

【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"> ・需要喚起に向け、宿泊割引の実施や旅行期間中に使用可能なクーポンを発行するとともに、誘客プロモーション動画の作成・配信により県内外へ情報発信を行った。 ・若年層に向けた誘客対策として、インフルエンサーを活用した誘客、情報発信の実施や、大手企業に向けた誘客対策として福利厚生事業者と連携した誘客、情報発信を実施するなど、ターゲットに合わせて誘客に取り組んだ。 ・団体旅行が誘客しづらい情勢のなかで、ポストコロナの団体旅行の誘客を推進するため、教育旅行宣材ツールの作成や、対面式となったMICE商談会へ参加するなど、団体旅行復活に向けた下準備を進めた。
②③	<ul style="list-style-type: none"> ・デスティネーションキャンペーン(DC)機運醸成のため、交通事業者と連携し、関西エリアの若年層をターゲットにPR動画の配信や旅行商品の造成及び情報発信を実施した。 ・水際対策の段階的な緩和を受け、10の国・地域に設置した戦略パートナーを活用し、商談会など現地での誘客活動を積極的に実施した。 ・情報発信の強化を行い、新たに留学生を活用した観光動画の発信にも取り組んだ。
④	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎・熊本と連携し、3県を巡る旅行商品の造成を支援するとともに、関西向けに生活情報誌を活用した情報発信により誘客促進を図った。
⑤	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客の受入体制を強化するため、観光統計調査等の分析を行うとともに、アウトドアガイド認証制度創設に向けた検討会議を設立し検討結果を報告、着地型旅行商品の造成等の支援を実施した。

【V. 施策を構成する主要事業】

取組 No.	事業名(4年度事業)	事務事業評価	
		成果指標の達成率(%)	掲載頁
①③	国内誘客総合推進事業	73.2	236
	観光誘客緊急対策事業	73.2	236
②③	デスティネーションキャンペーン推進事業	102.9	237
	インバウンド推進事業	9.9	237
④	広域ツーリズム推進事業	82.2	238
⑤	ツーリズム推進基盤強化事業	82.2	238

【VI. 施策に対する意見・提言】

<p>○第7回「安心・活力・発展プラン2015」推進委員会(R4.8)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DCについて、他県と大分県が違うという魅力を示す機会であり、大変期待している。 ・ポストコロナの県内経済回復のキーワードは外国人。円安もあり日本への関心が高まっているので、他県の観光地に負けないように早くプロモーションをやってほしい。

【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"> ・福岡・大分デスティネーションキャンペーンの開催に向け、地域資源を活用したコンテンツ開発や効果的な情報発信、誘客対策を行う。 ・アドベンチャーツーリズム等の自然体験型観光など、コロナによる観光需要の変化に対応しつつ安心して本県を楽しめるツーリズムの提供を図る。 ・水際対策の段階的な緩和を受け、本県の魅力を積極的に発信していくほか、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諸国や欧州・大洋州等からの観光誘客の推進を図る。 ・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。 ・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。 ・観光客の受入体制を強化するため、アウトドアガイド認証制度の運用や着地型旅行商品の造成等を支援する。