

# ひとり1改革運動

## 「相手に合わせた情報発信を心がけよう」改革賞

### 「大井川鐵道SL婚活列車の旅」におけるターゲットを絞った広報

【中部健康福祉センター こども家庭課】



少子化対策の一環として、結婚支援のイベントを初めて実施することになり、どのようにして参加者を集めるのが課題でした。

そこで、参加者の年齢層を第1のターゲットに、親御さんからの問い合わせが多いことから、親世代を第2のターゲットに絞り、広報を行うことにしました。

参加者世代にはインターネットを、親世代には、県民だより、市町の広報誌等の活字を中心とした情報発信を心がけました。

その結果、男女とも30人の定員のところ、予想を大幅に上回る、男性186人、女性165人からの応募があり、5.9倍の高倍率となりました。

#### 工夫した点は？

- ・若い世代向けに婚活に絞った専用サイト（S-DE-I）を開設、男女カップルの顔をバナーにするなどいい意味で「役所らしくない」ホームページとなるように心がけました。
- ・管内の市町にも情報発信を依頼し、4市町の広報誌や雑誌に掲載されました。

#### 効果として実感している点は？

S-DE-Iサイトは、開設以来、連日300程度のアクセスがあり、インターネット上ではYahooやExcite上に情報が載り、ツイッターやFacebookでも話題になりました。

また、県民だよりが発行された9月2日には、サイトの閲覧は1,200件、48名の応募を記録しています。



【参加者をターゲットにしたポータルサイト】

静岡文化芸術大学 田中教授から一言

ターゲットを絞り込み、それぞれのターゲットに適した情報発信を工夫しており、広報活動のお手本と言える事例です。職員の皆さんが、日頃から県民の声に耳を傾け、研究を重ねてきた成果でしょう。今後も婚活のイベント情報が1人でも多くの対象者に届くよう、引き続き皆さんの活動に期待しています。



【イベントポスター】

# ひとり1改革運動

「相手に合わせた情報発信を心がけよう」改革賞

## 思い出駐車券 富士登山編

【交通基盤部 道路企画課】



富士山の夏期マイカー規制の実施に伴い、シャトルバス等への乗換駐車場で配布している駐車券には、必要事項が文字で記載されているのみで、利用後は、不要となるか領収書として活用されるだけでした。

そこで、駐車券のデザインを一新することとし、もともと白紙であった駐車券の裏面に登山案内を印刷するとともに、登山案内と駐車券の間にミシン線を入れ、登山案内部分は登山に携帯できるようにしました。

その結果、駐車券が登山者にとって思い出に残るものとなり、実際の駐車場利用者へのアンケート結果でも、65%の方から、駐車券のデザインが良いという評価をいただきました。

### 工夫した点は？

- デザイン元は、別途配布されている登山案内用リーフレットを使用することにより、デザイン料を節約しました。副次的効果として、登山案内用リーフレットの枚数を、2万8千枚削減することができました。
- 雨や霧などの過酷な天候を想定し、屋外など雨に濡れる場所でも使用できるように開発された印刷用撥水紙「OKレインガード」を採用しました。

### 苦勞した点は？

安価で思い出に残るものとして、しおりや絵葉書等も考えましたが、最終的に登山時にも役立つ登山案内に行き着きました。



【駐車券を配布する様子】

### 【デザインを一新した駐車券】

富士山登山案内

ルート	距離	所要時間
富士宮ルート	3.776km	20分
御殿場ルート	3.720km	15分
富士山本宮浅間大社奥宮	3.590km	30分
丸合五ヶ所	3.460km	15分
丸合目	3.250km	30分
八合目	3.010km	15分
元能七合目	2.780km	40分
新七合目	2.780km	20分
宝永火口	2.490km	50分
宝永火口周遊コース	2.400km	25分
五合目	2.400km	10分

駐車券

富士山スカイラインマイカー規制  
静岡県自動車連合会  
(平成24年度版)

### 学校法人新静岡学園 大坪理事長から一言

民間でも出来ないオリジナル発想、「心」の感じられる改革です。広告会社も気が付いていないのでは。このアイデアを利用して広告スペースとして活用、税収増にも貢献できないでしょうか（知的所有権を確保！）。

# ひとり1改革運動

「相手に合わせた情報発信を心がけよう」改革賞

## 小学生向け工事PR看板を作成

【沼津土木事務所 修善寺支所】



伊豆市では児童数の減少等から小学校の統廃合を進めており、遠方からバスで通学する児童が増加しています。事務所では、児童の安全を確保するため、市の施策と連携して、中伊豆小学校前にバス停車帯の整備を進めてきました。

整備にあたり、当バス停を利用している小学生にも工事の目的や効果を知ってもらいたいと考え、小学生が興味を持ってもらえるようなPR看板を作成することとしました。

その結果、バスで通うほとんどの小学生が書いてあることが分かったと回答するなど、工事に対する理解が進みました。

←【工事PR看板とバスを待つ小学生たち】

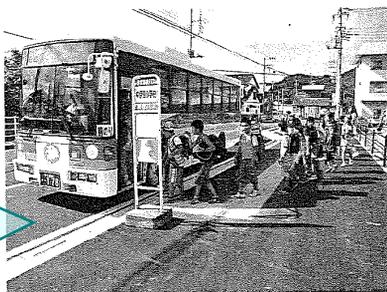


工夫した点は？

- ・イラストやキャラクターを入れ、明るく楽しいデザインを心がけました。
- ・低学年の児童でもわかるように、できる限りやさしい言葉を用いて児童に語りかけるような表現としました。
- ・工事中の現場に近づかないように注意することも付け加えました。

【広報いず10月号】※以下は記事から抜粋

この停車帯ができたことにより、県道伊東修善寺線の渋滞が解消され、車の通行がスムーズになるとともに、歩道も広がり、子どもたちは安全にバス通学をすることができるようになりました。



▲広くなった歩道から、安心してバスに乗り込む児童たち

「中伊豆小学校」バス停車帯完成！  
9月10日（日）、中伊豆小学校（入下）停車帯が県の事業により、完成しました。  
この停車帯ができたことにより、県道伊東修善寺線の渋滞が解消され、車の通行がスムーズになることも、歩道も広がり、子どもたちは、安全にバス通学をすることができるようになりました。  
新しいバス停を利用する子どもたちは、今日も元気に学校に通っています。

学校法人新静岡学園 大坪理事長から一言

利用者（小学生）に対し、このような“心”で接し、“行政”に対する理解＝参画を深めることは重要で、これが本当のPR（パブリック・リレーションズ〔公共・公衆との関係づくり〕）の原点なのです。

# ひとり1改革運動

「相手に合わせた情報発信を心がけよう」改革賞

## 統計キッズページ『グラフ博士のとうけい工場』

～ 数字で見える！ みんなの静岡県 ～ 【企画広報部 統計利用課】



県統計情報ホームページ「統計センターしずおか」は、平成13年の開設以来、学校での統計教育にも役立てていける、分かりやすい子ども向けのコンテンツの提供が課題でした。

そこで、システムのリニューアルにあわせて、さまざまな統計データやグラフのほか、クイズや統計グラフコンクール作品の作り方など、子どもたちが分かりやすく、利用しやすいコンテンツを満載した統計キッズページを平成24年2月に開設しました。

その結果、この統計キッズページへのアクセス数は、7月と8月には9,000件／月を超えるなど、大きな反響があり、夏休みの自由研究における統計教育の推進に寄与しました。

### 工夫した点は？

登場人物のグラフ博士や、カズくん、スージーちゃん、ネコ3（さん）など、親しみやすいキャラクターを、静岡県の代表するクリエイターが粘土細工で表現しているほか、画面がフラッシュアニメーションで動くなど、統計キッズページを見た子どもたち自身が「とうけい工場」を訪れたような気持ちで学べ、楽しめるサイトになるように工夫しました。

### 留意した点、苦労した点は？

統計について、子どもたちが興味を持ち、しかも、できるだけ分かりやすく、理解できるようにするために苦労を重ねました。

このため、多岐にわたる作業を統計利用課内でワークシェアリングして、情報を共有するとともに、統計調査課や情報政策課、電子県庁課、県教育委員会とも相談しながら、協働で取り組みました。



静岡県企画広報部統計利用課 電話 054-221-2298 メール toukeinyou@pref.shizuoka.lg.jp

【統計キッズページPR用ポスター】

### 静岡文化芸術大学 田中教授から一言

統計キッズページはビジュアル面・内容面ともによく作りこまれており、大変魅力的なホームページになっています。子どもに「見たい」「使いたい」と思わせるのに成功しているのではないのでしょうか。他の所属と協働で取り組んだとのことで、組織の縦割りを打破する取り組みとしても注目されます。

# ひとり1改革運動

## 「相手に合わせた情報発信を心がけよう」改革賞

### フラワーDream2012へ出展し、静岡の観光魅力をPR

【文化・観光部 観光振興課】



これまで観光PRは、旅フェア等の観光関連イベントへの出展が中心だったため、さらに効果的な観光キャンペーンを行うためには、潜在的なニーズが期待できる新たなターゲットを見つける必要がありました。

そこで、首都圏の主要イベントである、「フラワーDream2012」に初出展し、花に関心が高い来場者に、直接花関連の観光施設のPRや静岡茶の販売、呈茶サービス等を行いました。

その結果、多くの来場者を集めることができ、静岡県の観光に対する効果的なPRを実現しました。

また、お茶に関心が高い人も多く、2日間で2,350杯の呈茶サービスを実施、お茶の販売では、12万6千円を売り上げることができました。

#### 工夫した点は？

- ・イベントでは生け花を展示するコーナーも設けられていたため、「生け花→お茶」と関連付け、茶業農産課やShizuoka Mt.Fuji Green-tea Plaza (県東京観光案内所)と連携した呈茶サービスや物販を実施し、ブースへの集客効果を高めました。
- ・県道路公社との連携により、新東名高速道路開通により利便性が向上した県内観光施設へのアクセス等のPRを行うことができました。

#### 効果として実感している点、今後に向けての取組は？

- ・ブース来訪者は、旅行に関心のある方が多く、呈茶サービスを受けながら、観光パンフレットを手にとったださる方がたくさんおり、潜在的なニーズが高いと感じています。
- ・茶業農産課、みかん園芸課、花き関係団体と共同出展することにより、静岡の花、お茶、観光を結びつけたPRを実施していきたいと考えています。

【ブース出展の様子】



【呈茶サービスの様子】



#### 静岡県立大学 西野教授から一言

観光イベントへの出展による観光PRを、焦点を絞って首都圏の花関連のイベントに関係機関と連携して出展し、大きな成果を上げました。観光PRは漠然と地域全体をアピールするものが多く、マンネリ化していますが、「選択と集中」により、新規の顧客層の開拓とインパクトの強い観光施設の宣伝につながりました。職員間の自由なアイデア交換が有効に働いている取組です。

# ひとり1改革運動

## 「相手に合わせた情報発信を心がけよう」改革賞

住民、市町と協働で治山事業を進めるため、進め方をわかりやすく説明するリーフレットを作成

【賀茂農林事務所 治山課】



治山事業はこれまで地元から要望が上がってきた箇所について、県で計画、工事を実施して荒廃森林の復旧を進めてきました。

しかし、近年多発する自然災害を受け、住民が日頃から身近な危険地に関心を持ち、治山事業の計画づくりに参加するなど、治山事業、森林整備への住民の理解、関心を高める取組が重要となっています。

そこで、治山事業への住民参加の進め方について、分かりやすくまとめたリーフレットを作成し、市町や住民への説明会で活用することにしました。

その結果、進め方が明確になり、市町、住民とともに共通認識をもって取組を進めることができるようになりました。

### 治山事業をきっかけに、災害に強い地域・森林づくりを推進

～治山の計画づくりに住民が参加、周辺森林も合わせ整備を実施して、災害に強い地域・森林づくりを実現！～

**ホップ**

- 治山やロープや災害の発生を契機に、地元自治会と市町、県が連携して森林の復旧住民参加型・危険箇所の把握と対策の必要性も認識
- 災害の発生を契機に地元自治会と市町、県が連携して災害発生対策、危険箇所を把握。
- 治山パトロールを地元自治会と市町、県が協働して実施するなど森林の復旧状況を確認。

**ステップ**

- 治山事業の計画づくりに地元住民が参加！地域の要望を取り入れながら計画づくりを推進
- 地元自治会を中心に所有受等の承認を取り決め、周辺の荒廃森林の整備も合わせて計画
- 治山事業の地質調査などを進めて危険箇所の把握、対策等の検討、地元自治会を中心に承認等の取りまとめ。
- 計画づくりに地元住民も参加、周辺の荒廃森林の整備も合わせて計画作成を推進。

**ジャンプ**

- 谷止工などのハード整備と合わせ、周辺森林も整備
- 一部では、治山事業の工事用道路を活用しながら、自主的な間伐実施、間伐材の搬出などが促進
- 森林経営を進めることで、森林の保安機能が向上
- 計画上取り、治山事業も整備、災害に強い森林づくりを推進。
- ハード整備と合わせ、周辺の森林も整備、一部では、治山事業とは別に自主的な間伐、間伐材の搬出が促進。

**将来像**

- 治山施設が発達することにより、森林の機能が上がり、地域の安心・安全な暮らしが確保されています。
- 治山の計画づくりに地元住民が参加することで、地域防災の意識が高まり、治山施設の整備などのハード対策に加え、自主防災計画の作成などソフト対策も進んでいます。
- 県、市町、地元自治会が連携して、継続して治山パトロールを実施するなど常に、住民が連携して地域の防災力の向上に努めています。
- 治山事業を契機に森林への関心が高まり、自主的に間伐を行い、材を搬出する人が出てくるなど、森林経営しながら災害に強い森林づくりが進んでいます。

ALOCKE 賀茂農林事務所治山課 電話 0558-24-2084, 2085

【市町、住民説明用リーフレット】

### 工夫した点は？

リーフレットは、「ホップ」、「ステップ」、「ジャンプ」と段階ごとに説明・写真を使い分け、見ただけで分かるような構成としました。

### 効果として実感している点は？

現在、市町にリーフレットを使って説明して回っていますが、趣旨に賛同し、自治会でのリーフレット配布を考えてくれる市町も多く、取組への理解が得られていると実感しています。

### 今後に向けた取組は？

本取組は、地域自治会が中心になって動いてもらうことが重要なため、今後、市町を通じて地域自治会に説明していく中で、必要に応じて県も説明に加わるなど、地域住民の理解を更に進めていきたいです。

### 静岡大学 日誌教授から一言

地域住民が地元の治山事業に関わりを持ちたくても、事業の進捗段階において、どのように関わることができるのかという情報がなければ参加のしようがありません。この取組みの優れているところは、治山事業の各段階で、住民の関わり方の可能性をリーフレットにしてわかりやすく示した点にあります。