

Hiroshima Keizai Doyukai Bihoku Branch

# 備北エリア(三次市・庄原市)

## 提言書

# 2022

2023年3月



BIHOKU AREA  
MIYOSHI CITY  
&  
SHOBARA CITY





三次市 高谷山からの霧の海

## はじめに

日本国内で新型コロナウイルス感染症の第一例目が公表されてから3年、新型コロナウイルスの感染拡大は、外出自粛要請等の要因で働き方改革など様々な変化を起し、経済・雇用の不安定化を招き、社会のシステムや人々の生活に大きな影響を及ぼしました。

観光事業においても新型コロナウイルス感染拡大防止のため、「新しい生活様式」への転換や人々の往来に制限を実施したことによって、観光客の減少など大きな影響を受けました。特に、コロナ禍以前までは毎年増加を続けていたインバウンド需要は、一時はほぼ皆無とまでになってしまいました。このような状況は備北エリアにおいても同様でした。

しかしながら、これからはウィズコロナ・ポストコロナ時代を見据えた新たな観光再ビジョン・アクションプランを考え、インバウンド需要を含めた観光復興対策に早急に取り組むことが重要となります。

広島経済同友会備北支部の備北エリアには、ウィズコロナ・ポストコロナ時代における「密を回避する」「開放的な自然を楽しむ」といった、中山間地域ならではの資産を活用したサステナブルツーリズムを容易に実現できる環境に恵まれているため、新たな観光トレンドにおいて絶好の成長機会が訪れています。

また、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の扱いが、現在の2類指定感染症から5類指定感染症へと見直されようとしているなか、観光需要の更なる変化への対応が求められています。そのため、これまでの課題及び問題点を整理することによってこの絶好機を大いに生かし、三次市・庄原市の行政区域を超えた備北エリアとしての一体的な観光振興を進めていく必要があると考えます。

本年5月にG7広島サミット開催、2年後には「日本国際博覧会（大阪・関西万博）」開催、更に福山市において「第20回世界パラ会議福山大会2025」が開催されます。これらの反響により、この備北エリアにおいても多くのインバウンド需要が生じることが予想されます。その需要を受け入れるための環境整備並びに、快適なサービスの提供が可能な体制を整えることはインバウンド需要のみでなく、国内の観光客誘致にも繋がり、観光需要全体の回復が期待されます。

以上を踏まえ、三次市、庄原市、並びに各関係団体の皆様との連携を図ることによって、今回の提言内容がより良いまちづくりに貢献し、備北エリアの地域経済の活性化の一助になれば幸いです。

2023年3月 広島経済同友会 備北支部 支部長 倉田洋二

## 備北エリア(三次市・庄原市)

## 提言書

2022  
contents

## はじめに

提言の趣旨	5
-------	---

## 備北観光の現状

▶備北地域(三次市・庄原市)の社会環境	6
▶新型コロナウイルス感染症の観光への影響	6
▶備北地域(三次市・庄原市)の観光動向	7

## 備北観光の課題

▶不便な公共交通機関	8
▶観光消費額が低迷	8
▶観光推進体制の整備が必要	9

## 備北観光のチャンス

▶自然・地方回帰志向が続く	10
▶マイクロツーリズムの定番化を生み出す	11
▶新しい旅のありかたが生まれる	12
▶アフターコロナでの観光客誘致に取り組む	13

## 備北観光の振興戦略・アクションアイテム

▶一次交通の活用と二次交通への接続を考える	14
▶MaaS(マース)の構築を模索する	15
▶自然資源を活用した体験型の観光を推進する	16
▶二大拠点施設の集客力アップと連携の仕組みをつくる	18
▶都市部との連携を図る	19
▶広域での連携がカギを握る	20
▶観光消費に結びつく「厚いおもてなし」を提供する	21
▶両市にまたがる七塚原の活用を図る	22
▶別述 県立広島大学と七塚原周辺との連携	23

## 実行体制の構築

▶提言を実行に移す新組織の検討	26
▶まちづくり会社の形態	27
▶備北版まちづくり会社の目的と構造	28

## 提言の趣旨

## 備北エリア(三次市・庄原市)の未来に夢を感じる提言

広島経済同友会備北支部の観光振興の活動として、これまで備北観光ネットワーク協議会への支援協力の他、観光セミナーの開催や視察研修会等、観光振興委員会を中心に、地域振興に向けた様々な活動や取り組みを行ってまいりました。

そのような中、新型コロナウイルスの流行をきっかけに広がった新たな旅行形態である身近な観光地の魅力を再発見するツーリズム「マイクロツーリズム」は、備北エリアの新たな観光振興を考えるうえにおいて地域観光資源を見直す機会となり、またこの度の提言作成のきっかけになりました。

備北エリアには豊かな自然の他、古来から伝わる里山文化を色濃く残す希少な地域であり、観光資源も多々あります。しかしながら、これらの魅力を多くの人に伝えることができていないことが一番の課題であり、今後どのようにこの魅力を伝えることができるかが重要だと考えられます。この提言は地域の様々な課題を整理したうえで、戦略を立て、地域が一体となり、観光振興に向けて取り組んでいくことを目的として作成させていただきました。

この度の提言内容につきましては、両市の観光振興計画から、観光の課題を整理し、客観的な視点で三次・庄原の備北観光のチャンスとして分析し、それを基に委員内で意見を出し合い、振興戦略やアクションアイテムを各テーマごとにまとめさせていただいています。

また、その提言を実行するにあたり、官民連携型の新たな組織を設立することも盛り込んでいます。

今まさに地域観光は好機を迎えています。備北エリアもこの機会を逃さず、魅力ある観光地として注目してもらうため、情報発信の強化と提言の実行体制づくりが急がれます。

今後はこの提言が一日も早く実現できるように、関係団体と一緒に取り組んでまいります。

最後に、この度の提言書作成に際しましては、ご協力をいただきました多くの皆さまに改めまして感謝申し上げます。



庄原市比和町三河内棚田

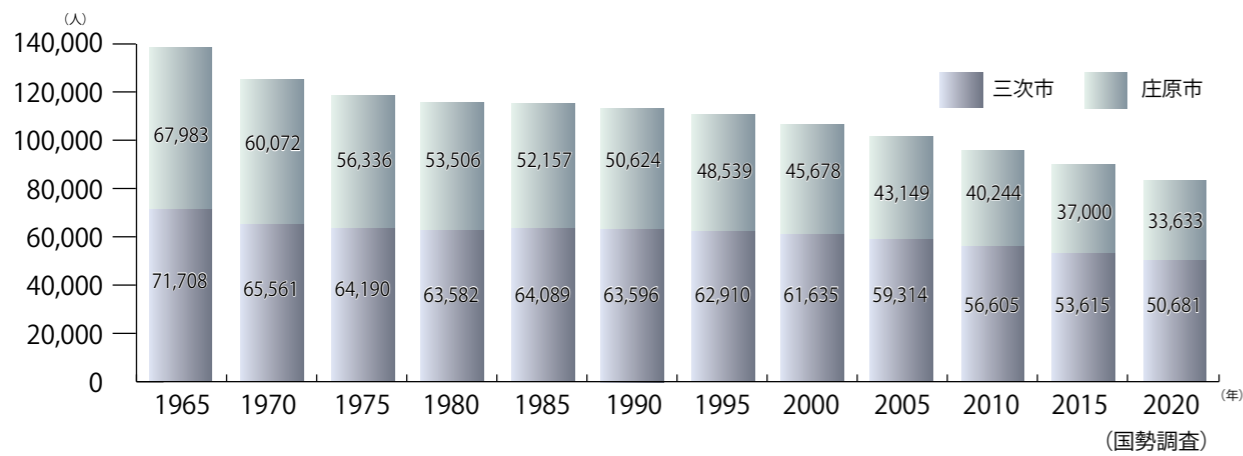
## 備北観光の現状

### ▶備北地域（三次市・庄原市）の社会環境

三次市・庄原市のある備北地域は、中国地方の中央部にあたり、山陽と山陰を隔てる中国山地南側の東西60km、南北40kmに広がる地域である。背後に1200メートル級の間山が連なり、広大な森林と、江の川水系の河川が脈のように流れて、豊かな自然環境に恵まれた地域を形成している。

広島県の面積の24%という広い地域に、県人口の3%にあたる82,432人（三次市49,675人/2022.11.1現在、庄原市32,757人/2022.10.31現在）が暮らしている。いわゆる中山間地域で、高度経済成長期以降は過疎化が進み、近年は少子高齢化が加速して地域の活力は著しく低下している。

◆備北地域（三次市・庄原市）における人口の推移



### ▶新型コロナウイルス感染症の観光への影響

2020年から新型コロナウイルス感染症拡大の影響により観光需要は大きく落ち込んでいる。

コロナ以前、国内においては、2012年に836万人であった訪日外国人観光客数は、2019年に3188万人で、7年間で約3.8倍に増加し、これに伴いインバウンド消費額も約4.4倍に増えていた。

ところが、新型コロナウイルス感染症が世界的に拡大すると旅行需要が消失し、訪日外国人観光客数は、2020年に412万人、2021年には25万人にまで激減し、日本人国内延べ旅行者数も2019年には5億8710万人であったが、2021年には2億6821万人と半減している。

ここ備北地域においても、コロナ禍の影響が2年

以上にわたり続いており、観光客数の減少、観光関連事業者における収入の減少など、観光への影響は深刻化している。



コロナの影響で誰もいない広島空港国際線

### ▶備北地域（三次市・庄原市）の観光動向

コロナ以前での備北地域の総観光客数は、1994年の広島三次ワイナリー、1995年の国営備北丘陵公園の開園を機に大きく増加し、近年はほぼ横ばい状況だったが、尾道松江自動車道の全線開通によって増加傾向にあった。

総観光客数に占める宿泊者の割合は、三次市が3~5%、庄原市が10%前後で、入込観光客数は三次市のほうが多いものの、宿泊者の割合は庄原市が高い傾向が続いている。

来訪、移動手段は、自家用車が三次市88%、庄原市85%と、備北地域全体で9割弱を占めている。

備北地域の観光においては、観光消費額が少ないことが特徴としてあげられる。

1人あたりの観光消費額は、三次市は1,600円前後で推移していたが、令和になって1,800円台に増加している。一方、庄原市は2,200円前後だったものが、平成20年からは2,000円を割り込み、令和になって1,400円台に減少している。

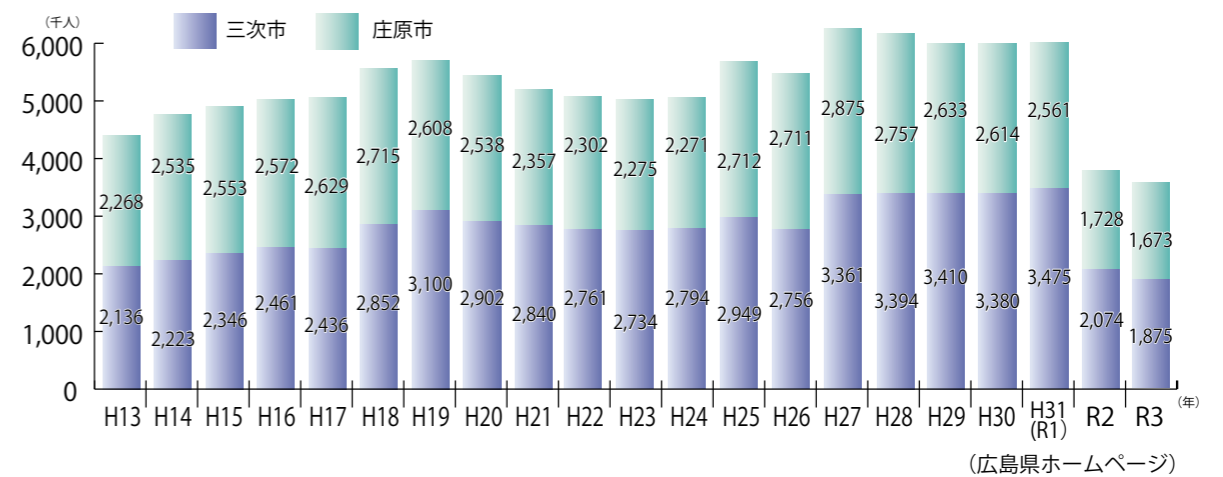
新型コロナウイルス感染症の拡大が備北地域の観光に与えている影響については、2019年の観光



上野公園

客数が60万3600人（三次市34万7500人、庄原市25万6100人）に対し、2020年は38万200人（三次市20万7400人、庄原市17万2800人）と、37%の減少となっている。訪日外国人観光客数は備北地域で2019年の11,196人から2020年は312人に激減している。観光客全体に占める外国人の割合はコロナ前は2%程度だったが、年々増加傾向にあった。

◆備北地域（三次市・庄原市）における観光客数の推移



(広島県ホームページ)

## 備北観光の課題

### ▶ 不便な公共交通機関

備北地域は豊かな自然、新鮮な農産物に恵まれ、広島三次ワイナリーや国営備北丘陵公園など集客力を持った観光施設も多く点在している。しかしながら、そのポテンシャルを十分に生かしきれていないのが現状である。

まず第一にあげられる課題として、備北地域への公共交通機関の不便さがある。

新幹線で広島までの所要時間は、新大阪から1時間20分、博多から1時間あまりで便利である。しかし、広島から三次までJR芸備線でそれ以上の

時間がかかってしまい、庄原方面へは運転本数が極端に少なくなる。福山から三次へのJR福塩線は所要時間、運転本数ともに非常に使いにくい。

航空機利用の場合、広島空港から備北地域へアクセスする公共交通機関はなく、広島を経由しなければ備北地域に入ることはできない。

高速バスは、広島から三次・庄原までの便はある程度充実しているが、広島以外の地域から備北地域に入る交通手段は限られているといえる。

また、駅から観光地への二次アクセス・公共交通機関が不足しており、目的地へたどり着くことは非常に困難な状況である。

自家用車利用の場合は、東西の中国自動車道、南北の中国やまなみ街道により山陽都市部や山陰からのアクセスも良好で、地域内の道路も整備が進んでいる。しかし、道路網の整備によって、備北地域を素通りしてしまう状況を引き起こしている。

なぜなら、観光資源が豊富で知名度も高い広島・瀬戸内エリア、松江・出雲や温泉地に恵まれた山陰に比べて、備北地域は全国的な知名度が低く観光地として認識されていないため、山陽～山陰間を往来する素通りルートとなっているのが現状である。

おり、観光客数は増えたとしても、日帰り・県内客が多く、広島県全体の観光収入は伸びているにもかかわらず、備北地域は減少している。稼げる観光地をどうやって創っていくかがこれからのテーマとなる。

### ▶ 観光消費額が低迷

第二に、備北地域における特徴的な課題としては、観光消費額の低迷があげられる。

自然資源が豊富ではあるが、観光消費につながる施設が少ないこと、観光インフラ・既存観光地の整備不足が観光消費額の伸びない原因の一つである。

宿泊施設も後継者不足や経営難により減少して

### ▶ 観光推進体制の整備が必要

第三に、観光推進体制が整っていないことも大きな課題としてあげられる。

観光地域づくりの舵取り役としては、三次市に(一社)三次観光推進機構(三次DMO)、庄原市に(一社)庄原観光推進機構(庄原DMO)がある。また、備北エリア全体の観光振興を図る目的で設立された「備北観光ネットワーク協議会」があり、三次市・庄原市、三次DMO・庄原DMOによって構成され、広島経済同友会備北支部が協力団体となっている。

組織は整っているかのように見えるが、市・観光推進機構(DMO)・商工会議所など観光振興に資す

る団体の役割分担が明確になっていない点に問題がある。それぞれが重点を置いている観光資源が異なっており、コンセプト・ターゲット・顧客管理・ブランドづくりなど、様々な場面において各主体が別々の方向を向いた施策を行っているように感じられる。

地域の「稼ぐ力」を引き出せておらず、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの推進役としての役割が果たせていない。明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、両市の垣根を超えて戦略を着実に実行に移す組織が必要であろう。

### 資料 三次市・庄原市それぞれの観光課題

#### 三次市の観光課題

- 観光資源の不足や、観光インフラ、既存観光地の整備不足、ご当地グルメの不足
- 交通機関の問題  
公共交通機関は不便(沿岸部・都市部からのアクセスの悪さ)。東西南北道路網の整備により、観光客が三次市を素通りする。
- 宿泊施設の減少・不足  
後継者不足・経営難、リピーター獲得に向けての取り組み不足。
- 観光客数は増えているが、観光収入は減っている  
日帰り・県内客が多く、宿泊が少ない。
- ブランドづくりの目的が明確でない  
付加価値向上ではなく、「三次」の知名度アップに重点が置かれている。
- 人材確保・育成策において一貫性に欠けている  
サービスの質、ホスピタリティ(おもてなしの心)の向上が図られていない。
- 各主体が別々の方向を向いて観光事業を行っている  
市・観光推進機構・商工会議所が、それぞれ重点を置いている観光資源が異なる。コンセプト・ターゲット・顧客管理・ブランドづくり、全項目にわたって各主体が別々の方向を向いている。
- 外国人観光客は地方において伸びが小さい  
三大都市圏や有名観光地は伸びているが、隅々の地方にまでは流れていない。

#### 庄原市の観光課題

- 観光資源の競争力の弱さ、観光情報発信力の不足  
全国的に知られた宮島や松江などがある山陽・山陰の谷間になっている。観光資源の認知度が低い。地域の知名度が低い。観光地としてのイメージがない。
- 二次交通アクセス、市全域の周遊不足  
観光地への二次アクセス・公共交通機関が不足している。やまなみ街道が開通したが、市全域への周遊に結びついていない。市内を周遊するモデルプランや旅行商品が確立できていない。
- 観光消費額の低迷  
自然資源だけでは観光消費につながらない。高速道路網の整備に伴う日帰り圏域の広がりから、観光消費単価の高い宿泊客や雪山の観光客数が減少している。
- ターゲットの不明確さと戦略不足  
新たなニーズの把握、それに対応した戦略的な取り組みがされていない。
- 専門人材の不足  
マーケティング・マネジメントを行う仕組みやノウハウ、専門人材が不足している。
- 観光推進体制の重複  
観光関係者間の役割分担が明確になっておらず、事業や取組に重複が見られる。それぞれの活動を整理・集約する仕組みが整っていない。

## 備北観光のチャンス

### キーワードは『新しい旅のありかた』

以上のように多くの課題を抱える備北観光であるが、大きく観光市場全体を俯瞰すると、今現在中山間地域の観光振興に大きなチャンスが巡ってきているといえる。2020年初頭からのコロナ禍は国内観光産業に対して甚大な被害を与えた。日本国内の旅行需要は激減し、多くの観光事業が苦戦を余儀なくされる事態となったが、その一方、「密を回避する」「遠出を控える」などという発想による新たな観光

トレンドも生んでいる。そのトレンドの多くは、実は備北地域のような中山間地にこそ好機となり得るものであり、今やこのチャンスをとらえる絶好の機会が訪れているともいえるのである。以下に備北観光のチャンストレンドを3つのキーワードとして挙げる。また、アフターコロナでの観光誘致においても記述する。

### ▶自然・地方回帰志向が続く

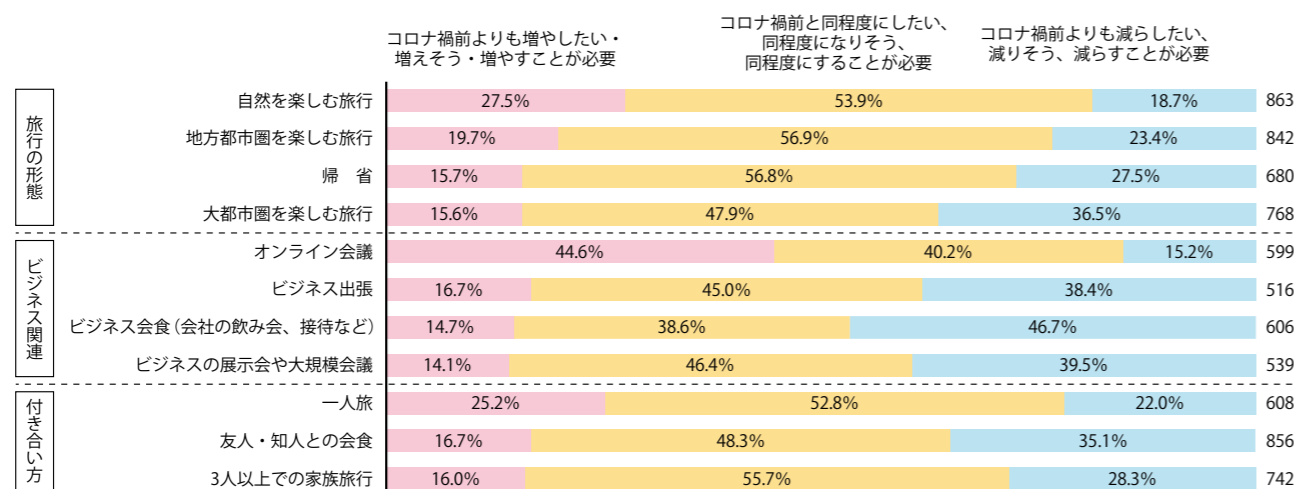
コロナ禍における「密回避」が叫ばれるなか、稠密な都市観光や屋内でのイベントを避けることが推奨された。しかしその一方で、レジャーを求める消費者は「密にならない」観光スタイルを求めた結果(図1)、それまでも需要伸長傾向にあったアウトドア観光が一気に拡大し、ファミリー層やグループなどでの多人数旅行を中心に「旅の定番化」している。その結果、都市部ホテル等が需要激減に苦しむなか、地方のアウトドア施設が非常に人気となり、手軽に自然を楽しめる新しい施設としてグランピング、オートキャンプ、アウトドアサウナ

などが全国に次々とオープンし、高稼働率を稼ぐ状況が続いており(図2)、定番化したこのトレンドはコロナ禍の収束後も続くと言われている。



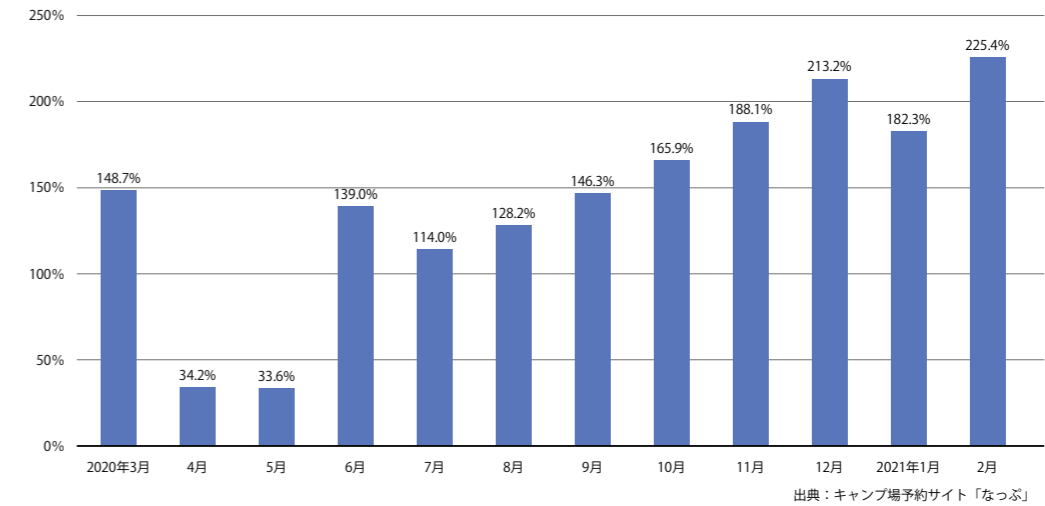
備北丘陵公園 湖畔ステイズ 庄原

(図1) コロナ禍前と比較した2021年の機会



出典：JTB総合研究所

(図2) 一施設当たりの平均予約件数(前年同月比)



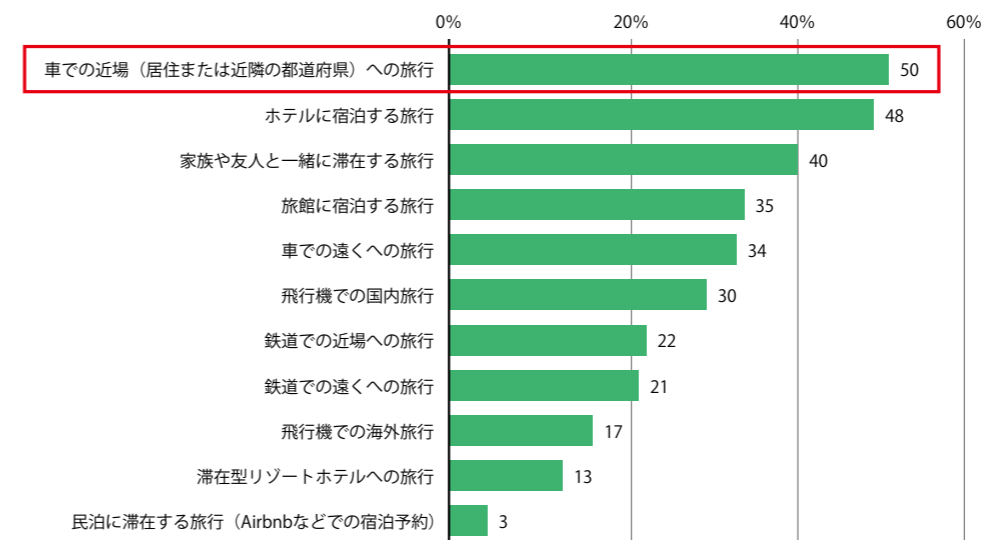
出典：キャンプ場予約サイト「なっぷ」

### ▶マイクロツーリズムの定番化を生み出す

コロナ禍による県境をまたぐ移動が制限された結果、これまであまり顧みられなかった自県内もしくはその隣接県での観光が注目されるようになった。この、自家用車での1~2時間程度の移動範囲での観光を楽しむスタイルは「マイクロツーリズム」と名付けられ、コロナ禍の観光産業を支える需要を生み出している(図3)。こうした状況が、自分の

居住地周辺の魅力的な観光資源を発見することにつながり、その結果、都市部居住者が自県内の自然豊かな地域に旅をする傾向を生み出した。この傾向は遠方旅行が復活したのちにも「手軽な小旅行」という形で、引き続き一定需要を生み出すものと推測される。

(図3) 自粛要請・渡航制限解除後、行きたい旅行のタイプ(複数回答)



出典：J.D.パワージャパン 移動自粛解除を目前にした「旅行に関する意識調査」



### ▶新しい旅のありかたが生まれる

現在の20代・30代を中心とするいわゆる「ミレニアル・Z世代」と呼ばれる消費者層は、今後の日本経済の中心となる需要層として各産業から注目されているが、観光産業においてもその重要性は同様である。この層は旅行消費に関する意欲も強く、観光需要の喚起には欠かせないが、注目すべきはこのターゲット層に特徴的な「新しい旅のしかた」である。

ミレニアル・Z世代の旅行スタイルで特徴的なのは「目的意識のある旅をする」ということと、「地方への関心が他世代より深い」という傾向だ。

これまでの主要観光地での物見遊山的な観光から離れ、よりディープな地域体験や交流を望んだり(図4)、定番的なものより自分の興味・関心に沿った旅をデザインする志向性が他の世代層に比べて高くなる(図5)傾向がある。今後、この世代が観光消費の中心層としてより活発になることを考えれば、主要な観光資源がなくとも、都市に比べて地域性が濃いと見える中山間地の需要性は、これまでの傾向と合わせてより一層高まっていくと考えてよいと思われる。



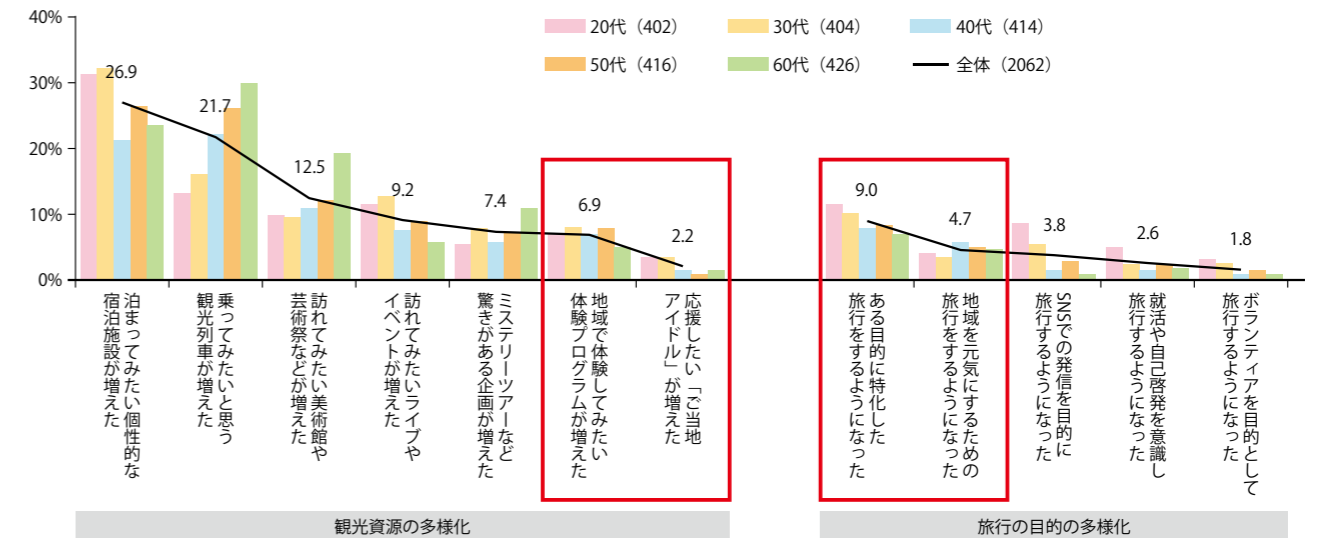
滝登り体験 (吉武滝)

(図4)

(人・%)

		地域の活動に参加するなど、積極的に交流を持ちたい	農家民泊など、地域の人とふれあえるところに泊まりたい	お店のおばちゃんなどと雑談をするのが好き	地域の歴史や文化について、より深く知りたい	地域の産業について、深く知りたい	地域の日常生活に触れたい	地域の人とよりも、旅行者同士で現地の情報交換をしたり、交流したりしたい	その他	地域の人や他の旅行者と交流を持ちたいと思ったことはない
全体	3608	8.8	8.7	23.6	39.3	13.9	21.1	6.8	0.6	32.3
男性20代	258	20.5	12.4	22.5	33.7	22.5	23.6	7.8	0.0	28.7
男性30代	258	13.2	10.5	18.6	36.0	16.7	19.8	6.6	0.4	33.3
男性40代	258	9.3	9.7	29.1	35.3	14.3	19.4	5.8	0.4	34.1
男性50代	515	5.8	6.6	21.0	42.1	15.7	21.0	3.7	0.6	30.3
男性60代	515	8.0	8.9	24.5	48.3	14.8	22.3	8.2	1.0	29.9
女性20代	258	10.1	8.5	26.4	23.3	8.5	17.1	8.5	0.0	41.5
女性30代	258	7.8	12.0	22.9	31.4	12.4	19.8	2.7	0.4	38.4
女性40代	258	10.9	8.5	22.9	35.3	13.2	19.8	4.3	0.0	36.0
女性50代	515	7.0	8.2	25.2	41.0	11.5	22.9	8.7	0.6	30.5
女性60代	515	5.2	6.4	23.5	46.4	11.8	21.7	8.9	1.2	29.5

(図5) 最近、国内旅行について感じること



出典：JTB総合研究所

以上の主要な観光トレンドを踏まえてみると、これまで主要観光地にはなり得なかったために入込客数・旅行消費額ともに低迷していた中山間地域にも大きな機会が訪れているといえる状況が発生し

ている。備北地域の今後10年を見据えた観光戦略を考えるとき、このトレンドとターゲットを適切にとらえ、有効な打ち手を施せば、これまでとは大きく違う備北観光の姿が見えてくるのである。

### ▶アフターコロナでの観光客誘致に取り組む

2022年12月の外国人観光客は、コロナ禍前の5割を超えるまでに回復してきている。広島サミットをきっかけにインバウンドの本格的な回復が期待され、さらに2年後に迫った大阪万博では、関西圏を中心とした西日本に国内外から多くの観光客が訪れることが予想される。他の地域にどの程度の波及効果があるか定かではないが、このチャンスを逃すわけにはいかない。また、世界バラ会議福山大会2025も開催され、何も手を打たなければ他地域に遅れをとり、備北地域は素通りされるに違いない。

観光客誘致には都市部の観光拠点施設・旅行会社・DMOなどとの連携が必要である。しかし、狭い地域同士の観光組織やDMOとの連携では、広い範囲の情報を得ることが難しいため効果が限られる。重要なのは広域でまとまったDMOとの連携と、

そのシステムづくりであり、集客には広域DMO同士がネットワークを組むことである。大都市部の観光団体とどう連携していくかが今後のカギを握っている。また、広島サミット、大阪万博を一過性のイベントとして捉えず、その後も交流・連携の継続へと繋げることが大切である。



森の散歩道

## 備北観光の振興戦略・アクションアイテム

### ▶一次交通の活用と二次交通への接続を考える

広島から三次まで開通していた芸備鉄道（現 JR 芸備線）は大正 12 年（1923）備後庄原駅まで開通した。また同じ年、備北交通（株）の前身である右近自動車（株）が乗り合いバスの営業を始めた。備北地方における大量輸送時代の幕開けである。それから今年で丁度 100 年、その鉄道は今、大きな転換期を迎えようとしている。

瀬戸内沿岸部と備北地域を結ぶ一次交通網を見ると、広島から JR 芸備線、福山から JR 福塩線があり、高速バスは広島から三次・庄原・東城を結んでいる。これら既存の鉄道・バス路線を活用して地域交通を確保し、どのように二次交通に繋げていくかが中山間地域における観光振興のカギとなってくる。

鉄道については、JR 単独では困難だとしても、高速バスと連携し、公的資金投入による車両の近代化・高速化、観光列車・サイクルトレインの導入などによって快適性・利便性の向上が期待でき、ひいては利用者増につながるのではないだろうか。

高速バスについては、広島高速 5 号線が広島駅北口まで開通すれば広島駅新幹線口へ全線高速道路での直接乗り入れが可能になる。新幹線からの



備後庄原駅

乗り継ぎを考慮したダイヤ編成や、広島三次ワイナリー・備北丘陵公園などの主要観光施設へ直接乗り入れる直行便の新設も考えられる。

備北地域の主要観光施設への入込観光客は、関西方面（大阪府・京都府・兵庫県）からの来訪者が約 10% を占めているというデータがある。公共交通機関利用の場合は広島が起点となっているため、現在実施されている、JR 西日本・広島電鉄・備北交通が連携した「バス&レールどっちも割きっぷ」の取組などは有効な手段である。

このような交通事業者の連携に加え、三次・庄原の DMO を巻き込んで新たな組織を作り、2025 年に開催される大阪万博への来訪者を含め、関西方面からの集客拡大に向けて連携して取り組む必要がある。

それら来訪者にどのような交通手段を提供できるのか考えたとき、鉄道・バスを含め二次交通に関しても、より多くの選択肢を提供することが重要である。それにより来訪者の不便・不満を解消することができ、また、その情報を的確に伝える手段を構築することによって新たな観光客の発掘・増加につながる事が考えられる。



三次駅

### ▶ MaaS（マース）の構築を模索する

三次・庄原中心部への交通はある程度確保されているが、鉄道や高速バスから下車後の二次交通が問題となってくる。

そこで有効な手段として考えられるのが Mobility as a Service（マース）で、そのインフラを整備して、システムを構築していくことである。

MaaS（マース）とは「ICT（情報通信技術）を活用して、マイカー以外での移動をシームレスにつなぐ」もので、公共交通プラス、運行ダイヤのないデマンドバス（需要に応じて柔軟に運行するバス）・タクシー、レンタカー・レンタサイクルなどあらゆる交通手段を用意し、それらを組み合わせた経路・所要時間・料金・乗換案内をアプリや Web サイトで検索できるようにすべきである。

まずは三次駅・備後庄原駅や主要観光施設、道の駅などにデジタルとアナログを融合した案内と交通手段を結合させる MaaS（マース）ステーションを整備する。地理的に不案内な来訪者が見てもはっきり分かりやすい案内とし、多国籍言語対応は必須である。

将来的には AI を活用した「オンデマンド相乗り観光タクシー」「ライドシェア」（自家用車の相乗り）など、路線や運行ダイヤを気にせず、利用者が乗りたいときに行きたい場所までダイレクトに運ぶ新し

い交通手段の可能性も探る必要がある。それこそが「ミレニウム・Z 世代」の「目的意識のある旅をする」新しい旅の仕方への中山間地の需要が一層高まる手段だと考える。

また、今早急に取り組むべきことは、コロナから立ち上がり、大阪万博を視野に入れて、まずは行政・DMO・関係団体・事業者お互いが連携、することが重要である。情報・BIG データを共有し、利用者が困っていること、要望・課題を一つずつ解決することである。

#### 庄原 Maas 2つのテーマ

##### 観光型 Maas

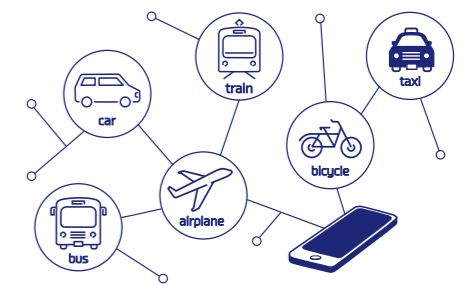


・デマンドバス+ GSM の乗り継ぎ

##### 生活交通型 Maas



・AI 配車デマンドバス  
・サブスクリプション運賃(路線バス含む)



### ACTION ITEM

- 大阪万博を見据えた JR・広島電鉄・備北交通・両市 DMO の連携
- バス利用のストレスフリー化
  - ・三次駅・備後庄原駅、道の駅、主要観光施設などを基点とする二次交通の整備
  - ・観光施設を周遊する交通手段の確保
- 二次交通の手段
  - デマンド交通・コミュニティバス・タクシー・レンタカー・レンタサイクル（電動）・ライドシェア



備後落合駅

▶自然資源を活用した体験型の観光を推進する

備北観光ネットワーク協議会が2017年度より推進している「びほくコドモトフィールド」事業では、備北地域ならではの体験をベースとした“達成感”や“成長”を実感できる教育的付加価値をもつ子育てファミリー向けの体験プログラムを整備することにより、魅力ある観光地づくりを目指したプロジェクトを、観光・地域づくり・子育て・教育など、多様な立場の関係者が協働で進めている。親子連れで体験できる施設を充実させ、野外遊びを通して子供を育てられる環境を整えれば、それは教育資源にもなるし、観光資源にもなり得る。このようにまちづくりと観光を結び付けていくことは、共感を呼び、関係人口・交流人口の増加にもつながる。子供時代の楽しい思い出・体験は心に残り、子供たちが大人になったとき、最終的には定住地として選んでもらえる地域となるのではなかろうか。



田んぼのいきもの探検

これが当構想のビジョンである。しかしながら、ビジョン実現に向



けた整備や備北地域内外での認知は、残念ながら進んでいると言えない状況である。今後、県内外のファミリー層に「親子で過ごすなら備北地域」との認識を広げていけるよう、より具体的な役割分担や予算化を行うとともに、協賛施設や協働事業者を増やし、取組や発信を強く推進していくことが重要である。特にコロナ禍に急上昇したアウトドアツーリズムへの関心は、アフターコロナにおいても旅のトレンドとなり、体験ツーリズムの需要も再上昇すると考えられ、今がチャンスと言えるのではないだろうか。

備北地域の豊かな自然や文化、そこに暮らす人々とのふれあい、子供と一緒に過ごすかけがえない時間。「びほくコドモトフィールド」はそんな出会いや体験を通じた持続可能な観光まちづくりの可能性が広がっている。

ACTION ITEM

- 里山の文化・技・伝統を伝える体験プログラム、年間を通じて楽しめるプログラムを提案
- 親子連れで体験できる施設を広く発信
- アウトドアのサークルをつないで、ネットワーク化（カヌー・山遊びなど）
- 公立保育所において自然保育を取り入れ、「ひろしま自然保育認証制度」の認証を受ける
- 太陽光発電の開発については、備北地域ならではの観光に支障が生じないように、各施設やドライブウェイの景観保全への配慮を条例化する。
- 「びほくコドモトフィールド」の取り組みプログラムの大々的な発信



江の川カヌー公園さくぎ

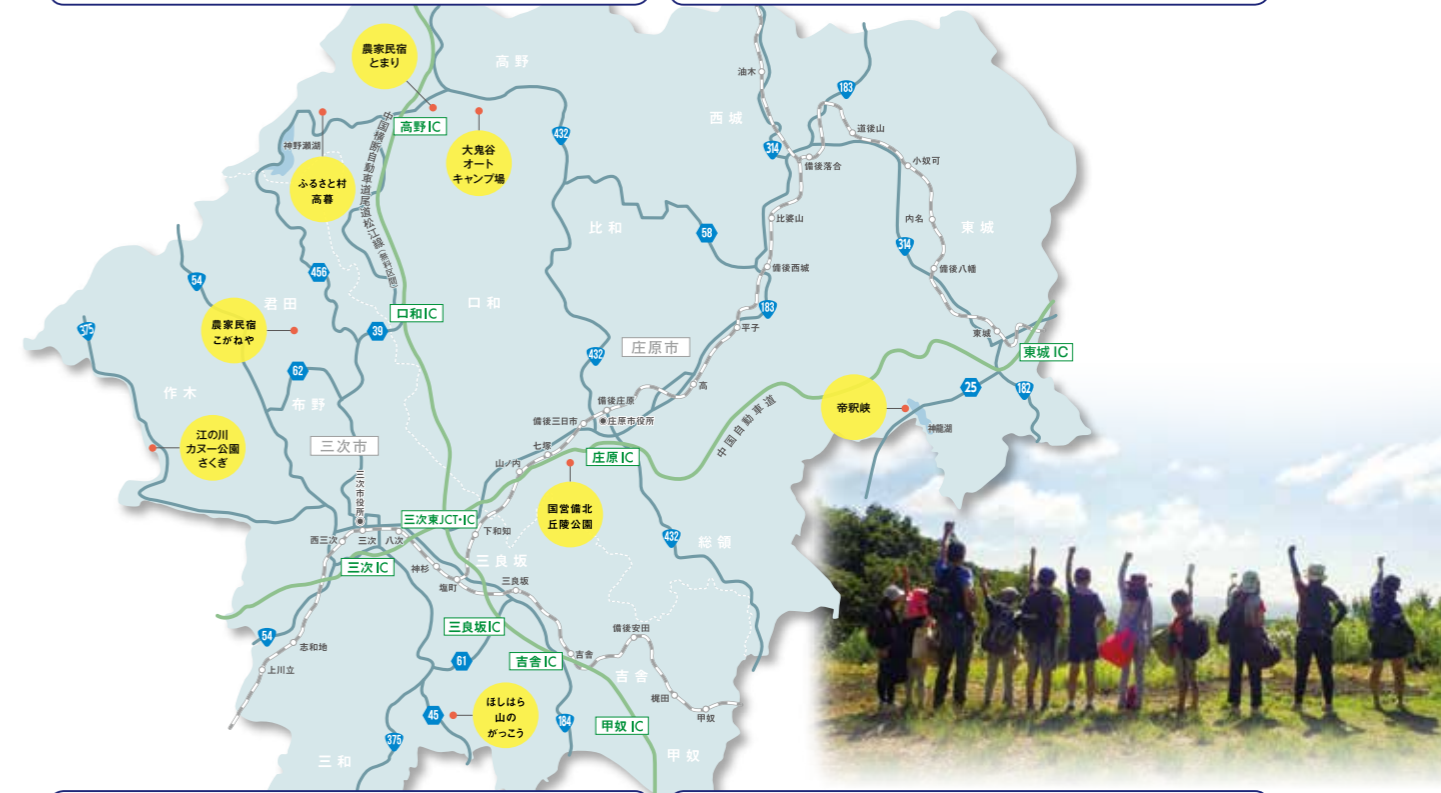
「びほくコドモトフィールド」加盟施設

**ほしはら山のがっこう**〔三次市上田町〕  
ふるさと自然体験塾 おいしい楽校-田んぼ・畑・里山の「おいしい」に会える！  
**体験プログラム** おいしい楽校/かけっこスクール/防災こどもキャンプ/森あそびカフェ(共催)等

**農家民宿こがねや**〔三次市君田町〕  
農家民泊を体験しよう-おじいちゃんの家に戻るような心やすらぐ居場所  
**体験プログラム** 宿泊・田舎体験等

**農家民宿とまり・農家キッチンとまり**〔庄原市高野町〕  
お腹いっぱい、田舎で遊ぼう-田舎料理を食べて遊んで、ゆっくり過ごそう  
**体験プログラム** 宿泊・農業体験/お食事等

**江の川カヌー公園さくぎ**〔三次市作木町〕  
川で遊ぼう-感動と発見がいっぱい!親子ではじめる川あそび  
**体験プログラム** カヌー体験スクール/オートキャンプ場/沢歩き/沢遊び等



**ふるさと村高暮**〔庄原市高野町〕  
のぶちゃんとふるさと村冒険スクール-あそびの達人と一緒に過ごす、地元ならではの楽しみ方  
**体験プログラム** 宿泊(共同調理)等

**国営備北丘陵公園**〔庄原市三日市町〕  
わら細工体験-まるでタイムスリップしたかのような世界で、昔ながらの里山体験  
**体験プログラム** わら細工体験等

**大鬼谷オートキャンプ場**〔庄原市高野町〕  
大自然の中でキャンプ体験-親子の絆を深める、とっておきの冒険に出かけよう!  
**体験プログラム** オートキャンプ場/ツリーアドベンチャー等

**帝釈峡**〔庄原市東城町・神石高原町〕  
雄大な自然を体感するカヤックツーリング-国定公園の大自然と絶景を楽しむワクワク体験  
**体験プログラム** カヤックツーリング/遊覧船等

## ▶ 二大拠点施設の集客力アップと連携の仕組みをつくる

備北には三次市に「広島三次ワイナリー」、庄原市に「国営備北丘陵公園」という年間それぞれ50万人を集客する拠点施設がある。この二大施設の魅力をさらにアップさせて集客を増やすこと、そして、両施設を拠点にして三次・庄原の周辺施設へ回遊させることはできるだろう。また、これだけの集客力があるなら、もっと備北全体の観光施設を広報でき、小規模な観光施設は、都市部からの観光客にうまく発信できる可能性があり、両拠点から様々な情報を発信していくことは有効である。

ファミリー層が多い施設、熟年層が多い施設など施設によって特徴があるが、それぞれ異なる客層を集客する手だてや、飲食であれ宿泊であれ弱点

を補完するような仕組み、お互いの強みをPRし、融合できるような仕組みができないだろうか。

具体的な集客増の取組として、両施設でそれぞれ年1回ずつ大規模イベントを開催することや、すでに実施されている「ワイナリーで食事+丘陵公園のイルミネーション」や、「丘陵公園でワイナリーのワインを提供」など、セットでお得なイベント・割引、イベント時にお互いの施設情報を発信・PRすることなどが考えられる。また、公共交通機関利用者にはアルコールの提供が可能なので、イベント時・多客期には両施設を気軽に往来できる周遊バスの運行も必要であろう。

### ACTION ITEM

- 両施設セットのイベント、利用時のセット割引
- 両施設で、年1回ずつ大規模イベントを開催（三次・庄原フェアなど）
- 広島三次ワイナリーと国営備北丘陵公園での周辺施設の情報発信
- イベント時、ハイシーズンに広島三次ワイナリーと国営備北丘陵公園間に周遊バスを運行



広島三次ワイナリー



国営備北丘陵公園のウィンターイルミネーション

## ▶ 都市部との連携を図る

備北の魅力を発信する手段として都市部との連携がある。現在、広島市でPRできる拠点は2カ所ある。半世紀に一度といわれる駅の建て替えや大規模再開発が進むJR広島駅と、西広島エリアの玄関口・交通の結節点としてまちづくりが進められている西広島（己斐）駅前の「コイブレイス」である。

広島電鉄が運営するコイブレイスはすでに連携の実績がある。1日約15万人が利用する広島駅は、南口地下広場や北口に近い「エキキターレ」でイベントが可能で、JRや備北交通などと連携し、ターミナルという利点を生かした活用が可能である。今後は、都心部に新しくできた「ひろしまゲートパークプラザ」（市民球場跡地）や建設中のサッカースタジアムイベント広場の利用も選択肢に加えることができる。さらに、中国やまなみ街道の開通によって備北との時間距離が大幅に短縮された福山市との連携も視野に入れるべきであろう。

広島経済同友会の広島ブランド委員会でも「中山間地ならではの資源を活用した振興を図ることが重要」と述べており、中山間地域との交流・連携がテーマになっている。都市部との協力関係を築くには今がチャンスであり、この機会を利用した積極的



「コイブレイス」三次・庄原フェア

なアプローチによって連携をより強固なものにしたい。

都市住民に備北の魅力を感じてもらうことは関係人口の増加にもつながる。すでに情報発信や都市部と連携して活動している個人・団体に対しては、その支援や連携強化の取組によって、より広範囲への波及効果が期待できる。現在、庄原市では「庄原市ファンクラブ」の設立準備が進められているが、三次・庄原両市の情報・魅力を発信してもらう「備北ふるさと観光大使」の創設も必要ではなからうか。

### ACTION ITEM

- 都市にマーケットスペースを設ける（経済同友会独自のシステムを作る）
- 現状は、主要施設が個々に出店しているが、備北観光ネットワーク協議会でまとめたプランを提案していく
- 備北全域を対象に出店を募り、都市部が求めているもの、都市部にはないものを選択して出品する  
（備北観光ネットワーク協議会の役割）
- 都市居住者の消費ニーズに添ったイベント・商品開発
- 「備北ふるさと観光大使」の創設



「コイブレイス」三次・庄原フェア

### ▶ 広域での連携がカギを握る

備北地域は中国地方の〴〵であり、その地理的優位性を利用しない手はない。「瀬戸内」と「山陰」の二大観光ブランドに挟まれた「空白地帯」と捉えず、陰陽間の移動時には必ず通るエリアであり、山陰への入口と捉えるべきである。関西からも中国自動車道で4時間であり、大阪万博や外国人旅行者をいかに集客するかがカギとなる。

それには、備北だけにとらわれない広域でのルート提案・確立が必須であろう。道の駅世羅（世羅町）や道の駅三矢の里あきたかた（安芸高田市）、道の駅たたらば壺番地（島根県雲南市）を含めた「道の駅周遊コース」の設定や、「もののけ」「タタラ」をキーワードにしたルート設定が考えられるし、瀬戸



内・山陰の〴〵食、に中国山地の食をプラスして楽しむ仕掛けが可能である。



道の駅 世羅 (世羅町)



道の駅 たたらば壺番地 (島根県雲南市)

#### ACTION ITEM

- 広域周遊プランの提案・確立と、わかりやすいルート情報の提供
- 宿泊・駐車場など集客イベントの体制づくりと情報の集約・共有
- インパクトのある大規模イベントの開催【例：備北マルシェ】
- インバウンドの移動手段確保



### ▶ 観光消費に結びつく〴〵厚いおもてなし、を提供する

備北の景観の特徴として、手入れされた里山・比婆山連峰を中心としたなだらかな中国山地・カンナ残丘のある風景・多様な樹木や山林・ブナの林…、それらにまつわる神話や民話が語り継がれ、日本の原風景を感じさせる景観が広がっている。しかし、景観をゆっくりと眺める場所や宿が少なく、心地よさ、おもてなしを感じるができない。

また、備北地域ではラフティング・カヌー・里山サイクリング・キャンプ・グランピングなど、アウトドアアクティビティを体験する場所も多い。

それらすべてを包み込んでいるのは暮らしであり〴〵千年アート、という言葉があるように、先人たちが営々と積み上げてきた暮らしによって景観が保たれ、アクティビティ体験も可能なのである。暮らしを含めた観光には海外の人に関心が高く、暮らしと切り離された観光地は求められていない。

備北エリアは自然と文化、それプラス〴〵食、が豊かであるが、まだ観光地としてそれほどメジャーではない。観光地化されていないからこそ、今の日本の観光業とは相反するかもしれないが、全国チェーンの店ではなく、地の人がクローズアップされて、「この人に会いに行きたい、この人が作ったものが食べたい」となるような地域、地場の産業やお店が頑張れる地域になり得る。地域の魅力・財産

を再確認してしっかりPRすれば、備北地域はこれからの観光においてポテンシャルを有しているのではないだろうか。

観光で人を引き付けるのは「魅力ある人」と「食」、そして「厚いおもてなし」である。備北は新鮮な自然食、田舎の味にあふれている。杜氏が新酒について語り、ソムリエがワインについて語り、それに合った旬の食を味わう。そういったところに価値を見出し、また価値観をアップさせる、おもてなしの演出も必要であろう。



山遊び体験

#### ACTION ITEM

- 発信できる人、語ることのできる人の発掘・育成
- 価値観をアップさせる演出
- 観光拠点ごとに特徴ある食のイベントを開催  
【比婆牛・お好み焼き・ワニ料理・地酒・ワインなど】
- 「食」の魅力を再確認・発信する（郷土料理、地産地消の店をPR）



比婆牛

## ▶両市にまたがる七塚原の活用を図る

七塚原は庄原市の南西部、三次市三良坂町と境を接する標高 300 ~ 350 m に広がる丘陵である。なだらかな高原にたわむれる牛、赤い屋根のサイロや牛舎が点在し、ポプラ並木など北海道を思わせる風景は古くから県民の憩いの場として親しまれてきた。

ここに明治 33 年(1900)、明治政府の畜産振興方針によって日本最初の国営種牛牧場が開設された。当地への誘致に尽力したのは、当時農商務省の局長であった三次市出身の和田彦次郎氏であった。なお和田氏は芸備鉄道の初代社長を務めた人物でもある。大正 12 年(1923) 広島県に移管され、現在、県立畜産技術センターとして畜産技術の研究・開発を行っている。

七塚原は日本の畜産・酪農の原点である歴史ある場所で、地元七塚町の人たちは賑わいの地となるよう桜を植樹し、桜の名所としても有名になったが、時代とともに貴重な施設や桜も老朽化し、周辺整備

も十分行き届かなくなっているのが現状である。

また一方で周辺の森林は地元の人たちによって管理されてきたため、貴重な森林資源や昔の林道も残されている。エヒメアヤメなど絶滅危惧種の希少な植物が自生し、手つかずの豊かな自然が残る植物の宝庫となっており、それらの活用についても考えていく必要がある。

歴史遺産であり象徴でもある種畜場の建物や植栽の再整備、ポプラ・桜の植え替えを行うことによって、貴重な地域資源を守りながら観光につなげていくことができる。一帯は庄原市と三次市両市にまたがっていて、自然観察や旧林道を利用したサイクリング・マウンテンバイクのコース整備、里山の暮らしなどをテーマにプログラムが作りやすい地域であり、県立広島大学や国営備北丘陵公園に隣接する好立地であるため、備北エリアを象徴する観光拠点になる可能性を秘めている。

### ACTION ITEM

- 山林の林道をマウンテンバイクで楽しめる散策道として整備
- 地元特産品を紹介・販売できるマルシェイベントを定期開催
- 備北森林組合等と連携した環境整備活動
- アウトドアメーカーとタイアップした企画
- 県立広島大学と連携したフィールドを活用した様々な取組(共同研究事業・環境整備ボランティア等)
- 自然観察会：教育委員会と連携して学校の野外教育活動の場として活用
- 国営備北丘陵公園と連携した利用者向けプログラム開発



県立広島大学

※両市にまたがる七塚原であるが、そこに設立されている「県立広島大学」はあらゆる可能性を秘めた活動の場であり、連携していかなければならない。次頁より、別枠として「県立広島大学と七塚原周辺との連携」と題して、観光を起点とした取り組みについて提言する。

## 県立広島大学と七塚原周辺との連携

庄原市街から続く県大通りの坂道をのぼると、視界が開け、七塚原高原の美しい景色が目に入る。広大なトウモロコシ畑を通過し、広島県立畜産技術センター・ポプラ並木が左手に見えると、前方に県立広島大学の庄原キャンパスが現れる。

溯ること 34 年前の 1989 年 4 月に現在の東広島市西条町で開学した広島県農業短期大学が発展的に改組され、高等教育機関の空白地域であった県北の庄原市に広島県立大学として、七塚の地に建学された。3 大学統合・法人化・学部学科再編といった変遷を経て、現在は、広島県公立大学法人県立広島大学庄原キャンパス生物資源科学部として「地域に根ざした県民から信頼される大学」を理念に掲げ、「食と農」「生命科学」「環境科学」を中心とした教育・研究機関として発展をしてきた。

2022 年 12 月末現在の人員は、学生数 664 名(大学院も含む)、教員数 44 名、職員数 32 名。単科大学程度の小さな規模であるが、備北エリアでの

20 歳前後の年齢人口を常に保ち、その多くが大学へ通うだけでなく、備北エリアで生活を送っている。若い力は、地域を活性化させる起爆剤としての期待だけでなく、アルバイトや消費者といった経済循環の一翼を担う側面も持ち、地域と密接に繋がっている。

地域の方の熱烈な誘致と歓迎、その後の温かい交流を受けながら、県立広島大学は発展し今日に至ることができた。一方で、内外の環境変化により、施設の老朽化、18 歳人口の減少による志願者の減少といった課題が浮上し、大学周辺も当初の田園文化構想は実現せぬままとっている。

また、地域連携の課題も多く残されており、地域課題を解決することが大学の理念を実現することであり、社会貢献そして地域振興に資する重要なことでもある。

今回は、そのなかでも観光を起点とした取り組みについて提言をする。



県立広島大学庄原キャンパス

## 1. 七塚原高原の観光整備と活性化

### ① ポプラ並木の整備 (植物バイオ技術)

広島県立総合技術研究所畜産技術センターが管理するポプラ並木は七塚原高原の代名詞である。しかしながら、近年、暴風雨による倒木でその数が減少している。大学教員がもつ組織培養の研究技術により昔からあるポプラのクローン苗を育成し、移植することで、ポプラ並木の景観を保持する。

### ② 花見の名所復活 (植物バイオ技術)

七塚原高原にも花見ができる場所はあるが、病害虫により桜の木が減少しており、見どころが減っている。ポプラと同様にクローン苗を育成・移植することで、備北エリアでの花見の名所の一つとして復活させる。

### ③ 地域イベントの開催

春(桜)と秋(ポプラ)に大学・畜産技術センターの駐車場のスペースを利用して七塚原高原の魅力と歴史的背景を知る機会としてイベントを開催する。牛肉・乳製品を中心とした特産物の販売や七塚原記念館(畜技)、農場・植物工場(県大)等の視察ツアーを行い、地域の新たなイベントとする。



七塚原記念館 (種牛牧場旧事務所)

## 2. 国営備北丘陵公園との連携

### ① SDGs エリアの設営

大学の研究領域である「食と農」「生命」「環境」を中心としたテーマで、公園内にSDGsを実践的に学び、体験ができるエリアを設営する。具体的には、大学の専門教員の監修のもと農業体験ができる農地の設営、国兼池の水質浄化の取り組み、大気や水質の環境測定の体験コーナー等を設け、SDGsが体験できる公園としてのポジションを獲得し、新たな切り口での集客力の向上を図る。

### ② エコ観光イベントの開催

環境×観光をテーマとしたイベントを備北丘陵公園で開催する。環境負荷の低い地域特産品の販売、環境をテーマに取り組む観光業者の出店、大学に限らず地域の教育機関・行政・企業の環境への取り組みの紹介や体験コーナーをブース等で出店し、①と相乗効果を図り、認知度と集客力を向上させる。

## 3. 大学の研究成果・施設を活かす

### ① 特産品の開発

年間を通じて同じ栽培条件の維持が可能な完全閉鎖型植物工場やアクアポニックス(魚の養殖と植物の水耕栽培を同じシステムで行う新しい農業)の技術を活かし、新たな地域の特産品を産学官が一体となって開発する。また、開発だけでなくマーケティング等の出口戦略まで行う。

### ② 参加型さとやまオープンガーデン

大学内の敷地の一部を利用し、地域住民や観光客がテーマを決め、手入れを行うオープンガーデンを花卉栽培の専門教員の監修のもとで運営する。運営には対面での参加だけでなく、オンラインでの参加やバーチャル空間での栽培と連動させるなどの工夫をして、さとやまオープンガーデンの目玉の一つとして観光客を呼び込む。

### ③ 観光×研究によるニューツーリズム

「食と農」「生命」「環境」の要素を取り入れたニューツーリズムを実践する。庄原市西城地域で、CO2排出量の少ないモデル観光コースの設定を検討するように観光に大学の研究領域を加えることで、新たな観光の形態を創出する。

## 4. 新しい世代との観光基盤の確立

### ① 備北エリアの観光の体系的学修と実践

大学の講義において備北エリアの観光構想・名所史跡について観光関係者が登壇し、学生が体系的に知識を深めるとともに、観光需要を喚起する。また、地域課題の解決をテーマとする講義で、学生に観光をテーマとした地域課題への参画を呼び掛け、協業して課題解決を図る。

### ② 若者世代を代表するモニター・当事者としての参画

観光モニターとして備北エリアの観光地やお店を実際に訪問し楽しみや驚きを体験するとともに、その魅力を発信してもらう。また、モニターとしてだけでなく、学生の有志に観光戦略の策定やイベントの企画・実行に参画をしてもらい、当事者として同じ目線で街づくりに携わってもらう。



ポプラ並木



### ▶備北版まちづくり会社の目的と構造

備北版まちづくり会社の組織目的は「備北観光の振興」であることは言を俟たないが、その組織は行政コストに頼るものではなく、あくまで事業収益によって自走する組織となることが理想であると考えられる。このため、備北版まちづくり会社は、地域の官民プレイヤーと様々な連携をしつつ観光振興のための自主事業を展開することにより、一定期間の後には自社収益によって自走する独立企業体となることが望ましい。また一方でまちづくり会社本来の性質から、地域密着型の公益性を企業性とともを持ち、地域密着型のデベロッパーとしてハード、ソフトの両面から観光活性化に取り組むことが期待される。

組織形態は収益事業が可能となる一般社団法人もしくは株式会社が想定されるが、官民連携方式が完全民間資本運営かに関しては綿密な協議が必要

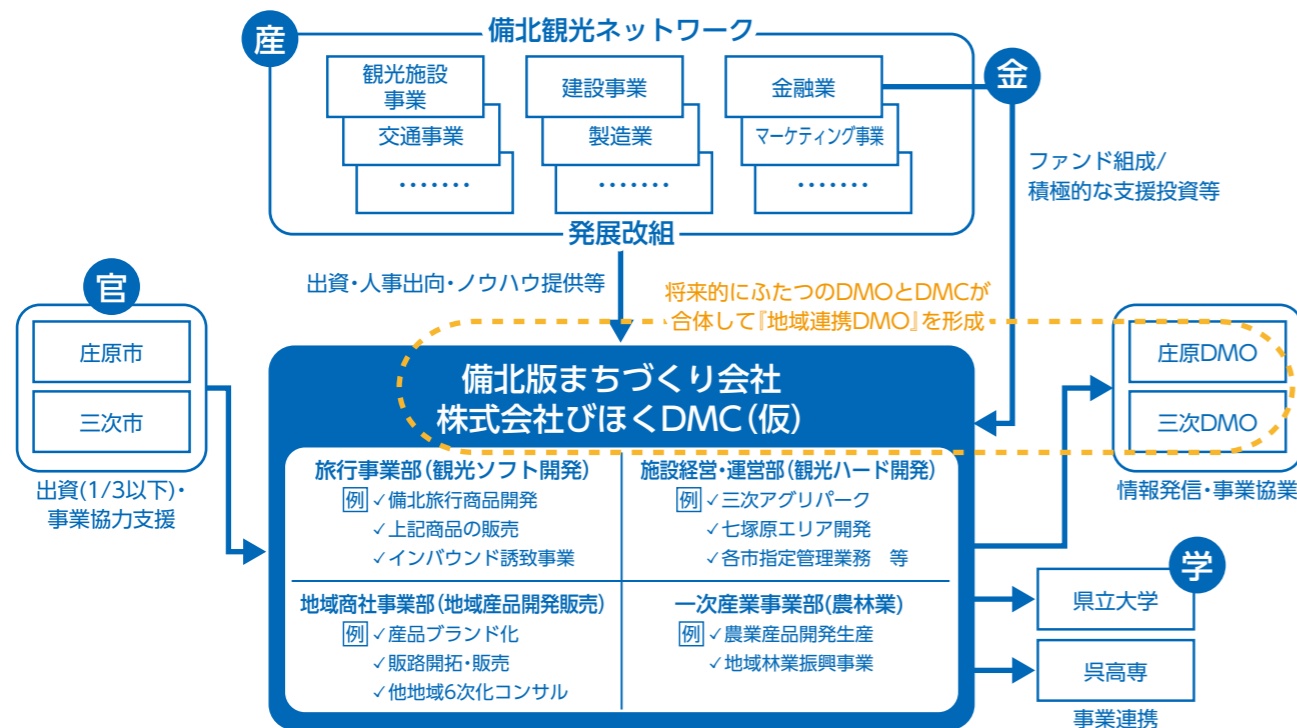
と思われる。ただし組織に必要な資本・人材・事業を構成するには民間の資本・人的参加・ノウハウが必要不可欠であるため、経済同友会備北支部所属の各企業を中心として多くの企業参画による組織形成が有力と思われる。

一方留意すべきは収益事業の成長までの初動期間においては、その公益性に鑑みて両市の指定管理業務や開発業務などを一定のルールのもと本組織に委託するなどの支援策も必要となるだろう。

以上提言を実行に移す組織に関してみてきたが、どのような組織形態にせよ、具体的な計画着手が可能となるべく衆知を集め、既存・新規組織を問わずに打ち手を実行することが必要であり、これまで述べてきた組織組成も含む「実行手段」に関して今後も真摯に協議を進めたいと考える。

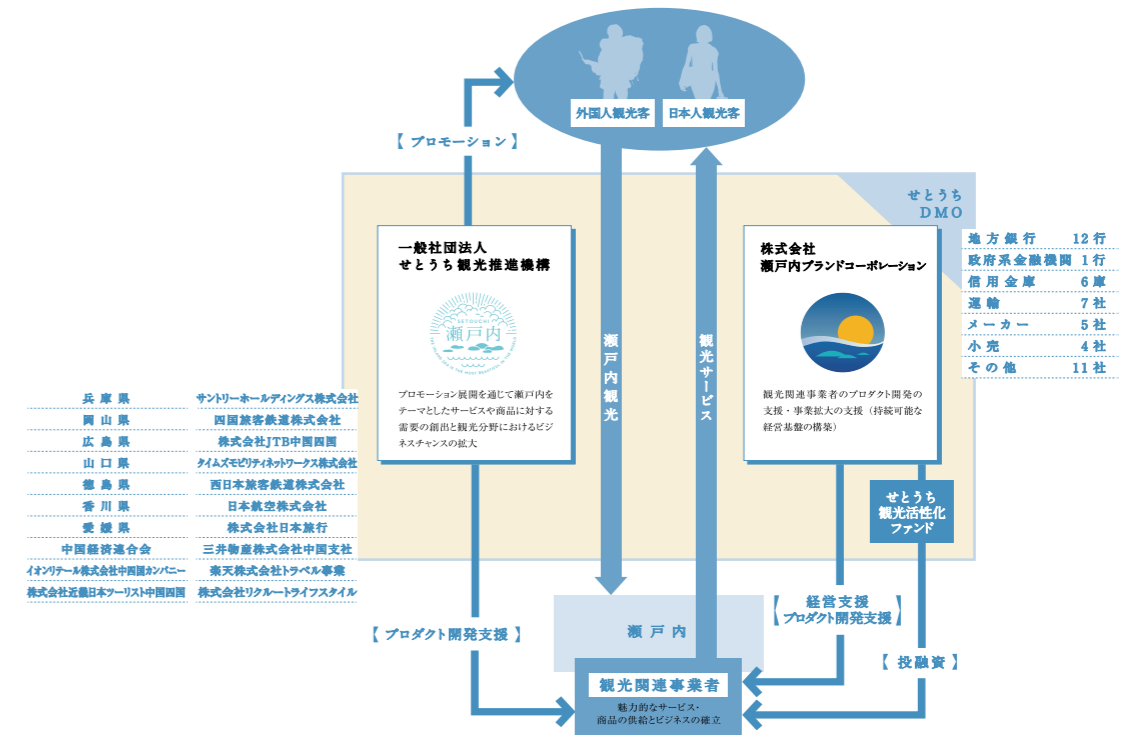
### 【株式会社びほく DMC スキームイメージ】

備北版まちづくり会社を組成し、開発事業を担わせる。将来的には両市観光推進機構を合わせて開発機能を持つ地域連携 DMO を組成、備北地域の観光開発とブランディングを強力に実行する。



### 【参考2：(株)瀬戸内ブランドコーポレーション(せとうちDMO)の組織】

せとうちDMOは中国四国7県が中心として組成する(一社)せとうち観光推進機構と7県第1地銀と民間企業で組成する(株)瀬戸内ブランドコーポレーションの2社によって構成されている。(株)瀬戸内ブランドコーポレーションはこれの中で、観光振興のための事業者支援と自主開発事業を展開、広域観光デベロッパーとして活動中。



### 【参考3：(株)瀬戸内ブランドコーポレーションの観光開発事例】

(株)瀬戸内ブランドコーポレーションは自社事業として各種手法で資金調達を実行し、様々な観光事業を瀬戸内各地で展開している。



## 《参考文献・資料》

- ・「産官連携による三次の魅力向上」早稲田大学大隈記念大学院公共経営研究科夏期集中講座資料
- ・「びほくコドモフィールド」-備北ではぐくむ親子のものがたり- 備北観光ネットワーク協議会
- ・「七塚原と和田彦次郎」七塚原地人協会 2000年
- ・「庄原市観光振興計画」庄原市商工観光課 2014年
- ・「庄原の歴史文化を未来に繋ぐ」資料集 庄原市庄原自治振興区 2019年
- ・「広島エリアにおける周遊型インバウンド観光振興の未来戦略」  
広島経済同友会 広島ブランド委員会 2019年
- ・「広島県観光客数の動向」(一社)広島県観光連盟 2020年
- ・「三次市観光戦略」三次市 2021年
- ・「官民連携による歴史的資源を活用した観光まちづくり(地域DMOの形成)」視察研修資料  
(一社)キタ・マネジメント 2022年

- ・観光庁ホームページ
- ・広島県ホームページ
- ・三次市ホームページ
- ・庄原市ホームページ
- ・庄原 MaaS 検討協議会ホームページ

## 《写真提供》

- ・庄原観光推進機構
- ・ほしはら山のがっこう
- ・富士原 英基 氏

## ■ご協力いただいた方(五十音順)

- 浦田 愛 氏 [NPO 法人ほしはら山のがっこう副理事長 ふるさと自然体験塾長]
- 木村 洋 氏 [トボラテジー株式会社代表取締役 ディレクター]

---

## 広島経済同友会 備北支部 提言書作成委員会

支 部 長	倉田 洋二	(尚)山谷建築設計事務所	代表取締役
副支部長	増田 茂典	マスブランドビル(株)	代表取締役会長
副支部長	山根 英徳	備北交通(株)	代表取締役
委 員 長	奥井 智裕	(株)グリーンウインズさとやま	代表取締役
委 員	加藤 雅規	(株)加藤組	取締役副社長
	中井 啓二	中国電力ネットワーク株式会社三次ネットワークセンター	所長
	中山 利彦	三次スズキ自動車(株)	代表取締役
	久保 崇俊	(尚)庄栄産業	代表取締役
	増原美登里	(株)君田トエンティワン (君田温泉)	専務取締役支配人
	小林 明宗	広島みどり信用金庫	理事長
	青山 真治	(株)広島銀行十日市支店	支店長
	山縣 隆	(株)広島三次ワイナリー	代表取締役
	池田 美咲	三次グランドホテル	支配人
	石飛 純一	(株)もみじ銀行三次支店	支店長
	坂田 賀昭	美和桜酒造(尚)	代表取締役
	重信 優	(株)菁文社	代表取締役
	長岡 雅子	長岡商事(株)	常務取締役
	山崎 輝雄	広島県公立大学法人県立広島大学	事務部長

Hiroshima Keizai Doyukai Bihoku Branch

備北エリア(三次市・庄原市)

提言書

2022



広島経済同友会 備北支部 提言書作成委員会

2023年3月