

## ヒアリングによる防府市の観光の現状

<b>目的</b>	防府市における観光の動向や現状を把握し、これからの観光推進に向けた課題および可能性を分析することを目的とする。	<b>対象</b>	観光に関連している、あるいは今後関連する可能性のある市内事業者・団体 全12団体 (防府観光コンベンション協会、防府商工会議所、防府天満宮、潮彩市場防府、飲食業組合、菓子組合、青少年科学館ソラール、競輪局、ホテルみやま、村田株式会社、ヘアメイク Be' 美、AIMA (藍間))
-----------	---	-----------	--

### <ヒアリング結果のとりまとめ>

大項目	小項目	強み	弱み	改善ポイント
1. 地域資源	①自然環境	○防府天満宮の裏手にある天神山に登る方が多い。公園が整備されており、桜もきれいな場所である。 ○野島には釣り客が多く訪れている。 ○野島の津久見浜海水浴場は綺麗で、富海も遠浅で泳ぎやすく、海もきれいである。	—	○海・山は魅力がある一方で、認知度が低い状況であることから、「防府市」を認知し、観光地として選択してもらうためのプロモーションが必要である。
	②歴史・文化等資源	○防府天満宮をはじめとする歴史的な観光資源が豊かである。 ○御朱印ブームの影響等で防府天満宮に若者が以前より訪れるようになった。 ○防府天満宮内の春風楼から市内が一望でき、外でお昼ご飯を食べる等のんびりと過ごす方が多い。 ○防府天満宮周辺では、歴史的資源を背景に、コスプレイヤーが撮影しにくるようになってきている。 ○青少年科学館には市内外から子どもたちが訪れており、特に行楽シーズンには多い傾向である。また、学校教育の一環としても来訪がある。	—	○防府市の特性を形作る歴史的な観光資源を適切に次世代へ継承していくためには、適切な保存・活用の取組が必要不可欠である。 ○防府天満宮では、近年若者の来訪が増えていることから、その他の資源についても若者にも訴求できる情報発信を関連付け、滞在時間の延伸や満足度の向上を図ることが求められる。
	③体験型	○スウェーデン人の刀鍛冶の方がおり、貴重な人財となっている。(その方は、スウェーデン人をターゲットにした特化型の体験を伴う観光も考えている。) ○湯田温泉も含め、広域的な滞在のしかた・観光の可能性はある。	○最近、若者には体験型や写真映えのコンテンツを求めている傾向が高いが、市内のそのようなコンテンツは少ない状況である。 ○競輪場やオリエンタル和装等希少価値の高いコンテンツは市内で発掘することができたが、現状、観光資源として受入体制が整っていない。野島についても、観光的な魅力は豊富であるが、観光客に楽しみ方も伝わっていない。 ○野島の山奥の旧日本軍の指揮所など、ある一定のターゲット(マニア等)に対して魅力的な資源を多く発掘できる可能性がある。	○単体での取組ではなく、各テーマに合ったストーリーを構築し、各魅力を紡ぎ、ターゲットに展開していく必要がある。 ○地域に隠れた体験コンテンツの発掘や磨き上げ、それらの情報発信と受入環境を整えることが必要である。
	④土産品・食	○「幸せます」にちなんだ商品の売れ行きが、店頭・ネット販売ともに好調である。 ○各店舗の商品にファンやリピーターがついている。 ○鱧の知名度が向上しており、市外や県外から鱧を目当てにくる人が多い。 ○佐波川の鮎が良質である。	○パッケージデザインの改良など、コストがかかる取組に対しては積極的に取り組めないこともある。 ○鱧を獲る漁師が減っている。	○更なる地域の特産品・お土産品の質の向上を図ることが必要である。 ○土産品を開発するためには、事業者への金銭的な支援や市内外での異業種とのマッチング等による取組の展開が求められている。 ○潮彩市場等の訴求力が高いことから、防府の豊かな海産資源を生かした土産品の開発・販売を強化することも重要である。
	⑤イベント	○鍋—1グランプリや幸せますフェスタは、防府市民が訪れ、楽しみ満足の高いイベントとなっており、活気が感じられるものである。 ○路上フリーマーケットは、西日本最大級である。	○防府市内でさまざまなイベントの実施はしているが、宿泊にはつながっていない。やはり通過型となっている。 ○新型コロナウイルス感染拡大の影響で、多くのイベントが中止となっている。	○一過性の賑わいづくりにとどまらず、イベントを通じて市民に観光推進を担う役割やきっかけを与え、防府市民の参画を進めるひとつの手段としても実施していくことが求められる。
2. 受入環境	①宿泊施設	○マツダの工場等のビジネス利用・出張利用により、市内の宿泊施設(特にビジネスホテル等)は、安定的な経営を実現している。 ○ブリヂストンなどは、タイ、アメリカなどの外国人研修による宿泊が見受けられる。 ○最近、野島のViDeNやAIMAなどの新しい宿泊施設がオープンし始め、新たな形態が生まれている。 ○防府読売マラソン開催時は、全国からの宿泊者でほぼ満室になる。 ○宿泊施設は、概ねキャッシュレスに対応できている。	○ビジネス利用での宿泊は多いが、観光による宿泊は少ない。 ○スポーツ合宿を通じた宿泊には可能性がある一方で、現状のホテルでの受入体制は限界がある部分も見受けられる。(食事の朝昼夜3食提供することが難しい。) ○市内のチェーンの宿泊施設は多言語対応できているが、その他の宿泊施設は対応できていないのが現状である。	○短期的にみると、新たな宿泊施設の建設や展開は現実的ではないことから、宿泊するための仕掛けづくりに注力するのではなく、日帰り客に焦点を当て、市内での滞在時間を現在よりも延伸させるといった選択肢の可能性も考えられる。

大項目	小項目	強み	弱み	改善ポイント
	②飲食施設	<p>○飲食店同士の仲が良いことから、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、同業他社同士で協力してスーパーでテイクアウト商品の販売を充実させることができている。</p> <p>○天神鰯は、商標を取り、様々な取組を展開したことによって、鰯を扱う飲食店が増えている。</p> <p>○「鰯塾」でハモ料理の研修会を毎年実施しており人気がある。(料理人が市民にハモのさばきかた等を教える企画。料理人の結束や横のつながりが強く、企業秘密がないため、みんなで魅力向上のために知恵を出し合っている。)</p> <p>○卵かけごはんを行っている店舗を食べ歩きする人が見受けられる。</p> <p>○潮彩市場防府では海産物を取り揃え、売り上げも伸びている。</p>	<p>○日中の利用者だけでなく、夜の飲食施設への利用者も増やしたい。</p> <p>○「防府市といえば鰯、鰯といえば防府市」となるほどの全国的な知名度を得るためには、ブランドとしての磨き上げの余地がある。</p> <p>○鰯はスーパーにも並んでいるが、見た目があまりおいしそうに見えない。</p> <p>○天神鰯は近年有名になったが、他に突出した特産品となる農産物が少ない。(玉ねぎ、春菊の生産は多い)</p> <p>○飲食店のキャッシュレス化はあまり積極的に進められていない状況である。(少なくともキャッシュレスのセミナーの参加者は少ない。)</p>	<p>○宿泊する顧客はビジネス利用が多いことから、日中は「市民・観光客向け」、夜は「ビジネスマン向け」というように、昼夜のターゲットを切り替え、適切に飲食ニーズに応えることでお金を落としてもらい、観光に向けた下地づくりを進めることができる。</p> <p>○天神鰯のようなA級ブランドによって消費単価を向上させることが重要である。そのためには、特に防府市の強みである海産物を中心にグレードアップし、防府市においてより高品質な食を提供できるようにすることが必要である。</p>
	③環境整備	<p>○レンタサイクルが整備され、一定の利用者がいる</p>	<p>○野島の港に放置されている漁具が景観を損ねてしまっている。</p> <p>○空港からのアクセスが不便である。</p>	<p>○防府市外からのアクセス性の向上と地域内交通、二次交通の充実が必要である。</p>
	④人材	<p>○防府市民は、よその人を受け入れやすい性格であり、心のハードルが良い意味で低い。</p>	<p>○観光プラン・メニューの作成に地元観光事業者や地元住民があまり参加できていない。</p> <p>○事業者や市民の取組のモチベーションが継続しない(鰯のブランド化は20年続けて、やっと成果が出てきているが、なかなかそうはならないことも多い)</p> <p>○防府市民が防府に何があるのか理解している人が少ない。</p> <p>○防府市民は奥ゆかしい性格で、シビックプライドを内に秘めているので、堂々と地域のことを発信することは苦手な印象である。</p>	<p>○すでに特徴的なサービスを行っている人や活動的な人が存在することから、無理に連携を図るのではなく、防府市で挑戦する人を増やすために個々のやる気を引き出す環境づくりを行う。</p>
	⑤インバウンド	<p>○韓国・台湾・中国からの来訪が一定数あるが、全体的にインバウンド観光客は多くはない。</p>	<p>○福岡～広島間の通過が多く、防府市内での滞在は比較的少ない状況である。</p> <p>○インバウンド誘客については、前向きに取り組んでいこうという流れは少ない。実際外国人観光客がそれほど多くないため、事業者も取り組みづらく、積極的に取り組んでいこうというモチベーションが生まれにくい。</p>	<p>○広島～福岡の移動が多いため、まず第一に、防府市通過時の立ち寄りを狙った誘客を図ることが重要である。</p>
3. 情報発信・プロモーション		<p>○「幸せます」は、防府市内では浸透してきていると感じている。</p>	<p>○「幸せます」の外からの評価については、方言を知らない県外の人には分かりづらく伝わっていないのではないかと感じる。</p> <p>○野島は安く防府市内からでも海外旅行気分で行ける等、地域の個性、強みを発信していく必要がある。</p>	<p>○防府市の認知度を高めるための情報発信が重要である。</p> <p>○周辺市町村との広域的な連携による情報発信や施設同士の相互の情報発信を進めることも必要である。</p>