

施策名：国内誘客の推進と海外誘客(インバウンド)の加速

事業名	担当課・室名	ページ
国内誘客総合推進事業	観光誘致促進室	1 / 3
観光誘客緊急対策事業	観光誘致促進室	1 / 3
大分のサイクル魅力発信事業	観光誘致促進室	1 / 3
DESTINATIONキャンペーン推進事業	観光誘致促進室	2 / 3
国内観光需要回復促進事業	観光誘致促進室	2 / 3
インバウンド推進事業	観光誘致促進室	2 / 3
広域ツーリズム推進事業	観光誘致促進室	3 / 3
ツーリズム推進基盤強化事業	観光政策課	3 / 3

主要な施策の成果（事務事業評価）令和5年度実績【施策コード：Ⅱ-3-(1)】

No.	事業名・事業概要・事業費	主な事業内容	主な事業内容ごとの決算額	成果指標	達成度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	評価
1	国内誘客総合推進事業 (R1～) 観光誘致促進室	①地域資源のターゲット特性に応じた誘客 ・DCに向けた販売促進・環境整備 ・デジタルマーケティングを活用した誘客対策 ・DCを契機としたアフターコロナの観光需要喚起 ・主要圏域別（関東・関西・九州）の誘客対策 ・商談会による販売促進	① 156,149 ③ 4,839	観光入込客数	目標値	20,700	20,850	20,950	D
			② 22,442 ④		実績値	15,149	14,952	—	
	J Rデスティネーションキャンペーン(DC)の開催に向け、サービス開発支援やコンテンツ創出支援、民間企業と連携したプロモーション等を実施する。また、デジタルマーケティングの活用や本県ならではのコンテンツを生かした誘客対策等を実施し、県内観光需要喚起を図る。	②情報発信 ・ロケツアーの推進 ・HP・ガイドブック・SNS等による情報発信	主な活動指標と達成率		[千人]	達成率	73.2%	71.7%	—
			SNS発信回数	目標値		245	事業の成果・社会情勢の影響を踏まえた取組・今後の方針 DCの開催に向け、サービス開発支援やコンテンツ創出支援等を実施したが、コロナ禍以降各地のイベント等が減少したことなどにより、目標を下回った。 令和6年度は、DCの成功と県下全域での効果波及のため、カルチャーイベントの開催や民間事業者と連携したプロモーション等に取り組む。また、成果指標について観光需要喚起の取組の効果をより正確に計測できる指標を検討する。		
	旅行会社訪問回数	目標値	100						
決算額 (うち国庫支出金)	183,430	実績値	100	達成率	100.0%				
予算額 (うち翌年度繰越額)	538,691 (352,775)	決算額 (うち国庫支出金)	183,430 (42,333)	[社・団体]					

No.	事業名・事業概要・事業費	主な事業内容	主な事業内容ごとの決算額	成果指標	達成度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	評価
2	観光誘客緊急対策事業 (R2～R5) 観光誘致促進室	①割引旅行商品等を活用した誘客対策 宿泊割引等を実施 【県民割】補助率：1/2、限度額 5千円/人泊 地域クーポン券の発行：限度額 2千円/人泊 (令和2年7月豪雨の被災地域は4千円/人泊) 【全国旅行支援】①R4.10/11～12/27 ②R5.1/10～10/31 ①補助率：40%、上限5千円/人泊（交通付：8千円） 地域クーポン券 限度額 3千円/人泊 ②補助率：20%、上限3千円/人泊（交通付：5千円） 地域クーポン券 限度額 2千円/人泊	① 1,670,061 ③	観光入込客数	目標値	20,700	20,850		D
			② 100,474 ④		実績値	15,149	14,952		
	GoToトラベル事業の延期等の影響を受けた観光関連産業を支援するため、大分県民や九州ブロック、隣県の県民を対象とした宿泊割引等を実施するとともに、誘客に向けた効果的なプロモーションを実施する。	②誘客対策に向けた効果的・戦略的なプロモーション 大分県出身のタレントを起用したプロモーション動画を作成し、WEB広告、SNS等により誘客に向けた情報発信を実施	主な活動指標と達成率		[千人]	達成率	73.2%	71.7%	
			プロモーション動画の視聴回数	目標値		265	事業の成果・社会情勢の影響を踏まえた取組・今後の方針 宿泊割引等を実施するとともに、誘客プロモーション動画を作成・配信して県内外へ情報発信を行うことで誘客を図ったが、コロナ禍以降各地のイベント等が減少したことなどにより、目標を下回った。 全国旅行支援の終了に伴い当該事業も終了となるが、引き続き、効果的なプロモーションなど旅行需要喚起に向けた総合的な誘客対策を実施する。		
	実績値	491							
達成率	185.3%								
目標値									
実績値									
達成率									
予算額 (うち翌年度繰越額)	2,407,495 (0)	決算額 (うち繰越事業費 (うち国庫支出金))	1,770,535 (1,770,535)						

No.	事業名・事業概要・事業費	主な事業内容	主な事業内容ごとの決算額	成果指標	達成度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	評価
3	大分のサイクル魅力発信事業 (R4～R6) 観光誘致促進室	①大分サイクルツーリズム推進委員会の運営、 情報発信 ・大会情報の国内外への発信等を実施 ・滞在型観光モデルコースの作成や情報発信等によりサイクルツーリズムを推進 ・HP運営	① 12,074 ③	県内宿泊者数	目標値	7,670	7,750	7,830	B
			② 1,400 ④		実績値	6,302	7,624	—	
	ツール・ド・九州2023を契機にサイクルツーリズムを推進するため、サイクルを活用した滞在型観光モデルコースの作成やSNSを活用した情報発信等に取り組む。	②ディスカバー九州への負担金	主な活動指標と達成率		[千人泊]	達成率	82.2%	98.4%	—
			大分サイクルツーリズム推進委員会の開催回数	目標値		3	事業の成果・社会情勢の影響を踏まえた取組・今後の方針 大分サイクルツーリズム推進委員会において、サイクルツーリズムの推進に向けた協議を行うとともに、受入環境の整備及び情報発信を行い、関係者の観光客受入に対する意識醸成を図った結果、概ね目標を達成できた。 今後は、受入環境の整備をさらに進めて「観光×サイクル」を構築し、初心者や観光客から愛好者まで幅広い客層への情報発信と誘客活動を推進する。		
	実績値	2							
達成率	66.7%								
目標値	3								
実績値	3								
達成率	100.0%								
予算額 (うち翌年度繰越額)	14,474 (0)	決算額 (うち国庫支出金)	13,474 (6,489)						

主要な施策の成果（事務事業評価）令和5年度実績【施策コード：Ⅱ-3-(1)】

No.	事業名・事業概要・事業費	主な事業内容	主な事業内容ごとの決算額	成果指標	達成度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	評価
4	DESTINATIONキャンペーン推進事業 (R4～R6) 観光誘致促進室 観光産業の復活を加速させるため、令和6年春に大分・福岡両県で展開されるJRDESTINATIONキャンペーン(DC)に向けた準備に取り組む。	①大分県DC実行委員会負担金拠出 ・大分県DC実行委員会開催(2回) ・全国宣伝販売促進会議開催 ②市町村、観光協会と連携した商品開発・販売	① 30,070 ③	日本人宿泊客数 [千人泊]	目標値	5,960	5,960	5,960	A
			② 19,998 ④		実績値	6,132	6,317	—	
			主な活動指標と達成率		達成率	102.9%	106.0%	—	
	予算額 (うち翌年度繰越額) 50,068 (0) 決算額 (うち繰越事業費) (うち国庫支出金) 50,068 (19,998)		全国宣伝販売促進会議の開催 [回]	目標値 1 実績値 1 達成率 100.0%	事業の成果・社会情勢の影響を踏まえた取組・今後の方針 大型商談会の開催、県外向け販路開拓プロモーションや情報発信などを行った結果、目標を達成できた。 今後は、DCを契機に向上した本県知名度及びおもてなしの機運を活かし、観光産業の復活を加速させるとともに、DC終了後もその効果が継続するよう持続可能な観光産業の振興を目指す。				

No.	事業名・事業概要・事業費	主な事業内容	主な事業内容ごとの決算額	成果指標	達成度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	評価
5	国内観光需要回復促進事業 (R4～R5) 観光誘致促進室 「新しいおおいた旅割」や「全国旅行支援」終了後の激変緩和策として、平日の閑散期に限定した宿泊客を対象とした地域共通クーポンの配布を実施する。	①地域共通クーポン(3千円/人泊)の配布 実施時期：R5.12.1～R6.2.29 ②クーポン事業の幅広い認知と本県の魅力の複合的・相乗的なプロモーション 大分県出身のタレントや県民が多数出演するプロモーション動画を作成し、Web広告、SNS等により誘客促進や福岡・大分DCのおもてなし機運醸成に向けた情報発信を実施	① 1,041,574 ③	観光入込客数 [千人]	目標値	20,700	20,850		D
			② 99,000 ④		実績値	15,149	14,952		
			主な活動指標と達成率		達成率	73.2%	71.7%		
	予算額 (うち翌年度繰越額) 1,460,953 (0) 決算額 (うち繰越事業費) (うち国庫支出金) 1,220,174 (921,809)		広告接触者の来訪件数 [件]	目標値 10,000 実績値 64,890 達成率 648.9%	事業の成果・社会情勢の影響を踏まえた取組・今後の方針 地域共通クーポンを配布するとともに、誘客プロモーション動画を作成・配信して県内外へ情報発信を行うことで誘客を図った結果、令和5年12月～令和6年2月の旅行需要の創出に大きく貢献した。 クーポンの配布が完了したため当該事業は終了となるが、引き続き、効果的なプロモーションなど旅行需要喚起に向けた総合的な誘客対策を実施する。				

No.	事業名・事業概要・事業費	主な事業内容	主な事業内容ごとの決算額	成果指標	達成度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	評価
6	インバウンド推進事業 (H27～) 観光誘致促進室 インバウンドの完全復活に向け、東アジアのリピーター層復活と欧米豪等新たな観光客の獲得を図るため、ターゲット市場に対応した誘客対策や情報発信を行う。	①市場に応じた誘客対策 ・9ヶ国・地域に戦略パートナーを設置し、市場別に誘客戦略を構築するとともに、誘客対策を展開 ・現地商談会や海外旅行会社向けのセミナー、海外旅行会社の招請等を実施 ②SNS等を活用した情報発信 ・観光情報発信チャンネル「沸騰大分」(YouTube)で、県内留学生を活用して県内の魅力を発信 ・フェイスブックやインスタグラム、Weibo、WeChat等を活用し、最新の観光情報を発信	① 204,353 ③	外国人宿泊客数 [千人泊]	目標値	1,710	1,790	1,870	D
			② 84,979 ④		実績値	170	1,307	—	
			主な活動指標と達成率		達成率	9.9%	73.0%	—	
	予算額 (うち翌年度繰越額) 292,070 (0) 決算額 (うち繰越事業費) (うち国庫支出金) 289,332 (74,046)		旅行会社セールス実施回数 [回]	目標値 26 実績値 40 達成率 153.8%	事業の成果・社会情勢の影響を踏まえた取組・今後の方針 戦略パートナーを活用し、商談会やセミナーなど現地での誘客活動を積極的に実施するとともに、SNSを活用した情報発信にも取り組んだ結果、11月にはひと月あたりの外国人宿泊客数が調査開始以降最多となるまで回復したが、入国制限解除前や直後は十分な回復に至らず目標を下回った。 今後は、インバウンド需要の本格復活及び大阪・関西万博等の国際イベントを見据え、東アジアのリピーター層に加え、欧米豪等の新たな観光客のさらなる取り込みを図る。				

主要な施策の成果（事務事業評価）令和5年度実績【施策コード：Ⅱ-3-(1)】

No.	事業名・事業概要・事業費	主な事業内容	主な事業内容ごとの決算額		成果指標	達成度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	評価		
7	広域ツーリズム推進事業 (R1 ~) 観光誘致促進室	①広域観光推進組織と連携した誘客 ・観光素材説明会や商談会の開催（2回） ・九州知事会、九州地域戦略会議等での観光振興の取組を推進	①	37,910	③	1,642	県内宿泊者数	目標値	7,670	7,750	7,830	B
			②	3,284	④			実績値	6,302	7,624	—	
	主な活動指標と達成率		[千人泊]		達成率	82.2%		98.4%	—			
	九州各県や国内DMO、日本観光振興協会等と連携し、効果的な誘客活動の実施と相互交流の推進を図る。	②東九州軸で連携した観光誘客 宮崎県と連携した情報発信や誘客活動の実施	九州観光機構会議参加回数	目標値	5	事業の成果・社会情勢の影響を踏まえた取組・今後の方針	九州観光推進機構との広域連携や九州各県との連携事業により誘客に取り組んだ結果、概ね目標を達成できた。 令和6年度は愛媛県、山口県、広島県（せとうちエリア）と連携した誘客促進事業や「やまなみハイウェイ」開通60周年を契機としたやまなみ連携事業等、隣県や広域観光推進組織と連携した誘客対策を実施する。					
				実績値	5							
達成率	100.0%											
予算額 (うち翌年度繰越額)	決算額 (うち国庫支出金)	③九州横断軸で連携した観光誘客 熊本県、長崎県と連携した情報発信や誘客活動の実施	東九州軸連携会議開催回数	目標値	5							
43,007 (0)	42,836 (0)			実績値	8							
				達成率	160.0%							

No.	事業名・事業概要・事業費	主な事業内容	主な事業内容ごとの決算額		成果指標	達成度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	評価		
8	ツーリズム推進基盤強化事業 (R4 ~) 観光政策課	①ツーリズムおおいマーケティング機能等の強化 ・住民満足度等の調査を実施 ・観光マーケティング会議の開催（2回）	①	58,272	③	511	県内宿泊者数	目標値	7,670	7,750	7,830	B
			②	4,982	④			実績値	6,302	7,624	—	
	主な活動指標と達成率		[千人泊]		達成率	82.2%		98.4%	—			
	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の創設や着地型旅行商品の造成等に取り組むことにより、観光客の受入体制の強化を図る。	②アウトドアガイド認証制度の創設 認証制度の運営やガイド間の交流連携を図る総会等の開催（2回）	マーケティング会議開催回数	目標値	2	事業の成果・社会情勢の影響を踏まえた取組・今後の方針	マーケティング分析結果の提供、着地型旅行商品の企画・造成支援等を通じて市町村観光協会等と連携して誘客施策を実施した結果、概ね目標を達成できた。 今後は、観光客の受入をさらに強化するため、観光統計調査等の分析や、着地型コンテンツの開発支援及びアウトドアガイド登録制度の活用等によるアドベンチャーツーリズムの推進に取り組む。					
				実績値	2							
達成率	100.0%											
予算額 (うち翌年度繰越額)	決算額 (うち国庫支出金)	③ツーリズム戦略推進会議の開催 第4期ツーリズム戦略の進捗管理のための会議を開催（3回）	ツーリズム戦略推進会議開催回数	目標値	3							
63,995 (0)	63,765 (18,390)			実績値	3							
				達成率	100.0%							