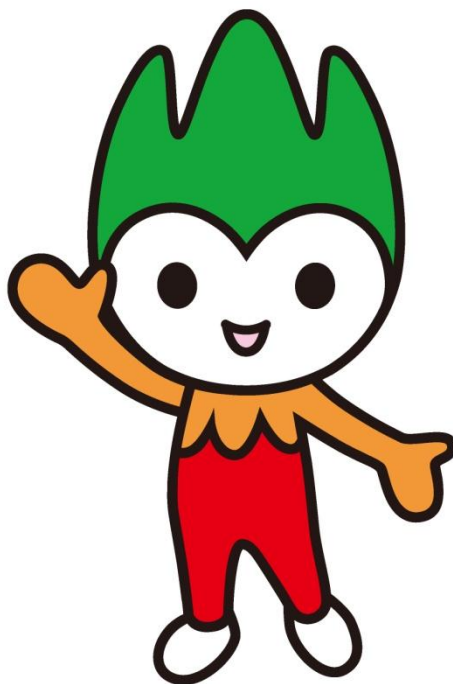


# やまぐち観光推進計画



山口県PR本部長 ちよるる

平成25年（2013年）10月

山 口 県

# 目 次

第1章 計画策定に当たって	1
1. 計画策定の趣旨	2
2. 計画の性格	2
3. 計画期間	2
第2章 現状と課題	3
1. 我が国の観光を取り巻く環境	4
2. 国の観光施策	6
3. 本県の観光を取り巻く環境	7
4. 本県観光の現状と課題	9
第3章 計画の目標と施策展開	15
1. 基本的な方向	16
2. 具体的な目標	16
3. 施策の体系	17
4. 推進体制	18
5. 進行管理	18
第4章 具体的な施策	19
I. やまぐちプロモーションの推進	20
II. 観光資源・おもてなしの充実	26
III. 「明治維新」をテーマとした観光ブランドの構築	35
IV. 外国人観光客倍増に向けた国際観光の推進	39

# 第1章

## 計画策定に当たって

- 1 計画策定の趣旨
- 2 計画の性格
- 3 計画期間

## 1 計画策定の趣旨

観光分野の施策を効果的に推進するためには、旅行・宿泊業から運輸、飲食、製造業など、幅広い産業分野における取組の整合を図るとともに、行政と民間の協働による、役割分担の明確化や方向性の共有、相互の連携強化を図っていくことが不可欠です。

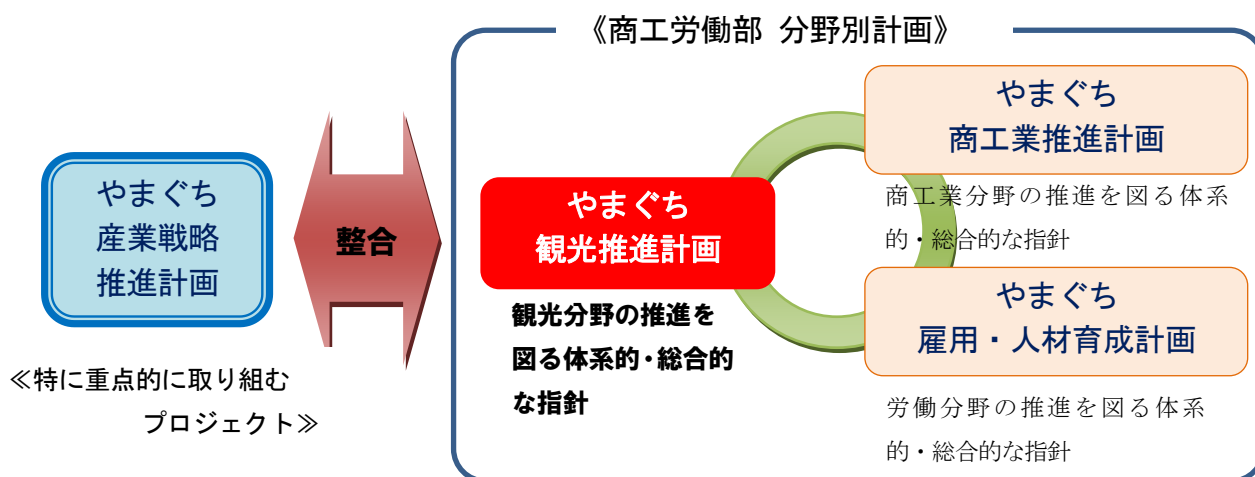
このため、観光分野において取り組むべき施策を体系的・総合的に整理した指針として、「やまぐち観光推進計画」を策定し、公民一体となった取組を強力に推し進めることによって、本県観光の振興を図ります。

## 2 計画の性格

「やまぐち観光推進計画」は、観光分野に関する個別計画（分野別計画）であり、観光分野の施策を体系的・総合的に整理した指針となるものです。

今後は、この計画に基づき、特に重点的に取り組むべき戦略的な施策を取りまとめた「やまぐち産業戦略推進計画」や商工労働行政の分野別計画（「やまぐち商工業推進計画」、「やまぐち雇用・人材育成計画」）とも、整合や連携を図りながら、県の最重要課題である「産業力・観光力の増強」に取り組んでいきます。

### 「やまぐち観光推進計画」の位置付け



## 3 計画期間

計画期間は、「やまぐち産業戦略推進計画」との整合も図り、平成25年度(2013年度)から平成28年度(2016年度)までの4年間とします。

# 第2章

## 現状と課題

- 1 我が国の観光を取り巻く環境
- 2 国の観光施策
- 3 本県の観光を取り巻く環境
- 4 本県観光の現状と課題

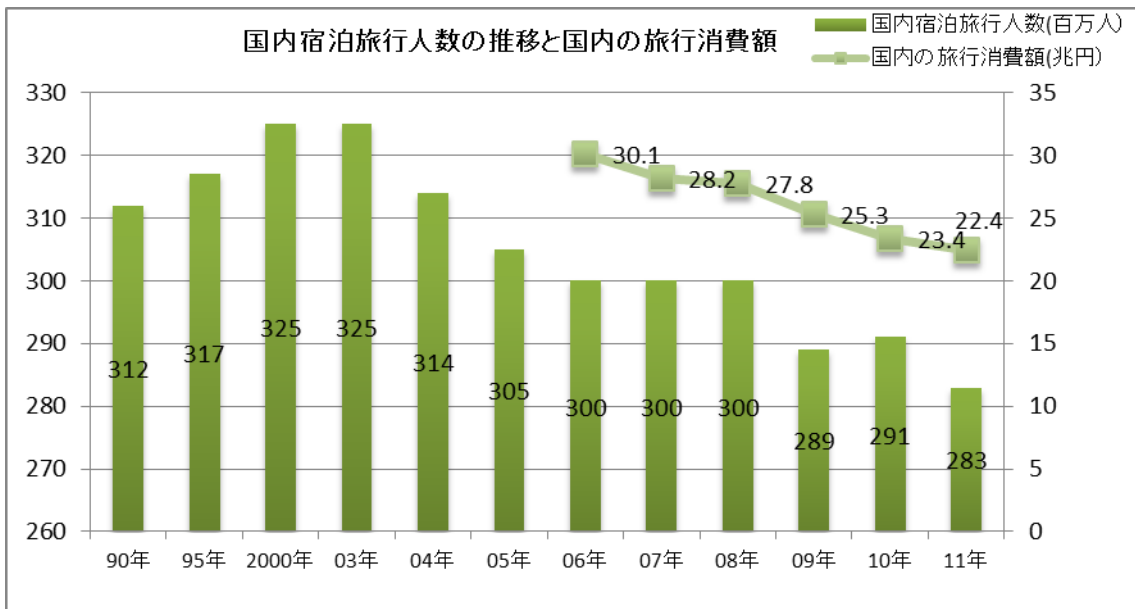
1 我が国の観光を取り巻く環境

(1) 国内旅行市場の動向

我が国における国内旅行市場は、人口減少や景気低迷の影響、趣味・レジャーの多様化等によって、1人当たりの宿泊数が減少傾向にあるのに加え、近年のいわゆる“安・近・短”志向の高まりによって、旅行消費単価が下落してきていることから、2006年(平成18年)の30.1兆円をピークに下がり続けており、2011年(平成23年)では22.4兆円と、2割以上減少しています。

一方で、2012年(平成24年)に入り、東日本大震災や所得減などで落ち込んだ国内旅行が持ち直しつつあり、景気回復ムードや円安傾向による旅行機運の上昇に大きな期待が寄せられています。

また、今後はさらに、こうした旅行市場の動向を背景に、観光地間競争が激化していくものと予測されます。

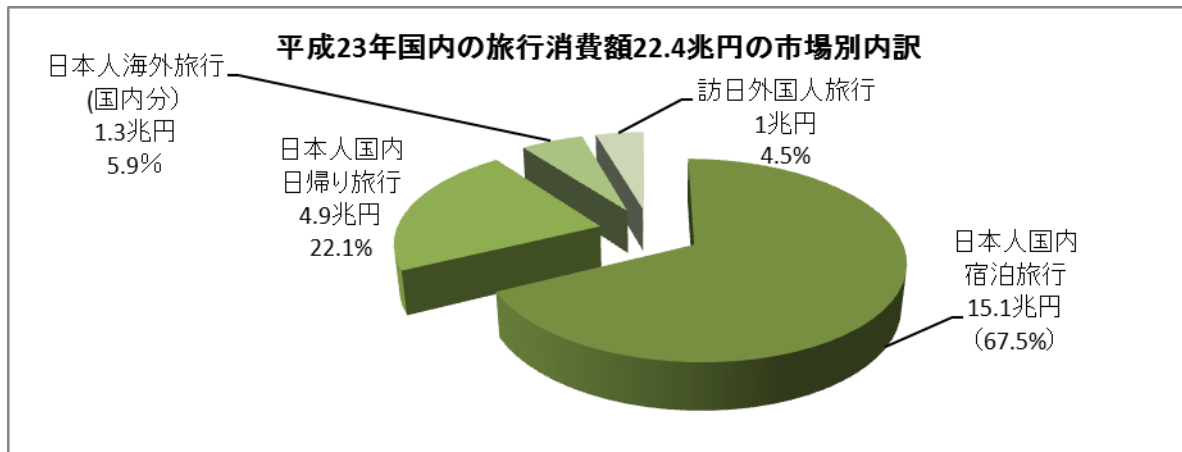


観光庁：旅行・観光消費調査、JTB：2012年の旅行動向見通し

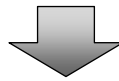
国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



(注) 1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。  
 2 平成23年の値は暫定値である。  
 3 平成20年までは、20歳から79歳までが調査対象。平成21年以降は、全年齢が調査対象 観光庁：平成24年版観光白書



観光庁「旅行・観光消費動向調査」、日本銀行「国際収支状況」[H23年調査]



### 旅行消費額の経済波及効果

- ・平成23年(2011年)の旅行消費額 22.4兆円で、前年に比べ1兆円(4.3%)減少
- ・旅行消費がもたらす生産波及効果 46.4兆円
- ・雇用創出効果 397万人

## (2) 旅行形態の変化について

### 団体旅行から個人旅行へ

バブル経済の崩壊以降、団体旅行から個人・小グループ旅行へのシフトが進んでおり、平成21年(2009年)以降は、経済環境の悪化や旅行ニーズの多様化に伴い、個人旅行の割合が7割以上を占めるなど、団体旅行の減少が加速化しています。

特に、女性、シニア層における少人数・グループ旅行が増加しています。

### 宿泊旅行から日帰り旅行へ

旅行ニーズの変化や消費単価の下落に加え、近年、高速道路網の整備や新幹線の高速化、LCC(Low Cost Carrier)の国内参入など交通インフラの整備が進み、移動時間の短縮化等により、それまで宿泊しなければ行くことができなかった観光地への日帰り旅行が可能となったことなどから、日帰り旅行へのシフトが進んでいます。

## (3) 旅行ニーズの変化について

近年、単に有名観光地を巡るだけでなく、個々の価値観やニーズに応じたテーマ性の強い「参加・体験型」の旅行の人气が高まっており、特に、農山漁村で生活・就業体験を楽しむグリーンツーリズムやエコツーリズム、サイクリングやマラソン、ハイキング等のスポーツツーリズム、地域の産業基盤そのものを活用した産業観光等に注目が集まるなど、新たな観光需要を掘り起こす起爆剤として期待されています。

＜関連データ＞ 顧客満足型旅行商品推進事業23年度調査（観光庁観光資源課）

着地型観光市場規模推計	単位：百万円	シェア
年間推定市場規模	33,100	100.0%
産業観光	10,622	32.1%
グリーンツーリズム	4,551	13.8%
エコツーリズム	5,601	16.9%
ヘルスツーリズム	4,015	12.1%
文化観光	5,557	16.8%
その他	2,754	8.3%

#### （４）インターネットの普及による影響

平成20年度(2008年度)以降、旅行先を選ぶ情報源としては、「インターネット」が最も多くなっており、特に近年は、スマートフォンやSNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）の普及に伴って、友人、知人の口コミあるいは、仲間同士による情報を参考にしている方が急速に増えています。

また、インターネットの普及に伴い、「楽天トラベル」や「じゃらん」などのオンライン・エージェント経由の旅行、宿泊予約が急激に増加しており、個人・小グループ旅行の増加、低価格志向の一因となっています。

## 2 国の観光施策

### （１）「観光立国推進基本計画」について

政府は、「観光立国」の実現に向けて、平成18年(2006年)12月に基本理念等を定めた「観光立国推進基本法」を制定（平成19年(2007年)1月施行）、平成20年(2008年)10月には推進母体として「観光庁」を設置したところです。

さらに、平成24年(2012年)3月には、「観光立国推進基本計画」（H24～H28）を策定し、平成28年(2016年)までに、「国内旅行消費額」を年間30兆円、「訪日外国人旅行者数」を年間1,800万人にすること等を目標に掲げて、その実現に向けた政策を総合的かつ計画的に推進しています。

#### 観光立国の実現に関する目標

目標の分類	観光立国の実現に関する目標
観光による国内消費の拡大	1. 国内における旅行消費額 〔平成21年(2009年)：25.5兆円〕 平成28年(2016年)までに30兆円
国際観光の拡大・充実	2. 訪日外国人旅行者数 〔平成22年(2010年)実績861万人〕 〔平成23年(2011年)推計：622万人〕 平成28年(2016年)までに1,800万人
	3. 訪日外国人の満足度 〔平成23年(2011年)：大変満足43.6%、必ず再訪したい58.4%〕 大変満足45%程度、必ず再訪したい60%程度
	4. 国際会議の開催件数〔平成22年(2010年)：741件〕 平成28年までに5割増以上、アジア最大の開催国



国内観光の 拡大・充実	5. 日本人の海外旅行者数 〔平成23年(2011年)推計:1,699万人〕2,000万人
	6. 国内宿泊観光旅行の年間平均宿泊数 〔平成22年(2010年):2.12泊〕(2.5泊)
	7. 国内観光地域の旅行者満足度〔実績値なし〕 (大変満足・必ず再訪したい25%程度)

## (2) 日本再興戦略—JAPAN is BACK—

平成25年(2013年)6月に公表された「日本再興戦略」において、観光については、「日本ブランドの作り上げと発信」、「ビザ要件の緩和等による訪日旅行の促進」、「外国人旅行者の受入の改善」、「国際会議等(MICE)の誘致や投資の促進」の4つの重点分野の施策推進を着実に進め、訪日外国人旅行者数のさらなる増加を目指すこととしています。

### 3 本県の観光を取り巻く環境

#### (1) 山口県における人口減少と少子高齢化

当県においては、全国より速いスピードで少子高齢化が進んでおり、消費の低迷や農山漁村を中心とした中山間地域の活力の低下が懸念されています。

こうした中、農山漁村等での生活・就業、民泊等の体験や、自然や景観を生かしたスポーツ・ヘルスツーリズム等による観光ポイントの形成は、近年の旅行ニーズにマッチした有効な戦略の一つであり、観光交流人口の拡大を通じ、生活、経済の両面において地域活性化の起爆剤になるものと期待されます。

#### (2) 交通アクセス

山口県は、中国自動車道、山陽自動車道の2つの高速道路が東西に走り、県内の主要都市、港湾、空港、JR駅等を結んでいます。

また、県内には5つの新幹線の駅があり、平成23年(2011年)3月には、九州新幹線が全線開通するなど、関東・関西及び九州方面からのアクセスが大きく向上しています。さらに、今後、九州新幹線西九州ルートの開通も予定されていることから、長崎方面も含めた北九州とのアクセス向上も見込まれていますが、一方で、中部、関西地方からの旅行客が、直接九州地方に流れるなど、通過型観光が増加する一因ともなっています。

また、空の玄関口としては、山口宇部空港に加え、平成24年(2012年)12月には岩国錦帯橋空港が開港し、首都圏からの観光客が着実に増加するなど、新たな旅行需要が期待される状況となっています。



### (3) 大型コンベンション等の開催

本県では、これまで、平成13年(2001年)に「山口きらら博」、18年(2006年)に「国民文化祭やまぐち」、23年(2011年)に「おいでませ！山口国体・山口大会」と、全国規模の大型イベントを定期的に誘致し、観光客の増加につなげてきました。

平成25年(2013年)7月には「日本ジャンボリー」が開催され、27年(2015年)には「世界スカウトジャンボリー」や「全国健康福祉祭山口大会(ねんりんピックおいでませ！やまぐち 2015)」等の大型イベントの開催が決まっており、観光面での大きな効果が期待されるようになっていきます。

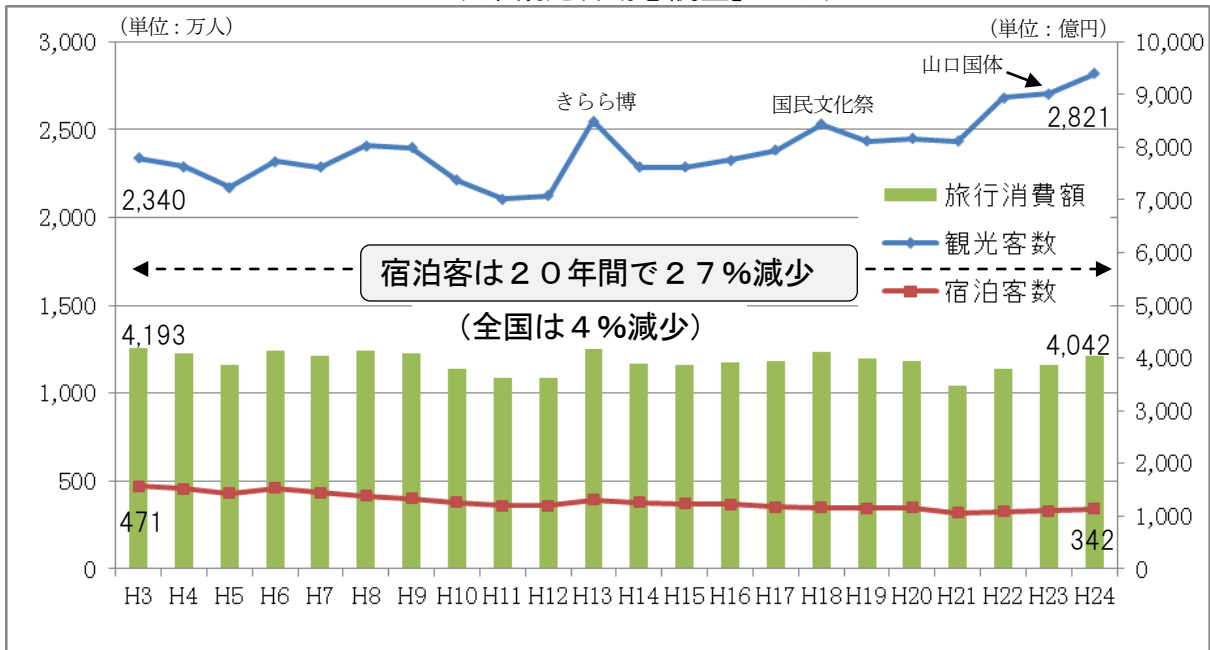
4 本県観光の現状と課題

(1) 現状について

① 全般

- 観光客数は、山口きらら博や国民文化祭、山口国体等の大型イベントの実施やDESTINATIONキャンペーンの誘致等もあって、比較的順調に推移している。
- 一方で、関東や近畿圏等の大都市圏からの観光客が伸び悩んでおり、県外客の割合は、平成24年(2012年)で約40%と徐々に減少傾向にある。そうした動きに伴って、宿泊客は、この20年間で約3割の減と、全国に比べても大幅に減少しており、日帰り・通過型観光にシフトしてきている。
- その結果、旅行消費額も、平成22年(2010年)以降、4,000億円程度で推移しており、観光客数の伸びに比べると、十分な経済効果が得られていない状況にある。

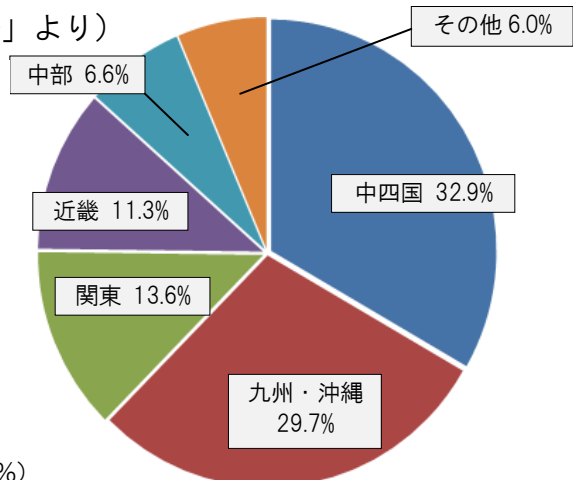
[本県観光客・宿泊客の推移] (「県観光客動態調査」より)



※H24 観光庁・宿泊旅行統計調査：宿泊客数 328 万人、全国 33 位、全国比率 1.02%

[発地別観光客の状況] (「県観光客動態調査」より)

区分	観光客数	構成比
中四国	406	32.9
九州・沖縄	366	29.7
関東	167	13.6
近畿	139	11.3
中部	81	6.6
その他	74	6.0
県外客計	1,234	本県観光客の 43.8%



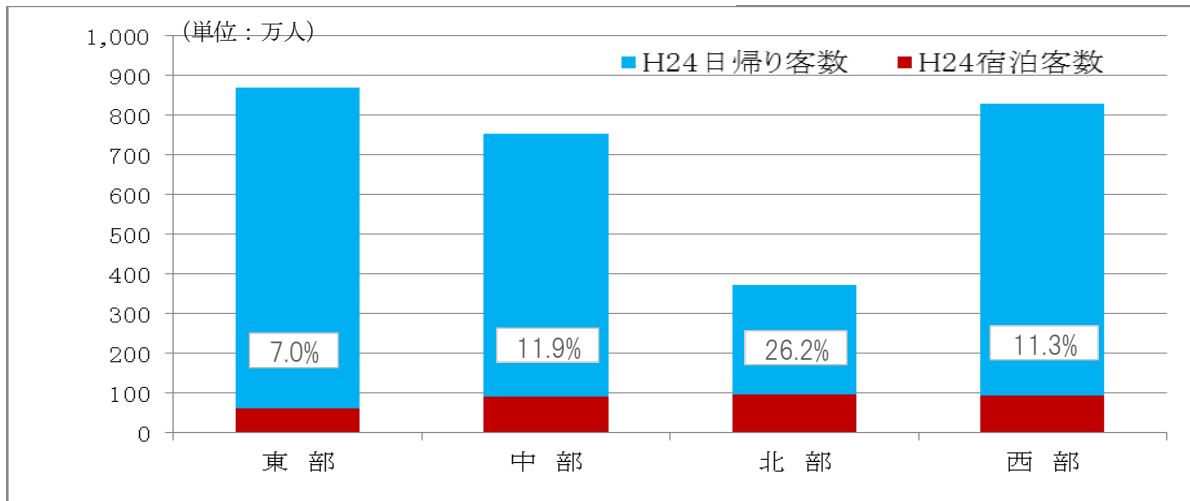
※中四国は、本県を除いたもの。(単位: 万人、%)

## ② 宿泊客の状況

●主要温泉地を抱える県北部（萩・長門地域）では、宿泊客の割合が高く、逆に県東部（岩国・周南地域等）では、日帰り・通過型観光の占める割合が9割以上を占めるなど、地域の特性が顕著に現れている。

●一方で、各地域ごとの宿泊施設の定員数には、大きな差はみられないことから、施設の稼働率にかなりの乖離が生じている状況にある。

[地域別の観光客に占める宿泊客の状況]（「県観光客動態調査」より）



※グラフ中のパーセンテージは、観光客に占める宿泊客の割合 (全県 12.1%)

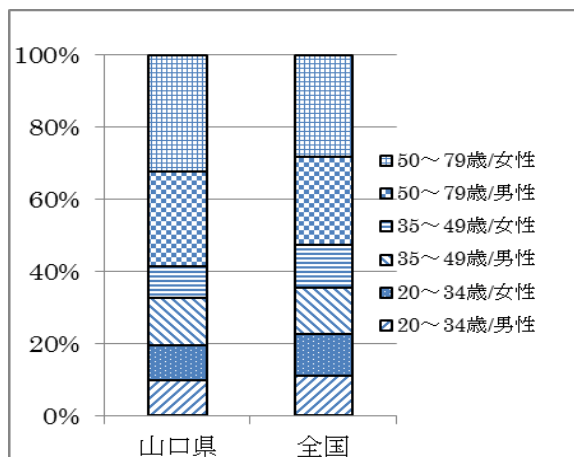
[H24 県内宿泊施設の状況]（「観光庁・宿泊旅行統計調査」より）（単位: 数、人、%）

施設数	客室数	収容人数	定員稼働率
501	14,540	31,317	36.4

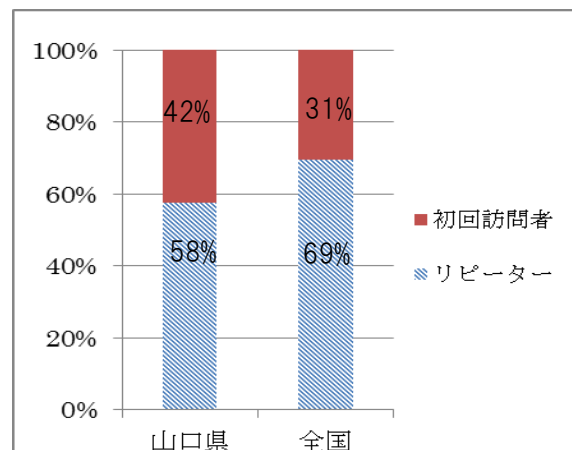
●宿泊客については、年配者（50歳以上）の割合が男女合わせて約60%と、全国（約50%）に比べても高く、また、女性の占める割合も高くなっている。

●また、リピーターの割合は58%となっており、全国平均よりも10ポイント以上下回っている状況にある。

[性・年代別宿泊客構成割合]



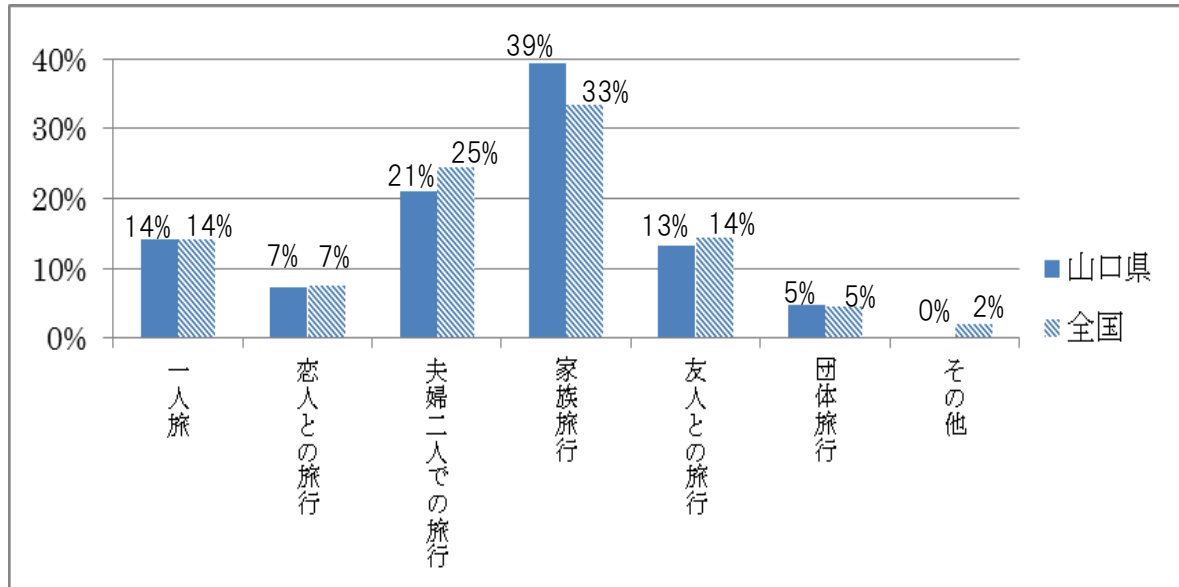
[来訪経験別宿泊客構成割合]



(両グラフとも「じゃらん宿泊旅行調査動態調査2012」より)

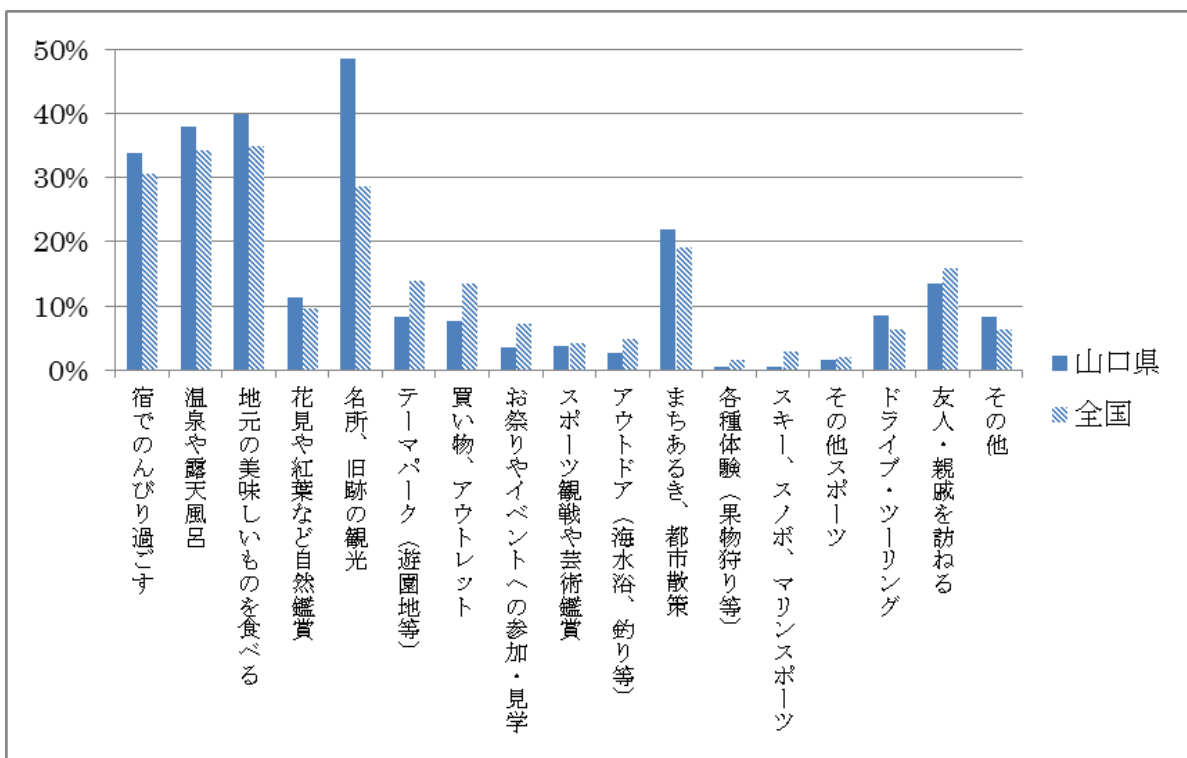
- 宿泊の旅行形態については、家族旅行が約40%を占め、近年増加傾向にある個人や少人数旅行の割合は、全国に比べて低くなっている。
- 宿泊旅行の目的は、「名所、旧跡」の割合が全国に比べても非常に高く、次いで「食」「温泉」「宿」となっており、「まちあるき」「ドライブ・ツーリング」等の割合も高くなっているが、買い物やテーマパーク等の都市型観光については比較的低位にある。

[宿泊旅行の形態]



(「じゃらん宿泊旅行調査動態調査 2012」より)

[宿泊旅行の目的]

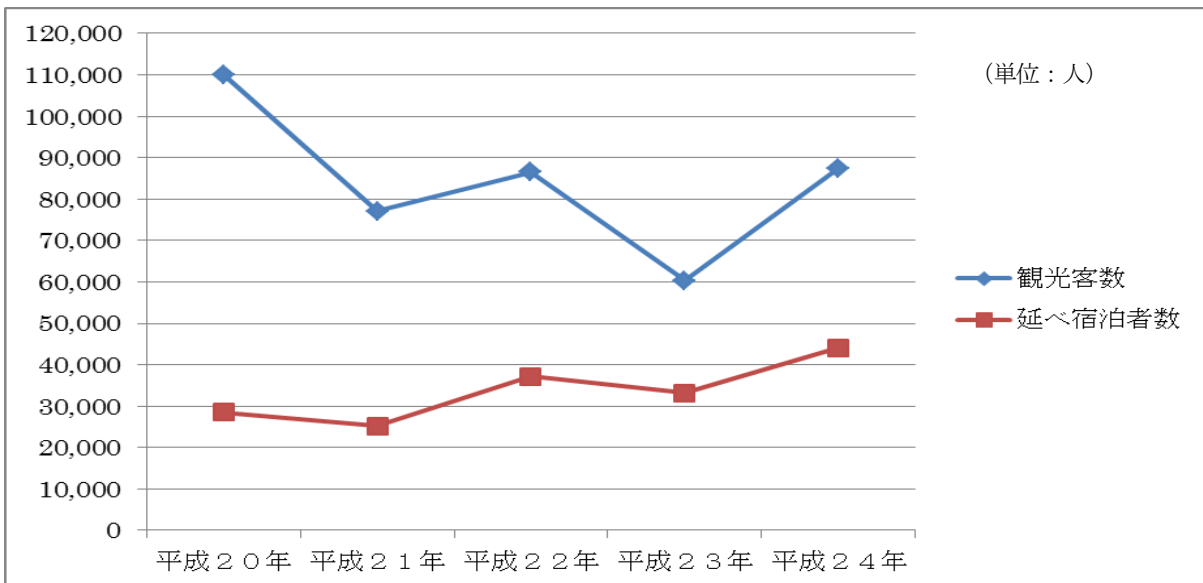


(「じゃらん宿泊旅行調査動態調査 2012」より)

### ③ 外国人観光客の状況

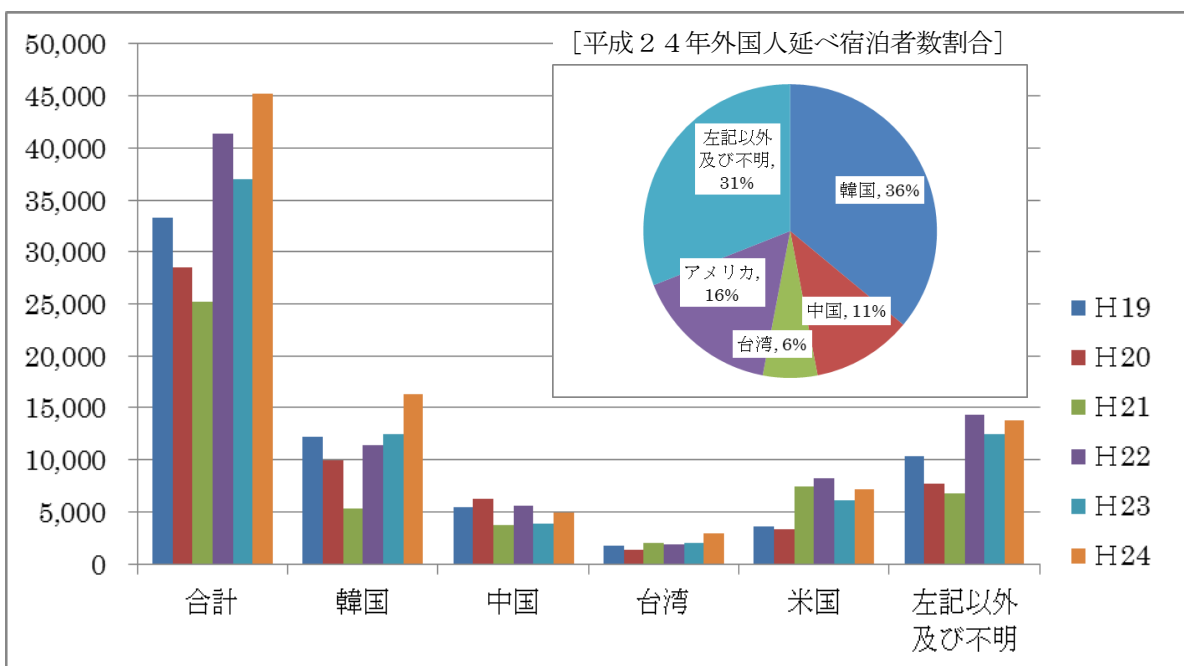
- 平成24年(2012年)の外国人延べ宿泊者数は、東日本大震災による影響からの回復や近隣空港等における東アジア路線の増加、本県が取り組んできた訪日旅行商品の造成支援等の効果もあって、平成19年(2007年)の調査開始以降、過去最高の48,000人となったが、全国シェアでは0.2%(全国35位)と依然低位にとどまっている状況にある。
- 国別・地域別の状況を見ると、地理的、歴史的な背景や国際フェリーの就航等から、東アジア地域からの訪問が半数以上を占めており、特に、韓国からの観光客が全体の1/3を占めているのが大きな特色となっている。

[外国人観光客の推移]



(観光客数:「県観光客動態調査」より、延べ宿泊者数:「観光庁・宿泊旅行統計調査」より)

[国別・地域別外国人延べ宿泊者数推移] (平成19年～平成24年)



(「観光庁・宿泊旅行統計調査」より)

## (2) 課題について

**① 情報発信力が弱く、観光地としての全国的な知名度が低い。**

●本県は、観光名所や食、温泉地等の多彩な観光資源に恵まれていますが、民間の調査でも、本県の情報に対する接触度が低く、全国の消費者にその魅力を十分に伝えることができていないのが現状です。

●このため、例えば、首都圏等では、「フグ」など一部のコンテンツしか知られていないなど、知名度、魅力度は非常に低位にあり、観光の動機付けに十分につながっていないことから、情報発信力を強化し、パブリシティの確保等による認知度の向上やブランド力の強化を図っていくことが必要です。

**[H24 地域ブランド調査結果]**

認知度	情報接触度	魅力度	観光意欲度
44位	46位	34位	40位

(「(株)ブランド総合研究所：地域ブランド調査 2012 ハンドブック」より)

**② 着地側における、宿泊、滞在を促す観光資源やルートの形成が不十分。**

●情報発信力にも多分に起因しますが、本県においては、観光ポイントが分散し、また、食や温泉、旅館・ホテル、体験型観光など、宿泊や滞在を促す観光資源の掘り起こしや魅力の向上、広域連携の取組が十分に進んでいないことから、これらの取組を積極的に進め、リピーターを含めた宿泊客の誘致拡大にしっかりとつなげていくことが必要です。

●また、教育旅行市場においても、同一行動、周遊型から、より教育色の強い、体験型プログラムのニーズが高まっていますが、周防大島町など、一部の市町における取組例はみられるものの、全県的な波及には至っておらず、一層の取組の拡大に努めていく必要があります。

**[H23 宿泊旅行における意識調査]**

区分	優先順位	本県の満足度	全国順位
食	1位	55%	32位
温泉地	2位	26%	39位

**[H24 につぼんの温泉100選]**

総合順位	温泉名
43位	長門湯本
86位	湯田

(「じゃらん宿泊旅行調査動態調査 2012」より) (「観光経済新聞社調査」より)

**③ 交通二次アクセスが弱く、効率的な周遊や観光ルートの形成が難しい。**

●本県は、海陸の一次アクセスや道路網の整備は進んでいるものの、観光地や宿泊地が全県に分散し、都市機能の集積にも乏しいことから、観光地等へのアクセスや周遊観光を推進していく上で、様々な交通手段の組み合わせを必要とするケースが多く、効率的な観光ルートや旅行商品の造成が難しい状況にあり、誘客対策上の大きな課題の一つとなっています。

このため、こうした実態を把握、分析した上で、関係機関等が相互に連携を図りながら、改善に向けた取組を積極的に進めていく必要があります。

#### ④ 大型コンベンション等の誘致体制やプロモーション機能が不十分。

●大型コンベンション等のいわゆるMICE (Meeting Incentive Convention Event/Exhibition)は、宿泊客の確保に直接つながり、大きな経済効果が期待できますが、本県においては、県内5市において誘致専門組織が整備され、個別に誘致活動を展開しているため、会場や宿泊施設、交通ネットワークなど、広域的な受け皿を要する大型コンベンション等の誘致が困難となっています。

●また、マーケティング機能が脆弱で、他自治体との競争力に乏しく、誘致実績も十分に上がっていないことから、全県的な誘致体制やプロモーション活動の強化を積極的に図っていく必要があります。

#### [H23 コンベンション誘致実績]

件数	人数	備考
146件	6.2万人	県内観光コンベンション協会(下関、宇部、山口、長門)の平成23年度の誘致実績

#### 【コンベンション推進組織設置状況】

県内5地域：下関、宇部、山口、長門、周南（平成25年5月設置）

#### ⑤ 東アジアを中心とした訪日旅行客の受入シェアが低迷。

●外国人観光客の誘致に当たっては、国内以上に全国的な知名度やサービス、価格面での優位性が求められますが、本県においては、国内における観光地としての知名度の低さや交通アクセスの不便さ、受入体制が十分に整っていないこと等から、これらの改善を積極的に進め、受入シェアの計画的な拡大に努めていく必要があります。



## 計画の目標と施策展開

- 1 基本的な方向
- 2 具体的な目標
- 3 施策の体系
- 4 推進体制
- 5 進行管理

## 1 基本的な方向

「食」や「温泉」、「歴史」などをキーワードとして、本県観光の全国的な知名度を高めるとともに、観光客誘致につながる魅力的な観光資源の充実や受入体制の整備等を図ることにより、国内外から多くの観光客を誘致し、県経済や地域の発展につなげていきます。

本計画では、そのための4つの柱と20のアクションを展開することとし、今後4年間で「年間延べ宿泊者数500万人」の実現を図ります。

## 2 具体的な目標

### (1) 産業戦略指標

「やまぐち産業戦略推進計画」では、「輝く 活力あふれる産業集積県 やまぐち」の姿を目指す目標として5つの産業戦略指標が掲げられており、観光分野における指標は次のとおりです。

指標名	平成24年[現状]	平成28年[目標]
年間延べ宿泊者数	429万人	500万人

※観光庁「宿泊旅行統計」

### (2) その他の指標等

観光推進計画では、産業戦略指標以外に、基礎的指標や計画に掲げた個別事業に関連した指標を設定することにより、各種事業を計画的、効果的に推進していきます。

#### 【基礎的指標】

指標名	平成24年[現状]	平成28年[目標]
年間観光客数	2,820万人	3,000万人
旅行消費額	4,042億円	4,367億円

#### 【個別指標】

指標名	平成24年[現状]	平成28年[目標]
山口県観光の認知度	全国44位	全国20位以内
山口県観光の魅力度	全国34位	全国20位以内
山口県の「食」に関する満足度	55%	80%
山口県の「温泉」に関する満足度	26%	50%
コンベンション等による宿泊者数	(平成23年) 6.2万人	12万人
外国人延べ宿泊者数	4.8万人	8万人
リピーター率	58%	70%
TV・映画ロケ地誘致数	(平成21年~24年) 10件	(平成25年~28年) 20件

### 3 施策の体系

#### 第1の柱 やまぐちプロモーションの推進

「(株)おいでませ山口県」や「ちよるる」等の積極的な活用を図りながら、本県の魅力を活かした戦略的、総合的なプロモーション活動を展開し、本県観光の知名度、イメージの向上を図ります。

Action1	「美食王国やまぐち」や「温泉」等をコンセプトとしたプロモーションの展開	産業戦略
2	「(株)おいでませ山口県」や「ちよるる」を活用したPR活動の強化	産業戦略
3	ITツールを活用したきめ細かな情報発信や誘客対策の実施	
4	おいでませ山口館の情報発信拠点機能の強化	
5	ロケ地誘致倍増プロジェクトの推進	

#### 第2の柱 観光資源・おもてなしの充実

宿泊・滞在型観光の拡大を図るため、本県の特性等を活かしたテーマ型・体験型観光の充実や広域観光エリア・ルートの形成等に取り組むほか、公民一体となった受入体制、おもてなしの充実を図ります。

Action6	産学公連携による滞在型観光資源の充実	産業戦略
7	「山口おもてなし宣言（仮称）」等による気運の醸成	産業戦略
8	観光振興につながる人財の育成	
9	宿泊施設や交通二次アクセス等の受入基盤の充実	産業戦略
10	コンベンション等の誘致拡大	産業戦略
11	県内外の連携による新たな広域観光エリアの形成	
12	県産農林水産物の活用推進	産業戦略

#### 第3の柱 「明治維新」をテーマとした観光ブランドの構築

本県観光の知名度の向上や誘客対策の一層の充実を図るため、「明治維新」をテーマとした新たなブランド戦略や観光ルートの形成等を図ります。

Action13	「維新ブランド」の構築によるPRの強化	産業戦略
14	「維新ツーリズム」の推進	産業戦略
15	「薩長土肥連合（仮称）」の設立と共同キャンペーンの展開	産業戦略

#### 第4の柱 外国人観光客倍増に向けた国際観光の推進

外国人観光客の倍増に向け、戦略的な情報発信やインバウンド推進体制強化、受入体制の充実を図ります。

Action16	訪日旅行推進体制の強化や戦略的な情報発信	産業戦略
17	訪日旅行者の受入体制の充実	産業戦略
18	広域連携による取組の強化	
19	現地セールスの強化や旅行商品造成支援の充実	
20	テーマツーリズムの推進や国際観光資源の充実	産業戦略

注) 産業戦略…「やまぐち産業戦略推進計画」のプロジェクトに掲載されている取組

## 4 推進体制

本県の観光振興を図るためには、情報発信やプロモーション、受入体制の整備、観光客へのおもてなしなど、様々な局面において、行政や民間等の各主体が、役割を分担しつつ、また相互に連携を図りながら、自主的・積極的に取り組んでいくことが重要です。

そこで、本計画に掲げる取組の効率的な実施や連携の強化を図るため、県・市町・事業者・公的団体・教育機関・県民におけるそれぞれの役割を整理します。

主体	情報発信・プロモーション	受入体制整備	おもてなし
県	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全県レベルの観光情報の発信</li> <li>● 戦略的な取組の推進 ※ 広域観光、国際観光 等</li> <li>● 情報発信拠点の整備・機能強化 ※ 大都市圏、海外</li> <li>● 全国メディアの広域的誘致活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光データの分析と企画立案</li> <li>● 広域的な観光資源等の充実</li> <li>● 観光人財の育成</li> <li>● 全国的な民間事業者との連携 ※ 旅行会社、運輸事業者 等</li> <li>● 県営施設でのIT環境等の整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全県レベルの気運醸成</li> </ul>
市町	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 県と連携した情報発信活動</li> <li>● 地域観光情報の発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 体験メニュー等観光資源の充実</li> <li>● 地元推進体制の強化 ※ 観光関係グループ等との連携</li> <li>● 公営施設でのIT環境等の整備</li> <li>● 観光地等の多言語化の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域住民が一体となった気運醸成</li> </ul>
公的団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 県と連携した活動の展開</li> <li>● 個性溢れる地域観光情報の発信</li> <li>● 各観光地における観光客ニーズの把握と対応 ※ 観光地、観光案内所 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 魅力ある観光資源の充実</li> <li>● 個性溢れる旅行商品化の促進 ※ 地旅、体験型旅行 等</li> <li>● 自らの組織体制の充実・強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域住民が一体となった気運醸成</li> <li>● おもてなし活動の充実や体制づくり ※ 宿泊施設、観光地等への研修</li> </ul>
事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 行政等と連携した活動 ※ 個別PRや行政等への情報提供・連携した活動</li> <li>● 民間ネットワークの活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 魅力ある観光地づくりへの参画</li> <li>● 観光基盤の整備 ※ 通信環境整備、施設改良 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 質と満足度の高いサービスの提供</li> <li>● 気運醸成の取組への積極的参画</li> </ul>
教育機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 教育ネットワークの活用 ※ コンベンション誘致 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光人財の育成 ※ 県立大学等との連携</li> <li>● 留学生の活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 学生ボランティア活動の展開 ※ サークル活動との連携 等</li> </ul>
県民	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光体験等への積極的参加</li> <li>● 口コミ・SNS等による情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 魅力ある観光地づくり、地域づくりへの参画</li> <li>● 観光ボランティア等への参画</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光客へのおもてなし活動 ※ 声かけ 等</li> </ul>

## 5 進行管理

計画に掲げる施策の着実な実行を図るため、毎年度、数値目標の達成度や施策の評価・検証を行い、次年度以降の展開に反映させます。

また、観光を巡る社会経済情勢や国際情勢の変化、観光客のニーズの動向等を踏まえ、毎年度、必要な見直しを行いながら、着実に本県観光の振興を図っていきます。

# 第4章

## 具体的な施策

- I やまぐちプロモーションの推進
- II 観光資源・おもてなしの充実
- III 「明治維新」をテーマとした観光  
ブランドの構築
- IV 外国人観光客倍増に向けた国際  
観光の推進

## I やまぐちプロモーションの推進

### 【取組方針】

地域間競争の厳しい観光分野においては、国内外から選好してもらうための情報発信が極めて重要であり、本県の特長はもとより、対象となる発地エリアやターゲット層のニーズや動向等を十分に踏まえた適確なマーケティング戦略を構築し、効果的な実践を図っていくことが必要です。

このため、(株)おいでませ山口県や「ちよるる」など、知名度や話題性の高い情報ツールの積極的な活用を図りながら、本県の実力ある観光資源である「食」や「歴史文化」「自然」「温泉」等の魅力を活かした戦略的・総合的なセールス・プロモーション活動（広告宣伝・パブリシティ等）を展開し、全国における本県の知名度、イメージの着実な向上を図ります。

【Action】 注) **産業戦略**…「やまぐち産業戦略推進計画」のプロジェクトに掲載されている取組

1	「美食王国やまぐち」や「温泉」等をコンセプトとしたプロモーションの展開	<b>産業戦略</b>
2	「(株)おいでませ山口県」や「ちよるる」を活用したPR活動の強化	<b>産業戦略</b>
3	ITツールを活用したきめ細かな情報発信や誘客対策の実施	
4	おいでませ山口館の情報発信拠点機能の強化	
5	ロケ地誘致倍増プロジェクトの推進	

### 【これまでの取組】

- おいでませ！山口イヤー観光交流キャンペーンの実施（H23～24）
- 「ちよるる」を活用した観光PR（H23.11～H24.8）
- 博物館、美術館の企画展とタイアップした観光情報の発信
- 国体等の全国イベントを活用した情報発信
- マスメディア、インターネット、SNSを活用した観光情報発信
- 岩国錦帯橋空港開港！やまぐち往還観光キャンペーンの実施（H24.11～H25.5）



美食王国やまぐちロゴマーク

**Action 1 「美食王国やまぐち」や「温泉」等をコンセプトとしたプロモーションの展開**

本県の「食」の魅力为全国に発信し、誘客につなげていくため、「美食王国やまぐち」をキーワードとした新たな観光企画の展開を図るとともに、食や歴史、人物、温泉等を組み合わせた新たな観光素材や旅行商品の充実を図ります。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 国内外の著名シェフを活用した県内産地の視察や交流、県産食材を活用したメニューの開発、発信等を行います。	◎			○
<b>新</b> 県民自らが「山口のぶちうまいもの」を発見、紹介し、広く県内外に発信するグルメサイトの構築やそれを活用した県民気運の醸成、PR戦略の展開を図ります。(やまぐち美食コレクション)	○			◎
<b>新</b> 「食」をテーマとした県内外での大型イベント、山口フェア等の開催を行うとともに、市町や関係団体の主催するイベント等とのタイアップを進め、情報発信力を高めます。	◎	○	○	
<b>新</b> 「食」と「歴史」「人物」等を組み合わせたストーリー型の新たな観光素材の開発や温泉等を組み込んだグルメツアーの造成等を図ります。	○	◎	◎	○

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
●→●	●→●→●→●		
「美食王国」宣言	「食」「温泉地」等をテーマとしたイベント等の実施、情報発信		
●→●	●→●	●→●	●→●
美食コレクション 2013	美食コレクション 2014	美食コレクション 2015	美食コレクション 2016
●→●	●→●→●→●		
「食」と「歴史」「人物」「温泉」等を組み合わせる観光素材の開発	「食」と「歴史」「人物」や「温泉」等を活用したグルメツアーの造成		

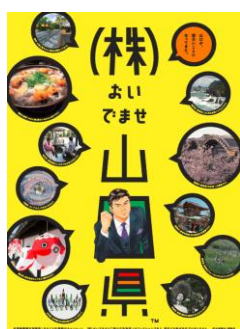
**Action2 「(株)おいでませ山口県」や「ちよるる」等を活用した効果的なPR活動の強化**

全国における情報発信力を高めるため、観光バーチャル会社である「(株)おいでませ山口県」や「ちよるる」等のキャラクター、「山口ふるさと大使」や本県ゆかりの著名人等を活用した、話題性、ストーリー性のある効果的なプロモーション活動を、メディアの選定やパブリシティ（TV、雑誌等）を確保しながら展開します。

施策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
●(株)おいでませ山口県や島耕作社長を活用した、インパクトのあるメディア戦略やプロモーション活動を展開します。	◎	○	○	○
●山口県PR本部長「ちよるる」を活用した県内外でのPR活動やメディア戦略、公式サイト開設、関連グッズや県産品等とのコラボ商品の開発等に取り組みます。	◎			○
●山口ふるさと大使や本県ゆかりの著名人、県内で活躍するキーパーソン等を活用した効果的なプロモーション活動を展開します。	◎			○

**【年次計画】**

H25	H26	H27	H28
「(株)おいでませ山口県」による「美食」プロジェクトの展開、全国PR	→ 「(株)おいでませ山口県」による観光プロジェクトの展開		
「ちよるる」の県内外イベントやメディア出演等によるPR、企業とのコラボによる全国PR	→		
山口ふるさと大使等を活用した効果的なプロモーション活動の実施	→		



(株)おいでませ山口県ポスター



(株)おいでませ山口県設立発表会



**Action3 ITツールを活用したきめ細かな情報発信や誘客対策の実施**

従来型のwebページはもとより、観光情報の発信・収集ツールとして急速に普及している、SNSやスマートフォンを活用した情報発信に努めるとともに、来訪者が支障なくこうしたITツールを利用できる環境の充実を図ります。

施策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
●旅行のニーズを踏まえ、また県や市町、民間等がそれぞれ情報の共有化を図りながら、利用状況に応じた観光情報サイトの一層の充実を図り、情報発信力を高めます。	◎	○	○	
<b>新</b> 公民が相互に連携し、役割分担を図りながら、公衆無線LANの充実整備に取り組みます。	○	○		◎
<b>新</b> SNSやスマートフォンを活用し、観光案内情報や口コミ情報の発信、観光サービスの充実に取り組みます。	◎	◎	○	○

**【年次計画】**

H25	H26	H27	H28
観光情報サイトの充実			→
民間事業者等と検討	●	●	→
	観光施設、文化施設等への公共無線LANの整備		
SNS、スマートフォンの活用			→

**Action 4 おいでませ山口館の情報発信拠点機能の強化**

首都圏における戦略的な情報発信を図るため、アンテナショップである「おいでませ山口館」の情報発信拠点としての機能強化を図ります。

施策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
●アンテナショップとして、顧客ニーズを踏まえたイベントの開催や流通販売ルートの拡充、百貨店の催事を活用したセールスの強化を図ります。	◎	○	○	○
<b>新</b> 情報発信力や販売力の充実強化を図るため、新たなネットショッピングサイト「やまぐちショッピングセンター（仮称）」を開設します。	◎		○	
●情報発信地としての機能強化やイトインの導入等による利用客の拡大に取り組みます。	◎		○	

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
おいでませ山口館を拠点とした情報発信の強化			
ネットショッピングサイトの開設、運用	同サイトの活用促進		



おいでませ山口館

<http://www.oidemase-t.jp/>

**Action5 ロケ地誘致倍増プロジェクトの推進**

本県を舞台としたTV番組や映画等の積極的、戦略的な誘致に取り組み、ロケ地としての本県観光のPRの強化を図ります。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
●本県の歴史・文化、自然等の魅力を活かしたロケ地撮影誘致に向け、セールスの強化と全県的な誘致体制の強化を図ることにより、「ロケ地誘致倍増プロジェクト」を推進します。	◎	○	○	

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
プロモーション活動等によるセールス強化			→
ロケ支援の強化			→
全県的な誘致体制の強化			→

※平成15～24年度誘致実績

映画：16作品 TVドラマ：7作品



防府市を舞台としたアニメ映画



映画「4日間の奇蹟」ロケ地：角島灯台（下関市）

## Ⅱ 観光資源・おもてなしの充実

### 【取組方針】

日帰り、通過型観光からの脱却を図るため、近年の観光ニーズを踏まえつつ、食や自然、歴史・文化、産業など、本県の特長や強みを活かしたテーマ型、体験型観光やニューツーリズムの推進を図るとともに、広域観光エリア・ルートの形成、交通二次アクセスの強化等に取り組み、宿泊を伴う滞在型観光の推進を図ります。

【Action】 注) **産業戦略**…「やまぐち産業戦略推進計画」のプロジェクトに掲載されている取組

6	産学公連携による滞在型観光資源の充実	<b>産業戦略</b>
7	「山口おもてなし宣言（仮称）」等による気運の醸成	<b>産業戦略</b>
8	観光振興につながる人財の育成	
9	宿泊施設や交通二次アクセス等の受入基盤の充実	<b>産業戦略</b>
10	コンベンション等の誘致拡大	<b>産業戦略</b>
11	県内外の連携による新たな広域観光エリアの形成	
12	県産農林水産物の活用推進	<b>産業戦略</b>

### 【これまでの取組】

- 古地図ウォークやローカル線の旅など「テーマ型観光」の推進
- 地旅づくりやご当地グルメ、体験・交流体験など着地型観光の推進
- スロートーリズムの推進（体験型教育旅行の誘致）
- JRとタイアップしたDC（H20）や重点送客CPの実施（H21～）
- 鉄道や内航フェリー、空港を活用した旅行商品の造成支援
- やまぐち観光満喫きっぷの開発など二次交通対策の強化
- 観光ボランティアガイドの育成・支援

## Action6 産学公連携による滞在型観光資源の充実

産学公連携による、本県の特長、魅力を活用した宿泊、滞在を促す観光資源の充実や、新たな観光商品、ルートの開発を進めます。

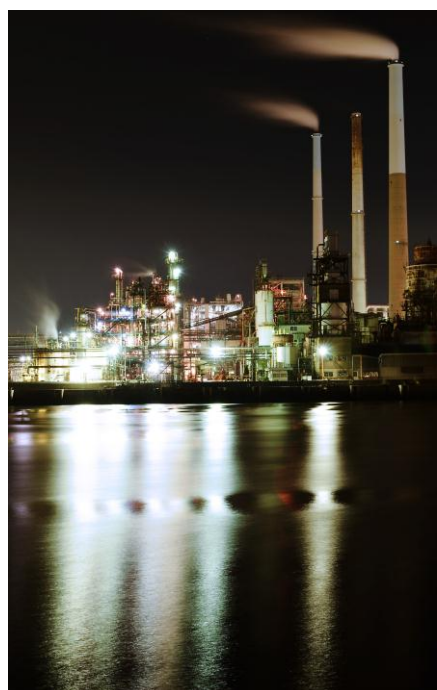
施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 「美食王国やまぐち」プロジェクトを通じ、県内農林水産業の関係者や大学との連携も図りながら、「食」をテーマとした観光資源の充実を図ります。	◎	○	○	
<b>新</b> 温泉地らしい景観の保全・形成やサービスの充実、回遊性の強化を図るなど、温泉地を核とした宿泊滞在型観光資源の充実を図ります。	○	○	◎	○
●これまでの取組を踏まえ、本県の魅力を活かした地旅づくりやローカル線の旅、歴史ウォーク等の観光資源の一層の充実と全県的な展開を図ります。	◎	○	○	
●中山間地域等の農山漁村での生活、就業体験や交流活動、古民家を活用した飲食、宿泊施設の整備など、地域や大学との連携を図りつつ、本県の自然等の魅力を活かした観光交流、ルートの充実を図ります。	○	○	◎	○
●県内各市町や関係団体、産業界と連携を図りながら、瀬戸内の産業集積等を活かした産業観光の一層の充実を図ります。	◎	○		◎
●本県の自然環境や歴史・文化資産を生かしたサイクリング、トレッキング、マリンスポーツ等のスポーツツーリズムや、文化、街道観光等のテーマツーリズムの推進、クルージングやRVパークの充実等を図ります。	◎	◎	○	○
●本県を代表する観光地のリニューアルや新たな活用方策等の検討を進め、観光需要の掘り起こしや拡大を図ります。	○	◎		

【年次計画】

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
「美食王国やまぐち」プロジェクトの展開		「食」をテーマとした観光の充実	
温泉地を核とした宿泊滞在型観光資源の充実		温泉地を核とした宿泊滞在型観光資源の活用促進	
中山間地域等の魅力を活かした観光交流、ルートの充実			
瀬戸内の産業観光の充実			
テーマツーリズムの推進			



語り部ガイドウォーク（萩往還）



工場夜景クルーズ（周南市）

Action7 「やまぐちおもてなし宣言（仮称）」等による気運の醸成

観光ボランティアガイドの育成や、公民一体となったホスピタリティの強化を通じ、本県に来訪された観光客の満足度の向上や、リピーターの確保を図るとともに、観光人材の育成や住民交流の活性化につなげていきます。

施策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
●観光ボランティアガイドの育成・支援を図るとともに、山口どこでも紙芝居など、民間が主体となったおもてなし活動の充実を図ります。	○		◎	◎
<b>新</b> 「山口おもてなし宣言（仮称）」を行い、行政と民間が一体となって、おもてなしの理念を共有するとともに、ホスピタリティの強化とそのPRを図ります。	◎	○	◎	○
<b>新</b> 公民一体となった「やまぐち地酒乾杯宣言（仮称）」を行い、やまぐちの地酒のPRや消費拡大、県民気運の醸成を図るとともに、観光客の誘致拡大につなげます。	◎	○	◎	○

【年次計画】

H25	H26	H27	H28
観光ボランティアの育成・支援			
「山口おもてなし宣言（仮称）」制定に向けた意見交換	宣言制定・PR	おもてなし体制の強化	
「やまぐち地酒乾杯宣言（仮称）」制定	周知促進・PR		



山口どこでも紙芝居



山口県の酒

**Action 8 観光振興につながる人財の育成**

魅力ある観光地づくりを担う人財の育成や、産学公の連携による観光に携わる人財の育成など、観光を支える人づくりを推進します。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 「観光案内人」の効果的な活用を図るため、登録バンクの構築等を行い、各種イベント等での観光案内や観光PR等の活動への参加の促進を図ります。	○	○	◎	
<b>新</b> 県、観光関係団体、県内大学等が一体となった人財育成システムの構築や広域観光力強化事業等の取組を通じ、企画力のある専門的人財の育成を図ります。	○		◎	
●県内大学における大学生や留学生を対象とした観光による地域づくり、ホスピタリティ活動の取組を支援します。	○		◎	

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
観光案内人検定	登録バンクの構築、観光案内・観光PR活動の強化		
	県内大学と連携した人財育成システムの構築及び研修等の実施		
	大学生や留学生の観光による地域づくり等の支援		



観光ボランティアガイド研修



**Action 9 宿泊施設や交通二次アクセス等の受入基盤の充実**

県内での滞在期間の延長及び宿泊客の拡大を図るため、関係機関、団体等と連携を図りながら、温泉地や宿泊施設の魅力創造、交通二次アクセスの改善に取り組みます。

施策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 宿泊観光客の誘致拡大を図るため、県内の温泉地における、歴史、風土、食文化などの統一テーマに沿った景観整備やサービス充実等による魅力向上の取組を支援します。	○	○	◎	◎
● 交通事業者（JR、バス、タクシー、レンタカー等）との連携による二次アクセスの充実及び乗り継ぎの改善を検討し、効率的に周遊できる観光ルート形成を図ります。	○	○	○	◎

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
温泉地の景観整備、サービスの充実		温泉地や旅館、観光施設等の改良促進	
観光アクセス状況調査	2次アクセス改善策の検討	実施	



俵山温泉(長門市)

やまぐち観光周遊バスPR

**Action10 コンベンション等の誘致拡大**

宿泊観光客の継続的な増加につながり、経済効果等も大きいコンベンション等の積極的、計画的な誘致を図るため、各市町、団体と一体となって、全県的なマーケティング機能の強化を図り、効果的なプロモーション活動を展開します。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 県観光連盟に、専門人財によるコンベンション部門を新設し、全県レベルでのマーケティング機能の強化を図ります。	○		◎	
<b>新</b> 広域的な受入調査や誘致活動を展開するため、全県的な受入関連施設やマーケティング情報のデータベース化と活用を図ります。	○		◎	
<b>新</b> 市町単位でのコンベンション組織の設置を促すとともに、全県レベルでの協議会を創設し、県と市町が一体となった誘致体制を構築します。	○	○	◎	
<b>新</b> 大型コンベンション誘致に向けた効果的な支援やリピーターの確保等に向けた観光情報発信の強化を図ります。	○	○	◎	

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
●————→ データベースの構築			
●————→	●————→	●————→	●————→
各市町連絡会議設置	県協議会設置	市町組織の拡大・県組織の強化	
	●————→	●————→	●————→
	全県的誘致営業活動・県レベル	広域調整強化	
		●————→	●————→
		大型学術会議等の誘致獲得	

**Action11 県内外の連携による新たな広域観光エリアの形成**

宿泊・滞在型観光の充実を図るため、近隣地域や近隣県の連携による多様な観光資源等を組み合わせた広域的な観光エリア、周遊ルートの形成を図ります。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 県内市町の連携による広域的な観光エリアの形成やルートの開発、観光サービス、イベントの充実等の取組を支援し、全県的な観光力の強化を図ります。	◎	○	○	
<b>新</b> 瀬戸内沿岸7県で構成される瀬戸内ブランド推進連合を推進母体とした、広域的な観光ブランドの形成やプロモーション活動、クルーズ、サイクリング等のテーマツーリズムなどの推進を図ります。	◎	○		
● JRや近接県との連携による広域観光ルートの形成やキャンペーンPR活動の展開、情報発信活動の充実を図ります。	◎	○		

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
● 観光推進母体の構築 広域観光ルートづくり	● ルートの充実・プロモーション	● 広域観光エリアでの活動促進	
瀬戸内観光資源の発掘（視察ツアーの実施）及び商品造成支援			
瀬戸内ブランドwebサイトの開設、メディアを活用したプロモーション、首都圏でのPRイベント等の実施			
● 瀬戸内圏域のサイクリングガイドブック作成	● 新たなサイクリングルートの形成・PR		
JRや近隣県との連携強化		● 新たな観光ルートの形成	

**Action12 県産農林水産物の活用推進**

「美食王国やまぐち」プロジェクト等の取組を通じ、全国的知名度の高い食材や「やまぐちブランド」など味や品質に優れ、観光素材として活用できる食材のPRを積極的に展開し、観光客の誘致拡大につなげます。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 「美食王国やまぐち」プロジェクト等により、観光資源としての県産食材のPRや活用促進に取り組みます。	○		○	◎
<b>新</b> 「やまぐちブランド」として育成、登録された食材の観光分野での活用の促進を図るとともに、6次産業化による新商品の開発に取り組みます。	○		○	◎

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
	●—————●		●—————●
「美食王国やまぐち」プロジェクトを通じた、県産食材のPRや活用促進		観光資源としての県産食材のPR、活用促進	
	●—————●		●—————●
6次産業化等による新商品開発			



ケンサキイカ



外郎（ういろう）



長州黒かしわ

### Ⅲ 「明治維新」をテーマとした観光ブランドの構築

#### 【取組方針】

全国的な知名度が高く、山口県としてのイメージ性の強い「明治維新」をテーマとした訴求力の高い新たな観光ブランドを構築し、山口県の知名度、イメージの向上を図るとともに、全国からの宿泊観光客の誘致拡大につなげます。

【Action】 注) **産業戦略**…「やまぐち産業戦略推進計画」のプロジェクトに掲載されている取組

13	「維新ブランド」の構築によるPRの強化	<b>産業戦略</b>
14	「維新ツーリズム」の推進	<b>産業戦略</b>
15	「薩長土肥連合（仮称）」の設立と共同キャンペーンの展開	<b>産業戦略</b>

#### 【これまでの取組】

- 明治維新150年祭の実施  
(萩往還語り部ガイドウォークツアー、古地図ウォーク、幕末維新関係イベント)
- 薩長連合会総会の開催  
(山口県観光連盟と鹿児島県観光連盟との意見交換会)



松下村塾(萩市)

**Action13 「維新ブランド」構築によるPRの強化**

明治維新150年（平成30年）を契機として、明治維新をテーマとした観光ブランドの構築を図るため、戦略的なプロモーション活動の効果的な展開や、関係機関と連携した推進体制づくり、観光素材の掘り起こし等に取り組みます。

施策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 「明治維新150年」を契機とした観光プロジェクトの効果的な推進を図るため、全県的な推進体制の整備を図ります。	◎	○	◎	○
<b>新</b> 「維新」をテーマとした効果的なマーケティング戦略を企画・検討し、統一ロゴやスローガン、観光資源を対象としたブランド認定制度等の開発によって、ブランドイメージの構築を図ります。	○	○	◎	○
<b>新</b> NHK大河ドラマをはじめとした、映画やTV番組の誘致、雑誌、web等への掲載など、メディア戦略を積極的に展開し、ブランド力の強化を図ります。	◎	○	◎	
<b>新</b> 「明治維新150年」に合わせ、ディステーションキャンペーンを誘致し、JRと連携したプロモーション活動や誘客対策の充実を図ります。	◎	○	○	◎

**【年次計画】**

H25	H26	H27	H28
フィルムコミッションの強化及びロケ地誘致の推進			
		「NHK大河ドラマ」の誘致活動⇒（平成30年放映目標）	
		「ディステーションキャンペーン」の誘致活動⇒（平成30年実施を目標）	
歴史番組等による維新情報の発信強化		維新ブランド構築	維新ブランド商品の展開

Action14 「維新ツーリズム」の推進

維新ゆかりの地や人物、史跡、食、宿等の観光資源を組み合わせ、明治維新をテーマとした新たな観光素材の掘り起しや、観光ルートを開発を進めるほか、関係市町等と連携を図りながら、萩往還等の関係施設の整備に取り組みます。

施策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 明治維新をテーマとした新たな観光素材を掘り起し、ストーリー性のある観光ルートやメニューの開発を行うとともに、関係観光資源の整備を行い、維新観光ツーリズムの確立を図ります。	◎	○	◎	○

【年次計画】

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
新しい観光素材や観光ルートの開発		ストーリー型観光の拡充	
萩往還等の活用・改善		関連観光施設の整備検討	



伊藤博文公



伊藤公が絶賛したふく料理

周遊観光

伊藤公資料館（光市）



**Action15 「薩長土肥連合（仮称）」の設立と共同キャンペーンの展開**

鹿児島県、高知県、佐賀県と連携し、「薩長土肥連合（仮称）」の設立による、4県共同による広域観光キャンペーンを展開し、全国からの観光客の誘致拡大を図ります。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
●鹿児島県、高知県、佐賀県と連携し、広域的な観光振興を目的とした「薩長土肥連合（仮称）」の設立を行います。	◎	○	◎	
●「薩長土肥連合（仮称）」を核として、明治維新150年に向けた共同キャンペーンの展開を図ります。	◎	○	◎	○

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
●—————→●—————→●—————→			
関係4県による共同キャンペーンの展開に向けた調査		「薩長土肥連合（仮称）」設立	共同事業の実施



## IV 外国人観光客倍増に向けた国際観光の推進

### 【取組方針】

外国人観光客の誘致拡大にあたっては、国内以上に観光地としての知名度の向上やきめ細かな受入体制の整備が求められるほか、現地でのプロモーション活動の強化を図っていく必要があります。

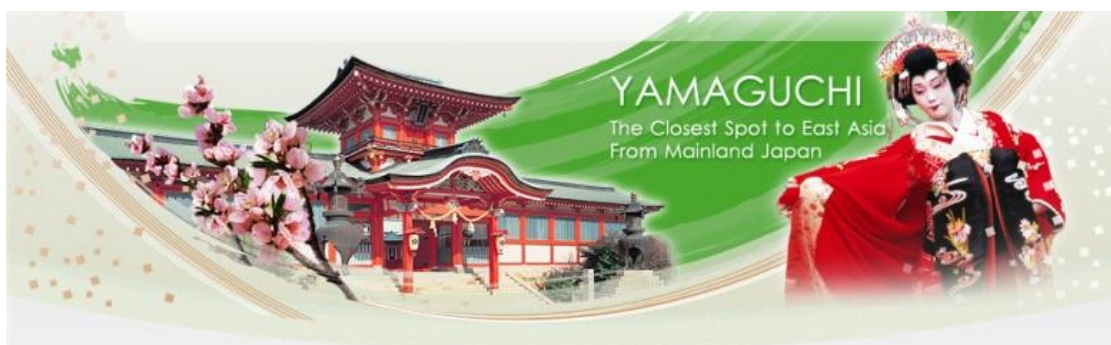
このため、山口県の認知度を高めるための戦略的な情報発信やインバウンド推進体制の強化、さらには観光地における受入体制の充実等により、外国人延べ宿泊者数の倍増を図ります。

【Action】 注) **産業戦略**…「やまぐち産業戦略推進計画」のプロジェクトに掲載されている取組

16	訪日旅行推進体制の強化や戦略的な情報発信	<b>産業戦略</b>
17	訪日旅行者の受入体制の充実	<b>産業戦略</b>
18	広域連携による取組の強化	
19	現地セールスの強化や旅行商品造成支援の充実	
20	テーマツーリズムの推進や国際観光資源の充実	<b>産業戦略</b>

### 【これまでの取組】

- マスメディア、インターネット、SNSを活用した観光情報発信
- 友好姉妹関係を活用した東アジアからの観光客の誘致
- 国際チャーター便、国際定期航路を活用した旅行商品の造成



**Action16 訪日旅行推進体制の強化や戦略的な情報発信**

インバウンド推進のための専門部署等の整備やワンストップ窓口の設置によって、訪日旅行の推進、受入体制の強化を図るとともに、SNS等を活用した戦略的な情報発信に取り組みます。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 県、市町、観光関係団体、民間事業者の連携により、山口県国際観光推進協議会にインバウンド推進のための専門部署、誘致窓口を設置し、機動的、効果的なプロモーション活動を展開します。	◎	○	○	○
●東アジア（韓国、台湾、香港、中国）を中心に、TVや雑誌、web、SNS等を活用した戦略的な情報発信を展開します。	◎	○	○	

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
専門部署等の設置検討		専門部署等の設置、拡充	
TV、雑誌、SNSやスマートフォンを活用した情報発信			
	スマートフォン向け観光アプリの開発	アプリによる情報発信	



商談会（台湾）



テレビCM撮影

**Action17 訪日旅行者の受入体制の充実**

訪日旅行者を対象とした受入施設や観光案内、おもてなしの充実を図るとともに、県内留学生を活用した観光案内等の取組の促進を図るなど、県内における受入体制の一層の強化を図ります。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
●訪日旅行者を積極的に受け入れるホテル等の拡充や観光地等における看板、翻訳などの観光案内設備等の充実を図ります。	○	◎	○	◎
●県内大学と連携して、県内留学生のネットワークを構築し、通訳や観光施設改善のためのアドバイザーとしての積極的な活用を図ります。	◎		○	

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
ホテル等受入施設の拡大、	観光案内設備等の充実（看板、	翻訳、通訳案内等）	
	留学生ネットワークの構築・活用の検討	通訳・施設改善アドバイスによる受入体制強化	



留学生(アドバイザー)視察ツアー

**Action18 広域連携による取組の強化**

近隣県との連携を強化し、共同プロモーションの展開や新ゴールデンルートの形成による誘客の拡大を図るとともに、東アジア中心から、訪日旅行者が増加している東南アジアへのターゲット市場の拡大を図ります。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
●中国地方や瀬戸内各県との連携により、共同プロモーション活動を展開するとともに、東京－大阪のゴールデンルートに対抗できる新ゴールデンルートを形成し、東アジアからの誘客拡大を図ります。	◎	○	○	○
<b>新</b> 東アジアを中心としたプロモーション活動の範囲を拡大し、タイ等東南アジアにおける誘客活動を展開します。	◎	○	○	○

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
	●————→ 新ゴールデンルートの検討	●————→ 新ゴールデンルートによる誘客の実施	————→
●————→ 東南アジアへのプロモーション活動の実施			————→



タイの番組取材

**Action19 現地セールスの強化や旅行商品造成支援の充実**

東アジアからの訪日旅行者の着実な増加を図るため、現地のニーズを踏まえた旅行商品の造成支援に取り組むとともに、現地でのプロモート機能の強化を図ります。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
<b>新</b> 海外旅行者の訪日旅行商品の造成を促す支援制度の充実や効果的な活用を図り、継続的・計画的な送客を促進します。	◎			
●東アジアの現地旅行会社との連携により、現地におけるプロモーション機能を強化します。	◎			

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
●			→
海外旅行会社の訪日旅行商品造成支援			
	●		→
	現地プロモーション機能の強化		



商談会（台湾）

**Action20 テーマツーリズムの推進や国際観光資源の充実**

訪日旅行者のニーズを踏まえ、本県の特性や魅力を活かした食や歴史・文化、生活体験、スポーツ等を活用したテーマツーリズムを推進するとともに、国際的な観光資源となる世界遺産・ジオパークの登録等に向けた国等への働きかけや観光利用の促進に向けた支援に取り組めます。

施 策	事業主体			
	県	市町	団体等	民間
●東アジアや東南アジア各国の旅行ニーズを踏まえ、本県の魅力を活かした食や温泉、歴史・文化、生活体験、サイクリングやウォーキング等のスポーツ体験等のテーマツーリズムを積極的に推進します。	◎	◎	○	
●世界遺産や世界ジオパークの登録・認定に向けた関係市の取組を支援するとともに、国際的な観光資源としての効果的な活用を図る観光振興策の検討を進めます。	○	◎		

**【年次計画】**

H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8
	● テーマツーリズムの検討	● テーマツーリズムによる誘客	●
●	世界遺産登録・世界ジオパーク認定の支援		●



韓国人によるサイクリングツアー



世界ジオパーク認定を目指す「秋吉台」「秋芳洞」



## やまぐち観光推進計画

---

発 行 平成 25 年（2013 年）10 月

編 集 山口県 商工労働部 観光振興課

〒753-8501 山口市滝町 1-1

電 話 083-933-3170

F A X 083-933-3179

E-mail [a16200@pref.yamaguchi.lg.jp](mailto:a16200@pref.yamaguchi.lg.jp)

---

