

毎週 火曜日・金曜日（祝祭日に当たるときは翌日発行） 発行人 大分県 編集 大野印刷株（定価 一箇年 三万八千八百八十円）

大分県報

平成二十八年
第二七五七号
二月二十六日

（金曜日）

目次

監査公表

監査結果の公表……………一

公 告

所在不明者に対する保安林指定予定通知の掲示……………七五

○監査公表

監査委員公表第585号

地方自治法（昭和22年法律第67号）第109条第2項の規定に基づき実施した監査の結果に関する報告を、同条第9項の規定により、次のとおり公表する。

平成28年2月26日

大分県監査委員	米	濱	光	郎
大分県監査委員	柳	井	貞	美
大分県監査委員	御	洗	古	生
大分県監査委員	玉	田	輝	義

平成二十八年二月二十六日

大分県報（監査公表）

一

目次

平成27年度行政監査報告書

— テーマ —

情報発信の実施状況について

第1 監査のテーマ及び目的	
1 監査のテーマ	1
2 監査の目的	1
第2 監査の実施概要	
1 監査の着眼点	1
2 監査の対象事業及び対象機関等	1
(1) 対象事業	1
(2) 対象機関等	1
3 監査の実施時期及び実施方法	4
(1) 実施時期	4
(2) 実施方法	4
第3 監査対象事業の概要	
1 情報発信のカテゴリ等について	5
2 情報発信に係る経費について	5
第4 監査の結果及び意見	
1 事業全般について	8
(1) 情報発信の目的の明確化	8
ア 情報発信の目的の明確化	8
イ 情報発信の計画性	8
(2) 媒体の特性に応じた選択	8
ア 情報の受け手の特定	8
イ 媒体選択の状況	9
ウ ホームページの活用	9
エ パブリシティの活用	10
オ メディアミックスの状況	10
(3) タイミングやわかりやすさ等の配慮	10
ア 情報発信のタイミング	10
イ わかりやすさ等の配慮	11
ウ ホームページの工夫	11
(7) ホームページの更新状況	11
(4) ホームページにおける分類登録	11
(9) 他の媒体からのホームページへの誘導	11
(4) 関係機関・団体等との連携	12
ア 関係機関・団体等との連携の状況	12

平成28年2月

大分県監査委員

イ	連携先との情報の共有や把握	12
(5)	情報発信の効果等の把握と検証	12
ア	効果の把握	12
イ	検証と改善	13
ウ	費用対効果の検証	13
エ	委託による情報発信	14
2	カーゴリ別の状況	16
(1)	補助金・助成金の公募等	16
ア	情報発信の目的の明確化	16
イ	媒体の特性に応じた選択	16
ウ	タイムングやわかりやすさ等の配慮	16
エ	関係機関・団体等との連携	16
オ	情報発信の効果等の把握・検証	17
カ	まとめ	17
(2)	研修会・講習会・イベント等の参加者募集	17
ア	情報発信の目的の明確化	17
イ	媒体の特性に応じた選択	17
ウ	タイムングやわかりやすさ等の配慮	18
エ	関係機関・団体等との連携	18
オ	情報発信の効果等の把握・検証	19
(7)	情報発信の効果の把握・検証	19
(4)	費用対効果の検証	21
カ	まとめ	23
(3)	制度の周知	23
ア	情報発信の目的の明確化	23
イ	媒体の特性に応じた選択	23
ウ	タイムングやわかりやすさ等の配慮	23
エ	関係機関・団体等との連携	24
オ	情報発信の効果等の把握・検証	24
カ	まとめ	25
(4)	相談窓口のお知らせ	25
ア	情報発信の目的の明確化	25
イ	媒体の特性に応じた選択	26
ウ	タイムングやわかりやすさ等の配慮	26
エ	関係機関・団体等との連携	26
オ	情報発信の効果等の把握・検証	27
カ	まとめ	27
(5)	普及・啓発等	28
ア	情報発信の目的の明確化	28
イ	媒体の特性に応じた選択	28

ウ	タイムングやわかりやすさ等の配慮	28
エ	関係機関・団体等との連携	29
オ	情報発信の効果等の把握・検証	29
(7)	情報発信の効果の把握・検証	29
(4)	費用対効果の検証	32
カ	まとめ	32
3	情報発信に関するアンケート	33
(1)	情報発信に関するアンケート	33
ア	情報発信に関する方針	33
イ	情報発信に関する推進体制	33
ウ	ホームページの管理	33
エ	情報発信のスキル向上に向けた取組	35
(7)	研修の実施状況(全庁、部局、所属)	35
(4)	研修成果の共有	36
(2)	広報活動の基本方針の推進	36
ア	「部局横断による戦略的な取組」について	36
イ	「政策と広報の連携」について	36
4	まとめ	38

参考資料

監査結果集計表

個別監査結果表

個別監査結果表	51
監査結果集計表	41

第1 監査のテーマ及び目的

1 監査のテーマ

平成27年度の行政監査は、「情報発信の実施状況について」をテーマとした。

2 監査の目的

情報発信は、県の施策等の周知を図り、県民が必要としている情報を提供し、本県の魅力を内外にアピールするなど、県の施策を推進するための重要な手段である。

また、本県では「まち・ひと・しごと」の創生に取り組んでおり、今後、特にこの分野における情報発信が重要となってくる。

そのため、本監査は、目的が明確で受け手にわかりやすい情報発信になっているか等、県が行っている情報発信の状況について検証し、より効果的・効率的な情報発信の推進に資することを目的とする。

第2 監査の実施概要

1 監査の着眼点

監査は、主に次の着眼点に基づき実施した。

- (1) 情報発信の目的を明確にしているか。
- (2) 情報発信に当たり、媒体の特性に応じた選択を行っているか。
- (3) タイミングやわかりやすさ等に配慮して情報発信しているか。
- (4) 関係機関・団体等と連携して効果的な情報発信を行っているか。
- (5) 情報発信に関する効果の把握及び検証をしているか。
- (6) 情報発信に関しマニフェストをどのように行っているか。

2 監査の対象事業及び対象機関等

(1) 対象事業

監査対象とする事業は、平成26年度に実施した事業で、行政評価の対象となっている事業（「安心・活力・発展プラン2005（2012改訂版）」に掲げる政策・施策体系に基づき行政評価を行う事業）のうち、平成27年度県政推進指針における特別枠予算「おおいた地方創生枠」の対象とする政策テーマ（「参考資料」参照）に関わる244事業の中から、その3割程度を目安に、情報発信に充てた経費の多寡、事業分野のバランス等を考慮した上、情報発信に関する検証を行っているものを優先して「表1」のとおり80事業を選定した。

(2) 対象機関等

監査対象機関は、46機関とした。
監査対象事業及び対象機関等は、「表1」のとおりである。

【表1】 監査対象事業及び対象機関等

No.	監査対象事業名	監査対象機関	
		国際政策課	広報広聴課
1	海外戦略推進事業	芸術文化振興課	
2	おおいた地域ブランドカレッジ推進事業	交通政策課	
3	国東半島芸術祭開催事業	観光・地域振興課	
4	県立美術館建設事業		
5	国際航空路線開設・定着化促進事業		
6	ツーリズム戦略総合対策事業		
7	おんせん県オホイト戦略総合推進事業		
8	国内圏域引誘客促進事業		
9	海外誘客促進事業		
10	ふるさと大分回帰推進事業	地域活力応援室	
11	福祉・介護人材確保対策事業	地域福祉推進室	
12	ユニバーサルデザイン推進事業		
13	小児救急医療体制整備推進事業	医療政策課	
14	看護職員就業・定着促進事業	健康対策課	
15	不妊治療費助成事業（妊婦推進啓発事業）	健康対策課	
16	不妊専門相談センター運営事業	健康対策課	
17	みんなのできる健康づくり事業	高齢者福祉課	
18	高齢者の生きがいと健康づくり推進事業	高齢者福祉課	
19	老人ケアラテ助成事業	子ども子育て支援課	
20	地域包括ケアシステム構築推進事業	子ども子育て支援課	
21	みんなので子育て支援センター推進事業	子ども子育て支援課	
22	地域子育て支援拠点機能強化事業	子ども子育て支援課	
23	児童虐待防止緊急対策事業	障害福祉課	
24	在宅重度障がい者住宅改修助成事業	障害福祉課	
25	障がい者工賃向上計画推進事業	障害福祉課	
26	自殺予防対策強化事業	生活環境企画課	
27	おおいたジョブパーク推進事業	生活環境企画課	
28	交通安全緊急対策事業	生活環境企画課	
29	ごみゼロおおいた作戦推進事業	地域環境対策課	
30	女性の就労総合支援事業	県民生活・男女共同参画課	
31	DVのない社会づくり推進事業	障害福祉課	
32	海岸漂着物地域対策推進事業	障害福祉課	
33	県民安全・安心メール配信事業	防災対策室	
34	経営革新支援事業	経営金融支援室	
35	おおいた創業促進事業	経営金融支援室	
36	地熱利用活用おおいた新活力創出事業	工業振興課	
37	省エネルギー等導入総合支援事業	工業振興課	
38	科学技術振興事業	産業集積推進室	
39	東九州地域医療産業拠点推進事業	産業集積推進室	

40	電磁力応用技術活用推進事業		
41	情報産業振興事業	情報政策課	
42	フロッグショップ活用推進事業	商業・サービス業振興課	
43	東アジアビジネス推進事業	企業立地推進課	
44	企業立地促進事業	労政福祉課	
45	ウーケ・ライフ・バランス実践支援事業	雇用・人材育成課	
46	産業人材確保等支援事業		
47	ジョブカフェおおい推進事業		
48	離職者等能力開発促進事業		
49	子育てママの仕事復帰応援事業		
50	世界農業遺産プログラム推進事業	農林水産企画課	
51	農地中間管理推進事業	農地農振室	
52	新規就農促進事業	農山漁村・担い手支援課	
53	企業等農業参入推進事業	集落営農・水田対策室	
54	水田機械作物生産力向上対策事業	おおいたプログラム推進課	
55	The・おおいたプログラム流通戦略推進事業	園芸振興室	
56	農林水産物輸出促進対策事業	畜産振興課	
57	大分の茶産地強化対策事業	農村整備計画課	
58	おおいた豊後生流通総合対策事業	林産振興室	
59	農業農村多面的機能支払事業		
60	林業再生県産材利用促進事業		
61	原木しいたけ再生回復緊急対策事業	森との共生推進室	
62	森林づくりボランティア活動促進事業		
63	鳥獣被害総合対策事業	漁業管理課	
64	県産魚販売総合力向上事業	水産振興課	
65	水産資源管理実践支援事業	公園・生活排水課	
66	県営都市公園里山利用推進事業	建築住宅課	
67	高齢者・子育て世帯リフォーム支援事業		
68	木造住宅耐震化促進事業	生徒指導推進室	
69	いじめ・不登校等未然防止対策事業		
70	いじめ・不登校解決支援事業	特別支援教育課	
71	特別支援学校就労支援事業	高校教育課	
72	高校生就職力向上対策事業	社会教育課	
73	子ども科学体験推進事業		
74	放課後・土曜学習支援事業	文化課	
75	まちなかブートギャラリー推進事業	体育保健課	
76	歴博特別展開催事業		
77	大分っ子体力向上推進事業		
78	学校防災教育推進事業		
79	地域生涯スポーツ振興事業		
80	高齢者交通事故防止対策推進事業	警察本部	交通企画課

3 監査の実施時期及び実施方法

(1) 実施時期

監査は、平成27年9月から同年12月までの間に実施した。

(2) 実施方法

監査対象機関に監査調書及び資料の提出を求め、当該調書等を基に実地で職員監査を実施し、必要と認めた監査対象機関に対し委員監査を実施した。

第3 監査対象事業の概要

1 情報発信のカテゴリ等について

情報発信は多種多様な形態で実施されているが、以下の5つのカテゴリーに類別した。
それぞれカテゴリーの事業数等は、[表2]のとおりである。

[表2] 監査対象事業のカテゴリー等

情報発信のカテゴリー	実施事業数
(1) 補助金・助成金の公募等	19
(2) 研修会・講習会・イベント等の参加者募集	41
(3) 制度の周知	24
(4) 相談窓口のお知らせ	21
(5) 普及・啓発等	54

※一つの事業で複数のカテゴリーの情報発信を行っているものがあるため、実施事業数の合計は監査対象事業数（80事業）を超過する。（詳細は「監査結果集計表」参照）

2 情報発信に係る経費について

各事業において情報発信のために支出した経費等は、[表3]のとおりであった。監査対象事業である80事業の事業費の合計は11,223,908千円であり、そのうち情報発信に支出した金額は459,565千円で事業費総額の4.1%であった。（最高額92,074千円（No.2 おおいた地域ブランドカフェ推進事業））
情報発信に支出した金額のうち、委託により支出した金額は375,263千円であった。
事業費に占める情報発信に支出した金額の割合の分布は、[表4]のとおりであった。（最高97.8%）

[表3] 情報発信のために支出した経費等

No.	監査対象事業名	事業費 (千円)	情報発信 に支出し た経費 (千円)	B/A (%)	Bのうち 委託により情 報発信に支 出した経費 (千円)
1	海外戦略推進事業	7,887	6,765	85.8	6,765
2	おおいた地域ブランドカフェ推進事業	94,159	92,074	97.8	92,074
3	国東半島芸術祭開催事業	164,560	20,769	12.6	20,769
4	県立美術館建設事業	4,992,251	70,819	1.4	62,224
5	国際航空路線開設・定着化促進事業	42,802	3,645	8.5	1,724
6	ゾーリエスム戦略総合対策事業	118,364	62,396	52.7	62,396
7	おんせん県宇佐ブランド戦略推進事業	71,192	49,025	68.9	26,090
8	国内圏域別誘客促進事業	72,392	17,768	24.5	17,768
9	海外旅客促進事業	38,661	14,801	38.3	14,801
10	ふるさと大分帰郷推進事業	3,980	3,832	96.3	1,697
11	福祉・介護人材確保対策事業	30,228	4,360	14.4	4,360
12	ユニバーサルデザイン推進事業	3,750	1,411	37.6	0
13	小児救急医療体制整備推進事業	88,034	0	0	0
14	看護職員就業・定着促進事業	17,231	431	2.5	204
15	不妊治療費助成事業（妊産婦啓発事業）	3,187	2,629	82.5	216
16	不妊専門相談センター運営事業	5,305	0	0	0
17	みんなが進める健康づくり事業	3,884	1,717	44.2	842
18	高齢者の生きがいと健康づくり推進事業	25,483	324	1.3	0
19	老人クラブ助成事業	52,807	518	1.0	0
20	地域包括ケアシステム構築推進事業	26,503	0	0	0
21	みんな子育て支援ポイント推進事業	17,569	9,859	56.1	8,444
22	地域子育て支援拠点機能強化事業	3,449	324	9.4	324
23	児童虐待防止緊急対策事業	2,001	1,260	63.0	1,227
24	在宅重度障がい者住宅改築助成事業	3,336	0	0	0
25	障がい者工賃向上計画推進事業	25,114	3,232	12.9	3,232
26	自殺予防対策強化事業	35,636	7,581	21.3	5,077
27	おおいたジョブフェア推進事業	18,004	1,963	10.9	1,431
28	交通安全緊急対策事業	5,316	1,323	24.9	0
29	ごみゼロおおいた作戦推進事業	11,343	1,502	13.2	0
30	女性の就労総合支援事業	7,702	1,250	16.2	378
31	DVのない社会づくり推進事業	3,065	253	8.3	0
32	海洋漂着物地域対策推進事業	84,159	2,202	2.6	2,202
33	県民安全・安心メール配信事業	2,321	156	6.7	0
34	経営革新支援事業	2,810	227	8.1	0
35	おおいた創業促進事業	4,121	490	11.9	490
36	地熱利用活用おおいの新活力創出事業	243,488	0	0	0
37	省エネルギー等導入総合支援事業	17,013	1,963	11.5	0
38	科学技術振興事業	4,664	1,680	36.0	0
39	東九州地域医療産業拠点推進事業	16,203	0	0	0
40	電磁力応用技術活用推進事業	12,940	63	0.5	0
41	情報産業振興事業	4,661	416	8.9	416
42	フロッグジョブ活用推進事業	56,500	300	0.5	300
43	東アジアビジネス推進事業	37,536	0	0	0
44	企業立地促進事業	401,538	0	0	0
45	クーク・ライオン・ボランティア型支援事業	4,670	373	8.0	0

第4 監査の結果及び意見

監査結果を事業全般について着眼点ごとに整理し、カテゴリーごとに分析した。さらに、情報発信のマネジメントの体制について検証した。

1 事業全般について

(1) 情報発信の目的の明確化

ア 情報発信の目的の明確化

情報発信の目的を明確にして的確な発信を行っているかを確認するため、事業の目的、情報発信の目的の設定状況について監査した。事業の目的については、事業の課題や背景、事業の目標及び事業内容を検証したが、全ての事業において整理されていた。

情報発信の目的については、情報発信の内容、情報の受け手及び情報発信により目指している到達目標を確認したが、このうち、情報発信の内容、情報の受け手については、全ての事業において整理されていた。

一方、情報発信により目指している到達目標の設定が重要と考えるが、多くの事業で定量的な数値目標が設定されているものの、「必要な情報が伝わる」など検証が困難な定性的なものもみられた。

イ 情報発信の計画性

情報発信の目的を実現するため、情報発信は計画的に行われているか監査した。

情報発信の計画項目の状況は、[表5]のとおりであった。

何らかの形で計画性を持って取り組んでいる事業は58事業(72.5%)であったが、その多くは事業の組立てや予算作成の際に対象、媒体やコストなどについて大まかな計画を立てているものの、月別の広報項目を予め年間で設定するなど情報発信を円滑に進めるための詳細な計画を立てている事業は少なかった。

【表5】情報発信の計画項目

計画項目	媒体	情報の受け手	内容	コスト	時期	冊子等の部数	効果測定方法
事業数	56	52	52	45	45	38	21
	(70.0%)	(65.0%)	(65.0%)	(56.3%)	(56.3%)	(47.5%)	(26.3%)

一方、情報発信の計画項目に該当がない22事業(27.5%)は、委託先や果が負担金を支出している協議会等に情報発信を任せられているもの等であった。

(2) 媒体の特性に応じた選択

ア 情報の受け手の特定

情報の受け手が明確になっていないか監査した。

情報の受け手は、事業の性質により様々であるが、68事業(85.0%)では情報発信の目的に沿って情報の受け手を特定して発信していた。

なお、これらのうち県自身が情報発信の計画項目に情報の受け手を定めて

No.	監査対象事業名	事業費 (千円)	情報発信 に支出し た総費 (千円)	B/A (%)	Bのうち委 託により情 報発信に支 出した経費 (千円)
46	産業人材確保等支援事業	51,278	300	0.6	0
47	ジョブカフェおおいいた推進事業	21,827	25	0.1	0
48	離職者等能力開発促進事業	354,224	761	0.2	0
49	子育てママの仕事復帰応援事業	26,220	1,909	7.3	1,909
50	世界農業遺産プログラム推進事業	43,301	5,563	12.8	1,944
51	農地中間管理推進事業	118,599	1,566	1.3	0
52	新規就農促進事業	4,191	2,067	49.3	864
53	企業等農業参入推進事業	25,522	135	0.5	0
54	水田戦略作物生産力向上対策事業	12,000	2,359	19.7	59
55	The・おおいたブランド流通戦略推進事業	25,730	1,142	4.4	715
56	農林水産物輸出促進対策事業	6,769	0	0	0
57	大分の茶産地強化対策事業	48,023	0	0	0
58	おおいた豊後牛流通総合対策事業	9,509	388	3.8	0
59	農業農村多面的機能支払事業	1,087,182	432	0.04	0
60	林業再生生産材利用促進事業	1,045,954	0	0	0
61	原木しいたけ再生回復緊急対策事業	512,374	44,684	8.7	30,078
62	森林づくりボランタリー活動促進事業	25,226	571	2.3	571
63	鳥獣被害総合対策事業	446,034	821	0.2	821
64	奥産魚販売総合力向上事業	12,396	356	2.9	356
65	水産資源管理実践支援事業	60,941	99	0.2	0
66	奥産都市公園里山利活用推進事業	2,285	124	5.4	124
67	高齢者・子育て世帯向け支援事業	11,664	0	0	0
68	木造住宅耐震化促進事業	17,968	0	0	0
69	いじめ・不登校等未然防止対策事業	128,660	2,836	2.2	0
70	いじめ・不登校解決支援事業	111,680	295	0.3	0
71	特別支援学校就労支援事業	21,159	122	0.6	0
72	高校生就職力向上対策事業	13,953	0	0	0
73	子ども科学体験推進事業	14,694	438	3.0	438
74	放課後・土曜学習支援事業	40,159	0	0	0
75	まちなかブートキャンプ推進事業	5,782	1,047	18.1	1,047
76	陸博特別展開催事業	8,521	258	3.0	0
77	大分っ子体力向上推進事業	13,614	0	0	0
78	学校防災教育推進事業	1,768	0	0	0
79	地域生涯スポーツ振興事業	5,643	486	8.6	0
80	高齢者交通事故防止対策推進事業	1,209	1,110	91.8	886
	合計	11,223,908	459,565	4.1	375,263

※事業費等には、人件費を含んでいない。

【表4】事業費に占める情報発信に支出した金額の割合

事業費に占める情報発信に支出した金額の割合(%)	0を超え 20未満	20以上 40未満	40以上 60未満	60以上 80未満	80以上 100未満
事業数	17	46	6	4	2

いたのは52事業であり、情報発信を行う委託先や協議会等において受け手を特定していた事業が16事業あった。

イ 媒体選択の状況

情報の受け手に効果的に伝えるためには、媒体の選択は重要な要素となる。情報発信に用いた媒体選択の状況は、[表6]のとおりであった。

媒体としては、ホームページ、冊子等、ペブリシテイの割合が高く、テレビ、新聞、広報誌等も約半数の事業で使用されていた。

また、最新の情報発信技術であるSNS（ソーシャルネットワークサービス）は、県が発信した情報の受け手が新たに発信することにより情報が拡散することが期待されるが、17事業（21.3%）において使用されていた。

〔表6〕 情報発信に用いた媒体選択の状況

媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ	冊子等	SNS	ペブリシテイ	その他
事業数	38	24	38	32	76	67	17	65	24
	(47.5%)	(30.0%)	(47.5%)	(40.0%)	(95.0%)	(83.8%)	(21.3%)	(81.3%)	(30.0%)

※「その他」には、看板設置、雑誌掲載、メールマガジン、FAX等があった。

媒体選択に当たり、特に高齢者は活字媒体、若者はホームページ等から情報入手する傾向にあるため、高齢者や若者など情報の受け手に配慮した媒体選択となっているか監査した。

高齢者を情報の受け手としていた事業（17事業（21.3%））においては、全て新聞や広報誌等の媒体を使用した。

若者を情報の受け手としていた事業（17事業（21.3%））においては、全てホームページやSNS等の媒体を使用した。

〔SNS活用により多くの受け手に発信していた例〕

No. 55 The・おおいたブランド流通戦略推進事業では、ホームページでの情報発信をアクセス数により検証しながら行っていたが、検証の結果、新たな媒体を用いより多くの受け手に発信する必要があると判断し、Twitterと連動させることで、Twitterユーザーをホームページに誘導していた。

ウ ホームページの活用

ホームページはどのように活用されているか監査した。

73事業（91.3%）では、県ホームページが活用されていたが、7事業（8.8%）では、「協議会など県以外が事業主体となり発信している」、「会社訪問を主体に考えている」等の理由により、県ホームページを活用していなかった。また、ホームページの有効活用を図るための工夫も見られた。

〔県ホームページの有効な活用に取り組んでいた例〕

広報広聴課では、県ホームページが有効活用されるよう、トップページの新着情報に掲載された記事については、タイトルとホームページアドレスを自

動的に県公式Twitterに掲載し情報の拡散に努めていた。

エ ペブリシテイの活用

経済性や即時性等に優れた手法であるペブリシテイをどのように活用しているか監査した。

ペブリシテイの実施状況は、[表7]のとおりであった。

65事業（81.3%）においてペブリシテイが行われており、記事掲載率は、61.2%であった。なお、主に県外向けのペブリシテイを100回以上行っていた2事業を除く記事掲載率は、80.2%であった。

ペブリシテイの効果を特定して把握することは困難であるが、記事掲載後に問い合わせが増加したり、ホームページのアクセス数が増えるなど成果が明瞭なものもみられた。

〔表7〕 ペブリシテイの実施状況（平成26年度）

ペブリシテイ回数	1	2	3	4	5～9	10～19	20～99	100～	多数
事業数	16	15	7	8	5	3	2	2	7

※記事掲載率＝掲載件数÷記者発表等の件数

※掲載件数には活字媒体以外の報道も含める。1件の記者発表に対して複数の報道がなされた場合も1と数える。

※記事掲載率の算定に当たっては、ペブリシテイ回数が「多数」として定量できないものは除外した。

オ メディアミックスの状況

単一の媒体では限られた情報の受け手にしか発信できないことから、可能な限り複数の媒体により発信する（メディアミックス）ことが有効と考えられるため、メディアミックスに取り組んでいるか監査した。

メディアミックスの実施状況は[表8]のとおりであり、78事業（97.5%）でメディアミックスに取り組んでいた。2事業は、情報の受け手が限定されることから、必要としていなかった。

〔表8〕 メディアミックスの状況

使用媒体数	2	3	4	5	6	7	8	9
事業数	6	10	20	15	13	10	3	1

※使用媒体数は、[表6]に掲げる9種類の媒体の使用数を指す。

(3) タイミングやわかりやすさ等の配慮

ア 情報発信のタイミング

情報の受け手の理解や協働に結びつけるための情報発信のタイミングは適切であるか監査した。

31事業（38.8%）では、タイミングを考慮して計画的に発信していた。

これらのうちイベントにおいては、基本的に一定期間前に開催概要を告知しているが、中には詳細な内容が決まる都度複数回発信しているものもあった。また、普及・啓発においては、取組の強化期間や産品の出荷が始まる時

期などに集中的に情報発信するものが多かった。

イ わかりやすさ等の配慮

県民の行政に対する理解と信頼を得、連携や協働につなげるため、情報発信の内容をわかりやすく伝える配慮がなされているか監査した。
67事業(83.8%)では、画像や図表を用いるなど、視覚的要素を取り入れており、概ね、わかりやすい表現により、情報の受け手が理解しやすい配慮がなされていた。

なお、35事業では、専門用語を使用する場合、解説やわかりやすい言葉への置き換えをしており、情報の受け手の理解促進に努めていた。

ウ ホームページの工夫

(7) ホームページの更新状況

ホームページが適時に更新されているか監査した。

ホームページを情報発信の媒体としている73事業(91.3%)の更新の状況は、[表9]のとおりであり、更新回数が多い事業とあまり更新が行われていない事業との二極化がみられた。

[表9] ホームページの更新状況 (平成26年度)

更新回数	0	1	2	3	4	5	6-9	10-19	20-49	50-	多数
事業数	7	12	4	2	3	4	9	12	2	7	11

[更新回数が多く多様な情報を発信していた例]

No.21 みんなで子育てキャンペーン推進事業では、子育て支援制度の情報、ラジオ広報で発信した内容、子育てガイドブックの情報等の多様な情報を、県ホームページ上で1年間に27回更新していた。

(4) ホームページにおける分類登録

県ホームページ(知事部局)は、平成27年3月に情報によりたどりつきやすくするための機能の付加など改良が行われている。監査対象年度は平成26年度であるが、監査日現在継続している59事業について、改良した機能が適切に運用されているか監査した。

59事業のうち16事業では、情報にアクセスしやすくするために実施しているホームページの分類(「分類できがす」、「目的できがす」)への登録が行われていなかったため、「分類」からのアクセスができなかった。

(9) 他の媒体からのホームページへの誘導

ホームページは、詳しい内容を掲載し、かつ、更新することにより随時最新の情報を提供できる有効な媒体である。テレビやチラシ等の他の媒体では発信できる情報に限りがあることから、ホームページへ誘導することも、情報へのアクセス向上には有効であるため、協議会等で情報発信をしている3事業を含むホームページを活用している76事業(95.0%)の状況に

ついて、ホームページへの誘導が行われているか監査した。

76事業のうち56事業では、県政テレビ番組放送時のテロップやパンフレット・チラシ類等に、検索キーワードやQRコード等を表示していた。一方、20事業では、冊子、チラシ、パンフレットなどにホームページのアドレス等を表示していなかった。

[ホームページへ適切に誘導していた例]

No.34 経営革新支援事業では、経営革新支援制度を紹介するリーフレットに、改良後の機能を活用してホームページへ誘導するために、『県庁ホームページ上部の「分類できがす」→「しごと・産業」→「経営・金融」→「経営・創業支援」→「経営革新制度の概要」』と表示していた。

(4) 関係機関・団体等との連携

ア 関係機関・団体等との連携の状況

関係機関・団体等と連携して情報発信を行っているか監査した。
77事業(96.3%)において連携による情報発信が行われており、連携の内容は[表10]のとおりであった。

主な連携の効果は、「より多くの情報の受け手に発信することができた」、「情報のワンストップ化が図られ、情報の受け手の利便性が向上した」、「関連する情報を相互に掲載することで、受け手にとっての利便性が向上した」などであった。

[表10] 関係機関・団体等との連携の状況

連携の内容	事業数
連携先ホームページでの情報発信	49事業(61.3%)
パンフレット、冊子等の設置	56事業(70.0%)
関係機関等での会員への周知	43事業(53.8%)
その他	28事業(35.0%)

イ 連携先との情報の共有や把握

情報の受け手に効果的に情報発信をするため、連携先との情報の共有や把握が適切に行われているか監査した。

しかし、48事業(60.0%)において連携における課題がみられ、その主なものは、「連携先ごとの温度差」であり、そのほか、「情報媒体の発行等のタイミングをそろえることが困難」、「連携先との協議の場が少ない」、「連携をしても届かないターゲットが存在する」などであった。

(5) 情報発信の効果等の把握と検証

ア 効果の把握

情報発信の効果の把握が行われているか監査した。
情報発信の効果が把握されている53事業(66.3%)について、効果を把握するために用い

た指標を情報発信のカテゴリ別に見ると、「表11」のとおりであった。

【表11】把握・検証に用いられた主な指標

情報発信のカテゴリ	指標
(1)補助事業・助成金の公募等	補助金申請件数
(2)研修会・講習会・イベントの参加者募集	告知媒体による参加者数、参加者数等
(3)制度の周知	登録者数、入会者数、証明書発行数、借受面積等
(4)相談窓口のお知らせ	相談件数、検索キーワードからのアクセス数等
(5)普及・啓発等	ホームページアクセス数、宿泊客数、認知率、バズリシタイ件数等

把握していない27事業(33.8%)では、「把握する手段がない(県ホームページのアクセス分析ができない等)」、「緊急を要する業務内容である」、「匿名の相談を扱う業務である」、「定量化になじまない」、「対象が限定される」、「市町村が窓口である」等の理由により、把握が困難、必要性に乏しいとされていた。

なお、監査対象とした80事業は、情報発信に関する検証を行っているものを優先して選定していることから、効果の把握が行われている事業が多いが、事前調査の対象となった244事業のうち、情報発信の効果を把握していたものは65事業で、全体の26.6%にとどまっていた。

イ 検証と改善

把握した効果についての達成度や課題等が検証されているか、また、当該検証の結果を受けて改善が図られているか監査した。

効果把握を行っている53事業(66.3%)のうち、43事業(53.8%)では目標値を設定し、検証を行っていた。

検証を行っている43事業のうち30事業では、検証の結果、明らかにあった課題に対して、次回情報発信に使用する媒体の重点化、市町村との連携強化、適切なコンテンツの更新、Twitter・Facebookとの連動など、より効果的な発信手法を検討・実施していた。

ウ 費用対効果の検証

情報発信に関する費用対効果の検証が行われているか監査した。

14事業(17.5%)では、費用対効果の検証が行われていたが、そのうち10事業は、研修会・講習会・イベント等の参加者募集のカテゴリであった。

66事業(82.5%)では、費用対効果の検証を行っていないが、その理由は、「情報発信にコストをほとんどかけていない」、「効果の検証が困難・定量化できない」、「評価年度が27年度以降である」等であった。

エ 委託による情報発信

委託による情報発信の実施状況について監査した。

情報発信に際して、テレビ、ラジオ等の媒体を活用したり、SNSミームへのアプローチやイベント運営のノウハウ等の専門性が必要である等の理由により、委託により発信を行っている事業が多くみられた。〔表3〕参照〕委託先が情報発信に使用した媒体は、テレビ(15.1%)、広告(11.2%)、チラシ・ポスター(8.8%)の順となっていた。

なお、委託金額の多かった10事業の媒体の使用状況等は、〔表12〕のとおりであった。

【表12】委託により情報発信を行っていた事業

No.	事業名	委託により情報発信に支出した経費(千円)	委託先が使用した媒体	委託先に求めた業務の専門性等
2	おおいた地域ブランドカレッジ推進事業	92,074	テレビ、看板設置、WEB関係、新聞広告等	首都圏メディアへの情報提供に関するノウハウや県内の地域情報を網羅し、メディアへの継続的なアプローチを行うこと
6	ツーリズム戦略総合対策事業	62,396	イベント、プロモーション、ガイドブック等	SNSコミュニティへの継続的なアプローチ
4	県立美術館建設事業	62,224	竣工イベント等	県外向けや美術館広報についての専門性や関係団体との調整に関するノウハウ
61	原木しいたけ再生回復緊急対策事業	30,078	新聞広告、雑誌等	旅行会社や観光協会、経済団体等が一体となって取り組む必要がある特殊性の高い業務であるため、豊富なノウハウを持つこと
7	おんせん県デジタルイノベーション推進事業	26,090	JRグリーンキャンペーン、観光二次交通情報発信	芸術祭開催及び運営に関するノウハウ
3	国東半島芸術祭開催事業	20,769	チラシ、雑誌等	各圏域に対する誘客対策は、旅行会社や交通事業者への継続的なアプローチを必要とする特殊業務であり、豊富なノウハウと知識を持つこと
8	国内圏域別誘客促進事業	17,768	商談会、雑誌、パンフレット等	各圏域に対する誘客対策は、旅行会社や交通事業者への継続的なアプローチを必要とする特殊業務であり、豊富なノウハウと知識を持つこと
9	海外誘客促進事業	14,801	プロモーション、パンフレット、雑誌、新聞	実践と広範な知識、ノウハウとネットワーク、市場の分析力や専門性、公正さ

21	みんな子育てキャンペーン推進事業	8,444	テレビ、ガイドブック、ラジオ	効果的な放送枠を確保しやすくし、各放送局との連絡及び調整を円滑に進めること
1	海外戦略推進事業	6,765	動画作成、ブログモーション	「食」と「観光」の一体的PRを行うための最適な企画の作成や県内企業への効果的な周知等を行うための専門的知識や経験

委託による効果を検証している事業は少なかったが、下記の事業では、委託の効果について検証を行っており、効果的な情報発信に努めていた。

〔委託の効果を適切に把握・検証していた例〕

- ①No. 2 おおいた地域ブランド力アップ推進事業では、本県の認知度を向上させるため、マスコミに向けた情報発信を委託により実施しているが、メディアが取り上げた記事を集計し、広告費用に換算して、情報発信の効果を検証することも委託内容に含めていた。
- ②No. 50 世界農業遺産ブランド推進事業では、県内認知度を高めるための各種広報を委託等により行っているが、別途インターネットによるアンケート調査委託により、認知度を把握・検証して、次の情報発信の手法検討に活かしていた。

2 カテゴリ別の状況

情報発信の形態は多種多様であるため、カテゴリー (1)補助金・助成金の公募等、(2)研修会・講習会・イベント等の参加者募集、(3)制度の周知、(4)相談窓口のお知らせ、(5)普及・啓発等) ごとに着眼点に基づき分析を行った。

(1) 補助金・助成金の公募等

このカテゴリーの事業は、県の施策を推進するため事業内容を伝え、当該事業に取り組む者を公募するものであり、No. 1 海外戦略推進事業、No. 41 情報産業振興事業などの19事業(23.8%)である。〔監査結果集計表〕参照)

ア 情報発信の目的の明確化

事業により解決しようとする課題や背景、事業の目標、事業内容、事業を推進するための情報発信の内容、情報の受け手は、全ての事業において明確であった。

また、多くの申請者を得ることを目的に発信しており、情報発信の到達目標は、事業採択予定数など具体的に設定されていた。

イ 媒体の特性に応じた選択

情報の受け手は、19事業中17事業で特定されていた。2事業では対象が全県民であることから、特定していなかった。

情報発信に使用した媒体は、ホームページやパブリシティが主体であるが、メールマガジンの活用など、多くの事業が受け手に適した媒体選択をしていた。

ウ タイミングがわかりやすさ等の配慮

情報発信に関するタイミングや使用する媒体など詳細な発信計画を作っているものはなかったが、公募を行う事業では、全て公募開始時の発信から公募締切までの期間が30日以上あり、受け手が対応できる期間が確保されていた。また、伝えたい情報にたどり着きやすくするため、ホームページを工夫するなどの取組も見られた。

〔ホームページにたどり着きやすくする工夫をしていた例〕

No. 60 林業再生県産材利用促進事業では、ホームページ作成に際し情報の受け手が事業情報にたどり着きやすくするため、ホームページ作成時のスマートフォン入力で検索上位に表示されるよう検索キーワードを設定していた。また、関係団体や市町村と連携し、事業に取り組む可能性のある者に対して広く発信していた。

エ 関係機関・団体等との連携

関係機関・団体等との連携による発信は、一部の事業を除き行われており、事業に関連のある機関や団体と連携して有効な情報発信が行われていた。

【連携して有効な情報発信が行われていた例】
No. 59 農業農村多面的機能支払事業では、市町村や大分県農地・水・環境保全活動地域協議会と連携し、連携先ホームページでの情報発信、パンフレットの設置、会員への周知等が図られていた。また、関連する情報を相互に掲載することで、受け手にとっての利便性が高まっていた。

オ 情報発信の効果等の把握・検証

情報発信の効果に関する把握・検証が行われていない事業が多かった。把握・検証を行っている事業では、目標値を設定し積極的な開拓を行うこと等により多くの申請者を得ていた。
 また、パンフレットやホームページなどコストのかからない媒体が主体であるため、費用対効果の検証を行っているものはなかった。

【把握・検証を行っていた例】

No. 37 省エネルギー等導入総合支援事業では、補助金申請件数を指標とし、事業計画書の目標申請件数と実績を比較検証していた。ホームページでの情報発信だけでは、周知効果が薄いと考え、企業訪問やセミナー等の会合時に事業概要等を説明した結果、5件の採択予定に対し16件の申請があった。

カ まとめ

- ・本カテゴリーの事業では、情報の受け手が特定されており、限られた期間に広く伝えることが重要であるため、事業に関連のある機関や団体等と連携しながら受け手に対して情報発信を行うことが効果的である。
- ・情報発信にコストをかけているものは少なく、そのため把握・検証に消極的であるが、より高い効果をあげるためには、目標値を設けて取り組むことが望まれる。

(2) 研修会・講習会・イベント等の参加者募集

このカテゴリーの事業は、県の施策を推進するために実施する研修会やイベントなどへの参加者を募るために情報発信するものであり、**No. 3 国東半島芸術祭開催事業**、**No. 66 県営都市公園里山利活用推進事業**などの41事業(51.3%)である。
 (「監査結果集計表」参照)

ク 情報発信の目的の明確化

事業により解決しようとする課題や背景、事業の目標、事業内容、事業を推進するための情報発信の内容、情報の受け手は、全ての事業において明確であった。
 また、多くの参加者を得ることを目的に発信しており、情報発信の到達目標は、参加者数など具体的に設定されていた。

キ 媒体の特性に応じた選択

情報の受け手は、41事業中35事業で特定されていた。
 情報発信に使用した媒体は、ホームページやパンフレットが主体のものか

ら、テレビ・ラジオ、新聞、広報誌やチラシまで様々であり、若者に対してはホームページやSNSなど、受け手に応じた媒体選択をしていたものが多かった。

【情報の受け手に応じた媒体を適切に選択していた例】

No. 28 交通安全緊急対策事業では、高齢者の交通事故抑止を目的に、高齢者を対象とした交通安全教室の参加者募集を行うため、新聞への掲載や市町村を通じてリーフレットを配布するなど活字媒体による情報発信を行っていた。
 【パブリシティに工夫がみられた例】

No. 20 地域包括ケアシステム構築推進事業では、「全国に先駆けて」、「全国一」のキーワードにより訴求力のある情報発信を行い、県政記者クラブへの情報提供に加え記者へのレクチャーを行うことなどにより、年間の記事掲載回数が13回となっていた。

ク タイミングやわかりやすさ等の配慮

情報発信に関するタイミングや使用する媒体などの詳細な発信計画を作っているものはほとんどなかったが、一部では情報発信の効果を高めるため複数のタイミングで情報発信を行っている事業や、タイミングよく発信することにより各講座の研修生を確保し円滑に実施していた事業もみられた。

また、研修に参加できなかった人に情報発信することも、次の参加動機につながるなどから事後の情報発信も効果が期待できるが、27事業で事後の情報発信が実施され、14事業で実施されていたなかった。

【詳細な計画を策定し発信していた例】

No. 48 離職者等能力開発促進事業では、複数の研修会等を実施するに当たり、詳細な計画を策定して複数のタイミングで情報を発信した結果、1,429人の定員に対して1,952人の応募者を得ていた。
 【タイミングに工夫がみられた例】

No. 57 大分の茶産地強化対策事業では、従来、5月と2月にパンフレットによる情報発信を行っていたが、茶の消費量が伸びる秋の需要期(9月)にあわせ2月を9月に変更し、一般消費者向けに開催する販売会(秋の新茶祭り)での売上げが前年度比150%となる等の効果がみられた。
 【事後の情報発信の工夫がみられた例】

No. 20 地域包括ケアシステム構築推進事業では、県政広報番組で作成したコンテンツが制度の仕組みの理解に役立つものであるため、DVD化して各種研修で活用していた。

キ 関係機関・団体等との連携

関係機関・団体等との連携による発信は、一部の事業を除き行われており、連携により有効な情報発信が行われていた。

ナ 情報発信の効果等の把握・検証
(7) 情報発信の効果の把握・検証

効果の把握・検証の状況は、[表13]のとおりであり、把握は23事業で行われていた。目標値を設定し検証を行っているものは20事業あり、参加者数を指標として検証しているものが多かった。中には、参加者に対して情報の入手経路等についてのアンケート調査等を実施し、より効果的な把握・検証を行っている事業もあった。
特に、目標値を達成している事業では、「情報発信のタイムリズがよい」、「多くの媒体を活用している」、「適時に頻繁にホームページの更新をしている」、「パンフレット等に積極的に取り組んでいる」などの取組が積極的に行われていた。

【表13】把握・検証の状況

No.	事業名	指標	把握方法	目標値	達成状況
1	海外戦略推進事業	プロモーション参加者数等	参加者集計	150人	260人
3	国東半島芸術祭開催事業	来場者数	来場者数のカウント及びアンケート	30,000人	60,028人
10	ふるさと大分県帰郷推進事業	おおいた暮らしホームページの訪問回数	アンケート解析	サイト訪問回数(延べ人数)100,000人	サイト訪問回数(延べ人数)175,244人
11	福祉・介護人材確保対策事業	参加者数	参加者アンケート	なし	検証なし
18	高齢者の生きがいと健康づくり推進事業	豊の国ねりんリンク参加者数	県社会福祉協議会から入手	目標値 5,700人等	実績 5,498人等
20	地域包括ケアシステム構築推進事業	研修会参加者数	研修会参加者数を集計	定員数	達成
26	自殺予防対策強化事業	告知媒体による参加者数	参加者アンケート	300人	280人
30	女性の就労総合支援事業	告知媒体による参加者数	参加者アンケート	定めていない(定員は200名)	【参考】情報発信の取組による参加者数約7割
32	海岸漂着物地域対策推進事業	イベント参加者数	会場での集計	300人	約400人
35	おおいた創業促進事業	セミナー参加者数等	参加者集計	おおいた創業セミナー150人等	120人
38	科学技術振興事業	催事参加者数	参加申し込み及びアンケート	定員 244人	応募者 467人
39	東九州市地域健康産業拠点推進事業	東九州市「かわいー」構想推進大会の来場者数	出席者のアンケート	150人程度の来場	毎年目標値程度の来場者数を維持

41	情報産業振興事業	告知媒体等による参加者数	参加者アンケート	ITフェアの来場者 400人等	・来場者数452人 ・情報発信の効果による参加者目標値なし
45	ワグ・ラフ・パブリック実践支援事業	告知媒体による参加者数	参加者アンケート	200人(全て情報発信の取組による参加者)	180人
48	職業者等能力開発促進事業	委託訓練応募者数	提出された入校願書数	訓練の募集定員 1,429人	訓練の応募者数 1,952人
52	新規就農促進事業	告知媒体による参加者数	参加者アンケート	256人	230人
53	企業等農業参入推進事業	農業参入セミナー参加者数	セミナー開催当日の出席確認	大分 35人 福岡 40人	大分 27人 福岡 54人
54	水田職習/作物生産方向上対策事業	米粉PRイベントの参加者数	参加者数のカウント	350人	350人以上
63	鳥獣被害総合対策事業	研修会受講者数	受講の確認	アト「バ」一養成研修80人/回(年6回)等	申込者数 489人
66	県営都市公園里山利活用推進事業	告知媒体による申込総数	参加者アンケート	300人	申込者数 489人
73	子ども科学体験推進事業	講座への参加者数	アンケート	児童利用者数 2,000人	2,530人
76	歴博特別展開催事業	告知媒体による入館者数	アンケート	入館者8,000人のうち情報発信の効果による参加者5割	入館者7,355人のうち情報発信の効果による参加者65.58%
79	地域生涯スポーツ振興事業	総合型クラブの会員数	文部科学省の調査に合作して実施	平成36年度の会員数20,000人	【参考】目標年度に達していない(平成27年度の会員数16,866人)

【情報の入手経路について検証が行われていた例】

No.66 県営都市公園里山利活用推進事業では、告知に使用した媒体による申込み総数を情報発信の効果指標としており、参加者アンケートにより情報の入手経路を尋ね検証していた。検証の結果、当初選択した媒体では効果がないと判断し、教育委員会を通じたチラシの配布とした結果、定員300名に対し489名の申込者を得ていた。
【目標値を達成していた例】

No.3 国東半島芸術祭開催事業では、頻繁なホームページの更新、メディアミックスの実施、積極的なパンフレットの活用、ターゲットの絞り

込み等に取り組んだ結果、来場者数30,000人の目標に対して60,028人が来場していた。

(4) 費用対効果の検証

情報発信に係る費用対効果の検証は、[表14]のとおり10事業で行われていた。

No.3 国東半島芸術祭開催事業のように、コストと効果について数値による評価を行っているものもあるが、参加者一人当たりのコストが経済的であったかの判断基準の設定が明確なものとはななかった。

[表14] 費用対効果の検証

No.	事業名	コスト	効果	評価
1	海外戦略推進事業	335千円 (プロモーション)	タイ及び香港でのプロモーションには多数の参加者があり、大分をPRすることができた。	多数の参加者があり、各業界に大分県をPRでき、効果的であった。
3	国東半島芸術祭開催事業	20,769千円	広告換算額 372,680千円	コストに対し18倍の効果があり、国東半島の情報発信につながった。
10	ふるさと大分回帰推進事業	227千円 (おおいち暮らしホーム・ケア'保守管理の経費)	県の基準単価から算出した額309千円に対して低い水準の227千円で保守管理ができた。	県の基準単価より低いコストで発信できた。
11	福祉・介護人材確保対策事業	2,218千円 (就職フェア)	参加者 319人	より情報の受け手に届くように文面を含めた検討を行う。
20	地域包括ケアシステム構築推進事業	0	テレビや新聞等を活用し、広く県民に周知できた。	コストをかけない情報発信により、自立支援型のケアや介護予防等が推進され介護保険料の上昇抑制につながったと考える。
38	科学技術振興事業	129千円 (44エコカトリ)	参加者 244人 応募者 467人	効果的・効率的に発信できている。
45	ワーク・ライフ・バランス実践支援事業	65千円 (セミナー)	参加者 180人	一人当たり361円
53	企業等農業参入推進事業	135千円	企業参入 17社 参加者 81人	効果的に発信できた。
66	県営都市公園里山利活用推進事業	124千円	参加者 300人 応募者 489人	効果的に発信できた。

73	子ども科学体験推進事業	438千円	参加者 2,530人 うち広報による参加者 485人	一人当たり173円
----	-------------	-------	-------------------------------	-----------

このカテゴリの事業における、コストと参加者数の関係は[表15]のとおりである。
 事業ごとに実施環境が異なるため単純比較はできないが、一人当たりのコストが高いものから低いものまで様々であった。類似のイベントのコストを参考にしたり、経年比較や媒体ごとの実績を比較検証するなどにより効果に見合うコストであるか検討する必要がある。

[表15] イベント等の情報発信コスト

No.	事業名	参加者数 (人)	開催コスト (千円)	うち情報発信コスト (千円)	一人当たり開催コスト (円)	うち一人当たり情報発信コスト (円)
1	海外戦略推進事業	260	4,873	335	18,742	1,288
3	国東半島芸術祭開催事業	60,028	164,560	20,769	2,741	346
11	福祉・介護人材確保対策事業	319	3,442	2,218	10,790	6,953
20	地域包括ケアシステム構築推進事業	3,216	4,137	0	1,286	0
38	科学技術振興事業	244	1,539	129	6,307	529
45	ワーク・ライフ・バランス実践支援事業	180	427	65	2,372	361
53	企業等農業参入推進事業	81	312	135	3,852	1,687
66	県営都市公園里山利活用推進事業	300	2,285	124	7,617	413
73	子ども科学体験推進事業	2,530	14,694	438	5,808	173

[コストに見合う効果が出ていなかったと判断していた例]

No.11 福祉・介護人材確保対策事業では、介護・福祉に関心のある者を対象に就職フェアを開催した。情報発信に際しては複数の媒体により告知を行ったものの、ペナリシテイによる記事が掲載されず、ホームページの更新は少ない状況であった。参加者は少数であり、参加者一人当たりの情報発信のコストが高くなったとの検証結果であったため、次回以降より情報の受け手に届くよう、発信内容を含めた検討を行うこととしていた。

(参考) 平成26年度に財務省が実施した「行政経費等に係る府省横断的な

調査」によると、独立行政法人が行ったイベントにおける来場者一人当たりの開催コストは、0～500円ものが48.5%、501円～1,000円ものが16.3%、1,001円から3,000円ものが24.9%、3,001円以上のものが10.3%であり、平均1,207円となっている。

カ まとめ

- ・本カテゴリの事業では、詳細な広報計画を策定して、複数のタイムミングで適宜発信することが効果的であることから、情報発信の回数や時期など計画性を持って積極的に取り組む必要がある。
- ・できるだけ多様な媒体を活用することを基本に、受け手に応じた媒体の重点活用、バズリングターの活用、こまめなホームページ更新等、積極的な情報発信に取り組むことが効果的である。
- ・参加者数についてアンケートを実施すること等により、直接情報発信の効果を把握・検証が可能となり、更に発信効果を高めることができる。
- ・事後の情報発信の取組も情報発信の効果を高める一助となる。

(3) 制度の周知

このカテゴリの事業は、制度や手続を紹介し、県民の利便性の向上を図り、県の施策を推進するものであり、No.28 交通安全緊急対策事業、No.59 農業農村多面的機能支払事業などの24事業(30.0%)である。(監査結果集計表)参照)

ア 情報発信の目的の明確化

事業により解決しようとする課題や背景、事業の目標、事業内容、事業を推進するための情報発信の内容、情報の受け手は、全ての事業において明確であった。

また、制度の周知を目的に発信しているが、情報発信の到達目標として、制度の利用者数など具体的なものを設定している事業は少なかった。

イ 媒体の特性に応じた選択

情報の受け手は、24事業中21事業で特定されていた。

情報発信に使用した媒体は、ホームページやバズリングター、広報誌などが主体であり、受け手に応じて概ね適切に媒体が選択されていた。

ウ タイミングやわかりやすさ等の配慮

制度に関するホームページでの発信は、改正がない限り同一の内容のままであり、ホームページの更新が少ないものが多いが、記事を工夫してこまめに更新し、より多くの方に制度を活用してもらうよう取り組んでいる事業もみられた。

情報発信に関するタイミングや使用する媒体などの詳細な広報計画を持っている事業はなかったが、情報発信の回数や時期など計画性を持って積極的に取り組む必要がある。

【制度の情報がより多くの受け手に届くよう取り組んでいた例】

No.21 **みんな子育てキャンペーン推進事業**では、子育てに関する各種支援制度が充実しているのに利用されていないとの県民会議の声を受け、多様な媒体を活用して、より多くの受け手が制度を活用できるように計画的に子育て支援情報を発信していた。

また、高い視聴率が見込める時間帯や人気コーナーで放送したり、母子健康手帳配布時など確実に情報の受け手が受信できる機会をとらえて発信していた。

エ 関係機関・団体等との連携

連携による発信は、一部の事業を除き行われており、市町村や関係団体等との事業推進体制が整備されている事業では、特に効果的な発信が行われていた。

【関係機関との連携により効果を高めていた例】

No.17 **みんなで進める健康づくり事業**では、県が健康寿命延伸のため、おいしい減塩食の手法、健康づくりに関する支援制度及び認定制度の情報を発信しようとしていたが、青壮年へのアプローチに課題を抱えていた。一方、全国健康保険協会は、事業所での健康増進の推進に課題を抱えており、連携して取り組むことで健康経営事業所の登録事業者数が増加していた。

【推進体制の構築が効果的であった例】

No.51 **農地中間管理推進事業**では、関係機関（大分県農業農村振興公社、市町村）を推進会議の構成員として、制度の対象者に対して漏れなく周知を図り、目標を達成していた。

オ 情報発信の効果等の把握・検証

効果の把握・検証の状況は、[表16]のとおりであり、把握は6事業で行われていた。目標値を設定し検証を行っているものは5事業あり、検証に用いた指標は、事業の取組目標に関するものが多く、情報発信の効果に限定して測定するものではなかった。

また、費用対効果の検証は全ての事業で行われていなかった。

【表16】把握・検証の状況

No.	事業名	指標	把握方法	目標値	達成状況
21	みんな子育てキャンペーン推進事業	子育て満足度 日本一に向けて総合的な評価 率(10指標)	複数の調査結果に基づき総合的な達成率を把握	全国5位以内	【参考】平成27年度に県民意識調査を実施予定

28	交通安全緊急対策事業	運転免許自主返納数、運転経歴証明書の発行数	大分県警察本部 運転免許課への開き込み	・運転免許自主返納比率：65歳以上免許所有者のうち10%程度 ・運転経歴証明書の発行比率：運転免許自主返納者のうちの50%程度	・運転免許自主返納数1%程度 ・運転経歴証明書の発行数45%程度
49	子育てへの仕事復帰応援事業	就業体験者数	委託業者の実施報告による	就業体験者 139名	就業体験者 111名
51	農地中間管理推進事業	借り受けを希望する農用地面積	申請面積の集計	2,000ha	2,093ha
59	農業農村多面的機能支払事業	事業の取組面積	市町村からの申請状況の集計	22,000ha	20,514ha
62	森林づくりボランティア活動	森林ボランティア参加者数	森林ボランティア参加実績	12,300人	12,902人

カ まとめ

- ・本カテゴリの事業では、制度を周知し、利用者数を増加させるために、記事を工夫してこまめに情報を更新するなどの取組が重要であり、情報発信の回数や時期など計画性を持って積極的に取り組む必要がある。
- ・関係団体等と連携して取り組む推進体制が整備されている事業では、県と各連携先による情報発信の取組があいまっつて目標が達成されていたものもあり、情報発信に当たって推進体制の構築が重要であり、連携の強化により効果が高まる。
- ・情報発信の効果の把握・検証を行っている事業は少ないうえ、検証している事業も用いた指標は事業の取組目標に関するものとなっている。情報発信の有効性を高めるためには、制度利用者に対する聞き取りによりどの媒体が有効であったか調査するなど、より直接的にその効果を検証することが効果的である。

(4) 相談窓口のお知らせ

このカテゴリの事業は、窓口の存在や相談できる内容等を広く周知するものであり、**No.16 不妊専門相談センター運営事業**、**No.47 ジョブカフェおいた**、**推進事業**などの21事業(26.3%)である。〔監査結果集計表〕参照

ア 情報発信の目的の明確化

事業により解決しようとする課題や背景、事業の目標、事業内容、事業を推進するための情報発信の内容、情報の受け手は、全ての事業において明確

であった。
また、多くの人に窓口の情報を伝えることを目的としているが、情報発信の到達目標を設定していた事業は少なかつた。

イ 媒体の特性に応じた選択

情報の受け手は、21事業中20事業で特定されていた。
情報発信に使用した媒体は、ホームページやパンフレット、広報紙などが主体であり、受け手に応じて概ね適切に媒体が選択されていた。

ウ タイミングやわかりやすさ等の配慮

相談窓口や相談内容の変更等がない限り、ホームページなど情報の更新が少ないものが多いが、一部では詳細な計画に基づき情報発信を行い、効果を上げている事業もあつた。情報を目にする機会を増やす工夫が必要である。

〔詳細な計画に基づく情報発信で効果を上げていた例〕

No.46 産業人材確保等支援事業では、月次で、就職相談等を行った成果としてのUJIターン新規登録者数等の目標数値や広報媒体を計画し、出前セミナーや相談会を計画的に実施することにより、最適なタイミングで発信が行え、月次の達成状況を意識しながら取り組んだことで目標を達成していた。

なお、県ホームページで各種相談窓口を一覧表により紹介しているが、相談窓口の開設時間に誤りがあるなど、一部で改善が必要な事例がみられた。一覧表を取りまとめる所属は、定期的に掲載内容の照会を行い、変更等がないか確認する必要がある。

また、事業に関係する相談窓口の一覧表を配布物に表示し、相談者の利便性を向上させている事業も見られた。

〔相談窓口一覧表の周知例〕

No.26 自殺予防対策強化事業では、相談者の様々な悩みに対応する窓口の一覧表を印刷した「豊の国こころの“ホッ”とライオン」クリアファイルを配布し、相談者が窓口を選択しやすい情報発信を行っていた。

エ 関係機関・団体等との連携

連携による発信は、一部の事業を除き行われており、できる限り多くの受け手が情報に接することができるよう、市町村や商工団体など県内に多くの窓口等を持つ団体との連携に取り組んでいたものが効果を上げていた。

〔県内に多くの窓口を持つ機関と連携していた例〕

No.34 経営革新支援事業では、商工団体（商工会議所、商工会、中央会）を通じて各団体の会員に相談窓口の情報を提供することで、相談窓口への接点を増加させ、目標を達成していた。

ナ 情報発信の効果等の把握・検証

効果の把握・検証の状況は、[表17]のとおりであり、把握は4事業で行われていた。目標値を設定し検証を行っているものは2事業あり、相談時に媒体調査等を実施していた。

17事業は、「情報発信が直接、相談者の増加に結びつくものではない」、「緊急のため暇がない」、「匿名の相談が多い」などの理由により効果の把握を行っていないかった。

相談時に媒体調査を実施し、情報発信の効果や把握・検証したり、検索キーワードから相談者が求めている情報を把握して効果的な発信に努めている事業がみられた。

また、全ての事業で、費用対効果の検証は行われていなかった。

【表17】把握・検証の状況

No.	事業名	指標	把握方法	目標値	達成状況
16	不妊専門相談センター運営事業	検索キーワードからのアクセス数	ブログツールによる分析	なし	検証なし
34	経営革新支援事業	経営革新に関する相談件数及び承認件数	担当者による件数の把握	相談件数 112件 承認累計件数736件	相談件数 148件 承認累計件数771件
46	産業人材確保等支援事業	告知媒体による相談者数	相談時や新規登録時に媒体調査を実施	年間新規登録者数 160人	年間新規登録者数 187人
47	ジョブカフェにおおいた推進事業	告知媒体による来所者数	新規登録時に媒体調査を実施	なし	検証なし

【相談者に対するアンケートにより効果の把握を行っていた例】

No.47 ジョブカフェにおおいた推進事業では、告知した媒体による来所者数を指標として、相談窓口に来所した方が新規登録する際にアンケートによる媒体調査を行い、効果を把握していた。

【情報の受け手が求める情報を分析していた例】

No.16 不妊専門相談センター運営事業では、情報発信に用いているホームページのアクセス分析を行い、使用回数の多い検索キーワードからホームページ閲覧者が求めている情報を把握して、それに関連した内容の情報を発信していた。

カ まとめ

・本カテゴリーの事業では、相談窓口や相談内容の変更等がない限り同一の内容が掲載されたままとなっているホームページなど、情報の更新が少ないものが多いが、より多くの方に相談窓口を活用してもらうためにも、記事を工夫してこまめに更新するなどの取組を行う必要がある。

・全ての事業において関係機関・団体等との連携が図られているが、より広く相談者との接点を増やすことで相談者を窓口につなげていく取組も重要である。

・情報の受け手にしつかり伝わっているかどうか把握することが望まれるが、検証が行われている事業は少なかつた。相談者に対する媒体調査に基づき、より有効な広報媒体に注力することで、事業目標を達成している事業があり、情報の入手経路について検証することで、より効果的な情報発信を行うことができる。

(5) 普及・啓発等

このカテゴリーの事業は、県のイメージアップに寄与するもの、県民の利便性向上に資するものや各所属における施策推進の上で必要な情報発信を行うものであり、**No. 2 おおいた地域ブランド力アップ推進事業、No.55 The・おおいたブランド流通戦略推進事業**などの54事業(67.5%)である。〔監査結果集計表〕参照)

ア 情報発信の目的の明確化

事業により解決しようとする課題や背景、事業の目標、事業内容、事業を推進するための情報発信の内容、情報の受け手は、全ての事業において明確であった。

また、認知度向上、入館者増加、宿泊客数増加等を目的としており情報発信の到達目標は定量的なものが多く、数値ではなく「移住希望者に必要な情報が確実に伝わる」など定性的なものもあつた。

イ 媒体の特性に応じた選択

情報の受け手は、54事業中44事業では特定されていた。10事業では、あらゆる対象に発信する為、受け手を特定していなかつた。受け手に応じて概ね適切に媒体が選択されていた。

【情報の受け手に配慮した媒体選択の例】

No.19 老人クラブ助成事業では、老人クラブへの加入を促すに当たり、高齢者に手にとってもらえるようテキストやクリップアート等活字を用いた啓発グッズを配布していた。

【情報の受け手を特定していなかつた例】

No.23 児童虐待防止緊急対策事業では、近隣住民からの通報が重要なので、情報の受け手を特定せずに県民としていた。

ウ タイミングやわかりやすさ等の配慮

情報発信に関するタイミングや使用する媒体などの詳細な発信計画は一部の事業を除きなかつたが、取組の強化期間や商品の出荷が始まる時期に、複数の媒体でタイミングを考慮しながら重点的に発信したり、月ごとの発信内容を年間で定めるなどの詳細な計画を持つものは、ホームページへのアクセス数が増加するなど効果が現れていた。

〔詳細な発信計画があった例〕
No. 55 The・おおいたブランド流通戦略推進事業では、「旬」の情報を発信するため月別の広報項目を予め年間で設定しており、常にタイムリーな大分県産農林水産物の情報を発信し、アクセス数が増加するなどの効果が現れていた。

エ 関係機関・団体等との連携

連携による発信は、一部の事業を除き行われており、推進体制を構築し連携しているものが多く、概ね連携による有効な情報発信が行われていた。

〔推進体制を構築し連携して効果をあげていた例〕

No. 7 おんせん県ズライネーションキャンペーン推進事業では、旅行会社や観光施設などからなる「おんせん県おおいたズライネーションキャンペーン実行委員会」及び「全国宣伝販売促進会議」により情報発信を行い、連携先ホームページでの情報発信やパンフレットの設置など効果的な取組が行われていた。

オ 情報発信の効果等の把握・検証

(7) 情報発信の効果の把握・検証

効果の把握・検証の状況は、[表18]のとおりであり、把握は19事業で行われていた。目標値を設定し平成26年度に検証を行っているものは15事業あり、様々な指標を用いて検証していた。

目標値を設定している事業では、概ね目標を達成していた。また、ホームページの更新や検証後の改善を行っている事業では、改善によりアクセス数の向上や認知度向上等の効果が見られた。

〔表18〕把握・検証の状況

No.	事業名	指標	把握方法	目標値	達成状況
2	おおいた地域ブランド推進事業	メディアおおいたウェブサイトでのPRや首都圏でのメディアアコンタクトを通じた広告換算費用	メディアが記事にした情報を購読し、広告を掲載した場合に置き換え、広告代理店やPR業者が広告費用を集計したもの	平成27年度までに12億円	・平成28年度末で16億円を超えた ・地域ブランド調査ランキング22位(2014年) ※2013年は31位で、伸び率は全国1位
4	県立美術館建設事業	来場者数	入りロカウンターにて計測	平成27年度50万人	【参考】平成27年9月2日現在40万人

5	国際航空路線開設・定着化促進事業	大分空港国際線利用客数	大分航空ターミナルからの実績報告	平成26年度18,000人	平成26年度36,145人
6	ツーリズム戦略総合対策事業	県内宿泊客数	観光庁「宿泊旅行統計」	平成26年度517万人	平成26年度519万人
7	おんせん県ズライネーションキャンペーン推進事業	期間中の宿泊客・日帰り客数、経済波及効果	観光庁「宿泊旅行統計調査」等の数値を基に、産業連関表等を使用して経済波及効果を算出	平成27年7月～9月の観光客数が対前年比115%、経済波及効果100億円	平成27年7月～9月の観光客数対前年比109.1%、観光施設入場者数26.0%、経済波及効果133億円
8	国内圏域別誘客促進事業	観光入込客数、県内宿泊客数等	大分県観光統計調査等	観光入込客数1,900万人 県内宿泊客数520万人	観光入込客数1,500万人 県内宿泊客数575万人
9	海外誘客促進事業	県内宿泊客数	観光庁「宿泊旅行統計」	平成26年度外国人観光客宿泊数380,000人	平成26年度外国人観光客宿泊数385,110人
12	ユニバーサルデザイン推進事業	ユニバーサルデザイン認知率	県政モニターアンケート	平成31年度76.6%	【参考】平成26年度52.1%
19	老人クラブ助成事業	老人クラブ会員数	各市町村から報告	平成26年度加入率全国17位	平成26年度加入率全国19位
22	地域子育て支援拠点機能強化事業	「子育てのタネ」プログラム件数	広報広聴課による確認	77件 70,000件	達成
29	ごみゼロおおいた作戦推進事業	告知に使用した媒体による応募数や参加者数	実際に申し込みや参加があった数での把握	「ごみゼロ」者大行動」参加者数367,500人等	「ごみゼロ」者大行動」参加者数354,556人等
33	県民安全・安心メール配信事業	登録者数	管理者権限WEBページによる確認	登録者数目標30,000人	平成26年度末22,251人
40	電磁力応用技術活用推進事業	電磁応用技術研究会参加企業数	参加企業数の増減	前年度比増加	達成(1社増加)

42	フロッツァ フロッツァ 活用推進 事業	・パブリシティ の件数 ・大分県フロッツァ フロッツァ(座席) を活用したイ ベント回数	・マスコミなど への情報掲載 回数 ・年間実績	・年間125件 ・年間20件	・年間102件 ・年間20件
50	世界農業 遺産フロッツァ 推進 事業	県内における 世界農業遺産の 認知度	インターネット によるアンケート 調査	平成35年度 60%	【参考】 目標年度に達して いない。(28.9%(平 成26年度))
55	Theおおむた フロッツァ流 通戦略推 進事業	ホームベジタブル 数	アクセス解析	205,000PV数/年	277,241PV数/年
65	水産資源 管理実践 支援事業	市場、鮮魚販売 店の取り扱い類	立ち入り調査に よる確認	公的規制や資源管理 の取組の漁獲規制(体 長制限)違反数0件	違反数0件
74	放課後・ 土曜学習 支援事業	実施率(実施学 校数/全学校数)、 実施市町村数、 参加支援者数、 参加児童数	市町村担当者か らの報告書	・放課後チャレンジ 教室の実施率 :(小学校) 84% ・土曜教室の実施率 :(小学校) 79% (中学校) 17%	・放課後チャレンジ 教室の実施率 :(小学校) 85% ・土曜教室の実施率 :(小学校) 68% (中学校) 21%
78	学校防災 教育推進 事業	事例集の活用	全校調査	設定せず	【参考】 公立学校の57%が関 与

【把握・検証を行っていた例】

No.22 地域子育て支援拠点機能強化事業では、子育て支援制度の情報を子育て中の親等に知ってもらい、支援制度の認知度を向上を図ることを目的としており、情報発信の効果検証のため、ホームページの「子育てのタネ」のアクセス件数を指標とし、広報広聴課に依頼して把握し、検証していた。【改善を図っていた例】

①**No.12 ユニバーサルデザイン推進事業**では、県政モニターアンケートによる把握・検証の結果、認知率向上のため出前授業を実施したり、ユニバーサルデザインの体験空間を企業等に設置するなど連携強化を図る取組等を実施していた。

②**No.44 企業立地促進事業**では、指標の設定はないが、ホームページのアクセス分析を行い、企業の方がタブレット端末からアクセスする傾向がわかっただけ、タブレット類にQRコードを掲載した。

【検証を行っていなかった例】
No.61 原木しいたけ再生回復緊急対策事業では、情報発信に44,684千円支出していたが、雑誌の発行部数やイベントの参加者数、大分県推進農業協同組合のホームページアクセス数・注文数等の把握にとどまり、目標値がなく、効果の検証が行われていなかった。

(4) 費用対効果の検証

費用対効果の検証は、[表19]のとおり4事業で行われていた。

No.4 県立美術館建設事業や**No.6 ツーリズム戦略総合対策事業**などのように、情報発信に支出した経費が多額なもの、また、委託により情報発信が行われているものが多いが、費用対効果の検証はあまり行われていなかった。

【表19】費用対効果の検証

No.	事業名	コスト	効果	評価
2	おおいと地域フロッツァ推進事業	92,074千円	広告換算費 1,632,536千円	コストを上回る効果があった。
7	おんせん果実ズラネーション推進事業	49,025千円	経済波及効果 133億円	コストを上回る効果があった。
9	海外誘客促進事業	14,801千円	309,559千円の経済効果 ※@20,487×15,110(実績値-1127目標値) =309,559千円 ※@20,487は観光客(1泊2日)1人あたりの使用する金額	コストを上回る効果があった。
65	水産資源管理実践支援事業	90千円	違反者数 0	効果あり

カ まとめ

本カテゴリーの事業では、情報発信に関するタスクや使用する媒体などの詳細な発信計画は一部の事業を除きなかったが、情報発信に関する詳細な計画を持つものでは、効果をあげていたことから、情報発信の回数や時期、媒体など計画性を持って取り組むことが重要である。検証を行っている事業では、改善に取り組み、効果が見られていることから、検証を行いその結果を効果的な情報発信につなぐ必要がある。情報発信に多額の経費をかけている事業が多くあり、委託による情報発信も多く行われているが、費用対効果の検証はあまり行われていない。コストに見合う効果があったか検証を行う必要がある。

3 情報発信に関するマネジメント
(1) 情報発信に関する全庁マネジメント

ア 情報発信に関する方針

情報発信に関する方針について監査した。
 「広報広聴基本マニフェスト」において、「広報の基本姿勢を定めている。広報活動の基本的な考え方として、「わかり易く届ける」広報の実践。戦略的広報の推進、県職員の広報広聴マインドの醸成などが、また、広報活動の基本方針として、「部局横断で戦略的に連携し、飛躍する大分県の魅力を内外に効果的に情報発信する」、「政策と広報の連携を強化し、地方創生を実現するための政策の広報を重点的に行う」が掲げられていた。

イ 情報発信に関する推進体制

情報発信に関する推進体制について監査した。
 全庁的な情報発信は、各部局の委員から構成される広報委員会が中心となり、各部局と調整を図りながらマネジメントを行っている。
 広報委員会は、広報広聴課が事務局となっており、広報広聴活動について部局間及び部局内の調整を行い、所属する部局ごとに広報研修会を開催するなど、広報広聴活動の推進に努めている。
 今回の監査では、部局ごとの研修への取組の温度差、所属におけるホームページの管理等の不徹底など、情報発信のマネジメントが浸透し、統一的な取組がなされているとは言えない状況もみられた。これは、広報委員会の役割が主に部局間の調整を図ることにあり、各部局における情報発信を統括していないためであると考えられることから、全庁的な情報発信を管理・指導する役割を強化していく必要がある。

ウ ホームページの管理

県の情報発信において重要なツールとなっているホームページの管理がどのように行われているか監査した。
 県ホームページ等の運営は、「大分県庁ホームページ管理要綱」及び「大分県ホームページ運用管理要領」（知事部局）、「大分県教育委員会ホームページ作成ガイドライン」（教育庁）、「大分県警察ホームページ運用要領」（警察本部）により管理されていた。
 各所属が行う県ホームページの管理支援として、広報広聴課が、各所属において配置するホームページ管理担当者等を対象にホームページの適切な運用や操作方法に関する研修を実施している。
 また、全職員向けには、リンク切れチェック、情報の更新・削除等ホームページ運営の注意点を記した「県ホームページを運営する上での“こころ構え”～ホームページ7つの確認～」等を広報委員会・幹事会や県庁内の電子掲示板で周知している。
 しかしながら、要綱等が遵守されているか監査したところ、[表20]のような改善を要する事項が認められた。当該周知事項が浸透しておらず、広報委員会や広報広聴課による確認が不足している状況であった。所属のホーム

ページの管理は所属に行うこととしているが、ホームページ管理担当者による適切な管理がなされるよう、広報委員会による検証、広報広聴課による支援等により改善を図る必要がある。

【表20】ホームページ管理に関し改善を要する事項

項目	内容	関係規程等
要綱・要領の職員の認識	13事業(16.3%)では、ホームページの管理に関する規程について、担当職員が認識していなかった。	—
ホームページ管理担当者の設置の認識	19事業では、所属内に設置されているホームページ管理担当者設置について、事業担当職員が認識していなかった(担当課で一括管理している教育庁の事業を除く)。	大分県庁ホームページ管理要綱 第7条 (各所属の情報管理)
決裁が行われていなかったり、所属長の確認が行われていない	10事業(12.5%)では、ホームページ掲載に当たった決裁や所属長による確認が行われたことを確認できなかった。	大分県ホームページ運用管理要領 2 2-1 (掲載手続)
終了したイベント等の情報が削除されていない	9事業(11.3%)では、合理的な理由もなく、終了したイベントの情報が削除されないまま掲載されていた。	大分県ホームページ運用管理要領 3 3-3 (掲載期間)
更新すべき情報が更新されていない	2事業(2.5%)では、更新を行うべき情報があるにもかかわらず、更新されていないかった。	大分県ホームページ運用管理要領 3 3-4 (掲載記事等の時点修正やリンク切れチェック)
リンク切れチェックが行われていない	9事業(11.3%)では、リンク切れのチェックがなされておらず、リンク先にアクセスできない状況であった。	大分県ホームページ運用管理要領 3 3-4 (掲載記事等の時点修正やリンク切れチェック)
冒頭の解説等がなくリンクのみのページである	3事業(3.8%)では、冒頭の解説等がなくリンクのみのページがあり、閲覧者におわかりづらい状況であった。	大分県ホームページ運用管理要領 4 4-1 (記事等作成のガイドライン(注))

【ホームページの管理が適切に行われていた例】

No.21 みんなで子育てキャンペーン推進事業 **No.22 地域子育て支援拠点機能強化事業**、**No.23 児童虐待防止緊急対策事業**では、古くからリンクの整理や見やすくなるようなカテゴリの整理等が行われており、ホームページ管理担当者が適切に管理していた。

エ 情報発信のスキル向上に向けた取組

(7) 研修の実施状況（全庁、部局、所属）

情報発信のスキル向上を図るため、必要な研修が実施され、その成果が職員間で共有されているが監査した。情報発信力を高めるために、[表21]のとおり、全庁向けの外部専門家による広報セミナーや部局ごとの広報研修会等が実施されており、また、部局ごとの研修会については、実施していない部局があり、部局間に取組の差が見られた。

広報広聴課は、全職員のスキル向上を図るため、記事に取り上げてもらうためのプレスリリースの美習や、より多くの人に見てもらうためのホームページ作成など、効果的な情報発信の方法等について研修を行い、広報イベントの醸成を徹底していく方針を示している。

県政を取り巻く環境が変化し広報広聴活動の重要性が増す中、職員の広報広聴イベントの醸成を図り、職員一人ひとりが「広報広聴ペーソン」であるという意識を持って、様々な機会をとらえた積極的な情報発信が重要である。今後も、広報広聴課は、目的に応じたテーマを設定したり外部専門家を活用するなど効果的な研修に取り組むとともに、全部局で研修の取組が行われるよう、情報発信の優良事例を紹介するなど、職員のスキル向上を図る必要がある。

〔表21〕情報発信に関する研修の実施状況(平成26年度)

開催区分	研修会の名称	参加者数 (人)
全庁向け	県外広報実務担当者等ワークショップ型研修会	21
	広報セミナー	56
福祉保健部	平成26年度福祉保健部人権啓発研修会(広報研修)	140
	広報等担当者会議	10
生活環境部	生活環境部職場研修会	162
南工労働部	南工労働部内広報研修	19
農林水産部	農林水産部広報研修会	48
教育庁	教育庁ホームページ作成研修	33
	教育委員会ホームページ課題検討会	24
警察本部	広報研修会	47
	報道対応等に関する巡回指導	124

※部局実施分は、実施している部局のみ掲載

〔所属独自の研修を実施していた例〕

No.4 県立美術館建設事業では、県立美術館集客に向けて職員を対象とした情報発信に関する研修会を、外部講師を招き実施していた。

(4) 研修成果の共有

研修の成果を共有することは職員全体のスキルアップにつながるから、共有の状況について監査した。

研修に参加していない職員への周知を図っているのは、資料の回付等により研修の成果を共有していると回答した28所属にとどまっていた。

(2) 広報活動の基本方針の推進

「広報広聴基本マニュアル」に定める広報活動の基本方針の推進状況について監査した。

ア 「部局横断による戦略的な取組」について

広報広聴基本マニュアルでは、広報活動の基本方針の一つの柱として「部局横断で戦略的に連携し、飛躍する大分県の魅力を内外に効果的に情報発信する」を掲げている。具体的な取組として、県外に向けた情報発信については、関西・福岡圏をターゲットに“メディアアライアンス”を設定し、期間中に各部局が実施可能なイベントの調整を行い、連携しておおいたイベントの情報発信を行っている。個別のイベント等については効果検証が行われているものもあるが、部局横断で取り組んだ効果については検証が行われていない。地域間競争が激しくなる中、今後とも適切な検証を行いながら戦略的な情報発信を進めていく必要がある。

また、県内に向けた情報発信については、県政広報のテレビ特別番組のテーマを部局横断的に決定して番組を制作し、発信している。この取組については、年間の実績や結果は把握しているが、十分な検証とは言えなかった。部局横断的なテーマ設定により、県の魅力がより効果的に発信できているか検証しながら取組を進めて行く必要がある。

イ 「政策と広報の連携」について

広報活動の基本方針の一つの柱として「政策と広報の連携を強化し、地方創生を実現するための政策の広報を重点的に行う」を掲げている。地方創生は地域間競争でもあるため、県外に向けた情報発信については、おおいた地域ブランドカテゴリー推進事業により、「おんせん県おおいた」の認知度を向上させる取組を実施している。全国調査(アットホームボックス調べる調査時期：平成27年8月)によれば、「温泉と言えどどの都道府県をイメージするか。」というアンケート調査において、大分県が1位(回答率31.6%)となっていた。

認知度を向上させることは、県の魅力を内外に効果的に発信するための重要な基礎づくりにつながるが、認知度の向上が各所属の事業の推進に反映され、県産品の販売や来県者数が増加するなどの成果に結びつくことが求められる効果である。認知度向上と各所属が実施する事業の取組の計画を連動させながら戦略的に取り組む必要がある。

また、県内に向けた情報発信については、全世帯配布の県政だより「新時代おおいた」において、地方創生に関する政策を特集として広報し、県政広報ラジオ番組でも、地方創生に関する政策を現場リポートを交え発信している。

政策が県民等にどれだけ理解されているかについて把握・検証することが重要であり、県政モニターによる把握を行う等の取組が必要である。

4 まとめ

本県では「まち・ひと・しごと」の創生に取り組んでおり、今後特にこの分野における情報発信が重要となってくる。広報活動の基本方針として、「部局横断で戦略的に連携し、飛躍する大分県の魅力を内外に効果的に情報発信する」、「政策と広報の連携を強化し、地方創生を実現するための政策の広報を重点的に行う」を掲げ、取り組んでいるが、戦略的広報を推進し地域間競争に打ち勝っていくためには、本県の認知度・好感度を更に向上させながら、各事業所属がブランドイメージを活用して事業に取り組む際に、この取組が各所属の事業の推進に寄与し、県産品の販売や県への訪問客数の増加などに結びつくよう、具体的な成果を意識して情報発信を行う必要がある。また、政策が県民等にどれだけ理解されているか把握していくことも重要である。

このため、県外向けの情報発信においては、市場調査によるターゲットの特定、ブランドを活用しながらの広報から販売促進の連動と効果判定、県内向け情報発信においては、施策がどれだけ浸透し理解されたかの把握・検証などに取り組み、効果を高める必要がある。

今回の監査においては、より効果的・効率的な情報発信の推進に資することを目的として、情報発信の目的を明確にし、媒体の特性に応じた選択を行っているか、タイムニングやわかりやすさ等に配慮しているか、効果の把握及び検証を行っているか、マネジメントをどのように行っているかなどの観点から検証を行った。多くの事業では、情報の受け手の明確化、わかりやすい表現の使用、受け手に配慮した媒体の選択、パブリシティの活用、メディアミックスの実施や連携による発信等、受け手を意識した情報発信等が行われていた。

一方で、情報発信の効果検証は、全庁的に行った事前調査対象事業の多くにおいて行われておらず、監査対象事業のうちの検証を行っている事業においても、情報発信の効果を直接測定できる指標を使用しているものは多くなかった。

また、マネジメントに関しては、広報委員会は、広報広聴活動の全庁的推進のため、広報計画やホームページの管理上の留意点等の周知徹底を行い、広報委員や広報幹事は所属する部局毎に広報研修会を開催しているとしているが、各事業担当所属において、ホームページの要領等の不徹底、研修実施に関する部局毎の温度差などがみられ、改善を要する事項がみられた。

今回の監査結果を踏まえ、以下、今後の情報発信において特に留意すべき事項について述べる。

- (1) 情報発信の有効性を高めるには、ターゲットとする受け手にタイムング良く発信するための計画が重要であり、情報発信においてもPDCAを意識した実行が必要である。
事業を計画する段階で、イベントの参加者募集のように受け手の反応が必要なものや制度の周知のように知らせることを目的とするものなど、カテゴリーの特性に応じて、効果的なタイムングで有効な情報発信が行えるように、情報発信についても計画に折り込んで取り組むべきである。

また、総じて情報発信に積極的に取り組んでいることは認められたが、その効果の把握・検証が不十分なものが多かった。予算やマンパワーの制限の中で、より高い効果を求めるには、費用対効果を念頭に、情報発信による成果を評価できるような指標と具体的な目標値の設定等により的確に検証することが重要である。

さらに、全庁的な取組として、県ホームページにおける各所属のアクセス数をフィードバックするなど検証が行える環境づくりを行ったり、媒体選択に当たっては最新の情報発信ツールであるSNSの活用についても検討するなど、本県の発信力を高めることも望まれる。

(2) 情報発信のマネジメントについては、広報広聴活動を全庁的に推進する広報委員会を中心に、各部署・所属に対する管理の徹底と積極的な支援が望まれる。このため、広報委員会は、調整機関としての役割にとどまらず、情報発信の改善等の議論を積極的に行うとともに、部署を横断する戦略的な情報発信計画を統括・検証するなど、推進組織として機能強化を図る必要がある。

また、各部署・所属に対して情報発信に関し積極的な助言を行うために、例えば、広報の専門家から情報発信についてのアドバイスを受けられる仕組みを作る等の体制の整備が望まれる。

さらに、各部署・所属においても、職員のスキルアップのための研修の拡充も求められる。

なお、今回の監査は、事前調査において回答があった事業の中から、46機関で実施する80の事業を抽出して実施した。情報発信を行う事業においては、本監査報告書で課題とした事項に該当するかどうか改めて検証し、当該事項に該当すると認められた際には、改善に向けた対策を講じられるよう、併せて望むものである。

【参考資料】

「平成27年度県政推進指針における特別枠予算「おおいた地方創生枠」の対象とする政策テーマ」

No.	政策テーマの項目	政策テーマ
1	人を大事にし、人を育てる	① 「子育て満足度日本一」の実現 ② 高齢者の元気づくりと地域包括ケアシステムの構築 ③ 障がい者の自立支援と就労促進 ④ 健康寿命の延伸 ⑤ 女性の活躍支援 ⑥ 学校・家庭・地域が連携した教育の充実
2	仕事をつくり、仕事を呼ぶ	① 農林水産業の構造改革と農商工連携の推進 ② 生産から販売まできめ細かな支援による中小企業の振興 ③ 商業・サービス産業の振興と観光・ツーリズムの展開 ④ 創業、起業の支援 ⑤ 企業誘致と産業集積のさらなる深化 ⑥ 新エネルギー産業の育成や東九州メカニカルハブ構想などの新産業の展開
3	地域を守り、地域を活性化	① 小規模集落対策や「ネットワーク・コミュニティ」の取組推進 ② 観光や芸術文化、スポーツイベントなどによる地域の活性化 ③ 豊かな自然環境や水環境の未来への継承 ④ 南海トラフ巨大地震や豪雨災害への備え

平成二十八年二月二十六日

大分県報（監査公表）

[監査結果集計表]

監査結果集計表 (1/5)

No.	事業名	情報発信のカテゴリ					情報発信の目的の明確化								媒体の特性に応じた選択			
		①補助金の公募	②等成金の募集・研究会・イベント・研修会・講習	③の参加者募集	④の周知・手続	⑤のお知らせ・相談窓口	⑥普及・啓発等	情報発信の計画項目								情報の受け手		
								媒体	情報への受け	内容	コスト	時期	冊子等の部数	効果測定方法	その他	高齢者	若者	その他
1	海外戦略推進事業	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	タイ、香港の政府関係者等
2	おおいた地域ブランドカアップ推進事業					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	関西、福岡在住者及び県民並びに首都圏メディア
3	国東半島芸術祭開催事業		○				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	20~30代の都市圏在住の女性等
4	県立美術館建設事業					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	一般県民
5	国際航空路線開設・定着化促進事業					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	ビジネスマン等
6	ツーリズム戦略総合対策事業	○				○												観光客、旅行会社
7	おんせん県子ステーションキャンペーン推進事業					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	旅行会社、県外観光客
8	国内圏域別誘客促進事業					○												女性
9	海外誘客促進事業					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	外国人（特に東アジア、東南アジア）
10	ふるさと大分帰帰推進事業		○		○													大分県への移住希望者等
11	福祉・介護人材確保対策事業	○	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	福祉・介護に関心のある方
12	ユニバーサルデザイン推進事業			○		○												すべての県民
13	小児救急医療体制整備推進事業					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	子育て中の親
14	看護職員就業・定着促進事業		○				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	離職中で就業を希望する保健師、助産師、看護師
15	不妊治療費助成事業（妊活推進啓発事業）					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	親世代、企業経営者等
16	不妊専門相談センター運営事業					○												不妊・不育に悩む方々
17	みんなで進める健康づくり事業			○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	企業、飲食店
18	高齢者の生きがいと健康づくり推進事業		○	○														一般県民
19	老人クラブ助成事業					○												
20	地域包括ケアシステム構築推進事業	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	医療・介護関係者、県民
21	みんなで子育てキャンペーン推進事業			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	子育て世代及び子育てを支援する住民
22	地域子育て支援拠点機能強化事業		○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	子育て中の親、市町村、（一般県民）
23	児童虐待防止緊急対策事業					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	県民
24	在宅重度障がい者住宅改造助成事業			○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	障がい者及び障がい者と同居する者
25	障がい者工賃向上計画推進事業			○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	官公庁、民間企業、個人等
26	自殺予防対策強化事業		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	県民
27	おおいたジオパーク推進事業					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	一般県民、地質愛好家
28	交通安全緊急対策事業		○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	交通事業者、飲食店等
29	ごみゼロおおいた作戦推進事業	○				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	県民
30	女性の就労総合支援事業		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	女性、企業、県民（働く人）
31	DVのない社会づくり推進事業		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	（啓発関係）県民 （研修関係）相談員、教師、生徒
32	海岸漂着物地域対策推進事業		○				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	海岸清掃イベントに興味のある方
33	県民安全・安心メール配信事業					○												県民、防災関係者
34	経営革新支援事業	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	県内の中小企業者、商工団体等支援機関等
35	おおいた創業促進事業		○			○												創業者及び創業希望者
36	地熱フル活用おおいた新活力創出事業					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	県内温泉関係者、農業者等
37	省エネルギー等導入総合支援事業	○	○		○													中小企業者等
38	科学技術振興事業		○			○												科学体験指導者、県内中小企業（若手技術者）、小学4~6年生及びその保護者
39	東九州地域医療産業拠点推進事業		○			○												県民全般、企業関係者
40	電磁力応用技術活用推進事業					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	企業、研究者、県民（県外を含む）

平成二十八年二月二十六日

大分県報（監査公表）

監査結果集計表（1/5）

No.	事業名	情報発信のカテゴリ					情報発信の目的の明確化							媒体の特性に応じた選択			
		①補助金の公募	②研究会・講習会・セミナー・講演会・参加者募集	③制度・周知の周知	④相談窓口の開設	⑤普及・啓発等	情報発信の計画項目							情報の受け手			
							媒体	情報の受け手	内容	コスト	時期	冊子等の部数	効果測定方法	その他	高齢者	若者	その他
41	情報産業振興事業	○	○	○													県内企業、IT技術者、IT関係の大学生・専門学校生
42	フラッグショップ活用推進事業					○	○	○	○	○	○	○					首都圏在住者（特に坐来利用者）
43	東アジアビジネス推進事業		○														県内の加工食品製造・販売業者
44	企業立地促進事業	○	○	○	○	○	○	○	○	○							県外企業、県内の誘致企業
45	ワーク・ライフ・バランス実践支援事業	○	○			○	○	○	○	○	○	○					経営者、人事労務担当者、県民
46	産業人材確保等支援事業		○			○	○	○	○	○		○					UIターン就職希望者や県内の中小企業
47	ジョブカフェおおい推進事業		○		○										○		
48	離職者等能力開発促進事業	○	○				○	○	○	○	○	○					求職申し込みを行っている離職者等
49	子育てママの仕事復帰応援事業			○	○												女性求職者等
50	世界農業遺産ブランド推進事業	○	○			○											県民全般
51	農地中間管理推進事業			○			○		○								農家
52	新規就農促進事業		○				○	○	○	○	○	○					新規就農希望者
53	企業等農業参入推進事業		○			○	○	○	○	○	○	○					農業参入に取り組む意向のある企業等
54	水田戦略作物生産力向上対策事業		○			○											農業者及び一般県民
55	THE・おおいブランド流通戦略推進事業					○	○	○	○	○	○	○					消費者
56	農林水産物輸出促進対策事業		○														県内の農林水産業関係企業等
57	大分の茶産地強化対策事業	○	○				○	○									茶生産者、一般消費者
58	おおい豊後牛流通総合対策事業		○			○	○	○	○	○							県内外の消費者等
59	農業農村多面的機能支払事業	○	○	○		○										○	農業関係者及び自治会員等
60	林業再生県産材利用促進事業	○				○											事業実施主体の条件を満たすもの
61	原木しいたけ再生回復緊急対策事業	○				○	○		○								一般消費者、飲食業関係者
62	森林づくりボランティア活動促進事業			○		○	○	○	○	○	○	○					県民
63	鳥獣被害総合対策事業		○			○			○		○						農林業者、農林関係行政・団体等、一般県民
64	県産魚販売総合力向上事業					○	○	○	○	○	○	○					栄養士（主に医療・福祉関係）、県民
65	水産資源管理実践支援事業					○	○	○	○	○	○	○					漁業者、水産物流通業者
66	県営都市公園里山利活用推進事業		○				○	○	○	○	○	○					NPO、小学生のいる家族等
67	高齢者・子育て世帯リフォーム支援事業	○		○	○		○	○	○	○	○				○		子育て世代
68	木造住宅耐震化促進事業	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○			○		昭和56年以前に建てられた木造戸建て住宅の所有者
69	いじめ・不登校等未然防止対策事業		○			○	○	○	○	○	○						県内の教職員・保護者・児童・生徒
70	いじめ・不登校解決支援事業			○	○	○	○	○	○	○	○						県内の教職員・保護者・児童・生徒
71	特別支援学校就労支援事業					○	○	○	○	○	○						企業主や人事担当者、県民
72	高校生就職力向上対策事業					○											県民
73	子ども科学体験推進事業		○			○	○	○	○	○	○	○					県内の小・中学生及び保護者
74	放課後・土曜学習支援事業					○											支援者となる県民や参加者となる子ども・保護者
75	まちなかアートギャラリー推進事業		○			○	○		○							○	一般県民
76	歴博特別展開催事業		○				○	○	○	○	○	○			○	○	一般県民
77	大分っ子体力向上推進事業	○	○	○		○	○	○	○	○	○						教職員、保護者及び生徒
78	学校防災教育推進事業					○	○	○	○			○					教職員、地域住民
79	地域生涯スポーツ振興事業					○	○	○	○	○	○						県民
80	高齢者交通事故防止対策推進事業			○											○	○	企業・団体
		19	41	24	21	54	56	52	52	45	45	38	21	4	17	17	

平成二十八年二月二十六日

大分県報（監査公表）

監査結果集計表（2/5）

		媒体の特性に応じた選択											
No.	事業名	情報発信に用いた媒体									パブリシティの活用状況		
		テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ	冊子・パンフレット	SNS	パブリシティ	その他	実施回数	掲載回数	掲載率
1	海外戦略推進事業					○	○	○	○	大使館、連携企業を通じて周知等	10	4	40.0%
2	おおいた地域ブランドカアップ推進事業	○		○		○	○	○	○		176	28	15.9%
3	国東半島芸術祭開催事業	○			○	○	○	○	○	屋外看板、羽田空港ポスター等	多数	363	
4	県立美術館建設事業	○	○	○	○	○	○	○	○	ラッピングバス等	多数	多数	
5	国際航空路線開設・定着化促進事業	○	○	○		○		○		雑誌	4	4	100.0%
6	ツーリズム戦略総合対策事業	○	○	○	○	○	○	○	○		多数	多数	
7	おんせん県デスティネーションキャンペーン推進事業			○	○	○	○	○	○		多数	多数	
8	国内圏域別誘客促進事業	○			○	○	○	○	○	旅行雑誌	多数	多数	
9	海外誘客促進事業			○		○	○	○	○	海外メディアやブロガーの招請	22	22	100.0%
10	ふるさと大分回帰推進事業			○	○	○	○	○	○		多数	25	
11	福祉・介護人材確保対策事業	○		○	○	○	○	○	○		1	0	0.0%
12	ユニバーサルデザイン推進事業	○				○	○		○		1	1	100.0%
13	小児救急医療体制整備推進事業					○	○				-	-	
14	看護職員就業・定着促進事業		○	○		○		○		情報誌広告掲載	-	-	
15	不妊治療費助成事業（妊活推進啓発事業）	○				○	○		○		1	1	100.0%
16	不妊専門相談センター運営事業	○			○	○	○				-	-	
17	みんなで進める健康づくり事業	○				○	○		○		1	1	100.0%
18	高齢者の生きがいと健康づくり推進事業	○	○	○	○	○	○		○		3	2	66.7%
19	老人クラブ助成事業					○	○		○		1	1	100.0%
20	地域包括ケアシステム構築推進事業	○		○	○	○	○		○		多数	13	
21	みんなで子育てキャンペーン推進事業	○	○			○	○		○		4	3	75.0%
22	地域子育て支援拠点機能強化事業	○	○	○	○	○	○		○	市町村等を通じた通知文書	2	2	100.0%
23	児童虐待防止緊急対策事業	○	○	○		○	○		○		3	0	0.0%
24	在宅重度障がい者住宅改造成事業				○	○				市町村説明会	-	-	
25	障がい者工賃向上計画推進事業					○	○		○	営業等	1	1	100.0%
26	自殺予防対策強化事業			○	○	○	○		○		4	4	100.0%
27	おおいたジオパーク推進事業				○	○	○		○	雑誌掲載	4	4	100.0%
28	交通安全緊急対策事業			○		○	○		○		1	1	100.0%
29	ごみゼロおおいた作戦推進事業		○	○	○	○	○	○	○		2	2	100.0%
30	女性の就労総合支援事業		○		○	○	○		○		2	2	100.0%
31	DVのない社会づくり推進事業			○	○	○	○		○		1	1	100.0%
32	海岸漂着物地域対策推進事業			○		○	○		○		2	2	100.0%
33	県民安全・安心メール配信事業		○	○	○	○	○				-	-	
34	経営革新支援事業		○			○	○		○		18	13	72.2%
35	おおいた創業促進事業			○		○	○	○	○		6	1	16.7%
36	地熱フル活用おおいた新活力創出事業	○									-	-	
37	省エネルギー等導入総合支援事業					○	○		○	省エネセミナーでの情報提供、企業訪問による情報提供	1	0	0.0%
38	科学技術振興事業					○	○		○	県工連ホームページ、メルマガ	3	3	100.0%
39	東九州地域医療産業拠点推進事業					○	○		○		4	4	100.0%
40	電磁力応用技術活用推進事業			○		○			○	展示会、メール	4	1	25.0%

平成二十八年二月二十六日

大分県報（監査公表）

監査結果集計表（2/5）

		媒体の特性に応じた選択											
No.	事業名	情報発信に用いた媒体									パブリシティの活用状況		
		テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ	冊子・パンフレット	SNS	パブリシティ	その他	実施回数	掲載回数	掲載率
41	情報産業振興事業			○		○	○		○	募集要項等	7	3	42.9%
42	フラッグショップ活用推進事業	○	○	○		○	○	○	○		102	102	100.0%
43	東アジアビジネス推進事業					○			○	メール	2	2	100.0%
44	企業立地促進事業			○		○	○		○	メルマガ	4	4	100.0%
45	ワーク・ライフ・バランス実践支援事業	○		○	○	○	○		○		2	2	100.0%
46	産業人材確保等支援事業	○	○	○	○	○	○		○		2	2	100.0%
47	ジョブカフェおおい推進事業	○	○	○	○	○	○				-	-	
48	離職者等能力開発促進事業					○	○				-	-	
49	子育てママの仕事復帰応援事業	○	○		○	○	○		○		2	2	100.0%
50	世界農業遺産ブランド推進事業	○	○		○	○	○		○	大分駅広告、認定市町村啓発看板等	6	6	100.0%
51	農地中間管理推進事業			○		○ (協議会)					-	-	
52	新規就農促進事業	○	○	○		○	○		○		4	4	100.0%
53	企業等農業参入推進事業	○				○	○		○		5	5	100.0%
54	水田戦略作物生産力向上対策事業			○		○	○		○		2	2	100.0%
55	The・おおいブランド流通戦略推進事業					○	○	○	○		10	10	100.0%
56	農林水産物輸出促進対策事業					○ (他課利用)			○	メーリングリスト、FAX	2	1	50.0%
57	大分の茶産地強化対策事業						○		○		3	3	100.0%
58	おおい豊後牛流通総合対策事業	○				○	○	○			-	-	
59	農業農村多面的機能支払事業					○	○		○		2	2	100.0%
60	林業再生県産材利用促進事業					○				会議や普及員による案内	-	-	
61	原木しいたけ再生回復緊急対策事業	○	○	○	○	○ (協議会)	○		○		21	16	76.2%
62	森林づくりボランティア活動促進事業			○		○	○				-	-	
63	鳥獣被害総合対策事業	○				○	○		○		3	2	66.7%
64	県産魚販売総合力向上事業					○	○		○		1	1	100.0%
65	水産資源管理実践支援事業					○	○				-	-	
66	県営都市公園里山利活用推進事業		○	○		○	○		○	電話等	1	0	0.0%
67	高齢者・子育て世帯リフォーム支援事業		○	○	○	○	○				-	-	
68	木造住宅耐震化促進事業	○	○	○	○	○	○		○		1	1	100.0%
69	いじめ・不登校等未然防止対策事業	○		○	○	○	○		○		1	1	100.0%
70	いじめ・不登校解決支援事業	○			○	○	○		○		3	3	100.0%
71	特別支援学校就労支援事業	○					○		○	大分商工会議所会報	2	1	50.0%
72	高校生就職力向上対策事業					○	○		○		1	1	100.0%
73	子ども科学体験推進事業	○				○	○		○		8	8	100.0%
74	放課後・土曜学習支援事業	○			○	○	○		○		1	1	100.0%
75	まちなかアートギャラリー推進事業	○	○	○	○	○	○	○	○		2	1	50.0%
76	歴博特別展開催事業	○	○	○	○	○	○		○		1	1	100.0%
77	大分っ子体力向上推進事業	○			○	○	○				-	-	
78	学校防災教育推進事業					○	○		○	口コミ、通知文書	2	2	100.0%
79	地域生涯スポーツ振興事業	○				○	○		○		3	2	66.7%
80	高齢者交通事故防止対策推進事業					○	○	○	○	動画コンテンツ	2	1	50.0%
		38	24	38	32	76	67	17	65	24	490	300	61.2%

主に県外向けのパブリシティを100回以上行っていた2事業を除く記事掲載率		
実施回数	掲載回数	掲載率
212	170	80.2%

監査結果集計表（3/5）

No.	事業名	タイミングやわかりやすさ等の配慮						関係機関・団体等との連携						
		タイミングを考慮し計画的に発信	わかりやすい表現	専門用語を解説・置き換え	画像や図表を用いる	ホームページ更新回数	情報にアクセスしやすくなるためのホームページの分類※1に、適切に登録を行っていない。	他の媒体での情報発信に際して、ホームページへの誘導が行われていない。	連携の有無	連携先ホームページでの情報発信	パンフレット、冊子等の設置	関係機関等での会員への周知	その他	課題
1	海外戦略推進事業	○	○	○	○	15	○		あり	○	○	○	○	
2	おおい地域ブランドカアップ推進事業	○	○	○	○	適宜更新			あり	○	○		○	○
3	国東半島芸術祭開催事業	○	○	○	○	適宜更新	※2		あり	○	○	○		
4	県立美術館建設事業	○	○	○	○	10回以上			あり	○	○			
5	国際航空路線開設・定着化促進事業	○	○		○	12	※2	○	あり	○				
6	ツーリズム戦略総合対策事業		○	○	○	適宜更新			あり	○	○	○		○
7	おんせん県デスティネーションキャンペーン推進事業	○	○	○	○	適宜更新			あり	○	○	○		
8	国内圏域別誘客促進事業		○		○	適宜更新			あり	○	○		○	○
9	海外誘客促進事業	○	○		○	適宜更新			あり	○	○	○		○
10	ふるさと大分帰郷推進事業		○		○	266			あり	○	○		○	○
11	福祉・介護人材確保対策事業	○	○		○	1		○	あり		○	○	○	
12	ユニバーサルデザイン推進事業		○		○	適宜更新			あり		○			○
13	小児救急医療体制整備推進事業		○	○	○	12			あり		○	○		○
14	看護職員就業・定着促進事業	○	○	○	○	0	※2	○	あり	○		○		○
15	不妊治療費助成事業（妊活推進啓発事業）		○	○	○	6			あり	○	○	○	○	○
16	不妊専門相談センター運営事業		○	○	○	3			あり	○	○			○
17	みんなで進める健康づくり事業		○	○	○	1	○		あり	○	○	○	○	○
18	高齢者の生きがいと健康づくり推進事業		○			6	○	○	あり	○	○	○	○	
19	老人クラブ助成事業		○	○	○	12			あり	○	○	○		○
20	地域包括ケアシステム構築推進事業	○	○	○	○	年1~2回			あり	○	○	○		○
21	みんなで子育てキャンペーン推進事業	○	○	○	○	27			あり	○	○	○	○	○
22	地域子育て支援拠点機能強化事業	○	○	○	○	適宜更新			あり	○	○	○		
23	児童虐待防止緊急対策事業	○	○	○	○	1		○	あり	○	○		○	○
24	在宅重度障がい者住宅改造成績事業				○	1	○	○	あり	○			○	○
25	障がい者工賃向上計画推進事業		○		○	5回以上			あり				○	
26	自殺予防対策強化事業	○	○		○	3	○		あり		○	○		
27	おおいたジオパーク推進事業		○	○	○	4		○	あり	○	○		○	○
28	交通安全緊急対策事業		○		○	2		○	あり		○	○		○
29	ごみゼロおおいた作戦推進事業	○	○	○	○	5			あり	○	○	○		○
30	女性の就労総合支援事業	○	○	○	○	93		○	あり	○	○	○		○
31	DVのない社会づくり推進事業		○	○	○	0			あり	○	○			○
32	海岸漂着物地域対策推進事業	○	○		○	6		○	あり	○	○	○		○
33	県民安全・安心メール配信事業	○	○	○	○	0			あり	○	○		○	○
34	経営革新支援事業		○	○	○	12			あり	○	○	○	○	○
35	おおいた創業促進事業		○			6			あり		○			○
36	地熱フル活用おおいた新活力創出事業					-	※3	※3	なし					
37	省エネルギー等導入総合支援事業	○	○			2	○		あり			○	○	○
38	科学技術振興事業		○	○	○	6			あり	○		○	○	○
39	東九州地域医療産業拠点推進事業		○	○	○	適宜更新		○	あり	○		○		○
40	電磁力応用技術活用推進事業		○			9	○		あり				○	○

No.	事業名	タイミングやわかりやすさ等の配慮						関係機関・団体等との連携						
		タイミングを考慮し計画的に発信	わかりやすい表現	専門用語を解説・置き換え	画像や図表を用いる	ホームページ更新回数	情報にアクセスしやすくなるためのホームページの分類※1に、適切に登録を行っていない。	他の媒体での情報発信に際して、ホームページへの誘導が行われていない。	連携の有無	連携先ホームページでの情報発信	パンフレット、冊子等の設置	関係機関等での会員への周知	その他	課題
41	情報産業振興事業	○	○	○	○	8			あり	○		○	○	○
42	フラッグシップ活用推進事業		○		○	12			あり	○				
43	東アジアビジネス推進事業		○			13			あり	○		○		
44	企業立地促進事業		○	○	○	適宜更新			なし					
45	ワーク・ライフ・バランス実践支援事業		○		○	4			あり	○	○	○		
46	産業人材確保等支援事業	○	○		○	12	○		あり	○	○	○	○	○
47	ジョブカフェおおい推進事業	○	○		○	12			あり	○	○	○	○	○
48	離職者等能力開発促進事業		○		○	18		○	あり	○	○		○	
49	子育てママの仕事復帰応援事業		○		○	6	○		あり		○			
50	世界農業遺産ブランド推進事業		○	○	○	50	○		あり	○	○			
51	農地中間管理推進事業		○	○	○	-	※4		あり	○	○			○
52	新規就農促進事業	○	○	○	○	16			あり	○	○	○		○
53	企業等農業参入推進事業		○		○	4			あり		○			○
54	水田戦略作物生産力向上対策事業	○	○	○	○	適宜更新			あり	○	○	○		○
55	Th e・おおいブランド流通戦略推進事業	○	○	○	○	24~48回/年			あり	○	○			○
56	農林水産物輸出促進対策事業		○			0	※4	○	あり	○		○		
57	大分の茶産地強化対策事業		○			-	※3	※3	あり			○		
58	おおい豊後牛流通総合対策事業	○		○	○	5	○		あり	○	○	○		
59	農業農村多面的機能支払事業		○			1	○		あり	○	○	○		○
60	林業再生県産材利用促進事業		○			0			あり			○		
61	原木しいたけ再生回復緊急対策事業		○	○	○	-	※4		あり	○	○			○
62	森林づくりボランティア活動促進事業		○		○	120	○		あり		○			
63	鳥獣被害総合対策事業		○			2	○	○	あり		○	○		
64	県産魚販売総合力向上事業		○		○	0	○	○	あり	○	○	○		
65	水産資源管理実践支援事業		○		○	-	※3	※3	あり		○		○	
66	県営都市公園里山利活用推進事業		○		○	5			あり				○	○
67	高齢者・子育て世帯リフォーム支援事業		○		○	1		○	あり		○		○	
68	木造住宅耐震化促進事業	○	○		○	1	○	○	あり		○		○	○
69	いじめ・不登校等未然防止対策事業	○	○	○	○	50			あり	○		○		○
70	いじめ・不登校解決支援事業	○	○	○	○	50			あり	○		○		○
71	特別支援学校就労支援事業		○		○	-		※3	あり		○	○		○
72	高校生就職力向上対策事業		○			1			○					○
73	子ども科学体験推進事業	○	○	○	○	150			あり		○			
74	放課後・土曜学習支援事業		○		○	2			○	あり		○		○
75	まちなかアートギャラリー推進事業	○			○	9			あり		○	○		○
76	歴博特別展開催事業		○		○	0			あり		○			
77	大分っ子体力向上推進事業		○			1		○	あり				○	
78	学校防災教育推進事業		○		○	1			あり				○	
79	地域生涯スポーツ振興事業		○		○	1			あり		○	○		○
80	高齢者交通事故防止対策推進事業		○	○	○	13			あり				○	○
		31	76	35	67		16	20		49	56	43	28	48

- ※1 知事部局のホームページは、平成27年3月に改修され、情報にアクセスしやすくするための分類をトップページに配置した。
- ※2 監査時点で事業が終了しており、事業に関する記事が削除されていたもの
- ※3 ホームページの活用を行っていないもの
- ※4 協議会等のホームページを活用し発信しているため、分類への登録を行っていないもの

あり
77
なし
3

監査結果集計表(4/5)

No.	事業名	把握の有無	情報発信の効果等の把握と検証				改善の有無	費用対効果の有無	委託の有無 発信による情報
			効果の把握						
			指標	把握方法	目標値	効果状況の達成			
1	海外戦略推進事業	あり	プロモーションへの参加者数	プロモーション当日の確認	タイ：100人程度、香港：50人程度	タイ：160人、香港：50人程度×2回	なし	あり	あり
2	おおい地域ブランドカアップ推進事業	あり	広告換算費用	メディアが記事にした情報の集計	12億円(27年度まで)	・16億円超(26年度末まで) (地域ブランド調査ランキング22位)	あり	あり	あり
3	国東半島芸術祭開催事業	あり	来場者数	スタッフによる実数のカウント	30,000人	60,028人	なし	あり	あり
4	県立美術館建設事業	あり	来場者数	入口カウンターにて計測	年間50万人(27年度)	40万人(27年9月2日現在)	なし	なし	あり
5	国際航空路線開設・定着化促進事業	あり	大分空港国際線利用客数	大分航空ターミナルからの実績報告	18,000人	36,145人	なし	なし	あり
6	ツーリズム戦略総合対策事業	あり	県内宿泊客数	観光庁「宿泊旅行統計」	平成26年度517万人	平成26年度519万人	あり	なし	あり
7	おんせん県ステーションキャンペーン推進事業	あり	期間中の宿泊客・日帰り客数、経済波及効果	観光庁「宿泊旅行統計調査」等の数値を元に産業連関表等を使用して経済波及効果を算出	平成27年7月～9月の観光客数が対前年比115%、経済波及効果100億円	平成27年7月～9月の宿泊客109.1%、観光施設入場者数126.0%、経済波及効果133億円	なし	あり	あり
8	国内圏別誘客促進事業	あり	観光入込客数、県内宿泊客数、外国人宿泊客数、グリーンツーリズム宿泊客数	大分県観光統計調査等	観光入込客数1,900万人 県内宿泊客数520万人	観光入込客数1,500万人 県内宿泊客数575万人	あり	なし	あり
9	海外誘客促進事業	あり	県内宿泊客数	観光庁「宿泊旅行統計」	外国人観光客宿泊数H26年度380,000人	外国人観光客宿泊数H26年度385,110人	あり	あり	あり
10	ふるさと大分回帰推進事業	あり	大分暮らしホームページの訪問回数	アクセス解析	サイト訪問回数(延べ人数)100,000人	サイト訪問回数(延べ人数)175,244人	あり	あり	あり
11	福祉・介護人材確保対策事業	あり	告知に使用した媒体による参加者数	就職フェア参加者に対してアンケート(年齢層や情報の入手経路)を実施	なし	なし	あり	あり	あり
12	ユニバーサルデザイン推進事業	あり	ユニバーサルデザイン認知率	県政モニターアンケート	平成31年度認知率 76.6%	平成26年度認知率 53.1%	あり	なし	なし
13	小児救急医療体制整備推進事業	なし					なし	なし	なし
14	看護職員就業・定着促進事業	なし					なし	なし	あり
15	不妊治療費助成事業(妊活推進啓発事業)	なし					なし	なし	あり
16	不妊専門相談センター運営事業	あり	検索キーワードからのアクセス数	ブログツールによる計測	なし	なし	あり	なし	なし
17	みんなで進める健康づくり事業	なし					なし	なし	あり
18	高齢者の生きがいと健康づくり推進事業	あり	豊の国わんりんピック参加者数	県社会福祉協議会から入手	目標値5,700名及び毎年100名以上の参加者の増加	概ね達成実績 5,498名	あり	なし	なし
19	老人クラブ助成事業	あり	老人クラブ会員数	年度末に各市町村から報告させている。	平成26年度：加入率 全国17位	平成26年度実績：全国19位	あり	なし	なし
20	地域包括ケアシステム構築推進事業	あり	研修会参加者数	研修会参加者数を集計	定員数	達成(100%)	あり	あり	なし
21	みんなで子育てキャンペーン推進事業	あり	子育て満足度日本に向けた総合的な評価	複数の調査結果に基づき総合的な達成率を把握	全国5位以内	平成27年度に県民意識調査を実施予定	なし	なし	あり
22	地域子育て支援拠点機能強化事業	あり	ホームページ「子育てのタネ」アクセス件数	広報広聴課による確認	70,000件	達成	あり	なし	あり
23	児童虐待防止緊急対策事業	なし					なし	なし	あり
24	在宅重度障がい者住宅改造成助成事業	なし					なし	なし	なし
25	障がい者工賃向上計画推進事業	なし					なし	なし	あり
26	自殺予防対策強化事業	あり	告知に使用した媒体による参加者数	講演会の参加者アンケートにより情報の入手経路を尋ねる。	講演会は300名の定員を予定	ほぼ目標どおりの参加者(参加者280名)	あり	なし	あり
27	おおいのジオパーク推進事業	なし					あり	なし	あり
28	交通安全緊急対策事業	あり	運転免許自主返納数、運転経歴証明書の発行数	大分県警察本部運転免許課への聞き込み調査	・運転免許自主返納比率 ・65歳以上免許所有者の10%程度 ・運転経歴証明書の発行比率 ：運転免許自主返納者の50%程度	・運転免許自主返納比率 ・26年度は1%にとどまっている ・運転経歴証明書の発行比率 ：26年度は45%にとどまっている	あり	なし	なし
29	ごみゼロおおい作戦推進事業	あり	告知に使用した媒体による応募数や参加者数	実際に申し込みや参加があった数での把握	・ごみゼロ一斉大行動の参加者数 367,500 ・キャンドルナイト参加事業所数 2,765 等	・ごみゼロ一斉大行動の参加者数 354,556 ・キャンドルナイト参加事業所数 2,765 等	なし	なし	なし
30	女性の就労総合支援事業	あり	各種研修会等における告知媒体からの参加者数	・講演会の参加者アンケートにより情報の入手経路を尋ねる。 ・託児サービスの申込者に情報の入手経路を尋ねる。	研修会の定員は200名であるが、特に目標値は定めていない	情報発信の成果による参加者数は約7割	あり	なし	あり
31	DVのない社会づくり推進事業	なし					なし	なし	なし
32	海岸漂着物地域対策推進事業	あり	イベント参加者数	会場での集計	300人	参加者は約400人であり達成している	なし	なし	あり
33	県民安全・安心メール配信事業	あり	登録者数	管理者権限WEBページによる確認	30,000人	22,251人(27年3月末現在)	あり	なし	なし
34	経営革新支援事業	あり	経営革新に関する相談件数及び承認件数	担当者による件数の把握	・相談件数112件 (事務事業評価活動指数) ・承認案件738件 (長期総合計画成果目標)	・相談件数148件 (目標値対比131.3%) ・承認案件771件 (目標値対比104.8%)	あり	なし	なし
35	おおい創業促進事業	あり	・おおい創業セミナー参加者数 ・学生企業家育成講座参加者数	セミナー等の開催当日に参加者をカウント	・おおい創業セミナー 150名 ・学生企業家育成講座参加者数 50名	・おおい創業セミナー 120名 ・学生企業家育成講座参加者数 41名	あり	なし	あり
36	地熱フル活用おおい新活力創出事業	なし					なし	なし	なし
37	省エネルギー等導入総合支援事業	あり	補助金申請件数	事業計画書の申請件数と比較	事業計画では5件採択を予定	1次募集、2次募集合わせて16件の申請あり。うち9件が採択	なし	なし	なし
38	科学技術振興事業	あり	参加者数	申込人数	定員(未承認30名、サイエンスファクトリー-244名)	申込人数はいずれも目標を上回っていた(当日欠席あり)	あり	あり	なし
39	東九州地域医療産業拠点推進事業	あり	東九州メディカルバレー構想推進大会の来場者数	出席者のカウント	150名程度の来場	毎年目標値程度の来場者数を維持している。	なし	なし	なし
40	電磁応用技術活用推進事業	あり	電磁応用技術研究会参加企業数	参加企業数の増減	前年度比増加	達成(1社増加)	なし	なし	なし

平成二十八年二月二十六日

大分県報(監査公表)

No.	事業名	把握の有無	情報発信の効果等の把握と検証				改善の有無	検証の有無 費用対効果の	委託による情報 発信の有無
			指標	把握方法	目標値	効果の達成			
41	情報産業振興事業	あり	告知に使用した媒体等による参加者数	参加者アンケートにより情報の入手経路を尋ねる。	・IT人材塾塾生40名程度・ITフェアの来場者400名 ・公的認証募集事業者数：5者	情報発信の効果に限っての参加者の目標値は設定していない	あり	なし	あり
42	フラッグショップ活用推進事業	あり	パブリシティの件数や「坐来」を活用したイベント回数	・マスコミなどへの情報掲載回数 ・年間実績	・年間125件 ・年間20件	・年間102件 ・年間20件	あり	なし	あり
43	東アジアビジネス推進事業	なし					なし	なし	なし
44	企業立地促進事業	なし					なし	なし	なし
45	ワーク・ライフ・バランス実践支援事業	あり	告知に使用した媒体による参加者数	講演会当日、アンケートにより情報の入手経路を尋ねる。	定員200人全員の参加	180人の参加	なし	あり	なし
46	産業界人材確保等支援事業	あり	告知に使用した媒体による相談者数	相談時とおいた産業界財センターに新規登録する際の媒体調査	年間新規登録者160人/年	新規登録者187人	あり	なし	なし
47	ジョブカフェおおい推進事業	あり	告知に使用した媒体による来所者数	来所し新規登録する際に媒体調査を実施	なし	なし	あり	なし	なし
48	離職者等能力開発促進事業	あり	委託訓練応募者数	提出された入校願書数	1,429人（開催された訓練の募集定員）	1,952人	あり	なし	なし
49	子育てママの仕事復帰応援事業	あり	就業体験者数	委託業者の実施報告	139人	111人	あり	なし	あり
50	世界農業遺産ブランド推進事業	あり	県内における世界農業遺産の認知度	インターネットによるアンケート調査	60%（平成35年度）	28.9%（平成26年度末）	あり	なし	あり
51	農地中間管理推進事業	あり	借り受けを希望する農地面積	申請面積の集計	2,000ha	2,093ha	なし	なし	なし
52	新規就農促進事業	あり	告知に使用した媒体による参加者数	イベント参加者へのアンケート	256名	230名	あり	なし	あり
53	企業等農業参入推進事業	あり	農業参入セミナー参加者数	セミナー開催当日の出席確認	大分35名、福岡40名	大分27名、福岡54名	あり	あり	なし
54	水田戦略作物生産力向上対策事業	あり	イベント参加者数	イベントでの把握	350人	350人超	あり	なし	あり
55	The. おおいブランド流通戦略推進事業	あり	ホームページPV数	アクセス解析	205,000pv数/年	277,241pv数/年	あり	なし	あり
56	農林水産物輸出促進対策事業	なし					なし	なし	なし
57	大分の茶産地強化対策事業	なし					なし	なし	なし
58	おおい豊後牛流通総合対策事業	なし					なし	なし	なし
59	農業農村多面的機能支払事業	あり	事業の取組面積	市町村からの申請状況の集計	22,000ha	20,514ha	あり	なし	なし
60	林業再生県産材利用促進事業	なし					なし	なし	なし
61	原木しいたけ再生回復緊急対策事業	なし					なし	なし	あり
62	森林づくりボランティア活動促進事業	あり	森林ボランティア参加目標数	森林ボランティア参加実績	12,300人（平成26年度）	12,902人であり達成している	あり	なし	あり
63	鳥獣被害総合対策事業	あり	研修会受講者数	受講の確認	アドバイザー養成研修80名/回（年6回）、ハンター対策研修100名/回（年1回）、ハンター対策研修（スキルアップセミナー）20名/回（年1回）	ほぼ達成している	なし	なし	あり
64	県産魚販売総合力向上事業	なし					なし	なし	あり
65	水産資源管理実践支援事業	あり	市場、鮮魚販売店（スーパー等）の取り扱った魚介類	立ち入り調査による確認	公的規制や資源管理の取組の漁獲規制（体長制限）違反数0件	調査店舗 42件 調査魚数 356尾 違反数 0件	なし	あり	なし
66	県営都市公園里山利活用推進事業	あり	告知に使用した媒体による申込総数	参加者アンケートにより情報の入手経路を尋ねる。	定員300人 ※すべての申込が情報発信の効果によるものと見込む	定員300人に対し、申込総数は489人	あり	あり	あり
67	高齢者・子育て世帯リフォーム支援事業	なし					なし	なし	なし
68	木造住宅耐震化促進事業	なし					なし	なし	なし
69	いじめ・不登校等未然防止対策事業	なし					あり	なし	なし
70	いじめ・不登校解決支援事業	なし					なし	なし	なし
71	特別支援学校就労支援事業	なし					あり	なし	なし
72	高校生就職力向上対策事業	なし					なし	なし	なし
73	子ども科学体験推進事業	あり	講座への参加者数	参加者へのアンケートにより、講座の情報の入手経路を尋ねる。	児童利用者数2,000人	児童利用者数は、2,530人 目標値を上回っている	あり	あり	あり
74	放課後・土曜学習支援事業	あり	実施率（実施学校数/全学校数）等	市町村担当者からの報告書	・放課後チャレンジ教室の実施率：（小学校）94% ・土曜教室の実施率：（小学校）79%、（中学校）17%	・放課後チャレンジ教室の実施率：（小学校）85% ・土曜教室の実施率：（小学校）68%、（中学校）21%	あり	なし	なし
75	まちなかアートギャラリー推進事業	なし					なし	なし	あり
76	歴博特別展開催事業	あり	告知に使用した媒体による入館者数	特別入館者について、入館者対象のアンケートにより情報の入手経路を尋ねる。	・8,000人の来館者 このうち情報発信の効果による参加者を5割程度見込む	・7,355人 ・情報発信の効果による参加者65.58%	あり	なし	なし
77	大分っ子体力向上推進事業	なし					なし	なし	なし
78	学校防災教育推進事業	あり	事例集の活用	全校調査	設定せず	公立学校の57%がホームページに掲載した「防災教育実践事例集」を開発	あり	なし	なし
79	地域生涯スポーツ振興事業	あり	総合型クラブの会員数	文部科学省の調査に合わせて実施	平成36年度の会員数20,000人（平成27年度の会員数16,700人）	平成27年度の会員数16,866人	あり	なし	なし
80	高齢者交通事故防止対策推進事業	なし					なし	なし	あり

あり
53
なし
27

検証あり
43
検証なし (目標値なし)
5
検証なし (評価時期未到来)
5

あり (検証後)	あり	あり
30	14	38
あり (検証なし)	なし	なし
11	66	42
なし		
39		

監査結果集計表（5/5）

No.	事業名	カテゴリー別の状況 事後の情報発信を行っている。	情報発信に関するマネジメント							研修の実施 各所属で研修に参加していない職員に対して研修資料を回付し周知している。
			ホームページの管理							
			ホームページ管理要領などの認識の有無	ホームページ管理者の設置の認識の有無	所属長の決裁、確認が行われていない。	終了したイベント等の情報が削除されていない。	更新すべき情報が更新されていない。	リンク切れチェックが行われていない。	冒頭の解説もなく「表」や「画像」、「添付ファイルのみ」などで記事が構成されている。	
1	海外戦略推進事業	○	あり	なし	○					○
2	おおいた地域ブランドカアップ推進事業	○	あり	あり						
3	国東半島芸術祭開催事業	○	あり	あり						○
4	県立美術館建設事業	○	あり	あり		○		○		○
5	国際航空路線開設・定着化促進事業		あり	あり	○					○
6	ツーリズム戦略総合対策事業		なし	あり						
7	おんせん県ドスティケーションキャンペーン推進事業	○	あり	あり						
8	国内圏別誘客促進事業	○	あり	あり						
9	海外誘客促進事業	○	あり	あり						
10	ふるさと大分帰帰推進事業	○	あり	あり				○		
11	福祉・介護人材確保対策事業		あり	なし	○					○
12	ユニバーサルデザイン推進事業		あり	あり	○					○
13	小児救急医療体制整備推進事業		あり	あり						
14	看護職員就業・定着促進事業		あり	あり						
15	不妊治療費助成事業（妊活推進啓発事業）	○	あり	なし						○
16	不妊専門相談センター運営事業	○	あり	なし						○
17	みんなで進める健康づくり事業	○	あり	なし				○		○
18	高齢者の生きがいと健康づくり推進事業	○	あり	あり						
19	老人クラブ助成事業	○	あり	あり						
20	地域包括ケアシステム構築推進事業	○	あり	なし						
21	みんなで子育てキャンペーン推進事業	○	あり	あり						○
22	地域子育て支援拠点機能強化事業	○	あり	あり						○
23	児童虐待防止緊急対策事業	○	あり	あり						○
24	在宅重度障がい者住宅改造成事業		あり	あり						○
25	障がい者工賃向上計画推進事業	○	なし	あり	○					○
26	自殺予防対策強化事業		あり	あり						○
27	おおいたジオパーク推進事業	○	あり	あり						
28	交通安全緊急対策事業	○	あり	あり						○
29	ごみゼロおおいた作戦推進事業	○	あり	あり		○		○		
30	女性の就労総合支援事業	○	なし	あり		○		○	○	○
31	DVのない社会づくり推進事業		なし	あり						
32	海岸漂着物地域対策推進事業	○	あり	なし						
33	県民安全・安心メール配信事業		あり	なし						○
34	経営革新支援事業	○	あり	なし						○
35	おおいた創業促進事業		あり	なし						○
36	地熱フル活用おおいた新活力創出事業		あり	あり						○
37	省エネルギー等導入総合支援事業	○	あり	あり						○
38	科学技術振興事業	○	あり	なし		○		○		○
39	東九州地域医療産業拠点推進事業	○	あり	あり						○
40	電磁力応用技術活用推進事業	○	あり	あり		○		○		○

平成二十八年二月二十六日

大分県報（監査公表）

監査結果集計表（5/5）

		カテゴリー別の状況	情報発信に関するマネジメント							
			ホームページの管理						研修の実施	
No.	事業名	事後の情報発信を行っている。	ホームページ管理要領などの認識の有無	ホームページ管理担当者の設置の認識の有無	所属長の決裁、確認が行われていない。	終了したイベント等の情報が削除されていない。	更新すべき情報が更新されていない。	リンク切れチェックが行われていない。	冒頭の解説もなく「表」や「画像」、「添付ファイルのみ」などで記事が構成されている。	各所属で研修に参加していない職員に対して研修資料を回付し周知している。
41	情報産業振興事業	○	あり	あり						
42	フラッグシップ活用推進事業	○	あり	あり						
43	東アジアビジネス推進事業		あり	あり						
44	企業立地促進事業		あり	あり	○					○
45	ワーク・ライフ・バランス実践支援事業	○	あり	あり						
46	産業人材確保等支援事業		なし	あり	○					
47	ジョブカフェおおい推進事業		なし	あり					○	
48	離職者等能力開発促進事業		あり	あり				○		○
49	子育てママの仕事復帰応援事業		あり	あり						
50	世界農業遺産ブランド推進事業	○	なし	なし	○	○				
51	農地中間管理推進事業		あり	あり						
52	新規就農促進事業		あり	あり						
53	企業等農業参入推進事業	○	あり	あり						
54	水田戦略作物生産力向上対策事業	○	なし	なし						○
55	The・おおいブランド流通戦略推進事業	○	あり	あり		○				○
56	農林水産物輸出促進対策事業		あり	あり						○
57	大分の茶産地強化対策事業	○	なし	あり						○
58	おおい豊後牛流通総合対策事業	○	なし	あり						
59	農業農村多面的機能支払事業	○	なし	あり			○			○
60	林業再生県産材利用促進事業		あり	なし						
61	原木しいたけ再生回復緊急対策事業		なし	あり						○
62	森林づくりボランティア活動促進事業	○	あり	あり						
63	鳥獣被害総合対策事業	○	あり	あり						
64	県産魚販売総合力向上事業	○	あり	なし						○
65	水産資源管理実践支援事業		あり	なし						
66	県営都市公園里山利活用推進事業	○	あり	なし						
67	高齢者・子育て世帯リフォーム支援事業		なし	なし	○					
68	木造住宅耐震化促進事業		あり	なし	○					
69	いじめ・不登校等未然防止対策事業	○	あり							○
70	いじめ・不登校解決支援事業	○	あり							○
71	特別支援学校就労支援事業		あり							○
72	高校生就職力向上対策事業		あり							○
73	子ども科学体験推進事業	○	あり							○
74	放課後・土曜学習支援事業	○	あり			○				○
75	まちなかアートギャラリー推進事業		あり			○				○
76	歴博特別展開催事業		あり					○		○
77	大分っ子体力向上推進事業	○	あり						○	○
78	学校防災教育推進事業	○	あり							○
79	地域生涯スポーツ振興事業	○	あり							○
80	高齢者交通事故防止対策推進事業	○	あり	あり						○
		50			10	9	2	9	3	46

あり	あり
67	50
なし	なし
0	0

※ 教育庁では、所属内にホームページ管理担当者の設置はなく、教育改革・企画課において管理している。

【個別監査結果表】

監査対象事業名		No.1 海外戦略推進事業				
監査対象機関	国際政策課	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカタチ	○	○	○	○	○	○
事業費及び情報発信に充てた経費	7,887	委託料	6,765	支出内容(千円)		
	6,765	金額	7,452千円(うち情報発信に係るもの6,765千円)			
	うち情報発信に充てた経費(千円)	内容	動画作成費 1,892			
		プロモーション経費 4,872				
		委託の有無	あり			
		農林水産物・加工品等を海外へPRするとともに、海外から大分県への観光客誘致を図り、海外の活力を取り込む。				
		プロモーション参加者の増加を図る。				
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的	発信内容	○	効果測定の方法	-	-
	(2) 情報発信の目的	対象	○	部	数(印刷の場合)	-
	(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	媒体	○	コスト	○	-
		時期	○	その他必要な事項		-
		項目がない理由				
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	高齢者	若者	その他		
	(2) ハパ・マガ	テレビ	ラジオ	新聞	タイ	香港の政府関係者等
		冊子・マガ・ハパ・マガ	ハパ・マガ	大使館、連携企業を通じて周知等	ホーム	ハパ・マガ SNS
		実施回数	10回	記事掲載回数	活用なし	4回
3 情報発信のタイムラインやリンクやわかりやすさ等	(1) マガで考慮している点					
	(2) わかりやすく伝える工夫					
	(3) たどり着きやすくする工夫					
	(4) 事後の発信					
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無					
	(2) 課題					
5 情報発信の効果の把握・検証	指標	指標	指標	指標		
	把握方法	把握方法	把握方法	把握方法		
	効果の達成状況	効果の達成	効果の達成	効果の達成		
	改善あり	改善あり	改善あり	改善あり		
	改善なし	改善なし	改善なし	改善なし		
6 ホム・マガの管理等	(1) ホム・マガの活用	更新回数	15回			
	(2) ホム・マガの更新状況					
	(3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理					

注) 「2 情報発信の受け手と媒体 (3) 県ブランドの活用」における「県ブランド」とは、「おんせん県おんいた」としての統一イメージや、世界ブランド(世界農業遺産)、地域ブランド(日本ジオパーク)などを指す。

監査結果表

監査対象事業名	No.2 おおいた地域ブランド力アップ推進事業		
監査対象機関	広報広聴課	イベント・研修	制度周知
情報発信のカタコリ	補助・助成	相談	普及・啓蒙
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	94,189	委託料 92,074
	うち情報発信に充てた経費(千円)	92,074	支出内容(千円)
1 情報発信の目的	委託の有無	金額	92,074千円(うち情報発信に係るもの92,074千円)
	内容	テレビCM製作・放送料	51,666 新聞広告費
2 情報発信の受け手と媒体	情報発信の目的	対象	高齢者
	媒体	テレビ	ラジオ
3 情報発信のタイミングやわかりやすさ等	実施回数	176回	記事掲載回数
	活用状況	活用あり	活用なし
4 関係機関・団体との連携等	(1)連携の有無	あり	連携先ホムページでの情報発信
	(2)課題	あり	連携先ホムページでの情報発信
5 情報発信の効果の把握・検証等	効果の達成	16億円超(26年度末まで)	効果の達成
	状況	把握している	把握していない理由
6 ホムページの管理等	更新回数	更新あり	更新なし
	適宜更新	あり	なし
特記事項	本県の認知度を向上させるため、マスコミに向けた情報発信を委託により実施しているが、メディアが取り上げた記事を集計し広告費用に換算して、情報発信の効果を検証することにも委託内容に含めていた。		

監査結果表

監査対象事業名	No.3 国東半島芸術祭開催事業		
監査対象機関	芸術文化振興課	イベント・研修	制度周知
情報発信のカタコリ	補助・助成	相談	普及・啓蒙
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	164,560	委託料 20,769
	うち情報発信に充てた経費(千円)	20,769	支出内容(千円)
1 情報発信の目的	委託の有無	金額	130,000千円(うち情報発信に係るもの20,769千円)
	内容	チラシ等作成費	7,137 記録集作成費等
2 情報発信の受け手と媒体	情報発信の目的	対象	20代~30代の都市圏在住の女性等
	媒体	テレビ	ラジオ
3 情報発信のタイミングやわかりやすさ等	実施回数	多数	記事掲載回数
	活用状況	活用あり	活用なし
4 関係機関・団体との連携等	(1)連携の有無	あり	連携先ホムページでの情報発信
	(2)課題	あり	連携先ホムページでの情報発信
5 情報発信の効果の把握・検証等	効果の達成	来場者数	30,000人
	状況	把握している	把握していない理由
6 ホムページの管理等	更新回数	更新あり	更新なし
	適宜更新	あり	なし
特記事項	国東半島芸術祭の更新、メディアミックスの実施、積極的なSNS運用の活用、ターゲットの絞り込み等に取り組んだ結果、来場者数30,000人の目標に対して60,028人の来場を得ていた。		

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名	No.4 県立美術館建設事業				
監 査 対 象 機 関	芸術文化振興課				
情報発信のカタコリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	4,992,251	チラシ・冊子・パンフレット・新聞広告費等	8,595	
	うち情報発信に充てた経費(千円)	70,819	委託の有無	あり	
	金額	62,224千円(うち情報発信に係るもの62,224千円)	内容	県立美術館竣工イベント等経費 62,224	
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的	新設の美術館についての認知を広めるとともに、芸術文化の拠点として地域活性化に貢献する。			
	(2) 情報発信の目的	開館の趣旨や展示内容などについて発信し、来場者の増加を図る。			
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	情報を受け手	高齢者	若者	その他
		テレビ	ラジオ	新聞	広報誌
		冊子・チラシ・パンフレット	ホームページ	その他	SNS
	(2) パブリシティ	実施回数	10回以上	記事掲載回数	10回以上
3 情報発信のタイミン	(3) 開館の活用	・イベントについては、連日とも1か月前には発信する。	・複数のタイミンで計画的に発信している。	・わかり易く伝える工夫	・画像や図表を適切に用いる
4 関係機関・団体等との連携	(1) 連携の有無	あり	連携先ホームページでの情報発信	あり	関係機関等での会員への周知
5 情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1) 情報発信の効果の把握・検証	指標	来場者数	指標	来場者数
		把握方法	人口カウンターで計測	目標値	50万人(27年度)
		効果の達成状況	40万人(27年9月2日現在)		
6 ホームページの管理	(1) ホームページの活用	更新回数	10回以上		
	(2) ホームページの更新状況	更新回数	10回以上		
	(3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理	更新回数	10回以上		
特記事項	県立美術館集客のための情報発信に関する研修会を外部講師を招き実施していた。				

平成二十八年二月二十六日

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名	No.5 国際航空路線開設・定着化促進事業				
監 査 対 象 機 関	交通政策課				
情報発信のカタコリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	42,802	雑誌等記事掲載料	1,659	
	うち情報発信に充てた経費(千円)	3,645	テレビ放送料	262	
	金額	1,724千円(うち情報発信に係るもの1,724千円)	委託の有無	あり	
	内容	新聞広告費 1,724			
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的	直行便運航の増加により大分県の認知度を向上させ、観光客誘致を図り、経済の活性化を図る。			
	(2) 情報発信の目的	運航路線情報やグループ旅行補助制度の内容を発信し、利用客の増加を図る。			
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	情報を受け手	高齢者	若者	その他
		テレビ	ラジオ	新聞	広報誌
		冊子・チラシ・パンフレット	ホームページ	その他	SNS
	(2) パブリシティ	実施回数	4回	記事掲載回数	4回
3 情報発信のタイミン	(3) 開館の活用	・利用の落ち込み時期及び新規就航のタイミンに合わせて集中的に実施する。	・複数のタイミンで計画的に発信している。	・わかり易く伝える工夫	・画像や図表を適切に用いる
4 関係機関・団体等との連携	(1) 連携の有無	あり	連携先ホームページでの情報発信	あり	関係機関等での会員への周知
5 情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1) 情報発信の効果の把握・検証	指標	大分空港国際線利用者数	指標	大分航空ターミナルからの実績報告
		把握方法	大分航空ターミナルからの実績報告	目標値	18,000人
		効果の達成状況	36,145人		
6 ホームページの管理	(1) ホームページの活用	更新回数	12回		
	(2) ホームページの更新状況	更新回数	12回		
	(3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理	更新回数	12回		
特記事項					

大分県報(監査公表)

三七

監査結果表

1 情報発信の目的	(1) 事業の目的	「日本一のおんせん県おいた」等のPRを行い、大分県の認知度を向上させ、観光客数の増加を図る。	
	(2) 情報発信の目的	若年層を含む観光客、旅行者、女性に対して、おんせん県おいたの情報発信を行い、大分県の認知度を高め、観光意欲を喚起する。	
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	情報を受け手	高齢者 若者
	(2) ハードウェア	テレビ	ラジオ
3 情報発信のタイミンクやわかりやすさ等	(1) タイミンク	実施回数	多数回
	(2) わかり易く	画像や図表を適切に用いる	専門用語を適切に解説
4 関係機関・団体等との連携等	(1) 連携の有無	あり	なし
	(2) 課題	連携先ホームページでの情報発信	関係機関等での会員への周知
5 情報発信の効果の把握及び検証等	(1) 効果の把握	指標	県内宿泊客数
	(2) 改善	改善あり	改善なし
6 ホームページの管理	(1) ホームページの管理	更新回数	更新あり
	(2) ホームページの管理	更新回数	更新あり

監査結果表

1 情報発信の目的	(1) 事業の目的	旅行会社に対しての情報発信やウェブサイトの発信を通して大分県への誘客の増加を図る。	
	(2) 情報発信の目的	旅行会社に対しての情報発信やウェブサイトの発信を通して大分県への誘客の増加を図る。	
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	情報を受け手	高齢者 若者
	(2) ハードウェア	テレビ	ラジオ
3 情報発信のタイミンクやわかりやすさ等	(1) タイミンク	実施回数	多数回
	(2) わかり易く	画像や図表を適切に用いる	専門用語を適切に解説
4 関係機関・団体等との連携等	(1) 連携の有無	あり	なし
	(2) 課題	連携先ホームページでの情報発信	関係機関等での会員への周知
5 情報発信の効果の把握及び検証等	(1) 効果の把握	指標	期間中の宿泊客・日帰り客数、経済波及効果
	(2) 改善	改善あり	改善なし
6 ホームページの管理	(1) ホームページの管理	更新回数	更新あり
	(2) ホームページの管理	更新回数	更新あり

特記事項

旅行会社と観光施設などからなる「おんせん県おいた」による情報発信やウェブサイトの設置など効果的な取組が行われていた。

監 査 結 果 表

Table with columns for monitoring items (e.g., 1. Information purpose, 2. Information reception), implementation details, and results. Includes sub-tables for budget and personnel.

平成二十八年二月二十六日

監 査 結 果 表

Table with columns for monitoring items (e.g., 1. Information purpose, 2. Information reception), implementation details, and results. Includes sub-tables for budget and personnel.

大分県報 (監査公表)

監査結果表

監査対象事業名 監査対象機関 情報発信のカテゴリ	No.10 ふるさと大分県推進事業		地域福祉推進室	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
	補助・助成	イベント	〇	〇	〇	〇	〇
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	3,980	冊子等作成費	378	委託料	1,697	
	うち情報発信に充てた経費(千円)	3,832	冊子等作成費	1,697	イベント等開催費	1,619	
情報発信の目的	(1)事業の目的	人口減少時代を迎えている中で人口減少の抑制と高齢化の進む集落の維持を図るため、大分県への移住促進等②地域活性化を担う人材の誘致を行う。	委託の有無	あり	金額	1,697千円(うち情報発信に係るもの1,697千円)	
	(2)情報発信の目的	③事業実施計画における情報発信の有無	あり	金額	3,832	H.P保守管理費	227
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報を受け手	高齢者	若者	その他	移住希望者など	
	(2)メディア活用	実施回数	1回	記事掲載回数	0回		
3 情報発信のやり方やすざ等	(1)やり方	イベントの開催に当たって、複数のメディアで情報を発信する。	掲載の有無	あり	金額	22,225千円(うち情報発信に係るもの1,360千円)	
	(2)やり方	わかりやすい表現	あり	金額	921	大分県への移住希望者に対する、大分の魅力や移住関連情報等を発信し、制度の周知、住居や仕事などの必要な情報が確実に伝わるようにする。	
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	あり	連携先	市町村報	その他		
	(2)課題	告知に使用した媒体による参加者数	あり	金額	108		
5 情報発信の効果の把握及び検証等	(1)情報発信の効果の把握	効果の把握	あり	金額	78		
	(2)改善	改善あり	あり	金額	96		
6 ホームページの管理	(1)ホームページの活用	更新回数	243回	委託先	23回		
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	243回	委託先	23回		

監査結果表

監査対象事業名 監査対象機関 情報発信のカテゴリ	No.11 福祉・介護人材確保促進事業		地域福祉推進室	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
	補助・助成	イベント	〇	〇	〇	〇	〇
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	30,228	冊子等作成費	4,360	委託料	4,360	
	うち情報発信に充てた経費(千円)	3,024	冊子等作成費	4,360	イベント等開催費	921	
情報発信の目的	(1)事業の目的	2025年に団体の世のため後期高齢者となり、介護人材が不足することが想定されている。また、離職率が高いため、定着化を図るとともに、現場職員の資質を高める必要がある。	委託の有無	あり	金額	921	
	(2)情報発信の目的	職能団体や養成施設及び福祉・介護に関心のある方に対して、就職フェア等の案内を行う。	あり	金額	3,024		
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報を受け手	高齢者	若者	その他	福祉・介護に関心のある方	
	(2)メディア活用	実施回数	1回	記事掲載回数	0回		
3 情報発信のやり方やすざ等	(1)やり方	イベントの開催に当たって、複数のメディアで情報を発信する。	掲載の有無	あり	金額	921	
	(2)やり方	わかりやすい表現	あり	金額	921		
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	あり	連携先	市町村報	その他		
	(2)課題	告知に使用した媒体による参加者数	あり	金額	108		
5 情報発信の効果の把握及び検証等	(1)情報発信の効果の把握	効果の把握	あり	金額	78		
	(2)改善	改善あり	あり	金額	96		
6 ホームページの管理	(1)ホームページの活用	更新回数	1回	委託先			
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	1回	委託先			

特記事項

介護・福祉に関心のある方を対象に就職フェアを開催した。情報発信に際しては複数の媒体により告知を行ったものの、イベント等による記事が掲載されず、ホームページの更新は少ない状況であった。参加者は少数であり、参加者一人当たりの情報発信のコストが高くなったとの検証結果であったため、次回以降より情報の受け手に届くよう、発信内容を含めた検討を行うこととしている。

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名 監 査 対 象 機 関 情報発信のカタチ	No.12 ユニバーサルデザイン推進事業		地域福祉推進課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発		
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	支出内容(千円)	ユニバーサルデザイン体験空間設置費用	606			
	うち情報発信に充てた経費(千円)	ユニバーサルデザイン出前授業	725				
	1,411	パソコン・サーバー使用料	61				
			19				
1情報発信の目的	(1)事業の目的	ユニバーサルデザインの県民理解を図るため、民間施設への体験コーナー設置等を通じて、認知度を高め、建物設置者等がユニバーサルデザインに配慮し、利用者が使いやすい一般県民に対して、あつたかイベント駐車場等の情報発信をすることにより、ユニバーサルデザインの認知率を向上させ、理解を促進する。					
	(2)情報発信の目的	事業実施計画画における情報発信の項目の有無	項目がない理由	高年齢者	若者	その他	子育て中の親
2情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報発信の受け手	高年齢者	若者	その他	子育て中の親	SNS
	(2)メディア	実施回数	1回	記事掲載回数	1回		
3情報発信のタイミン	(1)タイミンで考慮している点	わかりやすい表現	専門用語を適切に解説				
	(2)わかり易く伝える工夫	画像や図表を適切に用いる	画像や図表を適切に用いる				
4関係機関等との連携等	(1)連携の有無	あり	連携先(ユニバーサルデザイン)での情報発信				
	(2)課題	あり	関係機関等での会員への周知				
5情報発信の効果の把握及び検証等	(1)情報発信の効果の把握	あり	ユニバーサルデザイン認知率				
	(2)課題	あり	把握方法	県政モニターに対するアンケート			
(2)改善	内容	改善あり	認知度を上げるために、市町村、企業、学校等と連携を図り事業を進める必要がある。				
	検証内容	検証あり	検証なし				
6ホームページの管理	(1)ホームページの活用	活用あり	活用なし				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	更新回数	適宜更新			
特記事項	県政モニターアンケートによる把握・検証の結果、認知率向上のため出前授業を実施するなど学校との連携強化を図る取組等を実施していた。						

平成二十八年二月二十六日

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名 監 査 対 象 機 関 情報発信のカタチ	No.13 小児救急医療体制整備推進事業		医療政策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発		
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	支出内容(千円)	88,034				
	0						
1情報発信の目的	(1)事業の目的	時間外の緊急性の低い小児救急受診が多く、一般救急体制に影響が生じるとともに医療費の増大につながっている。一方、小児の急病で不安になっている保護者等が多数存在する。そのため、すぐに医療機関を受診するのではなく、相談により解決を図ることで、時間外受診を減らしたい。また、保護者等の安心につなげる。					
	(2)情報発信の目的	事業実施計画画における情報発信の項目の有無	項目がない理由	高年齢者	若者	その他	子育て中の親
2情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報発信の受け手	高年齢者	若者	その他	子育て中の親	SNS
	(2)メディア	実施回数	活用あり	記事掲載回数	活用なし		
3情報発信のタイミン	(1)タイミンで考慮している点	わかりやすい表現	専門用語を適切に解説				
	(2)わかり易く伝える工夫	画像や図表を適切に用いる	画像や図表を適切に用いる				
4関係機関等との連携等	(1)連携の有無	あり	連携先(ユニバーサルデザイン)での情報発信				
	(2)課題	あり	広報カードの配布状況がどうなっているか把握できていない。広報カードの配布先に幼児園が含まれていない。				
5情報発信の効果の把握及び検証等	(1)情報発信の効果の把握	あり	把握方法	アンケート			
	(2)課題	あり	把握方法	アンケート			
(2)改善	内容	改善あり	救急の相談のため				
	検証内容	検証あり	検証なし				
6ホームページの管理	(1)ホームページの活用	活用あり	活用なし				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	更新回数	12回			
特記事項	県庁ホームページの相談窓口一覧表において、周知を図ろうとしている短編がイヤルの案内がなかった。						

大分県報(監査公表)

監査結果表

監査対象事業名	No.14 看護職員就業・定着促進事業	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発	
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費（千円） 17,231	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
1情報発信の目的	(1)事業の目的 看護師不足を解消するため、新人看護職員の臨床実習能力を高めるための研修を充実させ、新人看護職員の離職防止を図るとともに、1日看護職場体験等により、離職中の元看護職員の看護技術等についての不安解消を図り、複数職種を希望する方に対して、1日看護職場体験の実施や参加者募集のお知らせを行い、参加への機会を増やす。	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
2情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 高齢者 若者 親戚中や就業を希望する保健師、助産師、看護師、広報紙、ホームページ、SNS テレビ ラジオ 新聞 雑誌 冊子・パンフレット ハブリック その他	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
3情報発信のタイミンツやわきやすさ等	(1)タイミンツで考慮している点 ・媒体により、発信時期を少しずつと変え、情報に触れる機会をより多くするよう考慮されている。 (2)わかり易く伝える工夫 ・画像や図表を適切に用いる。 (3)たどり着きやすくなる工夫 ・他の媒体からホームページへの誘導	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
4関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無 あり 連携先ホームページでの情報発信 ハンズレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
5情報発信の効果の把握・検証等	(1)情報発信の効果の把握・検証 効果の達成状況 把握していない理由 事業実施に当たり、情報発信の効果を確認することとなつていなかった。	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
6ホームページの管理等	(1)ホームページの検証 更新回数 0回	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
特記事項	検証を行いたいが、県庁ホームページのアクセス分析が出来ないとの理由で把握・検証が行われていなかった。	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発

監査結果表

監査対象事業名	No.15 不妊治療費助成事業（生活推進啓発事業）	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカテゴリ	補助・助成	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費（千円） 3,187	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
1情報発信の目的	(1)事業の目的 不妊治療を受ける人が右肩上がりに増加している。知識がなく後に後悔する人が多いため、知識を行き渡らせることで、進路の選択に響けり、治療を受ける人を減少させていく。若年層等に対して、生殖機能に関する知識の普及・啓発を行う。	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
2情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 高齢者 若者 親戚中や就業を希望する保健師、助産師、看護師、広報紙、ホームページ、SNS テレビ ラジオ 新聞 雑誌 冊子・パンフレット ハブリック その他	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
3情報発信のタイミンツやわきやすさ等	(1)タイミンツで考慮している点 ・わかり易く伝える工夫 ・画像や図表を適切に用いる。 (2)わかり易く伝える工夫 ・主ホームページに情報集を掲載し、検索に引かれるようにした。 (3)たどり着きやすくなる工夫 ・県庁ホームページの分類への登録 ・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 (4)事後の発信 あり 連携先ホームページでの情報発信 ハンズレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
4関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無 あり 連携先ホームページでの情報発信 ハンズレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
5情報発信の効果の把握・検証等	(1)情報発信の効果の把握・検証 効果の達成状況 把握していない理由 県庁ホームページのアクセス状況を所属で簡単に把握することができなかつたため、ホームページのQRコードによるアクセス状況（媒体毎に付したQRコードによる識別）が把握できなかった。	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
6ホームページの管理等	(1)ホームページの検証 更新回数 6回	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
特記事項	検証を行いたいが、県庁ホームページのアクセス分析が出来ないとの理由で把握・検証が行われていなかった。	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名	No.16 不妊専門相談センター運営事業	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカタコリ	補助・助成	0	0	0	0	0
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	5,305	0	0	0	0
	うち情報発信に充てた経費(千円)	0	0	0	0	0
	委託の有無	あり	なし	なし	なし	なし
	金額	0	0	0	0	0
	内容	なし	なし	なし	なし	なし
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的 (3)事業実施計画における情報発信の有無	不妊の相談センターを設置し、不妊・不育に悩む人を減少させる。 不妊・不育に悩む人及び子どもを持たないと考えている人に対して、各種相談窓口の情報、研修に関する情報を発信し、不妊・不育に悩む人を減少させる。 事業実施計画における情報発信の有無	発信内容 発信対象 発信時期	効果測定の方法 部 数(印刷物の場合) コ ー ス ト	その他 必要事項	その他 必要事項
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 (2)情報の受け手	高齢者 若者 不妊・不育に悩む方々	テレビ ラジオ 新聞 雑誌 パンフレット 冊子・チラシ・ポスター	企業、飲食店 ホームページ SNS	その他 必要事項	その他 必要事項
3 情報発信のメリミツやわかりやすさ等	(1)メリミツで考慮している点 (2)わかりやすく伝える工夫 (3)わかりやすさややすさ等	TV、ラジオ、広報誌など、掲載のチャンスがあれば逃さない。 わかりやすい表現 画像や図表を適切に用いる ブログ内容のカテゴリー分けを行っている。	記事掲載回数	1回	1回	1回
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無 (2)連携の状況	県庁ホームページの分類への登録 補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 連携先ホームページでの情報発信 パンフレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知	その他	その他	その他	その他
5 情報発信の効果の把握と検証等	(1)情報発信の効果の把握と検証 (2)課題	出張相談の場合、県の設置機関の広報になるので、市町村にとつての優先度は高くなる。市町村の広報内容が時期により多くなる場合は、掲載希望を送っても掲載してもらえない場合がある。 検索キーワードからのアクセス数(相談センターではブログのアクセス状況の把握を行っている) 把握方法 目標値 効果の達成 把握している理由 ■改善あり ■改善なし ■検証なし ■検証あり	その他	その他	その他	その他
6 ホームページの管理	(1)ホームページの活用 (2)ホームページの更新状況 (3)情報発信に関する部署及び所属内の管理	更新回数 3回	1回	1回	1回	1回
特記事項	情報発信に用いているホームページのアクセス分析を行い、使用回数が多い検索キーワードページ閲覧者が求めている情報を把握して、それに関連した内容の情報発信していた。					

平成二十八年二月二十六日

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名	No.17 みんなで進める健康づくり事業	健康対策課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカタコリ	補助・助成	0	0	0	0	0
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	3,884	0	0	0	0
	うち情報発信に充てた経費(千円)	1,717	0	0	0	0
	委託の有無	あり	なし	なし	なし	なし
	金額	842千円(うち情報発信に係るもの842千円)	0	0	0	0
	内容	委託料 雑費掲載料 842	0	0	0	0
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的 (3)事業実施計画における情報発信の有無	健康寿命の延伸に取組むため、県が中心となって減塩や健康経営の普及啓発を行う。最終的には若者等が自分自身で健康づくりを進めるようにつなげることを目指す。 県民、外食産業、協会けんぽ加入事業所に対して、美味しいう減塩食の手法及び健康づくりに関する支援制度、認定制度の情報を発信し、登録事業所300を目標とする。	発信内容 発信対象 発信時期	効果測定の方法 部 数(印刷物の場合) コ ー ス ト	その他 必要事項	その他 必要事項
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 (2)情報の受け手	高齢者 若者 企業、飲食店	テレビ ラジオ 新聞 雑誌 パンフレット 冊子・チラシ・ポスター	企業、飲食店 ホームページ SNS	その他 必要事項	その他 必要事項
3 情報発信のメリミツやわかりやすさ等	(1)メリミツで考慮している点 (2)わかりやすく伝える工夫 (3)わかりやすさややすさ等	ホームページ等による発信の際にはタイポグラフィな情報発信ができるよう、極力早急な更新作業を行う。 わかりやすい表現 画像や図表を適切に用いる 当県の健康課題を説明するページに「重点プロジェクト」としてリンクを張る等、体系立てたページ構成とした。 県庁ホームページの分類への登録 補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 連携先ホームページでの情報発信 パンフレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知	記事掲載回数	1回	1回	1回
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無 (2)連携の状況	県庁ホームページの分類への登録 補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 連携先ホームページでの情報発信 パンフレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知	その他	その他	その他	その他
5 情報発信の効果の把握と検証等	(1)情報発信の効果の把握と検証 (2)課題	一部の連携先の情報発信の内容に温度差があり、体系的な情報発信が難しかった。 把握方法 目標値 効果の達成 把握している理由 ホームページの閲覧数は把握不可であること、リーフレットの配布は関係機関を經由していることから、実際の配布数の把握は困難である。 ■改善あり ■改善なし ■検証なし ■検証あり	その他	その他	その他	その他
6 ホームページの管理	(1)ホームページの活用 (2)ホームページの更新状況 (3)情報発信に関する部署及び所属内の管理	更新回数 1回	1回	1回	1回	1回
特記事項	果が健康寿命延伸のため、美味しいう減塩食の手法、健康づくりに関する支援制度及び認定制度の情報発信しようとしていたが専任スタッフが不足していた。一方、協会けんぽは、事業所での健康増進の推進に課題を抱えていた。連携して取り組むことにより健康経営事業所の登録事業者数の増加が図られている。					

大分県報(監査公表)

監査結果表

監査対象事業名	No.18 高齢者の生きがいと健康づくり推進事業		
監査対象機関	高齢者福祉課	イイベント・研修	制度周知
情報発信のカタゴリ	補助・助成	○	相談
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	25,483	支出内容(千円)
	うち情報発信に充てた経費(千円)	324	ポスター制作費 64
			俳句川柳作品集作成費 130
			美術展等リーフレット作成費 130
	委託の有無	金額	内容
	あり	324	美術展等リーフレット作成費
	なし	—	—

1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 高齢者が生きがいを持つことにより健康を維持し、要介護状態になりにくいようにするため、運動や交流の習慣が県民に定着することを旨とする。
2 情報発信の目的	(1) 受け手と媒体 高齢者、若者、一般県民、新聞、広報誌、ポスター、SNS、冊子・チラシ・パンフレット、その他
3 情報発信の目的	(1) タイミング 大会の開催日程を考慮し、発信するタイミングを考えている。
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 あり
5 情報発信の目的	(1) 情報発信の信に効果の把握・検証 効果の把握・検証あり

監査結果表

監査対象事業名	No.19 老人クラブ助成事業		
監査対象機関	高齢者福祉課	イイベント・研修	制度周知
情報発信のカタゴリ	補助・助成	○	相談
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	52,807	支出内容(千円)
	うち情報発信に充てた経費(千円)	518	モーター購入費 354
			ポケットテレビジョン購入費 94
			クリアファイル作成費 70
	委託の有無	金額	内容
	あり	518	クリアファイル作成費
	なし	—	—

1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 高齢者は孤立しがちで、事故や悪徳商法等の被害を受けやすく、高齢者が安心して生活できる地域づくりが必要である。そのため、高齢者が老人クラブに加入することで、生きがいをもち、相互に見守りが出来る社会の構築を旨とする。
2 情報発信の目的	(1) 受け手と媒体 高齢者、若者、新聞、広報誌、ポスター、SNS、冊子・チラシ・パンフレット、その他
3 情報発信の目的	(1) タイミング イベント実施時には、タイミングを考慮している。
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 あり
5 情報発信の目的	(1) 情報発信の信に効果の把握・検証 効果の把握・検証あり

監査結果表

監査対象事業名	No.20 地域包括ケアシステム構築推進事業	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	26,503	うち情報発信に充てた経費(千円)	0	委託の有無	あり	金額	0
1 情報発信の目的	高齢化社会が進み、団塊の世代が後期高齢者となる2025年には介護医療の需要が増大することが想定される。そのため、介護予防を推進し高齢者が在宅で住み続けられる基盤づくりを進めることで、介護保険財政の抑制を図る						
2 情報発信の目的	高年齢者が安心して暮らすための基盤づくりを進めることで、介護保険財政の抑制を図る						
3 情報発信の目的	高年齢者が安心して暮らすための基盤づくりを進めることで、介護保険財政の抑制を図る						
4 情報発信の目的	高年齢者が安心して暮らすための基盤づくりを進めることで、介護保険財政の抑制を図る						
5 情報発信の目的	高年齢者が安心して暮らすための基盤づくりを進めることで、介護保険財政の抑制を図る						
6 ホムページの管理	更新回数 1回						

平成二十八年二月二十六日

監査結果表

監査対象事業名	No.21 みんなで子育てキャンペーン推進事業	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	17,569	うち情報発信に充てた経費(千円)	9,859	委託の有無	あり	金額	3,444
1 情報発信の目的	子育て情報発信を強化し、子育て満足度日本一(全国のトップレベル(5位以内))を目指す						
2 情報発信の目的	子育てを支援する住民に支援制度等の情報を発信し、子育てが地域社会により支えられていると感じる人の割合を増加させる。						
3 情報発信の目的	子育てを支援する住民に支援制度等の情報を発信し、子育てが地域社会により支えられていると感じる人の割合を増加させる。						
4 情報発信の目的	子育てを支援する住民に支援制度等の情報を発信し、子育てが地域社会により支えられていると感じる人の割合を増加させる。						
5 情報発信の目的	子育てを支援する住民に支援制度等の情報を発信し、子育てが地域社会により支えられていると感じる人の割合を増加させる。						
6 ホムページの管理	更新回数 27回						

大分県報(監査公表)

監査結果表

監査対象事業名	No.22 地域子育て支援拠点機能強化事業
監査対象機関	子ども子育て支援課
情報発信のカタコリ	補助・助成 <input type="checkbox"/> イベント・研修 <input type="checkbox"/> 制度周知 <input type="checkbox"/> 相談 <input type="checkbox"/> 普及・啓発 <input type="checkbox"/>
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費 (千円) <input type="checkbox"/>
	3,449 委託料 324 支出内容 (千円) <input type="checkbox"/>
うち情報発信に充てた経費(千円)	
委託の有無	金額 324千円(うち情報発信に係るもの324千円)
内容	■あり 新聞広告費 324 □なし
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 子どもを健やかに育てる環境づくりを行うため、スタッフの育成や新たな制度であるホームスタートの周知、男性の子育てに関する意識改革を行う。 支援制度及び研修会の情報を子育て中の親（特に制度を知らない人）や市町村に周知する。
(2)情報発信の目的	■あり □なし
(3)事業実施計画における情報発信の有無	発行内容 <input type="checkbox"/> 効果測定の方法 <input type="checkbox"/> 対象 <input type="checkbox"/> 部数(印刷物の場合) <input type="checkbox"/> 媒体 <input type="checkbox"/> コスト <input type="checkbox"/> 時期 <input type="checkbox"/> その他必要な事項 <input type="checkbox"/>
2 情報発信の受け手と媒体	情報の受け手 高齢者 若者 その他 テレビ ラジオ 新聞 子育て中の親、市町村、(一般県民) 冊子・パンフレット ネット SNS 実施回数 2回 記事掲載回数 2回
3 情報発信のタイムライン	(1)メディアで考慮している点 (2)わかりやすく伝える工夫 (3)たどり着きやすくなる工夫 (4)事後の発信
4 関係機関・団体等との連携	■県庁ホームページの分類への登録 ■他の媒体からホームページへの誘導 ■補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 ■画像や図表を適切に用いる ■専門用語を適切に解説 ■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる ■専門用語を適切に解説 ■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる ■専門用語を適切に解説
5 情報発信の効果の把握	(1)情報発信の効果の把握 (2)課題 (3)費用対効果の検証
6 ホームページの管理	(1)ホームページの更新回数 (2)ホームページの更新状況 (3)情報発信に関する部署及び所属内での管理
特記事項	子育て支援制度の情報を子育て中の親等に知らせてもらい、支援制度の認知度向上を図ることを目的としており、情報発信の効果検証のため、ホームページの「子育てのメニュー」のアクセス数を指標とし、広報広聴課に依頼して把握していた。

監査結果表

監査対象事業名	No.23 児童虐待防止緊急対策事業
監査対象機関	子ども子育て支援課
情報発信のカタコリ	補助・助成 <input type="checkbox"/> イベント・研修 <input type="checkbox"/> 制度周知 <input type="checkbox"/> 相談 <input type="checkbox"/> 普及・啓発 <input type="checkbox"/>
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費 (千円) <input type="checkbox"/>
	2,001 委託料 1,227 支出内容 (千円) <input type="checkbox"/>
うち情報発信に充てた経費(千円)	
委託の有無	金額 1,227千円(うち情報発信に係るもの1,227千円)
内容	■あり 印刷物購入費 33 □なし
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 児童虐待による死亡事件を踏まえ、再発防止に向け社会的な支援を必要とする子どもや家庭を早期に発見し、虐待の未然防止を図る。 虐待とは何かを意識してもらおうための情報や通告の流れに関する情報を周知し、近隣住民からの通報割合を高める。
(2)情報発信の目的	■あり □なし
(3)事業実施計画における情報発信の有無	発行内容 <input type="checkbox"/> 効果測定の方法 <input type="checkbox"/> 対象 <input type="checkbox"/> 部数(印刷物の場合) <input type="checkbox"/> 媒体 <input type="checkbox"/> コスト <input type="checkbox"/> 時期 <input type="checkbox"/> その他必要な事項 <input type="checkbox"/>
2 情報発信の受け手と媒体	情報の受け手 高齢者 若者 その他 テレビ ラジオ 新聞 県民 冊子・パンフレット ネット SNS 実施回数 3回 記事掲載回数 0回
3 情報発信のタイムライン	(1)メディアで考慮している点 (2)わかりやすく伝える工夫 (3)たどり着きやすくなる工夫 (4)事後の発信
4 関係機関・団体等との連携	■県庁ホームページの分類への登録 ■他の媒体からホームページへの誘導 ■補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 ■画像や図表を適切に用いる ■専門用語を適切に解説 ■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる ■専門用語を適切に解説
5 情報発信の効果の把握	(1)情報発信の効果の把握 (2)課題 (3)費用対効果の検証
6 ホームページの管理	(1)ホームページの更新回数 (2)ホームページの更新状況 (3)情報発信に関する部署及び所属内での管理
特記事項	近隣住民からの通報が重要なので、情報の受け手を県民としており特定していません。

監査結果表

監査対象事業名	No.24 在宅重度障がい者住宅改修助成事業	監査実施機関	障害福祉課	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	3,336	委託の有無	あり	金額	0	内容	なし	
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的	在宅の重度障がい者の生活に適するように、住宅設備を改造する場合に経費の一部を補助する	当該事業（補助制度）に関する情報を障がい者及び障がい者と同居する者に周知し、本制度の理解・活用を促進する。	効果測定の方法	部 数(印刷物の場合)	コスト	—	
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 (2) イベント (3) 新聞 (4) 冊子・チラシ・パンフレット	高齢者 若者 障がい者及び障がい者と同居する者	新聞 広報誌 ホームページ SNS 市町村への説明会での周知	実施回数	—	記事掲載回数	—	
3 情報発信のタイミン	(1) 1/17/27で考慮している点 (2) わかり易く伝える工夫 (3) たどり着きやすくする工夫 (4) 事後の発信	わかりやすい表現 画面や図表を適切に用いる 専門用語を適切に解説	—	活用あり	活用なし	活用なし	活用なし	
4 関係機関との連携	(1) 連携の有無 (2) 連携先 (3) 連携先との関係	あり 連携先: ホームページ、冊子等の設置 関係機関等での周知	—	あり	あり	あり	あり	
5 情報発信に関する効果の把握	(1) 効果の把握 (2) 効果の検証	あり 効果の達成状況	なし 把握している理由: ホームページのアクセス数が不明なため。	あり	あり	あり	あり	
6 ホームページの管理	(1) ホームページの更新状況 (2) ホームページの更新回数	更新回数: 1回	更新回数: 5回以上	あり	あり	あり	あり	

平成二十八年二月二十六日

監査結果表

監査対象事業名	No.25 障がい者工賃向上計画推進事業	監査実施機関	障害福祉課	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	25,114	委託の有無	あり	金額	13,687千円 (うち情報発信に係るもの3,232千円)	内容	チラシ等作成費 1,115 商工会議所等広告掲載料 656 雑誌等記事掲載料 900 サンフレ市場購入費 561	
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的	障がい者が地域で安心して自立した生活を送ることができるよう、工賃の向上を図る。	障がい福祉サービス事業所等による共同受注に関する取組を広く周知することにより、官公庁、民間企業、個人等からの発注促進を図る。	効果測定の方法	部 数(印刷物の場合)	コスト	—	
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 (2) イベント (3) 新聞 (4) 冊子・チラシ・パンフレット	高齢者 若者 官公庁、民間企業、個人等	新聞 広報誌 ホームページ SNS 営業等	実施回数	1回	記事掲載回数	1回	
3 情報発信のタイミン	(1) 1/17/27で考慮している点 (2) わかり易く伝える工夫 (3) たどり着きやすくする工夫 (4) 事後の発信	わかりやすい表現 画面や図表を適切に用いる 専門用語を適切に解説	あり 把握している理由: ホームページ等で情報発信するよりも、共同受注事務局が案内を行った。	あり	あり	あり	あり	
4 関係機関との連携	(1) 連携の有無 (2) 連携先 (3) 連携先との関係	あり 連携先: ホームページ、冊子等の設置 関係機関等での周知	あり 連携先: ホームページ、冊子等の設置 関係機関等での周知	あり	あり	あり	あり	
5 情報発信に関する効果の把握	(1) 効果の把握 (2) 効果の検証	あり 効果の達成状況	なし 把握している理由: ホームページ等で情報発信するよりも、共同受注事務局が案内を行った。	あり	あり	あり	あり	
6 ホームページの管理	(1) ホームページの更新状況 (2) ホームページの更新回数	更新回数: 5回以上	更新回数: 5回以上	あり	あり	あり	あり	

大分県報（監査公表）

監査結果表

監査対象事業名	No.26 自殺予防対策強化事業		
監査対象機関	蔵書協社	補助・助成	イベント・研修 制度周知 相談 普及・啓発
情報発信のカタゴリ	イベント・研修	制度周知	相談 普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	支出内容(千円)	○
	35,636	チラシ制作費 2,306	
		広報グッズ購入費 198	
		うち情報発信に充てた経費(千円)	5,077
	7,581	委託の有無	○
		金額	7,190千円(うち情報発信に係るもの5,077千円)
		内容	新聞広告費 3,830 雑誌広告掲載費 837
		その他	410
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 県民が健康で生きがいを感じる社会を実現するため、地域における自殺対策の強化を図り、自殺予防の取組を推進する。		
(2) 情報発信の目的	県民(主に若者)に対し、自殺予防の取組を推進する。		
(3) 事業実施計画における情報発信の有無	実施回数	4回	記事掲載回数 4回
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	高齢者 若者	その他
	情報発信の受け手	テレビ ラジオ	新聞 広報誌 ホームページ SNS
	媒体	冊子・チラシ・パンフレット	ポスター その他
	実施回数	4回	記事掲載回数 4回
3 情報発信の活用	(1) シェアポイント	活用あり	活用なし
	活用回数	4回	記事掲載回数 4回
4 関係機関との連携	(1) 連携の有無	あり	なし
	連携先	ホームページでの情報発信	その他
5 情報発信の効果の把握	(1) 情報発信の効果の把握	あり	なし
	指標	告知に使用した媒体による参加者数	告知に使用した媒体による参加者数
	把握方法	アンケート	アンケート
	効果の達成状況	ほぼ目標どおりの参加者	告知に使用した媒体による参加者数
6 ホームページの管理	(1) ホームページの活用	活用あり	活用なし
	更新回数	3回	記事掲載回数 4回
特記事項	「豊の国こころの”ホップ”とライオン」チラシを作成し、関係する相談窓口一覧を案内して		

監査結果表

監査対象事業名	No.27 おおいたジョオバーク推進事業		
監査対象機関	生活環境企画課	補助・助成	イベント・研修 制度周知 相談 普及・啓発
情報発信のカタゴリ	イベント・研修	制度周知	相談 普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	支出内容(千円)	○
	18,004	パンフレット制作費 532	
		委託料 1,431	
	うち情報発信に充てた経費(千円)	1,431	
	1,963	委託の有無	○
		金額	1,431千円(うち情報発信に係るもの1,431千円)
		内容	雑誌掲載料 432
		その他	999
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 日本ジョオバークに認定された県民、豊後大野河地域のジョオバーク活動が持続可能なものとなるための支援を行い、地域の活性化を図る。		
(2) 情報発信の目的	県民、豊後大野河地域の取組を含む「おおいた」の地域の魅力の情報、盛り返し、おおいの魅力を発信し、訪県客の増加等を促進する。		
(3) 事業実施計画における情報発信の有無	実施回数	4回	記事掲載回数 4回
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	高齢者 若者	その他
	情報発信の受け手	テレビ ラジオ	新聞 広報誌 ホームページ SNS
	媒体	冊子・チラシ・パンフレット	ポスター その他
	実施回数	4回	記事掲載回数 4回
3 情報発信の活用	(1) シェアポイント	活用あり	活用なし
	活用回数	4回	記事掲載回数 4回
4 関係機関との連携	(1) 連携の有無	あり	なし
	連携先	ホームページでの情報発信	その他
5 情報発信の効果の把握	(1) 情報発信の効果の把握	あり	なし
	指標	告知に使用した媒体による参加者数	告知に使用した媒体による参加者数
	把握方法	アンケート	アンケート
	効果の達成状況	ほぼ目標どおりの参加者	告知に使用した媒体による参加者数
6 ホームページの管理	(1) ホームページの活用	活用あり	活用なし
	更新回数	4回	記事掲載回数 4回
特記事項	ジョオバークへの観光客数の増加についてはアンケートが難しい状況である。また、河地域の推進協議会も県と同様に情報発信を定期的に行っていることから、県の情報発信によって具体的な効果の把握が難しい状況である。		

監査結果表

Table with columns for monitoring items (e.g., 1. Information purpose, 2. Information reception, 3. Information dissemination) and their corresponding details, including costs and implementation status.

平成二十八年二月二十六日

監査結果表

Table with columns for monitoring items (e.g., 1. Information purpose, 2. Information reception, 3. Information dissemination) and their corresponding details, including costs and implementation status.

大分県報 (監査公表)

監査結果表

監査対象事業名 監査対象機関 情報発信のカテゴリ	No.30 女性の働き総合支援事業		県民生活・男女共同参画課	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
	事業費及び情報発信に充てた経費	7,702	チラシ作成費 165 冊子作成費 580 外部カウンセラー管理費 177	2,280	378千円(うち情報発信に係るもの378千円)	378	177	378
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的	働きたい女性・働く女性を支援し、継続就業・再就業ができる環境整備や女性の登用を促進する。	講座、セミナーの募集情報、証明書・認定書などの制度や相談窓口案内情報等を発信し、講座等の受講者や認定サービス等の増加を図る。	発信内容 対象 媒体 時期	効果測定の方法 部数 数(印刷物の場合) コスト	— — — —	— — — —	— — — —
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 (2) ハードウェア	高齢者 若者 女性、企業、一般県民 (働く人向け) 新聞 広報誌 SNS その他 テレビ ラジオ インターネット その他 冊子・チラシ・パンフレット ハードウェア その他	実施回数 2回	記事掲載回数 2回	活用なし	活用なし	活用なし	活用なし
3 情報発信のタイミングやわかりやすさ等	(1) タイミングで考慮している点 (2) わかりやすく伝える工夫 (3) たり着きやすさ	関係機関からの情報提供により、適宜更新を行っている。また、掲載したほうがよいと思われる情報を関係機関のホームページ等により確認している。 ■ 多数のタイムミスマッチで計画的に発信している ■ わかりやすい表現 ■ 画像や図表を適切に用いる ■ 専門用語を適切に解説	関係機関等での委員への周知 パンフレット、冊子等の設置 — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 (2) 課題	■ あり ■ なし	関係機関等での委員への周知 — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —
5 情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1) 情報発信の効果の把握・検証 (2) 改善	情報発信の内容に温度差があり、一体的な情報発信が難しかった。 ■ あり ■ なし	指標 把握方法 目標値	各種研修会等における告知媒体から参加者数 ■ あり ■ なし	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —
6 ホームページの管理	(1) ホームページの活用 (2) ホームページの更新状況	■ 活用あり ■ 活用なし	更新回数 9 3回 (3つのサイトの合計)	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —

監査対象事業名 監査対象機関 情報発信のカテゴリ	No.31 DVのない社会づくり推進事業		県民生活・男女共同参画課	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
	事業費及び情報発信に充てた経費	3,065	パンフレット作成費 253	253	—	—	—	—
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的	DV被害者支援体制の整備、女性に対する暴力根絶の啓発等を行い、暴力のない誰もが安心して安全に暮らす事のできる社会の実現を目指す。	窓口の情報、研修会の情報及び啓発の情報発信することにより、相談者や研修参加者の増加を図る。	発信内容 対象 媒体 時期	効果測定の方法 部数 数(印刷物の場合) コスト	— — — —	— — — —	— — — —
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 (2) ハードウェア	高齢者 若者 その他 (啓発関係) 県民 (研修関係) 相談員、教師、生徒 新聞 広報誌 SNS その他 テレビ ラジオ インターネット その他 冊子・チラシ・パンフレット ハードウェア その他	実施回数 1回	記事掲載回数 1回	活用なし	活用なし	活用なし	活用なし
3 情報発信のタイミングやわかりやすさ等	(1) タイミングで考慮している点 (2) わかりやすく伝える工夫 (3) たり着きやすさ	より多くの方へ情報発信できるよう、様々な機会を捉えてパンフレット等を配布。 ■ わかりやすい表現 ■ 画像や図表を適切に用いる ■ 専門用語を適切に解説	関係機関等での委員への周知 パンフレット、冊子等の設置 — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 (2) 課題	■ あり ■ なし	関係機関等での委員への周知 — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —
5 情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1) 情報発信の効果の把握・検証 (2) 改善	DV被害者の状況によってパンフレット等の配布を控えるべき事案があること等への職員への理解を図ること。 ■ あり ■ なし	指標 把握方法 目標値	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —
6 ホームページの管理	(1) ホームページの活用 (2) ホームページの更新状況	■ 活用あり ■ 活用なし	更新回数 0回	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —	— — — —

特記事項

特記事項

監査結果表

監査対象事業名	No.32 海岸漂着物対策推進事業		
監査対象機関	廃棄物対策課	イベント・研修	制度周知
情報発信のカタゴリ	補助・助成	イベント・研修	相談
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	支出内容(千円)	普及・啓発
	84,159	実施イベントに係る広報費(委託) オンラインイベントの会場設営委託	2,058
	うち情報発信に充てた経費(千円)	チラシ作成費	144
	2,202	金額	3,764千円(うち情報発信に係るもの2,202千円)
	■あり	内容	新聞広告費 2,058 チラシ作成費 144
	■なし		
1情報発信の目的	(1)事業の目的	海岸漂着物が多いため、市町村、NPO、自治会などを支援し、漂着物の回収を図るとともに、回収の啓発を行う。	
	(2)情報発信の目的	実施イベントの開催日時等の情報、海岸清掃の参加者を増加させる。	
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	発信内容	効果測定の方法
		対象	部 コースト
		媒体	〇
		時期	〇
		項目がでない理由	その他
		高齢者	〇
		若者	〇
		ラジオ	新聞
		テレビ	広報誌
		冊子・チラシ・パンフレット	ポスター
		ハズリガタ	〇
		実施回数	2回
		記事掲載回数	〇
		活用あり	〇
		活用なし	2回
3情報発信のタイミンクやわかりやすさ等	(1)タイミンクで考慮している点	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる ■チラシ配布時に事業の告知と合わせ、ホームページの案内を行った。 ・電話での問い合わせ時にも、ホームページの案内を行った。	
	(2)わかり易く伝える工夫	〇	
	(3)たどり着きやすくする工夫	〇	
	(4)事後の発信	〇	
4関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	〇	
	(2)課題	〇	
5情報発信の効果の把握・検証等	(1)情報発信の効果の把握・検証	〇	
	(2)課題	〇	
	(3)費用対効果の検証	〇	
	(4)改善	〇	
	(5)費用対効果の検証	〇	
	(6)ホームページの管理	〇	

平成二十八年二月二十六日

監査結果表

監査対象事業名	No.33 県民安全・安心メール配信事業		
監査対象機関	防災対策室	イベント・研修	制度周知
情報発信のカタゴリ	補助・助成	イベント・研修	相談
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	支出内容(千円)	普及・啓発
	2,321	チラシ作成費	156
	うち情報発信に充てた経費(千円)	金額	156
	156	内容	〇
	■あり		
	■なし		
1情報発信の目的	(1)事業の目的	災害時緊急情報などを、県民や防災関係者に伝達することにより、適切な避難行動の促進や防災体制の早期確立等を図り、災害時等における安全・安心の確保に資する。	
	(2)情報発信の目的	本メールサービスの登録者の拡大促進を目的とする。	
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	発信内容	効果測定の方法
		対象	部 コースト
		媒体	〇
		時期	〇
		項目がでない理由	その他
		高齢者	〇
		若者	〇
		ラジオ	新聞
		テレビ	広報誌
		冊子・チラシ・パンフレット	ポスター
		ハズリガタ	〇
		実施回数	〇
		記事掲載回数	〇
		活用あり	〇
		活用なし	〇
3情報発信のタイミンクやわかりやすさ等	(1)タイミンクで考慮している点	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる ■QRコードの掲載工夫。	
	(2)わかり易く伝える工夫	〇	
	(3)たどり着きやすくする工夫	〇	
	(4)事後の発信	〇	
4関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	〇	
	(2)課題	〇	
5情報発信の効果の把握・検証等	(1)情報発信の効果の把握・検証	〇	
	(2)課題	〇	
	(3)費用対効果の検証	〇	
	(4)改善	〇	
	(5)費用対効果の検証	〇	
	(6)ホームページの管理	〇	

大分県報(監査公表)

監査結果表

Table with columns: 監査対象事業名 (No.34 経営革新支援事業), 監査対象機関 (経営金融支援室), 情報発信のカタチ (イベント・研修), 事業費及び情報発信に充てた経費 (2,810千円), 支出内容 (パンフレット作成費 227千円), 1情報発信の目的, 2情報発信の受け手と媒体, 3情報発信のタイミング, 4関係機関・団体等との連携, 5情報発信の効果の把握, 6ホームページの管理.

監査結果表

Table with columns: 監査対象事業名 (No.35 おおいたの創業促進事業), 監査対象機関 (経営金融支援室), 情報発信のカタチ (イベント・研修), 事業費及び情報発信に充てた経費 (4,121千円), 支出内容 (委託料 490千円), 1情報発信の目的, 2情報発信の受け手と媒体, 3情報発信のタイミング, 4関係機関・団体等との連携, 5情報発信の効果の把握, 6ホームページの管理.

監査結果表

監査対象事業名	Ns36 地熱ツル活用おおいな新活力創出事業	監査対象機関	工業振興課	情報発信のカタチ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	243,488	支内容(千円)	0	0	0	0	0	0	0
委託の有無	あり	金額	0	0	0	0	0	0	0
委託の内容	なし	内容	なし	なし	なし	なし	なし	なし	なし
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的	既存の温泉井戸を活用した地熱利用を促進する。(湧けわり発電機・農業ハウスの建設)の地熱利用に関する情報を温泉関係者や農業者等に周知し、促われないエネルギーの導入促進を図る。							
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 (2)情報発信の項目	情報発信の項目	発信内容	対象者	効果測定の手段	項目がでない理由	高年齢者	若者	県内温泉関係者、農業者等
3 情報発信の活用	(1)活用状況 (2)活用回数	1回	活用あり	記事掲載回数	活用なし	0回	0回	0回	0回
4 関係機関・団体等との連携	(1)連携の有無 (2)連携の状況	あり	なし	連携先ホームページでの情報発信	なし	なし	なし	なし	なし
5 情報発信の効果の把握・検証等	(1)効果の把握・検証 (2)改善策	あり	なし	効果の達成	あり	なし	あり	なし	なし
6 ホームページの管理	(1)ホームページの更新状況 (2)ホームページの管理要領・要領等の認識	あり	なし	更新回数	あり	なし	あり	なし	なし

平成二十八年二月二十六日

監査結果表

監査対象事業名	Ns37 エネルギー等導入総合支援事業	監査対象機関	工業振興課	情報発信のカタチ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	17,013	支内容(千円)	0	0	0	0	0	0	0
委託の有無	あり	金額	1,963	0	0	0	0	0	0
委託の内容	あり	内容	なし	なし	なし	なし	なし	なし	なし
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的	省エネのみなす創エネ、蓄エネなどの対策を行っているモデル企業(工場企業)を地域や電力の削減による二酸化炭素の排出削減及び経費の安定化を目指す。県内事業者に対し、事業の応募方法や補助条件等申請に必要な情報を周知する。							
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 (2)情報発信の項目	情報発信の項目	発信内容	対象者	効果測定の手段	項目がでない理由	高年齢者	若者	中小企業事業者
3 情報発信の活用	(1)活用状況 (2)活用回数	1回	活用あり	記事掲載回数	活用なし	0回	0回	0回	0回
4 関係機関・団体等との連携	(1)連携の有無 (2)連携の状況	あり	なし	連携先ホームページでの情報発信	なし	なし	なし	なし	なし
5 情報発信の効果の把握・検証等	(1)効果の把握・検証 (2)改善策	あり	なし	効果の達成	あり	なし	あり	なし	なし
6 ホームページの管理	(1)ホームページの更新状況 (2)ホームページの管理要領・要領等の認識	あり	なし	更新回数	あり	なし	あり	なし	なし

大分県報(監査公表)

五三

監査結果表

監査対象事業名	No.38 科学技術振興事業	監査対象機関	工業振興課	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカテゴリ		事業費(千円)	4,664	うち情報発信に充てた経費(千円)	1,680	支出内容(千円)	129	
事業費及び情報発信に充てた経費		支戻金	0	委託の有無	あり	金額	0	
		内容						
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的	子どもたちを対象とした科学体験活動を行える指導者のスキルアップと人材不足の解消。中小企業（ものづくり産業）における若手技術者の人材育成を図る。研修会やサイエンスアクトアリーナに関する情報の周知による参加者の増加、及び副読本「おおいものづくり発見アクトアリーナ」の配布による小学生のものづくりに対する興味関心の向上。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	高齢者 若者 新聞 広報誌 ホームページ SNS その他						
3 情報発信のタイミンングやわかりやすさ等	(1) 発信の活用 (2) わかりやすさ (3) タイミング (4) 効果の検証	参加者が期日に余裕を持って申込みできるような早めの周知に努めている。副読本は学校現場でより活用してもらいたい。翌年度の授業計画を立てる3月に配布した。 わかりやすい表現 画像や図表を適切に用いる 専門用語を適切に解説 県庁ホームページの登録 出の媒体からホームページへの誘導 日頃の訪問活動の際に事業の告知と併せてホームページの案内を行った。 県内全小中4～6年生1人1人に行き渡るようチラシを配付した。 県庁ホームページの登録 出の媒体からホームページへの誘導 研修会の成果や研修会の成果等を情報発信している。 関係機関等での委員への周知 配布協力 参加者数 把握方法 出席者の来場 150名程度の来場 効果の達成 毎年目標達成程度の来場者数を維持している						
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 (2) 課題	あり 連携先ホームページでの情報発信 関係機関等での委員への周知 配布協力 参加者数 把握方法 出席者の来場 150名程度の来場 効果の達成 毎年目標達成程度の来場者数を維持している						
5 情報発信の効果の把握・検証等	(1) 情報発信の効果の把握・検証	あり 把握方法 出席者の来場 150名程度の来場 効果の達成 毎年目標達成程度の来場者数を維持している						
6 ホームページの管理	(1) ホームページの管理 (2) 更新状況 (3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理	更新回数 6回 更新状況 ホームページ管理要綱・要領等の認識 あり 認識あり 認識なし ホームページ管理担当者との認識 あり 認識あり 認識なし 研修に参加していない職員に対して研修資料を回付している。						

監査結果表

監査対象事業名	No.39 東九州地域医療産業拠点推進事業	監査対象機関	産業集積推進室	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカテゴリ		事業費(千円)	16,203	うち情報発信に充てた経費(千円)	0	支出内容(千円)		
事業費及び情報発信に充てた経費		支戻金	0	委託の有無	なし	金額	0	
		内容						
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的	東九州メデアカルバリー構想に基づき、地域の特色を活かした医療機器産業の拠点化を促進し、県内進出企業の販路拡大及び地域企業の育成を図る。当事業の内容を企業関係者及び県民へ周知し、認知してもらう。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	高齢者 若者 新聞 広報誌 ホームページ SNS その他						
3 情報発信のタイミンングやわかりやすさ等	(1) 発信の活用 (2) わかりやすさ (3) タイミング (4) 効果の検証	わかりやすい表現 画像や図表を適切に用いる 専門用語を適切に解説 県庁ホームページの登録 出の媒体からホームページへの誘導 日頃の訪問活動の際に事業の告知と併せてホームページの案内を行った。 県内全小中4～6年生1人1人に行き渡るようチラシを配付した。 県庁ホームページの登録 出の媒体からホームページへの誘導 研修会の成果や研修会の成果等を情報発信している。 関係機関等での委員への周知 配布協力 参加者数 把握方法 出席者の来場 150名程度の来場 効果の達成 毎年目標達成程度の来場者数を維持している						
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 (2) 課題	あり 連携先ホームページでの情報発信 関係機関等での委員への周知 配布協力 参加者数 把握方法 出席者の来場 150名程度の来場 効果の達成 毎年目標達成程度の来場者数を維持している						
5 情報発信の効果の把握・検証等	(1) 情報発信の効果の把握・検証	あり 把握方法 出席者の来場 150名程度の来場 効果の達成 毎年目標達成程度の来場者数を維持している						
6 ホームページの管理	(1) ホームページの管理 (2) 更新状況 (3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理	更新回数 適宜更新 更新状況 ホームページ管理要綱・要領等の認識 あり 認識あり 認識なし ホームページ管理担当者との認識 あり 認識あり 認識なし 研修に参加していない職員に対して研修資料を回付している。						

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名	No.40 電磁応用技術活用推進事業			
監 査 対 象 機 関	産業集積推進室	情報政策課	イベント・研修	制度周知
情報発信のカタチ	補助・助成	イベント・研修	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円) 12,940	支出内容(千円) 33	相談	普及・啓発
	うち情報発信に充てた経費(千円) 63	新聞広告費 30	その他	
		サーバールンタル料		
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 電磁力の技術の構築及び製品化、地場企業への発注等や他企業との連携による活性化を目指す。	(2) 情報発信の目的 電磁力応用技術の普及啓発。	効果測定の方法 部 数(回調物の場合) コスト その他必要な事項	
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 高年齢者 若者 企業、研究者、県民(県外を含む) ラジオ 新聞 広報紙 ホムページ SNS テレビ 新聞 広報紙 ホムページ SNS 冊子・チラシ・パンフレット ハードウェア その他 展示会、メール	実施回数 記事掲載回数 1回		
3 情報発信のタイミングやわかりやすさ等	(1) タイミングの活用 ・外部からの情報は、入ったタイミングで発信するようにしている。 ・展示会出展や補助金公募は、関係企業に十分な準備期間が取れるように考慮している。 (2) わかり易く伝える工夫 ・画像や図表を適切に用いる ・専門用語を適切に解説 (3) だより書きやすぐする工夫 ・県庁ホームページの分類への登録 ・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 (4) 事後発信 ・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 その他 関係団体 連携先ホームページでの情報発信 ハンズオン・冊子等の設置 関係機関等での会員への周知 情報のタイムリーな共有(タイムライン等による情報共有の仕組みがある)。			
4 関係機関・団体等との連携等	(1) 連携の有無 あり 連携先ホームページでの情報発信 ハンズオン・冊子等の設置 関係機関等での会員への周知 情報のタイムリーな共有(タイムライン等による情報共有の仕組みがある)。			
5 情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1) 情報発信の効果の把握・検証 効果の達成 達成(平成25年度60社→平成26年度61社) 1社増加 (2) 課題 効果の把握・検証 効果の達成 達成(平成25年度60社→平成26年度61社) 1社増加 (3) 改善 効果の把握・検証 効果の達成 達成(平成25年度60社→平成26年度61社) 1社増加 (4) 費用対効果の検証 効果の把握・検証 効果の達成 達成(平成25年度60社→平成26年度61社) 1社増加			
6 ホムページの管理	(1) ホムページの活用 更新回数 9回 更新内容 「イベント」や「研修」等有効期限の過ぎたものが掲載されたままとなっている。 リニューアルのチェックがなされていない。 (2) ホムページの更新状況 ホムページ管理要領・要領等の認識 認識あり 認識なし (3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理 ホムページ管理要領・要領等の認識 認識あり 認識なし ホムページ管理担当者の設置の認識 認識あり 認識なし			
特記事項				

平成二十八年二月二十六日

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名	No.41 情報産業振興事業			
監 査 対 象 機 関	情報政策課	情報政策課	イベント・研修	制度周知
情報発信のカタチ	補助・助成	イベント・研修	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円) 4,661	支出内容(千円) 264	相談	普及・啓発
	うち情報発信に充てた経費(千円) 410	おおいだIT人材塾情報発信費 264	その他	
		おおいだITフェスタ委託料 152		
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 県内のIT企業が自社でサービスや商品を全国展開できるように競争力をつけ、県内情報産業の振興を図る	(2) 情報発信の目的 県内IT企業等への支援内容について広く周知し活用を促す。	効果測定の方法 部 数(回調物の場合) コスト その他必要な事項	
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 高年齢者 若者 県内企業、IT技術者、IT関係の大学生 新聞 広報紙 ホムページ SNS テレビ 新聞 広報紙 ホムページ SNS 冊子・チラシ・パンフレット ハードウェア その他 募集要項等	実施回数 記事掲載回数 3回		
3 情報発信のタイミングやわかりやすさ等	(1) タイミングの活用 ・周知にかかる時間を考慮し、適切な時期に発信している。 ・複数のメディアミックスで計画的に発信している。 (2) わかり易く伝える工夫 ・わかりやすい表現 ・画像や図表を適切に用いる ・専門用語を適切に解説 (3) だより書きやすぐする工夫 ・県庁ホームページの分類への登録 ・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 (4) 事後発信 ・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 その他 関係団体 連携先ホームページでの情報発信 ハンズオン・冊子等の設置 関係機関等での会員への周知 情報のタイムリーな共有(タイムライン等による情報共有の仕組みがある)。			
4 関係機関・団体等との連携等	(1) 連携の有無 あり 連携先ホームページでの情報発信 ハンズオン・冊子等の設置 関係機関等での会員への周知 情報のタイムリーな共有(タイムライン等による情報共有の仕組みがある)。			
5 情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1) 情報発信の効果の把握・検証 効果の達成 達成(平成25年度60社→平成26年度61社) 1社増加 (2) 課題 効果の把握・検証 効果の達成 達成(平成25年度60社→平成26年度61社) 1社増加 (3) 改善 効果の把握・検証 効果の達成 達成(平成25年度60社→平成26年度61社) 1社増加 (4) 費用対効果の検証 効果の把握・検証 効果の達成 達成(平成25年度60社→平成26年度61社) 1社増加			
6 ホムページの管理	(1) ホムページの活用 更新回数 8回 更新内容 「イベント」や「研修」等有効期限の過ぎたものが掲載されたままとなっている。 リニューアルのチェックがなされていない。 (2) ホムページの更新状況 ホムページ管理要領・要領等の認識 認識あり 認識なし (3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理 ホムページ管理要領・要領等の認識 認識あり 認識なし ホムページ管理担当者の設置の認識 認識あり 認識なし			
特記事項				

大分県報(監査公表)

五五

監査結果表

監査対象事業名	No.42	ラジックショップ活用推進事業
監査対象機関	商業・サービス振興課	
情報発信のカタチ	補助・助成	イベント・研修
事業費及び情報発信に充てた経費	56,500	委託料 300
うち情報発信に充てた経費(千円)	300	300千円(うち情報発信に係るもの300千円)
委託の有無	あり	金額 300千円 ネットを活用した大分県情報の発信 300
内容	インターネット	
その他		

1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 大分ラジックの確立、大分の素材を生かした魅力ある商品開発、農林水産物及び加工品の販路拡大並びに挑戦する人材の育成のため、昔郡商ラジックショップ（生糸大分）を活用した広報・情報発信を行う。																
(2) 情報発信の目的	「生糸大分」のウェブサイトで大分県の「食」、「物産」、「観光」などの効果的な情報発信を図る。																
(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	<table border="1"> <tr> <th>発信内容</th> <th>効果測定の方法</th> </tr> <tr> <td>対象媒体</td> <td>部 数(印刷物の場合)</td> </tr> <tr> <td>時期</td> <td>コスト</td> </tr> <tr> <td>項目が不在理由</td> <td>その他必要な事項</td> </tr> </table>	発信内容	効果測定の方法	対象媒体	部 数(印刷物の場合)	時期	コスト	項目が不在理由	その他必要な事項								
発信内容	効果測定の方法																
対象媒体	部 数(印刷物の場合)																
時期	コスト																
項目が不在理由	その他必要な事項																
2 情報発信の受け手と媒体	<table border="1"> <tr> <th>情報を受け手</th> <th>高齢者</th> <th>若者</th> <th>その他</th> </tr> <tr> <td>テレビ</td> <td>ラジオ</td> <td>新聞</td> <td>首屈圏内住者(特に生糸利用者) SNS</td> </tr> <tr> <td>冊子・チラシ・パンフレット</td> <td>ウェブサイト</td> <td>メール</td> <td>その他</td> </tr> <tr> <td>実施回数</td> <td>102回</td> <td>記事掲載回数</td> <td>102回</td> </tr> </table>	情報を受け手	高齢者	若者	その他	テレビ	ラジオ	新聞	首屈圏内住者(特に生糸利用者) SNS	冊子・チラシ・パンフレット	ウェブサイト	メール	その他	実施回数	102回	記事掲載回数	102回
情報を受け手	高齢者	若者	その他														
テレビ	ラジオ	新聞	首屈圏内住者(特に生糸利用者) SNS														
冊子・チラシ・パンフレット	ウェブサイト	メール	その他														
実施回数	102回	記事掲載回数	102回														
3 情報発信のタイミングやわかりやすさ等	<ul style="list-style-type: none"> ①わかりやすく伝える工夫 ②わかりやすい表現 ③たどり着きやすくなる工夫 ④事後の発信 																
4 関係機関等との連携	<ul style="list-style-type: none"> ①関係機関等での連携 ②関係機関等での連携 																
5 情報発信の効果の把握・検証等	<ul style="list-style-type: none"> ①情報発信の効果の把握・検証 ②関係機関等での連携 																
6 ホームページの管理	<ul style="list-style-type: none"> ①ホームページの更新回数 ②ホームページの更新回数 ③情報発信に関する部署及び所属内での管理 																

監査結果表

監査対象事業名	No.43	車ラジック活用推進事業
監査対象機関	商業・サービス振興課	
情報発信のカタチ	補助・助成	イベント・研修
事業費及び情報発信に充てた経費	37,536	支出内容(千円)
うち情報発信に充てた経費(千円)	0	
委託の有無	あり	金額 300千円 ネットを活用した大分県情報の発信 300
内容	インターネット	
その他		

1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 少子高齢化により国内の市場が縮小し、アジア地域の市場を取り込んでいく必要があるため、県内中小企業単独では困難な海外進出に関する支援を行う。																
(2) 情報発信の目的	海外の商談会や見本市等の参加者募集情報を発信することで、多くの県内中小企業が参加できるようにする。																
(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	<table border="1"> <tr> <th>発信内容</th> <th>効果測定の方法</th> </tr> <tr> <td>対象媒体</td> <td>部 数(印刷物の場合)</td> </tr> <tr> <td>時期</td> <td>コスト</td> </tr> <tr> <td>項目が不在理由</td> <td>その他必要な事項</td> </tr> </table>	発信内容	効果測定の方法	対象媒体	部 数(印刷物の場合)	時期	コスト	項目が不在理由	その他必要な事項								
発信内容	効果測定の方法																
対象媒体	部 数(印刷物の場合)																
時期	コスト																
項目が不在理由	その他必要な事項																
2 情報発信の受け手と媒体	<table border="1"> <tr> <th>情報を受け手</th> <th>高齢者</th> <th>若者</th> <th>その他</th> </tr> <tr> <td>テレビ</td> <td>ラジオ</td> <td>新聞</td> <td>県内の加工食品製造・販売業者 SNS</td> </tr> <tr> <td>冊子・チラシ・パンフレット</td> <td>ウェブサイト</td> <td>メール</td> <td>その他</td> </tr> <tr> <td>実施回数</td> <td>2回</td> <td>記事掲載回数</td> <td>2回</td> </tr> </table>	情報を受け手	高齢者	若者	その他	テレビ	ラジオ	新聞	県内の加工食品製造・販売業者 SNS	冊子・チラシ・パンフレット	ウェブサイト	メール	その他	実施回数	2回	記事掲載回数	2回
情報を受け手	高齢者	若者	その他														
テレビ	ラジオ	新聞	県内の加工食品製造・販売業者 SNS														
冊子・チラシ・パンフレット	ウェブサイト	メール	その他														
実施回数	2回	記事掲載回数	2回														
3 情報発信のタイミングやわかりやすさ等	<ul style="list-style-type: none"> ①わかりやすい表現 ②わかりやすく伝える工夫 ③たどり着きやすくなる工夫 ④事後の発信 																
4 関係機関等との連携	<ul style="list-style-type: none"> ①関係機関等での連携 ②関係機関等での連携 																
5 情報発信の効果の把握・検証等	<ul style="list-style-type: none"> ①情報発信の効果の把握・検証 ②関係機関等での連携 																
6 ホームページの管理	<ul style="list-style-type: none"> ①ホームページの更新回数 ②ホームページの更新回数 ③情報発信に関する部署及び所属内での管理 																

特記事項

特記事項

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名	N44 企業立地促進事業	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
監 査 対 象 機 関	企業立地推進課	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカタゴリ	○	○	○	○	○	○
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費 (千円) 401,538	うち情報発信に充てた経費(千円) 0	支出内容 (千円)	○	○	○
委託の有無	金額 あり	内容 なし				
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的	企業誘致の促進のため 大分県と企業誘致の制度を理解してもらい、興味を持ってもらう。				
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 情報発信の受け手 テレビ ラジオ 冊子・チラシ・パンフレット メディア	高齢者 若者 東外企業、県内の誘致企業 広報紙 ホームページ SNS その他 メルマガ				
3 情報発信のやりかた	(1)やりかた (2)やりかた (3)やりかた	・適宜、情報を更新していく。 ・複数のタイムズで計画的に発信している。 ・わかりやすい表現 ・画像や図表を適切に用いる ・県のホームページ、パンフレット、チラシを配布。 ・新聞広告やパンフレットにURL及びQRコードを掲載。 ・県庁ホームページの登録 ・他の媒体からホームページへの誘導				
4 関係機関等との連携	(1)連携の有無 (2)連携の有無	あり なし	連携先ホームページでの情報発信 パンフレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知			
5 情報発信の効果	(1)情報発信の信に関する効果の把握 (2)効果の把握 (3)効果の把握	あり なし	指標 把握方法 目標値 効果の達成状況 告知に利用した媒体による参加者数 講演会当日、アンケートにより情報の入手経路を尋ねる。 1800人の参加			
6 ホームページの管理	(1)ホームページの管理 (2)ホームページの更新 (3)ホームページの更新	更新回数 更新回数 更新回数	適宜更新			
特記事項	ホームページのアクセス分析を行い、企業の方がタブレット端末からアクセスする傾向がわかったため、タブレット類にはQRコードを掲載した。					

平成二十八年二月二十六日

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名	N45 ワーク・ライオン・パワースタイル実践支援事業	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
監 査 対 象 機 関	労政福祉課	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカタゴリ	○	○	○	○	○	○
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費 (千円) 4,670	うち情報発信に充てた経費(千円) 373	支出内容 (千円)	チラシ作成費 65	パンフレット作成費 308	
委託の有無	金額 あり	内容 なし				
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的	男性の育児参加を促進し、少子高齢化の原因の一つを解消するため、次世代育成支援 対策法の認定企業や一般事業主行動計画認定企業を増やす。 ワーク・ライオン・パワースタイルセミナーの情報等を発信し、多くの県民にセミナーに参加 してもらい、理解を深めてもらう。				
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 情報発信の受け手 テレビ ラジオ 冊子・チラシ・パンフレット メディア	高齢者 若者 経営者、人事労務担当者、県民 広報紙 ホームページ SNS その他				
3 情報発信のやりかた	(1)やりかた (2)やりかた (3)やりかた	・わかりやすい表現 ・画像や図表を適切に用いる ・日頃の訪問活動の際に、事業の告知と併せてパンフレットの配布やホームページの案内を行った。 ・県庁ホームページの登録 ・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 ・他の媒体からホームページへの誘導				
4 関係機関等との連携	(1)連携の有無 (2)連携の有無	あり なし	連携先ホームページでの情報発信 パンフレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知			
5 情報発信の効果	(1)情報発信の信に関する効果の把握 (2)効果の把握 (3)効果の把握	あり なし	指標 把握方法 目標値 効果の達成状況 告知に利用した媒体による参加者数 講演会当日、アンケートにより情報の入手経路を尋ねる。 1800人の参加			
6 ホームページの管理	(1)ホームページの管理 (2)ホームページの更新 (3)ホームページの更新	更新回数 更新回数 更新回数	4回			
特記事項	ホームページのアクセス分析を行い、企業の方がタブレット端末からアクセスする傾向がわかったため、タブレット類にはQRコードを掲載した。					

大分県報 (監査公表)

五七

監査結果表

監査対象事業名	No46 産業人材確保等支援事業	雇用・人材育成課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカタチ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発	
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費 (千円) 51,278	支出内容 (千円) チラシ作成費 300				
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的 (3) 事業実施計画における情報発信の有無	県内の中小企業の人材確保を支援するために設置した「おおいた産業人材センター」において、U1Jターン希望者と県内企業のマッチングを促進することで、即戦力人材の確保支援に取り組み、 おおいと産業人材センターの増加を図る。 とせみー参加者の増加を図る。	効果測定の方法 発行内容 対象 媒体 時期	部 数(印刷物の場合) コスト その他必要な事項		
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 (2) ハフ・リテラ	情報を受け手 高齢者 若者 U1Jターン就職希望者や県内の中小企業 テレビ ラジオ 新聞 広報誌 ホームページ SNS 冊子・チラシ・パンフレット ハフ・リテラ その他	実施回数 2回	記事掲載回数 2回		
3 情報発信のタイミン	(1) タイミン (2) わかり易く (3) たどり着きやすさ	①タイミンで考慮してある点 ・複数のタイミンで計画的に発信している。 ②わかり易く ・画像や図表を適切に用いている ③たどり着きやすさ ・紙媒体での広報の際は、ホームページのアドレスを必ず掲載し、アクセスを促した。 ・パンフレットを観光施設に置いて配布した。 ④県庁ホームページの分類への登録				
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 (2) 連携先	①連携先 あり 連携先ホームページでの情報発信 パンフレット、冊子等の周知 関係機関等での会員への周知				
5 情報発信の効果の把握	(1) 情報発信の効果の把握 (2) 効果の検証	市町村の広報誌に掲載されるか否かが確認できなかったため、定期的な広報に限界がある。 指標 告知に使用した媒体による相対者数 把握方法 体調査 目標値 新規登録者160人/年 効果の達成 新規登録者187人 状況 把握している理由				
6 ホームページの管理	(1) ホームページの管理 (2) ホームページの更新状況	①ホームページの管理 更新回数 12回				
特記事項	月次で、就職相談等を行った成果としてのU1Jターン新規登録者数等の目標数値や広報媒体を計画し、出前セミナーや相談会を計画的に実施することにより、最適なタイミンで発信が行え、月次の達成状況を意識しながら取り組んでいく。					

監査結果表

監査対象事業名	No47 ジョブカフェおおいと推進事業	雇用・人材育成課	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカタチ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発	
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費 (千円) 21,827	支出内容 (千円) ジョブカフェおおいと広報費 (新聞広告費) 25				
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的 (3) 事業実施計画における情報発信の有無	若年者の失業率及び早期離職率が依然として高水準で推移する現状において、若年求職者に対する早期就職及び早期離職防止支援を行う。また、県内企業に対する人材確保及び職場定着支援を行う。 ジョブカフェに関する情報等を発信し、ジョブカフェへの来所者等を増加させ、就職者の増加につなげる。	効果測定の方法 発行内容 対象 媒体 時期	部 数(印刷物の場合) コスト その他必要な事項		
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 (2) ハフ・リテラ	情報を受け手 高齢者 若者 その他 テレビ ラジオ 新聞 広報誌 ホームページ SNS 冊子・チラシ・パンフレット ハフ・リテラ その他	実施回数 1回	記事掲載回数 1回		
3 情報発信のタイミン	(1) タイミン (2) わかり易く (3) たどり着きやすさ	①タイミンで考慮してある点 ・複数のタイミンで計画的に発信している。 ②わかり易く ・画像や図表を適切に用いている ③たどり着きやすさ ・紙媒体での広報の際は、ホームページのアドレスを必ず掲載し、アクセスを促した。 ・より多くの若者やその保護者が情報に接することができるよう、パンフレットの配布先を検討した。 ④県庁ホームページの分類への登録				
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 (2) 連携先	①連携先 あり 連携先ホームページでの情報発信 パンフレット、冊子等の周知 関係機関等での会員への周知				
5 情報発信の効果の把握	(1) 情報発信の効果の把握 (2) 効果の検証	広報誌掲載を通じてテレビやラジオ、新聞、広報誌での広報や、市町村の広報誌については、掲載されるか否かが確認できなかったため、定期的な広報に限界がある。 指標 告知に使用した媒体による来所者数 把握方法 来所し、ジョブカフェへ新規登録をする際の媒体調査の実施 目標値 効果の達成 状況 把握している理由				
6 ホームページの管理	(1) ホームページの管理 (2) ホームページの更新状況	①ホームページの管理 更新回数 12回				
特記事項	県庁ホームページの相談窓口一覧表において、相談窓口の開設時間に異りがあった。告知した媒体による来所者数を情報発信の効果の指標としていた。					

監査結果表

監査対象事業名	No.48 離職者等能力開発促進事業	
監査対象機関	雇用・人材育成課	イベント・研修
情報発信のカテゴリ	補助・助成	制度周知
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費 (千円) 354,224 うち情報発信に充てた経費(千円) 761	相談
支出内容(千円)	761	普及・啓発
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的 (3) 事業実施計画における情報発信の有無	委託の有無 □あり ■なし
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 情報発信の受け手 テレビ ラジオ 冊子・チラシ・パンフレット ハブリゲイ 実施回数	若者 高齢者 新聞 広報紙 ポスター SNS その他
3 情報発信のタイミン	(1) 1/17/27で考慮している点 (2) わかり易く伝える工夫 (3) たどり着きやすくする工夫 (4) 事後の密着	記事掲載回数 活用なし
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 (2) 連携の密着	活用あり
5 情報発信の効果を把握する	(1) 情報発信の効果を把握する (2) 課題 (3) 費用対効果の検証	効果測定の方法 部数(印刷物の場合) コスト その他必要な事項
6 広報管理	(1) 広報の活用 (2) 広報の更新回数 (3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理	更新回数 活用あり
特記事項	複数の研修会等を実施するにあたり、詳細な計画を策定して複数のタイミンで情報発信していた。	

平成二十八年二月二十六日

監査結果表

監査対象事業名	No.49 子育て等への仕事復帰応援事業	
監査対象機関	雇用・人材育成課	イベント・研修
情報発信のカテゴリ	補助・助成	制度周知
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費 (千円) 26,220 うち情報発信に充てた経費(千円) 1,909	相談
支出内容(千円)	1,909	普及・啓発
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的 (3) 事業実施計画における情報発信の有無	委託の有無 □あり ■なし
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 情報発信の受け手 テレビ ラジオ 冊子・チラシ・パンフレット ハブリゲイ 実施回数	若者 高齢者 新聞 広報紙 ポスター SNS その他
3 情報発信のタイミン	(1) 1/17/27で考慮している点 (2) わかり易く伝える工夫 (3) たどり着きやすくする工夫 (4) 事後の密着	記事掲載回数 活用あり
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 (2) 連携の密着	活用あり
5 情報発信の効果を把握する	(1) 情報発信の効果を把握する (2) 課題 (3) 費用対効果の検証	効果測定の方法 部数(印刷物の場合) コスト その他必要な事項
6 広報管理	(1) 広報の活用 (2) 広報の更新回数 (3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理	更新回数 活用あり
特記事項	複数の研修会等を実施するにあたり、詳細な計画を策定して複数のタイミンで情報発信していた。	

大分県報(監査公表)

五九

監査結果表

監査対象事業名	Ns50 世界農業遺産ブランド推進事業	農林水産省	農林水産省農産部
監査対象機関	農林水産省農産部	農林水産省農産部	農林水産省農産部
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知
事業費及び情報発信に充てた経費	43,301	1,981	委託料 1,944
うち情報発信に充てた経費(千円)	5,563	1,500	138
委託の有無	あり	金額	1,944千円(うち情報発信に係るもの1,944千円)
内容	ラジオ放送	1,944	
その他			
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的	世界農業遺産に認定された地域の旨を次世代に継承するとともに、ものづくりや交流人口の拡大に結びつけ、地域の活力を創出すること。 世界農業遺産を普及・啓発するとともに、ソシオドラマやセミナー等の世界農業遺産関連行事を周知すること。	
2 情報発信の媒体	(1) 受け手と媒体	高齢者 若者 農家全般 テレビ ラジオ 新聞 広報誌 ホンパ 冊子・チラシ・パンフレット ハガキリフレタ その他 大分県広告、認定市町村啓発看板等	SNS
3 情報発信のやりかた	(1) 1/17で考慮し、よくよく (2) わかりやすく伝える工夫 (3) こだわり書きやすくなる工夫 (4) 事後の発信	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる ■専門用語を適切に解説 ■画例や図表を適切に用いる ■協賛やホームページのトップページで、最新の情報をリンクさせている。 ■ポスターやチラシに活用するよう、ホームページを改良した。 ■県庁ホームページの成果や研修会の成果等を情報発信している。 ■関係機関等での会員への周知	
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無	あり	
5 情報発信の効果	(1) 情報発信の効果の把握・検証	県内における世界農業遺産の認知度 指標 指標値 60.0% (平成35年度) 効果の達成 28.9% (平成26年度末)	
6 ホンパの管理	(1) ホンパの活用 (2) ホンパの更新 (3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理	更新回数 5.0回 課題等 ・イベントや「農産物」等有効的であったものが継続されたままとなっている。 ホンパ管理要綱・要領等の認識 ホンパ管理担当者等の設置の認識 ホンパ管理担当者等の設置の認識 更新回数 5.0回 課題等 ・イベントや「農産物」等有効的であったものが継続されたままとなっている。 ホンパ管理要綱・要領等の認識 ホンパ管理担当者等の設置の認識 ホンパ管理担当者等の設置の認識	
特記事項	県内認知度を高めるための各種広報を委託等により行っているが、別途インターネットによるアンケート調査委託により、認知度を把握・検証して、次の情報発信の手法検討に活かしている。		

監査結果表

監査対象事業名	Ns51 農地中間管理推進事業	農林水産省	農林水産省農産部
監査対象機関	農林水産省農産部	農林水産省農産部	農林水産省農産部
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知
事業費及び情報発信に充てた経費	118,599	1,506	1,506
うち情報発信に充てた経費(千円)	1,506	1,506	
委託の有無	あり	金額	1,506
内容	新聞広告費	1,506	
その他			
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的	農地の構造改革を目指し、農地中間管理機構による担い手の農業集積と集約化の支援を行う。 農地中間管理機構の普及、農地集積・集約化の普及、農用地等の借受けを希望する者の募集の周知により、制度利用の促進を図る。	
2 情報発信の媒体	(1) 受け手と媒体	高齢者 若者 農家 テレビ ラジオ 新聞 広報誌 ホンパ 冊子・チラシ・パンフレット ハガキリフレタ その他	SNS
3 情報発信のやりかた	(1) 1/17で考慮し、よくよく (2) わかりやすく伝える工夫 (3) こだわり書きやすくなる工夫 (4) 事後の発信	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる ■専門用語を適切に解説 ■画例や図表を適切に用いる ■協賛やホームページのトップページで、最新の情報をリンクさせている。 ■ポスターやチラシに活用するよう、ホームページを改良した。 ■県内全域で、より多くの農家が情報に接することができるようにした。 ■他の媒体からホームページへの誘導	
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無	あり	
5 情報発信の効果	(1) 情報発信の効果の把握・検証	関係機関相互の連絡が必要である。 借受けを希望する農用地面積 指標値 2,000ha 効果の達成 2,093ha	
6 ホンパの管理	(1) ホンパの活用 (2) ホンパの更新 (3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理	更新回数 課題等 ・イベントや「農産物」等有効的であったものが継続されたままとなっている。 ホンパ管理要綱・要領等の認識 ホンパ管理担当者等の設置の認識 ホンパ管理担当者等の設置の認識	
特記事項	連携先(公社、市町村)と推進会議を開催し、制度の対象者に対し周知を図り、目標達成に向けた取組を行っている。		

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名	No.52 新規就農促進事業			
監 査 対 象 機 関	農山漁村・担い手支援課			
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談
普及・啓発				
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	委託料	支出内容(千円)	
	4,191	864		
	うち情報発信に充てた経費(千円)	チラシ作成費	631	
	2,067	新聞広告費	572	
		委託の有無	864千円(うち情報発信に係るもの864千円)	
		あり	内容	新聞広告費 864
		なし		

1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的	新規就農の促進を図る。 就農セミナー・相談会等の情報を発信し、移住就農を促進するとともに、雇用就農相談会の情報を発信し、雇用就農を促進する。
2 情報発信の手と媒体	(1)受け手と媒体 (2)情報発信の項目	項目がない理由 高齢者 若者 農業参入に取組む意向のある企業等 テレビ ラジオ 新聞 広報紙 ホンパージュ SNS 冊子・チラシ・パンフレット ハードウェア その他
3 情報発信のタイミンクやわかりやすさ等	(1)タイミンクで考慮している点 (2)わかり易く伝える工夫 (3)たどり着きやすくする工夫	・掲載のタイミンクで計画的に発信している。 ・「わかり易く」表現 ・画像や図表を適切に用いる ・専門用語を適切に解説 ・最新の情報に、イベント情報に加え、就農に関する最新情報を掲載するなどにより、イベント情報と連携した ■県庁ホームページの分類への登録 ■他の媒体からホームページへの誘導
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無 (2)連携のあり方	あり 連携先ホームページでの情報発信 パンフレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知 その他
5 情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1)情報発信の把握方法 (2)効果の検証	指標 把握方法 目標値 効果の達成 状況 230人 効果の検証方法 ■改善あり ■改善なし 効果の低い媒体の見直し。 ■検証あり ■検証なし
6 ホームページの管理	(1)ホームページの活用 (2)ホームページの更新状況	更新回数 16回
7 情報発信に関する部局及び所属内での管理	課題等 更新回数	認識あり 認識あり 認識なし 認識なし

監 査 対 象 事 業 名	No.53 企業等農業参入推進事業			
監 査 対 象 機 関	農山漁村・担い手支援課			
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談
普及・啓発				
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	委託料	支出内容(千円)	
	25,522	135		
	うち情報発信に充てた経費(千円)	パンフレット作成費	135	
		委託の有無		
		あり	内容	
		なし		

1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的	県内外の企業の農業分野への参入を効果的に推進する。 県内外の企業の農業分野への誘致を迅速かつ効果的に行う。
2 情報発信の手と媒体	(1)受け手と媒体 (2)情報発信の項目	項目がない理由 高齢者 若者 農業参入に取組む意向のある企業等 テレビ ラジオ 新聞 広報紙 ホンパージュ SNS 冊子・チラシ・パンフレット ハードウェア その他
3 情報発信のタイミンクやわかりやすさ等	(1)タイミンクで考慮している点 (2)わかり易く伝える工夫 (3)たどり着きやすくする工夫	・掲載のタイミンクで計画的に発信している。 ・「わかり易く」表現 ・画像や図表を適切に用いる ・専門用語を適切に解説 ・最新の情報に、イベント情報に加え、就農に関する最新情報を掲載するなどにより、イベント情報と連携した ■県庁ホームページの分類への登録 ■他の媒体からホームページへの誘導
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無 (2)連携のあり方	あり 連携先ホームページでの情報発信 パンフレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知 その他
5 情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1)情報発信の把握方法 (2)効果の検証	指標 把握方法 目標値 効果の達成 状況 大分：27人 福岡：40人 大分：54人 効果の検証方法 ■改善あり ■改善なし 大分でのセミナーの開催時期の変更 ■検証あり ■検証なし コスト135千円に対し、平成26年度の企業参入数17社。 ※1社あたり約8千円。 ■活用あり ■活用なし
6 ホームページの管理	(1)ホームページの活用 (2)ホームページの更新状況	更新回数 4回
7 情報発信に関する部局及び所属内での管理	課題等 更新回数	認識あり 認識あり 認識なし 認識なし

監査結果表

監査対象事業名	No54 水田転作作物生産力向上対策事業		
監査対象機関	豊後農産・水田対策室		
情報発信の卡特ゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知
相談	普及・啓発		
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	12,000	支出内容(千円)
			委託料 1,010
			うち情報発信に充てた経費(千円) 1,290
			委託料 59
			委託の有無
	金額	6,656千円(うち情報発信に係るもの559千円)	
	内容	新聞広告費 11	
		チラシ等作成費 48	
		その他	
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 水田で転作を行う際における、米物の消費拡大を図る。		
(2) 情報発信の目的	研究会やイベントの開催について、農業者に対し周知を図るとともに、米粉に関する農民の理解を深める。		
(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	発信内容	対象媒体	効果測定の方法
	項目がない理由	時期	部 数(印刷物の場合)
	項目がない理由	委託契約を結ぶ際に事業計画書を作成させているため。	コスト
	高年齢者	若者	その他
	ラジオ	新聞	農業者・一般農民
	テレビ	広報誌	ホムページ
	冊子・チラシ・パンフレット	ポスター	SNS
	実施回数	2回	記事掲載回数
			活用なし
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 農業者・一般農民		
	高年齢者	若者	その他
	ラジオ	新聞	農業者・一般農民
	テレビ	広報誌	ホムページ
	冊子・チラシ・パンフレット	ポスター	SNS
	実施回数	2回	記事掲載回数
			活用なし
3 情報発信のタイミングやわかりやすさ等	(1) タイミングで考慮している点 ・複数のタイムニングで計画的に発信している。 (2) わかりやすい表現 ・わかりやすい表現 ・画像や図表を適切に用いている (3) 伝える工夫 ・農業者に情報が必要に届くよう、郵送や団体を通じて配信を行った。 ・大学や専門学校等でもチラシを配布した。 (4) 事後の発信 ・県庁ホームページの分類への登録 ・他の媒体からホムページへの誘導		
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 あり 連携先ホムページでの情報発信 パンフレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知 (2) 課題 農業者への直接の周知に時間を要した。 指標 把握方法 イベントでの把握 目標値 350人 効果の達成 350人超		
5 情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1) 情報発信の効果の把握・検証 効果の達成 350人超		
6 ホムページの管理	(1) ホムページの管理 更新回数 24~48回/年 (2) ホムページの更新状況 ホムページ管理要綱・要領等の認識 ホムページ管理担当者の設置の認識 ホムページ管理に際して関係機関を回している。 関係機関等での周知 関係機関等での会員への周知 関係機関等での周知 関係機関等での周知		
特記事項	「旬」の情報発信するため月別の広報項目を予め年間で設定しており、常にタイムリーな大分県産農水産物の情報を発信している。		

監査結果表

監査対象事業名	No55 Thee・おおいだプログラム推進課		
監査対象機関	おおいだプログラム推進課		
情報発信の卡特ゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知
相談	普及・啓発		
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	25,720	支出内容(千円)
			委託料 715
			うち情報発信に充てた経費(千円) 427
			委託料 427
			委託の有無
	金額	715千円(うち情報発信に係るもの715千円)	
	内容	HP保守管理等 715	
		その他	
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 県農協のマーケティングチームを県が補完し、京浜、京阪神、福岡圏での商談支援やネットセールスを行うことで、県産農水産物のプログラム構築を図る。		
(2) 情報発信の目的	流通関係者や一般消費者に、大分県の農水産物に興味を持たせ、購買意欲を喚起する。		
(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	発信内容	対象媒体	効果測定の方法
	項目がない理由	時期	部 数(印刷物の場合)
	項目がない理由	委託契約を結ぶ際に事業計画書を作成させているため。	コスト
	高年齢者	若者	その他
	ラジオ	新聞	消費者
	テレビ	広報誌	ホムページ
	冊子・チラシ・パンフレット	ポスター	SNS
	実施回数	10回以上	記事掲載回数
			活用なし
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体 消費者		
	高年齢者	若者	その他
	ラジオ	新聞	消費者
	テレビ	広報誌	ホムページ
	冊子・チラシ・パンフレット	ポスター	SNS
	実施回数	10回以上	記事掲載回数
			活用なし
3 情報発信のタイミングやわかりやすさ等	(1) タイミングで考慮している点 ・複数のタイムニングで計画的に発信している。 (2) わかりやすい表現 ・わかりやすい表現 ・画像や図表を適切に用いている (3) 伝える工夫 ・農業者に情報が必要に届くよう、SNSとの連携、職員の名刺等の印刷物へのU ・R.Lの記載等の実施。 (4) 事後の発信 ・県庁ホームページの分類への登録 ・他の媒体からホムページへの誘導		
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無 あり 連携先ホムページでの情報発信 パンフレット、冊子等の設置 関係機関等での会員への周知 (2) 課題 情報発信のタイムニングや内容についての緊密な連携がとれていない。 指標 把握方法 アクセス解析 目標値 205,000PV数/年 効果の達成 277,241PV数/年		
5 情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1) 情報発信の効果の把握・検証 効果の達成 277,241PV数/年		
6 ホムページの管理	(1) ホムページの管理 更新回数 24~48回/年 (2) ホムページの更新状況 ホムページ管理要綱・要領等の認識 ホムページ管理担当者の設置の認識 ホムページ管理に際して関係機関を回している。 関係機関等での周知 関係機関等での周知 関係機関等での周知		
特記事項	「旬」の情報発信するため月別の広報項目を予め年間で設定しており、常にタイムリーな大分県産農水産物の情報を発信している。		

監査結果表

監査対象事業名	Ns56 農林水産物輸出促進対策事業	監査対象機関	おおいたフーズ(株)産直課	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	6,769	事業費(千円)	0	支出内容(千円)	-			
うち情報発信に充てた経費(千円)	0	委託の有無	あり	金額	-			
内容	なし	あり	なし					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的	本県の農林水産物の輸出額の増加を図る。 ブランドなおおいた輸出促進協議会が開催する研修会や商談会の参加者の増加を図る。	発信内容	対象媒体	効果測定の方法	部数(印刷物の場合)	コスト	その他必要な事項
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 (2)情報発信の項目の有無	項目がない理由	高齢者	若者	新聞	広報紙	ホームページ	その他
3 情報発信の「わがみやミンゴ」や「わがみや」等	(1)「わがみや」で考慮している点 (2)「わがみや」易く伝える工夫 (3)「わがみや」易く伝える工夫 (4)事後の発信	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる ■ホームページ・メールマガジン・パンフレット、冊子等の設置 ■他の媒体からホームページへの誘導						
4 関係機関・団体等との連携	(1)連携の有無 (2)課題	あり なし						
5 情報発信の効果の把握・検証等	(1)情報発信の効果の把握・検証 (2)改善	あり なし						
6 ホームページの管理	(1)ホームページの活用 (2)ホームページの更新状況 (3)情報発信に関する部署及び所属内での管理	活用あり 更新回数 0回						
特記事項								

平成二十八年二月二十六日

監査結果表

監査対象事業名	Ns57 大分の茶産地強化対策事業	監査対象機関	園芸振興室	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	48,023	事業費(千円)	0	支出内容(千円)	-			
うち情報発信に充てた経費(千円)	0	委託の有無	あり	金額	-			
内容	なし	あり	なし					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的	既存の茶生産者の生産量が減少しているため、生産量の維持を図る。 補助事業実施希望者に情報を確実に伝えることと、大分の茶について情報を発信し、新茶まつりへの参加者の増加を図る。	発信内容	対象媒体	効果測定の方法	部数(印刷物の場合)	コスト	その他必要な事項
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 (2)情報発信の項目の有無	項目がない理由	高齢者	若者	新聞	広報紙	ホームページ	その他
3 情報発信の「わがみやミンゴ」や「わがみや」等	(1)「わがみや」で考慮している点 (2)「わがみや」易く伝える工夫 (3)「わがみや」易く伝える工夫 (4)事後の発信	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる	■わかりやすい表現 ■画像や図表を適切に用いる
4 関係機関・団体等との連携	(1)連携の有無 (2)課題	あり なし	あり なし	あり なし	あり なし	あり なし	あり なし	あり なし
5 情報発信の効果の把握・検証等	(1)情報発信の効果の把握・検証 (2)改善	あり なし	あり なし	あり なし	あり なし	あり なし	あり なし	あり なし
6 ホームページの管理	(1)ホームページの活用 (2)ホームページの更新状況 (3)情報発信に関する部署及び所属内での管理	活用あり 更新回数 3回	活用あり 更新回数 3回	活用あり 更新回数 3回	活用あり 更新回数 3回	活用あり 更新回数 3回	活用あり 更新回数 3回	活用あり 更新回数 3回
特記事項	従来、5月と2月にパンフレットによる情報発信を行っていたが、茶の消費量が伸びる秋の需要期(9月)に合わせ2月を9月に変更し、一般消費者向けに開催する販売会(新茶祭り)での売上げが前年度比150%となる等の効果がみられた。							

大分県報(監査公表)

六三三

監査結果表

監査対象事業名 畜産振興課 畜産振興課 補助・助成	No.58 おおいた豊後牛流通総合対策事業		イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発	
	事業費(千円)	9,509	HP管理・運営費	358	支出内容(千円)	358	
うち情報発信に充てた経費(千円)	358	委託の有無	あり	金額	358	内容	なし
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的 (3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	豊産和牛の質的・量的安定供給を行うとともに、他県産牛との差別化を図り、県産和牛の市場における信頼を高める。 豊後牛・エゾ等のイベント情報や牛肉販売に係る情報等を発信し、イベント参加者の増加、おおいた豊後牛の周知を図る。	発信内容 対象媒体 時期	効果測定の方法 部数(印刷物の場合) コスト その他必要な事項	高齢者 若者 新聞 広報誌 ホームページ SNS その他	項目がない理由	なし
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	情報を受け手 テレビ ラジオ 冊子・マガ・ハガキ外 ハガキ外	高齢者 若者 新聞 広報誌 ホームページ SNS その他	記事掲載回数	2回	記事掲載回数	2回
3 情報発信のタイミンクやわかりやすさ等	(1) タイミングで考慮している点 (2) わかり易く伝える工夫 (3) たどり着きやすさ (4) 事後の発信	■わかり易く伝える工夫 ■画像や図表を適切に用いる ■専門用語を適切に解説 ■県庁ホームページの分類への登録 ■他の媒体からホームページへの誘導 ■補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 ■関係機関等での会員への周知	関係機関等での会員への周知	関係機関等での会員への周知	関係機関等での会員への周知	関係機関等での会員への周知	関係機関等での会員への周知
4 関係機関・団体等との連携	(1) 連携の有無	あり	連携先(ホームページでの情報発信)	あり	連携先(ホームページでの情報発信)	あり	連携先(ホームページでの情報発信)
5 情報発信の効果の把握・検証等	(1) 課題 (2) 効果の把握・検証	■なし 把握している理由	改善あり	改善あり	改善あり	改善あり	改善あり
6 ホームページの管理	(1) ホームページの検証 (2) ホームページの更新状況 (3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理	更新回数 5回	更新回数 5回	更新回数 5回	更新回数 5回	更新回数 5回	更新回数 5回

監査結果表

監査対象事業名 農林畜産課 農林畜産課 補助・助成	No.59 農業農村多面的機能支払事業		イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発	
	事業費(千円)	1,087,182	冊子作成費	432	支出内容(千円)	432	
うち情報発信に充てた経費(千円)	432	委託の有無	あり	金額	432	内容	なし
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 (2) 情報発信の目的 (3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	農業集落が脆弱化し、担い手がいない状態が進行し、農地、水路等の管理が困難となっているため、農地、水路を荒廃させず継続的に維持できる体制を整備する。 農業農村多面的機能支払制度に関する情報を周知し、制度の利用を促進する。	発信内容 対象媒体 時期	効果測定の方法 部数(印刷物の場合) コスト その他必要な事項	高齢者 若者 新聞 広報誌 ホームページ SNS その他	項目がない理由	なし
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	情報を受け手 テレビ ラジオ 冊子・マガ・ハガキ外 ハガキ外	高齢者 若者 新聞 広報誌 ホームページ SNS その他	記事掲載回数	2回	記事掲載回数	2回
3 情報発信のタイミンクやわかりやすさ等	(1) タイミングで考慮している点 (2) わかり易く伝える工夫 (3) たどり着きやすさ (4) 事後の発信	■わかり易く伝える工夫 ■画像や図表を適切に用いる ■専門用語を適切に解説 ■県庁ホームページの分類への登録 ■他の媒体からホームページへの誘導 ■補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。 ■関係機関等での会員への周知	関係機関等での会員への周知	関係機関等での会員への周知	関係機関等での会員への周知	関係機関等での会員への周知	関係機関等での会員への周知
4 関係機関・団体等との連携	(1) 連携の有無	あり	連携先(ホームページでの情報発信)	あり	連携先(ホームページでの情報発信)	あり	連携先(ホームページでの情報発信)
5 情報発信の効果の把握・検証等	(1) 課題 (2) 効果の把握・検証	■なし 把握している理由	改善あり	改善あり	改善あり	改善あり	改善あり
6 ホームページの管理	(1) ホームページの検証 (2) ホームページの更新状況 (3) 情報発信に関する部署及び所属内での管理	更新回数 1回	更新回数 1回	更新回数 1回	更新回数 1回	更新回数 1回	更新回数 1回

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.60 林業再生県産材利用促進事業	
監査対象機関	林産振興室	
情報発信のカテゴリ	補助・助成 イベント・研修 制度周知 相談 普及・啓発	
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	支出内容(千円)
	うち情報発信に充てた経費(千円)	1,045,954
委託の有無	金額	0
	内容	なし
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 木材市場、製材所、森林組合、一般企業に対して、補助事業に関する情報を発信する	外部に負けない競争力を身につけるための原木の加工・流通の低コスト化と県産材の製品販売を図り、需要拡大を目指す
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	高齢者 若者 一般消費者、飲食業関係者
	(2) 媒体	テレビ ラジオ 新聞 広報紙 県産材 SNS
3 情報発信のタイミング	(1) タイミング	実施回数 21回 記事掲載回数 16回
	(2) タイミング	活用あり
4 関係機関・団体等との連携	(1) 連携の有無	あり
	(2) 連携	連携先がホームページでの情報発信ハンズレット、冊子等の設置関係機関等での会員への周知
5 情報発信の効果の把握及び検証	(1) 情報発信の効果の把握	あり
	(2) 検証	改善あり
6 ホームページの管理	(1) ホームページの検証	活用あり
	(2) ホームページの更新状況	更新回数 0回
特記事項	ホームページ作成に際し事業にたどり着きやすくするため、ホームページ作成時のシステム入力作業キーボードを設定していた。また、関係団体や市町村と連携し、事業に取り組む可能性のある者に対して広く発信していた。	

平成二十八年二月二十六日

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.61 原木しいたけ再生回復緊急対策事業	
監査対象機関	林産振興室	
情報発信のカテゴリ	補助・助成 イベント・研修 制度周知 相談 普及・啓発	
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	支出内容(千円)
	うち情報発信に充てた経費(千円)	512,374
委託の有無	金額	44,684
	内容	委託料 30,078千円(うち情報発信に係るもの30,078千円)
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 大分県の乾椎茸の知名度を高め、消費を拡大させることで、生産者の経営を安定化させる。(目標として販売しただけ平均単価5,000円/箱を達成する。)	大分県の乾椎茸の知名度を高め、消費を拡大させることで、生産者の経営を安定化させる。(目標として販売しただけ平均単価5,000円/箱を達成する。)
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	高齢者 若者 一般消費者、飲食業関係者
	(2) 媒体	テレビ ラジオ 新聞 広報紙 県産材 SNS
3 情報発信のタイミング	(1) タイミング	実施回数 21回 記事掲載回数 16回
	(2) タイミング	活用あり
4 関係機関・団体等との連携	(1) 連携の有無	あり
	(2) 連携	連携先がホームページでの情報発信ハンズレット、冊子等の設置関係機関等での会員への周知
5 情報発信の効果の把握及び検証	(1) 情報発信の効果の把握	あり
	(2) 検証	改善あり
6 ホームページの管理	(1) ホームページの検証	活用あり
	(2) ホームページの更新状況	更新回数 1回
特記事項	情報発信に44,684千円支出していたが、雑誌の発行部数やイベントの参加者数、大分県椎茸産地協同組合のホームページアクセス数、注文数等の把握にこととなり、目標値がなげ、効果の検証が行われていなかった。	

大分県報(監査公表)

六五

監査結果表

監査対象事業名	No.62 森林づくりボランティア活動推進事業		
監査対象機関	森との共生推進室		
情報発信のカタチ	補助・助成	イベント・研修	制度周知
相談	普及・啓発	相談	○
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費 (千円)	委託料	支出内容 (千円)
	25,226	571	571
うち情報発信に充てた経費(千円)	571		
委託の有無	金額	5,068千円(うち情報発信に係るもの5,571千円)	
■あり	内容	HIP保守管理 64 新聞広告費 310	
■なし			
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 県民一人一人が身近な森林づくりに参加し、県民みんなで森林を守る意識を醸成するとともに、森林ボランティア活動の活性化を図る。		
(2) 情報発信の目的	多くの県民が森林ボランティア活動へ参加してもらえるよう、森林ボランティア活動の開催や、研修会等の情報を発信する。		
(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	発信内容	効果測定の方法	—
	対象	部 数(印刷物の場合)	○
	媒体	コスト	○
	時期	その他必要な事項	—
	項目がない理由	—	
2 情報発信の受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者
	テレビ	ラジオ	新聞
	雑誌	広報誌	ホームページ
	冊子・チラシ・ポスター	ハブ利用	その他
	実施回数	3回	記事掲載回数
		活用あり	活用なし
3 情報発信のタイミン	(1) 1月1日(木)で考慮している点 ■わかりやすい表現 ■わかりやすい表 ■画像や図表を適切に用いる ■大分県森林づくりボランティア支援センター通信が広く県民の目にとまるよう県内の大分県森林づくりにボランティア活動の窓口に掲げてもらっている。 ■専門用語を適切に解説		
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無	■あり	■なし
	(2) 連携	■あり	■なし
5 情報発信の効果の把握	(1) 情報発信の効果の把握	■あり	■なし
	(2) 効果	■改善あり	■改善なし
6 ホームページの管理	(1) ホームページの管理	■活用あり	■活用なし
	(2) ホームページの更新状況	■更新回数	120回
特記事項	—		

監査結果表

監査対象事業名	No.63 鳥獣被害総合対策事業		
監査対象機関	森との共生推進室		
情報発信のカタチ	補助・助成	イベント・研修	制度周知
相談	普及・啓発	相談	○
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費 (千円)	委託料	支出内容 (千円)
	446,034	821	821
うち情報発信に充てた経費(千円)	821		
委託の有無	金額	998千円(うち情報発信に係るもの821千円)	
■あり	内容	ブーン等出版 530 冊子作成費 291	
■なし			
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的 県民一人一人が身近な森林づくりに参加し、県民みんなで森林を守る意識を醸成するとともに、森林ボランティア活動の活性化を図る。		
(2) 情報発信の目的	多くの県民が森林ボランティア活動へ参加してもらえるよう、森林ボランティア活動の開催や、研修会等の情報を発信する。		
(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	発信内容	効果測定の方法	—
	対象	部 数(印刷物の場合)	○
	媒体	コスト	○
	時期	その他必要な事項	—
	項目がない理由	—	
2 情報発信の受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者
	テレビ	ラジオ	新聞
	雑誌	広報誌	ホームページ
	冊子・チラシ・ポスター	ハブ利用	その他
	実施回数	3回	記事掲載回数
		活用あり	活用なし
3 情報発信のタイミン	(1) 1月1日(木)で考慮している点 ■わかりやすい表現 ■わかりやすい表 ■画像や図表を適切に用いる ■大分県森林づくりにボランティア活動の窓口に掲げてもらっている。 ■専門用語を適切に解説		
4 関係機関等との連携	(1) 連携の有無	■あり	■なし
	(2) 連携	■あり	■なし
5 情報発信の効果の把握	(1) 情報発信の効果の把握	■あり	■なし
	(2) 効果	■改善あり	■改善なし
6 ホームページの管理	(1) ホームページの管理	■活用あり	■活用なし
	(2) ホームページの更新状況	■更新回数	2回
特記事項	—		

監査結果表

監査対象事業名	No64 県産魚販売総合力向上事業		
監査対象機関	漁業管理課		
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知
相談			普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	委託料	支出内容(千円)
	12,396	356	
うち情報発信に充てた経費(千円)	356		
委託の有無	金額	1,396千円(うち情報発信に係るもの356千円)	
内容	冊子作成費	356	
1情報発信の目的	(1)事業の目的 チャレベンジ魚種7種を中心に県産水産物の販売力、商品力を強化し、他県産水産物との差別化を図り、消費を向上させていく。(目標・・・販売額63億円以上) 産業者、一般県民に対して、県産魚の利用を促進するため、その料理方法をレシピ集に取りまとめ、周知を図るとともに、消費を向上させる。		
2情報発信の目的	(2)情報発信の目的 産業者、水産物流通業者に対して、ボスマー配布により市場・仲買業者へ周知啓発を図ることにより、種苗放流し漁獲制限をかけている小型魚について、流通関係者の販売・買取りを抑制するとともに、産業者の市場等への持ち込みをおさえる。		
3情報発信の項目	(3)事業実施計画 項目 発信内容 対象 媒体 時期 効果測定の方法 部 数(印刷物の場合) コスト 新聞 産業者、水産物流通業者 SNS テレビ ラジオ 新聞 広報誌 ボスマー SNS 冊子・マガ・パンフレット ハブマガ 産業者、水産物流通業者 SNS その他		
4関係機関等との連携	(4)事後の発信 関係機関等での会員への周知		
5情報発信の効果の把握	(5)情報発信の効果の把握 効果の達成状況		
6ボスマーの管理	(6)ボスマーの管理 更新回数		

監査結果表

監査対象事業名	No65 水産資源管理実践支援事業		
監査対象機関	水産振興課		
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知
相談			普及・啓発
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	ボスマー制作費	支出内容(千円)
	60,941	99	
うち情報発信に充てた経費(千円)	99		
委託の有無	金額		
内容			
1情報発信の目的	(1)事業の目的 漁獲量の減少が著しい沿岸水産資源について、資源の維持・増大を目指すため資源管理を実践している産業者に対し種苗放流支援を行う。		
2情報発信の目的	(2)情報発信の目的 産業者、水産物流通業者に対して、ボスマー配布により市場・仲買業者へ周知啓発を図ることにより、種苗放流し漁獲制限をかけている小型魚について、流通関係者の販売・買取りを抑制するとともに、産業者の市場等への持ち込みをおさえる。		
3情報発信の項目	(3)事業実施計画 項目 発信内容 対象 媒体 時期 効果測定の方法 部 数(印刷物の場合) コスト 新聞 産業者、水産物流通業者 SNS テレビ ラジオ 新聞 広報誌 ボスマー SNS 冊子・マガ・パンフレット ハブマガ 産業者、水産物流通業者 SNS その他		
4関係機関等との連携	(4)事後の発信 関係機関等での会員への周知		
5情報発信の効果の把握	(5)情報発信の効果の把握 効果の達成状況		
6ボスマーの管理	(6)ボスマーの管理 更新回数		

監査結果表

監査対象事業名	No.66 県営都市公園里山利用推進事業		
監査対象機関	建設住宅課	補助・助成	イベント・研修
情報発信のカタマリ	新聞	制度周知	相談
普及・啓発	○	○	○
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円) 2,285	委託料 124	支出内容(千円)
うち情報発信に充てた経費(千円)	124	0	0
委託の有無	金額 1,116千円	うち情報発信に係るもの(千円)	0
内容	チラシ等作成費 92	新聞広告費 32	—
□なし	—	—	—
1情報発信の目的	県営都市公園内の里山・竹林において、小学生のいる家族等向けに自然体験活動の機会を確保することによって、里山や竹林の再生の推進と自然環境保全への意識の醸成を図るとともに、公園内の里山・竹林の認知度を高め利用者の増加にもつなげる。NPO（自然・環境系）等に対して、事業委託の公募を行い多様な提案をもらう。また、小学生のいる家族等に対して、自然体験活動の案内をし、多数参加してもらう。		
(2)情報発信の目的	効果測定の方法		
(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	発信内容	対象媒体	部数(印刷物の場合)
□あり	○	○	○
□なし	○	○	○
項目がない理由	—		
2情報発信の受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者
□あり	—	—	—
□なし	—	—	—
3情報発信のタイミンクやわかりやすさ等	(1)発信で考慮している点	情報を受け手が広く、適切な時期に発信する。	
□あり	—	—	
□なし	—	—	
4関係機関・団体等との連携	(1)連携の有無	県庁ホームページの登録	
□あり	—	—	
□なし	—	—	
5情報発信に関する効果の把握・検証等	(1)情報発信の把握・検証	告知に使用した媒体による申込総数	
□あり	—	—	
□なし	—	—	
6ホームページの管理	(1)ホームページの活用	更新回数 5回	
□あり	—	—	
□なし	—	—	
特記事項	告知に使用した媒体による申し込み総数を情報発信の効果指標としており、参加者アンケートにより情報の入手経路を導き出し、当初選択した媒体では効果が無いと判断し、教育委員会を通じてチラシの配布により定員300名に対し489名に対して申込者を確保していた。		

監査結果表

監査対象事業名	No.67 高齢者・子育て世帯リソース支援事業		
監査対象機関	建設住宅課	補助・助成	イベント・研修
情報発信のカタマリ	新聞	制度周知	相談
普及・啓発	○	○	○
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円) 11,664	委託料 0	支出内容(千円)
うち情報発信に充てた経費(千円)	0	0	0
委託の有無	金額 0	うち情報発信に係るもの(千円)	0
内容	—	—	—
□あり	—	—	—
□なし	—	—	—
1情報発信の目的	「安全・安心の住まいづくり」、「子育て満足度日本一」の政策を実現するため、高齢者世帯が行うバリアフリー改修工事や子育て世帯が行う子ども部屋の増築・改修工事等に対する市町村への補助を行う。		
(2)情報発信の目的	高齢者及び子育て世帯に対して、補助事業に関する情報を発信することで、制度等の周知を図る。		
(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	発信内容	対象媒体	部数(印刷物の場合)
□あり	○	○	○
□なし	○	○	○
項目がない理由	—		
2情報発信の受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者
□あり	—	—	—
□なし	—	—	—
3情報発信のタイミンクやわかりやすさ等	(1)発信で考慮している点	できる限り、年度初めに情報発信をして、より多くの方に情報が伝わるようにしている。	
□あり	—	—	
□なし	—	—	
4関係機関・団体等との連携	(1)連携の有無	県庁ホームページでの情報発信	
□あり	—	—	
□なし	—	—	
5情報発信に関する効果の把握・検証等	(1)情報発信の把握・検証	告知に使用した媒体による申込総数	
□あり	—	—	
□なし	—	—	
6ホームページの管理	(1)ホームページの活用	更新回数 1回	
□あり	—	—	
□なし	—	—	
特記事項	告知に使用した媒体による申し込み総数を情報発信の効果指標としており、参加者アンケートにより情報の入手経路を導き出し、当初選択した媒体では効果が無いと判断し、教育委員会を通じてチラシの配布により定員300名に対し489名に対して申込者を確保していた。		

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.68 木造住宅耐震化促進事業	No.69	いじめ・不登校等未然防止対策事業
監査対象機関	建築住宅課	生徒指導推進室	
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知
事業費及び情報発信に充てた経費	17,908 うち情報発信に充てた経費(千円)	0 うち情報発信に充てた経費(千円)	128,660 うち情報発信に充てた経費(千円)
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的 (3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	いじめ・不登校を未然に防止することが重要であるため、地域不登校防止推進教員配置事業等を行い、難力ある授業や学校づくりを進め、いじめ・不登校の減少を目指す。教員、保護者、児童・生徒、地域の方に対して、地域不登校防止推進教員配置事業や難力ある学校づくり調査研究事業等に関する情報を発信し、内容を理解してもらう。	不登校を未然に防止することが重要であるため、地域不登校防止推進教員配置事業等を行い、難力ある授業や学校づくりを進め、いじめ・不登校の減少を目指す。教員、保護者、児童・生徒、地域の方に対して、地域不登校防止推進教員配置事業や難力ある学校づくり調査研究事業等に関する情報を発信し、内容を理解してもらう。
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 (2)メディア (3)発信内容	高齢者 若者 情報を受け手	高齢者 若者 市内の教職員・保護者・児童生徒
3 情報発信のタイミング	(1)発信の活用 (2)発信の点 (3)わかり易く伝える工夫 (4)事後の発信	実施回数 1回 記事掲載回数 1回 活用あり 活用なし	実施回数 1回 記事掲載回数 1回 活用あり 活用なし
4 関係機関等との連携	(1)連携の有無 (2)連携先 (3)連携先との関係	あり 連携先:ホームページでの情報発信	あり 連携先:ホームページでの情報発信
5 情報発信の効果の把握	(1)情報発信の効果の把握 (2)把握方法 (3)把握方法 (4)効果の達成	あり 把握方法:アンケート、アンケートの回収 効果の達成:あり	あり 把握方法:アンケート、アンケートの回収 効果の達成:あり
6 ホームページの管理	(1)ホームページの更新回数 (2)ホームページの更新回数	1回	5.0回
特記事項			

平成二十八年二月二十六日

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.69	いじめ・不登校等未然防止対策事業
監査対象機関	生徒指導推進室	
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修
事業費及び情報発信に充てた経費	128,660 うち情報発信に充てた経費(千円)	0 うち情報発信に充てた経費(千円)
1 情報発信の目的	(1)事業の目的 (2)情報発信の目的 (3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	いじめ・不登校を未然に防止することが重要であるため、地域不登校防止推進教員配置事業等を行い、難力ある授業や学校づくりを進め、いじめ・不登校の減少を目指す。教員、保護者、児童・生徒、地域の方に対して、地域不登校防止推進教員配置事業や難力ある学校づくり調査研究事業等に関する情報を発信し、内容を理解してもらう。
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 (2)メディア (3)発信内容	高齢者 若者 情報を受け手
3 情報発信のタイミング	(1)発信の活用 (2)発信の点 (3)わかり易く伝える工夫 (4)事後の発信	実施回数 1回 記事掲載回数 1回 活用あり 活用なし
4 関係機関等との連携	(1)連携の有無 (2)連携先 (3)連携先との関係	あり 連携先:ホームページでの情報発信
5 情報発信の効果の把握	(1)情報発信の効果の把握 (2)把握方法 (3)把握方法 (4)効果の達成	あり 把握方法:アンケート、アンケートの回収 効果の達成:あり
6 ホームページの管理	(1)ホームページの更新回数 (2)ホームページの更新回数	5.0回
特記事項		

大分県報 (監査公表)

監査結果表

監査対象事業名	No.70 いじめ・不登校解決支援事業	特別支援学校	特別支援学校
監査対象機関	生徒指導推進室	イベント・研修	制度周知
情報発信のカタゴリ	補助・助成	〇	相談
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費（千円） 111,680	案内カード作成費用 295	普及・啓発 〇
うち情報発信に充てた経費（千円）	295	委託の有無 あり	金額 295
委託の有無 あり	内容 なし		
1情報発信の目的	(1)事業の目的 いじめ認知件数が多く、不登校者の割合も全国と比較して高いため、スクールカウンセラーや配置事業等を行い、いじめ・不登校の解決を図る。 (2)情報発信の目的 不登校に関する教員、保護者、児童・生徒等に対して、スクールカウンセラー配置事業等に関する情報発信することで、事業の内容が広く周知されるようにする。	発信内容 対象 媒体 時期	効果測定の方法 部 数(印刷物の場合) コスト その他必要な事項
2情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 情報発信の受け手 高年齢者 若者 企業主や人事担当者、県民 テレビ ラジオ 新聞 広報誌 ホームページ SNS その他 冊子・チラシ・パンフレット ハブリゲイ その他	実施回数 3回	記事掲載回数 3回
3情報発信のタイミン	(1)タイミンで考慮している点 ・なるべく新しい情報を加えていくようにしている。 (2)わかり易く伝える工夫 ・わかりやすい表現 ・画像や図表を適切に用いる (3)たどり着きやすくする工夫 ・大分県教育委員会のトップページの重要な更新等に掲載されるようにしておく。 ・カタゴリをより分かりやすくそれだけの事業ごとに分けて明示するようにした。 ・パンフレットを配布するだけでなく、その情報をホームページにも掲載した。 ・講義や講演の際には、生徒指導推進室のHPについて周知を行った。 ・他の媒体からホームページへの誘導		
4関係機関との連携等	(1)連携の有無 あり 関係機関等との連携をもとに密にして、更新を頻密に行う必要があった。 (2)課題 関係機関相互の連携をもとに密にして、更新を頻密に行う必要があった。 (3)費用対効果 あり 関係機関等との連携をもとに密にして、更新を頻密に行う必要があった。		
5情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1)情報発信の効果の把握・検証等 効果の達成 なし 把握していない理由 いじめ・不登校という分野の相談であり、直に相談件数が増えたから情報発信の効果があったとは一概に言えないため。		
6ホームページの管理	(1)ホームページの検証 あり 更新回数 50回		
特記事項	<p>更新回数 50回</p> <p>更新状況 ホームページ管理要綱・要領等の認識 あり ホームページ管理担当者の設置の認識 あり 研修に参加していない職員に対して研修資料を回付している。</p>		

監査結果表

監査対象事業名	No.71 特別支援学校 equal 支援事業	特別支援学校	特別支援学校
監査対象機関	特別支援教育課	イベント・研修	制度周知
情報発信のカタゴリ	補助・助成	〇	相談
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費（千円） 21,159	リーフレット作成費 122	普及・啓発 〇
うち情報発信に充てた経費（千円）	122	委託の有無 あり	金額 122
委託の有無 あり	内容 なし		
1情報発信の目的	(1)事業の目的 一般就労率が全国平均に比べて低いため、全国平均並みに一般就労率を向上させる。 (2)情報発信の目的 企業等の事業主や人事担当者に対して、雇用や実習の受入の依頼に関する情報発信することにより、実習生の受け入れ企業数の増加や雇用の増加による社会参加の促進を図る。	発信内容 対象 媒体 時期	効果測定の方法 部 数(印刷物の場合) コスト その他必要な事項
2情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 情報発信の受け手 高年齢者 若者 企業主や人事担当者、県民 テレビ ラジオ 新聞 広報誌 ホームページ SNS その他 冊子・チラシ・パンフレット ハブリゲイ その他	実施回数 2回	記事掲載回数 1回
3情報発信のタイミン	(1)タイミンで考慮している点 ・画像や図表を適切に用いる ・専門用語を適切に解説 (2)わかり易く伝える工夫 ・画像や図表を適切に用いる (3)たどり着きやすくする工夫 ・特別支援学校のみならず、関係機関の窓口にもリーフレットを設置させてもらうようにした。また、企業主や人事担当者等が集まる機会を捉えてリーフレットの配布や説明をした。		
4関係機関との連携等	(1)連携の有無 あり 関係機関等との連携をもとに密にして、十分な部数を設置することができなかった。 (2)課題 リーフレットの部数に限りがあるので、十分な部数を設置することができなかった。 (3)費用対効果 あり 関係機関等との連携をもとに密にして、更新を頻密に行う必要があった。		
5情報発信に関する効果の把握及び検証等	(1)情報発信の効果の把握・検証等 効果の達成 なし 把握していない理由 情報発信についてのみの目標値を設定してはいなかったため。 検証は行っていないが、より多くの方へ特別支援学校のことを知ってもらうために情報発信の回数を増やすとともに手法も多様化させる。		
6ホームページの管理	(1)ホームページの検証 あり 更新回数 1回		
特記事項	<p>更新回数 1回</p> <p>更新状況 ホームページ管理要綱・要領等の認識 あり ホームページ管理担当者の設置の認識 あり 研修に参加していない職員に対して研修資料を回付している。</p>		

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.72 高校生就職力向上対策事業	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカテゴリ	高校生就職力向上対策事業	事業費(千円)	13,393	支出内容(千円)		
事業費及び情報発信に充てた経費	うち情報発信に充てた経費(千円)	0				
1情報発信の目的	(1)事業の目的 高校生の求人が減少し、若者の雇用環境の悪化していることと就職後に離職する者が多いことから、高校生の就職準備向上及び離職率の低減を図る。 県民(個別のアンケート等)に関する情報は、各学校から企業等へ発信)に知して、高校生への就職力向上対策に取組む事業概要を周知。 効果測定の方法 発信内容 対象 媒体 時期 項目がない理由	委託の有無 内容	あり なし			
2情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 情報を受け手 テレビ ラジオ 冊子・チラシ・パンフレット	高齢者 若者 県内の小・中学生及び保護者				
3情報発信の回数	(1)実施回数 1回	記事掲載回数				
4関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無 あり なし	連携先ホームページでの情報発信 パンフレット 関係機関等での会員への周知				
5情報発信の効果の把握及び検証等	(1)情報発信の指 標 把握方法 目標値 効果の達成状況 把握していない理由 把握が困難であると考えたため	あり なし あり なし なし				
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用 更新回数 約15.0回(0-Laboのホームページ)					

平成二十八年二月二十六日

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.73 子ども科学体験推進事業	補助・助成	イベント・研修	制度周知	相談	普及・啓発
情報発信のカテゴリ	子ども科学体験推進事業	事業費(千円)	14,694	支出内容(千円)		
事業費及び情報発信に充てた経費	うち情報発信に充てた経費(千円)	438				
1情報発信の目的	(1)事業の目的 子どもたちの理科離れが進んでいるなかで、科学や技術への興味・関心を高めるため、実証スペース0-Laboを拠点として、実験のネットワークを構築するとともに、理科離れを減少させていく。 県内の小・中学生及び保護者に対して、0-Laboで行われている科学体験講座の内容やスケジュールを発信し、より多くの児童・生徒等の参加を促す。 効果測定の方法 発信内容 対象 媒体 時期 項目がない理由	委託の有無 内容	あり なし			
2情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体 情報を受け手 テレビ ラジオ 冊子・チラシ・パンフレット	高齢者 若者 県内の小・中学生及び保護者				
3情報発信の回数	(1)実施回数 8回	記事掲載回数				
4関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無 あり なし	連携先ホームページでの情報発信 パンフレット 関係機関等での会員への周知				
5情報発信の効果の把握及び検証等	(1)情報発信の指 標 把握方法 目標値 効果の達成状況 把握していない理由 把握が困難であると考えたため	あり なし あり なし なし				
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用 更新回数 約15.0回(0-Laboのホームページ)					

大分県報(監査公表)

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名		No.76 歴博特別展開催事業	
監 査 対 象 機 関		文化課	
情報発信のカテゴリ		補助・助成	イベント・研修
事業費及び情報発信に充てた経費		イメント・研修	制度周知
		相談	普及・啓発
1 情報発信の目的 (1)事業の目的 (2)情報発信の目的 (3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	事業費 (千円)	8,521	支出内容 (千円)
	うち情報発信に充てた経費(千円)	258	チラシ等作成費 208
			新聞広告費 50
2 情報発信の受け手と媒体	委託の有無	金額	内容
	あり		
3 情報発信のタイミンゴやわかりやすさ等	実施回数	1回	記事掲載回数
			活用なし
4 関係機関・団体等との連携	関係機関等での会員への周知		その他
5 情報発信の効果及び検証等	指標	告知に使用した媒体による入館者数	
	把握方法	特別要員入館者について、入館者対象のアンケートにより情報の把握	
(2)改善	改善あり		
	改善なし		
(3)費用対効果の検証	検証内容	検定の結果、特に若者の参加がなかったため、ホームページ並びにチラシポスターによる情報発信が主体であったために、若者向けにSNS等の媒体を追加する必要があり、27年1月からFacebookを開始。	
	検証あり		
6 ホームページの管理	更新回数	0回	
特記事項	アンケートによる把握・検証の結果、若者の入館が少なかったため、ウェブサイトによる発信に取		

平成二十八年二月二十六日

監 査 結 果 表

監 査 対 象 事 業 名		No.77 大分の子供方向上推進事業	
監 査 対 象 機 関		体育保健課	
情報発信のカテゴリ		イベント・研修	制度周知
事業費及び情報発信に充てた経費		イメント・研修	相談
		普及・啓発	
1 情報発信の目的 (1)事業の目的 (2)情報発信の目的 (3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	事業費 (千円)	13,644	支出内容 (千円)
	うち情報発信に充てた経費(千円)	0	
2 情報発信の受け手と媒体	委託の有無	金額	内容
	あり		
3 情報発信のタイミンゴやわかりやすさ等	実施回数	1回	記事掲載回数
			活用なし
4 関係機関・団体等との連携	関係機関等での会員への周知		その他
5 情報発信の効果及び検証等	指標	児童生徒に運動の楽しさや喜びを味わわせることを前提として、体力の向上とともに運動の日常化・習慣化を図る。	
	把握方法	教職員、保護者及び生徒に対して、各校における一校一実践の取組内容を公開することで、体力向上への手立てを明らかにする。	
(2)改善	改善あり		
	改善なし		
(3)費用対効果の検証	検証内容	検定の結果、特に若者の参加がなかったため、ホームページ並びにチラシポスターによる情報発信が主体であったために、若者向けにSNS等の媒体を追加する必要があり、27年1月からFacebookを開始。	
	検証あり		
6 ホームページの管理	更新回数	1回	記事掲載回数
			活用なし
特記事項	検定の結果、特に若者の参加がなかったため、ホームページ並びにチラシポスターによる情報発信が主体であったために、若者向けにSNS等の媒体を追加する必要があり、27年1月からFacebookを開始。		

大分県報 (監査公表)

七三三

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.80 高齢者交通事故防止対策推進事業		
監査対象機関	警察本部交通部交通企画課		
情報発信のカタマリ	補助・助成	イベント・研修	0
事業費及び情報発信に充てた経費	事業費(千円)	委託料	支出内容(千円)
	1,209	886	224
	うち情報発信に充てた経費(千円)		
	1,110	238	648
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	被害者・加害者両面からの高齢者対抗を促進し、交通事故死者数の減少を目指す。特に高齢者に対して、「高齢者の交通事故の発生状況・特徴」等について、分かりやすく情報発信することで、交通事故死者数の減少を目指す。	
	(2)情報発信の目的	被害者・加害者両面からの高齢者対抗を促進し、交通事故死者数の減少を目指す。特に高齢者に対して、「高齢者の交通事故の発生状況・特徴」等について、分かりやすく情報発信することで、交通事故死者数の減少を目指す。	
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	高齢者	若者
	(2)受け手と媒体	高齢者	若者
3 情報発信の活用	(1)活用あり	活用あり	活用なし
	(2)活用なし	活用あり	活用なし
4 関係機関等との連携等	(1)連携の有無	あり	なし
	(2)連携の状況	連携先(ホームページ)での情報発信	その他
5 情報発信の効果の把握及び検証	(1)効果の把握・検証	効果の達成	効果の達成
	(2)効果の把握・検証	効果の達成	効果の達成
6 ホームページの管理	(1)ホームページの管理	更新回数	13回
	(2)ホームページの管理	更新回数	13回

公 告

森林法（昭和二十六年法律第二百四十九号）第三十条の規定により通知した次の者については、その所在が不明なので、同法第百八十九条の規定により、当該通知の内容を保安林予定森林の属する市町村の事務所に掲示する。

平成二十八年二月二十六日

大分県知事 広 瀬 勝 貞

一 所在の不明な者の氏名及び揭示場所

大分県知事 広 瀬 勝 貞

所在の不明な者の氏名

甲斐久徳、甲斐進、加藤正夫、若杉正義、高柳哲郎、松永宏子

揭示場所

豊後大野市役所

二 通知の要旨

農林水産大臣から、森林法第二十九条の規定による保安林の指定予定に係る通知があったため、平成二十八年二月九日付け大分県告示第七十七号により行った同法第三十条の規定による通知