

# 日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略(2019-2021)の概要

## ツーリズム戦略の趣旨

・地域振興と観光振興を一体的に進めるツーリズムを着実に進展させる総合的、効果的な取組の指針

### 【第1・2期戦略の達成状況】

成果指標	第1期目標値 (2015年 H27)	第1期実績値 (2015年 H27)	第1期 達成率	第2期目標値 (2018年 H30)	第2期実績値 (2017年 H29)	第2期 達成率
観光入込客数	19,000千人	22,869千人	120.4%	20,150千人	18,720千人	92.9%
県内宿泊客数	5,200千人	7,389千人	142.1%	7,050千人	7,350千人	104.3%
うち外国人宿泊客数	390千人	774千人	198.5%	960千人	1,387千人	144.5%
観光消費額	なし	2,146億円	—	2,357億円	1,968億円	83.5%
ホームページ訪問回数	なし	183万回	—	200万回	135万回	76.5%

### 第3期戦略の成果指標と目標値

成果指標	2021(H33)
観光入込客数(千人泊)	20,400千人
県内宿泊客数(千人泊)	7,590千人
外国人宿泊客数 (千人泊)	1,630千人
欧米・大洋州	40千人
韓国	715千人
中国・香港	250千人
台湾	177千人
ASEAN	50千人

## 観光を取り巻く現状と課題

### (1) 本県観光を取り巻く現状

- ・人口減少と高齢化に伴う国内観光需要の伸び悩み
- ・2016年度から相次ぐ震災による旅行マインドの冷え込み
- ・インバウンドの堅調な増加
- ・世界的なビッグイベントの開催

### (2) 本県観光の課題

- ①目玉となる観光素材づくりや関係者の連携強化
  - ・各地域の強みを活かした商品の開発や高付加価値化
  - ・温泉資源の新たな活用策検討
- ②民間事業者と連携した情報発信や誘客
  - ・マーケティングに基づく国内圏域別・海外圏・地域別の情報発信・誘客

### ③国際的ブランド力の強化

- ・世界のおんせん県おおいたへのブランディング
- ・世界的ビッグイベントを契機とした欧米・大洋州からの誘客と受入態勢の推進

### ④持続可能な観光地域づくり

- ・ツーリズム基盤の強化
- ・観光産業の振興と観光人材の確保・育成

## 基本的な考え方と第3期ツーリズム戦略の体系

◆「日本一のおんせん県おおいた 味も満載」のキャッチフレーズのもと、3つの重点指針を柱として、5つの戦略に取り組む

### 【3つの重点指針】

ビッグイベントを契機とし、アジアに加え欧米・大洋州にウイングを広げたインバウンドの推進

国内観光需要の掘り起こしと魅力発信

観光推進態勢の整備

### 【5つの戦略】

地域の観光素材磨き

情報発信とブランド力の向上

ターゲットに応じた誘客

安心して快適な旅を支える態勢整備

観光産業の振興と観光人材の確保・育成

- (1) 日本一の温泉を活用した地域づくり
- (2) 食の発掘と質の向上
- (3) 国内有数の自然を魅せる観光
- (4) 歴史と伝統を活用した魅力づくり
- (5) 芸術を活かした取組
- (6) スポーツツーリズムの取組
- (7) 地域間連携による取組

- (1) おんせん県おおいたのブランド力の向上
- (2) 効果的な情報発信

- (1) 国内誘客
- (2) 海外誘客
- (3) 団体誘客
- (4) 県域を越えた連携による観光の推進

- (1) 日本一のおもてなし県を目指した取組
- (2) 地域をつなぐ二次交通など交通環境の整備
- (3) ツーリズムおおいたのDMOとしての機能強化
- (4) 地域観光協会や地域連携DMO等の活性化と相互の連携強化

- (1) 観光消費の増大につながるサービスや商品の開発促進
- (2) 観光客のニーズに応じた旅館・ホテルの整備等観光産業の振興
- (3) 人材の確保・育成とネットワークづくり
- (4) キャッシュレス化の推進

# 日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略(2019-2021)の概要

## 戦略1 地域の観光素材磨き

- (1) **日本一の温泉を活用した地域づくり**
  - 世界温泉地サミット宣言に基づき、温泉の「癒やし」「楽しみ」などの魅力発信や長期滞在型観光の推進
  - 地獄蒸し料理や飲泉文化など、本県独特の温泉を生かした食の提供
- (2) **食の発掘と質の向上**
  - 本県ならではの多様な食観光の魅力発信
  - 個人旅行者の多様化するニーズへの対応
  - ONSENガストロノミーツーリズムなど、食と観光を気軽に楽しむことができる仕掛けづくり
- (3) **国内有数の自然を魅せる観光**
  - ユネスコエコパーク、日本ジオパーク、くじゅう連山、六郷満山などの雄大な自然を活用した旅行商品の磨き上げ(フットパスやロングトレイル、ジオクルーズなど)
- (4) **歴史と伝統を活用した魅力づくり**
  - 六郷満山や臼杵石仏などの歴史・文化資源や庄内神楽などの伝統芸能、日田祇園などの祭りを活用した観光コンテンツの磨き上げと活用した誘客
- (5) **芸術を活かした取組**
  - 国民文化祭、全国障害者芸術・文化祭のレガシーの継承とカルチャーツーリズムの推進
  - 建築作品等の新たな観光コンテンツの掘り起こし
- (6) **スポーツツーリズムの取組**
  - 安全・安心・快適なサイクリング環境の整備やサイクリングイベント等の情報発信
  - スポーツ合宿の誘致、プロスポーツの試合観戦者へ観光や飲食などの情報発信
- (7) **地域間連携による取組**
  - 豊の国千年ロマン観光圏や阿蘇くじゅう観光圏など、広域で共通するテーマを持つ地域間連携を支援

## 戦略2 情報発信とブランド力の向上

- (1) **おんせん県おおいたのブランド力の向上**
  - WEBやSNS等を活用した情報発信による「おんせん県おおいた」ブランドイメージの向上
  - 「世界温泉地サミット」を契機に、国内外への「温泉」の魅力発信
  - 民間事業者のロゴマーク活用による「おんせん県おおいた」のブランド力の向上
- (2) **効果的な情報発信**
  - 地域観光協会や民間事業者と一体となった、観光プロモーションなど効果的な情報発信
  - 地域のすばらしさを県民自らSNS等で情報発信する仕掛けづくり
  - 留学生や大学生等からのSNSによる効果的な情報発信
  - 観光客がSMSによる情報発信に取り組める仕掛けづくり
  - SNSや旅行情報サイト等を活用した情報発信による個人旅行者の誘客
  - 旅行会社向けニュースレター等の発信や招請ツアーの実施による団体旅行者の誘客
  - マスコミ、雑誌などへの取材協力によるパブリシティの強化



## 戦略3 ターゲットに応じた誘客

- (1) **国内誘客**
  - 人口減少社会の中でも、宿泊客数を維持していくため、都市圏ごとに対策を実施
  - 【九州・中四国】様々な客層に向け、きめ細かな旬な情報を発信
  - 【関西・中部】女子旅、団塊の世代をターゲットとした情報発信や、キャンペーンの実施
  - 【首都圏・東日本】富裕層をターゲットとし、坐来を活用した情報発信と高付加価値商品の造成
- (2) **海外誘客**
  - RWC2019など、ビッグイベントを契機とした欧米・大洋州など新たなマーケットの取り込み
  - 観光客数が増加しているアジア圏については、リピーター、個人旅行者、高所得者層を国・地域別にターゲットを決めて誘客
  - 【国・地域別分類】①欧米・大洋州 ②韓国 ③中国・香港 ④台湾 ⑤ASEAN諸国
- (3) **団体誘客**
  - 教育旅行
    - ・中国地方、関西地方の中学校や旅行社への訪問など、積極的な誘致活動を実施
    - ・受入校や宿泊地域のマッチングによる、訪日教育旅行のさらなるブラッシュアップ
  - MICE
    - ・施設管理受託者等と連携し、積極的な誘致活動を実施
    - ・開催施設周辺の飲食店や観光地の情報発信などアフターコンベンションを充実
- (4) **県域を越えた連携による観光の推進**
  - 九州まるごと“インバウンド立国”宣言(九州地域戦略会議)に基づく一体的な取組の推進
  - 九州観光推進機構等と連携した素材説明会の開催、旅行商品の造成やキャンペーンの実施

## 戦略4 安心で快適な旅を支える態勢整備

- (1) **日本一のおもてなし県を目指した取組**
  - おもてなし研修等の実施による旅行しやすい環境づくり
  - 多言語コールセンターなど多言語化の充実とキャッシュレス化の推進
  - 観光公衆トイレの整備の支援
  - 旅行者の安全・安心な旅を支える緊急対応態勢の整備
  - 観光客への的確な情報発信
  - 大規模災害発生時に情報の提供等、的確な対応ができる態勢の整備
- (2) **地域をつなぐ二次交通など交通環境の整備**
  - 観光客の円滑な周遊促進のため、路線バス、タクシー、レンタカーなどの利便性の向上
- (3) **ツーリズムおおいたのDMOとしての機能強化**
  - 広域的かつワンストップの観光案内機能の強化、連携の核となる機能の充実
  - マーケティング・企画立案機能の確立、自主財源増強などDMOとしての体制強化
- (4) **地域観光協会や地域連携DMO等の活性化と相互の連携強化**
  - 地域観光協会、地域連携DMO等の機能強化
  - ツーリズムおおいたと市町村や地域観光関係者間での情報共有等連携の強化
  - TICによる他地域への観光客誘導

## 戦略5 観光産業の振興と観光人材の確保・育成

- (1) **観光消費の増大につながるサービスや商品の開発促進**
  - 大分ならではの素材を生かした体験型観光の商品造成販売
  - 大分の魅力を生かした物産等の開発力・販売力の強化
  - ナイトタイムエコノミーの推進
- (2) **観光客のニーズに応じた旅館・ホテルの整備等観光産業の振興**
  - ツーリズムの多様化や新たな旅行者ニーズへの対応力強化を支援することによる旅館・ホテル等の魅力づくりや差別化
  - 旅館・ホテル等の生産性向上
  - 集客力・販売力の向上のためのホームページ改善への支援
- (3) **人材の確保・育成とネットワークづくり**
  - 県内の高校生、大学生向け説明会やUIJターン説明会などへの参加による人材確保
  - 大学等と連携した人材づくり
  - 高齢者や女性等幅広い人材を活用した人材の確保
  - 外国人労働者の円滑な受け入れの推進
- (4) **キャッシュレス化の推進**
  - 飲食店等を対象としたキャッシュレス推進セミナーの開催によるキャッシュレス導入の促進