

2020年度 施策評価シート(2019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 生き活き指標の進捗(達成)状況

指標名	内容	年度	2017	2018	2019	2020
		目標値	28	24	20	20
現況値	全国31位(2016年10月)	実績値	35	27	40	
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	

指標名	内容	年度	2017	2018	2019	2020
		目標値	28	24	20	20
現況値	全国32位(2016年10月)	実績値	27	22	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	

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	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。	成果・課題 一連のプロモーションにあたり、岡山県出身の著名人に協力をいただくなどの話題づくりに努めた結果、様々なメディアに取り上げられ再生回数が増加した。引き続き、「晴れの国」の良いイメージを全国に発信していく必要がある。	4

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	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。	成果・課題 PR専門会社を活用し、首都圏メディアへの積極的な取材誘致に取り組んだ結果、テレビを中心に多くの媒体での露出に繋げることができた。しかしながら、認知度の全国順位が下がったことから、引き続き、タイムリーな情報提供や取材提案を行い、メディアでの露出拡大に繋げていく必要がある。	4

平均	4.0
----	-----

4 施策達成レベル

3.2	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

一連のプロモーションにあたり、岡山県出身の著名人に協力をいただくなど、話題づくりに努めた結果、県内外でのメディア露出に繋がった。また、首都圏メディアへの積極的な取材誘致に取り組んだ結果、テレビ番組で岡山県特集が制作されるなど、多くの媒体での露出に繋げることができた。

6 今後の施策推進に向けての課題

全国における認知度や県民等の愛着度の向上を目指し、新たな試みや工夫を盛り込み、アピール力の高いプロモーションや、メディアへ向けた積極的な情報発信に取り組んでいく必要がある。

2020年度 施策評価シート(2019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	
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	

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	
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	

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>リニューアルにより、物販、飲食店舗の魅力を高めるとともに、コワーキングスペースや移住・しごと相談コーナーの新設により、機能の充実を図ったことで、集客力のアップや情報発信に一定の効果があったが、新型コロナウイルス感染症の影響による休業により、入館者数の減などの影響が生じた。終息後には、感染症拡大防止を講じながら、県産品の販路拡大、情報発信に努め、より魅力ある店舗づくりに取り組む必要がある。</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>システム運用による県内事業者への迅速な情報提供とともに、アンテナショップでのマーケティングの実験的な取組を行ったが、新型コロナウイルス感染症の影響に伴う商品取扱の手控えにより、取扱商品点数は目標に達しなかった。今後も、県内事業者情報の蓄積・発信や首都圏のニーズの収集・把握等に努め、人的ネットワークを生かした情報提供やあっせんを進め県内事業者の販路拡大を図る必要がある。</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。	
成果・課題		県内市町村や民間団体の創意工夫を盛り込んだ9のイベントを実施し、来場者は延べ2,800人を超え、本県の認知度の向上や県産品等の販路開拓、観光客誘致などに努めた。今後は、新たな切り口での情報発信イベントや集客効果の高いPRを行うなど、さらなる事業効果の向上に努める必要がある。		

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。	
成果・課題		東京事務所と連携して、県産品のPRイベント等について、WEBメディアやSNS、雑誌掲載、訪日外国人向けメディア等、各種メディアを活用したプロモーションをに取り組み、国内外に本県の知名度向上を図った。引き続き、客層の中心である女性客など、ターゲットに効果的なメディアを活用した広報に取り組みとともに、東京オリ・パラ大会を見据えたインバウンドに向けた広報に取り組む必要がある。		

平均	3.3
----	-----

4 施策達成レベル

3.1	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

アンテナショップのリニューアルにより機能の充実を図り、県内団体等の催事の開催、店舗を活用し様々な媒体を利用して情報を発信した。また、県産品情報管理システムの運用やマーケティングの実験的な取り組み、バイヤーへの紹介などにより、県内事業者の販路拡大が図られた。

6 今後の施策推進に向けての課題

感染症拡大防止を講じながら、より魅力ある店舗づくりに取り組む必要がある。また、引き続き県内事業者情報の蓄積・発信や首都圏のニーズ把握等に努め、メディアを活用した効果的な広報に取り組むとともに、人的ネットワークを生かした情報提供やあっせんを進め、県内事業者の販路拡大を図る必要がある。

2020年度 施策評価シート(2019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	
目標値	30,000アクセス/月	達成率	77.7%	87%	87.9%	
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	

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	
目標値	13,000人	達成率	71.8%	61.2%	62.5%	
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	

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クラブ会員獲得作戦	<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 岡山県出身の著名人に協力をいただき、インタビュー記事の掲載やプレゼント企画などを行い、登録者数の増加を図ったが、目標値には届かなかった。引き続き、ファンサイトの会員登録に向け、話題性のある企画を行う必要がある。</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、岡山県出身の著名人に協力をいただき、インタビュー記事の掲載やプレゼント企画などを行った。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、魅力発信が行われた。また、PRサイトでの情報発信を積極的に行った。

6 今後の施策推進に向けての課題

ファンサイトの会員登録に向け、話題性のある企画を行う必要がある。また、PRサイトを活用し、引き続き、魅力発信を行う必要がある。

2020年度 施策評価シート(2019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	内容	年度	2017	2018	2019	2020
			目標値	900	1,350	1,800
現況値	778人(2015年度末)	実績値	887	1,354	1,940	
目標値	3,000人	達成率	98.6%	100.3%	107.8%	
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	

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	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。 成果・課題 認定者数は過去最高となり、目標を上回る結果となった。なお、2020年度は、効果的なPRにより、受験者の拡大を図るとともに、新型コロナウイルス感染対策を十分に行い、安全な試験の実施に努める必要がある。	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

晴れの国おかやま検定事業は、受験者の拡大を目指した工夫を凝らした実施や、さまざまな機会を捉えたPRを行ったことにより、目標を上回る結果となった。また、本県の知識を深められるよう、インターネット等を活用した情報発信を行った。

6 今後の施策推進に向けての課題

検定事業は、さらなる受験者の拡大に向け、引き続き、効果的なPRに取り組んでいく必要がある。また、各種広報媒体を活用した情報発信にも取り組む必要がある。

2020年度 施策評価シート(2019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	<p>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。</p> <p>成果・課題 県がイベントや印刷物で積極的に「ももっち」「うらっち」を使用したがる、民間の利用拡大を図るためには、効果的なPRを行う必要がある。</p>	3

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

県がイベント、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。

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て、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んでいく必要がある。

2020年度 施策評価シート(2019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】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。	4
		成果・課題 県フィルムコミッション協議会に専任の職員を配置し、映画等の県内ロケの誘致活動を行った。併せて、県内ロケ地情報等を収集し「観光WEB」で情報発信を行った。また、映画及びドラマロケハン助成制度等を創設した。引き続き、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	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

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や市町村等と連携して、映画等のロケ誘致、支援に取り組むとともに、HPやSNSなどを通じて、県内で作成された映画等を活用した情報発信に取り組んだ。

6 今後の施策推進に向けての課題

新型コロナウイルス感染症収束後は、地域をあげた受け入れ体制を整え、助成制度を活用するなどして、映画等ロケの誘致を促進する。

2020年度 施策評価シート(2019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】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。	3
		成果・課題 令和元年11月10日に「おかやまマラソン2019」を開催し、全国各地から参加した16,400人のランナー、大会を支えた5,000人を超えるボランティア、沿道で声援を送った16万2千人の応援者など、多数の参加をいただき、「走る」「みる」「支える」人々が一つになり、地域に元気と感動をもたらす大会となった。	

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

令和元年11月10日に第5回大会となる「おかやまマラソン2019」を開催し、全国各地から参加した16,400人のランナー、5,000人を超えるボランティア、16万2千人の応援者など、多数の参加をいただき、「走る」「みる」「支える」人々が一つになり、地域に元気と感動をもたらす大会となった。

また、5回目の節目の大会を記念したデザインの備前焼完走メダル、シャインマスカットや清水白桃の加工品などの沿道給食、うらじゃなどの沿道応援等、岡山らしいおもてなしが全国への情報発信につながった。

さらに、経済波及効果は過去最高の17.1億円となるなど、地域経済の活性化にも寄与した。

6 今後の施策推進に向けての課題

大会後に実施したアンケート等から得た諸課題について改善の検討を行うとともに、備前焼メダルや沿道給食などの岡山らしいおもてなしに一層充実を図り、より魅力的な大会となることを目指す。

令和2年11月8日に開催予定であった「おかやまマラソン2020」は、新型コロナウイルス感染症の影響により開催中止が決定したが、新型コロナウイルス感染症の収束後に開催する次回大会に向け、おかやまマラソン実行委員会の構成団体を中心に関係団体との連携を密にし、協賛金の確保に努めるとともに、ランナーが安心して参加できる大会運営を検討する必要がある。

2020年度 施策評価シート(2019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

環境文化部 文化振興課	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
	県主催文学賞事業	実施目的 岡山にゆかりのある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、文化の振興を図るとともに、岡山の良さを全国に発信する。(内田百閒文学賞)	3
		成果・課題 岡山文学選奨の応募者が、国内外から岡山を題材とした作品を募集する内田百閒文学賞へも応募するよう、両文学賞の連携を図り、さらに岡山の良さを全国に発信していく必要がある。	
環境文化部 文化振興課	岡山芸術交流の開催	実施目的 多くの県民に現代アートを鑑賞する機会を提供するとともに、現代アートを通じた岡山からの情報発信及び県内外からの誘客により、本県文化の底上げ、岡山の認知度やブランド力の向上を図る。	4
		成果・課題 先鋭的な現代アート作品が揃い、会期中延べ約31万2千人が来場し、岡山から国内外に情報発信に繋げることができた。また、子どもの想像力高揚に資するよう、小中学校生の鑑賞機会の拡大に取り組み、14の小中学校に出前講座を行い、県下76校、児童生徒数4,797人が来場した。	
環境文化部 文化振興課	美作三湯芸術温度	実施目的 岡山県の文化の魅力と「元気な岡山」を国内外へアピールするため、美作三湯を舞台にアートイベント「美作三湯芸術温度」を実施する。	4
		成果・課題 美作三湯を舞台にアートイベント「美作三湯芸術温度」を実施し、岡山県の文化の魅力と「元気な岡山」を国内外へアピールした。また、継続的に鑑賞できる作品もあり、文化を活用した地域の魅力の創出に繋がった。引き続き県内外に発信をしていく必要がある。	
平均			3.7

4 施策達成レベル

3.7	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

岡山にゆかりのある文学作品等を募集し、文芸創作活動を奨励するなどの文学賞事業により、岡山の良さを全国に発信するとともに、国際現代アート展である岡山芸術交流や美作三湯を舞台としたアートイベントの美作三湯芸術温度を開催することにより、国内はもとより海外へも岡山の魅力を発信し、岡山県の認知度やブランド力の向上を図った。

6 今後の施策推進に向けての課題

岡山県文学選奨により広がった文芸創作活動への参加が、国内外から岡山を題材とした作品を募集する内田百閒文学賞への応募につながるよう両文学賞の連携を図るなど、さらなる岡山の魅力の発信に努めていく必要がある。

2020年度 施策評価シート(2019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。	2
		成果・課題	県多言語ホームページを6言語で運営し、本県に関する情報発信を行ったが、目標値を大きく下回る結果となった。今後は、引き続き、内容の充実やタイムラグの改善を図ること等により、魅力発信に努める。	

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

県多言語ホームページを6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

今後は、引き続き、内容の充実やタイムラグの改善を図ること等により、魅力発信に努める。