

佐伯市政策研究会 **佐伯 観光立市 宣言**

「来て来て」ではなく「来たくなる」そして「また来たくなる」佐伯作り

受入れ(おもてなし)体制確立 と 情報発信による 観光立市佐伯への改革宣言



市民一人一人が主役、市民自らが主導牽引する市民団代発足
その名も「佐伯観光立市宣言」

＜提案基本理念および骨子＞

佐伯市の抱える雇用確保・人口減少問題他を考える上で
インバウンド他、来訪者増加に対する対策の必要性をしっかりと認識する。

また同時に「観光」に対する取り組み意識が希薄な行政と市民に必要となる
「観光に対する意識」を覚醒できるように「おもてなしセミナー」を開催する。

これは、インバウンド(訪日観光外国人)だけでなく、地元・県内・国内の方が佐伯を訪れる来訪者数の増加を目標とするのであれば、必須の取り組みである。

「明確なコンセプトと具体的な目標がイメージ」できる将来の「グランドデザイン」を模索の上、目標設定。随時見直し対応。

これにより、はじめて行政と市民が地域活性化の目標を共有でき意識改革と協力して取り組む空気感を作る事ができる。

これにより初めて「来たくなる」そして「また来たくなる」佐伯市へと変革を遂げ、リピートされる受け入れ態勢を確立する。

結果的に官民が協力して取り組みが実現できる。

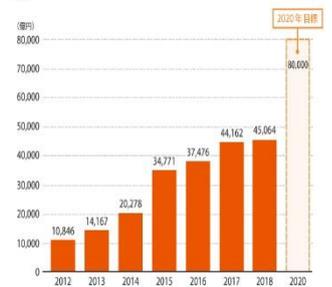
また、この取り組みを実際に情報として発信できる一つに集積された窓口(ポータルサイトの立ち上げ等)を作る。

これらを「観光」に意識の希薄な佐伯市の克服課題と認識した上での意識改革対策の実施。

上記を考慮した上での、具体的に効果をイメージ・シュミレートする事を留意点とした

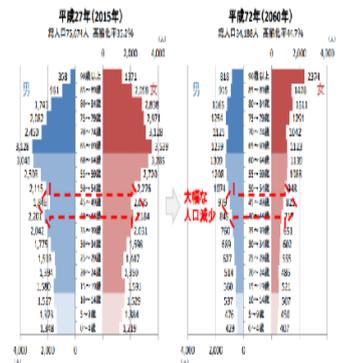
PR 活動を効果的かつ継続性のあるものとして推進する為の具体的提案を行う。

訪日外国人旅行消費額の推移



出典：日本旅行業協会(JATA) 2019年4月28日現在 [yamato.go.jp](http://www.yamato.go.jp)

訪日観光客増加



人口減少・少子高齢化問題

< 行政他への提案及び具体的な推進計画 >

1. 市民一人一人が参加意識の持てる現時点での「グランドデザイン」の模索と再設定が必要
共有できるコンセプトやキャッチコピーを明示、共有できる将来ビジョンや目標を提示
 2. 「さいき城山桜ホール」の完成後の活用イメージの PV(プロモーションビデオ)制作他
※イメージできなければアクションに繋がらない
 - ・ PV 制作する為には自ずとシミュレーションが必要となるので、発信・受信側に双方のメリットとなる。
 - ・ PV により閲覧者は活用イメージを疑似体験できるので期待値を上げる為に極めて有効。
例) さいき城山桜ホール他を MC がリポートする形での紹介 PV
例) 地域活性化に取り組む、団体・個人・店舗を取材紹介する PV
例) 佐伯の魅力伝える PV
- 
3. 「おもてなし講座開催」等による「観光」に対する行政と市民の意識覚醒及び意識改革を図る。
同時に並行して次のステップとして来訪者を意識した受入れ対策や体制を作る。
 4. 1.~3.を前提条件=佐伯市を訪れたくなるような、受け入れ(おもてなし)体制の確立
(国内・国外全方位に向けての受け入れ態勢の確立)
を為した上での訴求力のあるホームページ・SNS・PV「動画コンテンツ」他を活用した
「また来たくなる」が約束された状態での「来たくなる」佐伯の魅力発信
アニメキャラクターの有効活用
- 
5. 各種イベントの企画立案実行やキャラクター、楽曲の制作 etc
↑ コンセプトの象徴および継続性確立の為に有効
 6. 行政や市民、団体、個人の活動や思いを集積したすべてを包括したポータルサイトを立ち上げる。
 7. さいき城山桜ホールまたはその近隣に、旧町村の特産品他「佐伯」のすべてを集結させる。
↑ 旧町村「地元」の方が訪れる理由也の動機付けを図る
※大手前開発事業がすべてのエリアに効果を波及できるような展開する
旧三余館の有効活用
 8. 周辺地域(津久見・臼杵・延岡・高千穂等)を包括した広域視点での PR、及び連携協力を推進する。
↑ 県南及び宮崎県北部の魅力を広域視点で相互に PR 応援する事は、結果的にそれぞれのエリアの来訪者増加に繋がる。

< 提案理由の根拠 >

- これらに対する意識が希薄なまま、各種イベントを行っても継続的な効果を期待できない。
- 各種イベント他の取組みも期待値を損ねる結果となる事もありえる事を認識した上での取組みが必要。
- 来訪者が再訪したくなるような取組みをしなければ、佐伯市への再訪問を期待できない。

<佐伯市民の思い・考えるべき時代背景>

● 佐伯市民の思い

上記、意見の根拠の背景の一つとしては、**佐伯市民自体の期待値を高める困難さが危惧すべき理由**となる。本来であれば、市町村合併の大きな理由であった合併特例債の活用ができる佐伯市中心市街地活性化計画、大手前再開発計画がもっと速やかに実行されたはずである。

当時、市民の関心度と期待値の高まり、様々な協議も重ねられ、盛り上がりを見せていたが、紆余曲折の上、結局、「白紙撤回」により一旦反古になった。

以降、市民の関心も期待値も収束してしまっている現実を把握すべきである。

結果的に、約 15 年の長きを費やしてしまった、過去の経緯を踏まえた上で大手前再開発事業推進する必要がある。

合併時点で佐伯市が抱える問題と実情をしっかりと認識でき、かつ将来に対する希望の持てる「グランドデザイン」を市民に対して周知できていれば、既に大手前再開発は稼働していたはずである。

この、失望し期待値など抱いていない市民が多い状況の中で **PR を行う必要がある事の困難さを再認識する必要** がある。

● 上記に加味する必要がある現代の社会情勢

しかし、地域活性化の為に、**何よりも先ず地元市民の盛り上がりを図る事が重要** であり、その為にも過去の経験に学び、現時点での社会情勢、県や国の施策を踏まえた上での取り組み提案である。

その為には、**今こそ意識改革** を図り、競争ではなく協力が必要であり、**佐伯市民全体が協力し合える恰好の共通課題である事を認識する事** が重要である。

● 競争ではなく協力

佐伯市内は勿論、佐伯市外に目を向けた取り組み【インバウンド対策他の来訪者の増加・企業や学校誘致・Iターン・Uターン他】に於いて、「狭い市内での競争意識ではなく、

お互いにそれぞれに来訪者が増える事は当然他にも恩恵があるという点を理解し、「その共通認識において協力する」という意識が必須であり、現在抱えている憂慮すべき佐伯市が抱えている克服課題となっていると言える。**この意識改革がなければ、何をやったとしても、市民の協力を得る事は難しい。**

何故ならば、現状の意識のままでは佐伯市民がお互いに **協力する事に意義を見出せない** からである。その為にも意識改革が必要。また、**将来の佐伯市の活性化のポイント**と言える。

今回の課題についても、「何をやるか」ではなく、その発想のベースに **このような考察を踏まえる必要性** についてのご一考を頂けることを強く願う。

敬 具

発足宣言日 令和元年（2019年7月31日）

起草文責 設立発起人 高橋 源太郎