



一般社団法人 庄原観光推進機構  
令和8年度 事業計画



# 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。

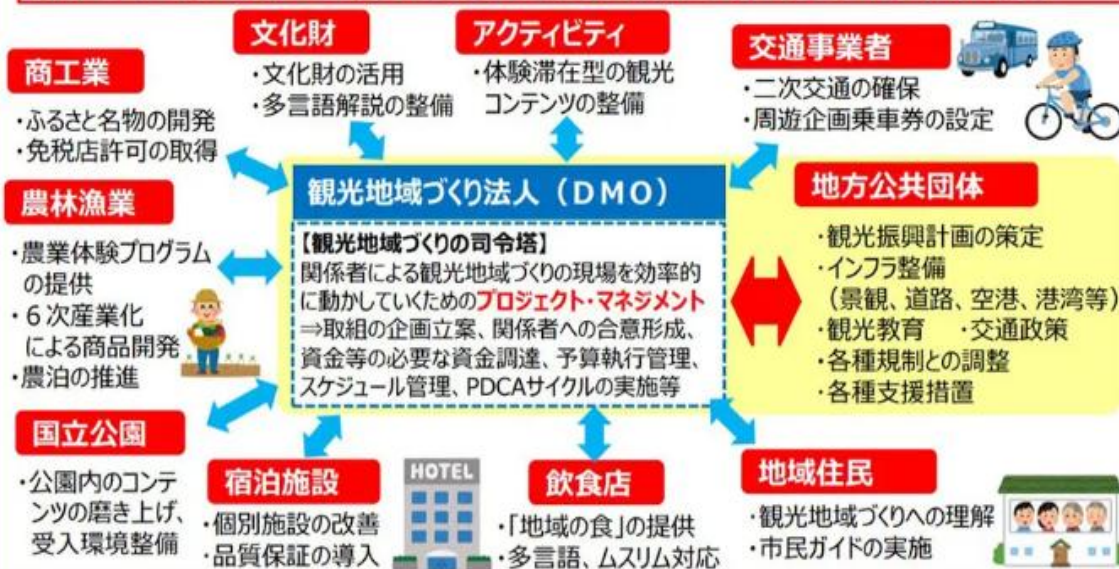
## 観光地域づくり法人(DMO)

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 : **D**estination **M**anagement / **M**arketing **O**rganization

### 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8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」策定への参画

令和8年度に庄原市が策定する「第3期観光振興計画」の策定に参画し、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提案等を行う。

## (2) マーケティング事業

### ① 観光客満足度調査(必須KPI調査)

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。(社員・会員に一部無償提供予定)

庄原観光に関するアンケートに答えて  
**比婆牛**をGETしよう!  
スマホでカンタン入力 約5分!  
【応募対象期間】令和6年8月1日～令和7年3月10日  
アンケートにご回答いただいた方の中から抽選で  
庄原のブランド和牛**比婆牛**(5,000円相当)を**10名様**  
里山セレクトONLINE SHOPで使える**1,000円割引クーポン**を  
**50名様**にプレゼントいたします!!  
アンケートはアンケート応募情報ダウンロードページから  
アンケート所要時間 約5分  
【皆様のご意見は、今後の観光振興の参考にさせていただきます】  
応募は、1人につき1回、すべての疑問に回答された方に限ります。  
当選者の方には、電話またはメールでご連絡させていただきます。  
※アンケート調査の集計・分析(集計結果)は統計情報のみ利用です。  
個人が特定できる形で利用することはありません。  
アンケート調査に関するお問い合わせ先 (一社)庄原観光推進機構 0824-75-0173



## 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】

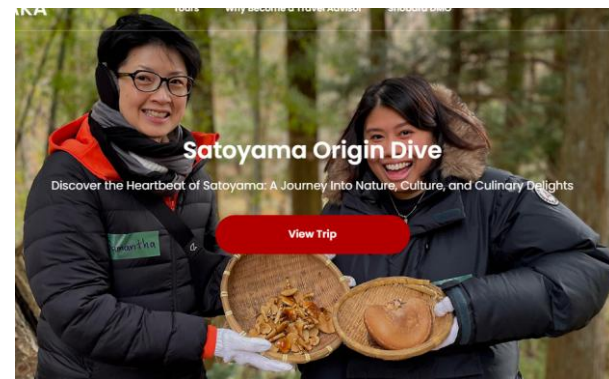
1987年㈱博報堂入社。PRプランナーとして国内自動車大手・家電大手・航空会社等を担当し、PR広報実務全般を10年経験。その後営業責任者としてグローバルIT企業を多数担当、統合マーケティング戦略設計実施を約25年経験。2012年12件の担当プロジェクトでカンヌ国際広告賞受賞。博報堂社長賞3度(2004-2014)受賞。2016年より博報堂が出資する瀬戸内DMOの創業メンバーとして参画。地域活性化事業『古街計画』を立案実行。2020年にはせとうちDMOと博報堂が共同で創設したマーケティングシンクタンク「せとうち.ラボ」所長。2022年新たな地域のブランドデザインを目指すトポラテジー株式会社を設立。

#### 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8年度計画】

○販売目標額:300,000円



## 2. インバウンド誘客戦略

### (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8年度計画】

○販売目標額:7,483,000円



#### 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8年度計画】

1) 体験・食事・研修プログラムの  
モニター実施





# 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。



### 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8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。



#### 【令和8年度計画】

##### ○受入予定件数:計6件

- 1) R8.5/21~22:大阪市立南港北中学校(40名)民泊
- 2) R8.6/2~3:柏原市立柏原中学校(34名)民泊
- 3) R8.6/4~5:泉大津市立誠風中学校(72名)民泊
- 4) R8.6/19:大阪市立西中学校(74名)ラフティング
- 5) R8.10/25~27:埼玉県立武蔵野高等学校(74名)民泊
- 6) R8.11/4~6:神奈川県立逗子葉山高等学校(40名)民泊

##### ○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

# 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8年度計画】

1) ツアー実施 ○実施目標:2回 ○参加人数目標:30名

### 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8年度計画】

○実施目標:2回





# 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8年度計画】

##### 1) ラフティング

○販売目標額:5,005,000円

##### 2) シャワークライミング

○販売目標額:250,000円

##### 3) スノーシューハイク

○販売目標額:550,000円



# 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8年度計画】

○販売目標額:475,000円



### 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8年度計画】

○販売目標額

- 1) 募集型企画旅行:4,800,000円
- 2) 受注型企画旅行:4,583,000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。

令和8年度も引き続き雪山誘客のメインとなる各スキー場の意見を聞き、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12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8年度計画】**

○利用見込数：400名

# 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同時に、観光による地域活性化にとっても重要な広域ネットワークである。

令和8年度も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8年度計画】

##### 1) ツアー商品造成

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:7コース、17本、320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:2回





### 3. 国内交流拡大戦略

#### (3) 食ブランディング事業

- 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8年度計画】

○販売目標額:10,800,000円

#### ② 新商品開発

令和8年度は、これまで開発した商品の  
横展開できる商品の開発を行い、地域経  
済への波及効果拡大を図る。

【令和8年度計画】

○開発目標品数:2品

#### ③ 特産品販売促進

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8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



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8年度計画】

- 1) 庄原旅編集部
- 2) 庄原観光ナビ

##### 3) Instagram

※@shobara\_navi

##### 4) X

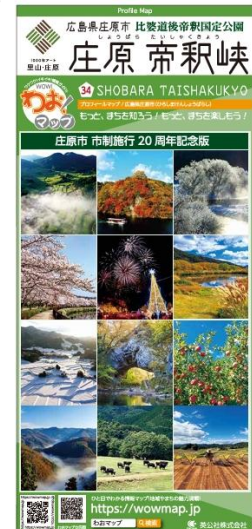
- 年間記事アップ数: 50本
- WEB閲覧(IMP)数: 120万回
- 観光スポット新規追加: 20本
- 月投稿数: 6本
- 閲覧(IMP)数: 3,500
- 1投稿32エンゲージメント
- 閲覧(IMP)数: 620

##### 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8年度計画】

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





# 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8年度計画】

○PR TIMESを活用したプレスリリース配信(3回)

### 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8年度計画】

○受注目標数: 3件

○販売目標額: 150,000円



## 4. その他

### (1) 観光テーマ別 意見交換会

広く社員及び会員から意見を伺うことで知見やアイデアを得るとともに、お互いに観光に対する考え方などを議論し、今後においてよりよい事業につなげていく。



【令和8年度計画】  
○目標：3回以上

