

一般社団法人みよし観光まちづくり機構

令和2年度 事業計画

## 運営方針

本年度も昨年に引き続き、三次市の観光推進に関する課題や改善点の調査、分析を継続し、三次市内の観光資源の魅力を磨き上げ、適切なターゲット(観光客層別)に、適切なコミュニケーション・メディアを活用し、適切な PR・プロモーションを推し進めながら観光消費額の向上をめざすとともに、観光というそ野の広い分野の恩恵を地元にもたらすことに努め、地域の稼ぐ力を高めていくことをめざします。

## 事業計画と取組目標

### 1. 調査・分析事業

#### (1) 三次市の観光推進に関する多面的調査の継続と市内観光団体との戦略目標の共有化

令和元年度は、三次市から受託した三次市観光実態調査(定量調査)に加え、市外・県外に住む消費者(観光客)が三次市へどのような動機で観光来訪しているのか、三次市観光に関する課題や期待は何か、改善すべき点はどのような事項があるのか等を探る座談会(定性調査)を計4回開催しました。また、三次市内の各観光協会や観光施設、経済団体、女性に呼びかけ三次市観光推進ワークショップを開催し、座談会等での意見をフィードバックし、今後の三次市の観光推進のあるべき姿を議論し共有化してきました。

本年度は三次市において、観光戦略を策定する予定でもあり、この取組と連動しながら、三次市内全域の観光関係団体との協議を推進し、取り組むべき方向性を多様な視点で議論し、戦略目標の共有化と合意形成を図っていきます。

戦略を共有化するためには、三次市の観光の現状をデータに基づいて分析し、分析から仮説を導き出しながら戦略に作り上げていく必要があります。本機構は、これまで三次市が実施した実態調査や座談会等のデータを提供するとともに、インバウンドなど補完的な調査も実施し、より効果的な観光戦略の策定となるよう取り組みます。

#### ① 三次市内全域の各観光協会等との継続的な協議

- ・振興計画の策定や計画に基づく戦略の共有などを図るために、各観光協会をはじめとする関係団体との継続的な協議を進めます。

#### ② 調査

- ・訪日外国人観光客獲得のための、三次市内在住外国人対象の三次観光に関する座談会や実態調査などの実施
- ・実態調査の補完  
過去の実態調査は年1回(11月)の季節限定だったので、他の季節等の調査を補完します。

## 2. プロモーション事業

### (1) 三次市観光の鮮度の高い情報発信の強化と観光消費額の拡大

現在、当機構では三次市観光の PR・プロモーションを目的としたブランドサイトとした Walk @round Miyoshi というコミュニケーション・ツール(情報誌、スマホ、ウェブサイト等)を整備中です。当該ツールを更に強化していくため、本年度も未取材の観光資源を中心に取材、編集、鮮度の高い情報発信の強化を図り、三次市来訪率アップを図ります。

また、本年度は利用率が PC を上回るスマホによる「まち歩きアプリ」を更に整備し、タイムリーな三次市観光情報の提供や多様なスタンプラリー、訪日外国人への多言語案内の充実、更には行動履歴の調査分析等を行い、通年での観光客の実態調査を行いながら、適切な商品(観光資源、季節のイベントや宿泊プラン)を適切なターゲットに適切なタイミングでコミュニケーションを図ります。

本年度、更に充実強化する三次市観光推進のコミュニケーション・ツールは以下の通りです。

- ① Walk @round Miyoshi (ウェブサイト上の観光コンテンツの更なる充実を図ります。)
- ② Walk @round Miyoshi (スマホを活用した街歩きアプリの導入と調査、マーケティング施策の実践と向上をめざします。)
- ③ Walk @round Miyoshi(フリーペーパー:観光情報誌の初版の発行と第 2 版原稿の編集準備致します。)
- ④ 各種事前予約システムの開発と観光施設への無償提供(宿泊施設、鵜飼の事前予約、各種イベント申込、体験プログラム、着地型旅行商品の申込み等多数)により観光消費額の事前需要の獲得をめざします。
- ⑤ 訪日外国人(個人=FIT)向け三次市内観光の多言語による紹介サイトの構築(英語、北京語、韓国語)

## 3. 資源開発事業

### (1) 三次市内観光来訪者のターゲット別観光推進や観光資源の開発と磨き上げ

2019 年の実態調査によると、三次市を訪れている観光客は、広島市を中心とした広島県内(81.5%)の 30 代から 70 代(各世代 14~20%)の家族(51%)です。30 代では 3 人以上の率が高く、二人連れは 40 代から率が高くなっています。30 代では子連れファミリー層、40 代からは夫婦二人の率が高くなっていると想定されます。また、一人での訪問が、30 代以降 10%以上あります。これらのデータをさらに目的や志向などによって分析し、本市が有する資源を勘案しつつ、ターゲット層を定める中で、観光資源を開発、磨き上げ、適切な PR、プロモーションを適切な媒体(紙媒体、スマホ、ウェブ等)で実施し、ターゲティングと 4P (Product/Price/Place/Promotion)の最適化をめざします。

現在、三次市を訪れている主要な層

- ① 子連れファミリー層(30代中心、一部20~40代/主に広島市・東広島市在住)
  - ・三次市観光の将来リピート訪問が期待できるメインターゲット
- ② シニア夫婦層(50代以上~/主に広島市・東広島市在住)
  - ・現在、最もメジャーな三次市観光来訪者層

今後、注目すべき層

- ③ スペシャル・インタレスト層(Special Interest Hunter)

例えば、しまなみ海道のサイクリングは、現在ではメジャーなアクティビティとして認知されていますが、サイクリングそのものは、スペシャル・インタレストの部類だと考えます。このように、それ自体のボリュームは必ずしも大きくなくとも、新たなショップや宿泊施設などその他の資源との相乗効果によって全体として魅力を高め、メジャーな層に浸透していくことは可能だと考えます。これを一つの仮説として、この層をさらに分析、掘り起こしながら、鵜飼や霧の海、農村風景、妖怪、ワインなど三次ならではの独特な観光資源とのマッチングを検討し、より訴求効果が高い観光資源として作り上げる方向を探ります。さらに、観光分野のみではなく、ビジネスやスポーツ、学生のフィールドワークなどの場として追及していくことにより、相乗的で持続的な効果へ結び付けていくことも必要です。

- ④ 訪日外国人(インバウンド)層

- ・訪日外国人団体(グループツアー)ではなく、個人(FIT)として特に③の観光コンテンツに関心をいただく方を中心に来訪促進をめざします。
- ・また、観光庁がインバウンド促進の為に特にDMO専用で設定した多様な補助金制度の申請と活用を推進していきます。特に、三次市観光の多言語(英語、北京語、韓国語)での紹介サイトの構築を補助金で構築していきます。
- ・広域連携DMOとして欧米人をターゲットにインバウンド促進を行っている「一般社団法人せとうち観光推進機構(せとうちDMO)」との訪日外国人向け三次市来訪に向けた商品開発と販促連携を図ります。

市内各地域が保有する資源を、特に③のスペシャル・インタレスト層にマッチングさせるために、改めて精査・分析し、関係者と協議しながら、情報発信やPR、コンテンツ開発を進めます。

熱気球イベントについては、オフシーズンの集客イベントとして平成31年度にテスト開催し、中国四国地方にはないイベントでもあり4000人の来場者を迎えることができました。令和元年度については、新型コロナウイルスのため中止としましたが、2日間の体験搭乗予約は開始から2時間でいっぱいとなり、また宿泊パックについてもいっぱいになるなど、非常に良い反応でした。

しかしながら、数日の開催であるなどその効果の持続性と費用との兼ね合いや、天候に敏感に左右されるリスクなどを含め再検討します。

## (2) 三次町(みよしまち)の観光資源開発とPR

現在、三次もののけミュージアムからどのようにより多くの方に三次町内へ回遊していただけるかが課題となっています。回遊性向上のために、情報発信、PRを進めていくとともに、「まち歩き」を楽しんでいただくための資源開発や仕掛けが必要です。三次地区自治会連合会やみよし本通り商店街、三次地区の文化・観光まちづくりを進める会などの関係団体や機関と連携し、三次町出身の建築家谷尻誠氏(サポーズデザインオフィス)の協力も得ながら、段階的に推進していきます。

- ①三次もののけミュージアムとみよし本通り商店街を結ぶ通り抜け事業の推進(初年度事業として着手、その後継続的にインフラ整備)
- ②比熊山の登山道等整備(広島県補助金活用、三次地区の文化・観光まちづくりを進める会との連携)
- ③古民家の活用の模索(ノウト社との継続協議)
- ④三次物怪まつりなどへの参画
- ⑤三次町及び三次市内周遊用の自転車購入(三次もののけミュージアムと三次市観光協会自転車レンタル設置カ所との間で相互利用をした街乗り自転車観光の促進)
- ⑥三次町内&稲生物怪録ゆかりの地の紹介ガイドの育成(観光ボランティアガイドグループとの連携)

## (3) 三次もののけミュージアムへの集客促進と来訪者満足度の向上

三次もののけミュージアムは本年度開館2年目を迎えます。オープン時の大掛かりなプロモーションイベントは望むべくもないなかで、三次もののけミュージアムの真価が問われる年となります。さらには、当面終息の目途が立たない新型コロナウイルス対策の影響によるリスクを回避するため、本年度は極力不特定多数の観光客を集客するような大型イベントの開催は控える方針とします。

このような状況にあって本年度は、博物館との連携をより一層深め、博物館の企画展や学術的な催しと連動しながら、子どもを対象としたワークショップや朗読会、さらにはもののけをテーマとした参加型の芸術文化企画などを開催します。また、昨年度に続き、夏休みを中心に 360° 3D VR シアター「4D 王」の上映(昨年度 6000 名以上集客)やもののけマルシェを継続します。さらに、来館者により楽しんでいただくため、コスプレなどによるもののけキャストや顔出しパネルの配置等についても検討します。

## 4. 三次地区文化・観光まちづくり交流館等管理事業

引き続き、三次地区文化・観光まちづくり交流館(以下「交流館」)の管理業務を指定管理者として行います。また、日本妖怪博物館(以下「博物館」)の受付、ショップ等の業務を受託する予定です。三次市は、令和3年度から博物館を含めた施設全体の指定管理を検討されており、交流館、博物館全体の指定管理者として応募するか否かについて、本年度のできるだけ早い時期に方針を決定します。

## 5. みよしもののけミュージアム交流館等売店事業

令和元年度の売店事業は黒字の見込みですが、売り上げはほぼ博物館の入館者に比例しています。また、市内の事業者も博物館の開館にあわせて新たな商品を開発、販売できたことは成果でした。

令和2年度については、オープニングイベントやオープン初年度の効果は見込めません。このような状況の中で、売店事業全体のパイを少しでも大きくするために、博物館のミュージアムショップの運營業務を受託するとともに、より効率的な運営を図っていきます。