

施策名：戦略的広報の推進

事業名	担当課・室名	ページ
おおいた地域ブランドカアップ推進事業	広報広聴課	2 / 2

事務事業評価調査

(事業実施年度：平成27年度)

(評価実施年度：平成28年度)

事業名	おおいた地域ブランドカアップ推進事業		事業期間	平成25年度～平成27年度	政策区分	大分県ブランド力の向上
総合評価	A	終了	事業実施課(室)名	広報広聴課	施策区分	戦略的広報の推進
					評価者	広報広聴課長 高屋 博

[1. 現状・課題、目的]

現状・課題	「おんせん県おおいた®」ブランドは、商標登録や打出しの広報の成果により、全国に浸透中(平成26年度現在で認知度は、首都圏35%、関西圏40%、福岡圏74%、大分県内97%)だが、首都圏や関西圏では認知度は低い。	事業の目的	大分県の認知度・好感度の向上を図る。
-------	---	-------	--------------------

[2. 事業内容]

(単位：千円)

活動名及び活動内容	事業実施年度における効率化の取組状況	コスト	26年度(決算)	27年度(決算)	28年度(予算)
①メディアおおいたウィークを通じた「おんせん県CM第3弾」シンフロ動画によるPR テレビ放送期間10/6～23(関西)12/31～1/3(県内)TVCM：関西66本、県内9本 JR西日本車内映像広告放映：期間10/5～11/1 WESTビジョン：83,832面で14分おき ②中国・四国からのJRデスティネーションキャンペーン、県立美術館誘客に繋げるCM放送 放送期間：6/22～7/12(広島、山口、愛媛、高知)TVCM：276本 ①・②委託先：(株)西広大分支社 ③首都圏での戦略的PR TV放映：66番組 メディアへのコンタクト：186回 ニュースレター：11回発行 委託先：(株)オズマビジュアル	・動画制作を広告代理店、メディアコンタクト等をPR会社へ委託 ・上記2社を連携させることで相乗効果を生み出し、大分県として最大となる72億円相当の広告換算費の露出を獲得	総コスト	134,159	133,491	
		事業費	94,159	93,491	
		(うち一般財源)	94,159	93,491	
		人件費	40,000	40,000	
		職員数(人)	4.00	4.00	

活動指標	指標名(単位)	達成度	26年度	27年度	28年度	最終達成(27年度)	評価	今後の課題
	首都圏でのメディアコンタクトの実施数(回)	目標値	120	120			a	・関西圏での認知度の向上、メディア露出「話題づくり」の工夫 ・首都圏でのメディア露出、「話題づくり」の工夫 ・県民アイデンティティの醸成
	実績値	176	186					
	達成率	146.7%	155.0%					
	目標値							
	実績値							
	達成率							

[3. 事業の成果]

成果指標	指標名(単位)	達成度	26年度	27年度	28年度	最終達成(27年度)	評価	事業の成果
	広告換算費(千円)	目標値	1,200,000	1,200,000			a	広告換算費については、首都圏等で66番組のTV放映や雑誌掲載、併せておんせん県CM第3弾「シンフロ」によるパブリシティ出演等により72億円超となった。
	実績値	1,632,537	7,218,459					
	達成率	136.0%	601.5%					

[4. 今後の方向性等]

今後の方向性	<input checked="" type="radio"/> 終了 <input type="radio"/> 継続・見直し <input type="radio"/> 例外的に継続 <input type="radio"/> 廃止
今後の事業方針	・平成28年度から実施する「おおいた魅力アップ情報発信事業」により、パブリシティ活動による国内外への情報発信を実施 ・地方創生に資するよう若者に魅力的なCMを作成