

施策評価シート

幹事部局

政策企画局

施策の名称	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信
施策の目的	島根の人や暮らしなどの魅力を県内外や海外に分かりやすく発信し、島根に関心を持つ人をふやします。
施策の現状 に対する評価	<p>(県内外に向けた分かりやすい情報の発信)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県外や海外に向けての魅力発信については、新型コロナウイルス感染症(以下「コロナ」)の感染拡大を受け、観光などを含めた人の移動を制限する動きが見られたため、情報発信を控えた。一方、コロナの影響もあって地方での暮らしや国内旅行志向が高まる中、島根を選択肢としてもらえるようなイメージ発信の強化が課題である。 ・ 県内では、島根創生計画策定、当初予算や補正予算の概要、コロナ関係の主要事業や県民に向けたメッセージなどを、新聞紙面の見開きや全面での広告、テレビCMやSNS(ラインやフェイスブック)で県民の目にとまりやすいように情報発信した。そのうち、新聞広告で行った移動自粛にかかる方言での県民へのメッセージは、県民から多くの反響があり、またウェブニュースや雑誌で取り上げられるなど、全国的な話題になった。 ・ 今年度は、コロナの影響で、感染対策中心の情報発信となったため、島根の魅力の発信に十分に取り組めていない。豊かな自然、古き良き文化・歴史、子育てから老後まで安心して生活できる地域の絆など、島根の魅力や強みを県民全体で共有できるような情報の発信強化が課題である。 <p>(島根に関心を持つ人の増加に向けた情報の発信)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 島根県応援サイト「リメンバーしまね」では、島根ファン(応援サイトの会員)を増やし、その口コミネタの投稿やSNSの活用によって、島根の魅力などを広く発信することに取り組んでいる。しかし、新規の会員の獲得や情報の広がりが限定的になってきており、より一層の島根に関心をもつきっかけとなる情報発信、拡散が課題である。 ・ コロナの影響で、県外や海外に向けての魅力の発信自体を控えていることから、島根に関心を持っていただくための情報発信に取り組めていない。様々な媒体で島根をより多く取り上げてもらえるような情報発信が課題である。
今後の取組 の方向性	<p>(しまねの「暮らし」情報発信の強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県内に向け、これから進学や就職で県外に出る可能性のある学生やその親に、島根ならではの暮らしやすさや快適さを伝え、しまねの「暮らし」に肯定的なイメージを形成する。 ・ 特に若者へ、島根の暮らしの良い面や都会暮らしの厳しい面を正しく伝え、島根で暮らす選択を思い描くための情報発信を強化する。 <p>(しまねの「魅力」情報発信の強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県外の、漠然と移住や観光を考えている人に、その行き先に島根を思い浮かべてもらえるよう、ターゲットとする地域や年齢層などを設定し、島根に住む人とその暮らしのイメージを発信する。 ・ 県外のテレビや新聞、インターネットで島根が取り上げられるように、民間プレスリリース配信サービス等を活用していく。 ・ 新しい島根ファンの獲得やSNS発信の強化に取り組み、島根を応援する人々の交流の場等も活用して、しまねの魅力の情報拡散につなげる。

事務事業の一覧

施策の名称		IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信				
	事務事業の名称	目的		前年度の 事業費 (千円)	今年度の 事業費 (千円)	所管課名
		誰(何)を対象として	どのような状態を目指すのか			
1	県政情報提供事業	県民	テレビ・ラジオ・広報誌・ホームページなどを媒体として県政情報をリアルタイムに分かりやすく伝えることにより、県民の県政への関心や理解を高める	213,373	207,577	広聴広報課
2	島根県の認知度向上対策事業	県外在住者	島根の魅力や島根らしさの情報発信を行うことで県の認知度を向上させる	26,909	28,052	広聴広報課
3	しまねの魅力広報事業	・県民、県外在住者	・「島根創生」の実現に向け、県民らの理解を得る。 ・島根のイメージを県内外・国内外の多くの人々と共有し、観光誘客、産業振興、移住・定住への関心を惹起する。	21,984	29,180	広聴広報課
4	島根県ホームページ多言語対応事業	県内在住外国人および外国人観光客	くらしに関わる情報や災害発生時の緊急情報等が適切に伝わる。	625	636	広聴広報課
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

広聴広報課

事務事業の名称		県政情報提供事業			
目的	誰(何)を対象として	県民	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	テレビ・ラジオ・広報誌・ホームページなどを媒体として県政情報をリアルタイムに分かりやすく伝えることにより、県民の県政への関心や理解を高める		213,373	207,577
			うち一般財源 (千円)	211,193	205,377
今年度の取組内容	広報誌「フォトしまね」の発行(各戸世帯配布) 新聞広報「考える県政」「島根県からのお知らせ」の掲出 テレビ広報「もっとなるほど! 吉田くんのしまねゼミ」「情報カフェしまね」のほか、スポットCMや特別番組を放送 そのほか、ラジオスポットCMやホームページを使った広報を実施する。				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	様々な層に情報を発信するため、引き続き多様な広報媒体において発行部数や放送時間を確保。 広報誌「フォトしまね」をリニューアルした。ライン(島根県-新型コロナパーソナルサポート)を用いた情報発信を開始した。				
1	上位の施策	IV-2-(1)しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	県政世論調査における県の広報に対する満足度の割合【当該年度3月時点】	目標値		60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	%	単年度値
		実績値	50.2							
		達成率	-	-	-	-	-	-		
2		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		スマートフォン用アプリ「マチイロ」における「フォトしまね」閲覧登録者数(H31.4月～) 750人 ライン(島根県-新型コロナパーソナルサポート)登録者数(R2.3.月～) 42,019人 (R2.6.5現在)								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・県政情報の入手先を媒体別に見た場合、「テレビのニュースなど」(68.1%)が高く、次いで「フォトしまね」(49.2%)となっている。 なお、「フォトしまね」は前年度比で1%向上した。 ・とりあげる情報は「東部偏重」となることのないよう、地域バランスを考慮している。地域別に広報の満足度を見た場合、「満足している」との回答は大田地区が高く(55.0%)、次いで隠岐地区(54.5%)であり、益田地区(45.2%)を除きすべての地区で5割を超えており、概ねバランスがとれていると考える。
課題分析	① 課題	前年度比で広報の満足度が下がった。特に30代の満足度(42.3%)が低く、要因として県の広報を「見たこと、聞いたことがないのかわからない」が高くなっている(30代 31.7% ⇔ 全世代 14.7%)
	② 原因	県の情報の入手先を見たとき、「新聞の報道記事」では30代が最も低い(30代 18.3% ⇔ 全世代 45.1%) 一方で、若年層はSNSなどでの入手が高い。(20代 15.7% 30代 8.7% ⇔ 全世代 4.4%) 県政の情報発信は近年、フェイスブック、ラインなどのSNSも媒体として活用してきているが、主要な新聞広告であるため、若年層の情報のキャッチが弱いと考える。
	③ 方向性	既存のメディア離れが進む若年層ではあるが、SNSを除けば、県政情報の入手先として「ニュース」(20代 60.2% 30代 63.5%)、県政テレビ番組(20代 13.3% 30代 10.6%)は比較的高い。 このことは、「テレビ離れ」とは言われながらも、若年層は在宅時には比較的テレビを視聴していることを示している。これを踏まえ、今年度は引き続きテレビCMでの認知度の向上を図ることとし、特に「Aタイム(主に19時～23時)放送回数増」、島根県の情報であることを明確にするアイキャッチ(ジングル)に「しまねSuper大使吉田くん」を起用したCMを制作するなどの工夫を行う。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

広聴広報課

事務事業の名称		島根県の認知度向上対策事業					
目的	誰(何)を対象として	県外在住者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	26,909	今年度の当初予算額	28,052
	どういう状態を目指すのか	島根の魅力や島根らしさの情報発信を行うことで県の認知度を向上させる		うち一般財源 (千円)	26,037	27,172	
今年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> ・島根PR情報誌配布事業費：島根をPRする県外向けの総合誌「シマネスク」の制作、配布による情報発信 ・県外への情報提供費(遣島使)：県情報の提供等により遣島使のPR活動を支援 ・県外への情報提供費(県人会)：県情報の提供、県外在住功労者への表彰などにより県人会の活動を支援 ・島根の応援団ネットワーク事業：島根県応援サイト「リメンバーしまね」の運営により島根応援団のネットワークの構築や情報発信、しまねSuper大使吉田くんを活用した県のPR活動を実施 					
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・「リメンバーしまね」の新たなコンテンツ展開					
1	上位の施策	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	3	上位の施策			
2	上位の施策	IV-2-(4) 関係人口の拡大	4	上位の施策			

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	島根県応援サイト「リメンバーしまね」総団員数【当該年度3月時点】	目標値		23,500.0	23,900.0	24,300.0	24,700.0	25,100.0	人	累計値
		実績値	23,070.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2	島根県応援サイト「リメンバーしまね」新規団員数【当該年度3月時点】	目標値		400.0	400.0	400.0	400.0	400.0	人	単年度値
		実績値	319.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		スマートフォン用アプリ「マチイロ」における「シマネスク」閲覧登録者数 R元.6月：240人→ R2.6月：723人								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> ・リメンバーしまねでは、にほんばし島根館とのコラボ企画やしまねっこ応援ソングのタイトル募集などの新たな取り組みを実施し、多くの人がサイト訪問、参加 ・サイト閲覧数(年) H29年度：556,332pv H30年度：574,728pv R元年度：675,155pvと増加 ・投稿数(年) H29年度：1,860件 H30年度：2,280件 R元年度：3,084件と増加 ・コメント数(年) H29年度：13,836件 H30年度：13,668件 R元年度：23,748件と増加 	
課題分析	① 課題	「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するため)に支障となっている点	・リメンバーしまねでは、投稿している団員が固定化され、コミュニティサイト上の交流が広がりにくい状況にある。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因	・固定した団員間の投稿・コメントにより、やや入りづらい雰囲気があり、新規団員等にとって投稿等のハードルが高く感じられている。
	③ 方向性	上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	・新規団員など多くの人が投稿、参加しやすいコンテンツの展開を進める

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

広聴広報課

事務事業の名称		しまねの魅力広報事業			
目的	誰(何)を対象として	・県民、県外在住者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	・「島根創生」の実現に向け、県民らの理解を得る。 ・島根のイメージを県内外・国内外の多くの人々と共有し、観光誘客、産業振興、移住・定住への関心を惹起する。		21,984	29,180
今年度の取組内容	・「島根創生」の周知や理解を促進するための広報の実施 ・島根の人や暮らしの魅力を伝える短編動画等の制作、発信 ・SNS広告の活用や、県外メディアへの情報発信強化				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・発信する「島根の魅力」のテーマとして、「島根の人や暮らし」「都会との暮らしの違い」を設定				
1	上位の施策	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	しまねの暮らし短編動画の再生回数【当該年度4月～3月】	目標値		900.0	1,800.0	2,700.0	3,600.0	4,500.0	回	累計値
		実績値	(新規事業)							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・フェイスブック広告により県の発信情報を届けた人数等 広告数と情報が届いた人の数 (H29)27広告/173.4万人 (H30)32広告/227.6万人 (R元)27広告/114.5万人 ・県公式フェイスブックページを活用して県の発信情報を届けた人数等 フォロワー数 (H29末)10,631 (H30末)13,602 (R元末)14,532 ・民間サービスを利用した県政情報の記事掲載件数(H30.10月運用開始) (H30)配信数36件/記事掲載数1,429件 (R元)配信数73件/記事掲載数2,738件								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・SNSやウェブでの情報発信を強化することにより、若年層や県外在住者等、従来の広報媒体では届かなかった層をターゲットにできている。
課題分析	① 課題	・各施策(観光、定住等)を包含する、しまねの統一的な「イメージ」がない。 ・県外に向けた情報発信が十分に出来ていない。
	② 原因	・各事業担当課が広報活動を独自に実施している。 ・予算の制約もあり、重層的な情報の発信が出来ていない。
	③ 方向性	・「島根創生」の世界観をもとに、打ち出すべき「しまねのイメージ」を、政策企画局で統一的に発信し、各課のプロモーション活動とも連動させていく。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

広聴広報課

事務事業の名称		島根県ホームページ多言語対応事業			
目的	誰(何)を対象として	県内在住外国人および外国人観光客	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	くらしに関わる情報や災害発生時の緊急情報等が適切に伝わる。		625	636
			うち一般財源 (千円)	625	636
今年度の取組内容	・英語、中国語(繁体字・簡体字)、韓国語、ポルトガル語、ベトナム語、タガログ語への自動翻訳機能を整備し運用する。				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
1	上位の施策	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	3	上位の施策	
2	上位の施策	VI-3-(3) 国際交流と多文化共生の推進	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	県内在住外国人のうち母国語で県HPの閲覧が可能な人数の割合【当該年度3月時点】	目標値		90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	%	単年度値
		実績値	89.6							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2		目標値							%	
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実										

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・多言語自動翻訳機能を整備したことにより、令和2年3月時点で県内在住外国人の89.6%が母国語で県ホームページを閲覧できる状況
課題分析	① 課題	・県内で就労する外国人労働者の人数や、国籍の変動により、適当な情報発信、受信が出来ていない。
	② 原因	・国際経済や国内景気の状態による県内企業の雇用調整などの外因と発信側である県の体制がやや弱いこと。
	③ 方向性	・県内在住外国人の人口、国籍の増減などの動向分析に基づき、県ホームページの自動翻訳対応言語の拡充・見直しを行うことによって、多くの外国人が情報を入手できる環境を整える。 ・文化国際課など関係課と外国人対応における連携強化を図る。