

【Ⅳ. 指標以外の観点からの評価】

取組 No.	指標以外の観点からの評価
①	・おんせん県おおいたの認知度調査を、関東、関西、福岡のエリアでCM放送の前後で実施した結果、各エリアとも認知度が向上した。
②	・天然記念物を含む自然環境の保全と人々のくらしの関係について考える「自然というフォーラム」をH29年2月に開催し、姫島村・豊後大野市の両地域のジオパークの魅力情報を発信した。
③	・熊本地震後の積極的な情報発信等で各種メディアへの露出が増えたことから、広告換算費が前年度に比べ大幅に増加した。 (広告換算費 H27:7,218,459千円→H28:10,430,469千円)
④	・「ゆけ、シンフロ部！」について、YouTubeのアクセス件数が120万件を超えるなど、斬新な内容や話題性が評価され、AMDアワード・リージョナル賞をはじめ全国的な賞を4つ受賞した。
⑤	・海外プレスツアーを実施し、八丁原地熱発電所などが、計40件世界7つの国・地域(韓国、台湾、中国、シンガポール、ドイツ、デンマーク、スイス)で報道されたことにより、本県の魅力発信につながった。

【Ⅴ. 施策を構成する主要事業】

取組 No.	事業名(28年度事業)	事業コスト(千円)	事務事業評価		主要な施策の成果掲載頁
			総合評価	29年度の方向性	
①③ ④⑤	おおいた魅力アップ情報発信事業	167,820	A	継続・見直し	25
②	おおいたジオパーク推進事業	34,744	A	継続・見直し	77
②⑤	世界農業遺産ファンド推進事業	1,531,000	A	継続・見直し	168
⑤	インバウンド推進事業	166,354	A	継続・見直し	15

【Ⅵ. 施策に対する意見・提言】

<p>○第4回「安心・活力・発展プラン2015」推進委員会(H28.11) ・課題は「おんせん県おおいた」を浸透させたうえで、どう発展させていくかということ。「おんせん県」だけでは、他県に対抗して首都圏の人を誘客することは困難。今後は農林水産物等の県産品、歴史、文化、自然環境などの素材を活用し、おんせん県の魅力を発信していくことが必要。</p>	
--	--

【Ⅶ. 総合評価と今後の施策展開について】

総合評価	施策展開の具体的内容
A	<ul style="list-style-type: none"> ・全国的に注目を集めた「シンフロ」の好調な流れを持続させ、テレビCM等を活用した効果的・効率的なパブリシティを展開し誘客や販路拡大を図るとともに、首都圏・関西メディアへの売り込み活動(パブリシティ活動)を強化することで、大分県のブランド力向上を目指す。 ・公益財団法人フォーリン・プレスセンターのノウハウとネットワークを活用し、大分県の魅力を海外に向け発信していく。 ・情報の取得方法が多様化する中、新たにLINEとInstagramの県公式アカウントを開設し、若者への情報発信を強化する。