

2025年度 施策評価シート(2024年度実績)

1 評価施策名	担当部課室 総合政策局 公聴広報課
重点戦略	Ⅲ 安心で豊かさが実感できる地域の創造
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム
施策名	【重点】強みを生かしたイメージアップ戦略の推進

2 生き活き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

指標名	全国における本県の魅力度	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	32	28	24	20
現況値	全国33位(2020年)	実績値	33	35	32	38
目標値	全国20位	達成率	※-%	※-%	※-%	※-%
備考		達成度	※2	※1	※2	※1
指標名	県制作のPR動画の再生回数(国内向け)	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	55	70	85	100
現況値	23万回/年(2017~2019年度の平均)	実績値	289	106	101	117
目標値	100万回/年	達成率	525.5%	151.4%	118.8%	117%
備考		達成度	5	5	4	4
指標名	県の働きかけによる首都圏等テレビ露出の広告換算額	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	20	20	26	26
現況値	26億円/年(2017~2019年度の平均)	実績値	26	27	19	28
目標値	26億円/年	達成率	130%	135%	73.1%	107.7%
備考		達成度	5	5	※1	4
指標名	県公式SNSのフォロワー等の数	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	38	47	56	63
現況値	77千人(2019年度)	実績値	46	72	84	104
目標値	140千人	達成率	121.1%	153.2%	150%	165.1%
備考	2024年度:181千人(達成率は現況値からの増加数で算出)	達成度	5	5	5	5

3 関連する事業名

- ・戦略的プロモーション事業
- ・「晴れの国おかやま」情報発信力強化事業

4 施策達成レベル

3.5	生き活き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出
-----	------------------------------------

5 施策推進による主な成果

本県出身の芸人「ウエストランド」による本県を紹介する動画やSNSでのPR企画など、令和5年度に引き続き、昨今の「岡山旋風」を活かした「岡アツ!」プロモーションを展開し、国内向けの動画については、目標値を上回る117万回再生を記録した。また、PR専門会社を活用した首都圏メディア等への取材誘致を行った結果、首都圏等テレビ露出の広告換算額は28億円となり、メディアを通じて本県のイメージアップを図った。

6 今後の施策推進に向けての課題

目標を達成している指標が多い中、全国における本県の魅力度は全国38位と目標達成に至らなかったことから、本県の強みである資源や素材を全国に浸透させるため、発信する内容に応じた手法を検討し、工夫を凝らした情報発信を行うとともに、PR効果の分析を行いながら、効果的なイメージアップ戦略を展開する必要がある。

また、首都圏や関西圏をはじめ、全国に本県の情報を発信していくため、引き続き、より高いPR効果が見込まれるテレビを中心としたメディアへのアプローチに注力し、取材誘致を図る必要がある。

2025年度 施策評価シート(2024年度実績)

1 評価施策名	担当部課室	産業労働部 マーケティング推進室
重点戦略	Ⅲ 安心で豊かさが実感できる地域の創造	
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム	
施策名	【重点】首都圏アンテナショップを拠点とした岡山の魅力発信	

2 生き生き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

指標名	全国における本県の魅力度	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	32	28	24	20
現況値	全国33位(2020年)	実績値	33	35	32	38
目標値	全国20位	達成率	※-%	※-%	※-%	※-%
備考		達成度	※2	※1	※2	※1

指標名	県の働きかけによる首都圏等テレビ露出の広告換算額	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	20	20	26	26
現況値	26億円/年(2017~2019年度の平均)	実績値	26	27	19	28
目標値	26億円/年	達成率	130%	135%	73.1%	107.7%
備考		達成度	5	5	※1	4

3 関連する事業名

- ・首都圏アンテナショップ事業
- ・首都圏県産品プロモーション事業
- ・「おかやまマーケティング・ラボ」事業

4 施策達成レベル

2.5	生き生き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出
-----	------------------------------------

5 施策推進による主な成果

首都圏アンテナショップは、ワークショップなど体験型イベントの開催やメディアを活用した情報発信、近隣アンテナショップとの連携事業の実施などに取り組んだ結果、当該年度の来館者数は約44万人で前年度を上回り、売上額も堅調に推移しており、県産品の販売拡大が図られた。

6 今後の施策推進に向けての課題

令和6年4月にリニューアルを行い、物販・飲食店舗の魅力アップに加え、オンライン多目的スペースを新設した。引き続き、運営事業者と連携しながら、季節ごとに変化のある店舗づくりや話題性のあるイベント開催など集客に努め、アンテナショップを首都圏における総合的な情報受発信の拠点として、全国における本県の魅力度とさらなるイメージの向上を図っていく。

2025年度 施策評価シート(2024年度実績)

1 評価施策名	担当部課室	総合政策局 公聴広報課
重点戦略	Ⅲ 安心で豊かさが実感できる地域の創造	
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム	
施策名	【重点】海外に向けた魅力発信の強化	

2 生き活き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

指標名	県制作のPR動画の再生回数（海外向け）	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	55	70	85	100
現況値	25万回／年（2017～2019年度の平均）	実績値	4	102	104	101
目標値	100万回／年	達成率	7.3%	145.7%	122.4%	101%
備考		達成度	1	5	5	4

指標名	県公式SNSのフォロワー等の数	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	38	47	56	63
現況値	77千人（2019年度）	実績値	46	72	84	104
目標値	140千人	達成率	121.1%	153.2%	150%	165.1%
備考	2024年度：181千人（達成率は現況値からの増加数で算出）	達成度	5	5	5	5

3 関連する事業名

・戦略的プロモーション事業

4 施策達成レベル

4.5	生き活き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出
-----	------------------------------------

5 施策推進による主な成果

知事のタイトップセールスに合わせ、タイの人気タレント兼インフルエンサーを起用して、県でのYouTube動画配信に加え、タレントによるテレビ番組やSNSでの情報発信等により、本県のPRを行った。
--

6 今後の施策推進に向けての課題

関係各所と連携し、外国人のニーズを捉えた本県の魅力を発信していく必要がある。
--

2025年度 施策評価シート(2024年度実績)

1 評価施策名	担当部課室 総合政策局 公聴広報課
重点戦略	Ⅲ 安心で豊かさが実感できる地域の創造
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム
施策名	【重点】SNS等による魅力発信の推進

2 生き活き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

指標名	全国における本県の魅力度	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	32	28	24	20
現況値	全国33位(2020年)	実績値	33	35	32	38
目標値	全国20位	達成率	※-%	※-%	※-%	※-%
備考		達成度	※2	※1	※2	※1

指標名	県公式SNSのフォロワー等の数	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	38	47	56	63
現況値	77千人(2019年度)	実績値	46	72	84	104
目標値	140千人	達成率	121.1%	153.2%	150%	165.1%
備考	2024年度:181千人(達成率は現況値からの増加数で算出)	達成度	5	5	5	5

3 関連する事業名

- ・戦略的プロモーション事業
- ・「晴れの国おかやま」情報発信力強化事業

4 施策達成レベル

3.0	生き活き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出
-----	------------------------------------

5 施策推進による主な成果

SNSを活用し、本県の魅力度向上、イメージアップを図っている。職員を対象としたSNS研修会を行うとともに、アンテナショップ「とっとり・おかやま新橋館」やふるさと納税などの施策を広報素材としたインターネット広告の配信などにより、目標値以上のフォロワー等の数を獲得することができた。

6 今後の施策推進に向けての課題

SNSを効果的に活用するため、外部人材の登用等により職員の情報発信力を高め、各SNSの特性を生かした発信や話題性の高い企画を実施することにより、本県のイメージアップを図り、フォロワー等の数の更なる獲得に取り組む。
--

2025年度 施策評価シート(2024年度実績)

1 評価施策名	担当部課室 総合政策局 公聴広報課
重点戦略	Ⅲ 安心で豊かさが実感できる地域の創造
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム
施策名	【推進】本県に対する愛着心と誇りの醸成

2 生き活き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

指標名	晴れの国おかやま検定の受験者数	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	640	640	640	640
現況値	640人(2014～2019年度の平均)	実績値	684	688	773	723
目標値	640人／年	達成率	106.9%	107.5%	120.8%	113%
備考		達成度	4	4	5	※5

3 関連する事業名

・晴れの国おかやま検定事業

4 施策達成レベル

5.0	生き活き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出
-----	------------------------------------

5 施策推進による主な成果

令和元年度から表彰制度を設け、最高得点者を表彰するなど、メディアに取り上げられる仕組みを整えるとともに、様々な広報媒体を活用したPRを行った。

6 今後の施策推進に向けての課題

県民が本県の歴史や文化等に関する知識をより深め、自ら岡山の魅力や素晴らしさを再認識し、愛着と誇りを持っていただく機会の一つとして、検定を活用していただけるよう、ホームページやSNS等を活用した効果的なPRに取り組む必要がある。

2025年度 施策評価シート(2024年度実績)

1 評価施策名	担当部課室	総合政策局 公聴広報課
重点戦略	Ⅲ 安心で豊かさが実感できる地域の創造	
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム	
施策名	【推進】マスコットキャラクターの活用促進	

2 生き活き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

指標名	県のマスコットキャラクターの使用申請件数	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	120	200	260	260
現況値	260件(2017～2019年度の平均)	実績値	106	113	167	131
目標値	260件/年	達成率	88.3%	56.5%	64.2%	50.4%
備考		達成度	3	2	2	2

3 関連する事業名

・「ももっち・うらっち」の活用促進事業

4 施策達成レベル

2.0	生き活き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出
-----	------------------------------------

5 施策推進による主な成果

県の啓発資材や印刷物などでマスコットを積極的に活用したことにより、県のマスコットキャラクターとして定着しつつある。民間での活用は、県産食材を使用したパンの商品パッケージ等に使用されるなどしたが目標値を下回った。

6 今後の施策推進に向けての課題

県内外でのさらなる知名度向上に向け、効果的なPRを行い、民間の商品等へ利用促進に取り組む必要がある。
--

2025年度 施策評価シート(2024年度実績)

1 評価施策名	担当部課室 産業労働部 観光課
重点戦略	Ⅲ 安心で豊かさが実感できる地域の創造
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム
施策名	【推進】映像作品を使った岡山の発信

2 生き活き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

指標名	ロケ誘致件数	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	34	35	36	37
現況値	37件 (2015～2019年度の平均)	実績値	29	45	38	41
目標値	37件	達成率	85.3%	128.6%	105.6%	110.8%
備考		達成度	※2	5	4	※5

3 関連する事業名

- ・フィルムコミッション事業
- ・フィルムコミッション魅力拡大事業

4 施策達成レベル

5.0	生き活き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出
-----	------------------------------------

5 施策推進による主な成果

県観光連盟に専任職員を配置し、地域F Cや市町村等で構成する県フィルムコミッション協議会のネットワークを活用しながら、映画及びドラマロケハン助成制度の紹介等によるロケ誘致に努めた結果、引き続き、多くのロケ誘致につながった。また、ロケ支援を行った映画の公開に合わせロケ地マップの配布や、大阪駅等での広告掲出など積極的に情報発信を行うことにより、本県の認知度向上につながった。
--

6 今後の施策推進に向けての課題

市町村や観光関係事業者等との連携による受入体制の充実や、助成制度の活用等により、引き続き、映画やドラマの誘致を促進するとともに、映画等とタイアップしたプロモーション活動を展開し、岡山の認知度向上と観光誘客につなげていく必要がある。

2025年度 施策評価シート(2024年度実績)

1 評価施策名	担当部課室 環境文化部 文化振興課
重点戦略	Ⅲ 安心で豊かさが実感できる地域の創造
戦略プログラム	情報発信力強化プログラム
施策名	【推進】文化とスポーツを通じた岡山からの情報発信

2 生き活き指標(推進施策の指標)の進捗(達成)状況

指標名	ポータルサイトアクセス数	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	78,900	26,900	27,500	28,100
現況値	20,675件／年（2021年度）	実績値	61,038	45,545	40,090	59,815
目標値	28,100件／年	達成率	77.4%	169.3%	145.8%	212.9%
備考	アクセス数の集計方法変更(2022年7月～)に伴い、2022年度以降の目標値を再設定	達成度	※1	5	5	5

指標名	文化財紹介の多言語対応HPを有する市町村数	年度	2021	2022	2023	2024
		目標値	2	3	4	5
現況値	6市町村（2019年度）	実績値	3	3	9	9
目標値	11市町村	達成率	150%	100%	225%	180%
備考	2024年度：15市町村（達成率は現況値からの増加数で算出）	達成度	5	4	5	5

3 関連する事業名

- ・おokayamaマラソン開催事業
- ・岡山県「内田百閒文学賞」
- ・ポータルサイト「アートプロジェクトおokayama」

4 施策達成レベル

5.0	生き活き指標又は推進施策の指標の達成度を平均して施策達成レベルを算出
-----	------------------------------------

5 施策推進による主な成果

文化を通じた情報発信では、県内の文化施設や文化イベントなどを紹介するポータルサイト「アートプロジェクトおokayama」の認知が進んだことにより、目標値を大きく超えるアクセス数とすることができた。
また、トップクラブチームのホームゲームを活用したイベントにおいて、県外からの来場者向けに観光PR等を行うとともに、アウェイゲームにおいても本県の情報発信やビジターサポーターの誘客促進を図った。
「おokayamaマラソン2024」についても、給食や途切れない沿道応援、ボランティアによる温かいおもてなしなどを中心に、参加者アンケートや大手ランニングサイトにおいて高い評価を得られた。

6 今後の施策推進に向けての課題

認知が進んだポータルサイト「アートプロジェクトおokayama」の活用などを通じ、文化を通じた県内外への情報発信を積極的に進めていく必要がある。
トップクラブチームのゲームを活用した本県の情報発信について、相手チームやその関係自治体との連携を図るなどの工夫を行い、さらなる誘客を促進する。
また、「おokayamaマラソン2025」については、新たにニックネームビブスやハイタッチ応援ゾーンの導入などにより、参加者の満足度向上を図ることで、選ばれる大会となるよう、関係者と一体となって準備を進めていく必要がある。