



# テーマ:「本県精神文化の国内外に向けた積極的な情報発信」

(関係部局:◎観光文化スポーツ部、環境エネルギー部、産業労働部、教育庁、総合支庁、東京事務所)

## ○目的

「出羽三山」や「山寺」、「やまがた出羽百観音」に代表される本県の精神文化に係る魅力的なコンテンツを紹介し、国内外に積極的に発信することにより、認知度や来訪意欲の向上を図る。



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・デザインの新し性等)	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
本県の「精神文化」ブランドの構築	プロモーション動画の制作	【やまがた出羽百観音】 動画視聴回数: 2,000回	①SBNR層 (Spiritual But Not Religiousの略。無宗教型スピリチュアル層といわれる宗教ではないスピリチュアルに興味のある人) ②本格的な巡礼を目的としている層	①効果的なタイミングでの情報発信 ②地域関係者や市町村、観光協会等との連携強化 ③若者目線での情報発信 ④観光デジタルマーケティングの知見を活用した分析による効果的な情報発信	【やまがた出羽百観音】 動画視聴回数: 1,714,677回 (R3.12~R4.3) 【参考: 日本遺産 出羽三山】 動画視聴回数: 6,500回 (R3.3~R4.3)
	県観光情報サイト等への記事掲載	【やまがた出羽百観音】 サイト閲覧数: 6,400件			【やまがた出羽百観音】 サイト閲覧数: 14,019件  【参考: 日本遺産 出羽三山】 サイト閲覧数: 92,677件
SNSやメディア媒体も活用した県内外、国内外への情報発信	プロモーション動画のYouTube広告、SNS等各種メディアへの掲載	—			—
	Googleマップ情報の充実化	 やまがた出羽百観音動画イメージカット		—	やまがた出羽百観音(観音堂及び御朱印所)の位置情報・基本情報等を整備

## ○総括

「やまがた出羽百観音」動画及びWebサイトについて、YouTube広告等の効果により、目標を大幅に上回って達成し、効果的な情報発信ができた。引き続き、継続的な広告配信及びSNS・広報誌等を活用した積極的な情報発信を行うことで動画視聴・サイト閲覧を促し、認知度や来訪意欲の向上に繋げていく。

Googleマップ情報の整備例