

政策評価調書(29年度実績)

| | | | | | |
|-----|---------------------|-------|-----|-------|-------------------------|
| 政策名 | 人を呼び込み地域が輝くツーリズムの推進 | 政策コード | - 4 | 関係部局名 | 企画振興部、生活環境部、商工労働部、土木建築部 |
|-----|---------------------|-------|-----|-------|-------------------------|

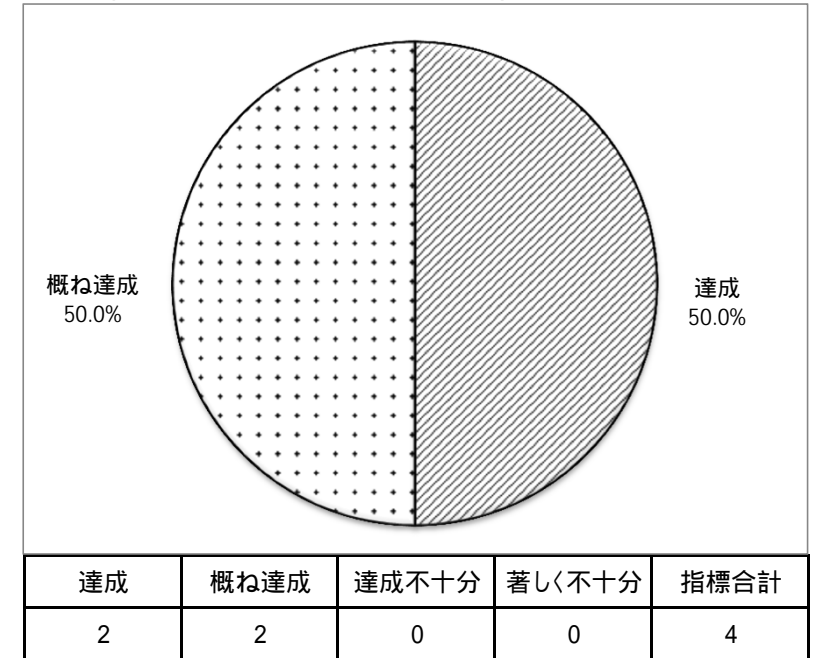
【 . 政策の概要】

「おんせん県おおいた」の強みを生かした情報発信や団体誘客の促進等による国内誘客と、ラグビーワールドカップ2019などを契機とした海外への情報発信や観光案内の多言語対応などによる海外誘客(インバウンド)を強化するとともに、観光人材の育成・確保や地域ブランドイメージの確立につながる地域磨きを推進し、観光による活力ある大分県づくりを目指す。

【 . 政策を構成する施策の評価結果】

| | 施策名 | 指標評価 | 総合評価 |
|---|-------------------------|------|------|
| 1 | 国内誘客の推進と海外誘客(インバウンド)の加速 | 達成 | A |
| 2 | おんせん県おおいたの地域磨きと観光産業の振興 | 概ね達成 | B |

【 . 構成施策の目標指標の達成状況】



【 . 政策を取り巻く社会経済情勢・今後の動向】

国内旅行市場は団塊の世代の旅行需要等に支えられ、堅調に推移しているが、今後人口減少社会の到来により、国内旅行需要は長期的に減少することが見込まれる。そのため、魅力ある観光素材の開発や効果的な情報発信のほか、H30年国民文化祭、全国障害者芸術・文化祭や六郷満山開山1300年などの契機を活かし、着実な誘客促進を図る必要がある。

一方、2017年の訪日外国人旅行者数は、訪日ビザの要件緩和や円安などを受けて、中国などアジアを中心に訪日ブームが続き、日本全体で過去最高の2,869万人を記録するとともに、消費額も約4.4兆円と過去最高を記録した。外国人観光客の訪問先はゴールデンルート「東京～大阪～京都」中心から新たな旅行先へ需要が高まること が想定される中、ラグビーワールドカップ2019や2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした外国人観光誘客のために、国外への情報発信や多言語対応、Wi-Fiやキャッシュレス決済の環境整備など受入体制整備に引き続き取り組む必要がある。

今後、県域版DMOにおける国内・海外への効果的な情報発信・誘客のほか、「日本一のおんせん県おおいた ツーリズム戦略2015」に基づき、「地域の観光素材磨き」、「誘客」、「ブランド力の向上」、「県域を越えた連携」、「現場主義の推進」を5つの柱に官民一体となって取組を進めていく。

【 . 評価が著しく不十分となった指標】

| 指標名 | 達成率 |
|------|-----|
| 該当なし | - |