

数値目標

	指標	基準値（R1）	実績値（R3）	目標値（R9）
①	総観光客数（人）	1,047,923	563,879	1,430,000
	内、訪日外国人観光客数	9,931	87	30,000
②	宿泊客数※1（人）	174,627	91,258	260,000
	定員稼働率※2（％）	47.6％	23.1％	—
③	総観光消費額※3（千円）	3,238,318	2,158,884	8,212,411
	（参考）1人あたり観光消費額（円） （総観光消費額/総観光客数）	3,090	3,829	5,743

※1 令和3年度時点の収容可能人数（定員）1,081人で算出

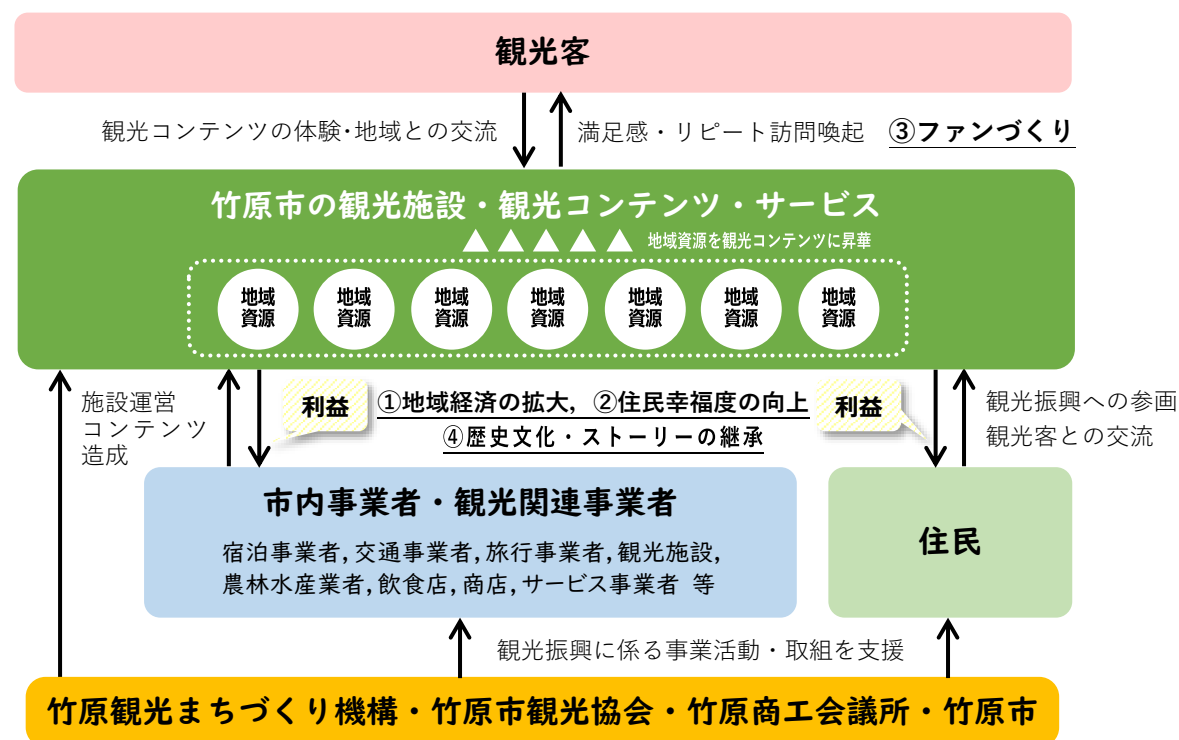
※2 全国・広島県の定員稼働率は、R1：41.8％（全国）47.6％（県）、R3：20.5％（全国）23.3％（県）

※3 宿泊単価：8,000円 交通・飲食・土産・入場料：総観光客数1人につき1,800円で計算（R1年度実績参照）

推進体制

本計画の推進においては、竹原市を主体としながらも、（一社）竹原観光まちづくり機構が舵取り役となり、各種関連事業者等の連携を図り、住民一人ひとりの想いも巻き込みながら市全体が一丸となって取り組んでいきます。さらには、一度本市を訪れた観光客が“竹原ファン”となり、リピートや新たな観光客を連れてくる呼び水となるよう、関係人口の増加を意識した推進を図ります。

【本市の観光推進イメージ】



竹原市観光振興計画（概要版）

策定年月：令和5年3月

発行：竹原市 産業振興課

〒725-8666 竹原市中央五丁目1番35号

TEL：0846-22-7745 FAX：0846-22-1113

竹原市観光振興計画

未来へつなげ 私たちがつくる TAKEHARA
～持続可能な「観光×地域づくり」の推進～

【概要版】



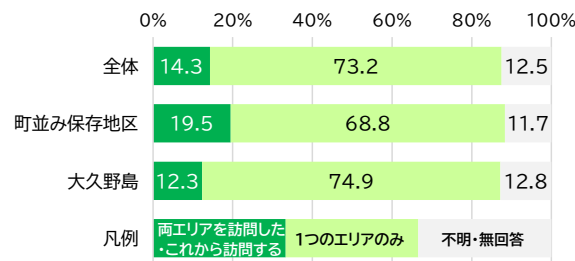
令和5年3月
竹原市



観光の現状

観光客アンケート結果

■「町並み保存地区」「大久野島」の両方に訪問した割合



“町並み保存地区”と“大久野島”の両方を訪問する割合は低く、情報提供も十分ではない

事業者ヒアリング結果



「瀬戸内海」「日本遺産」「食資源」などの魅力の活用が不十分

施設同士や地域同士が連携して周遊や滞在・宿泊を生む必要がある

交通アクセスの向上、駐車場の充実、Wi-Fiなどの環境整備が必要

若者を巻き込んだプレイヤーの確保や事業者同士での情報共有が必要

SWOT 分析

〈強み Strength〉

たけはら町並み保存地区、瀬戸内海、うさぎの島、平和学習、「海」のストーリー、陸海空の交通拠点、食資源

〈弱み Weakness〉

魅力の活用・コンテンツ化、立ち寄りスポット、事業者・プレイヤーの誘致・育成、受入体制、2次交通の整備、情報発信、関係者の情報共有の場

〈機会 Opportunity〉

エリアでまち歩きやコンテンツを楽しめる、歴史や文化財を活用する機運上昇、地域づくりと観光の連動、瀬戸内海への注目、アフターコロナ、G7サミット、大阪万博

〈脅威 Threat〉

オーバーツーリズムによる住民生活環境や自然環境への影響、次世代への承継問題、人口減少による観光への影響

観光課題

課題 1 竹原市独自の地域資源を活用した観光コンテンツの充実

課題 2 たけはら町並み保存地区の更なる魅力化

課題 3 新たな観光事業者・プレイヤーの誘致・育成

課題 4 観光客受け入れ態勢の強化

課題 5 誘客の仕掛けづくりと情報発信の強化

課題 6 地域一体となった観光推進体制の構築

目標像

【強みや機会】

- ◎ 住民の生活と共存するたけはら町並み保存地区
- ◎ 歴史や文化財を「活用」する機運の高まり

【弱みや課題】

- ▼ 独自の地域資源を活用したコンテンツの充実
- ▼ たけはら町並み保存地区の更なる魅力化

＜目標像①＞

住民が誇る「まちあるき観光地」

まちあるきを楽しめる、満足度の高い観光地をめざす

竹原独自の町並みの雰囲気味わいながら食べ歩きなど、比較的カジュアルな楽しみ方を求めるターゲット全般を設定します。

【強みや機会】

- ◎ 日本酒、海の幸、山の幸が揃っている
- ◎ 食は1番の観光目的

【弱みや課題】

- ▼ 新たな観光事業者・プレイヤーの誘致・育成
- ▼ 観光客受け入れ態勢の強化

＜目標像②＞

広島が誇る「食と酒の観光地」

竹原3蔵の地酒と食が楽しめる、広島有数のペアリングを楽しめる観光地をめざす

気軽に食べ歩きや立ち寄れる飲食店等の充実を図りつつも、より高価格帯での特別な“おもてなし”を求める層をターゲットとした施策の推進を図ります。

【強みや機会】

- ◎ 海に関する歴史性・ストーリー
- ◎ 国外からの瀬戸内海への注目度の高まり

【弱みや課題】

- ▼ 誘客の仕掛けづくりと情報発信の強化
- ▼ 地域一体となった観光推進体制の構築

＜目標像③＞

日本が誇る「SETOUCHI の観光地」

SETOUCHI を楽しめる、日本有数の観光地をめざす

「SETOUCHI」という大きな魅力を求める日本全国からの観光客やインバウンド客に向けた唯一性の高いコンテンツを整えつつ、誰もが楽しめる“たけはら観光”を確立します。

施策の展開

基本目標 1 観光コンテンツづくり

(1) 既存資源の発掘と新コンテンツの創出
→ストーリーを活用した観光コンテンツ造成

重点施策①

(2) まちあるき観光の充実
→大久野島や町並み保存地区の周遊促進

重点施策①

(3) 観光事業者・プレイヤーの誘致・育成
→観光コンテンツ造成を行うプレイヤーの誘致

基本目標 2 誘客の基盤づくり

(1) 受入環境の整備
→アクセスの改善

重点施策②

(2) 観光DXの推進
→デジタル活用による利便性向上

(3) 観光推進組織の強化
→(一社)観光まちづくり機構を核としたエリアブランディング

重点施策②

基本目標 3 誘客の仕掛けづくり

(1) 国内向けプロモーション
→各種媒体を活用したプロモーション

(2) 国外向けプロモーション
→旅行代理店等への営業活動

重点施策③

(3) 広域連携の推進
→広島県や近隣市町等との連携したプロモーション

重点施策③

将来像

未来へつなげ
私たちがつくる
TAKEHARA

持続可能な
「観光×地域づくり」の
推進

