



一般社団法人 庄原観光推進機構

令和 7 年度 事業計画



HIROSHIMA-SHOBARA
Shobara Tourism Authority

観光地域づくり法人(DMO)

観光地経営の観点から地方創生を進める取り組みの一つとして
平成27年度にDMO制度が創設された

「地域を観光により活性化させ、収益を上げるための舵取り役」として、観光資源のマネジメント機能や、集客に向けたマーケティング機能を担っていくことが必要。

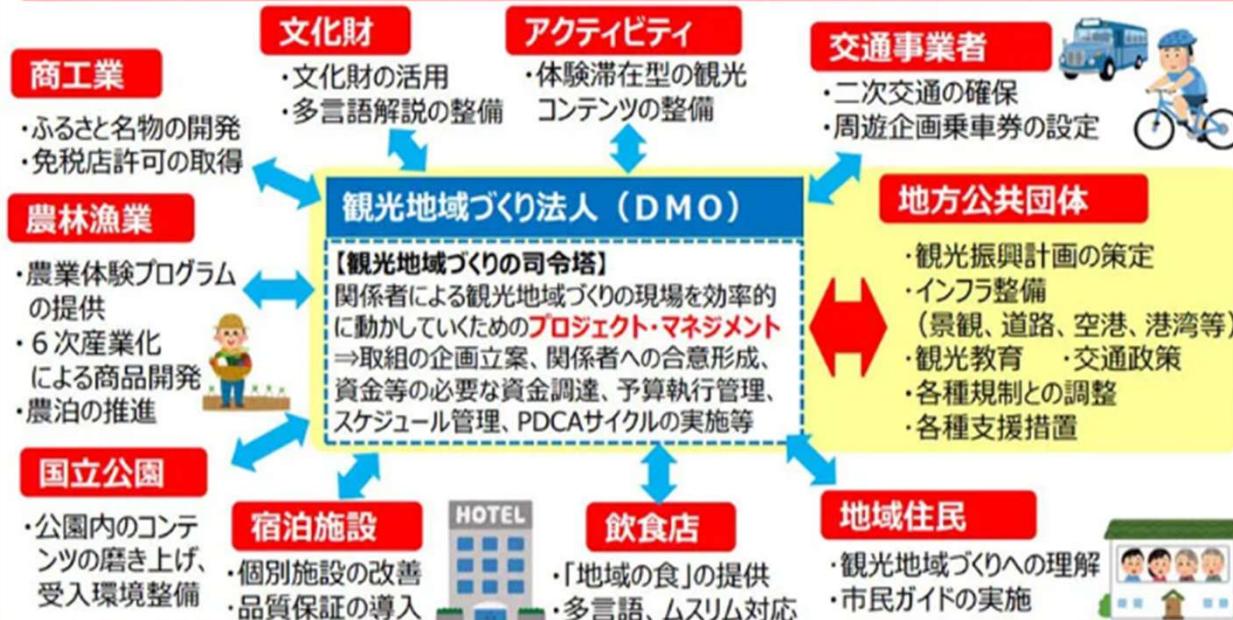
観光地域づくり法人 (DMO)

**地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた
観光地域づくりを行う舵取り役となる法人**

DMO : Destination Management/Marketing Organization

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



地方誘客・旅行消費拡大

- ターゲティング等の戦略策定
- 観光コンテンツの造成
- 受入環境の整備

令和7年度 庄原DMOの戦略

1. 持続可能な観光地域づくり戦略

- (1) 持続可能なマネジメント事業
- (2) マーケティング事業
- (3) コンサルティング事業

2. インバウンド誘客戦略

- (1) インバウンド誘致事業
- (2) 歴史的資源を活用した観光まちづくり事業

3. 国内交流拡大戦略

- (1) 関係人口創出事業
- (2) ローカルツーリズム事業
- (3) 食ブランディング事業
- (4) プロモーション事業



1. 持続可能な観光地域づくり戦略

(1)持続可能なマネジメント事業

① 「第3期観光振興計画」の受託・作成

地域の観光事業者や住民と日常的に接している強みを生かし、現場感覚に即した実効性の高い計画策定業務を受託、作成する。

重点ポイント：
1. 観光振興計画策定
2. 観光調査分析の事業者共有

(2) マーケティング事業

① 必須KPI調査(観光客WEBアンケート)

観光の状況を数字で見える化するとともに、課題を発見する。

② 観光統計調査の分析

定期の調査結果を分析することで現状を把握し、施策の振り返りや検証、改善に生かす。

(3) コンサルティング事業

① 施設満足度調査のサポート

施設に代わって調査を行う実施や分析について支援し、改善提案を行うことで施設の満足度向上に寄与する。



2. インバウンド誘客戦略

(1) インバウンド誘致事業

① 受入環境整備

インバウンド誘致に必要な事業を検討するため、外部の専門人材を活用して検討する。



木村 洋 氏

【職歴】

1987年(株)博報堂入社。PRプランナーとして国内自動車大手・家電大手・航空会社等を担当し、PR広報実務全般を10年経験。その後営業責任者としてグローバルIT企業を多数担当、統合マーケティング戦略設計実施を約25年経験。

2012年12件の担当プロジェクトでカンヌ国際広告賞受賞。博報堂社長賞3度(2004-2014)受賞。

2016年より博報堂が出資する瀬戸内DMOの創業メンバーとして参画。地域活性化事業『古街計画』を立案実行。

2020年にはせとうちDMOと博報堂が共同で創設したマーケティングシンクタンク「せとうち.ラボ」所長。2022年新たな地域のブランドデザインを目指すトボラテジー株式会社を設立。

② インバウンドツアー販売

令和6年度に造成した外国人向けツアー(4本)の販売促進のため、プロモーションを強化する。

【令和7年度計画】

○販売目標額:300,000円

重点ポイント:
インバウンドセールスの実行



2. インバウンド誘客戦略

重点ポイント：
古民家ステイズの販売促進
(インバウンド含む)

(2) 歴史的資源を活用した観光まちづくり事業

① 古民家ステイズ運営

日本の建築様式・暮らし・歴史を感じられる古民家を文化に触れる宿泊として提供する。

引き続き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。

【令和7年度計画】

○販売目標額: 8,927,000円



インバウンド販売促進



ポスター更新

② 古民家ステイズを活用したプログラム造成等(農山漁村振興交付金)

古民家宿泊の価値を高めるプログラム造成や環境整備などについて交付金を活用して行う。

【令和7年度の実施内容】

- 1) 体験・食事・研修プログラムの開発・造成
- 2) 宿泊施設の改修
- 3) ホームページ改修



3. 国内交流拡大戦略

(1) 関係人口創出事業

① 教育旅行(庄原さとやま体験交流協議会)

民泊家庭数の減少に歯止めをかけ、より多くの修学旅行を誘致するため、受入体制の再構築を図る。



【令和7年度計画】

○受入予定件数: 1件

(6/10~11 神戸市立大原中学校)

○受入体制再構築の取組案

- 1) 自治振興区等への呼びかけ
- 2) 受入体験会の開催
- 3) 他地域との交流会

② 庄原さとやまオープンガーデン(しょうばら花会議事務局)

交流人口の増加と滞在時間の延長を図ることで地域活性化に寄与している主催の「しょうばら花会議」の事務局を担う。

【令和7年度計画】

理事会や部会等の会議準備、物品手配、ガイドマップや各種広報物の作成・配布、アンケートの実施・取りまとめ、会計事務等を事務局として実施。



3. 国内交流拡大戦略

(1) 関係人口創出事業

③ 第2のふるさとづくりツアー

JR西日本プロパティーズと連携し、マンション住民限定のツアーを通じて関係人口の創出を図る。

【令和7年度計画】

- 1) ツアー実施 ○予定回数: 2回
- 2) 思い出づくりキャンペーン

重点ポイント:
ふるさと納税の
拡大推進

○参加見込人数: 10人

○参加見込人数: 25人



④ 企業研修の誘致

庄原での企業研修を誘致することで関係人口の創出を図る。

【令和7年度計画】

- 実施予定回数: 1回 ○参加見込人数: 13人
(6/27~28 広島電鉄株式会社)



⑤ ふるさと納税(受託)

返礼品を通して庄原を全国にPRするとともに、当機構の自主財源確保を図る。

【令和7年度計画】

当機構のECショップ「里山セレクト」を活かし、経験のある企業とジョイントして業務受託を目指す



3. 国内交流拡大戦略

(2) ローカルツーリズム事業

① アウトドアアクティビティ

豊かな自然を活かしたアウトドアアクティビティにより、観光消費額の増加や顧客満足度の向上、庄原ファンの拡大を図る。

【令和7年度計画】

1) ラフティング

○販売目標額: 3,390,000円

2) リバーウォーク

○販売目標額: 272,000円

3) スノーシューハイク

○販売目標額: 507,000円



② ローカルガイドツアー

庄原の魅力再発見とシビックプライドの醸成を図るとともに、ガイド育成と観光コンテンツ開発につなげる。県大との協働も検討。



【令和7年度計画】

○計4回実施、延べ60人参加見込

○販売目標額: 40,000円

- 内容
- 1) 6/29(日) 藤本農園 ライスツーリズム
 - 2) 7/27(日) 県民の森 シャワークライミング
 - 3) 11/1(土) 比婆山トレッキング
(尾道観光協会とのコラボレーション)
 - 4) 11/16(日) 山内E-BIKE 歴史探訪

3. 国内交流拡大戦略

(2) ローカルツーリズム事業

③ 体験コンテンツ開発・販売

体験を通して過ごす滞在時間を増やし、観光消費額も増加させるコンテンツを開発・販売することで、他地域との差別化、庄原ファンの拡大を図る。

【令和7年度計画】

○造成件数: 11本

○販売目標額: 1,584,000円

重点ポイント:
体験観光の魅力を強化
(インバウンド含む)



④ 募集型・受注型企画旅行等

テーマや客層を絞って戦略的に誘客するとともに、当機構の自主財源確保につなげる。



【令和7年度計画】

○目標販売額

- 1) 募集型企画旅行: 2,250,000円
- 2) 受注型企画旅行: 1,000,000円
- 3) 手配旅行: 100,000円

3. 国内交流拡大戦略

(2) ローカルツーリズム事業

⑤ 雪山誘客プロモーション事業

冬ならではの庄原の魅力を広く発信するとともに、誘客促進キャンペーン等を実施予定。

雪山誘客のメインとなる各スキー場の意見を聞きつつ、事業展開を図る。

スキーやスノーボードだけでなく、雪中キャンプや温泉等を含めて庄原を周遊できるよう検討する。



⑥ レンタサイクル運営支援



市内13カ所にあるレンタサイクル拠点の運営について、
誘客に繋がる方法を協議会で
提案するなどの支援を行う。



【令和7年度計画】
○利用見込数:400人

3. 国内交流拡大戦略

(2) ローカルツーリズム事業

⑦ 芸備線利用促進

芸備線は、地域住民の通学・通勤・通院などの日常生活を支える大切な交通基盤であるとともに、観光による地域活性化にとても重要な広域ネットワークである。

令和7年度は、実証実験として増便が行われる予定であり、当機構として、芸備線の利用促進に取り組む。

【令和7年度計画】

1) ツアー商品造成

7月から開始が予定されている芸備線の増便を利用する
DMO独自のツアー商品を造成する

○目標:200名



2) 旅行代理店支援

芸備線を利用した旅行商品を造成するように旅行代理店へ
アプローチをかけるとともに、誘客時に助成金を出すなどの
支援を行う

○目標:200名



3) 専用列車でのイベント実施

広島～庄原間で専用列車を使ったイベントを計画する

○目標:3回

3. 国内交流拡大戦略

(3) 食ブランドティング事業

① 地域商社事業(オンラインショップなど)

庄原産品にこだわった運営を行うことで、庄原の魅力発信・流通プラットフォームを担う。

【令和7年度計画】

○販売目標額: 10,800,000円

② 新商品開発

魅力的な商品を生み出すことで庄原のファンづくりにつなげるとともに、地域経済への波及効果拡大を図る。

【令和7年度計画】

○開発目標品数: 5品

③ ガストロノミーツーリズム

旅行目的となる「食」を磨き上げ、地域の農業や文化とつなげることで、地域を守る観光とする。

【令和7年度計画】

○市内飲食店での西城川流域の鮎料理提供を支援

重点ポイント:
ふるさと納税×EC販売上の増大



里山・庄原 SELECT SHOP



3. 国内交流拡大戦略

(4) プロモーション事業

① 公式観光メディアの運営

観光に関する情報を一元的に発信し、観光客の「庄原に行こう」という意思決定支援(後押し)を行います。



【令和7年度計画】

- 1) 庄原旅編集部
- 2) 庄原観光ナビ
- 3) Instagram
※@shobara_navi
- 4) X

重点ポイント:
メディアの整理と集中による
情報発信力の強化(インバウンド含む)

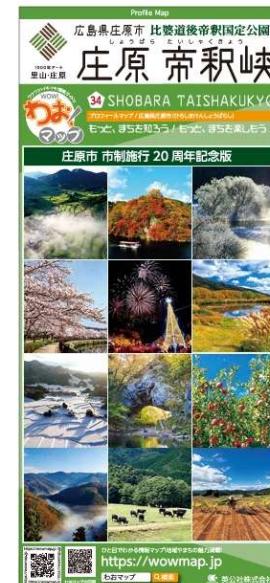
- 年間記事アップ数:60本
- WEB閲覧(IMP)数:110万回
- 月投稿数:6本
- 閲覧(IMP)数:2,500
- 毎日更新
- 閲覧(IMP)数:620

② 広報媒体の制作

庄原観光の魅力を伝える戦略ツールである
広報媒体を「1000年アート 里山・庄原」の
コンセプトで統一して制作します。

【令和7年度計画】

- 新規:飲食店ガイドブック
- 更新:観光ガイドブック、観光ポスター
- 増刷:ブランドブック、比婆牛ブック



3. 国内交流拡大戦略

(4) プロモーション事業

③ メディアプロモーション

庄原の認知度向上のため、広域に波及力があるメディアに営業するなど、多様なアプローチを図ります。



【令和7年度計画】

- (株)フムフムのスポンサーシッププログラムを活用
6本分
(ラフティング、スノーシュー、夏ギフト、冬ギフト等)

④ プロモーション代行

事業者の負担を軽減して、当機構のデザイナーによる「庄原らしさ」を表現するデザイン等で事業者を支援します。

【令和7年度計画】

- 受注目標数: 6件
- 販売目標額: 300,000円

