



背景：時間経過とともに報道が減少していく中で、**人々の関心を喚起し、能登への支援へとつなげる仕組み**が必要

ターゲット：三大都市圏など全国で、能登への関心が薄れてしまった人

認知

デジタル広告   県公式SNS   デジタルサイネージ   企業等の協力

**デジタル広告**（バナー広告や15秒動画広告）**など**を活用して**関心を喚起**

※デジタル広告ターゲティングの例：首都圏在住、60代、能登への訪問歴や関連情報の検索履歴がある人

誘導

**復興応援特設サイト**

**動画本編**（3分以内×4本以上）**など**を掲載し、**深い共感につなげる**

**それぞれに合った復興応援事業に繋ぐ**（概要紹介+リンク）

<p><b>復興シンポジウム</b> 秋頃、東京で実施</p> 	<p><b>復興応援フェア</b> 東京、大阪、県内</p> 	<p><b>アンテナショップ</b> 首都圏主要駅等での出張販売</p> 	<p><b>今行ける能登</b></p> 	<p><b>能登官民連携復興センター</b></p> 	<p><b>移住・就職</b></p> 	<p><b>義援金 ふるさと納税 ほか</b></p> 
---	---	--	--	--	---	---

## 心に響く「動画」を核としたコンテンツの制作

内容：「感謝」、「決意」、「能登の姿」



動画等の活用



動画等の活用

動画本編 3分以内×4本以上のほか  
バナー広告、広告用15秒動画、  
ポスター等を作成

動画・ポスター等の活用

