

(仕様書別紙1)

宮崎県職員向け広報マニュアルの概要

本資料は、企画提案に当たり、本県の広報に関する考え方を参加事業者に共有することを目的として、庁内広報マニュアルの要点を抜粋・要約したものです。

はじめに

情報が多様な媒体を通じてあふれる現代において、県が発信する情報を県民に確実に届けるためには、単に情報を出すだけでなく、受け手に「届き」、「伝わる」ための工夫が不可欠です。本県では、こうした認識のもと、次のような考え方を広報の基本方針として掲げています。

1 本県の広報コンセプト — 「伝える」から「伝わる」へ

- ・ 本県は、行政が伝えたいことを一方的に発信する「伝える」広報から、受け手に確実に届き、理解・共感につながる「伝わる」広報への転換を基本方針としています。
- ・ 送り手の都合を優先するのではなく、受け手（県民）の立場に立って考える「広報発想」を重視します。
- ・ 情報を発信して終わりにするのではなく、受け手に「自分ごと」として受け止めてもらうことを目指します。

2 ソーシャルメディアの位置づけ

- ・ 本県は、ソーシャルメディアを情報発信の重要な手段として活用しています。
- ・ 情報を届けたい相手（ターゲット）を明確にした上で、その相手に適した媒体を選択します。
- ・ SNS では情報のエッセンス（入口）を届け、詳細な情報は県ホームページ等へ誘導（メディアミックス）する役割を担わせます。

3 SNS 投稿における4つのポイント

本県は、受け手に確実に届く発信を行うため、投稿に当たっては次のポイントを重視しています。

①書き出しの一文を工夫する

最初の一文で読み手の関心を引かなければ、続きを読んでもらうことは容易ではありません。書き出しを工夫し、読み手の興味を引くことを心がけます。

②わかりやすい、やさしい言葉づかいを心がける

行政用語や専門用語などのわかりにくい表現は、できる限りやさしい言葉に置き換えて記載します。

③活用する SNS に応じて伝え方を変える

伝えたい内容が同じであっても、各 SNS に一律の文章や画像を投稿するのではなく、それぞれの媒体の特性に合わせて発信します。

（例：X は一目で内容が伝わる工夫を、Instagram は写真の訴求力を重視するなど）

④投稿日時にも配慮する

投稿は時間の経過とともに埋もれやすいため、発信のタイミングが重要です。伝えたい相手にいつ届けるのが最適かを十分に考慮した上で投稿します。