

令和3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】 Change & Challenge 変革と挑戦

～ながとブランドの創造と新しい生活様式への挑戦～

【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、観光を通じて明るくいきいきとした社会の実現を目指します。

※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 (令和2年度)	目標値 (令和3年度)
観光客数	観光客数動態調査による観光客数	164万人 (令和2年中)	300万人 (令和3年中)
宿泊客数	観光客数動態調査による観光客数	34万人 (令和2年中)	75万人 (令和3年中)
観光ガイド会員数	観光ガイド会員数	35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	25人	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	2,505人 (令和2年度)	4,000人 (令和3年度)

観光客数の動向

(単位:人)

	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年
年間観光客数 (対前年比率)	1,204,928 (104.6%)	1,549,700 (128.6%)	2,147,999 (138.6%)	2,538,014 (118.2%)	2,410,986 (95.0%)	1,636,299 (67.9%)
(宿泊客数)	489,902	485,973	520,895	487,869	485,803	336,143
(日帰り客数)	715,026	1,063,727	1,627,104	2,050,145	1,925,183	1,300,156
(県外客数)	707,281	941,773	1,333,475	1,400,941	1,370,742	818,457
(県内客数)	497,647	607,927	814,524	1,137,073	1,040,244	817,842

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）が最終年度にあたることから、次期観光基本計画の策定を踏まえ、これまでの事業の検証を行い、行政、民間、個人の担い手それぞれが本市観光の向かうべき方向性を共有し、その実現に向け協調していく。
3. おもてなし、情報発信、着地型観光を柱とする事業を継続して展開し、ポストコロナを見据えた経済活動の反転攻勢に向けた事業の企画・推進を行う。

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) 観光協会組織体制整備事業
 - ・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2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の検討
2. 市民協働による「おもてなし力」の強化
 - (1) 長門市観光コンベンション協会が策定した新型コロナウイルス感染症対策ガイドラインにより、本市を訪れる旅行者がストレスなく、安心・快適に観光を楽しめるための取組みを推進する。
 - (2) おもてなしプロジェクトの推進
 - ・おもてなし力を強化するため、多様なニーズに対応できる観光コンシェルジュを養成し、有効的な運用システムの構築を図る。
 - また、研修会等を継続的に開催することで、既認定者の知識や意欲を持続する。
 - ・既存ガイド会の基盤整備を連携して行うとともに、ガイド受付・手配を集約して実施できる仕組みづくりを検討する。
 - (3) 市民を巻き込んだ観光振興
 - ・市民や市内事業者参加型の地域旅「ナガトリップ」の再構築を図り、プロモーションに活用できるプログラム素材集を作成する。
 - ・「広報ながと」コラム掲載や協会報「Nanavi Paper」の発行により、観光コンベンション協会の事業取り組みを市民に周知する。
3. 訴求力の強い情報発信
 - (1) 情報発信事業
 - ・会員との情報共有による本市観光の現状を把握し、観光パンフレット、広告宣伝、観光宣伝活動、WEBサイト「ななび」やSNS等インターネットを活用した効果的な情報発信を行う。
 - (2) フィルムコミッション運営事業
 - ・メディアからのロケ支援依頼に速やかに対応し、本市が各種媒体に露出する機会が増えるよう努める。

4. 市民の力を観光につなげる着地型観光の推進

(1) ツーリズム事業の充実と地域旅との融合

- ・外部から国内外のエージェントとのやりとりに長け、ツアー造成を行うことのできる人材を登用し、その指揮により戦略的に情報発信会やターゲットを絞った情報を発信することで、確実に市内旅行者の獲得を行う。特に本年度はコロナ禍における状況を適宜判断しながら的確なPRを実施する。
- ・地域の多様な自然や風土を体感する「アウトドアツーリズム」の確立に向け、観光ポータルサイト「ななび」をリニューアルし、これに併せて、アウトドア体験やワーケーションといった本市ならではの旅行商品を簡単に予約・決済できるシステムを構築する。
- ・コロナ禍における体験型教育旅行の受け入れについて関連団体と情報共有を図る。
- ・市場ニーズを把握し、集客促進に向けた効果的な売り込み活動を展開する。

5. 長門温泉郷の魅力を生かした取り組み

- ・行政、関連団体との連携による効果的な情報発信
- ・「ONSEN・ガストロノミツーリズム」開催に伴う側面的支援
- ・ソーシャルメディアを駆使した温泉総選挙等への協力

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

- ・会員事業者との連携により、「ながとらしさ」あふれる産品や取組みの立案協力や情報発信等に努める。

(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により周遊ルートの作成や体験プログラムの構築を図る。

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運用による、多様なニーズへの対応
- ・レンタサイクルの運営と周遊ルートづくり
- ・地域資源をつなぐ観光ルートや二次交通と連動した旅行商品の開発

(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事業連携

(4) クルーズ等誘致事業

- ・クルーズ船寄港の際の長門産品によるおもてなし
- ・県と連携した誘致セールス
- ・トワイライトエクスプレ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

- ・地域おこし協力隊リリヤ隊員と連携したツアーの実施

(2) イベントやコンベンションの誘致協力

- ・ 宿泊につながる体験プログラムの造成
- ・ JAL 向津具ダブルマラソン、ながとブルーオーシャンライドやシニアソフトボール古希大会等のイベント参加者に向けた宿泊プランの造成
- ・ ラグビー合宿誘致事業（県外ラグビーチームへの合宿宿泊助成）