

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

平成28年2月

大分県監査委員

目 次

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
 - (ア) ホームページの更新状況 11
 - (イ) ホームページにおける分類登録 11
 - (ウ) 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

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	カテゴリ別の状況	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	タイミ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	タイミ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
(ア)	情報発信の効果の把握・検証	19
(イ)	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	タイミ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	タイミ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	タイミ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
	(ア) 情報発信の効果の把握・検証	29
	(イ) 費用対効果の検証	32
カ	まとめ	32
3	情報発信に関するマネジメント	33
	(1) 情報発信に関する全庁マネジメント	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
	(ア) 研修の実施状況（全庁、部局、所属）	35
	(イ) 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	40
	監査結果集計表	41
	個別監査結果表	51

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) 情報発信に関しマネジメン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	
1	海外戦略推進事業	企画 振 興 部	国際政策課
2	おおいた地域ブランド力アップ推進事業		広報広聴課
3	国東半島芸術祭開催事業		芸術文化振興課
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		交通政策課
6	ツーリズム戦略総合対策事業		観光・地域振興課
7	おんせん県ステーションキャンペーン推進事業		
8	国内圏域別誘客促進事業		
9	海外誘客促進事業		
10	ふるさと大分回帰推進事業		
11	福祉・介護人材確保対策事業	福祉 保 健 部	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		
15	不妊治療費助成事業（妊活推進啓発事業）		健康対策課
16	不妊専門相談センター運営事業		
17	みんなで進める健康づくり事業		
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	老人クラブ助成事業		
20	地域包括ケアシステム構築推進事業		
21	みんなで子育てキャンペーン推進事業		こども子育て支援課
22	地域子育て支援拠点機能強化事業		
23	児童虐待防止緊急対策事業		
24	在宅重度障がい者住宅改造助成事業		障害福祉課
25	障がい者工賃向上計画推進事業		
26	自殺予防対策強化事業		
27	おおいたジオパーク推進事業	生 活 環 境 部	生活環境企画課
28	交通安全緊急対策事業		
29	ごみゼロおおいた作戦推進事業		地球環境対策課
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		
32	海岸漂着物地域対策推進事業		廃棄物対策課
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		
36	地熱フル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		
38	科学技術振興事業		
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	商 工 労 働 部	
41	情報産業振興事業		情報政策課
42	フラ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	ワーク・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	世界農業遺産ブランド推進事業	農 林 水 産 部	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	水田戦略作物生産力向上対策事業		おおいブランド推進課
55	The・おおいブランド流通戦略推進事業		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	おおい豊後牛流通総合対策事業		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		森との共生推進室
61	原木しいたけ再生回復緊急対策事業		
62	森林づくりボランティア活動促進事業		漁業管理課
63	鳥獣被害総合対策事業		水産振興課
64	県産魚販売総合力向上事業		
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	土 築 木 部 建	公園・生活排水課
67	高齢者・子育て世帯リフォーム支援事業		建築住宅課
68	木造住宅耐震化促進事業		
69	いじめ・不登校等未然防止対策事業	教 育 庁	生徒指導推進室
70	いじめ・不登校解決支援事業		
71	特別支援学校就労支援事業		特別支援教育課
72	高校生就職力向上対策事業		高校教育課
73	子ども科学体験推進事業		社会教育課
74	放課後・土曜学習支援事業		
75	まちなかアートギャラリー推進事業		文化課
76	歴博特別展開催事業		
77	大分っ子体力向上推進事業		体育保健課
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つのカテゴリに類別した。

それぞれカテゴリの事業数等は、[表2]のとおりである。

[表2] 監査対象事業のカテゴリ等

情報発信のカテゴリ		実施事業数
(1)補助金・助成金の公募等	補助事業の公募・説明会の案内、助成金・給付金のお知らせ	19
(2)研修会・講習会・イベント等の参加者募集	研修会・講習会・イベント等の案内	41
(3)制度の周知	制度・手続の紹介	24
(4)相談窓口のお知らせ	相談窓口の案内	21
(5)普及・啓発等	普及・啓発、その他の情報発信	54

※一つの事業で複数のカテゴリ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力アップ推進事業））

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) (A)	情報発信 に支出し た経費 (千円) (B)	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力アップ推進事業	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	ツーリズム戦略総合対策事業	118,364	62,396	52.7	62,396
7	おんせん県ステーションキャンペーン推進事業	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	海外誘客促進事業	38,661	14,801	38.3	14,801
10	ふるさと大分回帰推進事業	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（妊活推進啓発事業）	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	みんなで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	みんなで子育てキャンペーン推進事業	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造助成事業	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	おおいたジオパーク推進事業	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	海岸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	地熱フル活用おおいた新活力創出事業	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	フラッグショップ活用推進事業	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	ワーク・ライフ・バランス実践支援事業	4,670	373	8.0	0

No.	監査対象事業名	事業費 (千円) (A)	情報発信 に支出し た経費 (千円) (B)	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	世界農業遺産ブランド推進事業	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	358	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	林業再生県産材利用促進事業	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	森林づくりボランティア活動促進事業	25,226	571	2.3	571
63	鳥獣被害総合対策事業	446,034	821	0.2	821
64	県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	県営都市公園里山利活用推進事業	2,285	124	5.4	124
67	高齢者・子育て世帯リフォーム支援事業	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	まちなかアートギャラリー推進事業	5,782	1,047	18.1	1,047
76	歴博特別展開催事業	8,521	258	3.0	0
77	大分っ子体力向上推進事業	13,644	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	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	5

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た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%)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 (70.0%)	52 (65.0%)	52 (65.0%)	45 (56.3%)	45 (56.3%)	38 (47.5%)	21 (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、委託先や県が負担金を支出している協議会等に情報発信を任せ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るか監査した。

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

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、パブリシティの割合が高く、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	パブリシティ	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を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ていた。

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等の媒体を使用していた。

[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 パブリシティの活用

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

パブリシティの実施状況は、[表7]のとおりであった。

65事業(81.3%)においてパブリシティが行われており、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は、80.2%であった。

パブリシティ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上昇するなど成果が明瞭なものもみられた。

[表7] パブリシティの実施状況（平成26年度）

パブリシティ回数	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、パブリシティ回数が「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分類の媒体の使用数のことを指す。

(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、取組の強化期間や商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。

県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。

(イ) 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(「分類でさがす」、「目的でさがす」)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。

(ウ) 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「分類でさがす」－「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。

会議や担当者間の連絡等により、概ね情報の共有や管理がなされていた。

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。

把握が行われていた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、パブリシティ件数等

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、必要性に乏しいとしていた。

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、明らかになった課題に対して、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、マスコミ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アップ推進事業	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	マスコミやエージェント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	イベント運営や広告業務に関するノウハウ
7	おんせん県ステーションキャンペーン推進事業	26,090	JRプレキャンペーン、観光二次交通情報発信	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の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
3	国東半島芸術祭開催事業	20,769	チラシ、雑誌等	芸術祭開催及び運営に関するノウハウ
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	実績と広範な知識、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	みんなで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、プロモーション	「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（(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く分析を行った。

(1) 補助金・助成金の公募等

このカテゴリの事業は、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、メーリングリストの活用など、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システム入力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、パブリシティ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)

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。

イ 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、ホームページやパブリシティが主体のものか

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。

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月にパブリシティ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。

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、連携により有効な情報発信が行われていた。

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、「情報発信のタイミングが良い」、「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」、「パブリシティ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	ふるさと大分帰帰推進事業	おおいた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
11	福祉・介護人材確保対策事業	告知媒体による参加者数	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】 情報発信の成果による参加者数約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	東九州地域医療産業拠点推進事業	東九州メディカル・イノベーション構想推進大会の来場者数	出席者のカウント	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	ワーク・ライフ・バランス実践支援事業	告知媒体による参加者数	参加者アンケート	200人 (全て情報発信の効果による参加者)	180人
48	離職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	水田戦略作物生産力向上対策事業	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	アドバイザー養成研修80人/回(年6回)等	ほぼ達成
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	定員 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わせて実施	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、積極的なパブリシティの活用、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。

(イ) 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は少なかった。

[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 (おおいた暮らしホームページ保守管理の経費)	県の基準単価から算定した額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 (サイエンスファクトリー)	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	1,667
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、パブリシティ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円のもの48.5%、501円～1,000円のもの16.3%、1,001円から3,000円のもの24.9%、3,001円以上のもの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、パブリシティの活用、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。
- ・参加者数の把握に加えて、参加者に対して情報の入手経路や発信のタイミング等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の把握・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、ホームページやパブリシティ、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に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 **みんなで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	みんなで子育てキャンペーン推進事業	子育て満足度 日本一に向けた総合的な評価（10指標）	複数の調査結果に基づき総合的な達成率を把握する	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 聞き込み	・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	子育てママの 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 動促進事業	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った。

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、ホームページやパブリシティ、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

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く情報発信を行い、効果を上げている事業もあった。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U J I 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。

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かった。

相談時に媒体調査を実施し、情報発信の効果把握・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	ジョブカフェおおい推進事業	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 **ジョブカフェおおい推進事業**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。
- ・情報の受け手にしっ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った。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いが、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った。

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った。

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ィッシュやクリアファイル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った例]

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ったが、取組の強化期間や産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DESTI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DESTI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カアップ推進事業	メディアおおいたウィークでのPRや首都圏でのメディ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集計し、広告を購入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26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	入り口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 県デステ ィネーシ 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126.0%、 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 53.1%
19	老人クラブ 助成事業	老人クラブ会員数	年度末に各市町村 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	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	アクセス件数目標 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	「ゴミゼロ一斉大 行動」参加者数 367,500人 等	「ゴミゼロ一斉大 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	フラッグ ショップ 活用推進 事業	・パブリシティ の件数 ・大分県フラッグ ショップ「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
50	世界農業 遺産ブラ ンド推進 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.おおい ブランド流 通戦略推 進事業	ホームページPV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	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 覧

[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]

①No. 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。

②No. 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ため、パンフレット類にQRコードを掲載した。

[検証を行っていない例]

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、大分県椎茸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。

(イ) 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	おおいた地域ブランド力アップ推進事業	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	おんせん県デスティネーションキャンペーン推進事業	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-H27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	99千円	違反者数 0	効果あり

カ まとめ

- ・本カテゴリの事業では、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いでいく必要がある。
- ・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。

「広報広聴基本マニュアル」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より、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おいて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ての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意点)

[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、古いコンテンツ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か監査した。

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、独自に情報発信に関する研修を行っている所属もあった。

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、部局間を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実習や、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、広報マインド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、職員の広報広聴マインドの醸成を図り、職員一人ひとりが「広報広聴パーソン」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
部 局 実 施 分	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
	商工労働部	商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。

(イ) 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ことから、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“メディアウイーク”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、連携しておおいたブランド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かった。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もう一つの柱として「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アアップ推進事業により、「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(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盤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等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測定、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、タイミ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ミ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、カテゴリの特性に応じて、効果的なタイミ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の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ていくことも望まれる。

(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、各部局・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、部局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、各部局・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、各部局・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ディカルバレー構想などの新産業の展開
3	地域を守り、地域を活性化する	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

[監査結果集計表]

		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			
No.	事業名	①補助金の公募	②研究会・イベントの参加者募集・講習	③制度・周知の周知・手続	④お知らせ相談窓口の	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	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	おおい地域ブランドカアップ推進事業					○	○	○	○	○	○	○	○				関西、福岡に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	おんせん県デスティネ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	ふるさと大分回帰推進事業		○		○												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）

		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			
No.	事業名	①補助金・助成金等	②研究会・イベント・講習の参加者募集	③制度・手続の周知	④お知らせの相談窓口	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	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		○		○		○	○	○	○	○	○					U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	

		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助成事業				○	○				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%

		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					○			○	e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	企業等農業参加推進事業	○				○	○		○		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	歴史特別展開催事業	○	○	○	○	○	○		○		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%

		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						
No.	事業名	タイミングを考慮し計画的に発信	わかりやすさ等の配慮			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	おおいた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	おんせん県ステ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	ふるさと大分回帰推進事業		○		○	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				○	○

		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						
No.	事業名	タイミングを考慮し計画的に発信	わかりやすさ等の配慮			ホームページ更新回数	情報にアクセスしやすくす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
			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									
41	情報産業振興事業	○	○	○	8				あり	○		○	○	○
42	フラッグショップ活用推進事業		○		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	Ｔｈｅ・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		○	なし					
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

		情報発信の効果等の把握と検証							
No.	事業名	把握の有無	効果の把握			改善の有無	費用対効果の有無	委託による情報	
			指標	把握方法	目標値				効果の達成
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年度未まで) (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	おんせん県デスティネ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	ふるさと大分帰帰推進事業	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	豊の国ね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れている。	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	子育て満足度日本一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(専務事業評価活動指数) ・承認累積件数736件(長期総合計画成果目標)	・相談件数148件(目標値対比131.3%) ・承認累積件数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(未来塾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

		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	委託による情報
No.	事業名	把握の有無	指標	把握方法	目標値	効果状況の達成			
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	相談時とおおいた産業人材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た推進事業	あり	告知に使用した媒体による求所者数	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用地面積	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	Th e・おおいた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	おおいた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	林業再生産産材利用促進事業	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）の取り扱い魚介類	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 358尾 違反数 0件	なし	あり	なし
66	県営都市公園園山利活用推進事業	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して見込む	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）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%	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	特別展入館者について、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5%がホームページに掲載した「防災教育実践事例集」を閲覧	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		

		カテゴリ別の状況	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。
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	おんせん県ステイションキャンペーン推進事業	○	あり	あり						
8	国内圏域別誘客促進事業	○	あり	あり						
9	海外誘客促進事業	○	あり	あり						
10	ふるさと大分回帰推進事業	○	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助成事業		あり	あり						○
25	障がい者賃金向上計画推進事業	○	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		○		○		○

		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	フラッグショップ活用推進事業	○	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	Thee・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]

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、「おんせん県おおいた」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)などのことを指す。

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					
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)			
	7,887		委託料 6,765			
	うち情報発信に充てた経費(千円)					
	6,765					
	委託の有無	金額	7,452千円(うち情報発信に係るもの6,765千円)			
	■あり □なし	内容	動画作成費 1,892 プロモーション経費 4,873			
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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。				
	(2)情報発信の目的	プロモーション(セールス活動、商談会、フェア等の開催)に関する情報を発信し、プロモーション参加者の増加を図る。				
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他	
			—	—	タイ、香港の政府関係者等	
	媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		—	—	—	—	○
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他		
		○	○	大使館、連携企業を通じて周知等		
(2)パブリシティ	実施回数	10回	記事掲載回数	4回		
(3)県広報の活用	■活用あり □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	旬な時期や商談等に効果的な時期を考慮する。				
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	招待状発送時に、タイ・香港側と日本側で問い合わせ担当を決めておき、参加者の情報へのアクセスを容易にしておく。 □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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。				
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	○	その他	
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	○	開催通知	
		関係機関等での会員への周知	○			
(2)課題	—					
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	■あり	指 標	プロモーションへの参加者数		
			把握方法	プロモーション当日の確認		
			目標値	タイ：100人程度 香港：50人程度		
			効果の達成状況	タイ：160人 香港：50人程度×2回		
		□なし	把握していない理由 —			
	(2)改善	□改善あり ■改善なし				
(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし					
	検証内容	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。				
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし				
		課題等	—			
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	15回			
		課題等	—			
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし			
ホームページ管理担当者の設置の認識		□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。 ・ホームページ更新時等において、所属長の決裁、確認が行われていない。						
特記事項						

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							
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)					
	94,159		委託料 92,074					
	うち情報発信に充てた経費(千円)		92,074					
	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)					
	■あり □なし	内容	テレビCM等作成・放送料 51,666	新聞広告費 3,834				
		羽田空港広告料(看板等設置) 13,400	PR会社 10,260					
		ポスター制作費 2,257	メディア露出 5,927					
		特設WEB管理費 1,490	市場調査費 3,240					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	大分県の認知度・好感度を上昇させる。						
	(2)情報発信の目的	大分県の認知度の低い首都圏・関西圏に対して、大分県の魅力を効果的・効率的に伝え、大分県を知ってもらう。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	情報発信効果			
	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	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	関西、福岡在住者、首都圏メディア、県民			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
(2)パブリシティ	実施回数	176回	記事掲載回数	TV22回、雑誌6誌				
(3)県ブロードの活用	■活用あり □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	・情報発信の価値が最大になるように広報委員会に諮った上で、タイミングを決定。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	トップページにバナーを掲載している。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	○	イベント等での動画配信			
			関係機関等での会員への周知	-				
(2)課題	連携先により、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。							
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	■あり	指 標	広告換算費用				
			把握方法	メディアが記事にした情報の集計				
			目標値	12億円(27年度まで)				
			効果の達成状況	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				
		□なし	把握していない理由 -					
(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 首都圏での活動の継続、関西圏での新動画コンテンツの活用							
(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし							
	検証内容	事業費に対する広告換算費						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
	課題等	-						
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		適宜更新				
	課題等	-						
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし						
	ホー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	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。							

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							
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)					
	164,560		委託料 20,769					
	うち情報発信に充てた経費(千円)							
	20,769							
	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)					
	■あり	内容	チラシ等作成費 7,137	記録集作成費等 7,536				
	□なし		記者会見開催費 428	広報専門家委託 552				
			雑誌等記事掲載料 3,210	デザイン謝金 1,906				
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	国東半島が有する美しい景観と自然、固有の歴史文化などの地域資源と現代アートを融合させる取組により、国東半島の魅力を高め、地域の活性化を目指す。						
	(2)情報発信の目的	「国東半島芸術祭」について、県内外へ効果的・効率的に伝え、地域のよさの再発見、来場者数の増加につなげる。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	項目決定方法			
	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	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			○	○	20代～30代の都市圏在住の女性等			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	屋外看板、羽田空港ポスター等					
	(2)パブリシティ	実施回数	多数		記事掲載回数	363回		
	(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・開催地域の住民への周知を優先し、住民説明後の公表に留意した。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	全てのチラシ、パンフレット等に公式HPのアドレスを印刷し、公式HPに誘導した。 大分県、豊後高田市、国東市のHPに、公式HPのバナーを表示した。 ■他の媒体からホームページへの誘導						
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
		□なし	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	-						
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	■あり	指 標	来場者数				
			把握方法	スタッフによる実数のカウント				
			目標値	30,000人				
			効果の達成状況	60,028人				
		□なし	把握していない理由					
	(2)改善	□改善あり ■改善なし						
		内 容	-					
	(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし						
		検証内容	広告費換算額 372,679,684円 (広告費 20,769,000円)					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		適宜更新				
		課題等	-					
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり	□認識なし				
		ホームページ管理担当者の設置の認識	■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。						
特記事項	頻繁なホームページの更新、メディアミックスの実施、積極的なパブリシティの活用、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)					
	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)		委託料 62,224					
	70,819							
委託の有無	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。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他 一般県民			
		媒体	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	パブリシティ	その他 ラッピングバス等			
		○	○	—				
(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)県広報の活用	■活用あり □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	・イベントについては、遅くとも1か月前には発信する。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	チラシ、パンフレット等に公式HPやフェイスブック等のアドレスを印刷し、公式HPへの誘導を行った。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
		□なし	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	—							
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	■あり	指 標	来場者数				
			把握方法	入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)				
		□なし	把握していない理由 —					
(2)改善	□改善あり ■改善なし							
	内容	—						
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検証内容	(今後パブリシティの広告費換算による検証を検討)						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	10回以上					
		課題等	・「イベント」や「募集情報」等有効期限が過ぎたものが掲載されたままとなっている。 ・リンク切れのチェックがなされていない。					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし						
	ホームページ管理担当者の設置の認識	■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。-----							
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。							

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)				
	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)		テレビ放送料 262				
	3,645		委託料 1,724				
	委託の有無	金額	1,724千円(うち情報発信に係るもの1,724千円)				
■あり	内容	新聞広告費 1,724					
□なし							
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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			○	○	ビジネスマン等		
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		○	○	○	-	○	-
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
	-	○	雑誌				
(2)パブリシティ	実施回数	4回	記事掲載回数	4回			
(3)県広報の活用	■活用あり □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	・利用の落ち込む時期及び新規就航のタイミングに合わせて集中的に実施する。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	雑誌や新聞等で発信する際に、ホームページの検索キーワードを表示する等、ホームページへの誘導を行った。 □他の媒体からホームページへの誘導					
	(4)事後の発信	-					
	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	○	その他	
□なし		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	-						
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	■あり	指 標	大分空港国際線利用者数			
			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			
	□なし	把握していない理由 -					
(2)改善	□改善あり ■改善なし						
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		12回			
		課題等	-				
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり □認識なし			
ホームページ管理担当者の設置の認識		■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。 ・ホームページ更新時等において、所属長の決裁、確認が行われていない。							
特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.6 ツーリズム戦略総合対策事業							
監査対象機関	観光・地域振興課							
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)		支出内容 (千円)					
	118,364		委託料	62,396				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		62,396					
	委託の有無	金額	86,883千円(うち情報発信に係るもの62,396千円)					
■あり	内容	P R大作戦	54,661					
□なし		ガイドブック作成等	7,735					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	「日本一のおんせん県おおいた」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、旅行会社、女性に対して、おんせん県お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。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	委託事業で実施しているため。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			—	○	観光客、旅行会社			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	—					
(2)パブリシティ	実施回数	多数回	記事掲載回数	多数回				
(3)県広報の活用	■活用あり □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	情報が記事等に取り上げられやすいよう、またマスコミ以外へも時宜にかなった情報を発信するよう努めている。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	チラシや新聞等他の媒体で発信する際に、ホームページのURLやQRコード、検索キーワードを表示する等、ホームページへの誘導に努めている。 ■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)事後の発信	—						
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	○	その他			
	□なし	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	よりよい連携ができたとしても、それが全て直接的に観光客の誘客に繋がるものではない。							
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	■あり	指 標	県内宿泊客数				
			把握方法	観光庁「宿泊旅行統計調査」				
			目標値	平成26年度 517万人				
			効果の達成状況	平成26年度 519万人				
	□なし	把握していない理由						
(2)改善	■改善あり □改善なし							
	内容	地域における観光資源の磨き、観光産業界や旅行会社等との連携を強化。						
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検証内容	—						
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	適宜更新					
	課題等	—						
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	□認識あり ■認識なし						
	ホー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								

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.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							
監査対象機関	観光・地域振興課							
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)		支出内容 (千円)					
	71,192		全国宣伝販売促進会議	22,935				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		委託料	26,090				
	49,025							
委託の有無	金額	43,376千円(うち情報発信に係るもの26,090千円)						
	内容	・JR関係キャンペーン 20,000 ・観光二次交通情報発信 6,090						
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プレキャンペーンへ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プレキャンペーンへの発信を通して大分県への誘客の増加を図る。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	実行委員会で項目を決定する			
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	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	旅行会社、県外観光客			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
(2)パブリシティ	実施回数	多数回	記事掲載回数	多数回				
(3)県民の活用	■活用あり □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	・情報が記事等に取り上げられやすいよう、またマスコミ以外へも時宜にかなった情報を発信するよう努めている。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	チラシや新聞等他の媒体で発信する際にはホームページの検索キーワードを表示する等、ホームページ(デスティネーションキャンペーンのホームページ)への誘導に心がけた。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
	□なし	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	-							
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	■あり	指 標	期間中の宿泊客・日帰り客数、経済波及効果				
			把握方法	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				
			目標値	平成27年7月～9月の観光客数が対前年同期比115% 経済波及効果100億円				
			効果の達成状況	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	把握していない理由		-				
(2)改善	□改善あり		■改善なし					
	内容	-						
(3)費用対効果の検証	■検証あり		□検証なし					
	検証内容	コスト：49,025千円	効果	経済波及効果133億円				
6 ホームページの管理等	(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	適宜更新					
		課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし						
	ホー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 旅行会社や観光施設などからなる「おんせん県おおいたデスティ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。

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.8 国内圏域別誘客促進事業						
監査対象機関	観光・地域振興課						
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)		支出内容 (千円)				
	72,392		委託料 17,768				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	17,768						
	委託の有無	金額	49,977千円(うち情報発信に係るもの17,768千円)				
	■あり □なし	内容	情報発信、誘客対策、教育旅行誘致 17,768				
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	福岡圏域、関西圏域、首都圏域において本県の認知度や旅行形態を踏まえた情報発信を行い、本県への誘客を促進する。					
	(2)情報発信の目的	県外の人、旅行会社等に対して、大分県の観光情報を発信することで、観光客の誘致につなげていく。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	委託にて実施しており、大まかな事業の内容を仕様書で規定しているにとどまるため。					
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者 ○	若者 ○	その他 女性		
		媒体	テレビ ○	ラジオ —	新聞 —	広報誌 ○	ホームページ ○
		冊子・チラシ・パンフレット ○	パブリシティ ○	その他 旅行雑誌			
	(2)パブリシティ	実施回数	多数回	記事掲載回数	多数回		
(3)県広報の活用	■活用あり □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	・シーズンに応じて、発信すべき観光情報が異なること。 ・新しい観光情報をすばやく発信すること。 —					
	(2)わかり易く伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	チラシやパンフレット等の他の媒体で発信する際にはホームページの検索キーワードを表示するなど、ホームページへの誘導に心がけた。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	○	その他		
	□なし	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		○ —	マスコミ訪問等への同行		
(2)課題	各市町村ごとで連携への温度差があり、一体的なPR活動が難しい。						
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	■あり	指 標	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数			
			把握方法	大分県観光統計調査等			
			目標値	観光入込客数 1, 900万人(平成27年度) 県内宿泊客数 520万人(平成27年度)			
			効果の達成状況	観光入込客数 1, 500万人 県内宿泊客数 575万人			
		□なし	把握していない理由				
	(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 ツーリズムおおいたのHPの改修を進めている。					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	—					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
	課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	適宜更新				
	課題等	—					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホー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							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.9 海外誘客促進事業						
監査対象機関	観光・地域振興課						
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)		支出内容 (千円)				
	38,661		委託料 14,801				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	14,801						
	委託の有無	金額	22,639千円(うち情報発信に係るもの14,801千円)				
	■あり	内容	新聞記事掲載料 150	パンフレット等作成費 3,391			
	□なし		雑誌記事掲載料 2,152	プロモーション・商談会等 9,108			
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	国内の観光需要は人口の減少や高齢化によって縮小が予想される。そこで海外(特に東アジアや東南アジア)からの誘客を促進することで観光需要の維持や雇用の促進等を図る。					
	(2)情報発信の目的	「ターゲットとする外国人が大分県の魅力を感じ、大分県を旅行先として選んでいただく」ことを目的とし、主に東アジア、東南アジアに在住する外国人に対して大分県の情報を効果的・効率的・魅力的に伝え、誘客の増加を目指す。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			○	○	外国人(特に東アジア、東南アジア)		
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
			-	-	○	-	○
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
		○	○	海外メディアやブローガー招聘等			
	(2)パブリシティ	実施回数	22回	記事掲載回数	22回		
	(3)県庁の活用	■活用あり □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	・各国毎の旅行時期等に配慮した情報発信。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	チラシ等の媒体にホームページのURLを表示するなど、ホームページへの誘導を心がけた。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	○	その他		
		□なし	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	多言語対応など一部の連携先の情報発信の内容に温度差がある。					
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	■あり	指標	県内宿泊客数			
			把握方法	観光庁「宿泊旅行統計」			
			目標値	外国人観光客宿泊数	H26年度	380,000人	
			効果の達成状況	外国人観光客宿泊数	H26年度	385,110人	
		□なし	把握していない理由				
		-					
	(2)改善	■改善あり □改善なし					
		内容	実施した情報発信事業の反響等を踏まえ、より効果的・効率的な情報発信、より外国人に繋がっていく情報発信の方法等の検討に努めた。				
	(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし					
		検証内容	実施した情報発信事業の反響等を踏まえ、より効果的・効率的な情報発信、より外国人に繋がっていく情報発信の方法等の検討に努めた。また、現地の駐在員の活用を検討中である。				
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	適宜更新				
		課題等	-				
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり	□認識なし		
		ホー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							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.10 ふるさと大分回帰推進事業							
監査対象機関	地域活力応援室							
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)					
	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)		イベント等開催費	1,649				
	3,832		ポスター制作費	108				
	委託の有無	金額	1,697千円(うち情報発信に係るもの1,697千円)					
■あり	内容	H P保守管理等	227	新聞広告費	78			
□なし		雑誌掲載料	1,296	チラシ等発送	96			
1 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、①大分県への移住促進②地域活性化を担う人材の誘致を行う。						
	(2)情報発信の目的	大分県への移住希望者に対して、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。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	会議等で広報時期等が決定されており、事業実施計画段階では詳細の決定は特にしていない。							
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	大分県への移住希望者など			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-	-	-			
(2)パブリシティ	実施回数	多数回	記事掲載回数	25回				
(3)県庁の活用	■活用あり □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	イベント開催の発信が、早すぎないように留意(開催日から1~3週間前を目安にしている)。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	・移住相談会開催時に、おおいた暮らしホームページの案内を行った。 ・冊子等におおいた暮らしホームページ情報を掲載した。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	○	ホームページへの掲載希望情報			
		関係機関等での会員への周知	-					
(2)課題	市町村によって移住の取り組みに温度差があり、市町村の掲載情報に偏りが生じること。							
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	■あり	指 標	おおいた暮らしホームページの訪問回数				
			把握方法	アクセス解析				
			目標値	サイト訪問回数(延べ人数)・・・100,000				
			効果の達成状況	サイト訪問回数(延べ人数)・・・175,244				
	□なし	把握していない理由	-					
(2)改善	■改善あり □改善なし							
	内容	27年度中にホームページの改修により、スマートフォン等への対応を図る。						
(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし							
	検証内容	県の基準単価に比べて、低い水準のコストとなった。						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	集落応援室	243回	委託先	23回		
		課題等	・リンク切れのチェックがなされていない。					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり	□認識なし					
	ホー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								

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.11 福祉・介護人材確保対策事業							
監査対象機関	地域福祉推進室							
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	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)					
	30,228		委託料 4,360					
	うち情報発信に充てた経費(千円)							
	4,360							
	委託の有無	金額	22,225千円(うち情報発信に係るもの4,360千円)					
	■あり □なし	内容	パンフレット作成費 921	広報グッズ作成費 385	新聞広告費 3,054			
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	2025年に団塊の世代が後期高齢者になり、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。						
	(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等の情報発信を行い、より多くの参加者を集める。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			—	—	福祉・介護に関心のある方			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	—					
	(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	0回			
	(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・イベントの開催に当たって、複数のタイミングで情報を発信する。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	イベントの広告に新聞の折り込みチラシや若者向けフリーペーパーを活用することにより、広く県民に情報が伝わるようにした。 ■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)事後の発信	—						
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	—	その他			
	□なし	パンフレット、冊子等の設置		○	市町村報			
		関係機関等での会員への周知		○				
	(2)課題	—						
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	■あり	指 標	告知に使用した媒体による参加者数				
			把握方法	就職フェア参加者に対して、アンケートを実施し、参加者の年齢層や情報の入手経路を尋ねる				
			目標値	特に定めていない				
			効果の達成状況	なし				
		□なし	把握していない理由 —					
	(2)改善	■改善あり □改善なし						
		内容	より多くの参加者を確保するため、これまで平日に開催していた就職フェアを平成27年度からは週末開催に変更し、就業中の方や学生が参加しやすい改善を図った。					
	(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし						
		検証内容	より情報の受け手に届くような文面を含めた検討を行う。					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	1回					
		課題等	—					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理		ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
		ホームページ管理担当者の設置の認識	□認識あり ■認識なし					
		・ホームページ更新時等において、所属長の決裁、確認が行われていない。 ・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。						

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、パブリシティ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	No.12 ユニバーサルデザイン推進事業							
監査対象機関	地域福祉推進室							
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	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)					
	3,750		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		パンフレット作成費用	61				
			ドメイン・サーバー使用料	19				
	委託の有無	金額	-					
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-					
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、利用者が使いやすくなることを目指す。						
	(2)情報発信の目的	一般県民に対して、あったかハー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。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	出前授業以外は通年で実施しているため。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			○	○	すべての県民			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
	(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回			
	(3)県ポッドの活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input checked="" type="checkbox"/> 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	画像、図表の活用、簡潔な表現、ホームページのトップページから必要な情報にたどり着き易いようにしている。 <input checked="" type="checkbox"/> 県庁ホームページの分類への登録 <input checked="" type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導						
	(4)事後の発信	-						
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	-	その他			
		<input type="checkbox"/> なし	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	一部の連携先の取組に温度差があり、一体的な情報発信となっていない。							
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指標	ユニバーサルデザイン認知率				
			把握方法	県政モニターに対するアンケート				
			目標値	平成31年度認知率 76.6%				
			効果の達成状況	平成26年度認知率 53.1%				
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由					
	(2)改善	<input checked="" type="checkbox"/> 改善あり <input type="checkbox"/> 改善なし 内容 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。						
(3)費用対効果の検証		□検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
	検証内容	-						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 活用なし						
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		適宜更新				
		課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし						
	ホームページ管理担当者の設置の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし						
	<input checked="" type="checkbox"/> ホームページ更新時等において、所属長の決裁、確認が行われていない。 <input checked="" type="checkbox"/> 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。							
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。							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.13 小児救急医療体制整備推進事業							
監査対象機関	医療政策課							
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)		支出内容 (千円)					
	88,034							
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-					
	0							
	委託の有無	金額	-					
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-					
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、時間外受診を減少させる。また、保護者等の安心につなげる。						
	(2)情報発信の目的	子育て(15歳未満)中の保護者に対して、こども救急電話相談窓口等の情報を発信し、時間外受診を減らすとともに保護者等の不安解消及び緊急時に受診先を周知する。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	発信内容	○	効果測定の方法	-		
		項目	対象	○	部数(印刷物の場合)	○		
			媒体	○	コスト	○		
項目	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	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	子育て中の親			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	-	-	-				
	(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-			
	(3)県広報の活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	多くの方の目にとまるように、期間を設定せず通年行っている。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現		■専門用語を適切に解説				
		■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	保育所、診療所など保護者が立ち寄りそうな場所に広報カードを配置している。 ■県庁ホームページの分類への登録 <input checked="" type="checkbox"/> ■他の媒体からホームページへの誘導						
	(4)事後の発信	-						
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	-	その他			
		<input type="checkbox"/> なし	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	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稚園が含まれていない。						
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	<input type="checkbox"/> あり	指 標	-				
			把握方法	-				
			目標値	-				
			効果の達成状況	-				
			■なし 把握していない理由 救急の相談のため。					
	(2)改善	□改善あり		■改善なし				
		内容	-					
	(3)費用対効果の検証	□検証あり		■検証なし				
		検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり		□活用なし				
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		1 2回				
		課題等	-					
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり	□認識なし			
		ホー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	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縮ダイヤルの案内がなかった。							

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						
監査対象機関	医療政策課						
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)		支出内容 (千円)				
	17,231		雑誌掲載料	227			
	うち情報発信に充てた経費(千円)		委託料	204			
	431						
	委託の有無	金額	204千円(うち情報発信に係るもの204千円)				
	■あり □なし	内容	新聞広告費 204				
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施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、復職を促す。					
	(2)情報発信の目的	保健師、助産師、看護師で就業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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			—	—	離職中で就業を希望する保健師、助産師、看護師		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
		—	—	情報誌広告掲載			
(2)パブリシティ	実施回数	—	記事掲載回数	—			
(3)県ブロードの活用	□活用あり ■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	・媒体により、発信時期を少しずつ変え、情報に触れる機会をより多くするよう考慮されている。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	より多くの媒体を活用して、情報発信を行うとともに、詳細についての問い合わせ先を紹介している。 □他の媒体からホームページへの誘導					
	(4)事後の発信	—					
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	○	その他		
		□なし	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	協会に属していない看護職員に対する情報発信力が弱い。						
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	□あり	指 標	—			
			把握方法	—			
			目標値	—			
			効果の達成状況	—			
		■なし	把握していない理由	事業実施に当たり、情報発信の効果把握することとなっていなかった。			
	(2)改善	□改善あり ■改善なし					
	内容	—					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	—					
6 ホームページの管理等	(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	課題等	—				
		更新回数	0回				
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	課題等	—				
ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり □認識なし					
	ホー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							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.15 不妊治療費助成事業（妊活推進啓発事業）							
監査対象機関	健康対策課							
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）		支出内容（千円）					
	3,187		パンフレット作成費 1,186					
	うち情報発信に充てた経費(千円)		啓発グッズ作成費 1,227					
	2,629		委託料 216					
	委託の有無	金額	216千円(うち情報発信に係るもの216千円)					
■あり	内容	ランチパスポート広告作成掲載費 216						
□なし								
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。知識がなく後に悩む人が多いため、知識を行き渡らせることで、進路の選択に繋がり、治療を受ける人を減少させていく。						
	(2)情報発信の目的	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。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			—	○	親世代、企業経営者等			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	—					
(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回				
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	TV、ラジオ、広報誌など、掲載のチャンスがあれば見逃さない。また、広報につながるのであれば、事業内容の発表の機会なども積極的に活用してPRに努めた。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	・検索キーワードを出来るだけ多く設定し、検索に引っかかるようにした。 ・主なページに情報を集中させた。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	○	成人式での冊子の配布			
		関係機関等での会員への周知	○					
(2)課題	・成人式の配付資料については、一番人数の多い大分市の協力を得られなかった。 ・大学も取組に温度差がみられる。							
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	□あり	指 標	—				
			把握方法	—				
			目標値	—				
			効果の達成状況	—				
		■なし	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いため。 ・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）が把握できないため。				
(2)改善	□改善あり ■改善なし							
	内容	—						
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検証内容	—						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	6回					
		課題等	—					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし						
	ホームページ管理担当者の設置の認識	□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。							
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。							

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							
監査対象機関	健康対策課							
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)		支出内容 (千円)					
	5,305		-					
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-					
	0		-					
	委託の有無	金額	-					
	<input type="checkbox"/> あり	内容	-					
	<input checked="" type="checkbox"/> なし							
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的	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。						
	(2) 情報発信の目的	不妊・不育に悩む人及びこれから子どもを持ちたいと考える人に対して、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。						
	(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1) 受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	不妊・不育に悩む方々			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	-	-					
	(2) パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-			
	(3) 県広報の活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	TV、ラジオ、広報誌など、掲載のチャンスがあれば逃さない。						
	(2) わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現		■専門用語を適切に解説				
		■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	ブログ内容のカテゴリ分けを行っている。						
		■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) 事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
4 関係機関・団体等との連携等	(1) 連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他			
		<input type="checkbox"/> なし	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	出張相談の場合、県の設置機関の広報になるので、市町村にとっての優先度は高くない。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。						
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	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	ブログツールによる計測				
			目標値	特になし				
			効果の達成状況	目標値の設定がないので特になし				
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由					
	(2) 改善	■改善あり		□改善なし				
		内容	センターのブログでは、検索キーワードのアクセス数により、ブログ内容や、必要とされている情報にリンクを貼るなどの工夫をしている。					
	(3) 費用対効果の検証	□検証あり		■検証なし				
		検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1) ホームページの活用	■活用あり				□活用なし		
		課題等	-					
	(2) ホームページの更新状況	更新回数	3回					
		課題等	-					
(3) 情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり		□認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識	□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。							
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。							

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							
監査対象機関	健康対策課							
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)		支出内容 (千円)					
	3,884		レンピ集作成費	486				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		リーフレット作成費	389				
	1,717		委託料	842				
	委託の有無	金額	842千円(うち情報発信に係るもの842千円)					
■あり	内容	雑誌掲載料 842						
□なし								
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	健康寿命の延伸に取り組むため、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なることを目指す。						
	(2)情報発信の目的	県民、外食産業、協会けんぽ加入事業所に対して、美味しい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を目指す。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	○	企業、飲食店			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回				
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	ホームページ等による発信の際にはタイムリーな情報発信ができるよう、極力早急な更新作業を行う。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	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 ■他の媒体からホームページへの誘導						
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	○	健康診断の際にチラシ等を配布			
			関係機関等での会員への周知	○				
(2)課題	一部の連携先の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。							
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	□あり	指 標	-				
			把握方法	-				
			目標値	-				
			効果の達成状況	-				
		■なし	把握していない理由	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経由していることから、実際の配布数の把握は困難である。				
(2)改善	□改善あり ■改善なし							
	内 容	-						
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検 証 内 容	-						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	1回					
		課題等	・リンク切れのチェックがなされていない。					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり	□認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	□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。							
特記事項	県が健康寿命延伸のため、美味しい減塩食の手法、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、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。							

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							
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)					
	25,483		ポスター制作費	64				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		俳句川柳作品集作成費	130				
	324		美術展等リーフレット作成費	130				
	委託の有無	金額	-					
<input type="checkbox"/> あり	内容	-						
<input checked="" type="checkbox"/> 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目指す。						
	(2)情報発信の目的	60歳以上の高齢者及び県民に対して、豊の国ねんりんピック等の大会の内容についての周知を行い、多くの高齢者が大会に参加し、多くの県民が参観に来ることを目指す。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	広報が委託の主要目的ではないため、仕様書で規定はせず、その都度協議を行い実施しているため。							
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			○	○	一般県民			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
(2)パブリシティ	実施回数	3回		記事掲載回数	2回			
(3)県広報の活用	□活用あり		■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	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。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現		□専門用語を適切に解説				
		□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	イベント参加者が目にしやすいように、立ち寄り先として考えられる画材店や文化教室などにもチラシを配布するようにした。						
	□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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。							
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他			
		<input type="checkbox"/> なし	パンフレット、冊子等の設置	○	市町村報			
			関係機関等での会員への周知	○				
(2)課題	-							
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	豊の国ねんりんピック参加者数				
			把握方法	県社会福祉協議会から入手				
			目標値	毎年100名以上の参加者の増加				
			効果の達成状況	概ね達成	目標値5,700人	実績 5,498人		
	<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由	-					
(2)改善	■改善あり		□改善なし					
	内容	今回は県立美術館を会場とすることにより発進力を高め、参加者の増加を図ることとしている。						
(3)費用対効果の検証	□検証あり		■検証なし					
	検証内容	-						
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり		□活用なし				
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		6回				
		課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり		□認識なし				
	ホー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								

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							
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)					
	52,807		メモ帳購入費	354				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		ポケットティッシュ購入費	94				
	518		クリアファイル作成費	70				
	委託の有無	金額	-					
<input type="checkbox"/> あり	内容	-						
<input checked="" type="checkbox"/> 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、生きがいを見つけ、相互に見守りが出来る社会の構築を目指す。						
	(2)情報発信の目的	高齢者等（見守りが必要な高齢者、支える高齢者）に対して、老人クラブの活動内容を広く周知し、加入率を上げることで、地域での支え合いが出来るようにする。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	情報発信は主として県老連が行っているため。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			○	-	-			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-	-	-			
	(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回			
	(3)県庁の活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	イベント実施時には、タイミングを考慮している。						
	(2)わかり易く伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input checked="" type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input checked="" type="checkbox"/> 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	<ul style="list-style-type: none"> 冊子にホームページのアドレスを記載。 各種会議や老人クラブ会員が地域を巡回する活動の際に、ティッシュ、ファイル、メモ帳を配布し周知する。 <input checked="" type="checkbox"/> 県庁ホームページの分類への登録 <input checked="" type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導						
	(4)事後の発信	<ul style="list-style-type: none"> 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 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他			
		<input type="checkbox"/> なし	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	県老人クラブが加入促進を図る際に、若年高齢者に向けた情報発信が困難となっている。						
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	老人クラブ会員数				
			把握方法	年度末に各市町村から報告させている				
			目標値	平成26年度：加入率 全国17位				
			効果の達成状況	平成26年度実績：全国19位				
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由	-				
	(2)改善	<input checked="" type="checkbox"/> 改善あり <input type="checkbox"/> 改善なし 内容 現状を把握するため、県老連が大分大学に委託して高齢者を対象にしたアンケート調査を実施。						
	(3)費用対効果の検証	□検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
		検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし						
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	12回					
		課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし						
	ホームページ管理担当者の設置の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし						
		-						
特記事項	高齢者が情報の受け手のため、ティッシュやクリアファイル等活字を用いた啓発物資を配布し情報発信していた。 県庁ホームページから連携の相手方である県老人クラブへのリンクが貼られていない。							

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							
監査対象機関	高齢者福祉課							
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)		支出内容 (千円)					
	26,503							
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-					
	0							
	委託の有無	金額	-					
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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、介護保険料の抑制を図る。						
	(2)情報発信の目的	県民（特に高齢者、医療・介護関係者）に対して、介護保険の現状及び介護予防に関する情報を発信することで、介護サービスを「お世話型」から「自立型」へ転換する。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			○	○	医療・介護関係者、県民			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
		○ (別事業で作成)	○	-				
(2)パブリシティ	実施回数	13回以上	記事掲載回数	13回				
(3)県広報の活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input checked="" type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input checked="" type="checkbox"/> 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	情報の受け手が集まる会議開催の際に、研修会の案内を配布するとともに、ホームページの案内を行う。 <input checked="" type="checkbox"/> 県庁ホームページの分類への登録 <input checked="" type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導						
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他			
		<input type="checkbox"/> なし	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	一部の連携先の取組に温度差があり、一体的な情報発信となっていない。							
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	研修会参加者数				
			把握方法	研修会参加者数を集計				
			目標値	定員数				
			効果の達成状況	達成 (100%)				
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由					
		-						
(2)改善	<input checked="" type="checkbox"/> 改善あり <input type="checkbox"/> 改善なし 内容 次年度は広い会場の確保が必要。							
(3)費用対効果の検証	<input checked="" type="checkbox"/> 検証あり <input type="checkbox"/> 検証なし							
	検証内容	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。						
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし						
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	年1～2回					
		課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり	<input type="checkbox"/> 認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	<input type="checkbox"/> 認識あり	<input checked="" type="checkbox"/> 認識なし					

特記事項	「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回以上となり、コストをかけずに効果的な情報発信ができ、事業に関する関心や理解が深まった。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。							

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							
監査対象機関	こども子育て支援課							
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)		支出内容 (千円)					
	17,569		ガイドブック作成費	875	参加証ハガキ代	130		
	うち情報発信に充てた経費(千円)		チラシ作成費	325	ホームページ作成代	50		
	9,859		ポスター制作費	35	委託料	8,444		
	委託の有無	金額	8,444千円(うち情報発信に係るもの8,444千円)					
■あり	内容	テレビ放送	4,852	ガイドブック作成費	2,620			
□なし		ラジオ放送	972					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	子育て情報の発信を強化し、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	子育て世帯、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)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	検証は27年度実施			
	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	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	子育て世代及び子育てを支援する住民			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
(2)パブリシティ	実施回数	4回	記事掲載回数	3回				
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・テレビ、ラジオについて子育て世代の視聴が見込める放送時間帯等に配慮した。 ・冊子の配付について配付のタイミングや配付場所に配慮した。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	テレビ、ラジオ、冊子等他の媒体で発信する際にはホームページの検索キーワードを表示する等、ホームページへの誘導に心がけている。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	○	原稿作成の協力等			
			関係機関等での会員への周知	○				
(2)課題	市町村等の連携先での冊子配布で終わっており、内容の説明まで出来ていない。							
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	■あり	指 標	子育て満足度日本一に向けた総合的な評価(10指標)				
			把握方法	複数の調査結果に基づいて総合的な達成率を把握				
			目標値	全国5位以内				
			効果の達成状況	平成27年度に県民意識調査を実施予定				
		□なし	把握していない理由					
(2)改善	□改善あり ■改善なし							
(3)費用対効果の検証	内容	-						
	検証内容	□検証あり ■検証なし						
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	27回					
		課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし						
	ホームページ管理担当者の設置の認識	■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。							
特記事項	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、子育て支援情報を発信しており、多様な媒体を活用して、計画的に発信している。 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、母子健康手帳配布時など確実に情報の受け手に配布できる機会を捉えて発信していた。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、ホームページ上で27回更新していた。							

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	こども子育て支援課						
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)		支出内容 (千円)				
	3,449		委託料 324				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		324				
	委託の有無	金額	324千円(うち情報発信に係るもの324千円)				
■あり	内容	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。					
	(2)情報発信の目的	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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			—	—	子育て中の親、市町村、(一般県民)		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	市町村等を通じた通知文書				
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	2回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	冊子、広報誌等周知の機会には、ホームページを適宜紹介している。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	○	その他		
		□なし	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	—						
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	■あり	指 標	ホームページ「子育てのタネ」アクセス件数			
			把握方法	広報広聴課に確認			
			目標値	70,000件			
			効果の達成状況	達成			
	□なし	把握していない理由					
(2)改善	■改善あり □改善なし						
	内容	ホームページの表現内容を随時更新					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	—					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	—				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		適宜更新			
		課題等	—				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり	□認識なし			
	ホームページ管理担当者の設置の認識		■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。						
特記事項	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	こども子育て支援課						
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)		支出内容 (千円)				
	2,001		委託料	1,227			
	うち情報発信に充てた経費(千円)		横断幕購入費	33			
	1,260						
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	新聞広告費 1,227					
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。					
	(2)情報発信の目的	虐待とは何かを意識してもらうための情報や通告の流れに関する情報を周知し、近隣住民からの通告割合を高める。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他 県民		
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		○	○	○	—	○	—
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
		○	○	—			
(2)パブリシティ	実施回数	3回	記事掲載回数	0回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	受け手が情報に接する機会が増えるよう、効果的な広報・啓発等の方法について検討している。H25はラッピングバスを実施。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	○	その他		
	□なし	パンフレット、冊子等の設置		○	ポスターCM等 (TOSが独自で実施)		
	関係機関等での会員への周知		—				
(2)課題	課題意識の共有が連携をするうえで重要 (市町村の取組の温度差)。						
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	□あり	指 標	—			
			把握方法	—			
			目標値	—			
			効果の達成状況	—			
		■なし 把握していない理由 効果について定量的評価・検証に馴染まない。					
	(2)改善	□改善あり ■改善なし					
		内容	—				
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	—					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり			□活用なし		
	課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	1回				
	課題等	—					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	■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。						
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なかった。						

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造助成事業						
監査対象機関	障害福祉課						
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)		支出内容 (千円)				
	3,336						
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-				
	0						
	委託の有無	金額	-				
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-				
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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。					
	(2)情報発信の目的	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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	障がい者及び障がい者と同居する者		
	媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ	SNS
		-	-	-	○(市町村)	○	-
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
	-	-	市町村への説明会での周知				
(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-			
(3)県広報の活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	□わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 <input checked="" type="checkbox"/> 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	障がい福祉施策等の概要を「障がい者のしおり」にまとめており、しおりの中に目次を設定している。 □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)事後の発信	-					
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他		
		<input type="checkbox"/> なし	パンフレット、冊子等の設置	-	市町村報		
			関係機関等での会員への周知	-			
(2)課題	制度の周知を市町村に依頼しているが、市町村ごとの状況が把握できていない。						
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	<input type="checkbox"/> あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		<input checked="" type="checkbox"/> なし	把握していない理由	ホームページのアクセス数が不明なため。			
(2)改善	□改善あり <input checked="" type="checkbox"/> 改善なし						
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり			<input type="checkbox"/> 活用なし		
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		1 回			
		課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり	<input type="checkbox"/> 認識なし			
	ホームページ管理担当者の設置の認識		<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり	<input type="checkbox"/> 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。						
特記事項							

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					
監査対象機関	障害福祉課					
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)		支出内容 (千円)			
	25,114		委託料 3,232			
	うち情報発信に充てた経費(千円)					
	3,232					
	委託の有無	金額	13,687千円(うち情報発信に係るもの3,232千円)			
	■あり □なし	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 サンプル品購入費 561			
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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。				
	(2)情報発信の目的	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。				
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他	
			-	-	官公庁、民間企業、個人等	
	媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		-	-	-	-	○
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他		
	○	○	営業等			
(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回		
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・イベントについては、開催2週間前には情報発信するよう配慮した。				
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	・県ホームページに事業委託先である共同受注事務局ホームページのバナーを貼り付けた ・市町村連絡会議や地方機関訪問の際に、共同受注チラシの配布や県ホームページの案内を行った。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。				
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	-	その他	
	□なし	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		-	県HPに連携先HPのバナーを貼り付け	
(2)課題	-					
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	□あり	指 標	-		
			把握方法	-		
			目標値	-		
			効果の達成状況	-		
	■なし	把握していない理由	ホームページ等で情報発信するよりも、共同受注事務局が営業で個別に訪問したほうが効果が大きいため。			
	(2)改善	□改善あり ■改善なし				
		内 容	-			
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし					
		検証内容	-			
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし				
		課題等	-			
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		5回以上		
		課題等	-			
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	□認識あり ■認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識	■認識あり □認識なし				
	・ホームページ更新時等において、一部、所属長の決裁、確認が行われていない。 ・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。					
特記事項						

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	障害福祉課						
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)		支出内容 (千円)				
	35,636		クリアファイル等作成費 2,306				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		広報グッズ購入費 198				
	7,581		委託料 5,077				
	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)				
■あり	内容	新聞広告費 3,830 雑誌広告掲載費 837					
□なし		チラシ等作成費 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持って暮らすことができる社会を実現するため、地域における自殺対策力の強化を図り、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)に対して自殺予防や精神疾患の正しい知識の普及、相談窓口の案内、自殺予防対策等の事業の案内を行う。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			○	○	県民		
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		-	-	○	○	○	-
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
	○	○	-				
(2)パブリシティ	実施回数	4回		記事掲載回数	4回		
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・自殺予防週間時に、地元紙(合同新聞)以外にも主要5紙に掲載。 ・若者が最も多く購読する成人式特集掲載時などに掲載。(シティ情報おおいた) ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現		□専門用語を適切に解説			
		■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	リーフレットにQRコードを掲載。 □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)事後の発信	-					
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	-	その他		
		□なし	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	-						
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	■あり	指 標	告知に使用した媒体による参加者数			
			把握方法	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			
			目標値	講演会は300名の定員を予定(実際の参加者280名)			
			効果の達成状況	ほぼ目標どおりの参加者			
		□なし	把握していない理由				
(2)改善	■改善あり		□改善なし				
	内容	次回開催に当たって、情報発信とともに、職場から情報が多いことから、より多くの職場へ情報発信し参加者の増加を目指す。					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	表示されないページがあった。				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	3回				
		課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	■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。					
特記事項	「豊の国こころの”ホッ”とライン」クリアファイルを作成し、関係する相談窓口一覧表を案内していた。						

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.27 おおいたジオパーク推進事業							
監査対象機関	生活環境企画課							
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)		支出内容 (千円)					
	18,004		パンフレット作成費 532					
	うち情報発信に充てた経費(千円)		委託料 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)						
■あり	内容	雑誌掲載料 432						
□なし		モニターツアー経費 999						
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	日本ジオパークに認定された姫島、豊後大野両地域のジオパ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	姫島、豊後大野両地域の取組を含む「おおいた」の地域の魅力の情報、繰り返し訪れることが期待される地質愛好家に向けた情報を発信し、訪問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項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			—	—	一般県民、地質愛好家等			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
		○	○	雑誌掲載				
(2)パブリシティ	実施回数	4回	記事掲載回数	4回				
(3)県広報の活用	■活用あり □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	事業実施のタイミングに合わせる。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	県ホームページにジオパークのサブサイトを新たに登録し、ジオパークの概要や姫島、豊後大野両地域のジオパークの紹介等を掲載した。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	○	両地域主催のジオパークのイベントを県政記者クラブに情報提供			
		関係機関等での会員への周知	—					
(2)課題	県及び両地域の推進協議会相互の情報共有に係る連携を一層高めていく必要がある。							
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	□あり	指 標	—				
			把握方法	—				
			目標値	—				
			効果の達成状況	—				
		■なし	把握していない理由	ジオパークへの観光客数についてはカウントが難しい状況である。また、両地域の推進協議会も県と同様に情報発信を行っていることから、県の情報発信によって具体的にどの程度の効果があったかは把握できない。				
	(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 ジオパークへの観光客数のカウントは難しい状況であるが、両地域の推進協議会が把握できた巡検やジオツアーについては、参加人数等を定期的に県へ報告するようにし、情報共有が図れるよう改善した。						
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検証内容	—						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	4回					
		課題等	—					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし						
	ホー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								

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.28 交通安全緊急対策事業							
監査対象機関	生活環境企画課							
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)		支出内容 (千円)					
	5,316		高齢者事故抑止チラシ作成費	583				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		高齢者交通安全教室リーフレット作成費	67				
	1,323		新聞広告費	170				
			飲酒運転根絶ポスター・チラシ作成費	503				
	委託の有無	金額	-					
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	・被害者の6割、加害者の5割を占める高齢者の交通事故を抑止する。 ・飲酒運転を根絶する。						
	(2)情報発信の目的	高齢者を対象とした免許自主返納支援制度、交通安全の啓発情報及び飲酒運転根絶の啓発情報等を周知する。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			○	-	交通事業者、飲食店など			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
	(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回			
	(3)県民の活用	<input type="checkbox"/> 活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	各種啓発期間や交通安全運動のタイミングと合わせる。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input checked="" type="checkbox"/> 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	<input checked="" type="checkbox"/> 交通安全協会の支部ネットワークを通じてサポート店情報を配布している。 <input checked="" type="checkbox"/> 街頭啓発で直接飲酒運転根絶のチラシを配布したりしている。 <input checked="" type="checkbox"/> 県庁ホームページの分類への登録 <input type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導						
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	-	その他			
		<input type="checkbox"/> なし	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	連携先である大分県交通安全協会のホームページに高齢者免許自主返納支援制度の掲載がないこと、地域により取組に差があること。						
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	運転免許自主返納数、運転経歴証明書の発行数				
			把握方法	大分県警察本部運転免許課への電話聞き込み調査				
			目標値	・運転免許自主返納比率：65歳以上免許所持者の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				
			効果の達成状況	・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				
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由					
	(2)改善	<input checked="" type="checkbox"/> 改善あり <input type="checkbox"/> 改善なし 内容 昨年度の結果を踏まえ啓発に努めた結果、27年度は5月時点で運転経歴証明書の発行数が50%を超えている。						
	(3)費用対効果の検証	<input type="checkbox"/> 検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
		検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし						
		課題等	サポート加盟店募集の具体的情報が掲載されていない。					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	2回					
		課題等	-					
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし					
		ホームページ管理担当者の設置の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 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。						

特記事項 高齢者の交通事故抑止を目的に、高齢運転免許自主返納者を対象とした支援制度や高齢者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等の活字媒体による情報発信を行っていた。

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.29 ごみゼロおおいた作戦推進事業						
監査対象機関	地球環境対策課						
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)		支出内容 (千円)				
	11,343		新聞広告費 1,502				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	1,502						
	委託の有無	金額	-				
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-				
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	県民が環境保全活動に自ら参加し美しく快適な大分県づくりに取り組む気運を更に醸成し、県内各地域で多様な年齢層を巻き込んだ県民運動に発展させる。					
	(2)情報発信の目的	県民に対して必要な情報を効果的・効率的に伝え、環境保全・美化に対する理解を深め、参加や応募を促進する。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	県民		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	-	-	-		
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	2回			
(3)県広報の活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	・多くの参加や応募があるように募集や周知の時期をできるだけ長くしている。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 ■画像や図表を適切に用いる <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
	(3)たどり着きやすくする工夫	・各団体への事業の告知と併せてホームページの案内を行った。 ・パンフレットの配布先及び時期を見直し、より多くの受け手が情報に接することができるようにした。(配布先に関しては、新たな開拓先に送付を行っている。) ■県庁ホームページの分類への登録 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ■他の媒体からホームページへの誘導 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他		
		<input type="checkbox"/> なし	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	市町村の広報誌は原稿提出の締め切りが厳しく、誌面に空きがないと掲載できないなど制約が多い。						
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	告知に使用した媒体による応募数や参加者数			
			把握方法	実際に申し込みや参加があった数での把握			
			目標値	・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			
			効果の達成状況	・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			
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由				-
(2)改善	□改善あり <input checked="" type="checkbox"/> 改善なし						
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし					
	課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	5回				
	課題等	・更新が適切な時期に行われていない。 ・「イベント」や「募集情報」等有効期限が過ぎたものが掲載されたままとなっている。 ・リンク切れのチェックがなされていない。					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	■認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし					

特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.30 女性の就労総合支援事業						
監査対象機関	県民生活・男女共同参画課						
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)		支出内容 (千円)				
	7,702		チラシ作成費	165	委託料 378		
	うち情報発信に充てた経費(千円)		冊子作成費	530			
	1,250		外部サーバー管理費	177			
委託の有無	金額	378千円(うち情報発信に係るもの378千円)					
	内容	冊子作成費 378					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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。					
	(2)情報発信の目的	講座、セミナーの募集情報、託児サービスなどの制度や相談窓口案内情報等を発信し、講座等の受講者や託児サービス等の活用の増加を図る。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	女性、企業、一般県民(働く人向け)		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	-	-	-		
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	2回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・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。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	チャレンジサイトのトップページに「チャレンジテーマ10」と題し、テーマ毎に情報を分類することにより、必要な情報にたどりつきやすいようにしている。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	○	その他		
		□なし	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	情報発信の内容に温度差があり、一体的な情報発信が難しかった。						
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	■あり	指 標	各種研修会等における告知媒体からの参加者数			
			把握方法	・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			
			目標値	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			
			効果の達成状況	情報発信の成果による参加者数は約7割			
		□なし	把握していない理由				
(2)改善	■改善あり □改善なし						
	内容	ホームページの利用者が少ないため、イラスト(写真)等を活用した効果的なホームページ画面作成に努めている。					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
	課題等	・冒頭の解説がないリンクのみのページがみられた。					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	93回(3つのサイトの合計)				
	課題等	・「イベント」や「募集情報」等有効期限が過ぎたものが掲載されたままとなっている。 ・リンク切れのチェックがなされていない。					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	□認識あり	■認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識	■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。					

特記事項	
------	--

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.31 DVのない社会づくり推進事業						
監査対象機関	県民生活・男女共同参画課						
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)		支出内容(千円)				
	3,065		パンフレット作成費 253				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	253						
	委託の有無	金額	-				
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-				
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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。					
	(2)情報発信の目的	窓口の情報、研修会の情報及び啓発の情報を発信することにより、相談者や研修参加者の増加を図る。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	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		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
		○	○	-			
(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回			
(3)県広報の活用	<input type="checkbox"/> 活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	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。					
	(2)わかり易く伝える工夫	■わかりやすい表現		■専門用語を適切に解説			
		■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	相談窓口の案内カードをDV被害者が手に取りやすいトイレの個室などに設置した。 ■県庁ホームページの分類への登録 <input checked="" type="checkbox"/> ■他の媒体からホームページへの誘導					
(4)事後の発信	-						
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他		
		<input type="checkbox"/> なし	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	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の理解を図ること。						
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	<input type="checkbox"/> あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		<input checked="" type="checkbox"/> なし	把握していない理由	被害の実態把握が難しいこと、匿名による相談も多いことから、具体的にどの程度の効果があったか把握できない。			
	(2)改善	<input type="checkbox"/> 改善あり <input checked="" type="checkbox"/> 改善なし					
		内容	-				
(3)費用対効果の検証	<input type="checkbox"/> 検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり			<input type="checkbox"/> 活用なし		
	課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	0回				
	課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input type="checkbox"/> 認識あり <input checked="" type="checkbox"/> 認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし					

特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.32 海岸漂着物地域対策推進事業							
監査対象機関	廃棄物対策課							
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)		支出内容 (千円)					
	84,159		実施イベントに係る広報費 (委託)	2,058				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		オープニングイベントの会場設営委託	144				
	2,202		(チラシ作成費)					
	委託の有無	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					
□なし		チラシ作成費	144					
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、海岸清掃活動を行っている団体の名称及び実施時期等の情報を発信し、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	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			○	○	海岸清掃イベントに興味のある方			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
(2)パブリシティ	実施回数	2回		記事掲載回数	2回			
(3)県広報の活用	■活用あり □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	・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現	□専門用語を適切に解説					
		■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	・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。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。							
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	○	その他			
		□なし	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	今後、海岸漂着物に関するイベントを行う場合、内陸部の市町村との連携をいかに高めていくかが課題となる。							
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	■あり	指 標	イベント参加者数				
			把握方法	会場での集計				
			目標値	300人				
			効果の達成状況	参加者は約400人であり達成している				
		□なし	把握していない理由					
(2)改善	□改善あり ■改善なし							
	内 容	-						
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検 証 内 容	-						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課 題 等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		6回				
		課 題 等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり	□認識なし					
	ホー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								

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							
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)					
	2,321		チラシ作成費 156					
	うち情報発信に充てた経費(千円)		156					
	委託の有無 □あり ■なし	金額 内容	— —					
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	本メールサービスへ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	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他 県民・防災関係者			
		媒体	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	パブリシティ	その他 —			
		○	—	—				
(2)パブリシティ	実施回数	—	記事掲載回数	—				
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	QRコードの掲載工夫。 ■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)事後の発信	—						
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	○	その他			
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	○	防災関係行事での広報			
			関係機関等での会員への周知	—				
(2)課題	ホームページの掲載、リンク貼り付けの際、目につきにくい場所の場合は効果が薄い。							
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	■あり	指 標	登録者数				
			把握方法	管理者権限WEBページによる確認				
			目標値	30,000人				
			効果の達成状況	22,251人(27年3月末現在)				
		□なし	把握していない理由 —					
(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 教育機関等(県立学校や児童・生徒の保護者を対象とする等)新たな連携先の開拓。							
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検証内容	—						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数			0回			
		課題等	—					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり	□認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識		□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。							
特記事項								

監 査 結 果 表

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)					
	2,810		パンフレット作成費 227					
	うち情報発信に充てた経費(千円)		227					
	委託の有無 □あり ■なし	金額 内容	-					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	中小企業が新市場や成長分野に果敢にチャレンジする経営革新を支援する。また、チャレンジしたい企業の掘り起こしを行い、地域の活性化を促していく。						
	(2)情報発信の目的	経営革新の要件、計画承認の流れ及び支援施策等について、中小企業及び商工団体等の支援機関等に周知するとともに、県の手続き窓口や商工団体等の相談窓口及び経営革新対策費補助金の募集を案内する。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	県内の中小企業者、商工団体等支援機関等			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
	(2)パブリシティ	実施回数	18回	記事掲載回数	13回			
	(3)県庁の活用	□活用あり ■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	・承認事例を承認後1週間以内に更新掲載する。 ・研修事業への参加募集期間を1ヶ月間程度に設定する。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	パンフレット掲載ページの紹介をアドレス表示ではなく、県庁トップページから誘導する記載としている。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
		□なし	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	○ ○	連携先HPへのリンクバナーの掲載			
	(2)課題	定期的に連携促進の機会(場)を持つこと。						
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	■あり	指 標	経営革新に関する相談件数及び承認件数				
			把握方法	担当者による件数の把握				
			目標値	相談件数・・・112件(事務事業評価活動指数) 承認累計件数・・・736件(長期総合計画成果目標)				
			効果の達成状況	相談件数・・・148件(目標値対比131.3%) 承認累計件数・・・771件(目標値対比104.8%)				
		□なし	把握していない理由					
	(2)改善	■改善あり □改善なし						
	内容	商工会議所の会報への制度周知チラシの折込を実施。						
	(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-						
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり			□活用なし			
	課題等	-						
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	12回					
	課題等	-						
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
		ホームページ管理担当者の設置の認識	□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。-----							
特記事項	経営革新支援制度を紹介するリーフレットにおいて、改修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「分類でさがす」-「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。 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ていた。							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.35 おおいた創業促進事業							
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)					
	4,121		委託料 490					
	うち情報発信に充てた経費(千円)		490					
	委託の有無	金額	3,290千円(うち情報発信に係るもの490千円)					
■あり	内容	情報発信経費 490						
□なし								
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	新たな雇用創出など、地域経済活性化に不可欠な要素である創業を関係機関と連携して促進し、創業者を増やし(3年間で1,000件)、新たな雇用を作り出す。						
	(2)情報発信の目的	創業希望者等に対して必要な情報を効果的、効率的に伝え、理解を深めてもらうため、県が民間事業者等に委託して実施するセミナー等について迅速に広く周知する。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	イベント開催がメインであり、情報発信による参加者募集が当然のことであり、改めてそのような項目を追加する必要がないため。※委託契約の仕様書には「発信内容」、「対象」、「媒体」の記載はある。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			—	—	創業者及び創業希望者			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
		○	○	—				
(2)パブリシティ	実施回数	6回	記事掲載回数	1回				
(3)県庁の活用	□活用あり ■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	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 □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	創業者や創業希望者とのネットワークを有する団体等へ委託してセミナー等を実施した。(女性向け、一般向け、学生講座のみ。) ■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)事後の発信	—						
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	—	その他			
	□なし		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	十分に活用できなかった連携先があった。							
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	■あり	指標	おおいた創業セミナー参加者数、学生起業家育成講座参加者数				
			把握方法	セミナー等の開催当日に参加者をカウント				
			目標値	おおいた創業セミナー	150名			
			学生起業家育成講座参加者数	50名				
		効果の達成状況	おおいた創業セミナー	120名				
	学生起業家育成講座参加者数	41名						
	□なし	把握していない理由	—					
(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 本事業は廃止し、新たに「おおいたスタートアップ支援事業」を開始した。							
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検証内容	—						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	6回					
		課題等	—					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理		ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
		ホームページ管理担当者の設置の認識	□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。						
特記事項								

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.36 地熱フル活用おおいた新活力創出事業						
監査対象機関	工業振興課						
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)		支出内容(千円)				
	243,488		-				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-				
	0		-				
	委託の有無	金額	-				
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-				
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的	既存の温泉井戸を活用した地熱利用を促進する。(湯けむり発電機・農業ハウスの建設)					
	(2) 情報発信の目的	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、使われていないエネルギーの導入促進を図る。					
	(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1) 受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他 県内温泉関係者、農業者等		
			-	-	-		
	媒体	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	パブリシティ	その他 -			
(2) パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-			
(3) 県広報の活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 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	<input type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 画像や図表を適切に用いる		<input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説			
	(3) たどり着きやすくする工夫	-					
	(4) 事後の発信	-					
4 関係機関・団体等との連携等	(1) 連携の有無	<input type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	-	その他		
		<input checked="" type="checkbox"/> なし	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	-					
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	<input type="checkbox"/> あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		<input checked="" type="checkbox"/> なし	把握していない理由	平成26年度は、施設の完成が遅延し、ほとんど情報発信が出来ていないため。			
	(2) 改善	<input type="checkbox"/> 改善あり <input checked="" type="checkbox"/> 改善なし					
(3) 費用対効果の検証	内容	-					
	検証内容	<input type="checkbox"/> 検証あり		<input checked="" type="checkbox"/> 検証なし			
6 ホームページの管理等	(1) ホームページの活用	<input type="checkbox"/> 活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 活用なし		-			
		課題等	-				
	(2) ホームページの更新状況	更新回数		-			
		課題等	-				
(3) 情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識		<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 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。						
特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.37 省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)				
	17,013		省エネコーディネーター経費 1,963				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	1,963						
委託の有無	金額	-					
	内容	-					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	省エネのみならず創エネ、蓄エネなどの対策を行っているモデル企業（地場企業）を増やし電力の削減による二酸化炭素の排出削減及び経営の安定化を目指す。					
	(2)情報発信の目的	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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	省エネコーディネーターとの協定書に情報提供をする旨明記しているが、詳細については明記されていない。					
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	中小企業事業者		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	省エネセミナーでの情報提供、企業訪問による情報提供等				
(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	0回			
(3)県ポッドの活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	・募集期間を予め企業に伝えておくことで事前準備がしやすい環境作りを行った。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 □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	企業訪問時に制度の紹介とチラシを配布し、チラシの中にホームページのURLを記載して誘導を行っている。 □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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	-	その他		
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	-	メルマガやFAX一括送信サービスの活用		
	(2)課題	・連携先と密に関わっている企業への情報提供に偏向しがちになる。 ・FAX一括送信サービスでは、見てもらえているのかどうか不明。					
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	■あり	指 標	補助金申請件数			
			把握方法	事業計画書の申請件数と比較			
			目標値	事業計画では5件採択を予定			
			効果の達成状況	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	把握していない理由				
(2)改善	□改善あり <input checked="" type="checkbox"/> 改善なし						
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(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	2回				
		課題等	-				
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし				
ホームページ管理担当者の設置の認識		■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。						
特記事項	補助金申請件数を指標とし、事業計画書での申請件数と比較することにより情報発信の有効性を検証していた。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件程度の採択予定に対し16件の申請があり、審査の結果9件の採択を行っていた。						

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							
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)					
	4,664		チラシ作成費	129				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		冊子作成費	1,551				
	1,680							
	委託の有無	金額	-					
<input type="checkbox"/> あり	内容	-						
<input checked="" type="checkbox"/> なし								
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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。						
	(2)情報発信の目的	研修会やサイエンスファクトリーに関する情報の周知による参加者の増加、及び副読本「おおいたものづくり発見ブック」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。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	対象者が限定されていることや実施主体が他団体のため。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	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			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	県工連ホームページ、メルマガ					
(2)パブリシティ	実施回数	3回		記事掲載回数	3回			
(3)県広報の活用	<input type="checkbox"/> 活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	・参加者が期日に余裕を持って申込みできるよう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えるよう、翌年度の授業計画を立てる3月に配布した。						
	(2)わかり易く伝える工夫	■わかりやすい表現		■専門用語を適切に解説				
		■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	・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。 ・県内全小学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分類への登録 ■他の媒体からホームページへの誘導						
(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。							
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他			
		<input type="checkbox"/> なし	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	- ○	県内全小学生への冊子やチラシの配布協力			
(2)課題	・市町村教育委員会側または学校現場からの要望が聞き取りにくい。							
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	参加者数				
			把握方法	申込人数				
			目標値	定員（未来塾30名、サイエンスファクトリー244名）				
			効果の達成状況	申込人数はいずれも目標を上回っていた（当日欠席あり）				
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由			-		
(2)改善	■改善あり		□改善なし					
	内容	・欠席者の補充は直前にしか分からないため、催事受付にて空き状況（キャンセル待ち状況）を掲示し、催事体験の機会を増やしている。						
(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし							
	検証内容	効果的・効率的に発信できている（サイエンスファクトリー）。						
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
	課題等	-						
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	6回					
	課題等	・「イベント」や「募集情報」等有効期限が過ぎたものが掲載されたままとなっている。 ・リンク切れのチェックがなされていない。						
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし						
	ホームページ管理担当者の設置の認識	□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。						

特記事項

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						
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)				
	16,203		-				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-				
	0		-				
委託の有無	金額	-					
	内容	-					
□あり							
■なし							
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	東九州メディカルバレー構想に基づき、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場企業の育成を図る。					
	(2)情報発信の目的	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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	検討はしているが、明文化していない。					
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	県民全般、企業関係者		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	-				
(2)パブリシティ	実施回数	4回	記事掲載回数	4回			
(3)県広報の活用	■活用あり		□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	・マスコミが取材日程を組みやすいよう、可能な限り前日に記者室に情報提供を行う。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現		■専門用語を適切に解説			
	(3)たどり着きやすくなる工夫	宮崎県や大分大学医学部のホームページからリンク出来るようにしている。					
	(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	■あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他		
		□なし	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	九州各県との連携体制の構築と事業の相互乗り入れ、他の企業団体との連携、情報交換。						
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	■あり	指 標	東九州メディカルバレー構想推進大会の来場者数			
			把握方法	出席者のカウント			
			目標値	150名程度の来場			
			効果の達成状況	毎年目標値程度の来場者数を維持している			
		□なし	把握していない理由				
(2)改善	□改善あり		■改善なし				
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり		■検証なし				
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり		□活用なし			
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		適宜更新			
		課題等	-				
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり		□認識なし		
ホームページ管理担当者の設置の認識		■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。						
特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.40 電磁力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)				
	12,940		新聞広告費	33			
	うち情報発信に充てた経費(千円)		サーバーレンタル料	30			
	63						
委託の有無	金額	-					
	内容	-					
□あり							
■なし							
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している。					
	(2)情報発信の目的	電磁力応用技術の普及啓発。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	企業、研究者、県民(県外を含む)		
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		-	-	○	-	○	-
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
	-	○	展示会、メール				
(2)パブリシティ	実施回数	4回	記事掲載回数	1回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・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)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 □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	・県庁ホームページ(産業集積推進室)と電磁応用研究会のページリンク。 □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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	-	その他		
	□なし	パンフレット、冊子等の設置		-	メールリストでの情報発信		
		関係機関等での会員への周知		-			
(2)課題	情報のタイムリーな共有(タイムラグ等による情報共有の時期のずれがある)。						
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	■あり	指 標	電磁応用技術研究会 参加企業数			
			把握方法	参加企業数の増減			
			目標値	前年度比増加			
			効果の達成状況	達成(平成25年度60社→平成26年度61社) 1社増加			
	□なし	把握していない理由					
(2)改善	□改善あり ■改善なし						
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり			□活用なし		
	課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		9回			
		課題等	・「イベント」や「募集情報」等有効期限が過ぎたものが掲載されたままとなっている。 ・リンク切れのチェックがなされていない。				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり	□認識なし			
	ホームページ管理担当者の設置の認識		■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。						
特記事項							

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)				
	4,661		おおいた I T人材塾委託料 264				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		おおいた I Tフェア委託料 152				
	416						
委託の有無	金額	4,089千円(うち情報発信に係るもの416千円)					
	内容	おおいた I T人材塾情報発信費 264 おおいた I Tフェア情報発信費 152					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	県内の I T企業が自社でサービスや商品を全国展開できるような競争力をつけ、県内情報産業の振興を図る。					
	(2)情報発信の目的	県内 I T企業等への支援内容について広く周知し活用を促す。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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		委託として実施しているため。					
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			—	—	県内企業、I T技術者、I T関係の大学生・専門学校生		
	媒体	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	パブリシティ	その他 募集要項等			
	○	○					
(2)パブリシティ	実施回数	7回	記事掲載回数	3回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・周知にかかる時間を考慮し、適切な時期に発信するよう努めている。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	・企業訪問の際に、事業の告知と併せてホームページの案内を行った。 ・チラシの配布先として、より多くの対象者が情報を受け取ることができるよう、市町村、支援団体、金融機関など、多方面からの広報に努めた。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	○	その他		
		□なし	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	— ○	広報誌(市報等)への掲載		
(2)課題	市町村の広報誌掲載の締切日と事業の広報依頼のタイミングが合わず、一体的な情報発信が難しかった。						
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	■あり	指 標	告知に使用した媒体等による参加者数			
			把握方法	参加者アンケートにより情報の入手経路を尋ねる			
			目標値	・各事業参加者の募集は、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者を予定 ・情報発信の効果による参加者の目標値は設定していない			
			効果の達成状況	・情報発信の効果による参加者の目標値は設定していない ・来場者数：452名			
		□なし	把握していない理由	—			
(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 検証結果に基づき対応策を検討し、次の情報発信に役立てていた。						
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	—					
6 ホームページの管理等	(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	課題等	—				
		更新回数	8回				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホー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							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.42 フラッグ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)					
	56,500		委託料 300					
	うち情報発信に充てた経費(千円)		300					
	委託の有無 ■あり □なし	金額 内容	300千円(うち情報発信に係るもの300千円) インターネットを活用した大分県情報の発信 300					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	大分ブランドの確立、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、首都圏フラッグショップ(坐来大分)を活用した広報・情報発信を行う。						
	(2)情報発信の目的	「坐来大分」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	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			—	—	首都圏在住者(特に坐来利用者)			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	—					
	(2)パブリシティ	実施回数	102回	記事掲載回数	102回			
	(3)県ブランドの活用	■活用あり □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	・ イベント等については、開催予定日の1~2ヶ月前に情報発信を行い、集客を図っている。 ・ 複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■ わかりやすい表現 □ 専門用語を適切に解説 ■ 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	ホームページのトップページから必要な情報にたどりつきやすいようカテゴリを分類し、イベント等の案内については「NEWS&TOPICS」として掲載している。 ■ 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)事後の発信	・ 補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他			
		□なし	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	—						
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	■あり	指 標	①パブリシティの件数 ②坐来大分のレストラン等を活用したイベント回数				
			把握方法	①マスコミ等への情報掲載回数による、②年間の実施回数による				
			目標値	①年間125件、②年間20件				
			効果の達成状況	①年間102件、②年間20件				
		□なし	把握していない理由 —					
	(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 情報発信機能強化の取組として、坐来大分オープン後初の店舗改装を実施(H26年8月)~改装後は利用客が対前年比較で増加した。						
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検証内容	—						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		12回				
		課題等	—					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり	□認識なし				
	ホー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								

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.43 東アジアビジネス推進事業						
監査対象機関	商業・サービス業振興課						
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)		支出内容 (千円)				
	37,536		-				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-				
	0		-				
	委託の有無	金額	-				
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-				
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するようになる。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	限定された対象者への随時の情報提供であるため。					
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	県内の加工食品製造・販売業者		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	-	○	eメール				
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	2回			
(3)県広報の活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 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	参加申込の検討時間が十分とれるように、できるだけ迅速に情報発信する。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input type="checkbox"/> 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	「物産おおいた」HPやメールで概要を掲載し、関心を持った事業者は主催者HPから詳細な情報を得られるようにしている。 <input checked="" type="checkbox"/> 県庁ホームページの分類への登録 <input checked="" type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導					
	(4)事後の発信	-					
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他		
		<input type="checkbox"/> なし	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	-						
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	<input type="checkbox"/> あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		<input checked="" type="checkbox"/> なし	把握していない理由	限定された対象者に情報提供を行うに過ぎず、特に必要がないため。			
(2)改善	<input type="checkbox"/> 改善あり <input checked="" type="checkbox"/> 改善なし						
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	<input type="checkbox"/> 検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
	検証内容	-					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	13回				
課題等		-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり	<input type="checkbox"/> 認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり	<input type="checkbox"/> 認識なし				
		-					
特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.44 企業立地促進事業						
監査対象機関	企業立地推進課						
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)		支出内容 (千円)				
	401,538						
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-				
	0						
委託の有無	金額	-					
	内容	-					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	企業誘致の促進のため。					
	(2)情報発信の目的	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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	県外企業、県内の誘致企業		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	メルマガ				
(2)パブリシティ	実施回数	4回	記事掲載回数	4回			
(3)県広報の活用	■活用あり □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	・適宜、情報を更新していく。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	・県のホームページのトップページに、バナーを配置。 ・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分類への登録 ■他の媒体からホームページへの誘導					
	(4)事後の発信	-					
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	-	その他		
		■なし	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	-						
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	□あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
	■なし	把握していない理由	情報発信は、企業誘致活動の入り口に過ぎず、単体で事業効果が図れるものではないため。				
(2)改善	□改善あり ■改善なし						
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり	■検証なし					
	検証内容	-					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	適宜更新				
		課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	■認識あり □認識なし					
	・ホームページ更新時等において、所属長の決裁、確認が行われていない。 ・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。						
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、パンフレット類にはQRコードを掲載した。						

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.45 ワーク・ライフ・バランス実践支援事業						
監査対象機関	労政福祉課						
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)		支出内容 (千円)				
	4,670		チラシ作成費	65			
	うち情報発信に充てた経費(千円)		パンフレット作成費	308			
	373						
	委託の有無	金額	-				
<input type="checkbox"/> あり	内容	-					
<input checked="" type="checkbox"/> なし							
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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策定企業を増やす。					
	(2)情報発信の目的	ワーク・ライフ・バランス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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	経営者、人事労務担当者、県民		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	-				
(2)パブリシティ	実施回数	2回		記事掲載回数	2回		
(3)県広報の活用	<input type="checkbox"/> 活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	事業の実施が確定した後はできる限り早い時期に周知する。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現	<input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説				
		<input checked="" type="checkbox"/> 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	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。 <input checked="" type="checkbox"/> 県庁ホームページの分類への登録 <input checked="" type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導					
(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他		
		<input type="checkbox"/> なし	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	-						
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	告知に使用した媒体による参加者数			
			把握方法	講演会当日、アンケートにより情報の入手経路を尋ねる。			
			目標値	定員200人全員の参加			
			効果の達成状況	180人の参加			
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由				
(2)改善	<input type="checkbox"/> 改善あり <input checked="" type="checkbox"/> 改善なし						
	内容	より効率的・効果的な発信を検討する必要があると考えている。					
(3)費用対効果の検証	<input checked="" type="checkbox"/> 検証あり <input type="checkbox"/> 検証なし						
	検証内容	コスト65千円に対して180人の参加。(1人あたり約360円)					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	4回				
		課題等	-				
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし				
ホームページ管理担当者の設置の認識		<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし					
	-						
特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.46 産業人材確保等支援事業							
監査対象機関	雇用・人材育成課							
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)		支出内容 (千円)					
	51,278		チラシ作成費 300					
	うち情報発信に充てた経費(千円)							
	300							
	委託の有無	金額	-					
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	県内の中小企業の人材確保を支援するために設置した「おおいた産業人財センター」において、U I J 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む。						
	(2)情報発信の目的	おおいた産業人財センター及び開催相談会等の周知を行い、U I J ターンの登録者数とセミナー参加者の増加を図る。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	U I J ターン就職希望者や県内の中小企業			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	2回				
(3)県広報の活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	・発信する内容により、適切な時期に、又は定期かつ繰り返し発信している。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 ■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	・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。 <input type="checkbox"/> 県庁ホームページの分類への登録 <input checked="" type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導						
	(4)事後の発信	-						
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他			
		<input type="checkbox"/> なし	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	市町村の広報誌に掲載されるか否かが確実ではないため、定期的な広報に限界がある。							
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	告知に使用した媒体による相談者数				
			把握方法	相談に来た際とおおいた産業人財センターに新規登録する際の媒体調査				
			目標値	新規登録者160人/年				
			効果の達成状況	新規登録者187人				
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由					
(2)改善	■改善あり <input type="checkbox"/> 改善なし 内容 効果的な広告媒体への注力。							
(3)費用対効果の検証	<input type="checkbox"/> 検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし							
	検証内容	-						
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし						
	(2)ホームページの更新状況	課題等	-					
		更新回数	12回					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input type="checkbox"/> 認識あり	<input checked="" type="checkbox"/> 認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり	<input type="checkbox"/> 認識なし					
	・ホームページ更新時等において、所属長の決裁、確認が行われていない。							

特記事項 月次で、就職相談等を行った成果としてのU I J 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。

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.47 ジョブカフェおおいた推進事業							
監査対象機関	雇用・人材育成課							
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)		支出内容 (千円)					
	21,827		ジョブカフェおおいた広報費 (新聞広告費) 25					
	うち情報発信に充てた経費(千円)		25					
	委託の有無 □あり ■なし	金額 内容	-					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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。						
	(2)情報発信の目的	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。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	広報広聴課に任せている。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	○	-			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	-	-					
	(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-			
	(3)県庁の活用	□活用あり ■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	・発信する内容により、適切な時期に、又は定期かつ繰り返し発信している。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	・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。 ■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)事後の発信	-						
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	○	その他			
		□なし	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	広報広聴課を通じたテレビやラジオ、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実ではないため、定期的な広報に限界がある。						
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	■あり	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	-				
		□なし	把握していない理由	-				
	(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 効果的な広報媒体に注力する。						
	(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
		検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	・冒頭の解説がないリンクのみのページがみられた。					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	12回					
		課題等	-					
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	□認識あり	■認識なし				
		ホー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	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誤りがあった。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						
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)				
	354,224		チラシ作成費 761				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	761						
	委託の有無	金額	-				
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-				
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	離職者等を対象として、就職に必要な知識と技能を習得するために、委託訓練を実施し、離職者のスキルアップを図り、就職率を上げる。					
	(2)情報発信の目的	就職のために必要な資格や知識を、職業訓練で習得できることを伝え、離職者が多くの訓練を受けられるようにする。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	求職申込みを行っている離職者等		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	-	-	-	-		
(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-	-		
(3)県広報の活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	各月の募集開始にあわせてチラシの配布、ホームページの更新を行っている。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input checked="" type="checkbox"/> 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	必要な情報にたどりつきやすいよう、分類を明確にしている。 <input checked="" type="checkbox"/> 県庁ホームページの分類への登録 <input type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導					
	(4)事後の発信	-					
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他		
		<input type="checkbox"/> なし	パンフレット、冊子等の設置	○	求職者への案内		
			関係機関等での会員への周知	-			
(2)課題	-						
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	委託訓練応募者数			
			把握方法	提出された入校願書			
			目標値	1,429人 (開催された訓練の募集定員)			
			効果の達成状況	1,952人			
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由				
						-	
(2)改善		<input checked="" type="checkbox"/> 改善あり	<input type="checkbox"/> 改善なし				
	内容	応募者数が定員を下回った場合、コースの見直し等を行う。					
(3)費用対効果の検証		<input type="checkbox"/> 検証あり	<input checked="" type="checkbox"/> 検証なし				
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり	<input type="checkbox"/> 活用なし				
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	述ベ18回				
		課題等	・リンク切れのチェックがなされていない。				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり	<input type="checkbox"/> 認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり	<input type="checkbox"/> 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。					
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グで情報発信していた。						

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.49 子育てママの仕事復帰応援事業							
監査対象機関	雇用・人材育成課							
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)		支出内容 (千円)					
	26,220		委託料 1,909					
	うち情報発信に充てた経費(千円)							
	1,909							
委託の有無	金額	26,220千円(うち情報発信に係るもの1,909千円)						
	内容	テレビ放送 149 新聞広告費 151 WEB関係 65 雑誌等掲載 1,451 チラシ等作成費 39 制作費 32 FAXダイレクトメール 22						
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	出産、子育て等により離職した女性の再就職を促進するため、就業体験の機会を提供し、就職率の向上につなげる。						
	(2)情報発信の目的	就業体験事業の受託者募集や事業実施の情報を発信し、就業体験の受入れ企業の開拓、女性休職者の応募を促進する。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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		受託事業者が情報発信を行う。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			—	—	女性求職者等			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	—					
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	2回				
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	企画提案書の作成のため、一定の期間を確保する。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	ホームページに、女性の就業支援の項目を設けている。 □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)事後の発信	—						
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	—	その他			
		□なし	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	—							
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	■あり	指 標	就業体験者数				
			把握方法	委託業者の実施報告				
			目標値	139人				
			効果の達成状況	111人				
	□なし	把握していない理由						
(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 次年度から大分県全域に情報発信が可能な媒体を活用する。							
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検証内容	—						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数			6回			
		課題等	—					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり	□認識なし				
	ホー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								

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.50 世界農業遺産ブランド推進事業					
監査対象機関	農林水産企画課					
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)		支出内容 (千円)			
	43,301		首都圏情報発信経費	1,981	委託料 1,944	
	うち情報発信に充てた経費(千円)		印刷物作成等経費	1,500		
	5,563		ホームページ管理運営費	138		
	委託の有無	金額	1,944千円(うち情報発信に係るもの1,944千円)			
■あり	内容	ラジオ放送 1,944				
□なし						
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	世界農業遺産に認定された地域の営み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、地域の活力を創造すること。				
	(2)情報発信の目的	世界農業遺産を普及・啓発するとともに、シンポジウムやセミナー等の世界農業遺産関連行事を周知すること。				
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	合理的な理由はない。				
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他	
			—	—	県民全般	
	媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		○	○	—	○	○
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他		
	○	○	大分駅広告、認定市町村啓発看板等			
(2)パブリシティ	実施回数	6回	記事掲載回数	6回		
(3)県広報の活用	■活用あり □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	取材、記事掲載につながるよう、イベントの概ね1週間前にプレスリリースする。				
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	・協議会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。 ・スマートフォンに対応するよう、ホームページを改良した。 □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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。				
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	○	その他	
		□なし	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	—					
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	■あり	指 標	県内における世界農業遺産の認知度		
			把握方法	インターネットによるアンケート調査		
			目標値	60% (平成35年度)		
			効果の達成状況	28.9% (平成26年度末)		
		□なし	把握していない理由			
(2)改善	■改善あり □改善なし					
	内容	認定6市町村以外への情報発信の実施。				
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし					
	検証内容	—				
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし				
		課題等	—			
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	50回			
		課題等	・「イベント」や「募集情報」等有効期限が過ぎたものが掲載されたままとなっている。			
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	□認識あり ■認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識	□認識あり ■認識なし				
	・ホームページ更新時等において、所属長の決裁、確認が行われていない。					
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た。					

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.51 農地中間管理推進事業					
監査対象機関	農地農振室					
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)			
	118,599		新聞広告費 1,566			
	うち情報発信に充てた経費(千円)					
	1,566					
	委託の有無	金額	-			
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-			
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	農業の構造改革を目指し、農地中間管理機構による担い手への農業集積と集約化の支援を行う。				
	(2)情報発信の目的	農地中間管理事業制度の普及、農地集積・集約化の啓発、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。				
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	予算積算時に作成しているため。				
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他	
			-	-	農家	
	媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		-	-	○	-	○(協議会HP)
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他		
	-	-	-	-		
(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-		
(3)県広報の活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	募集期間の初日に、情報を発信する。				
	(2)わかりやすく伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input checked="" type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input checked="" type="checkbox"/> 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	発行部数が県内で最多の大分合同新聞に加え、日田市内で最多の西日本新聞にも掲載することで、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。 <input checked="" type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導				
	(4)事後の発信	-				
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他	
		<input type="checkbox"/> なし	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	関係機関相互の緊密な連絡が必要である。					
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	借受けを希望する農用地面積		
			把握方法	申請面積の集計		
			目標値	2,000ha		
			効果の達成状況	2,093ha		
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由			
(2)改善	□改善あり <input checked="" type="checkbox"/> 改善なし					
(3)費用対効果の検証	内容	-				
	検証内容	□検証あり	<input checked="" type="checkbox"/> 検証なし			
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 活用なし				
	課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数				
	課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし				
-----	-----					
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てもれなく周知を図り、目標達成に向けた取組を行っていた。					

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)		支出内容 (千円)					
	4,191		委託料	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	金額	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	新規就農の促進を図る。						
	(2) 情報発信の目的	就農セミナー・相談会の情報を発信し、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。						
	(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1) 受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	新規就農希望者			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
(2) パブリシティ	実施回数	4回		記事掲載回数	4回			
(3) 県広報の活用	□活用あり ■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	・チラシ等は、イベントの3週間前に配布し、新聞は、イベントの1～2週間前に掲載する。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2) わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現		■専門用語を適切に解説				
		■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	新着情報欄に、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、イベント情報へ誘導した。 ■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) 事後の発信	-						
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	○	その他			
		□なし	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	イベント内容についての、関係機関との情報共有。							
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	■あり	指 標	告知媒体による参加者数				
			把握方法	イベント参加者へのアンケート				
			目標値	256人				
			効果の達成状況	230人				
		□なし	把握していない理由					
(2) 改善	■改善あり		□改善なし					
	内容	効果の低い媒体の見直し。						
(3) 費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検証内容	-						
6 ホームページの管理等	(1) ホームページの活用	■活用あり		□活用なし				
		課題等	-					
	(2) ホームページの更新状況	更新回数	16回					
		課題等	-					
	(3) 情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり		□認識なし			
ホー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	-							

監 査 結 果 表

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)		支出内容(千円)				
	25,522		パンフレット作成費 135				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	135						
委託の有無	金額	-					
	内容	-					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	県内外の企業の農業分野への参入を効果的に推進する。					
	(2)情報発信の目的	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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	農業参入に取り組む意向のある企業等		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	-				
(2)パブリシティ	実施回数	5回	記事掲載回数	5回			
(3)県広報の活用	■活用あり □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	農業参入セミナーのお知らせは、開催日の1か月前に行う。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	ホームページにアクセスするためのQRコードをパンフレットに載せるほか、班員の名刺にもQRコードを載せている。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	-	その他		
		□なし	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	市町村間で、企業参入に対する考え方に温度差がある。						
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	■あり	指 標	農業セミナー参加者数			
			把握方法	セミナー当日の出席確認			
			目標値	大分：35人 福岡：40人			
			効果の達成状況	大分：27人 福岡：54人			
		□なし	把握していない理由 -				
(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 大分でのセミナーの開催時期の変更。						
(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし						
	検証内容	コスト135千円に対して、平成26年度の企業参入数17社。 ※1社あたり約8千円。					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	4回				
		課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホー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							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.54 水田戦略作物生産力向上対策事業							
監査対象機関	集落営農・水田対策室							
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)					
	12,000		実証ほの設置	1,010				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		マニュアル等作成費	1,290				
	2,359		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59千円)					
■あり	内容	新聞広告費	11					
□なし		チラシ等作成費	48					
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、飼料用米、大豆、麦等の戦略作物の単収の向上を目指すとともに、米粉の消費拡大を図る。						
	(2)情報発信の目的	研修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、米粉に関する県民の理解を深める。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	委託契約をする際に事業計画書を作成させているため。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	農業者、一般県民			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	2回				
(3)県広報の活用	■活用あり		□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	・イベントの開催前に、1か月程度募集期間がとれるよう配慮した。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現	■専門用語を適切に解説					
		■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	・農業者に情報が確実に届くよう、郵送や団体を通じた配付を行った。 ・大学や専門学校等でもチラシを配布した。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。							
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	○	その他			
		□なし	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。							
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	■あり	指 標	イベント参加者数				
			把握方法	イベントでの把握				
			目標値	350人				
			効果の達成状況	350人超				
		□なし	把握していない理由	-				
(2)改善	■改善あり		□改善なし					
	内容	情報発信の効果把握方法の見直し。						
(3)費用対効果の検証	□検証あり		■検証なし					
	検証内容	-						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり		□活用なし				
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		適宜更新				
		課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	□認識あり	■認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	□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。							
特記事項								

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.55 The・おおいたブランド流通戦略推進事業						
監査対象機関	おおいたブランド推進課						
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)		支出内容 (千円)				
	25,730		委託料	715			
	うち情報発信に充てた経費(千円)		パンフレット作成費	427			
	1,142						
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					
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体制を県が補完し、京浜、京阪神、福岡圏での商談支援やトップセールスを行うことで、県農林水産物のブランド構築を図る。					
	(2)情報発信の目的	流通関係者や一般消費者に、大分県の農林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	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他消費者		
			-	-	-		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	-				
(2)パブリシティ	実施回数	10回以上	記事掲載回数	10回			
(3)県広報の活用	■活用あり □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	・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	携帯サイト・スマホページへの対応、SNSとの連動、職員の名刺等の印刷物へのURLの記載等の実施。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	○	その他		
		□なし	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	情報発信のタイミングや内容についての緊密な連携がとれていない。						
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	■あり	指 標	ホームページPV数			
			把握方法	アクセス解析			
			目標値	205,000PV数/年			
			効果の達成状況	277,241PV数/年			
		□なし	把握していない理由 -				
(2)改善	■改善あり □改善なし						
	内容	新規ユーザー開拓のため、ツイッターとの連動を行った。					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	24~48回/年				
		課題等	・「イベント」や「募集情報」等有効期限が過ぎたものが掲載されたままとなっている。				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	■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。						
特記事項	"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ている。						

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.56 農林水産物輸出促進対策事業					
監査対象機関	おおいたブランド推進課					
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)		支出内容 (千円)			
	6,769		-			
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-			
	0		-			
	委託の有無	金額	-			
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-			
1 情報発信の目的	(1) 事業の目的	本県の農林水産物の輸出額の増加を図る。				
	(2) 情報発信の目的	ブランド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。				
	(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	ブランドおおいた輸出促進協議会で検討するため。				
2 情報発信の受け手と媒体	(1) 受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他	
			-	-	県内の農林水産業関係企業等	
	媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		-	-	-	-	○(他課利用)
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他		
		-	○	メーリングリスト、FAX		
(2) パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	1回		
(3) 県ブランドの活用	<input type="checkbox"/> 活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	商談会等の開催期日が決定次第、できる限り早くホームページやメーリングリストでの周知を図っている。				
	(2) わかりやすく伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input type="checkbox"/> 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	ホームページ、メーリングリストでの周知後、関係企業訪問時に商談会等の案内を実施することでより一層の周知を行った。 <input type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導				
	(4) 事後の発信	-				
4 関係機関・団体等との連携等	(1) 連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他	
		<input type="checkbox"/> なし	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	-					
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	<input type="checkbox"/> あり	指 標	-		
			把握方法	-		
			目標値	-		
			効果の達成状況	-		
		<input checked="" type="checkbox"/> なし	把握していない理由	目標値を設定していないため。		
	(2) 改善	<input type="checkbox"/> 改善あり <input checked="" type="checkbox"/> 改善なし				
(3) 費用対効果の検証	<input type="checkbox"/> 検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし					
	検証内容	-				
6 ホームページの管理等	(1) ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし				
		課題等	-			
	(2) ホームページの更新状況	更新回数		0回		
		課題等	-			
(3) 情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり	<input type="checkbox"/> 認識なし			
	ホームページ管理担当者の設置の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり	<input type="checkbox"/> 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。-----					
特記事項						

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.57 大分の茶産地強化対策事業					
監査対象機関	園芸振興室					
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)			
	48,023		-			
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-			
	0		-			
	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	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。				
	(2) 情報発信の目的	補助事業実施希望者に情報を確実に伝えるとともに、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。				
	(3) 事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1) 受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他	
			-	-	茶生産者、一般消費者	
	媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		-	-	-	-	-
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他		
	○	○	-			
(2) パブリシティ	実施回数	3回	記事掲載回数	3回		
(3) 県広報の活用	□活用あり ■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	茶の消費が伸びる5月と9月にパブリシティを実施した。				
	(2) わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現		□専門用語を適切に解説		
	(3) たどり着きやすくする工夫	-				
	(4) 事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。				
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	-	その他	
		□なし	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	-					
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	□あり	指 標	-		
			把握方法	-		
			目標値	-		
			効果の達成状況	-		
	■なし	把握していない理由	パブリシティによる消費拡大効果の把握が困難なため。			
(2) 改善	□改善あり ■改善なし					
	内容	-				
(3) 費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし					
	検証内容	-				
6 ホームページの管理等	(1) ホームページの活用	□活用あり ■活用なし				
		課題等	-			
	(2) ホームページの更新状況	更新回数	-			
		課題等	-			
(3) 情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	□認識あり	■認識なし			
	ホームページ管理担当者の設置の認識	■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。					
特記事項	従来、5月と2月にパブリシティ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(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。					

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.58 おおいた豊後牛流通総合対策事業						
監査対象機関	畜産振興課						
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)		支出内容 (千円)				
	9,509		HP管理・運営費 358				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	358						
委託の有無	金額	-					
	内容	-					
□あり							
■なし							
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	県産和牛の質的・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。					
	(2)情報発信の目的	豊後牛フェア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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	県内外の消費者等		
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		○	-	-	-	○	○
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
		○	-	-			
(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-			
(3)県広報の活用	■活用あり □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	・イベントの始まりと終わりに合わせて、テレビで情報発信している。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	□わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	大分県のホームページから豊後牛流通促進対策協議会のホームページにリンクしている。 □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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	○	その他		
		□なし	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	-						
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	□あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		■なし	把握していない理由				
	(2)改善	□改善あり ■改善なし					
(3)費用対効果の検証	内容	-					
	検証内容	□検証あり ■検証なし					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	5回				
		課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	□認識あり ■認識なし					
	ホー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							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.59 農業農村多面的機能支払事業					
監査対象機関	農村整備計画課					
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)		支出内容(千円)			
	1,087,182		冊子作成費 432			
	うち情報発信に充てた経費(千円)					
	432					
	委託の有無	金額	-			
<input type="checkbox"/> あり	内容	-				
<input checked="" type="checkbox"/> なし						
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	農業集落が脆弱化し、担い手がない状態が進行し、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。				
	(2)情報発信の目的	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。				
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	大分県農地・水・環境保全活動地域協議会が実施する。				
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他	
			○	-	農業関係者、自治会員等	
	媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		-	-	-	-	○
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他		
	○	○	-			
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	2回		
(3)県広報の活用	□活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	イベントについては、2週間程度前には情報提供する。				
	(2)わかりやすく伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input type="checkbox"/> 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	大分県のホームページから農林水産省のホームページにリンクさせている。 □県庁ホームページの分類への登録 <input checked="" type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導				
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。				
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他	
		<input type="checkbox"/> なし	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	市町村によって、県民への情報発信の内容に温度差が生じ、一体的な発信が難しい。					
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	事業の取組面積		
			把握方法	市町村からの申請状況の集計		
			目標値	22,000ha		
			効果の達成状況	20,514ha		
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由	-		
	(2)改善	<input checked="" type="checkbox"/> 改善あり <input type="checkbox"/> 改善なし 内容 イベント案内を積極的に実施。				
(3)費用対効果の検証	<input type="checkbox"/> 検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし					
	検証内容	-				
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし				
		課題等	-			
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	1回			
		課題等	・更新を行うべき情報があるにもかかわらず、更新がなされていない。			
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input type="checkbox"/> 認識あり <input checked="" type="checkbox"/> 認識なし			
ホームページ管理担当者の設置の認識		<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 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。				
特記事項						

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)				
	1,045,954						
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-				
	0						
委託の有無	金額	-					
	内容	-					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	外材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高品質化を図り、需要拡大を目指す。					
	(2)情報発信の目的	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ことで、施設整備を必要としている者が事業に応募しやすい環境を作っていく。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	国の予算が決定しないと公募出来ないため。					
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	事業実施主体の条件を満たす者		
	媒体	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	パブリシティ	その他 会議や普及員による案内			
(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	少しでも多くの人々の目に触れるため、公募期間開始よりも前に情報を発信するよう心がけている。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 □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	■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)事後の発信	-					
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	-	その他		
		□なし	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	-						
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	□あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		■なし	把握していない理由 事業応募者が多数のため。				
(2)改善	□改善あり ■改善なし						
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり	■検証なし					
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり			□活用なし		
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	0回				
		課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホー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	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で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。						

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)					
	512,374		イベント開催費	9,501	テレビ放送	1,445		
	うち情報発信に充てた経費(千円)		リーフレット作成費	2,469	ラジオ放送	324		
	44,684		セミナー・体験学習等	867	委託料	30,078		
	委託の有無	金額	30,078千円(うち情報発信に係るもの30,078千円)					
■あり	内容	雑誌掲載料	4,559	ラジオ放送	432			
□なし		新聞広告費	24,336	イベント等開催費	751			
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は低いため、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。(目標として乾しいたけ平均単価3,500円/kgを達成する。)						
	(2)情報発信の目的	バイヤー及び消費者(首都圏、関西圏、福岡圏、県内)に対して、原木しいたけの調理法や生産方法等に関する情報を発信し、販路の拡大と消費を伸ばす。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	情報発信は、補助先である大分県椎茸振興協議会等において行う。県は、媒体やコストについて確認するのみ。							
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			—	—	一般消費者、飲食業関係者			
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ	SNS
			○	○	○	○	○(協議会HP)	—
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他				
	○	○	—					
(2)パブリシティ	実施回数	21回		記事掲載回数	16回			
(3)県ブロードの活用	■活用あり □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	普及啓発イベントの開催などを考慮して情報発信を行った。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現		■専門用語を適切に解説				
		■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	多くの人が集まるイベントに合わせ、パンフレットの配布を行った。						
	■他の媒体からホームページへの誘導							
(4)事後の発信	—							
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	○	その他			
		□なし	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	関係団体すべてと連携するには、それぞれの環境の違いから困難であるため、取り組むことが可能な団体のみとの連携になった。							
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	□あり	指 標	—				
			把握方法	—				
			目標値	—				
			効果の達成状況	—				
		■なし	把握していない理由	椎茸の消費拡大が目的であるため、すぐに効果が現れるものではないと考えたため。(発行部数及びイベント参加者数の把握、アンケート調査、HP注文数の把握は実施している。)				
(2)改善	□改善あり		■改善なし					
	内 容	—						
(3)費用対効果の検証	□検証あり		■検証なし					
	検 証 内 容	—						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	□活用あり		■活用なし				
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		—				
		課題等	—					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		□認識あり	■認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識		■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。							
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。							

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促進事業						
監査対象機関	森との共生推進室						
情報発信のカテゴリ	補助・助成	イベント・研修	制度周知	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)				
	25,226		委託料	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571千円)				
■あり	内容	H P保守管理	64	新聞広告費	310		
□なし		広報誌発行	197				
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	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	県民		
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		-	-	○	-	○	-
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
	○	-	-	-	-	-	
	(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-		
	(3)県広報の活用	□活用あり	■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	森林ボランティア情報を記載したチラシ(大分県森林づくりボランティア支援センター通信)は毎月1日に発行している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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銀行本店等に送付し、各支店等の窓口においてもらっている。 □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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	-	その他		
		□なし	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	-					
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	■あり	指 標	森林ボランティア参加目標数			
			把握方法	森林ボランティア参加実績数			
			目標値	12,300人(平成26年度)			
			効果の達成状況	12,902人であり達成している			
		□なし	把握していない理由				
	(2)改善	■改善あり	□改善なし				
	内容	媒体毎の把握をしていないため、アンケートによる把握を行う予定にしている。					
(3)費用対効果の検証		□検証あり	■検証なし				
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり	□活用なし				
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	120回				
	課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり	□認識なし				
	ホー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							

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)				
	446,034		委託料	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	ブース等出展 530					
□なし		冊子作成費 291					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	イノシシ、シカ、サル等野生鳥獣に対して、集落環境・予防・捕獲対策を推進し、農林作物被害額の軽減を図る。					
	(2)情報発信の目的	農林業者、農林関係行政・団体等、一般県民に対して、鳥獣害対策アドバイザー研修の開催等を行い、農林作物被害の軽減を図る。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			—	—	農林業者、農林関係行政・団体等、一般県民		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	—				
(2)パブリシティ	実施回数	3回	記事掲載回数	2回			
(3)県庁の活用	□活用あり ■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	情報の受け手が応じやすいよう、適切な時期に発信する。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 □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	— □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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	—	その他		
		□なし	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	—						
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	■あり	指 標	研修会受講者数			
			把握方法	受講の確認			
			目標値	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・・・20名/回(年1回) (スキルアップセミナー)			
			効果の達成状況	ほぼ達成している			
		□なし	把握していない理由	—			
(2)改善	□改善あり ■改善なし						
	内容	—					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	—					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	—				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	2回				
		課題等	—				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホー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							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.64 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)		支出内容 (千円)				
	12,396		委託料 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)				
	■あり	内容	冊子作成費 356				
	□なし						
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	チャレンジ魚種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・・・販売高63億円以上)					
	(2)情報発信の目的	栄養士、一般県民に対して、県産魚の利用を促進するため、その料理方法等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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			—	—	栄養士(主に医療・福祉関係)、県民		
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		—	—	—	—	○	—
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
	○	○	—				
(2)パブリシティ	実施回数	1回		記事掲載回数	1回		
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	■わかりやすい表現		□専門用語を適切に解説			
		■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	□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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	○	その他		
		□なし	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	—						
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	□あり	指 標	—			
			把握方法	—			
			目標値	—			
			効果の達成状況	—			
		■なし	把握していない理由	冊子の配布やホームページ掲載は27年度に行っているため、効果の把握等については27年度末に行う予定。			
	(2)改善	□改善あり ■改善なし					
		内 容	—				
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	—					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	—				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	0回				
		課題等	—				
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし				
ホームページ管理担当者の設置の認識		□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。							
特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.65 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)		支出内容 (千円)					
	60,941		ポスター制作費 99					
	うち情報発信に充てた経費(千円)		99					
	委託の有無 □あり ■なし	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漁業者に対し種苗放流支援を行う。						
	(2)情報発信の目的	漁業者、水産物流通業者に対して、ポスター配布により市場・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、漁業者の市場等への持ち込みをおさえる。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	漁業者、水産物流通業者			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	-	-					
	(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-			
	(3)県広報の活用	□活用あり ■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	ポスターの完成から迅速に配布を行っている。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	県漁協各支店と取引のあるすべての水産物流通業者に県漁協各支店から直接手渡した。(聞き取り等を行い、確実に渡されたかチェックをしている)						
	(4)事後の発信	-						
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	-	その他			
		□なし	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	○ -	取引のある水産物流通業者に直接手渡し			
	(2)課題	-						
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	■あり	指 標	市場、鮮魚販売店(スーパー等)の取り扱い魚介類				
			把握方法	立ち入り調査による確認				
			目標値	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				
			効果の達成状況	調査店舗	42件	調査魚数	358尾	違反数
		□なし	把握していない理由		-			
	(2)改善	□改善あり ■改善なし						
		内容	-					
	(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし						
		検証内容	ポスター制作費に係る違反件数。(0件)					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	□活用あり ■活用なし						
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		-				
		課題等	-					
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり	□認識なし			
		ホー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								

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.66 県営都市公園里山利活用推進事業							
監査対象機関	公園・生活排水課							
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)		支出内容 (千円)					
	2,285		委託料	124				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		124					
	委託の有無	金額	1,116千円(うち情報発信に係るもの124千円)					
	■あり □なし	内容	チラシ等作成費	92				
		新聞広告費	32					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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提供することによって、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て利用者の増加にもつなげる。						
	(2)情報発信の目的	NPO(自然・環境系)等に対して、事業委託の公募を行い多彩な提案をしてもらう。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。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			-	-	NPO、小学生のいる家族等			
		媒体	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	パブリシティ	○	○	その他	電話等	
(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	0回				
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	情報の受け手が応じやすいよう、適切な時期に発信する。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	ホームページのトップページの新着情報で掲載されるようにした。 ■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)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	-	その他			
		□なし	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	-	チラシの配布依頼			
(2)課題	参加者募集については先着順にしていたが、小学校によって配布の日が異なったため参加者に偏りがあった。							
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	■あり	指 標	告知に使用した媒体による申込総数				
			把握方法	参加者アンケートにより情報の入手経路を尋ねる				
			目標値	定員の300人				
			効果の達成状況	※すべての申込が情報発信の効果によるものとして見込む。 定員300人に対し、申込総数は489人				
		□なし	把握していない理由			-		
(2)改善	■改善あり □改善なし							
	内容	第1回目の状況を踏まえて、第2回目より教育委員会を通じて小学校でチラシを配布してもらうよう依頼をした。						
(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし							
	検証内容	申込総数1人あたりの費用対効果						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
	課題等	-						
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	5回					
	課題等	-						
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり	□認識なし					
	ホー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 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尋ね検証していた。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により定員300名に対し489名の申込者を得ていた。

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.67 高齢者・子育て世帯リフォーム支援事業							
監査対象機関	建築住宅課							
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)		支出内容 (千円)					
	11,664							
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-					
	0							
委託の有無	金額	-						
	内容	-						
□あり								
■なし								
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	「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	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			○	-	子育て世代			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
		○	-	-	-	-		
(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-				
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	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。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	チラシ等を各市町村や土木事務所等に配布することで、多くの方に情報を伝えるようにしている。 ■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)事後の発信	-						
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	-	その他			
	□なし		パンフレット、冊子等の設置	○	市町村報			
			関係機関等での会員への周知	-				
(2)課題	-							
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	□あり	指 標	-				
			把握方法	-				
			目標値	-				
			効果の達成状況	-				
		■なし	把握していない理由 市町村が実施主体のため。					
	(2)改善	□改善あり ■改善なし						
		内容	-					
	(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり			□活用なし			
	課題等	-						
	(2)ホームページの更新状況	更新回数			1回			
	課題等	-						
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	□認識あり ■認識なし						
	ホームページ管理担当者の設置の認識	□認識あり ■認識なし						
	・ホームページ更新時等において、所属長の決裁、確認が行われていない。							
特記事項								

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						
監査対象機関	建築住宅課						
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)		支出内容 (千円)				
	17,968						
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-				
	0						
	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	耐震性の低い昭和56年以前に建てられた木造戸建住宅の耐震化率の向上を図るため、耐震診断・耐震改修工事に対する市町村への間接補助を行う。					
	(2)情報発信の目的	高齢者、昭和56年以前に建てられた木造戸建て住宅の所有者に対して、補助制度の内容等を周知する。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			○	-	昭和56年以前に建てられた木造戸建て住宅の所有者		
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		○	○	○	○	○	-
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
		○	○	-			
(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	・年度初めの早い時期での広報を考慮している。 ・木造耐震化強化週間の行事前月。(9~10月)					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	地元説明会として直接所有者に事業のPRをするとともに、木造住宅耐震診断強化週間に9月~10月に実施し、市町村が対象住宅を直接訪問しPRしている。 □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)事後の発信	-					
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	-	その他		
	□なし		パンフレット、冊子等の設置	○	市町村報、戸別訪問		
			関係機関等での会員への周知	-			
(2)課題	市報等の掲載スペースが小さく事業の必要性までわかりやすいとは言えない状況。						
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	□あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		■なし	把握していない理由 市町村が実施主体のため。(県は制度の周知広報)				
	(2)改善	□改善あり ■改善なし					
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
	課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数			1回		
	課題等	-					
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし				
ホームページ管理担当者の設置の認識		□認識あり ■認識なし					
・ホームページ更新時等において、所属長の決裁、確認が行われていない。-----							
特記事項							

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	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)				
	128,660		チラシ作成費	1,638			
	うち情報発信に充てた経費(千円)		リーフレット作成費	311			
	2,836		クリアファイル作成費	887			
	委託の有無	金額	-				
<input type="checkbox"/> あり	内容	-					
<input checked="" type="checkbox"/> なし							
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	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、魅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。					
	(2)情報発信の目的	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魅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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	県内の教職員・保護者・児童生徒		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	-				
(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回			
(3)県広報の活用	<input type="checkbox"/> 活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	・なるべく新しい情報を加えていくようにしている。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 ■画像や図表を適切に用いる <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
	(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。 ・カテゴリをより分かりやすくそれぞれの事業ごとに分けて明示するようにした。 ・パンフレットを配付するだけでなく、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 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	○	その他		
4 関係機関・団体等との連携等	<input type="checkbox"/> なし	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	関係機関相互の連絡をもっと密にして、更新を頻繁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	<input type="checkbox"/> あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
	<input checked="" type="checkbox"/> なし	把握していない理由 事業発足当初のため把握していなかった。					
(2)改善	■改善あり <input type="checkbox"/> 改善なし						
	内容	教育庁ホームページのアクセス件数を指標に、年間2万回のアクセスを目指し、把握・検証することとした。					
(3)費用対効果の検証	<input type="checkbox"/> 検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし					
	課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	50回				
	課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	-					
	・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。						

特記事項

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						
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	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)				
	111,680		案内カード作成費用 295				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		295				
	委託の有無 □あり ■なし	金額 内容	-				
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	いじめ・不登校に関わる教員、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を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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	県内の教職員・保護者・児童生徒		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	-	-	-		
(2)パブリシティ	実施回数	3回	記事掲載回数	3回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	<ul style="list-style-type: none"> ・なるべく新しい情報を加えていくようにしている。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。 					
	(2)わかりやすく伝える工夫	<ul style="list-style-type: none"> ■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・カテゴリをより分かりやすくそれぞれの事業ごとに分けて明示するようにした。 ・パンフレットを配付するだけでなく、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)事後の発信	<ul style="list-style-type: none"> ・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 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	○	その他		
		□なし	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	関係機関相互の連絡をもっと密にして、更新を頻繁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	□あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		■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、単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。			
(2)改善	□改善あり ■改善なし						
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	-	50回			
		課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり	□認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識	-					
・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。							
特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.71 特別支援学校就労支援事業						
監査対象機関	特別支援教育課						
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)		支出内容 (千円)				
	21,159		リーフレット作成費 122				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	122						
	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	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等に対して、雇用や実習の受入の依頼に関する情報等を発信することにより、実習生の受け入れ企業の増加や雇用の増加による社会参加の促進を図る。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	企業主や人事担当者、県民		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	大分商工会議所会報				
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	1回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	タイムリーな発表となるように心がけている。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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)事後の発信	-					
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	-	その他		
		□なし	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	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。						
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	□あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
	■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いないため。					
(2)改善	■改善あり □改善なし						
	内容	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。					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	□活用あり ■活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		-			
		課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり □認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識		-				
	・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。						
特記事項							

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						
監査対象機関	高校教育課						
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)		支出内容 (千円)				
	13,953						
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-				
	0						
	委託の有無	金額	-				
	<input type="checkbox"/> あり <input checked="" type="checkbox"/> なし	内容	-				
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、高校生の就職率向上及び離職率の低減を図る。					
	(2)情報発信の目的	県民（個別のマッチング等に関する情報は、各学校から企業等へ発信）に対して、高校生の就職力向上対策に取組む事業概要を周知。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	各学校で実施する生徒対象の進路対策における取組や就職情報が主体であるため。					
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	県民		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	-	○	-				
(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回			
(3)県広報の活用	<input type="checkbox"/> 活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	事業実施の年度当初に発信する。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input type="checkbox"/> 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	ホームページのトップページから必要な情報にたどりつきやすいような分類をしている。 <input type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導					
	(4)事後の発信	-					
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	-	その他		
		<input checked="" type="checkbox"/> なし	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	-						
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	<input type="checkbox"/> あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		<input checked="" type="checkbox"/> なし	把握していない理由	県民に事業の概要を周知し理解してもらうものであるため把握が困難であると考えたため。			
	(2)改善	<input type="checkbox"/> 改善あり <input checked="" type="checkbox"/> 改善なし					
		内容	-				
(3)費用対効果の検証	<input type="checkbox"/> 検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし					
	課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	1回				
	課題等	-					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	-					
	・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。						
特記事項							

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						
監査対象機関	社会教育課						
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)		支出内容 (千円)				
	14,694		委託料 438				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		438				
	委託の有無	金額	11,232千円(うち情報発信に係るもの438千円)				
	■あり □なし	内容	チラシ等作成費 239 HP更新サポート料 36	チラシ等発送 55 広報用音声データ放送料 108			
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。					
	(2)情報発信の目的	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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			—	—	県内の小・中学生及び保護者		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	○	○	—				
(2)パブリシティ	実施回数	8回	記事掲載回数	8回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	講座募集開始前に各学校へ講座の案内ができるように、月初めにスケジュールを配付する。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現		■専門用語を適切に解説			
	(3)たどり着きやすくする工夫	ホームページのトップページに、講座の2次募集の案内等、利用者が必要とする内容がすぐに伝わるように工夫した。 ■他の媒体からホームページへの誘導					
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	—	その他		
		□なし	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	—					
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	■あり	指 標	講座への参加者数			
			把握方法	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			
			目標値	児童利用者数 2,000人			
			効果の達成状況	児童利用者数は、2,530人となり、目標値を上回っている			
		□なし	把握していない理由				
(2)改善	■改善あり		□改善なし				
	内容	大分市外の講座については、年間30回の出前講座を実施することで、より広範囲の児童・生徒に科学体験を提供できるよう改善している。					
(3)費用対効果の検証	■検証あり □検証なし						
	検証内容	1人あたりの広報費用。(903円)					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	—				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		約150回(0-Laboのホームページ)			
		課題等	—				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	—					
	・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。						
特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.74 放課後・土曜学習支援事業						
監査対象機関	社会教育課						
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)		支出内容 (千円)				
	40,159		-				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-				
	0		-				
	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	子どもたちの学習習慣の定着と心豊かで健やかな子どもたちの育成を図るとともに、大人の生きがいをづくりを目指す。					
	(2)情報発信の目的	支援者となる県民や参加者となる子供・保護者に対して、『学校・家庭・地域連携協力推進事業費補助金』制度の仕組みや、各地の取組内容を県民等に広く周知する。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	市町村が実施主体であることや、複数年、事業を行っており、定型化しているため。					
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	支援者となる県民や参加者となる子供・保護者		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	-	○	-				
(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回			
(3)県庁の活用	□活用あり ■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	各市町村担当者を通じ、他の参考となるプログラム(土曜教室など)等が実施される日に取材日をあわせている。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	ホームページのトップページからたどりつける分類編成をしている点や、関連事業のページ(社会教育課のホームページ内)にリンクを貼り付けている点。 □他の媒体からホームページへの誘導					
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	-	その他		
		□なし	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	市町村ごとに取組の差が生じている。						
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	■あり	指 標	実施率(実施学校数/全学校数)			
			把握方法	市町村担当者からの報告書			
			目標値	放課後チャレンジ教室の実施率…(小)84% 土曜教室の実施率…(小)79%、(中)17%			
			効果の達成状況	放課後チャレンジ教室の実施率…(小)85% 土曜教室の実施率…(小)68%、(中)21%			
		□なし	把握していない理由				
	(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 取組の進んでいない市町村を訪問し、取組例や戦略を示し、取組拡大に向けた改善案を協議した。					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		2回			
		課題等	・「イベント」や「募集情報」等有効期限が過ぎたものが掲載されたままとなっている。				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり □認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識		-				
	・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。						
特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.75 まちなかアートギャラリー推進事業						
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	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)				
	5,782		委託料 1,047				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	1,047						
	委託の有無	金額	5,782千円(うち情報発信に係るもの1,047千円)				
	■あり	内容	新聞広告費 259				
	□なし		イベントマップ等作成費 788				
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	県立美術館開館の機運醸成を図る必要があるため、県民や学生による絵画を商店街に展示等を行うことで、県民にアートに対する理解を深めてもらう。					
	(2)情報発信の目的	中・高校生、親子、一般県民等にイベント開催等の情報発信を行い、多くの方にイベントに参加してもらう。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	○	一般県民		
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ
		○	○	○	○	○	○
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他			
	○	○	-	-	-		
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	1回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント参加者の応募が始まる前、始まった後と、異なった媒体で複数回に渡って発信するようにした。 ・複数のタイミングで計画的に発信している。 					
	(2)わかりやすく伝える工夫	<input type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input checked="" type="checkbox"/> 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	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街店舗や公立文化施設にイベントマップを配布・掲示してもらう。 ・SNSと連携している県文化情報ホームページに掲載した。 ■他の媒体からホームページへの誘導 					
	(4)事後の発信	-					
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	-	その他		
		□なし	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	ただマップ等を配布するだけでは、店舗や施設によって対応に温度差があった。						
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	□あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		■なし	把握していない理由	イベント実施時のアンケートにより、イベントを知ったきっかけ(媒体)については調査しているが、参加者を募ることを目的とした広報であり、イベントの内容自体を広く周知することを目的とした広報ではないため。			
	(2)改善	□改善あり ■改善なし					
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	9回				
		課題等	・「イベント」や「募集情報」等有効期限が過ぎたものが掲載されたままとなっている。				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	-					
	・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。						
特記事項							

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	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)					
	8,521		チラシ等作成費	208				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		新聞広告費	50				
	258							
	委託の有無	金額	-					
<input type="checkbox"/> あり	内容	-						
<input checked="" type="checkbox"/> なし								
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	県民に大分の歴史と文化について触れていただく機会を提供するとともに大分の歴史と文化の情報発信を行う。						
	(2)情報発信の目的	一般県民に対して、歴博特別展の開催情報を周知することで、より多くの方に観てもらおう。(目標8,000名)						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			○	○	一般県民			
		媒体	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	パブリシティ	その他				
	○	○	-					
	(2)パブリシティ	実施回数	1回	記事掲載回数	1回			
	(3)県広報の活用	<input type="checkbox"/> 活用あり <input checked="" type="checkbox"/> 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	事業開催前、開催中に適宜行う事。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	<input checked="" type="checkbox"/> わかりやすい表現 <input type="checkbox"/> 専門用語を適切に解説 <input checked="" type="checkbox"/> 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	ホームページのトップページ(新着情報)に表示。 <input checked="" type="checkbox"/> 他の媒体からホームページへの誘導						
	(4)事後の発信	-						
4 関係機関・団体等との連携等	(1)連携の有無	<input checked="" type="checkbox"/> あり	連携先ホームページでの情報発信	-	その他			
		<input type="checkbox"/> なし	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	-						
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	<input checked="" type="checkbox"/> あり	指 標	告知に使用した媒体による入館者数				
			把握方法	特別展入館者について、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				
			目標値	・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				
			効果の達成状況	・7,355人 ・情報発信の成果による参加者は65.58%。				
		<input type="checkbox"/> なし	把握していない理由					
	(2)改善	<input checked="" type="checkbox"/> 改善あり <input type="checkbox"/> 改善なし						
	内容	検証の結果、特に若者の参加が少なかった。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ると、27年1月からFacebookを開始。						
(3)費用対効果の検証		<input type="checkbox"/> 検証あり <input checked="" type="checkbox"/> 検証なし						
	検証内容	-						
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	<input checked="" type="checkbox"/> 活用あり <input type="checkbox"/> 活用なし						
		課題等	-					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	0回					
		課題等	・リンク切れのチェックがなされていない					
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	<input checked="" type="checkbox"/> 認識あり <input type="checkbox"/> 認識なし						
	ホームページ管理担当者の設置の認識	-						
		・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。						
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、フェイスブックによる発信に取り組んだ。							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.77 大分っ子体力向上推進事業						
監査対象機関	体育保健課						
情報発信のカテゴリ	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)				
	13,644		-				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-				
	0		-				
	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	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。					
	(2)情報発信の目的	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。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	教職員、保護者及び生徒		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
	-	-	-				
(2)パブリシティ	実施回数	-	記事掲載回数	-			
(3)県ガブの活用	□活用あり ■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	・年度の上半期に発信するように心がけている。 ・運動会シーズンや全国体力調査結果公表等にあわせてテレビを放送。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 □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	・新着情報にアップした。 ・各種会議や研修会・講習会等で紹介した。 □他の媒体からホームページへの誘導					
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	-	その他		
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	-	管下の学校へ周知		
		関係機関等での会員への周知	-				
(2)課題	-						
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	□あり	指 標	-			
			把握方法	-			
			目標値	-			
			効果の達成状況	-			
		■なし	把握していない理由	対象となる学校全ての情報を掲載しているため。			
(2)改善	□改善あり ■改善なし						
	内容	-					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	・冒頭の解説がないリンクのみのページがみられた。				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	1回 (ほかに教育庁チャンネルで別途配信)				
		課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり □認識なし				
	ホームページ管理担当者の設置の認識		-				
	・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。						
特記事項							

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.78 学校防災教育推進事業					
監査対象機関	体育保健課					
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)		支出内容(千円)			
	1,768		-			
	うち情報発信に充てた経費(千円)		-			
	0		-			
委託の有無 □あり ■なし	金額	-				
	内容	-				
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	東日本大震災を教訓として、より実践的な防災教育(防災学習・防災指導)を実施し、安全・安心な学校づくりを推進する。				
	(2)情報発信の目的	防災教育に関して、モデル校の先進的な取組を県内各学校に周知し、参考にして自校の取組を推進してもらうため。				
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他 教職員、地域住民	
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌
			-	-	-	ホームページ
			冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他 口コミ、通知文書	
	(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	2回	
(3)県グラブの活用	□活用あり ■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	機会を捉えて、いつも発信するように心がけている。				
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	・新着情報にアップした。 ・各種会議、研修会、文書で機会を捉えて紹介した。 ■他の媒体からホームページへの誘導				
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。				
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	-	その他	
		□なし	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	-	管下の学校への通知	
(2)課題	-					
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	■あり	指 標	事例集の活用		
			把握方法	全校調査		
			目標値	設定せず		
			効果の達成状況	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」を閲覧している		
	□なし	把握していない理由 -				
(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 閲覧していない約半数の学校について、どうすれば閲覧するか。(検証した当時は小・中学校の事例集のみであり、幼稚園や高等学校では見ている者が少なかった。今は県立学校の事例集もあり閲覧の改善が期待されている。)					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし					
	検証内容	-				
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし				
		課題等	-			
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	1回			
		課題等	-			
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識		■認識あり □認識なし			
	ホームページ管理担当者の設置の認識		-			
・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。						
特記事項						

監 査 結 果 表

監査対象事業名	No.79 地域生涯スポーツ振興事業						
監査対象機関	体育保健課						
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)		支出内容 (千円)				
	5,634		チラシ等作成費 486				
	うち情報発信に充てた経費(千円)						
	486						
委託の有無	金額	-					
	内容	-					
1 情報発信の目的	(1)事業の目的	県民のスポーツ実施率が低いため、総合型クラブの普及啓発により実施率を向上させる。					
	(2)情報発信の目的	県民に対して総合型クラブの情報を発信することにより、認知度向上を図り、総合型クラブ数及び会員数の増加、県民のスポーツ実施率向上を図る。					
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他		
			-	-	県民		
	媒体	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	パブリシティ	その他			
		○	○	-			
(2)パブリシティ	実施回数	3回	記事掲載回数	2回			
(3)県広報の活用	□活用あり ■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	啓発パンフレットについては、該当年度のものをできるだけ早く送付し、HPへ掲載するようにしている。					
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 □専門用語を適切に解説 ■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	各種会議及び市町村・クラブ訪問時にホームページの案内及びパンフレットの活用について説明を行った。 ■他の媒体からホームページへの誘導					
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。					
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	-	その他		
		□なし	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	旧市町村単位では総合型クラブの未育成地域があるため、受け取った情報の活用方法がなかったり、クラブの活動へ参加できない地域がある。						
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	■あり	指 標	総合型クラブの会員数			
			把握方法	文部科学省の総合型クラブの調査に合わせて実施			
			目標値	平成36年度の会員数：20,000人 (平成27年度の会員数：16,700人)			
			効果の達成状況	平成27年度会員数：16,866人			
		□なし	把握していない理由				
	(2)改善	■改善あり □改善なし 内容 平成27年度版のパンフレットについては部数を増やし、より多くの県民に情報提供できるようにした。					
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし						
	検証内容	-					
6 ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし					
		課題等	-				
	(2)ホームページの更新状況	更新回数		1回			
		課題等	-				
(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
	ホームページ管理担当者の設置の認識	-					
・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。							
特記事項							

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)					
	1,209		委託料	886				
	うち情報発信に充てた経費(千円)		チラシ等作成費	224				
	1,110							
	委託の有無	金額	886千円(うち情報発信に係るもの886千円)					
■あり	内容	チラシ等作成費	238					
□なし		動画コンテンツ作成費	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策を実施し、交通事故死者数の減少を目指す。						
	(2)情報発信の目的	県民。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。						
	(3)事業実施計画における情報発信の項目の有無	項目	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	毎年、作成しているものであり、ルーティン化しているため。						
2 情報発信の受け手と媒体	(1)受け手と媒体	情報の受け手	高齢者	若者	その他			
			○	○	企業、団体			
		媒体	テレビ	ラジオ	新聞	広報誌	ホームページ	SNS
			—	—	—	—	○	○(まもめーる)
		冊子・チラシ・パンフレット	パブリシティ	その他				
	○	○	動画コンテンツ					
(2)パブリシティ	実施回数	2回	記事掲載回数	1回				
(3)県ガソリンの活用	□活用あり ■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	時季に応じた交通安全に関する情報をタイムリーに発信するように努めた。						
	(2)わかりやすく伝える工夫	■わかりやすい表現 ■専門用語を適切に解説 ■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	チラシデータは「まもめーる(交通安全情報)」で配信することにより、県民がホームページで検索しなくても、情報を容易に受け取ることが出来るようにした。 ■他の媒体からホームページへの誘導						
	(4)事後の発信	・補助事業の成果や研修会の成果等を情報発信している。						
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	—	その他			
		□なし	パンフレット、冊子等の設置	—	チラシの配布、まもめーるの配信			
		関係機関等での会員への周知	—					
(2)課題	地域包括支援センターが通常業務を通じて高齢者及びその家族等に交通事故防止を呼びかけるものであることから、高齢者数の報告等を求めることは難しい。							
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	□あり	指 標	—				
			把握方法	—				
			目標値	—				
			効果の達成状況	—				
		■なし	把握していない理由	地域包括支援センターが通常業務を通じて高齢者及びその家族等に交通事故防止を呼びかけるものであり、高齢者数の報告等を求めることは難しい。				
	(2)改善	□改善あり ■改善なし						
	内容	—						
(3)費用対効果の検証	□検証あり ■検証なし							
	検証内容	—						
6ホームページの管理等	(1)ホームページの活用	■活用あり □活用なし						
		課題等	—					
	(2)ホームページの更新状況	更新回数	13回					
		課題等	—					
	(3)情報発信に関する部局及び所属内での管理	ホームページ管理要綱・要領等の認識	■認識あり □認識なし					
ホームページ管理担当者の設置の認識		■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。							
特記事項								