

竹原未来の観光ブランド戦略プラン

④ 担い手の確保、育成、連携

⑬ プレイヤーの誘致

事業の概要	具体的な取り組み例
他地域からプレイヤーや企業の誘致推進を行う。	・スタートアップとの観光関連事業者との連携 ・大久野島・忠海港周辺へのカフェ出店誘致 ・町並み文化財物件へのプレイヤー誘致 ・地域おこし協力隊受入メニュー運用業務

⑭ 竹原観光まちづくりラボの創設と活性化

事業の概要	具体的な取り組み例
R5年度に設置したブランド戦略検討委員会とワークショップを発展させて、竹原市観光まちづくりラボを創設し、アクションプランの進捗を共有するための議論と協議の場を設ける。	・竹原市観光まちづくりラボを創設、竹原OMOと事業者が連携し、観光DXを活用しながら商品・サービスの魅力づくりやビジネスチャンスの創出を行う。

⑯ ガイドの育成

事業の概要	具体的な取り組み例
まちの歴史やストーリーを観光客に伝えるための総合ガイド、通訳ガイドの育成を行う。	・総合ガイド・通訳ガイドの養成講座の開催

⑰ 移住者受入態勢の整備等

事業の概要	具体的な取り組み例
移住者促進のためのPR活動や受け入れ態勢の整備を行う。	・移住定住サポートセンター開設とコワーキングスペースの活用 ・移住体験ツアー・動画制作

⑱ ふるさと納税（EC事業）の推進

事業の概要	具体的な取り組み例
ふるさと納税の推進を行う。	・寄付単価及び返礼品単価の見直し ・新規返礼商品の企画開発

6 関係事業者などによる連携強化の仕組みづくり

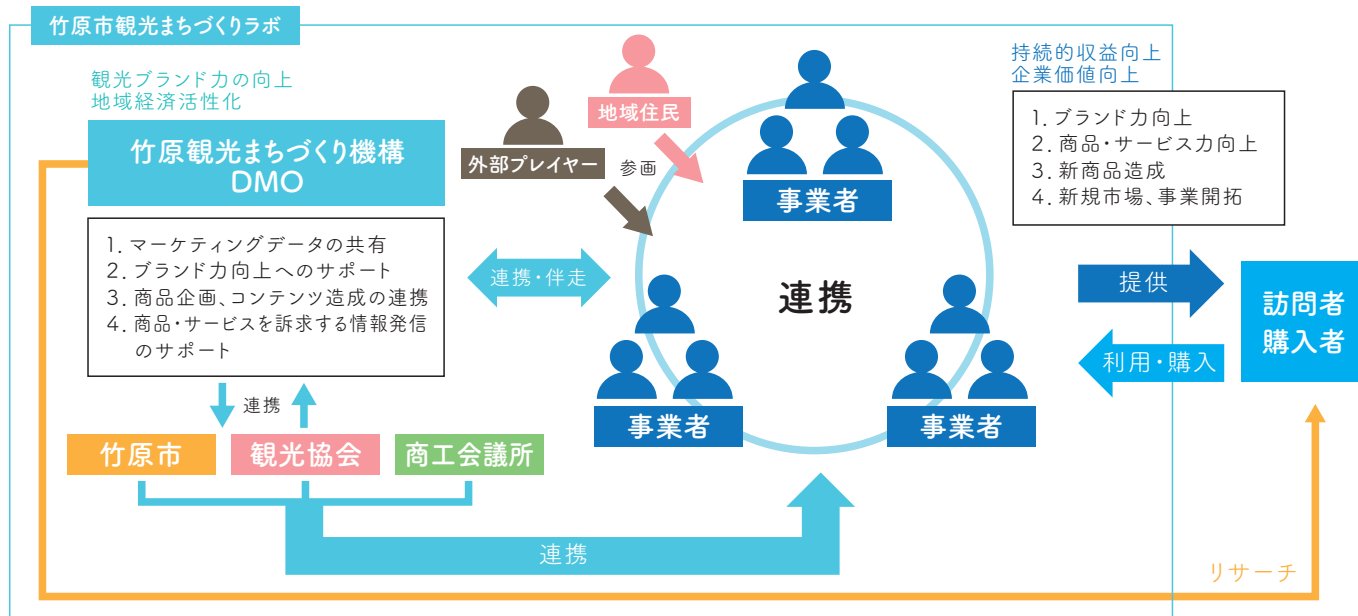
■ 竹原市観光まちづくりラボの創設と活性化

1. 目的

- 竹原DMOと事業者、事業者同士が連携し、商品・サービスの魅力づくりやビジネスチャンスの創出を行うことで、観光地のブランド向上と変化する市場ニーズへの対応を実施し続ける持続可能な観光地域づくりを実現します。

2. 竹原DMOの役割

- 竹原DMOは、竹原市、竹原商工会議所、竹原市観光協会と事業者の連携、および事業者同士の連携を推進し、アクションプランが円滑に実行できるように旗振り役として、各関係団体および事業者との伴走役を担います。



竹原未来の観光ブランド戦略プラン

策定年月：令和6年3月
監修：一般社団法人竹原観光まちづくり機構 〒725-0026 広島県竹原市中央5-1-35竹原市役所2階
TEL:080-8417-2146 FAX:050-3588-6384
策定協力：(株)FRASCO



DISCOVER
TAKEHARA

竹原未来の 観光ブランド 戦略プラン

1 戦略プラン策定の目的

竹原未来の観光ブランド戦略プラン（以下「戦略プラン」という。）は、一般社団法人 竹原観光まちづくり機構（以下「竹原DMO」という。）を中心に、竹原市が本市における観光分野の上位計画である「竹原市観光振興計画」で定めた将来像及び目標像の達成に向け、着実な遂行を補完するため策定しました。

2 戦略プランの位置付け

本戦略プランは竹原市が目指す目標像の達成に向けた具体的な20個のアクションプランを示しています。アクションプランは、第6次竹原市総合計画における将来像1「自然・歴史・文化に育まれ、人々に守られ磨かれた資源が人々を魅了する賑わいのあるまち」に合致するとともに、竹原市観光振興計画における方向性との整合を図るものとします。

3 計画の期間

計画の期間は、「竹原市観光振興計画」との整合を保つため、令和6年度から令和9年度の4か年とします。戦略プランは、毎年度PDCAを回しながら、専門家の意見を踏まえつつ内容や数値目標を含め、適宜見直しを行います。

第6次竹原市総合計画
（前期・後期）
計画期間：H31年度～R10年度

第2期竹原市
まち・ひと・しごと
創生総合戦略
計画期間：R2年度～R6年度

観光施策

竹原市観光振興計画
観光施策の方向づけ
計画期間：R5年度～R9年度

実施

竹原未来の観光
ブランド戦略プラン
アクションプランの策定

連携

【国】
観光立国推進基本計画
【県】
ひろしま観光立県推進基本計画

観光事業者

連携

4 将来像

本事業を進めていくにあたり、全員が同じ方向を向いて計画を推進していくことができるよう共通目標としてのブランドビジョンとその方向性を示すブランドコンセプトを定めました。

SETOUCHI・竹原 未来への“歓交”物語

時代はサスティナブルな観光へ。本ブランドコンセプトは、未来へ向けて「竹原」という地域が、これまで大切にしてきたストーリー、そしてこれからも大切にしたいコトを、観光（歓交）という交流・コミュニケーションを通じて来訪者とともに喜び合う、地域づくりを目指して設定いたしました。

ブランドコンセプト

1 竹原STORY・次世代ツーリズム

竹原市の観光地をストーリーでつなぐ、まち歩きツアーを造成する。滞在型で高付加価値化をめざす。

3 SETOUCHIプロモーション

竹原市の魅力を伝えるための情報発信や、販路拡大に向けたパートナーシップの構築する。

2 ガストロノミーツーリズム

瀬戸内と里山の食材が集まり、酒どころでもある竹原市のとっておきの食体験を造成する。

4 担い手の確保、育成、連携

担い手の確保、育成、地域内連携を進める。

5 キャッチコピー・ブランドロゴ

竹原未来のブランド戦略ワークショップにて、メンバーより挙がった意見をもとに竹原観光のキャッチコピーとブランドロゴを作成しました。

■キャッチコピー

DISCOVER TAKEHARA

The Salt of life

■キャッチコピーに込めた思い

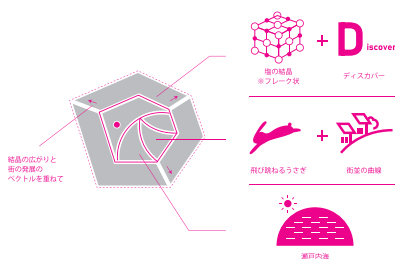
英語でDiscoverは、『発見する』、そしてThe Salt of Lifeには、『生きがい』という意味があります。美しい瀬戸内海や里山、懐かしさやノスタルジーを感じる古き良き町並み、美味しい食事やお酒、人当たりの良い優しくて温かい人々、竹原にはそんな魅力がたくさん詰まっています。この町を訪れる人たちに、そんな魅力を感じてもらい、『生きがい（The Salt of Life）』とは何か、そして豊かさとは何かと、それを『発見する』きっかけを見つけていただきたいという思いを込めてキャッチコピーを作りました。また、「Salt」には竹原がかつて「製塩業」で栄えていたという歴史的な背景も込められています。

■ブランドロゴ



■ロゴに込めた思い

ロゴの全体の外形はかつて製塩業で栄えた歴史をもとにした塩の結晶のイメージとキャッチコピーのDISCOVERのDの形から来ています。結晶の中には竹原を連想させる瀬戸内海や町並み、うさぎをイメージした要素が散りばめられた構成になっています。



竹原未来の観光ブランド戦略プラン

① 竹原STORY・次世代ツーリズム

※注(1)

②文化財を活用した観光コンテンツの造成

事業の概要

文化財の歴史や価値を伝えるコンテンツの開発。開発を行うだけでなく継続的な保護や保存も目的とする。

具体的な取り組み例

・文化財のミュージアム機能の整備
・伝統芸能の保全・保護と維持のための観光事業化

④ナイト&モーニングアクティビティコンテンツの造成

事業の概要

竹原市内の宿泊客増加のための夜型&朝型コンテンツの開発を行う。市内宿泊施設との連携を図る。

具体的な取り組み例

・大久野島で宿泊と紐づけたナイトコンテンツの開発
・文化財×ナイトコンテンツ（宿泊と伝統芸能のプラン開発など）

※注(1)次世代ツーリズム：来訪者・市民の互恵的交流による新しい生活価値の創造を目的とした旅の形。

② ガストロノミーツーリズム

※注(2)

⑦町並み保存地区のまち歩き・食べ歩きツアーのコンテンツ造成

事業の概要

町並み保存地区をガイドとともに歩く、まち歩きツアーの造成を行う。

具体的な取り組み例

・町並み保存地区のまち歩き、食べ歩きツアーの造成
・まちあるきロードマップの整備
・町並み×着物コンテンツ造成

⑨「竹原の歴史・文化」を核とした観光コンテンツの造成

事業の概要

かつて製塩の地として栄えた背景をもとにした観光コンテンツの開発を行う。

具体的な取り組み例

・塩田に関わるコンテンツ整備
・文化財物件の歴史に関わるコンテンツ整備

※注(2)ガストロノミーツーリズム：その土地の気候風土が生んだ食材、習慣、伝統、歴史などによって育まれた食を楽しむ旅すること。

③ SETOUCHIプロモーション

⑫ブランドツールの作成と活用によるPR戦略の実施

事業の概要

対外的なプロモーションを行うためのブランドツールの作成と活用を行う。

具体的な取り組み例

・PR戦略及びブランドツールの作成、活用

⑭海外向けプロモーションの強化

事業の概要

海外のターゲット国でのPR活動を強化、知名度をアップし竹原市への外国人観光客誘致の増加を目指す。

具体的な取り組み例

・海外旅行博出展、海外旅行業関係事業者への積極的なPR活動
・海外メディアとOTAの活用

①（瀬戸内海を活かした）高付加価値ツアーの造成

事業の概要

国内の富裕層、海外のミドル層以上をターゲットに高付加価値コンテンツの造成を行う。他では体験できない「ここだけ」のコンテンツ造成する。

具体的な取り組み例

・クルーズ船誘致活動と高付加価値商品開発
・瀬戸内のはじまりゴージャス高付加価値プロジェクト

③「大久野島」を核とした観光コンテンツの造成

事業の概要

大久野島及び忠海エリアの自然景観や遺跡を活かした新しい魅力が発信できる観光コンテンツ造成を行う。

具体的な取り組み例

・大久野島遺跡・遺構ガイドツアー
・うさぎの生態観察・黒滝山・白滝山のハイキング

⑤観光振興のための二次交通の充実

事業の概要

交通事業者等と連携を図り観光振興のため2次交通の充実を目指す。観光DXを活用しながら国内外からの観光客の市内各所の観光地へのアクセスの向上を図る。

具体的な取り組み例

・レンタサイクル、小型モビリティの整備
・交通業者との連携強化
・駐車スペースの確保
・観光DXの活用

⑥酒と食のペアリングの造成

事業の概要

歴史ある三蔵の酒蔵で作られる「日本酒」と竹原市内の食材を使った「食」とのペアリングしたコンテンツを造成する。

具体的な取り組み例

・酒蔵巡りコンテンツ造成
・日本酒と合うペアリングメニューの開発

⑧食べ歩きメニュー／名産品の開発

事業の概要

竹原ならではの食べ歩きメニューの開発や地元食材・レシピを活かした名産品の開発を行う。

具体的な取り組み例

・食べ歩きメニューの開発
・ご当地グルメの開発

⑩農業・漁業を中心に既存産業を活かした観光コンテンツの造成

事業の概要

農協・漁協と連携して、山の豊かさ、海の豊かさ、持続可能な開発としての体験型コンテンツの造成を行う。

具体的な取り組み例

・竹原産瀬戸内観光約りプロジェクト
・既存産業を活用した農（アグリツーリズム）・漁業ツアープログラム

⑪観光に関する企業や団体、隣接する市町など広域での連携を強化

事業の概要

広島県観光連盟や観光業、旅行業に関連する企業や団体、隣接する市町や関連のある市町村など広い範囲での連携を強化する。

具体的な取り組み例

・鉄道事業者および観光事業者との連携
・広島県観光連盟との連携
・他市町、他団体と連携した観光PR

⑬インバウンド誘客に向けた環境整備とモニター誘致

事業の概要

観光DXを活用したインバウンド誘客に向けた多言語対応した設備や機器の導入、コンテンツづくりを行う。また、情報発信によって竹原市でのイベントに外国人の誘致を積極的に行う。

具体的な取り組み例

・竹原市内で開催のイベントでの外国人誘致
・多言語対応機器の導入
・外国語SNSの運用・観光DXの活用

⑮マーケティング調査の実施

事業の概要

観光DXを活用し、観光客の動向を把握するための調査・分析を行う。

具体的な取り組み例

・スマートフォン等のモバイルデータ等から観光客の動きを調査・分析し、観光DXによるデジタルを活用したマーケティング調査を実施する。