資料1

「1000年アート里山・庄原」の観光地域づくり

R6年度庄原DMO事業の進捗状況

令和6年度第4回理事会

国の施策・・・観光の意義

○　人口減少を迎える日本では、「観光は**成長戦略の柱**、**地域活性化の切り札**」

定住人口＝1億2,617万人
1人当たり年間消費額＝130万円

減少 → 定住人口1人減少分

旅行消費額

訪日外国人旅行	国内旅行（海外分除く）
4.8兆円	21.9兆円

うち宿泊旅行　17.2兆円
うち日帰り旅行　4.8兆円

訪日外国人旅行者
3,188万人
1人1回当たり旅行支出
15万8,531円

＋

国内旅行者
（宿泊＋日帰り）
5億8,710万人
（延べ人数）
うち宿泊 3億1,162万人
うち日帰 2億7,548万人
1人1回当たり消費額
宿泊　5万5,054円
日帰り　1万7,334円

拡大 →

外国人旅行者8人分

又は

国内旅行者（宿泊）23人分

又は

国内旅行者（日帰り）75人分

定住人口は2019年10月1日現在人口推計（総務省）、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査（総務省）による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査（2019年）より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局（2019年）発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査（2019年）、国内旅行者（宿泊/日帰り）1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したもの。（※観光庁資料）

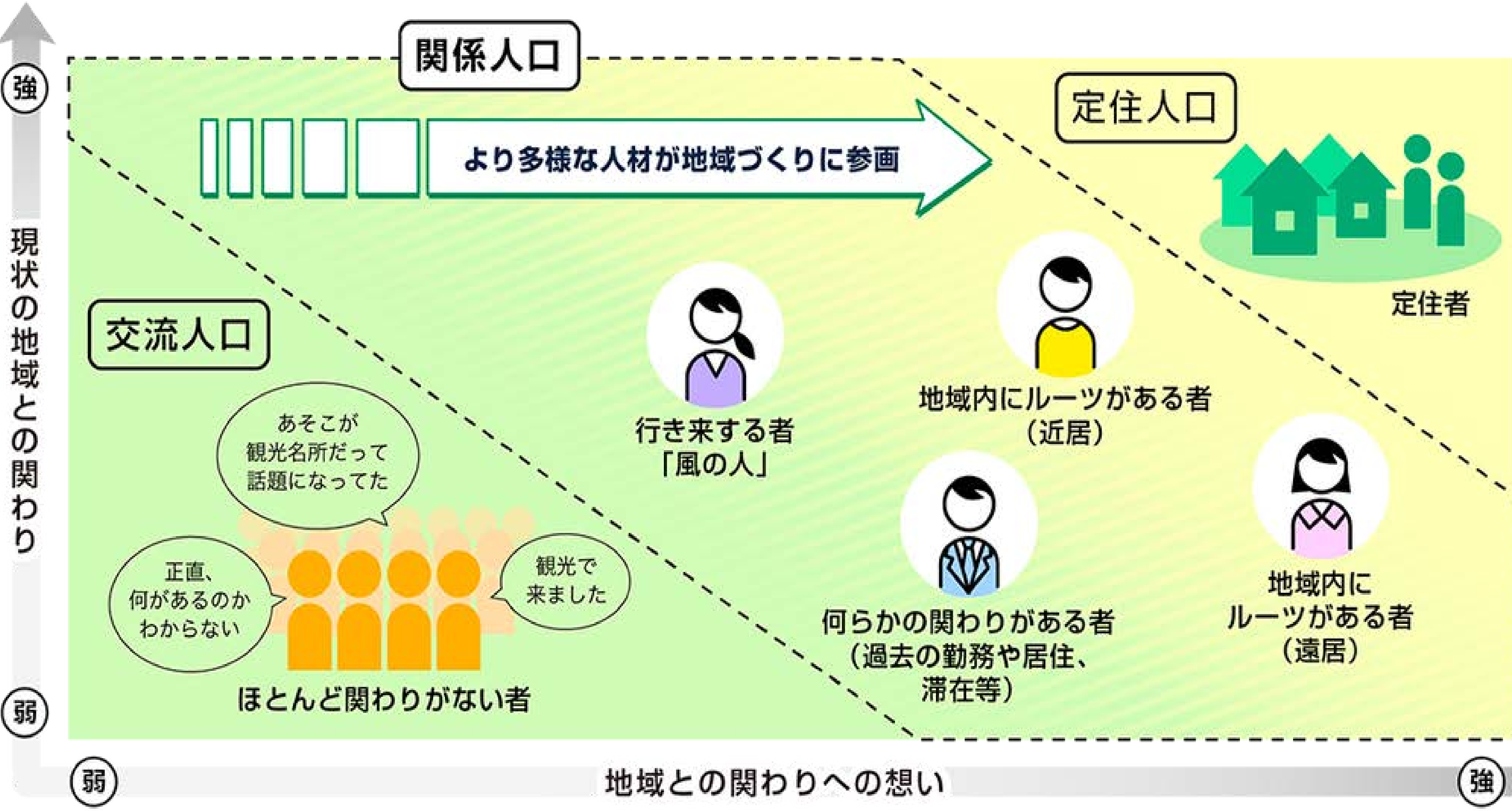
2019年の訪日外国人旅行消費額
4兆8,135億円

資料：財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.
DMO

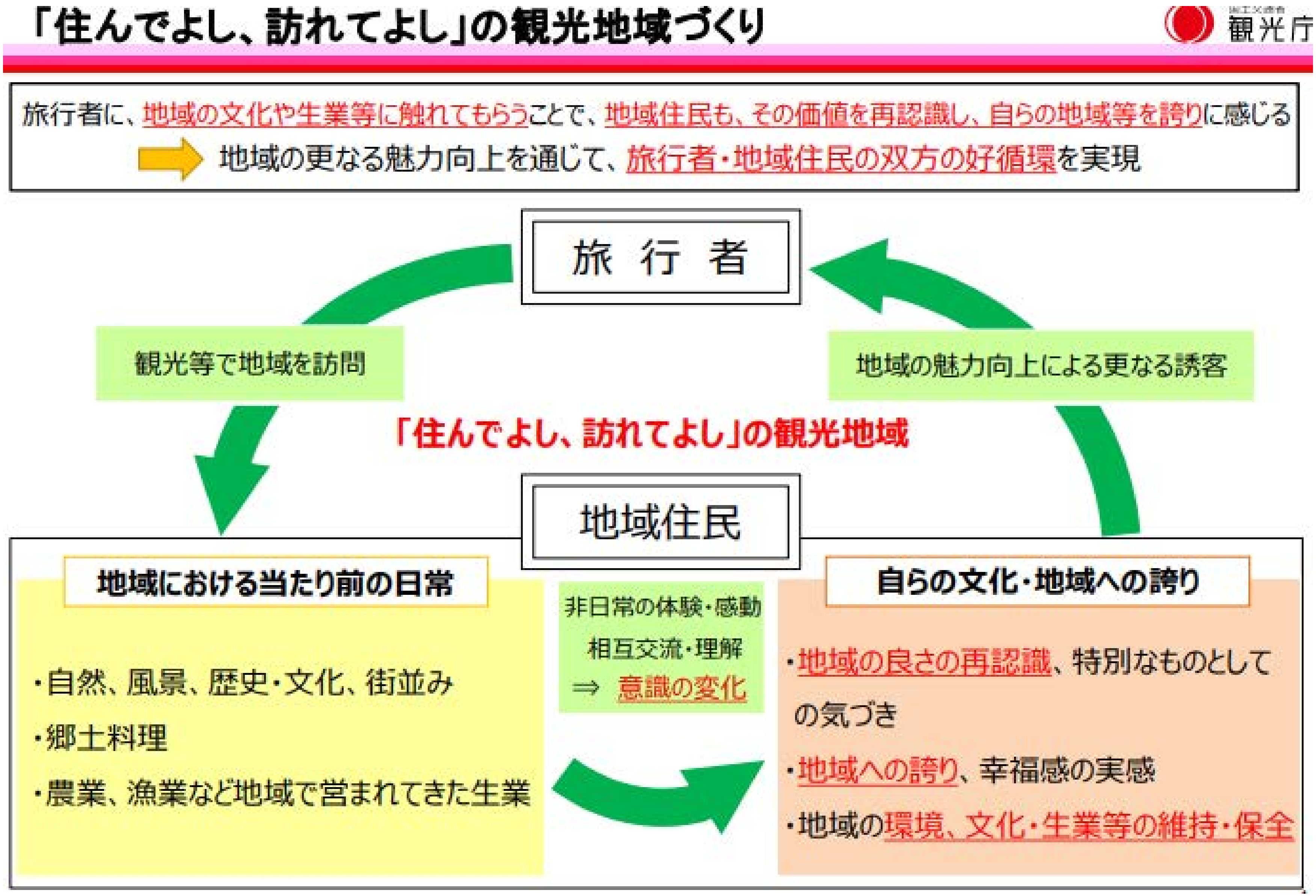
国の施策･･･関係人口の創出

「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が、地域づくりの担い手となることが期待され、地域住民と歓び交わる「歓交」が求められている。



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

国の施策･･･住民が主役、住民の当事者化



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

国の施策･･･観光立国推進基本計画

（2023～2025年度）

○ 「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の３つのキーワードに特に留意し、以下の３つの戦略を総合的かつ強力に推進。

持続可能な観光地域づくり戦略

- ■観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- ■観光DX、観光人材の育成・確保
- ■自然、文化の保全と観光の両立等、持続可能な観光地域づくり

インバウンド回復戦略

- ■コンテンツ整備、受入環境整備
- ■高付加価値なインバウンドの誘致
- ■アウトバウンド・国際相互交流の促進

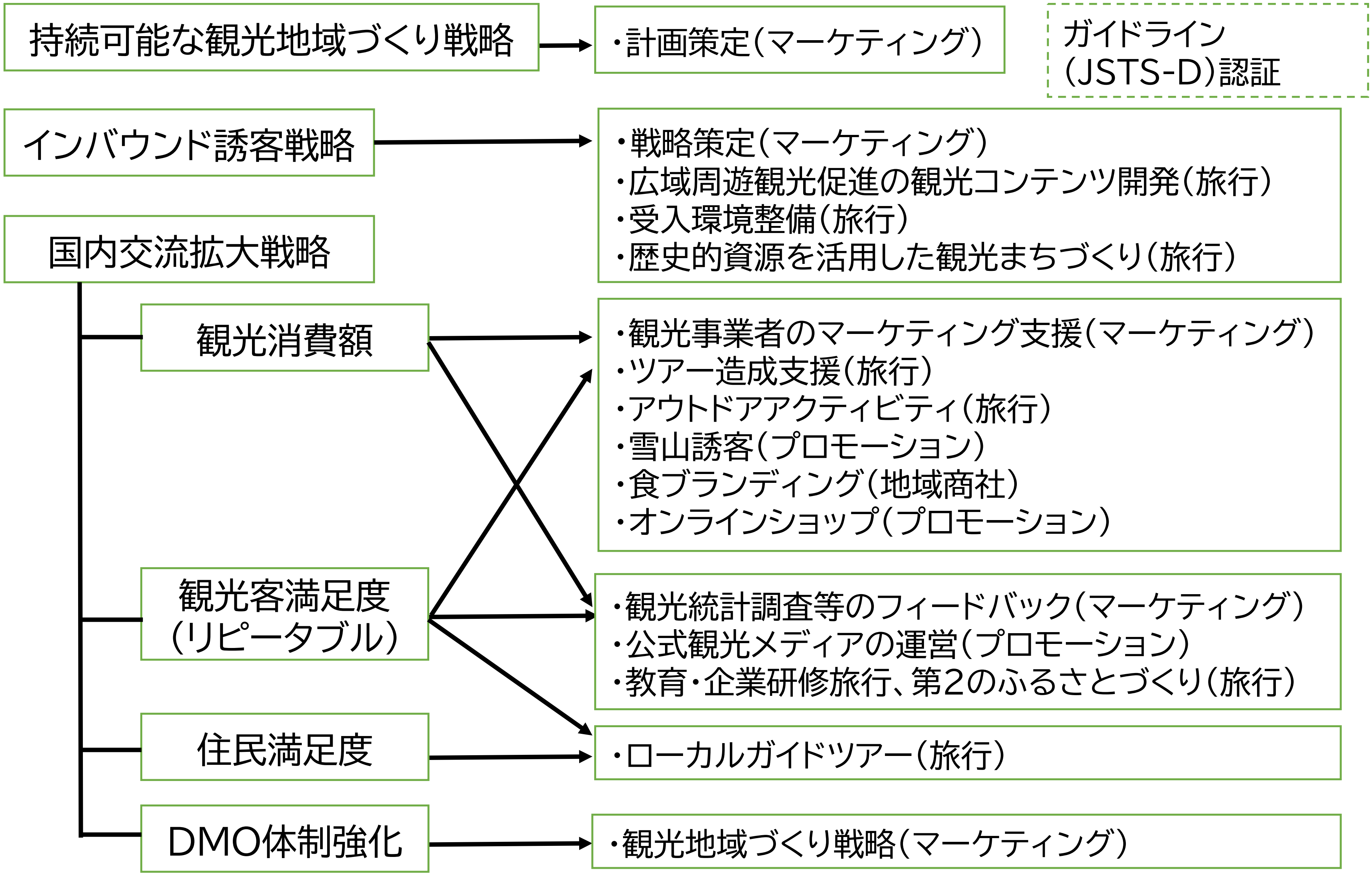
国内交流拡大戦略

- ■国内需要喚起
- ■ワーケーション、第２のふるさとづくり
- ■国内旅行需要の平準化

※個別の施策については、主な内容を記載

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

R6年度の戦略



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 旅の目的となる魅力あるプロダクトの開発・販売促進を図り、観光消費額、顧客満足度を向上させる。

（1）インバウンド誘致事業

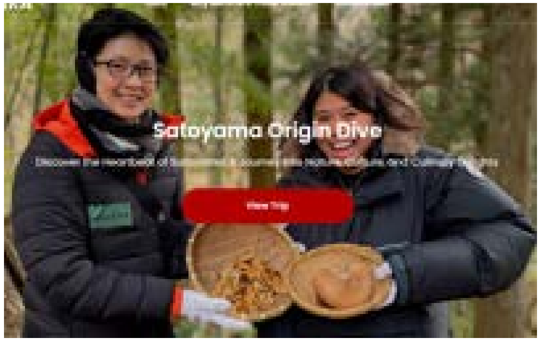
①広域周遊観光促進の観光コンテンツ開発事業

山陰・山陽を縦につなぐ周遊ルート開発

増加するインバウンドを本市へ誘客するため、観光庁の補助金事業（令和6年度広域周遊観光促進のための観光地域支援事業）を活用し、せとうちDMOと山陰DMOと連携し、滞在コンテンツ（2泊3日、4コース）の開発・流通促進に取り組んだ。

旅行商品（モデルルート）を企画、営業資料（商品タリフ）作成し、自社WEBサイトで、2月から販売を開始。
京都を拠点とするインバウンド専門の旅行会社luxury tours japanから6/9～11の2泊3日でアメリカからのファミリー（4人）の予約が入った。

次年度も、観光庁補助金を活用し、コンテンツの磨き上げを行い、庄原に誘致したインバウンド旅行会社や、日本政府観光局（JNTO）のネットワークを生かして、販売プロモーションを強化していく。



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業【テーマ:たたら】たたら製鉄の歴史文化を知り、職人が培った技術を体験するツアー

プロダクトの概要

日本では古くから「たたら製鉄」という日本独自の鉄づくりの技術が発達しました。自然の産物から生まれた鉄。この地域は豊かな土壌と砂鉄に恵まれ、たたら製鉄と共に人々の文化が生まれていきました。
古くから続いてきた鉄づくりの歴史や日本刀・職人の技術、そしてその鉄が豊かにした日本の生活文化を学びます。オプションで日本刀の刀匠の工房見学や包丁作りを体験できます。

テーマ	里山の美しい棚田の景観と日本刀文化を体感する
ターゲット層	日本文化や職人に興味がある、オーセンティック志向、クラフトツーリズムに関心

イチオシポイント

・庄原で過ごしながらガイドの案内で地域の歴史・日本の鉄のものづくりについて深く知ることができます
・奥出雲町在住の刀匠による日本刀作りの工程の一部をご覧いただけます
・イノシシ肉をはじめとする地元産の食材を使用した特別なジビエディナーをご賞味
・たたら場から生まれた美しい棚田の田んぼの景観をガイドの案内でサイクリング
・古民家をリノベーションした一棟貸しのお宿で贅沢なひとときをお過ごしいただけます

スケジュール(コース内容)

①1日目　PM庄原入り
田部家土蔵群町並み散策⇒鉄の歴史博物館⇒菅谷たたら山内生活伝承館
泊：こざこ森　五右衛門風呂で入浴
②2日目
ランチ出雲そば⇒日本刀の刀匠よる工房見学と日本刀鑑賞
泊：長者屋
③3日目
棚田サイクリング⇒そばの名店でランチ（比和産のそば）

詳細

対応可能な旅行形態	個人向け	○	団体向け	
設定期間	通年		期間限定	3月-11月
設定除外日	12月-2月			
開催時間	2泊3日　1日目午後入り~3日目お昼過ぎ解散			
開催場所	庄原~奥出雲町			
集合場所	広島駅			
料金(一人当たり)	¥305,000~			
料金に含まれるもの	ハイヤー、スルーガイド、食事(朝2昼2夕2)、宿泊、現地ガイド、体験料、スルーガイド食事代、高速代			
対応人数	最少催行	2	定員	8
対応言語	英語			
交通アクセス(車/公共交通機関)	ハイヤー利用			
駐車場	乗用車		バス	
その他注意事項	・動きやすい服装 ・アレルギーなどは事前に確認			

販売先

販売受付	

申し込み・問い合わせ先

事業者名	
担当部署・担当者	
電話番号	
Mail	
ホームページ(URL)	

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 【テーマ:自然】広島の秘境の自然に浸るツアー

プロダクトの概要	
広島市内の爆心地から1.5時間の距離に庄原には1000年を超える大自然があります。 大自然と共に暮らしてきた人々の暮らし。暮らす中で育んできた自然との共存してきました。 ラフティングやトレッキング・サイクリングなど自然を通じたアクティビティを体感して、自然とヒトの理想の共生について向き合う旅です。	
テーマ	アドベンチャーツーリズム・ファームツアー・サスティナブルツアー
ターゲット層	自然や身体を動かすアクティビティが好き・ローカルとの交流に関心

イチオシポイント

- ・ローカルガイドの案内で地域の歴史・自然について深く知ることができる
- ・山頂から絶景が望める比婆山トレッキングや帝釈峡森林浴ウォークで自然を堪能
- ・ラフティングアクティビティで川の流れと一体感！（インストラクターの案内）
- ・朝ヨガ・サイクリング・地元農家の畑で農業体験などアクティビティの充実プラン
- ・古民家ホテルではパーソナルシェフによるジビエのフルコースを召し上がっていただきます

スケジュール（コース内容）

①1日目　PM庄原入り
里山ラフティング⇒出張パーソナルシェフによるジビエディナー
古民家ステイズ泊
②2日目
終日：比婆山トレッキング（ランチにおにぎりorサンドウィッチを準備）※熟練度に応じてコースや夕日スポットを提案
古民家ステイズ泊
③3日目
朝：ヨガ⇒　AM：高野サイクリング、農業体験⇒　PM：帝釈峡で森林浴ウォーク

詳細				
対応可能な旅行形態	個人向け	○	団体向け	
設定期間	通年		期間限定	3月-11月
設定除外日	12月-2月			
開催時間	2泊3日　1日目午後入り~3日目お昼過ぎ解散			
開催場所	庄原			
集合場所	広島駅			
料金（一人当たり）	¥300,000~			
料金に含まれるもの	ハイヤー、スルーガイド、食事（朝2昼1夕2）、宿泊、現地ガイド、体験料、スルーガイド食事代、高速代			
対応人数	最少催行	2	定員	8
対応言語	英語			
交通アクセス（車/公共交通機関）	ハイヤー利用			
駐車場	乗用車		バス	
その他注意事項	・動きやすい服装（ラフティングは水着が好ましい） ・アレルギーなどは事前に確認			

販売先	
販売受付	

申し込み・問い合わせ先	
事業者名	
担当部署・担当者	
電話番号	
Mail	
ホームページ（URL）	

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業【テーマ：神秘】古の地に伝わる神秘の物語と神様に触れるツアー

プロダクトの概要	
日本には八百万の神という無意識に持っている概念がある。古代から里山で生きてきた人々は必然的に常に自然と共に生きてきた。時には優しく恵をくれる。また時には厳しい苦難を与える人の力では抗えないものを"神"とあがめ、その力を畏敬を込めて伝え続けてきた。ここ庄原には通常ありえない形をした山、日本創成の物語にまつわる石、この地を見守り続けた巨木群、、そしてこの地に根付く伝説が多数存在している。 技術や文明の発展により豊かになったが、人が忘れてしまった何かを探しに、里山に伝わる神秘に会いにでかけよう。	
テーマ	アドベンチャーツーリズム・サスティナブルツーリズム・日本文化・アメニズム
ターゲット層	自然や身体を動かすアクティビティが好き・ローカルとの交流に関心

イチオシポイント

- ・ローカルガイドの案内で地域の歴史・文化・自然について深く知ることができる
- ・神秘的な滝として名高い「雄滝・雌滝」を訪れ、山の恵みのパワーを感じる
- ・伝統文化の神事である芸能の神楽を鑑賞
- ・日本最大の神秘スポット出雲の国へ
- ・日本最古の物語、古事記に記された神が眠る場所・熊野神社 で神秘のパワーを注入

スケジュール（コース内容）

①1日目　PM庄原入り
龍が棲息したと伝えられている大鬼谷の雄滝・雌滝を観賞⇒宿にチェックイン後、神楽団による出張神楽体験
宿泊：古民家ステイズこざこ森　周辺散策（田園風景）＋宿泊&五右衛門風呂
②2日目
"日本最大の神秘スポット 出雲の地へ"出雲大社・⇒出雲大社周辺散策・参拝⇒日御碕神社参拝⇒日帰り入浴
宿泊：古民家ステイズこざこ森　地元食材をつかった創作ディナー
③3日目
"日本最古の物語、古事記に記された神が眠る場所"熊野神社・杉の巨木群⇒3つのお社 遥拝所 ⇒古民家レストランでランチ

詳細				
対応可能な旅行形態	個人向け	○	団体向け	
設定期間	通年		期間限定	3月－11月
設定除外日	12月－2月			
開催時間	2泊3日　1日目午後入り～3日目お昼過ぎ解散			
開催場所	庄原～出雲～庄原			
集合場所	広島駅			
料金（一人当たり）	¥310,000～			
料金に含まれるもの	ハイヤー、スルーガイド、食事（朝2昼2夕2）、宿泊、現地ガイド、体験料、スルーガイド食事代、高速代			
対応人数	最少催行	2	定員	8
対応言語	英語			
交通アクセス（車/公共交通機関）	ハイヤー利用			
駐車場	乗用車		バス	
その他注意事項	・アレルギーなどは事前に確認			
販売先				
販売受付				
申し込み・問い合わせ先				
事業者名				
担当部署・担当者				
電話番号				
Mail				
ホームページ（URL）				

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 【テーマ：暮らし】ローカルと交流しながら里山の日本人らしい暮らしを学ぶツアー

プロダクトの概要

今を生きる私たちに"アート"と表現させるほど幾重にも折り重なり、言葉にできない情景を作り上げてきたのは日常の中で里山が過ごしてきた「暮らし」だった。それは当然簡単なことだけではなく、自然の厳しさや時代ごとの出来事、人が暮らすということは時に過度な開発やあるべきものを壊してしまうことを伴う。しかしここ里山はどうだろう？重ねながらも調和し、恵みを愛し、厳しさの中でも工夫をしながらすごしてきた。その暮らしとはどのようなものだったのか。庄原の人々との交流を通じてこれからの未来を生きるヒントもここ里山・庄原でみつかるかもしれない。

テーマ	ローカルと交流しながら里山の日本人らしい暮らしを学ぶ
ターゲット層	日本文化や暮らしに興味がある、オーセンティック志向、ローカルとの交流に関心

イチオシポイント

- 古民家で過ごしながらガイドの案内で地域の歴史・日本文化・暮らしについて深く知ることができる
- ローカルと昔ながらの調理方法でオーガニック野菜を使ったお料理体験。
- 東日本大震災をきっかけに、庄原に移住した夫婦のストーリーが詰まった牧場で癒し体験。
- 農家を巡るサイクリングガイドツアーで収穫体験し恵みを肌で感じる。

スケジュール（コース内容）

①1日目　PM庄原入り
古民家ステイチェックイン⇒休憩＆周辺散策　何気ない風景や空気を感じる⇒口和郷土資料館・暮らしの道具、様子などに触れる
宿泊：古民家ステイズ長者屋
②2日目
暮らし屋 お古にて日本の古き良き暮らし体験（薪割・火起こし・かまど）、ランチクッキング体験⇒小さな牧場で究極の癒し・チーズづくり体験
宿泊：古民家ステイズこざこ森
③3日目
サイクリングツアーで農家さんを巡り、住民とのふれあいや収穫体験を楽しむ

詳細

対応可能な旅行形態	個人向け	○	団体向け	
設定期間	通年		期間限定	3月-11月
設定除外日	12月-2月			
開催時間	2泊3日　1日目午後入り～3日目お昼過ぎ解散			
開催場所	庄原			
集合場所	広島駅			
料金（一人当たり）	¥300,000～			
料金に含まれるもの	ハイヤー、スルーガイド、食事（朝2昼2夕2）、宿泊、現地ガイド、体験料、スルーガイド食事代、高速代			
対応人数	最少催行	2	定員	8
対応言語	英語			
交通アクセス（車/公共交通機関）	ハイヤー利用			
駐車場	乗用車		バス	
その他注意事項	・動きやすい服装（農作業を伴うため汚れてもよい服） ・アレルギーなどは事前に確認			

販売先

販売受付	

申し込み・問い合わせ先

事業者名	
担当部署・担当者	
電話番号	
Mail	
ホームページ（URL）	

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 インバウンドプロモーション

プロモーション動画制作

営業資料にインバウンド向けのプロモーション動画を制作

営業資料・商品タリフ作成

自社サイト

来年度の取り組み

・R6年度に制作した販促ツールを用い、商談会の参加、インバウンド向け旅行代理店への営業、OTAサイトでの販売に取り組む。
・JNTO(日本政府観光局)へ加入し、海外へのプロモーションを強化

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 旅の目的となる魅力あるプロダクトの開発・販売促進を図り、観光消費額、顧客満足度を向上させる。

【取組内容】

専門家による調査ツアー（フィールドワーク）

専門家によるモニターツアーを延べ3回実施。コンテンツのポテンシャルと課題を抽出

〈専門家チームメンバー〉

●木村　洋　（株）トポラテジー代表

地域開発専門のブランディング・マーケティング企業。庄原DMOが実施してきた戦略策定やプロモーション、ブランディングに携わる。

●石飛聡司氏　（株）mint代表

広島のローカルな魅力を活かす事業創出のため広島市内を周遊するサイクリングガイドツアーを開始。ガイド育成や地域のストーリーをツアー化させる手法などで注目を集め、現在は県内外で観光企画やツアー造成、ガイド育成事業などに携わる。

●三村　理紗　（一社）My Japan 代表理事

地域の伝統文化に関する観光ツアープロダクト造成、イベント企画・運営、日本文化体験プロデュース、文化芸術関係者の支援など行う。

●川口　康太　トラベルデザイナー

総合商社にて鉄の貿易を担当。ケンタッキー、ニューヨーク駐在計5年、2017年ベンチャー系ホテル業（株）サン・クレアへ転職。2022年よりトラベルデザイナーとして独立、インバウンド向け旅行プランの造成等を行う。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 旅の目的となる魅力あるプロダクトの開発・販売促進を図り、観光消費額、顧客満足度を向上させる。

専門家による調査ツアー（フィールドワーク）

◎1回目（6/10～11） 専門家4名参加

初日）オープンガーデン佐藤邸、七塚原、クイーンズジェラート、来里、比和自然科学博物館、高野アップルロードサイクリング等を視察。宿泊は古民家ステイズこざこ森
2日目）奥出雲のたたら山内生活伝承館、絲原記念館、可部屋集成館、たたら鍛冶工房など、庄原～出雲のたたら文化をテーマに視察。

専門家評価（一部抜粋）

●オープンガーデン佐藤邸
地元の人と話ができるという点はプラス（評価：△）

●Queen’s Gelato
眺め、接客も良いので、ルート上にあればおすすめしたい（評価：△）

●来里（ランチ）
里山の古民家でしっかりした洋食が食べられる（評価：○）

●比和自然科学博物館
細かに庄原の地域の地形、暮らしが分かるのがいい。とくに地形の説明をする際には立ち寄ると解像度が増す印象（評価：○）

●こざこ森（古民家ステイズ）
古民家の造りを残しつつ現代的なデザイン。開放感があり良い。周りになにもないプライベート感がある。星をみながらの五右衛門風呂が最高（評価：◎）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 旅の目的となる魅力あるプロダクトの開発・販売促進を図り、観光消費額、顧客満足度を向上させる。

専門家による調査ツアー（フィールドワーク）

◎2回目（6/23～25）専門家5名参加
前述の専門家4名に加え、石川県でローカルツアーを主催する（株）コハク　山田慈彦氏を招へいし、2泊3日で東城、西城方面を中心にモニターツアーを実施。

初日）帝釈峡、時悠館、東城街並み散策。荒天にてコンディション不良。宿泊は古民家ステイズ不老仙。
2日目）熊野神社、比婆山トレッキング（立烏帽子～千引岩）、吾妻山山頂、大澤田葡萄酒店、三河内の棚田を視察。宿泊は古民家ステイズ長者屋。
3日目）暮らし宿お古、ひばの里を視察。

専門家評価（一部抜粋）

●時悠館

歴史、地形が理解できて良かった。言語対応が可能であればコンテンツとして良い（評価：○）

●熊野神社

巨木に触れたり、いにしえの歴史を五感で感じるとてもいいスポットでぜひおすすめしたい（評価：◎）

●暮らし宿お古

ご自身が求めた暮らしを実践されているのが、暮らしそのままで体現されておりとても共感する。自給自足の暮らしに憧れる方にもマッチ。ゲスト自身で手足を動かす比率を高めるとより良い（評価：◎）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 旅の目的となる魅力あるプロダクトの開発・販売促進を図り、観光消費額、顧客満足度を向上させる。

専門家による調査ツアー（フィールドワーク）

◎3回目（9/2～4） 専門家4名、旅行会社1社（1名）
前述の専門家4名に加え、ハイクラスのインバウンド向け旅行を企画・販売する「Beauty of Japan」訪日ツアー事業部 アダム・ダウンハム氏を招いて2泊3日で実施。

初日）帝釈峡（雄橋、白雲堂）大澤田葡萄酒店、三河内棚田テラス等を視察。古民家ステイズ長者屋泊。三河シェフによる出張ジビエディナーを体験。
2日目）奥出雲方面を視察（田部家土蔵群、菅谷山内たたら他）古民家ステイズ不老仙泊。
3日目）熊野神社、西城川ラフティングを体験・視察。

◎アダム氏の評価（一部抜粋）

●三河内の棚田

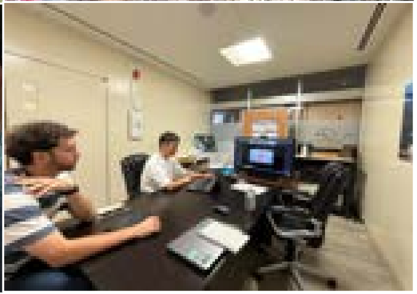
絶景が非常に良い。田舎文化が味わいたい旅行者に提供出来る。サイクリングができない方がいる場合、車から降りて景色を見ながら何かのアクティビティを検討すれば良い。

●古民家ステイズ不老仙

上記の点と同じく、サービスなしで提供すると、添乗員同伴のグループ以外のアピールが限られていますが、自由に温泉が使えるところが魅力的です。後、BBQより、地元の料理でなかれば、受け入り難いと思います。

オンラインによる課題抽出ミーティング

1回目（7/19）、2回目（9/11）
それぞれのコンテンツの課題や提言を、観光庁への報告書にまとめ提出予定。



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 旅の目的となる魅力あるプロダクトの開発・販売促進を図り、観光消費額、顧客満足度を向上させる。

旅行会社を招いてのFAMツアー

FAMツアー（FAMトリップ）とは、慣れ親しませるという意味のFamiliarizationからきており、海外の旅行関係者や旅行メディアなどを招待した上で実施する視察ツアーのことで、東京と大阪に拠点とするラグジャリー層を扱う旅行会社が参加していただいた。

参加事業者

●トリコラージュ（東京）
インバウンド富裕層向けにテーラーメイドの旅を提供。大洲城1泊100万円城泊など、ラグジャリー層も扱う。サステナブルがベースにあり、日本で初めてGSTC認証を取得。

●リベルタ（大阪）
欧米豪、台湾、香港顧客に対するテーラーメイド型およびパッケージ型ツアーの提供。

◎1回目（9/17～20）専門家4名、旅行会社2社（2名）参加
帝釈峡、大澤田葡萄酒店、三河内棚田、一柿（ジビエ）、ひばの里、久保刀匠鍛錬場、田部家土蔵群、菅谷山内たたら、熊野神社、藤本農園等を2泊3日で実施。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved. DMO

旅行事業 旅の目的となる魅力あるプロダクトの開発・販売促進を図り、観光消費額、顧客満足度を向上させる。

旅行会社を招いてのFAMツアー

◎2回目（11/13～15）専門家2名・旅行会社2名・ローカルガイド育成メンバー5名参加
1日目）帝釈峡、三河内棚田サイクリング、桜花の郷ラフォーレ庄原（宿泊）、一柿（ジビエディナー）
2日目）高野（サイクリング・大根収穫体験、菅谷たたら、備後落合（芸備線）、不老仙（泊）、淑（お好み焼き体験）
3日目）朝ヨガ、熊野神社（ネイチャーガイド）、やませみ（昼食・交流）、ふくふく牧場（牧場体験） 2泊3日で実施。

参加事業者
●奥ジャパン（京都）
熊の古道をはじめとしたインバウンド旅行者向けセルフガイドでのツアーを提供。
●Matsue-Works（松江）
松江を拠点に島根に伝わる様々な文化を、単なる物見遊山の観光ではない、テーマ性をもったツアーを提供。

ガイド育成に参加しているガイド候補の方をツアー同行してもらい、ガイディングを実践形式で試したり、新しくできたコンテンツ（お好み焼き体験）を試したり、ツアーの中に芸備線乗車を盛り込んでみたりと、これまでのツアーでできなかった事ができた。また今回のツアーきっかけで「新しいコンテンツ」の掘り起こしもできそうで「地域住民との交流」の面で実りあるツアーとなった。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 旅の目的となる魅力あるプロダクトの開発・販売促進を図り、観光消費額、顧客満足度を向上させる。

インバウンド対応ローカルガイド養成

観光ガイドとしての基本的なスタンスやスキル、魅力を伝えるアイデアや知識を効果的に伝えるテクニック、地域の資源を生かした基本情報、プラスアルファで伝えるガイディング、ファシリテーションスキルを磨き、「何度も会いたくなる観光ガイド」を目指してガイド育成のカリキュラムを実施中。

ローカルガイドセミナー①

9/6(金) 15:00～17:00
講師:石飛　場所:庄原市民会館

・ゲストを迎える心構え(マインドセット)
・満足度を得るためのガイディングテクニック
・ツアー内容を表現するストーリーテラー

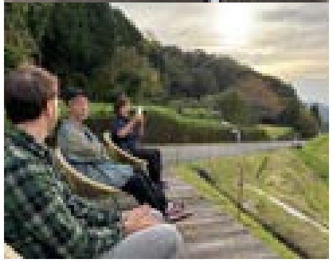
ローカルガイドセミナー②

9/21(土) 9:00～11:00
講師:石飛／川口　場所:オンライン

・スクリプト(旅のストーリー・解説)読み合わせ
・資料を使用して庄原ツアー内容をインプット
・インバウンド対応に必要な知識、スキル情報提供

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

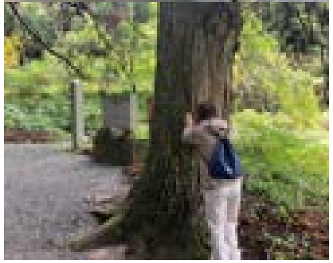
旅行事業 旅の目的となる魅力あるプロダクトの開発・販売促進を図り、観光消費額、顧客満足度を向上させる。



インバウンド対応ローカルガイド養成

ローカルガイドセミナー③
サイクリングガイド実地研修
10/25(金) 15:00～17:00
講師:石飛　場所:三河内棚田周辺
参加:3名

・サイクリング安全講習
・棚田テラス、八幡神社にてガイディング講習
・棚田コースの確認(新しいコース作り)



ローカルガイドセミナー④
ネイチャーガイド実地研修
10/28(月) 10:00～15:00
講師:川口　場所:熊野神社
参加:3名

・熊野神社にて森林浴研修
・FAMツアーでの担当振り分け

以降の育成ステップ
11月中旬のFAMツアーに同行。決定した役割に応じてガイド実施。終了後、振り返りミーティング実施。
各自研修日以外での自主練、継続インプットを行う。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

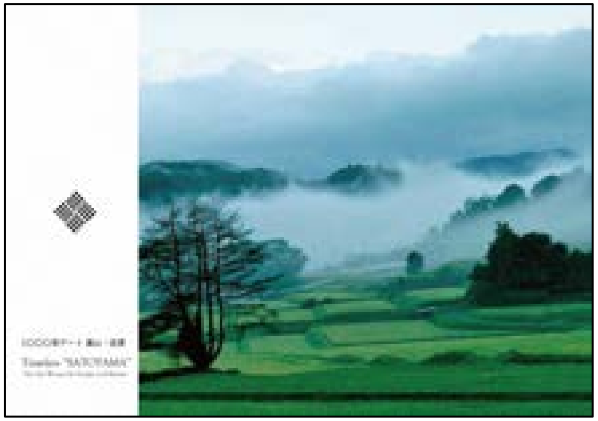
②受入環境整備事業

インバウンド誘致、受け入れ機運の醸成を図るため、セミナーの開催や外国人スタッフ・ガイドの確保・育成など、受入体制を整備する。

外国人スタッフを臨時雇用

インバウンドガイドを確保・育成

・山内在住の翻訳家ジョエル・マッケイン（米国出身）をサポートスタッフで採用（週1日程度勤務）
・インバウンド旅行会社の視察ツアーへ同行のほか、インバウンドガイドとして育成中。
・庄原ブランドブックの翻訳チェックを行い10月に再発行。
・庄原観光ナビのインバウンドサイトの翻訳チェックなどを担当。
・My Concierge社と連携して通訳ガイドが企画する広島県内のツアーを造成



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業 My Concierge社と連携事業「通訳ガイドが企画する広島県内のツアー」

北広島町侍体験ツアー（フィールドワーク）

◎2/18　6名参加

当日）道の駅舞ロードIC千代田→戦国の庭歴史館
→四季乃家彩蔵→茶屋カフェ土居田屋。

この2日間のモニターツアーはマイコンシェルジュ社が実施する「県内在住の通訳ガイド自身が造るツアーで外国人観光客を地域に呼び込むローカルガイドツアー造成事業」に参加。19日はガイドを実践。

コンテンツの詳細

●道の駅舞ロード

9時30分に集合

●戦国の庭歴史館

-博物館に移動して、町の歴史的な背景を聞いてから侍の鎧を試着
-隣の大名の屋敷の跡に移動して、武士道や剣術を勉強
-外の撮影タイム

●四季乃家 彩蔵

お昼ご飯は町一のお店に尋ねて、地元の食材を使ったコース料理。

●茶屋カフェ土居田屋

スノーシューを履いて近くの田んぼや山でトレッキングしてから、囲炉裏の周りに座ってお茶・コーヒーとローカルスイーツを食べる。

Copyright © 2025 Joel McCain All rights reserved.

旅行事業 My Concierge社と連携事業「通訳ガイドが企画する広島県内のツアー」

Zen and the Art of Motorcycle Touringツアー（フィールドワーク）

◎2/19　5名参加　企画：ジョエル・マッケイン

当日）帝釈峡→浄久寺→安原旅館→（熊野神社）
→港屋木山本店→三河内棚田テラス

コンテンツの詳細

●帝釈峡

ガイドしながら雄橋まで歩いて帰る。ツアーでは白雲洞にも立ち寄る。

●浄久寺

お坊さんにお願いしてプライべっとで座禅。35分ぐらい居て、実際の座禅は15分ぐらい。参加者はもっと長くやりたかったとの感想。時間の関係で座禅の後にお茶タイム。

●安原旅館・珈琲屋洗心館

一人あたり3,000円でお願いして、比婆牛や鮎まで出て、とても美味しかった。昼食後コーヒーを頼んで、マスターが目の前で珈琲を淹れながら色々面白いトークがあり、評価が高かった。

●港屋木山本店

店舗に入りオーナーが、裏庭まで案内して煙突を見学。醤油のお土産を購入。

●三河内棚田テラス

雪景色を堪能

Copyright © 2025 Joel McCain All rights reserved.

旅行事業

インバウンドセミナー

四国の成功事例を学ぶ

・7月3日 四国ツアーズ代表ロッド氏を招いてインバウンドセミナー開催(庄原市民会館にて22名参加)。
・OTA瀬戸内ツアーズでの販促やサイクリングとハイキング、地域のコア、古民家ステイズの落とし穴など、里山におけるインバウンド戦略についてアドバイスをいただいた。
・外国人旅行者の移動手段について(タクシーの必需性)。
・古民家宿の設置物の品質や窓から見える景観について(チープなハンモックの設置や防寒対策のビニールカーテン、安物のEバイクは逆効果)など。

参加者の声

〇セミナー満足度
・満足:67%／やや満足33%
〇インバウンド受け入れに対しての方向性
・積極的に受け入れ67%
・受け入れたい33%
〇インバウンド受け入れに関しての課題感
・人材育成100%
・文化的理解と配慮67%・情報発信67%
・多言語対応33%
・インバウンドコンテンツ33%

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

（2）歴史的資源を活用した観光まちづくり事業

①古民家ステイズの運営

売上高対前年比115%（3月末予約分込）
下半期売上高対前年比128%

（概要）

・「1000年アート里山・庄原」の観光ブランディングを推進するため、瀬戸内ブランドコーポレーションの関連会社「古街計画」の古民家宿 3 棟について管理運営業務を受託。

（取組内容）

・3棟合計　278泊19,147千円（目標対比93%、対前年比115%）
　客単価を昨季より上げたこともあり、販売実績は前年越え。
　11月は好調で全ての宿で、同月間で最も売上を伸ばした。紅葉シーズンのお客様を多く取り込めた。冬や雪の遊び方の提供が必要。
・インバウンド9人（米国3人、豪国2人、香港3人、中国1人）
・不老仙　83泊4,846千円（昨年比118%）
・長者屋　79泊5,700千円（昨年比105%）
・こざこ森　116泊8,600千円（昨年比119%）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

（振り返り）

・宿泊施設の魅力向上のため、通年でお祝い事に利用できる「アニバーサリープラン」や、季節の食事・食材を楽しんでもらう「冬の比婆牛すき焼きプラン」などの宿泊プランを開発・販売。

・平日が割安になる「平日連泊プラン」や、冬の閑散期の誘客を図る「冬こそ庄原ファミリープラン」など、販促キャンペーンを実施。

・課題は、魅力ある滞在プランの開発。ガイドツアーや食体験コンテンツ、地元住民との交流など、宿＋αの楽しみ方の提供。

（R7年度の取り組み）

・目標　3棟合計20,000千円（対6年度比105%）

・古民家宿から地域へ周遊を促すプランの造成を行う。3月末から実施する「春のおでかけ満喫プラン」は、備北丘陵公園と古民家宿を組み合わせた商品になっている。

・農水省の農泊補助金を活用し、運営スタッフの充実を図り、古民家宿で楽しめる食体験コンテンツなどの開発、、地元オペレーション体制を強化する。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

（3） 教育・企業研修旅行（関係人口創出）事業

①教育旅行の誘致

修学旅行7校323人を受け入れ
売上高460万円（対前年比162%）

（取組内容）

・庄原市の地域活性化を図るため、庄原市さとやま体験交流協議会の事務局の一端を担い、上半期は4校、下半期は2校の教育旅行民泊と選択別体験（ラフティング）1校を受け入れた。

・高砂市立宝殿中学校　38人（5月14・15日）
・泉大津市立誠風中学校　71人（5月29・30日）
・大阪狭山市立狭山中学校　71人（6月10～11日）
・大阪市立築港中学校　12人（6月20～21日）
・大阪市立豊崎中学校　56人（5月16日）
・東京都学習院中等科　36人（10月3～5日）
・東京都修徳高等学校　39人（11月19～21日）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

●広報しょうばら1月号へ受入家庭の募集記事
生徒・受入家庭の声を紹介し、「民泊の魅力」をPR

～生徒・受け入れ家庭の声～
民泊の魅力は人とのつながり

●民泊交流会
民泊受入家庭の交流・研修・親睦を図る「民泊交流会」を2月28日、下高自治振興センターで開催し、各地域から計12名が参加。ベイエリア事務局が視察した北広島町の事例紹介や、共同調理の実習体験、民泊に関する意見交換等を行った。参加者から「今後も交流会等の機会を増やして、民泊受入家庭同士の結びつきを強くしたい」という声が寄せられた。

●全国ほんもの体験フォーラムin大崎上島
全国の体験型教育旅行（民泊）従事者が一堂に会し、体験交流の重要性の再確認と未来に向かってさらなる発展を目指す「全国ほんもの体験フォーラムin大崎上島」が3月9日（日）～11日（火）で開催され、さとやま体験交流協議会メンバー5名が参加した。
コロナ後の民泊について受入の推移や、家庭数の獲得方法について意見交換を行った。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

現状と課題

・受入家庭数の減少
　登録家庭　約150件→約40件まで減少　約4分の1の数に
・広島湾ベイエリア加盟地域との共同受入
　広島湾ベイエリア加盟地域も庄原市と同様に、受入家庭の数が激減しており、1つの地域で受入することができない。民泊家庭が増えれば、さらに誘致は可能。
・受入調整の困難
　受入家庭の激減に伴い、受入家庭を調整することが困難になってきている。

今後の対策

・自治振興区などと連携し、民泊家庭の新規開拓を行い、民泊受入人数の増加を目指す。
・三次市や神石高原町など、近隣自治体との連携を探る。
・交流会や他地域との連携を図り、民泊家庭同士のつながりを強化する。
・WEBサイトをブラッシュアップし、選ばれる地域を目指す。
・SDGsを意識した体験プログラムの開発・ブラッシュアップを行い、施設泊の誘致にも取り組む。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

②企業研修旅行の開発
人材育成のプロと企画・営業

（取組内容）
・企業研修旅行の誘致を通じて、関係人口の創出や企業誘致につなげるため、人材育成会社の視察を12月15日～16日に受け入れ、地域課題の解決をテーマにデザイン思考を学ぶ「企業合同型ワークショップを企画。県内の大企業へセールス・ヒアリングした。

①庄原市を知っていただく（認知度向上）

企業合同研修を通じて、庄原市の魅力や課題を直接体感していただくことで、また来ていただくきっかけをつくり、認知度向上・再来訪のプロモーションにつなげていきます。

②地域課題解決に向けたアイデア創出と仲間づくり

研修を通じて、地域課題の解決に向けた革新的なアイデア創出の場となるとともに、同じ志を持つ仲間や庄原ファンをつくり、持続可能な地域づくりにつなげていきます。

③空き家古民家など未利用施設を活用した企業誘致

空き家古民家、未利用施設といった地域資源を活かし、サテライトオフィスや保養所としての活用を促進することで、企業活動の拠点として新たな価値を生み出し、地域再生に貢献します。

④企業間交流によるイノベーションと人材育成の促進

市内外の企業が交流することで異なる知見や技術が交わり、新たなビジネスチャンスやイノベーションが生まれる環境を整え、次世代の担い手育成につなげていきます。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

研修企画の背景

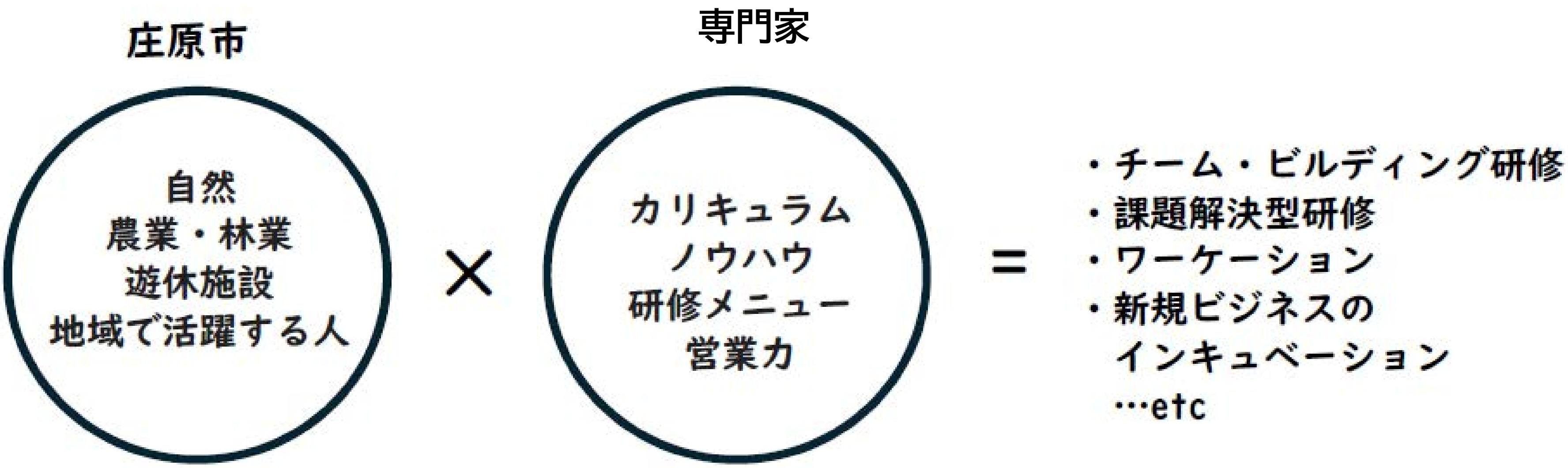
●社会課題の現場に赴き、企業リーダーを育成する

先が読めない不確実な時代においては、正解の無い中で自ら課題を発見して解をつくり出し、事業を創造・変革していく「キャリア自律」が求められます。また、変革を起こす覚悟と自分自身の軸、意思決定力を持った企業リーダーの育成が求められています。

庄原DMOでは、社会課題に取り組む現場に赴き、現実の社会課題解決に取り組むことで人材が育成されるのではないかという仮説のもと、研修参加者は日常の職場とは異なる環境に身を置いて活動することで、自分自身の軸を再発見し、不確実で変化の激しい時代を切り拓くリーダーとしての成長を実感することができるのではないかと考えています。

庄原市×人材育成研修のプロ

●企業向けに、コミュニケーション研修や、共創型ワークショップを多数手がける専門家。ファシリテーションとデザイン思考の実践指導に豊富な経験を持つ。



旅行事業

（4）ローカルツーリズム事業

①市民が楽しむローカルガイドツアー

地域の魅力を再発見

市民が庄原の魅力を再発見し、その魅力を市内外へ伝え、シビックプライドの醸成を図り、市民の幸福度を向上させるため、市民が楽しむ「庄原ローカルガイドツアー」を年間通して開催し、ガイド育成と観光コンテンツ開発につなげる。

里山ローカルガイドクラブの設立

仲間内でモニターツアーを実施。宿泊施設とマッチング。ガイド人材バンクを整理。HIT予算を活用し、セミナー・ワークショップを開催

造成コンテンツを見える化

観光ナビへのコンテンツ掲載やInstagram投稿でコンテンツを見える化、タリフを作成し、旅行会社への販売につなげる。

アンケート調査を実施する

ツアー体験者にアンケートを実施（アナログ・デジタル併用）
コンテンツの魅力を発掘、情報発信、体験料の適正価格、次なるガイドの発掘・育成などに活用する。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

市民が楽しむローカルガイドツアー全日程と参加者

実施日	曜日	ツアー名	ガイド候補	手配担当	集合場所	ターゲット	申込者
7月13日	土	エコラフティングツアー	柳原さおり	松森	鮎の里公園	ガイドになる人	7
7月25日	木	比婆牛ストーリーを知るガストロノミーツアー	市農業振興課、畜産技術センター	大谷	七塚原畜産技術センター	飲食事業者	6
8月7日	水	大鬼谷リバーウォーク	柳原さおり	松森	大鬼谷オートキャンプ場	ガイドになる人	5
8月21日	水	庄原ブランド米生産者を巡るライスツーリズム	里山の夢ファーム、西城町美味しい米作り研究会、藤本農園	大谷	遊YOUさろん東城	飲食・お米好き	3
9月11日	水	比婆山トレッキング	伊折さん	松森	ひろしま県民の森（公園センター）	ガイドになる人	10
10月10日	木	高野りんご収穫体験	青才りんご園　青才竜二氏	大谷	青才りんご園	観光事業者	9
10月29日	火	日本の住文化について知識を深める「古民家ツーリズム」	奥田順紀	中島	長者屋	古民家好き	5
11月20日	水	帝釈峡フットパス	妹尾泰子	坂田	帝釈峡遊覧船事務所	観光事業者	10
12月3日	火	庄原酒蔵巡り	生熊酒造、北村醸造場、比婆美人酒造	大谷	庄原DMOが参加者を送迎	宿泊施設	10
1月18日	土	庄原サウナ講座	福本さん	中島	ラフォーレ庄原	地元住民	6
1月22日	水	スノーシューハイク	伊折さん	松森	ひろしま県民の森	地元住民	17
3月1日	土	庄原の歴史を巡るEバイクツアー	庄原自治振興区 滝口さん・奥田さん	中島	庄原市民会館駐車場	地元住民	8

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

市民が楽しむローカルガイドツアー

延べ12回　96名参加
満足度…100%　オススメ度…95.9%
自分でもガイドをやってみたい…35.6%

（進捗状況）

①エコラフティング（7月13日　7名）
ゴムボートに乗って西城川を下る、大人気の水上アクティビティ。
美しい自然を五感で感じながら、自然環境への学びをプラスしたツアー。
・参加者のツアー料金値付け（最高5,000円／平均2,500円）

②比婆牛ガストロノミー（7月25日　6名）
・牛と里山の人々が共に暮らした長い歴史を学び、ファン拡大につなげる。広島和牛歴史資料館を見学後、味久良にて「比婆牛ランチ」をお楽しみいただいた。
・参加者のツアー料金値付け（最高1,000円／平均750円）

③大鬼谷リバーウォーク（8月7日　5名）
大鬼谷オートキャンプ場を流れる大鬼谷川で沢登り。透明度の高い清流で魚の生態観察や滝つぼへダイブ！竜が住むとされる雄滝でプチ滝行を楽しんだ。充分に売れる商品になると手応えを感じた。
・参加者のツアー料金値付け（最高5,000円／平均3,300円）

④こだわり米巡りライスツーリズム（8月21日　7名）
庄原市内で循環型農業による米作りを実践している生産者（里山の夢ファーム／西城町美味しい米作り研究会／藤本農園）を訪問し、環境にやさしい米づくりを学んだ。
・参加者のツアー料金値付け（最高2,000円／平均2,000円）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

（進捗状況）

⑤比婆山トレッキング（9月11日　9名）
ひろしま県民の森公園センターから、ネイチャーガイドを楽しみながら自然散策した。
・参加者のツアー料金値付け（最高3,000円／平均1,583円）

⑥高野りんご収穫体験（10月10日　9名）
青才りんご園で「高野りんご」の話と収穫体験。10月は収穫期を迎える品種が一番多く、りんごの食べ比べも楽しんだ。
・参加者のツアー料金値付け（最高4,000円／平均1,875円）

⑦古民家ツーリズム（10月29日　6名）
リノベーションして生まれ変わった2つの古民家宿について、実際に工事を担当した奥田さんのガイドによる、昔の生活スタイル、建築の話、地域の古民家再生について解説した。
・参加者のツアー料金値付け（最高7,500円／平均3,200円）

⑧帝釈峡フットパス（11月20日　10名）
日本のグランドキャニオンこと花面公園の絶景を上からも下からも満喫できるコースをネイチャーガイドが案内した。
・参加者のツアー料金値付け（最高2,980円／平均1,640円）

⑨庄原酒蔵巡り（12月3日　10名）
広島では珍しい中硬水～硬水仕込みの日本酒を造っている庄原の酒蔵（生熊酒造 、北村醸造場 、比婆美人酒造）を巡り、丹精込めて仕上げた酒づくりのこだわりや特徴を学んだ。
・参加者のツアー料金値付け（最高3,500円／平均2,400円）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

振り返り

・参加者の満足度が高く、リピーターも増え、R7年度も引き続きやってほしいという声が多く寄せられ、市民の庄原の魅力の再発見に貢献できた。
・スノーシューハイク:中国新聞・NHKの記者が同行取材
　同新聞の県北欄(1/31)に記事掲載、NHK夕方の情報番組で当日に放映
・　Eバイク歴史探訪:中国新聞記者同行　同新聞の県北欄(3/5)に記事掲載
・商品化できた。(タリフ作成、WEBサイト掲載)

R7年度の取り組み

・より多くの市民が参加できる仕組みにブラッシュアップし、ガイドの確保、コンテンツ開発につなげる。
・庄原DMOの体験コンテンツを割安で利用できる「市民割クーポン」を配布し、市民の利用促進・魅力再発見につなげていく。
・掘り起こしたコンテンツの磨き上げと商品化(タリフ・OTA販売)
・庄原ローカルガイドクラブの名簿・会員規約の整理
・ガイド候補のスカウト活動(県大生向けにガイド講習などを予定)
・観光ナビにコンテンツ販売ページ(ランディングページ)を作成し、販売促進による収益化を目指す

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

②ツアー造成支援

帝釈峡ツアーに延べ694名
メディア系の旅行会社で認知度を向上

（取組内容）

・本市観光の認知度向上および誘客促進を図るため、旅行会社のツアー造成・誘客に対して助成金（日帰り1,000円/人）を交付し、誘客目標500名に対し、694名を誘客した。

・穴吹トラベル　誘客目標306人【高松～瀬戸大橋～いぶきの里～帝釈峡遊覧船・散策～光信寺～瀬戸大橋～高松】

・広交観光　誘客目標86名【広島～岩本観光りんご園～休暇村帝釈峡～雄橋～帝釈峡遊覧船～広島】
【広島～帝釈峡遊覧船～東城お通り見学～道の駅遊YOUさろん東城～広島】

・読売旅行　誘客目標302名【各地～上帝釈峡（雄橋・白雲洞）～帝釈峡遊覧船～養浩荘～三次ワイナリー～各地】

（今後の取り組み）

・庄原DMOのコンテンツを組み合わせたツアー造成を支援し、地域経済の活性化を図る。

・各代理店の募集チラシに掲載し、庄原の認知度を向上させる。（読売新聞旅行は300,000部のチラシを配布。）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

芸備線で行く庄原ツアーの造成
読売旅行とコラボした春コースに182名予約

（取組内容）
・JR芸備線庄原ライナーの運行に合わせて、たびまちゲート広島と連携し、芸備線を利用したツアーを造成した。
〇夏の庄原ライナーツアー（2回34人）
・帝釈峡ツアー【庄原ライナーで広島～備後庄原駅～養浩荘～上帝釈（雄橋・白雲洞）～高速乗合バスで広島へ】
・比婆山ツアー【庄原ライナーで広島～備後庄原駅～熊野神社～イザナミ茶屋～竜王山登頂～食彩館しょうばらゆめさくら～備後庄原駅～高速乗合バスで広島】

〇メディア系の旅行会社（読売旅行）とコラボし、芸備線春コースを企画。
①『芸備線ローカル列車と“牛とポークの食べ比べ”と道の駅めぐり』
3/20（広島発）35名

②『芸備線ローカル列車と庄原の3つの桜めぐりとさくら温泉で過ごす休日』
3/31（島根発）22名・4/2（福山発）38名・4/3（広島発）45名・4/4（岡山発）42名

（今後の取り組み）
次年度は、読売旅行と連携し、さらなる利用促進を図る。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

旅行事業

③アウトドアアクティビティ

ラフティング8月の集客過去最高

（概要）

・豊かな自然を活かしたアウトドアアクティビティを企画販売し、観光消費額や顧客満足度の向上、庄原ファンの拡大を図る。

（実績）

・ラフティング　134組824人
　売上高　4,548,612円（対前年比92%）

・8月は440人の参加があり、過去最高の集客となった。

・湖畔ステイズ庄原ラフティング宿泊プラン実績　5組

（今後の取り組み）

・ガイド人数の確保と有資格者（RAJ）の育成（消防署連携）
・受入体制の強化（送迎バス）
・子ども用備品の充実、教育的要素の取り組み
・団体への周知や地元学校、子ども会への案内。
・ネット（OTA）からの予約が8割。レビュー（口コミ）を増やし、新規およびリピーターを獲得する。
・宿泊プランや割引プランの造成。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

地域商社事業

(1)食ブランディング

①新商品テストマーケティング

イノシシ肉餃子

・庄原産イノシシ・キャベツを活用した冷凍食品「庄原イノシシ肉餃子」を開発・販売し、農業振興・地域経済の活性化を図る。

・同商品を通じて、庄原食材の認知・興味・関心を広げ、イノシシ肉の販売促進、飲食店・道の駅などへの観光誘客につなげる。

・庄原ジビエ工房からイノシシ肉ミンチを仕入れ、三原市の食肉加工業者へイノシシ肉餃子の製造を依頼し、試作を重ねた。

・1パック12粒入り想定小売価格650円(税込)。

・パッケージデザイン制作

・JANコード取得

・イノシシ肉が確保できる今春、市内道の駅等で販売予定。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

地域商社事業

おこげ煎餅

・庄原米を使用した煎餅の製造を埼玉県草加市の米菓販売・製造業者へ依頼。

・パッケージデザイン制作

・庄原米で製造を依頼し、観光客が最も多くなる秋（9月）に合わせて販売開始予定。

比婆牛そぼろ煮・しぐれ煮

・JAひろしま比婆西城支店から比婆牛を仕入れ、東京・日本橋の佃煮専門店（製造工場：埼玉県越谷市）へ依頼。

・今後、市内の道の駅のほか、オンラインショップ「里山セレクト」や、ふるさと納税で販売予定。比婆牛の販促PRにつなげていく。

次年度の取り組み

<u>・庄原ならではの特徴を活かし、雪室やりんご、庄原産米粉を活用したグルテンフリーのお菓子など、食のブランディングにつながる新商品開発・テストマーケティングに取り組む。</u>

<u>・商工団体等との連携を図る。</u>

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

地域商社事業

②地域産品の販路開拓支援

○比婆牛プロモーション

【概要】

・比婆牛の歴史、美味しさの特徴など比婆牛の魅力をまとめた「比婆牛パンフレット」を作成し、比婆牛提供店に配布。

・庄原市内の比婆牛提供店や広島の一流シェフが期間限定で比婆牛メニューを提供する「比婆牛堪能グルメフェア」参加店舗２２店に配布し、比婆牛プロモーションを支援。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

地域商社事業

③ガストロノミーツーリズム

おいしい！広島へ創作弁当で庄原食材をPR

・広島県では、昨年5月に開催されたG7広島サミットを契機に県内の多彩な食資産を磨き上げ、その魅力を発信する「おいしい！広島」プロジェクトの一環として、県内各地域の食資産や食文化をゲーム形式で魅力発信する「FooDrinpic（フードリンピック）」が今秋スタート。

・庄原市・当機構は、道の駅リストアステーション「アヴェニールタウン」の水橋聴シェフ考案の「食材の宝庫・庄原」の地域食材を活用した創作弁当でエントリー。SNSの推し活合戦などで創作弁当および庄原食材の魅力を県内外に発信した。

春の酒まつり（4蔵のみ比べ）

2月23日、ラ・フォーレ庄原で、市内の蔵元（比婆美人酒造、花酔酒造、生熊酒造、北村醸造場）4銘柄の日本酒を飲み比べできる利き酒イベントを開催。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

地域商社事業

○広島駅庄原里山マルシェ

・4－2月で3，026千円（対前年比82．0%）

【概要】

・「道の駅たかの」と連携し、広島駅での里山マルシェを毎月第3火曜に開催。※12月は保冷庫の不調による急遽中止

【振り返り】

・旬の新鮮な野菜や果物が広島駅で購入できると人気の催事。

・催事スペースの変更などにより、人流が変わり売上高は対前年を下回った。

・広島駅周辺の在住者をターゲットにリピーターを増加させる取り組みが必要。

【次年度の取り組み】

・バスや電車移動が多い都市圏の小容量サイズの品揃えの充実

・ポイント付与によるリピーター対策やファンクラブとの連携

・他の生産者への声かけ、多くの方にPRの場を提供する。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

地域商社事業

○イオンモール祇園で「道の駅たかのフェア」

広島市内での認知度向上へ

【概要】

・農産物農産物の販売促進およびプロモーションを図るため、道の駅たかの地域商社機能の構築を支援。

・6月15日から毎月第3土曜にイオンモール祇園店で「道の駅たかのフェア」を開催。

【販売実績】

720, 016円

6月 103,090円
7月 150,249円
9月 121,683円
10月 179,949円
11月 165,045円
12月～R7.3月 生鮮品品薄のため休止
※税込みでの卸価格。
商品点数 約700点～900点

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

マーケティング事業　(1)観光動向調査

①令和6年主要観光施設観光客数調査(1月～12月)

・対前年比98.1%、道の駅は前年並み、宿泊施設は前年増

年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	合計
R6	84,178	66,826	85,189	120,054	142,823	88,549	587,619
R5	79,817	70,000	99,837	116,706	141,095	97,234	604,689
R1	90,039	74,175	95,402	134,489	185,987	100,169	680,261
R6-R5	4,361	-3,174	-14,648	3,348	1,728	-8,685	-17,070
R6-R1	-5,861	-7,349	-10,213	-14,435	-43,164	-11,620	-92,642
対R5比	105.5%	95.5%	85.3%	102.9%	101.2%	91.1%	97.2%
対R1比	93.5%	90.1%	89.3%	89.3%	76.8%	88.4%	86.4%

・宿泊施設(ラ・フォーレ庄原(温泉)、休暇村帝釈峡、道後山高原荘(温泉)、大鬼谷オートキャンプ場、鮎の里公園(温泉))

・道の駅等交流拠点施設(道の駅たかの、道の駅遊YOUさろん東城、道の駅リストアステーション、食彩館しょうばらゆめさくら、モーモー物産館)

・国営備北丘陵公園

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

マーケティング事業　(1)観光動向調査

①令和6年主要観光施設観光客数調査

・対前年増は、1月.4月.5月.8月.11月

・10万人/月を下回るのは、1月～3月.6月.7月

年	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計	総計
R6	90,065	141,015	111,216	148,892	191,822	136,988	819,998	1,407,617
R5	100,943	137,304	112,296	157,047	174,837	147,168	829,595	1,434,284
R1	108,739	166,877	122,332	180,934	196,822	153,529	929,233	1,609,494
R6-R5	-10,878	3,711	-1,080	-8,155	16,985	-10,180	-9,597	-26,667
R6-R1	-18,674	-25,862	-11,116	-32,042	-5,000	-16,541	-109,235	-201,877
対R5比	89.2%	102.7%	99.0%	94.8%	109.7%	93.1%	98.8%	98.1%
対R1比	82.8%	84.5%	90.9%	82.3%	97.5%	89.2%	88.2%	87.5%

・宿泊施設(ラ・フォーレ庄原(温泉)、休暇村帝釈峡、道後山高原荘(温泉)、大鬼谷オートキャンプ場、鮎の里公園(温泉)

・道の駅等交流拠点施設(道の駅たかの、道の駅遊YOUさろん東城、道の駅リストアステーション、食彩館しょうばらゆめさくら、モーモー物産館)

・国営備北丘陵公園

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

マーケティング事業　(1)観光動向調査

①令和6年道の駅等交流拠点施設観光客数調査（1月～12月）

・対前年比100.5%

・対前年を上回ったのは、1月.2月.4月.5月.6月.8月.9月

年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	合計
R6	38,974	40,854	51,956	63,741	68,704	54,193	318,422
R5	34,148	36,617	54,686	60,292	67,918	53,290	306,951
R1	39,352	40,564	58,703	68,980	80,734	59,943	348,276
R6-R5	4,826	4,237	-2,730	3,449	786	903	11,471
R6-R1	-378	290	-6,747	-5,239	-12,030	-5,750	-29,854
対R5比	114.1%	111.6%	95.0%	105.7%	101.2%	101.7%	103.7%
対R1比	99.0%	100.7%	88.5%	92.4%	85.1%	90.4%	91.4%

・道の駅等交流拠点施設（道の駅たかの、道の駅遊YOUさろん東城、道の駅リストアステーション、食彩館しょうばらゆめさくら、モーモー物産館）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

マーケティング事業　(1)観光動向調査

①令和6年道の駅等交流拠点施設観光客数調査

・対前年比98.2%(7月～12月)

年	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計	総合計
R6	52,763	79,812	71,726	78,921	86,711	52,436	422,369	740,791
R5	55,476	75,913	68,527	87,957	87,086	55,024	429,983	736,934
R1	59,315	89,128	73,216	85,221	89,885	56,385	453,150	801,426
R6-R5	-2,713	3,899	3,199	-9,036	-375	-2,588	-7,614	3,857
R6-R1	-6,552	-9,316	-1,490	-6,300	-3,174	-3,949	-30,781	-60,635
対R5比	95.1%	105.1%	104.7%	89.7%	99.6%	95.3%	98.2%	100.5%
対R1比	89.0%	89.5%	98.0%	92.6%	96.5%	93.0%	93.2%	92.4%

・道の駅等交流拠点施設(道の駅たかの、道の駅遊YOUさろん東城、道の駅リストアステーション、食彩館しょうばらゆめさくら、モーモー物産館)

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

マーケティング事業　(1)観光動向調査

①令和6年宿泊施設(温泉含む)観光客数調査(1月～12月)

・対前年比107.6%、秋が好調

年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	合計
R6	19,612	14,998	14,091	15,356	24,111	19,009	107,177
R5	19,866	22,478	19,639	15,582	27,664	18,000	123,229
R1	24,118	25,284	17,336	19,994	27,801	18,634	133,167
R6-R5	-254	-7,480	-5,548	-226	-3,553	1,009	-16,052
R6-R1	-4,506	-10,286	-3,245	-4,638	-3,690	375	-25,990
対R5比	98.7%	66.7%	71.8%	98.5%	87.2%	105.6%	87.0%
対R1比	81.3%	59.3%	81.3%	76.8%	86.7%	102.0%	80.5%

・宿泊施設(ラ・フォーレ庄原(温泉)、休暇村帝釈峡、道後山高原荘(温泉)、大鬼谷オートキャンプ場、鮎の里公園(温泉))

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

マーケティング事業　(1)観光動向調査

①令和6年宿泊施設(温泉含む)観光客数調査

・対前年比129.2%(7月～12月)

年	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計	総合計
R6	18,388	31,084	17,000	32,966	34,383	18,093	151,914	259,091
R5	19,913	28,610	18,279	19,869	16,953	13,961	117,585	240,814
R1	20,948	33,951	19,050	25,487	34,651	17,204	151,291	284,458
R6-R5	-1,525	2,474	-1,279	13,097	17,430	4,132	34,329	18,277
R6-R1	-2,560	-2,867	-2,050	7,479	-268	889	623	-25,367
対R5比	92.3%	108.6%	93.0%	165.9%	202.8%	129.6%	129.2%	107.6%
対R1比	87.8%	91.6%	89.2%	129.3%	99.2%	105.2%	100.4%	91.1%

・宿泊施設(ラ・フォーレ庄原(温泉)、休暇村帝釈峡、道後山高原荘(温泉)、大鬼谷オートキャンプ場、鮎の里公園(温泉))

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

マーケティング事業　(1)観光動向調査

②人流調査(おでかけウォッチャー)

スマートフォンのGPS位置情報に基づく、観光客分析に特化した人流データ・モニタリングツール。
庄原市内の主要な観光スポット62スポットが登録されており、観光来訪者数、観光スポット間周遊者数(訪問前後別、発地都道府県・市区町村別、性・年代別、などを調べることができる。

【2024年1月1日～12月31日までの分析】

・福山市からの来訪が圧倒的に多く、次いで広島市安佐南区、東広島市、島根県出雲市、島根県松江市の順。

・日別ランキングを見ると、5月よりも、10～11月、秋のほうが来訪者が多い傾向。
(県全体では、8月が最も多く、次いで5月、11月の来訪者数が多い)

発地ランキング

発地	来訪者数	シェア
広島県福山市	175,045	10.50%
広島県広島市安佐南区	92,830	5.57%
広島県東広島市	86,702	5.20%
島根県出雲市	81,777	4.90%
島根県松江市	76,018	4.56%
広島県広島市安佐北区	69,238	4.15%
広島県尾道市	50,199	3.01%
広島県広島市西区	50,196	3.01%
広島県呉市	46,849	2.81%
広島県三次市	41,518	2.49%
合計	1,667,250	100.00%

日別ランキング

年月　来訪地分析_日別ランキング_20240101-20241231

2024/05/04	土	みどりの日	19,703
2024/10/13	日		18,974
2024/11/23	土	勤労感謝の日	18,257
2024/11/09	土		17,750
2024/11/04	月	休日	17,133
2024/11/16	土		16,911
2024/05/03	金	憲法記念日	16,631
2024/05/05	日	こどもの日	15,964
2024/11/03	日	文化の日	15,566
2024/11/10	日		14,923
2024/04/28	日		14,775
2024/11/17	日		14,592
2024/10/12	土		13,874
合計			1,667,250

【データの活用】
・人流データをもとに、パンフレットの設置個所を検証し、改善につなげた。
・今後は、スポット間周遊のデータを調べるなど、より効果的なPR・情報発信に努める。
・イベントやツアーなどを開催する際にもデータを活用し、最適なタイミングを模索する。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

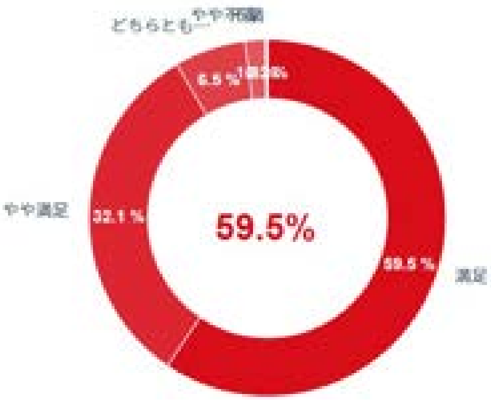
マーケティング事業　(1)観光動向調査

③令和6年庄原市観光客アンケート(8月～3月)

満足度は59.8%(513人、3月10日最終)

(やや満足31.4%を加えると、90%近くの方が満足)

【満足度が高いコンテンツ】
1、地元のおいしいものを食べる(24.0%)
2、温泉(15.4%)
3、買い物、直売所(14.4%)



【来訪目的】
1、買い物・直売所(15.2%)
2、温泉(15.2%)、
3、地元のおいしいものを食べる(11.4%)

【分析】

・来訪目的と満足度が高いコンテンツが同様であるため、道の駅や食などの魅力化と、庄原といえば「道の駅・おいしい食・温泉」というイメージをより印象付けていく情報発信に取り組む。

・属性は、夫婦2人での旅行で来られた方が30%近くと圧倒的に多く、次いで小学生以下の子どもを含む家族(15.3%)、親連れ家族旅行(13.7%)となっており、ターゲットに合わせた情報(内容)、発信ツール、発信場所などを精査する。

・利用者の声を反映できるよう、行政や観光事業等と協議する場を設ける。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

①観光施設満足度調査支援

●食彩館しょうばらゆめさくら　※(　　)内は満足、と答えた割合

・アンケート回答数433人、満足度53.3%(大いに満足)

・来訪目的は、朝どり市(77.0%)が圧倒的に多く、
ミルクファームHARU(25.7%)、米麦工房21めぐみ(22.2%)、
特産店ミート工房(20.7%)

・満足度が高いのは・・・スタッフの接客態度(62.4%)、買い物施設(55.2%)

・朝どり市の品揃えに関する意見(品揃えが少ない、追加補充をしてほしいなど)
が圧倒的に多く、そこが改善されると大幅な満足度のアップが期待できる。

●道の駅たかの

・アンケート回答数173人、満足度43.9%(大いに満足)

・来訪目的は、買い物(39.5%)、食事(34, 2%)、立ち寄り(17.1%)

・満足度が高いのは・・・商品・サービス(82.5%)、接客(37.4%)

・りんご商品やアップルパイに関してのご意見が多い。次いでレストランに関する意見。
りんご、アップルパイが圧倒的人気。
一方で、りんごがなくて残念だった、という意見が多く見られた。
多くの方が高野＝りんごというイメージを持たれているので、
りんごの入荷情報などは通常より丁寧に発信することが求められる。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

マーケティング事業

②観光事業者等の課題解決支援

・観光事業者の魅力向上、販売促進を図るため、販促計画策定およびPDCAサイクルの運用等について、定期的なミーティングを行い、専門家を活用し、課題解決への提案や販促計画の策定、進捗管理など、伴走支援する。

●「道の駅たかの」アドバイザリー：年間目標を達成

・令和5年度に引き続き、「道の駅たかの」から業務を受託。
毎月2回、リアルとオンラインで道の駅企画調整会議を開催。
販促計画のPDCAサイクル、課題解決を支援した。

●道の駅／産直経営セミナー

・道の駅等交流拠点施設の経営層を対象に、経営改善に向けたノウハウやヒントを学ぶ「道の駅/産直経営セミナー」を2月17日、市民会館研修室で開催し、20名が参加。
物価高、人件費の増加、スタッフ不足、人口減少、競争の激化など、道の駅等交流拠点施設を取り巻く環境は厳しさを増している中、売上のつくり方、利益のつくり方を学んだ。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

マーケティング事業　（2）観光事業者・団体支援

③エリアブランディング支援

地域の将来ビジョンをつくり、力を結集させる

・高野地域づくり未来塾から依頼を受け、中国経産局のエリアブランディングに参画し、高野地域づくりのビジョンづくりワークショップを支援。

・エリアブランディングの手法を学び、他地域への横展開につなげる。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

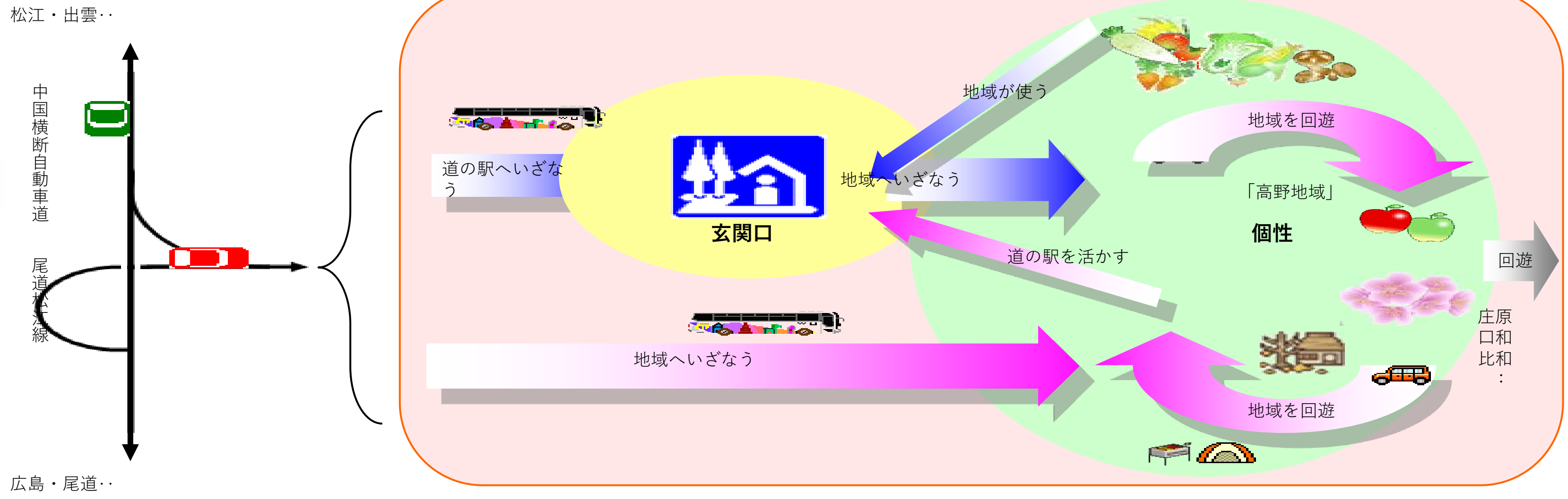
プロジェクトの背景

○高野地域の人口

・2001年3月末2,422人（726世帯）・・・合併時
・2013年5月末2,011人（710世帯）・・・道の駅開業時
・2024年11月末1,446人（626世帯）

※人口減少の主な要因は、住宅が少なく、雇用があっても三次市等へ流出

・このままでは、まちがなくなるという危機感！
・道の駅の賑わいを活かして、高野暮らしがもっと楽しくなるビジョンを描く
・道の駅だけでなく、もっとまちの中に入って交流してほしい。まちの魅力を知ってほしい。そして、関係人口の拡大、移住につなげたい。
・3時間滞在できる場にして、地域住民と交流することで、まちの魅力に気付いてもらえるのではないか、興味・関心を寄せてもらえるのではないか。



ワークショップの成果①高野地区のポテンシャルを再確認

広島県内トップクラスの立ち寄りスポット（人流データ：ショッピング）

来訪地ランキング

来訪地	来訪者数
紙屋町・八丁堀地区1	6,486,147
流川・薬研堀地区	5,036,197
紙屋町・八丁堀地区2	3,409,678
THE OUTLETS HIROSHIMA	1,064,013
宮島ＳＡ	1,060,271
駅前Aブロック	946,945
道の駅 たかの	930,031
コストコ広島倉庫店	922,896
ゆめタウン　呉	848,930
道の駅西条のん太の酒蔵	846,357
LECT	814,641
宮島表参道商店街	800,676
合計	35,394,268

・道の駅たかの駐車場：小型40台
・宮島SA駐車場：上りSA 小型90台、下りSA 小型120台

※専門家の意見「この駐車台数で6億円の売り上げは奇跡。売上規模からすると駐車台数は200台は必要。」

※警備員コストも削減できる。

ワークショップの成果①高野地区のポテンシャルを再確認

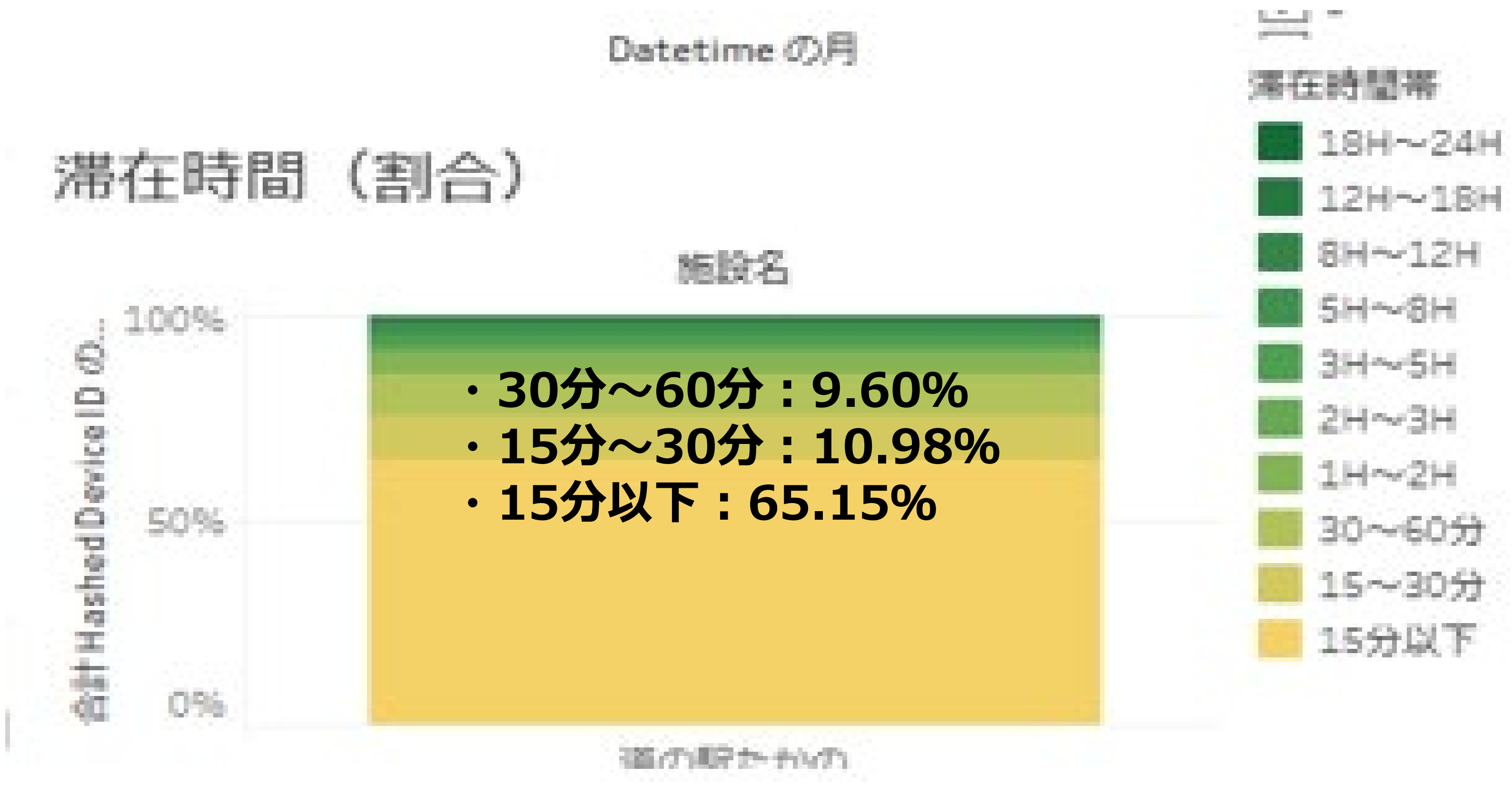
【道の駅たかの滞在時間】

・来訪者の滞在は30分以下76.13%

※うち地域住民の来訪は少なく、滞在時間も短い。

・地域住民の暮らしが楽しくなるコンテンツ

・来訪者が3時間以上滞在したくなるコンテンツを整備



ワーケーションの成果①「道の駅」第３ステージへの気づき

Ⅰ　新たなコンセプト

第１ステージ （1993年～）	第２ステージ （2013年～）
『通過する道路利用者のサービス提供の場』	『道の駅自体が目的地』

1160駅に展開　　　全国法人の始動

第3ステージ（2020～2025年）

『地方創生・観光を加速する拠点』へ

＋

ネットワーク化で活力ある地域デザインにも貢献

各「道の駅」における自由な発想と地元の熱意の下で、観光や防災など更なる地方創生に向けた取り組みを、官民の力を合わせて加速します。更に、「道の駅」同士や民間企業、道路関係団体等との繋がりを面的に広げることによって、元気に稼ぐ地域経営の拠点として力を高めるとともに、新たな魅力を持つ地域づくりに貢献します。

新たな「道の駅」ネットワーク

第３ステージの概要

3. あらゆる世代が活躍する舞台となる地域センターに

- 「道の駅」を舞台に、地域の課題解決や民間とタイアップした「地域活性化プロジェクト」が、ボランティアを含めた様々な団体との協働や、全国連絡会等が橋渡しを行いながら、全国各地で盛んに実施。
- 地域の子育てを応援する施設の併設や、高齢者の生活の足を確保するための自動運転サービスのターミナルとなるなど、あらゆる世代が「道の駅」で活躍するための環境を提供。
- 多くの学生達が、「道の駅」でインターンとして業務を経験したり、実習に訪れ、地域の特産品をいかした商品開発に取り組み、全国コンテスト優勝を目指して奮闘。

主な取組目標

区分	取組	現状 → 目標	備考
個別	子育て応援（ベビーコーナーの設置）	約50駅（現在 4%） → 約600駅（2025年 50%以上）	＜対象駅＞全国の道の駅 1160駅
面的	地域活性化プロジェクト（全国連絡会）	新規 → 2025年 累計 50件	ＥＣやアンテナショップ等も検討
面的	大学等との連携企画の実施	現在 24校 → 2025年 50校	2020年～全国コンテストを開始

マーケティング事業　(3)観光地域づくり戦略

①持続可能な観光地域づくり

□ 基本ロゴマーク（ガイドラインに基づく取組）

JSTS-D)」ロゴマーク取得(全国51団体、県内4団体)

① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100地域

JSTS-D

ロゴマーク取得の意義・メリット

①持続可能な観光地域づくりに取り組んでいることを地域の内外に明示できます
②地域ブランディングの向上や国際競争力の向上が期待されます
・JNTOを通じたプロモーション　等
③観光庁の関連事業において、採択に係る審査にあたって加点要素となる場合があります
・令和６年度　持続可能な観光推進モデル事業
・令和６年度　サステナブルな観光コンテンツの高度化モデル事業　等

ロゴマーク取得要件
①「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS－D)」に取り組むことを明記した観光計画等
②GSTCトレーニングプログラムを全日程受講したことを示す「修了証」
・9月18日～20日、広島市平和公園レストハウスで行われた
「GSTCサスティナブルツーリズム研修」に参加し、GSTCの役割・活動・基準、指標を学んだ。
・<u>国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光地域づくりのガイドライン(JSTS-D)」のロゴマークの使用条件(計画策定と有資格者)を整え申請し、2月6日付で使用の承諾が得られた。</u>
<u>・今後は、ガイドラインを遵守し、アクションプランを整理していく。</u>

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

持続可能な観光推進モデル事業

令和７年度予算額　50百万円

国土交通省 観光庁

事業目的・背景・課題

○ 地域が観光地としての自らの価値を磨きながら成長を続け、次世代に受け継がれていくためには、環境、文化、社会・経済面の持続可能性が必須。また、観光地・観光産業が、収益性の向上を通じて必要な投資・人材育成を進め、持続可能なあり方で発展していくことが重要。

○ 海外からの観光客数増加及び"持続可能な観光"に関するニーズの増加トレンドを逃さず、将来にわたって我が国の多様な観光地が"選ばれ続ける観光地"となることを支援すべく、観光計画策定支援・モデル実証を実施する。

事業内容

①持続可能な観光計画等の策定支援＊【補助事業】

日本版持続可能な観光ガイドライン(ガイドライン)に基づく地域における持続可能な観光計画等の策定・改定を支援する。

＊本事業実施後に、ガイドラインロゴの取得を必須化

②モデルケースの造成【調査事業】

地方公共団体等※が地域の観光関係者と連携し、観光地のGX化や地域の自然・文化・生業等の保全・活用の推進等、地域の持続可能性の向上に資するモデル実証を行う。

※これまで採択したことが無い地方公共団体等を優先採択

事業イメージ

◀地元大学と連携したSDGsの関連プログラムの企画・実施

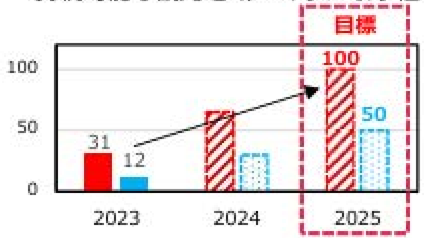
伝統的な町並みの保全のための歴史的資源の活用・収益化 ➤

＜日本版持続可能な観光ガイドラインを構成するカテゴリー＞

- 持続可能なマネジメント
- 社会経済のサステナビリティ
- 文化的サステナビリティ
- 環境のサステナビリティ

＜観光立国推進基本計画（2023年３月閣議決定）＞

持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数：**2025年目標 100地域**
（うち国際認証・表彰地域　50地域）



＜国際認証・表彰の例＞

GREEN DESTINATIONS　グリーンデスティネーションズ

BEST TOURISM VILLAGES by UN Tourism　ベストツーリズムビレッジ

事業スキーム

①事業形態：直接補助事業（補助率１／２、上限500万円）
　補助対象：地方公共団体、DMO等
②事業形態：直轄事業
　※対象：ガイドラインロゴ取得済、又は本事業実施後にガイドラインロゴの取得を行う地方公共団体・DMO等
事業期間：令和４年度～

お問い合わせ先：観光庁　参事官（外客受入）　電話：03-5253-8972

サステナブルツーリズムの定義

「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティーのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」

GSTC基準

(A) 持続可能な**経営管理**の明示

(B) 地域コミュニティの**社会的・経済的利益**の最大化、悪影響の最小化

(C) **文化**に対する恩恵の最大化、悪影響の最小化

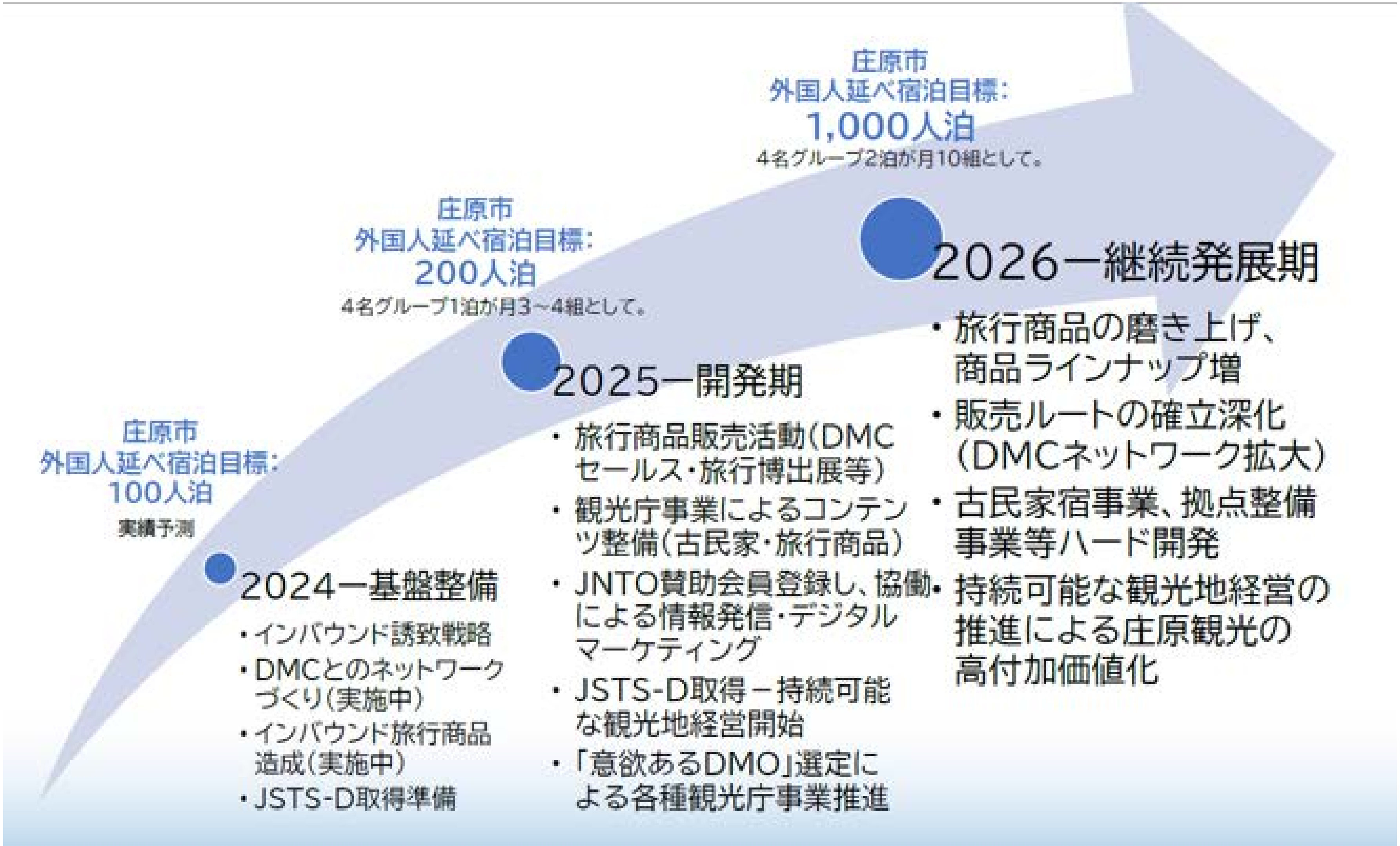
(D) **環境**メリットの最大化、環境負荷の最小化

「日本版持続可能な観光ガイドライン（ＪＳＴＳ－Ｄ）」について

「日本版持続可能な観光ガイドライン（ＪＳＴＳ－Ｄ）」は、持続可能な観光の推進に資するべく、各地方自治体や観光地域づくり法人（ＤＭＯ）等が多面的な現状把握の結果に基づき、持続可能な観光地マネジメントを行うための観光指標である。

マーケティング事業　（3）観光地域づくり戦略

②インバウンド戦略



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

公式観光メディアの充実など、オンラインコミュニケーションを強化し、認知度・ブランドイメージの向上を図り、誘客、観光消費額、収益につなげる。

(1)公式観光メディア(WEB等)の運営

①オンラインコミュニケーション

WEBアクセス数　対前年比126.6%

ページビュー数は対前年17万回増

(概要)

・公式観光サイト『庄原観光ナビ』は、旬な観光情報がワンストップで入手できるプラットフォームとして充実を図るとともに、旅レポなど定期的に新しい魅力を発信するWEBマガジンとして、誘客促進を図る。

(考察)

・秋はお通り・紅葉、冬はイルミネーションとスキー関連のアクセス数が伸びた。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	合計
表示回数 R6	118,791	86,586	76,183	75,897	109,703	77,748	97,344	99,856	63,947	64,115	66,084	936,254
表示回数 R5	84,904	72,800	63,674	63,712	97,605	65,420	96,956	73,996	33,950	46,717	70,120	763,479
対前年比（%）	139.9%	119.0%	119.6%	119.0%	112.0%	118.8%	100.4%	134.9%	188.4%	137.1%	103.6%	126.6%

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

【どのページが見られているか】※24年04月01日～25年02月05日まで集計

1位「グルメカテゴリ一覧」 2位「宿カテゴリ一覧」 3位「葦嶽山（あしたけやま）」

4位「イベント・キャンペーン一覧」 5位「東城町カテゴリ一覧」

（考察）

グルメ・宿のカテゴリが特に見られていることが分かる。TVで紹介されたスポットなども伸びやすいため、今後もスポット情報の記事の充実を図る。→34スポット登録完了。

【どんな人がアクセスしているか】

1位　広島市・・・59,394　2位　大阪市・・・28,642　3位　福岡市・・・17,446

4位　福山市・・・16,020 5位　庄原市・・・8,668

【世代】

1位　35-44歳　2位　25-34歳　3位　45-54歳　4位　18-24歳　5位　55-64歳

（考察）

広島市の子育てファミリー向けに発信をしているInstagramの内容と連携している情報も多いため、ページまで辿り着く方が多かった。

今後は庄原市から2時間圏域の子育てファミリーの誘客に向けてInstagramで投稿してアクセス数を伸ばす。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

庄原旅編集部（ローカルライター）を結成

庄原を盛り上げたい！７名が企画・取材を始動

（概要）

公式サイト庄原観光ナビの「編集部レポート」ページにおいて、庄原市の魅力を発信していただける編集部メンバーを募集したところ、市内外からフリーライターやまちづくりプランナー、県大生など、庄原の魅力を発信したい7名が応募。 Webライティングの経験者を編集長とし、自立した運営がスタートした。

（目標）

・R7年度4月中旬から順次記事を週1アップ。年間50本～100本。

・900,000閲覧数を目指す （R5.年間832,054）

（庄原旅編集部メンバー）

・【編集長】丸山 希（広島市フリーライター/Webライティング経験者）

・小川 茜（福在住フリーライター/元Wink編集部）

・堀内 富夫（備北エンターテイメント）

・下井田 廣（国営備北丘陵公園スタッフ）

・上野 悠花（フリーライター・マーケティング/イベントプランナー）

・清水 りほ（SNS運用代行・マーケティングプランナー・ヨガ講師）

・立川 琴子（県立広島大学1年生）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

Instagramフォロワー数

752人→1,424人(1.9倍)※ ※24年4月～25年3月15日現在

(概要)

広島県安佐南区在住35歳女性、38歳男性、3歳男の子、6歳女の子の子育てファミリーをペルソナに設定。

主に広島市在住の子育てファミリー向けに発信中。

(実績)

Instagramは毎週1回投稿を行い、多くのリーチ数を獲得できるリール動画の作成に注力。

・24.4月～25.2月　投稿数　45件

・保存数　1,177（平均1投稿あたり26.1保存）

・インプレッション数　325,500

・リーチ数　73,100

※保存数とは？･･･後で見返すために投稿をブックマークする機能
インプレッションとは？･･･表示回数
リーチ数とは？･･･投稿を見たユーザー数

(次年度の方針)

・月6本、1投稿あたり35保存・2500インプレッション数を目指す。

・広告代理店との連携、ユーザーとのコミュニケーションをより図る。

・編集部レポート記事と関連した内容をアップする。

・グルメ情報、旬の情報、イベント情報のまとめ記事を増やす。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

Xインプレッション数　8月以降毎日投稿で増加

インプレッション数は、対前年105%増

（概要）

庄原に関するニュースや庄原の気候、観光新着情報を随時チェックしながら引用リツイートなどを行った。

（実績）

・24.4月～25.2月 投稿数　973
・インプレッション数　501,251
・エンゲージメント率　18,138
・いいね　7,021

※インプレッションとは？・・・表示回数
エンゲージメントとは？・・・いいね、リポスト、リプライなど、
ユーザーがツイートに反応した回数

（考察）

・8月から毎日投稿をスタートしアクセス数が増加。
こまめな引用RTと芸備線ネタが伸びが良い。
・双方向のコミュニケーションツールとして、
返信・引用リツイートを意識的に増やしフォロワー数を伸ばす。
今週末のイベント情報として、情報をまとめた発信をスタート
伸びやすい話題（芸備線）などを主に発信。
1投稿あたり500インプレッション、50エンゲージメントを目指す。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

②メディアプロモーション

○メディア対応

・RCC「アインシュタインの出没！ひな壇団」
6月8日・15日の2週連続、庄原市高野町を紹介。

高野町のおすすめを当機構から提案＋取材協力

高野町の古民家宿や、高野町の名産品を紹介。
また地域おこし協力隊の方と苗植え体験。
2週にわたっての放送の広告換算値・・・**2，256万円（税別）**

・J:COM ケーブルテレビ「地域発！ど・ろーかるNEWS」
2月17日（月）放送
庄原観光ナビHPをご覧いただいたことをきっかけにお声がけ頂いた。
広島県を取り上げるのはなんと初！
ヒバゴンといっしょに庄原市の食・農・体験・観光施設・・・など魅力を番組内の一部コーナーでご紹介。
実際にタレント山崎玲奈さんが「乳ぃーずの物語。」のチーズを食レポする姿を放送。

○その他メディア対応

・テレビ新広島「TSSライク！」内コーナー「マイニングふるさと」
週末のイベント情報を毎週情報提供。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

③広報媒体の制作

庄原観光ガイドブック制作

（概要）

庄原DMOが毎年発行する観光客の方々へ向けた庄原の魅力を伝える観光ガイドブック。コンセプトは、広島県在住の子育てファミリーや10～20代に行ってみたい！体験してみたい！と感じてもらうことA4 全16ページ20,000冊発行した。

（掲載内容）

国営備北丘陵公園の1日楽しみ方・帝釈峡のモデルコース・アクティビティ・キャンプ場・宿泊施設・春夏秋冬庄原ならではのイベント・道の駅産直市・飲食店（グルメ・スイーツ）

（配布予定箇所）

庄原市・広島市・広島県全域の道の駅・三次市・宿泊施設・各施設の観光協会・イベント配布等

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

観光マップをリニューアル

（概要）

英公社㈱が発行する「わお！マップ庄原・帝釈峡」について、

制作協力した。

（実績）

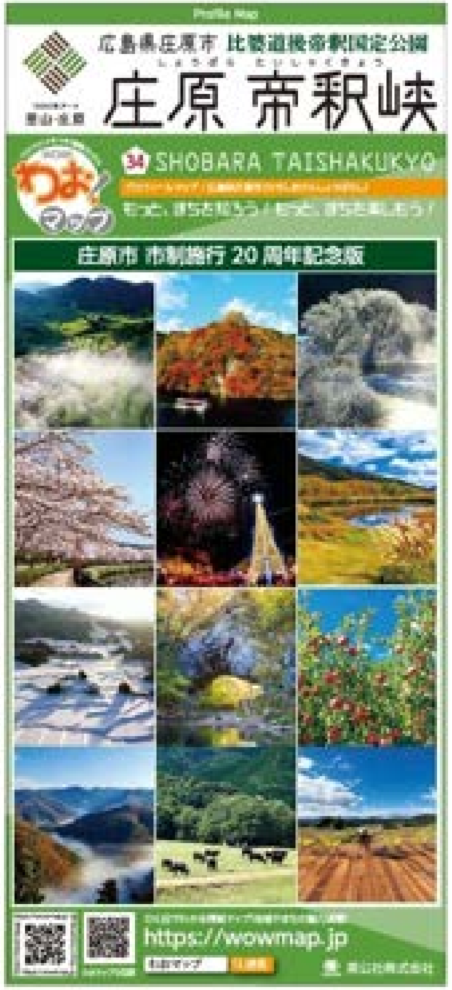
英公社㈱の負担で、庄原市内の世帯に約9,000部が配布。

<u>当機構は、5000部を制作し駅、道の駅、宿・温泉、飲食店などの</u>

<u>観光施設に配架した。</u>

観光施設のスタッフからは来訪者へのご案内が便利になった。と

好評を得ている。



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

④プロモーション代行事業

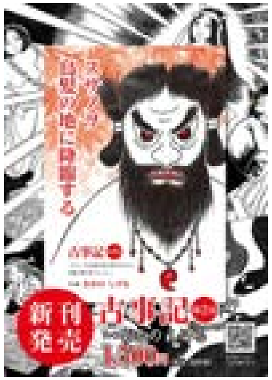
（概要）

観光事業者・団体・生産者等の広告媒体の制作、デジタルプロモーション代行を請け負い、
観光事業者等のプロモーションを支援する。

3月4日現在　紙媒体制作10件

依頼先	内容
里山こども未来会議	東京藝大コンサートチラシ・ポスター
森のオフィス	古事記絵本スサノヲ新刊発売チラシ
森のオフィス	古事記絵本スサノヲ新刊発売チラシ増刷
里山こども未来会議	東京藝大コンサートプログラム制作
古街計画	アニバーサリープランフォトブックデザイン制作
備北商工会	備北もん夏・冬ギフト取扱説明書制作
古街計画	古民家ステイズパンフレット制作
古街計画	古民家ステイズポスター制作
口和町観光交通協会	芋煮会の地元向けチラシ制作
高野地域づくり未来塾	高野地域ビジョンを考えるワークショップチラシ制作

〇制作例



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

(2)オンラインショップの運営

売上 728万円(対前年約400万円)

(概要)

・庄原産品の認知度向上および販売促進、一次産業や地域の活性化を図るため、庄原産品にこだわったオンラインショップを運営し、庄原産品の魅力発信・流通プラットフォームを担う。

(取組内容)

・キャンペーンとして恒例の『夏ギフト』『冬ギフト』に加え新たに『秋の味覚フェア』を開催。また、品ぞろえの充実や割引クーポン券の配布など、売上高は728万円と昨年度の約400万円から大きく伸ばすことができた。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

対前年に比べ新たに44品目を追加
西城川の天然鮎や松茸が話題に

（取組内容）

・品揃えの充実が売り上げにつながるため、キャンペーンに合わせて特産品の掘り起こしを行い、掲載商品は延べ226品目となった。

＜夏＞

①【西田鮮魚店】西城川の天然鮎（冷凍）

②【ヒバコーン】西城の朝採りトウモロコシ

③【食彩館しょうばらゆめさくら ミート工房】比婆牛焼き肉用3種セット
（ロース150g、カルビ150g、モモ150g）

＜秋＞

①【西田鮮魚店】西城川の落ち鮎〈天然〉

②【森下観光りんご園】園主のおまかせギフト

③【大坂農園】高野りんご詰め合わせ

＜冬＞

①【備北商工会】備北もんギフト新米のお供セット

②【みうら屋】ふるさと小包 杵つき餅と広島菜漬セット

③【道の駅たかの】高野りんごのアップルパイ

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

オンラインショップの波及効果

（生産者の声）

・伝票を書く手間や購入者とのやり取りの必要がなくなったので、手続きが楽になった。

・これまで電話・FAX注文だったが、これからは里山セレクトで注文を取りたい。

・イベントの景品をきっかけに商品を知った方が、後日「美味しかった」とのことで、再度商品を購入してもらえるようになった。新たな販路ができ、プロモーション効果が高い。

・生産者が自身のホームページとして活用。ホームページ制作・更新コストが無くて済む。

（その他）

・チラシなどを生産者の宣伝ツールとして活用。

・オンラインショップの商品を市外の事業者が扱いたいとの問合せ。

・庄原ファンクラブ等で開催するイベントの景品など、法人需要の増加。

庄原ファンクラブ カープ応援隊イベント

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業

ファン拡大とリピーター対策

（顧客の現状）

〇夏ギフト

贈り物需要　79%

・庄原市内　125名(58%)

・広島県内　55名(26%)

・県外　34名(16%)

〇秋フェア

お取り寄せ需要　57%

・庄原市内　38名(39%)

・広島県内　32名(33%)

・県外　27名(28%)

〇冬ギフト

贈り物需要　82%

・庄原市内　131名(70%)

・広島県内　47名(25%)

・県外　10名(5%)

（今後の取り組み）

・市民向けには贈り物の品ぞろえを充実させて、ギフトの地産地消を啓発

・市外向けには、お取り寄せの品ぞろえを充実させて、定期購入につなげる

・庄原ファンクラブをはじめ、庄原市の関係人口に対してアプローチを工夫する

・会員特典、レビュー得点、リピート特典など、リピーターを増やす取り組みを行う

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業（雪山誘客）

●「冬こそ庄原」キャンペーン

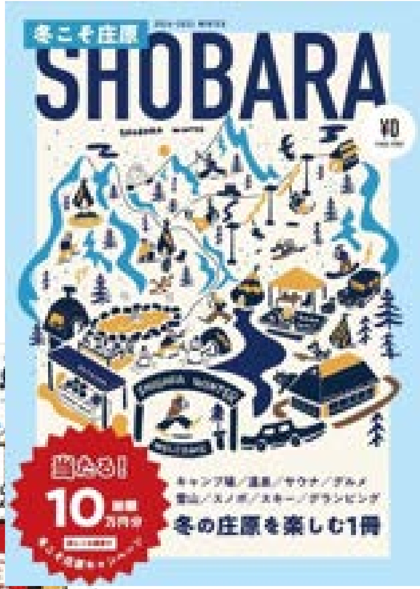
・雪や寒さなど、冬ならではの魅力を掘り起こし、旅行商品として磨き上げ、プロモーションすることにより、市民のシビックプライドの醸成を図り、観光客数および観光消費額の向上につなげる。

冬こそ庄原ガイドブック

庄原の冬の楽しみ方をまとめたガイドブック（A5・16ページ・7,000部）
スキー場／キャンプ場／宿泊施設／温泉・サウナ／周辺飲食店／
道の駅／冬イベント

インスタキャンペーン

投稿数213件（対前年142件）
比婆牛など里山セレクト取扱商品が当たるインスタキャンペーン。
・Instagramに冬の庄原を楽しんだ様子が分かる写真or動画と感想と「＃冬こそ庄原2425」のハッシュタグを付けて投稿する。
備北イルミ／スキー場／スキー場グルメ／キャンプ／
冬景色×芸備線／雪／冬咲きぼたん展／除雪車／雪合戦・・・など



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業（雪山誘客）

雪活用セミナー
雪室で食品に付加価値を

雪の魅力を再発見し、雪の活用を学ぶ「雪活用セミナー」を3月1日、下高自治振興センターで開催。
道の駅たかの出荷者協議会と連携し、出荷者など約60人が参加。
講師の㈱ShowBiz　伊藤親臣氏は、雪室で熟成させた商品にさらに付加価値を付ける6次産業化を提案するなど、雪のチカラ、雪室とは、雪室の活用策、雪中に適した野菜など、出荷者が実践したくなる事例を学んだ。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業（雪山誘客）

地域イベント×バスツアー（スポーツ雪合戦体験）

関西の学生など10名が参加

（概要）

・地域イベントを盛り上げるため、スポーツ雪合戦体験ツアーを企画し、関西の学生や呉市・広島市から10名参加した。
ツアーは、大会前日からスタート。ルール確認や、実技練習を行い、夕食交流会も行い、チームビルディングを図り、翌日、大会に2チーム参加。予選リーグを突破したこともあり、参加者のツアー満足度が高く、「また参加したい」が6割、「条件付きでまた参加したい」が4割だった。
今後、JTBなどと連携し、九州からのツアー企画を模索していく。

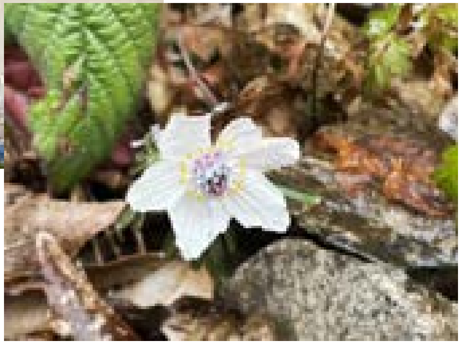
Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業（雪山誘客）

冬の日帰り庄原ツアー

総領町の節分草　17名
雪景色の帝釈峡　6名

・節分草は、花が咲いていない状態だったが、矢吹正直氏の素晴らしいガイドで、お客様も満足された。
・帝釈峡では、今まで見たことのない雪景色の雄橋等、まさに真冬の帝釈峡がお客様の目を楽しませてくれた。



Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業（雪山誘客）

スノーシューハイクinひろしま県民の森

ラフティング休止期間（冬季）のアクティビティとして、試験的にひろしま県民の森にて「スノーシューハイク」ガイドツアーの販売に取り組んだ。お客様からは、「本格的な雪山登山が体験できてびっくり！」と満足度が高かった。

〇ターゲット

・山登り経験者・アクティブシニア

〇内容

・センターハウス集合、スノーシューを履いてゲレンデを歩いて山林へ。深雪の雪山を先頭のガイドがラッセルしながら比婆山御陵を目指した。
・10日間の販売に対し、5日予約が入った。（うち1日は悪天候でキャンセル）延べ7組18名が参加。

〇次年度へ向けて

・定番商品として商品化を目指す
・雪山のガイドスクリプト（台本）を作りたい
・教育旅行、企業研修などのチームビルディングプログラム
・冬場の体力トレーニングとしてスポーツ合宿も誘致
・初心者向けのお試しコースも検討（県森に限らず）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

プロモーション事業（雪山誘客）

インバウンドの雪遊び体験モニターツアー
NSウエストの外国人労働者に好評

（概要）
・雪に憧れをもつ東南アジア（ベトナム）の旅行者を、庄原市の雪山に誘客し、雪の魅力を体感してもらい、庄原市の観光消費額の向上につなげるため、NSウエストの外国人労働者にモニター体験を実施した。
・普段雪に慣れてないベトナム・ミャンマーの出身者17名と、県民の森スキー場で雪遊び体験を行った。午前中は雪だるま・かまくら作りを行い雪に慣れ親しんでいただいた。雪のロケーションが良かったため、写真を撮って盛り上げっていた。午後はスノーシュートレッキングで雪山ツアーを行った。
（振り返り）
・スノーボードやスキー以外の雪遊び体験について、好感触を持つことができた。東南アジアの外国人は、雪山と言うロケーション自体が写真スポットになり、多くの写真を撮影していた。アンケートでは、雪だるまつくりが印象に残った。との回答が多かった。
（今後の取り組み）
・広島空港は、ハノイ線が運航しているため、ベトナム発着の雪山旅行商品の造成を旅行会社へ提案や、外国人労働者の福利厚生として、雪遊び体験ツアーの実施に繋げていきたい。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

受託事業

しょうばら花会議（事務局）

【概要】

・「花と緑のまちづくり」をテーマとした交流人口の拡大に取り組む。

【事業の進捗】

〇庄原さとやまオープンガーデン

・ガイドマップの広告募集および校正作業、電話対応、メディアへの情報提供などを行った。
また、事務局としてオープンガーデンを主催する「しょうばら花会議」の活動全般についてサポート支援を行った。

実施期間	イベント名	発行物等
5月11日～6月16日	庄原さとやまオープンガーデン 2024春	ガイドマップ4月中旬3,000部発行 来訪者：延べ16,100人 （R5年春：延べ12,600人 127.8%増）
10月5日～10月27日	庄原さとやまオープンガーデン 2024秋	簡易ガイドマップ9月下旬1,000部発行 来訪者：延べ9,200人 （R5年秋：延べ10,100人 91.0%減）

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

受託事業

しょうばら花会議(事務局)

〇オープンガーデンツアー

5月26日　防長トラベル　参加者:45名

5月19日　愛媛新聞旅行　参加者:22名

6月 1日　愛媛新聞旅行　参加者:22名

計　3本　89名参加（R5年春:3本造成 計80名参加）

〇メディア

中 国 新 聞・・・5月13日　県北欄(三上敏枝庭)

5月25日　潮流(美古登郵便局)

6月8日　広場(美古登郵便局)

インターネット記事・・・10月13日　ひろしまリード(オープンガーデン紹介)

テレビ放送・・・5月17日　TSSマイニングふるさと(オープンガーデン紹介)

5月18日　NHK広島ローカルニュース(佐藤庭・三上敏枝庭)

6月5日　広島ホームテレビ お昼のニュース(佐藤庭・三上敏枝庭)

10月21日　NHK広島ローカルニュース(三上憲昭庭・三上洋子庭)

〇庄原市内小学校での寄せ植え教室

花と緑のまちづくりに対する意識の醸成を図る一環として、寄せ植え講習会を実施。

実施校数:小学校　計15校　参加者数:336人

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.

受託事業

しょうばら花会議（事務局）

〇ガーデンコンテストで最優秀賞を受賞

広島フラワーガーデンコンテスト2025のプレイベントとして広島駅北口にあるエキキタパークで春に開催された、石原和幸氏監修のガーデンコンテストに参加し、最優秀賞を受賞した。

〇成果と課題

今年も例年の活動に加えて、ガーデンコンテストにも参加できたが、庭主さんなども高齢になり、これまでの活動量を維持するのは難しくなってきていると感じる。これからの課題として、新規庭主の開拓、無理のない範囲でのオープンガーデン開催期間の調整など、会の皆様と継続可能な活動を行っていきたい。

〇今後の方向性

・庭主の意向をふまえてオープンガーデン開催準備を行っていく。

・3月24日に開業する広島新駅ビル「ミナモア」の9階屋上「ソラモア広場」で開催される「広島フラワーガーデンコンテスト2025」に参加する。

Copyright © 2015 FukaFuka295.jp All rights reserved.