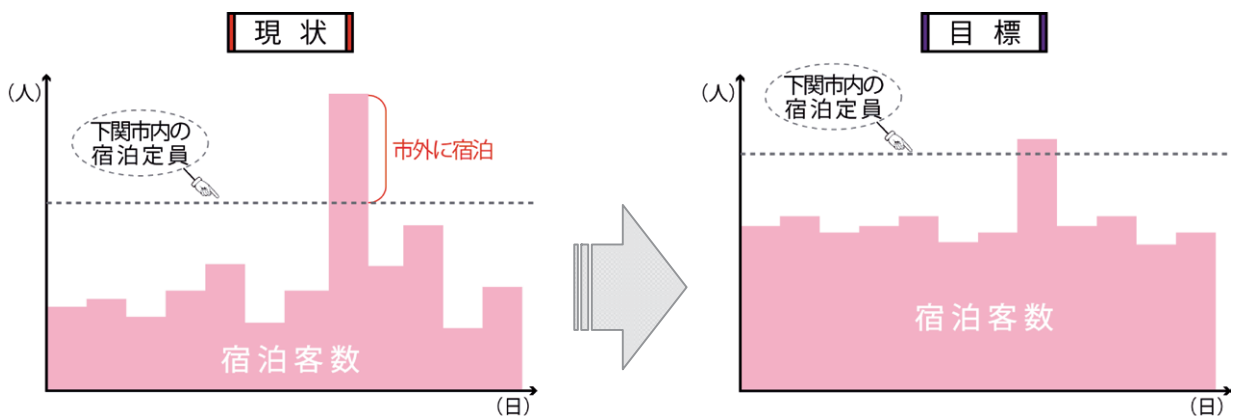


第3章 基本戦略及び戦略遂行のための施策

1. 観光客向けイベントの創出、充実

観光客誘致、宿泊客数の増加のためには、祭り、イベントの充実が不可欠である。従来の「しものせき海峡まつり」「関門海峡花火大会」「しものせき馬関まつり」等の充実はもちろんであるが、今後は、日程や費用対効果等、以下の4点を考慮した上で新たなイベントを創出し、一年中オンシーズンの観光都市を目指す。

- ① 1日や2日のみのイベントではなく、開催期間が10日以上イベントであること。
→「しものせき海峡まつり」や「下関海響マラソン」等においては宿泊キャパ不足で、結果的に宿泊者が北九州市や長門市に流れている。
- ② ランニングコストの抑えられるもの。
→ 少なくとも毎回募金に頼らなければならないようなイベントは不可。
- ③ 宿泊の弱い時期に開催。
→ 5月の連休後や「ふくシーズン」前の9月等に開催を検討。
- ④ 経済波及効果の大きいイベント。
→ 宿泊に繋がるような夜のイベントや新商品開発に繋がる料理・スイーツコンテスト等の開催を検討。



2. テーマ別、ニーズ別観光客誘致策の積極的展開

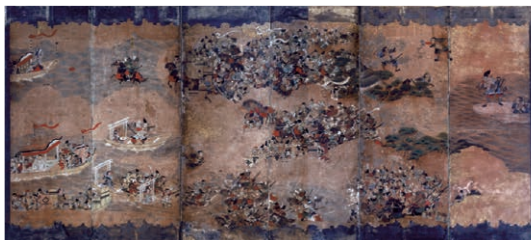
通過型から滞在型への転換に加えて、日帰り圏内からの観光客（日帰り型観光客）増加策として、多様化する観光客のニーズに応えるため様々な誘致施策を効果的に実施する。

- | | |
|-----------|----------|
| ① 歴史観光 | ② グルメ旅 |
| ③ 女子旅、歴女旅 | ④ シルバー世代 |
| ⑤ 家族旅行 | ⑥ 修学旅行 |
| ⑦ 団体旅行 | ⑧ 個人旅行 |
| | 等 |

① 歴史観光

歴史の宝庫である本市は、NHK大河ドラマにも何度も取り上げられる程、質・量ともに多くの歴史的財産を有している。これらを上手く観光に取り上げること、つまり歴史と観光の共存活用が本市の観光振興に永く続く課題である。観光客誘致の側面からは、歴史好きで詳しい人のみならず、一般の観光客にも「歴史観光都市 下関」を魅力的に感じてもらうための仕掛け、歴史の押し付けではない分かりやすい仕掛けが必要である。「しものせき観光キャンペーン実行委員会」が、毎日、壇之浦で実施している「歴史体感☆紙芝居」はその成功例の一つであり、古戦場を目の前に、楽しく分かりやすい語り口で、観光客の心を捉えている。

【 1185年 壇ノ浦の合戦 】



↑源平合戦図屏風

【 1612年 巖流島の決闘 】



↑無三四岸柳仕合之図

【 1868年 明治維新 】



←馬関戦争図

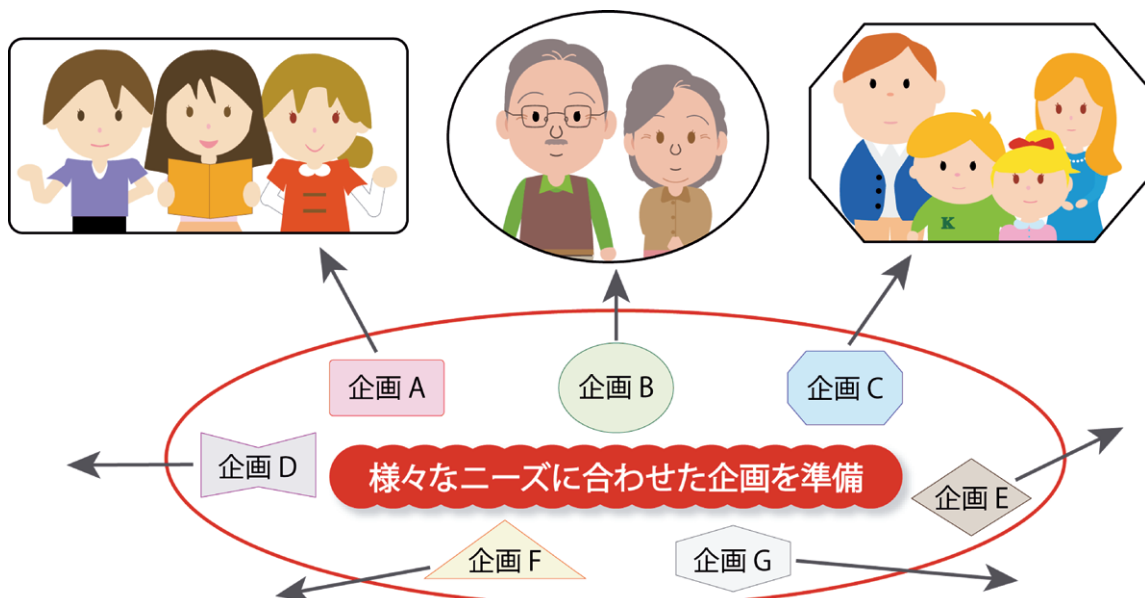
②グルメ旅

“ふく”“うに”“くじら”“あんこう”“いか”の海の恵みに加え、瓦そばやとんちゃん鍋、しし鍋等、多彩なグルメの情報を発信。飲食関連団体、観光協会、宿泊施設等で協力して、新たな商品開発等も実施しながら、観光客にとって「日本一の味、下関市にしかない美食」を味わってもらえるグルメ旅を企画していく。



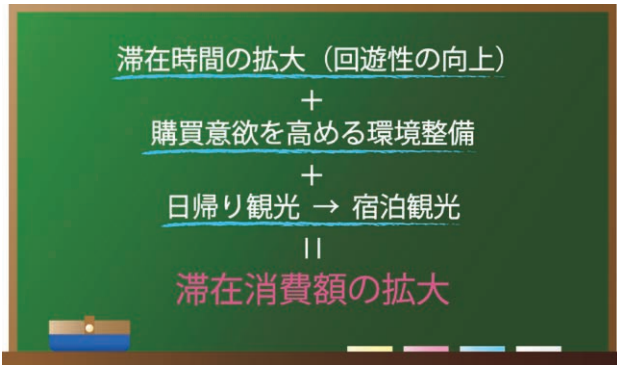
③～⑧

女子旅、歴女旅、シルバー世代、家族旅行や修学旅行、富裕層向け旅行等、多種多様な世代や旅行形態等に対して、本市にある魅力ある観光資源を活用、あるいは新たな魅力の掘り起こし等、それぞれのニーズに合わせた最適な旅行企画を準備していく。



3. 滞在消費額の拡大

観光客数、宿泊客数の増加はビジョンの数的目標であるが、加えて、滞在型、通過型・日帰り型を問わず観光客の滞在時間を増やす施策等により、滞在消費額の拡大を目指す。そのために、長府・唐戸・火の山等の旧下関地区内の回遊性、旧下関地区と旧4町間の回遊性を高めるとともに、観光客の購買意欲を高める環境整備も必要となる。北九州市、福岡市等の通常日帰り圏内と認められる観光客についても、本市のグルメ、温泉等の魅力によって宿泊へと導くことも含めて滞在消費額の拡大に向けた施策を実施していく。



◆◆◆滞在消費額の目標値◆◆◆

	[平成23年値]		[平成28年値]
・日帰り観光客	3,820円	→	5,000円
・市内宿泊観光客	18,788円	→	20,000円

4. 観光プロモーションの強化、充実

官民で組織する「しものせき観光キャンペーン実行委員会」等を中心に、より早く、より効果的な内容のキャンペーンを企画し情報を発信していく。加えて、JR西日本や各旅行会社等との協賛キャンペーンや歴史観光等を通じて関連する都市との連携によるプロモーション等も積極的に展開していく。

ホームページ等、ITを活用した情報発信の充実や官民合同での雑誌広告等による相乗効果が期待できるPRを実施する。

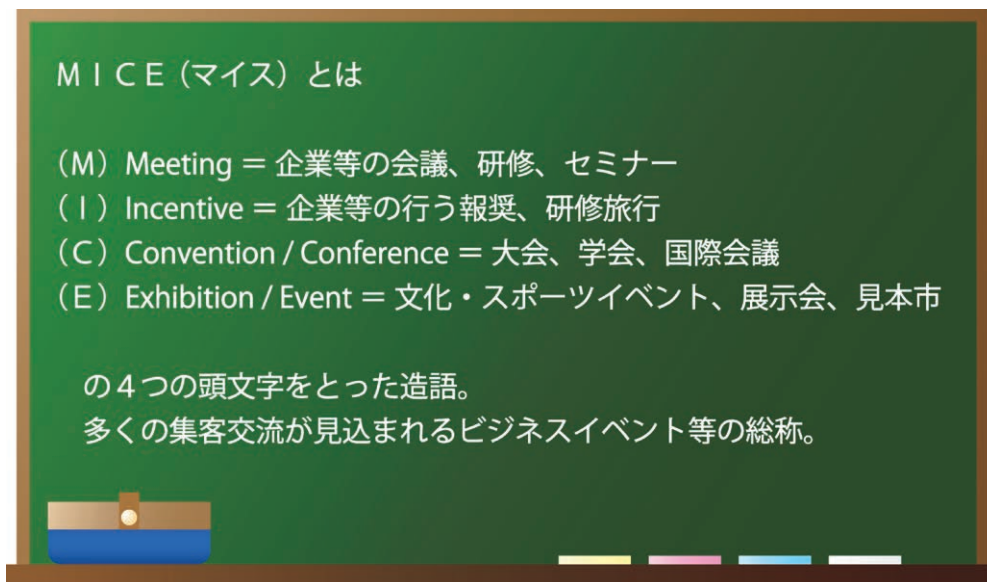
その他、着地先として本市に到着後の情報発信も強化し、観光客に想定外の楽しみを提供することで満足度を高め、彼らの口コミによる新たな観光客の獲得に繋げていく。情報発信基地としての各観光協会、観光案内所や道の駅に加えて宿泊施設、観光施設等のネットワークの強化や発信方法、内容や機能の充実にも取り組んでいく。



5. コンベンション誘致の強化、充実

名実ともにコンベンションシティを目指して「下関市コンベンションシティ創造会議¹」を立ち上げ、官民で学会やスポーツ、文化関連事業等あらゆるコンベンション誘致活動、受入態勢の強化充実を図る。合わせてトップセールスの機会の拡大、スポーツ、文化面での合宿誘致等の新たな取り組みも検討、強化する。

◆◆◆「MICE」について◆◆◆



MICEとは、この数年、コンベンションに代わる言葉として使われるようになってきた用語である。本市においても、これら4つのグループに対し積極的に誘致活動に向けた取り組みを展開する。

¹ : 下関市コンベンションシティ創造会議

= 行政や下関観光コンベンション協会、コンベンション施設だけでなく、宿泊関係者、飲食関係者等、各種関係者も含め、一体的にコンベンション誘致を推進する組織。

6. 官民協力態勢の強化、充実

他市との観光誘致競争に勝ち抜き、多くの観光客に満足してもらうためには受け入れ側である本市において、官民が一致協力しての態勢づくりが何より重要である。情報の共有化はもちろん、頻繁な意見交換やそれぞれの情報網のフル活用等、可能な限りの協力を図る。官が弱いところは民が、民が弱いところは官が、その責任において目的を成し遂げるための最大限の努力をし、観光客誘致に向けての強力な受入態勢を構築する。



7. 観光人材の育成

観光客へのおもてなしの向上を図るには、宿泊施設や飲食関連施設のオーナーに加えて、最前線に立つ人材である宿泊施設のフロントやタクシードライバー、お土産売り場の従業員、観光案内所員等、全ての観光関連に従事する人材の教育、育成が不可欠である。具体的にはマナー研修会や情報交換会等を数多く開催し、観光に取り組む意識や能力の向上、おもてなしの心の醸成を図る。また、観光関連協議会や連携組織の中での研修会等において、観光や旅行ビジネスの仕組みを学ぶことも重要である。それぞれの組織での専門的事項だけでなく、観光全体として例えば、「飲食店もお土産店も契約していないと旅行会社は立ち寄らない」というような基本的な仕組みから観光ビジネスへの認識を高める。



8. 市民ホスピタリティの向上

「観光交流都市 下関」の実現には、市民全体でのサポートが必要である。観光ガイドの会員拡大、育成等に対する支援はもちろん、観光客と市民による直接交流拡大のため、全市民が観光客の質問に適切に対応できる市民総観光ガイド化を目指し、関門海峡歴史文化検定の充実や観光市民サポーター制度（声かけポイント制度等）の創設、市内全世帯に観光ガイドブックの配布等を検討し、おもてなしの心溢れる下関の実現を目指す。

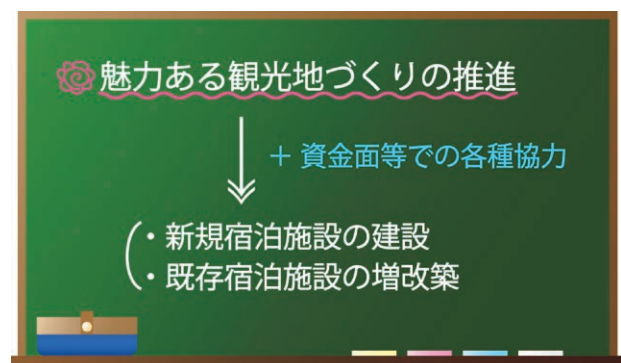
外からの人達に優しく接することで、市民が自信と明るさに芽生え、市全体で明るい未来に向かうことができるまちづくりを進める。



9. 宿泊客の受入整備

年間 100 万人の宿泊客の受入態勢を整えるためには新規宿泊施設の誘致や充実も必要である。コンベンション機能を備えた、いわゆるシティホテルに加えて、家族向け、高所得者向け、修学旅行向け、それぞれ対応が可能なタイプ別宿泊施設の新設等が望まれる。

公的宿泊施設では、火の山ユースホステルの建て替えが検討されており、民間宿泊施設については、今後リニューアル助成制度や後継者募集等の協力も検討課題である。いずれにせよ、新規宿泊施設の建設や既存宿泊施設においては増改築を目指したくなるような魅力ある観光地づくりへの取り組みが何より大切である。

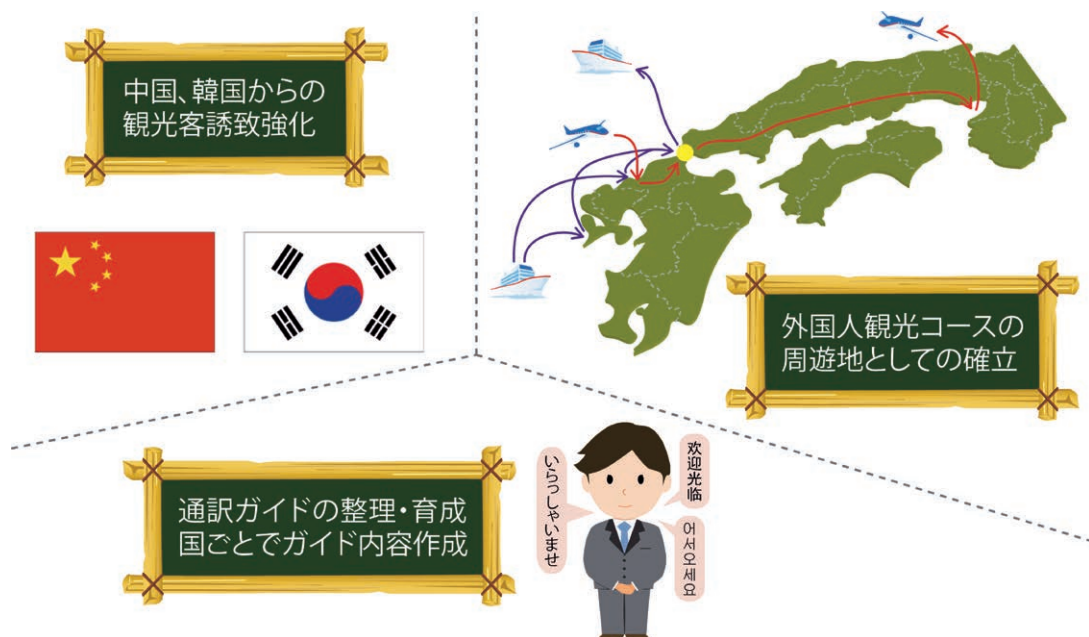


10. 外国人観光客の誘致強化

本市の置かれた地理的利点や姉妹・友好都市や東アジア経済交流推進機構¹、中国・九州両運輸局等、国内外のネットワークを最大限に活用し、引き続き中国、韓国からの観光客誘致活動に加え台湾を含めた東アジアからの外国人観光客誘致の強化を図る。また、本市のみを観光目的地とすることはほとんどないという現実を理解した上で、例えば外国船の2次寄港先として、また福岡空港イン関西空港アウトの行程の途中で宿泊、立ち寄り地とするような外国人観光コースの周遊先の一つとなることを実現する等、フェリーを活用した旅行企画だけでなく、多彩な旅行企画の実現のための様々な取り組みが重要である。

加えて、通訳ガイドやボランティア通訳の人数の確認と案内可能な言語を整理し、その育成を強化する。案内可能な言語の整理により、獲得できる国や地域がわかるだけでなく、対応できない言語について通訳ガイド等の育成・確保を行うことで、獲得できる国や地域が広がる。また、日本人向けの説明を単純に外国語にするだけでは、外国人観光客に満足を与えることが難しいこともあるため、国ごとの基本的なガイドの内容作成も必要である。

今後は、いつ、誰に、どのような手段でPRを行うのか等、ターゲットを絞った効率的な外国人観光客の誘致策を官民一体となって展開していく。



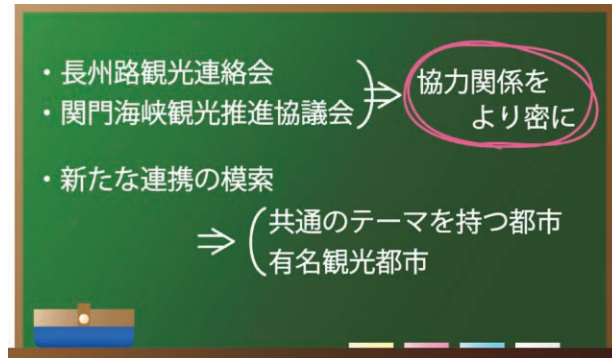
¹ : 東アジア経済交流推進機構

= 経済活動及び都市間交流の活性化を推進し、東アジア 10 都市で新たな広域経済圏を形成し、発展させることを目的に設立。会員都市は、本市の他、北九州市・釜山市・仁川市・天津市・青島市等

11. 広域連携の推進

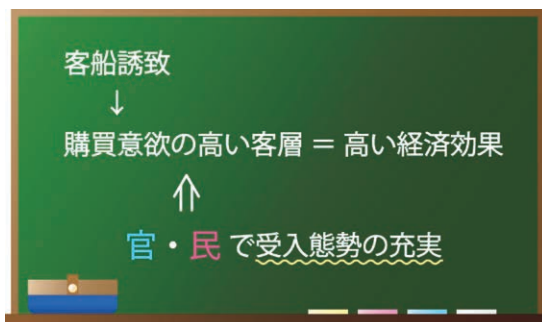
周遊観光の充実のため、引き続き長州路観光連絡会や関門海峡観光推進協議会との協力関係を密にするとともに、隣接したエリアでなくても歴史、文化等での共通点をテーマにした広域観光連携を実現する。

加えて、全国有数の観光地に引けを取らない「ふく」「歴史」等のブランドを活かしていく。例えば、4泊5日の旅の途中で本市に立ち寄ってもらうために、有名観光都市との連携を模索していく。



12. 客船誘致の推進

近年のアジアにおけるクルーズ需要の高まりを受け、九州をはじめ日本主要港への大型クルーズ客船の寄港が増大している現状を踏まえ、本市の特徴を生かし、国内外を問わず富裕層の利用が多い客船誘致を積極的に取り組んでいく必要がある。そのためには官民で協力態勢を構築し、寄港に向けての課題を克服できるように努力するとともに、寄港時のおもてなしを含めた受入態勢の充実を図っていく。



13. 交通手段に対応した受入態勢の強化、充実

JR、バス、自家用車、レンタカー等、それぞれの交通手段に対応した受入態勢を強化、充実する。祭りや繁忙期の駐車場対策や、現在は運行していない定期観光バスの再開検討も課題の一つである。ただし、これには民間活力や観光客のニーズ、何より採算性も当然考慮しなければならず、ハードルの高い問題でもある。

また、旧4町等への2次交通は大きな課題であり、JR新下関駅から連動するレンタカーの利用促進策、送迎バスの複数旅館ホテルでの共同運行や目的の異なる観光客でも相乗りできる循環バス等も考えられる手段である。

なお、バス、船や徒歩、自転車等を繋いだ観光ルートとしての移動方法の提案や、それを活用できる新たな割安チケット等の開発も官民で取り組んでいく。



14. 観光振興策としてのハード充実

費用負担等を考慮する必要はあるが、観光振興策の観点でのみ検討すると以下のハード等の充実が必要と思われる。

※計画中のもの、既に完成済みのものを含む。

- ① 海響館 ペンギン村 済
- ② 釜山門 済
- ③ 道の駅「北浦街道 豊北」 済
- ④ あるかぼーと開発
- ⑤ 国道9号 壇之浦方面遊歩道整備
- ⑥ 新博物館
- ⑦ 火の山公園整備（山麓再整備、展望台、ロープウェイ等）



15. エリア別観光振興の強化、充実

本市、各エリアが持つ豊かな地域特性を活かした、観光振興の強化、充実を図る。



- ① 巖流島 → 決闘の聖地、下関市にある巖流島として
- ② 唐戸 → 海峡を間近に体感、食のエリアとして
- ③ グリーンモール → 日本にある韓国、異文化体験エリアとして
- ④ 城下町長府 → 侍のいた町、静寂と個性的な店舗群、
タイムスリップ的要素を持つ異空間エリアとして
- ⑤ 壇之浦 → 珍しい海底人道トンネルと古戦場エリアとして
- ⑥ 火の山 → 自然との一体感重視、昼夜海峡一望エリアとして
- ⑦ 旧4町 → 海と山に代表される自然満喫エリアとして
ただし一律の振興ではなく、それぞれ滞在型観光への可能性を判断
- ⑧ 吉田 → 高杉晋作、東行庵を中心とした歴史史跡エリアとして

※ ⑦・⑧ については、2次交通が充実していないことから
①～⑥ とは違う手法が必要



なお、下関駅周辺、新下関、彦島、山陽エリアや、綾羅木等の旧下関山陰エリア等もそれぞれのエリアの歴史的建造物や海の魅力等、観光財産としての特徴を活かした強化が必要である。