

# 中期経営計画

(2022年度～2024年度)

宇宙に熱中！みんなが夢中！おんせん県おおいた

公益社団法人 ツーリズムおおいた

# 目 次

1	基本理念	1
2	第3期中期経営計画の成果と課題	1
	(1) 成果	1
	(2) 課題	1
3	計画の概要	2
	(1) 目的	2
	(2) 期間	2
	(3) 計画策定の留意点	3
4	事業戦略	3
	(1) 多様な関係者との連携による事業企画・推進体制の強化	4
	(2) 地域素材の磨き上げ	4
	(3) “おんせん県おおいた”の魅力向上と効果的な情報発信	6
	(4) ポストコロナ時代に向けた戦略的な誘客	7
	(5) おもてなし環境の整備	10
	(6) DMOとしての機能強化	10
	(7) 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	11
5	経営基盤の強化	12
	(1) 人材育成と体制整備	12
	① 民間派遣職員	② 県派遣職員
	③ 市町村派遣職員	④ プロパー職員
	⑤ Web環境の継続的な整備と人材の育成	
	(2) 収入確保への取組	12
	① 会費	② 特別会費
	③ 収益事業	④ 受託事業
	(3) リスクマネジメント	13
6	目標指標	14

## 1 基本理念

地域資源を磨いて地域が輝き、人が訪れることで観光地となり、観光客が増えることでさらに地域が元気になることがツーリズムの本旨である。

本県は、源泉数・湧出量ともに日本一である温泉をはじめ、豊かな天然自然、貴重な歴史、地域の伝統文化やアート、魅力的な食等の優れた観光資源に恵まれている。

これらの強みを生かし、ツーリズムおおいた(以下、「TO」という。)として観光客のニーズにマッチした情報発信や国内外の誘客事業を主体的に企画立案するとともに、多様な関係者と連携・協力して事業展開できる体制を構築していく。

TOは、2018(平成30)年3月30日に日本版DMO(地域連携DMO)として登録された。今後も、①県観光に係るマーケティングリサーチ・分析の実施、②県観光のブランディング化、③観光分野のプラットフォーム的機能の担い手を事業ミッションとして、地域の活性化・経済波及効果の拡大に寄与していく。

## 2 第3期中期経営計画の成果と課題

### (1) 成果

2018(平成30)年度に策定した中期経営計画(以下、「計画」という。)では、計画期間を第3期大分県ツーリズム戦略(以下、「ツーリズム戦略」という。)と合わせた2019(令和元)年度から2021(令和3)年度までの3年間としていた。

その間、2019(令和元)年度にラグビーワールドカップが大分で開催され、準々決勝を含む5試合に国内外から多くの観戦客が来県、欧米・大洋州からも多くの来県者があり、県民との交流もあった。大会の盛り上がりを受けて、観光においてもレガシーを生かすことが期待されたが、新型コロナウイルス感染症が世界的に拡大するに至った。

2020(令和2)年度は、外国人観光客がほぼゼロの状態が続き、国内客も厳しい状態が続いた。そのような中、早々にウィズコロナ、アフターコロナを見据えた会議を立ち上げて方向性に関して議論を行った。また、動画による情報発信やWeb会議システムを活用した商談会やセールス等、新たな取り組みも進めた。

事業企画委員会では、コロナ禍を受けて中期経営計画の見直しを実施する等、会員との連携による法人運営に取り組んだ。

経営基盤の強化については、2019年から専務理事と事務局長の兼務をとき2名体制とし、プロパー職員1名も継続雇用している。民間企業及び県・市町村からの職員の派遣についても、諸情勢の厳しい中継続いただいた。

### (2) 課題

これまでも課題とされてきた、会員との連携強化、組織体制の充実、経営基

盤の確立については、未だに不十分であることは否めない。数年で職員が入れ替わる各団体からの派遣職員や短期契約職員による集合組織であることから、組織としての継続性維持やノウハウの蓄積がなされにくいといった課題が生じている。こうした課題を払拭するためには、プロパー職員の増員等が必要であるが、それを担保する財政基盤の確立も喫緊の課題となっている。

そのような中、2021(令和3)年5月に使途不明金事案が発覚した。コロナ禍を様々に工夫を凝らし、会員が連携して乗り切ろうとしている時にこのような不祥事が起きたことは、会員及び関係者に対して大変申し訳なく、また遺憾である。TOとしては、外部調査委員会(第三者委員会)を設置し、経緯を明らかにするとともに公益社団法人としてふさわしい経理事務体制の確立と再発防止のための提言を依頼した。調査の過程で指摘された問題点については順次改善しており、特に課題であった法人会計の入力事務は外部委託し、限られた職員で入力とチェックを分離できるよう改善を図った。

なお、このような体制を維持するため、職員への引継ぎ及びコンプライアンス研修等を継続して実施する必要がある。

事業については、2020(令和2)年、コロナ禍によりWeb会議システムの導入が一気に進んだものの、新たなマーケットの開拓や業務改善・変革につながるデジタル技術の活用(デジタルトランスフォーメーション)は緒に就いたばかりである。会員も含め、さらなるデジタル技術の活用を広める必要がある。

コロナ禍を受け、観光事業者は疲弊しているが、ワクチン接種や経口治療薬開発が進み、世界の旅客需要は2023(令和5)年には2019(令和元)年の水準を超えるとの予測もある。国内旅行も速やかな回復が見込まれることから、地域間の競争を勝ち抜くためにも、コロナ禍により見直されたマイクロツーリズムや自然志向の旅行スタイル、ワーケーションの普及等、ポストコロナ時代の「新しい旅のかたち」に対応した誘客を強化する必要がある。

こうした、大分県の観光地域づくりの舵取り役、地域連携DMOとしてTOがリーダーシップを発揮していくためには組織体制の一層の強化が必要である。

### 3 計画の概要

#### (1) 目的

本計画は、TOが市町村、地域観光協会や観光関係事業者等、官民一体となったツーリズム推進の舵取り役となり、総合産業としてのツーリズムの振興を図るとともに、これを支える組織体制及び経営基盤の確立・充実を図ることを目的とする。

#### (2) 期間


県が策定した第4期大分県ツーリズム戦略(2022-2024)に沿った事業を推進していくため、2022年度～2024年度までの3か年とする。

### (3) 計画策定の留意点

TOが観光地域づくりの舵取り役として、また、日本版DMO、おんせん県おおいたのツーリズムリーダーとしての基盤を確立していくため、次の視点に留意している。

- ① 地域連携DMOとして戦略的・一元的なプロモーションや情報発信を行うためのマーケティング機能の確立
- ② 行政、観光事業者、交通事業者等多様な関係機関と連携し、プロモーション等を実施できるマネジメント機能の強化
- ③ 専門性の確保のため組織内人材確保・育成等の、組織機能強化(民間派遣の拡充、プロパーの増員)
- ④ 収益事業の拡大や会員サービスの向上による会員増加等による財政基盤の強化
- ⑤ 公益社団法人としてふさわしい経理事務体制維持とコンプライアンス意識の徹底

## 4 事業戦略

引き続き、「日本一のおんせん県おおいた  味力も満載」のキャッチフレーズのもと、

- ・ 旅行者はバラエティに富む大分の魅力を堪能するため繰り返し訪れ、体験と交流を楽しみ、
  - ・ 観光事業者は観光消費額増加により安定的な収益が確保でき、観光産業が県経済を牽引する存在となり、
  - ・ 地域住民は観光による人的交流・経済的なメリットを受け大分県観光に参加し価値を認め、
  - ・ 観光資源は自然・文化資源ともにその価値が尊重され、地域の声に応じ適切に活用され保全が図られているすがたとなるよう
- ① 多様な関係者との連携による事業企画・推進体制の強化
  - ② 地域素材の磨き上げ
  - ③ “おんせん県おおいた” の魅力向上と効果的な情報発信
  - ④ ポストコロナ時代に向けた戦略的な誘客
  - ⑤ おもてなし環境の整備
  - ⑥ DMOとしての機能強化
  - ⑦ 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

の7つの柱を事業戦略と定め、事業の推進を図る。

## (1) 多様な関係者との連携による事業企画・推進体制の強化

事業企画委員会や各種部会において、市町村や地域観光協会、観光関係事業者等、多様な方々との協議の場を設定し、事業実施の方向性や具体的対策等の説明、意見交換を行う等コミュニケーションの向上を図る。こうしたなかで、県と連携のうえ、会員の意見を集約して新規事業を創出する等、現場の声を反映した事業展開を推進する。

また、会員に有形無形の利益が生じるよう、会員限定のサイトを充実し、様々な観光関係情報を提供する等、会員メリットの向上を図る。

さらに、TO独自のツーリズム商談会をその時々話題に即し工夫を加えながら継続・拡充し、多くのエージェントを対象に、「おんせん県おおいた」を核としたPRやセールス活動等を促進し、新たな商品造成に繋げるとともに、地域観光協会等と連携した観光推進体制を強化する。

また、豊の国千年ロマン観光圏や阿蘇くじゅう観光圏等との取組のほか、農林水産業や商工業分野の団体等とも積極的に連携して、観光とともに県産品をセールスしていく。

県内の大学等で学ぶ留学生やかつて留学生だった国内外の社会人との連携した情報発信や商品開発にも取り組む。

## (2) 地域素材の磨き上げ

### ① 大分ならではの新たな観光資源の磨き上げ

アジア初となる水平型宇宙港やホーバークラフトを活用した大分空港をハブとする県内観光ルートの開発等、多様化するニーズに対応すべく、新たな観光素材の発掘をおこない、大分ならではの観光コンテンツの開発や誘客に取り組む。

### ② 多様なツーリズムの推進

地域にある資源を活用した取組を積極的に支援し強化するとともに、温泉に並ぶ観光素材の醸成に向け、自然や食、歴史・文化、芸術、スポーツ等を活かした新たな仕掛けづくりに取り組み、多様なツーリズムを推進する。

#### i) カルチャーツーリズムの推進

宇佐神宮や富貴寺、臼杵石仏、六郷満山文化や日田祇園等、地域が誇る歴史的・伝統的資源や芸術文化を活用した地域の魅力発信に取り組み、誘客を促進する。

城下町や商店街、農山漁村集落等の古民家や町屋を利用したサービスの提供(飲食、土産物、宿泊等)を支援する。

日本、中国、韓国において文化芸術による発展を目指す「東アジア文化都市」2022年開催都市への選定を活かし、県内各地の芸術文化に磨きをかけ、様々な交流を通じて芸術文化の力による観光地域づくりに取り組む。

ii) スポーツツーリズムの推進

県内でのプロスポーツ観戦の機会が充実することから、県内外からの試合観戦への誘客をはじめ、スポーツ施設を活用したスポーツ合宿によるスポーツツーリズムを推進する。

iii) サイクルツーリズムの推進

プロロードレースチームの誕生やサイクルイベント開催を活用し、ファミリー層から本格的なサイクリストまで多様な自転車愛好者の誘客に取り組む。

iv) アドベンチャーツーリズムの推進

創設が検討されているアウトドアガイド認証制度により万全の備えを講じるとともに、大分の強みを活かした体験プログラムづくりやガイドの育成、効果的な情報発信を行い、新たな旅行ニーズを獲得する。

③ 日本一の温泉の「効能」や「多面性」を活用した観光地域づくり

「癒やし」や「楽しみ」等の温泉本来の魅力の情報発信に加え、温泉利用目的である「クア(療養)」や「ウェルネス(健康・美容)」をテーマとした新たな観光コンテンツの開発等、多面的に温泉を活用した観光地域づくりを推進する。

温泉を楽しみながら、その土地の食や自然・文化を堪能する「ONSEN・ガストロミーツーリズム」等、本県独特の温泉を活かした食と観光を存分に楽しむ仕掛けづくりに取り組む。

④ 豊かな自然景観の維持・保全と活用

自然と人間社会の共生を目指すユネスコエコパーク、世界的に重要な農業遺産システムを継承し持続的な活用を目指す国東半島宇佐地域世界農業遺産、多様な地域資源を活かし活用する日本ジオパーク、くじゅう連山を中心とした阿蘇くじゅう国立公園満喫プロジェクトをはじめとする自然公園等、訪問者(利用者)の協力を得て、自然と調和したアクティビティや自然の魅力をいつでも気軽に楽しめる旅行商品の開発等により、県観光の更なる魅力向上や情報発信に取り組む。

また、グランピングやソロキャンプ等を含めたキャンプに関する情報発信や、市町村のキャンプ分野の新たなサービス等について情報提供等の支援を行う。

⑤ “食”の発掘と県産品の磨き上げ

他では味わうことのできない大分の“味力”の磨きあげとして、その土地独特の食文化や風土の紹介、地元の食材を堪能できる宿や郷土料理を気軽に楽しむことができる店舗の情報発信に取り組み、旅行商品の造成や県産品の磨き上げを推進する。

以上の観光素材を、場合によってはテーマ性やエリアの周遊を考慮しながら、コンテンツを組み合わせる等して提案し、県内での長期滞在(ロングステイ)や県内周遊に結び付けていく必要がある。

磨き上げたアクティビティ体験や宿泊施設等の紹介をオンライン体験ツアー化し、旅行先として選定してもらうきっかけを提供するとともに、関係者の収益アップにつなげていく。

(3) “おんせん県おおいた”の魅力向上と効果的な情報発信

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」も味力も満載」を有しており、FacebookやTwitter、インスタグラム、YouTube等のSNSの機動性や特徴を有効に活用した情報発信、パブリシティにも取り組んでいく。

また、TOの着地型旅行商品販売サイト「テッパン！おおいた」では、訪れる方が「温泉」「旅」「食」「体験」等のシーンにおいて満足できる情報やコンテンツ、厳選されたお土産やグッズ、おすすめツアー情報の発信に加え、「テッパン！おおいた」公式SNSを活用した情報発信も行う。

特にSNSでの情報発信では、景色や街並み、食等、「映える」ことを意識した観光素材づくりを進めるとともに、情報発信のツールとなる写真や動画に収める際にもその点にこだわることで、クオリティを上げることがカギとなる。

顧客のターゲットを明確化し、様々なメディアを戦略的に活用していきながら情報発信していくことが必要なことから、2021年にリニューアルしたツーリズムおおいた公式ホームページや「テッパンおおいた」を中心としたWebやSNSを利用した情報発信に加え、タビナカで使える紙媒体として大分県情報誌「ぐるり」を発行し、県内周遊観光のPRを若者から年配者まで幅広く行う。

また、その他の効果的な情報発信として、地域観光協会や民間事業者と一体となった観光プロモーションの実施、地域のすばらしさを県民自ら情報発信する仕掛けづくり、旅行会社向けニュースレターの発信や招聘ツアーの実施、マスコミ、雑誌等への取材協力等によるパブリシティの強化を行う。

本県の観光や物産を愛するコアなリピーター観光客に対して、旬な情報を提供するとともに、リピーター観光客の観光や購買の情報を把握し、魅力ある商品造成につなげていく。リピーター観光客のファンとしての登録を進め、営業支



援システム(SFA)等を活用してコミュニケーションと情報収集を図り、人工知能(AI)の利用についても研究していく。

商談会や旅行博においては、訪問による説明に加え、Web会議システム等ITやIoTを積極的に活用する。

さらに、2022(令和4)年の「東アジア文化都市2022」、「第45回全国育樹祭」、「宇宙港開港」、2023(令和5)年の「ツール・ド・九州2023」、九州・山口サイクリング周遊型旅行商品「ディスカバー九州」、「ホーバークラフトの導入」、2024(令和6)年の「第43回全国豊かな海づくり大会」、2025(令和7)年の「大阪・関西万博」等の県内外のビッグイベントを契機として、これまで以上に国内外に向けて「おんせん県おおいた」の魅力を発信する。

#### (4) ポストコロナ時代に向けた戦略的な誘客

##### ① 「おんせん県おおいた」の強みを生かした誘客

日本一の温泉や豊かな食の味力に加え、宇宙港や東アジア文化都市2022、ツール・ド・九州2023等、大分ならではのコンテンツを生かした誘客、デジタルマーケティング等を活用し、旅行形態やニーズに応じた誘客・情報発信を行う。

なお、新型コロナウイルス感染症の動向に応じた対応をとる必要がある。

##### ② 時代の潮流に対応した国内誘客

令和に入り、世帯におけるスマートフォンの保有割合は8割を超えインターネット利用状況も高水準に達する等、デジタル化が急速に進んでおり、このような時代の流れを踏まえた国内誘客を行う必要がある。

詳細なマーケティングにより、具体的に設定したターゲットの視点を意識し、SNS利用者の認識を変え、大分への誘客に繋がるような情報発信等を行うとともに、坐来大分を活用した首都圏での大分ブランドの磨き上げと情報発信、主要都市圏域でのPRや、九州観光推進機構と連携した情報発信、MICEや教育旅行等の団体旅行の誘客対策等、様々な機会を活用するとともに、旅行代理店、各種メディア、各種協議会・団体、福利厚生サービス提供会社等と連携し誘客を進める。

##### i) 県内観光(マイクロツーリズム)

新型コロナウイルス感染症の拡大は、自宅から2時間圏内の地元や隣県への宿泊観光や日帰り観光を意味する「マイクロツーリズム」を見直す契機となった。県民の観光需要に応えるべく、提供するサービスを向上させることで、新規需要やリピート需要も取り込んでいく必要がある。

なお、マイクロツーリズムの強化の観点から、隣接県に関しては、大分における観光動向の把握に努め、よりきめ細かな情報提供に取り組む。

また、県内の教育旅行のニーズにもしっかり応えていく。

#### ii) ビジネストリップ

コロナ禍によりビジネストリップ(出張)のあり方が大きく変化し、観光地やリゾート地でテレワークを活用して働きながら休暇をとる「ワーケーション」がより奨励されるようになっている。

ワーケーション誘致のための環境づくりに加え、温泉や食等の充実によりアフタービジネスの魅力を備えた出張を提案する等、新たなビジネス需要を掘り起こす取り組みを進める。

#### ③ 完全復活に向けた海外誘客

国内外の新型コロナウイルス感染症の収束と、国際的な観光客の往来が自由にできるようになるまで、海外からの実際の渡航は難しい状況にある。渡航の再開を見据え、各市場の戦略パートナーと連携し、可能な情報発信等の取り組みを進める必要がある。

特定国に依存しない多角的な誘客を行い、入国規制解除と運航再開が早い国からセールスを順次開始し、旅行会社等へのファムトリップ(モニターツアー)等を通じてツアー造成を働きかける。

##### i) 中国・香港からの誘客

急速に進む個人観光客の増加に対応し、大分県上海事務所との連携により、高所得者層の多い上海エリアからの良質なリピーターの確保を図るとともに、直行便が就航している大分をはじめとする近隣の空港や新規就航が予定されているエリアを中心に旅行会社、メディア等に対し、温泉や自然、食等本県の強みを中心にセールスを行う。

成熟した市場である香港では、香港ブックフェア等への出展を通じて、本県にきたことのない層の掘り起こしと、リピーターの確保に取り組む。

なお、SNSを活用し高価格な宿泊や食事、お土産品、アクティビティ等を積極的に発信・浸透させ大分のブランドイメージを作っていく。

##### ii) 韓国からの誘客

本県の外国人観光客の40%以上を占める韓国からの観光客はリピーターが多く来県している。この高い認知度を活かすとともに新たな魅力による誘客を進める。大分空港への直行便が期待される地域に対し、リピーターとなる家族層や若い女性をターゲットに、温泉や食に加えオムレツや美容、スイーツ等の魅力をブLOGGER招請やSNSにより発信する。

また、現地旅行会社等に対するきめ細かいセールスや旅行博出展等を行い、さらなる誘客を促進する。

##### iii) 台湾からの誘客

台湾からは韓国に次いで多く来県しており、団体客に加え、家族層等

の個人旅行をターゲットとしている。

現地旅行会社に向けた商談会等を行い温泉や食等の魅力をPRするほか、ツール・ド・九州2023を契機として、台湾で人気のアクティビティであるサイクリング需要を取り込む等、本県の強みを生かした誘客を進める。

また、教育関係者や旅行会社に向けて農山漁村ツーリズムを活用した教育旅行等の誘致を進める。

iv) ASEAN諸国からの誘客

ASEAN諸国では本県の認知度が未だ低いため、JNTOや九州観光推進機構、九州各県等と連携した誘客を進め、高所得者層や中間層の家族旅行をターゲットに、SNSによる情報発信やメディア・旅行会社等の招請を行う。

また、現地旅行博やJNTO主催の商談会等に参加し、本県の魅力を直接伝えることで、知名度の向上を図り、欧米からタイやシンガポールを訪れているリピーター観光客に日本の九州・大分を知ってもらう取組等も進める。

v) 欧米・大洋州からの誘客

ラグビーワールドカップ2019™大分開催では、欧米や大洋州から多くの観戦客が来県し、大分の魅力を広く伝える等大成功を収めた。

この大会のレガシーを生かす取り組みを着実に進め、知名度の向上を図る。

旅行博や見本市への出展等に加え、宇宙港の開港を契機として、ゴールデンルートを訪れている観光客や、訪日旅行に関心のある層に、本県の自然や温泉、歴史・文化、食などの魅力を発信する。

JR九州や船舶関連事業者等と連携し、富裕層の利用が多いクルーズトレインや高級中小型クルーズ船の誘致を推進する。

vi) レンタカー

アフターコロナでは、外国人観光客のレンタカー利用が増加することが見込まれる。レンタカーでの周遊を意識した情報発信を行うとともに、レンタカー事業者や高速道路会社等と連携して、レンタカー利用者の観光動向を把握し、観光素材磨きや情報発信に活用していく。

④ 大分ならではの魅力を活かした教育旅行やMICEの誘致

i) 国内外からの教育旅行による誘客

国内外の学校関係者や旅行会社に対し教育旅行誘致協議会と連携し、積極的な誘致活動を展開する。

新型コロナウイルス感染症対策等の徹底とともに、平和教育や障がい者との交流、産業体験、農山漁村ツーリズム等、本県の教育旅行コンテ

ンツに厚みを加え、しっかりその魅力をPRしていく。

また、SDGsやESD等を意識した時代に即応した教育旅行素材の開発にも取り組み、県内外の学校や旅行会社等への本県の教育旅行に関する情報発信の一層の強化に努める。

訪日教育旅行に関しては、国内外の学校に対し、生徒間交流のコーディネートを円滑に行い、国際交流を促進する。

ii) MICE (Meeting, Incentive tour, Covention, Event/Exhibition) 誘致

iichiko総合文化センターや別府ビーコンプラザ、大分スポーツ公園、県立武道スポーツセンター等の多様な施設があることから、大分県MICE誘致推進協議会等と連携して国際会議や文化スポーツイベント等を積極的に誘致するとともに、開催施設周辺の様々な情報発信を行うことにより、参加者のエクスキューションの充実を図る。

ウイズコロナの時代にあつては、新型コロナウイルスへの感染防止を徹底した上で、温泉や宿泊、食等のさらなる高質化を図り、リアルMICEを誘致していく。

#### (5) おもてなし環境の整備

日本一のおもてなし県を目指し、観光関係者やボランティアガイド等を対象としたおもてなし研修等の実施により、全ての人が旅行しやすい環境づくりを推進する。

特に、県内の地域観光協会や交通事業者等が運営する観光案内所は、おもてなしの窓口として極めて重要な施設である。地域の枠を超えブロック別等広域での観光情報の提供や多言語対応等を進めるために、観光案内所人材の交流を積極的に進めるとともに、Web会議システム等を用いて業務の連携を推進する。

また、観光客の移動の利便性を高めるための仕組み(MaaS、周遊チケット等)の検討を行う。

#### (6) DMOとしての機能強化

持続可能な観光地づくりが、本県においても様々な意味において重要であることに異論をはさむ余地はない。大分県でどのように取り組んでいくのか、その方向性も見定めながら、地域連携DMOとしての役割を担っていく。

県内観光の課題解決に向けたサポート型DMO組織として、下記3つの機能強化により、県内各地域や事業者等における観光戦略等策定委員会、観光に関する各種組織へ積極的に参画する等協働・サポート体制を構築する。また、DMOを対象とした補助金を活用し、積極的に自主事業に取り組む。

① マーケティング機能の強化

デジタル技術を活用した現状集客・消費状況等の調査モニタリングの実施や、分析結果の情報提供、分析に基づいた事業戦略構築、PDCAサイクルの確立等、マーケティング機能強化により会員への有益な情報を分かりやすく提供し、県観光関係のシンクタンクとしてマーケティング調査や事業提案等の実績を積み上げていく。

② 戦略的県域・地域マネジメント

地域間連携によるスケールメリットを生かしたプロモーションを実施し、新規・リピーター獲得のための着地戦略を発案する等大分県観光のブランディングを行う。

県下で芽生えつつある地域間連携の取組を、県内の全地域でも展開できるように支援する。

③ プラットフォーム機能の構築

TO独自の複合型観光WEBメディア「テッパン！おおいた」を通じて、地域の情報発信・収集、市町村、地域DMO等が造成した着地型商品の販売等、多様な関係者のプラットフォーム的な役割を果たしていく。

(7) 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

感染症や災害等に関する情報、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ともに、風評対策の徹底を図る。外国人等の情報弱者には、県等の自治体の情報を活用し迅速に情報提供を行う。

また、新型コロナウイルス感染症対策として、消毒や3密対策等に加え、アバターロボット等の先端技術を活用した接客等にも積極的に挑戦していく。観光の大きな魅力の要素でもあるフェイス・ツー・フェイスの接客に関しても、時代に即応した取り組みを進めていく。

① 徹底した感染防止対策

大分県と大分県旅館ホテル生活衛生同業組合で構成する「大分県宿泊施設感染症対策強化委員会」でまとめた「おんせん県おおいた宿泊施設感染症対策チェックリスト」や「宿泊施設における新型コロナウイルス対応マニュアル」等に基づき、宿泊施設では感染症対策を実践する。そのほか、観光施設等もこれに準じた感染症防止策を講じる。

② ITやIoTの活用(先端技術の活用)

オンライン商談会やウェビナー、オンライン体験ツアーの開催等、Web会議システム等のIT・IoT技術を活用して、BtoBのセールスやBtoCの情報発信、観光案内所間の連携等に積極的に活用していく。また、遠隔地での様々な体験をサポートするアバターロボットによる観光ガイドシステムやドロ

ーンを用いたサービス等、先端技術の利活用にも挑戦していく。

## 5 経営基盤の強化

### (1) 人材育成と体制整備

県内の観光振興のリーダーとして、職員のスキルアップ、民間派遣拡充によるノウハウの蓄積等、組織としての専門性向上を目指すとともに、公益社団法人としての継続性のある組織形態と運営の構築を進める。

また、観光以外の分野(IT技術者、イベントプランナー、フードコーディネーター等)の人材をアドバイザー等として活用していく。

#### ① 民間派遣職員

旅行会社、広告関係、交通関係、情報処理・分析関係等の各分野から知見を有した人材を引き続き受け入れ、そのノウハウを蓄積していくとともに、それを市町村、地域観光協会へ提供することで県全体としてレベルアップを図る。

#### ② 県派遣職員

観光に精通した人材の育成・確保の観点から、観光部署の経験者の配置とともに、公益社団法人としての経理事務体制維持のための職員配置を依頼する。また、県に戻ってから、そのノウハウを業務に活かせる環境で執務できるよう県に働きかける。

#### ③ 市町村派遣職員

TOで得た人脈、知識、スキルを地域に還元できるよう、観光担当課への復帰を前提として職員の派遣を依頼する。

#### ④ プロパー職員

組織の専門性向上を図るため、各種専門分野から職員採用を行うとともに、継続的な組織運営を図るため、将来的に民間派遣や契約社員からもプロパー職員への転換を行う。

#### ⑤ Web環境の継続的な整備と人材の育成

Web会議システム等を利用した業務の頻度が高まっていることから、新しいネットインフラやセキュリティに関する環境を必要に応じて適時整備するとともに、利用する職員の操作スキルの向上を図る。

### (2) 収入確保への取組

会員の意見をもとにした自主事業の実施並びに専門的知識を有する職員の継続的な雇用を確保するため、県・市町村の支援を受けながら、これまで以上の収入確保に取り組む。

#### ① 会費

会費収入は、九州各県と比較しても遜色なく、会員も徐々に増加しており、増収傾向にあった。

しかしながら、相次ぐ自然災害や新型コロナウイルス感染症の発生等により観光事業者が疲弊するなか、退会や休会の申出が増えており、会費の増額は困難な状況である。

今後、会員サービスの充実を図り、入会メリットを実感できる取組を行うことで新規会員の獲得に繋げる。

#### ② 特別会費

教育旅行においては、協議会を基に個別会費を負担いただき事業実施しているところであり(大分県教育旅行誘致協議会)、今後は、MICE等の受益分野が特定される事業において、通常会費とは別に特別会費を設け事業を実施し、よりメリットが享受できる仕組みづくりを検討していく。

#### ③ 収益事業

2016(平成28)年度以降、おんせん県ピンバッチをはじめとしたおんせん県グッズをTOや会員企業の売店、WEB販売サイト「テッパン！おおいた」で販売してきた。

今後は、アーティスト等との協働により、おしゃれ感や高級感等の新たな視点からの新商品開発を行い収入の確保を図る。

さらに、埋もれている地域の工芸品等を磨き上げ、販売することで「大分のお土産」として新たな需要を喚起し、観光産業の振興にも繋げる。

また、「テッパン！おおいた」において、大分ならではの素材を生かし造成した体験型観光等の着地型商品の販売や地域観光協会等の商品の代理販売を行い、収益をあげるとともに、これまで埋もれていた市町村の観光素材の活用を図る。

#### ④ 受託事業

県内の市町村や企業等から観光にかかる調査業務や商品企画等に関する業務の受託実績を増やすとともに、さらなる職員のスキルアップと体制の充実に努める。

### (3) リスクマネジメント

海外企業との契約が増え、情報発信でのIT利用が進む中にあるのは、契約履行にかかる訴訟やサイバーセキュリティ事故等のリスクが増加していることから、契約内容の疑義等については顧問弁護士を活用するとともに、損害賠償保険等への加入によりリスク対策を強化する。

## 6 目標指標

指標	単位	2022 年度 (目標)	2023 年度 (目標)	2024 年度 (目標)
旅行消費額	百万円	180,371	248,620	260,000
延べ宿泊者数	千人	5,769	8,061	7,830
来訪者満足度	%	90.0	90.0	90.0
リピーター率	%	76.0	76.0	76.0
外国人延べ宿泊者数	千人	72	1,002	1,870
会員数	人	234	234	234
旅行商品販売	千円	935	1,013	1,084
物品販売	千円	4,947	6,777	6,913

※会員数

休会を除く正会員数

※旅行商品販売、物品販売

販売額(利益額ではない売上額)