



DOKUJOU

KAPPA

JIHOUTOU

SHAKUNAGE OHASHI

SUGIDAMA

AYU

かもしだす 東広島の魅力

東広島市観光総合戦略

概要版

SHAKUNAGE

OSANSHOU

KOME

NIHONSHU

SAKAGURA

OSHIBA OHASHI

FUJI

JAGAIMO

WAGYU

KOSHIBAJIMA

■ ごあいさつ

東広島市では、これまで、国の「観光立国推進基本計画」や広島県が策定した「ひろしま観光立国推進基本計画」との連携を図りながら、本市の最上位計画である「第四次東広島市総合計画」（平成29年2月後期基本計画策定）及び「東広島市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、地域資源を活かした交流・集客の推進を目指し、観光プロモーションの推進や観光客受入体制の整備、観光振興事業への支援等に取り組んでまいりました。

近年、国においては、訪日外国人観光客数及び旅行消費額が急増していることなどから、観光は、我が国の経済を支える産業へ成長しつつあるという認識を示すとともに、様々な観光をめぐる状況の変化に対し、柔軟かつ的確に対応していく必要があるとの見解を出しています。

また、県においては、「ひろしま観光立国推進基本計画」に基づき、観光を経済成長を支える産業の一つと位置づけ、観光消費額の増大に向け、観光客数の増加や観光消費額単価の上昇に係る各種施策を展開しています。

そこで、本市では、観光による地域経済や活性化への影響を踏まえ、市の特長である「日本酒文化・歴史」「西条酒蔵通り」や「豊かな自然や食」等の地域資源を最大限に活かしながら、より効果的・戦略的な観光振興事業の展開を目的に、市としての観光振興に係る取組の方向性を示すため、新たに「東広島市観光総合戦略」を策定いたしました。

今後は、この戦略に基づき、「かもしだす東広島の魅力」を基本理念に、市民の皆様とともに、観光による地域経済の活性化を目指した施策の推進に取り組んでまいりたいと考えております。引き続き、観光振興事業の推進にご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

結びに、戦略の策定にご尽力いただきました東広島市観光総合戦略懇談会の皆様をはじめ、貴重なご意見・ご提案をいただいた関係団体の皆様に、心から厚くお礼申し上げます。



平成30年12月 東広島市長 高垣 廣徳

■ 観光総合戦略策定の趣旨

東広島市では、市の特長である「日本酒文化・歴史」「西条酒蔵通り」や、「豊かな自然や食」等の地域資源を活かした魅力ある観光地を形成し、国内外からの観光客を誘致することにより、交流人口の増加及び地元事業者の活性化を図ることとしており、市としての観光振興に係る取組の方向性を明らかにするため、新たに「東広島市観光総合戦略」を策定しました。

本戦略は、平成30年度を初年度とし、平成34年度までの5か年を計画期間とします。ただし、今後の観光ニーズや社会経済情勢に大きな変化が生じた場合は、必要に応じて見直しを行うこととします。

■ 観光総合戦略の基本理念

本市の観光の現状と課題を踏まえ、本戦略の基本理念を「かもしだす東広島の魅力」と設定します。「かもしだす」は、本市の随一の観光コンテンツである「日本酒」の醸造の「醸」の字を想起させるとともに、本市の大部分を占める賀茂台地の「賀茂」も同時に想起させる言葉として設定しています。市民が自ら醸し出す観光地の雰囲気づくり、酒蔵から醸し出される地域のブランドづくり、地道なPRにより醸し出す観光地づくりをイメージしています。

現状・課題

- ① 随一の観光コンテンツは「日本酒」関連資源
- ② 主に市内・県内観光客が来訪
- ③ 訪日外国人観光客の急増への対応
- ④ 観光消費額の減少
- ⑤ 一体的な観光振興・市民意識の醸成

基本理念

かもしだす東広島の魅力

- ・市民が自ら醸し出す観光地の雰囲気づくり
- ・酒蔵から醸し出される地域のブランドづくり
- ・地道なPRにより醸し出す観光地づくり

■ 観光総合戦略のターゲット設定

基本理念を踏まえ、本市の観光総合戦略の基本的なターゲットとして、県内、国内、海外という観光客の在住地別のターゲットを設定しました。それぞれの考え方は以下の通りです。

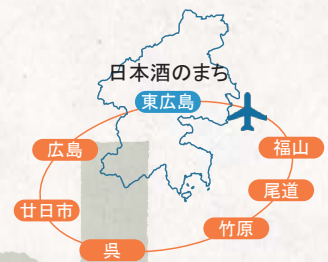
■ 県内からの観光客誘致

- ・旧町単位の資源の磨き上げと、地域間連携の推進
- ・ファミリー層、若年女性層に訴求できるグルメ（食べ歩きグルメ等）や飲食店（パン屋、カフェ等）の充実
- ・ローカルメディア（広島テレビ・ラジオ・雑誌等）との連携による県内PR



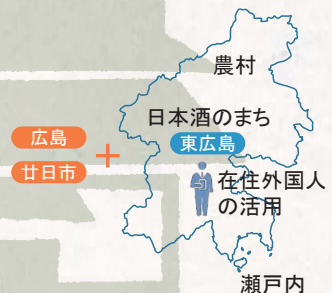
■ 国内からの観光客誘致

- ・広島市及び広島空港との近接性を活かし、周辺地域、特に広島・宮島・尾道等の観光地との連携による東広島への誘客促進
- ・随一の資源は「日本酒・酒蔵」であり、酒関連資源の拠点整備・環境整備を推進
- ・映画「恋のしずく」の活用や、全国番組へのアプローチ等、日本酒のまちとしてのストーリーをPR
- ・MICEによる誘客の推進



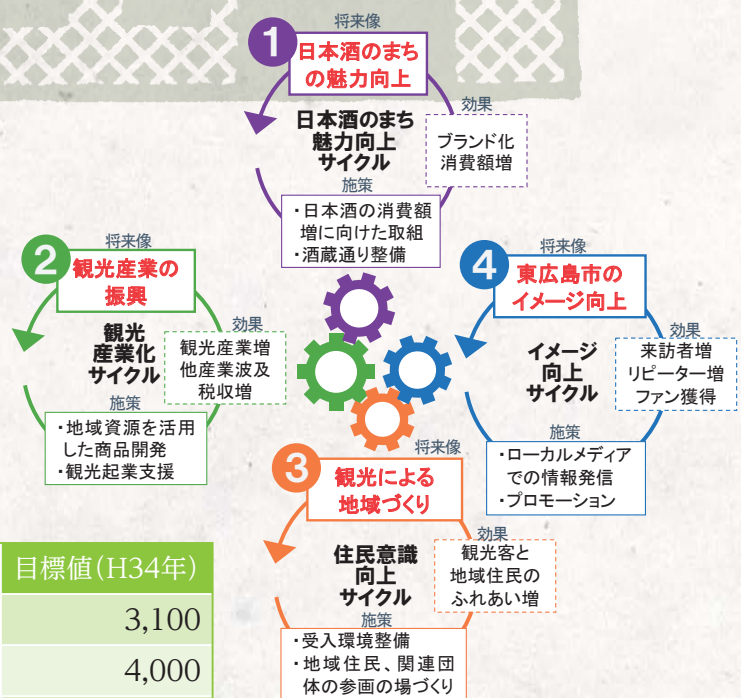
■ 海外からの観光客誘致

- ・広島・宮島の周辺観光地として日本酒のまちをPR
- ・JRやレンタカーで来訪可能な農村体験（古民家ステイ等）の充実
- ・在住者（留学生等）モニターによるコンテンツ強化、SNS発信
- ・せとうちDMOと連携した海外に向けたプロモーション



■ 観光総合戦略の方向性

基本理念及びターゲットを踏まえ、本市の観光総合戦略として、随一の観光資源である「日本酒・酒蔵」を活用した『日本酒のまちの魅力向上』、地域資源を活用した産業育成を図る『観光産業の振興』、市民が参画した一体的な組織による観光振興を行う『観光による地域づくり』、県内や国内外への情報発信を行う『東広島市のイメージ向上』の4つの方向性を設定します。



■ 数値目標

	現状値(H28年)	目標値(H34年)
総観光客数(千人)	2,840	3,100
一人当たり観光消費額(円)	3,482	4,000
観光案内所訪問者数(人)	55,196	67,000

■具体的施策

1 日本酒のまちの魅力向上策

(1) 日本酒関連の観光消費額増加

①日本酒関連のにぎわいをつくる

■戦略■

「酒まつり」を含め多彩な日本酒関連イベントの継続的な実施によりにぎわいづくりを行うとともに、イベントを開催していない時期にも訪問目的地となるような魅力づくりを行い、日常的に観光客が来訪する場所とすることにより、新たな店舗の出店や観光客向けサービスの展開につなげ、観光消費額を増やします。

日本酒の魅力を磨く！



②日本酒を楽しめる場所を増やす

■戦略■

本市内の酒蔵で既に展開されている試飲サービス、店頭販売に加えて、観光客がまち歩きを楽しむ昼間帯（10：00～18：00）に各酒蔵の日本酒を飲み比べできる飲食・物販店舗を増やすなど、観光客と日本酒の接点を増やすことにより観光消費額の増加を図ります。



(2) 魅力の保全による持続的な観光地への発展

①日本酒文化を守り・育む

■戦略■

本市の水、米等、日本酒造りに欠かせない資源について、森林保全、農地保全等の自然保護・開発抑制の観点や、酒蔵のある風景を保全する景観保全の観点、小学校での地域教育の一環として水の大切さを教えたり、成人後の市民に向けた日本酒に関するセミナーを開催したりする等、市民意識醸成の観点による取組を進めます。

日本酒資源を守る！



②日本酒関連の魅力を分かりやすく整理する

■戦略■

本市の日本酒の魅力を多くの人に知っていただくために、その歴史や製法、こだわり、酒蔵ごとの違い、お薦めの飲み方等、本市の日本酒に関する情報を、観光客向けに分かりやすく整理し、観光客に向けて、より深い情報を提供できる基盤を作ります。また、ブランド価値として高めるため、全国的な評価を得る取組を進めます。



2 観光産業振興策

(1) 観光産業化の推進

①多様なコンテンツづくり

■戦略■

本市には食資源や自然資源、体験メニュー等、既に様々な資源があります。それらを活かし、既存サービス産業の観光客対応強化、相乗効果を生む事業者の連携、スポーツツーリズムやエコツーリズム等分野別の観光推進施策の展開、民泊等の新たなサービス産業の支援等によるコンテンツの充実、仕事づくり(雇用創出)を進めます。

多彩な魅力を繋ぐ！



②広域周遊の促進

■戦略■

県央地域内の周遊等、各地域内の資源のネットワーク化による相互送客を深めるとともに、西条地域の集客力や資源を活用した市内周遊の取組を進めます。また、広島市、呉市、三原市、竹原市、熊野町、世羅町といった周辺の他市町との連携により、広域的な周遊ルートを形成し、本市への来訪増加を図ります。



(2) インバウンド対応の推進

①外国人観光客の受入環境整備

■戦略■

広島空港に近い利便性や留学生の多い本市の特徴を活かし、外国人観光客の受入環境の整備に取り組む必要があります。外国人観光客が日本で困っていることは店舗等でのコミュニケーションと通信環境と言われており、各店舗の言語対応や決済端末の整備、Wi-Fi環境整備等、外国人観光客がストレス無く旅行できる環境の整備に取り組みます。

外国人对応を進める！



②体験・滞在メニューの外国人对応強化

■戦略■

本市に在住する外国人によるモニター調査やプログラム開発、飲食店の外国人对応強化等、外国人を対象とした食事を中心とした農村滞在メニューの開発や、外国人観光客が農村に滞在するための施設整備等に取り組みます。



3 観光による地域づくり策

(1) 観光推進組織(地域DMO)による戦略的な観光振興

①新たな組織の設立・運営

■戦略■

本市における日本版DMOに期待される基礎的な役割・機能として、多様な関係者の合意形成、各種データ等の継続的な収集・分析、PDCAサイクルの確立、関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーションが挙げられます。

本市の観光振興の調整役・推進役として、市、観光協会、関係する民間企業等による新たな組織づくりを進めます。

一体的な動きを作る！



②観光推進組織における情報編集

■戦略■

観光推進組織の機能の一つとして、市内各地の観光資源、飲食店等の情報や、イベント情報、旬の情報(リアルタイム情報)を収集し、ターゲットに応じて整理・編集を行い、観光データベースを作成します。

また、来訪者に対する案内機能として、観光案内所の運営を一体的に行い「地元住民が薦める旬の情報」等、観光客のニーズに沿った観光案内を行います。



(2) 市民参画による観光振興の推進

①市民による観光関連事業実施・観光地の気運醸成

■戦略■

現在の観光では、地域の人と観光客の交流や、地域のガイドによる案内等、市民参画による観光地づくりが求められています。今後、本市においては、ボランティアガイドや市民による観光事業、市民による情報提供等を積極的に支援し、市民が参画する場、市民と観光客が交流する場づくりを進めます。

市民から盛り上げる！



4 東広島市のイメージ向上策

(1) 全国・世界へのPR強化

①全国への発信

■戦略■

本市の主要コンテンツである日本酒関連資源を中心として、映画やテレビ、雑誌等の様々なメディアを通じて、首都圏、関西圏等、日本全国に向けて情報発信します。また、インターネット上の情報発信を充実させるため、本市の観光に関するホームページの充実はもとより、旅行者や市民による情報発信を促す仕組みづくりを行います。

知名度を上げる！



②海外への発信

■戦略■

広島市や廿日市市(宮島)に多く訪れている外国人観光客をターゲットとしたワンデイツアー先として、また、広島空港を利用するアジア系観光客の訪問先の一つとして外国人観光客に認識されるよう、海外への情報発信を進めます。

特に、本市内には留学生をはじめとする外国人が多く在住しており、在住外国人と連携した情報発信にも注力します。



(2) 広島県内への発信力の強化

①多様な情報媒体の活用

■戦略■

県内からのリピーターを確保するため、県内メディア（テレビ、ラジオ、新聞、タウン誌等）への情報提供による露出の増加をはじめ、本市を訪れた観光客による口コミ情報の収集・発信、県内で開催されるスポーツ大会や祭り等のイベント時における地元産品の出展、SNSを活用した本市のファン層を拡大する取組を進めます。

東広島ファンの獲得！



■東広島市観光資源マップ



(出展) 観光振興課資料



東広島市

Higashihiroshima City

〒739-8601 広島県東広島市西条栄町8番29号

電話：082-420-0941 FAX：082-422-5805

E-mail hgh200941@city.higashihiroshima.lg.jp