

2024年度 施策評価シート(2023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	32	
目標値	全国20位	達成率	※-%	※-%	※-%	
備考		達成度	※2	※1	※2	

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	101	
目標値	100万回/年	達成率	525.5%	151.4%	118.8%	
備考		達成度	5	5	4	

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	19	
目標値	26億円/年	達成率	130%	135%	73.1%	
備考		達成度	5	5	※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	84	
目標値	140千人	達成率	121.1%	153.2%	150%	
備考	2023年度:161千人(達成率は現況値からの増加数で算出)	達成度	5	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

お笑い界やスポーツ界における「岡山旋風」を契機に、岡山県を盛り上げていくため、「岡アツ!」というPRを実施した。地元出身の「ウエストランド」と「空気階段」を起用して動画とSNSを活用したプロモーションを展開し、国内向けの動画については、101万回再生された。  
また、PR専門会社を活用した首都圏メディアへの取材誘致を行った結果、新規の番組での露出を獲得できたものの、取材時期の調整等により年度内に確定しなかった案件等もあり、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19億に留まった

## 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効果の分析を行いながら、効果的なイメージアップ戦略を展開する必要がある。

また、首都圏や関西圏をはじめ、全国に本県の情報を発信していくため、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。

2024年度 施策評価シート(2023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	32	
目標値	全国20位	達成率	※-%	※-%	※-%	
備考		達成度	※2	※1	※2	

  

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	19	
目標値	26億円/年	達成率	130%	135%	73.1%	
備考		達成度	5	5	※1	

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

1.5	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

首都圏アンテナショップは、令和5年度末には開設以来の来館者が延べ410万人を超えた。当該年度の来館者数は約42万人で、コロナ前の85%程度まで回復した。また、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、近隣アンテナショップとの連携事業の実施などに継続して取り組んだ結果、売上額はコロナ前を上回る水準を達成し、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

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。令和6年4月のリニューアルオープンを契機として、運営事業者と連携しながら、今後さらに店舗のアピール力強化や魅力度向上を図っていく。

2024年度 施策評価シート(2023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	内容	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	104	
目標値	100万回/年	達成率	7.3%	145.7%	122.4%	
備考		達成度	1	5	5	

  

指標名	内容	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	84	
目標値	140千人	達成率	121.1%	153.2%	150%	
備考	2023年度:161千人(達成率は現況値からの増加数で算出)	達成度	5	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

知事の台湾トップセールスにあわせ、台湾で人気のチア風に岡山を明るく元気よく紹介し、全力で「歓迎」姿勢を伝える動画をYouTubeで配信し、PRを行った。

6 今後の施策推進に向けての課題

関係各所と連携し、外国人のニーズを捉えた本県の魅力を発信していく必要がある。

2024年度 施策評価シート(2023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	32	
目標値	全国20位	達成率	※-%	※-%	※-%	
備考		達成度	※2	※1	※2	

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	84	
目標値	140千人	達成率	121.1%	153.2%	150%	
備考	2023年度:161千人(達成率は現況値からの増加数で算出)	達成度	5	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

3.5	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

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、アンテナショップ「とっとり・おかやま新橋館」やふるさと納税などの施策を広報素材としたインターネット広告の配信などにより、目標以上のフォロワー数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

SNSを効果的に活用するため、外部人材の登用等により職員の情報発信力を高め、各SNSの特性を生かした発信や話題性の高い企画を実施することにより、本県のイメージアップを図り、フォロワー数等の向上に取り組む。

2024年度 施策評価シート(2023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	773	
目標値	640人/年	達成率	106.9%	107.5%	120.8%	
備考		達成度	4	4	5	

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

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

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を行った。また、第10回記念として受験者全員に木製しおりのプレゼントするとともに、達人ピンバッジ(備前焼)や博士缶バッジ、認定証を特別仕様とするなど、特典等を充実させ幅広くアピールした結果、過去最高の受験者数となった。

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。

2024年度 施策評価シート(2023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	167	
目標値	260件/年	達成率	88.3%	56.5%	64.2%	
備考		達成度	3	2	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、県産食材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開催が減少していることから、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、効果的なPRを行い、民間の商品等へ利用促進に取り組む必要がある。

2024年度 施策評価シート(2023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(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	38	
目標値	37件	達成率	85.3%	128.6%	105.6%	
備考		達成度	※2	5	4	

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

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

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、引き続き多くのロケ誘致につながった。また、プロモーションに力を入れることにより、本県のロケ地の認知度向上にもつながった。

6 今後の施策推進に向けての課題

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。

2024年度 施策評価シート(2023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 生き活き指標(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	40,090	
目標値	28,100件/年	達成率	77.4%	169.3%	145.8%	
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	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	9	
目標値	11市町村	達成率	150%	100%	225%	
備考	2023年度:15市町村(達成率は現況値からの増加数で算出)	達成度	5	4	5	

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

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

文化を通じた情報発信では、県内の文化施設や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により、美作三湯芸術温度の開催年であった前年度より下回ったものの、目標値を大きく超えるアクセス数とすることができた。

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、県外からの来場者向けに観光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ビジターサポーターの誘客促進を図った。

「おかやまマラソン2023」についても、ファンランやEXPO会場での飲食ブースの再開など、コロナ禍前の2019大会の姿に戻し、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を得られた。

6 今後の施策推進に向けての課題

X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について、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2024」については、海外枠の増員等により、多くのランナー等に参加していただき、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。