

第4章 プロジェクト提案

大分ツーリズムを推進するための「シンボル・プロジェクト」として、以下の3つを提案したい。

シンボル・プロジェクトは、大分ツーリズム戦略の考え方を体現する事業のことである。規模や事業費が大きい事業というわけではない。

それを通して、多様な事業や活動が広がっていくための、突破口の役割を果たす、いわば「一点突破・全面展開」のための事業である。

大分ツーリズムのシンボル・プロジェクト

- 1 日豊海岸シーニック・バイウェイ
- 2 大くじゅう高原リゾート
- 3 おおいたウォッチャー・ネットワーク

また、プロジェクトを補完する意味で、すぐにも着手すべき施策をいくつか提案したい。

施策については、既存の計画に載っている施策とは重複しないように心がけた。

したがって、観光キャンペーン、ホスピタリティの向上をはじめ、通常のツーリズム施策として挙げられているようなものは取り上げていない。

大分ツーリズムの施策

(例、順不同)

- 1 大分ツーリズム読本の刊行
- 2 ツーリズムわいわい懇の開催
- 3 ツーリズム道路会議の設置
- 4 産業ツーリズム実態調査の実施
- 5 ツーリズム版ハローワーク・サービスの提供
- 6 ツーリズムおおいたグッズの開発

1 シンボル・プロジェクト

プロジェクト1 日豊海岸シーニック・バイウェイ

【プロジェクトの背景】

◆リアス式海岸美を誇る日豊海岸

日豊海岸は、佐賀関半島から蒲江を経て宮崎県日向市の耳川河口まで、およそ 120 kmの屈曲に富む海岸である。山地が沈下して形成された典型的なリアス式海岸であり、半島や湾入の出入りが激しい多島海景観は九州の中でも際立っている。

この海岸は、日豊海岸国定公園に指定されているように、県内でもきわめて優れた景観を誇る一帯であるが、知名度が高いとはいえない。

◆よい景色のわき道「シーニック・バイウェイ」

シーニック・バイウェイとは、「よい景色のわき道」というような意味である。同名の国土交通省の事業があるように、国としても、ツーリズム振興の視点から、このようなドライブウェイの整備に取り組もうとしている。

「バイウェイ」（わき道）は、地元住民の生活道路であるとともに、来訪者のためのスロードライブの道としての役割が期待される。

◆緊急を要する海岸道路対策

日豊海岸一帯には、幹線道路と別に海岸線に沿った道路がある。しかし、内陸部の幹線道路が整備されるに伴って、海岸道路の交通量が減少している路線もあり、一部では施設の老朽化が進み、廃棄されかねない状況にある。

したがって、早急な対応を迫られている。

【プロジェクトの要点】

大分ツーリズムの推進のために、リアス式海岸の美しい景観にめぐまれた日豊海岸を対象地域として、「よい景色のわき道」としてのドライブウェイを整備する。

整備内容は、新規建設ではなく、既存の海岸沿いの道路の改良を基本とする。

その内容は、たとえば、路面の改良、案内標識の整備、老朽化したガードレールの修繕、沿道のごみや廃車の撤去、景観を妨げている樹木や看板の撤去、沿道の植栽などである。

沿線の適切な箇所に休憩所や飲食物販をはじめ各種機能の立地を誘導するが、沿道の乱開発を規制するとともに、施設や沿道環境は、海岸美を損なわない品質の高いものを追求する。

この海域は、黒潮の影響で水温が高く、テーブル珊瑚などが豊富で、海中公園の宝庫でもあり、環境を破壊しない適切な開発が必要である。

また、プロジェクト推進の過程では、沿線地域にある漁業や農業などの操業を支援する道路のあり方を追求する。

道路のあり方を通して、従来型の観光産業だけを念頭に置く地域振興ではなく、交

流ビジネスを視野に入れた持続的な地域づくりをめざす。

したがって、環境容量を越えるような大勢の観光客をむやみに受け入れるのではなく、いわば心ある来訪者が適正数で何回も来てくれるような地域をめざすのである。

地域のPRにおいても、その姿勢を堅持する必要がある。

また、日豊海岸は大分県域だけでなく、宮崎県内につながっていることを忘れてはならない。つまり、せっかくのシーニック・バイウェイが県境という人為的障害で突然消滅しては興ざめである。

幸いにも、大分県境にある佐伯市蒲江町と隣接した宮崎県北浦町は、同じ漁業の町として観光キャンペーンで連携している。このような先駆的取り組みを手がかりとしながら、シーニック・バイウェイの整備によって、新しい県際連携による広域ツーリズムを切り拓くことが期待される。

【プロジェクトの進め方】

ツーリズムの観点から景観の優れた道を整備することと、最短距離で速く走れる道路を望む住民の要求とは必ずしも一致しない。

地域住民にとっての関心や要求は、カーブの改善とかトンネルの開削など、生活上の利便性の向上や幹線道路の整備に関するものがほとんどである。

したがって、プロジェクトを推進する上では、長期的な視点から、スロードライブの景観道路を整備することの意義を住民が納得していくプロセスが重要である。

予め行政がつくった計画を一方向的に説明するのではなく、計画づくりのプロセスに住民が参加することが必要である。

たとえば、住民が来訪者などとともに、景観の優れた道路を実際に走行して、問題点や景観の良さなどを自分の目で確かめること、つまり「ロードウォッチング」から始めるのが望ましい。

その結果を踏まえて、「わいわい懇」（後述の「施策」を参照）などを通して、地域住民と行政がともに計画をつくり上げるという共同作業を行うなかで、このような道路がツーリズムには欠かせないことを共通の理解としていく。

重要なことは、このようなプロセスを通して、住民の生活や漁業の邪魔にならない来訪者の行動、地域の空間や環境を損なわない、道路のあり方を、まず地域の側から示していくことである。

行政も、このようなプロセスを通して、民間との協働の経験を積み、観光や道路の分野に限らず、地域づくりに関わる他の多くの行政分野の連携をはかる体質に転換していくことを期待したい。

プロジェクト2 大くじゅう高原リゾート

【プロジェクトの背景】

◆九州中部における新しい交流ビジネスの集積

熊本県の黒川温泉から久住高原・飯田高原を経て由布院に至る地域には、幹線道路の沿線はもとより、それを外れた山懐や水辺などに、新しいタイプの宿泊施設や飲食店などの交流ビジネスが登場している。

この地域を、阿蘇くじゅう国立公園に因んで、「グレーターくじゅう地域」と名づけておく。簡略して「大くじゅう」である。

この「グレーターくじゅう地域」の新しい交流ビジネスには、次のような点に特色がある。すなわち、①小規模分散型で立地していること、②旅館とかみやげ物店といった従来の観光施設のジャンルにとらわれず、機能が複合的であること、③景観のよい場所を選んでいること、④建物デザインなどの空間設計、食材や就業形態などにこだわりや工夫があること、である。

このような状況は、目下のところ、ツーリズムに関係する感度のよい企業などが認識しているだけで、行政のテーマにはなっていない。観光行政のアンテナには、まどまりのある観光ゾーンとしては映っていないからである。

その意味でも、別府などの既存観光地とは、多くの点で異なっている。

◆韓半島南部から九州北部にかけての産業集積

韓半島東南部のウルサン(蔚山)は、自動車工場と造船所の一大産業都市であり、そこからプサン(釜山)を経て、九州北部に至る一帯は、東アジアでも有数の産業集積地帯である。

九州には500数十に及ぶ自動車部品工場が立地しているが、その7割以上が九州北部に集中している。大分県の中津市から大分市までの地域には、福岡・北九州都市圏から連なる、輸送機械、IC、素材などの産業ベルトが形成されており、今後も一層の集積が予想される。

このような産業集積は、膨大な産業人口を抱えているが、そのリゾート需要は、ますます大きくなる。つまり、その人たちの間に、豊かな自然の中で温泉や各種レクリエーションを楽しみたいというニーズが今後さらに大きくなると考えられる。

【プロジェクトの要点】

やまなみハイウェイ(県道11号線)を軸として、その両側に広がる地域、すなわち「大くじゅう」における新しい交流ビジネスの立地動向を踏まえて、高原型リゾートの形成をはかる。

ただし、対象地域はあまり狭く限定せず、西側は九重九湯、東側は長湯温泉なども含めてプロジェクトを推進する。

また、「大くじゅう地域」はそのまま、阿蘇地域につながっており、県際連携による広域ツーリズムを推進することが必要である。

従来の福岡都市圏などの都市住民に加えて、九州各地に集積している産業人口のニーズに対応したリゾートをめざす。

そして、持続可能なリゾートであるためには、いわゆる“大衆”型よりも、“小衆”型の成熟したツーリストを主なターゲットにして、他地域との差別化をはかることが重要である。

韓半島をはじめ、東アジアからの来訪者についても、新しいリゾート客を開拓する必要がある。

PRやキャンペーンもまた、グレードの高いリゾートに適した発想と手法を工夫することが望ましい。

【プロジェクトの進め方】

運動としての大分ツーリズム推進のモデル的なプロジェクトのひとつであるから、前出の「いのちき」「持続性」「協働」は重要なキーワードである。

「いのちき」は、ここでは、地元根ざした「ふるさと産業」を基本にすることである。

「持続性」は、一過性のリゾートブームにならないように、開発のテンポや成長をコントロールする仕組みをつくることを意味する。

また、「協働」は、民間と行政の適切な役割分担が重要になる。

リゾート形成の主役は企業やNPOなど民間の担い手であり、行政の役割は全体構想の提示、道路の沿道環境の整備をはじめ、公共的な分野における適切な支援である。

行政の役割は、各地の観光地で見受けられるような、民業を圧迫するおそれのある施設の建設ではない。また、せつかくの雄大な環境の特性を損なうような面的開発の推進でもない。

行政に期待される取り組みは、起業のための条件整備や、環境保全のルールづくりなど、どちらかといえばソフト面の基盤整備である。

また、地域住民と行政の協働作業としては、道路管理者の管轄を越えたわかりやすい案内標識、ルートの名称づくりなど、短期間に成果が目に見えるような取り組みからスタートするのが効果的である。

プロジェクト3 おおいたウォッチャー・ネットワーク

【プロジェクトの背景】

◆おおいたの地域資源の発掘と観察が不可欠

大分県内には、まだツーリズムのために活用されていない地域資源が数多くある。先に述べた海辺の魅力、産業、アートをはじめ、多くの自然的資源、文化的あるいは歴史的資源がある。

この情報が多くの人の共有のものになるためには、そのような資源に関心を示し、それを調査したり、観察したりする人が多くいることが前提となる。

また、「ツーリズムから見た情報」の項で触れたように、具体的な問い合わせに適切に回答するためには、花の名所など四季折々のタイムリーな情報が欠かせない。こうした対象に興味があり、現場の状況を常に観察している人が必要である。

興味を示す対象は人それぞれである。ある人は仏教遺産に、ある人は歴史的町並みや民家に、またある人は食材に、そしてある人は山野草に、という具合である。まさに森羅万象に広がっている。

◆おおいたウォッチャーの役割

このように大分県内の特定の対象について即地的かつ属人的な情報を得て、それを発信する人を「おおいたウォッチャー」（おおいたの資源を観察する人）と呼んでおく。

ツーリズム情報のコンテンツ（中身）を充実させるためには、このような「おおいたウォッチャー」が県内各地に多様に存在していることが望ましい。そして、そのような人たちは実際に存在する。

そして、それぞれに情報を発信している。ホームページを開設したり、ブログに書き込んだり、さらには、その情報を本に書くとか、写真集にまとめる人もいる。

問題は、それがツーリズムの情報として、広く活用される仕組みになっていないことである。

いま、求められているのは、地域の人が、もっと手軽に、地域に密着したリアルタイムの情報を発信できること、そして、来訪者が、もっと便利に、その情報を利用できるようになることである。

すなわち、個別的、分散的、そして恣意的あるいは趣味的に発信されている地域資源に関する情報を、ある程度秩序づけ、必要な人に必要な時に提供できる仕組みを構築することが必要になっているのである。

【プロジェクトの要点】

県内各地に潜在している「おおいたウォッチャー」を発掘し、ツーリズム情報の人材バンクとして登録し、日常的にその情報をリアルタイムで発信してもらう仕組みをつくる。

つまり、「おおいたウォッチャー」のネットワークを構築するのである。

具体的には、地域の「おおいたウォッチャー」の情報を、まず各地域の観光協会など、「地域ツーリズム推進機構」に集約することが基本である。

その情報媒体は、手紙、ファックス、写真、ビデオなど様々であるが、今後の展開を考えると、パソコンメール、携帯電話のカメラなど、IT技術を活用したもののほうが、その後の情報処理がしやすいと思われる。

また、全県的な「ツーリズム推進機構」が各地の情報を集約して、適切に発信することも、利用する側にとっては、たいへん使い勝手がよくなるので、利用価値は飛躍的に高まる。

というのも、地域と中央の間で情報の受発信をする仕組みが整えば、利用者がその情報源を予めよく知らない場合でも、特定の情報にアクセスしやすくなるからだ。

情報を流通させる媒体はIT技術であるが、そのような情報の中身を創り出すのは人であり、また最終的なユーザーに的確に情報を提供するのも人である。

だから、このような現場情報のリアルタイム情報を流通させるシステムには、人的ネットワークの構築が欠かせない。

すなわち、幅広い人脈を持った人材が地域や県中央にいるかどうかが、システム構築を成功させる重要な条件となる。

因みに、このような機能を果たせるような全県的な「ツーリズム推進機構」はまだ存在しておらず、将来的に「ツーリズムおおいた」をそのような機構にすることは、選択肢のひとつとしてあるといえる。

いずれにせよ、このような情報システムを構築することは、従来の観光協会の仕事に対して、改革と再編成を迫ることになる。

【プロジェクトの進め方】

「おおいたウォッチャー」の仕事は強制するものではなく、本人の個人的かつ自発的な行動を、社会に役立つように仕向けることが基本である。

「せっかく山の様子に詳しいのだから、それを他の人にも教えてあげて」というような、きわめてヒューマンな発想が、システムの実効性に大きく効いてくる。

また、「できるところから、できる人たちがやる」という原則からすれば、まず、人数的にも、分野的にも限られた範囲で、このような試みにまず取り組んでみる。それを次第にネットワークで広げていく形で進めるのが实际的である。

たとえば、「ツーリズムおおいた」の会員の中から特定少数の「おおいたウォッチャー」を選んで、その人たちの情報を集約する。

同じように、地域観光協会が、紅葉や花見の時期に限定して、地元の高齢者などに、紅葉情報通信員とか桜前線リポーターなどの役割を果たしてもらい、その情報を集約することで、問い合わせに対して、タイムリーな情報を提供することが可能になる。

このような、ささやかな取組みから、次第にネットワークを広げていくのが、現実的な進め方と思われる。

2 当面の施策

1 大分ツーリズム読本の刊行

【提案の背景・理由】

- ◇ 大分ツーリズムについては、ツーリズムに関わりのある人たちの間でも十分な議論がなされているとはいえない。ツーリズムをめぐる状況の変化はめまぐるしく、それに対応していくのが精一杯という面もある。
- ◇ そこで、ツーリズムに携わっている人たちに対して、大分のツーリズムについて基礎的な情報を提供するとともに、それを元に考えたり、話し合ったりできるようなものであることが必要である。また、多くの人たちが大分のツーリズムや地域づくりに関心を持つような内容が求められる。
- ◇ それは、行政などのメッセージを伝える広報的なものではなく、また計画書の概要版でもない。大分ツーリズムに関する“読み物”である。

【提案の概要・特色】

- ◇ 仮称『おおいたツーリズム読本』を制作し、広く関係者に配布する。
- ◇ 大分ツーリズムに関する具体的な情報や参考となる事例などを記述して、それを元に読者がツーリズムについて考えるための“読み物”をめざす。
- ◇ 文体、構成、レイアウトなどにも工夫を凝らし、また写真やイラストなどを効果的に用いるなど、多くの人が手にとって読みたくなるような書物をめざす。

【参考・留意点】

- ◇ 宮崎県と財団法人みやざき観光コンベンション協会が共同で、平成16年5月に『宮崎観光副読本』を制作した。これは学校の授業に用いるもので、イラストなどを多用したカラフルな冊子である。難しい漢字にはルビを振るなど、児童生徒にとって読みやすい内容となっている。
- ◇ 大分県も将来は、学校の教材となるような副読本を制作すべきであるが、大人たちが十分に議論していないことを、ただちに子どもたちに教えるのは難しいので、大分県では、まず大人向けの読本をつくり、それを元に副読本をつくる。

2 ツーリズムわいわい懇の開催

【提案の背景・理由】

- ◇ 県内の各地域では、合併後の新しい状況の中で、これからのツーリズムや地域づくりをめぐる問題点、方向性、具体的取り組み、組織体制などについて、住民の間に新しい合意形成をはかることが喫緊の課題となっている。
- ◇ そのためには、住民参加型の話し合いの場を持つことが必要である。ツーリ

ズムに関する各種の大会、フォーラム、シンポジウムなどもそのひとつであるが、どちらかといえば、多くの聴衆は受身的に話しを聞くだけであって、互いの本音をぶつけ合うような“話し合い”の場とはいえない。

- ◇ ツーリズムに関しては、「懇談会」と銘打った会合もあるが、主催者（たとえば行政当局）の一方的な説明が中心になることが多く、住民の本音が把握できないで終わる場合も多い。
- ◇ そこで、これまでとは異なる新しい会合、新しいコミュニケーションの仕掛けとしての「わいわい懇」を地域に普及定着させていくことが重要である。

【提案の概要・特色】

「わいわい懇」はその名の通り、参加者が「わいわい」と自由闊達に議論する会合である。

- ◇ 主催者は、地域の状況によってさまざまである。ツーリズムに関するものであるから、地元市町村、観光協会などが妥当である。商工会やJAなど地元の関係団体や活動グループなどの共同開催（実行委員会方式）でもよい。わいわいと話し合える程度の人数と、それにふさわしい雰囲気で開催する。わいわい懇は、参加者が共同作業にかかわったという達成感を持つことが重要である。その意味では、ワークショップの一種であり、たとえば以下のような工夫をすることも有効である。
 - ① 大判の問題地図（たたみ数畳分の大きさ）、関係する写真や図などを会場に張り出す。
 - ② 参加者の発言をラベルに記入する。
 - ③ 終了間際には、当日の議論の要点を全員で確認する。
 - ④ あまり間をおかずに議事録あるいは議論の要旨をまとめ、参加者に還元する。忘れた頃にレポートなどが出てきても、あまり意味はない。
 - ⑤ 司会進行の優劣が発言内容や成果を左右する。なるべく地域住民が担当するのが望ましく、地域に適当な人材がいる場合には問題ない。そうでない場合には、客観的かつ快活に会議を誘導できる能力のある地域外の専門家などが司会役を務めるのが実際的である。
- ◇ 主催者もしくは運営チームは、地域の問題点やテーマをめぐる論点などを事前に把握しておく必要がある。
- ◇ 地元住民が、タウンウォッチングや議論の対象となる施設の見学などを事前に行っておくと、話し合いは具体性のある、中身の濃いものになる。
- ◇ また、事前にモニターツアー（地域外の人が予め、来訪者として地域を訪れ、地域の長所短所など気づいたことをまとめておくこと）をして、そのツアー参加者がわいわい懇に出席すると、外部からの視点が加わり、議論の内容が広がる。

・留意点】

テーマは、当然、地域の実情に応じて決める。たとえば、新しく登場する観

光施設、特産品開発、廃止された軌道敷の再活用、地域観光協会の再編など、多様である。

- ◇ 特定のテーマを話し合う場合でも、「その地域はどうなるのか」、「自分たちはなにをすべきか」といった、地域住民にとっての重要な関心事を常に念頭において、地域の将来ビジョンづくりにつなげていくことが望ましい。
- ◇ ツーリズムおおいたが主催して、いくつかの地域で、ツーリズムに関するこうした会合を行ったが、参加者の反応がよかったので、これを県内各地で、実施していくのもよい。
- ◇ わいわい懇には、「まる1日フォーラム」（いつからでも都合のよい時間に参加できる仕組み）など、さまざまなバリエーション（変形）がある。

3 ツーリズム道路会議の設置

【提案の背景・理由】

- ◇ ツーリズム振興に関する地元の意見や要望として、道路に関する事項が非常に多い。これは、道路についての来訪者の苦情が地元寄せられることも原因である。
- ◇ 道路に関する調査や会合などでよく出る苦情は、以下の通り。
 - ①沿道に案内情報が少なく、目的地に行くのに苦勞する。
 - ②せっかくの名所や見所を素通りして、後悔する。
 - ③適当な休憩場所や駐車スペースが少ない。
 - ④優れた景観が、看板、電柱、視界をふさぐ樹木などで損なわれている。
 - ⑤沿道にごみや廃車などが捨てられている。
 - ⑥花や緑の潤いに欠ける。手入れが行き届いていない。
 - ⑦誘導や規制が不十分なため、車が住宅地に迷い込む。
 - ⑧幅員が狭くてバスが通れない。
- ◇ このような苦情は、会合などで言い放しのままで、解決が先送りされているものが大半である。
- ◇ いずれも、大分ツーリズム推進の障害となるが、もしやる気になって取り組めば、比較的小さな経費ですぐにも対応できるものが少なくない。
- ◇ そこで、ツーリズム推進の視点から道路に関する苦情、意見、要望などに適切に対応できる仕組みを工夫することが必要になっている。

【提案の概要・特色】

- ◇ 各市町村において、観光担当部署と道路担当部署の共管による「ツーリズム道路会議」（仮称）を設置する。観光協会や商工会・商工会議所などが事務局に関わることもよい。
- ◇ 会議に期待される主要な仕事は、域内の道路について、具体的な問題点や改善策を一定期間内にとりまとめ、行政当局に提出するとともに、その後の行

政の対応を見届けることである。

したがって、会議の仕組みやメンバー構成は、地域の実情に合う形を採る。会議のメンバーは、仕事を適切にこなすことのできる、ツーリズムに関わりのある住民や専門家であり、人数も議論が円滑に進む規模がよい。一部、公募などがあってもよい。

- ◇ 同会議の下部組織として、実地に現状を調査し、課題や対策をまとめる作業を行うために作業チームや庁内プロジェクトチームなどを設けてもよい。
- ◇ ツーリズムの観点からの特定課題に絞り込むのもよい。

例：道路案内標識委員会

：沿道修景委員会

：沿道環境管理委員会

留意点】

網羅的で緻密な報告書などでなく、基本的な問題と解決策が示されればよく、期間内に目に見える成果を出すことが肝要である。

一部の担当者や関係者の間で道路問題を解決するのではなく、このような公開の組織をつくり、議論することによって、ツーリズムと道路に関する問題意識を、多くの住民が共有することに意義がある。

4 産業ツーリズム実態調査の実施

【提案の背景・理由】

- ◇ 産業ツーリズムを推進するためには、まず企業の実態と意向を把握することが必要であり、そのための調査を実施する。

【提案の概要・特色】

- ◇ 県内には、さまざまなものづくり企業がある。どのようなものづくりの現場があるのか、来訪者を引き付ける魅力は何か、企業はどのようなメリットや成果を期待しているのか、解決すべき課題は何か、などについて、実態を把握する。

そのため、ものづくり企業を対象に、アンケートと面談調査を行う。

その結果を踏まえて、具体的で実現性の高い産業ツーリズムの推進方策を立案する。

留意点】

ツーリズムおおいとは、会員などツーリズムに関係する各地のキーパーソンを対象に、大分ツーリズムに関するアンケート調査を実施し、熱心な回答を得た。

- ◇ この経験と実績を踏まえ、産業ツーリズムに関する企業向けの調査を実施するのが実際的と考えられる。

5 ツーリズム版ハローワーク・サービスの提供

【提案の背景・理由】

- ◇ 直販など、農山村の交流ビジネスの現場では、生産人口が減少しているため、従事する人手や人材が常に不足している。
- ◇ 一方、リストラや定年退職などの理由で定職に就いていない人も少なくない。
- ◇ 通常のハローワーク（公共職業安定所）は、多様な業種を扱っているが、農山漁村の小さなビジネスには馴染まないため、このようなツーリズムに特化したハローワーク機能が必要とされる。

【提案の概要・特色】

- ◇ ツーリズムの分野における求人と求職の斡旋業務を、県あるいは市町村のツーリズム推進担当機関が担当する。
- ◇ この業務は、一種の伝言板機能やお見合い機能であり、求職者も求人する側も、気軽に簡便に利用できることが大切である。すなわち、コミュニティのきめ細かい情報の流通が決め手である。

【参考・留意点】

- ◇ きめ細かな情報を提供するために、担当者は、できるだけ現場を訪れ、実態や問題点を十分に把握しておいて、求職者に対して的確な情報提供ができるように努める。

6 ツーリズムおおいたグッズの開発

【提案の背景・理由】

- ◇ 「ツーリズムおおいた」に対する県内各地の関係者の期待は大きいので、「ツーリズムおおいた」のPRと活動資金を確保するための事業を行う。

【提案の概要・特色】

- ◇ 「ツーリズムおおいた」は、独自のガイドブックや案内地図の刊行と、各種グッズの開発・販売に取り組む。
- ◇ グッズの例としては、大分ツーリズムを宣伝するバッグ、シャツ、カレンダー、各種の小物類などが考えられる。
- ◇ 多くの人に買い求めたいと思わせる、特色のある優れた機能とデザインを追求する。

【参考・留意点】

- ◇ こうしたグッズ開発を通して、県内のデザイナーやプロデューサーの確保と連携をはかり、将来的には、県内各地の特産品に対するアドバイスやデザイン指導を行えるような体制を整える。

大分ツーリズム戦略 2005

平成 18 年 3 月発行

調査・執筆
発行

猪爪 範子 (ツーリズムコーディネーター)
(社) ツーリズムおおいた

〒874-0935 大分県別府市駅前町 12-13 B パッサージュ内

TEL 0977-26-6250 FAX 0977-26-6252

URL <http://www.we-love-oita.or.jp>

MAIL info@we-love-oita.or.jp

THE STRATEGY FOR OITA TOURISM

OITA TOURISM STRATEGY	
Project Name	Oita Tourism Strategy
Client	Oita Prefecture
Start Date	2023.01.01
End Date	2023.12.31
Project Manager	Mr. Tanaka Kenji
Contact Information	0975-33-1111

