

岡山市観光振興アクションプラン (素案)



令和3年●月

岡山市

目次

第1章 計画の概要	3
1. 策定の目的.....	3
2. 計画期間.....	3
3. 位置づけ.....	3
4. プランの構成.....	4
第2章 想定される事業環境の変化	5
1. 新型コロナウイルスによる観光業界への影響.....	5
2. 観光ニーズの変化・多様化.....	7
3. ICT（AI、IoT化）のさらなる進化.....	8
4. インバウンドの推進.....	8
5. コンベンションにおける環境変化.....	10
第3章 岡山市の観光の現状と課題	11
1. 集客実績.....	11
2. 観光コンテンツの認知度.....	13
3. 前アクションプラン施策評価.....	16
4. 今後の課題（総括）.....	17
第4章 岡山市の優位性	18
1. 中四国のゲートウェイ.....	18
2. 自然災害の少ない地域性.....	18
3. 豊富な歴史・文化遺産.....	18
4. 豊かな自然や食文化.....	18
5. 昔話桃太郎の地としての高い知名度.....	19
6. コンベンション開催での利便性.....	19

第5章 観光振興に向けた施策の実施方針	20
1. 考え方.....	20
戦略1 テーマ・ストーリー性を重視した観光コンテンツの開発・魅力アップ.....	22
戦略2 広域周遊観光のベース宿泊地としての魅力アップ.....	24
戦略3 ターゲットを絞ったインバウンドの推進.....	26
戦略4 産官学によるコンベンション誘致の多様化と開催体制の強化.....	28
戦略5 「桃太郎のまち 岡山」をキーワードにした魅力発信と観光素材づくり.....	30
戦略6 岡山城の魅力アップと岡山後楽園等各施設の連携強化.....	32
戦略7 歴史・文化に親しみ、楽しむことのできる環境づくり.....	34
第6章 評価と推進体制	36
1. 評価.....	36
2. 推進体制.....	36

第1章 計画の概要

1. 策定の目的

岡山市は、平成28年3月に「岡山市第六次総合計画 長期構想 未来へ躍動する桃太郎のまち岡山」（以下、「長期構想」という）を策定しました。長期構想の期間は平成28年度から令和7年度の10年間と定め、長期構想に基づき具体的な施策を展開するため、平成28年度を初年度とする5年間の前期中期計画を策定するとともに、同計画における観光分野の個別行動計画として「岡山市観光振興アクションプラン」（以下、「アクションプラン」という）を策定し、計画を遂行してきました。

しかしながら、観光ニーズの変化やI・Tの進化、グローバル化によるインバウンド需要の増大など観光を取り巻く環境は変化しており、それに加え国際情勢や自然災害等の外的要因の影響を受けやすい観光・コンベンション業界において2020年1月より世界中で広がった新型コロナウイルス感染症の影響により岡山市も非常に大きな打撃を受けています。

このような変化や状況に対応し、持続的な観光・コンベンション需要の拡大につなげるためには、岡山市の持つ特徴や強みを生かした観光コンテンツの磨きあげや効果的なプロモーションを実施するとともに、積極的なコンベンション誘致を行う必要があります。

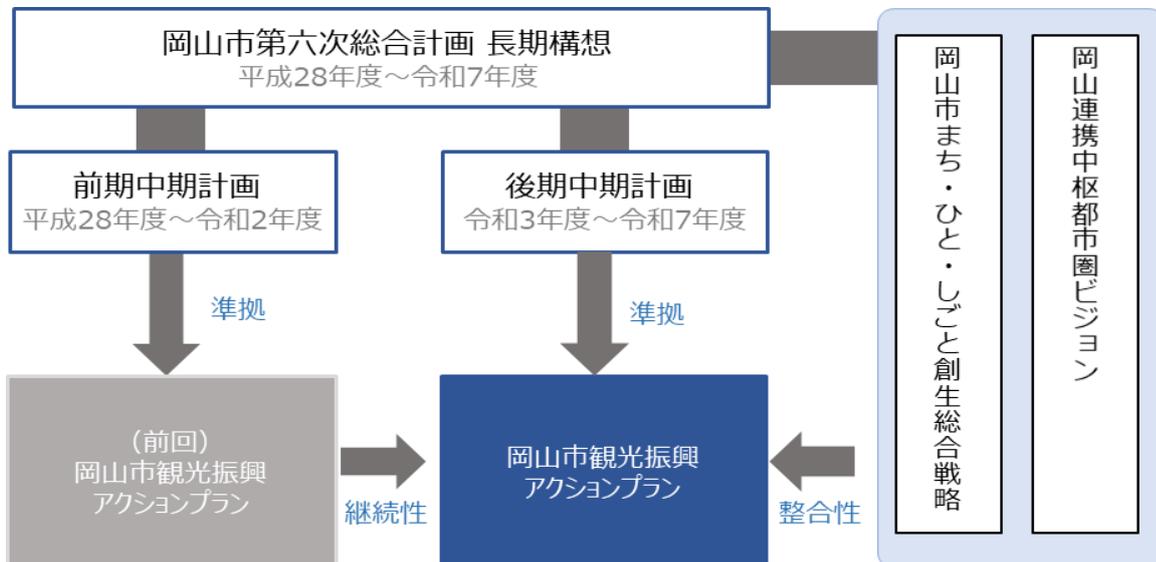
これらを戦略的に実施し、今後、選ばれる観光地として国内外からの誘客を図ることを目的に、前期中期計画の課題を踏まえ観光戦略等を見直し、後期中期計画におけるアクションプランとして実効性のある具体的施策の方向性を定める新たなアクションプランを策定します。

2. 計画期間

アクションプランの計画期間は令和3年度から令和7年度までの5年間とします。

3. 位置づけ

アクションプランの策定においては、岡山市の地方創生の基本目標を定めた「岡山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」、そして岡山市を中心都市とする広域連携構想である「岡山連携中枢都市圏ビジョン」等をはじめとする市における各計画・戦略・ビジョンと整合を図っています。



4. プランの構成

本プランは以下のとおり構成しています。

事業環境の変化等を踏まえて、岡山市の優位性や観光の現状と課題の整理を行い、整理された課題を基に5年後を見据えた7の戦略を設定しています。各戦略に基づき具体的な施策の方向性を記しています。



第2章 想定される事業環境の変化

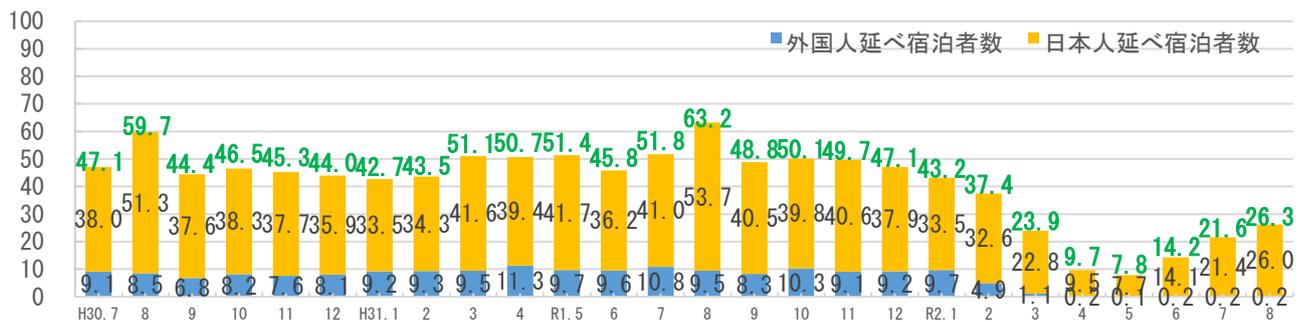
1. 新型コロナウイルスによる観光業界への影響

2020年1月より世界に広がった新型コロナウイルス感染症の影響により、観光業は甚大な被害を受け、取り巻く環境は大きく変わってきています。国内においては、4月に発令された緊急事態宣言により、観光地ではかつてない観光客の減少に見舞われ、海外においても、各国が出入国制限を行っているため、わが国を訪れる外国人観光客はほとんどいない状況となっています。

感染症への対応が進んだことにより、国内においては、徐々に観光客の回復傾向が見られますが、今後の状況によっては再び減少に転じる可能性があります。海外においては、入国制限が続く限りは観光客の回復は見込めず、制限が解除されたとしても完全な回復には時間がかかると考えられます。

感染症の影響は、交通機関、宿泊施設、飲食施設、観光施設、土産店などすそ野が広いと言われている観光業のすべての分野にわたっており、早急な収束が待たれています。

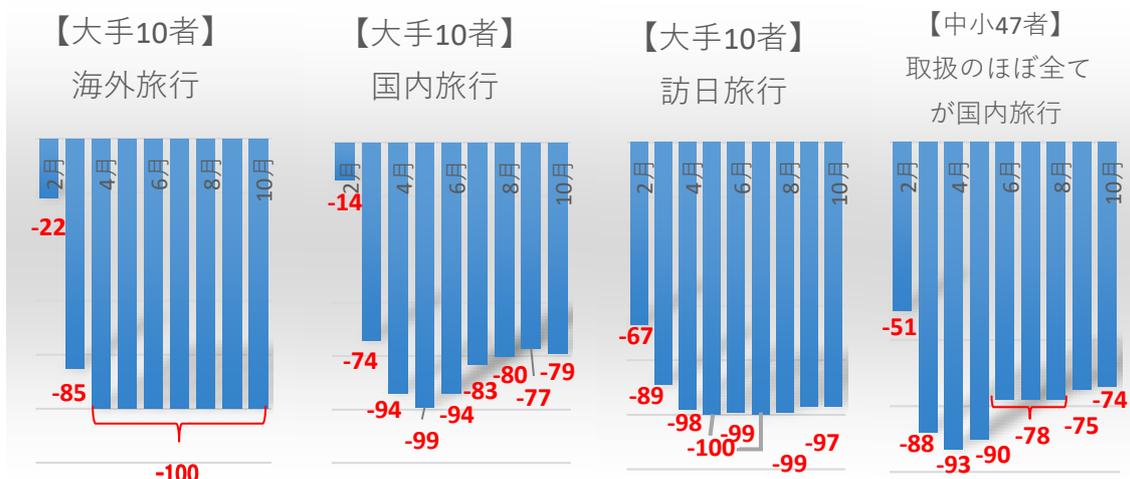
◆延べ宿泊者数推移



※上表の緑字にした数値は、日本人及び外国人の延べ宿泊数を合計した

出展：観光庁宿泊旅行統計調査

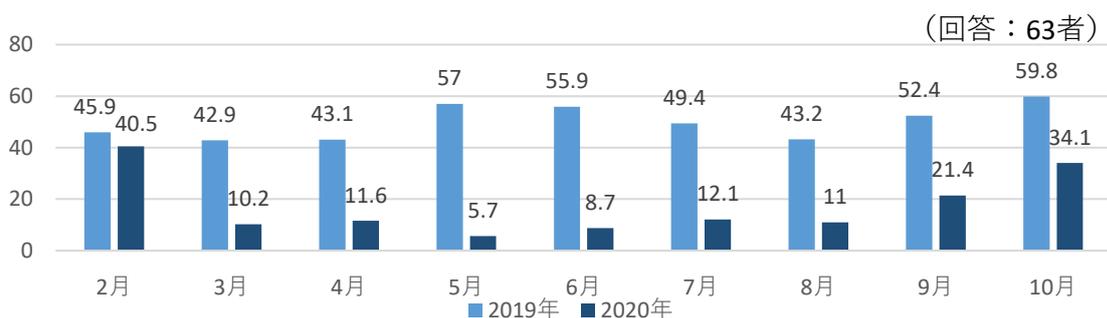
◆ 新型コロナウイルスによる旅行会社への影響 (予約人員 (前年同月比) (9・10月は見込み))



出展：国土交通省新型コロナウイルス感染症のよる関係業界への影響について

◆新型コロナウイルスによる貸切バスへの影響

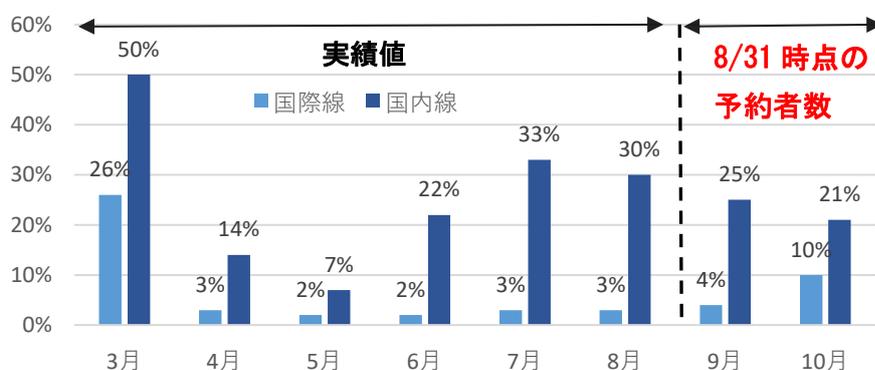
実働率（%）（9・10月は見込み）



出展：国土交通省新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について

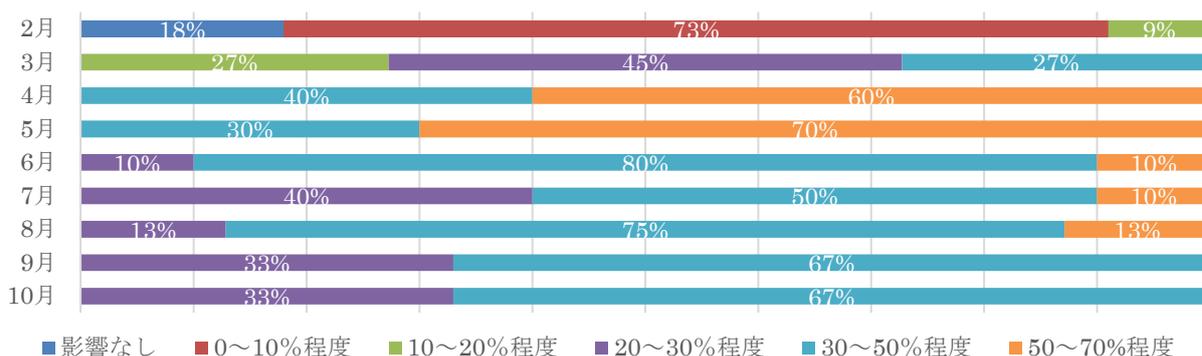
◆新型コロナウイルスによる航空への影響

輸送人員（前年同月比）



出展：国土交通省新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について

◆新型コロナウイルスによる鉄道への影響



出展：国土交通省新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について

一方で、ワクチン、治療薬の開発には時間がかかっており、感染症の収束が見通せない状況においては、オンラインの活用や予防を徹底した新しい生活様式に基づいた旅行など、感染症影響下での観光を提案するとともに、感染症収束後の観光需要の回復を見据えたコンテンツの磨き上げや戦略的なプロモーションを展開する必要があります。

本アクションプラン策定においても、これらの状況を踏まえ計画内容を柔軟に検討していくことが重要です。

2. 観光ニーズの変化・多様化

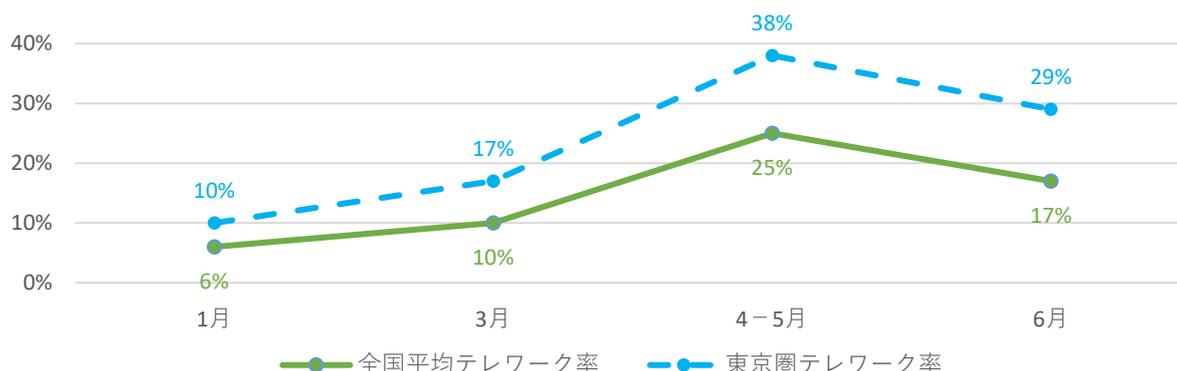
ライフスタイルや価値観の変化、デジタル化の進行などにより観光に対するニーズが変化・多様化・成熟化しており、個人の趣味・嗜好にあわせた新しい旅行・観光の形態が次々と開発されています。その傾向は、従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた形態へのニーズが高まっています。これらのニーズに対応するためには、今まで以上にきめ細かいコンテンツを用意する必要があり、そのためには地域に根付いた「自然」「歴史・伝統」「産業」「生活文化」等の地域資源を「掘り起こし」「磨き上げ」「発信」する必要があります。さらに、これらの活動を、従来からの観光事業者等に限らず地域振興に取り組む地域の人材・組織等とも幅広く連携し行うことにより、地域活性化への効果も期待できます。

また、ワークスタイルの変化や新型コロナウイルス感染症の影響によるリモートでの仕事環境・文化の浸透により、ブレジャー※1やワーケーション※2といったビジネスと観光が融合した観光の形態が注目されており、今後の新しいマーケットとして可能性のある分野だと考えられています。

※1 ブレジャー：出張に休暇を合わせて現地で観光や旅行をすること

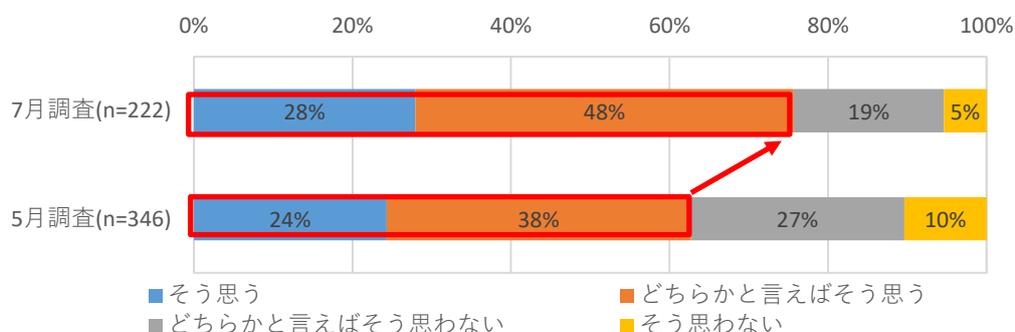
※2 ワケーション：観光地等でリモートワークを活用し働きながら休暇をとる過ごし方

◆全国及び東京圏の平均テレワーク利用率



出展：国土交通省（国土の長期展望専門委員会資料）

◆コロナ禍収束後もテレワークの利用について



出展：国土交通省（国土の長期展望専門委員会資料）

3. ICT（AI、IoT化）のさらなる進化

ICTが目覚ましい進化により、オンライン環境での情報の発信・受信は著しく進歩しています。WEBはすでに基本的な発信ツールとなり、SNSの普及により個人がこれまで以上に様々な情報を得ることができるとともに有力な発信者となることも可能となりました。また、観光施設等においても、AIによる観光案内やAR・VRの活用によるコンテンツの魅力アップ、新しい楽しみ方の提案などが可能になり、来訪者の満足度向上につなげることができます。さらに観光地での人の動向や個人の嗜好などのビッグデータの活用により、効果的な事業の実施やデジタルマーケティングなどによる戦略的なプロモーションが可能となっています。

今後は、Society 5.0に向けたさらなる技術革新の中で、発信ツールやバーチャル体験、AIやビッグデータの活用が進むとともに、新しい技術や方法による様々なソリューションが開発されるものと思われ、それらをいち早く取り込み観光誘客へとつなげる仕組みが必要になります。

4. インバウムの推進

国をあげてのインバウンド戦略により、わが国を訪れる外国人観光客は順調に増加してきました。ゴールデンルートが中心だった訪問者も、その土地ならではの「コト消費」を求める外国人観光客のニーズの高まりにより、地方へと向かう傾向があらわれてきました。しかしながら新型コロナウイルス感染症の影響は、国内観光以上にインバウンドを直撃しており、現時点での外国人観光客はかつてないほどに激減しています。さらに、今後の見通しも全世界規模での感染症収束は時間がかかるものと思われ、各国とも入国制限が行われていることもあり、いつ回復するのかは不透明な状況となっています。

新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない状況でも、日本政策投資銀行の調査によると「新型コロナウイルス終息後の海外観光のニーズ」、「その中で日本への来訪意向」は引き続き高く、将来的には外国人観光客の回復が見込めるため、各国の市場の状況やニーズ把握、入国制限の状況などを踏まえたターゲット国の選定やプロモーションを適時的確に実施する必要があります。また、国別のプロモーションに加えて、自然や歴史といったテーマごとの観光ニーズをとりこむ戦略も今後は必要になるものと思われるため、これらのマーケットへの対応も必要になってくるものと思われます。

◆訪問地別訪日外国人旅行者数の推移



出展：観光庁 令和元年度版観光白書

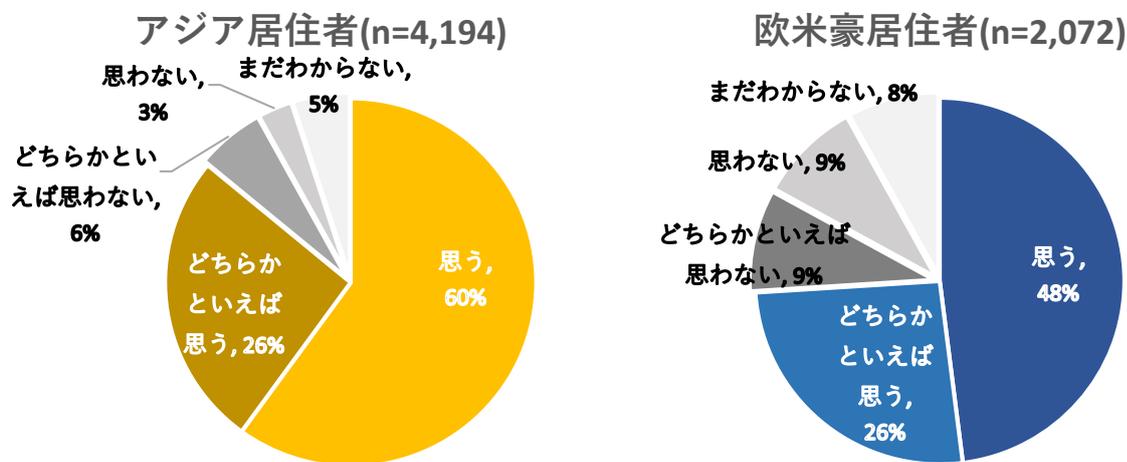
◆訪日外国人の娯楽サービス費購入率の推移



出展：観光庁 令和元年度版観光白書

◆訪日外国人旅行者の意向調査

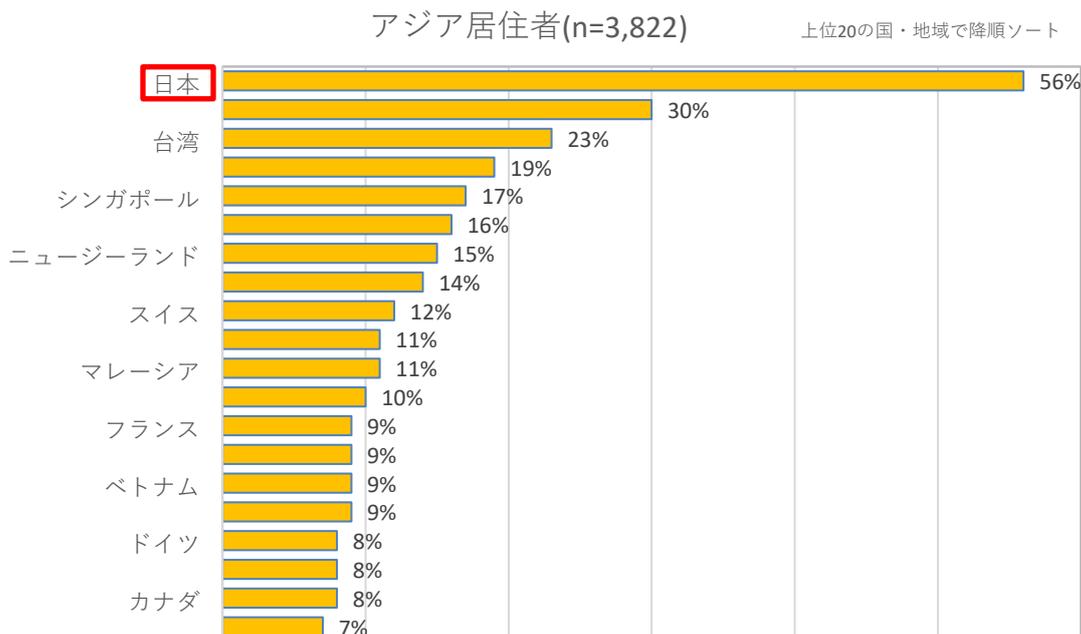
新型コロナの流行が終息し、平常状態に戻った時、また海外観光旅行をしたいと思うか。



出展：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

◆訪日外国人旅行者の意向調査

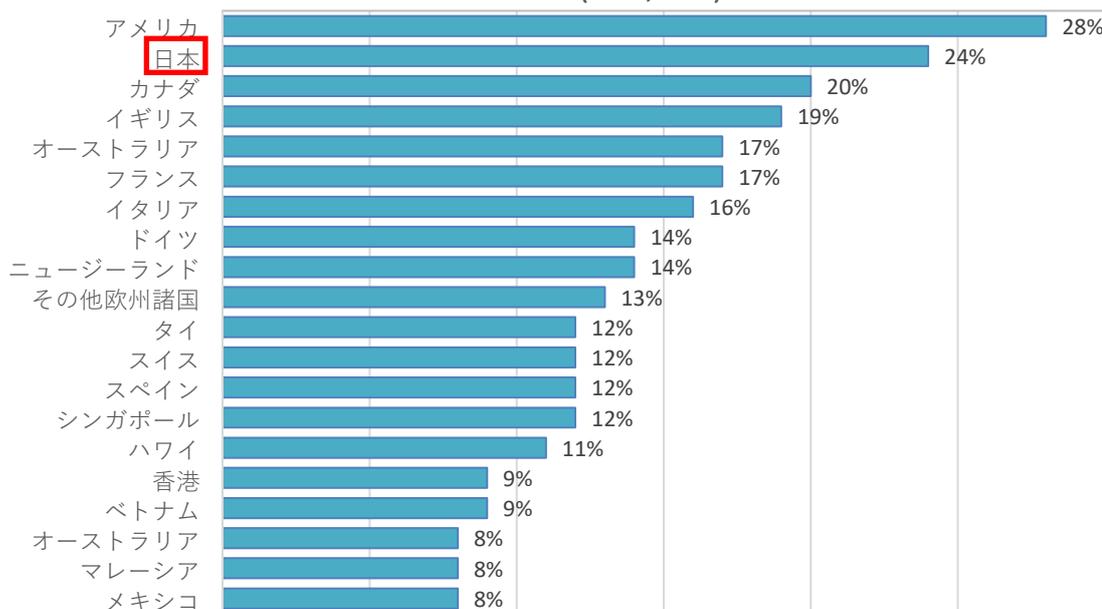
新型コロナの流行終息後に、行きたい国・地域



出展：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

欧米豪居住者(n=1,840)

上位20の国・地域で降順ソート



出展：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

5. コンベンションにおける環境変化

新型コロナウイルス感染症の影響により様々な場面でオンラインによるリモート活用が急激に進みました。その影響はコンベンション業界においてもみられており、今後は、リモートやハイブリッド形態※で開催する会議やイベントの増加が予想されます。これらのニーズに対応し、オンライン環境の充実や会議のノウハウの習得に努めることは、コンベンション誘致における新たな強みとすることができます。一方で、オンライン化の進行は現地への集客に影響を与える可能性があり、インセンティブや情報提供による参加者の飲食・宿泊・観光への促しにより、より一層経済効果を高める必要があります。

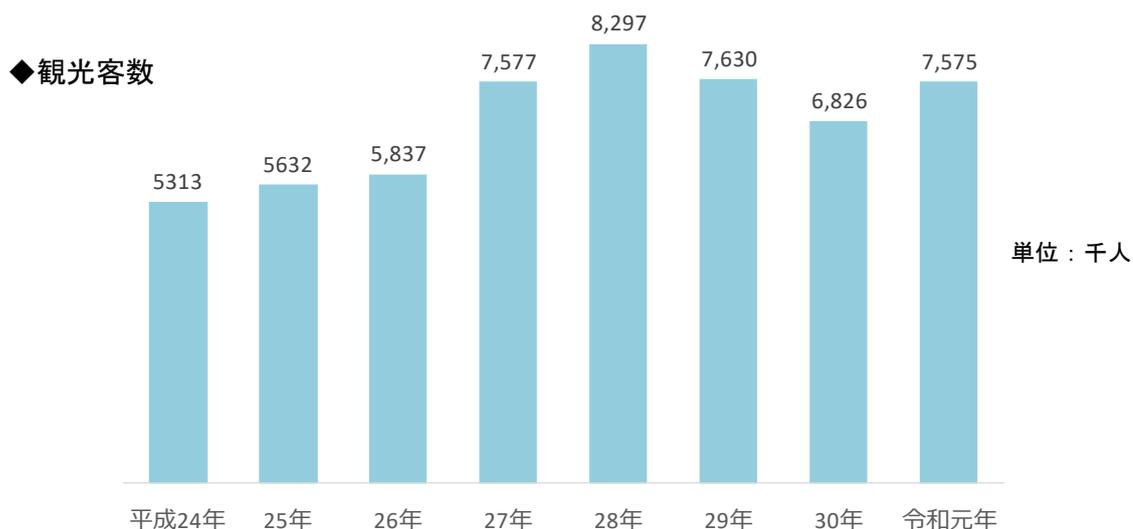
※現地開催及びWEB開催の併用

第3章 岡山市の観光の現状と課題

1. 集客実績

(1) 観光客

岡山市への観光客数は、デスティネーションキャンペーンを実施した平成28年度をピークに近年横ばいで推移しています。これには、豪雨災害や相次ぐ台風の接近、猛暑などの影響も考えられるものの、本市の持つ交通利便性の高さや地域資源を観光誘客に十分活かし切れていないものと考えられます。



出典：岡山市観光統計

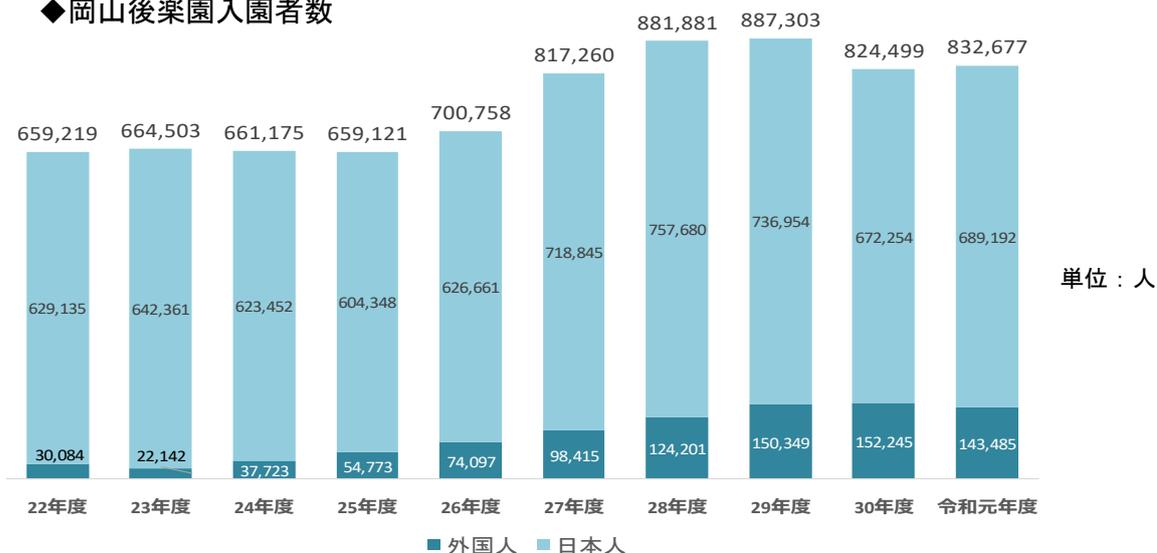
(2) 岡山城・岡山後楽園の来場者数

岡山城の入場者数は、平成26年以降増加傾向にあり、平成29年度は約36万人の来場がありました。近年は横ばいで推移していますが、感染症の影響により、現在、来場者が減少しています。外国人の入場者についても、令和2年度は減少し、先行きは不透明な状況となっていますが、新型コロナウイルス感染症拡大前は、岡山城と岡山後楽園の連携による効果や、全国的な訪日外国人旅行者の増加にともない大幅に増加しています。



出典：岡山市観光統計

◆岡山後樂園入園者数



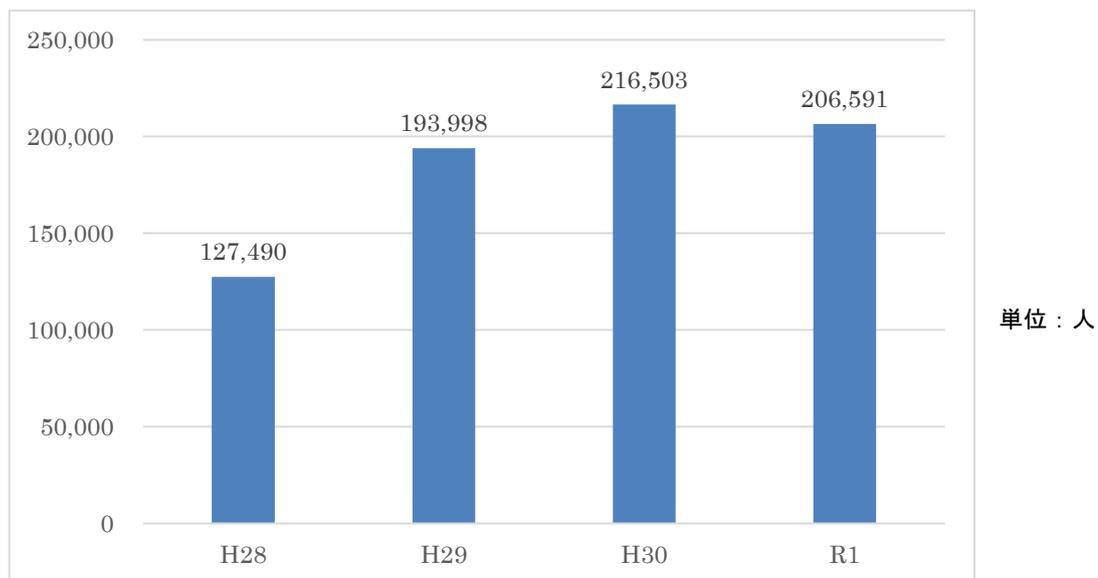
出典：岡山県都市計画課報道発表資料

(3) 外国人来訪者

岡山市を訪れる外国人の数は、積極的なプロモーションの効果もあり、順調に増加しています。中でも台湾、中国、香港、韓国からの訪問が多く、全体の7割を超えています。一方、瀬戸内海や歴史・文化を中心とした岡山市のコンテンツは欧米人の嗜好にもマッチしており、全国平均に比べると欧米からの来訪客の比率が高く、観光客も増加傾向にあります。

しかし、感染症の影響により激減しており、今後の見通しも不透明な状況となっています。今後は、外国人観光客の需要回復期に向けて新しい魅力づくりによるリピーター獲得や、新しい国やテーマに向けたプロモーションを図る必要があります。

◆岡山市外国人延べ宿泊者数

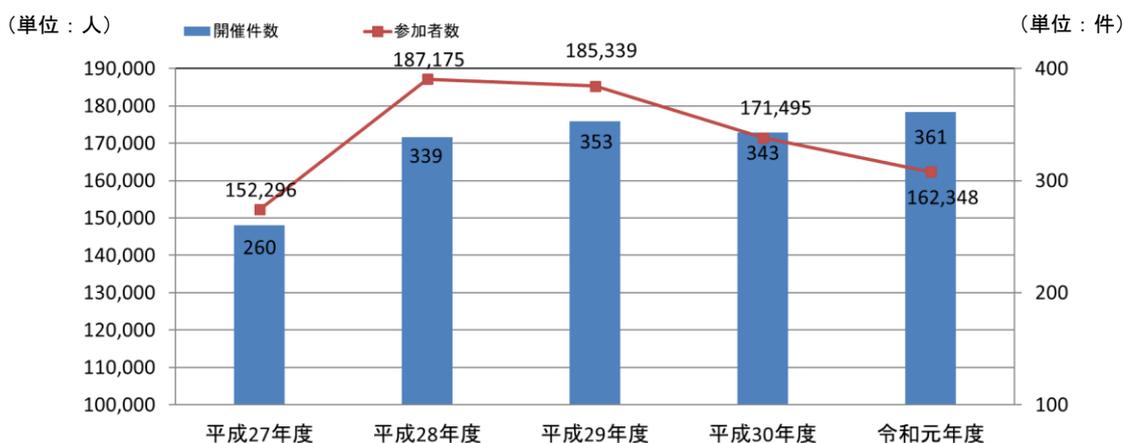


出典：観光庁宿泊旅行統計調査参考第8表（速報値）

(4) コンベンション

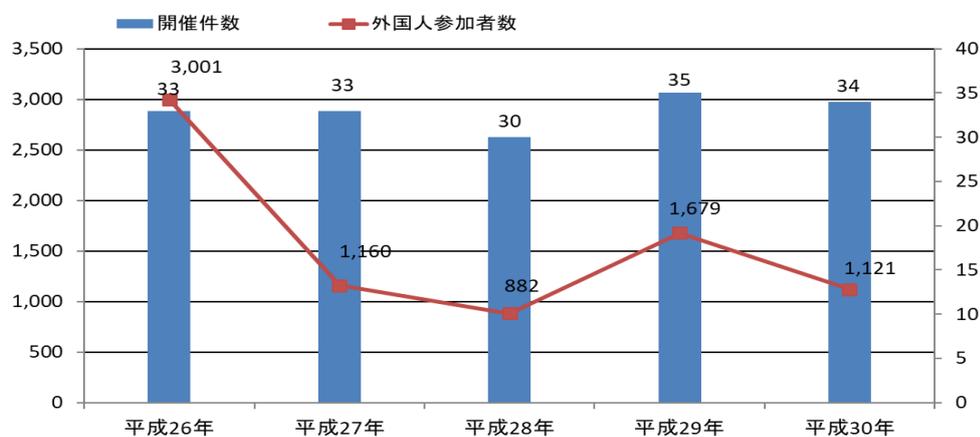
中四国のゲートウェイとしての利便性、医療・福祉・学術分野等の集積、産官学が一体となった誘致体制、コンベンション施設の立地の良さなどにより、岡山市で開催されるコンベンションは増加傾向にあります。国際会議の開催件数は横ばいですが、積極的な誘致活動や開催時の受け入れ体制により主催者からは高い評価を得ています。これら豊富な国際会議の開催実績が2019年のG20岡山保健大臣会合開催へとつながったものと思われ、培ったノウハウを今後の国際会議誘致につなげる必要があります。

◆コンベンション開催件数



出典：(公社) おかやま観光コンベンション協会調べ

◆岡山市の国際会議開催回数と外国人参加者数の推移



出典：「日本政府観光局（JNTO）国際会議統計」

2. 観光コンテンツの認知度

(1) 観光地

令和2年6月に実施した「岡山市観光客動向アンケート調査」（以下、アンケートという）では、本市を訪れた観光客が楽しみにしていたことの1位は「文化的な名所（史跡、寺社仏閣など）をみること」で4割以上が選んでいます。その傾向は、本市を訪れた人のうち半数近くが「岡山後楽園」に行き、約4割の人が「岡山城」を訪れていることにも現れていますが、一方で、同じ歴史的な名所であり本市の主要観光地である吉備路の「吉備津神社」への訪問は

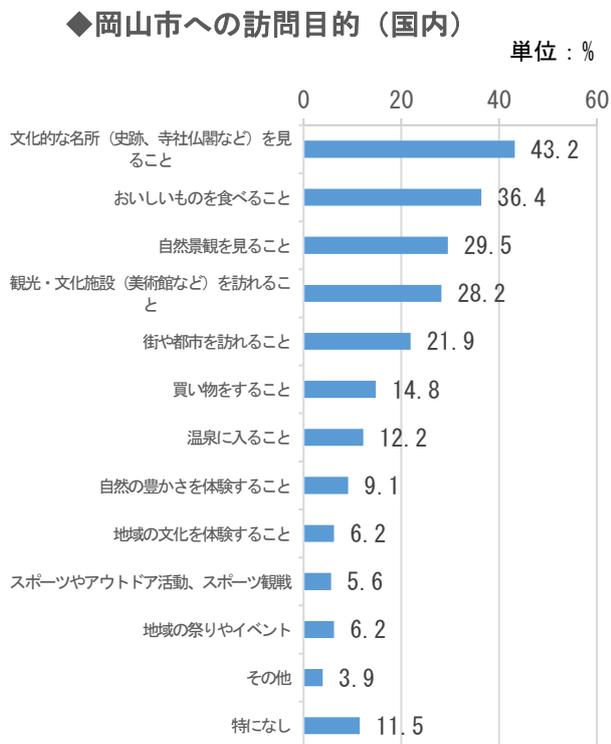
8. 9%と上位2つと大きな差があり、未来訪者の認知度についても同じ傾向がみられます。また、歴史的な名所だけでなく観光地全体をみても上位2つが突出して選ばれています。本市には優れた歴史遺産や美術館、博物館など誘客が期待できる観光スポットが存在するにも関わらず3位以降の来訪・認知が少ないことは、本市全体の観光地としての魅力が伝わっていない可能性がうかがえます。

(2) イベント

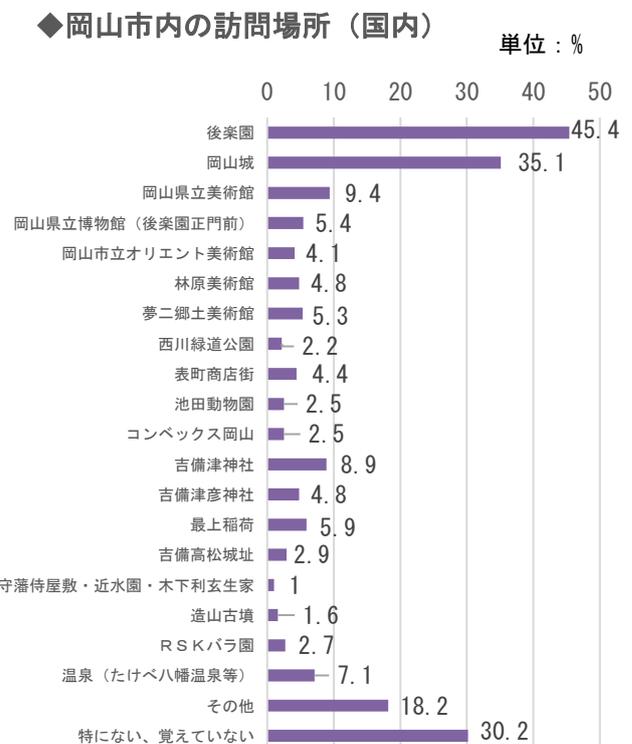
岡山市では、うらじゃや西大寺会陽などのお祭り、岡山芸術交流やおかやま国際音楽祭などの文化・音楽イベント、おかやまマラソンをはじめとしたスポーツイベントなど多様な催事が開催されています。しかしながら、その認知度は1位の「瀬戸内国際芸術祭」でも7.5%と1割にも届かない結果となっており、全国に広く知られたイベントを有する状況とはなっていません。参加者からは評価の高いイベントも多く、効果的な発信により認知度の向上を図る必要があります。

(3) 食・特産品

国内アンケートでは、観光目的の第2位が「食」になっています。また、各種インバウンド調査でも外国人の来訪目的には「食」が上位であり、観光における「食」の重要性は高いものがあります。本市の特産品・名物等の認知度のアンケート結果をみると、「きびだんご」や「フルーツ」が上位に来ている一方で、「ママカリ」「ばら寿司」などの郷土料理は非常に低い結果になっています。認知度の高い「きびだんご」や「フルーツ」の活用、郷土料理の発信強化、新しい食の開発などにより、岡山市ならではの食の魅力アップに努める必要があります。



(n=1,654)

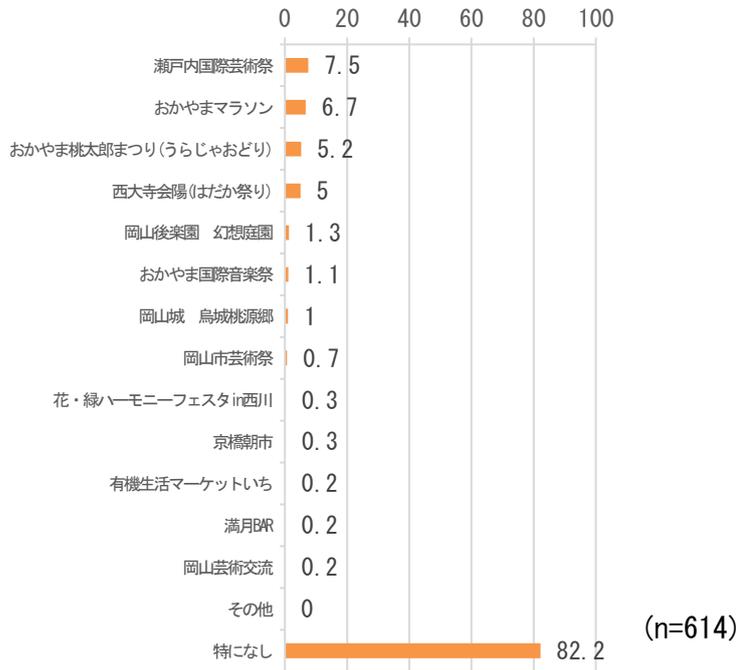


(n=1,654)

出典：岡山市観光客動向アンケート調査

◆イベントの認知度（岡山未訪問者）

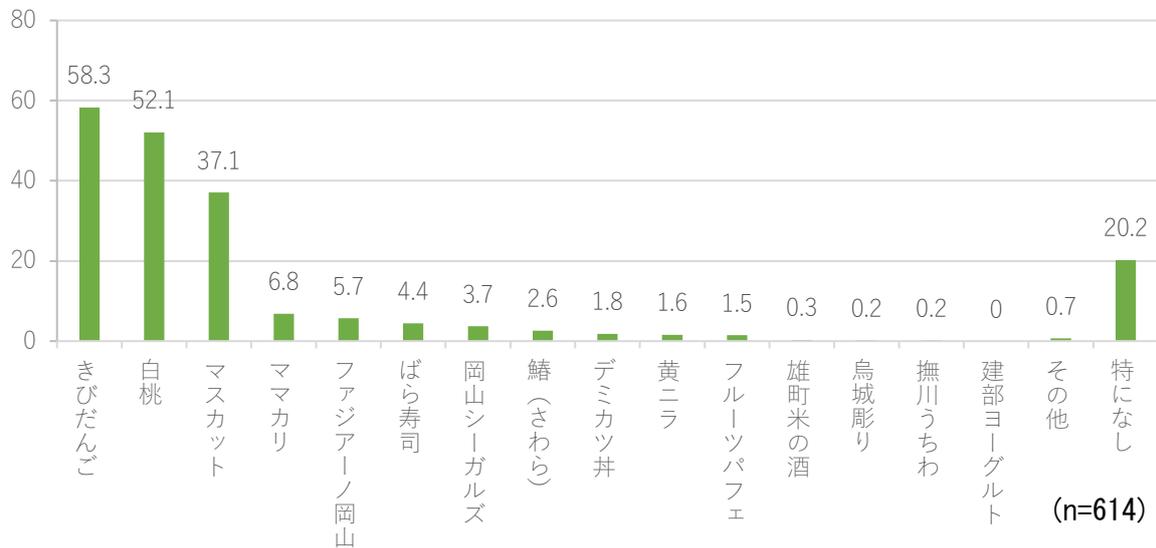
単位：%



出典：岡山市観光客動向アンケート調査

◆岡山市未訪問者の特産品・名物等の認知度（岡山市未訪問者）

単位：%



出典：岡山市観光客動向アンケート調査

3. 前アクションプラン施策評価

【事業評価】
a：達成した
b：達成していない

評価一覧

No	アクションプラン名	事業評価	今後の方針	備考
①-1	圏域内周遊に向けた歴史・文化資源発信事業	b	廃止	今後は日本遺産活用推進事業として実施し、地域全体の魅力向上を図る。
①-1	岡山まつり開催事業	b	継続(現状維持)	地域の活性化及び地域経済等に寄与するものであることから、現状のまま継続して実施する。
①-1	観光施設の活用事業	b	継続(現状維持)	観光客の満足度向上につながる受入体制を整備する必要があることから、現状のまま継続して実施する。
①-2	広域観光連携宣伝活動	b	継続(現状維持)	滞在型観光の振興を図るため、広域連携による情報発信や観光宣伝が必要なことから、継続して実施する。
①-2	地域特産品の振興と販路拡大(京橋朝市魅力アップ事業)	b	継続(現状維持)	早朝に開催される観光資源として市民が育ててきたものであることから、現状のまま継続して実施する。
①-2	観光案内所の運営	b	継続(現状維持)	令和2年度に、2施設を集約し、より利便性の高い場所へ新設移転したことから、運営については現状のまま継続して実施する。
①-3	おかやま観光情報発信事業(インバウンド推進)	b	継続(現状維持)	コロナ収束後にインバウンド需要の回復が見込まれ、今後も成長産業であることから、事業を継続実施する。
②-4 ②-5	コンベンション誘致対策事業	b	継続(現状維持)	コンベンションの開催件数は増加傾向にあり、国際会議についても、開催実績を積み重ねている。誘致活動により、地域経済の活性化に寄与していることから事業を継続する。
③-6	「桃太郎のまち 岡山」創造・発信事業	b	継続(現状維持)	日本遺産活用推進事業と連携し、桃太郎を活用したプロモーションを継続することにより、本市の知名度及び都市イメージの向上を図るとともに、市内での滞在時間の延長や回遊性の向上に取り組む。
③-7	岡山型ヘルスツーリズム拠点化事業	b	継続(現状維持)	受入施設のブラッシュアップを行うとともに、現地プロモーションを継続しインバウンドをけん引するムスリム観光客の誘致を図る。
④-8	岡山城魅力アップ事業	b	継続(拡大)	岡山市を代表する観光施設であり、令和4年度には大規模改修を経てリニューアルオープンを行うことから、事業の拡大を図りながら実施する。
④-8	岡山後楽園と岡山城の連携	b	継続(現状維持)	大規模改修時は一部事業の縮小も検討するが、リニューアルオープン後は、岡山後楽園とも調整の上、現状のまま継続して実施する。
⑤-9	岡山歴史のまちしるべ設置事業	b	継続(縮小)	平成28年度に事業を開始し、令和3年で観光地への看板設置は終了となることから、事業を縮小し実施する。
⑤-9	観光ボランティアガイド育成事業	b	継続(現状維持)	観光ボランティアは市民の主体的な取組であるとともに貴重な観光資源でもあることから、現状のまま継続して実施する。
⑤-9	郷土芸能・郷土民謡の普及・育成	b	継続(現状維持)	郷土芸能、郷土民謡の普及、育成に必要な事業であることから、現状のまま継続して実施する。

4. 今後の課題（総括）

【現状】

≪集客実績≫

- 観光客……デスティネーションキャンペーンを実施した平成 28 年度をピークに近年横ばいで推移。豪雨災害など外的要因も影響。
- 岡山城・岡山後楽園の来場者……岡山城・岡山後楽園連携の効果などにより、平成 26 年度以降、大幅に増加し、近年は横ばいで推移。外国人来場者は、着実に増加。
- 外国人来訪者……岡山市を訪れる外国人の数は、外的要因に大きく左右されるものの東アジアを中心に増加傾向。ただし、感染症の影響により激減しており、今後の見通しも不透明な状況。
- コンベンション……利便性等の優位性をいかし、増加傾向。現在は、感染症の影響により開催件数が大幅に減少。さらに今後は、リモートやハイブリッド形態で開催する会議やイベントの増加が予想されます。

≪認知度≫

- 観光地……「岡山城」「岡山後楽園」以外の来訪・認知が少なく、本市全体の観光地としての魅力が伝わっていない可能性があります。
- イベント……イベントの認知度は、1位の「瀬戸内国際芸術祭」でも1割にも届かず、全国に広く知られたイベントを有する状況とはなっていません。
- 食・特産品……「きびだんご」や「フルーツ」は広く認知されている一方で、郷土料理の認知度は低くなっています。



【課題】

＜集客実績＞

- 観光客……観光ニーズの多様化にあわせて、幅広い需要に対応するため、観光客の本物志向に対応できるクオリティを兼ね備えた新しい魅力を開発し発信する必要があります。
- 岡山城・岡山後楽園の来場者……岡山城・岡山後楽園等の連携により魅力を高めるとともに、リピート客の獲得に向けた対策が必要になっています。
- 外国人来訪者……今後は、外国人観光客の需要回復期に向けて新しい魅力づくりによるリピーター獲得や、新しい国やテーマに向けたプロモーションを図る必要があります。
- コンベンション……オンライン化の流れなどによる開催形態の多様化に対応するとともに、コンベンションの参加者に対して飲食・宿泊・観光への促しにより消費額のアップにつなげる必要があります。

＜観光コンテンツの認知度＞

- 観光地……本市にある地域資源を掘り起こし、それらを活用して多様なテーマに沿ったコンテンツの開発につなげ、幅広く発信に努める必要があります。
- イベント……参加者からは評価の高いイベントも多く、効果的な発信により認知度の向上を図る必要があります。
- 食・特産品……郷土料理に対する認知度が低いため、郷土料理の発信強化、新しい食の開発などにより、岡山市ならではの食の魅力アップに努める必要があります。

第4章 岡山市の優位性

1. 中四国のゲートウェイ

岡山市は、近畿と九州を結ぶ東西軸と、山陰と四国をつなぐ南北軸のクロスポイントに位置し、広域・高速道路網、山陽新幹線に加え在来線7路線が東西南北に広がる鉄道網、東京はもとより、アジアの諸都市につながる航空網等、全国的にも非常に優れた交通の広域拠点性を有しています。



(岡山市第6次総合計画)

2. 自然災害の少ない地域性

快晴の日が多く、台風や雪の影響が少ない。また、降水量1ミリ未満の日が日本一多く天候に恵まれています。地震災害の点からみても、岡山県内の活断層はわずかであり、国内でも地震の少ない地域とされています。なお、活断層はいずれも県北東部から兵庫県南西部にかけて集中しており、岡山市のある県南エリア直下に活断層はありません。

3. 豊富な歴史・文化遺産

本市は、かつて日本において有数の勢力だったと考えられる古代吉備王国の繁栄の地であり、また、戦国時代以降は宇喜多家・池田家によって城下町として栄えたため、各所に歴史・文化遺産が残っています。日本三名園に数えられる岡山後楽園や岡山城が有名ですが、日本遺産に認定された桃太郎伝説の構成文化財である吉備津神社、吉備津彦神社、造山古墳などの吉備路の遺産群にも注目が集まっています。

4. 豊かな自然や食文化

本市は、海にも山にも面しており豊富な自然資源を有しています。中でも、国内外から注目が高まる瀬戸内（SETOUCHI）は、わが国第一級の観光資源であり、本市のみならず広域での取り組みも進んでいます。また、近年、山間で行う体験観光などへのニーズも高まっており、これらへの対応が可能な資源を有しています。

観光の大きな要素の一つである食についても、フルーツや海鮮などの魅力的な食材を有しており、これらを活用した誘客促進の取り組みが行われているところです。

5. 昔話桃太郎の地としての高い知名度

昔話桃太郎は、わが国でも高い知名度を誇る物語であり、本市はそのルーツのまちとして全国に広く知られています。また、ルーツとなった吉備津彦と温羅のストーリーは、その遺産群とともに日本遺産に認定されました。本市では、「桃太郎のまち岡山」を都市イメージとして位置づけており、昔話桃太郎の高い知名度やイメージを各種プロモーションや様々な事業に活用することができます。

6. コンベンション開催での利便性

全世界から人が集まるコンベンションにおいては、中四国のゲートウェイとしての利便性に加えて、コンベンション施設、宿泊施設、飲食施設、観光地等がコンパクトに集約された本市の利便性の良さは高い評価を得ています。これらに加え、医療・福祉・学術分野等の集積や産官学が連携した誘致・支援体制の充実は岡山市のコンベンション誘致の強みとなっています。

また、オンラインを活用した新しい開催形態にもいち早く取り組んでおり、蓄積されたノウハウや施設整備をコンベンション誘致に繋げることができます。