

## 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・局・室名	ページ
プロモーションおおいた福岡戦略事業	広報広聴課	2 / 10
九州観光戦略共同事業	観光・地域局観光・地域振興課	3 / 10
観光情報収集・発信事業	観光・地域局観光・地域振興課	4 / 10
都市圏観光誘客促進事業	観光・地域局観光・地域振興課	5 / 10
海外観光客誘致対策事業	観光・地域局観光・地域振興課	6 / 10
関西圏域観光誘客事業	観光・地域局観光・地域振興課	7 / 10
農山漁村ツーリズム推進事業	観光・地域局観光・地域振興課	8 / 10
おおいた景観創生事業	観光・地域局景観・まちづくり室	9 / 10
観光客にやさしい案内標識整備事業	観光・地域局景観・まちづくり室	10 / 10

事業名	プロモーションおおいた福岡戦略事業	事業期間	平成 20 年度～平成 24 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	広報広聴課

[ 目的、現状・課題 ]

目的	対象	福岡都市圏の住民	現状・課題	福岡県は本県のトマトやカボスなどの大消費地であり、宿泊客の約27%が福岡からの観光客である。九州新幹線全線開通後は地域間競争が激化し、福岡県からの観光客が熊本や鹿児島に流れる可能性が高いため、福岡都市圏の住民に対し、これまで以上に大分県の魅力を情報発信していくことが求められている。
	意図	大分県への誘客を強化し、県産品の販売促進を図る		

[ 事業の実施状況 ]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
プロモーションおおいた福岡戦略事業	TVや新聞、HP等の媒体を活用した、おおいたの観光資源や県産品情報の発信 委託先：電通九州大分支社 TV(15回)、新聞(21回)、バスツアー(10行程延べ17回)、HPで大分情報をPR 関係各課や振興局等の研究会による事業の効果や問題点の協議、戦略事業への反映	全部委託	県	総コスト	18,084	21,118	19,111	
		事業費		15,084	16,118	14,111		
プロモーション戦略会議		直接実施		うち一般財源	15,084	16,118	13,324	
				うち繰越額				
				人件費	3,000	5,000	5,000	
				職員数(人)	0.30	0.50	0.50	

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[ 事業の成果等 ]

事業の成果	バスツアー10行程延べ17回、649人の大分県への誘客が図られた他、県のバスツアー事業が呼び水となり、福岡の旅行会社による独自ツアーが商品化され、観光客の誘客につながっている。また、県が企画したテレビ10番組や、福岡でのイベントをテレビで生中継することにより、多くの福岡市民の集客が図られ、県産品の販売増につながった。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
					23年度	24年度	目標値	目標年度	
			TV放送(自主番組、生放送)(回)		22	15			
			新聞(回)		21	21			
			バスツアー(行程)		10	10			
成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(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							

[ 県が実施する必要性 ]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	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、県内市町村と連携・調整しながら県全体の観光客増、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である。

[ 実施方法の効率性 ]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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をすることにより、TV、新聞、HP等幅広い媒体を活用し、効果的に大分県情報を発信	22年度	24年度	プロポーザル方式で複数のメディアを組み合わせることで提案を受けているため効率性指標は設定できない。

[ 総合評価 ]

方向性	終了(24年度末)	方向性の判断理由	福岡都市圏を対象とし、県外広報の一定の成果が図られたため
改善計画等	・25年度は、福岡・関西エリアを対象とした県外広報「おおいた地域ブランドカアアップ推進事業」を展開する予定		

事業名	九州観光戦略共同事業	事業期間	平成 17 年度～平成 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[ 目的、現状・課題 ]

目的	対象	九州域外観光客	現状・課題	国内の旅行態様の多様化はもとより、東アジアを中心に海外旅行需要が増加する中で、より一層、九州が一体となって観光客を呼び込むことが求められている。
	意図	大分県への誘客を図る		

[ 事業の実施状況 ]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
旅行先としての九州を磨く戦略	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等	負担金	九州観光推進機構	総コスト	32,601	35,257	35,253	3,000
				事業費	31,601	32,257	32,253	
国内大都市圏から九州に人を呼び込む戦略	鉄道・航空会社とのタイアップ事業、大都市圏での説明会年2回(東京、大阪、福岡)			うち一般財源	31,601	32,257	32,253	
				うち繰越額				
東アジアから九州に人を呼び込む戦略	修学旅行誘致説明会開催(年3か所開催) 国際観光展への参加(6か国・地域で16回開催)、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請事業			人件費	1,000	3,000	3,000	3,000
				職員数(人)	0.10	0.30	0.30	0.30

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[ 事業の成果等 ]

事業の成果	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。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
			海外メディア取材招請・受入れ(回)	37	26	22	27	
			九州オルレ県内コース訪問者数(人)		2,533			

  

成果指標	指標名(単位)		達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	九州外からの宿泊者数(18年を100とした指標)	目標値		102.0	102.0	102.5	103.0		104.0	達成
実績値		102.8	102.8	100.4	106.4					
達成率		100.8%	100.8%	98.0%	103.3%					

[ 県が実施する必要性 ]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	九州地域戦略会議規約	「九州は一つ」の理念の下、九州7県の行政と経済団体が一体となって九州観光戦略を推進しており、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、県による実施が必要である。

[ 実施方法の効率性 ]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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)	・当該事業により、九州への誘客については、一定の効率性があると思われるが、九州各県への効果が見えにくい面もあり、機構主催の会議等で一層の効率化と効果的な検証を行うよう要望	22年度	24年度	総コスト/宿泊者数 (H22:3,975,663人泊、 H24:4,163,099人泊)
			8 円/人	8 円/人	

[ 総合評価 ]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	22年度九州地域戦略会議で23年度からの3か年について合意しているため
改善計画等			・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か年の計画で、官民の負担割合及び九州各県の負担割合を設定 ・22年度九州地域戦略会議において第三次九州観光戦略制定。23年度から3か年の計画で、官民の負担割合及び九州各県の負担割合を設定

事業名	観光情報収集・発信事業	事業期間	平成 16 年度～平成 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[ 目的、現状・課題 ]

目的	対象	観光客、旅行エージェント等	現状・課題	訪問地として九州が注目を集める中、大分県へのさらなる誘客を図るため、地域資源に一層の磨きをかけるとともに、「日本一のおんせん県おおいたの味力も満載」をキャッチフレーズに、効果的な情報の収集・発信が求められている。
	意図	大分県の観光情報に触れる機会を増やす		

[ 事業の実施状況 ]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
観光情報の収集 観光情報の発信	魅力的な旬の情報を収集 委託先：(社)ツーリズムおおいた 観光HP運営、観光情報誌(5万部×4回)発行、新聞・雑誌広告掲載 委託先：(社)ツーリズムおおいた 観光マップ(14.4万部)、観光ガイドブック(8万部)作成 委託先：佐伯印刷(株)	全部委託	県	総コスト	47,295	66,034	64,967	58,987
				事業費	35,295	46,034	44,967	38,987
				うち一般財源	35,295	39,521	29,978	38,987
				うち繰越額				
				人件費	12,000	20,000	20,000	20,000
				職員数(人)	1.20	2.00	2.00	2.00

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[ 事業の成果等 ]

事業の成果	都市圏のマーケットを意識し、誘客イベントの際に鮮度の高い情報発信を行ったほか、地域の旬な情報や新しく芽生えてきた情報を収集・選定し、観光情報誌を発行した。					活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
									23年度	24年度	目標値	目標年度
							観光情報誌「ぐるり」発行部数(万部)		20	20	20	
					モニターツアー開催回数(回)		5	2	5			
成果指標	指標名(単位)		達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(年度)	評価	備考		
	観光HPアクセス件数(千件)		目標値	1,800	2,000	2,200	2,400		達成			
			実績値	1,864	2,024	2,709						
			達成率	103.6%	101.2%	123.1%						

[ 県が実施する必要性 ]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	大分県内全域での誘客を図るためには、各市町村や観光協会など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。

[ 実施方法の効率性 ]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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)	・観光情報ツールの作成にあたり、事業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	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			25千円/件	24千円/件	

[ 総合評価 ]

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	24年度に策定した大分県ツーリズム戦略に沿った事業展開が必要なため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、低コストで効果的な情報発信を推進</li> <li>24年度に実施した読者アンケートの結果を活用し、観光情報誌配布先等の見直しを検討</li> <li>「日本一のおんせん県おおいたの味力も満載」のキャッチフレーズやロゴマークを活用し、情報発信を強化</li> </ul>		

事業名	都市圏観光誘客促進事業	事業期間	平成 21 年度～平成 26 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

〔目的、現状・課題〕

目的	対象	都市圏在住者	現状・課題	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大部分を占める福岡圏域、関西圏域、首都圏の三大都市圏において、大分県観光に関する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。
	意図	大分県への誘客を図る		

〔事業の実施状況〕

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
観光ツーリズム商談会の開催 インセンティブによる旅行造成支援 坐来大分サロンの開催	市町村や観光協会等観光関係者と連携したマスメディア・旅行社の実務担当者へ、新たな観光素材を情報発信する商談会の開催 委託先：(社)ツーリズムおおいた 都市圏旅行会社の商品造成に対するパンフレット作成支援等を実施 委託先：(社)ツーリズムおおいた 坐来大分を活用した旅行会社対象の観光講演会実施及び食等の観光情報を提供 委託先：(社)ツーリズムおおいた	全部委託	県	総コスト	27,668	38,874	31,270	48,262
				事業費	11,668	18,874	11,270	28,262
				うち一般財源	11,668	9,328	10,270	24,921
				うち繰越額				
				人件費	16,000	20,000	20,000	20,000
職員数(人)	1.60	2.00	2.00	2.00				

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

〔事業の成果等〕

事業の成果	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。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
			商談会の開催数(回)	2	2	2	26	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(26年度)	評価	備考	
	県外からの宿泊客数(20年を100とした指標)	目標値		101	102	103	104	105	達成	(県外からの宿泊者数H20:3,213千人泊)
		実績値		101	104	105				
		達成率		100.0%	102.0%	101.9%				

〔県が実施する必要性〕

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	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、直接的かつ効果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。

〔実施方法の効率性〕

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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	22年度	24年度	総コスト/県外からの宿泊者数 (H22:3,239千人泊 H24:3,380千人泊)
			9 円/人	9 円/人	

〔総合評価〕

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	24年度に策定した大分県ツーリズム戦略に沿った事業展開が必要なため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>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>「日本一のおんせん県おおいたの味力も満載」をキャッチフレーズに、都市圏に向けた情報発信を強化</li> </ul>		

事業名	海外観光客誘致対策事業	事業期間	平成 2 年度～平成 2 7 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[ 目的、現状・課題 ]

目的	対象	海外観光客	現状・課題	今後国内経済の縮小が見込まれる中で、経済成長の著しい中国をはじめとするアジアからの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・セールスが求められている。
	意図	大分県に誘客する		

[ 事業の実施状況 ]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	2 2 年度	2 3 年度	2 4 年度	2 5 (予算)
中国誘客対策	中国からのキーマンやメディアの招請及びセールス	一部委託	県(VJは国、他県と連携)	総コスト	21,465	36,022	61,655	89,817
韓国誘客対策	韓国マーケットでの観光展出展及びセールス	一部委託	県	事業費	11,465	16,022	31,655	49,817
香港誘客対策	香港でのセールス、民間事業者との連携	一部委託	県(VJは国と連携)	うち一般財源	11,465	16,022	31,655	49,817
その他アジアからの誘客対策	シンガポール教育旅行セミナー、旅行社等の招請	一部委託	県(他県と連携)	うち繰越額				
クルーズ船誘致	中国等からのクルーズ船の寄港誘致	一部委託	県、国際観光船誘致促進協議会	人件費	10,000	20,000	30,000	40,000
情報発信事業	ホームページの充実やパンフレットの作成	全部委託	県	職員数(人)	1.00	2.00	3.00	4.00
委託先：(社)ツーリズムおおいた				「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。				

[ 事業の成果等 ]

事業の成果	国や九州観光推進機構、九州他県と連携して、旅行会社やマスコミの招請事業を実施するなど、海外からの誘客に取り組んだ。平成24年の外国人宿泊客数は、震災のあった24年実績を約24.6%上回るなど全体として回復してきた。					活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			2 3 年度	2 4 年度	目標値		目標年度					
	韓国セールス(回)		4	4	3		2 7					
	中国セールス(回)		5	1	3		2 7					
成果指標	指標名(単位)		達成度	2 2 年度	2 3 年度	2 4 年度	2 5 年度	最終達成(2 7 年度)	評価	備考		
	外国人観光客宿泊数(人泊/年)		目標値	340,000	180,000	360,000	370,000	390,000	達成不十分	本県への観光客が最多の韓国からの観光客は、ウォン安等の影響を受けて、本格的な回復には至っていないため。		
			実績値	364,687	306,770	306,470						
			達成率	107.3%	170.4%	85.1%						

[ 県が実施する必要性 ]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	民間や市町村が個別にセールスを行っても、地域の観光資源をトータルに宣伝するには限界があり非効率であるため、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。

[ 実施方法の効率性 ]

検証の視点	検証結果	2 4 年度までの主な効率化の取組状況	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	2 2 年度	2 4 年度	総コスト / 成果指標の実績値
			59 円/人泊	201 円/人泊	

[ 総合評価 ]

方向性	見直し(2 5 年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	国の施策としての外国人観光客誘致の強化に伴い、本県への誘致も強化する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2 4 年に策定した大分県ツーリズム戦略に基づき、海外からの観光客誘致を推進</li> <li>・本県への観光客の多い韓国、中国、香港、台湾に対して情報発信を強化</li> <li>・東アジアに加えて、東南アジアのタイやシンガポールなど A S E A N の国々からの誘客について検討</li> </ul>		

事業名	関西圏域観光誘客促進事業	事業期間	平成 23 年度～平成 25 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[ 目的、現状・課題 ]

目的	対象	関西圏域在住者	現状・課題	別府～阪神航路が100周年を迎えるなど歴史的結びつきも強く、鉄道（陸）、フェリー（海）、航空機（空）など複数の交通手段がある関西圏域は観光誘客の増加に大きな可能性があるため、九州新幹線全線開業などを好機と捉えて集中的なプロモーションを実施する必要がある。
	意図	誘客を図り、滞在期間延長、県内泊を促進する		

[ 事業の実施状況 ]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
おおいた竹ものがたりinせんちゅうバル まちあるき観光列車 駅から始まるミニツアー	市町村や観光協会等と連携した関西での観光物産展の実施 委託先：(社)ツーリズムおおいた JR九州と連携した臨時観光列車の運行 委託先：JR九州、(社)ツーリズムおおいた JR駅を発着地とする着地型旅行商品を企画造成 委託先：(社)ツーリズムおおいた	全部委託	県	総コスト		72,995	76,381	79,206
				事業費		52,995	56,381	59,206
				うち一般財源		39,118	19,531	52,266
				うち繰越額				
				人件費		20,000	20,000	20,000
職員数(人)		2.00	2.00	2.00				

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[ 事業の成果等 ]

事業の成果	平成24年度に策定した「大分県ツーリズム戦略」に基づき、民間事業者や市町村、地域観光協会等と連携して、関西圏域をターゲットとした集中的な大分県観光プロモーションを実施した。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			観光物産展(開催数)		23年度	24年度	目標値	目標年度	
				1	1	1	25		
成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(25年度)	評価	備考
	関西からの宿泊者数 (22年度を100とした指標)	目標値		101	102	103	103	達成	
		実績値		114	110				
		達成率		112.9%	107.8%				

[ 県が実施する必要性 ]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	関西圏以西をターゲットとした誘客促進対策については、大分県大阪事務所やツーリズムおおいた、市町村、地域観光協会などと連携した広域的な取組が必要であり、県による実施が必要である。

[ 実施方法の効率性 ]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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)	・効果的なメディア露出等について民間委託 ・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	23年度	24年度	総コスト / 関西からの宿泊者数(H24:341,609)
			208 円/人	224 円/人	

[ 総合評価 ]

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	24年度に策定した大分県ツーリズム戦略に沿った事業展開が必要なため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、大阪事務所と連携して効果的かつ効率的に事業を推進</li> <li>JR九州、JR西日本、フェリー会社などとの連携強化により、さらに効果的なプロモーションを展開</li> <li>新聞、ラジオなどの多様なメディアを活用した効果的な情報発信</li> <li>24年度は、中国人観光客宿泊数の目標達成率を検証</li> </ul>		

事業名	農山漁村ツーリズム推進事業	事業期間	平成 20 年度～平成 26 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[ 目的、現状・課題 ]

目的	対象	農林漁村体験民宿開業者	現状・課題	農山漁村体験民宿は、中山間地等において地域資源や農林水産者の生き様を活かして貴重な副収入を得る手段として有効であるが、近年増加した教育旅行への対応や他県との競争に堪えうるサービス提供が十分できていない。
	意図	受入態勢の整備を支援する		

[ 事業の実施状況 ]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				22年度	23年度	24年度	25(予算)	
受入地域等レベルアップ  農山漁村ツーリズム情報発信 農山漁村ツーリズム推進体制整備	ツーリズムインストラクターレベルアップ研修会 危機管理研修会 専門コーディネーター派遣 委託先：(株)セッション 農山漁村ツーリズムガイド作成 委託先：佐伯印刷(株) 農山漁村ツーリズム推進協議会や行政担当者研修会実施	直接実施 直接実施 全部委託 全部委託 直接実施	県	総コスト	12,129	16,483	13,751	13,251
				事業費	2,129	6,483	3,751	3,251
				うち一般財源	2,129	2,507	3,751	3,251
				うち繰越額				
				人件費	10,000	10,000	10,000	10,000
職員数(人)	1.00	1.00	1.00	1.00				

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[ 事業の成果等 ]

事業の成果	農林漁業体験民宿の開業件数は20年度から98件増加した。この結果、近年需要が増えている教育旅行などの受入も対応可能となった。なり、農山漁村ツーリズム振興の基盤が整備された。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
			インストラクター研修会参加者(人)	17	11			
			危機管理研修会参加者(人)	89	103			

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(26年度)	評価	備考
	県内の農林漁業体験民宿数(簡易宿所)(軒)	目標値	230	280	300	315	330	達成	
		実績値	293	329	342				
		達成率	127.4%	117.5%	114.0%				

[ 県が実施する必要性 ]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	大分県の農山漁村ツーリズム振興は各地域の個性ある取組を支援しながらも、NPO法人大分県グリーンツーリズム研究会等と連携し、広域にサービスのポトムアップ、誘客活動を行っていく必要がある。

[ 実施方法の効率性 ]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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することによる効率的・効果的な情報発信の展開	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			41	40	
			千円/軒	千円/軒	

[ 総合評価 ]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	24年度に策定した大分県ツーリズム戦略に沿った事業展開が必要なため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、低コストで効果的な研修事業と情報発信を推進</li> <li>専門コーディネーターの派遣による各地域の事務局体制の強化と人材育成</li> <li>24年度から導入したグリーンツーリズムインターン制の周知を図ることにより、これまで以上に新規開業者の拡大を推進</li> <li>26年度はより効果的な事業執行が行われているかを検証</li> </ul>		



事業名	おおいた景観創生事業	事業期間	平成 21 年度～平成 24 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 景観・まちづくり室

[ 目的、現状・課題 ]

目的	対象	県民	現状・課題	地域に点在する魅力的な景観については、大分県の観光資源・宝として県民の認識が十分でなく、雑木等により景観が阻害されるなど、景観資源の有効活用が図られていない。
	意図	景観を活用した地域振興・観光振興を図る		

[ 事業の実施状況 ]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				22年度	23年度	24年度	25(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 「名勝耶馬溪」景観再生	講座の実施：3回（参加者230名） まちあるき・意見交換会の実施1か所（参加者38名） 景観計画策定等に関する助言及び支援委員会への出席 荒廃森林の伐採整理を行う市町村等に対する補助	直接実施	県	総コスト	16,350	12,313	7,213	
				事業費	11,350	7,313	2,213	
		直接実施 直接補助	県 市町村	うち一般財源	1,830	1,203	796	
				うち繰越額				
		人件費	5,000	5,000	5,000			
		職員数(人)	0.50	0.50	0.50			

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[ 事業の成果等 ]

事業の成果	講座や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、景観まちづくりに関する意識を高めることができた。また、「名勝耶馬溪」の景観を回復し、県民の地域に対する愛着の向上が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
			講座の開催数(回)	4	3	4	24	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	最終達成(24年度)	評価	備考
	累計景観まちづくりコンダクター登録数(人)	目標値	27	36	50	50	概ね達成	
		実績値	39	45	45	45		
		達成率	144.4%	125.0%	90.0%	90.0%		

[ 県が実施する必要性 ]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	景観法、文化財保護法	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。文化財保護法第113条の規定により「名勝耶馬溪」の管理団体である県が良好な景観を保全する責務を有する。

[ 実施方法の効率性 ]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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 ・伐採後の樹木を「名勝炭」として加工・販売し有効利用を推進	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			419 千円/人	160 千円/人	

[ 総合評価 ]

方向性	終了(24年度末)	方向性の判断理由	事業目的が達成されたため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成25年度は新たに広域的視点からの景観保全形成について、県が主体となり方向性を示すことが必要なことから、市町村・関係団体等をメンバーとする「おおいた景観づくり検討会議(仮称)」を開催し、魅力ある景観づくりへの取組を実施</li> <li>風景街道「九州横断の道 やまなみハイウェイ」等の沿道景観の展望を阻害する雑木等を伐採</li> </ul>		

事業名	観光客にやさしい案内標識整備事業	事業期間	平成 15 年度～平成 24 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 景観・まちづくり室

[ 目的、現状・課題 ]

目的	対象	観光客	現状・課題	道路交通網整備や新しい観光施設整備などの社会情勢の変化により、観光客が目的地まで円滑に移動できない恐れがある。
	意図	目的地までの円滑な移動を支援する		

[ 事業の実施状況 ]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
観光案内標識の整備	観光案内標識の再整備(2基)	直接実施	県	総コスト	15,322	14,867	10,214	
				事業費	11,322	9,867	5,214	
				うち一般財源	8,018	9,867	5,214	
				うち繰越額				
				人件費	4,000	5,000	5,000	
				職員数(人)	0.40	0.50	0.50	

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[ 事業の成果等 ]

事業の成果	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表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。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			観光案内標識の整備基数(基)	4	2	目標値	目標年度	
成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	最終達成(24年度)	評価	備考
		目標値						指標が設定できないのは、観光客を目的地まで誘導することが目的であり、観光案内標識の整備に限定した指標の計測が困難なため。
		実績値						
		達成率						

[ 県が実施する必要性 ]

検証の視点	検証結果	活動根拠	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	なし	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。

[ 実施方法の効率性 ]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	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 ・標識台帳システムの整備を行い標識に関する事務を効率化	22年度	24年度	総コスト / 活動指標の実績値(H22:4基)
			3,831	5,107	
			千円/基	千円/基	

[ 総合評価 ]

方向性	終了(24年度末)	方向性の判断理由	平成24年度に策定したツーリズム戦略に基づき新たな観点での整備が必要のため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・25年度に周辺施設の案内表示等、本来市町村が管理すべき標識の市町村移管</li> <li>・25年度はツーリズム戦略に基づき、改修の際「日本一のおんせん県おおいた」をPRする表記を追加する等、観光客へ「おんせん県おおいた」を情報発信</li> </ul>		