

ビジョンを語る会（姫路市：観光交流） 主な意見

- ・ 高い船代（片道 1,000 円）が家島へのアクセスのネック
- ・ 「観光」は観光地の見物等がメインであるのに対し、「交流」は地元住民との交流を通してファンを増やし、移住等による人口増につながる
- ・ 知らない地域に呼び込む「観光」は「交流」が芽生えるきっかけ（姫路城で引きつけた人を「交流」につなげる仕掛けづくりが必要）
- ・ 姫路城という人を引きつけるものがある貴重さ（強み）を地元住民が自覚し、その上にプラスαを積み上げることが大事
- ・ 姫路城だけ見て帰る通過型観光ではなく、姫路城以外の魅力を PR することで滞在時間を延ばす
- ・ 観光地やスポーツイベント等で来訪者に一番最初に接する人の対応が大事（親切・丁寧な対応でイメージが向上し、リピーターにつながる）
- ・ 村で地域活性化委員会を立ち上げたが、集団で物事に取り組むことに慣れておらず難航（地域を取りまとめて引っ張るキーマンの存在が重要）
- ・ ご近所ボランティア（ゴミ出し等の困りごとを近所で有償で助け合うシステム）を導入したところ非常に好評
- ・ 網干はたつの市の新舞子と昔から交流があるため、揖保川を挟んだ東西エリアで売り込んだ方が観光面では良いのではないか
- ・ 観光地ではない坊勢島では、子ども向けの体験見学船を導入し、産業（漁業）を観光として見せている（子どもの頃の体験は 30 年後につながる）
- ・ 自然環境に恵まれ、都市部（姫路）にも近い家島はクリエイター職にとって最適な活動拠点（ワーケーション、テレワーク等）
- ・ コロナ禍の中で、実際に足を運ばなくても史跡・文化財等を見学できる映像を SNS 等で試行的に発信（リアルの集客にもつながることを期待）
- ・ 目立った観光資源がなくても、「癒やし」「非日常」等のキーワードを使ってイメージで売り出すことは可能（町外の人にとっては魅力になる）
- ・ 企業や工場を誘致する代わりに、ワーケーションや移住など個人を呼ぶ時代（一人一人のオーダーやニーズに応えることが大切）