

## 2022 年度（令和 4 年度）事業計画

【基本理念】 ひとが輝き、「やさしさ」を奏でるまち長門

【基本方針】 Change & Challenge 変革と挑戦

～ながとブランドの創造と新観光時代に向けた挑戦～

【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 3 次長門市観光基本計画の数値目標

	説明	現状値	目標値 (令和 8 年度)
観光客数	観光客数動態調査による観光客数	163 万人 (令和 3 年実績)	300 万人
宿泊客数	観光客数動態調査による観光客数	32 万人 (令和 3 年実績)	50 万人
市内旅行消費額	アンケート調査による消費額	(日帰り) 5,385 円 (宿泊) 27,383 円 (令和 3 年実績)	(日帰り) 8,000 円 (宿泊) 35,000 円
リピーター率	アンケート調査によるリピーター客の割合	51.9% (令和 2 年実績)	55.0%
観光ガイド会員数	観光ガイド会員数	27 人 (令和 2 年実績)	60 人
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	2,707 人 (令和 3 年度)	4,000 人

観光客数の動向

(単位: 人)

	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年	令和元年	令和 2 年	令和 3 年
年間観光客数 (対前年比率)	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%)	1,628,301 (99.5%)
(宿泊客数)	485,973	520,895	487,869	485,803	336,143	321,894
(日帰り客数)	1,063,727	1,627,104	2,050,145	1,925,183	1,300,156	1,306,407
(県外客数)	941,773	1,333,475	1,400,941	1,370,742	818,457	780,457
(県内客数)	607,927	814,524	1,137,073	1,040,244	817,842	847,844

## 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3次長門市観光基本計画」（令和4年3月策定）の初年度にあたり、新計画に則り事業を推進することにより、交流人口の拡大と観光消費額の拡大を図る。
3. 観光地域づくり法人（観光DMO）登録推進、戦略的な情報発信、地域旅ブラッシュアップを柱とする事業展開を行い、新型コロナウイルス感染症収束後につなげる事業を推進する。

## II 第3次長門市観光基本計画の具現化に向けた事業展開

1. 地域経済の視点に立った観光の創出
  - (1) 新たな観光商品の実現
    - ・マイクロツーリズムに対応したプランの検討、造成を行う。
    - ・他県からの高速バスや山口県内拠点駅や空港からの直行タクシー利用者に向けた商品やおもてなし手法の検討を行う。
    - ・既存商品のブラッシュアップを図る。
  - (2) 着地型観光・地域旅商品の造成とPR
    - ・ながと体験観光プログラム「ナガトリップ」や長門湯本温泉発着のオプションツアーのツアー数拡大及び効果的なPRを実践する。
    - ・新商品や新たなコンテンツの検討、造成を行う。
    - ・体験型教育旅行の造成、充実を図る。
  - (3) 長門市観光コンベンション協会の機能強化
    - ・観光DMO登録を目指し、データ収集・分析及びデータに基づいたマーケティングを推進する。
    - ・実施したデータ分析等は会員にも共有することにより、会員の事業拡大に寄与するべく取り組む。
    - ・収益性のある事業の推進を検討する。
  - (4) MICEの誘致
    - ・長門市および市内事業者と連携して、大会等の情報収集と誘致に向けた営業を行う。
  - (5) 外国人観光客の誘致
    - ・インバウンドを対象としたデジタルマーケティングを検討する。
    - ・山口県、長門市と連携して海外エージェントへのセールスプロモーションを実施する。
    - ・コロナ終息後に向けて、外国人観光客を意識した文化・体験着地型観光商品を充実させる。
2. 広域で経済を回す仕組みづくり
  - (1) 元乃隅神社や温泉地を中心とした周辺地域の魅力創出に向けた調査・研究を行う。
  - (2) 広域連携体制の強化
    - ・福岡や広島からの誘客促進に向けた戦略を検討する。
    - ・近隣地域と連携して、誘客促進に取り組む。

### 3. 新たな長門の魅力の創出

#### (1) ながとの「食」や「土産物」の新たな魅力創出

- ・事業者との連携による高付加価値の商品開発支援を行う。
- ・ながとブランド確立に向けた検討を行う。

#### (2) 長門らしいツーリズムの推進

- ・アウトドアツーリズム推進に向けた方針やブランドの検討を行う。
- ・「JAL 向津具ダブルマラソン」等の大規模イベント参加者に向けた宿泊プランの造成・販売を行う。
- ・スポーツ合宿や高齢者スポーツ大会等の誘致を行う。

#### (3) 文化・伝統を生かした観光事業

- ・文化施設の魅力創出と施設を拠点とした周遊観光の創出を図る。
- ・地域に根付く伝統行事と連携した観光事業の拡大と積極的な情報発信を行う。

#### (4) 話題性のある観光関連事業の展開

- ・ナイトタイムコンテンツの造成を検討する。
- ・話題性のある地域らしいイベントの支援及び連携を図るとともに社会情勢や流行を取り入れた観光商品の展開を検討する。

### 4. 情報発信の強化

#### (1) 戦略的な情報発信

- ・長門市観光情報サイト「ななび」の迅速な更新と分かりやすいサイト運営に努める。
- ・SNS等を活用し、ターゲットを明確化した効果的な情報発信を行う。
- ・メディア等への積極的な情報提供を行う。

#### (2) 周遊促進に向けた「旅ナカ」の情報発信強化

- ・効果的な情報ツールの検討を行う。
- ・「旅ナカ」に関する情報発信の充実を図る。
- ・レンタサイクル事業をはじめ、新しいモビリティバイクの実証実験等の活用による滞在時間の拡大や周遊促進を図る。

### 5. 情勢の変化への対応と対策

#### (1) 新型コロナウイルスに対する観光事業者への総合的な支援

- ・国、県、市の一時的な支援に対して、民間事業者との橋渡しを行う。

#### (2) 安心安全な“ながと観光”の確立

- ・長門市と連携してニューノーマルに対応した観光事業者への支援を行うとともに安心安全に配慮した観光地づくりに取り組む。

#### (3) シビックプライド熟成による観光人材の育成

- ・観光人材や観光関連従事者等のスキルアップ及び育成・活用に向け、共同研修等の仕組みづくりを行う。

### 6. ながと観光の質と魅力の磨き上げ

#### (1) 「長門温泉郷」の魅力を活かした取り組み

- ・素泊まり客に向けた、外食需要に対する取り組みを推進する。
- ・閑散期である冬に集客を見込んだプランの検討を行う。

(2) 長門湯本温泉観光まちづくり事業の推進

- ・長門湯本温泉の各組織と連携することにより、温泉街をそぞろ歩きできる楽しみを演出する支援を行うとともに、温泉街の活性化を実現する。

(3) 俵山温泉の活性化に向けた取組強化

- ・魅力ある温泉街創出に向けた事業への支援を行う。
- ・「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」の推進と地域の連携を図る。

(4) 仙崎地区周遊促進の仕組みづくり

- ・地域資源を生かした集客力のあるコンテンツの造成を図るとともに、地域の魅力創出に向けた事業支援を行う。
- ・青海島の観光資源を生かしたコンテンツの造成を図る。
- ・センザキッチンを拠点とした情報発信を強化する。

(5) 観光地の景観保全

- ・長門市及び地域事業者（市民）と連携して観光客の満足度向上に向けた環境作りを図る。

(6) 二次交通・三次交通の整備

- ・長門市及び交通事業者と連携して、公共交通機関を利用して来訪された方が観光を楽しめるコンテンツの開発を行う。
- ・レンタサイクルによるエコ観光の推進を図るとともに、レンタル電動バイクの実証実験を行う。