

施策名：観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進

事業名	担当課・局・室名	ページ
プロモーションおおいた福岡戦略事業	広報広聴課	2 / 10
九州観光戦略共同事業	観光・地域局観光・地域振興課	3 / 10
観光情報収集・発信事業	観光・地域局観光・地域振興課	4 / 10
関西圏域観光誘客促進事業	観光・地域局観光・地域振興課	5 / 10
都市圏観光誘客促進事業	観光・地域局観光・地域振興課	6 / 10
海外観光客誘致対策事業	観光・地域局観光・地域振興課	7 / 10
農山漁村ツーリズム推進事業	観光・地域局観光・地域振興課	8 / 10
おおいた景観創生事業	観光・地域局景観・まちづくり室	9 / 10
観光客にやさしい案内標識整備事業	観光・地域局景観・まちづくり室	10 / 10

事業名	プロモーションおおいた福岡戦略事業	事業期間	平成 20 年度～平成 25 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	広報広聴課

[目的、現状・課題]

目的	対象	福岡都市圏の住民	現状・課題	福岡県は本県のトマトやカボスなどの大消費地であり、また、宿泊客の約27%が福岡からの観光客である。九州新幹線全線開通後は地域間競争が激化し、福岡県からの観光客が熊本や鹿児島に流れる可能性が高いため、福岡都市圏の住民に対し、これまで以上に大分県の魅力を情報発信していく必要がある。
	意図	大分県への誘客を強化し、県産品の販売促進を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	21年度	22年度	23年度	24(予算)
プロモーションおおいた福岡戦略事業	TVや新聞、HP等の媒体を活用した、おおいたの観光資源や県産品情報の発信 委託先：電通九州大分支社 ※TV(22回)、新聞(21回)、バスツアー(10行程)、 HPで大分情報をPR	全部委託	県	総コスト	18,595	18,084	21,118	19,268
プロモーション戦略会議	関係各課や振興局等の研究会による事業の効果や問題点の協議、戦略事業への反映	直接実施	県	事業費	15,595	15,084	16,118	14,268
				うち一般財源	15,595	15,084	16,118	13,368
				人件費	3,000	3,000	5,000	5,000
				職員数(人)	0.30	0.30	0.50	0.50

[事業の成果等]

事業の成果	バスツアー10行程で、1,666人の大分県への誘客が図られた。県が企画したテレビ10分番組や、福岡でのイベントをテレビで生中継することにより、多くの福岡市民の集客が図られ、県産品の販売増につながった。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
					22年度	23年度	目標値	目標年度	
			TV放送(自主番組、生放送)(回)		2	22			
			新聞(回)		22	21			
			バスツアー(回)		4	10			
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(年度)	評価	備考 福岡都市圏において、メディアでの年間を通じた情報提供・露出を目的としており、個別の数値指標で計ることができないため
		目標値							
		実績値							
		達成率							

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	年間を通じたメディアなどへの情報提供・露出などを目的とし、県内市町村と連携・調整しながら県全体の観光客増、県産品の販売促進につなげる事業であり、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・広告代理店に年間を通じてプロモーションの委託契約をすることにより、TV、新聞、HP等幅広い媒体を活用し、効果的に大分県情報を発信	21年度	23年度	プロポーザル方式で複数のメディアを組み合わせて提案を受けているため効率性指標は設定できない。

[総合評価]

方向性	見直し(24年度)事業内容の縮小	方向性の判断理由	事業の検証により、より効率的に県外広報を実践する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・テレビ生中継回数の見直し(8回→5回) ・県が企画するテレビ10分番組の放送回数見直し(12回→10回) ・事業実施にあたっての企画会議の充実、強化 ・25年度は、20代女性が多い福岡の特性に着目した新たな事業展開を検討 		

事業名	九州観光戦略共同事業	事業期間	平成 17 年度～平成 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	九州域外観光客	現状・課題	これまで九州各県は、連携して誘客のための取組を実施してきたが、国内の旅行態様の多様化はもとより、東アジアを中心に海外旅行需要が増加する中では、より一層、九州が一体となって誘客を行う必要がある。
	意図	大分県への誘客を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
旅行先としての九州を磨く戦略 国内大都市圏から九州に人を呼び込む戦略	観光ボランティアの育成・拡充や観光案内所のレベルアップ等 鉄道・航空会社とのタイアップ事業、大都市圏での説明会 年2回(東京、名古屋、大阪、福岡) 修学旅行誘致説明会開催(年3か所開催)	負担金	九州観光推進機構	総コスト	32,728	32,601	35,257	35,369
				事業費	31,728	31,601	32,257	32,369
東アジアから九州に人を呼び込む戦略	国際観光展への参加(6か国・地域で14回開催)、海外の テレビ番組雑誌等による情報発信、修学旅行誘致のため の招聘事業			うち一般財源	31,728	31,601	32,257	32,369
				人件費	1,000	1,000	3,000	3,000
				職員数(人)	0.10	0.10	0.30	0.30

[事業の成果等]

事業の成果	大分を含む広域観光モデルルートの開発や東京・大阪での説明会開催、海外のテレビ・雑誌等による情報発信など、国内外から九州に人を呼び込む誘客事業を九州が一体となって取り組み、効果的な観光情報の発信や誘客活動を推進できた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			商品造成(なないろ九州バス)(本)	6	2	目標値	目標年度		
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	九州外からの宿泊者数 (18年度を100とした指標)	目標値	101.5	102.0	102.5		104.0	概ね達成	
		実績値	91.4	102.8	100.4				
		達成率	90.0%	100.7%	98.0%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	九州地域戦略会議規約	「九州は一つ」の理念の下、九州7県の行政と経済団体が一体となって九州観光戦略を推進しており、他県と連携した広域観光ルートを開発を行うことは、大分県の観光振興にとって有効かつ重要であるため、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・当該事業により、九州への誘客については、一定の効率性があると思われるが、九州各県への効果が見えにくい面もあり、機構主催の会議等で一層の効率化と効果的な検証を行うよう要望	21年度	23年度	総コスト/宿泊者数 (H21:3,703,697人泊、 H23:3,996,868人泊)
			9 円/人	9 円/人	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	22年度九州地域戦略会議で23年度からの3か年について合意しているため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 19年度九州地域戦略会議で策定された第二次九州観光戦略に基づき、20年度から3か年の計画で、官民の負担割合及び九州各県の負担割合を設定 22年度九州地域戦略会議において第三次九州観光戦略制定。23年度から3か年の計画で、官民の負担割合及び九州各県の負担割合を設定 九州広域観光推進検討委員会で今後の在り方について検討中(平成24年6月九州地方知事会で報告予定) 		

事業名	観光情報収集・発信事業	事業期間	平成 16 年度～平成 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	観光客、旅行エージェント等	現状・課題	訪問地として九州が注目を集める中、大分県へのさらなる誘客を図るため、地域資源に一層の磨きをかけ、効果的な情報発信を展開する必要がある。
	意図	大分県の観光情報に触れる機会を増やす		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	21年度	22年度	23年度	24(予算)
観光情報の収集 観光情報の発信	魅力的な旬の情報を収集 委託先：(社)ツーリズムおおいた 観光HP運営、観光情報誌(5万部×4回)発行、新聞・雑誌広告掲載 委託先：(社)ツーリズムおおいた 観光マップ(5.5万部)、観光ガイドブック(6.5万部)作成 委託先：佐伯印刷(株)	全部委託	県	総コスト	42,619	47,295	66,034	59,415
旅くらぶおおいたの活用 おおいたふるさとガイドの育成	モニターツアー等の実施 委託先：(社)ツーリズムおおいた 研修会等の実施 委託先：(社)ツーリズムおおいた			事業費	30,619	35,295	46,034	39,415
				うち一般財源	30,619	35,295	40,135	34,325
				人件費	12,000	12,000	20,000	20,000
				職員数(人)	1.20	1.20	2.00	2.00

[事業の成果等]

事業の成果	都市圏のマーケットを意識し、誘客イベントの際に鮮度の高い情報発信を行ったほか、地域の旬な情報や新しく芽生えてきた情報を収集・選定し、観光情報誌を発行した。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
					22年度	23年度	目標値	目標年度	
			観光情報誌「ぐるり」発行部数(万部)	20	20	20			
			モニターツアー開催回数(回)	5	5	5			
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(年度)	評価	備考
	観光HPアクセス件数(千件)	目標値	65,000	1,800	2,000	2,200		達成	21年度はHPの全体アクセス数をカウントしていたが、22年度にトップページアクセス数に変更した。
		実績値	77,978	1,864	2,024				
		達成率	120.0%	103.6%	101.2%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	大分県下全域での誘客を図るためには、各市町村、観光協会と連携した広域的な情報発信が重要であり、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・観光情報発信ツールの作成にあたり、事業を民間へ業務委託し、効果的な情報発信を実施	22年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			25 円/件	33 円/件	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	観光素材に対する価値観が多様化している中で、常に魅力的な情報発信をしていく必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・24年度は引き続き、低コストで効果的な情報発信を推進 ・アンケート調査を実施した上で、観光情報誌配布先等の見直しを検討 ・観光HPの特集コーナー、観光情報誌の特集記事のテーマを連携させ、より効果的な観光情報発信を展開 		

事業名	関西圏域観光誘客促進事業	事業期間	平成 23 年度～平成 25 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	関西圏在住者	現状・課題	本県への効果的な誘客を図るため、九州新幹線全線開業を好機を捉えて、関西圏域へターゲットを絞り、集中的に大分県観光プロモーションを実施する必要がある。
	意図	誘客を図り、滞在期間延長、県内泊を促進する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
おおいた竹ものがたりinせんちゅうパル	市町村や観光協会等と連携した関西での観光物産展の実施 委託先：(社) ツーリズムおおいた	全部委託	県	総コスト			72,995	79,800
まちあるき観光列車	J R九州と連携した臨時観光列車の運行 委託先：J R九州、(社) ツーリズムおおいた			事業費			52,995	59,800
着地型観光整備	J R駅を発着地とする着地型旅行商品を企画造成 委託先：(社) ツーリズムおおいた			うち一般財源			39,118	22,950
				人件費			20,000	20,000
				職員数(人)			2.00	2.00

[事業の成果等]

事業の成果	九州新幹線全線開業の機会を捉えて、ターゲットを関西圏域に特化して、県内市町村や地域観光協会等と連携して、県大阪事務所をキーステーションに、集中的大分県観光プロモーションを実施した。					活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
							観光物産展(開催数)	22年度	23年度	目標値	目標年度		
								1	1	25			
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(25年度)	評価	備考				
	関西からの宿泊者数 (22年度を100とした指標)	目標値			101	102	103		達成				
		実績値			114								
		達成率			112.9%								

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	関西圏以西をターゲットとした誘客促進対策については、県大阪事務所や市町村、地域観光協会等と連携した広域的な取組が重要であり、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・効果的なメディア露出等について民間委託 ・民間観光関係者が実施する観光プロモーション事業との効果的連携	21年度	23年度	総コスト/ 関西からの宿泊者数 (H23:353,890)
				206 円/人	

[総合評価]

方向性	見直し(24年度)効率化の推進	方向性の判断理由	重点的に関西圏からの誘客を図る必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・24年度は引き続き、大阪事務所と連携して効果的かつ効率的に事業を推進 ・J R九州、J R西日本との連携強化による、さらなる効果的、効率的プロモーション ・新聞・ラジオなどの多様なメディアを活用した効果的、効率的な情報発信 		

事業名	都市圏観光誘客促進事業	事業期間	平成 21 年度～平成 26 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	都市圏在住者	現状・課題	本県への効果的な誘客を図るため、漫然と誘客を図るのではなく、県外からの発地別旅行者の約5割を占める福岡都市圏及び関東圏、関西圏の三大都市圏において、大分県の観光プロモーションを重点的に実施する必要がある。
	意図	大分県に誘客する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	21年度	22年度	23年度	24(予算)
観光ツーリズム商談会の開催 インセンティブによる旅行造成支援 坐来大分サロンの開催	市町村や観光協会等観光関係者と連携したマスメディア・旅行社の実務担当者へ、新たな観光素材を情報発信する商談会の開催 委託先：(社)ツーリズムおおいた 都市圏旅行会社の商品造成に対するパンフレット作成支援等を実施 委託先：(社)ツーリズムおおいた 坐来大分を活用した旅行会社対象の観光講演会実施及び食等の観光情報を提供 委託先：(社)ツーリズムおおいた	全部委託	県	総コスト	18,445	27,668	38,874	15,011
				事業費	8,445	11,668	18,874	12,011
				うち一般財源	8,445	11,668	9,328	11,011
				人件費	10,000	16,000	20,000	3,000
				職員数(人)	1.00	1.60	2.00	0.30

[事業の成果等]

事業の成果	都市圏の旅行者や旅行会社、マスメディア等に対する積極的なプロモーション活動やニーズ把握等の誘客対策を、東京、大阪、福岡の県外事務所をキーステーションに、県内のツーリズム関係者が一体となって取り組み、効果的な観光情報の発信や誘客活動を推進できた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			22年度	23年度	目標値	目標年度			
			商談会の開催回数(回)	1	2	2			
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(26年度)	評価	備考
	県外からの宿泊者数(20年度を100とした指標)	目標値	101	101	102		105	達成	
		実績値	98	99	104				
		達成率	97.5%	98.0%	102.5%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	都市圏に対する大分県全体の観光情報発信や誘客対策については、直接的かつ効率的なセールスを行う県外事務所や市町村等と連携した広域的な取組が重要であり、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式 総コスト / 県外からの宿泊者数 (H21:2,932千人泊、H23:3,013千人泊)
			21年度	23年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・商談会や商品造成支援などを民間委託 ・民間観光関係者が実施する観光プロモーション事業との効果的連携	6 円/人	13 円/人	

[総合評価]

方向性	見直し(24年度)効率化の推進	方向性の判断理由	重点的に都市圏からの誘客を図る必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・24年度は引き続き、県外事務所と連携して効果的かつ効率的に事業を推進 ・九州新幹線開業により九州へと目が向いている好機に、東京、大阪に加えて広島でもエージェント等へと向けた商談会を実施して、大分をPR ・24年度策定予定の観光戦略の中で具体的な方向性を検討 		

事業名	海外観光客誘致対策事業	事業期間	平成 2 年度～平成 2 7 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	海外観光客	現状・課題	今後国内経済の縮小が見込まれる中で、経済成長の著しい中国をはじめとする東アジアからの観光客を誘致するためには、ターゲット市場を絞り込み、国の状況に応じた情報発信・セールスをする必要がある。
	意図	大分県に誘客する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	2 1 年度	2 2 年度	2 3 年度	2 4 (予算)
中国誘客対策	中国からのキーマンやメディアの招請及びセールス	一部委託	県 (VJは国、他県と連携)	総コスト	21,001	21,465	36,022	63,000
韓国誘客対策	韓国マーケットでの観光展出展及びセールス	一部委託	県	事業費	11,001	11,465	16,022	33,000
香港誘客対策	香港でのセールス	一部委託	県 (V J は国と連携)	うち一般財源	11,001	11,465	16,022	33,000
その他アジアからの誘客対策	シンガポール教育旅行セミナー、旅行社等の招請	一部委託	県 (他県と連携)	人件費	10,000	10,000	20,000	30,000
クルーズ船誘致	中国や韓国からのクルーズ船の寄港誘致	一部委託	県、国際観光船誘致促進協議会	職員数 (人)	1.00	1.00	2.00	3.00
情報発信事業	ホームページの充実やパンフレットの作成	全部委託	県					
	委託先：(社)ツーリズムおおいた		※VJ=ビジットジャパン事業					

[事業の成果等]

事業の成果	東日本大震災後、外国人観光客が著しく減少したが、中国、韓国での九州一帯となったトップセールスや、国や九州観光推進機構と連携して、マスコミや旅行社の招請を盛んに行い、23年の宿泊客数は対前年比61%までに回復した。海外戦略に基づきセールスを強化した香港については、対前年比200%を上回った。						活動指標	指標名 (単位)	事業の実績		最終目標	
									2 2 年度	2 3 年度	目標値	目標年度
								韓国セールス (回)	3	4	3	2 7
								中国セールス (回)	5	5	3	2 7
							海外メディア取材招請・受入 (回)	20	37	22	2 7	
成果指標	指標名 (単位)	達成度	2 1 年度	2 2 年度	2 3 年度	2 4 年度	最終達成 (2 7 年度)	評価	備考			
	外国人観光客宿泊数 (人泊/年)	目標値	331,000	340,000	180,000	360,000	390,000	達成				
		実績値	175,731	364,687	222,755							
		達成率	53.1%	107.3%	123.8%							

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	民間や市町村が個別のセールスを行っても、地域の観光資源をトータルに宣伝するには限界があり非効率であるため、県としての宣伝誘致活動が必要である。また、国や九州観光推進機構においても誘客事業がなされているが、日本及び九州に来る観光客を大分県に導くためには県での事業実施が不可欠である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	2 3 年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し (業務の民間委託など) を図っているか	図っている (拡大困難)	・ (社) ツーリズムおおいたに委託	2 1 年度	2 3 年度	総コスト
			120	162	/
			円/人泊	円/人泊	成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し (2 4 年度) 事業内容の拡充	方向性の判断理由	国の政策としての外国人観光客誘致の強化に伴い本県への誘致も強化するため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 今後観光客の増加が見込まれる中国への宣伝誘致活動を活発化させるとともに、成熟市場である韓国、台湾、香港への情報発信を行い、大分県への誘客を促進 多数の観光客を見込める国際クルーズ船寄港の誘致活動 その他の有望市場であるシンガポール、タイへ向けた誘致活動 2 3 年度から大分県海外戦略に基づき、外国人観光客誘致活動を戦略的に推進 2 4 年度は、中国人観光客宿泊数の目標達成率を検証 		

事業名	農山漁村ツーリズム推進事業	事業期間	平成 20 年度～平成 26 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 観光・地域振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	農林漁村体験民宿開業者、開業予定者	現状・課題	農山漁村体験民宿は、中山間地等において地域資源や農林水産業者の生き様を活かして貴重な副収入を得る手段として有効であるが、近年増加した教育旅行への対応や他県との競争に堪えるサービス提供が十分できていない。
	意図	受入態勢の整備を支援する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	21年度	22年度	23年度	24(予算)
受入地域等レベルアップ	ツーリズムインストラクターレベルアップ研修会	直接実施	県	総コスト	11,969	12,129	16,483	13,751
農山漁村ツーリズム情報発信	危機管理研修会	直接実施	県	事業費	1,969	2,129	6,483	3,751
	専門コーディネーター派遣 委託先：(株)セッションほか	全部委託	県	うち一般財源	1,969	2,129	2,507	3,751
	農山漁村ツーリズムガイド作成 委託先：佐伯印刷(株)	全部委託	県	人件費	10,000	10,000	10,000	10,000
農山漁村ツーリズム推進体制整備	おおいたG T情報発信事業 委託先：NPO法人大分県グリーンツーリズム研究会	全部委託	県	職員数(人)	1.00	1.00	1.00	1.00
	農山漁村ツーリズム推進協議会や行政担当者研修会実施	直接実施	県					

[事業の成果等]

事業の成果	農林漁業体験民宿の開業件数は20年度から85件増加した。この結果、近年需要が増えている教育旅行などの受入も対応可能となり、農山漁村ツーリズム振興の基盤が整備された。また、各地域のニーズに沿った専門コーディネーター派遣などにより、地域毎の基盤拡充も図られた。さらに、ツーリズムおおいたとも連携し、大分県のグリーンツーリズムのPRをすることができた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
					22年度	23年度	目標値	目標年度	
			インストラクター研修会参加者(人)		21	17			
			危機管理研修会参加者(人)		136	89			
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(26年度)	評価	備考
	県内の農林漁業体験民宿数(簡易宿所)(軒)	目標値	180	230	280		330	達成	
		実績値	263	293	329				
		達成率	146.1%	127.4%	117.5%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	NPOとの協働が可能	なし	大分県の農山漁村ツーリズム振興は各地域の個性ある取組を支援しながらも、NPO法人大分県グリーンツーリズム研究会等と連携し、広域にサービスのボトムアップ、誘客活動を行っていく必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・事業を民間へ業務委託しすることによる効率的・効果的な情報発信の展開	21年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			46 千円/件	50 千円/件	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	開業者が研鑽する場が未だ十分でない上、危機管理研修や情報発信は継続して行う必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・24年度は引き続き、低コストで効果的な研修事業と情報発信を推進 ・専門コーディネーターの派遣による各地域の事務局体制の強化と人材育成 ・24年度から、グリーン・ツーリズムインターン制を導入し、これまで以上に新規開業者の拡大を推進 ・25年度は、24年度に導入した「インターン制」の成果を検証し、効果的な新規開業者の拡大に向けた取組を検討 		

事業名	おおいた景観創生事業	事業期間	平成 21 年度～平成 24 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 景観・まちづくり室

[目的、現状・課題]

目的	対象	県民	現状・課題	地域に点在する魅力的な景観については、大分県の観光資源・宝として県民の認識が十分ではなく、雑木等により景観が阻害されるなど、景観資源の有効活用が図れていない。
	意図	景観を活用した地域振興・観光振興を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
「景観まちづくり」のための人材育成	講座の実施：4回（参加者450名） まちあるき・意見交換会の実施：1か所（参加者45名）	直接実施	県	総コスト	14,101	16,350	12,313	8,096
				事業費	9,101	11,350	7,313	3,096
景観まちづくりの素の策定	景観まちづくりの素材発掘と活用方法の提案書策定 委託先：（社）大分県建築士会	一部委託	県	うち一般財源	2,219	1,830	1,203	1,596
				人件費	5,000	5,000	5,000	5,000
景観法に基づく法的整備の支援 「名勝耶馬溪」景観再生	景観計画策定等に関する助言及び支援 委員会への出席 荒廃森林の伐採整理を行う市町村等に対する補助	直接実施 直接補助	県 市町村	職員数（人）	0.50	0.50	0.50	0.50

[事業の成果等]

事業の成果	指標名（単位）	事業の実績		最終目標					
		22年度	23年度	目標値	目標年度				
講座やまちあるきを開催し、景観まちづくりの観点から地域の中心となる人材を育成するとともに、景観まちづくりに関する意識を高めることができた。また、「名勝耶馬溪」の景観を回復し、県民の地域に対する愛着の向上が図られ、観光客の増加により地域の振興・活性化が図られた。	講座の開催数（回）	5	4	4	24				
成果指標	指標名（単位）	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成 (24年度)	評価	備考
	累計景観まちづくりコンダクター登録数（人）	目標値	18	27	36	50	50	達成	
		実績値	36	39	45				
		達成率	200.0%	144.4%	125.0%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	景観法、文化財保護法	広域的及び統一的な景観づくりの方向性を県が主導する必要がある。文化財保護法第113条の規定により「名勝耶馬溪」の管理団体である県が良好な景観を保全する責務を有する。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			21年度	23年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し（業務の民間委託など）を図っているか	一部図っている（拡大可能）	・講座やフォーラムの開催費用を一部市町村が負担 ・伐採後の樹木を「名勝炭」として加工・販売し有効利用を推進	21年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			392 千円/人	274 千円/人	

[総合評価]

方向性	終了（24年度末）	方向性の判断理由	講座の開催による人材育成は一定の成果を得たので、次の段階へと進めるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・地域における景観まちづくりの実践へと繋げるため、地域での講座開催及び景観まちづくりの素材となる景観資源の調査報告を実施 ・「名勝耶馬溪」景観再生事業の補助率を、23年度に補助率見直し（3/4→1/2） 		

事業名	観光客にやさしい案内標識整備事業	事業期間	平成 15 年度～平成 24 年度	上位の施策名	観光と地域づくりを一体とするツーリズムの推進
				担当課・局・室名	観光・地域局 景観・まちづくり室

[目的、現状・課題]

目的	対象	観光客	現状・課題	道路交通網整備や新しい観光施設整備などの社会情勢の変化により、観光客が目的地まで円滑に移動出来ない恐れがある。
	意図	目的地までの円滑な移動を支援する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト					
				21年度	22年度	23年度	24(予算)		
観光案内標識の整備	観光案内標識の再整備(4基)	直接実施	県	総コスト	14,947	15,322	14,867	10,841	
				事業費	10,947	11,322	9,867	5,841	
				うち一般財源	10,947	8,018	9,867	5,841	
				人件費	4,000	4,000	5,000	5,000	
				職員数(人)	0.40	0.40	0.50	0.50	

[事業の成果等]

事業の成果	老朽化した観光案内標識をリニューアルするとともに、道路交通網整備等の社会情勢の変化に対応し、観光地へのスムーズなアクセスを誘導する案内標識の標示修正工等を実施することにより、観光客の利便性の確保と大分県観光へのイメージアップを図った。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			観光案内標識の整備基数(基)	4	4	目標値	目標年度		
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(年度)	評価	備考 指標が設定できないのは、観光客を目的地まで誘導することが目的であり、観光案内標識の整備に限定した指標の計測が困難なため
		目標値							
		実績値							
		達成率							

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	市町村をまたがる広域観光ルート形成に寄与するため県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・標識の両面活用による建設コストの縮減	21年度	23年度	総コスト / 活動指標の実績値(H21:50基)
			299 千円/基	3,717 千円/基	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	引き続き老朽化した標識を再整備する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・標識台帳システムの整備を行い標識に関する事務の効率化を実施 ・24年度は、さらなる事務の効率化のため一括発注の範囲拡大を検討 ・24年度は、既設標識の市町村移管を検討 		