

**日本一のおんせん県おおいた
ツーリズム戦略
2022～2024**

宇宙に熱中！みんなが夢中！おんせん県おおいた

大分県

はじめに

大分県観光のキャッチフレーズである「日本一のおんせん県おおいた ㊦ 味力も満載」は、令和4年で10年になります。

令和3年に大手旅行情報誌が実施した、「全国『温泉県』イメージランキング」で本県が第1位に選ばれるなど、「日本一のおんせん県おおいた」は全国に浸透し、高い評価をいただいています。

しかしながら、世界的な流行となった新型コロナウイルス感染症拡大防止のために人流は制限され、本県の観光産業は厳しい状況が続いています。

第4期(令和4年～令和6年)の「日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略」では、ポストコロナ時代に向け、大分県観光の新たな魅力への挑戦や安全・安心なおもてなしに繋がる取組を推進します。

まず、宇宙港やホーバークラフトなどの新たな観光資源を活用した本県独自の観光コンテンツの開発と磨き上げを進めます。さらに、地域の観光における課題解決に向けた取組を積極的に推進するとともに、DX・先端技術の導入等による多様化する旅行ニーズに対応した受入環境の整備や業務の効率化を進めます。

また、感染症や災害などの影響を最小限に抑え、早期に回復できる体制づくりや正確かつ迅速な情報発信を官民連携で取り組みます。

併せて、旅行者や観光事業者、地域住民の相互理解による持続可能な観光地域づくりを進めます。

このツーリズム戦略の期間は、今後の大分県観光を推進していく上で大変重要です。今期の戦略スローガンを「宇宙に熱中！みんなが夢中！おんせん県おおいた」として、人との繋がりを深め、未来へ挑戦し、大分県観光を盛り上げます。

戦略の実行、目標の達成に向けて、観光事業者はもとより、市町村や関係団体、県民の連携が不可欠です。関係者・県民が一丸となって着実に取組を進めることにより、「おんせん県おおいた」の更なる躍進をめざします。

令和4年3月

目 次

第1	ツーリズム戦略策定の趣旨	
1	ツーリズム戦略の目的	1
2	ツーリズム戦略の位置づけ	1
第2	第3期ツーリズム戦略（2019-2021）の振り返り	1
第3	第4期ツーリズム戦略の方向性	
1	第4期ツーリズム戦略の推進指針と大分県観光の3年後のすがた	4
2	ツーリズム戦略推進に当たって取り組むべき課題	
(1)	感染症や災害の影響を受けた観光事業者への誘客支援	4
(2)	新たな大分の魅力発掘	5
(3)	旅行者、観光事業者や地域住民が「安全・安心」と感じる ことができる観光地域づくりの推進	5
(4)	観光産業の振興	6
3	第4期ツーリズム戦略の数値目標	6
第4	第4期ツーリズム戦略の内容	
1	地域素材の磨き上げ	
(1)	大分ならではの新たな観光資源の磨き上げ	7
(2)	多様なツーリズムの推進	
ア	カルチャーツーリズムの推進	7
イ	スポーツツーリズムの推進	8
ウ	サイクルツーリズムの推進	8
エ	アドベンチャーツーリズムの推進	9
(3)	日本一の温泉の効能や多面性を活用した観光地域づくり	9
(4)	豊かな自然景観の維持・保全と活用	9
(5)	第1次産業や第2次産業と連携した“食“の発掘と県産 品の磨き上げ	10
2	“おおいた”の魅力向上と効果的な情報発信	
(1)	「おんせん県おおいた」ブランドの検証と更なる向上	10
(2)	広域的な地域間連携の推進	11
(3)	ビッグイベントを契機とした“おんせん県おおいた”ブ ランドの発信	11
(4)	大規模キャンペーン誘致による「おんせん県おおいた」の躍進	11

3	ポストコロナ時代に向けた戦略的な誘客	
	(1) 大分の魅力と時代の潮流に対応した国内誘客手法の高度化	
	ア 「おんせん県おおいた」の強みを生かした誘客	12
	イ デジタルとリアルを効果的に融合させた誘客	12
	ウ 主要都市圏への効果的な誘客	12
	(2) インバウンド完全復活に向けた攻めの誘客	
	ア 誘客・情報発信の充実	13
	イ 国・地域別の戦略	13
	(ア) 中国・香港	
	(イ) 韓国	
	(ウ) 台湾	
	(エ) ASEAN諸国	
	(オ) 欧米・大洋州	
	(3) 大分ならではの魅力を生かした教育旅行やMICEの誘致	
	ア 国内外からの教育旅行の誘致	15
	イ DMOや施設管理者等と連携した積極的なMICE誘致	15
4	多様化する旅行ニーズに対応する受入環境の整備	
	(1) 地域における持続可能な観光に対する認識の共有	16
	(2) 観光案内所等の情報・交流拠点のネットワークの深化	16
	(3) 地域観光を支えるDMOの機能・連携強化	16
	(4) 感染症や災害などに対するリスク回避と旅行者や観光事業者への支援体制の充実	17
	(5) 地域を結ぶアクセスの整備・充実	17
5	DX導入や観光人材の確保・育成等による観光産業の振興	
	(1) 観光産業の経営力強化、業務効率化の推進	18
	(2) 観光消費の増大につながる観光体験サービス等の開発促進	18
	(3) 次代を担う観光人材の確保・育成とネットワークづくり	19

第1 ツーリズム戦略策定の趣旨

1 ツーリズム戦略の目的

大分県は日本一の湧出量と源泉数を誇る温泉をはじめ、豊かな天然自然に育まれた新鮮な食材、貴重な歴史的文化遺産、地域の伝統文化など優れた観光資源の宝庫です。元気で魅力あふれる大分県づくりを進めていくためには、地域振興と観光振興を一体に進めるツーリズムの推進と観光産業の振興を着実に進展させることが重要です。

「日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略」（以下「ツーリズム戦略」という。）は、県民との協働で観光による活力ある大分県づくりを目指すために策定する計画であり、行政、ツーリズムおおいた、地域観光協会、観光事業者、商業事業者、農林水産事業者、NPO、そして県民一人ひとりが共通認識のもと、同じ方向に向かって全力でツーリズムの推進と観光産業の振興に取り組んでいく指針となるものです。

2 ツーリズム戦略の位置づけ

本県では、平成23年（2015年）10月に長期総合計画「安心・活力・発展プラン2015」を策定し、「県民とともに築く『安心』『活力』『発展』の大分県」を基本目標に、地域が輝くツーリズムの推進と観光産業の振興に取り組んでいます。ツーリズム戦略は、本県の長期総合計画の実質的なアクションプランとして、時代の潮流を的確に捉えた施策の展開を図ることとしています。

また、ツーリズム戦略は、「おんせん県おおいた観光振興条例」（平成27年大分県条例第24号）第19条第1項に基づく、観光振興基本計画に位置づけられるものです。

第2 第3期ツーリズム戦略（2019-2021）の振り返り

令和元年（2019年）のラグビーワールドカップ2019では、多くの観戦者が国内外から来県しました。試合が開催された令和元年10月の県内宿泊者数は前年を大きく上回りました。特に、外国人宿泊者については、欧米豪からの宿泊者が前年10月の11.9倍、その内、大分で試合のあったイギリスからの宿泊者が63.0倍、フランスが15.2倍など、海外からの宿泊者の約半数を欧米豪の宿泊者が占め、大分駅や別府駅の周辺が外国人で溢れかえるというこれまでに経験したことのない光景を目の当たりにしました。また、大分に来ていただいた観戦者は大分での滞在に大変満足し、大分のおもてなしは海外でも高く評価されました。

令和元年（2019年）の県内の延べ宿泊者数は約790万人で、調査開始以来過去最高だ

った前年（約 777 万人）をさらに 1.7%上回りました。特に、日本人の延べ宿泊者数は、約 670 万人と前年に比べて 5.7%増加し、デスティネーションキャンペーン¹が実施された平成 27 年（2015 年）を上回り、過去最高となりました。

また、「じゃらん宿泊旅行調査2019」において、大分県が「旅行後の来訪者の総合的な満足度」で初の全国 1 位となりました。特に、「魅力的な宿泊施設の多さ」「子どもが楽しめるスポットや施設・体験の多さ」「地元の人々のホスピタリティ」で高い評価をいただきました。「おんせん県おおいた」のキャッチフレーズのもと、大分＝温泉のイメージが定着し、大分のおもてなしの底力を全国に示すことができました。

令和元年（2019 年）夏頃から、日韓関係の悪化による日本への渡航自粛により、韓国人旅行者が激減し、外国人宿泊者の約 6 割を韓国人宿泊者で占めていた宿泊業や韓国人旅行者が多く訪れていた観光施設では、売上の減少など厳しい状況に置かれました。

県では、欧米・大洋州、中国、台湾やタイでの新市場向け商談会等の開催や、中国最大のオンライントラベル「Ctrip」と連携した個人誘客を進めるとともに、観光事業者に対して、特別優遇資金の周知や経営革新計画策定に基づく有利な融資・補助金の活用促進等を行いました。

令和 2 年（2020 年）に入り、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための移動制限等による旅行の自粛や海外からの入国制限の影響により観光客が激減しました。令和 2 年（2020 年）の県内の延べ宿泊者数は約 486 万人で、過去最高だった前年から一転、過去最低を記録し、県内の観光関係事業者は未曾有の事態に直面しました。特に外国人延べ宿泊客数は、約 16 万人（対前年比 86.6%減）と大きく減少するなど、観光事業者は売上の激減により経営危機に直面しました。

県ではまず、国の雇用調整助成金の支給に合わせて、無利子や低利の県制度資金の創設や中小企業・小規模事業者応援金の給付、雇用調整助成金の申請サポート等により、観光事業者の事業継続を支援しました。

また、官民連携による「おんせん県おおいた宿泊施設感染症対策チェックリスト」の作成や「宿泊施設における新型コロナウイルス対応マニュアル」の作成支援を通じて宿泊施設での感染症対策の徹底を図り、宿泊施設でのクラスター防止に努めました。

加えて、国の「Go To トラベル事業」や、県の「応援割」や「おおいた旅クーポン」、愛媛県、熊本県、宮崎県との「おとなり割」による観光需要喚起策の実施や、国の地域観光事業支援による「新しいおおいた旅割」や「宿泊施設受入環境整備緊急支援事業費補助金」の実施などにより観光事業者の下支えをするとともに、「おんせん県の旅のかたちブ

¹ J R 6 社が現地の自治体や旅行会社などと協力し、地域の新たな魅力を発信し誘客する国内最大級の観光キャンペーンのこと。

ロモーション」での「#新しいおおいた」を付けてのSNS投稿による情報発信等を行いました。

インバウンドにおいては、観光情報発信チャンネル「沸騰大分」等の開設、オンライン商談会の開催など、大分への来訪ができない状況下でも大分の魅力を積極的に発信しました。

令和2年7月豪雨においては、JR久大本線の橋の流失や、日田温泉、天ヶ瀬温泉、湯平温泉、宝泉寺温泉では宿泊施設等の浸水などの大きな被害があり、日韓関係の悪化や新型コロナウイルス感染症拡大に加え、県観光に大きな影響を及ぼし、復興までに長期の時間を要しています。

県では、被災した宿泊施設に対して、「大分県なりわい再建支援事業費補助金」により事業再建を強く後押ししたほか、被災した市町の連携による自然豊かな魅力の発信や「新しいおおいた旅割」の地域クーポンの上限引き上げによる重点支援を行いました。

<第3期ツーリズム戦略の成果指標と目標値、実績>

成果指標	目標値	実績		
	令和3年 (2021年)	令和元年 (2019年)	令和2年 (2020年)	令和3年 (2021年)
観光入込客数	20,400千人	19,585千人	16,453千人	—
県内延べ宿泊客数	7,590,000人	7,902,700人	4,860,480人	4,287,570人
うち外国人	1,630,000人	1,206,780人	162,050人	25,410人
韓国	715,000人	410,760人	28,810人	990人
中国・香港	250,000人	199,680人	28,770人	1,360人
台湾	177,000人	145,230人	22,450人	40人
ASEAN	50,000人	51,240人	13,540人	7,520人
欧米・大洋州	40,000人	64,070人	5,170人	1,890人

※外国人の発地別の数値は、従業員数10人以上の宿泊施設による集計。

※令和3年は速報値

※出典：観光入込客数/共通基準による観光入込客統計、県内延べ宿泊客数/宿泊旅行統計

第3 第4期ツーリズム戦略の方向性

1 第4期ツーリズム戦略の推進指針と大分県観光の3年後のすがた

第4期ツーリズム戦略では、引き続き「日本一のおんせん県おおいた」のキャッチフレーズのもと、

- ① 大分ならではの新たな魅力への挑戦
- ② 感染症、災害に強い安全・安心なおもてなしの実現
- ③ 旅行者、観光事業者、地域住民の相互理解による持続可能な観光の実現

を推進指針とし、戦略最終年度である3年後の大分県観光のすがたを旅行者、観光事業者及び地域住民の視点や観光資源の状態から想定し、その達成に向けて課題を抽出し、対策を計画的に講ずることで、「おんせん県おおいた」による持続可能な観光の確立を進めます。

<旅行者の視点>

バラエティに富む大分の魅力を堪能するため繰り返し訪れ、体験と交流を楽しんでいる。

<観光事業者の視点>

観光消費額増加により、安定的な収益が確保でき、観光産業が県経済を牽引する存在となる。

<地域住民の視点>

観光による人的交流・経済的なメリットを受け、大分県観光に参加し、価値を認めている。

<観光資源の状態>

自然・文化資源ともにその価値が尊重され、地域の声に応じた適切な活用がされるとともに、保全が図られている。

2 ツーリズム戦略推進に当たって取り組むべき課題

推進指針のもと、「大分県観光の3年後のすがた」を実現するためには、観光事業者や地域が自らの課題を見つめ直し、解決に向けて挑戦する取組が重要であり、その取組を推進するに当たっての課題として以下のことが挙げられます。

(1) 感染症や災害の影響を受けた観光事業者への誘客支援

新型コロナウイルス感染症収束後の反転攻勢に向けた誘客対策を推進するとともに、誘客手法の高度化など、感染症や災害で疲弊した観光事業者への誘客支援を進め

る必要があります。

また、コロナ禍により国内旅行が再認識され、今後ワクチン接種や経口治療薬の開発が進むことで、まずは国内需要の回復が見込まれます。しかし、国内観光客は人口減少社会到来による長期的な減少が予想され、誘客に係る地域間競争への対応を強化する必要があります。

世界の旅行需要は、今後徐々に回復し、令和4年（2022年）3月に国際航空運送協会（IATA）が、世界の旅客需要は令和7年（2025年）には令和元年（2019年）の水準を超えるとする予測を発表したことや、令和4年（2022年）の「東アジア文化都市2022」や令和5年の「ツール・ド・九州2023」、令和7年（2025年）の「大阪・関西万博」などの国際イベントも予定されていることから、入国が解禁された際には、インバウンドの復活に向け、ただちに誘客につなげる取組を実施することが重要です。

(2) 新たな大分の魅力発掘

宇宙港やホーバークラフトなどを資源とした新たな観光コンテンツの発掘と磨き上げを進めるとともに、多様化する旅行ニーズに対応したツーリズムの推進を進める必要があります。

また、コロナ禍を受け、近隣地域内での観光や3密を避けた自然志向の旅行スタイル、時間と場所を分散する分散型旅行やワーケーション²の普及など、ポストコロナ時代の「新しい旅のかたち」に対応した誘客を進める必要があります。

「日本一のおんせん県おおいた ㊦ 味力も満載」のキャッチフレーズも10年になります。これからも「おんせん県おおいた」を大切にしながら、大分県観光の進展のため『おんせん県』からのステップアップを考えていく必要があります。

(3) 旅行者、観光事業者や地域住民が「安全・安心」と感じることができる観光地域づくりの推進

感染症や災害等の危機に大きく影響を受ける観光産業のリスクマネジメントの重要性を再認識し、リスクを平常時から想定し、発生時の影響を最小限に抑え、早期に回復できるよう準備する必要があります。また、旅行者や観光事業者だけでなく、観光客のいる風景が地域の日常だと住民が感じることも「持続可能な観光」を考える上で重要です。また、地域の観光における課題解決に向けた取組も必要です。

² 英語の Work（仕事）と Vacation（休暇）の合成語。リゾート地や地方部など、普段の職場とは異なる場所で働きながら休暇取得を行うこと。あるいは休暇と併用し、旅先で業務を組み合わせる滞在のこと。

(4) 観光産業の振興

観光産業の振興に係るこれまでの取組を継続して推進していくことに加え、デジタルの活用は今後の観光産業の進展において不可欠です。ポストコロナ時代の新たな旅行ニーズに対応できるよう、DX³や先端技術の活用によるサービスの高付加価値化や業務効率化など、観光産業の経営革新に向けた取組が急務です。

～ 第4期ツーリズム戦略における取組のポイント ～

上記課題の解決に向け、第4期ツーリズム戦略においては、以下のポイントで取組を推進します。

国内観光の再認識と活性化

インバウンド回復に向けた対応

多様化する旅行者ニーズを捉えた受入環境の整備

DXや先端技術の活用

3 第4期ツーリズム戦略の数値目標

第4期ツーリズム戦略の目標指標については、「安心・活力・発展プラン2015」の目標指標とします。

成果指標	数値目標
	令和6年(2024年)
県内延べ宿泊者数	7,830千人泊
観光入込客数	20,950千人
観光消費額	2,600億円

³ Digital Transformation (デジタルトランスフォーメーション) の略。デジタル技術及びデータを活用して、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、組織の文化・風土や業務を変革することにより、競争上の優位性を確立すること。

第4 第4期ツーリズム戦略の内容

1 地域素材の磨き上げ

(1) 大分ならではの新たな観光資源の磨き上げ

令和2年(2020年)4月に米国の小型人工衛星打上げ事業者であるヴァージン・オービット社と大分空港の水平型宇宙港活用に関するパートナーシップを締結し、アジア初の水平型宇宙港実現に向けて取組を進めています。また、大分空港アクセスの改善に向け、国内唯一となるホーバークラフトによる海上アクセスの導入に向けた取組を進めています。宇宙港の関係者や見学者だけでなく、宇宙港を通じて多くの人に大分の魅力を感じてもらえるよう、例えば、星空体験や宇宙食など「宇宙」をテーマとした観光コンテンツの開発や、宇宙港やホーバークラフトを活用した大分空港をハブとする観光ルートの造成など、多様化する新たな観光素材の発掘、磨き上げを行い、大分ならではの観光コンテンツの開発に取り組みます。

産業観光として、産業文化財、生産現場や産業製品を生かした観光誘客に繋がる磨き上げを推進します。

県内の城下町の町屋や農村に現存する古民家等の歴史的資源を宿泊施設や飲食店、土産物店等として再生することは、地域の魅力向上につながるものであり、国の制度等を活用し、支援します。

(2) 多様なツーリズムの推進

地域にある資源を活用した取組を積極的に支援し、強化するとともに、温泉に比肩する観光素材の醸成に向け、自然や食、歴史・文化、芸術、スポーツなどを生かした新たな仕掛けづくりに取り組みます。

ア カルチャーツーリズムの推進

本県には、宇佐神宮や富貴寺、臼杵石仏などの国宝、六郷満山文化や日田祇園などの祭り、国東半島宇佐地域世界農業遺産など、多くの歴史的・伝統的資源が存在します。観光資源として、県民をはじめ多くの人にその価値を理解し尊重されるよう、地域の声に応じた適切な活用と情報発信を行い、広く誘客に努めます。

国内はもとより、日本の歴史や伝統文化を好む外国人旅行者へ向けても、さらなる情報発信や地域と連携した観光コンテンツの磨き上げ、旅行商品の造成等に取り組みます。

県立歴史博物館展示室の360°映像や展示品解説のインターネット配信など、先端技術を活用した文化財の魅力発信に取り組みます。

芸術文化の分野では、別府アルゲリッチ音楽祭や大分アジア彫刻展等、質の高い

芸術を鑑賞できる機会が充実しているほか、国東半島や別府市、竹田市等では、それぞれの地域に魅了されたアーティストが、竹工芸や現代アート作品等の制作や、アートプロジェクト等の開催を通して地域に新風を吹き込んでいます。さらに、大分県立美術館（OPAM）では、本県の特徴を色濃く映し出す、南画や日本画、竹工芸等を多数所蔵しており、作品とゆかりのある地域と連携した取組を行っています。地域が誇る芸術文化やアートを活用したカルチャーツーリズムを推進し、国内外からの誘客を促進します。

本県は日本、中国及び韓国において文化芸術による発展を目指す「東アジア文化都市 2022」の開催都市に選ばれました。この機会を生かし、県内各地の特色ある芸術文化に磨きをかけ、様々な交流を通じて芸術文化の力による観光地域づくりを推進していきます。

イ スポーツツーリズムの推進

本県は、大分トリニータをはじめ様々なプロスポーツチームが本拠地とするほか、令和4年（2022年）1月に新たに開幕するジャパンラグビーリーグワンに所属する「横浜キヤノンイーグルス」のセカンダリーホストエリアとなっていることなどから、これまで以上に県内でのプロスポーツ観戦の機会が充実します。県内外からの試合観戦による誘客をはじめ、県内の充実したスポーツ施設を活用したスポーツ合宿によるスポーツツーリズムを推進します。

ウ サイクルツーリズムの推進

本県には、メイプル耶馬サイクリングロードや仁王輪道、別府湾岸・国東半島海べの道など、サイクリストに人気のルートがあります。また、ツール・ド・国東やOITAサイクルフェスなどの競技イベントが開催され、令和2年（2020年）には、プロロードレースチーム「スパークルおおいたレーシングチーム」も誕生したほか、令和5年（2023年）には「ツール・ド・九州 2023」の開催や九州・山口サイクリング周遊型旅行商品「ディスカバー九州」の造成も予定されています。これらを活用して、ファミリー層から本格的なサイクリストまで多様な自転車愛好者の誘客を促進します。

大分県自転車活用推進計画に基づくサイクリングコースの設立や、サイクルハブなど安全・安心・快適なサイクリング環境の整備拡充と海外プロモーションの展開等によるサイクリストの誘客に努めます。

エ アドベンチャーツーリズムの推進

アドベンチャーツーリズム⁴は、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ことから、国内にとどまらず、世界でも注目を浴びています。大分の強みを生かした体験型プログラムの開発やガイドの育成、効果的な情報発信を通じて、新たな旅行ニーズを獲得し、本県への更なる誘客を促進します。

アウトドアガイド認証制度の創設を通じて、事故防止や緊急時対応等への万全の備えを講じることによりコンテンツの品質を担保するとともに、ガイドの自然環境に対する理解を一層深めることで観光客の保全意識の向上に努めます。

(3) 日本一の温泉の効能や多面性を活用した観光地域づくり

大分の世界に誇る温泉文化に更なる磨きをかけていくため、県内各地にある温泉の素晴らしさを県民自らが再認識できるよう促します。

平成30年(2018年)に開催した世界温泉地サミットでの「世界温泉地サミット宣言」の理念を受け、「癒やし」や「楽しみ」といった温泉本来の魅力を生かした情報発信や「健康診断+温泉+自然+食」など健康増進と観光をセットにした商品造成、「クア(療養)」や「ウェルネス(健康・美容)」をテーマとした新たな観光コンテンツの開発など、多面的に温泉を活用した観光地域づくりを推進します。

旅行者が温泉地において温泉を楽しみながら、その土地ならではの食や自然・文化を堪能する「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」など、本県独特の温泉を生かした食と観光を存分に楽しむことができる仕掛けづくりを促進します。

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します。

(4) 豊かな自然景観の維持・保全と活用

学術的価値の高い地形地質を活用した姫島と豊後大野のジオパークや、自然と人間社会の共生を目指す祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク、「九州の屋根」とも呼ばれているくじゅう連山を中心とした阿蘇くじゅう国立公園満喫プロジェクトなど、本県の多様な地域資源を生かした取組を推進します。

コロナ禍によりアウトドア志向などが高まる中、地域の意向を反映しながら、雄大な自然と人間社会が共生する形で地域が発展していく持続可能な観光の視点が重要です。自然と調和したアクティビティや自然の魅力をいつでも気軽に楽しめる旅行商品の開発などにより、大分の観光の更なる魅力向上や情報発信に取り組みます。

アウトドアガイド認証制度の創設を通じて、事故防止や緊急時対応等への万全の備えを講じることによりコンテンツの品質を担保するとともに、ガイドの自然環境に対する理解を一層深めることで観光客の保全意識の向上に努めます。〔再掲〕

⁴ 「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(Adventure Travel Trade Associationによる定義)。

(5) 第1次産業や第2次産業と連携した“食”の発掘と県産品の磨き上げ

農林水産業と宿泊・飲食業が連携して実施する旬入りキャンペーンなどを通じて、県産品の情報発信強化を図るとともに、大分ならではの食を生かした観光の魅力を様々な媒体を活用して発信します。

他の地域では味わうことのできない“味力”の磨きあげとして、その土地の食文化や風土の紹介、地元の食材を堪能できる宿や郷土料理を気軽に楽しむことができる店舗の情報発信などに取り組みます。また、観光事業者に対する県産品の利用促進に努めます。

第1次産業（生産）と第2次産業（加工）、県内の高等学校や大学等と連携した県産品の磨き上げを推進します。

臼杵市での食文化における「ユネスコ創造都市ネットワーク⁵」の認定を契機とした大分の食の魅力発信に取り組みます。

物産商談会での県産品と観光情報の発信や、越境EC⁶などを利用した県産品の販路拡大の支援等を通じて、関係人口⁷の増加や観光需要の回復を進めます。

2 “おおいた”の魅力向上と効果的な情報発信

(1) 「おんせん県おおいた」ブランドの検証と更なる向上

これまで、「おんせん県おおいた」の認知度向上のため、温泉はもとより、自然の豊かさや豊富な食材、人の優しさやおもてなしなども大分の魅力を情報発信してきました。今後は、デジタルマーケティング等の活用により、旅行者のトレンドとニーズを的確に捉えた上で、「おんせん県おおいた」の検証と「おんせん県おおいた」からのステップアップに向けた取組を推進し、大分のブランドイメージの更なる向上に努めます。

「日本一のおんせん県おおいた 味力も満載」のロゴマークを土産物等の商品や地方版図柄入りナンバープレートなどへの多様な活用により、「おんせん県おおいた」ブランドの更なる浸透を図ります。

民間事業者と連動したPRが更なるブランド創出効果を生み出すことから、市町村や地域観光協会、観光事業者、異業種の企業などと連携し、パブリシティ効果の高いイベントや話題づくりなどに努めます。

「おんせん県おおいた」をキーワードに、国内外での観光プロモーションを積極的

⁵ ユネスコの事業として2004年に創設。創造性(creativity)を核とした都市間の国際的な連携によって、地域の創造産業の発展を図り、都市の持続可能な開発を目指すもの。世界の加盟都市は90か国以上295都市で、7分野（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）に分類。国内の加盟都市は10都市。

⁶ インターネットを活用して日本国内から海外へ向けて商品を販売する電子商取引のこと。

⁷ 移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に係わる人口のこと。

に展開するとともに、地域観光協会や民間事業者と一体となり、県人会等大分にゆかりのある方々のネットワークなども活用し、効果的な情報発信に努めます。

“新しいおおいの旅”プロモーションのように、県民が自信と誇りを持って地域の素晴らしさを国内外に発信することも大切です。県民が自ら広告塔となり、SNS等の活用により、県民発の口コミで観光需要を喚起できるように気運の醸成に努めます。

県内の大学には、全国から学生、世界各国から留学生が集っています。学生や留学生のSNS等を活用した情報発信により、若い世代やインバウンドに対する効果的な誘客を推進します。

パブリシティの強化について、県外事務所を窓口として、マスコミや雑誌等からの取材協力を行いながら、メディアへの露出機会を増やしていきます。

(2) 広域的な地域間連携の推進

九州各県や近県、九州観光推進機構、関係機関等と連携した地域的な取組が重要です。例えば、長崎県・熊本県と連携した情報発信や三県を周遊するモデルコースの提案、また宮崎県との連携による高速道路会社や鉄道会社、旅行会社等とのキャンペーン、マスコミや旅行会社への共同セールスやイベント出展などを実施します。

フェリー航路や航空路線でつながった自治体や観光関係団体、交通事業者等と連携して、就航先の港や空港ターミナルなどにおいても本県の魅力を発信します。

豊の国千年ロマン観光圏やユフココクスヒタ、日豊海岸浦（うら）・島（しま）連携プロジェクト、佐伯・津久見・臼杵等の各市町村間の連携による地域ブランドづくり等の取組において、地域の文化、伝統、食などを活用した情報発信等を実施主体と連携して推進します。

(3) ビッグイベントを契機とした“おんせん県おおい”ブランドの発信

新型コロナウイルス感染症により疲弊した県内の観光産業の反転攻勢の足がかりとすべく、令和4年（2022年）の「東アジア文化都市2022」「第45回全国育樹祭」、令和5年（2023年）の「ツール・ド・九州2023」、九州・山口サイクリング周遊型旅行商品「ディスカバー九州」「第19回世界水泳選手権」（福岡県）、令和6年（2024年）の「第43回全国豊かな海づくり大会」、令和7年（2025年）の「大阪・関西万博」などの県内外におけるビッグイベントを契機として、これまで以上に国内外に向けて「おんせん県おおい」の魅力の発信に努めていきます。

(4) 大規模キャンペーン誘致による「おんせん県おおい」の躍進

ツーリズム戦略の期間は、「おんせん県おおい」躍進のための重要な期間であり、そのためにも地域の観光関係者や地域が自らの課題を見つめ直し、解決に向けて挑戦

する取組の推進が重要です。その取組の成果を発揮する場として県民一丸となった大規模キャンペーンの実施が効果的であり、積極的な誘致活動を進めていきます。

3 ポストコロナ時代に向けた戦略的な誘客

(1) 大分の魅力と時代の潮流に対応した国内誘客手法の高度化

ア 「おんせん県おおいた」の強みを生かした誘客

日本一の温泉や豊かな食の味力に加え、世界に誇る宇宙港やホーバークラフトを活用した観光周遊ルートの開発など、新たな観光素材の発掘、磨き上げを行い、大分ならではの観光コンテンツの開発や誘客に取り組んでいきます。

アドベンチャーツーリズムやサイクルツーリズムなどの多様なツーリズムについて、大分の強みを生かした体験プログラムづくり、効果的な情報発信を通じて、新たな旅行ニーズを獲得し、本県への更なる誘客を促進します。

イ デジタルとリアルを効果的に融合させた誘客

総務省の調査によると、令和元年（2019年）には世帯におけるスマートフォンの保有割合は8割を超えました。また、令和に入り日本国内におけるインターネット利用状況は13歳から59歳まではほぼ100%と高水準に達するとともに、特に60歳以上については近年にない程の大幅な伸びを見せるなど、デジタルシフトが急速に進んでおり、この時代の流れを踏まえた国内誘客のDXの推進が不可欠となります。

詳細なマーケティングやアンケート等に基づき、旅行者の目線で典型的な旅行者像（ペルソナ）を設定し、大分を知り、大分行きを決定するまでの過程における感情・行動の段階（パーセプション）を時系列に描いたフロー（カスタマージャーニーマップ）を作成し、各段階に応じた効果的な情報発信・誘客を行うことが重要です。旅行者の感情・行動の段階を認識・共有し、旅行に至るまでにおこす感情・行動段階の変化の連鎖（パーセプションチェンジ）を常に意識しながら、デジタル（WEB、SNS、デジタルメディア、オンライン旅行社、デジタルマーケティング等）とリアル（商談会、旅行博覧会、旅行者向けPRイベント、各種観光情報誌、パンフレット等）を効果的に融合させた手法を展開することで、実際の大分への誘客に繋げるなど、効率・効果的な誘客手法の確立を目指します。

ウ 主要都市圏への効果的な誘客

主要都市圏での旅行会社やメディア等へのアプローチも引き続き重要となります。フラッグシップ「坐来大分」を活用した首都圏での大分ブランドの磨き上げと情報発信、各圏域でのイベントを活用したPRや、九州観光推進機構と連携した商談

会等や旅行博覧会等での情報発信、MICE⁸や教育旅行などの団体旅行の誘客対策など、様々な機会を活用した情報発信・誘客を図ります。

(2) インバウンド完全復活に向けた攻めの誘客

ア 誘客・情報発信の充実

中国を中心とした東アジア、東南アジア、欧米・大洋州など、特定国に依存しない多角的な誘客対策を実施します。

入国規制解除と運航再開が早い国からセールスを順次開始し、旅行会社等へのファミトリップ⁹（モニターツアー）などを通じてツアー・旅行商品造成を促進します。

新型コロナウイルス感染症拡大以降に変化した旅行動態を踏まえ、アドベンチャーツーリズムやサイクルツーリズムなど本県の強みを打ち出した誘客を進めます。

宇宙港や東アジア文化都市 2022、ツール・ド・九州 2023 など、大分ならではの強力なコンテンツを生かした誘客を促進します。

世界との架け橋である県内留学生を活用した情報発信を強化します。

デジタルマーケティング等を活用した旅行形態やニーズ、本県への関心度合いに応じた誘客・情報発信を実施します。

イ 国・地域別の戦略

(7) 中国・香港

中国市場では、急速に進む個人観光客の増加に対応し、上海事務所との連携により、高所得者層の多い上海エリアからの良質なリピーターの確保を図るとともに、空港との連携を強化し、本県へのアクセスの起点となる空港への直行便が就航しているエリアを中心に旅行会社等に対し、温泉や自然、食など本県の強みを中心に売り込みます。

微信（ウィーチャット）等、利用者が多いSNSを活用し、魅力ある素材を訴求することで、新規の観光客を取り込みます。

すでに成熟している香港市場では、例年 100 万人以上が訪れる展示会である香港ブックフェアなどへの出展を通じて、本県に来たことのない層の掘り起こしを強化するとともに、リピーターの確保に取り組みます。

訪日教育旅行に対するニーズが高いことから、学校交流体験等をPRし、誘致を充実します。

⁸ 企業等の会議（Meeting）、企業等の報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関等が行う国際会議（Convention）、イベントや展示会等（Event/Exhibition）の総称のこと。

⁹ Familiarization Trip（ファミリアライゼーション・トリップ）の略称。観光地の誘致促進のため、海外旅行会社の旅行事業者や海外メディア、ブロガーなどを招請する視察旅行のこと。

(イ) 韓国

本県の外国人観光客の40%以上を占めるのが韓国からの観光客であり、高い人気に支えられ、リピーターが多く来県しています。このため、既に認知度の高い市場特性を生かし、大分での思い出を想起してもらうとともに、新たな魅力による誘客を進めます。

大分空港への直行便が期待される韓国の各地域に対して、リピーターとなる家族層や若い女性を主なターゲットとし、ポストコロナ時代を意識した温泉や食による癒しや屋外でのアクティビティとして人気の高い九州オルレなど、県内各地の魅力ブロガーの招請やSNSの活用により、情報発信を強化するとともに、現地旅行会社やランドオペレーターに対するきめ細かいセールスや旅行会社主催旅行博への出展等を行い、さらなる誘客を促進します。

(ウ) 台湾

台湾市場は、本県に宿泊する訪日外国人が韓国に次いで多く、団体客に加え、家族層等の個人旅行をターゲットとしています。

現地旅行会社に向けた商談会等を主催し、温泉や食などの魅力をPRするなど、本県の強みを生かした誘客を進めます。

教育関係者や旅行会社に向けて訪日教育旅行の誘致に更に取り組みます。

(エ) ASEAN諸国

ASEAN諸国市場では本県の認知度が未だ低いため、日本政府観光局（JNTO）や九州観光推進機構、九州各県等と連携した誘客を進め、高所得者層や中間層の家族旅行をターゲットに、SNSによる情報発信やメディア・旅行会社等の招請を行います。

現地旅行博やJNTO主催の商談会等に参加し、本県の魅力を直接伝えることで、知名度の向上を図ります。

(オ) 欧米・大洋州

欧米・大洋州市場では、ラグビーワールドカップ2019のレガシーを生かし、同じく開催地となった福岡県、熊本県をはじめとした九州各県やJNTO、九州観光推進機構等と連携し、さらなる知名度の向上を狙います。

毎年開催される大規模な旅行博や見本市への出展等に加え、SNSや宇宙港を契機として充実させる英語版ホームページを活用し、ゴールデンルート¹⁰を訪れている観光客や、訪日旅行に関心のある層に、本県の自然や温泉、歴史・文化、

¹⁰ 訪日外国人旅行者にとって定番となっている旅行ルートのこと。特に、東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪などを周遊するルートが人気。

食などの魅力を発信します。

長期滞在型で観光消費額が高い市場特性を生かし、JR九州等と連携することで「ななつ星クルーズ」や九州を周遊する「レールパス」といった商品を誘客に結びつけるとともに、富裕層の乗船の多い高級中小型クルーズ船の誘致も推進します。

(3) 大分ならではの魅力を生かした教育旅行やMICEの誘致

ア 国内外からの教育旅行の誘致

本県には、中国地方や関西地方から多くの中学生等が修学旅行に訪れており、豊かな天然自然を生かしたグリーンツーリズム¹¹や県内大学生等の留学生との交流が行われています。今後も中国地方・関西地方の中学校や高等学校、旅行会社に対して、積極的な誘致活動を実施します。

学校関係者が安心して体験学習や宿泊ができる態勢の充実や、教育効果の高い学びの場としての優位性など、地域としての付加価値の創出も必要です。そのため、本県ならではの特色を伸ばしたグリーンツーリズムの推進や、海外サイトを活用した情報発信に取り組みます。

新型コロナウイルス感染症発生以前では、中国や韓国、台湾などの海外からも、学校交流を目的に多くの学校が訪れており、本県の国際人材の育成にも寄与していました。新型コロナウイルス感染症収束後の早期回復を図るため、受入校や宿泊地域のマッチングによる訪日教育旅行の更なるブラッシュアップを行います。

イ DMO¹²や施設管理者等と連携した積極的なMICE誘致

本県には、別府国際コンベンションセンター（ビーコンプラザ）や大分スポーツ公園など多様なMICE施設があります。国際会議や大規模なスポーツイベントは、観光はもちろん地域経済にも大きな効果をもたらします。そのため、官民一体となり、地域連携DMOであるツーリズムおおいたや施設管理者との連携を密にし、MICE誘致活動を積極的に展開します。加えて、開催施設周辺の飲食店情報や旅館・

¹¹ 農山漁村に滞在し農漁業体験を楽しみ、地域の人々との交流を図る余暇活動のこと。長期バカンスを楽しむことの多いヨーロッパ諸国で普及。1994（平成6）年にグリーンツーリズムの振興を支援する法律「農山漁村余暇法」が制定され、様々な地域で農家民宿の登録や基盤整備、体験・交流プログラムの作成、教育旅行などの旅行者の受入などが行われている。

¹² 観光地域づくり法人。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。観光庁が、登録要件の全てを満たす観光地域づくり法人を「登録DMO」として、その候補となり得る法人を「候補DMO」として登録し、登録を行った法人及びこれと連携して事業を行う関係団体に対して、関係省庁が連携して支援を行うことで、各地における観光地域づくり法人の形成・確立を支援している。

ホテルからの立ち寄り湯の情報発信など、参加者が楽しめるアフターコンベンション¹³の充実を図ります。

4 多様化する観光産業に対応する受入環境の整備

(1) 地域における持続可能な観光に対する認識の共有

前述「第3 第4期ツーリズム戦略の方向性」の「1 第4期ツーリズム戦略の推進指針と大分県観光の3年後のすがた」を実現するために、旅行者、観光事業者、地域住民の相互理解による取組や、観光資源の適切な活用は、今後の本県の持続可能な観光の推進に繋がります。魅力ある大分に繰り返し訪れる旅行者、県経済を牽引する観光事業者、本県観光の価値を認めている地域住民が相互のバランスが取れた取組を推進していきます。

また、地域が抱える観光課題を克服し、地域の魅力を一層高める必要があります。そのために、観光関係者と市町村等が一体となって観光課題を解決する取組を支援します。



(2) 観光案内所等の情報・交流拠点のネットワークの深化

各地域の観光案内所による相互の情報交換や交流等により観光における情報・交流拠点の連携を促進し、ネットワークの深化を図ることで、観光客へのより丁寧なサービスを提供して観光客の満足度を高めていきます。これにより、観光客の滞在時間の延伸や観光消費の拡大へとつなげていきます。

宿泊施設や観光施設に限定することのないおもてなし人材の育成など、本県観光の更なるレベルアップを目的とした観光地域磨きを行うことで、観光による経済波及効果の創出、おもてなし体制の強化及び魅力ある観光地づくりを担う人材の育成・活用を推進します。

(3) 地域観光を支えるDMOの機能・連携強化

県内には、地域連携DMOに（公社）ツーリズムおおいた、（一社）豊の国千年ロマン観光圏、地域DMOに（一社）由布市まちづくり観光局が認定されています。それ

¹³ 見本市、シンポジウム、博覧会など、コンベンションのあとの催しや懇親会のこと。

らとともに、市町村、地域観光協会、観光事業者、商工関係団体等との連携を一層強化するとともに、ネットワークを生かしてマーケティング等に基づいた情報発信や誘客を推進します。

ツーリズムおおいたが県内の観光振興のリーダーとして観光事業の企画・推進を行うため、九州全域を視野に入れた広域的かつワンストップの観光案内機能の強化やテーマに沿った連携事業の中心となるとともに、地域と連携した着地型商品の造成、専門人材の配置によるマーケティング・企画立案機能の確立、魅力ある旅行商品の開発・販売による自主財源の確保等に取り組み、DMOとしての体制の強化を図ります。

(4) 感染症や災害などに対するリスク回避と旅行者や観光事業者への支援体制の充実

感染症や災害などのリスクを平常時から想定し、発生時の影響を最小限に抑え、早期回復できるよう準備する必要があります。まず、行政や関係団体、事業者が連携して対処できる関係構築と危機発生時の迅速な体制づくりを進めます。

感染状況や感染防止策等に関する情報の正確かつ迅速な発信も重要です。市町村や観光協会等と連携し、WEB等を活用した速やかな情報発信により、旅行者や事業者に必要な行動を促すとともに、風評被害への対策の徹底を図ります。

災害などの発生時には外国人等が情報弱者となる可能性があるため、ICT¹⁴を活用した迅速な情報提供など緊急時における外国人対応について強化を図ります。また、外国人観光客には、大分県災害対策本部外国人救援班を中心に多言語対応の充実を図っていきます。

緊急事態発生時の旅行者への支援として、感染症や災害などの有事発生時に旅行者の安全を確保し、安全に居住地に帰す体制や手順について官民連携して対応します。

事業者自らもリスク回避に向けた取組が大切です。事業継続計画（BCP）¹⁵の策定を支援するなど、危機管理意識の向上に努めます。

(5) 地域を結ぶアクセスの整備・充実

本県を訪れた観光客に県内各地に足を伸ばしてもらうため、空港アクセスバスをはじめ、路線バスや観光周遊バス、タクシー、レンタカー、レンタサイクルなどの交通手段の充実とそれらの情報を迅速かつ的確に入手できる環境整備に努めます。

早ければ2023年度には、大分空港海上アクセスとしてホバークラフトの導入が予定されており、更なるアクセスの充実を図ります。

大分空港の国際線再開と再開後の路線充実に努めるため、新型コロナウイルス感染症

¹⁴ Information & Communications Technology の略。情報通信技術。

¹⁵ 企業が自然災害、大火災、テロ攻撃などの緊急事態に遭遇した場合において、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平常時に行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法、手段などを取り決めておく計画のこと。

の収束状況を注視しながら、韓国路線の早期再開とともに、台湾、中国その他アジア地域からの新規就航に取り組みます。

新型コロナウイルス感染症収束後に本県を訪れる外国人観光客の相当数が利用する福岡空港や博多港等からの交通アクセスの拡充に向けた働きかけを行います。

大分空港を起点としたMaaS¹⁶の推進など、DXを活用したストレスフリーな移動環境整備にも挑戦します。

歩行者や自転車が通行しやすい道路空間の整備（幅広路肩等）や、視線誘導標の設置、防草対策や区画線更新等による視認性向上、道路情報板等の改修による多言語表記やピクトグラム¹⁷での表示を進めます。

景勝地等の観光ルート沿線や視点場において、眺望が阻害されている箇所等の伐採を進めます。

5 DX導入や観光人材の確保・育成等による観光産業の振興

(1) 観光産業の経営力強化、業務効率化の推進

観光産業に関わる事業者の事業継続を確保するため、経営革新計画の策定・実行等も見据えた経営力の強化を進めます。

本県の観光産業の基盤強化を図るため、DX導入により、観光事業者に変革を促す必要があります。同時に、急激なデジタル化の波に戸惑う事業者を支え、誰もが可能性を発揮できるよう支援していく必要もあります。デジタルマーケティングの活用による県内観光データの蓄積や検証、活用等による業務効率化と集客や収益性向上への取組を支援し、本県観光産業の持続的発展を促します。

ラグビーワールドカップ2019の開催を契機に、県内飲食店のクレジットカード決済の導入状況は伸び率全国1位となるなど、県内でもキャッシュレス決済は着実に普及しているところですが、未だ導入に踏み切れていない事業者に対し生産性向上などのメリットを周知していくとともに、新型コロナウイルス感染症対策の観点からも、非接触型の行動様式として、キャッシュレス決済の更なる推進を図ります。

(2) 観光消費の増大につながる観光体験サービス等の開発促進

近年の観光客は、これまでの「見て、泊まって、食べる」観光に加えて、地域を巡り、その場所にしかない自然や食、伝統文化などを楽しむ体験型の観光需要へのニーズが高まっています。今後は、観光事業者が行う国内外からの観光客に向けて、大分ならではの素材を生かした体験型観光サービスの開発等を促進することにより、モノ

¹⁶ Mobility as a Service の略。手元のスマートフォン等から検索～予約～支払を一度に行えるように改めて、ユーザーの利便性を高めたり、移動の効率化により都市部での交通渋滞や環境問題、地方での交通弱者対策などの問題の解決に役立てようとする考え方の上に立つサービスのこと。

¹⁷ 案内用図記号。不特定多数の人々が利用する公共交通機関や公共施設、観光施設等において、文字・言語によらず対象物、概念又は状態に関する情報を提供する図形のこと。

消費だけでなくコト消費による観光消費の拡大に努めます。

(3) 次代を担う観光人材の確保・育成とネットワークづくり

旅館・ホテルで働く従業員など観光を支える人材不足は喫緊の課題となっています。このため、高校生や大学生等の新規学卒者向けの就職説明会や、U I J ターン希望者向け就職説明会への事業者の参加等による人材確保を働きかけます。

シニアや女性、障がい者、外国人など、多様な人材の活用を進めることで、観光客の満足度を高めるおもてなしの体制整備を促します。

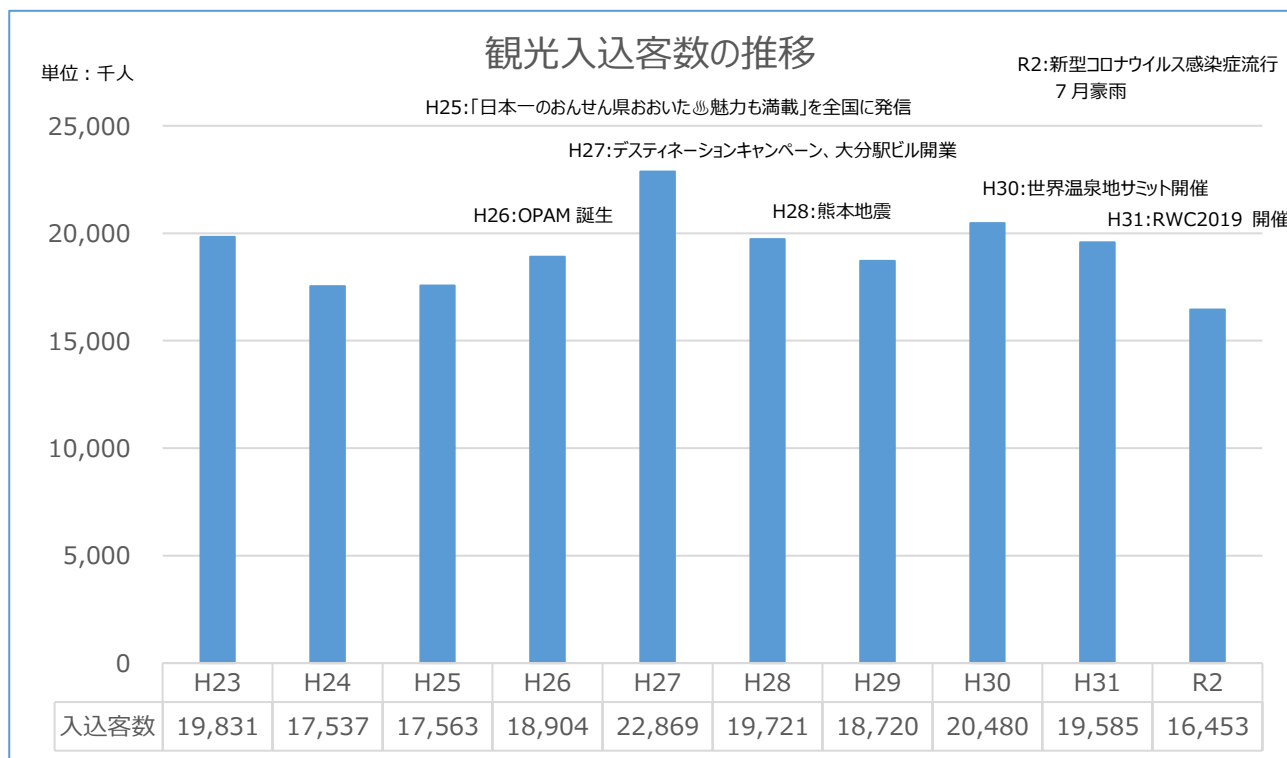
立命館アジア太平洋大学のサスティナビリティ観光学部の新設や、県内高等学校の観光ビジネスのカリキュラム設置など、観光産業での就労を目指す人材づくりを、産学官が連携して推進します。

観光関係者に対するおもてなし研修やボランティアガイドのスキルアップのための研修、アウトドアガイド認証制度の創設などを通じて、本県観光の質を更に高めるとともに、関係団体等と連携して、ユニバーサルツーリズムに対応した人材育成を進めるなど、子ども連れや高齢者、障がい者などが旅行しやすい環境づくりに努めます。

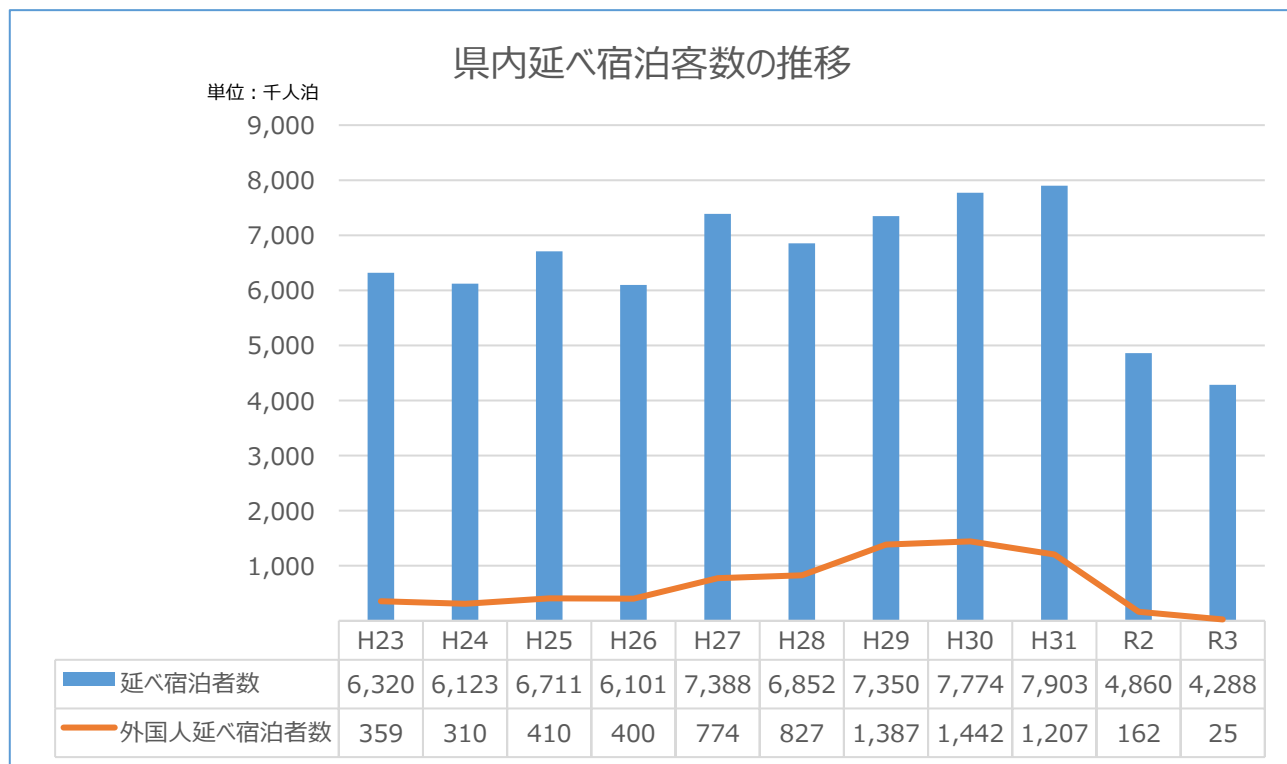
おおいたツーリズム大学において、観光産業における将来のリーダーとなる人材の育成とネットワークづくりを推進します。また、修了生のレベルアップと連携強化を図るとともに、地域づくりや観光商品づくり等、地域での活動を支援します。

【資料編①】

(出典：観光庁 共通基準による観光入込客統計)

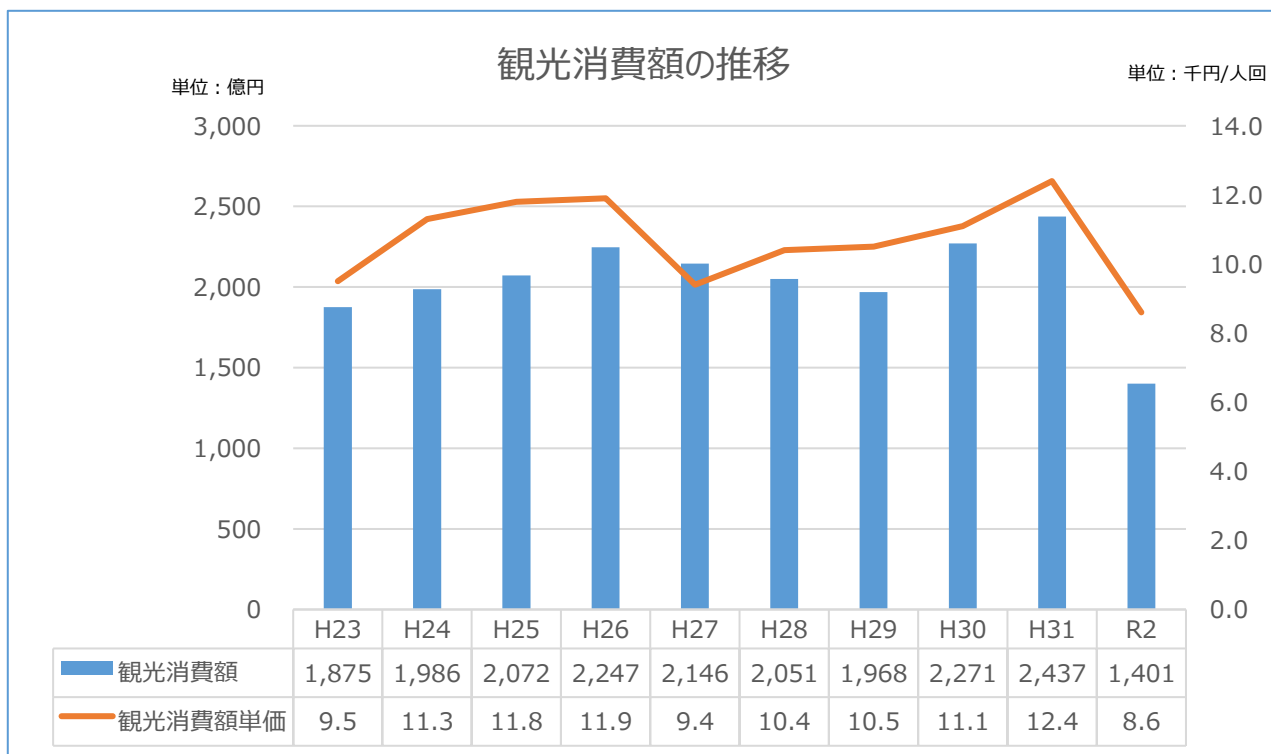


(出典：観光庁 宿泊旅行統計調査)



【資料編②】

(出典：観光庁 共通基準による観光入込客統計)



日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略 2022～2024
宇宙に熱中！みんなが夢中！おんせん県おおいた

2022年3月発行

編集・発行 大分県商工観光労働部観光局観光政策課

〒870-8501 大分市大手町3丁目1番1号

TEL : 097-506-2112

FAX : 097-506-1729

E-mail : a14180@pref.oita.lg.jp
