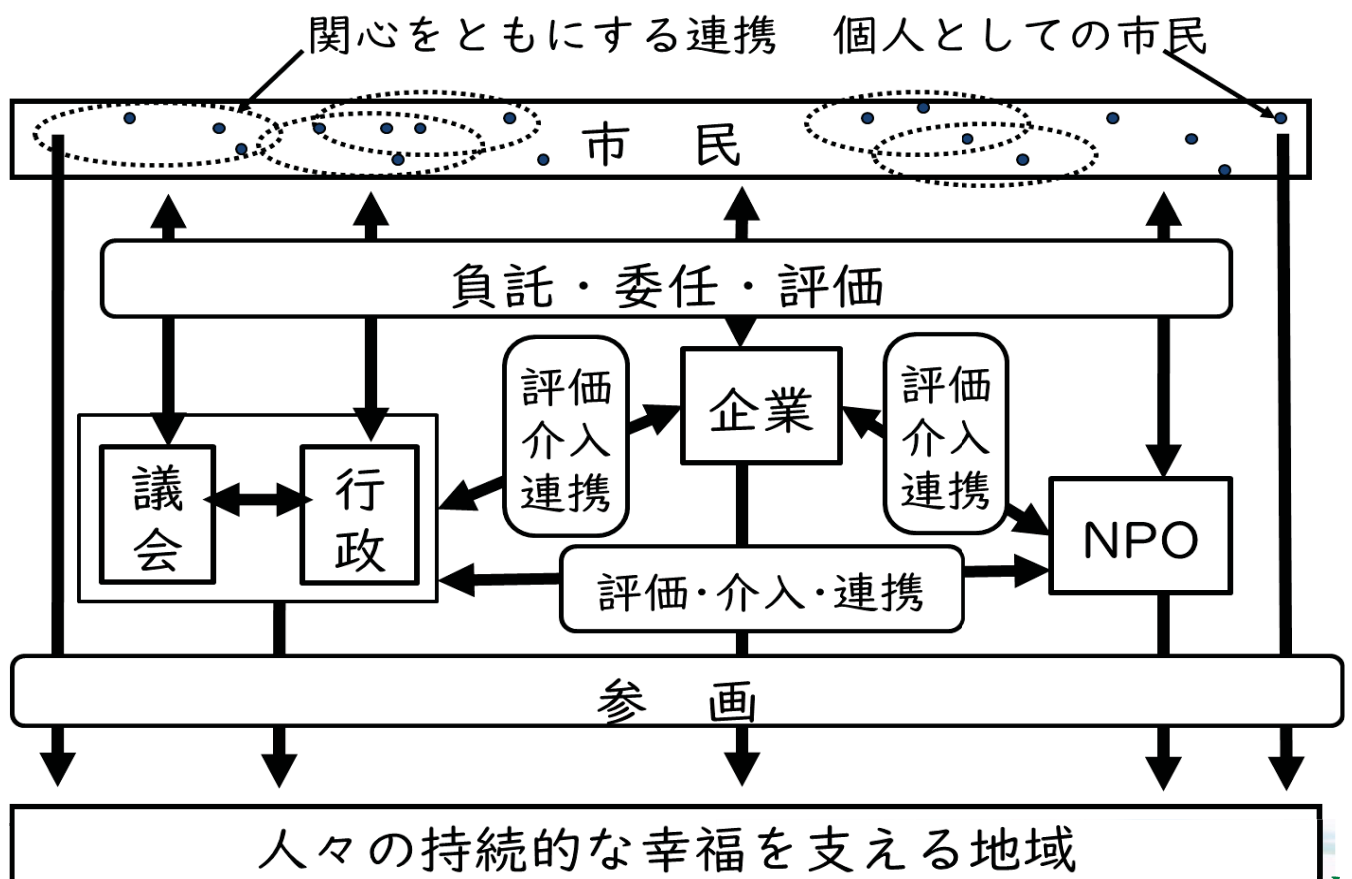


自治体広報に期待されるもの

合同会社公共コミュニケーション研究所CEO
東海大学文化社会学部広報メディア学科客員教授
河井孝仁

KAWAI Takayoshi

前提としての「地域経営」発想



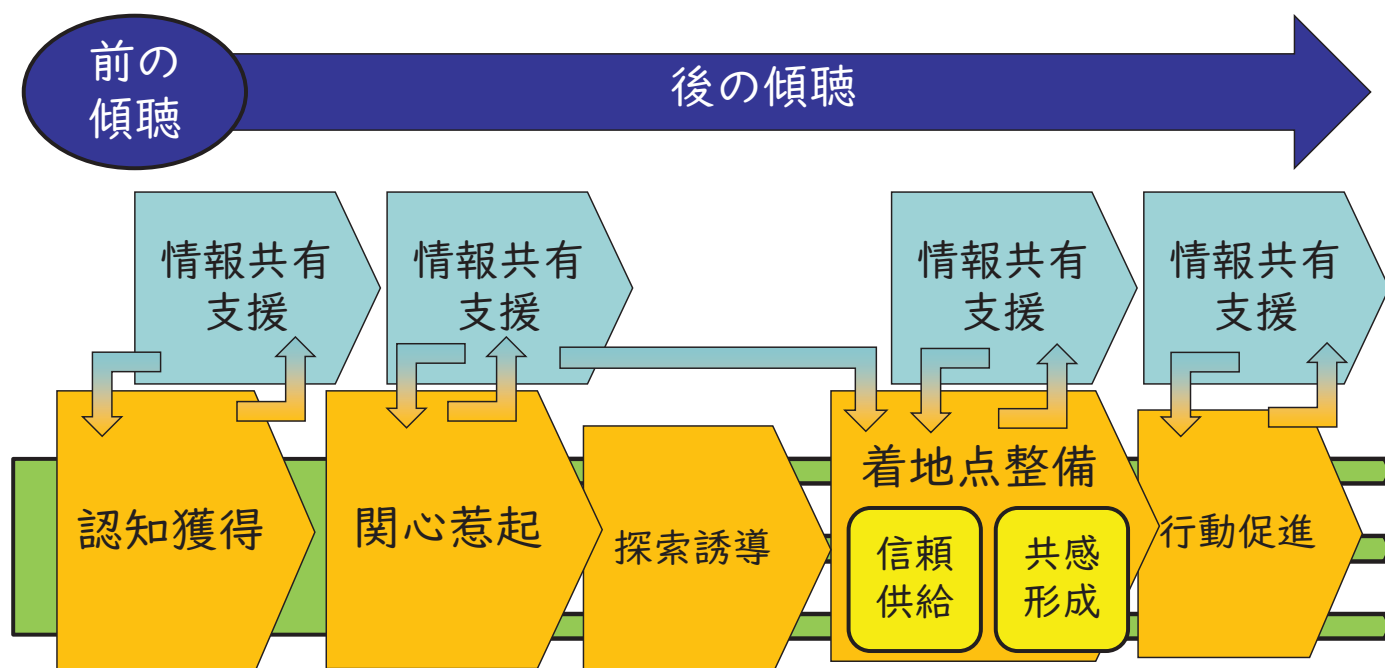
KAWAI Takayoshi

自治体広報の目的

可視化	行政自身を可視化する→ アーカイブ機能	
	地域経営の他の代理人である地域企業・NPOを可視化する	
行動変容	行政サービス広報	行政サービスや行政による規制・制限についての情報を周知し、的確な活用・行動を促す
	政策広報	地域をめぐる現状認識とそれに基づく問題・課題を提起し、参画を促す
	地域広報	地域の持つ多様な資源や施策を地域内外に広く知らせ、市民のプライド醸成、域外者の共感形成に基づく、行動を促す

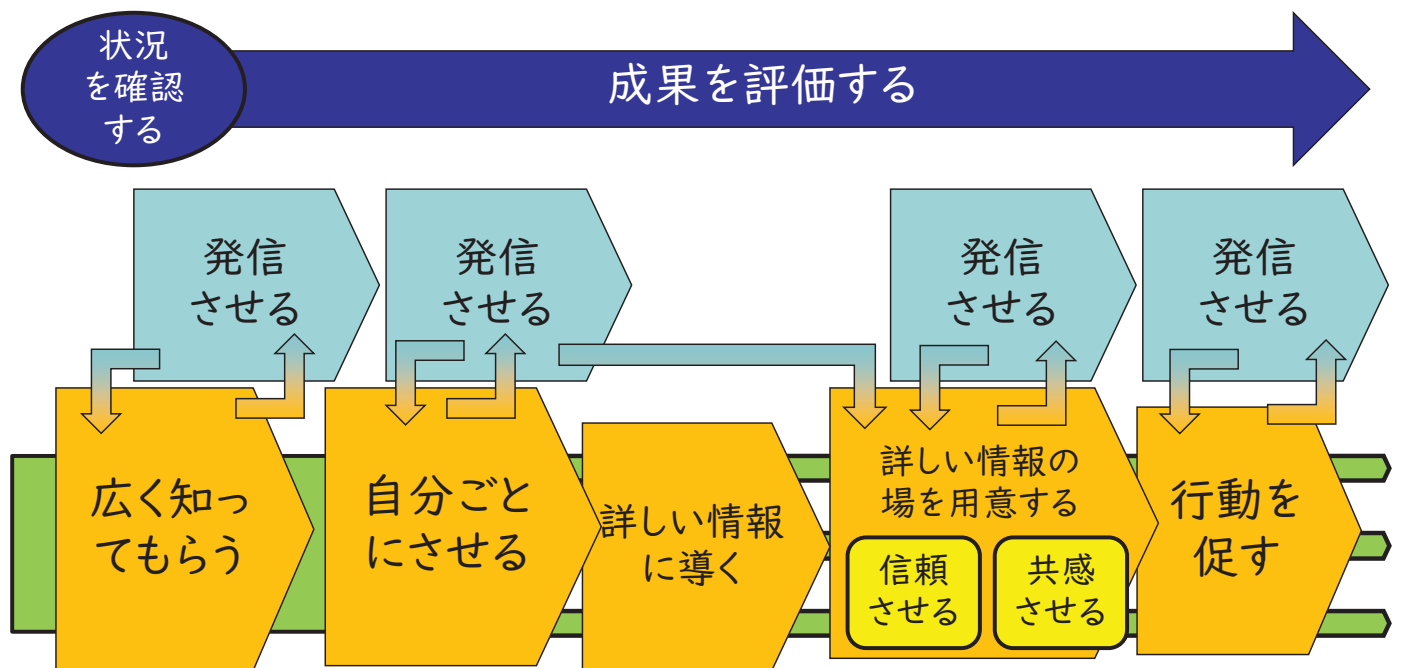
KAWAI Takayoshi

行動変容を実現するメディア活用戦略モデル



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

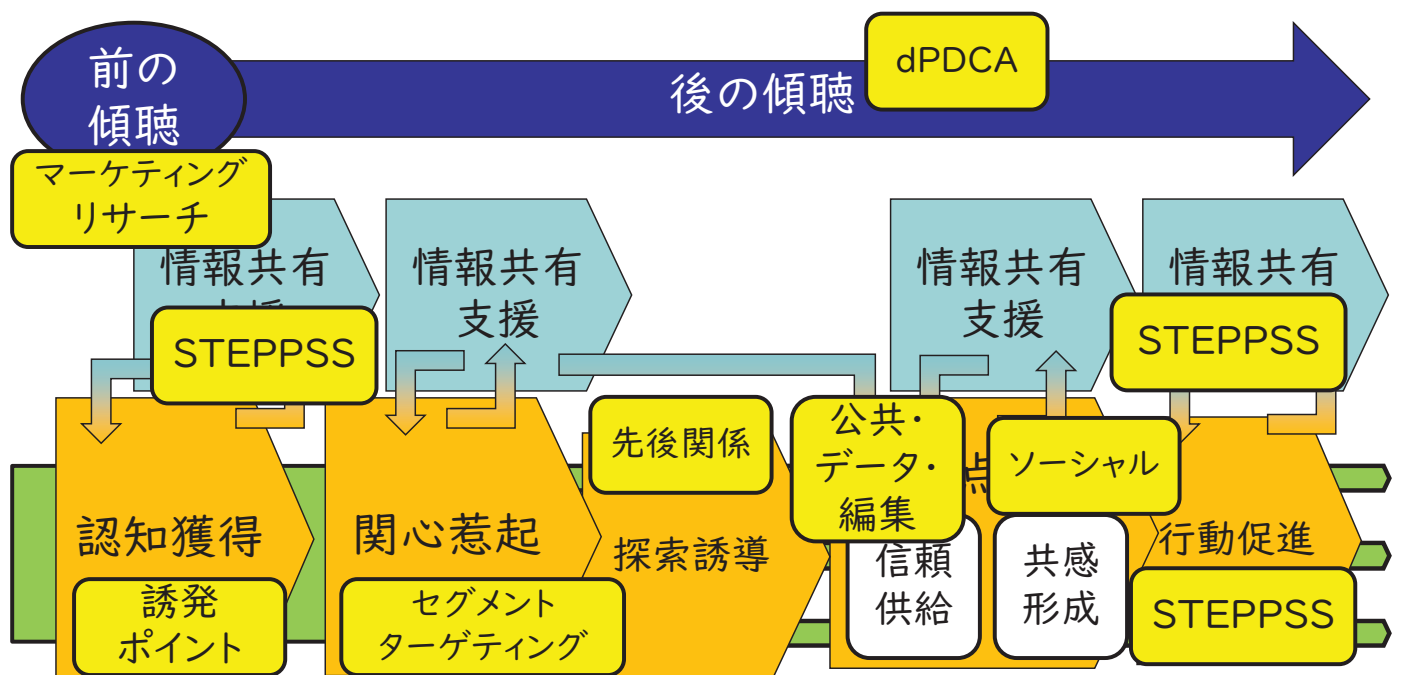
行動変容を実現するメディア活用戦略モデル



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

i

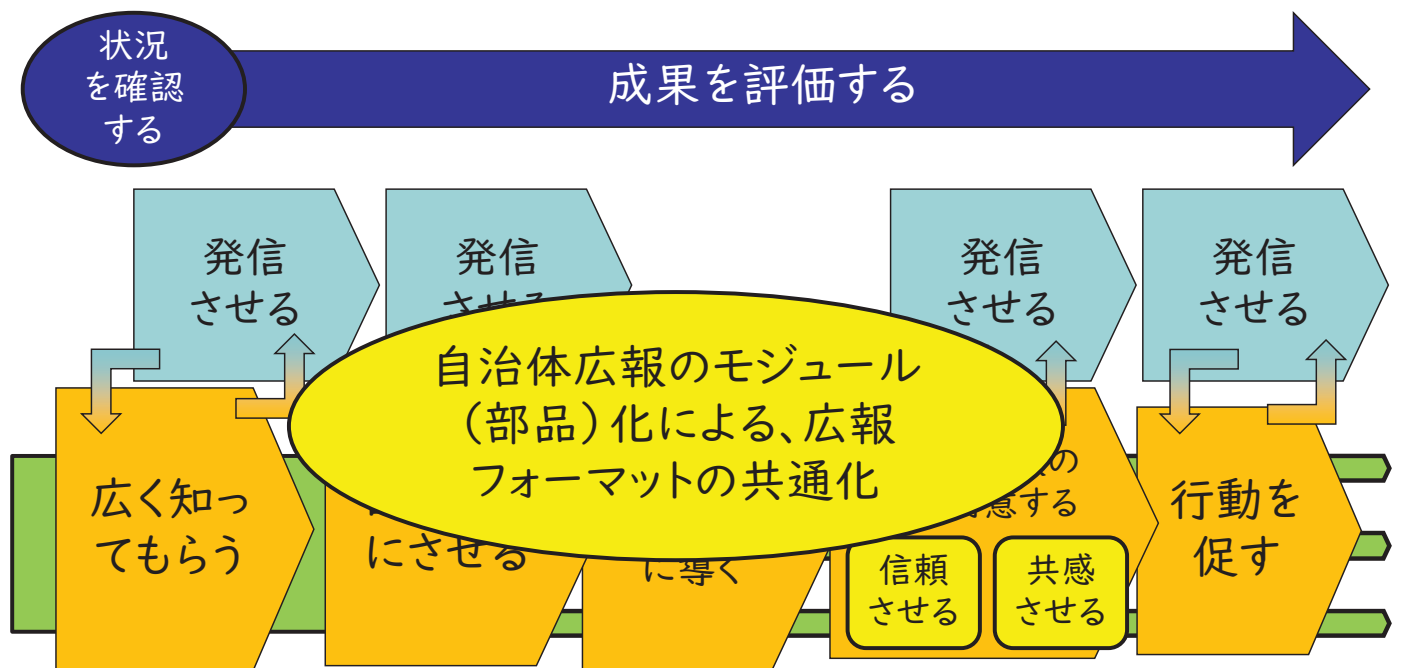
行動変容を実現するメディア活用戦略モデル



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

i

行動変容を実現するメディア活用戦略モデル

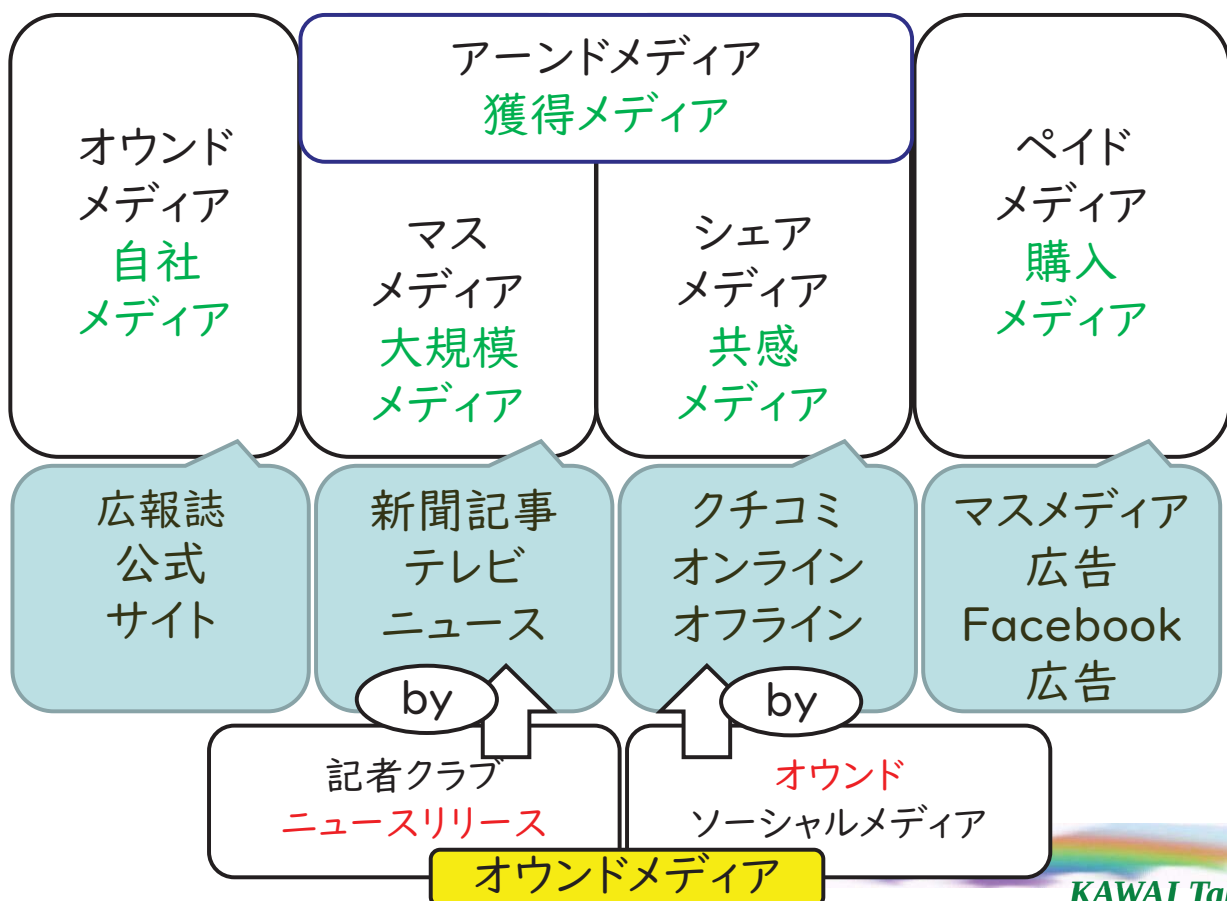


傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

i

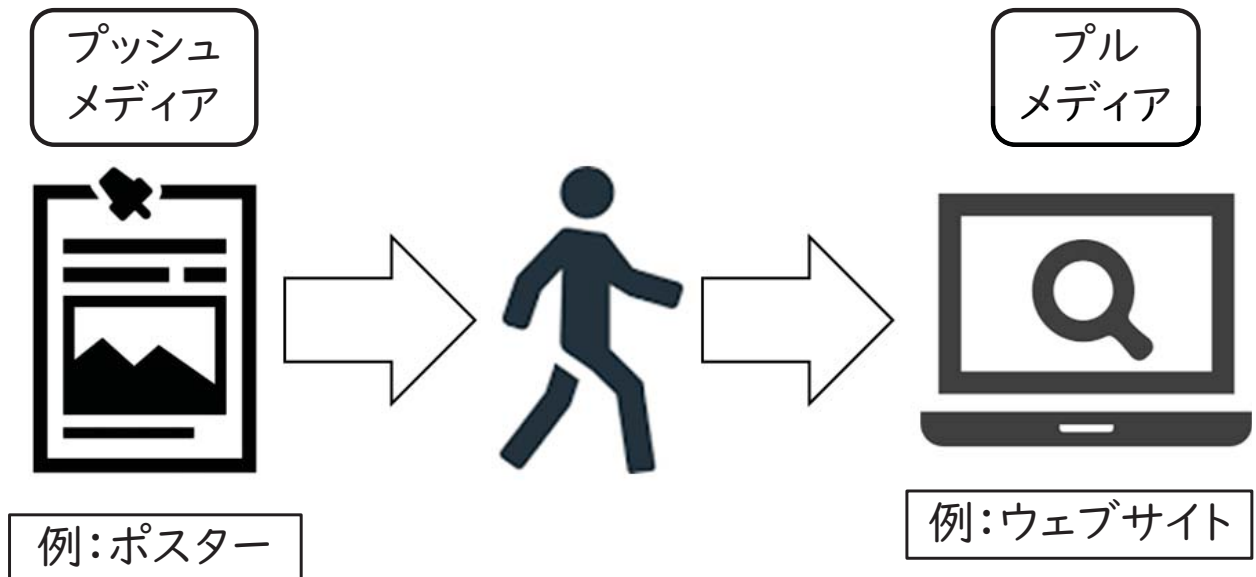
活用できるメディアは

8



活用できるメディアは

- プッシュメディアとプルメディアを区別する

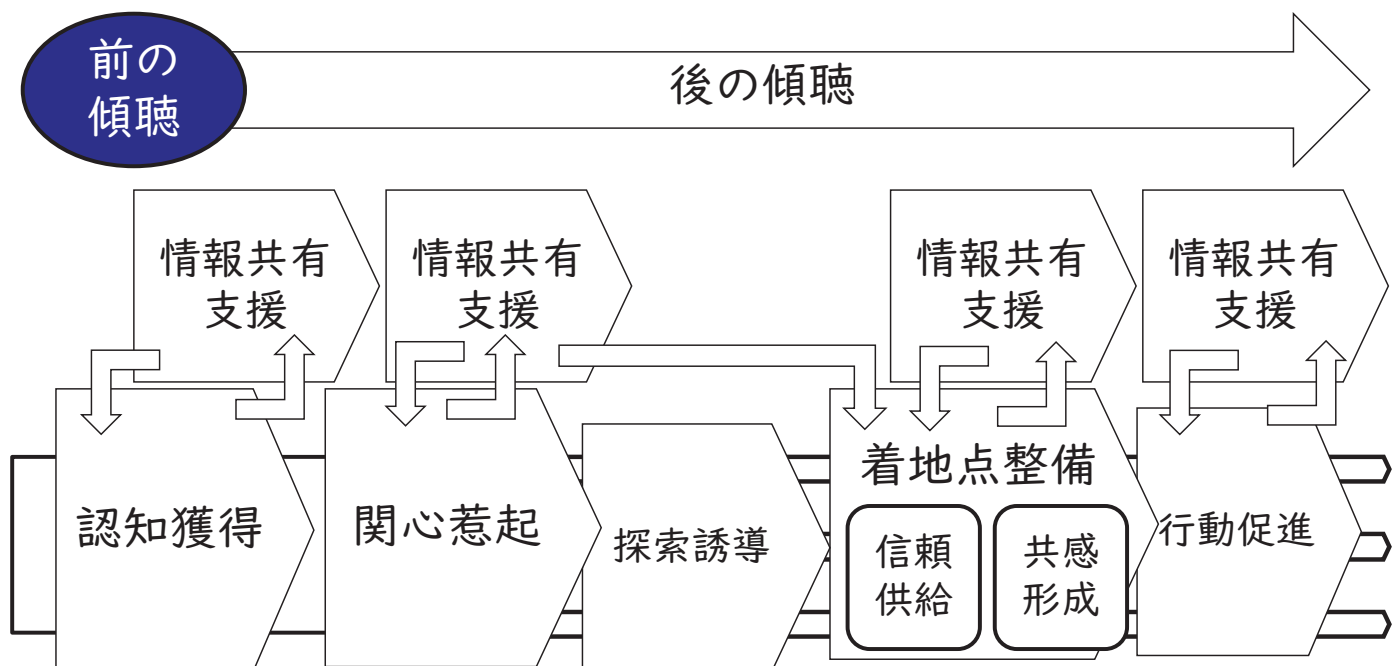


KAWAI Takayoshi

10

前の傾聴＝状況を確認する

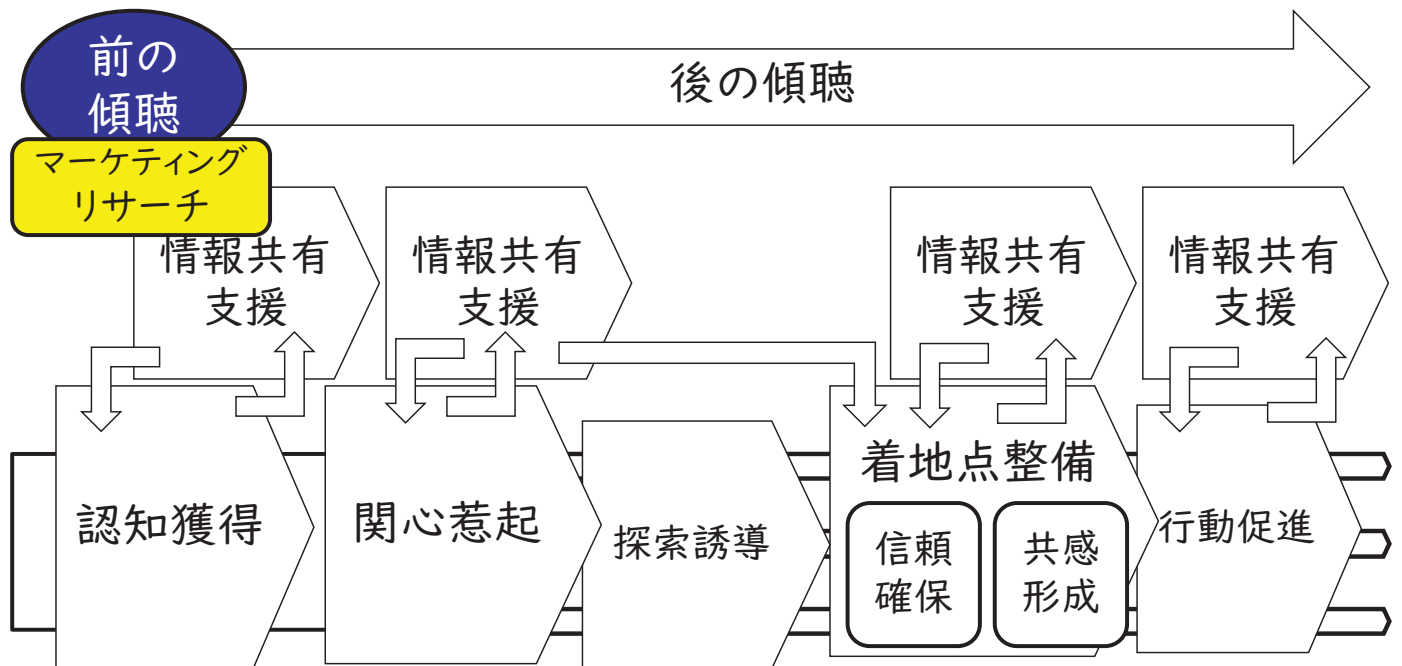
地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

前の傾聴＝状況を確認する

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

前の傾聴＝状況を確認する

1. 行うこと

- ① 現状分析と各段階ごとの目標設定
- ② 広報対象者の利用するメディアと共感する内容確認

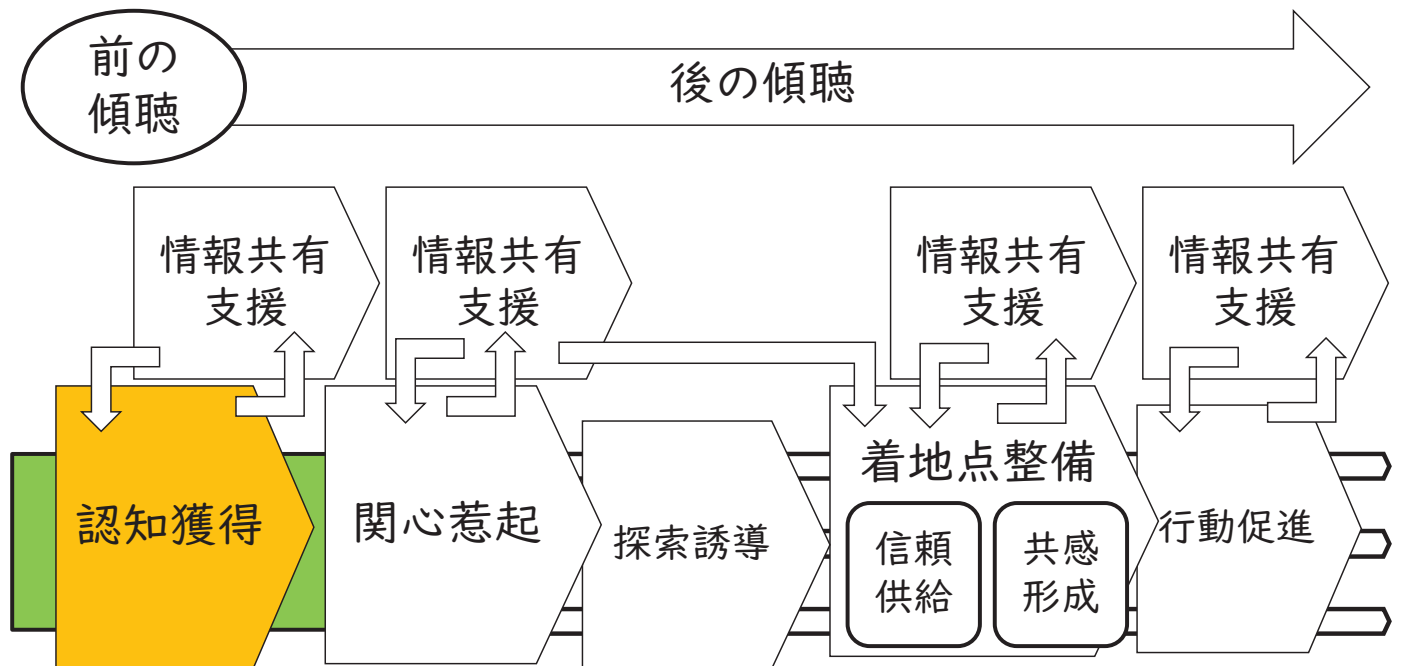
2. 方法

積極的な
AI活用

	ソーシャル リスニング	フォーカスグループ インタビュー	アンケート
各段階の現状分析	大きな方向性の 把握	定性的把握	定量的把握
対象者の利用する メディア、共感するコ ンテンツ	大きな方向性の 把握	仮説構築	仮説確認

認知獲得＝広く知ってもらう

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用

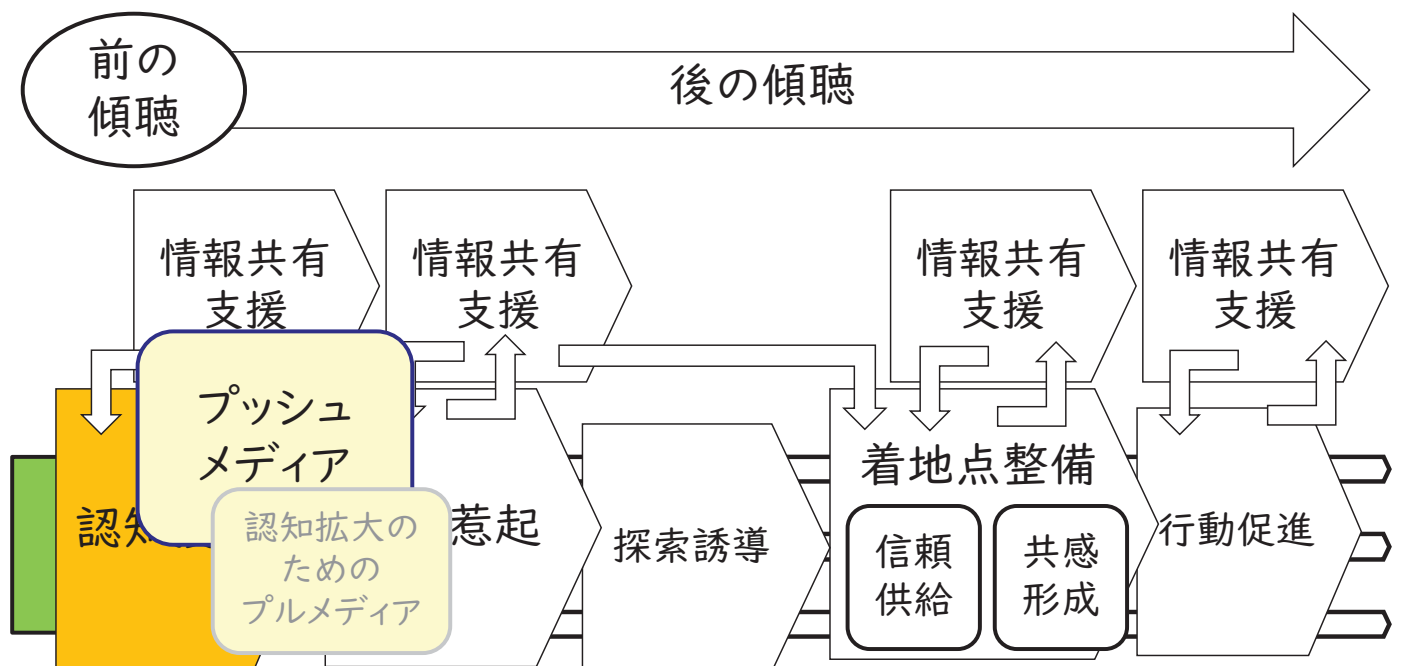


傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

i

認知獲得＝広く知ってもらう

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用

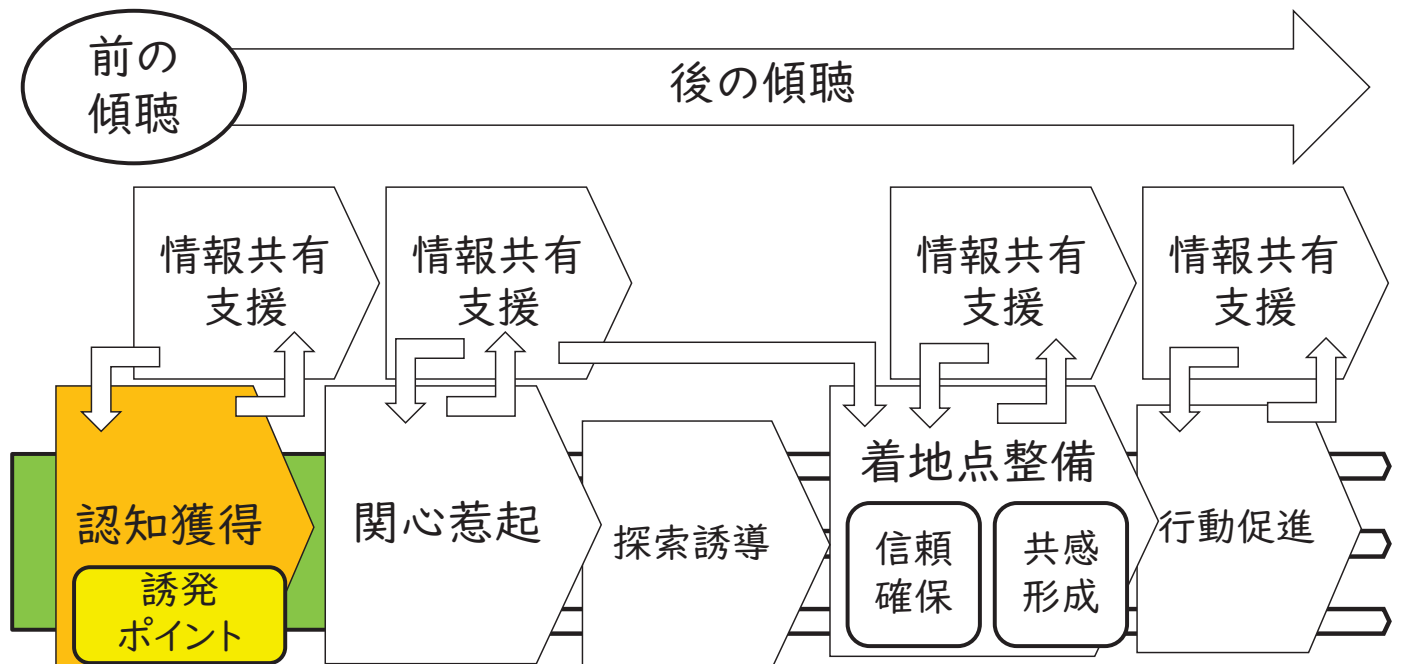


傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

ii

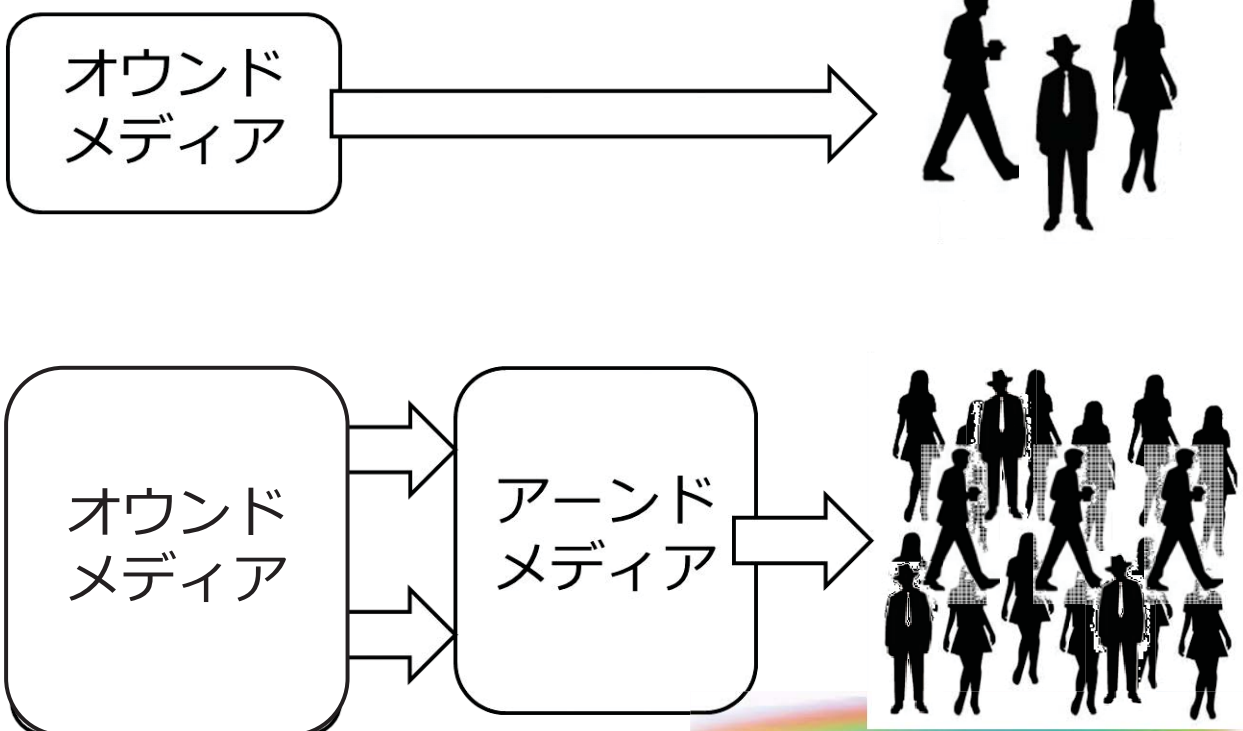
認知獲得＝広く知ってもらう

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

認知獲得＝広く知ってもらう



認知獲得＝広く知ってもらう

アールドメディア獲得

「誘発ポイント」

マスメディアやクチコミを獲得する誘発ポイント

ウォ	「初」	いちばん	競争
トレンド	流行	記念日	著名人
ギャップ	ずらし	別の視点	想定外
ソーシャル	共感	物語	弱者を補う

- 関心惹起以降のフェイズとは対象が異なることに留意
- フィルターバブル(見たいものしか見ない)を破る
- 多彩な視点を持つ主権者の納得を得る
ダイバシティへの配慮

KAWAI Takayoshi

18

福知山市のギャップとトレンド

丹波 料金領主 後納郵便

天正10年6月1日

重要

丹波国天田郡福知山 1-1

福知山城

明智 秀満 様

謀反に関する大切なお知らせ

※ご所属の武将の謀反・下剋上に関する大切なお知らせです。お受け取りになったあと、必ずご開封の上、内容をご確認ください。

第 123317311214 号 天正10年6月1日

丹波亀山城・土岐氏流明智氏

明智 光秀

このハガキは 明智光秀勢に属されているすべての武将にお送りしています。

平素は当家への格別のご高配をいただき、厚く御礼申し上げます。この度、ご所属いただいております明智光秀勢による謀反の実施をお知らせいたします。

つきましては、記載されている内容をご確認いただき、謀反へのご準備ならびに、お心構えをお済ませの上、当日のご参戦をお願いいたします。

謀反予定

集合場所: 桂川
集合時間: 天正10年 6月2日 午前1時予定
終了時間: 未定 (討ち取り次第終了)

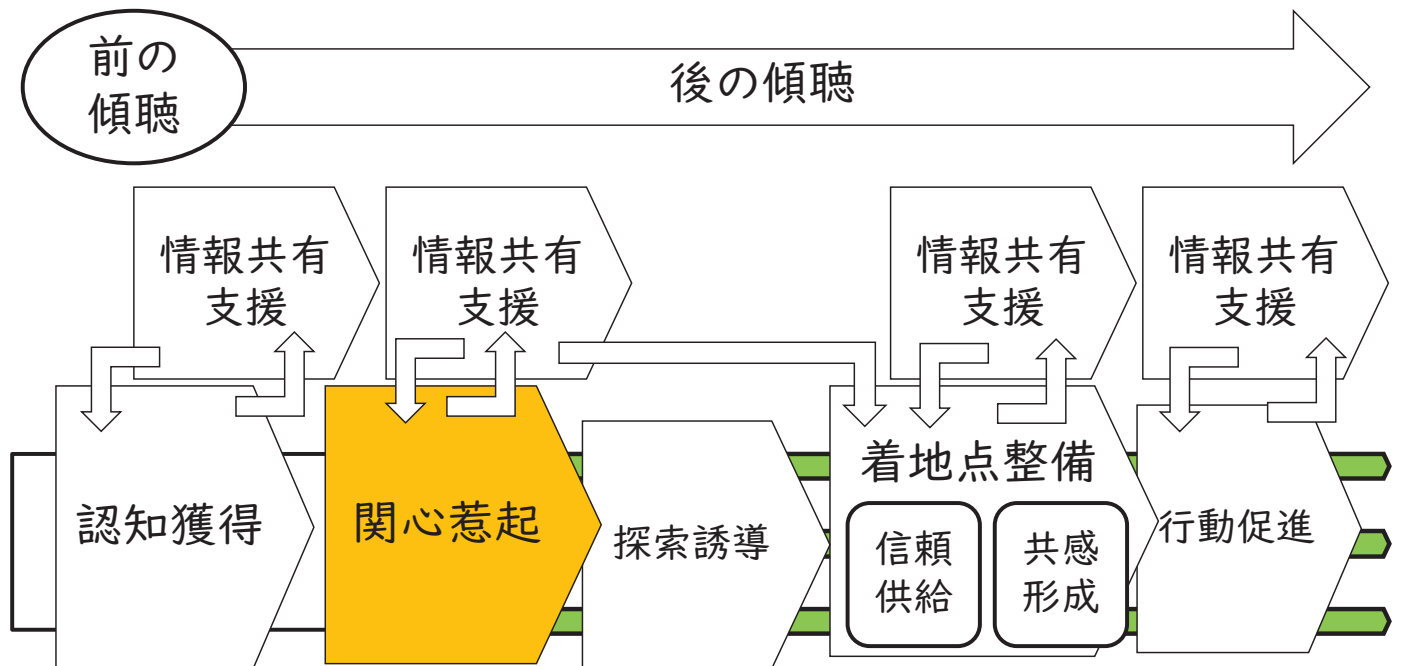
ご準備いただくもの

- 刀・鎧・弓矢・鉄砲などの各種武器
- 鎧・兜などの各種防具
- 草鞋(x2)
- 松明(1~2本)
- 羽織るもの(夜間の行動となります)
- 軽食

※生命にかかわる場合がございますので、ご自身の責任でご準備ください。
※函(水色枯松)については、一グループごとに当日配布いたします。

関心惹起=自分ごとにさせる

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用

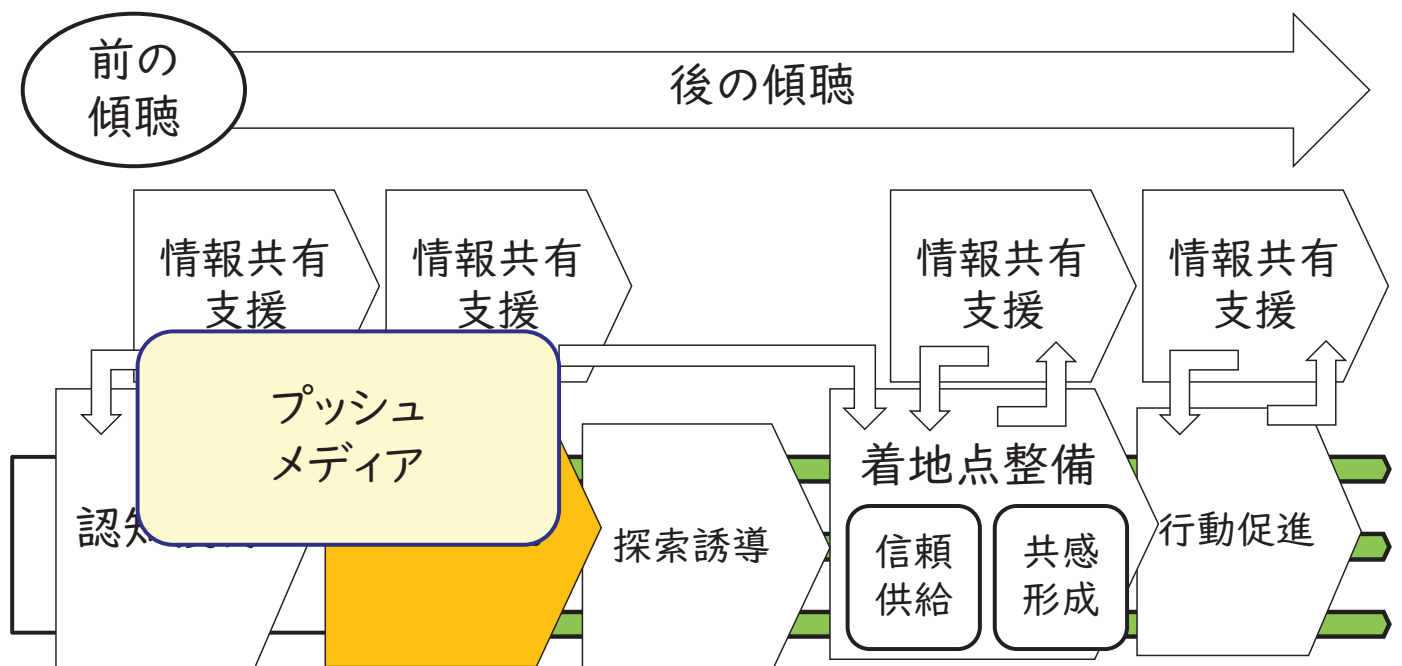


傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、**施策・課題を「自分事」化させ**、
情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、
実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

ii

関心惹起=自分ごとにさせる

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用

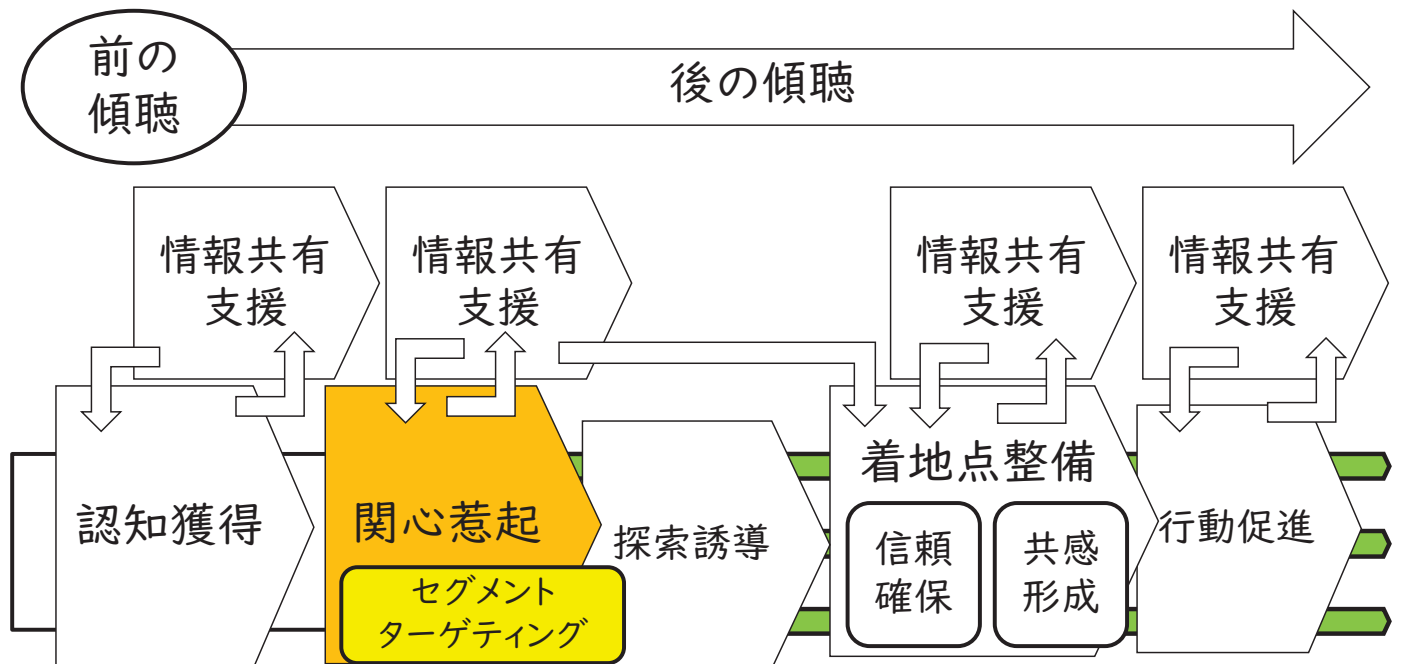


傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、**施策・課題を「自分事」化させ**、
情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、
実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

ii

関心惹起=自分ごとにさせる

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



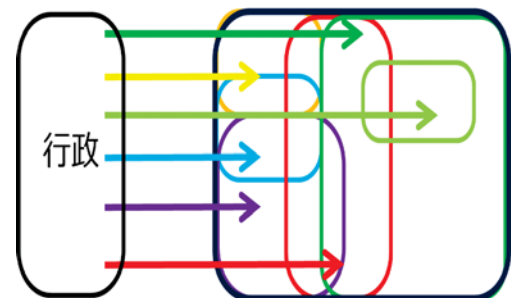
傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

関心惹起

自分ごとにさせる

ターゲティング+共感

事業対象と広報対象は異なる



事業対象をセグメントした上で
広報対象とする(サイレントマジョリティとしてまとめない)

セグメントした広報対象=ターゲットは、どんなメディアを使い、どこがタッチポイント(コンタクトポイント)であり、どんな内容に共感するのかを踏まえてターゲティングする

伝わるのではない、**刺さる**活動を

ターゲティング

• メディアによるターゲティング

(例)

- ポスターをどこに貼るのか
- ポスターにどんな人物を使うのか
- ポスターをどんなデザインにするのか

• コンテンツによるターゲティング

(例)

- ポスターに書かれている内容はなにか



KAWAI Takayoshi

セグメント⇒ターゲティング

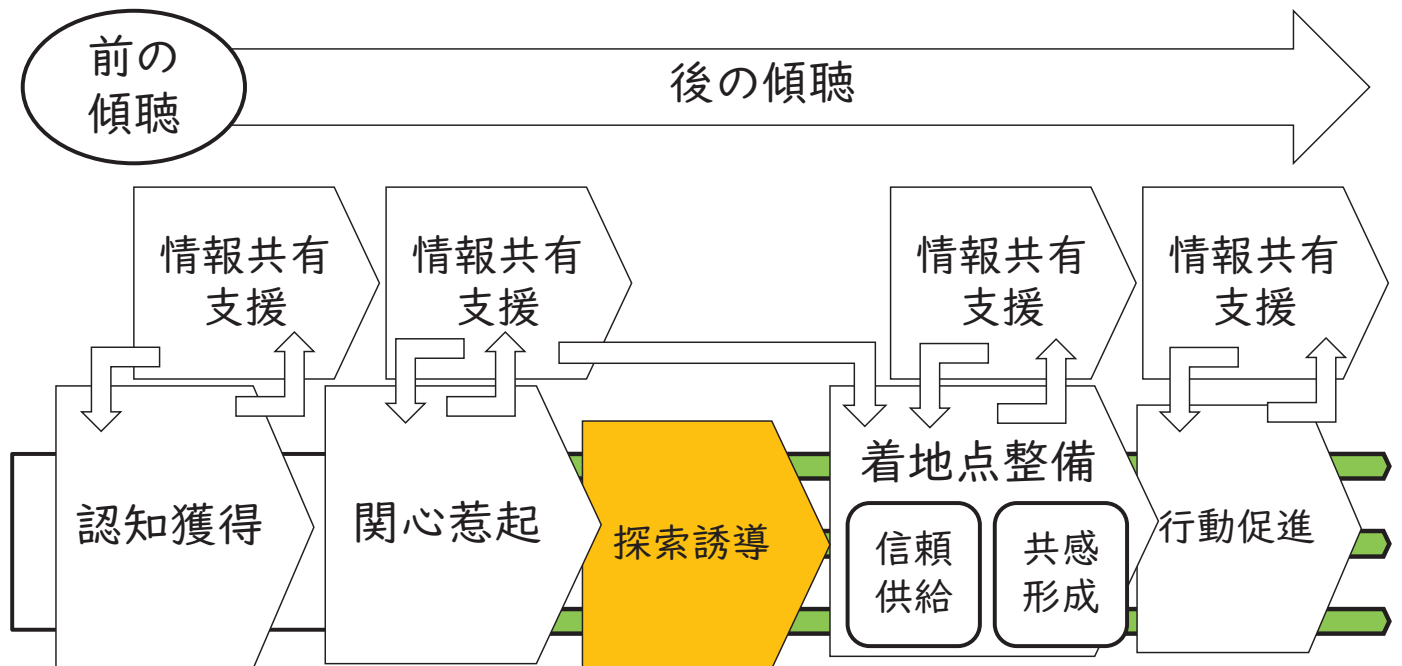
デモグラフィック 人口学的な	ジオグラフィック 地理学的な	サイコグラフィック 心理的な
年齢・性別・家族構成・職業…	住所地・勤務地・出生地…	何を大事にしているのか、趣味はなにか…
年齢や性別だけでは「刺さるメディア」や「共感する内容」を特定しにくくなっている	コンタクトポイント(メディアと出会う場所)を考えるときの一助にもなる	利用メディアや共感内容は特定しやすいが、統計的な既存データは少ない



KAWAI Takayoshi

探索誘導＝詳しい情報に導く

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用

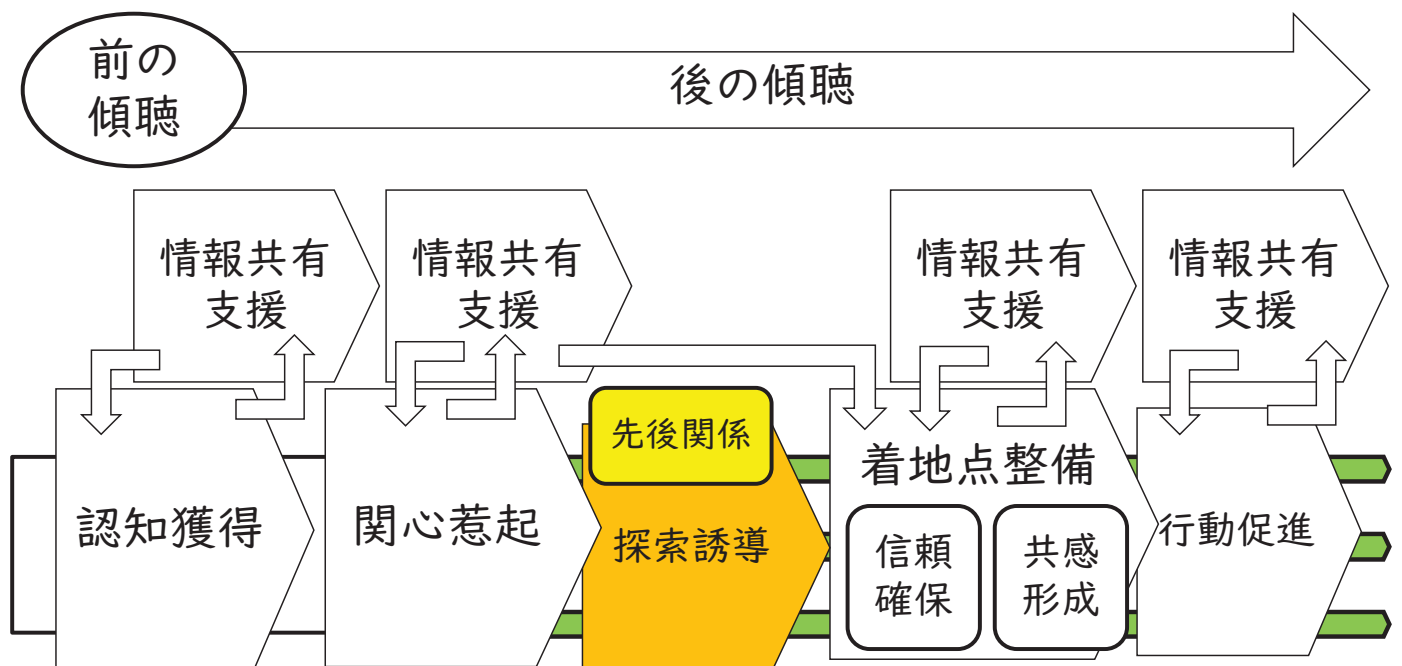


傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、
情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、
 実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

ii

探索誘導＝詳しい情報に導く

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用

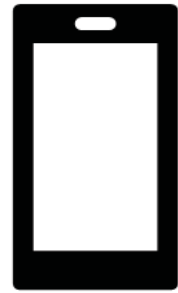
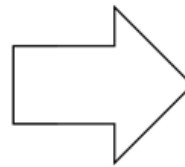
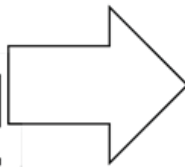


傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、
 情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、
 実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

プッシュメディアからプルメディアへ

関心惹起に
用いるメディア

着地点に
用いるメディア



KAWAI Takayoshi

探索誘導=詳しい情報に導く



#葉山女子旅

先後関係
どのメディアから
どのメディアへの選択



東海大学地域魅惑 @CHIMIPRO... Mar 28
メディアプロジェクト【地域魅惑】
です！
#春から東海大 学に入学する方おめ
でとうございます☆
自分のやりたいことができる！
将来やりたいことが見つかるかも！
自己実現したくない？

Facebook
facebook.com/groups/4617311

インスタ
instagram.com/chiki_miwaku/
#文化社会学部
#広報メディア学科



KAWAI Takayoshi

探索誘導＝詳しい情報に導く

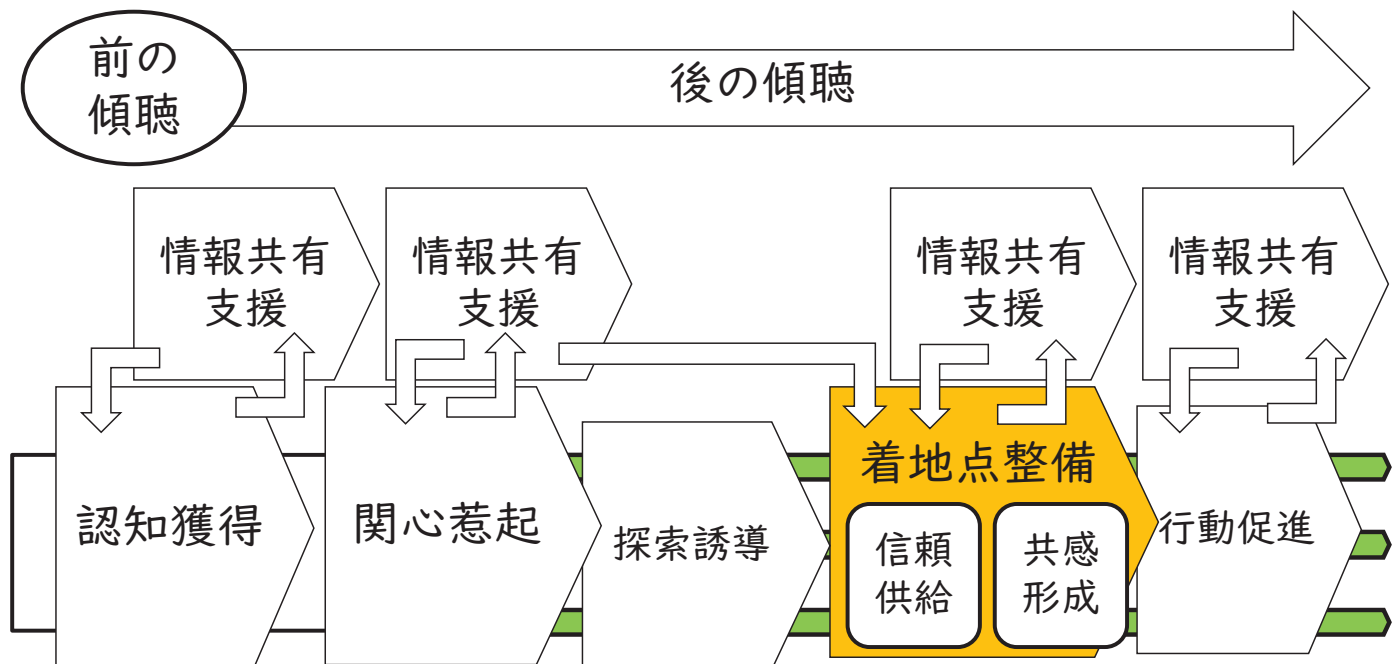
- 探索誘導の「仕掛け」として、何を用いるかの選択基準
 - － セグメント対象のメディア利用
 - － 関心惹起に用いるメディア
 - － 着地点整備に用いるメディア
- 上記の3点と適合性のある「仕掛け」を用いる
 - － QRコード？
 - － Webページへのリンク？【的確なSEO】
 - － 覚えやすいキャッチフレーズ？
 - － ハッシュタグ検索？
 - － 紙媒体ページへの誘導？



KAWAI Takayoshi

着地点整備＝詳しい情報の場を用意しておく

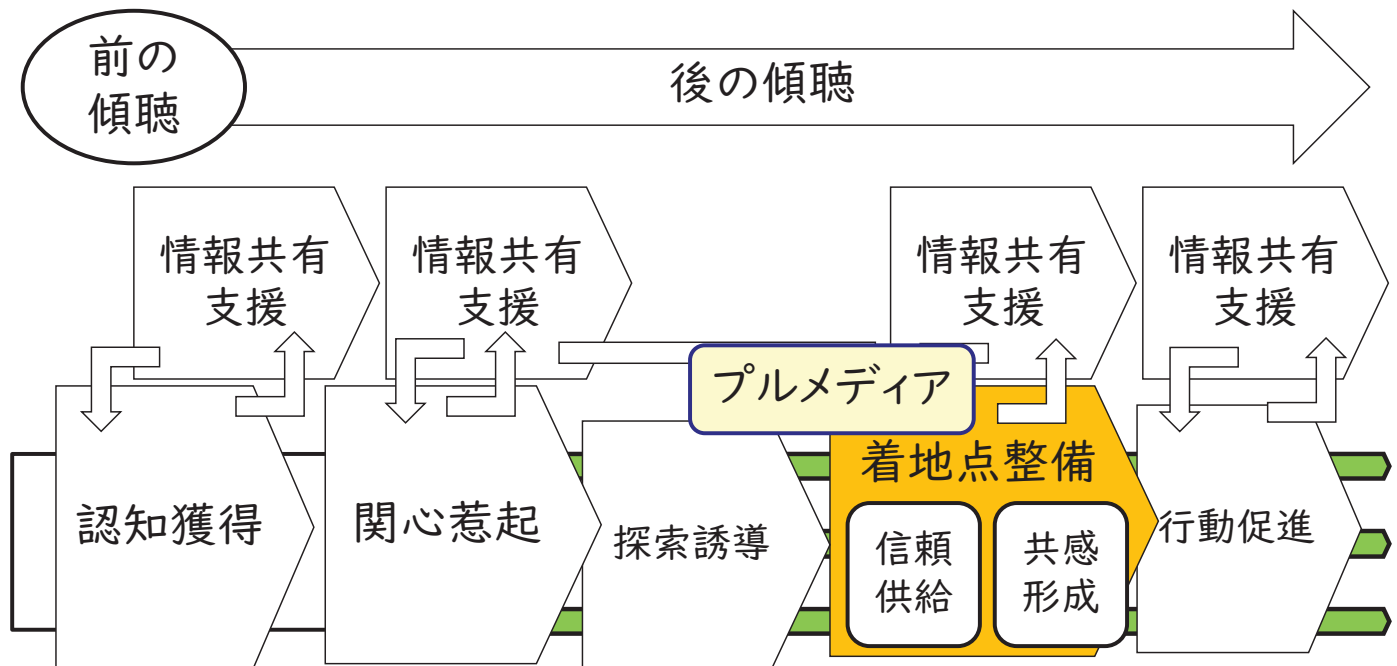
地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、
 情報を探索させ、**詳しい情報を提供する場所を整え、**
 実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

着地点整備＝詳しい情報の場を用意しておく

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、
情報を探索させ、**詳しい情報を提供する場所を整え**、
実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

ii

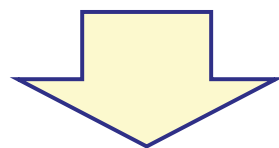
信頼・共感させる着地点整備

信頼の場で理解させる

1. 公共が提供する場＋データ＋編集

共感の場で納得させる

2. ソーシャルが提供する場



行動を準備させる

着地点整備＝詳しい情報の場を用意しておく

信頼の場で理解させる

1. 公共が提供する場
2. 裏打ちするデータの存在
3. わかりやすい編集



KAWAI Takayoshi

34

Fukuoka Factsデータでわかるイトコ福岡

行政

データ

編集



KAWAI Takayoshi

着地点整備＝詳しい情報の場を用意しておく

共感の場で納得させる

2. 社会性・社交性が提供する場

- － 共感の着地点としての「人」の重要性
- － 共感の着地点としての「コミュニティ」の重要性



KAWAI Takayoshi

36

物語を表現する動画

- 地域のライフスタイルを示すYou Tube動画



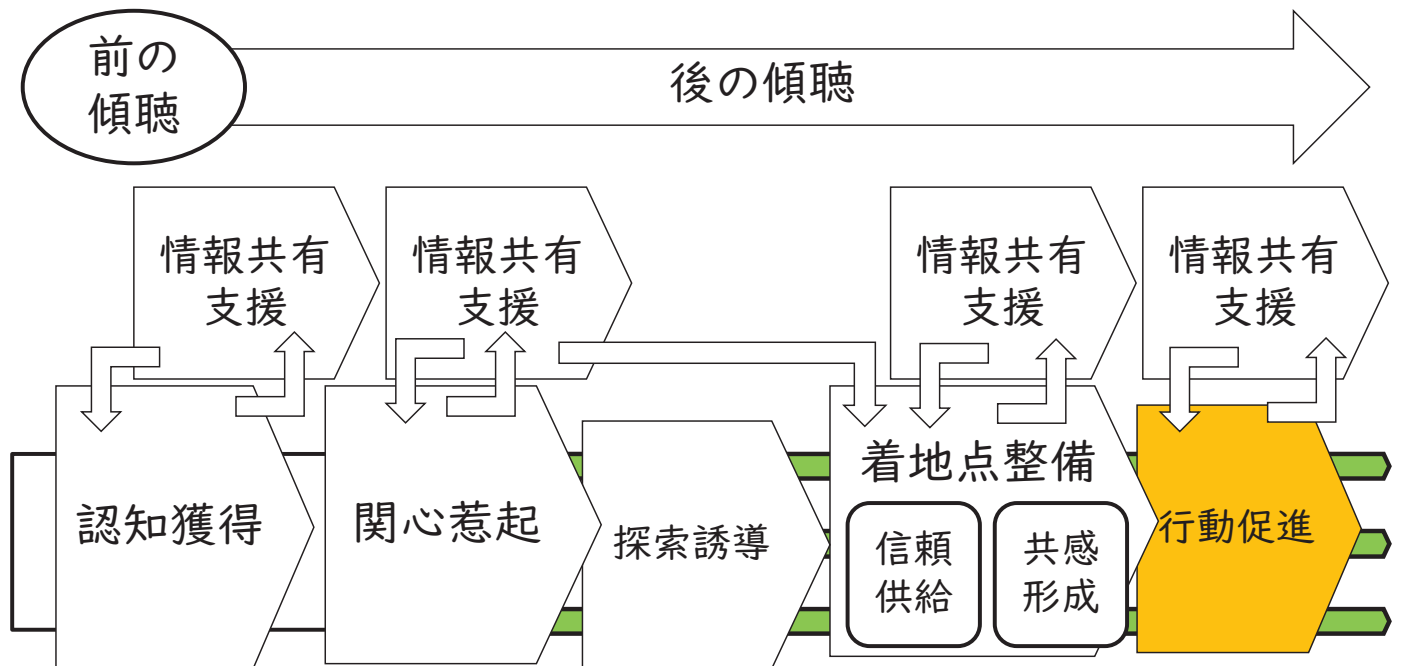
検索



小美玉日和 - Rakuno - 【茨城県小美玉市】

KAWAI Takayoshi

行動促進＝期待する行動を促す

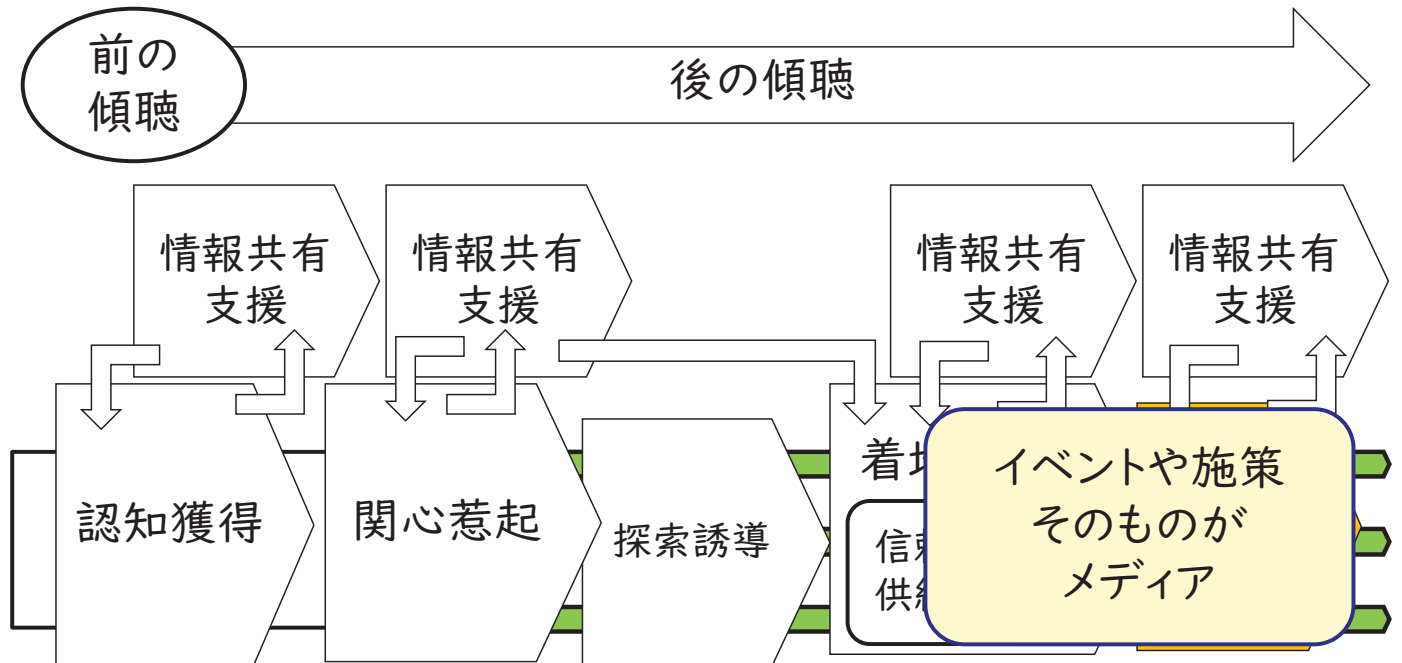


傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、
情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、
実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

ii

行動促進＝期待する行動を促す

地域経営のステークホルダーの行動変容を促す**メディア活用**

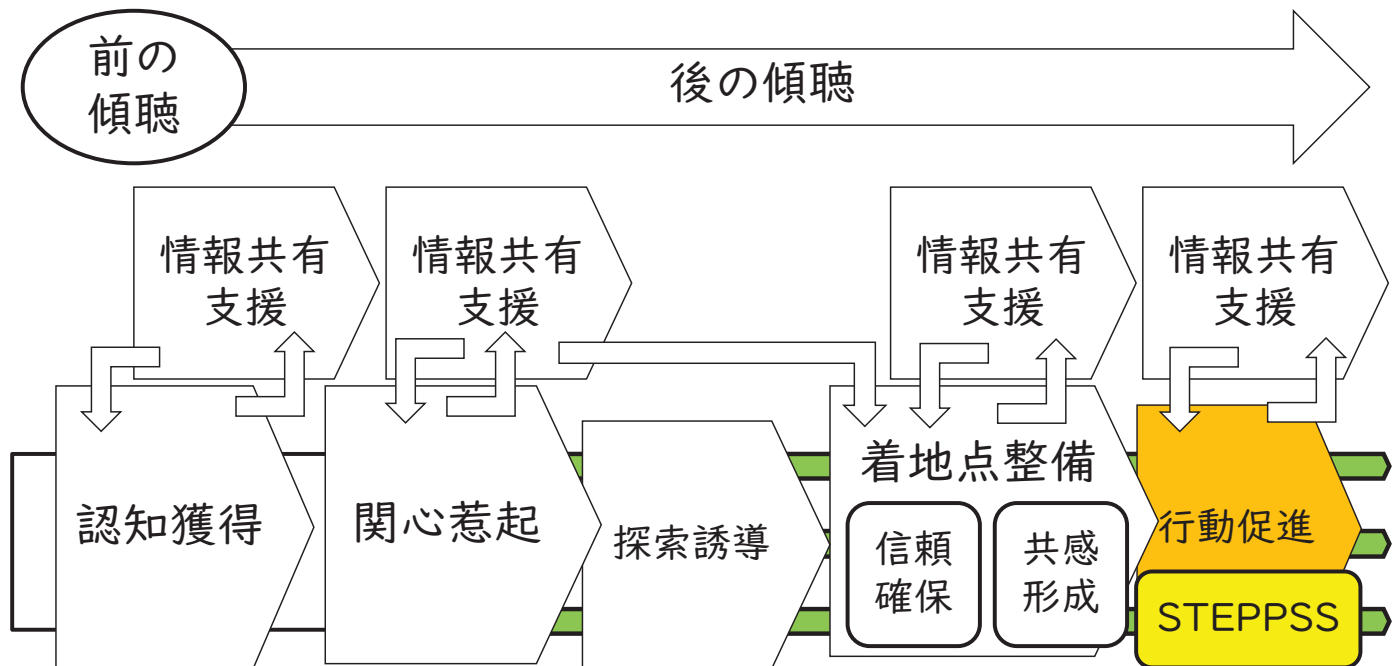


傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、
情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、
実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

ii

行動促進＝期待する行動を促す

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

行動を促す要素

インセンティブ



ハードルを
下げる仕組み

STEPSS

インセンティブ	ハードル下げ		ハードル下げ
褒められる	思い出すきっかけを 豊富に用意する		競争を作る
Social currency	Triggers		Emotion
ハードル下げ	インセンティブ	ハードル下げ	インセンティブ
みんながしている と思わせる	モノ、金が もらえる	扱いやすく 分ける	意味ある人に なれる
Public	Practical Value	Separation	Stories

行動を促す要素 (STEPPSS)

- Social currency(社交的・社会的価値)
 - 行動すると褒められる・いい気分になる
 - インサイダー気分(稀少価値・限定価値)を用意する
- Triggers (引き金)
 - 日常の中で思い出すようなきっかけが豊富にある
 - 豊富にある「きっかけ」に紐づける
- Emotion(高揚感)
 - 盛り上がり、競争



KAWAI Takayoshi

行動を促す要素 (STEPPSS)

- Public (「みんな」の可視化)
 - 同じ「コミュニティ」のみんなが行っている
- Practical Value (実用的・金銭的価値)
 - モノ・カネという実用的な価値を見えやすくする
- Separation (大きなものを分ける)
 - 単位を小さくすることで、段階を設定することで行動しやすくする
- Stories (自らが登場人物になれる物語)
 - 自らの力で「世界」が変わると思ってもらう

『強力に「伝染」するクチコミはこう作る! なぜ「あれ」は流行るのか?』(ジョーナ・バーガー)を一部改変

KAWAI Takayoshi

Stories (広報対象者が登場人物になれる物語)

① その成果を上げるにあたっての、行政の弱み確認

	主体	強み	弱み
行政	現在		W T ①行政 弱み 明示
	将来		
行動を期待する 広報 対象者	現在		
	将来		

shi

Stories (広報対象者が登場人物になれる物語)

② その成果を上げるために行政が「できないこと」を 「広報対象者=あなたならできる」ということを提起

	主体	強み	弱み
行政	現在		W T ①行政 弱み 明示
	将来		
行動を期待する 広報 対象者	現在	S O ②相手 強み 提起	
	将来		

shi

Stories (広報対象者が登場人物になれる物語)

- ③ その成果を上げるために残る、広報対象者の弱みを理解していることを明示

	主体	強み	弱み
行政	現在		W T
	将来		
行動を期待する 広報対象者	現在	S O	W T
	将来		

①行政弱み明示

②相手強み提起

③相手弱み理解

shi

Stories (広報対象者が登場人物になれる物語)

- ④ 行政が広報対象者の弱みを理解し、支援することを明示

	主体	強み	弱み
行政	現在	S O	W T
	将来		
行動を期待する 広報対象者	現在	S O	W T
	将来		

④相手支援明示

②相手強み提起

③相手弱み理解

shi

生駒市いこまち宣伝部

- 差別的優位性を持ったライフスタイルを明らかにする
Facebookページ・Instagram投稿の制作



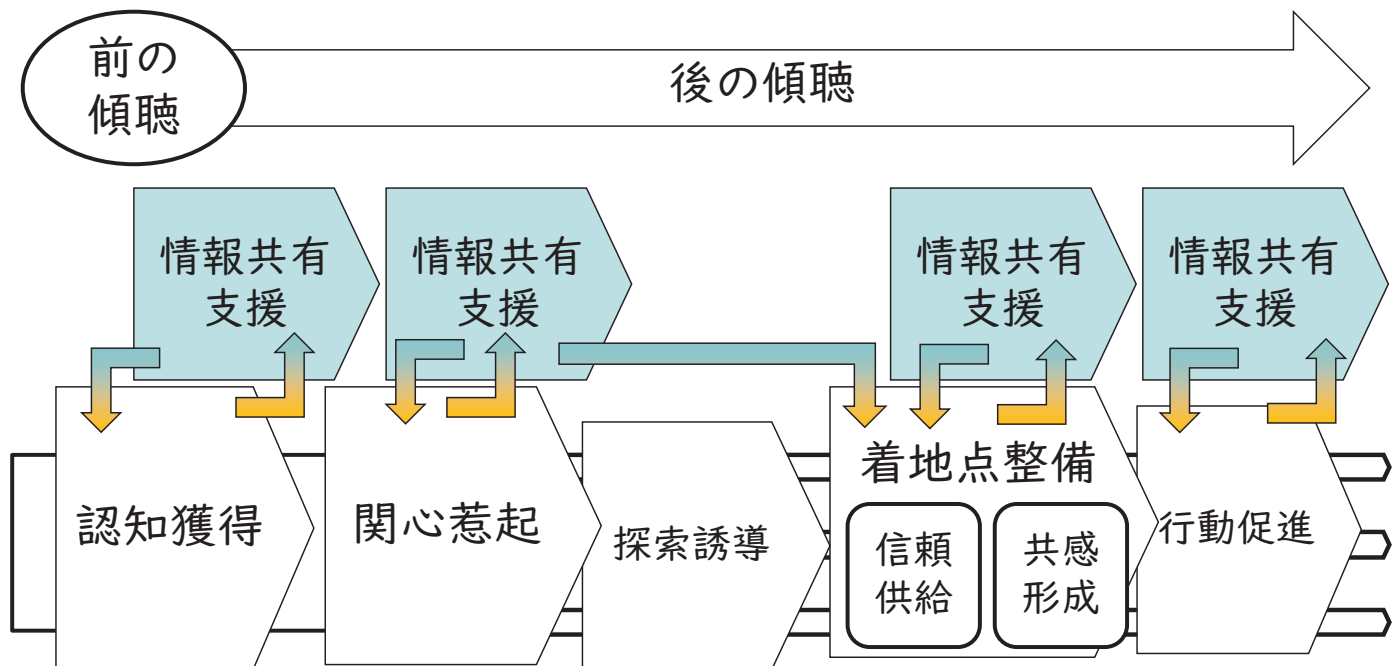
自治体広報の
広報主体の多様化



KAWAI Takayoshi

情報共有支援＝発信させる

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



傾聴しつつ、ブランドを認知させ、ブランドに関心を惹き、
詳しい魅力を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、
地域への推奨・参加・感謝を促し、**各時点**で**情報発信**させる

情報共有支援＝発信させる

伝えたくなる気持ちを 起こさせる

1. 認知獲得フェイズ: **3つの誘発ポイント**
2. 関心惹起フェイズ以降:

ここでも **STEPPSS**

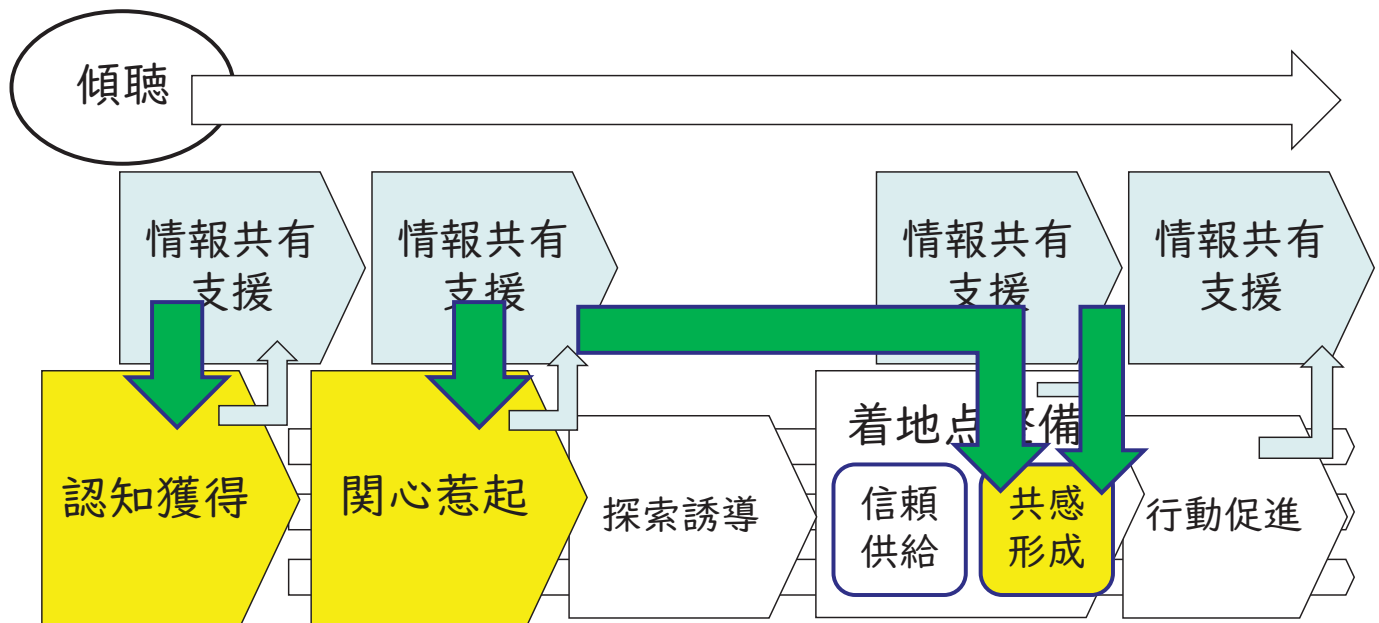
＝インセンティブ

＋ハードルを下げる仕掛け(デザイン)

KAWAI Iukayoshi

情報共有支援＝発信させる

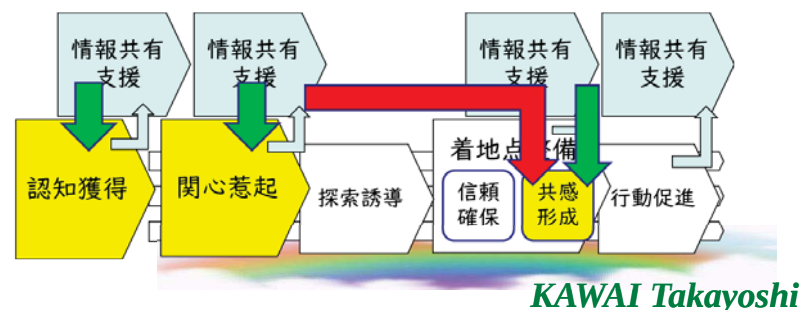
地域経営のステークホルダーの行動変容を促す**メディア活用**



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、
情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、
実際に行動を起こさせ、**各時点で情報発信させる**

関心惹起フェイズでの情報共有支援の意義

- 関心惹起で用いたプッシュメディアに、情報をシェアするインセンティブとハードルを下げる仕掛けを設定する
 - 例) チラシにおいて、なんらかのインセンティブを施した上でInstagramに、設定したハッシュタグを付したポストを促す
- シェアされた情報を集約することで、着地点整備の共感形成に役立てる
 - 例) 設定したハッシュタグでInstagramの検索を促し「ひとりじゃない」という意識をつくる

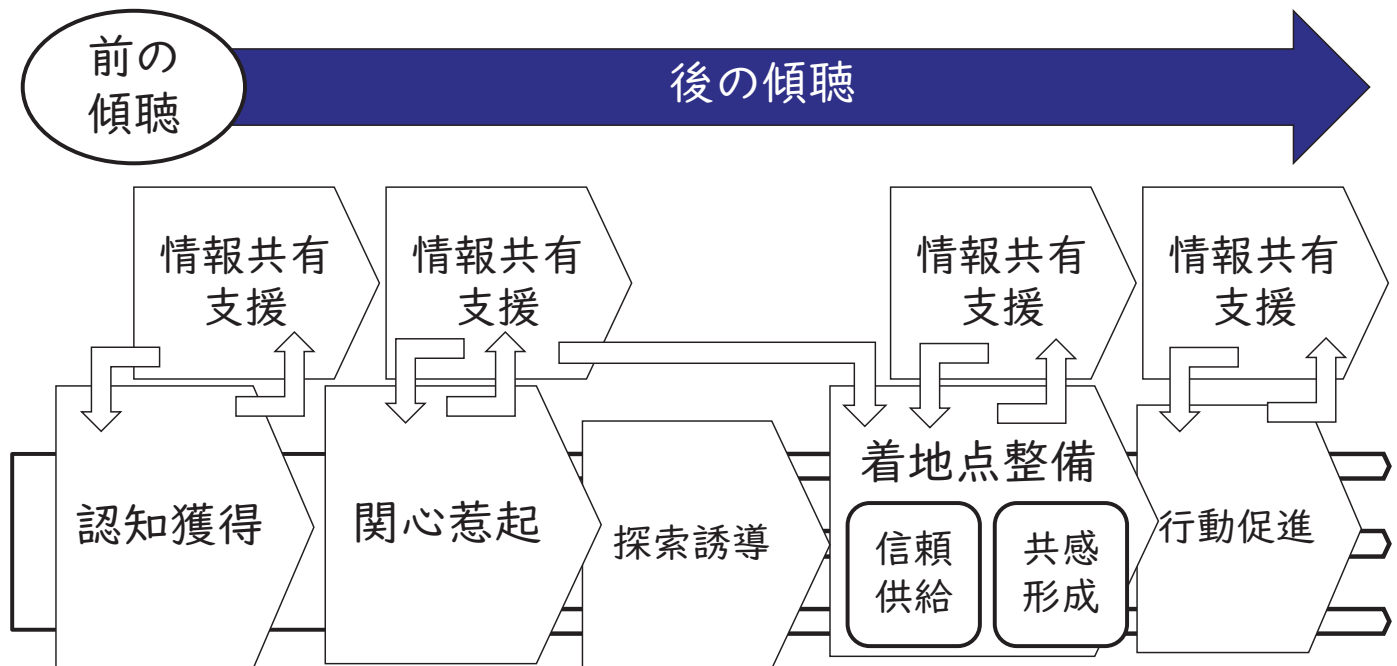


発信を促す要素

- Social currency(社交的・社会的価値)
- Triggers (引き金)
- Emotion(高揚感)
- Public (「みんな」の可視化)
- Practical Value (実用的・金銭的価値)
- Separation (大きなものを分ける)
- Stories (自らが登場人物になれる物語)

後の傾聴＝成果を評価する

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

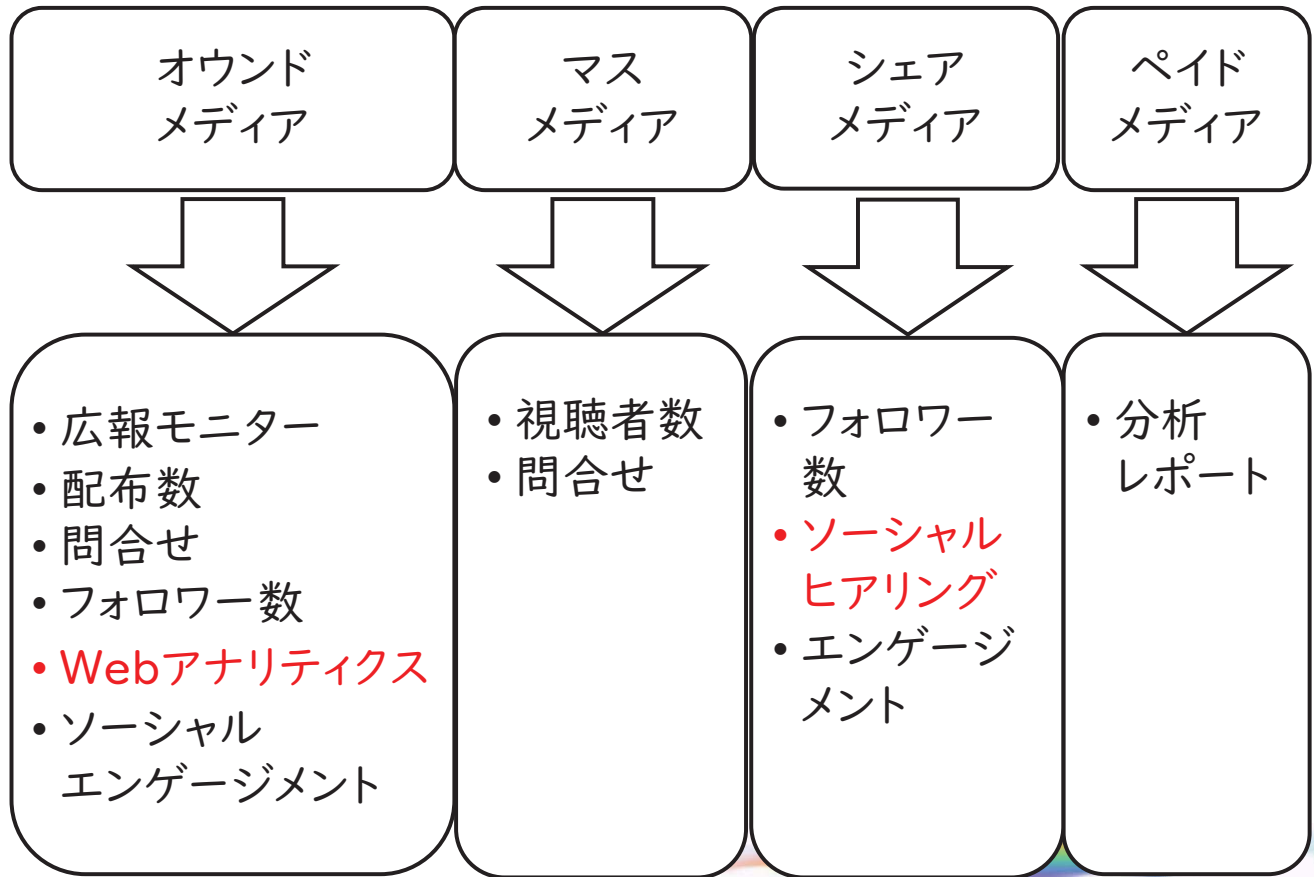
ii

後の傾聴＝成果を評価する

周囲を見まわす

- すばやく・小さく失敗するために
 - － 仮説的に設定した定量的目標に基づき、各フェイズの進展状況を確認
 - － ロジックモデルの再構築を基礎にした、各フェイズごとの定量的目標の補正
 - － dPDCAを実現
- アンケート・グループインタビュー・既存資料
- Web活用(アクセス解析)・ソーシャルヒアリング

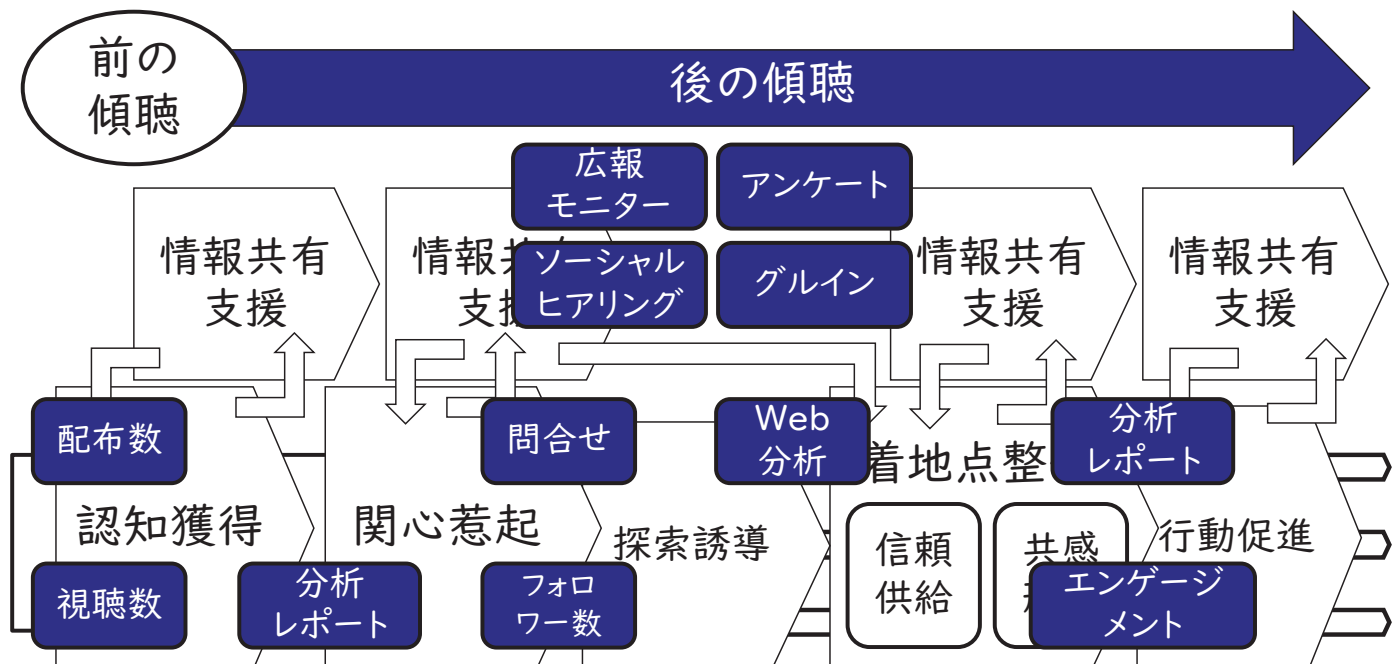
メディア別傾聴方法



KAWAI Takayoshi

後の傾聴＝成果を評価する

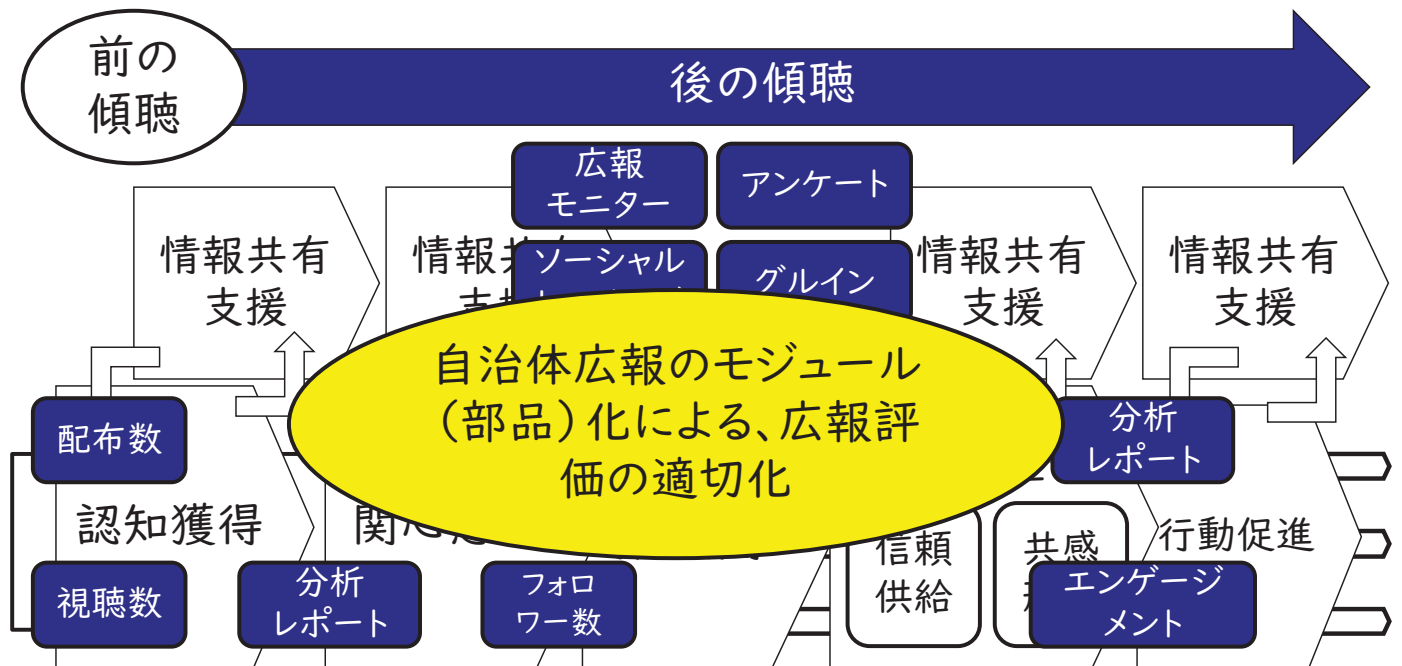
地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

後の傾聴＝成果を評価する

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

ii

評価するツールとしてのWebやソーシャル分析

- ソーシャルヒアリング、ダッシュボード
- Twitter Analytics: 無料分析ダッシュボード。自分のツイートに関するお気に入り、リツイート、返信の数などの実績データ
- Facebookページインサイト: 話題にしている人の計測。個別投稿のパフォーマンスのスコアカード化、関与したユーザー分析などなど
- Google Analytics: リアルタイム、ユーザーの特性、トラフィックの状況、コンテンツ内の移動、他のサイトとの関係などなど

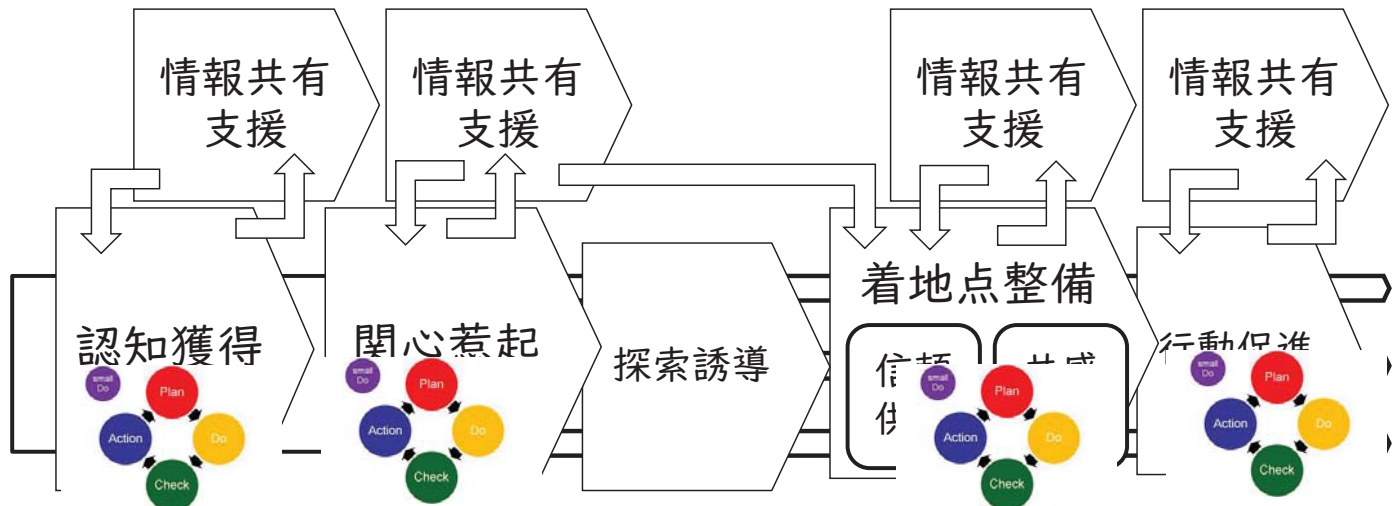


後の傾聴＝成果を評価する

地域経営のステークホルダーの行動変容を促すメディア活用

前の
傾聴

後の傾聴



傾聴しつつ、課題・施策を認知させ、施策・課題を「自分事」化させ、
情報を探索させ、詳しい情報を提供する場所を整え、
実際に行動を起こさせ、各時点で情報発信させる

ii

ご清聴ありがとうございました

河井孝仁

tk.kawai@nifty.com

@tacohtk

<https://www.facebook.com/tk.kawai>

<https://takayoshikawai.jimdo.com/>

