

### 施策評価調書(2年度実績)

				施策コード	Ⅱ-3-(1)	
政策体系	施策名	国内誘客の推進と海外誘客(インバウンド)の加速	所管部局名	商工観光労働部		
	政策名	地域が輝くツーリズムの推進と観光産業の振興	関係部局名	商工観光労働部		
				長期総合計画頁	95	

#### 【Ⅰ. 主な取り組み】

取組No.	①	②	③	④
取組項目	圏域ごとのニーズに応じた国内誘客	国・地域ごとにターゲットを絞った海外誘客	団体旅行など様々な旅行形態に対応した誘客	広域連携による観光の推進
取組No.	⑤			
取組項目	ツーリズムおおいたのDMO機能の強化と地域観光協会等の活性化			

#### 【Ⅱ. 目標指標】

指 標	関連する取組No.	基準値		2年度			6年度	目標達成度(%)														
		年度	基準値	目標値	実績値	達成度	目標値	25	50	75	100	125										
i 県内宿泊客数(千人)	①②③ ④⑤	H26	6,101	7,510	4,860	64.7%	7,830															
ii 外国人宿泊客数(千人)	①②③ ④⑤	H26	400	1,550	162	10.5%	1,870															

#### 【Ⅲ. 指標による評価】

評価		理 由 等	平均評価
i	著しく 不十分	新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言の発令などにより目標を達成することができなかった。	著しく 不十分
ii	著しく 不十分	新型コロナウイルスの感染拡大に伴う渡航の制限などにより目標を達成することができなかった。	

#### 【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
①③	<ul style="list-style-type: none"> <li>・温泉を活用したリピーター対策や、富裕層対策として福利厚生倶楽部と連携するなど、ターゲットに合わせて誘客に取り組んだ。</li> <li>・教育旅行誘致やMICEの取り組みにより、団体旅行客の増加を図った。</li> <li>・コロナ収束後に観光客を呼び戻すため、九州、中四国、関西を中心に情報発信を行った。</li> <li>・九州圏内の旅行業者と連携した割引商品「おとなり割」等を造成した。</li> <li>・企業と宿泊施設の連携によるワーケーションの実証を実施し、受入施設の開拓を進めた。</li> </ul>
②③	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ収束後の誘客に繋げるため、誘客アドバイザーを活用したプロモーションを行ったほか、インフルエンサーによる情報発信を実施した。</li> <li>・SNS等を活用し、本県の観光情報の発信を行った。</li> <li>・動画サイト「沸騰大分」等を活用したプロモーションを実施し、コロナ禍での情報発信体制の整備を行った。</li> </ul>
④	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県・熊本県と連携し、中部地域からの誘客促進を図ったほか、豊肥本線復旧に伴うPRとしてテレビCMを活用した情報発信を行った。</li> </ul>
⑤	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行者ニーズに対応するため、観光情報サイトをスマートフォンでも閲覧しやすくなるようリニューアルを実施した。</li> <li>・県や市町村の戦略的な施策執行に役立てるため、県内旅行者の動向調査を行い「観光カルテ」として情報共有を行った。</li> </ul>

#### 【Ⅴ. 施策を構成する主要事業】

取組 No.	事業名(2年度事業)	事務事業評価	
		成果指標の達成率(%)	掲載頁
①③	新しい旅のかたち定着促進事業	280.0	236
	国内誘客総合推進事業	80.7	236
	おんせん県誘客回復推進事業	80.4	237
②③	インバウンド推進事業	10.5	237
	インバウンド推進体制整備事業	473.8	238
④	広域ツーリズム推進事業	64.7	238
⑤	おんせん県おおいた県域版DMO促進事業	64.7	238

#### 【Ⅵ. 施策に対する意見・提言】

○大分県ツーリズム戦略会議(R3.2)

- ・広域観光や広域連携でなく、近隣の連携・近隣の観光の大切さを実感した。
- ・欧米豪・東南アジアについては大分県の認知度が低い。国・地域のエリア特性をふまえたPRが大切。
- ・ネットで繋がり、実際に来てもらうという流れを実践して欲しい。

#### 【Ⅶ. 総合評価と今後の施策展開について】

総合評価	施策展開の具体的内容
C	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まずは国内需要の回復に向けて、「新しいおおいた旅割」により、県内旅行を促進する。今後は、感染状況を見ながら、さらに九州域内、全国へと展開する。</li> <li>・アウトドア観光やマイクロツーリズムを中心に、コロナ禍でも安心して本県を楽しめるツーリズムの提供を図る。</li> <li>・コロナ収束後を見据えて、本県の魅力発信を継続して行うほか、特定国に依存しない誘客を進めるため、東アジアをはじめ、ASEAN諸国や欧米・大洋州等からの観光誘客の推進を図る。</li> <li>・SNS等を活用したデジタルマーケティングを実施し、顧客のニーズにあった情報発信を行うとともに、得られたデータを商談会や旅行博で活用する。</li> <li>・観光客の長期滞在と消費拡大を促すため、県域版DMOである(公社)ツーリズムおおいたが行う、マーケティング機能や商品造成・販売力の強化等を支援する。</li> </ul>