＜様式2＞

2026年度　施策評価シート（2025年度実績）

1 評価施策名

担当部課室	公聴広報課

重点戦略	Ⅳ 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認知度	年度	2025	2026	2027	2028
		目標値	22	21	21	20
現況値	22位	実績値	31			
目標値	20位	達成率（%）	ー			
備考		達成度	2			

指標名	県の働きかけによる首都圏テレビなどメディア露出の広告換算額	年度	2025	2026	2027	2028
		目標値	27	27	27	27
現況値	27億円/年	実績値	34			
目標値	27億円/年	達成率（%）	125.9			
備考		達成度	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

本県の魅力をひとことで表す「晴れの国おかやま」を改めて全国に広めるため、PR用キャッチフレーズ「だから、晴れの国」を活用しながら、本県出身の高橋大輔氏を起用した動画作成や、各課と連携したPR企画等を実施し、本県の認知度向上を図った。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34億円となり、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

全国における本県の認知度は、昨年の全国35位から31位へと順位があがったものの、目標達成に至らなかった。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していく必要がある。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。

＜様式2＞

2026年度　施策評価シート（2025年度実績）

1 評価施策名

担当部課室	マーケティング推進室

重点戦略	Ⅳ 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認知度	年度	2025	2026	2027	2028
		目標値	22	21	21	20
現況値	22位	実績値	31			
目標値	20位	達成率（%）	ー			
備考		達成度	2			

指標名	県の働きかけによる首都圏テレビなどメディア露出の広告換算額	年度	2025	2026	2027	2028
		目標値	27	27	27	27
現況値	27億円/年	実績値	34			
目標値	27億円/年	達成率（%）	125.9			
備考		達成度	5			

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

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

首都圏アンテナショップでは、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51万人で前年度を上回るとともに、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

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向上とさらなるイメージの向上を図っていく。

＜様式2＞

2026年度　施策評価シート（2025年度実績）

1 評価施策名

担当部課室	公聴広報課

重点戦略	Ⅳ 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	県のSNSフォロワー等の数	年度	2025	2026	2027	2028
		目標値	225	245	265	285
現況値	185千人	実績値	299			
目標値	285千人	達成率（%）	285.0			
備考	達成率は現況値からの増加数で算出	達成度	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

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

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。職員を対象とした研修会を行うとともに、県産品の販路拡大や移住定住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、外部人材の活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。

＜様式2＞

2026年度　施策評価シート（2025年度実績）

1 評価施策名

担当部課室	公聴広報課

重点戦略	Ⅳ 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】わかりやすい県政情報の発信

2 生き活き指標（推進施策の指標）の進捗（達成）状況

指標名	県が発信した情報について「わかりやすい」と回答した人の割合	年度	2025	2026	2027	2028
		目標値	74.0	75.0	76.0	77.0
現況値	72.0%	実績値	80.0			
目標値	77.0%	達成率（%）	108.1			
備考		達成度	4			

3 関連する事業名

・メディアミックスによる情報発信充実事業

4 施策達成レベル

4.0	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

県広報紙やテレビ・ラジオ・新聞といったマスメディア及び動画やSNSといったWEBメディアを幅広く活用し、各種広報媒体の特色を生かしながら、県政情報を県民に適時、的確に提供し、効果的でタイムリーな県政広報を行った。

6 今後の施策推進に向けての課題

県民の情報入手手段は多様化していることから、ターゲットや届けたい内容に合わせて、媒体の特性を意識するとともに、メディアミックスやデジタルマーケティングを効果的に取り入れながら、広報活動に取り組む。

＜様式2＞

2026年度　施策評価シート（2025年度実績）

1 評価施策名

		担当部課室	公聴広報課
重点戦略	Ⅳ 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	2025	2026	2027	2028
		目標値	785	790	795	800
現況値	773人/年	実績値	765			
目標値	800人/年	達成率（%）	97.5			
備考		達成度	3			

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

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

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。

<様式2>

2026年度　施策評価シート（2025年度実績）

1 評価施策名

		担当部課室	観光課
重点戦略	Ⅳ 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	2025	2026	2027	2028
		目標値	40	42	44	45
現況値	38件/年	実績値	27			
目標値	45件/年	達成率（%）	67.5			
備考		達成度	2			

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

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

県観光連盟に専任職員を配置し、地域FC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を行ってきた結果、話題性の高い映画やドラマ撮影の誘致に成功している。また、映画等の公開に合わせたプロモーションにも力を入れており、本県のロケ地の認知度向上につながっている。
令和7年10月には、全国各地で優れたロケーション資源の開発や市民一体となった撮影支援、映像作品の活用による地域活性化に向けて日々奔走するフィルムコミッション等を表彰する「JFCアウォード」において、本県フィルムコミッション協議会が特別優秀賞を受賞、その受賞理由においても、ロケ地の聖地巡礼など観光への効果が高く評価された。

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強化の充実や、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。