

岡山市観光振興アクションプラン



令和3年6月

岡山市

目次

第1章 計画の概要	3
1. 策定の目的.....	3
2. 計画期間.....	3
3. 位置づけ.....	3
4. プランの構成.....	4
第2章 想定される事業環境の変化	5
1. 新型コロナウイルスによる観光業界への影響.....	5
2. 観光ニーズの変化・多様化.....	7
3. ICT（AI、IoT化）のさらなる進化.....	8
4. インバウンドの推進.....	8
5. コンベンションにおける環境変化.....	10
第3章 岡山市の観光の現状と課題	11
1. 集客実績.....	11
2. 観光コンテンツの認知度.....	13
3. 前アクションプラン施策評価.....	16
4. 今後の課題（総括）.....	17
第4章 岡山市の優位性	18
1. 中四国のゲートウェイ.....	18
2. 自然災害の少ない地域性.....	18
3. 豊富な歴史・文化遺産.....	18
4. 豊かな自然や食文化.....	18
5. 昔話桃太郎の地としての高い知名度.....	19
6. コンベンション開催での利便性.....	19

第5章 観光振興に向けた施策の実施方針	20
1. 考え方.....	20
戦略1 テーマ・ストーリー性を重視した観光コンテンツの開発・魅力アップ.....	22
戦略2 広域周遊観光のベース宿泊地としての魅力アップ.....	24
戦略3 ターゲットを絞ったインバウンドの推進.....	26
戦略4 産官学によるコンベンション誘致の多様化と開催体制の強化.....	28
戦略5 「桃太郎のまち 岡山」をキーワードにした魅力発信と観光素材づくり.....	30
戦略6 岡山城の魅力アップと岡山後楽園等各施設の連携強化.....	32
戦略7 歴史・文化に親しみ、楽しむことのできる環境づくり.....	34
第6章 評価と推進体制	36
1. 評価.....	36
2. 推進体制.....	36

第1章 計画の概要

1. 策定の目的

岡山市は、平成28年3月に「岡山市第六次総合計画 長期構想 未来へ躍動する桃太郎のまち岡山」（以下、「長期構想」という）を策定しました。長期構想の期間は平成28年度から令和7年度の10年間と定め、長期構想に基づき具体的な施策を展開するため、平成28年度を初年度とする5年間の前期中期計画を策定するとともに、同計画における観光分野の個別行動計画として「岡山市観光振興アクションプラン」（以下、「アクションプラン」という）を策定し、計画を遂行してきました。

しかしながら、観光ニーズの変化やI・Tの進化、グローバル化によるインバウンド需要の増大など観光を取り巻く環境は変化しており、それに加え国際情勢や自然災害等の外的要因の影響を受けやすい観光・コンベンション業界において2020年1月より世界中で広がった新型コロナウイルス感染症の影響により岡山市も非常に大きな打撃を受けています。

このような変化や状況に対応し、持続的な観光・コンベンション需要の拡大につなげるためには、岡山市の持つ特徴や強みを生かした観光コンテンツの磨きあげや効果的なプロモーションを実施するとともに、積極的なコンベンション誘致を行う必要があります。

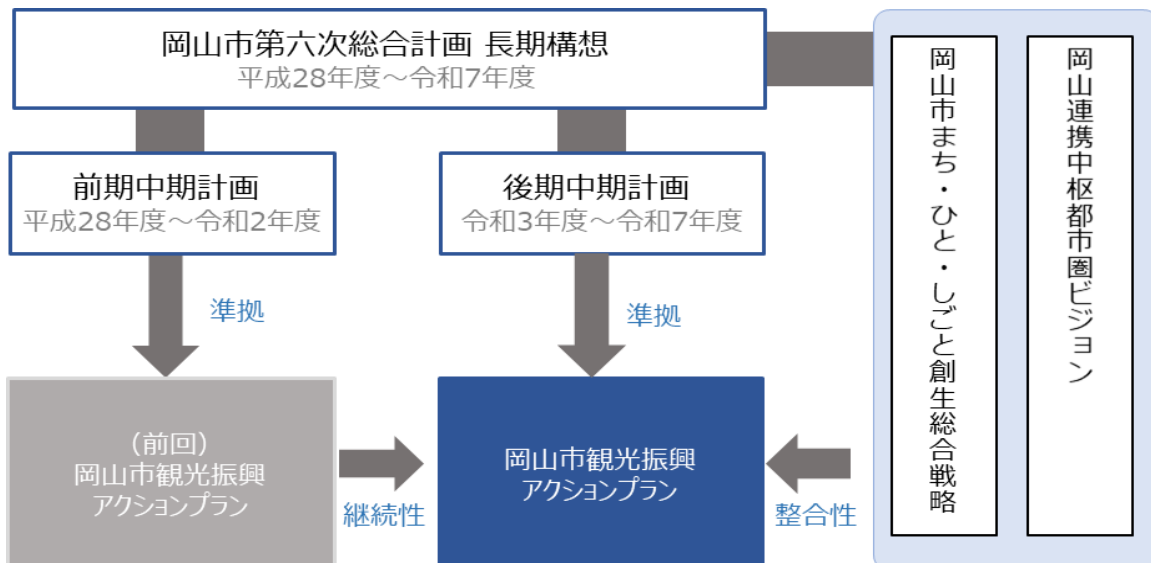
これらを戦略的に実施し、今後、選ばれる観光地として国内外からの誘客を図ることを目的に、前期中期計画の課題を踏まえ観光戦略等を見直し、後期中期計画におけるアクションプランとして実効性のある具体的施策の方向性を定める新たなアクションプランを策定します。

2. 計画期間

アクションプランの計画期間は令和3年度から令和7年度までの5年間とします。

3. 位置づけ

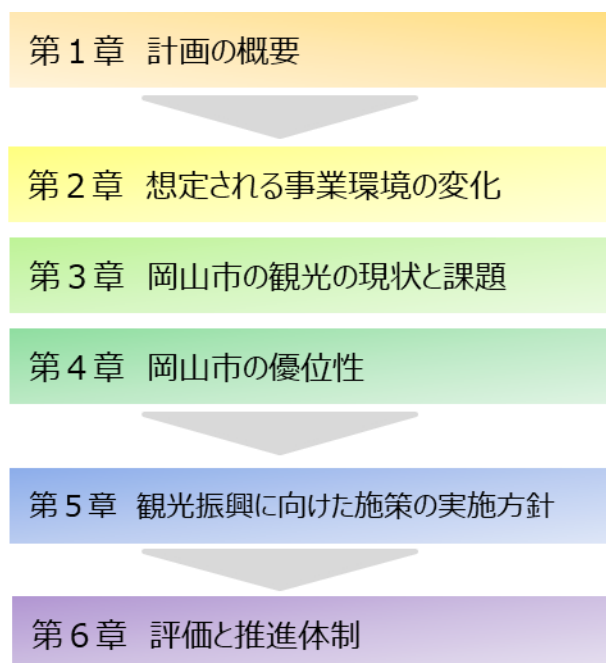
アクションプランの策定においては、岡山市の地方創生の基本目標を定めた「岡山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」、そして岡山市を中心都市とする広域連携構想である「岡山連携中枢都市圏ビジョン」等をはじめとする市における各計画・戦略・ビジョンと整合を図っています。



4. プランの構成

本プランは以下のとおり構成しています。

事業環境の変化等を踏まえて、岡山市の優位性や観光の現状と課題の整理を行い、整理された課題を基に5年後を見据えた7の戦略を設定しています。各戦略に基づき具体的な施策の方向性を記しています。



第2章 想定される事業環境の変化

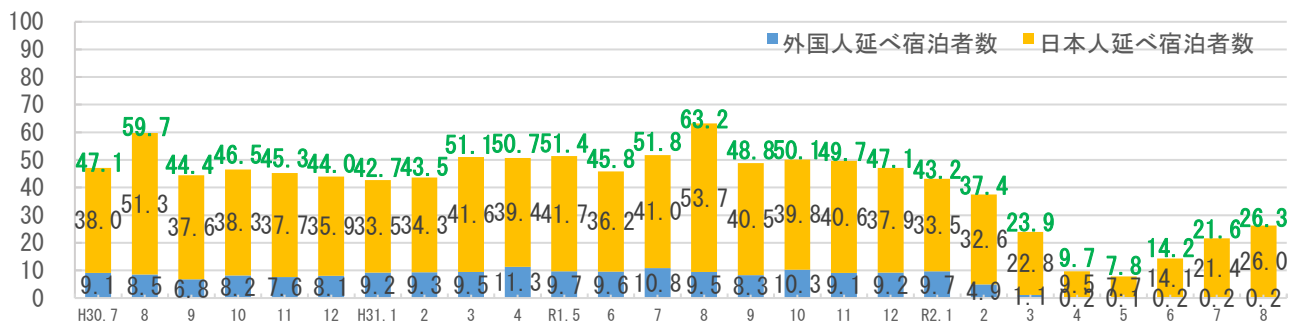
1. 新型コロナウイルスによる観光業界への影響

2020年1月より世界に広がった新型コロナウイルス感染症の影響により、観光業は甚大な被害を受け、取り巻く環境は大きく変わってきています。国内においては、4月に発令された緊急事態宣言により、観光地ではかつてない観光客の減少に見舞われ、海外においても、各国が出入国制限を行っているため、わが国を訪れる外国人観光客はほとんどいない状況となっています。

感染症への対応が進んだことにより、国内においては、徐々に観光客の回復傾向が見られますが、今後の状況によっては再び減少に転じる可能性があります。海外においては、入国制限が続く限りは観光客の回復は見込めず、制限が解除されたとしても完全な回復には時間がかかると考えられます。

感染症の影響は、交通機関、宿泊施設、飲食施設、観光施設、土産店などすそ野が広いと言われている観光業のすべての分野にわたっており、早急な収束が待たれています。

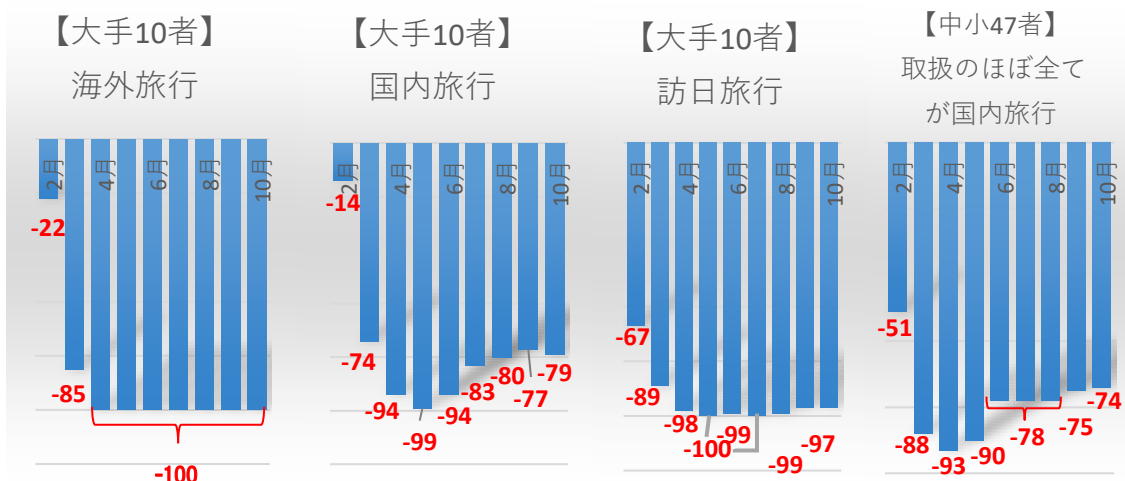
◆延べ宿泊者数推移



※上表の緑字にした数値は、日本人及び外国人の延べ宿泊数を合計した

出展：観光庁宿泊旅行統計調査

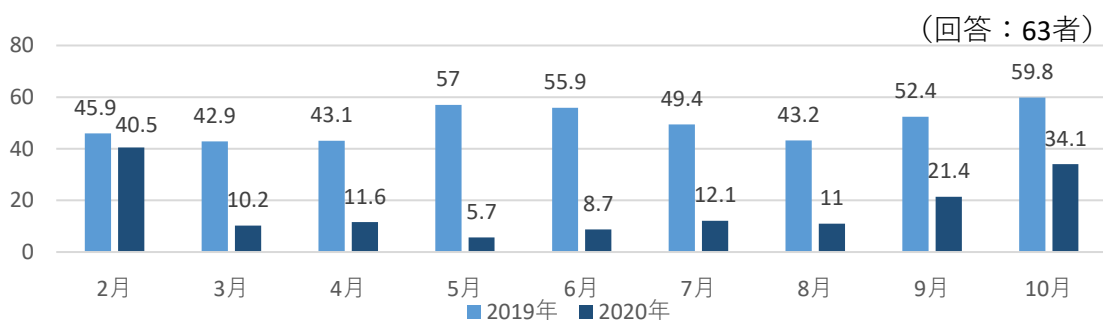
◆ 新型コロナウイルスによる旅行会社への影響 (予約人員 (前年同月比) (9・10月は見込み))



出展：国土交通省新型コロナウイルス感染症のよる関係業界への影響について

◆新型コロナウイルスによる貸切バスへの影響

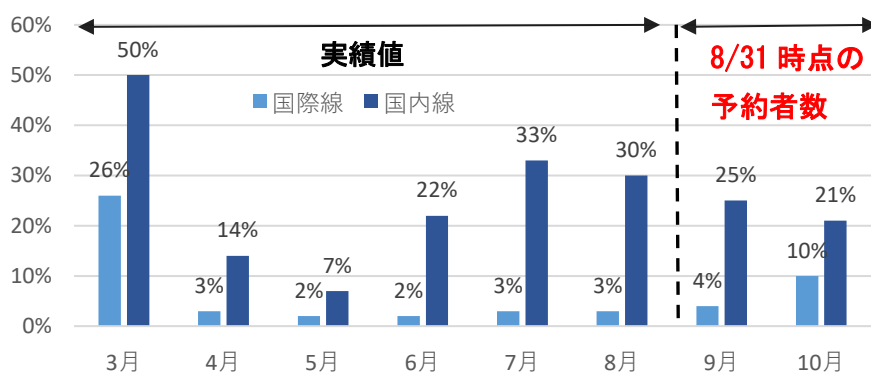
実働率（%）（9・10月は見込み）



出展：国土交通省新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について

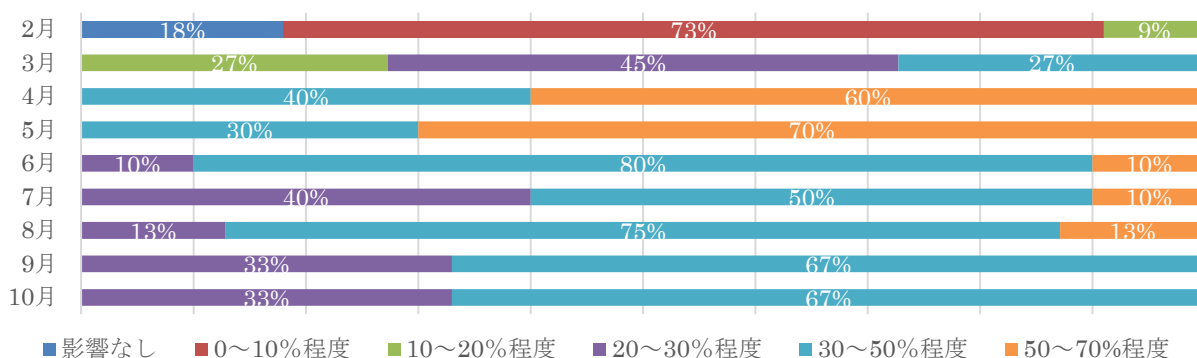
◆新型コロナウイルスによる航空への影響

輸送人員（前年同月比）



出展：国土交通省新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について

◆新型コロナウイルスによる鉄道への影響



出展：国土交通省新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について

一方で、ワクチン、治療薬の開発には時間がかかっており、感染症の収束が見通せない状況においては、オンラインの活用や予防を徹底した新しい生活様式に基づいた旅行など、感染症影響下での観光を提案するとともに、感染症収束後の観光需要の回復を見据えたコンテンツの磨き上げや戦略的なプロモーションを展開する必要があります。

本アクションプラン策定においても、これらの状況を踏まえ計画内容を柔軟に検討していくことが重要です。

2. 観光ニーズの変化・多様化

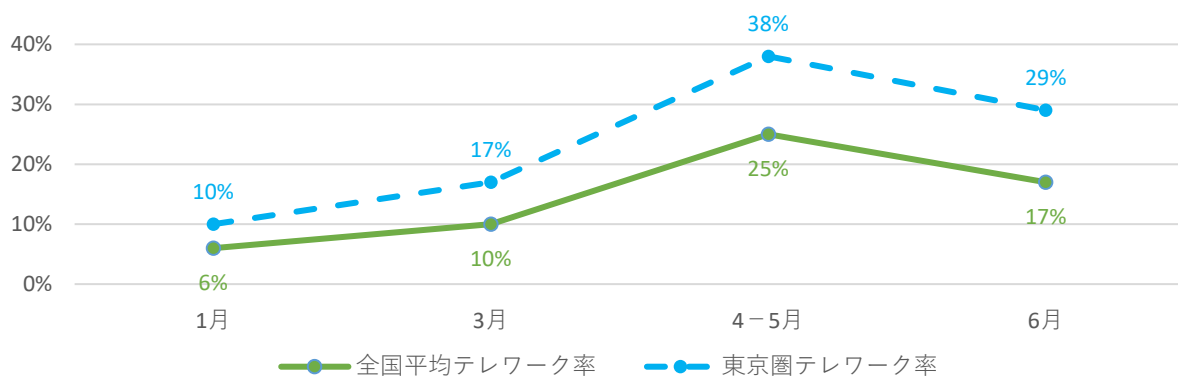
ライフスタイルや価値観の変化、デジタル化の進行などにより観光に対するニーズが変化・多様化・成熟化しており、個人の趣味・嗜好にあわせた新しい旅行・観光の形態が次々と開発されています。その傾向は、従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた形態へのニーズが高まっています。これらのニーズに対応するためには、今まで以上にきめ細かいコンテンツを用意する必要があり、そのためには地域に根付いた「自然」「歴史・伝統」「産業」「生活文化」等の地域資源を「掘り起こし」「磨き上げ」「発信」する必要があります。さらに、これらの活動を、従来からの観光事業者等に限らず地域振興に取り組む地域の人材・組織等とも幅広く連携し行うことにより、地域活性化への効果も期待できます。

また、ワークスタイルの変化や新型コロナウイルス感染症の影響によるリモートでの仕事環境・文化の浸透により、ブレジャー※1やワーケーション※2といったビジネスと観光が融合した観光の形態が注目されており、今後の新しいマーケットとして可能性のある分野だと考えられています。

※1 ブレジャー：出張に休暇を合わせて現地で観光や旅行をすること

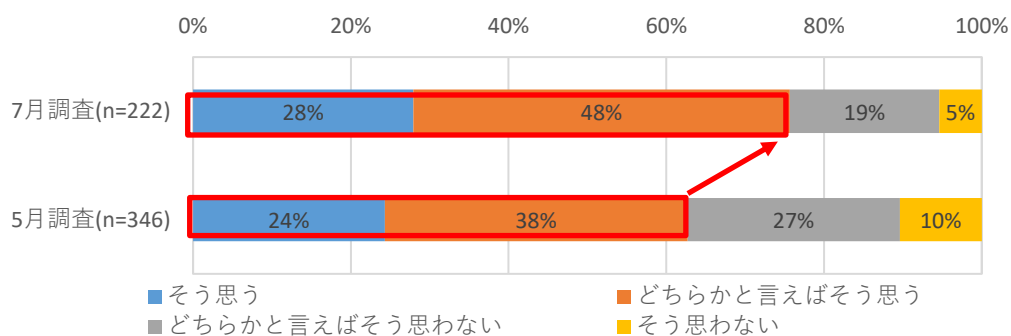
※2 ワケーション：観光地等でリモートワークを活用し働きながら休暇をとる過ごし方

◆全国及び東京圏の平均テレワーク利用率



出展：国土交通省（国土の長期展望専門委員会資料）

◆コロナ禍収束後もテレワークの利用について



出展：国土交通省（国土の長期展望専門委員会資料）

3. ICT（AI、IoT化）のさらなる進化

ICTの目覚ましい進化により、オンライン環境での情報の発信・受信は著しく進歩しています。WEBはすでに基本的な発信ツールとなり、SNSの普及により個人がこれまで以上に様々な情報を得ることができるとともに有力な発信者となることも可能となりました。また、観光施設等においても、AIによる観光案内やAR・VRの活用によるコンテンツの魅力アップ、新しい楽しみ方の提案などが可能になり、来訪者の満足度向上につなげることができます。さらに観光地での人の動向や個人の嗜好などのビッグデータの活用により、効果的な事業の実施やデジタルマーケティングなどによる戦略的なプロモーションが可能となっています。

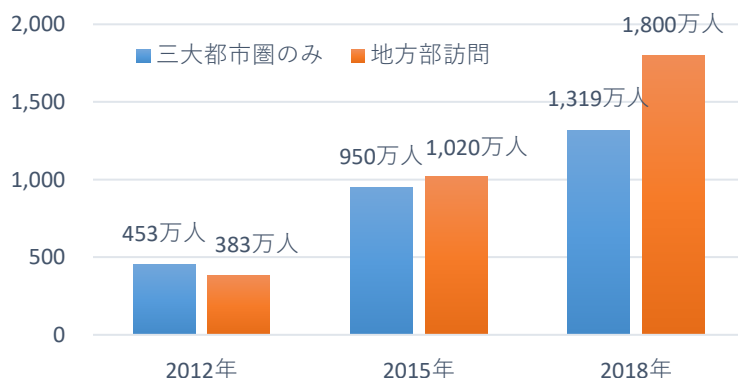
今後は、Society 5.0に向けたさらなる技術革新の中で、発信ツールやバーチャル体験、AIやビッグデータの活用が進むとともに、新しい技術や方法による様々なソリューションが開発されるものと思われ、それらをいち早く取り込み観光誘客へとつなげる仕組みが必要になります。

4. インバウムの推進

国をあげてのインバウンド戦略により、わが国を訪れる外国人観光客は順調に増加してきました。ゴールデンルートが中心だった訪問者も、その土地ならではの「コト消費」を求める外国人観光客のニーズの高まりにより、地方へと向かう傾向があらわれてきました。しかしながら新型コロナウイルス感染症の影響は、国内観光以上にインバウンドを直撃しており、現時点での外国人観光客はかつてないほどに激減しています。さらに、今後の見通しも全世界規模での感染症収束は時間がかかるものと思われ、各国とも入国制限が行われていることもあり、いつ回復するのかは不透明な状況となっています。

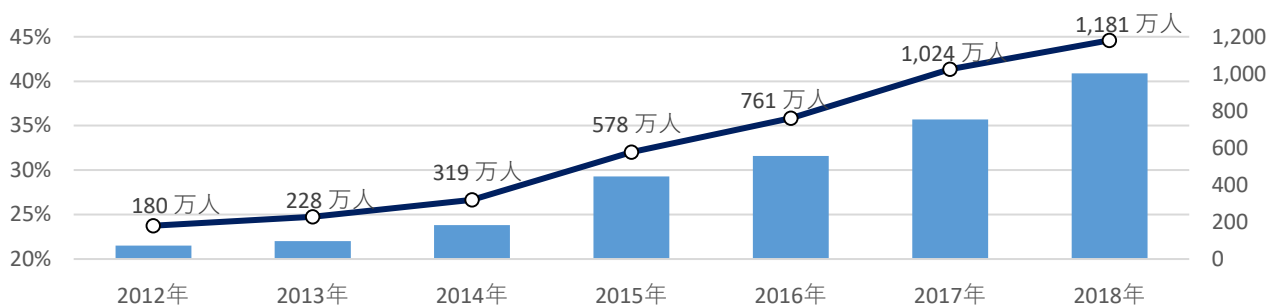
新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない状況でも、日本政策投資銀行の調査によると「新型コロナウイルス終息後の海外観光のニーズ」、「その中で日本への来訪意向」は引き続き高く、将来的には外国人観光客の回復が見込めるため、各国の市場の状況やニーズ把握、入国制限の状況などを踏まえたターゲット国の選定やプロモーションを適時的確に実施する必要があります。また、国別のプロモーションに加えて、自然や歴史といったテーマごとの観光ニーズをとりこむ戦略も今後は必要になるものと思われるため、これらのマーケットへの対応も必要になってくるものと思われます。

◆訪問地別訪日外国人旅行者数の推移



出展：観光庁 令和元年度版観光白書

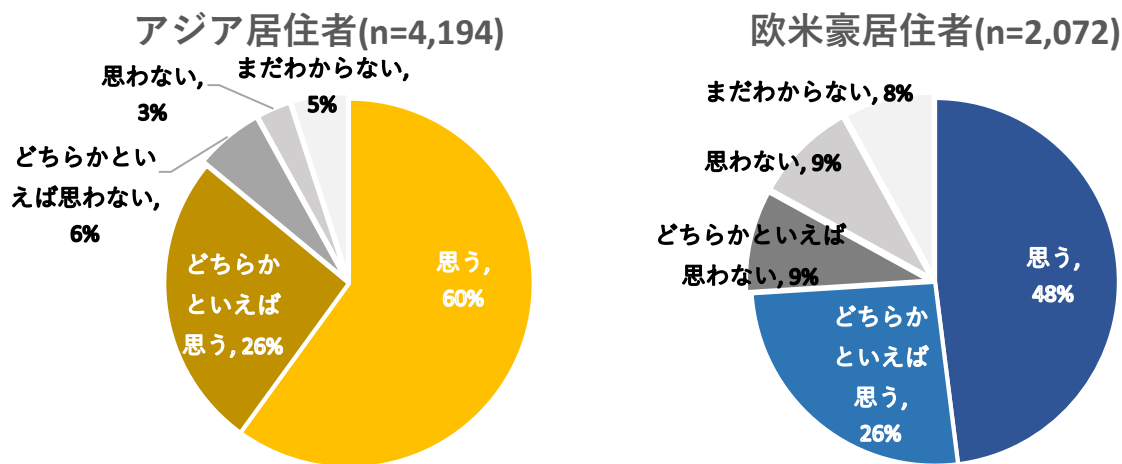
◆訪日外国人の娯楽サービス費購入率の推移



出展：観光庁 令和元年度版観光白書

◆訪日外国人旅行者の意向調査

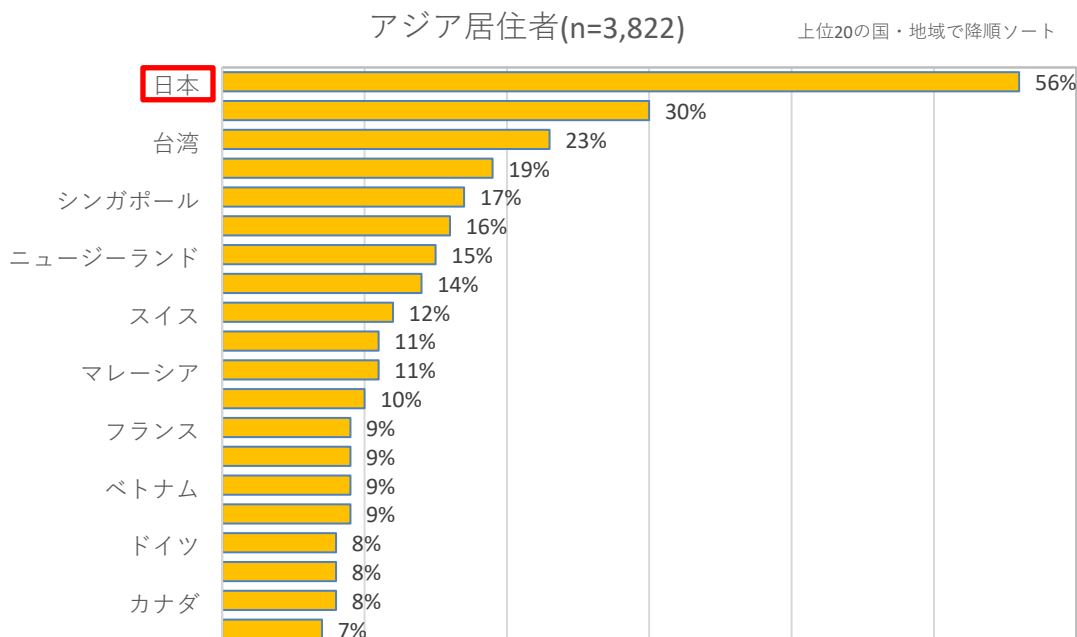
新型コロナの流行が終息し、平常状態に戻った時、また海外観光旅行をしたいと思うか。



出展：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

◆訪日外国人旅行者の意向調査

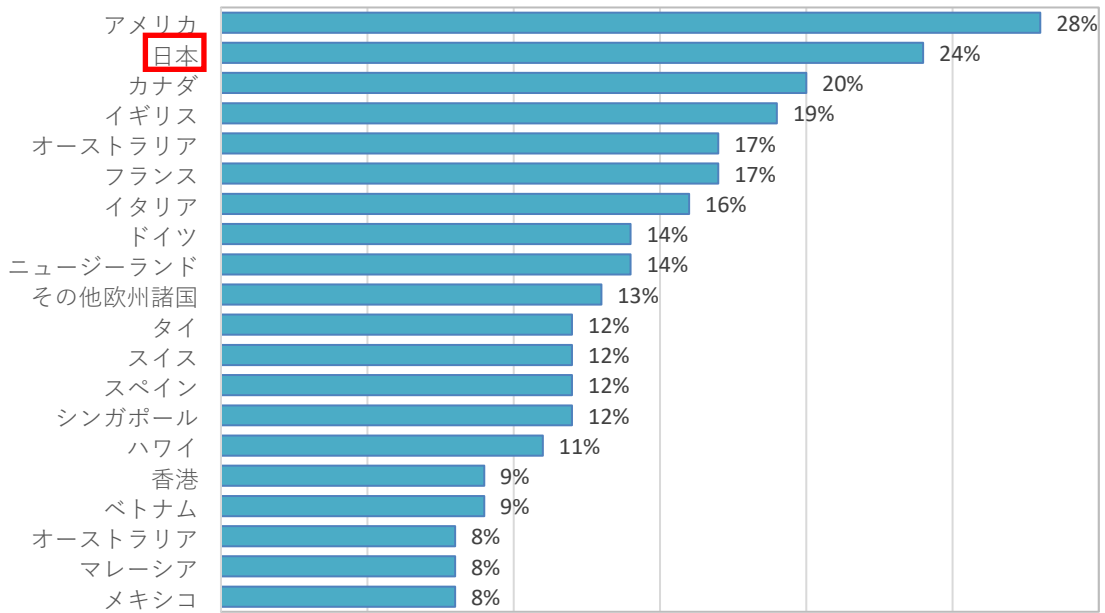
新型コロナの流行終息後に、行きたい国・地域



出展：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

欧米豪居住者(n=1,840)

上位20の国・地域で降順ソート



出展：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

5. コンベンションにおける環境変化

新型コロナウイルス感染症の影響により様々な場面でオンラインによるリモート活用が急激に進みました。その影響はコンベンション業界においてもみられており、今後は、リモートやハイブリッド形態※で開催する会議やイベントの増加が予想されます。これらのニーズに対応し、オンライン環境の充実や会議のノウハウの習得に努めることは、コンベンション誘致における新たな強みとすることができます。一方で、オンライン化の進行は現地への集客に影響を与える可能性があり、インセンティブや情報提供による参加者の飲食・宿泊・観光への促しにより、より一層経済効果を高める必要があります。

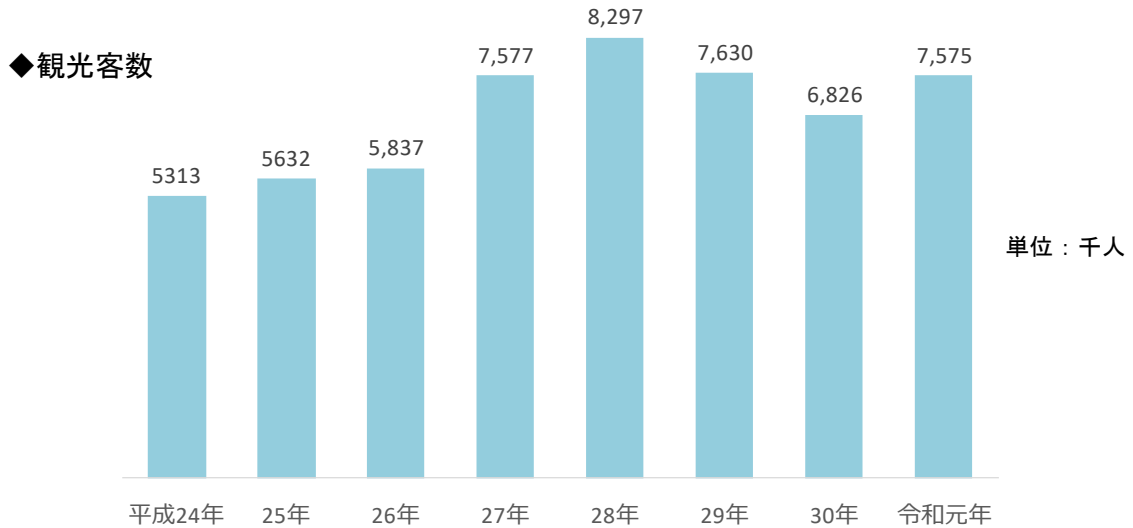
※現地開催及びWEB開催の併用

第3章 岡山市の観光の現状と課題

1. 集客実績

(1) 観光客

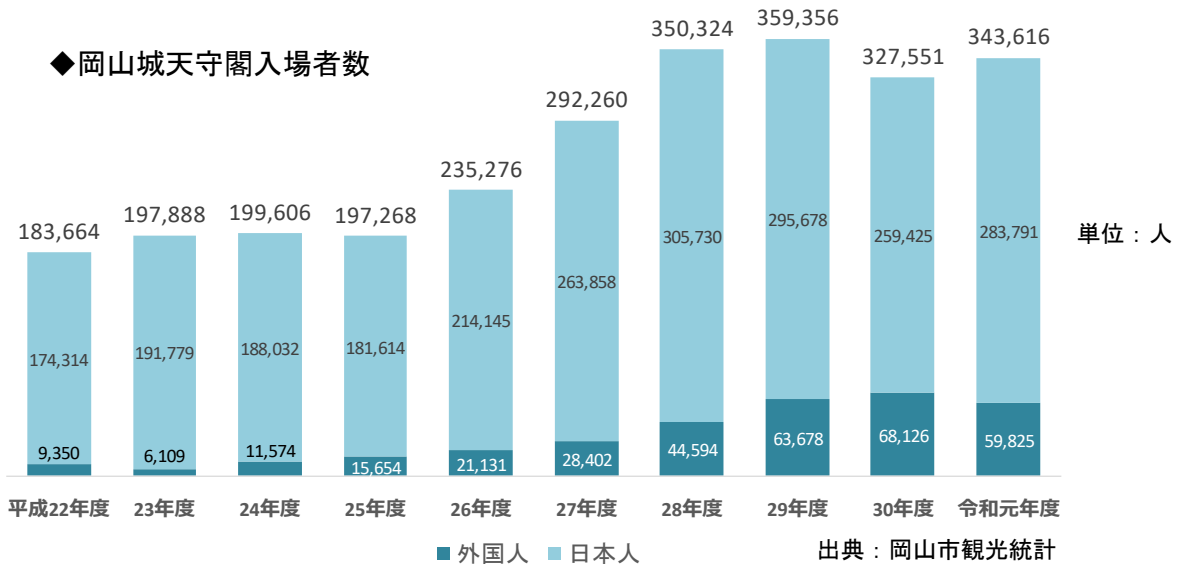
岡山市への観光客数は、デスティネーションキャンペーンを実施した平成28年度をピークに近年横ばいで推移しています。これには、豪雨災害や相次ぐ台風の接近、猛暑などの影響も考えられるものの、本市の持つ交通利便性の高さや地域資源を観光誘客に十分活かし切れていないものと考えられます。



出典：岡山市観光統計

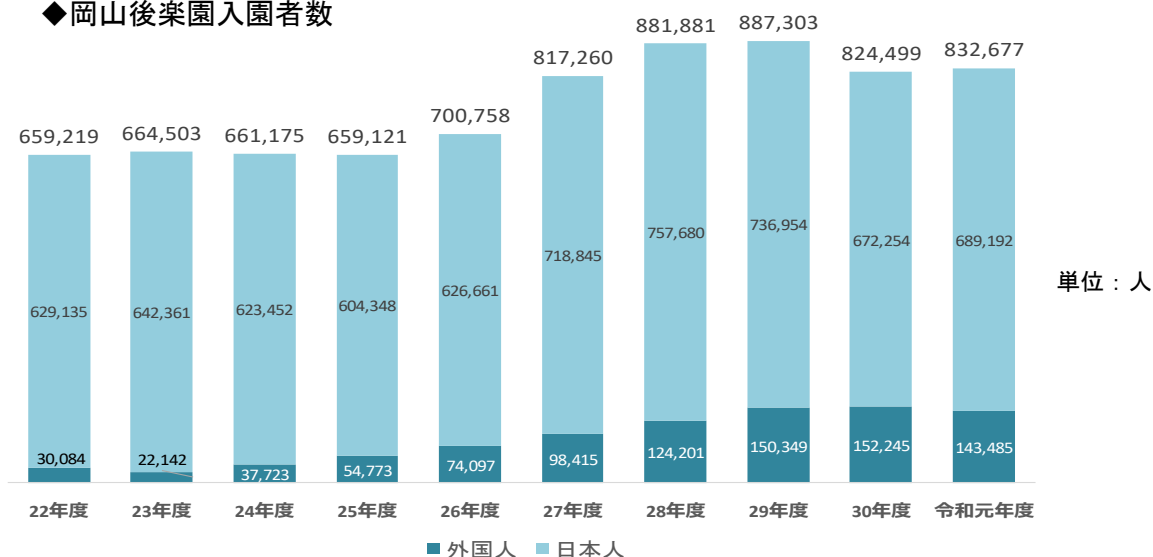
(2) 岡山城・岡山後楽園の来場者数

岡山城の入場者数は、平成26年以降増加傾向にあり、平成29年度は約36万人の来場がありました。近年は横ばいで推移していますが、感染症の影響により、現在、来場者が減少しています。外国人の入場者についても、令和2年度は減少し、先行きは不透明な状況となっていますが、新型コロナウイルス感染症拡大前は、岡山城と岡山後楽園の連携による効果や、全国的な訪日外国人旅行者の増加にともない大幅に増加しています。



出典：岡山市観光統計

◆岡山後樂園入園者数



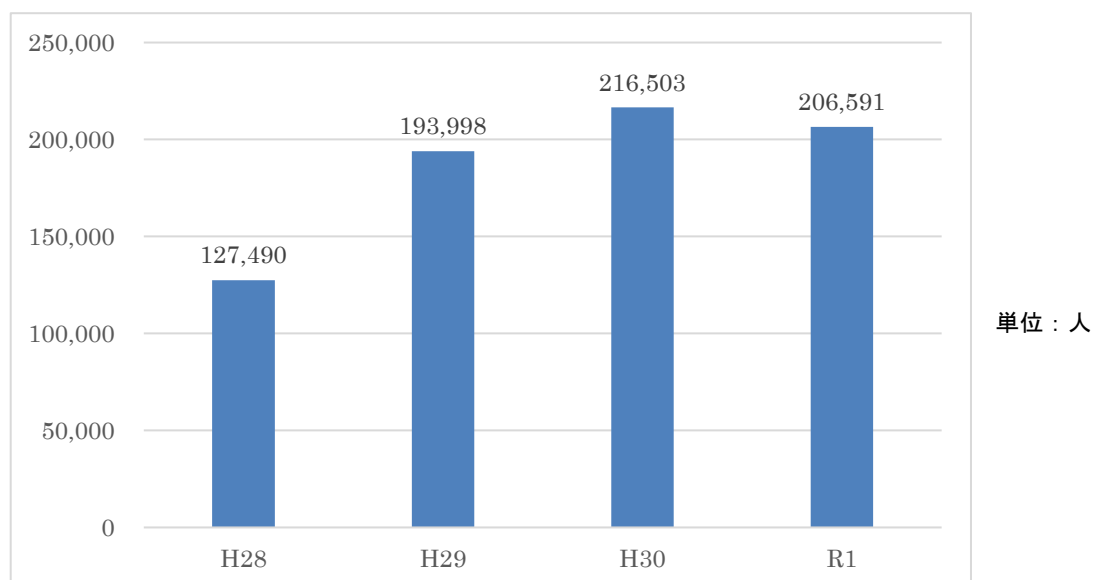
出典：岡山県都市計画課報道発表資料

(3) 外国人来訪者

岡山市を訪れる外国人の数は、積極的なプロモーションの効果もあり、順調に増加しています。中でも台湾、中国、香港、韓国からの訪問が多く、全体の7割を超えています。一方、瀬戸内海や歴史・文化を中心とした岡山市のコンテンツは欧米人の嗜好にもマッチしており、全国平均に比べると欧米からの来訪客の比率が高く、観光客も増加傾向にあります。

しかし、感染症の影響により激減しており、今後の見通しも不透明な状況となっています。今後は、外国人観光客の需要回復期に向けて新しい魅力づくりによるリピーター獲得や、新しい国やテーマに向けたプロモーションを図る必要があります。

◆岡山市外国人延べ宿泊者数

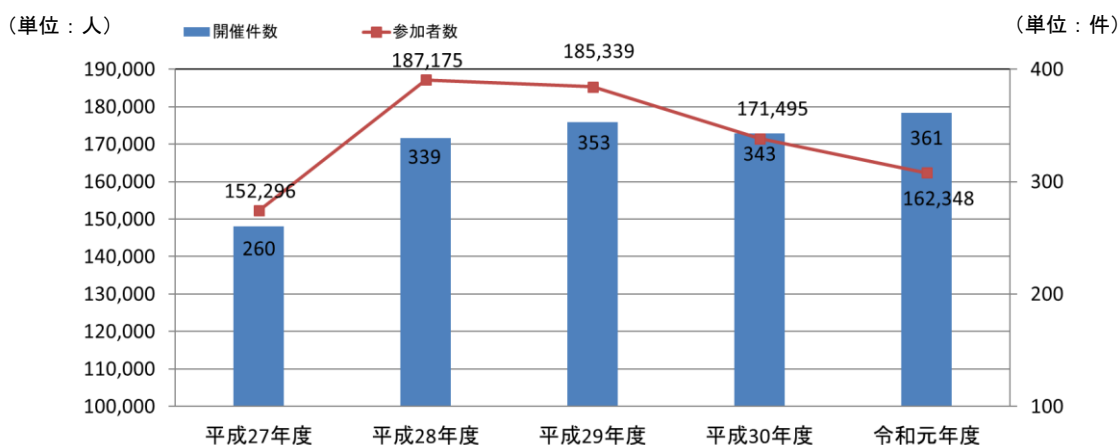


出典：観光庁宿泊旅行統計調査参考第8表（速報値）

(4) コンベンション

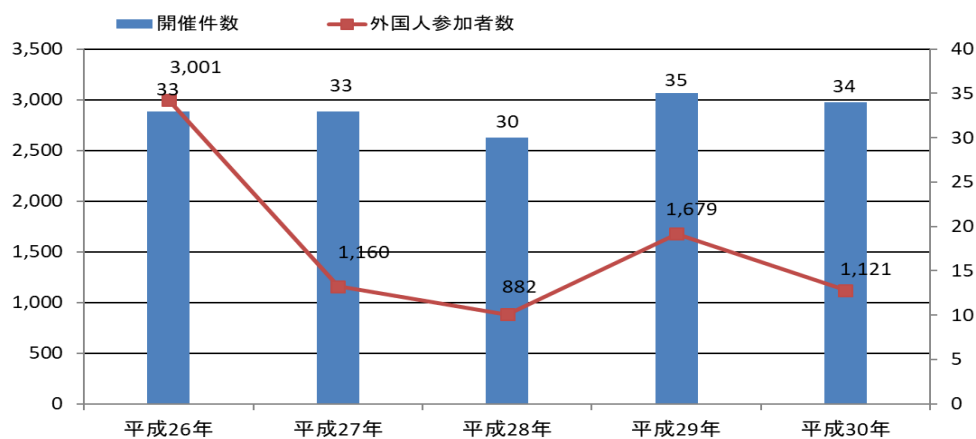
中四国のゲートウェイとしての利便性、医療・福祉・学術分野等の集積、産官学が一体となった誘致体制、コンベンション施設の立地の良さなどにより、岡山市で開催されるコンベンションは増加傾向にあります。国際会議の開催件数は横ばいですが、積極的な誘致活動や開催時の受け入れ体制により主催者からは高い評価を得ています。これら豊富な国際会議の開催実績が2019年のG20岡山保健大臣会合開催へとつながったものと思われ、培ったノウハウを今後の国際会議誘致につなげる必要があります。

◆コンベンション開催件数



出典：(公社) おかやま観光コンベンション協会調べ

◆岡山市の国際会議開催回数と外国人参加者数の推移



出典：「日本政府観光局（JNTO）国際会議統計」

2. 観光コンテンツの認知度

(1) 観光地

令和2年6月に実施した「岡山市観光客動向アンケート調査」（以下、アンケートという）では、本市を訪れた観光客が楽しみにしていたことの1位は「文化的な名所（史跡、寺社仏閣など）をみること」で4割以上が選んでいます。その傾向は、本市を訪れた人のうち半数近くが「岡山後楽園」に行き、約4割の人が「岡山城」を訪れていることにも現れていますが、一方で、同じ歴史的な名所であり本市の主要観光地である吉備路の「吉備津神社」への訪問は

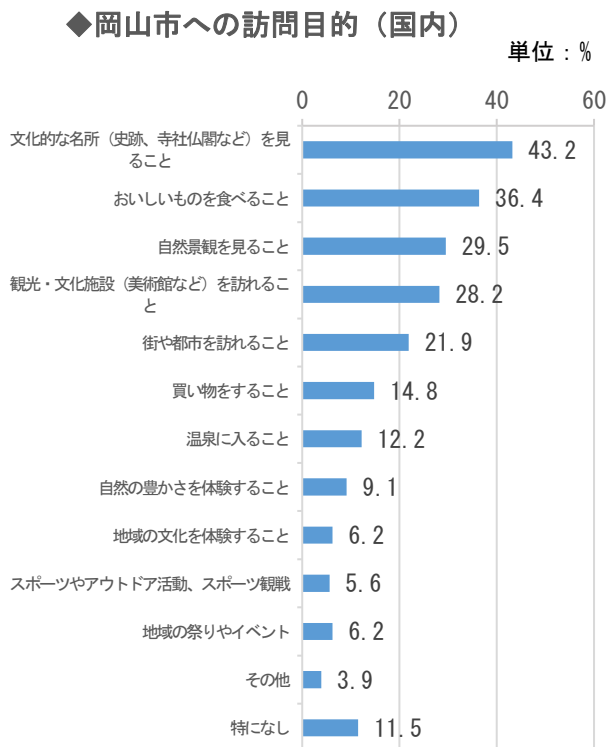
8. 9%と上位2つと大きな差があり、未来訪者の認知度についても同じ傾向がみられます。また、歴史的な名所だけでなく観光地全体をみても上位2つが突出して選ばれています。本市には優れた歴史遺産や美術館、博物館など誘客が期待できる観光スポットが存在するにも関わらず3位以降の来訪・認知が少ないことは、本市全体の観光地としての魅力が伝わっていない可能性がうかがえます。

(2) イベント

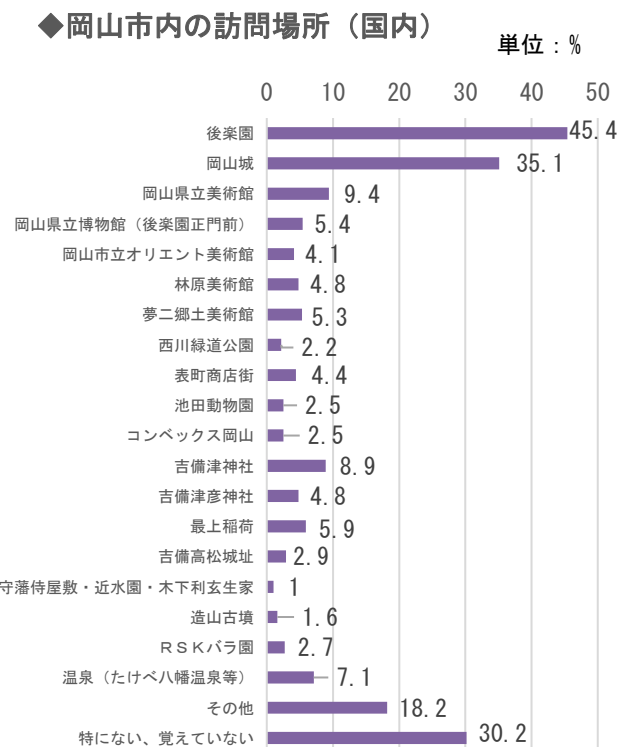
岡山市では、うらじゃや西大寺会陽などのお祭り、岡山芸術交流やおかやま国際音楽祭などの文化・音楽イベント、おかやまマラソンをはじめとしたスポーツイベントなど多様な催事が開催されています。しかしながら、その認知度は1位の「瀬戸内国際芸術祭」でも7.5%と1割にも届かない結果となっており、全国に広く知られたイベントを有する状況とはなっていません。参加者からは評価の高いイベントも多く、効果的な発信により認知度の向上を図る必要があります。

(3) 食・特産品

国内アンケートでは、観光目的の第2位が「食」になっています。また、各種インバウンド調査でも外国人の来訪目的には「食」が上位であり、観光における「食」の重要性は高いものがあります。本市の特産品・名物等の認知度のアンケート結果をみると、「きびだんご」や「フルーツ」が上位に来ている一方で、「ママカリ」「ばら寿司」などの郷土料理は非常に低い結果になっています。認知度の高い「きびだんご」や「フルーツ」の活用、郷土料理の発信強化、新しい食の開発などにより、岡山市ならではの食の魅力アップに努める必要があります。



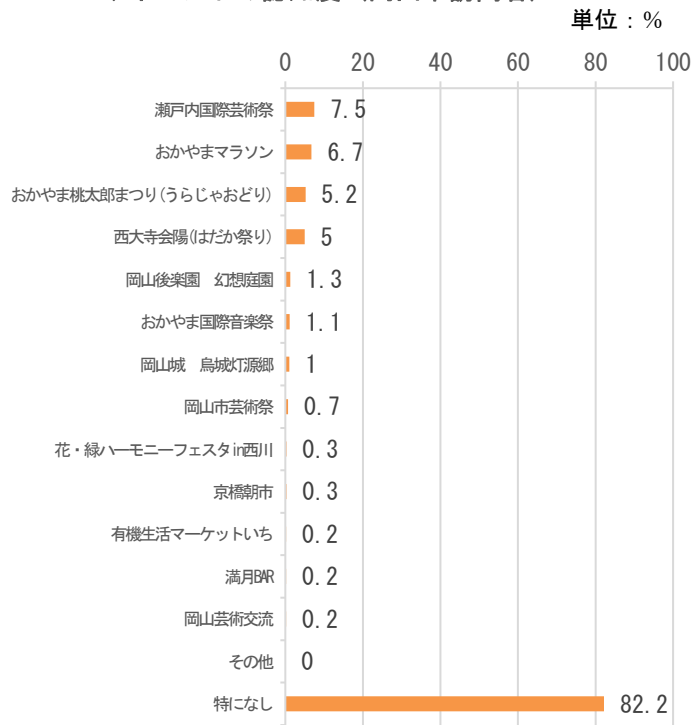
(n=1,654)



(n=1,654)

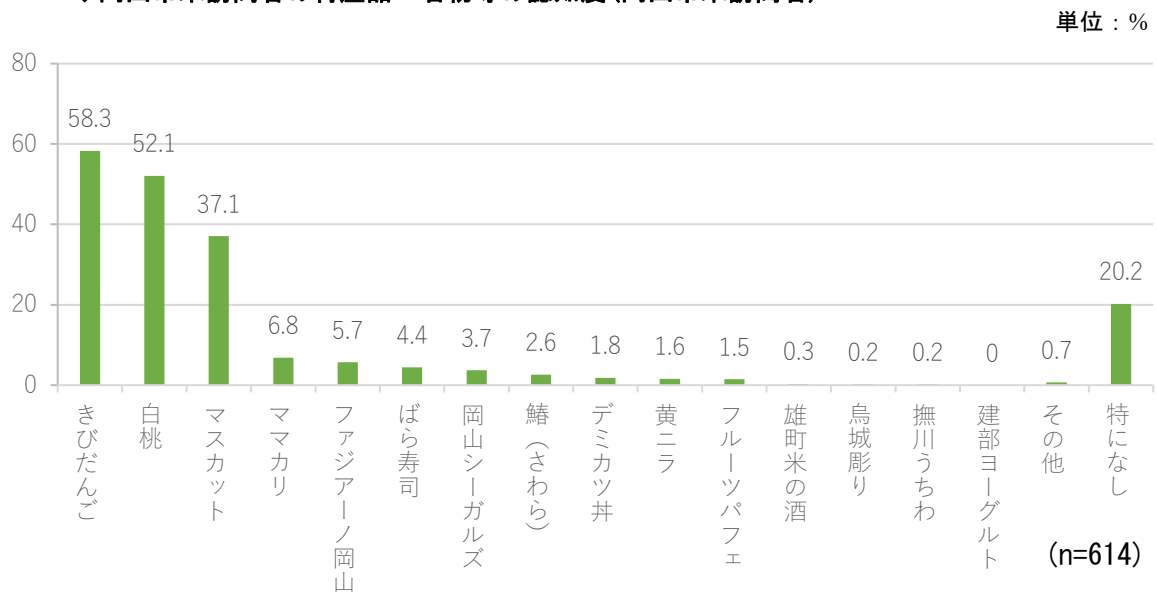
出典：岡山市観光客動向アンケート調査

◆イベントの認知度（岡山未訪問者）



出典：岡山市観光客動向アンケート調査 (n=614)

◆岡山市未訪問者の特産品・名物等の認知度（岡山市未訪問者）



出典：岡山市観光客動向アンケート調査 (n=614)

3. 前アクションプラン施策評価

【事業評価】
a：達成した
b：達成していない

評価一覧

No	アクションプラン名	事業評価	今後の方針	備考
①-1	圏域内周遊に向けた歴史・文化資源発信事業	b	廃止	今後は日本遺産活用推進事業として実施し、地域全体の魅力向上を図る。
①-1	岡山まつり開催事業	b	継続(現状維持)	地域の活性化及び地域経済等に寄与するものであることから、現状のまま継続して実施する。
①-1	観光施設の活用事業	b	継続(現状維持)	観光客の満足度向上につながる受入体制を整備する必要があることから、現状のまま継続して実施する。
①-2	広域観光連携宣伝活動	b	継続(現状維持)	滞在型観光の振興を図るため、広域連携による情報発信や観光宣伝が必要なことから、継続して実施する。
①-2	地域特産品の振興と販路拡大(京橋朝市魅力アップ事業)	b	継続(現状維持)	早朝に開催される観光資源として市民が育ててきたものであることから、現状のまま継続して実施する。
①-2	観光案内所の運営	b	継続(現状維持)	令和2年度に、2施設を集約し、より利便性の高い場所へ新設移転したことから、運営については現状のまま継続して実施する。
①-3	おかやま観光情報発信事業(インバウンド推進)	b	継続(現状維持)	コロナ収束後にインバウンド需要の回復が見込まれ、今後も成長産業であることから、事業を継続実施する。
②-4 ②-5	コンベンション誘致対策事業	b	継続(現状維持)	コンベンションの開催件数は増加傾向にあり、国際会議についても、開催実績を積み重ねている。誘致活動により、地域経済の活性化に寄与していることから事業を継続する。
③-6	「桃太郎のまち 岡山」創造・発信事業	b	継続(現状維持)	日本遺産活用推進事業と連携し、桃太郎を活用したプロモーションを継続することにより、本市の知名度及び都市イメージの向上を図るとともに、市内での滞在時間の延長や回遊性の向上に取り組む。
③-7	岡山型ヘルスツーリズム拠点化事業	b	継続(現状維持)	受入施設のブラッシュアップを行うとともに、現地プロモーションを継続しインバウンドをけん引するムスリム観光客の誘致を図る。
④-8	岡山城魅力アップ事業	b	継続(拡大)	岡山市を代表する観光施設であり、令和4年度には大規模改修を経てリニューアルオープンを行うことから、事業の拡大を図りながら実施する。
④-8	岡山後楽園と岡山城の連携	b	継続(現状維持)	大規模改修時は一部事業の縮小も検討するが、リニューアルオープン後は、岡山後楽園とも調整の上、現状のまま継続して実施する。
⑤-9	岡山歴史のまちしるべ設置事業	b	継続(縮小)	平成28年度に事業を開始し、令和3年で観光地への看板設置は終了となることから、事業を縮小し実施する。
⑤-9	観光ボランティアガイド育成事業	b	継続(現状維持)	観光ボランティアは市民の主体的な取組であるとともに貴重な観光資源でもあることから、現状のまま継続して実施する。
⑤-9	郷土芸能・郷土民謡の普及・育成	b	継続(現状維持)	郷土芸能、郷土民謡の普及・育成に必要な事業であることから、現状のまま継続して実施する。

4. 今後の課題（総括）

【現状】

≪集客実績≫

- 観光客……デスティネーションキャンペーンを実施した平成 28 年度をピークに近年横ばいで推移。豪雨災害など外的要因も影響。
- 岡山城・岡山後楽園の来場者……岡山城・岡山後楽園連携の効果などにより、平成 26 年度以降、大幅に増加し、近年は横ばいで推移。外国人来場者は、着実に増加。
- 外国人来訪者……岡山市を訪れる外国人の数は、外的要因に大きく左右されるものの東アジアを中心に増加傾向。ただし、感染症の影響により激減しており、今後の見通しも不透明な状況。
- コンベンション……利便性等の優位性をいかし、増加傾向。現在は、感染症の影響により開催件数が大幅に減少。さらに今後は、リモートやハイブリッド形態で開催する会議やイベントの増加が予想されます。

≪認知度≫

- 観光地……「岡山城」「岡山後楽園」以外の来訪・認知が少なく、本市全体の観光地としての魅力が伝わっていない可能性があります。
- イベント……イベントの認知度は、1位の「瀬戸内国際芸術祭」でも1割にも届かず、全国に広く知られたイベントを有する状況とはなっていません。
- 食・特産品……「きびだんご」や「フルーツ」は広く認知されている一方で、郷土料理の認知度は低くなっています。



【課題】

＜集客実績＞

- 観光客……観光ニーズの多様化にあわせて、幅広い需要に対応するため、観光客の本物志向に対応できるクオリティを兼ね備えた新しい魅力を開発し発信する必要があります。
- 岡山城・岡山後楽園の来場者……岡山城・岡山後楽園等の連携により魅力を高めるとともに、リピート客の獲得に向けた対策が必要になっています。
- 外国人来訪者……今後は、外国人観光客の需要回復期に向けて新しい魅力づくりによるリピーター獲得や、新しい国やテーマに向けたプロモーションを図る必要があります。
- コンベンション……オンライン化の流れなどによる開催形態の多様化に対応するとともに、コンベンションの参加者に対して飲食・宿泊・観光への促しにより消費額のアップにつなげる必要があります。

＜観光コンテンツの認知度＞

- 観光地……本市にある地域資源を掘り起こし、それらを活用して多様なテーマに沿ったコンテンツの開発につなげ、幅広く発信に努める必要があります。
- イベント……参加者からは評価の高いイベントも多く、効果的な発信により認知度の向上を図る必要があります。
- 食・特産品……郷土料理に対する認知度が低いため、郷土料理の発信強化、新しい食の開発などにより、岡山市ならではの食の魅力アップに努める必要があります。

第4章 岡山市の優位性

1. 中四国のゲートウェイ

岡山市は、近畿と九州を結ぶ東西軸と、山陰と四国をつなぐ南北軸のクロスポイントに位置し、広域・高速道路網、山陽新幹線に加え在来線7路線が東西南北に広がる鉄道網、東京はもとより、アジアの諸都市につながる航空網等、全国的にも非常に優れた交通の広域拠点性を有しています。



(岡山市第6次総合計画)

2. 自然災害の少ない地域性

快晴の日が多く、台風や雪の影響が少ない。また、降水量1ミリ未満の日が日本一多く天候に恵まれています。地震災害の点からみても、岡山県内の活断層はわずかであり、国内でも地震の少ない地域とされています。なお、活断層はいずれも県北東部から兵庫県南西部にかけて集中しており、岡山市のある県南エリア直下に活断層はありません。

3. 豊富な歴史・文化遺産

本市は、かつて日本において有数の勢力だったと考えられる古代吉備王国の繁栄の地であり、また、戦国時代以降は宇喜多家・池田家によって城下町として栄えたため、各所に歴史・文化遺産が残っています。日本三名園に数えられる岡山後楽園や岡山城が有名ですが、日本遺産に認定された桃太郎伝説の構成文化財である吉備津神社、吉備津彦神社、造山古墳などの吉備路の遺産群にも注目が集まっています。

4. 豊かな自然や食文化

本市は、海にも山にも面しており豊富な自然資源を有しています。中でも、国内外から注目が高まる瀬戸内 (SETOUCHI) は、わが国第一級の観光資源であり、本市のみならず広域での取り組みも進んでいます。また、近年、山間で行う体験観光などへのニーズも高まっており、これらへの対応が可能な資源を有しています。

観光の大きな要素の一つである食についても、フルーツや海鮮などの魅力的な食材を有しており、これらを活用した誘客促進の取り組みが行われているところです。

5. 昔話桃太郎の地としての高い知名度

昔話桃太郎は、わが国でも高い知名度を誇る物語であり、本市はそのルーツのまちとして全国に広く知られています。また、ルーツとなった吉備津彦と温羅のストーリーは、その遺産群とともに日本遺産に認定されました。本市では、「桃太郎のまち岡山」を都市イメージとして位置づけており、昔話桃太郎の高い知名度やイメージを各種プロモーションや様々な事業に活用することができます。

6. コンベンション開催での利便性

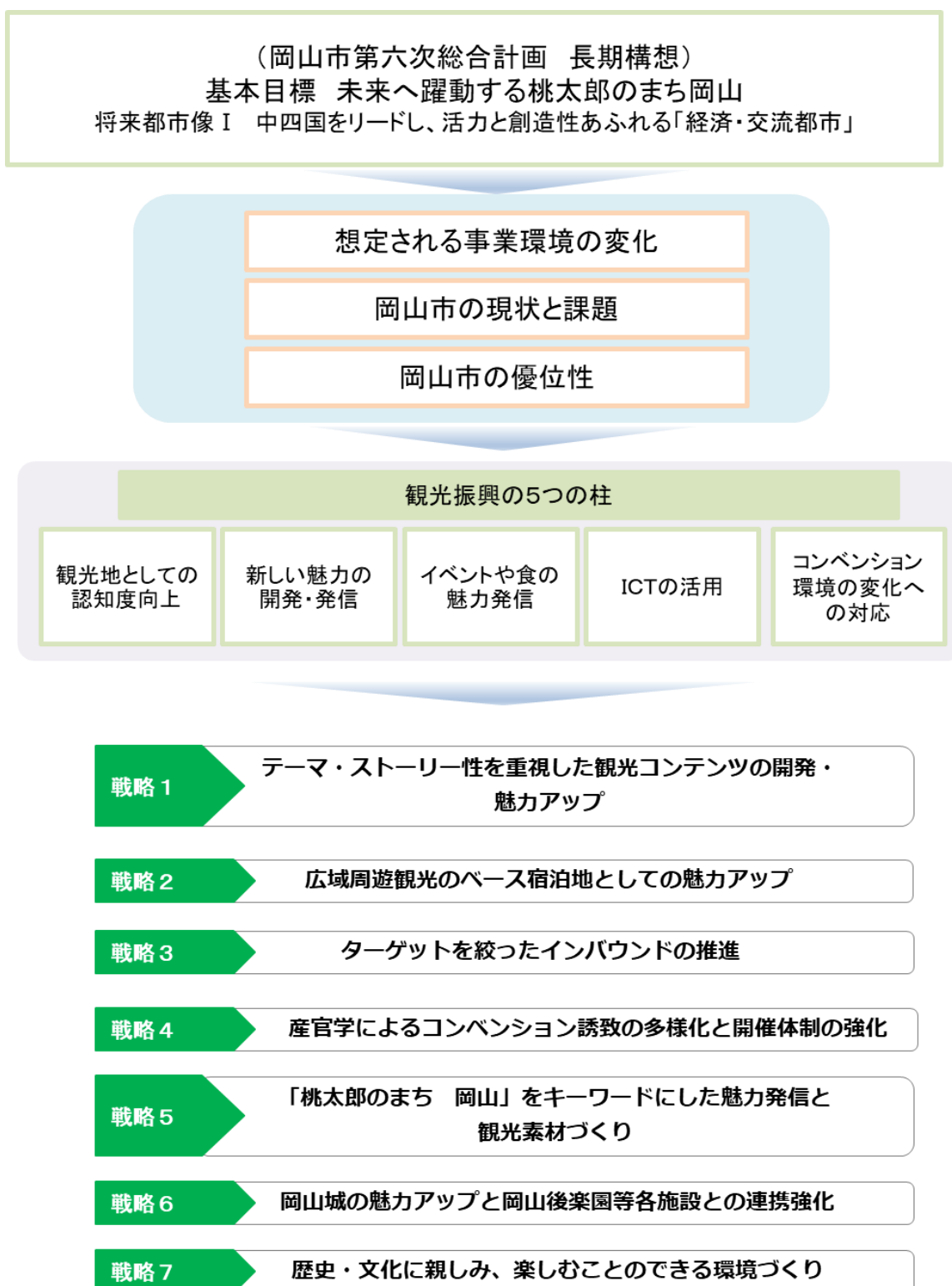
全世界から人が集まるコンベンションにおいては、中四国のゲートウェイとしての利便性に加えて、コンベンション施設、宿泊施設、飲食施設、観光地等がコンパクトに集約された本市の利便性の良さは高い評価を得ています。これらに加え、医療・福祉・学術分野等の集積や産官学が連携した誘致・支援体制の充実は岡山市のコンベンション誘致の強みとなっています。

また、オンラインを活用した新しい開催形態にもいち早く取り組んでおり、蓄積されたノウハウや施設整備をコンベンション誘致に繋げることができます。

第5章 観光振興に向けた施策の実施方針

1. 考え方

第2章で述べたように、観光業を取り巻く環境は、新型コロナウイルスによる国内経済や各国の市場の状況、観光ニーズの多様化、技術革新（AI、IoT化）の進展など、多様な変化に直面しており、大きな転換期を迎えています。今後5年間、第3章で整理した現状と課題に対し、岡山市の優位性を活かしながら、7つの戦略に基づいた事業展開を行っていきます。



基本目標 未来へ躍動する「桃太郎のまち 岡山」

将来都市像Ⅰ 中四国をリードし、活力と創造性あふれる「経済・交流都市」

基本方向1 地域経済の活性化による、魅力と活力あふれるまちづくり

政策4 国内外の人を惹きつける観光・交流の推進

施策① 広域的な観光・インバウンドの推進

戦略1 テーマ・ストーリー性を重視した観光コンテンツの開発・魅力アップ

戦略2 広域周遊観光のベース宿泊地としての魅力アップ

戦略3 ターゲットを絞ったインバウンドの推進

施策② 産官学連携によるコンベンションの誘致

戦略4 産官学によるコンベンション誘致の多様化と開催体制の強化

施策③ 戦略的なプロモーションによる都市ブランドの確立

戦略5 「桃太郎のまち 岡山」をキーワードにした魅力発信と観光素材づくり

基本方向3 歴史と文化が薫り、誇りと一体感の持てるまちづくり

政策8 歴史・文化による新たな魅力の創出と発信

施策① 歴史・文化資産をいかしたまちの魅力の創造と発信

戦略6 岡山城の魅力アップと岡山後楽園等各施設との連携強化

施策② 歴史・文化資産の活用と継承

戦略7 歴史・文化に親しみ、楽しむことのできる環境づくり

戦略 1 : テーマ・ストーリー性を重視した観光コンテンツの 開発・魅力アップ

戦略の背景とねらい

観光ニーズの多様化に伴い、様々な趣味・嗜好にあわせたツーリズムが開発されているとともに、観光客の本物志向が高まってきています。それらに対応するためには、あらためて本市にある地域資源を掘り起こし、それらを活用して多様なテーマに沿ったコンテンツの開発につなげる必要があります。また、観光地を単に見るだけでなく、その歴史的背景や成り立ちを深掘して発信することが本物志向に答えることとなります。

観光地としてさらに魅力アップをはかるためには、それら個別のコンテンツをつなげて、ストーリー性を持った発信が求められます。

【主な施策】

■日本遺産活用推進事業（新規）

（事業内容）

日本遺産に認定された「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～」を通じて、国内外に向け積極的に情報発信し、観光客を受け入れるためのさまざまな対策を講じることで、日本遺産としての認知度向上や観光客誘致を図るとともに、地域住民等と協力したおもてなしの取り組みにより、住民の郷土への愛着や誇りを育みます。

■岡山まつり開催事業

（事業内容）

温羅の装いで踊る夏の「うらじゃ」や郷土の食と芸能を集めた「秋のおかやま桃太郎まつり」、500年以上の歴史があり、平成28年3月に国の重要無形民俗文化財に指定された「西大寺会陽」など、地元根付いた各種まつりや、滞在を促す各種イベントの充実等を通じて岡山の魅力向上を図ります。

■観光施設の活用事業

（事業内容）

大規模改修を行う岡山城天守閣や新たに整備した岡山市造山古墳ビジターセンター、足守プラザ、かながわSAKAGURA、たけべ八幡温泉など市内各地の観光施設や自然環境豊かな瀬戸内海国立公園等を適切に維持管理し、さらに有効に活用することで、観光客の満足度向上につながる受入体制を整備します。

K P I（重要業績評価指標）

①戦略のアウトカム

指標名	基準値	目標値
観光客数（単位：千人）※	7,575（R元年）	9,487

※新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けた指標のため、前期中期計画の目標値を引き続き設定



造山古墳



たけべ八幡温泉



さくらカーニバル



西大寺会陽（はだか祭り）



うらじゃ踊り



岡山城・岡山後楽園

戦略 2 : 広域周遊観光のベース宿泊地としての 魅力アップ

戦略の背景とねらい

岡山市の観光客数は平成 28 年をピークにここ近年横ばいで推移し、全国 1000 市区町村を対象とした「地域ブランド調査 2020」では、政令指定都市の中で魅力度 15 位、観光意欲度 14 位であり、アクセス優位性や資源をまだ十分に活かしてきていないといえます。

今後、中四国のゲートウェイとして国内外から人を集め、大きな経済効果を得るためには、東西南北にある主要観光地への移動に最適な宿泊地であるという優位性を活かしていく必要があります。

そのためには、近隣自治体と一体となった取り組みを進め滞在時間の延長につながる広域周遊観光を促進するとともに、市内における周遊企画の実施やイベントの充実を図ります。

また、2025 年日本国際博覧会などの大規模国際イベントや瀬戸内国際芸術祭などの広域にわたるイベントと密接に連携するとともに、岡山芸術交流や岡山マラソンなどの文化・芸術、スポーツイベントの活用、ナイトタイムエコノミーへの取り組みによりベース宿泊地としての魅力向上につなげます。

【主な施策】

■岡山後樂園と岡山城の連携【後述】

■広域観光連携宣伝活動

(事業内容)

本市と歴史・文化や自然環境において結びつきが深い岡山連携中枢都市圏の 8 市 5 町や瀬戸内海で結ばれている中四国の地域との連携を強化し、テーマやストーリー性に基づく資源の魅力向上を図るとともに、効果的な情報発信や観光宣伝を行います。

そのため、本市と一体となった周遊観光地として関係の深い倉敷市と構成する「岡山・倉敷観光推進協議会」や、日本遺産の構成市である総社市・倉敷市・赤磐市との「日本遺産「桃太郎伝説の生まれたまち おかやま」推進協議会」など広域連携の取組をさらに推進するとともに、「瀬戸内 4 県都市」(岡山市・広島市・高松市・松山市)による瀬戸内ブランド化の取組や体験型コンテンツの造成、発信などにより、本市が広域周遊ルートの拠点となり、宿泊地としての役割を担うことで、滞在型観光の振興を図ります。

■岡山まつり開催事業【再掲】

■地域特産品の振興と販路拡大（京橋朝市魅力アップ事業）

（事業内容）

観光資源として定着した京橋朝市を、他のイベント情報とともに効果的に情報発信を行うこと等により、滞在型観光の魅力アップを図ります。

■観光案内所の運営

（事業内容）

新たに移転整備した「岡山市ももたろう観光センター」の運営を行い、観光客に対する着地型観光の情報発信を行うとともに、カテゴリ3※の観光案内所として訪日外国人観光客を含めた観光客のおもてなしの向上に努めます。

※日本政府観光局（JNTO）が行う外国人観光案内所の認定制度で、立地や案内機能等によりカテゴリ3から1までとパートナー施設の4つに区分され、カテゴリ3が最も高い区分となります。

K P I（重要業績評価指標）

①戦略のアウトカム

指標名	基準値	目標値
延べ宿泊者数（単位：千人）※	1,485（R元年）	—

※新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けた指標のため、前期中期計画の目標値を引き続き設定



京橋朝市



ツーリズム EXPO ジャパン（イベントへの出展）

戦略3：ターゲットを絞ったインバウンドの推進

戦略の背景とねらい

新型コロナウイルス感染症の影響により外国人観光客は激減しており、今後の見通しも感染症の収束、国家間の入国制限の状況などに大きく左右されます。

これまで、岡山市では、中四国のゲートウェイとしての利便性、航空便の就航状況、コンテンツの特性等を考慮し、東アジアを主要なターゲットとしつつ、フランスをはじめとした欧米エリア、ムスリムをターゲットとした東南アジアでのプロモーションを展開してきました。今後は、これらの国の状況を注視しながら引き続きプロモーションを展開するとともに、本市の強みである歴史・文化資源、ニーズの高まりが予想される自然・健康などのテーマに沿った取り組みにより観光誘客につなげます。

また、瀬戸内をはじめとした近隣の自治体との連携により広域での取り組みを図る中で、2025年日本国際博覧会や瀬戸内国際芸術祭など大規模イベントの活用も視野に入れる必要があります。

【主な施策】

■おokayama観光情報発信事業（インバウンド推進）

（事業内容）

本市への来訪者数の最も多い台湾をはじめとする東アジアや、タイ、マレーシア、インドネシア等の東南アジア、フランス、アメリカを中心とした欧米など、本市のターゲットとなり得る国に対するプロモーションを継続・強化し、滞在型広域周遊観光につながる体験型コンテンツやルートを確認しながら、本市へのインバウンドを推進します。

海外での旅行展の出展や海外メディア等の招請の他、Webサイト・SNSを活用した情報発信を積極的に行うことにより、知名度の向上に努めます。

■岡山型ムスリムツーリズム推進事業

（事業内容）

真庭市・吉備中央町と共同し、今後インバウンド市場をけん引すると言われる東南アジア方面からのムスリム観光客をスムーズに受け入れられるよう岡山独自の受入体制整備と、自然や健康志向を取り入れた体験メニューの造成を行ってきました。引き続き、真庭市・吉備中央町と連携し、国内において先行している受入体制のブラッシュアップを図るとともに、ムスリムにリーチする情報発信を行い、ムスリムフレンドリー岡山の認知度を向上させ、東南アジア方面を中心とするムスリム観光客の増加に努めます。

■観光案内所の運営【再掲】

KPI（重要業績評価指標）

①戦略のアウトカム

指標名	基準値	目標値
外国人観光客延べ宿泊者数 （単位：千人）※	207（R元年）	214
共同自治体内ムスリム観光客延べ宿泊者数（マレーシア・インドネシア）（単位：人）※	1,812（R元年）	4,059

※新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けた指標のため、前期中期計画の目標値を引き続き設定



海外プロモーション
（フランス観光展）



海外プロモーション（招請ツアー）



海外プロモーション（タイ観光展）



ムスリムフレンドリー岡山のロゴマーク



マレーシアからの教育旅行受け入れ

戦略4：産官学によるコンベンション誘致の多様化と開催体制の強化

戦略の背景とねらい

新型コロナウイルス感染症の影響で、コンベンションを取り巻く環境は大きく変化しましたが、中四国のゲートウェイとしての利便性の良さ、医療・福祉・学術分野の集積、岡山コンベンションセンターをはじめとしたコンベンション関連の立地の良さといったコンベンションシティとしての本市の優位性が変わることはありません。引き続き、岡山市、おかやま観光コンベンション協会、岡山コンベンションセンターが一体となった推進体制により、これまで以上に多様な会議主催者等への誘致を行うとともに、連携・協力協定を締結した岡山大学や岡山商工会議所等の産官学が連携し、誘致・開催支援体制を強化することで、地元でのMICE開催を促進します。

また、オンラインやハイブリッド等の様々な開催形態に対応できるような体制を整えることにより、さらなるコンベンション誘致につなげるとともに、参加者に対しては本市での観光・宿泊・飲食を促すことにより地域での消費額のアップを図ります。

【主な施策】

■コンベンション誘致対策事業

(事業内容)

- ・コンベンション開催事業補助金の交付
学会、大会・会議及びスポーツ大会・競技会を開催する場合、コンベンション開催事業補助金を交付しています。
- ・コンベンション開催支援
一定程度の参加者が見込まれる大会について、歓迎看板の設置や懸垂幕の掲出などにより参加者に対するおもてなしを行うとともに、協定を締結した岡山大学や岡山商工会議所等からキーパーソンとなる主催者のニーズを聞き取り、支援の拡充に取り組みます。
- ・コンベンション誘致・開催体制の強化
岡山大学や岡山商工会議所等との間でコンベンション誘致・開催体制を強化し、本市の情報発信力を高める会議の開催を支援するとともに、スポーツに関する大会・合宿などの開催支援、誘致支援を推進します。また、岡山駅周辺へのコンベンション・宿泊施設の集積をいかした施設の複合利用やその他の集客施設の有効活用により、多様なコンベンションの誘致・開催に取り組みます。
- ・国際会議の誘致
岡山市、(公社)おかやま観光コンベンション協会、(株)岡山コンベンションセンターが一体となり、ターゲットを絞った戦略的な国際会議の誘致・開催支援を行います。
- ・ユニークベニューの開発
岡山城や岡山後楽園でのユニークベニュー（特別な場所でのイベント実施により特別な体

験を創造する取組) 開催に加え、林原美術館や吉備津神社など新たに魅力的な場所を開発・提案することにより、主催者への訴求力を高めるとともに、参加者の満足度の向上を図り、コンベンションシティとしての魅力アップにつなげます。

KPI (重要業績評価指標)

①戦略のアウトカム

指標名	基準値	目標値
コンベンション参加者数 (単位:人) ※	162,348 (R元年度)	207,000
国際会議開催件数 (JNTO 国際会議統計基準) ※	34 (H30年度)	43

※新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けた指標のため、前期中期計画の目標値を引き続き設定



岡山コンベンションセンター



岡山発情報通信シンポジウム



ユニークベニューの例 (曹源寺)



国際会議誘致の様子 (国際ミーティングエキスポ)

戦略5：「桃太郎のまち 岡山」をキーワードにした魅力 発信と観光素材づくり

戦略の背景とねらい

長期構想において、「未来へ躍動する 桃太郎のまち 岡山」が都市づくりの目標とされています。全国的に知名度が高く、岡山固有の歴史・文化に由来し、都市イメージとして広く浸透している「桃太郎」を積極的に活用し情報発信するとともに、「桃太郎のまち 岡山」としての魅力を感じることができる観光素材の充実を図り、本市を訪れる観光客の満足度や話題性を高めることにより、本市の都市ブランドの確立を目指します。

【主な施策】

■「桃太郎のまち おかやま」創造・発信事業 (事業内容)

古代吉備の遺産群を舞台とした日本遺産「桃太郎伝説の生まれたまち 岡山」の活用による観光誘客や地域の活性化に向けた取り組みと連携し、本市の強みを生かした観光コンテンツの開発により、未来に向けて新たな魅力が誕生し、成長し、躍動する「桃太郎のまち 岡山」を創造・発信し、本市の認知度の向上と観光地の魅力向上を図ります。

■おかやま観光情報発信事業（シティプロモーション） (事業内容)

全国的に広く認知されている桃太郎や桃・きびだんご等の特産物、地元スポーツチーム等を活用しながら新たな魅力を国内外に発信することにより、本市の知名度向上及びブランド力の強化に取り組めます。

■日本遺産活用推進事業【再掲】



白桃パフェ



桃ジュースが出る蛇口

K P I（重要業績評価指標）

①戦略のアウトカム

指標名	基準値	目標値
観光客数（単位：千人）※	7,575（R元年）	9,487

※新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けた指標のため、前期中期計画の目標値を引き続き設定



桃太郎のマンホール



吉備津神社



白桃



水辺のももくん



きびだんご

戦略6：岡山城の魅力アップと岡山後楽園等各施設との連携強化

戦略の背景とねらい

昭和41年に再建された岡山城は岡山のシンボルであると同時に、これまでも再建天守であることを背景に多様な活用がなされてきました。また、平成26年1月に設置された「岡山後楽園・岡山城等連携推進協議会」による連携事業等を通じて、両施設の入場者数は飛躍的に増加しています。さらに、大規模改修等により来訪者が楽しみながら体験・体感できる展示を取り入れつつ、コンベンション等への利用が図られる整備を行うなど、歴史と娯楽性を兼ね備えた岡山城の魅力アップを行うとともに、岡山後楽園等周辺施設との連携を強化していきます。



【主な施策】

■岡山城魅力アップ事業

(事業内容)

岡山城天守閣の大規模改修により耐震性を確保するとともに、体験・体感できる展示を取り入れるなど、これまで以上にわかりやすく岡山の歴史を伝えることで、来場者の満足度を高めていきます。

また、烏城公園内の階段への手すり設置や園路の整備などのバリアフリー化を図りつつ、適切な管理運営を行い、観光と歴史の調和のとれた空間とします。

これまで行ってきた天守閣の夜間の活用を改修により使いやすくすることでさらに利用促進を図るなど、娯楽性を兼ね備えた観光施設として、岡山城の魅力アップに繋がる取組を実施していきます。

■岡山後楽園と岡山城のタイアップ（岡山後楽園・岡山城等連携推進協議会）

(事業内容)

岡山観光の核となる岡山城・岡山後楽園等の連携をさらに推進し、ライトアップや四季を通じたイベントを実施するとともに、各施設の周遊を促進することにより、来場者の増加を図りつつ、宿泊を伴う観光など滞在時間の延長につながる取組を実施します。

K P I（重要業績評価指標）

①戦略のアウトカム

指標名	基準値	目標値
岡山城天守閣入場者数 (単位：千人) ※	344 (R元年度)	474

※新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けた指標のため、前期中期計画の目標値を引き続き設定



岡山城



幻想庭園・烏城灯源郷（岡山後樂園・岡山城）



岡山城天守閣夜間利用



備前焼工房

戦略7：歴史・文化に親しみ、楽しむことのできる環境 づくり

戦略の背景とねらい

岡山市には歴史・文化資源が数多くあり、国指定史跡数は政令指定都市の中では京都市に次いで2番目となっています。これらの多様な観光資源を有している一方で、地域の歴史・文化資源について、市民のアイデンティティを育むための取組が十分でなく、また人口減少の進行等により、地域の祭りや郷土芸能等が今後文化として継承されていくか懸念されています。

そのため、各地域固有の歴史・伝統・文化を地域住民自らの手で保存・活用し、未来に向けて継承・発展させる活動を支援するとともに、こうした歴史・伝統・文化に触れ親しむ機会を増やしていきます。また、歴史・文化資源の由来等を顕彰し、市民、来訪者が歴史・文化に親しみ、楽しめる環境づくりを進めることで、郷土の歴史的価値への認識を深め、市民の郷土愛と誇りを育みます。



【主な施策】

■観光ボランティアガイド育成事業

(事業内容)

市民が本市の歴史・文化に親しみ、観光客へ紹介する役割を自ら担うことで、本市への理解と愛着を育むとともに、観光客に本市の歴史・文化を知ってもらい、理解を深めてもらうことで、また訪れたい観光地づくりを目指します。

また、古代吉備の遺産群を舞台とした桃太郎伝説の日本遺産認定を受けて、構成文化財等の地元や観光・商工関係者によるワークショップ等を行い、構成文化財の魅力アップと人材育成に取り組めます。

■郷土芸能・郷土民踊の普及・育成

(事業内容)

市民に郷土愛・郷土理解を深めてもらうため、郷土に根付いた芸能の振興と民踊の普及を促進することで、本市の歴史・伝統・文化を次世代へ継承します。

■日本遺産活用推進事業【再掲】

KPI（重要業績評価指標）

①戦略のアウトカム

指標名	基準値	目標値
観光客数（単位：千人）※	7,575（R元年）	9,487

※新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けた指標のため、前期中期計画の目標値を引き続き設定



観光ボランティアガイド



郷土芸能



JAPAN HERITAGE

日本遺産

桃太郎伝説

日本遺産ロゴマーク

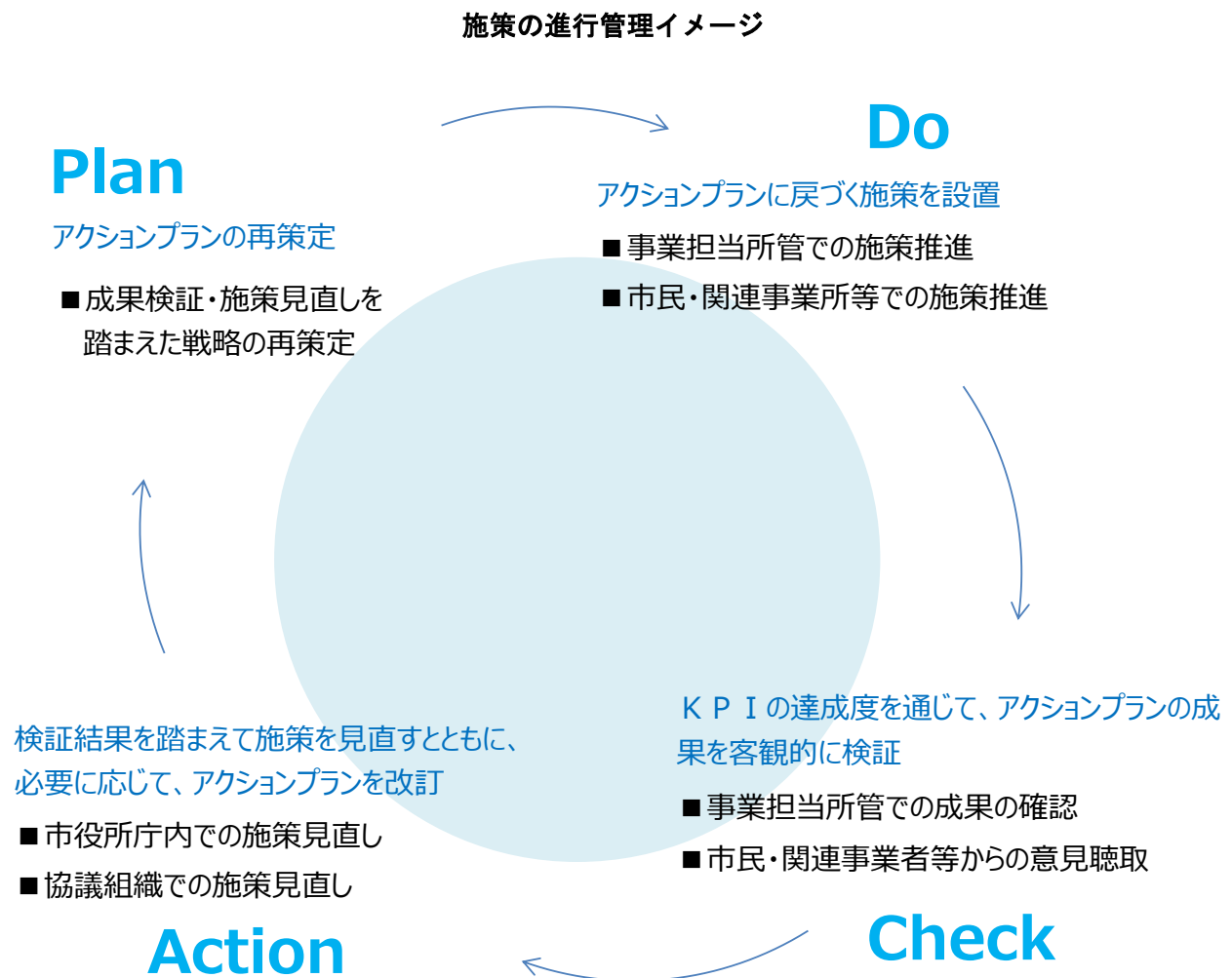


ワークショップの様子
（日本遺産おもてなしプログラム）

第6章 評価と推進体制

1. 評価

アクションプランに掲げた各戦略、事業については、各年度の予算編成において具現化を図ることとし、産業観光局において進行管理を行います。施策の進行管理は、戦略ごとに実施、評価、改善までの管理を行います。また、本計画は、概ね5年後の将来を見越して策定したのですが、今後、市の関連計画の改訂や国内外の政治・経済の環境変化などが予想されます。こうした変化に対応するため、必要に応じて見直しを行うこととします。



2. 推進体制

アクションプランに掲げる各事業の実施にあたっては、市内各事業者や市民から寄せられる声を踏まえつつ、これまで様々な事業において協力関係を築いてきた観光団体、経済団体、大学、国や県の各行政機関、地域活動団体等と協働し、岡山市の観光に関わる様々な主体と連携する推進体制を構築します。

また、市内部においては、担当局である産業観光局のみならず、関係する各部局と連携して、目標達成に力を合わせて行きます。さらに、岡山連携中枢都市圏を構成する各市町とも適切な連携を図っていきます。