

「創造的復興」の理念を活かしたウクライナ支援事業

～ふるさとひょうご寄附金の広報戦略について～

事業目標

「ひょうご」ならではの知見を活かした、中長期に渡る支援により、**ウクライナの「創造的復興」の実現を図る**（義肢装具リハビリ・こころのケアの受入研修等の実施）。

ふるさと寄附金獲得目標 R6年度10,000千円、R7年度40,000千円

県内外に、ウクライナ支援の機運を醸成し、「創造的復興」の理念を広める。

広報戦略のポイント

1

コンテンツを通して「対話」する

～一方的・上から目線の告知でなく、見る人と対話する～

2

みんなでつくる、全方位的プロジェクト

～被災した人、支援する人だけでなく、いろんな人がつくる～

3

紙・web・SNSの3つを核としたメディアミックス

～「対話」が生まれるコンテンツをしっかりと作り、様々な媒体で発信～

中長期に
渡り実施

「創造的復興」の理念を活かしたウクライナ支援事業

～ふるさとひょうご寄附金の広報戦略について～

広報戦略のポイント ～コンテンツを通して「対話」する～



【例】森林ボランティア タブロイド紙「森と人と」

- 森林ボランティアの活動内容を機械的に伝えるのではなく、ボランティアの人達にインタビューして、生の声を載せ、定期的に刊行することで、読者との「対話」が生まれる。

【想定】

- 関係者へのインタビュー
(例)
 - ・ 岡部座長
 - ・ ナディア先生
 - ・ 加ナターハート州の知事等
 - ・ 避難民
 - ・ チャリティ大使
 - ・ 受入研修に来る研修生
 - ・ 受入研修で指導するOT・PT
心理士等



「創造的復興」の理念を活かしたウクライナ支援事業

～ふるさとひょうご寄附金の広報戦略について～

03

広報戦略のポイント ～みんなで作る、全方位的プロジェクト～



【映画「まく子」コメントチラシ】



【映画「ヒミズ」コメントチラシ】

【例】映画のフライヤー

- ▶ 俳優や制作スタッフ等の関係者でなく、映画を見た人のコメントを載せることで、いろいろな人が関わって、プロジェクトが作られる。

【想定】

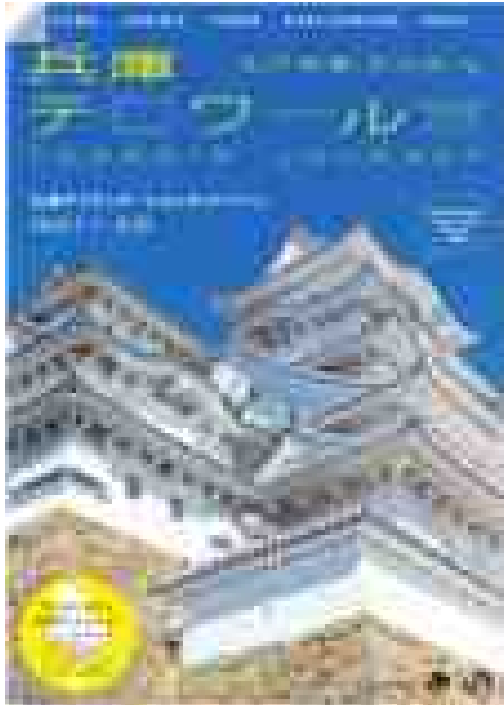
- ▶ 県、岡部座長等の有識者、研修生、受入施設等の直接の関係者以外の者、例えば、寄附者のコメントも掲載。
- ▶ 寄附者の名前を、映画クレジットのように記載（一定額以上の方は少し大きく等）。
- ▶ 避難民と日頃交流している知人へのインタビュー記事を掲載。

「創造的復興」の理念を活かしたウクライナ支援事業

～ふるさとひょうご寄附金の広報戦略について～

04

広報戦略のポイント ～紙・web・SNSの3つを核としたメディアミックス～



【兵庫DCガイドブック】

【兵庫 テロワール旅 HP】



【例】兵庫 テロワール旅

- コンテンツをしっかりとつければ、様々な媒体で発信することで、「対話」が生まれる。
- 紙・web・SNSが核。この3つのコンテンツをつくり、他の媒体で展開していく（＝メディアミックス）。

【想定】

- すべてのコンテンツをすべての媒体に掲載する（例：岡部座長のインタビュー記事を、紙・web・SNSに掲載する）。
- 各媒体への載せ方については、例えば、紙を見た人をどうwebやSNSに誘導するか等を考えながら、検討していく。

【兵庫県広報 X】

「創造的復興」の理念を活かしたウクライナ支援事業

～ふるさとひょうご寄附金の広報戦略について～

05

主なスケジュール

- 今後のウクライナ支援プロジェクト、今後の広報戦略を象徴する、キックオフとしての、新しいチラシを、年度内に作成する。

タブロイド紙・web・SNS
等での発信（4月～）

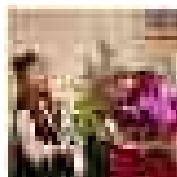
広報とともに、
返礼品（バレイ無料招待等）
の導入を検討していく。

チラシの作成（3月末）

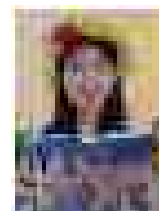
チャリティ大使の任命（2/23）

- ウクライナの歌と踊りを披露する非営利型一般社団法人「芸術の森」の3人を、チャリティ大使に任命し、寄附募集の活動をしていただく。
（芸術の森イベント等での募金活動等）

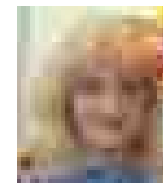
Jesse（ジェシィ）
（芸術の森 協力者）



玉木花怜（カレン）
（芸術の森 代表理事）



カーハチュク・リサ
（芸術の森 理事）



- ジトーミル市公務員
- 2022年避難、神戸市在住

「創造的復興」の理念を活かしたウクライナ支援事業

～ふるさとひょうご寄附金の広報戦略について～

06

具体的な広報戦術について

個人向け

- 寄附者へ、タブロイド紙等により寄附の実績や関係者の生の声を報告することで「対話」し、さらなる寄附を呼びかける。
- その他の者にも、紙・web・SNS等により、関係者のコメント等のコンテンツを通して「対話」することで、共感の輪を広げ、新たな寄附者を開拓する。
- チャリティ大使には、コンサートの観客等に寄附を呼びかけてもらう。
- イベント等、多数の人が集まる機会に、寄附を呼びかける（街頭募金）。
- 兵庫県に縁のある人脈（東京県人会）等を活用し、メルマガを通して、寄附を呼びかける。
- 駆け込み寄附が期待できる年末に、広報を強化する。

企業・団体向け

- 神戸市が誘致したウクライナ企業、ウクライナとビジネスで関わりのある県内企業（パソナ、サグリ（丹波市）等）を個別訪問し、寄附を呼びかける。
- チャリティ活動を行う団体（ロータリークラブ等）を個別訪問し、寄附を呼びかける。
- 国やJICAの協力を得て、ウクライナの復興に関わる国内企業・団体に働きかける。