

事務事業評価シート

評価実施年度：平成30年度

上位の施策名称 施策1
県民の総力を結集できる行政の推進

1. 事務事業の目的・概要

事務事業担当課長 広報室長 平野英夫 電話番号 22-5769

事務事業の名称	しまねの魅力広報事業		
目的	(1) 対象	県民・県外者	
	(2) 意図	県内をはじめ国内外に向けて、島根の魅力や島根らしさを情報発信することにより、島根の認知度を向上させ、県民の誇りを醸成する。	
事業概要	県の施策が効果的に広報されるための方針（仮称）を策定する。 県政情報を県民に分かりやすく的確に伝える。 島根が持つ魅力や島根らしさを国内外の人々と共有し、活かしながらかくアピールすることにより、しまねの認知度を向上させ、島根の発展につなげるための広報活動を行う。		

2. 成果参考指標

成果参考指標名等		年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位	
1	指標名	県政世論調査における県の広報に対する満足度の割合	目標値		60.0	60.0	60.0	60.0	%
	式・定義	県政世論調査において、県の広報活動に「満足している」「どちらかといえば満足している」と考えた人の割合	取組目標値						
			実績値	52.8	55.9	50.4			
			達成率	-	93.2	84.0	-	-	%
2	指標名		目標値						%
	式・定義		取組目標値						
			実績値						
			達成率	-	-	-	-	-	%

3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費 (b) (千円)	18,248	44,071
うち一般財源 (千円)	18,248	38,830

4. 改善策の実施状況

前年度の課題を踏まえた改善策の実施状況	②改善策を実施した（実施予定、一部実施含む）
---------------------	------------------------

5. 評価時点での現状（客観的事実・データなどに基づいた現状）

H29広報活動に対する県民満足度は「満足している」が50.4%だった。年齢階層別の対前年度比較では30代（+0.3%）、70代以上（+0.4%）で向上、20代（-1.6%）、40代（-12.8%）、50代（-2.5%）、60代（-14.2%）で下降した。
 H29「しまねの良さ・魅力」アンケート（県民延べ10,706人、県外者延べ5,433人が回答）で「豊かな自然や美しい景観（75.3%）」、「歴史的な建造物（48.5%）」、「神楽や祭りなどの伝統文化（46.8%）」、「暮らしやすい生活環境（治安の良さ、ゆったりとした住環境、短い通勤時間など）（42.0%）」となった。また、フォトしまね（県内全戸配布）アンケートでは「島根に生まれ生活してよかった（82.9%）」、「島根に誇りを感じている（85.9%）」、「島根に住み続けたい（85.2%）」などとなった。

6. 成果があったこと（改善されたこと）

県の広報活動に「満足している」と回答した者は、「満足していない」と回答した者に比べて、県の広報媒体を情報源としている割合が高い。
 ・満足していると回答した者のうち
 60.4%がフォトしまねを情報源と回答
 32.3%が県の新聞広報を情報源と回答
 このことから、県の広報媒体を見聞きした場合には、一定の満足を与えているものと思量。

「しまねの良さ・魅力」について、県内外の幅広い年齢層を対象にアンケートを行い、県民が思う「しまねの良さや魅力」が、県外の人には認知されていないことが分かった。

県内外の延べ約173万人に萩・石見空港利用や国民保護サイレン、UIターンフェア通知などのフェイスブック広告を実施し、788,351人が実施策の情報を見た。

7. まだ残っている課題（現状の何をどのように変更する必要があるのか）

①困っている「状況」

県の広報を「見たこと、聞いたことがないのでわからない」という回答が増加した。（+4.2%）特に20代（33.3%）、30代（28.9%）で割合が高い。

県民が「しまねの良さや魅力」と思っていることが、県外の不特定多数の人にとって認知度が低い。
 ・暮らしやすい生活環境（治安の良さ、ゆったりとした住環境、短い通勤時間など）は
 県内若者（48.5%）、県内全世代（55.9%）
 他県で開催したイベント来場者（26.2%）、首都圏不特定多数（7.3%）

②困っている状況が発生している「原因」

若年層に県の広報媒体が認識されていないのは、ニーズに合った情報の不足や、若年層が多く利用する媒体（SNS等）での発信が弱いことが理由として考えられる。

県外の不特定多数の人が「しまねの良さや魅力」の情報に触れる機会が少ない。効果的な情報発信が足りていない。

③原因を解消するための「課題」

若年層にアプローチする広報の実施（SNSも活用など）

全庁的な連携による「しまねの良さ・魅力」のイメージアップに向けた情報発信強化（SNSの有効活用を含む）。
 情報を届ける対象（ターゲット）が興味や関心を持つ分野に焦点を当てて絞り込み、求められている情報（コンテンツ）の直接的・継続的提供

8. 今後の方向性（課題にどのような方向性で取り組むのかの考え方）

従来の媒体での広報内容をさらに工夫するとともに、SNSなどの活用を進め、若年層を意識した広報を検討する。
 高齢者には、紙媒体やテレビでの情報の提供が有効と思われるため、引き続き発行部数や放送時間の確保を行う。また、広報誌などを読まないことが多い世代に向けては、スマートフォンやパソコンなど多様な情報提供方法についての検討を行う。
 平成29年度「しまねの良さ・魅力」アンケート結果を踏まえ、県民の島根への愛着心や誇りを醸成するためのPR冊子を作成する。
 国内外に向けたしまねの魅力やしまねらしさの情報発信については、情報を届ける対象（ターゲット）が興味や関心を持つ分野に焦点を当てて絞り込み、求められている情報（コンテンツ）を、直接的・継続的に提供することにより、より効果的な情報発信になるよう、SNSの活用を一層推進する。
 県外や国外の人がしまねについて検索する際に使用する頻度の高いインターネット情報を解析し、市町村や関係団体等と情報を共有し、しまねに関する情報の質・量の拡大を図る。