

2025年度～2027年度

第5期中期経営計画



公益社団法人ツーリズムおおいた

2025.3.27

MESSAGE

新型コロナウイルスの影響を受けた観光業界も、日本政府観光局が発表した2024年の年間訪日外客数は過去最高を記録しました。また、大分県が今年1月に発表した昨年の国内外宿泊者数（速報値）でも、約508万人と統計が残る2006年以降で過去最多となりました。

2025年には、大阪・関西万博や宇佐神宮御鎮座1300年といった大規模な行事が控えており、さらなる外国人観光客の増加が見込まれます。これらの機会を最大限に活用し、本県の魅力を世界に発信してまいります。

一方で、本県の観光業界には、特定地域への旅行者の集中、広域周遊促進に向けた連携の不足、そしてデータを活用した効果的なプロモーション推進体制が未確立など、解決すべき課題が存在します。

今回策定した新たな3年間の戦略では、従来の計画を見直しするのではなく、地域連携DMOとしての使命を再確認し、理想的な未来像や行動指針を明確にいたしました。観光業界や社会情勢の変化に伴う外部環境やツーリズムおおいた自らの内部課題を分析し、それらを課題を解決するための重点的な事業戦略を定め、その結果として、第5期中期計画の期間が満了する3年後に目指す姿を具体的に描いております。

この計画の達成には、大分県やツーリズムおおいたの会員をはじめ、県内の関連事業者や団体との連携強化が不可欠です。地域の魅力を最大限に引き出し、観光産業の持続的な成長を支えるためには、垣根を超えた連携と共創が求められます。また、地域の皆様にとっても観光が誇りや暮らしの豊かさにつながるものであることが重要であり、地域に根差した観光振興のあり方を模索しながら、誰もが満足できる観光地づくりを進めてまいります。

令和7年3月

目 次

- 1 ツーリズムおおいたの役割
- 2 計画の性格・体系図
- 3 第4期中期経営計画の総括
 - (1) 目標指標
 - (2) 計画の留意点
 - (3) 事業戦略
- 4 外部環境・内部課題の分析
- 5 重点的な事業戦略
- 6 ツーリズムおおいたの3年後のありたい姿
- 7 目標指標



ツーリズムおおいたの役割

Mission

使命

**地域連携DMOとしての体制強化を図り、大分県
観光の新たな価値を創造します**

～観光客に、自然や文化、地域資源を活かした大分ならではの新たな体験を心ゆくまで堪能してもらいます～

Vision

理想的な未来像

**訪れる人と地域住民が地域の持つ価値を共有し、
観光と地域の発展を支える社会を実現します**

～地域の観光客の相互理解、文化の尊重、環境保全を図りながら観光によって経済を活性化させます～

Value

行動指針

**地域に寄り添い、持続可能な成長を支え、
自らも成長し続けます**

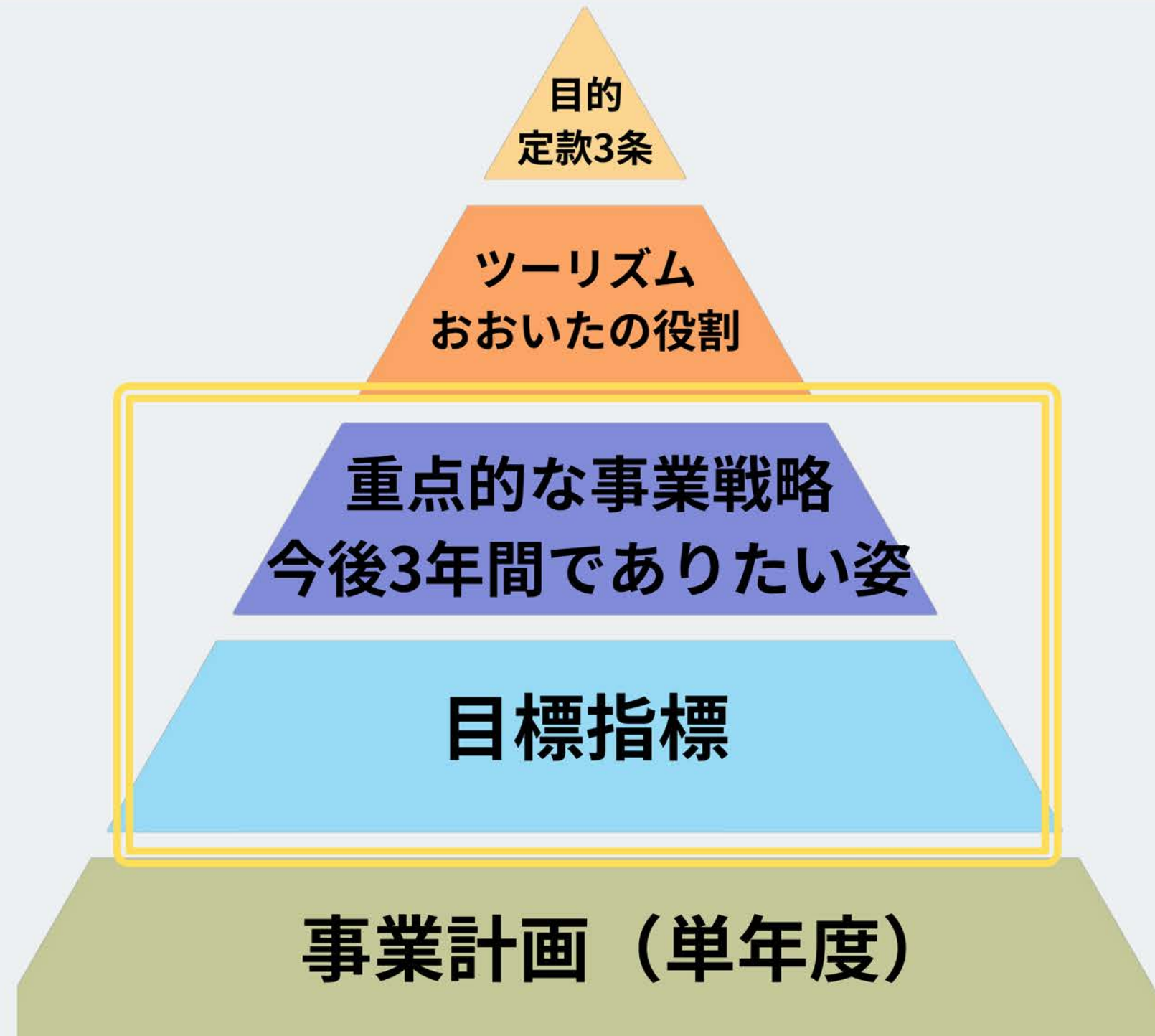
～地域の課題解決に取り組み、長期的に発展できるようにサポートし、それらを通じて自らも共に成長していきます～

2 計画の性格・体系図

本計画は、地域連携DMOとして2025年度～2027年度でありたい姿及び重点的な事業戦略などを定めるもの。

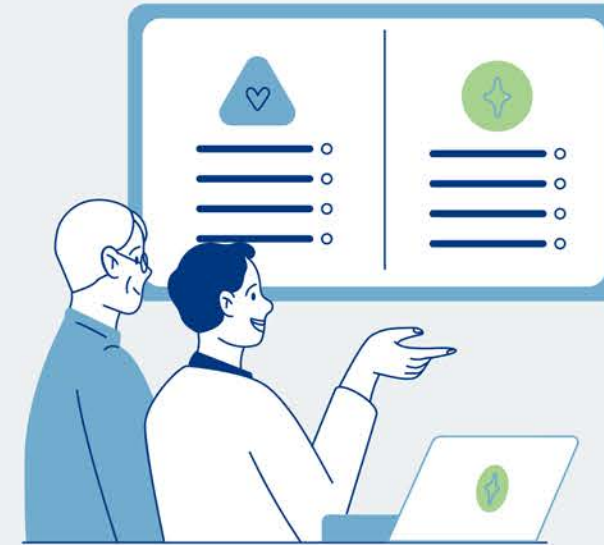
ツーリズムおおいたは、大分県と両輪となり観光振興施策を推進していくことから、この計画体系に掲げる取組は、県が定める「ツーリズム戦略」と方向性を同じくするものである。

中期
経営
計画



3 第4期中期経営計画の総括 (1) 目標指標

- ✓ リピーター率、外国人延べ宿泊者数は、目標値達成
- ✓ 訪問者満足度は、数値が上昇するも2年連続未達成



指標	2022年度	2023年度	2024年度
旅行消費額 (百万円)	254,000※1 (180,371)	278,200※2 (248,620)	(260,000)
延べ宿泊者数 (千人)	6,132 (5,769)	6,317 (8,061)	(7,830)
訪問者満足度 (%)	88.2 (90)	88.5 (90)	(90)
リピーター率 (%)	92.6 (76)	92.5 (76)	(76)
外国人延べ宿泊 者数 (千人)	170 (72)	1,307 (1,002)	(1,870)

指標	2022年度	2023年度	2024年度
会員数 (人)	226 (234)	217 (234)	(234)
旅行商品販売 (千円)	197 (935)	553 (1,013)	(1,084)
物品販売 (千円)	2,605 (4,947)	1,907 (6,777)	(6,913)

上段：実績値
下段：目標値

上段：実績値 ※1 日本人のみ（コロナ渦により、訪日外国人サンプルなし）
下段：目標値 ※2 日本人消費1年分+インバウンド消費額4月～12月（1月～3月サンプルなし）

3 第4期中期経営計画の総括（2） 計画の留意点



戦略的・一元的なプロモーションやマーケティング機能の確立

- ・ビックデータ収集ツールのデータを解析し、市町村や会員企業等へ提供
- ・ユーザー像を設定し、デジタルマーケティングを活用した誘客の実施

（課題）分析したデータを元に市町村等への伴走型のコンサルティング支援の体制整備

多様な関係者と連携しプロモーション等ができるマネジメント機能強化

- ・市町村や観光協会、DMOと連携したプロモーションや商談会を計画的かつスムーズに実施
- ・市町村ヒアリングを通じた、地域の課題抽出や情報の共有

組織内人材確保・育成等の組織機能強化

- ・ R6年度から年間の研修計画を策定し、全職員が専門研修を受講
（課題）プロパー社員の増員

収益事業の拡大や会員増加等による財政基盤の強化

- ・ 事業の内製化や高付加価値旅行商品の販売による黒字決算の定着
- ・ 将来に向けた特定費用準備資金の積立

（課題）会員増加に向けた取組

経理事務体制維持とコンプライアンス意識の徹底

- ・ 顧問税理士による月次決算のチェック体制
- ・ 監事による業務監査の強化
- ・ 全職員を対象に毎年コンプライアンス研修の実施

3 第4期中期経営計画の総括（3） 事業戦略

多様な関係者との連携による 事業企画・推進体制の強化

- ・ 事業企画委員会を毎年開催
(発展の取組に関する意見、県への予算要望
自主事業について議論)
- ・ 18市町村、観光協会を訪問し、意見交換実施
- ・ 事業提案などのアンケート実施
- ・ 会員間の地域連携を促す連絡会議・視察会の開催
- ・ セミナーなどの自主事業の実施
- ・ 国内外の商談会・プロモーションの実施



地域素材の磨き上げ

- ・ テッパン！おおいた（着地型旅行商品販売）
＜商品数＞R3末：42 R7.2末：76
＜販売額＞R3年度： 799,700円
R5年度：3,864,580円
R7.2末：5,768,070円
- ・ 世界農業遺産と椎茸を組み合わせた高級自動車オーナー向け
ツアー造成
- ・ 県立美術館を核とした文化コンテンツを組み込んだツアー
- ・ アルゲリッチ音楽祭と安心院葡萄酒工房を組み合わせた
高付加価値ツアー造成
- ・ アドベンチャーツーリズム



3 第4期中期経営計画の総括（3） 事業戦略

おんせん県おおいたの 魅力向上と効果的な情報発信

- Instagramフォロワー数
R3年度末：7,934人 R7.2末：18,134人（128%増）
- Xフォロワー数
R3年度末：20,000人 R7.2末：23,447人（17%増）
- Facebookフォロワー数
R3年度末：0 R7.2末：1,016人
*2022年10月スタート
- 英語版 Facebook フォロワー数：56,943人（R7.2末）
- 英語版 Instagramフォロワー数：23,675人（R7.2末）
- Weibo フォロワー数：211,269人（R7.2末）
- WeChatフォロワー数：103,505人（R7.2末）
- 全国第2位のインバウンド向け都道府県公式YouTubeチャンネル
登録者数：3.99万人
- 留学生を活用した動画制作、YouTube投稿（約26万回再生）
- デジタルマーケティングを活用した情報発信
- Oitaナישョのフォトリップ～写真映えする大分旅行～
- おんせん県プレス（旅行会社向け）、ぐるり（旅行者向け）の発行



ポストコロナ時代の 戦略的な誘客

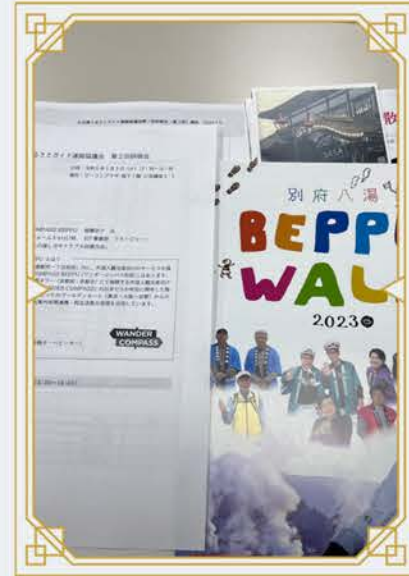


- 海外重点国からの誘客数
 - ＜韓国＞
2019年：410,760人 2023年：435,340人（6%増）
 - ＜香港＞
2019年：99,890人 2023年：100,580人（1%増）
 - ＜タイ＞
2019年：21,950人 2023年：40,290人（84%増）
 - ＜シンガポール＞
2019年：11,390人 2023年：17,480人（54%増）
- 日本人延べ宿泊者数（コロナ前に回復せず）
2019年：6,695,920人 2023年：6,317,100人
- 隣県と連携した国内誘客への取組
山口県との連携、宮崎県との連携
熊本県・長崎県との3県連携
- 韓国・台湾・タイでの県単独商談会の開催

3 第4期中期経営計画の総括（3） 事業戦略

おもてなし環境の整備

- ・ボランティア団体への研修会（年2回）
- ・まち歩き動画の英語版吹き替えを制作
- ・ボランティアガイド団体数の減少
（R3末：58団体 R7.2：54団体）
- ・県と連携した観光案内所の情報交換会開催



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の取組

- ・感染症対策チェックリストやマニュアルの提供
- ・災害情報や風評被害を防止するための復旧情報を
ツーリズムおおいたHPに掲載
- ・オンライン（商談会・体験ツアー）の開催



DMOとしての機能強化

- ・市町村ごとに個別の来訪者の動向・興味関心などを分析した
観光カルテの提供
- ・市町村、観光協会をはじめ会員企業からの個別相談対応
- ・市町村からのリクエストに応じた各イベントの人流ビック
データの分析結果提供
- ・観光マーケティング会議の開催
- ・観光シンポジウム・交流会開催
- ・会員向け四半期ごとの活動報告をまとめた
「ツーリズムおおいたNEWS」の発行
- ・会員向け自主事業の開催（R6実行中）



4 外部環境・内部課題の分析



外部環境の分析

経済変動

- ・ 為替レート、金融市場の動向によるインバウンド客への影響
- ・ 物価高の影響による消費の伸び悩み
- ・ パンデミックや世界的な危機の影響

コロナ後の変化

- ・ 団体旅行から個人旅行、モノ消費からコト消費へ
- ・ 持続可能な観光への関心の高まり
- ・ 短期旅行、近場旅行の増加
- ・ 観光業界における慢性的な人手不足

デジタル化の波

- ・ 生産性向上、非接触需要の高まりによるデジタル技術の拡大
- ・ ビックデータ分析市場の拡大
- ・ 人による温かみの持つサービスの存在感

内部課題の分析

- ・ 人材育成
- ・ 財政基盤の強化
- ・ コンプライアンスの順守

外部環境への対策

DMP活用による戦略的な誘客

- ・ デジタル技術の啓発
- ・ データ分析・公表
- ・ 事業の効果検証・提言

地域をつなぎ、持続可能な旅の推進

- ・ マーケティングを駆使したプロモーション
- ・ サステナブルな観光の推進
- ・ コンテンツの高付加価値化
- ・ 広域周遊に向けた地域間連携

安心・快適な観光基盤の構築

- ・ ストレスフリーな旅の推進
- ・ 観光人材の育成
- ・ 危機管理体制の強化

内部課題への対策

組織の基盤づくり

- ・ 体制整備
- ・ 財政基盤の強化
- ・ 法令遵守体制の強化

5 重点的な事業戦略

- I DMP活用による戦略的な誘客
- II 地域をつなぎ、持続可能な旅の創出
- III 安心・快適な観光基盤の構築
- IV 組織の基盤づくり



①デジタル活用の啓発

データ活用事例や成功体験を共有し、データの有効性を実感してもらうセミナーを開催することで、勘や経験に囚われない、エビデンスに基づく施策実行が普及することを目指します。さらに、データ分析の基礎から応用まで学べる機会を提供し、各団体自らデータを活用できるスキルを身に付け、結果を見える化しながら改善を繰り返す文化を醸成します。



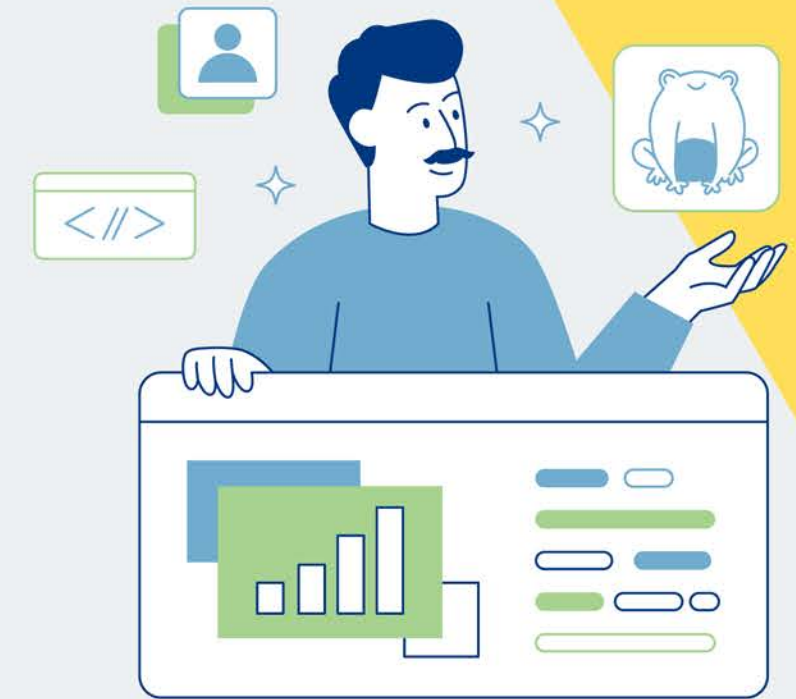
②データ分析・公表

観光客の動向や属性等の情報を収集・蓄積し、将来の施策や事業実施の反映できるDMPを活用し、オープンデータとして公開します。分析したデータの公表を通じて県民への観光産業への理解を高めるとともに、市町村をはじめ教育・研究機関での利活用が図れることによって、地域経済の活性化にも寄与します。



③事業の効果検証・提言

DMPを通じた分析結果をもとに、ツーリズムおおいたの事業の効果検証や県・市町村等への施策立案をサポートし、伴走支援を行います。観光関係者を対象としたデータ分析及びコンサルティング業務の導入（有料）の検討を進めていきます。



I DMP活用による戦略的な誘客



①マーケティングを駆使したプロモーション

ターゲット市場を特定し、その市場の旅行者の嗜好やトレンドを分析し、年齢層、旅行目的、趣味嗜好に基づいてターゲット層を細分化やセグメントごとに最適なプロモーション戦略を策定し、効果的な情報発信を通じてターゲットにアプローチします。



②サステナブルな観光の推進

観光資源を長期的に活用し続けるため、市町村や宿泊施設、観光施設等と連携し、環境への影響を最小限に抑えるための旅行形態の提案や地域文化の保護と活用を守りながら、観光資源として活用するプログラムを検討します。



③コンテンツの高付加価値化

世界農業遺産や竹工芸を活用した観光の商品開発など、地元の生活や産業、文化等の体験型プログラムを開発し、旅行者に付加価値の高いコンテンツを提供します。



④広域周遊に向けた地域間連携

地域観光協会との連絡会議を通じて、プラン造成を検討するなど県内の広域周遊を促進する仕組みを検討します。
各地域の主体的な取り組みを共有し、連携を深めるための視察会の実施や県境を接する他県の自治体と連携した誘客も進めます。



II 地域をつなぎ 持続可能な旅の 創出



① ストレスフリーな旅の推進

観光情報の多言語化、観光案内所の機能強化や観光アプリの活用、交通事業者との連携により構築したMaaS開発等の活用を推進し、旅行者にとって利便性の高い旅の実現を目指します。
また、オーバーツーリズム問題の軽減など持続可能な観光を推進するための取組も進めていきます。



② 観光人材の育成

高度なスキルを持つ観光ガイドの育成や、観光インフォメーションスタッフへの専門研修に加え、新たに観光行政に従事する職員への研修を実施し、サービスの向上を目指します。また、未来の観光業界を担う学生に向けた観光講座を開催及びインターンシップの受け入れを通じて、次世代の観光人材育成を推進します。



③ 危機管理体制の強化

災害や感染症発症時に観光客の安心・安全を確保するため、情報発信の強化します。多言語で迅速かつ正確な災害情報の提供し、避難や安全確保をサポートするとともに、被災地の正確な情報で風評被害の軽減に努めます。また、感染症対策として、宿泊施設や観光施設等の衛生状況や安全基準に関する情報も発信します。さらに、キャンセル客が増えた観光事業者を支援する県民向けの需要喚起を検討します。



III 安心・快適な 観光基盤の構築



①体制強化

市町村等を伴走支援しながら、プロパー職員の増員など大分県観光を牽引する組織に向けた体制整備を検討します。また、家庭と仕事の両立を支援する働きやすい労働環境の整備に今後取り組み、職員の定着を図りつつ、専門性を高める研修体系の構築により、スキルの高い人材を育成し、組織全体の生産性向上を目指します。



②財政基盤の強化

新規会員の獲得や地域資源を活用したツアー企画・運営、データ分析の有料化検討など自主財源として新たな収入を確保し、収益増強に努め、安定した財務基盤を確立します。



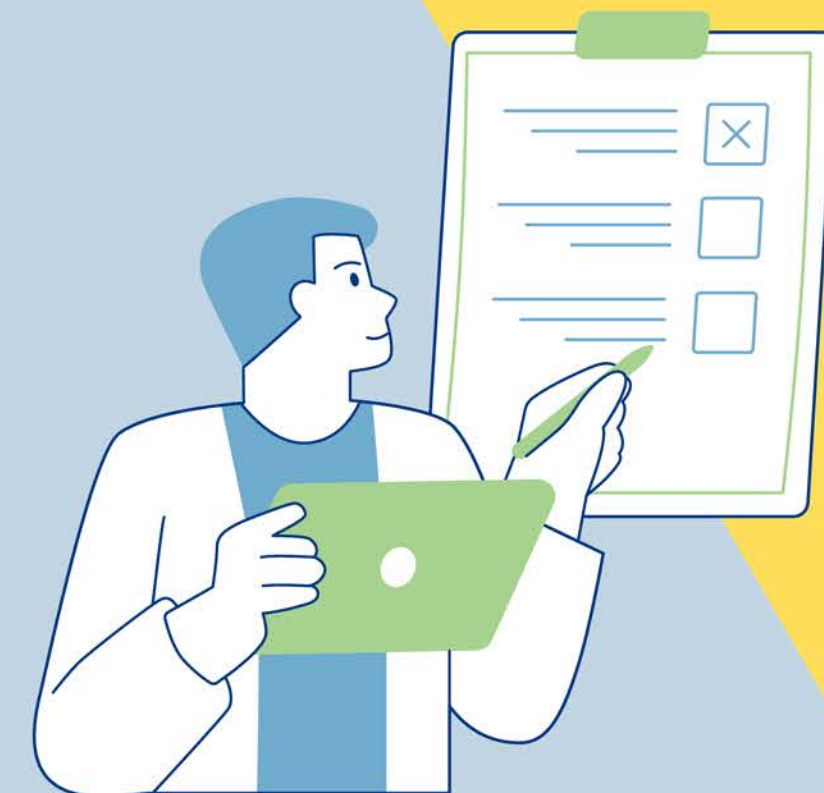
③会員サービスの強化

会員メリットを享受できるよう定期的な情報発信を行うとともに、会員からの要望に応じた会員限定のセミナーや海外の旅行会社との交流会など会員メリットの創出に努めます。



④法令遵守体制の強化

法令遵守や倫理的行動の重要性を理解させるため、定期的なコンプライアンス研修を行います。公益法人としての社会的信頼の向上や持続可能な成長を確保し、長期的に健全な発展を目指す基盤を整えます。



IV 組織の 基盤づくり

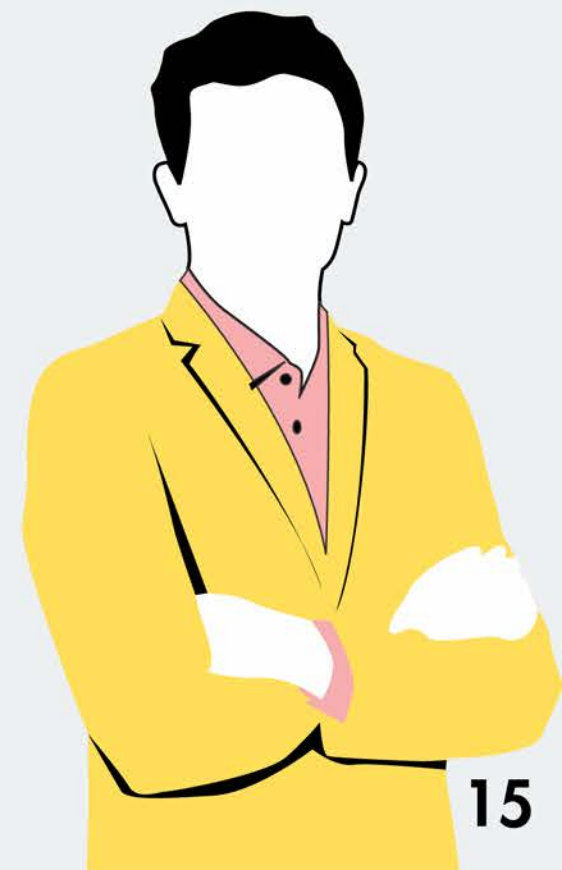
6 ツーリズムおおいたの3年後のありたい姿

1 観光地域づくりの伴走者として活躍している

市町村や観光事業者等と連携を図り、デジタルを活用した誘客の推進、地域資源の効果的な活用や広域的な観光ルートの開発を進め、持続可能な地域経済の発展を支えながら、大分県観光をリードしている。

2 成長し続ける組織として前進している

- ・ ツーリズムおおいたの職員が役割を認識し、地域のニーズに応じたきめ細やかなサポートを提供し、地域や観光事業者から欠かせない存在として認識されている。
- ・ 職員の専門知識を活かし、組織全体が新しい取り組みに対して一層積極的になり、デジタル化の進展や社会の変化に迅速に適応できる組織になっている。



7 目標指標



指標	2024年度 (基準年)	2025年度	2026年度	2027年度
DMP啓発者数 (人)	300	1,130	1,250	1,380
DMP利用者数 (人)	—	—	360	720
テッパン！おおいた 売上 (千円)	6,100	6,500	6,900	7,300
観光基盤構築の ための研修会 (件)	12	15	16	17
広域周遊のための 地域連携 (件)	—	1	1	1
会員数 (件)	219	223	227	231

(参考) 大分県ツーリズム戦略目標値

指標	2027年度
住民満足度 (%)	80
再来訪意向率 (%)	90
観光消費額 (億円)	2,982
県内宿泊者数 (千人)	8,515
うち外国人宿泊者数 (千人)	1,484



日本一のおんせん県おおいた  みりよく 味力も満載