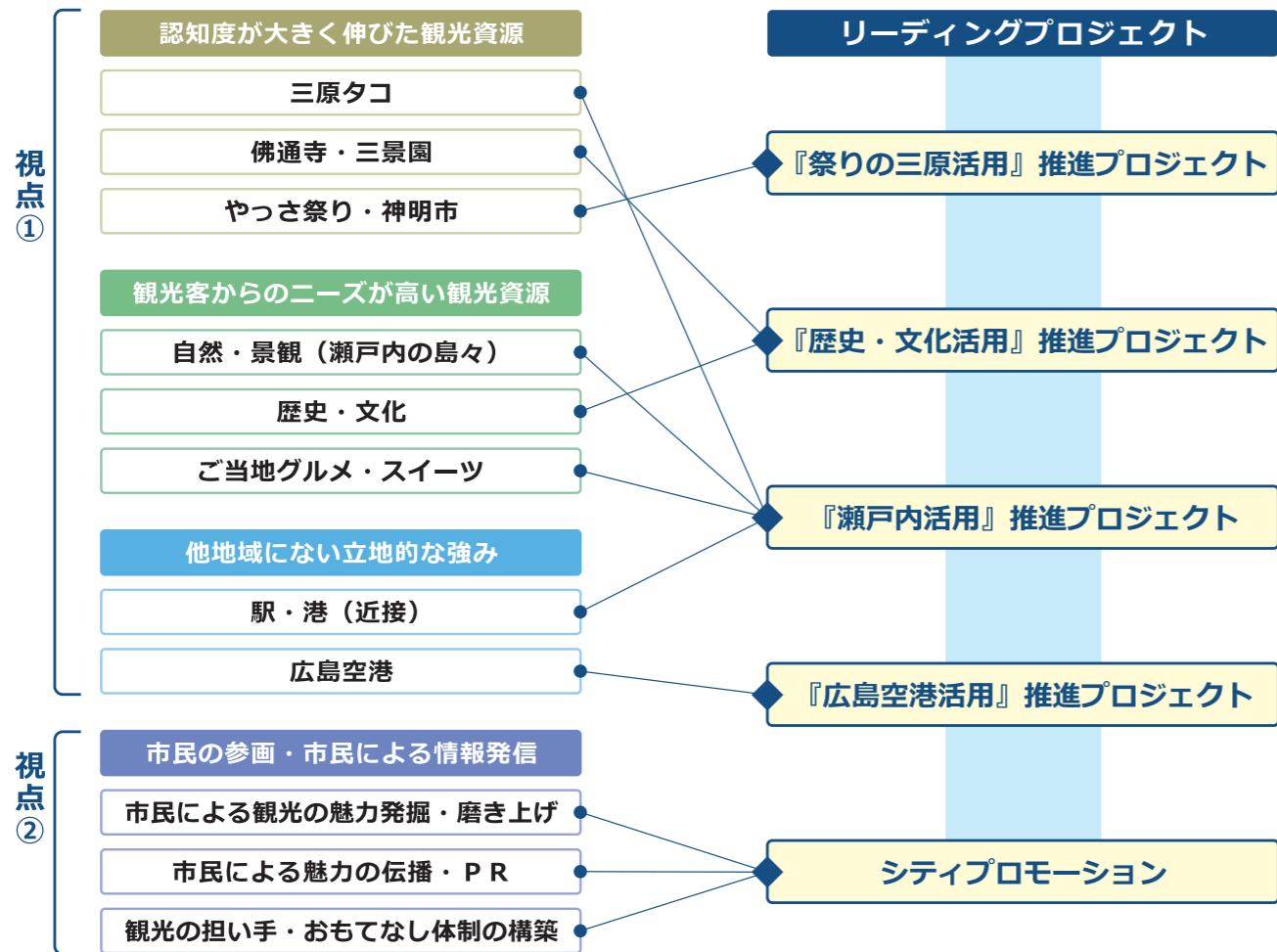


リーディングプロジェクト

本戦略プランにおいて、計画期間中に本市の観光に関する観光協会・民間事業者・観光関連団体・市民・行政が、特に力を入れて取り組む事業です。本市のめざす姿の達成や観光振興をより効果的に進めるため、2つの共通的な視点である「三原ならではの強みの活用」、「市民の愛着・誇りの醸成」を踏まえた5つのリーディングプロジェクトを展開していきます。

三原ならではの強みの活用



推進に向けて

観光推進組織体制の強化

増加する外国人観光客への対応や、多様化する観光客のニーズに応じた「稼ぐ観光」を実現するため、既存の各種関係団体と連携しながら、エリア全体の観光振興を進めるための推進組織の設立について検討を進めます。

また広域エリアの連携についても、関係自治体、関係団体とのネットワークの強化などに取り組んでいきます。

データに基づく施策実施・検証

計画の目標遂行のため、観光統計やニーズ調査等データに基づくマーケティングを行うとともに、観光消費額をはじめとした経済効果や来訪者の満足度などによる検証・改善を実施する、PDCAサイクルによるマネジメントを行います。

第2次 三原市観光戦略プラン 概要版

平成31(2019)年3月

発行：三原市

〒723-8601 広島県三原市港町三丁目5番1号

TEL(0848)67-6014 FAX(0848)64-4103

<http://www.city.mihara.hiroshima.jp/>

編集：三原市 経済部 観光課



第2次

三原市観光戦略プラン

概要版



1

第2次三原市観光戦略プラン策定の目的

本戦略プランは、『観光が三原市を支える産業の柱のひとつとなる』ことを達成するために、前戦略プランを引き継ぎ、外国人観光客の増加など近年の観光を巡る社会情勢の変化などを踏まえ、「第2次 三原市観光戦略プラン」として策定するものです。

2

計画期間

平成31（2019）年度～平成35（2023）年度の5カ年

3

めざす将来像

『観光が三原市を支える産業の柱のひとつとなっている』

めざす姿

コンセプト：また訪れたくなる 感動できるまち 三原

- 何度も訪れたくなるような「三原ならでは」の魅力的な観光コンテンツが整っており、観光客が周遊・滞在している。
- 市民一人ひとりがまちの魅力を知り、地域に誇りと愛着を持つとともに、行政、民間企業、関係団体などと共に積極的に「おもてなし」を行う体制が整っている。
- 三原の魅力（瀬戸内をはじめとする豊かな自然、継承されてきた祭り・歴史文化、食など）を活かした体験ができる場所として国内外に知られている。
- 三原の魅力的な観光情報が海外に伝わり、空港をはじめとする交通拠点性の良さや、整備された受入れ環境が活かされ、多くの外国人観光客が三原を訪れている。

4

目標値

本戦略プランの目標を、「観光客数」「観光消費額」「一人当たりの観光消費額」の増加とし、今後の本市の経済成長見込みや観光商品・サービスの開発などを踏まえ、目標値を次のとおり設定します。観光振興において、経済波及効果を上げるために、観光客数の増加、観光消費額単価（一人当たりの観光消費額）の増加のほか、原材料や雇用などについて域内での調達を促進することが重要です。



5

前戦略プラン及び築城450年事業の検証

前戦略プランでは、市民と協働で観光交流人口の増大に取り組み、豊かな市民生活の実現と地域経済の活性化に努めることを基本方針とし、主に県内向けに、観光地としての認知向上などを目指しました。県内認知度については向上したものの、全国・県内ともに目標値に対しては未達成となっています。一方、前戦略プランの大規模プロジェクトとして「瀬戸内三原 築城450年事業」を実施し、観光客数と観光消費額の増加を目指し目標値を達成しました。

▼前戦略プランにおける目標指標と達成状況 [%]

目標指標	現状値 (H24年度)	目標値 (H29年度)	実績 (H29年度)	実績 (H30年度)
全国認知度	31.9	40.0	31.4	29.3
広島県内認知度	37.1	50.0	41.9	45.5
全国訪問率	8.8	10.0	9.0	8.8
広島県内訪問率	47.6	60.0	52.9	45.8

▼「瀬戸内三原 築城450年事業」における目標指標と達成状況

目標指標	H26年	H27年	H28年	H29年 (目標値)
観光客数 (千人)	3,223	3,546	3,777	4,515 (4,500)
観光消費額 (百万円)	6,893	8,292	8,630	10,131 (10,000)

6

三原市の観光振興の現状と課題

現状

- 観光消費額の一人当たり単価が低い
- 県外・海外からの誘客数が少ない

課題

- 滞在延長、周遊につながる魅力的な観光コンテンツが不足している
- 観光推進体制や人材育成、おもてなし意識の醸成が十分でない
- 県外・海外に向けての情報発信が不足している
- 交通の要衝という強みを活かせていない
- 外国人観光客の受入環境が十分でない



今後は
一人当たりの
観光消費を
いかに伸ばすかが
重要じゃ！

7

基本戦略

本戦略プランでは、本市のめざす将来像である『観光が三原市を支える産業の柱のひとつとなってる』を達成するために、「三原ならではの強みの活用」、「市民の愛着・誇りの醸成」を共通的な視点として、4つの基本戦略を設定します。

視点

- 1 基本戦略** 滞在時間の延長、周遊、更には宿泊につながる「観光コンテンツの充実」を図ります。
- 2 基本戦略** 地域が稼げる観光施策の推進、観光客の満足度向上に向け、「観光推進体制の強化・人材育成」に努めます。
- 3 基本戦略** 国内外から広く観光客を呼び込むため、効果的な情報発信やプロモーション活動など「戦略的情報発信」に取り組みます。
- 4 基本戦略** 今後急増する外国人観光客の本市への誘客や満足度向上のため、「外国人観光客の受入環境整備」に取り組みます。

8

基本戦略に基づく施策展開

本戦略プランでは、本市のめざす将来像や観光振興を取り巻く現状及び課題などを踏まえ、4つの基本戦略を柱として施策を展開していきます。

基本戦略 ①

観光コンテンツの充実

- コト消費の拡大
歴史・自然・祭りなどを活用した観光商品・サービスの開発
- 飲食消費の拡大
三原ならではの「食」の推進
- 宿泊消費の拡大
宿泊事業及び関連サービス産業（夜・朝観光等）強化

基本戦略 ②

観光推進体制の強化・人材育成

- 観光サービスを担う人材育成
- 観光客に優しい受入体制（おもてなし）の充実
- 観光推進組織体制の強化

基本戦略 ③

戦略的情報発信

- ターゲットに応じた情報発信
- 広域連携によるプロモーション強化
- 災害時（発生時・復旧時・復興時）の情報発信

基本戦略 ④

外国人観光客の受入環境整備

- 観光情報の多言語化・情報通信環境の整備
- 施設整備やサービスの充実



観光消費額の増加

