

テーマ：「東北中央自動車道開通を生かす！」

(関係部局:みらい企画創造部、産業労働部、観光文化スポーツ部、農林水産部、

◎県土整備部、各総合支庁)

○目的

いよいよ高速道路が最上地域まで首都圏と一本で結ばれることから、

- ①東北中央自動車道を知ってもらい、利用してもらい、
- ②沿線の地域活性化(観光振興、産業振興等)に結び付ける。



取組項目	目標 (定量的目標指標)	主要ターゲット (エリア・訴求対象)	ポイント (情報発信のタイミング、媒体、手法・デザインの斬新性等)	他部局との連携に 当たっての工夫 (手法等)	結果・成果(アウトプット・アウトカム指標)、評価・課題等
認知度向上に向けた情報発信	広報チラシの配布枚数(2万枚)	首都圏等の観光客、観光業者、物流事業者、本県への立地に関心がある企業、取引業者、本県への移住・二地域居住検討者等	<ul style="list-style-type: none"> ・業界団体と連携したPR ・集客イベントを活用したPR ・SNS(ツイッター、ユーチューブ)を活用した新たなPR(若手職員からの発案) 	<ul style="list-style-type: none"> ・他部局が主催するイベントでの情報発信 ・各部局が運営するSNSを活用した情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルやタクシー業界等の協力を得、人目につく場所に広報グッズを設置いただくとともに、県内外の集客イベント(17イベント)でのPR活動により、多くの方に開通をPRすることができた(広報チラシ2万枚を配布)。 ・各部局のツイッターと連携して周知するとともに、ユーチューブの活用(13本配信)により、県内外問わず多くの方にリアルタイムで開通をPRすることができた。
高まる本県のポテンシャルを効果的に情報発信	メディアに掲載された回数(20件/年度)	同上	<ul style="list-style-type: none"> ・テレビ局を含め、マスコミへの積極的なアプローチ ・県外パブリシティ強化事業の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・各部局の各種広報媒体を活用した情報発信 ・各部局が実施する事業情報(企業誘致支援制度や県産品イベントの紹介など)を県土整備部ツイッターで発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・目標の20件を上回る25件のメディア(テレビ18件、新聞3件、雑誌等4件)に掲載され、本県のポテンシャルの高まりを広く周知することができた。 ・県外海外パブリシティ強化事業を活用することによりネットニュース等、63媒体に掲載され、本県のポテンシャルの高まりを周知することができた。

○総括 従来のイベントでのグッズを用いたPR活動に加え、新たにSNS(ユーチューブ、ツイッター)を用いた広報活動を導入。「県職員ユーチューバー」としての新規性を打ち出し、多くのメディアから取り上げられることで、多くの方々に開通をPRできた。また、関係部局が持つツイッターと連携し、県内外の多くのフォロワーにリアルタイムで開通関連情報を伝えられた。SNSによる広報効果は高いと考えられるため、引き続き効果的な手法を検討していきたい。