

観光施策に関する考え方

平成 30 年 3 月

枚 方 市

はじめに

本市においては、人口減少・少子高齢化時代の中、人々が集い活力がみなぎるまちづくりを目指し、さらなる賑わいの創出を図るため、交流人口の増加や経済活性化につながる観光施策を民間活力も活用しながら戦略的に進める方針を掲げました。

この方針に基づき、庁内連携はもとより官民連携を図りながら観光施策を効果的に推進するため、「観光施策に関する考え方」を定めるものです。

1. 現状

(1)国・大阪府の動向

国においては平成 18（2006）年に『観光立国推進基本法』を制定して以降、観光を 21 世紀の経済社会発展に向けた重要な政策の柱と位置づけ、近年の観光における旺盛なインバウンド¹需要については、交流人口を拡大させ地域経済を活性化する原動力として、国を挙げて施策を推進してきました。

近年の最重要課題である「地方創生」においても、「観光は我が国の成長戦略の柱であり地方創生への切り札」と位置づけ、観光政策が「地域への誇りと愛着を醸成するとともに地域の『稼ぐ力』を引き出す」との考え方のもと、観光を我が国の基幹産業に成長させ、地域の活力につなげることを目指しています。

また国は、観光地経営の主体として「世界に通用する観光地域づくりとマーケティングを行う官民一体の観光地経営体（日本版 DMO²）」を位置づけています。DMO（Destination Management Organization の略）とは、「経営」の視点を持って戦略策定・各種データの

1 外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行または訪日旅行という。

2 地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。

収集分析・商品創出・効果的なプロモーション³を行うなど科学的アプローチ（マーケティング⁴）を取り入れ、官民一体となつての観光地域づくりを行う組織です。

大阪府及び大阪市においても、地域連携 DMO である大阪観光局の機能を強化するとともに、国内外からの観光客受入環境の充実とさらなる魅力向上などの数々の取り組みを、府内市町村の官民連携による「オール大阪」で推進するとしています。

(2)本市の状況

本市においては、ひらかたパーク（旧・枚方遊園）の菊人形展等や、「ひらかた温泉」などの民間観光資源により、多くの観光客で賑わった時期がありました（※1）。

近年では「ひらかたパーク」が平成 8（1996）年のリニューアル以降新たなプロモーションを展開して再び脚光を集めているほか、平成 26（2014）年のくずはモールの全面リニューアル、平成 28（2016）年にニトリモール枚方や枚方 T-SITE といった大規模商業施設がオープンして連日賑わいを集めるなど、民間事業において様々な動きがあります。

一方行政においては、昭和 59（1984）年の「枚方八景」の制定など、地域に対する愛着及び誇りを醸成する取り組みや（※2）、平成 10（1998）年の「枚方文化観光協会」の設立、平成 13（2001）年の市立枚方宿鍵屋資料館の開館などの観光施策を進めてきました（※3）。

また、枚方フェスティバル協議会による様々なまつりの開催・支援、枚方宿地区まちづくり協議会による「枚方宿くらわんか五六市」の定期開催や舟運の復活など、官民の協働による観光地域づくりにも取り組んできました（※4）。

今後、観光施策をより効果的に推進していくためには、文化財の保存・活用（※5）をはじめ、商工業・農業等の産業施策、国内外の交流・健康・環境・スポーツなどの施策について「観光」をキーワードに連携を図るとともに、官民が連携し役割分担をしながら、マーケティング手法を取り入れた観光地域づくりの体制を作ることが求められています。

3 消費者の購買意欲を喚起するための活動のこと。

4 顧客や依頼人などにとって価値ある商品・サービスの開発、生産、流通における諸活動及びプロセスのこと。

■ ■ ■ ■ ■ 参 考 ■ ■ ■ ■ ■

(※1)

枚方遊園（現・ひらかたパーク）は、大正年間から現在の枚方公園駅隣接地に定着して菊人形展等を開催、人気を博した。「ひらかた温泉」は、同じく枚方公園駅の隣接地にあり、旅館・浴場・料亭・芝居小屋等を備え、多くの観光客で賑わった。しかし、平成3（1991）年にひらかた温泉が姿を消し、ひらかたパークで継続開催されていた菊人形も平成17（2005）年で終了した。

(※2)

地域に対する愛着及び誇りを醸成するための代表的な取り組みには、昭和59（1984）年の「枚方八景」の制定、ふるさと創生一億円事業を活用した平成5（1993）年歴史アニメーション・ビデオ「鑄物師はんべえ奮戦記」の制作などがある。近年では、教育委員会において「郷土枚方の歴史」に加えて「楽しく学ぶ 枚方の歴史」という副読本を作成し、郷土学習を推進している。また、市制施行60周年・65周年事業においては「枚方検定」を、70周年事業においては「枚方クイズグランプリ」を開催し、クイズの参考資料「虎の巻・上下巻」を発行した。

(※3)

江戸時代に三十石船の船宿として賑わい、明治以降は料亭を営んでいた「鍵屋」の平成9（1997）年の廃業に際して、これを買取り、平成13（2001）年に市立枚方宿鍵屋資料館として整備・開館した。

(※4)

歴史・文化を色濃く残す枚方宿地区においては、枚方市都市景観形成要綱や景観法に基づく枚方市景観計画、枚方宿地区まちづくり協定により、歴史的景観の保全・創造を進めるとともに、本市における重要な地域資源である淀川についても、治水を重視した整備から、自然・歴史・空間的魅力を活かすため、舟運の復活や淀川ブランドの推進等の取り組みが進められている。一方、天野川では、平成28（2016）年に交野市とともに、観光スポットを活用した周遊ルートの設定や商品開発支援を進めている「天の川ツーリズム」が開始されている。

(※5)

本市文化財の保存整備においては、国の特別史跡である百済寺跡の再整備事業、国の史跡の指定を受けた楠葉台場跡の整備に取り組むとともに、大阪府史跡の「伝王仁墓」についても休憩施設などの整備が進んだ。また、貴重な歴史文化遺産に接する機会を得て、次世代へと継承するとともに、市民の歴史文化遺産への理解を深め、歴史の薫り豊かなまちづくりや文化観光へと活用・発展させるため、平成27（2015）年に「歴史文化遺産の保存と活用のための整備構想」を策定している。

2. めざすべきもの

平成 29 (2017) 年 8 月～9 月に本市観光資源に関する市民の意識を調査するため、実施したアンケート「市内のおすすめの場所」では、「枚方宿」や「意賀美神社」などの名所旧跡ばかりでなく、「くずはモール」「ひらかたパーク」「山田池公園」「T-SITE」などの民間商業施設やレジャー施設の人気の高いほか、特に観光地と位置づけられていないまちなみや飲食店などについても、市民が本市の魅力スポットと感じていることがわかりました。このことから本市の観光施策においては、従来の「名所・旧跡を見る観光」に加えて、飲食やショッピング、さまざまなエンターティメントを含む「まちを楽しむこと」そのものも観光資源として捉え取り組む必要があります。本市市民が愛し楽しんでいる枚方の様々な魅力を市内外に広く発信し、多くの人に接してもらうことが、交流人口を増やし、本市の経済活性化につながっていくと考えます。

以上を踏まえて、本市が観光施策を推進することでめざすべきものは、次のとおりとします。

①枚方市の魅力向上

本市の市民が自ら誇りに思い、楽しみ、発信することができる地域・資源が観光資源であると捉え、観光資源の発掘・開拓を進め、もって本市の魅力向上を図る

②交流人口の増加

本市の魅力を広く知ってもらうことで多数の来訪者を獲得し、交流人口の増加を図る

③経済活性化

交流人口の増加が、地域の「稼ぐ力」を引き出す原動力となるよう、様々な施策間の連携強化を図る

3. 基本戦略

(1) 魅力あるコンテンツの創出

本市では、文化財の保存・活用、淀川舟運の再生、(仮称)総合文化芸術センター整備による新たな文化芸術事業の充実などに取り組んでいますが、現時点で、本市の集客力のあるコンテンツ⁵は、レジャー施設や商業施設が中心です。近年の旅行者意識は、自然・歴史・文化観光をはじめ、グルメやショッピングなど多種多様な嗜好があり、年代や性別によっても傾向が異なります。このような状況を踏まえ、次の取り組みを進めます。

- ①利用者目線による魅力あるコンテンツの創出を図るため、市民が感じる魅力、市外の人が感じる魅力など、あらゆる角度からのデータ収集・分析
- ②様々なコンテンツを組み合わせた複合型コンテンツの創出・提供
- ③京都・大阪・奈良の中間に位置する本市のロケーションの魅力の顕在化

(2) 情報発信力の強化

近年観光の情報源として、従来からのガイドブックだけでなくインターネットや雑誌を活用することも多くなりました。また、「インスタ映え」という言葉にも見られるように、SNS⁶による個人の情報発信力も増大しています。情報発信手段が多様化する中、官民による情報発信、インターネットの活用などに取り組んでいく必要があります。このような状況を踏まえ、次の取り組みを進めます。

- ①市の情報媒体だけでなく、民間の情報媒体を重視した観光施策に関する情報発信
- ②市民・民間事業者・本市への訪問客を対象とした効果的なプロモーションの展開
- ③Free Wi-Fi⁷などの情報環境整備や、利用者によるコンテンツに関する情報発信の誘導
- ④枚方市に対する誇りと愛着を育むための情報提供と人づくり

5 ここでは「観光資源等を構成する個々の内容物」のこと。

6 Social Networking Service の略。ツイッター、フェイスブック、LINE など。

7 無料で利用できる公衆無線 LAN のこと。

(3) 施策間連携の強化と統一した観光地域づくりの体制確立

本市ではまちの魅力向上を図る中で、文化芸術施策の推進、農と触れ合う機会の充実、国外を含む地域内外の人々の交流促進、創業や新たなビジネス展開など様々な施策の展開を行っていますが、「観光」の視点での施策間の連携や周辺自治体との広域的な連携に課題を残しています。また、枚方文化観光協会などの観光施策を推進する体制が運用されているものの、観光施策を戦略的に進めるにあたっては、マーケティング手法を取り入れた観光地域づくりの体制について検討する必要があります。このような状況を踏まえ、次の取り組みを進めていきます。

- ①「観光」というキーワードで各施策をつなぐ、戦略的な取り組みの展開
- ②枚方の観光地経営体の確立に向けた検討

4. 基本戦略実現のための取り組み

(1) 魅力あるコンテンツの創出

①利用者目線による魅力あるコンテンツの創出を図るため、市民が感じる魅力、市外の人
が感じる魅力など、あらゆる角度からのデータ収集・分析を行います。

■観光関係データの調査

観光におけるニーズを定量的に把握することは国・都道府県レベルではある程度で
きますが、市レベルでは、民間事業者も定量的なデータを把握しておらず、社会状況
等から推測しているのが現状です。そのため本市訪問客へのヒアリング調査、海外
SNS 発信情報の分析などを行い、本市の観光におけるニーズを把握します。

■本市ならではのインバウンド獲得の推進

本市に滞在している外国人の意見を取り入れ、訪日外国人観光客が求めている本市
における潜在的な観光資源を発掘します。

②様々なコンテンツを組み合わせた複合型コンテンツの創出・提供を行います。

■テーマ型ツーリズムの創出

現在、実施されている取り組み、イベントや施設・資源等を「桜」「淀川舟運」「天
の川」「歴史遺産」のような共通テーマでつなぐとともに、異なる性質のコンテンツ
と組み合わせ、様々なツーリズムを創出します。

③京都・大阪・奈良の中間にある本市ロケーションにおける魅力の顕在化を目指します。

■本市ロケーションを活かした観光の検討

本市は、京都・大阪・奈良の中間に位置し、古くから交通の要衝として栄えてきた
ことから、本市への観光客誘致や、各地への観光拠点となる優位性を持っています。
そこで、このロケーションを活かした広域観光案内等の取り組みを検討します。

■宿泊機能の充実

平成 30 年 6 月に施行される住宅宿泊事業法に基づく民泊事業の普及に向けた取り
組みを進めるとともに、同事業の実施者等と連携した新たな観光コンテンツの創出を
検討するなど、民泊事業の活用を図ります。

また、ホテル立地に係る方向性の検討を行います。

(2) 情報発信力の強化

①市の情報媒体だけでなく、民間の情報媒体を重視した観光施策に関する情報発信を行います。

■市情報発信媒体、マスメディア及びソーシャルメディアの活用

広報紙や市ホームページなど、市情報発信媒体の活用を行います。あわせて、魅力向上につながる取り組みや交流人口増加につながる情報を効果的に発信するため、新聞、TV、雑誌などのマスメディアをタイムリーに活用するとともに、今や、瞬時に世界規模で情報発信できるソーシャルメディアを有効に活用できるよう取り組みを進めます。

■マップ・ガイドの整理・統一化

様々なマップの観光要素について統合型 GIS を活用し情報集約することにより、観光情報を包括的に網羅したマップの作成を目指します。

■官民コラボレーション型情報発信

市の情報媒体と民間の情報媒体をコラボレーションさせた、より効果的な情報発信を行います。

②市民・民間事業者・本市への訪問客を対象とした枚方の魅力に関する効果的なプロモーションを展開します。

■市ホームページの観光関連情報を整理し、市の観光情報を一元的に網羅した観光情報サイトを作成し、本市の魅力を効果的に発信します。

■資金集めの手法であるクラウドファンディング⁸のプロモーション機能を活用します。

③Free Wi-Fi などの情報環境整備や利用者によるコンテンツに関する情報発信を誘導します。

■学生世代はメディアリテラシー⁹が高く、SNS の利用にも慣れていることから、官学連携による情報環境整備や利用者によるインスタグラム等のコンテンツに関する情報発信を誘導します。

■インバウンド対応において、訪日外国人観光客誘致に向けた SNS 等による情報発信に取り組みます。

④枚方市に対する誇りと愛着を育むための情報提供と人づくりを行います。

■本市の歴史等に関する教育を行うとともに、観光・歴史に特化したクイズ等のスタイルによる楽しい「まちの魅力学習」を推進します。

8 インターネットを通じて広く資金を集める仕組みのこと。

9 メディアを使いこなし、正しく情報を見きわめる能力のこと。

(3) 施策間連携の強化と統一した観光地域づくりの体制確立

①「観光」というキーワードで各施策をつなぐ、戦略的な取り組みの展開を行います。

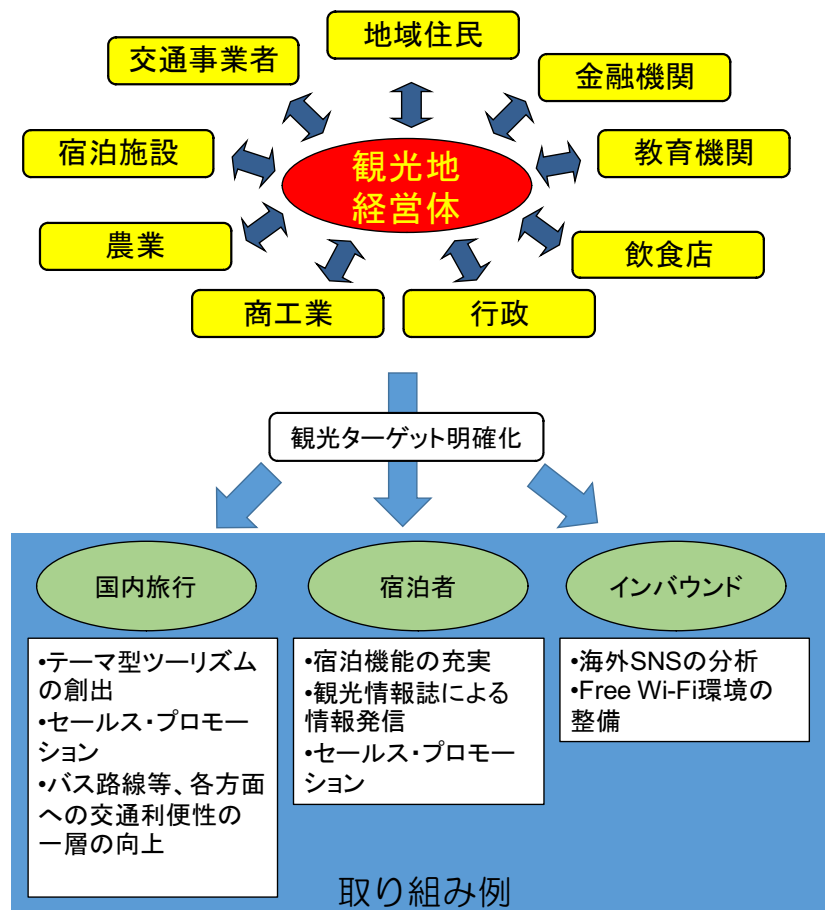
■異なる性格を持つ施策間の連携強化

観光地域づくりの観点で、市内の商工業・農業等の産業施策や国内外交流・健康・環境・文化財・スポーツ等の施策間連携の強化を図ります。

②枚方の観光地経営体の確立に向けた検討を行います。

■観光地経営体確立による戦略的な観光地域づくり

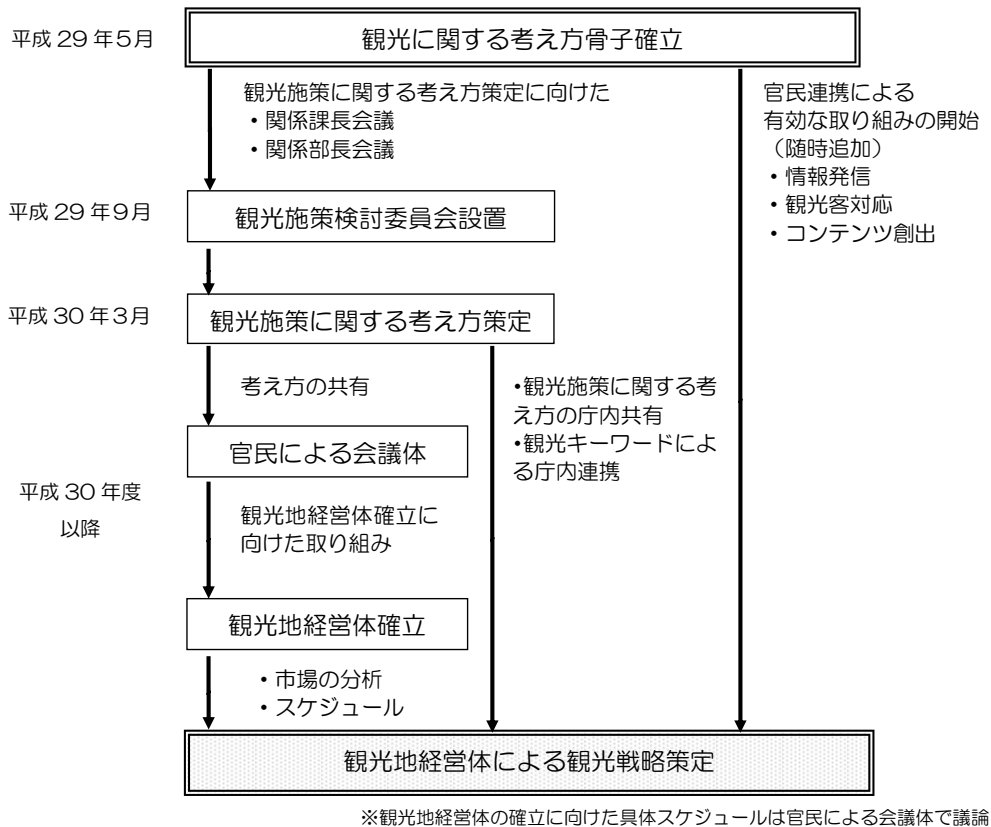
戦略的な観光地域づくりにおいては、本市の幅広い関係者が参画したネットワークとして「観光地経営体」が必要となります。そして、本市の魅力・課題等を分析し、明確なコンセプトのもと観光戦略を策定し、KPI¹⁰の設定、PDCA サイクル¹¹の確立を図りながら継続した取り組みを進めることとします。なお、観光地経営体の確立に向けて、本市の観光に関する考え方を示し、合わせて既存団体とあり方についての協議・検討を行います。



10 Key Performance Indicator の略。重要業績評価指標または主要行政評価指標のこと。

11 計画(plan)→実行(do)→評価(check)→改善(act)という4段階を繰り返し、継続的に業務プロセスを改善する手法。

5. 取り組みスケジュール



おわりに

観光施策を推進するうえでは、庁内連携はもとより官民連携、更には広域での行政間連携が重要となる一方で、実効性やスピード感を持って観光施策を進めるため、「観光施策に関する考え方」の策定に先立ち、随時、有効な取り組みを開始しています。そうした取り組みを行った事業については、本市既存の評価方法を活用して効果測定を行い、観光地経営体で観光戦略が策定された後は KPI を設定するとともに、PDCA サイクルの確立を図りながら継続した取り組みを推進することとします。

今後、この考え方を基に、市民が愛着を持ち、多くの人が訪れたいと思える枚方となるよう観光地域づくりを進めていきます。