

観光推進事業（魅力創造事業）

テーマ	川西の魅力の創造と発信
市民生活の視点	暮らし
政策	にぎわう
施策	観光資源を発掘・開発・PRし、知名度を高めます
所管部・課	市民生活部生活活性化室観光・スポーツ振興課、総合政策部行政経営室魅力創造課

1 事業課題及びディスカッションに求められたもの

市民目線で本市の「魅力」等を効果的に伝える。

2 ディスカッションの全体まとめ

市制60周年及びシティプロモーション（川西ブランド）といった機会を活用できる好機であるため、観光や事業などで当事者ともなる外部の主体との連携や、市民を巻き込んだ魅力発信、内部の組織との連携も進めていくことが望ましい。所管課は、発信する魅力・コンテンツを自前で持つというより、それらを持っている内外の主体と市民をつなげて魅力を発信する広告代理店のような役割を担うべきである。

外部主体と連携する仕組みとしては、60周年記念事業やシティプロモーションなどの計画・企画の策定、能勢電鉄などとのキャンペーン展開、市内の情報誌提供団体との連携などがある。

市民からは観光資源情報（絶景スポット・ベスト10等）を収集、他部署から魅力情報（歴史・文化・産業・自然・特産品等）を蓄積し、それらを発信するなどがあげられる。

広報室との連携は必須で、市民からの情報収集、市民による発信など、相乗効果も期待できる。

3 個別検討事項

内部組織との連携については、以下のような指摘があった。

- (A) 広報室をはじめとする内部組織との連携を深めていく必要がある。
- (B) 担当毎、施策毎などバラバラに広報している現状を変え、情報に関連性を持たせてPRする。
- (C) 広報室のFB、ツイッターなどの連携が必要である。

外部の主体との連携については、以下のような指摘があった。

- (A) 観光については、外部主体（能勢電、まるごとクーポン等）との連携を深めていってはどうか。例えば観光施設周辺のまちあるきガイドマップなどは、民間の主体であればお薦めのお店情報などを入れることもできる。季節ごとに広報誌に掲載するなどしても良い（折り込みでも可）。

- (B) 観光客の増加が自団体の経営に好影響をもつ団体は多くある。そうした団体も当事者として関わるアクションプランなどを市の内部、外部の主体と共同で作し、当事者の巻き込みと戦略性のある広報プランを立てる。

市民への、また市民による資源の発掘・周知・活用が重要であり、市民とつながる方策が期待された。

- (A) 市民自身も市の魅力を十分に知らないところがあり、情報の共有、域内観光の活性化に、月1回全戸配布される広報誌というメディアや、HP、FBの活用が期待できる。
- (B) 市民自身が、外来の友人をもてなすところ、市外の友人に勧めたり持参するお土産を知らないことから、観光スポット情報を高めていく必要がある、そのためには、食べ物・お土産などの開発も必要である。
- (C) 市民自身によるアピール（「お勧め情報」を引き出していく）ができるような仕組みを考える必要がある。
- (D) 口コミを促進する仕掛けを作る。

広報誌、ツイッター、タウン誌やガイドマップとの連携など

- (A) 効果的に伝えるためには、対象を明確にした広報を行う必要がある。ウォーキング等なら大阪圏スポーツ店や集いの場所での広報など、きめ細かなものを。