

施策名：観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進

事業名	担当課・室名	ページ
おおいた地域ブランド力アップ推進事業	広報広聴課	2 / 8
ツーリズム戦略総合対策事業	観光・地域局観光・地域振興課	3 / 8
おんせん県デスティネーションキャンペーン推進事業	観光・地域局観光・地域振興課	4 / 8
国内圏域別誘客促進事業	観光・地域局観光・地域振興課	5 / 8
MICE誘致推進事業	観光・地域局観光・地域振興課	6 / 8
海外誘客促進事業	観光・地域局観光・地域振興課	7 / 8
東九州自動車道関連誘客促進事業	観光・地域局観光・地域振興課	8 / 8

事業名	おおいた地域ブランドカアアップ推進事業		事業期間	平成 25 年度～平成 27 年度		政策区分	ツーリズムの展開
				施策区分	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進		
総合評価	A	継続・見直し	事業実施課 (室) 名	広報広聴課		評価者	広報広聴課長 高屋 博

[1. 現状・課題、目的]

現状・課題	「おんせん県おおいた®」ブランドは、商標登録や打出しの広報の成果により、全国に浸透中（認知度は、首都圏35%、関西圏40%、福岡圏74%、大分県内97%）だが、首都圏や関西圏では認知度は低い。	事業の目的	大分県の認知度・好感度の向上を図る。
-------	--	-------	--------------------

[2. 事業内容と今後の課題]

(単位：千円)

活動名	活動内容	効率化の取組状況	コスト	25年度	26年度	27(予算)
メディアおおいたウィークを通じたPR	動画を制作し、テレビ放送やWEB配信を実施 期間：9/19～10/10（福岡・関西）12/31～1/3（県内） TVCM：107本 新聞：福岡1回 委託先：(株)電通九州大分支社	・動画制作、広告媒体の手配等を広告代理店に委託	総コスト	82,558	134,159	134,500
首都圏での戦略的PR	TV放映：9番組 ニュースレター：10回発行（温泉、豊後牛、かぼすプリ・かぼすヒラメ等）メディアへのコンタクト：176回 委託先：(株)オズマピーアール	・メディアへのコンタクトをPR会社に委託	事業費	69,558	94,159	94,500
			(うち一般財源)	64,835	94,159	94,500
			人件費	13,000	40,000	40,000
			職員数(人)	1.30	4.00	4.00

活動指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成(27年度)	評価	今後の課題	
								目標値	実績値
首都圏でのメディアコンタクトの実施数(回)	目標値			120	120		a	<ul style="list-style-type: none"> ・関西圏での認知度の向上、動画等の「話題づくり」の工夫 ・JRDC、OPAM開館、東九州自動車道県内全線開通、九州の東の玄関口としてのポテンシャルを生かした誘客への新たな取組 ・首都圏でのメディア露出、「話題づくり」の工夫 ・県民アイデンティティの醸成 *首都圏での活動はH26年度から実施のため、H25年度の実績はなし	
	実績値			176					
	達成率			146.7%					
	目標値								
	実績値								
	達成率								

[3. 事業の成果]

成果指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成(27年度)	評価	事業の成果		
								目標値	実績値	達成率
								広告換算費(千円)	目標値	
実績値	1,172,998	1,632,537								
達成率		136.0%								

[4. 今後の方向性等]

今後の方向性	終了	継続・見直し	例外的に継続	廃止
<p>今後の事業方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関西では新動画コンテンツによるメディアおおいたウィークを行い、首都圏では引き続きメディアへの大分情報の売り込み活動を実施 ・さらに、JRDC、OPAM開館、東九州自動車道県内全線開通、九州の東の玄関口としてのポテンシャルを生かした誘客への新たな取組として、中国・四国を対象に、テレビCMを放送 				

事業名	ツーリズム戦略総合対策事業		事業期間	平成 25 年度～平成 27 年度		政策区分	ツーリズムの展開
						施策区分	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
総合評価	A	継続・見直し	事業実施課 (室) 名	観光・地域局観光・地域振興課		評価者	観光・地域振興課長 細川 浩明

[1. 現状・課題、目的]

現状・課題	日本一の湧出量と源泉数を誇る温泉をはじめ、食や文化遺産など地域資源に恵まれているものの、観光客のニーズが質的・量的に大きく変化し、地域間競争も激化する中、観光マーケット動向を的確に捉え、県内観光素材を活かした魅力ある観光商品づくりなど、総合的・効果的な取組が求められている。	事業の目的	県内宿泊者の増加に向け、人材育成やおもてなし強化、おんせん県おおいたの認知度の向上を図るとともに、大河ドラマ放送等を通じた情報発信や九州各県と連携した旅行商品造成等による観光誘客を促進する。
-------	---	-------	---

[2. 事業内容と今後の課題]

(単位：千円)

活動名	活動内容	効率化の取組状況	コスト	25年度	26年度	27(予算)
地域資源磨き事業	ツーリズム大学の開催、ふるさとガイド養成	・ふるさとガイド連絡協議会の運営や観光情報ツールの制作等を民間へ業務委託し、効率的かつ効果的な情報発信を実施	総コスト	135,767	138,365	128,796
情報発信事業	「おんせん県おおいた」の情報発信とツール作成		事業費	115,767	118,365	108,796
誘客対策	大河ドラマ軍師官兵衛関連にちなんだ誘客対策	・九州観光推進機構と連携した商談会等を開催 ・3県(長崎、熊本、大分)合同による効率的な旅行会社向けPR事業を展開	(うち一般財源)	115,642	83,272	77,438
広域連携事業	九州観光推進機構や九州各県と連携した情報発信等		人件費	20,000	20,000	20,000
	委託先：(公社) ツーリズムおおいた (一部委託)		職員数(人)	2.00	2.00	2.00

活動指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成(27年度)	評価	今後の課題	
								目標値	実績値
	おおいたツーリズム大学講座開催数(回)	目標値	8	8	8	8	a	<ul style="list-style-type: none"> 養成されたリーダーが地域で実践活動できる環境の整備 県民参加型のおもてなしの展開によるリピーター確保 大分県立美術館の開館を契機とした観光商品造成 旅行会社やメディアなど業界向け情報発信の強化と効果的な一般向け情報発信 	
		実績値	8	8					
		達成率	100.0%	100.0%					
	商談会・サロンの開催数(回)	目標値	12	12	12	12	a		
		実績値	12	13					
		達成率	100.0%	108.3%					

[3. 事業の成果]

成果指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成(27年度)	評価	事業の成果	
								目標値	実績値
	県内宿泊者数(千人)	目標値	5,130	5,170	5,200	5,200	a	大分県ツーリズム戦略に基づき、地域観光素材を磨き、効果的な「おんせん県おおいた」の情報発信、大河ドラマ軍師官兵衛にちなんだ誘客対策、さらには九州観光推進機構や九州各県と連携した商談会の展開、広域観光の促進などにより、効果的な宿泊観光客の誘客が図れた。	
		実績値	5,754	5,195					
		達成率	112.2%	100.5%					

[4. 今後の方向性等]

今後の方向性	終了	継続・見直し	例外的に継続	廃止
<p>今後の事業方針</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域を支える次代のリーダーや着地型観光を支えるガイド等の養成とネットワークづくりを推進 ターゲットを絞った効果的な情報発信による「おんせん県おおいた」「味力」のPRを強化 大分県立美術館と連携した旅行商品の造成や情報発信の推進 九州観光推進機構や九州各県、特に長崎県、熊本県との九州の横軸、福岡、宮崎県との東九州軸の連携を強化 				

事業名	おんせん県デスティネーションキャンペーン推進事業		事業期間	平成 26 年度～平成 27 年度		政策区分	ツーリズムの展開	
						施策区分	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進	
総合評価	C	継続・見直し	事業実施課(室)名	観光・地域局観光・地域振興課		評価者	観光・地域振興課長 細川 浩明	

[1. 現状・課題、目的]

現状・課題	素晴らしい観光素材があり、観光客の満足度は高いにもかかわらず観光地としての知名度が低いこと、また、連泊が少ないことが課題となっているため、市町村や観光事業者などとの連携を強め、観光と地域づくりを一体とする「ツーリズム」を一層推進し、観光客を呼び込むことが求められている。	事業の目的	観光産業の振興と地域の活性化を促進するため、情報発信、誘客、さらにおもてなしの向上や二次交通対策を実施し、JRグループと旅行会社が集中的に送客する国内最大規模のキャンペーンである平成27年夏の「おんせん県おいたデスティネーションキャンペーン」を成功させることで、本県へのさらなる誘客を図る。
-------	---	-------	---

[2. 事業内容と今後の課題]

(単位：千円)

活動名	活動内容	効率化の取組状況	コスト	25年度	26年度	27(予算)
全国宣伝販売促進会議開催 JRと連携したキャンペーン実施 おもてなし、受入態勢整備 観光二次交通整備	全国のエージェントを招き、大分県のPR、商談会、エクスカーション等を実施(9/3～9/5) ブレDC・VS. 鹿児島CP、リメンバー九州CPの実施 おもてなし講座(7/11)、話し方講座(5回)の実施 ツーリズム大学修了生による観光・地域振興事業を実施 県内観光周遊バス 委託先：(公社)ツーリズムおいた(一部委託)	・おもてなし講座等を民間へ業務委託し、効率的かつ効果的な情報発信を実施	総コスト		91,192	120,783
			事業費		71,192	100,783
			(うち一般財源)		61,192	66,708
			人件費		20,000	20,000
			職員数(人)		2.00	2.00

活動指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成(27年度)	評価	今後の課題
	キャラバン実施地域数(地域)	目標値		5			a	・「おんせん県おいたデスティネーションキャンペーン」へ向けた県民の「おもてなし」の意識の向上
		実績値		7				
		達成率		140.0%				
	おもてなしサポーター登録者数(人)	目標値			100,000			
		実績値						
		達成率						

[3. 事業の成果]

成果指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成(27年度)	評価	事業の成果
	平成27年7月～9月 県内宿泊者数対前年比(%)	目標値			115	115	c	当事業は平成27年夏の「おんせん県おいたデスティネーションキャンペーン」による誘客促進を目的としており、成果はその期間の県内宿泊者数がどの程度伸びたか見るのが適当である。効果として、全国宣伝販売促進会議、JRと連携したキャンペーンの実施による情報発信や地域と協働した観光客の受入態勢整備等を行うことにより、地元気運の醸成、新たな商品開発が図られた。
		実績値						
		達成率						

[4. 今後の方向性等]

今後の方向性	終了	継続・見直し	例外的に継続	廃止
--------	----	---------------	--------	----

今後の事業方針	<p>・平成27年夏の「おんせん県おいたデスティネーションキャンペーン」による誘客促進を図るため、エージェント等に働きかけを継続するとともに、10万人の「おもてなしサポーター」の確保や観光地等のトイレの整備など地元のおもてなしの機運を高め、観光客の受入態勢をさらに推進</p> <p>※成果指標である平成27年7月～9月の県内宿泊者数対前年比については、観光統計調査結果が出ていないため、記載が困難</p>
---------	---

事業名	国内圏域別誘客促進事業		事業期間	平成 25 年度～平成 27 年度		政策区分	ツーリズムの展開
						施策区分	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
総合評価	A	継続・見直し	事業実施課(室)名	観光・地域局観光・地域振興課		評価者	観光・地域振興課長 細川 浩明

[1. 現状・課題、目的]

現状・課題	福岡圏域、関西圏域、首都圏域の三大都市圏において、各圏域における本県の認知度や旅行形態などをふまえて、大分県観光に関するより積極的な情報発信や魅力的な旅行商品造成などの取組強化が求められている。	事業の目的	福岡圏域、関西圏域、首都圏域それぞれのニーズに応じた情報発信や営業活動の強化を行うことにより、圏域ごとのターゲットに対して効果的な誘客促進を図る。
-------	---	-------	---

[2. 事業内容と今後の課題]

(単位：千円)

活動名	活動内容	効率化の取組状況	コスト	25年度	26年度	27(予算)
福岡圏域	九州隣県との連携による効果的な情報発信等 (旅行会社・マスコミ訪問36社) 福利厚生サービス事業者やネット事業者と連携した誘客等 (旅行会社・マスコミ訪問25社) 委託先：(公社) ツーリズムおおいた (一部委託)	・民間へ業務委託し、効率的かつ効果的な情報発信を実施	総コスト	136,520	122,392	116,963
関西圏域			事業費	86,520	72,392	66,963
首都圏域			(うち一般財源)	76,117	59,692	58,405
			人件費	50,000	50,000	50,000
			職員数(人)	5.00	5.00	5.00

活動指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成 (27年度)	評価	今後の課題
	坐来サロン・商談会(回)	目標値		2	3	2		
実績値			2	9				
達成率			100.0%	300.0%				
旅行会社・マスコミ訪問件数(回)	目標値			100	100			
	実績値			104				
	達成率			104.0%				

[3. 事業の成果]

成果指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成 (27年度)	評価	事業の成果
	県外からの宿泊客数 (20年を100とした目標)	目標値		104	105	106		
実績値			110	108				
達成率			105.8%	102.9%				

[4. 今後の方向性等]

今後の方向性	終了	継続・見直し	例外的に継続	廃止
--------	----	---------------	--------	----

今後の事業方針

- ・ツーリズム戦略の着実な推進に向けて、圏域別の細やかな情報発信と、ターゲットに応じた商品造成に向けた取り組み等の誘客対策を強化
- ・情報発信助成費を活用した効果的メディア露出の強化

事業名	MICE誘致推進事業		事業期間	平成 25 年度～平成 年度		政策区分	ツーリズムの展開
				施策区分	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進		
総合評価	A	継続・見直し	事業実施課 (室) 名	観光・地域局観光・地域振興課		評価者	観光・地域振興課長 細川 浩明

[1. 現状・課題、目的]

現状・課題	ビーコンプラザ、iichiko総合文化センター、大分銀行ドーム等の大型施設に加えて豊富な温泉、魅力的な食をもつ本県のポテンシャルを活かして、経済波及効果の高いMICEの誘致を推進することが求められており、大分県ツーリズム戦略における団体誘客の柱の一つとして位置づけられている。	事業の目的	大規模な学会、スポーツ大会等の誘致やきめ細やかな開催支援を行うことにより、MICE開催地としての大分の認知度向上を図るとともに、MICEによる経済効果の増大を目指す。
-------	--	-------	---

[2. 事業内容と今後の課題]

(単位：千円)

活動名	活動内容	効率化の取組状況	コスト	25年度	26年度	27(予算)
MICE誘致の推進	MICE関係ホームページの更新や商談会への参加 委託先：(公社) ツーリズムおおいた 開催助成費補助の原資の積立て (MICE誘致推進事業費補助金：基金造成補助)	・開催助成金の支出方法を単年度の委託から、基金を活用した補助に変更することで開催助成制度の安定的な活用	総コスト	15,016	17,896	17,880
			事業費	5,016	7,896	7,880
			(うち一般財源)	5,016	7,896	7,880
			人件費	10,000	10,000	10,000
			職員数(人)	1.00	1.00	1.00

活動指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成(年度)	評価	今後の課題	
								目標値	実績値
	MICE商談会への参加(回)	目標値	1	1	2		a	<ul style="list-style-type: none"> 県内大学等と連携した大分県内のキーパーソンへの訪問数の増 福岡県や九州観光推進機構と連携したMICEの誘致 	
		実績値	1	1					
		達成率	100.0%	100.0%					
	MICE主催者等への訪問営業(回)	目標値	10	12	12				
		実績値	10	12					
		達成率	100.0%	100.0%					

[3. 事業の成果]

成果指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成(年度)	評価	事業の成果	
								目標値	実績値
	県内主要4施設における500人以上かつ九州大会以上の大会開催数(回)	目標値	61	61	61		a	きめ細やかな開催支援により、前年度の開催数を上回った。	
		実績値	66	67					
		達成率	108.2%	109.8%					

[4. 今後の方向性等]

今後の方向性	終了	継続・見直し	例外的に継続	廃止
今後の事業方針 ・誘致に関する制度、体制の充実が図れたので、今後は県内キーマンを中心に積極的な営業を実施				

事業名	海外誘客促進事業		事業期間	平成 2 年度～平成 年度		政策区分	ツーリズムの展開
						施策区分	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
総合評価	A	継続・見直し	事業実施課 (室) 名	観光・地域局観光・地域振興課		評価者	観光・地域振興課長 細川 浩明

[1. 現状・課題、目的]

現状・課題	今後国内経済の縮小が見込まれる中で、経済成長の著しい東アジアや東南アジアを主なターゲットとして観光客を誘致するためには、ターゲット市場を絞り込み、国・地域の特性やニーズに応じた情報発信・セールスを行うとともに、多言語対応など外国人観光客の受入態勢の整備が求められている。	事業の目的	海外に対して観光宣伝等の誘客施策を行い、本県を訪れる外国人観光客の増加させることで、地域経済の活性化を図る。
-------	---	-------	--

[2. 事業内容と今後の課題]

(単位：千円)

活動名	活動内容	効率化の取組状況	コスト	25年度	26年度	27(予算)
中国誘客対策 韓国誘客対策 台湾誘客対策 その他アジアからの誘客対策 クルーズ船誘致	メディアの招請、教育旅行関係社の招請 観光展出展・セールス、商談会の実施 観光展出展・セールス、商談会への参加、旅行社招請 観光展出展・セールス、商談会開催、メディア招請、旅行社招請 クルーズ船の寄港誘致 委託先：(公社) ツーリズムおおいた (一部委託)	・商談会やメディア招請等を民間へ業務委託し、効率的かつ効果的な事業実施を図った。	総コスト	74,396	68,661	76,150
			事業費	44,396	38,661	46,150
			(うち一般財源)	44,396	35,996	38,190
			人件費	30,000	30,000	30,000
			職員数(人)	3.00	3.00	3.00

活動指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成(年度)	評価	今後の課題	
								目標値	実績値
旅行会社セールス(回)	目標値		6	6	6		a	<ul style="list-style-type: none"> 様々な国・地域において、個人旅行が増加してきていることから、消費者に対して直接本県観光情報を提供していくことが重要 多言語対応やWi-Fi環境の整備、免税店の増加によるショッピング環境の改善など、外国人観光客の受入態勢の整備も重要 	
	実績値		4	11					
	達成率		66.7%	183.3%					
海外メディア取材招請・受入れ(回)	目標値		22	22	22				
	実績値		18	22					
	達成率		81.8%	100.0%					

[3. 事業の成果]

成果指標	指標名(単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成(年度)	評価	事業の成果	
								目標値	実績値
外国人観光客宿泊数(人泊/年)	目標値		370,000	380,000	390,000		a	本県の旅行先としての知名度の向上や旅行商品の造成が図られたことで、韓国に加え、台湾やタイ、中国からの観光客数も増加している。	
	実績値		382,440	385,110					
	達成率		103.4%	101.3%					

[4. 今後の方向性等]

今後の方向性	終了	継続・見直し	例外的に継続	廃止
--------	----	---------------	--------	----

今後の事業方針

・増加している個人旅行者に対応するため、海外でのプロモーションの実施による知名度の向上やきめ細やかな情報発信を行うとともに、多言語対応やWi-Fi環境等受入態勢の整備を推進

事業名	東九州自動車道関連誘客促進事業		事業期間	平成 26 年度～平成 27 年度		政策区分	ツーリズムの推進
						施策区分	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
総合評価	A	継続・見直し	事業実施課 (室) 名	観光・地域局観光・地域振興課		評価者	観光・地域振興課長 細川 浩明

[1. 現状・課題、目的]

現状・課題	東九州自動車道開通により、移動時間が短縮となる広島県や四国四県など巨大商圏・瀬戸内エリアに向けた積極的な情報発信と誘客が求められている。	事業の目的	東九州自動車道の全線開通に向けて、中国・四国地方や福岡県からの誘客を促進するため、宮崎県や県内ツーリズム関係者等と連携し、多様な機会を活用しながら効果的に情報発信を実施する。
-------	--	-------	---

[2. 事業内容と今後の課題]

(単位：千円)

活動名	活動内容	効率化の取組状況	コスト	25年度	26年度	27(予算)
宮崎県との連携事業 広島向け情報発信	両県の観光素材をテーマ別に紹介した共通パンフレット制作や共同セールス (3回)、大分・宮崎ドライブパス (9/20～12/21) の実施等 広島カーブを活用したマツダスタジアムでのPR (入場者3.2万人) 委託先：ツーリズムおおいた	・パンフレット制作や共同セールスなどを民間へ業務委託し、効率的かつ効果的な情報発信を実施 ・既存のイベント (由布市・佐伯市主催) を活用して効率的な情報発信を実施	総コスト		16,309	21,288
			事業費		11,309	16,288
			(うち一般財源)		6,309	12,788
			人件費		5,000	5,000
			職員数 (人)		0.50	0.50

活動指標	指標名 (単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成 (27年度)	評価	今後の課題	
								目標値	実績値
共同セールス (回数)	目標値			3	3	3	a	・NEXCO西日本と連携して取り組んだ「東九州自動車道 大分・宮崎ドライブパス」の継続実施と利用促進に向け、関係者との協議やプレスリリース、広告掲載時期等について利用者目線かつ前倒しで促進	
	実績値			3					
	達成率			100.0%					
	大分・宮崎ドライブパス (回数)	目標値			1	1			
		実績値			1				
		達成率			100.0%				

[3. 事業の成果]

成果指標	指標名 (単位)	達成度	25年度	26年度	27年度	最終達成 (27年度)	評価	事業の成果		
								目標値	実績値	達成率
								両県共通パンフレット作成 (部)		

[4. 今後の方向性等]

今後の方向性	終了	継続・見直し	例外的に継続	廃止
<p>今後の事業方針</p> <ul style="list-style-type: none"> 東九州全体として効率的な事業を展開するため、引き続き宮崎県と連携して情報発信と誘客を促進 セールス活動の強化や「大分・宮崎ドライブパス」の継続実施を通して両県の認知度をアップ 本県の重点ターゲットである広島県で、集中的な誘客事業を行い、本県への誘客促進 				