

第六次総合計画 施策評価シート(令和元年度)

2-12

施策

倉敷の魅力国内外に発信し、来訪者の増大を図る

担当部局

文化産業局, 市長公室, 企画財政局, 市民局, 建設局



【躍動】めざまちの姿 倉敷の魅力積極的にPRし、たくさんの方が訪れるようになっている

市の基本方針

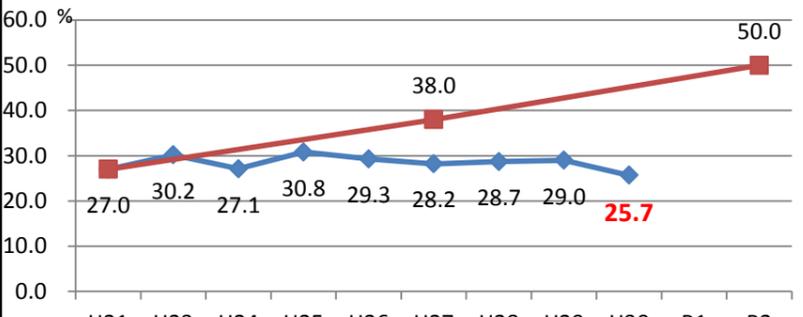
- 多様化する観光ニーズに対応するため、文化観光、産業観光、医療観光、環境観光など、多様な観光メニューが開発される中、本市の豊富な観光資源を効果的に情報提供できる取組を推進し、観光客の増加を図ります。また、外国人観光客の誘客に向け、東アジア圏等の現地において「倉敷市」の知名度を高めるための情報発信を強化します。
- 市内の大学、倉敷観光コンベンションビューローやコンベンション施設、宿泊施設、業界・諸団体、マスコミ等と連携を図り、学術会議、研究会やセミナーなどのコンベンション誘致やフィルムコミッション、修学旅行の誘致を積極的に進めます。
- 各地域や各分野の多様な魅力を、市民をはじめ行政、民間企業などが、マスメディアやインターネットなど情報媒体を効果的に活用し、国内外への情報発信に取り組み、都市イメージの向上を図ります。

数値目標

まちづくり指標	目指す方向性	算出方法
市内にある主要観光地の観光客数(千人/年)	▲	岡山県観光客動態調査での市内主要観光地の入り込み数(暦年)
	<p>動向(Ⅰ)／内訳(Ⅱ)／分析(Ⅲ)</p> <p>(Ⅰ) 平成30年の観光客数は前年比11.3%(613千人)の減少となった。7月豪雨の影響が大きいと考えられる。</p> <p>(Ⅱ) 地区別の内訳は、倉敷美観地区が最も多く64.8%で、続いて児島・鷲羽山26.1%、庄・茶屋町5.4%、水島3.2%となっている。</p> <p>(Ⅲ) 倉敷美観地区が前年比14.4%(525千人)の減少となったことが、全体の減少の大きな要因になっていると考えられる。</p>	

まちづくり指標	目指す方向性	算出方法
市内の宿泊客数(千人/年)	▲	倉敷観光コンベンションビューロー加盟宿泊施設からの報告数
	<p>動向(Ⅰ)／内訳(Ⅱ)／分析(Ⅲ)</p> <p>(Ⅰ) 平成30年の宿泊者数は前年比5.3%(52千人)の減少となった。7月豪雨の影響が大きいと考えられる。</p> <p>(Ⅱ) 地区別の内訳は、倉敷地区が最も多く62.7%で、続いて児島地区24.2%、水島地区11.8%、玉島地区1.3%となっている。</p> <p>(Ⅲ) 倉敷地区が前年比7.9%(51千人)の減少となったことが、全体の減少の大きな要因になっていると考えられる。</p>	

まちづくり指標	目指す方向性	算出方法
観光関連のホームページの閲覧数(件/年度)	▲	倉敷観光WEB を閲覧したカウント数
	<p>動向(Ⅰ)／内訳(Ⅱ)／分析(Ⅲ)</p> <p>(Ⅰ) 実績値は、基準年に比べ、1,752,400件増え、前年度に比べ、411,391件減った。</p> <p>(Ⅱ) アクセスの7割程度がスマートフォン等のモバイル端末からであった。</p> <p>(Ⅲ) 観光情報の入手に際し、最近ではSNSによる観光情報収集も盛んに行われており、本市としてもFacebook等のSNSを活用し、サイトに誘導する取り組みを継続する必要がある。</p>	

まちづくり指標	目指す方向性	算出方法
倉敷の魅力を紹介・説明することができると思っている人の割合		市民アンケート調査で「あなたは倉敷の魅力を紹介・説明することができますか。」という設問に対して、『できる』と回答した人の割合。
		<p>動向(Ⅰ)／内訳(Ⅱ)／分析(Ⅲ)</p> <p>(Ⅰ) 実績値は、基準年に比べ、1.3ポイント下がり、前年度に比べ、3.3ポイント下がった。 【「まちづくり指標」アンケート調査結果報告書P60】</p> <p>(Ⅱ) 年代別では、16～19歳(33.3%)、40歳代(33.8%)が多く、50歳代が22.2%と各世代を通じて最も少なかった。</p> <p>(Ⅲ) 倉敷市の観光や特産品、産業や歴史・文化など、市民が市の特色を十分に把握できていないことがうかがえる。</p>

施策を推進する主な事業の評価

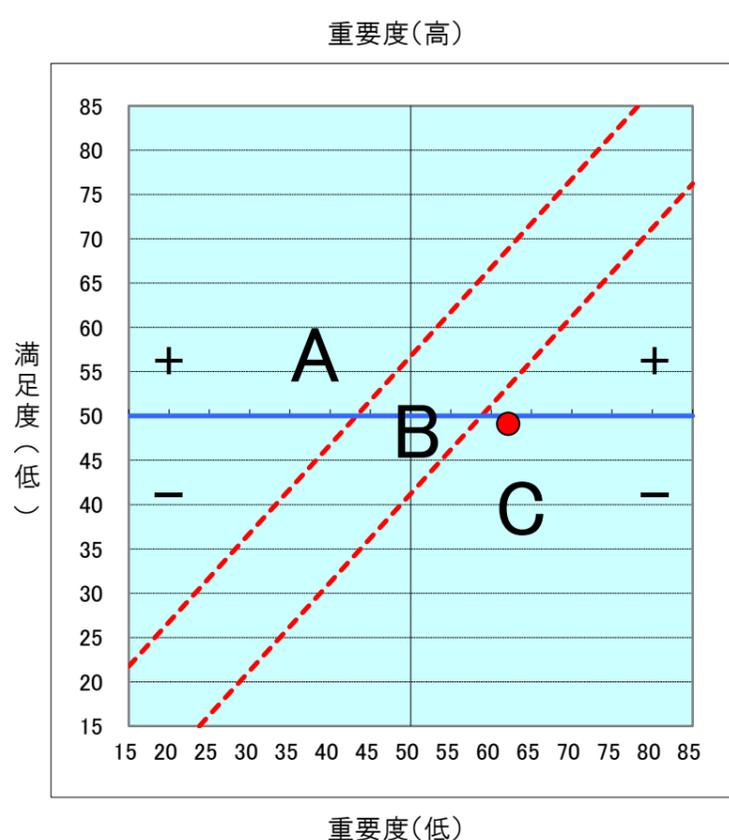
区分	事業名	目的(Ⅰ)／平成30年度の主な実績(Ⅱ)／今後の方向性(Ⅲ)	H30年度決算額(千円)
公創	日本遺産認定事業(再掲)	(Ⅰ) 郷土への愛着と誇りの醸成を促すツールとして活用するために、日本遺産ストーリーの認定に取り組む。 (Ⅱ) 日本遺産認定を目指すためのテーマ、ストーリーを検討し申請を行った結果、平成30年5月に北前船寄港地のストーリーへの追加認定と、古代吉備の遺産のストーリーが新たに認定され、一輪の綿花から始まる倉敷物語と合わせて、計3つの日本遺産が認定された。 (Ⅲ) 県内自治体とのシリアル型で構成可能なストーリーなど情報収集に努め、継続して実施する。	475
公創	日本遺産推進事業(再掲)	(Ⅰ) 市と関係団体で組織する倉敷市日本遺産推進協議会を中心として、本市の日本遺産を生かした地域の魅力向上と活力創出の取組を行う。 (Ⅱ) 構成文化財の紹介看板整備、地元小学生向けの北前船と寄港地のワークショップ、い草産業のプロモーション、構成文化財を巡る謎解きイベント、繊維産業発展の歴史を辿るファッションショーと伝統芸能ライブの融合イベントなど、多様なターゲットにアプローチしながらストーリーの魅力を発信した。 (Ⅲ) 事業開始から3年後に国の補助金が終わるため、新たな財源確保を図りながら普及啓発により効果的な事業を検討し、継続して実施する。	39,308
公創	高梁川流域地域おこし協力隊活動推進事業(再掲)	(Ⅰ) 外部人材による高梁川流域圏域の地域資源を活用した地域活性化を目的に実施した。 (Ⅱ) 都市圏から新たに2人受け入れ、地域おこし協力隊として委嘱し、高梁川流域の地域資源を活用した備中玉島みなと朝市を開催するなど、高梁川流域連携事業を推進した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	15,575
公創	高梁川流域Wi-Fi整備事業	(Ⅰ) 高梁川流域圏域の自治体と共通に利用できる無料公衆無線LANサービスを提供することで、外国人観光客をはじめとした旅行者の利便性向上を図る。 (Ⅱ) 新規整備を行わず、これまで構築したネットワーク環境の維持管理を実施。パンフレットやステッカーの増刷、ホームページの修正等のPRをあわせて実施した。 (Ⅲ) 圏域自治体と連携を図りながら、引き続き無料公衆無線LANサービスの提供を続け、観光客の利便性向上を図る。	7,836
創	観光イベント事業	(Ⅰ) 各種イベント・祭りを実施することで、観光客の誘致を図る。 (Ⅱ) ハートランド倉敷212千人、せんい児島瀬戸大橋まつり(春・秋)340千人の集客があった。平成30年7月豪雨により、倉敷天領夏祭り、水島港まつり、玉島まつりは中止とした。 (Ⅲ) 事業内容の検討を行いながら、継続して実施する。	62,585
公創	高梁川流域観光振興協議会運営事業	(Ⅰ) 各市町や観光協会を構成員とし、民間の経済活動を圏域観光振興の原動力とする取組を進めるとともに、圏域の地域資源を活用した商品開発・販路拡大や、インバウンドの推進などを行う。 (Ⅱ) 圏域の集客力を高めるための取組を展開する圏域内の事業者及び団体の事業活動に対し、予算の範囲内において補助金を交付する高梁川流域観光プロモーション事業や、圏域観光情報発信強化事業、高梁川流域観光インバウンド推進事業、着地型旅行商品開発事業の4事業を実施。圏域の観光力向上を図った。 (Ⅲ) 圏域自治体と連携を図りながら、継続して実施する。	5,838
公創	伯備線周遊モデルコース開拓事業	(Ⅰ) 倉敷から高梁川の清流に沿って中国山地の山間を走るJR伯備線の観光資源や文化財等をめぐる一般消費者を対象とした観光列車を企画販売することにより、圏域における観光周遊モデルコースの創出と今後の旅行商品化を図る。 (Ⅱ) 平成30年11月17日に日帰りの旅行商品(列車旅)を販売。68人が参加した。 (Ⅲ) 圏域自治体と連携を図りながら、継続して実施する。	988
公創	「山田方谷の軌跡(～奇跡～)」事業	(Ⅰ) 備中松山藩出身の幕末の偉人「山田方谷」に焦点をあて、高梁川流域エリアのブランド力を高め、広域観光を促進する。 (Ⅱ) 講演会、バスツアー、ウォーキングツアーなどのイベントを圏域内の自治体と連携して実施し、広域観光促進に努めるとともに、ケーブルテレビでの番組放送等の情報発信を実施し、圏域内での認知度向上と周遊促進を図った。 (Ⅲ) 圏域自治体と連携を図りながら、継続して実施する。	1,500
	観光コンベンションビューロー補助事業	(Ⅰ) 国内外からの多数の観光客やコンベンションの誘致を行うため、公益社団法人倉敷観光コンベンションビューローに補助を行う。 (Ⅱ) 観光案内マップ等印刷物の作成や観光案内所の管理運営を行うとともに、各種観光イベントや祭りへの協力や観光宣伝事業を行った。 (Ⅲ) 今後も継続して実施する。	98,417
	マスメディア等によるPR事業	(Ⅰ) 情報媒体を活用した積極的な観光情報の発信を行うことで、誘客促進を図る。 (Ⅱ) 倉敷への誘客を見込める、新聞広告や情報誌、WEB媒体、福利厚生会報誌など、様々な媒体で観光情報を掲載した。また、福利厚生会報誌では、同時に宿泊助成を行うことで実際の誘客に繋がった。 (Ⅲ) 今後も、紙媒体からSNSまで幅広く、費用対効果の高い媒体を検討しながら実施していく。	9,441

区分	事業名	目的(Ⅰ)／平成30年度の主な実績(Ⅱ)／今後の方向性(Ⅲ)	H30年度 決算額 (千円)
創	観光客誘致事業	(Ⅰ) 地域に根付いた歴史文化や教育旅行など様々な目的に応じて設立された協議会等を支援することで、広義における観光客の誘致拡大を目指す。 (Ⅱ) 玉島のお茶とお菓子をテーマにした「まちあるきツアー」や特産果実を味わう「倉敷アフタヌーンティー」、自動車による中国5県の周遊を図ることを目的に「JAFと連携したデジタルスタンプラリー」を実施し、県内外からの誘客を図った。 (Ⅲ) 今後も事業実施内容を継続して実施する。	17,130
公創	観光ウェブサイト情報発信事業	(Ⅰ) 倉敷の観光情報を集約した観光ウェブサイトを通じて、倉敷への観光客誘致を図る。 (Ⅱ) 旬の情報を発信する特集ページの制作や、公式Facebookの運営などに加え、貸出写真を刷新し、より魅力的な写真を各メディアに掲載いただくなど、より魅力的な観光情報を発信するための事業を実施した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	2,500
公	アニメ映画タイアップ観光プロモーション事業	(Ⅰ) 下津井を舞台にしたアニメ映画「ひるね姫」を活用して観光客誘致を図る。 (Ⅱ) 日英表記のリーフレットを10,000部製作した。 (Ⅲ) 平成30年度で事業は完了した。	1,250
公創	「巡・金田一耕助の小径」事業	(Ⅰ) 横溝正史の小説の主人公「金田一耕助」を取り上げ、「金田一耕助」が生まれたまちとして真備エリアをPRするとともに、映画や小説に登場するゆかりの地として高梁川流域エリアをPRし、観光客の誘客を図る。 (Ⅱ) コスプレイベントや謎解きイベント、スタンプラリーなどを高梁川流域圏域内の自治体と連携して実施し、広域圏での周遊促進を図った。 (Ⅲ) 圏域自治体と連携を図りながら、継続して実施する。	2,100
公創	ビジット・くらしき・キャンペーン事業	(Ⅰ) 観光展や商談会に参加するとともに、海外での広告媒体を活用した観光PRを展開することにより、外国人観光客を誘致する。 (Ⅱ) 「倉敷インバウンド誘致委員会」や岡山県と連携し、国内外で開催される商談会に参加するとともに、パワーブロガーを活用したSNSでの発信などを行い、知名度向上を図った。さらに、パンフレットの多言語化やWi-Fi等無料無線LANの整備などを行う市内施設に対して補助金を交付し、外国人受入環境の整備に努めた。 (Ⅲ) 継続して実施する。	12,786
公創	国際おもてなし講座実施事業(再掲)	(Ⅰ) 東京2020オリンピック・パラリンピックに向けたおもてなし英語力の向上のため、市内で、英語講座を実施した。 (Ⅱ) 市民向け10回シリーズ講座を全4回開催。各回の最終回には美観地区になど現地に出向き、より実践的な英語講座を実施した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	537
公創	2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会 ニュージーランド ホストタウン事業・事前キャンプ実施事業(再掲)	(Ⅰ) 東京2020オリンピック・パラリンピックを契機に、更なるスポーツ振興・国際理解を図るため、ホストタウン登録をしているニュージーランドや、普及・推進に取り組んでいる水球競技を中心に、代表チームの事前キャンプを誘致するとともに交流の促進を図る。 (Ⅱ) ニュージーランドウエイトリフティング代表チーム及び水球女子日本代表の事前キャンプを受け入れた。事前キャンプ期間中には、市内小学校での児童との交流、練習の一般公開を行うとともに、小中学生を対象とした水球教室を行った。またオリパラ事務局及びNZホストタウンズと連携し、オークランドで開催されたJAPAN DAY2019に出展し、合同でホストタウン事業のPR等を行った。 (Ⅲ) 東京2020オリンピック・パラリンピックの1年前となる令和元年度は、一層充実した事前キャンプを目指すとともに、NZ大使館、NZホストタウンズ等関係機関と連携して更なる機運醸成に努める。	9,112
	コンベンション誘致・フィルムコミッション事業	(Ⅰ) 地域経済の活性化と新たな交流人口の増加を目指し、コンベンション誘致事業を実施した。また、映画やドラマの誘致により本市の知名度向上を図り、観光振興に繋げるため、フィルムコミッション事業を実施した。 (Ⅱ) コンベンション誘致については、平成30年度は、325件の開催実績があった。また、国際MICEエキスポへの出展を通じて、学会主催者等への誘致セールスを行った。フィルムコミッション事業については、映画、ドラマ、旅番組やCMなどのロケ受け入れ支援の件数は24件であった。また、東京のテレビ制作会社等を訪問し、誘致・PR活動を行った。 (Ⅲ) 継続して実施する。	17,144
公創	「中核市サミット2018in倉敷」開催事業	(Ⅰ) 中核市共通の課題解決に向けて議論し、全国に発信するため、中核市市長が一堂に会する「中核市サミット」を倉敷で開催する。 (Ⅱ) 10月18日・19日に開催予定であったが、平成30年7月豪雨災害により、中止とした。 (Ⅲ) 平成30年度の単年事業であった。	493
公創	瀬戸大橋開通30周年記念事業	(Ⅰ) 瀬戸大橋開通30周年を記念するため、児島地区を中心に各種イベントを実施した。 (Ⅱ) 4月8日に「瀬戸大橋魅力再発見フェスタ」を開催したほか、さまざまな記念イベントを実施した。 (Ⅲ) 平成30年度の単年事業であった。	15,497
公創	国際おもてなしマイスター育成事業	(Ⅰ) 圏域内の観光関連事業者を対象に、外国人観光客へのおもてなしを学ぶセミナーの開催や、外国人観光客との円滑なコミュニケーションを図ることのできる観光ガイドマップを制作することにより、圏域を訪れた外国人観光客に対する受入環境の向上を図るため実施した。 (Ⅱ) 「インバウンドおもてなしセミナー」として、平成31年3月4日に倉敷市で、3月5日に笠岡市で実施。計38人の参加をいただいた。 (Ⅲ) 圏域自治体と連携を図りながら、継続して実施する。	1,597
公創	高梁川流域観光資源発掘・発信事業	(Ⅰ) 高梁川流域圏域にある特徴的な観光資源を発掘・発信するとともに、圏域内を周遊する旅行商品の造成促進等を行い、圏域の認知度向上を図るために実施した。 (Ⅱ) 旅行社と雑誌社を計7社招請した視察ツアーを実施し、旅行商品の造成促進や圏域の認知度向上を図った。また、市内に宿泊し、圏域を周遊する旅行商品を造成する旅行社に対し、補助金を9件交付した。 (Ⅲ) 高梁川流域自治体連携に関する各事業について、廃止又は組み換えなどを行い、効率的な事業実施を検討する。	2,426

区分	事業名	目的(Ⅰ)／平成30年度の主な実績(Ⅱ)／今後の方向性(Ⅲ)	H30年度 決算額 (千円)
重 公 創	くらしき「個性と魅力」発信事業(再掲)	(Ⅰ) 事業者と一緒に、市内各地域の“くらしき地域資源”である「特産品」、「老舗」及び「魅どころ」を歴史やストーリー性をもって販売促進・販路開拓を行うこと、倉敷へ観光誘客することなどを目的に実施した。 (Ⅱ) 福岡岩田屋本店、松坂屋名古屋店において倉敷展を実施。日本橋プラザビルで、8自治体合同の物産展を開催するとともに、大手町プレイスで市長トップセールスを実施し、本市のPRを行った。 (Ⅲ) 継続して実施する。	2,265
重 公 創	くらしき地域資源活性化事業(地域資源発信)(再掲)	(Ⅰ) 地域の個性と魅力あふれる「特産品」、「老舗」及び「魅どころ」を“くらしき地域資源”と位置づけ、その顕彰を通じて活性化を図るとともに、国内で地域資源の魅力を発信することを目的に実施した。 (Ⅱ) 市内において永年にわたり事業を行い、地域経済の発展に貢献している老舗企業を顕彰するため、大正6年以前創業の6社に感謝状プレートを贈呈した。また、高梁川流域圏の市町や倉敷市内各地域のくらしき地域資源(特産品・老舗・魅どころ)を市民及び県内外の方々に広く情報発信するため、倉敷みらい公園で「～至極の逸品～くらしきフェア」の開催を企画したが、台風接近による影響を考慮して中止した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	4,946
重 公 創	くらしき地域資源活性化事業(国内販路開拓支援)(再掲)	(Ⅰ) 大都市圏における地場産品の販路拡大、国内大規模見本市への出展などを支援し、地域経済の活性化につなげることを目的に実施した。 (Ⅱ) 福岡岩田屋本店(参加事業者19社)、松坂屋名古屋店(参加事業者27社)での展示販売や、国際見本市である東京インターナショナル・ギフト・ショー(参加事業者9社)、グルメ&ダイニングスタイルショー(参加事業者6社)への出展支援を実施した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	12,926
重 公 創	くらしき地域資源活性化事業(海外販路開拓支援)(再掲)	(Ⅰ) 地場産品の海外販路開拓や販路拡大を支援し、地域経済の活性化につなげることを目的に実施した。 (Ⅱ) フランス・パリにおけるポップアップショールーム事業(参加事業者13社)及び現地メディア向けPRイベント(メディア等23社27人が参加)のほか、倉敷市内でのアパレル商談会(招へい海外バイヤー数3カ国3人、参加事業者16社16ブランド)及び食品商談会(国内輸出商社6社、参加事業者18社)、海外取引実践ワークショップ(全3回・参加者延べ87人)を実施した。 (Ⅲ) 海外バイヤー等を市内へ招へいする商談会の実施及び、フランス・パリでのポップアップショールーム開設による市内事業者のテストマーケティング支援を行い、継続して実施する。	14,518
公 創	ふるさと納税推進事業	(Ⅰ) 寄附金の受付や返礼品の贈呈等を行うなど、ふるさと納税を通じてくらしきの魅力を広く発信することを目的として実施した。 (Ⅱ) ふるさと納税寄附金 165,459,252円 件数 5,459件 ふるさと納税寄附金(平成30年7月豪雨復興支援分) 167,165,378円 件数 6,013件 ふるさと納税寄附金(代理寄附受付分) 212,027,125円 件数 10,735件 (Ⅲ) 民間事業者を活用し、継続して魅力的な返礼品開発を行い、寄附金の維持に努める。	70,515
	広報紙発行事業	(Ⅰ) 市の施策や事業等を市民に知らせることにより、市政への理解と協力を得ることを目的に実施した。 (Ⅱ) 毎月1回、A4判サイズの36ページで、約184,500部発行した。特に重要な市政情報や大会・イベントなどの特集記事、福祉・環境・教育などに関する市政情報、健康診査や休日夜間当番医などの市保健所からのお知らせ、生涯学習施設での講座イベント情報、各種相談などのほか、市民から寄せられたイベント情報、市民企画提案事業などをわかりやすく広報した。平成30年7月豪雨災害被災者(約5,700カ所)に向け、広報くらしきや臨時号、まび復興だよりなどを編集・発行し、月2回郵送した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	107,734
	マスメディアによる広報事業	(Ⅰ) 新聞・テレビ・ケーブルテレビ・FMラジオを利用し、市政情報・観光やイベントなど、本市の個性や魅力を市内はもとより市外・県外・海外へ広く発信することを目的に実施した。 (Ⅱ) 山陽新聞では、倉敷未来プロジェクトやプラネタリウムリニューアルの紹介など市政情報の広告を掲載した。RSKは毎月1回夕方に、OHKは年7回、RNCは年2回、TSC(BSJで全国放送)は年1回、KSBは年1回、市の個性や魅力について放送した。KCT・たまテレ(CATV)は市政情報を静止画と動画で24時間放送した。FMくらしきは市長からのメッセージや各課からののお知らせのほか、60秒広報を年667回放送した。災害関連情報を中心に放送した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	31,354
公 創	シティセールス推進事業	(Ⅰ) 首都圏域に対してシティセールスを行う目的で実施した。 (Ⅱ) 倉敷市の個性と魅力をPRするウェブサイトを運営、特集記事を作成した。メディア向けのニュースレターを作成し、首都圏等のテレビ局・新聞社、雑誌社、ラジオ局等約300カ所に向け、年4回送付した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	2,020
公 創	高梁川流域デジタルアーカイブ事業	(Ⅰ) 高梁川流域圏域の一体感の醸成や魅力を発信する目的で実施した。 (Ⅱ) 高梁川流域MAPと連携し、圏域の各市町の建造物をテーマとしたPR映像を20本制作した。高梁川流域MAPに掲載、YouTubeに専用チャンネルを設けインターネットで配信を開始したほか、圏域内ケーブルテレビ局でも放送した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	4,320
	倉敷市情報発信事業	(Ⅰ) SNSや動画サイトなど活用し、市政情報、観光やイベント、旬な情報など本市の個性や魅力を世界に向け発信する目的で実施した。 (Ⅱ) 市公式フェイスブックページの3月31日現在の「いいね!」は12,587件。市公式Instagramのフォロワー数は3,263件。 (Ⅲ) 継続して実施する。	—
公 創	倉敷館改修事業	(Ⅰ) 倉敷館の老朽化に伴い、施設の長寿命化を図るとともに、バリアフリー化等、利用者の利便性向上に向けた改修を実施する。 (Ⅱ) 観光案内所として多くの観光客が利用する倉敷館の、施設の長寿命化やバリアフリー化等、利用者の利便性向上に向けた改修を実施した。(令和2年2月中旬リニューアルオープン予定) (Ⅲ) 継続して実施する。	112,381

区分	事業名	目的(Ⅰ)／平成30年度の主な実績(Ⅱ)／今後の方向性(Ⅲ)	H30年度 決算額 (千円)
公	鷲羽山展望台周辺整備事業	(Ⅰ) 鷲羽山展望台周辺整備基本計画と名勝下津井鷲羽山保存管理計画に基づき、観光客が鷲羽山展望台周辺を安全・快適に利用できるように、既存施設等を見直し、利便性向上を図ることを目的に整備を実施する。 (Ⅱ) 鷲羽山レストハウスからビジターセンターへつながる園路を、脱色アスファルトで舗装することで、つまずきを解消し、利用者の安全確保が図れた。また、道標を設置することで、利用者の利便性向上が図れた。 (Ⅲ) 継続して実施する。	43,772
創	王子ヶ岳海浜広場トイレ整備事業	(Ⅰ) 瀬戸内海国立公園内の海に面した王子ヶ岳海浜広場に整備されている既設トイレについて、老朽化が進んでいることや汲み取り式による夏場の悪臭等を改善するため、観光地に適したトイレの再整備(簡易水洗化)を実施した。 (Ⅱ) 観光客の利便性向上を図るため、簡易水洗トイレの整備が完了した。 (Ⅲ) 平成30年度で事業は完了した。	8,787
公 創	観光看板多言語化事業	(Ⅰ) 外国人観光客に対応するため、市内の案内看板を多言語化する。 (Ⅱ) 鷲羽山レストハウス、源平藤戸合戦古戦場跡の周辺案内看板等を多言語化した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	3,770
公 創	多言語化更新(乗換情報案内システム整備事業)	(Ⅰ) 外国人観光客に対応するため、乗換情報案内システムを、多言語化などの機能強化を行い更新する。 (Ⅱ) 倉敷駅南北自由通路に設置している乗換情報案内システムを多言語化した。 (Ⅲ) 平成30年度で更新は完了した。	2,386
公 創	倉敷駅周辺誘導案内看板整備事業(交通バリアフリー整備事業)	(Ⅰ) 観光客等の来訪者、高齢者、及び障がい者等すべての人が、快適に移動できるように、わかりやすい誘導案内サインを整備する。 (Ⅱ) 33基の倉敷駅周辺の誘導案内サインを修正した。 (Ⅲ) 平成30年度で終了。	1,566
公 創	水島臨海鉄道補助事業(案内放送設備多言語化事業)	(Ⅰ) 訪日外国人旅行者受入環境整備を行う。 (Ⅱ) 車両1両に案内放送設備多言語化工事を実施した。 (Ⅲ) 継続して実施予定。	817

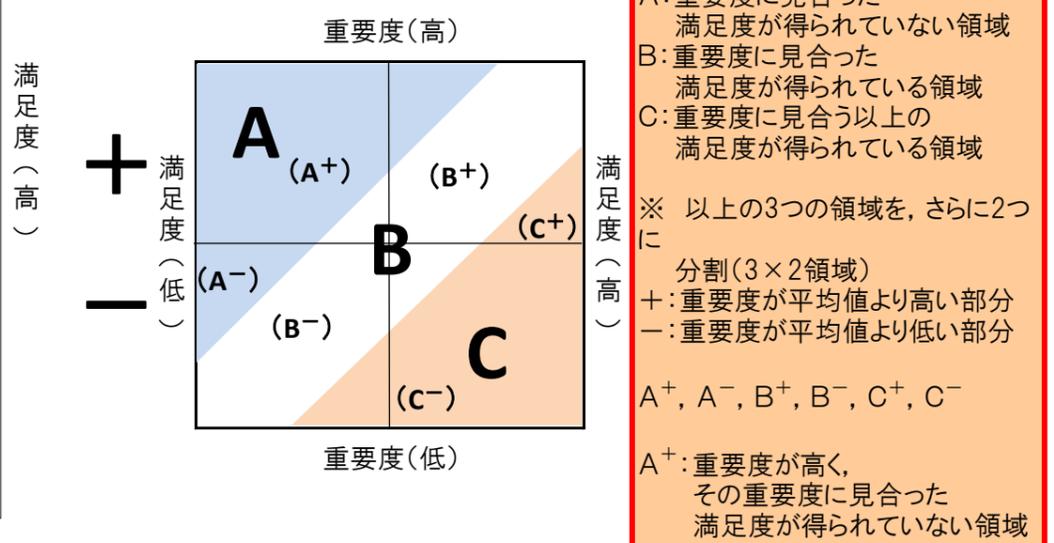
市民の重要度・満足度(R1.5アンケート調査結果)



領域	偏差値	
	重要度	満足度
C ⁻	49.10	62.13

●重要度に見合う以上の満足度が得られている(C)
●重要度が平均値より低い(-)

【グラフの見方】



課題

- 本市への平均滞在時間は3.6時間前後となっており、従来の「物見遊山」型の観光地から、「滞在交流」型の観光地への脱却を図る必要がある。その地域ならではの商品・サービスを提供する着地型旅行商品の開発が求められている。
- 宿泊を伴うなど、一人あたりの消費額が高いと想定される「遠距離」からの来訪者が、ここ数年少ない傾向にある。遠距離からの観光客を誘致するためには、本市が単独で誘客を進めるよりも、広域の自治体と連携しての誘客が必要である。
- 少子高齢化による人口減少が懸念され、国内観光需要の低迷が予測されるなか、地域社会の活性化と雇用機会拡大のためには、訪日外国人観光客の誘致を強化し、世界の観光需要を取り込むことが必要である。
- 外国人観光客宿泊者数のうち、アジアからの宿泊者が約7割を占めており、欧米からの宿泊者は平成23年の東日本大震災以降、回復が遅れている。そのため、欧米圏の各市場の動向や特徴的な行動パターンを捉えた効果的なプロモーションが必要である。

- 倉敷ならではの魅力を活かした着地型旅行商品を開発するとともに、宿泊滞在者増客を図るために「夜景・灯り」を活用した夜型観光を推進する。倉敷ならではの魅力を活かした着地型旅行商品を開発するとともに、宿泊滞在者増客を図るために「夜景・灯り」を活用した夜型観光を推進する。
- 高梁川流域圏域の観光力の強化を図るとともに、それぞれ異なる魅力を持つ周辺都市と連携した広域観光を強化する。
- 観光関連事業者との連携によるセールス活動や滞在コンテンツの開発、新規市場へのプロモーション活動など、市場の特性に応じた国内外の誘客を推進する。
- ハード・ソフト両面での受入環境を整備して、居心地の良い観光地づくりを進めるとともに、WiFi整備や飲食店メニューの多言語化等を推進し、外国人観光客の消費行動における利便性の向上を図る。
- 旅行スタイルや観光客の属性など、それぞれ異なるニーズに合わせた情報の充実を図るとともに、HP・FB・SNS等多様な媒体に対応した積極的な情報発信を行う。
- 広報のあり方について、新たな情報発信の方法や情報発信媒体について調査・研究する。