

平成 31 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、そしておもてなし No.1 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 30 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	254 万人 (平成 30 年中)	調整中
宿泊客数	観光客数動態調査による観光客数	49 万人 (平成 30 年中)	調整中
観光ガイド会員数	観光ガイド会員数	34 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「ななび」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	3,293 人 (平成 31 年 1 月末)	4,000 人 (平成 33 年中)

観光客数の動向

(単位:人)

	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年
年間観光客数 (対前年比率)	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%)	2,538,014 (118.2%)
(宿泊客数)	497,174	460,733	489,902	485,973	520,895	487,869
(日帰り客数)	644,084	690,999	715,026	1,063,727	1,627,104	2,050,145
(県外客数)	666,262	653,400	707,281	941,773	1,333,475	1,400,941
(県内客数)	474,996	498,332	497,647	607,927	814,524	1,137,073

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3年目にあたり、事業の検証を図りながら、交流人口拡大を確かなものにする。
3. 戦略的情報発信、メディア戦略、おもてなし力（商品開発を含む）の強化を柱とする事業展開で、平成32年度につなげる事業を推進する。

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) 観光協会組織基盤強化事業
 - ・DMO的機能の促進と観光地域づくりの戦略推進
 - ・事業マインドを注入し、会員の総力を結集するマネジメント機能の発揮
 - ・主体性をもった組織体制づくりのため、市から3名の職員を受入
 - (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
 - ・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
 - ・ながと観光コンシェルジュ養成システムの構築と運用
 - ・観光ガイド事業事務局として、長門ボランティアガイド会以外も巻き込んだ事業化
 - (2) 市民を巻き込んだ観光振興
 - ・「ナガトリップ」の取組みを市民の観光意識の醸成に活用
 - ・「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)
3. 訴求力の強い情報発信
 - (1) 戦略的情報発信事業
 - ・デジタルマーケティング実施による評価と効果測定の推進
 - ・市場志向・顧客志向型コンテンツ作りを促進し既存客の「ファン化」推進と潜在客開拓
 - ・「Nagato is calling」のブランド力の向上
 - ・観光フォトコンテスト開催を通じ魅力発信と認知度向上
 - (2) フィルムコミッション運営事業
 - ・マスメディアへのプッシュ型のアプローチ戦略
 - ・市広報と連携を密にした長門市観光の売り込み
4. 市民の力を観光につなげる着地型観光の推進
 - (1) 「ナガトリップ」の実施
 - ・個人や事業者の主体性を促す工夫
 - ・集客促進に向けた情報発信の多面化
 - ・俵山、青海島地区の一層の推進
 - (2) ツーリズム事業の充実と地域旅との融合
 - ・センザキッチン発着商品造成と旅行代理店への売り込み
 - ・長門の美食を絡めた商品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

- ・長門湯本温泉観光まちづくりにおいて、推進会議の一員として行政・関係機関との密接なチームワーク
- ・「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」の継続と将来的な地元移管に向けた検証
- ・ソーシャルメディアを駆使した温泉総選挙等への側面的支援

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
 - ・全国棚田(千枚田)サミットの長門開催に向けた商品開発・販売
 - ・Nagato is callingスイーツの検証と全てのプロジェクト構成員を巻き込む新たな展開
- (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、村田清風資料館)と民間事業者等とのコラボレーション

7. 周遊観光の仕組みづくり

- (1) 長門市観光案内所 YUKUTE の観光拠点機能の充実
 - ・観光コンシェルジュ機能の確立
 - ・観光サイクリング事業の拡充
 - ・地域資源をつなぐ観光ルートや二次交通と連動した商品開発
- (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と発信
 - ・訴求力のあるイベント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ナガトリップを契機としたDMO的連携
 - ・下関市・萩市・美祢市観光協会等とのスタンプラリー等の連携
 - ・J AとJ Fとの連携
- (4) クルーズ等誘致事業
 - ・他港寄港時、長門産品によるおもてなし
 - ・下関入港インバウンドツアー客対象のモニターツアー実施
 - ・県と連携した誘致セールス
 - ・瑞風運行時のおもてなしと食材や立ち寄り観光地の提案

8. 宿泊につながる観光客誘致

- (1) 外国人観光客の誘致
 - ・ラグビーワールドカップ 2019 期間中の「旅なか」戦略
 - ・F AMツアーの実施やブロガーの招聘等、県や周辺市と連携した誘客プロモーション
 - ・外国語WEBサイトによる情報発信の充実
 - ・多言語パンフレット(英語・韓国語・中国語)作成
- (2) 青海島キャンプ村の管理・運営
 - ・新しいキャンプ村のあり方の検討
 - ・安定経営に向けた仕組みづくり