

# (1) 地域に元気をもたらす国内誘客・海外誘客(インバウンド)の推進

## 10年後の目指す姿

- ◆国内外の観光客が、温泉を楽しむとともに、地域の特色を活かしたバラエティに富む観光資源を堪能するため本県を繰り返し訪れ、長期に滞在し、県内各地を周遊するなど、交流人口が拡大している。
- ◆世界中から多くの旅行者が訪れる国際的に有名な観光地となり、複数の国から海外直行便が就航している。
- ◆訪日教育旅行やビジネス、国際スポーツ大会など、多様な目的での国際的な人的交流が進んでいる。

## 現状と課題

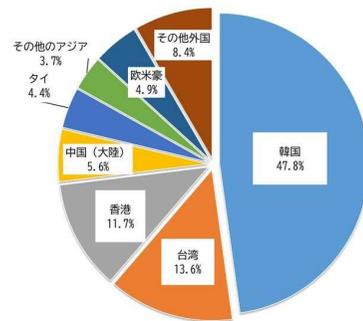
- 人口減少や高齢化により、国内観光客が長期的には減少することが予想されています。多様化する観光ニーズに対応し、リピート頻度をさらに高める必要があります。
- 県内への観光客は別府市、由布市に集中しており、県内各地へ周遊を促すことが必要です。
- 急増するインバウンドについては、本県への来訪が多いアジア地域に加え、欧米・大洋州の富裕層など新たなターゲットの取込みが重要です。
- 大分空港国際線は、台湾、中国その他アジア地域からの複数の国際線就航のほか、東アジアのハブ空港を経由した欧米・大洋州等との乗継需要の取込みが必要です。
- 2025年には日本国際博覧会(大阪・関西万博)や宇佐神宮創建1300年を記念した行事が行われるほか、2027年には国際園芸博覧会(神奈川県横浜市)など、観光の起爆剤となるイベントが多数開催され、インバウンドの地方誘客が期待されています。

県内宿泊客数の推移



出典：宿泊旅行統計調査(観光庁)

外国人宿泊客の構成比(R5)



出典：宿泊旅行統計調査(観光庁)



## 主な取組

### ①戦略的な誘客プロモーションの実施

- ・首都圏、関西、福岡など圏域ごとの特性を踏まえた国内からの新規誘客とリピーターの創出
- ・県内周遊の促進に向けた別府、湯布院に次ぐ誘客拠点の創出と空港や駅から観光地までのアクセス向上を含めた商品造成
- ・国や地域ごとのニーズを踏まえた高付加価値コンテンツの充実によるインバウンドの促進
- ・国別の観光戦略パートナーやJNTO※1、大分県上海事務所等の多様なチャンネルを活用した情報発信
- ・デジタルマーケティング※2やビッグデータ※3等のデジタル技術を活用した効果的なプロモーションの実施



藍染め体験

### ②広域周遊観光の推進

- ・九州、瀬戸内等の自治体やDMO※4等と連携した広域観光周遊ルートの確立
- ・航空機や鉄道、フェリー等の交通事業者との連携による誘客の促進



九州横断3県 長崎・熊本・大分観光プロモーション

### ③様々な旅行形態の誘致

- ・国際的な学会、企業の報奨・研修旅行などMICE※5の誘致
- ・海外の自治体や学校、旅行会社等と連携した訪日教育旅行の誘致
- ・新規国際航空路線やクルーズ船等の誘致
- ・ツール・ド・九州などの国際的スポーツ大会やプロスポーツチームなどの宿泊誘致を通じた誘客の促進



台湾からの訪日教育旅行

## 目標指標

指標名	基準値	目標値					
	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R15年度
県内宿泊客数(千人)	7,624	8,370	8,359	8,437	8,515	8,593	8,978
うち外国人宿泊客数(千人)	1,307	1,317	1,328	1,406	1,484	1,562	1,947

※1 Japan National Tourism Organization(日本政府観光局)の略。国際観光の振興を図ることを目的とする国の組織  
 ※2 デジタルデータの活用を通じて、個人の関心や動向に応じた情報を届け、その反応を検証して改善等を行うマーケティング手法  
 ※3 インターネットやスマートフォン、小型化したセンサー等から得られる位置情報や行動履歴などの膨大なデータの総称  
 ※4 Destination Management Organization(観光地域づくり法人)の略。観光地の一体的なブランドづくり、情報発信・プロモーション、マーケティング、戦略策定等について、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進組織  
 ※5 企業などの会議(Meeting)、報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会などが行う国際会議(Convention)、イベント、展示会・見本市(Event, Exhibition)の頭文字。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

(2) 住んでよし、訪れてよしの持続可能な観光地域づくり

10年後の目指す姿

- ◆地域の文化・環境保全と観光振興が両立し、地域住民と観光客双方にとって満足度の高い観光地域づくりが進んでいる。
- ◆県民一人ひとりにおもてなしの心が根付き、年齢や性別、障がいの有無、言語の違いにかかわらず、誰もが快適な旅行を楽しめる環境が観光客を魅了している。
- ◆観光産業の安定的な収益が確保され、従事する人にとって働きやすく魅力的な就業先になり、事業者が人手不足に悩まされることなく持続的に成長できている。

現状と課題

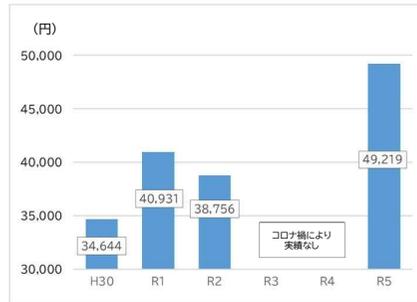
- コロナ禍を経た旅行需要の変化により、世界的に「持続可能な観光」への関心が高まっています。特に、アクティビティを通じてその地域ならではの自然や文化が体験できるアドベンチャーツーリズム※1が注目を集めています。
- 観光客の増加による交通渋滞やゴミ、トイレのマナー違反など、オーバーツーリズムへの対応が課題となっています。
- 「ユニバーサルデザイン2020行動計画」の策定や「LGBT理解増進法」の成立など、多様性を認め合い、共生する社会の実現が求められています。誰もが快適に旅行を楽しめる環境をつくっていくことが重要です。
- 宿泊業は、大半が中小企業で、労働生産性が全産業平均の約4割と低いことに加え、社会情勢の影響を受けやすく、人材不足も深刻化しています。
- ツーリズムおおいた※2の態勢の充実・強化を図り、唯一の県域版DMO※3として県内の観光諸事業を牽引していく必要があります。

県内での観光消費額と観光消費額単価の推移



出典：観光庁共通基準による観光入込客統計

県内での訪日外国人の観光消費額単価の推移



出典：観光庁共通基準による観光入込客統計

※1 「アクティビティ」、「自然」、「異文化体験」の3つの要素のうち2つ以上で構成される旅行形態のこと。  
 ※2 大分県の観光振興及び地域活性化を図ることを目的とした公益社団法人  
 ※3 Destination Management Organization (観光地域づくり法人) の略。観光地の一体的なブランドづくり、情報発信・プロモーション、マーケティング、戦略策定等について、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進組織



主な取組

①おんせん県ならではの地域資源を活かした滞在型観光の推進

- ・ユネスコエコパーク、日本ジオパーク、くじゅう連山などの雄大な自然を活用したアドベンチャーツーリズムやサイクルツーリズムの推進
- ・宇佐神宮や六郷満山などの歴史資源や文化を活用したカルチャーツーリズム※4の推進
- ・日本一の温泉資源を活かした湯治・ウェルネスツーリズムの推進
- ・豊かな食材や質の高い地酒、焼酎、ワインなどを活用したガストロノミーツーリズム※5の推進
- ・農山漁村の豊かな自然、文化、暮らしを体験するグリーンツーリズムの推進



番匠川サイクリング

②誰もが快適に観光できる環境整備

- ・こどもはもとより、高齢者、障がい者など、誰もが安心して旅行を楽しめるユニバーサルツーリズム推進に向けた普及啓発と取組の強化
- ・多言語化、キャッシュレス化、通信環境の充実
- ・ライドシェアや次世代モビリティ等の導入
- ・観光地へのアクセス道路の整備、魅力ある景観の保全・形成
- ・市町村等と連携したオーバーツーリズムの未然防止・抑制
- ・大規模災害時における観光客への的確な情報提供

③観光産業の経営力強化と人材の確保・育成

- ・自動精算システム導入やデータ分析などDXの支援
- ・労働環境整備や処遇改善の促進、働く魅力の情報発信
- ・新規卒者向けの就職説明会など、高等学校や大学等と連携した人材確保
- ・UIJターナー希望者、女性、シニア、外国人などの人材と宿泊事業者とのマッチング支援
- ・大分らしいガイド人材や次世代の観光地域づくりを担う人材の育成、ネットワークづくり



自動精算システム

④観光地域づくりを支えるDMOや観光協会等の機能強化と活性化

- ・ツーリズムおおいたのマーケティング機能や企画立案機能の強化
- ・ツーリズムおおいたによる地域観光協会やDMO、観光案内所等の機能強化支援及び観光関係者間の連携強化

目標指標

指標名	基準値	目標値					
	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R15年度
観光消費額(億円)	2,515	2,693	2,631	2,653	2,676	2,700	2,835

※4 歴史に根差した文化財、伝統的な祭りや生活文化などに触れ、これらに関する知識を深めることを目的とする観光形態  
 ※5 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観光形態。ガストロノミーとは、食事と文化の関係を考察すること。