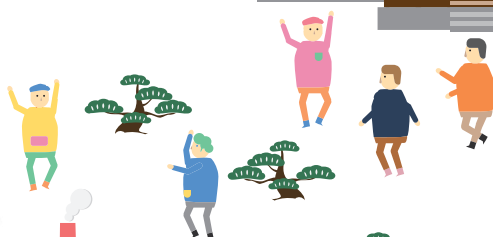
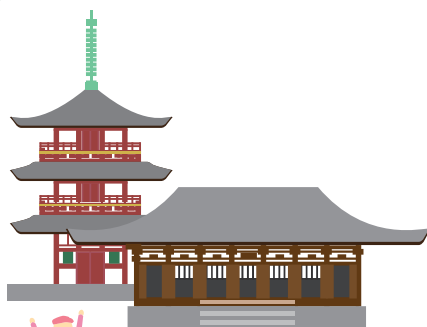


(概要版) 加古川市観光まちづくりプラン

令和7(2025)年度～令和11(2029)年度



加古川市

1 加古川市観光まちづくりプランの概要

(1) 加古川市観光まちづくりプラン策定の背景・目的

本市の観光施策の方向性を示した第2次加古川市観光まちづくり戦略（令和2（2020）年3月策定）の計画期間が、令和6（2024）年度で満了することから、引き続き「観光まちづくり」を推進するため、令和7（2025）年度から5年間の観光施策の方向性などを定めた「加古川市観光まちづくりプラン」（以下、「プラン」という。）を策定します。

本プランでは、少子高齢、人口減少社会を迎え、地域の活力を持続することが厳しくなるなか、本市の観光面における魅力を発掘し、発信するなど、積極的に本市への誘客を図り、交流人口を増やすとともに、本市の歴史や文化、食、自然、産業といった魅力を市民にも楽しんでもらえるような施策を展開し、にぎわいのあるまちを目指すことを目的とします。

(2) プランの位置づけ

本プランは、本市の最上位計画である「加古川市総合計画（令和3（2021）年度～令和8（2026）年度）」や「第2期加古川市まち・ひと・しごと創生総合戦略（令和3（2021）年度～令和8（2026）年度）」をはじめ、国や県などの関連計画との整合性を図りながら、本市の観光施策の方向性を定めるものとして位置付けます。なお、これらの上位計画の今後の改定により、本プランと大きな差異が生じた場合は、本プランも見直しを行います。

(3) プランの計画期間

本プランの計画期間は、令和7（2025）年度から令和11（2029）年度までの5年間とします。

(4) 重要評価指標（KPI）

本プランの効果を評価するための重要評価指標（KPI）を下記のとおり、設定しました。

指標	現状値 (令和6年度)	中間目標値 (令和9年度)	最終目標値 (令和11年度)
①年間観光入込客数	1,015 千人※	1,300 千人	1,500 千人
兵庫県観光動態調査の基準を満たす地点等に訪問した加古川市への年間観光入込客数			
②観光協会ホームページの閲覧数	432,981 件※	580,000 件	650,000 件
観光協会のホームページの閲覧数			
③観光協会 SNS のフォロワー数 ・X ・Instagram (IG)	X : 4,060 人※ IG : 5,857 人※	X : 5,300 人 IG : 8,000 人	X : 6,000 人 IG : 9,000 人
観光協会の SNS (X、Instagram) のフォロワー数			
④加古川市に誇りや愛着を感じている市民の割合	69.8%※	77.0%	80.0%
市民意識調査に基づき加古川市に誇りや愛着を「感じる+やや感じる」市民の割合			
⑤市内での食事を含む来訪者の割合	55.0%	—	65.0%
ギャップ調査の「旅行形態」に基づき「宿泊+日帰り（食事あり）」の割合			
⑥来訪者1人当たりの市内消費額が 3,000 円以上の割合	46.2%	—	60.0%
ギャップ調査の「市内消費額」に基づき「消費額 3,000 円以上」の割合			

※ 年度途中で現状値を集計していることから、令和5年度の実績値を使用しています。

2 加古川市の観光まちづくりの考え方と課題

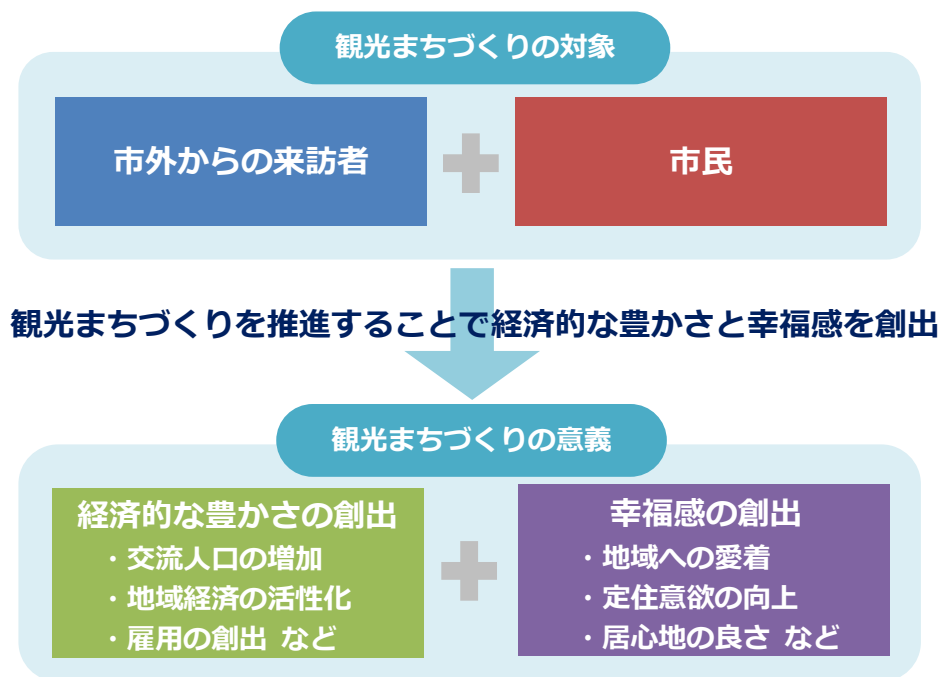
(1) 加古川市の観光まちづくりの考え方

本市の観光入込客数は、令和元（2019）年度まで 220 万人前後で推移してきましたが、現在、本市の観光入込客数は約 101 万人であり、今後、「観光客に來訪してもらえるまち」を目指すためにも、魅力ある観光資源の PR 等による市外等からの誘客を図り、観光による市内消費を獲得していくことが重要です。

一方で、市内には約 25 万人の市民がおり、市民に対する観光まちづくりの取組を進めることは、市民のシビックプライドの醸成、人口減少などの地域課題の解消にもつながるだけでなく、市民ひとりひとりが、市内で積極的に消費を行うことも期待されます。

また、市民ひとりひとりが市内の観光資源の魅力を再認識し、市内外の家族や友人に伝えることで、市民を起点としたさらなる観光まちづくりの推進が期待できます。

これらのことから、本市が観光まちづくりに取り組む意義は、交流人口の増加や地域経済の活性化などの「経済的な豊かさの創出」はもとより、市民ひとりひとりの地域への愛着や定住意欲の向上などの「幸福感の創出」も併せて実現することにあります。



(2) 加古川市の観光まちづくりの課題

本市の観光まちづくりにおける課題を洗い出し、改善策を検討しました。

課題 1	加古川市を知っている人、行ってみたいと思う人の割合が増えていない	➡	改善策 1	来訪意欲をかき立てるコンテンツを用意し、市外の人に届く情報発信が必要
課題 2	食事をとらない来訪者の割合が高く、市内でお金あまり使われていない	➡	改善策 2	「食の観光化」をより一層推進し、来訪者の消費を促すことが必要
課題 3	市外から訪れた人の多くが市内の観光資源を体験できていない	➡	改善策 3	民間と連携し、ポテンシャルのある観光資源を積極的に活用することが必要
課題 4	広域的に観光したい人を市内に呼び込めていない	➡	改善策 4	国内外の観光客をターゲットとした広域的な観光の推進が必要

3 加古川市の観光まちづくりの将来像と施策の方向性

将来像

自然と歴史、食の魅力あふれる “感幸のまち”加古川

“感幸（かんこう）のまち”とは、観光のまちづくりを進め、来訪者を迎え入れることで地域を活性化させる「住んでいる人も訪れた人も幸せを感じられるまち」のことを表しています。

目指すべきまちの姿

1 市民や民間事業者と協働して、イベントやツアー等が開催されているまち

2 かつめし等のご当地グルメや特産品を、市内外の人に満喫してもらえるまち

3 本市の存在や魅力が広く知られ、旅行者等に来訪してもらえるまち

4 近隣の観光地を訪れた人が、本市にも立ち寄ってもらえるまち

基本的な方向性（施策）

①市民や民間事業者と連携した観光資源の積極的な活用

施策①：既存の観光資源の磨き上げと利活用
施策②：新たに整備される観光拠点の利活用
施策③：産業ツーリズムの推進
施策④：市民や民間事業者との協働による観光コンテンツの創出

②市内の様々な特産品や食文化を生かした観光推進

施策①：ご当地グルメのPR等
施策②：地域の特産品を使った観光まちづくりの推進

③効果的かつ効率的な情報発信

施策①：ホームページやSNS等を使った情報発信
施策②：魅力的な画像や動画を使った情報発信
施策③：観光資源を磨き上げるための情報整理
施策④：観光案内所や観光看板等を使った情報発信

④近隣都市等と連携した広域的な観光の推進

施策①：近隣の自治体との連携
施策②：近隣の観光協会・DMOとの連携
施策③：大阪・神戸・姫路等を訪れた国内観光客及びインバウンドの誘客

加古川市観光まちづくりプラン（概要版）令和7（2025）年3月

発行：加古川市 産業経済部 産業振興課 〒675-8501 兵庫県加古川市加古川町北在家 2000

TEL：079-424-2190 URL：<https://www.city.kakogawa.lg.jp>