

## 政策評価調書(5年度実績)

政策名	大分県ブランド力の向上	政策コード	Ⅱ-5	関係部局名	企画振興部、生活環境部、商工観光労働部、農林水産部
-----	-------------	-------	-----	-------	---------------------------

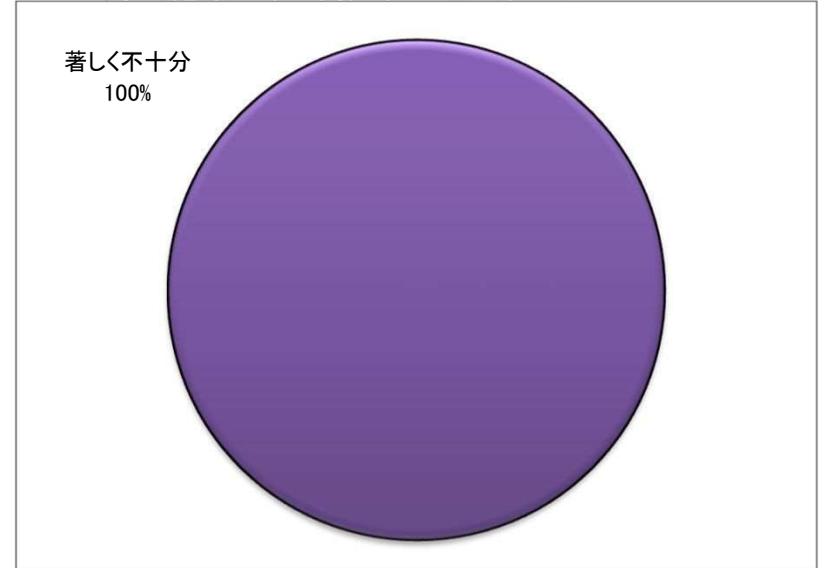
### 【Ⅰ. 政策の概要】

「おんせん県おおいた」のイメージを生かしつつ、大分県の食や自然、文化などの様々な魅力について、デジタルマーケティングの活用や県民総参加型広報の展開などにより、効果的に情報を発信することで、大分県のブランド力向上を図る。

### 【Ⅲ. 政策を構成する施策の評価結果】

	施策名	指標評価	総合評価
1	戦略的広報の推進	著しく不十分	C

### 【Ⅱ. 構成施策の目標指標の達成状況】



達成	概ね達成	達成不十分	著しく不十分	指標合計
0	0	0	1	1

### 【Ⅴ. 政策を取り巻く社会経済情勢・今後の動向】

「おんせん県おおいた」の統一イメージを浸透させるため、H27年度以降「シンフロ」のPR動画等を活用し、認知度向上などに努めたことにより、H28年度の地域ブランド力調査結果では前年の32位から15位へ大幅に上昇したものの、近年は20位台にとどまっている状況である。そのため、本県最大の強みである「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してきた。今後は、首都圏や関西圏をターゲットとしたパブリシティなどにより、温泉だけではなく本県の魅力について積極的に情報発信していくことが重要である。

また、時代や環境、ニーズの急速な変化や、加速する情報の多様化等への対応が課題となっていることから、外部の知見を取り入れ、デジタルマーケティングの活用推進やターゲットに応じた適切な広報媒体の選択などによる「伝わる」広報に向けた取組が急務である。

### 【Ⅳ. 評価が著しく不十分となった指標】

指標名	達成率
地域ブランド調査(魅力度ランキング)(位)	65.7%
<b>&lt;著しく不十分となった理由&gt;</b>	
食や温泉をはじめとした自然の豊かさなど、大分県が誇れる魅力を十分に伝え切れていないことが理由として考えられ、目標を下回った。	
外部副業人材(デジタルマーケティング戦略アドバイザー等)による助言・指導を受けながら、デジタルマーケティングの活用やターゲットに応じた適切な広報媒体の選択による情報発信などに取り組み、本県の魅力度・認知度向上を図る。	