

予 算 要 求 資 料

令和5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2135)

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メディアを活用していき、特に訴求効果の高いインスタグラム、ツイッターといったSNSを活用することにより、DXの推進に繋げていく。

(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

- ・愛知県 実施なし
- ・三重県 実施なし ※東京都日本橋にアンテナショップ「三重テラス」運営
- ・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)	R3年度 実績	R4年度 目標	R5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	—	395	435	475	560	70%

○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	

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 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5年度は、リスタートが始まった観光誘客など、アフターコロナを見据えた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。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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) 2	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、コロナ禍であっても掲載件数は顕著である。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 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)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 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	