



#### 【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	・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タ」プロモーションを展開し、WebサイトやSNS等を通して、本県の認知度向上を図ることができた。
②	・おおいた姫島とおおいた豊後大野の日本ジオパーク認定10周年を記念したシンポジウムの開催等により、認知度向上や普及啓発を図った。 ・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 DRUM TAOを活用した情報発信を行ったほか、県内エリア3市による観光施設の改修など受入環境の整備を支援した。 ・従来の県内外でのイベントに加え、広告や企画イベントなど協議会 Instagramを活用したデジタルマーケティングを推進し、ショート動画が20万回再生されるなど、世界農業遺産の認知度向上を図ることができた。
③	・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184億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。 ・本県の旬の情報をまとめたニュースレターを報道機関や雑誌各社等に20本配信したほか、メディア対象の大分グルメの試食会(38媒体46人参加)やメディアツアーを実施(5媒体5人参加)し、本県の認知を深めることができた。
④	・Webマガジン「edit Oita」では、「温泉+α」の魅力を伝える記事を54本制作・配信(約205万PV)し、コアターゲットである首都圏在住の20~40代女性における本県の認知拡大につながった。 ・県の施策や取組をより効果的に発信するため、デジタル広告を用いた広報を一部取り入れターゲットを設定した効果的な情報発信を行った。
⑤	・在京海外メディア対象のメディアツアーを実施(7の国・地域から10人参加、7記事以上配信)し、海外での本県の認知を深めることができた。 ・9の国・地域に設置した戦略パートナーを活用し、商談会開催や旅行博出展など、現地での誘客活動を積極的に実施した。 ・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。

#### 【VI. 施策に対する意見・提言】

○第9回「安心・活力・発展プラン2015」推進委員会(R5.8)  
・情報発信の方法等も改良されており、他県からも好評なので、粘り強く取り組んでほしい。  
・外部からの視点を取り入れた魅力発信は有効的な手法だと思う。

#### 【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	・魅力・ブランド力が高まり、移住・定住や観光、企業進出、投資など、あらゆる分野で県内外から「選ばれるおおいた」の実現を目指すため、広報活動において、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)との連携、ターゲットを設定したデジタルマーケティングの活用を進め、伝えたい相手に伝わる効果的な情報発信を行う。

#### 【V. 施策を構成する主要事業】

取組 No.	事業名(5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	65.7	256
②	祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク推進事業	319.7	70
	おおいたジオパーク推進事業	150.0	70
	世界農業遺産ファンド推進事業	74.8	196
⑤	インバウンド推進事業	73.0	239