

リーディングプロジェクト(重点戦略) ②

本市の観光をとりまく状況や特性を踏まえ、関連性の高い基本施策を複合的に組み合わせて、新たな誘客や他の事業への波及、観光を支える人材の育成など相乗効果をねらうものであり、本プランの先導的な役割を担う取組です。

コロナ禍により多大な影響を受けた本市観光の再生 (REBORN) に向け、思わず“Oh!”と言いたくなるような、次の4つのプロジェクトを設定し、重点的に実施します。

キーワードは

「Oita 観光 リボーン REB Oh RN」

リーディング
プロジェクト

01 > 食の魅力を REB Oh RN する

食を活かした観光イメージの構築や食コンテンツ開発を推進します！
～食を通じた誘客促進プロジェクト～

本市の食を楽しむことが旅の目的として旅行者に意識してもらえるよう、市内・県内の豊かな食を楽しめる「食の大分市」というブランドイメージづくりやその浸透を図ります。また、様々な事業者と幅広く連携するなか、本市の食を堪能できる魅力的なコンテンツづくりなどに取り組むことで、ブランドマネジメントに基づく本市への誘客と観光消費の拡大を図ります。

リーディング
プロジェクト

02 > 西部海岸地区を REB Oh RN する

西部海岸地区の魅力増進による誘客と市内全域への周遊を促進します！
～西部海岸地区の魅力創造プロジェクト～

2023（令和5）年に開園 70 周年を迎える高崎山自然動物園や、水族館「うみたまご」、田ノ浦ビーチ、かんたん港園などの観光資源を有する西部海岸地区では、2023（令和5）年度にホーバークラフト就航、2024（令和6）年に憩い・交流拠点施設の供用開始が予定されています。こうした観光施設の魅力増進と連携により、同地区への誘客促進を図るとともに、本市観光の新たな玄関口として市内中心部及び市内各地の観光スポットへの周遊促進につなげていきます。

リーディング
プロジェクト

03 > ビジネス観光・ひとり旅を REB Oh RN する

ビジネス客・ひとり旅の滞在時間延長につながる着地型観光を推進します！
～ビジネス客・ひとり旅の滞在時間拡大プロジェクト～

ビジネス客やひとり旅の滞在時間延長に向け、新たな旅のスタイルとなるワーケーション・プレジャーの利用促進や着地型観光の充実、スポーツ大会・宿舎を含むMICEの誘致に取り組むとともに、宿泊、飲食等の観光関連事業者との連携、役割の明確化による官民一体となった効果的な取組を通じて、観光消費拡大を図ります。

リーディング
プロジェクト

04 > インバウンド観光を REB Oh RN する

インバウンド回復を見据えた情報発信と受入環境の整備を推進します！
～インバウンド観光推進プロジェクト～

インバウンド観光の段階的な回復を見据え、案内表示等の多言語化や観光WEBサイトにアクセスしやすい公衆無線LANの充実など受入環境の整備に取り組みます。また、本市の魅力を活かした訪日外国人向けの観光コンテンツを国や県などと連携してプロモーションすることで、さらなる誘客促進につなげていきます。

第2次 大分市観光戦略プラン

SECOND OITA CITY TOURISM STRATEGIC PLAN

概要版

計画の位置づけ

本プランは、市政運営の最上位計画である「大分市総合計画(おおいた創造ビジョン2024 第2次基本計画)」に基づき、本市の魅力ある観光の振興を具現化するために策定するものです。

基本理念

本市が有する観光資源の磨き上げや新たな資源の発掘を行うことでブランド力の向上に努めるとともに、本市を訪れる人が「また来たい」と感じてくれるような「おもてなしのまちづくり」に取り組みます。

県下の市町村や九州各都市等との広域的な連携を強めるとともに本市を応援してくれる個人・団体・事業者・関係機関と協力し効果的な情報発信や誘客を国内はもとより、海外にも積極的に展開することで、国内外での大分市の知名度を高め、交流人口の増加を目指します。

計画の期間

本プランの期間は、2022（令和4）年度から 2026（令和8）年度までとします。

数値目標

観光入込客数

実績：2019年 4,227千人
目標：2026年 5,000千人

773千人
UP

観光宿泊客数

実績：2019年 1,016千人
目標：2026年 1,070千人

54千人
UP

外国人観光宿泊客数

実績：2019年 85千人
目標：2026年 90千人

5千人
UP

来訪者満足度

実績：2021年 73%
目標：2026年 85%

12ポイント
UP

※満足度は、WEBアンケート調査において、本市での観光に対して「満足」・「やや満足」と回答した人数の割合を指します。

■ 年次別の目標値

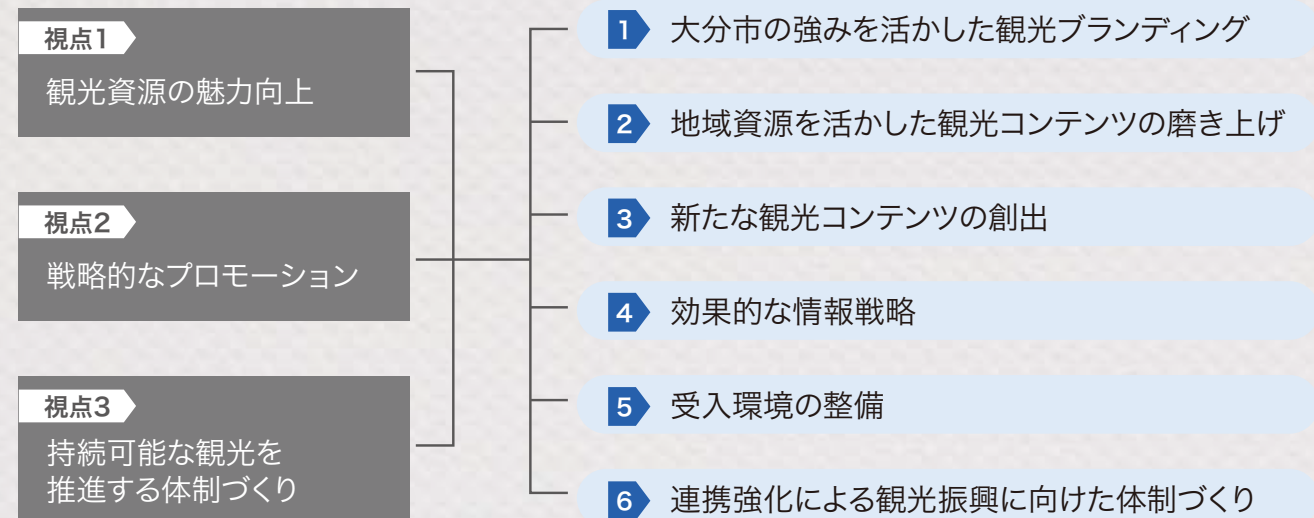
	2019年 (令和元年)	2020年 (令和2年)	2024年 (令和6年)	2025年 (令和7年)	2026年 (令和8年)
観光入込客数	4,227,291	2,695,681	4,880,000	4,940,000	5,000,000
観光宿泊客数	1,016,190	640,061	1,050,000	1,060,000	1,070,000
外国人観光宿泊客数	85,793	9,047	82,000	86,000	90,000

※新型コロナウイルス感染症の拡大により、2020(令和2)年の旅行者数が激減していることから、2019(令和元)年の数値を実績値としています。

6つの基本方針と基本施策

本市の観光を取り巻く状況を踏まえ、基本理念及び3つの視点に基づき、本市が今後5年間に取り組むべき観光戦略として、6つの基本方針を掲げるとともに、各基本方針ごとに具体的な取組として基本施策を設定します。

3つの視点



基本方針 1 大分市の強みを活かした観光ブランディング

「おんせん県おおいた」の県都として、本市独自の「食」や「温泉」などの魅力を伝える顔づくりや、本市の強みである「都市型観光」の魅力発信に取り組み、目的地として来訪してもらえるよう施策を実施していきます。

- 基本施策1: 「食」を軸とした「旅の目的地」化に向けたブランディング
- 基本施策2: 高崎山自然動物園の特性を活かしたブランディング
- 基本施策3: テーマに応じた観光資源のプロモーション



基本方針 2 地域資源を活かした観光コンテンツの磨き上げ

本市が保有する豊富な地域資源の魅力を活かしながら、旅行者のニーズを捉えた観光コンテンツとしてしっかり磨き上げるにより、本市への誘客を図り、観光消費の喚起や旅行者の満足度向上につなげていきます。

- 基本施策1: 食を活かす
- 基本施策2: 高崎山エリアの魅力を活かす
- 基本施策3: 歴史を活かす
- 基本施策4: 文化・芸術を活かす
- 基本施策5: 自然・景観・温泉を活かす
- 基本施策6: 産業を活かす
- 基本施策7: スポーツを活かす
- 基本施策8: まつり・イベントを活かす



基本方針 3 新たな観光コンテンツの創出

新たな拠点施設や最先端の科学技術などを新たな観光資源として効果的に活用し、旅行者ニーズの変化も踏まえた魅力的なコンテンツとして提供することで、誘客促進につなげていきます。

- 基本施策1: 科学技術や新たなモビリティを活用した観光コンテンツの創造
- 基本施策2: 旅行ニーズの変化に対応した観光資源の開発
- 基本施策3: 新たな観光交流の拠点整備と活用



基本方針 4 効果的な情報戦略

国内外の旅行者に対して、「居住地」「属性」「嗜好」などのターゲットごとに、観光コンテンツなどの「適切な情報」を、「最適な媒体」を活用し、「効果的なタイミング」で発信していくことが求められています。

また、本市を訪問した旅行者の消費喚起や満足度向上を図るため、大分市観光協会などによる着地型観光情報（旅先で入手できる観光情報）の提供体制についてさらなる充実を図る必要があります。

- 基本施策1: 国内誘客に向けたターゲット戦略
- 基本施策2: ビジネス客やMICE来訪者の獲得に向けた情報戦略
- 基本施策3: インバウンド観光の回復を見据えた情報戦略
- 基本施策4: デジタル技術を効果的に活用した情報発信



基本方針 5 受入環境の整備

旅行者の周遊や滞在時間の延長を促すため、目的地まで円滑にストレスなく移動できるよう交通ネットワークや案内表示などの基盤を整備するとともに、宿泊施設や飲食店、観光施設など旅行者の滞在拠点となる場所での情報提供や障がいの有無や国籍等に関わらず、誰もが快適に過ごすことができる環境を整備していきます。

- 基本施策1: バリアフリー、多言語対応など誰もがストレスなく観光できる環境づくり
- 基本施策2: 「衛生的で安全・安心」な環境づくり



基本方針 6 連携強化による観光振興に向けた体制づくり

「持続可能な観光」の実現に向け、国や大分県、他の自治体や関係機関はもとより、観光関連事業者や各種団体、市民や地域団体などあらゆる関係者との連携を推進し、社会情勢の変化に適切に対応しながら、観光戦略を推進していきます。

- 基本施策1: 国・県・他の自治体等との連携
- 基本施策2: 市民・地域・団体等との連携
- 基本施策3: 観光関連事業者との連携
- 基本施策4: 観光協会の機能強化

