

7 新たな観光県やまぐち創造プロジェクト

概要

本県ならではのツーリズムの創出や、データに基づく観光地経営の実践に向けた支援、デジタル技術を活用した戦略的なプロモーションの展開等を通じて、持続可能で国内外から選ばれる新たな観光県やまぐちを創造する

重点施策

- 25 観光客の心をつかむ新たな戦略的プロモーションの展開
- 26 やまぐちの多彩な魅力を活かした交流人口の拡大
- 27 反転攻勢に向けた戦略的な誘客対策によるインバウンドの拡大
- 28 新たなニーズを捉えた持続可能な観光地域づくり

(1) 成果指標の状況

成果指標	進捗状況	指標数	主な指標
	★★★★★ (目標を達成)		
	★★★★ (計画を上回る)	3	観光客数、観光消費額 (年間)、キャンプ場利用者数 (年間)
	★★★ (ほぼ計画どおり)	2	県立美術館の入館者数、外国人延べ宿泊者数 (年間)
	★★ (計画を下回る)	2	延べ宿泊者数 (年間)、クルーズ船寄港回数
	★ (計画から大幅に遅れ)		

(2) 県民実感に係る調査結果

調査区分	調査項目	そう思う	どちらともいえない	そう思わない
県民実感度調査 (%)	国内外からの観光客や来県者を増加させる取組が進んでいると思いますか。	30.1	36.8	31.4

(3) 主な取組と成果

主な取組と成果

◆観光客の心をつかむ新たな戦略的プロモーション（誘客促進活動）の展開

- コロナ禍により生じた様々な観光ニーズの変化を捉え、本県の観光地としての認知度向上を図るため、新たな観光キャッチフレーズ「おいでませ ふくの国、山口」のもと、3つのテーマ「絶景」・「体験」・「グルメ」に沿ったキャンペーンを戦略的に展開するとともに、宿泊客増加につながる民間事業者による観光資源開発に対する支援を進めるなど、**誘客促進と観光消費の向上に向けた取組**を実施
 - ・観光客数 2,263 万人 (R4 年) → **3,103 万人 (R5 年)**
 - ・観光消費額 1,216 億円 (R4 年) → **1,623 億円 (R5 年)**

◆やまぐちの多彩な魅力を活かした交流人口の拡大

- 「**スポーツフィールドやまぐち**」の取組を推進するため、キャンプとアクティビティを楽しめるツアーを造成するとともに、ツアー広報冊子の作成及び市町が実施するツアー広報を支援
 - ・キャンプ場利用者数 (年間) 46.3 万人 (R4 年度) → **46.6 万人 (R5 年度)**
- レノファ山口 F C や ACT SAIKYO、ながとブルーエンジェルスと連携を図り、**エキシビジョンマッチの開催、交流イベント**等を実施
 - ・レノファ山口ホームゲーム観客者数 7.6 万人 (R4 年度) → **9.3 万人 (R5 年度)**
- 「ジブリパークとジブリ展」など美術館での企画展の開催や、県内文化の魅力を発信する「やまぐち文化プログラム」の展開等により、**多彩な文化資源を活用**した交流人口の拡大を促進
 - ・県立美術館の入館者数 15.4 万人 (R4 年度) → **28.1 万人 (R5 年度)**

◆戦略的な誘客対策によるインバウンド（外国人観光客誘致）の拡大

- 海外からの注目度の高まりや大阪・関西万博の開催を契機としてインバウンド需要を確実に取り込んでいくため、**重点5市場、特に韓国・台湾を対象**として、海外メディア等を活用したプロモーションやデジタル媒体を活用したPRを展開したほか、海外の観光プロモーターと連携した現地の旅行会社への働きかけや情報発信を行うなど、**海外からの誘客拡大に向けた取組**を実施

・外国人延べ宿泊者数 4.9万人（R4年）→ **9.1万人（R5年）**

◆新たなニーズを捉えた持続可能な観光地域づくり

- 本県の豊かな自然のポテンシャルを活かした**新たなツーリズムの創出**に向け、やまぐちDMOとの連携により全県を挙げた推進体制の構築を図るとともに、本県ならではのアウトドアツーリズムを象徴する特別なコンテンツの開発への支援を実施

(4) 総評

総評

新たなキャッチフレーズによる誘客促進等の取組により、本県の観光客数はコロナ禍前の水準に回復しつつあるが、インバウンドについては大都市圏に集中し、地方にその恩恵が十分に及んでいないため、ニューヨーク・タイムズの記事を契機とした本県への注目の高まりなどを活かし、戦略的なプロモーションや受入体制の強化等に一層取り組み、国内外からの誘客を促進していくことが必要である。

(5) 課題と今後の展開方向

課題と今後の展開方向

◆観光客の心をつかむ新たな戦略的プロモーション（誘客促進活動）の展開

- 全国からの誘客を拡大していくため、観光キャッチフレーズ「おいでませ ふくの国、山口」の下で、大規模なキャンペーンを展開するとともに、R8年秋開催のデスティネーションキャンペーンに向けて、観光素材の開発や磨き上げなど、観光客の満足度を高める受入環境の整備に取り組む必要がある。

◆やまぐちの多彩な魅力を活かした交流人口の拡大

- スポーツの力や多彩な文化資源を活用し、交流人口の拡大を図るとともに、国内外からの誘客促進を図ることが必要である。

◆戦略的な誘客対策によるインバウンド（外国人観光客誘致）の拡大

- インバウンド需要が大都市圏に集中する状況の中、大阪・関西万博の開催等を活かし、外国人観光客の本県への誘客を拡大していくための戦略的なプロモーションや受入環境の整備を推進していくことが必要である。

◆新たなニーズを捉えた持続可能な観光地域づくり

- 本県の豊かな自然を最大限活かしたアウトドアツーリズムをはじめ、新たなニーズを捉えた持続可能な観光地域づくりを一層推進する必要がある。

(参考) 令和6年度の主な新規・拡充取組

拡 「おいでませ ふくの国、山口」プロモーション事業

観光キャッチフレーズ「おいでませ ふくの国、山口」の下、「絶景」「体験」「グルメ」をテーマとしたプロモーションを展開し、本県への誘客と県内周遊を促進

新 山口の旅の魅力シェア促進事業

旅行者に「幸福感あふれる山口の旅」のイメージを提示し、山口の観光情報をシェアできる参加型観光情報デジタルプラットフォームを形成・活用することで、本県への誘客を促進

新 スポーツフィールドやまぐち推進事業

アウトドアツーリズムを通じた地域の活性化・交流人口の拡大につなげるため、アウトドアカルチャーの確立を図るとともに、アウトドアカルチャーの醸成とブランド化に向けたプロモーションを展開

拡 「持続的な文化財」による文化観光推進事業

本県の多彩な文化財を、これまでの保存活用にとどまらず、新たな観光素材として磨き上げ、最大限に活かすことで誘客の拡大を図り、「持続可能な文化財」による文化観光を推進

新 インバウンド特別強化対策事業

ニューヨーク・タイムズの記事掲載による海外からの注目度の高まりや、大阪・関西万博の開催を契機とした誘客促進のため、欧米豪市場に向けた海外メディアの視察ツアーや首都圏の主要交通拠点等における観光情報の発信など、本年の更なる認知度向上や受け入れ環境の充実にに向けた取組を強化

拡 ビジットやまぐち推進事業

外国人観光客の確実な取組を図るため、アジア重点5市場に対して戦略的なプロモーションを展開するとともに、海外OTAによる誘客促進や県内宿泊促進の取組等を実施

拡 山口ならではのアウトドアツーリズム推進事業

山口県の豊かな自然を最大限に活かした山口ならではのアウトドアツーリズムを推進するため、全県を挙げた推進体制を核として、魅力的なコンテンツの開発、戦略的プロモーションやシンボルイベント等の取組を実施