

ビジョン策定の背景 ～広島県府中市での観光振興の必要性

少子高齢化・人口減少への対応、地域経済の底上げを図るため、観光振興を通じた地域の活性化に取り組むことが必要です。

① 少子高齢化・人口減少への対策として

- ・市の人口は、20年前から4万人台となり、その後も減少
- ・令和27(2045)年までの30年間で▲36.8%という、県全体や近隣都市部と比べ大幅な減少を予測
- ・他の市町からの転入者よりも、他の市町への転出者が多い「転出超過」が続き、自然減とともに人口減少の大きな要因に

② 地域経済の底上げを目指して

- （産業構造における第3次産業の拡大）
- ・総生産や就業者数での第3次産業(サービス産業)の割合が拡大
- （成長性のあるインバウンド需要）
- ・国際的な観光市場は近年拡大し、今後も年3.3%増を予測
- （すそ野の広い観光産業）
- ・宿泊、飲食、物販、輸送、情報産業など多様な業種に及び、幅広い経済・雇用への波及効果を期待

ビジョン策定の目的

“市外や海外から多くの人々を招き、交流し、体験する、びんご府中”の実現のために「観光」を活用します。

外国人観光客が数多く我が国を訪れる中、日本の観光産業は今や国の重要な成長戦略のひとつとして位置づけられており、全国の各自治体においても、そのような追い風をつかむべく、観光を活用したまちづくりが盛んに進められています。

本市でもこれまで、自然や歴史、ものづくりなどの「地域資源を生かした観光産業の振興」を掲げ、観光資源のもつ魅力の一体的な情報発信や、魅力ある観光地づくりに向けて、取り組んできました。

しかしながら未だ、観光客数や観光消費額の大幅な増加といった目に見える成果につなげていない現状もあり、抜本的な戦略づくりが求められています。

府中市内には、定番の観光スポットに加え、国府や天領に代表される歴史・文化、ものづくり産業の集積、備後府中焼きなどの食文化、キャンプ場などの自然体験など、他市に引けを取らない地域の資源が沢山あります。このような資源を活用し、市外からの誘客につながるよう吟味しながら、ターゲットを定め、磨き上げ、情報発信するとともに、観光客を温かく迎え、交流し、おもなてしする環境づくりや推進体制づくりを総合的に進めていく必要があります。

府中市の地域経済の底上げ、定住人口・交流人口の拡大につなげる一方策として、多彩な地域資源を活かした観光振興にオール府中で取り組むことで、地域の活性化を図っていきます。

計画期間

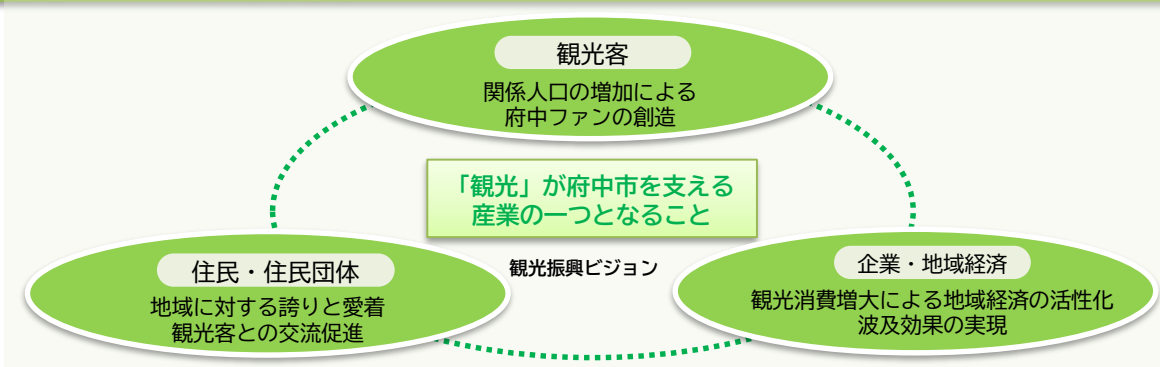
令和2(2020)年度から令和6(2024)年度までの5年間

府中市観光の目指す姿

「観光」が府中市を支える産業の一つとなること

自然、文化、歴史、ものづくり、食、ライフスタイル、住民などの府中市の魅力を生かし、住民の観光に対する機運を醸成し、観光客と住民が観光を通じた交流を図ります。このような交流を通じて、住民も観光客も府中市に愛着を感じ、「びんご府中ファン」となることで、住民のシビックプライドの醸成、市内外の関係人口の増加、そして、地域経済の成長に貢献する「観光産業」を確立します。

観光がもたらす効果



府中市観光の基本戦略

	プラス面	マイナス面
内部要因	強み (Strengths) ✓ 歴史・文化あふれる地域資源が豊富 ✓ ものづくりなどの地元企業の力 ✓ 備後府中焼きなどのグルメ、地元産の農産品 ✓ 山や川が織り成す豊かな自然 ✓ 独立心旺盛だが人に優しい地域性 ✓ 備後地域の市町間での広域観光を目指した連携 など	弱み (Weaknesses) ✓ 観光の推進体制が弱く、地域での担い手が不足 ✓ 目玉となる資源に乏しく、観光で稼げている ✓ 魅力的な観光周遊コースが未整備 ✓ 車での移動が中心であり、二次交通が不十分 ✓ トイレをはじめ、観光客の受入環境が不十分 ✓ 市外での観光地としての認知度・知名度が不足 など
	機会 (Opportunities) ✓ 観光による地域の経済・雇用への高い波及効果 ✓ 成長の著しいインバウンド需要 ✓ ローカルな本物の日本に触れる旅を求める動き ✓ 体験型観光や交流型観光、学びの観光へのニーズ ✓ キャンプ・サイクリング等のアウトドアブーム など	脅威 (Threats) ✓ インバウンド誘客など、全国的な地域間競争 ✓ 人口減少・高齢化とあいまった観光業での人手不足 ✓ 県内における瀬戸内沿岸部への観光客の偏り ✓ 平成30年7月豪雨災害による、観光地や道路への被害 ✓ 新型コロナウイルスによる世界規模での悪影響

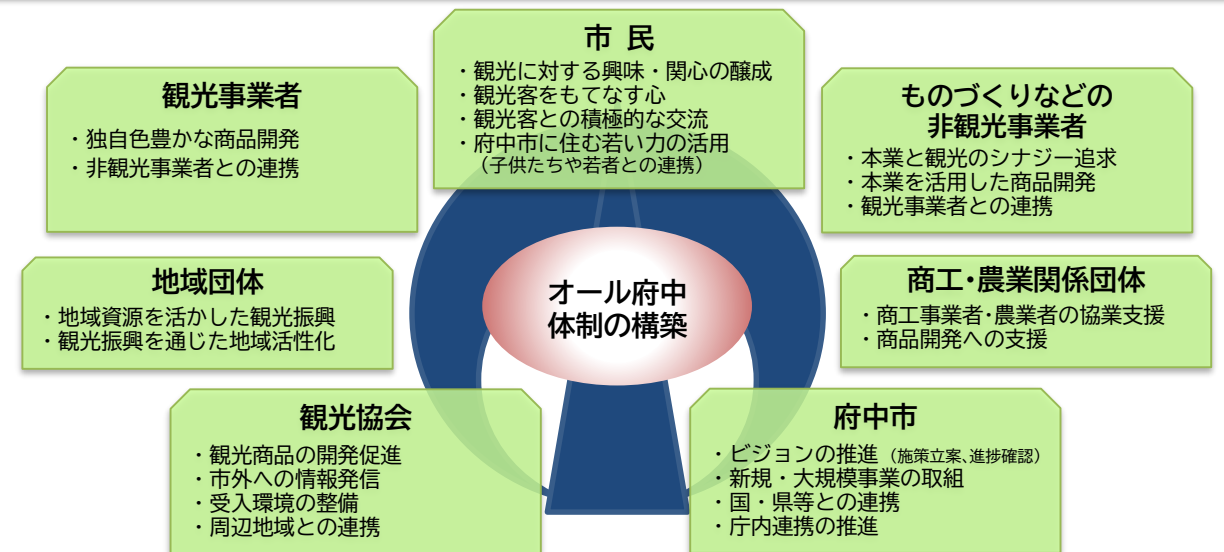
① 強みを生かし、積極的に攻めていく戦略

府中市の強み × 外部環境のプラス面
(ア) 府中市の歴史・文化資源の活用 × 交流型観光へのニーズ ⇒ 地元ガイドによる、物語性のある歴史町並み観光の促進
(イ) 備後府中焼きなどのグルメ × ローカル志向/本物志向 ⇒ 備後府中焼き等の食べ歩きコースの強化、周遊ルート、リピーター向け商品開発
(ウ) ものづくり系企業の力 × 体験型観光/学びツーリズム ⇒ 教育旅行などの学生向けのものづくり体験商品
(エ) 山や川が織り成す豊かな自然 × アウトドアブーム ⇒ キャンプ場の整備やサイクルツーリズム

② 追い風を活用し、弱点を改善する戦略

府中市の弱み × 外部環境のプラス面
(ア) 観光推進体制の弱さ × 観光振興による地域の経済・雇用への波及効果 ⇒ 地域の理解・協力に基づく、一体となった観光振興の推進
(イ) 観光周遊コースが整っていない × 本物志向/学び志向 ⇒ テーマ性のある観光ルートを整備
(ウ) 観光で稼げない × 本物志向/学び志向 ⇒ オンラインコンテンツなど、満足度の高い観光商品の開発
(エ) 二次交通の弱さ × アウトドアブーム ⇒ サイクリングコースの設定、受入環境づくり
(オ) 受入環境が整備されていない × 成長著しいインバウンド需要 ⇒ インバウンドのニーズにも適った受入環境の整備
(カ) 認知度・知名度不足 × 成長著しいインバウンド需要 ⇒ インバウンドを視野に入れたウェブプロモーション、SNSの活用

推進体制



数値目標

1 府中市観光の認知			2 府中市観光の魅力		
指標	現状 (R元・2019年)	目標値 (R6・2024年)	指標	現状(平成30(2018)年)	目標値(令和6(2024)年)
① 観光ホームページへのアクセス数	12.8万件	30.0万件	③ 観光商品開発による新規来客数	-	5年間の累計 380人 (令和2~6年度)
② 総観光客数	1,114千人	1,474千人	④ SNSでの反応		
3 地域住民の愛着			Facebook	フォロワー数 439人 1投稿当たりの「いいね」の数 34.9件 1投稿当たりのシェア数 1.6件	1,632人 129.5件 5.7件
⑥ 地域住民の愛着度	現状(H27・2015年) 愛着度 78% (H27年 市民意識調査)	目標値(R6・2024年) 愛着度 80%以上	Instagram	フォロワー数 146人 1投稿当たりの「いいね」の数 23.0件	542人 85.3件
			⑤ 観光消費額	1,998百万円	2,937百万円

※ 新型コロナウイルス感染症収束が見通せない状況にあるため、目標値については、今後も適宜見直しを行うものとする

基本方針

方針

(1) 選ばれる観光地づくり

(1)-1 観光素材の開発・磨き上げ

(1)-2 ターゲット設定
※ 新型コロナ感染の収束後

(1)-3 府中市らしさを伝えるプロモーション

(2) 地域で稼ぐ観光の実現

(3) 観光を推進する地域づくり

内容

- ・ 他との「違い」や「物語性」を際立たせた観光商品の開発・磨き上げ
- ・ 既存の観光資源を組み合わせることで、優位性のある商品を開発
- ・ 誘客するターゲットを想定した上での、府中市らしさを伝えるPR
- ・ 商品開発にあたって、市外の人からの評価によるチェック

- ・ 市全体でのターゲットの設定と、個別商品でのターゲット設定
- ・ ①福山市・尾道市 ②広島市 ③世羅町・神石高原町 からの誘客
- ・ 外国人観光客は、上下エリアでは実績ある欧米豪を中心に、府中エリアはアジアを中心に、トライアルとしての誘客
- ・ 個人・グループ客を中心としたアプローチ
- ・ ビジネス客に着目したアプローチ

- ・ 府中市らしさがイメージできるキーワードを抽出し(歴史・文化、ものづくり、住民との交流)、コンセプトやキャッチフレーズで発信

- ・ 満足度の高い観光商品やお土産物の開発
- ・ 長期滞在型を志向した観光商品の開発
- ・ 稼ぐ観光に資する事業に挑戦する人への立ち上がり支援

- ・ 観光が経済成長を支える産業となることを目指し、オール府中の体制で推進
- ・ 市民等に対する観光振興への理解や参加の促進(インナープロモーションの推進)
- ・ 「新しい生活様式」での安全・安心な観光 **新型コロナウイルスへの対応**

観光客への魅力発信 (府中市観光のキーワード・基本方針・コンセプト)

- ◆ キーワード
 - ・ 府中・上下エリアの歴史・文化 … 「備後国府」の府中、「天領・白壁の町並み」の上下
 - ・ 府中市が誇るものづくり … 「ものづくり・匠の技」、「ものづくりを育んだ風土」、「100年企業」
 - ・ 地域住民と観光客の交流 … 交流を通じて伝わる「府中らしさ」、「日々の暮らしぶり」

- ◆ 基本方針

府中市にある魅力ある観光資源を、地域で暮らす「ガイド」、「観光事業者」、「ものづくり事業者」などの「地域の人=びんご府中人(びと)」を通じて、訪れる観光客にお届けします。

地域を代表する観光資源やものづくりなどの地域資源の魅力はもちろん、地域が誇る歴史・文化を中心に、人々の暮らしぶり=ライフスタイルそのものを府中の魅力として、びんご府中人が内外に発信します。

歴史・文化やものづくりの技など、有形・無形の「びんご府中らしいライフスタイル」を観光客が体感できる今までにない観光地が、府中市が目指す観光のかたちです。

魅力的な観光資源 × 住民との交流 × ライフスタイルの体感
⇒ びんご府中らしい観光

- ◆ 訴求すべきコンセプト

観光客と住民が交流する“ライフスタイルツーリズム”の推進地、びんご府中
～ 歴史・文化やものづくりなど、びんご府中でのライフスタイルを交流しながら楽しむ～

- ※ 府中らしいライフスタイルツーリズムとは

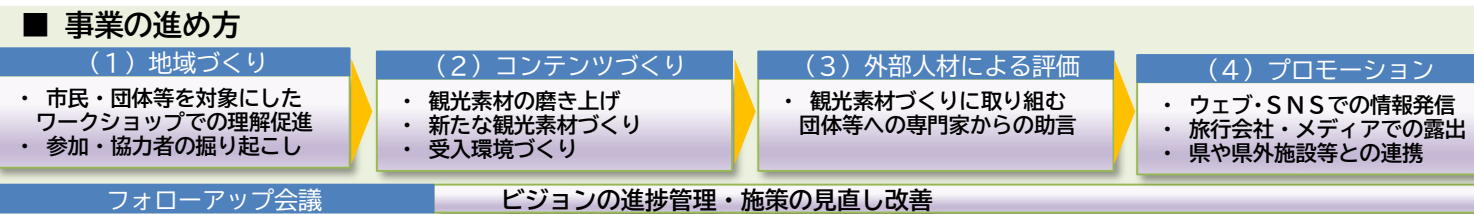
びんご府中人との交流を通じて、脈々と継承している歴史・文化や自然、暮らしを支えてきた「ものづくり」などの産業を体感し、あわせて日々の暮らしぶりを垣間見てもらうことで、ありのままのびんご府中を感じてもらい、びんご府中のファンになってもらう観光の形。

重点ターゲット (テーマ × 属性)

1. 歴史まち歩き関心層
 - 居住エリア 県内・近隣県を中心に首都圏・関西、海外(欧米豪)
 - 年齢層 不問
 - 旅行形態 夫婦、一人
 - 楽しみ方 ガイドや住民と交流しながら、天領・白壁の町並みや国府、石州街道等の歴史や文化に触れる「まち歩き」
2. グルメ関心層
 - 居住エリア 県内・近隣県を中心に首都圏・関西
 - 年齢層 若年～中年層
 - 旅行形態 仲間、一人
 - 楽しみ方 店主や常連客との交流を通じて、備後府中焼きなどのグルメを味わい、食べ比べ、口(くち)コミする
3. 学びを求める層 ～「教育旅行」と「府中市らしさ(ものづくり産業、歴史・文化等)」とのコラボレーション
 - 居住エリア 近隣県を中心に首都圏・関西、海外(アジア)
 - 年齢層 学生
 - 旅行形態 教育旅行団体
 - 楽しみ方 職人や経営者、伝承者等との交流を通じて、府中市に息づくものづくり産業、歴史・文化などを体感
4. アウトドア層
 - 居住エリア 県内・近隣県
 - 年齢層 若年～中年層
 - 旅行形態 家族、仲間、一人
 - 楽しみ方 自然の中で、遊び、癒される(キャンプ:羽高湖・河佐峡・四季の里、水遊び:三郎の滝、河佐峡、登山:岳山等) ルートで交流しながら楽しむ(サイクリング:「上下」と「府中・世羅・神石高原」をつなぐルート、JR福塩線での輪行)

実施項目(アクションプラン)

実施項目	実施内容	推進スケジュール		
		感染拡大	新型コロナとの共生	感染収束後
(1) 府中市観光の体制づくり	① 推進体制の構築	準備	準備	準備
	② インナープロモーション(市民等の理解)	準備	準備	準備
	③ 観光人材の育成・招へい	準備	準備	準備
	④ 周辺市町との広域連携	準備	準備	準備
(2) 地域資源の観光商品化	① 地域資源を活用した観光商品開発	準備	準備	準備
	② ニーズを踏まえた新たな観光商品開発	準備	準備	準備
	③ 新たなお土産物の開発	準備	準備	準備
(3) 受入環境整備	① トイレ環境の整備	準備	準備	準備
	② 公衆フリーWi-Fiの設置	準備	準備	準備
	③ 観光案内板の整備	準備	準備	準備
	④ キャッシュレスへの対応	準備	準備	準備
	⑤ 多言語対応	準備	準備	準備
	⑥ 交通アクセスの確保	準備	準備	準備
	⑦ 公衆衛生環境の確保 新型コロナウイルスへの対応	準備	準備	準備
(4) プロモーション活動	① 市や地域の名称	準備	準備	準備
	② 観光情報の発信	準備	準備	準備



新型コロナウイルスの感染拡大に係る対応【感染の拡大・共生の段階】

- 国では、観光振興においては、感染防止に取り組む期間を、収束後の反転攻勢に備えるための積極的な「助走期間」と位置付けることとしている。
- 府中市でも、この感染防止に取り組む時期においても、観光振興に向けた体制づくりや観光素材づくりなどの準備を着実に進め、収束時期からの誘客促進に向けた取組ができるよう、国・県等とも連携しながら備えていく。