



3年後の姿	<b>地域住民</b>	地域に誇りと愛着を持つことで、地域への観光による交流・経済メリットを理解し、快く旅行者を受け入れている。	数値目標 (R9年) 観光消費額：2,982億円 住民満足度：80.0% 再来訪意向率：90.0% 県内宿泊客数：8,515千人 うち外国人宿泊客数：1,484千人
	<b>観光関連事業者</b>	観光消費額の増加により、安定的な収益と雇用を確保。観光産業が県の経済を牽引する存在となっている。	
	<b>旅行者</b>	おいたならではの多様な魅力を堪能するため、繰り返し訪れるとともに、その魅力を将来に引き継ぐための責任感を持ち、旅行を楽しんでいる。	
	<b>地域資源</b>	多様な地域資源が尊重されるとともに、現在から将来に引き継ぐため、地域と旅行者がともに適正な利用を図っている。	

主な取組内容

- 1 地域と旅行者の相互理解による地域生活・環境・文化の構築**
- (1) 地域住民と事業者が旅行者と共生する地域づくりの推進
    - ・本県の自然や文化、食など多様な地域資源の維持・保全と活用を推進
  - (2) 旅行者が意識や行動に責任を持つことで、より良い観光地形成を目指す取組の推進
    - ・景観等の配慮を前提に、マナーアップにつながる多言語案内版の設置を推進
- 2 多様化する旅行ニーズに対応する受入環境の整備**
- (1) 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の推進
    - ・県内観光関連施設のバリアフリー対応と情報発信を支援
  - (2) 周遊に向けた交通環境の整備・周知
    - ・ホーバークラフト等各種交通手段の充実による旅行者の利便性の向上を促進
    - ・旅行者の足の確保に向け、県内のライドシェアやデマンド型交通等の普及を推進
  - (3) 災害や感染症などに対する観光危機管理体制の整備
    - ・発災時等のインバウンドに対する迅速な情報提供など多言語対応の充実
  - (4) 観光案内所等情報・交流拠点のネットワークの深化
    - ・観光案内所相互の交流等連携による、旅行満足度の向上と県内周遊の促進
  - (5) 地域観光を牽引するDMOの機能強化
    - ・観光関連団体・事業者がデータの分析・活用するための基盤づくりを推進
    - ・県観光の司令塔となるツーリズムおいたのマーケティング・マネジメント機能の強化
    - そのための人材と財源を検討

- 3 人材の確保・育成を重視した地域経済の安定的な成長**
- (1) 観光産業や観光地域づくりを担う人材の持続的な確保・育成
    - ・観光地域づくり等において将来のリーダーとなる人材の育成とネットワークづくりを推進
    - ・DX等のための外部人材（副業・兼業人材）の活用を推進
  - (2) 観光産業の基盤強化
    - ・県内観光関連データの蓄積や分析、可視化等により集客・収益性向上
    - ・宿泊業の経営力強化に向け、DXによる業務省力化等や、新たな需要を喚起するため、観光サービス創出に取り組む事業者の支援

- 4 地域素材の磨き上げ**
- (1) 魅力ある多様な温泉の活用と保護・適正利用の推進
    - ・本県の強みである「温泉」を活かし、世界に誇れる温泉地づくりを推進
    - ・温泉資源の保護対策の強化、温泉モニタリングによる保護や適正利用を推進
  - (2) 自然や歴史・文化、芸術、食等を活用した高付加価値コンテンツの造成、磨き上げ
    - ① 自然や歴史・文化環境を生かしたアドベンチャーツーリズムの推進
      - ・体験型コンテンツの開発などにより、おいた観光の更なる魅力向上
      - ・アウトドアガイド認証制度を通じ、旅行者の保全意識の向上
    - ② カルチャーツーリズムの推進
      - ・「宇佐神宮御鎮座1300年」について、県外PRの強化や広域周遊につなげる取組を実施
    - ③ スポーツツーリズム、サイクルツーリズムの推進
      - ・スポーツ合宿やプロスポーツ観戦を目的とする旅行者の誘致に向けた取組を推進
      - ・サイクリング環境の整備拡充と海外プロモーションによるサイクリストの誘客
    - ④ 大分ならではの観光資源の磨き上げ
      - ・日本唯一のホーバークラフトや大分県発祥の農泊を活用した、大分ならではのコンテンツを前面に打ち出した企画の造成とPRの実施
    - ⑤ 第1次産業や第2次産業と連携した“味力”の発掘と県産品の磨き上げ
      - ・物産商談会や越境ECなどを利用した県産品の販路拡大の支援等を通じ、交流人口や観光需要の増加を促進

- 5 “選択”と“集中”による戦略的な誘客**
- (1) 経済効果の高いターゲットの選択と集中的な情報発信
    - ・データマーケティング等によるPDCAサイクルを基に、効果的な情報発信を展開
    - ・「大阪・関西万博」や「宇佐神宮御鎮座1300年」など、県内外のビックイベントを契機としたプロモーションの実施
  - (2) 具体的なターゲットに焦点を当てた効果的な誘客施策の展開
    - ・県民が大分の観光素材を知り、地域の魅力に誇りを持つことで自ら発信することに期待し、県民による県内周遊と情報発信を促進
    - ・各圏域でのイベントを活用したPRや、九州観光機構と連携した商談会等での情報発信
    - ・MICEや教育旅行など団体旅行の誘客
    - ・海外戦略パートナーを活用した誘客