

本計画の目標値

項目	現状 (平成 29 年)	目標値 (平成 35 年)	増加率
観光消費額	40億5,700万円	44億円	8%
総観光客数	263万3千人	270万人	3%
うち外国人観光客数	5,643人	14,000人	148%
観光消費単価	1,541円/人	1,630円/人	6%
総宿泊客数	21万3千人	24万人	13%
うち外国人宿泊客数	1,064人	3,000人	182%

<観光消費額目標値の内訳>

項目	現状 (平成 29 年)	目標値 (平成 35 年)
宿泊	9億5,100万円	10億7,500万円
飲食	15億5,600万円	16億7,400万円
特産品販売	11億200万円	11億6,800万円
体験料・入場料	4億4,400万円	4億7,900万円
その他	400万円	400万円

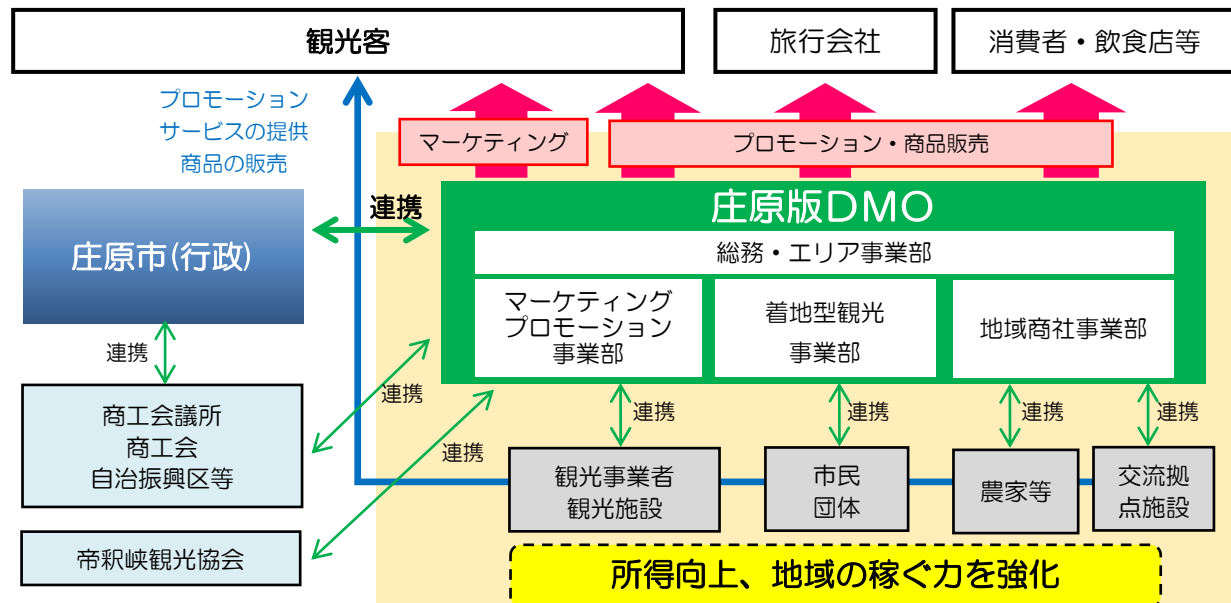
観光推進体制

関係者の合意形成、データに基づくマーケティング、戦略策定等について、中長期的な視点から継続的に取り組む組織として「庄原版DMO」を形成・確立する。

庄原版DMOは、地域の稼ぐ力の強化に取り組むとともに、庄原市における観光推進体制の中心となり、市(行政)や地域の団体・事業者・市民と連携し、以下に示す横断的な体制を構築する。

なお、庄原版DMOについては、平成32年4月の設立を目指す。

■庄原版DMOのイメージ



庄原市(行政)の担う役割・機能

観光振興計画の策定、予算執行、利害調整、仕組作り、施設・資源管理、二次交通、規制緩和(特区)等

庄原版DMOの担う役割・機能

戦略立案、マーケティング、プロモーション、着地型旅行商品の開発・販売など自主事業の推進、地域の合意形成、地域産品のブランディング等

DMOとは、Destination Marketing/Management Organization の略で、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「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、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。



第2期庄原市観光振興計画
 発行 広島県庄原市 企画振興部 観光振興課
 〒727-8501 広島県庄原市中本町一丁目 10-1
 TEL 0824-73-1179 FAX 0824-72-3322
 URL <http://www.city.shobara.hiroshima.jp>
 E-Mail kankou@city.shobara.lg.jp



第2期

庄原市観光振興計画

～概要版～

計画期間:平成31年度～35年度

(2019～2023年度)



平成31年(2019年)3月 策定



広島県庄原市

～庄原市観光振興計画策定の趣旨～

本計画は、今後の観光動向の見通しや庄原市の特性等を踏まえ、庄原市の観光振興の将来像や目標、施策を明らかにし、市、観光関連団体、事業者、市民などが互いに協働して取り組むための指針とする。

観光を取り巻く情勢と庄原市観光の現状

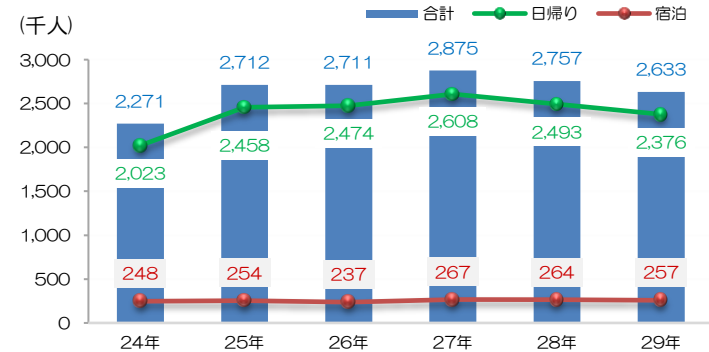
①観光市場の動向

- ・日本人旅行者数は横ばいで、今後大幅な増加は見込めない
- ・外国人観光客は、今後さらに増加が見込まれる
- ・個人旅行が増加傾向で、団体旅行は減少
- ・国内観光客は、食や名所めぐりが人気
- ・外国人観光客は、食や自然景勝地が人気

②庄原市観光の現状

- ・総観光客数の推移
→平成27年に過去最高を記録したが、減少傾向
- ・観光消費額の推移
→観光消費額は減少傾向、観光消費単価は微増傾向
- ・外国人観光客数の推移
→年々増加傾向

■庄原市 総観光客数と日帰り・宿泊別総観光客数の推移



■庄原市 観光消費額・観光消費単価の推移



③本市観光客の特性とニーズ

- ・観光客の居住地・構成 → 広島県内を中心に日帰りの可能なエリアからの来訪が多い
夫婦および子育てファミリーが上位
- ・観光客の動線 → 備北エリアおよび山陰山陽の周遊が多い
- ・庄原市観光の認知度 → 観光地の認知度は低い
- ・庄原市観光の経験度 → 県内在住者の46%は庄原市への旅行経験がない
国営備北丘陵公園の経験度がトップ
- ・庄原市観光のイメージ → 「さとやま」に関するイメージが上位
- ・観光資源の認知度・興味度 → 帝釈峡と国営備北丘陵公園が上位
- ・観光客のニーズ → 「食」に関するニーズが上位
- ・道の駅等交流拠点施設の満足度 → 満足度の格差が拡大

前計画（平成26年度～30年度）の課題

①観光消費額の低迷

高速道路網の整備に伴う日帰り圏域の広がりなどから、観光消費単価の高い宿泊客や雪山の観光客数が減少している。

また、市内を周遊するモデルプランや旅行商品が確立できていない。

②プロモーションの不足

庄原観光ナビにおいて、全体のアクセス数は把握しているが、そこから先の消費行動の数をカウントする必要がある。

また、観光関連団体・事業者における、情報発信力や営業力の強化等が必要。

③観光推進体制の重複

観光関係者間の事業や取り組みに重複が見られることから、それぞれの活動を整理・集約する仕組みが課題であり、整理した仕組みにおいて、多くの関係者を巻き込み、自律的に運営していくことのできる観光推進主体の確立が必要。

④観光人材の不足

観光に関する各種データの収集や顧客対策など、マーケティング・マネジメントを行う仕組みやノウハウ、専門人材が不足している。

本計画の将来像

観光交流の産業化による地域の持続的な発展

本計画では、観光交流人口の拡大と観光交流の産業化によって、所得の向上と市民が安心して働ける、やりがいのある仕事を生み出しながら、地域経済の活性化を図っていく。

また、観光交流を通じて庄原市にある里山資源の豊かさや魅力を再認識し、定住人口の維持・増加につなげ、庄原市が将来にわたり持続的に発展する、活力ある地域となることを目指していく。

本計画の観光戦略

■施策体系図

コンセプト

里山の誇りを育む観光地域づくり

～地域に活力を生み出し、地域経済も動かす観光業の確立～

基本施策

1. 里山資源を活かした観光消費額の向上

①里山資源の魅力化(資源磨きと観光コンテンツ開発)

観光資源の資源磨き、観光コンテンツの開発、有名観光地を活かした周遊観光の促進

②里山ステイの推進(宿泊消費額の増加)

多様な宿泊施設の整備、滞在プランの構築、体験型教育旅行の誘致、合宿誘致の推進

③里山アクティビティの推進(着地型旅行消費額の増加)

里山アクティビティの魅力化、着地型観光の推進

④里山フードツーリズムの推進(特産品・飲食消費額の増加)

庄原ご当地グルメの開発・販売促進、特産品等の販路拡大、魅力ある特産品開発、道の駅等の魅力化

2. 観光情報発信の強化

①効果的な情報発信

一元的なプロモーションの展開、デジタルプロモーションの強化、市民・観光施設等の情報発信力強化

②観光客ニーズに即した観光案内体制の整備

道の駅等交流拠点施設での情報発信力の強化

③広域周遊観光の促進

広域周遊観光の促進

④外国人観光客の誘致

ニーズを踏まえた商品開発、マーケットに応じた情報発信、広島県・DMO等との連携

3. 観光推進体制の強化

①庄原版DMOの形成・確立

→観光推進体制のイメージ図へ(3ページ)

②観光振興事業の効率化

既存事業の見直しと役割分担の明確化、観光財源の確保と規制緩和の活用、二次交通アクセスの充実、遊休施設及び遊休地の有効活用(観光事業者等の誘致)

③観光人材の確保・育成

観光人材の確保、観光人材の育成

④観光振興への地域住民等の参画促進

観光関連団体・事業者等の活動支援、庄原ファンの拡大

⑤外国人観光客の受入体制の整備

外国人観光客の受入環境の充実

将来像

観光交流の産業化による地域の持続的な発展