北海道

その先の、道へ。北海道
Hokkaido. Expanding Horizons.

資料2－1

北海道戦略広報基本方針に基づく取組について

令和２年（2020年）８月３１日(月)
北海道総合政策部知事室広報広聴課

戦略広報の目指す姿

北海道

道民の理解と協働に基づく戦略広報の展開による北海道価値を活かした地域・経済の活性化

道民の理解と協働を大切にする広報活動を前提としながら、「北海道価値」を活用して、地域や経済の活性化に結びつけることに重点を置いた取組を推進

○基本戦略１ 北海道価値の効果的な発信

①インターネットの積極的な活用
②マスメディアに対する働きかけ
③道外在住者・外国人に向けた情報発信

○基本戦略２ 道民の理解と協働によるコミュニケーション広報の推進

①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用
②広報に関する道民意見の把握と反映

○基本戦略３ 民間企業などとの協働による広報の推進

①民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進

○基本戦略４ 広報活動を支えるマネジメント機能の充実

①広報広聴委員会等の活用
②職員の広報マインドの醸成

【基本戦略１】北海道価値の効果的な発信

①インターネットの積極的な活用

◆北海道のホームページ

各部局・振興局と連携しながら、
北海道の魅力をホームページで発信

【アクセス数】
令和元年度（１年間累計）
約１億4,900万アクセス

令和２年度（４～７月累計）
約１億3,900万アクセス

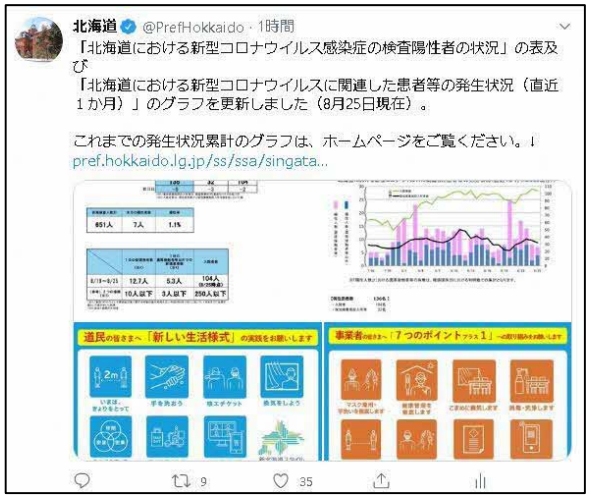
【基本戦略１】北海道価値の効果的な発信

①インターネットの積極的な活用

◆「北海道庁広報ツイッター」

・即時性や情報の拡散性が特徴であるツイッターの活用により、道ＨＰ等の新着情報や魅力、災害情報などを発信

【フォロワー数】　令和元年12月末現在　約40,600人
令和２年 ７月末現在　約78,900人



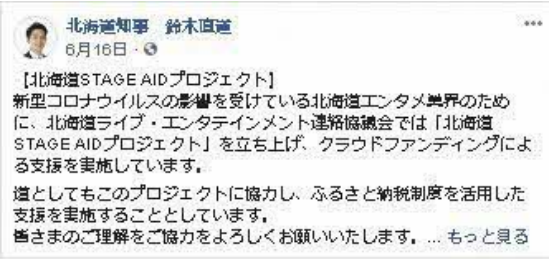
【基本戦略１】北海道価値の効果的な発信

①インターネットの積極的な活用

◆北海道知事 鈴木直道Facebook

知事の日々の活動を通じて、道政の動きをなどを紹介

【フォロワー数】　令和元年12月末現在　約 2,000人
令和２年７月末現在　約13,900人



【基本戦略１】北海道価値の効果的な発信

①インターネットの積極的な活用

◆動画による発信

《YouTube北海道チャンネル》

・道が実施する行事・イベント等の動画作成
・職員が出演する「動くよ！広報紙ほっかいどう」の作成
・「知事定例記者会見（手話通訳付き）」の配信（生中継）
・振興局における撮影・編集の環境整備（新規）

【チャンネル登録者数】令和元年12月末現在　約5,600人
令和２年７月末現在　約16,300人

《インターネット放送局「Hokkai・Do・画」》

・道をはじめ市町村や関係団体が作成する動画のプラットフォーム

【動画掲載数】
令和元年12月末現在 約2,500本
令和２年７月末現在 約2,800本

【基本戦略１】北海道価値の効果的な発信

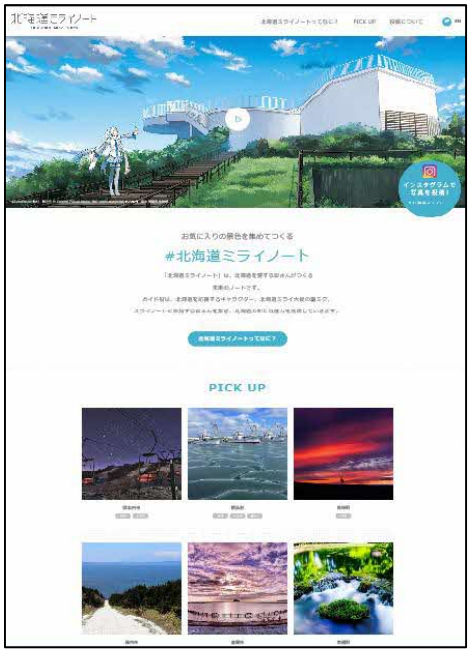
①インターネットの積極的な活用

◆インスタグラム「北海道ミライノート」による魅力発信

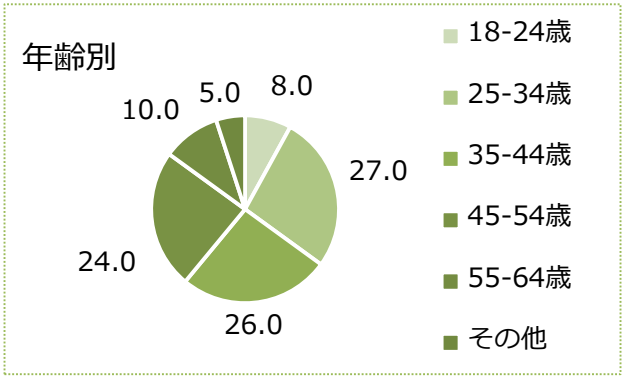
・若年層及び海外層をメインターゲットに、
インスタグラムを活用して北海道の新たな魅力を発信
（H29.10開始）

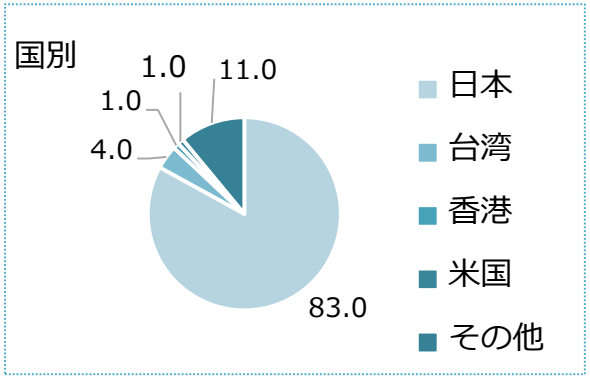
・未来に残したい画像をホームページで紹介
（日本語・英語対応）

【フォロワー数】令和元年12月末現在　約2,300人
令和２年 ７月末現在　約3,500人



ホームページ





【基本戦略１】北海道価値の効果的な発信

①インターネットの積極的な活用

◆ブログ「超!!旬ほっかいどう」

・各部局、（総合）振興局による積極的な投稿（月平均投稿数：１０２）
・ブログアクセス数の増加に向けた他の広報ツールの活用

【アクセス数（月平均）】
令和元年12月末現在
258,459アクセス／月

令和２年度７月末現在
266,684アクセス／月

ツイッターとも連携

【基本戦略１】北海道価値の効果的な発信

①インターネットの積極的な活用

◆「北海道メールマガジンDo・Ryoku」

・ブログやツイッターとのメディアミックス
・市町村・観光関係団体から提供される情報も積極的に発信
・民間企業の協力による購読者プレゼント

※「北海道メールマガジンDo・Ryoku」含め、
　道全体では、３１のメールマガジンを配信

【登録者数】

令和元年12月末現在　約17,900人

令和２年 ７月末現在　約18,000人

北海道メールマガジン　Ｄｏ・Ｒｙｏｋｕ（動・力）

北海道総合政策部知事室広報広聴課

Ｄｏ・Ｒｙｏｋｕ（動・力）／Vol.720　2020/8/20

北海道のホームページ
http://www.pref.hokkaido.lg.jp/

エールを北のチカラに。
『ほっかいどう応援団会議』
https://hkd-ouendankaigi.jp/

北海道を愛する皆さんがつくるウェブサイト
『北海道ミライノート』
https://mirai-note.jp

民族共生象徴空間　ウポポイ
https://www.akarenga-h.jp/symbolic_space/

新型コロナウイルス感染症情報
http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/ssa/singatakoronahaien.htm

北海道メールマガジン　Ｄｏ・Ｒｙｏｋｕ（動・力）第720号スタートです！

****

【1】新型コロナウイルス感染症に関する情報
【2】発信します！北海道アラカルト
　☆Pick up！☆
　・海外悪性伝染病の侵入防止にご協力ください
　・「北海道の広報に関するアンケート」にご協力ください！
【3】ほっかいどうの美味しいハナシ
　「食絶景北海道　今こそ食べよう！北海道フェアを開催しています」
【4】アートギャラリー北海道
　「古小牧市美術博物館　特別展
　『生誕100年 ロボットと芸術　越境するヒューマノイド』が開催中です！」
【5】アイヌ文化発信コラム
【6】消費者ほっとメール
　「注文していないのに海外から植物の種子が送られてきたという相談が
　寄せられています」
【7】編集後記

③道外在住者・外国人に向けた情報発信

◆道外在住者に向けた情報発信

・首都圏等で開催される移住関連行事や道人会、包括連携協定企業のイベントなどを活用した情報発信

◆外国人に向けた情報発信

・道の海外事務所が運営するSNSやWebサイトなどと連携し、外国人に向けて北海道の取組や魅力を発信

・北海道公式ホームページの外国語対応

【基本戦略２】道民の理解と協働によるコミュニケーション広報の推進

①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用

◆広報紙「ほっかいどう」

・主要な政策、議会情報などを紹介
・動くよ！広報紙ほっかいどうの活用
　（YouTubeを活用した動画広報）

【体裁など】タブロイド版　４Ｐ　年５回
【発行部数】約250万部
【配布方法】新聞折込、施設設置　など

【特集（令和元年度）】
・　８月号：鈴木知事のメッセージ
・　９月号：令和元年度北海道予算
・11月号：防災対策
・12月号：ほっかいどう応援団会議
・　３月号：観光地づくり

【特集（令和２年度）】
・　６月号：新型コロナウイルス感染症
・　８月号：座談会（新北海道スタイル）

①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用

◆道政広報番組

・30分の特集番組で道の重要政策を紹介
・令和２年度の放送は２回⇒４回

【令和元年度内容】
○第１回放送（令和元年11月16日）
テーマ：「技術の力と人の力で　強く、元気な農林水産業へ」

○第２回放送（令和２年３月）～コロナ感染拡大に伴い放送中止
テーマ：「北海道の歴史を知って、つなげよう　未来へ！」

【令和２年度内容】
○第１回放送（令和２年７月25日）
テーマ：「心をひとつに。新型コロナウイルスに負けない北海道へ」

【基本戦略２】道民の理解と協働によるコミュニケーション広報の推進

①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用

北海道

◆ラジオスポットCM

・道税（５、６月）に関するラジオスポットＣＭ等（20秒、全102回）
・放送局：STV-R、HBC-R、AIR-G、FMノースウェーブ

◆新聞紙面利用広告

「みなさんの赤れんが（道新、朝日、読売、毎日）」
・道の事業やイベント行事、各種制度等をコンパクトにお知らせ
・毎月第２日曜日掲載、半３段：年16回

「北海道ビジネスページ（日経）」
・経済や企業に関する道の事業や各種制度をコンパクトにお知らせ
・偶数月の最終木曜日掲載、半３段：年６回

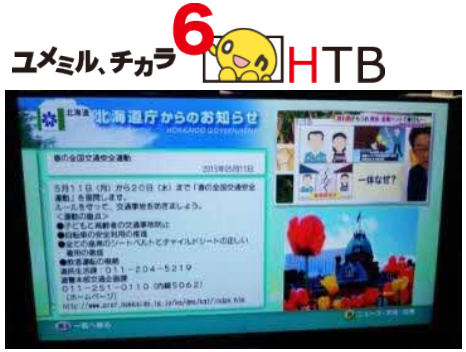
その先の、道へ。北海道
Hokkaido. Expanding Horizons.

【基本戦略２】道民の理解と協働によるコミュニケーション広報の推進

①道民ニーズを踏まえた適切な広報手段の活用

◆地デジデータ放送

・HTB地上デジタルデータ放送による道政情報の発信



◆道政広報コーナーの活用

・本庁舎１階に道政広報コーナーを設置し、パネル展の開催やリーフレットを配布

◆広報ツールの相互補完

・広報紙「ほっかいどう」、新聞広告などアナログ系広報をホームページに掲載

【基本戦略３】民間企業などとの協働による広報の推進

民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進

◆ 雑誌

□航空会社機内誌

「rapora 」 AIR DO

北海道への移住者と移住者が暮らす地域の「地域情報」を紹介する「北海道移住ライフ」を連載

□地域情報誌

「北海道生活」 えんれいしゃ

オフィスキューとの連携により、「大泉洋の福知事レポート」を掲載

◆ フリーペーパー

□子育て情報誌

「ママNavi 」(株)Mammypro

「まま・ここっと」(株)インサイト

□美容健康情報誌

「スコブル」
(株)ぶらんとマガジン社

□地域情報誌

「ＪＰ０１」 総合商研(株)

□生活情報誌

「EZO CLUB mg.COMMU」

サツドラホールディングス(株)

【基本戦略３】民間企業などとの協働による広報の推進

民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進

◆街頭大型ビジョン

- メガビジョン(札幌駅南口、4丁目プラザ)
- パルコビジョン
  (株)メガコーポレーション
- サッポロファクトリー大型ビジョン
  サッポロ都市開発(株)
- チカホ（北大通交差点広場、北3条交差点広場）
  札幌市
- 狸ビジョン（狸小路１～６丁目）
  札幌狸小路商店街振興組合

◆自動販売機電光掲示板

- 北海道コカ・コーラボトリング

民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進

◆ 商品パッケージ

□サッポロビール(株)

- サッポロクラシック

ウポポイラベル缶　　2020.4月発売

□雪印メグミルク(株)

- ソフトカツゲン

縄文遺跡群の世界遺産登録に向けた取組PR

2020.4月発売

民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進

◆ 店舗等

□ポスター、チラシ・リーフレットの配置

セブン-イレブン、ファミリーマート、

セイコーマート、アリオ札幌、

北洋銀行、北海道銀行、佐川急便、SMBCなど

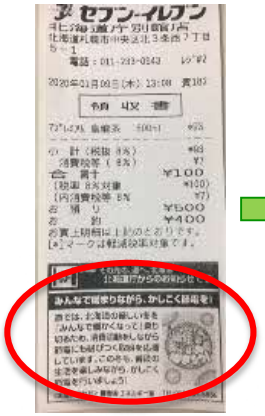
□店内放送

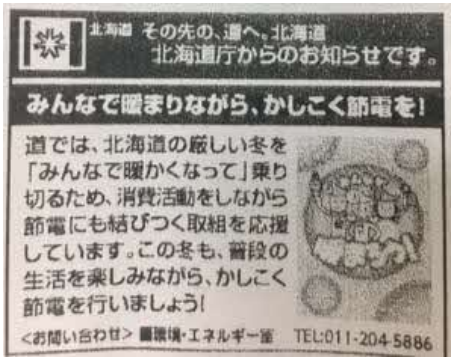
セイコーマート

□レシートの活用

セブン-イレブン

本庁舎地下１階セイコーマート





セブン-イレブンレシート

民間ならではの効果的な手段を活用した協働広報の推進

◆スマートフォン・アプリを活用した情報発信

- **クリプトン・フューチャー・メディア(株)と道とのタイアップ(2019.12～)**

国内最大規模のニュースアプリ「SmartNews(スマートニュース)」への情報発信

・「SmartNews」の北海道チャンネルに道ＨＰの新着情報を配信

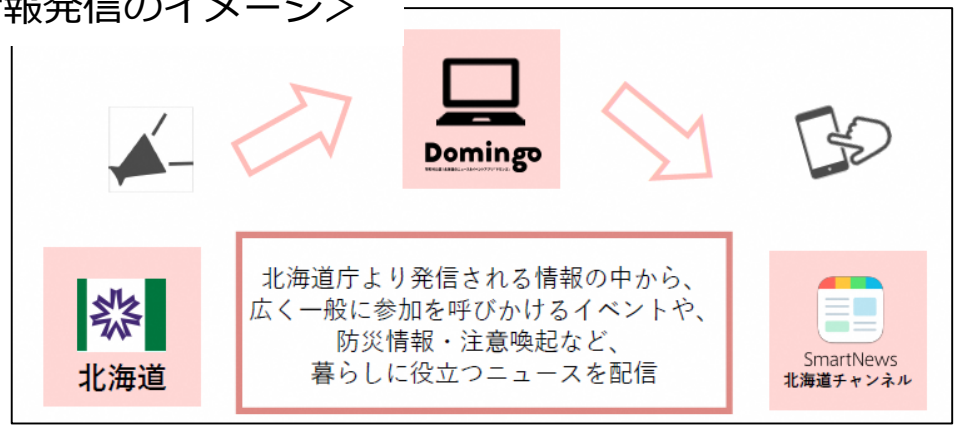
・官民連携（道とクリプトン・フューチャー・メディア(株)）による取組は**全国初**

道とのタイアップ事業「Domingo（ドミンゴ）」のリニューアル

・デザインの一新（画像中心のビジュアル）

・市町村ページの充実（「クラウドファンディング」や「フォトギャラリー」を追加）

＜情報発信のイメージ＞



＜SmartNewsの北海道チャンネル＞

①広報広聴連絡会議等の活用

◆各所属横断的な取組

・各部代表課長、（総合）振興局地域創生部長等が構成する「広報広聴連絡会議」や、各広報担当者が構成する「広報広聴担当者会議」を設置

・毎年度、広報重点テーマなどを協議し、全庁の統一的な意志や戦略を持った効果的、効率的な道政広報を展開

②職員の広報マインドの醸成

◆研修会の実施

・広報担当職員等を対象に「道政広報研修会」や各（総合）振興局に出向いての研修会を実施。広報やウェブアクセシビリティ対応スキルの向上を図る。

※道職員の他、市町村職員等も対象とした「広報広聴技術研究会」を実施。

道政広報研修会

広報広聴技術研究会

◆北海道戦略広報基本方針の徹底

・全職員に基本方針が浸透するよう、庁内各種会議などを通じ、周知徹底。