

第2期

庄原市観光振興計画

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

目次

第1章 庄原市観光振興計画策定の趣旨

- 1. 計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
- 2. 計画の位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
- 3. 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3

第2章 観光を取り巻く情勢と庄原市観光の現状

- 1. 観光を取り巻く庄原市の情勢・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4
- 2. 観光市場の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
 - (1) 国内観光市場の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
 - (2) 国内観光客の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7
 - (3) 外国人観光客の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8
 - (4) 国の施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・9
 - (5) 広島県の施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・10
- 3. 庄原市観光の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・11
 - (1) 総観光客数の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・11
 - (2) 観光消費額の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・11
 - (3) 外国人観光客数の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・12

第3章 前計画(平成26年度～30年度)の検証

- 1. 前計画のねらい・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・13
- 2. 目標の達成状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・13
- 3. 前計画の施策体系・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・14
- 4. 基本施策の検証・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・15
 - (1) さとやまの特色を生かした観光地域づくり・・・・・・・・・・15
 - (2) 観光情報発信の強化と観光客の周遊促進・・・・・・・・・・19
 - (3) 観光推進体制の充実と人材の育成・・・・・・・・・・・・・・・・20
- 5. 前計画の成果と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・21
 - (1) 成果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・21
 - (2) 課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・21

第4章 庄原市観光調査の結果

- 1. 庄原市観光客の特性とニーズ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・22
 - (1) 観光客の居住地・構成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・22
 - (2) 観光客の動線・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・23
 - (3) 庄原市観光の認知度・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・24
 - (4) 庄原市観光の経験度・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・25
 - (5) 庄原市観光のイメージ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・26
 - (6) 観光資源の認知度・興味度・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・27
 - (7) 観光客のニーズ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・29
 - (8) 道の駅等交流拠点施設の満足度・・・・・・・・・・・・・・・・・・30

2. 庄原市内観光事業者の課題等	31
(1) 観光事業者における来客数の傾向	31
(2) 観光事業者における取り組み状況	31
(3) 観光事業者が抱える課題	32

第5章 庄原市観光の方向性

1. 庄原市観光におけるSWOT分析	33
(1) SWOT分析による整理	33
(2) SWOT分析から導き出す方向性	34

第6章 本計画の目指す姿

1. 本計画の将来像	36
2. 本計画のコンセプト	36
3. 期待される効果	37
4. 本計画の目標値	39

第7章 本計画の観光戦略

1. 施策体系	40
2. 施策の展開	41
基本施策1：里山資源を活かした観光消費額の向上	41
(1) 里山資源の魅力化(資源磨きと観光コンテンツ開発)	41
(2) 里山ステイの推進(宿泊消費額の増加)	42
(3) 里山アクティビティの推進(着地型旅行消費額の増加)	43
(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)	44
基本施策2：観光情報発信の強化	46
(1) 効果的な情報発信	46
(2) 観光客ニーズに即した観光案内体制の整備	46
(3) 広域周遊観光の促進	46
(4) 外国人観光客の誘致	47
基本施策3：観光推進体制の強化	48
(1) 庄原版DMOの形成・確立	48
(2) 観光振興事業の効率化	49
(3) 観光人材の確保・育成	49
(4) 観光振興への地域住民等の参画促進	50
(5) 外国人観光客の受入体制の整備	50

第8章 計画の進捗管理

1. 計画の進捗管理	51
------------	----

○参考資料

策定委員会 開催経緯・名簿	52
---------------	----

第1章 庄原市観光振興計画策定の趣旨

1. 計画策定の趣旨

庄原市では、「地域産業」「暮らしの安心」「にぎわいと活力」を柱とする「庄原いちばんづくり」の実現と、「地域経済の活性化」「市民生活の安定向上」を目指して、平成26年度から5年間を対象とした「庄原市観光振興計画」(以下、「前計画」)を策定し、観光振興に取り組んできました。

前計画が平成30年度で終了するにあたり、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ため、「第2期庄原市観光振興計画」(以下、「本計画」)を策定します。

2. 計画の位置付け

本計画は、第2期庄原市長期総合計画における「観光関連施策の個別計画」となるもので、庄原市の観光振興の総合的な指針となります。また本計画は、観光立国推進基本法に基づき、国の「観光立国推進基本計画」、広島県の「ひろしま観光立県推進基本計画」を踏まえて策定します。

第2期庄原市長期総合計画
計画期間：平成28～37年度
将来像：「美しく輝く 里山共生都市」

- 基本政策1：“絆”が実感できるまち
- 基本政策2：“にぎわい”が実感できるまち
→③観光交流の推進
- 基本政策3：“快適な暮らし”が実感できるまち
- 基本政策4：“あんしん”が実感できるまち
- 基本政策5：“学びと誇り”が実感できるまち

観光立国推進基本法の制定

(平成19年1月)

観光立国の実現～住んでよし、訪れてよしの国づくり～

国「明日の日本を支える観光ビジョン」

(平成28年3月策定)

- ①観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に
- ②観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に
- ③すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

広島県「ひろしま観光立県推進基本計画」

(平成30年度～34年度)

- ①観光客数の増加
- ②観光消費額単価の上昇
- ③観光客の満足度向上

**第2期
庄原市観光振興計画**
(平成31年度～35年度)

3. 計画の期間

本計画は、平成31年度から平成35年度(2019～2023年度)までの5年間を計画期間とします。

第2章 観光を取り巻く情勢と庄原市観光の現状

1. 観光を取り巻く庄原市の情勢

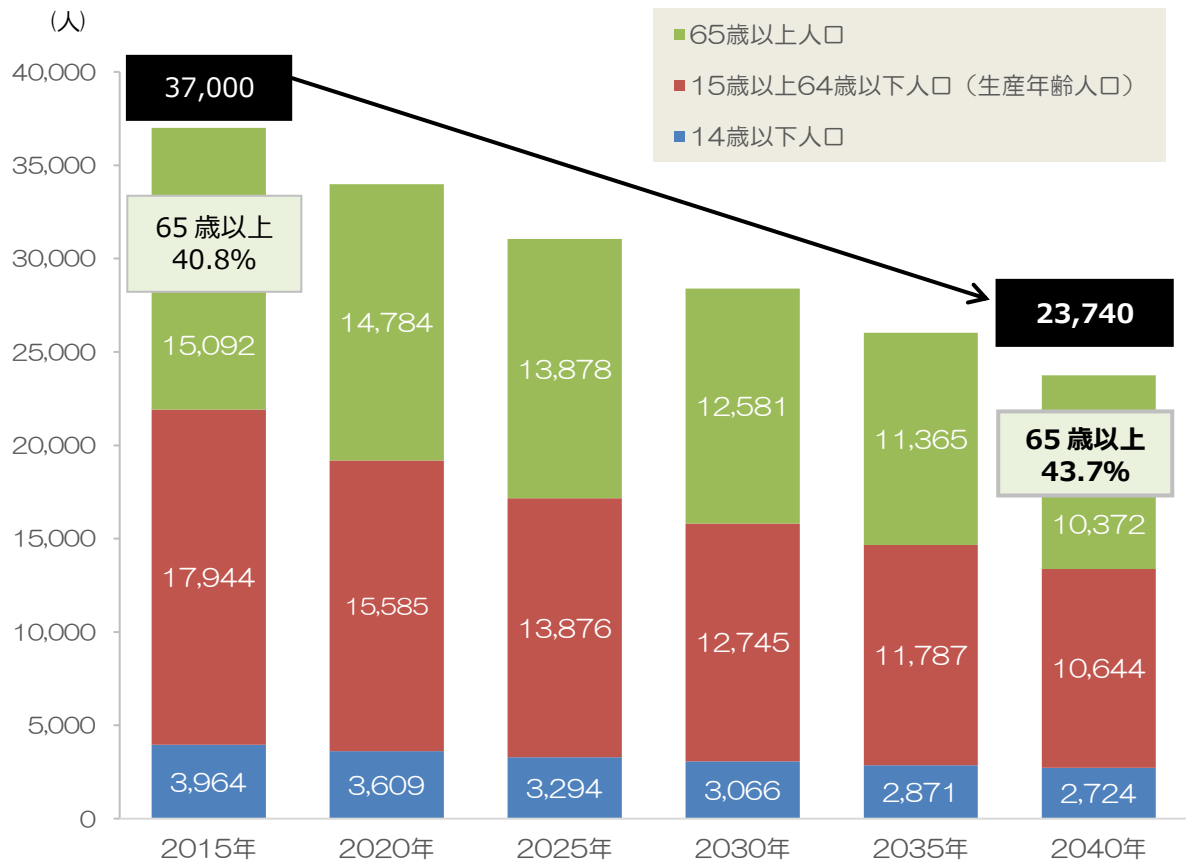
～人口減少の中、観光振興への期待が高まる～

国立社会保障・人口問題研究所によると、庄原市の人口は2040年までに23,740人に減少すると推計され、現在、年間約700人のペースで減少しています。

人口減少が地域経済を縮小させ、その結果、さらに人口が減少するという負のスパイラルに陥る恐れがあり、地域産業の衰退、地域活力の減退、生活不安の増大など、地域の持続性に対する危機感が高まっています。

このような中、観光振興に取り組むことで、市外からの観光客を呼び込み、観光交流人口を増加させるとともに、質の高いサービスを提供し外貨を稼ぎ、地域経済の活性化につなげることや、移住・定住の促進を図り、持続可能な地域づくりの実現を目指すことが期待されます。

■庄原市の将来推計人口の推移



出典：国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口(平成30年3月)

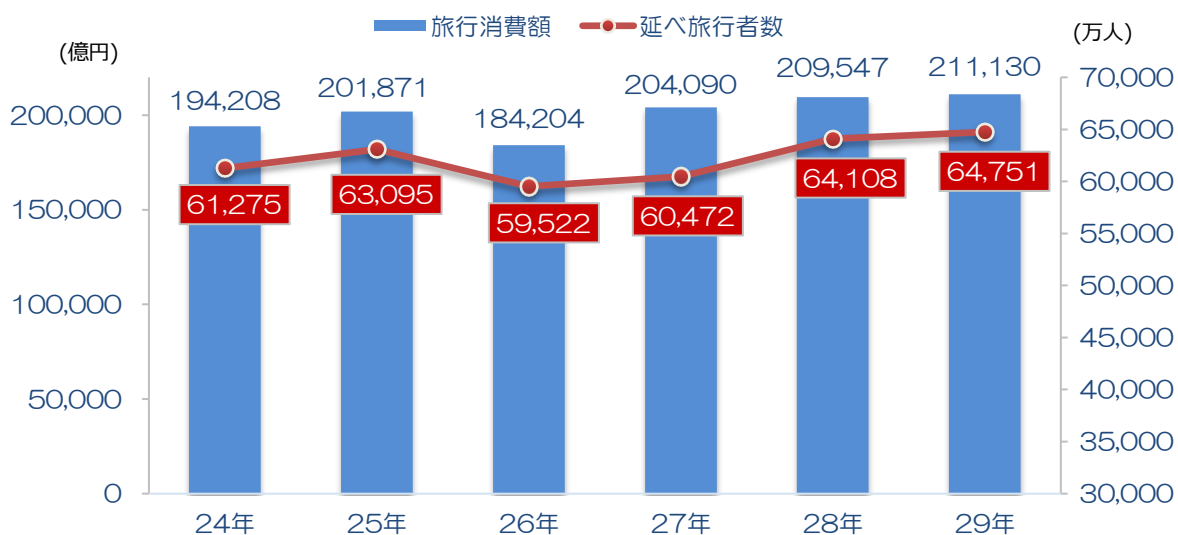
2. 観光市場の動向

(1) 国内観光市場の動向

① 日本人国内延べ旅行者数と国内旅行消費額の推移 ～今後大幅な増加は見込めない～

日本国内の日本人観光客数は、平成26年の消費税率引き上げの影響もあり落ち込みましたが、平成22年から概ね横ばいで推移しています。しかしこの間、総人口が約1.1%、生産年齢人口が約7.1%減少するなど、日本国内の人口減少はすでに始まっており、日本人国内延べ旅行者数と国内旅行消費額は、今後大幅な増加が見込まれにくい状況となっています。

■ 日本国内における日本人旅行者延べ人数・日本人国内旅行消費額

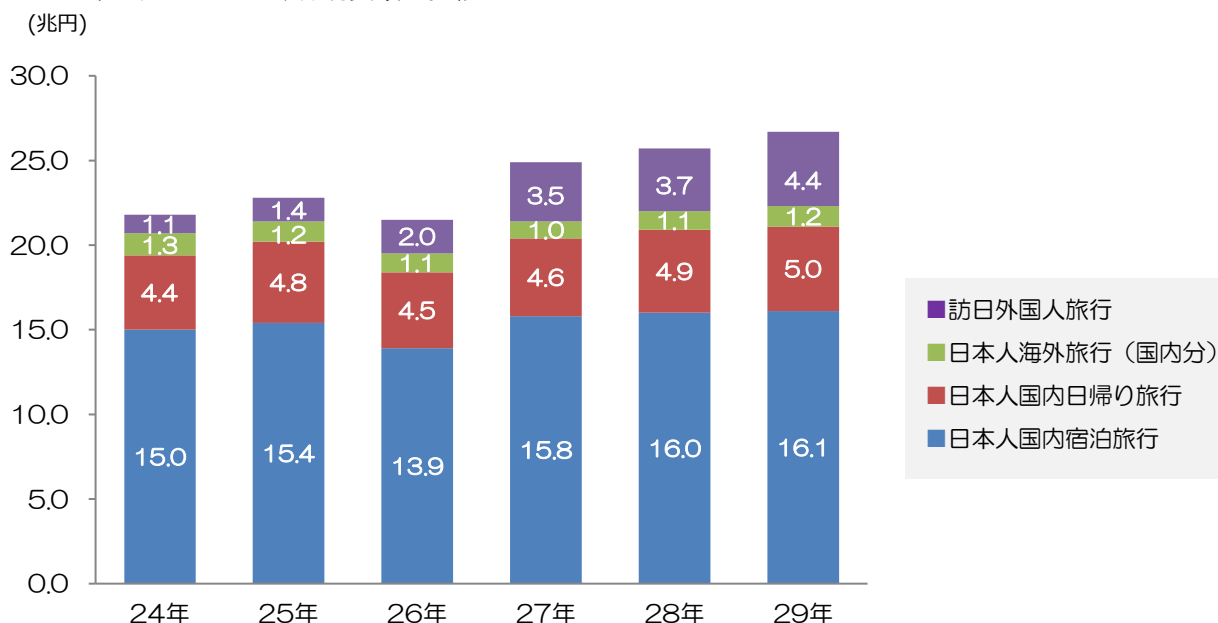


出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査

② 旅行消費額の推移 ～外国人観光客の割合が増加～

日本国内の旅行消費額(日本人・外国人観光客の合計)は、平成24年の約21.8兆円から平成29年には約26.7兆円と、22.7%の増加となっています。このうち、外国人観光客の占める割合は、平成24年の5.0%から平成29年には16.5%と大幅に拡大しています。

■ 日本国内における旅行消費額の推移



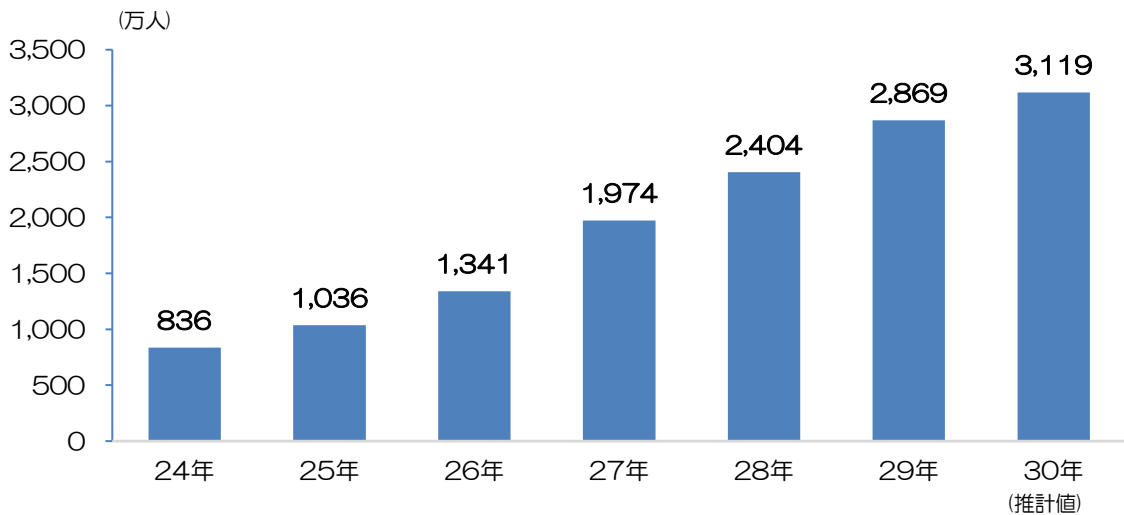
出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査、日本政府観光局(JNTO)

③外国人観光客の推移 ～今後さらに増加が見込まれる～

平成30年の外国人観光客数は、過去最高であった平成29年の2,869万人を更に上回る3,119万人(推計値、対前年比8.7%増)となり、6年連続で過去最高を更新し、国が掲げた外国人観光客の目標値である4,000万人(2020年時点)に向け、堅調に推移しています。

政府は東京オリンピックが開催される2020年には外国人観光客の観光消費額を8兆円、2030年には外国人観光客数6,000万人、観光消費額を15兆円とする目標を立てており、今後さらに外国人観光客の増加が見込まれます。

■外国人観光客数の推移



出典：日本政府観光局(JNTO)



帝釈峡 雄橋(庄原市を代表する観光スポットのひとつ)

(2)国内観光客の動向 ～食や名所めぐりが人気～

国内では、旅行の目的として「食」に対するニーズは以前より高く、これが近年更に高まっています。

国内の旅行形態については、夫婦二人、家族旅行での個人旅行が増加傾向にあり、また、ライフスタイルや価値観の変化により、団体旅行は減少しています。

■旅行先(都道府県)別の最も楽しみにしていたこと(宿泊旅行)

(単位：%)

	広島県 (2017年度)	国内全体 (2017年度)	国内全体 (2016年度)
おいしいものを食べること	16.9	17.9	17.1
温泉に入ること	4.6	14.5	15.0
自然景観を見ること	11.5	12.2	12.4
文化的な名所(史跡、寺社仏閣など)を見ること	25.0	11.7	12.4
観光・文化施設(水族館や美術館、テーマパークなど)を訪れること	10.1	9.7	9.2
スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	5.2	7.0	6.2
芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦	7.9	4.5	5.3
帰省・冠婚葬祭・親族や知人訪問	1.6	4.2	4.2
街や都市を訪れること	4.7	4.1	4.6
自然の豊かさを体験すること	3.0	3.3	2.9
買い物をすること	0.0	2.9	3.0
目当ての宿泊施設に泊まること	3.3	2.7	2.7
地域の祭りやイベント	3.7	2.2	2.0
地域の文化を体験すること	1.1	0.8	0.8
その他	1.4	2.3	2.2
サンプル数	153	9,692	9,823

出典：(公財)日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」

■宿泊旅行の動向形態

(単位：%)

	2017年度	2016年度	2015年度
一人旅	17.2	17.2	17.5
恋人との旅行	7.3	7.0	7.0
夫婦二人での旅行	25.7	25.5	25.3
小学生以下の子連れ家族旅行	11.1	11.8	11.2
中学生以上の子連れ家族旅行	4.5	4.3	4.2
親連れ家族旅行	8.9	8.5	8.5
その他の家族旅行	8.4	8.3	8.4
友人との旅行	12.7	13.1	13.2
職場やサークルなど団体旅行	2.9	3.2	3.3
その他	1.2	1.2	1.4

出典：じゃらんリサーチセンター じゃらん宿泊旅行調査 2018

(3)外国人観光客の動向 ～食や自然景勝地が人気～

特産物の飲食、地酒の飲酒、喫茶・カフェなど、食に関するニーズは日本人観光客と同様に高い状況です。また、自然景勝地の観光、伝統的な宿泊施設での宿泊、地元の人との交流など、体験型観光にも高いニーズがあります。

■外国人が旅行(地方部)において体験したこと(出身国別)

(単位：%)

	中国	米国	フランス
特産物の飲食	62	73	47
自然景勝地観光	57	51	24
伝統的な宿泊施設での宿泊	30	29	26
買い物	46	37	26
温泉に入ること	26	23	24
地元の人との交流	13	44	37
地域探索	7	42	29
地酒の飲酒	24	34	18
自然体験ツアー	23	14	3
美術館	6	12	26
博物館	3	23	18
写真撮影	13	13	11
喫茶・カフェ	11	17	8
水族館	4	9	0
生活体験・ホームステイ	6	3	0
テーマパーク	9	2	0
動物園	4	5	0
スキー・スノーボード	5	2	0
遊覧船	1	4	5
農漁村体験	0	2	3
舞台鑑賞(演劇・音楽)	1	0	0
スポーツ観戦	0	2	0
サンプル数	141	116	38

出典：日本政府観光局(JNTO) 訪日外国人旅行者の消費動向とニーズについて 2016

(4)国の施策

国は観光資源の磨き上げ、世界水準のDMOの形成・育成、インフラの整備などに関する政策を盛り込んだ「明日の日本を支える観光ビジョン」という計画を掲げ、観光立国の実現を目指しています。

「明日の日本を支える観光ビジョン」(観光庁)

～3つの視点と庄原市観光施策に関連する主要施策

① 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

- ・古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進

旅館業規制の緩和や建築規制の合理化等を通じ、地域の古民家等を観光まちづくりの核として面的に再生・活用する取り組みを推進。

- ・滞在型農山漁村の確立・形成

農泊に取り組む体制の構築等により、持続可能なビジネスとして「農泊」に取り組む地域を創出する。

② 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

- ・世界水準のDMO(※)の形成・育成

DMOの運営に多様な主体が関与する仕組みの構築やDMO間の適切な役割分担に基づく広域的な連携の促進、外国人目線による多言語表記の見直し等を支援するとともに、JNTOによるDMOへのコンサルティングを強化する。

- ・観光関係の規制・制度の総合的な見直し

宿泊産業の革新を図るため、コンサルタントによる経営診断や、ICT活用、宿泊施設間の連携等による生産性の向上に取り組む。

③ すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

- ・地方創生回廊の完備

外国人観光客のレンタカー利用に対応するため、「道の駅」のインバウンド対応の促進、高速道路周遊バスの充実、高速道路のナンバリングの整備や道路案内標識の改善、交通需要調整のための料金施策の検討等の取り組みを推進するほか、訪日外国人がレンタカーを運転する際に必要となる日本語の翻訳文の入手に関し、利便性の向上を図る。

- ・通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現

防災拠点等におけるWi-Fi環境の整備について2019年度までに約3万箇所の整備を推進するほか、「VoiceTra」等の多言語音声翻訳システムの実証実験等と関係省庁で連携した更なる普及への取り組み、観光地周辺の公衆トイレの洋式化等の促進、混雑情報の見える化により広域的に混雑緩和を図る取組等を推進するなど持続可能な観光地域づくりに向けた対策の強化、などに取り組む。

※DMO…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。

(5) 広島県の施策

広島県は観光消費額の増大に向けて、観光客数の増加、観光消費額単価の上昇、観光客の満足度向上の施策を柱とした「ひろしま観光立県推進基本計画」を策定し、観光振興を図っています。

「ひろしま観光立県推進基本計画」(広島県)

～3つの目的と施策の取組方向

① 観光客数の増加

- ・国内観光客数の増加

年間を通じた観光客数の増加につなげるための観光プロダクト開発や情報発信を重点的に行う。

- ・外国人観光客数の増加

国・地域ごとのニーズや旅行形態に応じた情報発信を行うことで旅行需要を創出するとともに、宿泊や周遊滞在につながる観光プロダクトの開発等に取り組む。

② 観光消費額単価の上昇

- ・宿泊消費額の増加

宿泊施設の増加に向けて取り組むとともに、周遊促進等により県内滞在時間の延長を図ることによって、宿泊客数の増加を推進する。

- ・飲食消費額の増加

広島ならではの飲食を年間を通して楽しむことができるよう供給量の確保や店舗数の拡大、さらにそうした「食」を楽しむたくなるような情報の発信に取り組む。

- ・滞在時間延長による消費額の増加

県内周遊や滞在時間延長につながる観光プロダクトを開発し、そのプロダクトによる消費とともに、飲食消費にもつなげる。

③ 観光客の満足度向上

- ・受入環境の充実

増加する外国人観光客の受入環境の充実に重点的に取り組む。

- ・おもてなしの充実

広島県「みんなで」おもてなし宣言等により、観光事業者や一般県民によるおもてなしをさらに向上させる取り組みを行う。

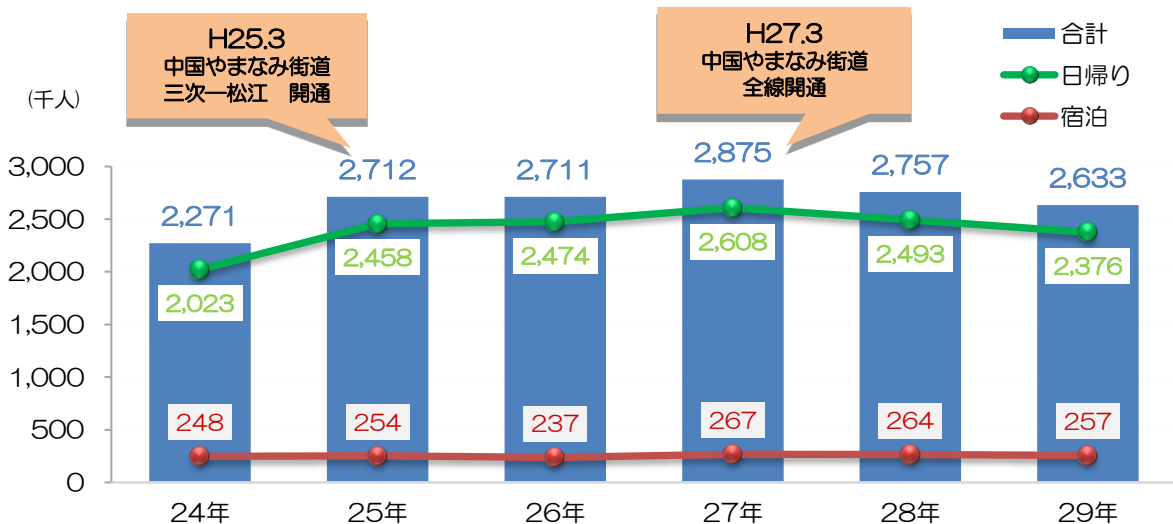
3. 庄原市観光の現状

(1) 総観光客数の推移 ～平成 27 年に過去最高を記録～

庄原市の総観光客数については、中国やまなみ街道の全線開通(平成 27 年 3 月)を受け、平成 27 年には過去最高の観光客数となったものの、平成 28 年以降は開通効果が収まり、行楽シーズンの天候不良なども影響し、観光客数は減少傾向にあります。

また、庄原市の観光客数の約 90%は日帰り客で、消費単価が高い宿泊客数も少しずつ減ってきています。

■庄原市 総観光客数と日帰り・宿泊別総観光客数の推移



出典：広島県観光客数の動向

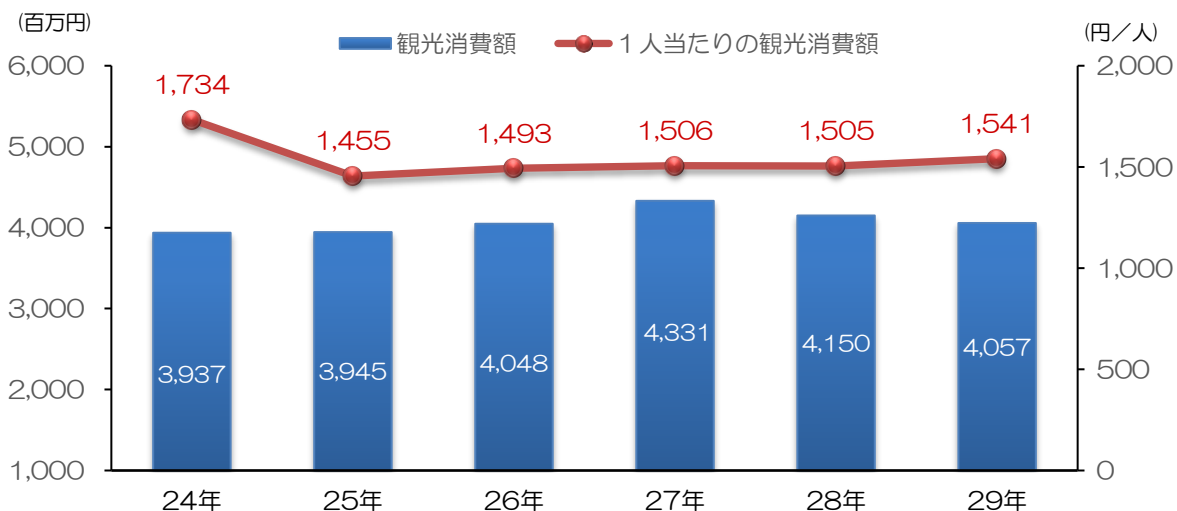
(2) 観光消費額の推移 ～観光消費額単価は微増傾向～

庄原市の観光消費額は、中国やまなみ街道の開通に伴い平成 25 年より一旦増加に転じたものの、平成 28 年以降は観光客数と同様に減少傾向にあります。

1 人当たりの観光消費額(観光消費額単価)については、平成 25 年以降、わずかですが増加傾向にあります。

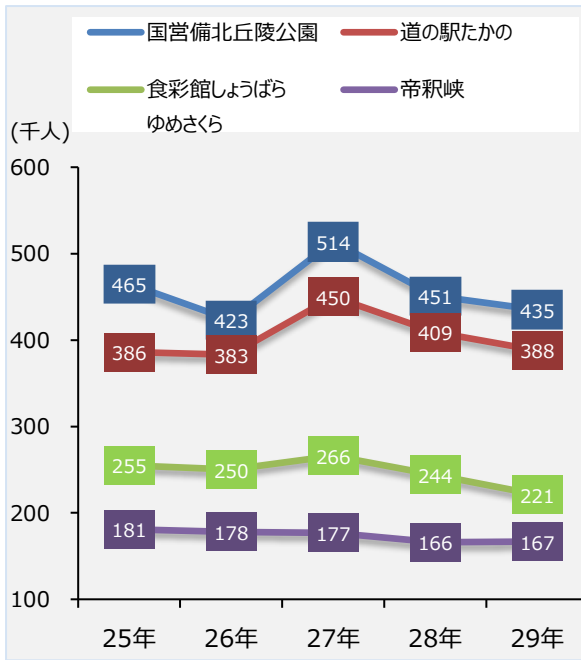
観光客数が過去最多となった平成 27 年と比べ、平成 29 年は観光客数が約 9%減少しているものの、観光消費単価の上昇のため、観光消費額は約 7%の減少に留まっています。

■庄原市 観光消費額・観光消費単価の推移

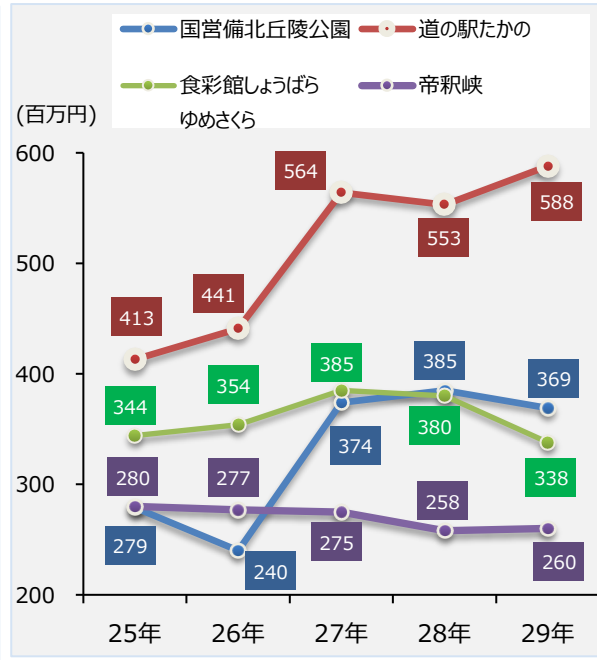


出典：広島県観光客の動向

■主要施設の観光客数



■主要施設の観光消費額

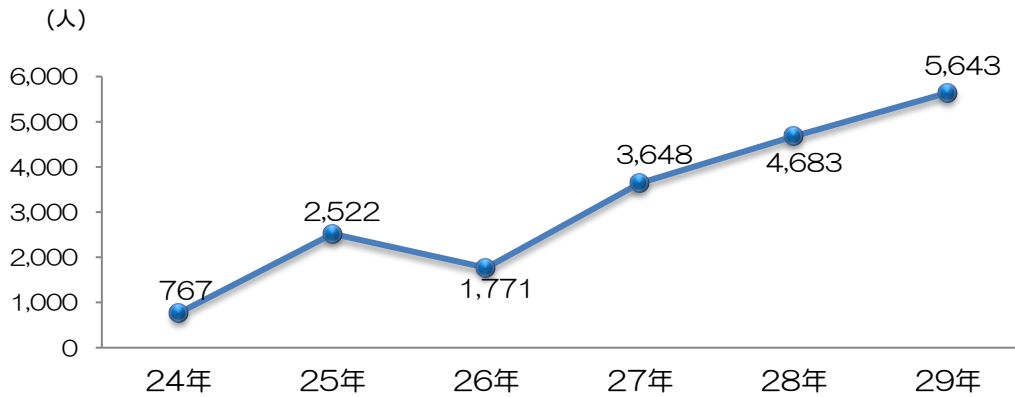


出典：庄原市観光統計

(3)外国人観光客数の推移 ～年々増加傾向～

庄原市の外国人観光客数は年々増加傾向にあり、前計画期間中には2倍以上に増加しています。ただし、庄原市の総観光客数に占める外国人観光客数の割合は平成29年時点で0.2%と低い状況となっています。

■庄原市 外国人観光客数の推移



出典：庄原市観光統計



外国人モニターツアーにて「やさい寿司」の調理体験を楽しむ外国人観光客

第3章 前計画（平成26年度～30年度）の検証

1. 前計画のねらい

前計画では、基本コンセプトを「さとやま遊びで感動を生む観光地域づくり」とし、自慢の食・特産品が増え、花と緑、さとやまを体験する人が増えることをイメージし、「観光客数」「観光消費額」「来訪者の満足度」の向上を目指しました。

また、観光振興により地域産業の再生・構築(産業化)を行い、観光・交流によるにぎわいづくり(活性化)につなげ、地元愛の醸成(ブランド化)を進め、地域が持続的に発展していくことを観光振興の将来像としました。

2. 目標の達成状況

平成29年時点で、前計画において掲げた目標はいずれも達成できていないものの、観光消費額と来訪者満足度は、前計画の策定前よりも増加しています。

また、総観光客数については、中国やまなみ街道の開通効果により、平成27年には目標を上回る観光客が来訪しています。

■前計画の目標値と達成状況

区分	目標	平成25年 (計画前)	平成26年 (1年目)	平成27年 (2年目)	平成28年 (3年目)	平成29年 (4年目)	期間 平均値	目標比
観光消費額	45.0 億円	39.4 億円	40.5 億円	43.3 億円	41.5 億円	40.6 億円	41.5 億円	▲3.5 億円
総観光客数	282.0 万人	271.2 万人	271.0 万人	287.5 万人	275.7 万人	263.3 万人	274.4 万人	▲7.6 万人
来訪者満足度	60%	53%	—	—	—	54%	—	▲6%

出典：庄原市観光統計

※前計画最終年度は平成30年度だが未集計のため、平成29年までの実績で比較

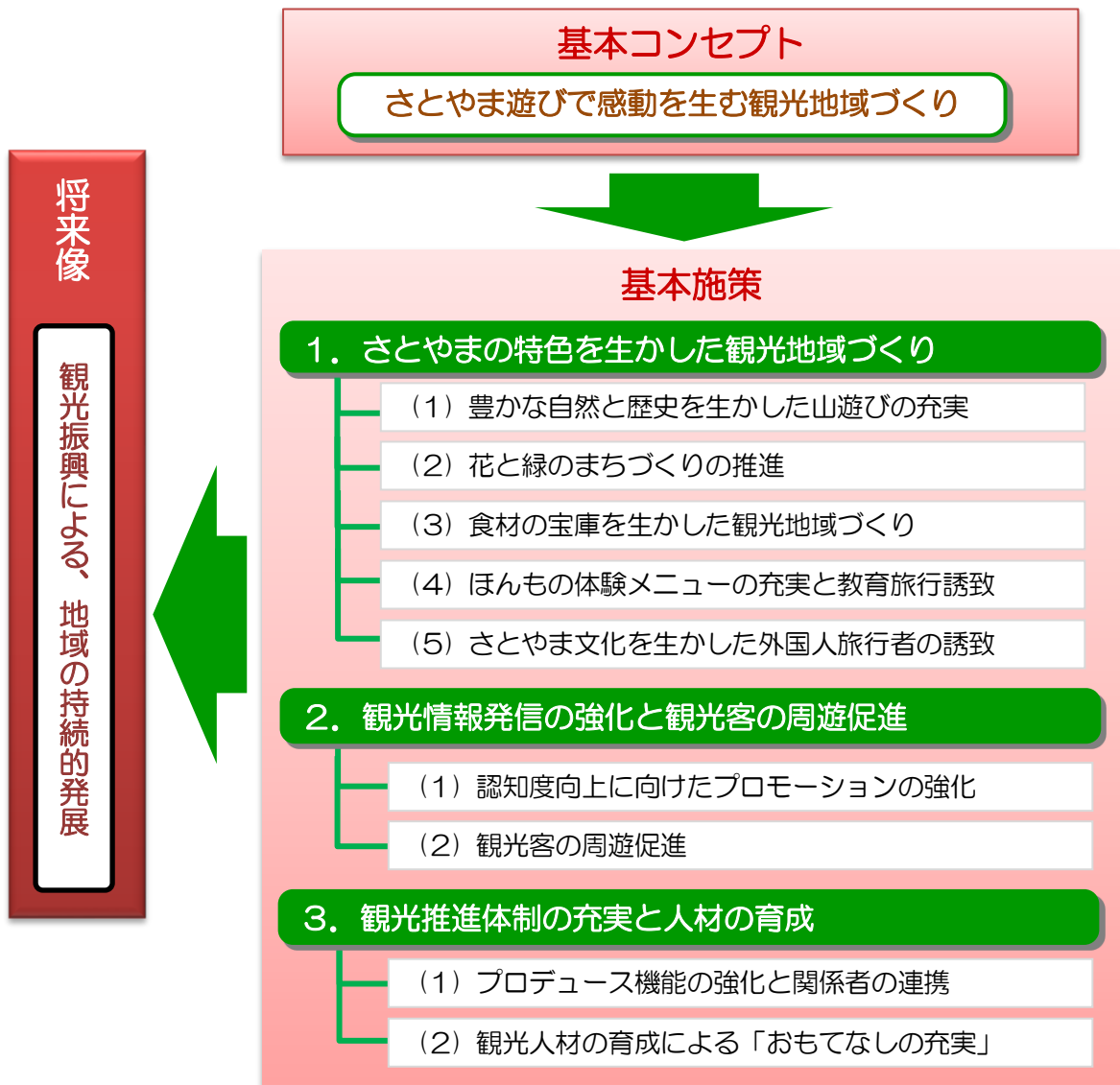


道の駅たかの(中国やまなみ街道・高野IC隣接)

3. 前計画の施策体系

前計画では、庄原市の観光の現状や課題、強みを踏まえ、将来像や目標を達成するための施策体系として、「さとやまの特色を生かした観光地域づくり」「観光情報発信の強化と観光客の周遊促進」「観光推進体制の充実と人材の育成」の3つを施策の柱として、市、庄原市観光協会(※)、庄原観光いちばん協議会(※)、観光関連団体・事業者、市民などが連携・協働して取り組みました。

■前計画の施策体系図



※庄原市観光協会…平成24年3月に、庄原市内の各地域にあった観光協会の一本化を目指して設立した「一般社団法人 庄原市観光協会」のことで、観光振興施策を具体的に推進する主体を担います。本協会は本部を中心として、主に情報発信や着地型観光に関することを担い、市内7地域にある支部(庄原、西城、東城、口和、高野、比和、総領)が主に地域内のイベント運営等を担っています。

※庄原観光いちばん協議会…平成26年度に、観光振興に関する施策を計画的に推進するために設置した、庄原市の観光振興の中核的組織のことを指します。本協議会は、庄原市の観光関連団体によって構成され、本協議会内に「花と緑のまちづくり部会」「逸品推進部会」「観光プロモーション部会」「比婆いざなみ街道部会」を設け、各事業に取り組んでいます。

4. 基本施策の検証

(1) さとやまの特色を生かした観光地域づくり

前計画では、さとやまの特色ある地域資源を生かした施策展開を図ることが重要と考え、「豊かな自然と歴史」「花と緑のまちづくり」「食材」「農村体験メニュー」の4つの地域資源を活用した施策展開に加えて、「外国人観光客の誘致」に取り組みました。

① 豊かな自然と歴史を生かした山遊びの充実

関係市町と連携し、広報媒体(パンフレット・ホームページ等)の充実や、人気山岳ガイドによるトレッキングバスツアーを年間約10本開催するなど、トレッキングスポットへの誘客、豊かな自然資源や神話の歴史等を広くPRしました。

今後は、ガイドや食事、宿泊、お土産、交通などを組み合わせた旅行商品の開発を進めるとともに、スキー客をはじめ来訪者の増加を図るために、マーケティング(※)方法の工夫などが課題となっています。



比婆山トレッキング

○主な成果指標：山遊び項目における観光客数

(単位：人)

	H25	H26	H27	H28	H29
スキー	74,742	81,041	72,647	58,058	53,335
ハイキング・登山・キャンプ	249,843	289,993	277,751	227,273	238,318
自然探勝	393,524	375,551	397,299	325,117	343,078
合計	718,109	746,585	747,697	610,448	634,731



夏の吾妻山



紅葉に染まる帝釈峽



市内のスキー場

※マーケティング…市場(顧客)のニーズを調査・分析し、顧客価値を生み出すための戦略、仕組み、プロセスを指します。

②花と緑のまちづくりの推進

「さとやまオープンガーデン」は市内 26 カ所(H30 春時点)となり、庄原市を代表する人気観光スポットとして定着し、バスツアーも年間約 2,000 人を誘客しています。

また、世界的なガーデナーの石原和幸氏を招聘したガーデンフェスティバルやガーデンセミナーなどを実施し、「花と緑のまちづくり」を推進しました。



オープンガーデンのお庭

今後は、花のイベントに合わせて特典付きの宿泊プランやバスツアー、スタンプラリー等を継続するなど、宿泊や飲食を組み合わせた旅行商品を開発し、花めぐり観光客の消費誘導が課題となっています。また、オープンガーデンの庭数が近年減少しており、事業の継続に向けた仕組みづくりが必要となっています。

○主な成果指標：さとやまオープンガーデンの来場者数(単位：人)

H25	H26	H27	H28	H29
40,876	44,303	47,000	44,000	44,000

～市内にある桜の名所の一例～



上野公園の桜(東本町)



蓮正寺のしだれ桜(西城町)



千鳥別尺のヤマザクラ(東城町)



円正寺のしだれ桜(高野町)

③食材の宝庫を生かした観光地域づくり

平成 26 年度から地元農産物を活用した特産品の開発に取り組み、約 90 品目を開発支援しました。特産品の生産者アンケートによると、平成 29 年度は約 8,000 万円の販売実績となっています。

道の駅等交流拠点施設では、販売力強化に向けた専門家指導を行うなど、平成 25 年対比で約 2 億円の観光消費額が増加しました。

また、観光客の食へのニーズの高まりから、庄原の新ご当地グルメとして「比婆牛丼」や「庄原やさい寿司御膳」を開発し、販売促進キャンペーンを実施。平成 30 年度の実績(4 月～12 月)では、約 4,000 食を販売し、庄原の美味しい食の発信、飲食消費額の向上を図りました。

今後は、マーケットイン(※)に基づいた商品開発および営業力の強化、販路の拡大などの取り組みが課題となっています。

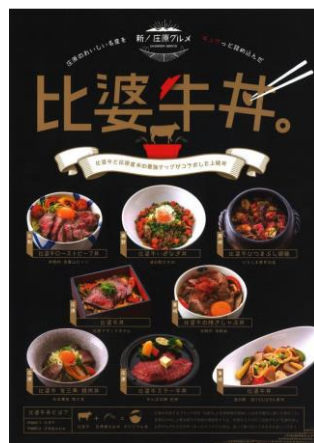


比婆牛丼の一例

○主な成果指標：庄原市内の交流拠点施設の観光消費額

(単位：千円)

	H25	H26	H27	H28	H29
食彩館しょうばらゆめさくら	343,528	354,073	385,363	380,059	338,034
道の駅遊 YOU さろん東城	123,516	126,451	139,948	125,733	135,757
道の駅たかの	412,676	440,681	564,176	553,059	587,696
道の駅リストアステーション	31,120	39,348	40,272	48,151	41,385
モーモー物産館	25,272	20,067	38,633	40,038	32,561
合計	936,112	980,620	1,168,392	1,147,040	1,135,433



新！庄原ご当地グルメ
比婆牛丼のポスター



新！庄原ご当地グルメ
庄原やさい寿司御膳のポスター

※マーケットイン…お客さんのニーズを重視して商品を作ることを指します。

④ほんもの体験メニューの充実と教育旅行誘致

体験型教育旅行の誘致については、「庄原市さとやま体験交流協議会」を設置し、民泊受入体制の整備や旅行会社への営業活動などを行い、平成30年度までに10校2,302泊の受け入れにつなげました。

また、体験型教育旅行で人気のラフティング体験を整備するなど、魅力ある体験プログラムの開発に取り組みました。

今後は、体験型教育旅行の誘致に向け、新学習指導要領に対応した庄原オリジナルの体験プログラムや、民泊受入家庭数の拡大が課題となっています。



ラフティングの様子

○主な成果指標：民泊に関する状況

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度
民泊登録家庭数(件)	-	-	117	145	195	202
受入泊数(泊)	-	-	-	231	1,190	881

⑤さとやま文化を生かした外国人旅行者の誘致

官民連携でインバウンドプロモーションに取り組んだ結果、韓国の旅行会社がトレッキングツアーを企画し、年間300人以上の韓国人観光客が訪れました。また、観光パンフレットやホームページなど広報媒体の多言語化に取り組みました。

今後は、二次交通アクセス(※)の整備やガイドの育成、多言語表示など、個人旅行の外国人観光客を受け入れる仕組みの構築が課題となっています。また、外国人観光客をターゲットとしたマーケティングや、外国人観光客が体験してみたい魅力的な旅行商品が必要となっています。

○主な成果指標：庄原市外国人観光客数

(単位：人)

H25	H26	H27	H28	H29
2,522	1,771	3,648	4,683	5,643

※二次交通アクセス…一次交通とは、出発地から到着地までの交通手段、二次交通とは、旅行現地内での交通手段のことを指します。

(2)観光情報発信の強化と観光客の周遊促進

観光スポットや旅行商品、周遊ルートなどについて、情報発信やプロモーションを行い、認知度および集客力の向上に努めました。また、広域連携により市内外の観光客の周遊促進に取り組みました。

①認知度向上に向けたプロモーションの強化

庄原市観光のポータルサイトとして「庄原観光ナビ」を構築し、内容をテーマごとに整理するなど、使いやすさの工夫に取り組みました。その結果、アクセス数は平成 25 年度 519,712 件から平成 29 年度 993,923 件に大幅に増加しました。また、関東、中部、関西、九州方面の旅行会社を中心にプロモーション活動を行い、旅行商品の造成につなげ、ツアー客の誘致に取り組みました。



庄原観光ナビのトップページ

今後は、市内で行われる観光イベント等の情報の集約・共有や各種ホームページの充実、SNS(※)やマスメディア、民間の広報媒体等の活用、パンフレット等広報媒体の効果的な配布方法などの確立が課題となっています。

○主な成果指標：庄原観光ナビ総アクセス数、観光キャラバンの訪問社数

	H25 年度	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度
庄原観光ナビ総アクセス数(アクセス)	519,712	628,795	740,538	952,252	993,923
観光キャラバンの訪問社数(会社数)	-	54	127	127	120

②観光客の周遊促進

庄原市観光協会の地域限定旅行業を支援し、着地型観光ツアーや体験プログラムの販売に取り組みました。また、花たびキャンペーンや、スタンプラリー等の実施により、市内周遊観光を促進しました。

また、市域を超えた広域周遊観光については、備北観光ネットワーク協議会(庄原市・三次市)など、近隣自治体と連携し、情報発信の充実や周遊ルートの発信に努めました。

今後は、マーケティングに基づく周遊型の旅行商品の開発、プロモーション、周遊促進につながる情報発信方法の改善など、観光客への動機づけの取り組みが重要となっています。



国営備北丘陵公園
(中国自動車道・庄原 IC 下車 5 分(北口))



国営備北丘陵公園北エリア・里山の駅 庄原 ふらりでの
イベント風景(里山マルシェの開催時)

※SNS…Social Networking Service の略語で、インターネット上にて社会的ネットワークを行うサービスのことを指します。Facebook、Twitter、Instagram などがあります。

(3)観光推進体制の充実と人材の育成

庄原市観光協会を中心に、市内の観光情報の集約を図り、観光客からの問い合わせにワンストップサービスを提供するとともに、観光プロデュース機能の強化、観光事業に携わる人材(以下「観光人材」)の育成に取り組みました。

①プロデュース機能の強化と関係者の連携

観光客からの問い合わせに対して窓口を一元化し、情報発信の強化に努めるとともに、観光事業者と連携して着地型観光ツアーの造成、外国人観光客の誘致に積極的に取り組み、庄原観光の魅力を広く発信しました。

また、庄原観光いちばん協議会を設置するなど、観光関連団体の連携を強化し、観光振興に関する施策を計画的に推進してきました。

今後は、市や庄原市観光協会などの機能分担、観光に関する各種データの収集や顧客対策など、マーケティングやマネジメントを行う仕組みの構築やノウハウの蓄積、専門人材の確保などが課題となっています。

○主な成果指標：主催ツアーの催行数、参加者数

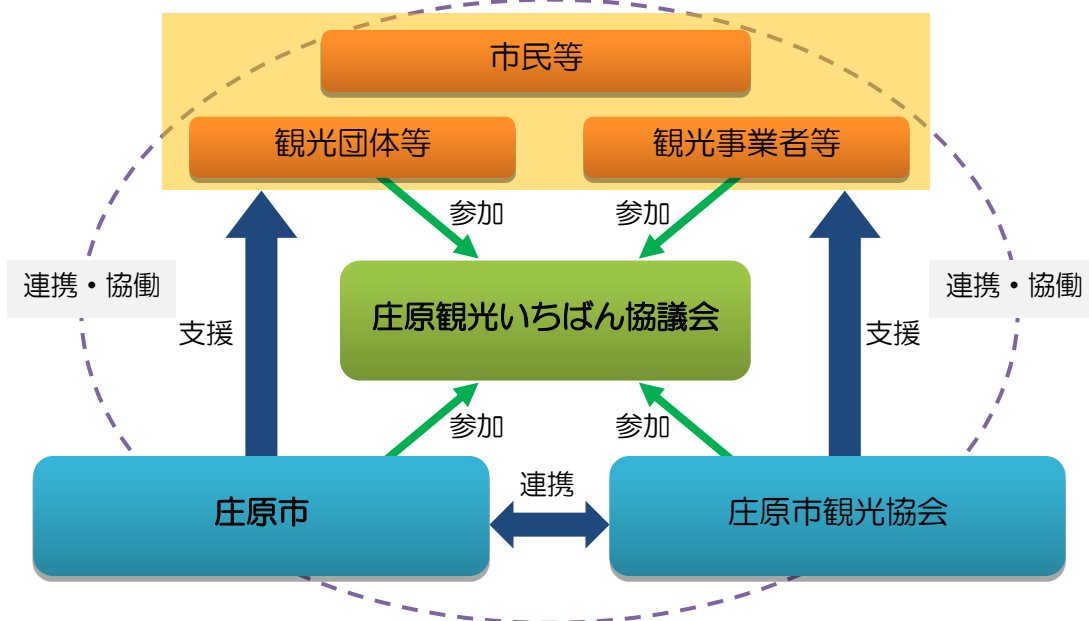
	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
ツアー催行数(件)	-	-	14	10	12
ツアー参加者数(人)	-	-	297	147	200

②観光人材の育成による「おもてなしの充実」

観光人材の育成に向け、観光地域づくり講座やガイド養成講座を開催し、おもてなしの意識の醸成や関係者のスキルアップに取り組みました。また、庄原市観光協会では、受講者の一部を「庄原よまなみガイド」として登録し、着地型観光ツアーのガイドとして起用されています。

今後は、データ収集・分析などマーケティングに基づく戦略立案ができる観光従事者や、地元ガイド・インストラクターの確保・育成が必要となっています。

■前計画の観光振興体制のイメージ



5. 前計画の成果と課題

(1) 成果

① 新事業への取り組み

庄原市観光協会が地域限定旅行業を取得したことにより、着地型観光ツアーの造成・販売など、市内の観光スポットを周遊する着地型観光の推進につながりました。また、体験型教育旅行の受け入れについても地域活動として定着してきました。

② 新たな魅力の創出

農林業を基幹産業とする庄原市の強みを活かし、地元農産物を活用した「逸品づくり事業」や、地元農産物を活用した「新ご当地グルメ開発」に取り組み、食材などの域内調達や観光消費額の向上につながりました。

③ 花と緑のまちづくりの推進

さとやまオープンガーデンは安定した集客を確保しており、人気の観光スポットとして定着しました。

④ 外国人観光客の誘致

台湾・韓国・香港を中心とした外国人観光客の誘致とプロモーションに取り組み、外国人観光客が増加しました。

(2) 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ます。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ません。今後は、各事業に数値目標を設定して状況を可視化するとともに、マーケットインを意識したターゲット設定・商品開発などが必要となっています。

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ますが、今後はそこから先の観光客数や消費額の増加につながる消費行動の数をカウントする必要があります。また、庄原市の観光関連団体・事業者において、情報発信力や営業力を強化するほか、広域的な周遊促進の視点での取り組みが必要となっています。

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となっています。また、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となっています。

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ます。特に、今後においては適時、細かな分析を行っていく必要があるため、デジタルマーケティングができる専門人材が必要です。

第4章 庄原市観光調査の結果

1. 庄原市観光客の特性とニーズ

本計画を策定するにあたり、庄原市では観光客の特性とニーズを把握するために、道の駅等交流拠点施設6カ所での対面調査と、約 1,200 人を対象としたインターネット調査を実施しました。

各種調査の概要

○道の駅等調査の概要

調査日時	平成 30 年 8 月 11 日(土)、12 日(日)の2日間(国営備北丘陵公園以外) 平成 30 年 8 月 18 日(土)、19 日(日)の2日間(国営備北丘陵公園)	
調査場所 (回収数)	道の駅たかの(128名) 道の駅遊YOUさろん東城(118名) モーモー物産館(113名) 合計 724名	道の駅リストアステーション(115名) 食彩館しょうばらゆめさくら(115名) 国営備北丘陵公園(135名)

○インターネット調査の概要

調査日時	平成 30 年 8 月 17 日(金)~20 日(月)		
調査対象年代・性別	20 歳以上 男性：女性=6：4		
調査対象エリア、 割付サンプル数	1：広島県 201 2：愛媛県 107 3：香川県 102 4：鳥取県 109	5：島根県 108 6：大阪府 110 7：兵庫県 101 8：岡山県 109	9：山口県 105 10：福岡県 104 11：東京都 105 合計 1,261 サンプル

(1)観光客の居住地・構成

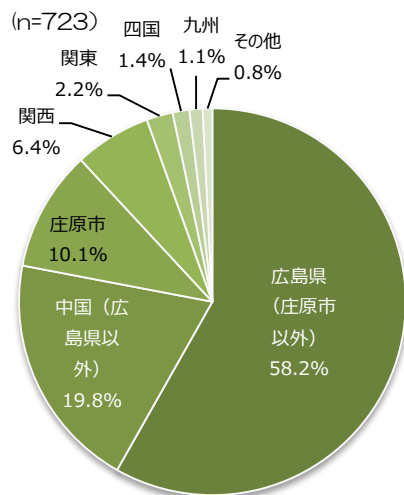
○ 広島県内を中心に日帰りの可能なエリアから来訪されるケースが多い

道の駅調査での来訪者の居住地は広島県内 68.3%、中国地方(広島県以外) 19.8%となっています。中国地方以外では、関西からの来訪が 6.4%となっています。

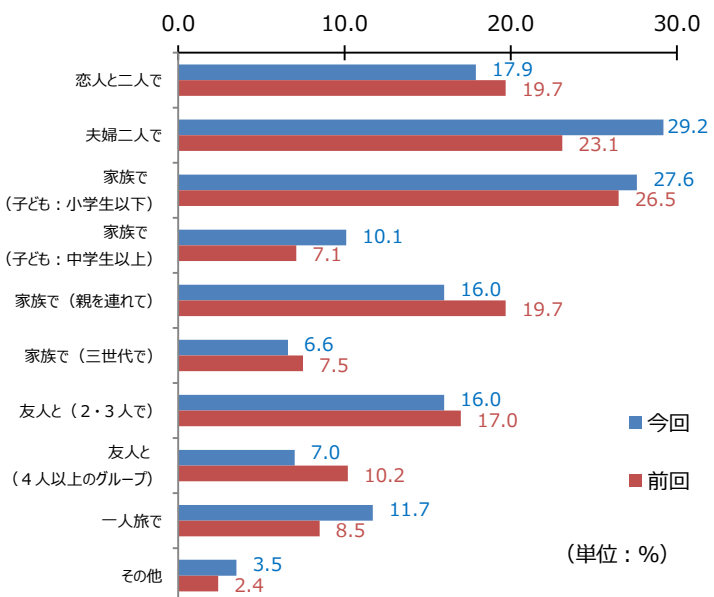
○ 夫婦および子育てファミリーが上位

庄原に旅行経験のある人の同行者については、「夫婦2人(20代と60代が中心)」の 29.2%、「家族(子供小学生以下)(30代と40代が中心)」の 27.6%が上位となっています。

■来訪者の居住地 ※道の駅調査より



■庄原市来訪時の同行者 ※WEB調査より



(2)観光客の動線

○ 備北エリアおよび山陰山陽の周遊が多い

調査場所前後の訪問地については、三次市が1位、その他では出雲市・松江市などの島根県と広島市が上位となっています。庄原市内(2カ所以上周遊)の割合は35.3%となっています。

■庄原市訪問前後の訪問地(上位10位)

順位	場所	人数	順位	場所	人数	順位	場所	人数
1	三次市	46	4	帝釈峡	35	8	岡山県	23
2	出雲市	41	6	島根県その他	32	9	世羅町・尾道市	21
3	松江市	37	7	備北丘陵公園	27	10	鳥取県	19
4	広島市	35	(N=386) ※道の駅調査より					

その他、市内の道の駅等交流拠点施設別では、以下の結果となりました。

施設名	当施設の前後に訪問する主な場所	
国営備北丘陵公園	市外 (60.7%)	広島市 25%、三次市 17%
	市内 (39.3%)	温泉 14%
食彩館しょうばら ゆめさくら	市外 (44.0%)	三次市 20%、島根県その他 16%
	市内 (56.0%)	備北丘陵公園 20%、比婆山連峰 12%
道の駅遊 YOU さろ ん東城	市外 (58.1%)	岡山県 20%、島根県(松江市・出雲市以外) 14%、鳥取県 12%
	市内 (41.9%)	帝釈峡 35%
モーモー物産館	市外 (87.6%)	出雲市 23%、松江市 20%、三次市 14%、島根県(松江市・出雲市以外) 10%
	市内 (12.4%)	高野町 5%
道の駅たかの	市外 (74.0%)	出雲市 20%、広島市 16%、松江市 15%
	市内 (26.0%)	備北丘陵公園 11%
道の駅リストアス テーション	市外 (39.4%)	三次市 21%、神石郡 14%、世羅町 12%
	市内 (60.6%)	ゆめさくら 14%、備北丘陵公園 11%

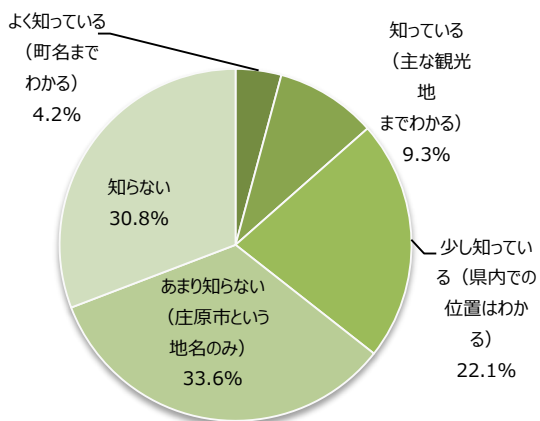
(3)庄原市観光の認知度

○ 観光地の認知度は低い

庄原市の認知度は69.2%と前回調査より6.9%上昇し、広島県内在住者での認知度は98.5%となっているものの、観光地を知っている割合(“知っている”と“よく知っている”の合計)は全体で13.5%、広島県内在住者でも38.8%に留まっています。

観光資源の認知度については、「帝釈峡」、「国営備北丘陵公園」、「比婆牛」の認知度が高くなっています。

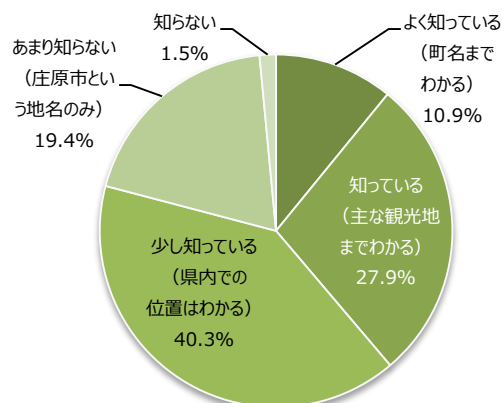
■「庄原市」の認知度(全体)



(n=1,261)

※WEB 調査より

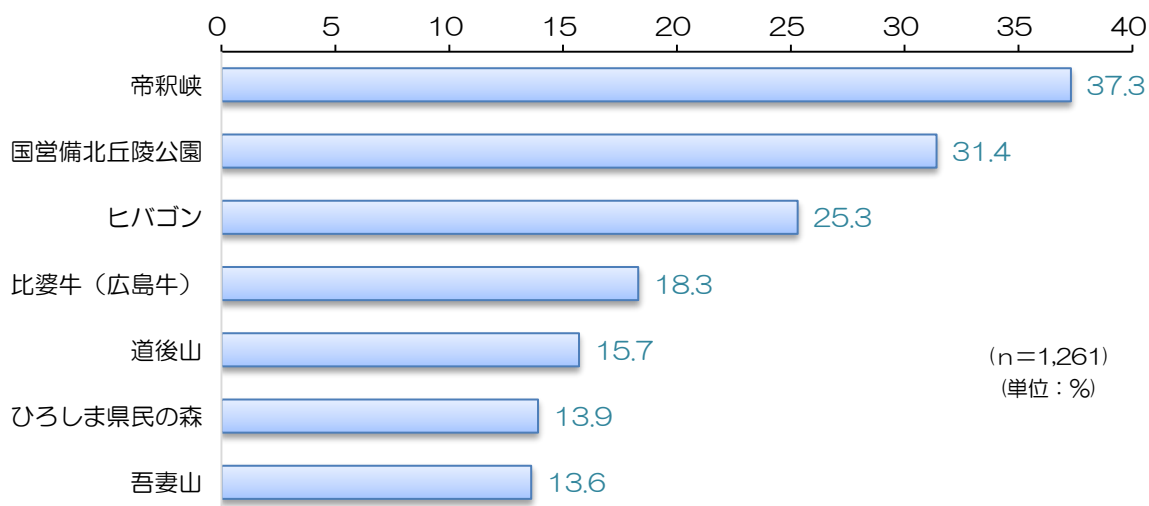
■「庄原市」の認知度(居住地：広島県内)



(n=201)

※WEB 調査より

■庄原市の観光資源、施設やイベント、商品等の認知度の高いもの(上位7位)



(n=1,261)
(単位：%)

※WEB 調査より

(4)庄原市観光の経験度

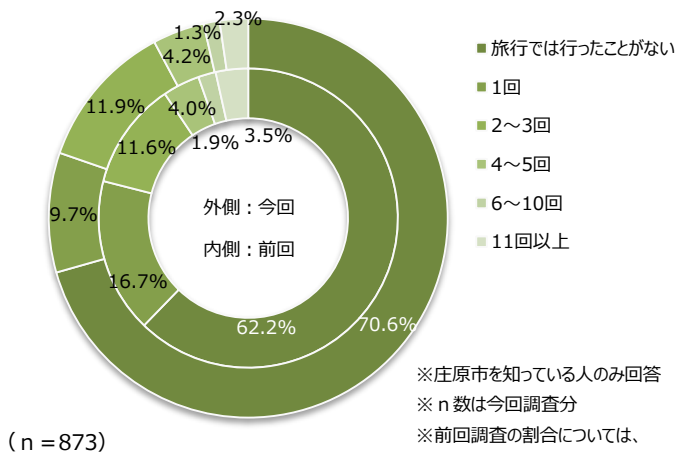
○ 県内在住者の46%は庄原市への旅行経験がない

調査全体で庄原市への旅行経験のない人の割合は70.6%で、広島県内在住者では46%でした。一方で、庄原市へ2回以上旅行したことがある人の割合は67%(うち広島県内在住者76.7%)と、高い割合を占めていました。

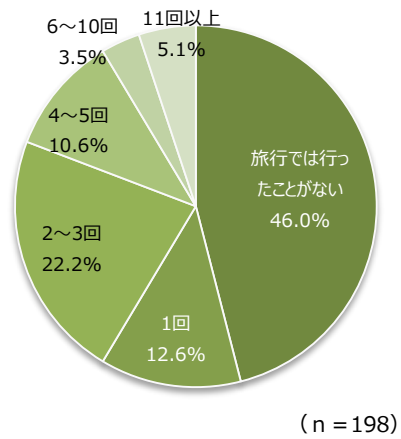
○ 国営備北丘陵公園の経験度がトップ

庄原市で行ったことのある観光地については、「国営備北丘陵公園」の割合が最も高く、次いで「帝釈峡」、「道の駅たかの」の順となっています。

■旅行(観光)での「庄原市」訪問回数(全体)
※WEB調査より

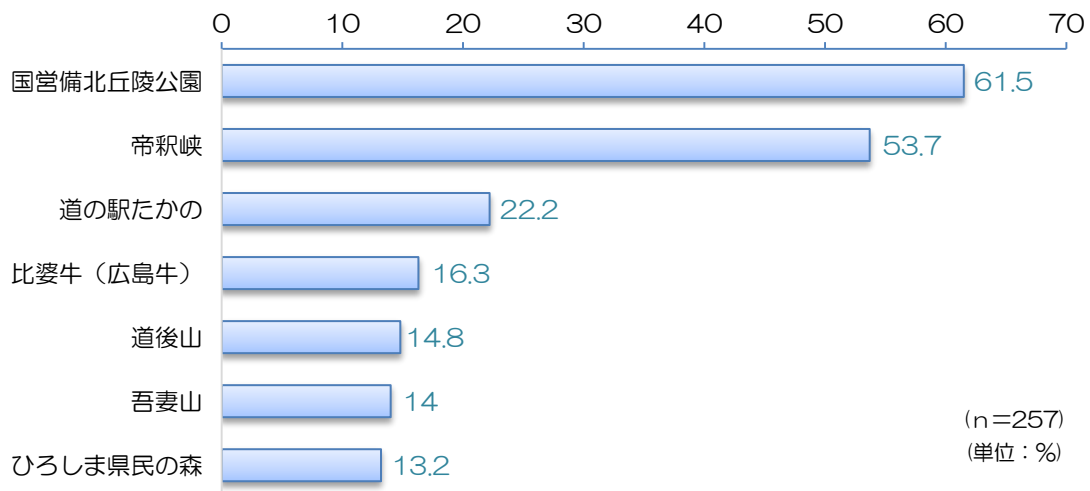


■旅行(観光)での「庄原市」訪問経験
(居住地：広島県内) ※WEB調査より



※庄原市を知っている人のみ回答
※n数は今回調査分
※前回調査の割合については、「庄原市を知らない」と回答した人を除いた母数で割合を算出したもの

■庄原市の観光資源、施設やイベント、商品等を利用、体験したことがあるもの ※WEB調査より

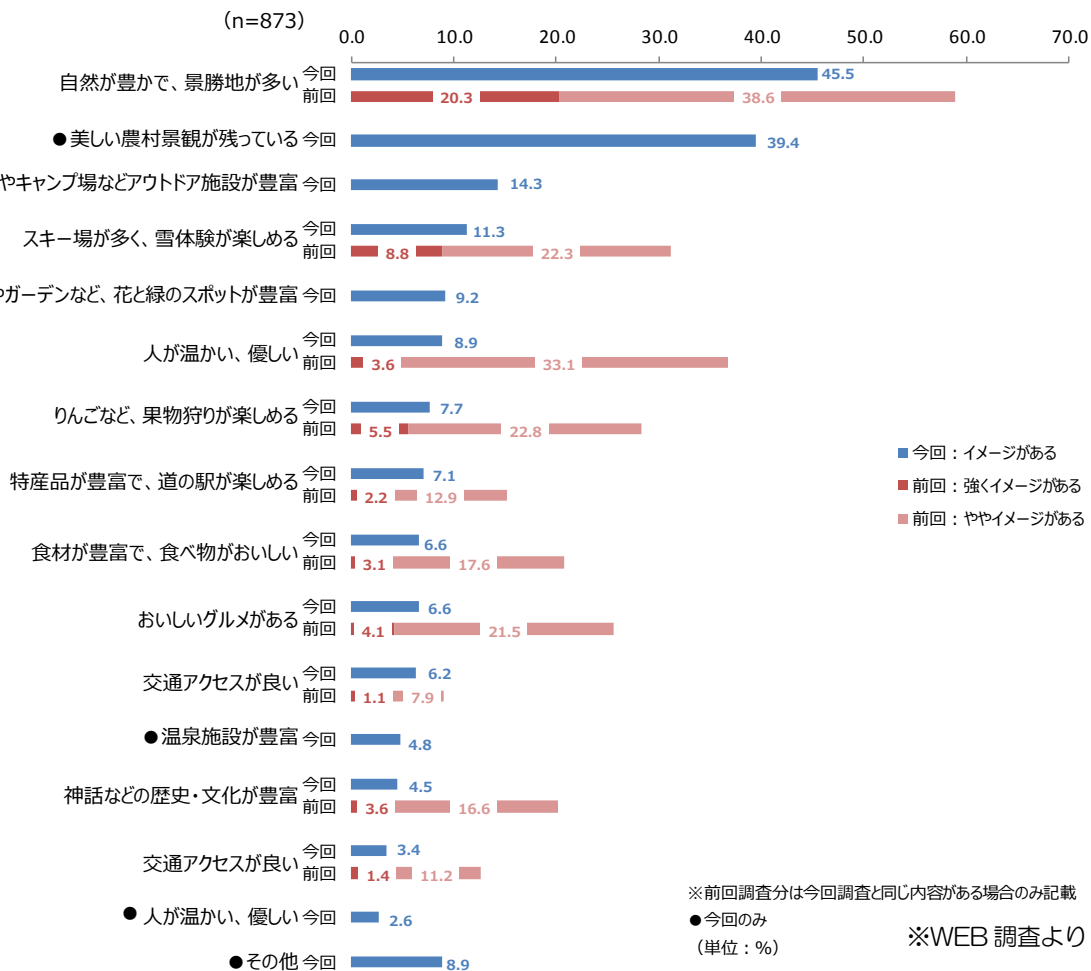


(5)庄原市観光のイメージ

○ 「さとやま」に関するイメージが上位

庄原市の観光に対するイメージは、「自然が豊かで景勝地が多い」や「美しい農村風景」、「アウトドア施設が豊富」などの「さとやま」に関するものが上位を占めています。一方で、県内最大級の農業生産額を誇る農産物や特産品、グルメのイメージは低い状況となっています。

■庄原市についてイメージがあるもの



庄原市内の美しい農村景観

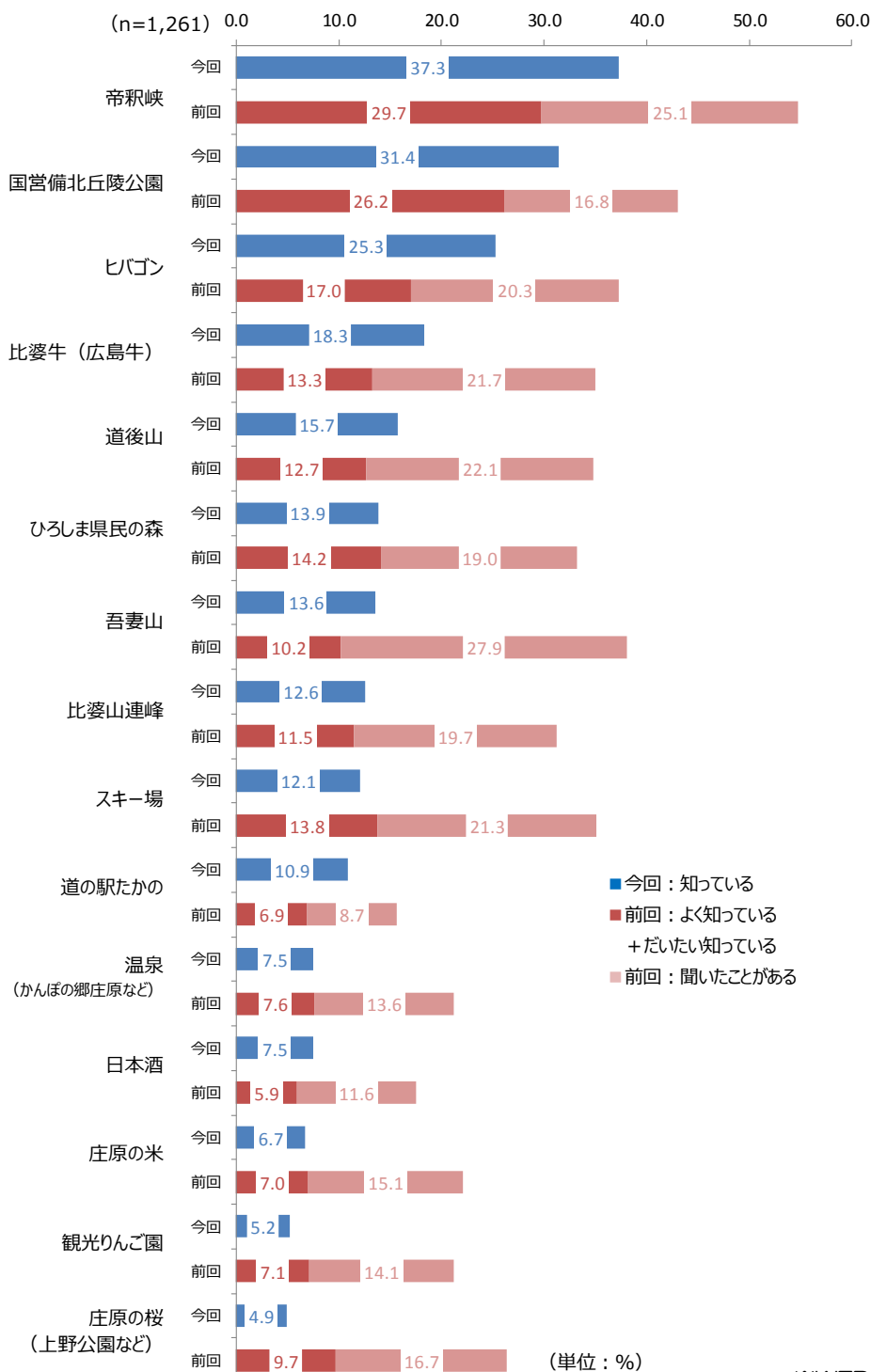
(6)観光資源の認知度・興味度

○ 帝釈峡と国営備北丘陵公園が上位

庄原市の観光資源の中で、「帝釈峡」と「国営備北丘陵公園」「比婆牛」は、認知度と興味度の両方が高く、重要な観光資源であることが伺えます。続いて、「温泉」や「日本酒」「道の駅等交流拠点施設」の興味度が高くなっています。

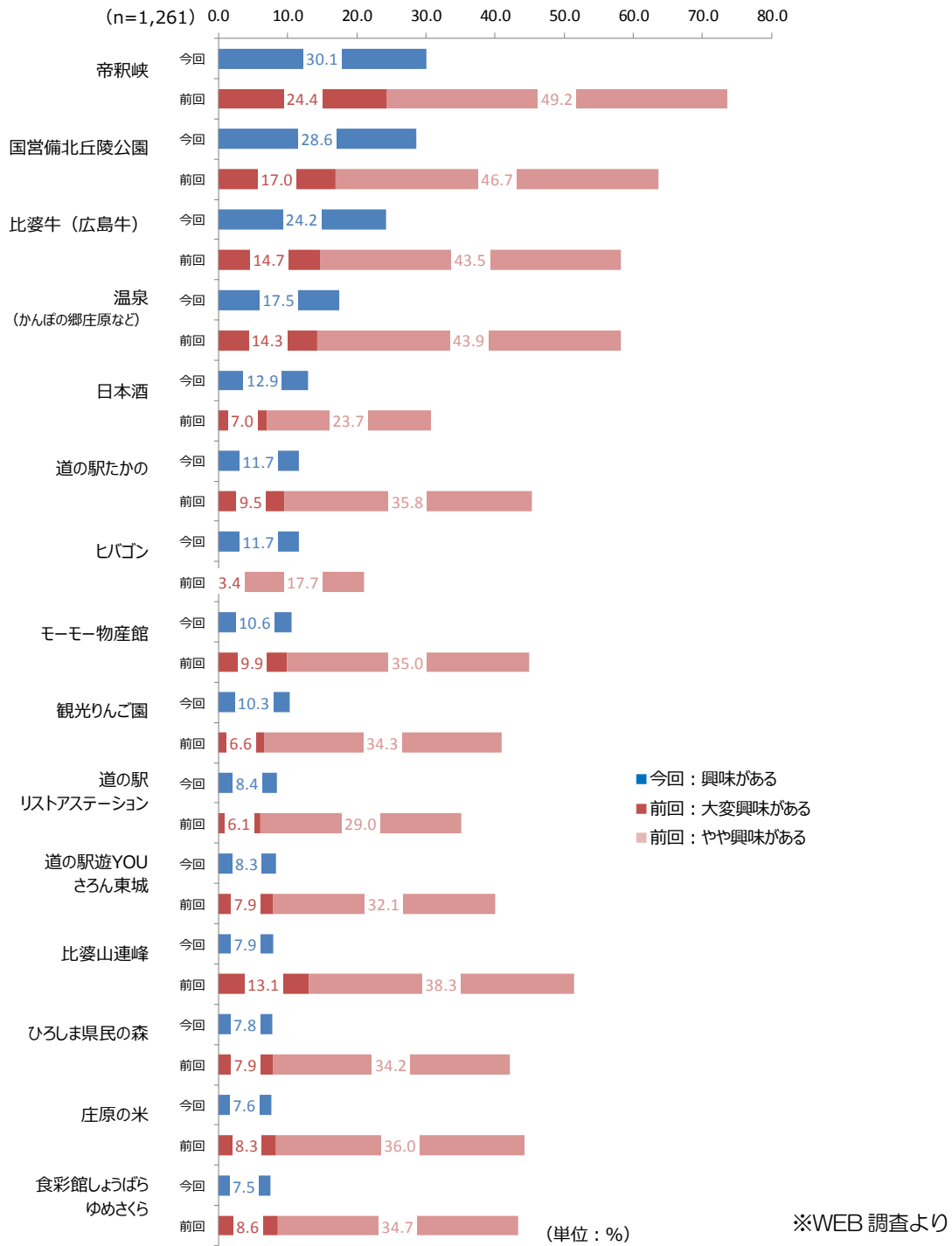
「温泉」などのように、現在認知度は低いが、興味度が高い資源は、今後認知度を高めていく取り組みを行うことによって、有力な観光資源になることが期待できます。

<庄原市観光資源の認知度(上位 15 位)>



※WEB 調査より

<庄原市観光資源の興味度(上位 15 位)>



改装した温泉施設・比和あけぼの荘 (中国やまなみ街道・高野 IC 下車 20 分)

(7)観光客のニーズ

○ 「食」に関するニーズが上位

庄原市の観光資源等で、「これがあればいいな」というものについては、「庄原市の逸品(特産品)」が最も高く、次いで「庄原スイーツ」「新ご当地グルメ」「バーベキューガーデン」「バイキングレストラン」と実に上位5位までが「食」に関するものとなっています。

■主要観光資源の興味度・体験度・満足度の比較

興味度			体験したことがある	満足度
1位	帝釈峡	30.1%	53.7%	78.3%
2位	国営備北丘陵公園	28.6%	61.5%	90.5%
3位	比婆牛(広島牛)	24.2%	16.3%	76.2%
4位	温泉	17.5%	8.6%	68.2%
5位	日本酒	12.9%	5.8%	93.3%

■庄原市にあったら興味があるもの

庄原市にあったら興味があるイベント、商品等		
1位	庄原の逸品(特産品)	30.4%
2位	庄原スイーツ	28.9%
3位	新ご当地グルメ	21.8%
4位	バーベキューガーデン	17.3%
5位	バイキングレストラン	17.0%

(n=1,261)

※WEB調査より

○ 飲食店のニーズがトップ

庄原市の観光地にあれば良いと思われるものについては、飲食店がトップで、次いでコンビニ、ガソリンスタンドとなっています。

■庄原市の観光地にあったらいいと思うもの

順位	場所	人数	順位	場所	人数
1	飲食店	29	4	温泉・温浴施設	17
2	コンビニエンスストア	22	5	特産品	13
3	ガソリンスタンド	20		レジャー施設	

(n=719)

※道の駅調査より



庄原市の地酒の三本セット



えごまを利用した加工品



庄原市のブランド米



雪を特産品開発に活用した「雪室」(道の駅たかの敷地内)

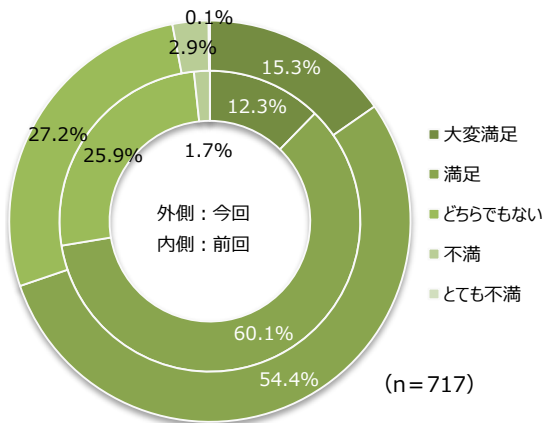
(8)道の駅等交流拠点施設の満足度

○ 満足度の格差が拡大

庄原市観光の玄関口となる、道の駅等交流拠点6施設に対する評価は、全体的に満足度の高い施設と低い施設に分かれ、その差が大きくなっています。また、全施設共通で、「品揃え」、「観光情報の発信」に対する評価が低くなっています。

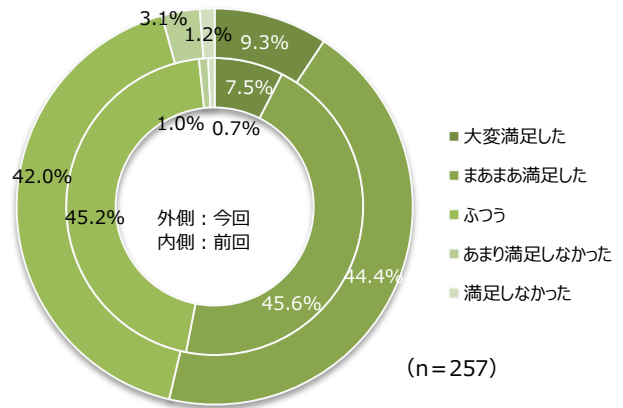
6施設における項目ごとの最高値(最低値) ※5点満点			
品揃え(農産物)	4.0(3.0)	品揃え(ご当地特産品)	4.1(3.1)
観光情報	3.6(2.9)	清潔感	4.2(3.3)
従業員の対応	4.3(3.5)	価格帯	3.9(3.3)
全項目の平均値	3.9(3.2)		

■ 来訪者の満足度 ※道の駅調査より



※n数は今回調査のもの

■ 来訪者の満足度 ※WEB調査より



※n数は今回調査のもの



多くの来場者でにぎわう 道の駅たかの

2. 庄原市内観光事業者の課題等

本計画を策定するにあたり、庄原市では観光事業者の現状や課題等を把握するために、アンケート用紙による調査を実施しました。

○観光事業者調査の概要

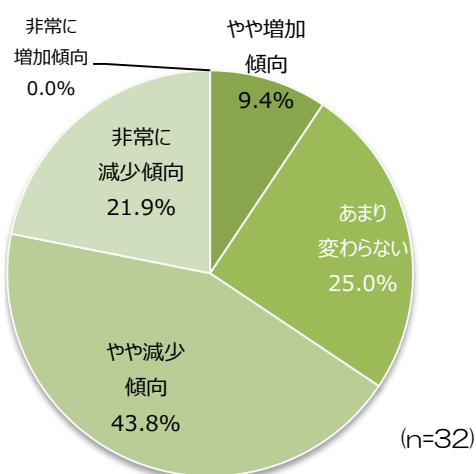
調査期間	平成 30 年 9 月～10 月
調査対象	庄原市内観光関連事業者 108 社 / 回答 50 社

(1)観光事業者における来客数の傾向

○ 来客数は減少傾向

庄原市の観光事業者の来客者数の動向としては、増加傾向のものが 9.4%、現状維持のものが 25.0%、減少傾向のものが 65.7%と、減少傾向にある施設が大半を占めています。

■ 来客数の傾向

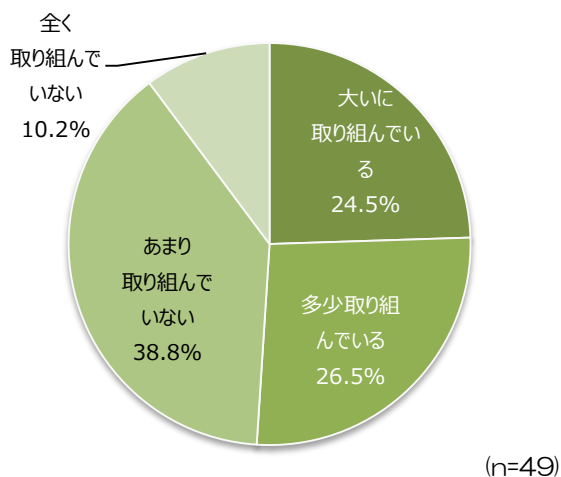


(2)観光事業者における取り組み状況

○ 観光客を増やす取り組みは半数

庄原市の観光事業者の観光客を増やす取り組みは、大いに取り組んでいるが 24.5%、多少取り組んでいるが 26.5%で、約半数が取り組んでいないことになります。

■ 観光客を増やす取り組み

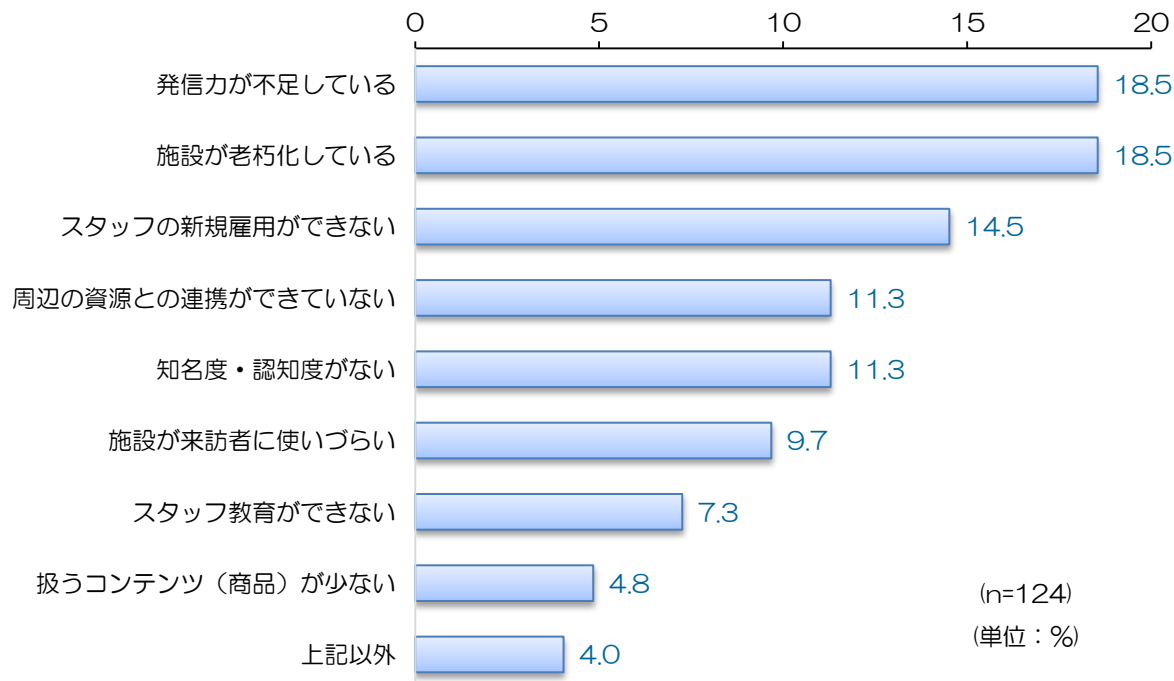


(3)観光事業者が抱える課題

○ 「発信力不足」と「施設の老朽化」が上位

庄原市の観光事業者が抱える課題としては、「発信力の不足」と「施設の老朽化」がそれぞれ 18.5%、以下「スタッフの不足」14.5%、「周辺資源との連携不足」11.3%、「知名度・認知度が低い」11.3%となっています。

■観光関連団体・事業者の課題・問題点(あてはまるもの全て)



施設を改修した 道の駅リストアステーション
(中国自動車道・庄原IC下車20分)

第5章 庄原市観光の方向性

1. 庄原市観光におけるSWOT分析

(1) SWOT分析による整理

ここまで示した庄原市の状況(内部環境)と、国や県を中心とした外部環境を基にして、庄原市の観光の現状に関するSWOT分析(※)を整理します。

	好影響	悪影響
内 部 環 境	<u><強み(Strengths)></u> <ul style="list-style-type: none"> ・豊富な自然資源と景勝地 (比婆道後帝釈国定公園、国営備北丘陵公園等) ・美しい里山景観が残っている ・豊富な食材 (比婆牛、米、野菜、果物、日本酒等) ・登山やキャンプ場などアウトドア施設が豊富 ・温泉施設が豊富 ・花と緑のスポットが豊富 ・スキー場が多く、雪体験が楽しめる ・特産品が豊富で道の駅が楽しめる ・中国自動車道とやまなみ街道が交わるアクセスの利便性 ・神話などの歴史・文化が豊富 ・人の温かさ、優しさ ・里山文化(暮らし)が残っている ・整備された幹線道 	<u><弱み(Weaknesses)></u> <ul style="list-style-type: none"> ・観光消費額の低迷 ・観光コンテンツ(商品)の不足 ・認知度の低さ ・マーケティングの不足 ・プロモーション(情報発信・営業力)の不足 ・観光マーケティング・マネジメント人材の不足 ・ガイド・インストラクターの不足 ・観光推進体制の不足 ・観光事業者等の取り組みが不足 ・二次交通アクセスの不足 ・観光施設の老朽化 ・飲食店の不足 ・宿泊施設の不足 ・特産品等販売力の不足 ・道の駅等交流拠点施設の満足度低下 ・広域周遊ルートの不足 ・外国人観光客の受入体制の不足 ・人口減少(供給能力の減少)
外 部 環 境	<u><機会(Opportunities)></u> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の増加 ・個人旅行の増加 ・「食」への関心の高まり ・コト消費への関心の高まり ・民泊ニーズの伸長(農家民泊、体験型教育旅行の増加) ・高度情報化の進展(SNS、クチコミサイト、旅行予約サイト等) ・国による規制緩和 ・DMO設立における国の支援策 ・市外からの観光事業参入 	<u><脅威(Threats)></u> <ul style="list-style-type: none"> ・国内における人口減少と高齢化社会の進行(需要の縮小) ・人口減少による観光産業従事者の減少 ・周辺観光地との集客競争の激化 ・団体旅行の減少 ・空き家の増加等地域景観の悪化 ・消費税増税による個人消費意欲の減少 ・気象の変化(雪不足など)

※SWOT分析…企業などの組織が目標を達成するために、強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)、機会(Opportunities)、脅威(Threats)の四つの指標に基づいて自己評価を行う分析手法のことを指します。

(2) SWOT分析から導き出す方向性

庄原市には、「魅力的な国定公園(帝釈峡等)」「豊富な自然資源と美しい里山景観」「豊富な食材」など強みとなる観光資源が存在しますが、他の観光地と差別化を図るため、庄原市固有の観光資源の魅力向上に取り組むことが必要となっています。

また、自然・景観資源は単独では消費が発生しないことから、自然資源を活用した「アクティビティ」、美しい景観資源を活用した「宿」、豊富な食材を活用した「食」などを組み合わせることで観光消費を促し、「稼ぐ観光地域づくり」に向けた活動が効果的であるといえます。

観光振興への取り組みにあたっては、効果的な情報発信と地域が一体となる観光推進体制が必要不可欠であることから、「情報発信の強化」「観光推進体制の強化」についても重点的に取り組むことが必要となっています。

今後の方向性について、具体的な内容は下記のとおりです。

①庄原市の強みと追い風(機会)を活かし、積極的に取り組むこと【機会×強み】

○ アウトドア活動や自然の豊かさの体験など、コト消費への関心が高まっている中、庄原市においては、比婆道後帝釈国定公園をはじめとする自然資源や美しい里山景観という強みがあり、今こそこれらの資源や景観をさらに活かしていくチャンスであると考えられます。

このことから、今後は自然資源や美しい里山景観を活かした観光コンテンツを整備し、里山資源を「素材から商品」へと発展させる「**里山アクティビティの魅力化**」に取り組めます。

○ 観光客の「食」への関心が高まっている中、庄原市においては豊富な食材があるという強みがあり、食の可能性を拡大していくチャンスであると考えられます。

このことから、今後は豊富な食材を活かした魅力ある特産品・グルメの開発、販売促進を図る「**里山フードツーリズムの推進**」に取り組めます。

②追い風(機会)を活かし、庄原市の弱みの改善・克服に取り組むこと【機会×弱み】

○ 農家民宿や古民家といった農泊に対する関心が高まっている中、国による支援策も拡充していることから、庄原市の弱みである宿泊施設の不足を克服していくチャンスであると考えられます。

このことから、今後は庄原市の持つ豊富な自然資源や美しい里山景観、人々の温かさを活かし、暮らしと宿泊が一体となった農泊を推進し、体験型教育旅行の誘致や古民家宿の整備などを行う「**里山ステイの推進**」に取り組めます。

○ 備北エリアや山陰山陽の広域周遊観光が増加する中、庄原市観光の玄関口である道の駅等交流拠点施設の観光情報において、「**観光客のニーズに即した観光案内体制の整備**」に取り組めます。

○ スマートフォンをはじめとする情報通信手段の発達している中、庄原市の弱みであるプロモーション(情報発信・営業力)やマーケティング、広域周遊ルートの不足を克服していくチャンスであると考えられます。

このことから、今後はSNS、クチコミサイト、価格比較サイトによる情報収集・情報発信の拡大、旅行の予約・決済環境のICT化(※)が進む中、新たなIT(※)を利用した「**マーケティング、プロモーションの充実**」に取り組めます。

また、マーケティング等により観光客の動線を調査し、「**広域周遊ルートの形成**」に取り組めます。

- DMO設立における国の支援策や交付金制度が拡充している現状を好機として、庄原市の弱みである観光推進体制を強化していくチャンスであると考えられます。

このことから、今後は「**庄原版DMOを形成**」し、マーケティング機能の充実や、観光人材の育成、交通事業者と連携した二次交通アクセスの整備などに取り組みます。

- 国を挙げて外国人観光客誘客策を推進している中、地方への波及も始まっており、庄原市の弱みである外国人観光客の受入体制を整備していくチャンスであると考えられます。

このことから、今後は「**外国人観光客の受入体制を整備**」していくとともに、マーケットに応じた観光コンテンツの開発、プロモーションに取り組みます。

③向かい風(脅威)の中で、強みを活かして取り組むこと【脅威×強み】

- 今後、人口減少・高齢化社会の影響に加え、各自治体の観光への積極的な取り組みにより周辺観光地との集客競争の激化が予想される中で、庄原市の強みである比婆道後帝釈国定公園などの自然資源、日本の原風景ともいえる美しい里山景観などは、大きな力となってくれます。

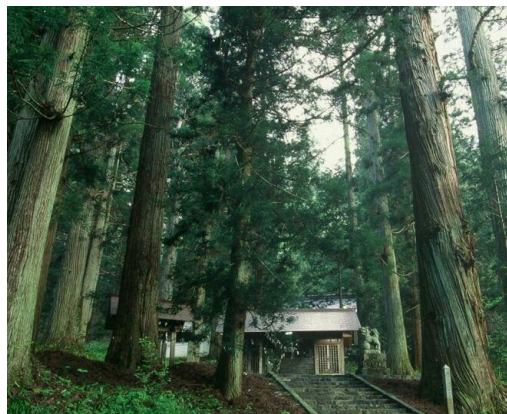
このことから、今後は庄原市が誇る「**里山資源の魅力化**」に取り組み、他の観光地との差別化を図っていきます。

- 人口減少により観光産業従事者の減少する中、庄原市の強みである市民の皆さんの温かさ、優しさは、大きな支えとなります。

このことから、今後は皆さんの温かさ、優しさから生み出される「おもてなし意識」の醸成を図るため、「**観光振興への地域住民等の参画促進**」に取り組みます。



秋の帝釈峡 神龍湖を運航する遊覧船



熊野神社

※IT、ICT化…ITは「Information Technology」の略語で「情報技術」、ICTは「Information and Communication Technology」の略語で「情報通信(伝達)技術」のことを指します。近年はITが進歩し、これを通信に高度利用するICT化が急速に進んでいます。

第6章 本計画の目指す姿

1. 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きます。

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きます。

2. 本計画のコンセプト

本計画の将来像を踏まえ、コンセプトは以下のとおりとします。

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～

各種調査から、観光客の庄原市観光に対するイメージは、「豊かな自然」や「美しい農村風景」など「里山」のイメージが強いことが分かりました。

この強み(里山資源)を活かした観光地域づくりを進めることにより、地域住民の地元への愛着が強まり、地元への誇りが醸成され、地域資源の再評価への取り組みや庄原ファンの増加につながり、最終的には移住・定住者の増加へとつなげていきます。

また、観光消費額の向上に組み込み、食材などの域内調達の上、農畜産物消費額の増加など、地域経済の活性化につなげ、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを進めていきます。

3. 期待される効果

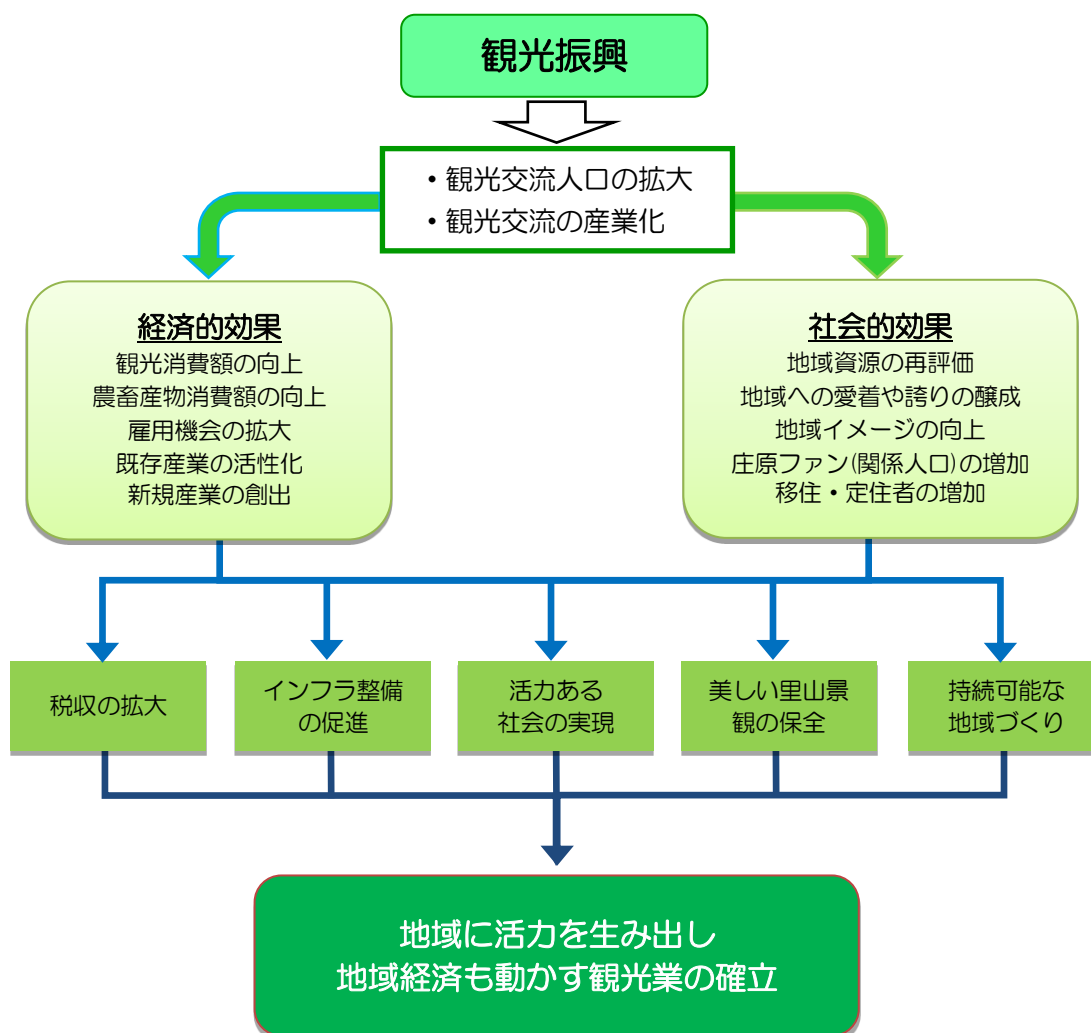
本計画で期待される観光振興事業の効果は、「経済的效果」と「社会的効果」に分けて考えることができます。

「経済的效果」とは、観光客による消費行動が地域の産業に与える効果で、地域産業の活性化や雇用の拡大、地域産品の活用による農畜産物消費額の向上など、観光消費による直接的な効果に加え、農業や商工業などへの波及効果も期待されます。

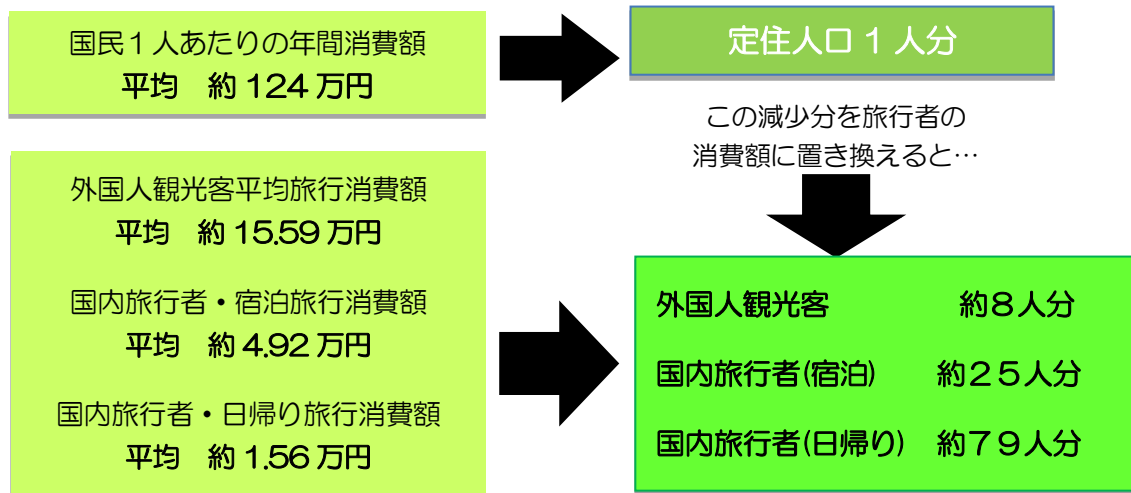
「社会的効果」とは、観光客と地域住民の交流の活性化による地域への効果であり、地域資源の再評価や、地域住民の地元への愛着や誇りの醸成、観光を足がかりとした移住・定住検討者の増加などが期待されます。

「経済的效果」と「社会的効果」が相乗効果を発揮することにより、豊富な自然資源や美しい里山景観など地域資源の保全や、観光振興をきっかけとしたインフラ整備の促進、活力ある地域社会の実現など、地域経済も動かす観光業を確立していくことが期待されます。

■ 本計画の効果のイメージ図



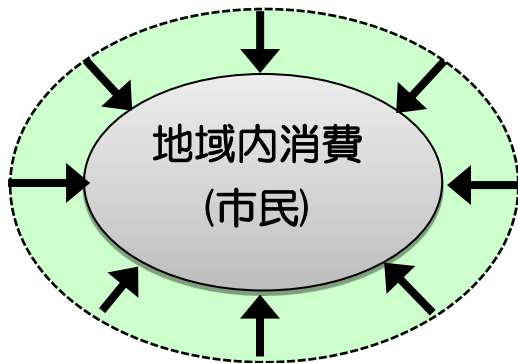
■ 観光交流人口拡大の経済的効果を具体的に示した例



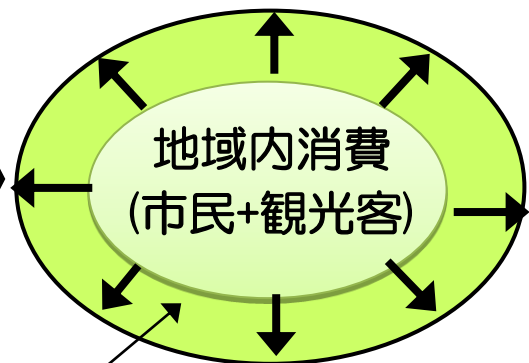
<備考>

・本図は、観光庁資料「観光交流人口増大の経済効果(2016年)」による

○現状：人口が減少し、地域内消費も減少しています



○目標：観光交流人口を拡大し、地域経済を活性化していきます



観光交流人口の拡大により観光消費額の向上を図り、地域内消費を拡大します。

4. 本計画の目標値

本計画の将来像の実現に向け、市(行政)、観光関連団体、事業者、市民が一体となって取り組むための主要な目標値を、以下のとおり設定します。

<目標値>

項目	現状 (平成 29 年)	目標値 (平成 35 年)	増加率	増加値
観光消費額	40 億 5,700 万円	44 億円	8%	3 億 4,300 万円
総観光客数	263 万 3 千人	270 万人	3%	6 万 7 千人
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%	89 円/人
総宿泊客数	21 万 3 千人	24 万人	13%	2 万 7 千人
うち外国人宿泊客数	1,064 人	3,000 人	182%	1,936 人

<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)	増加率	増加値
宿泊	9 億 5,100 万円	10 億 7,500 万円	13%	1 億 2,400 万円
飲食	15 億 5,600 万円	16 億 7,400 万円	8%	1 億 1,800 万円
特産品販売	11 億 200 万円	11 億 6,800 万円	6%	6,600 万円
体験料・入場料	4 億 4,400 万円	4 億 7,900 万円	8%	3,500 万円
その他	400 万円	400 万円	-	-

※現状、目標は庄原市観光統計による

本計画の目標値は、広島県の作成した「ひろしま観光立県推進基本計画」の目標値を参考に、庄原市観光の実情を踏まえるとともに、観光交流の産業化(経済的効果)に向け、観光消費額の向上を重視した目標値としています。また、各事業の進捗管理と効果検証を行うため、観光消費額については項目ごとに個別の目標を設定しています。

観光消費額の向上に宿泊客数の増加は欠かせないことから、重点的に取り組む項目として宿泊客数の目標値を設定します。

訪日外国人旅行客数と同宿泊客数については、外国人観光の市場全体が成長していることに加え、受入体制の整備やプロモーションを強化していくことを見込み、100%を超える高い伸び率を設定します。

第7章 本計画の観光戦略

1. 施策体系

「里山の誇りを育む観光地域づくり」というコンセプトのもと、本計画の将来像である「観光交流の産業化による地域の持続的な発展」を実現するため、計画の柱として「里山資源を活かした観光消費額の向上」「観光情報発信の強化」「観光推進体制の強化」の3つを基本施策とし、観光振興の取り組みを推進します。

■施策体系図



2. 施策の展開

基本施策1：里山資源を活かした観光消費額の向上

庄原市が観光客から訪問先として選ばれ続けるためには、庄原市の強みである「里山資源」を見つめ直し、観光資源の発掘や磨き上げが極めて重要です。

また、その強みを活かした魅力的な観光コンテンツの開発に取り組み、日帰り客を宿泊客にシフトさせることによる宿泊消費額の増加、アクティビティの魅力化による着地型旅行消費額の増加、豊富な食材を活かした特産品・飲食消費額の増加などにつなげ、観光消費額の向上を図ります。

(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

庄原市が誇る、比婆道後帝釈国定公園をはじめ多様な観光資源の価値を向上させるため、観光客のニーズをとらえた一層の観光資源の磨き上げと掘り起こしが必要となっています。

自然環境や観光施設など、国や県の管理施設については、適切な維持管理を要望するとともに、庄原市においても必要な予算を確保しながら保全管理・環境改善に努めていきます。

また、観光地としての魅力を高めていくことをテーマとして、官民連携でワークショップを開催するなど、特性に応じた付加価値の創出による資源価値の向上に取り組みます。

○ 観光コンテンツの開発

庄原市には豊富な自然資源、歴史資源が存在しており、現在も多くの観光客が訪れているものの、サービスを提供する仕組みに乏しく、観光消費額の向上に結びついていません。

そのため、里山の観光資源にガイドや体験プログラム、食、宿泊、購買、交通等を組み合わせ、観光コンテンツの魅力を高め、観光消費額単価の向上に取り組みます。

○ 有名観光地を活かした周遊観光の促進

庄原市には、広島県を代表する観光スポット「比婆道後帝釈国定公園」や「国営備北丘陵公園」があることから、その強みを活かし、2大観光スポットと市内に点在する魅力的な観光資源を結び周遊ルートや観光コンテンツを開発し、滞在時間延長による観光消費額の向上に取り組みます。



オープンガーデンに参加されているお庭(市内に各所あり)



節分草の自生地(総領町)

(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

観光消費額は一般的に滞在時間に比例し、宿泊は食など他の消費額への波及効果も大きいことから、宿泊客数を増加させる取り組みは観光消費額の向上に必要不可欠と考えられます。

そのため、古民家宿、農家民宿、ゲストハウス、グランピング等、庄原ならではの里山暮らしと、地域住民との交流が楽しめる宿泊施設の整備が必要となっています。

今後は、既存宿泊施設の稼働率向上に加え、古民家宿や農家民宿など、観光客等のニーズを踏まえた宿泊施設の整備や、新たな宿泊施設の誘致などにより、宿泊客数の増加に取り組みます。

○ 滞在プランの構築

ワークショップの開催や専門家による指導などにより、宿泊施設を核として「食」や「アクティビティ」と連携した長期滞在者向けのプランなど、多様な滞在プランの構築・魅力化に取り組みます。また、特典付きの宿泊パックやキャンペーンなど、宿泊客を誘導する取り組みを強化します。

○ 体験型教育旅行の誘致

里山の生活・文化体験をはじめ、アクティビティや農業体験など、魅力ある体験プログラムを構築し、体験型教育旅行(修学旅行)の誘致を推進します。特に学校現場では、新学習指導要領の改訂に基づく修学旅行活動の見直しや、農村体験を重視するケースが増えており、誘致の拡大が期待されます。

今後、誘致への取り組みと合わせて、不足している民泊受入家庭の確保や、体験プログラムのインストラクターの確保など、受入体制の整備に取り組みます。



体験型修学旅行にて夕食作りを手伝う生徒



体験型修学旅行での見送り風景



鮎の里公園 高瀬の湯
(中国やまなみ街道・口和IC下車30分)



公共の宿 かさべるで
(中国自動車道・庄原IC下車40分)

○ 合宿誘致の推進

庄原ならではの豊かな自然環境やスポーツ施設、宿泊施設の特性を活かし、スポーツ合宿をはじめ、企業研修、勉強合宿など多様な合宿の誘致に取り組みます。特にスポーツ合宿については、食と連携し、栄養価、カロリー等にこだわった、利用者に配慮した料理メニューの開発を検討します。



合宿利用の多いひば・道後山高原荘(左)と、隣接する屋外運動施設のクロカンパーク(右)

(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

旅行先での体験を重視する「着地型旅行」、いわゆる「コト消費」へのニーズが高まっているため、里山を体験するアクティビティや着地型観光への取り組みを強化し、観光客の多様化したニーズに応えます。

今後、増加が期待される外国人観光客のニーズをはじめ、マーケットインに基づく里山アクティビティの開発と、受入体制の整備が進んでいるラフティング、トレッキング、里山サイクリング体験などの魅力化、販売促進に取り組みます。

また、アクティビティを起点とした体験型教育旅行の誘致など、食、宿泊との連携を図ります。

○ 着地型観光の推進

さとやまオープンガーデンなどの「花と緑」、トレッキングなどの「山遊び」など多様な観光資源について、宿泊・飲食・交通事業者などと連携し、魅力ある着地型旅行商品の安定的な供給と販売促進により、観光客の多様なニーズに応える仕組みの構築と、ガイド・インストラクターとして参加する地域住民の観光地域づくりに対する意識の向上を図ります。



ラフティング体験の様子(市内の西城川にて)



市内の観光ポイントを巡る さとやまサイクリングの様子



ツリーアドベンチャーの様子
(大鬼谷オートキャンプ場内)

(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

観光客の食への関心は高まっており、庄原市の各種調査結果においても観光客のニーズは食に関するものが最も高いことから、食への取り組みは観光消費額の向上、観光客満足度の向上に高い効果が見込まれます。

今後、県内最大級の生産量を誇る農畜産物を活かし、食材の域内調達の向上を進めていくため、地元食材を活用した魅力あるご当地グルメの開発・ブラッシュアップに取り組みます。また、観光事業者等と連携したキャンペーンやプロモーションの強化などによる販売促進に取り組みます。

○ 特産品等の販路拡大

地域の「稼ぐ力」を引き出し、地域所得の向上を図るため、特産品(農産物、農産加工品)を市内外へ流通させるシステムを構築し、庄原産品のブランド発信、PR、販売促進等を行う「地域商社事業」に取り組みます。

○ 魅力ある特産品開発

地域商社事業を通じて、マーケットインによる特産品開発を重視し、市内外に広く販売できる、魅力ある特産品の開発を行います。また、開発した商品については、生産者と加工業者等との連携強化による安定した商品供給力の確保や、設備投資などによる生産量の拡大など、特産品生産者の課題解決、販売促進に取り組みます。

～新! 庄原ご当地グルメ開発メニュー～



比婆牛丼の一例



庄原やさい寿司御膳の一例



庄原パンケーキの一例

○ 道の駅等の魅力化

庄原市観光の玄関口であり、食の魅力の発信拠点・観光情報の発信拠点である道の駅等交流拠点施設の魅力化を図り、特産品・飲食の観光消費額の向上に取り組みます。

また、国では地方創生の核となる優れた「道の駅」を選定し、重点的に応援する「重点道の駅」の取り組みを実施しており、庄原市においても老朽化する施設の維持修繕をはじめ、地方創生の拠点となる取り組みを支援します。



食彩館しょうばら ゆめさくら
(中国自動車道・庄原IC下車3分)



野菜直売店の様子
(食彩館しょうばら ゆめさくら)



里山の駅 庄原 ふうり
(国営備北丘陵公園北エリア)



道の駅遊 YOU さろん東城
(中国自動車道・東城IC下車1分)



モーモー物産館
(中国やまなみ街道・口和IC下車1分)



道の駅たかの
(中国やまなみ街道・高野IC隣接)



グリーンポート吾妻路
(中国自動車道・庄原IC下車30分)



道の駅リストアステーション
(中国自動車道・庄原IC下車20分)

基本施策2：観光情報発信の強化

各施策の取り組みにおいて、効果的な情報発信・プロモーションは極めて重要です。また、市内観光関連団体・事業者において「情報発信力の不足」が最大の課題に挙げられていることから、情報発信の強化に重点的に取り組みます。

情報発信・プロモーションにあたっては、マーケティングの結果により設定したターゲットに対して、適切なプロモーション手法を選定し実施します。

(1)効果的な情報発信

○ 一元的なプロモーションの展開

団体旅行が減少し、個人旅行者が増えるなどターゲットが多様化している中、さまざまなメディアを組み合わせ、複合的な情報発信が必要になっています。そのため、庄原市の観光推進組織を中心とした、マーケティングに基づく一元的なプロモーションの展開により、効果的・効率的に庄原市の魅力を発信します。

また、広島県内最大の観光市場であり、庄原市観光客のメインターゲットとなる広島市内への重点的な情報発信をはじめ、中四国、関西、九州、関東などの旅行会社等への営業を強化します。

○ デジタルプロモーションの強化

スマートフォンをはじめとする情報通信手段の発達により、SNSやホームページ、検索サイトなどによる情報収集・情報発信の拡大、旅行の予約・決済環境のICT化の進展が進む中、ITを活用したデジタルプロモーションの充実を図ります。また、インターネットの検索履歴や閲覧履歴をもとに、効果的なプロモーションに取り組みます。

○ 市民・観光施設等の情報発信力強化

セミナーの開催や専門家による指導により、SNSなどを活用した情報発信のノウハウを習得し、観光施設、観光関連団体・事業者、市民等の情報発信力向上に取り組みます。

(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

道の駅等交流拠点施設においては、庄原市観光の玄関口として情報コーナーの充実を図り市内への周遊観光を促進します。また、西日本一の広大な面積を誇る庄原市では、地域によって観光客の動線が異なるため、観光客の周遊ルートやニーズを踏まえた観光パンフレットやマップの充実など、効果的な情報発信に取り組み、観光客の周遊促進につなげます。

(3)広域周遊観光の促進

○ 広域周遊観光の促進

周遊については、同種・同テーマを複合化、連続化するよう地域連携を図り、市内の観光ルート、街道づくりを進めます。また、市内だけでなく、広島県観光連盟をはじめ市外の観光推進団体と連携することによって広域周遊観光ルートを形成し、より多くの観光客誘致に取り組みます。

(4)外国人観光客の誘致

○ ニーズを踏まえた商品開発

訪日外国人留学生を対象としたモニターツアーなどを実施し、外国人観光客のニーズを踏まえた魅力ある旅行商品の開発に取り組みます。

○ マーケットに応じた情報発信

外国人観光客については、その国籍により言語だけでなく、文化や慣習、休暇の時期などがそれぞれ異なるため、庄原市がターゲットとしていく外国人観光客のマーケットに応じた効果的な情報発信に取り組みます。

○ 広島県・DMO等との連携

国の政策で進めている外国人観光客の誘致については、地方へもその効果が波及しており、今後も広島県内の外国人観光客は増加が見込まれることから、広島県や関連するDMOとも連携し、共同でプロモーションを行うなど、情報発信体制や営業力を強化し、外国人観光客の誘致を進めます。



外国人モニターツアーにて帝釈峡雄橋(左)、熊野神社(右)を訪ねる外国人観光客



外国人モニターツアーにて和太鼓体験を楽しむ外国人観光客

基本施策3：観光推進体制の強化

観光事業を効果的・効率的に推進していくために、庄原市観光の弱点となっている観光推進体制の強化に取り組みます。

観光推進体制の強化を図るためには、その中心となる舵取り役が必要なことから、「庄原版DMO」を形成・確立し、多様な団体・事業者等と連携しながら、稼ぐ観光地域づくりを積極的に推進します。

また、行政、観光関連団体・事業者の取り組みに見られる重複の解消や既存事業の見直しによる観光振興事業の効率化、観光人材の確保・育成などに取り組むことで、地域一体で観光地域づくりに取り組む体制を構築します。

(1)庄原版DMOの形成・確立

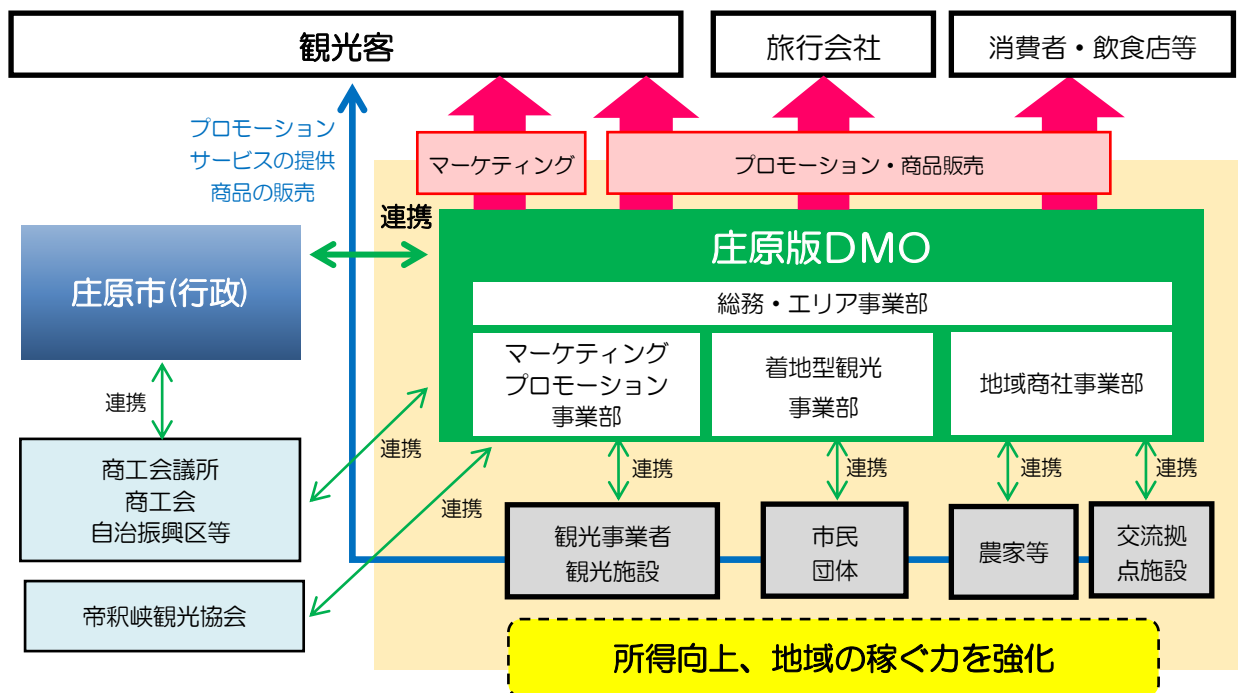
庄原市において、地域資源を活かし、裾野の広い経済的効果と地域への社会的効果をもたらす観光地域づくりを進めるためには、従来の観光関連団体・事業者に加え、幅広い関係者、地域住民が一体となって観光事業に取り組む必要があります。

そのため、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・確立します。

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します。

なお、庄原版DMOについては、平成32年4月の設立を目指します。

■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

(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

前計画において取り組んできた事業について、各団体等において効果検証を行い、既存事業の見直しと役割分担の明確化を図り、それぞれが連携することで事業の効率化に取り組みます。

また、これまで市、観光協会、観光関連事業者等での事業・役割に重複や不足が見られるため、庄原版DMOの設立に併せ、これらの問題点を整理し、事業に投下する予算の効果を最大化します。

○ 観光財源の確保と規制緩和の活用

既存事業の見直しや役割分担の明確化による投資の効率化、宿泊税の導入やふるさと納税・クラウドファンディングなどの活用による観光財源の確保を検討します。また、国の規制緩和の活用による新たなサービス提供に努めます。

○ 二次交通アクセスの充実

市内の交通事業者と連携して、観光タクシーの運行、バス・JRパック、生活交通等既存路線の観光利用等に加え、レンタカーやカーシェア、レンタサイクル等の活用を行い、二次交通アクセスの充実に取り組みます。

○ 遊休施設及び遊休地の有効活用(観光事業者等の誘致)

遊休施設及び遊休地の柔軟な貸与などによる活用策に取り組み、観光事業者等の誘致を図ります。

(3)観光人材の確保・育成

○ 観光人材の確保

庄原市においては、観光サービス提供者が不足していることから、観光事業に携わる人材の確保に努めるとともに、市外からの観光事業者や観光従事者の誘致にも取り組みます。

また、観光関連事業者間での人材交流や、観光産業での一元的なリクルート活動の支援、地域おこし協力隊、地域おこし企業人、副業人材、ワーキングホリデーなどを活用した人材の確保に取り組みます。

○ 観光人材の育成

今後の観光地運営に必要不可欠と考えられる、インターネットを活用したデジタルマーケティングやマネジメント、データに基づく分析、戦略立案を担う専門人材の育成と、着地型観光の推進や里山アクティビティの魅力化に欠かせないガイド・インストラクターの育成に取り組みます。

(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

さとやまオープンガーデンや民泊、ツアーガイドなど、地域住民や市民団体が主体となって取り組む観光交流活動を支援するとともに、住民参画の輪を広げることで、地域住民のおもてなし意識の醸成を図ります。また、観光関連団体・事業者等による主体的な観光地域づくり活動に向けて、伴走型支援に取り組みます。

○ 庄原ファンの拡大

現在、庄原ファンを団員として設立している「庄原ふるさと応援団」への加入促進などにより、観光客と庄原市との関わりを深め、「観光交流人口」から「関係人口(※)」への誘導を図り、庄原市出身者をはじめ市外在住者との協力体制の構築にも取り組みます。

(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

国内全体でインバウンド市場が成長している中、地方への波及も始まっていることから、庄原市でも外国人観光客の受け入れに向けた体制の整備に取り組みます。

外国人観光客を対応できるスタッフ・ガイドの育成、観光関連施設での多言語表記、Wi-Fiの整備、クレジットカードなどキャッシュレスサービスの充実など、外国人観光客の受入環境の充実を図ります。

～市内の観光イベントの一例～



くちわももー祭り(口和町)



お通り(東城町)



雪合戦ひろしま in 高野 (高野町)

※関係人口…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関わる人々のことを指します。

第8章 計画の進捗管理

1. 計画の進捗管理

本計画については、PDCAサイクルに基づき、企画→事業の実施→検証→改善…の行程で進めていくことを徹底し、事業を常に磨き上げていくという意識を持って取り組んでいきます。また、施策ごとに実施主体を定め、庄原市、庄原版DMO、観光関連団体・事業者等の役割分担を明確にし、具体的な事業の推進を図ります。

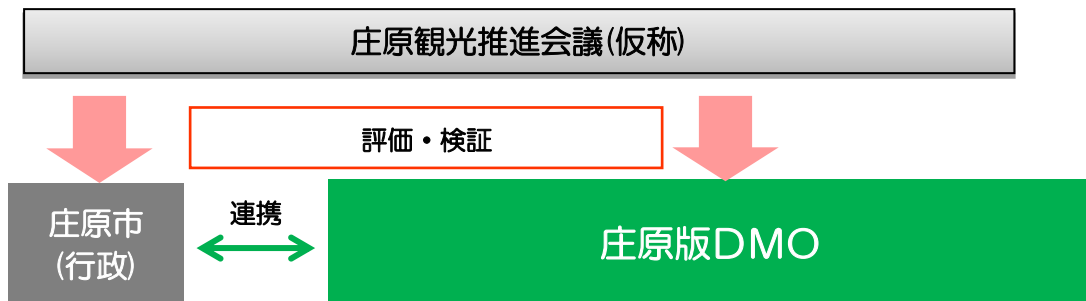
なお、本計画の進捗管理については、各施策の取り組みごとに個別のKPI(※)を設定し、庄原観光推進会議(仮称)が、毎年その結果・進捗状況について評価・検証し、事業継続の判断や実施方法の改善等を行っていきます。

■事業実施におけるPDCAサイクルの徹底

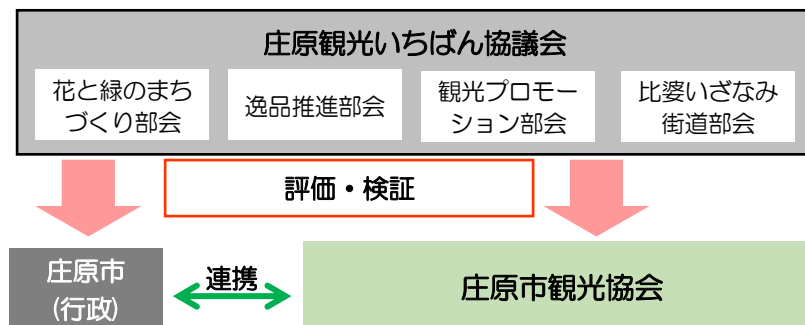


■計画の進捗管理の体制

<今後の体制>



※参考 現行の体制



※KPI…Key Performance Indicator の略で、主要業績評価指標のことを指します。

<参考資料>

○策定委員会 開催経緯・名簿

1. 開催経緯

第1回	平成30年 7月23日(月) 10:00~11:45
第2回	平成30年 10月29日(月) 13:30~15:45
第3回	平成30年 11月26日(火) 15:00~17:20
第4回	平成31年 2月20日(水) 13:30~15:00

2. 名簿

役員	氏名	所属等
委員長	藤谷 則夫	学校法人石田学園 広島経済大学
職務代理	本平 正宏	庄原商工会議所
委員	坂田 忠則	庄原市観光協会
委員	荒木 卓夫	備北商工会
委員	力本 清仁	東城町商工会
委員	奥井 智裕	国営備北丘陵公園備北公園管理センター
委員	根波 裕治	庄原市道の駅等連絡協議会
委員	家島 慎司	かんぼの郷庄原
委員	實兼 利光	備北交通株式会社
委員	和田 隆裕	庄原農業協同組合

※敬称略



ウインターイルミネーションの一幕(国営備北丘陵公園内)



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