

業務概要

目的

尼崎市では観光に係る基本的な考え方や方向性を示す「尼崎版観光地域づくり推進指針」を2017年9月に策定したが、本業務では、その指針をもとに、重点取組地域(尼崎城を含む城内地区及び寺町や中央・三和商店街周辺地域)の魅力と価値を向上させ、訪日外国人を含む市内外からの観光客を呼び込み、地域経済の活性化に繋げていくべく、観光地域づくりの取組を進めるにあたっての「エリア戦略」を定めることを目的としている。

概要

・現況分析と取組方向の抽出

現況調査や既往計画の整理をとおして、重点取組地域における観光面での「強みと好機」「課題」を抽出し、それらを踏まえた4つの取組方向(①観光情報の拡大,②観光客数の拡大,③観光消費の拡大,④観光人材の拡大)を抽出した。

・観光エリア戦略の検討・策定

観光地域づくりの取組を進めるにあたっての「エリアコンセプト」、地域に呼び込みたい「ターゲット」、及び、上記4つの取組方向の実現化に向けた「戦略と施策展開方向」について近年の観光動向等も踏まえながら検討・策定した。

・推進体制・進捗管理指標、及び事業計画の検討・策定

地域が一体となって取組を進めるための「推進体制」、効果的・効率的に取組を進めるための「進捗管理指標」、及び、観光エリア戦略に則った今後5カ年の「事業計画」について検討・策定した。

観光エリア戦略の概要

コンセプト

AMA+zing ジョー下町

・観光地域づくりの取組を進めていくことで、地域に更なる「zing(元気、活気、熱意など)」を注入し、訪れた方々へ「amazing(驚き、素晴らしさ、感動など)」を与えられる城下町の形成を目指していきます。

・この「AMA+zing」=「AMA+zing」という考え方を観光地域づくりのコンセプトに位置付け、尼崎城を中心とする様々な地域資源を繋ぎ・活用していくことで、歴史と未来を、そして尼崎と市外から訪れる人を繋ぎ、まち全体に更なる賑わいが広がっていく「観光地域づくり」を実現していきます。



ターゲット

視点	フィルタ (観光動向)	国内向けターゲット
特性活用	1. 尼崎観光の大部分が日帰り客 2. 尼崎観光の多くは関西圏から	ターゲット1: 関西在住の日帰り観光客 ターゲット2: なかでも特に、情報発信力の高い20~40歳代の女性
課題解決	3. 現状イメージが良いとはいえない 4. ポテンシャルはあるが認知度は高くない	
視点	フィルタ (観光動向)	インバウンド向けターゲット
特性活用	1. すでに一定の外国人宿泊者が存在 2. 京都・奈良への利便性重視者も多い	ターゲット3: 市内ホテル等の外国人宿泊者 ターゲット4: 関西(特に大阪)に訪れる外国人個人旅行者
課題解決	3. 兵庫県への流入の多くは大阪から 4. 尼崎市における滞在時間は短い	

エリア戦略

取組	拡大に向けた戦略
1. 観光情報の拡大に向けた戦略	戦略1-1. 各種メディアを活用した情報発信 戦略1-2. 観光客自身による魅力情報拡散の促進 戦略1-3. 外国人観光客に対応した情報環境の整備 戦略1-4. 国内外での効果的なプロモーション
2. 観光客数の拡大に向けた戦略	戦略2-1. 多様な地域資源の有効活用 戦略2-2. 発信力の高いコンテンツの拡充 戦略2-3. 尼崎ならではの体験プログラムの提供 戦略2-4. 外国人観光客に高感度な機能の拡充
3. 観光消費の拡大に向けた戦略	戦略3-1. 快適な周遊を促す基盤整備 戦略3-2. 楽しく周遊できる環境の創出 戦略3-3. 外国人観光客の消費機会の拡充 戦略3-4. 外国人観光客の周遊を促すサービスの拡充
4. 観光人材の拡大に向けた戦略	戦略4-1. おもてなしの意識・人材の拡充 戦略4-2. 魅力向上を支える新たな人材の発掘・育成 戦略4-3. 外国人観光客に対するおもてなし人材の育成 戦略4-4. 外国人観光客に対するおもてなし人材の育成(再掲)