



第3次朝来市観光基本計画
— 概要版 —



1 観光基本計画の趣旨

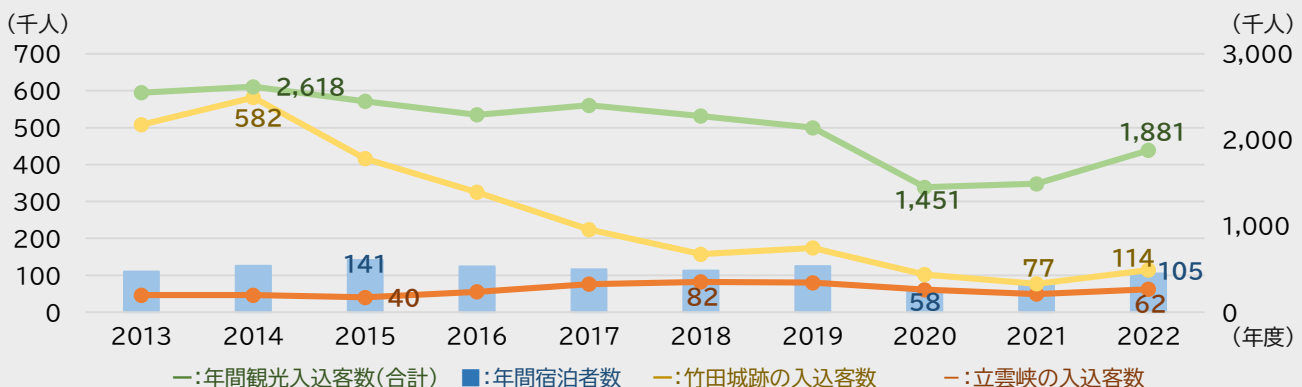
計画の目的と計画期間

第3次朝来市総合計画に基づいた、観光分野での時代の流れに即した観光振興の指針を作ることを目的として、本計画を策定しました。計画期間は2024年度(令和6年度)から2028年度(令和10年度)までの5年間とします。

2 朝来市における観光の現状

年間観光入込客数と宿泊者数の推移

朝来市の年間観光入込客数は、2014年度をピークに2019年度までは2,000千人以上を維持していましたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、2020年度には1,451千人まで大きく減少しました。2022年度は増加に転じ、1,881千人まで回復しています。年間宿泊者数も、2015年度の141千人をピークに減少傾向にあり、2020年度には58千人まで減少しましたが、2022年度は105千人まで回復しています。

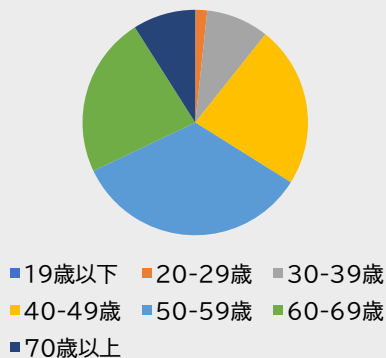


発地・年齢別動向

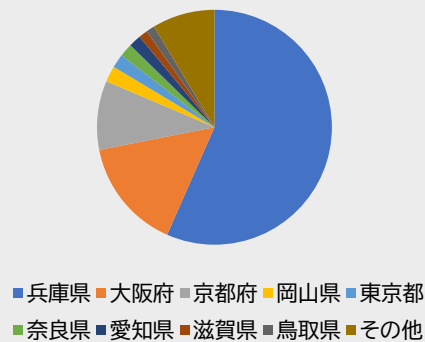
朝来市への観光客は50歳代が最も多く、次に60歳代、40歳代と続きます。特にこれらの観光客の大半は市を2回以上訪れているリピーターです。一方で、市内での宿泊は30歳代と40歳代の比率が最も高い結果となっています。

朝来市の観光客の出発地は、兵庫県内が最も多く、次に大阪府、京都府と続きます。ただし、兵庫県・京都府は特に日帰りによる来訪が多く、一方で大阪府、関東地方、中部地方、和歌山県は朝来市内で宿泊する割合が、奈良県、滋賀県、四国地方は朝来市外で宿泊する割合が高い結果となっています。

<朝来市への観光客(年齢)>



<朝来市への観光客(発地)>



※表は上位26位(構成比0.20%以上)を抜粋している

朝来市では観光客の動向およびニーズを把握し、より実態に沿った観光推進を実現するため、定期的に朝来市に観光で来訪・滞在したと想定される観光客の位置情報等を取得する「GPS(観光動態)調査」と、観光客および観光に来られなかった方を対象としたアンケートによる「GAP(観光マーケティング)調査」を実施しています。この結果は朝来市のホームページからご確認いただけます。



朝来市ホームページ

3 解決すべき課題と改善策

課題と改善策の整理

朝来市を取り巻く観光の動向、朝来市における観光の現状ならびに第2次朝来市観光基本計画の検証より、解決すべき課題として以下が挙げられます。

1. 新型コロナウイルス感染拡大後における需要および行動変容に対応していない
2. 人員やノウハウの不足等でPRが不十分になり、情報が「発地」まで届いていない
3. 結果的に既存顧客の再来訪を促す事業が中心であり、新規顧客の創出施策が弱い
4. 計画が市内に浸透しておらず、市内が一体となった取り組みに結び付いていない

本計画における、各課題に対する具体的な改善策は以下の通りです。

- 【1】ポストコロナの需要および行動変容に適応した計画策定
- 【2】ターゲットを明確にした「発地」に届く情報発信
- 【3】新規顧客誘客と既存顧客の消費・周遊拡大の両輪からなる戦略設計
- 【4】市内における計画の認知とインナープロモーション

4 推進体制

朝来市・朝来市観光協会の役割分担

朝来市と朝来市観光協会がそれぞれの役割を果たしていき、市民や観光事業者など様々な関係者と連携しながら観光推進を図ります。

観光推進における朝来市の役割は、朝来市総合計画で市が目指している将来像に向けた観光振興のあり方(ブランディング)の構築や推進、観光協会をはじめとする関係機関の取り組みへの支援です。

一方で、朝来市観光協会の役割は、観光庁「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」に基づくほか、朝来市版DMOとして観光推進の中心的役割を果たすことが期待されており、観光マーケティングによる、個々の事業者や市民と連携した具体的な消費拡大に向けたコンテンツの企画や実施を行うことです。

具体的な役割分担の項目については、下記の表のとおりです。

項目	朝来市	朝来市観光協会
戦略・計画づくり	・政策として実施	・朝来市版DMOとして実施
予算確保	・政策を実施するための予算確保 (ソフト・ハード両面の整備含む)	・自主財源の確保
関係者との連携	・庁内の連携(政策への反映) ・国、県および他市町との連携	・観光関連事業者、関連団体との連携 (市内および広域団体等)
マーケティング	・観光に関する調査による現状把握 ・「朝来市として」のブランド構築 および情報発信	・調査の実施およびデータの整理 ・関係事業者との情報共有、連携 ・調査結果に基づいた企画、開発 ・訪日外国人を含め誘客に向けた プロモーション
イベント・コンテンツ 造成・実施	・ブランド構築に関わるもの ・文化的側面の強いもの	・消費拡大や収益化が目的であるもの ・訪日外国人向けのもの
人材育成	・人材育成に係る支援	・観光ガイド等の人材育成 ・市民の担い手育成 ・訪日外国人対応に向けた人材育成

PDCAサイクルを回す仕組み

PDCAサイクルを回す仕組みづくりを構築するために、学識経験者および外部有識者等が成果指標の達成状況やアクションプランの進捗状況を確認し、推進ロードマップ並びに朝来市観光協会が実施する業務の検証を行う「外部評価委員会」を設け、毎年適切な業務運営が行われているかをチェックします。

また、外部評価委員会の助言に基づき、翌年度に実施する事業の計画を策定することで、環境の変化に対応できる業務運営を行います。

5 計画の方針

観光コンセプト

「暮らすような旅」を楽しめる “ここにしかない物語”を紡ぐまち

円山川や市川といった清流や朝来連山、花、田園風景など四季折々の自然、茶すり山古墳、生野銀山や神子畑選鉱場などの近代化産業遺産、竹田城跡などの史跡や社寺、各地に伝わる伝統芸能などの様々な歴史文化、またそれらと共に住まう温かな人々の暮らしが大切に受け継がれながら営まれる朝来市の風景は、まさに“ここにしかない”風景です。朝来市は、観光客がこの“ここにしかない”暮らしや伝統・文化を市民や地域の交流を通して、まるで地域の一員となったような体験ができる「暮らすような旅」を楽しめる観光地を目指します。

※観光コンセプトは朝来市が市民とともに目指す観光地の理想像として掲げるものです

目標指数

本計画の最終年度(2028年度)における観光課題を解決するために達成すべきKGI(重要目標達成指標)およびKPI(重要業績評価指標)を設定し、これらの指数を達成することを目標として施策の推進を図ります。この指標の達成度合いを毎年確認することで計画の進捗状況を確認し、次年度以降のより効果的な展開に繋がります。

KGI (重要目標達成指標)

(1) 観光消費の拡大

観光客の消費を拡大することで経済波及効果の増大を図り、市の人口減少に伴う域内喪失消費額を補います。目標指標達成のため、受入れ整備および魅力の拡大や市内周遊を促す施策の実施、情報発信を行います。

(2022年度の合計観光消費額) 88.7億円 → (2028年の合計観光消費額) 97.6億円

(2) 持続可能な取り組み目標

経済と地域社会の両立による持続可能な観光推進のため、観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」に基づくサステナビリティチェックを行います。目標指標達成のため、交通対策や環境衛生など、オーバーツーリズムへの対応を意識した施策の実施を行います。

(サステナビリティチェックの達成率)
60%

KPI (重要業績評価指数)

項目	目標値		現状値(2022年実績)	
(1)観光入込客数(千人)	2,632千人		1,881千人	
(2)市内宿泊人数(人)	140,000人		104,871人	
(3)一人当たり観光消費額(円)	市内宿泊あり 17,371円	市内宿泊なし 2,943円	市内宿泊あり 16,900円	市内宿泊なし 2,590円(※)
(4)新規コンテンツ開発件数(件)	1年あたり1件		—	
(5)20歳代~30歳代の市の認知率(%)	68.0%		51.0%	
(6)来訪満足度 ①来訪満足度(%)	94.0%		82.7%	
②NPS®スコア(pt)	国内 20.0pt	海外 63.5pt	—	
(7)市民の観光参画意識(%)	関連項目4.0%増加		—	

※宿泊なし現状値(4,850円)は調査手法の変更により前後年度の調査と比べ大幅に金額が増加しているため、2017年度調査における数値(2,590円)とする

計画のビジョン

竹田城跡“の”あるまちから、 竹田城跡“と”暮らしを楽しむまちへ

現在の竹田城跡を主に認知・来訪されている物見遊山型の観光地である状態から、竹田城跡や他の観光スポットはもちろんのこと、それらと共にある市の暮らしや伝統・文化を、暮らすように旅しながら楽しめる滞在交流型観光地として認知・来訪される状態を目指し、それに合わせた新たな価値観の導入と観光コンテンツの再整理・再評価および施策の抜本的な見直しを行います。

※計画のビジョンは観光コンセプトを実現するための本計画期間における目標として掲げるものです

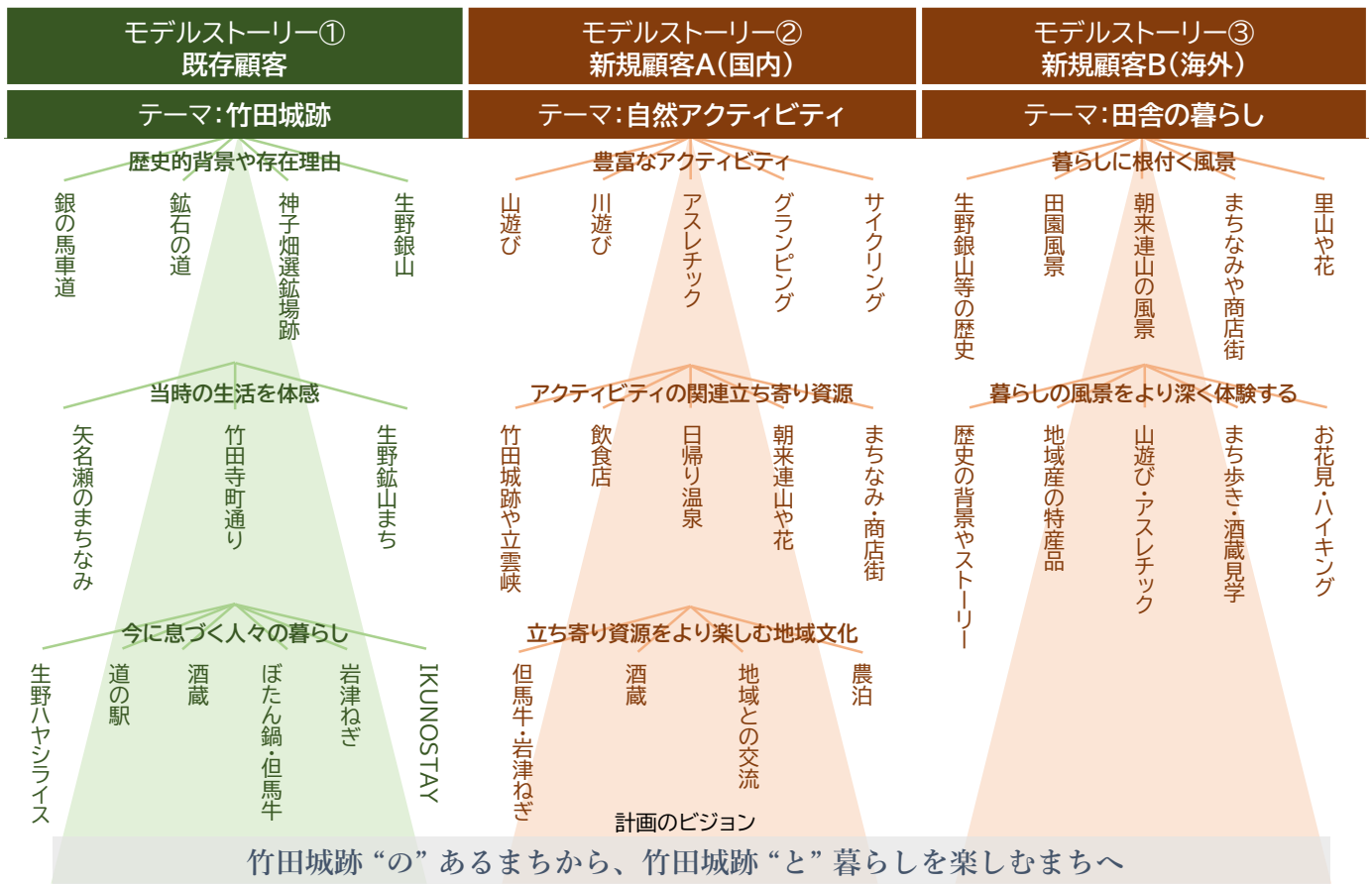
ターゲット設定

本計画においては、潜在顧客を洗い出し新たな誘客を実現すること、既に市を訪れているリピーターの周遊・消費の拡大を促すことの両立を実現するため、これらを明確に区別することでそれぞれに対して効果的な施策を推進します。

既存顧客	新規顧客A(国内)	新規顧客B(海外)
歴史(史跡)または自然が好き 年代:50歳代~70歳代 出発地:兵庫県、大阪府、京都府、首都圏 同行者:配偶者(夫婦旅行) 来訪手段:自家用車・観光バス	自然、アウトドア、田舎風景が好き 年代:20歳代~30歳代 出発地:兵庫県、大阪府、京都府 同行者:友人、配偶者または家族 来訪手段:自家用車	訪問地ならではの地域の体験を好み、 地域に良い影響を与えたい旅行者 ※国は社会情勢等に応じて随時検討

ターゲットへのアプローチ

既存顧客および新規顧客のそれぞれに合わせて朝来市の観光や魅力を象徴する分かりやすいテーマを設定し魅力づくりと情報発信を図ることで、他地域との差別化および各ターゲットに寄り添った魅力の訴求を行います。



6 戦略とアクションプラン

本計画の観光コンセプトおよびビジョンを実現するために、観光客が朝来市を来訪する段階「着地(楽しめる)」「発地(行きたくなる)」それぞれの施策と、それらを効果的・一体的に推進するための体制構築からなる基本戦略を定めます。特に計画のビジョンである「竹田城跡 “と” 暮らしを楽しむまち」の実現において重要なブランド構築にかかる施策は、各基本戦略において重点施策と位置付けて特に注力して推進します。

※重点施策は赤字で記載しています

1. 魅力づくりと受入れ整備

施策Ⅰ 竹田城跡を核とした魅力の拡大

竹田城跡をはじめとする朝来市の観光コンテンツに来訪した観光客が、その目的地だけでなく、他の関連施設・史跡や店舗に周遊または違う季節の再来訪に繋がる魅力づくりを行います。

- (1)周遊・消費拡大モデルコースの整備・展開
テーマ型周遊ツアーの実施、マップの作成、日本遺産を活用したモデルコースの設定
- (2)食・特産品等のPR・コンテンツ化
酒蔵ツーリズムの推進、岩津ねぎのコンテンツ化、新たな商品開発等
- (3)二次交通等移動手段の整備
バス(たじまわる等)の運行、レンタサイクルの実施、新たな二次交通の取り組み(ライドシェアなど)

施策Ⅱ 既存施設等の維持・管理と人材育成

道路や施設などのハード面を適切に維持・管理することで、観光客の利便性および満足度の高いおもてなしを図るほか、それを支えるガイドの育成等、ソフト面の充実を図ることで賑わいを創出する人材育成を進めます。

- (1)道の駅や観光案内所等の維持・管理
観光案内所や道の駅等のユニバーサルデザイン化、EVステーションの設置促進
- (2)産業観光等に活かせる観光人材の育成と受入体制の整備
ガイド人材や事業者の育成、ガイドの知識やノウハウのアーカイブ

施策Ⅲ 自然アクティビティや田舎を核とした魅力の拡大

エントリーテーマに沿って朝来市の魅力をより深く楽しむ「暮らすように旅する」体験コンテンツ造成および商品化・販売等を行います。

- (1)宿泊地としての商品づくり
朝、夜の魅力づくり(生野銀山、神子畑選鉱場跡、竹田城跡の活用)
- (2)市民共創体験型コンテンツの開発
「暮らすように旅する」コンテンツ開発(地域との交流)
- (3)観光コンテンツの再整理と新規発掘
若者をターゲットとした新規コンテンツ開発
- (4)高付加価値なツーリズムの拡大
「暮らすように旅する」コンテンツ開発(地域の伝統文化体験)、サイクルツーリズム等の支援
- (5)民間活力を活かした新たな観光資源の創出
市内企業との連携による新たな取り組み推進

施策Ⅳ 既存施設の高付加価値化と受入整備

道路や施設などのハード面について、維持・管理だけでなく、民間の知恵等を活用しながらグレードアップを図ることで、満足度向上はもちろん市の新たな魅力づくりと消費および滞在時間の拡大に繋がります。

- (1)道の駅や施設の交流拠点強化に向けた整備
観光案内所の運営、サイクリングステーションなど観光施設の改修整備
- (2)創業・開業支援
創業・開業支援、観光施設経営改善指導の実施
- (3)誰にもやさしい観光地づくり
ユニバーサルツーリズムの推進、モニターツアーの実施
- (4)既存交通手段や施設等の高付加価値化
関係団体等との連携による観光列車の運行、「暮らすように旅する」コンテンツ開発

施策Ⅴ 訪日外国人に対する受入れ整備

多様な文化・言語等をもつ訪日外国人が安心および快適に朝来市における観光を楽しめるように、多様性に対応したハード面、ソフト面の整備等を行います。

- (1)コミュニケーションツールの整備
多言語サイン対応、外国人向けガイド養成講座、スマホアプリの活用
- (2)SDGsや多文化対応の推進
SDGsやハラル対応、ソフト面での整備
- (3)決済手段多様化の継続推進
キャッシュレス決済等の推進

2. 情報発信の仕組みづくり

施策VI 竹田城跡を核とした情報発信

既に朝来市を認知・来訪している観光客に対して、関連施設・史跡や店舗またはそれぞれの季節の様々な魅力などをストーリーに沿って伝えることで、周遊・滞在時間の拡大やリピーターを創出し、消費拡大とファン創出に繋がります。

- (1) **主体的なプロモーションと情報発信の整理**
各種媒体の整理等、SNSでのプロモーション
- (2) **展示会等の機会を利用した情報発信**
ツーリズムEXPO等商談会への参加
- (3) **メディア露出のための支援**
効果的なフィルムコミッションの実施、TV局等とのタイアップによる情報発信

施策VII 自然アクティビティや田舎を核とした情報発信【国内】

近年の旅行需要が拡大している20歳代～30歳代個人来訪者がまずは朝来市を認知し、旅行の候補地として認識するためのエントリーテーマに基づくブランディングおよび情報発信を行います。

- (1) **エントリーテーマの発信強化**
SNSを活用したフォトコンテスト、インフルエンサーとのコラボレーション
- (2) **新たな手法による情報発信**
新たなパンフレット作成、SNSを活用した情報発信、市民による情報発信
- (3) **顧客管理・分析による効率的な情報発信**
デジタルマーケティング等の実施

施策VIII 自然アクティビティや田舎を核とした情報発信【訪日外国人】

2025大阪・関西万博の開催や神戸空港の国際定期便就航等、今後拡大が見込まれる訪日外国人に対して、朝来市の認知拡大や魅力を訴求するための情報発信を行うことで誘客へ繋がります。

- (1) **機会を捉えた情報発信**
万博におけるプロモーション、万博に合わせた多言語対応、ゴールデンルートや広域観光拠点(主要駅や空港など)でのPR
- (2) **エージェント等を活用したセールス**
エージェント・ランドオペレーターへのセールス、VJTMへの出展、ファミトリップ等

3. 持続可能な体制づくり

施策IX 朝来市観光を推進する組織体制の構築・強化

朝来市と朝来市観光協会の強力な連携を含め、市が一体となった観光推進を行います。また、KPIに基づくPDCAサイクルを回すことで、観光の現状を調査・把握し、観光振興を着実に進めていく組織づくりを進めます。

- (1) **朝来市観光協会と朝来市の連携した観光推進**
定期的な観光協会と朝来市の会議の開催等
- (2) **朝来市観光協会の持続的な運営**
朝来市観光協会の持続的な運営
- (3) **DMO的(朝来市版DMO)な組織体制の構築**
観光を一体的に推進するための組織づくり
- (4) **市民一体となったモニタリング調査**
外部評価委員会の開催、市民アンケート調査の実施等
- (5) **持続可能な観光に向けたサステナビリティチェック**
JSTS-Dによるサステナビリティチェック
- (6) **マーケティング調査・分析**
観光施設入込調査、マーケティング(GPS,GAP)調査、分析、アンケート調査、分析等
- (7) **オーバーツーリズムへの対応**
交通対策の推進、衛生環境の対応
- (8) **県および広域連携の推進**
ひょうご観光本部、各種観光関連団体との連携
- (9) **民間活力および大学との連携**
市内企業との連携による新たな取り組み、芸術文化観光専門職大学との連携

施策X 市民が一体となった持続的な観光の推進

朝来市や朝来市観光協会、市内外の観光事業者・団体等の関係者はもちろん、市民と観光政策の目的を共有し、市が関係者等と一体となった観光推進およびシビックプライドの醸成を図ります。

- (1) **市民に向けたインナープロモーション**
観光基本計画の周知(まちづくり出前講座、ポスター設置や配布など)
- (2) **市民参加による地域イベントの実施**
既存イベント(夏祭り等)への補助金



発行 朝来市
編集 朝来市 産業振興部 観光交流課

〒669-5292 兵庫県朝来市和田山町東谷213番地1
TEL 079-672-3301 (代表)
FAX 079-672-4041
URL <https://www.city.asago.hyogo.jp/>