

2023年度 施策評価シート(2022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 | 【重点】強みを生かしたイメージアップ戦略の推進 | | |

2 生き生き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

| 指標名 | 全国における本県の魅力度 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|--------------|-----|------|------|------|------|
| | | 目標値 | 32 | 28 | 24 | 20 |
| 現況値 | 全国33位(2020年) | 実績値 | 33 | 35 | | |
| 目標値 | 全国20位 | 達成率 | ※-% | ※-% | | |
| 備考 | | 達成度 | ※2 | ※1 | | |

| 指標名 | 県制作のPR動画の再生回数(国内向け) | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|------------------------|-----|--------|--------|------|------|
| | | 目標値 | 55 | 70 | 85 | 100 |
| 現況値 | 23万回/年(2017~2019年度の平均) | 実績値 | 289 | 106 | | |
| 目標値 | 100万回/年 | 達成率 | 525.5% | 151.4% | | |
| 備考 | | 達成度 | 5 | 5 | | |

| 指標名 | 県の働きかけによる首都圏等テレビ露出の広告換算額 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|--------------------------|-----|------|------|------|------|
| | | 目標値 | 20 | 20 | 26 | 26 |
| 現況値 | 26億円/年(2017~2019年度の平均) | 実績値 | 26 | 27 | | |
| 目標値 | 26億円/年 | 達成率 | 130% | 135% | | |
| 備考 | | 達成度 | 5 | 5 | | |

| 指標名 | 県公式SNSのフォロワー等の数 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|--------------------------------|-----|--------|--------|------|------|
| | | 目標値 | 38 | 47 | 56 | 63 |
| 現況値 | 77千人(2019年度) | 実績値 | 46 | 72 | | |
| 目標値 | 140千人 | 達成率 | 121.1% | 153.2% | | |
| 備考 | 2022年度:149千人(達成率は現況値からの増加数で算出) | 達成度 | 5 | 5 | | |

3 関連する事業名

- ・晴れの国イメージアップ推進事業
- ・首都圏情報発信力強化事業

4 施策達成レベル

| | |
|-----|------------------------------------|
| 4.0 | 生き生き指標又は推進施策の指標の達成度を平均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>首都圏・関西圏の20~40歳の女性をメインターゲットに、国内で圧倒的な女性の認知度を誇る「リカちゃん」とタイアップし、県内観光地やグルメなどをテーマに動画とSNSを活用したプロモーションを行い、国内向けの動画については、106万回再生された。</p> <p>また、首都圏メディアへの取材誘致をPR専門会社を活用して行った結果、数多くのテレビ番組に取り上げられ、県の働きかけによる首都圏等テレビ露出の広告換算額は、約27億円だった。</p> |
|--|

6 今後の施策推進に向けての課題

本県の強みである資源や素材の魅力を全国に浸透させるため、発信する内容に応じた手法を検討し、工夫を凝らした情報発信を行うとともに、PR効果の調査、分析を行いながら、イメージアップ戦略を展開する必要がある。
また、首都圏から全国に向けて本県の情報を積極的に発信していくため、より高いPR効果が見込まれるテレビを中心としたメディアへのアプローチに注力し、取材誘致を図る必要がある。

2023年度 施策評価シート(2022年度実績)

| | | | |
|---------|------------------------------|-------|------------------|
| 1 評価施策名 | | 担当部課室 | 産業労働部 マーケティング推進室 |
| 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 | 【重点】首都圏アンテナショップを拠点とした岡山の魅力発信 | | |

2 生き生き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

| 指標名 | 全国における本県の魅力度 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|--------------|-----|------|------|------|------|
| | | 目標値 | 32 | 28 | 24 | 20 |
| 現況値 | 全国33位(2020年) | 実績値 | 33 | 35 | | |
| 目標値 | 全国20位 | 達成率 | ※-% | ※-% | | |
| 備考 | | 達成度 | ※2 | ※1 | | |

| 指標名 | 県の働きかけによる首都圏等テレビ露出の広告換算額 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|--------------------------|-----|------|------|------|------|
| | | 目標値 | 20 | 20 | 26 | 26 |
| 現況値 | 26億円/年(2017~2019年度の平均) | 実績値 | 26 | 27 | | |
| 目標値 | 26億円/年 | 達成率 | 130% | 135% | | |
| 備考 | | 達成度 | 5 | 5 | | |

3 関連する事業名

- ・首都圏アンテナショップ事業
- ・首都圏県産品プロモーション事業
- ・「おかやまマーケティング・ラボ」事業

4 施策達成レベル

| | |
|-----|------------------------------------|
| 3.0 | 生き生き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出 |
|-----|------------------------------------|

5 施策推進による主な成果

首都圏アンテナショップは、令和4年度末には開設以来の来館者が延べ360万人を超え、当該年度においても約40万人の来館者があり、コロナ前の8割程度まで回復した。コロナ禍で始まったオンラインショップの運営やテイクアウトメニューの提供が定着したほか、出張販売も好調で店舗全体の売上が過去最高となり、県産品の販売拡大が図られた。

6 今後の施策推進に向けての課題

アフターコロナを見据え、季節ごとに変化のある店舗づくりや話題性のあるイベント開催など集客に努め、アンテナショップを首都圏における総合的な情報発信の拠点として、引き続き全国における本県の魅力度向上を図る必要がある。また、令和5年度末に現在の運営事業者の委託期間が終了することから、令和6年度以降の運営事業者を選定し、当該事業者と連携してリニューアル後の店舗のアピール力強化や魅力度向上を図っていく。

2023年度 施策評価シート(2022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】海外に向けた魅力発信の強化 | | |

2 生き生き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

| 指標名 | 県制作のPR動画の再生回数(海外向け) | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|------------------------|-----|------|--------|------|------|
| | | 目標値 | 55 | 70 | 85 | 100 |
| 現況値 | 25万回/年(2017~2019年度の平均) | 実績値 | 4 | 102 | | |
| 目標値 | 100万回/年 | 達成率 | 7.3% | 145.7% | | |
| 備考 | | 達成度 | 1 | 5 | | |

| 指標名 | 県公式SNSのフォロワー等の数 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|--------------------------------|-----|--------|--------|------|------|
| | | 目標値 | 38 | 47 | 56 | 63 |
| 現況値 | 77千人(2019年度) | 実績値 | 46 | 72 | | |
| 目標値 | 140千人 | 達成率 | 121.1% | 153.2% | | |
| 備考 | 2022年度:149千人(達成率は現況値からの増加数で算出) | 達成度 | 5 | 5 | | |

3 関連する事業名

・晴れの国イメージアップ推進事業

4 施策達成レベル

| | |
|-----|------------------------------------|
| 5.0 | 生き生き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出 |
|-----|------------------------------------|

5 施策推進による主な成果

リカちゃんの認知度が比較的高い台湾をターゲットに、本県の観光スポットをめぐる動画をYouTubeで配信し、PRを行った。また、令和2年度に制作した「岡山発見かるた」を海外向けのPR素材として英訳した「英語版岡山発見かるた」を制作し、併せてかるたをモチーフとしたPR動画を英語と中国語(繁体字)で制作・公開した。

6 今後の施策推進に向けての課題

海外との往来が本格化する中、デジタルマーケティングを活用し、海外への魅力発信を強化する必要がある。

2023年度 施策評価シート(2022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】 SNS等による魅力発信の推進 | | |

2 生き生き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

| 指標名 | 全国における本県の魅力度 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|--------------|-----|------|------|------|------|
| | | 目標値 | 32 | 28 | 24 | 20 |
| 現況値 | 全国33位(2020年) | 実績値 | 33 | 35 | | |
| 目標値 | 全国20位 | 達成率 | ※-% | ※-% | | |
| 備考 | | 達成度 | ※2 | ※1 | | |

| 指標名 | 県公式 SNS のフォロワー等の数 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|---------------------------------|-----|--------|--------|------|------|
| | | 目標値 | 38 | 47 | 56 | 63 |
| 現況値 | 77千人(2019年度) | 実績値 | 46 | 72 | | |
| 目標値 | 140千人 | 達成率 | 121.1% | 153.2% | | |
| 備考 | 2022年度: 149千人(達成率は現況値からの増加数で算出) | 達成度 | 5 | 5 | | |

3 関連する事業名

- ・ 晴れの国イメージアップ推進事業
- ・ 首都圏情報発信力強化事業

4 施策達成レベル

| | |
|-----|------------------------------------|
| 3.0 | 生き生き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出 |
|-----|------------------------------------|

5 施策推進による主な成果

SNSを活用し、本県の魅力度向上、イメージアップを図っている。職員を対象としたSNSの基礎研修を行うとともに、フォロワー参加型のプレゼント企画やInstagramで行うフォトコンテストなどを実施し、目標以上のフォロワー数を増加することができた。

6 今後の施策推進に向けての課題

SNSを効果的に活用するため、外部人材の登用や、職員の情報発信力を高めるとともに、話題性の高い企画を実施し、フォロワー数等の向上に取り組む。また、利用者の意見や本音が溢れていると考えられるSNS等の膨大なデータを分析し、施策の改善に活かすデジタルマーケティングを推進する必要がある。

2023年度 施策評価シート(2022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】本県に対する愛着心と誇りの醸成 | | |

2 生き生き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

| 指標名 | 内容 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|----------------------|-----|--------|--------|------|------|
| | | 目標値 | 640 | 640 | 640 | 640 |
| 現況値 | 640人(2014~2019年度の平均) | 実績値 | 684 | 688 | | |
| 目標値 | 640人/年 | 達成率 | 106.9% | 107.5% | | |
| 備考 | | 達成度 | 4 | 4 | | |

3 関連する事業名

- ・晴れの国おかやま検定事業

4 施策達成レベル

| | |
|-----|------------------------------------|
| 4.0 | 生き生き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出 |
|-----|------------------------------------|

5 施策推進による主な成果

最高得点者を表彰するなど、メディアに多く取り上げられるとともに、様々な広報媒体を活用したPRや、晴れの国おかやま検定応援チャレンジサイトのクイズページの問題を追加することによる利用者の利便性の向上などを行った結果、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

県民が本県の歴史や文化等に関する知識をより深め、自ら岡山の魅力や素晴らしさを再認識し、愛着と誇りを持っていただく機会の一つとして、検定を活用していただけるよう、ホームページやSNS等を活用した効果的なPRに取り組む必要がある。

2023年度 施策評価シート(2022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(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

| 指標名 | 県のマスコットキャラクターの使用申請件数 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|----------------------|-----|-------|-------|------|------|
| | | 目標値 | 120 | 200 | 260 | 260 |
| 現況値 | 260件(2017~2019年度の平均) | 実績値 | 106 | 113 | | |
| 目標値 | 260件/年 | 達成率 | 88.3% | 56.5% | | |
| 備考 | | 達成度 | 3 | 2 | | |

3 関連する事業名

- ・「ももっち・うらっち」の活用促進事業

4 施策達成レベル

| | |
|-----|------------------------------------|
| 2.0 | 生き生き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出 |
|-----|------------------------------------|

5 施策推進による主な成果

県の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。民間での活用は、県特産品を使用したパンのパッケージに使用されるなどしたが、新型コロナウイルス感染症の影響によりイベント等の中止が多くあったことから、目標を下回った。

6 今後の施策推進に向けての課題

県内外でのさらなる知名度向上に向け、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。

2023年度 施策評価シート(2022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 生き活き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

| 指標名 | ロケ誘致件数 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|----------------------|-----|-------|--------|------|------|
| | | 目標値 | 34 | 35 | 36 | 37 |
| 現況値 | 37件 (2015~2019年度の平均) | 実績値 | 29 | 45 | | |
| 目標値 | 37件 | 達成率 | 85.3% | 128.6% | | |
| 備考 | | 達成度 | ※2 | 5 | | |

3 関連する事業名

- ・フィルムコミッション事業
- ・フィルムコミッション魅力拡大事業

4 施策達成レベル

| | |
|-----|------------------------------------|
| 5.0 | 生き活き指標又は推進施策の指標の達成度を平均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>県フィルムコミッション協議会に専任職員を配置して、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結果、誘致件数の増加につながった。また、ロケーションジャパン大賞グランプリを受賞するなど、本県のロケ地の認知度向上にもつながった。</p> |
|--|

6 今後の施策推進に向けての課題

| |
|---|
| <p>関係市町村や観光関係事業者と連携した受入体制の整備や、助成制度の活用等により映画やドラマの誘致を促進するとともに、映画等とタイアップしたプロモーション活動を展開し、岡山の認知度向上と観光誘客につなげていく必要がある。</p> |
|---|

2023年度 施策評価シート(2022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】文化とスポーツを通じた岡山からの情報発信 | | |

2 生き生き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

| 指標名 | ポータルサイトアクセス数 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|--|-----|--------|--------|--------|--------|
| | | 目標値 | 78,900 | 26,900 | 27,500 | 28,100 |
| 現況値 | 20,675件/年(2021年度) | 実績値 | 61,038 | 45,545 | | |
| 目標値 | 28,100件/年 | 達成率 | 77.4% | 169.3% | | |
| 備考 | アクセス数の集計方法変更(2022年7月~)に伴い、2022年度以降の目標値を再設定 | 達成度 | ※1 | 5 | | |

| 指標名 | 文化財紹介の多言語対応HPを有する市町村数 | 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|--------------------------------|-----|------|------|------|------|
| | | 目標値 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 現況値 | 6市町村(2019年度) | 実績値 | 3 | 3 | | |
| 目標値 | 11市町村 | 達成率 | 150% | 100% | | |
| 備考 | 2022年度: 9市町村(達成率は現況値からの増加数で算出) | 達成度 | 5 | 4 | | |

3 関連する事業名

- ・おかやまマラソン開催事業
- ・岡山県「内田百閒文学賞」
- ・ポータルサイト「アートプロジェクトおかやま」

4 施策達成レベル

| | |
|-----|------------------------------------|
| 4.5 | 生き生き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出 |
|-----|------------------------------------|

5 施策推進による主な成果

文化を通じた情報発信では、県内の文化イベントなどを紹介するポータルサイト「アートプロジェクトおかやま」の認知が進んだこと、美作三湯芸術温度の開催年度であったことなどの要因により、目標値を大きく超えるアクセスにつながった。トップクラブチームのホームゲームを活用したイベントにおいて、県外から来場者向けに観光PR等を行うとともに、アウェイゲームにおいても本県の情報発信やアウェイサポーターの誘客促進を図った。「おかやまマラソン2022」についても、感染症対策を徹底することで、全ての大会関係者が安全・安心して参加できる大会が開催できた。また、デザインを一新した備前焼メダル、途切れない沿道応援やボランティアによる温かいおもてなしにより、参加者アンケートや大手ランニングサイトにおいて高い評価が得られた。

6 今後の施策推進に向けての課題

ツイッターをはじめとするSNSの活用や、関係団体との相互リンクなどを通じ、ポータルサイト「アートプロジェクトおかやま」のさらなる認知度向上を図ることで、文化を通じた県内外への情報発信を積極的に進めていく必要がある。トップクラブチームのホームゲームを活用したイベントの告知については相手チームやその関係自治体との連携を図るなどの工夫を行い、さらに誘客を促進する。また、「おかやまマラソン2023」については、ファンランの再開や、ゲストランナーの招聘、EXPO会場での飲食ブースやステージイベントの再開など、コロナ禍前の2019大会の姿に戻すことで、より多くのランナー等に参加していただき、地域に元気と感動をもたらす、岡山の魅力を全国に発信する大会となるよう、関係者と一体となって準備を進めていく必要がある。