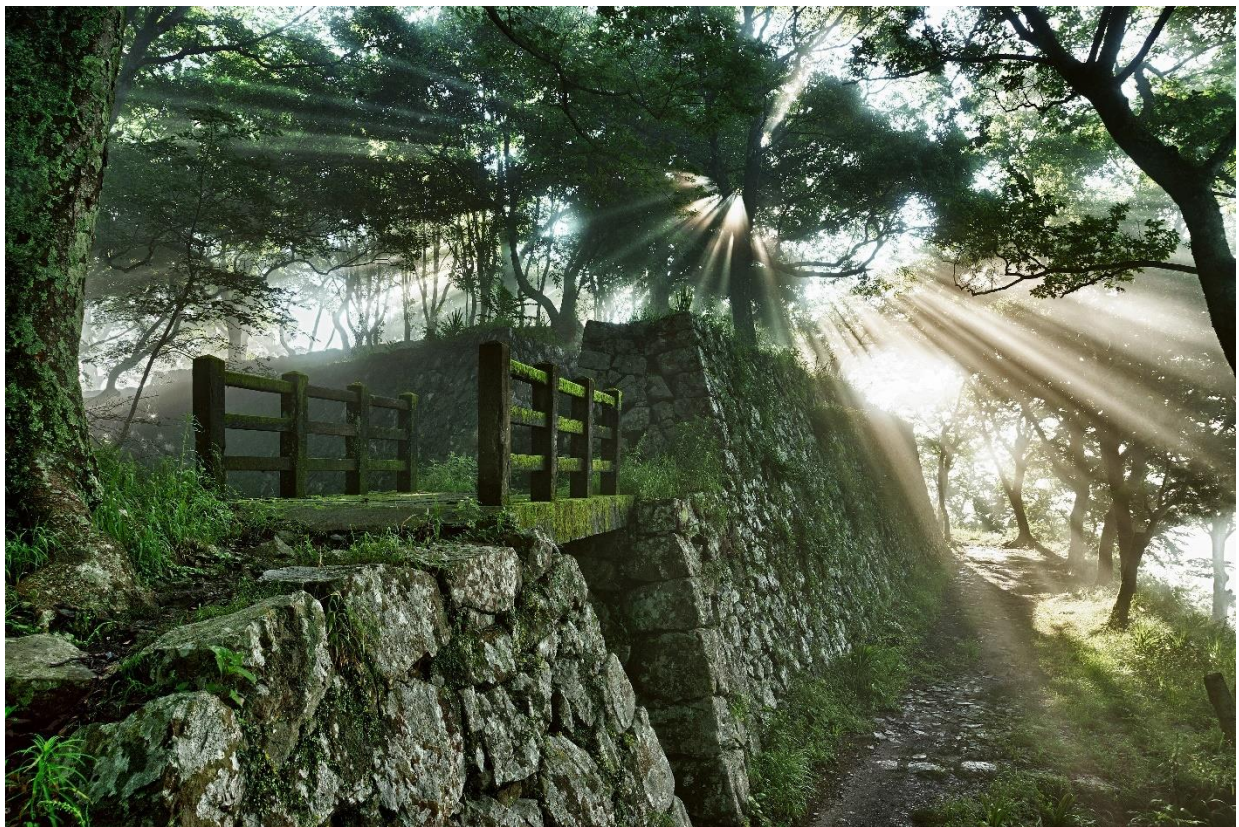


さいきツーリズム戦略 2024-2028



令和 6 年 7 月
佐 伯 市

目 次

1. さいきツーリズム戦略策定の趣旨 P 1

- (1) 戦略の目的
- (2) 戦略の位置づけ
- (3) 戦略の期間
- (4) 佐伯観光の現況と課題
- (5) 観光推進体制

2. 佐伯観光の分析(前期 2019-2023 の振り返り) P 4

- (1) 評価と課題
- (2) 目標指標の達成度

3. さいきツーリズム戦略 2024-2028 の方向性 P 10

- (1) 戦略の視点
- (2) コンセプトとキャッチコピー

4. さいきツーリズム戦略 2024-2028 の内容(案) P 11

- 戦略1 佐伯の強みをいかした観光の再認識と活性化
- 戦略2 多様化する社会情勢に対応した誘客
- 戦略3 情報分析と佐伯らしい情報発信
- 戦略4 観光産業の振興と組織連携
- 戦略5 おもてなしの地域づくり

1. さいきツーリズム戦略策定の趣旨

(1) 戦略の目的

本市は個々の観光資源として「食」「自然景観」「歴史」「文化」など多くの優れた素材を有しています。地域振興と観光振興を一体に進めていくためにはそれらの資源を最大限活用することが重要です。

「さいきツーリズム戦略 2024-2028」は、市民との協働で観光による地域づくりを進めていくための計画です。行政、観光地域づくり法人、観光事業者、商業事業者、農林水産事業者、市民一人ひとりが本戦略のもと、同じ方向に向かって地域づくり及び観光振興事業の推進と観光産業の振興に取り組んでいく指針となるものです。



(2) 戦略の位置づけ

本市では、令和4年度に、第2次佐伯市総合計画の前期基本計画が終了することに伴い、これまでの取組の方向性を引き継ぎながら、近年の社会情勢や市民ニーズを踏まえ、令和5年度からの新たな佐伯市のまちづくりの指針として、後期基本計画が策定されました。観光振興所管課では「さいきツーリズム戦略 2019-2023」を策定し、多種多様な事業を行っています。その戦略期間終了に伴い、新たなステージへと向かうため次期戦略の策定が必要となりました。

観光振興には進化と変革が必要です。本市は、別府・由布院のような温泉観光地ではないため、農林水産業や造船業等、地域の産業を観光化することで観光業から観光産業への転換に向かって、地域の機運を高める必要があります。

(3) 戦略の期間

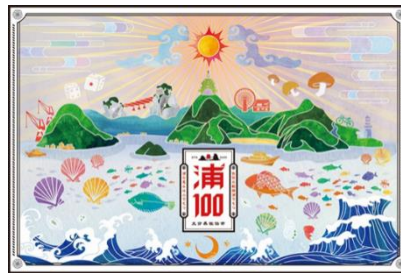
2024 年（令和 6 年）度から 2028 年（令和 10 年）度までの 5 か年とします。

(4) 佐伯観光の現況と課題

本市では「さいきオーガニックシティ」の実現を目指しており「オーガニック」を「経済・社会・環境」の 3 つの側面に配慮し調和した取組と位置づけ、シェアリング、デジタル、グリーンの視点で市民や企業、行政など地域社会を構成する多様な主体がそれぞれの役割のもと、相互連携を図り、人と自然が共生する持続可能なまちの実現を目指しています。



持続可能なまちづくりを観光の視点で取り組むため、令和 5 年度には新たな観光コンセプト「浦 100」もスタートしました。「佐伯の殿様 浦でもつ 浦の恵みは 山でもつ」という言葉があり、「浦 100」



は佐伯市の豊かな山・川・海を基礎とした自然の循環を観光コンテンツとして捉え、それを体感できる観光プログラムの造成や情報発信を通じて「100 年後も人の営みが豊かな浦を残すための 100 の観光アクション」を生み出すことを目的としています。

本市の観光における課題は、コロナ禍で減少した来訪者数、宿泊者数の回復に向けた誘客です。特に九州内に在住する方や外国人観光客が本市に訪問するきっかけとなる事業構築が必要となります。

(*「佐伯の殿様 浦でもつ 浦の恵みは 山でもつ」とは)

佐伯藩の財政状況を表した「佐伯の殿様浦でもつ」という言葉があります。豊かな自然との共生を表した言葉ともいえます。自然を大切にするという考え方は、豊富な漁獲のために魚付き保安林の保護という施策を推進させました。海の恵みは、山を大切にするところから始まると考えたからでしょう。まさしく「浦の恵みは、山で持つ」です。大切にされた自然との共生は、多くの富と豊かな地域文化を醸成してきました。

(5) 観光推進体制

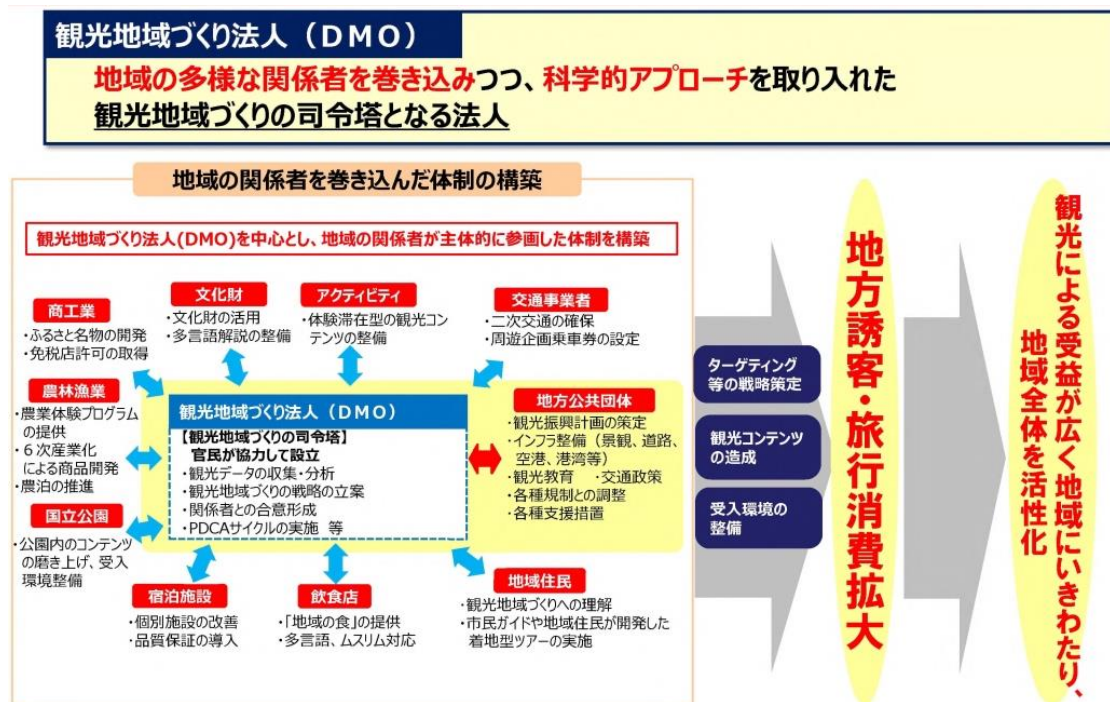
観光振興の目的は交流人口や観光消費額の拡大を通じて、地域を活性化させることです。本市の観光を推進するにあたっては、「受け皿となるまちづくりを進め」、「地域の稼ぐ力を誘発し」、「情報発信と誘客を行う」体制づくりが必要です。

令和5年度から一般社団法人佐伯市観光協会と株式会社まちづくり佐伯の、二つの組織を発展的に統合し新しい推進体制を構築する協議を進め令和6年2月に一般財団法人観光まちづくり佐伯（*佐伯版DMO）が設立されました。

一般財団法人観光まちづくり佐伯は国や市の支援を受けながら、独自に観光事業の運営企画、事業推進が行われる組織です。これからの本市観光振興においては佐伯版DMOを中心に、地域住民をはじめ、観光事業者や商工事業者、農林水産事業者が主役となる、「オール佐伯」での取り組みによる地域の活性化を目指します。

（*DMO(ディスティネーション・マネージメント・オーガニゼーション)とは

地域の稼ぐ力を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトのもと観光地づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実行、実施するための調整機能を備えた法人）



<観光庁資料より>

佐伯観光の分析(前期 2019-2023 の振り返り)

(1) 評価と課題

【戦略1：佐伯ならではの観光素材の発掘と磨き上げ】

佐伯ならではの観光素材の発掘として「甘酒工場見学」や「麴を使った新たな食メニュー」の開発などを行いました。

また、令和4年度からは佐伯市城下町観光交流館で、大正ロマンをモチーフとした袴着付け事業を計画し、令和5年3月からは予約受付が可能な体制ができています。

スローツーリズムの推進の中心である「グリーンツーリズム・ブルーツーリズム」はコロナ禍の影響を受けたものの令和5年の5月から新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことで徐々に回復傾向にあります。

フードツーリズムの仕掛けづくりにおいては、四季を通じた食キャンペーンの充実を図り、食観光の充実に向けた取組として「春の佐伯本マグロフェア」、「日豊海岸岩ガキまつり」、「東九州伊勢えび海道」、「食の七福神めぐり」を「食の四大キャンペーン」として実施し、コロナ禍ではあったものの各種クーポン券事業等の影響もあり、いずれの食キャンペーンも好調でした。

【食の四大キャンペーン】



また、佐伯ごまだし事業では、長年の取組が評価され、令和3年に日本記念日協会の「11月10日はごまだしの日」の認定を受け、令和4年には文化庁の「100年フード」の認定を受けました。

エコツーリズムの展開では登山やトレッキングのほか、藤河内溪谷を核とした夏のキャニオニング等については、民間事業者が取り組んでおり、ニーズに対して十分な規模で事業展開ができています。

エコマイスター制度の充実では、自然環境に関する専門的な知識を備えたガイドが生まれておりブランド化を図る段階にあります。

まちあるきの取組ではコロナ禍においても九州オルレさいき・大入島コースのオルレフェアを定期的実施し、根強いオルレファンに支えられ毎回募集人員の上限に達する参加者があり、フットパスコースは新たに直川コース、西上浦コースの2



コースを整備し、全 8 コースとなりました。各コースを所管する振興局ではイベントで同コースが活用されています。

造船業の進水式等を活用とした産業観光の育成では、令和 2 年 7 月の流氷破冰観測船ガリンコ号Ⅲ IMERU の進水式で約 800 人を集客、11 月 3 日には完成お披露目会を実施し 400 人の参加者と報道 7 社を誘致、観光団体・旅行会社 8 社のツアーも実施されました。しかし、その他の進水式は、新型コロナウイルス感染症対策により、非公開となるものも多かったため観光素材としての活用も苦戦を強いられました。



【戦略 2：情報発信】

ホームページの活用では、佐伯市観光協会公式 HP のリニューアルに向け、令和 2 年 9 月から佐伯市観光ポータルサイト「佐伯市観光ナビ」を試験試用、令和 3 年 4 月から本格稼働し現在まで運用しています。(令和 4 年度の総アクセス数 359,466 回)

佐伯市観光協会の Facebook、Instagram では「#おかえりなさいき」を付け、毎日同じ時間に投稿することで情報が届きやすくなるように投稿ルールを定め、SNS での情報発信を行いました。

インバウンド向けにはアジア地域を重点市場に位置付け韓国・台湾からの訪日旅行者をターゲットにした多言語観光動画の制作や影響力のあるパワーブロガーを招へいし情報発信を行いました。

花観光の充実では、各地域の特色ある花作りと並行して SNS を活用した「花の見ごろ情報」の提供を令和 3 年度から本格化しています。

また海外サイクリスト向けの情報発信として、ツール・ド・佐伯 2019 に合わせ、台湾サイクリスト 1 名、台湾サイクル専門誌の記者を招請し、訪日サイクリストによる SNS での情報発信や台湾自転車専門誌「單車誌 2019.12-2020.1 月号」に 6 ページにわたって掲載されました。

【戦略 3：誘客】

大分市圏域、福岡県域、宮崎県域をターゲットにツアーの造成に注力し、令和元年以降はツアーの参加人数、本数、会社数も増え続けています。特に令和 3 年度のツアー獲得実績数は、令和元年の約 3 倍と急伸しています。要因としては、従来の観光資源の魅力に、甘酒工場の見学や麴を使った新たなメニュー開発などの磨き上げが行われたことに加え、(一社)佐伯市観光協会が関係機関と連携を図り、各種

の支援制度などを活用しながら年間を通じた誘客に取り組んだことが挙げられます。さらに旅行社へ抗原検査キットを提供する仕組みづくりに一早く取り組んだ先進性や旅行会社からの人材派遣による観光人材の育成はコロナ禍でも本市の観光振興に大きく貢献しました。

公共交通機関との連携においては、観光列車や臨時列車を活用したツアーを実施しました。

J R九州の「ななつ星 in 九州」(令和2年8月～)「36 ぷらす3」(令和2年10月～)の誘致に成功したことも大きな成果です。

NEXCO西日本との連携では令和2年は山田SA(下り線)に設置した小型自販機で佐伯市内のみで使える寿司チケットの販売やETC割引、カードラリーを実施し福岡県域からの誘客を行い、令和3年以降も事業内容を改善しながら、連携を継続しています。



クルーストレイン ななつ星

沿線の皆さま
手を振って
お見送り
しましょう！

皆様のご協力をお願いいたします。

広域連携の取組では、東九州伊勢えび海道(延岡市、令和5年で20年目)、日豊海岸岩ガキまつり(日向市、門川町、延岡市)などの食観光に加え、県南3市ツーリズムパワーアップ協議会で定期航空路線を利用した誘客事業(空恋28号機 食♡おおい県南 うすきつくみきてくださいき号)の運行等を行い広域的な誘客を図りました。

また、令和3年度にはコロナ禍により国内旅行の需要も冷え込むなか、別府市との連携協定を基に別府市の宿泊者を対象に、佐伯市内で使える食事券を配布する事業「おかえりなさいきキャンペーン ～別府で温泉&佐伯で海鮮～」を実施し、特色のある事業として注目を集めました。



月には台湾台中市と「サイクルツーリズム及び観光友好交流の促進に関する協定」を締結し、台湾からのサイクルツアーが複数実現しました。

クルーズ客船の寄港誘致では平成30年7月に「佐伯港クルーズ客船受入推進協議会」が設立されクルーズ船の本格的な受け入れ態勢を整備し、翌年の令和元年9

海外誘客では、令和元年に市長を団長とする台湾訪問団を組織し、行政、企業、旅行会社、ジャイアント社をはじめとする自転車関連企業・団体と交流を深めるとともに本市への観光誘致活動や台湾ジャイアント社の日本支社を訪問し、「ツール・ド・佐伯」へのツアー造成と同社関係者の参加要請を行いました。こうした取組により、令和5年2

月 26 日には日本クルーズ客船株式会社「ぱしふいっくびいなす」の入港が実現しました。入港時には神楽で出迎え、出港時には伝統舞踊の千束楽での見送りを行い、乗客向けのオプションルツアーによる市内周遊も実施され、令和 3 年 5 月には商船三井クルーズ株式会社「にっぽん丸」、令和 4 年 11 月には日本クルーズ客船株式会社「ぱしふいっくびいなす」の 2 度目の入港があり、コロナ禍ではありましたが、感染対策を行った上で受入を行いました。



教育旅行素材の開発では、SDGs に着目して令和 2 年にヒラメの養殖場の見学を提案したほか、令和 3 年には海の藻場保全をテーマとした旅行商品の開発を名護屋地区の漁業者と水産研究機関関係者とともに取り組んでいます。

スポーツ大会・合宿の誘致では、宿泊を伴う大会等の誘致を促進するため、平成 30 年に従来の宿泊者 1 人につき 1,000 円の補助制度を、1 泊につき 1,000 円に増額しました。補助金額の改定後の延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の影響を受けながらも、令和元年度 4,178 人、2 年度 2,455 人、3 年度 4,278 人、令和 4 年度 6,946 人、令和 5 年度 4,281 人（R6.1.5 現在）と推移してきました。

また近年は、東海大学駅伝部、SUBARU 硬式野球部、福岡ソフトバンクホークスの柳田悠岐選手など、全国でもトップレベルのチームやプロ選手が合宿を行うことで、メディアで取り上げられ大きな反響を呼び様々な効果が生まれています。

そのほか、これまで多くの受け入れを行ってきた野球やサッカーに加え、アメリカンフットボールやラクロス等の新たなスポーツの利用も増加してきています。

文化合宿・発表会の誘致では、大学や高校の吹奏楽部や軽音楽部を中心に誘致活動を行ってきました。特に、別府市で行われる九州マーチングコンテスト参加校へ積極的に PR を行った結果、令和 2 年度に精華女子高校（福岡県）や玉名女子高校（熊本県）を招き SAIKI 吹奏楽フェスタを開催することができました。また翌年度には同大会へ参加する精華女子高校、宮崎西中学校（宮崎県）、神村学園（鹿児島県）の吹奏楽部の合宿も実現しました。



【戦略 4：受入態勢の構築】

観光ガイドの養成は新型コロナウイルス感染症の影響で取り組めない年もありましたが、観光ボランティアの募集・養成研修、高校と連携した学生ガイドの養成

講座に取り組みました。また、観光ガイドの会では、研修会を重ね能力向上に努めました。

そのほか、小学生を対象としたボランティアガイド、英語サークルの受講者を対象に外国語ガイドの養成にも取り組みましたが、新型コロナウイルス感染症のため休止せざるを得ない状況となりました。

観光客の受け入れ環境を整備するため、観光施設の充実に努めました。市内キャンプ場においては、ケビンの改修や備品の整備を行いワーケーションの推進を図るため、各キャンプ場へ Wi-Fi の整備を行いました。その他祖母傾国定公園遊歩道の改修、やよいの湯のサウナの増設、道の駅 3 駅の指定管理公募に伴う内装等の改修と備品の整備を行いました。

【総括】

戦略期間 5 年間に於いて、世界的に流行した新型コロナウイルスが人流を大きく阻害し、戦略に沿った事業推進にも多大な影響を及ぼしました。目標としていた観光施設入込客数や宿泊客数の指標を達成することはできませんでしたが、厳しい状況下においても新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金の活用により、シティプロモーション事業、観光施設整備事業、ウィズコロナにおける誘客事業など有効な事業を実施できたことから、一定の成果はあったと評価します。

令和 5 年 5 月から新型コロナウイルス感染症も 5 類に移行し、観光復活のため「持続可能な観光」を目指すべく、観光素材のさらなる磨き上げと各種関係機関などとの連携を一層密にしながら、地域の観光における課題解決と先進的な誘客の取組みを行っていきます。

(2) 目標指標の達成度

●観光施設等入り込み客数 129万人/年

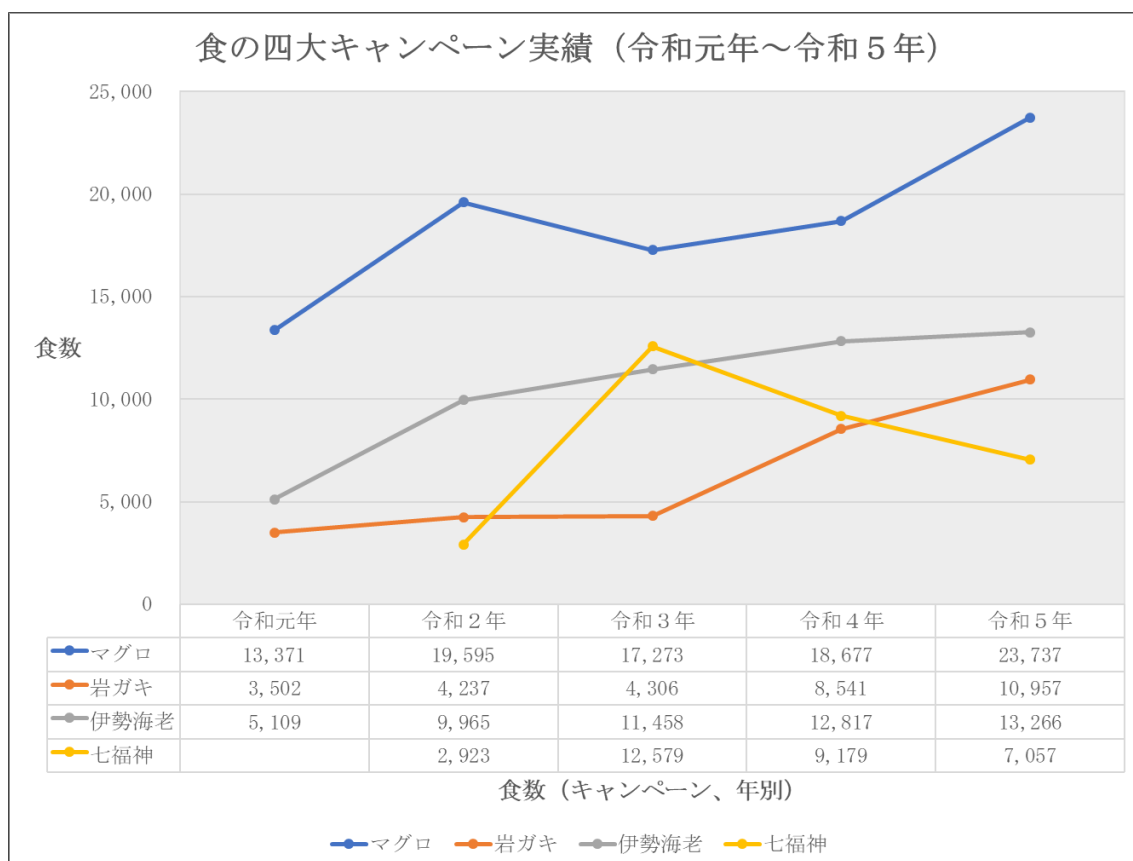
【目標指標1：観光施設等入り込み客数】					
年 度	2019(R1)年	2020(R2)年	2021(R3)年	2022(R4)年	2023(R5)年
実績値	116 万人	116 万人	114 万人	120 万人	126 万人

●宿泊者数24万人/年、外国人宿泊者数3万人

【目標指標2：宿泊者数】					
年 度	2019(R1)年	2020(R2)年	2021(R3)年	2022(R4)年	2023(R5)年
実績値	136,309 人	104,244 人	115,653 人	144,497 人	160,117 人

【目標指標3：外国人宿泊者数】					
年 度	2019(R1)年	2020(R2)年	2021(R3)年	2022(R4)年	2023(R5)年
実績値	3,988 人	1,745 人	1,442 人	690 人	2,506 人

●参考：食の四大キャンペーン実食数実績



3. さいきツーリズム戦略 2024-2028 の方向性

(1) 戦略の視点

さいきツーリズム戦略 2024-2028 では「おかえりなさいき」のキャッチフレーズのもと、コロナ禍からの復活を図るため5つの戦略の柱を立て、持続可能な観光を推進していきます。前戦略の趣旨・視点・戦略を引き継ぎながら、佐伯市民全体で佐伯を訪れるお客様の満足度を高め、リピーター化を図るため、魅力ある機会の提供や観光消費額の増加、自然・文化資源の維持保全に配慮した取り組みを行います。

特に令和6年4月から6月の福岡・大分デスティネーションキャンペーンや、令和7年4月から10月の大阪万博の開催などビックイベントに対応した誘客を進める必要があります。国・県・関係市町村や観光事業者と連携して観光素材の掘り起しや磨き上げを実施します。「県境のない観光」の実現に向けて、相互の異なる魅力を掛け合わせて旅の付加価値を上げ、広域的な事業を展開します。

また、「佐伯の殿様 浦でもつ 浦の恵みは 山でもつ」という言葉があるように、佐伯市は豊かな山、川、海を有しています。1623年、佐伯藩が魚類の生息を守るため森林資源を残す触書も残存します。これは現代のSDGsの先駆けともいえる取り組みでもあり、佐伯市は令和2年3月に「さいきオーガニック憲章」を制定し、佐伯市の宝である山・川・海を守るまちづくりを宣言しました。

さいきツーリズム戦略 2024-2028 においても「浦100」プロジェクトを共通の理念とし、「さいきオーガニックシティ構想」についての取り組みを進めます。

100年後もこの豊かな自然を保ち観光資源として生かすために、山・川・海の自然の循環を観光コンテンツと捉え、自然の恵みを体感できる観光プログラムの造成に取り組み、「100年後も人の営みが豊かな浦を残す」ことを目標に、参画者ひとりひとりと一緒に考え行動する視点に立ってプロジェクトを構築します。

(2) コンセプトとキャッチコピー

◎共通キャッチコピー

おかえりなさいき



◎特にインバウンドをターゲットとするキャッチコピー

Okaerina Saiki

4. さいきツーリズム戦略 2024-2028 の内容(案)

戦略1 佐伯の強みをいかした観光の再認識と活性化

じゃらん宿泊旅行調査 2022（都道府県魅力度ランキング）において大分県が総合満足度1位を獲得しました。温泉＋αの素材（まち歩きなど）を多くもつことが評価につながりました。本市は残念ながら温泉施設に恵まれません。そのため、＋αで勝負をする必要があります。地域が誇る観光資源を観光客目線で磨き上げ、広く発信を行うことで、観光県大分のブランド力を呼び込むことができます。

① 食と観光

「食」は佐伯市観光の代名詞として、誘客の中心を担ってきました。豊かな海からの恵みを生かした「佐伯寿司」や令和4年に文化庁の「100年フード」の認定を受けた「佐伯ごまだし」など、独自の食文化や「麴」「酒蔵」などの伝統食は佐伯市ならではのものとして、市内外に根付いてきました。また、佐伯ラーメンなど地域に根付いた食もメディア等による発信により市外からの誘客に寄与しています。

四季を通じた食キャンペーンでは「春の佐伯本マグロフェア」、「日豊海岸岩ガキまつり」、「東九州伊勢えび海道」、「食の七福神めぐり」も定着しつつあります。

しかし、一方で今後社会情勢や環境の変化により食材の安定供給が難しくなるといった懸念やリピーターを含め誘客数は多いものの「食」以外の広がりに至っていないといった課題もあります。

そうした懸念や課題を十分認識し事業を進める必要があります。今後は、生産者や料理人との情報交換を一層図り、「食」の生産（提供）現場の状況把握に努めます。また、市内に点在する特色あるカフェ（カフェ巡り）や袴体験（さいきレトリップ）を「食」と絡めることにより、市内周遊、観光消費の拡大へとつながっている例もあることからキャンペーン内容の一層の進展に努めます。



② 自然体験

本市は、祖母・傾山系の急峻な山岳と雄大な稜線が続く山間部から清流番匠川を経てリアス海岸と大小の島々が点在する海岸部へと変化に富んだ豊かな自然が広がります。それらは、祖母傾国定公園と日豊海岸国定公園に指定され、さらにはユネスコエコパークの認定を受けるなど国内はもとより国際的にも豊かで優れた自然環境として高く評価されています。そして、本市はその豊かな自然から多くの恩



恵を受け発展してきました。



令和5年度から、「浦100」を新しいコンセプトとした観光の取組が始まりました。これは、「人々の営みを支えてきた本市の豊かな自然を将来にわたり残しましょう!」との気持ちが込められています。具体的には、自然体験を通じ、自然の美しさや価値を伝え理解してもらう観光プログラムの造成に努めるものです。

新型コロナウイルス感染拡大をきっかけにアウトドアを楽しめるキャンプブームが加速しています。市内キャンプ場では、管理者それぞれが趣向を凝らした取り組みを行っているほか、経験豊富なインストラクターによる講習や体験事業も大変好評です。本市の自然を体感できる最適なツールであり関係者と連携を図りながら推進していきます。



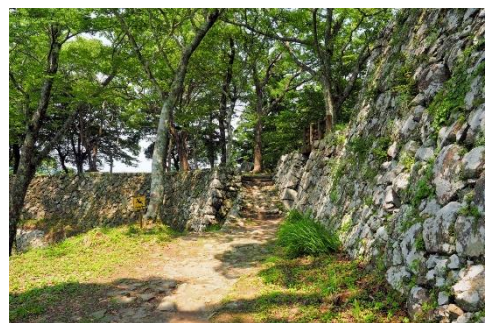
グリーンツーリズムとブルーツーリズムも需要が伸びていくものと思われます。自然や地方の人々の生活に触れる機会を求める旅行者にとっては魅力的なものであり、交流人口の増大は、農村・漁村地域の産業、地域の活性化にもつながります。

九州オルレさいき・大入島コースの参加者が令和5年11月に累計1万人に達しました。毎年、国内はもとより発祥地である韓国から旅行者が訪れ、大入島の自然を満喫していただいています。また、受け入れ先の大入島では、島民がガイドやコース整備、食事の提供等に積極的にかかわり、過疎高齢化の進む島の活性化にもつながっています。オルレに類似し、市内に8コースの整備を行ったパブリックフットパスは、地域の祭りやイベントに活用されており、オルレとともにイベントの開催やツアーの誘致を通じ活用を図っていきます。

そのほか、サイクリング、キャニオニング、サップ、フィッシング等、本市の自然を生かし、関わる事業者など市民が自然を活かし、守る取り組みを図ります。

③ 歴史と文化

「佐伯城跡」は、平成29年に公益財団法人日本城郭協会が歴史的・文化的重要性等を基準に審査を行い「日本100名城」に選出され、令和5年3月には日本の近世城郭のあり方を知るうえで貴重な史跡と評価され国史跡の指定を受けました。スニーカーでの低山登山ができる気軽さもあり、旅行社が企画する「城をめぐるツアー」のコースにも設定され遠来者も増えています。貴重な史跡



との評価・価値を観光に生かすとともに「食」あるいは「体験（さいきレトリップ）」等の事業を絡めるなど、観光面での付加価値を高め魅力増進を図ります。

軍都佐伯の遺構や記録も歴史を学び平和の尊さを知る貴重な資料です。平和祈念館やわらぎや市内に点在する戦争戦跡を教育旅行のモデルルートとして活用します。

さいき城山桜ホールや周辺では、令和2年10月の完成以来にぎわいが生まれています。隣接する古い街並みを残す船頭町を含め、観光スポットとして活用します。



④ 観光素材の磨き上げ

佐伯に息づく塩麴等の伝統食を観光に活用します。伝統食が生まれた背景には、その地域の気候風土と深くかかわり、独自の由来が存在します。生産現場での生産者との交流を通じ、生産の「体験」、伝統食が生まれ育まれてきた歴史の「学び」の機会を提供することで、単に料理を楽しむだけでなく、伝統食を通じ地域の歴史や地域に根差した文化を理解してもらいます。

本市ならではの旅行プランやプログラムを企画運営する「着地型旅行商品」に取り組みます。本市の観光素材を活用した観光商品を自ら造成することで、「サステナブル・ツーリズム」や本市独自の観光コンセプトである「浦100」あるいは「オーガニック」を意識した商品開発に努めます。

*サステナブル・ツーリズムとは国連世界観光機関（UNWTO）によれば「訪問客、産業、環境、受け入れ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」を意味します。

●目標指標：来訪者満足度●

2028年度 目標来訪者満足度： 81.0%（「おいに満足」）

目標来訪者満足度：事業毎のアンケートで「おいに満足」の割合

・ ツアー訪問者 75.0%（2023年実績 70.4%）

・ NEXCO 西日本連携事業 81.0%（2023年実績 75.9%）

※事業選定理由：今後5年間は継続事業として見込まれるため。

戦略2 多様化する社会情勢に対応した誘客

新型コロナウイルス感染拡大前後では、観光客の求める観光素材や受け入れ環境などに大きな変化が見られました。社会情勢や環境、価値観の変化へ対応した戦略が求められます。

特に、近年は旅行も多様化し、大型レジャー施設、温泉地等の観光地を目的とする団体旅行から、地域の生活、グルメ、体験、価値そうしたものを求め、個人や小

規模で自由に旅するスタイルが増えています。

こうした傾向は、観光地ではない地方の町の可能性を広げるものであり、本市の自然、歴史、文化、地域に息づく暮らし、これら幅広い資源を開花させ旅行者のニーズに活用していくことが求められます。

① 国内誘客

「じゃらん宿泊旅行調査 2022 大分県」によると、県内を訪れる宿泊旅行者のうち福岡県からの旅行者が約3割と高く、宿泊先としては、別府市、由布市が約7割を占めている状況となっています。そのため、今後も前回の戦略と同様に福岡及び宮崎圏内からの誘客に引き続き取り組んでいきます。

「都市圏からのアクセス」を意識した取り組みとして、高速道路や電車など公共交通機関と連携した事業を継続します。JR デスティネーションキャンペーンや大阪万博など今後大規模なイベントが控えており、来訪者を増やし、滞在時間を少しでも伸ばすためには、他市町村との連携は不可欠です。今後も継続して別府市及び由布市と連携し両市を訪れる観光客の誘致に取り組むほか、県内はもとより県境を越え宮崎県の自治体やDMO等観光関係団体と連携を深め誘客に努めます。

[エリアごとの誘客方針]

(県内観光主要地域からの誘客)

県内としては、大分市からの誘客を主軸として事業構築を図ります。また、大分県内の観光地からの誘客として、別府市・由布市からの誘客に取り組みます。特に、「別府から佐伯行こうキャンペーン」では、リピーター客や観光消費の拡大を図るとともに「別府観光からの佐伯観光」という観光ルートの定着化に向けて今後も継続します。

さらに新たに由布市に宿泊する国内外の富裕層をターゲットにした誘客事業も今後検討し、取り組んでいきます。



(福岡県からの誘客)

各種メディアを活用し、福岡県在住者に向けてPRを積極的に行います。また旅行会社等と連携し、団体ツアーを誘致するとともに、「食」だけでなく、九州オルレさいき・大入島コースやサイクリングなど地域の方と協力し佐伯でしか体験できないコンテンツをPRし誘客を行います。

また現在NE X C O西日本やJ R九州など公共交通機関と連携した誘客事業では、より効果的な事業実施方法を模索していき、誘客数だけでなく、観光消費の拡大により多くの事業者へ効果が及ぶ仕組みづくりを行います。



（宮崎県からの誘客）

本市は東九州のほぼ中心に位置します。福岡県や大分県から宮崎県間の観光客の移動ルート上にあることから、本市へ立ち寄っていただく仕組みづくりを行います。また、九州観光の定番コースである阿蘇・高千穂ルートなどからの誘客にも取り組みます。

県境を越え取り組んできた「東九州伊勢えび海道」と「日豊海岸岩ガキ祭り」も恒例の行事として広く認識され定着しています。引き続き宮崎県内の自治体や観光関係者とともに連携を図り、イベントをはじめ広域観光に取り組みます。

（その他エリアからの誘客）

JRデスティネーションキャンペーン、ツール・ド・九州、大阪万博など多くの集客が見込まれるビッグイベントが予定されています。そうしたイベントへの来場者を本市へ呼び込むための取組が必要です。キャンペーンやイベントに合わせ「浦100」をコンセプトとした観光体験等本市独自の特色ある商品を企画・販売し、旅行会社や各種関係機関と協力して宣伝・誘客に努めます。

〔分野ごとの誘客方針〕

（教育旅行）

グリーンツーリズム（農家民泊）・ブルーツーリズム（漁村民泊）を主軸とし、商談会に参加するなど、大分県や佐伯市グリーンツーリズム研究会と連携して誘致に取り組んでいきます。

またターゲットとして県内はじめ、九州内、並びに関西以西の学校、海外は台湾の学校を設定し、学校交流や農家体験を充実させます。



（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、特に滞在期間の長い社会人野球や大学硬式野球部、参加チーム数の多いサッカー大会等の誘致に力を入れていきます。

またプロ選手等、メディアの注目を集める選手を誘致し、本市の更なる知名度アップを図ります。

（クルーズ船誘致）

主要国内船社への誘致活動や、各種クルーズ船商談会に参加し営業活動を行います。同時に近隣市町村に停泊したクルーズ船に乗船する観光客向けツアーの提案も積極的に実施します。

②海外誘客

新型コロナウイルス感染拡大以前から進んでいたインバウンド客の*F I T化が、感染拡大以後さらに進み、観光庁が出している「訪日外国人消費動向調査 2022」によると、83%の方が個別手配となっている現状があります。F I T化が進むにつれ、施設の案内やパンフレットなど様々な受け入れ環境の整備も必要となってきます。

これらの受け入れ態勢の整備として、観光人材の育成や宿泊施設のホスピタリティの強化、パンフレットの電子化や多言語化、市内案内板等の整備、キャッシュレス決済の導入などを目標に取り組みます。

佐伯市は前回の戦略時から、韓国や台湾を対象に商談会への参加や現地の旅行会社・企業などへアプローチを行ってきました。これからも市場ごとに個人旅行や団体ツアー、教育旅行やインセンティブツアーなどの誘致に取り組んでいきます。

インバウンド客獲得のためには、何よりも魅力ある体験プログラムやツアーの造成が必要です。サイクリングや九州オルレのほか、本市の豊かな自然、文化、歴史、暮らしが体感できるインバウンド向けのプランを組み立て、情報発信を行い誘客に努めます。また、インバウンド客の延べ宿泊者数等のデータについても継続的に収集を行い、観光施策に活かしていきます。

[エリアごとの誘客方針]

(韓国)

ツーリズムおおいたや九州観光機構、日本政府観光局などが主催する現地観光商談会に参加し、現地旅行会社へ「食」や「オルレ」など関心度の高い「体験」を中心に営業を行います。

九州各地の航空路線が徐々に就航しつつあるため、最新の情報も収集し、商談等に取り組んでいきます。

また、近年は野球やサッカーなどのスポーツ合宿の問い合わせや依頼が増えていることから大分県などと連携して誘致を図ります。



(台湾)

台中市との「サイクルツーリズム及び観光友好交流の促進に関する協定」締結をきっかけに官民一体となり観光をはじめとする両市の交流が進められています。本市の「自転車のまちづくり」の整備も進められる中、引き続きサイクルツアーの誘致に努めるとともに、教育旅行やインセンティブツアー等についても旅行会社や企業へ積極的に宣伝していきます。



(ベトナム)

ベトナムニンビン省との「協力関係及び友好交流に関する覚書」締結を受け様々な分野の交流が進んでいくと考えます。令和5年に開始した現地高校生と佐伯市内の高校生の相互派遣交流をきっかけに、まずは教育旅行を中心に誘致を図ります。

(中国)

新型コロナウイルス感染拡大以前は、九州に多くの中国人観光客が入国していたことから、その動向についても状況を注視し対応を検討していきます。

(欧米豪)

海外旅行を団体旅行やパッケージツアーを使わずに個人で手配する「個人旅行」および「個人旅行者」が多いのが特徴です(F I T)。長期滞在を行い、旅行での消費支出額が大きい傾向があり、今後誘致を進めたい地域であると考えています。一方で、訪問先として国内の中で九州は認知度が低いエリアとなっています。

誘致を進めるには、「浦100」に絡めたストーリー性のあるツアーや商品など本市でしか体験できない魅力あるコンテンツの造成、情報発信に取り組んでいく必要があります。

(その他の地域)

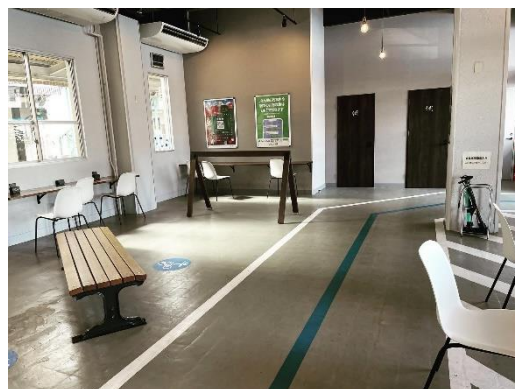
福岡空港や大分空港など近隣空港を主軸とし、定期航路が新規就航になるなど、社会情勢や旅行動態を総合的に注視しながら誘客策を検討していきます。

(*F I Tとは団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で海外旅行に行くこと。Foreign Independent Tourの頭文字の略)

③サイクルツーリズムの推進

本市では「佐伯市自転車活用推進計画」(令和3年3月に策定)に基づき自転車の活用推進を図るため、交通、環境、健康、観光などに係る各種施策に取り組んでいます。観光面においては、自転車を活用した様々なイベントのほか、JR佐伯駅サイクルステーションや自転車通行空間等の環境整備を行い誘客に努めています。

自転車は、本市が有する豊かな自然景観を満喫することができる最高のツールであることから、今後も積極的に自転車を活用した観光の取組を推進します。



(ツール・ド・佐伯)

これまで 32 回の開催を誇る「ツール・ド・佐伯」は、毎回、1 千人を超えるエントリーがあり、九州を代表するサイクルイベントとして定着しています。

今後も豊かなグルメが自慢のエイドステーションや周遊する参加者に温かい声援を送る市民の方など、本大会の運営を大切に継承し「サイクリストに優しいまち佐伯」の更なる推進を目指します。



(e バイクの活用)



高性能の e バイクは、初心者からサイクルマスター、子どもから大人まで、普段登ることが厳しい坂道やロングコースなども走破可能となり、走行範囲が大きく広がる魅力的な移動ツールです。

本市の恵まれた自然環境を体感していただく最適なツールであり、個人の利用はもとよりサイクルツアーに活用していきます。特に、台湾台中市との協定に基づき推進していくサイクルツアー等、自転車を活用した交流事業に大いに機能するものと考えています。

(大分、宮崎県境 5 市政策協議会との連携)

日豊海岸沿いの臼杵市、津久見市、佐伯市、延岡市、日向市が連携しサイクルツーリズムを核とした地域づくりに向けて動き出しました。

具体的には、門川町も加えた「日豊海岸サイクルツーリズム推進協議会」が令和 5 年 12 月組織され、今後は国が認証するサイクルモデルルートへの認定やサイクルイベント等の実施を目指します。

●目標指標：延べ宿泊者数・入り込み客数●

前戦略から統計データとして収集している各宿泊施設の宿泊者人数と主要観光施設の入込客数を活用する。

2028 年度 目標延べ宿泊者数： 180,000 人 (2023 年実績 160,117 人)

入込客数：1,522,500 人 (2023 年実績 1,266,074 人)

戦略3 情報分析と情報発信

観光振興事業を推進するにあたり、消費者ニーズ、行動パターン、市場動向、社会情勢などあらゆる角度からの分析が必要となるため、GPSデータの活用、アンケート調査、各種観光統計データ等有益な情報収集に努め、関係者と共有することで各種プランへの活用を図ります。

また、佐伯市の観光情報発信手段としては、佐伯市観光協会公式HP「佐伯市観光ナビ」を中心に、Instagram、Facebook等のSNSを活用し、これらの手段を中心に、インフルエンサー招へい事業やマスメディアでの掲載、放送等を行います。

① 個人旅行者向け情報発信

（ホームページ、SNSを中心とした情報発信）

佐伯市での体験などを旅行サイトで予約できるように設定し、実際に来訪を検討している方の佐伯市観光ナビへのアクセス数増加を狙います。

Instagram、Facebookを活用しての情報発信も継続的に行い、アクセス数や来訪者の情報を整理し、各ソーシャルメディアに適した形での情報発信を行います。

（マスコミの活用）

ケーブルテレビ佐伯、エフエムさいき等の地元メディアのほか、県内メディアや九州内のメディアに情報提供を行い、積極的な活用を図ります。

（インフルエンサーの活用と地域との連携）

各事業に特化した発信力の強いインフルエンサーを招へいし、該当分野についての情報発信を行います。具体的にはサイクリングやオルレ等、特定の分野のターゲット層にリーチするインフルエンサーを選定して事業を実施します。

また、本市ゆかりの有名人や市内で動画・SNSでの配信をおこなっている方による情報発信を積極的にフォローします。

（Googleマップの活用）

市内観光を行う人に対して現地の情報がより分かりやすく伝わるように市内関係者に登録や登録情報の更新を促します。

② 旅行社・事業者向けの情報発信



（各種商談会への参加）

ツーリズムおおいた主催のインバウンド商談会や瀬戸内海クルーズ推進会議主催のクルーズ商談会等、各種商談会に参加し、本市への旅行商品造成につなげます。

③ 情報のデジタル化（観光DXの推進）

（メディア変化への対応）

多くの情報発信手段のデジタル化が進んでいる一方で、紙媒体の需要も一定数あります。電子媒体へ移行しつつ、各事業での需要等を検討して紙媒体も取捨選択をしながら発行します。

（インバウンド向けの発信）

佐伯市観光ナビに外国語パンフレットを掲載し、インターネット・SNS上で佐伯市の情報発信を強化します。

また、外国人雇用を行う事業者の協力を求め、市内在住外国人によるSNSを活用した情報発信に努めます。

●目標指標：WEBサイトアクセス数●

佐伯市観光ナビのアクセス数を基準に設定します。

2028年度 目標年間アクセス数 1,000,000 件（2023年度末時点：459,143 件）

戦略4 観光産業の振興と組織連携

本市は、少子高齢化、過疎化の進行が大きな課題となっており、市行政においては行財政改革が喫緊の課題となっています。厳しい状況の中にあり、観光産業はこれからの地方経済・活性化を担う魅力ある産業として期待されています。観光の産業化を図るには、「受け皿となるまちづくりを進め」、「地域の稼ぐ力を誘発し」、「情報発信と誘客を行う」これらを一体的に推進する市内関係者が一丸となった体制づくりが必要です。

① 地場産業の観光化

本市は農林水産業や造船業をはじめとする製造業が盛んであり、今後は地域の強みであるそれらの産業を観光に紐付けていく産業の観光化を図っていく必要があると思われます。

一次産業の後継者不足が懸念される中、観光分野を取り入れることで水産業や農林業に視点が向けられ、一次産業の重要性が認識されるとともに、着地型ツアー商品の造成による経済的効果も見込まれます。

造船業においては、これまでも進水式や工場内見学等の事業を展開しており、引き続き、魅力的かつ非日常の体験プログラムを推進していきます。

麴や酒造など伝統的文化の継承を支援し、観光の要素を取り入れながら、消費



に繋がる仕組みづくりに取り組みます。

その他さまざまな業種においても、それぞれが主体となり観光分野を意識して「人と自然が共生する持続可能なまち」の実現を目指します。

② 組織連携（観光地域づくり法人等）

令和6年2月に一般社団法人佐伯市観光協会と株式会社まちづくり佐伯が発展的統合を図り、佐伯版DMO（観光地域づくり法人）が設立されました。DMOは、観光の産業化をけん引する組織であり、今後は、これまで本市の観光振興とまちづくりに深くかかわってきた観光協会とまち会社が培ってきた知見やネットワークを生かし、行政は資金・人財面での支援を通じその活動を下支えすることで本市の観光の産業化を目指します。

③ 観光関連組織との連携

観光庁、九州観光機構、九州運輸局、ツーリズムおおいた、大分県と連携した広域的取り組みが必要となります。それぞれが主催する研修会や商談会等へ参加し、緊密な連携を図るとともに最新情報の収集に努め事業に反映します。

また、旅行会社と本市の事業者や企業とのマッチング支援に取り組み、連携を促します。

●目標指標：旅行消費額●

下記事業について、道の駅の売り上げと事業によって集計されたアンケート結果に基づき旅行消費額を算出します。

(2028年度 道の駅3駅	合計 984,477 千円)
2028年度 旅行消費単価	6,904 円（アンケート結果）

戦略5 おもてなしの地域づくり

本市へ訪れる観光客を増やすためには、一度来ていただいた観光客に何度も佐伯に訪れてもらい、口コミや紹介といった強い発信力を得る必要があります。

一方で受け入れる地域は「おかえりなさいき」のキャッチコピーのもと、観光客への理解を深め、1人1人が丁寧に来訪者へ対応することが重要です。

そのために市民からの意見や来訪者からのアンケートを活用し、市民協働での観光振興・おもてなしの充実を図ります。

① おもてなし力の向上

インターネットやスマートフォンの普及に伴い、個人の価値観やライフスタイルの多様化とともに旅行スタイルも多様化しています。観光客それぞれの興味や関心に合わせたガイドができる人材や、観光ボランティアの養成に取り組みます。

海外からの来訪者に対しては、AIを活用した外国語ガイドなど最新技術の導入を検討し、多言語での対応ができるようにします。

（観光施設の維持、充実）

現在老朽化している施設を計画的に改修するとともに備品を整え、受け入れ環境の整備を進め利用者の利便性・快適性の向上に努めます。

また、市内の観光看板の多言語化を進めることで、外国人観光客の受け入れ環境の整備に努めます。

（日本一の花のあるまちづくりとの連携）

地元住民と連携して、開花状況を把握できる体制を整備し、SNS等で旬の状況を提供することで誘客を促します。

② コアなファンづくり

入込客数を増やすためには、何度も訪れてもらう仕組み作りも必要です。

そのためには、マーケティングの強化が必要であることから、本市に来た回数やキャンペーンの参加回数などのリピーター率とそのきっかけや目的、満足度の把握に努め、来訪者がまた訪れたいと感じてもらえる観光素材の提供を行います。

③ 市民への認知

本市を訪れる方々から、「まちですれ違う子どもたちのあいさつに驚き、感動しました。」との声がよく寄せられます。あいさつひとつも観光客の喜びにつながります。「人」も大切な観光資源です。観光の態様が多様化し、まちの人々との交流や暮らしに触れる機会を求める観光客が増えています。市民が、郷土の歴史、文化、自然、産業等、まちのことを知り理解することで誇りをもち、おもてなしの心が芽生えるものと思います。市民を対象に郷土について学ぶ機会を提供します。

④ 異文化交流

姉妹都市等との写真・絵画交流展などの芸術文化交流や学生同士の交流など、異文化交流事業を行い、多文化共生に向けた幅広い分野でのグローバル化を推進していきます。



⑤ リスク回避

前回のツーリズム戦略の実施期間では、世界的に流行した新型コロナウイルス感染症が人流を大きく阻害し、戦略に沿った事業推進にも多大な影響を及ぼしました。新型コロナウイルス感染症は、5類感染症に移行しましたが、今後も感染拡大の状況を把握し、感染状況に合わせた事業の実施を行います。

さらに、リスク回避の観点から、東南海、南海トラフ地震への対応も考慮する必要があります。大地震の際、危険な箇所については、事前にハザードマップを掲示するなど、観光客の安全を確保します。

●目標指数：リピーター率●

以下の方法を用いて、リピーター率を算出し、関係人口の増加に寄与します。

1. 各事業のアンケートに、佐伯市への来訪回数や該当するキャンペーンの参加回数を問う項目を設定し、リピーター率を算出します。
2. GPS データで、施設ごとのリピーター率を分析します。

これら方法を用い、リピーター率を継続的に算出します。

2028 年度 目標リピーター率：事業毎のアンケートで「佐伯市への来訪回数
2 回以上」の割合 8 割

さいきツーリズム戦略 2024-2028 の体系

戦略の柱1『佐伯の強みをいかした観光の再認識と活性化』

テーマ①食と観光

- ・四季を通じた食キャンペーンの実施（岩ガキ・伊勢えび・マグロ・ブリ・ヒラメ・ジビエ・シイタケなどのフェア）
- ・各種素材のブランディング
- ・地域の生産者、料理人との連携

テーマ②自然体験

- ・ユネスコエコパークエリアの山観光の充実
- ・オルレコース、フットパスコースの活用
- ・スロートーリズムの推進

テーマ③歴史と文化

- ・佐伯城跡、城下町エリアの充実
- ・平和交流施設、戦争遺跡の活用
- ・さいき城山桜ホール及びその周辺の活用

テーマ④観光素材の磨き上げ

- ・伝統食などの素材の活用
- ・サステナブルツーリズムの推進
- ・「浦 100」「オーガニック」に関する着地型ツアー造成
- ・

戦略の柱2『多様化する社会情勢に対応した誘客』

テーマ①国内誘客

- ・大分市、別府市、由布市からの誘客
- ・福岡圏域、宮崎圏域からの誘客
- ・JRDCの積極的展開
- ・大阪万博の活用
- ・教育旅行の誘致
- ・スポーツ大会、合宿の誘致
- ・クルーズ船の誘致
- ・学術、芸術文化系団体の研修、合宿の誘致

テーマ②海外誘客

- ・アフターコロナにおけるインバウンドの推進
- ・パンフレットの電子化や多言語化
- ・キャッシュレス決済の導入
- ・重点誘客エリア

- (韓国)
- (台湾)
- (ベトナム)
- (欧米豪)

テーマ③サイクルツーリズムの推進

- ・ ツール・ド・佐伯の実施
- ・ e バイクの活用
- ・ 大分、宮崎県境 5 市政策協議会との連携

戦略の柱 3 『情報分析と情報発信』

テーマ①個人旅行者向けの情報発信

- ・ ホームページ、SNS を中心とした情報発信
- ・ マスコミの活用
- ・ インフルエンサーの活用
- ・ google マップの活用

テーマ②旅行社・事業者向けの情報発信

- ・ 各種商談会への参加

テーマ③情報のデジタル化（観光DXの推進）

- ・ メディア変化への対応
- ・ インバウンド向けの発信

戦略の柱 4 『観光産業の振興と組織連携』

テーマ①地場産業の観光化

- ・ 既存の観光産業の磨き上げ
- ・ 観光事業参画への誘導

テーマ②組織連携（観光地域づくり法人等）

- ・ 観光地域づくり法人の支援

テーマ③観光関連組織との連携

- ・ 観光庁
- ・ 九州観光機構
- ・ 九州運輸局
- ・ ツーリズムおおいた、大分県

戦略の柱5『おもてなしの地域づくり』

テーマ①おもてなし力の向上

- ・観光ガイドや学生観光ボランティアの養成
- ・A I を活用した外国語ガイドの導入
- ・観光施設の維持、充実
- ・日本一の花のあるまちづくりとの連携

テーマ②コアなファンづくり

- ・リピーターの確保
- ・マーケティングの強化

テーマ③市民への認知

- ・おもてなしへの理解
- ・郷土を学ぶ

テーマ④異文化交流

- ・姉妹都市等との交流事業の実施

テーマ⑤リスク回避

- ・パンデミックの対応
- ・東南海、南海トラフ地震への対応

さいきツーリズム戦略 2024－2028 会議 委員

(さいきツーリズム戦略 2024－2028 策定委員会)

浅利善然	株式会社コウネンコーポレーション
狩生健之	ぶんご銘醸株式会社
河内昌子	さいきグリーンツーリズム研究会
川野幹雄	総務省 地域力創造アドバイザー
近藤博行	株式会社まちづくり佐伯 業務部長
清家隆仁	歴史文化施設運営協議会委員
田島英治	株式会社ＪＴＢ大分支店
田原裕訓	ＬＲ株式会社
戸高雅史	うめキャンプ村指定管理者
中村香純	さんかくワサビ
長谷部貴志	大分県南部振興局
濱野昌志	西日本高速道路株式会社九州支社
原野結	ＪＲ九州佐伯駅長
半田慎二	一般社団法人佐伯市観光協会業務執行常務理事
古田智	佐伯市観光ブランド推進部長
三浦孝典	公益社団法人ツーリズムおおいた
三好英典	海鮮の宿 まつ浦
山本徹	(株)サンテツ
山本真央	さいきりんぐ事務局
吉廣光平	東武トップツアーズ株式会社 大分支店