

事業名	大分総合プロモーション2011戦略事業	事業期間	平成 20 年度～平成 25 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	広報広聴課

[目的、現状・課題]

目的	対象	福岡都市圏の住民	現状・課題	福岡県は本県のトマトやカボスなどの大消費地であり、また、宿泊客の約27%が福岡からの観光客である。九州新幹線全線開通後は地域間競争が激化し、福岡県からの観光客が熊本や鹿児島に流れる可能性が高いため、福岡都市圏の住民に対し、これまで以上に大分県の魅力を情報発信していかねばならない。
	意図	大分県への誘客を強化し、県産品の販売促進を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	20年度	21年度	22年度	23(予算)
プロモーション・ミックス実践事業	TVやラジオ、新聞、雑誌等の媒体を活用した、おおいたの観光資源や県産品情報の発信 (委託先：電通九州大分支社) ※TV(33回)、ラジオ(38回)、新聞(22回)、雑誌(13回)、バスツアー(4回)、HPで大分情報をPR	全部委託	県	総コスト	39,047	18,595	18,084	21,378
				事業費	31,047	15,595	15,084	16,378
				うち一般財源	31,047	15,595	15,084	16,378
プロモーション・ミックス推進研究会	関係各課や振興局等の研究会による事業の効果や問題点の協議、実践事業への反映	直接実施	県	人件費	8,000	3,000	3,000	5,000
				職員数(人)	0.80	0.30	0.30	0.50

[事業の成果等]

事業の成果	バスツアーを実施したことにより、大分県への誘客が図られた。福岡でのイベントをテレビやラジオ等で報道することにより、多くの福岡市民の集客が図られ、県産品の販売増につながった。福岡で製材品展示会のPR効果が高まっただけでなく、東海、関東等での販売にも弾みがあった。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
					21年度	22年度	目標値	目標年度	
			TV放送(自主番組、生放送)(回)		3	2			
			ラジオ放送(回)		76	38			
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考 福岡都市圏において、メディアでの年間を通じた情報提供・露出を目的としており、個別の数値指標で計ることができないため。
		目標値							
		実績値							
		達成率							

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	年間を通じたメディアなどへの情報提供・露出などを目的とし、県全体の観光客増、県産品の販売促進につなげる事業であり、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・広告代理店に年間を通じてプロモーションの委託契約をすることにより、TV、ラジオ、新聞、雑誌等幅広い媒体を活用し、効果的に大分県情報を発信	20年度	22年度	プロポーザル方式で複数のメディアを組み合わせて提案を受けているため効率性指標は設定できない。

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	より効果的に県外広報を実践する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>集客効果等のある媒体での露出回数増加(テレビの生中継の回数増加)</li> <li>誘客活動の強化(バスツアー企画の回数増加)</li> <li>より効果的・魅力的なおおいた情報の発信(県で企画した地域の魅力を情報発信するテレビ番組の制作)</li> </ul>		

事業名	小規模集落・里のくらし支援事業	事業期間	平成 20 年度～平成 23 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域振興局

[目的、現状・課題]

目的	対象	小規模集落の住民	現状・課題	小規模集落が増加し、住民は将来の暮らしに不安を感じている。
	意図	安心して住み続けられるようにする		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト					
				20年度	21年度	22年度	23(予算)		
集落支援事業補助金	小規模集落対策のモデルとなる取組の立ち上げに必要な様々な経費を高率補助で支援(補助実績11地域6,294千円)補助率3/5、市町村負担原則1/5以上、補助限度額600千円	直接補助 間接補助	個人・団体・法人	総コスト	155,467	157,996	69,466	83,854	
				事業費	5,467	7,996	11,466	23,854	
小規模集落対策会議等運営	本庁で本部会議を開催(1回) 振興局の単位ごとに地域対策会議開催(年3回)	直接実施	県・市町村・関係団体 地域住民	うち一般財源	5,467	6,996	6,966	16,145	
				人件費	150,000	150,000	58,000	60,000	
集落応援隊活動支援	応援隊募集広報・登録・表彰や活動する際のボランティア保険に県で一括して加入(登録団体271、活動実績79回)	直接実施	県	職員数(人)	15.00	15.00	5.80	6.00	

[事業の成果等]

事業の成果	22のモデル地域等に県職員や市町村職員等が入り込んで住民との話し合いを重ね、地域の実情にあわせた他地域のモデルとなる取組が開始された。また、共同作業が困難となった小規模集落の応援要請に対して、登録団体とのマッチングを行い64地域(延べ79回)で応援活動が実施された。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			21年度	22年度	目標値	目標年度			
			応援隊活動(回)	35	79	90	23		
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(23年度)	評価	備考
	各地域対策会議で生まれたモデル的取組の数(件)	目標値	12	18	23	23	概ね達成		
		実績値	15	22	22				
		達成率	125.0%	122.2%	95.7%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	市町村による実施が妥当	なし	市町村による主体的な対応が求められるが、全県的な課題であり、未だ市町村の取組姿勢に差があることから、県民の暮らしを守るため、市町村と連携して主体的な立場で対策に取り組む必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			20年度	22年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・市町村と連携し対策を実施することでノウハウを移転し、市町村主体の取組が行えるような仕組みを構築 ・応援隊の登録作業等をNPO等に委託することを検討	10,364 千円/件	3,158 千円/件	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	市町村に対して主体的な取組を促す必要があるため
改善計画等	・23年度は、市町村の主体的な取組を促すために、課長・担当者会議や、現に県内で活躍している集落支援員等を対象とした研修会を開催		

事業名	ふるさと大分回帰推進事業	事業期間	平成 20 年度～平成 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域振興局

[目的、現状・課題]

目的	対象	県外の移住希望者	現状・課題	団塊の世代を中心として“田舎暮らし”にあこがれる移住希望者が増加しているが、情報発信や受入体制(移住者がスムーズに地域に溶け込める仕組みづくり)が十分でないため定着していない。
	意図	県内定住の促進により地域活性化を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
おおいた暮らし情報の発信 ふるさと大分回帰推進連絡会議	ホームページ「おおいた暮らし」での情報発信 「おおいた暮らし体験プログラム」の情報発信 移住関連雑誌への大分の移住関連情報の掲載 東京、大阪等で開催されるフェア・相談会への参加 移住実践者を「おおいた暮らしアドバイザー」として委嘱 移住・交流推進機構(JOIN)の活用(情報発信) ふるさと大分回帰推進連絡会議の開催(年2回)	直接実施	県	総コスト	9,218	9,365	6,142	12,741
				事業費	2,218	2,365	3,142	3,741
				うち一般財源	2,218	2,123	3,142	3,741
				人件費	7,000	7,000	3,000	9,000
				職員数(人)	0.70	0.70	0.30	0.90

[事業の成果等]

事業の成果	ふるさと大分回帰推進連絡会議での情報交換等をもとに県内の移住関連情報を的確に把握することにより、ホームページや県外で開催される相談会等で効果的な情報発信が可能になり、相談窓口への相談件数が増えるなど、大分への移住の関心度が高まった。						活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
	指標名(単位)		21年度	22年度	目標値	目標年度							
	おおいた暮らし体験プログラム数(本)			9	12								
フェア・相談会への参加回数(回)		5	7	8									
成果指標	指標名(単位)		達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考			
	観光・地域振興局にあった移住希望者からの相談件数(相談会での相談件数含む)		目標値	50	80	100	110						
			実績値	80	92	107							
			達成率	160.0%	115.0%	107.0%							
22年度の目標値は、21年度の相談件数(92件)を基準に設定した。													

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	NPOとの協働が可能	なし	県外居住者のUJIターンを積極的に促進するに当たっては、市町村・NPO・地域住民が主体的に移住者を受け入れる体制を整備する中で、県が受入体制を含めた県内の地域情報や移住関連情報を集約し、移住希望者に効果的に情報発信すべきである。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・移住支援NPOと連携した情報発信の実施	20年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
			115千円/件	57千円/件	

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	県、市町村、地域が連携し、更なる移住者受入体制の充実を図るため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住希望者のニーズに的確に対応するため、移住実践者やNPO、農業団体等をメンバーとするサポーターネットワークを構築し、受入れ態勢を強化</li> <li>・24年度は、市町村側の受入体制の整備と関係施策の充実を検討</li> </ul>		

事業名	九州観光戦略共同事業	事業期間	平成 17 年度～平成 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域振興局

[目的、現状・課題]

目的	対象	九州域外観光客	現状・課題	これまでも九州各県は、連携して誘客のための取組を実施してきたが、国内の旅行態様の多様化はもとより、東アジアを中心に海外旅行需要が増加する中では、より一層、九州が一体となって誘客を行う必要がある。
	意図	大分県への誘客を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	20年度	21年度	22年度	23(予算)
旅行先としての九州を磨く戦略	観光ボランティアガイドの育成・拡充や観光案内所のレベルアップ等	負担金	九州観光推進機構	総コスト	32,572	32,728	32,601	35,372
				事業費	31,572	31,728	31,601	32,372
国内大都市圏から九州に人を呼び込む戦略	鉄道・航空会社とのタイアップ事業、大都市圏での説明会年2回(東京、名古屋、大阪、福岡)修学旅行誘致説明会開催(年3か所開催)			うち一般財源	31,572	31,728	31,601	32,372
				人件費	1,000	1,000	1,000	3,000
東アジアから九州に人を呼び込む戦略	国際観光展への参加(6つの国・地域で14回開催)、海外のテレビ番組雑誌等による情報発信、修学旅行誘致のための招聘事業			職員数(人)	0.10	0.10	0.10	0.30

[事業の成果等]

事業の成果	大分を含む広域観光モデルルートの開発や東京・大阪での説明会開催、海外のテレビ・雑誌等による情報発信など、国内外から九州に人を呼び込む誘客事業を九州が一体となって取り組み、効果的な観光情報の発信や誘客活動を推進できた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			商品造成(なないろ九州バス)(本)		21年度	22年度	目標値	目標年度	
						6	7	25	
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	九州外からの宿泊者数(18年度を100とした指標)	目標値	101.0	101.5	102.0	102.5	104.0	達成	
		実績値	106.8	91.4	102.8				
		達成率	105.7%	90.0%	100.7%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	九州地域戦略会議規約	「九州は一つ」の理念の下、九州7県の行政と経済団体が一体となって九州観光戦略を推進しており、他県と連携した広域観光ルートの開発を行うことは、大分県の観光振興にとって有効かつ重要であるため、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・当該事業により、九州への誘客については、一定の効率性があると思われるが、九州各県への効果が見えにくい面もあり、機構主催の会議等で一層の効率化と効果的な検証を行うよう要望	20年度	22年度	総コスト/宿泊者数 (H20:3,936,516人泊、 H22:3,923,587人泊)
			8 円/人	8 円/人	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	22年度九州地域戦略会議で23年度からの3か年について合意しているため
改善計画等			・19年度九州地域戦略会議で策定された第二次九州観光戦略に基づき、20年度から3か年の計画で、官民の負担割合及び九州各県の負担割合を設定 ・22年度九州地域戦略会議において第三次九州観光戦略制定。23年度から3か年の計画で、官民の負担割合及び九州各県の負担割合を設定

事業名	観光情報収集・発信事業	事業期間	平成 16 年度～平成 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域振興局

[目的、現状・課題]

目的	対象	観光客、旅行エージェント等	現状・課題	大分県には有力な観光資源があるが、ある調査によると、「地域の情報接点」の項目で全国42位になるなど、観光客と地域情報の接点が十分とは言えない。
	意図	大分県の情報に接する機会を増加させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
観光情報の収集 観光情報の発信	魅力的な旬の情報を収集 委託先：(社)ツーリズムおおいた 観光HP運営、観光情報誌(5万部×4回)発行、新聞・雑誌広告掲載 委託先：(社)ツーリズムおおいた 観光マップ(9万部)、観光ガイドブック(6万部)作成 委託先：佐伯印刷(株)	全部委託 全部委託	県 県	総コスト	43,310	42,619	47,295	69,358
				事業費	31,310	30,619	35,295	49,358
旅くらぶおおいたの活用 広域観光の推進	モニターツアー等の実施 委託先：(社)ツーリズムおおいた 全国共同PR事業の実施	全部委託 拠出金	県 民間団体	うち一般財源	31,310	30,619	35,295	41,096
				人件費	12,000	12,000	12,000	20,000
				職員数(人)	1.20	1.20	1.20	2.00

[事業の成果等]

事業の成果	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
		21年度	22年度	目標値	目標年度		
都市圏の旅行者や旅行会社、マスメディア等に対する積極的なプロモーション活動やニーズ把握等の誘客対策を、東京、大阪、福岡の県外事務所をキーステーションに、県内のツーリズム関係者が一体となって取り組み、効果的な観光情報の発信や誘客活動を推進できた。	観光情報誌「ぐるり」発行部数(万部)	20	20	20			
		モニターツアー開催回数(回)	1	5	5		

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考
	観光HPアクセス件数(千件)	目標値		900	65,000	1,800	2,000		達成
実績値			923	77,978	1,864				
達成率			102.6%	120.0%	103.6%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	大分県全体の観光情報発信については、県下全域での誘客につながるよう市町村等と連携した広域的な情報発信が重要であり、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・事業を民間へ業務委託し、HPやパブリシティの活用等による低コストで効率的・効果的な情報発信の展開	20年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
			47 円/件	25 円/件	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	新しい魅力的な情報を絶えず発信する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・23年度は引き続き、低コストで効果的な情報発信を推進</li> <li>・九州横断三県(大分、熊本、長崎)や新鳥栖駅を基点とした佐賀・長崎・大分による連携事業を実施し、より効率的・効果的で広域的な情報発信を推進</li> <li>・24年度は、効果的な地域の情報発信をするための新たな戦略を検討</li> </ul>		

事業名	滞在でのんびり・広域でよくばり観光推進事業	事業期間	平成 22 年度～平成 22 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域振興局

[目的、現状・課題]

目的	対象	観光客	現状・課題	宿泊観光客数が減し、本県への滞在日数も低迷している。
	意図	県内周遊を促し、滞在期間の延長を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
強みを生かした新たな魅力づくり事業 旅をしやすい環境づくり事業 おもてなし向上のための人づくり事業 広域観光推進事業	大分県の強みである温泉を活用した商品造成支援等 委託先：(社)ツーリズムおおいた 電動アシスト付き自動車を観光地に導入する実証実験 観光ボランティアガイドを全県横断的に組織化し、研修会実施や情報発信ツール作成 委託先：(社)ツーリズムおおいた 広域観光コーディネーターの設置(1人)、広域的な観光案内所の運営 委託先：(社)ツーリズムおおいた	全部委託	県	総コスト			30,056	
				事業費			23,056	
		うち一般財源			10,782			
		人件費			7,000			
		全部委託	県	職員数(人)			0.70	

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	事業の実績		最終目標	
		21年度	22年度	目標値	目標年度
J R九州とタイアップした温泉がテーマの旅行企画(九州温泉道)作成や温泉コンシェルジュ研修の実施、大分県ふるさとガイド連絡協議会の設立等、大分県の強みである「温泉」やボランティアガイドを活用した効果的な観光情報の発信や誘客活動を推進できた。	温泉コンシェルジュ研修開催回数(回)		1		
	ガイド研修会の開催回数(回)		2		

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(22年度)	評価	備考
宿泊客1人回あたりの平均宿泊日数(泊)		目標値			1.48		1.48	概ね達成	
		実績値			1.47		1.47		
		達成率			99.3%		99.3%		

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	観光ニーズの多様化に対応し、長期滞在の促進を図るため、県が中心となり政策を企画、推進する必要がある。他方で、事業を立ち上げ、民間事業者により事業の継続が可能なものについては、民間活力を活用し、事業の効率化を図る。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			20年度	22年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・観光関係事業者と連携できる事業については、民間団体に委託をするなど効率化を促進		20,446 千円/泊	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)効率化の推進	方向性の判断理由	民間事業者との協働、他の事業と統合を図った方が事業の効率化を一層進めることができるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大分県の最大の強みである「温泉」と他の観光素材とを組み合わせ、効果的に情報発信する体制を整備</li> <li>・観光ボランティアガイドを活用した新しい観光素材をPRするため、これまで整備してきた情報発信の体制と組み合わせ、シナジー効果を発揮</li> <li>・23年度は、九州新幹線全線開業に伴い、特に九州への入り込み客の大幅な増加が見込まれる関西圏域にターゲットを絞った観光誘客を重点実施し、あわせて観光客の県内周遊と滞在時間の延長を促進するため、当事業を見直し、関西圏域観光誘客促進事業を新設</li> </ul>		

事業名	中国観光交流促進事業	事業期間	平成 22 年度～平成 22 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域振興局

[目的、現状・課題]

目的	対象	中国人観光客	現状・課題	経済成長の著しい中国では、今後の訪日旅行の増加が見込まれているが、大分県は認知度が低いため、中国人観光客数はまだ少ない。
	意図	大分県の認知度を高める		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
上海万博大分県認知度向上事業	上海万博九州・沖縄ウィークにおける大分県のPR事業 委託先：BBD O J WEST 上海への総合ミッション団を派遣し商談や大分県のタベを実施 委託先：(社)ツーリズムおおいた	一部委託	県	総コスト			17,324	
上海エリア交流訪問ミッション				事業費			5,324	
				うち一般財源			5,324	
				人件費			12,000	
				職員数(人)			1.20	

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	達成度	事業の実績				最終目標	
			21年度	22年度	目標値	目標年度		
上海万博における日本館ステージイベントにより大分県の宣伝を行い、多数の中国人に認知されるに至った。同時に知事を団長とするミッション団を派遣し、上海市政府との関係強化、県産品や観光の商談等一体的な上海プロモーションによってビジネスチャンスを創出した。なお、22年度の中国人観光客宿泊数は、尖閣列島問題による伸び悩みがあったものの、過去2番目の記録であった。	上海万博「大分県の日」入場者数(人)			9,904	3,000	22		
	海外メディアへの露出(回)			6	3	22		
	大分県のタベ参加者数(人)			149	120	22		

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(22年度)	評価	備考	
	中国人観光客宿泊数(人泊) (県統計)	目標値				11,000				11,000
		実績値				8,442				8,442
		達成率				76.7%				76.7%

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	民間や市町村が個別のセールスを行っても、地域の観光資源をトータルに宣伝するには限界があり非効率であるため、県としての宣伝誘致活動が必要である。また、国や九州観光推進機構においても誘客事業がなされているが、日本及び九州に来る観光客を大分県に導くためには県での事業実施が不可欠である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			20年度	22年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・民間企業に委託		2,052 円/人	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	終了(22年度末)	方向性の判断理由	上海万博という大イベントの機会をとらえた単年度のプロモーション活動であるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・23年度以降、中国観光客誘致は海外観光客誘致対策事業で実施(観光・地域振興局)</li> <li>・23年度以降、海外プロモーション事業は海外戦略総合対策事業で実施(国際政策課)</li> </ul>		

事業名	おおいたツーリズム大学実施事業	事業期間	平成 19 年度～平成 25 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域振興局

[目的、現状・課題]

目的	対象	県民、ツーリズム関係者等で志のある方々	現状・課題	地域振興や観光振興について学ぶ機会や人的ネットワークを広げる機会が身近にないことなどにより、意欲旺盛な若手ツーリズム関係者が、地域振興の実践者や地域づくりリーダーとして十分活躍できていない。
	意図	地域のリーダーとして活躍できるよう支援する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	20年度	21年度	22年度	23(予算)
おおいたツーリズム大学	課題解決型の研修を実施、参加者が抱える課題についての対応策の獲得とネットワークづくりが目標 全7回で、講義、現場視察、討論、意見発表会を実施 (受講生実績)まちづくりコース20名 体験コース15名 計35名 (講座開催実績)まちづくりコース7回、体験コース7回 ※うち4回は両コース合同開催(他に特別講座1回) 委託先：NPO法人ハットウ・オンパク等	一部委託	県	総コスト	9,505	8,996	14,075	15,329
				事業費	4,505	3,996	3,075	3,329
				うち一般財源	4,390	3,831	2,900	3,229
				人件費	5,000	5,000	11,000	12,000
				職員数(人)	0.50	0.50	1.10	1.20

[事業の成果等]

事業の成果	受講生の抱える課題や目標を明確化し、その課題解決に対応したメニュー事業に取り組むことにより受講生の高い満足度を得るとともに、少人数のゼミ形式を取り入れることにより受講生間に一体感が生まれ、ネットワークの構築や地域のリーダーとしての基盤の醸成を図ることができた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			21年度	22年度	目標値	目標年度			
			講座開催実績(回)	7	8	7	25		
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(25年度)	評価	備考
	受講生の満足度の平均(6項目各5点、計30ポイント・目標7割=21ポイント)	目標値	21	21	21	21	21	達成	事業の目的である、受講生の課題解決の足がかりやネットワーク構築ができたかを示すものとして、受講生の満足度を成果指標とする。
		実績値	25.1	26.2	25.5				
		達成率	119.5%	124.8%	121.4%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	NPOとの協働が可能	なし	ツーリズム関係者等の抱える課題を解決するには、他地域での実践例などを参考にした広域的な取組が有効であるとともに、関係者間の幅広いネットワークを構築することが有効であり、ノウハウを有する民間団体を十分に活用しながら県が実施する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・事業の一部を民間に委託	20年度	22年度	総コスト
			432	402	／
			千円/人	千円/人	受講生数(H20:22人、H22:35人)

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	修了生の意見を取り入れ、より実践的な学習・交流ができるような見直しが必要なため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>修了後のフォローアップとして各地域ごとに卒業生等関係者が恒常的に情報交換ができるよう振興局単位でツーリズム研究会の設置を進めるとともにNPO関係者や豊の国観光カレッジの修了生なども含め、世代や地域を越えたネットワークを構築</li> <li>23年度は観光まちづくり体験型ツーリズムの2コースを一本化『ツーリズムコース』20名の1コースとし、受講生がより刺激を受けやすく活発に議論できる体系へ変更</li> <li>修了生による事業化にあたっては総合補助金や市町村の補助事業等を活用</li> <li>24年度は、受講後のOBのネットワークを維持し、各振興局と人材情報を共有し活用することを検討</li> </ul>		

事業名	都市圏観光誘客促進事業	事業期間	平成 21 年度～平成 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域振興局

[目的、現状・課題]

目的	対象	都市圏在住者	現状・課題	本県への効果的な誘客を図るため、漫然と誘客を図るのではなく、県外からの発地別旅行者の約5割を占める福岡都市圏及び関東圏、関西圏の三大都市圏において、大分県の観光プロモーションを重点的に実施する必要がある。
	意図	大分県に誘客する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	20年度	21年度	22年度	23(予算)
観光ツーリズム商談会の開催 インセンティブによる旅行造成支援 坐来大分サロンの開催	市町村や観光協会等観光関係者と連携したマスメディア・旅行社の実務担当者へ、新たな観光素材を情報発信する商談会の開催 委託先：(社)ツーリズムおおいた 都市圏旅行会社の商品造成に対するパンフレット作成支援等を実施 委託先：(社)ツーリズムおおいた 坐来大分を活用した旅行会社対象の観光講演会実施及び食等の観光情報を提供 委託先：(社)ツーリズムおおいた	全部委託	県	総コスト		18,445	27,668	39,478
				事業費		8,445	11,668	19,478
				うち一般財源		8,445	11,668	16,487
				人件費		10,000	16,000	20,000
				職員数(人)		1.00	1.60	2.00

[事業の成果等]

事業の成果	都市圏の旅行者や旅行会社、マスメディア等に対する積極的なプロモーション活動やニーズ把握等の誘客対策を、東京、大阪、福岡の県外事務所をキーステーションに、県内のツーリズム関係者が一体となって取り組み、効果的な観光情報の発信や誘客活動を推進できた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			21年度	22年度	目標値	目標年度			
			商談会の開催回数(回)	1	1	2			
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考
	県外からの宿泊者数(20年度を100とした指標)	目標値		100.5	101.0	101.5		達成	
		実績値	100.0	100.8	103.7				
		達成率	100.3%	102.7%					

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	都市圏に対する大分県全体の観光情報発信や誘客対策については、直接的かつ効率的なセールスを行う県外事務所や市町村等と連携した広域的な取組が重要であり、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			21年度	22年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・商談会や商品造成支援などを民間委託 ・民間観光関係者が実施する観光プロモーション事業との効果的連携	6 円/人	9 円/人	総コスト/県外からの宿泊者数 (H21:2,932千人泊、 H22:3,014千人泊)

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)効率化の推進	方向性の判断理由	重点的に都市圏からの誘客を図る必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・23年度は引き続き、県外事務所と連携して効果的かつ効率的に事業を推進</li> <li>・九州新幹線開業により九州へと目が向いている好機に、福岡だけでなく広島でもエージェント等へと向けた商談会を実施して、大分をPR</li> <li>・特に入込客の多い福岡都市圏で、竹あかりをモチーフとした大分県の総合的な観光情報発信を実施し、本県への更なる宿泊観光誘客を促進</li> <li>・24年度は、どう地域の主体的な取組につなげていくか、今後の地域戦略を検討</li> </ul>		

事業名	海外観光客誘致対策事業	事業期間	平成 2 年度～平成 2 7 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域振興局

[目的、現状・課題]

目的	対象	海外観光客	現状・課題	今後国内経済の縮小が見込まれる中で、経済成長の著しい中国をはじめとする東アジアからの観光客を誘致するためには、ターゲット市場を絞り込み、国の状況に応じた情報発信・セールスをする必要がある。
	意図	大分県に誘客する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	20年度	21年度	22年度	23(予算)
外国語ホームページ強化整備 韓国誘客対策 中国誘客対策 その他アジアからの誘客対策	外国語観光ホームページのコンテンツ充実 韓国マーケットでの観光展出展及びセールス 中国からのキーマンやメディアの招請及びセールス シンガポール教育旅行セミナー及び台湾旅行社等の招請 委託先：(社)ツーリズムおおいた	全部委託	県 県 県(VJCは国と連携) 県(熊本、長崎と連携)  VJC: ビジットジャ パンキャンペーン	総コスト	19,840	21,001	21,465	33,846
		一部委託		事業費	9,840	11,001	11,465	13,846
		一部委託		うち一般財源	9,840	11,001	11,465	13,846
		一部委託		人件費	10,000	10,000	10,000	20,000
				職員数(人)	1.00	1.00	1.00	2.00

[事業の成果等]

事業の成果	商談会やエージェントセールスを通じて現地旅行社への旅行商品造成を促すことができた。また、メディアへの露出を通じて知名度の向上につながった。 なお、22年度の外国人観光客宿泊数は、尖閣列島問題による中国客の伸びなやみがあったものの、最高値を記録した。						活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標			
										21年度	22年度	目標値	目標年度		
								韓国セールス(回)		3	3	3	27		
								中国セールス(回)		4	5	3	27		
成果指標	指標名(単位)		達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成 (27年度)	評価	備考					
	外国人観光客宿泊数(人泊) (県統計)		目標値	343,000	375,000	422,300	485,200			844,600	達成不十分				
			実績値	300,614	174,412	355,613									
			達成率	87.6%	46.5%	84.2%									

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	民間や市町村が個別のセールスを行っても、地域の観光資源をトータルに宣伝するには限界があり非効率であるため、県としての宣伝誘致活動が必要である。また、国や九州観光推進機構においても誘客事業がなされているが、日本及び九州に来る観光客を大分県に導くためには県での事業実施が不可欠である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・(社)ツーリズムおおいたに委託	20年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
			66 円/人泊	60 円/人泊	

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	国の政策としての外国人観光客誘致の強化に伴い本県への誘致も強化するため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後観光客の増加が見込まれる中国への宣伝誘致活動を活性化させるとともに、成熟市場である韓国、台湾、香港への情報発信を行い、大分県への誘客を促進</li> <li>多数の観光客を見込める国際クルーズ船寄港の誘致活動</li> <li>その他の有望市場であるシンガポール、タイへ向けた誘致活動</li> <li>23年度から大分県海外戦略に基づき、外国人観光客誘致活動を戦略的に推進</li> <li>24年度は、中国人観光客宿泊数の目標達成率を検証</li> </ul>		

事業名	農山漁村ツーリズム推進事業	事業期間	平成 20 年度～平成 26 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域振興局

[目的、現状・課題]

目的	対象	農林漁村体験民宿開業者、開業予定者	現状・課題	農山漁村体験民宿は、中山間地等において地域資源や農林水産業者の生き様を活かして貴重な副収入を得る手段として有効であるが、近年増加した教育旅行への対応や他県との競争に堪えるサービス提供が十分できていない。
	意図	受入態勢の整備を支援する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	23(予算)
新規開業支援・受入地域レベルアップ	ツーリズムインストラクターレベルアップ研修会 危機管理研修会	直接実施	県	総コスト	13,443	11,969	12,129	17,692
				事業費	3,443	1,969	2,129	7,692
農山漁村ツーリズム情報発信	地域内連携推進アドバイザー派遣 委託先：(株)セッション 農山漁村ツーリズムガイド作成 委託先：(株)マインドシェア	全部委託	県	うち一般財源	3,443	1,969	2,129	3,713
				人件費	10,000	10,000	10,000	10,000
農山漁村ツーリズム推進体制整備	農山漁村ツーリズム推進協議会や行政担当者研修会実施	全部委託	県	職員数(人)	1.00	1.00	1.00	1.00

[事業の成果等]

事業の成果	農林漁業体験民宿の開業件数は20年度から55件増加した。この結果教育旅行など大人数の受け入れも容易となり、農山漁村ツーリズム振興の基盤が整備された。また、23年12月には九州グリーンツーリズムシンポジウムが開催され全国に大分県のグリーンツーリズムの魅力をPRすることができた。	活動指標	指標名(単位)	事業の実績		最終目標	
				21年度	22年度	目標値	目標年度
			インストラクター研修会参加者(人)	43	21		
			危機管理研修会参加者(人)	134	136		
			九州グリーンツーリズムシンポジウム参加者(人)		680		

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(26年度)	評価	備考
			目標値	130	180	230	280		
県内の農林漁業体験民宿数(簡易宿所)(軒)		実績値	215	261	293			達成	
		達成率	165.4%	145.0%	127.4%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	NPOとの協働が可能	なし	大分県の農山漁村ツーリズム振興は各地域の個性ある取組を支援しながらも、NPO法人大分県グリーンツーリズム研究会等と連携し、広域にサービスのボトムアップ、誘客活動を行っていく必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・事業を民間へ業務委託しることによる効率的・効果的な情報発信の展開	20年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
			62,526 円/軒	41,396 円/軒	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	開業者が研鑽する場が未だ十分でない上、危機管理研修や情報発信は継続して行う必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・23年度は引き続き、低コストで効果的な研修事業と情報発信を推進</li> <li>・専門コーディネーターの派遣による各地域の事務局体制の強化と人材育成</li> <li>・24年度は、各地域の事務局機能の強化について検討</li> </ul>		

事業名	「名勝耶馬溪」景観再生事業（おおいた景観創生事業）	事業期間	平成 21 年度～平成 25 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	景観・まちづくり室

[目的、現状・課題]

目的	対象	県民	現状・課題	雑木等により耶馬溪の誇る奇岩秀峰の景観が阻害され、観光資源としての価値が低下しつつある。
	意図	地域への誇りと愛着を育むと共に観光客を誘客する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
「名勝耶馬溪」景観再生	荒廃森林の伐採整理を行う市町村等に対する補助	直接補助	市町村	総コスト		7,882	10,520	7,200
				事業費		6,882	9,520	6,200
				うち一般財源				
				人件費		1,000	1,000	1,000
				職員数(人)		0.10	0.10	0.10

[事業の成果等]

事業の成果	奇岩・秀峰を覆う雑木等を伐採することにより「名勝耶馬溪」の景観を回復し、県民の地域に対する誇りと愛着の向上が図られた。また、観光客の増加により地域の振興・活性化が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			修景地区数(か所)		21年度	22年度	目標値	目標年度	
					3	4			
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(25年度)	評価	備考
	観光客数(人) (深耶馬溪観光動態)	目標値		325,000	325,000			達成	最終年度の目標値がないのは、最終年度の実施箇所(「名勝耶馬溪」以外の地域含む)が、現時点では未定であるため。
		実績値		337,676	363,026				
		達成率		103.9%	111.7%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	文化財保護法	文化財保護法第113条の規定により「名勝耶馬溪」の管理団体である県が、良好な景観を保全する責務を有する。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・伐採後の樹木を「名勝炭」として加工・販売し、有効利用を図っている。	21年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
			23 円/人	28 円/人	

[総合評価]

方向性	見直し(24年度)事業内容の変更	方向性の判断理由	名勝耶馬溪では23年度までに一定の成果が見込まれるため
改善計画等	・23年度に補助率見直し(3/4→1/2)		

事業名	おおいたらしさ「景観」創出事業 (おおいた景観創生事業)	事業期間	平成 21 年度～平成 23 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	景観・まちづくり室

[目的、現状・課題]

目的	対象	県民	現状・課題	地域に点在する魅力的な景観については、大分県の観光資源・宝として県民の認識が十分ではなく、景観資源の有効活用が図れていない。
	意図	景観を活用した地域振興・観光振興を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
「景観まちづくり」のための人材育成	講座の実施：5回(参加者700名) まちあるき・意見交換会の実施：2か所(参加者100名)	直接実施	県	総コスト		6,219	5,830	5,618
				事業費		2,219	1,830	1,618
景観まちづくりの素の策定	景観まちづくりの素材発掘と活用方法の提案書策定 委託先：(社)大分県建築士会	一部委託	県	うち一般財源		2,219	1,830	1,618
景観法に基づく法的整備の支援	景観計画策定等に関する助言及び支援 委員会・協議会への出席	直接実施	県	人件費		4,000	4,000	4,000
				職員数(人)		0.40	0.40	0.40

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	事業の実績		最終目標					
		21年度	22年度	目標値	目標年度				
講座やフォーラム、まちあるきを開催し、景観まちづくりの観点から地域の中心となる人材を育成するとともに、景観まちづくりに関する意識を高めることができた。また、地域での実際の景観まちづくり活動の活性化へつながった。	講座の開催数(回)	7	5	4	23				
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(23年度)	評価	備考
	累計景観まちづくりコンダクター登録数(人)	目標値		18	27	36	36	達成	
		実績値		36	39				
		達成率		200.0%	144.4%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	景観法	広域的及び統一的な景観づくりの方向性を県が主導する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			21年度	22年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・講座やフォーラムの開催費用を一部市町村が負担	172 千円/人	149 千円/人	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	終了(23年度末)	方向性の判断理由	講座の開催による人材育成は一定の成果を得たので、次の段階へと進めるため
改善計画等	・地域における景観まちづくりの実践へと繋げるため、地域でのワークショップの開催及び景観まちづくりの素材となる「良好景観の選出」事業を追加		

事業名	観光客にやさしい案内標識整備事業	事業期間	平成 15 年度～平成 24 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	景観・まちづくり室

[目的、現状・課題]

目的	対象	観光客	現状・課題	道路交通網整備や新しい観光施設整備などの社会情勢の変化により、観光客が目的地まで円滑に移動出来ない恐れがある。
	意図	目的地までの円滑な移動を支援する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト					
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	24(実績)	
観光案内標識の整備	観光案内標識の再整備(4基)	直接実施	県	総コスト	19,459	14,947	15,322	15,044	
				事業費	15,459	10,947	11,322	10,044	
				うち一般財源	15,459	10,947	8,018	10,044	
				人件費	4,000	4,000	4,000	5,000	
				職員数(人)	0.40	0.40	0.40	0.50	

[事業の成果等]

事業の成果	老朽化した観光案内標識をリニューアルするとともに、道路交通網整備等の社会情勢の変化に対応し、観光地へのスムーズなアクセスを誘導する案内標識の標示修正工等を実施することにより、観光客の利便性の確保と大分県観光へのイメージアップを図った。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			21年度	22年度	目標値	目標年度			
			観光案内標識の整備基数(基)	50	4				
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考
		目標値							観光客を目的地まで誘導することが目的であり、観光案内標識の整備に限定した指標の計測が困難なため。
		実績値							
		達成率							

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	市町村をまたがる広域観光ルート形成に寄与するため県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・標識の両面活用による建設コストの縮減	21年度	22年度	総コスト
			299	3,831	／
			千円/基	千円/基	活動指標の実績値

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	引き続き老朽化した標識を再整備する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・標識台帳システムの整備を行い標識に関する事務の効率化を実施</li> <li>・23年度以降はさらなる事務の効率化のため一括発注の範囲拡大や一部標識の市町村への移管を検討</li> <li>・24年度は、既設標識の更新にあたっては、市町村移管を検討</li> </ul>		