

総務委員会資料

◎報告事項説明資料

○首都圏等向け島根の情報発信強化事業について	・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
------------------------	--------------------

令和3年1月14日

政策企画局

首都圏等向け島根の情報発信強化事業（令和2年7月専決）

1. 事業概要

コロナ禍で、地方暮らしへの関心など、生き方に対する考え方が変化した都会の若者に向けて、「人間らしい、温もりのある暮らし」ができるしまねのイメージ発信を強化し、島根への関心を高め、移住の検討につなげていく

(1) ターゲット

三大都市圏（東京、大阪、名古屋）の10代（中学生以上）～30代後半

(2) コンセプト（3ページ参照）

○キャッチコピー 「自分のサイズで、生きていい。」

コロナの拡大で、都会の暮らしが合わないなど、生き方に対する考え方が変化した都会の若者に向けて、力を抜いて、自分らしく生きる暮らし方を提案

○ロゴ 「いいけん、島根県」

豊かな自然環境、人と人とのつながり、仕事と自分の時間の調和による充実した暮らしなど、しまね暮らしのいろいろな「良さ」をコンパクトに伝えるとともに、「あなたらしく生きていいけんね」という語りかけの意味も含む

(3) 展開

段階的なプロモーションを展開し、効果的に話題づくりと浸透を図る

①第1段階 「宣言」（1月）

キャッチコピー、ロゴを発表

「自分らしい生き方ができる島根県」のイメージの打ち出し

交通広告、新聞広告、SNS・ウェブ広告、ウェブタイアップ

プロモーション動画公開

ウェブサイト開設

②第2段階 「イメージ醸成」（2月）

「進学」「就職」「子育て」「働き方」「余暇の楽しみ方」等、ターゲットの関心を細分化したテーマを設定により発信。しまね暮らしのイメージを醸成

交通広告、雑誌広告、雑誌タイアップ、SNS・ウェブ広告、ウェブタイアップ

プロモーション動画公開

ウェブサイト テーマ別記事公開

SNSキャンペーン















③第3段階 「リアル訴求」 (3月)

県内19市町村に在住する島根にUターンまたはIターンした若者の「自分サイズの暮らし」の実際の様子を発信、共感につなげる

交通広告、雑誌タイアップ、SNS・ウェブ広告、ウェブタイアップ
プロモーション動画公開

2. スケジュール

令和3年1月18日開始予定

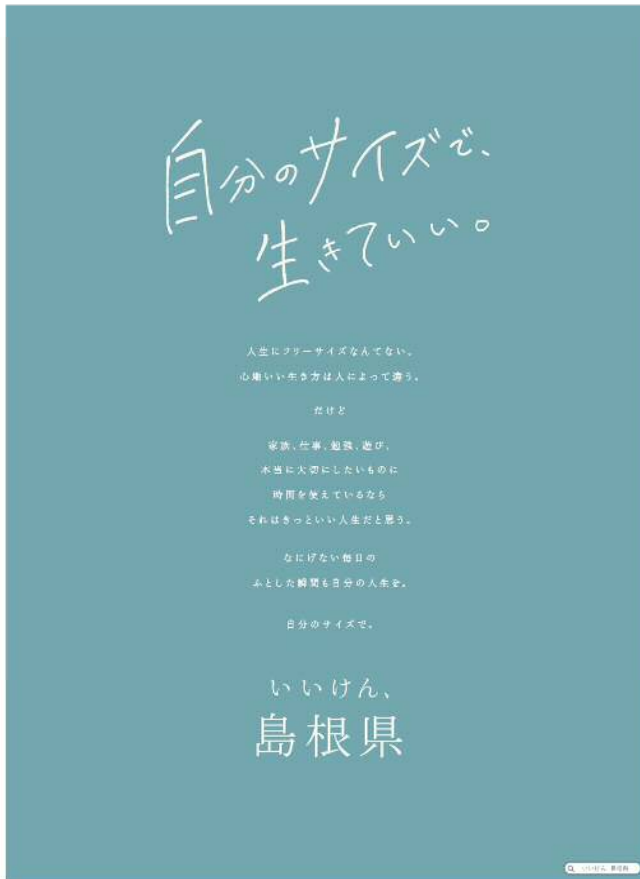
	1月 「宣言」	2月 「イメージ醸成」	3月 「リアル訴求」
交通広告			
SNS・ウェブ広告、ウェブタイアップ			
プロモーション動画			
特設ウェブサイト開設			
SNSキャンペーン			
雑誌広告			
新聞広告			

3. 事業費

209,094千円

【参考】

○キャッチコピー、ロゴが入った広告イメージ



(以下は、左記内容)

自分のサイズで、生きていい。

人生にフリーサイズなんてない。
心地いい生き方は人によって違う。

だけど

家族、仕事、勉強、遊び、
本当に大切にしたいものに
時間を使っているなら
それはきっといい人生だと思う。

なにげない毎日の
ふとした瞬間も自分の人生を。

自分のサイズで。

いいけん、
島根県

○ロゴ

いいけん、
島根県