

▶プログラム◀

1：自治体広報はようになったら「成功」なのか

- (1) 経営されるものとしての地域・交響としての地域から広報を考える
- (2) 行政の可視化とステークホルダーの行動変容
- (3) 行政サービス広報・政策広報・地域広報
- (4) 広聴から広報へーチャットボットは何かができる
- (5) その広報にはロジックがあるかーEBPMからみた広報

2：自治体広報に活用できるメディア

ーメディアそれぞれの違いを十分に理解して活用するためにー

- (1) マスメディアだけがメディアではない
ートリプルメディアからPESOMediaへ
- (2) ブルメディアとプッシュメディア
- (3) メディアの3層構造ーコンペア・コンテナ・コンテンツ
- (4) ソーシャルメディアの現在ー情報発信から情報活用へ

3：戦略的なメディア活用

ーあなたが期待する行動をムリなくムダなく実現させるー

- (1) メディア活用の前のメディア活用
ーなぜ、何をリサーチするのか
- (2) 広報における自治体と民間の違い
ー自治体だからこその取り組み
- (3) なぜ、その情報発信は取材報道されるのか、シェアされるのか
- (4) セグメントとターゲティング
ー「刺さる」広報はどうして可能なのか
- (5) 行政の力を発揮する信頼確保のメディア活用
- (6) ソーシャル(みんな)の力が広報に共感をつくりだす
- (7) 行動を促せるメディアには必ずインセンティブがある
- (8) 肘をつつくことで情報を共有させる
ー「ナッジ」という発想
- (9) 広報をどう評価する。PDCAのまわしかた

4：仕事をせずに成果を上げる

- (1) 仲間づくりこそが広報
- (2) 仲間を作り、スキルを上げる「花びらモデル」
- (3) 成長するためにSECIモデルを使いこなす
- (4) 行政メディアではない地域メディアを使いこなす

5：広報で危機に備える・広報の危機に備える

- (1) 早期発見と明確な説明と今後の対応
- (2) 外見リスクにも備える
- (3) 情報発信力のあるファン(アドボケイツ)を見つめる・育てる
- (4) 「炭鉱のカナリヤ」と「ファイアファイター」
- (5) インフルエンサーの使い方ー炎上ではなく共感を

6：戦略作成ワーク

- ・誰をターゲットにして、どんな行動を促すのか
- ・ターゲットのコンタクトポイントを見つける
- ・フォーマットを埋めるだけで、明日から使えるスキルを身に着ける

※オンライン参加の方は、マイク・カメラ機能のあるパソコンまたはタブレット端末をご用意ください。

講師紹介

東海大学文化社会学部

広報メディア学科 教授 河井 孝仁 氏

博士(情報科学・名古屋大学)、静岡県生まれ。静岡県企画部情報政策課等勤務後、2004年、財団法人静岡総合研究機構へ。2005年、東海大学文学部広報メディア学科助教授、同教授を経て2018年から現職。専門分野は、行政広報論(自治体広報、シティプロモーション、地域ブランド、広報戦略)、地域情報論(地域メディア、地域マーケティング)、行政及び企業・市民の協働。総務省地域情報化アドバイザー、日本広報協会広報アドバイザー、公共コミュニケーション学会会長理事など各種公職を歴任。『シティプロモーション 地域の魅力を創るしごと』(日本広報学会賞受賞)、『シティプロモーションが地域を変える』、『失敗』からひも解くシティプロモーションーなにが成否をわけたのか』、『ソーシャルネットワーク時代の自治体広報(編著)』、『関係人口』創出で地域経済をうるおすシティプロモーション2.0』など多数。

講座申込み：FAX (03) 3403-1130

60016581・60016582 「自治体広報の基本とメディア活用のポイント」参加申込書

※NOMA記入

会場参加 オンライン参加 (該当欄にレ印)

令和3年5月18日～19日

会員 一般(該当欄にレ印)

役所名		電話	()	内線	<ご連絡担当者>
		FAX	()		所属
所在地	〒				フリガナ氏名
フリガナ参加者氏名	-----	所属部課 役職名		経験年数	年 ----- ヶ月
フリガナ参加者氏名	-----	所属部課 役職名		経験年数	年 ----- ヶ月

申込書にご記入いただいた情報は、以下の目的に使用させていただきます。

①参加券・請求書の発送および参加者名簿の作成などの事務処理 ②本会主催のセミナー、展示会、通信教育などのご案内

②がご不要の場合は□にチェックしてください。—— □不要

(経験年数は、現在の部課での年数をご記入ください)