

令和6年度 4県連携推進費適用事業 実施報告書

事業名： 四国4県、四国ツーリズム創造機構、NEXCO西日本との連携による高速道路周遊型企画割引の実施
 提案県：徳島県 事務局県：徳島県（観光誘客課）
 継続区分： 継続

（様式1）

↓事業計画書から転記してください。

↓継続事業の場合のみ転記してください。

R6年度 当初計画		R6年度 実績報告				R7年度 事業計画（参考）		
予算額 (インプット)	900 千円	執行額	900千円	不用額	0円	概算事業費	1,074千円	
		不用額の理由						
施策の目的 (インパクト)	関係者が連携し、四国内への誘客を図るとともに、圏内の周遊旅行の促進につなげることを目的とする。 【事業内容】 ・高速道路料金割引による四国外からの観光誘客の促進 ・広域周遊観光の向上 ・四国内在住者の域内周遊促進 等	目的に対する成果 (アウトカム)	四国4県が連携しWebによる情報発信をはじめとした広報を行うことにより、ドライブバスのプラン（2日、3日、4日）の内、最長である4日周遊プランの申込みが増加し、広域周遊観光の向上につながった。 ドライブバス申込者の内、4日周遊プランの割合：約47.8%（令和5年度：約16.6%）				施策の目的 (インパクト)	関係者が連携し、四国内への誘客を図るとともに、圏内の周遊旅行の促進につなげることを目的とする。 【事業内容】 ・高速道路料金割引による四国外からの観光誘客の促進 ・広域周遊観光の向上 ・四国内在住者の域内周遊促進 等
事業計画 (アクティビティ) ※具体的な内容	デジタルマーケティング・WEBによる情報発信	事業実施内容 と実績 (アウトプット)	高速道路が定額料金で乗り放題となる「四国まるごとドライブバス！」に併せ、各種Web広告を活用したプロモーションを実施した。 →ターゲットを「四国旅行に興味があり、より多くの消費が期待できる、50代～子育て終わり夫婦」に設定 ・デジタルマーケティング・WEBによる情報発信 Googleリスティング広告（7～2月）及び、Instagram・facebook広告(7～11月)を実施 ○Web広告実績 表示回数：1,505,025回（目標：1,141,665回） クリック数：63,503回（目標：52,833回） ○「四国まるごとドライブバス！」申込状況 2024年7月～12月申込件数：9,472件 2025年1月～3月申込件数：4,528件				事業計画 (アクティビティ)	施策の概要 NEXCO西日本等と連携し、四国エリアでの高速道路が乗り放題となる周遊型企画割引を実施する。 この周遊型企画割引に併せ、NEXCO西日本、四国ツーリズム創造機構、四国4県が連携して情報発信を行うことにより、周遊性を高め、より多くの観光地に訪問してもらう事業である。 具体的な内容 ・デジタルマーケティング・WEB広告による情報発信 ・PRちらしの製作配付 ・各県の県外事務所とも連携し、県内外イベントや関連施設での情報発信 ・雑誌やメディア、旅行会社等を活用したPR
期待される効果 (アウトカム)	・四国への域外観光客の増加、四国在住者の域内周遊に伴う宿泊客増 ・観光関連消費額の増などの経済波及効果拡大 ・観光関係事業者の維持拡大 ・全国各地（WEB・PA・SA等）で「四国」をPR ・観光キャンペーンの集客効果拡大 ・四国4県の連携を全国にアピール	4県で連携したことによって得られた効果	・四国が一体となったPR→4県の写真を使用した6種類のバナー広告を作成した。「食」と「自然」をテーマに作成したものが反応が大きく、四国全体としてそういった切り口の売り方が効果的であることが判明した。 ・滞在時間の増加→上記のような観光情報と併せて本ドライブバスを周知することで、四国内での長期滞在が増加した。				期待される効果	・四国への域外観光客の増加、四国在住者の域内周遊に伴う宿泊客増 ・観光関連消費額の増などの経済波及効果拡大 ・観光関係事業者の維持拡大 ・全国各地（WEB・PA・SA等）で「四国」をPR ・観光キャンペーンの集客効果拡大 ・四国4県の連携を全国にアピール
		今後の課題	現在対象外となっている本州四国連絡高速道路（株）が管理する道路（神戸淡路鳴門道、瀬戸中央道、西瀬戸道（しまなみ海道））の連携					

令和6年度 4県連携推進費適用事業 実施報告書

(様式1)

事業名： 四国一周サイクリングPR事業
 提案県：愛媛県 事務局県：愛媛県 (観光スポーツ文化庁自転車新文化推進課)
 継続区分： 新規

↓事業計画書から転記してください。

↓継続事業の場合のみ転記してください。

R6年度 当初計画		R6年度 実績報告				R7年度 事業計画 (参考)	
予算額 (インプット)	2,076千円	執行額	2,074,050円	不用額	2,179円	概算事業費	千円
		不用額の理由	・事業実施額の減 ・預金利息の発生				
施策の目的 (インパクト)	四国に近くエントリー者数の多くを占めている近畿圏にエントリーを促していくことで、サイクリングを通じた四国への誘客促進を図っていく。さらには、四国4県のサイクリングコースも併せてPRすることで、四国一周から他のサイクリングコースへの誘導も図り、四国全体のサイクリングを盛り上げていく。	目的に対する成果 (アウトカム)	近畿圏での四国一周サイクリングの認知度向上及びエントリーを促進した。			施策の目的 (インパクト)	
事業計画 (アクティビティ) ※具体的な内容	サイクルモードライド大阪2025への出展	事業実施内容 と実績 (アウトプット)	○グッズ制作 ・手提げ袋 4,500個 ・サイクリングルートマップ 1,400部 (繁体字版) 1,400部 (英語版) ・A4チラシ 5,000部 (繁体字版) ○サイクルモードライド大阪2025出展 ・日程：令和7年3月1日(土) 9:30~17:00 (1日目) 令和7年3月2日(日) 9:30~17:00 (2日目) ・入場者数：7,525人 (1日目) 4,733人 (2日目) 12,258人 (合計)			事業計画 (アクティビティ)	施策の概要 具体的な内容
期待される効果 (アウトカム)	「四国一周サイクリングチャレンジ1,000kmプロジェクト」へのエントリー者数の増加に伴う四国各県へのさらなる誘客促進	4県で連携したこと によって得られた効果	4県合同でブース出展したことにより、各県の魅力を伝えることができ、エントリーの促進につながった。			期待される効果	
		今後の課題	インバウンド対策として、海外向けに情報発信に力を入れていく。 四国一周のエントリー数を増やすため、一括で完了できなくても、分割チャレンジができるということも認知度をあげていく必要がある。				

令和6年度 4県連携推進費適用事業 実施報告書

事業名： 四国4県連携関西圏観光・特産品魅力PR事業
 提案県：高知県 事務局：高知県（地産地消・外商課）
 継続区分： 新規

(様式1)

↓事業計画書から転記してください。

↓継続事業の場合のみ転記してください。

R6年度 当初計画		R6年度 実績報告				R7年度 事業計画 (参考)		
予算額 (インプット)	2,700千円	執行額	2,419,095円	不用額	280,095円	概算事業費	3,600千円	
		不用額の理由	委託料が見込みより下回ったため。 (参考) 予算額：2,600千円 執行額：1,958千円					
施策の目的 (インパクト)	経済活力の高まる関西圏において、4県が連携して四国の魅力を発信することによる相乗効果やスケールメリットを生かした効果的なPRを図ることで、観光誘客や県産品の販売拡大とともに、四国エリアのファン獲得につなげる。	目的に対する成果 (アウトカム)	<ul style="list-style-type: none"> ・四国4県が一体となり、各県単独ではできない四国のPRをすることができた。 ・関西のお客様の生の声を聞くことができた。 ・関西圏では販売されていない商品をPRすることができた。 入込客数5,000人 (1/18: 2,300人 + 1/19: 2,700人) 売上1,139,597円 (1/18: 558,366円 + 1/19: 581,231円)			施策の目的 (インパクト)	経済活力の高まる関西圏において、4県が連携して四国の魅力を発信することによる相乗効果やスケールメリットを生かした効果的なPRを図ることで、観光誘客や県産品の販売拡大とともに、四国エリアのファン獲得につなげる。	
事業計画 (アクティビティ) ※具体的な内容	○関西圏で多くの集客の見込める会場で、四国4県合同で各県ブースを設置し、観光や特産品をPRする物産展を開催。 ○物産展と合わせて、特産品の試食会、ワークショップ、ガチャ等の体験型の集客イベントを実施。 ○(一社)四国ツーリズム創造機構と連携した四国広域での観光PRを実施。 <開催時期> 令和6年秋～冬頃 土日2日間 <開催場所> ①高知県アンテナショップの催事スペースやショップに隣接するフロア内の共有イベントスペース等 ②「大阪・関西万博 100日前イベント」への出展、または、同イベント期間に合わせた物産展の開催 (R7.1月頃)	事業実施内容 と実績 (アウトプット)	<ul style="list-style-type: none"> ○四国4県の特産を販売する物産展「新春ぐるっと四国めぐりフェア」を開催。 ○物産展と合わせて、試飲食、特産品が当たる抽選会を実施。 ・抽選回数203回 (1/18: 88回 + 1/19: 115回) ○(一社)四国ツーリズム創造機構と連携した四国広域での観光PRブースを出展。 ○大阪・関西万博PR ・万博ブース出展によるPR ・公式キャラクターと4県ご当地キャラクターの出演など <開催日時> 令和7年1月18日(土)11時～20時及び1月19日(日)11時～20時 <開催場所> KITTE大阪「吹抜南側イベントスペース」及び「SUPER LOCAL SHOP とささ」店舗内一部			事業計画 (アクティビティ)	施策の概要	関西圏において、四国の観光・特産品の魅力をPRする4県合同の物産展を開催する。
			具体的な内容	<ul style="list-style-type: none"> ○四国4県合同で、四国の観光PRや特産品の物産展を開催。 ○(一社)四国ツーリズム創造機構と連携した四国広域での観光PRを実施。 ○「大阪・関西万博」との連携により、四国と万博のつながりを発信。 ○その他、特産品の試食会、ワークショップ・ガチャ等の体験型集客企画、ご当地キャラやミャクミャクの共演イベント等を実施。 <開催時期(候補)> ○令和7年8月9日、10日 土日2日間 (万博開催期間に合わせて) <開催場所> ○「KITTE大阪」2FイベントスペースA				
期待される効果 (アウトカム)	<ul style="list-style-type: none"> ○関西圏から四国への観光誘客の促進 ○関西圏における四国の認知度の向上及び県産品の販売拡大 ○四国エリアのファンになってもらうためのきっかけづくり ○関西圏の四国関連店舗への来店促進 	4県で連携したことによって得られた効果	<ul style="list-style-type: none"> ○単県での開催に比べ、集客力が高まった。 ○四国エリアとして、四国一体となった情報発信や誘客促進PRなどを実施することができた。 			期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ○関西圏から四国への観光誘客の促進 ○関西圏における四国の認知度の向上及び県産品の販売拡大 ○四国エリアのファンになってもらうためのきっかけづくり ○関西圏の四国関連店舗への来店促進 	
		今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> ○「四国」の一体感を高めるような販売方法の検討。(セット販売など) ○物販や四国の観光PRにつながる催しの検討。(四国のクイズ大会、参加型イベントなど) ○物産展と観光PRのつなげ方。 					

令和5年度 4県連携推進費適用事業 実施報告書

(様式1)

事業名： 四国4県四国遍路の世界遺産登録の推進事業
 提案県：香川県（文化振興課） 事務局県：香川県（文化振興課）
 継続区分：継続

↓事業計画書から転記してください。

↓継続事業の場合のみ転記してください。

R6年度 当初計画		R6年度 実績報告			R7年度 事業計画（参考）		
予算額 (インプット)	3,000 千円	執行額	3,000 千円	不用額		概算事業費	3,588 千円
施策の目的 (インパクト)	四国4県が連携して、四国遍路の世界遺産登録に向けた課題の整理や解決に向けた取組みを推進する。	目的に対する成果 (アウトカム)	四国遍路の世界遺産登録に向けた3つの課題(①顕著な普遍的価値の証明、②資産の保護措置の充実、③地域コミュニティの積極的な参画)のうち、①に関して国際シンポジウムを開催し海外の専門家から高評価など有益な助言を得たことにより、国内暫定一覧表への記載に必要な推薦書案の作成を進めるとともに、一般参加者に対して広く価値の発信を行うなど、世界遺産登録の機運醸成を行うことができた。			施策の目的 (インパクト)	四国遍路の将来への保存継承を目的として、四国4県が連携して、四国遍路の世界遺産登録を推進する。当面の目標として、国内暫定一覧表への記載を目指す。
事業計画 (アクティビティ) ※具体的な内容	施策の概要	事業実施内容 と実績 (アウトプット)	①文化庁等関係機関との調整 四国遍路の世界遺産登録に向けた3つの課題を中心とした四国4県の取組状況等を報告・協議(R7.3.26:文化庁)を行い、次年度以降の取組み方向性を明確化した。 ②構成資産の保護管理手法の確立 重要文化的景観検討委員会を開催し、今後の取組対象となる重点候補地区の選定を行った。(第1回R6.9.11香川県高松市:委員会,第2回R7.3.17香川県高松市:会議) ③顕著な普遍的価値の証明に関する研究 R4・5の検討結果(小結)を公表や研究会・検討会を開催により、顕著な普遍的価値の検討を進めた。国際シンポジウムに合わせて開催した第2回研究会・検討会では、海外の世界遺産専門家を交えた議論を行い、国際的な比較分析を進めた。価値の根拠資料となる四国遍路関係史料を取りまとめるため、江戸時代の調査にあたる委員の選定・委嘱準備を行った。 ・研究会、検討会合同開催(第1回R6.8.8,第2回R7.2.14,15) ・四国遍路関係資料の調査研究(基礎資料集「四国遍路関係史料集-近世編」委員委嘱等 ④世界遺産登録への地域コミュニティの機運醸成を図るための普及啓発 四国遍路パンフレット(日本語・英語)増刷やInstagramフォトコンテスト(R6.11)を開催するとともに、在スペイン大使館(東京)で「四国遍路とサンティアゴ巡礼展」(R6.11)の開催に協力し、四国遍路の世界遺産登録と取組みや普遍的価値について広く発信を行った。 ⑤日本遺産「四国遍路」の普及啓発及び情報発信 日本遺産フェスティバル等のイベントやHPにより、四国遍路に関する情報を積極的に発信した。(ツーリズムEXPOジャパン2024R6.9.26~29:東京ビッグサイト,日本遺産フェスティバルR6.10.26,27:福島県会津若松市,日本遺産の日関連イベントR7.2.15,16京都市)			施策の概要	世界遺産登録や国内暫定一覧表への記載に向けて、学識経験者による会議の開催による文案や取扱基準の作成など、四国4県が協働して実施する必要がある世界遺産登録推薦書案を作成するとともに、国際シンポジウムの開催や、日本遺産「四国遍路」の積極的な情報発信による認知度向上を行うことにより、登録機運の醸成を図る。
	具体的な内容					①国内暫定一覧表への追加記載に向けた関係機関との調整経費 ②重要文化的景観の保護措置に関する検討、バッファゾーンの保全方策の検討 ③普遍的価値の証明研究会等の運営、価値の国際的な比較研究 ④世界遺産登録推進協議会の運営、4県協議会の運営 ⑤顕著な普遍的価値の研究結果の周知 ⑥日本遺産サミットでの日本遺産「四国遍路」を通じた情報発信など	具体的な内容
期待される効果 (アウトカム)	世界遺産国内暫定一覧表への追加記載および世界遺産登録への取組を通じ、貴重な文化財を保護するとともに、日本遺産を活用した四国からの情報発信の強化や地域活性化を図ることができる。	4県で連携したことによって得られた効果	四国遍路の世界遺産登録や、当面の目標である国内暫定一覧表への登録については、4県が密に連携した取組みが不可欠である。令和6年度は、国際シンポジウムの開催を通じた「顕著な普遍的価値」の検討や、広い価値の発信など、今後の推薦書案の作成において大きな成果が得られた。また、日本遺産の活用事業を併せて実施することで、四国遍路の価値の広い発信による世界遺産登録の機運の醸成や、四国への誘客に繋がるなどの相乗効果を得た。			期待される効果	四国遍路の世界遺産登録に向けて、国内暫定一覧表へ記載など、本格的なフェーズへ移行することができる。四国が一体となった世界遺産登録に向けた機運の醸成を図ることができる。
		今後の課題	四国遍路世界遺産登録に向けた以下の課題について、引き続き4県が連携した取組みを実施する。 ・推薦書案の作成(顕著な普遍的価値の証明・構成資産の保護管理体制等) ・構成資産の保護(文化財保護法に基づく文化財指定等)の推進 ・地域コミュニティの積極的な参画の促進する事業の実施				

令和6年度 4県連携推進費適用事業 実施報告書

(様式1)

事業名： 陸域由来の海洋ごみ削減啓発事業
 提案県：愛媛県 事務局：愛媛県（循環型社会推進課）
 継続区分： 継続

↓事業計画書から転記してください。

↓継続事業の場合のみ転記してください。

R6年度 当初計画		R6年度 実績報告			R7年度 事業計画（参考）		
予算額 (インプット)	788千円	執行額	788,000円	不用額	0円	概算事業費	千円
		不用額の理由	なし				
施策の目的 (インパクト)	海洋ごみ問題については、既に海洋に流出したごみの回収と同時に、新たなごみの発生抑制を対策の両輪とする必要がある。 このため、引き続き、SNS等を活用した啓発事業を実施し、陸域由来の海洋ごみ削減につなげる。		目的に対する成果 (アウトカム)	四国4県の県民に対し、海洋ごみ問題について、陸域由来の海洋ごみが約8割を占め、各県共通の喫緊の課題であることを啓発し、意識づけすることで、陸域由来の海洋ごみ削減に寄与した。		施策の目的 (インパクト)	
事業計画 (アクティビティ) ※具体的な内容	施策の概要	4県が連携した取組みを活かしながら、陸域由来の海洋ごみ削減に向けた啓発を強化する。	事業実施内容 と実績 (アウトプット)	【事業実施内容】 ○愛媛県公式ホームページ内にランディングページを設置 ○SNS広告配信（1回目）：令和6年9月20日～10月19日（30日間）／6コンテンツ ○SNS広告配信（2回目）：令和6年10月21日～11月19日（30日間）／3コンテンツ ○SNS広告配信（3回目）：令和6年11月20日～令和7年2月17日（90日間）／1コンテンツ ○YouTubeによる動画広告配信に向けたコンテンツ作成及び配信 ・配信期間：令和6年12月20日～令和7年2月17日（60日間） 【実績及び成果】 ○Facebook広告、Instagram広告の配信 表示回数：545,443回、クリック数：4,632回 ○Youtube広告の配信 表示回数：216,088回、クリック数：60,659回		事業計画 (アクティビティ)	施策の概要
	具体的な内容	四国の各県民を対象として、陸域由来の海洋ごみ削減につながるSNS（フェイスブックやInstagram等）等を活用した啓発事業を実施する。 なお、具体的な内容についてはプロポーザルにおいて決定する。					具体的な内容
期待される効果 (アウトカム)	四国の各県民が問題を理解することにより、陸域由来の海洋ごみ削減につながる。 令和5年度からの継続事業として実施することで、4県共通で使用できる広告用コンテンツがストックされる。		4県で連携したことによって得られた効果	陸域由来の海洋ごみ問題が、四国4県に関わる共通の課題であることの認識が深まり、四国の各県民が主体的に問題を理解し、行動変容を促すことに寄与した。		期待される効果	
			今後の課題	海洋ごみ問題が世界的に取りざたされる中、抜本的な解決には多くの時間を要すると見込まれる。 また、川ごみなど陸域由来の海洋ごみもなくなっておらず、引き続き、削減に関する啓発を強化する必要がある。			

令和6年度 4県連携推進費適用事業 実施報告書

事業名： 自然・水素エネルギーの導入拡大によるGX（グリーントランスフォーメーション）の推進
 提案県：徳島県 事務局県：徳島県（サステナブル社会推進課）
 継続区分： 継続

(様式1)

↓事業計画書から転記してください。

↓継続事業の場合のみ転記してください。

R6年度 当初計画		R6年度 実績報告			R7年度 事業計画（参考）			
予算額 (インプット)	600千円	執行額	600,000円	不用額	0円			
		不用額の理由	不用額なし			概算事業費	千円	
施策の目的 (インパクト)	四国内の事業者において気候変動対策をリードする企業活動や新たな事業展開の推進を図る。	目的に対する成果 (アウトカム)	当日参加人数：121名 うち会場参加：26名、Zoomウェビナー参加：95名 セミナー実施後のアンケートでは、回答者の100%が「大変参考になった」または「参考になった」と回答。			施策の目的 (インパクト)		
事業計画 (アクティビティ) ※具体的な内容	引き続き、四国4県が連携した「自然・水素エネルギー」導入拡大に向けた普及啓発イベント等を実施 【事業案】 香川県において、「水素・自然エネルギー」導入拡大を図るビジネスセミナーの開催	事業実施内容 と実績 (アウトプット)	「自然・水素エネルギー」を取り巻く「最新の動向」や「先進事例」を紹介するビジネスセミナーを開催。 ○脱炭素社会の実現に向けた水素利活用セミナー 日時：令和6年12月16日（月）13:30～15:10 場所：香川県社会福祉総合センター2階中会議室 【講演内容】 講演1 演題：目前に迫る水素社会の実現に向けて 講師：四国経済産業局 資源エネルギー環境部 資源エネルギー環境課 講演2 演題：川崎重工業の水素事業について ～国際水素サプライチェーン構築・水素発電などの事業・技術紹介～ 講師：川崎重工業株式会社 水素戦略本部プロジェクト総括部 推進部 担当部長 小山 優 氏			事業計画 (アクティビティ)	施策の概要	
			具体的な内容					
期待される効果 (アウトカム)	四国各県においてカーボンニュートラルをめぐる最新情報の効率的な共有が図られるとともに、その後の地域特性にあわせた各県独自の取組みの展開加速・連携強化が図られ、ひいては「自然・水素エネルギー」普及拡大に向けた機運向上や、民間事業者の更なる参画促進に繋がる。	4県で連携したことによって得られた効果	四県が連携してセミナーの周知を行ったことで、100名以上の参加が集まった。四国各県における取組状況を共有し、各県の事業者に知らせる貴重な機会となった。			期待される効果		
		今後の課題	引き続き、普及啓発を行いながら、四国内において、事業者の自然・水素エネルギーの導入、利活用の取組みが促進されるよう、「経済と環境の好循環」の実現に向けた更なる取組みが必要。					

令和6年度 4県連携推進費適用事業 実施報告書

(様式1)

事業名： 四国から広げる「消費者市民社会」～SDGsの手
 提案県：徳島県 事務局県：徳島県（消費者政策課）
 継続区分：継続2年目

↓事業計画書から転記してください。

↓継続事業の場合のみ転記してください。

R6年度 当初計画		R6年度 実績報告			R7年度 事業計画（参考）		
予算額 (インプット)	1,200 千円	執行額	1,174,659 円	不用額	25,753 円	概算事業費 千円	
		不用額の理由	会場借上料の実績の減				
施策の目的 (インパクト)	・四国4県が連携して消費者行政・消費者教育を推進する気運の醸成を図り、四国から全国モデルとなる消費者行政・消費者教育の推進を図る。	目的に対する成果 (アウトカム)	○四国4県の消費者行政担当者や関係者（消費者庁等）との交流促進・連携強化 ○四国における、 ・全国に先駆けたSDGs、消費者市民社会の実現に向けた消費者行政・消費者教育の推進 ・持続可能な社会に向けた消費行動・事業活動			施策の目的 (インパクト)	
事業計画 (アクティビティ) ※具体的な内容	・SDGs、消費者市民社会の実現に向けた、消費者行政・消費者教育等をテーマとしたセミナーの開催。 基調講演：その年のテーマに合わせた基調講演を依頼する 取組紹介：消費者庁の取組発表 パネルディスカッション：各県の団体や事業者の取組発表・消費者庁を交えた意見交換・質疑応答等 ・開催場所と居住地の制約にとらわれず参加できる、集客型とWEBを使った、ハイブリッド型のセミナーを開催する。	事業実施内容 と実績 (アウトプット)	○セミナー開催に向けた打合せ会議（担当課長会議）の開催 ・日時：令和6年6月3日（月）13:30～14:30 ・場所：としま消費者行政プラットフォーム会議室 ・内容：セミナーの実施計画やテーマ、並びに各県における昨年度の消費者政策の取組状況や消費生活センターに寄せられた相談事例・対応状況、及び今年度の主な取組等について ・参加者：四国4県の消費者行政担当者、消費者庁新未来創造戦略本部 ○「四国から広げる『消費者市民社会』in 愛媛～SDGsの実現に向けて～」(セミナー)の開催 ・日時：令和6年12月18日（水）12:40～14:10 ・場所：愛媛大学南加記念ホール（愛媛県松山市文京町3） ※オンライン同時配信（Zoom ウェブナー） ・内容：「今日から実践！ エシカルコンシューマー」をテーマとする基調講演及びパネルディスカッション、並びに消費者庁による取組み報告 ・参加者：計217名（会場132人、オンライン85名）			事業計画 (アクティビティ)	施策の概要
							具体的な内容
期待される効果 (アウトカム)	・一般県民が4県の各種取組情報を得られることで、消費者意識の向上につながる。 ・四国4県の消費者行政担当者や関係者との交流・連携の促進が図られる。 ・四国4県の持続可能な社会に向けた消費行動・事業活動が図られる。 ・2025年開催の「大阪・関西万博」を契機とした、四国4県の消費者行政・消費者教育の取組を全国に広げる機会となる。	4県で連携したことによって得られた効果	○四国4県で打合せ会議（担当課長会議）を始めセミナー開催に向け調整を進める中で、各県の消費者行政の取組状況や課題等を共有することができた。 ○四国4県合同でセミナーを開催し、一般県民が一度に各県の先駆的な取組事例等に触れられる機会を提供することで、効果的・効率的に消費者意識の向上を図ることができた。			期待される効果	
		今後の課題	○開催場所と居住地の制約にとらわれず参加できる、集客型とWEBを使った「ハイブリッド型」セミナーの利点を生かし、幅広い層・地域の方にセミナーに参加してもらえよう、効果的な広報に努める。				

令和6年度 4県連携推進費適用事業 実施報告書

事業名： 四国の新幹線の機運醸成に向けた広報啓発
 提案県：香川県 事務局県：香川県（交通政策課）
 継続区分： 継続

(様式1)

↓事業計画書から転記してください。

↓継続事業の場合のみ転記してください。

R6年度 当初計画		R6年度 実績報告				R7年度 事業計画 (参考)						
予算額 (インプット)	2,000千円	執行額	2,000,000円	不用額	円	概算事業費	2,450千円					
		不用額の理由										
施策の目的 (インパクト)	四国の新幹線の早期実現に向けては、これまでも四国各県や経済界が連携し、四国新幹線整備促進期成会を中心にSNS等を活用した広報啓発やシンポジウムの開催等に取り組んできたところである。これまでの取組みの成果を活かして、さらなる理解促進、機運醸成を図るため、若年層をはじめとした幅広い世代に、効果的にアプローチできる新たなツールを活用し、広報啓発活動を実施しようとするもの。	目的に対する成果 (アウトカム)	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSキャンペーン実施期間：2024年12月24日～2025年2月28日 ・公式X新規フォロワー獲得数：1,588 ・前年度比2,341名フォロワー増加 ・キャンペーン投稿については7.5万件的エンゲージメント、564のいいね、1,521のリポスト、349のコメントを獲得 				施策の目的 (インパクト)	四国の新幹線の早期実現に向けては、これまでも四国各県や経済界が連携し、四国新幹線整備促進期成会を中心にSNS等を活用した広報啓発やシンポジウムの開催等に取り組んできたところである。これまでの取組みの成果を活かして、さらなる理解促進、機運醸成を図るため、若年層をはじめとした幅広い世代に、効果的にアプローチできる新たなツールを活用し、広報啓発活動を実施しようとするもの。				
事業計画 (アクティビティ) ※具体的な内容	四国の新幹線の早期実現に向け、地元における一層の理解促進、機運醸成を図るため、様々な手段を駆使して、幅広い世代をターゲットにした広報啓発活動を展開する。具体的には、幅広く訴求していく取組みとして、効果的なSNSアカウントのフォロワー拡大を図るため、ハッシュタグキャンペーンを実施する。	事業実施内容 と実績 (アウトプット)	四国の新幹線や署名活動を訴求するため、公式Xを活用したSNSキャンペーンを実施。キャンペーンを通して、公式Xの新規フォロワーの拡大を図るとともに、四国の新幹線や署名活動について若年層をはじめとした幅広い層への効果的な広報を行うことができた。				事業計画 (アクティビティ)	<table border="1"> <tr> <td>施策の概要</td> <td>四国の新幹線の早期実現に向け、地元における一層の理解促進、機運醸成を図るため、様々な手段を駆使して、幅広い世代をターゲットにした広報啓発活動を展開する。</td> </tr> <tr> <td>具体的な内容</td> <td>鉄道系ユーチューバーなど、新幹線への専門的な知見を持つなど、説得力のあるインフルエンサーを活用した広報活動を展開するとともに、各県で実施するイベント時に配布するためのノベルティグッズを作成する。</td> </tr> </table>	施策の概要	四国の新幹線の早期実現に向け、地元における一層の理解促進、機運醸成を図るため、様々な手段を駆使して、幅広い世代をターゲットにした広報啓発活動を展開する。	具体的な内容	鉄道系ユーチューバーなど、新幹線への専門的な知見を持つなど、説得力のあるインフルエンサーを活用した広報活動を展開するとともに、各県で実施するイベント時に配布するためのノベルティグッズを作成する。
施策の概要	四国の新幹線の早期実現に向け、地元における一層の理解促進、機運醸成を図るため、様々な手段を駆使して、幅広い世代をターゲットにした広報啓発活動を展開する。											
具体的な内容	鉄道系ユーチューバーなど、新幹線への専門的な知見を持つなど、説得力のあるインフルエンサーを活用した広報活動を展開するとともに、各県で実施するイベント時に配布するためのノベルティグッズを作成する。											
期待される効果 (アウトカム)	過年度の取組みの成果である四国の新幹線応援キャラクターのSNSアカウントのフォロワーの拡大を図ることで、今後、若年層をはじめとしたより幅広い層への効果的な広報啓発を行うことが可能となり、四国の新幹線に関心を持つ方を増やすことができる。	4県で連携したことによって得られた効果	四国の新幹線は四国の公共交通ネットワークの骨格となるもので、四国内の全ての地域が深く関係するものであり、4県連携事業の実施により、4県すべてにおいて理解促進及び機運醸成を図ることができた。				期待される効果	令和6年度はハッシュタグキャンペーンを実施し、若年層をはじめとした幅広い層への効果的な広報啓発を行ったところであるが、その効果をさらに拡大させるため、令和7年度は説得力のあるインフルエンサーを活用した広報活動及びイベント時のノベルティグッズの配布等により、さらに広い層に四国の新幹線整備に対する理解促進を図る。				
		今後の課題	四国新幹線整備促進期成会における東京大会の開催や、他の基本計画路線の関係団体との協働による国への要望を行うなど、四国の新幹線の整備計画格上げに向け、国等に対する働きかけを強化してきたところであるが、引き続き取り組んでいく必要がある。あわせて、四国の新幹線の一層の理解促進、機運醸成を図るため、様々な手段を活用して、これまで関心のなかった方へのPRを強化する必要がある。									