呉市観光振興計画における基本理念について（付属資料）

資料4-2

ミッション：観光産業が今後の呉市（人口減少等の課題）のために果たすべき使命

内容	観光産業の育成							起業、就業機会							呉にしかない価値					市民の誇り、幸福感								人を呼び込み移住につなげる									取り組みの方向性						
	観光産業の育成、成長	観光の産業化	観光の主要産業化	観光の基幹産業化	市内総生産の維持	経済循環機能の向上	呉市の起爆剤	持続可能	収入、観光収入	経済基盤	雇用	働く、働き口、仕事	参画（就職）	起業にチャレンジ	新しいサービス・仕事	呉の良いところ・魅力	素晴らしさ	呉の長所短所	呉を知る機会・教育	その場所にしかない価値	誇り	シビックプライド	自慢できる	住み続けたい	様々な人生観、多様性	自己肯定感や自信	ダイジョウブ	自分の存在意義	幸福度	行ってみたい	住んでみたい	勧めたい	連れてきたい	呉市のドアオープナー	人を呼びよせる	交流、交流人口	移住、移住者	人口減少に歯止め	県外流出を防ぐ・地域に残る	まちづくり	体験の提案	コンテンツの開発	観光地の整備	マーケティング	街並み	生活環境
人口減少・グローバル化の中での雇用の確保のためには、交流を原点とする観光産業の成長分野としてのポテンシャルは大きい。	○																																			○									
人口減少や日本製鉄（株）瀬戸内製鉄所呉地区の休止方針、新型コロナウイルスの感染症の影響等による市内総生産額の減少に対して、交流人口を増大させ観光産業を新たな基幹産業のひとつとすること。				○																																○									
こうした中、観光産業には、呉市経済の活力に向けて最も高い成長を達成し、主要産業の一つとなることが求められている。			○																																										
観光産業の使命は、呉市の基幹産業の1つとして発展し、市内総生産の維持に努め、地域内消費の循環機能を向上させることである。				○	○	○																																							
持続可能な市の基幹産業のひとつとなること				○				○																																					
観光産業が低迷が懸念される今後の呉市の有力な起爆剤になることは間違いございません							○																																						
呉市民にとって，観光を産業の1つとして育成し，若者から年配まで十分な収入が安定して得られるようになる．ビジネスとして成立する．	○								○																																				
観光が産業化することにより、新たな雇用が確保できる。		○									○																																		
市民が意欲的に参画（就職）できる観光産業への成長。	○												○																																
直近で一時期人口が減少したとしても、それを補える観光収入を得ること→豊かな町になれば人が集まる（戻る）。									○																																				
「市民がイキイキと働き豊かに安心して暮らしワクワク生きる」ためには、強固な経済基盤は不可欠。										○		○																																	
その場所にしかない価値を見直し、新しいサービス・仕事を創出し続ける															○				○																										
観光しに来て、呉が好きになって、住みたくなった時に、働き口を確保できること。												○																		○															
観光産業は、呉市に訪れるファンを獲得し、そこから「移住」や、「起業にチャレンジできる街」につなげてゆくための基盤になります。今後のまちづくりを行う上での重要な産業だと思います。														○																					○	○		○							
今後子供達が地域に残ったり、Uターンや起業など、若者が増えて行くきっかけとなる明るい町づくり。														○																							○	○							
地域の持つ景観や特産品や歴史、新しく発展して行く文化について、地域住民も自分たちの住むエリアに魅力を再発見し、観光産業が次世代に続く仕事を増やして行く。											○					○																													
また、呉の良いところを理解してもらうことにより、移住者が増え、人口減少に歯止めをかけたい。																○																				○	○								
子供たちに自分たちの町の素晴らしさを見つけさせ、町が好きになれば、子供達の県外流出を防ぐことができる。																	○																					○							
そのためには、まず我々が呉の長所短所を明確にする																		○																											
それと同時に、子供たちに呉の町を知るための機会（授業や地域や企業による教育）を作るべきではないかと思う。																			○																										
とにかく、良いところであることを知るべきである。美味しくないケーキは誰でも人に美味しいと勧めることは難しいことである。																○																													
呉市は中心部から島しょ部まで幅広く、海・山・街のすべてがあり、海軍からの歴史と現代の産業発展が体感できる街であることから、来るたびに新しい魅力が発見できる、出会える街にしていく。																○																													

②起業のチャンス、働きがいのある仕事

⑤観光の基幹産業化

③呉にしかない価値

④観光客と移住者を呼び込む

内容	観光産業の育成							起業、就業機会							呉にしかない価値					市民の誇り、幸福感								人を呼び込み移住につなげる									取り組みの方向性						
	観光産業の育成、成長	観光の産業化	観光の主要産業化	観光の基幹産業化	市内総生産の維持	経済循環機能の向上	呉市の起爆剤	持続可能	収入、観光収入	経済基盤	雇用	働く、働き口、仕事	参画（就職）	起業にチャレンジ	新しいサービス・仕事	呉の良いところ・魅力	素晴らしさ	呉の長所短所	呉を知る機会・教育	その場所にしかない価値	誇り	シビックプライド	自慢できる	住み続けたい	様々な人生観、多様性	自己肯定感や自信	ダイジョウブ	自分の存在意義	幸福度	行ってみたい	住んでみたい	勧めたい	連れてきたい	呉市のドアオープナー	人を呼びよせる	交流、交流人口	移住、移住者	人口減少に歯止め	県外流出を防ぐ・地域に残る	まちづくり	体験の提案	コンテンツの開発	観光地の整備	マーケティング	街並み	生活環境
呉市民にとって，「呉」をさらに誇りに思うようなれる．																					○																								
多くの観光客を引きつける「魅力ある観光素材」は、市民にとっては「シビックプライド」。自慢できる呉、住み続けたい呉、住んでみたい呉。																						○	○	○						○															
呉市民が外国人を含む観光客にたくさん接することによって、様々な人生観や多様性を吸収して、自己肯定感や自信を強く持てるようになっていく。高島自身の南国パラオで観光に従事した実体験。																									○	○																			
人生は「ダイジョウブ」（パラオ語）なもので、なんとかなって、なんとかしていくもの。																											○																		
観光によって多くの呉市民が『自分の存在意義を肯定できる感情』を持つことができれば、強い呉市を作ることができるはず（幸福度が高い呉市）。																												○	○																
我が町を自慢できなければならない。																							○																						
来訪する人にとって，行ってみたい＆またきたい，泊まりたい・・などの，満足を提供する．																														○															
観光客が行って見たい、また来てみたい、友人・家族等に勧める、連れて行きたいと思ってもらう																														○		○	○												
観光を何度か繰り返しているうちに、住んでも良いかなと思わせること。これが、観光産業が呉市のために果たすべき使命だと思います。																															○														
行きたい、住みたいまちにすること																														○	○														
観光産業が果たすべき使命は、やはり人を呉に呼びよせること・・だと思います。																																			○										
日本の観光産業は伸びしろのある大きな市場だ思いますが、呉市における観光産業は、魅力ある呉市を知ってもらうためのドアオープナーの位置付けだと思います。																																		○			○								
観光地の整備・案内資料の作成と入手のし易さ																																										○			
呉における観光マーケティングに力を入れることは必須。お金を落とす仕組みを考えると、もっと呉に観光で訪れたお客様が呉でお金を使ってくれます。																																											○		
観光しに来て、呉が好きになって、住みたくなるような体験を提案すること。																															○										○				
観光しに来て、呉が好きになって、住みたくなるような街並みを作ること。																															○													○	
観光しに来て、呉が好きになって、住みたくなった時に、市外から住みに来た人が生活しやすい生活環境を整備すること。																															○														○
市内全体の商工が賑わう（潤う）コンテンツの開発。																																									○				

④観光客と移住者を呼び込む

①呉に住むことの誇りと幸福

「ビジョン」へ移行

ビジョン：ミッション達成のため、将来呉市が観光都市としてどのような姿を目指すべきか

内容	観光推進体制、戦略的運営											好循環			市民意識の向上と若者の参画													観光資源の磨き上げ																観光産業の拡大						移住促進				
	まちが一丸となる	バラバラな体制をつなぐ	都市全体の観光地化	マーケティング	ブランディング	体験、コンテンツの開発	広報力	スマートシティ	デジタルデータ	WiFi環境	広島市や宮島と連携	案内掲示	移動手段	好循環	誘客サイクル	地域内消費の循環	市民意識の向上	観光に携わる楽しさ	市民も観光を楽しむ	市民参加型	観光客を歓迎	地域住民の行動力	プラス思考の呉市民	独自の魅力	前例のない	新たなサービス・価値	異質なものの受け入れ	社会変化への柔軟性	若者のチャレンジ、起業	若者が力を発揮、高収入	出産・子育て、定住	歴史	瀬戸内海	自然（海、島、山）	市街地	見てもらいたくなる風景	街並み	仕事の前後で寛げる	帰省客	ミュージアムの誘客維持	ミュージアムの品質向上	多様な価値観	市外から誘客できる素材	外貨獲得	毎週末スポーツイベント	季節ごとのイベント	動き続けているまち	非日常	感動、満足、満足感	好奇心の刺激	付加価値の高いサービス	経済活動	生業、雇用	観光地の整備	海辺の開発	商店街の再生	リピーター	また来たい、行きたい	住みたい	移住	テレワーク	生活環境の整備	いつも明るいまち
呉市観光関連業者のバラバラな体制をつなげること		○																																																					
季節ごとの街が一丸となったイベント開催等。	○																																												○												
理想は生活と観光の共栄。都市（町）全体の観光地化。			○																																																					
呉における観光マーケティングに力を入れることは必須。お金を落とす仕組みを考えると、もっと呉に観光で訪れたお客様が呉でお金を使ってくれます。				○																																																				
呉市は、市街地、山間部、島嶼部など多様性に富んだ地域であり、それらを活用した観光マーケティングが必要。				○																														○																						
呉がもつ価値と進むべき方向性を共有し、まとまり感のある都市（ブランディング）					○																																																			
観光客に回遊してもらう為には、各地域で体験できるコンテンツを明確にし、どこでお金を落としてもらうかを各地域で整備する必要がある。それらを行政の広報力を使い拡散させるイメージ。						○	○																																																
市内全体の商工が賑わう（潤う）コンテンツの開発。						○																																																		
観光しに来て、呉が好きになって、住みたくなるような体験を提案すること。						○																																																○			
フリーWi-Fi等を利用した観光客の動線の情報収集・分析や、それを活用した効果的な施策の実施等による、デジタルデータを活用したスマートシティの実現								○	○																																															
また、Wi-Fi環境の整備もとても重要です。写真などのアップが早いと、気軽にたくさんアップできます。現在地情報を示しながらSNSにアップすることで、呉市の街並みに親近感を抱いてもらいやすくなると思います。										○																									○																					
広島大都市圏を形成する市町の1つとして、広島市中心部や宮島など、県内有数の知名度を誇る観光地を訪れる人に対し、県や当該市と連携を図り、観光客の流入を促進											○																																													
もっと外国語・日本語での案内掲示を観光客目線で増やす。												○																																													
そのような撮影場所への移動手段を整えることも必要です。地元タクシー業者さんの活用が思い浮かびます。自動車のレンタルや駐車場の整備、また公共交通機関の運行時間・運行範囲の拡充より簡単だと思います。													○																																										
呉市を訪れた観光客は、感動と満足によって、多くのリピーターとなっている。また、感動した観光客自身による情報拡散により、更なる新規観光客が生まれ、その新たな観光客も感動し…、といった拡大する好循環が発生し、自転する誘客サイクルが生まれている。														○	○																																○							○				
呉市が誇る歴史や島・海・山などの産物、自然の魅力が最大限に引き出されて付加価値の高いサービスが提供され、これにより観光客の満足度が向上して繰り返し訪れ宿泊も増えることで地域内消費の循環が向上して生業と雇用が創出されている姿。																○																○		○												○		○									
観光客を歓待する市民意識の向上																	○																																								
改めて呉の歴史や魅力を市民に理解してもらい、人に自慢できるくらい呉を好きになり、タクシー運転手や飲食店の店員などみんなが観光案内ができるような街にしていき、市民参加型の「おもてなし」を目指す。																			○												○																											
観光客だけが楽しいのではなく、観光に携わることが楽しいと実感できる観光コンテンツを作り、市民が実体験していく。																		○	○																																						
市民も楽しめる観光都市																			○																																						
市民全体が観光客の受入れを歓迎し、若年層も新たに起業しやすい雰囲気づくり																					○								○																											
呉市は海、山、街と多種多様なロケーションがありスポーツとの相性が良い。スポーツは参加者だけではなく、主催者、関係者側も前向きになれる要素を持つため、スポーツイベントで観光と接する喜びを実体験する。																		○					○										○	○								○														
最終的には地域に住む人の行動力が鍵になると思います。体験プログラムを作るには、地域の課題を抽出し、解決する能力が求められます。それらに取り組む各地域の人材の後押しと、育成が必要。																						○																																		
呉のどこかで毎週末スポーツイベントが開催され、週末ごとにプラス思考な呉市民が増殖する姿が望ましい。																							○																				○														
他の観光都市と同じものを目指さない独自の魅力ある都市																								○																																	

①呉が一体となった観光推進体制、戦略的運営

②好循環

③市民意識の向上

④既存の資源の維持、継承

内容	観光推進体制、戦略的運営											好循環			市民意識の向上と若者の参画													観光資源の磨き上げ															観光産業の拡大						移住促進					
	まちが一丸となる	バラバラな体制をつなぐ	都市全体の観光地化	マーケティング	プランディング	体験、コンテンツの開発	広報力	スマートシティ	デジタルデータ	WiFi環境	広島市や宮島と連携	案内掲示	移動手段	好循環	誘客サイクル	地域内消費の循環	市民意識の向上	観光に携わる楽しさ	市民も観光を楽しむ	市民参加型	観光客を歓迎	地域住民の行動力	プラス思考の呉市民	独自の魅力	前例のない	新たなサービス・価値	異質なものの受け入れ	社会変化への柔軟性	若者のチャレンジ、起業	若者が力を発揮、高収入	出産・子育て、定住	歴史	瀬戸内海	自然（海、島、山）	市街地	見てもらいたくなる風景	街並み	仕事の前後で寛げる	帰省客	ミュージアムの誘客維持	ミュージアムの品質向上	多様な価値観	市外から誘客できる素材	外貨獲得	毎週末スポーツイベント	季節ごとのイベント	動き続けているまち	非日常	感動、満足、満足感	好奇心の刺激	付加価値の高いサービス	経済活動	生業、雇用	観光地の整備	海辺の開発	商店街の再生	リピーター	また来たい、行きたい	住みたい	移住	テレワーク	生活環境の整備	いつも明るいまち
前例のないことにどこよりも早く取り組む都市																									○																																			
新たなサービス創造・価値創造をする若者のチャレンジを後押しする都市																										○			○																														
まとまりがありながらも異質なものを受け入れ生み出す都市																											○																															
社会変化への柔軟性をもった都市																												○																														
これらが若い人のチャレンジ意識の醸成に繋がると思います。																													○																													
若者が自らの力を存分に発揮し、高収入を得ることができるまち																														○																													
若者が安心して出産・子育てをし、便利で永く住み続けることができるまち																															○																													
大都会にはない、瀬戸内海や島々の自然の美しさの中でゆったり、のびのびと過ごしながらも、きちんと社会の一員として、経済活動が営める環境のある、オンとオフをどちらも楽しめるような町。																																	○	○																○										
海と島と自然と人の触れ合いを感じ，非日常を味わえる都市																																		○													○											
写真映えする街並み、作品にして誰かに見てもらいたくなるような風景をたくさん提示すると効果的だと思います。 そのためには、電線や電柱などが風景を遮らない配置が好まれます。																																				○	○																						
観光しに来て、呉が好きになって、住みたくなるような街並みを作ること。																																					○															○						
出張で来る人が，仕事の前後で寛げる，楽しめる観光都市																																						○																					
呉に帰ってきた人が，変化を味わって散策できる都市（帰省客のイメージ）																																							○																				
現時点での呉観光の最大の強みである「大和ミュージアム」がもたらす誘客成果の安定供給の維持を目指しつつ、さらにミュージアム品質の向上を図る。																																								○	○																	
多様な価値観をもつ人々へ、それぞれの価値観に働きかけ観光したいと感じる呉を目指す。「大和ミュージアム」だけが呉観光の主目的ではない。県外・市外から主目的として誘客できる観光素材を育てることが必要。																																									○	○																
観光での収入を伸ばすには「輸出産業」と考え、これまでに習得し蓄積したノウハウや人材を活用し、市外の観光施設運営や人材提供・お土産等の製造販売を担いより多くの外貨獲得を目指す。																																										○															
活気のある、動き続けている街。																																													○											
観光客のニーズを満たし、また来たいと思われるまち																																														○								○			
知的好奇心の刺激を受ける都市																																															○										
地域の特徴を体感、体験できるような内容を増やし、訪れた人には非日常でありながらも、観光と地域の暮らしが時に近い距離にあること。																																														○										
観光地の整備・案内資料の作成と入手のし易さ																																																		○						
海辺の開発と商店街の再生																																																			○	○			
1回観光に来てみて、物足りなさを感じて再訪して、リピートしているうちに好きになって、住みたくなるまちにすることでしょう。																																																					○		○			
「呉に行きたい」「呉に住んでみたい」と思ってもらえるような魅力的な街づくり。																																																						○	○			
観光しに来て、呉が好きになって、住みたくなった時に、市外から住みに来た人が生活しやすい生活環境を整備すること。																																																						○			○
先に挙げたWi-Fi環境の整備は、テレワークのしやすさにもつながります。元の仕事をしながら呉に住めるなら、移住もしやすくなります。																																																							○	○	
そしてまちがいつも明るい方が、あちこち観光して回って呉に長時間いてくれる観光客の方に、生活もしやすそうと感じてもらえそうです。市役所が22時ごろまで稼働している、病院や一般商店・スーパーも22時や23時まで開いている（後略）。																																																									○

③市民意識の向上

④既存の資源の維持・継承

⑤若者の参画

⑤新たな価値の創出

⑦観光産業の拡大

⑧移住促進

バリュー：誰に（観光客・市民・次世代の人達等）にどのような価値を提供すれば、将来呉市が目指す観光都市が実現できるか

【呉市民に提供するバリュー】

内容	自然、歴史、スポーツ、体験												呉にしかない								誇り・愛着・希望						観光の産業化、起業、仕事									交流		移住促進							子育て環境				
	自然、瀬戸内、島	風景、景色	文化、歴史、伝統	スポーツ	体験、体験価値	旧海軍、自衛隊	非日常感	ゆったり島時間	ワクワク感	サンセット、夕日	滞在時間	夕方から夜の楽しみ（ふるさとの）賑わう姿	各地域の当たり前のこと	呉市民の日常、生活	そこにしかない	そこに住んでいる	百年後に残したい価値	感動、満足	新たな価値	変化	リピートしたくなる設え	市民の地域への誇りと愛着	自慢できる、好きになる	誇り	シビックプライド	前向きな人生観	呉の可能性、将来	観光客にやさしい市民	産業としての観光	魅力と未来のある産業	推進体制の構築	地域が自走する	ビジネスチャンス	創業、起業	挑戦、チャレンジ	所得、金銭	雇用、仕事、働き口	働きがい、やりがい	交流	市民と一緒に	移住、移住者	住みたい	人口が増える	人を呼び込む	伝える、配信・発信する	住みやすい街づくり	住環境	外国人	学校の授業	子供の頃から自覚する	子育て	田舎すぎず、都会すぎず
市内外にとらわれず呉に住む（住みたい）人材へ呉地域の多様な素材（自然・文化・スポーツ・体験など）を活用し、さらに未開のものがあれば発掘し、挑戦できる環境と仕組みづくり。	○		○	○	○																													○					○										
距離的にも遠くにあり、日本人の価値観から離れた観光客への価値提供が新たな価値の発見に繋がる。そこにしかない風景、文化、歴史が生み出してきたものが価値であり、当たり前にそこにあるものの見方を変えればそれも価値となる。		○	○										○		○																															○				
各地地域で当たり前に体験できることが、観光客にとっては体験価値となり、そこに落ちるお金は地域が自走する原資になります。					○								○																		○																			
30年後、100年後の呉市民に次の世代に残していきたいもの（価値）に気づき、演出し提供できれば観光客は来る																	○																																	
市　民：そこに住んでいることの満足感と他地域との交流に対する喜びの提供																○		○																				○												
市民には呉のビジュアル的美しさを、当たり前の景色ではなく、感動的な景色であること、自慢できる景色であることを、もっと子供の頃から自覚してもらいたいと思う。		○																○					○																										○		
ゲストティーチャーが偶然観光に来たオーストラリア外国人観光客！『外国人観光客が、市民と一緒になって、次世代の人達（子供達）がいる学校で授業をする。』呉市民は、外国人観光客の前向きな人生観に感銘を受ける。																									○													○									○	○			
誇りを持てる魅力																							○																													
呉市民が、自分の町に誇りを持つこと＝シビックプライド																								○																												
市民が呉市の魅力を再発見できる取組みや発信に力を入れ、これまで守ってきたものと同時に、外に出て新しいものを見てきた人が交わり地域の価値を再構築する。各々が誇りをもてる仕事や暮らしができれば、地域をもっと好きになり、多彩なアイディアや実践者が増えていく																							○	○																											
さらに移住、起業など新たな人を呼び込むきっかけとなることを、そこに住む地域住民に意識付けすることが重要。																																	○							○			○								
ますます高齢化する社会なので、若者だけにターゲットを絞るのではなく、中高年(30～60代)にとっても住みやすい街づくりを。仕事や住居の面での市と企業が連携したバックアップ。人口が増えれば街も活性化し、人が人を呼ぶ																																				○					○			○					
市民等の呉市の生活圏にいる人たちに対しては、観光を産業として捉える利点を説明・納得してもらい、町全体となって観光産業を推進できる体制の構築																												○		○																					
呉の観光産業が企業・団体等にとって魅力ある産業・未来ある産業であること。																													○																						
現在、未来の市民：金銭面とやりがい両面で魅力的な観光関連産業の創出																													○						○		○														
現在、未来の市民：創業・起業のサポート																																	○																		
就労世代：十分かつ安定的な所得，働きがい																																			○		○														
呉の観光産業が市民にとって安定した雇用（≒正規雇用）を約束できる産業であること。																																				○															
現在、未来の市民：コンパクトシティを達成した安心、安全、便利な住環境。消費したいサービスが地域内に存在																																													○						

①自然、歴史、スポーツ、体験等のコンテンツ

②呉にしかない日常、新たに生み続ける価値

③市民の誇り、愛着 将来への希望

④観光の基幹産業化、起業のチャンス、

⑤移住者の増加

⑥恵まれた子育て環境

【次世代に提供するバリュー】

内容	自然、歴史、スポーツ、体験												呉にしかない								誇り・愛着・希望						観光の産業化、起業、仕事								交流		移住促進							子育て環境				
	自然、瀬戸内、島	風景、景色	文化、歴史、伝統	スポーツ	体験、体験価値	旧海軍、自衛隊	非日常感	ゆったり島時間	ワクワク感	サンセット、夕日	滞在時間	夕方から夜の楽しみ	（ふるさとの）賑わう姿	各地域の当たり前のこと	呉市民の日常、生活	そこにしかない	そこに住んでいる	百年後に残したい価値	感動、満足	新たな価値	変化	リピートしたくなる設え	市民の地域への誇りと愛着	自慢できる、好きになる	誇り	シビックプライド	前向きな人生観	呉の可能性、将来	観光客にやさしい市民	産業としての観光	魅力と未来のある産業	推進体制の構築	地域が自走する	ビジネスチャンス	創業、起業	挑戦、チャレンジ	所得、金銭	雇用、仕事、働き口	働きがい、やりがい	交流	市民と一緒に	移住、移住者	住みたい	人口が増える	人を呼び込む	伝える、配信・発信する	住みやすい街づくり	住環境	外国人	学校の授業	子供の頃から自覚する	子育て	田舎すぎず、都会すぎず
30年後、100年後の呉市民に次の世代に残していきたいもの（価値）に気づき、演出し提供できれば観光客は来る																		○																																	
誇りを持てる魅力																									○																						③次世代（子供）を育てる恵まれた環境				
ゲストティーチャーが偶然観光に来たオーストラリア外国人観光客！『外国人観光客が、市民と一緒になって、次世代の人達（子供達）がいる学校で授業をする。』次世代の人達（子供達）は、外国人の喜ぶ姿を見て呉の可能性に気づき、呉の将来を前向きに捉える。																												○																		○	○			
現在、未来の市民：コンパクトシティを達成した安心、安全、便利な住環境。消費したいサービスが地域内に存在																		①呉にしかない価値の継承、呉に住む誇り・愛着、																													○					
田舎すぎず、都会すぎず、のんびり自然に囲まれながらも、少しの時間さえかければ、広島市内へも出掛けられ、子育てにも自然の学びと学力と同時に身につけさせてあげることが出来る場所であることをアピールすることで、若い夫婦に移住してきてもらいたい。（ハウジングメーカーや、ブライダルの関係業者と連携とか）	○																												②観光で働く機会 起業やチャレンジのチャンス											○								○		○	○
現在、未来の市民：金銭面とやりがい両面で魅力的な観光関連産業の創出																														○						○		○												
現在、未来の市民：創業・起業のサポート																																		○																
次世代の人達：移住者も含め観光に関連して新たなチャレンジやビジネスチャンスの提供																																	○		○						○										

【観光客に提供するバリュー】

内容	自然、歴史、スポーツ、体験												呉にしかない								誇り・愛着・希望						観光の産業化、起業、仕事									交流		移住促進							子育て環境				
	自然、瀬戸内、島	風景、景色	文化、歴史、伝統	スポーツ	体験、体験価値	旧海軍、自衛隊	非日常感	ゆったり島時間	ワクワク感	サンセット、夕日	滞在時間	夕方から夜の楽しみ	（ふるさとの）賑わう姿	各地域の当たり前のこと	呉市民の日常、生活	そこにしかない	そこに住んでいる	百年後に残したい価値	感動、満足	新たな価値	変化	リピートしたくなる設え	市民の地域への誇りと愛着	自慢できる、好きになる	誇り	シビックプライド	前向きな人生観	呉の可能性、将来	観光客にやさしい市民	産業としての観光	魅力と未来のある産業	推進体制の構築	地域が自走する	ビジネスチャンス	創業、起業	挑戦、チャレンジ	所得、金銭	雇用、仕事、働き口	働きがい、やりがい	交流	市民と一緒に	移住、移住者	住みたい	人口が増える	人を呼び込む	伝える、配信・発信する	住みやすい街づくり	住環境	外国人	学校の授業	子供の頃から自覚する	子育て	田舎すぎず、都会すぎず
観光客に対して、旧海軍や自衛隊の流れを汲んだ施設や音戸の瀬戸周辺の島しょ部など、多様な観光資源について、大切にしてきた伝統とともに、SNSなど新たな情報伝達手法を活用しつつ、伝えることができるような官民一体となった働き	○		○			○																																					○							
瀬戸内のサンセットを観光客に見てもらうことにより、呉に宿泊、そしてまたあの夕日を見たいと思わせる。それくらいの価値のある美しい町だと思う。	○									○																																									
観光客：せとうちの非日常感とゆったり島時間、行ってみたいというワクワク感							○	○	○		○																																									
観光客のすべてのセグメントにとって共通の新たな価値は、地域の人の価値観、人の魅力に触れること。つまり、豊かな自然や伝統・文化の中で心豊かな生活を楽しんでいる、言わば、市民の地域への誇りと愛着に触れることが最大の新しい価値。	○		○												○								○																													
距離的にも遠くにあり、日本人の価値観から離れた観光客への価値提供が新たな価値の発見に繋がる。そこにしかない風景、文化、歴史が生み出してきたものが価値であり、当たり前にそこにあるものの見方を変えればそれも価値となる。		○	○											○		○				○																												○				
遠方の観光客：他都市にない観光コンテンツ（フックのきいた）＋他都市にない滞在時間											○					○																																				
産業観光客（出張者）：夕方～夜の楽しみ												○																																								
海軍や「この世界の片隅に」など話題性があるテーマに合わせて、コスプレをして記念撮影をし、当時のメニュー（海軍グルメ）が食べ歩けるコスプレ街歩きといった観光メニューをつくる						○																																														
ゲストティーチャーが偶然観光に来たオーストラリア外国人観光客！『外国人観光客が、市民と一緒になって、次世代の人達（子供達）がいる学校で授業をする。』外国人観光客は、子供を含む呉市民の日常に触れ大満足。															○																							○	○								○				
観光客：呉でしか経験できない心を豊かにする付加価値の高いサービスの提供																○																																				
近隣の観光客：他都市にない観光コンテンツ（フックのきいた）＋変化																○					○																															
各地地域で当たり前に体験できることが、観光客にとっては体験価値となり、そこに落ちるお金は地域が自走する原資になります。														○																																						
30年後、100年後の呉市民に次の世代に残していきたいもの（価値）に気づき、演出し提供できれば観光客は来る																		○																																		
リピーター獲得のためには、感動・満足を与えられる新たな価値の提供が必要。																			○	○																																
リピートしたくなる設え																						○																															
SNS等の情報ツールを存分に活用し、不特定多数の人達に呉の魅力を分かりやすく楽しく伝達できれば、呉のリピーターが口コミ効果で拡散できると信じています																																												○							
ネットで観光案内をより豊富に配信する																																												○							
Wi-Fi環境の徹底した整備																																																			

①自然、歴史、スポーツ、体験等のコンテンツ

②呉にしかない日常、新たに生み続ける価値

【移住者に提供するバリュー】

内容	自然、歴史、スポーツ、体験													呉にしかない								誇り・愛着・希望						観光の産業化、起業、仕事									交流		移住促進							子育て環境				
	自然、瀬戸内、島	風景、景色	文化、歴史、伝統	スポーツ	体験、体験価値	旧海軍、自衛隊	非日常感	ゆったり島時間	ワクワク感	サンセット、夕日	滞在時間	夕方から夜の楽しみ	（ふるさとの）賑わう姿	各地域の当たり前のこと	呉市民の日常、生活	そこにしかない	そこに住んでいる	百年後に残したい価値	感動、満足	新たな価値	変化	リピートしたくなる設え	市民の地域への誇りと愛着	自慢できる、好きになる	誇り	シビックプライド	前向きな人生観	呉の可能性、将来	観光客にやさしい市民	産業としての観光	魅力と未来のある産業	推進体制の構築	地域が自走する	ビジネスチャンス	創業、起業	挑戦、チャレンジ	所得、金銭	雇用、仕事、働き口	働きがい、やりがい	交流	市民と一緒に	移住、移住者	住みたい	人口が増える	人を呼び込む	伝える、配信・発信する	住みやすい街づくり	住環境	外国人	学校の授業	子供の頃から自覚する	子育て	田舎すぎず、都会すぎず
現在、未来の市民：創業・起業のサポート																																			○																
現在、未来の市民：金銭面とやりがい両面で魅力的な観光関連産業の創出																													○							○		○													
観光しているうちに住みたくなるまちを、目指す姿と考えました。たくさんの観光客に何回も呉に来てもらって、じわじわと移住者・生活者として呉市に取り込んでいくために必要なのが、仕事、働き口です。（中略）自分のまちを居心地よいと市外の方に褒められると呉の人は嬉しくなります。そして観光客さんにもっと優しくなれます。好循環です。																											○									○			○	○											
さらに移住、起業など新たな人を呼び込むきっかけとなることを、そこに住む地域住民に意識付けすることが重要。																																		○						○			○								
市内外にとらわれず呉に住む（住みたい）人材へ呉地域の多様な素材（自然・文化・スポーツ・体験など）を活用し、さらに未開のものがあれば発掘し、挑戦できる環境と仕組みづくり。	○		○	○	○																														○						○											
ますます高齢化する社会なので、若者だけにターゲットを絞るのではなく、中高年(30～60代)にとっても住みやすい街づくりを。仕事や住居の面での市と企業が連携したバックアップ。人口が増えれば街も活性化し、人が人を呼ぶようになる																																				○					○			○							
現在、未来の市民：コンパクトシティを達成した安心、安全、便利な住環境。消費したいサービスが地域内に存在																																														○					
田舎すぎず、都会すぎず、のんびり自然に囲まれながらも、少しの時間さえかければ、広島市内へも出掛けられ、子育てにも自然の学びと学力と同時に身につけさせてあげることが出来る場所であることをアピールすることで、若い夫婦に移住してきてもらいたい。（ハウジングメーカーや、ブライダルの関係業者と連携とか）	○																																							○								○		○	○
呉出身者：観光都市としての呉の賑わい													○																																							

①自然、歴史、スポーツ、体験等のコンテンツ

②観光で働く機会
起業やチャレンジのチャンス

③恵まれた住環境、子育て環境