

# 入込観光客の増加に 関する報告書

平成 29 年 3 月 30 日

安芸高田市まちづくり委員会  
第 2 小委員会

安芸高田市まちづくり委員会  
第2小委員会

委員長 水重 克幸  
副委員長 青原 美智子

委員 柿上 正博  
松田 幸男  
藤本 紀美子  
加藤 學  
大塚 一美  
平野 弘則  
岡田 千里  
竹川 信明  
谷口 恭一  
明木 一悦  
正田 建二  
渡辺 誠  
竹重 千鳥

## はじめに

安芸高田市は歴史や文化風習、風土に恵まれ、農産物に恵まれ、さらには集客力が期待できる政令指定都市にも隣接しています。しかしながら、宿泊できる施設が少ないことや、観光バスで来られても大勢で食事をする所が無い、さらには公共交通では観光施設を巡ることが難しい等の様々な課題があり、入込観光客が大幅に増加する事となっていません。

そうした中で3年後には、東京都でオリンピックが開催され、多くの外国人の方が日本を訪れる事が予想されます。他の市町村からの観光客を増やすことは元より、海外からの観光客も呼び込むには、いろいろ課題もありますが、まずは本市の魅力を知ってもらうことが効果的であると考えました。

そこで、本小委員会では観光客を呼び込むには、情報の発信を強化し、多くの人々に安芸高田市を今以上にアピールすることが大切であるとの認識に立ち、その方策等について審議を行ったので、その経過と結果について次のとおり報告します。

### 1. 経過

#### (1) 第1回小委員会

開催日時 平成28年8月2日(火) 14:19～

出席者 委員14名、事務局3名

会議内容 ①小委員会委員長副委員長の互選について  
②今年度の協議テーマについて

#### (2) 第2回小委員会

開催日時 平成28年10月25日(火) 13:30～

出席者 委員13名、事務局2名、説明者1名

会議内容 ①観光入込客の増加について

#### (3) 第3回小委員会

開催日時 平成28年12月8日(木) 14:00～

出席者 委員10名、事務局3名

会議内容 ①情報発信力の強化について

#### (4) 第4回小委員会

開催日時 平成29年3月17日(金) 15:00～

出席者 委員13名、事務局2名

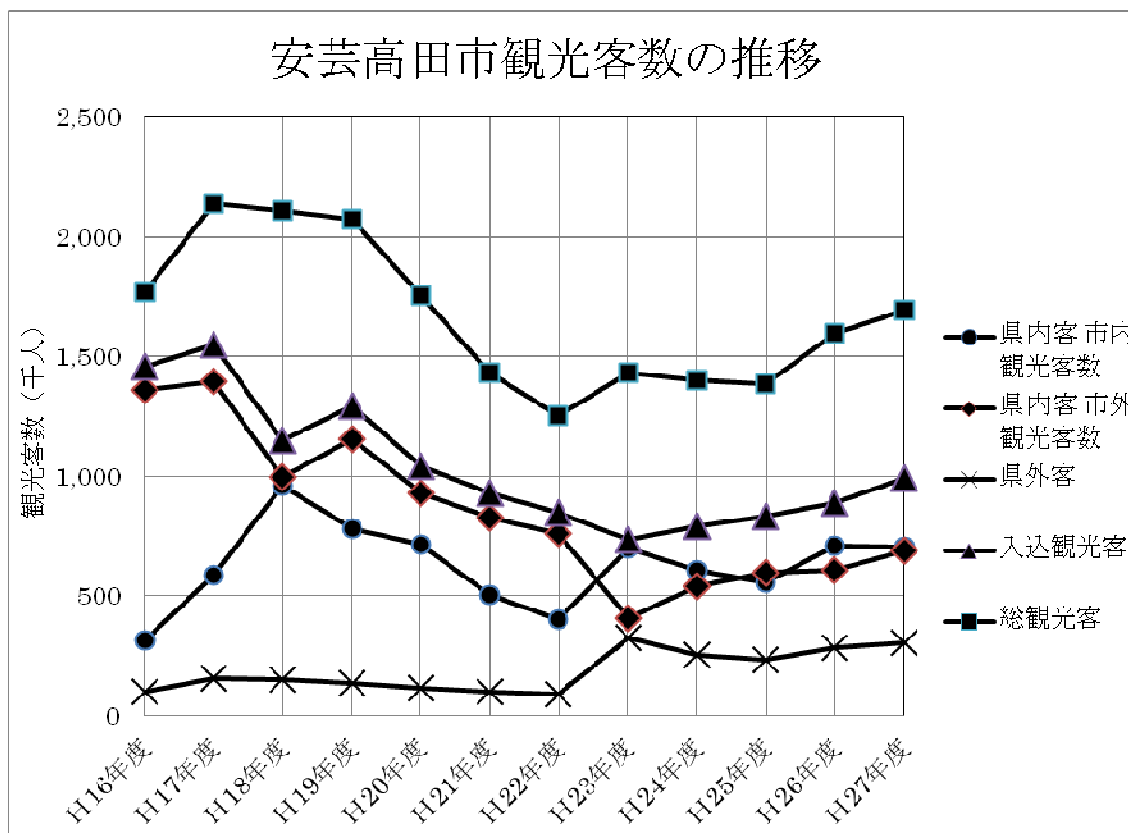
会議内容 ①提言書(案)について協議

## 2. 報告

### 現状

安芸高田市における観光客数は、平成17年度から19年度までは年間200万人程度でしたが、平成22年度には125万人にまで減少し、平成27年度には170万人にまで回復しています。また、安芸高田市内における市民の観光（市内観光客）は、10年間は、50万人から100万人の間で推移しています。安芸高田市外からの観光客（入込観光客）については、平成17年には150万人であったものが平成23年には73万人にまで減少し、平成27年度には100万人まで回復しています。

そこで、回復しつつある入込客を増加させるためには、本市にある神楽・毛利元就・サンフレッチェやこれから整備される甲立古墳等多くの魅力的な観光歴史資源を、市内外へ効果的に情報発信して行くことが必要であると思われます。



## 提 案

### (1) 観光協会の機能強化等について

安芸高田市観光協会は、観光事業の要であり情報発信には大きな役割が求められる組織ではありますが、常駐で勤務する人員が少なく、十分な組織体制とは言えない状況があります。また、交通の要所に事務所又は観光案内所といった窓口機能が外部からの来訪者を迎える形となっているものが一般的ですが、市の観光協会は向原駅舎内 1 か所に事務所を構えるのみであり、その場所も駅舎内の奥まったところにあります。このような状況では、たとえば窓口で観光資料をおいても駅の利用客が手に取る機会が少なく、観光PRが十分に果たされているとは言えません。観光協会に対しては、機能の強化とそれに伴うさらなる支援が求められます。

#### ① 事務所の変更と観光窓口の増設

現在の向原駅にある事務所は駅舎内の人通りの多い場所に移設し、さらに新たな拠点として、吉田口駅、甲立駅、高田 I . C . 隣接の北の関宿、国道 54 号線沿いに建設予定の道の駅、その他集客の多い市内主要施設に窓口を新たに開設することを求めます。現行事務所の立地状況を改善し、各所主要拠点を整備すれば、芸備線、中国自動車道及び国道 54 号線という安芸高田市の 3 つの入り口といえる市内の交通の要所を軸に市内全体をカバーすることができ、入込客に対し観光情報がもれなく提供できる体制が整えられ、PR力の向上を見込むことができます。

#### ② 地域おこし協力隊員の導入

機能強化には人員の確保が必要不可欠といえます。ただ人を雇うのではなく、市内の住民では気づかないような安芸高田市の魅力を発見し市外に向け効果的な観光PR情報を発信することが必要であり、このためには、市外の視点を取り入れることができるよう人材を確保するべきと考えます。そこで、観光協会に常駐する地域おこし協力隊員の導入を提案します。協力隊員は、観光PRの主要ターゲットである都市地域の住民であり、その視点を取り込むことにより、都市部という大市場に観光PRを効果的に発信することができます。そして、協力隊員が観光協会に常駐することで、観光協会業務に専属的に従事でき観光協会の事務能力の向上が図られます。さらに、観光協会の安定的な人員確保につながることもできるほか、隊員本人についても、協力隊制度の本来の目的で

ある市外からの移住定住につなげる効果が期待できます。

### ③ 市と観光協会との連携による情報の一元化

現状、地域等がイベント情報を提供する場合、市か観光協会に提供することがほとんどですが、どこに情報提供すればよいかよくわからないといった声や、市と観光協会の両方にわざわざ情報提供する手間が生じるといった問題があります。このため、市と観光協会が連携し、地域情報の集約拠点を一か所に定め、効率的に情報の収集、発信を行うことができる体制づくりが必要といえます。市ホームページのイベントカレンダーの編集権を観光協会にも付与させるなどの対応も必要ではないでしょうか。

## (2) 情報媒体の活用・利用について

情報媒体は多岐にわたり、インターネットの利用を欠かすことはできません。また、インターネット内であっても、SNSといった新たな伝達手段が誕生しています。さらに、情報機器においては、従来はパソコンであったものが、現在ではスマートフォンといったモバイル端末が主流となり、電波の届くところなら日本国内にとどまらず世界中のどこからでも情報の発信・受信が可能となっています。

一方、紙媒体など従来からある情報媒体についても、ほとんどが情報発信媒体としては基本的かつ有用なものであり、その活用を怠ることはできません。

こうした、多様な情報媒体が存在する中、情報を発信する側には、幅広い情報媒体を十分に活用しそれぞれの媒体の特性を生かした効果的な情報発信が求められています。

### ① 市外主要施設への観光資料の配布

観光資料の市外配布は、観光情報の発信方法として基本的なことです。ところが、広島県庁や県内主要施設を訪れた際、他市町の観光資料を多く目にすることがありますが、安芸高田市の資料はほとんど目にしたことがありません。資料の設置依頼を幅広くしていないか、あるいは、十分な数量が行き渡っていないのではないかと思います。十分に増刷し、県関係施設のほか、広島駅、他市町の道の駅、主要店舗、宿泊施設にも配布し設置協力を求めることを提案します。

### ② SNSを活用した情報発信

インターネットで情報を発信することが当たり前となった現在では、個

人単位でも手軽に情報発信ができるツイッター、フェイスブックといった SNS が主流であり、情報の発信・受信に非常に有用なツールとなっています。SNS の利用は、既に市の観光振興計画にも言及されており、今後の積極的な活用に期待します。

### ③ 若者が作る観光ガイド

現在、広く配布されている紙媒体の観光ガイドとしては、観光協会が作成した「広島県安芸高田市観光ガイド」があります。市全体の幅広い情報を巧みに網羅したガイドではありますが、一方で、多くの情報を取り込んだことにより情報の要点がぼやけてしまい、読者が何を見るべきなのか戸惑ってしまいます。また、若者を取り込む視点が足りないように感じます。クーポン券やスタンプラリーなど他の観光ガイドではよくある楽しみやイベント性も必要ではないでしょうか。

そこで、若年者が観光ガイド作成することを提案します。掲載情報をあえて絞ったうえで、若者の視点と自由な発想を活用することにより、情報の要点が明瞭で楽しみやイベント性のある内容となり、読者が多すぎる情報に戸惑うことなく楽しく観光ができるガイドに仕上がります。

ここで重要なことは、行政側の介入は最小限とすることです。成果物の内容について情報の真偽等を行政側が一定のチェックする必要があると思いますが、一方で過度な再作成を要請すれば、作成者を委縮させることとなり結果的に行政目線の楽しさがない内容となるおそれがあります。行政側が行う成果物見直しは、技術的誤りの指摘や掲載情報の真偽確認など最小限にとどめ、基本的には成果物を尊重することをあわせて提案します。

### ④ 多言語化

オリンピック・パラリンピックが開催される平成 32 年には、世界各国からさらに多くの外国人旅行者が日本を訪れ、広島にも多くの来訪者が見込まれます。英語圏以外の旅行者の来訪も予想されるため、情報の多言語化が急務といえます。観光資料のほか、主要施設等への案内について、多くの外国人を安芸高田市へ誘引するため英語のみならずその他の言語についても対応することを求めます。

## (3) 地域独自の情報発信活動の支援

行政目線の情報発信だけでなく、住民・地域がそれぞれの目線で独自に情報発信することも重要です。インターネットなどを活用した情報発信が不可

欠ある中、高齢者の占める割合の多い地域などは一定の専門的知識を有する者が少ないため、インターネット等を用いた情報発信力が弱く市外に向けた独自情報の発信が困難な現状にあり、人材育成、人材確保などの人的対策は当然と言えます。

一方で、人的環境に恵まれた地域であっても、評価や見返りもなくボランティアで情報発信をやり続けることは、情報発信意欲の低下を招きます。情報発信意欲を向上させるための政策的支援が必要ではないでしょうか。

#### ① PV（プロモーションビデオ）コンテストの開催

政策的支援の一例として、振興会に対し20秒程度のPVを募り審査するコンテストを提案します。住民目線のPR素材が自ずと出来上がり、また、PVの作成を通じて地域内の住民同士の連携が深まる効果も期待できます。コンテストには賞金・賞品を用意することにより、映像作成の技能を有する者の制作意欲を向上させることができ、クオリティの高い作品が期待できます。

### (4) 情報発信のターゲット層について

観光PRは、都市地域を中心に多くの老若男女に対し行い、安芸高田市を広く知ってもらうようにすることが理想的ではありますが、時にはあえて観光客のターゲット絞った情報発信もマーケティングでは必要なことです。

#### ① 女性

ターゲット層としてまず挙げるべきは女性です。人口比率は男性より女性が多いのは常識です。買い物も女性が多くお金を使います。先に挙げたSNSでも、情報発信力が強い女性のほうが男性よりもうまく活用しており、いわゆる「ロコミ効果」による情報伝播が強く期待できます。昨今、マスメディア等で「女子力」という言葉が躍っているとおり、女性の活力には目を見張るものがあり、女性に対し観光PRをすることは当たり前といえます。

#### ② 若者

年齢層別でターゲット層を絞るのであれば、活動にバイタリティのある若者です。新しいもの、面白いものには強い興味を持ち、SNSを活用したロコミ効果が大きく期待できます。

昨今では、歴史的人物や刀剣などを擬人化したキャラクターなどを用



いたアニメやゲームが若年層を中心に流行しているようです。例えば、安芸高田市の歴史的文化といえる神楽をアニメやゲームにして若者に向けて発信することも面白いのではないのでしょうか。

## おわりに

安芸高田市は、自然や文化に恵まれているものの、それらを観光資源として多くの観光客に来ていただくには、先ずは、今以上に様々な方法で、情報発信の方法を模索し実行する事が強く望まれます。そして、市民自らも、自分の目で観光資源を確認することが求められます。

安芸高田市まちづくり委員会  
(第2小委員会)

〒731-0592 広島県安芸高田市吉田町吉田791  
TEL 0826-42-5612 / FAX 0826-42-4376