



#### 【IV. 指標以外の観点からの評価】

取組 No.	指標以外の観点からの評価
①	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県最大の強みである「温泉」をさらにPRするため、「温泉×宇宙」のコンテンツ「宇宙ノオンセン県オオイト」プロモーションを展開し、PR動画（Youtube約68万回再生）、Webサイト（新規ユーザー約6万人獲得）等を通して、本県の認知度向上を図ることができた。</li> </ul>
②	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ジオパークの体験ワークショップイベント及び体験科学講座の実施等による情報発信を行い認知度向上や普及啓発を図った。</li> <li>・ユネスコエコパークの認知度向上のため、オフィシャルアーティストによる情報発信を行うとともに、県内エリア3市の宿泊施設の改修など受入環境の整備を支援した。</li> <li>・七島蘭を軸としたPR活動を実施したことにより、メディア掲載の機会創出に繋がった。また、七島蘭については、全国メディアで3回紹介されることとなり、大きなPR効果を発揮することができた。（メディア掲載、放送件数：41件）</li> </ul>
③	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏等のメディアに対して、取材誘致（メディアコンタクト）を実施し、約156億円の活動広告換算費を獲得するなど、効果的なパブリシティ活動を実施できた。</li> <li>・Webサイト「We are Oitan」では、本県ゆかりの偉人等の記事を30本制作・配信（約33万PV）し、郷土愛醸成が図られた。</li> </ul>
④	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Webサイト「edit Oita」では、「温泉＋α」の魅力を伝える記事を62本制作・配信（約143万PV）し、コアターゲットである首都圏在住の20～44代女性における本県の認知拡大につながった。</li> </ul>
⑤	<ul style="list-style-type: none"> <li>・水際対策の段階的な緩和を受け、10の国・地域に設置した戦略パートナーを活用し、商談会など現地での誘客活動を積極的に実施した。</li> <li>・情報発信の強化を行い、新たに留学生を活用した観光動画の発信にも取り組んだ。</li> </ul>

#### 【V. 施策を構成する主要事業】

取組 No.	事業名（4年度事業）	事務事業評価	
		成果指標の達成率（%）	掲載頁
①③ ④⑤	おおいたブランド戦略強化事業	55.9	254
②	祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク推進事業	254.7	68
	おおいたジオパーク推進事業	128.0	69
	世界農業遺産ファンド推進事業	74.5	194
⑤	インバウンド推進事業	9.9	237

#### 【VI. 施策に対する意見・提言】

<p>○第7回「安心・活力・発展プラン2015」推進委員会（R4.8）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・温泉だけでなく、大分の人物（女将さんなど）もPRしたら良い。</li> <li>・日本で大分県だけが食・温泉に強い訳ではないので、それだけでは勝負できない。食・温泉の豊かさを基本としつつも、別の独自の価値（例：多種多様な文化や歴史、県民の人柄、温暖な気候 など）をもっとアピールすべきだし、さらにそれらを磨き上げていかねばならない。</li> </ul>
---

#### 【VII. 総合評価と今後の施策展開について】

総合評価	施策展開の具体的内容
C	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県最大の強みである「温泉」と話題性のある「宇宙」を組み合わせた「宇宙ノオンセン県オオイト」のプロモーションをはじめ、温泉だけではない本県の魅力についても、ターゲットに応じた効果的な媒体選定などにより積極的に情報発信していく。また、外部副業人材（クリエイティブ戦略アドバイザー等）との連携により、デジタルマーケティングの活用推進も含めたデジタル化への対応なども進め、本県の魅力度・認知度向上に努める。</li> </ul>