

# 第2次加古川市観光まちづくり 戦略の進捗状況について

---

と き：令和3年9月29日（水）

ところ：まちづくりセンターホール

# 第2次加古川市観光まちづくり戦略

令和2年3月策定

【後期総合基本計画】2016-2020  
【まち・ひと・しごと創生総合戦略】2015-2020

【ギャップ調査等】  
第1次加古川市観光まちづくり戦略の成果を検証

【加古川市の“観光まちづくり”における課題】

- ① 対象マーケットに“知られていない”
- ② 増加し続ける周辺都市のインバウンド客を取り込めていない
- ③ 食事をとらない訪問客の割合が高い
- ④ 訪問客が訪れる観光拠点が少ない

【加古川市観光まちづくりビジョン】 かんこう

## 山も川も街でも楽しめるトカイナカな“感幸地”加古川

【加古川市観光まちづくりビジョン実現のための5つの基本戦略と14のアクションプラン】

	①効率的かつ効果的な情報発信の基盤整備	②食の観光化の推進	③広域連携を核としたインバウンド誘客の促進	④民間と連携した観光拠点の整備	⑤戦略実現のための体制整備
A	ホームページなどの自ら保有するメディアによる情報発信	かつめしの全国的な認知向上・ブランド化	外国人観光客のニーズにあった観光資源の発掘と観光商品開発	観光を目的とした公共施設の利活用	観光振興の中心的役割を担う観光協会の体制強化
B	SNS やパブリシティ など拡散しやすいメディアを活用した情報発信	提供店舗拡大等による新ご当地グルメの定着化	外国人訪問者の受入体制の整備	産業ツーリズムの推進	市民や市内事業者の観光意識の醸成
C	観光資源の発掘と情報の整理	民間によるグルメを使った観光推進に対する支援	周辺自治体や観光協会、広域DMO等との連携	快適な観光地間ネットワークの構築	

※評価測定のための重要業績評価指標を設定。年2回、効果検証のための「感幸まちづくり会議」を開催。

# 1 効率的かつ効果的な情報発信の基盤整備

## A ホームページなどの自ら保有するメディアによる情報発信 観光協会ホームページのリニューアル



平成23年度に開設以来、大規模改修をしていない。

- ・ 現在利用されていない情報が残っている。  
➡ 情報の整理
- ・ 見た目が古い。  
➡ インターフェイスのデザイン変更
- ・ スマートホンでうまく表示されない。  
➡ スマートホン対応

# 1 効率的かつ効果的な情報発信の基盤整備

「たびたび加古川」

観光協会ホームページ

アクセス



おすすめコースは？



詳しい情報が知りたい

アクセス



- 掲載対象を限定
- 目を引く演出をすることで誘導

- 観光情報など、情報を網羅

# 1 効率的かつ効果的な情報発信の基盤整備

## B SNS やパブリシティ など拡散しやすいメディアを活用した情報発信

### ① twitterによる情報の発信

イベントや観光施設の情報などを発信



# 1 効率的かつ効果的な情報発信の基盤整備

## ② Instagram「たびたび加古川」

カフェや観光スポットなどの魅力的な写真を積極的に投稿。

投稿数 22件  
(9月18日現在)  
フォロワー数  
令和3年1月から  
1,000人以上に



# 1 効率的かつ効果的な情報発信の基盤整備

## C 観光資源の発掘と情報の整理

### ① 自然観光資源の有効活用

- ・ 「加古川河川敷を利用したにぎわいづくり」モデル事業

民間団体が提案した加古川河川敷を利用したイベント等を支援。

場所：加古川左岸、主にJRからバイパスまでのエリア

イベント：大道芸フェスティバル  
グルメフェスティバル  
フィットネスフェスタ 等

- ・ 加古川イルミネーション実施事業

河川敷においてイルミネーションを冬季に開催

場所：加古川河川敷 JR神戸線鉄橋付近

期間：令和3年12月10日（金）～19日（日）



# 1 効率的かつ効果的な情報発信の基盤整備

## ② 情報の整理

「わがまち加古川70選」ガイドブック及び看板制作

市制70周年を記念して70箇所の観光名所を掲載したガイドブックと看板を制作。

各観光地の観光情報を整理し、看板にも反映。

1月以降に、ガイドブックを発行、看板も一新する予定。



⇒ 観光情報は、観光協会のホームページでも活用し、情報の統一化を図る。





## 2 食の観光化の推進

### A かつめしの全国的な認知向上・ブランド化

#### ① サッポロポテトバーベキューあじ「加古川かつめし味」の全国販売

内容量：65g

発売日：令和3年7月19日（月）

販売エリア：全国

販売数：55.2万袋



## 2 食の観光化の推進

148



47

148



5

47

2017年より「♥JPN(ラブ ジャパン)」で47都道府県それぞれの地元の味を再現したポテトチップスを数量限定・期間限定で発売。3年間で148品。

2020年 そのうち好評であった味を7ブランドで展開。47都道府県で1つの味が選ばれ、かつめし味はサッポロポテトバーベQあじで商品化。近畿6府県で販売。

2021年 2020年に販売した47都道府県の味の中でイチオシ商品5品に「サッポロポテトバーベQあじかつめし味」が選ばれ、全国で販売。



# 2 食の観光化の推進

## ・観光大使による発信

配信番組やSNSなどで情報を発信



ABEMAトーナメントのチーム紹介番組でかつめしを紹介

〔Twitterによる発信〕

(船江棋士)

(たけだ  
バーベキュー)



# 2 食の観光化の推進

## ・全国搜索キャンペーンを実施

47都道府県から「かつめし味」の写真をツイッターなどで投稿を募集。

全都道府県からの投稿が集まれば、投稿者の中から5名に景品としてかつめしセットをプレゼント。

期間：発売日から8月31日まで



加古川観光協会 @kakogawakanko · 7月20日  
昨年発売された「サッポロポテトバーベQあじ『加古川かつめし味』」が好評につき、再販決定👍しかも今回は全国です🌟そこで全国47都道府県の加古川かつめし味を搜索していたたくキャンペーンを実施します！投稿いただいた方の中から抽選で素敵なプレゼントも👍  
詳しくは↓  
[kako-navi.jp/archive/17520...](https://kako-navi.jp/archive/17520...)



2 87 246

## 2 食の観光化の推進

20都府県から35件の投稿あり。  
惜しくも全国制覇はならず。  
感謝の意味を込めて、  
プレゼントを贈呈。



## 2 食の観光化の推進

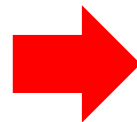
---

### ② ローソン「ご当地 加古川かつめし」の販売

令和2年に全国で販売された商品が、リニューアルして「うまいもん夏祭」の1品として復活。令和3年7月27日発売。

価格 500円(税込)

中部地域の一部・近畿地域のまちかど厨房



# 2 食の観光化の推進

## B 提供店舗拡大等による新ご当地グルメの定着化

### ① SNSによる発信



## 2 食の観光化の推進

### ② 加古川楽市への出店

日岡山で開催される「加古川楽市」に新ご当地グルメ出店予定

日時：令和3年11月6日・7日  
9：30～16：00

場所：日岡山公園 桜並木





# 2 食の観光化の推進

---

## C 民間によるグルメを使った観光推進に対する支援

### **食文化の推進に関する観光振興補助金**

NPO 加古川「恵幸川グルメ」プロジェクトへの支援  
イベントでの恵幸川鍋の提供（予定）



<令和元年度の様子>

# 3 広域連携を核とした インバウンド誘客の促進

## A 外国人観光客のニーズにあった観光資源の発掘と 観光商品開発

### 国宝寺院と伝統の醸造食品で心と体を醸す旅（仮称）

発酵食品の製造体験と国宝寺院での修行体験を組み合わせたツアーを商品化。

令和7年の大阪万博までにインバウンド観光客の1日エクスカージョンとして磨き上げを行う。



# 3 広域連携を核とした インバウンド誘客の促進

---

## B 外国人訪問者の受入体制の整備

paypay – アリペイと提携

LINEpay – ウィーチャットペイと提携

国内キャッシュレスシステムの導入でインバウンド対応も可能

【参考】

paypayを利用した市内店舗応援事業（20%ポイント付与）  
実施ごとに対象店舗数が増加。

第1弾：令和2年11月	1,750店舗
第2弾：令和3年2月	1,943店舗
第3弾：令和3年8月	2,227店舗

# 3 広域連携を核とした インバウンド誘客の促進

## C 周辺自治体や観光協会、広域DMO等との連携

### ホームページ「国宝四カ寺trip」の運営

兵庫県の国宝5カ寺のうち4カ寺が播磨地方に集中

浄土寺（小野市）・一乗寺（加西市）・朝光寺（加東市）

- ・ ターゲットを比較的若い女性に設定
- ・ 4観光協会で継続的に運営



# 4 民間と連携した 観光拠点の整備

## A 観光を目的とした公共施設の利活用

### フォトセッションツアーの開催

通常立入禁止エリア内で特別にコスプレ撮影ができるツアーを開催。  
撮影者には、SNSでの拡散を依頼。

開催日：令和3年10月3日（日）

場 所：加古川総合文化センター  
及び中央図書館

参加者：41名（予定）

希望者：89名

スポット：地下機械室、プラネタリウム等



# 4 民間と連携した 観光拠点の整備

---

## B 産業ツーリズムの推進

### 老舗企業におけるコト消費の商品化

老舗味噌店での工房見学・味噌造り体験  
酒蔵メーカーでの酒蔵見学・酒造り体験

## C 快適な観光地間ネットワークの構築

### 電動自転車レンタルの実証実験

かがわICTまちづくり協議会（加古川市が参画）が実施  
設置場所：コワーキングスペースMOCCO加古川  
期 間：令和3年9月15日（水）～10月31日（日）

# 5 戦略実現のための 体制整備

---

## A 観光振興の中心的役割を担う観光協会の体制強化

### ① 観光協会法人化の検討

より迅速に観光ニーズに対応し、弾力的に観光振興を行う組織として、任意団体から一般社団法人への転換を進める。

市 — 観光戦略を策定し、包括的な観光行政を行う。

協会 — 案内業務を含む観光 P R や戦略に基づく観光事業を行う。

### ② 周辺観光協会とのネットワークの構築

#### 小野市との連携事業

加古川 t o 小野 d e 旅コン〜 J R 加古川線 恋は走るよどこまでも

開催予定日：令和4年2月の日曜日（1日を予定）

場 所：日岡神社（加古川市）、あお陶遊館（小野市）

募集人数：男女各15名

# 5 戦略実現のための 体制整備

## B 市民や市内事業者の観光意識の醸成

- ① **観光ガイドボランティア団体運営支援補助金**  
市内でボランティア活動を行っている団体を支援

【対象団体】

加古川文化財ガイドボランティア  
主に鶴林寺でのガイドを実施





# 5 戦略実現のための体制整備

## ② かがわ学講座・かがわ検定の実施

### 【講座】

今年度もweb・DVDなどを利用した動画視聴形式で開催を検討中。

### 【検定】

webでの受検を含め3月頃に開催を検討中。

