

令和6年第4回定例会

特別委員会報告書

経済活性化対策特別委員会

～食と観光、農林水産業のさらなる振興と人材の確保・育成～

大分県議会

目 次

【はじめに】	1
【調査の概要】	3
【調査結果】	13
総 論	13
提 言	16
【終わりに】	20
【委員会の活動状況】	21

【はじめに】

県内延べ宿泊客数がコロナ禍前の水準に戻るなど、県経済は緩やかな回復基調にあるが、この流れを止めることなく、持続的な発展に繋げることが県政の最重要課題といえる。

県内では臼杵市がユネスコ創造都市ネットワーク（食文化分野）に加盟認定されるなど、本県の強みである食や観光に国内外から注目が集まっており、農林水産業等との連携を密にし、競争力を高め、県産品の輸出や観光消費を一層拡大させる取組は、アフターコロナを見据える中で喫緊の課題であり、かつ時機を得たものといえる。

そのような中、経済活性化対策特別委員会（以下「本委員会」という）は、コロナ禍から回復基調にある県経済を持続的な発展に繋ぎ、経済活動の活性化や産業の基盤強化を目指すことを目的に、食と観光、農林水産業のさらなる振興と人材の確保・育成のための施策について調査・研究し、知事に対して政策提言を行うこととして、令和5年10月4日に設置されたものである。

調査期限は令和7年3月末であり、付託された事件は、次に掲げる3件である。

- (1) 県産品の輸出や観光消費の拡大等、競争力強化、市場開拓について
- (2) 市場ニーズにマッチした商品開発と高付加価値化について
- (3) これらの活動を支える人材の確保・育成について

本委員会では、付託事件毎に以下のとおり調査・研究を行った。

(1) 県産品の輸出や観光消費の拡大等、競争力強化、市場開拓について

食と観光、農林水産業の更なる振興に向けて、国内外の市場における競争力の強化や市場開拓を進める上で、重要な視点や方向性について調査し、考え方を整理した上で、総論としてまとめた。

(2) 市場ニーズにマッチした商品開発と高付加価値化について

付託事件1で示した考え方を踏まえ、観光産業と農林水産業の相乗効果の創出、市場へのアプローチ・情報発信、推進体制のあり方の3つの柱を立て、それぞれの項目について具体的な方策等を調査した。

(3) これらの活動を支える人材の確保・育成について

付託事件2を調査する中で明らかになった人材の確保・育成に関する課題につい

て調査した。

調査に当たっては商工観光労働部観光局、農林水産部から説明、報告を受けるとともに、参考人制度を活用して有識者等を招致し、積極的に意見聴取を行った。また、県内・県外において参考事例を調査するなど、鋭意調査・研究を進めた。

以下、付託事件の調査の概要について報告するとともに、本委員会の考えを総論としてまとめ、提言を行うものである。

【調査の概要】

付託事件（１）県産品の輸出や観光消費の拡大等、競争力強化、市場開拓について

インバウンド産業の急激な成長や旅行ニーズの多様化などの環境変化に伴い、食と観光、農林水産業の関係性も様変わりしつつある。付託事件（１）の調査概要では、政府の公表資料や調査結果を踏まえた、近年の観光トレンドの変化などを整理した。また、学識経験者を参考人として招き、意見を聴取した。

○競争力強化、市場開拓を考える上での視点

観光産業は世界的な成長産業であり、日本国内においては、２０１１年から２０１９年にかけて、訪日外国人旅行者数は６２２万人から３，１８８万人へと増大した。２０２０年以降、新型コロナウイルス感染症の世界的大流行によって、国内外の観光需要は大きく落ち込んだものの、２０２３年実績として２，５０６．６万人にまで回復している。また、政府は２０１６年に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成２８年３月３０日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定）において、２０３０年には６，０００万人、旅行消費額１５兆円を目標数値として掲げており、インバウンドを中心とした観光産業は本県においても今後更なる成長が期待される。

インバウンド消費はＧＤＰ統計（国民経済計算）の中で「サービス輸出」に分類され、外貨獲得の重要な機会である。２０１９年の主要品目別輸出額との比較では、訪日外国人旅行消費額は半導体等電子部品を上回って自動車に次ぐ輸出産業となっている。また、観光産業は、宿泊業、旅行業にとどまらず、交通、飲食、物販、伝統工芸、農林水産など、非常に多岐にわたる総合的な産業分野であり、インバウンド消費の拡大は地域の広範な産業に対する経済波及効果が期待できる。なお、経済産業省は、２０１９年の訪日外国人による旅行消費の国内での生産波及効果は、ＧＤＰの０．９％にまで相当すると試算している。

本県は、東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪などを巡る広域の観光周遊ルート、いわゆるゴールデンルートから外れるものの、世界有数の温泉地として、これまで中国・韓国などのアジア諸国を中心に訪日外国人の誘客に成功してきた。その半面、県内への観光客は別府市・由布市など一部地域に集中しており、一般的に観光消費単価の高い欧米豪の観光客も十分に取り込めていない状況にある。

○国際的な観光客のトレンド

国の観光立国推進基本計画では、「世界の旅行者の約７１％がサステナブルな旅行に関心があるとのデータがあり、世界的に「持続可能な観光」への関心が高まっている」とされ、単に環境にやさしい旅行形態だけではなく、「住んでよし、訪れて

よし」の観光地域づくりに重要な、経済・社会・環境の好循環の仕組みづくりを目指すこととされている。

大分県新長期総合計画においても、10年後に目指す姿として、「地域の自然・文化や環境の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、持続可能な観光地域づくりが県内各地で進んでいる」ことが掲げられており、単に観光消費額の増大を目指すだけではなく、観光産業の振興が地域社会に好循環をもたらし、地域住民の誇りや愛着を醸成し、様々な地域課題の解決にも裨益する仕組みをつくることは、本県の目指す方向性とも合致している。

国際的な旅行者のニーズとして、食の魅力も欠かすことはできない。東・東南アジア、欧米豪、中東ほか世界22市場の国外旅行経験者を対象とした2024年の日本政府観光局（JNTO）の調査でも、国外旅行の主な目的として「ガストロノミー・美食」に最も人気が集まっており、観光庁の「訪日外国人消費動向調査」でも、外国人が訪日前に期待していたこととして、「日本食を食べること」が首位にあるなど、食の魅力は観光客を惹きつける大きな要素となっている。

ガストロノミーとは、食事・料理と文化の関係を考察することであり、「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、食文化に触れることを目的としたツーリズム」としてのガストロノミーツーリズムを国も積極的に推進している。

本県の観光施策のこれまでの取組においても、「日本一のおんせん県おおいた 味力も満載」をキャッチフレーズとして、大分＝温泉のイメージ定着と食の魅力を活かした観光振興を図ってきたが、更に外国人観光客にも通用する訴求力あるブランドイメージとして高めていくことは次なる課題である。

○観光産業と農林水産業の連携、相乗効果

「サステナブルな旅」と「食の魅力」は観光産業と農林水産業を繋ぐ重要なキーワードである。両者を通じて、成長途上にある旺盛なインバウンド消費の活力を農林水産業の振興に如何に活かすかという視点で、本委員会は調査を進めてきた。

「サステナブルな旅」への関心の高まりは、農山漁村をはじめとした日本の美しい里山を新たな観光資源へと変え、地方への新たな誘客契機となりつつある。また、旅行者が現地で体験する地域の食・食文化は、農林水産物・食品の消費を促進するだけではなく、そうした地域の食・食文化自体が旅行者を誘引する旅の目的ともなり得る。

こうした相乗効果の発揮に向けて、重要な視点の一つは観光地域マーケティングである。単に既存商品を販売するセールスではなく、旅行者のニーズに応じた観光商品を造成し、観光地全体が旅の目的地として選ばれるようにマーケティングをしていくことが求められている。

観光地域マーケティングでは、マーケティングに関する意志決定を行う際には、商品・サービスや観光資源を有する多数のステークホルダー（観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、行政、域内DMO、飲食店、土産物屋などの事業者、地域住民）との合意形成が必要となる。

DMOが地域のステークホルダーとの合意形成の場を形成し、地域の食・食文化を通じた地域課題の解決を図った事例として、本委員会では長野県の地域DMOである野沢温泉マウンリゾート観光局を視察した。同地では、飲食事業者間の連携が少なく、メニュー開発に対する交流も少ないことから、地域の強みを活かした統一的なブランディングが行えていないという地域課題があった。そこで、国の調査事業を活用して、地域内の事業者及び料理人同士の連携により、地域ならではのユニークかつストーリー性のある体験造成を行った。

本県においても、臼杵市のユネスコ創造都市ネットワーク（食文化分野）への加盟を契機に、県内各地の食文化を再評価し、大分県ならではの持続可能な食文化（サステナブル・ガストロノミー）の構築や多様な主体による取組の推進を目的とする大分サステナブル・ガストロノミー推進協議会を、令和4年度に中部振興局に設置している。同協議会では、料理人や金融機関、経済界、大学など、多様な関係者と協働しながら、サステナブル・ガストロノミーの取組を推進しており、広域的なステークホルダーとの協働の取組として評価できる。

観光を通じた農林水産業の振興の観点からは、農山漁村の観光商品化の視点も必要になる。国の「農泊推進実行計画」（令和5年6月2日農泊推進のあり方検討会）では、農泊の取組を「地域課題の解決の有効な手段であり、地域に宿泊・飲食などの幅広い業種の雇用創出・所得確保につながるるとともに、地域の関係人口創出の入口としても期待が高まっている」と評価している。

本委員会の調査でも、様々な参考人・視察先から、農山漁村の住民にとっては「あたりまえ」の日常である農村景観、ひいては地域住民とのふれあいが外国人観光客にとって魅力的な観光資源であることが度々指摘された。その一方で、肝心の地域住民においては、地域の魅力への自覚が希薄であり、観光客のニーズと地域住民・事業者等の自己認識に乖離があることが、観光商品化を踏みとどまらせる要因になっている可能性が懸念される。観光客の目線やニーズを自覚することは、自らが生活する地域の魅力を再発見することでもあり、地域住民の誇りや愛着の形成に繋がることを期待される。

また、一過性の観光客の増大だけではなく、訪問者に地域のファンとなっただき、継続的なリピーター・サポーターを創出する上でも、農山漁村の地域住民と観光客の交流・関係人口創出は有益である。人間関係のネットワークの形成自体が、再訪や県産品の継続的な購入といった次なる展開への契機となりうる。

県産品の輸出や消費拡大の観点からは、農林水産省の「食かけるプロジェクト」や「SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）」といった取組のように、来県した観光客の食体験の機会を拡充し、現地での販売促進や、旅行から帰った後の継続的な購入に繋げる仕掛けの構築が全国的に進められている。

こうした多様な取組の効果を十分に引き出すためには、人材や資源などの域内調達率を高めるという視点も重要である。観光収入は、観光客数や消費単価だけではなく、原材料や商品、人材などを域内から仕入れた割合である域内調達率にも左右される。観光客を迎え入れるホテルでは地元の農産物を提供する、販売する土産品を地域内で製造・加工する、ガイドやドライバーを地元の人に依頼する、地元の卸売業者を利用する、など事業者間の連携を促すことで、域内調達率の向上を地域全体で高めていくことができる。

○推進体制のありかた

調査の過程で執行部から取組状況を聴取した結果、委員からは農林水産業を観光の視点から捉えた部局連携的な取組が弱いという意見が寄せられた。また、本県では、観光地域マーケティングの主体のひとつとして、唯一の圏域版DMOであるツーリズムおおいたの役割が非常に重要である、という意見も多かった。

【参考人からの意見等】

○立命館アジア太平洋大学 サステナビリティ観光学部 教授 須藤智徳 氏 (令和6年2月13日)

・日本では「サステナビリティ」というと自然環境の保全に着目される傾向があるが、国際的には環境・経済・社会の各観点から、「将来世代が自身のニーズを満たそうとする能力を損なうことなく、現在世代のニーズを満たす開発」を意味しており、こうした世界基準での「サステナビリティ」を意識したブランディングが重要である。

・大分の持続可能で豊かな食文化は重要な地域資源である。とりわけ、ユネスコ食文化創造都市に認定された臼杵市の食文化は、世界基準でのサステナビリティの要件を満たし、黄飯など中世欧州とつながる食文化や、自然素材を使ったスローフード、産業としての大きな食文化を形成していることなど、欧州での関心を引き起こす素地がある。京都に代わる旅の目的地として、DESTINATION化戦略に取り組んではどうか。

・ターゲット顧客層を見直し、これまでアプローチが弱かった欧米のハイエンド層の誘客促進に取り組んではどうか。

・県内には卸売業（特に海外向け商社）が少なく、東京や大阪に所在する商社等へ

の依存が強いが、大分県の強みを活かし直接、海外の市場開拓できる仕組みや体制づくりを検討してはどうか。

付託事件（２）市場ニーズにマッチした商品開発と高付加価値化について

付託事件（２）の調査では、付託事件（１）で整理した考え方を踏まえた、具体策を検討するにあたって、３団体の参考人、６団体の視察先から意見の聴取等を行った。

【参考人・視察先からの意見等】

○ 一般社団法人 豊の国千年ロマン観光圏 事務局長 堤栄一郎 氏（令和６年３月２５日）

・豊の国千年ロマン観光圏では、「千年の記憶がひもとく知られざる日本～千年ロマン時空の旅～」をブランドコンセプトとして、観光地域づくりに取り組んでおり、欧米豪のハイエンド層を主なターゲットとして、関係者・地域住民が連携し、地域の幅広い資源を活用して魅力を高めることによって、国内外の観光客を２泊３日以上滞留交流型観光に繋げることを推進している。

・旅行者や旅行会社等とガイドや農村民泊、交通、体験型コンテンツをつなぐワンストップ窓口としての役割を担い、高付加価値な滞留交流型ツアーを販売している。ワンストップ窓口のメリットは、旅行者や旅行会社からの予約対応に対して、誰が来ても豊の国千年ロマン観光圏が窓口になるため、事業者等は煩わしい調整をする必要がなくなる。また、最近は旅行会社も多忙なため、地域の観光商品づくりをDMOに依頼し、販売に専念している。

（調査を踏まえた所見）

・同社のように、地域連携DMOが地域資源を掘り起こし、商品造成に取り組めるのは、地元とのネットワークがあるからであり、一般の旅行会社では担えない、ワンストップでやることの強みになっている。

○ 協同組合 吉四六さん村グリーンツーリズム 代表理事 幸義子 氏（令和６年４月２５日）

・同協同組合では、平成１４年に発足して以来、民間主導で農業と農泊の活動を継続しており、地元小学生への農泊体験と並行して、令和５年度までに延べ４２カ国の外国人観光客を農泊家庭に受け入れ、インバウンド需要に応えてきた。アジア諸国に限らず、ヨーロッパや南米など多様な国々から訪問を受け、コロナ禍前には宿泊客の約半分を外国人が占める状況にあった。

・有機農業による地域の農産物や地域資源である竹を活用したメニュー開発など、観光客の食体験の向上に向けた取組も進めている。

その一方で販売価格が1泊2食で11,000円(税別)と、提供される体験価値やインバウンド消費の購買力の高さに見合っていないとの思いもあり、価格水準の見直しの必要性を感じている。

(調査を踏まえた所見)

・海外へのPR等は特段行わず、口コミのみで顧客が拡大しており、改めて口コミの宣伝効果を実感した。口コミ拡大の背景には、農泊家庭による高いホスピタリティや地域資源を活かした食の提供・郷土料理教室の実施など、魅力的な観光商品の造成を実現してきたことが挙げられる。

・廉価な価格設定は、生産者等の財政基盤を損ない、長期的に生業を存続させるために必要な人材確保・育成を困難にし、持続可能性を損なう可能性がある。農泊家庭では高齢化による人手不足も深刻化していることも加味すると、インバウンド需要の実態を踏まえた適切な価格設定の実現は、人材確保・育成の観点からも重要である。

○ 大分農業文化公園「るるパーク」 園長 徳野満 氏 (令和6年4月25日)

・同公園は、農業・農村文化等に関する学習機会の提供、農業・農村及び自然環境に対する県民理解促進等を目的に設置されているが、開園から20年近く経過し、来園者が伸び悩んでいたこともあり、近年、見直しを実施した。新たなコンセプトのもと、「るるパーク」という愛称の設定や、花やキャンプ等を通じたイベント開催をはじめ、幅広いニーズに応えたコンテンツの拡充に努め、入園者数の増大を実現してきた。主な来園者としては、30～40代の家族連れが多く、福岡県を中心に県外の比率が年々増加してきており、農業・農村文化等を活かした本県の重要な観光資源の一つとなっている。

(調査を踏まえた所見)

・委員からも施設の機能向上に努めてきたこれまでの取組を高く評価する声が挙がる一方で、施設内での農林水産物等県産品の販売促進、食の提供体制の弱さが指摘された。

・また、周辺地域と連携した観光誘客や県産品販売の展開についても委員から期待する声があり、徳野園長からは、各市町村等と連携した効果的な施策の実施に向けて連絡会議などを設置してはどうか、という提言もいただいた。

○ The Japan Travel Company 株式会社 代表取締役 クリスティ美保子 氏、取締役会長クリスティ ポール ジェラード 氏（令和6年6月14日）

・同社は、香港に拠点を置く旅行会社であるWalk Japanの予約代行会社として設立され、主に欧米豪、シンガポール、香港から日本を訪れる富裕層を対象に、日本各地の里山や農山漁村等を歩きながら散策するツアー等を販売するとともに、里山の農業・景観保全や地域交流など、地域振興に繋がるコミュニティ・プロジェクト等にも取り組んでいる。観光業を起点とした地域課題の解決（雇用・移住者の増加や地域交流の活性化、環境保全、持続可能な農業の実現、山の再生）に取り組むことで、観光資源としての景観・環境の保全、ひいては観光業の更なる振興へと好循環に繋げている。

・移住者や訪問者が来やすい環境づくりとして、中山間地域等でのインターネット環境の整備や環境保全の必要性についても言及された。大田・山香地区ではインターネット環境の整備が十分ではないため、リモートワークやワーケーションなどを活用した移住者・長期滞在者の獲得機会の逸失などにつながっている可能性がある。また、農薬や除草剤の使用の増加は、景観の破壊や健康に対する不安を招き、子育て世帯や健康志向の方、さらに海外からの訪問者などを幻滅させることが懸念として示された。

（調査を踏まえた所見）

・9泊10日の国東トレッキングツアーは参加者の満足度が高い一方で、地元住民からは「国東半島で10日間も何をするんだ」と質問されるなど、外国人観光客のニーズと地域住民の自己認識に乖離がある実態が指摘された。また、地元住民との交流ニーズが年々高まっており、特に西洋やシンガポール、香港などの旅慣れた旅行者では、第2のふるさとをつくりたいという希望が多くあることなど、観光客と地域住民との交流・関係構築が、訪問者のリピーター化（関係人口化）に繋がる可能性が示唆された。

・地方ならではの美しい原風景は観光資源でもあり、意識的に守っていかなくては失ってしまうという視点も、観光地域づくりにあたっては参考にしていく必要がある。

○ 新潟県庁及び新潟県観光協会(令和6年8月5日)

・新潟県では、地域の風土・歴史・文化を料理に表現するローカル・ガストロノミーの理念を体現し、地域社会との関わりに積極的な新潟県内の飲食店や宿泊施設、お酒やお土産等を発掘し、表彰する「新潟ガストロノミアワード」や、特別な空間で、新潟の食材と新潟のシェフによる特別なコース料理を振る舞う「新潟プレミアムダイニング」など、ガストロノミーを中心に据えた観光ブランドづくりに先進的に取り組んでいる。

また、県内市町村や観光関係者と連携して、顧客管理データベースを構築（会員数16万人）し、「にいがた観光ファンクラブ Niicle（にーくる）」の会員データからニーズに即した情報提供を行うなど、本県にとっても参考となる取組もあった。

○ 一般社団法人 野沢温泉マウンテンリゾート観光局 事務局次長 佐藤俊介 氏 (令和6年8月6日)

・野沢温泉マウンテンリゾート観光局では、国の調査事業を通じて、地域内の事業者及び料理人同士の連携により、地域の強みを活かした統一的なブランディング・商品開発に取り組んだ。

・鹿、熊、猪などのジビエ食材や地産の米や野菜、野沢菜漬けを代表とする地域独自の伝統的な食文化等を軸としてメニュー開発やツアーの開発に取り組んでおり、将来的には食肉解体施設を建設し、地元で獲れたジビエを提供することで、観光商品の高付加価値化に繋がるとともに、一次産業や地元の流通業者などに利益を還元できる仕組みの構築を目指している。

・富裕層向けの商品開発など、予め成果の見通しが立たない新しい取組では、行政による財政支援があると着手しやすい。同法人でも、国の調査事業を活用してガストロノミー商品の開発が実現できた。なお、インバウンド観光客に向けた観光商品の販売促進では依然として課題があり、更なる取組を進めているところ。

（調査を踏まえた所見）

・地域DMOが主導して、地域のステークホルダーの合意形成の場を形成し、観光地域マーケティングに取り組んだ事例として参考になる。佐藤次長からも、「（同団体は）地域の主要団体が加盟している地域DMOなので、合意形成しやすい。DMOの所管するエリアが大きくなると、ガストロノミーの観光商品を造成するにあたっては、シェフの選出などで合意形成が難しいのではないか」という意見があり、観光地域マーケティングの対象地域が大きいほど、地域での合意形成が困難になることには留意が必要である。

・地産地消の促進や卸売業を含めた地元企業の活用によって、地域経済循環の仕組みを構築するという視点は、本県の観光地域づくりにおいても重要である。

・先進的な観光商品の造成から流通販売まで一貫した支援を検討する必要がある。

○ 株式会社 HOME HOME NIIGATA 代表取締役 井比晃 氏(令和6年8月6日)

・新潟県十日町では、美しい棚田を見に多くの観光客（年間概ね40～50万人）が訪れるが、観光消費に繋げる仕組みが欠けており、地域課題となっていた。そこで、同団体では棚田のトレッキングツアー（参加者の半数以上は外国人）を開催し、収益の一部を棚田耕作者に寄付するなどして、地域住民に利益を還元する取組を実

施し、観光庁「サステナブルな旅AWARD」特別賞を受賞している。

・当該地域は、中山間地域で雪も降るため、農業収益が低く、子どもや孫が農地を引き継がない状況もあるなど、集落の維持存続が地域課題になっている。同社では、米作りに変わる収入源を確保し、“細く長く続く村作り”を実現するためにゲストハウスを運営しており、1集落に1ゲストハウスの構築を目指している。

・宿泊施設の増設は、観光消費額を伸ばす上でも重要である。体験型コンテンツは観光ニーズとしてあるが、単価が低く、十分な消費行動が伴わない。地域での観光消費を伸ばすためには、滞在する場所として宿泊施設が必要になる。なお、芸術祭などの単発のイベントは観光客の増加に繋がるが、継続的な収益に繋がらないため、地域の宿泊施設の増設には繋がりにくい、という点にも留意が必要である。

(調査を踏まえた所見)

・観光資源としての価値を持つ里山等では、多くの場合、訪れる観光客を観光消費に繋げる仕組み、またその観光消費を農家収益に繋げる仕組みに欠けており、そうした景観を維持管理している農家等にとっては、観光客によって農地を荒らされるなど、弊害があるケースもあることは、本県にも共通する課題である。

・元々は地域おこし協力隊として赴任した井比氏が、現在の法人を立ち上げたきっかけは、外国特派員協会イベントで、自治体による観光地のアピールと外国人記者の反応するポイントにギャップがあり、このギャップをビジネスにできないのかと考えてのことであった。外国人観光客のニーズと地元住人の自己認識の間に乖離があり、地域外から来た地域おこし協力隊員が、地域の魅力を再発見し、地域課題の解決に繋がる事業展開に繋げた一連の経緯は、外部人材が地域にもたらす効果として人材の確保・育成の観点からも大変示唆的である。

・同社の活動は、「サステナブルな旅」へのインバウンド需要を通じて、中山間地域における集落の存続や棚田の観光収益化、そして収益の地域還元と地元理解の形成に繋げる試みであり、本委員会の目指す一つの姿を体現している。

○ 公益社団法人 ツーリズムおおいた 事務局長 大野博子 氏(令和6年9月4日)

・唯一の県域版DMOとして、県内の観光諸事業を牽引していく立場にあるツーリズムおおいたに対して、委員からも多くの期待の声が寄せられた。

・マーケティングリサーチによる市場ニーズ分析については、マーケティング会議(年2回)等を通じて市町村や地域観光協会に情報提供できているものの、観光消費の経済効果や地域循環の状況については、現状、十分に分析等できているとは言い難い状況が確認された。

・また、地域連携DMOとして、「県内各地に農業や食を活かした観光商品を造成していく必要がある」という委員の意見に対して、地域資源の掘り起こしにあたっ

て、市町村・振興局からの農業や食に関する情報提供体制が不十分であることやマンパワー不足などのため、現状は十分に組み立てていない状況が明らかになった。

付託事件（３）これらの活動を支える人材の確保・育成について

付託事件（１）・（２）の調査を通じて、地域外から訪れた人材が活躍できる受入れ環境の整備が重要だという意見が、多くの委員から寄せられた。そこで、大分県から受託した地域おこし協力隊活動支援業務を実施している地域おこし協力隊サポートチームの古川代表を参考人として招き、意見を聴取した。

○ 地域おこし協力隊サポートチーム 代表 古川寛 氏（令和６年９月４日）

・地域おこし協力隊の受入環境の整備にあたっては、地域おこし協力隊の導入目的や理由が明確であること、募集内容の具体性、地域住民との目的の共有や意見交換などによる住民説明、個々の協力隊員の個性にあわせた支援など、市町村の運用体制が要である。また、担当職員の定期的な人事異動によって、市町村の運用体制には安定性がないことが難点である。

・その一方で、大分県庁の支援体制は担当者が変わっても継続性があり、他県よりも優れていると感じている。あえて要望するとすれば、市町村への技術的助言等を検討してほしい。

・よそ者の視点には地域の魅力（美しい里山など）を再発見し、「地域には都会人が喜ぶようなものは何もない」という地域住民の傷付いた誇りや自信を再生させる機能がある。

・また、近年、外国人を地域おこし協力隊として任命し、SNSやブログ、YouTubeなどで、本国への情報発信に取り組んでいる自治体もあるが、言語能力や起業にあたっての就労ビザのハードルもあり、活用は推奨しない。

【調査結果】

（総論）

付託事件（１）の調査・研究を行い、県産品の輸出や観光消費の拡大等、競争力強化、市場開拓に向けた考え方を整理し、総論としてまとめた。

１ 競争力強化、市場開拓を考える上での視点

観光産業は日本経済を牽引する成長産業の一つであり、農林水産業をはじめとした他産業との相乗効果を通じて、更なる経済波及効果・誘客促進が期待できる。また、「サービス輸出」として分類されるインバウンド消費の拡大は、県産品の拡販にも繋がるまたとない機会である。

競争的な他の観光地から抜きんでて、外国人観光客にも「選ばれる大分県」となるためには、他産業との相乗効果を図った分野横断的な施策をいち早く推進し、今まさに訪れる観光客に対応した、喫緊の環境整備が必要となる。現在、多くの外国人観光客が来県しており、その方々の満足度を高め、口コミによる情報拡散やリピーター化に繋げていくことが、将来的な観光客の増大に寄与することは論を待たない。併せて、来県者の滞在日数の延伸による観光消費額の増大を図ることも重要である。

また、特定地域への観光客の増大はオーバーツーリズムを招くため、別府市、由布市などの特定地域だけではなく、県内各地への周遊を促すとともに、欧米豪などの観光消費額の高い観光客の増大に向けた取組も必要である。

２ 持続可能性と環境への配慮、地域との連携・経済循環

近年、外国人観光客のニーズとして「サステナビリティ」や「食の魅力」が重要なキーワードとなっている。こうしたトレンドを踏まえた多種多様な観光商品を県内の各地域と連携して造成し、観光客の周遊促進や地域経済循環の仕組みづくり、ひいては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に取り組むことが期待される。

また、本県には、国東半島宇佐地域世界農業遺産における農業文化やユネスコ創造都市ネットワークに加盟認定された臼杵市における持続可能で豊かな食文化等があり、こうした魅力的な観光資源のある地域が、有力な旅の目的地として選ばれるように更に磨き上げていくことが求められる。

食や農林水産業の分野では、訪日外国人の多様なニーズに応えた有機農産物の活用や地産地消の促進、ハラール対応食への取組に更に取り組むとともに、サステナビリティや健康、多文化共生、環境への配慮に適った取組を、観光客に提供する食体験の高付加価値化や県産品のブランドイメージの構築に積極的に繋げていく必要がある。

県内各地域にある地方ならではの美しい原風景などを貴重な観光資源として捉え直し、観光消費に繋げるとともに保全していく取組も必要である。環境保全にあたっては、行政の役割も重要である。国東半島の西部に位置する田染荘小崎の農村景観は、中世に遡る宇佐八幡宮の荘園遺跡に起源を持つ農耕・居住に関する良好な文化的景観として、国の重要文化的景観に選定されており、その保存・継承に向けて豊後高田市では整備計画が策定されている。豊後高田市の『重要文化的景観「田染荘小崎の農村景観」整備計画』では、同地の複雑な水田を利用した耕作は手間がかかるため、平成初頭にはこれらの問題を解消する圃場整備に向けた議論が進んでいたが、田染荘の保護に向けて、水田の形状及び灌漑施設は残したまま、機械化等に対応できる利便性を確保するように、整備が実施された経緯が説明されている。このように、景観への配慮と農業従事者の利便性追求には相反する側面もあり、地元住民・関係者の理解と協力の形成に向けた計画的な取組が求められる。

本委員会の調査でも、農薬や除草剤の使用の増加が景観を損なうことや健康被害への懸念を招くことが参考人から指摘された。他方で、農薬や除草剤の使用を抑制することは、農業従事者の利便性を損なう可能性がある。景観や環境の維持管理にあたって、主な負担者である里山の所有者や農家等と、受益者である観光事業者等の利害調整や相互理解、互恵的な協力体制の構築に向けた支援や工夫、仕組みづくりが必要となる。

3 観光産業と農林水産業の連携、相乗効果

観光産業と農林水産業の連携には相乗効果が期待される。

食の魅力は「美味しさ」だけではなく、訴求力のある「ストーリー」に支えられており、観光地域マーケティングの一環として、多様なステークホルダーとの協働によって効果的に磨き上げられた「ストーリー」は、食の魅力を高め、新たな観光需要とそれに伴う農林水産物・食品の消費を喚起することが期待される。例えば、宇佐市出身で料理研究家の神谷禎江氏はライスツーリズムを提唱しており、「おにぎり」というありふれた食を、コーディネーターを介することで特別な食体験として磨き上げ、様々なイベントや飲食店と連携し、高付加価値化に成功している。

食体験はアートや歴史、スポーツなど異なる分野と組み合わせ易く、県産品の輸出・消費拡大の観点からも、観光客が本県の農林水産物・食品を体験できる機会を拡充し、旅行が終わった後の継続的な購入に繋げる仕掛けの構築が必要である。

サステナブルな観光やガストロノミーツーリズムなどへの観光需要の拡大は、中山間地域など農業生産条件が不利な地域等において、新たな収入源の確保等に繋がるポテンシャルを秘めている。農林水産業に観光の視点を活かした取組を推進することで、平坦地での広域化・効率化を推進する農業施策を補完し、中山間地域をはじめとした農山漁村での多品目少量栽培や有機農業、地産地消に取り組む農家収益

の増大や、農泊などの宿泊業などによる農家収益の多元化が期待される。

また、地域住民にとっては「あたりまえ」の日常が、外国人観光客にとっては魅力的な観光資源となりうることを自覚し、観光商品化（農泊、観光農園、棚田や里山の観光ツアーなど）に取り組むことで、農家の経営基盤の強化や地域社会への経済循環に寄与することが期待される。

併せて、観光産業と農林水産業の連携強化が見込める既存の取組（農産物の直販所や里の駅、農泊、観光農園など）を活用していくことが求められる。

4 支援体制の構築

こうした取組の強化にあたっては、県やDMOなどの推進体制を強化し、統一的な観光戦略に基づく部局横断的な協力体制の整備を推進する必要がある。

観光地域づくりにあたって重要となる地域文化は、地域の人々が発見・創造し、育て上げるものでもある。地域の有志たちとの協働による観光地域づくりに向けて、県内各地での一次産業なども含めた多様なステークホルダーとの合意形成の構築、またそれらを円滑に調整し、とりまとめるノウハウを備えた人材の派遣など、全体のコーディネートにも取り組むことが求められる。

また、これらの活動を支える人材の確保・育成にも取り組む必要がある。

地域おこし協力隊や外国人、異なる産業からの協力者など、外部人材が活躍しやすい環境整備に関係機関で連携して取り組む必要がある。併せて、農山漁村をはじめとした地域住民が、新たに地域の観光資源の商品化に取り組めるように、農泊などの選択肢を提示するとともに、そうした取組を円滑に行えるように、希望する方々に対しての支援にも取り組んでいく必要がある。

(提言)

総論を踏まえた付託事件（２）・（３）の調査結果として、市場ニーズにマッチした商品開発と高付加価値化及びこれらの活動を支える人材の確保・育成に向けた具体的方策等を提言する。

付託事件（２）市場ニーズにマッチした商品開発と高付加価値化について

１ 農林水産業と観光の連携による商品開発・高付加価値化等、相乗効果の創出について

①観光を起点とした視点

ア 「食文化」等地域ブランディングによる魅力的で持続可能な観光地域づくり

中部振興局による大分サステナブル・ガストロノミー推進協議会など、持続可能な食文化の構築に向けた既存の取組を県下全域で展開し、大分サステナブル・ガストロノミーの取組をガストロノミーツーリズムへと戦略的に発展させていく必要がある。

また、そうした食・食文化の構築にあたって、有機農業・地産地消などサステナブルを意識した産地づくりや、農産物の収穫・加工等の体験型観光コンテンツ、お土産品などのニーズに応じた商品開発などに努め、ブランドイメージの構築に繋げることで、魅力的で持続可能な観光地域づくりに取り組んでいく必要がある。

イ 地域との協業による滞在価値の向上、広域連携による長期滞在・再訪の促進

次の視点を踏まえた多種多様な体験・滞在型の観光商品を県内各地に造成していく必要がある。

- ・食の魅力（地域の食・食文化の体験）やサステナビリティ、ハラール対応食など、多様なニーズに応えた取組であること
- ・農林水産業など、他産業への経済波及効果を意識した取組であること
- ・市町村をまたいだ酒蔵巡りなど、県内各地への周遊を促すこと
- ・外国人観光客と地域住民との交流を促進し、関係性の構築を通じて、訪問者の関係人口化（リピーター化）を図ること など

ウ 地域の文化・体験が味わえる「観光コンテンツ」・「産品」の開発

国内旅行者と外国人観光客ではニーズが異なることを自覚し、商品造成・開発の過程で外国人の意見・ニーズを反映する仕組みを作るなど、外国人視点のニーズに応えた観光商品や県産品・お土産の造成・開発に努める必要がある。

また、アートや歴史、スポーツなど異分野と連携し、訪日外国人が地域の食・食文化を体験する機会を拡大し、農林水産物・食品の販売促進に繋げる取組を促進することが求められる。

エ 国東半島宇佐地域や臼杵市等の取組や世界ブランドの積極的な活用

国東半島宇佐地域世界農業遺産やユネスコ食文化創造都市に認定された臼杵市といった既存の世界ブランドの観光資源が、旅の目的地として選ばれる有力な地域となるように、DESTINATION化戦略に取り組む必要がある。

②農林水産業を起点とした視点

ア 有機農法や未利用魚の活用等、サステナブルを意識した産地づくり

普及指導員の指導力向上、市町村と連携した生産者の研修の充実をすすめ、有機農業や規格外の野菜・未利用魚の活用、地産地消等、サステナブルを意識した産地づくりを推進する必要がある。その際には、地産地消の促進や卸売業も含めた地元企業の活用による域内調達率の向上を意識して、地域経済循環の仕組みづくりに取り組むことが求められる。

地方ならではの美しい農村景観などを貴重な観光資源として捉え直し、観光商品化に繋げる取組が必要である。その際、景観や健康被害等に配慮し、環境保全していく取組も重要となる。そうした景観や環境の維持管理にあたって、主な負担者である里山の所有者・農家等と受益者である観光事業者等の間で、相互理解と互恵的な協力体制が構築できるように、県としても支援していく必要がある。

また、近年、頻発・激甚化する自然災害からの災害復旧事業・改良復旧事業にあっても、景観・環境に配慮した整備に努めることが求められる。

イ 農村（漁村）民泊や援農等、滞在型農山漁村の推進、交流・関係人口創出

県内各地での農山漁村の観光商品化（農泊、観光農園、棚田や里山の観光ツアーなど）に積極的に取り組む必要がある。また、観光産業と農林水産業の連携強化が見込める既存の取組（農産物の直販所や里の駅、農泊、観光農園など）について、現状を調査し、課題点などを把握する必要がある。

地域の関係者に対して農泊という選択肢の提示、効果的な情報提供、設備投資への財政支援など、農泊家庭の継続・拡大に向けた各種支援体制の整備について検討し推進する必要がある。

ウ 農山漁村の魅力発信、交流機会の提供等、大分農業文化公園「るるパーク」の活用

農業文化公園「るるパーク」には、訪れた観光客と農山漁村との接点となり、農山漁村の魅力発信、交流機会の提供、農産物の販売促進等に寄与する役割が期待される。現状、食の提供と農産物の販売促進には改善の余地があり、更なる施設の機

能向上に努めることが求められる。提供する食については、来園者のニーズ（県内の有名弁当が食べられるなど）と、地域経済循環（地域の特産品・県産品の使用、地域の弁当屋・直販所等との連携など）に配慮することが期待される。

周辺地域と連携した観光誘致の展開や、農林水産物等県産品のPR及び消費拡大などの実現に向けて、各市町村との連絡協議会を設置するなど、地域との連携強化にも更に取り組む必要がある。

2 インバウンドや海外も見据えた市場へのアプローチ、情報発信

①商品開発・高付加価値化に向けた消費者・市場ニーズの把握

情報収集・分析能力を高め、インバウンド需要の実態・外国人観光客のニーズを農林水産業など他産業も含めた幅広い関係者に情報提供やアドバイスをすることで、県下の多様な事業者のマーケティング能力向上に資するとともに、農泊事業者などへ、より高単価なインバウンド観光客に向けた適切な価格設定などができるように支援していくことが求められる。

併せて、「旅アト」の旅行者などへのアプローチを強化し、本県に関心を持つ国内外の旅行者に対して、ニーズに応じた情報発信に努めることなどで、大分から帰られた後の継続的な県産品消費や再訪を促進する必要がある。

②県内企業への支援等、官民協働による海外市場へのアプローチ

欧米豪の富裕層に向けたガストロノミーツーリズムなど、新たな顧客創造に向けた先進的な商品開発の取組に対して、財政的支援などを含む支援体制の強化を検討する必要がある。

また、観光商品を単に造成するだけでなく、造成された観光商品の効果的なプロモーションを県としても支援していくことが求められる。

③九州等、広域連携による情報発信、プロモーション

他県との広域連携の取組を推進し、テーマ性・ストーリー性のある魅力的な広域周遊観光ルートの形成に努める必要がある。

3 推進体制のあり方

① 県における推進体制

効果的な観光地域マーケティングの実践には、地域に散在する多様なステークホルダーとの合意形成が不可欠である。各地域での合意形成の場の形成及びそれに向けた専門知識・ノウハウなどを備えた人材の確保・育成等を支援する必要がある。

各部局の取組を有機的に連携させる旗振り役として担当部署を明確化し、連携内

容を高度化するなど推進体制を強化する必要がある。

②公益社団法人ツーリズムおおいた（DMO）の機能発揮

インバウンド観光の興隆という県経済を発展させていく上で絶好の好機が訪れつつある現在、その舵取りの一翼を担うツーリズムおおいたに寄せられる期待は大きい。県内各地での農山漁村の観光商品化や観光ニーズに応じた地域資源の掘り起こしなど、本委員会が提言する取組を実現していくにあたって、ツーリズムおおいたには先導的な役割を期待される一方で、広域をカバーできる組織体制や仕組みが十分に整っているとは言いがたい。

観光地域マーケティングの主体として期待された役割を果たせるよう、組織体制等を強化する必要がある。また、インバウンド需要の獲得に向けた市場ニーズの分析能力を高め、ニーズに応じた商品開発やプロモーションに繋げていく必要がある。

観光商品の開発やプロモーション等にあたって、観光の力で農山漁村等の振興や地域課題を解決する視点をもった取組を強化する必要がある。

③市町村における取組の推進

連絡協議会等を設置するなどして、市町村や道の駅の連携を強化し、市町村をまたいだテーマ性・ストーリー性のある魅力的な広域周遊観光ルートの形成を促進することで、観光客の県内周遊促進や県内への長期滞在等を促進する必要がある。

付託事件（3）これらの活動を支える人材の確保・育成について

地域おこし協力隊や外国人、異なる産業からの協力者などの外部人材が活躍しやすい環境整備として、支援体制の構築や中山間地域等でのインターネット環境整備、ガイドや通訳も含む地域での人材の「見える化」、外部人材の受入主体となった市町村に対する適切な支援や助言等、県が中心となって関係機関と連携して取り組む必要がある。

農山漁村の住民等が、自らの地域を観光資源として捉え直し、観光商品化に取り組めるように、先進事例を整理し情報提供する必要がある。併せて、そうした先進事例の横展開を円滑に行えるように、OJT研修も含めた人材育成の支援にも取り組んでいく必要がある。

【終わりに】

本委員会では、「サステナブルな旅」と「食の魅力」をキーワードとして、観光産業と農林水産業の連携・相乗効果の更なる実現を企図して、調査を進めてきた。急速な人口減少に伴う労働力不足や高齢化の進行によって、農林水産業は大きな岐路にたっている。持続可能な農林水産業を実現していくためにも、中山間地域など農業生産条件が不利な地域等も含め、成長産業である「観光」の活力を活かして地域を元気づけ、支えていかななくてはならない。

その際、忘れてはならないのは、観光産業と農林水産業の間にまたがる領域には、地域住民をはじめ、多種多様な関係者が関わっていることであり、そうした方々と一緒になって、「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光地域づくりに取り組む必要がある。

観光産業の大きな変化に乗り遅れることなく、県経済の持続的な発展に向け果敢に挑戦し、本県の経済活動の活性化や産業の基盤強化に向けて地域一丸となって取り組んでいくことを期待して、本委員会の報告とする。

令和6年12月13日

経済活性化対策特別委員会

委員長	井上	明夫
副委員長	成迫	健児
委員	榘田	貢
委員	穴見	憲昭
委員	岡野	涼子
委員	中野	哲朗
委員	宮成	公一郎
委員	首藤	健二郎
委員	小川	克己
委員	御手洗	朋宏
委員	福崎	智幸
委員	二ノ宮	健治
委員	吉村	哲彦
委員	猿渡	久子
委員	三浦	由紀

【委員会の活動状況】

1 委員会の開催状況

(令和5～6年度)

開催年月日	調査項目	
第1回	令和5年10月4日	・ 委員長、副委員長の互選について
第2回	令和5年10月27日	・ 付託事件の調査計画について
第3回	令和5年11月10日	・ 調査・検討項目についての協議
第4回	令和6年1月30日	・ 執行部説明 (1) 観光局の取組状況 (2) 農林水産部の取組状況
第5回	令和6年2月13日	・ 参考人招致 立命館アジア太平洋大学 サステナビリティ観光学部 須藤 智徳 氏 「持続可能な開発と観光で地域の価値を創造する」
第6回	令和6年3月25日	・ 参考人招致 一般社団法人 豊の国千年ロマン観光圏 事務局長 堤 栄一郎 氏 「農林水産業と観光の連携による商品開発・高付加価値化の取り組みインバウンドや海外市場を見据えた対応等について」 ・ 参考人・視察先の検討
第7回	令和6年6月14日	・ 参考人招致 The Japan Travel Company 株式会社 代表取締役 クリスティ美保子 氏 取締役会長 クリスティ・ポール・ジェラード 氏 「食と観光、農林水産業のさらなる振興と人材の確保・育成」
第8回	令和6年9月4日	・ 参考人招致 (1) 大分県地域おこし協力隊サポートチーム 代表 古川 寛 氏 「地域おこし協力隊について」

		(2) 公益社団法人 ツーリズムおおいた 事務局長 大野 博子 氏 「食と観光にかかるツーリズムおおいたの取組」
第9回	令和6年11月27日	・報告書の審議

2 県内所管事務調査の状況

調査年月日	調査先	調査項目
令和6年4月25日	白杵市、杵築市	(1) 協同組合 吉四六さん村グリーンツーリズム ・有機農業や食の魅力などを活かした農泊の取組について (2) 農業文化公園 るるパーク ・農村漁村の魅力発信、交流機会の提供等、大分農業文化公園「るるパーク」の活用のあり方について

3 県外所管事務調査の状況

調査年月日	調査先	調査項目
令和6年8月5日～7日	新潟県、長野県	(1) 新潟県庁・新潟県観光協会 ・食と観光、農林水産業のさらなる振興とそれを支える人材の確保・育成に向けた取組 ・「新潟県観光推進行動計画」の実行に当たって、観光部局と農林水産業をはじめとした他部局との連携状況 ・地域連携DMO(新潟県観光協会)への業務委託内容や連携状況について (2) 一般社団法人 野沢温泉マウンテンリゾート観光局 ・「令和5年度地域一体型ガストロノミーツーリズムの推進事業」での取り組みなどを通じた地域の強みを活かしたブランディング及び事業者間の連携について (3) 株式会社 HOME HOME NIIGATA ・観光の力を農家収益の増大や地域コミュニティの維持へ生かす取組及び持続可能な観光の実現に向けた取組について