

第4次 白杵市観光振興戦略（2024年度～2026年度）・概要

強みと弱み

- ◆強み
 - ✓ 国宝白杵石仏がある街
 - ✓ ユネスコ創造都市ネットワーク加盟都市
 - ✓ 恵まれた「海の幸」「山の幸」（農林水産）
 - ✓ 白杵城址を中心とした歴史・文化の街
 - ✓ 「生命の源」としての「水」
 - ✓ 醸造業、造船業、農業等を産業軸としている街
- ◆弱み
 - ✓ 少子高齢化による人口減少
 - ✓ 白杵までの交通手段の不便さ
 - ✓ あらたな観光・物産開発不足
 - ✓ 市場分析を基本としたプロモーションの不足
 - ✓ 事業主体としての組織力不足

白杵市が目指す観光ビジョン

貴重な歴史資源・自然資源と、それに育まれた産業を継承しながら、暮らす人が誇りをもつことができ、働く人と訪れる人にとって「初めてくるのに懐かしい、いわば第2のふるさと」となる魅力的な観光地の形成を目指す。

なりたい姿・ありたい姿

- ・ 白杵で暮らす人も観光を通じ、歴史・自然・食など白杵の魅力を再発見することで、白杵に対する誇りを持ち、愛着を持って暮らしている。
- ・ ユネスコ創造都市ネットワーク加盟都市「白杵」の進化・発展を目指し、市内企業や観光関連産業が地域の消費拡大を牽引し、活力に溢れた地域となっている。
- ・ 白杵城跡を中心とした城下町や食文化を通じた白杵でしか体験できない魅力的な観光コンテンツがあり、観光地として認識されている。
- ・ 「白杵」が観光地として国内外で認知が進み、リピーターが多く、観光とまちづくりにより域内消費が拡大し、活力に溢れた地域となっている。

成果指標（暫定）

	2022年	2026年
1人当たり旅行消費額（宿泊無し）	4,566円	5,500円
1人当たり旅行消費額（宿泊有り）	9,253円	11,500円
延べ宿泊数	38,504人	47,000人
来訪者満足度	6.81	7.50
リピーター率	40.3%	50%
訪問客数（観光施設入場者**）	223,635人	268,000人
訪問客数（イベント来場者含む**累計）	388,450人	466,000人

※訪問客数は基準を2022年ではなく2019年の数値を採用。

ビジョン達成に向けた基本方針

白杵ならではの観光資源の魅力向上・創出により、誘客・リピーターの拡大を目指す。

- ✓ 域内周遊中の体験・消費機会の拡大
- ✓ 新たなコンテンツ、物産・食等の開発促進
- ✓ 既存観光施設・宿泊施設の更なるサービス品質と価値の向上
- ✓ 事業者、住民が観光に参画しやすい仕組みの構築

白杵市民全体でおもてなしの心を醸成し、持続可能な観光（SDGS）の実現

- ✓ 自然環境や景観を損なわずに資源価値を高め、変わらない良さと新鮮さを両立
- ✓ あらゆる人にとって観光・滞在がしやすい観光地に向けたユニバーサルツーリズムの促進
- ✓ 災害・事故対応力の強化
- ✓ 観光産業従事者や市民のホスピタリティスキルと宗教を含む外国の文化への理解の向上

世界の人から選ばれる「USUKI」を目指しブランディングを強化する。

- ✓ ターゲットを絞った（高付加価値の）地域ブランディング戦略、プロモーション戦略、商品戦略の明確化
- ✓ 「もの」から「こと」へ、白杵滞在スタイルの構築

目標達成に向けた4つの戦略

1. 観光資源戦略

- 1-1 「白杵らしい」文化・自然・歴史・食コンテンツと紐づけた体験メニューや物産の開発
- 1-2 白杵城跡を中心とした街並み、社寺等の歴史資源、文化財、産業資源等の観光資源としての活用促進
- 1-3 白杵石仏、下藤キリシタン墓地を始めとした祈りの文化資源を活かしたストーリー作りと、類似資源を有する国内外他地域との連携促進
- 1-4 特定の季節やイベント時における“今しかできない・ここでしかできない”体験・消費機会の創出
- 1-5 造船業、醸造業、漁業、農業など関連産業と連携した持続可能な観光コンテンツの創出

2. 情報発信・誘客促進戦略

- 2-1 定期的・継続的な観光マーケティングの実施によるWANTの把握とターゲットニーズに適した絞り込み
- 2-2 マーケティングに基づいた戦略的プロモーションの実施と「白杵市」の観光地ブランディング戦略の検討
- 2-3 ユネスコ創造都市ネットワーク加盟都市として食文化資源の創造性を観光資源として活かし、誘客促進につなげる
- 2-4 国内外でターゲットとする地域を明確にし、ターゲットとするお客層、旅行形態を想定した効果的な誘客促進の実施
- 2-5 国内外の大規模イベント等を活用した白杵市の魅力発信
- 2-6 観光情報発信体制の強化
- 2-7 別府市、由布市等、県内他地域や愛媛県等他県との連携を通じた広域周遊観光の促進

3. 受入環境整備戦略

- 3-1 交通環境、駐車場環境の整備、移動サポート機能強化による滞在・周遊快適性の向上
- 3-2 案内サインや情報ツールの多言語対応、観光事業者、市民全体の市民全体の宗教を含む他国の文化習慣への対応力強化、ユニバーサルツーリズムの促進
- 3-3 行政並びに民間による自然環境や景観の保全並びに改善・再生
- 3-4 市民及び学校教育における観光産業に関する学習の推進を通じた、観光への興味関心の醸成
- 3-5 災害時の観光客に対する避難誘導サイン及びハザードマップの作成及び周知
- 3-6 観光事業者をはじめ、市民全体のホスピタリティスキルや情報伝達力の育成を通じた、地域の魅力伝達力の向上

4. 観光産業活性化戦略

- 4-1 多様な人材が、様々な就労形態で観光産業に寄与できる働きかたの推進
- 4-2 まちづくり活動と観光振興活動との連携強化
- 4-3 SNS等を活用した、市民による地域の魅力発信力の強化
- 4-4 県内の高校生・大学生、留学生、インターンシップ生等の観光産業における連携推進
- 4-5 白杵市の物産の魅力の情報発信強化による訪問意欲の向上及び、ファンベースを軸とした白杵のファンの創造
- 4-6 域内観光周遊のための市内