

観光地域づくり法人形成・確立計画

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人 ツーリズムおおいた	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 大分県全域	
所在地	大分県大分市高砂町2番50号 OASIS ひろば21	
設立時期	平成17年4月（平成25年4月1日付けで公益社団法人に移行）	
職員数	19人【常勤19人（うち出向9人）】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 和田 久継 （出身組織：三和酒類（株））	（一社）宇佐市観光協会会長として、地域観光の牽引役となっており、多くの取組で成果を挙げている。令和3年9月28日に（公社）ツーリズムおおいたの会長就任。
データ収集・分析等の専門人材（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 平岡 陽気「専従」 （出身組織：（公社）ツーリズムおおいた）	民間企業（旅行業、放送業等）での勤務経験あり。観光地域マーケティング専任として勤務。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 堺田 健「出向」 （出身組織名） 大分県庁	大分県庁職員。行政や社団法人の運営・財務に関する事や、契約事務に関する高い知見と能力を持つ。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専	（氏名） 倉富 哲「出向」 （出身組織：（株）JTB）	旅行会社で29年間勤務。これまでに築いてきた宿泊施設や観光施設、交通事業者など観光事業者とのネットワークを活かすとともに、海外事業部経験も活かした国内外のプロモーションに高い能力を持つ。誘致営業部長として国内外観光客の誘客、プロモーションを統括している。

(別添) 様式 1

<p>従」と記入すること</p>		
<p>各部門(例:旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)</p>	<p>(氏名) 三浦 孝典「専従」 (出身組織:(公社) ツーリズムおおいた</p>	<p>杵築市観光協会事務局長として9年間の勤務実績あり。豊の国千年ロマン観光圏の観光地域づくりマネージャーも兼任し、地域の素材磨きや旅行商品造成・販売に関する知識と経験を持つ。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p><担当部署>大分県商工観光労働部 観光局 観光政策課 <役割>当法人が進める観光振興事業の検証と協働</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>【大分県の各所属】 ・企画振興部(公共交通、就航交通、国際交流、芸術文化) ・生活環境部(温泉利用や農家民泊、ナショナルパーク、エコパーク、ジオパーク) ・商工観光労働部(財政支援、企画提案、マーケティング、プロモーション、人材育成、サービス業、ものづくり、商店街振興、特産品) ・農林水産部(農林水産物、特産品) ・土木建築部(社会資本整備) ・教育委員会(訪日教育旅行・国内修学旅行誘致、学校交流、スポーツ) 【その他】 ・大分県内各市町村観光担当課(マーケティング、プロモーション、観光振興、観光産業全般)</p>	
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する要件】 ①、② ≪概要≫ 当法人には、総会、理事会、事業企画委員会等の組織があり、行政、地域観光協会、宿泊施設、観光事業者、交通事業者、旅行会社、企画運営会社、製造業者や金融機関等、多様な関係者の代表者や実務者が意思決定に参画できる立場で関与している。 また、県及び市町村行政、地域観光協会、県内 DMO 法人等からなる観光マーケティング会議を設置(平成 29 年度)し、マーケティングのあり方や県内統一的な調査の実施手法、共同事業実施等の検討、協議を重ねながら合意形成を図っている。</p>	
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>単独都道府県の地域連携 DMO の場合は、記載対象外のため省略 ※「観光地域づくり法人事業報告書」2.(1)(1)Ⅲによる</p>	
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 別紙1「令和元年度事業報告」参照 (定量的な評価) 【定量的な評価:観光庁観光統計】 ・延べ宿泊客数 H30年 7,774,300 R元年 7,903,000 R2年 4,567,820 ・外国人延べ宿泊客数 H30年 1,442,210 R元年 1,207,000 R2年 141,980</p>	

(別添) 様式 1

実施体制

※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。

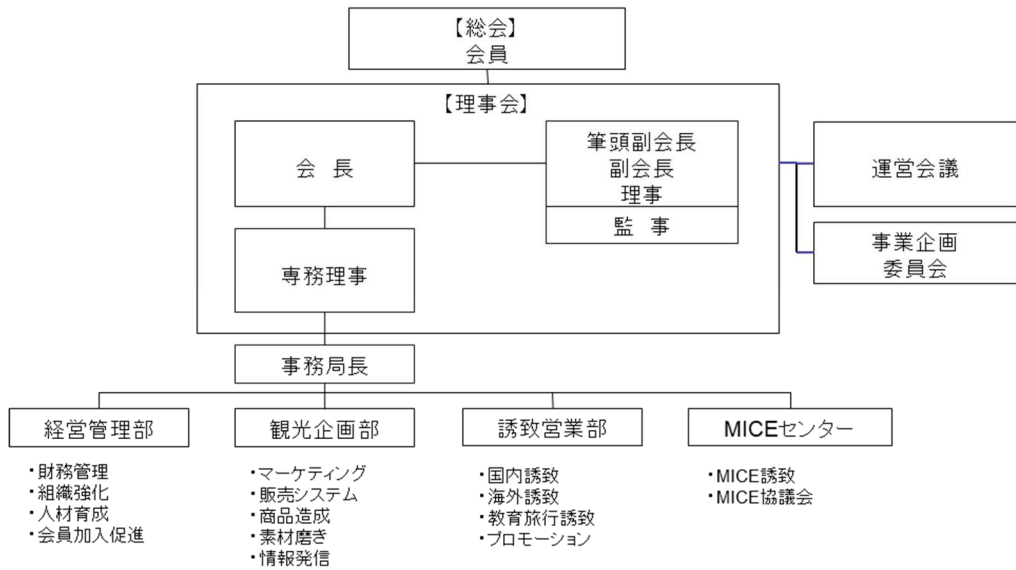
【実施体制の概要】

会員組織には、市町村行政、地域観光協会、宿泊・観光施設、旅行会社等の観光関連事業者のみならず、交通事業者、商工会議所、グリーンツーリズム研究会、金融機関、物産販売・企画等の民間事業者など多様な関係者が参画しており、官民一体的な県域版の地域連携DMOとして、各種事業の運営を実現している。

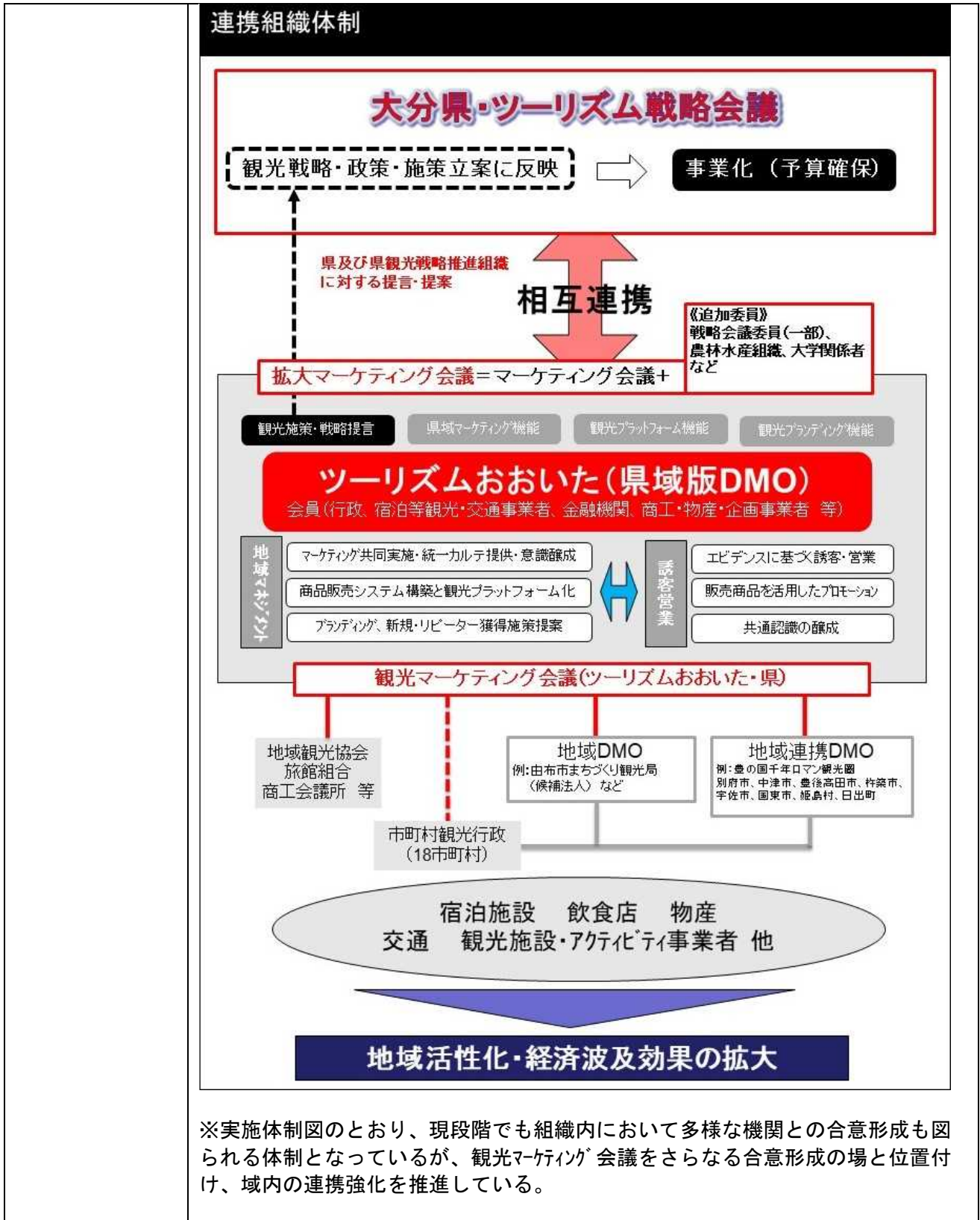
また、事務局組織内は、平成31年4月に体制を見直し、専務理事と事務局長を専任にするとともに、マーケティング及び商品造成販売など県観光のプラットフォーム機能を担う地域マネジメント部を観光企画部に改編して、各種事業を推進している。

【実施体制図】

(平成31年4月組織改正後)

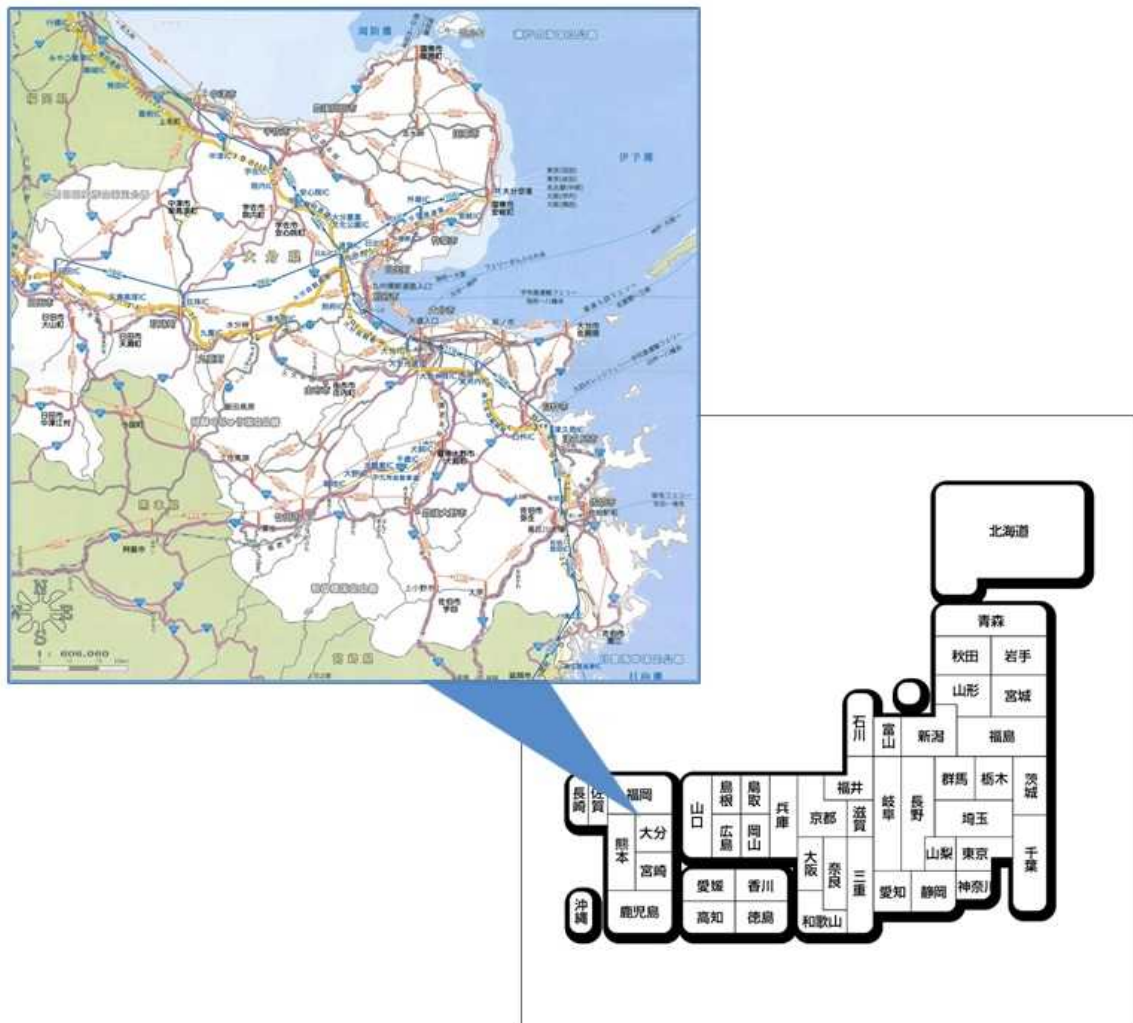


【連携組織体制図】



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

本計画における区域は、大分県内全域（18市町村）とする。

《経過》

平成 17 年に旧大分県観光協会から社団法人ツリズムおおいたを立ち上げ、以来、大分県の観光・地域振興の実践組織として活動してきた。また、平成 25 年には公益社団法人に移行するとともに、大分県の観光基本計画である「大分県ツリズム戦略」では、「日本一のおんせん県おおいたの味力（みりよく）も満載」をキャッチフレーズに、県、市町村、関係機関、民間各事業者と一体となって各戦略を推進することとし、県内の観光振興のリーダーとして組織の機能強化を推進してきた。

その他の具体的な要素としては、「日本一のおんせん県」を切り口に多彩な魅力を観光客に満喫してもらうため、県全域を区域設定とすることが適切であること、平成 27 年に実施した「おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーン」開催や、令和元年開催のラグビーワールドカップ試合会場の誘致を契機に地域観光素材磨きや受入態勢整備に県を挙げて取り組んだことにより、県を中心に県内 18 市町村や地域観光協会、宿泊施設や交通事業者等の県内民間事業者との連携が強まり、他県にはない県域のまとまりが出来ていることなどがある。

さらに、観光業界はもとより商工・農林水産関係者など多様な業種との連携を強化するため、平成 29 年度には県都である大分市に事務所を移転するとともに、県内市町村及び観光組織等と

(別添) 様式 1

の連携促進の場として観光マーケティング会議を設置し、大分県観光のプラットフォーム機能強化に取り組んでいる。

【観光客の実態等】

観光庁の宿泊旅行統計調査によると、令和元年の大分県内延べ宿泊客数は約 790 万人（前年比 101.7%）、うち外国人延べ宿泊者数は約 120 万人（前年比 83.7%）となっている。

大分県観光統計調査（従業員 10 名以上の宿泊施設を対象とした調査）における令和元年の国内観光客の発地別の状況は、前年と比較すると、大分県、福岡県からの客数は減少したものの、他地域からは軒並み上回った。

令和 2 年は、新型コロナウイルス感染拡大の影響で全体的に減少している中で、福岡県からの来訪者のシェアがこの 3 年間で最も大きく、宿泊数の減少割合も少ない。

《国内観光客の発地別宿泊客状況》 ※出展：大分県観光統計調査

発地		H30 年 (確報値)	R 元年 (速報値)	R2 年 (速速報値)	増減	
					宿泊数	比較
九州内	大分県	616,320	611,044	421,478	△189,566	68.98%
	福岡県	1,045,820	1,036,053	809,958	△226,095	78.18%
	その他九州	666,979	669,484	377,054	△292,430	56.32%
	計	2,329,119	2,316,581	1,608,490	△708,091	69.43%
他エリア	中国・四国	396,601	427,086	189,723	△237,363	44.42%
	近畿・中部	450,508	504,875	300,520	△204,355	59.52%
	関東	551,711	556,818	309,185	△247,633	55.53%
	東北・北海道	53,038	61,352	24,779	△36,573	40.39%
国内合計		3,780,977	3,866,712	2,432,697	△1,434,015	62.91%

ここ数年外国人観光客数は毎年増加していたが、平成 30 年と令和元年比較では前年を割り込む結果になった。日韓関係の影響を受け、韓国からの観光客が大幅に減ったことが主な原因である。一方、令和元年 10 月に当地で開催されたラグビーワールドカップの試合にともなう欧米大洋州からの観光客の増加が寄与し、「その他国」が前年比 250% 超える結果となった。

令和 2 年は、新型コロナウイルス感染拡大による影響で令和元年対比約 10% になった。

《外国人観光客の発地別宿泊客状況》 ※出展：大分県観光統計調査

発地		H30 年(確報値)		R 元年(速報値)		R2 年(速速報値)		増減	
		宿泊者数	構成比	宿泊者数	構成比	宿泊者数	構成比	宿泊数	比較
東アジア	韓国	539,060	60.28%	342,976	44.49%	22,991	27.68%	△319,985	6.7%
	中国	82,731	9.25%	83,388	10.82%	11,128	13.40%	△72,260	13.34%
	香港	82,431	9.22%	89,561	11.62%	12,356	14.88%	△77,205	13.80%
	台湾	122,264	13.67%	140,290	18.20%	19,795	23.83%	△120,495	14.11%
	計	826,486	92.42%	656,215	85.12%	66,270	79.78%	△589,945	10.10%
他工	タイ	16,353	1.83%	18,441	2.39%	2,206	2.66%	△16,235	11.96%

(別添) 様式 1

	その他アジア	26,138	2.92%	31,163	4.04%	9,854	11.86%	△21,309	31.62%
	その他国	25,279	2.83%	65,097	8.44%	4,732	5.70%	△60,365	7.27%
	計	67,770	7.58%	114,701	14.88%	16,792	20.22%	△97,909	14.64%
海外合計		894,256	100.00%	770,916	100.00%	83,062	100.00%	△687,854	10.77%

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

○世界に誇る温泉資源 ～ 源泉数及び湧出量が日本一

- ・源泉数 4,445 箇所（第 2 位 鹿児島県 2,755 箇所、第 3 位 静岡県 2,252 箇所）
- ・湧出量 279,253ℓ/分（第 2 位 北海道 198,022ℓ/分、第 3 位 鹿児島県 160,132ℓ/分）
- ・公衆浴場 547 施設（平成 30 年度末時点 出展：厚生労働省衛生行政報告例）

○山海の豊かな恵み「食」

- ・豊後水道の海の幸 関さば、関あじ、ふぐ、城下かれい、かぼすぶり、かぼすヒラメなど
- ・山の幸 おおいた豊後牛、乾し椎茸（品質・生産量日本一）、冠地鶏など
- ・地獄蒸し料理

○豊かな自然

- ・大分＝熊本間の景観豊かなゴールデンルート「やまなみハイウェイ」沿線
阿蘇くじゅう国立公園を中心とした九重飯田高原、くじゅう連山、鶴見岳、由布岳
- ・夏に涼を感じられる岳切渓谷や東洋の凡そとの異名を持つ由布川峡谷、藤河内渓谷
- ・祖母・傾・大崩エパーク（豊後大野市、佐伯市）、日本ジパーク（豊後大野市、姫島村）
- ・国東半島宇佐地域の世界農業遺産

○特徴ある歴史・文化・アートの世界

- ・宇佐、国東半島地域における神仏習合文化「六郷満山開山 1300 年（平成 30 年）」
全国 4 万社あまりある八幡宮の総本宮である宇佐神宮（本殿国宝）
日本三大阿弥陀堂に数えられる富貴寺大堂（国宝）
摩崖仏としては日本初の国宝となった臼杵石仏、高さ 8m の不動明王の熊野摩崖仏
- ・近世日本の教育遺産群として日本遺産に認定された日本最大の私塾「咸宜園」
- ・大分県立美術館「OPAM」、アルゲリッチ音楽祭、湯布院映画祭、おおいた竹灯り

○観光施設

- ・動物を間近に感じ触れ合える施設
大分マリナリス水族館「うみたまご」、九州自然動物公園アフリカン・サファリ、高崎山自然動物園
- ・レジャー施設 ハーモニランド、城島高原パーク、別府ラテンジ、スキノイリスなど
- ・複合商業施設 JR おおいたシティ、パークプレイス大分、トキわさだタウンなど

○地域資源を活用した大規模イベント誘致実績

- ・六郷満山開山 1300 年誘客キャンペーン、世界温泉地サミット、国民文化祭・障害者芸術文化祭、ラグビーワールドカップ 2019（大分会場では 5 試合開催）の他、各種スポーツイベント開催実績あり

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

○宿泊施設の状況（出展：厚生労働省 平成 30 年度衛生行政報告例 統計表 年度報）

- ・旅館・ホテル営業 1,165 施設 客室数 25,806 室
- ・簡易宿所営業 798 施設
- ・下宿営業 22 施設

《稼働率の状況》（出展：令和元年観光庁宿泊旅行統計調査）

(別添) 様式 1

	全体	旅館	リゾート ホテル	ビジネス ホテル	シティホテル	簡易宿所	会社・団体 の宿泊所
客室稼働率	54.4	43.3	59.7	69.0	69.7	21.4	14.0
定員稼働率	36.3	29.8	46.4	55.4	55.0	15.4	7.9

【利便性：区域までの交通、域内交通】

■区域までの交通

区域外からの誘客時の交通手段としては、九州内では自動車を中心に JR とバス利用、中国地域は自動車と JR 利用、四国はフェリー、関西・中部地域は、JR（新幹線+特急）を中心にフェリーとバス利用、首都圏域は飛行機利用を中心に JR を活用した入込となっている。

九州地域では、東九州自動車道開通を契機に NEXCO 西日本や宮崎県と連携した高速道路の定額利用キャンペーンなどの効果によって、九州内のみならず山口県・広島県を中心とした中国地域からの自動車利用客が増加している。また、福岡・熊本・長崎・宮崎との高速バス路線を有している。

関西地域からは、小倉駅経由日豊線利用を中心とした JR（新幹線及び特急）及び大阪・神戸からの大型フェリー航路を活用した大量送客が可能な交通環境が整備されている。

関東地域からは、羽田空港-大分空港間を主力とした航空路線を活用した誘客が中心となり、首都圏からの観光においては、2泊3日の行程が主流となるため、他県連携による九州周遊型の誘客を推進している。

県交通施策においても、「九州の東の玄関口」としての位置づけや対策を検討されており、九州周遊観光におけるイン・アウトの拠点として、観光及び地域振興の活性化に期待ができる。

■域内交通

域内交通においては、大分空港及び別府・大分・由布院、県南、県北を結ぶバス路線、大分駅を中心とした JR 日豊線、豊肥線、久大線の運行など、充実している。県内主要観光地を結ぶバス路線としては、別府-由布院間を結ぶ「ゆふりん号」バス、別府-由布院-くじゅう地域-黒川-熊本を結ぶ九州横断バス、大分市内から国東半島を巡る定期観光バスの運行。別府や日田地域における市内周遊バスの運行や大分市内の県立美術館と市立美術館を周遊する「きゃんばす」の運行、着地旅行商品としての「交通手段+体験」の販売促進など、各地域での二次交通整備に取り組んでいるが、個人観光客向けの交通手段としては十分ではない。定額タクシーやレンタカー活用をも含めた新たな取り組みが必要と考えられる。

【外国人観光客への対応】

韓国人観光客の訪日敬遠ムードの発生と新型コロナウイルス感染拡大前までは、当県においては着実に外国人延べ宿泊数が増加し、福岡に次ぐ九州第2位を維持してきた。

域内では、新型コロナウイルス感染拡大防止のための衛生管理の啓発や指導を県内各観光関連施設に対して積極的に行っていく事を第一に、域内の主要交通拠点、観光施設及び宿泊施設における Wi-Fi 環境整備を促進、多言語マニュアルの作成、多言語コールセンターの設置、県内の観光案内所の連携強化など、積極的に態勢整備に取り組む。更に、九州全域での広域的対策や域内市町村との連携したさらなる環境整備を進める。

また、世界温泉地サミットやラグビーワールドカップ 2019 開催後のカギとして、欧米豪、東南アジア、香港などからの FIT 外国人観光客向けの周遊ルート整備、着地商品造成販売、ガイド対応、外国人向け情報発信の充実等の受入環境整備を県域及び隣県を含むエリアで推進する。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認	観光庁実施「全国観光入込客統計」
延べ宿泊者数	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認	観光庁実施「宿泊旅行統計調査」
来訪者満足度	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認	県実施の観光客向けアンケート調査 民間調査
旅行者比率	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認	県実施の観光客向けアンケート調査 民間調査
発地着地別宿泊者数	毎月の発地着地別の宿泊人数を把握し、迅速な施策反映につなげる	従業員 10 人以上宿泊施設、主要有料観光施設等の県実施調査
本県へ誘致した MICE 参加総人数	コンベンション誘致の効果の把握	誘致支援した団体からの実績報告
グリーンツーリズム延べ宿泊数	教育旅行をはじめとした農村民泊の利用状況を把握	県実施の各地域受入農家あてに調査
WEBサイトのアクセス状況	サイト閲覧者の傾向、関心度、サイト情報発信の効果の把握するため	システム内機能を活用して実施

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

本県を訪れる国内旅行者においては、人口減少と高齢化に伴い観光需要が伸び悩み、今後あらたな客層の掘り起こしが必要と考えている。堅調に推移していた訪日外国人旅行者も、新型コロナウイルスの拡大により先が見えない状況になっている。そのような中で、更に魅力的な観光地となるために、観光地域づくり法人を中心として、既存の観光資源、先端技術を積極的に取り入れ、衛生管理を徹底して実施する等コロナ禍における新しい観光地域づくりを行い、大分県のブランド価値を高めて交流人口を増やすことを目指す。

(2) 地域の強みと弱み

内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・ 世界に誇る温泉 (源泉数及び湧出量が日本一) ・ 豊富な山海の幸「食」と名水 ・ 別府、由布院の知名度 ・ 魅力的な宿泊施設の多さ ・ 豊かな自然環境、景観 ・ 特徴ある歴史と文化 ・ 域内における地域連携意識が醸成 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 二次交通体系の整備 ・ 輸送キャパシティの小ささ ・ 滞在時間の短さ ・ 国内客の減少 ・ 豪雨災害による鉄道路線の不通
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ 「おんせん県おおいた」の認知度向上 ・ 東九州自動車道開通 (H29 年) ・ 外国人観光客の増加 ・ 国東半島六郷満山開山 1300 年 (H30 年) 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ 北陸新幹線、北海道新幹線の相次ぐ開業 ・ ホテル、旅館の耐震化 ・ 九州内他県における世界遺産認定、大河ドラマ、JRDC 開催、拠点施設開業

(別添) 様式 1

<ul style="list-style-type: none">・世界温泉地サミット開催 (H30 年)・国民文化祭・全国障害者芸術祭 (H30 年)・ラグビーW杯 2019 大分開催・宇宙港 (大分空港) 開港 (R4 年予定)	<ul style="list-style-type: none">・新型コロナウイルス感染症の感染拡大
--	--

(3) ターゲット

国内旅行者

<p>○第1ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・女性 (20代から50代)
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・近年、来訪観光客における女性の割合が増加傾向にあり、さらなる伸びが期待できる。・健康志向や美容に対する意識の向上、旅行の行先や内容の決定権を女性が握る傾向にあり、加えて、男性に比してInstagramなどSNS等での情報発信力、影響力が大きい。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・最大の強みである温泉は泉質も豊富で、特に別府市では、10種類の泉質のうち8種類が楽しみ、異なる泉質の2湯の温泉をめぐる効能の相乗効果が期待される機能温泉浴など、幅広い温泉の楽しみ方を提供。また、豊富な「食」と交通手段や体験などのコンテンツを組み合わせた年代別ターゲットのニーズにあった商品造成・販売、キュレーションシステムの活用など効果的なプロモーションを行う。
<p>○第2ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・リピーターとアクティブシニア
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・他県と比較してリピーター率が高く、県内観光の強み(温泉・食・自然・宿泊施設の魅力)は、健康寿命の延伸など健康志向の強いシニア層の指示が高い。また、別府温泉や直入温泉などの温泉地では、湯治による効能に対する考え方や学術的根拠などの研究が進んでいる。・当法人が運営するおんせん県おおいた観光公式HPのシニア層(60代)による閲覧数が全国トップ10入りしており、継続的な顧客として期待できる。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・美容や健康、癒しをコンセプトにした宿泊プランや連泊プラン、翌日の旅程を踏まえたセットプランの設定など、滞在期間の延伸につながる仕組みづくりを促進する。・早朝からのアクティビティやナイトツアーの設定など民間事業者と連携した観光素材の充実や商品造成、観光案内所や宿泊施設等と連携した着地型旅行商品販売による経済効果の波及を図る。
<p>○第3ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・隣県観光客と九州周遊観光客
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・「九州の東の玄関口」として自動車やバス、飛行機、JRやフェリーなどの交通網が整備されているが、入込観光客としては、自動車による九州内(福岡、熊本等隣県中心)からの観光客が過半数を占める。・九州外から観光客は、九州の交通拠点である福岡経由の入込が最大であるとともに、将来的に交通拠点整備が見込まれる熊本経由の入込客の増加が想定される。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・JR九州やバス事業者と連携した交通動線の確保、旅行商品造成・販売促進など、JR路線(久大線)の不通など、九州豪雨の被害からの早期復興に取り組む。・熊本、宮崎、大分の3県に跨る阿蘇くじゅう高千穂地域の観光素材を活用したコンテンツづくりや商品化など、各県DMOや観光組織、交通事業者等と連携した広域での周遊観光の仕組みづくりに取り組む。

訪日外国人旅行者

(別添) 様式 1

<p>○第1ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・東アジア（韓国、台湾、香港、中国）、東南アジア（タイ、ベトナム、シンガポール）からの訪日外国人
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・本県での訪日外国人観光客のうち、直行の航空路線があり、温泉やオムライスなどの観光素材の充実、1泊2日などの手軽感などから比率が高い韓国からの観光客を維持する。・台湾からの観光客も年々伸びてきており、県内市町村や民間事業者によるプロモーションや誘致活動が活発化しているため、さらなる誘客が期待できる。・香港の観光客は比率が多く、NEXCO 西日本の九州エクスプレスウェイパスの利用状況では、レンタカーを利用して本県での周遊を楽しむ傾向にあり誘客が期待できる。・タイ、ベトナム、シンガポールは、ビザ緩和などの影響による訪日客の増加や、別府市にある APU 立命館アジア太平洋大学留学生を介した将来的な交流へと発展などが期待できる。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・韓国、台湾、香港、タイでの誘致活動においては、現地に精通している事業者を海外誘致アドバイザーに認定して現地での旅行会社セールスやプロモーション活動を推進する。・韓国からの観光客を維持しつつ、他国からの誘客を強化し、外国人観光客数構成比の平準化を図る。・FIT が急速にすすみ、LCC 利用客も増加していたため、影響力の強いパワーポイントやメディア招請、現地事業者発信による SNS の活用など、積極的な情報発信を行う。・多言語コールセンター事業の広域実施や多言語表示の充実、滞在プログラム の充実、外国人対応ガイドの育成やマッチング、グリーンツーリズムでの外国人受入促進など、受入態勢の整備を推進する。
<p>○第2ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・欧米大洋州
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・世界温泉地サミットやラグビーワールドカップ 2019 開催によって関係国や九州会場（大分・福岡・熊本）での試合対戦国（イギリス、フランス、オーストラリア、ニュージーランド）では、自国での注目度が高まり、大分の知名度向上が図られた。また、訪日滞在日数が長く、定番の訪日観光のルートから地方観光への移行が期待でき、神仏習合の六郷満山文化や「食（味力）」、グリーンツーリズム、ナショナルパーク等への関心が高いことが想定できる。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・隣県や地域と連携した相互の交通アクセスや周遊可能なパス設定などの周遊環境及び体験型コンテンツの造成など滞在プログラムの確立、瀬戸内地域と連携した豪華クルーズ船の誘致、外国人向け動画コンテンツの充実や海外情報誌の活用、在日外国人記者向けのパブリシティ対策などの効果的な情報発信する。・グリーンツーリズム発祥の地としてのブランドを活かして、各地域研究会や市町村と連携した外国人一般客の受入態勢の充実を図る。
<p>○第3ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・訪日教育旅行者
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・台湾を中心に韓国、中国等アジアからの訪日教育旅行者が増加しており、県内市町村においても都市協定や学校間での交流協定の締結等が進んでいる。訪日教育旅行の受入を通じて、現地及び県内教育関係者との交流が活発化しており、将来的な比率が期待できる。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・学校交流のマッチングや相互交流の促進など訪日前後のきめ細かな調整に対応し、訪日教育旅行のプラットフォームとして、県内教育関係や市町村等と連携した受入態勢整備を推進。また、専門人材を配置し、現地での情報発信やセールス活動、関係者の招請、相互の文化交流の促進を図る。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	日本一のおんせん県おおいたの味力も満載 「日本一のおんせん県おおいた」から「世界のおんせん県おおいた」へ
②コンセプトの考え方	<p>地域資源を活かして地域が輝き、人が訪れることで観光地となり、関係人口が増えることでさらに地域が元気になる、これこそが本県が目指すツーリズムの本旨である。</p> <p>本県最大の観光資源は、日本一の湧出量・源泉数を誇り、10泉質のうち8泉質を有する温泉である。県内18市町村のうち16市町村に温泉があり、まさに「おんせん県」である。この温泉を最大のテーマとして、観光のみならず文化（健康・医療・美容等）やエシカルなど、各分野による「ONSEN ツーリズム」「ヘルスツーリズム」「産業ツーリズム」の発掘・推進・発信することで、「別府」「由布院」のブランド力を活かしつつ、世界における温泉観光地としてのブランディングを図る。</p> <p>また、味力（みりょく）として、ブランド魚の関あじ・関さばや、おおいた豊後牛など、本県ならではの豊富な素材を活かした多彩な「食」があることから、「日本一のおんせん県おおいたの味力も満載」を大分県観光のキャッチフレーズとして、国内外へのプロモーションを強化する。</p> <p>あわせて、官民・地域が一体となって観光資源（温泉・食・自然・歴史文化・芸術）を魅力あるコンテンツに磨き、提供し、来訪した観光客が満足すれば、リピーターとなり、再訪することで、交流を促進し地域経済・地域生活が活性化する観光による発展的PDCAサイクルを確立する。</p> <p>このサイクルを構築する前提として、客観的（現状分析）マーケティングと戦略的（市場調査等）マーケティング情報、ブランディングに向けた県域ベースでの意識の共有、一体的・継続的な受入環境・態勢の整備とプロモーションが不可欠と考える。</p> <p>今後のインバウンド需要の取込に向けては、アジア圏に偏ったインバウンドを世界温泉地サミットやラグビーワールドカップ2019開催をレガシーとして、欧米豪や東南アジアなど他のエリアに広げることで安定的需要の拡充が図られると考える。世界における「温泉（ONSEN）」＝「おんせん県おおいた」を目指し、県域における連携体制の更なる構築と具体的戦略の実施を前提に、隣県や九州における広域的な連携が効果を左右するものとなるため、各地の魅力や特徴を活かした協働による相互連携型の周遊コンテンツづくりなど、これまで以上に連携した事業の推進を図る。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<p>《多様な関係者との連携体制》</p> <p>理事会（年3回開催）のほか事業企画委員会（随時開催として年2回程度）、各種部会（必要に応じて設置、開催のため年2回程度）において、市町村行政、DMO 候補法人や地域観光協会、旅館組合、宿泊・観光施設・交通事業者等の観光関係者、旅行会社や広告・企画事業者、金融機関など多種多様な関係者との協議の場を設定し、実施事業の方向性や具体的対策等などの説明、意見交換などを通じてコミュニケーションを図り、戦略を共有する。</p> <p>また、県内観光の課題解決に向け、ネット型 DMO 組織として地域でのマネジメントを推進するため、県内各地域や事業者における観光戦略等策定委員会や観光に関する各種組織への参画など、協働・ネット体制を構築し、大分県観光振興の戦略や方向性の共有を図る。</p> <p>共有の場として新たに設置（平成 29 年）した観光マーケティング会議（年 2 回程度開催）においては、大分県観光行政と一体的に運営することで、マーケティングの共同実施や情報の共有、県域での観光施策の方向性、同一の目標に向けた取組や予算・事業化への協議を行うなど、観光戦略を具現化するための新たな合意形成の場として確立していく。</p> <p>あわせて、戦略を具現化して実行するうえでは、専門的要素が必要となることから、組織内人材及び関係者等の専門性の向上、スキルアップに取り組む。</p> <p>平成 30 年 5 月に開催された世界温泉地サミットでは、「温泉」をキーワードに、観光・産業・医療・健康の各分野別の専門家や関係者による新たなツーリズムのあり方や提案などが議論され、これまで以上に幅広い関係者との共有が進んだ。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>《観光マーケティング会議の活用》</p> <p>宿泊や観光動態など、各行政が独自に実施していた客観的データを各地域毎に比較できるように、統一的なマーケティング情報の共有を定期的実施するとともに、実施中の事業効果や見直しなどの意見交換を行い、各種取組に対する評価、見直しに繋げるとともに、大分県との事業見直し協議等による PDCA 管理態勢を構築する。</p> <p>また、組織内及び県域内関係者のスキル向上に向け、大分県と連携して専門的知見を踏まえた研修やセミナーを開催し、サービスの維持・向上に取り組む。</p>
一元的な情報発信・プロモーション	<p>《一元的な情報発信・プロモーション》</p> <p>県域版観光組織として、大分県観光情報公式サイト「日本一のおんせん県おおいたの味力も満載」を有しており、県内観光情報を一元的に発信するとともに、熊本地震や九州豪雨時の現地受入状況や交通アクセスなどの適切な情報や復興キャンペーン等の情報を提供してきた。全国の観光 HP の世代別閲覧状況では、60 代で全国トップ 10 入りするなど、国内観光客向け情報の拠点となっている。</p>

	<p>国内においては、大分県観光における着地型旅行商品・物産の Web 販売システム「テッパン! おおいた」キューションシステムを活用して、サイト内情報の発信と Web 広告、デジタルマーケティングを連動させるなど、情報発信と販売・動向・ニーズの各情報の効果的収集策の検討・実施を通じ、大分県観光における情報発信・収集、商品の販促・販売におけるプラットフォーム機能の強化を図る。</p> <p>インバウンド需要の取込強化に向けては、公式サイト内に外国人観光客向けの多言語（6か国語）HP を開設するとともに、民間事業者と連携し、外国人観光客目線の情報発信を強化している。特に発地への情報拡散策として、現地海外誘致アドバイザーや情報発信企業等と連携し、SNS やメディアを活用した発地における現地視点での記事制作、発信を実施できる仕組みづくりを検討・実施するとともに、情報発信とあわせたデジタルマーケティングについても検討し、より効果的なプロモーションの実施とともに現地データの収集に取り組む。また、国内観光客向けに先行する Web 販売システム「テッパン! おおいた」の外国人観光客への対応を推進する。</p> <p>《業界向け・一般向けプロモーション》</p> <p>プロモーションにおいては、FIT 化の進行により観光客市場の Web 化が進行しており、県域及び他県との連携窓口として、旅行会社やメディアなどとのネットワークやマーケティング機能、県域スケールメリットを活かした効果的な対策が求められている。業界向け BtoB 対策としては、相互メリットを活かし、より誘客に結びつく効果的対策を検討、実施する。また、一般向け BtoC 対策としては、Web やメディアを中心に県域のみならず、隣県等他県と連携した相乗効果、費用対効果を見据えた対策を検討、実施するなど、大分県観光プラットフォームとしての機能の充実を図る。</p> <p>あわせて、専門性の確保のため民間事業者との連携した組織内人材の確保、育成に取り組む。</p>
--	---

6. KPI (実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	235,700	239,500	89,698	164,772	未設定 未設定	未設定 未設定
	実績	227,105 (42,012)	243,744 (36,832)	()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	7,050 (960)	7,100 (1,040)	4,236 (158)	5,532 (260)	未設定 未設定	未設定 未設定
	実績	7,774 (1,442)	7,903 (1,207)	4,568 (142)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	89.1	89.1	89.1	90.0	未設定	未設定

(別添) 様式 1

	実績	92.0	86.0				
●リピーター (再来訪意向)率 (%)	目標	73.0	74.0	75.0	76.0	未設定	未設定
	実績	70.7	90.5				

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

当法人は、県域版 DMO 組織として県観光基本計画である「日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略」の達成に向けて、大分県と一体的に各種観光施策を実現することとしていることから、旅行消費額、延べ宿泊者数については、大分県の目標に準じている。

【設定にあたっての考え方】

●旅行（観光）消費額

大分県の長期総合計画及びツーリズム戦略における目標値に準じて 観光客単価を毎年 1.5～2.0%の向上及びインバウンド客の増加を見込んで算出していたが、新型コロナウイルスの影響により、一旦令和元年実績をもとに令和 2 年の目標を下方修正。その後は全体として毎年 2.0%増（インバウンドは 4.0%増）を見込む。

●延べ宿泊者数

大分県の長期総合計画及びツーリズム戦略における目標値に準じて設定しており、国内総人口の減少割合を元に国内旅行者数が減少する一方、外国人観光客数は令和 7 年に平成 26 年実績（約 40 万人）の 3 倍にすることで、年間 8 万人の増加を見込んで目標を設定していたが、旅行消費額算出の考え方と同様に令和元年実績をもとに修正。令和 4 年は前年の目標にインバウンド 8 万人増加を見込む。

その後、当初の目標設定において令和元年に 80 万人としたが、平成 28 年実績で目標を上回ったことから、令和 3 年目標を 30 年目標に前倒しした。

●来訪者満足度

毎年約 1%の伸びを見込み、令和 2 年以降は維持継続で設定

●リピーター率

毎年 1%の伸びを見込んで設定

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R 1) 年度	2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度
HPPV 数 (千 PV)	目標	5,425	5,559	5,695	5,837	未設定	未設定
	実績	3,789	3,689	4,481			
多言語 HPPV 数 (千 PV)	目標	726	800	880	924	未設定	未設定
	実績	506	384	64			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

- ・当法人は、県域版 DMO 組織として県観光基本計画である「日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略」の達成に向けて、大分県と一体的に各種観光施策を実現することとしており、大分県観光の公式 HP の管理運営を当法人が担っているため、他の観光関係指標を参考に大分県と協議のうえで設定した。
- ・なお、平成 28 年度における HPPV 数の実績値が大きく伸びたが、HP 内に熊本地震の対策として受入態勢やアクセス、九州ふっこう割助成等の情報を一元化した復興ポータルサイトによる影響が大きいことから、平成 29 年度以降の計画値の設定に当たっては、特殊要因として整理した。

【設定にあたっての考え方】

●HPPV 数

平成 30 年までは、毎年 20%の伸びを見込んで設定し、令和元年以降は約 2.5%の伸びを設定

●多言語 HPPV 数

平成 30 年までは対前年約 140%として、令和 3 年以降は、外国人宿泊者数の伸び率（約 5%）を採用して設定

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後 3 年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあつては、過去 3 年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳
2018（H30） 年度	（円） 365,839,383	（円） 【会費収入】 19,179,100 【県受託事業収入】 297,017,906 【その他受託事業収入】 12,225,484 【受取補助金収入】 19,992,147 【受取負担金収入】 6,016,592 【受取寄付金】 1,243,400 【雑収入】 448,712 【収益事業収入】 9,716,042
2019（R1） 年度	（円） 369,725,596	（円） 【会費収入】 19,445,768 【県受託事業収入】 320,277,313 【その他受託事業収入】 10,350,000 【受取補助金収入】 13,199,330 【受取寄付金】 180,000 【雑収入】 202,927 【収益事業収入】 6,070,258
2020（R2） 年度	（円） 377,665,000	（円） 【会費収入】 19,280,000 【県受託事業収入】 300,044,000 【受取補助金収入】 36,257,000 【受取負担金収入】 1,500,000 【受取寄付金】 180,000 【雑収入】 4,000

(別添) 様式 1

		【収益事業収入】	20,400,000
2021 (R3) 年度	(円) 365,592,000	【会費収入】 【県受託事業収入】 【受取補助金収入】 【受取負担金収入】 【受取寄付金】 【雑収入】 【収益事業収入】	(円) 5,500,000 304,138,000 36,000,000 1,500,000 50,000 4,000 18,400,000
2022 (R4) 年度	(円) 365,592,000	【会費収入】 【県受託事業収入】 【受取補助金収入】 【受取負担金収入】 【受取寄付金】 【雑収入】 【収益事業収入】	(円) 6,500,000 303,138,000 36,000,000 1,500,000 50,000 4,000 18,400,000
2022 (R5) 年度	(円) 未設定		(円) 未設定

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	(円) 365,343,193	(円) 別紙1「平成30年度収支決算」のとおり
2019 (R1) 年度	(円) 365,498,601	(円) 別紙2「令和元年度収支決算」のとおり
2020 (R2) 年度	(円) 377,487,840	(円) 別紙3「令和2年度収支予算書」のとおり
2021 (R3) 年度	(円) 365,592,000	(円) 【一般管理費(法人会計)】 8,894,000 【地域マネジメント】 89,845,000 【国内誘客】 64,117,000 【海外誘客】 120,207,000 【情報収集・発信】 50,135,000 【MICE助成事業】 14,000,000 【収益事業】 18,394,000
2022 (R4) 年度	(円) 365,592,000	(円) 【一般管理費(法人会計)】 8,894,000 【地域マネジメント】 89,845,000 【国内誘客】 64,117,000 【海外誘客】 120,207,000 【情報収集・発信】 50,135,000 【MICE助成事業】 14,000,000 【収益事業】 18,394,000

(別添) 様式 1

2023 (R5) 年度	(円) 未設定	(円) 未設定
-----------------	------------	------------

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・ 会員数増加による会費増
- ・ 平成 28 年度から収益事業会計を導入し、おんせん県グッズ販売を開始
- ・ 平成 29 年度には、物販及び着地型旅行商品の販売が可能な WEB 商品販売システムを構築するとともに、継続的な商品開発、販路拡充により収益事業収入の増加を図る。
- ・ 県及び市町村等からの受託事業、補助金収入の確保を図る。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

公益社団法人ツーリズムおおいたは、県域を対象とする地域連携DMOとして令和3年3月31日付けで登録DMOに更新登録されたところである。当該法人は、市場調査や観光客の動態調査を実施、その分析結果を市町村や地域観光協会等と共有するとともに、国内外の誘客対策事業を展開するなど、本県観光振興の舵取り役として大いに力を発揮している。今後もインバウンドを含む観光地域振興に積極的に取り組み成果を上げることが期待できることから、重点支援DMOに選定いただき、観光庁に重点的に支援いただくことを希望します。(大分県 観光局)

9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMOや地域DMOと重複する場合の役割分担について(※重複しない場合は記載不要)

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行っている】

エリアが重複する豊の国千年ロマン観光圏DMOとは、2か月に1回程度の連絡会(豊の国千年ロマン観光圏主催:観光地域づくりマネージャー会議)やヒアリング(ツーリズムおおいた主催:市町村・DMOヒアリング)を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

当県域では、先行地域として県北部8市町村をエリアとする「豊の国千年ロマン観光圏」が平成29年11月に地域連携DMOとして登録された。その後九州全域を視野に入れた広域的かつワンストップの観光案内機能の強化や、テーマに沿った連携事業の中心となるとともに、地域と連携した着地型商品の造成など、ツーリズムおおいたが名実ともに県内の観光振興のリーダーとして観光事業の企画・推進を行うため、当法人が地域連携DMOとして申請し、平成30年3月に登録された。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

重複区域における事業は、それぞれのDMOのコンセプト等に照らし合わせてどちらの事業にするかを協議しながら進める。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

(別添) 様式 1

事前に調整をすることによって、双方の方向性を確認することができる為、効率的に事業を展開することができる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	三浦 孝典
担当部署名 (役職)	観光企画部長
郵便番号	870-0029
所在地	大分市高砂町2番50号 OASISひろば21
電話番号 (直通)	097-536-6250
FAX番号	097-536-6251
E-mail	miura-t@we-love-oita.or.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	大分県
担当者氏名	大久保 綾香
担当部署名 (役職)	観光政策課 観光産業振興班 (主任)
郵便番号	870-8501
所在地	大分市大手町3-1-1
電話番号 (直通)	097-506-2112
FAX番号	097-506-1729
E-mail	okubo-ayaka@pref.oita.lg.jp

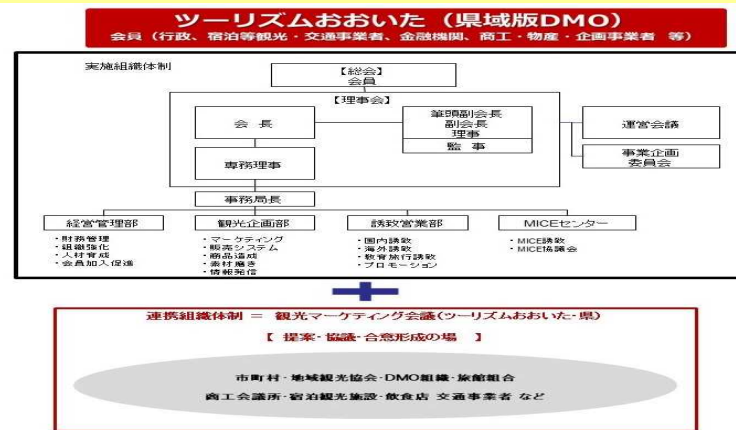
法人名:公益社団法人ツーリズムおおいた
登録区分名:地域連携DMO

日本一のおんせん県おおいたの味力も満載

～「日本一のおんせん県おおいた」から
「世界のおんせん県おおいた」へ～

【区域】大分県
【設立日】平成17年4月1日
【登録日】平成30年3月30日
【代表者】会長 和田 久継
【マーケティング責任者(CMO)】平岡 陽気
【財務責任者(CFO)】塚田 健
【職員数】19人
(常勤19人(うち出向9人))
【連携する主な事業者】
県、市町村、地域観光協会、県内DMO組織
観光事業者、交通事業者、商工関係者、その他

実施体制 ※次ページ参照



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
世界に誇る
おんせん資源、
山海の豊かな恵み
「食」等



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】① ②
【概要】
総会、理事会、事業企画委員会等の組織があり、行政、地域観光協会、宿泊施設、観光事業者、交通事業者、旅行会社、企画運営会社、製造業者や金融機関等、多様な関係者の代表者や実務者が意思決定に参画できる立場で関与している。
また、県及び市町村行政、地域観光協会、県内DMO法人等からなる観光マーケティング会議を設置(平成29年度)し、マーケティングのあり方や県内統一的な調査の実施手法、共同事業実施等の検討協議についての合意形成を図っている。

法人のこれまでの活動実績

【ツーリズムの創造・発展】
・ツーリズム企画推進事業 ・地域連携事業

【地域マネジメントの推進】
・DMO推進事業 ・おもてなし人材育成事業
・農山漁村ツーリズム育成事業 ・情報収集・発信事業

【国内観光客の誘致促進】
・エリア別誘客対策事業 ・商談会等による誘客促進事業
・団体誘客推進事業 ・空港利用促進事業

【広域観光連携の推進】
・東九州軸・九州横断軸連携事業
・広域観光推進組織連携事業

【インバウンド誘客対策】
・アジア7か国からの誘客対策事業
・RWCに向けた欧米豪対策強化事業
・東京オリパラを見据えた誘客対策事業
・訪日教育旅行誘致促進事業
・広域連携情報発信事業

戦略

【ターゲット】
＜国内＞
①女性(20代から50代)
温泉を利用した美と健康増進や食の魅力
②リピーターとアクティブシニア
癒しをコンセプトにした滞在プランを提供
③隣県観光客と九州周遊観光客
福岡・熊本からの自動車を利用した観光客
首都圏・関西圏からの九州周遊客
＜海外＞
①東アジア、東南アジア
韓国・台湾・香港・タイからのリピーター(FIT)に加え
ベトナムなどの新規掘り起こしも実施
②欧米大洋州
RWC試合開催によって上がった知名度を利用
③教育旅行
台湾等からの学生を受入れた学校交流の実施

観光関連事業者と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

・多様な関係者との戦略の共有状況等
理事会、総会に加え意見交換会を適宜開催
・観光マーケティング会議の活用
データ分析を行い県内市町村への情報提供
・一元的な情報発信・プロモーション
公式HPやSNSを活用した効果的な発信

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

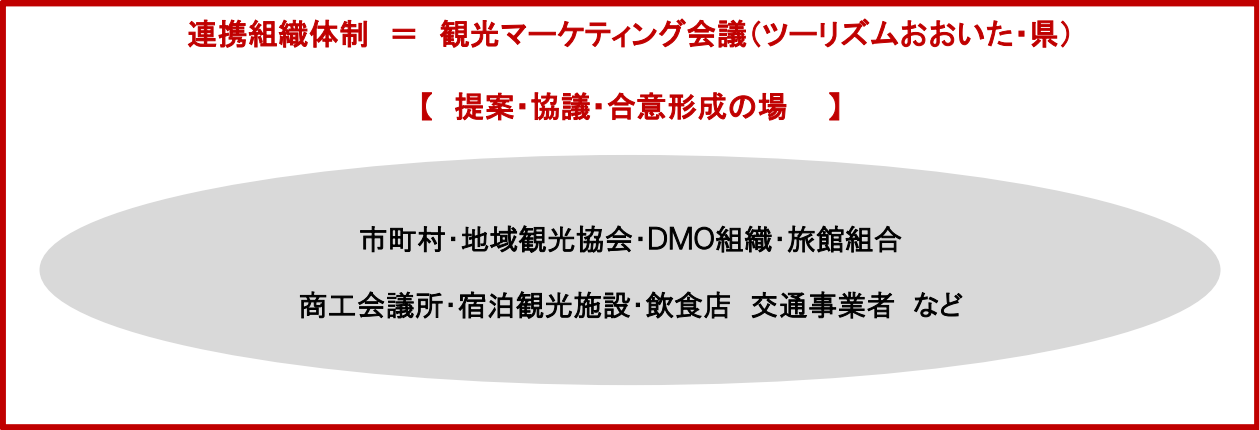
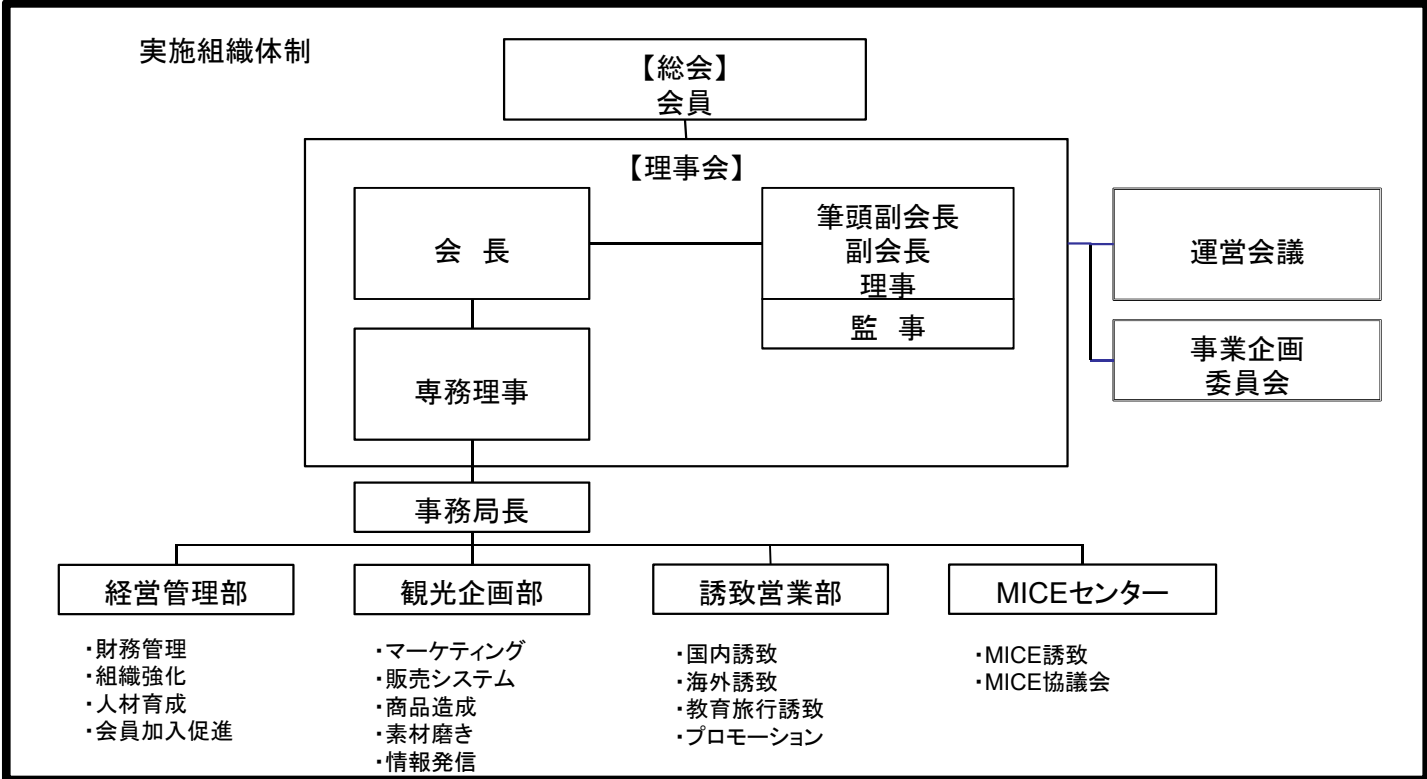
項目	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	235,700 ()	239,500 ()	89,698 ()	164,772 ()	未設定 ()
	実績	227,105 (42,012)	243,744 (36,832)	— ()	— ()	— ()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	7,050 (960)	7,100 (1,040)	4,236 (158)	7,900 (1,200)	7,980 (1,280)
	実績	7,774 (1,442)	7,903 (1,207)	4,568 (142)	— ()	— ()
来訪者満足度 (%)	目標	89.1	89.1	89.1	90.0	未設定
	実績	92.0	86.0	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	73.0	74.0	75.0	76.0	未設定
	実績	70.7	90.5	—	—	—

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】県受託事業 約320.3百万円(R1年度)
受取会費 約19.4百万円(R1年度)
【総支出】365.5百万円(一般管理費7.7百万円、事業費357.7百万円)
※令和2年3月期決算
【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
・会員数増加による会費増 ・旅行商品、グッズ販売 ・県市町村受託事業

ツーリズムおおいた（県域版DMO）

会員（行政、宿泊等観光・交通事業者、金融機関、商工・物産・企画事業者 等）



多様な関係者によるDMO組織内での実施体制 と 提案・協議・合意形成の場



行政 ⇄ 大分県における官民一体的な観光施策の展開 ⇄ 民間