

事業名	大分総合プロモーション2011戦略事業	事業の目的	2011年の九州新幹線全線開通により生じる地域間競争を見据え、大分県の地域資源の知名度アップを図り、観光客増加や県産品の販売促進につなげるため、福岡都市圏を中心に広告、広報、販売促進、人的販売の4つの活動を効果的に組み合わせたプロモーションを行う。	事業期間	平成20年度 ～ 平成22年度
-----	---------------------	-------	--	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
プロモーション・ミックス実践事業 プロモーション・ミックス推進研究会	県	福岡都市圏	TV福岡4局、ラジオ2局、新聞、雑誌等多くの媒体でメディアミックスを展開 (TV36本、ラジオ76本等) ・福岡県内でのイベントPR カボスキャンペーン (8月) おおいた竹ものがたり in 福岡 (9月) イオン九州「大分うまいものフェア」 (10月) 等 ・大分県内の情報PR くにさき姫だこ、あまべ渡世大学、各種ツーリズム等	決算額		31,047	15,595	15,372	
				財源内訳	国庫支出金				
					一般財源		31,047	15,595	15,372
					職員数(人)		0.80	0.30	0.30
				人件費		8,000	3,000	3,000	
				合計		39,047	18,595	18,372	

[事業の成果等]

単発的な広報では情報発信できなかった地域のイベントや地域資源などを数多く、かつタイムリーに、福岡の情報番組で露出できた。本庁各課、各振興局からの様々な情報提供の要望に対応することができた。

[成果指標・実績]

(単位： )

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (22年度)	評価	備考
		目標値							福岡都市圏において、メディアでの年間を通じた情報提供・露出を目的としており、個別の数値指標で計ることができないため。
		実績値							
		達成率							

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている (拡大困難)	・広告代理店に年間を通じてプロモーションの委託契約することにより、TV、ラジオ、新聞、雑誌等幅広い媒体を活用し、効果的に大分県情報を発信		

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	県や市町村、観光協会などが実施する福岡都市圏向けのパブリシティや販売促進などのプロモーション活動にかかる広告支援、年間を通じたメディアなどへの情報提供・露出などを目的とし、県全体の観光客増・県産品の販売促進につなげる事業であり、県による実施が必要。

[総合評価]

方向性	終了(22年度末)
改善計画等	・23年度以降は、より効果的な県外広報のあり方について、具体的な成果指標を含めて検討

事業名	ふるさと大分回帰推進事業	事業の目的	2007年から退職期を迎える団塊の世代（1947年(S22)から1949年(S24)生まれ）を中心とする都市住民のライフスタイルの変化に着目し、県外居住者向けにUJIターンの取組を積極的に展開することで、県内流入の促進による地域活性化を図る。	事業期間	平成20年度 ～ 平成 年度
-----	--------------	-------	---	------	----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)		
ふるさと大分回帰推進連絡会議の運営 移住希望者への情報提供等	県	市町村等 移住希望者	ふるさと大分回帰推進連絡会議の開催 「地域における人材の受け入れ体制整備モデル調査」(国交省調査)の実施 移住実践者を「おおいた暮らしアドバイザー」として委嘱(3名) ホームページ「おおいた暮らし」での情報発信 空き家・住宅情報、県内移住・交流関連情報の発信 相談会への参加 ふるさと回帰フェア(東京・大阪)、新・農業人フェア(東京・大阪)等 移住・交流推進機構(JOIN)の活用(情報発信)	決算額		2,218	2,365	4,352		
				財 源 内 訳	国庫支出金					
					諸収入			242		
					一般財源		2,218	2,123	4,352	
				職員数(人)		0.70	0.70	0.30		
				人件費		7,000	7,000	3,000		
				合計		9,218	9,365	7,352		

[事業の成果等]

ふるさと大分回帰推進連絡会議での情報交換等をもとに県内の移住関連情報を的確に把握することにより、ホームページや県外で開催される相談会等で効果的な情報発信が可能になり、相談窓口への相談件数が増えるなど、大分への移住の関心度が高まった。

[成果指標・実績]

(単位：件)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (年度)	評価	備考
成果指標	観光・地域振興局にあった移住希望者からの相談件数(相談会での相談件数含む)	目標値		50	80	100		達成	22年度の目標値は、21年度の相談件数(92件)を基準に設定した。
		実績値	48	80	92				
		達成率		160.0%	115.0%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・移住・交流支援NPOとの連携した情報発信の実施	102千円/件	21年度決算額合計 / 観光・地域振興局への相談件数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	NPOとの協働が可能	県外居住者のUJIターンを積極的に促進するに当たっては、市町村・NPO・地域住民が主体的に移住者を受け入れる体制を整備する中で、県が受入体制を含めた県内の地域情報や移住関連情報を集約し、移住希望者に効果的に情報発信すべきである。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 事業内容の拡充
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・UJIターン希望者の多様なニーズに応じて、希望者の都合に応じて自由に「おおいた暮らし体験」ができるプログラムを新たに設定するとともに、移住専門雑誌での情報発信を行い、大分への移住を促進</li> <li>・おおいた暮らしアドバイザーを活用した情報発信</li> <li>・23年度以降は、UJIターン者数を把握する取組を推進</li> </ul>

事業名	小規模集落・里のくらし支援事業	事業の目的	住民が小規模集落に安心して住み続けられるよう、セーフティネットや地域資源の活用、集落外からの応援などにより集落の活性化を図るためのしくみづくりを、県・市町村はもとより住民自身や地域の実情を把握する様々な団体と連携して検討・構築する。	事業期間	平成20年度 ） 平成23年度
-----	-----------------	-------	--	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
集落支援事業補助金	個人・団体・法人	地域住民	小規模集落対策のモデルとなる取組の立ち上げに必要な様々な経費を高率補助で支援（補助実績13地域7,210千円） 補助率3/5、市町村負担原則1/5以上 補助限度額1,000千円	決算額		5,467	7,996	20,151
				財源内訳	国庫支出金			
小規模集落対策会議等運営	県・市町村	県・市町村 関係団体 地域住民	本庁で本部会議を開催（年2回） ・広域的な課題対応検討、市町村独自の取組喚起、啓発 振興局の単位ごとに地域対策会議開催（年3回） ・県・市町村が地域住民と協働して対策を構築	繰入金			1,000	4,500
				一般財源		5,467	6,996	15,651
				職員数(人)		15.00	15.00	5.80
				人件費		150,000	150,000	58,000
			合計		155,467	157,996	78,151	

[事業の成果等]

各地域対策会議で選定された23のモデル地域に県振興局職員や市町村職員等が入り込み、地域住民との話し合いを重ねた結果、いくつかの地域で、観光資源を活用した加工品販売や大学生との交流を通じたいきがいづくり、地域出身者による応援隊結成、隣接集落からの支援等、地域の実情にあわせた他の地域のモデルとなる取組が開始された。

[成果指標・実績]

(単位：件)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (23年度)	評価	備考
成果指標	各地域対策会議で生まれたモデル的取組の数(累計)	目標値		12	18	23	23	達成	
		実績値		15	22				
		達成率		125.0%	122.2%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・市町村と連携し対策を実施することでノウハウを移転し、市町村主体の取組が行えるような仕組みを構築	7,182千円/件	21年度決算額合計 / モデル的取組の数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	市町村による実施が妥当	小規模集落対策は基礎的自治体である市町村による主体的な対応が求められるが、全県的な課題であり、県民に安心感を持ってもらえるよう、県も市町村と連携し、主体的な立場で対策に取り組む必要がある。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 事業内容の拡充
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・22年度からは、対象地域を「モデル地域」に加え、市町村が積極的に取組を行おうとする「自主取組地域」を設定し、小規模集落の自発的な取組に対応</li> <li>・23年度は、市町村の積極的な取組を支援しながら、専門・広域的分野を中心に柔軟な対応を検討</li> </ul>

事業名	くらしにぬくもり小規模集落応援事業	事業の目的	小規模集落の人手不足により困難となりつつある共同作業に関し、集落外からの広域的な応援の仕組みを構築することで、課題解決を図るとともに、ひいては集落の保全にも寄与する。	事業期間	平成21年度 ～ 平成21年度
-----	-------------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
応援隊参加募集・活動PR・表彰	県・市町村	地域住民 関係団体	企業やNPO、支援を受ける集落などに対して、応援隊の説明会・募集・活用案内を行い、応援団体を登録、マッチングするとともに、応援活動実績のPRを実施 (年度末登録団体155, 活動実績35回)	決算額			4,547	
				財 源 内 訳	国庫支出金			
繰入金			4,000					
一般財源					547			
職員数(人)					15.00			
応援隊活動支援	県	関係団体	応援隊が活動する際のボランティア保険に県で一括して加入 (延べ406人活動)	人件費			150,000	
				合計			154,547	

[事業の成果等]

各市町村や、振興局による積極的な応援隊募集により155の団体から登録いただいた。  
振興局毎に設置している地域対策会議等で選定された地域からの要望を聞き取り、登録団体とのマッチングを行ったところ、35の地域で応援活動が行われた。

[成果指標・実績]

(単位：回)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (21年度)	評価	備考
成果指標	応援隊活動回数	目標値			30		30	達成	
		実績値			35		35		
		達成率			116.7%		116.7%		

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている (拡大可能)	・応援隊の登録作業等をNPO等への委託を検討	4,116千円/回	21年度決算額合計 / 応援隊活動回数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	市町村による 実施が妥当	小規模集落対策は基礎的自治体である市町村による主体的な対応が求められるが、全県的な課題であり、県民に安心感を持ってもらえるよう、県も市町村と連携し、主体的な立場で対策に取り組む必要がある。

[総合評価]

方向性	廃止(21年度末)
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・22年度から「小規模集落・里のくらし支援事業」に統合</li> <li>・23年度は、市町村の積極的な取組を支援しながら、専門・広域的分野を中心に柔軟な対応を検討</li> </ul>

事業名	くじゅう高原トマト街道推進事業	事業の目的	トマトの主要産地である萩、久住、九重地域と九州有数の観光地である「くじゅう」地域の特性を生かし、ドライブに最適なコースを「くじゅうトマト街道」と名付け、トマトのヘルシーなイメージを前面に打ち出し、産地としての知名度の向上と誘客を図る。	事業期間	平成20年度 ～ 平成21年度
-----	-----------------	-------	---	------	-----------------------

〔事業の実施状況〕

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
トマト料理講習会の実施 くじゅうトマト街道マップの作成 くじゅうトマト街道のぼり旗の作成	県	地域住民	トマト調理例の紹介(9月8日九重町にて開催 36人参加) トマト料理店、加工品販売所などを掲載したマップを作成し、広くPR(1万部 トマト関連店舗19件掲載) マップ掲載店やイベント時に設置するのぼり旗を作成し、広くPR	決算額		3,185	2,604		
		消費者		財源内訳	国庫支出金				
		消費者		一般財源		3,185	2,604		
				職員数(人)		0.50	0.50		
				人件費		5,000	5,000		
				合計		8,185	7,604		

〔事業の成果等〕

各種事業を通じて、地元農家との連携による地産地消メニューや新たなトマト料理が開発されたほか、「くじゅうトマト街道」の認知度が向上するとともに、今後の新たな展開に向けた気運醸成ができた。

〔成果指標・実績〕

(単位：店舗)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (21年度)	評価	備考
成果指標	トマト関連店舗等の数	目標値		15	20		20	概ね達成	2店舗が廃業になったため。
		実績値		21	19		19		
		達成率		140.0%	95.0%		95.0%		

〔実施方法の効率性〕

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・マスコミを活用した広報を実施	400千円/店舗	21年度決算額合計 / トマト関連店舗等の数

〔県が実施する必要性〕

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	民間団体による実施が妥当	くじゅうトマト街道のPRや、トマトを使った新商品・新メニューの開発等、地元関係者による主体的な活動が活発になってきていることから、イメージづくりの事業は地元委ねることとしたい。

〔総合評価〕

方向性	廃止(21年度末)
改善計画等	・観光地である九重町、竹田市のPRは重要であり、既存の広報資材等を活用しPRを実施

事業名	観光情報収集・発信事業	事業の目的	観光客や旅行エージェント等の多様なニーズに的確に対応し、県のイメージアップと誘客を図るため、観光情報誌、ホームページ、マスメディア等を効果的に活用して、県内各地のイベント情報や旬の情報を発信する。	事業期間	平成16年度 ～ 平成 年度
-----	-------------	-------	--	------	----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
観光情報の収集 観光情報の発信	県 県	県民 旅行者	魅力的な情報や旬の情報を収集 観光HP運営(年4回の季節特集の掲載、最新イベント情報) 観光情報誌「ツーリズムおおいた ぐるり」(5万部×4回)発行 観光マップ(8万部)、観光ガイドブック(4万部)作成 新聞・雑誌広告掲載(10本) 県外イベントへの出展	決算額	36,836	31,310	30,619	38,410
				財源内訳				
旅くらぶおおいたの活用 広域観光の推進	県 民間団体		交流会、モニターツアー等の実施 全国共同PR事業の実施	国庫支出金				
				一般財源	36,836	31,310	30,619	38,410
				職員数(人)	1.20	1.20	1.20	1.20
				人件費	12,000	12,000	12,000	12,000
				合計	48,836	43,310	42,619	50,410

[事業の成果等]

都市圏の旅行者や旅行会社、マスメディア等に対する積極的なプロモーション活動やニーズ把握等の誘客対策を、東京、大阪、福岡の県外事務所をキーステーションに、県内のツーリズム関係者が一体となって取り組み、効果的な観光情報の発信や誘客活動を推進できた。

[成果指標・実績]

(単位：千件)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (年度)	評価	備考
成果指標	観光ホームページアクセス件数	目標値	650	900	65,000	80,000		達成	20年度まではトップページのアクセス件数を指標としていたが、21年度からはホームページ全体のアクセス件数に指標を変更した。
		実績値	810	923	77,978				
		達成率	124.6%	102.6%	120.0%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている (拡大困難)	・事業を民間へ業務委託し、ホームページやパブリシティの活用等による、低コストで効率的・効果的な情報発信の展開	0.5円/件	21年度決算額合計 / 観光ホームページアクセス件数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	大分県全体の観光情報発信については、県下全域での誘客につながるよう市町村等と連携した広域的な情報発信が重要であり、県による実施が必要である。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 効率化の推進
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・22年度は引き続き、低コストで効果的な情報発信を推進</li> <li>・HPを刷新(7月予定)し、より迅速で効果的な情報発信を推進</li> <li>・九州横断三県(大分、熊本、長崎)による連携事業を実施し、より効率的・効果的で広域的な情報発信を推進</li> </ul>



事業名	九州観光戦略共同事業	事業の目的	九州全体の観光振興を図ることを目的に、九州観光推進機構と連携しながら、東アジアや国内大都市圏を主なターゲットとして九州観光戦略を推進する。	事業期間	平成17年度 ） 平成 年度
-----	------------	-------	---	------	----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
旅行先としての九州を磨く戦略	九州観光推進機構	旅行者	観光ボランティアガイドの育成・拡充や観光案内所のレベルアップ、「観光・まちづくりネットワーク九州」開催(3回)等 鉄道・航空会社とのタイアップ事業、東京・大阪等大都市圏での説明会開催(8回)、修学旅行誘致説明会開催等 国際観光展への参加(6カ所)や海外のテレビ番組・雑誌等による情報発信、修学旅行誘致のための招聘事業、観光説明会開催 マーケットニーズ等の収集や旅行商品の企画・造成の促進	決算額	31,309	31,572	31,728	31,769	
国内大都市圏から九州に人を呼び込む戦略		旅行代理店		財源内訳	国庫支出金				
東アジアから九州に人を呼び込む戦略					一般財源	31,309	31,572	31,728	31,769
九州観光戦略を進める体制づくり					職員数(人)	0.10	0.10	0.10	0.10
					人件費	1,000	1,000	1,000	1,000
		合計	32,309	32,572	32,728	32,769			

[事業の成果等]

大分を含む広域観光モデルルートの開発や東京・大阪での説明会開催、海外のテレビ・雑誌等による情報発信など、国内外から九州に人を呼び込む誘客事業を九州が一体となって取り組み、効果的な観光情報の発信や誘客活動を推進できた。

[成果指標・実績]

(単位：指数)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(27年度)	評価	備考
成果指標	宿泊者数 (18年度を100とした指標)	目標値	100.5	101.0	101.5	102.0	104	達成不十分	
		実績値	99.9	96.7	89.5				
		達成率	99.4%	95.7%	88.2%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・当該事業によって、九州への誘致については、一定の効率性があると思われるが、九州各県への効果が検証されていないことから、機構主催の会議等で一層の効率化と効果の検証を行うよう要望	9円/人	21年度決算額合計 / 宿泊者数(3,642,660人)

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	九州各県と連携した実施が必要	東アジアや国内大都市圏を対象に九州全体の観光振興を図ることや、九州内の他県と連携した広域観光ルートの開発を行うことは、大分県の観光振興にとって有効かつ重要であるため、九州各県と連携し実施することが必要である。

[総合評価]

方向性	現状維持
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>19年度九州地域戦略会議で策定された第二次九州観光戦略に基づき、20年度から3年の計画で、官民の負担割合及び九州各県の負担割合を設定</li> <li>22年度も引き続き、九州が一体となった国内外に向けた観光情報発信や誘客活動を実施</li> <li>22年度九州地域戦略会議において第三次九州観光戦略を制定し、23年度から3年の計画で、官民の負担割合及び九州各県の負担割合を設定</li> </ul>

事業名	おおいた竹ものがたり推進事業	事業の目的	県内各地で開催される竹あかりの祭典において、市町村、地域観光協会等との連携を図り、竹を大分県の観光ブランドとして強くPRする。	事業期間	平成20年度 ～ 平成21年度
-----	----------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
おおいた竹ものがたり in 福岡 交流施設における竹オブジェ設置	県	福岡都市圏の在住者、マスメディア、旅行会社等	9月12～13日、福岡市役所広場にて竹灯籠3千本や竹オブジェを展示し、各市町村と連携した物産展等とタイアップして開催(来場者85千人) 交流施設及び交通拠点(道の駅、里の駅、JR駅、港)に竹オブジェを設置し、県外からの観光客に大分県の竹文化をPR	決算額		14,642	6,434		
				財源内訳	国庫支出金				
					繰入金		1,261		
					一般財源		13,381	6,434	
				職員数(人)		1.00	1.00		
				人件費		10,000	10,000		
				合計		24,642	16,434		

[事業の成果等]

福岡都市圏におけるイベントの開催、竹オブジェや竹灯籠の露出等により、新たな大分県の観光ブランドとしての竹を強くPRすることができた。

[成果指標・実績]

(単位：人)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(21年度)	評価	備考
成果指標	おおいた竹ものがたり in 福岡の来場者数	目標値		42,900	85,000		85,000	達成	
		実績値		85,000	85,000		85,000		
		達成率		198.1%	100.0%		100.0%		

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	<ul style="list-style-type: none"> <li>「おおいた竹ものがたり in 福岡」を民間に業務委託するとともに、会場使用料が無料の福岡市役所前広場を活用</li> <li>委託先の自主事業とタイアップしてイベントを実施</li> </ul>	193円/人	$\frac{21年度決算額合計}{\text{おおいた竹ものがたり in 福岡の来場者数}}$

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	竹を観光ブランドとしてPRするためには、市町村による竹あかりの祭典の普及などが必要であり、そのためには、県が市町村間の連絡調整、協力関係の構築に支援していく必要がある。

[総合評価]

方向性	廃止(21年度末)
改善計画等	・おおいた竹ものがたり in 福岡は、22年度から都市圏観光誘客促進事業で実施し、県外事務所や市町村との連携を図りながら、福岡都市圏への対策を強化



事業名	おおいたツーリズム大学実施事業	事業の目的	ツーリズム関係者が、日常で抱える課題を解決して地域で新たな活動ができるよう足がかりをつくとともに参加者のネットワークを広げることによりツーリズム産業だけでなく地域のリーダーとして育つよう、研修事業を実施する。	事業期間	平成19年度 ～ 平成22年度
-----	-----------------	-------	--	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
おおいたツーリズム大学の実施	県	観光事業 従事者 地域振興 実践者	課題解決型の研修を実施、参加者が抱える課題についての対応策の獲得とネットワークづくりが目標 全7回で、講義、現場視察、討論、意見発表会を実施 (受講生実績) まちづくりコース16名、体験コース17名 計33名 (講座開催実績) まちづくりコース7回、体験コース7回 ※うち4回は両コース合同開催	決算額	3,372	4,505	3,996	3,466	
				財源内訳					
				国庫支出金					
				諸収入	115	115	165	150	
				一般財源	3,257	4,390	3,831	3,316	
				職員数(人)	0.70	0.50	0.50	1.10	
人件費	7,000	5,000	5,000	11,000					
合計	10,372	9,505	8,996	14,466					

[事業の成果等]

受講生の抱える課題や目標を明確化し、その課題解決に対応したメニュー事業に取り組むことにより受講生の高い満足度を得るとともに、少人数のゼミ形式を取り入れることにより受講生間に一体感が生まれ、ネットワークの構築や地域のリーダーとしての基盤の醸成を図ることができた。

[成果指標・実績]

(単位：ポイント)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (22年度)	評価	備考
成果指標	受講生の満足度の平均 (6項目各5点、計30ポイント・目標7割=21ポイント)	目標値	21	21	21	21	21	達成	事業の目的である、受講生の課題解決の足がかりやネットワーク構築ができたかを示すものとして、受講生の満足度を成果指標とする。
		実績値	27.2	25.1	26.2				
		達成率	129.5%	119.5%	124.8%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている (拡大可能)	・事業の一部を民間に委託	273千円/人	21年度決算額合計 / 受講生人数(33人)

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	民間との協働による県の実施が必要	ツーリズム関係者等の抱える課題を解決するには、他地域での実践例などを参考にした広域的な取組が有効であるとともに、関係者間の幅広いネットワークを構築することが有効であり、ノウハウを有する民間団体を十分に活用しながら県が実施する必要がある。

[総合評価]

方向性	終了(22年度末)
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域振興への熱意から受講への意欲は旺盛(21年度は定員30名に対し、受講希望70名)であり、23年度以降の取組を検討</li> <li>・卒業後のフォローアップとして各地域ごとに卒業生等関係者が恒常的に情報交換ができるよう、振興局単位でツーリズム研究会の設置を進めるとともに、NPO関係者や豊の国観光カレッジの修生生なども含め、世代や地域を越えたネットワークを構築</li> <li>・23年度以降の取組を検討するにあたっては、受講生のネットワークづくり、フォローアップに努めるとともに、事務の効率化を検討</li> </ul>

事業名	おおいた観光圏魅力向上事業	事業の目的	国の施策に呼応し、複数の観光地や滞在拠点等が連携した広域周遊や滞在型観光を推進するため、地域における広域の推進協議会を立ち上げ、2泊3日以上の上の広域滞在型観光の推進を図る。	事業期間	平成21年度 ～ 平成21年度
-----	---------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
おおいた観光素材「深発見」事業 (広域観光における観光素材の発掘とギャップ調査)  観光圏魅力向上リーディング事業	県	県内観光関係者 旅行者	地域と消費者の意識のギャップを把握し観光施策の優先順位や効果的なプロモーション展開案を策定(宇佐・国東エリア、日田・玖珠エリア、やまなみエリア、日豊海岸エリア) 2泊3日型の広域モデルコースを造成し、関東、関西、中四国、インバウンドのそれぞれを対象としたモニターツアーを実施し課題の検証を実施(宇佐・国東エリア、日田・玖珠エリア) 宇佐・国東、日田・玖珠の2地域において、関係者と共同で国の観光圏認定申請(22年2月)	決算額			20,522		
				財源内訳	国庫支出金				
					繰入金			8,900	
					一般財源			11,622	
				職員数(人)			1.00		
				人件費			10,000		
				合計			30,522		

[事業の成果等]

県内の4つの地域においてギャップ調査(消費者の「認知度」と「興味度」、「期待値」と「満足度」などを比較することで効果的な政策立案へつなげる)を実施することで、広域観光を推進するうえでの方向性を確認するとともに、宇佐・国東エリア及び日田・玖珠エリアにおいては広域観光推進協議会を立ち上げ、関係者と共同で国の観光圏認定申請を行うなど、県内各地域が主体的に広域連携を推進する気運醸成を図った。

[成果指標・実績]

(単位：泊)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(21年度)	評価	備考
成果指標	大分県内の1回あたりの平均宿泊数	目標値		1.49	1.52		1.52	概ね達成	平成19年度数値をベースに毎年2%増を目標値とする。
		実績値	1.46	1.45	1.45	1.45			
		達成率		97.3%	95.4%	95.4%			

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	平成20年10月に大分市、別府市、由布市、臼杵市、津久見市、佐伯市、宮崎県延岡市の7つの市による広域観光推進協議会を立ち上げ、関係市との連携を推進	8円/泊	21年度決算額合計 / 宿泊数(3,642,660泊)

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	複数の市町村にまたがる広域的な取り組みであるため、スタート時点では県による実施が効果的であったが、今後は地域協議会等が主導的に取り組めるよう県として支援を行っていく必要がある。

[総合評価]

方向性	廃止(21年度末)
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>22年度から、滞在でのんびり・広域でよくばり観光推進事業として地域協議会が主導的に取り組めるよう支援</li> <li>23年度は、国の観光圏を含む各地域の広域観光推進協議会とツーリズムおおいたとの連携の構築を検討</li> </ul>

事業名	都市圏観光誘客促進事業	事業の目的	本県への効果的な誘客を図るため、県外からの発地別旅行者の約5割を占める三大都市圏である福岡都市圏及び関東圏、関西圏の最重点エリアにおいて、大分県の観光プロモーションを重点的に実施する。	事業期間	平成21年度 ～ 平成23年度
-----	-------------	-------	--	------	-----------------------

〔事業の実施状況〕

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
観光ツーリズム商談会の開催	県	福岡都市圏の在住者、マスメディア、旅行会社等	全市町村と観光協会等観光関係者参加により、マスメディア・旅行社等の実務担当者へ、実演による「食」のPRや特産品の紹介を行うとともに、新たな観光素材を写真や映像を通じて情報発信した(福岡メディア等84名、大分73名参加) 都市圏旅行会社等に対する旅行造成に対するインセンティブやパンフレット作成支援等を実施 坐来大分を活用し、旅行商品造成に向けた旅行会社担当者を対象とした観光講演会の実施及び食を中心とした観光情報を提供	決算額			8,445	12,039	
インセンティブによる旅行造成支援				財源内訳					
				国庫支出金					
				一般財源			8,445	12,039	
坐来大分サロンの開催			職員数(人)			1.00	1.60		
			人件費			10,000	16,000		
			合計			18,445	28,039		

〔事業の成果等〕

都市圏の旅行者や旅行会社、マスメディア等に対する積極的なプロモーション活動やニーズ把握等の誘客対策を、東京、大阪、福岡の県外事務所をキーステーションに、県内のツーリズム関係者が一体となって取り組み、効果的な観光情報の発信や誘客活動を推進できた。

〔成果指標・実績〕

(単位：指数)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(23年度)	評価	備考
成果指標	県外からの宿泊者数 (20年度を100とした指標)	目標値			100.5	101	101.5	概ね達成	
		実績値		100.0	99.1				
		達成率			98.6%				

〔実施方法の効率性〕

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・商談会や商品造成支援などを民間委託 ・民間観光関係者が実施する観光プロモーション事業との効果的連携	6円/人	21年度決算額合計 / 県外からの宿泊者数(2,880,905人)

〔県が実施する必要性〕

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	都市圏に対する大分県全体の観光情報発信や誘客対策については、直接的かつ効率的なセールスを行う県外事務所や市町村等と連携した広域的な取組が重要であり、県による実施が必要である。

〔総合評価〕

方向性	見直し(22年度) 効率化の推進
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おおいた竹ものがたり推進事業を組み込み、特に入込客の多い福岡都市圏で、本県への更なる宿泊観光誘客を促進</li> <li>・22年度は引き続き、県外事務所と連携して効果的かつ効率的に事業を推進</li> <li>・23年度は、具体的な成果指標を検討</li> </ul>

事業名	海外観光客誘致対策事業	事業の目的	経済波及効果の高い海外からの観光客誘致を促進するため、最大の成長市場である中国、大分への来客数の多い韓国など、東アジア諸国をターゲットに、受入態勢の強化やセールス活動を行う。	事業期間	平成 2 年度 ～ 平成 2 7 年度
-----	-------------	-------	---	------	---------------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
外国語ホームページ強化整備 韓国誘客対策 中国誘客対策 台湾、香港誘客対策 その他アジアからの誘客対策	県	海外観光客	外国語観光ホームページのリニューアル(ツーリズムおおいた) 韓国を対象とするセールス・広報活動 中国を対象とするセールス・広報活動 台湾、香港を対象とするセールス・広報活動 シンガポール、タイなどを対象とするセールス・広報活動	決算額	10,984	9,840	11,001	11,846	
				財源内訳	国庫支出金				
					一般財源	10,984	9,840	11,001	11,846
					職員数(人)	1.00	1.00	1.00	1.00
				人件費	10,000	10,000	10,000	10,000	
				合計	20,984	19,840	21,001	21,846	

[事業の成果等]

韓国、中国をはじめとする東アジア地域を対象にしたセールス活動や旅行社、マスコミ等の招聘によって、大分県の認知度の向上と観光客の誘客につながった。

[成果指標・実績]

(単位：人)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (27年度)	評価	備考
成果指標	外国人観光客宿泊客数 (国統計)	目標値	300,000	343,000	375,000	392,000		著しく 不十分	平成20年後半に始まった世界的な経済不況と、21年度の新型インフルエンザの流行により各国の海外旅行が著しく減少した。
		実績値	326,380	316,440	168,040				
		達成率	108.8%	92.3%	44.8%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている (拡大困難)	・(社)ツーリズムおおいたに委託	125円/人	21年度決算額合計 / 外国人観光客宿泊客数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による 実施が必要	民間や市町村が単独で外国人観光客誘致を行っても、個別のセールスにしかならず、地域の観光資源をトータルに宣伝するには限界があり、知名度向上にもつながらず非効率であるため、県としての宣伝誘致活動が必要である。また、国や九州観光推進機構においても誘客事業がなされているが、日本及び九州に来る観光客を大分県に導くためには県での事業実施が不可欠である。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 事業内容の拡充
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後の観光客の増加を見込まれる中国への宣伝誘致活動を活発化させるとともに、成熟市場である韓国、台湾、香港への大分県の情報発信を行い、大分県への誘客を促進</li> <li>23年度は、海外戦略に基づき、県の情報発信や外国人観光客誘致活動を促進</li> </ul>

事業名	観光客にやさしい案内標識整備事業	事業の目的	観光客が目的地まで安心して円滑に移動できるように、県内の主要観光地及び主要観光ルート沿いに観光案内板や観光案内標識の整備を実施する。	事業期間	平成15年度 ～ 平成24年度
-----	------------------	-------	--	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
観光案内標識等の整備	県	観光客	観光案内標識の整備 (再整備：50基)	決算額	15,731	15,459	10,947	11,783	
				財源内訳	国庫支出金	15,204			
					繰入金				3,304
					一般財源	527	15,459	10,947	8,479
				職員数(人)	0.40	0.40	0.40	0.40	
				人件費	4,000	4,000	4,000	4,000	
				合計	19,731	19,459	14,947	15,783	

[事業の成果等]

老朽化した観光案内標識をリニューアルするとともに、道路交通網整備や新しい観光施設整備等の社会情勢の変化に対応し、観光地へのスムーズなアクセスを誘導する案内標識の標示修正工等を実施することにより、観光客の利便性の確保と大分県観光へのイメージアップを図った。

[成果指標・実績]

(単位：基)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (24年度)	評価	備考
活動指標	観光案内標識等の整備基数	目標値	6	5	42	3	8	達成	市町村等関係機関の意見を聴取して実施する、観光案内標識の整備数を活動指標とする。
		実績値	6	26	50				
		達成率	100.0%	520.0%	119.0%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・標識の両面活用による建設コストの縮減	299千円/基	21年度決算額合計 / 観光案内標識等の整備基数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	市町村をまたがる広域観光ルート形成に寄与するため県による実施が必要である。

[総合評価]

方向性	現状維持
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・22年度は、老朽化した標識の建替えと、標識台帳データシステムの整備について実施予定</li> <li>・23年度以降は、老朽化した標識の再整備を順次行っていくとともに、社会情勢の変化に対応した標示修正を実施していく予定</li> <li>・23年度は、一括発注の範囲拡大による事務の効率化と既設標識更新の市町村への移管を検討</li> </ul>

事業名	「名勝耶馬溪」景観再生事業（おおいた景観創生事業）	事業の目的	奇岩・秀峰で全国的に有名な「名勝耶馬溪」の良好な景観を再生し、県民の地域に対する誇りと愛着を育む。	事業期間	平成21年度 ） 平成22年度
-----	---------------------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
「名勝耶馬溪」景観再生	市町村等	県民	荒廃森林の伐採整理を行う市町村等に対する補助	決算額			6,882	9,520	
				財源内訳	国庫支出金				
					繰入金			6,882	9,520
					一般財源				
				職員数(人)			0.10	0.10	
				人件費			1,000	1,000	
合計			7,882	10,520					

[事業の成果等]

奇岩・秀峰を覆う雑木等を伐採することにより「名勝耶馬溪」の景観を回復し、県民の地域に対する誇りと愛着の向上が図られた。また、観光客の増加により地域の振興・活性化が図られた。

[成果指標・実績]

(単位：地区)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(22年度)	評価	備考
活動指標	修景地区数(累計)	目標値			3	7	7	達成	
		実績値			3				
		達成率			100.0%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・伐採後の樹木を「名勝炭」として加工・販売するなど有効利用	2,627千円/地区	21年度決算額合計 / 修景地区数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	大分県は、文化財保護法第113条の規定に基づき「名勝耶馬溪」の管理団体に指定されており、良好な景観を保全する責務を有する。

[総合評価]

方向性	終了(22年度末)
改善計画等	・モデル実施段階を終えたため、23年度以降は、他の県事業での対応または市事業への移管を検討



事業名	おおいたらしさ「景観」創出事業 (おおいた景観創生事業)	事業の目的	地域の景観に「おおいたらしさ」を創出し景観を活用した地域振興・観光振興を図るため、市町村や地元団体に対し、人材育成や法的手法整備の支援を行う。	事業期間	平成21年度 ～ 平成23年度
-----	---------------------------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
「景観まちづくり」のための人材育成  景観法に基づく法的整備の支援	県	県 民 市町村 地元団体	講座の実施：7回(参加者数1,150名) フォーラムの開催：1回(参加者数250名) まちあるきの開催：6カ所(参加者数178名) 景観計画策定等に関する助言及び支援 委員会・協議会への出席	決算額			2,219	2,023
				財源内訳	国庫支出金			
	一般財源					2,219	2,023	
	職員数(人)					0.40	0.40	
	人件費					4,000	4,000	
	合計				6,219	6,023		

[事業の成果等]

講座やフォーラム、まちあるきを開催し、景観まちづくりの観点から地域の中心となる人材を育成するとともに、景観まちづくりに対する意識を高めることができた。

[成果指標・実績]

(単位：人)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (23年度)	評価	備考
活動指標	講座等の参加者数(延べ人数)	目標値			1,500	700	700	達成	
		実績値			1,578				
		達成率			105.2%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている (拡大可能)	・講座やフォーラムの開催費用を一部市町村が負担した。	3,941円/人	21年度決算額合計 / 講座等の参加者数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	広域的及び統一的な景観づくりの方向性を県が主導する必要がある。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 事業内容の変更
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>モデル地区でのワークショップ開催を追加し、地域の景観まちづくりを推進</li> <li>23年度は、景観計画策定主体である市町村の費用負担の適正化(拡大)を検討</li> </ul>

事業名	農山漁村ツーリズム拠点整備重点支援事業	事業の目的	農山漁村がより大規模な顧客を受け入れられるように、県内に重点推進市町村を設定して農林漁業体験民宿の開業促進と受け入れ態勢の整備を支援する。	事業期間	平成19年度 ～ 平成21年度
-----	---------------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
重点市町村推進体制の整備 農林漁業体験型民宿の育成	市町村	農家民泊 経営者等	大人数宿泊需要に対応できる体制作り、中長期GT計画作成 農林漁業体験民宿開業研修、開業支援(4市)	決算額	3,714	2,357	1,538		
				財源内訳	国庫支出金				
					一般財源	3,714	2,357	1,538	
					職員数(人)	0.40	0.40	0.40	
				人件費	4,000	4,000	4,000		
				合計	7,714	6,357	5,538		

[事業の成果等]

農林漁業体験民宿の開業軒数が平成20年度から県全体で46軒増加し、このうち本事業により支援した宇佐市では12軒、竹田市では7軒、日田市では3軒増加した。これにより、教育旅行など大人数の受入も容易となり、農山漁村ツーリズムの振興の基盤が強化された。

[成果指標・実績]

(単位：軒)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (21年度)	評価	備考
成果指標	県内の農林漁業体験民宿数 (簡易宿所)	目標値	95	130	180		180	達成	
		実績値	193	215	261		261		
		達成率	203.2%	165.4%	145.0%		145.0%		

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	効率性指標	左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている (拡大可能)	・民宿開業希望者に対するグループ指導による事務の効率化	252千円/軒	21年度決算額合計 / 重点推進市町村の増加軒数(22軒)

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	NPOとの協働が可能	NPO法人大分県グリーンツーリズム研究会と連携し、開業支援を行った。

[総合評価]

方向性	終了(21年度末)
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>農山漁村ツーリズムの基盤強化が一定程度図られたため廃止</li> <li>22年度から観光・地域振興局に事務移管し、地域振興と一体的に農山漁村ツーリズムを振興</li> </ul>