

善通寺市観光基本計画 (案)



令和3年 月

善通寺市

目次

第1章 善通寺市観光基本計画とは

1 善通寺市の概要	1
2 計画策定の背景及び目的	1
3 計画の位置づけ	2
4 計画期間	2
5 計画策定の方法	3

第2章 善通寺市における観光の現状と課題

1 善通寺市を取り巻く観光の現状	4
2 善通寺市における観光の課題	27

第3章 観光基本計画の基本理念と目指す将来像

1 基本理念	28
2 善通寺市が目指す観光の将来像	29
3 観光基本計画における目標	31

第4章 観光振興の基本方針

5つの基本方針と主な取組	
基本方針1 つながりの強化	33
基本方針2 地域資源と新しい技術を活用した観光の推進	35
基本方針3 情報発信の強化	37
基本方針4 受入環境の整備	39
基本方針5 ビジネス化の推進	41

第5章 観光基本計画の推進体制

観光振興における役割と連携	43
---------------	----

参考資料

策定経緯	44
------	----

第1章 善通寺市観光基本計画とは

1 善通寺市の概要

善通寺市は香川県の北西部に位置し、面積は39.93k㎡で、南に大麻山、西に香色山、筆ノ山、我拝師山、中山、火上山の五岳山がそびえ、東と北には讃岐平野が広がっています。気候は、瀬戸内海気候に属しており、温暖寡雨で、冬も比較的暖かく平地での積雪はめったに見られません。

市街地は、市のほぼ中央部を総本山善通寺からの拡がりをもって形成されており、中心部には陸上自衛隊善通寺駐屯地が駐屯するほか、独立行政法人国立病院機構四国こどもとおとなの医療センターや国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構近畿中国四国農業研究センターなどの公共機関や、四国学院大学、善通寺第一高等学校、尽誠学園高等学校といった教育機関も立地しています。

市の歴史は古く、古墳時代には有岡古墳群をはじめとする多数の古墳が築かれました。中世には弘法大師空海の御誕生地として信仰のまちとなり、総本山善通寺の門前町として栄え、明治時代に入ると旧陸軍第11師団が置かれ、軍隊のまちとして市街地の整備が進みました。戦後は師団施設跡地に公共機関などが立地され、教育、文化都市として発展してきました。

市内には四国八十八箇所霊場の札所である五か寺（総本山善通寺、曼荼羅寺、出釋迦寺、甲山寺、金倉寺）があるなど悠久の歴史を感じることができ、また、明治時代からの洋風建築物が残っており、当時の文化を残す街並みとなっています。

2 計画策定の背景及び目的

現在、本市の人口は31,487人（令和3年2月1日現在）で、善通寺市人口ビジョンによると、昭和60年の38,630人をピークに減少傾向が続いており、将来人口推計においても今後さらなる減少が予想されています。特に年少人口（0歳～14歳）と生産年齢人口（15歳～65歳）が大幅に減少すると予想されており、少子高齢化を伴った人口減少は、地域経済や教育、医療や福祉など様々な分野に影響を与えます。地域経済に目を向けると、農業分野では担い手や後継者不足による耕作放棄地の増加、商工業分野では地域内の消費減少に伴う経済の縮小が見受けられ、地域産業の衰退は都市部への人口流出の一因につながっていると考えられます。この人口流出は、地域産業の課題である担い手不足などにさらなる拍車をかけることになり、負のスパイラルが続いている状況です。

そのような状況の中、観光産業は地域における消費の拡大や新たな雇用の創出など幅広い経済波及効果や交流人口、関係人口の拡大に大きく寄与し、農業や商工業にまで広く総合産業として地域に活力や持続的発展をもたらすため、その重要性が非常に高まっています。

2021年の東京オリンピック・パラリンピック、2022年の瀬戸内国際芸術祭が目前に迫り、また2023年（令和5年）には弘法大師空海御誕生1250年祭が開催されるなど、本市の観光は今後、非常に重要な時期を迎えることになります。

一方で新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、新しい生活様式や観光形態が求められるなど、社会のニーズは劇的に変化しており、そういった変化にも対応していかなければなりません。

これまでの取組を踏まえつつ、本市が持つ特性や可能性、課題を洗い出すとともに、社会のニーズを把握、分析することによって、産業振興や地域活性化へとつながる観光を推進するためのビジョンと、今後重点的に取り組む施策を明らかにし、観光施策を総合的かつ計画的に推進することを目的として本計画を策定します。

3 計画の位置づけ

本計画は、本市の最上位計画である第6次善通寺市総合計画に基づき、また、関連する計画との整合性を図りながら、本市の観光振興を実現するための計画です。

4 計画期間

本計画の期間は、第6次善通寺市総合計画の計画期間と整合を図るとともに、長期的な指針を定めるものとして、令和3年度から令和12年度までの10年間とします。ただし、本市の観光を取り巻く環境の変化を見据え、5年目にあたる令和7年度に見直しを行う予定としています。

図表1-1 観光基本計画の計画期間

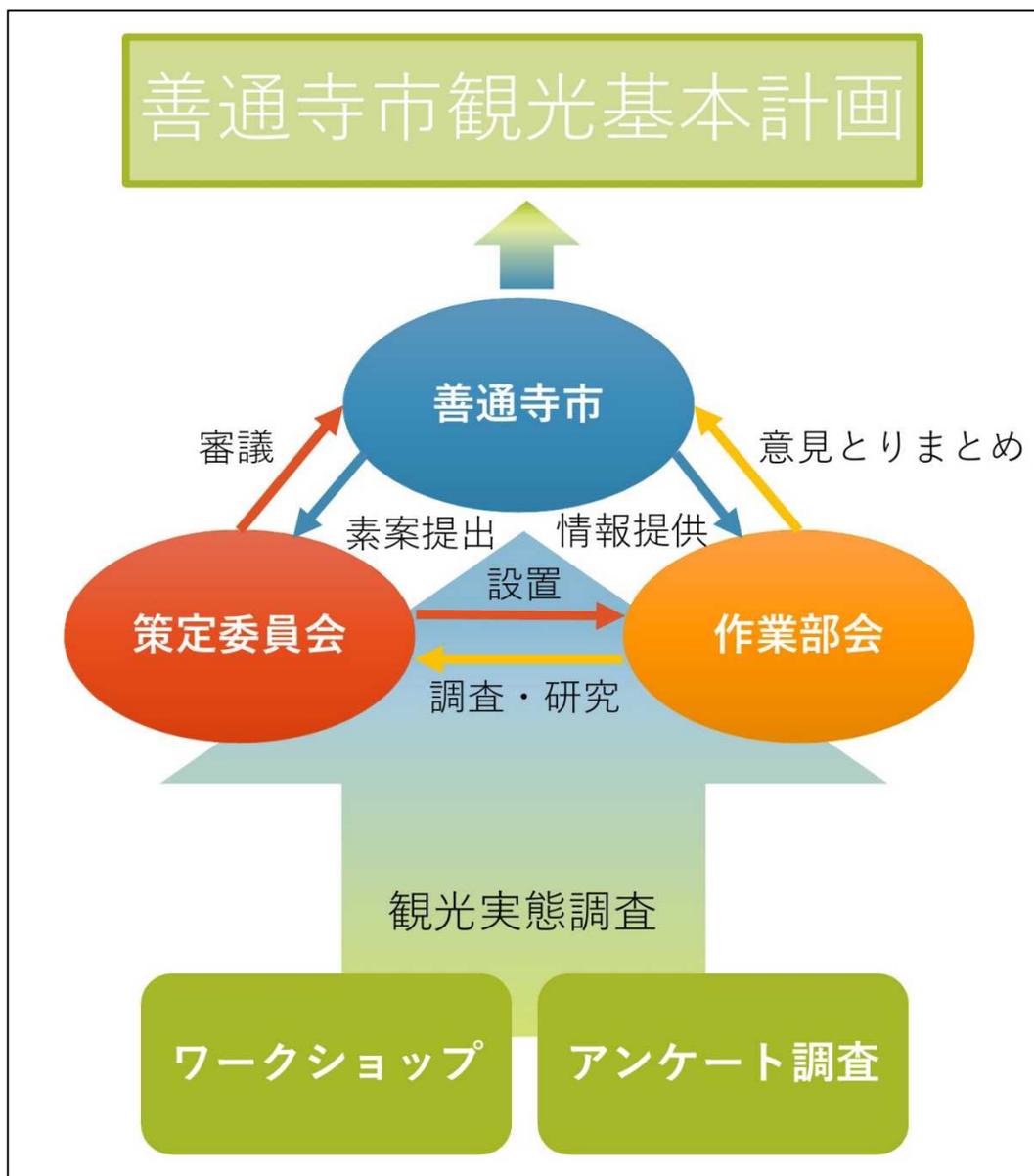
	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12
総合計画	第5次総合計画						第6次総合計画					
観光基本計画	実態調査	計画策定					観光基本計画					
						目標値	見直し				目標値	見直し

5 計画策定の方法

本計画の策定に当たっては、本市の観光行政に対して広く意見を聴取し、様々な観点から協議するため、善通寺市観光基本計画策定委員会を設置し、計画策定に関する審議を行いました。また、同委員会内に作業部会を設置し、計画策定に関する具体的な調査、検討を行いました。

計画策定のための基礎的なデータや意見の収集については、観光実態調査を行い、市民や観光客を対象としたアンケートや観光に関するワークショップを実施しました。ワークショップには市民や観光関連事業者、香川大学の教授と学生などが参加しました。

図表 1 - 2 観光基本計画策定の流れ



第2章 善通寺市における観光の現状と課題

1 善通寺市を取り巻く観光の現状

1 時代の潮流

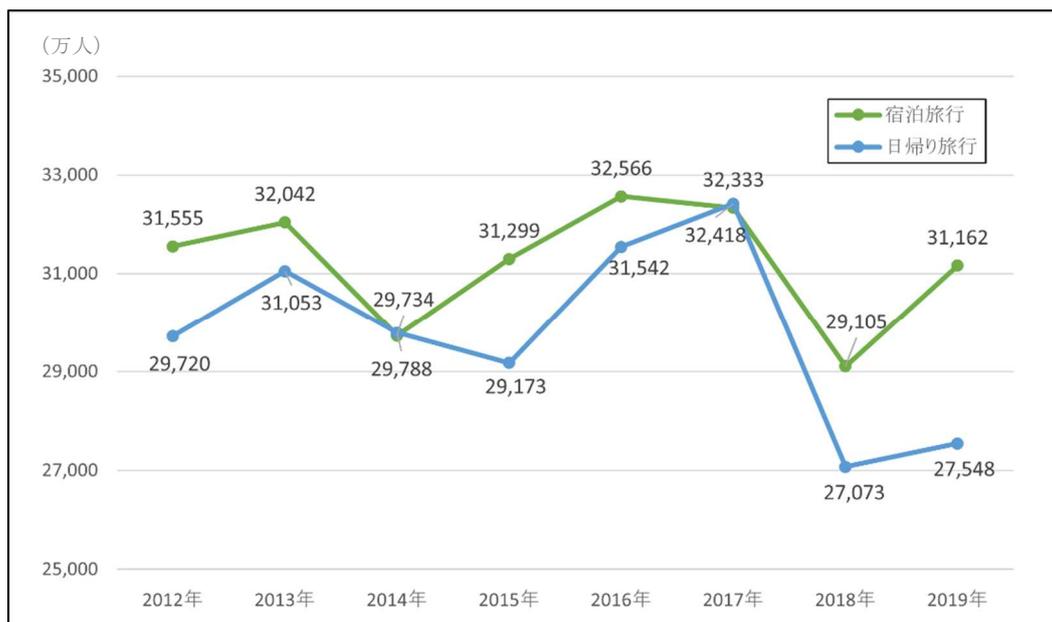
国土交通省の令和2年版観光白書などを参考に、観光における時代の潮流（トレンド）を明らかにします。

◆観光産業を取り巻く変化

(1) 国内旅行者数（国内旅行消費額）の推移

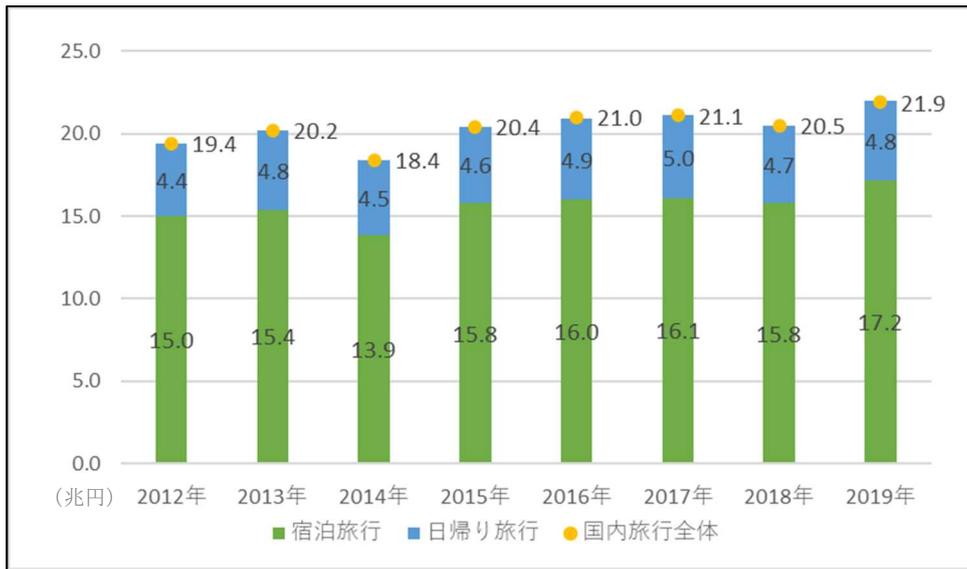
2019年（令和元年）の国内旅行延べ人数は約5億8千万人（宿泊と日帰りを合算した値）でした。連休の長さや自然災害などの影響による増減はありますが、近年では6億人前後で推移しています。また、国内旅行消費額は2019年まで増加傾向にあり、同年の消費額は21.9兆円でした。

図表2-1 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



(出典：国土交通省「令和2年版観光白書」より)

図表 2-2 日本人国内旅行消費額の推移

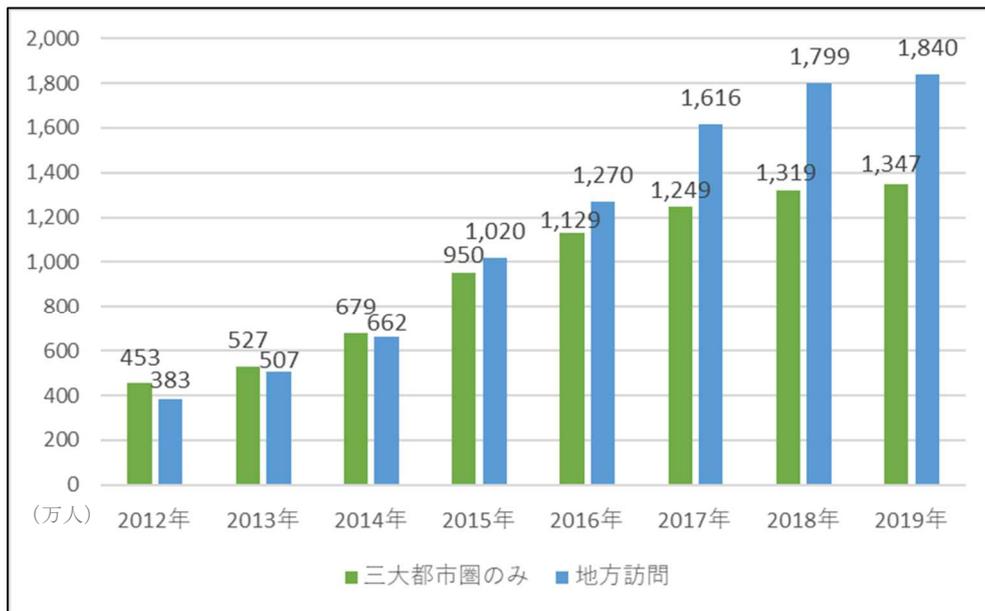


(出典：国土交通省「令和2年版観光白書」より)

(2) 訪日外国人旅行者の増加

地方部を訪問する訪日外国人旅行者は年々増加しており、2019年（令和元年）には1,840万人となりました。2016年（平成28年）以降、地方部を訪れた訪日外国人旅行者は45%増加し、三大都市圏のみを訪れた訪日外国人旅行者（19%増加）よりも大きく伸びており、地方部が訪日外国人旅行者の伸びを牽引していると言えます。

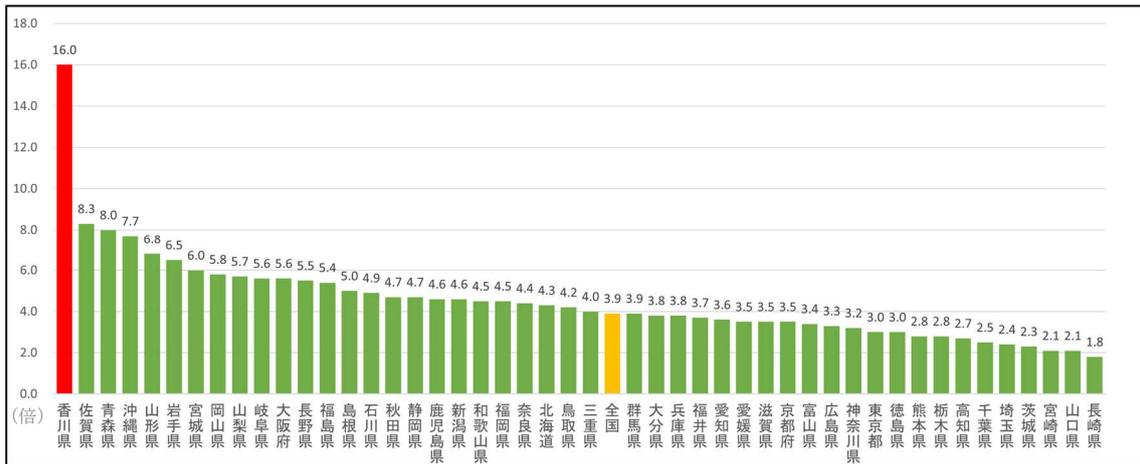
図表 2-3 訪問地別 訪日外国人旅行者



(出典：国土交通省「令和2年版観光白書」より)

一方、2012年（平成24年）と2019年（令和元年）の都道府県別外国人延べ宿泊者数を比較すると、地方部の中でも誘客状況に差が生じています。最も増加した香川県では16倍と他地域よりも特に大きい伸びとなっています。自然景観などが誘引力のある強力なコンテンツとなり、香川県を主目的地として訪問されたことが要因となっています。

図表2-4 都道府県別外国人延べ宿泊者数の伸び（2012年-2019年）



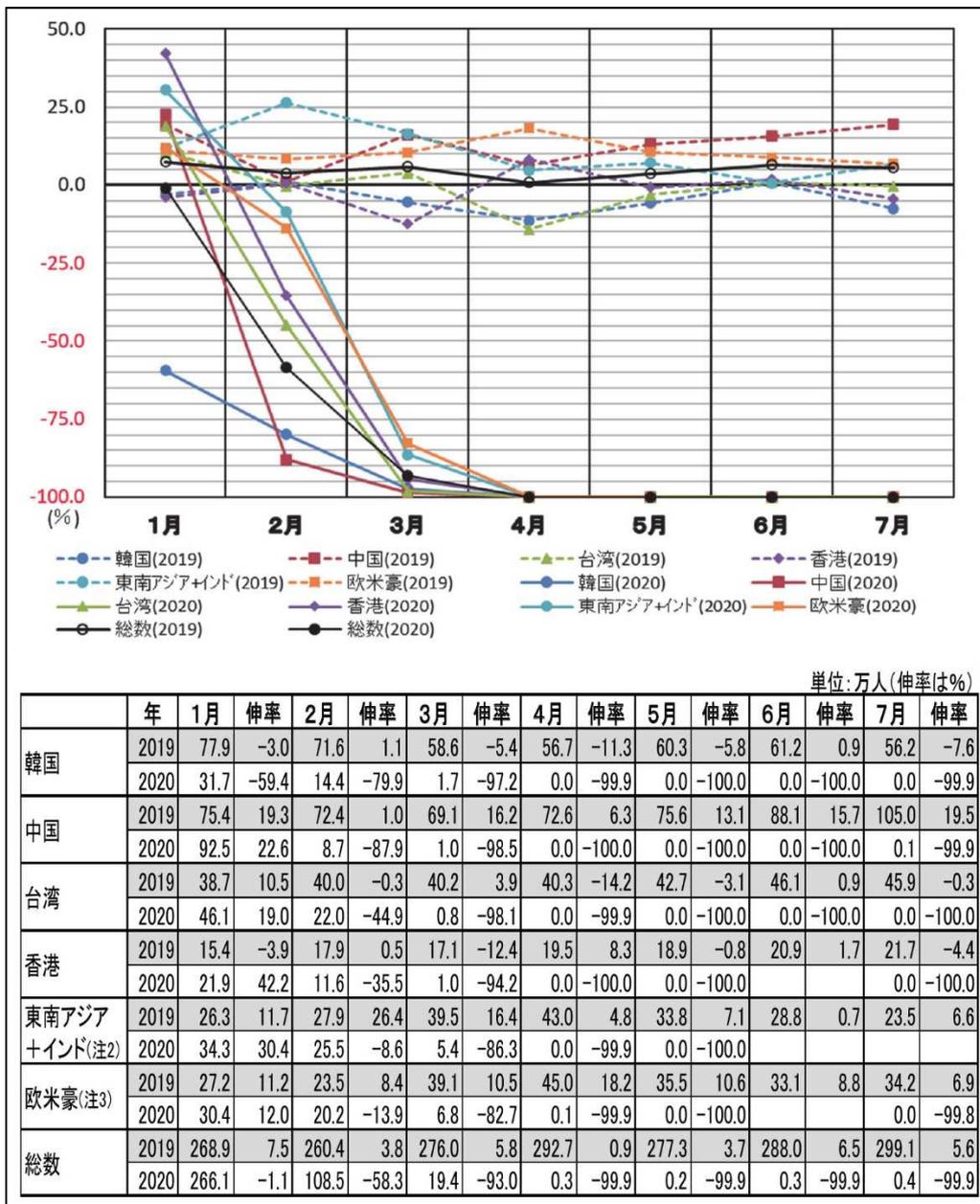
(出典：国土交通省「令和2年版観光白書」より)

(3) 新型コロナウイルス感染症の影響

令和元年までは訪日外国人旅行者が増加傾向にあり、当初は2020年に東京オリンピック・パラリンピックの開催も予定されていたことから、観光業界は大きく期待される市場でした。しかし、令和2年2月頃から新型コロナウイルス感染症が世界中に拡大していくと状況は一変しました。図表2-5から、新型コロナウイルス感染症の影響による訪日外国人旅行者数の減少率が確認できます。1月が前年同月比1.1%減の266万人で、2月以降大きく減少し、4月は統計開始以来過去最小の2,917人（暫定値）、5月はこれを下回る1,663人（暫定値）となりました。統計開始以来最低の水準を記録していることから、新型コロナウイルス感染症の拡大により、訪日外国人旅行者数が顕著に減少していることがわかります。上陸拒否を含めた新型コロナウイルス感染症に関する水際対策の強化もあり、外国人が入国できなくなってしまったことが要因として挙げられます。

図表 2-5

2019年及び2020年の訪日外国人旅行者数前年同月比の推移（1～7月）



注1：2020年1～5月は暫定値、同年6～7月は推計値を用い、小数第2位以下を四捨五入して計算。なお、同年6月以降で10人未満の地域を含む月は人数・伸率ともに空白。

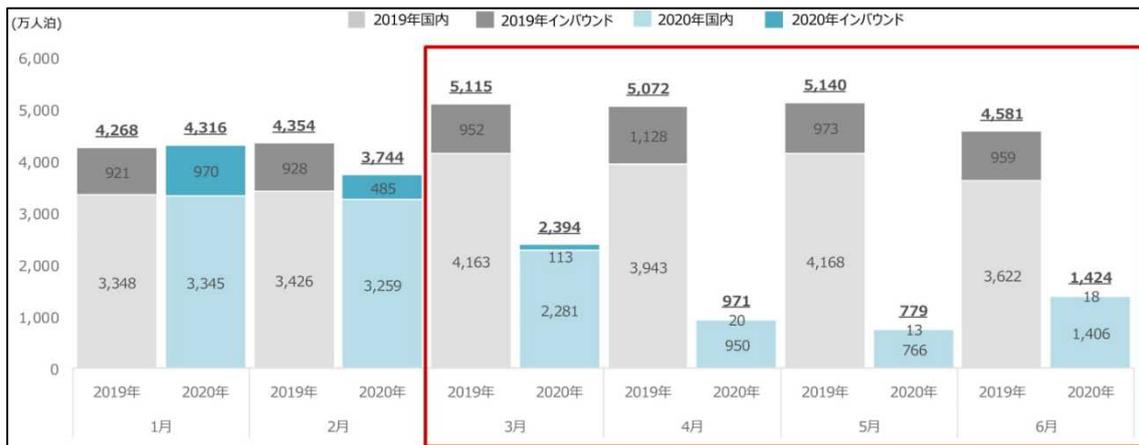
注2：タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インドの合計により計算。

注3：米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペイン、豪州の合計により計算。

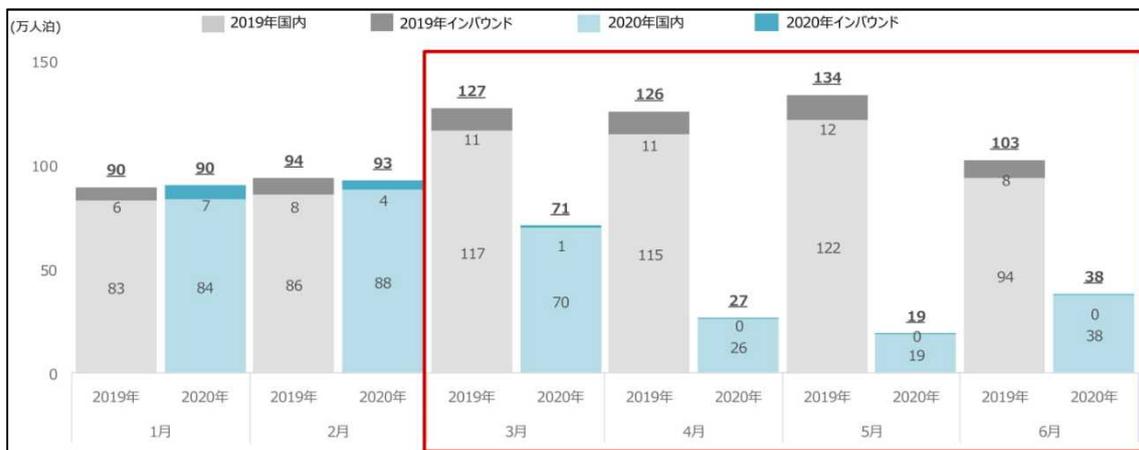
(出典：国土交通委員会調査室「新型コロナウイルス感染症が観光政策に示した課題」より)

新型コロナウイルス感染症発生前後の延べ宿泊客数を見ても、全国、四国ともに新型コロナウイルス感染症の影響を受け、国内旅行者、訪日外国人旅行者ともに減少しており、特に訪日外国人旅行者の現象幅が大きく、これまで順調に成長していたインバウンド需要がほぼ消滅したことが分かります。

図表 2-6 新型コロナウイルス感染症発生前後の延べ宿泊客数（全国）



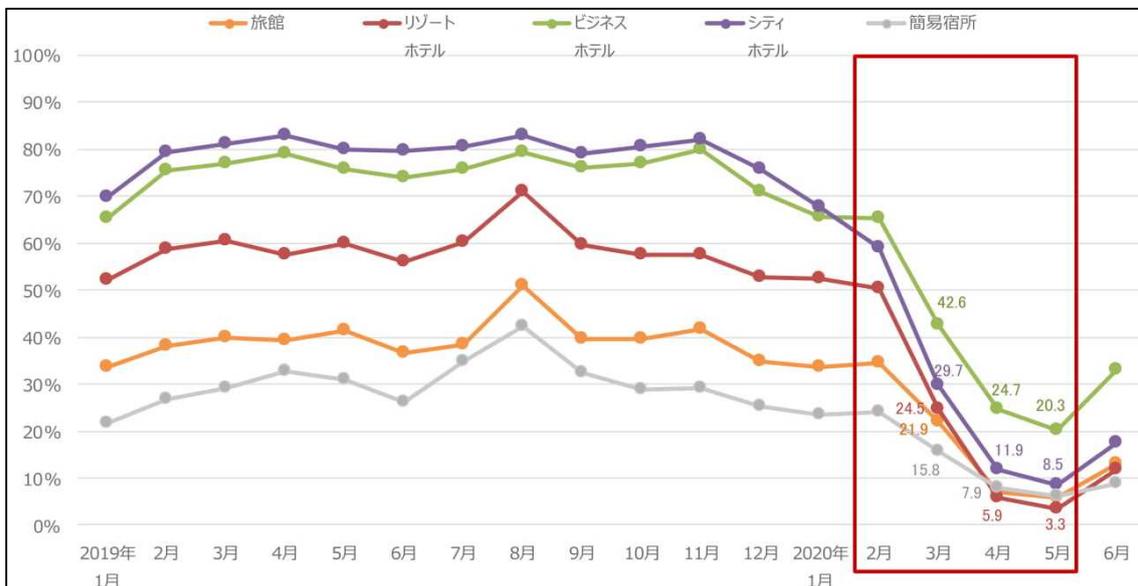
図表 2-7 新型コロナウイルス感染症発生前後の延べ宿泊客数（四国）



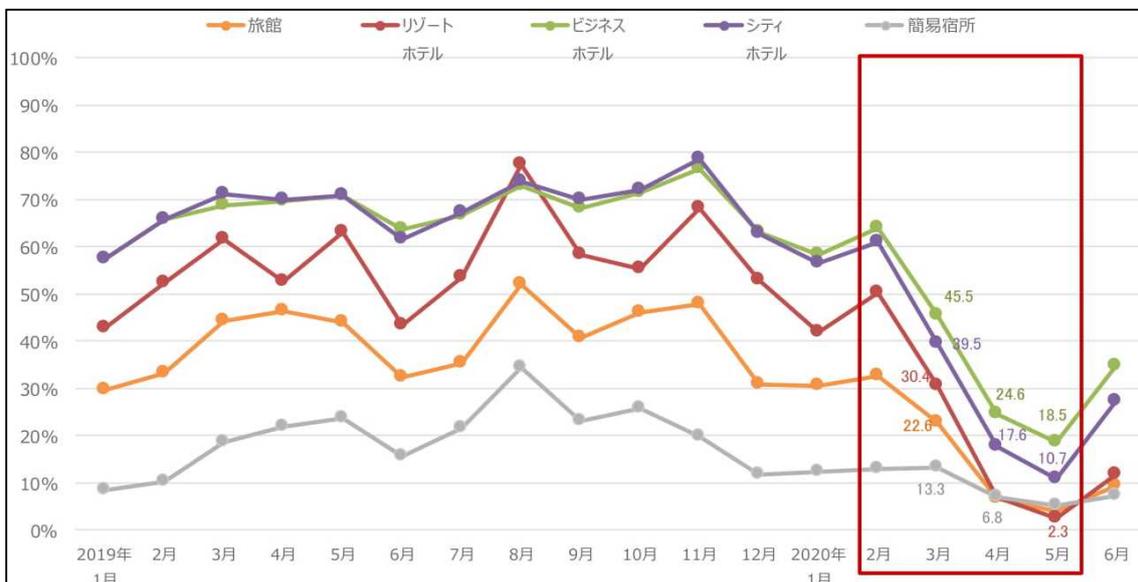
(出典：株式会社日本政策投資銀行四国支店「新型コロナに関する緊急インバウンドアンケート」より)

ホテルなどの客室稼働率の推移からも新型コロナウイルス感染症の影響がはっきりと確認することができます。

図表 2-8 新型コロナウイルス感染症発生前後の客室稼働率（全国）



図表 2-9 新型コロナウイルス感染症発生前後の客室稼働率（四国）



(出典：株式会社日本政策投資銀行四国支店「新型コロナに関する緊急インバウンドアンケート」より)

◆持続可能な開発目標（SDGs）

(1) SDGsとは

SDGsとは、「Sustainable Development Goals」の略で、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に掲げられた、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。SDGsは先進国、途上国を問わず、世界全体の経済、社会、環境の3つの側面における持続可能な開発を統合的取組として推進するものであり、17のゴール（目標）とそれに付随する169項目のターゲット（達成基準）から構成されています。

図表2-10 SDGsの17の目標



(出典：国際連合広報センターより)

(2) SDGsへの取組の推進

2017年12月に閣議決定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略2017改訂版」において、日本におけるSDGsの国内実施を促進するためには、民間事業者や地方公共団体、地域で活躍するステークホルダーなどによるSDGs達成のための積極的な取組が必要不可欠であるとされています。また、地方創生の一層の促進のために、新たにSDGsの手法を取り入れて戦略的に進めていくことにより、持続可能な経済社会づくりを推進するとしています。

時代の潮流

令和元年まで国内旅行の延べ人数は約6億人前後で推移し、国内旅行消費額は約20兆円前後で推移していました。訪日外国人旅行者数も年々増加し、特に地方を旅行する訪日外国人の増加が顕著で、中でも香川県での宿泊数は特に大きな伸びとなっていました。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症による影響により、国内旅行者はもとより、訪日外国人旅行者は大きく減少し、インバウンド需要はほぼ消滅した状態になりました。

そのような状況において、社会では新しい生活様式が必要とされ、またこれまでと違った価値観が大切にされるようになるなど、様々な変化がもたらされている中、観光分野においても、マイクロツーリズムやオンラインを活用した観光など新たな観光形態が提唱されるようになってきています。

また、2015年にSDGsが採択され、国際社会全体で持続可能な社会を目指していくこととされています。SDGsは全ての人々が関わる普遍的な目標であることから、SDGs達成のために積極的な取組を推進していく必要があります。

2 善通寺市における観光の現状

(1) 本市の主要観光地の状況

本市の主要観光地は、四国八十八箇所霊場の五カ寺である総本山善通寺、曼荼羅寺、甲山寺、出釋迦寺、金倉寺のほかに、王墓山古墳、野田院古墳をはじめとした有岡古墳群や、乃木資料館、善通寺市立郷土館、善通寺市民プール、大麻山キャンプ場、「善通寺五岳の里」市民集いの丘公園などが挙げられます。

また、市民交流の施設として、会議やイベント、婚礼などにも利用できる旧善通寺偕行社や観光案内所でもある善通寺市観光交流センター、レンタサイクルの貸出しや特産品である讃岐もち麦ダイシモチをはじめとしたお土産物を販売するおしゃべり広場などがあります。

また、善通寺市景観計画において様々な景観資源が挙げられておりますが、それらを観光の視点で考えた際、本市には上記の主要観光地を含め、観光地となり得る様々な地域資源があることが分かります。

図表 2-1-1 善通寺市の地域資源

① 自然景観

想定対象区域：自然公園（第2種、普通）、森林地域、山（香色山、筆ノ山、我拝師山、中山、火上山、天霧山、甲山、鉢伏山、磨臼山、大麻山）

② 水と緑の景観軸

想定対象区域：
【河川】金倉川、弘田川、中谷川、二反地川
【山すじ】五岳山（香色山、筆ノ山、我拝師山、中山、火上山）

③ 歴史文化の景観軸

想定対象区域：遍路

④ 水と緑の景観拠点

想定対象区域：
【ため池】上池、大池（吉原町）、大塚池、弘階池、大池（善通寺町）、前池（稲木町）、瓢箪池、満質池、道池、前池（原田町）、村上池、宮池、中池、買田池、熊ヶ池、樽池、地藏池
【湧水（出水）】永井清水、てら湧、内湧、上湧・下湧、恵比寿湧、二頭出水、香岐の湧、葵の滝
【公園（都市公園等）】金蔵寺児童公園、竜川ボランティア公園、東部池ノ前ボランティア公園、未来クルパーク21親水公園、筆岡ボランティア公園、吉原ボランティア公園、「善通寺五岳の里」市民集いの丘公園、朝比奈運動公園、香色山児童公園、香色山ふれあい公園、善通寺児童公園、本郷通公園、中央児童公園、皇子児童公園、片原町児童公園、二頭親水公園、丸山やすらぎ広場、丸山町住宅緑地、王墓山古墳公園、大谷公園、宮が尾古墳公園、鉢伏ふれあい公園、御見立公園、吉原高架下公園、駅前広場、大麻農村公園、谷内池農村公園、香岐の湧農村公園、大塚池農村公園、瓢箪池農村公園、地藏池農村公園、中出水農村公園、善通寺大池農村公園、蛭子湧農村公園、宮池農村公園、道池農村公園、吉原大池農村公園、榎之木湧農村公園、満質池農村公園

⑤ 歴史文化の景観拠点

想定対象区域：

【指定文化財】旧善通寺偕行社、天霧城跡、有岡古墳群宮が尾古墳、有岡古墳群王墓山古墳、有岡古墳群丸山古墳、有岡古墳群鶴が峰4号古墳、有岡古墳群磨臼山古墳、有岡古墳群野田院古墳、香色山経塚群、善通寺伽藍、青龍古墳、犬塚、智証大師降誕浴灌井伝承地

【登録有形文化財】善通寺市観光交流センター、乃木神社本殿・拜殿・手水社・鳥居・社務所、旧陸軍第十一師団兵舎棟、大川酒店・大川家住宅、水尾写真館、磯野家住宅、瀬川酒店主屋・東蔵、JR善通寺駅本屋・1,2番ホーム上屋・跨線橋

【観光景観資源】総本山善通寺、出釈迦寺、曼荼羅寺、甲山寺、金倉寺、旧陸軍第十一師団第十一大隊正門、讃岐宮、旧陸軍第十一師団兵器部倉庫、旧陸軍第十一師団司令部、旧陸軍第十一師団騎兵第十一連隊本部、旧陸軍第十一師団輜重兵第十一大隊建物、弘法の産盃岩、岡古墳群、月照・信海両上人像、牛穴、蛇石、大地蔵、七仏薬師、生木大明神、西行庵、吉原椀貸塚、大久保寺跡、仲村城跡、与北の茶堂

⑥ 交通景観拠点

想定対象区域：

【インターチェンジ】善通寺インターチェンジ

【鉄道駅】善通寺駅、金蔵寺駅

⑦ 眺望景観

想定対象区域：

【市街地外】香色山、王墓山古墳、市民集いの丘公園、鉢伏ふれあい公園、出釈迦寺

【市街地内】総合会館

【地区ごと】五重塔の望む新たな眺望点

(出典：善通寺市景観計画より)



五重塔



五岳山



王墓山古墳



旧善通寺偕行社

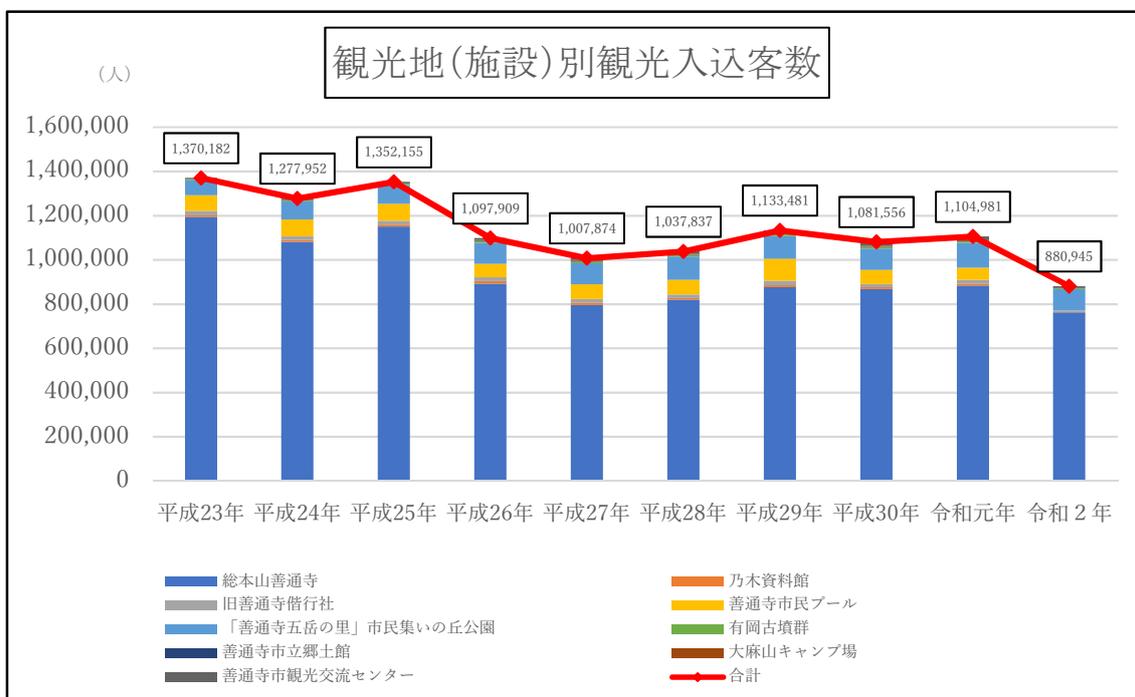
(2) 本市の観光客の推移

本市の年間観光入込客数は、令和元年まで概ね100万人で推移していました。瀬戸内国際芸術祭が開催された2013年（平成25年）、2016年（平成28年）、2019年（令和元年）の観光入込客数をみても、例年からほとんど変動がない状況です。

令和2年の観光入込客数は新型コロナウイルス感染症の影響により、約88万人まで落ち込み、本市においても大きな影響があったと言えます。

また、県内の主要観光地でもある総本山善通寺が、本市の観光入込客数の約8割を占めており、安定して約80万人が訪れる観光地である一方、本市の観光の大部分が総本山善通寺に依存しているとも言えます。

図表2-12 本市の観光地（施設）別観光入込客数の推移



(単位:人)

名称	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	平成31年 令和元年	令和2年
総本山善通寺	1,192,940	1,081,492	1,149,698	892,298	794,907	819,499	876,045	866,952	882,930	762,380
乃木資料館	8,183	8,107	9,320	11,353	9,779	7,332	9,114	8,284	8,337	1,577
旧善通寺偕行社	19,786	15,760	16,662	17,276	17,440	15,566	19,866	15,522	18,472	6,899
善通寺市民プール	70,240	76,337	76,598	60,680	66,142	66,455	99,447	63,683	54,420	0
「善通寺五岳の里」市民集いの丘公園	67,905	82,168	85,611	95,534	96,368	105,553	102,324	96,425	112,348	96,260
有岡古墳群	5,680	6,200	6,610	6,239	6,730	6,703	6,634	6,277	5,244	4,217
善通寺市立郷土館	3,103	2,973	2,772	2,954	3,060	2,647	2,594	2,568	2,559	1,583
大麻山キャンプ場	1,637	1,831	1,147	2,845	4,302	2,229	2,106	4,408	3,645	654
善通寺市観光交流センター	708	3,084	3,737	8,730	9,146	11,853	15,351	17,437	17,026	7,375
合計	1,370,182	1,277,952	1,352,155	1,097,909	1,007,874	1,037,837	1,133,481	1,081,556	1,104,981	880,945

(出典：善通寺市観光入込客数調査より)

(3) 善通寺市を訪れる観光客の現状

① アンケート調査の概要

令和元年度に本市で開催したイベントで、市民、観光客に対してアンケートを実施しました。その内容を分析することで、本市の観光に関する実態を把握し、これからの検討課題を抽出します。分析対象としたアンケート調査は図表2-13のとおりです。

図表2-13 アンケート一覧

	開催イベント	アンケート内容	部数(枚)
1	善通寺まつり	市民向け	85
2	観光交流センターまつり	市民向け	201
3	空海まつり	市民向け	78
4	五岳山縦走「空海ウォーク」	観光客向け	265
5	初詣(総本山善通寺)	観光客向け	249
回収総部数			878

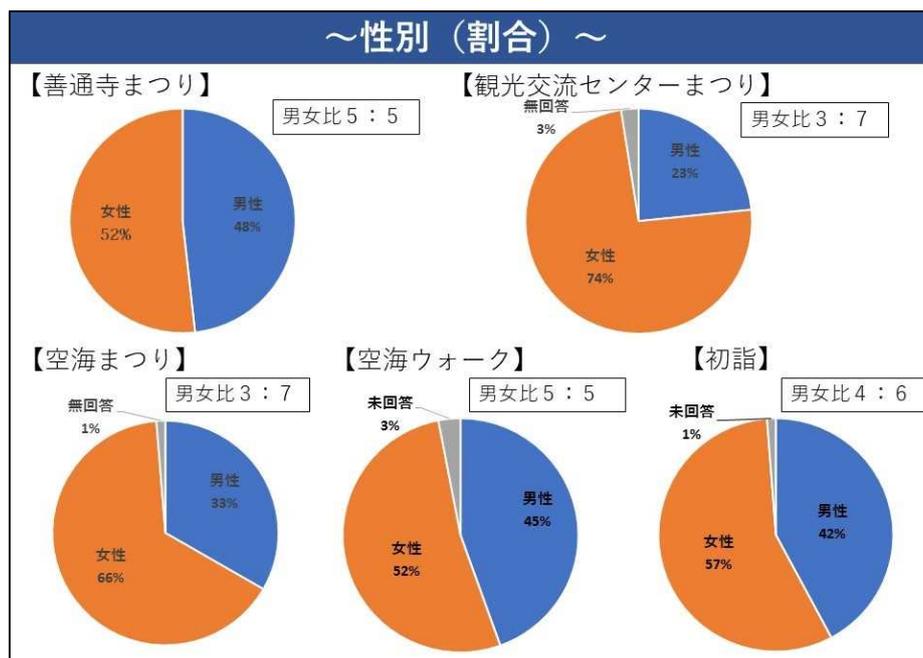
② アンケート調査分析結果

【回答者属性】

ア 性別

マルシェや子ども向けの働く車を展示した観光交流センターまつりでは、女性の割合が約7割を占めるなど、イベントによって多少の差はありますが、全体の傾向としては女性の割合が高いと言えます。

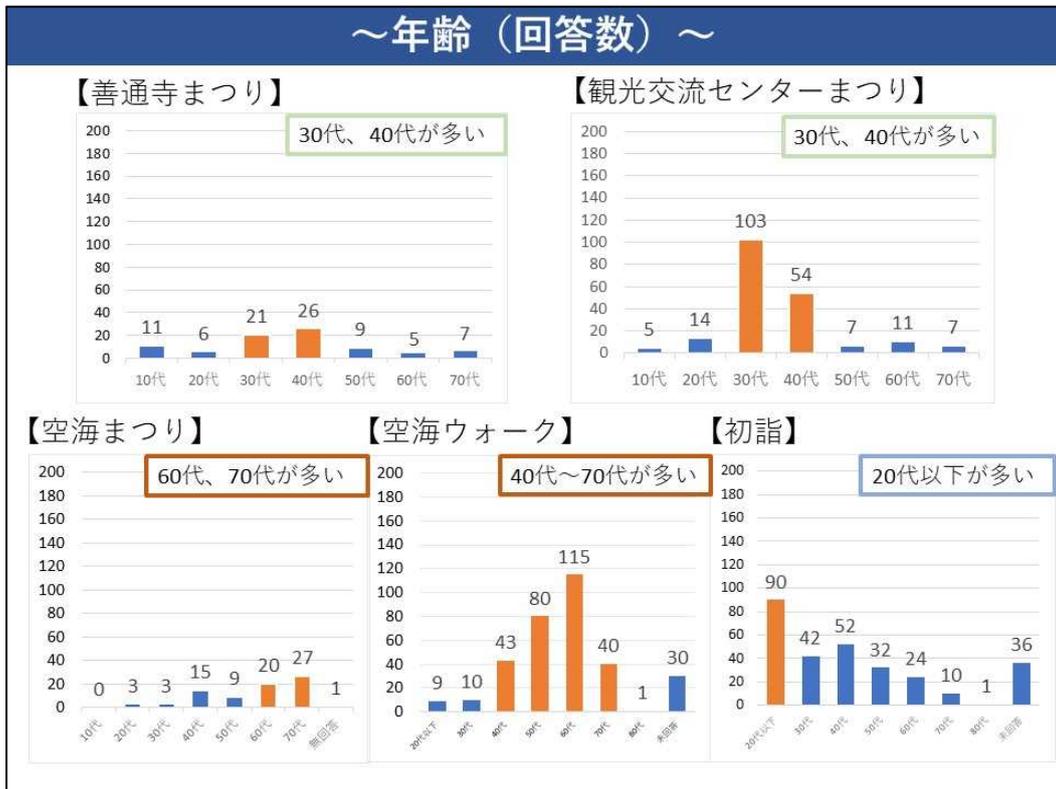
図表2-14 性別



イ 年齢

善通寺まつりと観光交流センターまつりでは30代、40代の子育て世代が多いことが分かります。空海まつりでは60代、70代が、空海ウォークでは40代～70代の参加が多く、他のイベントと比較して年代層が高いことが分かりました。一方初詣には20代以下の若者が多く来訪しています。

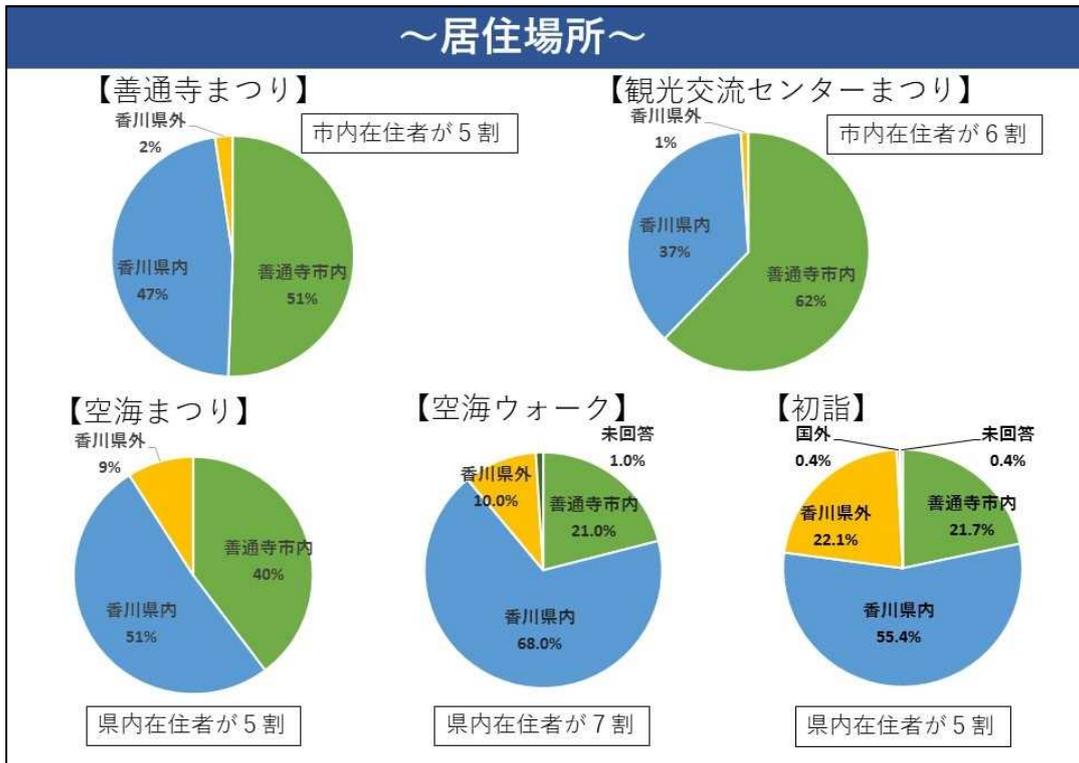
図表2-15 年齢



ウ 居住場所

市民向けのイベントである善通寺まつりや観光交流センターまつりでは、市内在住の参加者が5割、6割と半数以上を占めています。一方で、空海まつりや空海ウォーク、初詣といった自治体の枠を越えたイベントでは、市外在住者の割合が高くなっていることが分かります。

図表 2-16 居住場所

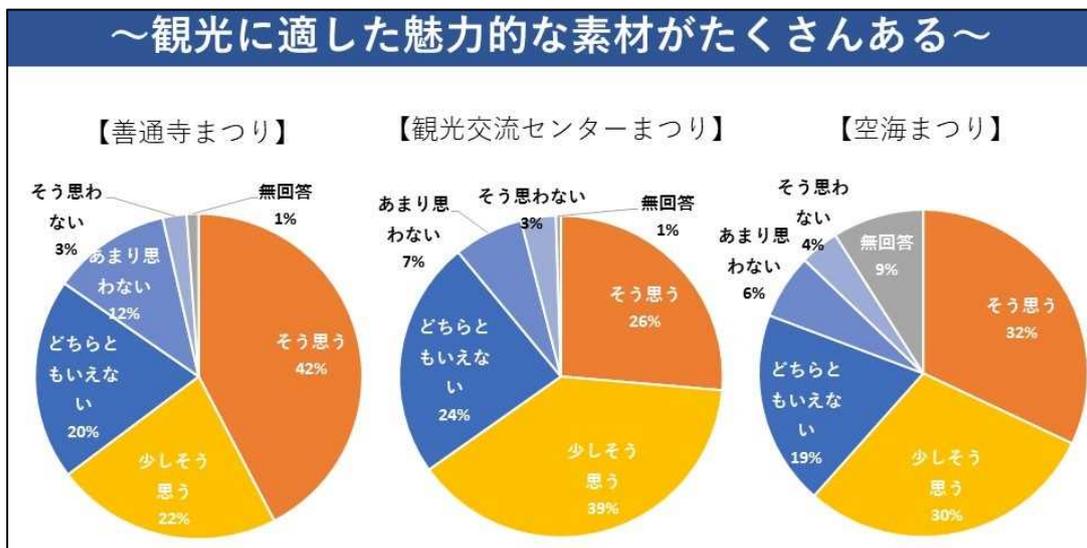


【本市の観光について】

ア 観光に適した魅力的な素材

本市には観光に適した魅力的な素材がたくさんあると回答したのは、いずれのアンケートでも6割～7割であり、観光資源となり得る素材があると考えている人が多いことが分かりました。

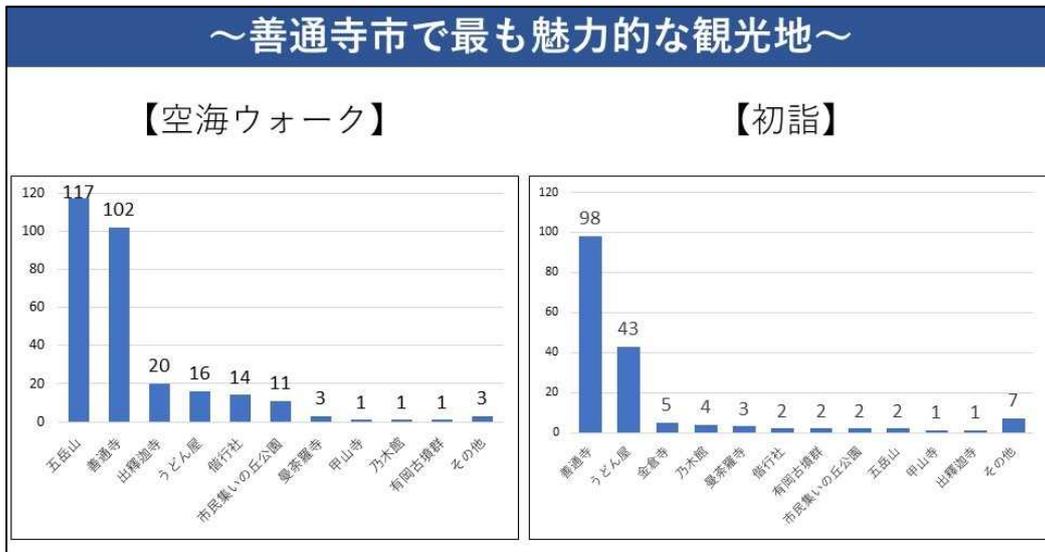
図表 2-17 観光に適した魅力的な素材



イ 最も魅力的な観光地

本市で最も魅力的な観光地として多く挙げられたのは、総本山善通寺、五岳山、うどん屋でした。空海ウォークではイベント会場である五岳山、初詣は会場である総本山善通寺がそれぞれ1位となっていますが、その他の観光地の票数が少ないことが分かります。

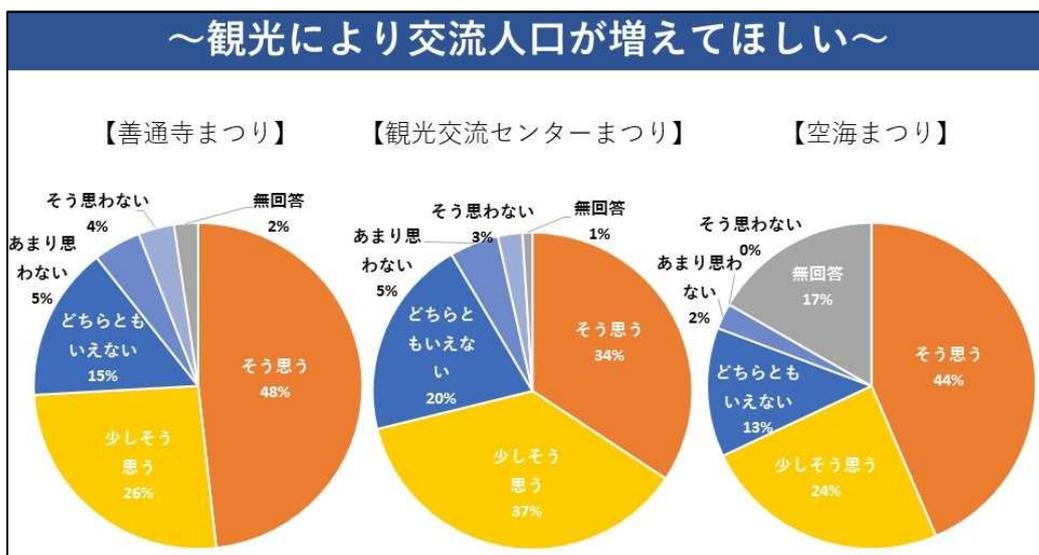
図表 2-18 最も魅力的な観光地



ウ 交流人口

観光により交流人口が増えてほしいと感じている人は、いずれのアンケートでも約7割を占め、交流人口の増加を望む声が多いことが分かりました。

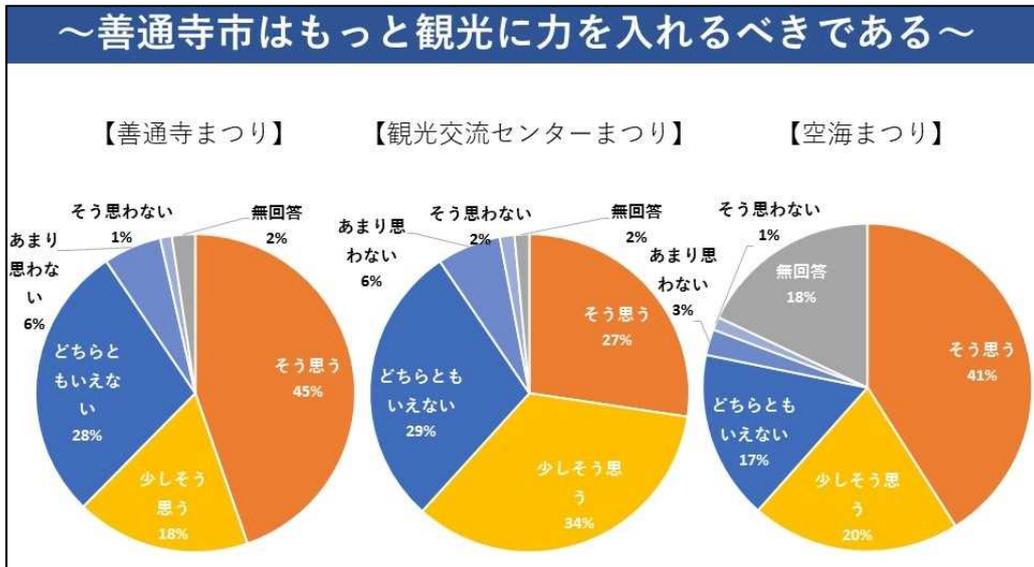
図表 2-19 交流人口



エ 観光に力を入れるべき

本市はもっと観光に力を入れるべきであると回答したのは、いずれのアンケートでも6割程度となりました。

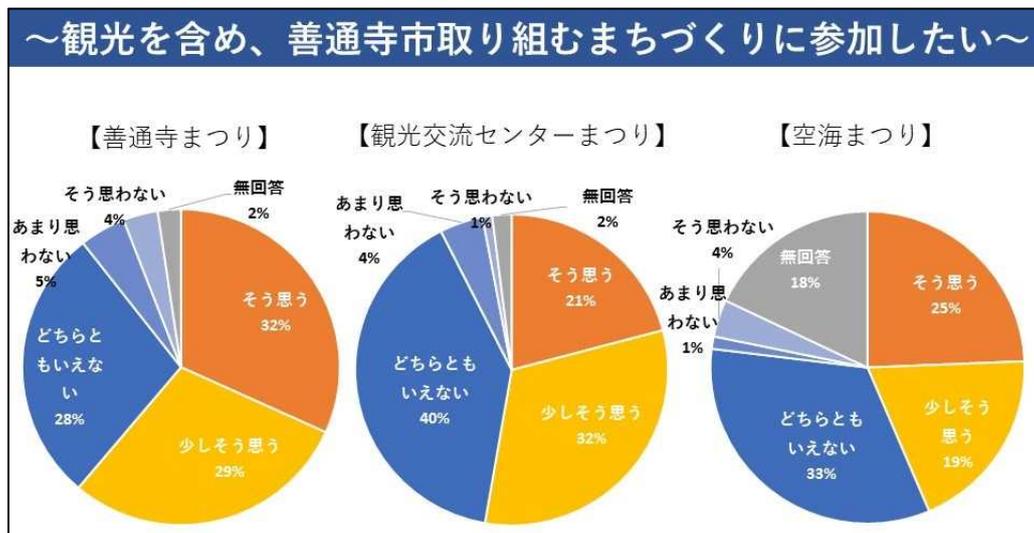
図表2-20 観光に力を入れるべき



オ 観光を含めたまちづくりへの参加

30代、40代の参加者が多かった善通寺まつりと観光交流センターまつりでは、それぞれ5割以上の方がまちづくりに参加したいと回答しています。一方で、参加者の年齢層が高い空海まつりではまちづくりに参加したいと回答したのは4割と他のアンケートと比べて低い結果となりました。

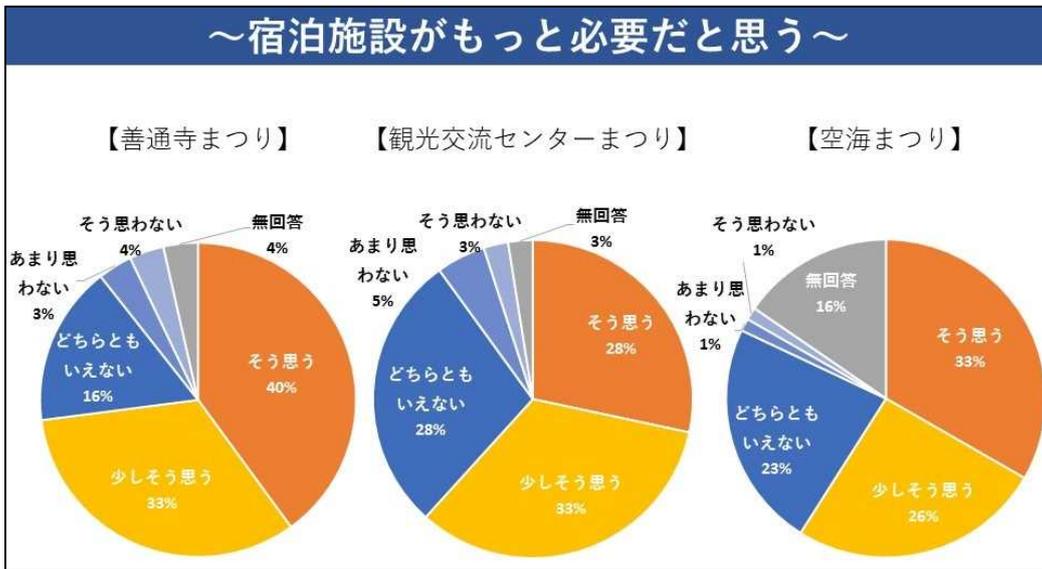
図表2-21 まちづくりへの参加



カ 宿泊施設

宿泊施設が必要だと回答した割合は、いずれのアンケートでも6割～7割となり、宿泊施設の必要性を感じている人の割合が高いことが分かりました。

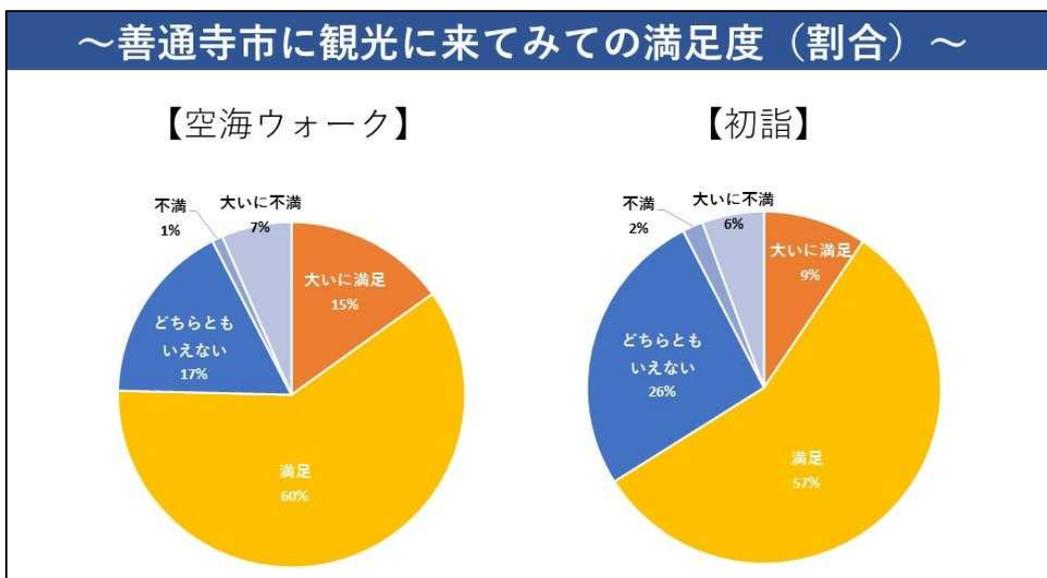
図表2-22 宿泊施設



キ 観光の満足度

本市の観光への満足度について、6割～7割の人が満足していると回答していることが分かりました。

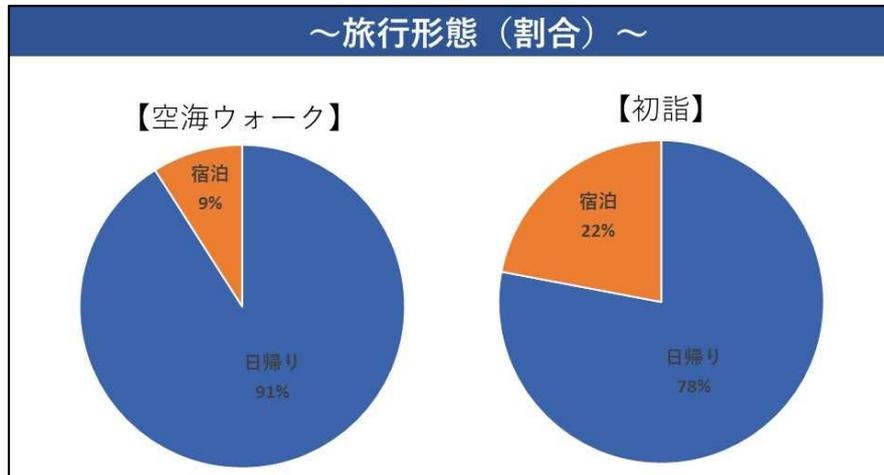
図表2-23 観光の満足度



ク 旅行形態

観光客の多くは日帰りで来訪しており、宿泊を伴う観光客の割合は低くなっています。

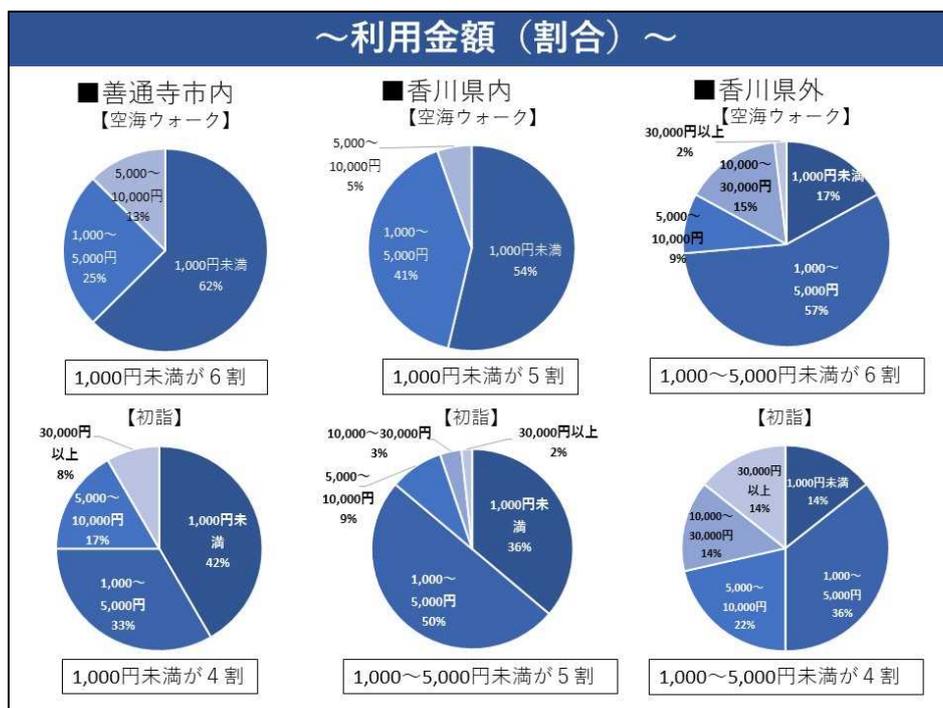
図表 2-24 旅行形態



ケ 利用金額（消費額）

市内在住者は1,000円未満が多く、利用金額は低くなっています。一方で、香川県外在住者は1,000円～5,000円未満の割合が高く、市内在住者と比べて利用金額が高くなる傾向にあります。

図表 2-25 利用金額（イベントでの利用金額）



また、空海ウォークについては、イベント来場者数及びアンケート結果より、観光消費額の算出を行いました。

観光消費額（観光消費額単価×観光入込客数）で最も金額が高いのは、人数が最も多い県内在住者の日帰り705,271円です。一方で、観光消費額単価が最も高かったのは、県外在住者の宿泊11,368円でした。人数は少ないものの単価が高いため、観光消費額も県内在住者の日帰りに次いで高い金額となっています。

図表2-26 空海ウォーク観光消費額

属性	観光入込客数 (人回)		観光消費額単価 (円/人回)		観光消費額 (円)		合計消費額 (円)
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	
市内	0	49	0	2,100	0	102,900	102,900
県内(市外)	7	371	1,750	1,901	12,250	705,271	717,521
県外	45	78	11,368	3,118	511,560	243,204	754,764

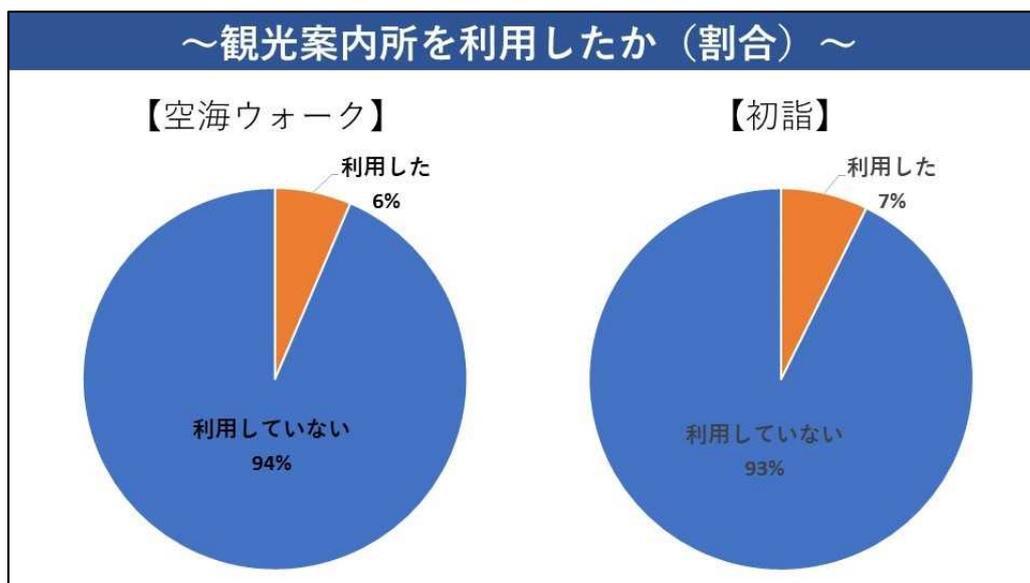
(アンケート結果より作成)

【観光案内所について】

ア 観光案内所の利用

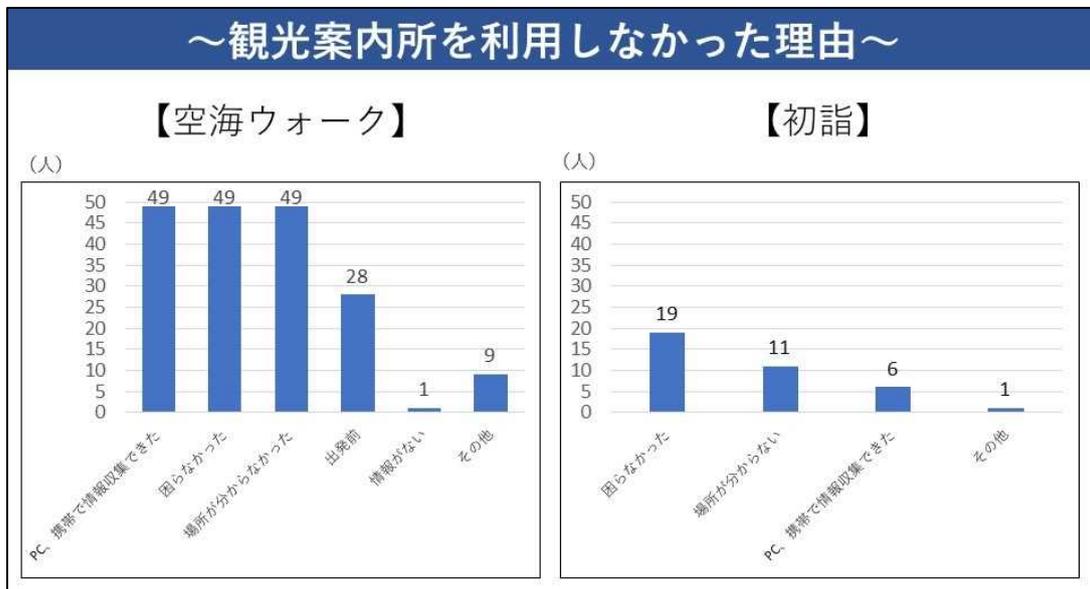
現在本市には観光案内所が2か所ありますが、観光案内所を利用したのは、いずれのアンケートでも1割に満たない状況でした。

図表2-27 観光案内所利用



観光案内所を利用しなかった理由として多く挙げられたのは、「事前にPC・携帯で情報収集できた」、「困らなかった」、「場所が分からなかった」という意見でした。

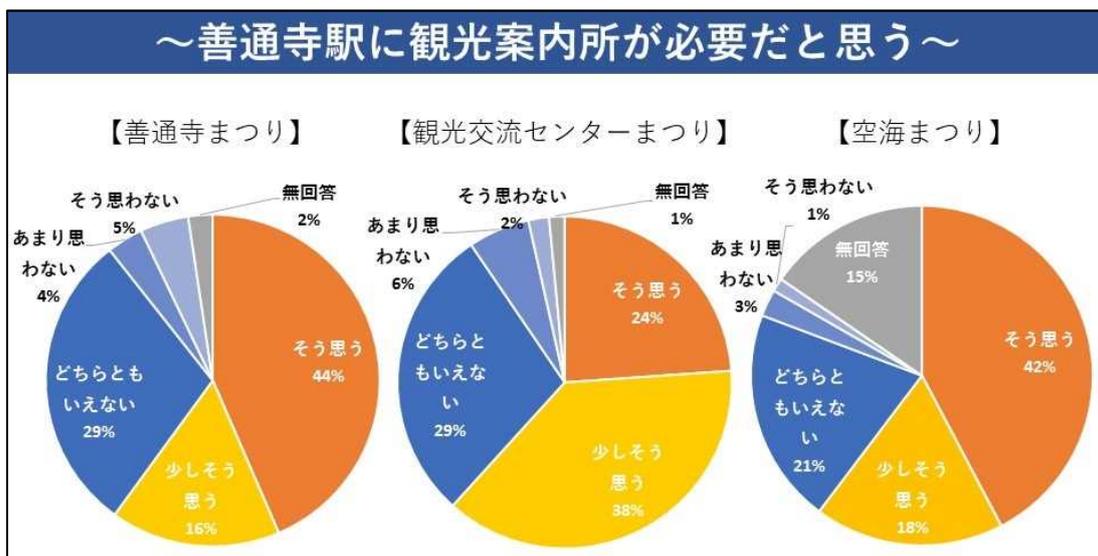
図表 2-28 観光案内所を利用しなかった理由



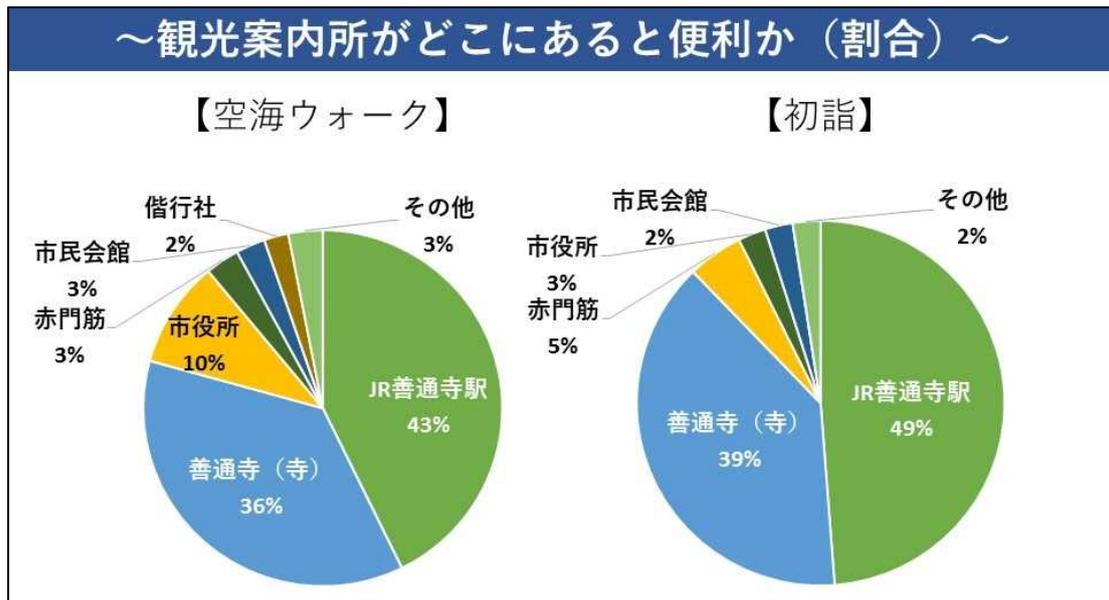
イ 観光案内所の位置

J R 善通寺駅に観光案内所が必要だと回答したのは、いずれのアンケートでも約 6 割でした。一方で、観光案内所がどこにあると便利かという質問に対しては、J R 善通寺駅と総本山善通寺に 2 極化しています。駅や主要な観光地等、アクセスしやすい場所への設置を望む声が多いことが分かりました。

図表 2-29 善通寺駅における観光案内所の必要性



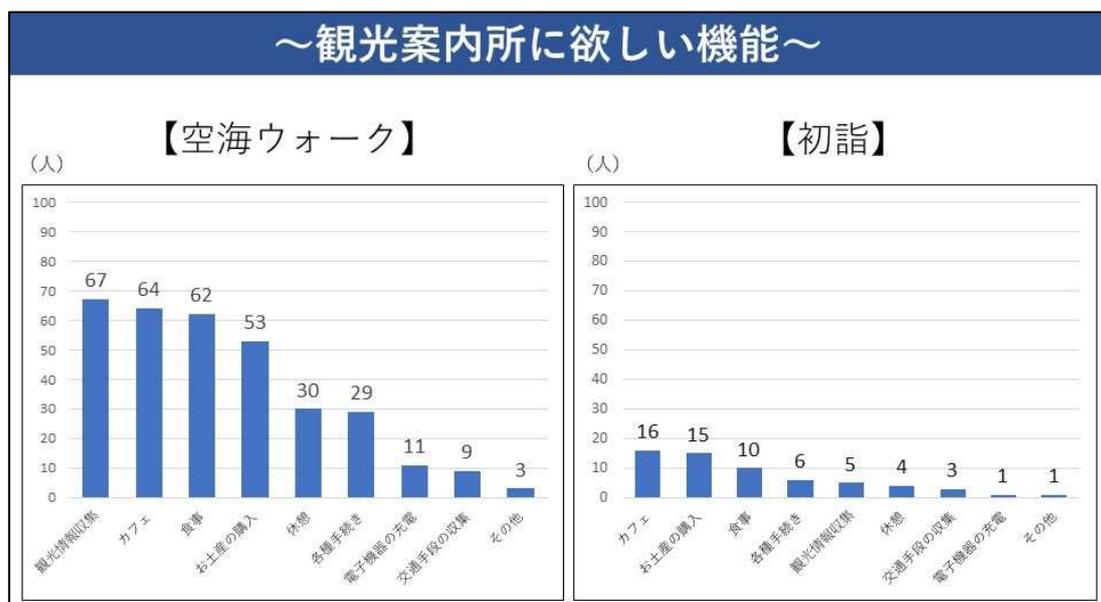
図表 2-30 観光案内所の場所



ウ 観光案内所の機能

観光案内所に欲しい機能として、観光情報の収集、カフェ、食事、お土産購入という意見が多く挙げられていました。観光案内所の現在の機能を踏まえ、今後追加を検討すべき機能として、カフェや食事、各種手続き、電子機器の充電などが挙げられます。

図表 2-31 観光案内所に欲しい機能

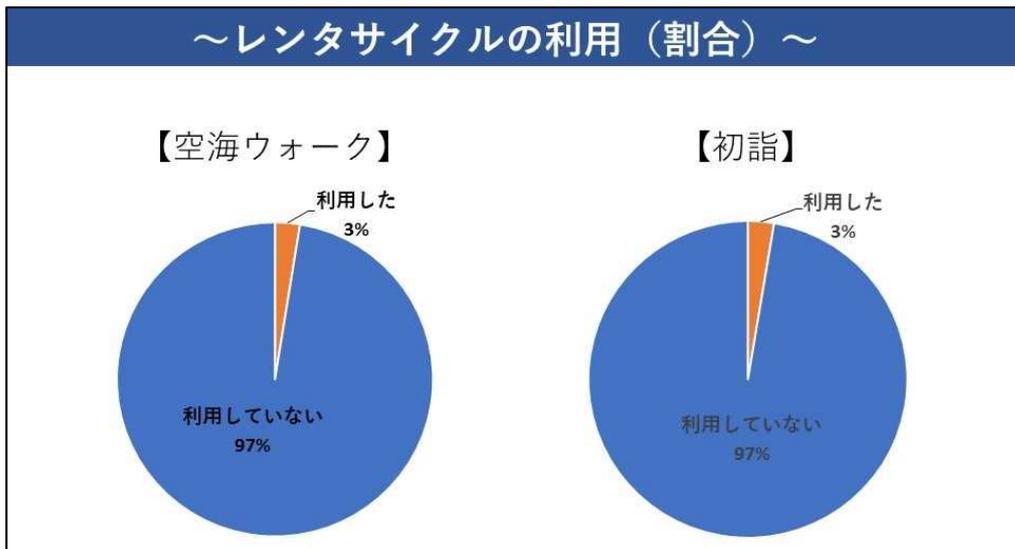


エ レンタサイクルの利用

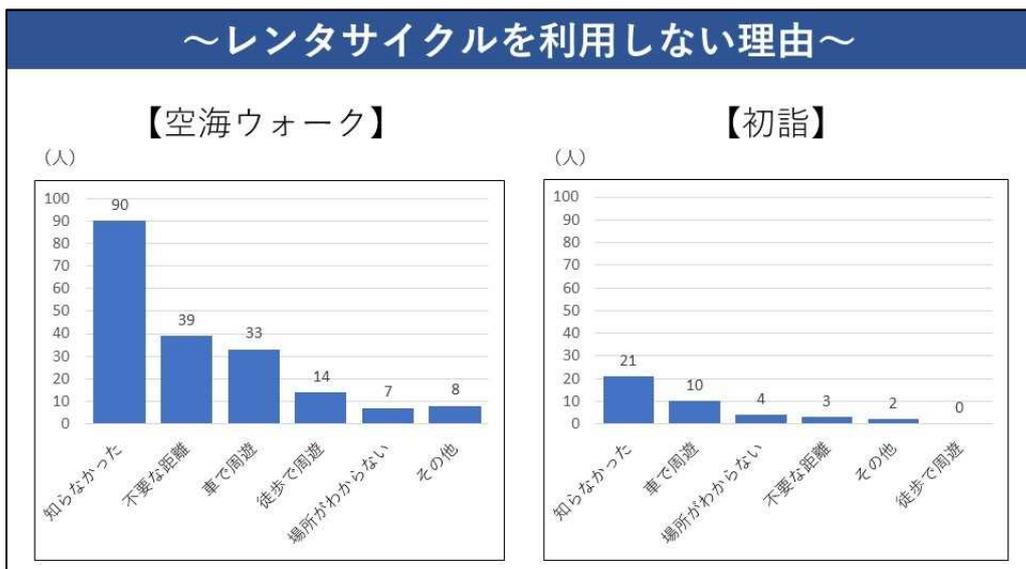
本市のレンタサイクルは、観光案内所の1つであるおしゃべり広場で利用できません。普通自転車10台、スポーツ型自転車が4台あり、普通自転車は1日100円（一部300円）、スポーツ型自転車は1日500円で貸出ししています。

レンタサイクルを利用した人はいずれのアンケートでも3%でした。レンタサイクルを利用しなかった理由として最も多く挙げられたのは、知らなかったという意見でした。情報発信の方法や設置場所の検討を行う必要があると考えられます。

図表2-32 レンタサイクルの利用



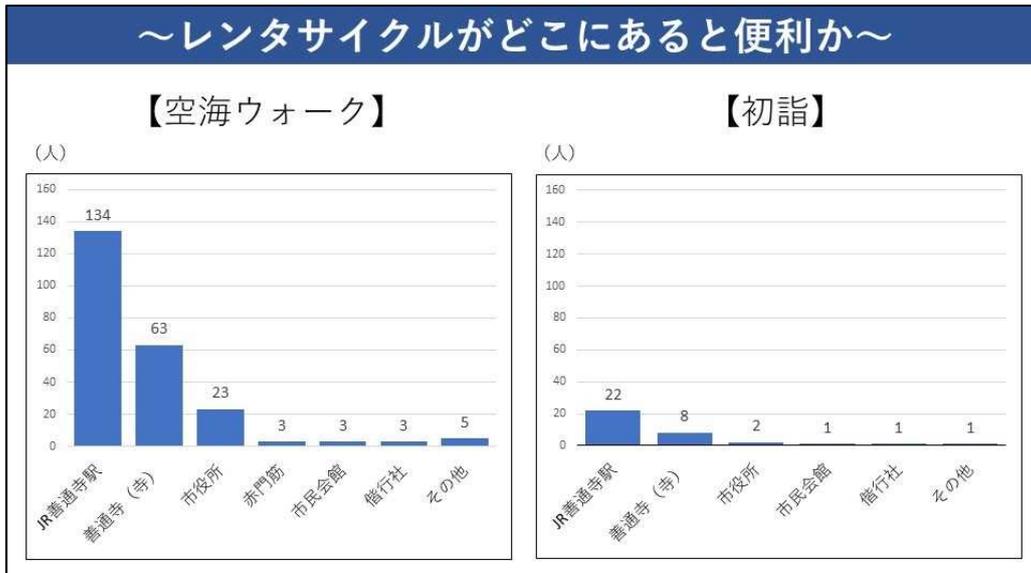
図表2-33 レンタサイクルを利用しない理由



オ レンタサイクルの場所

レンタサイクルがどこにあると便利かという質問で、最も多く挙げられたのはJR善通寺駅、次いで総本山善通寺という結果になりました。観光案内所同様、まちの入口や拠点となる場所に設置を望む声が多くなっています。

図表 2-34 レンタサイクルの場所



善通寺市における観光の現状

・本市の年間観光入込客数は、令和元年まで概ね100万人で推移していましたが、令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響により、約88万人まで落ち込みました。また、2013年（平成25年）、2016年（平成28年）、2019年（令和元年）と、国内外から多くの観光客を呼び込んだ瀬戸内国際芸術祭が開催されましたが、本市の観光入込客数は例年からほとんど変動がなく、インバウンド需要を取り込むことができなかつたことがうかがえます。

・県内の主要観光地でもある総本山善通寺が、本市の観光入込客数の約8割を占めており、安定して約80万人が訪れる観光地となっていることから、本市の観光にとって非常に重要な観光資源であると言えます。その一方で、本市には多くの魅力ある地域資源がある中で、観光の大部分を総本山善通寺に依存した状況であると言えます。市民の中には観光に適した魅力的な素材がたくさんあるという意見がありながら、観光客にとってはそれらが観光資源として認知されていないという状況になっています。

・観光客の旅行形態は日帰り旅行が多い状況です。また、県外観光客は、県内観光客と比較すると宿泊旅行の割合が高く、観光消費額単価が高くなっています。

・市民の中には、観光によって交流人口が増えてほしい、観光に力を入れるべきだというような観光に対して前向きな意見が多く見られ、観光を含めたまちづくりへ参加したいという意見もあります。

・観光案内所、レンタサイクルについては、その利用が十分ではないと考えられることから、設置場所や機能、情報発信について検討する必要があります。

2 善通寺市における観光の課題

各調査結果から、本市における観光の課題として、「つながりや連携の強化」、「地域資源の付加価値の創出（観光資源化）」、「情報発信の強化」の大きく3つの課題が挙げられます。

1 つながりや連携の強化

本市の観光分野を考えた際、人と人、拠点と拠点、事業と事業など、様々な場面でつながりや連携が不十分な状況が見受けられます。そういったつながりや連携は、相乗効果を発揮したり、新しい気づきや変化をもたらす可能性があります。

社会や観光形態が目まぐるしく変化する中で、本市の観光が持続的に発展していくためには、そのようなつながりや連携を強化していく必要があります。

2 地域資源の付加価値の創出（観光資源化）

本市には総本山善通寺を含めた様々な地域資源がありますが、本市の観光においては総本山善通寺への依存度が大きく、その他の資源に対する観光客の認知度が低くなっています。魅力ある資源が幅広く認知され、観光地として注目され、選ばれるように、付加価値を創出し、観光資源化を図る必要があります。

3 情報発信の強化

地域資源の認知度や施設の利用状況などを見ても、本市の観光においては情報発信が十分ではないという状況があります。

本市の今後の観光を発展させていくためには、いかに情報発信していくかが非常に重要となることから、情報を整備し、様々な媒体を活用しながら、的確に情報発信していく必要があります。

第3章 観光基本計画の基本理念と目指す将来像

1 基本理念

本市は、総本山善通寺や弘法大師空海、古墳を始めとする歴史や、五岳山や出水などの自然のように多種多様な地域資源があります。それらの資源は善通寺市が持つ強みであり、誇るべきものです。一方で、近年観光情勢は目まぐるしく変化しており、観光の形態についても、オンラインを活用した観光や観光と仕事を融合した取組など、これまでにはない多様性が求められています。

善通寺市の現状を的確に把握、認識しながら、観光情勢の変化やニーズに対して、新しい技術の活用や関係人口を増加させることにより、観光客が「善通寺市」を知り、訪れたり、関わりを持つきっかけを作りながら、持続可能な観光を目指すことで、第6次善通寺市総合計画で掲げた「みんなで創る！！住んでみたい・住みつづけたいまち 善通寺」につなげ、さらに持続可能な開発目標（SDGs）の達成にも貢献していきます。

そこで、「共感や喜びを大切にする観光」、「交流を大切にする観光」、「地域資源を大切にする観光」の3つを善通寺市観光基本計画の基本理念とします。

基本理念

1 共感や喜びを大切にする観光

2 交流を大切にする観光

3 地域資源を大切にする観光

1 共感や喜びを大切にする観光

本市には、総本山善通寺や弘法大師空海、古墳などの歴史や五岳山などの自然といった、ここにしかないものを味わうことができます。歴史がいきづく街、自然にあふれる街として、本市が持つ魅力を観光客に共感してもらい、喜びにつなげ、観光客にとって、そして市民にとって唯一の思い出となることを目指します。

2 交流を大切にする観光

本市には、四国八十八箇所霊場の寺院が5箇所あり、遍路客の往来があるため、市民には昔からおもてなしの文化が根付いています。今後もおもてなしの文化を浸透させ、観光に関わる市民や事業者などを増やし、それぞれがつながりを作りながら観光客と交流することで、再び本市を訪れたい、誰かにそのよさを伝えたい、また本市に関わっていきたいと感じ

てもらえるような観光地になることを目指します。

3 地域資源を大切にす観光

本市には、歴史や自然、おもてなしの文化など誇ることができる様々な地域資源があります。また、人気のあるカフェやお店なども点在し、女性や若者を中心に注目されており、本市の重要な地域資源となっています。そのような中、今後の観光振興のためには新たな観光資源を開発するだけでなく、今ある資源に愛着を持ち、情報発信しながら、維持、保全、活用していくことを大切にすることで、『善通寺市らしさ』を持ち続けた持続可能な観光地となり、継続的な魅力の増進及び成長につなげていくことを目指します。

2 善通寺市が目指す観光の将来像

本市が目指す観光の将来像は、善通寺市が善通寺市らしくあり続けられる観光であり、本市が誇るべき地域資源とそれらを支える人、そして変化する観光形態への対応を相互に連携させ、将来にわたり善通寺市らしさを持続しながら発展させる観光です。

本市には資源やおもてなしの文化など誇るべきものが数多くあります。市民や観光客、そして関係人口と呼ばれる本市に関わる様々な人たちが関わり合うことで、その価値や魅力を認識し、大切にしていきます。それに加えて、大きく変化する観光形態に対して、ICT（通信技術）やAI（人工知能）などの新しい技術を活用しながら、本市の価値や魅力を全国、そして世界へ発信していきます。

本市を知ってもらう機会を増やし、本市を知った人や訪れた観光客が「行ってみたい」、「また来たい」、「誰かに伝えたい」と感じ、観光客から観光客へとつなげていくとともに、市民を含めた本市の観光に関わる人を増やしていくことで、本市の観光が持続的に発展することを目指します。

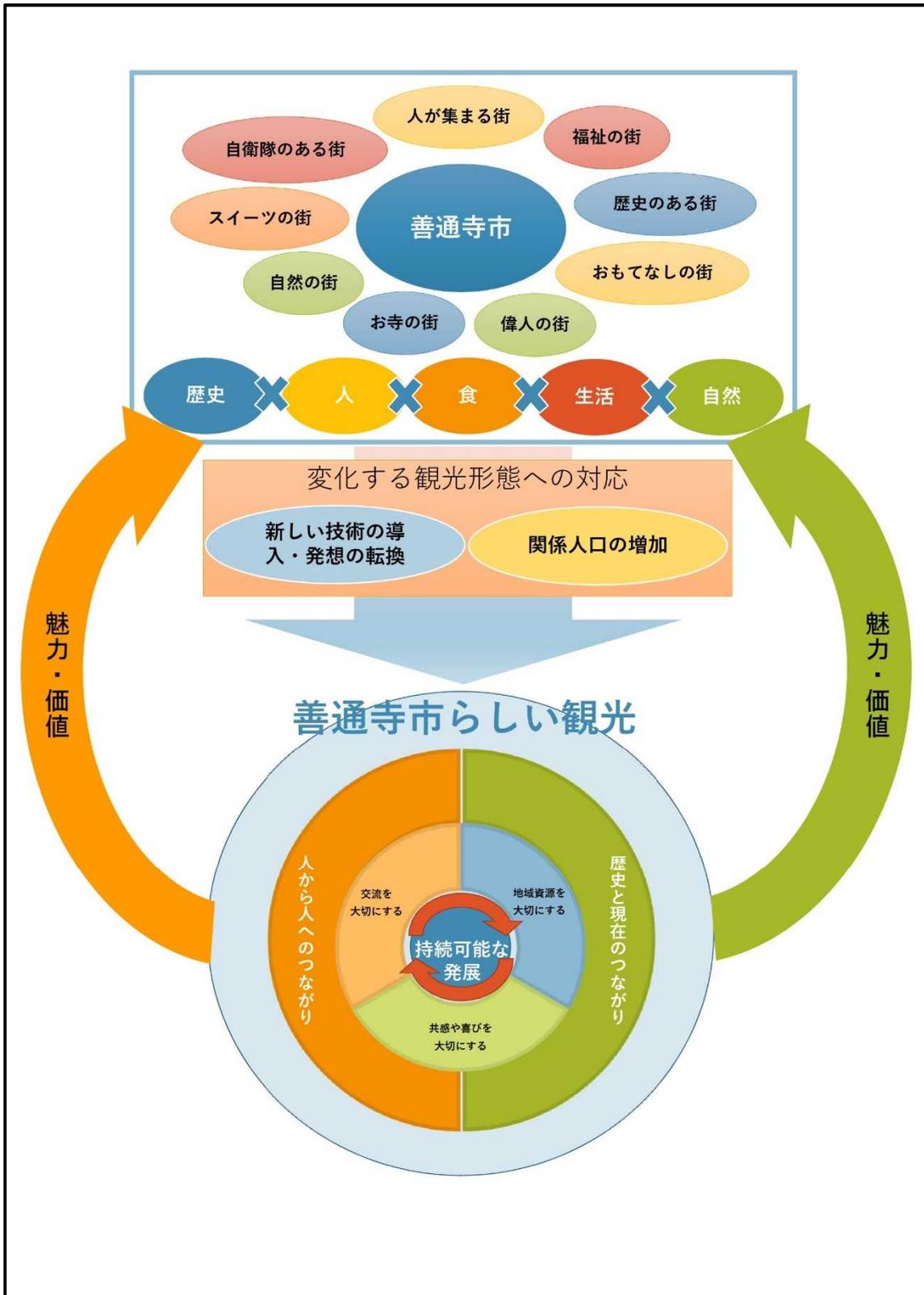
～善通寺市らしい観光の持続的な発展～

歴史と現在の“つながり”

人から人への“つながり”

“つながり”が作り出す善通寺市

目指す観光の将来像イメージ図



3 観光基本計画における目標

目 標		現状値 (令和元年度)	前期計画目標値 (令和6年度)	後期計画目標値 (令和11年度)
観光地における観光入込客数		1,104,981人 (令和元年) 880,945人 (令和2年)	1,125,000人 (令和6年)	1,150,000人 (令和11年)
善通寺市観光交流センターにおける外国人入込客数		63人	100人	200人
観光消費額 (円/人回)	市内	2,100円	2,200円	2,300円
	県内(市外)	1,901円	2,200円	2,300円
	県外	宿泊: 11,368円 日帰り: 3,118円	宿泊: 12,000円 日帰り: 3,300円	宿泊: 12,500円 日帰り: 3,500円
観光客に占める宿泊者の割合		10%	11%	12%
観光客の満足度		70%	73%	75%
観光を含めたまちづくりへの参加を望む市民の割合		26%	28%	30%
体験・参加型プログラム		2件	6件	11件
観光協会HP年間アクセス数		19,302回	40,000回	60,000回
SNSフォロワー	Facebook (善通寺市) (2020.10.26時点)	2,609人	5,000人	10,000人
	Instagram (空海NAVI) (2020.10.26時点)	1,986人	5,000人	10,000人

※参考

- ・観光地における観光入込客数：令和元年、令和2年善通寺市観光入込客数調査より
- ・善通寺市観光交流センターにおける外国人入込客数：善通寺市調査より
- ・観光消費額：令和元年度善通寺市観光実態調査業務（P45 図表5-13）より
- ・観光客に占める宿泊者の割合：令和元年度善通寺市観光実態調査業務（P45 図表5-13）より
- ・観光客の満足度：令和元年度善通寺市観光実態調査業務（P43 図表5-11）より、「大いに満足」、「満足」を集計
- ・観光を含めたまちづくりへの参加を望む市民の割合：令和元年度善通寺市観光実態調査業務（P42 図表5-9）より、「そう思う」を集計

第4章 観光振興の基本方針

5つの基本方針と主な取組

基本理念と目指す将来像を踏まえ、本計画の基本方針を以下の5つとします。

- 【基本方針1】 つながりの強化
- 【基本方針2】 地域資源と新しい技術を活用した観光の推進
- 【基本方針3】 情報発信の強化
- 【基本方針4】 受入環境の整備
- 【基本方針5】 ビジネス化の推進



基本方針 1 つながりの強化

基本方針

本市の観光に関わる人や事業者、自治体など、様々な主体がつながりを持ちながらそれを強め、本市の観光振興を推進します。

また、自治体間や世代間のつながりを大切にし、広域的かつ持続的な観光振興を図ります。

【背景】

- ・つながりを強め、広げることでそれまでにはなかった発想や気づきが生まれてきます。本市の観光を盛り上げるためには、そういった力が必要不可欠です。観光に関わる主体がいかにつながりを持ちながら観光施策に取り組んでいけるかが重要になります。
- ・観光客が本市への観光を考える際、他自治体の観光地と合わせて検討されることが多くあります。そのため、本市の観光振興を図るためには、他の自治体と連携することが重要になります。近隣自治体には丸亀市、三豊市、琴平町があり、いずれも県内有数の観光地がある自治体です。また、姉妹都市の平戸市や歴史友好都市の高野町、四国八十八箇所霊場札所のある自治体など、様々な自治体と連携していくことが必要になります。
- ・弘法大師空海の御誕生から1250年を迎える令和5年には、弘法大師空海御誕生1250年祭が開催されます。本市をPRする大きな機会であり、関係機関や他自治体と連携しながら、本市の魅力を発信していく必要があります。
- ・観光振興を推進するためには、全ての世代の方がそれぞれの強みを活かしながら、関わりを作っていくことが大切です。令和元年度から瀬戸内国際芸術祭の連携事業として、「善通寺市まちなか黒板アート事業」に取り組んでいる中、善通寺第一高等学校の黒板アートなどが注目を浴びています。また、観光分野において大学生に関わってもらい、様々な提案をいただく機会も増えています。様々な世代の方をつなぐ働きかけを行いながら、特に若い世代は今後の観光分野を担い、大きな力となることから、継続的なつながりを大切にしていくことが重要です。

【主な取組】

1 観光に関わる主体のつながりの強化

観光施策を検討、実施する際、単独での事業展開ではなく、いかに幅広く様々な主体が関わり合うことができるかを考えながら事業展開を図ります。また、本市の観光に関わりを持つ関係人口を増やしていけるように交流の機会を創出していきます。

- ◎主体間、事業間連携の強化
- ◎ワークショップの開催など交流の機会の創出

2 自治体間のつながりの強化

点ではなく、線や面になるような観光を促進するために、近隣自治体や関係自治体と連携

し、広域観光を推進することにより、効果的な誘客を図ります。

◎広域的なイベントの開催

◎広域連携協議会内の連携

(さぬき瀬戸大橋観光協議会・こんぴらさん道しるべ協議会)

◎近隣自治体、関係自治体との観光周遊ルート化の検討

◎他自治体で実施されるイベントなどへの積極的な参加

3 世代間の連携強化

様々な場面で世代間の関わりを持つことで、若者の情報発信力や発想力、年配者の知識や経験など、それぞれの強みを活かした観光振興を図ります。特に若い世代に本市の観光に携わってもらうことで、本市を知り、興味や愛着を持ち、将来の観光振興の大きな力になってくれるような関係づくりを目指します。

◎総合学習での地域、観光情報の提供

◎イベントへの参加など観光に関わる機会、場づくり

◎インターンシップの積極的な受入れ

関連SDGs



基本方針2 地域資源と新しい技術を活用した観光の推進

基本方針

本市にある地域資源を観光の視点で捉え、観光客の観光意欲を高められるコンテンツとして磨き、活用に向けて推進します。

また、新しい価値観や生活様式の変化など、社会や観光形態の変化への対応が求められる中で、ICTなど新しい技術を活用した観光コンテンツの提供を推進します。

【背景】

・本市には、総本山善通寺をはじめとする5つの四国八十八箇所霊場札所や旧陸軍第11師団の建物、五岳山や豊富な湧水など様々な地域資源があります。また、弘法大師空海や乃木希典など本市にゆかりのある歴史上の人物もいます。そういった地域資源を観光資源として捉えた際、まだまだ発展の余地があると考えられます。また、地域資源に目を向けた観光施策を進めていくで、受け入れる側の市民や事業者が地域資源を見つめる機会となり、本市のことを知り、愛着を持つことで、さらなる観光施策につなげられる可能性があります。

・本市を訪れた観光客は滞在時間が短く、観光客の多数は日帰り観光です。今後は、滞在時間を延ばすような施策を検討する必要があります。

・新型コロナウイルス感染症の感染拡大に起因した、社会や観光形態の変化への対応は今後も必要になってくることが予測されます。ICTなどを活用した新たな観光の在り方について検討し、変化に対応していく必要があります。

【主な取組】

1 地域資源の観光コンテンツ化

魅力ある地域資源を観光資源として捉え、観光コンテンツとすることで、地域資源の価値を高め、多くの方に本市の魅力を感じてもらいます。

- ◎市内にある四国八十八箇所霊場の5つの札所と連携した取組の強化
- ◎古墳プロモーション
- ◎特産品を活用した観光施策の推進
- ◎教育旅行の誘致

2 体験型・参加型観光プログラムの作成、提供

近年のトレンドとして、見学を主とした観光から、体験型・参加型プログラムを取り入れた観光へとシフトしています。また、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、関東圏や関西圏などの大都市圏を目的地とした観光から、近場への旅行やキャンプ、アウトドアといった観光が注目されています。このような新しい観光ニーズに対応するため、本市の魅力である、歴史や文化、自然、特産品に着目した体験型・参加型プログラムの作成、提供に取り組みます。

- ◎観光施設や事業者と連携したプログラムの作成
- ◎体験型・参加型プログラムを盛り込んだツアーの創設

3 新しい技術を活用した観光コンテンツの提供

社会の変化や様々なニーズに対応するため、ICT技術を取り入れた周遊観光など、新しい技術を活用した観光コンテンツの提供を検討します。

- ◎ICT技術と観光の関連性の検討
- ◎先端技術に関する情報共有

関連SDGs



基本方針3 情報発信の強化

基本方針

本市に興味を持ち観光してもらうために、観光客にとって魅力ある観光情報を整備します。

また、観光情報を収集しやすいように、様々な発信方法を検討し、提供します。

【背景】

・観光地として本市を選んでもらうためには、提供する情報から本市が魅力的だと感じてもらうことが必要です。観光スポットの情報を提供するだけでなく、コース設定した情報や、どのように楽しめばよいかというようなシーンが分かる情報を提供するなど、観光客を惹きつけるような情報の提供が必要です。

・情報が魅力的であっても、その情報が観光客に届かなければ観光にはつながりません。観光情報を的確かつ容易に収集できることが重要です。

・情報収集の方法は、ターゲットの属性によって異なることが考えられるため、ターゲットに合わせた情報発信の方法を整備することが必要です。ターゲットは大きく以下の3つが考えられます。

<若者>

若者は、SNSを始めとするインターネットから観光の情報を多く収集します。また、動画などを好むケースも多く、「着地型観光」と呼ばれる、インターネットを使って現地で観光地を探すケースもあります。リアルタイムの情報を発信し、現地で最新の観光情報を収集できるようにすることが必要です。

<年配者>

年配者は、新聞や広告などの活字媒体を活用する傾向にあります。また、ツアーのような決められた観光に参加するケースが若者より多いため、旅行会社と連携したツアー商品などを通じて本市を発信する必要があります。

<旅行中の観光客>

現地に到着してから観光地を探す人は、駅前や市役所などの前にある観光案内板やパンフレットを見て探すケースがあります。インターネットを使わなくても現地で観光情報を得られるようにすることが必要です。

・様々な情報発信の方法が出てくる中で、時代の変化に応じた発信方法を検討する必要があります。また、観光案内所についても、その機能強化や新たな観光案内の方法を検討する必要があります。

【主な取組】

1 観光情報の整備

本市に魅力を感じてもらえるように、地域資源や観光コンテンツ化した情報、イベント情報、体験型・参加型プログラムなどの情報を整備し、多くの方にとって十分かつ的確な情報

発信を推進します。

- ◎観光情報の充実化
- ◎関連情報の連携化
- ◎リアルタイムな情報の整備

2 情報発信方法の充実化

様々な媒体を活用し、幅広く、切れ目のない情報発信を行い、本市の認知度を向上させるとともに、誘客を促進させる。

- ◎観光パンフレットやチラシ、SNSなどの効果的な活用
- ◎パンフレットとホームページなど各媒体の連携
- ◎旅行代理店や旅客事業者などに対するセールスの強化

3 新たな情報発信方法の検討

ゲーミフィケーションを取り入れた情報発信など、新たな情報発信の導入について検討する。また、観光案内所間の連携を図りながら、移動式観光案内所など新たな観光案内の導入について検討する。

- ◎効果的な情報発信ツールの研究、検討
- ◎移動式観光案内所導入の検討

関連SDGs



基本方針 4 受入環境の整備

基本方針

国内外の観光客が快適かつ安心して周遊、滞在できるように、受入環境の整備を推進します。

【背景】

- ・観光客が観光地を訪れた際、観光地でいかに快適かつ安心して過ごすことができるかという事は、再び本市を訪れたい、誰かに紹介したいといった動機付けに大きな影響を与えます。
- ・本市には昔からおもてなしの文化が根付いていますが、その文化を大切にしながら、様々な観点から観光客の受入環境を整えていくことで、観光客から観光客への誘客につなげたり、本市を好きになり愛着を持ってくれる関係人口を増やすことができます。そのため、受入環境を整備することは観光客を増やす上で必要不可欠な要素です。

【主な取組】

1 円滑な観光案内の実施

観光客にとって分かりやすく親切な案内を行い、各観光地への円滑な誘導を行うことで、利便性と回遊性の向上を図ります。

- ◎観光案内看板の計画的な更新、設置
- ◎観光案内所間の連携強化

2 観光ガイドの育成

観光ガイドの案内があることで、観光地をより知ってもらったり交流が生まれるだけでなく、外国人旅行客や団体旅行、教育旅行などの目的地として選ばれる可能性が高まることから、観光ガイドの育成を推進します。

- ◎各観光地における案内機会の創出
- ◎観光ガイド養成講座の実施

3 接客・接客研修の実施、支援

観光客へのおもてなしの意識や技術の向上を図るため、観光関連事業者などを対象とした接客、接客研修、またインバウンド需要の回復を想定した外国語や文化の研修などを定期的実施するとともに、様々な機関で開催される研修会の情報提供を行います。

- ◎接客・接客研修の実施
- ◎観光庁などが実施する研修会の案内

4 周遊、滞在に必要な情報の提供

駐車場、公衆トイレ、コンビニ、レンタサイクルなど周遊、滞在に必要な情報を観光客が

容易に収集できるように情報提供を行います。また、感染症対策に関する情報や災害時の情報の提供など、観光客が安全で安心な観光ができるよう努めます。外国人観光客への対応として多言語による観光情報の提供を推進します。

◎市内の施設情報の提供

◎感染症対策や災害関連など安全、安心に関する情報提供

◎案内看板やパンフレットなどの多言語化

5 施設環境の整備

観光客が快適かつスムーズに観光を楽しめるように、市内の施設環境の整備を推進します。

◎W i - F i 環境やキャッシュレス化の促進

◎I C Tなどを活用した多言語対応の推進

関連SDGs



基本方針5 ビジネス化の推進

基本方針

食事やお土産の購入、宿泊や交通機関の利用など観光客の消費行動につながりやすい分野が連携しながら、観光客の消費を拡大させ、経済的な効果を高める取組を推進します。

特に「食」は観光において重要な位置づけとなっており、本市の特産品である讃岐もち麦ダイシモチやキウイフルーツなどの認知度向上を図りながら、本市の食の魅力を発信し、ブランドの確立を目指します。

また、有償観光ガイドの創設や二次交通の観光コンテンツ化、情報ビジネスなど様々な観点から新たなビジネスモデルを検討します。

【背景】

- ・観光をビジネスとしてしっかりと捉え、収益が生まれる仕組みを構築していくことで、経済的な効果を高め、観光の持続的な発展を目指すことができます。
- ・食事やお土産など直接消費に関わる分野は、観光客が目的地を考える上で非常に重要な要素となります。観光振興のためには、本市でいかに消費してもらえるかが重要となるため、消費へつなげる取組を推進していく必要があります。
- ・讃岐もち麦ダイシモチやキウイフルーツなど、本市の特産品の認知度をさらに向上させることで、利用している飲食店の収益向上やお土産の販売拡大につなげることができます。
- ・変化する社会に対応するためには、既存のビジネスに加え、有償観光ガイドの創設や二次交通の観光コンテンツ化、情報ビジネスの構築など新たなビジネスモデルを検討し、新たな消費につなげていく必要があります。

【主な取組】

1 「食」に関する観光コンテンツの提供

「食」を目的に訪れる観光客の獲得に向け、飲食店などと連携した「食」の観光コンテンツの作成を推進し、滞在時間の増加や消費拡大を促進します。

- ◎マルシェや「食」に関するイベントの実施
- ◎「食」をテーマにしたツアー商品の企画、検討
- ◎新しい要素を取り入れたうどん巡りの検討

2 特産品のPRとブランディング

特産品を食べたり、お土産として購入するなど、「特産品」が観光の目的の1つとなるようPRを進め、販路を拡大しながらブランド化を目指します。

- ◎様々な企業と連携した販路拡大と商品開発の推進
- ◎特産品への愛着醸成

3 ビジネス連携の推進

事業と事業をつなげることで相乗効果を発揮させるとともに、異業種間における新たなビジネス連携などを推進することで、様々なビジネス展開を図ります。

- ◎宿泊施設とレンタサイクルなどとの連携
- ◎異業種が連携した体験型・参加型観光プログラムの作成・提供
- ◎ビジネスマッチングの機会の提供

4 新たなビジネスモデルの検討

観光形態の変化や社会のニーズに応じたビジネスモデルを検討します。

◎観光ガイドによる案内は、観光の質を高めることができ、観光客の満足度向上につながります。今後も観光ガイドの継続的な発掘、育成のために、有償観光ガイドの創設を検討します。

◎本市を訪れた後の市内移動そのものを体験型観光コンテンツとし、特色ある交通手段を提供できないか、その可能性を検討します。

◎観光において情報は非常に重要なものであり、また、ICT技術が日々進化している中で、観光分野における情報発信に関する新たなビジネスの可能性について検討します。

関連SDGs



第5章 観光基本計画の推進体制

観光振興における役割と連携

善通寺市観光基本計画に基づき、観光の持続的な発展を目指すためには、行政はもちろんのこと、市民や事業者、観光関連団体など全ての主体が協力し、それぞれが役割を担い、交流や連携を図りながら、一体的に推進していく必要があります。

1 行政（善通寺市）の役割

- ・地域資源の観光コンテンツ化や情報発信、人材育成や観光拠点の整備運営など、全市的な観光施策に取り組みます。
- ・様々な主体による各取組に対するバックアップや事業者、各種団体との連携、調整を行っていきます。
- ・観光庁や香川県、近隣市町、関連市町などとの連携、調整を行っていきます。
- ・観光に関する様々な統計データの収集に努めていきます。

2 民間の役割

本市を訪れた観光客と直に触れ合う可能性が高い観光関連団体や事業者は、本市の観光の主体であるという意識を持ち、観光客に喜んでいただけるような商品やサービスなどの提供とそれらのさらなる磨き上げに努め、満足度の向上とリピーターの獲得につなげていきます。また、団体間、事業者間のつながりを意識し、連携した取組に努めていきます。

3 市民の役割

市民1人1人が本市の持つ魅力について考え、この街で暮らすことへの誇りを持つとともに、観光振興に関する取組に積極的に参加し、本市の魅力を伝え、観光客を温かくもてなすような観光地域づくりに取り組みます。

参考資料

策定経緯

1 善通寺市観光基本計画策定委員会

(1) 策定委員会名簿

	所属	役職	氏名
委員長	善通寺市観光協会	会長代理	齋藤 弘道
副委員長	善通寺市文化協会	会長	大河内 義雅
委員	善通寺市議会	議長	氏家 寿士
委員	総本山善通寺	教学部長	坂田 知應
委員	陸上自衛隊善通寺駐屯地	司令職務室長	高橋 荘馬
委員	善通寺市連合自治会	会長	川村 隆亮
委員	善通寺市連合婦人会	会長	山根 昭子
委員	善通寺市商店連合会	会長	白井 浩
委員	善通寺商工会議所	専務理事	池脇 貴司

(2) 開催経過

開催日	名称	内容
令和2年9月1日	第1回 策定委員会	○計画策定の工程について ○作業部会、ワークショップについて
令和3年3月29日	第2回 策定委員会	○善通寺市観光基本計画（案）策定までの 経緯について ○善通寺市観光基本計画（案）について

2 善通寺市観光基本計画策定委員会作業部会

(1) 作業部会名簿

	所属	役職	氏名
部会長	総本山善通寺	寺務所主事	中嶋 孝謙
副部会長	善通寺商工会議所	業務課長	宮崎 喜弘
委員	善通寺商工会議所青年部	会長	入江 亜姫
委員	善通寺市中小企業振興会議	委員	大西 省司
委員	風のくぐる	代表	氏家 正毅
委員	喫茶軽食 百合	代表	後藤 美紀
委員	株式会社まんでがん	チーフ	内田 和樹
委員	香川県観光振興課	主任主事	小池 悠
委員	善通寺市商工観光課	地域おこし協力隊	中川 裕太
委員	善通寺市営業課	地域おこし協力隊	臼井 俊行

(2) 開催

開催日	名称	内容
令和2年10月7日	第1回 作業部会	○計画策定の工程について ○基本理念及び将来像について
令和2年11月20日	第2回 作業部会	○ワークショップの報告について ○基本理念、将来像及び目標について
令和2年12月2日	第3回 作業部会	○基本理念、将来像及び目標について ○基本方針、施策及び推進体制について
令和3年2月19日	第4回 作業部会	○基本理念、将来像及び目標について ○現状分析の報告について ○ワークショップの報告について ○基本方針、施策及び推進体制について
令和3年3月19日	第5回 作業部会	○善通寺市観光基本計画（案）について

3 ワークショップ

(1) 参加者

市内在住・在勤の方、観光関連事業者、香川大学の学生、市職員など

(2) 開催概要

開催日	内容
令和2年2月26日	○善通寺市の良い点と改善点について ○観光で地域を盛り上げるためには
令和2年10月15日	○新しい観光の動きについて ○善通寺市のありたい姿、将来像について
令和2年12月16日	○将来像を実現するために具体的に何ができるか (4つの班に分かれてグループワーク) ・体験、ガイド班 ・新しい観光班 ・情報発信班 ・観光周辺ビジネス班