

笠岡市観光振興ビジョン後期アクションプラン

2026年(令和8年)4月

目次

第1章 はじめに

1	はじめに	1
2	後期アクションプランの位置付けと計画期間	2

第2章 本市のこれまでの取り組みや課題

1	前期アクションプランの概要	3
2	これまでの本市の取り組み	4
3	前期アクションプランによって得られた効果	6
4	本市における現状と課題	7
01	主な指標の推移と評価	7
02	主要観光施設の入込客数の推移と評価	8
03	スマートフォンの位置情報を活用した人流データによる分析	9
04	分析結果まとめ	12
5	観光分野における今後の予測と対応	13

第3章 後期アクションプランの方向性と方針

1	後期アクションプランの方向性	
01	方向性	14
02	基本方針	14
2	新たな施策や取り組みについて(前期アクションプランとの比較)	15

第4章 後期アクションプラン実施により期待される効果

1	期待される効果	18
---	---------	----

第1章 はじめに

1 はじめに

本市は、令和3年度に「笠岡市観光振興ビジョン(令和3~12年度)」を策定し、豊かな自然環境や歴史文化、島しょ部地域の特性を活かした観光まちづくりを推進してきました。

前期アクションプラン期間(令和3~7年度)は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた時期と重なり、観光需要の急減や移動制限等、従来どおりの観光施策の展開が困難な状況にありました。

そのような中でも、前期5年間では、観光資源の磨き上げ、受入環境の整備、情報発信の強化などに取り組み、一定の成果を上げることができました。例えば、観光施策の企画・実施の体制が整備されつつあり、地域資源を活かした施策の実施可能性や笠岡市観光協会(以下、観光協会)による運営体制の確立など、持続的な観光振興に向けた基盤づくりを進めました。特に、観光推進体制として、観光協会を設立したことにより、これまで行政主体で進めてきた観光施策をよりスピード感を持って実行できる体制を整えました。

一方で、観光協会が現在実施している事業は、市が従来行っていた施策の実施にとどまり、独自性のある新たな事業展開は十分とはいえません。さらに、「笠岡市観光振興ビジョン」策定から5年目という時期は、前期アクションプランで掲げていた、観光協会の体制が軌道化している時期にあたりますが、軌道化には至っていないのが実情です。

こうした成果と課題を踏まえ、「笠岡市観光振興ビジョン」では、本来、後期5年間のアクションプランを示すこととしておりましたが、本プランにおいては、令和8年度から令和10年度までの3年間を対象として、笠岡市の観光振興の方向性を示すものとします。これは、上位計画である「笠岡市産業振興ビジョン(令和5~10年度)」と整合性を図り、計画期間の重複を避けるためです。産業振興ビジョンの中にも、観光分野が位置づけられており、観光を地域経済の重要な柱として推進する方針が示されています。

そのため、令和11年度以降は、観光振興ビジョンを産業振興ビジョンに統合し、産業・観光が一体となった施策の展開を図ることとします。産業振興の一環として、これまでの取り組みを着実に発展させるとともに、観光協会の自立的な事業展開やデジタル技術を活用した誘客・周遊促進、広域連携による地域間での連携向上を重視し、笠岡市の観光の次なるステージを目指します。



2 後期アクションプランの位置付けと計画期間

本市では、令和3年度に「**笠岡市観光振興ビジョン**（計画期間：令和3～12年度）」を策定し、観光の基本理念や目指すべき将来像を示すとともに、前期・後期の2段階で具体的な行動計画（アクションプラン）を定めることとしています。

前期アクションプラン（令和3～7年度）においては、花と島を基軸とした観光資源の磨き上げや笠岡市観光連盟の法人化、情報発信の強化などを進めてきました。その成果と課題を踏まえ、ついでに策定するのが、「後期アクションプラン」です。

本プランは、観光振興ビジョンの基本理念を実現するための具体的な行動計画として、前期に積み上げた成果を発展させ、今後3年間で重点的に取り組むべき施策を明示するものです。市民・観光事業者・行政が協働し、笠岡市の観光振興を持続的に推進していくための実行計画として位置付けます。

計画期間は、令和8年度から令和10年度までの3年間とし、この間における具体的な取り組みと成果目標を示します。

参考：当初（計画期間）

年度	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	令和8年	令和9年	令和10年	令和11年	令和12年
観光振興ビジョン	観光振興ビジョン（令和3～令和12年度）									
アクションプラン	前期アクションプラン（令和3～令和7年度）					後期アクションプラン（令和8～令和12年度）				

参考：変更後（計画期間）

年度	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	令和8年	令和9年	令和10年	令和11年	令和12年
観光振興ビジョン	観光振興ビジョン（令和3～令和12年度）								→	
アクションプラン	前期アクションプラン（令和3～令和7年度）					後期アクションプラン（令和8～令和10年度）			↓	
産業振興ビジョン			産業振興ビジョン（令和5～令和10年度）						→	

第2章 本市のこれまでの取り組みや課題

1 前期アクションプランの概要

本市では、「笠岡市観光振興ビジョン」の初動5年間を前期アクションプラン(令和3~7年度)として位置付けました。前期アクションプランでは、笠岡湾干拓地等エリア, 笠岡諸島エリア, 周遊エリアの3つを重点エリアとし、これらの地域特性を生かした観光まちづくりを進めてきました。

施策の方向性は、①観光まちづくりと商品化, ②ブランド化・情報発信, ③受入環境・体制整備の3つをテーマとして掲げ、地域資源の磨き上げや体験プログラムの造成, 情報発信の強化, 観光協会設立による体制づくりなどに取り組みました。

笠岡湾干拓地等エリアでは、道の駅笠岡ベイファームを中心に、四季の花畑が地域の代表的な観光資源として定着し、来訪者の増加や交流の場として一定の役割を果たしました。笠岡諸島エリアでは、宿泊や地域交流などの受け入れ体制が少しずつ整い、滞在型観光の芽が育ちつつあります。周遊エリアでは、日本遺産をはじめとする歴史・文化資源を活かした観光ルートの発信・造成に取り組みました。

これらの取り組みにより、宿泊者数の増加や新規コンテンツの展開など一定の成果が見られましたが、一方で、観光消費額(道の駅平均客単価)の伸び悩み、島しょ部地域へのアクセスや受入体制の課題、事業者間連携など、今後の後期アクションプランにおいて解決すべき課題も明らかとなりました。

2 これまでの本市の取り組み

前期アクションプラン期間中に行われた主な取り組みについて紹介します。

01 笠岡市観光協会の設立

観光施策の一体的な推進と地域連携の強化を目的として、令和3年度に一般社団法人笠岡市観光協会を設立しました。

これにより、行政主導で行ってきた観光事業を地域主体で展開できる体制が整い、観光プロモーションや特産品販売、観光案内所運営など実動性の高い活動が可能となりました。

今後は、官民連携による観光産業の自立的な発展が期待されます。



02 フィルムコミッション事業

映画のロケーション誘致を通じて笠岡の自然や町並みを全国に発信する取組を推進しました。

撮影支援を通じて地域資源の魅力を再発見するとともに、撮影地巡りなどの誘客効果も生まれました。

地域住民の協力や関係機関との連携も進み、観光とシティプロモーションを両立する新たな取組として定着しつつあります。



03 観光駐車場整備

笠岡諸島への玄関口である住吉港周辺において、観光客や島民が利用しやすい駐車環境を整備しました。

これにより、船舶利用者の利便性が向上するとともに、港周辺の安全性・景観性も改善されました。

笠岡諸島観光の受入環境整備として重要な役割を果たし、陸と海をつなぐ観光動線の強化につながっています。



04 新たな観光資源開発

地元飲食店の魅力を活かした観光体験としてラーメンとタクシーを組み合わせた観光プラン「ラータク」を造成しました。市内の人気ラーメン店を巡ることで、グルメ観光の需要を喚起し、地元事業者との連携強化にもつながりました。

笠岡諸島の自然・歴史・文化を一体的に体験できるコンテンツとして、複数の島を巡るフォトトレッキングや白石踊の鑑賞を組み合わせた体験型ツアーを造成しました。



05 (株)モンベルとの包括連携協定締結

アウトドアブランド「(株)モンベル」と包括連携協定を締結し、自然体験型・アドベンチャーツーリズムの推進に向けた取り組みを開始しました。

笠岡諸島の豊かな自然環境を活用した体験コンテンツの検討を進めるほか、環境保全や地域教育との連動が今後期待されます。

これにより、島しょ部地域の新たな魅力づくりの基盤が形成されました。



06 移動環境の整備 (レンタサイクル・レンタカー)

観光客の行動範囲を広げるため、駅前および駅周辺地域でのレンタサイクルやレンタカーの事業に着手しました。公共交通機関だけでなく、移動手段を多様化することで、観光周遊性の向上と来訪者の滞在促進が図られ、今後は地域事業者と連携した運用の充実が期待されます。



3 前期アクションプランによって得られた効果

前期アクションプランを通じて、次のような効果を得ることができました。

効果① 地域資源の磨き上げによる来訪意欲の向上

道の駅笠岡ベイファームの花畑は、前期アクションプラン策定時点で既に観光拠点として定着していましたが、コロナ禍においても四季折々の花を通じて、多くの来訪者を惹きつけ、地域観光を支える中心的な存在としての役割を果たしました。

また、島しょ部地域では、宿泊や交流体験の受け入れが徐々に進み、地域の特性を生かした滞在型観光への基盤づくりが進みました。

効果② 観光周遊の拡大と体験コンテンツの多様化

カヤックやSUP等のアウトドアアクティビティを活用した、アドベンチャーツーリズム型の新たな体験型コンテンツの造成に取り組み、地域の新たな魅力づくりに向けて基盤を整えました。

今後、市内各地への周遊や滞在を促す展開になることが期待されます。

効果③ 情報発信力の向上

観光協会設立後、SNSを通じた情報発信を強化したことで、本市ならではの魅力が広く発信されるようになりました。特に季節ごとの花畑や島しょ部の風景、映画ロケ地マップの作成、ツアーの告知など、写真や動画を通じた訴求が進み、市内外への認知度向上に寄与しました。

今後は、より効果的な情報発信手段の検討や都市圏への情報展開など、次の段階への展開が期待されます。

効果④ 観光を支える地域の意識と人材の基盤形成

観光関連事業者や地域団体、行政が連携しながら取り組みを進める中で、観光振興に対する理解や関心が徐々に広がってきました。

特に観光協会の設立により、行政主導から地域主体へと取り組みの幅が広がり、観光振興を支える体制づくりが進み、今後は、観光協会を中心に民間の力を生かした取り組みが一層期待されます。

4 本市における現状や課題

前期アクションプランにある、主な指標の推移を取り上げるとともに、本市の観光をとりまく現状や課題について項目別にまとめて、これまでの取り組みに対する評価を行いました。

01 主な指標の推移と評価

項目		令和3年 ビジョン策定	令和6年 現状	令和12年 目標	調査方法
観光客数	観光客数	126万人	98万人	210万人	岡山県観光客動態調査
	県内順位	8位	8位	5位	
宿泊者数		※1,900人	24,532人	27,000人	宿泊施設へ聞き取り調査

※宿泊者数の指標は、ビジョン策定時は「観光予報プラットフォーム」のデータに基づいて設定していましたが、現在は宿泊施設への聞き取り調査を実施しているため、実人数である数値を記載しています。また、聞き取り調査の実人数に基づき、目標値についても再設定しています。

これまでの取り組みに対する評価

観光客数は、令和3年の観光振興ビジョン策定時点（126万人）と比較すると、令和6年は98万人となっており、減少しています。コロナ禍による落ち込みから、一定の回復は見られるものの、短時間滞在型の傾向や市内の周遊性の不足といった課題が引き続き顕在化しており、道の駅周辺への観光集中も続いています。

このことから、前期アクションプランは観光基盤の形成には寄与したものの、市内全体の波及は、まだ十分とは言えず、後期での重点的な改善が必要であることが明らかとなりました。

宿泊者数は、令和3年度の1,900人から令和6年度の24,532人へと大幅に増加しているように見えますが、これは宿泊需要が急増したというより、宿泊者数の集計方法が推計値から実数ベースへ変更されたことによるものです。ビジョン策定時は「観光予報プラットフォーム」の推計値を使用していたのに対し、現在は市内宿泊施設への直接聞き取りによる実人数を用いており、数値の性質が異なり単純比較はできません。

一方で、宿泊クーポン事業などにより一定の回復傾向がみられる点は評価でき、後期アクションプランでは、実人数によるデータを活かして効果検証の精度を高めていくことが重要になります。

02 主要観光施設の入込客数

令和4年		令和5年		令和6年	
施設等	入込客数	施設等	入込客数	施設等	入込客数
道の駅笠岡 ベイファーム	724,038 人	道の駅笠岡 ベイファーム	727,415 人	道の駅笠岡 ベイファーム	697,676 人
カブトガニ 博物館	59,368 人	カブトガニ 博物館	59,386 人	カブトガニ 博物館	61,131 人
竹喬美術館	11,439 人	竹喬美術館	5,882 人 ※休館月あり	竹喬美術館	16,741 人

これまでの取り組みに対する評価

主要観光施設の入込客数を見ると、道の駅笠岡ベイファームは令和4年から令和6年まで、概ね70万人前後で推移しており、市内で最も多くの来訪者を集める拠点として安定した集客力を保っています。

しかし、その来訪が市内他地域への周遊には必ずしもつながっておらず、他地域への誘客の仕組みづくりや地域のさらなる魅力発信等、周遊性向上に向けた施策の必要性が数値として示されています。

カブトガニ博物館は、令和4～6年を通じて来館者数が増加傾向となっており、親子連れを中心とした利用需要の回復が見られます。

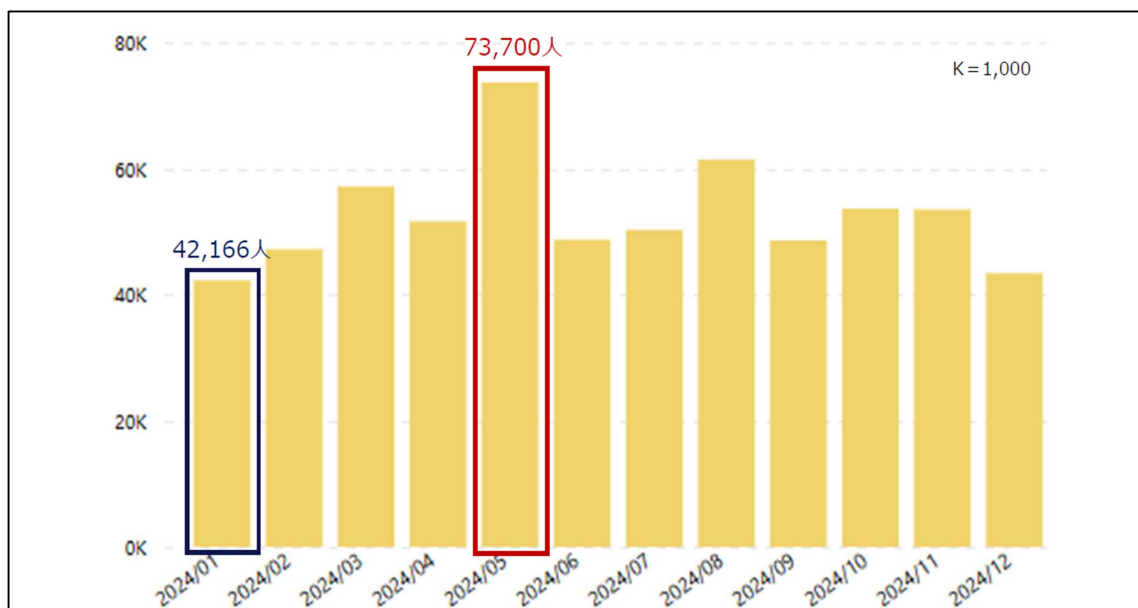
一方、竹喬美術館は令和5年に入込客数が一時的に減少していますが、これは、施設内照明のLED化に伴う休館期間が影響したものです。令和6年には、来館者数が大きく伸びており、質の高い企画展や話題性のある展示によって需要が回復したと考えられます。

これらの状況から、施設単体では魅力づくりや情報発信の工夫が一定の成果を上げているものの、市全体としての周遊性向上や、来訪者を他エリアに誘導する仕組みについては、引き続き強化が必要であると考えられます。

03 スマートフォンの位置情報を活用した人流データによる分析

携帯電話（スマートフォン）の位置情報を活用し、観光客の行動履歴や滞在時間などの情報を収集し、年齢や性別、居住地などの属性を把握できる、人流データ分析ツールを用いて、令和6年（令和6年1月～12月）のデータを分析しました。※図の出展元は全て、デジタル観光統計（おでかけウォッチャー）

① 笠岡市全体 来訪者数



- ・笠岡市で最も来訪が多い月は、5月であり、次いで8月・3月となっています。
- ・笠岡市で最も来訪が少ないのは、1月、次いで12月であり、冬季が閑散期であることが分かります。

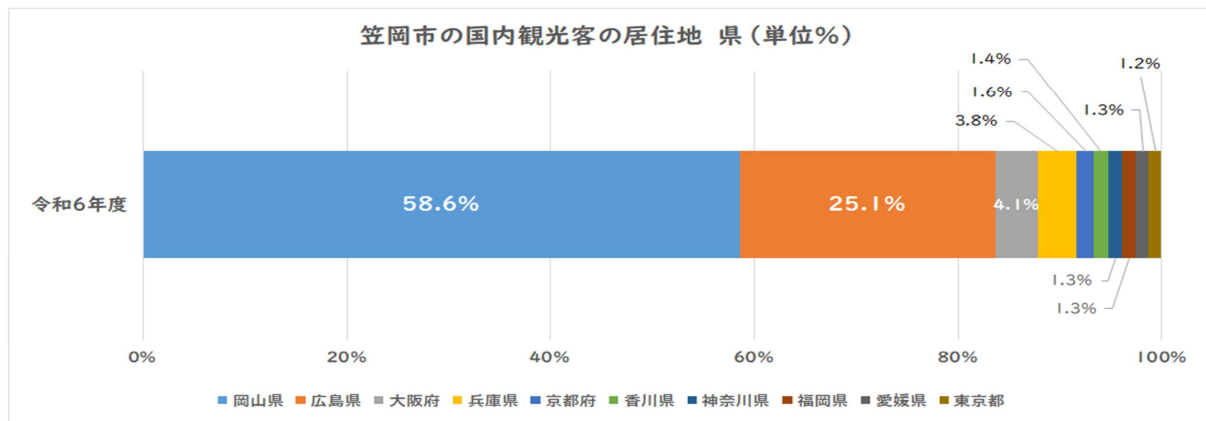
観光客の年齢構成（令和6年）

単位（％）

性別/年齢	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代
男性	4.4	10.7	14.3	16.5	12.7
女性	6.6	7.3	11.5	9.6	6.4
計	11.0	18.0	25.8	26.1	19.1

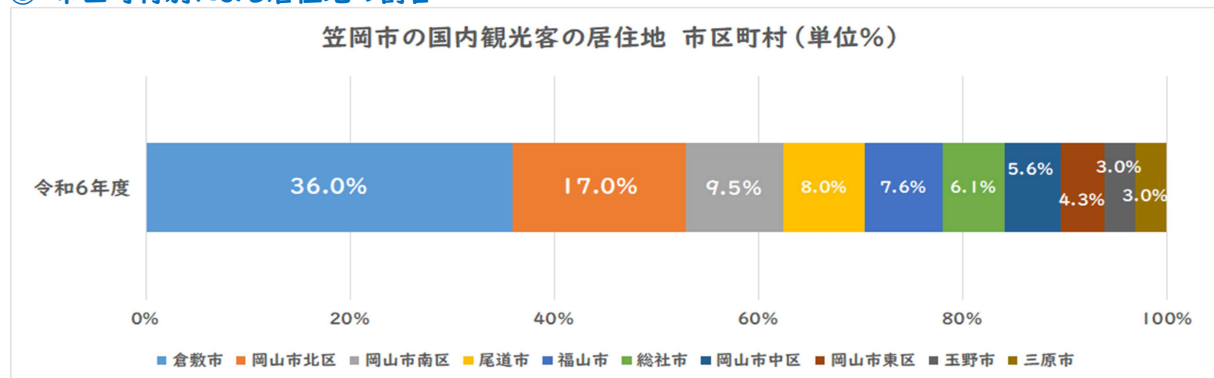
- ・観光客の年齢構成は、男性傾向が高く、全体の約60%を占めており、中でも、40歳代から50歳代の男性の来訪者の割合が多く、女性の中では、40歳代の来訪者の割合が多い特徴があります。

② 都道府県別による居住地の割合



・都道府県別では、岡山県が58.6%を占めており、県内容の来訪が半数以上であることが分かります。その他、広島県で25.1%、その後関西の大都市圏へと続いています。

③ 市区町村別による居住地の割合



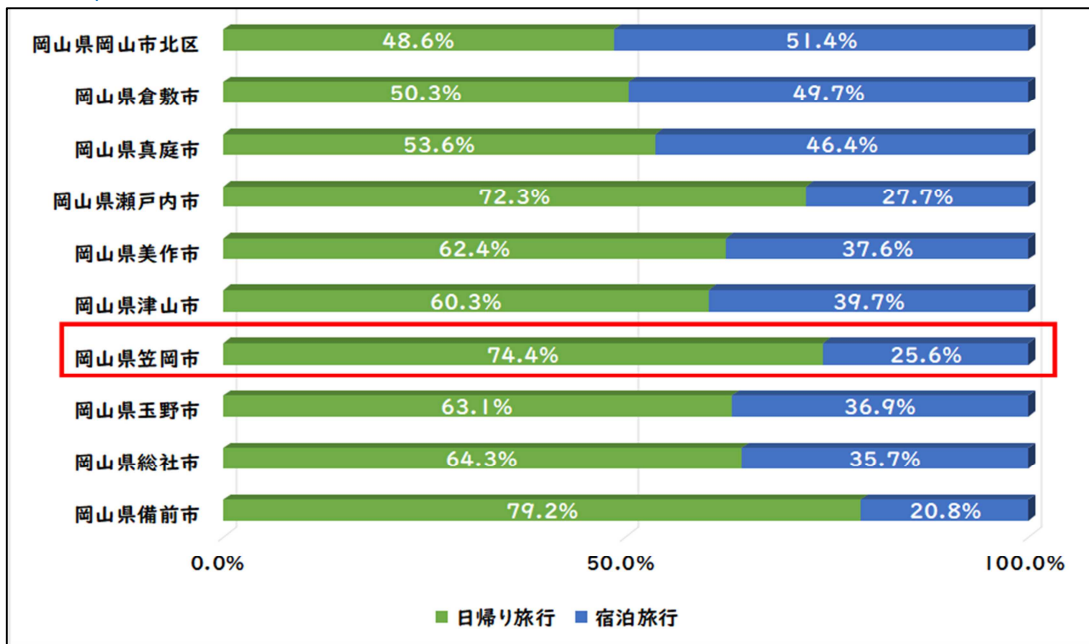
・市区町村別では、岡山県内の倉敷市、岡山市北区、岡山市南区からの来訪が上位3名を占めており、岡山県外では、近隣の広島県尾道市や福山市からの来訪も多くなっています。

④ 周遊分析

周遊パターン	周遊者数	シェア
カブトガニ博物館 ⇄ 笠岡市立カブトガニ博物館公園	8,431	9.16%
カブトガニ博物館 ⇄ 道の駅 笠岡ベイファーム	8,094	8.79%
笠岡総合スポーツ公園 ⇄ 道の駅 笠岡ベイファーム	4,081	4.43%
道の駅 笠岡ベイファーム ⇄ 井原市立平柳田中美術館	2,991	3.25%
道の駅 笠岡ベイファーム ⇄ 倉敷美観地区	2,750	2.99%
星の郷青空市 ⇄ 道の駅 笠岡ベイファーム	2,715	2.95%
かさおか太陽の広場 ⇄ 笠岡総合スポーツ公園	2,630	2.86%
吉備SA (上り) ⇄ 道の駅 笠岡ベイファーム	2,451	2.66%
笠岡市立カブトガニ博物館公園 ⇄ 道の駅 笠岡ベイファーム	2,196	2.39%
吉備SA (下り) ⇄ 道の駅 笠岡ベイファーム	1,893	2.06%
道の駅 笠岡ベイファーム ⇄ かも川手延素麺	1,628	1.77%
かさおか太陽の広場 ⇄ 道の駅 笠岡ベイファーム	1,620	1.76%

・近隣施設である「カブトガニ博物館」、「カブトガニ博物館公園」での周遊パターンが1位であり、2位以降の多くは「道の駅笠岡ベイファーム」が周遊の起点となっています。

⑤ 日帰り/宿泊割合



・岡山県内の複数市町村の日帰り/宿泊割合を見ると、各町村内で宿泊割合が高いのは、岡山市北区、倉敷市、真庭市であり、笠岡市は日帰り割合が74.4%となっています。

⑥ 笠岡市来訪者の宿泊先

順位	宿泊市区町村	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
1	岡山県笠岡市	9,939	12,504	7,585	10,372
2	広島県福山市	7,472	6,136	4,825	6,350
3	岡山県倉敷市	2,328	2,625	3,250	2,393
4	岡山県岡山市北区	1,339	1,112	1,628	1,815
5	岡山県井原市	291	624	616	259
6	広島県東広島市	655	363	517	228
7	広島県三原市	146	421	286	594
8	広島県尾道市	512	218	299	377
9	岡山県岡山市南区	97	281	534	360
10	岡山県総社市	120	382	331	191
	...				
	合計	24,310	27,874	23,118	25,463

・笠岡市来訪者のうち、最も宿泊が多いのは市内となっており、次いで多いのは、広島県福山市、岡山県倉敷市となっています。



04 分析結果まとめ

令和6年に実施したスマートフォン位置情報を活用した人流データ分析の結果から、笠岡市への来訪傾向は、前期アクションプランで重点的に取り組んできた「観光資源の磨き上げ」、「受入環境の整備」、「情報発信の強化」の成果と課題が明確に示されました。

まず、来訪者数は5月をピークに8月・3月に多く、花畑やイベント開催時期と連動した季節変動が確認されました。これは、道の駅笠岡ベイファームを中心とした交流拠点が一定の集客効果を維持していることを示しています。

一方で、1月・12月の来訪が少なく、閑散期である冬季の観光客誘客の取り組みが今後の課題として考えられます。

来訪者の属性をみると、全体の約6割を男性が占め、特に40~50代が中心となっており、女性では40代が最も多い傾向にあります。このことから、前期アクションプランで進めてきた花や食を中心とした観光が、中高年層を中心に一定の支持を得ていることがうかがえます。

居住地別では、岡山県内客が約6割(58.6%)を占め、次いで広島県(25.1%)が多く、近隣圏からの日帰り来訪が中心であることが明らかになりました。市区町村別では、倉敷市、岡山市、尾道市、福山市といった隣接都市からの来訪が多く、広域的な周遊圏の中で笠岡が「近距離レジャー地」として定着していると評価できます。

周遊分析では、「道の駅笠岡ベイファーム」を起点とした行動が多く、主要な移動先としてカブトガニ博物館や笠岡総合スポーツ公園などが多くなっている一方で、井原市や倉敷市など近隣市への周遊も多い傾向にあり、観光消費の域内循環は依然として十分ではないことがうかがえます。

また、笠岡市への来訪者のうち、宿泊を伴う割合は約25.6%にとどまり、日帰り観光が大半を占めることが分かりました。宿泊者の宿泊地は、笠岡市内が最も多いものの、福山市や倉敷市など市外宿泊も多く、宿泊・体験コンテンツの拡充による滞在促進の余地があります。令和2年度から継続して実施してきた宿泊クーポン事業により一定の回復傾向があるものの、恒常的な宿泊需要にはまだ至っていません。

これらの結果から、笠岡市の観光は近隣圏の日帰り需要に依存していることが明らかであり、今後は宿泊促進と域内周遊の拡大に重点を置く必要があると考えます。

5 観光分野における今後の予測と対応

後期アクションプラン策定にあたり、以下の観光分野における今後の変化や予測も見据えながら事業を進めていきます。

◇ 近年の観光を取り巻く環境は、新型コロナウイルス感染症の収束により急速に回復傾向を見せる一方、ライフスタイルの多様化、物価高騰、デジタル化の進展など、社会全体の構造変化が進んでいます。

観光分野においても、これまでの「団体旅行・大量消費型」から、「個人型・体験型・持続可能型」への転換が加速しており、旅行の目的や価値観が大きく変化しています。

特に、地方部への旅行需要は「非日常よりも日常に近い癒やし・自然・交流」を重視する傾向が強まり、都市圏から近距離でアクセスできる地域が注目されています。笠岡市においても、花や島といった地域資源に加え、ゆるやかな時間の流れや地元の人とのふれあいといった「地域らしさ」が今後の魅力の核となることが予測されます。

◇ 観光消費の形態も変化しており、SNSや動画配信などデジタルメディアを通じた情報収集・発信が主流となっています。旅行前の情報検索だけでなく、旅行中の行動選択にもスマートフォンが活用されるようになり、データに基づく観光動向の把握と戦略的な発信がこれまで以上に重要となります。

特に、スマートフォン位置情報などの人流データは、来訪者の属性や動線を可視化できる有効なツールであり、今後の観光戦略の立案やターゲット設定に積極的に活用していく必要があります。

◇ 持続可能な観光（サステナブルツーリズム）への関心が世界的に高まっており、環境への配慮や地域経済への還元、地域文化の保全といった観点から、観光と地域づくりを一体的に進める動きが求められています。笠岡市においても、島しょ部地域をはじめとする自然・文化・産業が共存する地域特性を活かし、観光を通じた地域課題の解決と活性化を両立させる視点が重要となります。

第3章 後期アクションプランの方向性と方針

1 後期アクションプランの方向性

前期アクションプラン期間に取り組んできた事業や、笠岡市観光振興ビジョン、笠岡市産業振興ビジョンによる政策方針なども踏まえ、最終目標である、「観光地としての笠岡の地位確立」に向けた後期アクションプランの方向性と実行方針を掲げます。

01 後期アクションプランの方向性

以下の①～③を重点的な方向性とし、観光を「地域の稼ぐ力」と「地域づくりの担い手育成」の両面から推進していきます。

① デジタルデータの活用による戦略的誘客・発信

② 地域資源を生かした体験・滞在型観光の拡充

③ 官民協働による持続可能な観光体制の構築

02 基本方針

【観光を通じた地域経済の活性化】

観光を単なる交流施策ではなく、地域経済の柱と位置付け、消費・雇用・投資の循環を生み出す仕組みを構築します。地域産業との連携を深め、観光による「稼ぐ力」の向上を図ります。

【データに基づく戦略的な誘客と発信】

スマートフォン位置情報等のデジタルデータを活用し、来訪者の属性・行動傾向を可視化することで、ターゲットに応じた効果的な情報発信や商品造成を推進します。データを活用した観光マーケティング体制の確立を目指します。

【地域資源を生かした体験・滞在型観光の推進】

観光振興ビジョンに掲げる、笠岡湾干拓地等・笠岡諸島・周遊エリアの3エリアそれぞれの特性を活かし、体験や交流を軸とした滞在コンテンツの拡充や人と自然の調和を重視し、自然環境や環境学習等を通じて地域の魅力を伝えるエコツーリズムの推進に取り組みます。

特に島しょ部地域においては、自然・歴史・文化を活かした持続可能な観光の展開を図ります。

【官民協働による観光推進体制の確立】

観光協会を中心に、行政・事業者・地域団体が連携した推進体制をさらに強化します。行政支援ではなく、民間自走への移行を進め、自立的に観光を運営できる地域体制の構築や広域連携による地域間での連携向上も目指します。

2 新たな施策・取り組みについて(前期アクションプランとの比較)

後期アクションプランの主な施策の中で、前期アクションプランには掲げていなかった新たな施策や、これまでよりも一層磨き上げを行う取り組みなどについて特に紹介します。

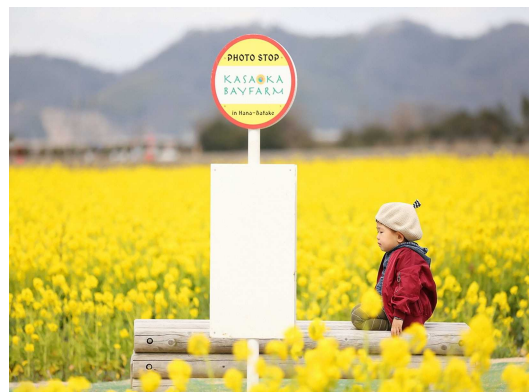
01 地域資源の磨き上げと体験型観光の拡充

干拓地・島しょ部地域・市街地など多様な地域資源を活かし、観光資源を「体験価値」として再構築します。

これまでの拠点整備やイベント中心の取組を発展させ、地域資源の新たな魅力創出と観光消費の拡大を図ります。

【主な施策例】

- 古城山公園を活用した、体験型イベントの実施やエコツーリズム導入検討
- 島しょ部地域での新たな体験プログラム造成(アウトドアアクティビティ・観光遊覧船)
- 農業・食文化等の地域産業と連携した体験型コンテンツ拡充、一次産業見学ツアーの充実
- クルーズ船利用者を想定した、高付加価値型の島しょ部体験プログラム造成検討



02 宿泊・滞在観光の強化

宿泊クーポン事業により一定の宿泊増が見られましたが、依然として滞在時間の短さが課題です。

今後は、宿泊施設と連携した、本市でしか味わうことのできない体験を通じた、体験・滞在型観光を推進します。

【主な施策例】

- 体験・交流・食を組み合わせた宿泊プラン造成、滞在時間延長に向けた民間事業者との連携
- 空き家・古民家等の利活用、宿泊者向け夜間イベントやナイトツアーの造成検討
- 地域資源と地域食材の積極活用等による、宿泊業の付加価値の向上
- 一次産業と食体験を組み合わせたガストロノミーツーリズム造成による滞在型観光の検討



03 観光周遊の促進と移動環境の改善

観光拠点間のアクセスや交通手段の不便さが周遊が限定的となっている要因となっています。

観光客が市内を快適に移動できるよう、二次交通の整備と周遊ルートの形成を進めます。

【主な施策例】

- レンタサイクル・レンタカー拠点の拡充と連携利用促進
- 公共交通機関と連携した観光モデルの検討・構築, 一日無料(船・バス)の実証運行
- 観光案内看板整備・観光ルートマップ作成・サイクリングロード整備, 観光 DX による周遊促進
- 新たな観光商品開発(神社仏閣めぐり, バスに関するツアー等), ロケツーリズムの推進



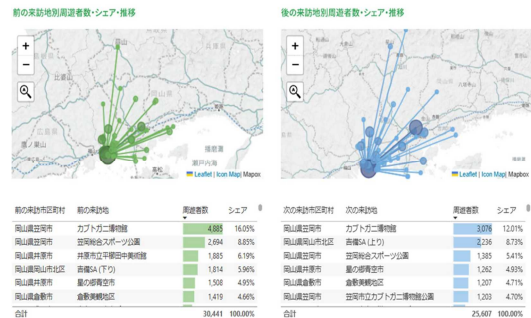
04 デジタルデータの活用と戦略的プロモーション

前期では SNS など限定的な発信にとどまっていますが, 今後はデータに基づく根拠あるプロモーションを実施します。

人流データや利用傾向をもとにターゲットを明確化し, 効果的な誘客施策を展開します。

【主な施策例】

- スマートフォン位置情報等を活用した観光動向の分析
- データに基づくターゲット別発信(都市圏・世代別), 若年層・女性層向け SNS キャンペーン・動画発信
- Google マップ・ロコミサイトの活用強化, 広域エリア連携による観光パンフ・Web 連携による広報強化
- 新たな PR 動画の製作・発信



05 観光推進体制と官民連携の強化

観光協会設立により形成してきた官民連携の基盤をさらに整えます。

観光協会・民間・地域団体・行政が一体となって取り組む体制を強化し, 地域全体で観光を支える仕組みを確実に育てていくことを目指します。

【主な施策例】

- 観光協会の経営基盤強化(収益事業・会員拡大・DMO 化検討), 空き家・空き店舗等の活用推進
- 市内企業・高校との共創プロジェクト創出, 観光教育の普及, 広域連携(井笠圏域・備後圏域・高梁川流域等)による共同企画, 地域ボランティアガイド育成, 市民参加型のプロモーションやイベント実施



06 広域連携と地域間交流の推進

笠岡単独ではなく、井笠圏域や周辺自治体、企業との連携を通じて観光圏を形成します。

観光客が「笠岡だけで完結せず、地域全体を巡る」仕組みを構築します。

地域間でのつながりを観光の強みとして生かし、広域で滞在価値を高める仕組み作りを進めます。

【主な施策例】

井笠圏域等での広域周遊事業の推進

近隣圏域自治体との連携ルートの造成

旅行事業者等との共同企画ツアー実施、周辺市町との宿泊・交通・情報連携



07 持続可能な観光地域づくり(サステナブル観光)

観光振興を地域環境や暮らしと調和させ、持続可能な観光地域経営を推進します。

地域の清掃活動や自然環境保全の取り組みと観光を結びつけ、地域全体で施策を展開していきます。

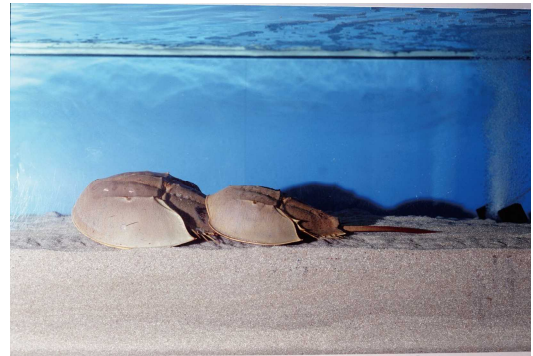
【主な施策例】

花畑・島しょ部地域での景観・環境保全活動との連携

エコツーリズム・環境教育型プログラムの開発

EV・電動自転車導入支援による脱炭素化推進、観光と地域美化活動の連動企画

持続可能な観光認証(サステナブルツーリズム基準)への取組



08 観光客の受け入れ環境の整備

毎年、年間約70万人以上の観光客が訪れている道の駅笠岡ベイファームについて、地域内経済循環の拠点施設としてリニューアルを行います。

また、インバウンドの受け入れ環境整備を進めます。

【主な施策例】

道の駅笠岡ベイファームリニューアル

デジタルサイネージ設置(多言語対応・タッチパネル式)

キャッシュレス化・デジタルクーポン導入検討, AIによる観光案内(モデルコース案内)導入検討

インバウンド受け入れ環境の整備



第4章 後期アクションプラン実施により期待される効果

1 期待される効果

後期アクションプランで掲げた重点的な取り組みを着実に進めることで、本市の観光における課題である短時間滞在からの転換や、市内の周遊性の不足といった状況の改善が期待されます。体験型観光や宿泊を伴うプログラムが充実することで、滞在時間の延伸、観光消費額の増加、市内各地への来訪分散が進み、地域経済への波及効果がより広がっていくことが見込まれます。

また、スマートフォン位置情報データ等の人流データを活用した分析を積み重ねることで、来訪者の動きに即した施策が実施しやすくなり、事業の企画や情報発信の精度向上につながります。こうした「根拠に基づく観光施策」が定着することで、限られた経営資源のなかでも効果的な投資が可能となり、観光地としての競争力が向上します。

さらに、行政・観光協会・民間事業者・地域団体が連携する体制が強化されることで、地域全体で観光を支える意識が高まり、継続的に観光施策を推進できる基盤が整います。井笠圏域を中心とした広域連携事業も推進することで、周遊の選択肢が増え、広域での滞在価値が高まるとともに、笠岡の特徴である「干拓地・島しょ部・周遊エリア」という多様な魅力がより効果的に発揮されることが期待されます。

これらの効果により、本市でしか味わうことのできない魅力ある地域資源を最大限活かした持続可能な観光地づくりが進展していきます。