

## 令和8年度事業計画

### 1 令和8年度活動方針

呉観光ブランドの形成・確立

### 2 令和8年度重点取組

- (1) 強固な観光推進体制の構築に向けた検討会議の開催
- (2) 事業実践での効果検証及び戦略見直し
- (3) 呉観光ブランドの浸透
- (4) 重点ターゲットを見据えた観光商品の販売につながるプロモーション
- (5) 顧客ニーズに応じた旬な情報を提供する情報発信
- (6) 観光関連事業者（宿泊施設，飲食店など）と一体となったコンテンツ・ツアー造成
- (7) 観光客の市内周遊を促す受入環境整備

### 3 事業の内容

#### (1) 観光推進体制構築（呉ファン共創プロジェクト）

##### ア 観光地域づくり法人（DMO）

「候補DMO」としてPDCAを実施し，KPIの検証等を行う。

また，改定予定の「呉市観光振興計画」との整合性を図りながら，登録DMO申請を見据え，申請要件（観光地経営戦略，財源計画など）を整理する。

##### イ 検討会議

会議体（6者会連絡会議，分科会）を継続して開催し，観光データ等の分析結果の共有化や課題解決に向けた協議，意思形成を図る。

##### ウ 賛助会員

観光を新たな基幹産業に成長させるため，市民，事業者など観光に関わるすべての人や団体が，共通の認識を持って観光産業を推進する。

#### (2) マーケティング（呉ファン共創プロジェクト，サステナブルプロジェクト）

##### ア 観光データ収集

顧客ニーズやターゲット層など呉市が置かれている現状を把握するための各種観光調査を実施する。

- ・観光客等動向調査（リピート率，日帰り・宿泊，ニーズ，満足度，消費額）
- ・住民満足度調査（観光地としての認知度，観光と社会，文化面とのバランス）
- ・経済波及効果（観光事業による市内経済循環）
- ・サステナブル実態調査（自然，環境と社会との調和による観光地づくり）
- ・観光事業者平均給与額調査（経済面での地域への持続可能な貢献の実現）

## イ CRM実証事業

呉市観光・地域振興アプリ「マイクレ」を活用し、観光客等の購買データ等を収集する。また、キャンペーンやイベントでの会員獲得、事業者への丁寧な後方支援による登録店舗の拡大、アプリ機能を活用した会員への情報提供等を行うことで、会員のメリットを広げ、顧客のセグメント化、リピーター化を図る。

## ウ 各種データ分析

観光調査、CRM実証事業で得られたデータや、観光庁・広域都市圏などのオープンデータを複合的に分析し、観光事業の効果測定や観光戦略策定に活かしながら、地域全体へのフィードバックにより、観光事業全体の更なる底上げを図る。

### (3) 呉観光ブランド化（ブランディングプロジェクト）

#### ア 観光ブランド素材制作

呉ならではの「観光資源」に関する動画や宣材写真などを撮影し、プロモーションや情報発信に活用するための素材を収集する。

#### イ 観光ブランド浸透化

令和7年度に策定したロゴ、ブランド名、スローガンなどを事業者や市民に浸透させ、呉市が一体となって統一感のあるプロモーションや情報発信、商品開発を行うとともに、シビックプライドの醸成につなげる。

### (4) プロモーション（ブランディングプロジェクト、 のどかな瀬戸内沿岸線の休日プロジェクト、 大和ゲートプロジェクト、One More Hiroshima プロジェクト）

既存観光客層の拡大、新規観光客の獲得、次世代への訴求を図ることを目的とし、観光商品の販売につながるプロモーションを行う。

#### ア 国内プロモーション

##### (ア) 観光宣伝事業

認知度向上に向け、呉市でのロケ支援（フィルムコミッション）やイベント・旅行博への出展、旅行会社等への営業を行う。また、有料広告、インフルエンサー等を活用し、ターゲット層に向け効率的な観光PRを実施する。

##### (イ) 広域観光プロモーション

広島中央地域連携中枢都市圏（呉市・竹原市・東広島市・江田島市・海田町・熊野町・坂町・大崎上島町）の取組として、主要都市における旅行博への出展プロモーションや教育旅行誘致のための学校訪問を実施する。

#### イ 国外プロモーション

##### (ア) 海外メディア情報発信

ターゲット（欧米豪、台湾）とする旅行会社を呉に招聘し、商品造成を行うためのファムツアーを実施する。

#### (イ) 広域観光プロモーション

広島中央地域連携中枢都市圏（呉市・竹原市・東広島市・江田島市・海田町・熊野町・坂町・大崎上島町）の取組として、広島市及び宮島を訪れる観光客をターゲットとして、海外メディア等を活用した情報発信を行う。

#### (5) 情報発信（ブランディングプロジェクト、 のどかな瀬戸内沿岸線の休日プロジェクト、大和ゲートプロジェクト、 One More Hiroshima プロジェクト）

##### ア 呉市公式観光サイト（くれとりっぷ）運用

呉市公式観光サイト（日本語，英語，簡体字，繁体字，韓国語）により，呉の観光情報を一元的に管理し，広く情報発信する。

また，新たな観光ブランド（Blue Land Kure）に対応したサイトの画面イメージに刷新する。

##### イ 観光ガイドブック作成

大和ミュージアムのリニューアルオープン，観光ブランドの形成を契機とした観光ガイドブックの刷新について検討を行う。

##### ウ SNS運営

ターゲット層に応じた媒体「X（日本語）」，「Instagram（日本語・英語）」，「Facebook（日本語・英語）」を活用して，フォロワー数の増を目指し，魅力的な情報発信を行う。

#### (6) 事業者支援（呉ファン共創プロジェクト，ナイトタイムプロジェクト， 食と酒プロジェクト）

CRM実証事業（呉市観光・地域振興アプリ「マイクレ」）の実施，観光コンテンツ創出事業者へのフォローアップのほか，事業者同士のマッチング等を行い，観光客の満足度の高い観光コンテンツやサービスの提供を促進することで，リピーターや新たな観光客層の獲得につなげる。

#### (7) 受入環境整備（大和ゲートプロジェクト，らくらく周遊プロジェクト， 食と酒プロジェクト）

「呉市観光案内所」において，AI コンシェルジュ機能の追加により，効率的で柔軟な観光案内等を行うことで，観光客の満足度向上を図る。また，市内観光の周遊促進，滞在時間の延長を図るため，路線バスの1日乗車券（通称：1 day 呉パス）の販売を促進するとともに，ボンネットバスを活用した周遊観光ツアーの運行を安定的に実施しながら，さらなる魅力的なコンテンツとして磨き上げを行う。