様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月　２５日

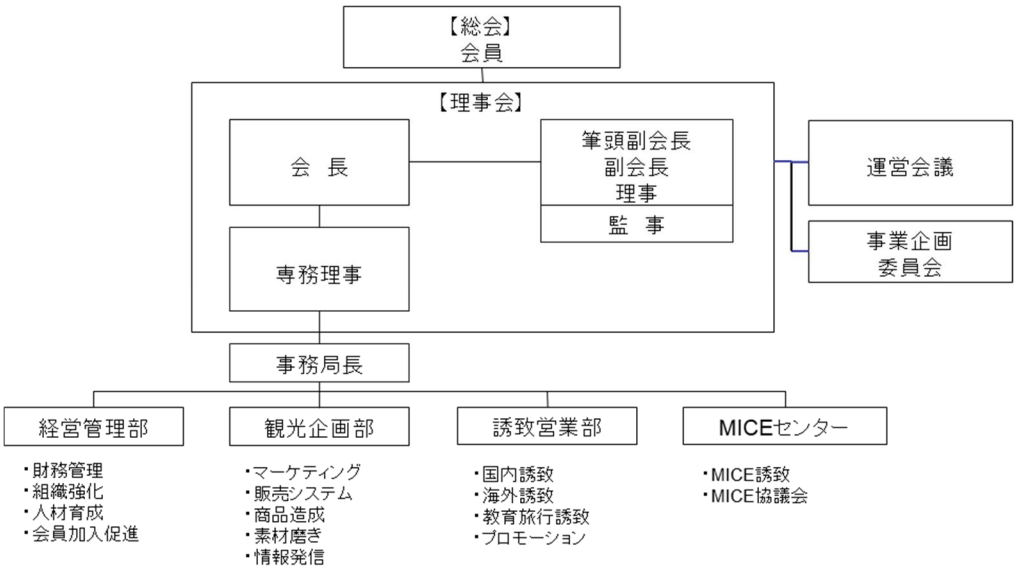
１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	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）	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	１９人【常勤 19 人（正職員１人・出向等９人)】	
代表者	（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に就任。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 三浦　孝典「正規/専従」 （出身組織：（公社）ツーリズムおおいた）	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。 令和２年４月１日に（公社）ツーリズムおおいた観光企画部長に就任。

様式１

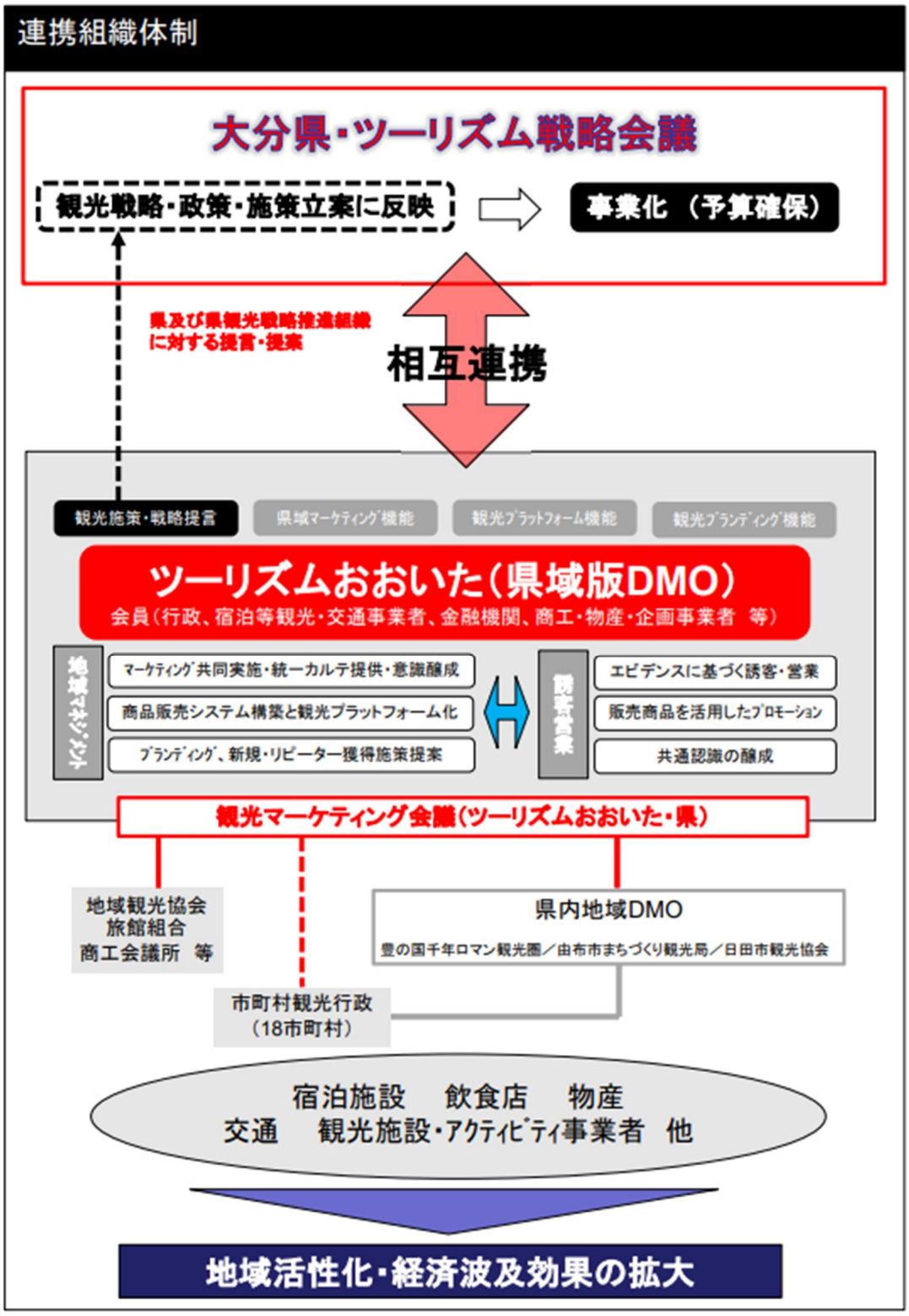
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 鈴木　聡美「出向/専従」 （出身組織名：大分県）	（公社）ツーリズムおおいた事務局長。大分県職員。行政や社団法人の運営・財務に関する事や、契約事務に関する高い知見と能力を持つ。昨年度までは大分県北部振興局地域創生部長として豊富な人脈を持ち、地域づくりに関する経験を積んでいる。 令和７年４月１日から現職。
プロモーションの責任者（専門人材）	（氏名） 黒川　一也「出向/専従」 （出身組織：（株）JTB）	旅行会社で 30 年以上勤務。これまでに築いてきた宿泊施設や観光施設、交通事業者等観光事業者とのネットワークを活かしたプロモー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。 令和６年２月１日から現職。
旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 三浦　孝典「正規/専従」 （出身組織：（公社）ツーリズムおおいた）	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。 令和２年４月１日に（公社）ツーリズムおおいた観光企画部長に就任。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	＜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	
連携する事業者名及び役割	【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･国内教育旅行誘致、学校交流、スポーツ） 【その他】 ･大分県内各市町村観光担当課、観光協会、DMO 等（マーケティング、プロモーション、観光振興、観光産業全般） ･県内旅行関係者（宿泊、交通、観光施設等）	
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	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、県内他観光地域づくり法人等からなる観光マーケティング会議を設置し、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。	

様式１

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	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（DMO）事業報告書」３.（３）〔３〕Ⅰによる
法人のこれまでの活動実績	（活動の概要） 別紙１　「令和６年度事業報告」参照 （定量的な評価） 【定量的な評価:観光庁　宿泊旅行統計調査　統計表　第2表(年計)】 ・延べ宿泊客数 令和4年　6,301,710　令和5年　7,624,040　令和6年　8,328,590 ・外国人延べ宿泊客数 令和4年　169,630　令和5年　1,306,940　令和6年　1,568,820
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等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等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） 

様式１

【連携組織体制図】

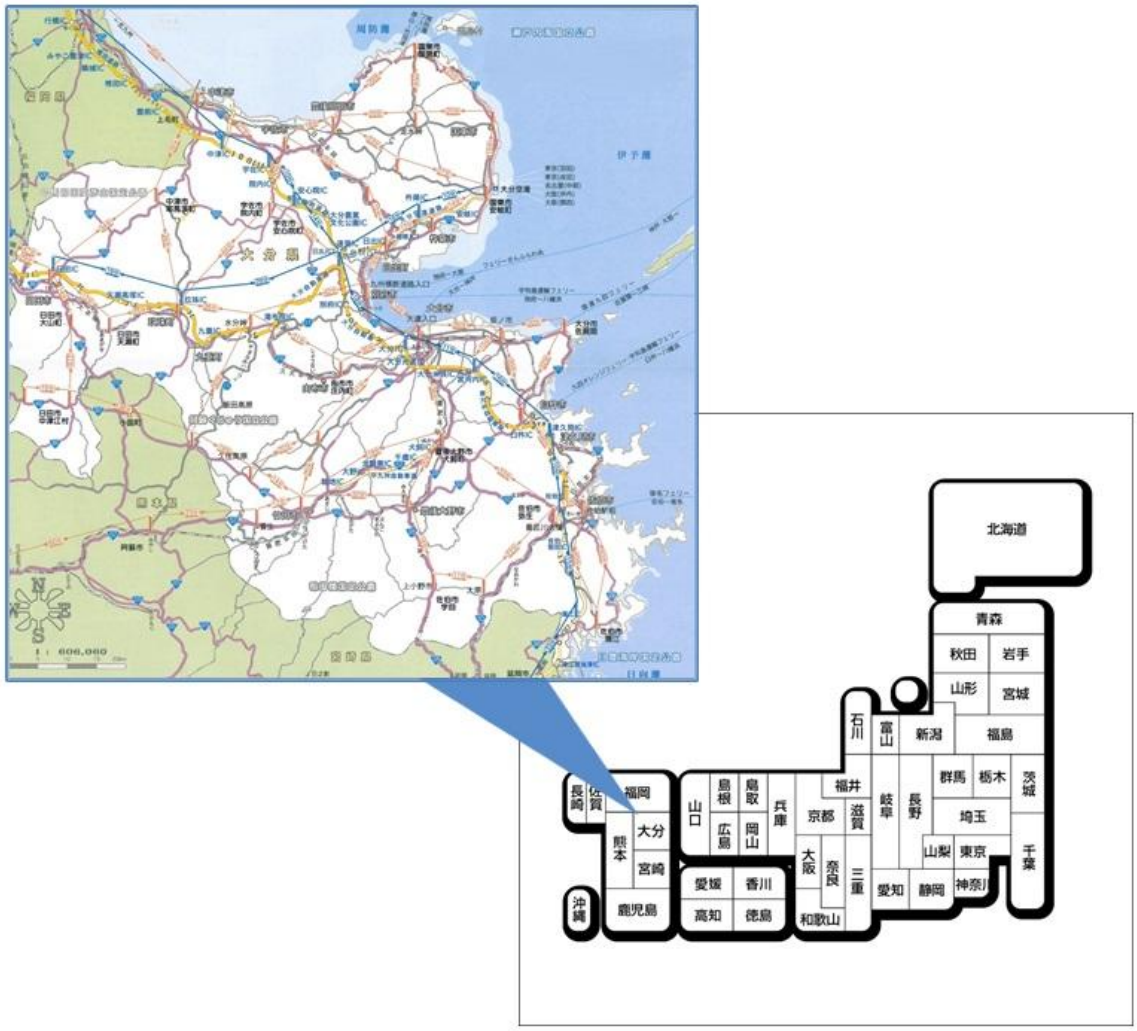


※実施体制図のとおり、現段階でも組織内において多様な機関との合意形成も図られる体制となっているが、観光マーケティング会議をさらなる合意形成の場と位置付け、域内の連携強化を推進している。

様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【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ー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「日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略」では、「日本一のおんせん県おおいた♨味力（みりょく）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のが適切であるとの考えをもとに、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」、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や、令和６年の「福岡・大分デスティネーションキャンペーン」等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等がある。

さらに、観光業界はもとより商工・農林水産関係者等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、観光組織、会員企業等と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とマーケティング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６年の大分県内延べ宿泊客数は約833万人（前年実績762万人　前年比109.3%）、うち外国人延べ宿泊者数は約157万人（前年実績131万人　前年比119.8%）となっている。コロナ前の令和元年と比べると、国内はほぼ回復（令和元年比97.9%）したが、九州、中四国からの宿泊客は減少し、近畿以東からの来訪者が増えている。外国人観光客は、航空路線の増加・復便や円安が追い風になって令和元年比で約３５%の増となっている。

≪国内観光客の発地別宿泊客状況≫　※出典：大分県観光統計調査

発　地		R4		R5		R6		
		総数(人)	前年比(%)	総数(人)	前年比(%)	総数(人)[*速報値]	前年比(%)	R1年比(%)
九州内	大分県	585,004	11.8	512,994	▲12.3	519,447	1.3	▲ 15.0
	福岡県	1,085,099	33.1	1,025,965	▲ 5.4	1,078,674	5.1	▲ 2.8
	その他九州･沖縄	559,206	51.8	616,748	10.3	676,869	9.7	▲ 5.8
他エリア	四国	76,993	83.8	92,255	19.8	111,940	21.3	▲ 12.4
	中国	221,980	63.1	253,906	14.4	287,626	13.3	▲ 14.1
	近畿	297,814	57.6	349,414	17.3	383,576	9.8	7.9
	中部	145,629	84.1	163,847	12.5	187,177	14.2	5.5
	関東	542,115	63.6	622,087	14.8	683,590	9.9	16.6
	東北・北海道	51,153	111.6	67,575	32.1	72,389	7.1	8.1
合計		3,564,993	42.1	3,704,791	3.9	4,001,288	8.0	▲ 2.1

※調査対象は大分県内の「従業員数１０人以上の全施設」とする。

様式１

≪外国人観光客の発地別宿泊客状況≫　※出典：大分県観光統計調査

発　地		R4		R5		R6		
		総数(人)	前年比 (%)	総数(人)	前年比 (%)	総数(人) [*速報値]	前年比 (%)	R1 年比 (%)
東アジア	韓国	62,674	7,976.5	417,402	566.0	531,689	27.4	49.6
	中国（大陸）	2,247	153.9	37,516	1,569.6	77,728	107.2	▲ 11.4
	香港	9,589	59,831.3	112,109	1,069.1	138,088	23.2	47.6
	台湾	5,387	25,552.4	110,876	1,958.2	172,545	55.6	19.9
他エリア	タイ	8,574	11,035.1	36,352	324.0	39,634	9.0	103.7
	その他のアジア	11,131	80.5	30,966	178.2	49,672	60.4	53.1
	その他外国	8,946	130.4	42,994	380.6	72,157	67.8	6.0
合計		108,548	818.0	788,215	626.1	1,081,513	37.2	35.1

※調査対象は大分県内の「従業員数１０人以上の全施設」とする。

【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】

〇世界に誇る温泉資源　～　源泉数及び湧出量が日本一　※出典：環境省 HP 令和 5 年度温泉利用状況

・源泉数　5,086 箇所（第 2 位 鹿児島県 2,735 箇所、第 3 位 北海道 2,239 箇所）

・湧出量　291,121ℓ/分（第 2 位 北海道 195,909ℓ/分、第 3 位 鹿児島県 166,960ℓ/分）

〇山海の豊かな恵み「食」

・豊後水道の海の幸　関さば、関あじ、ふぐ、城下かれい、かぼすブリ、かぼすヒラメ等

・山の幸　おおいた和牛、乾しいたけ（品質・生産量日本一）、冠地鶏等

・地獄蒸し料理

・ユネスコ創造都市ネットワーク・食文化分野加盟（臼杵市）

〇豊かな自然

・大分＝熊本間の景観豊かなゴールデンルート「やまなみハイウエイ」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fiordとの異名を持つ由布川峡谷、藤河内渓谷

・祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク（佐伯市、竹田市、豊後大野市）、日本ジオパーク（豊後大野市、姫島村）

・世界農業遺産（国東半島宇佐地域）

・アドベンチャーツーリズム/アウトドアガイド推進事業

〇特徴ある歴史・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）「御鎮座１３００年（令和７年）」
　日本三大阿弥陀堂に数えられる富貴寺大堂（国宝）
　高さ 8mの不動明王・大日如来・熊野摩崖仏

・摩崖仏としては日本初の国宝となった臼杵石仏、

・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（「竹楽（竹田市）」、「千年あかり（日田市）」、「竹宵（臼杵市）」等

・伝統工芸品　竹工芸、小鹿田焼

・現代アート（混浴温泉世界、国東半島芸術文化祭等）

・ポップカルチャー　アニメ：進撃の巨人（日田市）、すずめの戸締り（大分市、玖珠町等）等

〇観光施設

・動物を間近に感じ触れ合える施設
　大分マリーンパレス水族館「うみたまご」、九州自然動物公園アフリカン・サファリ、高崎山自然動物園等
・レジャー施設　ハーモニーランド、城島高原パーク、別府ケーブルラクテンチ、スギノイパレス等
・自然を活かした観光施設　べっぷ地獄めぐり、九重“夢”大吊橋、鶴見岳ロープウェイ、るるパーク等
・複合商業施設　JR おおいたシティ、パークプレイス大分、トキハわさだタウン等

〇地域資源を活用した大規模イベント誘致実績/予定

・六郷満山開山 1300 年誘客キャンペーン（平成 30 年）、世界温泉地サミット（平成 30 年）、国民文化祭・障害者芸術文化祭（平成 30 年）、東アジア文化都市（令和 4 年）、全国育樹祭（令和 5 年）、全国豊かな海づくり大会（令和 6 年）、宇佐神宮御鎮座 1300 年（令和 7 年）
・ラグビーワールドカップ 2019（大分会場では 5 試合開催）
・ツール・ド・九州 2024、2025

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

〇宿泊施設の状況　※出典：e-stat　令和５年度（2023 年度）衛生行政報告例　統計表　年度報　第 4 章　生活衛生 8
カッコ内は前年実績

・旅館・ﾎﾃﾙ営業 999（1,018）施設　客室数 25,244（25,414）室
・簡易宿所営業 971（936）施設
・下宿営業 14（17）施設

≪稼働率の状況≫

※出典：令和６年観光庁宿泊旅行統計調査　確定値令和５年１月～令和５年 12 月分（年の確定値）集計結果　第 6 表及び第 8 表
カッコ内は前年実績

	全体	旅館	ﾘｿﾞｰﾄﾎﾃﾙ	ﾋﾞｼﾞﾈｽﾎﾃﾙ	ｼﾃｨﾎﾃﾙ	簡易宿所	会社･団体の宿泊所
定員稼働率（%）	34.1（34.5）	32.2（32.0）	42.8（43.6）	54.0（50.7）	53.2（54.0）	7.5（12.1）	5.8（9.5）
客室稼働率（%）	53.6（52.3）	44.1（47.1）	54.2（56.0）	66.5（63.4）	71.8（74.3）	14.4（20.8）	14.5（12.8）

【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）、を中心として、他に飛行機、フェリーやバスを利用、首都圏域は飛行機利用を中心に JR を利用した入込となっている。

九州・中国地域では、平成 28 年 4 月の東九州自動車道開通を契機に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、現在建設中の中九州横断道路が開通すると、阿蘇・熊本方面からのアクセスが便利になり、多くの集客が見込める。なお、福岡・熊本・長崎からは高速バスも運行されている。

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）、伊丹空港からの航空路線及び大阪・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利用した誘客が中心となっている。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。

インバウンドに関しては、現在、大分空港路線がチェジュ航空（ソウル便）タイガーエア（台北便）が就航しているほか、九州のゲートウェイである福岡空港経由での来訪が多い。

■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、久大線の運行等がある。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（阿蘇）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「きゃんバス」の運行、着地型旅行商品としての「交通手段+体験」の販売促進等、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く、定額タクシー、レンタカー活用やMaaSも含めた新たな取り組みが必要と考えられる。このような状況の中、別府市では、市内限定でライドシェアの運行を開始しており、今後の利用状況や横展開に期待したい。

また、平成29年7月の九州北部豪雨により被災した日田彦山線は、BRTひこぼしライン（バス高速輸送システム）で令和5年8月から復旧し、観光客や沿線住民の足として運行されている。

他にも、大分空港と大分市内を結ぶホーバークラフトが、令和7年7月26日に定期運航を開始し、県都と空港を結ぶアクセスの改善のほか、ホーバークラフトに乗船することを目的とした観光需要の取り込みも期待される。

【外国人観光客への対応】

インバウンドの増加に伴い、当法人は大分県と連携し、受け入れ態勢整備として、域内の主要交通拠点や観光施設、宿泊施設におけるWi-Fi環境整備、多言語マニュアルの作成、観光案内所の連携強化、FIT（個人旅行者）向けの周遊ルート整備、着地型商品の造成・販売（アドベンチャーツーリズム等　ニーズに応じたコンテンツ)、ガイド対応などに積極的に取り組んできた。令和５年度は、国土交通省九州運輸局の実証事業である由布市のレスポンシブルツーリズムに参画するなど、域内市町村との連携や九州全域での広域的対策による受け入れ態勢整備を進めた。

また、情報発信面では外国語HPの改修（令和6年度事業）やSNS発信の強化を実施、さらに、域内市町村の観光担当者（新任者）を対象にインバウンド集客に関するセミナーを開催している。

加えて、現在開催中の大阪・関西万博に訪れる訪日客を県内に誘致する情報発信の施策も県と連携して実施している。

様式１

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	・大分県　共通基準による観光入込客統計調査推移表 ・民間調査
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「宿泊旅行統計調査　集計表」 ・大分県観光統計調査　統計表 ・民間調査
来訪者満足度	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認	・大分県観光実態調査
住民意識調査	住民満足度や観光客に対する意識等の調査	・民間調査
旅行者リピーター（再来訪意向）率	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認	・大分県観光実態調査
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	・大分県観光統計調査　統計表
本県へ誘致したMICE参加総人数	ｺﾝﾍﾞ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サイトやSNSのｱｸｾｽ状況	閲覧者の傾向、関心度、サイト情報発信の効果を把握することと、今後の観光施策、広告宣伝、プロモーション等を策定する際のデータとする。	・システム内機能を活用して実施
旅行者の行動分析	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認と今後の観光施策等を策定する際のデータとする。	・民間システムの活用

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

現在、国内観光客数及び外国人観光客数については、過去最高の数字となっている。

しかし、観光業界は人手不足により、その需要に対して供給が間に合わない職種があり、収益向上の機会損失が発生している。

今後は日本国内の人口減少と高齢化に伴い観光需要が伸び悩むことが予想されることから、継続的な新客層の掘り起こしとリピーター対策が必要である。

そこで、当法人が中心となり、新規・既存の観光資源の磨きあげ（大分県ならではの素材をテーマにした高付加価値商品、文化観光ツアー等）や、デジタル技術を積極的に取り入れたデータドリブンなマーケティングを行い「新しい観光地域づくり」をすすめて大分県のブランド価値を高めること目指す。

（２）地域の強みと弱み

様式１

内部環境	強み（Strengths） ・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（世界農業遺産等） ・特徴ある歴史と文化（神仏習合文化発祥地、キリスト教遺産等） ・域内の地域連携意識醸成度が高い	弱み（Weaknesses） ・二次、三次交通体系の整備未達 ・滞在時間の短さ ・域内消費単価の低さ ・宿泊以外の観光消費金額の低さ
外部環境	機会（Opportunity） ・MaaS 実証実験開始（令和 4 年 1 月～） ・ホーバークラフト運行開始（令和 7 年 7 月） ・円安基調 ・観光客の環境負荷低減意識、ウェルネス指向の高まり ・航空路線の新規就航	脅威（Threat） ・新たな感染症の発生・蔓延 ・地震、風水害等の自然災害 ・国際紛争や国家間の政治的軋轢 ・観光客の県内一部地域への集中

（３）ターゲット

国内旅行者

○第 1 ターゲット層 ・女性（20 代から 50 代）
○選定の理由 ・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、Instagram 等 SNS 等での情報発信力、影響力が大きいため。 ○取組方針 ・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 種類が楽しめ、異なる泉質の 2 湯の温泉をめぐると効能の相乗効果が期待される機能温泉浴等、幅広い温泉の楽しみ方を提供。また、豊富な「食」と交通手段や体験等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、SNS 等デジタル媒体の活用等効果的なプロモーションを行う。
○第 2 ターゲット層 ・リピーター
○選定の理由 ・当県はリピーター率が高く、県内観光の強みである、温泉、食、自然、宿泊施設の魅力等は、健康寿命の延伸等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等の温泉地では、湯治による効能に対する考え方や学術的根拠等の研究が進んでいる。 ・人流データ分析によると 40 代以上の来訪者の対前年比率が伸びており、継続的な顧客として期待できる。 ○取組方針

・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等、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等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。

〇第３ターゲット層
・県内及び隣県（福岡・熊本・宮崎）観光客と九州周遊観光客

〇選定の理由
・「九州の東の玄関口」として自動車やバス、飛行機、JR やフェリー等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（県内と福岡、熊本等隣県中心）からの観光客が過半数を占める。
・九州外からの観光客は、九州の交通拠点である福岡経由の入込が最大である。また、熊本県菊陽町に進出した台湾資本の半導体メーカーに関係する居住者等、阿蘇・熊本方面からの誘客を目指す。

〇取組方針
・運輸・レンタカー事業者と連携した交通動線の確保、旅行商品造成・販売促進等に取り組む。
・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等、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。

外国人旅行者

〇ターゲット層
・東アジア（韓国、台湾、香港、中国）、東南アジア（タイ）からの訪日外国人

〇選定の理由
・【韓国】大分空港への直行の航空路線があり、温泉、ゴルフやオルレコース等の韓国人が好む観光素材の充実、近距離の手軽感等からリピーター率が高い韓国からの観光客を維持する。
・【台湾】新型コロナウイルス感染拡大前までは、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。また、阿蘇くまもと空港と台湾を結ぶ航空路線が強化されるため、さらなる誘客が期待できる。
・【香港】リピーターが多く、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。
・【中国】今後、ビザ発給条件や、福島原発処理水の風評被害等が緩和されると、多くの訪日リピーターが九州へ訪れる事が予想されるので、現地旅行会社へのセールスや SNS での広告等を通じてプロモーションを進めている。
・【タイ】訪日リピーターの増加や、福岡空港等への航空路線拡大と、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等が期待できる。
・【欧米豪】ラグビーワールドカップ 2019 の開催によって、大分会場での試合対戦国（イギリス、フランス、オーストラリア等）では、大分県の知名度向上が図られた。また、滞在日数が長く、定番の訪日観光ルートから地方観光への意向が期待でき、アドベンチャーツーリズムや神仏習合発祥地である六郷満山の文化などへの関心が高い。
※当法人では、HP や SNS での情報発信を行い、現地でのプロモーションや情報収集等は県が事業執行している。

〇取組方針
・誘致活動においては、現地に精通している事業者を戦略パートナ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。
・今後もさらにFIT化が進むと予想されるので、メディア招請やSNSの活用等、積極的な情報発信を行う。
・多言語表示の充実、体験型旅行商品の充実、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、アドベンチャーツーリズムでの外国人受入促進等、受入態勢の整備を推進する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

① コンセプト	住んでよし、訪れてよしの持続可能なおんせん県～おおいた観光を次のステージへ～
② コンセプトの考え方	地域住民や観光関連事業者､旅行者など全ての人々の満足度を高めるために必要な取組を、それぞれに、県民が地域に誇りと愛着を持ち、快く旅行者を受け入れることにより､多くの旅行者が大分県にて心身の充実や癒やしを堪能し、観光消費額が増加し、地域が元気になる、県経済に好循環をもたらす「持続可能な観光地域づくり」を目指す。その実現には､感覚や経験だけに頼らない､｢データマーケティングを柱とする施策展開｣を行うための基盤を確立する。

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	≪多様な関係者との連携体制≫ 理事会（年3回以上開催）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）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、金融機関等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の説明、意見交換等を通じてコミュニケーションを図り、戦略を共有する。 また、県域DMOとして県内観光の課題解決に向け、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、市町村観光担当課・観光協会・DMOへのヒアリングや観光に関する各種組織への参画等、協働・サポート体制を構築し、大分県観光振興の戦略や方向性の共有を図る。

	観光に関する各種データの共有の場として平成29年に設置した観光マーケティング会議（年2回開催）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等、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る。 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。
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	≪ビッグデータ等の活用≫ 宿泊や観光動態等の客観的データを地域毎に比較できるよう、統一的なマーケティング情報の共有を定期的に実施するとともに、実施中の事業効果や見直し等の意見交換を行い、各種取組に対する評価、見直しに繋げる。また、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。 また、組織内及び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・シンポジウムを開催し、サービスの維持・向上に取り組む。
一元的な情報発信･プロモーション	≪一元的な情報発信・プロモーション≫ 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♨味力も満載」を有しており、県域版DMOとして、県内観光情報を一元的に発信している。 インバウンド需要の取込強化に向けては、令和６年度にリニューアルした外国語（5か国語）HPを活用し、県内市町村や民間事業者等と連携した外国人観光客目線の情報発信を強化している。特に発地への情報発信策として、現地戦略パートナー企業等と連携したSNS等のデジタル媒体を活用した現地視点での記事制作、発信を実施できる仕組みの構築をするとともに、効果的な情報発信とデータ収集・分析も継続的に実施し、より効果的なプロモーションを行う。 また、着地型旅行商品のWebサイト「テッパン！おおいた（多言語対応）」を運営。県内での滞在をより楽しんでいただけるような情報発信・商品販売を実施し、販売動向や顧客ニーズ等のデータを収集分析している。 ≪業界向け・一般向けプロモーション≫ 個人旅行化の進行に伴い、デジタル媒体を活用した情報発信の重要性が高まる中、県域および他県との連携窓口として、旅行会社やSNSを活用したマーケティングや、県域スケールメリットを活かした対策が求められている。 業界向け（BtoB）対策としては、相互がベネフィットを受けられることを基本に、より誘客に結びつく情報発信や効果的対策を検討、実施する。 また、一般向け（BtoC）対策としては、Web、SNSや各種メディアを活用し、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、実施する等、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。

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

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	180,371	248,620	267,267	355,017	364,073	374,106
					(83,843)	(92,899)	(102,932)
	実績	192,403	251,493	346,845	—	—	—
		(0)	(52,074)	(75,671)	—	—	—
●延べ宿泊者数（千人）	目標	5,769	8,061	8,440	8,596	8,908	9,273
		(72)	(918)	(946)	(1,836)	(2,148)	(2,513)
	実績	6,302	7,624	8,329	—	—	—
		(170)	(1,307)	(1,569)	—	—	—
●来訪者満足度（%）	目標	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0
	実績	88.2	88.5	90.0	—	—	—
●リピーター(再来訪意向)率（%）	目標	76.0	76.0	76.0	90.0	90.0	90.0
	実績	92.6	92.5	93.8	—	—	—

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、基本的に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

出典：大分県観光統計調査　共通基準による観光入込客統計調査　観光入込客統計調査推移表（平成２２年～令和６年）

大分県観光戦略「日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略 2025-2027」において設定されている目標額（2027（令和 9）年度：298,200 百万円）は、既に 2024（令和 6）年度時点で当該金額を上回っている状況である。

そのため、2025（令和 7）年度以降の目標設定にあたっては、新たな基準として日本人消費額を 2024（令和 6）年実績 100%として、それを維持することとした。外国人消費額については、観光庁が示す 2030（令和 12）年の訪日外国人旅行消費額目標である 15 兆円と、2024（令和 6）年の実績値（8.1257 兆円）との差を均等に割った場合の年平均成長率に相当する 110.8%を採用して当該伸び率に基づく推計を行った。

●延べ宿泊者数 出典：観光庁宿泊旅行統計調査集計表　第２表

「旅行(観光)消費額」と同様に、日本人延べ宿泊者数は 2024（令和 6）年を 100%としてその数字を維持し、外国人延べ宿泊者数（地方部）は、観光庁が示す 2030（令和 12）年の

目標である１億3,000万人泊と、2024（令和6）年の実績値5,086万人泊との差を均等に割った場合の年平均成長率に相当する117%を採用して当該伸び率に基づき算出した。

●来訪者満足度　出典：令和６年度大分県観光実態調査報告書

平成30年度以降維持継続としてきたが、令和4年度以降約１%上げて90%に設定。以降は90%を維持することを目標とした。

●リピーター（再来訪意向）率　出典：令和６年度大分県観光実態調査報告書

目標は中期経営計画（2022年度～2024年度）にて見直しを行い、76%を維持する様に設定していたが、次年度からは、大分県観光戦略「日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略2025-2027」において設定されている目標（2027（令和9）年度：90%）に変更した。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●HP PV数（千PV）	目標	5,983	344	353	3,689	4,058	4,464
		(234)	(7.8)	(29)	(384)	(422)	(464)
	実績	336	282	234			
		(72)	(25)	(44)			

※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

・令和7年2月に外国語（英語、韓国語、中繁、中簡、タイ語）HPをリニューアル
・令和7年3月末でフランス語HPを廃止

【設定にあたっての考え方】

●HPPV数

令和4年度から日本語と一部外国語HPに対するGDPR対策等のCookie対応を強化したために計測数が減少。令和4年度を基に以降の年度を2.5%伸びで再設定していたが、令和7年3月からWEBマーケティングを行う為Cookie対応を元に戻した。令和7年度は、令和元年度の3,689千PV（フランス語PV数を除く）を目標とし、その後毎年度１０%ずつUPさせる事を目標とする。

様式１

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っては、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（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	（円） 574,061,906	（円） 【会費収入】 17,569,100 【県受託事業収入】 485,923,724 【その他受託事業収入】 50,202,888 【受取補助金収入】 16,002,990 【受取負担金収入】 1,707,150 【受取寄付金】 178,000 【雑収益】 745,761 【その他収益事業収入】 1,732,293
2023（Ｒ５） 年度	（円） 420,695,619	（円） 【会費収入】 17,269,100 【県受託事業収入】 369,246,079 【その他受託事業収入】 10,301,694 【受取補助金収入】 10,046,084 【受取負担金収入】 5,929,200 【受取寄付金】 174,847 【雑収益】 5,758,135 【その他事業収入】 1,970,480
2024（Ｒ６） 年度	（円） 407,875,800	（円） 【会費収入】 17,254,100 【県受託事業収入】 355,129,633 【その他受託事業収入】 10,401,181 【受取補助金収入】 17,774,350 【雑収益】 639,755 【その他事業収入】 6,676,781
2025（Ｒ７） 年度	（円） 343,831,000	（円） 【会費収入】 17,504,000 【県受託事業収入】 305,478,780 【受取補助金収入】 13,679,000 【雑収益】 187,120 【その他】 6,982,100
2026（Ｒ８） 年度	令和８年度に体制見直しを予定しているため現時点では未定	（円）
2027（Ｒ９） 年度		（円）

様式１

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	（円） 564,975,584	（円） 別紙２ 「令和４年度正味財産増減計算書内訳表」のとおり
2023（Ｒ５） 年度	（円） 402,703,062	（円） 別紙３ 「令和５年度正味財産増減計算書内訳表」のとおり
2024（Ｒ６） 年度	（円） 397,510,177	（円） 別紙４ 「令和６年度正味財産増減計算書内訳表」のとおり
2025（Ｒ７） 年度	（円） 338,711,000	（円） 【一般管理費（法人会計）】 9,513,000 【DMP 活用による戦略的な誘客】 20,635,000 【地域をつなぎ持続可能な旅の創出】 221,572,000 【安心・快適な観光基盤の構築】 7,285,000 【組織の基盤づくり】 3,155,000 ※事業内容に関しては「別紙５」参照 【その他事業】 76,551,000
2026（Ｒ８） 年度		（円）
2027（Ｒ９） 年度		（円）

令和８年度に体制見直しを予定しているため現時点では未定

（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「テッパン！おおいた」を構築、令和 3 年度から物販と着地型旅行商品サイトを分離し、それぞれの販路拡充を目指す。
・令和５年度に「テッパン！おおいた」を多言語化（英・韓・中簡・中繁）し、FIT 向けの販売を開始した。令和 7 年度には高付加価値商品に特化したページを作成する。
・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 6 年 4 月 25 日付けで更新登録されている。当該法人は、市場調査や観光客の動態調査を実施し、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等、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。

今後もこれまで以上に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されることから、ツーリズムおおいたと県の観光推進体制を抜本的に強化し、県観光の更なる振興に向けて、連携を強化する。

（大分県 観光局）

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）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】

エリアが重複する地域連携 DMO「豊の国千年ロマン観光圏」、地域 DMO「由布市まちづくり観光局」「日田市観光協会」とは、年２回程度のヒアリング（ツーリズムおおいた主催：市町村観光担当課・観光協会・DMO ヒアリング）や適宜協議を行い、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等、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、当法人が全県を管轄とする地域連携 DMO として申請し、平成 30 年 3 月に登録された。

続いて、県内の地域 DMO として由布市まちづくり観光局（令和３年１１月）、日田市観光協会（令和 6 年 9 月）が登録された。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

重複区域においての事業は、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】

事前に調整をすることによって、各 DMO の施策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。

様式１

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	山橋　俊哉
担当部署名（役職）	商工観光労働部観光局　観光政策課 観光産業振興班　主幹　（総括）
郵便番号	870-8501
所在地	大分市大手町３－１－１
電話番号（直通）	097-506-2116
ＦＡＸ番号	097-506-1729
Ｅ－ｍａｉｌ	yamahashi-toshiya@pref.oita.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】公益社団法人ツーリズムおおいた

様式2

記入日： 令和7年7月25日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
大分県
【設立時期】 平成17年4月1日
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 和田　久継
【マーケティング責任者（CMO）】 三浦　孝典
【財務責任者（CFO）】 鈴木　聡美
【職員数】 19人（常勤19人（正職員1人・出向等9人）
【主な収入】
受託事業収入 355.1百万円、会費収入 17.3百万円（令和6年度決算）
【総支出】
公益目的事業会計支出 387.5百万円、収益事業会計支出 1.6百万円
管理費支出　9百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
大分県、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

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	180,371（—）	248,620（—）	267,267（—）	355,017（83,843）	364,073（92,899）	374,106（102,932）
	実績	192,403（0）	251,493（52,074）	346,845（75,671）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	5,769（72）	8,061（918）	8,440（946）	8,596（1,836）	8,908（2,148）	9,273（2,513）
	実績	6,302（170）	7,624（1,307）	8,329（1,569）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	90.0（—）	90.0（—）	90.0（—）	90.0（—）	90.0（—）	90.0（—）
	実績	88.2（—）	88.5（—）	90.0（—）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	76.0（—）	76.0（—）	76.0（—）	90.0（—）	90.0（—）	90.0（—）
	実績	92.6（—）	92.5（—）	93.8（—）	—	—	—

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（40代以上）
癒しをコンセプトにした滞在プランを提供
③県内・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・ 中国・香港・タイからのリピーター（FIT）と新規掘り起こしの実施

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・大分県ならではの素材をテーマにした高付加価値商品造成
・2次交通を利用した周遊商品の開発

【受入環境整備】
・観光人材育成セミナーの開催
ふるさとガイド/アウトドアガイド
インバウンド新任者研修
観光マーケティング会議等

【情報発信・プロモーション】
・公式HP、SNSでの情報発信（日本語・外国語）
・デジタル観光情報誌発行
・AGTやKOLを対象にしたFAMトリップの実施
・国内外での商談会開催

【マーケティング】
・HPアクセス分析、消費動向調査、データ収集システムを用いた来訪者行動分析の実施