

平成30年度事業計画

【基本理念】 ひとが輝き、やさしさがこだまするまち長門

【基本方針】 経済効果を実感できる観光振興

【コンセプト】 初めてなのになつかしい。訪れるたびに新しい。Nagato is calling.

【スローガン】 私たちは、あいさつと笑顔のあふれる、明るくいきいきとした町づくりを目指します。

※参考資料

第2次長門市観光基本計画の数値目標

	説明	現状値 (平成29年度)	目標値 (平成33年度)
観光客数	観光客数動態調査による観光客数	215万人 (平成29年中)	200万人 (平成33年中)
宿泊客数	観光客数動態調査による観光客数	52万人 (平成29年中)	75万人 (平成33年中)
観光ガイド会員数	観光ガイド会員数	42人	60人
観光コンシェルジュの数	宿泊施設等の観光コンシェルジュの数	—	50人
ながと“やさしさ”指数	観光客が感じた長門の“やさしさ”の指標	—	60.0点
長門市観光情報 Web サイトアクセス数	長門市観光情報 Web サイト(日本語及び外国語版)の1日平均訪問数	2,500人 (平成29年中)	4,000人 (平成33年中)

観光客数の動向

(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
年間観光客数 (対前年比率)	1,187,670 (97.7%)	1,141,258 (96.1%)	1,151,732 (100.9%)	1,204,928 (104.6%)	1,549,700 (128.6%)	2,147,999 (138.6%)
(宿泊客数)	513,064	497,174	460,733	489,902	485,973	520,895
(日帰り客数)	674,606	644,084	690,999	715,026	1,063,727	1,627,104
(県外客数)	29,4367	666,262	653,400	707,281	941,773	1,333,475
(県内客数)	458,234	474,996	498,332	497,647	607,927	814,524

I 事業活動方針

1. 一般社団法人長門市観光コンベンション協会定款第4条に掲げる事業を行う。
2. 「第2次長門市観光基本計画」(平成29年3月策定)の2年目にあたり、1年目の検証と、現場の声を踏まえ、柔軟に変化をつけながら実効力のある事業展開を推進する。
3. 「やまぐち幕末ISHINプロジェクト推進委員会」等の取組と連動し、観光客誘致を推進する。
4. 幕末維新やまぐちデスティネーションキャンペーンアフターキャンペーン(10月～12月)に向けて、JRと連携し観光客の受け入れ体制の強化を進める。

II 第2次長門市観光基本計画の具現化に向けた事業展開

1. 総合プロデュース機能の充実
 - (1) 長門市観光コンベンション協会の機能強化
 - ・民間事業マインドと事業センスをもったマネジメント機能の強化
 - ・3つのプロジェクト(商品開発・情報発信・おもてなし)の推進
 - ・観光課業務の一部を移管し、市職員の出向枠を1名から3名に増員するとともに、情報発信を強化する正職員の採用、地域おこし協力隊の受入による組織体制の拡充
 - (2) 観光まちづくりに向けた関係団体の合意形成
 - ・協会と関係団体との情報交換の場づくり
 - (3) 「観光」を切り口とした新しいビジネスの展開
 - ・「Nagato ia calling」スイーツからグッズ・ギフトへの進化
 - ・ふるさと納税事業における観光関連商品の開発
 - ・第三種旅行業を活かした収益の仕組みづくり
2. 市民協働による「おもてなし力」の強化
 - (1) おもてなしプロジェクトの推進
 - ・観光コンシェルジュ制度の構築
 - ・センザキッチン観光案内所「YUKUTE」の効果的な運営
 - ・ボランティアガイドのボトムアップ
 - (2) 市民を巻き込んだ観光振興
 - ・「広報ながと」のコラム掲載(年4回)、「会報ながと」の発行(年4回)
 - ・市民参加型の地域旅・まち旅プログラムの造成
3. 訴求力の強い情報発信
 - (1) 情報発信プロジェクト
 - ・デジタルマーケティング実施による分析と情報発信
 - ・長門市の体験ホームページを長門市観光情報サイト「ななび」に統合
 - (2) 民間と連携した情報発信
 - ・大都市圏でのキャンペーンやメディアに向けた情報発信会への参加
 - ・デスティネーションキャンペーン・明治維新150年誘客促進事業への参画
 - ・JAFデジタルスタンプラリーへの参画
 - ・ロケ地誘致の取組み
4. 市民の力を観光につなげる着地型観光の推進
 - (1) 「長門まち旅コレクション」の実施
 - ・本格稼働に向けて、市民の参加を促す工夫
 - (2) ツーリズム事業の充実と地域旅との融合
 - ・採算のとれる旅行商品の造成と旅行代理店への売り込み

- ・体験型教育旅行の受入の推進
5. 長門温泉郷の魅力を生かした取り組み
 - (1) 長門温泉郷の魅力を生かした取り組み
 - ・湯めぐりクーポン券の造成
 - ・デジタルマーケティングを活用した試行分析とターゲットの絞り込み
 - ・「ONSEN・ガストロノミーリズム」の推進 6/17(土)・11/17(土)2回実施予定
 6. 地域資源のブランド化やブラッシュアップ
 - (1) ながとの「食」や「土産品」の魅力向上
 - ・「Nagato is calling」ブランドによる物産事業の展開
 - ・地域資源を活用した商品の販売支援
 - ・センザキッチン・津黄竜宮の潮吹交流施設(元乃隅売店)・観光列車「〇〇のはなし」等と連携した戦略的な販売
 - (2) 既存素材やイベントのブラッシュアップ
 - ・4館(くじら資料館、金子みすゞ記念館、香月泰男美術館、村田清風記念館)と民間事業者とのコラボレーション
 - ・地域資源をつなぐ新たな観光ルートの造成
 7. 周遊観光の仕組みづくり
 - (1) 観光案内所「YUKUTE」の観光拠点機能の充実
 - ・観光コンシェルジュ機能の充実
 - ・観光情報や道路情報の集約
 - ・レンタサイクル事業の拡大
 - ・センザキッチンを起点としたイベントへの支援
 - (2) 温泉地を経由する周遊観光の仕組みづくり
 - ・観光関連団体等が実施するスタンプラリーへの参画
 - ・各温泉地・宿泊施設等への観光情報の提供
 - ・訴求力のあるイベント(各花火大会、JAL むかつくダブルマラソン等)と連携した宿泊斡旋
 - (3) 広域連携体制の強化
 - ・山口県観光連盟(地域連携DMO)との連携
 - ・JR西日本との連携
 - ・長門商工会議所・ながと大津商工会との連携
 - ・下関市・萩市・美祢市観光協会等との連携
 - (4) クルーズ船の誘致
 - ・船会社へのセールス
 - ・寄港時のおもてなしの充実 6/9(土)にっぽん丸・10/18(木)ばしふいっくびーなす寄港予定
 8. 宿泊につながる観光客誘致
 - (1) 外国人観光客の誘致
 - ・ICTを活用したインバウンド向けプロモーション
 - ・FAMツアーの実施やブロガーの招聘等、県や周辺市連携した誘客プロモーション
 - (2) コンベンションの誘致
 - ・コンベンション事業推進に向けた仕組みづくり(窓口一本化)の検討
 - ・ルネッサながととの連携
 - (3) 青海島キャンプ村の管理・運営
 - ・青海島ミニビジターセンターの運用見直しの検討