

森林づくり県民税のテレビコマーシャルについて

1 目的

森林づくり県民税について、様々な広報活動を行い県民への周知を図ってきたが、平成 21 年度の県政世論調査の結果では、森林づくり県民税の名称の認知度は 7 割を超えたものの、森林税の使途の認知度は 3 割程度であり、特に女性や若年層等の認知度が低いことから、映像で森林税の成果を直接伝えるために放映する。

2 効果

- (1) 既存の広報媒体に比べ、県政や森林づくり県民税に関心の低い人に対し P R 効果が大きい。
- (2) 複数回放映することにより、より多くの県民が目にする事ができる。

3 平成 22 年度実績

- (1) 放送期間：平成 22 年 10 月 3 日（日）～10 月 9 日（土）の 1 週間
- (2) 放送時間：30 秒
- (3) 契約放送事業者：長野朝日放送（ABN）

（参考：平成 21 年度実績）

- (1) 放送期間：平成 21 年 9 月 13 日（日）～9 月 19 日（土）の 1 週間
- (2) 放送時間：15 秒
- (3) 契約放送事業者：テレビ信州（TSB）



平成 21 年度 TVCM の最終画面



平成 22 年度 TVCM の最終画面