

# 道路局戦略広報の取組について

平成29年1月19日

静岡県 交通基盤部 道路局 道路企画課

しずおか×みち **一番**

いっしょに、未来の地域づくり。New Public Engineering for SHIZUOKA

静岡県交通基盤部

# 目次

- 1 戦略広報の目的
- 2 既往課題と主な取組
- 3 特に意識している点
- 4 取組紹介（HP再構成、イベント等）
- 5 広報実績とその効果
- 6 今後の課題・予定



# 1 戦略広報の目的

戦略広報について、交通基盤部の方針のもと、道路局独自の戦略的な広報活動展開を図るため、以下の目的を掲げ、広報活動に取り組んでいる。

## 交通基盤部

県民の事業理解の向上

建設業イメージアップ

## 道路局

1. 県民の事業認知の向上
2. 土木イメージアップ
3. シビックプライドの醸成

※シビックプライドとは、“自分の住んでいる、働いている都市に対し持つ、誇りや愛着”をいう。積極的に都市に関わっているという意識を持つこと。



## 2 既往課題と主な取組

- これまでも、道路局では積極的な広報活動に注力してきたが、広報体制及び内容に以下のような課題があった。
- これらの課題を踏まえ、過年度の取組を見直し、若手職員を中心とする“戦略広報チーム”を編成し、今年度は主に5つの取組を実施した。

課題	主な取組
1 <b>「わかりやすさ」の作業ルールが不明瞭</b> 個々に資料作成をしていたため、統一感や見る側の分かり易さへの配慮に欠けていた	<b>記者提供資料・HP・SNSマニュアル作成</b>
2 <b>情報の散在(事務所別HP、課別HP)</b> HPがわかりにくかったため、新規ユーザー・リピーター獲得に結び付きにくかった	<b>HP再構成</b>
3 <b>HPの低頻度更新・更新遅延</b> 更新が滞っているページが多かったため、情報の信頼度に影響を与えていた	<b>HP・SNSの月2回更新</b>
4 <b>広聴機会が少ない</b> 広聴機会はあったが、得られた意見を定量的に評価できなかった	<b>イベント時アンケート調査の実施</b>
5 <b>定量的な取組評価指標なし</b> 広報効果検証の指標や目標値がなかったため、課題把握ができなかった	<b>評価指標目標値の設定 (記者提供掲載率、HPページビュー数等)</b>



# 3 特に意識している点

道路局戦略広報の取組において、下記4点を意識し企画・実施している。

## ファン層の厚みを増す工夫

新規ユーザー（無関心層）とリピーター（関心層）それぞれの確保を狙う取組を企画

## 持続性を重視

戦略広報チームを編成することで、一担当者だけに任せず、組織全体による広報体制を確保するとともに、広報マインドの醸成を図る。  
また、作業負担・コスト軽減にも配慮。

## 局内意識統一

毎年度、道路局広報マニュアル、「道路局戦略広報のススメ」を作成し、当該年度における目的や年間計画を共有し、広報活動への意識統一を図る。

## フィードバックできる仕組み

まずは、できることに積極的に挑戦する。その取組を見直せるようアンケートやチーム打合せ等、広報効果を把握し、改善する仕組みを確保。



# 4 取組紹介 (SNSマニュアル作成)

- 県民に広く情報が届くよう、ハッシュタグの設定・文字表現等の運用ルールを定め、誰でも情報発信ができるようにした
  - 掲載内容には、道路事業に関心のない人の目にもとまるよう、アカウント名・画像投稿を工夫
- ※ハッシュタグとは、ツイートにカテゴリをつけて検索しやすくするため、ツイートに「#〇〇」と入れるタグのこと。



アカウント名も今年度より設定したキーフレーズに。

検索ヒット件数をふやすために、ハッシュタグを設定

目に留まりやすいよう、画像を投稿



道路局Twitterホーム画面

しずおか×みち

# 4 取組紹介 (HP再構成)

- HPを県民が利用しやすいよう、構成・デザイン・文字表現等を見直し、運用ルールを定めた
- 掲載内容には、道路事業に関心のない人々にも関心を持っていただけるようなコーナーを新設

改善前



トップアイコンを  
県民目線の表現に。



道路局HPはこちら↑

道路局HPトップ

しずおか×みち

SNSとの連携を図り、情報を拡散しやすく。

職員インタビュー！(鈴木主事)



Q. 県庁を選んだ理由は？

私が県庁を選んだ理由は、様々な分野の仕事に携わることができると思ったからです。  
現在は土木系の部署に配属されていますが、もともと大学では日本文学を専攻し、一般行政職として入庁しました。土木はもちろん、道路事業とは全く縁がなかったので、はじめてだらけの日々を送っています。戸惑うこともありますが、新しいことに取り組む機会をたくさんいただけるという点が県庁の魅力だと思いました。

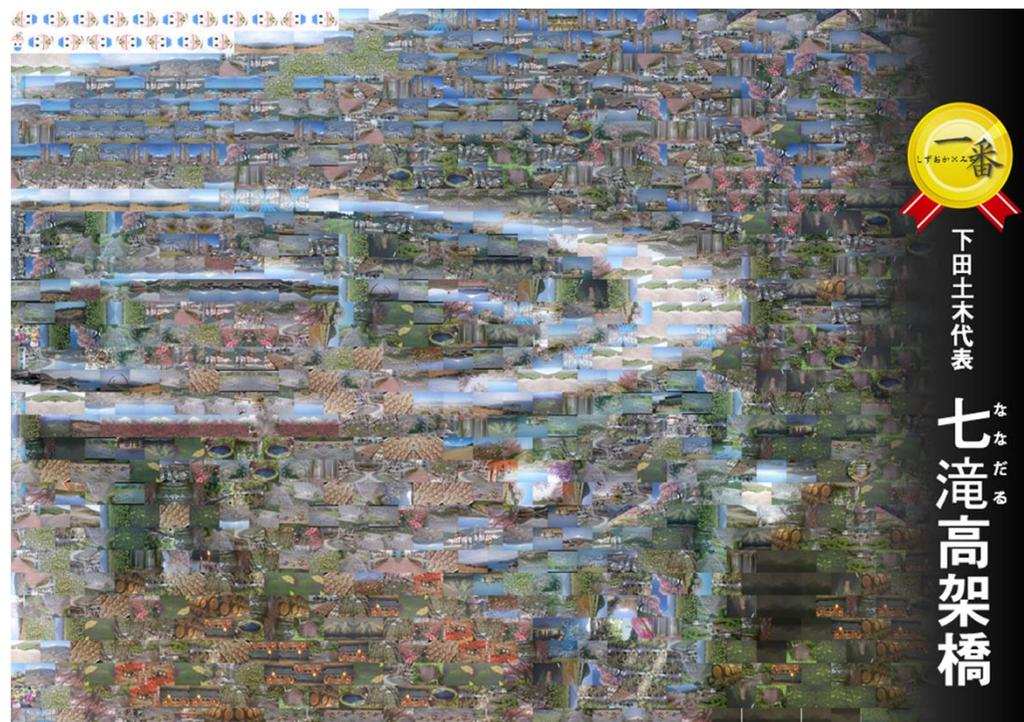
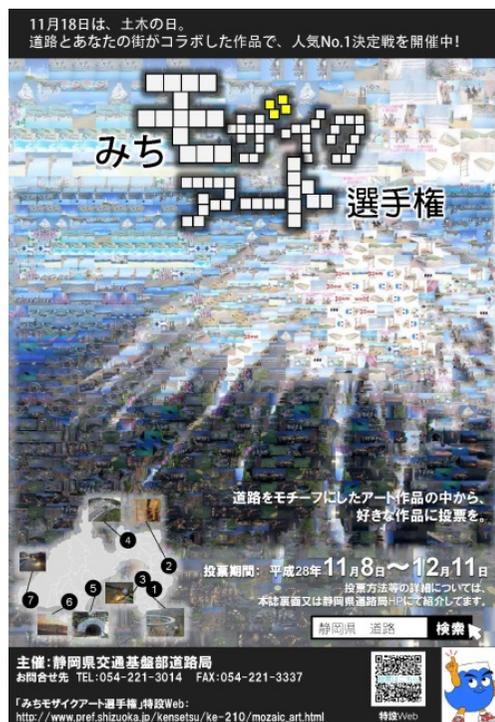
Q. 仕事で“おもしろさ”を感じる場所は？

毎日が勉強で、自分の成長を感じられるところです。私は主に経理と総務の仕事を担当しています。入庁しての4月当初は右も左もわからず、事務処理の仕方にしても不安で局内職員からの問い合わせにも十分に答えることができませんでした。しかし半年経った今、まだまだ勉強中ですが、答えられることも増えてきています。

県民が親しみやすい話題コーナーを設置

# 4 取組紹介 (イベント)

- 土木の日に合わせて、道路事業に意外性を持たせた「みちモザイクアート選手権」を企画した。
- 無関心層の注意も引けるよう、写真ではなくモザイクアートを題材にした。
- さらに投票による参加型イベントとすることで、参加者に主体者意識をもち参加していただける。



【概要】道路事業をテーマとした土木事務所毎計7つのモザイクアートを作成・展示し、県民投票により人気No.1作品を決定するイベント。作品は、市町の写真を組み合わせ、地域を支える道路を表現している。

【投票方法】・展示場での直接投票とWeb投票を平成28年11月8～12月11日に実施。  
・展示を静大祭、県庁庁舎内で実施した他、JR静岡駅にてPR活動も行った。

【結果】総投票数は643人と、多くの方が参加。



# 4 取組紹介 (アンケート調査)

- 一般人参加が多いイベント・会議等では、アンケート調査を実施した。
- これにより、効率的・定量的に民意を把握し、取組を見直すことができる仕組みを確保した。

所要時間：3分 記入日：平成 年 月 日

### 静岡県内の道路に関するアンケート調査

今後の静岡県の道路局広報並びにみちづくりの方向性等を検討することを目的としたアンケートです。  
以下、該当項目に○をつけてください。なお、本アンケート結果を当目的以外に使用することはありません。

基本情報	
性別	男・女
年齢	10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代以上
家族構成	単身 夫婦のみ 2世代(子・親) 3世代(子&孫/親&子) その他
職業	会社員 公務員 自営業 パート・アルバイト 学生 家事専業 その他
業種	農林漁業 建設業 製造業 電気・ガス・熱供給・水道業 学術研究 運輸・郵便業 卸売・小売業 金融・保険業 不動産業 生活関連サービス業 教育・学習支援 医療・福祉 情報通信業 公務 放送・広告・出版業 その他
居住地	( )都道府県 ( )市区町村 居住年数 年

### 道路の広報

Q1 静岡県の道路全般に関する情報を、どこから得ていますか？ ※該当するものすべてに○

1. Twitter 2. 静岡県HP 3. その他HP( )  
4. 新聞 5. TV 6. ラジオ 7. 雑誌  
8. 広報誌 9. 路上看板 ※標識を除く 10. 工事現場の掲示 11. 家族・知人  
12. パンフレット・ポスター(配架先: ) 13. 問合せ(問合せ先: )

Q2 静岡県道路局ホームページに、どのくらいの頻度でアクセスしますか？

1. 全くない 2. 今までに数回(必要なときだけ) 3. 年に数回 4. 月に数回 5. 週に数回 6. ほぼ毎日

Q3 静岡県の道路情報の発信は、充実していると思いますか？

そう思う ややそう思う どちらとも言えない あまり思わない 思わない

Q4 静岡県の道路情報について、充実していると思うことは？ ※該当するものすべてに○

1. 交通情報(規制、渋滞等) 2. 現在の道路計画 3. これからの道路計画 4. 事業の概要・必要性  
5. 県職員と直接意見交換できる機会 6. イベント 7. 審議会・協議会  
8. コラム(富士山ビュースポット、県内道路は何km等) 9. 職員・業務紹介 その他( )

Q5 静岡県の道路情報について、もっと知りたいことは？ ※該当するものすべてに○

1. 交通情報(規制、渋滞等) 2. 現在の道路計画 3. これからの道路計画 4. 事業の概要・必要性  
5. 県職員と直接意見交換できる機会 6. イベント 7. 審議会・協議会  
8. コラム(富士山ビュースポット、県内道路は何km等) 9. 職員・業務紹介 その他( )

裏面につづく

### 県道路行政

Q5 県内道路について、関心があることは何ですか？ 該当するものに○をつけてください。

1. 道路施設の老朽化 2. 災害時に利用される道路の防災対策 3. 通学路の安全対策  
4. 交通事故対策 5. 渋滞対策 6. 高度医療を提供する医療機関までのアクセスの良さ  
7. 長距離移動(県外等)時の道路網の利便性 8. 中距離移動(隣町等)時の道路網の利便性  
9. 高速道路のC間隔距離 10. 道路施設の周辺環境・景観への配慮 11. 道路施設のバリアフリー化  
12. 案内標識のわかりやすさ 13. 道路事業の広報(必要性等) 14. 交通情報(渋滞・事故等)の発信方法  
15. 関心なし

Q6 県内道路の下記項目について、どの程度課題に感じていますか？ 下記課題について、5段階評価してください。

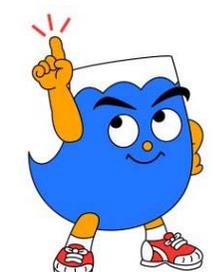
課題	感じる	やや感じる	5段階評価 どちらでもない	あまり感じない	感じない
1. 道路施設の老朽化対策	5	4	3	2	1
2. 災害時に利用される道路の防災対策	5	4	3	2	1
3. 通学路の安全対策	5	4	3	2	1
4. 交通事故対策	5	4	3	2	1
5. 渋滞対策	5	4	3	2	1
6. 高度医療を提供する医療機関までのアクセスの良さ	5	4	3	2	1
7. 長距離移動(県外等)時の道路網の利便性	5	4	3	2	1
8. 中距離移動(隣町等)時の道路網の利便性	5	4	3	2	1
9. 高速道路のC間隔距離	5	4	3	2	1
10. 道路施設の周辺環境・景観への配慮	5	4	3	2	1
11. 道路施設のバリアフリー化	5	4	3	2	1
12. 案内標識のわかりやすさ	5	4	3	2	1
13. 道路事業の広報(必要性等)	5	4	3	2	1
14. 交通情報(渋滞・事故等)の発信方法	5	4	3	2	1
15. その他( )					

自由意見(要望、質問等)

ご協力ありがとうございました。

アンケートに関するお問い合わせ：  
静岡県交通基盤部道路局道路企画課  
電話番号 054-221-3013

HP・Twitterにて、  
県内道路に関する情報配信！  
Twitter ID: shizuoka\_michi  
HPへのアクセスはこちら

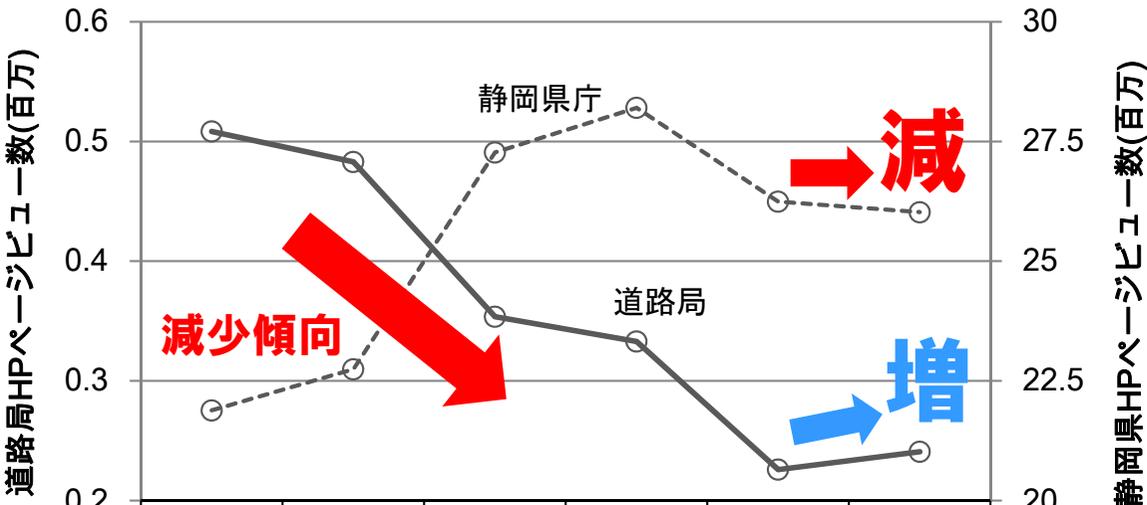


# 5 広報実績及びその効果

- 道路局戦略広報の取組は、業界メディアでも取り上げられ、注目を集めた。
- 評価指標でも、着実に成果をあげ、昨年末までのHPページビュー数は昨年度比約1割増
- 記者提供資料のメディア取上げ率(昨年度比較)は、約77%→約88%と11%も向上した。

※対象期間:各年度4月～12月

静岡県庁HPと道路局HPのページビュー数過去5年間上半期の推移(4～12月分)



	H23	H24	H25	H26	H27	H28
道路局	508448	483006	353650	333011	225959	240918
静岡県庁	21886392	22744499	27273223	28205716	26245919	26025079



静岡県 道路局

**センズの共有を図る 組織で上げる広報力**

意外性と分かりやすさが両輪、民間の知恵も生かす

「驚き」は新しい価値の発見

「組織として以前から「分かりやすさ」を広報の方針に掲げてきたが、具体的な準備は一朝一夕で、担当者の主観的判断によるところが多かった。テーマを設けて情報を分類して示すだけでなく、「視」の「ウ」がより明確になる」(伊藤氏)。

「観しやすさ」も実行継続

同チームの広報活動では、「分か

道路局戦略広報に関する記事が掲載された  
(日経コンストラクション2016/11/28号)

# 6 今後の課題・予定

## 課題

- 戦略的広報の本格的運用は、本年度が初年度のため、組織的な活動・意識としては、まだ定着しておらず、熟度もまだ低い。
- 取組を成功させるためには「持続」と「改善」が必要。

## 予定

- 今年度の取組内容と成果を見直し、今年度中に次年度計画を立案予定。

