

施策名：戦略的広報の推進

事業名	担当課・室名	ページ
おおいたブランド戦略強化事業	広報広聴課	1 / 1

主要な施策の成果（事務事業評価）令和4年度実績【施策コード：Ⅱ-5-(1)】

No.	事業名・事業概要・事業費	主 な 事 業 内 容	主な事業内容ごとの決算額		成果指標	達成度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	評価			
1	<b>おおいたブランド戦略強化事業</b> ( R1 ~ ) 広報広聴課 「おんせん県おおいた」のさらなるブランド力向上を図るため、Webサイトで魅力情報を発信し大分ファンを増やすとともに、デジタルマーケティングや外部副業人材（アドバイザー）との連携により、情報の受け手を見据えた効果的な情報発信を行う。	①WebやSNS等を活用した情報発信 2つのWebサイトによる、ターゲットに応じた情報発信 ・「edit Oita」：首都圏の若い女性等向け ・「We are Oitan」：県民向け（郷土愛の醸成） ②首都圏、関西圏を中心としたパブリシティ活動 県外事務所やPR会社と連携し、メディアコンタクトを実施：首都圏198回・関西圏52回 ・メディア報道実績（活動広告換算費：約156億円） テレビ：96番組、新聞：122紙、雑誌：124誌、Web：8,289サイト ③「宇宙ノオンセン県オオイト」プロモーション 本県の最大の強みである「温泉」と話題性のある「宇宙」とを組み合わせ「宇宙ノオンセン県オオイト」プロモーションを展開	①	51,414	③	16,351	<b>魅力度ランキング</b> [位]	目標値	15	14	13	D	
			②	25,917	④			実績値	26	29	—		
			主 な 活 動 指 標 と 達 成 率		達成率	66.7%		55.9%	—				
					SNSフォロワー数	目標値	15,000	事業の成果・社会情勢の影響を踏まえた取組・今後の方針 大分県の魅力を県内外に発信するため、「宇宙ノオンセン県オオイト」プロモーションを展開した。またWebサイト「edit Oita」などでターゲットに応じた情報発信等に取り組んだが、魅力度ランキングは伸び悩んだ。これは本県の情報発信力が上位団体に比べて弱かったことが原因の1つと考えられる。そのため、外部副業人材と連携し、デジタルマーケティングやデジタル広告を活用した効果的な情報発信等により魅力度・認知度を高め、本県の良さを総合的に評価してもらえるよう努めていく。					
						実績値	90,297						
					[人]	達成率	602.0%						
					活動広告換算費	目標値	100						
						実績値	156						
					[億円]	達成率	156.0%						
			予算額 (うち翌年度繰越額)		決算額 (うち国庫支出金)								
116,040		115,668											
(0)		(77,667)											