

| | |
|------|---|
| 資料番号 | 1 |
|------|---|

令和8年1月29日
 課 名 総務局経営企画チーム
 担当者 若者減少対策担当監 山脇
 内 線 2413

「それ、広島で。」キャンペーンの取組状況等について

1 要旨・目的

「それ、広島で。」キャンペーンの取組状況及び今後の予定を報告する。

2 現状・背景

若者減少対策の一環として、12月23日（火）から広島県にゆかりのある大学生（1～3年生）及び第二新卒層を対象に、「広島で働くこと」「広島で暮らすこと」が将来の選択肢として想起される状態を作ることを目的として、SNS配信や屋外広告を活用した「それ、広島で。」キャンペーンを実施している。

3 概要

(1) 対象者

広島県にゆかりのある大学生（1～3年生）及び第二新卒層

(2) 事業内容

ア 広島県にゆかりのある大学生（1～3年生）及び第二新卒層を対象とした取組

次の取組により、県内外の広島県ゆかりの若者に「広島で働くこと」、「広島で暮らすこと」への意識を醸成させる。

（ア）対象者に向けたメッセージの配信

大手通信キャリアデータを活用し、広島県にゆかりのある若者に対して、SNS等による広告配信により、広島で働くこと、暮らすことに対するイメージ醸成を図る。
 （12月下旬～）

（イ）プロモーションと連動した関連施策サイトへの誘導

県公式HP内に立ち上げるプロモーションサイトにおいて、広島で働き、暮らすことの魅力を伝えるとともに、各種関連施策サイトへの誘導を図る。（12月下旬～）

（ウ）具体的なイメージを高めるためのイベント開催

広島で活躍する人物や企業によるトークセッション等を開催し、対象者がより具体的に広島で働くこと、暮らすことをイメージできるよう促す。（2月中下旬）

イ 県内の機運醸成に係る取組

次の取組により、本県施策を周知し、県内に若者の定着・回帰を受け入れる機運を高める。

（ア）県内を中心とした広報の実施

- ・ 本プロモーションの屋外広告（デジタルサイネージ、ポスター）を、県内の主要な交通結節点や公共施設等において広く展開する。（12月下旬～）

- ・ ポスター素材を活用した動画等を作成し、コンビニエンスストアのビジョン、SNS等で広告配信するなど話題化を図る。（12月下旬～）

(イ) 報道機関等を通じた発信

県内外の各種報道機関や県公式SNS等を通じた情報発信を行う。（随時）

(3) スケジュール

令和7年12月23日（火）から令和8年3月31日（火）まで


(4) 予算（一部国庫）

98,040 千円

(5) 事業効果・検証結果

本キャンペーンは、SNS 配信による「リーチ数（広告に接触した人数）」、「特設サイト流入数（県 HP にある特設サイトに流入した人数）」をモニタリングし、最終成果としての関連施策の押上げ効果等については、各種データやアンケート等により総合的に分析・評価を行う。

令和7年12月23日（火）から1月18日（日）までの事業進捗状況は、次のとおり。

| 項目 | 内容 | | | | | | | | | | | | |
|-------------|---|-------------|-----------|------------|-----|------|-------------|-------------|--------|----------|----------|----------|-------|
| S N S 配信 | <p>○Instagram、X、TikTok、YouTube 等を通じた配信</p> <p>広島県内で生き生きと活躍している5名の県民の方（以下、「アンバサダー」という。）に出演協力いただき、その等身大の姿（動画・画像）の配信を通じ、「広島で働くこと」、「広島で暮らすこと」への関心を高める。</p> <div></div> <table><tr><th>項目</th><th>目標（2月末時点）</th><th>実績（1/18時点）</th><th>進捗率</th></tr><tr><td>リーチ数</td><td>6,170,000 人</td><td>8,252,134 人</td><td>133.7%</td></tr><tr><td>特設サイト流入数</td><td>50,000 人</td><td>41,612 人</td><td>83.2%</td></tr></table> | 項目 | 目標（2月末時点） | 実績（1/18時点） | 進捗率 | リーチ数 | 6,170,000 人 | 8,252,134 人 | 133.7% | 特設サイト流入数 | 50,000 人 | 41,612 人 | 83.2% |
| 項目 | 目標（2月末時点） | 実績（1/18時点） | 進捗率 | | | | | | | | | | |
| リーチ数 | 6,170,000 人 | 8,252,134 人 | 133.7% | | | | | | | | | | |
| 特設サイト流入数 | 50,000 人 | 41,612 人 | 83.2% | | | | | | | | | | |
| 屋外 広告 | <p>○デジタルサイネージ</p> <p>広島駅、福山駅、広島空港に掲示（12/23～1/31）</p> <p>○ポスター</p> <p>広島電鉄中吊り、アストラムライン、福山駅、商業施設、大学、公共施設（県・市町）等に掲示（12/23～）</p> <p>○ファミマビジョンによる掲示（12/30～1/26）</p> | | | | | | | | | | | | |

(6) 今後の対応

今後、イベント開催などを通じて、若者に「広島で働くこと」「広島で暮らすこと」についてのイメージを具体化してもらうことにより、特設サイト・関連施策サイトへの更なる流入増を図る。

ア 知事とアンバサダーによる座談会

| | |
|----|--|
| 日時 | 令和8年1月30日（金）11:00～11:40 |
| 場所 | 叡啓大学 |
| 内容 | 知事とアンバサダーによるパネルディスカッション及び傍聴している若者との交流等 |

イ 広島県ゆかりの若者を対象としたイベント（調整中）

| | |
|----|-------------------------|
| 日時 | 令和8年2月27日（金）11:00～18:00 |
| 場所 | イノベーション・ハブひろしま Camps |
| 内容 | 広島で活躍する人物によるトークセッション等 |

4 その他（「それ、広島で。」特設サイト URL）

<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/sore-hiroshima-de/index.html>