

倉敷市観光振興プログラム（第2期）



～持続可能な観光先進都市・倉敷を目指して～



倉敷市

令和3年3月

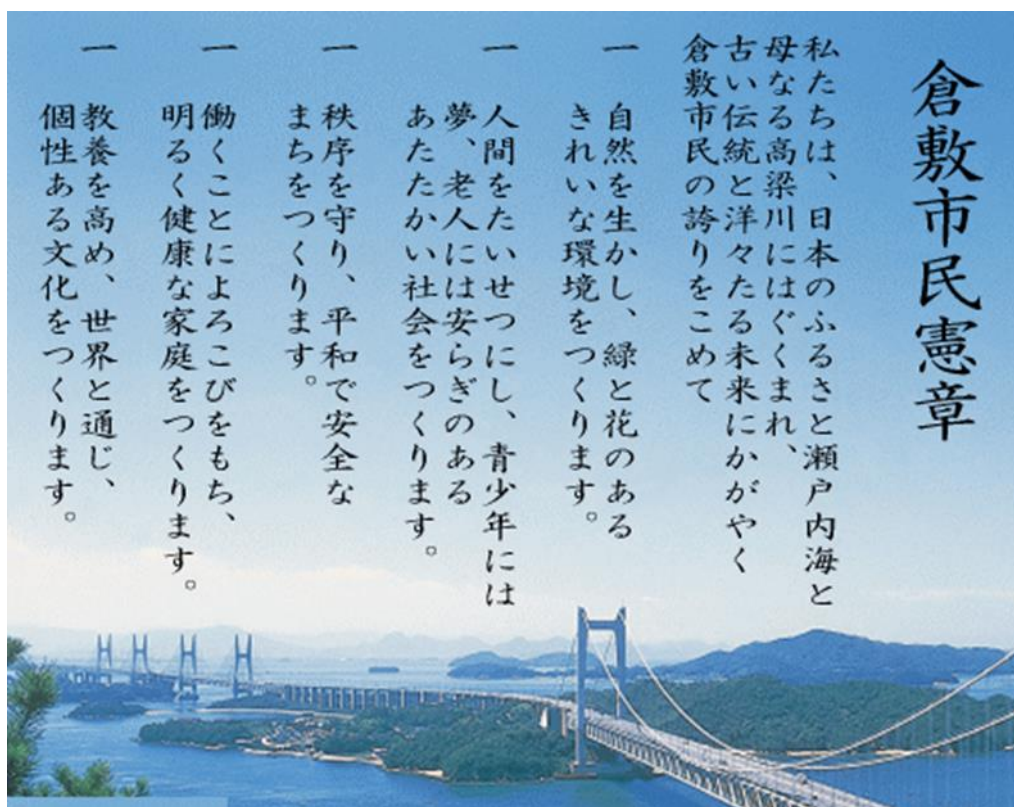
「倉敷市観光振興プログラム（第２期）」の策定について

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、平成 28 年にはその後継として「倉敷市観光振興プログラム」を策定し、観光を地域に幅広い経済波及効果をもたらす裾野の広い総合産業として捉え、全市を挙げて観光振興を図っている。

しかしながら、平成 30 年 7 月豪雨や新型コロナウイルス感染症の影響も重なり、近年の観光客数は伸び悩む一方で、情報通信技術の革新による情報流通ルートの多様化、外国人観光客の急速な増減、SDGs を踏まえた取組の推進、感染症を契機とした新しい生活様式による旅行スタイルの実践など、本市の観光を取り巻く環境は大きく変化している。

人口減少に伴い今後国内市場の縮小が予測される中、倉敷の将来に向けた持続的な成長と発展を実現するには、観光交流人口を拡大することで地域経済を活性化していくことが重要であり、このためには、本市の特性や観光振興の意義を十分踏まえつつ、新たな発想で取組を推進していく必要がある。

こうした観光を巡る状況に的確に対応するため、中長期的な視点に立ち、総合的かつ体系的な観光振興を図る観点から、倉敷市観光振興プログラム（第２期）を策定し、持続可能な観光先進都市・倉敷を目指して、本プログラムに基づき、様々な観光施策を戦略的に展開していく。



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 倉敷の観光振興の方向性 2

第2章 観光の現状と課題

- 1 国の観光の現状 5
- 2 倉敷の観光の現状 7
- 3 倉敷の観光の課題 14
- 4 これまでの取組の検証 15

第3章 観光振興に向けた施策展開

- 倉敷観光振興に向けた5つの戦略 21
 - 戦略1 競争力の高い魅力ある観光地域の形成 22
 - 戦略2 広域観光の推進 23
 - 戦略3 誘致・プロモーション活動の強化 24
 - 戦略4 受入環境の充実 25
 - 戦略5 外国人観光客の誘致拡大 26
 - 【SDGsの推進】 27
 - 【日本遺産の活用】 27
 - 【大規模な感染症流行時における本市の観光振興】 28

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 29
- 2 倉敷の観光振興を支える視点 30
- 3 推進体制 31

<< 資料編 >> 32～38

- ・倉敷市観光ゾーニング
- ・高梁川流域圏観光ゾーニング
- ・本プログラム策定経過
- ・倉敷市観光振興プログラム推進委員会

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

我が国においては、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、国内の経済に大きな影響を与えることが懸念される中、観光による交流人口の拡大は、大きな経済効果を生み、地域経済の発展とともに地域活力の創出につながるものと考えられている。

こうしたことから、政府は、観光を成長戦略の柱、地方創生への切り札と位置付け、「明日の日本を支える観光ビジョン（平成28年3月）」や、毎年の行動計画である「観光ビジョン実現プログラム」を策定し、観光消費額の8割を占める日本人国内旅行の振興に加え、近年、世界的にも著しい成長分野であるインバウンド（訪日外国人旅行）を取り込むことにより、観光立国の実現に取り組んでいる。

一方で、令和2年1月に国内でも発生が確認された新型コロナウイルス感染症の影響により、観光需要は大きく減少し、全国の旅行業、宿泊業はもとより、地域の交通や飲食業、物品販売業など多くの産業に深刻な影響が出ており、国を挙げて対策に取り組んでいるところである。

現在、国内の観光は厳しい状況にあるが、自然、食、伝統文化、歴史など日本各地の観光資源の魅力が失われたものではなく、国内外の感染症の状況を十分に見極めつつ、国内旅行とインバウンドの両輪により、観光立国を実現していくこととしている。

(2) 本市を取り巻く状況

① 旅行ニーズの変化と着地型旅行商品へのニーズの高まり

近年、旅行形態は団体型から個人・小グループ型へと変化するとともに、旅行ニーズはこれまでの観光スポットを訪れるだけの「物見遊山」型の観光（モノ消費）から、地域におけるまち歩きや、人々との交流、地域ならではの体験を楽しむ「滞在交流」型の観光（コト消費）へと変化している。こうした旅行ニーズに対応するため、観光地においては、地域の多様な関係者が横断的、広域的に連携し、その地域ならではの商品・サービスを提供する多角的な着地型旅行商品（滞在コンテンツ^{※1}・プログラム^{※2}）の開発が求められている。

※1 来訪者に対して、滞在する際の魅力要素として提供する一つ一つの観光資源のことを滞在コンテンツと呼ぶ。

※2 滞在コンテンツを組み合わせ、来訪者の滞在時の過ごし方を提案するものを滞在プログラムと呼ぶ。

② 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が主流となっている。また、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。さらに、スマートフォンやタブレット端末など携帯情報端末の急速な普及により、観光客が自由に旅行情報にアクセスできる環境が整備されている。あわせて、Ma a S（モビリティ・アズ・ア・サービス^{※3}）といった新たなシステムの構築も進められている。

※3 ICTを活用し、バスや電車、タクシー、飛行機など、自家用車以外のすべての交通手段による移動を一つのサービスで完結させること。

③ 訪日外国人観光客の動向

観光先進国の実現に向け、国は、訪日外国人観光客の誘致を強力に推進しており、2019年の訪日外国人観光客数は3,188万人と7年連続で過去最高を更新している。本市においても、アジア圏を中心に順調に推移していたが、現在、感染症の影響により、インバウンドは非常に厳しい状況にある。しかしながら、国は中長期的なスパンにおいて、インバウンドには引き続き大きな可能性があるとしており、2030年に6,000万人の目標は達成可能としている。

④ SDGs（持続可能な開発目標）への取組

近年、SDGsに向けた取組が重視される中、この理念を踏まえた観光についても推進が求められている。このためには「経済」「社会文化」「環境」の適切なバランスが重要であり、地域に暮らす住民や環境に適切に配慮するとともに、旅行者に満足度の高い観光体験を継続的に提供することなどが必要とされている。なお、本市は、SDGsの達成に向けた優れた取組が国に認定され、令和2年度に「SDGs未来都市」に選定されている。

⑤ 人口減少の進行

人口減少の進行により、産業分野における労働力の不足や消費の縮小が起これ、これに伴う国内観光市場の縮小が懸念されている。こうした状況に対応するためには、国内の旅行消費を活性化させることが必要であり、1人当たりの旅行回数や、1人1回当たりの旅行支出を増加させることなどが重要とされている。

⑥ 感染症や大規模災害等への対応

今後は当面、感染症の拡大防止と観光振興の両立を図っていくことが求められる。まずは、旅行者、観光関連事業者双方における感染防止対策の徹底を図るなど、旅行者が安全・安心に旅行できる環境づくりが重要である。また、今後普及が見込まれているワーケーション等、より安全で快適な新しい生活様式による旅行スタイルへも対応するなど、感染症の状況等を見極めながら段階的に施策を展開する必要があるとされている。あわせて、近年頻発している大規模な自然災害等に対応するため、ハード・ソフト両面からの環境整備が求められている。

2 倉敷の観光振興の方向性

（1）倉敷の特性

本市は、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、近年は工業都市、そして文化観光都市として発展してきた。また、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有する倉敷地域をはじめ、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域、果物王国岡山を代表する白桃の一大産地である玉島地域、日本有数の工業地帯が織りなす夜景が美しい水島地域、マスカットとスイートピーの一大生産地である船穂地区、静かで美しい竹林のまち、ピオーネの産地である真備地区など、質の高い観光資源が豊富にある、年間520万人以上が訪れる県内有数の観光都市である。

また、「一輪の綿花から始まる倉敷物語～和と洋が織りなす繊維のまち～」に続き、「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～」「桃太郎伝説」の生まれたまち おかやま～古代吉備の遺産が誘う鬼退治の物語～」が日本遺産に認定され、全国で初めて3つの日本遺産を有するまちとなっている。

長い年月を重ねて成熟し、洗練された都市である倉敷は、観光客を惹き付ける高い潜在能力

を持った文化観光都市である。

(2) 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ことができる。観光客が増加することにより、文化・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、観光消費が拡大する。さらには、製造業や農林水産業等にまで観光との関わりが拡大するなど、様々な就業形態において、雇用創出と利益の拡大に結び付くことが期待できる。

地域がこうした「稼ぐ観光」を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）をもたらし、地域が「持続的に発展する」原動力となる。

本市は、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、積極的に観光産業の振興を推進していかなければならない。

(3) 本プログラムの位置付け

本プログラムは、「倉敷市第七次総合計画」の分野別計画、本市の観光に関する「基本計画」の役割を有し、平成28年に策定した「倉敷市観光振興プログラム」を継承するものである。

また、地方創生に係る本市の総合戦略となる「第2期倉敷みらい創生戦略」の実践計画と位置付けている。

●「倉敷市第七次総合計画」（令和3～12年度）の分野別計画※

※ 本市の観光に関する「基本計画」の役割を有する（観光行政の指針）

●「倉敷市観光振興プログラム」（平成28年3月）の後継計画

●「第2期倉敷みらい創生戦略」（令和3～7年度）の実践計画

(4) 本プログラムの考え方

観光地が維持され、発展していくためには、多くの観光客にお越しいただくだけでなく、観光客の市内での観光消費単価を高めていくことが重要である。観光客に長く滞在していただくことに加え、観光客が観光消費行動を起こしたくなる魅力的なコンテンツの充実や、観光客の市内周遊の促進などにより、市外からの観光消費を拡大させ、それを市内で循環させることで地域が潤い、更なる観光投資が生まれ、持続可能な観光地域が形成されていく。

本市としても、このような視点に基づき、景観、町並みなど倉敷の持つ特色を維持・発展させつつ、観光関連事業者の「稼ぐ力」を引き出すための取組を推進し、官民連携による「持続可能な観光先進都市」を創っていく。

① 本プログラムの理念

目指すまちの姿

- 倉敷の魅力を国内外にPRし、たくさんの人が訪れるようになっている。

[倉敷市第七次総合計画 基本目標2-8]

基本施策

- 多くの観光客が訪れ、長く滞在することで、消費が促進され地域が潤い、それを活力に、より良い環境を整えていく、「地域の特色を生かした稼ぐ力」を備えた「持続可能な観光先進都市」を創り、観光客と受け入れる側の互惠関係を築く。

② 施策展開の方向性

●「稼ぐ力」を備えた競争力の高い観光地域づくり

倉敷の豊富な観光資源を多角的に組み合わせることで新たな魅力を創出し、地域の特色を生かした競争力があり付加価値の高い旅行商品づくりを促進することにより、「稼ぐ力」を備えた観光地域の形成を図る。

●広域・都市間連携の推進

高梁川流域連携中枢都市圏をはじめ、多様な魅力を持つ周辺都市等と連携し、観光客の周遊性の向上など広域連携のメリットを生かした誘客を促進する。

●誘客プロモーション活動の積極展開

ニーズや動向等を捉えたマーケティング戦略に基づい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。

●滞在満足度の高い受入環境づくり

訪れた人が少しでも長く安心して滞在し、満足してもらえるよう、居心地の良い観光地づくりを進める。

●外国人観光客の誘致

今後も観光振興に大きな可能性が見込まれる外国人観光客の誘致について、国の動向等を踏まえつつ、戦略的な取組を進める。

③ 本プログラムの期間

計画期間は、令和3～7年度の5か年とする。ただし、中間年度にあたる令和5年度にプログラムの進捗状況と成果を検証し、目標値を見直す。

計画期間

令和 3 ～ 7 年度（5か年）

④ 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。

評価指標	単位	実績値 (令和元年)	目標値 (令和7年)
●市内主要観光地の観光客数（千人／年）	千人	5,208	5,800
●市内宿泊客数（千人／年）	千人	949	1,100
●外国人観光客宿泊者数（人／年）	人	76,534	115,000
●観光消費額（百万円／年） ※ 日帰り・宿泊別来訪者数×観光消費単価（岡山県）	百万円	49,263	55,000

※ 令和5年度に、進捗状況等を検証し目標値（令和7年）を見直す

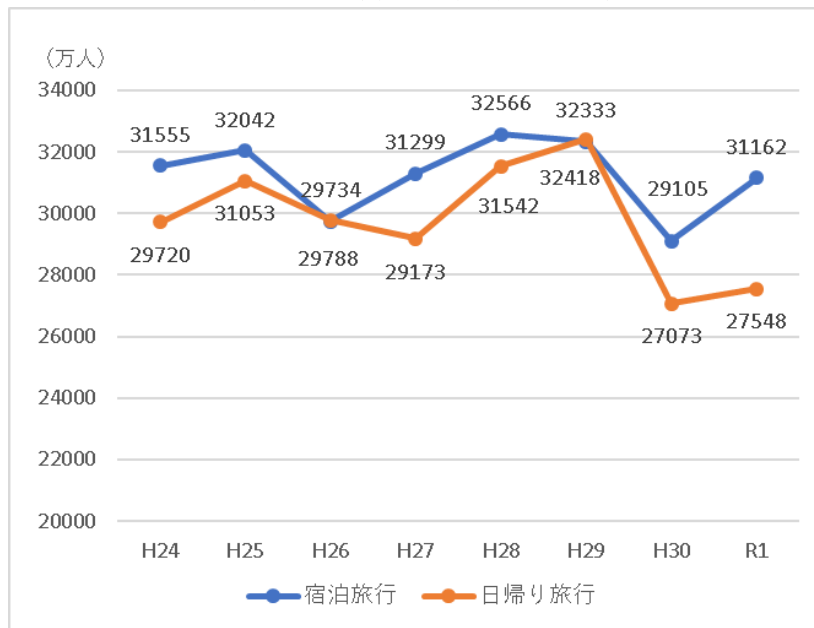
第2章 観光の現状と課題

1 国の観光の現状

(1) 日本人旅行者

日本人の旅行については、消費税率引き上げや豪雨、地震等の大きな災害があった年を除き、ほぼ横ばいで推移してきた。令和元年はゴールデンウィークが10連休であったこと等により、旅行者数及び旅行消費額ともに前年から増加しているものの、令和2年1月以降、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、国内外の観光需要は大幅に減少している。

【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】



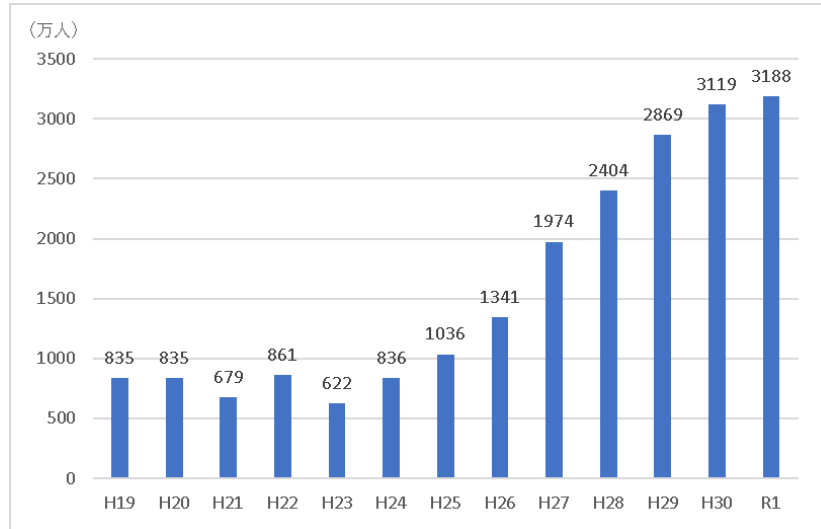
【日本人国内旅行消費額の推移】



資料：令和2年版観光白書

(2) 訪日外国人旅行者

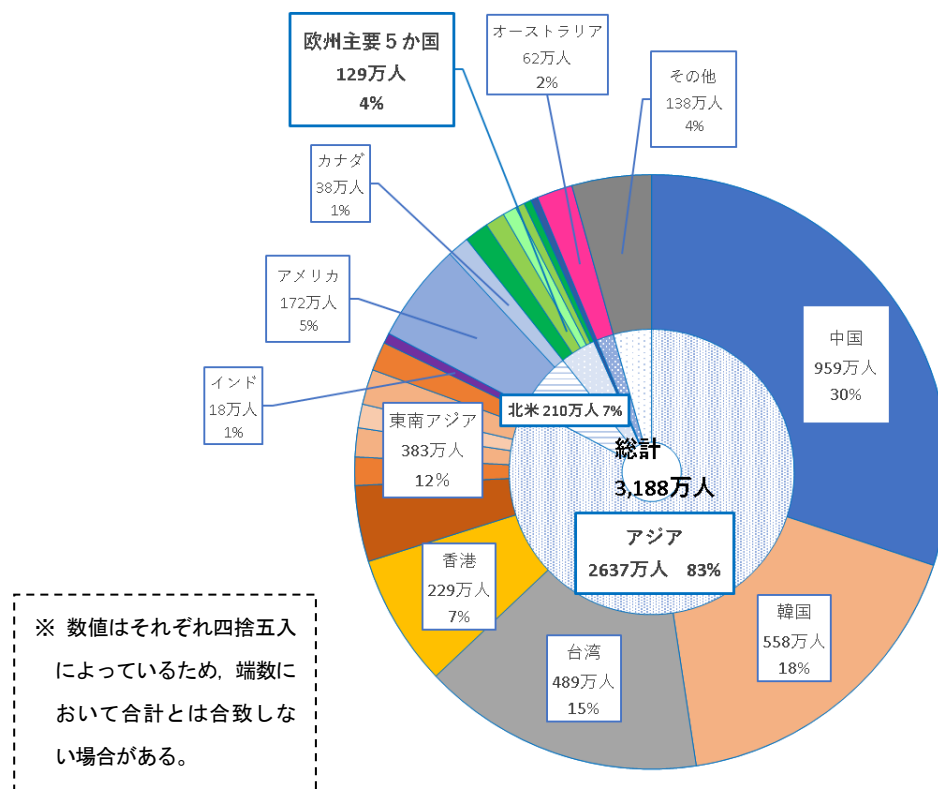
訪日外国人旅行者数は令和元年に 3,188 万人となり、2 年続けて 3,000 万人を超え、7 年連続で過去最高を更新した。近隣アジア諸国を中心とした諸外国からのインバウンドが増加する中、ビザ緩和や消費税免除制度拡充等の大胆な取組、多言語表記をはじめとする受入環境整備、インバウンド関係者が連携して取り組んだプロモーション等の成果によるものと考えられる。



資料：令和2年版観光白書

令和元年の訪日外国人旅行者数を国・地域別にみると、アジアからの旅行者数が約8割となっている。年間を通じた、中国や東南アジア等との間の航空便数の増加等が、訪日需要を喚起したと考えられる。

【令和元年訪日外国人旅行者の内訳】



資料：令和2年版観光白書

2 倉敷の観光の現状

(1) 観光入り込み客数

観光入り込み客数は、美観地区や鷺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。その後、経済状況や旅行先の多様化などから減少していたが、平成9年のチボリ公園開業により、900万人台まで回復する。平成13年以降は、東日本大震災等の外的要因による減少や、平成28年の大型観光キャンペーンによる増加があったものの、旧基準※で600万人前後、新基準※では500万人前後で推移している。

H10年：岡山県デスティネーションキャンペーン

H17年：美観地区夜間景観照明開始

H20年：チボリ公園閉園

H21年：新型インフルエンザ世界的大流行

H22年：国民文化祭開催

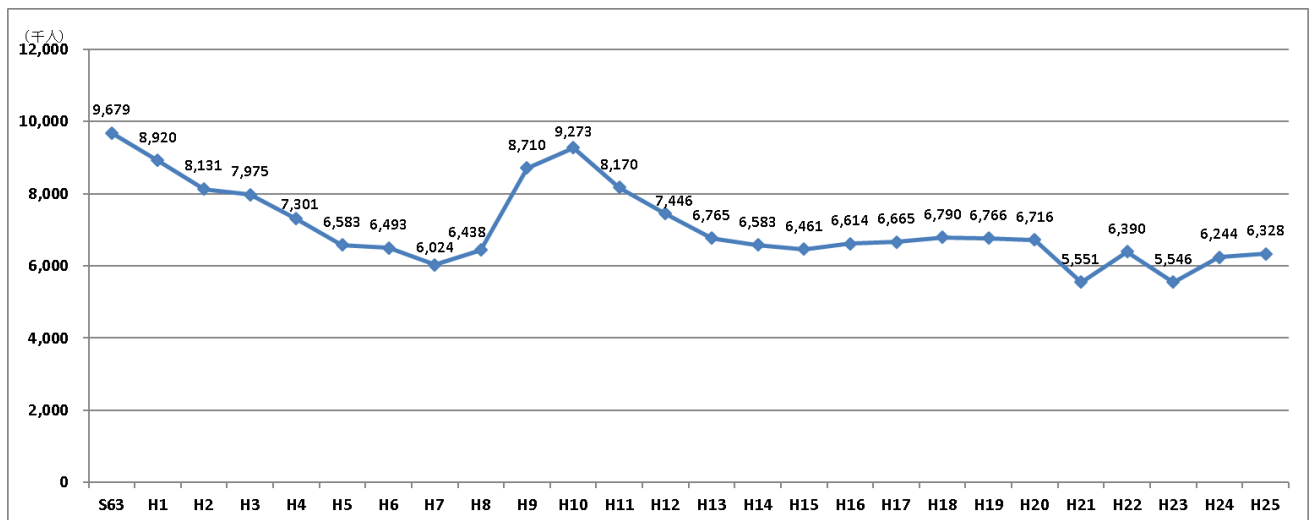
H23年：東日本大震災、倉敷駅北大型商業施設開業

H28年：岡山県デスティネーションキャンペーン

H29～30年：3つの日本遺産認定

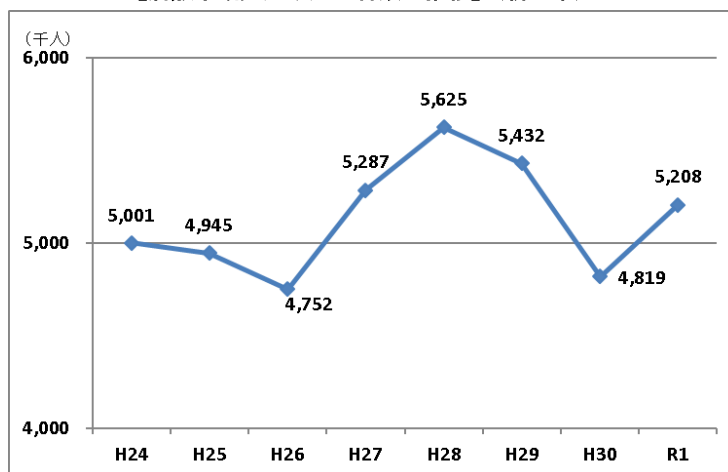
H30年：平成30年7月豪雨

【倉敷市観光入り込み客数の推移】(旧基準)



資料：平成25年倉敷市観光統計書（旧基準での統計）

【倉敷市観光入り込み客数の推移】(新基準)



資料：令和元年倉敷市観光統計書（新基準での統計）

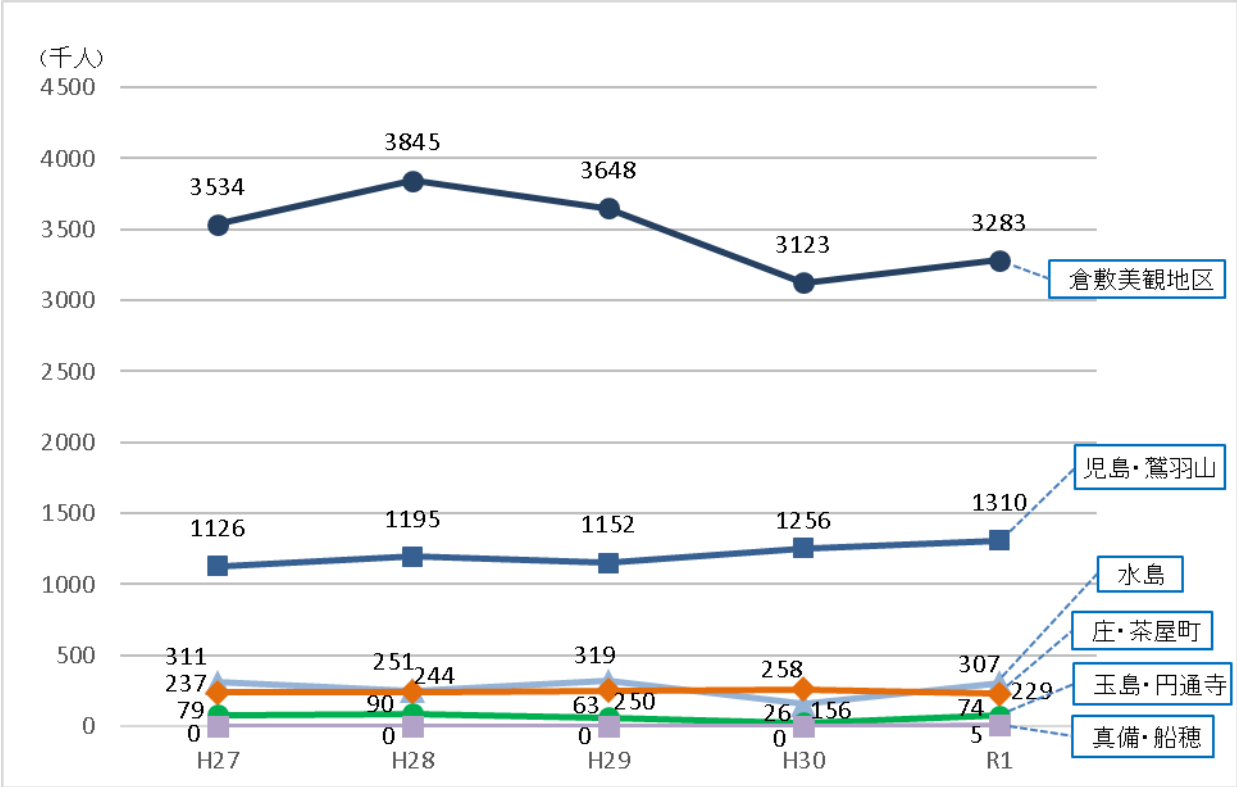
※新旧基準について

倉敷市観光統計書は、岡山県観光客動態調査報告書から「観光地別観光客の推移」を引用している。

平成26年分より、岡山県の観光客の推計方法が国の共通基準に統一されたことに伴い、本市の観光客数にも変更が生じた。

過去5年間の主要観光地別観光客数は、倉敷美観地区では平成28年の岡山県デスティネーションキャンペーンや平成30年7月豪雨等による増減がみられる。また児島・鷺羽山では平成30年の瀬戸大橋30周年の影響を受けた増加や、水島での平成30年の水島港まつりの中止による減少等がみられるが、その他では平成26年からあまり変化はみられない。

【主要観光地別観光客数の推移】



資料：令和元年倉敷市観光統計書

(単位：千人 一千人未満は切り捨て)

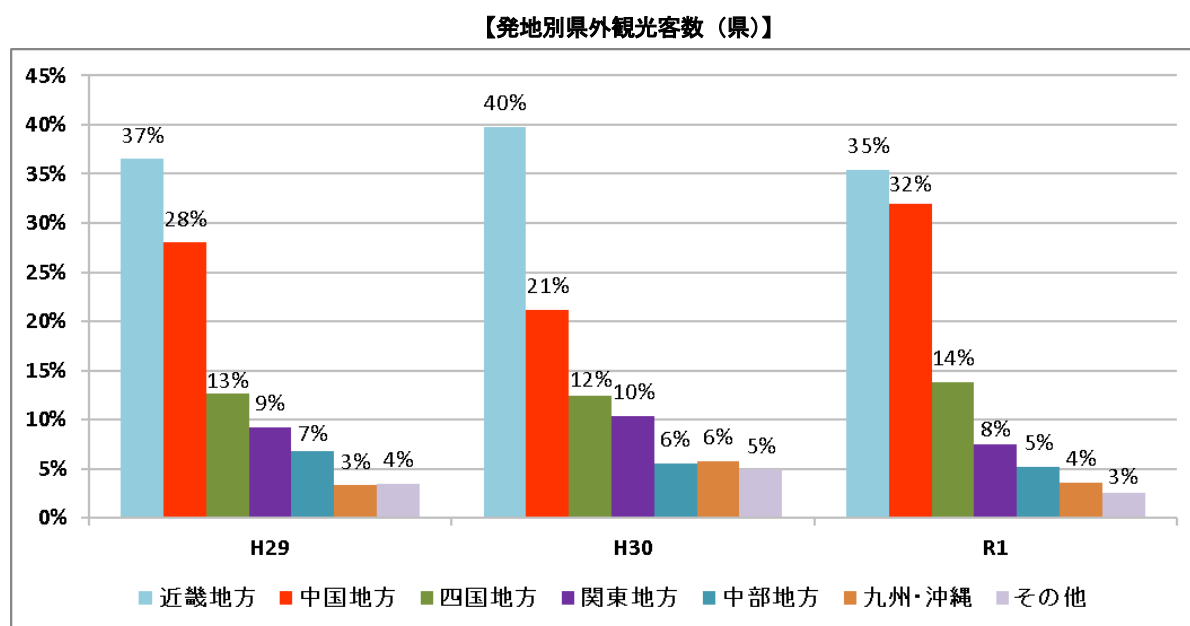
	H27	H28	H29	H30	R1
倉敷美観地区	3, 534	3, 845	3, 648	3, 123	3, 283
児島・鷺羽山	1, 126	1, 195	1, 152	1, 256	1, 310
水島	311	251	319	156	307
庄・茶屋町	237	244	250	258	229
玉島・円通寺	79	90	63	26	74
真備・船穂※	-	-	-	-	5

資料：令和元年倉敷市観光統計書

※ 観光庁の共通基準（新基準）による集計方法では、「前年の観光入込客数が1万人未満」の観光地点、「前年の特定月の観光入込客数が5千人未満」の行祭事・イベントが対象外となっている。

(2) 発地別県外観光客数（岡山県）

令和元年の県外観光客は、近畿地方 35%、中国地方 32%、四国地方 14%など、「近距離」からの観光客が約 80%を占めている。一方、関東地方、中部地方など「遠距離」からの観光客は約 20%であり、3年間の状況では大きな変化はみられない。



(3) 利用交通機関別の観光客数（岡山県）

岡山県内観光地を訪れる観光客の利用交通機関は、自家用車利用の観光客が全体の約 60%を占めている。次いで、観光バスや鉄道の利用が多く、この傾向が数年続いている。

（単位：千人，％）

	平成29年		平成30年		令和元年	
	観光客数	構成比	観光客数	構成比	観光客数	構成比
自家用車	10,297	65.6	8,769	60.8	11,808	69.8
観光バス	1,880	12.0	2,605	18.1	1,555	9.2
鉄道	2,402	15.3	1,782	12.4	2,166	12.8
定期バス	103	0.7	305	2.1	153	0.9
タクシー	2	0.0	22	0.2	109	0.6
その他※	1011	6.4	944	6.5	1130	6.7
計	15,695	100	14,427	100	16,921	100

※その他：船舶等

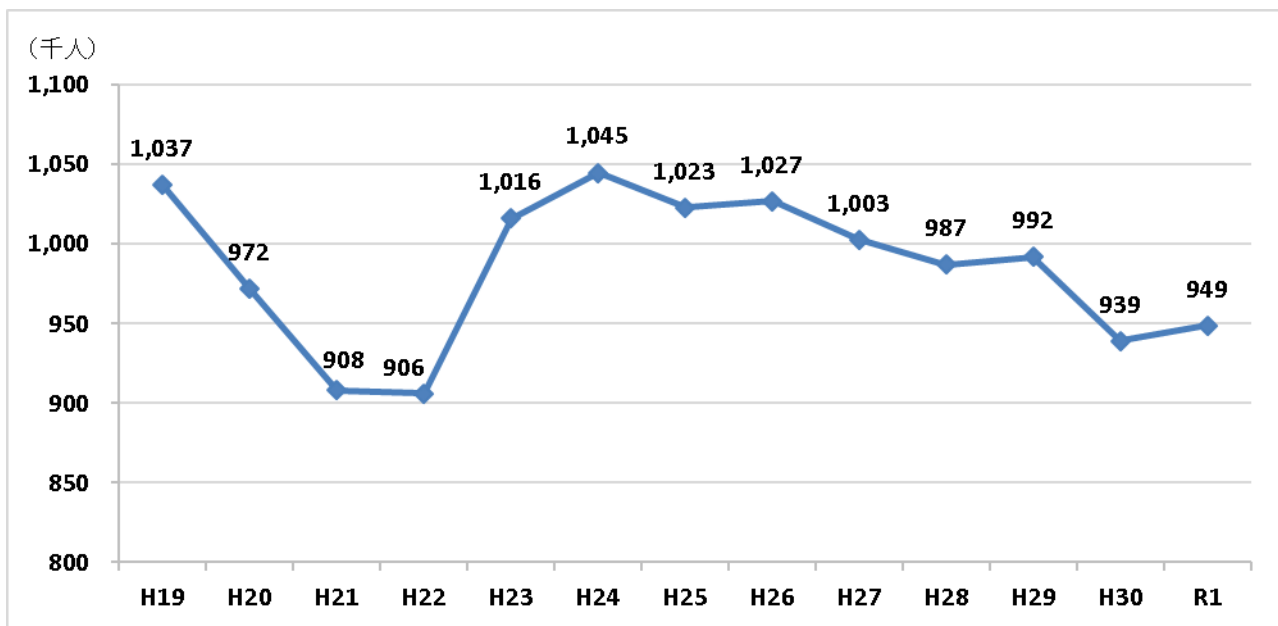
資料：令和元年岡山県観光客動態調査報告書

(4) 宿泊者数

P7 の下段の表のとおり、令和元年の観光入り込み客数が 5,208 千人（新基準）に対し、年間の宿泊者数は 949 千人である。平成 24 年以降、緩やかに下降傾向にある。全体の約 60% を倉敷地区が占め、次いで児島地区、水島地区の順に多くなっている。

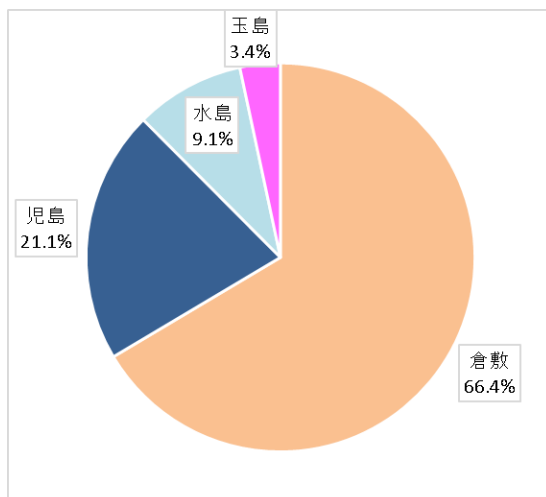
また、月ごとの宿泊者数をみると、春・夏休みが含まれる 3、8 月や、秋の行楽シーズンである 10、11 月が比較的多く、12、1、2 月の冬場が少ない。

【年間宿泊者数の推移（倉敷市全体）】

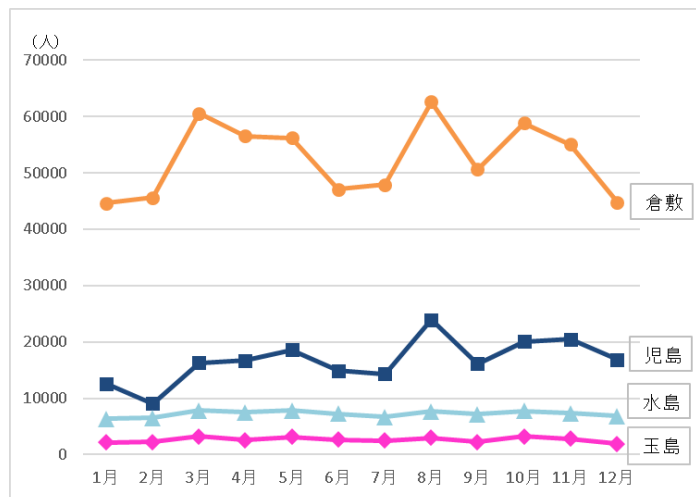


資料：令和元年倉敷市観光統計書

【令和元年宿泊者数割合】



【令和元年地区別宿泊者数（月別）】



資料：令和元年倉敷市観光統計書

(5) 滞在時間等

平均滞在時間は、倉敷・水島地区3時間43分、児島地区3時間29分、玉島地区3時間36分であった。前回（平成26年実施）と比較すると、微増傾向にあるものの、大きな変化はなかった。また、旅行形態では、倉敷・水島地区を中心に日帰りの割合が高くなっている。来訪者の男女比は概ね同程度であるが、前回と比較するとすべての地区で女性客の割合が増加している。

【来訪者滞在時間等】

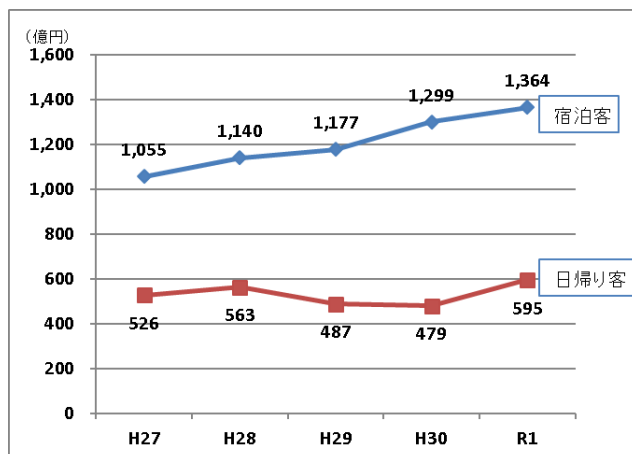
項目		倉敷・水島地区		児島地区		玉島地区	
		今回	前回	今回	前回	今回	前回
昼間滞在時間	日帰り客	2時間49分	2時間44分	2時間40分	2時間35分	2時間45分	2時間26分
	宿泊客	5時間15分	5時間5分	4時間22分	4時間34分	4時間28分	4時間18分
	全体	3時間43分	3時間39分	3時間29分	3時間31分	3時間36分	3時間33分
時間帯別 ピークタイム	流入時間	11時台	12時台	10時台	11時台	12時台	12時台
	流出時間	16時台	15時台	15時台	14時台	16時台	13時台
	滞在時間(※)	11～17時台	11～17時台	11～17時台	10～16時台	9～17時台	9～17時台
旅行形態	日帰り	63.9%	61.3%	53.0%	56.0%	51.2%	40.5%
	宿泊	36.1%	38.7%	47.0%	44.0%	48.8%	59.5%
男性	全体	46.6%	48.9%	52.4%	54.1%	57.4%	61.8%
	10～29歳	13.7%	12.8%	13.1%	12.6%	14.3%	14.6%
	30～39歳	7.8%	8.9%	9.3%	10.1%	10.0%	11.2%
	40～49歳	9.3%	8.2%	10.1%	8.8%	11.9%	14.7%
	50歳以上	15.8%	19.0%	19.8%	22.6%	21.2%	21.3%
女性	全体	53.4%	51.1%	47.6%	45.8%	42.6%	38.2%
	10～29歳	15.5%	14.8%	11.8%	11.4%	11.8%	14.0%
	30～39歳	8.4%	8.9%	9.0%	9.3%	6.4%	5.4%
	40～49歳	9.8%	7.5%	9.4%	7.3%	8.8%	6.8%
	50歳以上	19.7%	19.9%	17.4%	17.8%	15.6%	12.0%

資料：平成29年高梁川流域圏域観光動態調査レポート資料をもとに作成

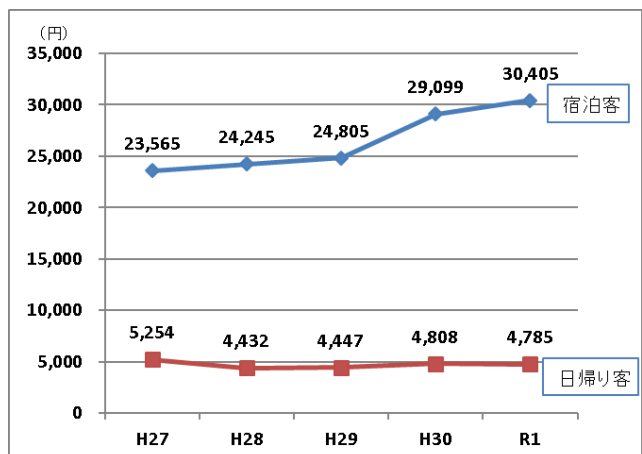
(6) 観光消費額（岡山県）

直近の5年間でみると、宿泊観光客では総観光消費額、一人当たりの平均観光消費額ともに増加している。日帰り観光客では多少の増減はあるものの、概ね横ばい傾向が続いている。

【総観光消費額（県）】



【一人当たり平均観光消費額（県）】

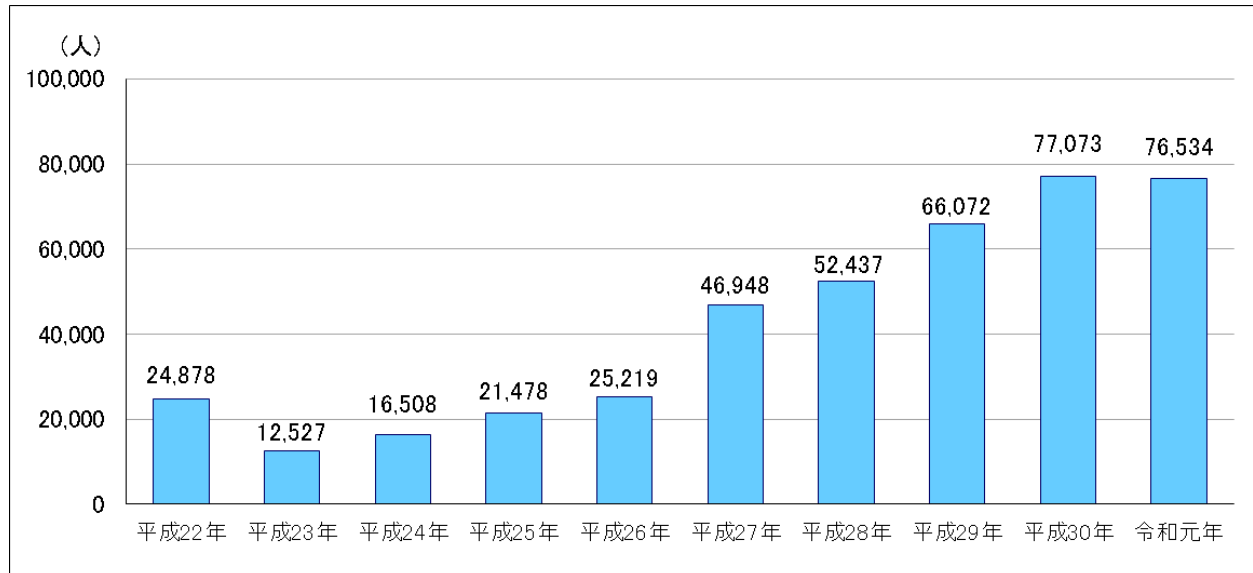


資料：令和元年岡山県観光客動態調査報告書

(7) 外国人観光客宿泊者数

倉敷市の外国人観光客宿泊者数はこのところ右肩上がり増加傾向が続いている。特に平成27年以降は、国の取組にも呼応して大きく伸びているものの、令和元年度は国際情勢の影響などにより、前年をやや下回ったほか、令和2年度は新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大を受け、大幅な減少が見込まれている。

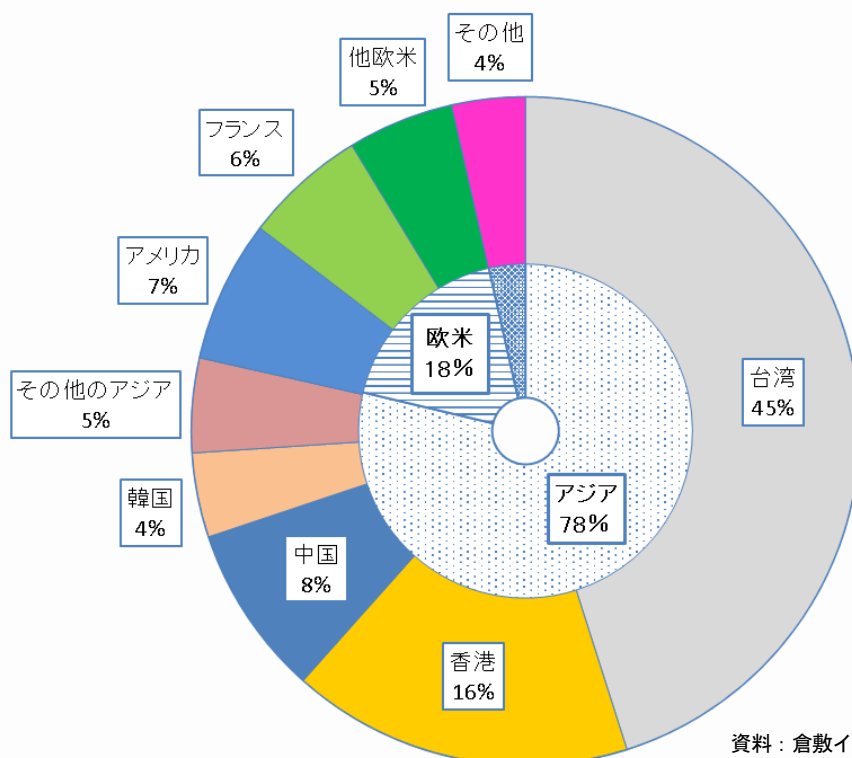
【外国人観光客宿泊者数（倉敷市）】



資料：令和元年倉敷市観光統計書

外国人宿泊客数の内訳を国・地域別でみると、台湾からが最も多く、次いで香港・中国など、アジア圏からの観光客が約80%を占めている。欧米ではアメリカ、フランスからが多い。

【令和元年外国人観光客宿泊者数割合（倉敷市）】

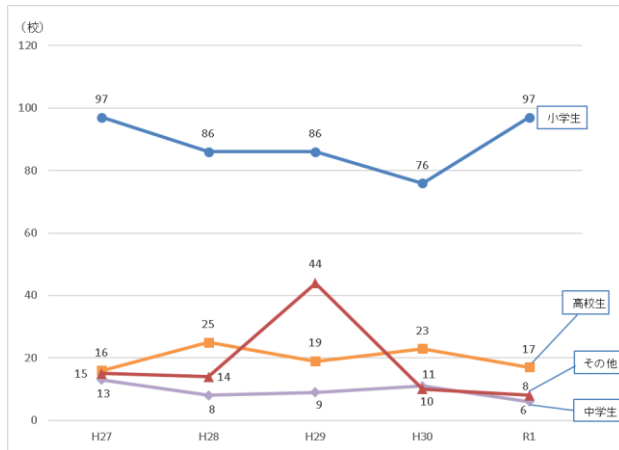


資料：倉敷インバウンド誘致委員会調べ

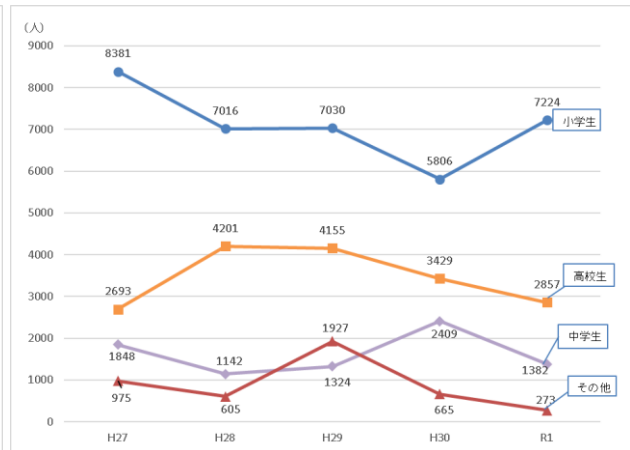
(8) 修学旅行生の推移

倉敷市への修学旅行は、概ね横ばい傾向が続いている。また中・長期的なスパンでみると、チボリ公園の閉園などに伴い、緩やかな減少傾向にある。新型コロナウイルス感染症の影響で修学旅行の中止等が相次いでおり、今後の動向が注視される。

【倉敷市への修学旅行の推移（学校数）】



【倉敷市への修学旅行の推移（生徒数）】

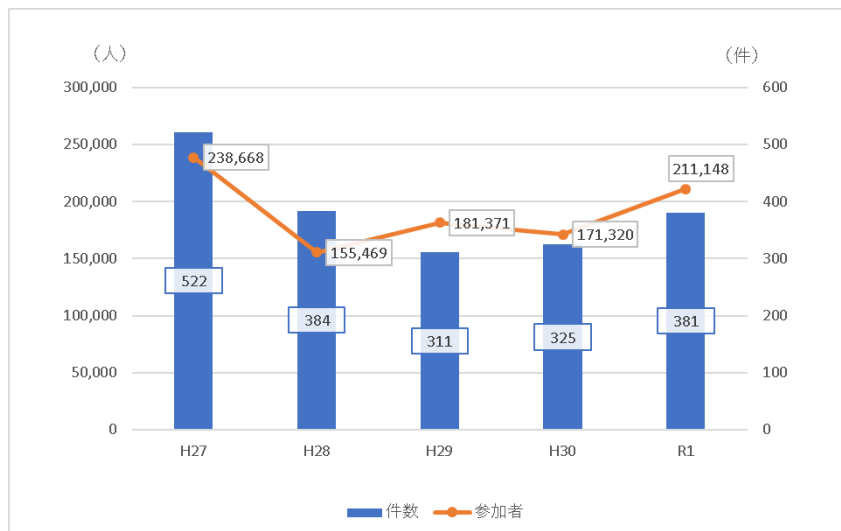


資料：令和元年倉敷市観光統計書

(9) コンベンション誘致

コンベンションの開催は、各地域が交互に開催することが多く波があるものの、市内におけるコンベンションの開催状況は、概ね横ばい傾向が続いている。

【コンベンション誘致実績】



資料：倉敷市観光コンベンションビューロー調べ

3 倉敷の観光の課題

(1) 観光入り込み客数がほぼ横ばい

観光入り込み客数は、P7「観光入り込み客数」のとおり、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年以降は大きな外的要因のあった年を除き、400万人～500万人台（新基準）で推移している。

(2) 「遠距離」からの来訪者が少ない

P9「発地別県外観光客数」のとおり、宿泊が伴うなど、一人当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続いている。遠距離からの来訪者は、一般的に周辺の観光地を組み合わせる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有効であると考えられる。

(3) 来訪者の滞在時間が短い

主に美観地区を訪れている倉敷・水島地区への観光客は、P11「滞在時間」のとおり、63.9%が日帰りの旅行形態であり、鷺羽山のある児島地区でも日帰りが53.0%を占めるなど、本市は典型的な通過型の観光地となっている。また、平均滞在時間は3時間40分前後となっていることから、従来の駆け足で名所・旧跡を見て回る「物見遊山」型の観光地から、地域の風土や歴史・文化をじっくりと味わう「滞在交流」型の観光地へ脱却する必要がある。

(4) 市内宿泊者数の伸び悩み

P10「宿泊者数」のとおり、平成30年7月豪雨など大きな外的要因があった年を除いても、本市への宿泊者数は伸び悩んでいる。一方、国としては、日本人宿泊者は微増、外国人宿泊者数は増加している。本市としても宿泊を喚起するため、観光客の滞在時間の延長や夜・朝型観光コンテンツの開発、広域連携の取組等を推進し、「倉敷へ宿泊する理由」を明確にし、地域の「稼ぐ力」を育んでいく必要がある。

(5) 二次アクセス対策が不十分

持続可能な観光地域が形成されるためには、市外からの観光消費を市内で循環させ、更なる観光投資につなげていくことが重要であり、市内各エリアが有する個別の魅力を一体的に活用することが欠かせない。本市ではこれらをつなぐ移動手段、二次アクセスが十分でないと言われており、このことが市内周遊観光の妨げになるとともに、滞在時間の減少、ひいては宿泊客の減少にもつながっているものと考えられる。交通事業者や旅行会社等との連携、MaaS等の取組を通じた二次アクセスの改善を図ることが求められている。

(6) 欧米市場への観光プロモーションが不十分

滞在期間がアジア圏に比べて長く、また訪日旅行時に多くの旅行消費が見込まれる欧米圏からの本市への宿泊構成比は、若干の伸びはあるものの2割弱程度で推移している。今後はアジア圏に加え、欧米市場への積極的な誘客プロモーションを展開していくことで、インバウンド観光客がもたらす観光消費を取り込んでいく必要がある。

4 これまでの取組の検証

(1) 倉敷観光振興に向けた5つの戦略（第1期）の実施状況

平成28年3月に策定した「倉敷市観光振興プログラム（第1期）」では、今後の取組の視点と数値目標を定め、その達成に向けて5つの戦略に基づく施策を展開していくこととした。

以下では、倉敷市観光振興プログラム（第1期）で定めた5つの戦略ごとに、これまでの施策展開とその具体的な実績について確認し、観光を取り巻く直近の状況を踏まえた上で今後の方向性を検討する。

倉敷市観光振興プログラム（第1期）の施策体系

◆ 基本的な考え方

<基本施策>

何度も訪れたいくなる倉敷の実現 ⇒ 倉敷ファンの獲得

<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
- あたたかいもてなしの心を持った人づくり
- まちの資源を生かした旅行商品づくり
- 誘客プロモーション活動の積極展開

◆ 目標（基準年 H26 ⇒ 目標年 R2）

	H26		R1		R2
○主要観光地の観光客数（千人／年）	4,752	⇒	5,208	⇒	8,000
○市内宿泊者数（千人／年）	1,027	⇒	949	⇒	1,200
○外国人観光客宿泊者数（人／年）	25,219	⇒	76,534	⇒	80,000

◆ 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

【戦略横断的な視点】

外国人観光客誘致

高梁川流域連携

戦略① 魅力を高める観光資源の創出

【これまでの主な施策展開】

観光地としての倉敷市の魅力を高め、倉敷ファンを獲得するため、これまでにない視点に立った観光資源の開発を行うとともに、地域の特色を生かした観光資源の発掘を行ってきた。

施策1 倉敷ならではの魅力を生かした着地型旅行商品の開発

事業者を対象とした着地型旅行商品づくり講座の開催や、商品開発に要する費用の一部を支援する高梁川流域観光プロモーション事業、倉敷市のアート素材を生かし誘客を図るアートでふらっと倉敷事業などを実施。官民が連携し、様々な魅力を持つ着地型旅行商品を開発した。

【主な実績】

- ・高梁川流域観光プロモーション事業 補助金交付 計43件（平成28～30年度）
- ・アートでふらっと倉敷事業 21施設参加 4.8万人来場（令和元年度）

施策2 倉敷の産業や食を生かした観光の推進

お得なランチを定額で提供するランチいただきます事業や、地元のフルーツを使ったスイーツを提供する倉敷アフタヌーンティー事業、また産業観光ツアーなどを実施。倉敷ならではの魅力を生かしたコンテンツを提供した。

【主な実績】

- ・ランチいただきます事業 49施設参加 47,508食（平成28年度）
- ・倉敷アフタヌーンティー事業 計50,095食（平成28～令和元年度）

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

新溪園で日本酒を楽しむ「備中杜氏の酒」～新溪園で乾杯～事業や、NHK「ブラタモリ」で紹介された日本遺産の構成文化財を巡るツアーなどを実施。文化財を観光に活用する取組などを実施した。

【主な実績】

- ・「備中杜氏の酒」～新溪園で乾杯～事業 6回実施 計1,704人来場（平成28～30年度）
- ・日本遺産の構成文化財を巡るツアー 1回実施 37人参加（令和元年度）

施策4 「夜景・灯り」を活用した夜型観光の推進

夜のくらしき川舟流しや瀬戸内海の夕景や工場夜景観賞バス・クルージング、倉敷春宵あかりや、倉敷芸術科学大学と連携した倉敷物語館プロジェクションマッピングなどを実施。新しい技術なども取り入れ、夜型観光を推進した。

【主な実績】

- ・夜のくらしき川舟流し 3月～11月の土曜実施 計3,597人利用（平成28～令和元年度）
- ・倉敷春宵あかり 計198,700人来場（平成28～30年度） ※令和元年度は中止

【今後の方向性】

多様化する旅行者のニーズや関心にきめ細かく対応するため、これまでに開発してきた観光資源のブラッシュアップと、魅力ある地域資源の更なる発掘、持続可能な経済発展のための「稼ぐ力」を備えた滞在コンテンツづくりが必要となっている。

戦略② 都市間連携の推進

【これまでの主な施策展開】

倉敷市と岡山市や福山市，神戸市，高梁川流域圏域などの各市町が協力し，それぞれの強みを生かした観光ルートの設定や，共同誘致活動などを行い，滞在時間の増加や遠距離からの誘客を図ってきた。

施策1 高梁川流域連携中枢都市圏による観光力の強化

高梁川流域の市町や観光協会等が連携して観光客誘致を進めるため，高梁川流域観光振興協議会を設立し，観光施策を実施してきたほか，圏域への国内や海外旅行社・メディアの招請や，金田一耕助など流域に共通する人物を活用した誘客，地域おこし協力隊の受入などを実施した。

【主な実績】

- ・高梁川流域観光振興協議会の設立 構成団体 23 団体（平成 28 年度～）
- ・1000 人の金田一耕助イベント 計 495 人参加（平成 28～令和元年度）
- ・高梁川流域視察ツアー 国内 旅行会社 計 25 社，メディア関係者 8 人（平成 28～令和元年度） 海外 台湾旅行会社 計 9 社，台湾メディア関係者 9 人
- ・地域おこし協力隊の受入 5 人（㈱エフエムくらしき，㈱有隣，（公社）倉敷観光コンベンションビューロー）

施策2 周辺都市との広域連携の推進

岡山市との連携による広域観光キャンペーンや，吉備路周遊バスの期間運行・広域観光ツアーの実施や，福山市，尾道市やJRと共同での観光誘客促進など，周辺都市と連携した事業を実施してきた。

【主な実績】

- ・岡山市との連携による広域観光キャンペーン（平成 28 年度～）
「桃とぶどう」をテーマとした割引特典付冊子「フルーツパスポート」発行
雑誌や SNS 等で，首都圏の若い女性向けに岡山・倉敷の魅力をメディアミックスで発信
- ・吉備路周遊バスの期間運行 運行本数 計 18 本 975 人利用（平成 28 年度）

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

本市と神戸市，鳴門市，琴平町の瀬戸内 4 都市が連携した台湾・香港向けプロモーションや，井原線沿線都市との連携による情報発信などを実施してきた。

【主な実績】

- ・瀬戸内 4 都市連携事業（平成 28～令和元年度）
台湾・香港の旅行社・メディア招請や，CATV 計 12 回放送，雑誌掲載 5 件など
- ・井原線沿線都市との連携（平成 28～令和元年度）
仏，タイ向け TV 番組制作 計 12 回放送，現地ライターによる SNS 発信 計 48 回など

【今後の方向性】

倉敷市と各地域が，それぞれ異なる魅力を広く発信し，より多くの観光客を誘致していくとともに，広域連携をより一層強化する必要がある。また，広域をつなぐ周遊型旅行商品を造成する旅行会社や，交通事業者との連携を強化していく必要がある。

戦略③ 誘致活動の強化

【これまでの主な施策展開】

倉敷市を訪れる観光客を増やすため、県や民間企業と連携した国内外の旅行博や商談会への参加などのプロモーションを積極的に展開するとともに、修学旅行やコンベンション誘致では補助金制度なども設けて誘致活動を行ってきた。

施策1 国内観光客誘致の推進

J Rや岡山県と連携した岡山デスティネーションキャンペーンでの誘客展開や国内大規模商談会への出展、修学旅行や宿泊客誘致に向けた補助制度の運用、また平成30年7月豪雨後にはふっこう宿泊クーポンを発行するなど、国内観光客の誘致を行ってきた。

【主な実績】

- ・岡山県と連携した商談会への出展 17回 商談件数112件（平成28～令和元年度）
- ・倉敷市周遊型旅行商品造成支援事業 送客数計2,479人（平成28～令和元年度）
- ・倉敷市ふっこう宿泊クーポン事業 宿泊数計2,086泊（令和元年度）

施策2 学会や大会、文化・スポーツ等を活用した観光の推進

大会やコンベンション主催者等への営業活動や、コンベンション開催補助制度の運用、また市内大規模スポーツ大会と連携した、スポーツツーリズムなどを推進してきた。

【主な実績】

- ・コンベンション開催補助金 参加者計88,902人、宿泊者計54,008人（平成28～令和元年度）
- ・瀬戸内倉敷ツーデーマーチ 参加者計31,023人（平成28～30年度）※令和元年度は中止

施策3 観光マーケティングの強化

倉敷市観光統計書や、スマートフォンの位置情報ビッグデータを活用した観光動態調査などにより、観光客の傾向や導線、滞在時間などを分析し、観光戦略立案の一助とした。

【主な実績】

- ・倉敷市観光統計書の作成（平成28年度～）
- ・高梁川流域圏交流人口状況調査（平成29年度）

施策4 外国人観光客誘致の推進

国内最大規模のインバウンド商談会「VISIT JAPAN TRAVEL&MICE マート」への出展や、海外現地旅行博への出展、セールスコール等による誘致・宣伝活動を実施してきた。

【主な実績】（インバウンド誘致委員会実績）

- ・VISIT JAPAN TRAVEL&MICE マート 出展4回 商談件数計101件（平成28～令和元年度）
- ・海外現地旅行博 出展3回 台湾2回、タイ1回 商談件数計75件（平成28～令和元年度）

【今後の方向性】

MICEや修学旅行の誘致、閑散期でのイベント実施など、通年型観光を意識した誘客を推進するとともに、特にコロナ禍においては、近県からの誘客促進も意識するほか、外国人観光客についても、国の動向等を踏まえ、戦略的な誘致活動を行っていく必要がある。

戦略④ 受入環境の充実**【これまでの主な施策展開】**

本市を訪れる観光客が少しでも長く滞在したくなるよう、無料W i - F i サービスの提供や観光施設の維持・改修、おもてなし人材の育成・活用など、ハード・ソフト両面での受入環境整備に取り組んできた。

施策1 観光インフラ整備の推進

手軽に観光情報を入手するための主要観光スポットにおけるW i - F i 環境の整備や、居心地のよい施設づくりを目指した倉敷館の改修などを行い、滞在環境の向上を図ってきた。

【主な実績】

- ・倉敷館の改修 施設の長寿命化とバリアフリー化等を目的に改修（平成29～令和元年度）
- ・高梁川流域W i - F i 整備事業 主要観光地へW i - F i 環境を整備（平成28年度～）

施策2 観光案内機能の強化

案内所スタッフを対象とした研修会の実施や、滞在満足度の向上につながる案内ツールの充実など、観光案内機能の強化を図ってきた。

【主な実績】

- ・観光案内所相互連携促進ワークショップの開催 参加者数17人（平成28年度）
- ・高梁川流域観光指さしガイドマップ（多言語） 発行部数45,000部（平成29年度）
- ・日本遺産倉敷Navi（観光アプリ）のリリース（平成29年度）

施策3 外国人観光客の受入態勢の充実

民間施設の看板やメニュー表の多言語化、W i - F i 環境の構築等を支援する補助制度、インバウンドおもてなしセミナーの実施、多言語観光パンフレットの作成などを行ってきた。

【主な実績】

- ・外国人観光客おもてなし促進事業費補助金 交付件数計40件（平成28～令和元年度）
- ・インバウンドおもてなしセミナー 計13回開催 参加者計246人（平成28～令和元年度）
- ・多言語観光パンフレット（英・韓・繁・簡・仏・タイ）

施策4 おもてなし人材の育成

ボランティア観光ガイド活動の補助や、観光ガイドに対する研修会の実施、市民を対象とした出前講座の実施など、それぞれの立場でおもてなしを行う人材を育成してきた。

【主な実績】

- ・観光ガイド実績（倉敷・児島・玉島・真備） 計75,249人（平成28～令和元年度）
- ・観光出前講座の実施 実施件数22件 聴講者計1,610人（平成28～令和元年度）

【今後の方向性】

多言語対応の取組を強化するとともに、多様化する観光客のニーズに対応し、様々な観光客が快適に観光できる環境整備を、ハード・ソフト両面から進めていく必要がある。また、災害や感染症発生時等の対応を強化し、安全・安心な観光地づくりを推進する必要がある。

戦略⑤ 情報発信の充実

【これまでの主な施策展開】

倉敷観光WEBの充実や多言語化、高梁川流域ページの制作、SNSの運用等により、国内外に向けて幅広く情報発信を行ってきた。

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

倉敷観光WEB上にテーマを絞った特集ページの制作や、SNSへ対応するため公式Facebookの立ち上げなど、コンテンツの充実を図ってきた。また、ウェブアクセシビリティへの対応など、より多くの方が見やすいサイト作りを進めてきた。

【主な実績】

- ・ページビュー数 約720万PV 訪問者数約227万人（平成31年1月～令和元年12月）
- ・公式Facebook フォロワー数約7,200人（平成30年度～）
- ・特集ページ制作 日本遺産や体験、フォトスポットの紹介など 計14本（平成28～令和元年度）

施策2 多様な媒体を活用した情報発信

新聞、雑誌、SNSなど多様化する情報発信媒体を有効に活用し、ターゲットごとに媒体を変え、効果的な情報発信を行ってきた。

【主な実績】

- ・Instagramを活用した情報発信 計7回 表示回数 324,293回（平成30～令和元年度）
- ・関西圏の総合雑誌「SAVVY」（年8万部発行）への記事掲出 計4回（平成28～令和元年度）
- ・三大都市駅へのデジタルサイネージ広告（97面）計4,860回表示（平成30～令和元年度）

施策3 海外へ向けた積極的な情報発信

SNSを活用した海外現地での情報発信や、倉敷観光WEBの多言語化などによる海外への情報発信のほか、地元大学とのCOC連携事業の一環として、授業カリキュラム内での、在学留学生による情報発信ツアーなども実施し、情報発信を行ってきた。

【主な実績】

- ・台湾ブロガーによる現地観光情報講座 計3回 参加者計202人（平成29～令和元年度）
- ・留学生情報発信ツアー 計4回 参加者数 延べ34カ国 計234人（平成30年度～）
- ・倉敷観光WEBの自動翻訳による多言語化（英・韓・繁・簡・仏・タイ）（平成29年度）
- ・倉敷プロモーション動画制作（やさしき倉敷）（日・英・仏・独・伊）（平成27年度）

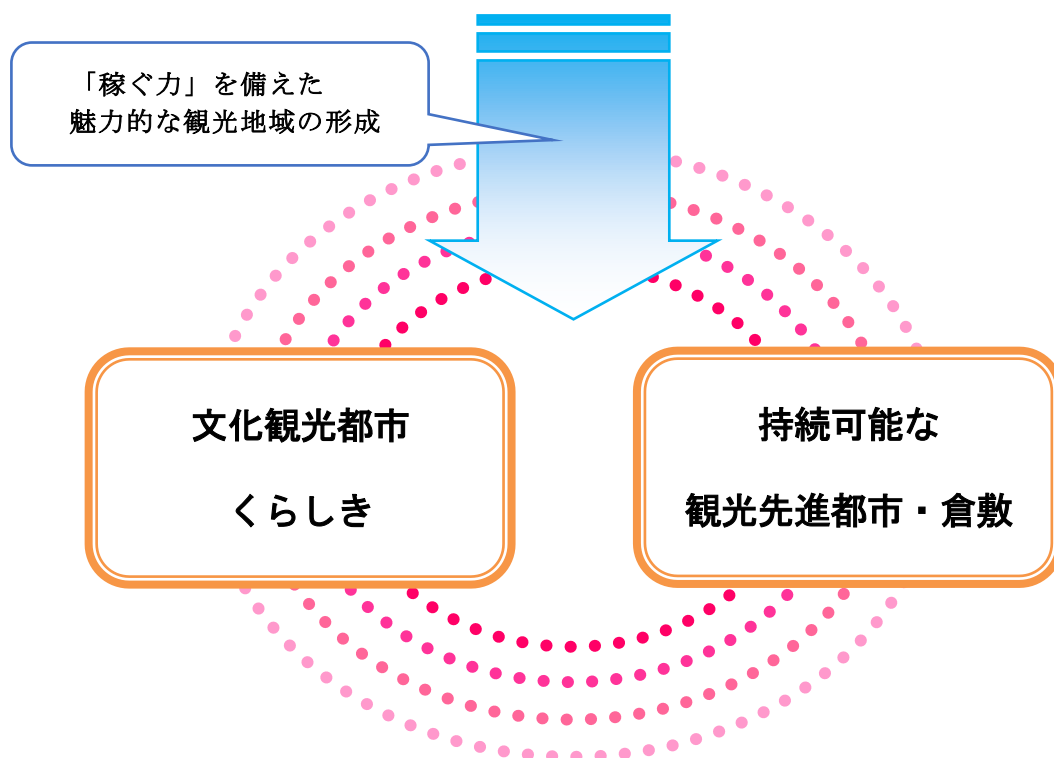
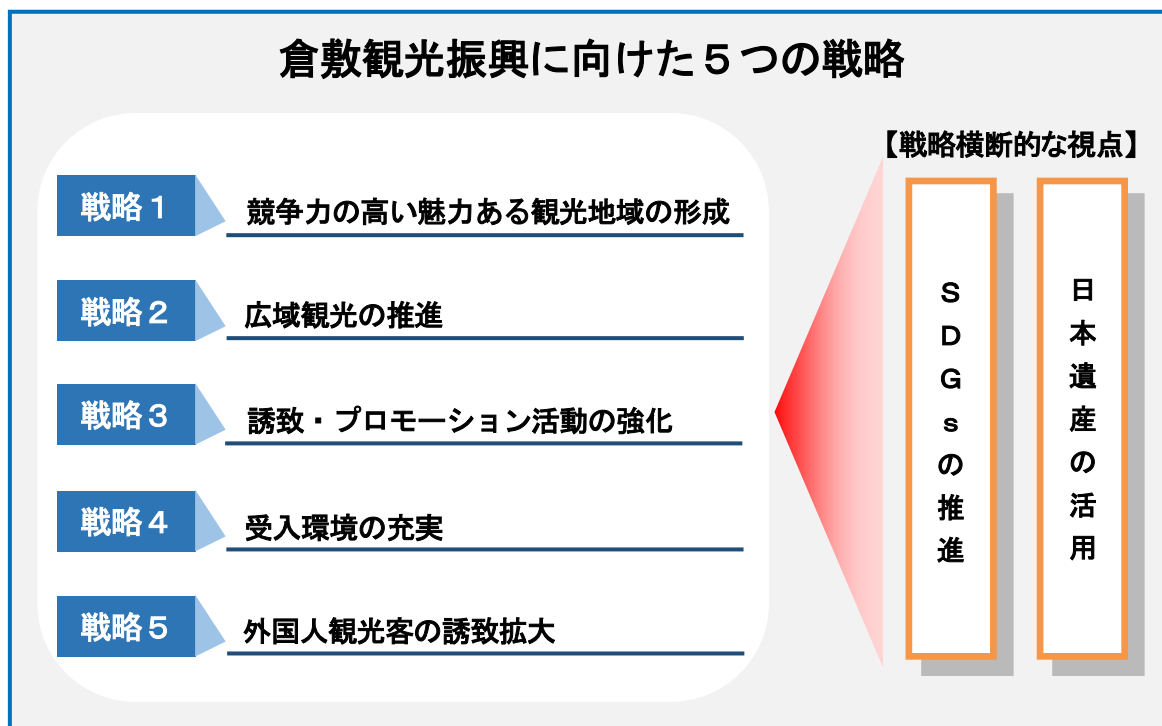
【今後の方向性】

倉敷市の魅力を発信するだけでなく、より広域な情報を発信する拠点として「倉敷観光WEB」を活用するほか、SNSの普及など多様化する情報入手ルートへ対応し、ターゲットに合わせた多様な媒体での情報発信など、効果的な発信手法を検討していく必要がある。

第3章 観光振興に向けた施策展開

本市は、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『文化観光都市くらしき』、観光客が何度訪れても楽しめる『持続可能な観光先進都市・倉敷』の実現を目指していく。そして、本市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。

なお、戦略横断的な視点として、「SDGsの推進」と「日本遺産の活用」に留意する。



戦略1**競争力の高い魅力ある観光地域の形成**

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とともに、「稼ぐ力」を引き出す観光地域づくりに取り組むことが重要である。多様化する観光客のニーズや関心にきめ細かく対応するためにも、地域の多様な主体が潜在的な観光資源を発掘し、様々な観光サービスを創造し提供することにより、他の地域にはない「倉敷ならではの」時間を過ごすことができ、何度でも訪れたいくなる、競争力の高い魅力ある観光地域の実現を目指す。

施策1 倉敷ならではの魅力を生かした着地型旅行商品の開発

美観地区・瀬戸大橋・ジーンズ・フルーツなどの観光資源の更なる活用を進めるとともに、日本遺産やSDGsの視点など、新たな視点で本市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、倉敷発の着地型旅行商品の拡充を図る。

- 民間主導により開発された着地型旅行商品との連携
- 3つの日本遺産を活用した倉敷ならではの滞在コンテンツの拡充
- 地域に根づく生活文化を体験できるツアープログラムの開発
- 多様な主体による地域提案型旅行素材の開発促進
- 市内各地域の特色を生かした観光素材の発掘と、市域全体への観光客誘致

施策2 倉敷の産業や食を生かした観光の推進

歴史と伝統が息づく本市の「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、食文化を手軽に体験できる取組を進める。

- 学びや歴史などの魅力を生かした産業観光と、地域ブランド化の推進
- ものづくりや伝統工芸などの製作見学や体験ができる滞在コンテンツの開発
- 地域を代表する料理や酒、「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滞在コンテンツの開発

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生かした観光資源を開発するとともに、観光客が伝統文化や行事、芸術作品を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滞在コンテンツの開発
- 新溪園や倉敷館など歴史的建造物や、日本遺産などの文化財を活用したイベント等の実施
- 町並み保存地区を活用した新たな魅力の創出
- 芸術作品巡りや神社仏閣巡りなど、テーマ性を持った着地型旅行商品の開発
- 地域の伝統文化や行事を体験できるイベントや祭りの実施

施策4 夜・朝型観光の推進

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、そ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。あわせて朝型観光の視点を取り入れることで、滞在時間の延長と、観光コンテンツの多角化を図る。

- 美観地区夜間景観照明など夜のまち歩きを楽しむ機会の創出
- 瀬戸内海の夕景や瀬戸大橋、工場夜景等を楽しむクルージングの充実
- 映像技術を活用した新たな魅力の創出
- 美術館や博物館、日本夜景遺産などを活用した夜・朝型コンテンツの開発・拡充

戦略2 広域観光の推進

多様な魅力を持つ周辺都市と連携し、それぞれの強みを生かした広域観光ルートを構築するとともに、旅行会社や交通事業者等とも協力し、魅力的な広域周遊型旅行商品の造成や二次交通の改善を図るなど、更なる広域観光を推進することで、遠距離からの誘客と稼ぐ力の醸成につなげる。

施策1 高梁川流域連携中枢都市圏による観光力の強化

本市を連携中枢都市とする高梁川流域圏域において、観光客の周遊性向上、圏域の地域資源を活用した商品開発・販路拡大などの取組を展開する。

- 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
- 圏域内の特徴的な食や自然など観光資源を組み合わせた、広域周遊観光ルートの開発
- 圏域の持続可能な観光振興のけん引役として、圏域の個性と魅力を磨き高める取組の推進
- 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
- 圏域内に広がる日本遺産の構成文化財を生かした観光ルートの開発

施策2 周辺都市との広域連携の推進

関西や中四国から近い地理的優位性を生かし、テーマや目的に応じた近隣都市との連携や、新幹線・高速道路でつな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
- 新幹線や本州四国連絡橋でつながる県外都市と連携した旅行商品の造成と周遊性の向上
- 他の連携中枢都市圏と連携した旅行商品の造成

施策3 旅行会社・交通事業者等との連携強化

旅行会社や交通事業者等と連携・協力することにより、鉄道や船などを活用した広域周遊型旅行商品の造成を推進するとともに、二次アクセスの改善により観光客の利便性向上を図る。

- 井原線、海上交通等を活用した新たな周遊ルートの開発
- M a a Sなど、新たな視点を取り入れた二次アクセス改善と周遊性の向上

戦略3 誘致・プロモーション活動の強化

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、旅行博や大規模商談会を活用した積極的な誘致活動の展開や、旅行会社・交通事業者の商品造成支援、修学旅行、映画やドラマのロケ地の誘致などを推進する。またコロナ禍においては、近県へのアプローチも積極的に行う。

- 岡山デスティネーションキャンペーンなど交通事業者との連携による共同PRの実施
- 旅行博や大規模商談会を活用した積極的な誘致活動の展開
- 旅行会社等の商品造成支援
- フィルムコミッション事業の体制強化による誘致素材の開発
- 修学旅行の誘致の推進と新たな学習体験プログラムの開発
- 産業観光を活用した観光客誘致の推進
- 観光イベントの魅力向上、新規キャンペーン等の実施による通年型観光の促進
- 県内及び近県へのオンライン等を活用した誘客強化とリピーター化の推進

施策2 学会や大会、文化・スポーツ等を活用した観光の推進

歴史的・文化的資源などユニークベニユーを活用したコンベンション誘致や、芸術文化、スポーツなど多様な大会やイベントを活用した誘客の促進を図る。

- 歴史的建造物・文化施設等を活用したコンベンションの誘致推進と誘致体制の強化
- 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
- コンサートなど、芸術・文化イベントを活用した誘客促進
- トライアスロンなど、大規模スポーツイベントを活用したスポーツツーリズムの推進

施策3 観光マーケティングの強化

本市を訪れる可能性が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
- マーケティングデータに基づいたプロモーション戦略の構築
- 観光経済効果を計る指標としての観光消費額の把握

施策4 多様な媒体を用いた観光情報発信の充実

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ことから、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応じた媒体を選定し、効果的な情報発信を行う。

- 観光公式サイト「倉敷観光WEB」やSNS、映像等を活用した情報発信力の強化
- 新聞・雑誌・テレビなどマスメディアへの出稿宣伝
- 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
- 女性・アクティブシニアなどをターゲットとした戦略的な情報発信

戦略4 受入環境の充実

本市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、観光関連事業者等が取り組む受入環境の整備を支援することで、観光客の利便性や快適性の向上を図る。

施策1 観光インフラ整備の推進

I C T（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本市の観光情報が入手できる環境の整備を促進する。また、二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。

- 主要観光スポットにおける公衆無線LAN（W i - F i）環境の整備
- 周遊アプリケーションなどの回遊性を高めるコンテンツの開発
- 観光交通MAPの作成やM a a Sへの取組による着地時の利便性の向上
- 繁忙期の渋滞緩和を目的としたシャトルバスの運行
- ジーンズバス及び鷺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
- サイクリングルートの設定とレンタサイクルの活用促進

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
- ガイドマップをはじめとした案内ツールの充実

施策3 おもてなし人材の育成

観光地で心のこもった「おもてなし」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し、観光客に対する接遇の向上を図る。

- 観光関連事業者や観光関連団体、市民を対象とした研修会や出前講座の実施
- パートナーシップや相互理解など、SDG sの観点を踏まえたおもてなし研修会の実施
- 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

施策4 災害・感染症発生時等の対応強化

大規模な災害や感染症発生等、不測の事態に備え、観光施設の案内体制の強化や、災害時に情報を提供するツール等の充実を図るとともに、新しい生活様式に対応した受入環境を整備するなど、安全と安心を備えた持続可能な観光地域づくりを推進する。

- 災害時にも利用できるW i - F i通信環境の構築
- 避難訓練の実施等による観光案内所スタッフ等の災害時案内体制の充実
- 災害時に利用できる案内ツールの充実
- 観光関連事業者に対する支援体制の強化
- 新しい生活様式に対応した受入環境の整備

戦略5 外国人観光客の誘致拡大

外国人観光客の更なる誘致に向けて、欧米市場等新たな国・地域の開拓をはじめ、市場の特性に応じたプロモーションの強化を図るとともに、観光施設の多言語対応など、外国人観光客が快適に過ごせる受入態勢の充実を進める。

施策1 ターゲットに応じた観光客誘致の推進

これまで積極的に観光プロモーションを実施していない欧米市場に対する取組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や個人旅行者が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
- 観光関連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（着物体験、お茶席体験、和食レッスンなど）の開発

施策2 海外へ向けた積極的な情報発信

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旅行会社の関心や意欲を喚起させる。

- 公式観光サイト「倉敷観光WEB」の充実
- 海外メディアやSNS、オンライン予約ウェブサイト等を活用した情報発信
- JNTO（日本政府観光局）海外事務所との連携（ガイドマップ発送、ウェブサイト活用など）
- 現地の観光関連サイト等を通じた魅力を伝える映像の発信
- 岡山県PRデスク等を通じた現地での情報発信

施策3 外国人観光客の受入態勢の充実

観光施設での多言語対応など、外国人観光客が快適に過ごせる受入態勢の充実を進める。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
- 外国人観光客向けコンシェルジュ※の配置（※外国人観光客の様々なリクエストに対応する専門スタッフ）
- 災害等発生時における案内体制の強化

施策4 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、県外都市や高梁川流域連携中枢都市圏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やメディア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

【SDGsの推進】

SDGs（エス・ディー・ジーズ）とは、**Sustainable Development Goals**（持続可能な開発目標）の略であり、世界にある課題をみんなで解決し、将来に渡って続くより良い世界を目指すための目標として、2015年の国連サミットで採択された。

地球上の「誰一人取り残さない」ことを誓い、「貧困をなくそう」など17の最終的な目標（ゴール）と、「2030年までに、各国定義によるあらゆる次元の貧困状態にある全ての年齢の男性、女性、子どもの割合を半減させる」など169の具体的な成果目標（ターゲット）から構成されている。日本でも、国を挙げて積極的にSDGsの取組を進めており、倉敷市はSDGsの達成に向けた優れた取組を行う都市として「SDGs未来都市」に認定されている。

SDGsは持続可能なまちづくりに取り組むため必要な理念であることから、この理念を踏まえ、世界で定めた目標につながる計画として倉敷市観光振興プログラム（第2期）を策定する。



【日本遺産の活用】

地域の歴史的魅力や特色を通じて、日本の文化や伝統を語るストーリーを文化庁が認定する「日本遺産」に、本市では平成29年に「一輪の綿花から始まる倉敷物語～和と洋が織りなす繊維のまち～」が、平成30年には「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～」 「桃太郎伝説」の生まれたまち おかやま～古代吉備の遺産が誘う鬼退治の物語～」が認定され、全国最多、3つの日本遺産を有し、市内8つの地域・地区全てに構成文化財が揃う、「日本遺産のまち」となっている。

暮らしの中で大切に受け継がれてきた有形・無形の日本を代表する文化財群に触れることは、外国人観光客はもちろん、国内観光客についても、地域特有の歴史や文化に触れる絶好の機会となる。

本市では、この好機を捉え、国内外への発信を強化するとともに、文化財を活用した質の高い観光コンテンツの提供や、日本遺産を核とした市内周遊を促進するなど、様々な観光施策に「日本遺産」を活用することで、更なる観光誘客につなげていく。

【大規模な感染症流行時における本市の観光振興】

新型コロナウイルス感染症に代表されるような大規模感染症が流行し、観光市場に大きな影響を及ぼす状況にあっても、質の高い観光消費を確保することで、観光関連事業者の経営安定につなげていくことが必要で、市場環境の変化に応じて効果的な施策を展開していくことが求められる。

1 国内観光の回復期

観光需要の回復にあたっては、国内旅行から動き出すことが想定される。国の観光消費喚起策などと歩調を合わせ、我が国の観光消費の8割を占める国内旅行需要の取り込みを図るとともに、マイクロツーリズムの推進やローカルマーケットの開拓、デジタルシフトへの対応などを進めていく。また、観光基盤を維持するとともに感染防止対策支援をはじめとした受入環境整備を行い「安全・安心水準の高さ」で選んでいただける観光地づくりを推進していく必要がある。

2 国内観光の隆盛期

国内の感染拡大の懸念は払拭される一方、海外においては感染リスクが解消されず、渡航規制が敷かれるような状況が続くことで、海外旅行需要が国内観光へシフトし、これまで以上に国内観光が活況を迎えることが予想される。こうした段階においては、関西・関東圏をはじめ県外から観光客を誘致するため、観光プロモーションの強化や情報発信、イベントやキャンペーンなどを積極的に展開し、国内観光需要の確実な取り込みを図っていく。

3 世界的な観光需要回復期

国内で感染が収束しても、世界的な収束は、より遠い時期となることが予想される。一方、観光産業は世界的にも著しい成長分野であることから、中長期的スパンにおいて、インバウンドに大きな可能性があるのは今後も同様である。また、景観、文化、歴史など、本市特有の観光資源の魅力が失われたものではなく、国やJNTO（日本政府観光局）、県などと歩調を合わせ、誘客可能となった国や地域へのデジタル技術を活用したプロモーションなど、インバウンド誘致策を展開する。

4 世界的な観光需要隆盛期

ワクチンの普及や、ビザ免除などの規制緩和等が以前の状態に戻ることで、全世界的に観光需要が回復し、旅行意欲の反動増により、旅行市場が活況を帯びた状況においては、メディアミックスを活用した情報発信や、現地での積極的なプロモーション活動等を行うことで、世界における本市の露出を高めていく必要がある。

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には、行政や観光関連団体、観光関連事業者、市民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

これまで本市は、平成16年に「倉敷市観光振興アクションプラン」を、平成28年に「倉敷市観光振興プログラム」を策定し、(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組を行ってきた。

本市は今後も、全庁を挙げ観光振興を推進していくとともに、各地域の観光関連団体や観光関連事業者、市民との連携を深め、地域の特色を生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、持続的で魅力ある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にとらわれない連携を深め、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、行政や観光関連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している。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、行政を補完する機能を担っている。

観光を振興するためには、官・民の連携が不可欠であることから、それらをつないでいる役割は極めて重要である。引き続き、観光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、本市と一体となった効果的な事業を展開していく。

(3) 観光関連事業者の役割

旅行事業者や交通事業者、宿泊事業者などの観光関連事業者は、観光客と直接触れ合う立場にあり、提供するサービスや応対等の一つ一つが、本市の観光イメージを形成する基礎となる。

観光関連事業者は、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をより一層充実させていくことで、観光客の満足度向上に貢献するサービスを提供していく。

(4) 市民(学生)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、本市の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おもてなしの心を持って観光客に接することで、「リピーター」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、郷土に対する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

これまで本市では、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。

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、商業や建設など市政全般に関わる総合的な課題であると再認識し、市全体の取組として推進していく必要がある。

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組を推進する。

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観光関連事業者との情報共有を十分に図るなど、具体的な事業実施における関係を強化する。

(2) 推進体制の構築

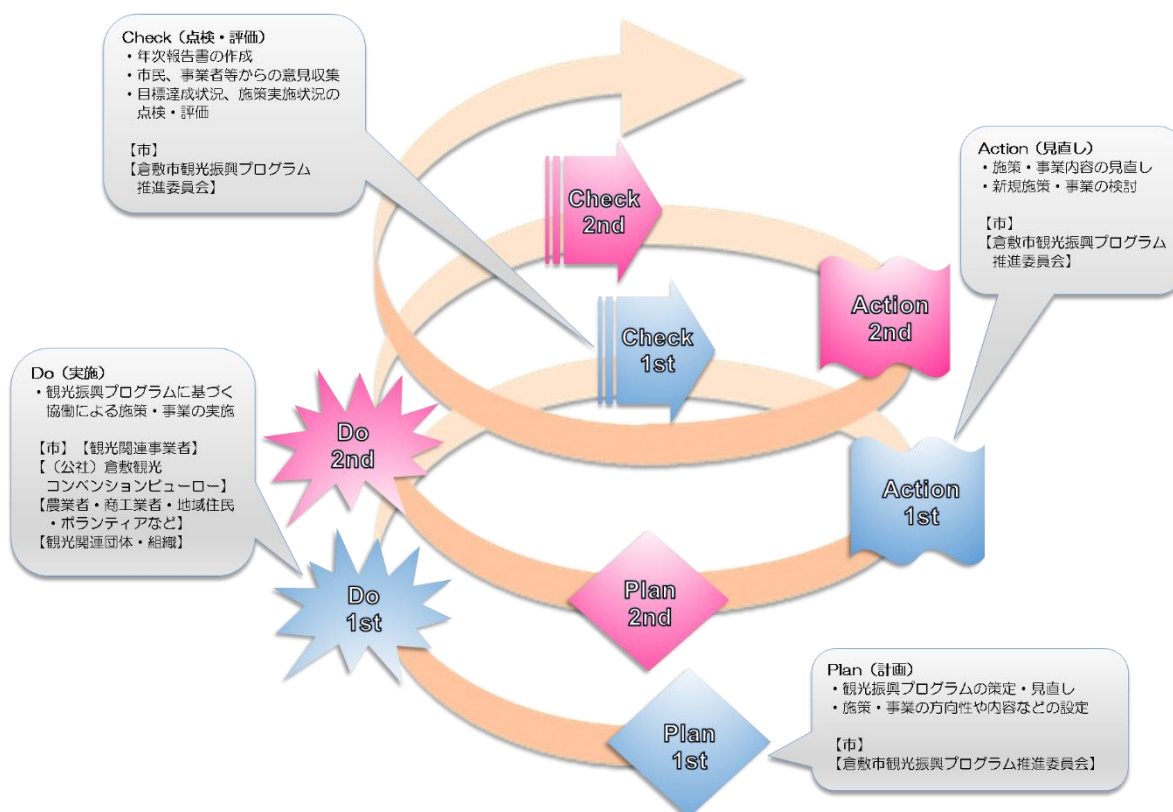
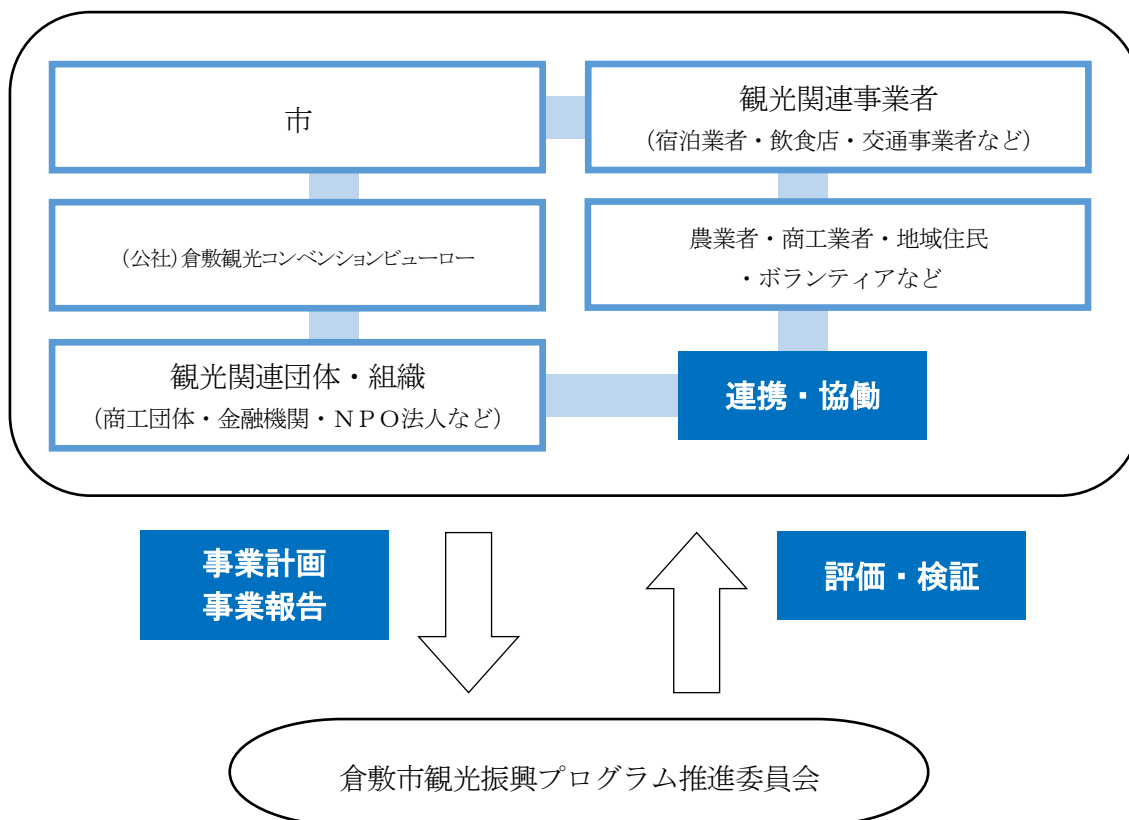
本プログラムの推進にあたっては、戦略や数値目標を明確にし、(公社)倉敷観光コンベンションビューローをはじめとする観光関連事業者とともにPDCAサイクルに基づく進行管理を行うことで、目標の達成に向け、取組を継続していく。

また、BCP（事業継続計画）を策定するなど、災害などの緊急事態が発生した際の対応についても議論を進め、本プログラムに定める計画の推進体制をより強固にしていく。

(3) 進行管理と評価

本計画の施策を推進し、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」を評価機関と位置付け、目標の達成状況や施策の進捗状況を把握するとともに、取組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。

3 推進体制



資料編

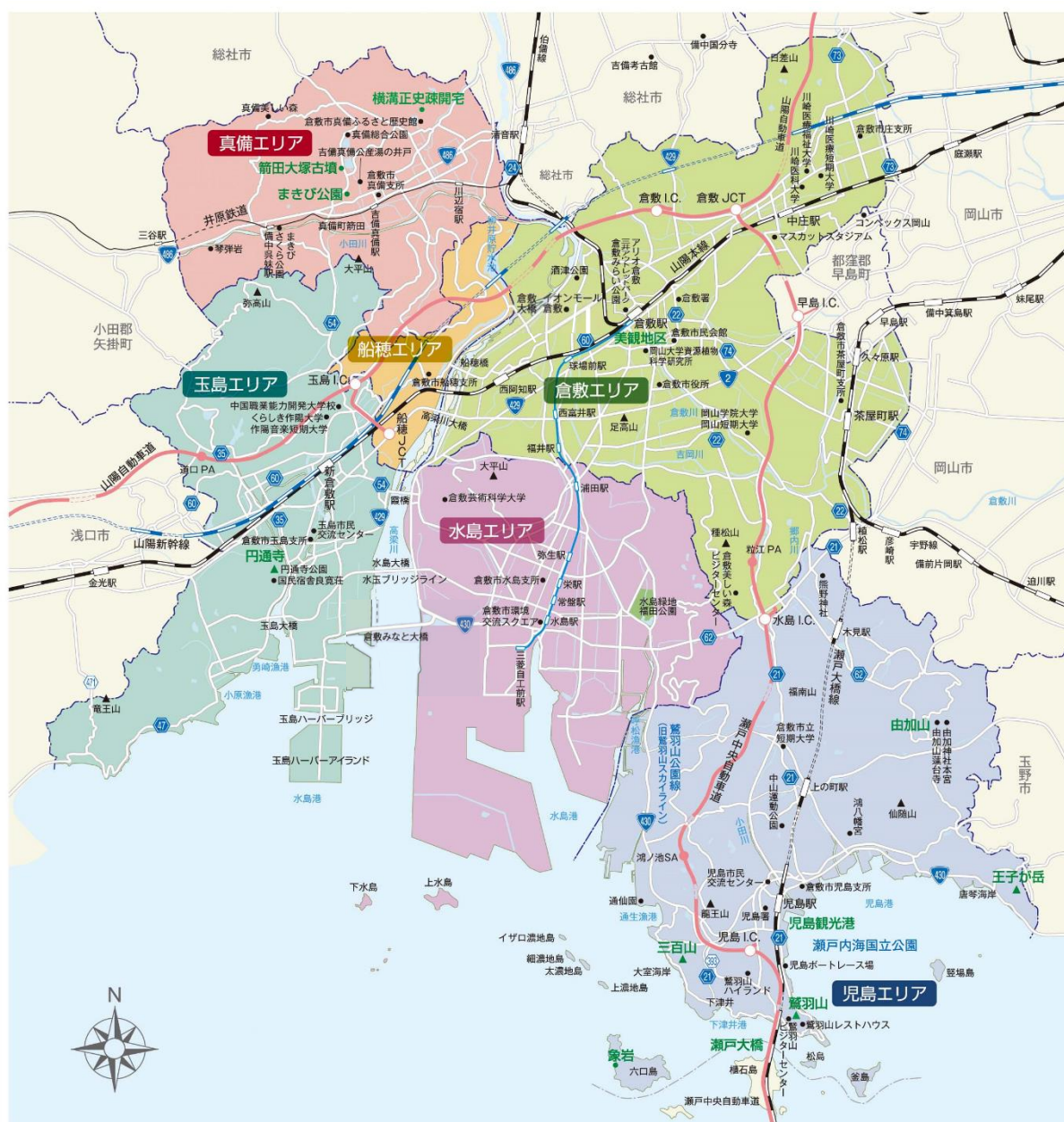
・ 倉敷市観光ゾーニング	33
・ 高梁川流域圏観光ゾーニング	35
・ 本プログラム策定経過	37
・ 倉敷市観光振興プログラム推進委員会	38

【倉敷市観光ゾーニング】

本市の観光ゾーニングは、観光の視点で面としての観光機能や観光利用の方向を整理するものである。それぞれ特色のある地域（ゾーン）の風土や優位性を最大限に生かし、ゾーンの特色を際立たせることで、観光客の方々に「倉敷での過ごし方」をわかりやすく伝達することが可能となる。

エリア	エリアの特性	観光客の楽しみ方
倉敷	白壁土蔵のなまこ壁に、軒を連ねる格子窓の町家。大原美術館や倉敷館などの洋風建築物。和と洋、レトロとモダンが絶妙に融合した美観地区を有する瀬戸内地域を代表する観光ゾーン。	・歴史的な町並み ・美術鑑賞 ・夜間景観照明
児島	瀬戸大橋のたもとに位置し、日本初の国立公園・瀬戸内海国立公園など景勝地が多く、国産ジーンズ発祥の地として知られるゾーン。	・ジーンズ ・瀬戸内の多島美
玉島	良寛和尚ゆかりの円通寺や北前船と高瀬舟の水運により栄えた町並み、昭和の趣が残る商店街など、懐かしい風景に心が癒されるゾーン。	・老舗企業巡り ・昭和の商店街
水島	日本有数の臨海工業地帯である夜景が美しく、倉敷の産業観光には欠かせないゾーン。	・コンビナート夜景 ・工場見学
庄	桃太郎の伝説にも登場する「楯築遺跡」などの史跡や、県最大の野球場であるマスカットスタジアムなどを擁するほか、市内有数の大学群を擁し、学生街としても栄えているゾーン。	・楯築遺跡 ・マスカットスタジアム
茶屋町	明治時代に磯崎眠亀が、い草が原料の文様入りの花ござ「錦莞莚（きんかんえん）」を発明し、海外への輸出品として成功するなど、岡山県南のい草産業発展の礎となったゾーン。	・磯崎眠亀記念館 ・錦莞莚
船穂	マスカットやスイートピーの一大生産地で、江戸時代初期に築かれた運河・高瀬通しや、運河にかけられた水門が現存する情緒あふれるゾーン。	・ワイナリー ・マスカット
真備	奈良時代の賢人・吉備真備公ゆかりの町で、箭田大塚古墳など、歴史的史跡が多く残るほか、名探偵・金田一耕助が初登場した小説を横溝正史が執筆したことで知られるゾーン。	・金田一イベント ・自然景観

[エリア図]



【高梁川流域圏観光ゾーニング】

高梁川は岡山県と鳥取県境の新見市花見山（標高 1,188m）に源を発し、111 kmの流れを経て、瀬戸内海に注いでいる。高梁川流域圏は、7 世紀後半に吉備国を三分して設けられた備前国、備中国、備後国のうち、備中国領域とほぼ圏域を同じくし、現在の新見市、高梁市、総社市、早島町、倉敷市、矢掛町、井原市、浅口市、里庄町、笠岡市が概ねこのエリアにあたる。

高梁川の上流から下流に位置する 7 市 3 町の特色ある観光資源を相互に結びつけ、個々の資源の魅力を相乗させることにより、観光客の長期滞在や回遊性の向上を図る。

エリア	エリアの特性	主な観光資源
新見	断崖絶壁の雄大な渓谷、太古からゆるやかな時を刻んできた鍾乳洞、岡山県が誇る千屋牛やアウトドアなど、大自然に恵まれた観光資源の溢れるゾーン。 （新見市）	・井倉洞・満奇洞 ・千屋牛 ・アウトドア
高梁	雲海に浮かぶ天空の山城や武家屋敷、近代産業の面影が残るベンガラ色に染まった吹屋の町並みなど、先人の英知に触れ、近代の息吹を感じるゾーン。 （高梁市）	・備中松山城 ・吹屋ふるさと村 ・頼久寺
吉備路	昔話「桃太郎」の発祥となった温羅伝説にまつわる鬼ノ城や、雪舟が少年時代に修行したとして知られる井山宝福寺など、歴史ロマンが薫るゾーン。 （総社市）	・鬼ノ城 ・井山宝福寺 ・五重塔
倉敷	歴史と文化を感じる倉敷美観地区をはじめ、国産ジーンズ発祥の地として知られる児島、い草の一大生産地であった早島など、文化と産業が交差するゾーン。 （早島町、倉敷市）	・倉敷美観地区 ・大原美術館 ・ジーンズ ・い草製品
井笠	瀬戸内の風光明媚な島々、日本最大級の反射望遠鏡を所有する天文台や日本三選星名所の星空、旧山陽道の宿場町など、美しい自然ときらめく星空、歴史の面影を残すゾーン。 （矢掛町、井原市、浅口市、里庄町、笠岡市）	・矢掛本陣 ・美星天文台 ・岡山天文博物館 ・仁科会館 ・笠岡諸島

[エリア図]



【本プログラム策定経過】

（公社）倉敷観光コンベンションビューローに置かれている「誘致受入委員会」及び「情報発信委員会」を中心とする『倉敷市観光振興プログラム推進委員会』（委員28名）」を設置し、本プログラムの内容を精査いただいた。

年月日	実施内容
令和2年7月22日	倉敷市観光振興プログラム推進委員会の設置 第1回 推進委員会 ・プログラム骨子案を精査
10月8日	第2回 推進委員会 ・プログラム素案を精査・決定
11月5日～ 11月30日	プログラム素案に対する市民意見を募集 ・市民意見を踏まえプログラム案を精査・決定

【倉敷市観光振興プログラム推進委員会】

※ 敬称略

No.	氏 名	会社名又は店舗名等	誘致受入 委員会	情報発信 委員会
1	中島 光浩	倉敷市議会議員	—	—
2	片山 貴光	倉敷市議会議員	—	—
3	小林 清彦	(株) 倉敷アイビースクエア	○	○
4	植木 巍	興和観光物産(有)		○
5	永山 久光	(株) 下電ホテル	○	
6	平井 始	菓子処ひらい	○	
7	岸 史朗	J F E スチール(株)		○
8	森川 政典	(公財) 大原美術館	○	
9	藤井 徹海	(株) 倉敷国際ホテル	○	
10	吉本 豪之	(株) 橘香堂	○	
11	永井 圭子	倉敷旅館ホテル組合	○	
12	辻 則之	野崎家塩業歴史館	○	
13	植田 兼二	西日本旅客鉄道(株) 倉敷駅	○	
14	米津 総一郎	下津井電鉄(株)	○	
15	三村 芳孝	錦盛堂	○	
16	黒田 和宏	鷺羽山吹上温泉 WASHU BLUE RESORT 風籠	○	
17	坂本 万明	倉敷商工会議所		○
18	太宰 信一	児島商工会議所		○
19	三宅 裕之	玉島商工会議所		○
20	守屋 弘志	真備船穂商工会		○
21	山本 嘉雄	つくぼ商工会		○
22	岡田 壽太郎	倉敷市商店街連合会		○
23	中藤 収	玉島テレビ放送(株)		○
24	北村 増紹	藤戸寺		○
25	安達 壽延	倉敷観光コンベンションビューロー	○	○
26	劔持 成利	(株) 倉敷ケーブルテレビ	—	—
27	大久保 憲作	(株) エフエムくらしき	—	—
28	大賀 紀美子	倉敷伝建地区をまもり育てる会	—	—

倉敷市観光振興プログラム（第2期）

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 : kankou@city.kurashiki.okayama.jp