

倉敷市観光振興アクションプラン

観光都市「くらしき」の復活を目指して！

～滞在型観光推進に向けた感動体感のまち「くらしき」づくり～

平成 16 年 12 月

倉敷市観光振興アクションプラン策定部会

1 .	目次.....	1
2 .	倉敷市の観光を取り巻く状況.....	2
3 .	全市を挙げた観光振興の推進.....	6
4 .	アクションプランの基本方針.....	7
5 .	アクションプラン項目.....	9

1. 倉敷市の観光を取り巻く状況

(1) 「観光」は地域の大きな波及効果をもたらす総合産業

「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ります。従来は「観光」といえば、旅行業・宿泊施設・交通機関・飲食物販業や諸々の観光施設などだけが関連する、いわば「観光業」的な狭義のとらえ方が主流でした。

しかし、観光客の行動は様々な産業とのかかわりを生み出し、広範な経済活動が展開されることとなり、その波及効果も多岐にわたることになります。

具体的には、観光客の増加は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を増加し、食事や土産品の消費が拡大するとともに、さまざまな就業形態でサービスを提供する雇用創出に結び付くことになります。さらには原材料等の調達・経費の支払いを通じて製造業や金融業に至るまで観光とのかかわりが拡大します。そしてさまざまな産業が波及的に拡大し、新規産業創出の機会も生まれるなど、次々と裾野の広い経済波及効果（所得の増加、雇用の増大）をもたらすこととなります。

観光を地域の総合産業として振興することは、地域経済の活性化に寄与し地域が持続的に発展する原動力となります。

(2) 国内各地で「観光」に取り組み

上記のように「観光」は、地域に幅広い波及効果をもたらすことから、近年特にその重要性が注目されています。

国においても、観光振興は極めて重要な国家政策課題であるとの位置づけがなされつつあり、平成14年の「グローバル観光戦略」策定、総理大臣による「2010年訪日外国人旅行者数倍増宣言」、これらを受けた「ビジットジャパンキャンペーン」など、国を挙げた「観光立国」の取り組みを展開しています。また、地方レベルでも、多くの自治体で「観光立市」「観光立町」を掲げるなど、観光による産業振興やまちづくりの取り組みを各地で行っています。

このことは、従来から観光地として著名な地域ばかりでなく、今まで知られていなかった地域が一躍人気の観光地となるなど、国内各地で観光客誘致の地域間競争がますます激しくなっていることにもつながっています。

(3) 近年の観光の傾向

一般的に近年の観光客の特性や傾向などについて、以下のようなことがいわれています。

「安・遠・短」の傾向

従来から「安・近・短」(近場への短期間の安上がりな旅行)の傾向が指摘されてきましたが、近年は交通費、企画商品などの低廉化を受けて、沖縄や北海道方面の国内旅行や海外旅行などの「安・遠(遠距離への旅行)・短」の傾向も強まっています。

シニアの旅行需要が拡大

社会全体が高齢化するにつれ、様々な産業においてシニアマーケットが注目されてきています。観光においても、時間的や金銭的にもゆとりを持ったシニア層が、今後さらに需要を拡大していくことが見込まれ、その対応が必要になってきています。

「周遊型」から「滞在型」「体感・体験型」へ

かつての旅行は、観光バスなどで駆け足で名所旧跡を見て回るスタイルが中心でしたが、近年は旅行の個性化が進むとともに、ひとつの町や地域に滞在しその場所の深い魅力をじっくりと味わう「体感・体験型」の観光行動へ志向されています。特に、大自然や温泉などで「癒す」、地域の暮らしや文化を「学ぶ」といったニーズに対応できるところが人気となっています。

「感動」「本物嗜好」がキーワード

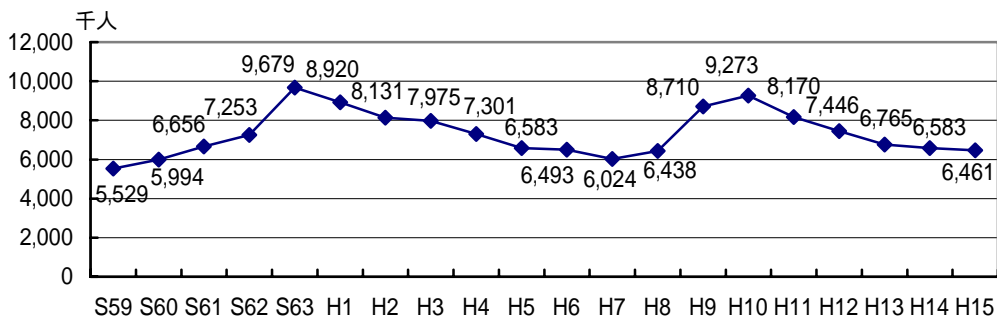
社会の成熟とともに、国内・海外とも旅行経験が豊富な旅行者が増え、単に表面を取り繕っただけのものや「つくりもの」では満足しなくなっており、心を動かす「感動」や「本物志向」などがキーワードとなっています。

(4) 倉敷市の観光の課題

近年の観光を取り巻く状況に対し、倉敷市の観光が抱える課題として、以下のような点が挙げられます。

観光入り込み客数は減少傾向

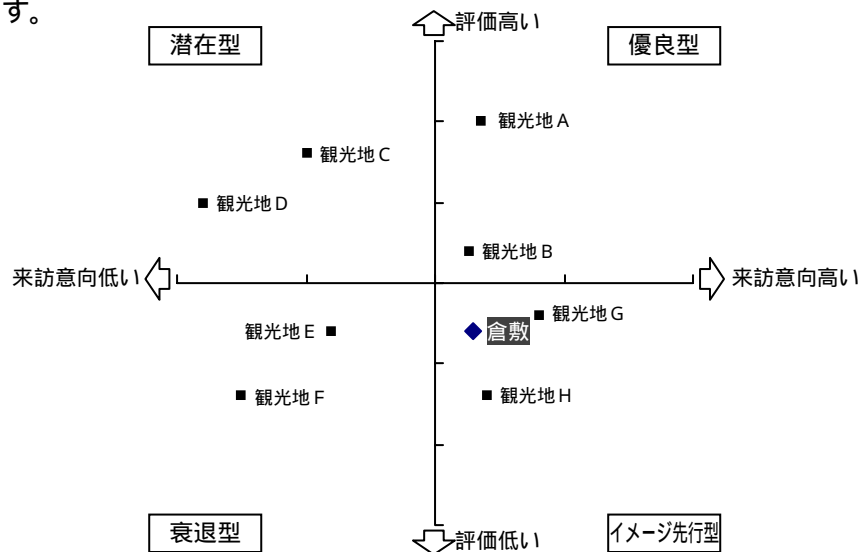
倉敷市への観光入り込み客数は、かつては美観地区や鷲羽山などを中心に人気を集め、瀬戸大橋が開通した昭和 63 年には 1 千万人近くにまで達しました。しかし、その後の経済状況や旅行先の多様化などから減少しはじめ、チボリ公園の開業により一時増加したものの、平成 11 年以降は減少傾向が続いています。



資料：岡山県観光物産課

「イメージ先行型」の評価

(財)日本交通公社の旅行者アンケートによると、全国の観光地について来訪経験の有無と来訪意向で分類しところ、倉敷市は「イメージ先行型」に分類されています。これは観光地としての評価は高く、「行ってみたい」と思う人は多いけれど、実際に来訪した経験者からの評価が未経験者に比べて高くない、というものです。知名度のみならず、地域魅力をさらに高めることにより、「行ってよかった」と思われるような観光地づくりが必要です。



資料：「旅行者動向 2000」(財)日本交通公社をもとに作成

来訪者の滞在時間が極めて短い

平成 15 年の観光入込客数が 6,461 千人であるのに対し、市内での宿泊者数は 962 千人となっており、倉敷市を訪れる観光客の大多数が、日帰り又は他地域で宿泊する通過型となっています。また、宿泊しない観光客の平均滞在時間が約 2 時間((社)倉敷観光コンベンションビューロー調べ)であるなど、極めて短い滞在時間となっています。

一人あたり観光消費額が減少傾向

滞在時間が短いこともあり、飲食や土産物の購入等で消費する金額も少なくなっています。例えば美観地区周辺などでは、かつては多くの観光客がたくさんの土産物を購入して帰っていましたが、近年はそうした観光客が減りつつあり、地域全体での消費金額も減少しています。

観光事業において全体の連帯感が希薄

かつては観光客が「何もしなくてもやってきた」時代には、関連する事業者が個別に対応するだけで、それぞれの事業を進めることができました。しかし、観光客のニーズが多様化し、観光誘客の地域間競争も激しくなっている中では、関連する各事業者が連携を密にして取り組んでいく必要があります。

観光マーケティングのデータが不足

観光振興のための諸施策推進に際しては、現状の倉敷市にどのような人が訪れ、どう感じ、何を求めているか等、観光客の動向にかかわる様々なデータが必要です。これらは個々の事業者がそれぞれの立場で把握している場合もありますが、市全体で課題を共有し具体策を展開していくためにも、データのさらなる把握が求められます。

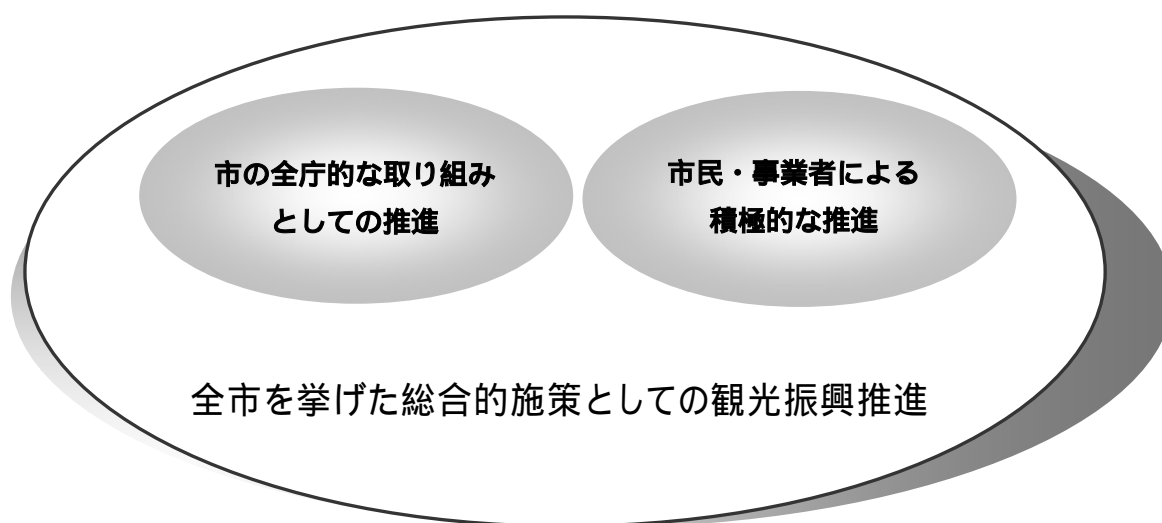
2. 全市を挙げた観光振興の推進

観光振興の取り組みは、行政のみ、あるいは観光関連事業者単独、といった個別の活動ではなく、市民、事業者、各団体、行政など各主体が互いの立場を尊重しつつ、協力・連携していくことが重要です。

市役所の中においても、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、全庁的な取り組みとして推進していくことが必要です。

また、一般市民や事業者（観光に直接的な関連が少ない事業者も含む）も、倉敷市に多くの観光客が訪れて満足して帰っていただけることが、自分たちの誇りにつながり、暮らしやすいまちづくりにつながるという観点から、観光事業への積極的な参画と推進を図っていくことが大切です。

このように、市の内外を問わず、文字通り全市を挙げて総合的施策としての観光振興を推進することにより、観光都市「くらしき」の復活を目指していくこととします。



3. アクションプランの基本方針

観光都市「くらしき」の復活を目指して、旅行者ニーズの多様化や国内各地での観光振興の取り組みによる競争激化など、取り巻く環境に対応し、訪れた人が「感動」を体感でき、素通りでなく長く滞在できる魅力的なまちにしていくために、取り組むべきアクションプランの基本方針を以下のように設定します。

観光都市「くらしき」の復活を目指して！

～滞在型観光推進に向けた感動体感のまち「くらしき」づくり～

<基本方針>

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
まちの資源を活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

もっといたくなる魅力的な観光地づくり・まちづくり

地域の魅力をじっくりと味わうスタイルの観光行動へ志向されている一方で、倉敷市では、宿泊観光客より日帰り・通過型の観光客が圧倒的に多く、その滞在時間も短いという現状から、観光客に少しでも長く滞在してもらう仕組みに変えていくことが必要です。そのためには、まち自体がハード・ソフト両面で居心地の良いこと、ほかにない魅力的なモノやコトがあることなどが必要です。また、倉敷市内に宿泊してもらうために、昼間だけでなく夜の魅力づくりも欠かせません。

このように、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こととします。

あたたかいもてなしの心を持った人づくり

訪れた人が感じる居心地の良さは、美しい景観や施設の快適性などだけでつくられるものではありません。様々な場面で接する人々の優しさ、気安さ、温かさ、といったものが極めて重要な要素となります。人によるもてなし、ホスピタリティは、魅力ある観光地づくりのためには必要不可欠です。

お客様である観光客へのもてなしは、観光関係者がまず率先して充実させることが重

要ですが、観光客にとっては相手が誰であれ自分が接した場面場面で倉敷市の印象が決定的になるため、観光関係者だけでなく、商店や通りすがりの人など、倉敷市で生活する一般の人々が観光客をあたたかく迎えることが大切です。

このように、一般の市民も含めて観光の重要性の理解を広めるなど、地域が一体となってあたたかいもてなしの心を持った人づくりを進めることとします。

まちの資源をいかした旅行商品づくり

観光客に倉敷市へ来てもらい、その魅力を楽しんでもらうためには、個々の施設や観光資源の魅力を高めていく努力とともに、それらの組み合わせによる新たな魅力の創出と、分かりやすい形での呈示・提供が重要です。

倉敷市には、美観地区や大原美術館、チボリ公園といった集客拠点ばかりでなく、本町・東町の街並みのたたずまい、鷲羽山の夕日、児島の学生服やジーンズの製造業集積、水島工業地帯など、魅力的な観光資源として活用できる素材が豊富にあります。こうした素材を組み合わせ、魅力的な旅行商品として創り上げていくことにより、これまでにない倉敷市観光の新たな一面として展開していくことが必要です。

倉敷市の様々な資源を掘り起こし、これらを活用した旅行商品づくりを進めることとします。

誘客プロモーション活動の積極展開

倉敷市は、観光地としては全国的にも有名な場所ということができ、「行ってみたい」という評価が高い一方で、「白壁の美観地区」のイメージがあまりに強烈なため、人によっては陳腐化した印象を持つことがあることも否めません。

通過型の観光地から脱却し、長く滞在したくなる居心地の良い観光地づくりを進め、新しい素材を組み合わせた魅力的な旅行商品として創りあげたものを、積極的に宣伝告知するなど、新たな観光都市「くらしき」をマーケットに広く訴求していくことにより、固定化したイメージを変えていくことが必要です。

様々な媒体や旅行会社などの流通ルートの活用により、誘客プロモーション活動を積極的に展開し、観光客を実際に倉敷市に来てもらう取り組みを進めることとします。

4. アクションプラン項目

基本方針を踏まえて、取り組むべきアクションプランの項目として、「着地整備」「商品開発」「情報提供」「誘致宣伝」「販売促進」の5つに分類して設定します。

着地整備

居心地の良い観光地づくりのためのハード・ソフト両面での整備

- まちの魅力向上
- 市内の交通アクセス整備
- ホスピタリティの向上
- 国際化への対応

商品開発

素材の組み合わせと訪問しやすい仕組みづくりなど観光客誘致につながる商品開発

- 夜型・朝型観光商品の開発
- 各種イベントの開発
- 施設間の連携による商品づくり
- 体験型観光，産業観光等の開発
- 広域観光ルートの開発

情報提供

倉敷市への来訪前後での、きめ細やかな情報提供の仕組みづくり

- 来訪前の情報提供の充実
- 来訪者への情報提供の充実

誘致宣伝

倉敷市の新たな魅力を知ってもらおう積極的な誘致宣伝活動

- 誘致活動の強化
- 宣伝活動の強化

販売促進

旅行会社における倉敷商品の造成と販売の促進

- 訪問セールス活動の強化
- 招致活動の強化

着地整備

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、居心地の良い観光地づくりを進めます。

まちの魅力向上

訪れる人に「感動」を与え、また、「感動」を求めて人が訪れるまちづくりを進めます。

- ・ 感動をテーマとした美観地区の魅力の再提案
- ・ 関係者間の連携による各種サービスの向上 等

実施項目	実施主体	効果	時期
夜の景観づくり <ul style="list-style-type: none"> ・ 美観地区の夜間照明による演出 ・ くらしき・あかりのコンペ（参加型イベント） ・ 美観地区の提灯、街灯、民家のこもれ灯での照明 ・ 施設の夜間開放・営業 	各事業者 ビューロー 市		長
美観地区の整備 <ul style="list-style-type: none"> ・ 倉敷川沿いに休憩ベンチの設置 ・ 新溪園の有効活用 	市		長
街並みの整備 <ul style="list-style-type: none"> ・ 本町・東町の街並み ・ 玉島の街並み ・ 下津井の街並み 	住民共同委員会 市		長
商店街の活性化 <ul style="list-style-type: none"> ・ 賑わいのある観光客にも魅力的な商店街への転換 	商店街 商工会議所		長
観光案内所の整備 <ul style="list-style-type: none"> ・ 倉敷総合観光案内所（市の総合的案内） ・ 東大橋家（全県的な観光情報発信拠点） ・ 倉敷館（美観地区を中心とした案内） 	ビューロー 市		中
観光案内の機能充実 <ul style="list-style-type: none"> ・ 「日本一」の観光案内を目指す ・ 各事業者のビジネスの隙間になっているサービスを実施 ・ ガイドやボランティアの活動拠点とし常駐態勢をとる ・ 各事業者の施設で案内・休憩・トイレが用意できる「三つ星ステーション」を展開 ・ 年度終了時には表彰するなど、参画意識を高める 	各事業者 ビューロー		短

市内の交通アクセス整備

市内の各拠点をつなぐ路線の設定と、わかりやすい情報提供により、周遊しやすい環境整備を進めます。

- ・ 情報発信の強化による既存路線の活用
- ・ 事業者間、業界間の連携強化

実施項目	実施主体	効果	時期
観光地ループバスの運行（児島地区） ・ 既存の循環線の充実と観光路線の新設	バス事業者		短
倉敷～児島の路線バスの活用 既存路線の活用と情報発信の強化 ・ 倉敷～児島～鷲羽山（天城線）の周知強化 ・ 時刻表製作会社への掲載方法変更の要望	バス事業者 ビューロー市		短
路線バスのルート番号表示 観光客への対応としてマグネットシール等で対応を検討	バス事業者 各事業者		短
観光地ループバスの運行（地域めぐり） 各地区におけるイベントに連動したバス運行で開始	バス事業者 ビューロー市		中
歩行者にやさしいまちづくり ・ 美観地区の交通規制の強化	市		長

ホスピタリティの向上

ホスピタリティの向上は、倉敷の観光振興における中心的課題であり、観光事業者にとどまらず市民を巻き込んだ継続的活動を進めます。

観光関係者による「観光客へのおもてなしのレベルアップ」と倉敷市民による「倉敷を知り、大事にし、人にやさしくする市民運動」の継続の両面から取り組みを進めます。

実施項目	実施主体	効果	時期
1. 観光関係者による観光客へのおもてなしのレベルアップ			
観光客向けのアンケート調査実施 ・主要観光地において観光客の不満要素を具体的に集約することによるホスピタリティ向上のための課題抽出と活用	ビューロー市		短
観光事業者同業種組織内での「おもてなしのレベルアップ」活動の実施 ・業種内組織としてホスピタリティへの取り組みを強化し、先進的な地域との連携を推進 ・業種内組織がない業種では組織の立ち上げから開始	観光事業者内組織		長
「くらしきもてなし塾」の開催 ・日常の観光客へのホスピタリティ向上につながる活動と倉敷全体でのホスピタリティ課題の解決を図る組織として活動 ・事業者単独では解決しないホスピタリティ課題の倉敷全体での解決について、継続的かつ具体的な活動を実施	「アクションプラン策定委員会」を母体にした組織		長
旅行商品での「おもてなし」の明示 主催旅行のパンフレットに、おもてなしの具体的内容が明示できるよう企画化 ・お荷物預かりサービス、お荷物チェックイン等	各事業者 旅行会社 市		短
2. 市民による「倉敷を知り、大事にし、人にやさしくする市民運動」の展開			
倉敷市による観光振興強化宣言 観光事業重要性の市民への徹底広報と、市民の協力のもとでの観光振興策実施の宣言	市		短
市民運動としてのホスピタリティ向上 ・各団体、職場、地域での実践例を発表 ・各地区間での競争を促し、優秀地区を表彰 ・熱心な活動例など個人を顕彰 ・美化運動の強化	市民 市		長

実施項目	実施主体	効果	時期
<p>市民の倉敷に関する知識の充実 市民参加のフォーラム開催 TMO,ボランティア組織との協働 ・倉敷商工会議所に事務局を置くまちづくり機関「くらしきTMO」との協働 ・人材養成塾でまちづくりの人材養成をさらに推進 大学との協働 ・川崎医療福祉大学等の保健・福祉・医療関係大学と協働 ・学生教育の一環としてボランティア活動を実施 市民が倉敷の観光地、観光施設を訪問しやすくするための制度を策定（市民料金の設定）</p>	市民 事業者 各組織 市		中
<p>観光ボランティア活動の幅広い展開 ・観光ボランティアガイドの育成 ・市民一人ひとりがガイドとなる「43万市民総ガイド」をめざした展開</p>	市民 市		長
<p>時代のニーズ及び来訪者のニーズに合った観光ガイド組織の確立</p>	ビューロー		短

国際化への対応

国を挙げての「ビジットジャパンキャンペーン」の取り組みなどにより今後増大が想定される訪日外国人旅行者の受け入れ態勢を整備し、外国人にとっても魅力的で訪問しやすい観光地づくりを進めます。

実施項目	実施主体	効果	時期
観光案内看板の整備・見直し ・英語、韓国語、中国語等の多言語対応	市		中
情報提供手段の整備 ・外国語対応のガイドマップ等の整備充実 ・観光案内HPの多言語対応	ビューロー 市		短
通訳案内の仕組みづくり ・倉敷市の観光に精通した通訳ガイドの育成・配置 ・「通訳コールセンター」などの機能の積極的な活用	ビューロー		中
関連事業者での取組み強化 ・交通、宿泊、観光施設等、各事業者における外国人受け入れ態勢の強化	事業者		中
海外友好都市との観光交流の促進	市		中
訪日外国人対象の広域ルート開発 ・関西や九州との連携	ビューロー		中

商品開発

魅力的なまちの素材を組み合わせ、訪問しやすく仕組みをつくと共に、新たなイベントの実施やコースの提案等により、観光客誘致につながる商品開発を進めます。

夜型・朝型観光商品の開発

市内への滞在時間を伸ばし、泊まっていただく動機付けを図るため、夜や朝の魅力を生かした商品づくりを進めます。

実施項目	実施主体	効果	時期
夜市、朝市の開催 ・ 定期的な夜市開催 ・ 宿泊施設周辺での定期的な朝市開催	TMO 市民 各事業者		中
児島観光港ナイトクルーズ運航 ・ 観光船、御座船利用によるナイトクルーズの運航	船事業者		短
鷲羽山の夕日鑑賞バス運行 ・ 観光ループバスの運行	バス事業者 各事業者 商工会議所 ビューロー 市		短
倉敷発の各種ミニバスツアーの催行 ・ 下津井、玉島の鮮魚を活用 ・ 瀬戸大橋ライトアップクルーズ	各事業者 商工会議所 ビューロー		短
児島ボートの夜間開催 ・ 夜の楽しみのバリエーションの拡大	市		長

各種イベントの開発

新規イベントの企画実施や、これまで各地で行われてきた既存イベントの再編により、新たな魅力づけを行い、観光需要の喚起を図ります。

実施項目	実施主体	効果	時期
食のイベントの実施 ・新「食・思・行」の実施	各事業者		中
「文化芸術」をテーマにしたイベントの開催 ・大原美術館主催のスケッチツアーの実施 ・質の高いガーデニングイベント ・倉敷芸術科学大学及びくらしき作陽大学との連携	大原美術館 ビューロー		短
既存の各種イベントの集約と新しい魅力開発 ・市内各地区のイベントの集約・調整	各商工会議所 ビューロー 市		中
瀬戸大橋架橋20周年記念事業	ビューロー		中

施設間の連携による商品づくり

各種セット券や周遊パス等の商品づくりを進め、観光客にお得感と利便性を提供します。

実施項目	実施主体	効果	時期
各施設共通券や共通割引カードの導入 ・文化施設の共通入場券 ・各観光施設の共通入場券 ・交通機関や観光施設、商店等で使用できる共通割引カード ・効率的な精算システム	各事業者 ビューロー		短
観光施設割引やバス・遊覧船セット券の発売 ・観光地ループバスに連携した観光施設割引と遊覧船セット券の販売 ・瀬戸内海国立公園指定70周年記念バス・遊覧船セット券の継続設定	各事業者 ビューロー		短
岡山国体など大型イベントにおけるサービス提供 ・観光施設の割引 ・一日周遊券、乗り放題チケットの販売 ・チボリ公園の夜間無料開放	各事業者 ビューロー		短

体験型観光、産業観光の開発

これまで観光資源として注目されていないものでありながら、倉敷市が有するそのほかの誇れる資源としての製造業集積などを活用し、産業観光など近年の旅行者ニーズに合致した観光商品の開発を進めます。

実施項目	実施主体	効果	時期
児島繊維産業を核とした周遊型商品の開発 ・ 児島駅周辺に繊維産業の歴史、体験コーナーを設置 ・ ショッピングができるバスの運行	商工会議所 ビューロー 各事業者		短
水島コンビナートの活用 ・ プラント間の連携、素材の再活用など循環系の仕組み等を産業観光として活用 ・ 水島臨海鉄道でのイベント列車の運行	商工会議所 ビューロー 市		短
玉島ハーバーアイランドの活用 ・ 海釣公園・特産品・飲食店を整備、コンテナ基地の産業観光としての活用	県 ビューロー		中
伝統工芸の担い手育成による新しい魅力の創造 ・ 伝統と市民のアイデアの融合による新しい魅力と体験メニューの創造 ・ 新しい倉敷の魅力の担い手（芸術・工芸）の援助	商工会議所 市民 市		中

広域観光ルートの開発

倉敷市だけの魅力で広く観光誘客を進めていくことには限界があることから、周辺の観光地や地域を超えた連携による広域的な観光ルートを開発を進めます。

実施項目	実施主体	効果	時期
周辺観光地との連携 ・ 吉備路との観光ルート充実、整備 ・ 瀬戸内、四国方面との観光ルート充実、整備	ビューロー 旅行会社 県		短

情報提供

観光客の多様なニーズに対応できるよう、倉敷への来訪前と来訪時点とのそれぞれの場面に応じて、必要な情報・楽しめる情報・魅力を深める情報等、きめ細かな情報提供の仕組みをつくり、実施します。

来訪前の情報提供の充実

倉敷を訪れる人が、より深く魅力を味わえ、効率的に行動できるよう、旅のプランづくりに役立つ様々な事前情報を提供します。

実施項目	実施主体	効果	時期
ホームページの充実 <ul style="list-style-type: none"> ・ブランド商品の紹介 ・境界マップなど現地での行動に役立つコンテンツ ・お楽しみサイト（ネットラリーツアー、写真コンテスト、等） ・メールマガジン ・掲示板など口コミ情報、意見交換 	ビューロー市		短
情報冊子の整備・充実	ビューロー市		中

来訪者への情報提供の充実

倉敷を訪れた人に対し、今・何処で・どんなことが行われているか、最寄り地点からの交通手段など、活動しやすい情報をタイムリーに提供します。

実施項目	実施主体	効果	時期
携帯ナビなどの充実・拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・公共施設などの拠点（病院、交番、GS、コンビニ、等）の情報の充実を図り、市民生活にも有用な情報提供手段とする ・QRコードなどを活用し携帯とも連動 	ビューロー市		短
得々情報マップの作成 <ul style="list-style-type: none"> ・散策コースと二次交通ダイヤを組み合わせたモデルコースや現地の得々情報などを掲載したマップを作成し、現地の生の情報を提供する。 	ビューロー市		短
夜の楽しみ方の情報提供 <ul style="list-style-type: none"> ・夜のスポットを紹介するガイドブックやチラシを作成し、宿泊施設等で配布 	宿泊施設 ビューロー		短
ミニFM局とのタイアップ <ul style="list-style-type: none"> ・携帯ラジオを貸し出し、拠点毎の音声案内を実施 	事業者 ビューロー		短

誘致宣伝

倉敷のこれまで知られなかった新たな魅力を一人でも多くの方に知っていただき、行ってみたいと思わせるため、積極的な誘致宣伝活動を展開します。

誘致活動の強化

市長自らのトップセールスをはじめ、新商品開発と連動した各種キャラバンの展開など、PUSH型の誘致活動を展開します。

実施項目	実施主体	効果	時期
市長によるトップセールスの実施 ・観光都市「くらしき」の復活を全国にアピール	市		短
各種キャラバンの活用 ・新商品開発のPR等、新たな魅力を訴求する機会として実施 ・県実施のキャラバンなど、各種の機会を活用 ・旅行会社や運送事業者の訪問、観光事情説明会、ブランド紹介などを実施 ・自転車によるミニキャラバンなどの展開	ビューロー 市		短
コンベンションの誘致事業 ・受入施設の休館日と開館時間の変更 ・コンベンション助成金制度の見直し ・民間施設の有効活用	ビューロー		中
フィルムコミッションの誘致事業 ・ロケ地MAPの作成 ・誘致活動の態勢整備	ビューロー		中
教育旅行の誘致対策 ・産業を活用した体験学習メニューの開発と整備	ビューロー		中
倉敷ファンの活用 ・倉敷ファンの組織を作り、定期的な情報交換等により、リピーター化を促進 ・著名人などが「倉敷特使」となり、倉敷観光のサポーターとして活躍	ビューロー		短

宣伝活動の強化

各種媒体の活用、交通事業者や旅行会社とのタイアップにより、倉敷の露出機会を高め、観光客が「行ってみたい」と思う動機付けを図ります。

実施項目	実施主体	効果	時期
各種媒体への出稿宣伝 <ul style="list-style-type: none">・ テレビ、FM ラジオ、WEB 広告を中心とした各種媒体の活用・ 新聞、旅行雑誌などへの出稿宣伝・ 記事にしやすいネタ、話題を継続的に情報提供・ 連載コラムなどのストーリーづくり	ビューロー市		短
交通事業者とのタイアップ <ul style="list-style-type: none">・ JR 西日本「ディスカバーウエストキャンペーン」との連動・ 駅プランとの連動・ 各航空会社キャンペーンとの連動	交通事業者 ビューロー市		短
旅行会社とのタイアップ <ul style="list-style-type: none">・ 商品造成補助事業による単独 destinations 商品の展開	旅行会社 ビューロー市		短

販売促進

送客力のある旅行会社の商品造成や販売促進を図るため、現地の生情報の定期的な配信や担当者向け研修の実施など、倉敷を効果的かつ効率的に「販売していただく」ための諸施策を展開します。

訪問セールス活動の強化

シティセールスマンの配置や、観光情報発信拠点の設置などにより、首都圏などにおける訪問セールス活動を強化します。

実施項目	実施主体	効果	時期
シティセールスマンの配置 <ul style="list-style-type: none">・東京に専任の観光セールスマンを配置し、大手旅行会社等への徹底かつ定期的な訪問セールス活動を展開・常に旬の情報の提供を進め、施策資金なども一定の権限付与	ビューロー市		短
事業者による定期的な情報収集 <ul style="list-style-type: none">・観光関連事業の担当者が定期的に旅行会社等を訪問し、マーケットニーズを把握	事業者		短

招致活動の強化

協力いただける旅行会社の担当者を対象に、倉敷の魅力を知っていただく機会を増やし、積極的な商品造成と販売を促していきます。

実施項目	実施主体	効果	時期
的を絞った招致活動の展開 <ul style="list-style-type: none">・倉敷の「売り」を絞り込み、協力的な旅行会社に的を絞った招致活動の展開	ビューロー市		短
説明会、現地研修の開催 <ul style="list-style-type: none">・企画造成仕入担当者の招致、現地説明会、意見交換会等の実施・旅行会社担当者の現地研修制度（割引等）の導入	ビューロー市		短