

【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 ③	<ul style="list-style-type: none"> ・ポストコロナの需要喚起を図るため、宿泊割引の実施や地域クーポンを発行したほか、全国旅行支援終了後、新たな地域クーポンによる閑散期の需要底上げを図った。 ・誘客プロモーション動画により、県内外へ魅力発信を行ったほか、個人旅行を大分に呼び込むため宿泊予約サイトと連携した情報発信を行った。 ・九州観光機構の商談会や修学旅行説明会への参加を通じて旅行事業者への商品造成PR及びニーズの収集を行った。
② ③	<ul style="list-style-type: none"> ・全国販売宣伝促進会議やツーリズム商談会、全国各地の商談会を通じ、デスティネーションキャンペーン(DC)期間中の商品造成を促進した。 ・おもてなし宣言団体による活動推進や県内向け広報により県民のおもてなしの機運醸成を図った。 ・5連貼ポスターやDCガイドブックを全国の主要駅等で掲出・配布することで、DC期間中の魅力や情報を発信した。 ・9の国・地域に設置した戦略パートナーを活用し、商談会開催や旅行博出展など現地での誘客活動を積極的に実施した。 ・農業や漁業等の体験を通じて、地域の伝統・文化や自然に触れる高付加価値コンテンツの開発を支援した。
④	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎・熊本と連携し、在京メディアを活用して3県周遊の魅力発信した。 ・宮崎県と連携して両県の旅行事業者のモニターツアーを開催し、新たな旅行商品造成を促進した。
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を創設し、保険加入や安全講習の受講を促すなど、安心安全の確保に向けた取組を推進した。

【V. 施策を構成する主要事業】

取組 No.	事業名(5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	71.7	238
	観光誘客緊急対策事業	71.7	238
②③	デスティネーションキャンペーン推進事業	106.0	239
	インバウンド推進事業	73.0	239
④	広域ツーリズム推進事業	98.4	240
⑤	ツーリズム推進基盤強化事業	98.4	240

【VI. 施策に対する意見・提言】

<p>○第9回「安心・活力・発展プラン2015」推進委員会(R5.8)</p> <p>・県内には様々な観光資源があるので、一極集中ではなく18市町村にバランスよく循環していくことに、力を入れていくことが大事。</p>	<p>○第9回「安心・活力・発展プラン2015」推進委員会(R5.8)</p> <p>・今後、地域間の激しい観光競争戦に生き残るためには、「別府」「湯布院」の冠に胡坐をかかなく、県内地域内にどう分散させていけるかにも注力すべき。</p>
--	--

【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成功に向け、期間中も旅行事業者の送客促進や、県内の広域周遊を促す施策を実施することで、大分県の魅力为全国から来る旅行者に知ってもらい、県内での観光消費額拡大及びリピーターの拡大を図る。また、DCのレガシー創出やアフター対策として、JR九州と連動したプロモーションの実施や「おんせん県おおいたファン(仮称)」の創設による魅力発信を実施する。 ・広域連携を西瀬戸地域にも広げ、関西以西の日本人宿泊客需要の取込みを図る。 ・アドベンチャーツーリズムなど、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。 ・コロナ禍前に比べ訪日客が大きく伸びている米国からの誘客を強化するため、現地旅行会社へのセールス活動や情報発信等を行なう戦略パートナーを新設する。 ・大阪・関西万博をインバウンド誘客の絶好の機会と捉え、観光コンテンツの高付加価値化に取り組む他、豪州市場の注目が高い瀬戸内地域等とも連携を図りながら、広域的な誘客対策を強化する。 ・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普及啓発、ガイド人材の育成や着地型旅行商品の造成等を支援する。