

新たな観光推進体制の構築について

1 経緯

令和3年9月に策定した「呉市観光振興計画」では、将来、私たち呉市民が「観光産業が呉市の基幹産業になっている」と体感できるようになるための使命（ミッション）を「観光客に使ってもらうお金を年間800億円にすること」と、将来の姿（ビジョン）を「私たち呉市民が豊かで幸せに暮らし続けられるまち」と示しています。

「ミッション」を達成し、「ビジョン」を実現するためには、市民、事業者、行政などが一体となり、それぞれが役割と責任を担いながら、互いの理解を深め、連携し、及び情報共有することができる新たな観光推進体制の構築が必要です。

また、地域の稼ぐ力を引き出すとともに、地域内の経済循環を高めるなど、地域経営の視点に立った持続可能な観光地域づくりを推進するため、中核的な役割を担う新しい組織（以下「中核組織」といいます。）が必要であり、現在、令和7年4月からの運営開始に向け、呉市、呉商工会議所、呉広域商工会、呉観光協会、くれ産業振興センター及び呉地域観光連絡協議会（以下「6者会」といいます。）で協議を重ねながら取り組んでいるところです。

この度、呉市が考える中核組織の概略がまとまりましたので、経過も含め報告します。

2 現状の課題

6者会で協議した結果、現在呉市が抱えている課題を次のとおり整理しました。

- (1) 地域全体の観光戦略がなく、データに基づいたマーケティング及びマネジメントが不足している。
- (2) 地域資源を活用した観光コンテンツについて、販売までの効果的なプロモーションが不足している。
- (3) 各事業者の連携不足により、魅力的な観光コンテンツの造成や補助事業の活用が図られていない。
- (4) 情報発信や観光案内について、公平公正の観点から個店の案内や紹介が難しい。
- (5) 職員の人事異動により、専門人材の育成・継続従事につながらない。



新たな観光推進体制のイメージ（図1）

3 中核組織の概要

現在検討している中核組織は、呉市観光振興計画で示す、「地域の稼ぐ力を引き出すとともに、地域内の経済循環を高めるなど、地域経営の視点にたった持続可能な観光地域づくりを推進する中核的な役割を担う、新しい組織」を目指しており、次のとおり、体制や組織が担う機能について検討しています。

(1) 中核組織の体制

中核組織は、地域全体で観光振興に取り組んでいけるよう、図1に示す地元企業や団体との連携や合意形成を図りつつ、迅速に意思決定し、実行していく機動性の高い組織を考えています。

運営においては、例えば、季節やイベントに応じた事業運営を行うなど、柔軟性の高い組織を考えています。

また、設立する形態としては、迅速に活動を開始するため、一定の税制優遇措置を受けることができ、必要な要件や手続が少ない次の体制とします。

法人形態：非営利の「一般社団法人」

将来的には観光地域づくり法人（DMO）※1の登録を見据えます。

事務所：呉市役所その他の公共施設等※2

職員体制：民間プロパー職員（3名程度）※2及び呉市からの派遣職員（3名程度）、パート職員（5名程度、観光案内業務含む）を想定

※1 観光地域づくり法人（DMO）：Destination Marketing/Management Organizationの略称で、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の司令塔となる法人

- ・観光庁からDMO登録を受けた場合、観光庁を始めとした関係省庁による各種支援メニューの提供や総合的なアドバイス等を受けることができます。
- ・DMOの登録には、観光振興に対する具体的な取組や地域との連携体制、各種データ等の継続的な収集・分析などが要件となることから、一定の実績を積んだ上での登録を目指します。

※2 事務所開設（改修費等）及び民間プロパー職員採用（募集、人件費等）に係る補正予算については、令和6年9月定例会への提出を予定しています。

(2) 中核組織が担う機能

「2 現状の課題」を解決していく上で、中核組織が担う機能を次のアからカまでのとおり考えています。

ア マーケティング

- ・呉市観光・地域振興アプリ「マイクレ」や観光客動向等調査等を活用して、「顧客は誰なのか」というターゲットと「顧客は何を求めているのか」というニーズを把握
- ・人流データ等から顧客の行動分析や需要予測を実施

イ 戦略策定

- ・マーケティングに基づき、「ターゲット（エリア、年齢層、属性等）をどう設定するのか」、「呉観光のブランドイメージをどのように定めるのか」といった戦略を策定

ウ 情報発信・プロモーション

- ・既存団体が個別のサイトで行っている情報発信は公式観光サイト「くれとりっぷ」に一元化
- ・戦略に基づいて設定したターゲットに向け、呉市の観光に関する情報を「くれとりっぷ」、「マイクレ」、SNS等により発信
- ・「いつ、どこで、どのようなイベントがあるのか」、「最新の呉の見どころ」、「注目の呉グルメ・お土産」等、呉市全体で顧客のニーズに即した柔軟で戦略的なプロモーションを展開

エ 戦略に沿ったコンテンツ造成の支援

- ・観光関連事業者が行う旅行商品や有料ガイド等のサービスの造成、既存の観光資源の磨き上げ等を支援することにより、品質を統一してブランドを守り、地域の稼ぐ力を強化

オ 事業者支援

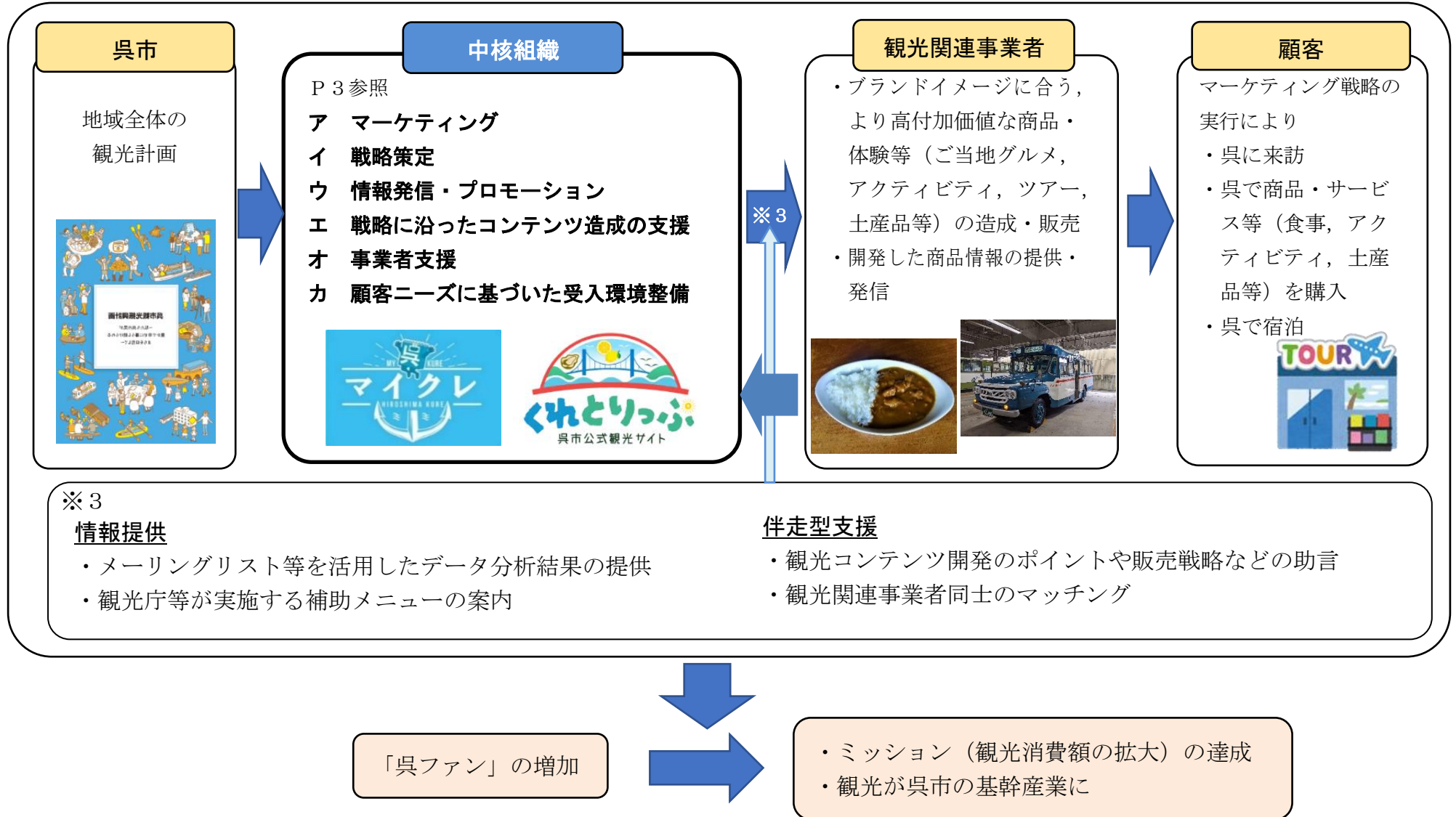
- ・観光関連事業者同士の連携強化の促進や国、県などの事業者支援施策を紹介することで、地域内の経済循環を後押し

カ 顧客ニーズに基づいた受入環境整備

- ・観光産業への市民意識の向上を図る講座等の開催及び市民への情報発信、「郷土愛」を育む機会の充実
- ・観光案内業務の充実を図り、戦略的なターゲットとなる顧客のニーズに対応

(3) 中核組織による事業推進イメージ

中核組織が多様な関係者の合意形成を図りながら、マーケティングによる戦略の策定・実行をし、ブランドイメージに合う観光地域づくりの調整役・推進役を担い、観光関連事業者の伴走型支援を行います。

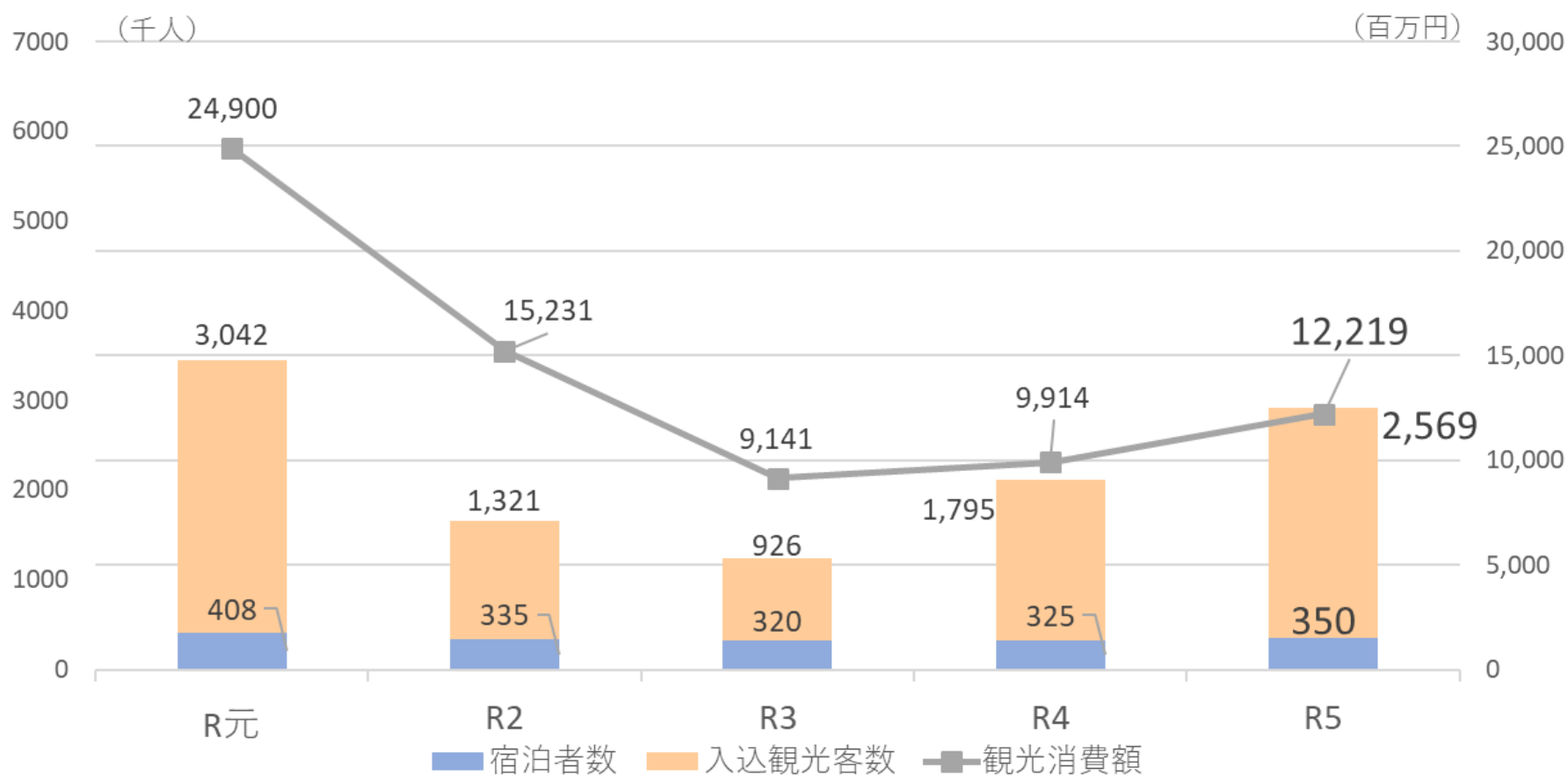


4 今後のスケジュール

内容	令和6年度								令和7年度
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
観光関連団体等との調整			○						
市議会（行政報告，予算（R6補正・R7））	○ 行政報告	○ R6 補正予算				行政報告	○	○ R7 予算	
中核組織設立									
法人設立登記					○				
事務所選定（P 2 参照）						○			
民間プロパー職員採用（P 2 参照）							○		
運営スタート								○  令和7年4月運営スタート	

参考 1 観光消費額等の推移

	入込観光客数 (千人)	宿泊者数 (千人)	観光消費額 (百万円)
令和元年	3,042	408	24,900
令和2年	1,321	335	15,231
令和3年	926	320	9,141
令和4年	1,795	325	9,914
令和5年	2,569	350	12,219



参考2 呉市観光振興計画に基づく取組

基本方針	取組方針・具体的な取組内容	計画に基づく主な事業
ターゲットの明確化①	1 マーケティングによる戦略策定	
	1-1 顧客ニーズを把握するための調査	観光客動向等調査
	1-2 顧客データベースの構築	観光・地域振興アプリ「マイクレ」
	1-3 上記調査データに基づく戦略の策定	
	2 効果的な情報発信と誘客	
	2-1 観光情報プラットフォームの構築	公式観光サイト「くれとりっぷ」
リピーターの獲得②	2-2 戦略的なプロモーションの展開	呉地域観光連絡協議会（観光PR・誘致事業）
	1 呉ならではの観光プロダクトの充実	
	1-1 歴史や文化・自然などの観光資源の更なる魅力向上	観光コンテンツ創出事業
	1-2 顧客ニーズを分析した新たな観光プロダクトの開発	
	2 新しい観光客層の獲得	
	2-1 近隣市町などとの連携	呉地域観光連絡協議会 （インバウンド、教育旅行事業等）
	2-2 インバウンドなど新市場の誘致検討	
受入体制の充実③	1 市民意識の向上	
	1-1 観光産業への市民意識の向上を図る講座などの開催及び市民への情報発信	講演会「観光による地域づくりを考える講演会」、セミナーなど
	1-2 郷土愛を育む機会の充実	
	2 受入環境の整備	
	2-1 顧客ニーズに基づいた受入環境の整備	観光案内板整備、観光案内所運営等
	2-2 プロフェッショナルガイドなどの観光を担う人材の育成	ガイド養成講座
新たな観光推進体制の構築（中核組織）		・新法人（一般社団法人）の設立 ・呉地域観光連絡協議会は発展的解消 ・一部のソフト事業及び観光施設の管理・運営は市が継続実施