、本来はここで、「道民が必要な情報とは何か」「県として、道民に伝わらないといけない情報とは何か」という定義づけが必要になります。これはまさに総合計画を基にして全庁的な観点で、何を理解してもらい、行動してもらう必要があるのかを明確にするものです。

②の広報に関する道民意見の把握と反映については、以下の3つが取組として設定されています。

- ・ 広報・普及事業に対する広報効果等の把握
- ・ ホームページのユーザビリティ・ウェブアクセシビリティの向上
- ・ 道民意見の反映状況の公表

「取組計画表」でも、上記の3項目がほぼそのまま記載されています。どのような広報効果が適切

なのか、実施したものをどう検証するのか、活動計画レベルまで落とさなければ、この取組そのものの検証も難しいかもしれません。

基本戦略3

民間企業などとの協働による 広報の推進

ここでは「①民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進」のみが示されていますが、基本戦略1、基本戦略2と同様に、手段について記載されているものです。

民間企業と協働することによって具体的に何を認知されやすくなるのか。接点が増えることを目指しているのか、あるいは他のことなのか。手段の採用方針ではなく、考え方や判断の拠り所となる方針であれば、実務上も使い勝手が良いものとなるでしょう。

目標設定についても、民間企業や道民は、どう評価しているのか、それが活性化につながっているのか、といった観点があると、より検証しやすくなるはずです。

北海道戦略広報基本方針

基本戦略4

広報活動を支えるマネジメント機能の充実

ここでは以下の2点が示されています。

- ①広報広聴委員会等の活用
- ②職員の広報マインドの醸成

①は委員会の活用という表題になっていますが、この中では、広報重点テーマを毎年度設けることが示されています。そこで、別の資料「平成28年度 道政広報・広聴推進計画」を確認すると、平成28年度の重点テーマは「暮らし」「食」「人づくり」。これは「北海道創生戦略」や「総合計画」の3つの展開方向に沿って設定されています。

重点テーマが設定されていることは大変すばらしいです。「①広聴広報委員会等の活用」は、他と同様に手段を示しているものです。基本方針である以上は、①は「全庁的な観点での広報重点テーマを設定する」と記載するべきでしょう。

最後に「平成28年度 道政広報・広聴推進計画」の最後にまとめられている活動体系はとても美しく分かりやすいです。

====

「レビュー」としているため、やや厳しい指摘もあるかもしれませんが、広報は、民間企業でも、得てして手段が目的化しがちです。

内容を丁寧にレビューしていくと、全体的に以下の点を指摘できます。

総括

- 1) 新たな総合計画に適合する道としての全庁的な広報戦略が別途、必要ではないか
- 2) 基本方針は、手段と目的が不明確な部分が見られるため、次期方針の策定時には手段が目的化しないよう、業務の判断基準となる基本方針とするよう、抜本的な改訂が必要ではないか