

## 政策評価調書(元年度実績)

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	達成不十分	B

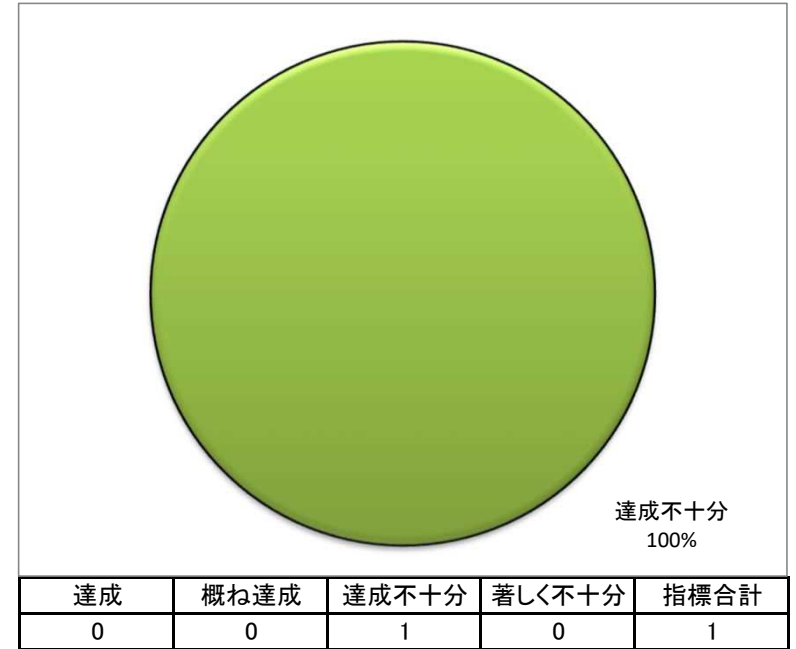
### 【Ⅴ. 政策を取り巻く社会経済情勢・今後の動向】

「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、認知度向上に努めたことにより、H28年度の地域ブランド力調査結果は前年の31位から15位へ大幅に上昇したところであるが、近年は20位台にとどまっている。

魅力度向上のためには、認知度、情報接触度の向上が不可欠であることから、首都圏、関西圏、福岡県などをターゲットとしたパブリシティを積極的に行うことが重要である。特に、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念される中で、「新しい生活様式」を念頭に置いた本県の取り組みなどを情報発信することも必要であり、R2年度は新型コロナウイルスの早期終息を願う「うちフロ」動画を制作し、全国に向けてPRを行った。

また、従来のテレビやラジオ、広報誌に加えて、WEBやSNSなど、多様化する媒体を活用し、戦略的に情報発信を行うことが必要である。

### 【Ⅱ. 構成施策の目標指標の達成状況】



### 【Ⅳ. 評価が著しく不十分となった指標】

指標名	達成率
該当なし	-