本市における観光振興について

～デジタルを活用した実態把握の必要性～

令和６年 12 月

経済建設委員会

目　次

１　はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１
２　本市の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２
（１）本市の観光実績概要
（２）本市の観光推進体制
（３）観光振興に関する本市の予算
（４）宿泊客の状況
３　課題抽出のための実態調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５
（１）観光振興を担う団体へのヒアリング
（２）高校生との意見交換会
４　課題の整理及び提言方針について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７
５－１　選択した課題解決の方策を探るための実態調査①・・・・・・・・・・８
５－２　選択した課題解決の方策を探るための実態調査②・・・・・・・・・１１
６　提案・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１４
（１）宿泊者に対するアンケート調査を広範囲・通年で行うこと
（２）高度デジタル人材・ＩＴ人材(調査・分析・活用・広報等出来る人材)を確保し、各団体が活用できるような体制を整備すること
（３）観光振興に有効と思われる企画には市から補助金を出すこと
７　その他の要望・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１６
８　おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１７

【参考資料】・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１８

１　はじめに

令和５年５月に新型コロナウイルス感染症が５類に移行後、各地で国内外の観光客が増加している中、本市においては、観光客の増加が見られない状況である。

なお、瀬戸内沿岸の近隣市町と近しい観光資源を有し、なおかつ祭りやタコ・だるまなどの特色を持ってはいるが工業都市としての色彩が強く、観光施策を強く打ち出していない。

また、令和２年度から５年度までＤＭＣに対し補助金（約４億６千万円）もあったが、コロナ禍の中で苦戦を強いられ、観光客の増加は見込めなかった。補助金の終了後、全体的な予算も減少し、広告料等観光周知に関する予算等も減少しているようであり、関係団体への聞き取り調査でも情報発信の不足を指摘された。

そのような状況の中、当委員会は令和５年７月 21 日、観光振興施策について観光課と質疑や意見交換を行った。当委員会から、観光客数の伸び悩みや土日宿泊客数の減少等がある中で、観光課、株式会社空・道・港（以下、ＤＭＣという）、一般社団法人三原観光協会（以下、三原観光協会という）のめざす姿が明確に見えてこないことを指摘すると、第２次観光戦略プランに則り行っているということで、何ら具体的な施策は無かった。それを踏まえた上で現状の問題点を整理し、当委員会として独自の視点でテーマを絞り込み、観光振興施策に取り組むこととした。

２　本市の現状

（１）本市の観光実績概要

一般社団法人広島県観光連盟が作成した令和５年広島県観光客数の動向より本市の基本的な観光実績について述べる。

① 観光客数

本市は令和５年度時点で 368 万人の観光客があり、県内５位に位置している。一方で、新型コロナ前の令和元年と比べると未だ観光客は回復していない。

（単位：千人、％）

	R元(H31)	R4	R5	増減数 R5-R4	増減率 R5/R4	増減数 R5-R元(H31)	増減率 R5/R元(H31)	県内 順位
三原市	4,162	2,849	3,678	+829	+29.1％	▲484	▲11.6％	5

表１　観光客数の推移（出典：広島県観光客数の動向より作成）

② 観光消費額

本市の令和５年度の観光消費額総額は 9,461 百万円であり、１人当たり観光消費額は 2,572 円である。

	県内客		県外客	観光消費額	観光消費額 （一人当たり）
	市町内	市町外			
三原市	1,744	1,325	609	9,461	2,572

表２　観光客数の推移（出典：広島県観光客数の動向より抜粋）

（２）本市の観光推進体制

本市と三原観光協会、ＤＭＣ、株式会社まちづくり三原（以下、まちづくり三原という）、広島国際空港株式会社（以下、ＨＩＡＰという）、で定期的にミーティングを行い分担して観光推進体制を構築されている。（図１参照）

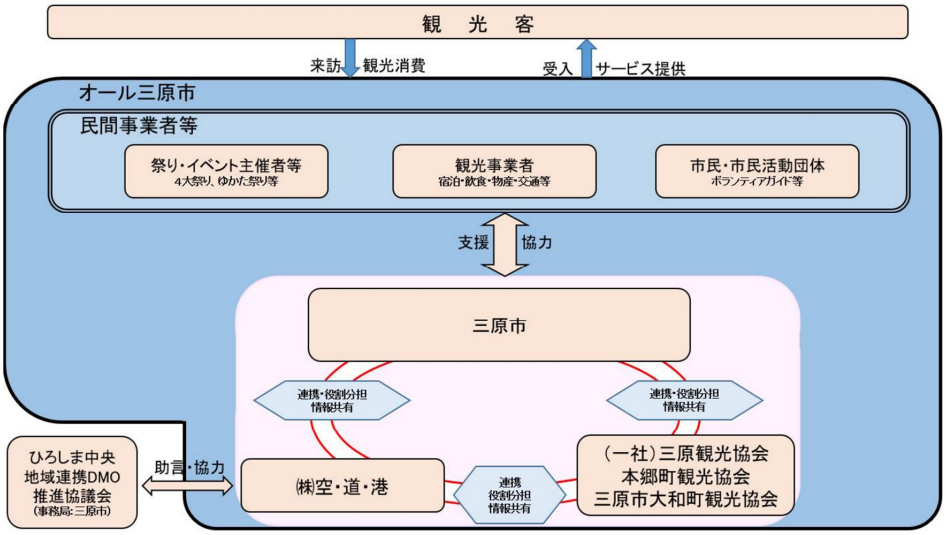


図１　本市の観光推進体制（出典：三原市観光ビジョン）

（３）観光振興に関する本市の予算

本市の観光振興に関する予算は、平成 29 年に行われた三原城築城 450 周年事業時に約３億円規模であったが、その後ＤＭＣに対する令和２年～５年の補助金が約４億６千万円あったものの毎年減少し、６年度の予算は約 8,700 万円であり、観光振興に関する予算額の減少は顕著である。（図２参照）

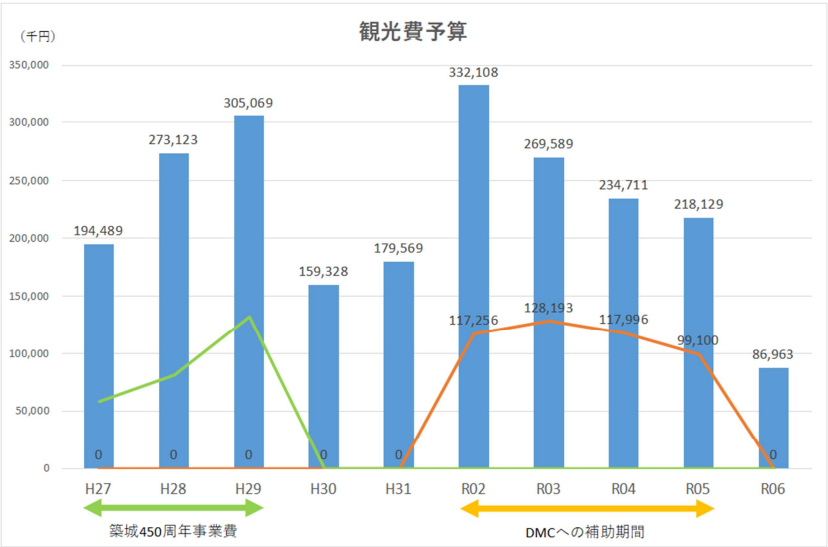


図２　本市の観光推進体制（三原市一般会計予算節別調より作成）

（４）宿泊客の状況

コロナ前の令和元年度と令和５年度を比較してみると、調査ホテルの対象件数に違いがあるものの若干増えているようである。しかし宿泊客数は 50%を下回っている。特に土日祝日の宿泊客数は少なく、現状分析をすると本市に宿泊する方は、観光ではなくビジネス（仕事がらみ）の方がほとんどであると思われる。また５年度のインバウンド客は 2,000 人未満である。

旅行形態別にみても、ほとんどが個人客で団体客は少なく、修学旅行については皆無である。

また、宿泊客のその日の行動については調査されておらず、飲食や物品購入等でいくら消費されているかは不明である。

３　課題抽出のための実態調査

（１）観光振興を担う団体へのヒアリング

観光課と協働しているＤＭＣ、三原商工会議所、三原臨空商工会、三原観光協会、まちづくり三原の５団体に対し、事業実施や運営に係る課題や当委員会において検討しているデジタルツールの活用に対する考えについて聞き取り調査（意見交換）を行った。

① ヒアリング詳細

ヒアリング時期　：　令和６年６月 21 日から６月 27 日
ヒアリング対象　：　ＤＭＣ、三原商工会議所、
三原臨空商工会、三原観光協会、
まちづくり三原
ヒアリング方法　：　委員が２人１組で直接出向いて聞き取り

②ヒアリングにより挙げられた課題

・観光地を巡る公共交通がない。
広島空港、三原駅からの二次交通がなく、レンタカーに頼るしかない。
・観光地でお金を使う場所がない。１人当たりの観光消費額が少ない。
観光に行っても飲食店や土産物店が少なく地域での消費に繋がらない。
・知名度が低い。
全国的に知名度が低く、三原がどこにあるのか知らない人が多い。
・仕事での宿泊者が多く、土日祝日の宿泊者が少ない。（祭りの時期以外）
宿泊者のその日の行動については調査されておらず、飲食や物品購入等に消費動向が不明である。
・本市は他市に比べて宿泊施設が充実しているが、利用者の実態把握が不明な部分が多い。
・外国人観光客の受け入れ体制ができていない。
外国人観光客に対する宿泊場所の不足。免税店が少ない。多くの国から来ていただくためには、様々な言葉に対する通訳が必要。
・貸自転車のスポットが少なく、即日返却しなければいけない。
借りた場所に返却しなければいけないので不便。返却スポットを増やし利用者の利便性を図るべきである。
・観光協会では、ホームページへのアクセスが２年で１万件を超え、ＳＮ

Ｓの友達登録も 2,000 人以上となったが、デジタルツールの扱いに精通した人材がいないため、多数のアクセスにもかかわらず、有効活用に至っていない。

各団体に聞き取り調査を行った結果、デジタルツールの必要性についてある程度の理解はあるが、団体によっては認識に温度差があることが分かった。全体から出た意見は予算もなく、人材も不足している。特にデジタル人材の不足が顕著であり、マーケティングやデータ分析のできる高度デジタル人材は世界的にも不足している現状である。本市においても、日頃からＰＯＳ打ち込みやＳＮＳデータを可視化できる一般デジタル人材が不足しているため、計画が予定通りに進んでいないとの意見が多かった。結果的に主体性に欠け観光推進体制が機能していないようである。

（２）高校生との意見交換会

三原高校２年生による「高校生にできるまちづくりへの貢献」をテーマにした成果報告会に委員会として参加した。経済建設委員会所管のシティプロモーションや商店街活性化がテーマの発表 16 チームの報告を聞くとともに意見交換を行った。

① 意見交換会詳細

実施時期　：　令和６年２月 14 日

実施対象　：　三原高校２年生

②意見交換会の中で出たアイデア

近年のサイクリングブームから「さざなみ街道」に着目し、サイクリングコースを充実させる案があった。観光協会の貸自転車が好評で利用が増えている。自転車を置く拠点を増やしてはどうかといった案もいただいた。

４　課題の整理及び提言方針について

本市には全国的に知名度のある観光地が乏しく、観光地に飲食店や土産物店が少ない。そのため、祭りを除く観光消費は宿泊が大半を占めると考えられる。しかしながら、宿泊客数は判明しているが宿泊客の属性や消費行動などの実態は不明である。

そもそも本市は、観光施策を実施していくためのデータが少なく現状を把握できていないため、各団体に放任状態となっている。定期的にミーティングが行われているものの、デジタル人材不足等のため観光に対する有効なデータが少なく、建設的な議論が進んでいないと思われる。

まず、現状のデータを収集し、そのデータを整理し検証した上で観光振興策を進めていくことが重要である。予算やデジタル人材の不足により（各団体の聞き取り調査においてもデジタル人材を登用する予算がないためデータ収集や情報発信に苦慮しているとの意見が多かった)、観光振興策が前に進んでいない現状が浮き彫りとなった。

５－１　選択した課題解決の方策を探るための実態調査①

観光推進において、観光消費額の増加を狙う際に一般的に取り組まれるのは、観光客の滞在時間を延ばすことである。それにより飲食や宿泊などを観光地で行うことで、消費額が上がるためである。そのため、宿泊客の増加は観光推進における一つの大きな鍵である。

先の各団体からの意見にもあった通り、本市には三原駅前のみでも約 10 箇所の宿泊施設がある。それに対して、本市の観光課は次のように、毎月の宿泊人数と稼働率、団体での利用状況の調査を行っている。（表３参照）

（単位：人、%）

		1月		2月		3月		4月		5月		6月		7月	
		平日	土日祝	平日	土日祝	平日	土日祝	平日	土日祝	平日	土日祝	平日	土日祝	平日	土日祝
A	宿泊客数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	（下段は小計）	1,239		1,495		1,869		2,008		1,930		1,819		1,840	
	定員稼働率	40		53		60		66		62		60		59	
B	宿泊客数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	（下段は小計）	-		-		-		-		-		-		-	
	定員稼働率														
C	宿泊客数	836	173	1,077	230	1,316	282	1,422	466	1,422	271	1,240	198	1,299	435
	（下段は小計）	1,009		1,307		1,598		1,888		1,693		1,438		1,734	
	定員稼働率	69	26	93	42	98	51	117	76	117	40	92	41	106	65
D	宿泊客数	2,219	700	2,155	650	2,559	750	2,449	700	2,628	720	2,386	710	2,435	770
	（下段は小計）	2,919		2,805		3,309		3,149		3,348		3,096		3,205	
	定員稼働率	45	26	46	29	47	34	50	28	53	26	44	36	49	28
E	宿泊客数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	（下段は小計）	1,018		1,100		1,339		1,340		1,339		1,199		1,286	
	定員稼働率	41		49		53		55		53		49		51	
G	宿泊客数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	（下段は小計）	-		-		-		-		-		-		-	
	定員稼働率														
H	宿泊客数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	（下段は小計）	-		-		-		-		-		-		-	
	定員稼働率														

（単位：人、%）

		8月		9月		10月		11月		12月		合計		定員	客室数
		平日	土日祝	平日	土日祝	平日	土日祝	平日	土日祝	平日	土日祝	平日	土日祝		
A	宿泊客数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	101	73
	（下段は小計）	2,082		1,864		2,071		2,017		1,593		21,827			
	定員稼働率	66		62		66		67		51		59			
B	宿泊客数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73	60
	（下段は小計）	-		-		-		-		-		-			
	定員稼働率														
C	宿泊客数	1,324	462	1,367	317	1,467	340	1,354	314	1,139	207	15,263	3,695	61	49
	（下段は小計）	1,786		1,684		1,807		1,668		1,346		18,958			
	定員稼働率	99	84	112	52	115	56	111	51	89	34	101	51		
D	宿泊客数	3,031	780	2,836	680	2,927	650	2,685	780	2,859	800	31,169	8,690	247	108
	（下段は小計）	3,811		3,516		3,577		3,465		3,659		39,859			
	定員稼働率	56	35	57	28	56	26	54	32	55	32	51	30		
E	宿泊客数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	81	41
	（下段は小計）	1,447		1,261		1,341		1,230		1,042		14,942			
	定員稼働率	58		52		53		51		41		51			
G	宿泊客数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14,160	5,380	71	64
	（下段は小計）	-		-		-		-		-		19,540			
	定員稼働率														
H	宿泊客数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	352	201
	（下段は小計）	-		-		-		-		-		-			
	定員稼働率														

表３－１　令和５年駅前ホテルの宿泊客数及び定員稼働率（観光課提供資料）

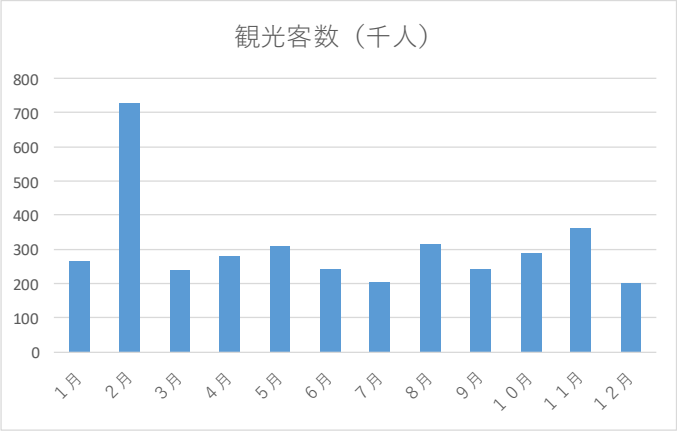
（単位：人）

R5			個人（1～9名）	団体（10名以上）	修学旅行	合計
1	Aホテル	宿泊客数	-	-	-	-
2	Bホテル	宿泊客数	-	-	-	-
3	Cホテル	宿泊客数	-	-	-	-
4	Dホテル	宿泊客数	42,334	780	0	43,114
5	Eホテル	宿泊客数	-	-	-	-
6	Fホテル	宿泊客数	-	-	-	-
7	Gホテル	宿泊客数	17,110	220	0	17,330
8	Hホテル	宿泊客数	-	-	-	-

表３－２　令和５年駅前ホテルの利用状況（観光課提供資料）

調査ホテルの対象件数に違いがあるものの若干増えているようであるが、宿泊客数は 50%を下回っている。特に土日祝日の宿泊客数は少なく、現状分析をすると本市に宿泊する方は、観光ではなくビジネス（仕事がらみ）の方がほとんどであると思われる。また、宿泊客のその日の行動については調査されておらず、平日と休日の宿泊者数を分けていないホテルすらある。また、個人での宿泊なのか団体での利用なのかも知ることができない。

また、月別観光客数と月別宿泊者数の増減が一致していないが、その原因については、調査ができていない。（図３－１、３－２）

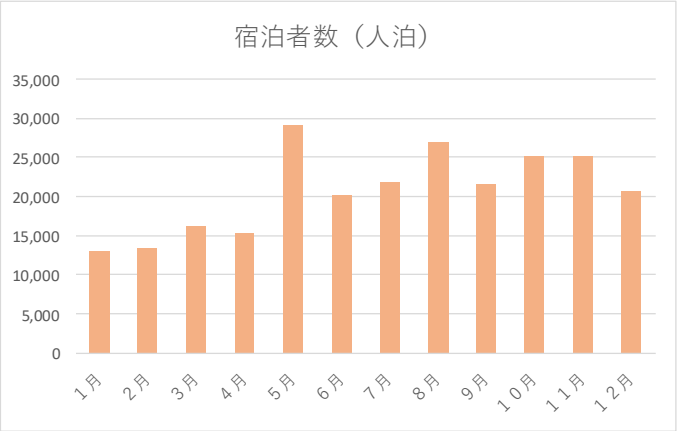


（単位：千人）

令和５年	１月	２月	３月	４月	５月	６月	７月	８月	９月	１０月	１１月	１２月
観光客数	265	727	241	281	310	242	203	316	242	289	361	201

注１　　注２、３

図３－１　備後地方の月別観光客数（第５表から）



（単位：人泊）

令和５年	１月	２月	３月	４月	５月	６月	７月	８月	９月	１０月	１１月	１２月
宿泊者数	13,075	13,411	16,222	15,449	29,151	20,140	21,880	26,923	21,534	25,130	25,201	20,748

注２、３

図３－２　令和５年月別宿泊客数（第８表から）

（図３－１、３－２　令和５年広島県観光客数の動向　Ⅲ観光客統計表から抜粋）

注１：神明祭が再開した
注２：コロナウイルス感染症が令和５年５月から５類になり人の動きが増えた
注３：５月にＧ７サミットが広島市で開催されたため、関係宿泊があった

５－２　選択した課題解決の方策を探るための実態調査②

提言を行うにあたり有効性を検証すべく、今年度まちづくり三原が行っている小規模なアンケート調査についてヒアリングを行った。

①ヒアリング詳細

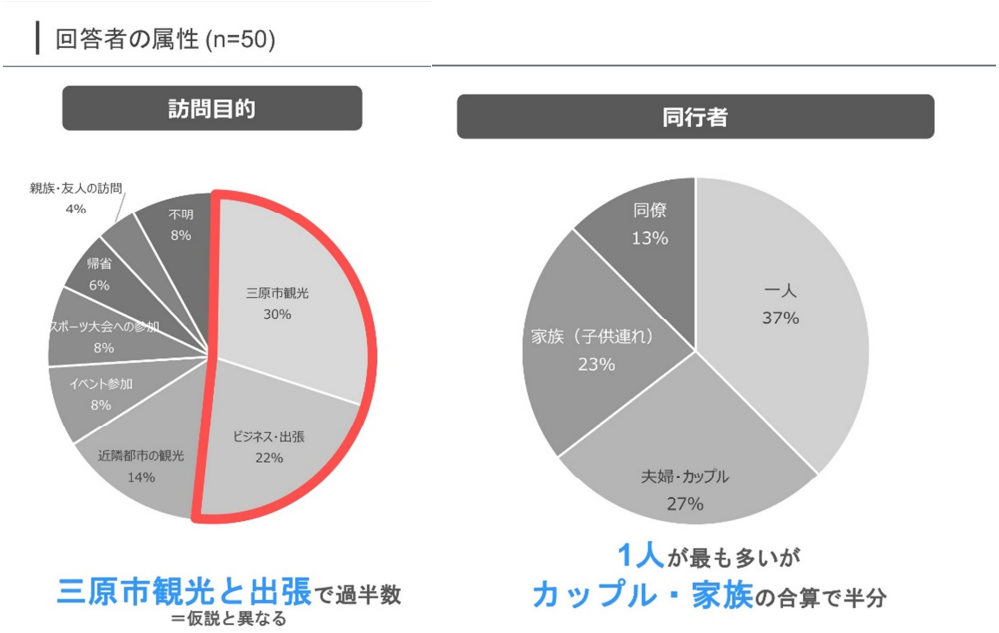
ヒアリング時期　：　令和６年 10 月 25 日
ヒアリング対象　：　まちづくり三原
ヒアリング内容　：　アンケート調査の概要

②ヒアリング結果

本市の宿泊者の属性等を把握すべく、下記の手法で宿泊者アンケートを行っている。

調査の目的	：	三原市市街地の宿泊者の属性や目的を把握して回遊性を上げる施策を検討するため
調査方法	：	ＬＩＮＥリサーチ、紙アンケート
実施期間	：	令和６年８月１日から当面の間
対象者	：	市内の４ホテル
回答数	：	50 サンプル
質問項目	：	属性（性別、年代、居住エリア） 本市訪問に関する質問（訪問目的、利用ホテル、滞在期間、同行者、訪問予定の施設、予算感、その他不満）

今回は回答者数が少ないため、本市の状況を正確に示しているとは言い難いことを前提に、結果の一部を下記に示す。（図４参照）



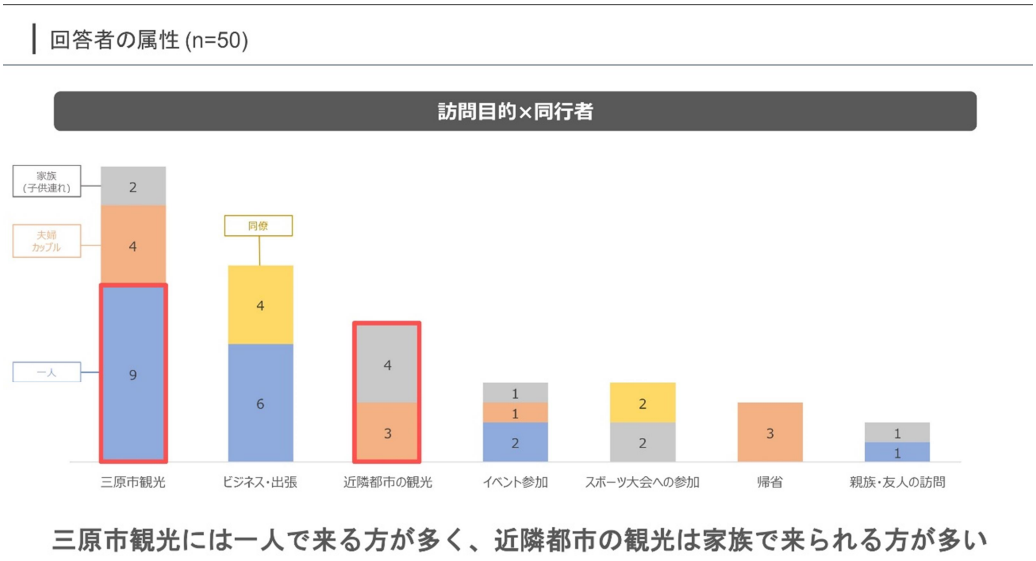


図４　アンケート結果（まちづくり三原提供）

このような調査を行うことにより、例えば「カップルや家族で市内や近隣都市を周遊するシーン創出」に効果があると仮説を立てることができ、下記のような施策を打ち出すことができる。

・ＳＮＳで景観のみの写真ではなく、夫婦で筆影山の眺望を楽しむ様子を発信する
・カップルで楽しむ三原のイルミと称してフォトコンテストを行う
・駅前の飲食店街で子連れでも入りやすいお店のリーフレットを配布する
（上記案は回答結果から考えうることであり本提言の本旨ではない）

一方で、アンケート調査を行う際に人的資源・金銭的資源に課題もあり、調査実施者を行政として支援していく体制が必要であることが判明した。そのため、次の政策を提案する。

６　提案

三原市観光ビジョンでは「観光客数」「観光消費額」「一人当たりの観光消費額」の増加をめざし、それぞれに目標値を設定している。計画期間前期の２年間で観光客数を 400 万人まで回復させ、後期の３年間で更なる上積みをめざすとあるが、現状を俯瞰すれば幾つもの厳しいハードルが立ちはだかっている。これらのハードルを一つずつクリアしなければ目標達成は不可能。そこで、当委員会として着目したのが、「まちづくり三原」と「商工会議所」の飲食ＭＡＰ連携事業による宿泊客の動向調査である。本市にある宿泊先の客室は余裕があるが、入込客が断然多い尾道市内の客室は宿泊客に対応しきれず、せっかくの観光消費額を逃しているとのことである。逆に、本市にある宿泊先の客室は余裕があることから、積極的に情報発信に努めて恩恵を享受することが肝要である。しかし、その実数（根拠）については、実態調査のデータを待たねば不確定でもある。今後、増加が見込まれるインバウンド客や国内からの入込客を本市に誘客する施策を検討するにあたり、多くの課題を克服しなければ画餅に帰することになりかねない。従って、当委員会として次の３点を理事者に提案する。

（１）宿泊者に対するアンケート調査を広範囲・通年で行うこと

まちづくり三原が現在三原駅周辺の４ホテルにおいて宿泊客に対しＱＲコードを用いたアンケートや出待ちアンケートを実施し、宿泊客の目的や属性、消費行動等を調査している。しかしながら、まだ、回答数が少なく分析が困難な状況にある。この調査を市の主だったホテルに拡大し、通年で実施することを提案する。回答数を増やすため、クーポン等のインセンティブを付けることが望ましい。

多くのアンケートを分析できれば、宿泊客増加や消費額増大に結びつける対策も出来るのではないか。

通年でアンケート調査を行うための経費としては、10 ホテル×12 カ月として約 210 万円、インセンティブを付けると＋180 万円を見積もっている。

通年アンケート実施事業　１８０万～２１０万円（税別）＋クーポン費用（０円～１８０万円）
・アンケート数　３０件×１２ヶ月＝３６０件×１０ホテル＝３６００件
・アンケート分析費：３０万円
・システム開発：３０万円（２年目以降０円）
・アンケート設置、メンテ等の人件費：１０万円×１２ヶ月＝１２０万円
（クーポンの場合）抽選想定でクーポン５００円１回×各ホテル１０個×３６００件＝１８０万円（税別）

図５　継続実施する場合の予算（まちづくり三原提供）

（２）高度デジタル人材・ＩＴ人材(調査・分析・活用・広報等出来る人材)を確保し、各団体が活用できるような体制を整備すること

各団体への聞き取り調査により、デジタル人材や予算の不足は明確であり、各団体においてはデジタル人材を個々に雇用する予算がない現状を鑑みると、本市のデジタル化戦略課の活用や、観光振興に精通したスキルを持ち合わせたデジタル人材を新たに雇用し、それらを各団体で共有することが有効である。

観光ＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）においては全国的に着目されている手法であり、観光庁が持続可能な観光地域づくり戦略として、観光ＤＸの推進を掲げている。これによると、旅行者のキャッシュレス決済データ等を用いたマーケティングによる消費拡大、データマネジメントプラットフォームの構築によるマーケティングの強化が観光地経営の高度化につながるとされている。そして高度化のためには、デジタル化やマーケティング、データ活用等を主導できる高度デジタル人材が必要とされている。

国においてもデジタル人材を活用するための補助金等がある。また、高度デジタル人材シェアリング事業を行っているところもある。（参考資料１）

聞き取り調査にもあったように、本市は数多の観光資源を有しながらも情報発信が脆弱で、国内外に向けて本市の魅力ある観光情報がいまだに周知できていない。そこで、観光施策に対する知見と実績のあるデジタル人材を活用し、「三原市観光ビジョン」にマッチングした情報発信の展開を図ることにより、観光客の増加に寄与するものと思われる。（具体的な数字を表すことは難しいが他市町の動向を見れば明らかである。）

（３）観光振興に有効と思われる企画には市から補助金を出すこと

観光振興に有効と思われる企画や情報を関係団体や市民から募集し、採用に値するものであれば市から補助金を出すことにより、市民を挙げておもてなしの心が醸成されるものと思われる。

7　その他の要望

（１）高校生からの意見にサイクリングコースの充実があった。観光協会の貸自転車が好評で利用が増えているが、駅ナカの観光協会で貸し出した自転車はその日のうちに観光協会へ返却しなければならない。自転車を置く拠点を増やしてはどうか。高校生からの提案は、他市町との連携も含んでいた。

（２）プロボノ人材(社会人が仕事を通じて培った知識やスキル、経験を活用して社会貢献するボランティア活動)から三原市の観光に対するアイデアコンテストを行ってはどうか。一例として、三原の夜の食や三原駅周辺の見どころ等。

８　おわりに

当委員会は、観光課による三原市観光ビジョンに示す本市の観光振興の現状と課題を認識し、政策提言として取り組む有効な方策は何かを協議した結果、デジタルツールを用いた誘客の成功事例の仕組みや仕掛けの方法など、２度にわたり外部講師を招聘し関係団体も含めて受講しました。（参考資料２）

しかし、思いのほか費用がかかることにより費用対効果を考慮すれば断念せざるを得ないと判断し、今ある有益な資源の活用策は何かを検討した結果、本市の宿泊施設（ホテル）は宿泊客を受け入れる余裕が十分あることに着目して（観光課の資料）、手始めに観光課をはじめ、ＤＭＣ、商工会議所、臨空商工会、三原観光協会、まちづくり三原の各関係団体と観光振興に向けての現状の課題と取組について伺いました。関係団体の皆様には、ご多用にも拘わらず快くご協力いただき、当委員会としてもご意見ご要望など有意義な意見交換の場であったことに感謝申し上げます。

結びに、現在まちづくり三原において宿泊客に対するアンケート調査を実施中であり、その結果を検証し有効活用するまでに一定の時間を要しますが、本県へのインバウンド客や市外からの入込客の増加は顕著であり、いつまでも本市を通過点とすることなく、祭り（神明祭り・やっさ祭り他）以外の平日宿泊客を取り込むためにもデジタル人材・ＩＴ人材の確保は喫緊の課題であり、各関係団体が共有できるよう行政の支援体制を強化していただき、三原市観光ビジョンの大きな目標値の達成に向けて、当委員会も微力ながら後押ししてまいります。

【参考資料１】国におけるデジタル人材活用に関する補助金等

（出典：観光庁　観光分野におけるデジタル実装）

観光庁においても今年度を対象とした補助金メニューが複数存在していた。次年度以降に向けて、対象となる団体と観光課と連携、さらにはデジタル戦略課とも横断的に連携して予算確保や人材確保に取り組むことが重要である。

観光庁補助メニュー例①：全国の観光地・観光産業における観光 DX 推進に関するマーケティング強化モデル実証事業

稼げる地域を創出するため、地域特性・課題に応じたデジタルツールの導入による基礎的で汎用性の高いマーケティング強化に取り組む実証事業を募集する。本事業は登録ＤＭＯを対象とする。

観光庁補助メニュー例②：観光地・観光産業における人材不足対策事業

宿泊業の人材不足解消に向け、設備投資などの効率化を通じ、人材の効果的な配置とサービス水準向上を支援する。業務効率を高めることで、旅行者やビジネス客の方の満足度向上と業界の発展をサポートする。

【出典】　観光庁ＨＰ　補助内容については、各事業紹介より抜粋

【参考資料２】デジタルツールを用いた誘客ツールに関する研修

（１）研修の概要

時　期　：　１回目　令和５年 11 月 27 日
　　２回目　令和６年１月 26 日

講　師　：　ミクル株式会社ＤＸ地域活性化事業ＴＥＡＭ
　　髙本　昌宏　氏

（２）研修結果

１回目の研修では、「ConnectingDots（コネクティングドッツ）　～観光と関係人口をつなぐ～　ヒトゴトからじぶんごとへ」の表題で、「ADDress（アドレス：多拠点生活の場を提供する)」と、「Locatone（ロケトーン：現実世界に仮想世界の音が混ざり合う新感覚の音響体験アプリ)」を使った観光×地域活性化プロジェクトの実例、デジタルノマドの誘致などを学んだ。

その中では、三原城天守閣を線路が縦断し、そこに駅がある所は日本中で三原だけであり来街者にとっては非日常の光景で驚き。また、シンボルは隆景公にこだわらないが一定の整備と演出、独自性と一貫性が必要。そして、消費を促す仕組みがないと観光の活性化は難しい等の指摘があった。

２回目の研修では、「三原『新たな旅』の可能性～IDEA 交流ワークショップ」を行った。

ロケトーンについては、他市・県が多く利用していて一定の成果は上がっているが、数値化が難しいとのこと、何より多大な費用が掛かるため本市の現状を鑑みると導入は難しいとの認識に至った。

【参考資料３】観光客数に関する各種データ

図表１－５　市町別観光客数の順位（令和５年上位 10 市町）

（単位：万人、%）

順位	市町名	平成 31 (令和元)年	令和 ４年	令和 ５年	増減数 R5−R4	増減率 R5/R4	増減数 R5-R 元(H31)	増減率 R5/R 元(H31)	R4 順位
１位	広島市	1,621	1,055	1,324	+269	+25.5%	▲297	▲18.3%	１位
２位	廿日市市	791	537	803	+266	+49.6%	+12	+1.6%	３位
３位	尾道市	683	566	658	+93	+16.4%	▲24	▲3.6%	２位
４位	福山市	630	436	530	+94	+21.6%	▲100	▲15.9%	４位
５位	三原市	416	285	368	+83	+29.1%	▲48	▲11.6%	５位

参考 - 表１　市町別観光客数の順位

（単位：千人）

市町名	H29	H30	R元（H31）	R2	R3	R4	R5
三原市	4,515	3,909	4,162	2,715	2,721	2,849	3,678
尾道市	6,801	6,395	6,826	4,705	4,617	5,657	6,583
福山市	7,249	7,162	6,296	3,792	3,541	4,357	5,297
府中市	1,328	1,114	1,217	867	831	797	901
世羅町	2,192	2,108	2,293	1,786	1,972	2,181	2,237
神石高原町	742	710	702	660	427	401	476

参考 - 表２　備後地方の総観光客数の推移（第１表から）

（単位：千人、百万円）

	県内客		県外客	観光消費額
	市町内	市町外		
三原市	1,744	1,325	609	9,461
尾道市	1,571	794	4,218	34,151
福山市	791	890	3,616	40,814
府中市	190	627	85	9,708
世羅町	380	1,411	445	2,305
神石高原町	71	319	86	793

参考 - 表３　備後地区の発地別観光客数と観光消費額（第２表から）

（単位：千人）

令和５年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	１０月	１１月	１２月
三原市	265	727	241	281	310	242	203	316	242	289	361	201
尾道市	392	398	693	566	563	370	476	953	543	638	655	336
福山市	518	328	364	335	851	328	347	462	321	507	611	325
府中市	62	64	80	77	77	75	71	83	79	88	77	69
世羅町	77	83	139	273	274	149	130	269	267	292	184	97
神石高原町	23	27	36	35	44	35	38	51	47	50	55	35

表４　備後地方の月別観光客数（第５表から）

（単位：人泊）

令和５年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	１０月	１１月	１２月
三原市	13,075	13,411	16,222	15,449	29,151	20,140	21,880	26,923	21,534	25,130	25,201	20,748
尾道市	32,647	37,261	57,117	48,973	56,748	38,962	43,322	58,568	47,991	52,555	53,222	35,892
福山市	72,000	75,000	95,000	93,000	104,000	87,000	93,000	112,000	97,000	111,000	108,000	97,000
府中市	1,324	1,262	1,676	1,511	2,029	1,579	1,454	1,419	1,532	1,574	1,738	1,631
世羅町	1,071	1,002	2,201	2,723	2,966	2,264	1,941	2,645	1,953	2,236	3,138	849
神石高原町	527	969	1,854	1,293	1,561	1,051	1,243	3,157	2,416	1,598	1,449	817

表５　令和５年月別宿泊客数（第８表から）

【出典】

表１　令和５年広島県観光客数の動向

表２～５　令和５年広島県観光客数の動向Ⅲ　観光客統計表から抜粋