

芦屋港周辺における観光の現状と課題について

- 1) 調査項目と目的
- 2) 芦屋町の観光に関するマーケティング調査
- 3) 芦屋港周辺の施設分布状況の把握
- 4) 新型コロナの影響を踏まえたまちづくりの視点に対する考え方
- 5) 公共交通の利用状況（新型コロナによる影響）
- 6) 芦屋港周辺観光施設の利用状況（新型コロナによる影響）
- 7) Webアンケート調査による芦屋町の観光資源認知度及び芦屋港活性化エリアへの来訪意向の把握
- 8) 町内観光関係団体のヒアリング結果
- 9) 芦屋港周辺観光施設の管理運営の状況
- 10) 調査結果のまとめ
- 11) 上位計画で示される基本方針
- 12) 現状と課題及び戦略として考えられる方向性

令和 3 年 4 月 27 日
芦屋港活性化推進室

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

1) 調査項目と目的

- 芦屋港周辺における観光の現状と課題を把握するための調査項目とその目的を下表に整理します。
- 芦屋町の観光状況やコロナ禍による影響、アンケート調査を用いたニーズ把握を行いました。

調査項目	調査目的
芦屋町の観光に関するマーケティング調査	・芦屋町の観光特性を把握
芦屋港周辺の施設分布状況	・芦屋港周辺における施設分布状況を把握
新型コロナの影響を踏まえたまちづくりの視点	・新型コロナの影響を踏まえたまちづくりを整理
公共交通の利用状況	・新型コロナの影響による公共交通利用の変化（来訪者数の影響）を把握
芦屋港周辺観光施設の利用状況	・新型コロナの影響による利用者数の変化を把握
Webアンケート調査	・芦屋町の観光資源の認知度、芦屋港活性化に関するニーズを把握
町内観光関係団体へのヒアリング調査	・町内の観光特性、新型コロナの影響における状況を把握
芦屋港周辺施設の管理運営状況	・一体的な管理運営を検討する芦屋港周辺施設（指定管理者制度を活用している2施設）について、現在の管理運営状況を把握 ⇒ 管理運営における問題点、課題を整理

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

2) 芦屋町の観光に関するマーケティング調査

● 芦屋町への来訪者の状況について、下記の特徴が挙げられます。

- ⇒ 芦屋町への来訪者の居住地は北九州都市圏域が上位を占めており、近隣からの来訪者が多数を占めています。
- ⇒ 芦屋町への訪問目的をみると、スポーツ・レクリエーションが最も多く58.5%、次いで、行祭事・イベントが20.8%となっています。
- ⇒ 芦屋町の平成29年の年間来訪者約53万3千人のうち福岡県内からが約50万人であり、県内からの日帰り客が約96%と、そのほとんどを占めています。



【出典】株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」
総務省「平成27年国勢調査」
【注記】滞在人口とは、指定地域の指定時間帯（4時、10時、14時、20時）に滞在していた人数の月間平均値（平日・休日別）を表している。滞在人口率は、滞在人口（株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」）÷国勢調査人口（総務省「国勢調査」夜間人口）で表される。携帯端末の運用データについては国籍に関わらず契約者のデータが使用されていることから、滞在人口の算出には国内に居住する外国人も推計として含まれている。

©2017 NTT DOCOMO, INC. & DOCOMO InsightMarketing, INC. All Rights Reserved.

図 芦屋町の滞在人口※の地域別構成割合（令和元年6月14時のデータを使用）（RESASより）
※滞在人口；指定地域（芦屋町）の指定時間帯に滞在していた人数の月間平均値を表す。芦屋町内に滞在していた人数のため、町内・町外に関わらず集計している。

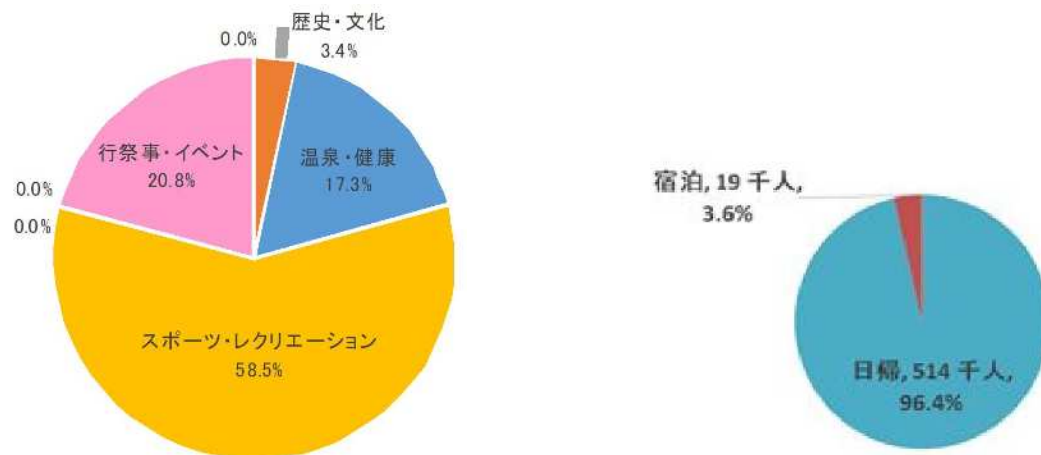


図 芦屋町への訪問目的
（平成29年福岡県観光入込客推計調査より）



図 日帰り来訪者数
（平成29年福岡県観光入込客推計調査より）

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

3) 芦屋港周辺の施設分布状況の把握

● 芦屋港周辺において、全天候型施設への導入が想定される施設分布を整理しました。

⇒ 周辺では、**ボートレース芦屋**において、**屋内遊び場の整備**※1、**夢リアホールの改修**※2が進められています。

⇒ 図書スペース、多目的ホールは各市町に1件以上立地しています。

※1 ; 屋内遊び場の整備

- ボートレース場における子どもの遊び場として、ボートレース振興会及び遊び場整備運営事業者がコラボレーションして推進している「ボートキッズパーク事業」のひとつ。
- 1階から3階までの吹き抜けを活かしたボルダリングウォール等、高さを活かしたゾーンや低年齢の子ども向けのゾーン等、生後6か月～12歳までの子どもを対象とした約860㎡程度の屋内遊び場を整備中（令和3年7月開業予定）。



図 屋内遊び場のイメージ (Moovvi芦屋 屋内パス)

※2 ; 夢リアホールの改修

- コンサートに対応できる多目的ホール施設として改修中（令和3年7月開業予定）。



図 芦屋港周辺の施設分布 (左 ; 子ども向け屋内遊び場、右 ; 温浴施設)

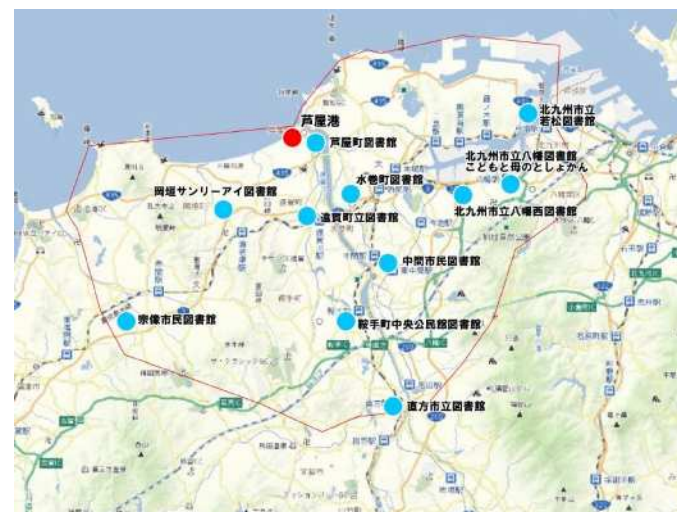


図 芦屋港周辺の施設分布 (左 ; 多目的ホール、右 ; 図書スペース)

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

4) 新型コロナの影響を踏まえたまちづくりの視点に対する考え方

【マイクロツーリズムに関する動向／行動変化】

- コロナ禍における行動の変化として下記の点が挙げられるため、芦屋港エリアでは、日常使いの視点も踏まえた施設整備を図ります。
- 外食、趣味・娯楽といった目的を中心に自宅周辺の活動が増加。
- 公園、広場、テラス等のゆとりある屋外空間の充実や徒歩等で回遊できる空間の充実など、オープンスペースの充実に多くのニーズが高まっている。
- 公園利用者や自転車利用者が増加（芦屋海浜公園管理者へのヒアリング、自転車関連企業へのヒアリングより）。

【ワーケーション施設の可能性】

- 全国的にワークライフバランスの高まりにより、ワーケーションの取り組みが進められています。しかし、現時点ではワーケーション施設に対する企業ニーズが不透明な状況ですので、下記を踏まえ、積極的な施設整備は行わず既存施設との連携を図ることとします。
- 宿泊施設として、国民宿舎マリンテラスあしや（町営）が立地（芦屋港活性化エリア隣接）。
- 北九州市、福岡市等都市部からは、公共交通機関で乗り継ぐ必要があり、芦屋町が出張先となりづらいことから、ワーケーションの場としてのニーズが見込みづらい（金融機関等へのヒアリングより）。

4 活動別の最も頻りに訪れた場所（新型コロナ流行前から調査時点(2020年8月)への変化)

・いずれの地域も、③外食や④⑤趣味・娯楽の活動場所が、c.自宅から離れた都心・中心市街地からa.自宅周辺にシフト

活動種類	地域	場所			
		a 自宅周辺	b 勤務地・学校周辺	c 自宅から離れた都心・中心市街地	d 自宅から離れた郊外
① 食料品・日用品の買い物	A 全国	1%	1%	-1%	-1%
	B 特定警戒都道府県	1%	0%	-1%	-1%
	C 東京都市圏	1%	0%	-1%	0%
	D 特定警戒都道府県以外	0%	1%	-1%	-1%
② 食料品・日用品以外の買い物	A 全国	4%	1%	-4%	-1%
	B 特定警戒都道府県	5%	1%	-4%	-2%
	C 東京都市圏	5%	1%	-5%	-1%
	D 特定警戒都道府県以外	2%	1%	-2%	-1%
③ 外食	A 全国	11%	-2%	-12%	2%
	B 特定警戒都道府県	12%	-2%	-12%	1%
	C 東京都市圏	14%	-3%	-13%	1%
	D 特定警戒都道府県以外	8%	0%	-11%	2%
④ 散歩・休憩・子どもの遊び等の軽い運動・休養・育児	A 全国	5%	0%	-3%	-2%
	B 特定警戒都道府県	5%	0%	-4%	-2%
	C 東京都市圏	5%	0%	-4%	-2%
	D 特定警戒都道府県以外	6%	-1%	-2%	-3%
⑤ 映画鑑賞・コンサート・スポーツ観戦等の趣味・娯楽	A 全国	11%	3%	-15%	0%
	B 特定警戒都道府県	11%	3%	-16%	0%
	C 東京都市圏	13%	3%	-19%	1%
	D 特定警戒都道府県以外	11%	3%	-12%	-3%



図 コロナ禍における行動の変化（国土交通省「全国の都市における生活・行動の変化」別紙より）

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

5) 公共交通の利用状況 (新型コロナによる影響)

- 町内の公共交通手段である**芦屋タウンバス**の利用者は、令和2年3月から減少傾向となり、令和2年度は、直近2年間と比較すると**全体的に減少**しています。
- 月ごとの変移を見ると、例年は、海水浴やレジャープールアクアシャン開業期間である夏季や、あしや砂像展等のイベントが開催される**秋季の利用者が多い**ことから、芦屋海浜公園への来訪等、来訪者にも利用されていることが分かります。
- 令和2年度は**日常的な利用の減少だけではなく、来訪者も減少**していると想定することができます。

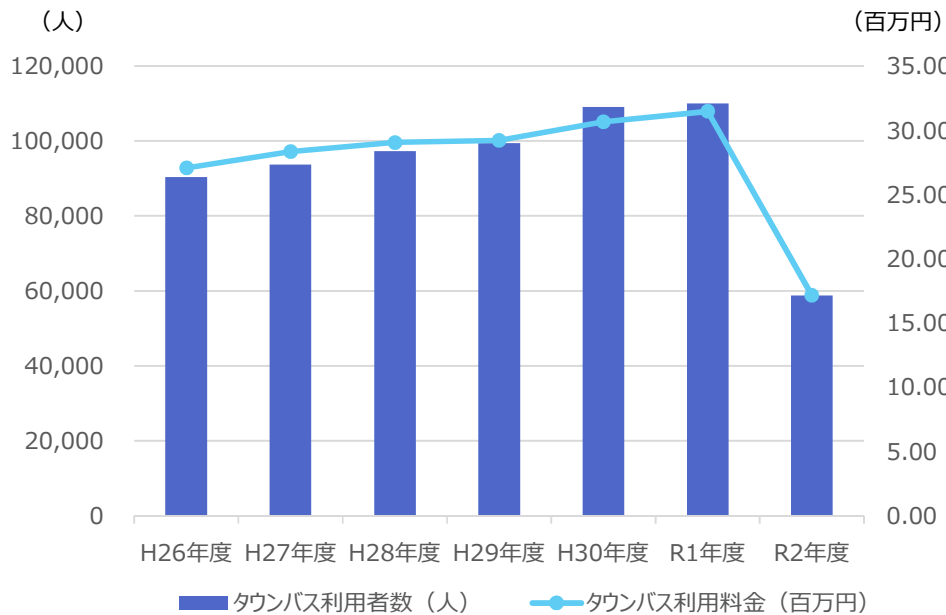


図 タウンバス利用者数の年度ごとの変移 (芦屋町提供資料より)
※令和2年度は12月末までのデータ

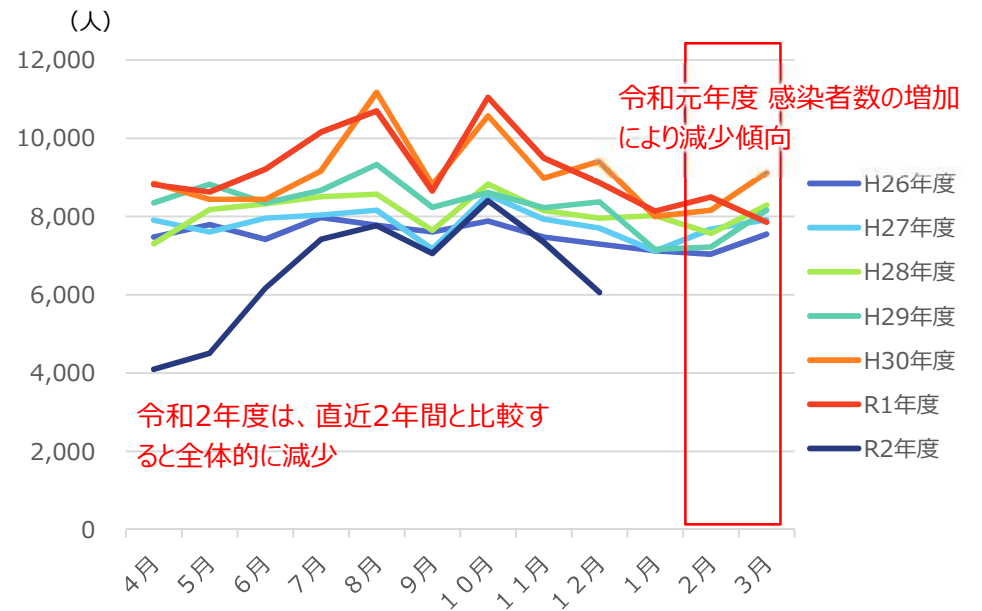


図 タウンバス利用者数の月ごとの変移 (芦屋町提供資料より)
※令和2年度は12月末までのデータ

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

6) 芦屋港周辺観光施設の利用状況（新型コロナによる影響）

- 新型コロナウイルス感染症拡大により、芦屋港周辺観光施設でも下記の通り影響が出ています。

【屋外アクティビティ施設の利用状況】

- 芦屋海浜公園で実施している**レンタサイクル**は、**令和2年秋頃から増加傾向**となり、令和2年度は過去最高の貸出数（令和2年度は3月中旬までの実績）。
- レンタサイクル利用者以外にも、**自動車**で来訪し**芦屋海浜公園からサイクリングを楽しむサイクリストも増加**（観光協会ヒアリングより）。
- 芦屋海浜公園は、**ファミリー層の利用が増加**（観光協会ヒアリングより）。
- 芦屋海水浴場の令和2年度は宣伝をしなかったため、**例年に比べると利用者が減少**。
- 芦屋海浜公園駐車場※利用者が減少（町提供資料）。
- **釣り客が増加**（特に初心者やファミリー層）（芦屋港等海釣施設運営協議会より）。

※芦屋海浜公園駐車場は、例年はレジャープールアクアシアン開設期間中のみ有料であるが、令和2年度は海水浴場開設期間中のみ、有料としている。

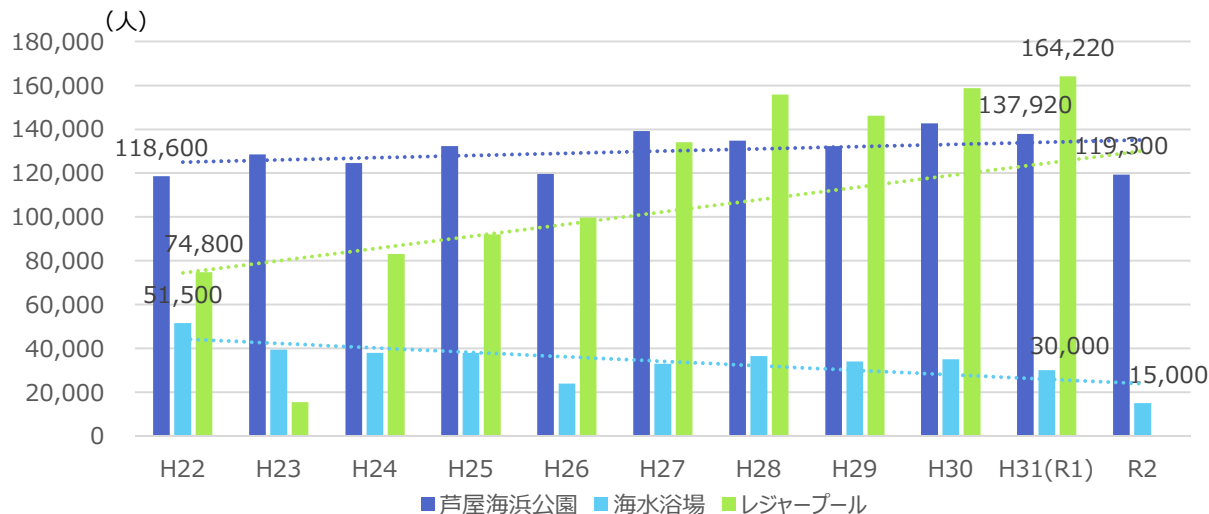


図 芦屋海浜公園、海水浴場、レジャープールアクアシアンの利用者数（芦屋町提供資料より）※年単位集計

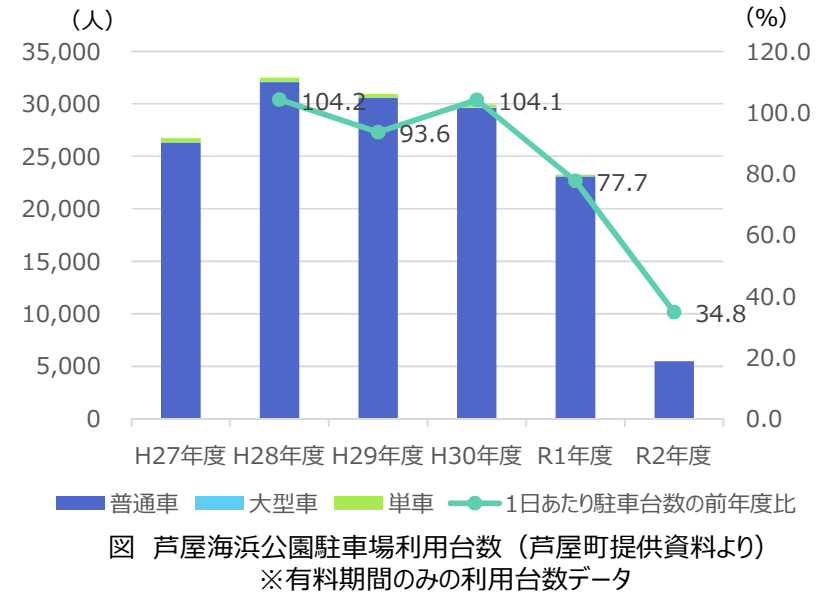


図 芦屋海浜公園駐車場利用台数（芦屋町提供資料より）※有料期間のみの利用台数データ

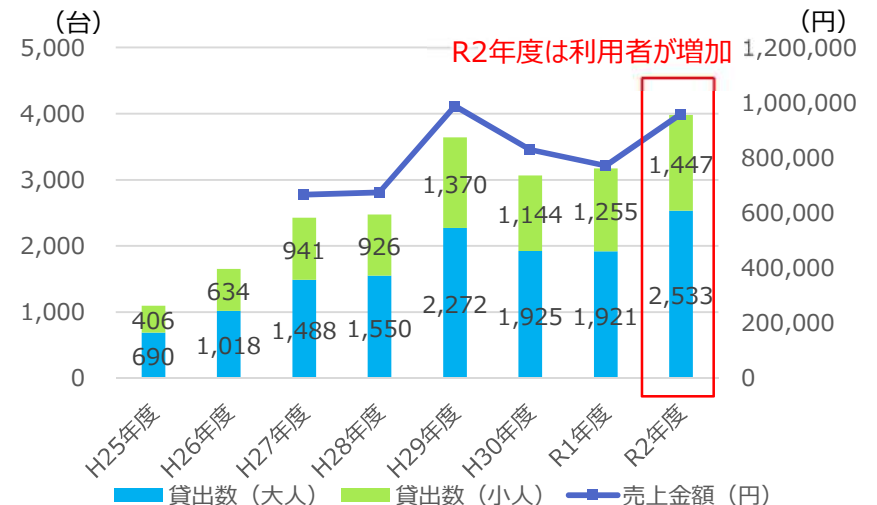


図 レンタサイクル貸出台数および売上金額（芦屋町提供資料より）※令和2年度は3月中旬までの実績

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

6) 芦屋港周辺観光施設の利用状況（新型コロナによる影響）

- 新型コロナウイルス感染症拡大により、芦屋港周辺観光施設でも下記の通り影響が出ています。

【国民宿舎マリンテラスあしやの利用状況】

- 令和2年度は、**客室使用数、宿泊人数ともに大幅に減少し**、稼働率は約20%程度まで落ち込んでいる。
- 月別稼働状況をみると、**令和2年度は、直近3年と比較して稼働率が低い状態**である。
- **GoToトラベルキャンペーン実施等により、やや回復傾向もみられたが、例年と同程度の稼働状況までには回復していない。**

(GoToトラベルキャンペーンは令和2年7月22日から開始。同年12月28日より一時停止中)

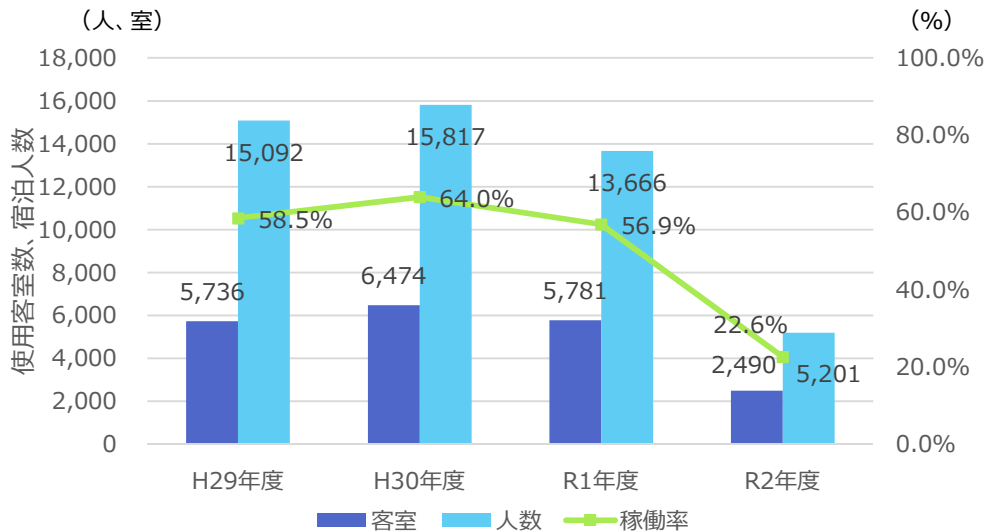


図 国民宿舎マリンテラスあしや稼働状況（芦屋町提供資料より）
※令和2年度は12月末までのデータ

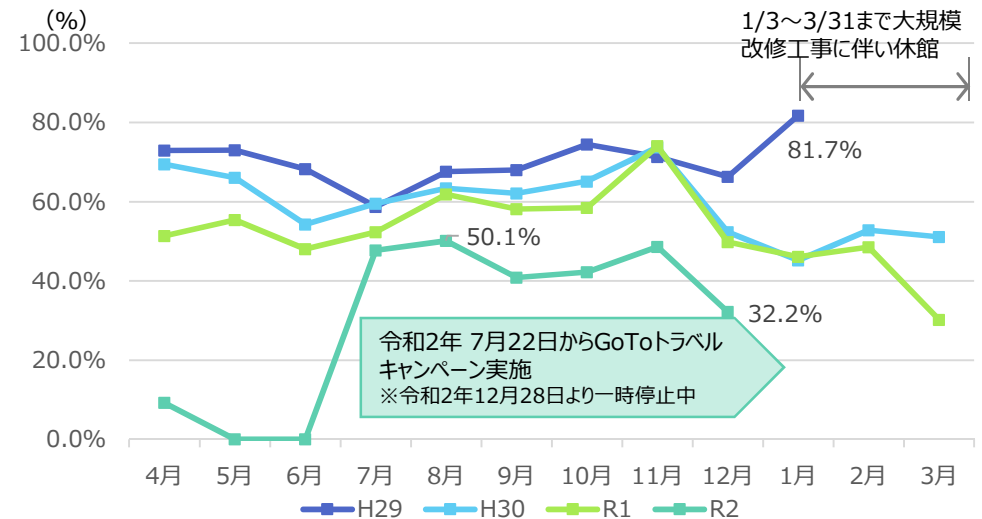


図 国民宿舎マリンテラスあしや月別稼働率（芦屋町提供資料より）
※令和2年度は12月末までのデータ

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

7) Webアンケート調査による芦屋町の観光資源認知度及び芦屋港活性化エリアへの来訪意向の把握

- 芦屋町の観光資源認知度及び芦屋港活性化エリアへの来訪意向を把握するため、九州圏・山口県・広島県・岡山県を対象としてWebアンケート調査を実施しました。

【Webアンケート調査実施概要】

項目	内容
調査対象	・九州各県、山口県、広島県、岡山県居住者 ・18歳～60歳代までを対象 (芦屋港活性化基本計画におけるターゲット層及びあしや砂像展の来場者動向。過去に実施されていたイベント「砂浜の美術展」時の来訪実績を踏まえ、九州各県のみでなく、山口県、広島県、岡山県も対象範囲として設定。)
サンプル数	・合計1,000サンプル
実施期間	・令和3年2月25日～令和3年3月1日の計5日間
分析におけるエリア設定	・地域ごとの傾向を把握するため、下記9エリアに分類して傾向を把握 (①～⑨ ; 芦屋港から車で40分圏) ① 遠賀郡4町 + 中間市 + 北九州市 (若松区、八幡西区) ② 鞍手郡鞍手町 + 直方市 ③ 宗像市 + 福津市 ④ 北九州市 (若松区、八幡西区以外) ⑤ 福岡市 ⑥ 上記以外の福岡県 ⑦ 福岡県を除く九州圏 ⑧ 山口県 ⑨ 岡山県、広島県
主な質問内容	・芦屋町の観光資源の認知度 ・芦屋港活性化エリアへの来訪意向

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

7) Webアンケート調査による芦屋町の観光資源認知度及び芦屋港活性化エリアへの来訪意向の把握

【芦屋港活性化エリアへの来訪意向】

- ⇒ 全体では、約8割の人が来訪意向があることが分かります。
- ⇒ 芦屋町周辺エリアの人ほど来訪意向が高く、また来訪頻度も高い傾向にあります。
- ⇒ **リピーター層獲得のための継続的な取り組みも必要**となると考えられます。



図 芦屋港活性化エリアへの来訪意向 (Q; 活性化エリアが整備された場合、利用してみたいと思いますか。/イメージパースを提示した上で回答)

* 2.0%未満は値表示なし

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

7) Webアンケート調査による芦屋町の観光資源認知度及び芦屋港活性化エリアへの来訪意向の把握

【芦屋町の観光資源の認知度】

- ⇒ ボートレース芦屋が最も認知度が高く、あしや花火大会、航空自衛隊芦屋基地、芦屋海水浴場が、次いで認知度が高い状況です。
- ⇒ あしや砂像展は、上記4点に続く認知度となっており、芦屋海浜公園やレジャープールアクアシアンのようなレジャー施設よりも認知されていることが分かります。
- ⇒ あしや砂像展は、芦屋町周辺エリアの認知度が高いほか、福岡県内においても一定の認知度があることが分かります。

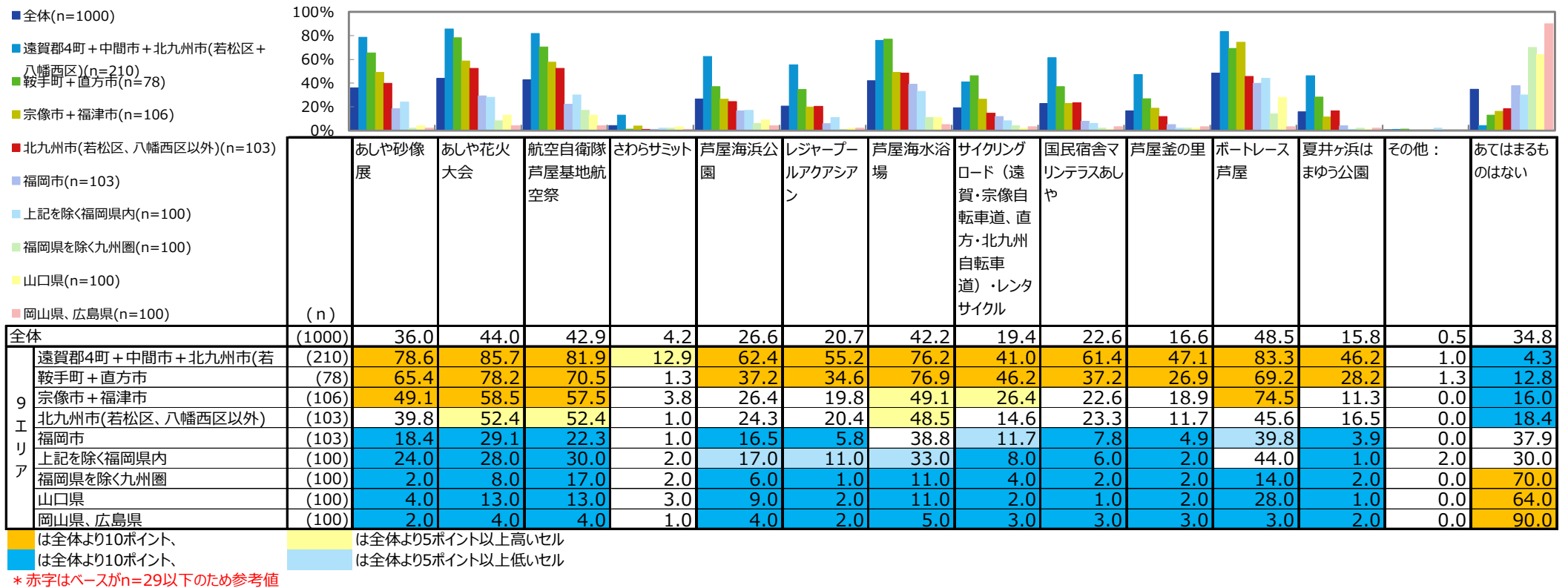


図 芦屋町の観光資源の認知度（Q；芦屋町のイベントや観光・レジャーについて、ご存じのものを教えてください／複数回答）

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

7) Webアンケート調査による芦屋町の観光資源認知度及び芦屋港活性化エリアへの来訪意向の把握

【屋内砂像展示施設への来訪意向】

- ⇒ 全体では、約7割の人が来訪意向があることが分かります。
- ⇒ 芦屋町周辺エリアの人ほど来訪意向が高く、また来訪頻度も高い傾向にあります。
- ⇒ **リピーター層獲得のための継続的な取り組みも必要**となると考えられます。



* 2.0%未満は値表示なし

図 屋内砂像展示施設への来訪意向 (Q; 屋内砂像展示施設があった場合、利用してみたいと思いますか。/事例写真を提示した上で回答)

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

8) 町内観光関係団体のヒアリング結果

● 町内の観光関連の地域団体に対して、町内の観光特性、新型コロナの影響についてヒアリングしました。

⇒ 冬～春の集客が課題（夏は海水浴場やレジャープール、秋はイベントによる集客がある）

⇒ 観光情報を発信しているものの、認知度が低く利用する人が少ない状況

⇒ コロナ禍により、公園利用及びレンタサイクル利用者が増加

⇒ 特産品開発プロジェクトを通じて、水産資源を活用した加工品開発を展開

	町内の観光における現状・課題の認識	新型コロナウイルス感染拡大による影響
芦屋町観光協会	<ul style="list-style-type: none"> 冬～春の集客が課題。 芦屋町の魅力のひとつに、歴史がある。神社仏閣等社等の歴史的資源が多い。 観光協会事務所（芦屋海浜公園内）では観光情報の発信を行っているが、訪ねてくる人は少なく、観光情報の発信を知らない人も多い。 年間を通じてイベント等では人が来てるが、町内を周遊していない。 	<ul style="list-style-type: none"> R2年度はレジャープールアクアシアンの営業を休止。例年であれば8～10万人の来場者があった。 国民宿舎マリンテラスあしや、町内の飲食店等では、歓送迎会が激減したと聞いている。 集客イベントが主だったため、コロナによるイベント中止で集客が減少したことが課題。 海水浴場の利用者、駐車場利用者も例年に比べると減少した。 芦屋海浜公園利用者は増えており、特にファミリー層の利用が増えている。小さな簡易テントを持ち込んで利用している姿が見られる。来訪者は、北九州、筑豊、福岡（宗像あたり）。 R2年秋頃から、レンタサイクルを初めて利用する人が増えており、全体でも昨年度よりも約500台以上の利用増である。大人用30台、子ども用30台を用意しているが、日・祝は返却待ちが出ることもある。 レンタサイクルは、高齢夫婦の場合は町内の周遊（回遊キャンペーンによるもの）、家族連れはサイクリングロード（岡垣方面）への利用、小さな子ども連れは公園内で利用している。貸出時間が3時間以内での利用が多い。
観光あしや協議会	<ul style="list-style-type: none"> 芦屋町観光基本構想の評価や地元産品の開発等に対する指針を出す役割を担っている。 現状は、町、商工会、観光協会それぞれで情報発信をしているが、一体的なプロモーションができていない。 情報発信力が乏しい。 	<ul style="list-style-type: none"> インバウンドを視野に、試行として外国人留学生向けのモニターツアーを計画していたが、コロナの影響で中止した。
芦屋町商工会	<ul style="list-style-type: none"> 新規事業者は、若い人も多い。新規事業者の過半数は地域内の人。 特産品開発プロジェクトでは、水産資源を活用した加工品開発を実施。 赤しそも特産品のひとつで、栽培農家と連携して加工品・化粧品づくりをしている事業者もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> もともと小売業が厳しい状態のなか、町内は飲食店やスナックが多く大打撃を受けている。 飲食・サービス業は新しいことをやらないといけない状況であり、ニューノーマルに全員が移り変わっていくことが大事。 「新しい様式」を芦屋港活性化エリア施設で示せるとよい。

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

9) 芦屋港周辺観光施設の管理運営の状況

- 指定管理者制度を用いた芦屋港周辺施設について、管理運営状況を整理しました。
- 指定管理期間ごとに管理者が変わる場合があり、提供サービスに継続性や連続性を保ちにくくなります。

施設名	管理運営状況	特徴
芦屋海浜公園、 レジャープール アクアシアン	<ul style="list-style-type: none"> ● 平成19年度より、町直営の管理運営から指定管理者制度に切り替え。 ● 当初の指定管理期間は3年、第2期以降は5年ごとに更新をしており、直近の指定管理期間は令和2～4年度の3年間（芦屋港活性化事業の動向を見据えた期間設定）。 ● レジャープール内売店の営業等のほか、指定管理事業の自主事業として、レンタサイクル等も行っています。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 自主事業など、民間事業者の創意工夫を取り入れることで、サービスの向上に寄与することが可能。
国民宿舎 マリンテラスあしや	<ul style="list-style-type: none"> ● 指定管理者制度を利用し、令和3年4月から新たに民間宿泊関連事業者が指定管理者として管理運営を行います。 ● 平成18年度より、町直営による管理運営から指定管理者制度に切り替え、5年ごとに指定管理者を公募。 ● 令和3年4月から3期目、3事業者目であり、直近の指定管理期間は、令和3～7年度の5年間。 ● 芦屋海浜公園レジャープールアクアシアン内に設置しているカフェテリアにおいて、プール営業期間中の軽飲食販売も行っています。 ● 指定管理期間ごとに指定管理者が変わっている状況です。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 指定期間ごとに管理者が変わることにより、提供サービスに継続性や連続性を保ちにくくなる。 ● 管理期間が短く、事業者のノウハウを発揮する頃に管理期間が終了するため、長期的な経営の視点に立った投資が困難。

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

10) 調査結果のまとめ

- 調査結果の概要について、下表にまとめます。

調査項目	現状と課題（調査結果の概要）
芦屋町の観光に関するマーケティング調査	⇒北九州都市圏域からの来訪者が多く、芦屋町来訪者の約96%が日帰り客である。
芦屋港周辺の施設分布状況	⇒ 全天候型施設は観光集客機能であるため、 芦屋港周辺に立地する施設と類似する施設（屋内遊び場、多目的ホール等）は、導入機能として想定しづらい。 ※屋内遊び場、多目的ホールは、ポートレース芦屋内に整備または改修中。これらの施設とは連携が重要。
新型コロナの影響を踏まえたまちづくりの視点	⇒ コロナ禍における行動変化（自宅周辺の活動が増加） に対応した日常使いの視点を踏まえる。 ⇒ 全国的にも 屋外アクティビティ（公園利用、自転車利用など）への注目が高まっている。 ⇒ 芦屋港、芦屋海浜公園エリアは屋外アクティビティ利活用に適した環境にある。
公共交通の利用状況	⇒コロナ禍により、利用者数が減少（日常的な利用のみでなく芦屋町来訪者も減少している可能性が高い）。
芦屋港周辺観光施設の利用状況	⇒公園利用者、自転車利用者、釣り客（特に初心者やファミリー層）等、 屋外アクティビティ利用は増加している。
Webアンケート調査	⇒ 芦屋港周辺エリアほど来訪意向や頻度が高い状況 であるため、 日常的な利用を見込める可能性がある（マイクロツーリズム）。 ⇒ リピーター層獲得のための継続的な取り組みも必要。
町内観光関係団体へのヒアリング調査	⇒ 冬～春の集客が課題（年間の安定した集客確保） ⇒ 情報発信力が乏しい。情報発信の一体的なプロモーションができていない。 ⇒ コロナ禍により、芦屋海浜公園、自転車利用者、釣り客（特に初心者やファミリー層）等、 屋外アクティビティ利用者が増加
芦屋港周辺施設の管理運営状況	⇒ 指定管理期間ごとに管理者が変わる場合があり、提供サービスに継続性や連続性を保ちにくくなる。

- 屋外アクティビティの需要高まりへの対応が必要（公園利用、自転車利用、港湾施設利用のニーズ高まりを踏まえた集客向上）
- 芦屋港活性化エリア内及び周辺施設を含めた一体的で効率的な管理運営への対応が必要
- 年間の安定した集客確保への対応が必要（全天候型施設の整備、日常的な利用に対応する機能の導入）
- 戦略的な情報発信が必要

(1) 芦屋港周辺における観光の現状と課題について

11) 上位計画で示される基本方針

- 上位計画である「第6次芦屋町総合振興計画（令和3年度～）」、「第2期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略（令和2年度改訂版）」で示される基本方針等を整理します。

上位計画	示されている基本方針等
<p>第6次芦屋町総合振興計画 (計画期間：令和3～12年度)</p>	<p>【将来像】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 人を育み 未来につなぐ あしやまち ⇒ まちづくりの礎である「人」の育成・発掘に取り組み、「人づくり」を推進。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 人財育成・発掘；人材育成や団体同士の連携、まちづくりに関心がある人への支援やネットワークづくりを推進。 ➢ 地域資源を活かした観光の推進；積極的な町のプロモーション活動の展開による交流人口の増加。
<p>第2期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略 (計画期間：令和2～6年度)</p>	<p>【基本的な方針】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 芦屋の魅力を活かし、磨き・伝え・魅せる「観光」による新しいひとの流れをつくる ● 芦屋の魅力を知り・愛し・誇りの持てる、住み続けたい元気なまちをみんなで作る ⇒ まず「ひと」の流れをつくり、「ひと」の流れから芦屋ならではの「しごと」が生まれ、住んでみたい・住み続けたい「まち」を目指し、まち・ひと・しごとの創生を推進。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ シビックプライドの醸成；郷土心を醸成し、地域への愛着と定着を図るための取り組みを推進。 <div data-bbox="1366 877 2128 1276" style="text-align: right;"> </div>

図 芦屋ならではの！まち・ひと・しごと創生のイメージ
(第2期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略より)

(1) 芦屋港周辺における現状把握と課題について

1.2) 現状と課題及び戦略として考えられる方向性

- 前頁までに示した現状分析結果を踏まえて、現状と課題、戦略として考えられる方向性を整理しました。

【芦屋町の観光特性】

- ・北九州都市圏域からの来訪者が多く、芦屋町来訪者の約96%が日帰り客である。
- ・あしや砂像展、花火大会など町外から人を呼べるイベントがある。芦屋町におけるイベント集客力は、隣接する地域よりも高く、人口を上回る来訪者を確保している。
- ・芦屋町観光における主要な目的地となっている施設やイベントは天候に大きく左右される傾向にある。
- ・7月と8月だけで、年間来訪者の約50%を占める。海水浴シーズンや多くのイベントが開催される夏・秋（7月～11月）と、冬～春の年間来訪者数の差が大きい（年間を通じた集客ができていない）。冬期は風が強く、海も時化が多い。砂が舞うこともある。
- ・年間を通じてイベント等では来訪があるものの、町内を回遊していない。

【芦屋港周辺の施設分布状況】

- ・芦屋港エリアは、周辺に、芦屋海水浴場、芦屋海浜公園、レジャープールアクアシアン、芦屋釜の里、国民宿舎マリテラスあしやなどが立地している（芦屋町への訪問目的の多くを占めるスポーツ・レクリエーション施設が隣接している）。
- ・町内に寺社仏閣などの歴史的資源が多く、芦屋釜の里や芦屋歴史の里などの文化施設や、航空自衛隊芦屋基地やポートレース芦屋（屋内遊び場、コンサートに対応できる多目的施設）がある。
- ・芦屋港周辺に立地する施設と類似する施設（屋内遊び場、多目的ホール等）は、導入機能として想定しづらい。

【コロナ禍における変化】

- ・コロナ禍における行動変化（外食・趣味・娯楽目的を中心に自宅周辺の活動が増加）に対応した日常使いの視点も踏まえる。
- ・コロナ禍において、レジャープールアクアシアンの営業休止やイベントの中止等による影響で来訪者数が減少しており、マリテラスあしやの利用者数も減少した。
- ・コロナ禍において、3密を回避できるアクティビティとして、レンタサイクルの需要やサイクリストの来訪が増加している。
- ・コロナ禍において、釣りや公園などの利用者（特にファミリー層）が増加している。
- ・WEBアンケートにより、芦屋港周辺エリアほど来訪意向や頻度が高い状況であるため、日常的な利用も見込める。リピート層獲得のための継続的な取り組みも必要。

【情報発信】

- ・観光情報を発信しているが、観光情報の発信を知らない人が多い。
- ・情報発信は各団体がそれぞれで行っており、一体的なプロモーションや情報のマネジメントができていない。
- ・情報発信力が乏しい（どのターゲット層に、どのような周知方法で、どのように伝えるかなどのマネジメントが欠けている）。
- ・地域資源を活かした観光の推進に向けて積極的な町のプロモーション活動の展開が必要。

【まちづくり活動の担い手】

- ・町内の様々な団体との交流が少なく、情報共有等、事業者間（業種間）との連携が十分でない。
- ・地域活動やボランティア活動の担い手が不足している。
- ・「人を育み 未来につなぐ あしやまち」を将来像とし、まちづくりの礎である「人」の育成・発掘を推進。
- ・シビックプライドの醸成として郷土心を醸成し、地域への愛着と定着を図るための取り組みを推進。

【戦略として考えられる方向性】

- ① 周辺施設と連携し、アクティブシニア層やファミリー層をターゲットとした観光拠点の形成
- ② 町内の回遊性向上による町への経済効果に繋がる仕組みの構築
- ③ 近隣地域に比べ特色化が図れる観光拠点形成による集客の確保
- ④ 天候に左右されない安定的かつ定期的な集客、日常使いの視点での消費確保
- ⑤ Withコロナの観光動向変化を踏まえ、屋外アクティビティの需要増加に対応した新規来訪者の確保
- ⑥ 戦略的な情報発信
- ⑦ キーパーソン（担い手）となる人材の発掘や育成による賑わいの持続性確保
- ⑧ まちづくりに関心のある人への支援やネットワークづくりの推進
- ⑨ イベント等をきっかけとして多くの町民を巻き込み、住民の機運を醸成