
第4章 人に愛され、人を魅了する個性豊かなまちをつくります

1. 移住・定住の促進

(1) 戦略的なPRの推進

■ 現状と課題

全国各地で移住・定住を支援する動きが活発になっており、特に都市部から地方へ移住を希望する人々をターゲットとした移住へのアプローチについては、その競争は激しさを増す一方です。

このような中、本市が持つ良好な住環境や豊かな自然環境に磨きをかけることも重要ですが、それと並んで、移住希望者に対し他の地域に負けない本市の魅力について効果的にPRを行っていくことが極めて重要となっています。

このような地域の魅力を総合的にPRしていくことを「シティプロモーション⁸⁴」といい、このシティプロモーションにおいて他地域に比べ、本市がより魅力的であることを伝えていくことが今後の課題となっています。

■ 施策の方向

移住を検討している人々が、本市の魅力を知り、その移住先の選択肢として本市が第一に挙がるようにするため、多様な広報媒体を駆使して、情報発信の強化を図るなど、シティプロモーションを強力に推進します。

■ 取組施策

① シティプロモーションの推進

本市のブランドマーク⁸⁵やキャッチコピー⁸⁶を旗印に、IJU 支援サイトの更新や移住動画の作成、都市部での移住フェアへの参加などを推進し、本市のイメージアップや知名度の向上につながる戦略的なプロモーション活動を展開します。また、動画等の作成に

⁸⁴シティプロモーション：地域住民の愛着度の形成や、地域の売り込み、自治体名の知名度の向上などにより、自らの地域のイメージを高め地域再生や観光振興を行う活動のこと。

⁸⁵ブランドマーク：自社製品を他社製品と区別させることを意図して設計されたマークのこと。

⁸⁶キャッチコピー：商品や作品の広告など、何らかの告知や宣伝に用いられる文章・詩句のこと。

は市民参画型シティプロモーションを積極的に展開し、本市のシビックプライド（まちに対する愛着や誇り）醸成を図るとともに、地域の活性化と持続的発展を目指します。

主な取組事業

シティプロモーションの推進

- IJU 支援サイトの更新
- 移住動画の作成
- 都市部での移住フェア参加

(2) 支援体制の整備と充実

■ 現状と課題

本市では長きにわたり「自然減」「社会減」という深刻な人口減少に苦しんできていましたが、全国に先駆けて、あらゆるニーズを捉えたきめ細やかな移住・定住促進施策を展開してきたことにより、全国的にも「住みたい田舎」として高い認知度を得るようになりました。そして、UIターン⁸⁷が増加した結果、平成26年度から現在まで連続して「社会増」を達成するまでになっています。

しかし、今や人口減少は全国的な課題と認識されるようになり、国の地方創生の実施を受け、全国で移住・定住を促進する取り組みが盛んになってきており、そのため、移住定住に係る取り組みは全国的な競争にさらされることになっています。

本市への移住・定住の流れを継続することができるか否かは、「住みたいまち」「住みやすいまち」であることを知ってもらう取り組みにかかっており、市を挙げた施策展開を効果的に発信していくことが必須であるといえます。

■ 施策の方向

移住による多様な生き方や暮らし方の希望を実現するため、相談・支援体制を一本化し、受入体制のさらなる強化を図るとともに、ニーズに対応したきめ細やかな支援の充実を図ります。また、移住後のサポートも充実させ、定住につながるよう取り組みを進めます。

移住・定住施策の実施にあたっては、豊後高田市観光まちづくり株式会社など、移住・定住支援団体との協力・連携体制の構築を推進します。

■ 取組施策

① 相談・支援体制の充実

本市では移住・定住を希望する人々が利用しやすい相談・サポート体制を構築するため、専門部署を創設し、相談・支援の窓口のワンストップ化を図っています。また、本市の住みやすさ、魅力、支援内容などを視覚的かつ段階的に分かりやすく工夫したパン

⁸⁷ UIターン：もともと都市部に居住していた人が地方部に定住することをIターン、地方部に居住していた人で、就職などにより都市部に定住した人が、別の地方部に定住することをJターン、元の地方部に戻って定住することをUターンという。

フレット・ポスター・チラシなどを作成し、各種イベントなどで頒布することや、空き家・分譲地・賃貸住宅の積極的な情報発信など、その機能も強化しています。

さらに、移住者懇話会の開催などにより、定住促進に向けた取組みへの意見交換や移住者同士のネットワークづくりを実施してきました。

今後は、これまでの実績を基にした移住・定住ガイドブックを整備し、更なる呼びかけを図るとともに、お試し居住施設の利用助成やレンタカー補助など、移住体験に向けた支援等の充実を図ります。

② 支援団体との連携

都市部から地域へ人の流れを作り出すために、田舎体験プログラムやお試し居住を利用した体験実施等について豊後高田市観光まちづくり株式会社や地域・学校などとの協力・連携を強化します。また、スムーズな移住受け入れを実現するために、自治会の協力はもちろん、既に移住してきた方々により設立された移住者支援団体（楽しい暮らしサポーターズ事務局）の活動支援を行うなか柔軟で多様な移住者支援施策を展開します。

主な取組事業

相談・支援体制の充実

- ガイドブックの整備
- 移住者懇話会の実施
- お試し居住施設の利用補助
- レンタカー補助

支援団体との連携

- 田舎体験プログラムの実施
- 交流会の実施（楽しい暮らしサポーターズ事務局）

(3) 住環境整備の推進

■ 現状と課題

移住・定住を促進するにあたって、雇用環境と並んで重視されるのが住環境です。

本市では人口減少が進んできたこともあり、多くの空き家が発生しており、その有効活用が課題となっています。また、市営住宅も老朽化が進んでいる施設が多く、効率的・中長期的な管理が求められています。

このような中、本市では、まず空き家については空き家バンクを運用し、その利活用を進めてきており、市営住宅については、老朽化施設の建替え・用途廃止の検討を進めるとともに、若者・子育て世代のニーズに合った市営住宅や分譲宅地の整備を進めてきました。

今後は、さらなる空き家への対応、そして移住・定住をより促進させる住宅施策の展開が課題となります。

■ 施策の方向

人口減少・少子高齢化が進む中、増加する空き家を移住・定住の受け皿とするための施策展開や、子育て世代・ファミリー層の流入を促進するための住まいの確保など、住環境整備を推進します。

また、市全体の移住・定住の促進のため、市の顔ともいえる中心市街地の活性化に取り組めます。新たな魅力を付加するとともに、都市機能の集積を図り、市民生活の上で便利で多機能なまちづくりを推進します。

■ 取組施策

① 空き家の利活用の促進

これまで空き家バンクへの登録促進のため、空き家リフォーム、不要物の片づけに対する助成のほか、優良物件の紹介制度を充実させたことで、移住希望者に常時紹介可能な物件を確保することができ、スムーズな橋渡しを実現してきました。

今後は、新規登録を促すためのPRの強化や新たなインセンティブ⁸⁸の充実など、空き家バンク制度の円滑な運営のため、登録物件の安定的な確保に努めます。

⁸⁸インセンティブ：意欲向上や目標達成のための刺激策。

また、古い空き家を借家として利活用を進めるために、空き家改修に対する助成制度の充実を図ります。特に里山の古民家については、その再生を支援し、地域の拠点として活用していくとともに、移住者に対して生業につながる支援の充実を図ります。

移住希望者と空き家のマッチングについては、半住半旅田舎暮らし体験といったお試し居住のほか、空き家見学プログラムをはじめ、移住希望者に対し直接空き家の紹介や田舎暮らしを体験できるツアーなどを展開していきます。

② 住まいの確保に対する支援の充実

これまで移住希望者に対し、新築・引っ越し・リフォーム・家賃・仲介・レンタカーなどの支援・助成を行うなど、多種多様できめ細やかな支援制度を実施してきました。また、民間の賃貸アパートの空き部屋対策として、オーナーが家賃を下げることを条件としたリフォーム助成も実施してきました。

今後も、引き続き移住者に対して、その希望を可能な限り叶えるための支援の充実を図るとともに、受け入れ側の民間賃貸住宅については、その利用促進を図るため、リフォームの支援も強化していきます。

③ 市営住宅、定住促進住宅団地の整備等の促進

本市では若者・子育て世代の移住・定住を促進するため、定住促進住宅団地「夢まち」を市内2箇所に整備し、安価で良質な分譲宅地の販売を行うとともに、新婚世帯・子育て世帯のニーズにあった賃貸住宅を整備してきました。また、新たに、人口増施策として、移住者を対象にした土地無償の住宅団地を真玉・都甲地域にそれぞれ整備しました。

今後は、「住みたい」「住み続けたい」ふるさとづくりのために、地域住宅計画に基づく市営住宅等の改善整備のほか、既存定住促進団地の早期完売を目指します。また、定住の受け皿となる優良な分譲宅地の整備検討を進めるなど、若者・子育て世帯を中心とした定住促進を図る上で重要な要素となる魅力的な住環境整備を推進します。

④ 魅力的な中心市街地の整備促進

本市の中心市街地は、「昭和の町」「玉津プラチナ通り」を核とした活性化の取組みにより、にぎわいの創出が図られるとともに、歩きたくなる道路の整備や、中央公園の改修、桂橋の架け替えなどのインフラ整備、また、図書館、市庁舎等の施設整備により、魅力と拠点性がこれまで以上に高まっています。

今後も、市の顔とも言える中心市街地の魅力をさらに高めるため、「昭和の町」「玉津プラチナ通り」について、観光客だけではなく、市民にとっても愛され利用される商店街づくりを行うとともに、市民の誰もが集える公園や、快適なウォーキングロード等の点検整備に努めるなど、便利で多機能な中心市街地整備を促進します。

主な取組事業
空き家の利活用の促進
<ul style="list-style-type: none"> ● 空き家紹介者に対する奨励金（空き家バンク登録物件の確保） ● 空き家リフォーム補助 ● 空き家仲介手数料補助 ● 空き家を利用した拠点施設整備に対する補助
住まいの確保に対する支援の充実
<ul style="list-style-type: none"> ● 住宅取得奨励金 ● 民間住宅のリフォーム支援 ● 引越し費用の助成 ● 家賃補助
市営住宅、定住促進住宅団地の整備等の推進
<ul style="list-style-type: none"> ● 無償宅地の販売 ● 世代に合った市営住宅の提供（ハピネスステージ・住まいるハウス・エミール城台）
魅力的な中心市街地の整備促進
<ul style="list-style-type: none"> ● 道路及び歩道の改良整備 ● 市民に愛され利用される中心商店街づくり

2. 心いやす郷づくり

(1) 移住者が夢をもって暮らせる心豊かな「心いやす郷づくり」の推進

■ 現状と課題

国の重要文化的景観⁸⁹に選定された「田染荘小崎の農村景観」をはじめとする美しい里山の景観は、長い年月の間、地域に住む人々が守り伝えてきたもので、世界に誇るべき本市の宝です。そこには地域の人々によって守り継がれてきた特有の文化・伝統行事があり、住む人はもちろん訪れる人にも「いやし」と「やすらぎ」を与えてくれる日本の郷というべき場所ではあるものの、少子高齢化により地域の存続に向けた活力は減退しています。

現在、この美しい景観を活かした様々な交流事業を通して、地域活性化の取り組みを行っています。今後についても、都市部にはない、地域に残る景観や文化等固有の魅力・強みである地域資源を活用し、地域内外での交流を促進するなか地域のアイデンティティ再生と賑わいづくりに取り組みます。また、こうした地域の活気を移住へと繋げる取り組みを進めていきます。

■ 施策の方向

里山の景観を残す地域を核に、夢をもって暮らせる環境づくり「心いやす郷づくり」を行うため、古きよき日本の田舎の再生と豊かな自然に包まれた生活再興を促進します。また地域振興団体の支援・育成や、人が活動する場所としての地域の空き家等活用により、交流人口・定住人口の増加を図るとともに、地域内での生活の糧づくりとして地域課題解決に向けたコミュニティビジネス創出等の取り組みを推進します。

そして、本市の誇る里山と地域特有の文化・伝統の価値を再認識し、その価値をさらに維持・向上させながら里山の総合的な再生を推進します。

⁸⁹重要文化的景観：日本の景観計画区域または景観地区内にある文化的景観であって、都道府県または市町村が保存措置を講じているもののうち、特に重要なものとして文化財保護法第134条第1項の規定に基づき国（文部科学大臣）が選定した文化財。

■ 取組施策

① 夢をもって暮らせる地域づくり

古き良き日本の田舎の原風景の再生と豊かな自然に包まれた生活再興を促進し地域振興に取り組む活動支援団体の支援・育成を図るとともに、都市部住民や学生等との交流イベントの開催や日本の原風景を活かしたインバウンドの取組み、耕作放棄地を活用した景観保全活動等により、地域での交流人口の増加を促進するとともに、新たなパートナーとして企業との交流を通じた関係人口づくりについても取組みを進めます。

② 移住促進を図るための居住空間の整備

人の活動の拠点となる古民家の再生と地域の拠点化に向けた取組みを推進します。

また、地域内の空き家について、都市部などの子育て世代を中心に人と自然の共生による豊かな暮らしを求める移住希望者の受入促進に向け、移住者の居住の場となる空き家の確保と改修を推進します。

主な取組事業
夢をもって暮らせる地域づくり
<ul style="list-style-type: none">● 地域振興に取り組む活動支援団体の支援や育成● 都市部との交流イベントなどの開催
移住促進を図るための居住空間の整備
<ul style="list-style-type: none">● 古民家の再生と地域の拠点化に向けた復原● 移住者の居住の場となる空き家の確保と改修の推進

3. 観光・ツーリズムの振興

(1) 海外誘客と国内誘客の推進

■ 現状と課題

本市には昭和 30 年代のまちなみを再現した「昭和の町」や千年以上の歴史を誇る「六郷満山文化」「田染荘小崎」に代表される歴史・文化遺産を有しています。また、「長崎鼻」「真玉海岸」「夷耶馬」「天念寺・無動寺耶馬」などをはじめとする自然景観、さらには泉質の異なる 6 つの温泉も有しており、まさに本市は日本の原風景となる風物の宝庫ともいえます。

こうした地域の魅力を活かした観光振興に取り組み、本市の観光入込客数は平成 25 年には年間 112 万人でしたが平成 30 年には年間 130 万人以上にまで増えてきていて、今や観光は本市の経済を支える重要な産業分野の一つとなっています。

しかしながら、観光を取り巻く状況は変化してきており、全国的に急増している海外観光客への対応や、団体旅行から個人旅行へ、通過型から滞在型へなど観光形態や観光に求めるものの変化への柔軟な対応が求められています。

今後の課題としては、まず、全国そして大分県でも近年大幅に増加している海外観光客（インバウンド⁹⁰）が、本市には少ないことが挙げられます。平成 27 年度に「昭和の町」が国際的な視点で選ぶ「クールジャパンアワード 2015」に選出され、平成 29 年度には「アジア都市景観賞」を受賞したことを踏まえると、海外からの誘客には大いに伸びる可能性があります。このインバウンドについては旅行者の受入体制の整備や誘致への対応強化が課題となっています。

また、国内観光客については、本市を訪れる人を増やすための魅力の向上や P R に加え、個人旅行や滞在型旅行が旅行形態の主流となる中で、観光客ができるだけ長く本市に滞在するきっかけづくりと、様々な体験を提供することで消費する機会を創出していくことが課題となっています。

さらに、健康増進、環境負荷の低減効果の観点から世界中でサイクルツーリズムが人気となっています。また、障がい者、高齢者などが安心して観光に出かけられる「バリ

⁹⁰インバウンド：訪日外国人旅行者のこと。外国に旅行する日本人は反対に「アウトバウンド」という。

「アフリー観光」への取組みが求められており、今後、こうした流れを活用した誘客促進対策が課題となっています。

■ 施策の方向

今後大きな可能性を持つ海外観光客（インバウンド）誘致については、これから市場開拓を行う段階にあるため、外国人目線での本市の魅力発掘による商材開発にはじまり、関係機関・団体との連携を積極的に行うとともに、多言語による情報発信、ICT⁹¹環境や多言語対応観光サイン⁹²といった受け入れ態勢の整備、海外での商談会参加などの誘致活動を総合的に進めることで強化を図ります。

国内観光客については、全国的にみると、本市の知名度や認知度は高いとはいえない状況であることから、今後とも、北部九州及び山口・広島地域を最重点エリアと位置付けるとともに、南九州、関西、関東からの誘客に努めます。さらに本市の魅力ある観光資源をできるだけ長く、深く体験する機会を提供することで、観光客及び観光消費額の増加を図ります。

これら観光施策を推進するにあたっては、特に国東半島全体の魅力向上を図ることが重要であることから、近隣自治体との広域的な連携による点から面への広域的な観光振興を強化するとともに、それをけん引する組織体制の整備を進めていきます。

また、障がい者、高齢者などが安心して観光に出かけられるように「バリアフリー観光」の取組みを進めます。

■ 取組施策

① 海外誘客（インバウンド）促進の強化

これまでも観光ウェブサイト・新聞・雑誌・テレビといった多種多様な媒体の活用により、積極的な情報発信や一部観光ガイドの多言語化など、観光資材の整備も行ってきたところですが、いまだ十分とはいえません。

今後は、「昭和の町」の「クールジャパンアワード 2015」や「2017 アジア都市景観賞」の受賞を追い風に、外国人に共感と人気を拡大しつつある日本文化の再発見（クー

⁹¹ ICT : Information and Communication Technology の略称。日本語では「情報通信技術」とされる。インターネットをはじめとした情報通信分野の技術の総称。

⁹² 観光サイン : 観光客に対し情報を発信する案内板のこと。

ルジャパン) という視点から本市の地域資源の見直しを進め、誘客のインセンティブとなり得る新たな商材の発掘を促進します。

また、海外現地旅行会社や日本の旅行会社現地法人、さらには関係機関・団体との連携により、各国の宗教的背景・国民性・慣習などと現地ニーズを反映した魅力ある観光ルートの開発による海外誘客を促進します。

受け入れ環境の整備としては、これまでの取組みを一層強化し、外国人の嗜好にかなう多言語パンフレットやホームページの整備により、効果的な情報発信を行うとともに、主要観光スポットでのWi-Fi環境⁹³の整備や、多言語によるデジタル音声ガイドサービス⁹⁴提供など、ARやVR等のICTを活用した環境整備を図るとともに、人材育成として、特区ガイドの育成も検討していきます。

以上に加え、広域での取組みとして、公益社団法人ツーリズムおおいた、一般社団法人九州観光推進機構及び関係機関・団体との連携により、「アジアの玄関口」九州の地の利を活かした受け皿づくりの強化を進めていきます。

② 国内誘客促進の強化

国内誘客については、広域からの誘客促進を図るため、年間を通し戦略的にPR活動・情報発信を行ってきています。具体的には、パンフレット・チラシ・ポスターなどの観光資材を道の駅・サービスエリア・宿泊施設のような集客力のある市外各所に定期的に設置することや、新聞・雑誌・テレビ・フリーペーパー⁹⁵などへの露出増加、観光ホームページやフェイスブック⁹⁶の活用が挙げられます。

そして、「真玉海岸」「粟嶋公園」「長崎鼻」など国道213号沿線の「恋叶ロード」を拠点とした周遊観光ルートや、国東市と連携した「国東半島峯道ロングトレイル」など、地域の特性を活かした観光振興に取り組むとともに、地域の人々と連携したグリーンツ

⁹³ Wi-Fi環境：「Wi-Fi」は無線LANを利用したインターネット接続サービスのことであり、「Wi-Fi環境」はその接続サービスが利用できる条件が整っている環境を指す。

⁹⁴ デジタル音声ガイドサービス：スマートフォンなどの情報通信機器を活用し、観光客などに地域の情報を音声や映像で案内するサービスのこと。

⁹⁵ フリーペーパー：無料で配布される情報誌のこと。

⁹⁶ フェイスブック：Facebook, Inc.が運営するインターネット上のソーシャルメディアサービスのことであり、各個人・団体が簡単に自身の情報を発信し、他者との情報交流を図ることができるサービス。

ーリズム⁹⁷・ブルーツーリズム⁹⁸の取組みを進めてきており、教育旅行の誘客増加などの成果が上がっています。

また、二次交通⁹⁹対策として、自家用有償運送などを視野に、観光振興を図るうえで必要不可欠である交通基盤の確立が求められています。

今後は、一人十色といわれるように多様化する市場環境の変化に対応した観光地づくりを進めていくために、これまでの取組みの一層の充実を目指し、以下のような施策を展開します。

「昭和の町」誕生 20 周年を契機としたイベントの開催や昭和ロマン蔵リニューアル、「昭和の町」新拠点施設等を活用したイベントの実施など、「昭和の町」を活用したさらなる魅力づくりを図ります。

長崎鼻リゾートキャンプ場における「快適」「安全」「清潔」な海辺環境を目指した「パーフェクトビーチ事業」での、コテージ、アウトドアサウナ整備やデジタルアートギャラリーなど自然環境を活かした滞在型の保養リゾートづくりなど、新たな観光素材やヘルスツーリズム及びリトリートツーリズム等新たな体験型観光を活用した誘客を一層進めます。

グリーンツーリズムなどを活用した教育旅行の誘致や長崎鼻リゾートキャンプ場、スパランド真玉等を活用した MICE 誘致など本市の多様な地域資源を活用した誘客も推進します。

また、障がい者、高齢者などが誰もが安心して観光に出かけられるように ICT の活用や施設のバリアフリー化の促進など「バリアフリー観光」の取組みを進めます。

③ 広域連携の強化

観光振興については、本市のみではなく、関係機関や近隣の自治体と連携を図りながら推進することで点から面への広域的な観光振興が図られ、効果的な誘客につながります。具体的には、六郷満山文化を活用した滞在型観光、「豊の国千年ロマン観光圏」で

⁹⁷グリーンツーリズム：農山漁村地域において自然・文化・人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のこと。

⁹⁸ブルーツーリズム：島や沿海部の漁村に滞在し、魅力的で充実したマリライフの体験を通じて、心と体をリフレッシュさせる余暇活動のこと。

⁹⁹二次交通：空港や鉄道の駅、宿泊施設から観光目的地までの交通のこと。路線バスや観光周遊バス・タクシー、レンタカーなど様々な形態がある。

の滞在型観光、九州周防灘地域定住自立圏広域観光振興協議会と一体となった周遊型観光の推進などが挙げられます。

今後も、他自治体との連携や大分県、公益社団法人ツーリズムおおいた、一般社団法人九州観光推進機構などとの連携の深化により、集客や観光ルート開発を進めていきます。

④ 観光誘客推進体制の整備

より多くのインバウンドの誘客を図るために、パンフレットやウェブサイトなどの多言語化を進め、情報発信を強化します。同時に、SNS や ICT を効果的に活用し、多様なチャンネルで様々な情報を発信していきます。

主な取組事業
海外誘客（インバウンド）促進の強化
<ul style="list-style-type: none"> ● 主要ターゲット国毎に応じたインバウンド向け地域資源の評価、商材の開発及びアプローチ ● グリーンツーリズムを活用した訪日教育旅行の誘致 ● インバウンド対応ガイドの育成及び AR、VR 等を活用したガイド機能の整備 ● 海外におけるマーケティング調査及び商談会を通じた PR 活動 ● 昭和の町手のひら案内人、AR、VR 等の ICT を活用した観光案内など受入体制の強化
国内誘客促進の強化
<ul style="list-style-type: none"> ● 「昭和の町」誕生 20 周年を契機とした商店街における誘客イベントの実施 ● 昭和ロマン蔵リニューアルの検討及び「昭和の町」新拠点施設等を活用した誘客イベントの実施 ● 長崎鼻パーフェクトビーチ事業等新たな観光素材を活用した誘客事業の実施 ● ヘルスツーリズム、リトリートツーリズム等、新たな体験型観光の開発及び誘客事業の実施 ● グリーンツーリズムなどを活用した教育旅行・一般客の誘致 ● 長崎鼻リゾートキャンプ場、スパランド真玉等を活用した M I C E 誘致 ● 「障がい者」「高齢者」など誰もが安心して観光できる「バリアフリー観光」の推進

<ul style="list-style-type: none"> ● 超小型モビリティの活用等、二次交通対策による市内観光地のネットワーク化 ● 真玉・香々地エリアにおける新たな観光拠点施設の整備
広域連携の強化
<ul style="list-style-type: none"> ● 六郷満山文化を活用した国東半島における周遊型・滞在型観光推進のための PR 事業等の実施 ● 「豊の国千年ロマン観光圏」での周遊型・滞在型観光の PR 事業等の実施 ● 「ツーリズムおおいた」のスケールメリットを活用した商談会等の参加、PR 事業の実施 ● 各種広域観光振興協議会と一体となった周遊型・滞在型観光推進のための PR 事業の実施
観光誘客推進体制の整備
<ul style="list-style-type: none"> ● 多言語対応メディア（パンフレット・ウェブサイトなど）による情報発信 ● SNS・ICT を効果的に活用した多様な情報発信

(2) 地域特性を活かした観光振興

■ 現状と課題

これまで本市では、「昭和の町」をはじめ「恋叶ロード」「国東半島峯道ロングトレイル」など、地域の特性を活かした観光振興を進め、映画やテレビドラマのロケ地に選ばれるなど、大きな成果を上げてきました。

しかし、本市の自然・歴史文化の持つ潜在力を踏まえれば、今後さらに多くの観光客を呼ぶことは可能であり、特に最も観光客を集める「昭和の町」から市内各地への周遊を誘導する施策、季節ごとに繁閑のある観光動向について通年での集客を可能とする施策、より高付加価値な商品・サービスの販売促進、リピーター¹⁰⁰を生み出す仕組みづくりなど、本市がより経済効果を生み出す観光地となるために、取り組むべき課題はまだ多く残っているのが現状です。

また、本市を含む国東半島は、交通量も少なく、変化に富んだ自然環境に恵まれているため、サイクルツーリズムの人気スポットとなる可能性があり、誘客促進の取り組みが必要です。

■ 施策の方向

「昭和の町」をはじめとした既存の観光資源については、新たな魅力を付加し発信することで、新規の観光客だけでなく、リピーターを生み出すことを目指します。

また、観光消費額を伸ばすために、宿泊施設の充実や特産品・グルメの開発など、本市の魅力を余すところなく、観光振興につなげていきます。

優良な地域資源であるにも関わらず、観光客を呼び込むに至っていない資源については、他の地域資源と組み合わせることや、新たな視点から魅力を発掘することなど、様々な手法で磨き込みを進めます。

さらにこれら観光資源を活かした、積極的なロケツーリズムの推進を図ります。

観光地としての受け入れ態勢の充実については、観光業を支える人材の育成・確保に努めるとともに、観光サイン¹⁰¹の統一化の推進や景観の維持・再生に努めていきます。

国東半島の自然環境と道路網を活かした誘客促進を図るため、大分県、近隣自治体と連携してサイクルツーリズムの推進に取り組みます。

¹⁰⁰リピーター：ある商品の購入や観光による訪問などの特定の行動を繰り返し行う人。

¹⁰¹観光サイン：観光客に対し情報を発信する案内板のこと。

■ 取組施策

① 観光人材の育成・確保

本市では観光人材を育成していくために、これまで観光ガイドのスキル向上と新たなガイドの確保を図ることを目的として、観光案内人養成講座を実施しています。また、観光客の満足度の向上を図るため、昭和の町案内人や田染観光ガイドの会と連携し受入体制の整備に努めてきました。

今後も、本市の各地域の温かさを観光客に伝える「おもてなし」を強化するために、観光ガイド講習会などを継続して実施するとともに、昭和の町案内人の育成と田染観光ガイドの会などとの連携も深化させ、より「おもてなし」のスキルの高い観光人材の確保と充実を図ります。

また、同時翻訳機など ICT を活用したインバウンド観光客の受入体制の拡充も図ります。

② 豊後高田市ならではの素材磨きによるブランドイメージの確立

これまでの取組みにより本市のブランドイメージは徐々に高まってきているところですが、今後は、本市各地の地域資源について、以下に示すような取組みを進めることで、さらなるブランドイメージの向上と定着に努めていきます。

- ・ 「昭和の町」については、「4つの再生」再構築や、新たな拠点施設の整備により、そのポテンシャル¹⁰²を引き出し、本市の観光拠点エリアとしての機能充実を図り、ブランド力の確立を目指します。
- ・ 「恋叶ロード」について、都市部の若者などをターゲットとしたストーリー性のある周遊観光ルートの開発と整備を行い、ブランド力の強化を目指します。
- ・ 花とアートの岬「長崎鼻」などにおいて、四季の花や紅葉を楽しめる景観整備を行うとともに、縁結びスポット「粟嶋社」、美しい夕陽が楽しめる「真玉海岸」など、一年を通じて魅力あるコンテンツの整備を進め誘客を促進します。
- ・ 個性豊かな泉質と地域特性を活かした「くにさき六郷温泉」の一体的なPRを強化するとともに、「新・湯治」を活用した誘客促進を行います。

¹⁰²ポテンシャル：潜在能力、可能性。

- ・ 六郷満山文化を活かした神社仏閣への拝観誘客の強化など、国東半島地域における神仏習合などのブランドイメージを確立します。
- ・ 国の名勝指定を受けた「天念寺耶馬、無動寺耶馬」及び「中山仙境（夷谷）」のブランドと景観を活かした誘客促進対策を進めます。
- ・ 「峯道ロングトレイル」など、地域の自然や歴史文化を徒歩で楽しめる健康的な観光ルートの整備を行い、魅力ある着地型旅行商品の開発と誘客促進を行います。
- ・ 映画やテレビドラマのロケ地となった場所を含め地域資源の魅力を、ホームページ等を活用して情報を発信します。
- ・ 国東半島の環境を活かし、近隣自治体と連携した「仁王輪道」等のサイクルルートの整備などサイクルツーリズムによる誘客促進を行います。

③ 観光消費の増大につながるサービスや商品の開発促進

豊後高田市での観光消費額は年間約 23.7 億円（平成 26 年）であり、観光客一人当たりの消費額は約 2,150 円となります。この水準を仮に 5,000 円にすることができれば、観光消費額は約 50 億円となり、ほぼ本市の第 1 次産業の総生産額と肩を並べる水準となります。

このように観光消費の増大は、本市経済に与える影響が非常に大きく、観光消費の増大につながるサービス・商品の開発は観光振興にとって非常に重要な課題といえます。

これまで本市では観光ルートの開発をはじめ、菜の花油・ひまわり油の搾油施設の整備や、特産品のブランド化を図るための商品開発の支援、「昭和の町」にある飲食店の食べ歩きや、「手打ちそば」「岬かき揚げ丼」のスタンプラリーなど、付加価値向上のための施策を展開してきたところですが、今後もさらにその取組みを進展させていきます。

具体的には、国の名勝に指定された「天念寺耶馬」「無動寺耶馬」「中山仙境（夷谷）」などの山の景観から「真玉海岸の夕陽」など恵まれた自然景観や千年の歴史を誇る「六郷満山文化」、多彩な泉質が楽しめる「六郷温泉」、また、「そば」「長命草」及び「長崎鼻のプレミアム油」などの健康食品、さらに長崎鼻を中心に取組みを進めている「タラソセラピー」など、本市には、「新湯治」「ヘルスツーリズム」、「リトリートツーリズム」などの「保養、癒し」を目的とした滞在型観光の素材が豊富にあります。このような本市ならではの素材を活かした滞在型・着地型旅行商品の開発による誘客促進及び観光消費拡大を行うとともに、より消費単価が高い宿泊客を確保するために、長崎鼻における新コテージ、キャンピングトレーラーの整備のように宿泊施設の魅力アップや誘致、民

泊・宿坊・ペンション・シェアハウス¹⁰³など、多様化・高度化する観光客のニーズに対応可能な宿泊施設の整備促進及びサービスの充実を図り、滞在型観光へのシフトを強化します。

また、消費の重要な機会となる食事については、「豊後高田そば」「岬ガザミ」「豊後・米仕上牛」といった地域を代表する食材を核に、「長命草」や「落花生」などの地産地消を推進する健康メニューの開発などによって「食」による観光振興を進めます。

また、既存の地域土産に続く新しい土産物の開発も推進します。

④ 景観の再生とツーリズム基盤の整備

本市の自然景観や歴史・文化遺産も景観が大切に守られていなければ、その魅力は色あせてしまいます。その一方で観光客にとって利便性の高いインフラなどの基盤が整備されていないと、観光客を呼び込むことは困難です。

この両面を実現するために、国道 213 号沿線に生い茂った樹木の伐採を行い、「日本風景街道」や「恋叶ロード」にふさわしい海辺の眺望を確保するための景観整備などを行うとともに、観光客の利便性向上と市内観光施設への円滑な誘導を行うため、統一したデザインによる観光サインの整備を進めてきました。また、東九州自動車道の全線開通に向け、最寄りのインターチェンジから本市へ誘導するサイン整備も実施しています。

今後も、景観スポットにおける展望障害樹木の伐採などにより景観再生を推進することで、魅力である美しい景観確保を図っていくとともに、統一的で視認性の高い観光サインの整備などにより、地域観光の回遊性の向上を図ります。

また、二次交通対策については、自家用有償運送などを視野に、観光振興を図るうえで必要不可欠である交通基盤の確立を目指すとともに、サイクルツーリズムの進展にとれない注目されている自転車の活用を検討します。

以上に加え、「田染荘小崎」を中心とした歴史ある里山を活かした活性化施策「千年村構想」に基づき整備した、唱歌「春の小川」の光景を彷彿させるような、昔懐かしい農村の原風景の維持管理・保全に努めます。

このような景観の再生とツーリズム基盤の整備を推進することで、SDGs に基づく持続可能な観光振興の推進を図ります。

¹⁰³シェアハウス：アパートの一室や戸建住居を複数人で共同使用する形態。

⑤ 地域特性を活かした新規イベントの創造

本市の地域資源を広くPRするための起爆剤としてイベントの開催は重要な手段と なっています。これまでも本市では、「そば祭り」「五月祭」「長崎鼻サマーフェスティ バル」や手打ちそば認定店のスタンプラリーなどを開催し、本市の資源についての認知 度を高めてきました。

今後も、本市の魅力を発信し、消費行動を引き出すきっかけづくりのため、多種多様 なイベントを企画・実施することにより観光振興を進めていきます。

主な取組事業

観光人材の育成・確保

- ICT を活用したインバウンド観光客受入体制の拡充
- 観光誘客推進体制の整備強化

豊後高田市ならではの素材磨きによるブランドイメージの確立

- 「昭和の町」ブランド力の向上のための「4つの再生」再構築
- 恋叶ロードブランド力強化のため、ストーリー性のある周遊観光の開発・整備
- 「くにさき六郷温泉」の一体的なPRの強化及び「新・湯治」を活用した誘客事業 の実施
- 「六郷満山文化」を核とした国東半島地域のブランドイメージ強化のため、首都圏 でのPR事業の実施
- 長崎鼻リゾートキャンプにおける「パーフェクトビーチ事業」など保養型リゾート づくり
- 峯道ロングトレイルなどを活用した着地型旅行商品の開発及び提供
- 近隣自治体と連携したサイクルツーリズムの推進
- ホームページ等を活用し、映画・ドラマロケ地等の魅力を情報発信

観光消費の増大につながるサービスや商品の開発促進

- 多様な宿泊ニーズに対応できる付加価値の高い施設及びサービスなど受け入れ態 勢の整備
- 「食」の観光振興のため、そば、長命草、落花生等特産品を活用した健康メニュー などの開発・提供

<ul style="list-style-type: none"> ● 新たな特徴のある土産物の開発・販売 ● 自然、文化、食など本市の特徴を活かしたヘルスツーリズム、リトリートツーリズムなど滞在型観光の推進
景観の再生とツーリズム基盤の整備
<ul style="list-style-type: none"> ● 展望障害樹木の伐採などによる景観再生の推進 ● SDGs に基づいた持続可能な観光振興の推進 ● 観光サインの統一化 ● 民間運輸業者と連携した二次交通対策の強化
地域特性を活かした新規イベントの創造
<ul style="list-style-type: none"> ● 地域資源を活用したイベントの展開

(3) 文化財などを活用した新たな魅力づくりの推進

■ 現状と課題

本市には国宝「富貴寺大堂」をはじめ「六郷満山文化」の優れた文化財が数多く所在しており、本市を代表する観光スポットとなっています。近年では、「天念寺耶馬及び無動寺耶馬」や「中山仙境（夷谷）」の国名勝指定や日本遺産の認定、さらには「歴史の道百選」の選定などにより、観光資源の素材として新たな魅力ある文化財の価値付けがなされました。

しかし、市内には、未指定ながらも価値ある文化財も少なくありません。これらを調査研究し、適切な保存管理を行うとともに、その魅力を新たな視点で発掘し、地域の活性化に活かしていくことが求められます。

また、貴重な伝統芸能や祭りなどについても、地域外からの参加を呼び込むことなども検討していく必要があります。

一方で、国東半島芸術祭では、歴史・文化とインパクトある現代アート作品が協奏することで、本市の新たな魅力を創出する可能性が広がりました。例えば、真玉海岸に展示されたデジタルアート¹⁰⁴作品は常設展示となり、新たな観光スポットとなっています。

今後もこのような新たな文化の創出・発信の取組みを続けていくことで、本市の魅力を向上させていくことが必要です。

■ 施策の方向

本市の文化財については、保護・継承を進めるとともに、新たな視点から魅力を発掘し、交流人口の獲得などの地域活性化施策につなげていきます。また、デジタルアートをはじめとする新たな芸術文化についても積極的な展開を支援し、新たな魅力づくりも進めていきます。

¹⁰⁴デジタルアート：コンピューターを使ってデジタル形式で芸術作品を作ること、または、その作品を指す。

■ 取組施策

① 郷土文化の魅力再発見

本市の文化財のうち、未指定や既指定であっても文化財としての価値が十分評価されていないものについては、新たな指定や登録、さらには上位指定への昇格を目指します。文化財の新たな魅力を発掘し、ぶんごたかだ文化財ライブラリーの刊行などを通して情報発信を強化していきます。

また、それぞれの文化財について、新たな切り口からその魅力を見直し、文化財の現地見学会「郷土の文化財探訪バスツアー」や「郷土の歴史と文化財」市民講座を開催するなど、市民の郷土文化への理解を深めていきます。

② 地域の歴史・文化財の活用推進

本市の宝である貴重な石造物の中には適切な保存環境にはなく、観光資源としても活用されていないものが多くあります。今後はこれら歴史・文化財の適切な保存を行うだけでなく、市内外の人々が親しめるように、文化財マップやパンフレットの整備、田染荘や日本遺産の特設ホームページを活用した情報発信を図り、位置情報を利用した周遊ルートの整備を推進します。また、既存の施設などを利用したガイダンス施設¹⁰⁵の整備を行い、観光客や地元住民の歴史・文化財への関心と理解を高める取組みを行います。

さらに、SNS を積極的に活用して国内外へ広く情報発信していきます。

③ 日本遺産“鬼が仏になった里「くにさき」”の推進

日本遺産の認定に伴い、これまで実施した調査研究、人材育成及び活用整備をもとに、さらなる情報発信や普及啓発を行い、“鬼が仏になった里「くにさき」”を県内外に向けた事業を展開することで、観光客の増加を図ります。

また、おにぎりクラウドファンディングの推進や自主商品の開発、各種情報発信事業の実施による自走化に向けた取組みを行います。

④ 現代アートの活用推進

国東半島芸術祭での現代アート作品は、イベント終了後も本市の芸術文化の一部となっており、本市の新たな魅力となっています。今後はこれら現代アートの活用や、著名

¹⁰⁵ガイダンス施設：ある特定の遺跡・建築物などの文化財について、それに関する情報をわかりやすく展示し情報発信を行う施設。

芸術家などの招聘による新たな文化資源の創出などにより、アートを入口とした観光圏の構築と魅力アップを推進するとともに、芸術家等への支援や、アートを切り口とした新たな芸術文化の創出による魅力アップなどへの支援を行います。

主な取組事業
郷土文化の魅力再発見
<ul style="list-style-type: none"> ● 史跡・名勝などの新たな指定・登録に向けた取組み ● ぶんごたかだ文化財ライブラリーの発刊 ● 「郷土の歴史と文化財」市民講座の開催
地域の歴史・文化財の活用推進
<ul style="list-style-type: none"> ● 指定文化財の活用方針を定める保存活用計画及び整備計画の策定 ● SNSを積極的に活用した情報発信
日本遺産“鬼が仏になった里「くにさき」”の推進
<ul style="list-style-type: none"> ● おにぎりクラウドファンディングの推進 ● 自主商品の開発や各種情報発信事業の実施
現代アートの活用促進
<ul style="list-style-type: none"> ● アートを切り口とした新たな芸術文化の創出