

「倉敷市観光振興プログラム（素案）」の パブリックコメント集約結果

「倉敷市観光振興プログラム（素案）」について、「倉敷市パブリックコメント手続要綱（平成21年12月8日告示第683号）」に基づき市民の皆様から広く意見を募集しましたが、その結果は次のとおりです。

記

1 意見等の件数 4人 21件

2 ご意見の要旨と市の考え方

次ページのとおりです。（類似の意見はまとめています。）

3 今後の予定

倉敷市観光振興プログラム推進委員会に計画（案）を精査いただいた後に、倉敷市観光振興プログラムを策定し、公表します。

4 参考

意見募集期間 平成27年11月17日（火）～12月7日（月）

ご意見をお寄せいただきました皆様のご協力に厚くお礼申し上げます。

倉敷市 文化産業局 文化観光部 観光課

No.	御意見の要旨	件数	倉敷市の考え方
1	<p>倉敷観光振興の方向性で提示されている「文化観光」の「文化」の要素を強調して提示されることを期待します。倉敷の文化資源の特性をデータにもとづいて明らかにし、「倉敷ならではの文化」「倉敷文化」として示すことで、個々の観光客の心に届くメッセージになり、地域で魅力づくりに取り組む方たちの合言葉になるのではないのでしょうか。</p>	1	<p>観光客の方々に「倉敷ならではの文化」を感じていただき、さらに文化観光都市くらしきの推進を図るため、歴史的建造物や文化財など質の高い都市景観を活かした観光資源を開発・PRするとともに、伝統文化や行事を観光客が体験できる機会や場の提供を図ってまいります。</p> <p>(戦略1 施策3)</p>
2	<p>【児島駅周辺について】</p> <p>①駅構内が暗いと思います。目が悪いので曇りの日だと余計どんよりしているように見えます。</p> <p>②構内に貼られているジーンズの広告は青基調なので、夏は涼しく見えますが、冬場は寒い印象です。冬用の暖かい機能性をアピールしたジーンズ広告も作った方が良いかもしれません。</p>	5	<p>JR、児島商工会議所、市等で構成しているJR児島駅周辺活性化協議会において、いただいたご意見を提案し、検討してまいります。</p>

<p>③それから、駅前に干されているジーンズはいつ取り込むのですか？</p> <p>定期的に「干されたジーンズの使い道」を、メディアを使ってアピールした方が良いと思います。</p> <p>④児島駅でジーンズ推しなのは分かるのですが、どこで売っているかまでは、自分で事前調査しなければ分かりません。その手間を省く為、どこで児島特産ジーンズを手に入れることができるか分かり易い地図が駅にあれば購入に繋がると思います。</p> <p>⑤駅前に児島特産のお土産を買えるショップも欲しいです。電車の乗り換えの合間に、時間を潰せて尚且つ地元特産の情報を発信できる場所があれば便利です。</p>	<p>駅前に吊るされているジーンズは、児島が「国産ジーンズ発祥の地」であることをPRするためのオブジェとして飾られているものであり、現在のところ撤去する予定はございません。ただし、ジーンズが古くなったり、台風等の荒天の場合は一時的にしまうことはございます。</p> <p>観光客に向けた情報発信の媒体が多様化している昨今、倉敷ならではの観光資源の効果的な情報発信が重要であると考えており、ご意見を参考にさせていただきます。</p> <p>(戦略5 施策2)</p> <p>現在、児島駅観光案内所では、児島ジーンズストリート共同組合が発行している「児島ジーンズストリートマップ」を掲出・配布しておりますが、今後、観光案内機能の強化を図る中で、ご意見を参考にさせていただきます。</p> <p>(戦略4 施策2)</p> <p>観光振興を推進する上で、観光消費額の増加は重要な要素であると考えております。いただいたご意見は、今後、観光客の消費行動における利便性の向上を検討する際の参考とさせていただきます。</p> <p>(戦略4)</p>
--	--

3	<p>【児島特産ジーパンについて】</p> <p>デニム生地は渋染で染めることができるのでしょうか？岡山には『渋染一揆』があったので、歴史と絡めて販売すればインターネット上の検索で引っかかると思います。また渋染の色合いは渋いので、高齢者向きのジーパンとして売り出せば良いです。</p>	1	<p>児島地区には柿渋染め加工を行う企業が数社あります。また、高梁川流域の企業が連携し、児島と吹屋の「ご当地コラボ」によるベンガラ染めジーンズが開発されるなど、ジーンズの付加価値向上に取り組んでおられます。いただいたご意見を参考に、多様な主体による魅力を高める観光資源の創出に取り組みたいと考えております。</p> <p>(戦略1 施策1)</p>
4	<p>【児島ボートについて】</p> <p>①現在の児島ボートは団塊世代に支えられていると言えます。団塊世代がいなくなった後の対策を今から考えていかないとはいけません。</p>	3	<p>今後、いわゆる団塊の世代を含む60歳以上のシニア世代の観光分野における市場の拡大が期待されています。</p> <p>本計画（案）は、平成28年度から平成32年度の5か年を計画期間としておりますので、いただいたご意見は、今後、成果と課題について検証を行う際の参考とさせていただきます。</p>

	<p>②ボートレースはレースが始まるまで時間があるので、宝くじ売り場があれば、その間、宝くじの売上も上がるのではないかと予想します。</p> <p>③イオンのような複合施設として利用が出来れば、競艇に興味の無い若い人達も来てくれると思います。階段側の通路はデッドスペースが結構あるので、道の駅のような機能があれば、無料バスに乗って女性が買い物に行きやすくなるかもしれません。渋染のジーパンもここで販売すれば良いでしょう。デニムバーガーも売れば良いと思います。</p>		<p>児島ボートレース場も本市の観光資源の一つであることから、今後、倉敷ならではの滞在コンテンツの開発を図る中でインバウンド戦略も含め、ご意見を参考にさせていただきます。</p> <p>(戦略1 施策1) (戦略3 施策4)</p>
5	<p>【食に関しての児島特産を増やす】</p> <p>①児島はジーンズが先行しすぎて、ご当地グルメが弱い気がします。衣食住の中で一番手が届きやすいのは「食」の分野です。下津井のタコは地元では有名ですが、その場で食べられる加工品はあるのでしょうか？</p> <p>食べ歩き出来て、尚且つ児島でしか食べられないものが思いつかないです。</p>	3	<p>児島駅前には岡山県漁連直営の水産物展示直売所「ふゆ～ちあ～」がございます。ここでは、新鮮な魚や加工品をお手頃な価格で販売しており、予約が必要ですが食堂も併設しております。食べ歩きができるものとしては、タココロケ（1個200円）も販売しております。</p> <p>観光客にとって地域の「食」は不可欠な観光要素であることから、倉敷ならではの食材や料理、食文化を手軽に体感できる取り組みを検討してまいります。</p> <p>(戦略1 施策2)</p>

	<p>②開発には地元の高校生に協力してもらえば良いのではないかと思います。子供から口コミ情報を発信させた方が、効率が良さそうです。児島は制服も有名なので、制服にちなんだ商品を開発すれば話題になりますよ。</p> <p>③児島は、今以上に観光客を取り込める要素があります。観光産業に関しては、地元の方達の協力が必要不可欠なので、地元を巻き込んで情報を拡散してください。</p>		<p>魅力を高める観光資源を創出するにあたっては、観光関連事業者のみならず、地域の多様な主体が、潜在的な観光資源を発掘し、観光サービスを創造することが必要と考えております。いただいたご意見を参考に、各主体が一体となった観光振興の推進を図ります。</p> <p>制服にちなんだ商品については、児島の企業がすでに開発・販売されているものもございます。本市といたしましては、そのような特産品を積極的にPRすることにより、本市の魅力のさらなる情報発信に努めてまいります。</p> <p>(戦略1) (戦略5)</p>
6	<p>倉敷市を観光立国にするためには、ハード、ソフト両面を充実させる必要がある。まず、ハード面であるが、倉敷の観光地といえば、鷲羽山、美観地区がメインであろう。鷲羽山であるが、最近行っていないが、観光地といえる代物ではない。道は荒れ放題、鷲羽山レストハウスもさびれており、観光地としては、あまりにも寂しい。王子が岳も道は荒れ放題、観光客を招く体制ができていない。</p>	1	<p>瀬戸内海国立公園は平成26年3月で国立公園指定80周年を迎え、昨年度は様々な記念行事が開催されました。</p> <p>また、鷲羽山の整備につきましては、平成22年1月に「鷲羽山展望台周辺整備基本計画」、平成25年3月に「名勝下津井鷲羽山保存管理計画」を策定し、駐車場の整備や旧料金所の解体、レストハウス入口のバリアフリー化、展望地点への誘導を図る案内看板等の整備、藤棚や階段の改修等を行ってまいりました。</p> <p>さらに、今年度は展望地点ごとの説明案内看板の設置や石碑の移設、レストハ</p>

			<p>ウス入口付近の改修を行っており、来年度以降はレストハウス入口付近にバリアフリー対応駐車場の整備を進める予定としております。</p> <p>王子が岳については、国民宿舎を平成24年3月末で閉鎖、平成25～26年度にかけて解体しており、今後の整備については、地元の方と協議を進めているところです。</p> <p>より多くの皆様に本市の観光地のすばらしさを体感していただけるよう、今後、観光インフラ整備の推進を検討する中で、いただいたご意見を参考にさせていただきます。</p>
7	<p>美観地区もお客はそれなりにおられるが、それでも物足りない。市をあげて、お客様を呼ぶような体制にしなければならない。まず、鷺羽山、王子が岳には市の職員が出向き、どうすればいいか考える必要がある。</p>	1	<p>鷺羽山、王子が岳については、その整備等について、地元の方々と協議を行っておりますが、本計画（案）に盛り込まれた施策を推進するため、各地域の観光関連団体や民間事業者、市民の方々などの情報共有をさらに図り、各主体が一体となった観光振興の推進を図ってまいります。</p>
8	<p>美観地区に関しては、外国のお客様も多い、案内板は勿論、接客も英語、中国語、韓国語ができるスタッフを用意する必要がある。</p>	1	<p>ガイドマップや飲食店メニューなどの多言語化を推進し、消費行動における利便性の向上を図るとともに、観光施設での多言語対応など外国人観光客が快適に過ごせるよう、受入体制の充実を進めます。</p>

			<p>なお現在、倉敷駅前観光案内所、倉敷館観光案内所には英語で案内出来るスタッフが常駐しており、またその他の言語については電話による多言語通訳サービスで対応いたしております。</p> <p>(戦略4 施策3)</p>
9	<p>専属の市の職員を配属し、観光案内のホームページを閲覧し、倉敷市に誘導する書き込みをする必要がある。</p>	1	<p>公式観光サイト「倉敷観光WEB」の多言語化と内容の充実を図るとともに、各ターゲットの特性に即した媒体を選定し、効果的な情報発信を図ります。</p> <p>(戦略5 施策3)</p>
10	<p>玉島地区の観光地がほぼないので、どうにか目玉を作ったらどうですか？</p>	1	<p>玉島の「ものづくり」をテーマとした産業観光を推進するとともに、玉島に根付く生活文化を活用したツアープログラムの開発に取り組みます。</p> <p>(戦略1 施策1・施策2)</p>
11	<p>瀬戸大橋開通に沸いた頃の3分の2に観光客が減っていますが、金沢市(人口47万人)が500万という目標値ですが、目標の設定値はどうでしょうか？</p>	1	<p>主要観光地の観光客数を、平成26年の475万2千人から、平成31年までに600万人に増加させることを目標のひとつとして掲げております。</p> <p>今後、計画(案)に盛り込まれた施策を推進し、目標を達成するため、成果と課題について検証を行い、PDCAサイクルのもと、各施策・事業を戦略的に進めてまいります。</p>

12	<p>倉敷地区が人口19万6000人になり、郊外は道路がだいぶ良くなりましたが、旧倉敷町域を中心とした地域は、2万人程しかいないので、商業ベースに頼っている。倉敷らしい街並を上げていく必要性についてはどうですか。（街が小さいため）</p>	1	<p>テーマや目的に応じた近隣都市との連携や、新幹線・高速道路で繋がる県外都市との広域連携を推進することにより、それぞれの都市が一体となった魅力を創出し、一つの大きな目的地として観光客の誘致を図ります。</p> <p>（戦略2）</p>
13	<p>世界で一番観光に金銭を落としているのは、アラブの人で、京都市（147万人）は、宣伝に行っているが、ただ生肉は食べられないし（宗教上）、また聖地に向かって地面に1日5回頭をつけないといけないので、宿泊地はふろしきを用意していないといけないということもあるのですが、一考を要するのでは。</p>	1	<p>イスラム圏からの観光客について、経済成長が著しい東南アジア諸国の総人口6億人のうち、約半分の2億8千万人がイスラム教徒とされています。今後、いただいたご意見を参考に、東南アジア諸国へも積極的にプロモーション活動を展開し、新規市場の開拓を図ってまいります。</p> <p>なお、現在制作中の観光プロモーションビデオでは、従来の英語、中国語、韓国語に加え、新たにフランス語、タイ語、インドネシア語を加えており、イスラム圏を含む東南アジアへの観光PRに取り組んでまいります。</p> <p>（戦略3 施策4）（戦略5 施策3）</p>

パブリックコメント要約版

1 案件名
倉敷市観光振興プログラム(素案)
2 募集期間
平成27年11月17日(火)～平成27年12月7日(月)
3 趣旨
<p>本市では、平成16年に「倉敷市観光振興アクションプラン」を策定し、‘観光’を地域に幅広い経済波及効果をもたらす、きわめて裾野の広い総合産業として捉え、全市を挙げて総合的にその振興を進めてきた。当時、平成11年以降から減少傾向にあった観光入り込み客数に歯止めをかけ、現在、ほぼ横ばいに推移しているなど、一定の成果を見せているところである。</p> <p>ただ、残念ながら、増加傾向には転じておらず、さらには、情報通信技術の革新による情報流通ルートの多様化、旅行形態の変化にともなう参加体験型観光のニーズの高まりなど、観光を取り巻く環境は大きく変化しているとともに、今後、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催を機に、外国人観光客のさらなる増加も見込まれている。</p> <p>また、「まち・ひと・しごと創生法」の施行に伴う地方創生の流れや、高梁川流域の自治体が連携した「連携中枢都市圏構想」の推進など、時代に合った取組みを進めていく必要があることから、この度、新たな計画を策定することとした。</p>
4 資料閲覧場所
<ul style="list-style-type: none">・観光課・情報公開室・児島、玉島、水島、真備の各支所産業課、庄、茶屋町、船穂の各支所・(公社)倉敷観光コンベンションビューロー・市ホームページ
5 提出方法
<p>(1)窓口への提出</p> <ul style="list-style-type: none">・提出先 観光課まで・提出時間 土曜・日曜、祝日を除く8時30分～17時15分 <p>(2)郵送</p> <ul style="list-style-type: none">・郵送先 〒710-8565 倉敷市西中新田640番地 観光課)※ 消印有効(または必着) <p>(3)FAX(086-421-0107)</p> <p>(4)Eメール(trsmins@city.kurashiki.okayama.jp)</p>
6 問合せ先
倉敷市文化産業局 文化観光部 観光課 〒710-8565 倉敷市西中新田640番地 本庁2階9番窓口 TEL;086-426-3411 FAX;086-421-0107 アドレス;trsmins@city.kurashiki.okayama.jp

倉敷市観光振興プログラム（素案）

～ひとを惹きつけるまち・倉敷をめざして～

平成28年 月

倉敷市

目 次

第1章 倉敷の観光振興の意義

- 1．観光を取り巻く環境・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
- 2．倉敷観光振興の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・・・2

第2章 倉敷の観光の現状と課題

- 1．倉敷観光の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
- 2．倉敷観光の課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・9

第3章 観光振興に向けた施策展開

- 戦略1 魅力を高める観光資源の創出・・・・・・・・・・10
- 戦略2 都市間連携の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・11
- 戦略3 誘致活動の強化・・・・・・・・・・・・・・・・・・12
- 戦略4 受入環境の充実・・・・・・・・・・・・・・・・・・13
- 戦略5 情報発信の充実・・・・・・・・・・・・・・・・・・14

第4章 観光振興プログラムの実現に向けて

- 1．各主体の役割・・・・・・・・・・・・・・・・・・16
- 2．倉敷の観光振興を支える視点・・・・・・・・・・・・・・・・・・17
- 3．推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・18
- 4．進行管理と評価・・・・・・・・・・・・・・・・・・18
- 5．計画の見直し・・・・・・・・・・・・・・・・・・18

第1章 倉敷の観光振興の意義

1. 観光を取り巻く環境

(1) 国の動向

近年、我が国においては、少子化による本格的な人口減少社会が到来し、多くの地域において、消費活動が縮小し、我が国の経済にも大きな影響を与えることが懸念されている。このような中、観光による交流人口の拡大は、大きな経済効果を生み、地域経済の発展と地域活力を創出させるものと、その期待はますます高まっている。

そのため、観光を国の成長を牽引する一つの柱として、平成24年3月30日に「観光立国推進基本計画」が閣議決定されるなど、観光は国家戦略の一つとされるまでになった。

(2) 近年の環境変化

一方、本市を取り巻く環境も変化しており、市が「倉敷市観光振興アクションプラン」を策定した平成16(2004)年以降、様々な変化が生まれていることから、こうした動きを十分に踏まえ、時代に合った取組を進めていく必要がある。

旅行ニーズの変化と着地型旅行商品

近年、旅行形態は団体型から個人・小グループ型へと変化しており、かつ、これまでの観光スポットを訪れるだけの観光から、地域におけるまち歩きや、人々との交流、地域ならではの様々な体験を楽しむ参加体験型の観光へのニーズが高まっている。

こうした旅行ニーズの変化に対応するため、観光地においては、地域の多様な関係者が横断的に連携し、その地域ならではの商品・サービスを提供する着地型観光の推進が求められている。

情報流通ルートの多様化

情報通信技術の革新は、観光分野にも大きく影響している。主要な情報発信のツールは、出版物などの紙媒体からインターネット上のウェブサイトへと移りつつあり、口コミサイトをはじめ、ツイッターやフェイスブックなどのSNSを活用した旅行情報の流通や、ウェブ上での旅行予約などが一般化している。また、スマートフォンやタブレット端末などの携帯情報端末が急速に普及し、観光客にとって、自由に旅行情報にアクセスできる環境が整いつつある。

訪日外国人観光客の誘致の強化

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の拡大のためには、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重要である。国は、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催までに訪日外国人観光客数2,000万人の実現を目標に掲げている。

観光による地域活性化の動き

観光は、来訪者である観光客を増加させることにより、地域ににぎわいを生み、地域経済を活性化するものであるという認識が全国に広がっている。そして、観光客の来訪は住む人に自らの街への愛着や誇りを育み、訪れる人にとっても住む人にとっても快適な「まちづくり」につながる、という新たな考え方が地域に根付き始めている。

少子高齢化・人口減少の進展

急速な少子高齢化の進展に伴い、産業分野における労働力不足や消費の縮小が懸念されている。一方で、いわゆる団塊の世代を含めた60歳以上のシニア世代消費は、既に100兆円を超え、国内消費の4割以上を占めていると言われている。時間と経済力とに余裕のあるこうした世代は、旅行に対する意識が強いことから、観光分野における市場の拡大が期待される。

2. 倉敷観光振興の方向性

(1) 倉敷の特性

倉敷市は、豊かな自然と温暖な気候に恵まれた瀬戸内海に面する中核市である。江戸時代には商人の町、明治時代には繊維工業の町、近年は瀬戸内海沿いの重工業地帯として発展し、農業や漁業も盛んである。

白壁の建物や柳並木が美しい美観地区をはじめ、瀬戸内海の多島美と国産ジーンズ発祥の地として有名な児島地区、日本有数の工業地帯が織りなす夜景が美しい水島地区、果物王国岡山を代表する白桃の産地である玉島地区、マスカットとスイートピーの一大産地である船穂地区、静かで美しい竹林のまち真備地区など、質の高い観光資源が豊富にある、年間475万人以上が訪れる県内有数の観光都市である。

観光とは、都市や地域を訪れる人々が、その魅力にひかれ、そこに価値を見出し、それらを楽しむことであり、長い年月を重ねて成熟し、洗練された都市である倉敷は、観光客を引き付ける高いポテンシャルを持った文化観光都市である。

(2) 倉敷における観光振興の意義

観光は地域に密着した経済活動で、きわめて裾野の広い総合産業として捉える必要がある。観光客が増加することにより、観光施設はもちろん、交通機関、宿泊施設、飲食業等

でのサービス提供の機会が増加し、飲食や土産品の消費が拡大する。さらには、原材料等の調達や経費の支払いを通じて、製造業や金融業にまで観光との関わりが拡大するなど、さまざまな就業形態において、雇用創出に結び付くことが期待できる。

観光を地域の総合産業として振興することは、裾野の広い経済波及効果（所得の増加、雇用の増大）をもたらす、地域が持続的に発展する原動力となる。

しかし、旅行目的地としての本市の全国的な地位は、瀬戸大橋開通以降、徐々に低下傾向にあり、その高いポテンシャルを十分に活かしているとは言い難いのが現実である。

市は、観光がもたらす豊かな果実を将来にわたって実らせていくため、今日の観光を取り巻く環境に適切に対応し、積極的に観光産業振興を推進していかなければならない。

（３）本プログラムの考え方

人口減少の時代を迎え、国内旅行における観光客数や観光消費額に飛躍的な伸びが期待しにくい中、観光による交流人口を拡大させるためには、地域が観光客と長く結びつくための取り組みを展開し、リピーター（ファン）を取り込むことが重要である。

また、今後も右肩上がりの成長が見込まれる外国人観光客を積極的に受け入れ、国内観光需要の低迷に対応することも必要である。

一方、近年、観光が地域を活性化させる重要な要素であるという認識が全国に広がりつつあり、観光の視点に立ったまちづくりの取り組みを加速させていく好機となっている。

倉敷は地域資源の宝庫であり、これらを活かした観光産業振興の取組は、地域の活性化を進める上で大きな可能性を持っており、官民連携して国内外の観光客を引き付ける観光資源を発掘あるいは開発し、その魅力を磨き上げていくことが必要である。

さらに、観光客が快適に過ごすための環境を充実し、倉敷ならではのホスピタリティを存分に発揮することにより、観光客の満足度を一層向上させていくことも大切である。

市は、本プランにおける観光産業振興に向けた施策を推進し、文化観光都市としての倉敷の魅力をさらに磨き上げて、国内外の観光客を積極的に誘致していく。

以上を踏まえ、本プランの基本的な考え方を整理する。

本プログラムの理念

めざすまちの姿

「ひとを惹きつけるまち・倉敷をめざして」倉敷の魅力を積極的にPRし、たくさんの人が訪れるようになっている。

基本施策

倉敷の魅力を国内外に発信するとともに、倉敷の魅力を磨き、何度も訪れたい倉敷を実現することにより、倉敷に魅了された観光客を増やしていく。

施策展開の方向性

もっといたくなる魅力的な観光地づくり・まちづくり

訪れた人が長く滞在したくなる、また来たくなる、何度も来たくなるような、魅力的な観光地づくり・まちづくりを進める。

あたたかいもてなしの心を持った人づくり

訪れた人に居心地の良さを感じてもらうため、地域が一体となり、あたたかいもてなしの心を持った人づくりを進める。

まちの資源を活かした旅行商品づくり

倉敷の豊富な観光資源を組み合わせることにより、新たな魅力を創出し、競争力のある旅行商品づくりを進める。

誘客プロモーション活動の積極展開

各種の媒体や旅行会社などの流通ルートを活用した誘客プロモーション活動を積極的に展開することにより、観光客の増加と都市イメージの向上を図る。

本プログラムの目標値

施策を推進していくための目標として、以下の数値目標を掲げる。

〔5年後の目標〕 目標年は平成31年度（平成30年度に見直し）

市内にある主要観光地の観光客数（千人／年）	平成26年	4,752千人	6,000千人
市内の宿泊客数（千人／年）	平成26年	1,027千人	1,200千人
外国人観光客宿泊者数（人／年）	平成26年	25,219人	40,000人

第2章 倉敷の観光の現状と課題

1. 倉敷観光の現状

(1) 観光入込客数

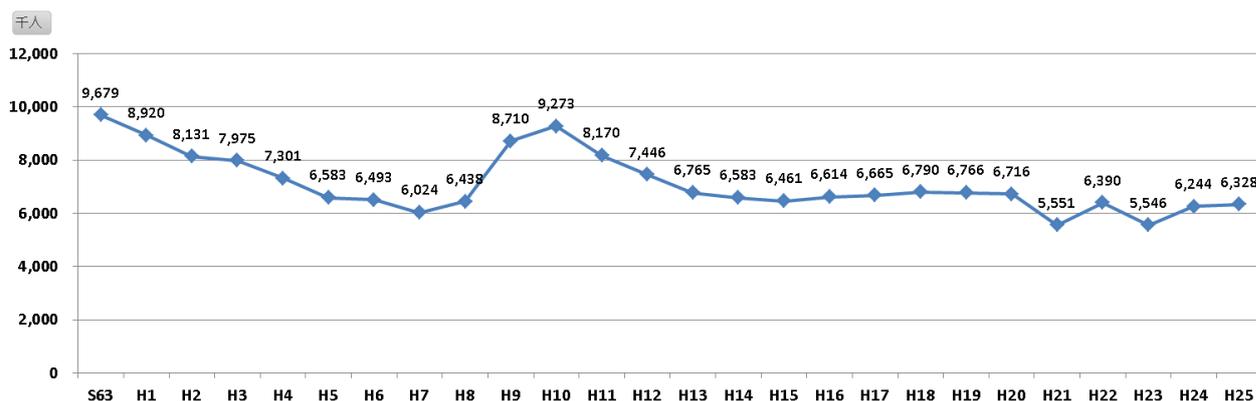
倉敷市への観光入り込み客数は、かつては美観地区や鷲羽山などを中心に人気を集め、瀬戸大橋が開通した昭和63年には1千万人近くにまで達した。しかし、その後の経済状況や旅行先の多様化などから減少しはじめ、平成9年のチボリ公園開業により一時増加したものの、平成16年以降は横ばい状態が続いている。

H17年：美観地区夜間景観照明開始

H20年：チボリ公園閉園、新型インフルエンザ世界的大流行

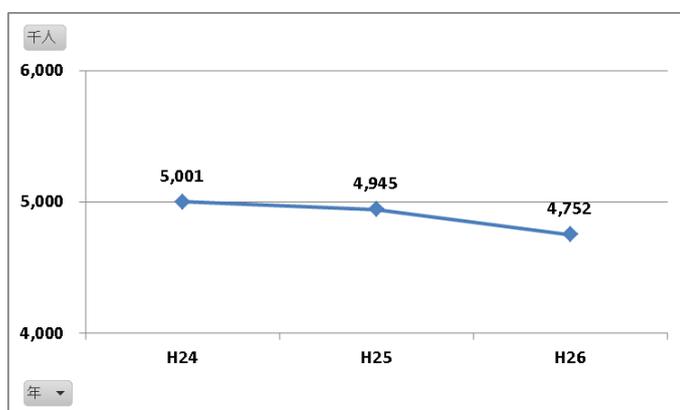
H22年：国民文化祭開催

H23年：東日本大震災、駅北大型商業施設開業



資料：平成25年倉敷市観光統計書

(旧基準での統計)



資料：平成26年倉敷市観光統計書

(新基準での統計)

(2) 満足度等調査

観光庁が平成 25 年度に全国 50 地域を対象に実施した観光客満足度等調査によると、「満足度」や「平均消費額」が全地域平均よりも低い評価となっている。また、「食事・買物」と「プログラム（体験プログラムや着地型ツアーなど）」に関する評価が全地域平均よりも低い評価となっている。なお、「再来訪意向」と「リピーター率」は全地域平均よりも高い評価である。

総合評価（全国比較）

	倉敷	全地域平均
満足度平均値	5.60	5.72
再来訪意向平均値	5.22	5.17
リピーター率	80.9%	75.5%
2泊以上の宿泊者割合	22.3%	32.0%
平均消費額（地域内）	24,208円	30,662円
滞在プログラム体験率	13.6%	13.8%

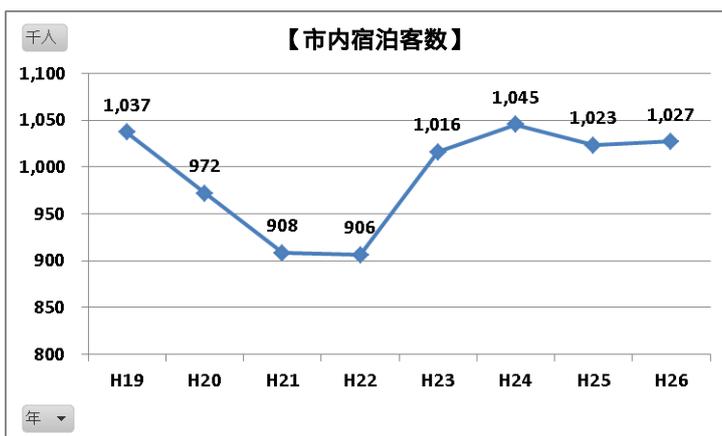
満足度・再来訪意向に強く影響する項目

< 個別の体験内容に対する満足度 >

満足度への影響	倉敷	全地域平均
景観	5.20	5.23
食事・買物	4.55 <	5.01
プログラム	4.11 <	4.34
移動・情報	4.36	4.41
宿泊	4.63	4.80

(3) 滞在時間

平成 25 年の観光入込客数が 6,328 千人に対し、市内の宿泊者数は 1,023 千人。また、観光客の平均滞在時間は 3.61 時間。



資料：平成 26 年倉敷市観光統計書

【滞在時間】

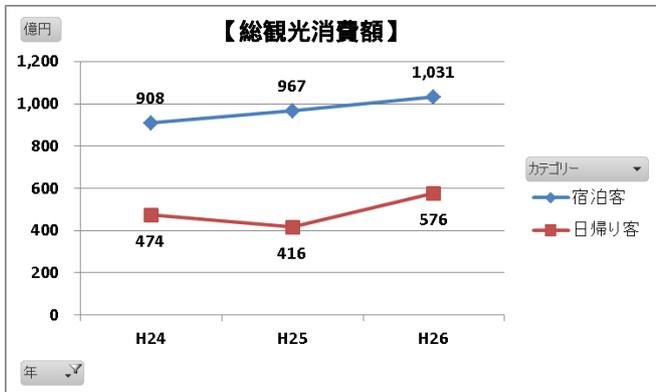
滞在時間（昼間）

- ・ 全体 3.66 時間（日帰り 2.74 時間、宿泊 4.68 時間）
 - 時間帯別 流入者・流出者・滞在者
 - ・ 流入時間帯ピーク 12 時台
 - ・ 流出時間帯ピーク 16 時台
 - ・ 滞在者ピークタイム（ ）11～17 時台
- 時間帯別で最も滞在者が多い時間帯を 100%として、70%以上の時間帯をピークタイムとして設定。

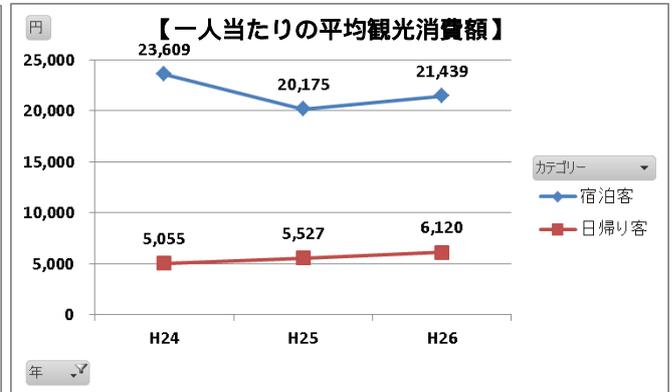
資料：高梁川流域圏域観光動態レポート資料（KDDI 株式会社 x 株式会社 JTB）をもとに作成

(4) 観光消費額

平成24年と比較して、総観光消費額は上昇傾向にあるが、一人当たりの平均観光消費額について、日帰り客は上昇しているものの、宿泊客は減少している。



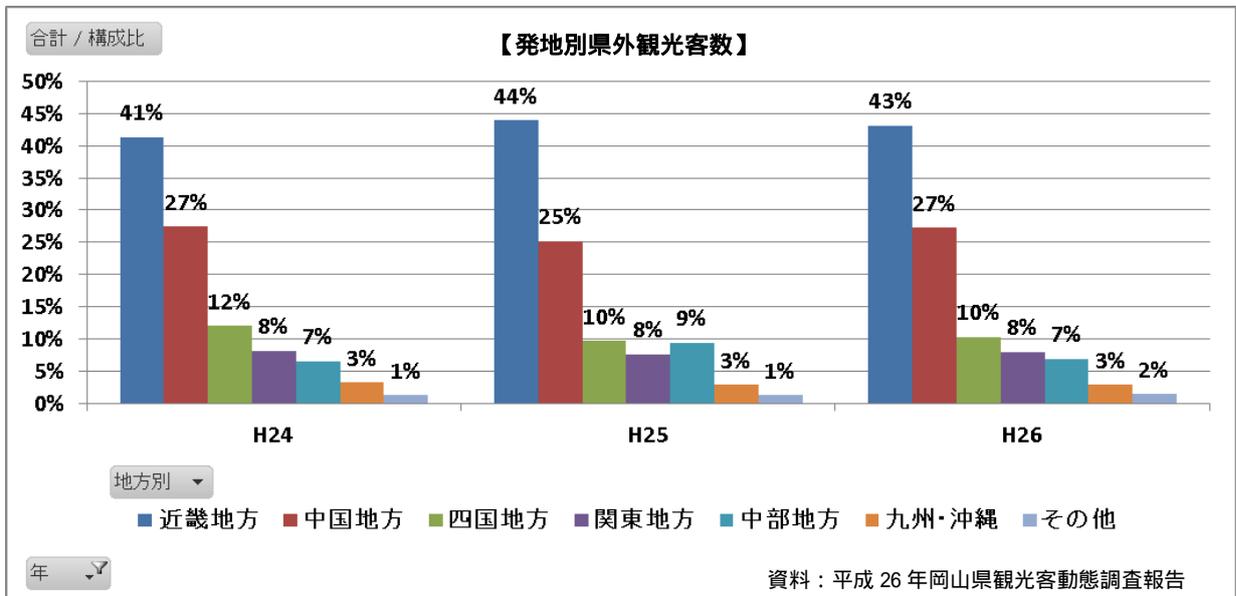
資料：平成26年岡山県観光客動態調査報告



資料：平成26年岡山県観光客動態調査報告

(5) 発地別県外観光客数

平成26年の県外観光客のうち「近距離」からの観光客が80%を占めており、その内訳は近畿43%、中国27%、四国10%となっている。一方、「遠距離」からの観光客は20%であり、3年間の状況ではあまり大きな変化はない。



資料：平成26年岡山県観光客動態調査報告

(6) 外国人観光客数

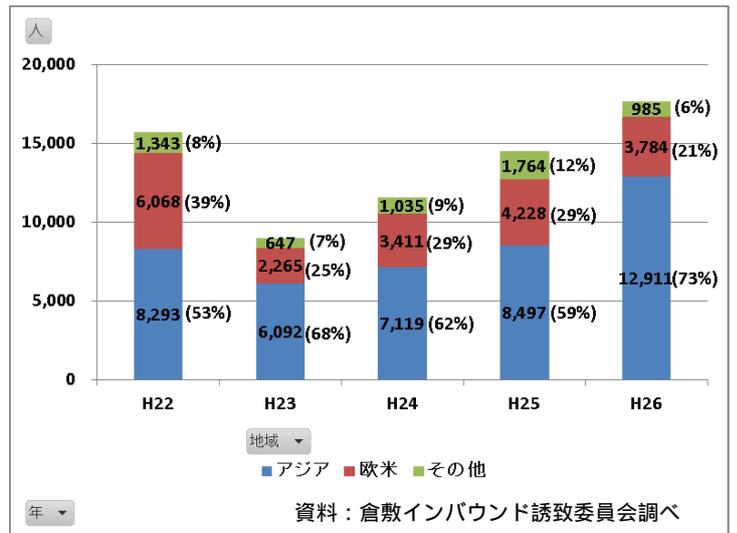
倉敷インバウンド誘致委員会加盟 12 施設の統計では、平成 26 年の外国人宿泊者数は 17,680 人となり、平成 25 年の 14,489 人を上回り、ここ数年は右肩上がりの傾向を示している。居住地別では、台湾からの観光客が最も多く、次いでアメリカ、中国の順で推移している。

【外国人旅行者宿泊客数】 (単位：人)

居住地	H22	H23	H24	H25	H26
アメリカ	1,685	1,169	1,409	1,562	1,556
イギリス	434	159	159	197	227
オーストラリア	388	169	233	393	399
カナダ	273	87	117	162	205
ドイツ	320	197	168	310	427
フランス	2,694	446	896	1,332	865
スペイン	241	14	201	260	68
ロシア	33	24	228	12	37
中国	2,076	1,288	1,112	984	1,294
台湾	1,693	1,370	2,657	4,270	6,754
香港	358	60	61	333	994
韓国	1,210	686	1,011	1,199	747
タイ			0	0	134
マレーシア			0	0	34
シンガポール			0	0	103
その他のアジア	2,956	2,688	2,278	1,711	2,851
その他	1,343	647	1,035	1,764	985
合計	15,704	9,004	11,565	14,489	17,680

資料：倉敷インバウンド誘致委員会調べ

【外国人旅行者宿泊客数】



タイ、マレーシア、シンガポールは平成 26 年 9 月より調査開始。それ以前は、その他アジアに含まれる。

2. 倉敷観光の課題

(1) 観光入り込み客数は横ばい傾向

倉敷市への観光入り込み客数は、平成9年のチボリ公園開業により一時増加したものの、その後は減少となり、平成16年以降は横ばい傾向が続いている。

(2) 来訪者の滞在時間が短い

倉敷市を訪れる観光客の84%が日帰り又は他地域で宿泊する観光客であり、典型的な通過型の観光地となっている。また、平均滞在時間が3.61時間であることから、従来の駆け足で見所旧跡を見て回る「物見遊山」型の観光地から、地域のライフスタイルや歴史・文化をじっくりと味わう「体験・交流」型の観光地へ脱却する必要がある。

(3) 観光マーケティングのデータが不足

地域主導型の観光振興を図るには、「商品をつくる」、「商品売る」、「顧客をもてなす」といった機能を地域内部に整えることが不可欠である。特に、体験プログラムなど着地型商品を創出するためには、まずは「商品やサービスをつくって売る」というマーケティングの導入が必要である。したがって、倉敷にどのような人が訪れ、どう感じ、何を求めているかなど、観光客の動向にかかわる様々なデータの把握が求められている。

(4) 来訪者の満足度や平均消費額が全地域平均よりも低い

体験プログラムや着地型ツアーなどの「プログラム」及び「食事・買物」について、他地域の平均よりも評価が低い傾向になっている。これらは総合満足度や平均消費額への影響度も高いため、今後、評価を向上させていくことが重要となる。さらに、成熟社会のもと、趣味・レジャーも多様化し、若者世代の旅行離れが進んでいるとも言われていることから、貯蓄や余暇時間に余裕のあるアクティブシニア層への取り組みが平均消費額の向上につながると考えられる。

(5) 「遠距離」からの来訪者が少ない

宿泊がともなうなど、一人あたりの消費額が高いと想定される「遠距離」からの来訪者が少ない傾向がここ数年続いている。遠距離からの来訪者は、一般的に周辺の著名な観光地を組み合わせることで訪れることが多いため、単独で誘客を進めるよりも、広域で連携しての誘客が必要である。

(6) 欧米圏からの来訪者が減少傾向

アジアからの観光客が約7割を占めており、欧米からの観光客は平成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を展開することが必要である。

第3章 倉敷観光振興に向けた施策展開

市は、以下に掲げる5つの戦略に基づく施策を推進し、観光客に選ばれる文化観光都市・倉敷、観光客が何度訪れても楽しめる倉敷の実現を目指していく。そして、倉敷の海外における認知度を高め、倉敷全体の活力の向上につなげていく。

倉敷観光振興に向けた5つの戦略

戦略1 魅力を高める観光資源の創出

戦略2 都市間連携の推進

戦略3 誘致活動の強化

戦略4 受入環境の充実

戦略5 情報発信の充実

戦略1 魅力を高める観光資源の創出

観光地を持続的に発展させるには、観光客をリピーターにしていくことが重要である。地域の多様な主体が潜在的な観光資源を発掘し、観光サービスを創造することにより、倉敷ならではの時間を過ごすことができる、何度訪れても楽しめる観光地の実現を目指す。

施策1 倉敷ならではの魅力を活かした滞在型コンテンツの開発

美観地区・瀬戸大橋・ジーンズ・フルーツなどの資源をさらに磨くとともに、倉敷でしか味わうことのできない魅力的な観光資源を創り、磨き、充実させることにより、倉敷発の滞在型コンテンツの拡充を図る。

記念日の聖地に認定された倉敷ならではの体験プランの拡充
地域に根付く生活文化を活用したツアープログラムの開発
民間主導により開発された参加体験型プログラムとの連携
多様な主体による地域提案型旅行商品の開発促進

施策2 倉敷の産業や食を活かした観光

歴史と伝統が息づく倉敷の「ものづくり」をテーマとした産業観光を推進するとともに、倉敷ならではの食材や料理、食文化を手軽に体感できる取り組みを進める。

学びや歴史など倉敷の魅力を活かした産業観光バスツアーの推進
ものづくりや伝統工芸などの製作見学や体験ができるコンテンツの開発
地域を代表する料理や「ご当地グルメ」を活用したイベント等の実施
倉敷ならではの食材や料理、食文化を手軽に体験できるコンテンツの開発

施策3 歴史的建造物や文化財などを活用した観光資源の開発

歴史的建造物や文化財など質の高い都市景観を活かした観光資源を開発するとともに、伝統文化や行事を観光客が体験できる機会や場の提供を図る。

くらしき川舟流しなど質の高い都市景観を活用したコンテンツの開発
新溪園や倉敷館など歴史的建造物や文化財を活用したイベントの実施
町並み保存地区を活用した新たな魅力の創出
神社仏閣巡りなどニッチ・ツーリズム(隙間旅行市場)の開発
地域の伝統文化や行事を体感できるイベントや祭りの実施

施策4 「夜景・灯り」を活用した夜型観光の推進

歴史的町並み・瀬戸内海の多島美などの観光資源を「夜景・灯り」で捉え、これら観光資源の魅力を高めるとともに、夜景を楽しむための環境や機会づくりを進める。

美観地区夜間景観照明など夜の町歩きを楽しむ機会づくりの創出
水島コンビナート工場夜景クルージングの拡充
瀬戸内海夕景クルージングの拡充
最新の映像技術を活用した新たな魅力の創出
美術館や博物館など公共空間を活用した夜型コンテンツの拡充

戦略2 都市間連携の推進

倉敷は、岡山県内をはじめ、関西や中四国からのアクセスがよく、これらの都市と一体での観光行動も少なくない。それぞれ異なる魅力を持つ周辺都市と連携し、広域にまたがる複数の観光資源を周遊することで、遠距離からの誘客につながる取り組みを進める。

施策1 高梁川流域連携中枢都市圏による観光力の強化

倉敷市を中心とする高梁川流域連携中枢都市圏において、観光客の周遊性向上や外国人観光客の更なる誘致拡大、圏域の地域資源を活用した商品開発・販路拡大などの取り組みを展開する。

金田一耕助や山田方谷など、ゆかりある人物をテーマとした誘客事業の展開
圏域内の特徴的な観光資源を組み合わせた広域観光ルートの開発
多様な主体による圏域内の回遊性や滞在性を高める滞在型コンテンツの開発

多様な媒体を活用した情報発信力の強化と情報発信拠点の整備
外国人観光客誘致の推進を目的としたセミナーやプロモーション活動の実施

施策2 周辺都市との広域連携の推進

テーマや目的に応じた近隣都市との連携や、新幹線・高速道路で繋がる県外都市との広域連携を推進することにより、それぞれの都市が一体となった魅力を創出し、一つの目的地として観光客の誘致を図る。

岡山市など県内近隣都市や岡山県と連携した県外PRや誘客キャンペーンの実施
本州四国連絡橋で繋がる瀬戸内四都市での周遊性の向上
新幹線で繋がる瀬戸内三都市と連携した旅行商品の造成

施策3 外国人観光客をターゲットにした広域連携の強化

ビジットジャパン地方連携事業（国と地方が、都道府県の枠を越え広域に連携して取り組む訪日プロモーション事業）を積極的に活用し、国や県、県外都市との広域連携による外国人観光客誘致を推進する。

国や県との連携による旅行会社等の招請やルート開発、海外旅行博への出展
県外都市との連携による新たな観光ルートの設定や共同プロモーション活動の実施

戦略3 誘致活動の強化

地域間競争の厳しい観光分野において、国内外から選ばれた観光地になるためには、観光客のニーズや動向等を捉えたマーケティング戦略の構築が必要である。戦略に基づいたプロモーション活動を官民連携で展開し、認知度・イメージの向上と観光客の増加を図る。

施策1 国内観光客誘致の推進

宿泊が見込める遠距離からの観光客をターゲットに、地元企業と連携したトップセールスや旅行会社や交通事業者の新商品開発や新規キャンペーンと連動したプロモーション、女子旅やシニア層などターゲットにあわせた誘客活動、映画やドラマのロケ地の誘致などを推進する。

くらしき「個性と魅力」発信事業との連携
岡山DCなど交通事業者との連携による共同プロモーションの実施
旅行会社の商品造成や新規キャンペーンの支援
アクティブシニアをターゲットとした商品造成の支援
フィルムコミッション事業及び教育旅行誘致の推進

施策2 学会や大会、スポーツを活用した観光

歴史的・文化的資源を活用したコンベンション誘致や、ウォーキング・トライアスロンなどスポーツイベントと連携した誘客の促進を図る。

コンベンションやスポーツイベントの開催支援

近隣都市と連携したコンベンション・アフターコンベンションの誘致

地元で開催するスポーツイベントを活用した誘客促進

施策3 観光マーケティングの強化

倉敷を訪れる可能性ある観光客の嗜好や特徴的な行動パターン、消費行動などを分析するマーケティングを実施し、その特性に応じたプロモーション戦略を構築する。

市場や観光客の特性を捉えるマーケティングの実施

施策体系にもとづいたプロモーション戦略の構築

施策4 外国人観光客誘致の推進

これまであまり観光プロモーションを実施していない欧米市場や東南アジア市場に対する取り組みを推進するとともに、東アジア市場においては、団体旅行の比率が高い市場、個人旅行者多い市場など、市場の特性に応じたプロモーションを展開する。

現地旅行社や国内ランドオペレーターへのセールス活動の実施

欧米市場や東南アジア市場への積極的なプロモーションの実施

民間事業者等との幅広い連携(海外セールス活動支援、大規模商談会共同参加)

外国人観光客向け滞在コンテンツの開発(着物体験、お茶席体験、和食レッスンなど)

倉敷を含む訪日旅行商品造成の支援

戦略4 受入環境の充実

倉敷を訪れる人が少しでも長く滞在したくなるよう、ハード・ソフト両面での整備を進め、訪れる人に「感動」を与える、居心地の良い観光地づくりを進める。また、民間事業者における受入環境の充実を促すことで、観光客の消費行動における利便性の向上を図る。

施策1 観光インフラ整備の推進

ICT(情報通信技術)の活用により、観光客がいつでもどこでも手軽に倉敷の観光情報が入手できる環境の整備を促進する。また、2次交通の整備や居心地のよい施設づくりなど、観光客の回遊性や快適性の向上を図る。

美観地区周辺における公衆無線LAN(Wi-Fi)環境の整備

周遊アプリケーションアプリなどの回遊性を高めるコンテンツの開発

市役所から美観地区までの無料シャトルバスの運行

ジーンズバス及び鷲羽山夕景鑑賞バスの運行支援
ユニバーサルデザインの視点に立った施設づくり

施策2 観光案内機能の強化

広域での観光情報の提供や誰もが自由に利用できる環境の整備など観光案内所の機能強化を図る。さらに、観光客のニーズを捉えた満足度の向上につながる案内ツール等を充実させる。

市外の近郊エリアや高梁川流域圏域の広域的な観光情報の提供
案内所スタッフを対象とした研修会の実施
観光スポットを巡る共通フリーパスの導入検討
ガイドマップをはじめとした案内ツールの充実

施策3 外国人観光客の受入体制の充実

観光施設での多言語対応など外国人観光客が快適に倉敷で過ごせるよう受入体制の充実を進める。また、官民連携によるガイドマップや飲食店メニューなどの多言語化を推進し、消費行動における利便性の向上を図る。

観光案内所や観光施設、宿泊施設等でのコミュニケーションツール作成の支援
案内サインやガイドマップ、飲食店メニュー等の多言語化の推進
観光関連事業者等を対象としたインバウンド研修会の実施
外国人観光客向けコンシェルジュの配置

施策4 おもてなし人材の育成

観光地で心のこもった「おもなし」を受けたという体験が、リピーターや新たな観光客の誘致につながる。観光関連事業者にとどまらず、観光地全体でそれぞれの役割を果たすおもてなし人材を育成する。

観光関連団体や民間事業者、市民を対象とした研修会や出前講座の実施
ボランティア観光ガイド研修会の実施
ボランティア観光ガイドなどの活動支援
ボランティア団体相互のネットワークづくりの支援

戦略5 情報発信の充実

国内や国外、国内でも近距離や遠距離といった地理的状況、さらには来訪者のカテゴリーによっても、倉敷の観光資源の認知度が異なる。また、旅行目的によっても必要とする情報が異なるため、それぞれの対象にあわせた情報発信を行う。

施策1 観光公式ウェブサイト「倉敷観光WEB」による情報発信力の強化

倉敷からの地理的環境、旅行スタイルや属性によって必要とされる情報も異なることから、居住地ごとのニーズや行動特性などを把握・分析した上で、「倉敷観光WEB」の内容・構成の充実を図る。

- ターゲットに合わせたモデルコースや特集記事の作成
- 旅行会社等の商品造成時期などを考慮した戦略的な情報発信
- 公共交通機関に関する情報や広域的な観光情報の発信
- イベントや催しなどのタイムリーな情報提供

施策2 多様な媒体を活用した情報発信

新聞・雑誌、ウェブサイト、SNSなど観光客に向けた情報発信の媒体は多様化している。観光マーケティングにより重点化された各ターゲットの特性に即した媒体を選定し、効果的な情報発信を図る。

- 新聞・雑誌などマスメディアへの出稿宣伝
- SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を活用した情報発信
- テレビや観光関連サイト等を通じた倉敷の魅力を伝える映像の発信
- メディア系旅行会社や旅行記者クラブ等へのセールス活動

施策3 海外へ向けた積極的な発信

海外に向けた情報発信の媒体は多様化していることから、ターゲットに応じた媒体を有効に活用した情報発信を展開し、外国人観光客や海外の旅行会社への関心や意欲を喚起させる。

- 公式観光サイト「倉敷観光WEB」の多言語化と内容の充実
- 海外メディアやSNS、オンライン予約サイト等を活用した情報発信
- JNTO(日本政府観光局)海外事務所サイトとの連携
- 現地の観光関連サイト等を通じた倉敷の魅力を伝える映像の発信
- 岡山県PRデスク(台湾・韓国)を通じた現地での情報発信

第4章 観光振興プログラムの実現に向けて

1. 各主体の役割

本プランの計画期間である5年間において、より大きな成果を生み出していくためには、行政や観光協会等の観光関連団体、民間事業者、市民等の総力を結集した複合的な取組が必要である。そこで、本章では第3章の戦略を実現するための各主体の役割と取組の視点について整理する。

(1) 市の役割

これまで市は、平成16年に「倉敷市観光振興アクションプラン」を策定し、市の観光担当セクションと(公社)倉敷観光コンベンションビューローとの連携による様々な観光振興の取り組みを行ってきた。

市は今後も、自ら観光振興を推進してだけでなく、各地域の観光関連団体や民間事業者、市民などとの連携を深め、地域の特色を活かした観光資源の開発・発信、観光客を迎える環境の整備、観光客の視点に立った観光を基軸としたまちづくりなど、持続的な観光振興を推進していく。さらに、国や県、周辺都市との行政区画を前提としない連携を深め、地域の活性化に向けた施策を展開していく。

(2) 公益社団法人倉敷観光コンベンションビューローの役割

(公社)倉敷観光コンベンションビューローは、行政や民間事業者との連携を図りながら、国内外の観光客誘致を推進する。また、各地の観光関連団体等と連携し、市全域をカバーする唯一の広域観光推進団体として、市の行政を補完する機能を担っている。

倉敷の観光振興の推進においては、行政だけでなく、民間事業者との関係が重要となることから、公・民の性格を併せ持ち、行政と民間をつないでいる本公社の役割は極めて重要である。本公社は、観光産業振興における専門性の向上を図るとともに、その体制・機能を強化し、市と一体となった効果的な事業を展開していく。

(3) 民間事業者の役割

旅行事業者や交通事業者、宿泊事業者などの民間事業者は、市の観光振興施策と連携し、旅行商品の開発や倉敷のPR、観光情報の提供など、国内外の観光客誘致に向けた様々な取組を展開している。

今後は、多様化する観光客のニーズに対応した商品の開発をはじめ、観光施設や商業施設、飲食店等での外国語による対応、観光客の利便性が高まる観光情報の提供、ホスピタリティあふれる対応など、観光客の満足度向上に貢献するサービスの提供をより一層充実させていく。

(4) 市民の役割

観光は、必ずしも専門的な産業分野ではなく、市民に身近な分野である。交流人口の拡大は、倉敷において文化や芸術などに新たな価値を創造する。そして、観光による交流は、観光客とともに市民が主役となって成立するものである。

本市においても、市民の一人ひとりがホスピタリティや寛容な心を持って観光客に接することで、倉敷ファンを増やしていくことが大切である。

また、市民自らが生活する町や地域についての理解を深め、そこへの誇りや愛着を育むとともに、人々が集まり、にぎわいのある魅力的なまちづくりに向けた取組に参加していくことも重要なことである。

2. 倉敷の観光振興を支える視点

(1) 各主体が一体となった観光振興の推進

これまで倉敷では、様々な主体が連携して、観光振興の推進に向けた取組を進めてきた。しかし、今後、更なる観光客誘致を図るためには、各主体の役割分担を踏まえ、より強固な連携関係を構築するなど、倉敷が一体となった取組を進めていかなければならない。

市の施策推進にあたっては、観光振興を単に担当セクション単独の課題と考えるのではなく、まちづくり、教育や福祉など市政全般に関わる総合的な課題であると改めて認識し、市全体の取り組みとして推進していくことが必要である。

また、広域での観光振興にあたっては、周辺都市と積極的に課題を共有し、特に、高梁川流域連携中枢都市圏においては、今後の人口減少・少子高齢化社会への対応と圏域全体の経済成長を目指す取り組みを促進させる。

さらに、地域における観光振興の担い手としての役割が期待される観光関連団体・商工関連団体や、多様化する観光客ニーズへの対応力と豊富な知識や経験の活用などが期待される民間事業者との情報共有を十分に図っていくなど、具体的な事業実施における関係を強化する。

(2) 各観光マーケティングの強化

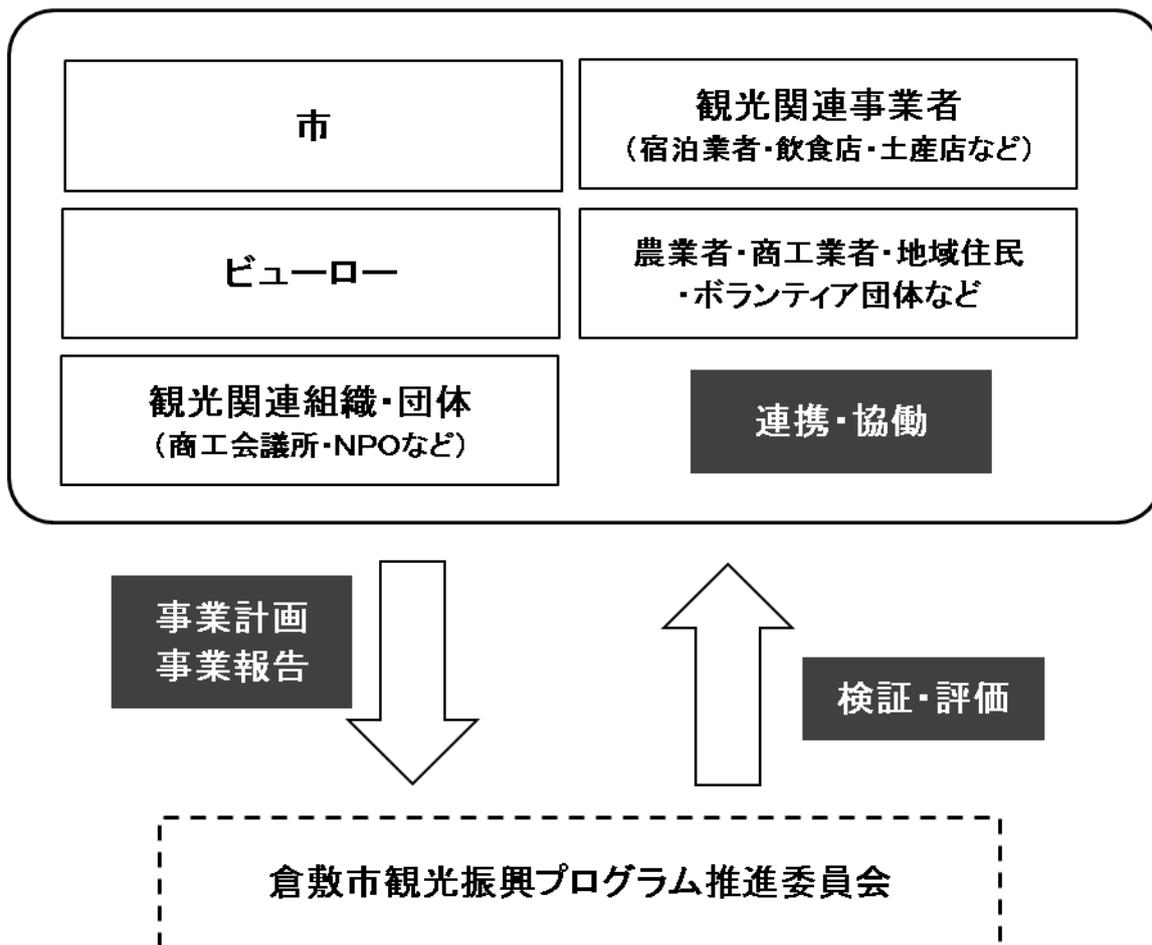
倉敷にどのような人が訪れ、どう感じ、何を求めているかなど、観光客の動向にかかわる様々なデータの把握が必要である。これらは、個々の事業者がそれぞれの立場で把握してはいるものの、「観光地 倉敷」全体での課題を共有し、その解決に受けた取り組みを展開しなければならない。

今後、さらなる観光客の誘致にあたっては、観光客の嗜好や特徴的な行動パターン、消費行動などを詳細に分析した、きめ細やかなマーケティングを実施し、その特性に応じたプロモーション戦略を構築する。

(3) 推進体制の構築

本プログラムの推進にあたっては、観光マーケティングにより戦略や数値目標を明確にし、市や倉敷観光コンベンションビューローをはじめとする観光関連事業者とともにPDCAサイクルに基づく進行管理を行う。

3. 推進体制



4. 進行管理と評価

本計画に盛り込まれた施策を推進し、目標を達成するため、「倉敷市観光振興プログラム推進委員会（仮称）」を評価機関と位置づけ、目標の達成状況や施策の進捗状況を把握するとともに、取り組みの成果と課題について検証を行い、次の事業展開に生かす。

5. 計画の見直し

本市を取り巻く社会経済情勢が、計画策定時の想定を大きく越えた変化が生じた場合、計画期間中においても、必要に応じて計画の見直しを行う。

倉敷観光振興プログラム

倉敷市文化産業局文化観光部観光課

〒710-8565 倉敷市西中新田 640 番地

Tel : 086-426-3411 Fax : 086-421-0107

E-Mail : trsmins@city.kurashiki.okayama.jp