

## 政策評価調書(30年度実績)

政策名	人を呼び込み地域が輝くツーリズムの推進	政策コード	Ⅱ-4	関係部局名	商工観光労働部、生活環境部、土木建築部
-----	---------------------	-------	-----	-------	---------------------

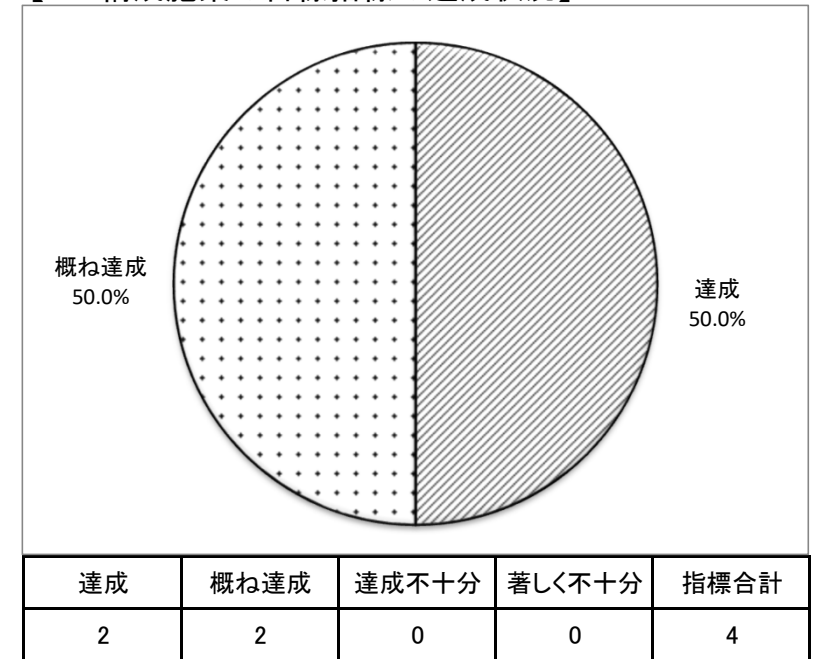
### 【Ⅰ. 政策の概要】

「おんせん県おおいた」の強みを生かした情報発信や団体誘客の促進等による国内誘客と、ラグビーワールドカップ2019などを契機とした海外への情報発信や観光案内の多言語対応などによる海外誘客(インバウンド)を強化するとともに、観光人材の育成・確保や地域ブランドイメージの確立につながる地域磨きを推進し、観光による活力ある大分県づくりを目指す。

### 【Ⅲ. 政策を構成する施策の評価結果】

	施策名	指標評価	総合評価
1	国内誘客の推進と海外誘客(インバウンド)の加速	達成	A
2	おんせん県おおいたの地域磨きと観光産業の振興	概ね達成	B

### 【Ⅱ. 構成施策の目標指標の達成状況】



### 【Ⅴ. 政策を取り巻く社会経済情勢・今後の動向】

国内旅行市場は団塊の世代の旅行需要等に支えられ、堅調に推移しているが、人口減少社会の到来により、国内旅行需要は長期的に減少することが見込まれる。そのため、魅力ある観光素材の開発や効果的な情報発信のほか、H30年世界温泉地サミットや国民文化祭、全国障害者芸術・文化祭、六郷満山開山1300年などのレガシーを活かし、着実な誘客促進を図る必要がある。

一方、2018年の訪日外国人旅行者数は、訪日ビザの要件緩和や円安などを受けて、中国などアジアを中心に訪日ブームが続き、日本全体で過去最高の3,119万人を記録するとともに、消費額も約4.5兆円と過去最高を記録した。外国人観光客の訪問先はゴールデンルート「東京～大阪～京都」中心から新たな旅行先へ需要が高まることが見込まれる中、ラグビーワールドカップ2019や2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に、アジアからの誘客に加えて欧米・大洋州にウイングを広げ、国外への情報発信や多言語対応、Wi-Fiやキャッシュレス決済の環境整備など受入体制整備に引き続き取り組む必要がある。

今後、県域版DMOにおける国内・海外への効果的な情報発信・誘客のほか、「日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略(2019-2021)」に基づき、「地域の観光素材磨き」、「情報発信とブランド力の向上」、「ターゲットに応じた誘客」、「安心で快適な旅を支える態勢整備」、「観光産業の振興と観光人材の確保・育成」の5つの戦略に官民一体となって取り組む。

### 【Ⅳ. 評価が著しく不十分となった指標】

指標名	達成率
該当なし	—