

下関市 観光交流ビジョン 2022（附則）

平成30年3月

下関市



はじめに

下関市では、平成24年12月に10年後の観光客数1,000万人、宿泊客数100万人の数値目標を掲げる、本市の観光振興戦略「下関市観光交流ビジョン2022」を策定し、これまで目標の実現に取り組んでまいりました。

この度、ビジョン策定から5年を経過したことから、施策の進捗状況や多様化する観光客のニーズ、社会情勢等の変化、その後の観光動態調査による現状を把握することで、施策ごとの達成状況や未達成の原因分析を行うとともに、各施策を遂行するために、今後取り組むべき新たな方策や、増加する訪日外国人観光客への対応施策等を追加した、「下関市観光交流ビジョン2022」の附則を作成しました。

2022年（平成34年）の数値目標を達成するため、引き続き、本市観光振興戦略を遂行するとともに、全ての下関市民が誇りを持てる「観光交流都市 下関市」の構築に向けて邁進してまいります。

平成30年3月

下関市長 前田 晋太郎

目 次

第1章 下関市観光交流ビジョン2022の中間検証 1

1	中間検証の背景	1
2	中間検証の趣旨	2
3	「下関市観光交流ビジョン2022」施策の進捗状況と中間検証	3
(1)	目標の達成状況	3
(2)	観光客数・宿泊客数の推移	4
(3)	観光歴史年表（平成24年以降）	5
(4)	施策の進捗状況と中間評価	6
4	観光動態調査	20
(1)	下関市を訪れる観光客の動向	20
(2)	結果分析（主な課題抽出）	22
5	観光を取り巻く現状	24

第2章 基本戦略及び戦略遂行のための施策 25

1	修正する施策	25
施策 3	滞在消費額の拡大（修正）	25
施策 4	観光プロモーションの強化、充実（修正）	26
施策 5	コンベンション（MICE）誘致の強化、充実（修正）	27
施策 8	市民ホスピタリティの向上（修正）	28
施策 9	宿泊客の受入整備（修正）	29
施策 10	外国人観光客の誘致強化（修正）	31
施策 11	広域連携の推進（修正）	34
施策 12	客船誘致の推進（修正）	35
2	追加する施策	36
施策 16	都市農漁村交流（グリーン・ブルーツーリズム）（追加）	36
施策 17	JR西日本との連携強化（追加）	37
施策 18	観光地としての稼ぐ力の推進（追加）	38

第3章 今後の推進体制 39

第1章 下関市観光交流ビジョン2022の中間検証

1 中間検証の背景

下関市では、2012年（平成24年）に「観光交流都市 下関市」を宣言し、本市の観光振興戦略としての「下関市観光交流ビジョン2022」（以下「ビジョン2022」という。）を策定し、10年後の観光客数1,000万人、宿泊客数100万人の数値目標を掲げた。

「ビジョン2022」では計画期間を10年間とし、長期的な視点から交流人口拡大に向けて「365日毎日楽しい下関」をスローガンに官民一体となって様々な観光施策を展開している。

2017年（平成29年）は、「ビジョン2022」の中間年となることから、策定後の本市を取り巻く内外の様々な環境変化や、平成28年度に実施した観光動態調査の結果を踏まえ、中間検証を実施することとした。

なお、検証後は「下関市観光交流ビジョン2022」の附則として、目標の達成を目指す。

■下関市観光交流ビジョン2022について

年 度	ビジョンの期間
平成23年度	（観光動態調査実施）
平成24年度	策定
平成25年度	
平成26年度	
平成27年度	
平成28年度	（観光動態調査実施）
平成29年度	中間検証
平成30年度	
平成31年度	
平成32年度	
平成33年度	
平成34年度	目標設定

2 中間検証の趣旨

「ビジョン2022」では、観光振興において最も重要なものは「企画力」「情報発信力」「ハード・ソフト両面での受け入れ力」の3つの力とし、真の「観光交流都市 下関市」実現に向けて6つの項目を備えた理想の観光都市の姿を目指してきた。

計画期間の後半にあたって、この考え方を引き継ぎ、「ビジョン2022」の基本戦略及び戦略遂行のための15の施策の進捗状況について、評価を行い、進捗が遅れている事業については、より詳しく検証を行い、施策の修正を行うとともに、新たに事業達成に必要となる3つの施策を追加策定した。

この度の中間検証により策定した施策とともに、引き続き「ビジョン2022」の目標である、平成34年の観光客数1,000万人、宿泊客数100万人を目指し、努力していく。

「観光交流都市 下関市」 理想の姿

にぎわい観光都市

一年365日オンシーズンのにぎわいあふれる観光都市づくり

滞在型観光充実都市

従来の通過型観光客を滞在型観光客に向かわせる魅力を備えた観光都市づくり

日帰り型観光充実都市

本市の地理的条件から切り離せない近隣の北九州市や福岡市等、日帰り圏内の観光客向けに充実した観光都市づくり

コンベンション（MICE）誘致充実都市

コンベンションを誘致できる実力、実績を備えた観光都市づくり

観光ネットワーク充実都市

観光関連団体、企業のネットワークはもちろん、市民全体を含めた広い意味での観光ネットワークが充実している観光都市づくり

観光客満足度 No.1 都市

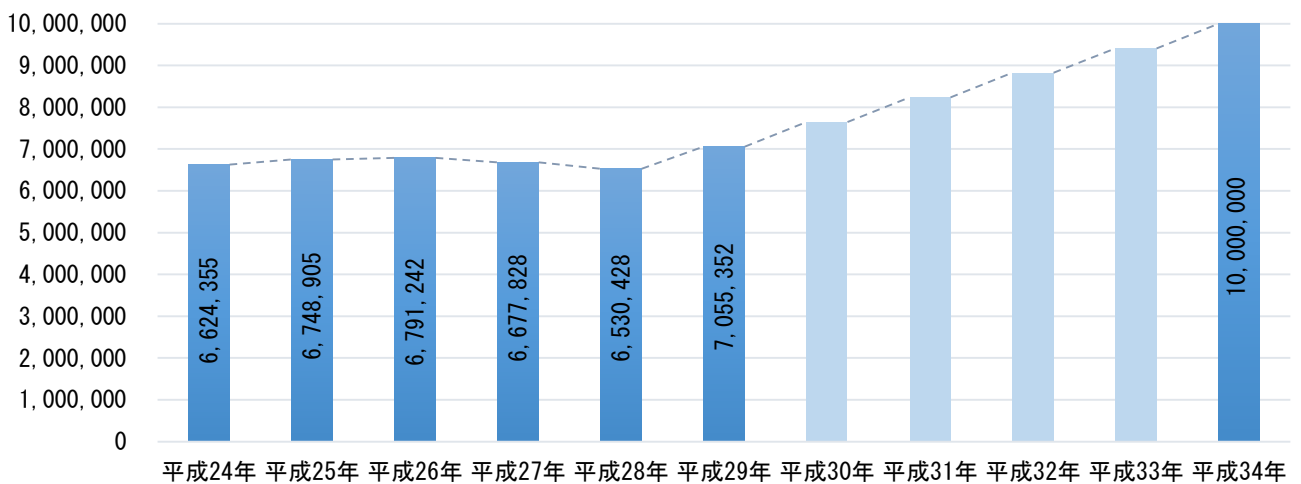
本市を訪れる観光客の満足度が全国トップレベルの観光都市づくり

3 「下関市観光交流ビジョン2022」施策の進捗状況と中間検証

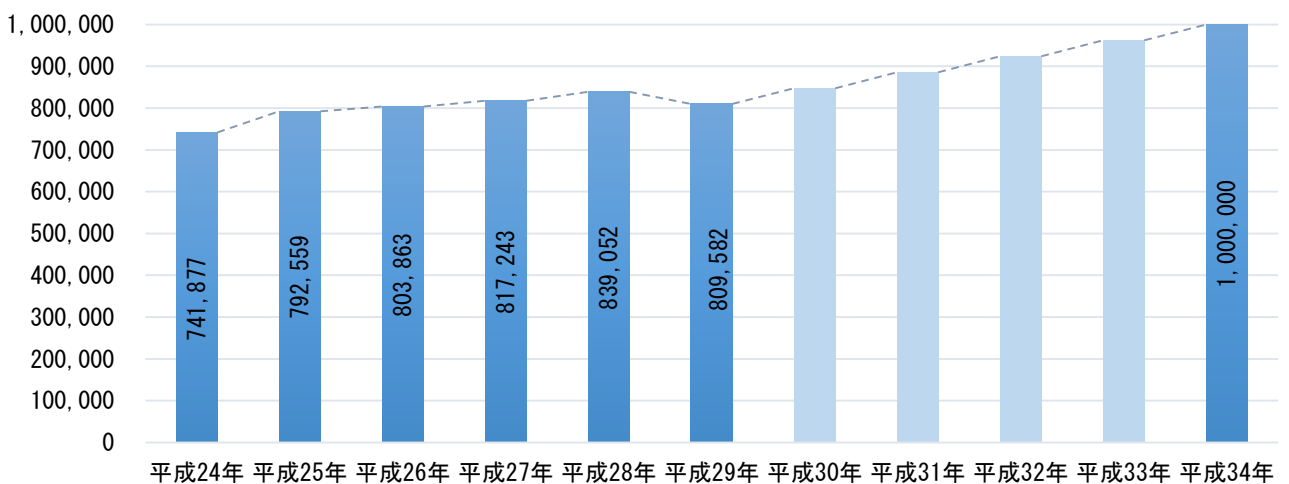
「ビジョン2022」で定めた15の施策について、数値目標年の中間年となる2017年（平成29年）に進捗状況の検証を行った。

(1) 目標の達成状況

■観光客数



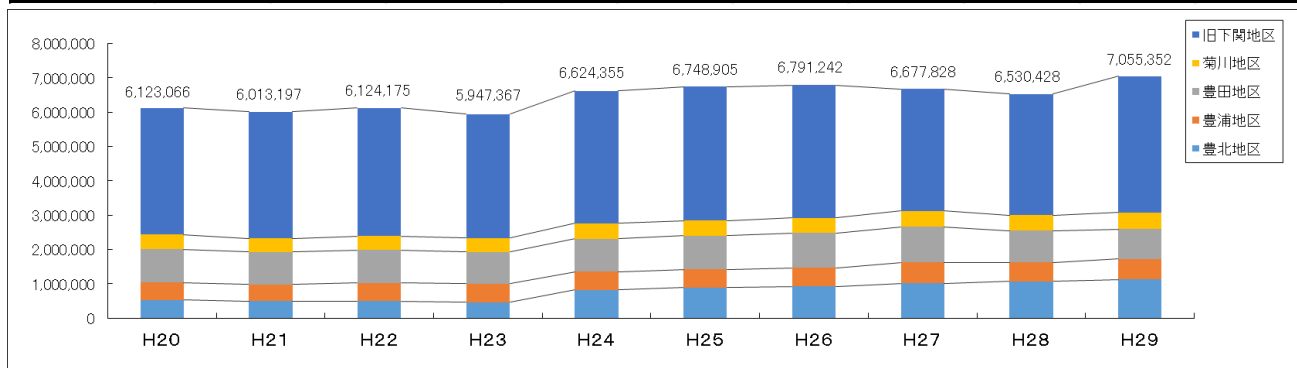
■宿泊客数



(2) 観光客数・宿泊客数の推移

◆ 観光客数の推移 ◆

	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29
旧下関地区	3,684,975	3,686,497	3,734,165	3,614,114	3,857,352	3,900,635	3,868,557	3,550,633	3,531,287	3,970,733
菊川地区	430,446	394,460	405,950	403,763	449,169	445,584	435,026	462,659	453,606	484,493
豊田地区	965,651	951,037	958,756	922,453	965,569	980,655	1,016,719	1,043,494	916,896	874,657
豊浦地区	510,071	488,532	523,553	544,572	523,852	533,391	550,114	608,467	557,607	597,729
豊北地区	531,923	492,671	501,751	462,465	828,413	888,640	920,826	1,012,575	1,071,032	1,127,740
合計	6,123,066	6,013,197	6,124,175	5,947,367	6,624,355	6,748,905	6,791,242	6,677,828	6,530,428	7,055,352



◇ 通年型観光客数と季節型観光客数 ◇

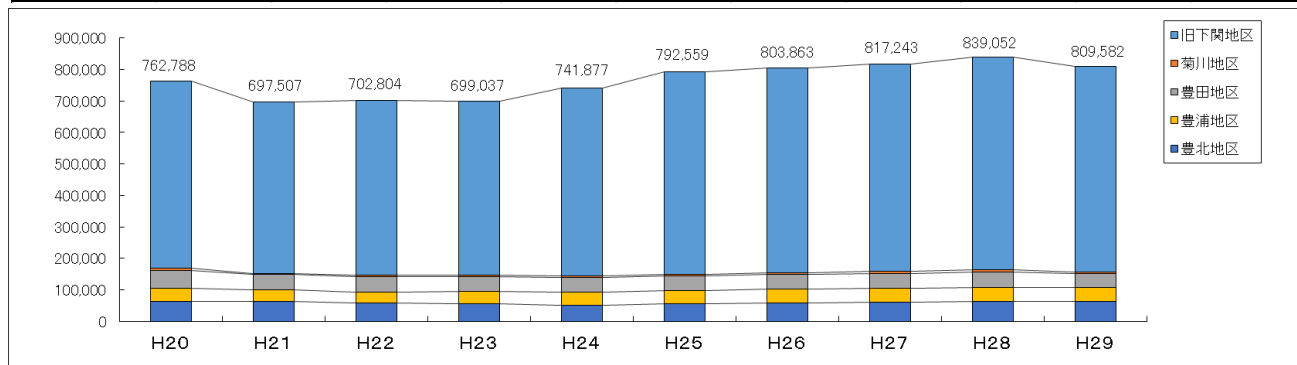
【参考】通年型観光客数と季節型観光客数の推移

(単位：人)

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年
通年型	4,412,578	4,511,950	4,632,080	4,800,024	4,598,968	4,832,190
季節型	2,211,777	2,236,955	2,159,162	1,877,804	1,931,460	2,223,162
合計	6,624,355	6,748,905	6,791,242	6,677,828	6,530,428	7,055,352

◆ 宿泊客数の推移 ◆

	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29
旧下関地区	594,507	545,579	555,274	552,391	597,839	644,341	650,961	659,042	676,563	652,117
菊川地区	6,296	2,084	5,259	5,503	4,566	4,236	4,451	5,681	6,407	6,805
豊田地区	57,346	49,973	49,305	46,714	47,597	46,756	45,689	48,087	48,876	44,580
豊浦地区	40,533	37,653	35,549	38,734	40,473	40,965	43,547	42,780	45,040	43,739
豊北地区	64,106	62,218	57,417	55,695	51,402	56,261	59,215	61,653	62,166	62,341
合計	762,788	697,507	702,804	699,037	741,877	792,559	803,863	817,243	839,052	809,582



(3) 観光歴史年表 (平成24年以降)

年	月	記 事	観光客数 (人)
平成24年	2月	満珠荘リニューアルオープン	6,624,355
	3月	道の駅「北浦街道 豊北」オープン	
	4月～11月	武蔵と小次郎決闘400年記念 巖流島決闘十番勝負	
	5月	天皇皇后両陛下、49年ぶりに下関市を御訪問	
	6月	菊川温泉プールリニューアルオープン	
	12月	下関市観光交流ビジョン策定、「観光交流都市 下関市」宣言	
平成25年	通年	観光の取り組み「365日毎日楽しい下関」	6,748,905
	3月	川棚クスの森リニューアル	
	9月	アミューズメント施設「はい！からっと横丁」オープン	
	11月	中核市サミット2013 in下関	
平成26年	通年	馬関港開港150周年	6,791,242
	4月	ふくふくこども館オープン	
	6月	2014ほたるサミット下関 開催	
	7月	旧下関英国領事館リニューアルオープン	
	10月	「下関満閑善席」誕生	
平成27年	1月	NHK大河ドラマ「花燃ゆ」放送開始	6,677,828
	2月	下関市合併10周年	
	4月	第2次下関市総合計画スタート	
	5月	第58回日本糖尿病学会年次学術集会	
	10月	ねりんピックおいでませ！山口2015 下関市で4種目開催	
平成28年	3月	火の山ユースホテル「海峡の風」グランドオープン	6,530,428
	7月	長州出島に大型外国クルーズ客船が初寄港	
	8月	角島灯台が「恋する灯台」に認定	
	9月	「行ってよかった！道の駅ランキング2016」道の駅北浦街道豊北が日本一に！	
	10月	「下関ふく」地理的表示(GI)水産区分で国内第1号の登録	
	11月	下関市立歴史博物館が開館	
平成29年	1月	山陰観光列車「みすゞ潮彩」運行終了	7,055,352
	4月	北九州市と共同で申請していた「関門ノスタルジック海峡」が日本遺産に認定	
	6月	豪華寝台列車「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」運行開始	
	8月	山陰観光列車「〇〇のはなし」運行開始	
	9月～12月	幕末維新やまぐちDESTINATIONキャンペーン実施	
	10月	『朝鮮通信使に関する記録』がユネスコ「世界の記憶」へ登録	

(4) 施策の進捗状況と中間評価

■下関市観光交流ビジョン2022 施策一覧

1. 観光客向けイベントの創出、充実
 2. テーマ別、ニーズ別観光客誘致策の積極的展開
 - ※3. 滞在消費額の拡大
 - ※4. 観光プロモーションの強化、充実
 - ※5. コンベンション誘致の強化、充実
 6. 官民協力態勢の強化、充実
 7. 観光人材の育成
 - ※8. 市民ホスピタリティの向上
 - ※9. 宿泊客の受入整備
 - ※10. 外国人観光客の誘致強化
 - ※11. 広域連携の推進
 - ※12. 客船誘致の推進
 13. 交通手段に対応した受入整備の強化、充実
 14. 観光振興策としてのハード充実
 15. エリア別観光振興の強化、充実
- ※検証後、修正を行う施策

1. 観光客向けイベントの創出、充実

施策の内容	主な評価										
<p>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。</p> <div data-bbox="134 692 679 1011" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> 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。 </div>	<p>従来の3大まつりに加え、新たに、宿泊者数が落ち込む6月に「イルミネーション水族館」や、ふくシーズン前の9月に「ふくちょうちんまつり」を実施したほか、「甲冑官女着付け体験」等一年中オンシーズンの観光都市を目指して、施策を順調に行っている。</p> <p>また、宿泊者を意識した「夜景観光バス」や「夜景クルージング」、「源平Night in 赤間神宮」等、夜型イベントの実施も積極的に取り組んでいる。</p> <p>これらの施策の展開により、宿泊者数は平成24年から約13%伸びており、継続して実施していることが、一定の成果を挙げていると思われる。今後も観光客向けイベントの創出、充実を進めていく。</p> <p>◆宿泊者数の推移</p> <table border="1" data-bbox="722 980 1306 1079"> <thead> <tr> <th>平成24年</th> <th>平成25年</th> <th>平成26年</th> <th>平成27年</th> <th>平成28年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>741,877人</td> <td>792,559人</td> <td>803,863人</td> <td>817,243人</td> <td>839,052人</td> </tr> </tbody> </table>	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	741,877人	792,559人	803,863人	817,243人	839,052人
平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年							
741,877人	792,559人	803,863人	817,243人	839,052人							




2. テーマ別、ニーズ別観光客誘致策の積極的展開

施策の内容	主な評価										
<p>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。</p> <p>① 歴史観光 本市は多くの歴史的財産を有しており、歴史観光として「歴史体感☆紙芝居」や「甲冑官女着付け体験」等を実施。</p> <p>② グルメ旅 本市の多彩で豊かなグルメ情報を発信するとともに、各団体と協力し新たな商品開発に努める。</p> <p>③ ニーズ別観光 多様な世代や旅行形態に対してそれぞれのニーズに合わせた旅行企画を準備する。</p>	<p>多様化する観光客のニーズに応えるため、歴史的財産を活用した「歴史体感☆紙芝居」や「甲冑官女着付け体験」等の歴史観光をはじめ、それぞれの旅行形態にあった「女子旅」「男旅」「大人旅」等を実施したほか、食をテーマとした「下関満閑善席」「たべるほ」等、観光客のニーズやテーマに合わせた企画を展開している。</p> <p>その他、近年増加傾向にあるインバウンド向けとして「果物狩り」や「ふくの調理体験」「つり体験」等の体験型観光についても取り組んでいる。</p> <p>通年型観光客数については、平成28年は熊本地震の影響により減少しているが、平成24年から平成27年まで堅調に増加しており、これまでのテーマ別、ニーズ別観光客誘致策の成果と考えられることから、引き続き積極的展開の強化充実を進めていく。</p> <p>◆通年型観光客数</p> <table border="1" data-bbox="725 1046 1286 1145"> <thead> <tr> <th>平成24年</th> <th>平成25年</th> <th>平成26年</th> <th>平成27年</th> <th>平成28年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4,412,578人</td> <td>4,511,950人</td> <td>4,632,080人</td> <td>4,800,024人</td> <td>4,598,968人</td> </tr> </tbody> </table>	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	4,412,578人	4,511,950人	4,632,080人	4,800,024人	4,598,968人
平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年							
4,412,578人	4,511,950人	4,632,080人	4,800,024人	4,598,968人							



3. 滞在消費額の拡大

施策の内容	主な評価												
<p>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、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。</p> <p>◆◆◆滞在消費額の目標値◆◆◆</p> 	<p>観光客の滞在消費額を拡大するためには、滞在時間を増やすことが必要であることから、宿泊特典となる取り組みや周遊性、回遊性を引き出すためのスタンプラリー等を実施し、あわせて消費額に大きく影響する食や特産品を積極的に紹介する施策を展開したことで、宿泊者の滞在消費額については「ビジョン2022」の目標である20,000円を超えることができた。</p> <p>しかしながら、本市の多くをしめる日帰り観光客の滞在消費額が未達成であることから、日帰り観光客の滞在消費額拡大のための施策の改善が必要である。</p> <table border="1" data-bbox="725 795 1282 955"> <thead> <tr> <th></th> <th>日帰り観光客</th> <th>宿泊観光客</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平成23年</td> <td>3,820円</td> <td>18,788円</td> </tr> <tr> <td>平成28年</td> <td>4,086円</td> <td>21,274円</td> </tr> <tr> <td>平成28年目標値</td> <td>5,000円</td> <td>20,000円</td> </tr> </tbody> </table> <p>※平成28年度観光動態調査による</p>		日帰り観光客	宿泊観光客	平成23年	3,820円	18,788円	平成28年	4,086円	21,274円	平成28年目標値	5,000円	20,000円
	日帰り観光客	宿泊観光客											
平成23年	3,820円	18,788円											
平成28年	4,086円	21,274円											
平成28年目標値	5,000円	20,000円											



4. 観光プロモーションの強化、充実

施策の内容	主な評価
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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つなげていく。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。</p>	<p>スマートフォンやモバイル通信機器の普及により、観光情報の入手方法についても、パンフレット等からインターネットへ移行している。また、インターネットやSNSへの動画投稿や各種口コミが、旅行先の選定や行動に大きな影響力を与えている。</p> <p>このような状況に対応するため、平成27年度には観光ホームページをリニューアルし、最新の情報を掲載することに努めているとともに、タイムリーな情報発信手段として、平成27年4月からはフェイスブックを開設し、本市に到着後でも参考にできるよう、リアルタイムな情報発信に努めている。</p> <p>また、平成28年度には、国の地方創生推進交付金を活用し、多言語対応アプリケーション「COME ON KANMON」及び関門PRムービー「COME ON！関門！～海峡怪獣～」を制作した。</p> <p>これらも活用してプロモーションを行っているが、観光動態調査では、本市の観光資源の「認知度が低い」との結果であったことから、施策の改善が必要である。</p>



5. コンベンション誘致の強化、充実

施策の内容	主な評価										
<p>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」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。</p> <p>◆◆「MICE」について◆◆</p>  <p>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。</p>	<p>近年、国が率先して経済効果の大きいMICE誘致を推奨する中、全国各地でコンベンションビューロー（MICEを誘致する組織）の取り組みが強化されて来ている。コンベンション開催のための施設も各地に増えており、周辺エリアでも山口市、長崎市、熊本市等にも数年後に大型施設が新設・増築される予定であり、一層競争が激化することが予想される。</p> <p>本市における中四国或いは全国規模のMICE開催実績数も競争の激化等もあって、ここ数年減少気味にある。</p> <p>大型コンベンションとしては平成27年に過去最大規模となる参加者1万2千人の「第58回日本糖尿病学会年次学術集会」を成功させており、その実績が評価され平成31年に第52回日本薬剤師学術大会（1万人）と第68回日本医学検査学会（5千人）の大型コンベンションの開催が内定している。</p> <p>大型や500～1,800人規模等のコンベンション開催において本市が最終的に開催地に選ばれなかった一因として、本市に、都市型の大型宿泊施設がないことがある。食や観光面での良さは十分に認められるが、VIPの宿泊施設の確保や、同一施設での宿泊と会議の開催を望む主催者の希望に応えられないことが誘致活動でのマイナスとなっている。</p> <p>推進体制として「下関市コンベンションシティ創造会議」は立ち上がったが残念ながらその後、創造会議としての活発な活動はない。しかし、コンベンション受け入れ態勢の整備としては、創造会議のメンバーである市とコンベンション協会、コンベンション施設、宿泊関係者合同での首都圏キーパーソン等との情報交換会や飲食関連組織とコンベンション協会共同でのアフターコンベンション用対策（チラシ作製等）等を通じて、互いの連携は強化されてきている。また、市民によるコンベンション誘致についてもコンベンション協会が本市での開催を全国組織の一員である地元関係者に依頼し、協力を約束する中で開催が初めて内定した大会も出てきている。</p> <p>◆MICE開催実績</p> <table border="1" data-bbox="736 1839 1296 1912"> <thead> <tr> <th>平成24年度</th> <th>平成25年度</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>51件</td> <td>51件</td> <td>48件</td> <td>33件</td> <td>33件</td> </tr> </tbody> </table>	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	51件	51件	48件	33件	33件
平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度							
51件	51件	48件	33件	33件							

6. 官民協力態勢の強化、充実

施策の内容	主な評価
<p>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、官民が一致協力しての態勢づくりが重要であり、観光客誘致に向けての強力な受入態勢を構築する。</p>	<p>しものせき観光キャンペーン実行委員会や（一社）下関観光コンベンション協会、観光に関連する業種の方々と連携をはかり「オール下関」で取り組んでおり、官民協力態勢の強化充実を引き続き進めていく。</p>

7. 観光人材の育成

施策の内容	主な評価
<p>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。</p>	<p>宿泊施設、観光施設、土産センター等の受付や窓口の方、タクシードライバーなどお客様と直接、接する方々を対象とした「下関観光説明会」の開催や、市内大学や市内各所での観光の特別講座をはじめ、学生の職場体験（インターンシップ）の受入れ等を行っており、観光地域づくりを担えるような人材育成について取り組みを進めている。</p> <p>また、これらの事業の成果として、民間では「下関おもてなしタクシー認定制度（幸ふくタクシー）」が実施されるなど、意識の向上も図られているため、今後も官民一体となり継続実施していく。</p> <p>これらのことから、観光人材の育成の強化充実を引き続き進めていく。</p>



8. 市民ホスピタリティの向上

施策の内容	主な評価
<p>「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。</p> <p>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。</p>	<p>平成26年に行った下関観光ガイドブックの市内全戸配布をはじめ、出前講座の実施や、（一社）下関観光コンベンション協会においても「サービス講習会」を開催するなど、市民へのおもてなしの心の醸成を図っている。</p> <p>また、観光ガイドや紙芝居、観光寸劇など市民参加型のイベントについて、市報やホームページで、幅広く市民ボランティアの募集を行ってはいるものの、積極的な参加者は少なく、市民のホスピタリティーが市内全域に行き届いているとは言い難い。</p> <p>このことから、更なる市民ホスピタリティの向上のため、施策の改善が必要である。</p>

9. 宿泊客の受入整備

施策の内容	主な評価												
<p>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。</p> <p>公的宿泊施設では、火の山ユースホ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。</p>	<p>「ビジョン2022」策定後に定員500人以上の大型ホテルが閉館するなど、宿泊施設の減少によって一般宿泊客はもちろん、団体ツアーの受入れも十分にできていない。</p> <p>ただ、最近では火の山ユースホテルのリニューアルやゲストハウスのオープン、またハイクラスなホテルや新たなビジネスホテルなどの開館も予定されている。</p> <p>本市を訪れる宿泊客は、ビジネスだけでなく、修学旅行からハイクラスまで多様なニーズがある。あわせて、宿泊需要をさらに高めるためには、一年を通じたオンシーズンの魅力ある観光地づくりが必要であり、観光キャンペーン等において各種取り組みを展開している。</p> <p>宿泊客の増を図ることが、本市に不足している大型ホテルの誘致や既存宿泊施設の設備投資につながるものと考えられることから、施策の改善が必要である。</p> <table border="1" data-bbox="725 1777 1279 1933"> <thead> <tr> <th></th> <th>平成22年</th> <th>平成28年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>宿泊客数</td> <td>681,912人</td> <td>839,052人</td> </tr> <tr> <td>宿泊定員数</td> <td>5,330人</td> <td>4,560人</td> </tr> <tr> <td>定員稼働率</td> <td>35.3%</td> <td>51.4%</td> </tr> </tbody> </table>		平成22年	平成28年	宿泊客数	681,912人	839,052人	宿泊定員数	5,330人	4,560人	定員稼働率	35.3%	51.4%
	平成22年	平成28年											
宿泊客数	681,912人	839,052人											
宿泊定員数	5,330人	4,560人											
定員稼働率	35.3%	51.4%											

10. 外国人観光客の誘致強化

施策の内容	主な評価										
<p>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、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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>ビジットジャパン事業が開始された平成15年から平成24年までの間は、訪日外国人観光客数は、1,000万人未滿で推移していた。しかし、平成24年以降行われた、戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワークの拡大などの「改革」により、訪日外国人客数は平成25年に初めて1,000万人を超えることとなった。国は従来の目標を大幅に前倒し、平成28年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、2020年に4,000万人の訪日外国人を誘致することを新しい目標として設定した。最近の動向としては、平成28年は2,400万人を超え、平成29年は2,869万1千人（推定値）となり過去最高を記録しており、数値目標の達成は着実に進められると予想されている。</p> <p>このようなインバウンドを取り巻く環境の急激な変化に伴い、本市における外国人観光客誘致の施策についても、再考が必要である。</p> <p>特に、近年急増するLCCを利用した東アジアや東南アジアからのFIT及び中国からの大型クルーズ船を利用した団体旅行者の誘致については、施策の改善が急務である。</p> <p>このような中で、本市外国人宿泊者数は増加傾向であり、今後着実に増加していくことが予想される。国別の宿泊者内訳では、依然として、韓国・中国が占める割合は高いが、アジア地域全体として増加しており、外国人宿泊者に対する施策についても必要である。</p> <p>◆下関市外国人宿泊客数</p> <table border="1" data-bbox="729 1618 1286 1686"> <thead> <tr> <th>平成24年</th> <th>平成25年</th> <th>平成26年</th> <th>平成27年</th> <th>平成28年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6,539人</td> <td>9,857人</td> <td>8,285人</td> <td>13,571人</td> <td>19,240人</td> </tr> </tbody> </table>	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	6,539人	9,857人	8,285人	13,571人	19,240人
平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年							
6,539人	9,857人	8,285人	13,571人	19,240人							

1.1. 広域連携の推進

施策の内容	主な評価
<p>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。</p> <p>加えて、全国有数の観光地に引けを取らない「ふく」「歴史」等のブランドをいかしていく。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。</p>	<p>関門海峡観光推進協議会では、観光客の誘致促進事業をはじめ、各種パンフレットの作成、イベントの実施等に取り組んでいる。</p> <p>また、北九州市とは地方創生推進交付金を活用し「関門連携による国内外映画・テレビドラマ誘致・支援事業」、「多言語対応アプリケーション制作などによる観光情報発信事業」、「関門地域夜間景観周遊バス運行等事業」、「ビックデータ等を活用した戦略的観光推進事業」の4事業を実施している。</p> <p>長州路観光連絡会ではドライブマップの作成やドライブスタンプラリーの実施、観光列車のおもてなしに取り組んだ。</p> <p>萩市とは平成29年の高杉晋作没後150周年に向け、平成25年から両市で連携して共同観光事業を行っている。</p> <p>また、長門市とは「温泉」を利用した広域連携も実施している。</p> <p>しかしながら、有名観光都市との連携及び増加している訪日外国人観光客の誘致のためには、施策の改善が必要である。</p>



12. 客船誘致の推進

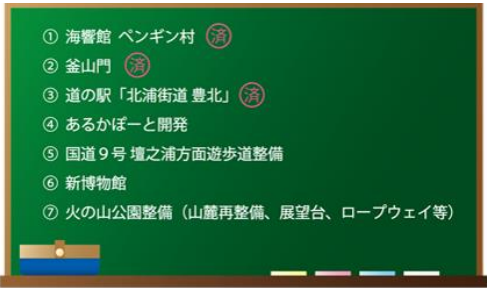
施策の内容	主な評価																								
<p>近年のアジアにおけるクルーズ需要の高まりを受け、九州をはじめ日本主要港への大型クルーズ客船の寄港が増大している現状を踏まえ、本市の特徴をいかし、国内外を問わず富裕層の利用が多い客船誘致を積極的に取り組んでいく必要がある。そのためには官民で協力態勢を構築し、寄港に向けての課題を克服できるように努力するとともに、寄港時のおもてなしを含めた受入態勢の充実を図っていく。</p>	<p>外国クルーズ客船の寄港回数は国全体で平成24年の476回から平成29年は約2,000回となり、約4倍に成長した。</p> <p>国は「明日の日本を支える観光ビジョン」の中で、平成28年に199.2万人であった訪日クルーズ客を平成32年に500万人に増やすことを目標にしている。</p> <p>本市における外国クルーズ客船の寄港回数は、平成24年は2回であったが、平成27年から中国客船の誘致を開始するとともに、沖合人工島長州出島の整備等を合わせて行い、その結果大型客船の寄港が可能になったことから、平成29年は53回となり、大幅に増加した。</p> <div data-bbox="749 803 1302 1149"> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年</th> <th>寄港回数(回)</th> <th>上陸乗客数(人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平成23年</td> <td>1</td> <td>57</td> </tr> <tr> <td>平成24年</td> <td>2</td> <td>128</td> </tr> <tr> <td>平成25年</td> <td>1</td> <td>102</td> </tr> <tr> <td>平成26年</td> <td>1</td> <td>106</td> </tr> <tr> <td>平成27年</td> <td>4</td> <td>2,680</td> </tr> <tr> <td>平成28年</td> <td>14</td> <td>11,889</td> </tr> <tr> <td>平成29年</td> <td>53</td> <td>105,355</td> </tr> </tbody> </table> </div> <p>しかしながら、寄港回数は増加しているが、下船後、福岡や北九州の免税店に行くなど、下関を観光しないことも散見されることから、今後は、市内観光やショッピング等に誘導する施策が必要である。</p>	年	寄港回数(回)	上陸乗客数(人)	平成23年	1	57	平成24年	2	128	平成25年	1	102	平成26年	1	106	平成27年	4	2,680	平成28年	14	11,889	平成29年	53	105,355
年	寄港回数(回)	上陸乗客数(人)																							
平成23年	1	57																							
平成24年	2	128																							
平成25年	1	102																							
平成26年	1	106																							
平成27年	4	2,680																							
平成28年	14	11,889																							
平成29年	53	105,355																							



13. 交通手段に対応した受入態勢の強化、充実

施策の内容	主な評価
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>二次交通の課題解消のために、JR下関駅、JR新下関駅から角島や城下町長府への「しものせき観光バス」の運行やレンタカー利用の促進などに取り組んでいる。</p> <p>また、交通機関が実施している各種割引切符の情報ははじめ、祭り開催に伴う渋滞緩和のためのシャトルバス、駐車場等の情報については、いち早くホームページ等を通じて情報発信に努めている。</p> <p>近年、訪日外国人観光客もレンタカーやレンタサイクルを利用する機会が多いことから、これらに関する情報提供の強化に努める。</p> <p>これらのことから、交通手段に対応した受入態勢の強化充実を引き続き進めていく。</p>

14. 観光振興策としてのハード充実

施策の内容	主な評価
<p>費用負担等を考慮する必要があるが、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</p> 	<p>平成25年に『はい！からっと横丁』がオープンしたことで、あるかぼーとの一部活用が行われた。また、平成27年に国道9号壇之浦遊歩道「壇之浦コースト」、平成28年に新博物館「下関市歴史博物館」が完成した。</p> <p>今後も継続してあるかぼーと開発や火の山山頂の整備の検討が進められており、観光振興策としてのハード整備の強化充実を引き続き進めていく。</p>

15. エリア別観光振興の強化、充実

施策の内容	主な評価
<p>本市、各エリアが持つ豊かな地域特性をいかした、観光振興の強化、充実を図る。</p>    <p>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いかした強化が必要である。</p>	<p>各エリアの特性をいかした観光振興に取り組んでおり、グルメや体験型観光、歴史観光等、各エリアの観光資源の活用を図っている。</p> <p>① 巖流島 武蔵・小次郎決闘400年記念として「巖流島決闘十番勝負」を実施したほか、北九州市と連携して、「巖流島リレーマラソン」等のイベントを開催している。</p> <p>② 唐戸・グリーンモール 唐戸市場の海鮮屋台村やグリーンモールの焼肉など、両エリアとも「食」のイメージが定着している。食の情報冊子「taberuhō（たべるほ）」の作成をはじめ、ホームページ、SNS等を活用した情報発信に努めている。</p> <p>③ 城下町長府・吉田 城下町長府では、NHK大河ドラマ「花燃ゆ」放送に合わせイベント等を実施したほか、吉田では、高杉晋作没後150年に合わせイベントを実施した。 また、明治維新150年を契機に史跡・名所を巡るスタンプラリーを実施するなど、歴史エリアとしての魅力発信に努めている。</p> <p>④ 壇之浦 みもすそ川公園では、「歴史体感☆紙芝居」を継続実施しており、平成29年には新演目として「下関とふく」が登場した。 また、NEXCO西日本と連携して、平成30年には関門トンネル開通60年記念事業を実施する。</p> <p>⑤ 火の山 平成28年に、火の山ユースホテル「海峡の風」がグランドオープンした。</p>

⑥ 旧4町

「果物狩り」「そば打ち」「つり」等、地域の特性をいかした体験型観光の推進に努めている。

菊川エリア：中国人旅行客の田舎体験を実施。また、地域の特産品を食材とする“小日本ぶちうま鍋”を継続実施。

豊田エリア：西日本随一の美肌の湯「一の俣温泉」をはじめ、道の駅「蛍街道西ノ市」等の情報発信に努めたほか、日本初の「ホタル舟」も継続実施。

豊浦エリア：「コスモスまつり」や「福德稲荷神社」のフォトバスツアーを実施。

豊北エリア：絶景スポットの「角島大橋」をはじめ、行ってよかった道の駅ランキングで全国第1位の道の駅「北浦街道豊北」を巡る観光バスツアーを実施。

各エリアでのハード、ソフト両面での観光振興の強化充実を引き続き進めていく。

これらの進捗状況と中間評価を踏まえ、数値目標達成に向けて、2022年（平成34年）までの今後5年間に取り組む新たな方策や、増加する訪日外国人客の対応施策等を修正・追加する。

4 観光動態調査

本市の観光客数の調査方法については、観光施設や史跡・名所など年間を通じて観光地点を訪れた「通年型観光客数」と、行祭事及びイベントなど時期が限定されている行事を訪れた「季節型観光客数」を暦年で集計し、算出している。

「ビジョン2022」策定後、平成25年にアミューズメント施設「はい！からっと横丁」がオープンし、平成26年に「旧下関英国領事館」がリニューアル、平成28年に「下関市立歴史博物館」が開館したこともあり、観光客の動向や特性を把握するため、平成12年度、平成18年度、平成23年度に続き、平成28年度に観光動態調査を実施した。

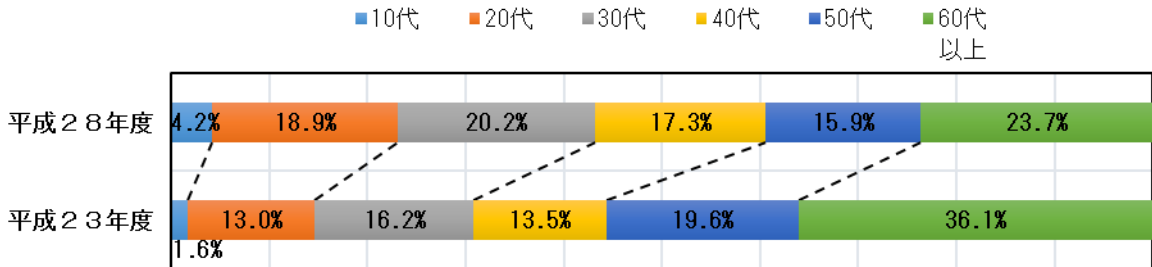
本調査は、目標としている10年後の平成34年における観光客数1,000万人、宿泊客数100万人の達成に向けて、これまで実施してきたことがどのような成果を出したのか、どのような軌道修正が必要であるかを把握、検討するための調査でもある。

(1) 下関市を訪れる観光客の動向

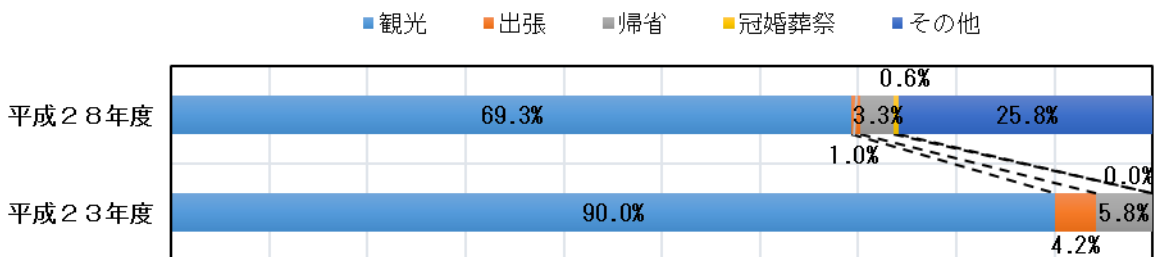
(資料：平成28年度観光動態調査)

※回収サンプル数：2,033

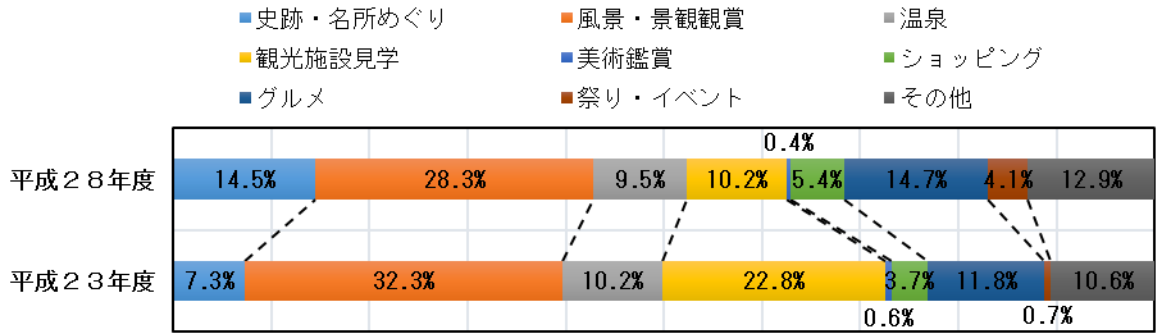
年齢構成の内訳



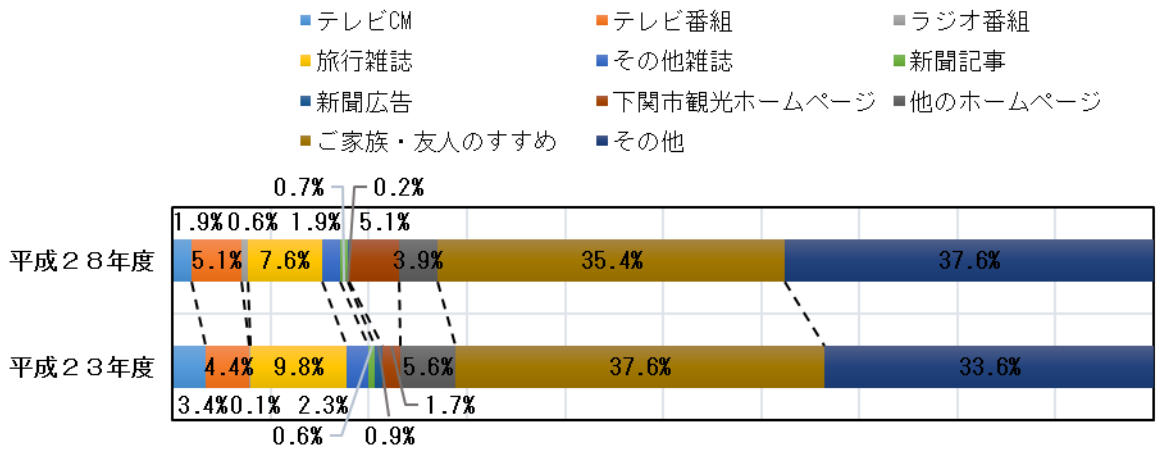
旅行目的の内訳



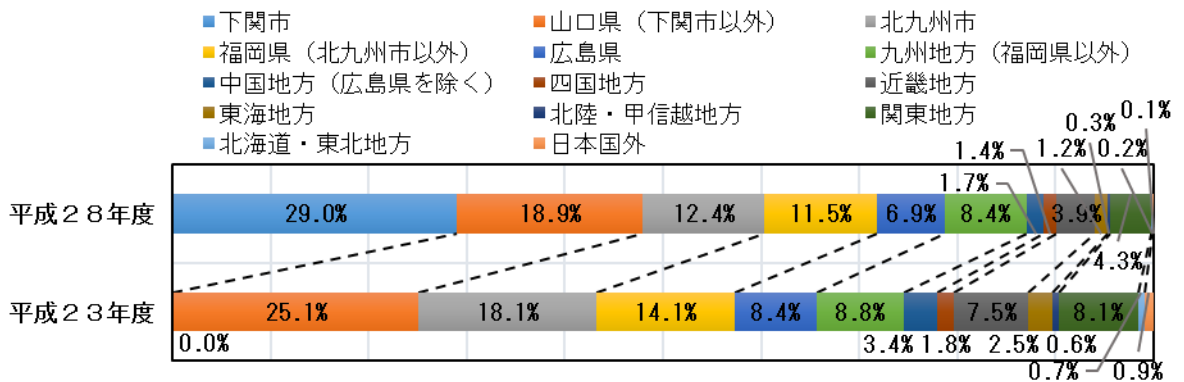
旅行の一番の目的



下関市を選んだきっかけとなる情報源の内訳



居住地構成の内訳



(2) 結果分析 (主な課題抽出)

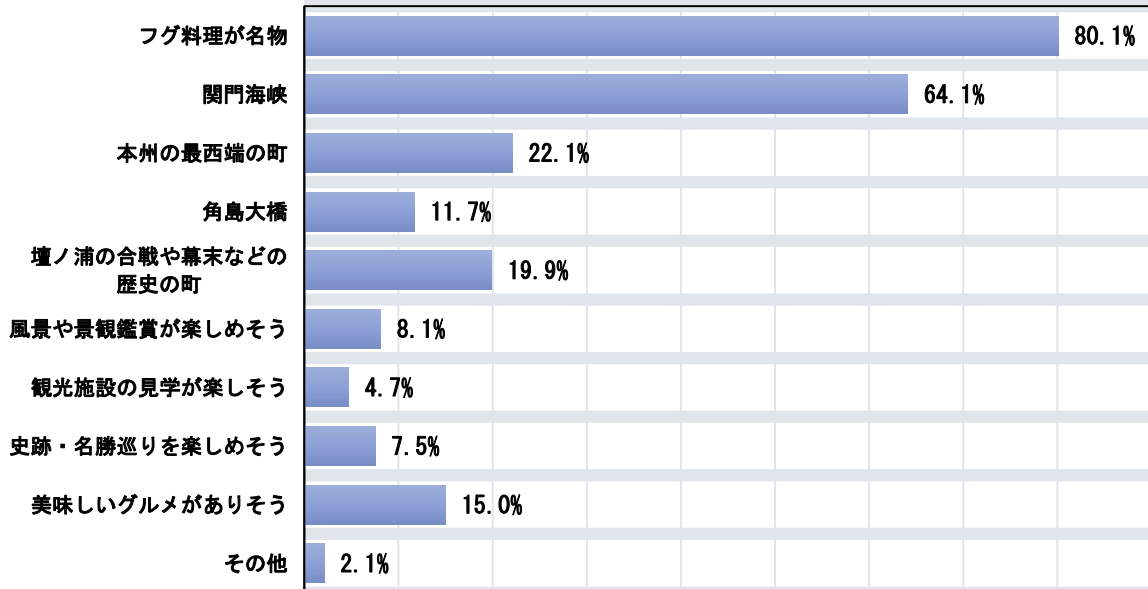
① ブランディング

A 本市の魅力をもっと適切に伝えるためのコンテンツ(写真/動画/記事)が必要

インターネットでの調査によると、『下関市』としての認知度及び「ふぐ」や「関門海峡」の認知度はかなり高いものの、それ以外の観光資源は認知度が低い。

下関市のイメージ

※複数回答、回収サンプル数：1,031



「ふぐ」以外のグルメや温泉、旅館、角島や海響館をはじめとしたスポットなど、せっかく魅力的な観光資源を持っていても、認知されなければ観光客が訪れることもない。

まずはそういった観光資源をもっと魅力的に訴求するためのコンテンツ(写真/動画/記事)を制作する必要がある。また、コンテンツ制作の際には「どのような属性の消費者」に「どのような見せ方で本市の魅力をお届けするか」という点を戦略的に組み立てることがもとめられる。

B 観光ホームページの充実

現状の観光ホームページ「楽しも! (<https://shimonoseki.travel/>)」で情報の発信を行っているが、いくつかの観光資源及びかつターゲットを明確にし、更なる充実を図る必要がある。

下関の魅力が伝わるような写真や動画が必要になるので、若年層の女性向けを前提にして準備するとともに、それらを素材にした記事(どのような体験ができるかわかるもの)も制作する。

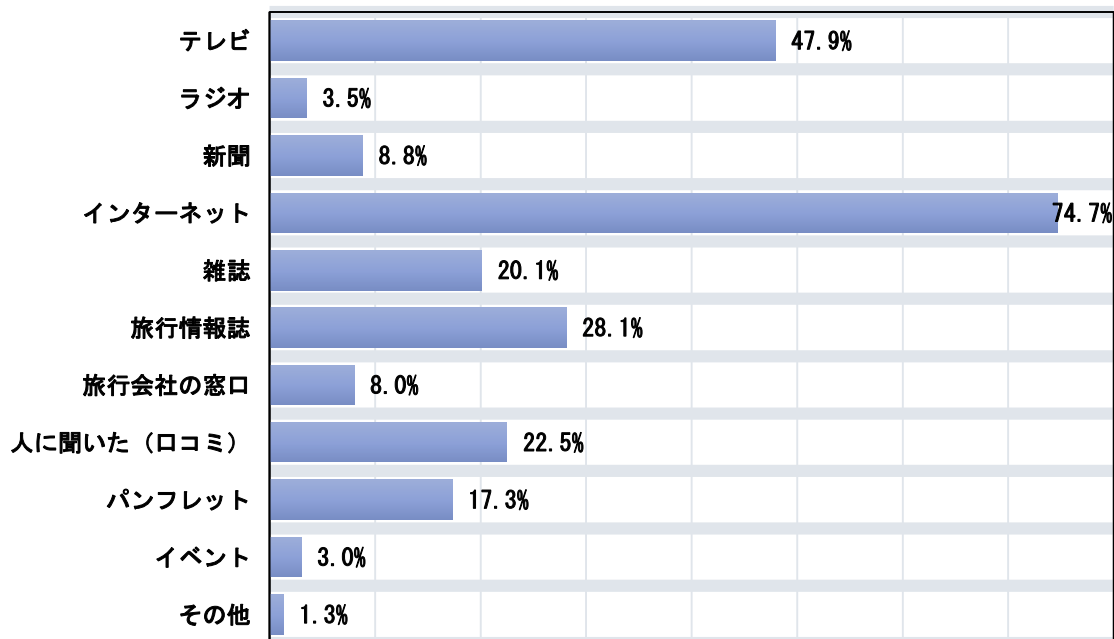
② Webマーケティング

・Webマーケティング（インターネットを利用した情報発信）を本格的に展開

インターネットでの調査によると、多くの観光客が旅行情報の入手経路としてインターネットを選択している。

旅行先の決定方法

※複数回答、回収サンプル数：1,031



また、旅行の決め手となりやすい「口コミ」も近年ではツイッターやインスタグラム、フェイスブックなどのSNS経由で拡散されることが多くなっている。

平成34年に向けて、この傾向はより顕著なものになると予想されるので、本市としても情報発信の主として「インターネット」を活用しなければならない。

観光客誘致のためのWebマーケティングについて（イメージ）

認知の段階で有効な施策	興味／関心の段階で有効な施策
<ul style="list-style-type: none"> ・ YouTube広告 ・ ディスプレイ広告 ・ SNS広告 etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ・ リスティング広告（検索広告） ・ 魅力が伝わる記事／写真／動画 ・ 既に体験した人のレビュー ・ SNS運用 etc.

5 観光を取り巻く現状

国は、平成18年12月に「観光立国推進基本法」を制定し、平成19年6月に「観光立国推進基本法」の閣議決定を行った。また平成20年10月1日には、観光行政の責任を有する組織を計画化するとともに、機能的かつ効果的な業務の遂行を可能とする体制を整備するため、「観光庁」が発足した。

平成25年3月には、観光立国実現の施策について、関係行政機関の緊密な連携確保と、効果的かつ総合的な推進を図るため「観光立国閣僚会議」が開催されている。

平成28年3月、政府は「日本の明日を支える観光ビジョン」（平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定）の中で「観光先進国」という新たな挑戦により、2020年に、訪日外国人旅行者数4000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円、日本人国内旅行消費額21兆円の目標を掲げた。また、観光の力で、地域に雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革する必要があるとしている。

このような国の動きを加味し、本市においては、「下関市観光交流ビジョン2022」を策定した平成24年以降、さまざまな取り組みや事業を行い、目標達成に向け、観光振興の飛躍を図ってきた。

「ビジョン2022」策定時と比べ、観光を取り巻く環境は大きく変化した。インターネットの普及による通信環境の変化、中国からの大型外国クルーズ客船の増加、訪日外国人観光客の増加をはじめ、観光客の旅行形態やニーズも多様化してきている。このような社会情勢の変化に対応するため「インターネットや各種情報メディアを活用したプロモーション」「外国人観光客・客船誘致の推進」「国内交通事業者・観光関係者との連携」が必要になることから、これらを盛り込んで施策の修正と追加を行い、今後事業を推進していく。

また、平成28年度に実施した観光動態調査の結果を踏まえた、施策の修正と追加も行う。

第2章 基本戦略及び戦略遂行のための施策

「ビジョン2022」において定めた第3章『基本戦略及び戦略遂行のための施策』を引き続き進める。また、目標達成のために8施策を修正、3施策を追加する。修正、追加をする施策項目については、以下のとおり。

1 修正する施策

下関市観光交流ビジョン2022

第3章 施策3 P56

施策3 滞在消費額の拡大(修正)

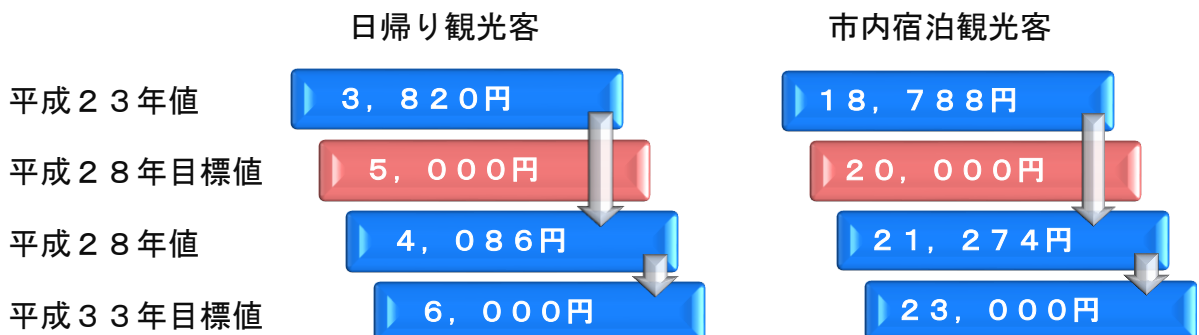
「ビジョン2022」では、平成28年の滞在消費額の目標値を日帰り観光客5,000円、市内宿泊観光客20,000円とした。観光動態調査の結果、滞在消費額は日帰り観光客が4,086円、市内宿泊観光客が21,274円となり、日帰り観光客の滞在消費額が目標達成に至っていない。

市内宿泊観光客については、これまで行ってきた朝や夜の宿泊者向けの観光サービスの実施が目標達成の一つの要因といえる。引き続き、歴史や景観、味覚を十分に楽しんでもいただける観光サービスの更なる拡大を図りたい。

今後、日帰り観光客の滞在消費額を増加させるためには、滞在時間の延長を図ることが重要である。そのためには、例えば女性に人気のある新たなスイーツを開発するなど、新たな商品開発やサービス提供によって周遊性の向上を図る。また、消費額の高い体験型イベントへの誘導や、有料施設の利用向上による滞在消費額の底上げを図っていく。

観光動態調査によると本市旅行でのお土産物については、「ふく関連」や「海産物」が多くを占めていた。引き続きこれらの商品の充実はもちろん、新たな本市ならではの土産物の開発について、商工会議所等と連携しながら取り組んでいく。

◆◆滞在消費額の目標値◆◆



施策4 観光プロモーションの強化、充実(修正)

近年、観光旅行の形態は、決められたコースを回る団体旅行から、自分の目的に合わせた個人旅行へシフトしており、観光情報の入手方法についても、これまでの観光雑誌やチラシ、パンフレットから収集していたものが、自分の目的に必要な情報をインターネットで収集するように変化している。また、旅行の予約方法もインターネットを活用した方法に変化するなど、スタイルが大きく変わってきている。

本市では、市内各団体と連携し、常に新たな情報の収集に努め、観光ホームページで旬な情報を発信していくとともに、民間団体を代表する（一社）下関観光コンベンション協会等のホームページと連動することで効果的な情報発信を行う。さらに、フェイスブックを利用したリアルタイムな情報の発信もあわせて行う。

観光パンフレットや観光マップについては、多種多様な世代や旅行形態に対応するため、女子旅、大人（シニア向け）旅や家族旅行等ターゲットを明確にした上で必要な情報が確実に手に入る内容のものを発行してきた。しかしながら、近年スマートフォンやタブレット端末の普及、インターネットを活用したSNSの利用者増加に伴い、インスタグラム等の個人による情報発信が大きく広がるなど、現地での観光情報収集が進んでいることが考えられ、観光情報への誘導方法も工夫する必要がある。

また、いわゆる「インスタ映え」するような商品や観光資源の発掘を行い、本市に来ていただき、楽しんでいただき、ファンになっていただき、観光客からも情報発信していただけるようにつなげていき、観光振興の促進を図る。そのためにも、市内観光施設における無料wi-fiの整備も引き続き行っていく。

ただし、SNSについては今後トレンドの変化も考えられ、これら情報発信等については柔軟に対応していく必要がある。



様々な世代等を対象にしたパンフレット

施策5 コンベンション(MICE)誘致の強化、充実(修正)

宿泊客数並びに滞在消費額の増加を図るうえで、MICEの誘致は非常に有効な手段であり、全国大会や中国地方大会などのブロック大会であれば、開催期間中、数日にわたり宿泊を伴うこととなる。

また、一般の観光客のように、数ある候補地の中から目的地を選定し、そこを目指して来るのではなく、本市が会議・大会等の開催地となることで、多くの参加者が訪れ、飲食や宿泊、土産品も購入するため、経済効果の意味でも非常に効率的といえる。

さらには、MICE参加者の満足度を向上させることにより、リピーターとなる可能性も含んでいる。

本市の宿泊施設は、MICEに適したビジネスホテルが多いものの、大規模な学会等を引き受けるには施設やホテルの客室数の問題があった。しかしながら、平成27年5月に開催した「第58回日本糖尿病学会年次学術集会」では、参加者12,000人規模の大会を見事に成功させた。

この大会期間中の宿泊状況は、北九州市など近隣都市まで広がったが、市内に宿泊しなかった参加者についても、市内での飲食、土産品の購入、移動のための交通費等、開催に伴う経済効果は11億3,300万円と試算された。

今後、都市間競争がますます激化する中で、コンベンションシティとして確立していくためには、受け入れのための具体的な施策の研究やニーズ調査を行い、本市の景観や食といったオンリーワンの特色を全面に打ち出すだけでなく、これまで主要ターゲットとしている500~1,800人規模の大会等の誘致に加え、1万人規模の大会でも成功させた実績により、大規模な大会等もターゲットとして誘致を図ってかなければならない。

なお、大規模大会を成功させた成果として、平成31年10月に「第52回日本薬剤師会学術大会」（参加者約1万人）の開催が決定している。

また、近隣都市の開催状況も含めた情報収集や分析、さらには現在実施している「MICE開催助成金交付制度」については、誘致するうえで大きなアドバンテージとなることから、その拡充の必要性についても検討していく。

加えて、MICE参加者は興味・関心が一致するため、研修とつながる視察観光など、目的に合わせた多様なメニューを造成、PRしていくことで、滞在消費額の増加につなげていく。

施策8 市民ホスピタリティの向上(修正)

観光客にとって、その土地で出会った人の印象が旅の思い出に大きな影響を与えることから、本市を訪れたより多くの方に、「来てよかった」「また来たい」と思っただけのためには、市民一人ひとりが『おもてなし』の心で、観光客を温かく迎える気持ちを持つことが大切である。

そのためには、観光に携わる人間だけではなく、市民や観光関係団体、行政などが一体となって、おもてなしの心を育み、広め、高めていくことが必要であることから、引き続き市民参加型イベントへのボランティア募集を行う。

また、市民自らが「自分たちのまちのよさ」を知ることも必要であり、これからの本市を担う若年層に対しても、本市のよさを改めて知っていただくよう、市が以前より行っている「出前講座」への参加を呼びかけたり、市内大学入学時の観光パンフレット配布などの取り組みを引き続き進めていく。

新たな取り組みとして、若年層から特産品や観光体験への興味など等身大の視点を商品開発に生かし、SNSなどで発信するなど積極的に関わってもらうことで、新たな視点や効果も期待ができる。さらに、地域の取り組みに参加し、地元の方々とつながることで、より愛着が高まれば、本市を離れ他地域に移っても、本市の商品を継続して購入したり、本市を訪れるなどにより顧客生涯価値が高まることも期待できる。

市民全体が『おもてなし』の心に満ち溢れることで、本市の一層のイメージアップとリピーターの確保につながることから、市民ホスピタリティの向上の一環として、表彰制度や認定制度の導入を検討することも一考する価値がある。

また、外国クルーズ客船寄港時のサービス向上のため、通訳ガイドに市内の大学に在学する留学生の協力も促していくことで、訪日外国人観光客に対するホスピタリティの向上にも努める。

施策9 宿泊客の受入整備(修正)

宿泊者数100万人の実現に向けて、歴史・文化遺産等をいかした体験による観光客の誘致や本市にある海響館と、北九州市・美祢市・宇部市などと連携した産業観光を含めた修学旅行の誘致、平成32年の東京オリンピック・パラリンピックを間近に控え、訪日外国人の増加が見込まれる中で受入態勢の整備を図るなど、旅館・ホテル等とも連携を深めながら本市の観光コンテンツをいかし、一年を通じたオンシーズンによる魅力ある観光地づくりに取り組んでいく。

◆ 本市が宿泊客数100万人のハードルを突破するための考察 ◆

■ 平成28年の市内宿泊施設の客室稼働率

- ・タイプ別稼働率 ①ビジネスホテル 64.96%
- ②ビジネス以外 34.34%

※ ビジネスホテルの稼働率は、県平均(66.3%)をやや下回っている

● 平成28年の宿泊客数

- ① 685,470室(年間客室総数※年間定員総数:913,960人) × 64.96%(稼働率)
× 1.33人(1室あたりの平均定員数) ≒ 592,160人
 - ② 182,500室(年間客室総数※年間定員総数:719,780人) × 34.34%(稼働率)
× 3.94人(1室あたりの平均定員数) ≒ 246,892人
- 合計 839,052人

平成28年の数値をもとに、目標100万人を達成するためには…

- ・現状の客室数で目標100万人を達成するためには

客室稼働率の10%アップが必要
- ・現状の客室稼働率で目標100万人を達成するためには

⇒ 大型ホテル(シティ・リゾート)の誘致により達成可能

ビジネスホテルタイプであれば、511室の増加が必要

★ 目標を達成するためには、稼働率の底上げ【10%アップ】が必要

$$\begin{aligned} \text{① } & 685,470 \text{室 (年間客室総数)} \times 74.96\% \text{ (稼働率)} \\ & \times 1.33 \text{人 (1室あたりの平均定員数)} \doteq 683,391 \text{人} \\ \text{② } & 182,500 \text{室 (年間客室総数)} \times 44.34\% \text{ (稼働率)} \\ & \times 3.94 \text{人 (1室あたりの平均定員数)} \doteq 318,826 \text{人} \\ & \text{合計 } \underline{1,002,217 \text{人}} \end{aligned}$$

若しくは客室数の増加 (① 511室 ※1) が必要

$$\begin{aligned} \text{① } & 871,686 \text{室} \text{ ※2 (年間客室総数)} \times 64.96\% \text{ (稼働率)} \\ & \times 1.33 \text{人} \doteq 753,108 \text{人} \text{ ※3} \\ \text{② } & 182,500 \text{室 (年間客室総数)} \times 34.34\% \text{ (稼働率)} \\ & \times 3.94 \text{人} \doteq 246,892 \text{人} \\ & \text{合計 } \underline{1,000,000 \text{人}} \end{aligned}$$

※1 186,216室 (871,686室 - 685,470室) ÷ 365日 ≐ 511室

※2 宿泊者数より逆算し算出

※3 タイプ別の宿泊者は、②のみ平成28年と同数と仮定

$$\text{① } 1,000,000 \text{人} - 246,892 \text{人} = 753,108 \text{人}$$

注：「ビジョン2022」では、同考察において「定員稼働率」を指標として使用していたが、観光庁が行っている宿泊旅行統計調査を始めとする各種統計等では、多くが「客室稼働率」を指標としていることから、本附則では上記のとおり「客室稼働率」を使用することとした。

○ 参 考

	宿泊定員	定員稼働率	客室数
平成22年	5,330人	35.3%	—
平成28年	4,476人	51.36%	2,378室

施策10 外国人観光客の誘致強化(修正)

訪日外国人旅行者数の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）

近年訪日外国人旅行者は大幅に増加をしており、2017年の日本全体の訪日外国人旅行者数は、クルーズ船寄港数の増加や航空路線の拡充、ビザ緩和、消費税免税制度の拡充等により、対前年比19.3%増の2,869万1千人（年間推計値）で過去最多となった。中でも、中国は前年比15.4%増の735万6千人と全市場で初の700万人に達した他、韓国が初めて700万人を、台湾から450万人を迎え、香港を加えたアジア4市場で2,100万人を超えている状況である。国では、2020年の東京オリンピック開催年に、訪日外国人旅行者4,000万人、外国人旅行消費額8兆円を目標として掲げ、達成のために未だ訪日観光が伸びていない欧米及び豪州からの訪日観光客誘致に取り組んでいる。

本市については、平成28年（2016年）の関釜フェリーを含めた下関港の外国人入国者数は、7万7千593人（入国管理局発表）となっている。空路については、平成28年度（2016年度）に引き続き、平成29年度（2017年度）も10月から3月にかけて山口宇部空港・韓国ソウル（仁川）間の国際定期便が就航しており、北九州空港と韓国ソウル（仁川）、釜山、中国・大連を結ぶ国際定期便も運航している。また、平成30年（2018年）10月からは、北九州・台北便も毎日1往復就航する予定である。外国クルーズ客船については、2017年に53隻寄港し、10万5千人を超える乗客が上陸した。

本市の外国人宿泊者数は平成27年の1万3千571人に対し、昨年の平成28年は1万9千240人で41.8%増加しており、国別では韓国・中国・台湾・香港と続き東アジアからの観光客が中心となっている。

今後も引き続き増加する訪日外国人観光客の誘致強化のため、国の施策と連動して以下の施策を行う。

(1) インバウンド情報発信

訪日外国人観光客を誘致するため、訪日外国人観光客の多くが利用するインターネットやSNSを活用し、国や旅行スタイルに応じたニーズや行動特性に対応する多面的なプロモーション戦略を展開し、本市の情報発信を行うとともに、本市の魅力を積極的に発信する施策を展開していく。また、訪日外国人観光客のためのwi-fi整備も進めていく。

(2) 受入れ環境の整備及び人材育成

市民及び観光関連事業者との一体となった取り組みが、インバウンド誘致成功のカギとなることから、下関らしいおもてなしや円滑なコミュニケーションが行われるよう、下関港国際ターミナル内の観光案内については、留学生や留学経験者を積極的に活用するとともに、観光案内等の対応可能なボランティア通訳や留学生の登録制度を整備する。

また、外国語パンフレットや表示等の多言語対応を充実させるとともに、翻訳アプリの活用や、中国語・韓国語・英語など必要な言語で指差し会話付きサービス業従事者用会話集を作成し、円滑なコミュニケーションを促進する。

今後の事業としては、各種商業施設や飲食店と連携し、対応力のある人材を育成するためのおもてなし研修会を実施し、受入れ環境の整備に努める。

(3) 広域での取り組み

訪日外国人観光客は滞在日数も長く、広い範囲を周遊することから、行政単位を超え、地域の魅力ある観光資源を広域的に発信していくことが重要となってくる。

具体的には、広域的観光関連団体となる、山口県国際観光推進協議会、中国地域観光推進協議会並びに周辺自治体と連携し、旅行会社やブロガーの招聘事業、旅行雑誌への情報掲載、観光TVの誘致、海外での誘致を行う。

また、関門地区に訪日外国人観光客を誘致するため、関門連携の一環としてビッグデータ等を活用し、訪日外国人観光客の移動経路や嗜好などを把握することにより、戦略的に訪日外国人観光客の誘致施策を行う。

(4) F I T※1への対応強化

F I Tは自由に観光地を散策することから、レンタカーやレンタサイクルに関する情報やマップの多言語化を行い、ホームページ等で発信するとともに、各種周遊チケットの開発や周知を継続して行う。

また、F I Tが求めていることとして、日本の「文化」「食」「景観」「体験」が挙げられる。日本の様々な都市の中から本市を選んでもらうためには、本市独自の「食」や「自然」をより魅力的なものになるようブラッシュアップしていく必要がある。具体的には、角島の絶景をいかしたグランピング※2の推進や、急速にF I T化が進む外国人観光客の嗜好にあった自然景観を満喫できる多様な体験型オプションツアーの造成を進めていく。

※1 F I T … パッケージツアーに対して、個人や少人数で、コースや日程・宿泊施設などを自由に決めて行う旅行。

※2 グランピング … 「グラマラス」と「キャンピング」を掛け合わせた造語で、ホテル並みの設備やサービスを利用しながら、自然の中で快適に過ごすキャンプのこと。

(5) 訪日外国人観光客誘致の取り組み強化

本市を訪れる訪日外国人観光客は、アクセスや地理的特性等から韓国・中国・台湾・香港の東アジア地域が上位を占めており、インバウンドにおける重点市場と位置づけて引き続き誘致活動を行いセールスに努める。

また、欧米豪の訪日外国人観光客は「日本の歴史・伝統文化体験」や「自然・景勝地観光」を好むことから、本市にあるこれらのコンテンツを積極的に発信し、新たに欧米豪の観光客誘致に取り組んでいく。

本市は「せとうち・海の道」周遊ルートの広域観光拠点地区にも指定され、今後は中四国7県で組織された「せとうち観光推進機構」と連携し、甲冑・官女の着付け体験・ホタル舟・河豚食体験等の体験型観光を提案するとともに、長期滞在の傾向がある欧米豪の訪日外国人観光客に対して、本市にあるゲストハウスやユースホステルの魅力を広く発信し、古民家を活用した民泊についても推進していく。

(6) 訪日外国人観光客の消費拡大のための施策

訪日外国人観光客は滞在日数が比較的長く、買い物、宿泊、飲食などにかかる消費額が多い。これらを本市において消費させるためには、訪日外国人観光客の多くが利用するクレジットカードやスマートフォンによる決済の導入が必要であることから、民間団体と協力し、このような支払い方法を推進するとともに、消費税免税店の登録等、官民一体となって消費拡大を展開していく。

施策11 広域連携の推進(修正)

北九州市との広域連携については、平成29年4月に共同で申請した「関門“ノスタルジック”海峡～時の停車場、近代化の記憶～」が日本遺産に認定されたことから、両市産官学民連携のもと、構成文化財等の積極的活用を図り、国内外への情報発信を進めることにより、関門海峡の認知度向上とインバウンドを含めた交流人口の拡大を推進する。

また、地方創生推進交付金を活用して行っている北九州市とのフィルム・コミッション事業では、関門地域をロケ地とする国内外の映画・テレビドラマを誘致し、関門地域のイメージアップを図るとともに、ロケツーリズム等によるインバウンド促進を進めていく。

平成29年に運行が始まったJR西日本が運行する新山陰観光列車「〇〇のはなし」では、沿線の長門市や萩市と連携して列車内や停車駅において、特産品のPRやおもてなし等を実施し、全国に向けて魅力を発信していく。

同沿線には「角島」や「元乃隅稻成神社」等写真うつりが良い絶景地があることから、長門市と認知度向上に向けた魅力発信を展開していく。

さらには、平成30年に明治維新150年を迎えることから「維新」にゆかりのある都市間での連携や、平成29年に「朝鮮通信使」に関する記録が国連教育科学文化機関（ユネスコ）の「世界の記憶」に登録されたことから、朝鮮通信使にゆかりのある国内各地をはじめ、韓国とも国を超えた連携を進めていく。

山口県では、「サイクル県やまぐちプロジェクト」としてサイクルスポーツ振興に取り組んでいることから、自転車を利用した観光振興とあわせて、自動車やレンタカーを活用した近隣都市との周遊促進事業も検討していく。

今後も共通の観光コンテンツを有するエリアと連携を深め、本市の個性もいかしながら観光地づくりを進め、新たな魅力創出や滞在時間の延長、回遊性の向上による観光客の増を目指していく。



施策12 客船誘致の推進(修正)

中国をはじめとする東アジアのクルーズマーケットは拡大しており、船舶の大型化も進んでいる。本市においても外国クルーズ客船受け入れのための港湾施設の整備を行っており、平成30年4月以降は最大22万総トン級クルーズ客船が寄港可能となる。



大型クルーズ客船の寄港地における経済効果は、国土交通省の試算で1人当たり3～4万円とされており、大きな経済効果が期待される。しかしながら、クルーズ客船のツアーは滞在時間が比較的短く、時間内に消費活動を行ってもらうためには円滑に市内を移動できることが重要である。寄港時は多数のバスが移動するため、駐車場の確保及び円滑な運行ができるよう、ランドオペレーター※にも働きかけ、受入れスタイルを確立していく。加えて、市内商業施設や関係事業者等と協力し、消費喚起を促すために、免税店の拡大やキャッシュレス対応を強化していく。その他、受入れに際してトイレの使用やゴミ捨ての問題等が見受けられるため、外国語の注意書きを配布するなどに対応しながら、日本の生活習慣の理解度の向上に努める。観光案内やおもてなしに協力してもらう語学ボランティアの育成及び活用も充実させる必要がある。

また、ラグジュアリーなクルーズ客船の誘致については、体験型観光や絶景ツアーをはじめ多様な観光コンテンツを旅行会社等に提案し、本市への寄港を推進する。

※ランドオペレーター … 旅行業者から委託され、旅行者が利用する宿泊施設や交通手段などの手配を代行する業者



2 追加する施策

下関市観光交流ビジョン2022

第1章 P37

施策16 都市農漁村交流(グリーン・ブルーツーリズム)(追加)

「ビジョン2022」においては、グリーン・ブルーツーリズムへの取り組みに対し、日帰り型ツーリズムを中心とした取り組みを推進するとしているが、近年、訪日外国人観光客が増加を続ける中、宿泊を伴う滞在型の観光商品がもとめられているところである。

加えて、外国人観光客の増加に伴い、リピーターの増加が予測されることから、従前のゴールデンルート以外の多種多様なツアーの醸成が必要となっている。

現在、本市で行っている「果物狩り」や「そば打ち」、「つりの体験」等は、都市農漁村交流（グリーン・ブルーツーリズム）の体験型観光を推進する上で、欠かせないアイテムとなってきており、今後も地域資源をいかした、例えば民間企業が行っているふぐの調理体験など、下関ならではの、下関でないと取り組めないような体験型観光のメニュー等の充実を図ることが必要である。

また、事業を推進する上で、受入側の体制の構築についても重要であることから、農漁村地域での受入体制の整備や人材育成の支援を行い、日帰り型ツーリズムや既存の宿泊施設等と連携した宿泊型ツーリズムの都市農漁村交流を目指した体制の構築を図っていくことも課題となっている。

訪日外国人観光客を中心に、日本の文化を学ぶ体験型プログラムや、レジャー性の高いアクティビティの関心が高いことから、観光ビジネスとしての「農泊」の可能性も視野に、本市の自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在を含めた観光商品等、都市農漁村交流（グリーン・ブルーツーリズム）を推進するため、幅広くホームページやSNS等を活用して、情報発信の強化等の取り組みを展開する。



施策17 JR西日本との連携強化(追加)

これまでJR西日本では本市の観光素材を組み込んだ、「関門ふくフク三昧」をはじめとする様々な旅行商品を造成し、広報媒体を中心としたプロモーションを展開することで、積極的に本市への送客を行っている。

また、平成29年9月から12月までの間、全国のJRグループ6社と連携した大型観光キャンペーン「幕末維新やまぐちデスティネーションキャンペーン」が山口県において実施された。

平成29年6月からはJR西日本が新たに投入した豪華寝台列車「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」の運行が開始され、大阪、京都と並び下関が発着の拠点となっている。

さらに、平成28年1月に約10年間運行した山陰観光列車「みすゞ潮彩」がフィナーレを迎え、下関、長門、萩を結ぶ新山陰観光列車「〇〇のはなし」が平成29年8月から運行を開始するなど、本市の観光振興にとっては追い風となっている。

こうした動きは、本市のブランド価値・知名度の向上が図れるとともに、全国に売り込む絶好のチャンスであることから、JR西日本はもちろんJRグループと更なる連携を強化し、積極的なプロモーション活動を行う。

また、JRが訪日外国人観光客向けに発売しているジャパンレールパスは、訪日外国人観光客が下関に立ち寄る強力なアイテムとなることから、あわせてPRを行い、一人でも多くの方に本市へ来ていただくよう観光客の増加につなげていく。

今後は鉄道ファンも含めた観光客誘致のための施策も推進していく。



施策18 観光地としての稼ぐ力の推進(追加)

国においては、観光による地方創生に向け、地域の「稼ぐ力」を高めるとともに、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、「日本版DMO※」の形成・確立の必要性を提唱している。

これまでの観光を取り巻く課題として、関係者の巻き込みが不十分、データの収集・分析が不十分、民間的手法の導入が不十分といわれてきた。

本市では、平成12年に「しものせき観光キャンペーン実行委員会」を設立し、官民一体となり観光客への様々なおもてなし事業を展開してきたが、今後、持続的な観光地として「稼ぐ力」により自立していくためには、客観的なデータの収集・分析に基づいた戦略が必要不可欠である。

今後、「ビジョン2022」に掲げる目標達成のためには、観光地経営の観点からの施策展開も必要であることから、地域型、地域連携型など国内の先行成功事例を参考に進めていく。

※DMO … Destination Management Organizationの略で、観光のマーケティングや商品開発など一体的に進める組織

第3章 今後の推進体制

「ビジョン2022」を着実に推進するためには、市民・民間（観光関係団体等）及び行政が共同して取り組む必要があることから、それぞれが担う自らの役割を明確にし、各事業を展開する必要がある。推進体制は、次のとおり。

（１）市民の役割

観光客に対し地域ならではの魅力を発信するため、市民が自ら観光に対する意識を深めることが求められる。また、観光客にリピーターになっていただけるよう、おもてなしの心で観光客を迎えることや、市民が観光客誘客のためのイベントへの企画や運営などに取り組むなど、魅力ある街づくりの推進が求められる。

（２）民間（観光関係団体等）の役割

観光関係団体や観光施設、宿泊施設をはじめ、飲食店や旅行会社など観光に関わる事業者は、観光振興の担い手として重要な役割を担っている。観光客の多様なニーズに対応するため、各種サービスの向上や新たな魅力づくりとその発信、従業員等の資質向上などが求められる。

（３）行政の役割

市は、地域の観光資源や情報収集に努め、県や各市町などと連携、（一社）下関観光コンベンション協会をはじめとした民間事業者や市民との協働を図りながら、「ビジョン2022」の目標達成に向けて事業を展開していく。

おわりに

本附則では、平成24年12月に策定した「下関市観光交流ビジョン2022」の中間検証を実施し、実情に応じた今後5年間の基本的方向を定めるとともに、行うべき施策の修正と追加を行いました。

2022年（平成34年）の観光客数1,000万人、宿泊客数100万人の目標を達成するためには、「下関市観光交流ビジョン2022」で掲げた15の施策はもちろん、追加した3つの施策の着実な遂行が必要です。

しかしながら、近年、インターネットやSNS等、情報発信ツールの発展により、観光を取り巻く環境は変化を続けており、常に戦略の見直しや追加が求められます。

このようなことから、この度、策定した「下関市観光交流ビジョン2022（附則）」も、ビジョンの目標年である2022年まで固定されるものでなく、これからも観光客や観光関係者、市民の皆様からのご意見にも幅広く耳を傾け、目まぐるしく変化する時代のニーズに柔軟に対応しながら、引き続き「観光交流都市下関市」構築に向けたたゆまぬ努力を継続してまいります。

下関市観光交流ビジョン2022（附則）

策 定：平成24年12月（平成30年3月中間検証）

発 行：平成30年3月

発行者：下関市観光・スポーツ部観光政策課

下関市田中町5番6号

電話：083-231-1350
