

令和4年度事業報告

I ツーリズムの創造・発展	
(1) ツーリズム企画推進事業	
<p>① 戦略的なツーリズム企画の推進 (担当：経営) (担当：観企)</p>	<p>○会員への個別ヒアリングや戦略会議等のもと、会員相互の連携により事業企画・推進を図るとともに、県や市町村等への事業企画等の提案を行った。</p> <p>○当法人における中期経営計画（2022年～2024年）の実現を目指し、着実に事業を遂行した。</p>
<p>② 各種協議会 (担当：観企) (担当：誘致) (担当：MICE センター)</p>	<p>○ツーリズムおおいたが事務局として協議会の運営にあたり、総会等の開催及び各協議会における事業企画の提案、推進を図った。</p> <p>■<u>大分県教育旅行誘致協議会（7月6日、10月31日、2月21日）</u></p> <p>■<u>大分県ふるさとガイド連絡協議会（7月11日）</u></p> <p>■<u>大分県MICE誘致推進協議会（3月8日）</u></p>
(2) 地域連携事業	
<p>① 観光圏等地域連携観光組織との連携 (担当：観企)</p>	<p>○県内各地域の観光協会等が造成した旅行商品を当法人のWEB販売システム「テッパン！おおいた」で販売するなど、双方にメリットが生じる連携を推進した。</p> <p>○地域連携型の観光組織等と連携して、広域観光の推進を図った。</p>
<p>② 県内DMO候補法人・地域観光協会との連携 (担当：経営) (担当：観企)</p>	<p>○県内のDMO組織、地域観光協会との連携強化や相互が役割分担・連携して共同事業等に取り組むことで効果の最大化を図った。既に実施をしている県南地域に加え、県下で芽生えつつある地域間連携の取組を、県内の全地域でも展開できるよう支援した。</p> <p>○県域プラットホームとしての体制強化を図るとともに、各地域に必要なサポートやデータに基づいたマネジメントの推進など地域との協働推進に取り組んだ。</p>

II 地域マネジメントの推進

大分県観光のプラットフォームとして県域版 DMO の機能を効果的に発現するため、効果的な商品企画や販売、マーケティング機能の充実を図るとともに、市町村、域内 DMO 組織や観光協会、関係団体等との連携を強化し、県内観光の発展をサポートする。

(1) ツーリズム推進基盤強化事業

(51,859千円)

① 商品企画・販売機能の強化

(担当：経営)

(担当：観企)

(担当：誘致)

○WEB販売システム「テッパン!おおいた」を最大限に活用し、ニーズとマッチした着地型旅行商品の販売を行うとともに、旅行商品の販路拡大を目的に首都圏、関西圏、中京圏などの3大都市圏への営業活動のほか、IT技術を活用した精算システムの構築や多言語化対応も進めた。

■多言語対応として、4月1日より英語、7月1日より韓国語・中国語（簡体字、繁体字）を公開

■電子クーポン導入を10月から順次実施。SNS有料広告を夏期、秋期、冬期・春期と分けて実施

■新しい旅行商品として、豊後高田市の「昭和の町でアート&クリームソーダクーポン」、豊の国千年ロマン観光圏、九重町のネイチャーガイドクラブ、道の駅のつはるの商品を追加

○県内外観光関係者等と連携し、県内及び隣県の主要観光地等を結ぶ周遊商品の企画・造成や地域の支援を行うことで、観光資源の見える化を図った。

○各種マーケティング情報を的確に捉え、データに基づいたより効果的な商品販売方法等を検討することで販売強化に繋げた。

○大分県立美術館（OPAM）を中核とした観光循環促進事業（文化庁補助事業）を行った。

■大分県の文化観光コンテンツを組み込んだ商品造成を行ってもらうため、旅行会社向けの招請ツアーを実施（2月16日～17日 旅行会社10社参加）

○オンライン体験ツアーの造成サポートと販売を行う。

■OPAM オンラインバックヤードツアー（1月14日 一般客5名参加）

■玖珠町ふるさとガイドオンラインツアー（3月18日 13名参加）

○大分県椎茸農業協同組合や国東半島宇佐地域世界農業遺産推進協議会等と連携し、地域が守り続けてきた「持続可能な食と観光」をテーマにした高付加価値商品を開発（県委託：観光産業リバイバル推進事業）

■有識者、メディア、ツアー企画担当者を対象にしたモニターツアー（11月30日～12月1日）*10社参加
モニターツアー参加者ツアー造成内定。（JTBロイヤルロードR5年11月・レクサスR5年秋）

■T0のSNSでの配信・SNS有料広告配信。海外（主にイギリス）向けには、ニューヨークタイムズ・TTGmediaでの電子公告配信とランディングページの作成

② マーケティング機能の強化

(担当：経営)

○「観光マーケティング会議」等を継続開催し、市町村や地域観光協会、旅館組合や商工関係団体等との連携を推進した。同時に、より必要とされる情報の提供や共同事業の実施に向けた合意形成に取り組んだ。

<p>(担当：観企) (担当：誘致)</p>	<p> ■第1回観光マーケティング会議（9月28日）*80名参加 ■デジタル活用研修会（2月14日）*40名参加 ■DMOセミナー（2月28日）*43名参加 ■第2回観光マーケティング会議（3月9日）*50名参加 </p> <p>○客観的な観光関連データの集約・分析、誘客に結びつく戦略立案に必要なマーケティングを行うため、各種オープンデータの解析、WEB調査や観光客の動態調査等を実施した。</p> <p>■ビッグデータ分析システム（7月～）、MA/SFA（9月～導入）</p> <p>○データに基づいた分析情報や事業企画を市町村へ提案した。また、広域での共同事業の必要性やマーケティング情報の有効な活用策等の意識醸成を図るとともに、定期的なPDCAサイクルを構築した。</p> <p>■「観光動向レポート」を毎月作成し、会員専用サイトに掲載 ■「旅行者の興味関心・行動分析に関するレポート」を作成し会員専用サイトに掲載（四半期に一度）</p> <p>■豊肥振興局（豊後大野・竹田）管内の宿泊地及び観光スポットへの来訪者数及び属性データを提供</p> <p>○県内の複数市町村が連携したエリア毎のミーティングを開催し、きめ細かい応援体制の構築に取り組んだ。</p> <p>■県南3市観光マーケティング会議（10月18日）</p>
<p>(2) おもてなし人材育成事業 (3,209千円)</p>	
<p>① 魅力ある地域・商品づくりの推進</p> <p>(担当：観企)</p>	<p>○ナショナルパーク（国立公園満喫プロジェクト）や日本ジオパーク等の自然環境を活用した大分県らしい新たな商品づくり、個人旅行者や訪日外国人観光客の増加に対応できる観光素材の整備を促進し、魅力ある観光地域づくりに取り組んだ。</p>
<p>② おもてなし体制の強化</p> <p>(担当：経営) (担当：観企) (担当：誘致)</p>	<p>○県観光政策課と連携し、県内観光案内所の連携・情報交換を目的とした研修会等に参加した。</p> <p>■第1回ブロック交流会（6月14日～17日） ■観光案内所連携案内所全体会（9月27日） ■大分県観光案内所スタッフ全体交流会（2月16日）</p>
<p>③ ガイド等ツーリズム人材の育成</p> <p>(担当：経営) (担当：観企)</p>	<p>○大分県ふるさとガイド連絡協議会の交流研修会を開催し、ガイドの資質向上を図るとともに、ガイド同士の情報やノウハウの交換を促進した。</p> <p>■まち歩き交流研修会（11月21日）*38名参加 ■玖珠町機関庫のオンラインツアー（3月18日）*13名参加</p> <p>○アドベンチャーツーリズムを推進するため、品質認証制度確立をめざす協議会に参画した。</p> <p>○大分県、APUと連携してインバウンド復活を見据えた広報人材の育成事業を実施した。</p> <p>■大分県の魅力を知るため、APUの学生向けにバスツアーを実施（8月9日 3コース 33名参加）、参加した学生は海外からの誘客に繋がる魅力をYouTubeで発信</p>

(3) 農山漁村ツーリズム育成事業 (2,028千円)

① 人材育成研修 (担当：観企)	○農山漁村ツーリズム研究会事務局や行政担当者等の商品開発・企画立案力、セールス力、国の交付金活用、危機管理の向上等を目指した研修会を実施し、地域の受入態勢の向上を図った。 ■安全管理研修（1月13日）*現地16名、WEB31名参加 ■情報発信研修（1月23日）*現地16名、WEB12名参加 ■SDGs教育プログラム研修（2月1日）*現地14名参加
② 情報発信 (担当：観企)	○SNS等を活用したデジタルターゲティング広告等を行うことで農山漁村ツーリズムの魅力など情報発信を行った。 ■SNS広告（日本語、韓国語、中国語）開始

(4) 情報収集・発信事業 (22,392千円)

① HP・情報発信誌等発行 (担当：観企)	○「おんせん県おおいた観光情報公式サイト」（ツーリズムおおいたホームページ）における旬な情報、季節を先取りしたタイムリーかつ効果的な情報発信を行った。 また、新型コロナウイルスに関する情報を一括で把握できるページを作成し、常にお知らせのトップに据え置きし最新の情報を提供した。 ■新型コロナウイルスまとめサイト ■花スポット特集（春・初夏・秋） ■滝、渓谷スポット特集 ■GW、夏休み、年末年始特集ページ ■おすすめモデルコース ほか ○観光情報誌「Gururitto〜ぐるり〜」を季刊発行し、県内及び九州内や中国地方などの高速道路サービスエリアや道の駅、公共交通機関のターミナルなど約600か所への配布やスマホ等からも閲覧できるようWEB版も作成した。 プレゼントコーナーにアンケートフォームの導入や、掲載内容の見直し、特集ページを2エリアにし、四季情報を提供するページの掲載物件を増やし、より多くの市町村を紹介した。 ■夏号：シーサイドドライブ（別府市・日出町・杵築市） 「ととのい」の旅（豊後大野市） 夏あそびスポット（13市町村） ■秋号：国東半島アート巡り（豊後高田市・国東市） きらめく空と海を眺めながらグルメ旅（佐伯市） 秋あそびスポット（12市町村） ■冬号：天領日田で心温まる旅（日田市） 昭和の町でレトロトリップ（豊後高田市） 温泉スポット（12市町村） ■春号：レトロと新しいが共存する湯の町別府（別府市） 中津の歴史を学び、味わい、楽しむ（中津市） 花だより（12市町村） ○観光動向の情報を集約・整理するとともに、既存パンフレット類の集約や構成見直しにより、より効果的・効率的に観光誘客
--------------------------	---

	<p>につながる媒体を制作し、情報発信効果の最大化を図った。</p> <p>○旅行会社やメディアに対して、商品の造成や販売に向けた観光素材、施設情報をメルマガ方式で配信し、旅行商品造成や誘客促進を図った。</p> <p>また、MAのメール配信機能を利用し、開封率だけでなく、リンククリック数等フロー解析を行い、その結果により次の配信内容を検討、より求められると思われる情報の提供を行った。</p> <p>■MA/SFAの導入（9月）から開封率及びリンククリック数等のフロー解析実施</p>
<p>② WEB等を活用した将来のリピーター確保対策</p> <p>（担当：観企）</p>	<p>○FacebookやTwitter、インスタグラム等のSNSを活用し、顧客ニーズに沿った情報発信の強化に取り組んだ。</p> <p>○「テッパン！おおいた」で、商品販路拡大や周遊観光につながる商品の情報発信をデジタルマーケティングの手法を用いて効果的に行い、リピーター確保を図った。</p>

<p>Ⅲ 国内観光客の誘致促進</p>	
<p>新型コロナウイルス感染症の動向を見極めつつ、大分県の進めるデジタルマーケティングを活用した誘客対策を推進するとともにオンライン・オフラインを活用した商談会や展示会への出展、また、MICEや教育旅行などの団体誘致に向けて旅行会社や交通事業者等と連携し、ターゲット毎に効果的な誘客促進策を実施した。</p>	
<p>（1）デジタルマーケティングを活用した誘客対策（21,150千円）</p>	
<p>（担当：観企） （担当：誘致）</p>	<p>○無関心層・潜在層・関心層・顕在層に行動変容を促し、誘客促進を図るため、OTA、大分県情報公式サイトやSNS等を活用した情報発信を効果的に実施（ターゲットの明確化など）するとともに、その効果を検証した。</p> <p>■ペルソナを2つ設定し、行動変容を促す情報を発信</p> <p>①関東在住のゴルフ好きな50～60代男性 ②福岡在住の写真好きな20代女性</p>
<p>（2）主要コンテンツの強化・受入環境の整備（5,339千円）</p>	
<p>（担当：誘致）</p>	<p>○大分県ツーリズムのあり方について、温泉/自然・体験/食/宇宙港などを深掘するとともに民間事業者等との横連携の効果を図ったり、有識者等を招聘したワークショップを開催した。</p> <p>■アドベンチャーツーリズム関連事業者を対象にした有識者によるセミナー・ワークショップを開催（11月14日、2月22日）*51名参加</p> <p>■宇宙港という大きなコンテンツを観光ビジネスへ落とし込むため有識者と観光関係者との意見交換や新たな観光コンテンツに向けたセミナー・ワークショップ開催実施（プレセミナー12月2日、セミナー・ワークショップ2月7日、アフターセミナー3月1日）*41名参加</p>

(3) 主要圏域別の誘客対策 (9,478千円) **9,477千円**

<p>(担当：誘致)</p>	<p>○民間事業者や県外事務所等と連携した共同セールスやキャラバン、メディアを活用したパブリシティによる露出拡大を行うなど、効果的なプロモーションを実施した。</p> <p>○九州・中国四国対策</p> <ul style="list-style-type: none">■ <u>マツダスタジアムでイベント実施 (5月13～14日) *31,000人</u>■ <u>ひろしま発！旅行ナビ202出展 (9月3～4日)</u>■ <u>2022年第45回全国育樹祭大分大会 (11月13日)</u>■ <u>おおいた×やまぐち おんオフ宣言を契機とした観光誘客として同系列TV局を活用した情報発信 (2月11日、18日放送)</u>■ <u>九州旅行博覧会トラベラーズフェス出展 (2月25～26日)</u> <p style="text-align: right;"><u>*11,389人</u></p> <p>○関西対策</p> <ul style="list-style-type: none">■ <u>イオンモール京都桂川イベント出展 (2月18日)</u> <p>○首都圏対策</p> <ul style="list-style-type: none">■ <u>福利厚生事業者リロクラブ (契約企業数18,200社超) と周遊の仕組みを構築し、可処分所得の高い層に対する県観光素材及びワーケーション情報発信を実施</u>■ <u>第1回宿フェス出展 (2月7日～8日) *29,000人</u>■ <u>大分の情報を首都圏に発信し、観光誘客や県産品の流通拡大を目指し「地獄蒸し祭りin東京タワー」開催 (11月25日～27日)</u> <p style="text-align: right;"><u>*25,000人</u></p>
----------------	---

(4) 商談会等による誘客促進 (7,691千円)

<p>(担当：誘致)</p>	<p>○県外事務所や市町村、関係団体等と連携したツーリズムEXPOジャパン等の大型イベントへの出展、旅行業界向け商談会の開催などを通じて、大分県観光素材の訴求、販路拡大を図った。</p> <ul style="list-style-type: none">■ <u>おんせん県おおいたツーリズム商談会開催 (11月17日～18日)</u> <u>旅行会社の商品造成担当者 (24社39名) を招聘し、商談会、意見交換会、10コースのエクスカーションを実施</u>■ <u>ツーリズムEXPOジャパン2022出展 (東京)</u> <u>総来場者数 124,074 人、大分県ブース2,500名来場 (9月22日～25日、商談件数：20社/554社)</u>
----------------	---

(5) 団体誘客対策事業 (5,973千円)

<p>① MICE誘致の推進</p> <p>(担当：誘致)</p> <p>(担当：MICEセンター)</p>	<p>○大分県MICE誘致推進協議会及び九州・沖縄地区コンベンション推進団体連絡会の構成団体と連携し、MICEの誘致に取り組む。大学等の学会案件保持者に対する誘致活動や団体・企業等のMICE情報の収集に努めた。</p> <ul style="list-style-type: none">■ <u>九州&沖縄MICE商談会 (東京)</u> <u>(9月7日 総来場者数83人、商談件数7社)</u>■ <u>第32回国際MICEエキスポIME2023出展 (東京)</u> <u>(2月16日 バイヤー：国内213名、海外24名、商談件数8件)</u>
--	--

	<p><MICE支援済内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <u>東都大学野球2022春季リーグ開幕戦in大分</u> ■ <u>第9回日本うつ病総会・第5回うつ病リワーク協会年次大会</u> ■ <u>第63回日本熱帯医学会大会・第26回日本渡航医学会学術集会</u> ■ <u>第30回記念全国古希軟式野球大会</u> <p>○コロナ後のインバウンド誘致事業と連携して、海外からのインセンティブツアーの誘致を強化した。</p>
<p>②教育旅行誘致の推進</p> <p>(担当：誘致)</p>	<p>○中学校は、広島、岡山を中心とした中国地方、大阪、京都、兵庫といった関西のエリア、高等学校は、岐阜、静岡などの中部地域をターゲットに、学校関係者の招請や教育旅行を取り扱うエージェント担当者へのセールス等を行い、誘致を推進した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <u>九州7県合同修学旅行説明会、相談会参加(8月)</u> (3日：名古屋会場、4日：大阪会場、18日：東京会場) * <u>旅行会社24社、学校4校と商談実施(3日間計)</u> ■ <u>長崎(1月19日～20日)、沖縄(2月2日～3日)セールス実施</u> ■ <u>長崎・沖縄の旅行社を招聘し現地視察・意見交換会実施</u> (3月12日～14日、3月22日～24日) <p>○教育旅行誘致協議会と連携して、スポーツやサークル等の合宿の誘致活動に取り組んだ。</p> <p>○教育旅行と親和性の高い新たな学習素材を活用して、誘致活動を進める。また、県内学校関係者にも県内教育旅行素材を紹介し、コロナ禍の県内周遊修学旅行の促進を図った。</p>
<p>(6) 空港利用促進事業 (34,324千円) 29,000千円</p>	
<p>①航空事業者との連携促進</p> <p>(担当：誘致)</p>	<p>○大分空港就航の航空会社と連携し、各社の持つ特性を活かした効果的な情報発信や県内周遊型の旅行商品の造成・販売を促進した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <u>航空会社HPや機内誌及び関西圏域のテレビ番組で県内観光地の情報発信や渋谷ロフト内にて対面での観光PRを実施。</u>
<p>②公共活性化事業</p> <p>(担当：誘致)</p>	<p>○大分空港就航の航空会社と連携し、大分県への誘客を促進するため、航空利用の動機付けとなるクーポン等の作成及び情報発信を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <u>大分空港を離発着する全航空会社と連携し、各路線往復利用者を対象にクーポン等を配付</u>
<p>(7) メディア対策事業 (10,968千円) 9,970千円</p>	
<p>(担当：誘致)</p>	<p>○県広報広聴課や各県外事務所と連携した情報発信・取材支援により、県外メディアで観光情報を発信し、誘客に繋げた。 (年間17本実施) *以下は主なものを抜粋</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「<u>月刊九州王国</u>」7月号(6月15日発行) 大河ドラマと関連して中世・鎌倉時代の<u>大分という歴史的視点から豊後大野、竹田、宇佐、国東市等をPR</u> ■ 「<u>一個人</u>」秋号(10月3日発行) <u>別府・湯布院をはじめする県内の温泉地をPR</u>

	<p>■<u>テレビ東京『昼めし旅』番組タイアップ（9月15日放送）</u> 杵築市ハモ漁と地元食材をPR</p> <p>■<u>YouTube「ぷり子のひとり散歩」（9月末配信）</u> アジアで初の宇宙港に認定された大分空港の紹介及び竹田市の観光地や宿泊施設等を紹介（働く女性向け）月間閲覧数220万人</p> <p>■<u>朝日放送「おはよう朝日土曜日です」（10月22日放送）</u> 別府市北浜、稲積水中鍾乳洞などをPR</p> <p>■<u>プレスツアー（11月25日）</u> 豊後高田市、宇佐市を中心とした史跡、パワースポット、酒蔵をめぐるツアーを実施</p> <p>■<u>RETRIP（3月17日）</u> さんふらわあ新造船と大分温泉の旅に関する記事を配信</p>
<p>(8) インフルエンサーを活用したSNS情報発信事業 (R4実施：R3繰越事業) (9,903千円)</p>	
<p>(担当：誘致)</p>	<p>○インフルエンサーを活用し、コロナ禍でも楽しめる地域の人たちでは気づく事の出来ない新たな旅の魅力を発信した。 Instagram公式アカウント“おおいたナイショのフォトリップ”にて情報発信を行った</p> <p>■<u>カメラガールズによる県内の写真映えする観光スポットをSNSで発信する「Oitaナイショのフォトリップ」事業を継続実施</u> フォトコンテスト実施（応募2,466件）やフォトブック制作</p>

IV 広域観光連携の推進

<p>(1) 東九州軸・九州横断軸連携事業 (4,799千円) 4,201千円</p>	
<p>① 東九州軸連携誘客 (担当：誘致)</p>	<p>○宮崎県との連携事業及びNEXCO西日本等と連携した誘客キャンペーンやメディアを活用したプロモーションの展開、旅行商品の造成など、九州各県や中国四国地方からの誘客を促進した。</p> <p>■<u>宮崎県と連携し、「土曜日の夜は！おとななテレビ」番組で東九州スペシャルと題し、2週連続で福岡地域へ情報を発信</u> (2月18日、25日)</p> <p>○NEXCO西日本との連携事業</p> <p>■<u>お国じまんカードラリー2022（4月28日～1月31日）</u> 県内8か所を設定し、デジタルスタンプラリーを開催</p> <p>■<u>ドライブパス2022 西日本を中心とした24府県参加（4月28日～3月31日）</u></p>
<p>② 九州横断軸連携誘客 (担当：誘致)</p>	<p>○九州横断3県（大分・熊本・長崎）との連携事業。コロナ禍で減少した観光需要を回復させるため、3県連動し周遊ルート商品の販売促進を図ることにより、かつて九州観光のゴールデンルートと称された九州横断軸観光の再興を図った。</p> <p>■<u>旅行会社（3社）による3県もしくは2県周遊ルート造成支援を実施</u></p> <p>■<u>3県のインスタグラムを着地とした情報を発信</u></p> <p>■<u>全国紙記事広告で情報を発信</u></p>

(2) 広域観光推進組織連携事業 (3,432千円) **3,431千円**

(担当：誘致)

○九州観光機構と連携した、全国主要都市（東京、大阪、福岡等）での商談会開催や誘客プロモーションを実施した。

■2023年上期素材相談会実施

(8月19日@東京(13件)、22日@WEB(9件)、

8月24日@大阪(11件)、26日@福岡(14件))

■2023年下期素材相談会実施

(2月28日@東京(10件)、3月1日@大阪(10件)

3月2日@福岡(10件)10日@WEB(10件))

V インバウンド誘致対策事業

新型コロナウイルスの拡がりによる世界的な渡航制限により、海外からの観光誘客は極めて厳しい状況が続いていたが、ワクチン接種の進展等により、段階的な海外からの観光客受け入れを再開した。こうした動きに遅れることなく、台湾、韓国で大分県単独の商談会開催や現地旅行会社へのセールス活動及び現地でのイベントへの参加により、本県の強みを打ち出した観光コンテンツをPRした。

加えて、今年度から初めた各市場の戦略パートナーと連携し、中長期的・専門的な視点での戦略構築に基づいた情報発信や現地旅行会社の招聘などを通じて、ツアー・旅行商品の造成等が新たに実現した。

(1) 各国（地域）別対策 (130,939千円)

① 韓国対策

(担当：誘致)

○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施した。

■現地大手旅行会社5社・ランド社3社へセールス実施(8月)

■九州観光機構主催の商談会に参加し、現地旅行会社に対してセールスを実施(10月)*県内事業者等8社参加

■インフルエンサーによる情報発信実施(10月15日～17日)

■旅行会社と連携した情報発信実施(12月)

■FAMトリップ参加旅行者への現地営業(12月15日～16日)

■大分県単独商談会開催(2月8日)*現地旅行社53社参加

○韓国旅行社等に向けファミトリップを実施し、今後の旅行商品造成に繋げた。

■FAMトリップ実施(10月26日～29日)、旅行会社6社招請)

② 台湾対策

(担当：誘致)

○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施し、商品造成・誘客に繋げた。

○各都市で行われる旅行博に出展し、大分県の魅力をPRした。

■高雄旅行博(KSTF)出展(8月26日～29日 来場者102,403人)

■台中旅行博(ATTM)出展(10月21日～24日 来場者140,063人)

■台北旅行博(ITF)出展(11月4日～7日 来場者195,366人)

	<p>○高雄・台中・台北の3都市にて大分県単独商談会を実施し、今後の旅行商品造成に繋げた。</p> <p>■<u>大分県単独商談会実施（12月7日～9日）</u> *高雄50社、台中56社、台北87社参加</p> <p>○台湾旅行社に向けファミトリップを実施し、今後の旅行商品造成に繋げた。</p> <p>■<u>FAMトリップ実施（12月20日～23日、旅行会社6社招聘）</u></p> <p>○台湾関係者との意見交換会に参加し、教育旅行再開期に向けて最新情報を共有し、教育旅行の誘致に繋げた。</p> <p>■<u>台湾訪日教育旅行関係者意見交換会（2月14日）@東京</u></p> <p>○校長先生等を招請したFAMトリップを実施し、県内市町村との意見交換会などを行い、学校交流（教育旅行）の誘致に繋げた。</p> <p>■<u>FAMトリップ実施（3月15日～18日 学校関係者4名招聘）</u></p>
<p>③ 香港対策 (担当：誘致)</p>	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施し、商品造成・誘客に繋げた。</p> <p>■<u>SNSを利用し、個人旅行者への情報発信を定期的実施</u> ■<u>旅行博ブックフェア出展（7月20日～26日、来場者85,000人）</u></p> <p>○現地の旅行社や施設、大分県海外親善大使等と連携し、市場動向にあわせた効果的なセールスを展開することにより、さらなる誘客に繋げた。</p> <p>■<u>旅行会社、メディアを訪問し商談実施（12月13日～16日）</u></p> <p>○香港旅行社等に向けファミトリップを実施し、今後の旅行商品造成や大分県への訪日教育旅行に繋げた。</p> <p>■<u>FAMトリップ実施（2月12日～16日、旅行会社6社招聘）</u> ■<u>香港旅行会社との名刺交換会（2月16日、旅行会社6社）</u></p>
<p>④ 中国対策 (担当：誘致)</p>	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施し、商品造成・誘客に繋げた。</p> <p>■<u>Wechat を使い旅行会社に向けて観光地の情報発信を実施</u> ■<u>ランドオペレーターとのオンライン商談会開催（2月17日）</u></p> <p>○航空会社と連携した大分県観光情報ライブ配信や中国旅行会社向けセミナーを開催し、大分県の認知度向上を図った</p> <p>■<u>ライブ配信：23,057名視聴（8月）</u> ■<u>ウェビナー：中国の25都市 80社参加</u></p> <p>○中国旅行会社等に向けファミトリップを実施し、今後の旅行商品造成に繋げた。</p> <p>○福岡空港と連携した新規就航路線のセールスを行い、福岡空港インアウトのツアー造成に繋げた</p> <p>○東アジア文化都市間の交流を促進するためのファミトリップやオンラインセールスを行った。</p>

<p>⑤ タイ対策 (担当：誘致)</p>	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施し、商品造成・誘客に繋げた。 ■旅行会社（14社）向けランチセミナーを開催（8月） ■バンコクで開催した日本博に出展（9月2日～5日、来場者数93,000人、商談件数6社）</p> <p>○バンコクにて行われる旅行博（FITフェア）に出展し、大分県の魅力をPRした。 ■旅行博（FITフェア）出展（1月27日～29日）</p> <p>○インフルエンサーを招請し、SNS利用者への大分県PRを図った。 ■インフルエンサー招請・取材実施（11月14日～16日）</p> <p>○タイ旅行社に向けファミトリップを実施し、今後の旅行商品造成に繋げた。 ■FAMトリップ実施（11月21日～25日、旅行会社7社招聘）</p>
<p>⑥ ベトナム対策 (担当：誘致)</p>	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施し、商品造成・誘客に繋げた。</p> <p>○日系旅行会社と連携した旅行博出展し、効果的なプロモーションを実施し現地での知名度向上を図った。</p> <p>○現地旅行会社への説明会を実施し、旅行商品の造成を促進した。 ■FAMトリップ実施（1月10日～13日、旅行会社6社招聘） ■JAPAN VIETNAM FESTIVAL出展（2月25日～26日）</p>
<p>⑦ シンガポール・マレーシア対策 (担当：誘致)</p>	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施し、商品造成・誘客に繋げた。 ■マレーシア最大級のBtoCイベントApple Vacation Fiestaに参加（6月22日～26日） （来場者数5,000人、大分を含む九州ツアーを申込人数91名） ■商品造成に向け旅行会社（10社）とランチセミナーを開催（9月6日）</p> <p>○旅行博や商談会に出展し、効果的なプロモーションを展開し現地での知名度向上を図った。 ■シンガポール旅行会社・メディア向けの商談会参加（10月18日、商談件数、旅行会社：7社、メディア等：2社） ■JNT0主催のJAPAN TRAVEL FAIR出展（2月24日～26日）</p> <p>○シンガポール・マレーシア旅行社等に向けファミトリップを実施し、今後の旅行商品造成や訪日教育旅行に繋げた。 ■福岡県と合同でFAMトリップ実施（10月24日～25日、4社招聘）</p>
<p>⑧ 欧米大洋州対策 (担当：誘致)</p>	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施し、商品造成・誘客に繋げた。 ■福岡県とディナーセミナー開催@オーストラリア（7月） （46名参加）</p>

		<p> ■<u>上記セミナーの前後日程を活用し、ニュージーランド2件、オーストラリア11件の商談を実施</u> ■<u>大分県ディナーセミナー開催@イギリス（7月）*15名参加</u> ■<u>上記セミナーの前後日程を活用し、イギリス9件の商談実施</u> ■<u>FAMトリップ実施（3月19日～22日）</u> ○WOTMなどの旅行博や商談会に出展し、効果的なプロモーションを展開し現地での知名度向上を図った。 ■<u>FITURへの出展@スペイン（1月18日～21日）</u> ■<u>フィンランド旅行博への出展及び現地旅行会社向けセミナー（1月18日～22日）</u> ■<u>JNTO主催のJAPAN ROAD SHOW出展（2月2日、6日～8日）</u> ○SNS（Facebook・Instagram）を活用した情報発信を行った。 </p>
(2) デジタルマーケティング事業（58,221千円）		
<p>(担当：誘致)</p>	<p> ○ホームページ管理運営 ○フェイスブック、・インスタグラム・WEIBO・WECHAT などにより、大分県の認知度向上に向け県内観光地を紹介し、効果的な広告配信等を実施した。 ■<u>英語版 SNS（Facebook、Instagram）による配信を実施</u> Facebook:36,000人、Instagram:13,000人 ■<u>WEIBO・WECHATを運用し、広告配信（KOL・KOCによる拡散）によりフォロワーを獲得</u> WEIBO：147,000人、WECHAT：92,000人 </p>	
(3) 広域連携・情報発信事業（6,000千円）		
<p>(担当：誘致)</p>	<p> ○外国人観光客の旅程は、複数県を跨ぐものが一般的であり複数県による連携事業が効果的であることから、国の広域連携事業（VJ事業）を活用した各広域観光ルートの形成、九州各県と連携した招請事業、海外メディア招請を通じた情報発信等に取り組む。 ■<u>Visit Japan Travel & Mice2022に出展し、海外旅行会社等に対して商談実施（9月、24社と商談）</u> ■<u>ベトナム旅行会社向けのFAMトリップ実施（2月14日～15日、旅行会社4社、航空会社1社招請）</u> </p>	
(4) 訪日教育旅行誘致推進事業（3,544千円）		
<p>(担当：誘致)</p>	<p> ○県教育庁や学校関係者、教育旅行誘致協議会等との連携し、学校交流の円滑な受入調整や地元の受入態勢の強化を図った。 ○県内市町村等が実施する訪日教育旅行関係プロモーションや招請事業等における支援体制を構築した。 ○訪日教育旅行の市場が再開した際に円滑な受入調整が可能になるような体制を構築した。 </p>	

VI ツーリズム推進態勢の強化

(1) 財政基盤の強化（収益事業）

(担当：経営)
(担当：観企)

- 事業実施のための財源を確保するため、おんせん県おおいたのロゴマークを活用したグッズ販売の販路拡大、新たな視点からの商品開発に取り組んだ。
- 着地型旅行商品の造成・販売の強化、販売におけるリスクマネージメントや業務の効率性向上、WEB販売システムの充実など、事業効果検証を行いながら環境整備に取り組んだ。
- 広告媒体の提供、セミナーや企画事業への参加の一部有償化など、新たな収入増加を図るための検討を開始した。

(2) 会員との連携強化

(担当：経営)

- 「ツーリズムおおいたNEWS」を発行し、各事業の実施予定や実施状況、観光動向など迅速かつきめ細かな情報提供を行った。
- 会員訪問等による会員ニーズの共有を強化するとともに、セミナーや商談会等への積極的な参加を誘引し、会員メリットの創出に努めた。
- 会員専用サイトについて、新たなマーケティング情報や観光情報等の掲載により、さらなる充実を図った。

(3) 組織の機能強化と連携推進

(担当：経営)
(担当：観企)
(担当：誘致)

- 観光立国の実現に向けて、国による投資も選択と集中型に移行する中、大分県観光の競争力を強化するため、組織の機能強化を継続的に推進した。
- 観光産業には多様な業態が関わっていることから、多様な業種との連携を強化し、効果的・効率的な事業執行を図った。
- 行政機関や民間組織と連携し、コロナ後の旅行者ニーズに即した観光地域づくりに取り組んだ。
- ツーリズムおおいたに望む事業や今後のあり方等について、全会員向けアンケート及び市町村ヒアリングを実施し、取りまとめた意見を事業企画委員会へ報告した。

VII 観光地の災害情報等の発信と新型コロナウイルス感染症対策

(1) 徹底した感染症対策

(担当：経営)
(担当：観企)
(担当：誘致)

- 大分県と大分県旅館ホテル生活衛生同業組合で構成する「大分県宿泊施設感染症対策強化委員会」でまとめた「おんせん県おおいた宿泊施設感染症対策チェックリスト」や「宿泊施設における新型コロナウイルス対応マニュアル」等に基づき、宿泊施設では感染症対策を実践してもらった。そのほか、観光施設等もこれに準じた感染症防止策を講じた。

(2) IT や IoT の活用		
(担当：経営) (担当：観企) (担当：誘致)	○オンライン商談会やウェビナー、オンライン体験ツアーの開催など、Web会議システム等のIT・IoT技術を活用して、BtoBのセールスやBtoCの情報発信、観光案内所間の連携などにおいて積極的に活用した。	
(3) 情報発信・情報提供		
(担当：経営) (担当：観企) (担当：誘致)	○県内外の消費者に対して、新型コロナウイルス感染症の感染予防対策等をしっかり情報発信して、安全・安心の観光目的地として正確に認識してもらった。 誘客につながる情報発信は、新型コロナウイルス感染症の拡大・収束状況を見ながら、情報発信の内容やタイミング、対象のエリアを考慮しながら情報発信を行った。 ○旅行者向けの、感染症や災害等に関する情報、復旧の状況等を正確かつ迅速に発信し、旅行者や事業者に必要な行動を促すとともに風評対策の徹底を図った。	

VIII 法人の運営		
(1) 総会の開催		
(担当：経営)	○会員総意に基づき、ツーリズムおおいたの事業を推進するため、通常総会を年1回開催した。通常総会においては、事業報告や決算案を諮り承認を求めるとともに、新年度の事業計画案、収支予算案について報告を行った。また、本県のツーリズム振興に特に功績のあった団体・個人の功績を称え、表彰を行った。 ・総会開催（6月30日）	
(2) 理事会の開催		
(担当：経営)	○ツーリズムおおいたの事業を推進するための業務執行の決定、事業計画書や収支予算書の承認、理事の職務の執行の監督などを行った。 ・理事会（6月7日、10月17日、3月24日）3回開催	
(3) 運営会議及び事業企画委員会等の開催		
(担当：経営) (担当：観企)	○運営会議において、理事会に諮る議案の決定や懸案事項の方針等を検討した。 ・運営会議（6月2日、8月17日、12月21日、3月10日） ○事業企画委員会において、県観光の舵取り役として今後TOが取り組むべき事業等について検討を開始した。	