

## 施策評価調書 目標年度(27年度)実績

施策コード II-3-(1)

|      |     |                        |       |                 |                  |     |
|------|-----|------------------------|-------|-----------------|------------------|-----|
| 政策体系 | 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 | 所管部局名 | 企画振興部           | 長期総合計画(プラン2005)頁 | 101 |
|      | 政策名 | ツーリズムの展開               | 関係部局名 | 企画振興部、生活環境部、教育庁 |                  |     |

### 【Ⅰ. 主な取り組み】

| 取組No. | ①        | ②          | ③                               | ④                    |
|-------|----------|------------|---------------------------------|----------------------|
| 取組項目  | 地域資源の商品化 | ツーリズム基盤の整備 | 九州新幹線全線開業など環境の変化に対応した新たな観光戦略の推進 | アジアを中心とする海外からの観光客の誘致 |

### 【Ⅱ. 目標指標】

| 指 標 |                    | 関連する取組No. | 基準値 |           | 目標年度(27年度) |           |        | 目標達成度(%) |    |    |     |     |  |  |
|-----|--------------------|-----------|-----|-----------|------------|-----------|--------|----------|----|----|-----|-----|--|--|
|     |                    |           | 年度  | 基準値       | 目標値        | 実績値       | 達成度    | 25       | 50 | 75 | 100 | 125 |  |  |
| i   | 県内宿泊客数(人泊/年)       | ①②③       | H19 | 4,749,470 | 5,200,000  | 6,080,470 | 116.9% |          |    |    |     |     |  |  |
| ii  | 外国人宿泊客数(人泊/年)      | ①②③④      | H19 | 326,380   | 390,000    | 693,130   | 177.7% |          |    |    |     |     |  |  |
| iii | グリーンツーリズム宿泊数(人泊/年) | ①②③       | H19 | 11,188    | 23,600     | 25,207    | 106.8% |          |    |    |     |     |  |  |

### 【Ⅲ. 指標による評価】

| 評価  | 理 由 等 |   |  | 平均評価 |
|-----|-------|---|--|------|
| i   | 達成    | 国内外に向けた情報発信を強化し、ブランド力向上を図るとともに、おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーン等様々な取組を官民一体となって進めるなど、大分県ツーリズム戦略の着実な推進に努めたことにより、目標値を達成した。 |  | 達成   |
| ii  | 達成    | 旅行先としての本県の知名度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が増加し、目標値を達成した。   |  |      |
| iii | 達成    | 研修会の実施やガイドブックの作成により、地域の農山漁村ツーリズムの活動を支援することで、前年度実績を上回り目標値を達成した。  |  |      |

#### 【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      | ・H27年12月に開催した「おおいたジオ『うつくし』フォーラム」の中で、姫島村・豊後大野市の両ジオパーク等のエクスカージョンを実施し、ジオパークの魅力を情報発信した。        |
| ②      | ・おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーンでは約12万人がおもてなしサポーターに登録し、官民一体となった活動ができた。                            |
| ③      | ・おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーンと連動した取組として、宿泊・周遊クーポンを発行し、県内宿泊者の増加の後押しとなった。                        |
| ④      | ・訪日旅行の人気や円安、ビザの発給要件緩和等により、外国人観光客が増加した。<br>・韓国だけではなく、県がプロモーションに強化して取り組んでいる台湾やタイなどで効果が現れている。 |

#### 【Ⅴ. 施策を構成する主要事業】

| 取組 No. | 事業名(27年度事業)      | 事業コスト(千円) | 事務事業評価 |
|--------|------------------|-----------|--------|
|        |                  |           | 総合評価   |
| ①      | おおいたジオパーク推進事業    | 39,000    | A      |
| ②      | ツーリズム戦略総合対策事業    | 116,935   | A      |
|        | 地域の文化財魅力度アップ事業   | 36,090    | A      |
| ③      | 国内圏域別誘客促進事業      | 109,379   | A      |
|        | おんせん県おおいた周遊促進事業  | 505,938   | A      |
| ④      | インバウンド推進事業       | 71,805    | A      |
|        | インバウンド観光産業基盤整備事業 | 286,956   | A      |

#### 【Ⅵ. 施策に対する意見・提言】

|  |   |
|--|---|
| <p>○第2回「安心・活力・発展プラン2015」推進委員会（H28.2）<br/>・インバウンドの情報発信については、大分にはいろいろな産業があるので1週間ぐらい滞在してもらって体験してもらいたいのではないかと。</p> | <p>○第2回「安心・活力・発展プラン2015」推進委員会（H28.2）<br/>・六郷満山のような山奥でもWi-Fiがあると観光客がやってくる。インフラとしてWi-Fiは重要。</p> |
|--|---|

#### 【Ⅶ. 総合評価と今後の施策展開について】

| 総合評価 | 成果と今後の施策展開  |
|------|---|
| A    | <p>・観光振興と地域振興を一体的に進めるため、グリーンツーリズムの推進、ジオパークや世界農業遺産など地域の観光素材の磨き上げにより、地域資源の商品化につなげるとともに、H24年8月には、「安心・活力・発展プラン2005」の行動戦略となる「大分県ツーリズム戦略」を策定し、さらに、全国規模の誘客としてH27年7月～9月には、JRグループと地域が一体となって取り組む「おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーン」を開催し、県民総参加のおもてなし機運の醸成や全国の旅行会社とのネットワーク構築などが図られた。</p> <p>・また、訪日旅行人気や円安、ビザの発給要件緩和等を追い風として、国際線の就航先での観光展の出展、現地旅行会社や海外メディアの招請といった誘致対策の実施により、目標を大きく上回る実績を挙げるとともに、ツーリズムのオール大分体制の構築が図られた。</p> <p>・今後は、新たに策定した「日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略2015」に基づき、2019年のラグビーワールドカップや2020年の東京オリンピック・パラリンピックなども念頭におきながら、国別、圏域別、目的別の戦略的な国内誘客やインバウンド対策を加速させるほか、次代を担う観光人材の育成や県域を越えた観光連携に取り組む他、「おんせん県おおいた」らしい温泉の活用や、自然、食、アートなどの素材磨きによるブランドイメージを確立など、これまでの取り組みで培ったオール大分体制での更なるツーリズムの推進を図っていく。</p> |