

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2年度実績【施策コード：Ⅱ-5-(1)】

No.	事業名・事業概要・予算額				主な事業内容	活動指標			成果指標				評価			
						達成度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	達成度	令和元年度	令和2年度		令和3年度		
1	<b>おおいたブランド戦略強化事業</b> ( R1 ~ R3 ) 広報広聴課				①コロナ禍における本県の情報発信 98,550	フォロワー数	目標値	25,000	35,000	50,000	<b>魅力度ランキング</b>	目標値	17	<b>16</b>	15	<b>D</b>
							実績値	13,596	69,549	—		実績値	22	<b>23</b>	—	
	[人]		達成率	54.4%	198.7%	—	[位]		達成率	83.9%	<b>78.1%</b>	—				
	「おんせん県おおいた」のさらなる魅力（ブランド力）向上を図るため、デジタルマーケティングの手法を積極的に活用し、広報媒体のデジタルシフトを強化するとともに、効果的な情報発信によりターゲットに届く広報を展開する。				②WebやSNS等を活用した情報発信 46,242	活動広告換算費	目標値	30	30	30	事業の成果・今後の方針 大分県の魅力を県内外に発信するため、新たなWebサイト「edit Oita」や「We are Oitan」を立ち上げ、ターゲットに応じた情報発信に努め、短期間に多くの支持を獲得できた。また、コロナ禍におけるPR活動が難しい中、アマビエを題材にシンフロをモチーフにした動画を作成し、再生回数120万回を達成した。一方でコロナ禍のため、海外向けのPR活動は実施できなかった。魅力度ランキングは伸び悩んでいるが、引き続き大分県の情報発信に努めていく。					
							[億円]		実績値	142					113	—
	区分 令和元年度 令和2年度 令和3年度				③首都圏、関西圏を中心としたパブリシティ活動 14,960	海外メディア参加人数	目標値	10	10	10						
							実績値	6	0	—						
	予算 86,979 196,454 188,717				④在京海外メディアとの交流会の実施 6,795	[人]		達成率	60.0%	0.0%	—					
						決算 86,000 190,264 —										