

明石の観光の課題と解決の方向性（案）

「明石市観光振興基本構想」策定に係る観光実態・ニーズ調査報告書より	3委員会の議論より (懇)=懇話会、(振)=振興連絡会、(庁)=庁内検討会	明石の観光の課題		解決の方向性 3委員会の議論より (懇)=懇話会、(振)=振興連絡会、(庁)=庁内検討会		
■なぜ観光振興なのか、何を指す観光とするか、ビジョンの提示が必要だ	■観光振興に取り組む目的を確認し、共通認識すべきだ(懇)	⇒	明石市が観光振興に取り組む目的が明確でない	理念	⇒	<b>観光振興を通じて地域の課題解決に取り組む(懇)</b> ・観光消費による経済的効果、住む誇りにつながる社会的・文化的効果を目的として観光まちづくりに取り組む。
■滞在時間が短い	■体験できる観光資源が少ない(懇)	⇒	観光資源の活用が十分でなく、体験して楽しむ資源が少ない	観光資源	⇒	<b>体感できる魅力を増やす(懇)(振)(庁)</b> ・豊富な観光資源を活用し、創る・触れる・食べる・歩くなどの魅力を開発する。 ・季節感のある仕掛けで通年の来訪を促進する。
■訪問場所が明石駅周辺に集中している	■市内を回遊する観光客が少ない(振)(庁)	⇒	観光資源のネットワーク化が十分でなく、回遊の魅力が薄い		⇒	<b>明石公園の来園者を回遊させる(振)(庁)</b> ・道路整備や市街地整備の進捗を踏まえながら、明石公園への来園を市内観光へ誘導する。
■冬と夏の来訪おすすめ度が低い	■通年で来訪する動機が不足している(振)	⇒	通年で来訪する動機が不足している		⇒	<b>市場にとらわれすぎず、明石らしさを重視する(懇)(振)</b> ・他地域に自慢できることを顕在化する。 ・明石本来の姿を観光客も楽しめる方法を開発する。
■40歳未満の若年層の来訪者が少ない ■リピーターが大半を占める	■誰に明石に来てほしいかを再考すべきだ(懇)	⇒	来訪者数が先細りになるおそれがある 来訪者層が認識されていない	来訪者層	⇒	<b>来訪者層を柔軟にとらえて発想する(懇)(振)(庁)</b> ・日帰り、立ち寄り、宿泊、団体、通勤・通学者まで含めて明石の「客層」を想定する。
■宿泊者は神戸市、淡路島に立ち寄っている ■宿泊客が少なく、市内宿泊者よりも市外宿泊者が多い		⇒	宿泊観光は市内で完結していない		⇒	<b>神戸・淡路・姫路など他市との連携を視野に入れる(懇)(振)</b> ・広報・宣伝における連携、広域観光ルート上での独自の魅力づくり、観光圏形成の検討などを行う。
■資源が多いため、明石のイメージが分散している ■明石が観光地と認識されていない ■明石から連想するキーワードは地元(近畿)と全国で差がある ■県外からの来訪者が少ない	■県外に向けたPRが弱い(庁)	⇒	明石の魅力が知られていない 情報が戦略的に発信されていない	広報・宣伝・情報提供	⇒	<b>実効性の高い情報発信戦略をつくる(懇)(振)(庁)</b> ・イメージの強調や絞り込み、主観や評価に関わる情報の発信、新しいメディアへの働きかけ、バーチャル市民の活用などにより、具体的な誘客に結びつける。
■案内標識と観光案内窓口の満足度が低い		⇒	来訪者に対する情報提供に改善が必要である		⇒	<b>もてなしの気持ちを高める(庁)</b> ・もてなしの気持ちづくりを基本に受入れ体制を整える。
■観光客向けサービスをしない事業所(店舗)が7割である	■現場には賛否両論がある(振) ■観光地として中途半端な状況にある(庁)	⇒	観光まちづくりの意義を事業者に伝える必要がある	地域	⇒	<b>市場にとらわれすぎず、明石らしさを重視する(懇)(振)(再掲)</b> ・他地域に自慢できることを顕在化する。 ・明石本来の姿を観光客も楽しめる方法を開発する。
■中心市街地の事業者とその他地域では求める観光振興施策が異なる	■空店舗の多い商店街がある(懇)	⇒	地域の魅力を引き出す観光振興策が必要である		⇒	<b>もてなしの気持ちを高める(庁)(再掲)</b> ・もてなしの気持ちづくりを基本に受入れ体制を整える。 <b>体感できる魅力を増やす(懇)(振)(庁)(再掲)</b> ・豊富な観光資源を活用し、創る・触れる・食べる・歩くなどの魅力を開発する。 ・季節感のある仕掛けで通年の来訪を促進する。
■観光に係る組織の連携がとれていない	■体験観光を担う組織が重要(懇)	⇒	観光をコーディネートする組織、体験観光を担う組織などの体制が明確でない	推進体制	⇒	<b>観光まちづくりのプラットフォームを検討する(懇)</b> ・厳しい財政状況のなか、国の観光支援策を積極的に利用して検討、試行する。