

第 2 期スポーツ基本計画の今後の広報について

1. 広報活動のポイント

- ◆ 計画の内容をわかりやすく簡潔に伝えていく
- ◆ SNSをはじめ多様なメディアを活用して、国民、スポーツ団体、民間事業者、地方公共団体等に広く拡散する

2. 具体的方策

(1) SNS 等の活用

- ・ スポーツ庁ホームページ、Facebook、Twitter（新規創設） 等
- ※Facebook や Twitter など寄せられた意見も今後のフォローアップ検証に活用

(2) 鈴木スポーツ庁長官によるメディアへの発信

- ・ 各種メディア、講演会への出演
- ・ 記者クラブへの報道発表 等

(3) 審議会委員のご協力

- ・ 動画メッセージの作成
※各委員 30 秒程度。4 月以降、スポーツ庁ホームページ・SNS にて順次掲載。
- ・ ご自身の SNS 等において拡散
- ・ 御所属の団体の広報を通じての SNS などでの紹介（シェア） 等

(4) 新たな広報媒体の作成【参考資料】

拡散力のあるインフォグラフィック等を作成し、スポーツ基本計画に関心を持ってもらえるように、ビジュアル化。わかりやすく簡潔に伝え、多くの国民の関心を抱くきっかけを提供する。

(5) 関係団体横断的協議の場の構築

着実な計画実施に向け、スポーツ庁と関係団体の横断的協議の場を創設。計画を周知するとともに、関係団体と双方向で意見交換を行う場を構築する

(参考) 第 2 期スポーツ基本計画の策定に際して意見聴取を行った団体

日体協、JOC、日障協（JPC）、JADA、全国知事会、全国市長会、全国町村会、日本体育学会、笹川スポーツ財団、日本スポーツ仲裁機構、日本武道館、中体連、高体連、大体連、体育系大学学長・学部長会、日レク、総合型地域スポーツクラブ全国協議会、全国スポーツ推進委員連合、日本体育施設協会、健康・体力づくり事業財団、日本スポーツツーリズム推進機構、日本プロスポーツ協会、スポーツ健康産業団体連合会、日本トップリーグ連携機構、日本オリンピックズ協会、日本パラリンピアンズ協会、ラグビー組織委員会、オリパラ組織委員会、日本経済団体連合会 等

【参考】新たな広報媒体の作成

ソーシャルメディア

① 拡散ツール

興味喚起・存在を知ってもらう

動画 (インフォグラフィック)

日本スポーツの持つポテンシャルや課題を数字データを中心に動画で紹介。(実施率の国際比較や、スポーツGDPなど) 最後にその解決策として基本計画の存在を紹介し、スポーツ庁HPへ流入する。まずは興味持ってもらい、拡散してもらうなどの役割を担う。



スポーツ庁
基本計画

存在認知

一般国民

スポーツ庁 ホームページ

② 導入ページ

わかりやすく・全体像

ビジュアルスライド

関心を示してきた国民に対し、基本計画の文章をいきなり読んでもらう前に、基本計画を20枚程度のビジュアルスライドにてその主旨・全体像を紹介。



概略理解

関心ある人

③ 政策ページ (従来)
しっかりと具体施策

基本計画 (原文)

主に関係者に、具体的な施策や役割分担をしっかりと見てもらう。



詳細理解

関係者