
尼崎版観光地域づくり推進指針

【 尼 崎 市 】

I 尼崎版観光地域づくり

- ① 観光による、地域の稼ぐ力の向上
- ② 観光による、まちの魅力と価値の向上
- ③ 観光による、シビックプライドの醸成

1 新しい尼崎のまちづくり

尼崎市は、かつての尼崎城を中心とした城下町を礎に、わが国の高度成長とともに産業都市として発展し、2016年に市制100周年を迎えました。その道程は決して平坦なものではありませんでしたが、常に様々な課題と向かい合いながら先人の英知と弛まぬ努力により乗り越えて歩んできました。そして今、本市はこれまでの歴史と培ってきた資産を受け継いで、より魅力あふれる尼崎を創り引き継いでいくため、新たな100年に向けての人づくり・まちづくりの取組を始動させました。

2 まちづくりの新たなエンジン

現在、人口減少や少子高齢化の進行などにより、全国的に社会経済活動は収縮していく傾向にあり、本市においても例外ではありません。そうした中であって、尼崎の魅力や活力、そして価値を高めていくためには、市域外からの来訪者を増やし、交流人口とこれに伴う経済効果の拡大を図っていくことが大切です。

そのため、今後においては、これまでまちを育て支えてきた地域経済活動を維持していくことに加え、尼崎のまちに培われてきた資産を最大限活用しながら、「観光」の視点に立って地域をつくる「観光地域づくり」に取り組み、これを新たなエンジンとして次の100年のまちづくりを加速させていきます。

3 歴史と未来をつなぐ尼崎城

まちづくりの大きな節目を迎えるなか、尼崎の発展の礎となった城内地区に大勢の方々の期待を受けて尼崎城が再建されます。この契機を捉え、次の100年に向かって築かれる城が歴史と未来を、そして尼崎と市外から訪れる人をつなぎ、まち全体にさらなる賑わいが広がっていくことを目指し、「観光地域づくり」においては、尼崎城を中心に据えた取組を展開します。

4 尼崎らしい観光地域づくり

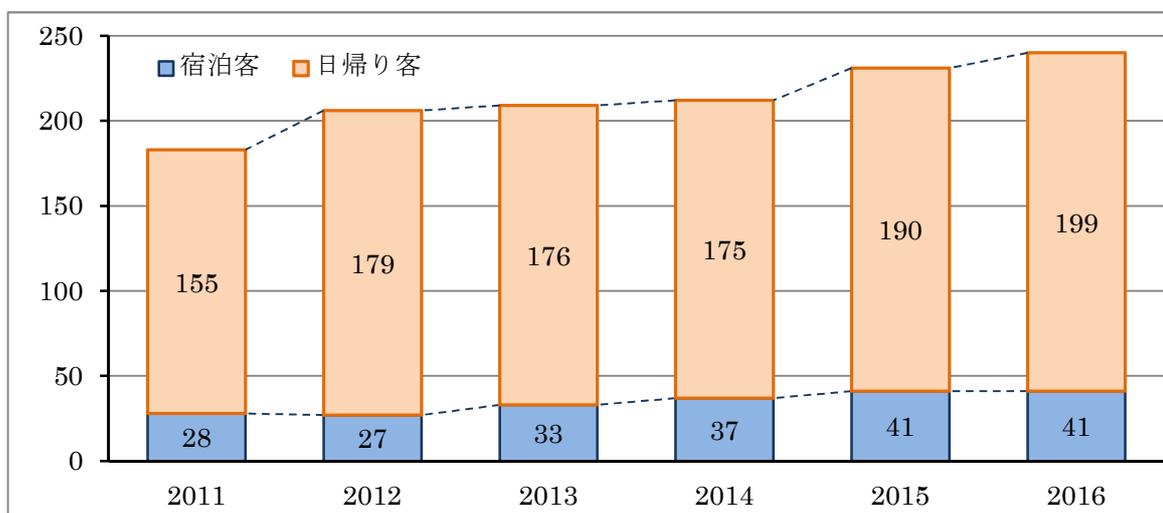
インバウンド^(※1)を含めて、「観光」のニーズやスタイルが大きく変化しています。人々はいわゆる旧来の文化財や観光施設だけでなく、旅先の独特な生活文化や、その場でしか得られない体験に惹きつけられて自ら足を運び、その情報は SNS などのソーシャルメディアによって世界に拡散されていきます。

こうしたなか、尼崎市には、これまでの都市の営みの中で歴史や文化、ものづくり産業や生活を支える商店街など多様性に富む資産が数多く蓄積しています。そして、これらの資産に加えて、尼崎に集い、住まう人々の暮らしと温かさは、このまちへの来訪を誘う尼崎ならではの魅力となる可能性を持っています。

また、古くから交通の要衝として栄え、現在においても様々な交通手段の結節点である尼崎の圧倒的な交通アクセスの良さ、立地の優位性は、市域外から来訪者を呼び込むにあたって他の都市や地域と比べて大きな強みです。

「尼崎版観光地域づくり」では、このような尼崎ならではの強みや可能性を生かし、「観光」という視点から戦略的に交流人口の増加を図り、①地域の稼ぐ力の向上、②まちの魅力と価値の向上、③シビックプライド^(※2)の醸成につなげて、新しい尼崎のまちづくりを推進するしくみづくりに取り組んでいきます。

【交流人口指標】 尼崎市における観光入込客数^(※3)の推移 (単位：万人)



※1：ここでは訪日外国人観光客として表記

※2：わがまちに対する誇りや愛着

※3：市内の観光地点及び行祭事・イベントに訪れた人数

II 観光地域づくりの進め方

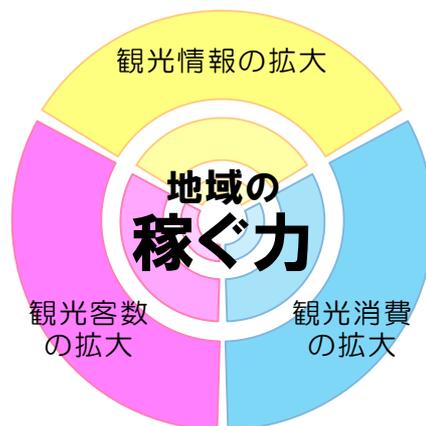
こうした考え方を踏まえ、当指針では、尼崎が持つ優位性を生かして「観光」の視点から「地域の稼ぐ力」を向上させることによって、地域経済の活性化につなげていく「尼崎版観光地域づくり」の実現を目指していきます。

1 稼ぐ力を向上させる3つの取組方向

交流人口を増加させ、地域の稼ぐ力を高めていくためには、まず尼崎のまちの魅力を広く伝え、市域外から尼崎を訪れるきっかけを作るとともに、滞在時間や消費額を拡大していく必要があります。

また、国内外からの来訪者が尼崎を訪れ、楽しむ光景がまちに溢れていくことにより、まちの魅力が再認識されるとともに、市域内での身近な観光や経済循環が促される効果も期待できます。

こうしたことから、観光地域づくりの推進にあたっては、「観光情報」「観光客数」「観光消費」のそれぞれを拡大させていくことを基本に据えて地域の稼ぐ力の最大化を目指した取組を進めていきます。



観光情報の集約と戦略的な情報発信などを行い、各種メディアの活用や尼崎を訪れた観光客自身による SNS での情報拡散を促す取組を進め、尼崎市の魅力を市内外に発信させるよう取組を進めます。



体験型観光の開発や複数地域資源の組み合わせによる魅力の深化を行い、新たな来訪者を獲得するとともに、一度尼崎に来られた観光客に再度尼崎を訪れていただくなど、多くの方に尼崎を訪れていただけるよう取組を進めます。

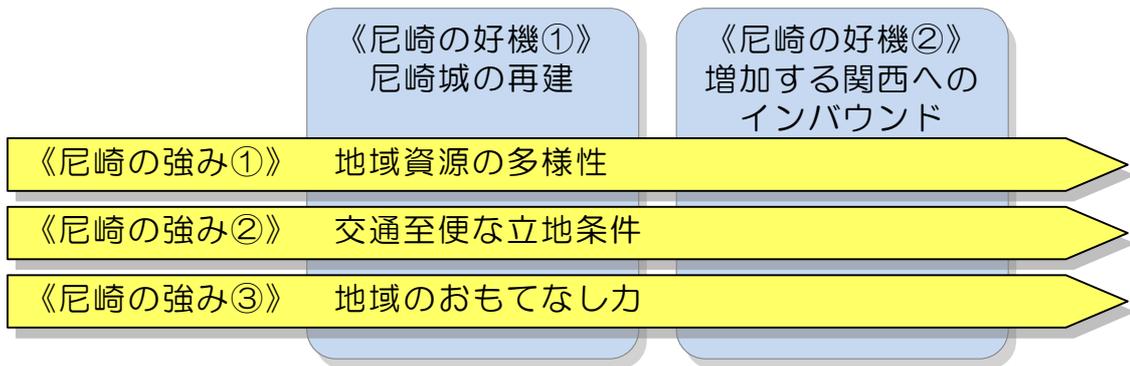


複数の地域資源を巡る周遊の促進や尼崎ならではの観光商品の開発などを行い、尼崎での滞在時間を延ばすとともに、消費の機会を創出し、楽しみながら尼崎で消費していただけるよう取組を進めます。

2 尼崎の強みと好機

尼崎は「尼崎城の再建」や「(関西への) インバウンドの増加」といった観光地域づくりを進めていくにあたっての非常に大きな好機を迎えています。

こうした好機を生かしていくため、本指針に基づく施策の展開にあたっては、尼崎の強みを軸とした効率的・効果的な展開を図り、観光による経済効果の獲得を実現していきます。



【尼崎が迎える好機】

① 尼崎城の再建

本市の新たな 100 年の幕開けを飾る尼崎城の再建には、市内外から多くの注目が寄せられています。

尼崎城を子どもからお年寄りまで幅広い年代の方が歴史を学び、楽しみ憩う場所として整備していくことで、本市の歴史的なシンボルとして多くの市民に親しまれるだけでなく、市外の方々が尼崎城を訪れ、城内地区や寺町、さらには商店街などの周辺地域を巡っていただくきっかけとなります。

そのためには、城を核とした情報発信や資源を繋ぐストーリーづくり、城を拠点とした周遊の仕組みの構築などを行うことで、城への注目を期待や興味へと変えるとともに、新しい都市イメージの定着や来訪のきっかけづくりに繋げるなど、尼崎版観光地域づくりの起爆剤としていきます。

② 増加する関西へのインバウンド

全国的に、年々増加が見込まれているインバウンドはリピーター（訪日回数 2 回以上）が多くなってきているとともに、目的地も主要都市を巡るゴールデンルートから地方へシフトしてきており、多くのインバウンドが関西を訪れています。

多言語対応や公衆無線 LAN の整備などの環境整備を行うことで、旅行者がストレスなく快適に観光を楽しむことができるまちとして、インバウンドの獲得を目指していきます。

【尼崎が持つ強み】

① 地域資源の多様性

本市には、昔ながらの商店街や市場、ものづくり企業の集積など、様々な魅力を持つ地域資源が存在しており、近年ではこれに加えて工場地帯の運河クルーズや工場夜景の撮影といったように既存の地域資源から派生した様々なコンテンツが生まれています。

こうした尼崎ならではの地域資源を生かし、組み合わせた“アマのくらし体験”を企画・開発し、来訪者の満足度向上と滞在時間を拡大することで、「もっと楽しみたい」「また来たい」と感じる尼崎ファンの獲得を目指していきます。

② 交通至便な立地条件

本市は、大阪（梅田・難波）、京都、神戸、ユニバーサルスタジオなどの観光地だけでなく、関西国際空港や伊丹空港、新大阪駅などにもスムーズにアクセスできる非常に高い交通利便性を持っています。

こうした交通至便な立地の強みを生かし、近隣都市を訪れる観光客が短時間でも気軽に楽しめるオプションツアーの企画・開発や近隣の地域との広域的な連携などにより、新たな来訪者の獲得を目指していきます。

③ 地域のおもてなし力

本市は、世話好きや周りの事をほっておけない、いわゆる良い意味での「おせっかい」人が多いと言われるなど非常に人情味あふれるまちです。

こうした人々がシビックプライドと「わがまちに来て・楽しんでもらいたい」という気持ちで来訪者と交流していくことが、旅行の満足度や尼崎のまちに対する好感度の向上につながるため、ボランティアガイドの育成や観光関連セミナーの開催などを行い地域でのおもてなしの力を育てていきます。

3. 重点取組地域

尼崎城の再建はひろく注目・関心を集めるとともに、来訪者の増加が期待できることから、まずは尼崎城を含む城内地区及び寺町や中央・三和商店街周辺を重点取組地域として取組を進めていくとともに、取組の進捗状況や観光客の集客状況を踏まえながら、市域南部を中心としたエリア、そして全市域へと段階的に拡大させていきます。

Ⅲ 今後の課題

1. 観光マーケティングの実施

【課題】 観光関連の統計データの蓄積や分析が行われておらず、実態を踏まえた施策展開が十分ではない。

【対応】 今後、観光関連データ等の継続的な収集・分析を行い、蓄積されたデータを踏まえたマーケティングに基づいて観光施策を展開していきます。

2. 観光関係者との連携

【課題】 観光協会が無いこと等から、多様な観光関係主体が共通した考え方や取組方向を持たずに、それぞれが独自の施策展開を行ってきた。

【対応】 共通した戦略のもとで地域が一体となって取組を推し進めていけるように、多様な観光関係主体のプラットフォームを設置します。

3. 地域資源間の接続

【課題】 圧倒的な魅力を持った観光資源いわゆる「キラーコンテンツ」がなく、単体の観光資源で市外から多くの観光客を呼び込むことは難しい。

【対応】 複数の地域資源を組み合わせた取組が必要不可欠であることから、各資源を結ぶ尼崎らしいストーリー性をもったプロモーションに取り組みます。

4. 観光地としての環境整備

【課題】 訪日外国人旅行者が言語や文化の違いから戸惑いや不満を感じている。また、市内における宿泊客数が高水準で推移している。

【対応】 観光客がストレスなく、快適に観光を満喫し滞在できるように、Wi-Fi環境やパンフレット・案内標識の多言語化、宿泊ニーズへの対応など観光地としての環境整備に取り組みます。

IV 尼崎版 DMO

観光地域づくりの実現に向けては、尼崎の持つ地域資源を観光の視点で分析し、観光的価値を付加していくとともに、戦略的にマネジメントしていくことが求められています。

こうした取組は地域の様々な関係者と一体となった取組が必要不可欠であることから、その舵取り役として、観光地域づくりの戦略を策定・推進していくとともに、観光関係者のプラットフォームになる尼崎版 DMO を設置し、交流人口の増加と地域経済の活性化に繋げていきます。

<参考：DMO とは> -----

- Destination Management/Marketing Organization<デスティネーション (目的地)・マネジメント/マーケティング・オーガニゼーション>の略称であり、旅行者の目的地となる地域が一体となって観光をマネジメントする目的で形成される組織体のこと。

○この指針は、尼崎市において観光地域づくりを推進していくにあたって、市の基本的な考え方と方向性を示すものです。

【尼崎版観光地域づくり推進指針】

平成 29 年 9 月

尼崎市ひと咲きまち咲き担当局
まち咲き施策推進部観光地域づくり推進担当

〒660-8501

尼崎市東七松町1丁目23-1

TEL 06-6489-6521 / FAX 06-6489-6793

URL <http://www.city.amagasaki.hyogo.jp/>