

2025 年度（令和 7 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）＝明るく元気な長門へ
～DMO の推進により、地域の魅力を高め、ながとブランドの創造へ～

【DMO 活動方針】

- ① 各種データ等の継続的な収集及び分析、明確なコンセプトに基づいた観光地経営戦略の策定、重要業績評価指標（Key Performance Indicator）（以下「KPI」という。）の設定、PDCA サイクルの確立
- ② 地域の魅力向上に資する観光資源の磨き上げや二次交通を含む交通アクセスの整備、多言語表記等の受入環境整備等、着地整備に関する取組の推進
- ③ 関係者が実施する観光関連事業と観光地経営戦略との整合性を図る調整や仕組みづくり、プロモーション
- ④ 観光地域づくり法人を中心とした多様な関係者との体制構築や合意形成
- ⑤ 観光地域づくり法人が上記①から④の役割を達成するために必要な組織の確立と財源の確保

第 3 次長門市観光基本計画の数値目標

	説明	現状値 (令和 6 年実績)	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	212 万人	300 万人
宿泊客数	観光客数動態調査による観光客数	46 万人	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)10,856 円 (宿泊) 46,530 円	(日帰り)10,000 円 (宿泊) 40,000 円 ※協会独自目標
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	63.0%	55.0%
来訪者満足度	アンケート調査による観光客満足度	53.8%	52.8%

観光客数の動向

(単位：人)

	令和元年	令和 2 年	令和 3 年	令和 4 年	令和 5 年	令和 6 年
年間観光客数 (対前年比率)	2,410,986 (95.0%)	1,636,299 (67.9%)	1,628,301 (99.5%)	1,963,162 (120.6%)	2,011,007 (102.4%)	2,115,989 (105.2%)
(宿泊客数)	485,803	336,143	321,894	375,175	383,446	462,609
(日帰り客数)	1,925,183	1,300,156	1,306,407	1,587,987	1,627,561	1,653,380
(県外客数)	1,370,742	818,457	780,457	1,030,096	1,092,224	1,198,837
(県内客数)	1,040,244	817,842	847,844	933,066	918,783	917,152

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」に則り、観光庁が定める DMO としての観光地域づくりにおける役割・機能を推進する。

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

【地域旅ブラッシュアップ推進事業】

【地域旅事業】

- ・第3次長門市観光基本計画 KGI の達成に向け、消費単価の向上につながる取り組みをする。

KPI：着地型旅行商品（販売単価目標）R7 年度 3,637 円

※R6 年度 目標 3,031 円、実績 2,080 円

【デジタル観光戦略推進業務】

- ・ブランディング PR スキルの積み上げを行う。
- ・目標 UU：36,000
- ・目標エンゲージメント率：63%

(2) 着地型観光・地域旅商品の造成と PR

【地域旅ブラッシュアップ推進事業】

【地域旅事業】

- ・満足度の高い充実した「ながと時間」の創出の実現を目指し、ながと体験プログラム「ナガトリップ」の磨き上げを図る。
- ・豊富な地域資源を活かしたアウトドアツーリズムの振興や滞在型観光の推進を図り、効果的な情報発信を行いながら、「旅ナカ」時間の充実を図る。
- ・ナガトリップサイトのアクセスデータの検証とブランディングを行う。

【情報発信業務】

- ・販売促進 PR スキルの積み上げを行う。

(3) 長門市観光コンベンション協会の機能強化

【地域活性化起業人遂行業務】

- ・継続的な観光データの収集・分析・発信・指南を行う。
- ・観光シンクタンク的活動を推進（事業検証・予算案策定・コンサルティング）する。
- ・単価向上への啓蒙活動を行う。

KPI：満足度調査データ発信 12 回／年

観光関連団体講演 4 回／年

KGI：日帰り旅行単価 12,000 円

宿泊旅行単価 50,000 円

- ・DMO 制度変更による新 DMO 審査基準への対応を行う。

【デジタル観光戦略推進業務】

- ・事業のデータを他の各業務と連携させる。

(4) 外国人観光客の誘致

【ながと国際観光推進事業】

- ・多言語サイト「Visit Nagato」のサイトリニューアルと流入促進を図る。
- ・補助金を活用したインバウンド受入体制整備を行う。
- ・効果的な広告配信とデータ分析・効果測定を行う。

(KPI) WEB サイト：UU 24,000／セッション数 31,200／PV 数 55,200／ENG 率 58%

(KGI) 訪日外国人の宿泊客数：16,000 人

【クルーズ船等誘致事業】

- ・大型客船の寄港による地域経済への普及効果と、“長門市”の認知度アップによる観光客誘致拡大につなげるため誘致促進を図り、継続的な寄港を目指す。
- ・市内の飲食店業者等に寄港を周知し、割引等の乗船客に対するサービス提供の協力依頼を行い、長門市を周遊する仕組みづくりに取り組む。

令和 7 年 11 月 1 日（土）「飛鳥Ⅱ」寄港

(5) 持続可能な観光に向けた事業推進の検討

- ・JSTS-D（日本版持続可能な観光ガイドライン）に則ったマネジメント・活動に取り組む。
 - ✓ 持続可能なマネジメント
 - ✓ 社会経済のサステナビリティ
 - ✓ 文化的サステナビリティ
 - ✓ 環境のサステナビリティ

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の観光拠点を周遊する仕組みづくり

【地域活性化起業人遂行業務】

【デジタル観光戦略推進業務】

- ・元乃隅神社＋αとしての打ち出し、周遊促進に取り組む。
- ・「ななび」にて各ポイントの周遊促進コンテンツを発信し、得られたデータを誘客の取組に活用する。（★サイト構造も絡めた考えで進めていく。）

(2) 広域連携体制の強化

【地域活性化起業人業務遂行業務】

- ・せとうち DMO、山口県観光連盟との情報共有・事業連携に取り組む。
- ・「長州路観光連絡会」「ながと路観光連絡協議会」におけるデジタルマーケティングを推進する。
- ・連携エリアでの周遊促進に取り組む。

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

【山口県観光連盟 ご当地「ブラチナ観光グルメ」開発事業】

- ・山口県観光連盟及び市と連携を図り、本事業で開発されたメニューを「ななび」等の情報サイトを活用して、継続的なプロモーションを行う。

(2) 長門らしいツーリズムの推進

【地域旅ブラッシュアップ推進事業】

【地域旅事業】

- ・豊かな自然や地域資源を活かしたアウトドア体験プログラムの充実を図る。
- ・モンベルのネットワークを活用した情報発信を行う。
- ・宿泊施設と連携した商品造成を行う。

【スポーツ合宿誘致事業】

- ・長門スポーツ競技団体及び学生ラグビー競技団体の合宿を誘致することにより、観光閑散期の誘客、平日施設利用の向上を促し、交流人口の拡大及び地域の活性化を目指す。

目標誘致人数 社会人スポーツ合宿／180 人
学生スポーツ合宿／240 人
学生ラグビー合宿／450 人

(3) 文化・伝統を生かした観光事業

【地域旅ブラッシュアップ推進事業】

【地域旅事業】

- ・歴史や文化等をより身近に体感できるような体験プログラムを造成する。

【情報発信業務】

- ・「ななび」の周遊促進コンテンツに盛り込み、誘客数を増やすための発信を行う。

(4) 話題性のある観光関連事業の展開

【地域旅ブラッシュアップ推進事業】

【地域旅事業】

- ・質の高い体験プログラムを目指し、売れる商品を作る。
- ・ターゲットニーズに基づいた商品造成を行う。

【情報発信業務】

- ・引き続き「ナガトリップ」の商品の販売促進に関しての発信を行いつつデータを収集・商品開発への反映を行う。

4. 情報発信の強化

(1) 戦略的な情報発信

【情報発信業務】

市内全体を見通した広報・広告運用

- ・市内各地域のステークホルダーから広報・広告企画を募り、コミュニケーションを取りながら、誘客アップ・ブランディングのための取り組みを行う。
- ・Webを中心に各取組にてデータ収集を行い、広報・広告のブラッシュアップに努める。
- ・協会の他事業からもデータ収集・共有を行い、長門市全体の観光振興となるよう活かす。

【デジタル観光戦略推進業務】

ななびサイト

- ・目標 UU：900,000(R8：1,100,000／R9：1,280,000) ※R6：約 750,000
- ・目標エンゲージメント率：65%(R8：67％／R9：70%) ※R6：65.04%
- ・既存コンテンツのブラッシュアップ／アクセスを稼ぐための新規コンテンツづくり

ななび SNS(Instagram)

- ・目標フォロワー：13,000(R8：16,000／R9：20,000) ※R6：10,000
- ・目標インタラクション(ENG)：3,000(R8：4,000／R9：5,000) ※R6：約 2,600

(2) 周遊促進に向けた「旅ナカ」の情報発信強化

【情報発信業務】

【デジタル観光戦略推進業務】

- ・発信コンテンツに組み込み、データを収集しながらブラッシュアップを図る。

5. 情勢の変化への対応と対策

(1) 観光事業者への総合的な支援

【情報発信業務】

- ・「プレミアム宿泊券」購入・利用方法周知、販売促進プロモーションを行い、利用促進に取り組む。

(2) シビックプライド醸成による観光人材の育成

【観光コンシェルジュ、ガイド会事務局】

- ・ながと観光コンシェルジュ、ガイド会会員との情報共有の強化を図る。
- ・観光資料のテキスト化を行う。

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組

【地域活性化起業人業務遂行業務】

【デジタル観光戦略推進業務】

- ・温泉地の五名湯としての打ち出し・周遊促進に取り組む。
- ・五名湯それぞれに対するユーザーの反応も伺いながら、誘客に向けたコンテンツを企画する。

(2) 長門湯本温泉観光まちづくり事業の推進

【地域旅ブラッシュアップ推進事業】

【地域旅事業】

- ・長門湯本温泉の各組織と連携し、魅力ある体験プログラムを造成する。

【情報発信業務】

- ・誘客数アップの目標を中心に、発信企画やコンテンツづくりを行い、ブラッシュアップを行う。

(3) 俵山温泉の活性化に向けた取組強化

【イベント開発支援事業】

- ・「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」の推進と地域の連携を支援する。
- ・俵山グランドデザイン実現化に向けての活動に対するサポートをする。

【情報発信業務】

- ・俵山温泉の方々とコミュニケーションを取りながら、WEB コンテンツを中心に発信を企画し、データ収集を行う。

(4) 仙崎地区周遊促進の仕組みづくり

【地域旅ブラッシュアップ推進事業】

【地域旅事業】

- ・仙崎地区周辺の各組織と連携し、観光資源を活かしたコンテンツの造成を図る。

【情報発信業務】

- ・地域旅商品の PR と地区イベントを観光視点から魅力を掘り起こして広報する。

(5) 観光地の景観保全

- ・元乃隅神社の景観保全の仕組みづくりに取り組む。

(6) 二次交通・三次交通の整備

【観光旅行者市内周遊促進事業】

- ・レンタカー事業運営 目標利用件数／100 件

【レンタサイクル事業】

- ・観光案内所 YUKUTE レンタサイクル 目標利用件数／550 件

【地域旅ブラッシュアップ推進事業】

【地域旅事業】

- ・レンタサイクル、周遊観光タクシー、レンタカー事業などによる滞在時間の拡大や周遊促進に取り組む。

【情報発信業務】

- ・交通系コンテンツの整備や回遊促進の仕掛けづくりから、データ収集と企画へのフィードバックを行う。