

「赤れんが」と「海・港」

まいづる観光

ブランド戦略



本市には、豊かな自然や歴史・文化に育まれたポテンシャル（潜在能力）の高い地域資源が数多くあります。これらの魅力を戦略的に打ち出し、効果的に情報発信することにより「舞鶴ブランド」として全国的に認知されれば、他のまちにはない舞鶴の強みになります。それが本市のオンリーワンの魅力となり「住んでよし、働いてよし、訪れてよし」の「選ばれるまちづくり」「こつながっていきます」。シリーズ「市政の「今」」第2回目は、観光によるまちづくりについてお伝えします。

まいづる観光ブランド プロモーション

市では、舞鶴の魅力ある観光地や特産品を全国に向け積極的にPRし、舞鶴ファンを増やすことで観光客の誘致を図っています。

数ある地域資源の中でも、魅力の高い「赤れんが」と「海・港」を舞鶴のシンボルイメージ

として「まいづる観光ブランド戦略」を展開。「舞鶴かに」「舞鶴かまぼこ」「万願寺甘やん」「佐波質だいたいん」など舞鶴の特産品の全国ブランド化を目指し、首都圏や京阪神地域においてアンテナショップの出店やレストランに食材を提供するなどキャンペーン活動を実施。これにより、平成24年度の観

光入込客数は161万人（前年度141万人）となりました。また、今年度は舞鶴版観光ガイドブック「まぶる舞鶴」の作製や首都圏でのパブリシティプロモーションを実施するなど、全国に舞鶴の魅力を効果的に発信し、市外からの観光誘客に積極的に取り組んでいます。

着地型観光の推進

近年、観光客のニーズが多様化する中、従来の物見遊山的な観光から本物志向となり、その地域ならではの観光資源や体験型の観光が求められています。

これに対応するため、昨年設立された「まいづる広域観光公社」や今年一般社団法人となった「舞鶴観光協会」と連携し、「まいづる四季旅」など着地型のツアー商品の造成や海軍ゆかりの港めぐり遊覧船など、観光振興、特に着地型観光の推進に力を注いでいます。

また、訪れる人が快適に市内観光を楽しめるよう周遊観光バスの運行や本物のかまぼこ板を使用した市内周遊観光フリーパス「かまぼこ手形」を発行し、お得な料金での周遊観光に取り組んでいます。

さらには、市全体のおもてなし力を高めるため、タクシー観光ホスピタリティアップ事業や観光ナビゲーター講座の開催、ツアーボランティアの育成などを実施。訪れる人への心を込めたおもてなしの充実、観光人材の育成に努めています。

引き揚げの史実を継承

舞鶴引揚記念館は、平成24年度から、市の直営施設として学芸員を配置し、引き揚げやシベリア抑留に関する資料のデジタル化や講座、巡回展など情報発信に努め、創造的事業を展開しオンリーワンの施設を目指しています。

次世代の平和学習の拠点として、教育旅行の誘致にも積極的に取り組んでおり、市外の学校からの来館も年々増えています。

さらに、風化しつつある引き揚げの史実を後世に継承し平和の尊さを広く世界に発信するため、引き揚げに関する資料の「ユネスコ世界記憶遺産」への登録を目指して、平成26年3月の申請に向けて準備を進めています。

来年度からは戦争を知らない世代にも理解しやすくするため、展示のリニューアルや資料の保存環境の整備など施設の充実を図る予定です。

また、観光客の利便性の向上を図るため、11月20日から、東地区の8か所のホテルより京都交通株式の引揚記念館行き朝イチバスが1か月の実証実験として運行されます。



▲海から眺める「海軍ゆかりの港めぐり遊覧船」



▲舞鶴かまぼこ工房で「かまぼこの手作り体験」



▲観光ナビゲーター講座で案内の仕方を学ぶ

昭和20年から13年間にわたり、多くの引揚者を心づくしで温かく迎えた舞鶴市民の思いやりの心と行動は、観光のまちづくりを目指す本市のおもてなしの原点でもあり、大事にしたいまちの歴史であると言えます。



更なる観光誘客に向けて

平成26年度に京都縦貫自動車道と舞鶴若狭自動車道が全線開通する予定であり、道路交通網が大きく整備される中、平成27年度をターゲットに「海・港」「引き揚げ」などを中心に積極的なプロモーションと着地型観光を推進し、更なる観光誘客に向けて取り組んでいきます。

それによって、高い経済効果を生み出し、今後、観光産業が本市のリーディング産業へと大きく成長し、地域経済の活性化とまちの発展へとつながるよう努めていきます。



▲赤れんがパークを拠点に情報発信

観光戦略拠点 「舞鶴赤れんがパーク」

文化の創造や市民の憩いの場として、昨年5月に「舞鶴赤れんがパーク」がグランドオープン。往時の姿を取り戻した「赤れんがロード」など見どころが満載です。パークでは、年間を通じてさまざまなイベントが開催され、平成24年度の来場者数は、年間約13万人で前年度の約5万人と比べ大幅に増加しています。

この「赤れんがパーク」を本市における集客交流の観光戦略拠点として位置付け、FMラジオや旅雑誌など、情報発信力のあるメディアを活用し、効果的かつ戦略的に観光プロモーションを実施していきます。

また、新たなパークの魅力を創造するため、舞鶴らしい食文化を楽しむブリックハウスやキッチンカーによるピストロブリック事業や5号棟（イベントホール）を活用したプロジェクトマップを始めるなど、パークの集客力を高める取り組みを行います。