

第2次 大分市

SECOND OITA CITY TOURISM STRATEGIC PLAN

観光戦略プラン



Here!



TAKAMON



はじめに

本格的な人口減少社会を迎えるなか、国は、裾野が広く、大きな経済波及効果を有する観光を、わが国の成長戦略の柱、地方創生の切り札と位置づけ、基幹産業へと成長させていくため、官民一体となった取組を進めております。

また、新型コロナウイルスの感染拡大は、観光関連産業に深刻な影響を与え、旅行者の意識や旅行ニーズにも大きな変化をもたらしています。さらに、スマートフォンやSNSの普及により旅行者の動向が従来とは大きく様変わりしているほか、SDGsの達成に向けて地域と一体となった持続可能な観光地づくりが求められているなど、観光を取り巻く環境は大きく変化しています。

こうした状況を踏まえ、コロナ禍から本市の観光を力強く回復させるとともに、刻々と変化する社会情勢に対応し、時代のニーズに即した施策の展開を図るため、このたび「第2次大分市観光戦略プラン」を策定いたしました。本プランでは、本市を代表する観光施設である高崎山自然動物園や、特色ある食、温泉、歴史、文化など「大分らしさ」を活かした6つの基本方針と、これに紐づく24の基本施策を掲げております。また、コロナ禍により大きな影響を受けた本市観光の再生に向けて「Oita 観光 REBORN」をキーワードとする4つのリーディングプロジェクトを設定し、重点的に実施することとしております。

今後は本プランに基づき、新たな時代を見据えた持続可能な観光振興を図り、にぎわいと活力あふれる豊かなまちづくりの実現をめざしてまいります。

結びに、本プランの策定にあたり、熱心にご議論を重ねていただきました第2次大分市観光戦略プラン策定委員会の委員の皆様をはじめ、貴重なご意見、ご提言をお寄せいただきました市民の皆様に心から感謝申し上げます。

2022(令和4)年3月

大分市長 佐藤 樹一郎

CONTENTS

第1章

第2次大分市観光戦略プラン策定の意義 1

- 1. プラン策定の趣旨 1
- 2. プランの位置づけ 2
- 3. プランの期間 2

第2章

大分市の観光を取り巻く状況 3

- 1. 国の現状と観光振興の取組 3
- 2. 大分県の現状と観光振興の取組 7
- 3. 大分市の観光の現状 10
- 4. 第1次大分市観光戦略プランの成果と課題 12
- 5. WEBアンケート調査結果から見る大分市の観光の現状と課題 13

第3章

これからの観光戦略 20

- 1. 基本理念と3つの視点 20
- 2. プラン策定にあたっての基本的な考え方 21
- 3. 6つの基本方針と基本施策 24
 - 基本方針1「大分市の強みを活かした観光プランディング」 26
 - 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」 29
 - 基本方針3「新たな観光コンテンツの創出」 37
 - 基本方針4「効果的な情報戦略」 40
 - 基本方針5「受入環境の整備」 44
 - 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」 46
- 4. リーディングプロジェクト(重点戦略) 49
 - ①食の魅力をREBORNする 50
 - ②西部海岸地区をREBORNする 52
 - ③ビジネス観光・ひとり旅をREBORNする 54
 - ④インバウンド観光をREBORNする 56
- 5. プランの目標(数値目標) 58
- 6. プランの進捗管理 58

用語集

..... 59

資料編

..... 64

第2次大分市観光戦略プラン策定経過 64

第2次大分市観光戦略プラン策定経過委員会委員名簿 65

第2次大分市観光戦略プラン策定経過委員会設置要綱 66



1. プラン策定の趣旨

少子高齢化による本格的な人口減少社会を迎えるなか、将来にわたる持続的な成長と発展を実現するためには、幅広く消費と雇用を生み出し、経済波及効果が大きい産業である観光産業の振興に取り組んでいくことが重要です。

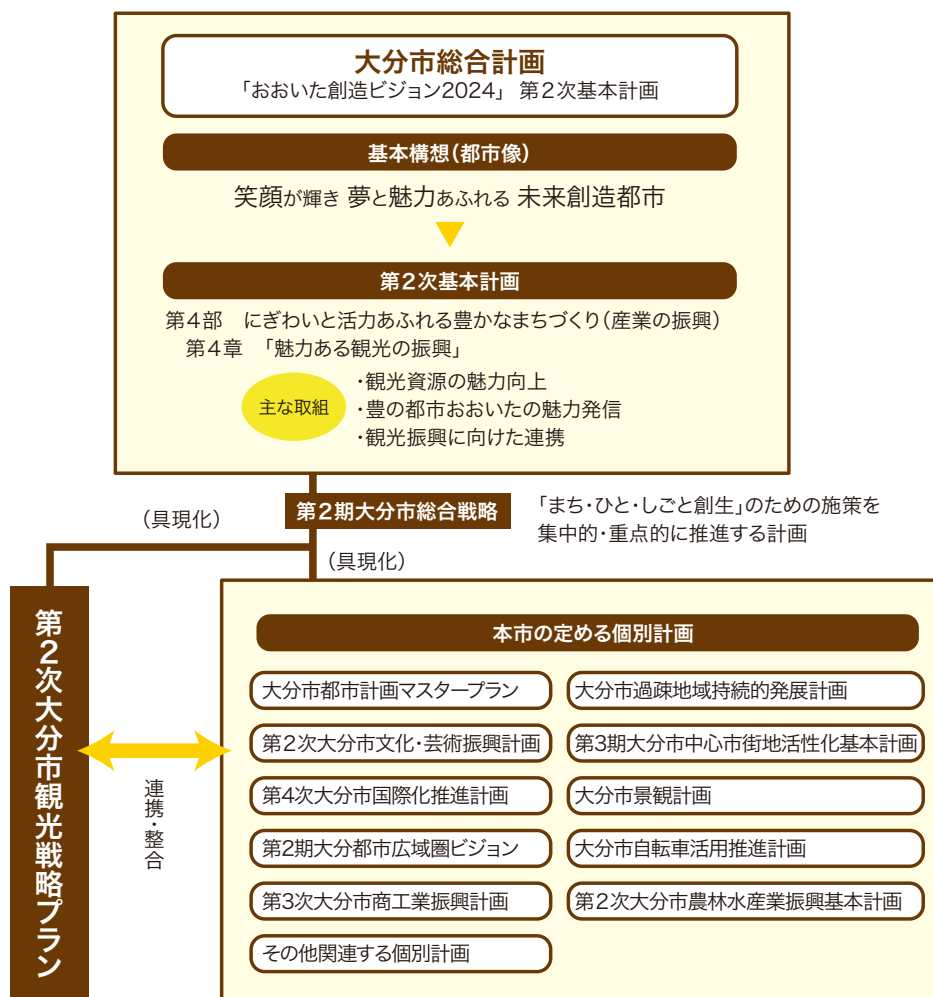
本市では、2007(平成19)年に「大分市観光振興計画」を、2017(平成29)年にその後継として「大分市観光戦略プラン」を策定し、魅力ある観光資源を最大限に活用しながら、本市の観光振興を計画的に推進してきました。

一方で、2020(令和2)年以降の新型コロナウイルス感染症の世界的な流行の影響を受け、海外からの入国制限措置や、旅行控え・外出自粛の影響等により国内外の観光需要が大きく減少しています。市内の旅行業、宿泊業、飲食業、物品販売業などの観光関連産業にも深刻な影響を及ぼしています。また、Withコロナ時代における、安全・安心意識の高まりや、SDGsに対する社会的な関心の高まり、情報通信技術の革新的発達によるサービスの質的転換など、近年の観光を取り巻く環境は大きく変化をしています。

第2次大分市観光戦略プラン(以下「本プラン」という。)は、こうした状況を踏まえ、中長期的な視点に立ち、本市の観光を総合的かつ体系的に推進していくため、戦略的かつ実効性のあるプランとして策定するものです。

2. プランの位置づけ

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の基本的な方針を定めるものです。



3. プランの期間

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。

2022(令和4)年度から2026(令和8)年度までの観光に関する主要な出来事

2022(R4)年度	2023(R5)年度	2024(R6)年度	2025(R7)年度	2026(R8)年度
高崎山自然動物園 開園70周年	本プランの対象となる5カ年			
東アジア文化都市 2022大分県				
大分空港の宇宙港化	ホーバークラフト就航	憩い・交流拠点施設 供用開始	大阪・関西万博	

1. 国の現状と観光振興の取組

国は、2016(平成28)年3月に「明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたい日本へー」を策定し、観光を「地方創生の切り札」「成長戦略の柱」と位置づけています。ビジョンでは、2030(令和12)年までに訪日外国人旅行者数を6千万人、訪日外国人旅行消費額を15兆円、日本人国内旅行消費額22兆円を目標に掲げて、国を挙げて「観光先進国」の実現に向けた各種施策を展開してきました。

こうしたなか、新型コロナウイルス感染症の拡大・長期化により、国内外の観光需要が大きく減少し、国内の観光関連産業に深刻な影響が生じることとなりました。国は、国内の観光需要の回復と観光関連の体質強化を図るため、2020(令和2)年7月に「観光ビジョン実現プログラム2020ー世界が訪れたい日本を目指してー」を策定し、(1)観光関連産業の雇用の維持と事業の継続、(2)反転攻勢に転じるための基盤の整備、(3)国内旅行の需要喚起、(4)インバウンドの回復、の4つのプログラムを、政府、民間、地域が一体となって着実に実行することで、観光立国の実現を図ることとしています。

「観光ビジョン実現プログラム2020ー世界が訪れたい日本を目指してー」

(1) 観光関連産業の雇用の維持と事業の継続

宿泊施設等の観光インフラが損なわれることがないよう、雇用の維持と事業の継続の支援策を最優先に取り組みます。

(2) 反転攻勢に転じるための基盤の整備

内外の観光客を呼び込む意欲のある中核的な宿泊施設を中心に、施設の改修や経営内容の見直しを促すとともに、多様な資金の確保のために必要な措置を講じるなど、反転攻勢に転じるための基盤の整備を行います。

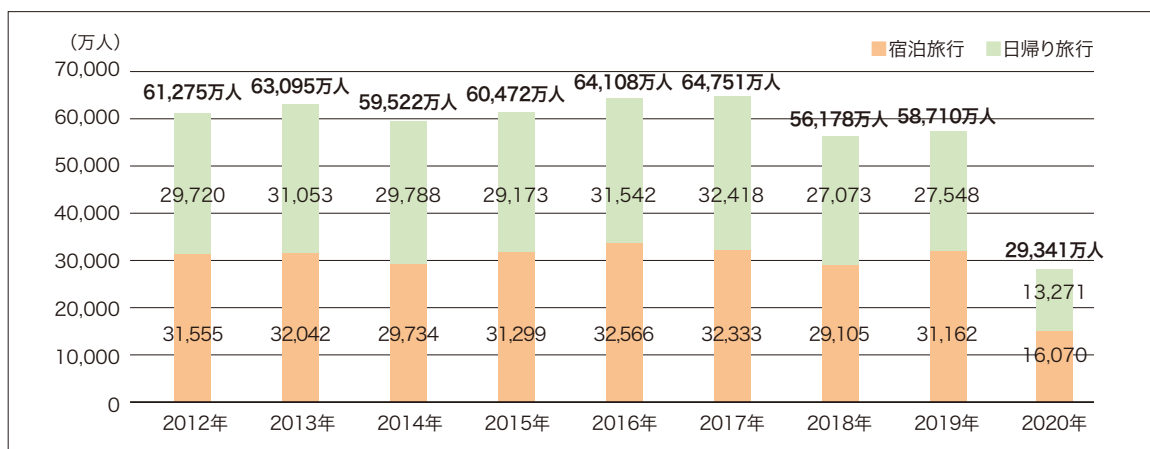
(3) 国内旅行の需要喚起

感染の状況等を見極めつつ、観光需要の強力な喚起と需要の平準化を進め、国内観光の回復を図ります。これを契機に、ワーケーションの活用など働き方改革とも合致した、新しい旅行スタイルを普及させます。

(4) インバウンドの回復

国・地域ごとの感染収束を見極め、誘客可能となった国等からインバウンドの回復を図ることで、再び観光を成長軌道に乗せ、観光で日本の津々浦々が活性化するような観光立国を目指します。

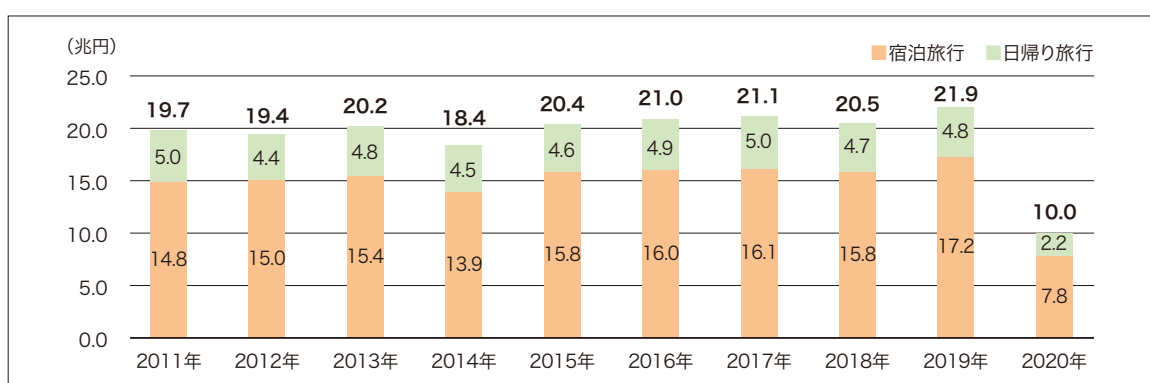
(1) 日本人国内延べ旅行者数の推移



資料:観光庁「旅行・観光消費動向調査」

- ☑ 日本人の国内延べ旅行者数は、近年60,000万人前後で推移していましたが、2020（令和2）年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、宿泊旅行、日帰り旅行ともに大きく減少し、前年比50%減となりました。

(2) 日本人国内旅行者消費額の推移



資料:観光庁「旅行・観光消費動向調査」

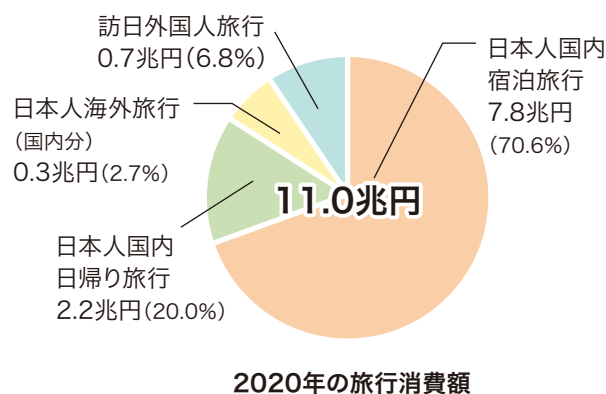
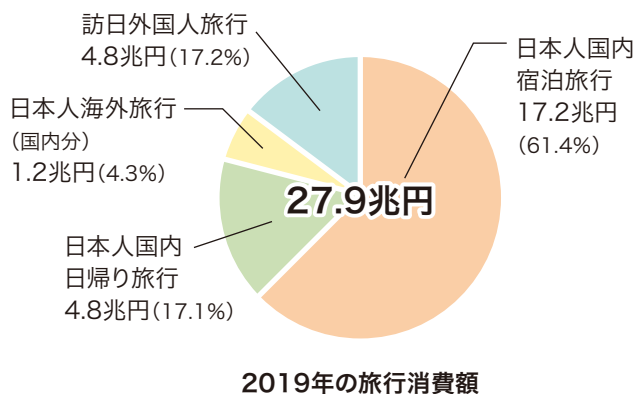
日本人国内旅行消費額及び前年比(確報値)

単位:億円

国内旅行全体	うち宿泊旅行		うち日帰り旅行	
	旅行消費額	前年比	旅行消費額	前年比
2011年	197,369	-3.4%	147,841	-3.8%
2012年	194,208	-1.6%	149,710	+1.3%
2013年	201,871	+3.9%	154,101	+2.9%
2014年	184,204	-8.8%	138,909	-9.9%
2015年	204,090	+10.8%	158,120	+13.8%
2016年	209,547	+2.7%	160,335	+1.4%
2017年	211,130	+0.8%	160,798	+0.3%
2018年	204,834	-3.0%	158,040	-1.7%
2019年	219,312	+7.1%	171,560	+8.6%
2020年	99,738	-54.5%	77,723	-54.7%

- ☑ 国内宿泊旅行は2011（平成23）年に14.8兆円でした。2019（令和元）年に17.2兆円に成長しました。
- ☑ 2020（令和2）年は新型コロナウイルスの感染症拡大の影響により、前年比54.5%減の10兆円でした。

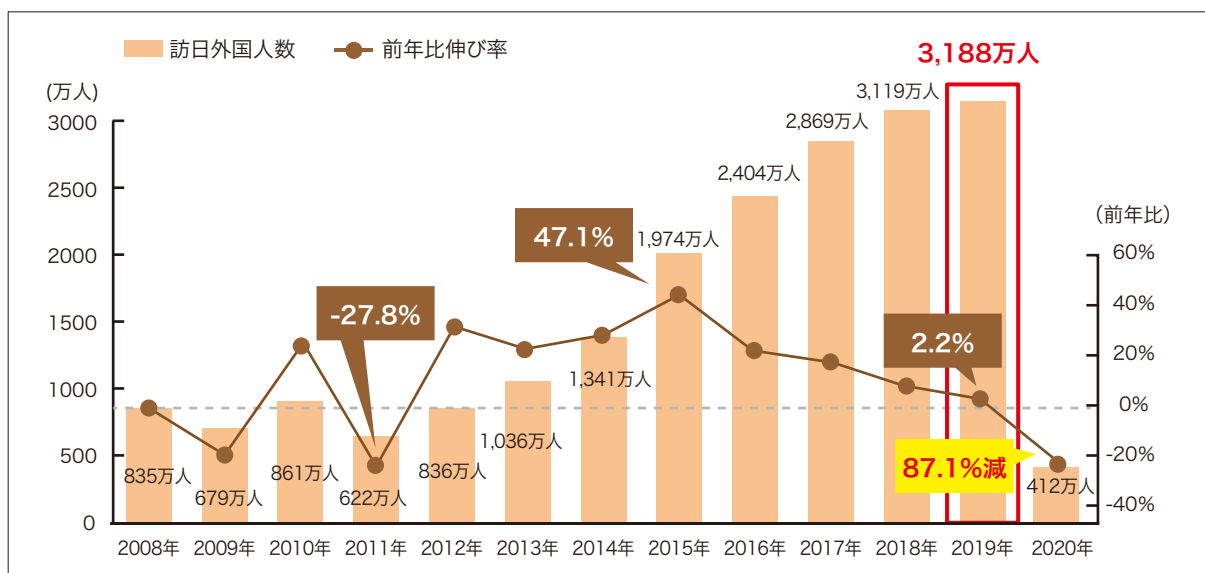
(3) 日本国内における旅行消費額から見た新型コロナウイルス感染症の影響



資料：観光庁 国内旅行消費額の内訳

- ☑ 日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、前年比60.6%減の11兆円でした。
- ☑ 日本人海外旅行者（国内分）による消費額は75.0%減少（1.2兆円が0.3兆円へ）しました。
- ☑ 訪日外国人旅行者による消費額は85.4%減少（4.8兆円が0.7兆円へ）しました。

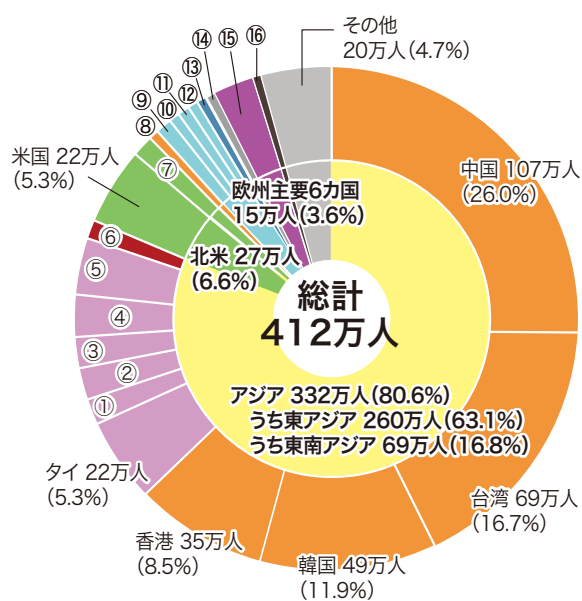
(4) 訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局

- ☑ 2019（令和元）年に3,188万人を記録し、7年連続で過去最高を更新しました。
- ☑ 2018（平成30）年から2019（令和元）年にかけての伸び率は2.2%（70万人増加）と微増でした。
- ☑ 2020（令和2）年は、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴い、各国・地域において水際対策等が強化された影響等により、前年比87.1%減の412万人でした。

訪日外国人旅行者数の内訳（2020（令和2）年）

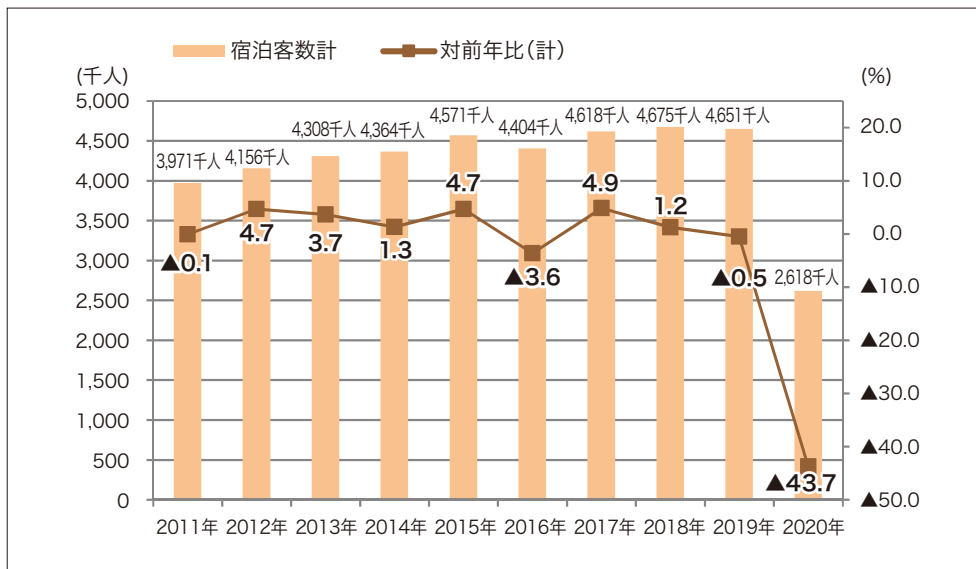


- ①シンガポール 6万人(1.5%)
- ②マレーシア 8万人(1.9%)
- ③インドネシア 8万人(1.9%)
- ④フィリピン 11万人(2.7%)
- ⑤ベトナム 15万人(3.6%)
- ⑥インド 3万人(0.7%)
- ⑦カナダ 5万人(1.2%)
- ⑧メキシコ 1万人(0.2%)
- ⑨英国 5万人(1.2%)
- ⑩フランス 4万人(1.0%)
- ⑪ドイツ 3万人(0.7%)
- ⑫イタリア 1万人(0.2%)
- ⑬スペイン 1万人(0.2%)
- ⑭ロシア 2万人(0.5%)
- ⑮オーストラリア 14万人(3.4%)
- ⑯中東 1万人(0.2%)

資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

2. 大分県の現状と観光振興の取組

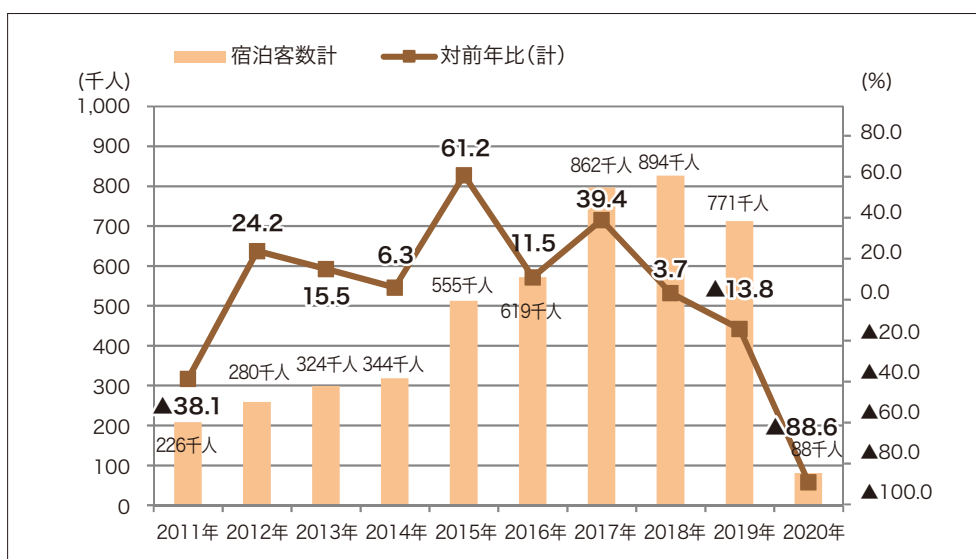
(1) 大分県内の宿泊客数の推移



資料：大分県観光統計調査

- ☑ 2020（令和2）年の県内宿泊客数は、日本人宿泊客が対前年比34.8%減、外国人宿泊客は88.6%減となり、全体では対前年比43.7%減となりました。

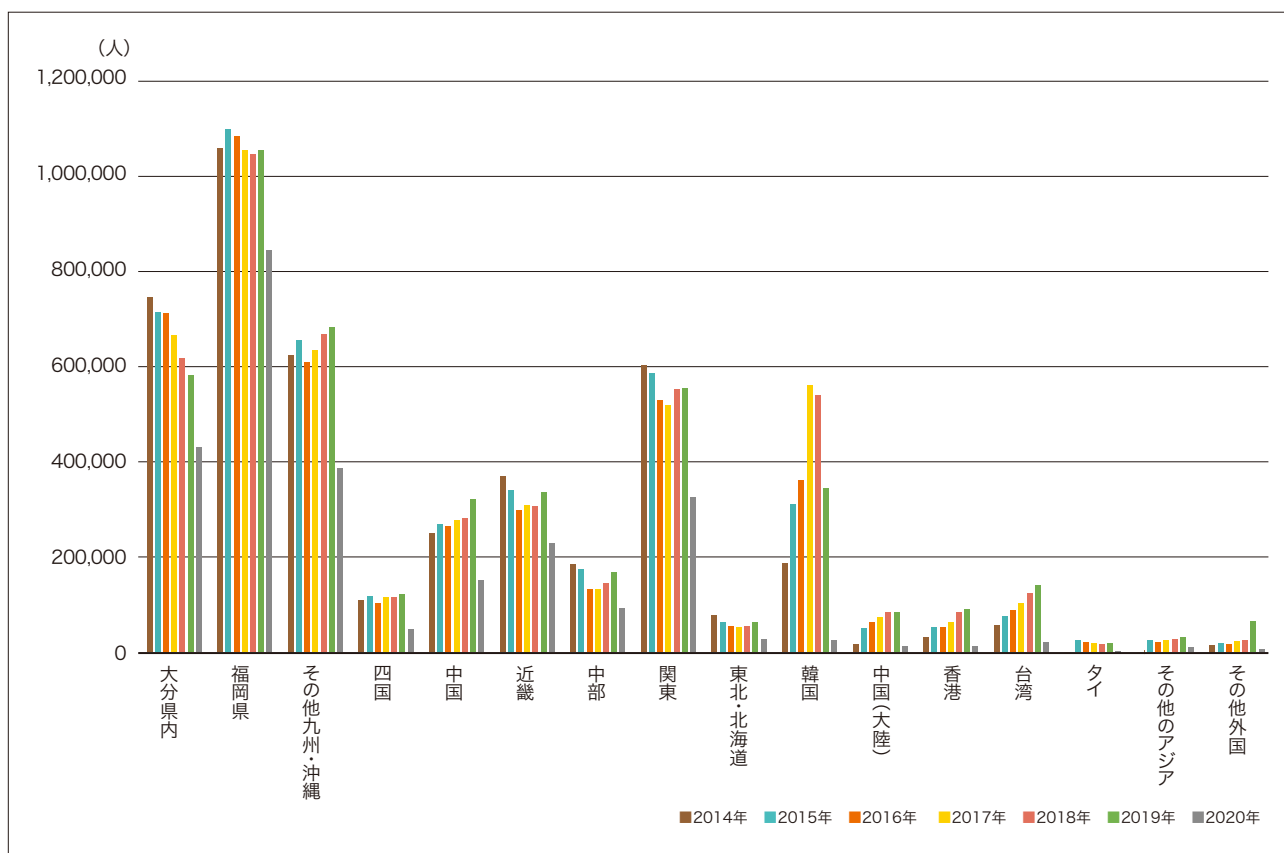
(2) 外国人宿泊客数の推移



資料：大分県観光統計調査

- ☑ 外国人宿泊客数は、2019（令和元）年からの韓国からの宿泊客の減少に加え感染症対策に伴う入国規制により減少傾向。2020（令和2）年は対前年比で88.6%の減となりました。

(3) 発地別の宿泊客数の推移



資料：大分県観光統計調査

- ☑ 2014（平成26）年時点で745,891泊あった大分県内からの宿泊者数は年々減少を続け、2019（令和元）年には581,997泊と163,894泊減少しています。
- ☑ 2014（平成26）年時点で357,721人泊であった中国・四国エリアからの宿泊者数は2019（令和元）年には441,899人泊と増加しています。
- ☑ 近畿、中部、関東エリアからの宿泊客数は、いずれも2014（平成26）年から2019（令和元）年にかけてそれぞれ微減傾向にあります。
- ☑ 大分県の外国人宿泊客の8割を占める韓国の実績を見ると、2014（平成26）年時点185,882人泊の実績から2018（平成30）年には539,060人泊と大幅に増加していますが2019（令和元）年には344,269人泊と減少に転じています。
- ☑ 今後の伸びが期待される、中国（大陸）、香港、台湾については、2014（平成26）年時点から大きく増加しています。

(4) 大分県の取組／「大分県長期総合計画 安心・活力・発展プラン2015(2020改訂版)より」

①国内誘客の推進と海外誘客(インバウンド)の加速

- * 圏域ごとのニーズに応じた国内誘客
- * 国・地域ごとにターゲットを絞った海外誘客
- * 団体旅行など様々な旅行形態に対応した誘客
- * 広域連携による観光の推進
- * ツーリズムおおいたのDMO機能の強化と地域観光協会等の活性化

②おんせん県おおいたの地域磨きと観光産業の経営力強化

- * 観光産業の経営力強化
- * おんせん県ならではの素材磨きと観光消費の拡大
- * 観光産業を担う人材の確保・育成とネットワークづくり
- * 安全・安心で快適な受入態勢の整備
- * 景観の保全・再生とツーリズム基盤の整備

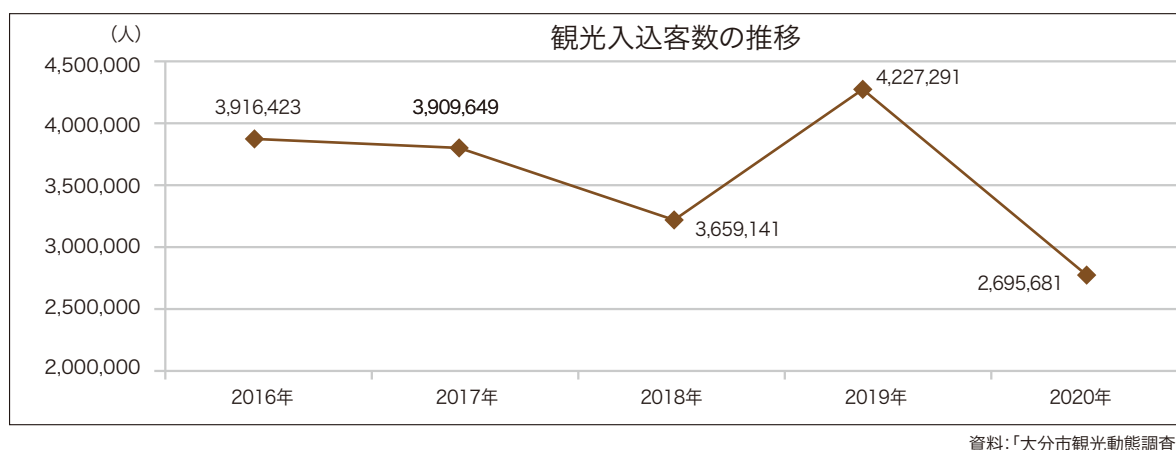
指 標 名	年度	基準値	2018(H30)年度		2024(R6)年度
			目標値	実績値	目標値
観光入込客数(千人)	2013 (H25)	17,563	20,150	19,714	20,950
観光消費額(億円)	2013 (H25)	2,072	2,357	2,252	2,600
県内宿泊客数(千人)	2014 (H26)	6,101	7,050	7,774	7,830
外国人宿泊客数(千人)	2014 (H26)	400	960	1,442	1,870

3. 大分市の観光の現状

前計画の「大分市観光戦略プラン」では、「観光入込客数」「観光宿泊客数」「外国人観光宿泊客数」「来訪者満足度」について目標値を掲げ、観光振興を推進してきました。その結果、統計データでみる観光の現状は、以下のとおりです。

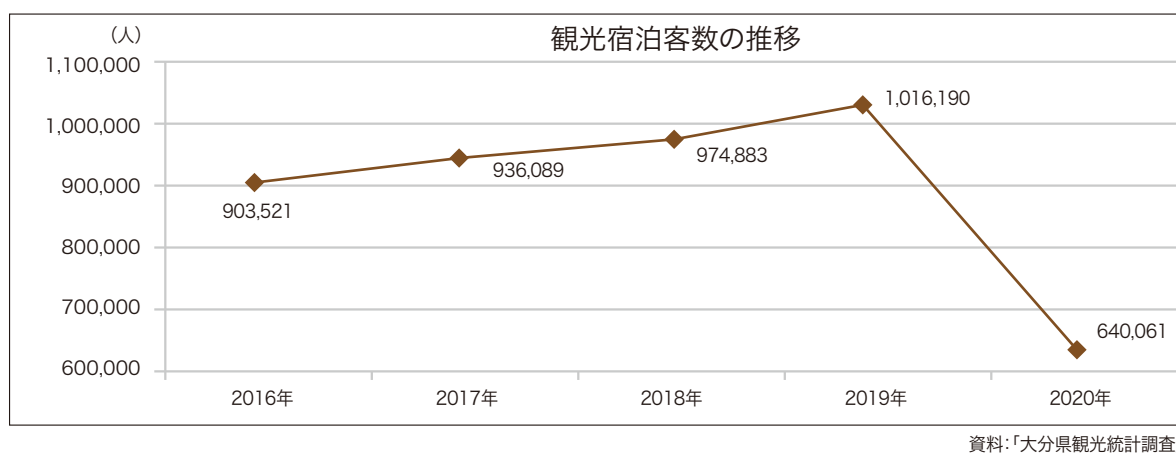
(1) 観光入込客数の推移

2019（令和元）年までの数年間は概ね4,000千人程度で推移していましたが、2020（令和2）年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により大幅に減少し、約2,695千人となりました。



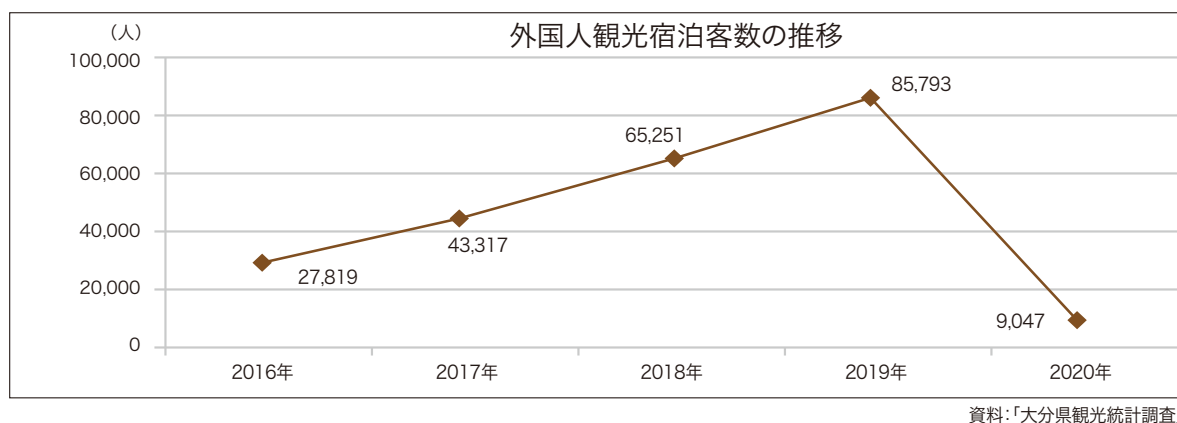
(2) 観光宿泊客数の推移

近年は、観光宿泊客数が年3～4％程度の着実な伸びを示しており、2019（令和元）年には1,000千人を超えましたが、2020（令和2）年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により大幅に減少し、約640千人となりました。



(3) 外国人観光宿泊客数の推移

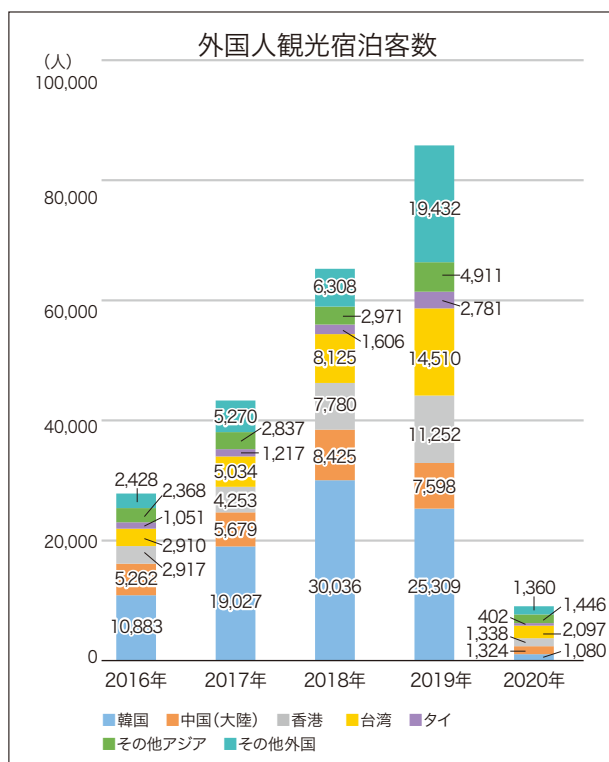
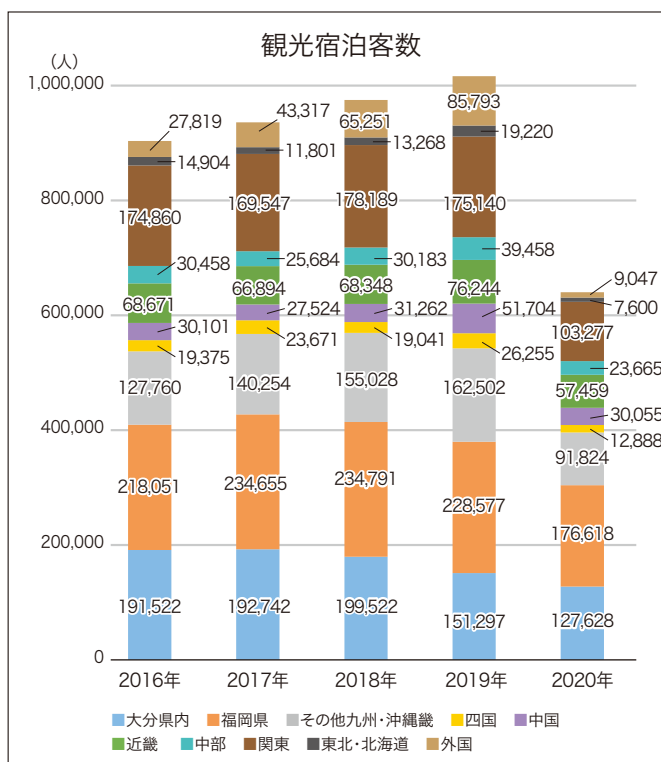
近年は、外国人観光宿泊客数が急激な伸びを示しており、2019(令和元)年にはラグビーワールドカップ2019大分開催等の効果もあり約85千人となりましたが、2020(令和2)年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により入国制限措置等が取られるなか大幅に減少し、約9千人となりました。



(4) 発地別の観光宿泊客数の推移

本市の観光宿泊客の内訳は、福岡県からが最も多く2割を超えており、大分県内やその他九州・沖縄を含めると、九州内からが半数以上を占めています。また、外国人観光宿泊客の割合は、近年、増加傾向にあり、最も割合が高くなった2019(令和元)年では、約8%でした。

外国人観光宿泊客の内訳を国・地域別でみると、韓国からが最も多く、次いで台湾、中国(大陸)であり、アジアからが約8割を占めています。



資料:「大分県観光統計調査」

4. 第1次大分市観光戦略プランの成果と課題

主な成果	主な課題
＊2018(平成30)年の「国民文化祭／全国障害者芸術・文化祭」や、2019(令和元)年の「ラグビーワールドカップ2019™日本大会」などの大型イベント開催時に本市を訪れた国内外の観光客に対して、県や事業者・団体、市民と一体となったおもてなしを行いました。 ＊大型イベント開催を契機として、まちなかや観光施設等におけるバリアフリー化の推進、公衆無線LAN環境の拡充、多言語対応の充実など観光客の受入態勢の整備が図られました。 ＊大分県や近隣自治体等と連携を図りながら、海外旅行商談会への参加やインフルエンサーを活用した情報発信等により、訪日外国人旅行者の積極的な誘致に取り組みました。 ＊首都圏や関西圏での観光物産展等を通じて本市の食のPRを行うとともに、「豊後料理」や「大分市認証加工品『Oita Birth』」など食の魅力づくりに取り組みました。 ＊南蛮BVNGO交流館(2018(平成30)年)や大友氏館跡庭園(2020(令和2)年)の整備を行うとともに、宗麟公まつり等のイベントを継続的に開催することで、大友氏の魅力発信を行った。また、府内城跡で仮想天守イルミネーションを実施するなど、歴史資源の観光活用を図りました。 ＊地域の魅力再発見や観光客の周遊促進、滞在時間の延長を目的として「大分まちあるきガイドブック」や「大分の湯めぐりガイドブック」などの観光パンフレットを発行しました。 ＊2019(令和元)年に完成した「ななせダム」を中心に、「道の駅のつはる」や「のつはる天空広場」などを整備し、野津原地域における地域資源の魅力向上が図られました。これら地域資源を活用し、インフラツーリズムの推進、文化・交流イベントの開催などの地域活性化に向けた取組を行いました。	＊高崎山自然動物園については、おさる館の活用や水族館「うみたまご」との連携強化によるイベントの充実など、入園者の滞在時間延長に向けた取組が必要です。また、本市を代表する観光地として、高崎山エリアの多面的な魅力向上を図る取組が必要です。 ＊「大分ふぐ」や「りゅうきゅう」等の多様な「食」の効果的なPRやブランド力を向上させる取組が必要です。 ＊市内の温泉について、まちなかで気軽に楽しめる点や非火山性で有機物を多く含む泉質など、近隣自治体の温泉とは異なる「大分市らしい」特徴の効果的な情報発信が必要です。 ＊コロナ禍収束後を見据え、訪日外国人旅行者がストレスなく快適に、かつ安全・安心に観光できる受入環境整備が必要です。また、国や地域に応じて、異なる観光ニーズや嗜好性に合わせた情報発信を行う必要があります。 ＊経済波及効果が期待できるMICEの誘致やワーケーション・プレジャーなどビジネス観光の需要創出に向けた取組が必要です。 ＊新型コロナウイルス感染症等による旅行者のニーズの変化に対応した観光コンテンツの充実やプロモーションの実施が必要です。 ＊近隣自治体との連携強化による効果的なプロモーションや周遊促進に向けた仕組みづくりが必要です。 ＊観光関連事業者等とのさらなる連携強化や大分市観光協会の組織機能強化などによる、持続可能な観光地経営を推進する仕組みづくりが必要です。

5. WEBアンケート調査結果から見る大分市の観光の現状と課題

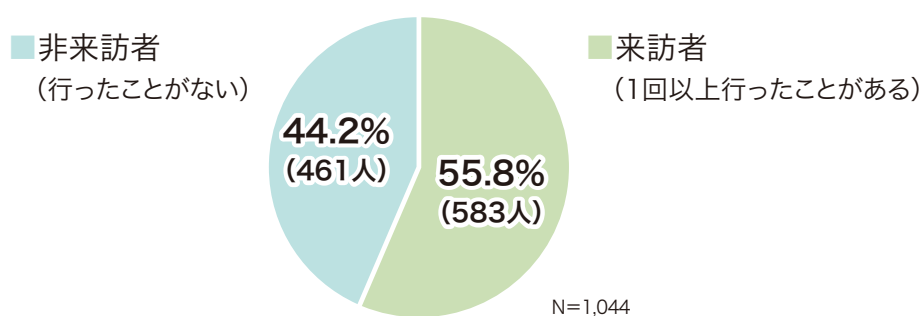
(1) 調査の概要

調査期間	2021(令和3年)年7月15日(木)～7月16日(金)	
調査方法	インターネット調査	
回収数	1,044名：マクロミル社のモニター会員10,000人をスクリーニング	
回答属性	年代	20代(24.9%)、30代(25.1%)、40代(25.1%)、50代以上(24.9%)
	性別	男性(38.6%)、女性(61.4%)
	居住地	大分県(大分市を除く)(158名)、福岡県(312名)、宮崎県(158名)、 関西圏(大阪府・兵庫県)(208名)、首都圏(一都三県※)(208名)

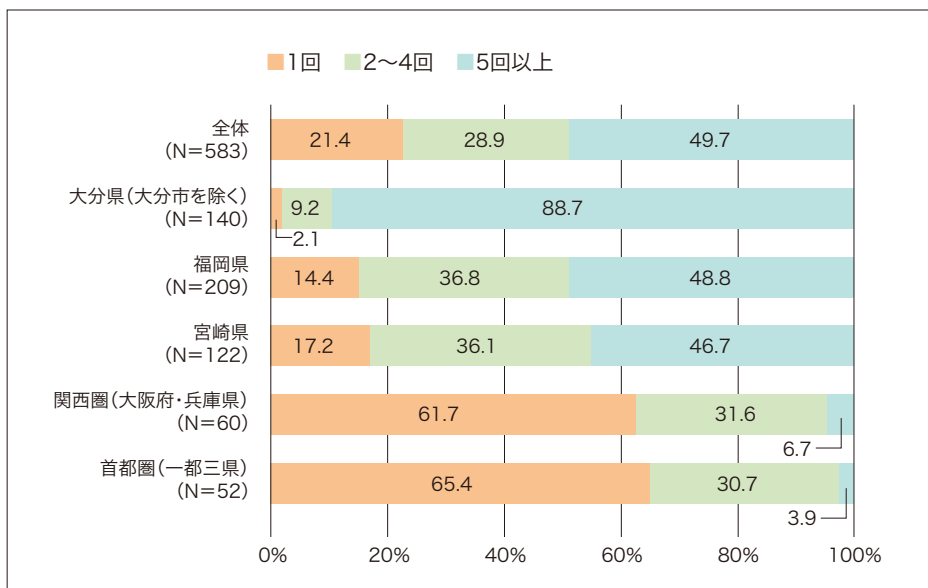
※一都三県…東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県

(2) 調査結果

■大分市への来訪経験



■大分市への来訪回数



- ・隣接県(福岡県・宮崎県)については、共にリピート率が8割以上です。来訪歴が5回以上あるリピーターも5割弱を占めています。
- ・関西圏・首都圏については、リピート率は共に3割～4割程度です。ただし、来訪歴が5回以上のリピーターは少ないです。

■大分市への来訪目的(複数回答)

(%)

大分市への来訪目的	温泉 露天風呂	地元の 美味しいもの	有名な 観光施設	買い物 ショッピング
全体 (N=583)	54.9	44.1	40.7	35.3
大分県(大分市を除く) (N=140)	31.4	37.1	47.9	80.7
福岡県 (N=209)	63.2	47.8	46.4	18.2
宮崎県 (N=122)	59.8	50.0	50.0	37.7
関西圏(大阪府・兵庫県) (N=60)	63.3	38.3	15.0	10.0
首都圏(一都三県) (N=52)	63.5	40.4	5.8	5.8

- ・大分県(大分市除く)は、「買い物・ショッピング」目的が多数となっています。「温泉」や「食」が目的の来訪者は、他の地域に比べると低いです。
- ・県外来訪者(福岡県・宮崎県・関西圏・首都圏)については、いずれも「温泉」目的が約6割、「食」目的が4割～5割程度です。
- ・隣接県(福岡県・宮崎県)は、「観光施設」を目的とする来訪者が5割程度です。また、宮崎県は「買い物・ショッピング目的」の来訪者が4割弱であり福岡県と比較して多いです。

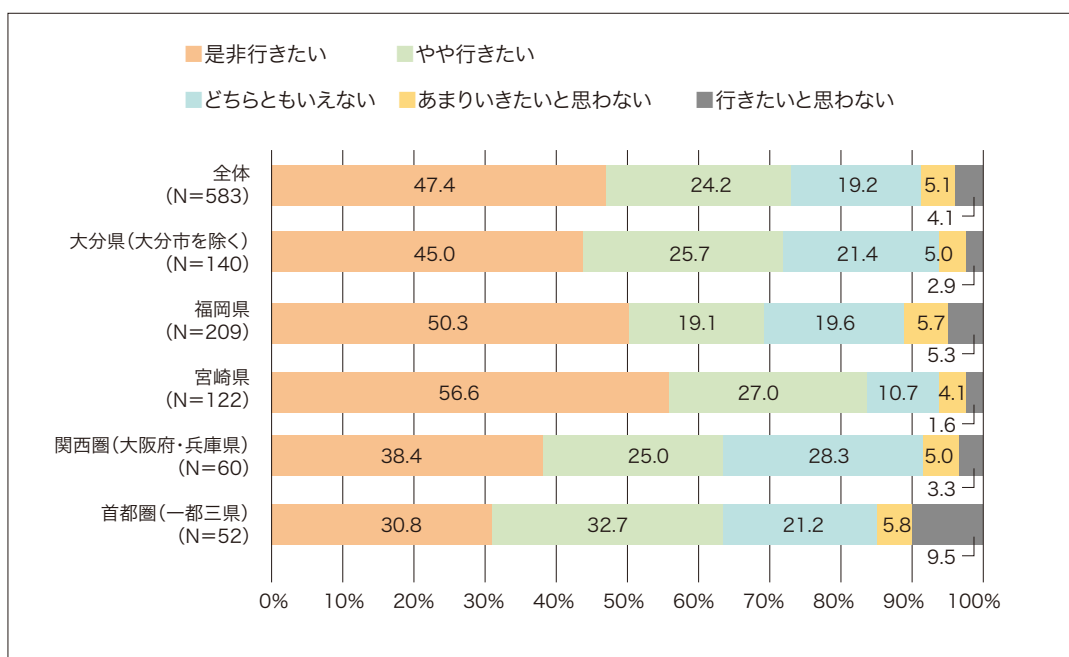
■大分市への来訪時の周遊エリア(複数回答)

(%)

来訪時の周遊エリア	別府市	由布市	臼杵市	豊後大野市	日田市	日出町
全体 (N=583)	82.8	45.8	17.3	13.0	20.1	23.5
大分県(大分市を除く) (N=140)	75.0	37.9	25.7	21.4	21.4	29.3
福岡県 (N=209)	87.6	56.0	19.6	14.8	32.1	31.1
宮崎県 (N=122)	88.5	46.7	10.7	10.7	9.8	21.3
関西圏(大阪府・兵庫県) (N=60)	75.0	40.0	5.0	1.7	11.7	5.0
首都圏(一都三県) (N=52)	80.8	30.8	15.4	1.9	1.9	3.8

- ・大分市を来訪する多くの人が別府市(約8割)、由布市(約3割～5割程度)を周遊しています。
- ・関西圏・首都圏については、別府市、由布市以外を来訪している人は少ないです。

■大分市への今後の来訪意向(再来訪)



- ・隣接県(福岡県・宮崎県)の方が、関西圏・首都圏に比べて再来訪意向が高い結果となっています。

■大分市の地域資源の認知度・興味度（来訪者と非来訪者との比較）

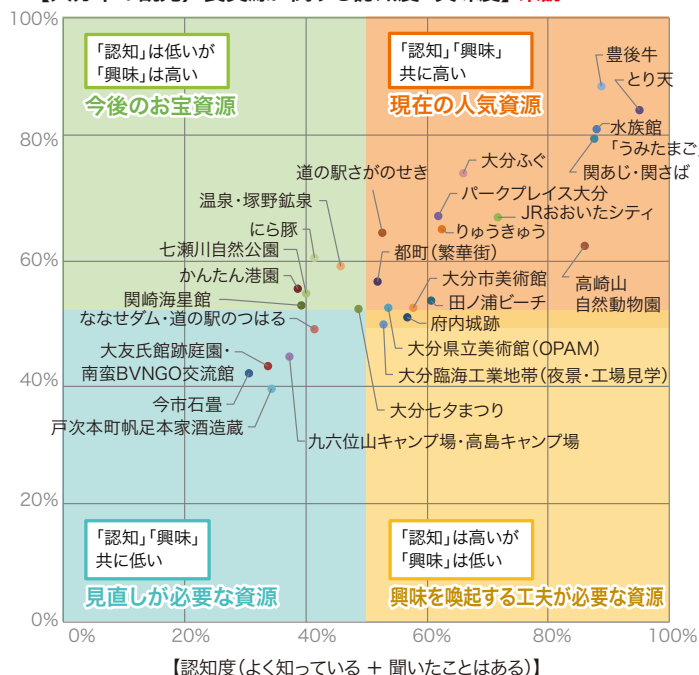
大分市の来訪経験あり

N=583 (%)

		認知度	興味度
人気資源	とり天	95.0	84.0
	豊後牛	88.9	87.8
	水族館「うみたまご」	88.0	81.0
	関あじ・関さば	87.5	79.4
	高崎山自然動物園	85.9	62.4
	JRおおいたシティ	71.7	66.9
	大分ふぐ	66.0	73.9
	りゅうぎゅう	62.4	65.0
	パークプレイス大分	61.9	37.2
	田ノ浦ビーチ	60.7	53.7
	大分市美術館	57.6	52.5
	府内城跡	56.8	50.9
	大分県立美術館 (OPAM)	53.7	52.7
	大分臨海工業地帯	53.0	49.9
	道の駅さがのせき	52.7	64.5
お宝資源	都町 (繁華街)	51.8	56.6
	にら豚	41.5	60.4
	温泉・塚野鉱泉	45.6	59.2
	かんたん港園	38.8	55.6
	七瀬川自然公園	40.1	54.7
	関崎海星館	39.3	52.8
見直し資源	大分七夕まつり	48.9	52.3
	ななせダム・道の駅のつはる	41.5	49.1
	九六位山・高島キャンプ場	37.4	44.8
	大友氏館跡庭園	33.8	43.2
	今市石畳	30.7	42.0
	戸次本町・帆足本家酒造蔵	34.3	39.6

【興味度（とても興味がある + やや興味がある）】

【大分市の観光／食資源に関する認知度×興味度】来訪



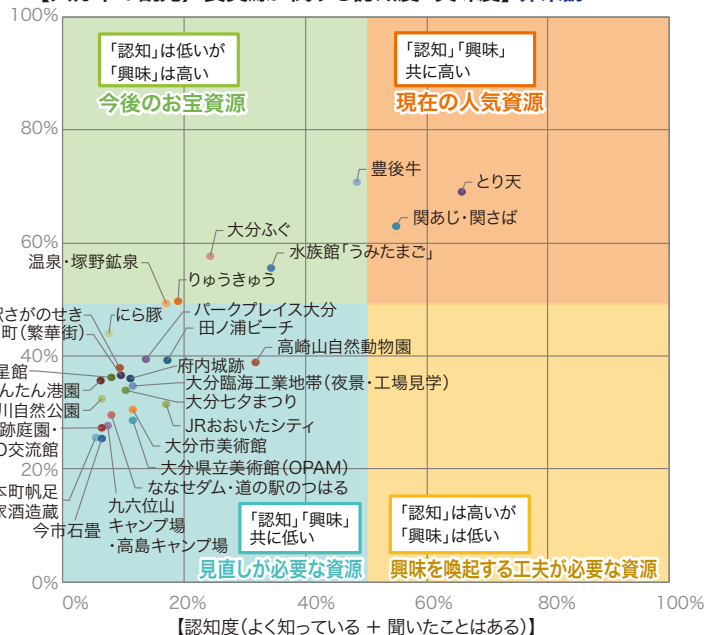
大分市の来訪経験なし

N=461 (%)

		認知度	興味度
人気資源	とり天	65.7	69.0
	関あじ・関さば	54.9	62.9
お宝資源	豊後牛	48.6	70.7
	大分ふぐ	24.3	57.7
見直し資源	水族館「うみたまご」	34.5	55.5
	りゅうぎゅう	19.1	49.7
	温泉・塚野鉱泉	17.1	49.2
	にら豚	7.8	43.8
	パークプレイス大分	13.9	39.5
	田ノ浦ビーチ	17.4	39.3
	高崎山自然動物園	31.9	38.8
	道の駅さがのせき	9.3	38.0
	都町 (繁華街)	9.5	36.7
	府内城跡	11.3	36.0
	関崎海星館	8.0	36.0
	かんたん港園	6.3	35.6
	大分臨海工業地帯	11.7	34.7
	大分七夕まつり	10.4	33.8
	七瀬川自然公園	6.5	32.3
	JRおおいたシティ	17.1	31.5
	大分市美術館	11.5	30.4
	ななせダム・道の駅のつはる	8.0	29.5
	大分県立美術館 (OPAM)	11.5	28.6
	九六位山・高島キャンプ場	7.6	27.8
	大友氏館跡庭園	6.5	27.3
	戸次本町・帆足本家酒造蔵	5.4	25.6
	今市石畳	6.5	25.4

【興味度（とても興味がある + やや興味がある）】

【大分市の観光／食資源に関する認知度×興味度】非来訪



- ・相対的に「食」に関連する地域資源の認知度・興味度が高くなっています。食を中心としたプロモーションが誘客に有効と考えられます。
- ・来訪者・非来訪者共通の人気資源は「とり天」「関あじ・関さば」です。人気資源を軸としたプロモーションが有効と考えられます。
- ・非来訪者にとってのお宝資源は「豊後牛」「大分ふぐ」「水族館うみたまご」です。新たな来訪者の獲得に向け、お宝資源の積極的なプロモーションが有効と考えられます。

■大分市の地域資源の認知度・興味度（来訪者のエリア別の比較）

大分県（大分市除く）

		N=140(%)	
		認知度	興味度
人気資源	とり天	98.7	82.3
	水族館「うみたまご」	98.1	79.1
	高崎山自然動物園	97.5	58.2
	豊後牛	96.8	86.1
	パークプレイス大分	96.2	80.4
	関あじ・関さば	96.2	75.9
	J R おおいたシティ	92.4	81.0
	りゅうきゅう	91.8	71.5
	田ノ浦ビーチ	91.1	51.3
	大分市美術館	86.1	53.8
	大分県立美術館（OPAM）	84.2	60.8
	大分ふぐ	81.0	70.9
	大分七夕まつり	76.6	55.7
	道の駅さがのせき	74.1	60.1
	かんたん港園	66.5	57.6
	七瀬川自然公園	65.2	52.5
	にら豚	62.7	58.2
興味喚起の工夫が必要な資源	関崎海星館	58.9	50.6
	都町（繁華街）	84.2	49.4
	府内城跡	80.4	40.5
見直し資源	大分臨海工業地帯	71.5	46.2
	ななせダム・道の駅のつはる	59.5	48.1
	九六位山・高島キャンプ場	50.6	34.8
	温泉・塚野鉱泉	46.2	43.7
	大友氏館跡庭園	49.4	38.6
	戸次本町・帆足本家酒造蔵	43.0	32.9
	今市石畳	33.5	32.9

福岡県

		N=209(%)	
		認知度	興味度
人気資源	とり天	91.7	83.3
	水族館「うみたまご」	89.7	77.6
	豊後牛	83.0	84.0
	関あじ・関さば	81.4	76.6
	高崎山自然動物園	81.4	60.3
	J R おおいたシティ	54.5	55.4
	大分ふぐ	51.0	70.2
お宝資源	道の駅さがのせき	36.5	59.3
	りゅうきゅう	46.8	58.7
	温泉・塚野鉱泉	32.7	58.3
	にら豚	24.7	53.8
	パークプレイス大分	36.5	53.5
	都町（繁華街）	30.1	53.5
	田ノ浦ビーチ	40.7	49.4
見直し資源	府内城跡	35.9	48.7
	関崎海星館	25.0	48.4
	大分市美術館	38.1	46.8
	かんたん港園	20.8	46.8
	大分臨海工業地帯	35.6	46.5
	大分七夕まつり	29.8	46.5
	ななせダム・道の駅のつはる	24.7	46.2
	七瀬川自然公園	24.7	45.5
	大分県立美術館（OPAM）	33.3	43.3
	九六位山・高島キャンプ場	26.9	39.4
	大友氏館跡庭園	20.2	39.4
	今市石畳	20.8	38.8
	戸次本町・帆足本家酒造蔵	21.8	36.5

宮崎県

		N=122(%)	
		認知度	興味度
人気資源	水族館「うみたまご」	92.4	82.9
	とり天	91.1	79.1
	高崎山自然動物園	81.6	63.9
	豊後牛	81.0	81.6
	関あじ・関さば	77.8	70.9
	J R おおいたシティ	67.1	69.0
	パークプレイス大分	63.3	72.2
お宝資源	大分ふぐ	54.4	63.9
	道の駅さがのせき	41.1	56.3
	にら豚	30.4	52.5
	かんたん港園	24.1	52.5
	大分臨海工業地帯	39.2	52.5
	りゅうきゅう	49.4	51.3
	田ノ浦ビーチ	43.7	50.6
見直し資源	九六位山・高島キャンプ場	31.0	50.6
	都町（繁華街）	36.1	50.0
	温泉・塚野鉱泉	43.0	50.0
	七瀬川自然公園	25.3	50.0
	府内城跡	43.7	46.8
	大分市美術館	47.5	45.6
	関崎海星館	27.8	44.3
	大分七夕まつり	34.2	44.3
	大分県立美術館（OPAM）	47.5	43.7
	ななせダム・道の駅のつはる	33.5	42.4
	戸次本町・帆足本家酒造蔵	29.7	38.6
	大友氏館跡庭園	27.8	34.8
	今市石畳	27.2	34.2

関西圏（大阪府・兵庫県）

		N=60(%)	
		認知度	興味度
人気資源	とり天	64.5	73.1
	関あじ・関さば	55.3	67.3
	豊後牛	44.7	74.5
お宝資源	大分ふぐ	30.3	64.4
	水族館「うみたまご」	24.5	59.1
	温泉・塚野鉱泉	26.4	58.7
	りゅうきゅう	17.8	55.3
	にら豚	13.9	52.9
見直し資源	関崎海星館	11.5	46.6
	道の駅さがのせき	13.0	45.2
	都町（繁華街）	13.5	44.7
	田ノ浦ビーチ	22.1	44.7
	高崎山自然動物園	26.4	42.3
	パークプレイス大分	12.0	42.3
	府内城跡	19.2	41.8
	七瀬川自然公園	9.6	41.8
	かんたん港園	11.1	41.3
	大分臨海工業地帯	20.7	37.0
	大分七夕まつり	14.4	37.0
	大友氏館跡庭園	8.7	36.1
	ななせダム・道の駅のつはる	12.0	35.1
	大分県立美術館（OPAM）	12.5	34.1
	大分市美術館	13.5	34.1
	J R おおいたシティ	18.8	33.2
	九六位山・高島キャンプ場	9.1	33.2
	今市石畳	13.0	31.7
	戸次本町・帆足本家酒造蔵	9.6	29.8

首都圏（一都三県）

		N=52(%)	
		認知度	興味度
人気資源	とり天	64.9	67.8
	関あじ・関さば	57.2	68.3
	豊後牛	52.4	75.0
お宝資源	大分ふぐ	29.3	63.0
	温泉・塚野鉱泉	22.6	57.7
	りゅうきゅう	22.1	55.8
	水族館「うみたまご」	19.2	51.4
	にら豚	12.0	48.6
見直し資源	道の駅さがのせき	13.0	42.3
	府内城跡	16.8	41.3
	田ノ浦ビーチ	23.1	41.3
	かんたん港園	11.5	39.4
	都町（繁華街）	16.3	39.4
	大分七夕まつり	16.8	38.9
	パークプレイス大分	16.3	37.5
	七瀬川自然公園	11.5	37.0
	関崎海星館	13.0	36.5
	高崎山自然動物園	26.9	35.6
	大分臨海工業地帯	16.3	35.1
	大分市美術館	14.9	34.6
	今市石畳	10.1	33.2
	大分県立美術館（OPAM）	13.5	32.7
	大友氏館跡庭園	11.5	30.8
	ななせダム・道の駅のつはる	14.4	29.8
	九六位山・高島キャンプ場	10.1	29.8
	戸次本町・帆足本家酒造蔵	10.6	28.8
	J R おおいたシティ	17.3	26.9

・大分県（大分市除く）では、お宝資源がないため、興味度を高める対策が必要です。

・福岡県、宮崎県、関西圏（大阪府・兵庫県）、首都圏（一都三県）の見直し資源の中に、「歴史」「景観」「芸術」に関連するものが多く、観光的活用についての対策が必要です。

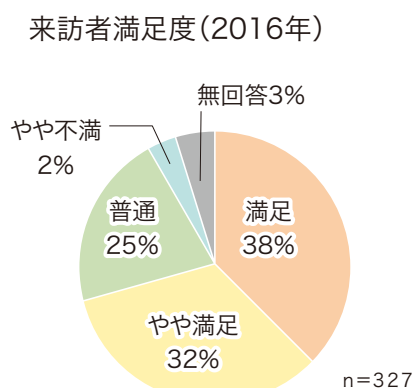
■大分市に対する観光地としてのイメージ

	1位	2位	3位	4位	5位
大分県(大分市除く)	車で 行きやすい	おいしい飲食店が 豊富にある	ご当地グルメや食文化が魅力的である 子供と一緒に楽しめる地域である		女性が楽しめる地域 夫婦で楽しめる地域
福岡県	温泉を楽しめる	豊かな自然や景色を楽しめる 車で行きやすい		シニア層が 楽しめる地域	ご当地グルメや 食文化が 魅力的である
宮崎県	温泉を楽しめる	夫婦で 楽しめる地域	豊かな自然や景色 を楽しめる	シニア層が 楽しめる地域	宿泊施設が 魅力的である
関西圏(大阪府・兵庫県)	温泉を楽しめる	豊かな自然や景色 を楽しめる	シニア層が 楽しめる地域	夫婦で 楽しめる地域	まち歩き・散策が 楽しめる
首都圏(一都三県)	温泉を楽しめる	豊かな自然や景色 を楽しめる	シニア層が 楽しめる地域	夫婦で 楽しめる地域	宿泊施設が 魅力的である
男性	温泉を楽しめる	豊かな自然や景色 を楽しめる	シニア層が 楽しめる地域	夫婦で 楽しめる地域	ご当地グルメや 食文化が 魅力的である
女性	温泉を楽しめる	豊かな自然や景色 を楽しめる	シニア層が 楽しめる地域	夫婦で 楽しめる地域	ご当地グルメや 食文化が 魅力的である

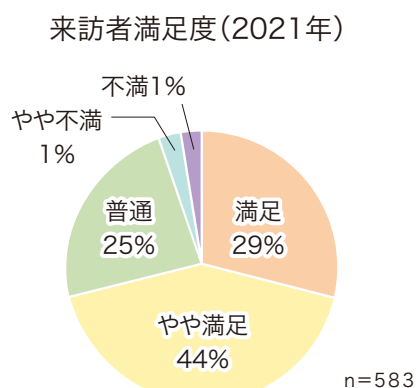
- ・大分県(大分市除く)と他地域で「温泉を楽しめる」というイメージに大きな差があります。大分市も含めて大分県＝温泉というイメージが根付いていると考えられるため、温泉のイメージや、別府市・由布市の魅力を合わせた広域的なプロモーションが有効と考えられます。
- ・同様に「豊かな自然や景観を楽しめる」というイメージにも同じ傾向が見られます。
- ・大分県(大分市除く)では、「食」に対するイメージが強いが、他地域ではあまり強くイメージされていません。食の魅力を他地域にも積極的に発信することで、魅力ある観光コンテンツとなる可能性があります。

■来訪者満足度の推移

本市の来訪者満足度は、2016(平成28)年に実施した大分市観光実態調査では「満足」と「やや満足」の合計が70%でした。2021(令和3)年のWEBアンケート調査では「満足」と「やや満足」の合計が73%と前回の調査からは3ポイント増加しました。



資料:2016(平成28)年実施 大分市観光実態調査



資料:2021年(令和3)年実施 WEBアンケート調査

(3) 調査結果から見る大分市の観光の課題

課題1 観光地としてのイメージ戦略が不十分／ 強みを活かしたブランドイメージを確立させる必要があります

- ＊ 大分市に対するイメージとして「温泉を楽しめる」が最も強い一方で、地域資源としての市内の温泉については、決して認知度は高くない状況です。
- ＊ 大分市の地域資源で「食」が高く評価されており、大分県のキャッチフレーズである「味力も満載」と連動するなど、イメージの確立が必要です。

課題2 地域資源の本質的価値が活かされていない／地域資源の観光コンテンツ化が必要です

- ＊ 地域資源の中で「見直し資源」については、興味度を向上させる対策が必要です。
- ＊ 大分県(大分市除く)と福岡県・宮崎県、関西圏(大阪府・兵庫県)・首都圏(一都三県)で興味度の高い地域資源は異なります。誘客ターゲットに応じた観光コンテンツの磨き上げが必要です。

課題3 誘客の柱となる観光コンテンツが少ない／「食」以外の強い観光コンテンツが必要です

- ＊ 既存の地域資源だけでは宿泊を伴う県外エリアからの新たな誘客は厳しい状況です。
- ＊ 「大分市ならではの」産業や文化を活かした新たな観光コンテンツ開発が求められています。

課題4 ターゲットエリア別にニーズが異なる／PRにおける「お宝資源」の有効活用が重要です

- ＊ 大分県(大分市除く)と福岡県・宮崎県、関西圏(大阪府・兵庫県)・首都圏(一都三県)で「お宝資源」は異なります。
- ＊ 「お宝資源」をエリアに応じ効果的に情報発信することで、認知度が向上し「人気資源」となることが期待できます。

課題5 インバウンドニーズや感染症への対策／安全・安心に観光を楽しめる仕組みが必要です

- ＊ 外国人旅行者の誘客やリピーターの獲得には、旅行者の多様なニーズに対応した「おもてなし」の向上が必要です。
- ＊ Withコロナ・Afterコロナ等の情勢に対応した感染症に対する「衛生対策」が不可欠です。

課題6 「持続可能な観光」の実現に向けた体制づくり／関係機関や団体等との連携強化が必要です

- ＊ 大分県や他の自治体等との広域的な連携によるスケールメリットを活かした誘客が期待できます。
- ＊ 異なる産業や業種とのコラボレーションによる多様な観光振興に向けた取組が重要です。

1. 基本理念と3つの視点

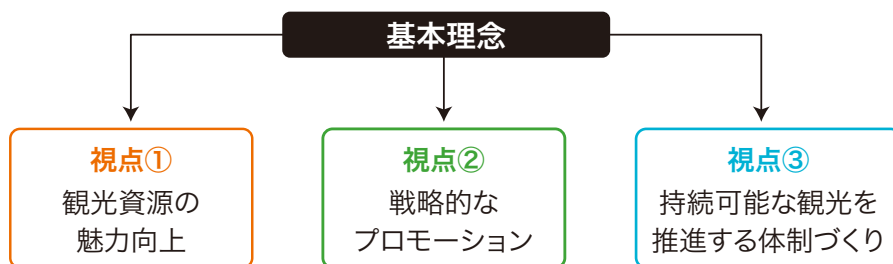
本市の最上位計画である「大分市総合計画(おおいた創造ビジョン2024 第2次基本計画)」第4部「にぎわいと活力あふれる豊かなまちづくり」の第4章「魅力ある観光の振興」にて策定した基本方針を本プランの基本理念とします。

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」と感じてもらえるような「おもてなしのまちづくり」に取り組みます。

また、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。

3つの視点



◆視点1 観光資源の魅力向上

大分市に数多く存在する地域資源を観光客目線で捉え、ターゲットに応じた磨き上げを行う必要があります。

◆視点2 戦略的なプロモーション

観光客にとって価値の高い観光資源を、それを求めているターゲットに効率的、効果的に情報発信していく必要があります。

◆視点3 持続可能な観光を推進する体制づくり

本プランを実現していくにあたり、市だけでなく、国や大分県、周辺自治体や観光事業者、団体、そして地域住民等との協力体制を構築する必要があります。

2. プラン策定にあたっての基本的な考え方

(1) 求められる「Withコロナ」「Afterコロナ」への対応

新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大に伴う不要不急の外出の自粛や海外からの入国制限措置などにより国内外の旅行者は激減し、今後の回復の見通しも大変厳しい状況です。そのため、プランの推進にあたっては、国内や海外の感染の動向を注視しながら、誘客のターゲットや旅行者のニーズの変化に応じた施策の展開を図ります。

国内外において、新型コロナウイルス感染症が流行し、入国制限などが課せられるWithコロナ期には、国内居住者を主な誘客ターゲットとし、新しい生活様式やコロナ禍によるニーズの変化に対応した新たな旅行需要の掘り起こしのほか、徹底した感染症対策による安全・安心な受入環境づくり、収束後のインバウンド回復に備えた取組を推進していきます。

また、感染が落ち着いたAfterコロナ期においては、入国制限の動き等を見極めたうえで、主な誘客ターゲットを海外居住者まで拡大し、国や地域のニーズに合わせた積極的なプロモーションや情報発信の強化により、インバウンド誘客の促進を図ります。

(2) SDGsへの対応

持続可能な開発目標(SDGs)は、2015(平成27)年9月の国連サミットで採択された、2030(令和12)年までに持続可能でよりよい世界の構築を目指す国際目標です。17のゴールと169のターゲットから構成され、経済・社会・環境をめぐる広範囲な課題を不可分なものとして、統合的に解決することを目指しています。

UNWTO(国連世界観光機関)は、「すべての目標に対して、観光は直接的、または間接的に貢献する力があり、持続可能な開発目標の達成に向けて、重要な役割を担っている」旨を宣言しており、特に「包摂的で持続可能な経済成長(目標8)」、「持続可能な生産と消費(目標12)」、「海洋および海洋資源の持続的な活用(目標14)」については、観光の役割が明確に示されているなど、SDGsの達成において観光は必要不可欠な分野とされています。

こうしたなか、本プランにおいては、「地球上の誰一人として取り残さない」とするSDGsの原則に従い、観光に関する様々なステークホルダーとの連携やビジョンの共有を図るとともに、社会や時代の変化並びに地域性への柔軟な対応、経済・社会・環境のバランスに配慮した「持続可能な観光地マネジメント」の推進を図ります。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



出展：国際連合広報センターHP

■ 第2次大分市観光戦略プランとSDGsの関連表

SDGsの17のゴール		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
基本方針・基本施策		貧困	飢餓	保健	教育	ジェンダー	水・衛生	エネルギー	経済成長と雇用	インフラ・産業化・イノベーション	不平等	持続可能な都市	持続可能な生産と消費	気候変動	海洋資源	陸上資源	平和	実施手段
1. 大分市の強みを活かした観光ブランディング	1 「食」を軸とした「旅の目的地」化に向けたブランディング																	
	2 高崎山自然動物園の特性を活かしたブランディング																	
	3 テーマに応じた観光資源のプロモーション																	
2. 地域資源を活かした観光コンテンツの磨き上げ	1 食を活かす																	
	2 高崎山エリアの魅力を活かす																	
	3 歴史を活かす																	
	4 文化・芸術を活かす																	
	5 自然・景観・温泉を活かす																	
	6 産業を活かす																	
	7 スポーツを活かす																	
	8 まつり・イベントを活かす																	
3. 新たな観光コンテンツの創出	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																	
	2 旅行ニーズの変化に対応した観光資源の開発																	
	3 新たな観光交流の拠点整備と活用																	
4. 効果的な情報戦略	1 国内訪客に向けたターゲット戦略																	
	2 ビジネス客やMICE来訪者の獲得に向けた情報戦略																	
	3 インバウンド観光の回復を見据えた情報戦略																	
	4 デジタル技術を効果的に活用した情報発信																	
5. 受入環境の整備	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																	
	2 「衛生で安全・安心」な環境づくり																	
6. 連携強化による観光振興に向けた体制づくり	1 国・県・他の自治体等との連携																	
	2 市民・地域・団体等との連携																	
	3 観光関連事業者との連携																	
	4 観光協会の機能強化																	

(3)観光DX(デジタルトランスフォーメーション)[※]への対応

近年、デジタル市場は拡大の一途を辿っており、様々な分野でデジタル技術が導入されるなか、デジタル技術の活用による新たな価値の創造や社会変革(DX)が進んでいます。

観光分野においては、これまでホームページやSNS等による観光情報の発信や、宿泊・飲食・交通等の分野における各種オンラインサービスの導入が進められてきましたが、他の産業と比べると、デジタル技術やデータを活用したサービスやビジネスモデルの変革は著しく遅れていると言われています。

こうしたなか、これからの本市の観光振興に向けては、従前の態様に捉われることなく、デジタル技術を効果的に活用した情報発信やプロモーションの展開、デジタル技術と観光資源との組み合わせによる新たな観光コンテンツの創出、デジタルデータを複合的に活用した観光マーケティングの推進など、デジタル技術の活用による観光サービスの変革や観光需要の創出に向けた取組の推進を図ります。

3. 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。

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

～背景にある課題～ 観光地としてのイメージ戦略が不十分
強みを活かしたブランドイメージを確立させる必要があります

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

～背景にある課題～ 地域資源の本質的価値が活かされていない
地域資源の観光コンテンツ化が必要です

基本方針3 新たな観光コンテンツの創出

～背景にある課題～ 誘客の柱となる観光コンテンツが少ない
「食」以外の強い観光コンテンツが必要です

基本方針4 効果的な情報戦略

～背景にある課題～ ターゲットエリア別にニーズが異なる
PRにおける「お宝資源」の有効活用が重要です

基本方針5 受入環境の整備

～背景にある課題～ インバウンドニーズや感染症への対策
安全・安心に観光を楽しめる仕組みが必要です

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

～背景にある課題～ 「持続可能な観光」実現に向けた体制づくり
関係機関や団体等との連携強化が必要です

■第2次大分市観光戦略プランの体系図



・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

本市は、年間20万人以上の入園客を誇る「高崎山自然動物園」や水族館「うみたまご」、全国有数のブランド魚である「関あじ・関さば」などの魅力ある地域資源を多数有しているものの、周辺の別府市や由布市と比べ、観光地としての認知度は高くないのが現状です。

「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推進していきます。

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



本市には、豊かな自然と温暖な気候に育まれた、新鮮で上質な海産物や農産物が豊富に揃っています。さらに、県下の様々な食材が集まり、県内各地の郷土料理なども楽しむことができます。

2021（令和3）年7月に実施したアンケート調査では、本市の観光資源の中でも「とり天」や「豊後牛」「関あじ・関さば」などは全国でもその名が知られており、興味度・満足度が高いという結果が得られています。一方、「大分ふぐ」「りゅうきゅう」などは、県外での認知度は決して高くないものの、実際に食した人からは非常に高い満足度が示されるなど、本市の「食」が観光資源として高いポテンシャルを有していることが示されています。

こうした市内・県内の豊かな食を楽しめるまちという強みを活かし、本市の食の魅力の発信や楽しみ方の提案を行うとともに、大分市観光協会をはじめ飲食関係を中心とした様々な事業者・団体と幅広く連携するなか、本市の「食ブランド」の構築と効果的なイメージ戦略を展開していきます。



関あじ・関さば



大分ふぐ



豊後牛

具体的な取組

- ★ ブランディングに向けた本市の「食」に関する食材や人材（飲食店・料理人・生産者等）の情報収集
- ★ 「県内の豊かな食」が揃っている強みを活かし、大分県の観光PRキャッチフレーズの「味力も満載」＝「大分市」としてプロモーションを展開
- ★ 「大分ふぐ」「りゅうきゅう」などの全国的な認知度向上による「食の大分市」のイメージ確立
- ★ 事業者や生産者などの「食」に関わる様々な主体との連携による、本市の「食」のブランドイメージを共有し成長させていく仕組みづくり

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



瀬戸内海国立公園に位置する高崎山自然動物園は、1953(昭和28)年の開園以来、国内で最大の群を構成する野生のニホンザルの生態を間近に観察できる本市を代表する観光施設として、多くの市民や観光客に親しまれてきました。また、高崎山のニホンザルは、大分県警察のシンボルマスコットや大分市消防局のマスコットキャラクター、バサジィ大分のクラブマスコットなどのモチーフとして採用されるなど、市民に愛される存在であり、大分市の顔としても広く認知されています。また、雌ザルで初めて群れのトップとなった「ヤケイ」が複数の海外主要メディア等で紹介されるなど、高崎山自然動物園はその独自性から、国内外のメディアに頻繁に取り上げられる非常に発信力の強い観光コンテンツです。

一方、旅行者ニーズが多様化するなかで、観光施設としてのイメージのマンネリ化や入園者の伸び悩みなどの課題も見受けられます。本市の観光の原点として、これまで以上に観光客の興味・関心を高め、訪れてもらうためには、高崎山自然動物園のさらなるイメージアップが求められます。

そこで、様々な媒体を効果的に活用しながら、個性あふれる名物ザルをはじめ、サルの生態や群れ社会の実態、四季折々の自然やビュースポットなど、ニホンザルや動物園の持つ魅力を掘り下げるとともに、近隣の水族館「うみたまご」や「田ノ浦ビーチ」、2024(令和6)年供用開始予定の「憩い・交流拠点施設」などと併せて、多様な観光施設が集積する湾岸レジャーゾーンとしての魅力を発信するなど、新たな視点を取り入れた高崎山自然動物園のイメージ戦略を展開していきます。



高崎山自然動物園



高崎山と別府湾



B群第18代 第1位の「ヤケイ」

具体的な取組

- ★ 話題性のある人気ザルの発掘とSNS等による積極的な情報発信
- ★ 時流に沿った話題・仕掛けづくりによるパブリシティ※の活用
- ★ 近隣の観光施設などの魅力を含めた「高崎山周辺エリアの一体的な楽しみ方」の提案

基本施策

③

テーマに応じた観光資源のプロモーション



本市の温泉は、別府市、由布市、九重町に次ぐ県内第4位の源泉数・湧出量を誇り、市内中心部から郊外までの広範なエリアで温泉が楽しめます。また、まちなかの銭湯やビジネスホテルの浴場で旅行者が気軽に温泉を楽しめる点は、「大分市らしい」魅力のひとつです。

こうした、温泉をはじめとする本市の観光資源が有する「大分市らしさ」を存分に活かし、本市独自の切り口による商品化や県内の市町村との差別化を図りながら、効果的にその魅力を発信することにより、本市への誘客促進につなげていきます。



CITY SPA てんくう



天海の湯



あたみ温泉

具体的な取組

- ★ 「ふらっと気軽に立ち寄れるまちなかの温泉」のPRによるブランド構築
- ★ 観光客が「大分市の温泉」の魅力に気軽に触れられる機会の創出
- ★ 「大分市らしさ」を活かした観光ブランドの確立につながるプロモーションの実施

・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

本市には、高崎山自然動物園をはじめとする観光施設や、大友宗麟公に代表される歴史や南蛮文化、海・山などの豊かな自然とこれらに育まれた「食」、県立・市立の美術館やまちなかのアート作品、各地域ごとに特色に富んだまつりやイベント、温泉など、様々な地域資源に恵まれています。

これらの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



本市には、「関あじ・関さば」「大分ふぐ」「豊後牛」など全国的に知名度がある高級食材や、「だんご汁」「ほうちょう」「りゅうきゅう」などの郷土料理、「とり天」「にら豚」など大分発祥のご当地グルメなど、魅力的な食資源が豊富に揃っています。また、県下の食材が集まっていることから、県内各地の名物料理を楽しむことができます。

また、市産食材など地域資源を活用した「豊後料理※」や、「大分市ブランド認証加工品『Oita Birth』※」などの取組も進めています。

こうした本市ならではの多様な「食」の魅力を積極的に活用し、県下の郷土料理を巡る広域観光周遊ルートづくりや、旅行者がスムーズに店舗を選べるよう情報提供を行うなどにより、食観光の推進に取り組み、本市への誘客や観光消費の拡大を図っていきます。



豊後料理



大分市ブランド認証加工品「Oita Birth」

具体的な取組

- ★ 旅行者が安心して市内の飲食店を利用できるよう、観光パンフレットやホームページ、クチコミサイトなどを活用したグルメ情報の充実
- ★ 「関あじ・関さば」「大分ふぐ」「豊後牛」等の大分が誇るグルメ食材を活かした付加価値の高い観光ツアーや周遊ルート造成の促進
- ★ ガストロノミー・ツーリズム※など「大分の食」と観光を気軽に楽しむ仕掛けづくり
- ★ 市内の飲食店や宿泊施設等の事業者との連携による、本市の「食の魅力」を活かしたイベントの拡充
- ★ ビジネス客や外国人旅行者に対する、夜間営業に対応した飲食店情報や夜間イベント情報の発信などによる、ナイトタイムエコノミー※の活性化

基本施策 ② 高崎山エリアの魅力を活かす



高崎山エリアは、本市を代表する観光施設である高崎山自然動物園や水族館「うみたまご」のほか、大友氏ゆかりの中世山城の遺構が残る高崎城跡や、森林セラピーロードなど多面的な魅力を有しています。また、国内有数の観光地である別府市と近接し、潜在的に観光需要が高い地域でもあります。

さらに、エリア周辺には、別府湾岸の美しい景観が楽しめる田ノ浦ビーチやサイクリングロードが整備され、観光・レクリエーション施設が集積する湾岸レジャーゾーンが形成されていることに加え、道の駅の登録を目指す「憩い・交流拠点施設」やホーバークラフトターミナルの整備が予定されているほか、柞原八幡宮や浜の市などの歴史的資源もあり、今後さらに回遊性や魅力の向上が期待される地域となっています。

そこで、高崎山自然動物園や「高崎山おさる館」を含め、高崎山全体の活用による魅力向上を図るとともに、国内外に向けたサルの魅力の積極的な情報発信、水族館「うみたまご」など西部海岸地区※の各施設と連携したイベント開催などにより、高崎山エリアへの誘客と、同エリアから市内中心部や市域全体の周遊につなげていく取組を推進します。



水族館「うみたまご」



田ノ浦ビーチ

具体的な取組

- ★ 高崎山自然動物園における「サル寄せ場の見せ方の工夫」や、「園内やおさる館の活用を検討」などにより、観光客の満足度向上や滞在時間延長に向けた取組
- ★ 高崎山自然動物園と水族館「うみたまご」との連携イベントの充実などによる、高崎山エリアへの集客強化に向けた取組
- ★ 高崎城跡の遺構を見学しやすくするための整備や高崎山セラピーロードの積極的な活用、山頂からの眺望の確保などによる高崎山の多面的な魅力の向上
- ★ 高崎山エリアに加え、田ノ浦ビーチやかんたん港園など、西部海岸地区の各施設との連携による集客イベントの開催や、シェアサイクル※ポートの増設など気軽に移動できる手段の検討

基本施策

3

歴史を活かす



本市には、400年にわたり豊後の地を治めた「大友氏」にゆかりのある神社仏閣や山城、古戦場などの遺跡や、宗麟公ゆかりの鶴崎踊などの歴史・文化遺産が多数存在しています。また、市内中心部では大友氏館跡における中心建物等の復元が進められるなど、「南蛮文化発祥都市おおいた※」として、歴史と文化を活かした個性と特色あるまちづくりが行われています。

また、「亀塚古墳」や「元町石仏」、「府内城跡」、「高崎城跡」、坂本龍馬が歩いた「今市石畳」や「肥後街道」、「帆足本家酒造蔵」など、古代・中世・近世・近代を通した幅広い時代の歴史遺産が存在しています。

こうした市内に点在する歴史・文化遺産の魅力を、デジタル技術などを活用して全国へ情報発信するほか、宗麟公生誕500年を迎える2030（令和12）年に向けたプロモーションの実施や、県内の市町村などとの連携による歴史をテーマとした広域観光の推進など、新たな魅力創出に取り組みます。



府内城跡



今市石畳



亀塚古墳公園



大友氏館跡庭園

具体的な取組

- ★ 宗麟公生誕500年を迎える2030（令和12）年に向け、歴史公園として整備の進む「大友氏館跡」を軸とした、新たな文化と賑わいの創出に向けたプロモーションの実施
- ★ 府内城跡、高崎城跡、今市石畳等における歴史観光スポットとしての魅力づくり
- ★ 地域の史跡や歴史資料などの文化資源の情報をデジタルアーカイブ※化し、オープンデータ※として公開するなど、デジタルコンテンツを活用した歴史・文化遺産の魅力発信

基本施策 ④ 文化・芸術を活かす



本市には、「大分市美術館」「アートプラザ」「大分県立美術館(OPAM)」などの美術関連施設や、「ホルトホール大分」「大分県立総合文化センター」などの劇場・ホールがあるほか、磯崎新や坂茂といった著名な建築家の建築物や、遊歩公園にある朝倉文夫の「瀧廉太郎君像」や北村西望の「伊東ドン・マンショ像」など著名な彫刻家による屋外彫刻が多数設置されています。

また、市内中心部では、「アートフェスティバル」や「おおいた夢色音楽祭」、世界最高峰の演奏家が集う「別府アルゲリッチ音楽祭」などの多彩な文化・芸術イベントが開催されているほか、野津原や佐賀関など周辺地域では、アートで地域の活性化を図る「アートレジオン※推進事業」により、アーティストと地域が連携したアートイベントが開催されています。また、市内各地で、地域に根差した多彩なまつりや伝統芸能などが脈々と受け継がれています。

こうしたアートのスポットや著名な建築家の建築物、アートを巡るまちあるきや文化・芸術イベント等を活用し、誘客の拡大や周遊の促進に取り組むなど、カルチャーツーリズム※の推進を図ります。



大分市美術館



大分県立美術館(OPAM)



ホルトホール大分



ホルトホール大分 大ホール

具体的な取組

- ★ 大分市美術館、大分県立美術館の連携による、相乗効果が図れるようなイベント等の開催
- ★ 「アート」と「食」などの観光資源を組み合わせた新たな企画や魅力創出による周遊の促進
- ★ 市内に点在する著名な建築家が手掛けた建築物や、まちなかのアートのスポットなどの積極的な情報発信による観光地としての魅力向上
- ★ 市内中心部で開催されるアートイベントや、アートレジオンなど各地域におけるアート活動と連携したイベントによる誘客促進
- ★ 地域に根差した伝統行事や伝統芸能の観光コンテンツとしての活用

基本施策 ⑤ 自然・景観・温泉を活かす



本市は、瀬戸内海国立公園特別保護区に指定されている高崎山をはじめ、^{よろいがだけ もみのきやま}鎧ヶ岳、樅木山などの山々が連なり、その山々を縫うように豊富な水を湛える大分川や大野川が南北に貫流しながら別府湾に注ぐなど、豊かな自然に恵まれています。また、市内には別府湾や佐賀関の海岸線をはじめ、野津原の棚田風景や工場地帯の夜景など、美しい景観が数多くあります。

こうした豊かな自然や美しい景観を活かし、九六位山キャンプ場や高島キャンプ場、ななせダム、森林浴を通して心と身体の健康づくりや疾病の予防を目的とした森林セラピー[®]など、自然・アウトドア観光に対応した観光資源も数多くあります。

さらに、本市は市内中心部に温泉が湧出し、まちなかの湯を手軽に楽しめる全国でも珍しい都市です。泉質も、非火山性で植物起源の有機質を多く含むモール泉^{*}である「大深度地熱温泉」や、飲用で胃腸病に効能があることで知られている塚野鉱泉など、近隣自治体の温泉とは異なる特徴を持っています。

近年は、人々の健康志向や環境意識に対するライフスタイルの変化、コロナ禍を契機とした「自然・景勝地への訪問」や「温泉」に関する旅行者ニーズの高まりなどから、本市特有の自然・景観・温泉の魅力を効果的に活用し、発信することで、誘客を図っていきます。



高島キャンプ場



塚野鉱泉

具体的な取組

- ★ 九六位山キャンプ場及び高島キャンプ場の再整備による魅力の増進とそれぞれの立地特性を活かした自然体験プログラムの開発
- ★ 健康の維持増進、病気の予防などにつながる森林セラピー[®]を活用した自然体験イベントの充実
- ★ ななせダムの湖面や周遊道路を活用したイベント、体験型プログラムの検討
- ★ 市内の温泉の特性や魅力の効果的なPRと、それらを巡る仕組みづくりの検討

基本施策 ⑥ 産業を活かす



本市は、鉄鋼や化学、半導体、電子・電気機器など、多様で世界有数の企業の工場が立地しており、九州第1位の製造品出荷額を誇るなど、国内でも有数の工業都市となっています。また、これら企業の工場群が、夜間には幻想的な工場夜景を浮かび上がらせるのも魅力のひとつとなっています。

現在、本市の産業観光※プログラムには、工場見学やものづくり体験などに対応した市内61施設が登録しており、今後、幅広い業種を対象とした新たな産業観光の受入企業の確保に努めます。

また、産業都市である本市の特性を活かし、新たな産業観光プログラムの開発や体験型の観光コンテンツの掘り起こしにより、産業観光の充実を図り、旅行者の滞在時間の延長と旅行消費の増加を図ります。



工場夜景



(株)びえる本舗



日本製鉄(株) 九州製鉄所 大分地区

具体的な取組

- ★ 「ものづくり」の現場の魅力に触れることができる新たな産業観光受入先の発掘
- ★ 見学者による商品購買など観光消費拡大につながるような個々の産業観光プログラムの充実

基本施策 ⑦ スポーツを活かす



本市には、大分スポーツ公園や大洲総合運動公園、大分市営陸上競技場、駄原総合運動公園などのスポーツ関連施設や、ランニングやサイクリングのコースとしても親しまれている国道10号(別大国道)及び「さかのせきサイクリングロード」など、気軽にスポーツを楽しめる環境が整っており、さらに、大南地区においてはスポーツ施設の整備が進められています。

また、本市をホームタウンとし、国内トップクラスのリーグで活躍する「大分トリニータ」「大分三好ヴァイセアドラー」「バサジィ大分」といったプロスポーツチームや、新たにプロスポーツチームとして誕生した「スパークルおおいたレーシングチーム」「大分B-リングス」の公式戦のほか、「大分国際車いすマラソン」「別府大分毎日マラソン大会」「OITAサイクルフェス」などのスポーツイベントが開催され、多くの観戦者が訪れています。

今後は、ラグビーワールドカップ2019™日本大会など、大型イベントの開催により蓄積した経験や充実したスポーツ環境を活かし、様々な規模のスポーツ大会やスポーツ合宿などの誘致を積極的に進めるとともに、受入体制の強化やプロモーションをスポーツコミッション※事業として、大分県や県内市町村で組織する大分県スポーツ合宿誘致推進協議会を通じて推進し、スポーツを通じた誘客の促進を図ります。

また、スポーツ観戦者等が、観光や宿泊、飲食などの情報を得やすくなるよう、情報のデジタル化を推進するなどにより、誘客とおもてなしを展開することで、リピーターの獲得に努めます。



大分国際車いすマラソン



OITAサイクルフェス



別府大分毎日マラソン大会

具体的な取組

- ★ 様々な規模のスポーツ大会・イベントやスポーツ合宿の誘致に対応した受入体制の充実
- ★ 全国規模のスポーツ大会・イベント等で来訪する方々に対する「食」をはじめとする本市の魅力発信
- ★ 大会等を目的に訪れる観戦者等に対する積極的なおもてなしの展開

基本施策 ⑧ まつり・イベントを活かす



本市では、「大分七夕まつり」をはじめ、「本場鶴崎踊大会」「ななせの火群まつり」「大野川合戦まつり」「宗麟公まつり」「清正公まつり」「関の鯛つりおどり大会」など、地域の歴史や文化を体験できる多くのまつりが開催されています。また、本市が日本における「西洋音楽発祥の地」であることにちなみ、「おおいた夢色音楽祭」や「のつはる音の森フェスティバル」など特色のあるイベントも開催されています。

これらのまつりやイベントの積極的なPRをはじめ、大分県や県内他市町村、関係団体等と連携を図りながら、本市の食や温泉など他の観光資源と併せて情報発信し、誘客につなげていきます。



ななせの火群まつり



大分七夕まつり「府内戦紙」



大野川合戦まつり



本場鶴崎踊大会

具体的な取組

- ★ 市内のまつり・イベントの見どころや楽しみ方など、それぞれが持つ魅力を改めて見直し、ホームページやメディアなど様々な媒体を活用した効果的な情報発信
- ★ 大分都市広域圏※内の自治体と連携した、相互のまつり・イベントの情報発信
- ★ まつり・イベントの来場者に対し、近隣の様々な観光情報や地域の食、観光スポットなど、関連した情報の提供による滞在時間延長や観光消費の拡大

・基本方針3 新たな観光コンテンツの創出

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、旅行者の価値観やニーズは大きく変化しています。アウトドア等の自然体験へのニーズが高まるなか、既存の観光資源の磨き上げに取り組むとともに、新たな旅のスタイルに対する需要を的確に捉えた観光資源の創出により、観光地としての魅力向上を図る必要があります。

現在、西部海岸地区では、2023(令和5)年度に就航を予定しているホーバークラフトのターミナルや、2024(令和6)年の供用開始を予定している「憩い・交流拠点施設」の整備が計画されています。

また、大分空港では小型人工衛星打ち上げに向けて宇宙港化の取組が進められているほか、現在実用化に向けて取組が進められている空飛ぶクルマや、本市で実験運行が行われているグリーンスローモビリティ※、自動運転車両などの先端技術を活用した新たなモビリティは、交通課題の解決だけでなく、新たな観光資源としても期待されています。

こうした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



大分県は、大分空港の宇宙港化※により、衛星打ち上げ時の見学者や常設される展示施設の観光客、宇宙港とその関連施設を訪れる事業関係者などにより、打ち上げ初年度から5年間で約56億円の観光消費効果を見込んでいます。

こうした観光需要の本市への取り込みに向け、観光客や事業関係者のニーズ把握に努めるとともに、県内自治体とも連携を図りながら、科学・テックツーリズム※など宇宙港と関連づけた本市独自の観光コンテンツの創出を図ります。

また、2023(令和5)年度の就航を予定しているホーバークラフトのほか、野津原地区・佐賀関地区などで実験運行を実施したグリーンスローモビリティや自動運転車両などの新たなモビリティサービス、ドローンをはじめとする先端技術を観光コンテンツとして活用することにより、国内外からの誘客を促進します。

具体的な取組

- ★ 「大分空港の宇宙港化」と連動し、関崎海星館などの市内の宇宙関連スポットの紹介をはじめ、本市が誇る豊かな食や温泉などの観光情報の発信による誘客促進
- ★ 国内唯一の航路となる「ホーバークラフト」の観光コンテンツとしての積極的な活用と本市へのアクセス改善のPR
- ★ 「グリーンスローモビリティ」「自動運転車両」を活用した誘客促進と回遊性向上に向けた検討
- ★ 観光資源としての活用を視野に入れた新たなモビリティの導入の検討

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



新型コロナウイルス感染症などの影響により、近場でなじみのある場所への旅行や個人旅行の増加、自家用車・レンタカー利用の増加、屋外レジャー施設やアウトドア等の自然体験に対する需要増加など、旅行者ニーズが大きく変化しています。また、様々な産業においてテレワークの普及が進み、ビジネス目的での本市への来訪者の減少が危惧されています。

こうした旅行者ニーズの変化や社会情勢の変化を的確に把握し、新たな観光需要を取り込んでいくことは、本市の観光を持続的に発展させていくために欠かせない取組です。コロナ禍により見直され、リピート利用の潜在性が高いとされる「マイクロツーリズム※」や、健康意識の高まりを反映し、心と体の健康を目的とした「ウェルネスツーリズム※」など、ニーズの変化に対応した観光コンテンツの創出とその効果的な情報発信に取り組めます。



森林セラピー体験ツアー



さかのせきサイクリングロード

具体的な取組

- ★ マイクロツーリズムやウェルネスツーリズムなど、ニーズの変化に対応した旅行スタイルや観光コースの提案
- ★ ウォーキングやサイクリングによる観光資源を巡るルート造成など、地域の魅力をゆっくり体感する観光コンテンツの創出
- ★ 近隣自治体との連携による共通クーポンやスタンプラリー企画など、自家用車やレンタカー等の利用による観光周遊プログラムの開発

基本施策 ③ 新たな観光交流の拠点整備と活用

西部海岸地区に整備が進められている「憩い・交流拠点施設」は、本市の観光資源が集積する同エリアの新たな拠点として、賑わいの創出や近隣施設等への周遊促進など、観光面での大きな効果が期待されています。同エリアに整備が予定されているホーバークラフトターミナルと併せて、本市における観光の新たな玄関口として活用を図り、本市各地の観光スポットなどへの周遊促進を図ります。

また、佐賀関半島の岬に位置する関崎海星館におけるプラネタリウムの設置や、周辺遊歩道の整備を進めるとともに、関崎灯台や黒ヶ浜などその周辺を含め、一体的な魅力の創出を図ります。関崎海星館を佐賀関エリアへの誘客を牽引する施設として積極的に活用し、エリア全体への周遊の促進を図ります。



憩い・交流拠点施設イメージ



関崎海星館

具体的な取組

- ★ 「憩い・交流拠点施設」や「ホーバークラフトターミナル」を観光情報の発信拠点として活用し、両施設を起点とした市内観光スポットへの周遊促進
- ★ 「関崎海星館」の施設整備と周辺の観光資源の磨き上げによる、佐賀関エリアの一体的な魅力向上と観光周遊の促進

・基本方針4 効果的な情報戦略

近年、旅行スタイルの個人・小グループ化をはじめ、個人の興味や関心をテーマにした旅行や、その地域ならではの文化や自然等を体験・体感するコト消費など、旅行ニーズの多様化が進んできたところであり、コロナ禍によってこうした傾向はより顕著なものとなっています。

こうしたニーズの変化を的確に捉えながら本市への誘客につなげていくため、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



観光庁発表の「旅行・観光消費動向調査」「訪日外国人消費動向調査」によると、2019(令和元)年の日本国内における旅行消費額は27.9兆円であり、そのうち21.9兆円(約78.5%)が日本人の国内旅行によって消費されています。近年、訪日外国人旅行者による消費は年々伸びてきているものの、国内旅行は依然として大きなマーケットを有していることや、新型コロナウイルス感染症の世界的流行により、インバウンド需要の回復が未だ見通せないことから、国内旅行は最優先で取り組むべき市場であると言えます。

本市が実施したアンケート調査によると、本市への来訪目的は、県内からの来訪者は「買い物・ショッピング」、九州圏では「温泉」に加え「地元の美味しいもの」や「有名な観光施設」、関西圏・首都圏では、「温泉」や「地元の美味しいもの」がそれぞれ高いという結果が示されています。また、本市来訪者の8割以上が「別府市」、5割弱が「由布市」を組み込んだルートで旅行しているとの傾向が示されています。さらに、コロナ禍においては、個人の趣味・嗜好に沿った特定のテーマを目的にした観光コンテンツが高い人気を集めています。こうした本市への旅行者の属性、ニーズ、行動等のデータを調査・分析し、ホームページやSNS※、観光パンフレット、テレビ、旅行雑誌等の多様な情報発信媒体を効果的に活用することにより、ターゲットエリアに応じた戦略的なプロモーションを展開していきます。

具体的な取組

- ★ 県内観光客に対し、「買い物・ショッピング」や「イベント情報」などのほか、マイクロツーリズムを意識したリピート性の期待できる観光資源を主とした情報発信
- ★ 本市への来訪が多い福岡県をはじめとした九州圏の観光客に対し、ニーズの高い「食」と「観光施設」を組み合わせた情報発信の強化
- ★ 関西圏・首都圏の観光客に対し、本市の多彩な「食」の魅力と「別府市・由布市」などの広域の観光資源を組み合わせたPRや「泊食分離」など新たな切り口でのPRの実施
- ★ フィルムコミッション※による映画、テレビドラマ、CM等の撮影誘致とそれらの作品を活用した魅力発信やロケ地巡りなどによる誘客
- ★ 国内観光客滞在期間中の隙間時間を活かした「遊び体験」や「グルメ」情報の提供

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



本市は、製造品出荷額九州第1位を誇る製造業をはじめ、多様な産業が集積していることから、出張などビジネス目的での来訪者が多いという特性を有しています。また、個室(洋室)を備えたビジネスホテルも多く立地しているほか、県下の豊かな食が堪能できる繁華街や、まちなかで気軽に楽しめる温泉なども充実しており、ビジネス客にとって魅力的な環境が備わっています。

また、本市は、九州の東の玄関口としての交通結節点機能を有するほか、「ホルトホール大分」「大分県立総合文化センター」「コンパルホール」などのコンベンション施設や、「大分スポーツ公園」「大洲総合運動公園」「駄原総合運動公園」などのスポーツ施設も充実しており、本市の強みや特性を活かしながら、MICE誘致に積極的に取り組んでいるところです。

こうしたなか、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、会議などのオンライン化やハイブリッド化※が進んでおり、短期的には出張機会の減少やMICE市場の縮小が危惧されています。

今後は、MICE主催者のニーズの変化にも対応しながら、本市の強みである会場とホテルの近接性や個室(洋室)を確保しやすい宿泊施設、充実した文化・スポーツ施設、豊かな「食」やまちなかの「温泉」といったアフターコンベンション※の魅力などを活かし、大分県MICE誘致推進協議会などとの連携による積極的なMICE誘致を行っていきます。

さらに、Afterコロナを見据え、新たな旅のスタイルとなる「ワーケーション※」や「プレジャー※」の利用促進に取り組み、旅行機会の創出や滞在時間の延長を図ります。



大分市観光協会公式サイト「大分市MICEの魅力」

具体的な取組

- ★ 宿泊施設等との連携によるランチタイム、ナイトタイムに応じた大分ならではのグルメ情報や観光情報等の提供
- ★ 本市での長期滞在につながる「ワーケーション」や「プレジャー」のニーズ調査や課題把握を行うとともに、需要の取り込みに向け、本市の強みを活かした観光情報の発信
- ★ 食や温泉等を活かしたアフターコンベンションの獲得につなげるためのコンテンツの充実
- ★ 大分県や近隣自治体、観光関連事業者等との連携による本市の優位性を活かしたMICE誘致
- ★ MICE開催補助制度の拡充をはじめとする主催者ニーズに応える支援体制の充実

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



国は、観光を「成長戦略の柱」「地方創生の切り札」として、インバウンド観光の推進を中心に「観光先進国」の実現に向けた取組を進めてきており、本市においても、近年の東アジア圏を中心とした外国人旅行者の増加や、ラグビーワールドカップ2019™日本大会における欧米豪などからの観戦客受入など、インバウンド観光を推進してきたところです。

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、インバウンド観光は深刻な影響を受けることとなりましたが、国は2030(令和12)年の訪日外国人旅行者数6,000万人を堅持するとともに、国内外の感染状況を見極めながら、インバウンド観光の段階的な回復に向けた取組を進めていくこととしています。

本市においても、入国制限の緩和などを見据えた東アジア・東南アジアへのプロモーションの再開や、ラグビーワールドカップ2019™大分開催のレガシーを活用した欧米豪向けのセールス・プロモーションの実施など、大分県や公益社団法人ツーリズムおおいた※との連携により国外への情報発信の強化を図ります。

また、2022(令和4)年に大分県が開催都市に選定された「東アジア文化都市※」や、同年以降に予定している大分空港の宇宙港化、2025(令和7)年の「大阪・関西万博」など、インバウンド観光の回復に向けた好機が控えています。こうした機会を積極的に活用し、本市の観光地としての魅力や安全・安心な受入環境についての情報発信をはじめ、大分県や一般社団法人九州観光推進機構※、日本政府観光局(JNTO)※等と連携した誘客に努めていきます。



JNTO主催による商談会(シドニー)



春日神社

具体的な取組

- ★ ターゲット国等の嗜好性に応じた観光コンテンツづくりとプロモーションの実施
- ★ 多言語に対応した観光パンフレットやホームページ、案内サイン等の充実
- ★ 海外メディアやSNS等を活用した情報発信
- ★ 「ベジタリアン」などフードダイバーシティ(食の多様性)に対応した情報発信
- ★ 国や大分県などとの連携による旅行会社や海外メディアの招請、海外旅行博への出展

基本施策 ④ デジタル技術を効果的に活用した情報発信



近年のICT分野における技術革新は、観光のあり方にも大きな影響をもたらしており、デジタル技術の活用による業務効率化や地域マネジメントの強化のほか、観光資源と組み合わせた体験の提供・サービスによる質的向上が期待されています。

さらに、スマートフォンの普及により、いつでもどこでも容易に情報にアクセスできるようになったことから、旅行者が「旅ナカ」において情報を入手しながら観光を楽しむスタイルが定着してきています。

また、ソーシャルメディア※の発達により、従来の観光地側が発信する情報に加え、旅行者側が主体的に情報を発信する傾向が強まるとともに、他の旅行者が発信した情報を参考に旅行先を選択するという行動が見られるなど、デジタル化の進展とともに情報発信のあり方も大きく変化しています。

こうしたことから、旅行者の観光消費を促すため、インフルエンサー※やWEBサイトなどのデジタルツールを活用した「旅ナカ」における着地型観光情報の充実を図るとともに、旅行者が「旅ナカ」「旅アト」において、SNSへの投稿など情報発信を促す仕組みづくりに取り組みます。

また、観光地などにおける、デジタル技術を活用した体験プログラムの創設やサービスの拡充、収集したデータを活用した観光マーケティング機能の強化など、SDGsの観点も踏まえ、デジタル技術を効果的に活用した取組による情報発信を進めます。



大友館VR体験



大友館中心建物(大おもて)復元イメージCG

具体的な取組

- ★ 二次元コードの活用など、スマートフォン利用を前提とした、ホームページ等における着地型観光情報の充実
- ★ 旅行者自身による旅ナカ・旅アトでの観光情報の発信を促すための仕組みづくり
- ★ 観光関連事業者に対する旅行クチコミサイトやSNSの利用促進に向けた支援
- ★ AR※やVR※などのデジタル技術を活用した観光資源の磨き上げ
- ★ デジタル技術を活用した観光地周遊を促すためのツールやサービスの検討

・基本方針5 受入環境の整備

本市を訪れた旅行者の周遊や滞在時間の延長を促すためには、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整備とともに、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することが重要です。

また、新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、旅行者の「旅先における安全・安心」に対する意識が高まっており、「選ばれる観光地」であるためには、衛生対策をはじめとする安全・安心な環境づくりと、その「見える化」が必要不可欠な要素となっています。

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

高齢者や障がい者など、誰にも優しい観光施設等のバリアフリー化や訪日外国人旅行者が快適に観光できるための各種案内表示の多言語化など、誰もが本市での観光をストレスなく楽しむことができるよう、まちなかや観光施設等においてユニバーサルデザイン※の視点に立った環境整備、ピクトグラム※や多言語表記によるナビゲーション機能の向上、公衆無線LANの整備、公共交通等の利便性の向上など、受入環境の整備に取り組みます。

また、飲食業や宿泊業をはじめとする旅行者と直接触れ合う事業者等を対象としたセミナーの開催等を通じて、ユニバーサルツーリズム※などに対応したおもてなし力の向上に取り組みます。



事業者向けセミナー



新たなモビリティサービス

具体的な取組

- ★ 観光施設等におけるバリアフリー化や誰もが利用しやすいトイレ整備などのインフラの充実
- ★ 観光施設への快適かつ効率的な移動を実現するためMaaS※などの新たなモビリティサービスの活用を検討
- ★ 公共施設や主要観光スポット等における公衆無線LANの充実
- ★ 外国人目線による、分かりやすく魅力的な多言語表記・説明の充実
- ★ 観光関連の団体・事業者との連携によるユニバーサルツーリズムの推進に向けたサービスの向上や人材育成の推進

基本施策 ② 「衛生的で安全・安心」な環境づくり



旅行者に対して安全・安心な滞在環境を提供するため、観光関連事業者等と連携し、新型コロナウイルスをはじめとする感染症対策に継続的に取り組むとともに、様々な媒体を活用した情報発信により、安全・安心が国内外の観光客にわかりやすく伝わるよう、感染症対策などの「見える化」に取り組めます。

また、感染症のほか、自然災害や事故・事件等の人為的な災害を含んだ危機事象に対して、避難誘導をはじめとする初期対応や、被害の最小化、早期での回復・復興など、迅速かつ的確な対応ができるよう、関係機関との情報共有の仕組みづくりや、危機管理マニュアル等の適正な運用に努めます。

新型コロナウイルス感染症対策事例集(ホテル編)



【手指消毒・検温】



【受付待機場所の表示】



【アクリルボードの設置】

具体的な取組

- ★ 観光施設等における感染症対策の徹底と、WEBサイトによる情報発信など対策の「見える化」
- ★ 行政、観光関連事業者、医療機関等の連携による観光施設等における危機管理体制の強化
- ★ 訪日外国人旅行者が災害時において必要な情報を入手できるよう「大分市災害時多言語通訳サービス」など外国語による情報提供体制の充実

・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

国連世界観光機関（UNWTO）では、「持続可能な観光」について、「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義しています。

本市においても、「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深めるなか、社会情勢の変化にも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



旅行者の多くは、特定の観光スポットのみを訪問するのではなく、市町村の区域や県境を越えて周遊するため、誘客の拡大を図るには、本市を含む広域エリアの魅力を発信することも重要です。特にインバウンド観光については、ゴールデンルート※から地方への需要の取込みに向け、九州全体が一体となったプロモーションが重要となっています。

本市は、九州の東の玄関口としての交通結節点であるとともに、国内有数の観光地である別府市と近接するほか、近隣自治体にも魅力的な観光資源が揃っているなど、広域周遊観光の拠点としての適性を備えています。また、本市を中心市とした7市1町からなる「大分都市広域圏」や、愛媛県・大分県の18市町で構成する「愛媛・大分交流市町村連絡会議※」、共通する歴史を有する6市1町で構成する「キリシタン・南蛮文化交流協定協議会※」など、県内外の自治体などと様々な連携の枠組みを有しています。

こうしたネットワークを積極的に活用するとともに、地域連携DMO※である「公益社団法人ツーリズムおおいた」を中核とした県内外の自治体との戦略的な連携強化を行うことで、広域観光周遊ルートの造成や共同プロモーションの展開による誘客につなげていきます。

具体的な取組

- ★ 国の観光施策に連動した効率的な事業推進
- ★ 日本政府観光局（JNTO）、一般社団法人九州観光推進機構等との連携による国内外に向けた観光情報の発信
- ★ 大分県との連携による「日本一のおんせん県おおいた 味力も満載」と連動した観光プロモーション
- ★ 大分都市広域圏や愛媛・大分交流市町村連絡会議の枠組みを活用した広域観光プロモーションの展開や域内交流の活性化に向けた取組
- ★ 地域連携DMO「公益社団法人ツーリズムおおいた」との連携による旅行商品の開発や国内外での旅行商談会・博覧会への参加

基本施策 ② 市民・地域・団体等との連携



近年は、旅行者のニーズが従来の名所を巡る鑑賞型からその土地ならではの体験や地域の人々とのふれあいを楽しむ旅へと変わりつつあります。本市を訪れた方に満足していただくためには、市民一人ひとりがそれぞれの立場で郷土に誇りと愛着を持ち、旅行者を温かく迎え入れ、本市の魅力を伝える観光まちづくりに参加することが重要となります。

また、新型コロナウイルスの感染拡大以降における「マイクロツーリズム」に対する関心の高まりは、地域における新たな観光需要の創出だけでなく、市民が地域資源の魅力を再認識し、地元の観光を支える気運を醸成する機会にもなっています。

本市では、地域に根ざした「観光ボランティアガイド」の活動や、まちの美化運動である「日本一きれいなまちづくり」の推進のほか、地域住民が主体となって運営する「おかばる花公園」、「戸次本町の歴史的まちなみ」などの地域の特色を活かしたまちづくりを支援しながら、旅行者を温かく迎え入れる環境づくりに取り組んでいます。

こうした市民、地域、団体等との連携や、各主体による取組への積極的な支援を通して、旅行者に対するおもてなしの気運醸成を図るとともに、住民の参加と理解による持続可能な観光地づくりに取り組めます。



観光ボランティアガイド



おかばる花公園

具体的な取組

- ★ 市民・地域・団体等との連携により、地域全体で旅行者を迎え入れる環境づくりの推進
- ★ 観光ボランティアガイドの確保とスキルアップ研修など観光人材の育成

基本施策

3

観光関連事業者との連携



観光産業の担い手であり、地域観光の最前線で活躍する観光関連事業者は、本市の観光振興にとって重要な存在です。本市への誘客促進や観光地としての認知度向上を図るためには、事業者や業界・経済団体等とこれまで以上にコミュニケーションの機会を増やし、連携・協力することで、旅行者に対する魅力ある観光コンテンツや質の高いサービスを提供していくことが求められます。

また、観光関連事業者・団体等との情報共有を図ることで、各主体の事業内容や共通する課題などを把握し、効果的な観光施策の推進を図っていきます。

具体的な取組

- ★ 観光関連事業者に対する人材育成やスキルアップを目的としたセミナーなどの開催
- ★ 観光関連事業者・団体等との連携による観光コンテンツの造成や、誘客イベントなどの開催

基本施策

4

観光協会の機能強化



大分市観光協会は、観光案内や訪日外国人旅行者への多言語対応、二次交通の案内など様々な旅のサポートを行う観光案内所の運営をはじめ、観光関連事業者とのネットワークを活かし、大分ふぐフェスタなどのイベントや旅行エージェントとの商談などの観光プロモーションを行っており、本市の観光振興における民間の核となる組織として、観光産業をけん引する重要な責務を担っています。

本市の観光振興と観光産業の活性化に向けて、大分市観光協会には、観光案内所の案内機能向上や提供サービスの拡充、スタッフの人材育成など協会機能の充実を図るとともに、会員事業者や団体等と相互に連携し、主体的かつ機動的に観光事業を推進していく役割が求められています。

具体的な取組

- ★ 大分県内観光案内所間の情報共有による観光案内サービスの拡充
- ★ 大分市観光協会の組織機能強化やスタッフの人材育成
- ★ 観光地経営の視点に立った観光地づくりに向け、大分市観光協会の営業機能やマネジメント機能の一層の強化

4. リーディングプロジェクト(重点戦略)

リーディングプロジェクトとは、本市の観光を取り巻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の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（^{リボーン}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。

「Oita 観光 ^{リボーン}REBORN」

大分を
味わう

リーディング
プロジェクト 01 > 食の魅力を REBORN 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～

大分に
集まる

リーディング
プロジェクト 02 > 西部海岸地区を REBORN 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～

大分を
楽しむ

リーディング
プロジェクト 03 > ビジネス観光・ひとり旅を REBORN 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～

大分に
訪れる

リーディング
プロジェクト 04 > インバウンド観光を REBORN 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～

大分
を
味わう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～

・ プロジェクトのねらい ・

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。

※ブランドマネジメント：ブランドを育成・活用し、その価値を確立・向上・維持するための継続的活動を指します。実現したい価値（ブランドコンセプト）を確立するためには、提供する価値の各場面において統一されたメッセージが体现されていることが重要です。

本市の特性

- 「関あじ・関さば」や「とり天」などの全国的に知名度が高い食材・グルメがあります。
- 「大分ふぐ」「りゅうきゅう」など、全国的な認知は十分ではないが、満足度の高い「隠れた逸品」があります。
- 県内各地の豊かな食（名物料理、B級グルメ、食材）が集積しています。
- ユネスコ創造都市ネットワーク※（食文化）の加盟認定を受けた臼杵市と隣接しています。

関連する主な基本施策

基本方針1ー(1) 「食」を軸とした「旅の目的地」化に向けたブランディング

基本方針2ー(1) 食を活かす

基本方針4ー(1) 国内誘客に向けたターゲット戦略、(4) デジタル技術を効果的に活用した情報発信

基本方針6ー(1) 国・県・他の自治体等との連携、(3) 観光関連事業者との連携、(4) 観光協会の機能強化

推進のステップ

①「食」資源の情報収集と食に関わる事業者とのネットワーク構築

- 市内の食材や飲食店をはじめとする食関連事業者等の情報の整理と連携体制の構築

②共通キャッチコピーを用いた「食の大分市」のブランドイメージづくり

- 「食の大分市」というブランドイメージづくりに向けたキャッチコピーの設定
- パンフレット・ポスター、ホームページなど各種発信ツールによる共通キャッチコピーの活用
- 行政・民間を問わず各種イベント・キャンペーンを通じたキャッチコピーを用いたイメージ戦略

③誘客ターゲットを意識した魅力的で多彩な「食」コンテンツの開発

- 「関あじ・関さば」「大分ふぐ」「豊後牛」など付加価値の高い食材を生かした着地型商品の開発
- ONSen・ガストロノミーウォーキングやアートフェスティバルとの連携など、食を活かした誘客イベントの実施

④ターゲットに応じたプロモーションによる誘客

- 県や近隣自治体、観光協会、商工会議所、飲食事業者、宿泊事業者との連携によるプロモーションの実施
- 旅マエ、旅ナカにおける各種キャンペーンやSNSを活用した情報発信の充実

⑤「食」「宿」「交通」の強みを活かした広域観光の推進

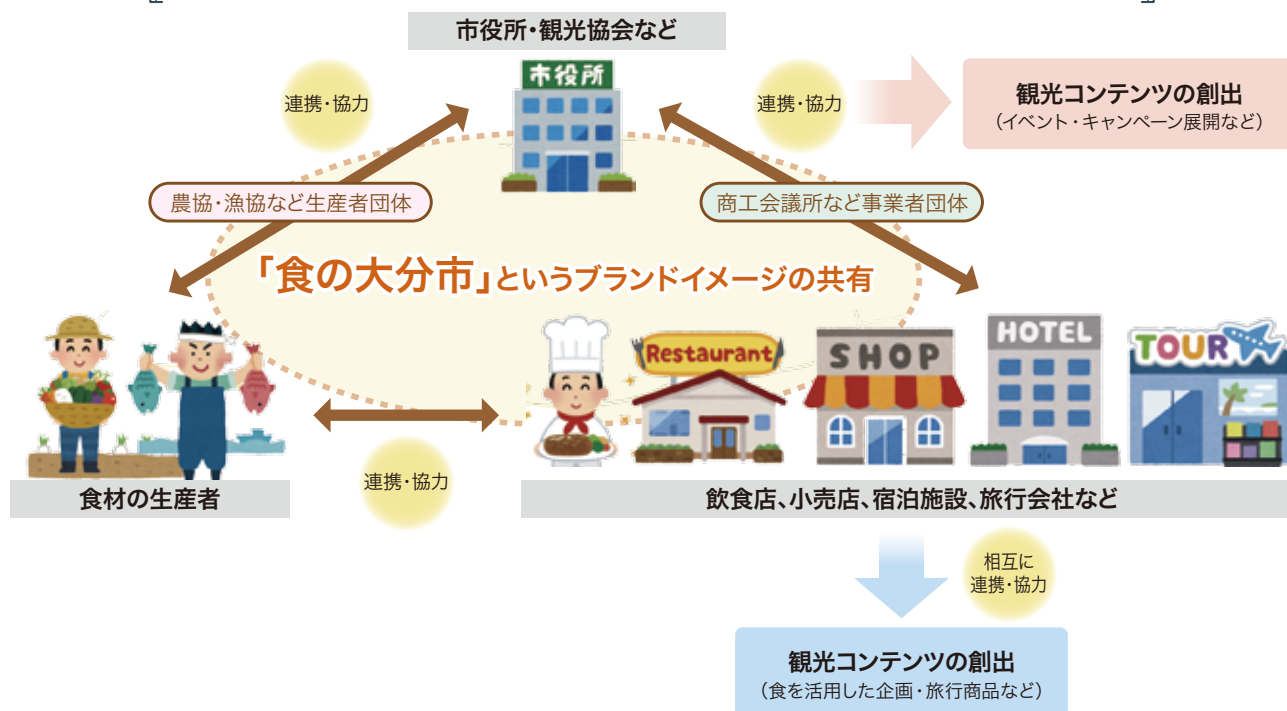
- 大分駅を中心とした豊かな食が堪能できる繁華街や個室を備えたビジネスホテルが多いことなどの本市の優位性を活かし、別府市・由布市の温泉、臼杵市の食文化や、豊後大野市のジオパーク、近隣都市等における大友氏関連や南蛮文化など、各都市の観光資源とのコラボレーション

指標

2026(令和8)年度までに新たな食の観光コンテンツを10以上実施します。

推進のイメージ

事業者等との連携による「食の大分市」というブランドイメージを共有した事業展開



食のブランドイメージづくりに向けた「キャッチコピー・ロゴ・キャラクター」などを活用したプロモーション



〈キャッチコピーを使用したプロモーションのイメージ〉

着地型商品として、食をテーマにした「誘客イベント」や「周遊クーポン」などの取組



〈ONSEN・ガストロノミーツーリズムHP〉



〈のつはる周遊クーポン〉



〈ONSEN・ガストロノミーツーリズム〉

宿泊施設と飲食店が連携した地域の食を堪能できる旅行商品



〈大分ふぐ食べよう応援プラン〉

大分に
集まる

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～

・プロジェクトのねらい・

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。

西部海岸地区の特性

- 高崎山自然動物園、うみたまごなどの認知度の高い観光資源が立地しています。
- 田ノ浦ビーチ、かんたん港園など、海のイメージを訴求できる恵まれた景観があります。
- 「高崎城跡」「柞原八幡宮」「高崎山セラピーロード」など歴史や自然を活かした観光資源があります。
- 憩い・交流拠点施設やホーバークラフトターミナルの整備が予定されています。

関連する主な基本施策

基本方針1－(2) 高崎山自然動物園の特性を活かしたブランディング

基本方針2－(2) 高崎山エリアの魅力を活かす、(3) 歴史を活かす、(5) 自然・景観・温泉を活かす

基本方針3－(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、

(2) 旅行ニーズの変化に対応した観光資源の開発、(3) 新たな観光交流の拠点整備と活用

基本方針4－(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－(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

基本方針6－(1) 国・県・他の自治体等との連携、(3) 観光関連事業者との連携

推進のステップ

①開園70周年を迎える高崎山自然動物園の魅力増進

- 山の中でサル生態を間近で観察するモンキーツアーなど、寄せ場等での滞在時間の延長を図るためのコンテンツの充実
- 「高崎山セラピーロード」「山頂の眺望」「高崎城跡」など自然や歴史を体感できる観光資源としての高崎山のプロモーションの実施

②新たな観光拠点として「憩い・交流拠点施設」や「ホーバークラフトターミナル」の活用

- 憩い・交流拠点施設における地域の魅力的な物産の販売や観光情報の発信、国道10号（別大国道）の海岸線といったロケーションを活かしたアクティビティの充実
- 宇宙港となる大分空港と本市を結ぶホーバークラフトの魅力や希少性を活用した観光プロモーションの展開

③同地区内の各施設間の連携による観光プロモーションや誘客イベント等による周遊促進を図る取組

- 同地区内各施設間の回遊性向上を図るとともに、持続可能な脱炭素社会*の実現にも配慮した移動手段の検討
- かんたん港園～高崎山エリアへの周遊を促すためのイベント開催や観光コンテンツの開発

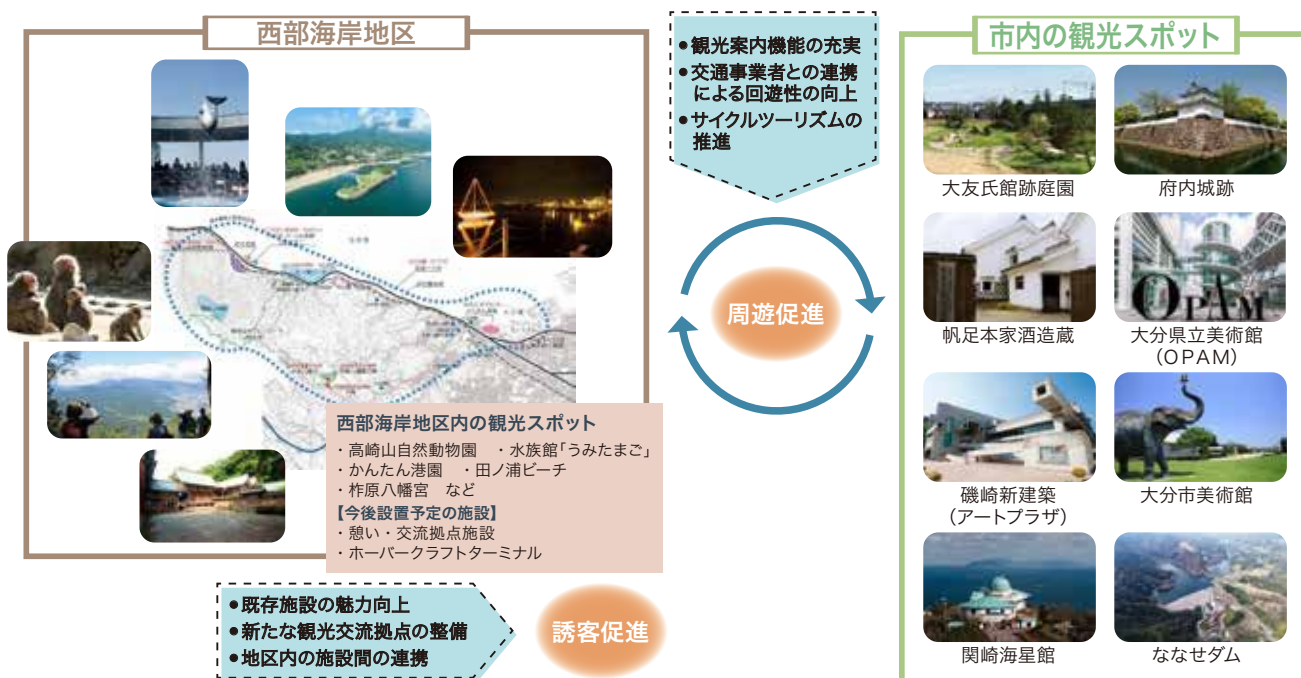
④同地区に呼び込んだ観光客を市内中心部や各観光スポットへ周遊させる取組

- 「憩い・交流拠点施設」や「ホーバークラフトターミナル」における観光案内機能等の充実
- 観光施設への快適かつ効率的な移動を実現するためMaaSなどの新たなモビリティサービスの活用の検討
- 同地区と市内中心部及び各観光スポットをつなぐサイクルツーリズムの推進

指標

2026（令和8）年までに西部海岸地区内の観光入込客数を1,600千人（年）にします。

西部海岸地区への誘客と各観光スポットとの周遊



国内唯一の旅客航路となるホーバークラフトの観光資源としての活用

大分空港と大分市を海路で結び、アクセスの向上が期待されています。その希少性を活かした観光プロモーションの展開を図ります。



〈ホーバークラフト〉



〈旅客ターミナル (西大分) のイメージ〉

資料：大分県

宇宙港をイメージし、空へと上昇するような外観となっています。本市の新たなランドマークとしてとして多くの旅行者が訪れることが期待されています。

大分港の宇宙港化と連動した西部海岸地区における魅力創造



資料：大分県HP

自転車を活用した周遊コンテンツ

西部海岸地区を周遊するサイクリングコース案

コース例



国道10号自転車・歩行者道



田ノ浦ビーチ



うみたまご

高崎山自然動物園



国道10号自転車・歩行者道



天海の湯

交通事業者との連携による周遊の取組

バス往復券+うみたまご・高崎山の共通入場券

バス往復券(大分市内⇄高崎山、別府市内⇄高崎山)と高崎山自然動物園・水族館「うみたまご」の共通入場券がセットになった“モンキー・マリンチケット”



資料：大分交通HP

大分を
楽しむビジネス客・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～

・プロジェクトのねらい・

観光消費拡大に向けた魅力づくりを行ううえで、旅行市場の動向を踏まえたターゲットの絞り込みが重要です。ビジネス目的の来訪者が多いという本市の特性や、大きな経済波及効果が期待できるMICEの来訪者、近年市場規模が拡大傾向にあるひとり旅の旅行者を意識した観光コンテンツの充実に取り組みます。

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・合宿を含むMICEの誘致に取り組むとともに、宿泊、飲食など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。

本市の特性

- 九州の東の玄関口として交通インフラが充実しています。
- 個室（洋室）を備えたビジネスホテルが多く立地しており、シングルでの宿泊の比率が高いです。
- まちなかで気軽に楽しめる温泉や、県下の食が楽しめる環境が備わっています。
- 多様な産業が集積しており、多くのビジネス客が来訪しています。
- 会議やスポーツ大会など様々なニーズに対応できる文化・スポーツ施設が充実しています。

関連する主な基本施策

- 基本方針1－(1)「食」を軸とした「旅の目的地」化に向けたブランディング、(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－(1) 食を活かす、(3) 歴史を活かす、(4) 文化・芸術を活かす、(5) 自然・景観・温泉を活かす
基本方針3－(2) 旅行ニーズの変化に対応した観光資源の開発
基本方針4－(1) 国内誘客に向けたターゲット戦略、(2) ビジネス客やMICE来訪者の獲得に向けた情報戦略、
(4) デジタル技術を効果的に活用した情報発信
基本方針6－(3) 観光関連事業者との連携、(4) 観光協会の機能強化

推進のステップ

①滞在時間延長に向けたワーケーション・プレジャーの利用促進や体験型コンテンツの充実

- ワーケーション・プレジャー需要の取り込みに向けた情報発信
- まちなかの温泉を巡る企画や、温泉と「食」や「酒」などを組み合わせた観光コンテンツの開発

②観光消費拡大に向け、本市の強みを活かしたMICEの積極的な誘致

- 会場とホテルの近接性、豊かな「食」やまちなかの「温泉」といったアフターコンベンションなど、本市の強みを活かしたMICE主催者等への情報発信
- ホルトホール大分や大分スポーツ公園等の充実した文化・スポーツ施設を活かした、コンベンションやスポーツ大会等の積極的な誘致
- スポーツ大会等を含むMICE開催補助制度の拡充をはじめとする主催者ニーズに応える支援体制の充実

③ビジネス客やひとり旅をターゲットとした「旅ナカ」における着地型観光情報の充実

- 市内に点在する歴史遺産や著名な建築家が手掛けた建築物、まちなかのアートのスポットへ周遊促進を図るイベントや街あるきコンテンツなど、歴史、文化・芸術を活かした企画・商品開発
- ビジネス客の滞在期間中に利用できる温泉やまちなか散策などの観光情報や、ひとり旅の嗜好に応じた歴史、文化・芸術などの多様なニーズに対応したきめ細かい着地型観光の情報提供
- ホームページやSNSなどデジタルツールを活用した情報発信

④観光関連事業者等との連携による滞在時間延長や消費単価UPに向けた仕組みづくり

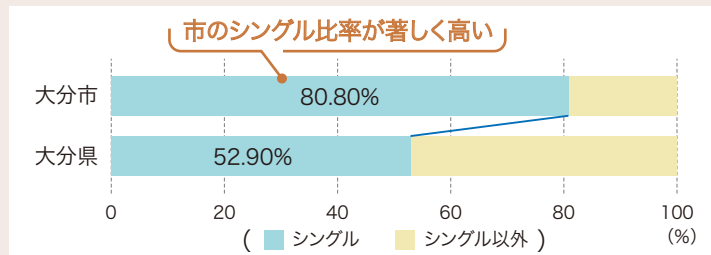
- 宿泊施設や飲食店等の観光関連事業者等を対象とした旅行者へのおもてなし講座や観光消費拡大を目的とした観光セミナー等の開催
- 宿泊施設や飲食店等との連携によるビジネス客やひとり旅をターゲットとした飲食店情報や観光情報を提供する仕組みづくり

指標

2026(令和8)年までにビジネス客・ひとり旅に向けた新たな着地型観光コンテンツを10以上実施します。

推進のイメージ

▶ じゃらんnet宿泊予約データ (2020年度)



市観光課や関連部署・観光協会

市・事業者ともにビジネス利用・ひとり旅ニーズを相互に把握
これに対応する環境整備・商品について連携・働きかけを行います

観光事業者

飲食店

宿泊施設

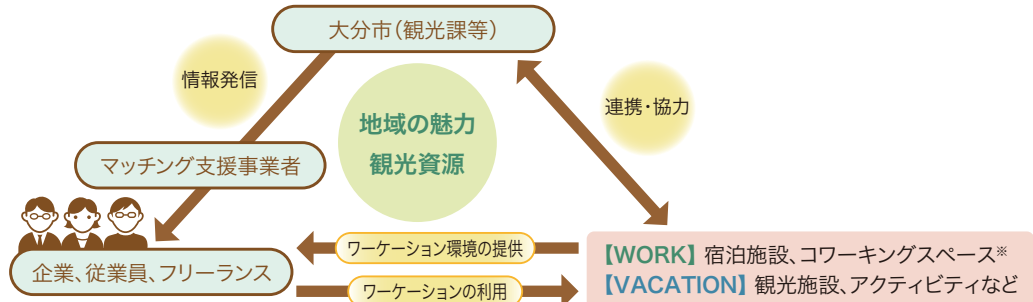
交通事業者

- 宿泊施設、飲食店など観光関連事業者との受入環境づくりに関するセミナー、勉強会などの開催
- 滞在時間の延長、消費単価 UP につながる着地型観光コンテンツの整備
- MICE開催補助制度の拡充やMICE主催者への情報発信
- 旅ナカでの旅行情報を伝える着地ツールの整備、WEBを活用した情報発信

ワークেশンの誘致と利用促進



ホームページでテレワーク
やデユース応援プラン等
を販売する宿泊施設を紹介



隙間時間に応じた嗜好性別の観光プログラムの例



Schedule		所要時間: 約1時間30分 (※所要時間は目安)					
START	J R 大分駅 出発	1 赤レンガ館	2 彫刻群	3 府内城跡	4 アートプラザ	J R 大分駅 着	GOAL
	徒歩10分 (450m)	徒歩5分 (250m)	徒歩1分 (50m)	徒歩1分 (50m)	徒歩15分 (1.2km)		
	5分	20分	30分	5分			

市内飲食店での「おひとり様歓迎」プロモーションの展開など、ひとり旅に優しい受入環境づくり



〈観光関連事業者等を対象とした
セミナー開催のイメージ〉

大分に
訪れ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～

・ プロジェクトのねらい ・

観光産業の持続的な成長に向けて、インバウンド観光の推進は重要です。

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とともに、本市を訪れた外国人旅行者に満足いく「旅」をしてもらうことで、旅行者自身によるSNSの発信や、インフルエンサー等を活用した情報発信により、さらなる誘客促進につなげていきます。

本市の特性

- 県内グルメをはじめ、外国人に人気の高い日本の食資源が豊富です。
- 個室（洋室）タイプの宿泊施設が充実しています。
- ラグビーワールドカップ2019™や大分国際車いすマラソンの開催地として外国人の受入実績があります。
- 2022（令和4）年の東アジア文化都市に大分県が選定されており、都市イメージの発信やアジアを中心とした諸外国からの来訪者の増大が期待されます。
- 大分空港をアジア初の水平型宇宙港とする計画が進められており、外国人旅行者を取り込む好機です。

関連する主な基本施策

基本方針4－(3) インバウンド観光の回復を見据えた情報戦略

基本方針5－(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、

(2) 「衛生的で安全・安心」な環境づくり

基本方針6－(1) 国・県・他の自治体等との連携、(3) 観光関連事業者との連携

推進のステップ

① ターゲット国等の嗜好性を考慮したプロモーション

- 各言語圏に応じた、嗜好性に沿った視覚的に分かりやすいパンフレットの作成
- フードダイバーシティ（食の多様性）に対応した観光情報の発信
- 旅行市場や各専門分野に影響力のあるインフルエンサー等を活用した情報発信

② インバウンド需要の回復に併せた国や県等との連携による観光プロモーション

- 九州観光推進機構や公益社団法人ツーリズムおおいた、近隣自治体との連携による共同プロモーション展開

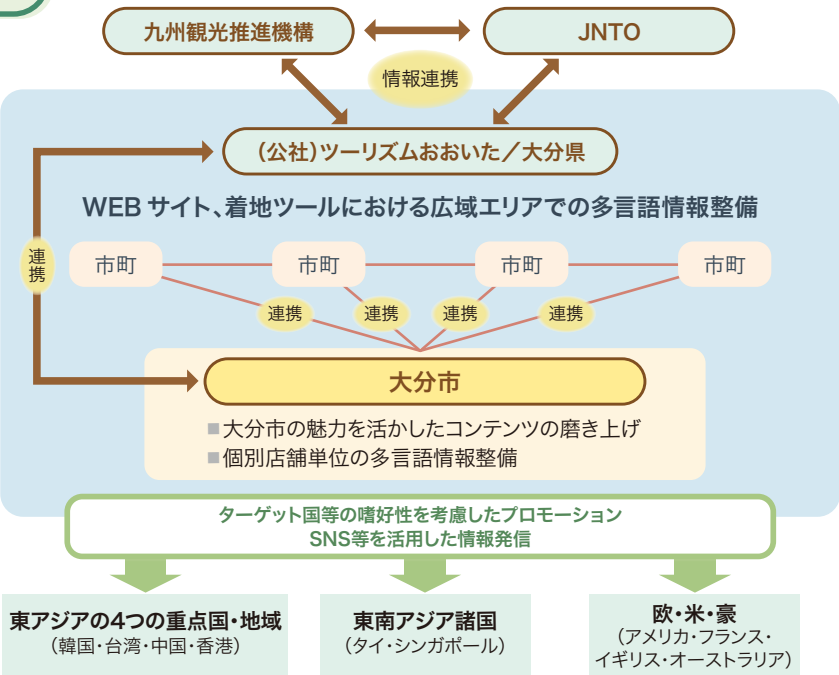
③ 多言語に対応した旅ナカにおける情報発信の充実やストレスなく観光してもらうための受入体制整備

- 観光施設や飲食店等を対象とした、Googleビジネスプロフィールなど多くの訪日外国人が利用するデジタルツールの利用促進に向けたセミナーの開催
- 観光関連事業者・団体等との連携によるユニバーサルツーリズムなどに対応した人材育成
- 訪日外国人旅行者が本市の着地型観光情報にアクセスしやすい公衆無線LANの充実
- まちなかの案内サインや観光施設、各店舗における外国語表記の充実、災害時の多言語通訳サービスなど、外国語による情報提供体制の充実

指標

2026（令和8）年までに外国人観光宿泊客数を90,000人（年）にします。

推進のイメージ



飲食店、お土産店の情報を多言語翻訳やアイコンで外国人に分かりやすく紹介

[illegible]

【参考】東京都多言語メニュー作成支援サイト
(左) 外国人向けの多言語メニューと(上) 食材を示すものを分かりやすく表示するピクトグラム(絵文字)

ターゲット国等の嗜好性を考慮したプロモーション

▶ 国別の深層ニーズ別タイプ



国・地域の嗜好性を
把握し、各言語圏の嗜
好性に沿ったパンフ
レットに反映



資料：茨城県HP

大分県や公益社団法人ツーリズムおおいたとの連携による 海外での観光プロモーション

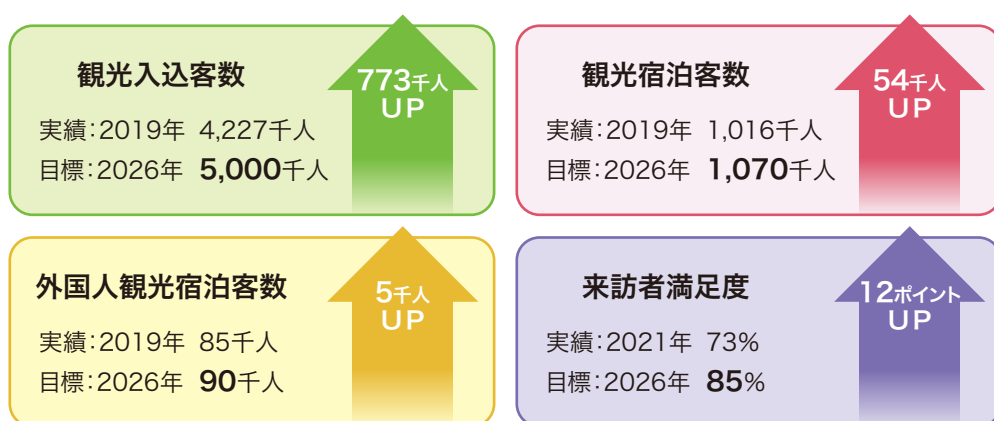


〈旅行博覧会、商談会の様子〉

5. プランの目標(数値目標)

本プランを計画的・効果的に推進していくために、本プランの数値目標を設定し、5年間の目指すべき姿とします。

この数値目標をもとに、本プランの推進状況を把握することにより、本市の観光振興の政策全般における計画推進の成果を評価し、次期計画策定の際に見直し等を図るものとします。



※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. プランの進捗管理

本プランの進捗管理として、「(仮称)第2次大分市観光戦略プラン推進委員会」を立ち上げます。計画の目的や意義の共有を図るなか、各基本施策における具体的な取組状況の把握やPDCAサイクルに基づく評価、意見交換等を行います。また、様々な社会情勢の変化等を踏まえ、必要に応じて基本施策やリーディングプロジェクト(重点戦略)などの見直しや追加を行っていくこととします。

評価に当たっては、本プランで定めた数値目標等の定量的な指標を活用するなど第三者にも分かりやすい評価に努めるものとします。



用語集

	用 語	解 説
あ行	アートレジオン	芸術を意味する英語の「アート」と地域を意味する仏語の「レジオン」を組み合わせた造語で、人口減少や少子高齢化が進む周辺地域に市内外からアーティストを呼び込み、アートイベントや制作活動を通して文化・芸術の振興を図るとともに、地域住民との交流を促進することで地域の活性化につなげることを目的としています。
	アフターコンベンション	MICEの後に行われる催しや懇親会等のことです。アフターコンベンションには、MICE出席者の同伴者(出席者の家族など)を楽しませるメニューも含まれます。
	一般社団法人九州観光推進機構	九州における魅力ある観光地づくりと国内・海外観光客等の九州への誘客を推進し、観光産業の振興と九州経済の発展に寄与することを目的としています。
	インバウンド観光	外から入ってくる旅行のことで、一般的には訪日外国人旅行を指します。
	インフルエンサー	芸能人や専門家、パワーブロガーなど、人々の消費行動に強い影響力を与える人物のことです。
	ウェルネスツーリズム	旅先でのスパ、ヨガ、瞑想、フィットネス、ヘルシー食、レクリエーション、交流などを通して、心と体の健康に気づく旅、地域の資源に触れ、新しい発見と自己開発ができる旅のことです。
	AR	Augmented Reality(拡張現実)の略で、現実空間上に仮想の視覚情報を重ねて映し出すことで、現実世界を拡張する技術のことです。
	SNS	ソーシャル・ネットワーキング・サービス(Social Networking Service)の略で、会員制のWEBサイト上で職業・趣味・写真・文章などを公開し、会員同士で交流できる機能を提供できるサービスを指します。
	愛媛・大分交流市町村連絡会議	県域を越えた交流の枠組みとして、愛媛県(4市5町)・大分県(8市1町)の18市町で構成されています。(2022(令和4)年3月時点)
	大分空港の宇宙港化	航空機を使って人工衛星を打ち上げる宇宙港として、大分空港を活用する計画が進められています。

用語集

あ行	大分市ブランド認証加工品 「Oita Birth」	市産農林水産物等を活用した魅力ある加工品を大分市ブランドとして認証し、広く情報発信することにより、消費拡大および地域経済の活性化を図るとともに、大分市の魅力を向上させることを目的としています。
	大分都市広域圏	国の連携中枢都市圏構想に基づき、2016(平成28)年に大分市、別府市、臼杵市、津久見市、竹田市、豊後大野市、由布市、日出町の7市1町で形成しました。
	オープンデータ	コンピュータプログラムが自動的にデータを再利用(加工、編集等)するのに適したデータ形式で、二次利用が可能な利用ルールで公開されたデータのことです。
か行	ガストロノミーツーリズム	その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、その土地の食文化に触れることを目的とした旅行のことです。
	カルチャーツーリズム	日本独自の歴史に根ざした文化財、多彩なまつり、伝統芸能などの文化的な観光資源と触れ合い、これに関する知識及び理解を深めることです。
	キリシタン・南蛮文化交流協定協議会	キリシタンや南蛮文化にゆかりがある県内の6市1町(大分市、国東市・日出町・臼杵市・津久見市・竹田市・由布市)による「キリシタン・南蛮文化交流協定」に基づき、関係自治体が連携協力し人的交流を広げ文化遺産周知や地域振興、観光振興の活性化の推進を目的としています。
	グリーンスローモビリティ	時速20km未満で公道を走ることができる電動車を活用した小さな移動サービスで、その車両も含めた総称のことです。
	公益社団法人ツーリズムおおいた	大分県内における観光事業の健全な発展と振興並びに地域の活性化を図り、併せて健全な観光旅行の普及発展と国際観光の振興を促し、それによって県民の生活・文化・経済の向上発展・国際親善に寄与することを目的とした団体です。
	ゴールデンルート	訪日外国人旅行者にとって定番となっている東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪を巡る観光周遊ルートのことです。
	コワーキングスペース	様々な業種・所属先の人たちが同じ空間を共有しながら仕事を行う場所のことです。

用語集

さ行	産業観光	歴史的・文化的価値のある古い機械や工場遺構などの産業文化財、生産現場や産業製品を観光資源と捉え、それらを通してものづくりの心に触れるとともに、人的交流を促進する観光活動のことです。
	シェアサイクル	複数設置された拠点(サイクルポート)で、どこでも貸出・返却が可能な自転車のシェアリングサービスのことです。
	森林セラピー®	森林内での保養活動を指し、リラクゼーション効果や免疫機能改善等の予防医学的な効果を期待するものです。
	スポーツコミッション	地方公共団体、スポーツ団体、民間企業等が一体となり、スポーツによるまちづくり・地域活性化を推進していく組織の総称です。
	西部海岸地区	本プランにおける西部海岸地区とは、高崎山自然動物園・水族館「うみたまご」などが立地する「高崎山エリア」から田ノ浦ビーチ・柞原八幡宮・かんたん港園・大分港等を含むエリアを指します。
	ソーシャルメディア	インターネットを利用して誰でも手軽に情報を発信し、相互のやりとりができる双方向のメディアのことです。
た行	脱炭素社会	温室効果ガスの人為的な排出量と吸収源による除去量との均衡を達成した社会のことです。
	DMO	Destination Management Organizationの略で、観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のことです。
	デジタルアーカイブ	有形・無形の文化資源をデジタル情報として記録し、劣化なく永久保存するとともに、ネットワークなどを用いて提供することです。
	DX(デジタルトランスフォーメーション)	企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立することです。
	テックツーリズム	本プランにおけるテックツーリズムとは、宇宙産業や次世代モビリティなどの先端科学技術の要素を取り入れた形態の観光を意味します。

用語集

な行	ナイトタイムエコノミー	夜間(一般には、日没から日の出まで)の経済活動のことを指します。夜間の様々な活動を通じて、地域の魅力や文化を発信し、消費拡大などにつなげる考え方です。
	南蛮文化発祥都市おおいた	大友宗麟公の功績と我が国でいち早く南蛮文化が花開いた豊後府内を誇りとし、魅力に満ちたふるさと大分を創造する決意をこめて、2013(平成25)年8月10日に「南蛮文化発祥都市おおいた」を宣言しました。
	日本政府観光局(JNTO)	日本政府観光局(JNTO:Japan National Tourism Organization)は、外国人旅行者の誘致活動を行う日本の公的な専門機関です。世界の主要都市に海外事務所を持ち、日本へのインバウンド・ツーリズム(外国人の訪日旅行)のプロモーションやマーケティングを行っています。
は行	ハイブリッド化	会場での開催とオンライン開催を組み合わせた会議等の開催形態のことを指します。
	パブリシティ	企業や官公庁、団体などが、製品やサービス、事業などに関する情報を、プレスリリース等を通じてマスメディアに提供し、報道されるように働きかける広報活動のことです。
	東アジア文化都市	日本・中国・韓国の3か国において、文化芸術による発展を目指す都市を選定し、その都市において、現代の芸術文化や伝統文化、また多彩な生活文化に関連する様々な文化芸術イベント等を実施するものです。
	ピクトグラム	情報や指示、案内などを単純化された絵や図形で表したものです。言語によらず情報を伝達することができ、街頭や施設内での案内などによく用いられます。
	VR	Virtual Reality(仮想現実)の略で、ヘッドセットを装着することで360度パノラマ映像による仮想空間を体験できる技術のことです。
	フィルムコミッション	地域において映像コンテンツ(映画・テレビドラマ・CMアニメ等)のロケーション撮影が円滑に行われるための支援を行い、そのコンテンツを活かして地域活性を行う公的機関のことです。本市においては、「大分市ロケーションオフィス」を組織しています。
	ブレジャー	Business(ビジネス)とLeisure(レジャー)を組み合わせた造語で、出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむことです。

用語集

は行	豊後料理	大分の素晴らしい「食材」とこの土地特有の地形や自然条件・歴史的背景などにより育まれた多様な「食文化」を融合させた新しいおもてなし料理のことです。
ま行	MaaS	Mobility as a Serviceの略で、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスのことです。
	マイクロツーリズム	自宅から1時間圏内の地元や近隣への短距離観光のことを意味します。
	MICE	企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字であり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称です。
	モール泉	亜炭層から湧き出る温泉で、植物由来の天然保湿成分や有機物を豊富に含んでいるのが特徴です。
や行	ユニバーサルツーリズム	すべての人が楽しめるよう創られた旅行であり、障がいの有無、年齢、性別、人種などにかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行のことです。
	ユニバーサルデザイン	障がいの有無、年齢、性別、人種などにかかわらず、多様な人々が利用しやすいよう都市や生活環境をデザインする考え方です。
	ユネスコ創造都市ネットワーク	ユネスコが対象とする7つの創造的な産業(文学、映画、音楽、クラフト&フォークアート、デザイン、メディア・アート、食文化)の分野において、都市間でパートナーシップを結び相互に経験・知識の共有を図り、またその国際的なネットワークを活用して国内・国際市場における文化的産物の普及を促進し、文化産業の強化による都市の活性化及び文化多様性への理解増進を図ることを目的としています。
わ行	ワーケーション	Work(仕事)とVacation(休暇)を組み合わせた造語で、テレワーク等を活用し、観光地等の普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うことです。

第2次大分市観光戦略プラン策定経過

- 令和3年 6月2日 第1回策定委員会、委嘱状交付式
- ・委員長、副委員長の選任
 - ・第2次大分市観光戦略プランの位置付け及び策定体制の検討
 - ・第2次大分市観光戦略プランの概要と今後の進め方の検討
- 7月15日 大分市の観光に関するアンケート調査の実施
- 8月30日 第2回策定委員会
- ・第1次大分市観光戦略プランの取組及び評価の検討
 - ・本市を取り巻く観光の動向及びアンケート調査結果の検討
 - ・第2次大分市観光戦略プランの体系（案）の検討
- 10月4日 第3回策定委員会
- ・「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」の検討
 - ・「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」の検討
 - ・「基本方針3 新たな観光コンテンツの創出」の検討
- 11月2日 第4回策定委員会
- ・「基本方針4 効果的な情報戦略」の検討
 - ・「基本方針5 受入環境の整備」の検討
 - ・「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」の検討
- 12月22日 第5回策定委員会
- ・リーディングプロジェクトの検討
 - ・数値目標の検討
 - ・市民意見公募手続き（パブリックコメント）の実施について
- 令和4年1月14日 市民意見公募手続きの実施（2月13日まで31日間）
- 2月25日 第6回策定委員会
- ・市民意見公募手続き（パブリックコメント）の結果の報告
 - ・第2次大分市観光戦略プラン（案）の決定
- 3月2日 第2次大分市観光戦略プラン（案）を市長へ報告
- 3月24日 第2次大分市観光戦略プランの策定

資料編

第2次大分市観光戦略プラン策定委員会 委員名簿

※敬称略・順不同

組織・役職	氏 名	備 考
一般社団法人大分市観光協会 副会長	高橋 幹雄	委員長
大分商工会議所 専務理事	中島 英司	副委員長
公立大学法人大分県立芸術文化短期大学国際総合学科 准教授	宮野 幸岳	
株式会社日本政策投資銀行大分事務所 所長代理	佐野 真紀子	
公益社団法人ツーリズムおおいた 専務理事	土谷 晴美	
九州旅客鉄道株式会社大分支社 執行役員大分支社長	貞苅 路也	R3.6.22まで
九州旅客鉄道株式会社大分支社 執行役員大分支社長	吉野 敏成	R3.6.23から
株式会社JR大分シティ 代表取締役社長	津高 守	R3.6.28まで
株式会社JR大分シティ 代表取締役社長	兵藤 公顕	R3.6.29から
大分商工会議所青年部 特別理事	佐藤 理沙	
大分市ホテル旅館事業協同組合 組合長	三浦 義則	
大分広告協会 事務局長	小野 敦司	
食ラボ大分(大分食文化研究所) 会長	梯 哲哉	
公益財団法人大分県芸術文化スポーツ振興財団 アドバイザー	三浦 宏樹	
一般社団法人大分学研究会 代表理事	檜本 譲司	
大分・おんせん観光インバウンド対応人材育成協議会 事務局長	首藤 陽一	
特定非営利活動法人緑の工房ななぐらす 理事長	葛西 満里子	
特定非営利活動法人岡原花咲かそう会 理事長	木津 邦洋	
特定非営利活動法人さかのせきまちづくり協議会 副理事長	松尾 島雄	
特定非営利活動法人七瀬の里Nクラブ クラブマネージャー	小井手 恵子	
特定非営利活動法人大分ウォーターフロント研究会 専務理事	福田 健二	
大分県商工観光労働部観光局観光政策課 課長	穴南 信一	
大分市企画部 部長	伊藤 英樹	
大分市商工労働観光部 部長	佐々木 英治	

資料編

第2次大分市観光戦略プラン策定委員会設置要綱

（設置）

第1条 第2次大分市観光戦略プラン（以下「プラン」という。）の策定に当たり、広く市民の意見を聴くため、大分市観光戦略プラン策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

（所掌事項）

第2条 委員会は、次に掲げる事項について検討を行い、その結果を市長に報告するものとする。

- (1) プランの策定に関する事項
- (2) その他プランの策定に関し市長が必要と認める事項

（組織）

第3条 委員会は、委員22人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が参画依頼し、又は任命する。

- (1) 本市の観光振興について見識を有する者
- (2) 関係行政機関の職員
- (3) 市の職員
- (4) その他市長が必要と認める者

（参画依頼等の期間）

第4条 委員の参画依頼又は任命の期間は、プランが策定される日までとする。

（委員長及び副委員長）

第5条 委員会に委員長及び副委員長1人を置き、委員の互選により選出する。

- 2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。
- 3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

（会議）

第6条 委員会の会議（以下「会議」という。）は、必要に応じて委員長が招集し、委員長がその議長となる。

- 2 会議は、委員の過半数が出席しなければ、これを開くことができない。
- 3 会議の議事は、出席委員の過半数でこれを決し、可否同数の場合は、議長の決するところによる。
- 4 委員長は、必要があると認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。

（報償金等）

第7条 委員（第3条第2項第3号に規定する委員を除く。）及び前条第4項の規定により会議に出席した委員以外の者（市の職員を除く。）に対する報償金等は、予算の範囲内で、市長が決定し、これを支払うことができる。

（庶務）

第8条 委員会の庶務は、商工労働観光部観光課において処理する。

（委任）

第9条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

（施行期日）

- 1 この要綱は、令和3年4月22日から施行する。
- （この要綱の失効）
- 2 この要綱は、プランが策定される日限り、その効力を失う。



大分市

大分市商工労働観光部観光課

〒870-8504 大分県大分市荷揚町2番31号

TEL. 097-537-5717