



福山市観光振興 基本戦略

2022年（令和4年）3月



目次

| | | |
|---|-----------------|----|
| 1 | 基本戦略の趣旨と期間 | 1 |
| 2 | 本市の観光を取りまく現状と課題 | 2 |
| 3 | ビジョン実現に向けた戦略と目標 | 9 |
| 4 | 戦略1～4 | 13 |
| 5 | 基本戦略の評価 | 17 |
| 6 | 用語解説 | 18 |
| 7 | 資料集 | 19 |

1 基本戦略の趣旨と期間

- 本市ではこれまで、「福山市観光振興ビジョン（2007年度（平成19年度）策定）」、「第2次福山市観光振興ビジョン（2017年度（平成29年度）策定）」に基づき、国や県の観光施策と連携する中で、国内外から選ばれる観光地となり、交流人口の増加や地域経済の活性化、更には、移住につなげることを目標に観光施策を展開してきました。
- 人口減少や少子高齢化の進行に伴う、経済規模の縮小が懸念されています。本市人口は、2020年（令和2年）国勢調査において460,930人となっており、2015年（平成27年）の前回調査時から3,881人減（△0.8%）となっています。経済規模の縮小は、更なる人口減少をもたらし、都市の活力低下の悪循環につながります。こうした状況を踏まえ、新たな都市づくりの指針として2021年度（令和3年度）に「福山みらい創造ビジョン」を策定しました。大都市圏等から人や企業を呼び込むことができるにぎわいのある都市づくりを進める中で「戦略的な観光振興」にも取り組むこととしています。
- この「福山市観光振興基本戦略（以下「基本戦略」という。）」は、「福山みらい創造ビジョン」に基づく観光分野における具体的な方向性を示すものとして策定するものです。
- 福山城築城400年を迎える2022年（令和4年）から世界バラ会議福山大会が開催される2025年（令和7年）を本市の観光における契機と捉え、観光業のコロナ禍からの反転攻勢をめざします。
- なお、急速に変化する情勢に柔軟に対応するため、基本戦略に基づき（仮称）観光アクションプランを策定・実行します。

2017年度～期限の定めなし

第五次福山市総合計画 基本構想

【基本理念：人間環境都市】

2017年度～2020年度

第1期基本計画

2021年度～2025年度

福山みらい創造ビジョン

2015年度～2020年度

福山市総合戦略

2022年度～2025年度

福山市観光振興基本戦略

2017年度～2021年度

第2次福山市観光振興ビジョン

（仮称）観光アクションプラン

2 本市の観光を取りまく現状と課題

(1) 第2次福山市観光振興ビジョンの下での施策展開

第2次観光振興ビジョンの期間中に、下表のような観光施策に取り組んだ結果、鞆の浦の日本遺産への認定や福山城築城400年イベントの開催、世界バラ会議福山大会の誘致の実現などにつながりました。

アクション

01 観光推進体制、受入環境の充実

| | | |
|-----|---------------|--|
| (1) | 組織体制など機能の充実 | <ul style="list-style-type: none">▶観光推進体制を強化するため、公益社団法人福山観光コンベンション協会（以下「CV協会」という。）へ積極的な専門人材の登用や市観光課からCV協会への業務移管を進めています。多様化する観光に対応するため、観光体制の一元化が求められます。▶MICE誘致推進のため、「福山市MICE推進協議会」を立ち上げ、実態把握や会場となり得る各種施設の活用検討など、具体的な調査・協議を行っています。 |
| (2) | ホスピタリティの向上、充実 | <ul style="list-style-type: none">▶鞆町の港町文化をテーマとしたストーリーが日本遺産に認定されたことを受け、「日本遺産鞆の浦魅力発信推進事業」を実施しています。「情報発信」「観光振興」「歴史文化の伝承」などの活動を行う地域の「担い手」を育成するため、観光ガイド養成研修や関連イベント・ワークショップの開催などを行っています。▶福山城築城400年（2022年）の機を逃すことなく、福山城博物館などでの特別展・企画展の開催、福山名所コンサートや福山とんど祭り、クイズラリーなどのイベント実施、歴史シミュレーションゲームとの連携など、幅広い世代へ「福山城」を知ってもらう取組を行っています。▶フラワーライブパフォーマンスや駅前アートプロジェクト、ミニコンサートなど、「ばらのまち福山」としての認知度向上に取り組んでいます。▶観光ガイドの継続した育成や地域住民へのインナープロモーションを通じて、観光客をおもてなしできる人材が求められます。 |
| (3) | 受入環境の整備、充実 | <ul style="list-style-type: none">▶国内外からの観光客が快適に滞在・移動できるよう、トイレの洋式化や無料公衆無線LAN（Hiroshima Free Wi-Fi）の設置、観光パンフレット・リーフレットなどの作成に取り組みしました。▶2025年の世界バラ会議福山大会の開催に向けて、「MICEサイン計画」に基づき、世界各国からの観光客の受入環境を向上するため、多言語表示案内看板の設置を推進する必要があります。▶市内の2次交通の充実のため、「ふくやま観光MaaS実行委員会」において、実証実験を行うなど観光MaaS導入に向けた検討を行いました。現在は、今後の展開に向けて慎重に協議を行っているところです。 |

2 本市の観光を取りまく現状と課題

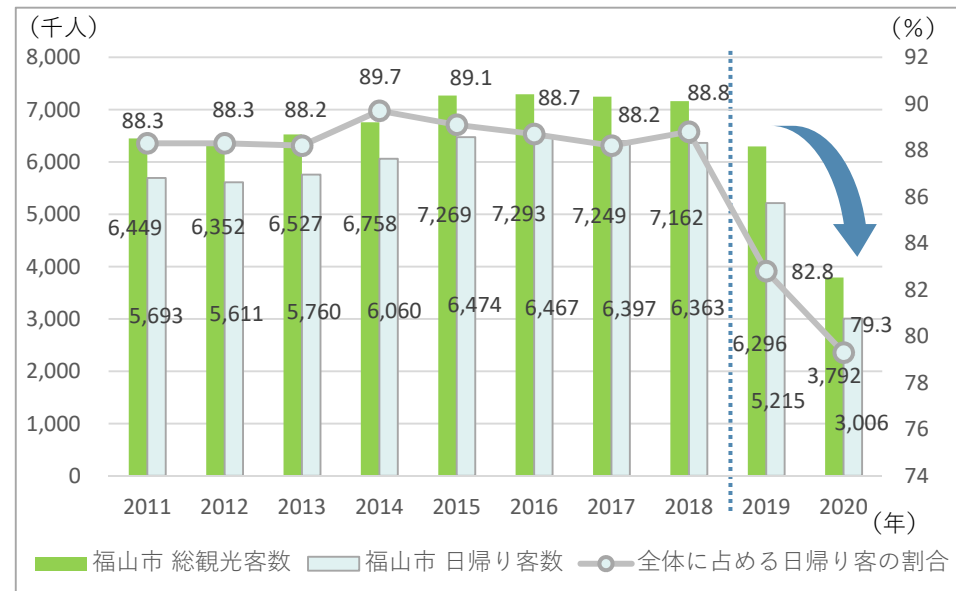
| アクション | | |
|------------------|-------------|---|
| 02 戦略的な観光資源の磨き上げ | | |
| (1) | 観光資源の発掘と活用 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 「日本遺産鞆の浦魅力発信推進事業」において、紹介動画の作成や、テレビやホームページ、雑誌、SNSなど、様々な情報媒体を通じた情報発信を行いました。 ▶ 「福山城築城400年記念事業基本方針」を策定し、2022年の福山城博物館リニューアルオープンに向けて整備を進めるほか、福山城公園の景観整備など「福山城」の磨き上げを行っています。 ▶ 観光地としての魅力を高めるためには、福山を代表する既存の資源（「鞆の浦」「福山城」「ばら」）以外のコンテンツを発掘する必要があります。 |
| (2) | 福山らしさの創出 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 旅の楽しみの一つでもある「食」のコンテンツを創出するため、福山の特産物でつくる「福つまみ」や備後圏域の市町の特産物でつくる「びんごい一つ」などの開発・発信を行っています。 ▶ 福山らしい土産物の創出をめざし、「福山ブランド認定品」などの発信を継続して行っています。こうした商品の開発とともに、魅力を内外に発信していくことが重要です。 |
| 03 戦略的なプロモーション | | |
| (1) | 効果的な観光情報の発信 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 本市の既存の資源について、テレビや雑誌、パンフレット、ホームページ、SNSなどの様々な情報発信媒体を活用し、効果的なプロモーションに努めてきました。 ▶ 多言語に対応したデジタルマップの整備を行っており、このマップを活用した観光情報の発信を行っています。 ▶ 首都圏を対象とした認知度調査では、2017年度調査から5年間で「福山市に関連する事柄が特に思いつかない」と回答した割合が70.2%から53.6%まで改善されました。 ▶ 今後はポストコロナも見据え、効果的なプロモーションへ力を入れる必要があります。 |
| 04 広域観光の推進 | | |
| (1) | 備後圏域での取組 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 中四国地方の交通の結節点である強みを活かし、備後圏域、瀬戸内圏域で連携した観光プロモーションを実施しています。 ▶ 備後圏域での取組として、多言語観光パンフレット・ガイドマップの作成、周遊プロモーション、タクシーを活用した旅行商品の企画販売などを行ってきました。テイクアウト可能な食のコンテンツ（「びんごい一つ」）を活用した周遊型食ツーリズムの開発に取り組んでおり、今後更に発信を強化していきます。 ▶ 福山、尾道、倉敷の3市が共同で情報発信を行う「せとうち旅情」では、現在、3市を巡る旅行商品の企画造成支援事業を実施しており、ポストコロナを見据えた圏域連携を図っています。 ▶ 広域で国内外の観光客を誘客するためには、引き続き圏域での連携を深めていくことが重要です。 |
| (2) | 瀬戸内圏域での取組 | |

2 本市の観光を取りまく現状と課題

(2) コロナ禍における観光動向

- 2020年（令和2年）1月に国内で初めて確認された新型コロナウイルス感染症は、瞬く間に全国に拡大し、同年4月には緊急事態宣言が発令されるなど、社会・経済活動に大きな影響を与えました。移動の制限や感染症への不安の高まりが生じたことなどにより、国内旅行客は大幅に減少し、観光業は非常に厳しい状況が続いています。（関連図表10, 11）
- 本市においても、感染症が観光業に与えた影響は甚大で、2020年（令和2年）の観光客数は、コロナ禍前の2019年（令和元年）と比べて、約250万人減少しています。外国人観光客数は、近年増加傾向にありましたが、出入国制限の影響により低迷しています。（関連図表1, 7）
- こうした中であって、いわゆる「マイクロツーリズム」や「アドベンチャーツーリズム」をはじめとする、新たな観光スタイルが注目を集めています。また、観光地には、感染症対策の徹底が求められ、安心・安全が「見える化」されていることが、観光地を決める際の重要な要素の一つとなっています。（関連図表4, 8, 19, 24）
- 加えて、分散化や個人旅行化などに見られる、ライフスタイル、価値観の変化に起因する観光ニーズの多様化は、コロナ禍を経て、更に加速することが予想されます。（関連図表5, 12, 21, 22）
- また、国が提唱する「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりのためには、地域の価値を次世代に受け継いでいくことが求められています。観光地の受入環境整備とあわせて、感染症対策や災害に備えた危機管理、自然環境や文化遺産の保護、観光を地域の経済や社会の発展につなげ地域住民が観光による恩恵を実感できることが重要です。（関連図表20）

▼ (図表1) 福山市における総観光客数の状況



出典：「広島県観光客数の動向」（広島県（2018年まで）・一般社団法人広島県観光連盟）
 ※2019年から広島県のガイドラインに従い統計方法を変更

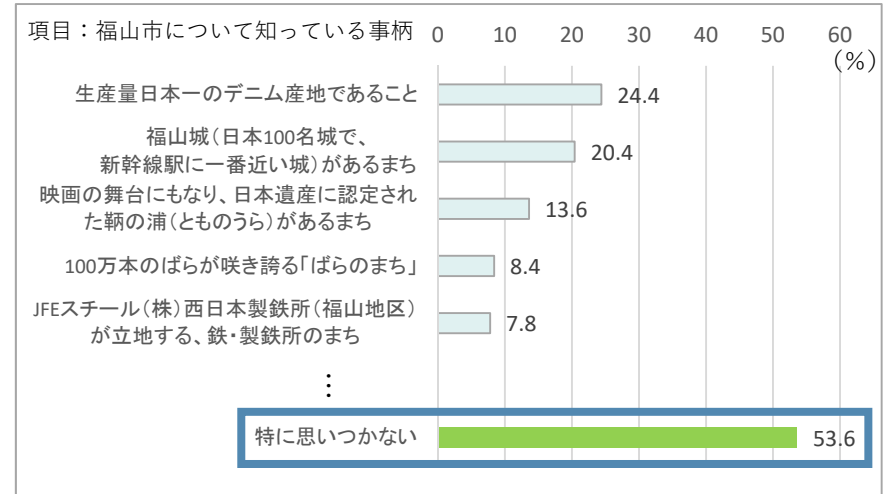
2 本市の観光を取りまく現状と課題

▼ (図表2) 福山市における観光消費額の状況



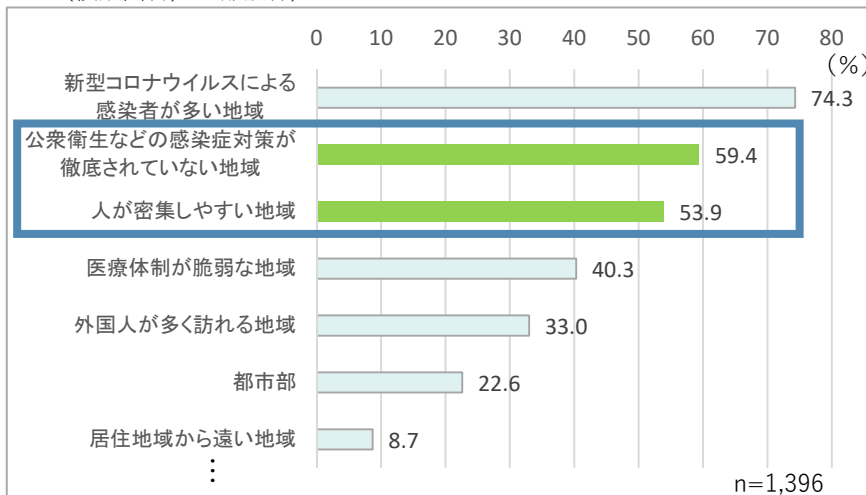
出典：「広島県観光客数の動向」
 ※2019年から広島県のガイドラインに従い統計方法を変更

▼ (図表3) 首都圏における福山市の認知度調査 (複数回答)



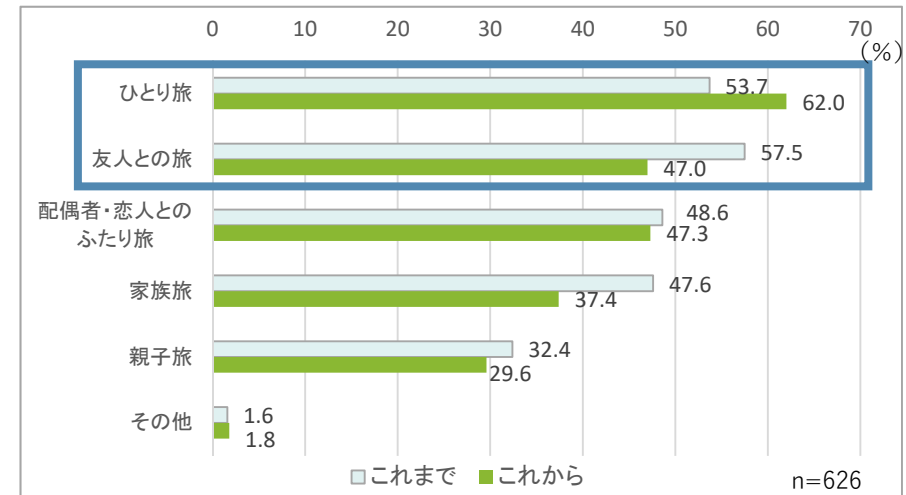
「福山市情報発信に係るインターネット調査」を基に福山市作成 (調査期間：2020年10月1日～14日) ※首都圏 (1都3県 (東京, 神奈川, 千葉, 埼玉))

▼ (図表4) 今後の旅行でどのような地域に“行きたくない”と思うか? (複数回答, 一部抜粋)



出典：公益財団法人日本交通公社「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向」 (調査期間：2021年5月26日～6月16日)

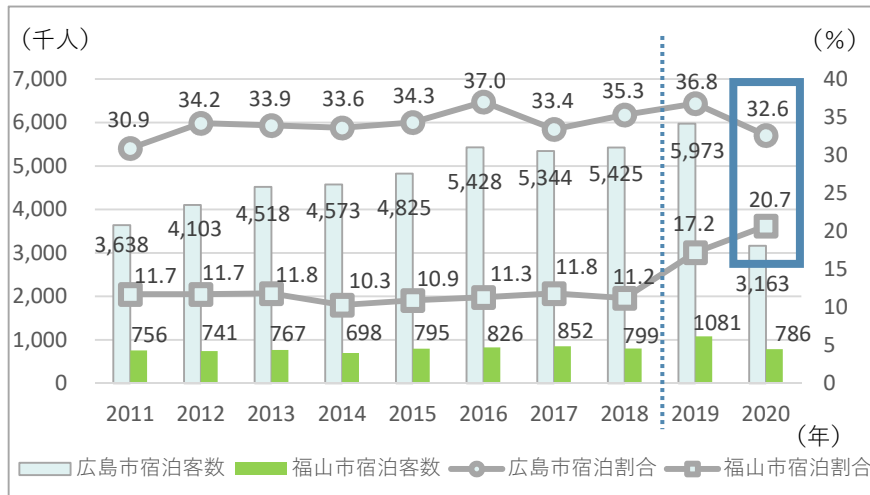
▼ (図表5) これまでの旅の同行者とこれからの旅の同行者について



出典：旅メディア「ことりっぷ」「あたらしい旅のカタチ」をテーマにしたインターネット読者調査 (調査期間：2020年12月8日～12月22日)

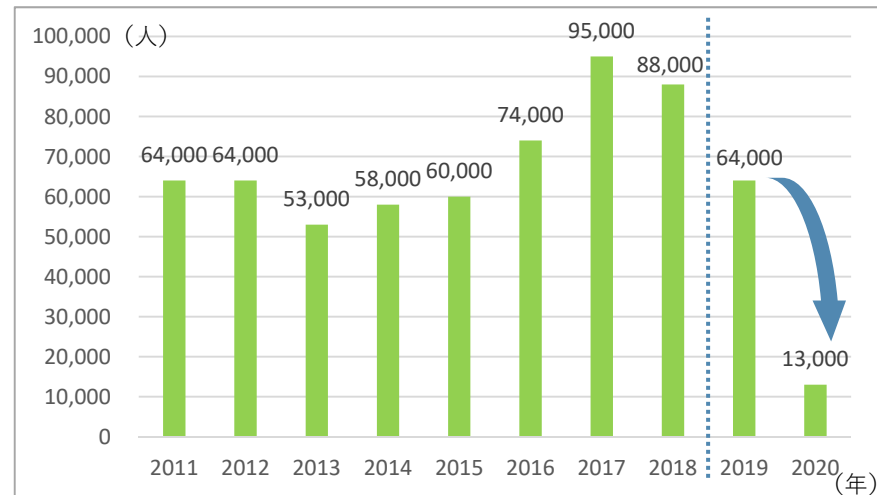
2 本市の観光を取りまく現状と課題

▼ (図表6) 福山市・広島市における宿泊客数と宿泊割合の状況



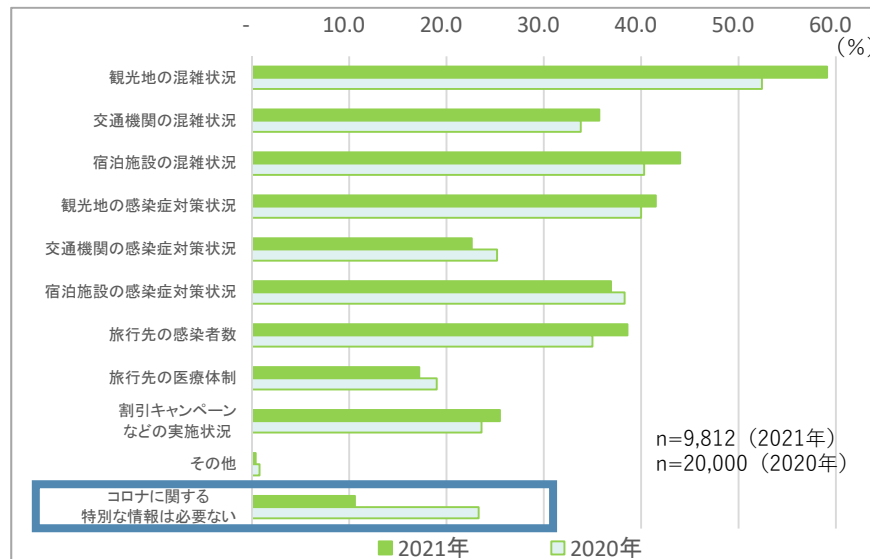
出典：「広島県観光客数の動向」
 ※2019年から広島県のガイドラインに従い統計方法を変更

▼ (図表7) 福山市における外国人観光客数の状況



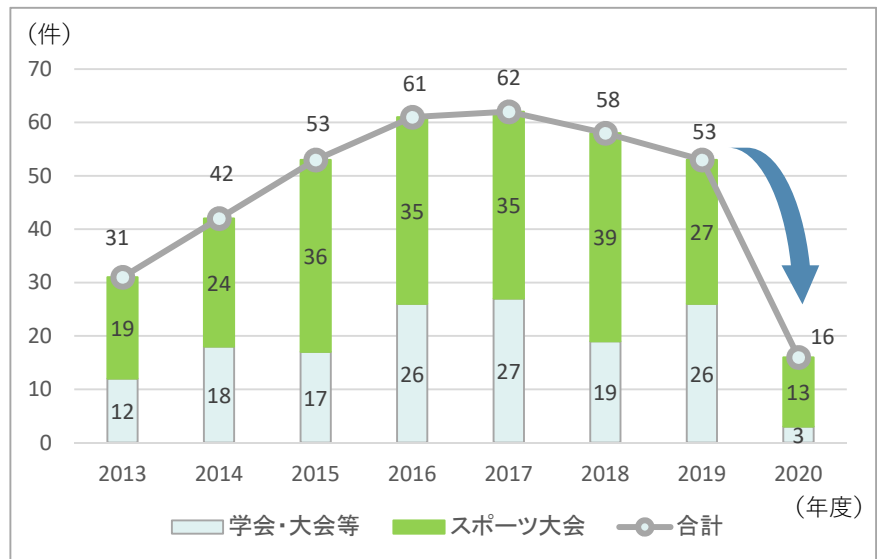
出典：「広島県観光客数の動向」
 ※2019年から広島県のガイドラインに従い統計方法を変更

▼ (図表8) コロナ禍において旅行先決定の際に必要な情報 (複数回答)



出典：公益社団法人日本観光振興協会「観光の実態と志向」

▼ (図表9) 福山市におけるMICE開催件数



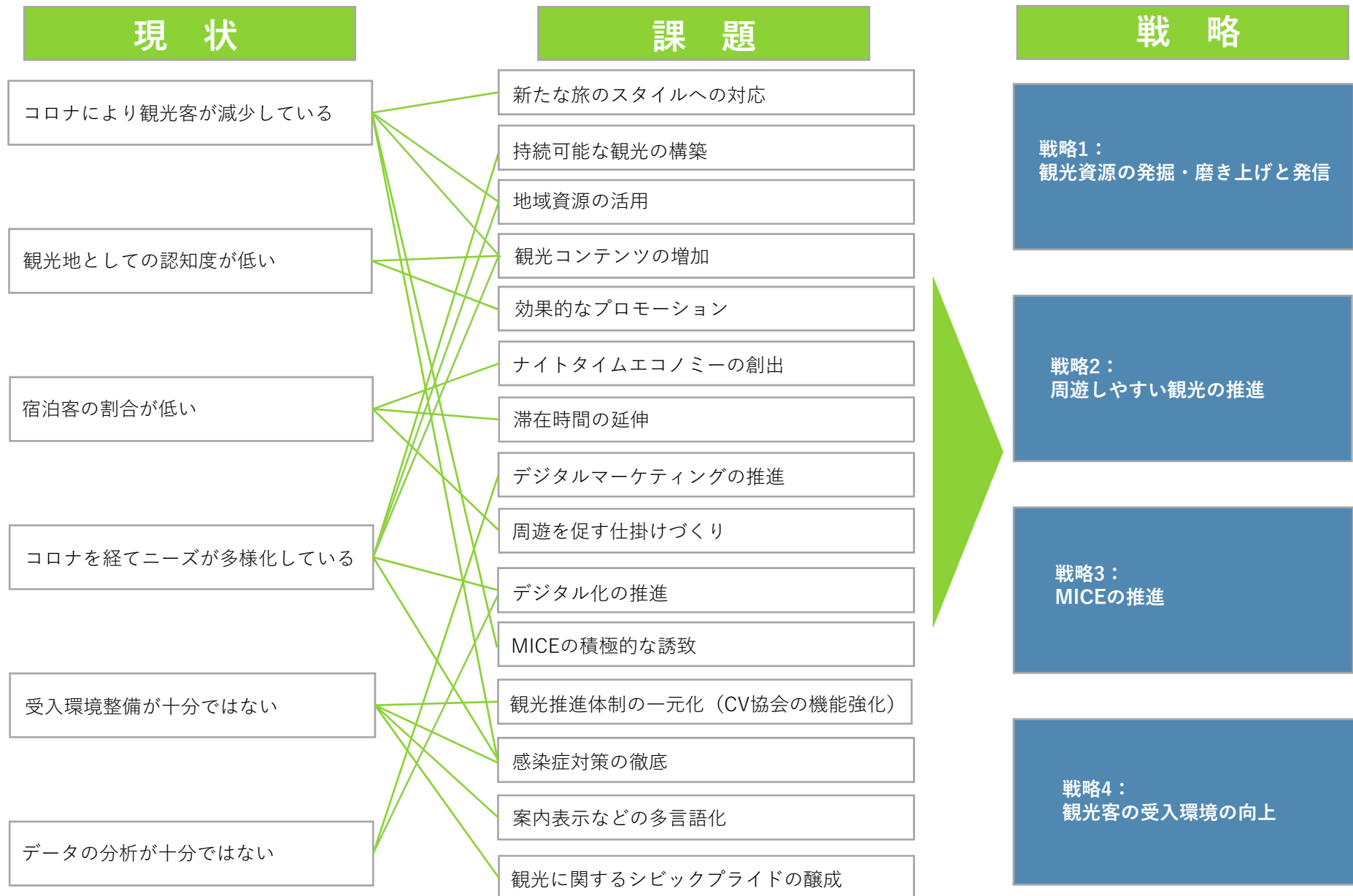
出典：CV協会『コンベンション事業報告書』

2 本市の観光を取りまく現状と課題

(3) 本市の現状・課題

- 新型コロナウイルス感染症により、激減した観光客を回復させるためには、観光コンテンツの充実に加え、従来から指摘されている観光地としての認知度の低さや他都市に比べ宿泊率が低い現状などの改善に取り組む必要があります。（関連図表1, 3, 6, 7, 15, 16）
- そのためには、既存の観光コンテンツに加え、福山ならではの食や文化、自然が満喫できるコンテンツなど、「体験」「交流」「学び」につながる新たな切り口で、各地域に存在する魅力的な観光資源の発掘・磨き上げ、発信を強化します。
- 宿泊客や観光消費額を増加させるためには、体験型コンテンツやナイトタイムエコノミーの創出、ワーケーションの推進などによって、滞在時間を延伸することが必要です。また、市内の観光資源や備後圏域内の観光資源を結びつけることで、さらなる周遊促進につなげることも重要です。（関連図表2, 17）
- コロナ禍を経て、個人旅行化の加速や感染症対策の重視といった意識の変化や、マイクロツーリズムやアドベンチャーツーリズムをはじめとした新たな旅のスタイルへの注目が高まりました。選ばれる観光地になるためには、こうした多様化する旅行者のニーズに対応できる受入環境の整備が欠かせません。（関連図表13, 18）
- 人口減少が進む中であって、都市ブランド力の向上による新たな地域経済の活性化をめざすため、交通の結節点であり、市内には多くのものづくり企業が集積する産業のまちという本市の強みを生かしたMICE誘致の取組については、今後も継続して実施します。（関連図表9, 14）
- 世界バラ会議福山大会 2025 や2025年日本国際博覧会（略称「大阪・関西万博」）などの開催を見据え、外国人観光客の誘致や受入環境の整備を進めます。
- また、デジタル技術の進歩やスマートフォンの普及により、観光客の属性や移動軌跡が可視化出来るようになりました。これらのデジタルデータを有効に活用し、ターゲットに応じたより効果的な手段でプロモーションを行うことが重要です。（関連図表23）

2 本市の観光を取りまく現状と課題



3 ビジョン実現に向けた戦略と目標

観光をとりまく動向や本市の課題を踏まえ、福山みらい創造ビジョンで示した「目標とする姿（＝ビジョン）」を実現するため、次のとおり4つの戦略と3つの視点で観光施策に取り組みます。

(1) ビジョン

魅力と特色ある観光資源により、国内外から多くの観光客をひき付けている

(2) 戦略

戦略1:観光資源の発掘・磨き上げと発信
戦略2:周遊しやすい観光の推進
戦略3:MICEの推進
戦略4:観光客の受入環境の向上

視点①
持続可能な観光

視点②
観光のデジタル化

視点③
感染症対策

(仮称) 観光アクションプラン

3 ビジョン実現に向けた戦略と目標

(3) 共通する視点

視点① 持続可能な観光

- 観光によって得られた経済的・社会的な効果が、地域と資源に還元され、さらなる投資を生み出す好循環を構築することで、それらの持続可能性を高めます。
- 地域に引き継がれてきた生活、自然、文化等の「体験」「学び」を通じた交流により、地域の新たな活力を創出します。

※国連世界観光機関（UNWTO）における「持続可能な観光」の定義：訪問客、産業、環境、受入地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光



視点② 観光のデジタル化

- 新型コロナウイルスの感染拡大によって、デジタル化の遅れが社会課題として顕在化しました。
- 観光においても、デジタル技術を用いた受入環境の向上やビジネスモデルの変革は、重要な視点です。



視点③ 感染症対策

- 新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない中でも観光振興を推進するためには、観光客と地域の安心・安全は欠かせません。
- 密を避ける・接触機会を減らすなど、感染症対策の徹底が重要な視点となります。



3 ビジョン実現に向けた戦略と目標

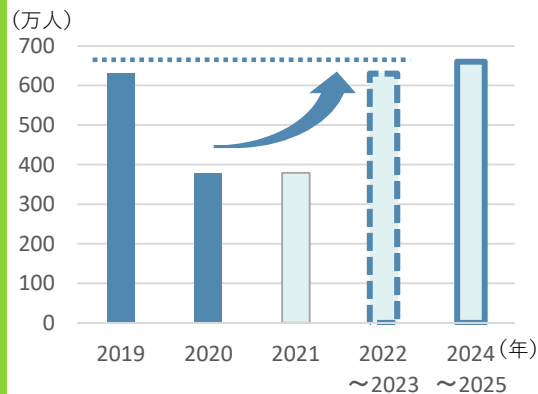
(4) 目標数値

- 福山みらい創造ビジョンでは、次の目標を設定しています。
- 2020年はコロナ禍により、3つの指標についていずれの数値も前年を大幅に下回っています。2021年についても、2020年を下回る見込です。
- まずは、2023年度までに各指標をコロナ禍前の水準まで回復させることを目標に取り組みます。

福山みらい創造
ビジョン
目標値

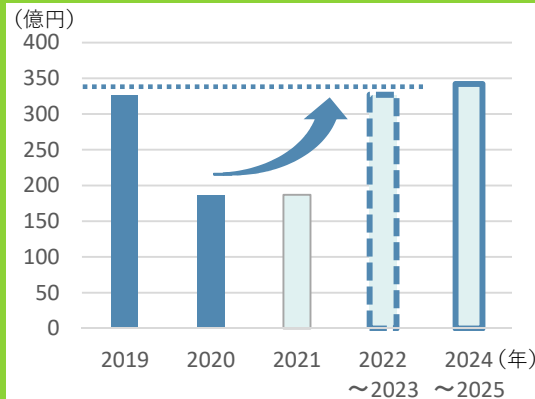
総観光客数

2019年：6,296千人
2025年：6,600千人



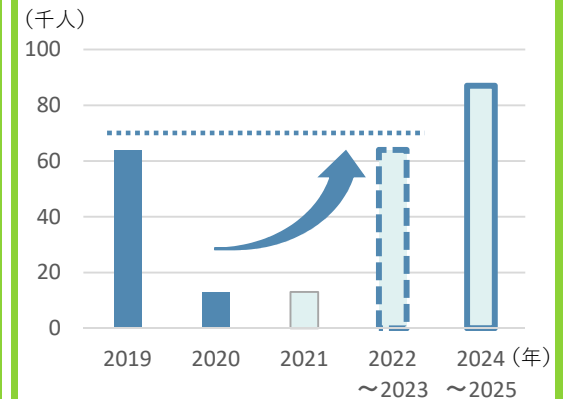
観光消費額

2019年：327億円
2025年：342億円



外国人観光客数

2019年：64千人
2025年：87千人



出典：「広島県観光客数の動向」 (2025年目標値は福山市作成)

3 ビジョン実現に向けた戦略と目標

(5) 推進体制と役割分担

- 福山市・CV協会・観光関連事業者が、それぞれの役割を明確にし、ビジョンの実現に向けて連携して観光施策に取り組みます。

ビジョンの共有

福山市



CV協会



観光関連
事業者

目的

交流人口の増加

観光資源の開発

収益の最大化

役割

- 基本戦略の策定
- マーケティング
(観光統計の分析)
- 全市的なブランディング
- 財源の確保

- 基本戦略に沿ったアクションプランの策定・実行
- 観光プロモーション
- マーケティング
(現場の課題やニーズの把握)
- 観光関連事業者の支援

- 商品・サービスの造成・販売
- 販路の拡大
- おもてなしの向上
- 事業者目線の事業提案

4 戦略 ①

戦略1：観光資源の発掘・磨き上げと発信

市内に数多くある潜在的な資源をポストコロナに対応した視点で発掘し、それらを新たな観光コンテンツとして磨き上げるとともに、ターゲットに合わせた効果的な方法で情報発信します。また、本市を代表する「鞆の浦・福山城・ばら」を中心とした既存の観光資源の更なる磨き上げにも引き続き取り組みます。

1-1 食や文化財、伝統行事などを切り口とした観光コンテンツの創出

地域ならではの食材や地元の料理をキラーコンテンツに押し上げます。また、自然環境、有形無形の文化財、繊維業等の産業など、これまで観光資源として捉えていなかった潜在的な地域資源を見つめ直し、新たな観光コンテンツとして磨き上げ、「活用」「保全」「発展」という持続可能なサイクルを構築します。

1-2 体験型・滞在型観光等の推進

満足度の向上につながるよう「モノ」だけではなく「コト」に着目します。「体験する」「学ぶ」「交流する」を切り口とした滞在型観光を推進します。また、ワーケーションやブレジャーなど、働き方改革と合致したスタイルの定着をめざします。

1-3 マイクロツーリズムの推進

コロナ禍でニーズが高まった「マイクロツーリズム」に注目し、地域の資源を磨き上げるとともに、地域の魅力の再発見につながるようなプロモーションを展開します。

1-4 データに基づく戦略的なプロモーションの推進

観光関連ホームページのアクセス解析やキーワード検索のデータ分析など、デジタルマーケティングの手法を活用することで、戦略的な観光プロモーションを推進します。

1-5 SNSを活用した情報発信

ターゲットに応じ多様なメディアを活用した情報発信を行います。特に、拡散力の高いSNSの活用を積極的に進めます。また、本市を訪れた人などが自ら情報発信を行いたくなるような仕掛けづくりを行います。

福山で感じる小さな幸せ



福つまみ (左上), 備後ワインプロジェクト (右上), 備後フィッシュ (左下), びんご一つ (右下)



SNS発信 イメージ

4 戦略 ②

戦略2：周遊しやすい観光の推進

観光客の滞在時間の延伸につながるよう、これまで実施してきた市内周遊を促進する取組を加速させるとともに、市内の各地域に潜在する観光資源に着目することで、更なる周遊を促す仕組みづくりを行います。また、備後圏域・瀬戸内圏域の交通の結節点である強みを活かし、市内にとどまらず、圏域での観光振興に取り組みます。

2-1 デジタルマップを活用した周遊観光の促進

デジタルマップを整備し、初めて本市を訪れた観光客でも、楽しく快適に周遊できる仕組みづくりを行います。また、施設で実施する感染症対策をデジタルマップ上に表示することで、観光客の安心・安全な周遊につなげます。

2-2 2次交通の強化

より快適な周遊が可能となるよう、観光タクシーのルート設定や観光MaaSの実装などによる2次交通の強化に取り組みます。

2-3 サイクルツーリズムの推進

コロナ禍で更に関心が高まっているサイクルツーリズムを推進するため、サイクリングロードなどの整備に加え、サイクリストが楽しめるコンテンツ造成など、利用環境の向上に努めます。

2-4 備後圏域や瀬戸内圏域での広域連携

備後圏域や瀬戸内圏域など広域で観光客を獲得するため、他の自治体や関連団体、民間企業との連携を強化し、海の航路でつなぐなどお互いの強みを活かした観光施策を展開します。

2-5 デジタル技術を活用した人流解析

観光地での人の動きを可視化し、来訪者の属性や移動ルートなどを分析することで、周遊施策の検討に活かします。



デジタルマップ (©Platinummaps)



瀬戸内海を結ぶクルージング

4 戦略 ③

戦略3：MICEの推進

本市では、「福山市MICE戦略」を基に産業MICE・エリアMICEを推進しています。MICEは、宿泊や飲食、交通など複数の分野への経済波及効果が期待されます。そのため、産学官が一体となったMICE誘致に取り組みます。

3-1 産業分野のMICE誘致促進

鉄鋼、繊維など市内企業にゆかりのある産業や、今後成長が期待される産業など産業分野に重点をおいたMICE誘致を展開します。

3-2 エリアMICE推進に向けた会場などの磨き上げ

市内周遊型のエリアMICEの提案・開催に向け、会場となる施設の利便性と魅力の向上を図るとともに、文化施設など特別感や地域特性を演出できる会場を新たに発掘します。

3-3 MICEのプレ・ポストプログラムの充実

会議の前後に行われるイベントや小旅行にも福山らしさや瀬戸内の魅力などを感じることができるコンテンツを充実させることで、主催者や参加者の満足度を高めます。

3-4 産学官連携によるワンストップ窓口など受入体制の構築

産学官一体の推進体制となる福山市MICE推進協議会を中心に、地域をあげて主催者をサポートするワンストップ窓口の機能を強化するとともに、MICEの誘致に向けた機運を醸成します。

3-5 福山城築城400年事業、世界バラ会議を通じた国内外への魅力発信

今後予定されている藩校サミットや世界バラ会議福山大会などのMICEを成功させることで、安心して快適に移動、滞在、観光ができるという本市の魅力を伝えていくとともに、インフラやMICE開催のノウハウをレガシーとして継承します。



福山大会の開催が決定した第18回世界バラ会議2018（デンマークコペンハーゲン）大会の様子



ユニークベニューとして文化財を活用 イメージ

4 戦略 ④

戦略4：観光客の受入環境の向上

世界バラ会議福山大会や築城400年に向け、増加が予想される国内外からの観光客が「安心・安全・快適」に過ごせるよう、受入環境の整備を進めます。また、福山を訪れた人の満足度が高まるよう、おもてなしに関わる人材の育成に加え、市民一人ひとりが情報発信を行えるようシビックプライドの醸成に取り組みます。

4-1 観光推進体制の強化

より効率的・効果的な観光施策の実施につながるよう推進体制を整えます。CV協会については、行政からの事務移管を進めるなど、役割を明確にするなかで、中核組織としての機能を強化します。

4-2 感染症対策の見える化

ポストコロナにおいても選ばれる観光地となるよう、感染症対策を徹底することはもちろん、安心・安全の可視化と情報発信に努めます。

4-3 世界バラ会議などを見据えた都市機能の整備

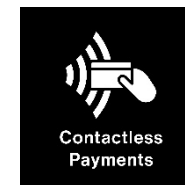
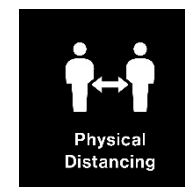
世界バラ会議福山大会などを見据え、国外から訪れる観光客が快適に過ごせるよう、多言語表示案内看板の設置や多言語対応のデジタルマップの整備を推進します。また、事業者への支援として、多言語対応や販路確保への投資促進の啓発を行います。

4-4 観光関連事業者への支援

販路の拡大に向けた支援やBCPについての普及・啓発、デジタル技術を活用したマーケティングなどコロナ禍における課題解決を行うことができるよう観光関連事業者への支援を進めます。

4-5 おもてなし人材の育成

国内外から訪れる観光客へのおもてなしの質を更に高めるには、地域の理解が必要不可欠であるため、インナープロモーションを強化します。さらに、観光客との交流を通して、地域が資源の価値と魅力を再発見・再認識することで、シビックプライド醸成と観光客の満足度向上の好循環を生み出します。



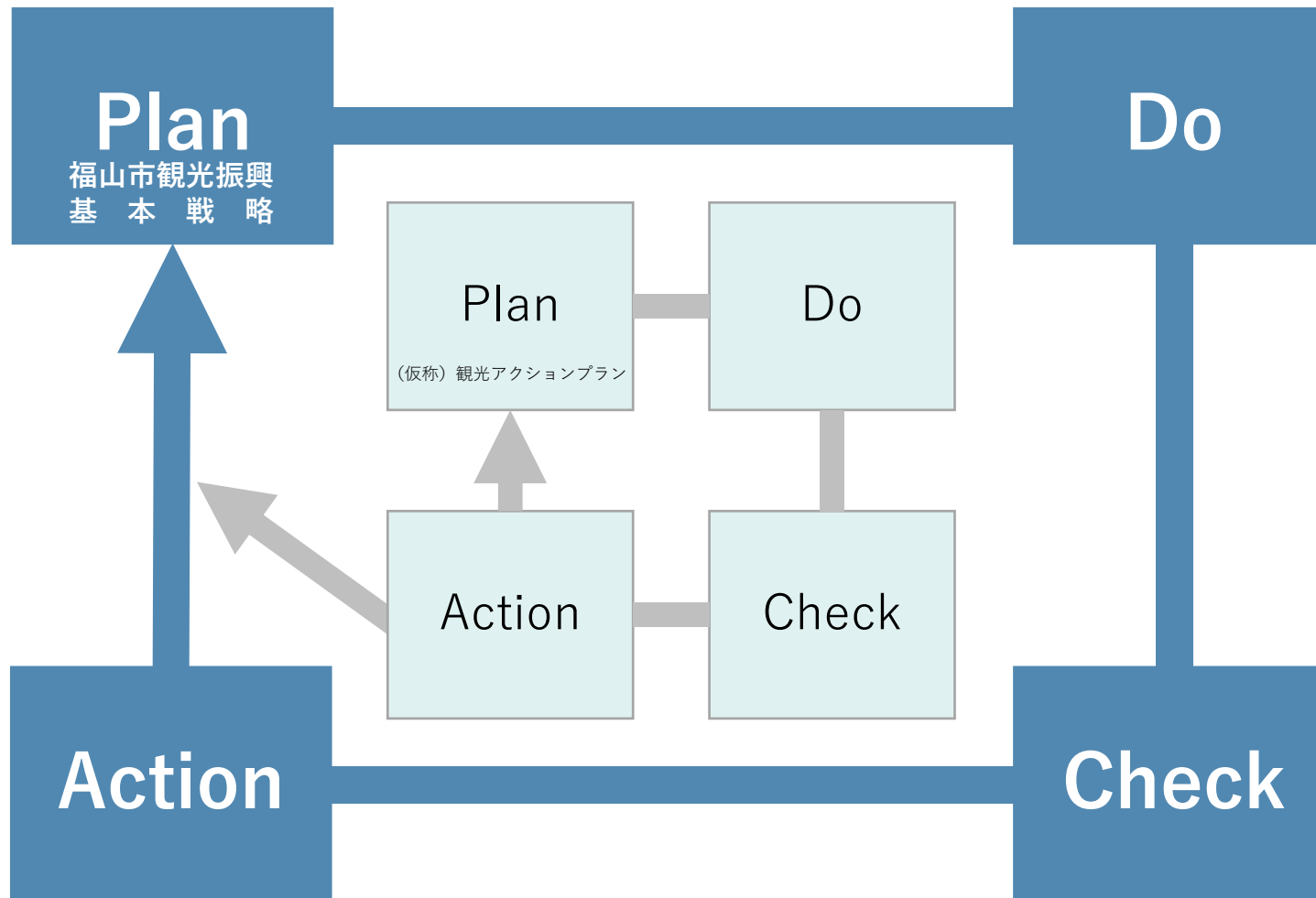
日本政府観光局（JNTO）が作成した日本の新型コロナウイルス感染症対策等を伝えるピクトグラム



ガイドステップアップ研修

5 基本戦略の評価

- 社会情勢の変化や国・県の動向を注視しつつ、柔軟に基本戦略の見直しを図ります。
- また、実効性の高い施策を展開するため、（仮称）観光アクションプランを策定し、具体的な事業の実施・進捗管理を行います。
- 評価にあたっては、外部の有識者等の意見を取り入れる仕組みも検討します。

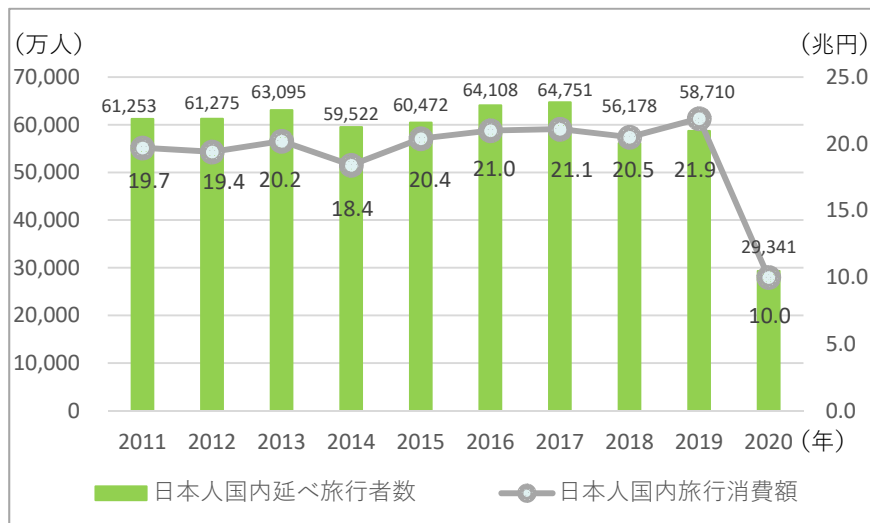


6 用語解説

| | |
|--------------|--|
| MICE | 企業が行うミーティング（Meeting）、営業成績優秀者、従業員等を対象とした報奨旅行（Incentive）、政府・国際機関・学協会等が主催する会議（Convention）、トレードショーなどに代表される展示会、イベント（Exhibition/Event）の頭文字で、ビジネスイベントの総称。 |
| インナープロモーション | 市民や市内事業者が、福山の魅力を自ら発信できるよう地元への愛着やシビックプライドの醸成することを目標に市民等に対してプロモーションを行うこと。 |
| マイクロツーリズム | 自宅から1～2時間程度の移動圏内を観光する近距離旅行の形態。地域の観光資源を改めて見つめ直すことで、地元の魅力を再発見できると注目されています。（参考：JTB総合研究所HP） |
| アドベンチャーツーリズム | アクティビティ、自然、文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行のこと。 （出典：一般社団法人日本アドベンチャーツーリズム協議会HP） |
| ナイトタイムエコノミー | 18時から翌朝6時までの活動。地域の状況に応じた夜間の楽しみ方を拡充し、夜ならではの消費活動や魅力創出を通じて、経済効果を高めることをめざします。 （出典：観光庁「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」） |
| デジタルマーケティング | Web ページやSNS、メールなどの情報通信技術を介して収集・分析できるデジタルデータを活用したマーケティング手法のこと。 |
| ワーケーション | 仕事（Work）と休暇（Vacation）を組み合わせた造語。本市では、仕事と休暇だけでなく、産業界や地域との交流（Communication）や、それを通じた新しいアイデアの創造（Innovation）までをめざす取組のこと。 |
| ブレジャー | ビジネス（Business）とレジャー（Leisure）を組み合わせた造語。出張の機会を活用し、出張先で滞在を延長するなどして余暇を楽しむこと。 （出典：観光庁「新たな旅のスタイル ワーケーション&ブレジャー」HP） |
| 産業MICE | 産業・技術などの分野をテーマとするMICEのこと。 |
| エリアMICE | MICEのための大型施設を前提とせず、市内に点在する既存の文化施設や民間施設などをエリアで捉えた、市内周遊型MICEのこと。 |
| プレ・ポストプログラム | MICE開催前後で実施される行事やイベント又は自由行動としてのショッピングや娯楽などの活動のこと。 |
| ユニークベニュー | 博物館・美術館、歴史的建造物、寺社仏閣、城郭、屋外空間（庭園・公園、商店街、公道等）などで会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場のこと。 |

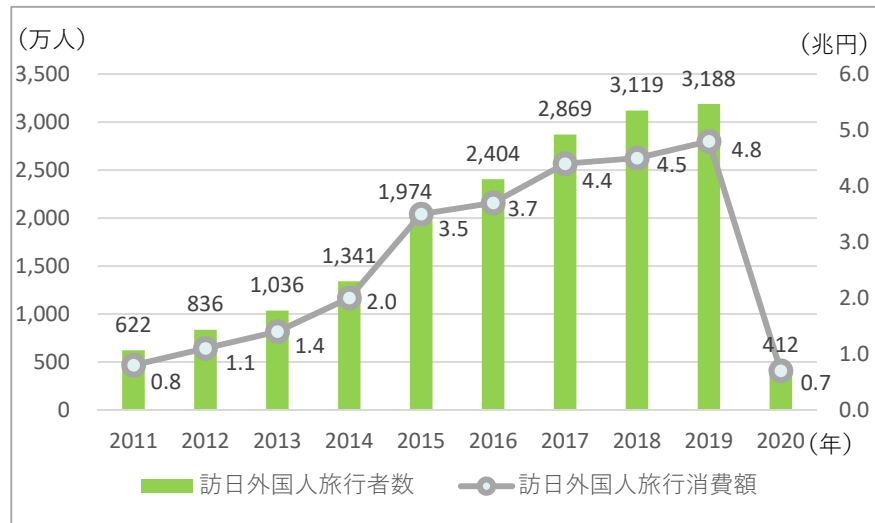
7 資料集

▼ (図表10) 日本人国内旅行者の推移



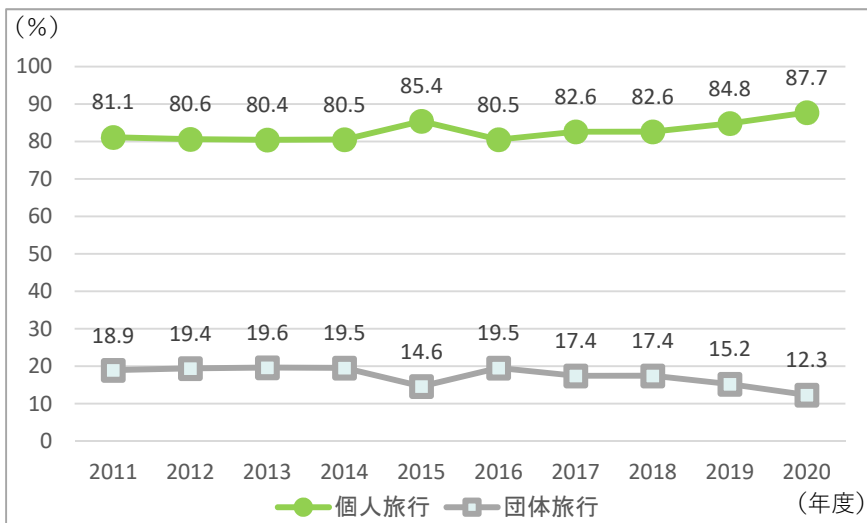
観光庁「旅行・観光消費動向調査」を基に福山市作成

▼ (図表11) 訪日外国人旅行者の推移



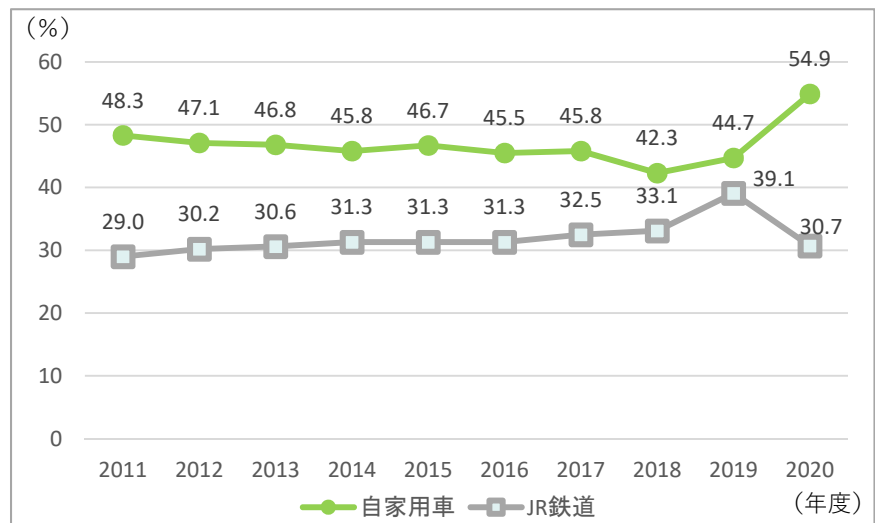
観光庁「旅行・観光消費動向調査」、日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外国人旅行者統計」を基に福山市作成 (※2020年の訪日外国人旅行消費額は試算値)

▼ (図表12) 個人・団体旅行の割合の推移



出典：公益社団法人日本観光振興協会「観光の実態と志向」

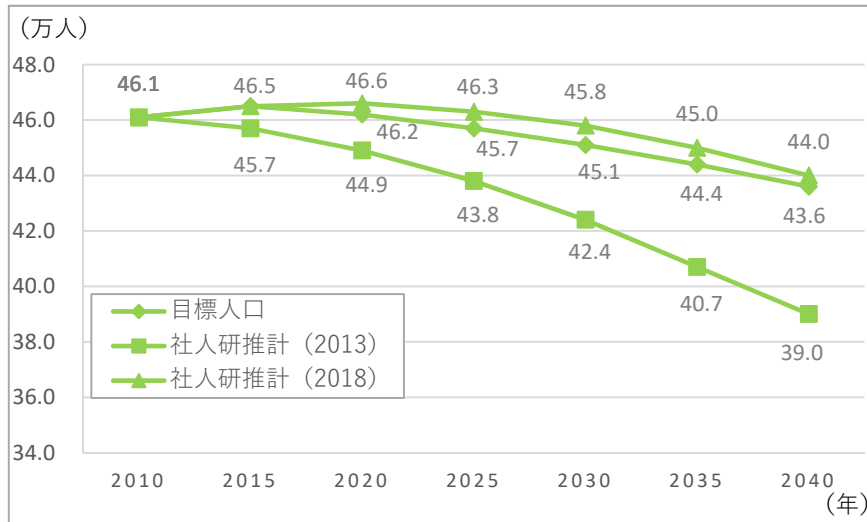
▼ (図表13) 宿泊観光旅行の利用交通手段の推移 (一部抜粋)



公益社団法人日本観光振興協会「観光の実態と志向」を基に福山市作成

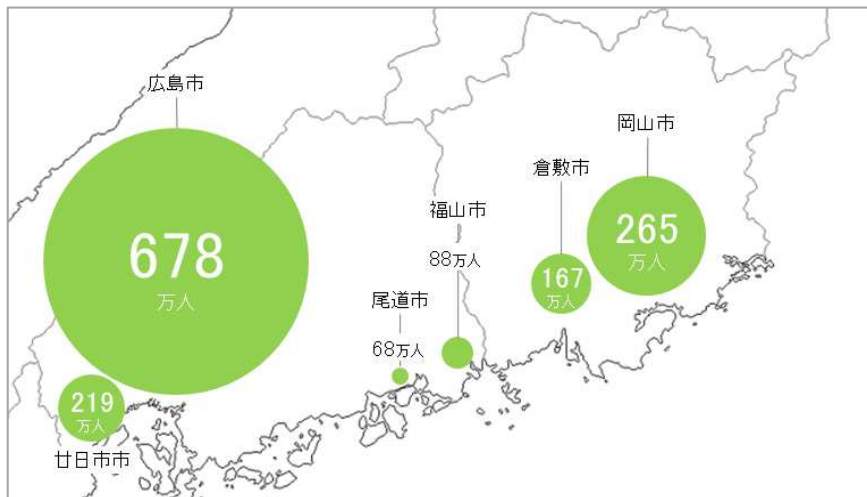
7 資料集

▼ (図表14) 福山市における人口減少の推計



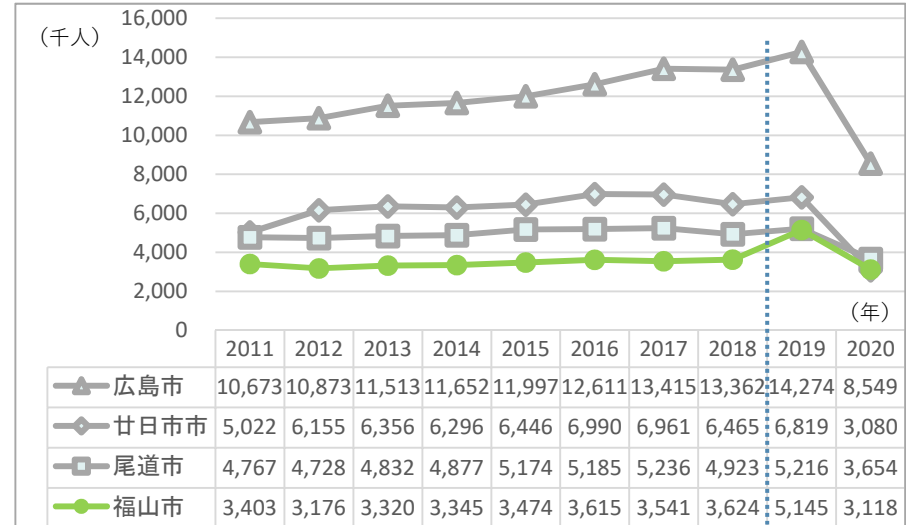
出典：福山市「新たな人口減少対策～強化策～」

▼ (図表16) 近隣市町と比較した延べ宿泊客の状況



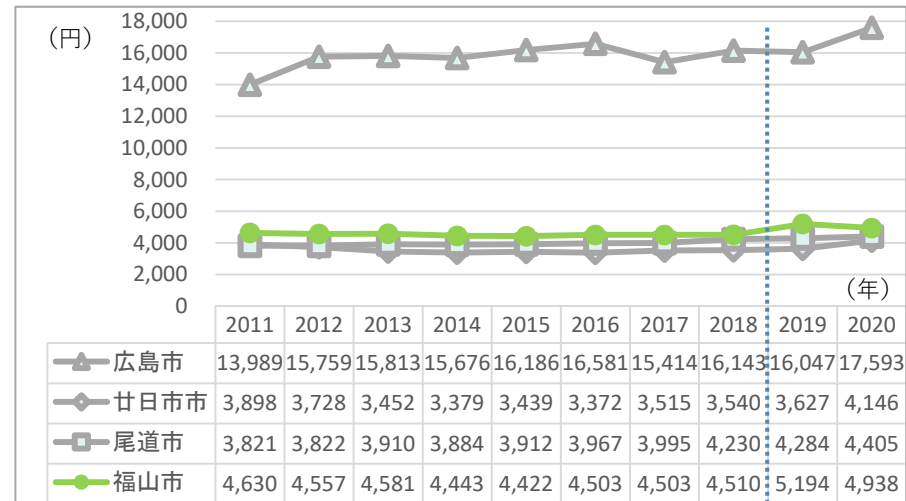
RESAS (延べ宿泊客数 (総数) 2019年) を基に福山市作成

▼ (図表15) 入込観光客数の推移 (4市比較)



「広島県観光客数の動向」を基に福山市作成
※2019年から広島県のガイドラインに従い統計方法を変更

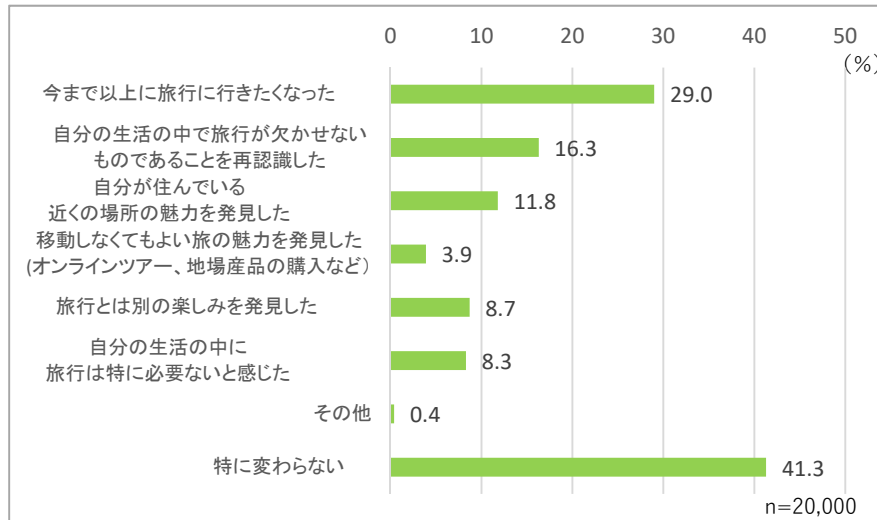
▼ (図表17) 1人当たりの観光消費額の推移 (4市比較)



「広島県観光客数の動向」を基に福山市作成
※2019年から広島県のガイドラインに従い統計方法を変更

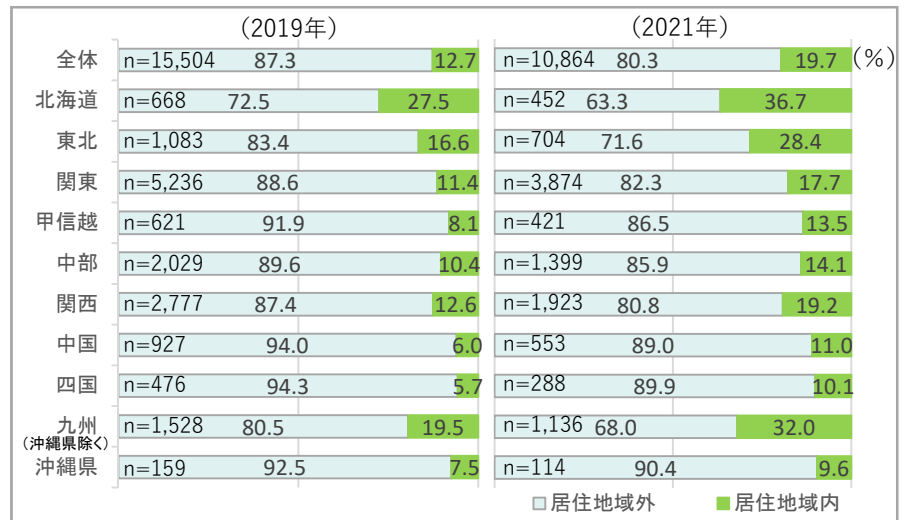
7 資料集

▼ (図表18) コロナ禍での旅行に対する意識の変化



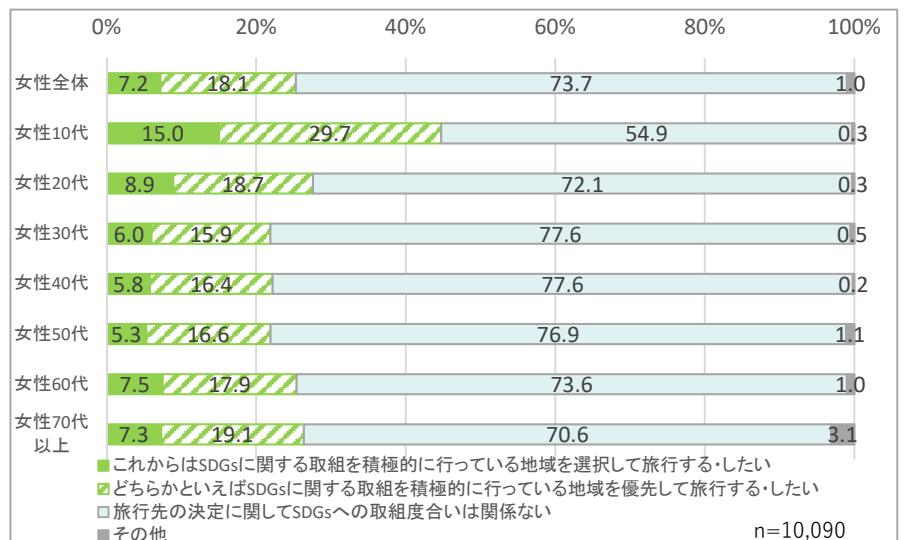
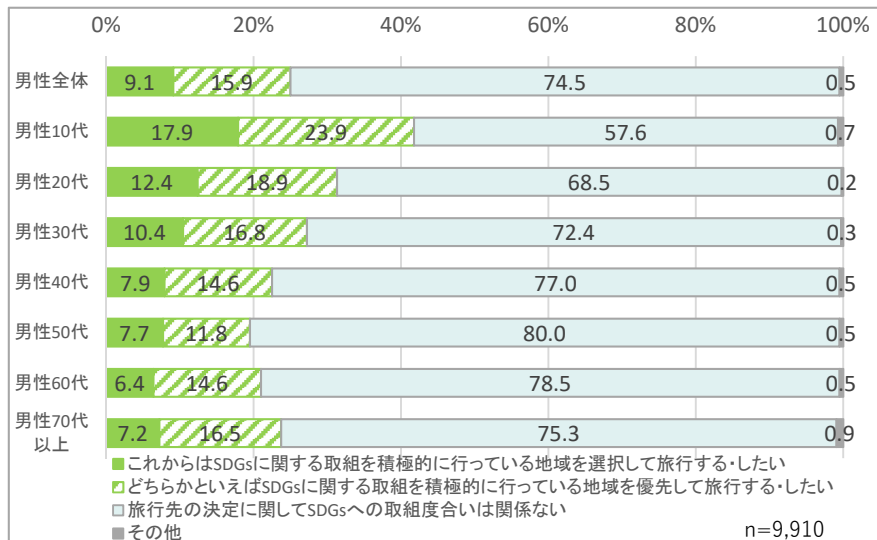
出典：公益社団法人日本観光振興協会「観光の実態と志向」

▼ (図表19) コロナ禍前後の希望旅行先の比較



公益社団法人日本観光振興協会「観光の実態と志向」を基に福山市作成

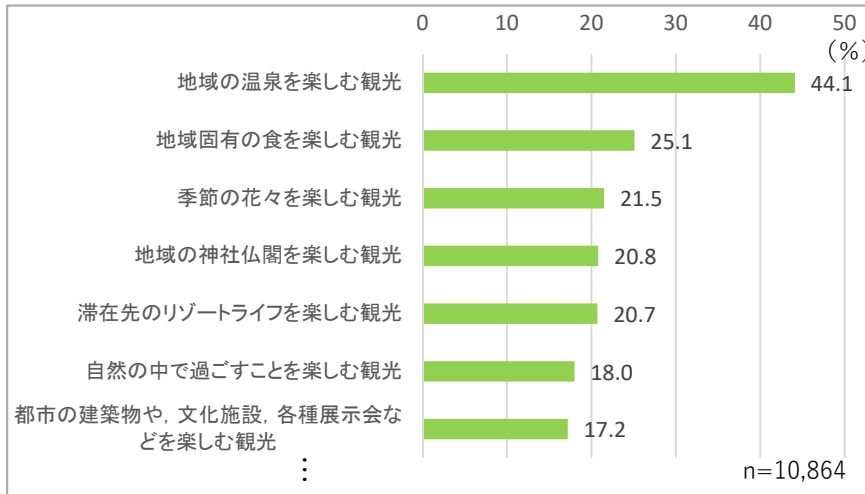
▼ (図表20) SDGsの取組が旅行先の決定に影響を与える割合



出典：公益社団法人日本観光振興協会「観光の実態と志向」

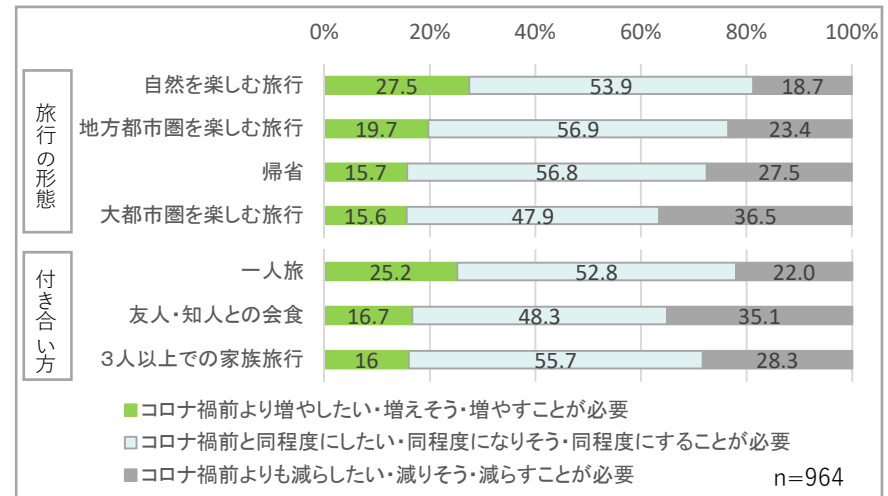
7 資料集

▼ (図表21) 希望する旅行の種類 (回答3つまで, 一部抜粋)



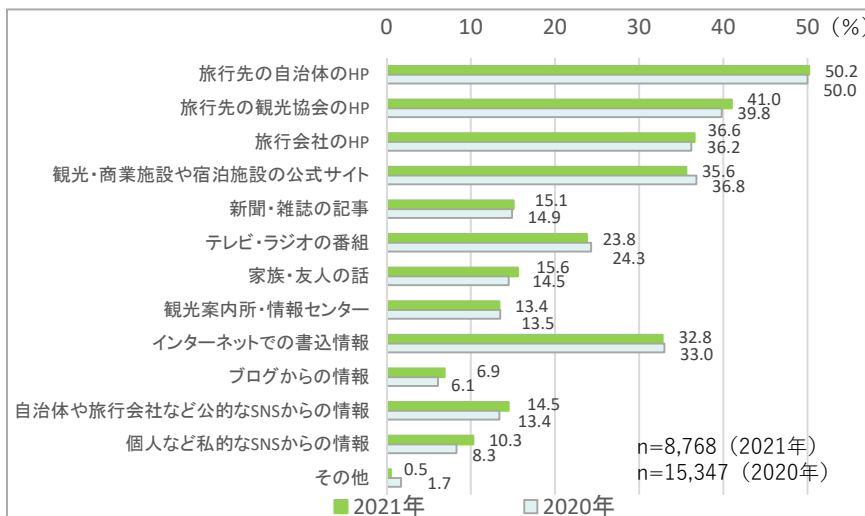
出典: 公益社団法人日本観光振興協会 「観光の実態と志向」

▼ (図表22) コロナ禍前と比較した2021年の旅行形態等の変化 (一部抜粋)



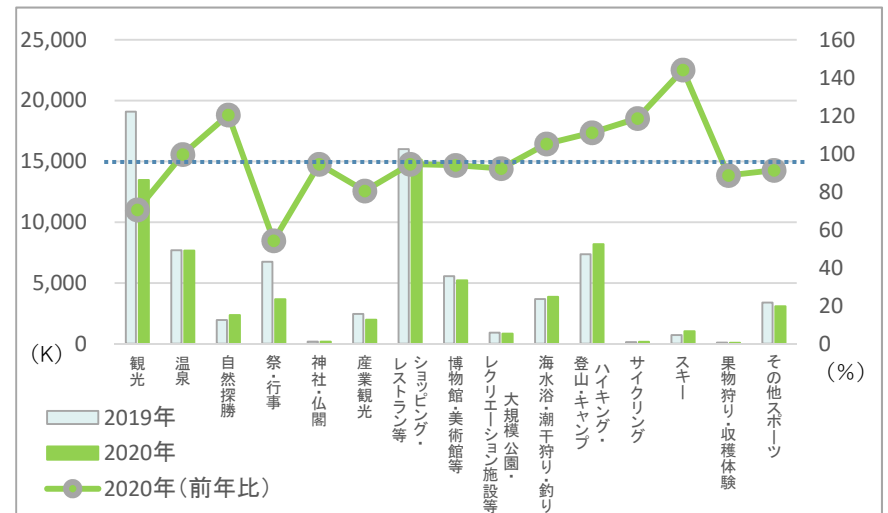
(株)JTB総合研究所 「新型コロナウイルス感染拡大による, 暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査 (2021年8月)」 を基に福山市作成

▼ (図表23) コロナ禍において必要な情報の入手経路 (複数回答)



出典: 公益社団法人日本観光振興協会 「観光の実態と志向」

▼ (図表24) 旅行キーワード検索の状況 (全国)



一般社団法人広島県観光連盟公開データ 「旅行キーワード検索」 を基に福山市作成

【表紙掲載写真について】

本市には、「鞆の浦」「福山城」「ばら」以外にも、魅力的な観光資源が数多く存在しています。表紙に掲載したコンテンツも、その一部です。

【内海大橋】

【祇園祭】

【明王院】

【阿伏兎観音】

【田尻町・
杏の花】

【神辺町・
堂々川の砂留】

福山市観光振興基本戦略

発行日：2022年（令和4年）3月

発行：福山市 経済環境局 経済部 経済総務課
〒720 - 8501 福山市東桜町3番5号

電話：084 - 928 - 1215

F A X：084 - 928 - 1733

U R L： <https://www.city.fukuyama.hiroshima.jp/>