

さいきツーリズム戦略 2019-2023



令和元年6月
佐伯市

目 次

1. さいきツーリズム戦略の趣旨 1

- (1) 佐伯観光の概況
- (2) 観光推進体制
- (3) 観光資源
- (4) 戦略の位置づけ
- (5) 戦略の期間

2. 佐伯市観光の分析 3

- (1) 佐伯の強みと弱み
- (2) 機会と脅威

3. さいきツーリズム戦略 5

- (1) 戦略の視点
- (2) コンセプトとキャッチコピー
- (3) 戦略
 - 戦略1 佐伯ならではの観光素材の発掘と磨き上げ
 - 戦略2 情報発信
 - 戦略3 誘客
 - 戦略4 受入体制の構築

(資 料)

- ・「さいきツーリズム戦略 2019-2023」の体系
- ・「さいきツーリズム戦略 2019-2023」策定委員名簿

1. さいきツーリズム戦略の趣旨

(1) 佐伯観光の概況

平成20年6月の東九州自動車道佐伯インターチェンジ開通以来、高速道路を使用して市内を通行する車両の台数は着実に増加しています。平成27年3月の佐伯・蒲江間の開通に合わせて「かまえインターパーク」、「佐伯市歴史資料館」、「城下町観光交流館」が相次いでオープン。市内観光施設の延入込み客数は126万人を超え、平成28年度には「九州ふっこう割」効果もあり市内宿泊施設の宿泊者数は17万人を超えたものの、平成29年度にはいずれの数値も減少傾向に転じ、特に佐伯観光の重要拠点と位置付ける道の駅の来客者数が大きく落ち込んでいます。

平成27年8月に実施した「佐伯市観光客ニーズ調査」では、市内での滞在時間は「1時間以内」が45%を超え、次いで「1～2時間」が23%、つまり2時間以内の短時間の滞在が約7割を占め、周遊に繋がっていない実態が判明し、道の駅などを訪れた来訪客のうち市内宿泊者は、わずか8%にすぎないことも明らかになりました。

国が重要施策と位置づけ年々急増している外国人観光客については、平成28年度から現地ブロガーによる情報発信、現地商談会に参加するなど積極的な宣伝活動を展開した結果、農家民泊やオルレコースで散見されるようになり、観光案内所に訪れた外国人は倍増しています。

(2) 観光推進体制

全国各地の自治体は、交流人口の増加による地域振興を期待し、観光振興への積極的な取り組みを展開しています。その中でも特に先進地といわれる地域では、行政は地域のプロデューサー的な役割への転換を行い、観光推進の中核となる“観光協会”は、ディレクター的な役割を目指し、運営基盤を強化するため組織の法人化、安定財源の確保のための自主事業の実施、観光を担う人材の育成・確保など観光推進体制の強化を進めています。

一方、佐伯の推進体制のうち、観光協会については、一般社団法人化しているものの、収入の大部分を行政からの補助金や委託金が占め、自主自立的な運営には至っておらず、一方市は、各種問い合わせ対応や地域イベント実施が業務の中心となっており、観光による地域戦略の構築など本来行政が果たすべき役割を果たせていません。

宣伝活動については、食観光を軸に市と観光協会が共同で市内外でのイベント実施を中心に展開していますが、地域外からの誘客を推進するためのプロモーションやマーケティング、着地型旅行商品の造成などの取り組みが進んでいない状況です。

(3) 観光資源

佐伯の観光資源は、国定公園や記念物、文化財として指定されているものや“〇〇選”などに指定されているものを中心にパンフレットやホームページに掲載して周知していますが、国内の観光研究者や観光実務の専門家が評価し公表される「全国観光資源台帳（所管：財団法人日本交通公社）」のB級以上の観光資源としてランク付け

されている資源はありません。また、世界最大の旅行サイトである「トリップアドバイザー」の人気ランキングの中で市内の観光資源が紹介された例はありませんし、食観光を進める中で指標となるべき「ミシュランガイド」の星がついた施設也没有ありません。つまり観光資源としての佐伯の素材の認知度は低い状況にあります。

いわゆる“権威ある観光地ランキング”に対して、ことさらに媚びる必要はありませんし、観光に対するニーズが多様化するなかで世界の全ての人々が求めるものが必ずしもランキングと一致することはありません。しかし、インターネット検索やSNS検索が主流である時代において「佐伯／さいき」を目にとめてもらうためには、市外の人から客観的な評価を受ける必要があり、ある程度ランキングも意識すべきです。

幸いにも市内の個別の素材自体は自然景観、記念物、文化財としての能力を有しています。それをさらに観光資源として開花させていくためには、情報発信方法の工夫、改善、維持管理方法の見直しなどの「磨き上げ」を行う必要があります。

(4) 戦略の位置づけ

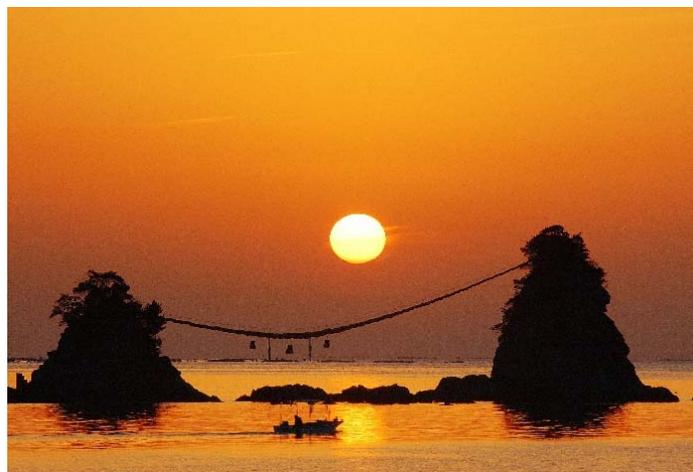
本市は、平成30年に第2次佐伯市総合計画を策定し、地域が輝く「佐伯がいちばん」の人・まちづくりをテーマに、さいき7つの創生を基本政策として掲げ、そのうちの観光分野については「地域資源をいかした産業と観光の創生」の中でこれまでの観光業に加え、農林水産業や造船業などの地域の産業を観光化することにより観光産業へと発展させることと位置づけました。

この戦略は、第2次佐伯市総合計画の具体的な行動計画となるものであり、総合計画で定める次の目標指標を目指した取り組みについて定めます。

- | |
|--|
| ○観光施設等入り込み客数 129万人／年（令和4年度目標値）
○宿泊客数24万人／年、うち外国人宿泊者数3万人 |
|--|

(5) 戦略の期間

2019年（令和元年）度から2023年（令和5年）度までの5か年とします。



豊後二見

2. 佐伯市観光の分析

(1) 佐伯の強みと弱み

[佐伯の強み]

- ・ 多様な自然景観
- ・ 温暖な気候
- ・ 温厚な人柄
- ・ 豊富な海、山、川、里の幸
- ・ 優れた食材と伝統的な加工方法
- ・ 個性的な文化施設、資料館
- ・ 佐伯市総合運動公園
- ・ 主要観光地との広域連携体制
- ・ フィッシングスポットとしての知名度

[佐伯の弱み]

- ・ 知名度不足
- ・ 関東圏、関西圏、福岡圏との距離が遠い
- ・ 空港（福岡、大分、宮崎）との距離が遠い
- ・ インバウンド対応の遅れ
- ・ 鉄道網を始めとする公共交通網の脆弱さ
- ・ 食のバリエーションの乏しさ
- ・ 観光業を担う人材の不足
- ・ 温泉資源の不足
- ・ 広い市域に観光素材が点在

佐伯は温暖な気候に恵まれ、海、山、川の豊かな自然を有し、それらに育まれた素晴らしい食材と加工技術、歴史を有しています。また、九州でも有数の規模を誇る総合運動公園や城下町佐伯を探求する歴史資料館、戦争と佐伯の関わりを検証する平和祈念館などの個性的な文化施設が整備されており、さらに令和2年秋には新たなまちづくり交流拠点であるさいき城山桜ホールが開館予定です。これらの地域資源を十分にいかすため、さらなる磨き上げと積極的な宣伝活動を行います。

一方、特に国内誘客向け素材として重要な地位を占める温泉素材が不足しているという弱みに加え、豊富な食材に比してバリエーションが乏しいという現状です。さらに観光地としての地域の意識も希薄であり、観光業を担う人材も不足しています。また、国内主要市場や空港との距離、公共交通網の脆弱さは本市の一存ではどうにもならない事情です。一方、知名度不足や点在する観光素材の案内など受入態勢の弱さについては、今後の努力により解決できる課題です。

(2) 機会と脅威

[機会 (=今後チャンスとなりうるもの)]

- ・ 東九州自動車道の4車線化
- ・ 九州横断自動車道、中九州横断道の工事進捗
- ・ ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック、大阪万博開催
- ・ 国のインバウンド政策の強化
- ・ 九州内における広域連携の機運高まり
- ・ 九州内で相次ぐ大型宿泊施設の立地
- ・ 旅行トレンドの変化、個人旅行化
- ・ 訪日外国人の情報取得源の変化と地方部への拡散
- ・ 若い世代のU I Jターンの増加

[脅威 (=リスク要因)]

- ・ 観光客獲得の自治体間の競争激化
- ・ 生産年齢人口の減少
- ・ 南海トラフ巨大地震
- ・ 九州、西日本各地で相次ぐ大雨などの災害
- ・ 宿毛フェリー一運航休止
- ・ J R九州の経営方針

東九州自動車道の大分宮崎間の開通に加えて、九州横断自動車道の整備も進む中、九州内では特に訪日外国人の誘客を目指した広域連携の機運が高まっています。これは訪日外国人の誘客だけでなく、九州内外からの誘客にとっても大きな追い風です。特に訪日外国人については、温泉以外を目的とした動機も多く、今後予定される国内ビッグイベント開催とそれに対応した国のインバウンド政策の強化もあり大きなチャンスです。また、最近では移住定住の取り組みを進めてきた結果、若い世代のU I Jターンの増加傾向にあります。

他方、リスク面では観光客獲得の自治体間の競争が激化しています。最近相次いで発生する相次ぐ大雨などの災害やいつ発生するともわからない南海トラフ巨大地震は大きな脅威となっていることから、来訪者の滞在場所から避難地へのスムーズな誘導などができるような対策を行う必要があります。また、生産年齢人口が減少傾向にあることは、観光を担う人材の確保がますます困難になることにつながります。さらに昨年の10月から休止している宿毛フェリーの動向やJ R九州の今後の経営方針は、佐伯と他地域をつなぐ観光、産業、そして市民生活を支える重要な交通網でもあることから、今後もその動向を注視しなければなりません。

3. さいきツーリズム戦略

(1) 戦略の視点

地方創生の切り札として観光が着目され、今後の国の成長戦略の柱としても位置づけられる中、地域を維持し、発展させていくためには観光を地域産業の柱のひとつとして位置づけ、来訪客の増、交流人口の拡大によって域内の消費額を増加させ、地域産業の振興や雇用の確保につなげていく必要があります。

今後より多くの方に訪れていただくには、魅力的な地域づくりに取り組み、地域の素材を発掘し、磨き上げるとともにその情報を確実にお客さまへと届け、誘客することが重要です。また、一度訪れた方に「佐伯に住んでいる人がうらやましい」と思っていたいただき、さらに安心して何度も来ていただくためには、受け入れの態勢を整備し、接遇のレベルを向上させなければなりません。

本戦略では、主に佐伯の外から佐伯を訪れる機会を広く「観光」、「ツーリズム」として捉え、まちづくりや移住定住施策との連携を図りながらその振興を図ることで来訪者を増加させ、地域産業の振興に資することを主旨とし、市内の観光に関わる関係者が一丸となった取り組みを進めていきます。



城下町佐伯ひなめぐり

(2) コンセプトとキャッチコピー

◎共通キャッチコピー

佐伯
おかえりなさいき

◎特に訪日外国人をターゲットとするキャッチコピー

Sushi valley Saiki

※「valley」は主に谷と訳されますが、「集積」という意味もあります。

佐伯の観光の最大の強みは、豊かな自然と温暖な気候に育まれた「海、山、川の恵み」と「佐伯人の人柄」です。その強みを前面に押し出し、まずは佐伯を訪れていた

だきっかけを作り、佐伯人とのふれあいを通じて訪れる方の満足度を高め、さらに故郷のように何度も訪れていただく流れを作るため『おかえりなさいき（佐伯）』をキャッチコピーに様々な誘客事業を展開することで「何度も訪れたい」と思っただくまちを目指します。

訪日外国人向けには、佐伯最大の強みの一つでもあり、かつ日本食の代表格である「寿司」をベースとした『Sushi valley Saiki』をキャッチコピーに、佐伯が誇る佐伯ならではの新鮮かつ豊富な寿司ネタ、ハイレベルからカジュアルまで多様な「寿司」を食べることができるという佐伯ならではの強みを世界に向けて発信します。

以上をコンセプトに次の4つを柱とした施策を展開します。

(3) 戦略

戦略1 佐伯ならではの観光素材の発掘と磨き上げ

①佐伯人と文化に触れる

温暖な気候に育まれた「佐伯人」そのものを佐伯の観光素材として位置付け、佐伯のありのままを観ていただく『スロートゥリズム※注』やありのままの佐伯人のスローな暮らしに触れていただくグリーンツーリズム、ブルーツーリズムの取り組みを進めます。また、城下町佐伯の成り立ちを展示する歴史資料館や佐伯と縁のある文豪の滞在地を改築した国木田独歩記念館、軍都佐伯の歴史を考え平和の大切さを実感する濃霞山公園や平和祈念館、防災の歴史を学ぶ竜神池や養福寺、馬場の松などについて、観光素材としての磨き上げを行い、パブリックフットパスなどを活用して複数の素材の組み合わせを行うことで、より魅力的な商品開発を行います。

※注『スロートゥリズム』について

本戦略中において、スロートゥリズムとは「スロートゥリズムの手引き（環境負荷に配慮した瀬戸内海スロートゥリズム創出検討委員会）」中の『新しい観光のニーズに応えながら、地域の自然と文化と生活を守り、地域経済の活性化に資する観光の形態』とします。



深島のねこ

②食を味わう

佐伯には海の幸を中心とした食材に恵まれ、目の前に広がる佐伯の海から水揚げされる魚介類だけで作られる「佐伯寿司」はもちろんのこと「ごまだし」や「あつめし」、「くじゃく」などの独自の食文化、麴や酒造などの伝統食もあります。また、佐伯ラーメンや唐揚げなどの気軽に楽しむことができる食も地域に根付いています。これまでは、それぞれの食材を単体として宣伝してきましたが、年数を重ねる中で伸び悩み始めているのが現実です。今後は、体験型素材などとの組み合わせを行うことで、旅行の形態や訪問客のニーズの多様化に対応するほか、佐伯独自のスローな食文化やそれら関わる人や物語を紹介するなどこれまでの取り組みをより深化させ、佐伯の食文化や伝統食を「スローフード（一般社団法人日本スローフード協会所管）」として認知することを目指した取り組みや佐伯の食と観光を気軽に楽しむ「フードツーリズム」の仕掛けづくりを行います。



佐伯寿司

③自然を感じる

ユネスコエコパークに登録された祖母傾大崩山系と九州屈指の秘境の藤河内溪谷、清流番匠川、270kmに渡るリアス式海岸の景観と島々と季節ごとに変化する花々や木々との贅沢な組み合わせは、市民にとっては当たり前の風景ですが、市外から訪れる来訪者に対しては感動を与えるスローツーリズムの原点となる重要な観光素材です。それらを単に風景画像として提供するだけでなく、景観を生かした体験プログラムやそこに住む人との交流の機会を提供するエコツーリズムを展開することにより、観光素材としての佐伯市の豊かな自然の新たな可能性を探ります。昨年度から取り組みを始めたオルレに加えてより世界的な認知度が高いパブリックフットパスの導入を進めるほか、九州屈指の好釣り場である地の利を生かしたフィッシング、豊かな自然をいかしたキャンプ、サイクリング、キャニオニングなどのアクティビティーによる誘客を進めるとともに新たなプログラムの導入検討や施設の整備を検討します。

④産業を観る

観光素材として注目されつつある造船所の進水式と他の素材を組み合わせた観光プランを造成し、魅力的な商品づくりに取り組みます。また、市内の工場などが今後設備投資を行う際には、見学施設などの整備を促すとともに積極的に観光宣伝活動を展開します。製造業や農林水産業、麴や酒造などの地域に根付いた産業についても観光の視点を導入することで、より価値を高める取り組みを進めます。



進水式

⑤施設を活かす

東九州自動車道に近接し九州屈指の規模を誇る「佐伯市総合運動公園」をはじめとする体育施設や令和2年秋にオープン予定の「さいき城山桜ホール」などの施設を活かし、各種スポーツ大会や合宿の誘致、文化芸術系団体の発表会、研修会を誘致する取り組みを進めます。また、歴史、産業、防災、まちづくりなどの学術研究を目的とした団体活動についても積極的に受け入れます。



ツール・ド・佐伯

戦略2 情報発信

①旅まえ

佐伯に興味を持っていただくための取り組みとして、これまでのターゲットが判然としない大掛かりなイベントに依存する体質を改め、定期的な営業活動による旅行関連事業者との信頼関係構築を重視する誘客活動を行うとともに、マスメディアや佐伯出身の著名人の活用も進めます。また、情報発信の手段について、これまでのパンフレットやチラシの紙媒体偏重からデジタル技術、なかでも特にSNSをはじめとするICT技術を活用した個人向けのダイレクトな情報発信手法の導入を進め、紙媒体とデジタル媒体とをバランス良く展開させます。市内観光事業者のICT技術活用を促すための施策も展開します。

②旅なか

引き続き観光案内所の機能充実を図るほか、各観光施設へのWi-Fi設備の設置と並行して設置個所の適切な情報提供を行い、来訪者の旅の途中の手軽な情報発信を支援します。さらにスマホ時代に即した既存観光情報のWeb化や観光アプリケーションなどのICT技術の導入を検討します。また、佐伯市サイン計画により、公共案内板を統一的なデザインとすることで、来訪者へ所在位置や情報をわかりやすく伝達することに努めます。

③旅あと

旅を終えた後の情報発信手法として、SNSなどICT技術の活用だけでなく、口コミの効果を期待したお土産物の開発も進めます。

宣伝を目的としたイベントについても、情報収集の絶好の場としての活用を図り、アンケートやインタビューで得られる来訪者の行動特性の分析を行い、その結果を旅まえ施策へと反映させます。なお、観光アプリケーションなどのICT技術の機能を活用すれば、来訪客個人へとダイレクトに情報発信することが可能です。

戦略3 誘客

①国内誘客

佐伯は、国内誘客の重要な素材である温泉資源が弱く、加えて大都市域からのアクセスが不便なため、観光地としての取り組みが立ち遅れています。しかしながら食や自然景観、城下町や旧軍都としての歴史や文化、産業など別府や由布院にも負けずとも劣らない素材を数多く有しており、今後はそれらを十分に生かした観光の産業化を進めます。これまで力を入れてきた「食」と「自然景観」に加え、「体験」、「文化」、「歴史」といった幅広い分野の素材を生かし、さらに農林水産業や製造業などの地域産業に観光の視点を加えた、他地域にはない佐伯の強みを前面に押し出す取り組みを実施し、来訪者数の増だけでなく来訪者の滞在時間の増加も図ります。また、重要港湾佐伯港のポテンシャルをいかすため、クルーズ客船の誘致やフェリ

一航路の維持活動を行います。

佐伯は、これまでも大分県南3市での取り組みや由布市との連携、延岡市との連携、日本遺産認定に向けた行政間の連携、ツーリズム大分や九州観光推進機構をはじめとする団体との連携、JR九州など各種交通機関との連携を進めてきましたが、その繋がりをさらに深化させながら、県内外の自治体、地域、団体と既成概念にとられない積極的な連携を進めます。



丹賀砲台園地

(主な連携先)

・観光関係事業者

旅行事業者、交通事業者（JR九州、フェリー、レンタカー）、道路事業者、クルーズ船社 など

・団体、自治体

ツーリズム大分、九州観光推進機構、別府市／由布市、臼杵市／津久見市、宿毛市、延岡市、高千穂町、九州オルレ地域認定協議会、「神武東遷」日本遺産推進協議会準備会 など

[ターゲット]

重点的に誘客を目差すターゲットは次のとおりとします。

○20代～40代の女性

○彼女らを中心としたグループ（ファミリー層含む）

重点的に誘客を目差すターゲットを「20代～40代の女性と彼女らを中心としたグループ」と定めます。総務省が実施した「社会生活基本調査」によると、「旅行・行楽」の行動者率は男性よりも女性の方が高く、リクルートライフスタイルが実施した「じゃらん宿泊旅行調査2018」の中で宿泊旅行の同行者に関し男性は1人旅の比率が高い一方で女性はパートナーや家族、友人との旅行の比率が高い傾

向があるとされており、JTB総合研究所が実施した「女性の時間の使い方と旅行に関する調査」の中でも、約6割の女性が「自分が旅行の決定権を握る」と考えているとのデータもあります。

大人を対象とした体験やテーマ性をもったこだわりの商品を提供しながら、ファミリー層意識した体験・学習型の素材も開発し、観光消費による経済波及効果の享受と観光入込客総数の増加を図ります。

[重点的に誘客活動を行う地域]

(大分県内)

特に大分市を中心とする大分市都市圏を中心に効果的な宣伝活動を展開し、何度も佐伯を訪れていただくための集客事業を展開します。さらに別府、由布院に訪れている国内観光客の流入を図ります。

(福岡都市圏)

マスメディアや旅行関連事業者と連携による広告宣伝活動や集客事業を展開し、福岡市を中心とする福岡県内からの誘客を進めます。現状、フィッシングやオルレを目的とした来訪客が訪れておりその積み増しを進めます。

(宮崎県内)

県北地域を中心に高速無料区間を生かした誘客事業を展開します。特に高千穂には国内各地から多くの観光客が来訪しており、その流入を図ります。現状、宮崎県内からフィッシングやオルレを目的とした来訪客が訪れており、その積み増しを進めます。

(その他九州地域)

九州中央自動車道の進捗を見ながら、熊本市ほか九州自動車道沿線からの集客対策を検討します。現状、フィッシングやオルレを目的に九州各地から多くの来訪客が訪れており、その積み増しを進めます。

(四国・関西地域)

フェリー会社と連携して、フェリーを利用して九州を訪れる方に向けた着地型観光プランの造成を図り、フェリー航路を活用した誘客プランの検討を進めます。宿毛市と連携して、休止中の航路再開に向けた機運醸成の取り組みを進めます。

②海外誘客

佐伯は知名度が低いことに加えて、海外からの玄関口となる国際空港や国際旅客港からのアクセスが非常に不便という佐伯独自の取り組みでは解消することができないデメリットもあります。とはいえ、国全体で外国人観光客増加の取り組みを行う中で、日本人観光客の減少を外国人観光客が補う状況にあり、特に今秋のラグ

ビーワールドカップや来年の東京オリンピック・パラリンピック等により、その流れがより加速することが見込まれます。特に九州から近いアジア各地は急速に経済発展をとげ、さらに各国のビザ発給要件の緩和も見込まれることから、今後ますます来客数が増えることが見込まれます。また、何度も来日しレンタカーを借りて個人や少人数グループで周遊する観光客も年々増えつつあります。

昨年度から取り組みを始めた韓国、台湾に加え、九州各地の交通拠点、宿泊拠点に来訪する国や地域の出身者をターゲットに各関連機関と連携した誘客事業を展開します。佐伯を知っていただくことを目的としたメディア等の招請、各国地域での商談会等の参加に加え、旅行エージェントの招請、モニターツアーの実施等観光ルートやツアー行程に佐伯が含まれることを目指した事業を展開します。

特に欧米豪等を中心に近年注目されている「アドベンチャーツーリズム」について、広大な市域を有し、海・山・川の多様な自然環境に恵まれ、歴史文化を有する佐伯の強みを活かせる旅行形態であることから、九州観光推進機構等とも連携しながら取り組みを進めます。

[ターゲット]

重点的に誘客を目差すターゲットは次のとおりとします。

- 何度も来日しているリピーター客
- JRやレンタカーを利用して国内を移動する個人客及びグループ客

重点的に誘客を目差すターゲットを「何度も来日している、JRやレンタカーを利用して国内を移動する個人客及びグループ客」とします。観光庁の「訪日外国人消費動向調査」等によると、もともと個人旅行（FIT）の傾向が強い欧米豪だけでなく、東アジアやアジア地域についても近年団体旅行やパッケージ主体からFIT化が進んでおり、リピーター数の増加に併せて旅行先も都市部から地方部へと広がりがつつあります。なお、JRレイルパスの一部に佐伯駅が含まれていないことについて、JR九州への働きかけを行います。

[重点的に誘客活動を行う国や地域]

(韓国)

大分県内に最も多く来訪し、かつ九州各地の港とも定期航路を有していることから、現地での商談会の参加やWeb等による旅まへの宣伝活動を展開します。さらに大分空港及び宮崎空港、別府、由布院の宿泊施設等の関連事業者とも連携しながら個人客を中心に食やオルレによる集客を図ります。

(台湾)

福岡空港、宮崎空港への訪日客の取り込みを行うとともに、大分空港の定期航路化の進捗を注視しながら、誘客活動を展開します。今年度から実績が出始めている教育旅行誘致の取り組みに加えて、食とサイクルツーリズム等の体験型素材による

個人客向けの集客も図ります。

(香港)

訪日旅行の人気に加えてリピーター率も高く、九州内ではレンタカーの利用が多いという旅行動態に着目し、個人客を中心に誘客を進めます。特に高千穂との連携を進め、高千穂では体験できない食や体験を提供することにより相互の利益享受を目指します。

(ベトナム)

現地旅行会社研修生を受け入れた実績を生かして、当面は、旅行会社の九州周遊プランに佐伯を組み込むことを目指します。関係事業者の招請を行い、佐伯に宿泊するツアー造成検討を促すとともに、人口動態や経済成長から近い将来に見込まれるであろう個人旅行へのシフトを見据えた取り組みを行います。

(その他アジア諸国)

旅行ビザの緩和や福岡空港はじめとする九州内の港との定期路線の新増設、経済状況、旅行動態等を総合的に注視しながら、誘客策を検討していきます。

(欧米豪)

今後日本国内で相次いで開催されるラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターゲームズ観戦、大阪万博を目的とした来日者数の増加を見据え、また、主要観光地の動向や福岡空港への定期航路新設に向けた活動等を注視しながら誘客策の検討を進めます。また、プレミアムクラス及びラグジュアリークラスの中小型船を中心としたクルーズ客船の誘致を目指します。



ベトナム人研修生受入

③団体誘客

個人旅行が旅行の主流となった昨今でも、教育旅行やスポーツ合宿、企業や団体、大学等の研修旅行は、宿泊を伴う多くの誘客が見込まれることから、全国各地でも

誘致の活動を積極的に展開しており、市内にも数多くのお客様が訪れています。引き続き大分県教育旅行協議会や旅行会社と連携し、旅行会社や学校関係者等に対する積極的な誘致活動を実施するとともに、九州各地発のバスツアー企画会社への定期的な売り込みを行います。

（教育旅行）

農家民泊（グリーンツーリズム）を目的に関西地方や瀬戸内沿岸地域から多くの中高生が訪れ、佐伯ならではの農村漁村体験を行っています。さらに海外では台湾や中国からも学校交流を目的に訪れ始めています。生徒が安心して宿泊できる環境の充実だけでなく、体験学習や平和学習等学びの場の提供を行いながら、学校や旅行会社に対する誘致活動を積極的に進めます。



教育旅行入村式

（スポーツ大会・合宿）

高速道路からのアクセスが抜群で、かつ九州でも有数の規模を誇る佐伯市総合運動公園のポテンシャルを生かし、各種スポーツ大会やスポーツチームの合宿誘致に取り組みます。また、佐伯市総合運動公園を拠点に番匠健康マラソン大会やツール・ド・佐伯をはじめとする各種スポーツイベントも開催されており、それらを梃子にした誘客活動を展開します。



社会人野球チーム合宿歓迎式

(学術、芸術文化系団体の研修・合宿)

平成32年秋にオープン予定の「さいき城山桜ホール」を中心に学術、芸術、文化系団体の研修や合宿の誘致を進めます。

戦略4 受入態勢の構築

①おもてなし力の向上

来訪客がリピーターとなるきっかけの一つが、訪れた地域で関わった「人」の印象と言われています。観光事業者等を対象とした研修の実施や観光ガイドの養成により市内観光事業者等の接遇レベルを向上させることで、来訪者が心地よい佐伯滞在を体験しさらに何度も訪れていただけるような循環をつくります。

海外からの来訪者に対しては観光案内所職員等の語学力の向上のための勉強会を開催するほか、観光事業者向けの指さしシートの作成、多言語コールセンターの活用、ICT技術を活用した音声翻訳ツールの活用等を進めます。さらに、佐伯滞在をより快適なものとするため、市内各拠点のWi-Fi設備の設置やレンタサイクルの配置、観光施設の和式トイレの洋式化等の施設を整備します。

また、観光事業者を対象に万が一の場合に備えた危機管理の研修等も開催するとともに観光関連施設等スムーズにお金を使っていたくためのキャッシュレスの導入や心に刺さるお土産物の開発等より楽しくお金を使っていたける方策の検討も進めます。



佐伯ガイドの会

②観光関係事業者の連携と情報共有

市内には様々な地域資源がありますが、個々の資源単独で多くの来訪客を呼ぶことができるものは皆無です。市内の複数の観光事業者や観光素材が連携し、さらに市外の事業者や観光素材とも手を組むことで、来訪客が自身の好みや嗜好によって触れたいもの、味わいたいもの、感じたいもの、観たいもの自由に組み合わせ、佐伯を拠点に点から線、線から面へと行動範囲を広げていくように仕向けます。

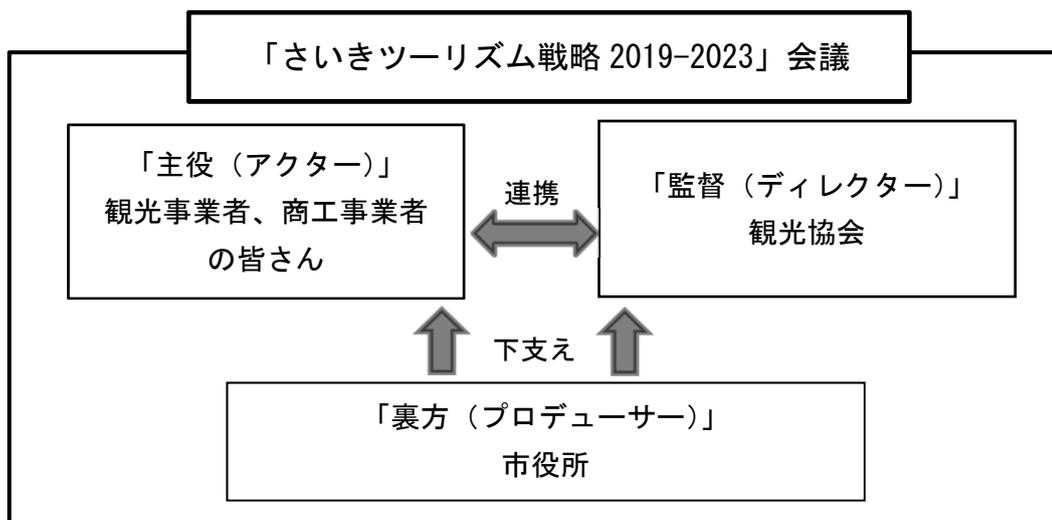
③観光産業の育成

観光業は世界的に見ても成長性の高い産業と言われており、波及効果の裾野が広い産業です。佐伯は、ものづくりのまち、農林水産業のまちですが、少子高齢化、低成長の時代を迎えた中、地域産業に余力があるうちに新たな稼ぎ先として観光産業を育成しなければなりません。宿泊業、交通業だけでなく、飲食業、農林水産業、製造業においても、観光という新たな視点を取り入れることで、経済効果を上げ、収益を伸ばす取り組みを進めます。

④推進体制

市内の観光事業者や商工事業者が主体となった誘客事業等を推進し、行政はそれを下支えする体制を構築します。改めて佐伯市観光協会をその中核となる組織として位置づけるためにも、将来のDMO化に向けた自立的な組織運営及び財務体質の構築を支援し、独自に観光事業の運営企画、事業推進ができるよう促します。市は後方支援的な役割に徹することとし、戦略の進行管理、情報収集、関係事業者との連携強化等を担います。

【役割分担イメージ】



さいきツーリズム戦略 2019-2023 の体系

【戦略の柱 1 佐伯ならではの観光素材の発掘と磨き上げ】

テーマ① 佐伯人と文化に触れる

○スローツーリズムの推進

- ・ 佐伯の歴史、文化の観光素材としての磨き上げ
- ・ 佐伯に住む人を魅ていただく取り組み
- ・ グリーンツーリズム、ブルーツーリズムの推進
- ・ まちあるき（オルレ、フットパス）の取り組み

テーマ② 食を味わう

○フードツーリズムの推進

- ・ 「スローフード」認知を目指した取り組み
- ・ 東九州バスク化構想の推進
- ・ 佐伯の食を気軽に楽しんでもいただく仕掛けづくり
- ・ 生産者や製造者との交流促進

テーマ③ 自然を感じる

○エコツーリズムの推進

○スローな時間を過ごしていただくための取り組み

- ・ キャンプ場の利用促進
- ・ まちあるき（オルレ、パブリックフットパス）の推進
- ・ サイクルツーリズムの推進
- ・ フィッシングツーリズムの推進

テーマ④ 産業を観る

○なりわいツーリズムの推進

- ・ 地域産業を観ていただくプランの造成
- ・ 地域産業を体験していただくプランの造成

テーマ⑤ 施設を活かす

○文化スポーツツーリズムの推進

- ・ 九州屈指のスポーツツーリズムの提供
- ・ 「さいき城山桜ホール」への文化系合宿等誘致

【戦略の柱 2 情報発信】

テーマ① 旅まえ

○SNSや旅行情報サイトを活用した情報発信

- マスメディアと連携した情報発信
- 事業者や市民が自ら情報発信する土壌づくり
- 「さいき応援大使」の創設、活用

テーマ② 旅なか

- 観光案内所の機能充実
- 来訪者が自ら情報発信する仕組みづくり
- 観光アプリケーション等のICT技術導入検討

テーマ③ 旅あと

- 来訪者が自ら情報発信する仕組みづくり
- ICT技術を活用した観光情報アナウンス
- 心に残るお土産の開発
- 統計情報等の活用

【戦略の柱3 誘客】

テーマ① 国内誘客

- 重点誘客エリアの絞り込み（福岡、大分、宮崎県北など）
- 別府、由布をはじめとする県内有力観光地との連携
- 高千穂をはじめとする新たな地域連携と周遊ルート構築
- 旅行事業者、交通事業者との連携
- クルーズ客船の寄港誘致

テーマ② 海外誘客

- 重点誘客エリアの絞り込み（韓国、台湾、香港など）
- 旅行博等への積極的な参加
- ブロガー招請ほか個人旅行者に向けたきめ細かな情報発信
- 別府、由布をはじめとする県内有力観光地との連携
- 高千穂をはじめとする新たな地域連携と周遊ルート構築
- 旅行事業者、交通事業者との連携
- クルーズ客船の寄港誘致

テーマ③ 団体誘客

- 教育旅行、企業団体研修の誘致
- スポーツ大会、合宿の誘致
- 学術、文化、芸術系合宿の誘致
- バスツアー、団体ツアーの定期的なセールス

【戦略の柱4 受入態勢の構築】

テーマ① おもてなし力の向上

- 観光事業者を対象とした接客研修の実施
- 観光ガイドの養成
- 観光案内所の機能充実
- 多言語音声翻訳等 I C T 技術の活用
- 楽しくお金を使っていただく方策の検討
 - ・キャッシュレスの導入促進
 - ・思わず手に取るお土産物の開発
- 観光施設トイレの洋式化推進

テーマ② 連携と情報共有

- 佐伯市観光協会を軸とした観光関係事業者の連携
- 観光関係団体の育成支援

テーマ③ 観光産業の育成

- 既存の観光業の振興
- 他業種の観光的視点の取り入れ

テーマ④ 推進体制

- 観光関係事業者主体の誘客事業の推進
- 佐伯市観光協会の機能強化

さいきツーリズム戦略 2019－2023 会議 委員

(さいきツーリズム戦略 2019－2023 策定委員会)

浅利 善然	京町通り街づくりの会
歳納 寛康	ツール・ド・佐伯実行委員会
狩生 健之	ぶんど銘醸株式会社
河内 昌子	さいきグリーンツーリズム研究会
山本 徹	佐伯港クルーズ客船受入推進協議会、佐伯商工会議所
川野 幹雄	佐伯市雇用・産業支援協議会
戸高 秀世	亀八寿司
高木 真由美	佐伯飲食業連合組合
岩堀 洋介	株式会社 F & T ホールディングス
石川 周治	JR九州佐伯駅
植田 茂樹	大分県タクシー協会佐伯地区
西田 善彦	佐伯海産株式会社（道の駅やよい指定管理者予定者）
小園 健一	一般社団法人困り事お助け協会（うめキャンプ村指定管理者）
河津 雅博	株式会社 JTB 大分支店
佐藤 聡	大分県南部振興局
倉富 哲	公益社団法人ツーリズムおおいた
前嶋 了二	一般社団法人佐伯市観光協会
武田 晴美	佐伯市観光ブランド推進部

(平成31年3月31日現在)



九州オルレさいき・大入島コース「海の中道」

さいきツーリズム戦略 2019-2023

令和元年6月

令和2年3月（一部改訂）

佐伯市観光ブランド推進部観光課