

令和2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

① 戦略的なツーリズム企画の推進

(担当：経営)

(担当：観企)

事業企画委員会や戦略会議等を開催し、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も行った。また、コロナ禍による影響を考慮して、「アフターコロナ・ウィズコロナと観光を考える会議」を3回開催して、短期的、長期的に必要な対応策等について議論し、方向性を探った。加えて中期経営計画2019-2021の見直しを行った。

●月2回の幹部会議により事業の進捗や今後の予定を確認するなどして、円滑な事業遂行に努めた。

●「アフターコロナ・ウィズコロナと観光を考える会議」

①5月22日、②6月24日、③8月20日

●事業企画委員会の開催（12月17日、2月9日）

・コロナ禍の影響を考慮して、中期経営計画2019-2021の中間見直しを行った。加えて、コロナ禍の観光への影響について情報共有を行うとともに、今後の事業に参考となる取り組みについて情報交換を行い、関係者間の連携等についても議論した。

② 各種協議会

(担当：観企)

(担当：誘致)

(担当：MICEセンター)

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。

・大分県ふるさとガイド連絡協議会

・大分県教育旅行誘致協議会

・大分県MICE誘致推進協議会

●大分県ふるさとガイド連絡協議会

・6月3日理事会を书面議決で実施

・8月19日総会を书面議決で実施

※2月25日に実施予定だったふるさとガイド交流研修会は令和3年度に延期

※九州観光ボランティアガイド研修会in長崎佐世保大会の延期

●大分県教育旅行誘致協議会

・総会（6月） 书面決議により、全26会員が議案承認

・担当者ウェブ会議（9月10日） 出席者22名

・市町村宛に修学旅行の県内実施依頼文書を発出（9月18日付）

・世界農業遺産体験プログラム研修会（1月21日） 出席者47名

・教育旅行オンライン研修会／基調講演（3月4日）

・世界農業遺産体験プログラム学習ノート完成（3月10日）

●大分県MICE誘致推進協議会

・ウェブ会議（10月15日） 出席者16名

・ウェブ会議（3月3日）

| | |
|---|--|
| (2) 地域連携事業 | |
| ① 観光圏等地域連携 観光組織との連携 (担当：観企) | <p>豊の国千年ロマン観光圏との連携では、引き続き、法人理事や観光地域づくりマネージャー、幹事会委員として参画し、県北部エリアにおける滞在プログラム開示発や受入れ態勢整備への支援、また情報発信等で相互連携を推進した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●テッパンおおいたにて10月より順次、おもてなしクーポンシリーズ商品5種を新たに販売を開始した。 ①地獄蒸しクーポン、②宇佐からあげクーポン、③豊後水道海鮮ロールクーポン、④くにさきOYSTERクーポン、⑤ぶんごおのおの酒蔵パスポート ●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る。 ●8月27日高千穂町観光協会と広域連携に向けた協議を実施し、県南3市との連携について継続して協議等を行うこととした。 |
| 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>県内市町村や地域観光協会、DMO組織、地域観光協会等との合意形成の場を設けるとともに、マーケティングや商品販売等の観光プラットフォームの充実に向け、各地域の取組状況や方向性、役割等の情報共有を行うなど、県域での効果的な事業執行に取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●全市町村を対象として、訪問又はWeb会議システムにより意見交換を実施した（4月～5月） 各市町村の課題抽出のための意見交換と情報共有を図った。 ●市町村（臼杵市・佐伯市・津久見市、別府市・日出町、九重町・玖珠町）に対し、連携事業の実施を提案した。 ●県域プラットフォ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。 |

| | |
|---|---|
| II 地域マネジメントの推進 | |
| <p>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、観光客の誘致活動や受入れ態勢整備等を促進した。</p> | |
| (1) DMO推進事業 | |
| ① 商品企画・販売機能の強化 (担当：経営) (担当：観企) (担当：誘致) | <p>WEB販売システム「テッパン！おおいた」を最大限に活用した情報発信を行うとともに、旅行者のニーズとマッチした地域が元気になる着地型旅行商品及びおんせん県グッズの開発等に取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●販売実績（4～3月）：着地型旅行商品48件220,600円（テッパンサイト実績）。直販・代売 284人 422,200円 |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ●新規にマスクケース(2種類)を開発し、販売を開始した。 ●県内外観光関係者等と連携して、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。 ●域内周遊を目的に、各地の観光協会等と連携し、おもてなしクーポンの新規造成を行った。(①地獄蒸しクーポン、②宇佐からあげクーポン、③豊後水道海鮮ロールクーポン、④くにさきOYSTERクーポン、⑤ぶんごおおの酒蔵パスポート) ●オンライン体験ツアー造成トライアル事業 「オンライン体験ツアー造成セミナー(国内誘客事業にて実施)」受講者等から希望者を募集しBEPUPROJECTを選定。 また、令和2年7月豪雨の被災地支援枠として日田地域を選定。TOが専門家と共同でツアー造成をサポート。 実施者 ①BEPUPROJECT(1/21, 2/13別府市で実施) ②みくまホテル等(2/20日田市隈町で実施) 専門家 ㈱ノットワールド 佐々木氏 ●環境省 令和2年度(補正予算)国立・国定公園への誘客推進事業 県内の体験プログラム「やまはくうみはく」監修業務請負 実施主体:大分朝日放送 |
| <p>② マーケティング機能の強化</p> <p>(担当:経営) (担当:観企) (担当:誘致)</p> | <p>「観光マーケティング会議」等を開催し、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。また、客観的な観光関連データの集約・分析を行うとともに、誘客に結びつく戦略立案に必要なマーケティングを実施するため、レンタカー動態調査を実施した。さらに調査結果やオープンデータを活用して観光カルテを作成し、マーケティング会議や会員専用サイトで情報提供を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●観光マーケティング会議を開催 <ul style="list-style-type: none"> ・【第1回】(9月28日)ソレイユ 参加者 51名 市町村観光担当者、観光協会等を対象に観光カルテ、マーケティングデータの共有 コロナ禍における旅行業界の現状および着地型旅行商品造成について講演、および大分県内のクーポン造成事例発表 県南3市による連携事業後の取組について報告 ・【第2回】(2月26日)ソレイユ 参加者 53名 市町村観光担当者、観光協会等を対象に観光カルテ、マーケティングデータの共有 アフターコロナにおける地域と観光の関係性や今後の地域観光のあるべき姿を実例を交えて講演 ●令和2年度は、エリア毎のミーティングを開催し、地域特性に応じた極め細かい応援体制の構築に取り組んだ。 ●【地域マーケティング会議】 (7月1日・11月20日・3月18日開催)津久見市、佐伯市、臼杵市 (日豊海岸ツーリズムパワーアップ協議会) |

| | | |
|--|--|--|
| | | <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実施するため、各種オープンデータの解析、WEB調査や観光客の動態調査、宿泊事業者等と連携したモニタリング調査等をより効果的な方法で実施した。</p> <p>●観光カルテ発行 (9月28日) 宿泊者数推移や大分県観光客モニタリング調査などを公開した。 (2月26日) 全国のDMOで初となるレンタカー動態調査の結果をまとめた市町村別カルテ等を作成し、同調査結果の共有、事業取組の提案等を行った。</p> <p>●マーケティングアドバイザーと連携して、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、PDCAサイクルによる課題解決を図った。</p> |
|--|--|--|

(2) おもてなし人材育成事業

| | |
|--|---|
| <p>① 魅力ある地域・商品づくりの推進 (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>※「山の日全国大会」を令和3年8月 大分県で開催予定</p> <p>●まちあるき動画英語版を作成（別府市、竹田市、由布市、九重町）</p> |
| <p>② おもてなし体制の強化 (担当：経営) (担当：観企) (担当：誘致)</p> | <p>外国人観光客向け通訳サービス（おんせん県おおいた多言語コールセンター）を提供するとともに語学研修を開催し、観光案内所間の連携を支援した。</p> <p>●観光案内所間の連携・情報交換を目的とした研修会等を開催 ・観光案内所間の連携構築・スキルアップ研修を大分県観光政策課と共同で実施。第1回10月13日、第2回2月25日</p> <p>●インバウンド対応能力強化研修 ※観光庁監修事業 地域の観光人材のおもてなしスキル向上を目的とした実践的な外国語会話研修会（対象言語：英語） 令和3年2月17日実施 17名参加 Zoom開催</p> |
| <p>③ ガイド等ツーリズム人材の育成 (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>●令和3年2月25日（木）大分市で実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響で令和3年度開催に延期</p> <p>●Web特別講演会実施 講師：香港 EGLツアーズ主席兼執行董事 袁文英氏（大分県海外親善大使） 演題：新型コロナ19の危機感 参加45社 Zoom開催</p> |

(3) 農山漁村ツーリズム育成事業

① 人材育成研修 (担当：観企)

農泊における新型コロナウイルス感染症対策について研修会を開催、また相談アドバイザーを設置し、ウィズコロナ・アフターコロナを踏まえた農泊の質の向上を図った。

●感染症対策研修の実施

| | | |
|--------------------|-----|-----|
| (8月6日) 大分市医師会館 | 参加者 | 24名 |
| (8月7日) ビーコンプラザ | 参加者 | 11名 |
| (11月25日) 日田市商工会議所 | 参加者 | 13名 |
| (12月9日) 大分市大洲総合体育館 | 参加者 | 7名 |
| (12月10日) 三余館(佐伯市) | 参加者 | 8名 |

●相談アドバイザーの設置

新型コロナウイルス感染症への円滑な対策を目的として相談アドバイザーを設置した。

② 情報発信 (担当：観企)

企業向け福利厚生アウトソーシング事業を活用し、会員専用ホームページなどで会員に対して大分の農泊PRを行った。

(4) 情報収集・発信事業

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)における日本語サイトの更新充実を図り、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。

●新型コロナウイルスに関する県内全体の情報を集約した「まとめサイト」ページを作成し、県内全体の観光状況が一目で分かるようにした。

- ・大分県からのお知らせ
- ・観光庁、厚生労働省からのお知らせ
- ・各市町村の観光施設の営業状況
- ・各市町村のイベントの中止に関する情報
- ・各市町村テイクアウト情報

●GOTOキャンペーン情報を集約した「まとめサイト」ページを作成し、その中に観光関連の情報も盛り込み、誘客促進を図った。

●令和2年7月豪雨に関する情報を集約した「まとめサイト」ページを作成し、関連施設の営業状況、道路状況などの情報発信を行った。

●コロナ禍で観光ができない中でも大分県の魅力を知り、楽しんでもらうため、各市町村のPR動画を掲載したページを作成。

●ビジネスでのオンライン会議やプライベートのリモート飲み会が盛んになる中、『ZOOM』などに背景として使用できる大分県内の画像を集めたページを作成した。

●「タビナカ」情報として使える観光情報誌「ぐるり」のWEB版を作成し、各市町村への誘客に繋げた。

●大分県観光公式情報サイトリニューアル 誌面デザインを写真・文字を大きく見やすくし、全ページをスマホ対応にした。また、「テッパン！おおいた」サイトへの入り口をトップページに掲載し、そちらへの誘導を図った。(3月31日公開)

●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に配布した。

【夏号】7月発行、5万部

※新型コロナウイルスの影響に配慮し、通常のドライブ旅とは違った特集内容とした。観光地で頑張っている人にスポットをあて、インタビュー形式の記事を掲載した。また、蜜をさける自然スポットを紹介した。

・おんせん県で待っています。

観光辻馬車 御者／湯の花製造職人／昭和の町バスガイド
ゲストハウス&コワーキングスペースオーナー／
つくみイルカ島トレーナー／宿泊施設オーナー

【秋号】10月発行、5万部

※新型コロナウイルスも落ち着いてきたため、特集は通常のドライブ旅にもどした。「おんせん県で待っています」のコーナーが好評であったので継続した。

・自然、アート、紅葉・・・五感で楽しむ「Autum experience」
(国東市・豊後高田市)

・おんせん県おおいたの紅葉めぐり

(中津市・由布市・日田市・臼杵市・杵築市・竹田市ほか)

・おんせん県で待っています。

九重ふるさと自然学校スタッフ

・おんせん県キャラ「ミヤちゃんがゆく！」(九重町)

・インフォメーション

【冬号】10月発行、5万部

・寒い時こそ出かけた！「じんわりひたる。おんせん県の冬」(別府市)

・おんせん県おおいたの冬満喫トリップ

(別府市・九重町・由布市・豊後高田市)

・おんせん県で待っています。

野菜ソムリエ Vege Cafe Ms. オーナー

・おんせん県キャラ「カボたんがゆく！」(竹田市)

・インフォメーション

【春号】3月発行、5万部

・あまく、かぐわしく、うららかに「Spring has come！」
(由布市)

・おんせん県おおいた「春の花巡り」

(竹田市・豊後高田市・杵築市・豊後大野市・宇佐市ほか)

・おんせん県で待っています。

大神ファームオーナー

| | |
|--------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ・おんせん県キャラ「めじろんがゆく！」（日出町） ・インフォメーション ●観光情報誌「Gururitto～ぐるり～」の総集編を作成し、「タビナカ」で使用してもらうよう、大分県内の旅館・ホテルをはじめ、空港・港・レンタカー等に設置した。 ●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。 ●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、施設情報を提供するニュースレター（おんせん県PRESS）を発行し、旅行商品造成や誘客促進を図った。 ・おんせん県PRESS vol. 31：5月末配信 <ul style="list-style-type: none"> おおいた絶景ドライブスポット おもてなしクーポン・インフォメーション ・おんせん県PRESS vol. 32：7月末配信 <ul style="list-style-type: none"> JR豊肥本線全然再開！沿線を巡る秋旅 おもてなしクーポン・インフォメーション ・おんせん県PRESS vol. 33：9月末配信 <ul style="list-style-type: none"> まんぷく県おおいたグルメガイド おおいた紅葉めぐり イルミネーション&ライトアップ情報 おもてなしクーポン ・おんせん県PRESS vol. 34：11月末配信 <ul style="list-style-type: none"> おおいたアート巡りと地元グルメ 春の開花&ひなまつり情報 おもてなしクーポン ・おんせん県PRESS vol. 35：1月末配信 <ul style="list-style-type: none"> おおいたの花便りと立ち寄りスイーツ 観光リゾート施設情報 おおいた山開き&ミヤマキリシマ情報 おもてなしクーポン ・おんせん県PRESS vol. 36：3月下旬配信 <ul style="list-style-type: none"> ※通常、月末配信が年度末であるため26日に配信 大分のアクティビティとグランピング&キャンプ ホテル観賞スポット&関連イベント 初夏の花情報 おもてなしクーポン ●来年大分県で開催される「山の日全国大会」に向けてのPRページへのリンクを作成し、大会をPRした。 ●旅行会社やメディアに向けての素材提供や情報発信を目的とした、日本語版BtoBサイトを制作した。 |
| <p>② WEB を活用した将来のリピーター確保対策</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●FacebookやTwitter、インスタグラムなどSNSの機動性を活用した若者向け情報発信の強化に取り組んだ。 ●「テッパン！おおいた」におけるキュレーションシステムを活 |

| | |
|------------------------------|--|
| (担当：観企) | 用した魅力あるマガジンの強化など、効果的・効率的な情報発信を行った。 |
| ③ 魅力アップ情報発信支援 (担当：誘致) | <ul style="list-style-type: none"> ● 広報広聴課及び各県外事務所と連携した情報発信支援、取材支援により、県外メディアでの大分県観光情報の露出と認知度の向上を図った。 ● 通常の県外事務所連携事業に加えて、コロナの打撃を受けた県内観光業や飲食業等の需要喚起及び地域活性化のため、GoToキャンペーンと連動した動画やWEBサイトを使った情報発信事業を実施し、大分県の認知度及び好感度向上を図った。 |

Ⅲ 国内観光客の誘致促進

新型コロナウイルス感染症の動向に応じて、近県の九州・中四国エリア、交通アクセスが豊富な関西・中部エリア、人口が集中する首都圏を中心とした東日本エリア等に対し、各エリアに応じたプロモーションや旅行業界へのセールスを展開した。また、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。

(1) 九州・中四国エリア誘客対策事業

| | |
|---------|---|
| (担当：誘致) | <ul style="list-style-type: none"> ● おんせん県宿泊施設感染症対策強化支援事業 (大分県3月補正予算 令和2年度実施) <ul style="list-style-type: none"> ・ 効果的な感染症対策の実施に向けたチェックリストの策定等を、新聞広告を通じて県内向けに発信 ・ 効果的な感染症対策を講じる宿泊施設向けのクーポン発行 ● 温泉をコンテンツとした周遊イベントなどを開催し誘客を図るとともに参加者の属性分析を行い、今後の効果的・効率的な情報発信へ繋げる。 <ul style="list-style-type: none"> ・ O N S E N ガス ト ロ ノ ミ ー ツ ー リ ズ ム 推 進 機 構 と サ イ ト 、 O N S E N 騎 士 団 を 活 用 し た 周 遊 キ ャ ン ペ ー ン ・ 情報発信 ● 例年6月実施のマツダスタジアム大分県観光PRイベント(コロナのため中止) ● 瀬戸内誘客対策事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ おおいた×やまぐち おんオフ宣言を契機とした観光誘客 山口県と連携した誘客事業として、双方のテレビ番組を利用し 観光情報発信を実施した。 ● 6月補正事業 <ul style="list-style-type: none"> ① おんせん県おおいた誘客プロモーション事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 大分県出身タレントを起用したCM ・ 新聞広告 ・ 投稿キャンペーン ・ WEBサイト立ち上げ ② 近県からの誘客プロモーション事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 宮崎・熊本・愛媛・福岡おとなり割 |
|---------|---|

| | |
|----------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ●豪雨災害対策として日田・玖珠・九重・由布の4市町連携協議会に8月専決での補正予算事業 <ul style="list-style-type: none"> ・4市町用動画撮影 ・大分県内民放3局とのタイアップ番組放送 ・インスタグラムフォトコンテストキャンペーン ・福岡からの誘客（テレビ） ●久大線復旧事業として西部振興局・JR九州と協力し久大線全線開通プロモーションを実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ぐらんざ・九州王国・シティ情報ふくおか掲載 ・JR博多駅吹き抜けゾーンジャック ・お出迎え取組 |
| <p>（2） 関西・中部エリア誘客対策事業</p> | |
| <p>（担当：誘致）</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●民間事業者や県大阪事務所等と連携して、県内施設の感染対策や観光情報を提供した。 ●18市町村動画撮影事業「令和2年度おんせん県おおいた観光素材動画制作事業として振替実施し、B to C及びB to Bに活用できる動画を制作した。 ●大手旅行会社の「関西発おんせん県おおいた」キャンペーンを協賛支援し、コロナ禍においても一定数の誘客を図った。 |
| <p>（3） 東日本エリア誘客対策事業</p> | |
| <p>（担当：誘致）</p> | <p>福利厚生事業者と周遊の仕組みを構築し、可処分所得の高い層（上場企業、官公庁等）に対する情報発信を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社リロクラブ、株式会社ベネフィット・ワン、株式会社JTBベネフィットの3社のWEBサイトや会報誌にて観光地情報の発信を実施。 |
| <p>（4） 商談会等による誘客促進</p> | |
| <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、販路拡大に努めた。コロナ禍により参加予定したイベントの中には、中止や延期となったりオンライン開催に変更となったものがあった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ツーリズム商談会 <ul style="list-style-type: none"> ・開催日程 10月21日（水）～22日（木） <li style="padding-left: 40px;">オンライン商談会（Zoomを利用、20分×6回実施） <li style="padding-left: 40px;">オンラインエクスカージョン（6市町が実施） ・参加旅行会社等 <ul style="list-style-type: none"> 商談会：30社 エクスカージョン：11社 ・参加市町村等 <ul style="list-style-type: none"> 県内18市町村 国東半島宇佐地域世界農業遺産推進協議会 |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● ツーリズムEXPOジャパン 旅の祭典in沖縄 <ul style="list-style-type: none"> ・ 10月29日～11月1日沖縄にて21件商談を実施。 ● ツーリズムEXPOジャパン2020（東京会場 9月10日～9月12日→1月7日～1月12日へ延期→中止） <ul style="list-style-type: none"> ・ EXPO中止、BtoB商談については全てオンライン商談へ移行。事前マッチングを行っていた旅行会社やメディアなど10社との商談を実施。 ● 観光マッチング2021（福岡市商工会議所主催） <ul style="list-style-type: none"> ・ 開催日程 2月2日(火)リアル商談からオンライン商談へ移行 ・ 旅行会社8社との商談を実施。 ● 観光画像収集事業 <p>情報の急速なデジタル化に伴い、観光画像・SNS映え画像を収集。BtoB及びBtoCに活用予定。</p> ● 九州観光推進機構 素材説明会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 3月3日～5日、下期観光素材WEB説明会をオンライン商談へ移行。 ・ 旅行会社36社との商談を実施。 |
| <p>(5) 団体誘客対策事業</p> | |
| <p>① MICE誘致の推進</p> <p>(担当：誘致)</p> <p>(担当：MICEセンター)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 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の誘致に取り組むとともに、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。 ● 九州・沖縄地区コンベンション推進団体連絡会総会参加。(11月19日～20日) ● 県内各スポーツ協会に対し、スポーツ大会誘致の働きかけを実施した。 ● 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><MICE辞退案件></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 池坊華道会全国大会（中止のため） ・ 第31回日本緑内障学会（ウェブ開催のため） ・ 第46回日本重症心身障害学会学術集会（中止のため） ・ 第26回電磁誘導ワークショップ（延期のため） <p><交付実績案件></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本商工会議所青年部第38回全国会長研修会（11月19～21日） <p><商談・会議></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国際MICEエキスポ（IME2021）へのオンライン出展（2月24日～26日予定） ・ 九州・沖縄地区コンベンション推進団体連絡会 <ul style="list-style-type: none"> 総会（11月19日～20日） 参加者30名 建設中の出島メッセ長崎を視察 担当者ウェブ会議（2月18日参加者18名） |

| | |
|---|---|
| | <p>●大分県MICE誘致推進協議会 10月15日 第1回ウェブ会議 参加者16名 3月3日 第2回ウェブ会議 参加者16名</p> |
| <p>②教育旅行誘致の 推進 (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通じ、誘致を推進した。</p> <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>●学校関係者や施設関係者等と連携して、世界農業遺産などの教育旅行と親和性の高い新たな学習素材のコンテンツ開発を促進した。</p> <p>●九州観光推進機構との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・担当者会議（6月9日） 県・観光協会など参加者30名 ・担当者会議（12月4日） 県・観光協会など参加者20名 ・九州7県合同キャラバン、説明会、相談会は中止 ・教育旅行素材動画撮影（3月中旬予定） ・機構のオンラインページを利用したプロモーション <p>●大分県の教育旅行ホームページでの情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HPの情報を更新し、新着情報を6件発信（4月～） <p>●大分県教育旅行ガイドの改訂</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行の総合パンフレットの改訂及び増刷（3月中旬予定） <p>●協議会</p> <p>6月 総会（書面決議）</p> <p>9月10日 担当者ウェブ会議 出席者22人</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行の現状と今後について 東武トップツアーズ（株）部長 藤川和彦氏 ・県内教育旅行の動向について 大分県教育庁高校教育課 ・実務者からの報告 <p>1月21日 教育旅行誘致促進事業オンライン研修会 出席者47人</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界農業遺産からSDG s を学ぶ 国東半島宇佐地域世界農業遺産推進協議会 会長 林浩昭 氏 ・学びと教育旅行の変化 株式会社JTB教育事業ソリューションセンター 青木直行氏 <p>3月4日 オンライン研修会 出席者33人</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アフターコロナのツーリズム 一般社団法人リディラバ代表理事及び 株式会社Ridilover 代表取締役 安部敏樹氏 |

| | |
|-------------------------------------|--|
| (6) 空港利用促進事業 | |
| ① 航空事業者との連携促進 (担当：誘致) | ●大分空港就航の航空会社（JAL・ANA・ソラシドエア・IBEXの4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。 |

IV 広域観光連携の推進

| | |
|-----------------------------------|---|
| (1) 東九州軸・九州横断軸連携事業 | |
| ① 東九州軸連携誘客 (担当：誘致) | ●宮崎県との連携事業で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。 <ul style="list-style-type: none"> ・6月補正予算 近県からの誘客プロモーションの情報発信 ・NEXCO西日本との連携事業 お国じまんカードラリー2020、西日本観光周遊ドライブパス ・雑誌「九州絶景ドライブ」掲載 |
| ② 九州横断軸連携誘客 (担当：誘致) | ●九州横断3県（大分・熊本・長崎）との連携事業。温泉、観光などのテーマを設定し、それらと連動した素材の発信や既存の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る。 <ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社による中部地区からの誘客ツアー造成 ・中部地区への3県情報発信 ・旅行会社等視察支援助成事業 |
| ③九州各県連携誘客 (担当：誘致) | ●豊肥本線全線開通対策 8月に4年4か月ぶりに豊肥本線の全線開通に合わせて、全線開通と周辺地域の観光をPR アニメ「サザエさん」オープニングでの大分県・熊本県（阿蘇市）の観光PR（10月～3月） |
| (2) 広域観光推進組織連携事業 | |
| (担当：誘致) | ●九州観光推進機構と連携した、全国主要都市（東京、大阪、名古屋、福岡等）での商談会開催や誘客プロモーション（「TRY!九州」）を実施した（オンライン）。 <ul style="list-style-type: none"> *コロナ禍のため、リアルからオンライン実施に変更 ・2020下期素材説明会：WEBサイト九州観光素材集ページにてPR動画とともに公開 ・2021上期素材説明会：下期素材同様にWEBサイト公開に加え、オンライン商談会 3月3日～5日（対象：東京・大阪・福岡） |

V インバウンド誘致対策事業

訪日外国人観光客の増加が進んでいるものの、日韓政治情勢の悪化による訪日韓国人観光客の減少や新型コロナ肺炎の拡がりによる世界的な旅行需要の低迷など観光業界を取り巻く情勢は厳しさを増している。

こうしたなか、新型コロナウイルス感染症の動向等の状況を見極めながら、さらなる誘客が見込める東アジアや東南アジアを主要ターゲットと捉え、大分県観光の強みである温泉や食、自然等の観光素材を活用して、国・地域の特性や旅行ニーズに応じたアプローチによる誘客策を推進した。

また、昨年度のラグビーワールドカップの大分開催をレガシーとして、欧米・大洋州へのセールス・プロモーションにも引き続き取り組んだ。

東アジアへは動画配信を利用したプロモーション、欧米に対しては現地のレップを活用したプロモーションを中心に取り組んだ。

(1) 各国（地域）別対策

| | |
|--------------------------------|--|
| <p>① 韓国対策 (担当：誘致)</p> | <p>観光素材ニーズの多様化に対応するため、誘客アドバイザーと連携したセールス活動、現地情報の収集を行うとともに、新たな素材の提供、情報発信を行い、継続的な誘客に取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none">●本年度制作したYouTube動画を利用し、韓国向け広告運用を行い、今後の誘客に繋げた。●大分ウェビナー(大分の最新観光情報、感染対策等)を現地旅行会社向けに実施した。(9月/15社と12月/8社 計2回実施)●JNTOソウルや韓国の現地旅行会社を通じて韓国の現状把握を目的とした大分県内自治体向けセミナーを実施し、来年度の施策造成に繋げた。(2月25日) |
| <p>② 台湾対策 (担当：誘致)</p> | <p>現地誘客アドバイザーや県内市町村と連携した県単独商談会や企業セミナーの開催、セールス展開や旅行博への出展等により、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。</p> <ul style="list-style-type: none">●急速な個人旅行化を見据え、影響力のあるKOLの招請等により個人客の取り込みを促進した。●大分ウェビナー(大分の最新観光情報、感染対策等)を現地旅行会社向けに実施した。(8月/11社と11月/11社 計2回実施)●大分県内事業者と台湾現地旅行社との大分県単独商談情報交換会(オンライン)を実施した。(3月18日) |
| <p>③ 香港対策 (担当：誘致)</p> | <p>渡航解禁後の香港市場をメインターゲットとした動画を2本作成し、オンラインにて配信した。</p> <p>現地の有力旅行社等とオンラインを利用したセールスを行い、連携を強化することにより、今後の誘客に繋げた。</p> <ul style="list-style-type: none">●大分ウェビナー(大分の最新観光情報、感染対策等)を現地旅行会社向けに実施した。(8月/10社と12月/11社 計2回実施) |
| <p>④ 中国対策</p> | <ul style="list-style-type: none">●中国大手OTAと連携して、OTA及びインフルエンサーを通じた情 |

| | |
|-------------------------------------|--|
| <p>(担当：誘致)</p> | <p>報発信を行い、認知度の向上、個人旅行者のコロナ後の誘客促進を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●国内ランドオペレーターとのオンライン商談会を開催し、中国現地旅行社と県内事業者との現地商談会大分県の知名度向上、誘客促進を図った。 ●SNS、動画を利用した大分県の情報発信事業 |
| <p>⑤ タイ対策 (担当：誘致)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●大分ウェビナー(大分の最新観光情報、感染対策等)を現地旅行会社向けに実施した。(9月/17社と12月/9社 計2回実施) ●現地アドバイザーと連携し、現地旅行会社などの観光業界とのネットワークを深化させ、定期的な大分情報の配信や旅行会社へのヒアリングを実施した。 ●JAPAN CALLING (旅行博)にリモート出展した。 |
| <p>⑥ ベトナム対策 (担当：誘致)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●大分ウェビナー(大分の最新観光情報、感染対策等)を現地旅行会社向けに実施した(7月/11社と11月/12社 計2回) ●九州プロモーションセンターハノイ事務所(KPC)及び、日本総領事館(ホーチミン)イベントに大分県ベトナム語パンフレットを設置した。 |
| <p>⑦ 欧米大洋州対策 (担当：誘致)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●RWCで高まった認知度を活用し、主に訪日経験のある層を対象にプロモーションを展開した。 ●英・豪・NZにおいて現地企業へレップを設置し、コロナ収束後の大分県の認知度向上に向けた取り組みを実施した。 ●SNS を利用した大分県の情報発信事業を実施 ●大分ウェビナー(大分の最新観光情報、感染対策等)を現地旅行会社向けに実施した。(7月～1月/合計57社 計4回 英・仏・伊・蘭などから参加) |
| <p>(2) 訪日教育旅行誘致推進事業</p> | |
| <p>(担当：誘致)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●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の構築に取り組んだ。 |
| <p>(3) 広域連携・情報発信事業</p> | |
| <p>(担当：誘致)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●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んだ。 |
| <p>(4) 令和2年度補正事業 インバウンド推進体制整備事業</p> | |
| <p>(担当：誘致)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●YouTube、Weibo などを利用し、大分県の観光・文化・歴史などを紹介する動画を制作。10月～3月まで全22回を配信した。 |

VI ツーリズム推進態勢強化事業

(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。通常総会においては、事業報告や決算承認を諮るとともに、新年度の事業計画案、収支予算案を諮り、その承認を行った。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29日）

- ・参加者数188名
（うち委任状提出および書面による意思表示140名）
- ・ツーリズム功労者表彰 団体2 個人3

(2) 理事会の開催

(担当：経営)

通常理事会を、年3回（6月、10月、3月）開催した。

- 第1回 6月3日 Web併用
- 第2回 10月16日 Web併用
- 第3回 3月12日 Web併用

(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)

運営会議や事業企画委員会において、おんせん県おおいたのツーリズムの舵取り役として中核的役割を担えるよう、マーケティングに基づく戦略的な事業企画提案を行った。

●運営会議の開催

- 第1回 10月6日 Web開催
- 第2回 3月3日 Web開催

●事業企画委員会の開催

- 第1回 12月17日 Web開催
- 第2回 2月9日 Web開催

●After or With Coronaと観光を考える

- 第1回 5月22日 Web開催
- 第2回 6月24日 Web開催
- 第3回 8月20日 Web開催

(4) 財政基盤の強化（収益事業）

(担当：経営)

(担当：観企)

公益事業を推進するための財源を確保する観点から、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、アーティスト等との協働による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。

| | |
|--|---|
| | <p>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手法を検討し、財政基盤の強化を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「楽天」大分県公式オンラインショップにておんせん県グッズの取り扱いを開始。 ●おんせん県グッズ販売、広告収入 <ul style="list-style-type: none"> ・グッズ等販売収入 100千円 ※2月10日時点。事業費買い取り150万円(予定)は確保が未定のため含んでいません。 ・広告収入 11千円 ※2月10日時点。 ・県庁を訪問してのマスクケースの販売や商工会議所青年部代表者研修会(11月20日)での出張グッズ販売にも取り組んだ。 ●法人窓口や出張による直接販売でのキャッシュレス化を導入した。 |
| <p>(5) 会員との連携強化</p> | |
| <p>(担当：経営)</p> | <p>新型コロナウイルス感染症に関連して、大分県の新型コロナウイルス感染症対策本部及び社会経済再活性化緊急推進本部合同会議の公表する感染症対策や企業等支援策などをメールや会員専用サイトにより情報提供を行った。</p> <p>「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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「ツーリズムおおいたNEWS」の発行 <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの影響による実施計画変更の報告 ・ウェビナー等、会員への情報発信の充実 ・発行状況 69号(7月3日)、70号(10月1日)、71号(1月7日) ●会員数の状況 <ul style="list-style-type: none"> ・正会員 245 承認待ち 1 ・準会員 34 承認待ち 0 ●会員専用サイトの開設(6月27日) 市町村別観光カルテ、GoToトラベルキャンペーン、新型コロナウイルス関係情報等を26記事投稿 |
| <p>(6) 組織の機能強化と連携推進</p> | |
| <p>(担当：経営) (担当：観企) (担当：誘致)</p> | <p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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。 |