

2021年度 施策評価シート(2020年度実績)

1 評価施策名		担当部課室	総合政策局 公聴広報課
重点戦略	Ⅲ 安心して豊かさが実感できる地域の創造		
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム		
施策名	【重点】イメージアップ戦略の推進		

2 生き生き指標の進捗(達成)状況

指標名	内容	年度	2017	2018	2019	2020
			目標値	28	24	20
現況値	全国31位(2016年10月)	実績値	35	27	40	26
目標値	全国20位以内	達成率	※-	※-	※-	※-
備考	民間シンクタンク調査による47都道府県の認知度の全国順位	達成度	※1	※3	※1	※2

指標名	内容	年度	2017	2018	2019	2020
			目標値	28	24	20
現況値	全国32位(2016年10月)	実績値	27	22	18	18
目標値	全国20位以内	達成率	※-	※-	※-	※-
備考	民間シンクタンク調査による47都道府県の県民等の愛着度の全国順位	達成度	※5	※5	※5	※5

3 事務事業評価

総合政策局 公聴広報課	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題		事務事業総合評価
	イメージアップ戦略推進事業	<p>実施目的 岡山の名前と良いイメージを首都圏をはじめ全国に浸透させ高品質な県産果物や快適な居住環境、安全で安定した創業環境、歴史や文化あふれる観光地などを売り込み、認知度向上をめざす。</p> <p>成果・課題 コロナ禍で行動制約がある中で、地域の魅力を見つめ直すきっかけとなるよう「岡山発見かるた」を一般募集企画で制作するとともに、PR動画を制作し、話題づくりに努めた。引き続き、観光誘客や県産品の販路拡大の後押しとなるよう、全国に魅力発信していく必要がある。</p>	3	

総合政策局 公聴広報課	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題		事務事業総合評価
	首都圏情報発信力強化事業	<p>実施目的 首都圏でのイベント効果を高めるため、また本県の情報を少しでも多くメディアに取り上げてもらうため、PR専門会社を活用した首都圏メディアに対する効果的な取材誘致を進めるとともに、メディアを訪問し、メディア側のニーズの把握と県の素材の直接的な情報提供を行う。</p> <p>成果・課題 PR専門会社を活用し、リモートにより首都圏メディアへの働きかけを行ったが、コロナ禍で取材誘致が困難なこともあり、誘致件数は伸び悩んだ。また、他部局と連携し、都内で県産フルーツを味わえるイベントを開催した。引き続き、工夫を凝らした取材提案とタイムリーな情報提供により、メディアでの露出拡大につなげていく必要がある。</p>	2	

平均	2.5
----	-----

4 施策達成レベル

3.3	生き生き指標達成度と事務事業達成レベルを4:1で加味して施策達成レベルを算出
-----	--

5 施策推進による主な成果

県出身の著名人の協力や、一般参加型の地域の魅力を再発見、新発見する企画により、話題づくりに努めた結果、多くの県内メディア露出やPR動画の再生回数に繋がった。
また、コロナ禍で首都圏メディアの地方ロケが減少する中、リモートを活用するなど取材誘致に取り組んだ結果、岡山特集が制作されるなどの成果はあったが、誘致件数は伸び悩んだ。

6 今後の施策推進に向けての課題

本県の魅力を伝えるコンテンツを制作し、デジタルマーケティングの手法やSNSを活用し、工夫を凝らした情報発信に取り組むとともに、高いPR効果が見込まれる全国ネットのテレビを中心としたアプローチに注力し、取材誘致に取り組んでいく必要がある。

2021年度 施策評価シート(2020年度実績)

1 評価施策名		担当部課室	産業労働部 産業企画課
重点戦略	Ⅲ 安心して豊かさが実感できる地域の創造		
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム		
施策名	【重点】首都圏アンテナショップを活用したマーケティング強化		

2 生き生き指標の進捗(達成)状況

指標名	内容	年度	2017	2018	2019	2020
			目標値	28	24	20
現況値	全国31位(2016年10月)	実績値	35	27	40	26
目標値	全国20位以内	達成率	※-	※-	※-	※-
備考	民間シンクタンク調査による47都道府県の認知度の全国順位	達成度	※1	※3	※1	※2

指標名	内容	年度	2017	2018	2019	2020
			目標値	28	24	20
現況値	全国32位(2016年10月)	実績値	27	22	18	18
目標値	全国20位以内	達成率	※-	※-	※-	※-
備考	民間シンクタンク調査による47都道府県の県民等の愛着度の全国順位	達成度	※5	※5	※5	※5

3 事務事業評価

産業労働部 マーケティング推進室	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題		事務事業総合評価
	首都圏アンテナショップ事業	<p>実施目的</p> <p>本県の認知度向上やブランドイメージの確立を通じ、本県産業の振興を図る。</p> <p>成果・課題</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響により、入館者数や売上高が減少するなど厳しい状況であったが、緊急事態宣言解除後の県産品等消費喚起キャンペーンの実施や公式オンラインショップの開設等で、一定程度の回復も図られた。今後とも、コロナ禍での制約を前提とした本県の魅力発信を効果的に実施していくとともに、スタッフの資質向上を図る等、魅力あるショップづくりに引き続き取り組んでいく必要がある。</p>	3	

産業労働部 マーケティング推進室	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題		事務事業総合評価
	県産品競争力強化事業	<p>実施目的</p> <p>県内事業者と首都圏アンテナショップ及び民間小売店とのマッチング支援、ショップのアンテナ機能を生かしたマーケティングに関する取組などにより、県内事業者の販路拡大等を図る。</p> <p>成果・課題</p> <p>県内事業者への迅速な情報提供とともに、アンテナショップの機能を生かしたマーケティングの実験的な取組を通じてコロナ禍における県内事業者への支援を行った。取扱い商品点数は新型コロナウイルス感染症の影響による商品取扱いの手控えもあり目標に達しなかった。今後も、首都圏でのニーズ等の把握に努め、消費者の反応等を県内事業者にフィードバックすることにより、県内事業者の商品づくりや販路開拓を支援する必要がある。</p>	3	

産業労働部 マーケティング推進室	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題		事務事業総合評価
	首都圏アンテナショップ情報発信協働事業	実施目的	首都圏における本県各地域の特産品等のブランド化推進と販路拡大を図る。	2
成果・課題	県内市町村や民間団体から創意工夫を盛り込んだ魅力発信イベント5件の提案を採択していたが、開催時期の首都圏での新型コロナウイルス感染症の状況等に鑑み、実施に至ったものはなかった。今後は、実施団体職員が上京しなくても実施できるような方策の検討や、物販店舗や飲食店舗と連携した新たなPR手法など、コロナ禍においても実施可能な事業の実施を県内事業者へ促していく必要がある。			

産業労働部 マーケティング推進室	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題		事務事業総合評価
	首都圏県産品プロモーション事業	実施目的	アンテナショップを活用したプロモーションの展開により、首都圏における本県や県産品の知名度向上を図る。	3
成果・課題	東京事務所と連携し、県産品等のPRについて、WebやSNS、雑誌、テレビなど各種メディアを活用してニーズに応じてアプローチした商品等のPRに取り組み、コロナ禍に対応したプロモーションに取り組んだ。引き続き、コロナ禍を踏まえた各種プロモーションを実施するとともに、東京オリパラの開催動向も注視しつつ、可能なPRに取り組んでいく必要がある。			

平均	2.8
----	-----

4 施策達成レベル

3.4	生き活き指標達成度と事務事業達成レベルを4:1で加味して施策達成レベルを算出
-----	--

5 施策推進による主な成果

新型コロナウイルス感染症の影響で、ショップの休館や時短営業を余儀なくされ、入館者や売上の減少、イベントの中止など、アンテナショップの機能を十分に発揮できなかったが、こうした中においてSNS等による情報発信やオンラインショップの開設、バイヤーへの紹介による県産品の販路開拓などにより、本県の魅力発信に努めた。

6 今後の施策推進に向けての課題

感染症の状況に留意しながら、巨大なマーケットであり、全国への情報発信源である首都圏において、より魅力ある店舗づくりに向けた工夫や活性化に努めるとともに、各種メディアを活用した効果的な広報やプロモーション、消費者ニーズのフィードバックなどにより、県内事業者のマーケティング強化を支援する必要がある。

2021年度 施策評価シート(2020年度実績)

1 評価施策名		担当部課室	総合政策局 公聴広報課
重点戦略	Ⅲ 安心して豊かさが実感できる地域の創造		
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム		
施策名	【重点】ポータルサイト等による魅力発信の推進		

2 生き生き指標の進捗(達成)状況

指標名	内容	年度	2017	2018	2019	2020
		目標値	25,500	27,000	28,500	30,000
現況値	24,000アクセス/月(2015年度)	実績値	19,813	23,495	25,051	29,497
目標値	30,000アクセス/月	達成率	77.7%	87%	87.9%	98.3%
備考	県のPRサイト「晴れの国おかやま」などへのアクセス数	達成度	2	3	3	3

指標名	内容	年度	2017	2018	2019	2020
		目標値	4,000	6,000	8,000	9,686
現況値	3,314人(2015年度末)	実績値	2,871	3,670	5,002	5,264
目標値	13,000人	達成率	71.8%	61.2%	62.5%	54.3%
備考	本県の情報交流サイト「もんげー部」への登録者数(各年度の目標値は現況値からの増加数)	達成度	2	2	2	2

3 事務事業評価

総合政策局 公聴広報課	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題	事務事業総合評価
	晴れの国おかやまファン獲得作戦	<p>実施目的 登録制サイトを活用し、「おかやま晴れの国大使」のPRや県外在住者の口コミ等による登録を推進し、本県の魅力に共感する人の拡大とネットワーク化を図る。</p> <p>成果・課題 県産品のプレゼント企画などにより、登録者数の増加を図ったが、目標値には届かなかった。今後は、SNSの拡散力を有効に活用した情報発信に取り組んでいく必要がある。</p>	2
平均			2.0

4 施策達成レベル

2.4	生き生き指標達成度と事務事業達成レベルを4:1で加味して施策達成レベルを算出
-----	--

5 施策推進による主な成果

おかやまファンを獲得するため、SNSと連動させたプレゼント企画などを行った。生き生き指標の目標値には届かなかったが、サイト内で、会員自らが積極的に投稿し、情報発信が行われた。

6 今後の施策推進に向けての課題

近年は、SNSを通じた情報発信や情報収集が主流となっていることから、事業を見直し、おかやまファンの登録者を県公式SNSのフォロワーへ誘導し、今後は、SNSを活用したきめ細かな情報発信に取り組んでいく。

2021年度 施策評価シート(2020年度実績)

1 評価施策名		担当部課室	総合政策局 公聴広報課
重点戦略	Ⅲ 安心して豊かさが実感できる地域の創造		
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム		
施策名	【重点】本県に対する愛着心と誇りの醸成		

2 生き生き指標の進捗(達成)状況

指標名	○本県に関する知識を有すると認定された人数	年度	2017	2018	2019	2020
		目標値	900	1,350	1,800	2,222
現況値	778人(2015年度末)	実績値	887	1,354	1,940	2,334
目標値	3,000人	達成率	98.6%	100.3%	107.8%	105%
備考	「晴れの国おかやま検定」において「達人」「博士」に認定された人数(各年度の目標値は現況値からの増加数)	達成度	3	4	4	4

3 事務事業評価

総合政策局 公聴広報課	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題	事務事業総合評価
	晴れの国おかやま 検定事業	<p>実施目的 岡山の魅力や素晴らしさを再認識し、県民の愛着心と誇りを醸成する。</p> <p>成案・課題 新たに表彰制度を設け、表彰式がメディアに取り上げられたことによるPR効果により、受験申込数と団体受験者数が過去最高となった。また、目標であった認定者数も目標値を達成することができた。引き続き、PRに努め、受験者の拡大を図っていく必要がある。</p>	4
平均			4.0

4 施策達成レベル

4.0	生き生き指標達成度と事務事業達成レベルを4:1で加味して施策達成レベルを算出
-----	--

5 施策推進による主な成果

新たに表彰制度を設け、多くのメディアに取り上げられるとともに、さまざまな広報媒体を活用し、重点的にPRを行った結果、目標を達成することができた。

6 今後の施策推進に向けての課題

引き続き、おかやま検定の受験者の拡大に向け、各種広報媒体を活用した効果的なPRに取り組むとともに、本県の知識を深められるよう、ホームページ等を活用した情報発信に取り組む必要がある。

2021年度 施策評価シート(2020年度実績)

1 評価施策名		担当部課室	総合政策局 公聴広報課
重点戦略	Ⅲ 安心して豊かさが実感できる地域の創造		
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム		
施策名	【推進】 マスコットキャラクターの活用促進		

2 生き生き指標の進捗(達成)状況

3 事務事業評価

総合政策局 公聴広報課	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題		事務事業総合評価
	「ももっち・うらっち」の活用促進事業	実施目的 マスコットキャラクター「ももっち」「うらっち」の活用を促進し、本県のイメージアップにつなげる。	成果・課題 コロナ禍で民間主催のイベント等が中止になり、民間の使用申請件数が目標を下回った。県がコロナの啓発資材や印刷物で積極的に「ももっち」「うらっち」を使用した。民間の利用拡大を図るためには、効率的なPRを行う必要がある。	2

平均	2.0
----	-----

4 施策達成レベル

2.0	生き生き指標達成度と事務事業達成レベルを4:1で加味して施策達成レベルを算出
-----	--

5 施策推進による主な成果

県が啓発資材や印刷物などでマスコットを積極的に活用したことにより、県のマスコットキャラクターとして定着しつつあるが、2020年度はイベント等の中止により、民間使用は減少した。

6 今後の施策推進に向けての課題

県内外での知名度向上に向け、新デザインの作成や、効果的なPRを行い、民間の商品等への利用促進に取り組む必要がある。

2021年度 施策評価シート(2020年度実績)

1 評価施策名	担当部課室 産業労働部 観光課
重点戦略	Ⅲ 安心で豊かさが実感できる地域の創造
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム
施策名	【推進】映像作品を使った岡山の発信

2 生き生き指標の進捗(達成)状況

3 事務事業評価

	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題	事務事業総合評価
産業労働部 観光課	フィルムコミッション拡充事業	実施目的 「晴れの国」という特色を生かしてロケを多数誘致し、撮影された映画等を活用した情報発信を行うことで、さらなる観光誘客につなげる。	2
		成果・課題 新型コロナウイルス感染症の影響を受け、ロケ誘致件数は前年より減少した。ロケ誘致件数の回復に向け、引き続き、県フィルムコミッション協議会の専任職員による誘致活動や、映画及びドラマロケハン助成制度の紹介等により、ロケを多数誘致するとともに、映画とタイアップした観光プロモーション活動を展開する。	

平均	2.0
----	-----

4 施策達成レベル

2.0	生き生き指標達成度と事務事業達成レベルを4:1で加味して施策達成レベルを算出
-----	--

5 施策推進による主な成果

県フィルムコミッション協議会に専任の職員を配置して、地域FCや市町村との連携、映画及びドラマロケハン助成制度の紹介等によるロケ誘致に努めたものの、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、映画やドラマの制作が自粛された影響もあり、ロケ誘致件数は前年度の50件から32件へと減少した。

6 今後の施策推進に向けての課題

ロケ誘致件数の回復に向けて、関係市町村や観光関係事業者と連携して受入体制を整備するとともに、助成制度の活用等により映画やドラマロケの誘致を促進し、映画とタイアップした観光プロモーション活動を展開する。

2021年度 施策評価シート(2020年度実績)

1 評価施策名	担当部課室 環境文化部 スポーツ振興課
重点戦略	Ⅲ 安心して豊かさが実感できる地域の創造
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム
施策名	【推進】スポーツを通じた岡山の情報発信

2 生き生き指標の進捗(達成)状況

3 事務事業評価

	事務事業名	事務事業の実施目的及び成果・課題	事務事業総合評価
環境文化部 スポーツ振興課	おかやまマラソン 開催事業	実施目的 おかやまマラソンの開催により、県民に「走る」「みる」「支える」など様々な形でスポーツに参加する機会を提供するとともに、地域経済の活性化や岡山の魅力を広く情報発信することを目的とする。	4
		成果・課題 「おかやまマラソン2020」については、新型コロナウイルス感染症の影響により開催中止とした。 また、「おかやまマラソン2021」を感染防止対策が万全な状態で開催できるよう、新型コロナウイルス感染防止対策計画を策定するなど、準備を進めた。	

平均	4.0
----	-----

4 施策達成レベル

4.0	生き生き指標達成度と事務事業達成レベルを4:1で加味して施策達成レベルを算出
-----	--

5 施策推進による主な成果

「おかやまマラソン2020」については、新型コロナウイルス感染症の影響により開催中止とした。
また、安全・安心な「おかやまマラソン2021」の開催に向け、新型コロナウイルス感染防止対策計画を策定した。

6 今後の施策推進に向けての課題

「おかやまマラソン2021」については、新型コロナウイルス感染症の感染状況を注視しつつ開催の可否を見極める必要がある。
また、開催にあたっては、大会に関わる全ての方が安心して参加できる大会となるよう、感染防止対策に万全を期すべく準備を進める必要がある。

2021年度 施策評価シート(2020年度実績)

1 評価施策名		担当部課室	環境文化部 文化振興課
重点戦略	Ⅲ 安心して豊かさが実感できる地域の創造		
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム		
施策名	【推進】岡山からの文化発信		

2 生き生き指標の進捗(達成)状況

3 事務事業評価

事務事業名		事務事業の実施目的及び成果・課題	事務事業総合評価
環境文化部 文化振興課	県主催文学賞事業	実施目的 県内外から多くの文学作品等を募集し、文芸創作活動を奨励することにより、県内文芸の振興を図るとともに、岡山の魅力を全国に発信する。	4
		成果・課題 内田百閒文学賞・岡山県文学選奨ともに応募数は増加傾向であるが、県内外から作品を募集する内田百閒文学賞においては、県内からの応募割合が減少傾向であるため、県内応募者の増加に向けた、より魅力のある文学賞となるよう検討する必要がある。	

平均	4.0
----	-----

4 施策達成レベル

4.0	生き生き指標達成度と事務事業達成レベルを4:1で加味して施策達成レベルを算出
-----	--

5 施策推進による主な成果

<p>これまでの長年にわたる実績により、文学賞そのもののブランド力が高まっているため、近年応募者数が増加するとともに、作品全体のレベルも年々上がっており、岡山の文化発信に貢献している。</p>
--

6 今後の施策推進に向けての課題

<p>文芸創作活動の奨励等を目的に、県内外から幅広く作品等を募集するとともに、優れた作品に対して表彰等を行うことで、県内文芸の振興や岡山の魅力を全国に発信することのできる場の提供に引き続き取り組む必要がある。</p>
--

2021年度 施策評価シート(2020年度実績)

1 評価施策名		担当部課室	県民生活部 国際課
重点戦略	Ⅲ 安心して豊かさが実感できる地域の創造		
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム		
施策名	【推進】海外に向けた魅力発信		

2 生き生き指標の進捗(達成)状況

3 事務事業評価

事務事業名		事務事業の実施目的及び成果・課題	事務事業総合評価
県民生活部 国際課	OKAYAMA発信事業	実施目的 東京オリンピック・パラリンピック等を控え、海外からの日本への関心が高まる中で、本県の魅力をより積極的に海外に向けて発信する。	3
		成果・課題 県多言語ホームページを3言語で運営し、本県に関する情報発信を行ったが、目標値を下回る結果となった。今後は、さらなる内容の充実を図り、より魅力的な内容の発信に努める。	

平均	3.0
----	-----

4 施策達成レベル

3.0	生き生き指標達成度と事務事業達成レベルを 4:1で加味して施策達成レベルを算出
-----	--

5 施策推進による主な成果

県ホームページを3言語で運営し、本県に関する情報発信を行った。

6 今後の施策推進に向けての課題

さらなる内容の充実を図ることにより、魅力的な内容の発信に努める必要がある。