

水産と観光の連携

(現状)

- ・旅行会社に対して観光情報説明会を開催し、水産物直売施設や漁港見学ツアー等を紹介している。
- ・カニ感謝祭やカニかご出漁式等において、鬼太郎たちを参加させている。
- ・水産加工大賞を開催し、ご当地グルメの開発に取り組んでいる。また、新たに開発された商品を日本各地のイベントにおいて、鬼太郎と共に出展・販売している。

(課題)

- ・鬼太郎をはじめとする「観光資源」と基幹産業である「水産業」の連携向上を図り、相乗効果を高めることで市内産業全体の振興を促進する必要がある。
- ・日本の「歴史」や「水産業」を学ぶことができる中海圏域の特性を活かし、日本各地からの教育旅行の誘致を図る必要がある。

(施策の実施方針)

○「食」による観光の魅力づくり

- ・全国有数の水揚量と豊富な水産加工品を誇る境港の「さかな」を「鬼太郎」とともに重点的かつ継続的に発信していく。
- ・訪れた観光客に「さかな」の魅力を体感いただけるよう、食をメインとするイベントや賑わいの創出に取り組んでいく。
- ・境港でしか味わうことのできないご当地グルメ開発などの活動を支援する。

○「魅せる漁業」の充実化

- ・水産物直売施設や漁業者による市場の開催、漁港見学ツアーなど、多くの「魅せる漁業」をPRしていくとともに、更なる内容の充実に取り組んでいく。

○体験型メニューの造成

- ・魚釣りやマリンスポーツなどの境港ならではの体験型メニューの造成に取り組み、観光客の誘客につなげる。
- ・日本の「歴史」や「水産業」を学ぶことができる中海圏域の特性を活かし、日本各地からの教育旅行の誘致を図る。

観光地の魅力度向上による滞在型観光の推進

(現状)

- ・日帰り・宿泊の割合をみると、日帰り観光客が大半を占めている。
- ・県外観光客では、近畿・中国地方からの来訪が大半を占め、松江尾道線や鳥取自動車道の開通等の高速交通網の整備進展により、近畿・中国地方などの観光客にとっては、日帰り圏内の観光地として認知されつつある。

(課題)

- ・入込客数と宿泊客数に大きな差異があり、入込客と宿泊客の数がリンクしていない。一時の話題づくりや大型イベントの実施は、入込客数の増加に一定の効果をあげているが、高い経済効果をもたらす宿泊客の獲得のためには、更なる観光ブランドイメージの形成・定着や魅力ある観光素材の磨き上げ、新たな体験型メニューの造成等、滞在時間を延ばす取り組みが必要である。
- ・宿泊客が飲食をするための店舗数が少ない。また、夜間は店舗がほとんど閉まっており、夜の賑わいが無い。
- ・交通インフラ整備の進展に伴い、今後入込客の増加が見込まれる関東、中部、九州方面へのアプローチを充実し、ターゲットを意識したきめ細かなプロモーションが必要である。
- ・2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催を控え、スポーツに対する意識が高まる中、宿泊客の増加を図るためにも、境港ならではの自然環境を活かしたヨット・ボート・ペーロン・SUP等の体験型レジャーの造成を進めていく必要がある。

(施策の実施方針)

○観光ブランドイメージの形成と定着

- ・高速道路網の進展や航空路線の充実により、境港への来訪手段が格段に充実した現状では、認知度の高くない遠隔地域の観光客にも旅の目的地として選んでもらえるために、境港の認知度を高めるイメージの発信と連携した訴求力の高いキャンペーンを展開していく。
- ・ターゲットを意識したコンテンツや発信媒体、タイミングなどを選択した戦略的な情報発信に努めるとともに、近隣市町村と連携して旅行会社等に対する積極的なプロモーションを推進していく。

○夜の魅力度向上

- ・水木しげるロードリニューアル工事に合わせ、沿道のライトアップ等を行うなど、昼間とは異なる妖怪を感じるための「夜の演出」に取り組む。

○体験型レジャーの造成

- ・白砂青松の「自然景観」と眺めながら楽しむことができるヨット・ボート・SUP・キャンプ等の「スポーツやアウトドア活動」といった体験型レジャーの造成と受入態勢整備を推進する。