

【戦略 2】 情報発信の強化

2-1 ソーシャル メディア等 の活用によ る情報発信 の強化	市公式フェイスブックやツイッター等による、盛岡の魅力発信の取組を展開します。						
	事業名等	担当課	27	28	29	30	31
	ア 市民からの公募による「もりおか暮らし物語写真館」による情報発信 ☆	広聴 広報課	●→	●→	●→	●→	●→
			公募による素材の収集 市公式フェイスブックによる発信			継続実施	
イ もりおか暮らし物語通信（盛岡ブランドに関連したコラムやイベント情報等）のフェイスブックによる発信	広報ブ ランド 戦略室	●→	●→	●→	●→	●→	
		試行実 施	成果 検証		継続実施		
ウ ドラマ・CM撮影等誘致支援（フィルムコミッション活動の展開）	観光課 （関係 団体）	●→					
		盛岡広域フィルムコミッションを中心に盛岡を舞台とした映画、テレビ、CMなど多様な番組の誘致・支援を積極的に実施					

2-2 盛岡と関わりがある人等をキーパーソンをとした情報発信の強化	盛岡と関わりがある人（市外在住の盛岡出身者，転勤，在学等で過去に盛岡に住んだことがある人）等との繋がりを深め，盛岡ブランドの情報発信のキーパーソンとなるような取組を展開します。						
	事業名等	担当課	27	28	29	30	31
	ア 転出者へのポストカードの配布による情報発信 ☆	広報ブランド戦略室	●→		●→	●→	●→
			試行実施		成果検証	継続実施	
	イ 東京盛岡ふるさと会との連携による情報発信	広報ブランド戦略室（東京事務所）	●→		●→	●→	●→
			試行実施		成果検証	継続実施	
ウ ふるさと大使名刺活用事業（名刺に特産品の贈呈や公共施設入場割引などの特典を付与）	東京事務所	●→	●→	●→			
		検討	試行実施	継続実施			
エ 首都圏等に在住する盛岡出身者へのフリーペーパーの送付による盛岡の情報の発信	広報ブランド戦略室	●→		●→	●→	●→	
		試行実施		成果検証	継続発行		
オ 首都圏等での盛岡デー開催による情報発信	観光課	●→	●→	●→	●→	●→	
		首都圏での市長のトップセールスによる，盛岡のイメージPRの実施と盛岡特産品ブランドの販路拡大					

2-3 庁内の意識啓発と連携による情報発信の強化	<p>第5章に掲載する盛岡ブランドを構成する主要事業について、開催に係るポスター、チラシ、パンフレット等に「もりおか暮らし物語」のキャッチコピーやロゴマークを表記する等、常に盛岡ブランドのPRとシティプロモーションを意識して事業を実施します。</p> <p>また、盛岡ブランド推進本部を中心として庁内各課等との横断的な連携を強化し、盛岡ブランドやシティプロモーションに関係する情報の共有を図ることにより、全庁的な情報発信を行います。</p>						
	事業名等	担当課	27	28	29	30	31
	ア 盛岡ブランドの推進に関連する事業へのロゴマーク、キャッチコピーの表記	庁内各課	●→	●→	●→	●→	●→
	盛岡ブランド推進本部会議で表記することを依頼						
	イ 職員研修の実施	広報ブランド戦略室	●→	●→	●→	●→	●→
	新採用研修での講義実施						
ウ 盛岡ブランド推進本部会議の開催による情報の共有	広報ブランド戦略室	●→	●→	●→	●→	●→	
庁内の盛岡ブランドに関する取組の実績、成果の把握と、当該年度の取組の情報共有を行ない、より一層の庁内連携を図る。							
エ シティプロモーション推進リーダーの設置	広報ブランド戦略室	●→	●→	●→	●→	●→	
盛岡ブランド推進本部内に設置							
庁内各課が行う取組、事業について盛岡ブランドの推進を視点としたアドバイスをを行うほか、事業・取組について情報を共有する							
オ ロゴマークや市政情報を掲載した職員統一名刺の作成	広報ブランド戦略室	●→	●→	●→	→		
作成・試行配布			効果等の検証、予算措置、継続実施等について検討			継続実施	