

### (3) SNSを活用した情報発信と県民参加型投稿キャンペーン

県民の関心や参加意欲を高めるため、公式SNSアカウントを開設し、記念事業の取組を積極的に発信したほか、宮城の魅力の再発見や発信につながるキャンペーン等を展開しました。

運用期間：令和4年2月10日から令和5年3月31日まで

#### 【SNSの運用】



- Facebook, Twitter, Instagramの公式アカウント (@miyagi150th) を開設
- 投稿に通年ハッシュタグ「#宮城さあいこう」「#宮城コラボ150」を用いて、宮城県誕生150周年をPR
- 様々な関連イベントやコラボ商品等の情報を発信
- 通年ハッシュタグ「#宮城さあいこう」と、テーマに応じたハッシュタグを付けた写真の投稿キャンペーンを3回にわたって実施

#### 【キャンペーンの概要】

期間	キャンペーン内容 (テーマ)	キャンペーン ハッシュタグ	賞品
R4. 2. 16 ～R4. 3. 16	【Twitter】 フォロー&リツイート キャンペーン	—	オリジナル QUO カード Pay500 円分 (150 名)
R4. 4. 1 ～R4. 5. 8	【Twitter・Instagram】 投稿キャンペーン第1弾 (記憶, 思い出)	#宮城の思い出 150	おいしい山形・食材王国 みやぎ新商品アワード 2021 受賞の宮城県商品 (10 名)
R4. 7. 15 ～R4. 8. 21	【Twitter・Instagram】 投稿キャンペーン第2弾 (旅, 交流)	#宮城めぐり 150	2022 楽天イーグルス観 戦チケット (ペア7組 14 名)
R4. 10. 14 ～R4. 11. 20	【Twitter・Instagram】 投稿キャンペーン第3弾 (魅力, 将来)	#宮城の未来 150	宮城県産「ささ結」, ささ結を使用したポン せんべい「ささぼん」 (15 名)

テーマに応じた写真投稿キャンペーンでは、Twitter と Instagram 合わせて第1弾：3,330件、第2弾：8,528件、第3弾：1,327件の応募があり、多くの宮城の魅力の再発見と発信につながりました。

