

宮城県戦略的的魅力発信事業に係る質問への回答

(宮城県 総務部 広報課)

1 業務目的について

No.	質問	回答
1	観光関連と移住定住、震災復興など総合・横断的に広報するとありますが、施策が大きく異なることや予算を効果的に活用することなどを踏まえ、県として特に軸をおきたい施策は何になりますでしょうか。	県の魅力を総合的に発信する事業のため、特に軸をおきたい施策は設けておりません。

2 ターゲット層について

No.	質問	回答
2	県内外がターゲットとのことですが、特に Instagram につきましては、訪日外国人もターゲットに含まれますでしょうか。	特に含めておりません。
3	メインターゲットとなる若年層は県外/県内どちらを重視されておられるか教えてください。	どちらも重視しております。

3 パブリシティ活動について

No.	質問	回答
4	令和7年度の本事業のメディアの露出(番組、露出時期、尺数、取り上げられた具体的内容)をご教示ください。 また、その中で最も効果があったと思われるものをご教示ください。	令和7年度は、5件の露出を獲得しています(令和8年1月19日現在)。 すでに露出された内容については、【別表1】のとおりです。 また、放映時期や時間から、別表1 No.5 が最も効果的であったと推察されます。
5	仕様書中の(1)パブリシティ活動 イ注意事項 (ア)テレビや雑誌等のメディアに直接訴求する説明会を設けること。 について、想定している場所、時期、参加メディアの参集目標数をご教示ください。また、前回実施している場合は上記内容をご教示ください。	メディアが参加しやすい東京都内での開催を想定しておりますが、時期や参集目標数については、特に指定はありません。 また、令和7年度の実績は【別表2】のとおりです。
6	テレビ番組について「できるだけ長尺の露出獲得」とございますが、どれくらいの尺を想定されておりますでしょうか。	10 分以上を想定しております。
7	今年度、現時点までで獲得しているテレビ番組名と件数、広告換算額について教えてください。	【別表1】のとおりです。
8	今年度のメディア説明会の開催概要(開催日時や場所、実施内容等)および主な参加媒体名と参加メディア数、掲載数について教えてください。	【別表2】のとおりです。
9	仕様書5(1)パブリシティ活動について、令和7年度事業での露出成果を開示いただきたい。	【別表1】のとおりです。

No.	質問	回答
10	仕様書5(1)パブリシティ活動 イ 注意事項 (ア)について、令和7年度事業での説明会の内容、実績(メディア種別・数)を開示いただきたい。	【別表2】のとおりです。
11	仕様書5(1)パブリシティ活動について、令和7年度事業者への評価(成果・課題等)はあるか。	全国向けテレビ番組での露出やテレビ・雑誌等のメディア24社を対象とした「メディア説明会」を東京都内で実施したことで、ウェブ記事等に取り上げていただき、多くの世代に宮城県の魅力を発信することができたと評価しています。

4 Instagram について

No.	質問	回答
12	本年度事業実施前に比べて、Instagram のフォロワーの増加数をご教示ください。また、増加したと思われる要因をご教示ください。	6,160人(7,747 人→13,907 人)(令和8年1月15日現在) 定期的な投稿に加え、主にプレゼントキャンペーンの効果で増加したと思われます。
13	投稿用の画像や動画といった素材ですが、基本的には弊社で撮影したものを投稿するという認識で齟齬ございませんでしょうか。	お見込みのとおりです。

No.	質問	回答
14	仕様書 5(2)Instagram での情報発信について、現状のフォロワー属性および令和7年度、令和6年度の成果(フォロワー数の伸び、エンゲージメント数、表示回数)を開示いただきたい。	<p>【現状のフォロワー属性(令和8年1月 16 日時点のインサイト情報)】</p> <p>(1)住んでいる地域</p> <p>仙台市:18.7%／横浜市:2.8%／大崎市:2.1%／多賀城市:2.0% 札幌市:1.9%／大阪市:1.7%／名古屋市:1.2%／名取市:1.2% 塩竈市:1.1%</p> <p>(2)年齢層</p> <p>13～17 歳:0.3%／18～24 歳:3.8%／25～34 歳:24.1% 35～44 歳:33.4%／45～54 歳:20.3%／55～64 歳:13.3% 65 歳以上:4.8%</p> <p>(3)性別</p> <p>男性:38.4%／女性:61.6%</p> <p>【令和7年度の成果(令和8年1月 16 日時点のインサイト情報)】</p> <p>・フォロワー数の伸び:6,160 人(7,747 人→13,907人) ・エンゲージメント数:約 27,000 回 ・表示回数(閲覧数):約 2,272,000 回</p> <p>【令和6年度の成果】</p> <p>・フォロワー数の伸び:6,347 人(1,400 人→7,747 人) ・エンゲージメント数:27,173 回 ・表示回数(閲覧数):1,135,025 回</p>

No.	質問	回答
15	仕様書 5(2)Instagram での情報発信について、令和7年度事業受託事業者への評価(成果・課題等)はあるか。	実際に現地で取材及び撮影していただいたことで、現場でしか知り得ないような写真やキャプションを作成いただいた。これに伴い、閲覧数も大幅に増加し、ユーザーが手を止めて見ていただけるような投稿になったと評価しております。
16	仕様書 5(2)(イ)行動変容を促す企画の実施について、令和7年度の実施内容および成果(応募数・参加者属性等)を開示いただきたい。	プレゼントキャンペーンを実施しました。 1回目:令和7年6月25日～7月9日(当選者 8 名／応募者 2,138 名) 2回目:令和7年12月10日～12月24日(当選者 8 名／応募者 2,287 名) 3回目:2月実施予定

5 その他

No.	質問	回答
17	本年度の事業を進めるうえで出てきた課題点をご教示ください。	ターゲットとしている若年層は、近年テレビ番組を見ない傾向にあることから、SNSでの発信が不可欠となっています。現行のインスタグラムの投稿は落ち着いたトーンでの投稿であり、調査の結果、20代後半～40代前半のユーザーが一番投稿を見ていることが分かりましたが、10代～20代前半の目にも留まる投稿のコンセプトの再検討が必要であると考えています。

【別表1】令和7年度のメディア露出(令和8年1月19日時点)

No.	番組名	放映時期	紹介内容	放映時間	広告換算値
1	ひるおび	令和7年8月8日	宮城ふるさとプラザの本設店舗グランドオープンを生中継	4分22秒	24,985,000円
2	ヒルナンデス!	令和7年8月22日	「ナンチャン日本全国盛り上げ隊」にて、ゆりあげ朝市や金蛇水神社等を紹介	41分27秒	914,387,000円
3	狩野英孝【公式チャンネル】 EIKO!GO!!	令和7年9月3日	宮城ふるさとプラザで購入商品(パパ好み、メン子ちゃんゼリーなど)紹介	14分22秒	—
4	王様のブランチ	令和7年11月8日	「週末トラベル」宮城の名物を満喫グルメ旅として、かき小屋、はらこ飯、チーズプリンを紹介	19分39秒	181,991,000円
5	サンドウィッチマン&芦田愛菜 の博士ちゃん	令和8年1月3日	「新春4時間スペシャル、サンド、愛菜ちゃんと里帰り! 地元・仙台に芦田愛菜を連れて来たぞスペシャル」で定義の三角あぶらあげ、塩釜水産物仲卸市場で三陸塩竈ひがしものなどを紹介	197分25秒	5,786,271,000円

【別表2】令和7年度に開催した「メディア説明会」の実績

No.	項目	実績
1	日時	令和7年10月31日(金) 午前 11 時～正午
2	場所	3×3 Lab Future(東京都千代田区大手町)
3	実施内容	<p>「仙台・松島、牛タン・ずんただけじゃない!宮城県の観光&グルメをご紹介」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広報課長挨拶 ・観光戦略課によるプレゼンテーション (宮城観光の今、現在進行している観光戦略プロジェクト、おすすめ観光スポットなど) ・食産業振興課によるプレゼンテーション (宮城県の農水産物、宮城県ならではの食文化、郷土料理の紹介など) ・はらこ飯、せり鍋、痛風鍋の試食 ・宮城ふるさとプラザ人気商品ランキング5選のご紹介
4	参加媒体名(メディア種別)	新聞、雑誌、WEB
5	参加メディア数	24社
6	掲載数	19件(WEB18件、雑誌1件)(令和7年12月末時点)