

I. 観光戦略策定の背景

(1)人口減少・少子高齢化の進行

・人口減少・少子高齢化が進行する中、消費の増加や新たな雇用創出など幅広い経済波及効果をもたらす観光振興・交流人口の拡大を図る必要があります。

(2)観光レクリエーション入込客数の変化

・とれたて名張交流館等新たな観光資源の有効活用策を検討する必要があります。
・赤目四十八滝など従来からの主要観光地の入込客数が横ばい・減少傾向にあり、交流人口拡大を図る必要があります。

(3)多様化する観光ニーズへの遅れ

・団体旅行から個人旅行に移行し、多様化する観光ニーズへの対応が必要です。

II. 観光戦略の目標とねらい

目標 計画期間(3年間)の
延べ観光レクリエーション入込客数 500万人

計画期間 平成26年(2014年)10月
～平成29年(2017年)9月

ねらい 「訪れてよし」「住んでよし」
「招いてよし」の観光都市 名張

訪れてよし

まちぐるみの“おもてなし”で、観光客がまち全体を好きになってしまおうような、「訪れてよし」の観光地を目指します。

住んでよし

市民も観光客も、まさに「住んでよし」と思えるような、何度でも訪れたい観光地を目指します。

招いてよし

市民が自分たちのまちに誇りと愛着を重ねていけるような、まさに「招いてよし」とお勧めできる観光地を目指します。

観光都市 名張

III. 観光戦略の展開

市場調査の結果分析・検証

- ・名張市を訪れた観光客に、属性、選択要因、満足度等を調査
- ・名張市観光の強み、弱み等を多角的に分析・検証

戦略推進のための基礎データとして活用し、環境の変化に対応した観光資源の最適活用を図ります。

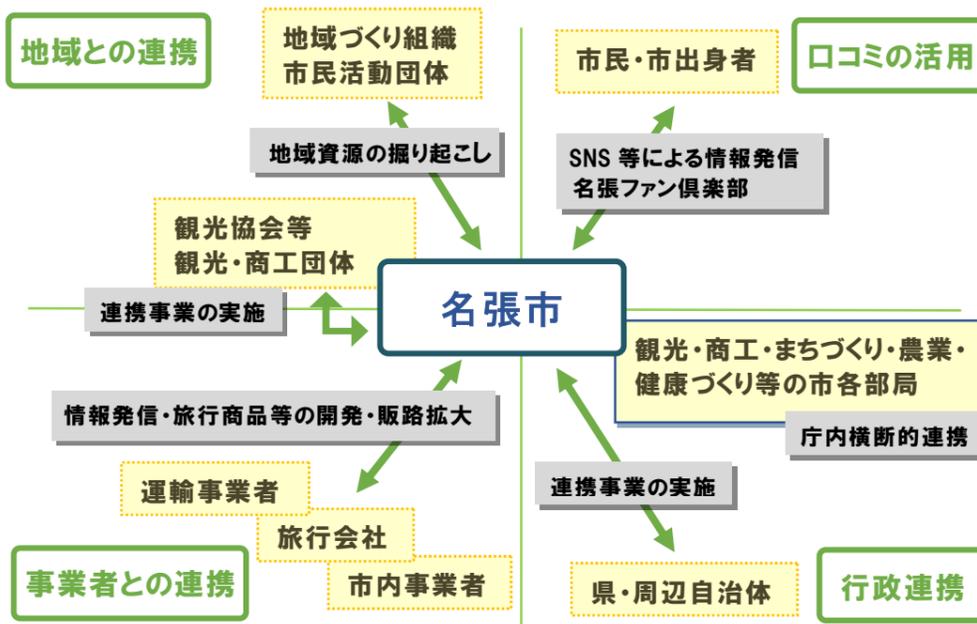
主な戦略

1. イメージ戦略 ● ブランドイメージによる統一感をもった情報発信

- ◆キャッチコピー等を作成し、統一感をもって情報を発信
- ◆ブランドイメージを生かしたノベルティグッズ(記念品)等の開発・活用

2. ネットワーク戦略 ● 各種団体との連携 ● 口コミの活用

- ◆様々な主体の連携による観光資源の掘り起こしや情報発信力の向上



3. 市場開拓戦略 ● 新たな観光客市場における誘客

- ◆遠足などの学校行事を通じた誘客
- ◆観光旅行商品コンテストによる学生の視点を生かした新規顧客の誘客
- ◆女性観光プロモーションチームの結成等女性の視点を生かした誘客
- ◆忍者等の地域資源を生かした外国人対象の誘客

今後期待される効果

- ◆持続可能な観光振興 ・名張市のファン、リピーターの増加により、観光振興を持続可能なものとしていきます。
- ◆地域の活性化 ・幅広い分野に経済波及効果、雇用創出効果を生み出し、地域経済を活性化させます。
・地域住民にとって誇りと愛着の持てる、活気にあふれた地域社会を構築します。

● 誘客拡大のための具体策

1. ホスピタリティの向上

- ◆人材育成
 - ・サービスの質的向上を推進
 - ・観光客に地域の歴史・文化・自然等を説明できる人材を育成
- ◆観光案内
 - ・ニーズに合わせたパンフレット等を作成
 - ・バリアフリー施設や防災情報を提供

2. ニューツーリズムの創出

- ◆着地型ツーリズム
- ◆エコツーリズム
- ◆忍者ツーリズム



従来の「発地型観光」に頼るばかりでなく、地域に根差した観光資源を掘り起こしていくとともに、ニューツーリズムの取組を推進し、「着地型観光」を発展させていきます。



3. パブリシティの推進

- ◆積極的な情報提供によりメディアへの記事掲載を働きかけ

4. プロモーションの強化

- ◆観光フェアや旅行商談会への参加
- ◆旅行会社・運輸事業者等との旅行商品開発の強化・販売促進