

予 算 要 求 資 料

令和6年度当初予算

支出科目 款：総務費 項：総務管理費 目：広報費

事業名 清流の国ぎふ戦略広報費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

知事直轄 広報課 報道係 電話番号：058-272-1111(内2140)

E-mail：c11103@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 11,810 千円 (前年度予算額：11,810 千円)

<財源内訳>

| 区 分 | 事業費 | 財 源 内 訳 | | | | | | | |
|-----|--------|------------|------------|------------|------------|-----|-----|-----|------------|
| | | 国 庫 支出金 | 分担金 負担金 | 使用料 手数料 | 財 産 収 入 | 寄附金 | その他 | 県 債 | 一 般 財 源 |
| 前年度 | 11,810 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11,810 |
| 要求額 | 11,810 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11,810 |
| 決定額 | 11,810 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11,810 |

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨（現状と課題）

「岐阜県デジタル・トランスフォーメーション推進計画」に基づき、「オール岐阜」でDX推進に取り組んでいるところである。

広報施策についても同様であり、来年度においても、大都市圏メディアに加えて、Webメディアを活用し、特に訴求効果の高いYouTubeといったSNSやWeb広告などを活用することにより、DXの推進を図るとともに、効果的な広報を展開する。

(2) 事業内容

全部局を対象とした県独自の取組み・重点政策等をPR会社を活用して、あるいは、メディアとの直接交渉により、大都市圏メディアでの掲載及びWebメディアにおける情報配信を実施する。

①メディアへのコンタクト活動（情報提供、ヒアリング、交渉等）

②メディアへの掲載・配信に向けたフォローアップ（現地取材の企画・調整及び同行、オピニオンリーダー等の選定、Web広告の掲載、メディア用配信資料等の制作等）

(3) 類似事業の有無

無

3 事業費の積算 内訳

| 事業内容 | 金額 | 事業内容の詳細 |
|------|--------|-----------------------|
| 報償費 | 32 | プロポーザル審査会経費 |
| 旅費 | 32 | プロポーザル審査会経費 |
| 委託料 | 11,746 | メディアへのコンタクト活動・フォローアップ |
| 合計 | 11,810 | |

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

県の「デジタル化・DXを切り口とした各分野のプロジェクト」の中で「取り組むべき政策・施策」に位置付け

(2) 国・他県の状況

- ・滋賀県 20,292千円（滋賀の戦略的県外PR事業）

事業評価調査書（県単独補助金除く）

新規要求事業

継続要求事業

1 事業の目標と成果

（事業目標）

- ・何をいつまでにどのような状態にしたいのか
県政策や本県の魅力を大都市圏メディアやWebメディアを通じて発信する。

（目標の達成度を示す指標と実績）

| 指標名 | 事業開始前 (R) | R4年度 実績 | R5年度 目標 | R6年度 目標 | 終期目標 (R7) | 達成率 |
|-----------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|------|
| | | | | | | |
| 大都市圏メディア等への掲載件数 | — | 603 | 475 | 515 | 560 | 108% |

○指標を設定することができない場合の理由

（これまでの取組内容と成果）

| | |
|-------|---|
| 令和2年度 | <ul style="list-style-type: none"> ・PR会社を活用し、美濃和紙をはじめとした県の魅力や、岐阜関ヶ原古戦場記念館など武将観光に関する県政策の発信を、全国に読者を持つ雑誌やメディアへの掲載を通じて実施。 ・新型コロナウイルス感染症の影響により、PRのスタートが遅れたものの、適切な媒体を選択することにより、重要政策等について時期を逸することなく、効果的に発信をすることができた。 |
| 令和3年度 | <ul style="list-style-type: none"> ・PR会社を活用し、ぎふワールドローズガーデンをはじめとした県の魅力や、東美濃の山城といった戦国武将観光に関する県政策の発信を、全国に読者を持つ雑誌掲載やWebメディアでの配信を実施。 ・特にSNSやWeb広告など、Webメディアを活用した効果的な情報発信を行うことができた。 |
| 令和4年度 | <ul style="list-style-type: none"> ・PR会社を活用し、岐阜関ヶ原古戦場記念館を中心とした戦国武将観光や、サステイナブルツーリズムなど県政策の発信を、全国に読者を持つ雑誌掲載やWebメディアでの配信を実施したほか、YouTubeによる動画配信などを行った。 ・さらにそれぞれの広報をより効果的な情報発信とするため、Web広告の活用などを行った。 |

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

| | |
|--|---|
| ・ 事業の必要性(社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断) 3 : 増加している 2 : 横ばい 1 : 減少している 0 : ほとんどない | |
| (評価) 3 | 令和6年度は、「清流の国ぎふ」文化祭2024、清流の国ぎふ総文2024などといった全国的なイベントが実施される。それを契機とした全国への岐阜県の魅力発信は重要事項であり、時期を逃さず、県外への広報を行う必要がある。 |
| ・ 事業の有効性(指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか) 3 : 期待以上の成果あり 2 : 期待どおりの成果あり 1 : 期待どおりの成果が得られていない 0 : ほとんど成果が得られていない | |
| (評価) 3 | テーマに合った人気Youtuberの起用や、大都市圏メディアに適した情報発信を行うことにより、掲載件数目標を大きく上回った。 |
| ・ 事業の効率性(事業の実施方法の効率化は図られているか) 2 : 上がっている 1 : 横ばい 0 : 下がっている | |
| (評価) 2 | Web会議等の活用により適時適切に打合せを行い、事業の進捗を図るとともに、ターゲット媒体やテーマの選定を事前に行うことで、効率的に実施している。 |

(今後の課題)

| |
|---|
| ・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 全国的に自治体によるメディアPRが激化するなか、本県の魅力を全国に発信するため、十分な差別化を図り、ターゲットに響く情報発信を行う必要がある。 |
|---|

(次年度の方向性)

| |
|---|
| ・ 継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか SNSといったWebメディアを活用した大都市圏広報を実施 |
|---|

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

| | |
|----------------------------|--|
| 組み合わせ予定のイベント 又は事業名及び所管課 | |
| 組み合わせる理由 や期待する効果 など | |