

令和6年度事業報告（詳細）

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>○事業企画委員会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う。 ■来年度の事業について県と意見を交わし反映させた</p> <p>○中期経営計画（2022年～2024年）の実現を目指し、着実に事業を遂行するとともに、大分県が進める「日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略」を踏まえ、次期計画（2025年～2027年）の策定を行う。 ■第5期中期経営計画作成</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、推進を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大分県ふるさとガイド連絡協議会 ・大分県MICE誘致推進協議会 ・大分県教育旅行誘致協議会 ・大分県アウトドアガイド事業推進協議会
(2) 地域連携事業	
<p>① 県内市町村DMO、候補法人・地域観光協会等との連携 (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を一層強化し、相互が役割分担・連携して事業等に取り組む。 ■市町村との連携事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光庁「地域観光新発見事業」（由布市、宇佐市） ・やまなみハイウェイ60周年記念事業（由布市、九重町） ・特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業（玖珠町） 等 <p>○県域DMO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む。 ■市町村のニーズに応じた人流データの分析（18市町村）</p> <p>○市町村観光担当課、観光協会・DMOに対し定期的なヒアリングを行い、意見交換や地域の課題解決に向けた対応を行う。 ■第1回市町村ヒアリング実施（4月～7月） ■第2回市町村ヒアリング実施（10月～1月） ■第1回新しいおおいた共創会議 地域部会（7月） ■第2回新しいおおいた共創会議 地域部会（12月～1月）</p> <p>○県内各地域の観光協会等が造成した旅行商品を当社のWEB販売システム「テッパン！おおいた」に掲載するなど、販路拡大の支援をする。</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 (61,673千円)

① 商品企画・販売機能の強化

(担当：経営)
(担当：観企)
(担当：誘致)

- 個人旅行者や訪日外国人観光客の増加に対応できる大分県内の魅力ある観光素材の発掘し、商品づくりを促進することにより、地域活性化を図る。
 - 市町村における着地型旅行商品造成促進活動実施
別府市、津久見市、由布市、姫島村、日出町、九重町、玖珠町
- 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、関西圏等の都市圏への営業活動を行う。また、海外マーケットにおいても、商談会等で旅行会社や一般旅行者へ向けた告知を行う。
 - 着地型商品数：3月末実績 76 (昨年度同月比62)
 - 販売人数：3月末実績 1,492 (昨年度同月比869)
 - 売上金額：3月末実績 6,157,280円 (昨年度3,864,580円)
- 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。
 - 各種事業サポート
 - ・観光庁「地域観光新発見事業」(由布市、宇佐市)
 - ・やまなみハイウェイ 60周年記念事業
記念パンフレット及びノベルティを制作
 - ・特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業(玖珠町)への協力
9/15-16 玖珠町：三日月の滝「嵐山瀧神社」
雅楽と和食のプレミアムディナーショーを開催
 - DC関連ツアーの実施
 - ・大分県立美術館 DC 特別ツアー (4/28 参加者 19 名)
 - ・ホーバー基地見学ツアー (6/28 参加者 41 名)
- 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る。
- これまでに商品化した高付加価値旅行商品のセールスや販売に加え、新たな商品の洗い出し・開発を行う。
 - 旅行会社向けの高付加価値商品の営業活動
(TO 商談会、九観光主催素材商談会、ツーリズム商談会等)
 - 安心院葡萄酒工房見学ツアー (5/7 参加者9名)
 - 県内の生産者とシェフと連携した大分県の「farm to table」の展開として宇佐市の酒の生産者と体験・交流ツアーを実施
- 高付加価値旅行商品のセールスツール(パンフレット等)を制作し、販売を強化する。
 - 高付加価値商品のPRパンフレット制作(2商品)

	<p>○大阪・関西万博の開催にあたり、インバウンド向けに大分県の観光をPRするため、期間中使用されるポータルサイトへ県内旅行商品の登録を行うことで全国及び世界から大分県へ誘客を図る。また、万博開催前の関連イベントを通じて周知を行う。</p> <p>■商品登録済数14件、万博事務局へ申請中：19件</p>
<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する。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地域の合意形成を支援する。</p> <p>■第1回観光マーケティング会議（10/3 参加者 78名） ■第2回観光マーケティング会議（3/13 参加者 106名）</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する。</p> <p>■人流データ収集。WEB 検索分析ツールによる解析等実施 ■住民への意識調査 ■消費動向調査 ■観光庁の専門家派遣事業を活用し、DMP（デジタルマーケティングプラットフォーム）構築に向けた効果的、効率的なデータ収集・連携及び構築基盤に向けた助言を得た。（11～12月）</p> <p>○全市町村を対象に、データに基づいたイベントの来訪者の属性などの分析情報や事業企画を市町村へ無償で提案する。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、各地域の誘客対策の支援を行う。</p> <p>■市町村のニーズに応じた人流データの分析（18市町村）</p>
<p>(2) おもてなし人材育成事業 (1,543千円)</p>	
<p>① おもてなし体制の強化</p> <p>(担当：観企)</p>	<p>○観光案内所担当者の情報交換の場を設定して案内所間の連携を強化し、観光客の県内周遊を促進する。</p> <p>■観光インフォメーションスタッフ連携会議（自主事業） 第1回：参加者 24名（12/4） 第2回：参加者 21名（2/12）</p>
<p>② 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する。</p> <p>■総会・理事会（6/27） ■第1回ガイド研修会 in 玖珠町（8/7 参加者49名） ■第2回ガイド研修会 in 宇佐市（10/30 参加者 81名） ■第3回ガイド研修会 in 佐伯市（2/26 参加者 70名）</p> <p>○県内アウトドアガイド事業者の安全管理、自然環境保全意識を高めるための協議会を運営し、セミナー実施やガイド同士の情報交換の促進を行う。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ■登録ガイド35名（3月末時点） ■総会・第1回ガイドミーティング開催（6/6 参加者17名） ■サステナブルセミナー開催（6/6 参加者32名） ■WMA野外災害救急法yWAFHAハイブリッドコース（11/11～11/13 参加者12名） ■大分県アウトドア体験フェス（11/24 約600名） ■ゲストを満足させるアクティビティツアー造成セミナー開催（2/5 参加者23名） ■第2回ガイドミーティング開催（2/5 参加者12名） ■大分駅等での広告を活用した情報発信事業（3/1～3/31）
--	---

(3) 情報収集・発信事業

(29,510千円)

<p>① HP・情報発信誌等発行 (担当：観企)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○「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う。 <ul style="list-style-type: none"> ■通年及び季節の情報発信 ○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する。各刊それぞれ数百件のアンケートが寄せられるため、必要な内容については、市町村などに情報提供するとともに、今後の誘客の取組に向けて改善を図っていく。 <ul style="list-style-type: none"> ■夏・秋・冬・春号及び万博向けダイジェスト版の発行 紙媒体各号3万部発行の他WEB版も作成 ○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る。 また、メール配信システムを利用し、開封率だけでなく、リンククリック数等フロー解析を行う。 <ul style="list-style-type: none"> ■おんせん県Press（年6回配信） ○会員企業（正会員）が運営している県内観光施設（宿泊、飲食、観覧等）と県内温泉情報を記載したパンフレットを制作する。 <ul style="list-style-type: none"> ■会員施設紹介及び温泉情報パンフレット作成（自主事業） ■会員企業へ情報提供依頼（随時） ○災害等の発生時、公式HPのトップページに県が運営する「おおいた防災情報ポータル」へのリンクを設置するなど旅行者に正確な情報提供を行う。 また、災害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同時に風評被害対策を図る。 <ul style="list-style-type: none"> ■道路復旧情報の随時掲載
---------------------------------------	--

	<p>○急速に回復してきたインバウンド客への情報発信に適時対応するため、最新のシステムを備えた外国語HPを構築する。</p> <p>■各言語ごとの設置していた現行の多言語サイトを統合し、各地域の観光コンテンツをはじめ、モデルコース、ネイティブライターによる体験記事、SNS との連携や気象情報及び災害・緊急情報も掲載した新たな多言語観光サイトを構築した（3月）</p>
<p>② デジタル技術等を活用した将来のリピーター確保対策 (担当：観企)</p>	<p>○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む。</p> <p>■海外6市場の各市場で有効なSNSを利用した情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本語SNS FBフォロワー数1,038 (昨年比+115) IGフォロワー数18,572 (昨年比+1,022) ・英語SNS FBフォロワー数57,790 (昨年比+11,763) IGフォロワー数24,294 (昨年比+3,857) ・中国語SNS Weiboフォロワー数212,590 (昨年比+10,789) WeChatフォロワー数104,305 (昨年比△206) ・韓国語SNS NAVERブログ フォロワー数1,522 (昨年比+1,522) ※3月末実績 <p>○「テッパン！おおいた」において、商品販路拡大や周遊観光につながるような商品の情報発信をデジタルマーケティング手法を用いて効果的に行い、リピーター確保を図る。</p> <p>■デジタル有料広告（Google広告等）による販売促進</p> <p>○各種事業におけるランディングページ等を作成し、効果測定を行う。</p> <p>■デジタルマーケティングを活用した誘客対策事業でランディングページ作成し、広告受信者からのアクセス解析を行った。</p> <p>■大分県版図柄入りナンバープレート協議会で製作したチラシの配布効果測定を行った。</p>

<h3>Ⅲ 国内観光客の誘致促進</h3>	
<p>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、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する。</p>	
<p>(1) デジタルマーケティングを活用した誘客対策 (26,578千円)</p>	
<p>(担当：観企) (担当：誘致)</p>	<p>○ターゲットを設定した広告配信と来訪計測</p> <ul style="list-style-type: none"> ・昨年度実施の本事業や観光マーケティング事業などで実施したデータ分析結果を基にターゲットを設定し、SNS等を活用したターゲティング広告を実施し、来訪結果を計測する。 ■2種のターゲットを設定し広告を配信し下記エリアからの来訪者測定を行った。 <p>①九州エリア20～70代 ②関西エリア20～35歳</p>

(2) 主要圏域別の誘客対策 (5,152 千円)	
(担当：誘致)	<ul style="list-style-type: none"> ○九州・中国四国対策 <ul style="list-style-type: none"> ■九州最大の旅行博である九州旅行博覧会へ出展 (2/22-23) ○関西対策 <ul style="list-style-type: none"> ・大阪事務所と連携した関西の旅行会社を対象とした商談会の開催や大型商業施設を活用したイベントを実施する。 ■2/21おんせん県おおいた観光商談会 (旅行会社14社と14市町村との商談) ■2/22イオンモール桂川観光イベント (9市町村参加) ○首都圏対策 <ul style="list-style-type: none"> ■11/29-12/1毎年数万人が訪れる地獄蒸し祭りへ出展 ○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する。(Ⅲ- (6) 参照)
(3) 商談会等による誘客促進 (8,692 千円)	
(担当：誘致)	<ul style="list-style-type: none"> ○県内外の旅行会社を招聘し、大分県独自のツーリズム商談会を開催した。 <ul style="list-style-type: none"> ■10/22ツーリズム商談会 18市町村、旅行会社50名出席 ■10/23エクスカーション 9コース45名出席 ○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、販路拡大を図る。 <ul style="list-style-type: none"> ■9/26-29ツーリズムEXPOジャパン2024出展
(4) 団体誘客対策事業 (6,276 千円)	
① MICE誘致の推進 (担当：誘致) (担当：MICEセンター)	<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。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情報の収集に努める。 <ul style="list-style-type: none"> ■大分大学医学部セールス (大分市と同行) (4/26) ■九州沖縄地区MICE推進団体連絡会議に参加 (11/21-22) ■九州沖縄地区MICE推進団体連絡会議を大分開催(1/30-31) ■IME2025 (国際MICEエキスポ) 出展：商談12件(2/13) ※令和6年度MICE助成件数：13件、約7,600人誘致 ○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する。 <ul style="list-style-type: none"> ■台湾：4ツアー、551人、シンガポール：2ツアー、114人

<p>②教育旅行誘致の 推進 (担当：誘致)</p>	<p>○修学旅行における「中学校」誘致は大阪、京都、兵庫等の関西エリアをターゲットに、「高等学校」誘致は東京、神奈川、千葉等の関東エリアをターゲットに、学校関係者へは商談会を通じて、旅行会社へは直接セールスを通じて、誘致への課題抽出と解決策を検討し、誘致活動を推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■九州7県合同修学旅行説明会・相談会参加し、誘致活動を実施（名古屋：8/6、大阪：8/7、東京：8/20、広島：8/27） ■九州7県修学旅行合同キャラバン開催（東京：2/18-19） 訪問研修：5社 <p>○商談会を通じて構築した人脈から学校関係者を大分県へ招請し、大分県ならではの教育プログラムを紹介し、商品造成に繋げる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■9/17-20教育旅行の台湾FAMツアーを実施（台湾高校教諭4名） ■2/8-9日本修学旅行協会の理事長を通じて、首都圏エリアの高校教諭向けFAMツアー実施（理事長+高校教諭3名） <p>○教育旅行と親和性の高い大分県の教育プログラム（2023年度に制作した大分県教育旅行ガイドブック）を活用して、隣県との連携も視野に誘致活動を推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■九州7県修学旅行合同キャラバン及びその前後に旅行会社営業を行い、福岡県・大分県の周遊モデルコースを作成して提案営業を実施 ■教育旅行パンフレットを改訂し、学校などから要望の多い体験プログラムの「ガイド」、「ファシリテーター」など人に着目したページを充実させた。
<p>(5) 空港利用促進事業 (10,401千円)</p>	
<p>①航空事業者との連携促進 (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・販売を促進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■航空事業者運営する地域との関係人ロプラットフォームを活用した情報発信 ■旅行系ユーチューバーを招請し、グルメを中心とした観光情報発信 ■機内誌や都内で開催されるイベントでブース出展
<p>(6) メディア対策事業 (11,000千円)</p>	
<p>(担当：誘致)</p>	<p>○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る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 八芳園 メディア向けPRランチイベント (9/4) ■ 大分県竹田市・豊後大野市プレスツアー (11/26~27) ■ レタスクラブWEB版 記事掲載 (1月後半~) など

IV 広域観光連携の推進

(1) 東九州軸・九州横断軸連携事業 (7,060千円)

<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やNEXCO西日本等と連携した誘客キャンペーン、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する。 ■NEXCO西日本との連携事業 (2024年1月～12月) お国じまんカードラリー2024、ドライブパス2024を実施 ■東九州連携PRイベント開催in下関壇ノ浦PA (10/5)</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)と連携し、周遊ルート造成や情報発信等により広域周遊を促進し、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。 ■千葉「三井アウトレットモール木更津」にて3県連携PRイベント実施(11/9-10)</p>
<p>③ せとうちエリア連携事業 (担当：誘致)</p>	<p>○マツダスタジアムでの広島カープの試合を活用した誘客プロモーションなどを実施する ■由布市、佐伯市連携による観光PR実施(6/9)</p> <p>○山口県内の大規模集客施設で誘客プロモーションを実施する。 ■J2山口対大分戦にて観光PR実施(山口市)(8/3)</p> <p>○愛媛県内のイベントを活用し、誘客プロモーションを実施 ■えひめまつやま産業まつりへ別府市と共同出展(11/23-24) ■「タウン情報誌まつやま」3月号に記事掲載</p>
<p>④ やまなみ連携事業 (担当：誘致)</p>	<p>○やまなみハイウェイ開通60周年に合わせ、沿線自治体等と連携し、パンフレット・ノベルティの作成や誘客プロモーションなどを行う。 ■やまなみハイウェイドライブMAP、ノベルティ作成 ■フリーペーパー「くまにちすぱいす」9/6発刊号 情報発信 ■熊本シティFMでのPR(9/6)</p>

(2) 広域観光推進組織連携事業 (6,328千円)

<p>(担当：誘致)</p>	<p>○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する。 ■上期：九州観光機構主催の観光素材相談会へ参加(8/21 東京 12件、8/22 大阪 16件、8/28 福岡 16件) ■下期：九州観光機構主催の観光素材相談会へ参加(2/26 東京 12件、2/27 大阪 14件、3/4 福岡 16件)</p>
----------------	--

V インバウンド誘致対策事業

滞在先の分散や滞在日数の延長、高付加価値旅行者の誘客を視野に、各市場毎に設置した戦略パートナーと連携し、戦略に基づく情報発信、旅行商品の造成を進め、消費額の拡大を促進する

(1) 各国(地域)別対策

(107,709千円)

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する。
- ・現地旅行会社やメディア等へのアプローチ(セールスコール)
- ・公式SNS(NEVERブログ)の新規開設・運用、等
 - 市町村合同現地セールス実施(1回目7/10-12、2回目2/5-7)
 - NAVERブログ等のwebメディアを活用した情報発信
 - マスメディア朝鮮日報を使った情報発信を実施
 - 旅行会社との連携。TVショッピングにて旅行商品の販売

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する。
- ・現地旅行会社やメディア等へのアプローチ(セールスコール)
 - 大分県観光商談会の実施(8/26台北、8/28高雄)
 - ITF旅行博への出展(11/1-4)
 - サイクリングイベントへの出展(11/9)
 - WalkerLand、Facebook等のwebメディアを活用した情報発信
 - 直行便誘致に向けた旅行会社向けFAMトリップ(12/17-20、旅行会社5社)
 - 大分空港から台湾直行便の活用促進に向けた旅行会社向けプロモーション促進(3/4-7、旅行会社5社)

③ 香港対策

(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する。
- ・現地旅行会社やメディア等へのアプローチ(セールスコール)
- ・公式SNS(Facebook)の運用、等
 - 大分県公式Facebookの運営
 - YouTuberを招請しYouTubeによる動画配信(10/21-25)
 - GoJapanNipponSenser(Webメディア)を活用した情報発信
 - BtoC向け大分県PRセミナー(2/15、一般消費者100名)
 - 旅行会社との連携による旅行商品の造成(12月4社4商品)

④ 中国対策

(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する。
- ・現地旅行会社やメディア等へのアプローチ(セールスコール)等
 - WeChat、Weibo、REDでの情報発信
 - 大分県、福岡県、FIAC連携KOL招請FAMツアー(10/9-13)
 - 北京大使館にて地域魅力発信イベントに出展(11/20)
 - CITM旅行博にて九州ブースに出展(11/21-23)
 - 上海領事館にて大分県観光セミナーを開催(12/7:100名)
 - 旅行会社向けFAMトリップ(12/17-20、旅行会社6社)
 - 旅行会社向け大分県観光セミナー(1/24、25名)
 - 南昌市「日中文化交流イベント」へ出展(380名来場)
 - 上海ララポートにてBtoC向けイベントに出展(3/15)

<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する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地旅行会社やメディア等へのアプローチ（セールスコール） ・大分県独自の商談会の実施（11/12）等 <ul style="list-style-type: none"> ■大分県公式Facebookの運営 ■旅行会社向けセミナーの実施（7/16） ■FITフェアに出展（11/8-10） ■大分県観光商談会開催（11/12、16市町村、旅行会社27社） ■YouTuber を招請し YouTube による動画配信（11/24-28） ■TITF 旅行博出展（1/16-19）
<p>⑥ シンガポール対策 (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する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地旅行会社やメディア等へのアプローチ（セールスコール）等 <ul style="list-style-type: none"> ■旅行会社向けオンラインセミナー（9/24、次回1月頃） ■Webメディア招請FAMツアー（12/2-4、2社） ■現地旅行会社、大手銀行と連携し、大分県セミナー開催（12/6：46名、12/7：40名） ■旅行会社向け大分県観光Webセミナー開催（1/21：20名）
<p>(2) デジタルマーケティング事業 （64,140千円）</p>	
<p>(担当：企画)</p>	<p>○市場ニーズを踏まえた大分県観光PR動画や、アドベンチャーツーリズムの魅力を伝えるための動画を制作</p> <ul style="list-style-type: none"> ■大分県PR動画作成（欧米向け、アジア向け） ■英語（日本語字幕）アドベンチャーツーリズムPR動画4本作成（佐伯市、豊後大野市、豊後高田市、ダイジェスト版） <AT動画（豊後大野市編）が第7回日本観光映像祭「観客賞」受賞> <p>○公式ホームページ管理運営（英、仏、中繁、中簡、韓国語、タイ語） 仏語記事2本制作し、仏HPへ11月、12月に1本ずつ掲載</p> <ul style="list-style-type: none"> ■多言語ホームページリニューアル（英・中繁・中簡・韓国・タイ語）（3月公開） 特集記事24本、モデルコース9本など新たに作成 <p>○SNSを活用した情報発信（Facebook、Instagram、WeChat、weibo、RED、NAVER Blog）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本語SNS FBフォロワー数1,038（昨年比+115） IGフォロワー数18,572（昨年比+1,022） ・英語SNS FBフォロワー数57,790（昨年比+11,763） IGフォロワー数24,294（昨年比+3,857） ・中国語SNS Weiboフォロワー数212,590（昨年比+10,789） WeChatフォロワー数104,305（昨年比△206） ・韓国語SNS NAVERブログ フォロワー数1,522（昨年比+1,522） <p style="text-align: right;">※3月末実績</p>

	<p>○大阪・関西万博、東京等の日本国内ゲートウェイからの来訪を見据えた広域周遊促進のための情報発信を行う。</p> <p>■英語圏からの誘客促進のため、英語パンフレット制作</p> <p>■欧米豪をターゲットとしたアドベンチャーツーリズム動画をPRするためのSNS 広告配信</p>
(3) 広域連携・情報発信事業 (18,446千円)	
(担当：誘致)	<p>○外国人観光客の旅程は、複数県にわたる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、九州各県と連携した広域ルート形成、旅行会社の招請や海外メディア招請を通じた情報発信等に取り組む。</p> <p>■北部九州自治体（4県）連携による魅力発信事業（KOCを活用したSNS情報発信）＜中国市場＞</p> <p>■DC キャンペーンを契機とした「福岡・大分インバウンド周遊促進キャンペーン」の実施 ＜アジア6市場＞</p> <p>■旅行会社FAMトリップ（11/12-16、3社）＜シンガポール市場＞</p> <p>■大分県、福岡県、FIACと連携したKOL招請FAMツアー（10/9-13、KOL2名）＜中国市場＞</p>

VI ツーリズム推進態勢強化事業	
(1) 総会の開催	
(担当：経営)	<p>○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回開催する。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、その承認を求める。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、表彰を行う。</p> <p>○総会開催</p> <p>■総会開催 功労者表彰、交流会実施（6/25）</p>
(2) 理事会の開催	
(担当：経営)	<p>○通常理事会は、年3回（6月、10月、3月）開催する。各地の取組を理解してもらうための現地視察の実施や次期中期経営計画の素案を検討する。</p> <p>■第1回理事会（6/7）</p> <p>■第2回 〃（10/25）</p> <p>■第3回 〃（3/27）</p>
(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)	<p>○運営会議や事業企画委員会にて、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い、大分県観光を牽引する。</p> <p>■第1回運営会議（5/30）</p> <p>■第2回 〃（10/11）</p>

	<p>■第3回 〃 (3/11) 書面開催</p> <p>○事業企画委員会において、自主事業や次期中期経営計画の素案及び県への次年度予算の提案内容を検討する。(年4回)</p> <p>■第1回事業企画委員会 (R6年度の自主事業について) (5/9)</p> <p>■第2回 〃 (中期経営計画の改定について) (9/25)</p> <p>■第3回 〃 (中期経営計画の改訂について) (12/13)</p> <p>■第4回 〃 (中期経営計画の改訂、令和7年度事業計画について) (2/25)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村や観光協会対象インバウンドセミナー (自主事業) (6/27 参加者 50名) ・タイ商談会での海外事業者との交流会 (11/12) ・観光インフォメーションスタッフ連携会議 第1回：参加者 24名 (12/4) 第2回：参加者 21名 (2/12) ・大分県観光協会等連絡協議会 (1/31、17 地域協会参加) ・地域連携のための県内視察・意見交換会 (3/14日) 18名参加 ・会員施設紹介及び温泉情報パンフレット作成 ・高付加価値旅行商品パンフレット作成
<p>(4) 財政基盤の強化</p>	
<p>(担当：経営) (担当：観企)</p>	<p>○公益事業を推進するための財源を確保する観点から、県内外でのプロモーションとあわせてグッズ販売を実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■マツダスタジアム (6/9) ■ツールド九州 (10/12) ■別大マラソンランナーの広場 (2/1) など <p>○テッパンおおいたによる着地型旅行商品の造成・販売の強化、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事業を推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■商品PR強化、市町村等への造成支援の結果、過去最高の売上 次年度は、高付加価値商品を扱う特設ページの設けた。 <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る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■自主事業として開催するセミナー等について、会員以外の参加者から参加費を徴収 <p>○DMOとしての経営自立に向けて、決算剰余金を特定費用準備資金に積み立てて、将来の取り組みたい事業ための財政基盤を整えていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■特定費用準備資金への積立
<p>(5) 会員との連携・ネットワーク強化</p>	
<p>(担当：経営) (担当：観企)</p>	<p>○各地域の現場視察会を通じて、会員間の取組の理解や新たな連携促進を促す。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■地域連携視察会 (3/14) (自主事業) 18名参加

<p>(担当：誘致)</p>	<p>○県内の観光案内所を対象とした各地の取組の情報共有や施設間のネットワーク強化を目的とした意見交換会を実施する。 ■観光インフォメーションスタッフ連携会議（自主事業） 第1回：参加者 24名（12/4） 第2回：参加者 21名（2/12）</p> <p>○県単独の海外商談会時に、会員の参加団体が人的ネットワークを築けるよう現地参加事業者と商談会後に懇談会を実施する。 ■タイ商談会での海外事業者との交流会（自主事業） （11/12、16市町村、旅行会社27社）</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う。 ■年4回発行（4月、8月、10月、1月）</p>
<p>(6) 会員向けスキルアップセミナー</p>	
<p>(担当：誘致)</p>	<p>○インバウンド担当者を対象に、各市場ごとの最新トレンドや現地旅行会社が何を求めているのかを解説し、今後の各地域の取組につながるようなセミナーを開催する。 ■市町村や地域観光協会対象インバウンドセミナーを開催（自主事業）（6/27、参加者 50名）</p>
<p>(7) 会員施設の魅力をPRするパンフレット作成</p>	
<p>(担当：経営) (担当：観企)</p>	<p>○会員（観光事業者関係）の施設等を対象としたパンフレットを新たに作成し、県外のイベントでの配布や県内に観光を計画している方に提供し、会員施設への誘客を図る。 ■会員施設紹介及び温泉情報パンフレット作成（自主事業）</p>
<p>(8) 組織の機能強化と連携促進</p>	
<p>(担当：経営) (担当：観企) (担当：誘致)</p>	<p>○県観光の中心的な役割を果たせるよう、職員のスキルアップを図るため、年間の研修計画に基づき学びの機会を設けるとともに講師役となり他の職員に学習した内容を披露する。 ■年間研修計画を策定し、職員のスキルアップを促進</p> <p>○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する。 ■知事へのツーリズムおおいたの機能・体制強化に向けた申入れ（11/11）</p> <p>○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る。 ■意見交換会や情報共有ツールによる県（観光局、県外事務所、地域振興局）との連携</p>