

# デジタルマーケティングの 推進について

# デジタルマーケティングの推進について

## ●令和6年度の重点的取組み

- ①優良事例の創出・横展開
- ②研修の充実・強化



デジタルマーケティングの深化を図る  
(サーロイン (3 : 6 : 1) の法則)

令和6年度

- ①優良事例の創出・横展開 (伴走支援)  
(500万円以上の伝える予算の重点的支援)
- ②研修の充実・強化  
(実践的なセミナーやワークショップの開催)

令和5年度

- 結果の「見える化」  
⇒データに基づき検証・改善

令和4年度

- 予算編成方針 への反映
- 専門家による個別相談・助言
- 職員研修 (基礎的な考え方)
- ルールづくり・マニュアル策定

## 重点的取組み①（優良事例の創出・横展開）

### ➤ 広報・ブランディング推進室による伴走支援の拡充

観光サイト等を活用したwebマーケティングによるデジタル情報発信事業（地創）、デコ活参加促進キャンペーン事業（生環）など35事業

事業実施の主な流れ	100万円以上の「伝える」事業 129事業	<b>拡充</b> 500万円以上の事業（一部デジタル含む） ⇒ 広ブ室から積極的に働きかけ
公募型プロポーザル等の仕様書の検討・作成	各室課が広ブ室に随時相談	仕様書作成に向けた支援 〔 外部専門家との相談・助言等を通じた事業の詳細検討、仕様書への落とし込み 〕
受託事業者の選定	各室課が広ブ室に随時相談	プロポーザル審査の支援 (広ブ室or外部専門家が審査員として参加)
契約締結 事業開始時の打合せ	キックオフ会議への参加	同左
「伝える」事業効果検証	室課が広ブ室に随時相談	広告運用結果の報告・分析の支援 (広ブ室・外部専門家も会議へ参加)
次年度事業の 検討・予算要求	予算要求時の 「伝える事業」予算協議	同左

500万円以上の伝える事業（一部デジタル含む）は、広ブ室から年間スケジュールの照会を実施したうえで、重点的に支援を行っていきます。

## 重点的取り組み②（研修の充実・強化）

PDCAサイクルを意識した実践的なセミナー・ワークショップの実施

P

セミナー①「事業を組み立てるとき」

- ・マーケティング思考に基づいた「ターゲットの行動変容を促す」事業の組み立て方

D

セミナー②「事業を実施するとき」

- ・伝える予算を最適化する適切な媒体、期間等の選択の仕方
- ・仕様書の組み立て方やプロポーザル審査方法 など

C

セミナー③「事業を振り返るとき」

- ・広告実施結果のデータ分析による振り返り資料の読み解き方
- ・事業者とのディスカッションに向けた心構えなど必要な知識 など

A

ワークショップ

- ・参加者が担当する令和6年度事業を持ち寄り課題や対応策を議論し、令和7年度予算要求につなげる

※セミナーは、アーカイブとして振り返り視聴可能

**事業費の大小にかかわらず「伝える予算」担当課・担当者は、必ず参加してください。**

「伝える」： 県内外に向けて、施策や事業、現状などを問わず、県が誰かに伝達すること