



豊後大野市
観光振興ビジョン





豊後大野市
観光振興ビジョン

contents

目次

豊後大野市“観光振興ビジョン”策定の意義 P1

“観光振興ビジョン”の策定に係る要件整理 P3

第２次豊後大野市総合計画との整合性 P6

これまでの“観光まちづくりビジョン”の振り返り P7

豊後大野市の観光分野における現状と課題 P8

豊後大野市が有する観光の本質的価値 P13

豊後大野市における“観光振興ビジョン”の実現 P14

豊後大野市における“観光振興ビジョン” P15

豊後大野市における“里の旅”の定義、構築 P16

地域資源を活かした“里の旅”の商品化 P18

観光振興ビジョンに基づく“観光プロモーション”の実施 P21

今後の豊後大野市“観光事業の推進”に必要な考え方 P22

豊後大野市観光振興ビジョン概念図 P23

豊後大野市
“観光振興ビジョン”策定の意義



本市は、大分県の南西部、大野川の中・上流域に位置し、東は臼杵市、南は佐伯市、西は竹田市、北は大分市と接しています。総面積は、603.14平方km(東西 22km、南北31km)で、県土の9.5%を占めています。標高1,500mを超える祖母・傾山や佩楯山、大峠山、鎧ケ岳などに囲まれた多様な地形・地質遺産を有しており、それとともに生きてきた人々がアーチ式石橋や灌漑用水路、祭りを中心とした民族文化財など知恵や祈りの文化を生み出してきました。さらには、日本の滝百選に選ばれた原尻の滝をはじめとして、雪舟が「鎮田瀑図」を描いたことでも知られる沈堕の滝、日本最大の水中鍾乳洞である稲積水中鍾乳洞などの観光名所があり、また、国指定史跡である菅尾磨崖仏や犬飼石仏といった数多くの仏教遺産や国指定無形民族文化財の御嶽神楽などの伝統芸能も継承されているところです。

本市は、2005年に5町2村の合併により誕生した新しい市です。

合併後の新たなまちづくりの対策と豊富な観光素材を活用するために、2008年3月に観光まちづくりビジョンとして「豊後大野路　田園空間11物語/ライブ ツーリズム協働体験プロジェクト」を策定し、本市における観光振興に取り組んできました。

しかしながら、観光まちづくりビジョンの策定から今日までの社会環境の変化に伴い、観光を取り巻く環境も大きな変動期を迎えています。

また、政府による地方創生の切り札として“観光”が重要視されるようになって以来、観光業界には、従来の考え方を改め、観光先進国として必要とされる要素を含んだ戦略の構築とそれを推進していく組織の改革が求められています。

本市においても、2016 年3月に「第２次豊後大野市総合計画」を策定し、観光振興の施策の基本方針に「おおいた豊後大野ジオパーク」などの地域資源を活用した新たな観光商品の造成による交流人口の増加、地域経済の活性化に取り組んでいます。

豊後大野市
観光振興ビジョン

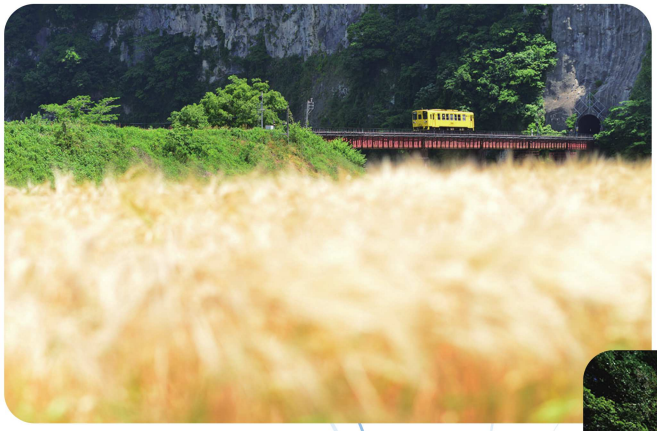
豊後大野市
“観光振興ビジョン”策定の意義

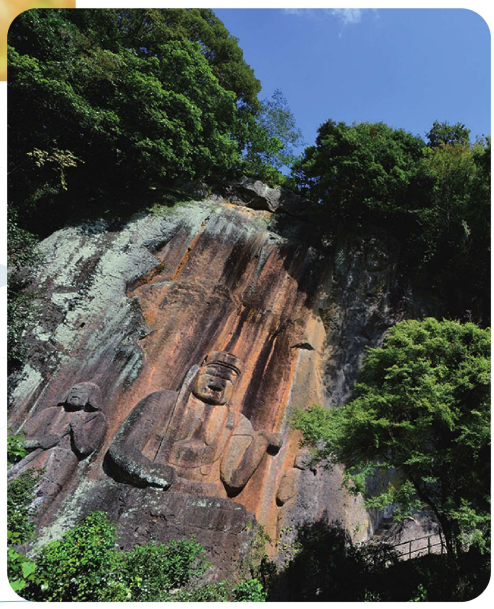
　また、2014年11月には、これまでの観光協会に代わる新たな観光推進組織として「(一社)ぶんご大野里の旅公社」が設立され、“里の旅”という豊後大野市らしい観光商品の企画・販売がスタートしています。

　こうした背景を受け、本市における新たな観光振興ビジョンを策定します。この観光振興ビジョンは、豊後大野市らしい本市の観光振興を図っていくための基本的な指針となるものです。今後は、この観光振興ビジョンに基づいて、具体的施策を講じていきます。

　なお、本市および本市を取り巻く環境変化等に応じて本計画を見直していきます。

“里の旅”は、一般社団法人ぶんご大野里の旅公社により、平成28年5月13日付で第39種観光業務の区分において商標登録済みです。





“観光振興ビジョン”の策定に係る要件整理

豊後大野市
観光振興ビジョン

“観光振興ビジョン”策定の基礎となる考え方❶

豊後大野市を語るうえで欠かせない大きな資源があります。
それは、おおいた豊後大野ジオパークと祖母・傾・大崩ユネスコエコパークです。

おおいた豊後大野ジオパーク

おおいた豊後大野ジオパーク
Oita Bungoono Geopark

ジオパークとは、地球や大地を意味する「ジオ」と公園を意味する「パーク」とを組み合わせた言葉で、地球（ジオ）を学びながら、丸ごと楽しむ場所をいいます。そして、地質遺産を保全し、教育やツーリズム等に活用することで持続可能な開発に取り組むことを目的としています。

本地域には、約9万年前の阿蘇火山の巨大噴火による火砕流堆積物の大地に、永い年月をかけ侵食した深い渓谷と断崖、そして大きな滝などの地形・地質遺産が存在します。そして、これらの険しく複雑な地形による景観と、そこに生きる人々の暮らしの知恵による地域ならではの、歴史、文化、伝統が生まれ、大切に今に引き継がれています。これらが評価され、2013年9月に本市全域が「おおいた豊後大野ジオパーク」として日本ジオパークに認定されました。

祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク

Sobo, Katamuki
and Okue
Biosphere Reserve

ユネスコエコパークとは、生態系の保全と持続可能な利活用の調和（自然と人間社会の共生）を目的として、ユネスコが開始しました。地域の豊かな生態系や生物多様性を保全し、自然と学ぶと共に、文化的にも経済・社会的にも持続可能な発展を目指す取組みです。

そして、大分県と宮崎県に跨る祖母・傾・大崩山系を中心とするエリア（豊後大野市・ 竹田市・佐伯市・延岡市・高千穂町・日之影町）は、2017年6月に祖母・傾・大崩ユネスコエコパークに登録されました。

祖母・傾・大崩ユネスコエコパークに登録されたこの地域は、祖母山をはじめとした九州最高峰級の山々が連なり、その特徴である急峻な山岳地形ゆえに、暖温帯から冷温帯までが垂直的に存在し、日本の主要な気候が凝縮されています。

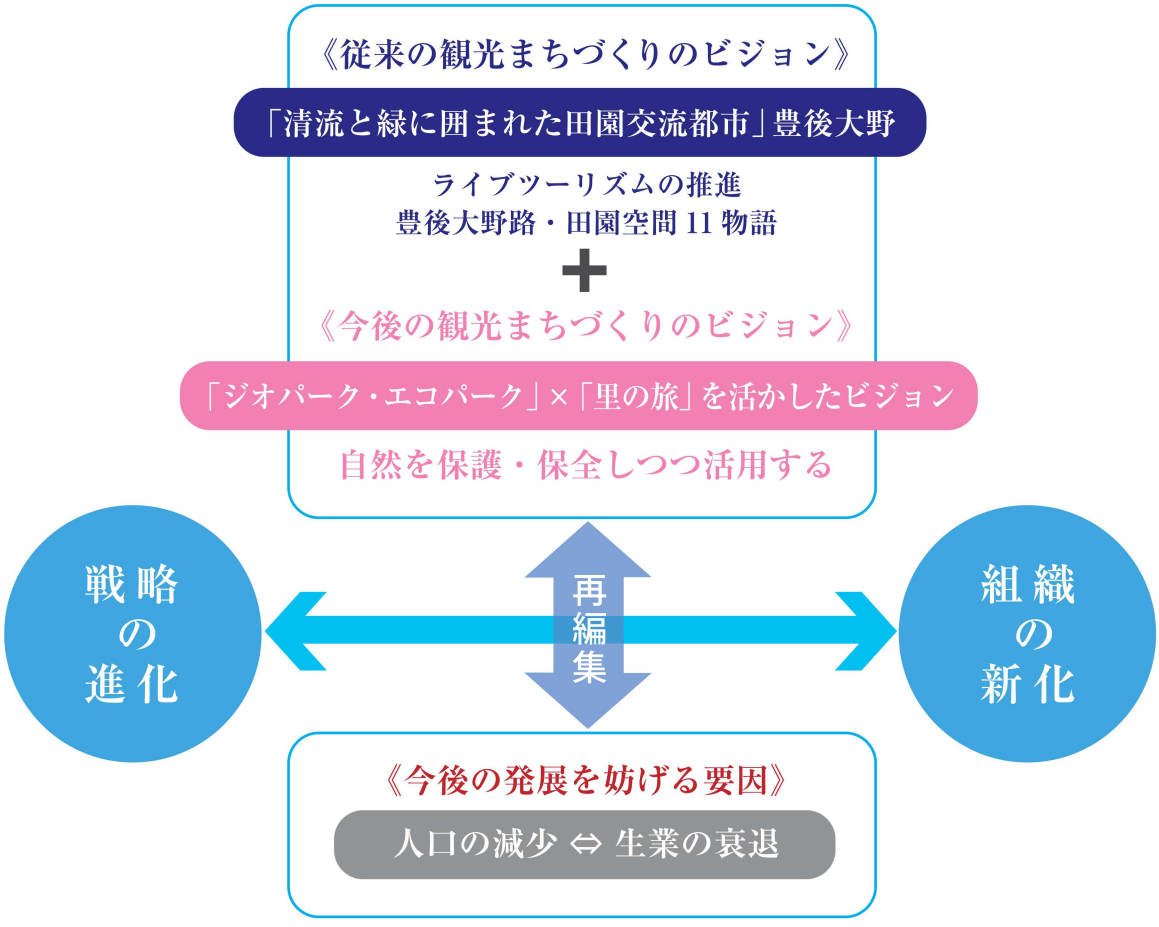
“観光振興ビジョン”の策定に係る要件整理

“観光振興ビジョン” 策定の基礎となる考え方❷

今回の“観光振興ビジョン”は、「第1次豊後大野市総合計画」に基づき策定された“観光まちづくりビジョン”を振り返り、「第2次豊後大野市総合計画」で掲げた新たな方針などを踏まえたうえで策定します。

特に、バブル崩壊後の我が国における“観光”を取り巻く環境は大きく変化しており、有名観光地であっても、その変化に対応できないまま苦戦を強いられている地域は複数存在しているという現実があります。

豊後大野市においても、“豊後大野らしさ”を整理し、それを全面に打ち出したビジョンの策定が求められます。



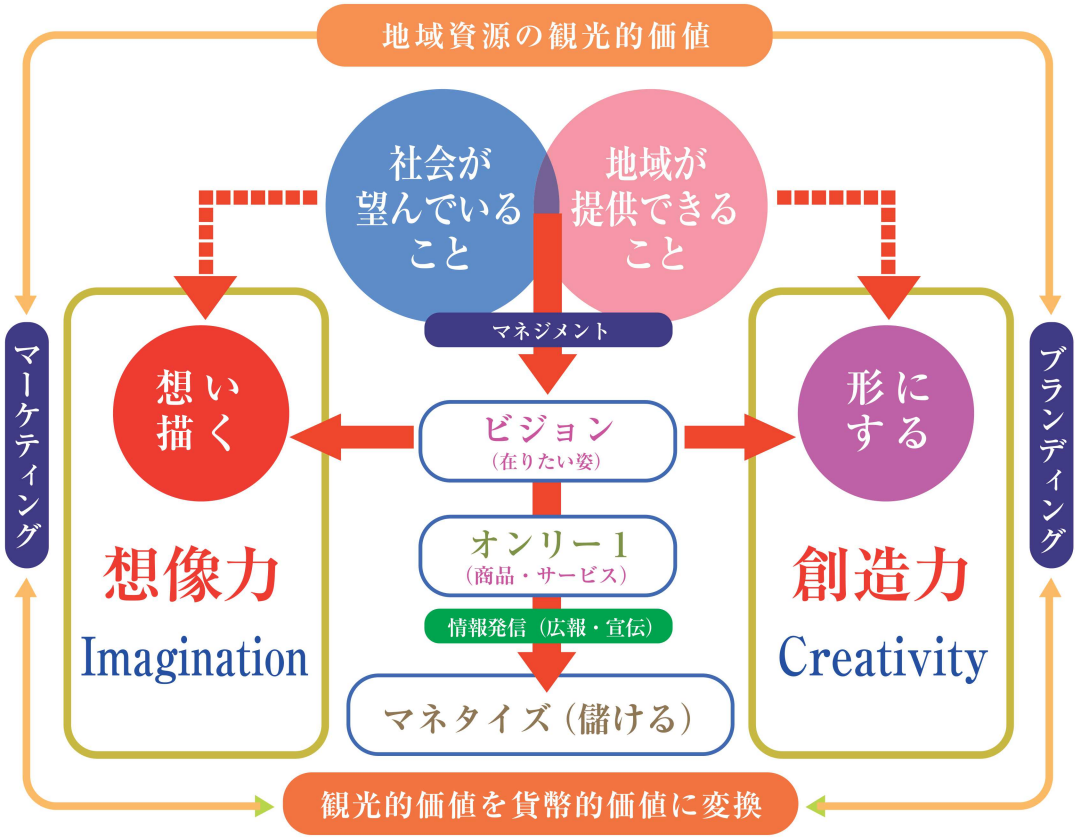
“観光振興ビジョン”の策定に係る要件整理

豊後大野市
観光振興ビジョン

“観光振興ビジョン” 策定の基礎となる考え方❸

今回の“観光振興ビジョン”は、これからの10年先を見越した「観光地域づくり」を前提に策定する必要があります。

そのためには、現在の状況をマーケティング（※1）により把握すると同時に、将来を予測し、地域として維持・継続可能なブランディング（※2）を行うことが重要です。さらに、豊後大野市の地域資源をブランドとして再評価することが大切であり、その中心に据えるべき柱としての“ビジョン”に基づいて全てをマネジメントすることが必要です。“ビジョン”に沿って豊後大野市らしい“オンリーワン”の商品・サービスを作り上げ、それらを求めている方々に対して訴求力の高い広報・宣伝で情報を発信することにより、現地に足を運んでいただき、商品・サービスの購入に繋げ「観光による地域活性化」を実現していきます。



（※1）マーケティング：商品が大量かつ効率的に売れるように、市場調査・製造・輸送・保管・販売・宣伝などの全過程にわたって行う企業活動の総称。市場活動。販売戦略。
（※2）ブランディング：ブランドに対する共感や信頼などを通じて顧客にとっての価値を高めていく、企業と組織のマーケティング戦略の１つ

豊後大野市
観光振興ビジョン

第２次豊後大野市総合計画との整合性

今回策定する“観光振興ビジョン”は、
2016 年度に策定した「第２次豊後大野市総合計画」との
整合性を図り策定します。

〈第２次豊後大野市総合計画の計画期間〉

2016年度から2025年度の10年間

▼

〈“観光振興ビジョン”の計画期間〉

2018年度から2025年度の８年間

〈第2次豊後大野市総合計画での観光振興に掲げる主な取組み〉

観光振興ビジョンの策定
地域資源を活かした観光プロモーションの強化
観光拠点の設定・整備
観光事業推進団体の充実
観光ガイドの育成

〈第２次豊後大野市総合計画での目標指標〉

目標指標	2020年度	2025年度
観光イベント集客数	24万人	27万人
農産物販売額（道の駅）	６億円	６億円

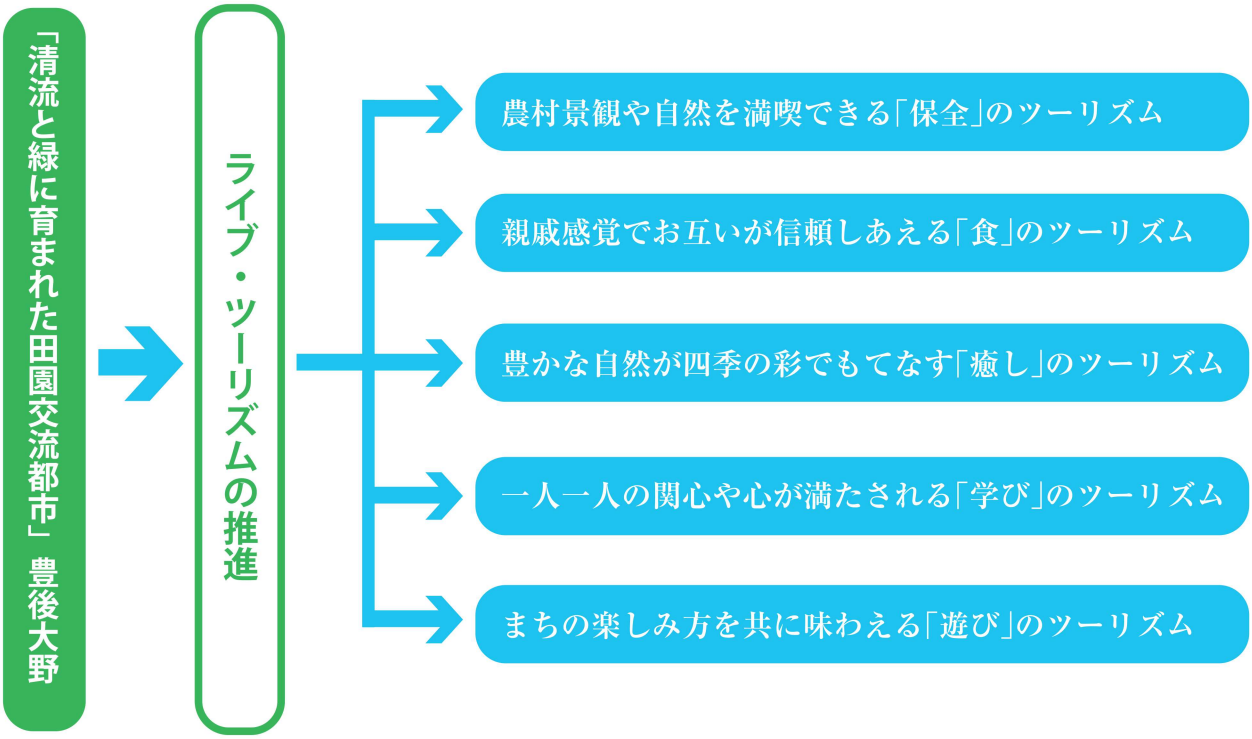
〈自然・歴史・文化との関連付け〉

おおいた豊後大野ジオパーク / 祖母・傾・大崩ユネスコエコパークの
観光ツーリズム分野における活用

これまでの“観光まちづくりビジョン”の振り返り

豊後大野市
観光振興ビジョン

〈第１次豊後大野市総合計画に基づき策定された“ライブ・ツーリズム”の骨子〉



以下は、「第1次豊後大野市総合計画」に基づいて策定された“ライブ・ツーリズム”に対する現状と課題について「豊後大野市観光振興ビジョン策定委員会」の主な意見をまとめたものです。

◇「観光まちづくり」の推進に向けて、「観光」から「豊後大野市ならではのツーリズム」へシフトするという方策については、今後も継承していくべきである。

◇当時の状況に合わせて策定されているが、“田園交流都市”や“ライブ・ツーリズム”という言葉が抽象的で現状を踏まえるとしっくりこない。

◇“ライブ・ツーリズム”が掲げる「11の協働体験プロジェクト」については、成果・効果が見えにくいプロジェクトがあり、見直すべきである。

豊後大野市
観光振興ビジョン

豊後大野市の観光分野における現状と課題

〈地域資源ニーズ調査の概要〉

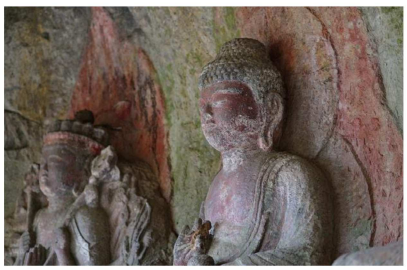
本市は、豊かな自然やそこから生み出される農産物、歴史ある郷土芸能など、多くの地域資源を有しています。これら地域資源について、「認知度」と「興味度」を把握し、今後より力を入れていくべき資源の把握を行うための調査（GAP 調査）を2016年7月に実施しました。

調査方法:インターネットリサーチ「マクロミル」のモニタ会員のうち大分県内への旅行経験を持った会員 1,050名
[年　代] 20代、30代、40代、50代、60歳以上 均等割付
[性別比] 男性50.0%：女性50.0%
[居住都道府県]福岡県420名　大分県210名　宮崎県210名　東京都210名

結果については以下のとおりです。

❶大分県への宿泊旅行の主な目的について

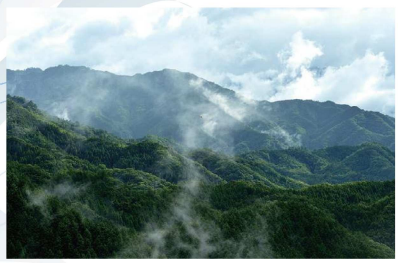
第1位: 温泉（69.1%）
第2位: 自然景観（12.2%）
第3位: 地元の食（6.4%）
第4位: 宿でのんびり過ごす（4.6%）
第5位: 歴史・旧跡（2.2%）
※その他（5.4%）





❷豊後大野市への来訪経験について





1回のみ（6.3%）
2~3 回（7.4%）
4~5 回（3.0%）
6~10回（1.5%）
11回以上（5.0%）
旅行では行ったことがない（45.0%）
豊後大野市を知らない（31.8%）

❸豊後大野市の地域資源の認知度について

第1位 原尻の滝（41.8%）

第2位 稲積水中鍾乳洞（36.0%）

第3位 市内5つの道の駅（33.5%）

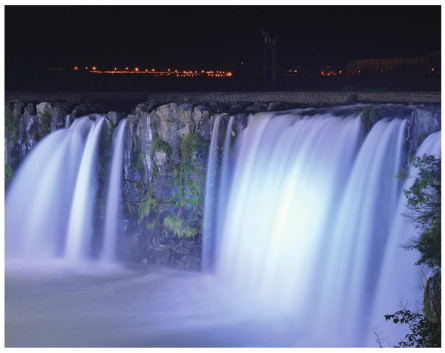
第4位 豊後大野市チューリップフェスタ（25.9%）

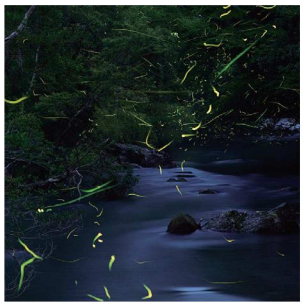
第5位 白山渓谷（25.6%）





❹豊後大野市の地域資源の興味度（来訪意向）について





第1位 原尻の滝（63.4%）

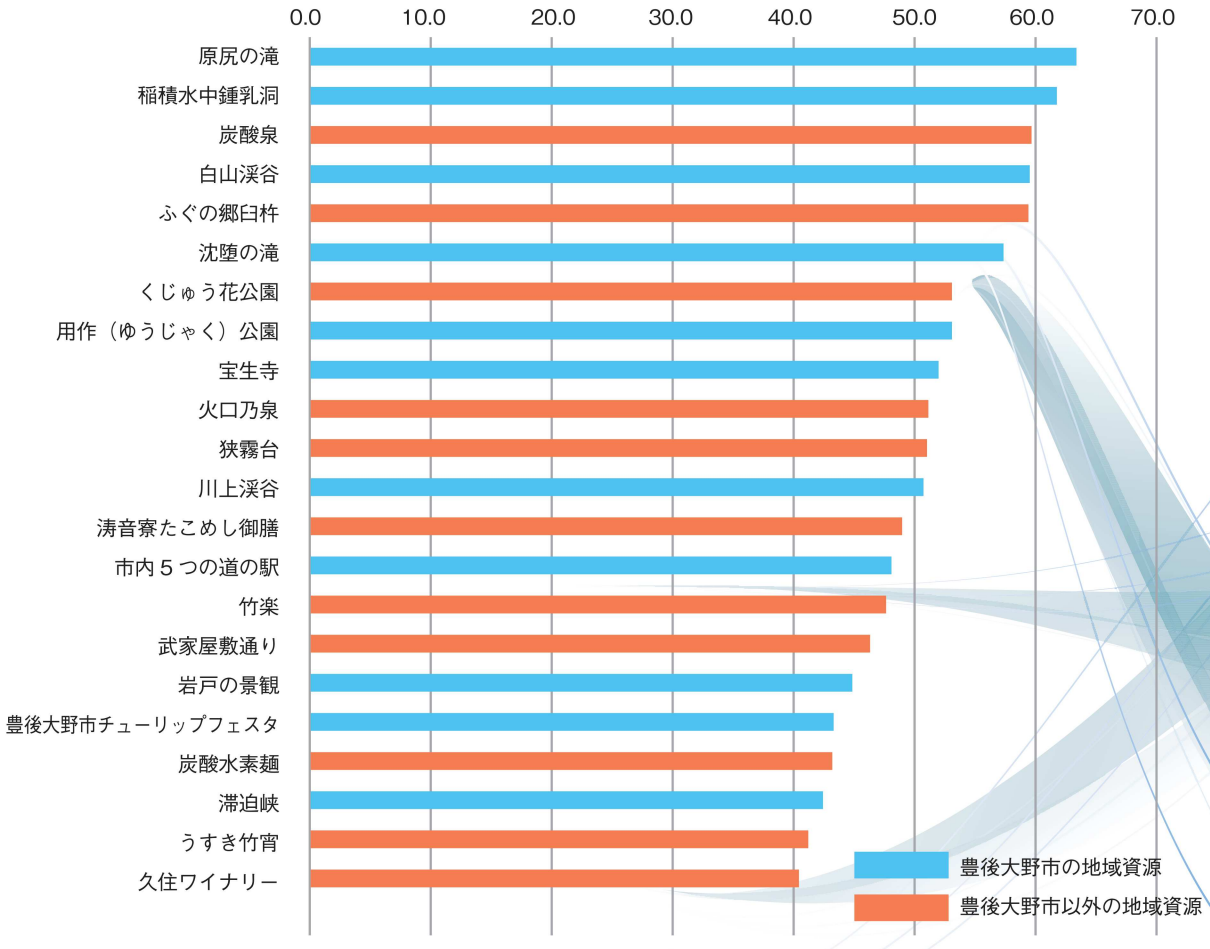
第2位 稲積水中鍾乳洞（62.0%）

第3位 白山渓谷（59.4%）

第4位 沈堕の滝（56.9%）

第5位 用作（ゆうじゃく）公園（53.9%）

豊後大野市＋竹田市＋臼杵市＋由布市＋国東市の地域資源の興味度（来訪意向）



❺豊後大野市の地域資源の観光的価値について

■スター資源 認知度（50% 以上、興味度 50% 以上）

・該当なし

■お宝資源（興味度 50% 以上）

・原尻の滝（認知 41.8%）（興味 63.4%）

・稲積水中鍾乳洞（認知（36.0%）（興味 62.0%）

・白山渓谷（認知 25.6%）（興味 59.4%）

・沈堕の滝（認知 22.4%）（興味 56.9%）

・用作（ゆうじゃく）公園（認知 23.0%）（興味 53.9%）

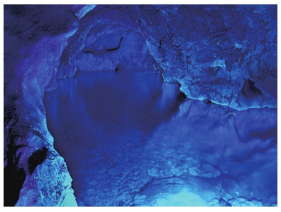
・宝生寺（認知 21.6%）（興味 52.0%）

・川上渓谷（認知 19.8%）（興味 50.6%）

※青文字は『水』が絡む地域資源







❻豊後大野市への今後 1 年間における来訪意向について

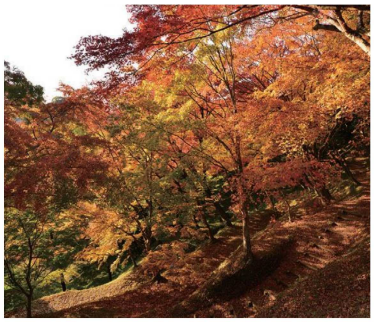
・行きたいと思う（12.3%）

・やや行きたいと思う（37.1%）

・どちらともいえない（33.3%）

・あまり行きたいと思わない（11.0%）

・行きたいと思わない（6.2%）



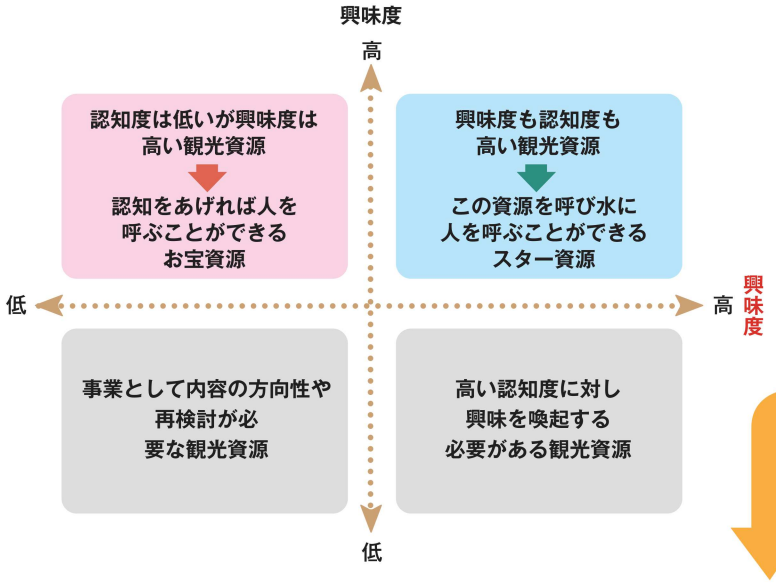


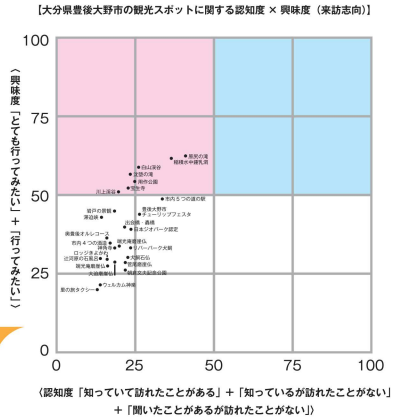
豊後大野市の地域資源の評価基準として、右図のとおり、より関心度が高い「お宝資源」にあたる網掛け部分に該当する資源に対する優先的なアプローチが効果的と考えられます。

一方で「検討が必要な観光資源」に該当する資源に対しては、現状を理解したうえで、いかにして「お宝資源」「スター資源」へ引き上げる戦略を描けるかが今後のポイントとなります。

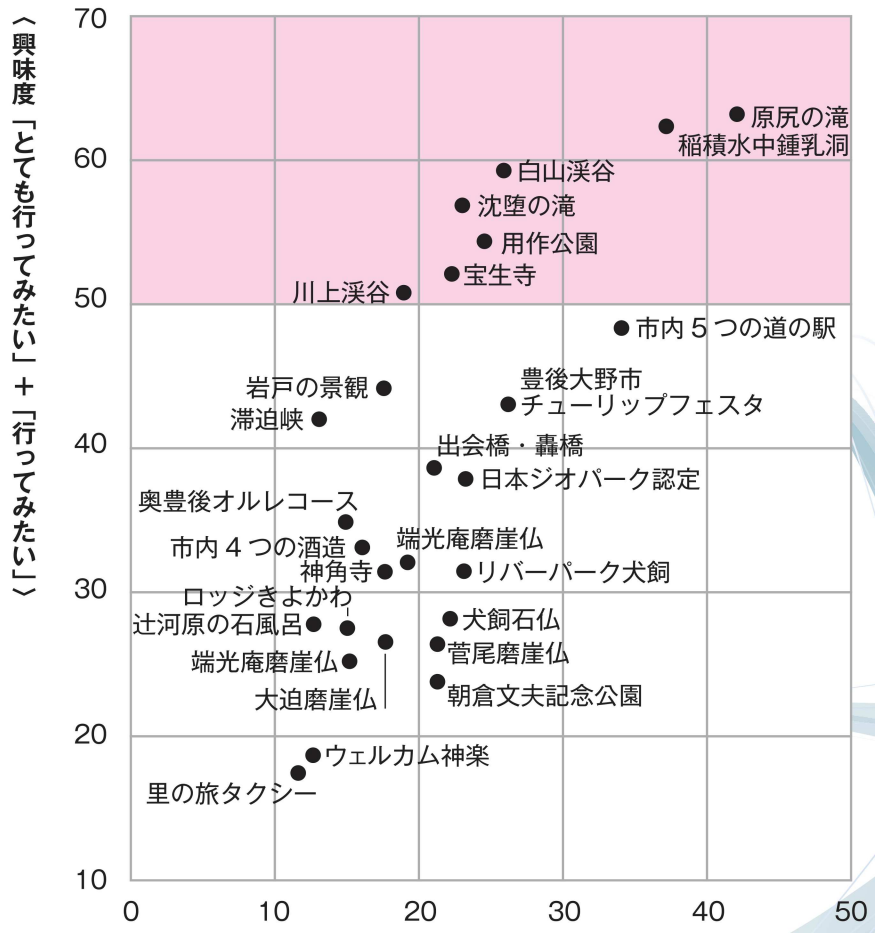
豊後大野市の地域資源の観光価値評価
＝
認知度 × 興味度（来訪意向）

〔認知度 × 興味度ギャップのイメージ図〕





【大分県豊後大野市の観光スポットに関する認知度 × 興味度（来訪志向）】



地域資源ニーズ調査（ＧＡＰ調査）から見えた課題

❶大分県内への宿泊旅行の主な目的は、「温泉」がトップである

※「温泉」の次に期待されている「自然景観」＋「地元の食」を活かす必要がある

❷豊後大野市に対して“観光地”という認識が希薄であり、来訪者が少ない

※未来訪（76.8%）のうち、31.8% が「豊後大野市を知らない」

❸地域資源の中に「スター資源」と呼べるものがない

❹今後 1 年間における来訪意向が低い

※明確に「行きたいと思う」という回答はわずか 12.3% に留まっている

地域資源ニーズ調査（ＧＡＰ調査）から見えた可能性

❶地域資源の中に「お宝資源」と呼べるものが複数存在している

※周辺のエリアの地域資源と比較しても十分評価の高いものがある

※観光プロモーションで活かせる観光資源である

❷興味度（来訪意向）の高い地域資源において“水”という共通キーワードがある（滝、渓谷、鍾乳洞、川など）

※観光の本質的価値を設定するキーワードである



豊後大野市が有する観光の本質的価値

GAP調査のマーケティングデータを消費者視点で分析し、豊後大野市の本質的価値（＝他地域との峻別のポイント）を整理すると、世界的ブランドである“ジオパーク”/“ユネスコエコパーク”に登録されるレベルの豊かな恵みを生み出し提供し続けている「水と大地」が全ての基本であるといえます。

〈豊後大野市が有する観光の本質的価値〉

おおいた豊後大野ジオパーク / 祖母・傾・大崩ユネスコパーク
に象徴される

「豊かな水と恵の大地」

豊後大野市では、「豊かな水と恵の大地」を象徴する“おおいた豊後大野ジオパーク / 祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク”に関連する地域資源の多くが消費者視点で評価されており、それらは豊後大野市が誇るべき“観光資源“として位置付けることができます。そのためにはこの“地域資源”（例えば、滝、渓谷、鍾乳洞、川など）を戦略拠点として整備、活用し観光資源として磨き上げることが必要となります。

豊後大野市
観光振興ビジョン

豊後大野市における“観光振興ビジョン”の実現

“観光振興ビジョン”を実現するためには、地域資源を戦略的に活用することが求められます。

“戦略的活用”とは、観光振興ビジョンに沿って地域資源を活かすという意味であり、そのための選択と集中を行う戦略が必要となります。

豊後大野市が有する観光の本質的価値（＝「豊かな水と恵の大地」）を最大限に活かすには、これまで以上に「おおいた豊後大野ジオパーク/祖母・傾・大崩ユネスコエコパークの観光への誘導」や「農林水畜産分野における観光事業の推進」を進めていくことが必要です。

そして、豊後大野らしい旅のスタイルを“里の旅”として戦略的に広報・宣伝することにより、大分県、更には九州においての豊後大野市の観光におけるポジションを明確にし、他地域からの優位性を示すことが重要です。

また、このビジョンを実現していくためには、これまでの観光事業者に加え、他分野からの観光分野への参入も重要であり、観光を軸とした各分野の方々のネットワーク化が求められるところです。



豊後大野市における“観光振興ビジョン”

豊後大野市
観光振興ビジョン

豊後大野市の “観光振興ビジョン”

おおいた豊後大野ジオパーク /祖母・傾・大崩ユネスコエコパークに
象徴される「豊かな水と恵の大地」に関連する地域資源を
観光資源化することにより観光振興を推進する

“観光振興ビジョン”を実現するために必要なこと

観光事業者や他分野とのネットワークの構築による

地域資源の戦略的活用

おおいた豊後大野ジオパーク/祖母・傾・大崩ユネスコエコパークの
観光への誘導

農林水畜産業分野における観光事業の推進

体験・交流・食等をテーマとした広報・宣伝における
戦略的プロモーションの実施

豊後大野市
観光振興ビジョン

豊後大野市における“里の旅”の定義、構築

豊後大野市の“観光振興ビジョン”を推進するためには、“里の旅”の定義を明確にしておくことが必要です。

ここで言う“里”とは、豊後大野市の本質的価値（＝「豊かな水と恵の大地」）である「おおいた豊後大野ジオパーク/祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク」に象徴される自然と文化を意味しています。

そして、この豊後大野市が誇る“里”に存在する様々な地域資源の観光的な価値を発掘し、磨き上げた観光商品を総称する“里の旅”のブランドの確立化やブランド力の向上に向けての取組を行うことで、他地域との峻別による優位化を図っていきます。

特に大分県が「日本一のおんせん県おおいた」として観光プロモーションを展開している中にあって、“温泉”というキーワードを積極的に活用できない地域として、“豊後大野らしさ”をアピールしていくための明確なメッセージを打ち出すことが重要だといえます。

一方で、観光振興ビジョンに沿った“里の旅”という観光商品を作り上げ、情報発信を通じてアピールし、訪れた観光客の方々に対して“ホスピタリティあふれるおもてなし”を提供する体制も必要となります。

このためには、観光事業関係団体との連携体制を構築するなかで、「体験型」・「交流型」のプログラムの造成による地域経済の活性化を図るとともに、本市への来訪者の満足度を高め、リピート客の増加による交流人口の増大を図ります。

また、観光振興ビジョンの実現に向けて、市と連携して取組む組織として（一社）ぶんご大野里の旅公社を位置付け、里の旅のブランディングを推進します。

豊後大野市における“里の旅”の定義、構築

豊後大野市
観光振興ビジョン

「里の旅」の定義

里

おおいた豊後大野ジオパーク / 祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク
に象徴される自然と文化

里の旅

豊後大野市の本質的価値である「豊かな水と恵の大地」の恩恵をうけた
観光資源を活かした豊後大野市ならではの旅のスタイル

**(一社)ぶんご大野
里の旅公社**

“里の旅”を提供することを通じて観光振興ビジョンの実現を目指す組織

地域資源を活かした“里の旅”の商品化

本市は、ジオパークやエコパークに代表されるように豊かな自然とそこで生み出される農林水畜産物、そして延々と引き継がれてきた文化、伝統芸能等、誇るべき地域資源に満ちています。そして、「豊かな水と恵みの大地」に育まれた肥沃で広大な大地の好立地を活かした農林水畜産物の産地化・ブランド化を図るためには、本市のキャッチフレーズである「大分の野菜畑　豊後大野」の認知度の向上や、市内に５ケ所ある道の駅のネットワーク化を図るなど、農・商工・観光の連携した取組みが必要です。また、市内には野球場、サッカー場などのスポーツ施設や都市住民が「農家体験」や「食」を通じて豊かな自然や地元の人と触れ合うことができるグリーンツーリズム（農家民泊）も充実しています。

これら観光資源を活かして、豊後大野市に多くの観光客に来訪していただくためには、豊後大野市における、観光の本質的価値（＝「豊かな水と恵みの大地」）を具体化した豊後大野らしい観光商品“里の旅”の造成が必要になります。その際には、自然、文化、食、スポーツを通じた「体験型」・「交流型」などを取り入れた新たなツーリズム商品の造成が特に重要となります。

さらに、近年の国策としての「インバウンド（＝訪日外国人旅行）の誘客」は、今後においても益々成長していく可能性が高く、豊後大野市としてもこれに対する対策を講じる必要があります。

特に「体験・交流を取り入れたツーリズム商品」は、既に他地域において訪日外国人旅行者に人気の観光コンテンツとして成立しており、今後豊後大野市が提供していく“里の旅”についても同様に大いなる可能性を秘めているといえます。

一方、本市を訪れる観光客の多くは福岡や別府、湯布院から阿蘇や高千穂へ向かう主要観光ルートの中での通過型ともいわれてきましたが、今後は体験や交流を目的とした滞在型ツーリズム商品の造成とブランディングが重要となり、そのためには九州内や周辺地域との連携強化を進めることも必要です。

商品化におけるポイント❶
体験・交流を取り入れたツーリズム商品の造成

豊かな水を活かした商品化

・大野川水系に沿った観光施設（稲積水中鍾乳洞、LAMP 豊後大野、ロッジきよかわ、リバーパーク犬飼等）を拠点とした体験プログラムの充実

恵の大地を活かした商品化

・大分の野菜畑（食）を活用したグルメ、産品開発
・５つの道の駅（みえ、きよかわ、原尻の滝、あさじ、おおの）のネットワークを使ったブランディング

商品化におけるポイント❷
独自性の高いツーリズム商品の磨き上げ

スポーツ、文化、ヘルスツーリズムの推進

・豊後大野市の強みを活かした独自性の高いツーリズム商品の磨き上げ
スポーツ：スポーツ大会・合宿等を通じた交流体験
文　　化：歴史、伝統芸能等文化的な要素に対する知的欲求を満たす体験
ヘ ル ス ：自然の中で心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する 体験

商品化におけるポイント❸
インバウンド対応の充実

外国人観光客の受入体制の整備

・案内標識等の多言語化による環境の整備

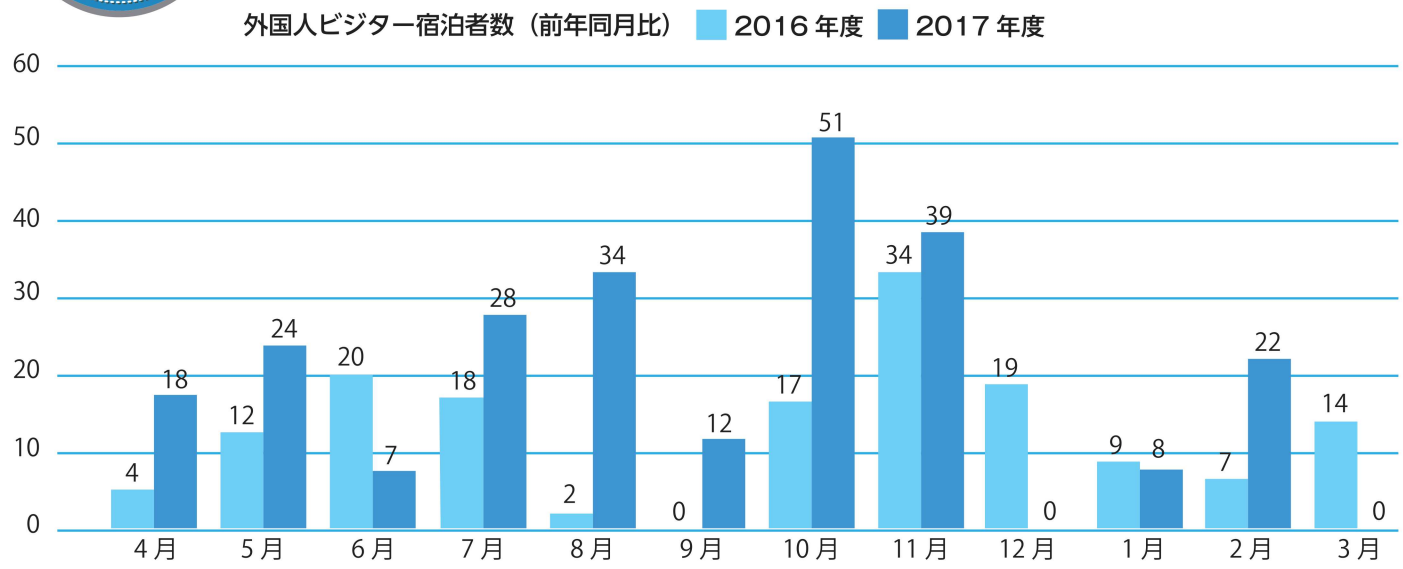
誘客促進プロモーション

・商品セールスにおける九州域内組織連携、協力体制の構築
・周辺地域（別府、湯布院、竹田、阿蘇、高千穂等）との連携事業の強化

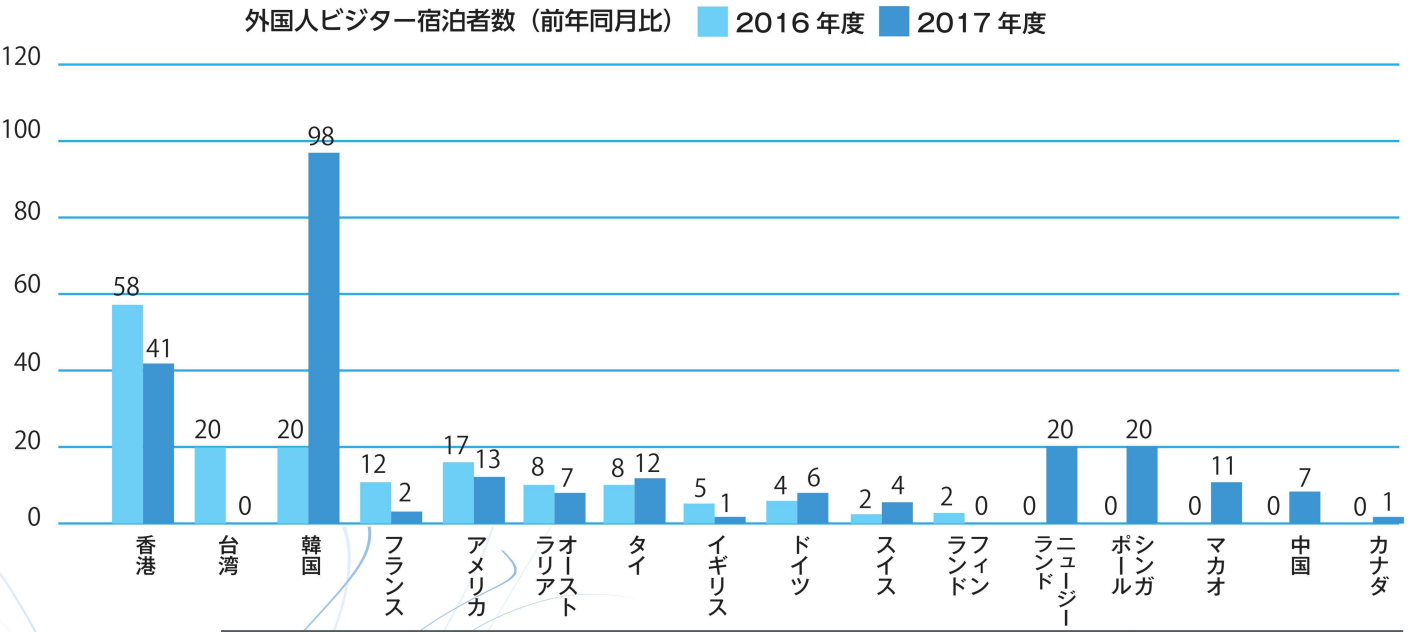
豊後大野市
観光振興ビジョン

参考資料❶ ロッジきよかわ外国人宿泊者数（前年同月比）

※2016 年度比 1.5 倍の伸びで推移



参考資料❷ ロッジきよかわ外国人宿泊者数（前年同月比）



	【実績】2015年（H27）	【実績】2016年（H28）	【基本計画の目標】2020年（H32）
1. 国内旅行消費額	20.4兆円	20.9兆円	21兆円
2. 訪日外国人旅行者数	1974万人	2404万人 推計値	4000万人
3. 訪日外国人旅行消費額	3.5兆円	3.7兆円	8兆円
4. 訪日外国人リピーター数	1159万人	1436万人 推計値	2400万人
5. 訪日外国人旅行者の地方における述べ宿泊数	2514万人泊	2845万人泊	7000万人泊

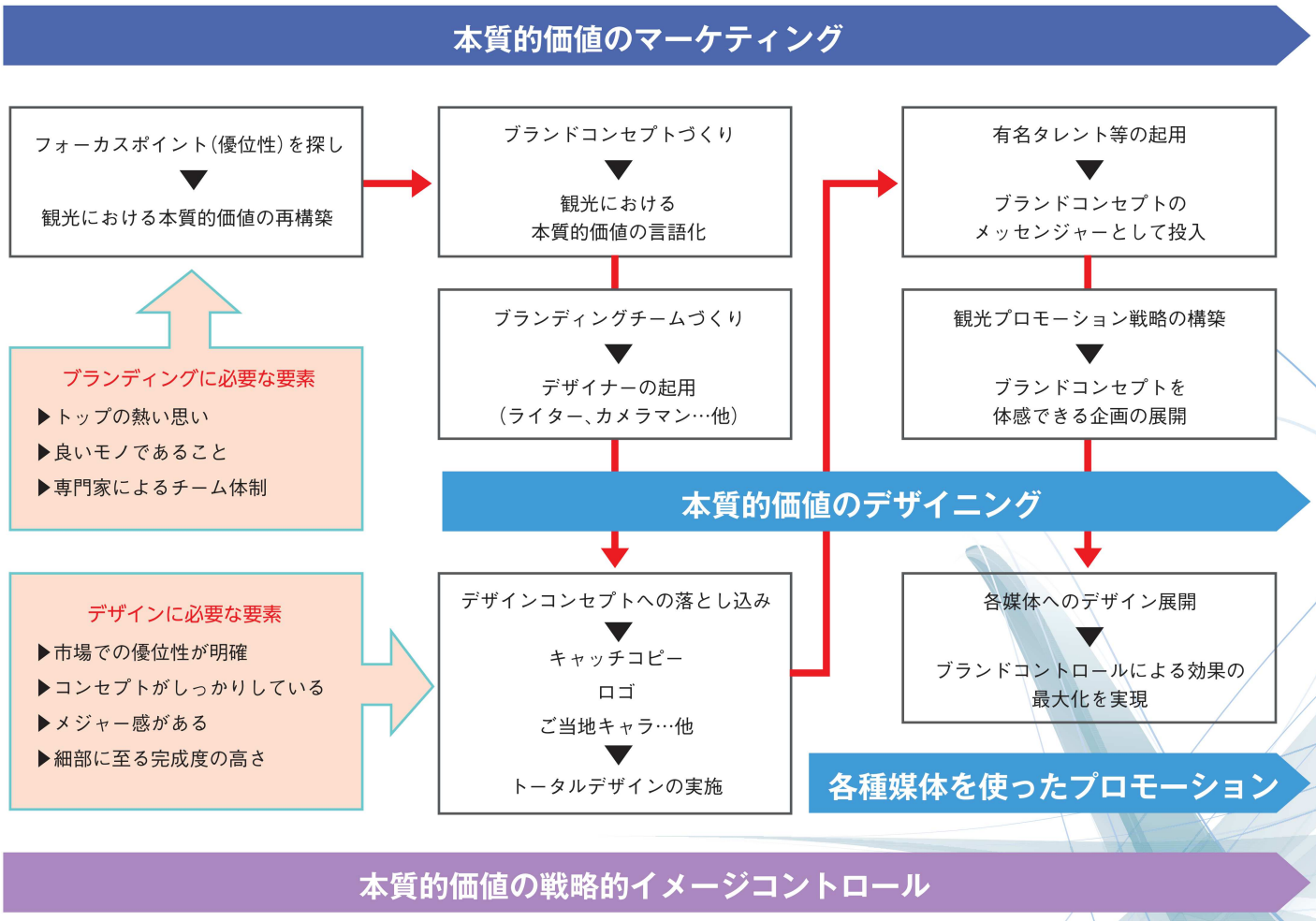
出典：「観光立国推進基本計画」（2017年3月28日発表）を閣議決定内容より抜粋

観光振興ビジョンに基づく“観光プロモーション”の実施

豊後大野市
観光振興ビジョン

「豊後大野市に対して“観光地”という認識が希薄であり、来訪者が少ない」というGAP調査結果から見えた課題をクリアするためには、観光における本質的な価値をブランディングすることと共に、マーケティングリサーチ（調査・分析）の実施により的確な情報をつかみ、誘客ターゲットを絞った戦略的な観光プロモーションの展開が必要です。

その際に、本質的価値（＝「豊かな水と恵の大地」）を直接的に打ち出すのではなく、観光資源（例えば、滝、渓谷、鍾乳洞、川など）を前面にアピールし、観光客の心に響く観光プロモーションを展開することが重要となります。

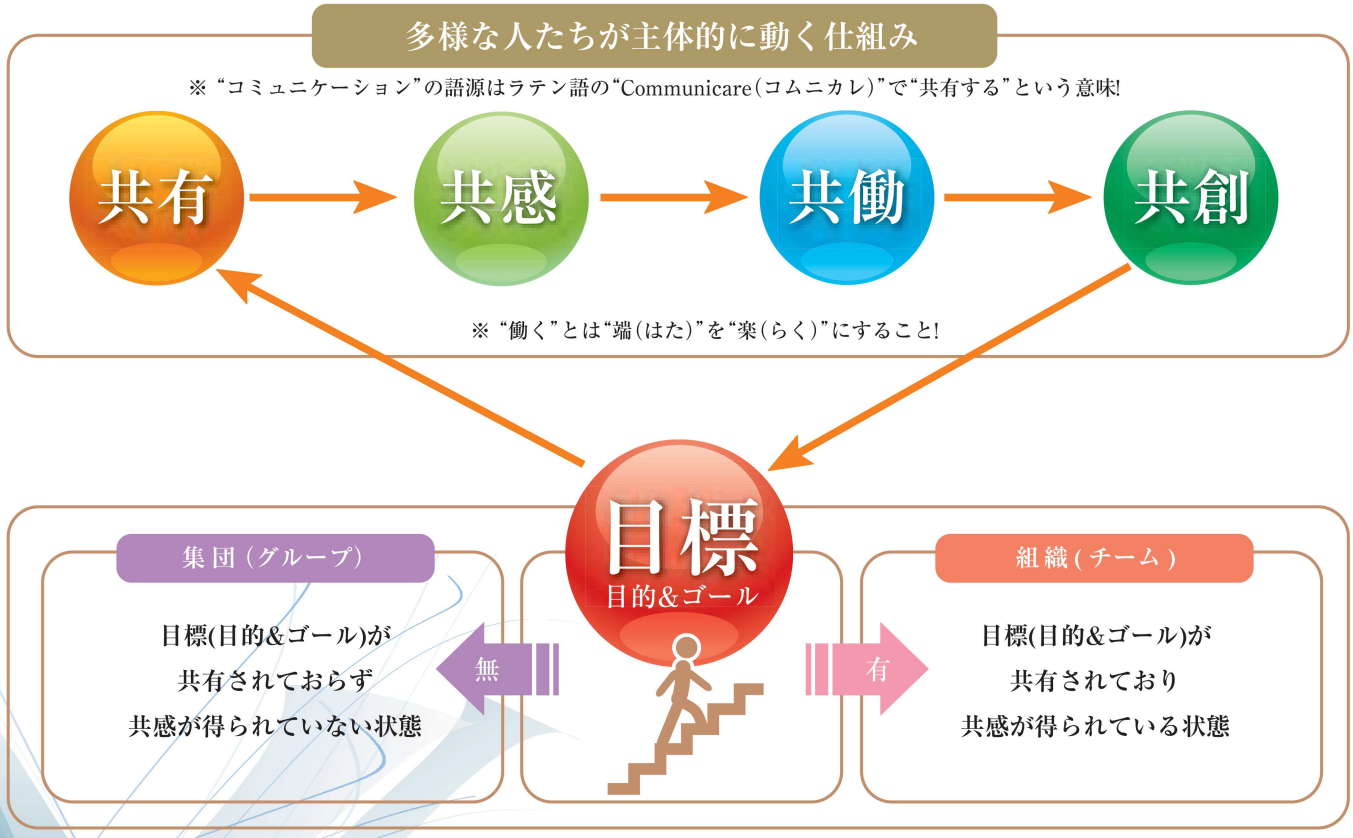


豊後大野市
観光振興ビジョン

今後の豊後大野市 “観光事業の推進”に必要な考え方

今後、豊後大野市が“観光振興ビジョン”に基づき、戦略的な“地域内連携”により様々な課題を解決していける組織となるためには、「共創（コ・クリエーション）」の考え方が必要といえます。

豊後大野市では、“観光振興ビジョン”を地域経済の活性化のための目標として掲げ、関係者全員による「共有」により「共感」を引き出し、全員で「共働」することにより、観光事業の推進における「共創」を“地域内連携”という形で実現することを目指します。また、観光による経済活性化を成功に導くに は、観光関連事業者のみでなく、“ホスピタリティ”を持った多くの方々の協力が不可欠となるため、ご当地愛あふれる市民の観光に対する関わりが期待されるところです。



豊後大野市観光ビジョン概念図

観光の産業化

豊かな水と恵の大地

里の旅のブランディング

■「里の旅」の定義、構築

- おおいた豊後大野ジオパーク/祖母・傾・大崩ユネスコエコパークの本質的価値である「豊かな水と恵の大地」の恩恵をうけた観光資源を活かした豊後大野市ならではの旅のスタイル

■観光拠点の整備

- 観光施設(稲積水中鍾乳洞、LAMP豊後大野、ロッジきよかわ、リバーパーク犬飼等)の活用
- 道の駅(みえ、きよかわ、原尻の滝、あさじ、おおの)の活用

■豊後大野らしい新しい旅のスタイル

- 体験・交流を取り入れたツーリズム商品造成
  - 体験プログラムの充実
  - 大分の野菜畑(食)を活用したグルメ・商品開発
  - 道の駅のブランディング
- インバウンド対応の充実

■観光プロモーションの実施

- 専門チームによる企画コンセプト設計～デザイン～媒体選定～発信といった一連の流れを観光客の心に響く分かりやすくかつ魅力的に発信

■広域的観光の取組み

- 豊後大野市と隣接する周辺地域や大分県と連携した事業展開の検討・設計

■農林水畜産業分野における観光事業の推進

- 新たな特産品・食の開発、販路開拓

観光ビジネスの展開

地域資源の戦略的活用

- 多様な人が主体的に動くシステムづくり
- 世界的ブランド(ジオ・エコ)との関連付け

豊後大野市観光振興ビジョン

2018年3月

編集・発行 :豊後大野市 所管 :商工観光課
〒879-7198 大分県豊後大野市三重町市場1200
TEL:0974-22-1001

おおいた豊後大野ジオパーク
Oita Bungoono Geopark

Sobo, Katamuki and Okue
Biosphere Reserve