第三次防府市観光振興基本計画

防府市

目次

Ⅰ　計画の基本的な考え方 1
1　防府市が目指す観光地域づくりの考え方 1
2　計画策定の背景と目的 2
3　第二次防府市観光振興基本計画の総括 3
4　計画の位置づけ 4
5　計画の期間 4
Ⅱ　防府市を取り巻く環境 5
1　近年の観光市場の動向 5
2　コロナウイルス感染拡大以前の国の観光動向 6
3　コロナウイルス感染拡大以前の山口県の観光動向 7
4　コロナウイルス感染拡大以前の防府市における特徴 8
5　防府市の観光に係る現状・課題 15
Ⅲ　防府市の観光が目指す姿 16
1　観光地域づくりの目指す姿 16
2　防府市を構成する要素（Key Value） 17
3　本計画の目標フレーム 18
Ⅳ　展開する具体的な取組 19
1　展開方針 19
2　具体的な取組の考え方 20
3　具体的な取組内容 21
Ⅴ　施策体系の整理 37
Ⅵ　計画の推進に向けて 38
1　推進体制について 38
2　進捗管理について 39
＜資料編＞ 40
1「第三次防府市観光振興基本計画」策定経過 41
2　防府市観光振興推進協議会設置要綱 42
3　防府市観光振興推進協議会委員名簿 43
4　防府市における特徴 44
5　高校生ワーキングの開催結果 45
6　用語集 46
7　防府市のイベントカレンダー（2021 年度） 47

Ⅰ　計画の基本的な考え方

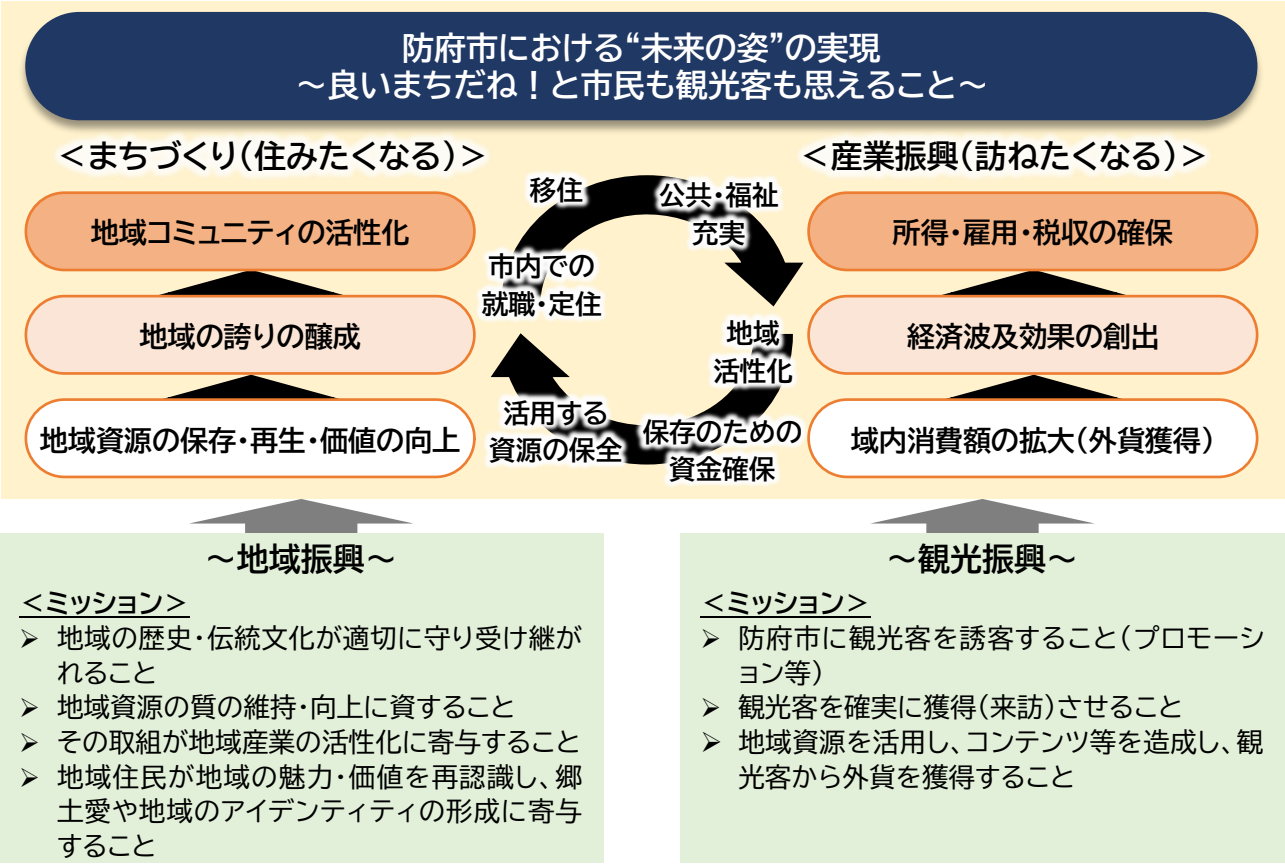
1　防府市が目指す観光地域づくりの考え方

観光とは、中国の古典「易経」にある「国の光を観る」ことが語源であると言われています。その地方の優れた地域資源を訪ね、観て、学び、体験することで、感動や癒しがもたらされ、生活の質の向上が図られることが観光の意義であると言えます。観光を通じて市町村や県、国を超えて人々が交流することで、その地域にさまざまな効果がもたらされます。その効果には次のようなものがあります。

地域への経済効果	観光産業は裾野が広く、経済波及効果が高い産業といわれています。交流人口の増加により、交通機関の利用、飲食や宿泊、地場産品の購入などその消費活動は多岐に渡ります。これにより、地域経済の活性化や雇用需要の拡大など、市民生活の安定と向上につながることが期待されます。
地域の誇りの醸成	観光客を受け入れる地域にとっては、さまざまな人がその地域の資源を認め、訪れ、称えてくれることにより、自らの地域の価値を再認識し、それが自信となり、地域の誇りやアイデンティティが醸成されます。

これらの効果を生かして、地域の「あるべき姿」を実現していく取組こそ、“観光地域づくり”の考え方です。観光地域づくりの取組によって、地域の人々と来訪者が活発に交流することにより、相互に刺激し合い、新しい文化が生まれ、それがまた地域の新しい魅力となり、誇りとなって、経済活動も活性化します。これらの好循環により、様々な波及効果も生み出していきます。

防府市においても、「自らの地域を愛し、誇りをもって暮らしているならば、自ずと誰しもが訪れたくなる」といった“住みたくなる、訪ねたくなる”という観光地域づくりの理念を掲げ、さまざまな主体と連携協力しながら、観光に関する取組を推進していきます。



2 計画策定の背景と目的

防府市では、『「幸せます」の観光まちづくり推進都市～千三百年の史都・防府～』という目指す観光のまち像を掲げ、「第二次防府市観光振興基本計画(平成 28 年度～令和2年度)」を平成 27 年度に策定し、これまで様々な事業を展開してきました。

観光事業者等と連携しながら、観光に係る取組を推進してきた結果、観光地点等入込客数や延べ宿泊者数も増加し、観光客から選ばれる地域になりつつあるとともに、市民からの魅力的な観光地としての認識も生まれつつあります。

こうした中、国では観光を成長戦略の大きな柱ととらえ、地方創生の礎として観光振興やインバウンドの拡大に向けた政策に取組んでおり、2030 年の目標として、地方部での外国人延べ宿泊者数1億 3,000 万人泊、外国人リピーター3,600 万人、日本国内旅行消費額 22 兆円を掲げています。山口県においても「やまぐち維新プラン」に掲げる「3つの維新」のうち、「大交流維新」の実現を中心に、多様な施策を強力に展開するとともに、Society5.0 時代を見据えた5G等の未来技術の活用といった新たな取組にも挑戦するなど、「連携と成果」をキーワードに、総力を挙げて取り組んでいます。

しかし、令和元年 12 月に海外で初めて確認され、現在も世界中で感染の流行が継続している新型コロナウイルス感染症の影響により、観光を取り巻く環境は一変しました。令和2年4～6月の訪日外国人観光客数は、前年同期比 99.9%減と過去最大の落ち幅となりました。また、国内においても旅行のキャンセル、予約控えや外出自粛の影響を受け、観光需要は大幅に落ち込んでおり、日本の観光業は大きな転換期を迎えることになりました。

今後も、当面の間は厳しい状況が続くことが見込まれていますが、国や山口県において、「新しい生活様式」を取り入れ、様々なガイドラインや「新しい旅エチケット」等の徹底により、感染拡大防止と社会経済活動の回復を両立していくための取組が推進されています。

コロナ禍において、観光のあり方そのものが大きく変わっていく中で、これまで以上に直接的に「観光」に携わってきた人々はもちろんのこと、これまで「観光」に関係を持たなかった人々とも多様連携を図り、市民や観光関係者、行政が一体となって、防府市の地域資源を磨き、活用し、継承していく取組を進めていくことが重要となります。

そこで、交流人口の拡大から地域経済の活性化につながるよう、将来像とともに、その基本となる理念や展開する施策等を掲げ、「住みたくなる、訪ねたくなる」防府市の観光地域づくりの指針として、本計画を策定します。

■持続可能な観光地域づくりについて

2015 年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」は、貧困や飢餓の撲滅、教育、ジェンダーの平等、クリーンエネルギーの普及、経済成長、環境保全、平和構築など、17 の目標と各目標に紐づく 169 のターゲットからなり、2030 年までの達成を目指しています。

国連世界観光機関(UNWTO)は、「すべての目標に対して、観光は直接的、または間接的に貢献する力があり、持続可能な開発目標の達成に向けて、重要な役割を担っている」旨、宣言しており、SDGsの達成に係る観光の役割は大きいことがわかります。

今後、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを実現するためには、観光客と地域住民双方に配慮し、多面的かつ客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づく総合的な観光地マネジメントを行うことが重要となることから、観光庁では、国際基準に準拠し、日本の特性に合わせた「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」を令和2年6月に公表しました。

このガイドラインでは、「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」の4つの分野で構成されています。

3 第二次防府市観光振興基本計画の総括

平成28年度からの5年間を計画期間として、平成27年度に策定した第二次防府市観光振興基本計画では、防府市の観光の諸課題を解決し、「幸せます」を地域ブランドとして観光地域づくりを推進するため、5つの基本方針を定めました。

この5つの基本方針には、全部で40の基本事業が紐付けられ、具体的な展開を担保しつつ、「幸せます」を地域ブランドに昇華させるべく、本市の各関係部局及び関係団体が「幸せます」を意識した取り組みに邁進してきたところです。また、地域ブランド「幸せます」の形成と併せて、観光地域づくりを効果的に進めるため、基本事業の幾つかを横断・融合して4つの事業群（プロジェクト）を構成し、44の重点事業を掲げました。

しかしながら、この4年間の取組を振り返ると、計画に掲げた事業の実施体制が「脆弱」であったことや、予算が考慮されなかったこと、明治維新150年記念事業などの目先のイベントに振り回されたこと等が要因となり、多くの事業が実施保留となり、計画に掲げた目標に到達せず、「防府市と言えば幸せます」が広く認知されない状況となりました。事業を欲張った計画の「つくり」と、現実に推進しなければならない計画外の事象との折り合いに失敗したと総括されます。

第二次防府市観光振興基本計画に掲げた目標数値（KPI）の達成状況は以下の通りです。

NO	項目		目標値	策定時（H26）	実績値（R1）	達成状況
1	観光地点等入込客数		2,400 千人以上	1,866 千人	2,397 千人	99.9%
2	延べ宿泊者数		97,000 人	63,382 人	64, 690人	66.7%
3	観光案内所利用者数		20,000 人以上	11,885 人	11,822人	59.1%
4	「幸せますステーション」等認定店舗数（防府市観光ネットワーク加盟店を含む）		40 店舗以上	0店舗	32店舗	80.0%
5	着地型旅行商品（滞在交流型プログラム）の造成数		10 件以上	0件	24件	240.0%
6	「地旅」参加人数		600 人以上	422 人	265人	44.2%
7	大型クルーズ船の寄港回数		3回以上	0回	0回	0.0%
8	外国人観光客数		5,000 人	2,280 人	10,289 人	205.8%
9	「幸せます」の認知度	地域ブランドランキング	50 位以内	404 位	439位	-9.9%
		「幸せます」の認知度	80%台を維持	74.8%	77. 8%	97.3%
10	「幸せます」観光ガイドの人数		5人	0人	0人	0.0%

また、観光に係る市民の満足度についても、以下のように変化しています。

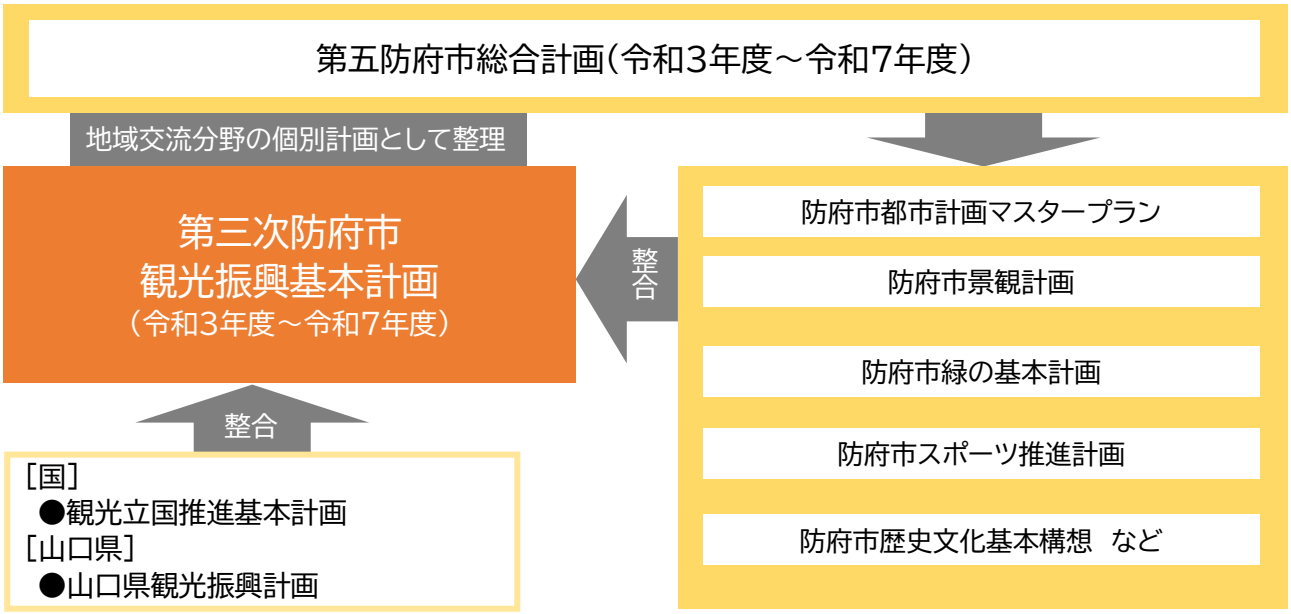
NO	項目	目標値	策定時（H26）	実績値（R1）	達成状況
1	「まちの資源を活かした、魅力的な観光地となっている」と思う市民の割合	40%	27%	32%	80%
2	「広報誌などで、行政からの情報が分かりやすく説明されている」と思う市民の割合	80%	68%	66%	83%
3	「市税が有効に使われている」と思う市民の割合	35%	24%	25%	71%

4　計画の位置づけ

本計画は、今後の防府市の観光地域づくりに関する基本的な指針を示すことを目的として策定したものであり、『第五次防府市総合計画』における分野別各論のうち、観光振興に関する個別計画として位置付けられるものです。

この計画の推進にあたっては、現在のコロナ禍において、社会経済状況の影響を受けやすい観光分野であることから、国や山口県の動向等から時代の流れを的確に見極めて、防府市の個性にふさわしい状況判断が求められます。

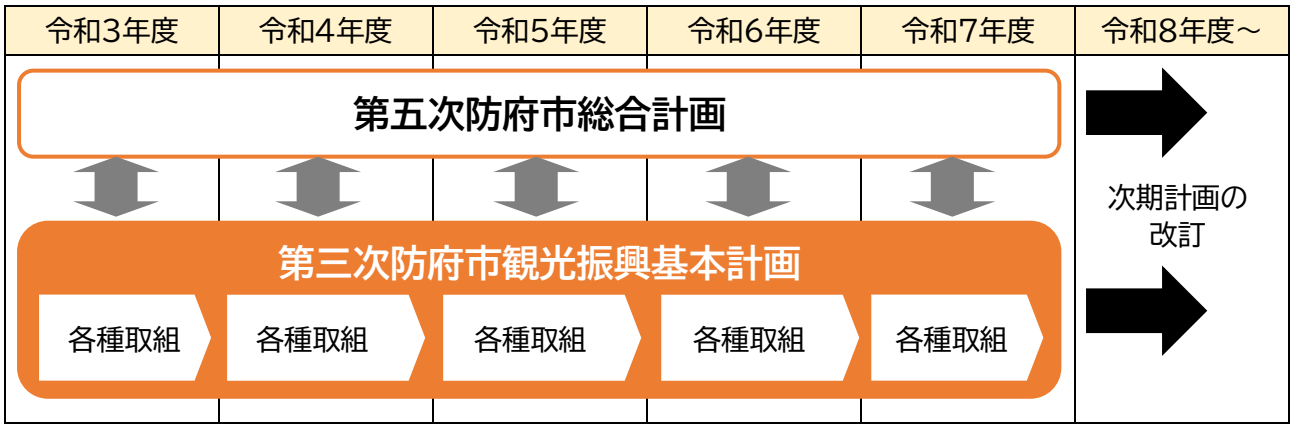
また、観光地域づくりの効果的な推進にあたっては、前述の上位計画以外の関連計画との整合性も図り、常に新たな視点を柔軟に取り入れながら状況の変化に対応していく姿勢が重要です。



5　計画の期間

本計画の実行期間は、令和3年度から令和7年度の5年間とします。

現在、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大は、観光を含む社会経済活動に大きな影響を与えており、今後、その在り方がどのように変化していくのか見極めていく必要があることから、その状況の変化に的確に対応することができるよう、毎年の取組については防府市観光振興推進協議会や（一社）防府観光コンベンション協会などに諮りながら精査を行っていきます。



Ⅱ　防府市を取り巻く環境

1　近年の観光市場の動向

◆量から質への転換

高度経済成長期以降、これまで多くの観光客を誘客しようと動きがありましたが、その結果、各地域では観光客が押し寄せ、地域の生活や観光体験の質が悪化してしまう状況になっています。これからの観光は、大勢の観光客を誘客する形から、じっくり滞在してもらう、また来てもらうといった「質」への転換が求められます。この転換によって、効果的な経済効果がもたらされます。

◆安全・安心な観光地域づくり

新型コロナウイルス感染拡大の影響で、観光需要が大きく落ち込んでいます。これから観光客に旅行先として選ばれるためには、感染防止対策を行い、観光客、そして市民にとって、安全・安心な観光地域づくりが今まで以上に求められます。

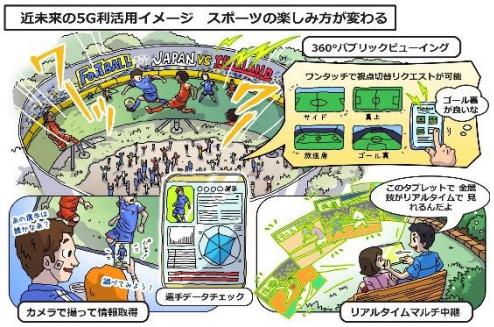
With コロナ期こそ、訪れる人、迎える人が安心して過ごすことができる地域づくりが必要不可欠となります。

◆高品質・特別感等への嗜好の変化

平成以降、観光客の傾向として、「団体旅行」から「個人旅行」へのシフトが進んでいます。そして、コロナ禍においては、それが顕著になっており、今後は、人となるべく接触せず、プライベートな空間（グランピングや1棟丸ごと貸し切り等）での滞在を求める傾向が高まることが推測されます。

◆IT の活用による新たな展開

次世代インフラ「5G」の普及や AI の進展によって、市民そして、観光客の生活は大きく変化していくことが推測されます。観光客に選ばれる地域となるためには、このような最先端技術にも対応していくことが求められます。（下図：総務省）

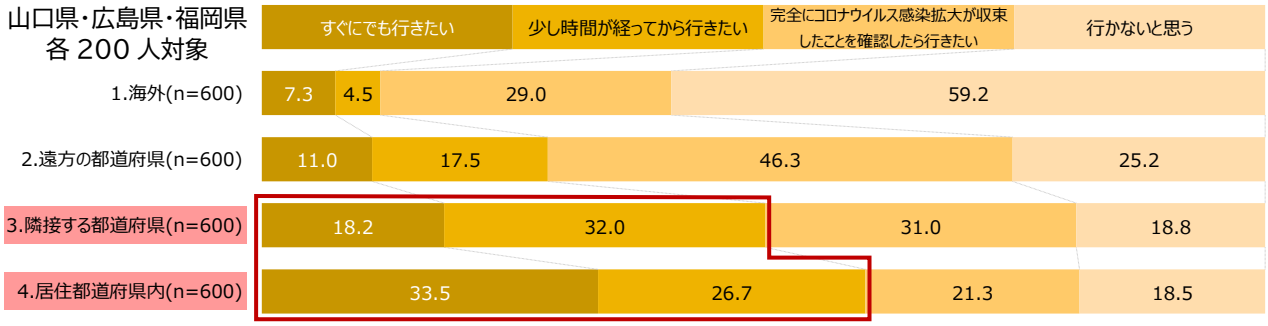


◆マイクロツーリズムからの展開

新型コロナウイルスが収束した後の旅行について、観光客アンケートでは「すぐにでも行きたい」、「少し時間が経ってから行きたい」というニーズがあるものの、居住都道府県内や隣接する都道府県が半数を占めており、マイクロツーリズムの傾向が高くなりつつあります。

当面、様々な接触を避けた観光行動が主流になることが推測されます。

＜新型コロナウイルスが収束し、各種制限が解除された後の旅行計画について＞



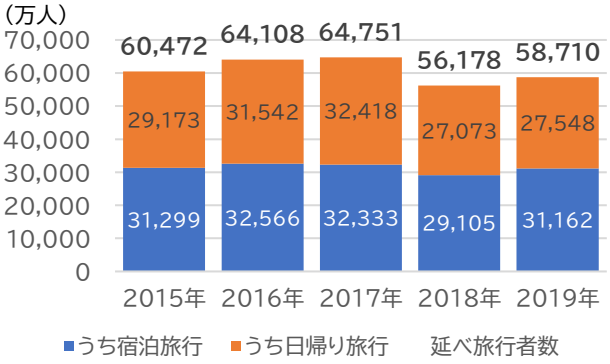
2 コロナウイルス感染拡大以前の国の観光動向

◆日本人はどのくらい旅行しているの？（観光庁「旅行・観光消費動向調査」）

再び増加傾向

令和元年度 58,710 万人

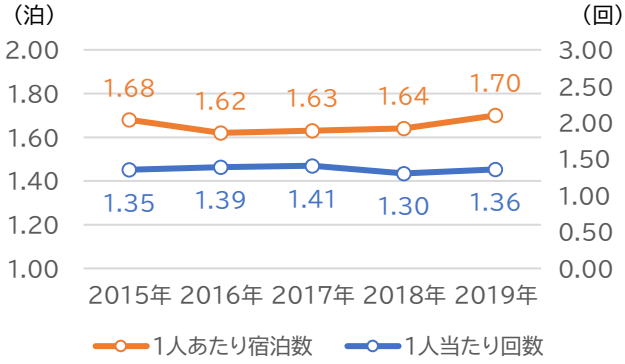
～宿泊旅行が回復～



近年増加傾向

宿泊数が増加

～滞在時間が増加傾向～



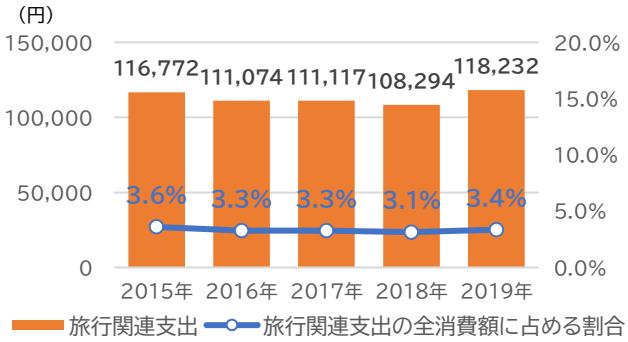
◆国内宿泊旅行の年間消費額は？

（総務省「家計調査」）

旅行関連支出増加

全消費額に占める割合も増加

～余暇を楽しむこと～



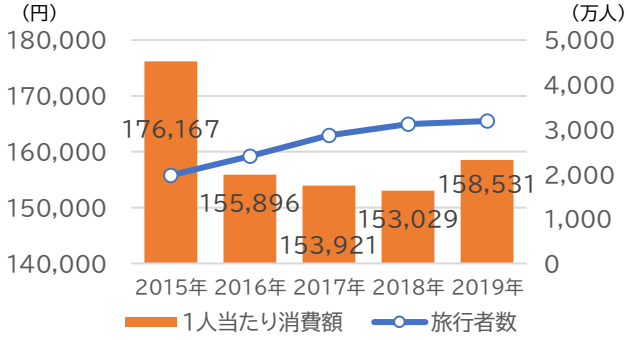
◆訪日外国人はどのくらい来ているの？

（日本政府観光局）

旅行者数は増加

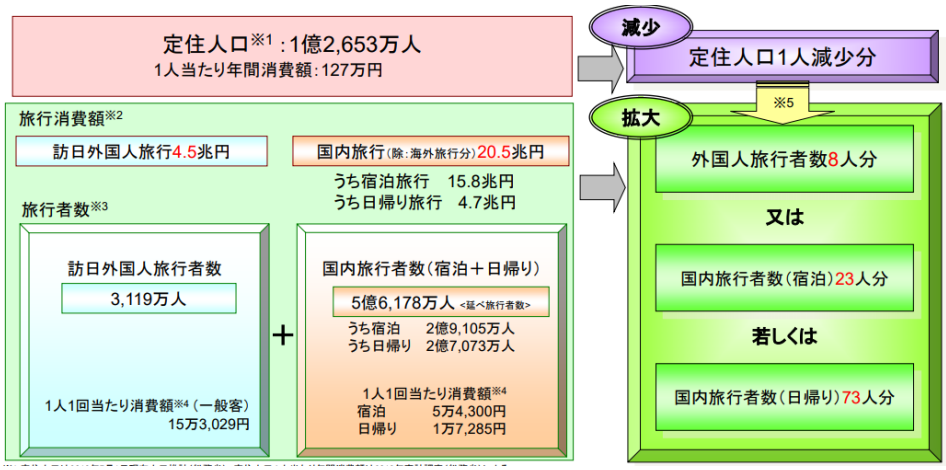
1人当たり消費額は伸び悩み

2020年は、新型コロナウイルス感染拡大によって激減見込み



～コラム（観光交流人口増大の経済効果）～

定住人口1人当たりの年間消費額（127 万円）は、旅行者の消費に換算すると、外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）23 人分、国内旅行者（日帰り）73 人分に相当します。

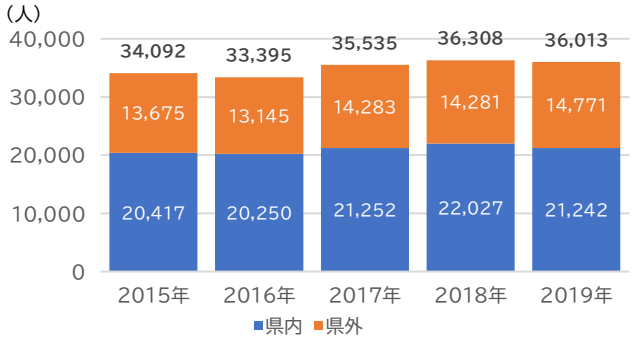


3 コロナウイルス感染拡大以前の山口県の観光動向 （山口県の宿泊者及び観光客の動向について）

◆山口県にはどのくらい観光客が来ているの？

観光客は横ばい

県外からの観光客が増加傾向

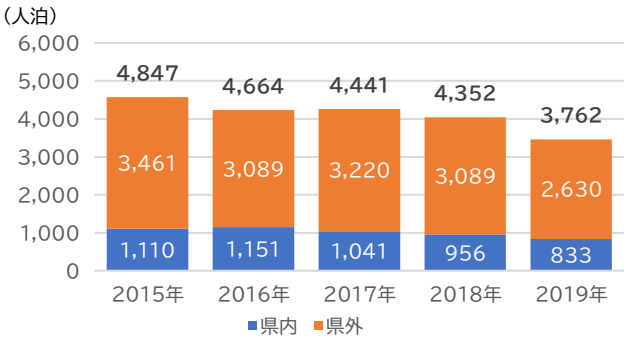


◆山口県にはどのくらい宿泊しているの？

宿泊者数は減少

県内観光客減少傾向

さらに県外観光客も減少

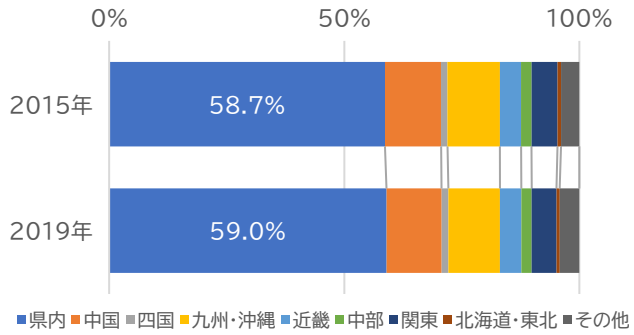


◆どこから観光客が来ているの？

県内からの観光客が半数

次いで中国地方、

九州・沖縄地方

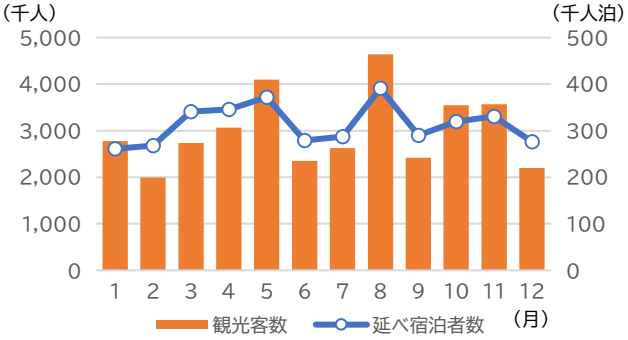


◆いつ観光客は来ているの？

5月・8月が繁忙期

2月・6月・7月・9月・12 月の

観光客は少ない

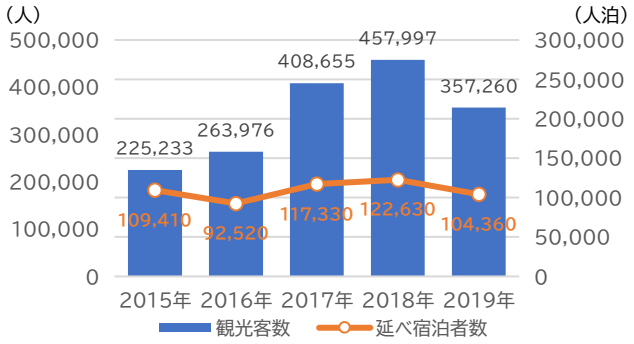


◆外国人はどのくらい来ているの？

近年減少傾向

2018 年までは増加

2020 年に減少に転じる

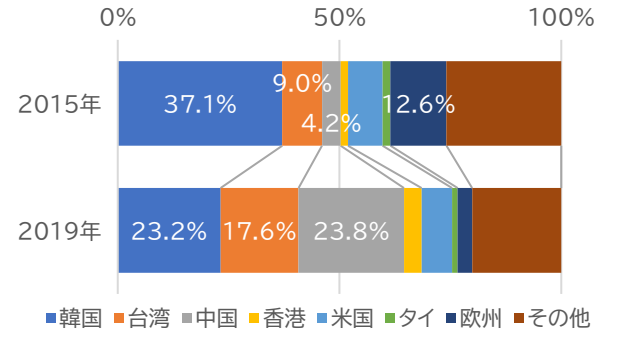


◆どこの国・地域からが多いの？

韓国・中国が占める

韓国との社会情勢の悪化

中国の入込の増加



4 コロナウイルス感染拡大以前の防府市における特徴

(1)防府市の概要

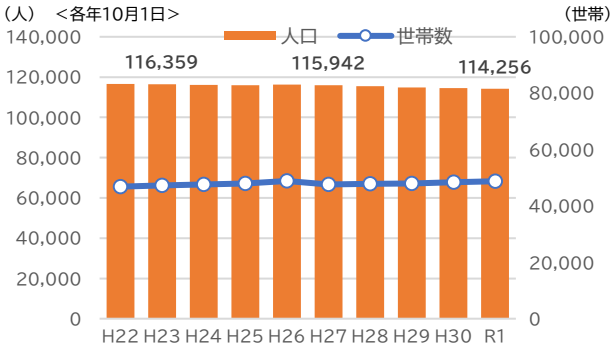
◆どのくらいの人口がいるの？

（住民基本台帳）

年々総人口数は減少

世帯数は横ばい

山口県内での H26 人口比は4番目



＜山口県内他市との比較（令和元年度）＞

	R1		H26 比	
	人口	世帯数	人口	世帯数
下松市	56,634	24,928	102.7%	107.2%
山口市	194,990	87,315	100.1%	105.2%
防府市	114,256	48,812	98.3%	99.9%
山陽小野田市	60,925	26,186	96.9%	101.5%
宇部市	164,325	73,671	96.6%	100.0%
周南市	139,829	62,344	96.3%	100.4%
光市	49,686	21,182	96.2%	99.5%
下関市	257,038	116,168	94.9%	97.8%
岩国市	130,372	58,281	94.4%	98.6%
柳井市	31,198	13,987	94.2%	97.6%
長門市	32,817	14,363	91.8%	96.4%
萩市	45,435	20,890	90.8%	95.6%
美祢市	23,999	9,734	90.2%	94.2%

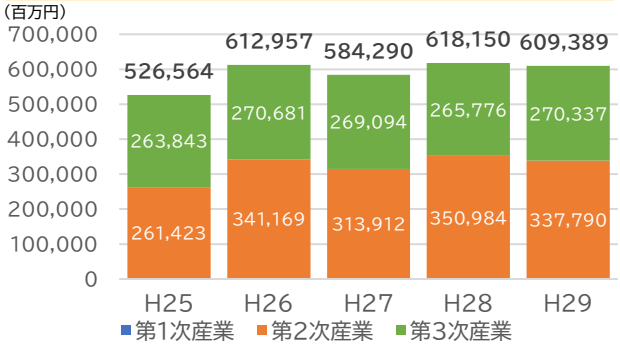
◆産業別の総生産額はどのくらいなのか？

（防府市統計書）

総数は微増傾向

第2･3次産業が大半を占める

山口県内における総生産額は5番目



＜山口県内他市との比較（平成 29 年度）＞

	総額(百万円)	第1次産業	第2次産業	第3次産業
周南市	974,086	0.2 %	55.7 %	44.0 %
下関市	962,309	1.0 %	29.1 %	69.9 %
山口市	828,504	0.7 %	14.4 %	84.8 %
宇部市	640,298	0.4 %	32.6 %	67.0 %
防府市	609,389	0.2 %	55.4 %	44.4 %
岩国市	543,268	0.4 %	39.2 %	60.4 %
山陽小野田市	369,759	0.5 %	63.0 %	36.4 %
光市	357,039	0.1 %	71.4 %	28.4 %
下松市	273,080	0.1 %	46.4 %	53.4 %
萩市	148,212	3.5 %	17.0 %	79.5 %
柳井市	119,588	0.8 %	17.8 %	81.4 %
長門市	117,986	3.9 %	38.0 %	58.0 %
美祢市	113,335	1.7 %	50.2 %	48.2 %

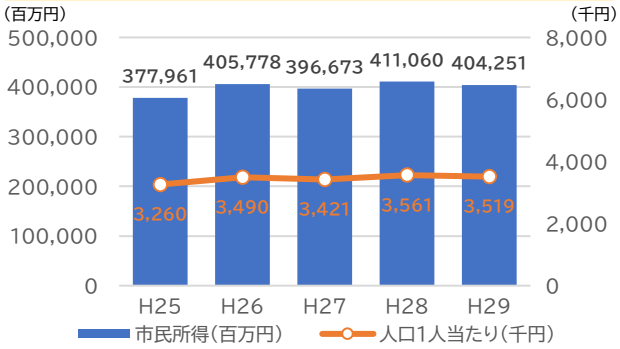
◆市民所得はどのくらいなのか？

（防府市統計書）

人口1人当たりは微増傾向

市民所得は横ばい傾向

山口県における人口１人当たりは5番目



＜山口県内他市との比較（平成 29 年度）＞

	総額(百万円)	人口１人当たり(千円)
周南市	647,078	4,538
山陽小野田市	223,328	3,607
下松市	199,328	3,526
防府市	404,251	3,519
山口市	651,772	3,317
宇部市	541,300	3,240
光市	155,256	3,069
下関市	800,861	3,049
岩国市	394,959	2,956
長門市	92,535	2,702
美祢市	67,270	2,669
柳井市	83,037	2,589
萩市	108,236	2,272

(2)統計データからみる防府市の観光

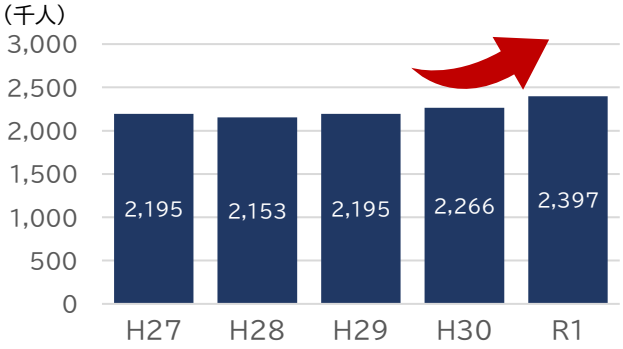
（山口県の宿泊者及び観光客の動向について）

◆どのくらいの観光客が来ているの？

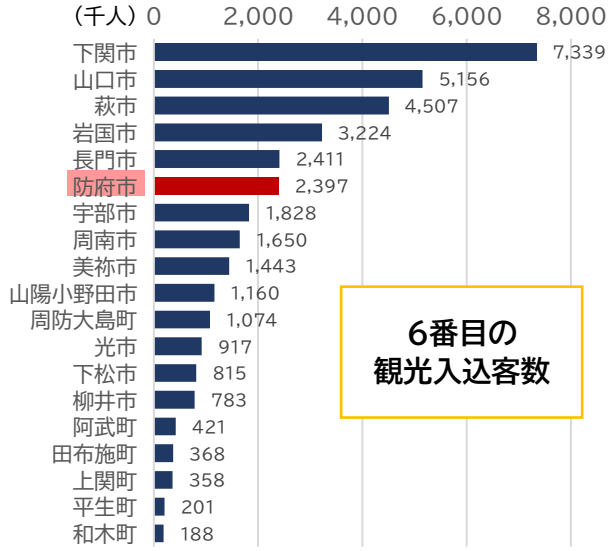
近年微増傾向

令和元年度　2,397,000 人

～5年間で 1.09 倍～



＜山口県内（令和元年度）＞

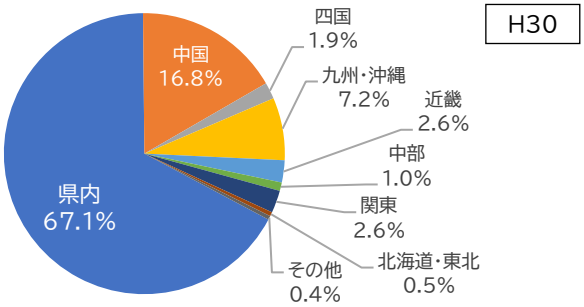


◆観光客はどこから来ているの？

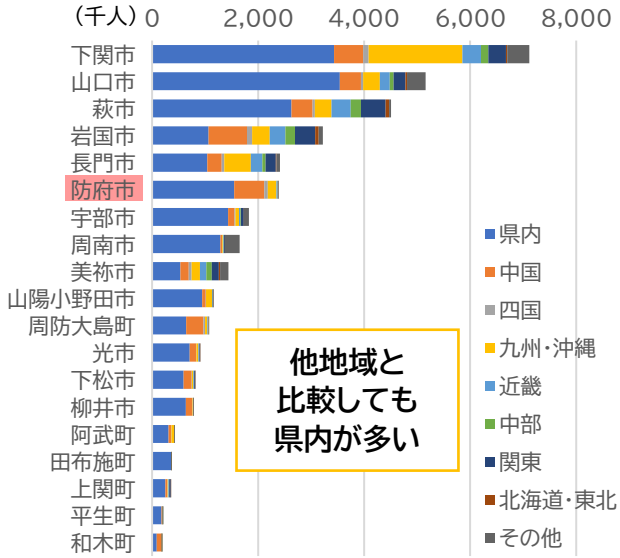
県内からの観光客が多い

次いで、中国地方 16.8%

九州地方 7.2%



＜山口県内（令和元年度）＞

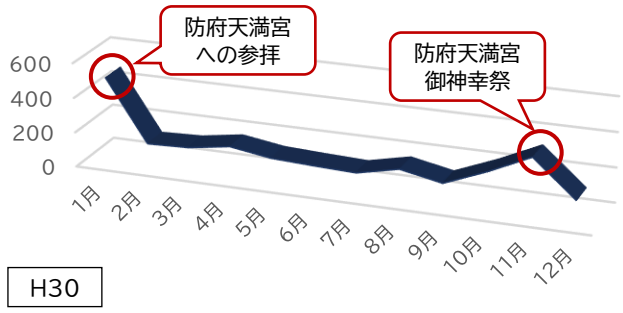


◆観光客はいつが多いの？

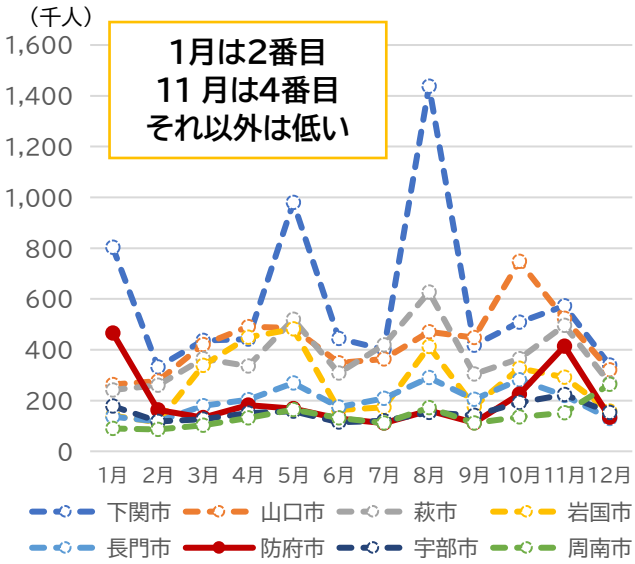
1月・11 月がピーク

その他の月が横ばい

平準化が必要



＜山口県内（令和元年度）＞

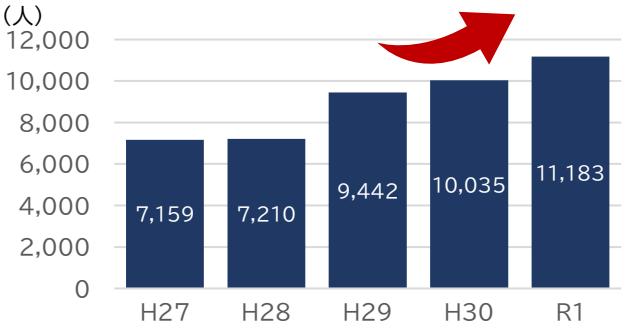


◆どのくらいの外国人が来ているの？

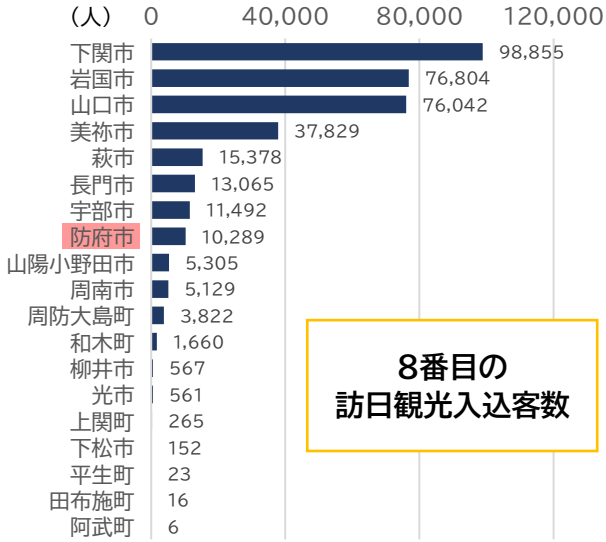
近年増加傾向

令和元年度　11，183人

～5年間で 1.56 倍～



＜山口県内（令和元年度）＞

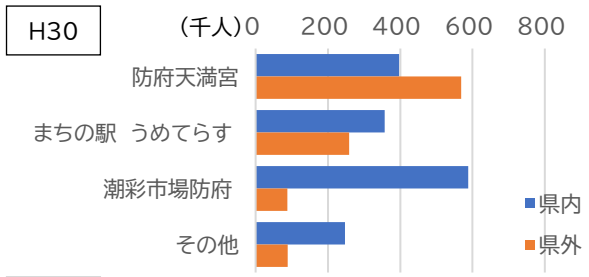


8番目の
訪日観光入込客数

◆観光客はどこに行っているの？

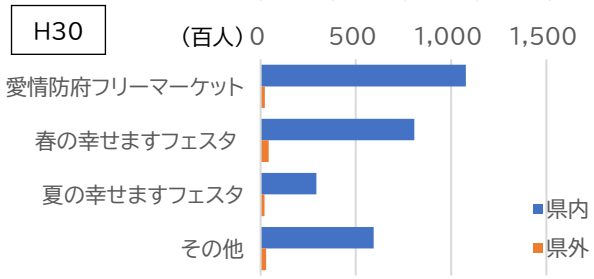
県内は、潮彩市場防府
県外は、防府天満宮

その他の施設等への回遊性が希薄



県内の観光客が楽しむイベント

県外への PR･認知不足



＜山口県内（令和元年度）＞

［観光地］（多い順）

市町村名	観光地	合計（人）
萩市	萩地域道の駅（3店）	1,510,574
下関市	道の駅「北浦街道豊北」	1,016,181
防府市	防府天満宮	965,539
山口市	湯田温泉	939,196
山口市	公園（スポーツ）	855,900
宇部市	ときわ公園	778,004
周南市	歴史･文化施設	731,464
長門市	センザキッチン	718,620
防府市	道の駅「潮彩市場防府」	675,779
美祢市	秋芳洞、秋吉台	651,600
山口市	道の駅「仁保の郷」	635,487
岩国市	錦帯橋	620,301
下関市	しものせき水族館「海響館」	616,219
防府市	まちの駅　うめてらす	615,632
下関市	道の駅「蛍街道西ノ市」	601,769

［イベント］（多い順）

市町村名	観光地	合計（人）
下関市	イベント等	2,171,033
山口市	イベント	557,226
萩市	イベント	488,625
周南市	地域のイベント	358,000
岩国市	桜花見	230,000
宇部市	イベント	165,681
岩国市	日米親善デー	165,000
岩国市	錦川水の祭典	120,000
防府市	愛情防府フリーマーケット	110,000
岩国市	岩国まつり	100,000
柳井市	柳井金魚ちょうちん祭り	91,000
防府市	春の幸せますフェスタ	84,990
光市	光花火大会	83,000
下松市	下松タウンセンター	79,525
柳井市	お菓子工場　工場祭	75,000

(3)事業者等へのヒアリングからみる防府市の観光 （詳細については、資料編を参照）

◆地域資源

山・海・川・平野が織りなす多彩な自然環境
今後活用する余地あり

防府天満宮をはじめとした誇れる歴史文化
最近、若者にも注目されつつある

体験するコンテンツが不足
最近、希少価値の高いコンテンツが生まれ、
今後もターゲットに応じた展開へ

イベントへの来訪から滞在へ
イベントは大盛況であるが、
宿泊等の滞在、消費へ寄与していない

防府らしいお土産が不足
開発コスト等が課題
一方、「幸せます」商品の売れ行きは好調

◆受入環境

ビジネス利用が多い宿泊業
観光客は、湯田温泉等の温泉地に宿泊
古民家等を活用した宿泊施設オープン

飲食店同士の連携が強い
ブランド化された鱧料理
夜の飲食店の利用が乏しい

観光客目線での環境整備
市外からのアクセスが不便
地域内交通の利便性も低い

インバウンド誘客に向けた展開
福岡・広島間の通過が多く、立寄りは少ない
インバウンド誘客への理解が乏しい

観光に対する理解の醸成
地元事業者・住民の参画が不十分
防府市の魅力が理解されていない

◆情報発信・プロモーション

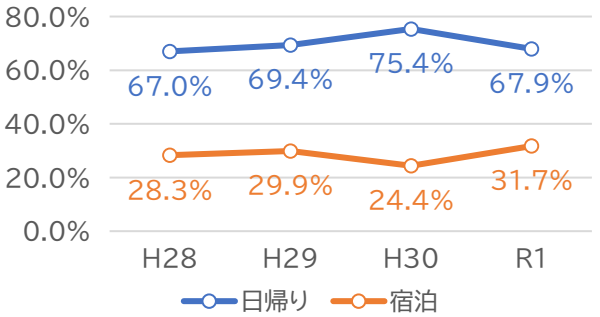
「幸せます」の浸透
市内では浸透
一方、市外には上手く認知されていない

防府市の魅力の発信
防府市の各地域固有の魅力があるのにも
かかわらず、上手く伝えられていない

(4)防府市に訪れている観光客からみる防府市の観光 （詳細については、資料編を参照）

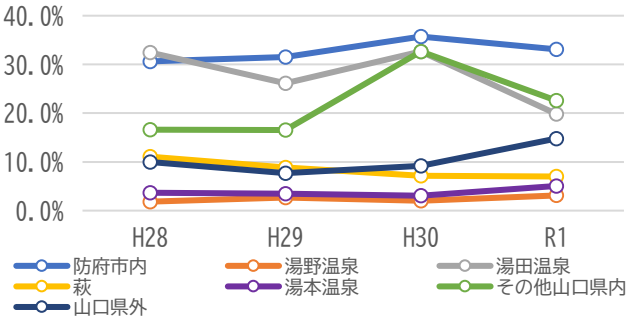
◆観光客の旅行形態は？

約7割が日帰り客である



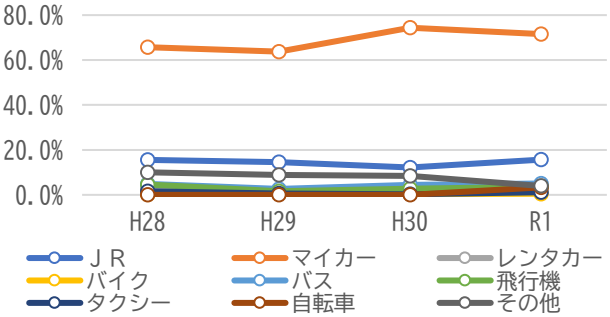
◆どこに宿泊する観光客が多いのか？

防府市内、湯田温泉、その他山口県内での宿泊が多い



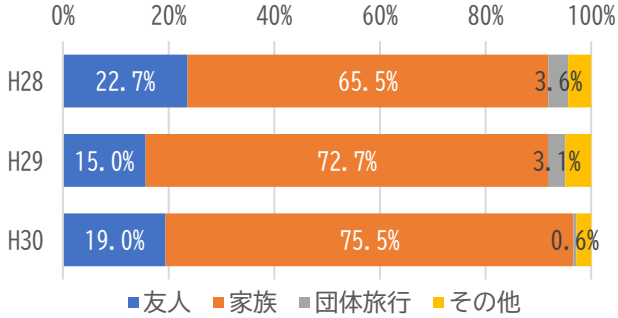
◆どんな交通手段で訪れているのか？

マイカーでの来訪がほとんど



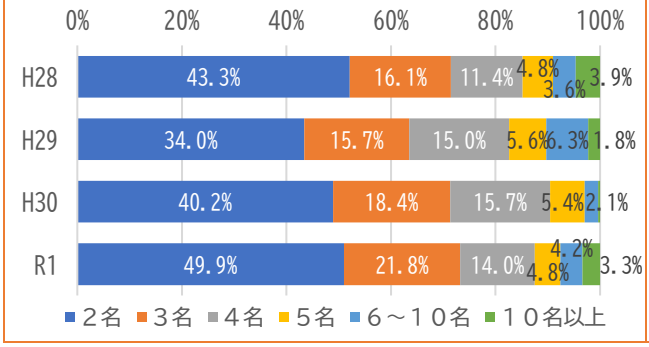
◆誰と一緒に訪れているのか？

約7割が家族で来訪



◆何人で訪れているか？

2名～4名での来訪で8割を占める



[調査内容]

○調査期間

平成 28 年～令和元年度

○実施方法

「まちの駅うめてらす」にて来訪者に対して、アンケート用紙の設置及びスタッフによる聞き取り調査

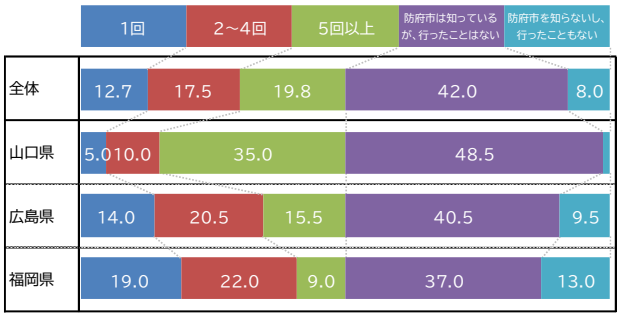
○回収サンプル数

平成 28 年度	958 サンプル
平成 29 年度	869 サンプル
平成 30 年度	402 サンプル
令和元年度	810 サンプル

(5)WEB アンケート調査の結果からみる防府市の観光（詳細については、資料編を参照）

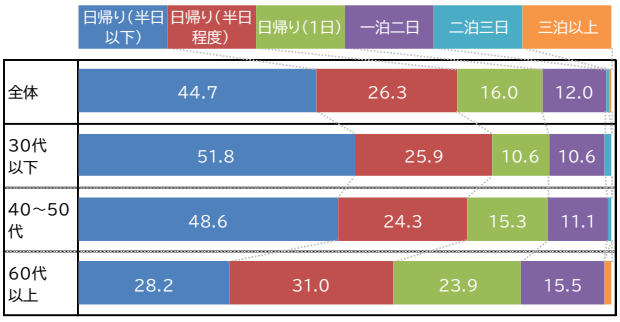
◆防府市の来訪回数や認知については？

概ね認知されているが、約4割は来訪経験がない



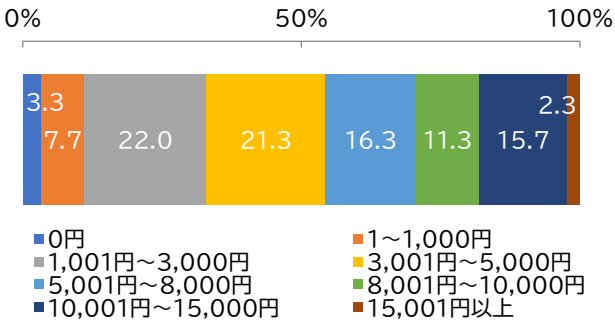
◆防府市での滞在時間はどのくらいか？

全体的に7割が日帰りであるが、60 代以上は滞在時間が長い



◆防府市での１人あたりの消費はどのくらいか？

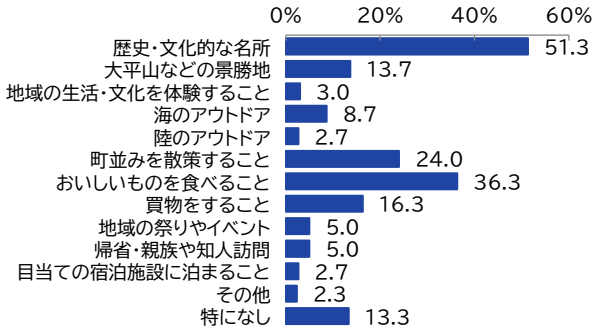
８割以上が 10,000 円以下である



飲食費や土産物代での消費が多い

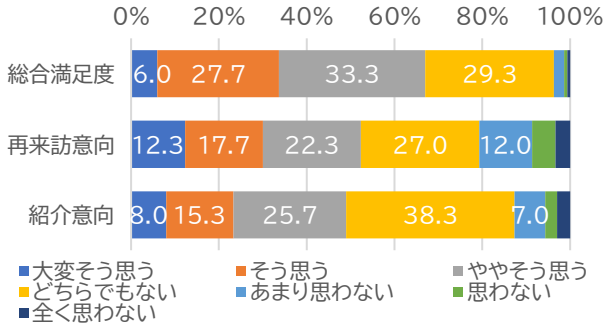
◆何を楽しみに防府市に訪れているのか？

「歴史・文化的な名所」「おいしいものを食べること」の割合が高い



◆防府市の観光での滞在の評価は？

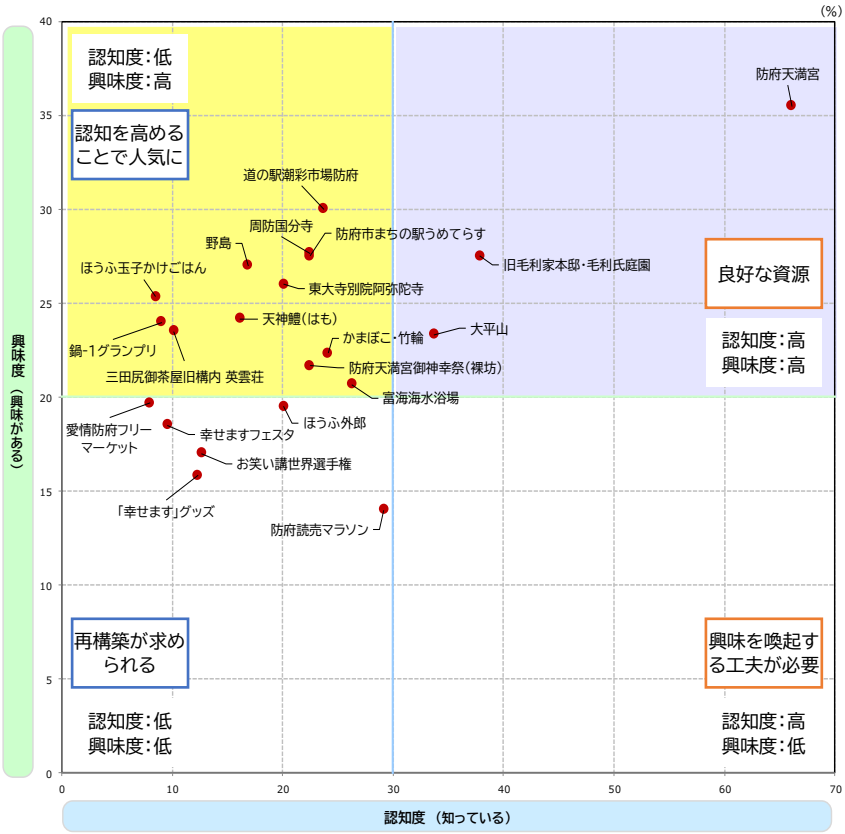
約6割が概ね満足し、約半数が再来訪の意向や紹介の意向を示している



◆防府市の観光資源の認知度と興味度は？

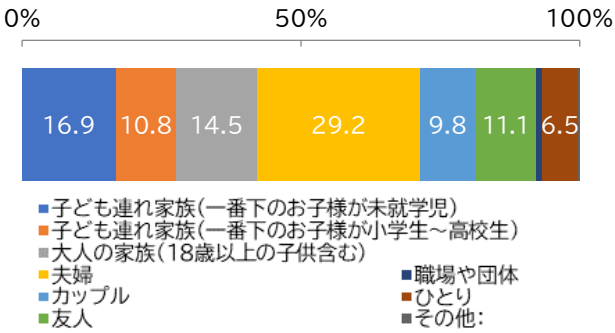
防府天満宮：認知度も興味度も突出して高い、市を代表する資源
旧毛利家本邸・毛利氏庭園、大平山：認知度・興味度とも高く良好な資源
防府読売マラソン、お笑い講世界選手権、幸せますフェスタなど：
認知度・興味度の向上を図る必要がある

	全体 (n= 600) 認知度 順位	認知度 %	興味度 順位	興味度 %
防府天満宮	1	66.1	1	35.5
周防国分寺	8	22.5	3	27.7
旧毛利家本邸・毛利氏庭園	2	37.9	4	27.5
東大寺別院阿弥陀寺	11	20.1	7	26.0
大平山	3	33.7	12	23.3
富海海水浴場	5	26.3	15	20.7
三田尻御茶屋旧構内 英雲荘	17	10.1	11	23.5
野島	13	16.8	6	27.0
道の駅潮彩市場防府	7	23.7	2	30.0
防府市まちの駅うめてらす	8	22.5	4	27.5
防府天満宮御神幸祭(裸坊)	8	22.5	14	21.7
幸せますフェスタ	18	9.6	18	18.5
愛情防府フリーマーケット	21	8.0	16	19.7
鍋-1グランプリ	19	9.1	10	24.0
防府読売マラソン	4	29.2	21	14.0
お笑い講世界選手権	15	12.7	19	17.0
天神鱧(はも)	14	16.1	9	24.2
ほうふ玉子かけごはん	20	8.5	8	25.3
かまぼこ・竹輪	6	24.1	13	22.3
ほうふ外郎	11	20.1	17	19.5
「幸せます」グッズ	16	12.3	20	15.8



◆防府市へ観光に誰と行きたいか？

夫婦（約3割）をはじめ、
約7割が家族での観光を希望



[調査内容]
○実施方法
WEB アンケート調査のモニターを対象に調査を実施
○回収サンプル数

山口県	200 サンプル
広島県	200 サンプル
福岡県	200 サンプル

※防府市来訪経験あり　100 サンプルずつ
　防府市来訪経験なし　100 サンプルずつ

5 防府市の観光に係る現状・課題

新型コロナウイルス感染拡大以前の国、山口県、防府市の観光動向等を踏まえ、これから防府市で観光地域づくりを進める上での課題を整理します。

現状・課題	項目
・**防府天満宮**には、県外から多くの観光客が来ており、**認知度も興味度も高く、人気の観光資源**となっています。近年、住民参加による参道周辺の整備により、**歴史的な魅力が向上**しています。 ・その他にも多くの歴史資源を有していることから、**防府天満宮を拠点とした他資源への送客、受入環境の強化**が求められます。 ・また、**豊富な自然環境についても今後更なる受入環境の充実による誘客**が求められます。 ・交通においては、市街から観光地へのアクセスが不便で**マイカーでの来訪が多く**、レンタサイクルサービス等が導入されたものの**市内の回遊性が低く、更なる地域内交通の利便性の向上や、まち歩きを促す新たな仕掛けの構築**が求められます。 ・新型コロナウイルスの収束後、国内及び山口県周辺の訪日外国人の回復も見込まれる可能性があります。	**観光地（しつらえ）** 観光客の満足度を高め、滞在時間の延伸や観光消費につなげていくためには、既存施設の魅力向上・活用等が重要となります。魅力的な場を形成することで、魅力的な情報発信にも寄与します。 また、適切な交通体系の整備、駐車場、道路、歩道、標識、看板、トイレ、ベンチ、wi-fi の整備など、観光客の多用なニーズに応え、誰もが安全・安心して滞在できるよう受入環境も整備する必要があります。
・多くの地域資源を有するものの、そこでの体験コンテンツが不足しており、**「観る」だけの観光**に留まっています。近年、モノからコトへの変化があることから、**「体験する」観光へと変化**していく必要があります。 ・幸せますフェスタなど各季節で多様なイベント等において、**市内外からの来訪者を多く迎え入れている**ものの単発的な取組に留まり、**再来訪や消費機会の創出に寄与していない**現状も見受けられます。 ・各資源のすばらしさや、防府市での過ごし方を伝える**情報発信が十分でなく、まだまだ認知不足であること**から、ターゲットに合った**効果的な情報発信**が今後求められます。 ・観光客を来てよかったと思ってもらうためには、**観光関連事業者のおもてなしに加え、住民の参画**も求められます。今後、**防府市の魅力や観光に関する理解の醸成**が必要となります。	**おもてなし** 観光客が来て良かった、そしてまた来たいと思ってもらえるよう、すべてのシーンにおいて、きめ細かなサービスやホスピタリティで迎えることが重要です。 市内の事業者や市民など、様々な立場より、「いかにして観光客に喜んでもらえるか」を常に考え、最上級の心遣いでもてなし、「選ばれる」観光地を目指していく必要があります。
・**天神鱧のブランド化**のために行われてきた長年の努力が実を結んでいます。 ・飲食店の**結束力が強く**、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、「すごいぞ！防府のテイクアウト」などの**新しい取組が展開**されています。 ・観光客は、**「おいしいものを食べること」に対する意向が高い状況**ではあるが、まだまだ、**防府市の食のイメージはまだ希薄**であり、観光客の期待に十分に応えられていないのが現状です。	**食** 食は、観光と切り離せない、基本的かつ重要な要素です。また、一言に「食」といっても、単に食事や土産品・特産品の購入だけでなく、食を通じた体験、食文化、景観、伝統など、地域性と深い結びつきを持っています。 食を通じて地域性を高め、積極的に伝え、市民はその豊かさを守り、食によって地域と旅行者をつないでいくことが求められます。

Ⅲ　防府市の観光が目指す姿

1　観光地域づくりの目指す姿

防府市では、第五次防府市総合計画において、以下のとおり、将来像を掲げています。

＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊

防府市には、各地域、各時期に様々なイベントやプログラムが実施されています。一方で、防府天満宮以外の観光資源に対する認知度は高くない状況にあり、市内の回遊性が乏しい課題もあります。観光来訪者の多くが日帰り客で、広島や福岡へのルートの通過地点として訪れている状況であることから、宿泊で防府市を楽しむ方々は多くはありません。観光収入の面では、地域経済への波及は発展途上の段階にあります。

このような状況の中、上記将来像を実現していくために、まずは防府市に来てもらうこと、そして、防府天満宮以外にも魅力のある観光資源の存在を認知してもらうこと、そしてそれらを巡ってもらうことによって、観光振興を図り、地域経済の活性化を実現します。さらに、観光地域づくりを通じて、市民にとっても住みやすい環境を作ること、また、地域の魅力を市民が再認識し、防府市への誇りを高めることを目指します。

［防府市の観光地域づくりの目指す姿］

多様性に満ちた「宝」に出会い、輝く「宝」に魅了される、
「住みたくなる」「訪ねたくなる」まち　ほうふ

防府市にある多様な資源は、当たり前のように存在していますが、実は素晴らしい「宝」です。市民や観光客がそのことに気付き、「宝」の価値を再認識し、みんなで受け継ぎ磨くことで、これまで以上に「宝」を輝かせることができます。そして、市民がそれらの「宝」を誇りに思い、誰もが防府市に「住みたくなる」まちを目指します。また、防府市に訪れた人がもっと防府市の「宝」のすばらしさに触れ、「訪ねたくなる」まちを目指します。

＜それぞれの立場での将来イメージ＞

観光客	観光客は、防府天満宮へお参りに来る。そして、防府市の魅力に気付く。みな、居心地の良い地域に心躍らせ、防府市のことを、良いまちだなと思いながら、防府市ならではの感動体験と交流を楽しんでいる。
事業者・団体	事業者・団体は、それぞれ独自の魅力を創出し、安定的に観光収入を得て、活気のある取組を推進している。そして、それらが連携し、誇りと責任ある産業体を形成し、防府市で活動しているメリットを受け、新たな取組を考えている人たちが自然と集まる環境となっている。
市民	市民は、地域の魅力を理解し、観光から社会的・経済的なメリットを最大限享受し、観光地域づくりの取組への価値を認め、積極的に観光地域づくりに参画している。そして、防府市に住んでいてよかったと誇りと愛着を抱いている。

2 防府市を構成する要素(Key Value)

防府市には山・海・川・平野が織りなす多彩な環境で培われた文化があり、瀬戸内地域の政治・経済の中枢であり続けてきた歴史があります。こうした環境と各時代の志向にあわせて形づくられた豊かな地域文化が市内各地に継承されてきました。

これらの特性が感じられる各地域資源が豊富に有するといった『多様性のある資源』こそ、防府市の最大の価値だと考えます。『多様性のある資源』を構成する「自然」、「歴史」「スポーツ」、及び「文化」を分析し、時間と空間を軸に紡ぐことで地域に宿る価値の体系を理解することができ、これらの魅力を市内外へ発信することで、防府市が理想とするまちの将来像を実現することができます。

政府もまた、観光を重要産業ととらえ、「自然・気候・文化・食」を軸に、我が国の観光ポテンシャルを十分に活かそうとしています。

多様性のある資源

自然	防府市は、山口県央部に位置し、**県下最大の広い平野**を有しており、**瀬戸内海、市内中心を流れる一級河川「佐波川」、中国山地に連なる山々に囲まれた自然の宝庫**です。また、瀬戸内海国立公園に含まれる**美しい海に囲まれた野島**を有し、**手付かずの自然**が残っています。防府市内で**一年中自然の美しさを感じること**ができます。	・ 大平山、右田ヶ岳、天神山、桑山などの山 ・ 富海や野島などの海 ・ 佐波川 ・ 田園風景 ・ 天神鱧をはじめとする海の幸 ・ ちくわや蒲鉾などの加工品 など
歴史	日本の歴史に初めて防府地域が登場したのは、**日本書記に示されている『周防娑麼の浦』(諸説あり)**です。飛鳥時代に、**防府市国衙に周防国の国府**が置かれ、永く栄えてきました。その後、**周防国分寺、防府天満宮**等といった形で**様々な歴史が刻まれ、現在でも伝統行事や多くの文化財が大切に守られ**ています。	・ 防府天満宮をはじめとする歴史的建造物 ・ 文化財や国宝 ・ 祭礼 ・ 外郎などの和菓子 ・ お酒、どぶろく など
スポーツ	人々の生活の中で、**地域に生まれ根付いた活動**が様々あります。マラソンや競輪などのスポーツは、そのひとつです。防府市では、**人と人がスポーツによりつながり、地域内外での交流**も生んできました。このことからスポーツは**防府市の貴重な資産**であるとともに、**将来の地域社会の向上発展**のために重要な要素です。	・ 防府読売マラソン ・ 競輪 ・ 佐波川サイクリングロード ・ レノファ山口 U-18 ・ キリンレモンスタジアム等のスポーツ施設 など
文化	**山・海・川・平野等が織りなす多彩な環境で培われてきた文化**があり、**瀬戸内地域の政治・経済の中枢であり続けてきた歴史**があります。これらの資源は、**時代とともに変化・アレンジ**されていますが、その**本質的価値は多くの人の中に継承**されています。	・ 萩往還が育んだまち並みと商業文化 ・ 天満宮の門前町として発達した表参道商店街 ・ 街道が生み出した醸造文化 ・ 寺社にまつわる伝統文化 ・ 藍染やオリエンタル和装などの新たな文化 ・ ほうふ玉子かけごはんや鍋-1 グランプリ等の新たなグルメイベント など

3 本計画の目標フレーム

本計画では、各取組の実効的に推進し、その効果を検証するため、目標指標を設定します。計画期間の最終年度である令和7年度を目標年度として、目標値を以下のとおり設定します。

毎年、これらの指標の検証を行い、施策評価を行うとともに、その結果を翌年の施策の見直し等を行っていきます。

[重要目標達成指標(Key Goal Indicator)]

指標	現在値	目標値(R7)
①市民の重要度(観光振興)	1.20 ポイント（H31）	1.50 ポイント
②観光客の満足度	1. 34ポイント（R2）	2.00 ポイント

＜算出方法＞

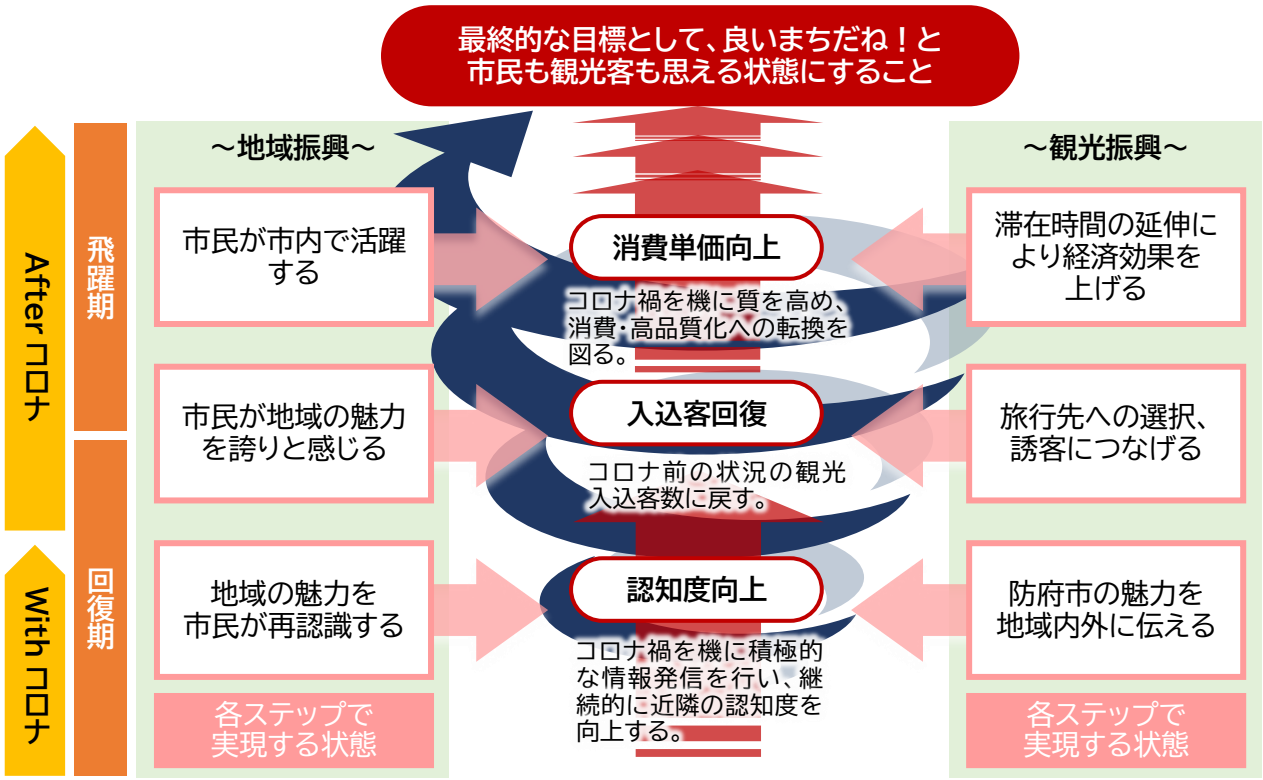
①総合計画の見直しに関する市民アンケート調査にて把握
②WEB アンケート調査にて把握

[重要業績評価指標(Key Performance Indicators)]

指標	現在値	目標値(R7)
①認知度向上	439位(R1)	300位以内
②観光入込客数	2,397,000 人（R1）	3, 000, 000人
③一人当たりの観光消費額	5,722 円(R2)	10,000 円

＜算出方法＞

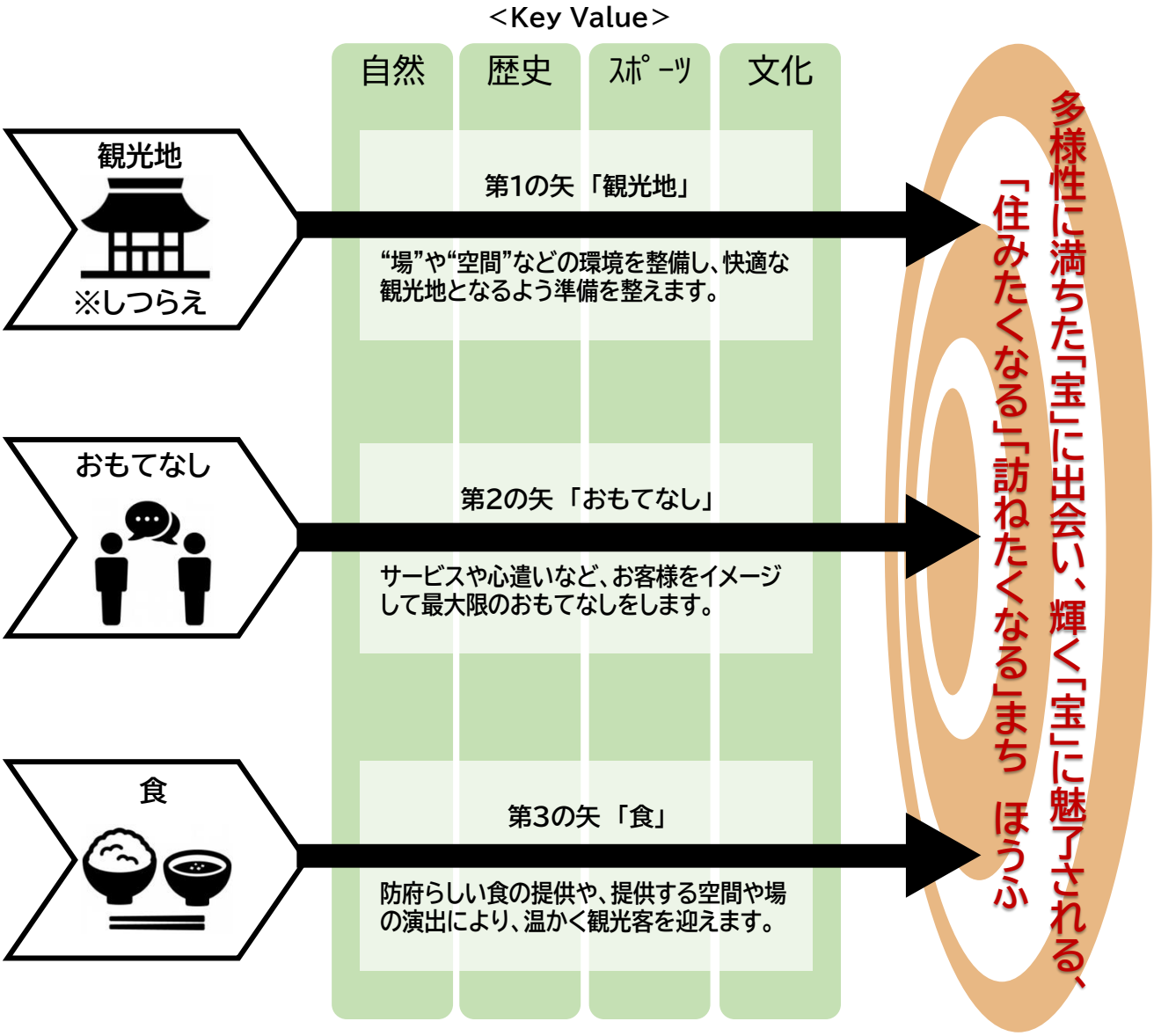
①地域ブランド調査(ブランド総合研究所)の「認知度」にて把握
②防府市で実施している調査にて把握
③WEB アンケート調査にて把握



Ⅳ　展開する具体的な取組

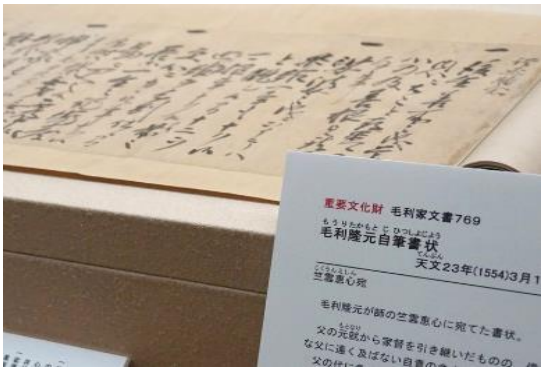
1　展開方針

防府市の観光地域づくりの目指す姿に掲げた「多様性に満ちた「宝」に出会い、輝く「宝」に魅了される、「住みたくなる」「訪ねたくなる」まち　ほうふ」をこの5年間で実現していくために、「防府市を構成する要素（Key Value）」をベースに、観光振興の『三本の矢』を展開していきます。



『**三本の矢**』とは、毛利元就が三人の子に伝えたとされる、結束の重要性を説いた逸話です。「三矢の教え」「三本の矢の教え」とも言う。曰く、矢は 1 本では簡単に折れるが、3 本束ねると折ろうとしても簡単には折れない。同じように一族も結束して強靭に生きよと説く教訓です。

中国地方の戦国大名・毛利元就が 1557 年（弘治 3 年）に 3 人の子（毛利隆元・吉川元春・小早川隆景）に書いた三子教訓状は、これを含む「毛利家文書」は重要文化財に指定されており、毛利家文書 405 号・毛利元就自筆書状として山口県防府市の毛利博物館に収蔵されています。



2 具体的な取組の考え方

防府市における防府市の観光地域づくりの目指す姿と展開方針に従い、「防府市を構成する要素（Key Value）」ごとに、将来イメージを掲げ、そのイメージを実現していくために、ロードマップ（短期・中期・長期の3つの期間でのステップ）を明確に示します。

このロードマップを具体化するため、「観光振興」と「地域振興」の観点から、施策を展開し、着実に事業推進を図り、「住みたくなる、訪ねたくなる」防府市を目指していきます。

＜ロードマップの考え方＞

短期	・新型コロナウイルスの影響を強く受けることが想定されるため、現時点で想定できる動向を鑑みた施策を示しています。 ・今後5年間で必要となるアクションプランとして整理、実行していきます。 ・短期については、5年間の進め方や実施主体等についても明確に示しています。
中期	・新型コロナウイルス感染拡大の影響も考慮しつつ、現時点で想定できる未来を鑑みて、展開すべき施策を示しています。 ・施策を展開するために、時間を要するもの、また、短期的な取組を踏まえて段階的に取り組む必要があるものを示しています。
長期	・新型コロナウイルス感染拡大の影響も考慮しつつ、現時点で想定できる未来を鑑みて、展開すべき施策を示しています。 ・本計画年度終了後も、継続的に、かつ長期的な視野で段階的に取り組むべき施策を示しています。

※各 Key Value に応じて、期間の設定をしています。

＜実施主体の考え方＞

行政	防府市 地域交流部おもてなし観光課、関係各課など	行
事業者	（一社）防府観光コンベンション協会、防府商工会議所、農協、漁協など	事
関連団体	観光施設・物販・飲食・宿泊・交通運輸事業者など	団
住民	市民および自治会、市民団体など	住

（凡例）

⟶ :検討・実施期間

- - - → :継続期間

◎:主体的に実施する
（観光商品・イベントの企画運営、設備・施設の整備、人材育成の仕組み構築・運営など）
○:協力的に実施する
（来訪者受け入れ、イベントの人的・資金的協力、設備・施設の協議連携、人材育成実施・参加など）

＜取組の区分け＞

●:「地域振興」住みたくなる取組　　○:「観光振興」訪ねたくなる取組

3 具体的な取組内容

①自然

現状

山・川・海・平野が織りなす自然が豊かである。大平山で咲くツツジには、毎年多くの観光客が訪れている。また、右田ヶ岳は山頂から防府の街や海を見下ろすことができる美しい眺望を楽しめる。富海や野島での釣りも楽しむことができるほか、富海海水浴場は瀬戸内海らしく遠浅で泳ぎやすい海として親しまれている。佐波川では、鮎釣り等ができるほか、毎年鯉流し・鯉わたしが開催されており人気のイベントである。

特徴として、これらの資源は比較的「街に近い距離」にあることから、容易に本格的な自然に触れ、さらに市街地に戻って食事や観光施設等も観光できる余裕のある楽しみ方ができ、観光客にとっては自然を旅行に組み込みやすい利点がある。しかし、観光客に向けたリアルタイムの情報が少ないことや、自然を生かしたアクティビティや体験コンテンツの提供が少ないこと等、十分に観光資源として活用されていないことが課題である。

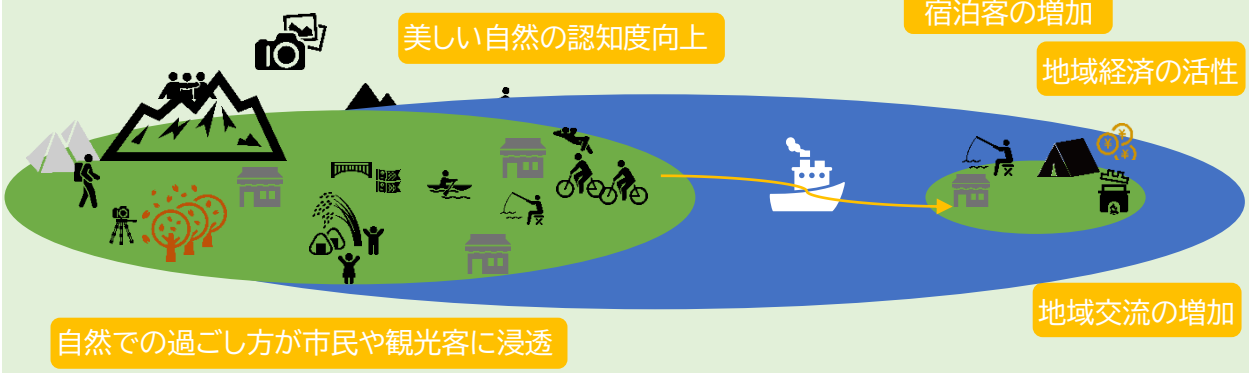
将来イメージ

山・川・海・農地などの多様な自然のフィールドがもつ四季折々の美しさが認知され、観光客および市民が訪れやすい環境が整っている。また、「街から近い自然」という強みを活かして、「安心安全で気軽に」自然を楽しむことができる体験型観光が展開され、宿泊客数の増加や地域交流の増加につながっている。

大平山や右田ヶ岳でハイキングやトレッキングなどの山を活かしたアクティビティを求めて観光客や市民が多く来訪している。

富海や野島では、フィッシングやマリンスポーツ等による賑わいが増え、同時に周辺の飲食店等も利用され、活性化につながっている。

野島での離島体験、古民家体験等田舎暮らしなどを中心としたツーリズムにより、交流人口が増えて、島の活性化につながっている。



農林水産業を中心とした体験活動（収穫体験等）が積極的に行われている。

佐波川では、鯉流し・鯉わたしが一大イベントとしてさらに活気のあるイベントとなり、飲食や体験が提供されている。

自然環境を中心とした学習・観察活動が盛んにおこなわれている（野生動植物の観察（エヒメアヤメ自生地等）、星空見学等）

自然

ロードマップ

	ビジョン	主な施策	
短期（1～5年後）	**自然を楽しめる空間の整備と認知度向上** ◆多様な人が安心して観光を楽しめるような受入環境が整備されている。 ◆防府市の美しい自然のイメージや価値が観光客や市民に認知されている。 ◆観光資源として特に周辺地域と差別化できる山（大平山・右田ヶ岳）と野島を生かした観光誘客ができている。	地域振興	●トイレや駐車場、休憩施設、案内板等の受入環境の整備
		観光振興	○既存のイベントや四季ごとの見どころ等のきめ細かな情報発信 ○大平山や右田ヶ岳をフィールドにした「まちなか登山」の推進 ○富海や野島における海を生かした観光の推進 ○佐波川でのアウトドア体験の発信 ○食の体験の売り込みや情報発信
中期（5～7年後）	**体験型観光による滞在の浸透、交流人口の増加** ◆地域資源を活かした多様な観光コンテンツ（体験活動・ツアー・イベント等）が開発・提供され、自然を求めて滞在する観光客が増加している。 ◆交流人口が増加し、ファンが増加している。	地域振興	●空き家を活用した飲食施設・物販施設等の整備等 ●自然保護の普及啓発
		観光振興	○自然環境を中心とした学習・体験活動 ○佐波川の「鯉流し・鯉渡し」における食のおもてなし機能や体験機能の導入検討 ○防府遺産認定制度の導入
長期（7～10年後）	**高品質化・長期滞在の実現** ◆自然を生かした観光が持続的に展開され、地域経済が活性化している。 ◆より特別・高品質なコンテンツ提供やブランディングにより、宿泊を伴う滞在や外国人観光客の獲得につながっている。	地域振興	●空き家を活用した宿泊施設の整備等 ●外国人へのおもてなしガイド等の人材確保・育成
		観光振興	○高付加価値なコンテンツ造成 ○新産業、特産品等のブランド開発・販売 ○外国人観光客の来訪状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介

今後5年間での取組

①山・川・田園風景に着目した「体験型」観光の推進

大平山や右田ヶ岳といった山や、一級河川佐波川、小野地区などの田園風景など、市民に身近な山・川・田園風景を生かした「体験型」の観光メニューを充実させ、観光客の誘客を図ります。

	取組内容
1	●観光用公衆トイレの整備や清掃の徹底
2	●景観に配慮した案内板等の整備
3	●地元自治会などの関係団体と連携した自然環境の維持管理
4	○四季ごとの眺望、景色のリアルタイムな情報発信
5	○モデル周遊プランづくり及び発信
6	○「まちなか登山」をキーワードにした大平山や右田ヶ岳等への登山誘客
7	○佐波川でのカヌーやキャンプ、BBQ などのアウトドア体験発信
8	○右田、小野、大道地区の田園風景などに着目したトレッキングやサイクリングなどの実施と発信
9	○農家や農業法人との連携・協力による収穫体験や調理体験の発信
10	○農産品、海産物に関する年間の「旬カレンダー」を作成し、市民や飲食店へ配布

②「海」をキーワードにした観光の推進

海に面している本市の環境を生かし、海をキーワードにした観光コンテンツや受入環境を整え、癒しややすらぎの時間を求める観光客にとって満足度の高いフィールドや非日常の感動体験を提供します。

	取組内容
1	●海辺を中心とした清掃等の環境保全活動の実施
2	●富海海水浴場や野島の案内看板の整備
3	●観光用公衆トイレの整備や清掃の徹底（再掲）
4	○野島海運予備船「レインボー　のしま」を活かした近海クルーズの実施
5	○富海や野島での海水浴や海洋レジャー、釣り、海の家などの「瀬戸内体験」の発信
6	○富海海水浴場を再注目させるためのテレビ等マスメディアへの露出活動
7	○高級魚「天神鱧（ハモ）」の旅行商品への組み込みによる認知度の向上
8	○初夏の鱧（ハモ）や夏の虎魚（オコゼ）、冬の河豚（フグ）など瀬戸内海ならではの食体験を組み込んだ旅行商品の造成及び販売への支援
9	○農産品、海産物に関する年間の「旬カレンダー」を作成し、市民、飲食店への配布（再掲）

③観光客や市民に資源の魅力や価値を最大限に伝えるプロモーション

既存の資源を掘り起こし見える化すること、そしてそれを分かりやすく観光客や市民に対して発信することにより、自然の魅力や価値を周知し来訪につなげます。

	取組内容
1	○身近で気軽に自然を楽しめることを周知する市民や県民向けの宣伝誘客
2	○テレビ・新聞・ラジオなどの既存のマスメディアを効果的に活用した情報発信
3	○インターネット時代に適応した動画等の多用や SNS などの発信頻度の増強
4	○近隣県の旅行会社等へのバスツアー等企画商品への組み込み依頼
5	○観光等の賑わいを創出する団体等への継続的な支援や連携、及び各種メディアへの露出協力
6	○潮彩市場防府におけるおすすめ逸品情報の発信

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1						◎		○				
2						◎						
3						◎		○				
4						◎	○					
5						◎	○					
6						◎						
7						◎	○					
8						◎	○					
9						◎	○		○			
10						◎	○					

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1						◎		○	○			
2						◎						
3						◎		○				
4						◎	○					
5						◎	○					
6						◎	○					
7						◎	○					
8						◎	○					
9						◎	○					

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1						◎	○					
2						◎	○					
3						◎	○					
4						◎	○					
5						◎	○					
6						◎	○					

②歴史

現状

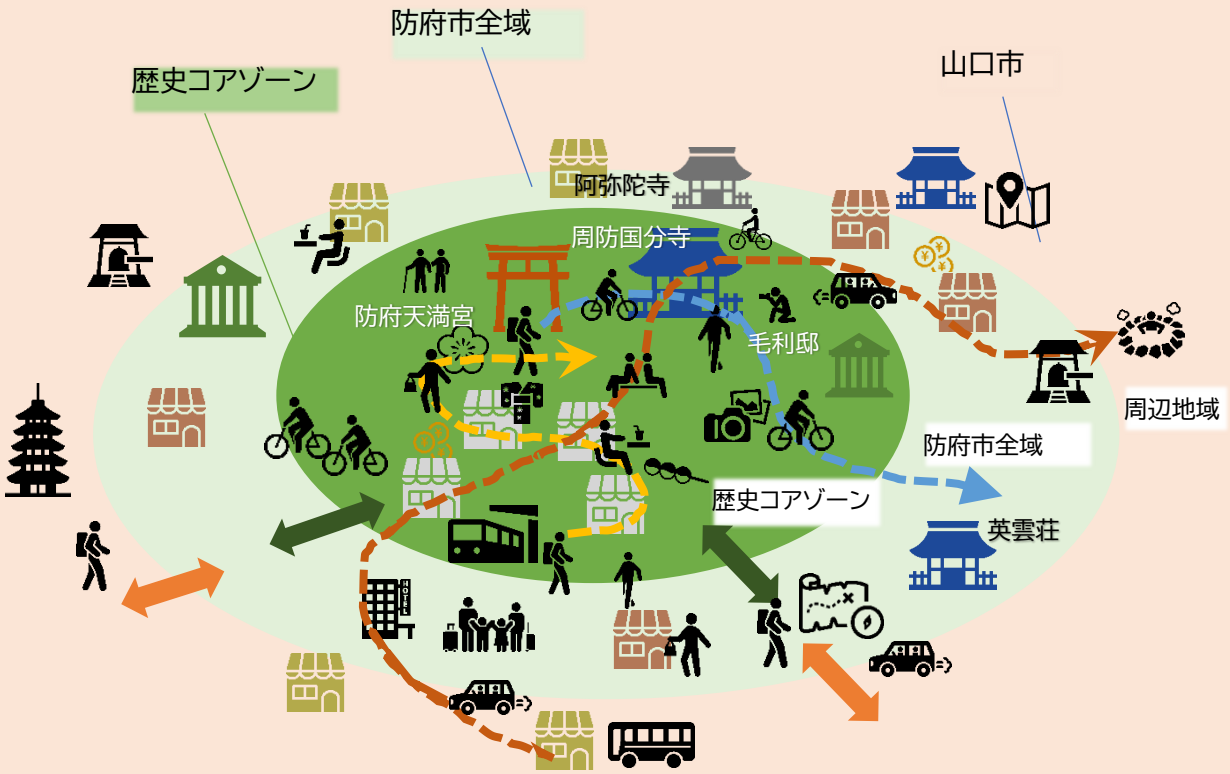
防府天満宮、周防国分寺、阿弥陀寺、旧毛利家本邸、玉祖神社など、誇るべき資源が豊富で、各地に点在している。

中でも、防府天満宮は本市の中で最も観光客が訪れる観光地で、毎年多くの参拝客が訪れている一方で、その他の施設への来訪者数は少ない状況である。今後は、防府天満宮の参拝目的の観光のみならず、防府天満宮から「第二の場所」へ誘導し、点から面に広げ、歴史のまちとしてのイメージを確立していくことや、地域一体となった歴史観光の推進が課題である。

将来イメージ

防府市の豊かな歴史が守り受け継がれながら、その資源やストーリーが観光に活用され、歴史のまち防府のイメージが観光客に認知されており、市民にとっての誇り・アイデンティティとなっている。

歴史コアゾーンでは、防府天満宮や周防国分寺、旧毛利家本邸、阿弥陀寺を中心とする資源の認知度が高まり、歴史をめぐるまち歩きや、歴史・文化を体感する体験コンテンツが充実し、観光客が楽しめるコア機能が確立されている。さらにそれが防府市全域に展開し、市内の観光地の周遊につながるほか、山口市や周南市など周辺地域との相互連携による観光誘客を実現している。



歴史

ロードマップ

	ビジョン	主な施策	
短期(1～5年後)	**まち歩きしたくなる歴史コアゾーンの形成** ◆歴史コアゾーンが確立され、防府天満宮だけでなく、周防国分寺や旧毛利家本邸等への回遊性が向上している。 ◆歴史まち歩きを楽しみ、飲食施設や休憩施設でゆっくりと滞在したくなる空間づくりができている。	地域振興	●参道の街並み・景観の美化 ●ベンチや日よけなど休憩場所の増設 ●駐車場やトイレ等の受入環境の整備
		観光振興	○歴史と親和性の高い体験の充実 ○飲食機能の充実 ○メディアを活用した戦略的な情報発信 ○イベントの実施 ○歴食への参加や、歴史をテーマにした食の再商品化 ○旅行会社への企画商品の売り込み ○広域連携によるプログラム造成や PR
中期(5～7年後)	**多様な資源をストーリーでつなぎ、周遊したくなる歴史観光の確立** ◆歴史コアゾーンを含む防府市全域においても、観光客が周遊している。	地域振興	●利用者ニーズに応じたレンタサイクルサービスの改善・サイクルスポットの整備
		観光振興	○メディアを活用した戦略的な情報発信 ○モデル周遊プランの提案 ○ICT(AR/ VR)、プロジェクションマッピングなどを活用した多彩な歴史の楽しみ方の提供 ○防府遺産認定制度の導入 ○国衙跡の発掘成果の発表や現場解説の実施
長期(7～10年後)	**広域連携による歴史観光の魅力向上と、集客力の強化** ◆周辺地域も含む広域連携が進み、相互に誘客が図られ、集客力が高まっている。	地域振興	●広域での交通アクセスの見直し
		観光振興	○広域連携による観光コンテンツの提供 ○外国人観光客の来訪状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介

今後5年間での取組

①防府天満宮と周辺の参道等の回遊性向上

観光客が最も訪れている「防府天満宮」およびその参道一帯の魅力を向上し、「歩きたくなる」空間づくりを行います。

	取組内容
1	●観光用公衆トイレの整備や清掃の徹底（再掲）
2	●参道の街並み・景観の美化
3	●駐車場台数を確保するための駐車場シェアリングシステムの普及促進
4	●高齢化やまち歩きに対応したベンチや日よけなど休憩場所の増設
5	○「体験」の充実（着物や浴衣の着付け体験と歴史周遊ガイドツアー等）
6	○モデル周遊プランの提案（With コロナ期間は特に個人旅行者が独自で楽しめる旅行プランの提案）
7	○まち歩きの楽しみを増大させる飲食機能の充実（食べ歩きメニューや、歴史をモチーフにしたメニューの開発・提供）
8	○四季ごとに歴史施設で楽しめる写真映えする景観や眺望を発信
9	○花神子や腰輪おどりなど伝統の祭り等を地元の魅力とともに情報発信
10	○歴史ファンを取り込むためのサブカルチャー（ゲーム、アニメ等）の活用及びイベントの実施
11	○学術専門家による歴史の深堀り講演や歴史好き芸能人の招へいなど

②防府天満宮から旧毛利家本邸など周辺施設への誘客

防府天満宮参拝後にすぐに帰らせることのないよう、旧毛利家本邸をはじめとする第2・第3の立ち寄りスポットに誘導し、周遊を促します。

	取組内容
1	●レンタサイクルサービスの充実
2	●駐車場台数を確保するため駐車場シェアリングシステムの普及促進（再掲）
3	●観光地や駐車場の位置が一目で分かる観光看板の設置や地図システムへの登録
4	○毛利元就没後450年や重源上人生誕900年の歴史的節目を活かした観光発信
5	○近隣県を含む各所の文化・芸術団体に、旧毛利家本邸を茶の湯や華道、書道や舞踊等の大会会場として売り込む
6	○防府天満宮をはじめとする「すごいぞ！防府」4つの観光拠点のほか、既存観光施設を活かしたイベントの充実と積極的な発信
7	○テレビ・新聞・ラジオなど既存のマスメディアを十分に活用した情報発信（再掲）
8	○インターネット時代に適応した動画の多用や SNS などの発信頻度の増強（再掲）
9	○近隣県の旅行会社などへのバスツアー等企画商品の組み込み依頼（再掲）
10	○明治維新 150 年事業で商品化した「キング提督御膳」「篤姫弁当」の再商品化、ストーリーの再構築
11	○歴食への参加（「キング提督御膳」や「篤姫弁当」などの認定歴食への申請）

③広域連携

本市だけではできない広域連携によるストーリーを構築・発信し、さらなる魅力向上と誘客を図ります。

	取組内容
1	○雪舟・大内文化の PR（山口市の県立美術館、防府市の毛利博物館）
2	○山口ゆめ回廊博覧会を契機とし、県央部の市町と連携した広域観光プログラムの造成と発信
3	○毛利氏庭園が「ガーデンツーリズム登録制度」に登録されたことを生かして、雪舟ゆかりの自治体と連携した広域での PR

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1	→	→	→	→	→	◎	○			■		
2	→	→	→	→	→	◎	○	○		■		
3	→	→	→	→	→	◎	○			■		
4	→	→	→	→	→	◎	○			■		
5	→	→	→	→	→	◎	○	○			■	
6	→		→	→	→	◎	○	○			■	
7	→		→	→	→	◎	○	○			■	
8	→		→	→	→	◎	○				■	
9	→	→	→	→	→	◎	○		○		■	
10	→		→	→	→	◎	○				■	
11	→		→	→	→	◎					■	

◆事例
ベンチの設置等、木陰を生み出す樹木の設置など屋外空間の整備

【出典：国土交通省 観光地における社会資本整備の配慮事項に関する事例集】

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1	→		→	→	→	◎	○			■		
2	→	→	→	→	→	◎	○			■		
3	→	→	→	→	→	◎	○			■		
4	→		→	→	→	◎	○				■	
5	→	→	→	→	→	◎	○				■	
6	→		→	→	→	◎	○				■	
7	→			→	→	◎	○				■	
8	→		→	→	→	◎	○				■	
9	→			→	→	◎	○				■	
10	→	→	→	→	→	◎	○	○			■	
11	→	→	→	→	→	◎	○	○				■

◆参考
「歴食」とは、日本全国の「歴史的なストーリーを有した、価値ある食」と定義された、食の認定制度です。文献などをもとに当時の味を再現したもの、またインスパイアされたメニューを「歴食」として登録し、発信しています。豊かな歴史のストーリーを生かし、「食」というアプローチから歴史の楽しみ方を提供するものです。

【出典：歴食 JAPAN HP】

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1	→		→	→	→	◎	○				■	
2	→	→	→	→	→	◎	○				■	
3	→	→	→	→	→	◎	○				■	

③スポーツ

現状

防府読売マラソンは防府市における一大スポーツイベントであり、多くの参加者や見物客を集客しているが、その経済波及効果が少なく、その恩恵を効果的に受けることができていない。

防府市スポーツゾーン(キリンレモンスタジアムを核としたエリア)や競輪場など、スポーツに関する受入環境は充実しており、他地域との差別化を図ることができる可能性をもつ資源である。

近年、スポーツが持つ機能として、「観る」「する」から、地域で「稼ぐ」手段(ビジネス化)としての意味合いが内包され、地域活性化の取組としても注目されている。また、本格的なスポーツ(プレイ)から、気晴らしや遊び、楽しみ、休養といった要素も強くなり、身体的・精神的・社会的な観点からも見直されている。

新型コロナウイルス感染拡大の影響で、屋外での活動が注目され、外でのアクティビティへの興味・関心が高くなっているとともに、本市は東京オリンピックの女子バレーに出場するセルビアチームのホストタウンになっていることから、今後、スポーツへの注目が高まることが推測される。

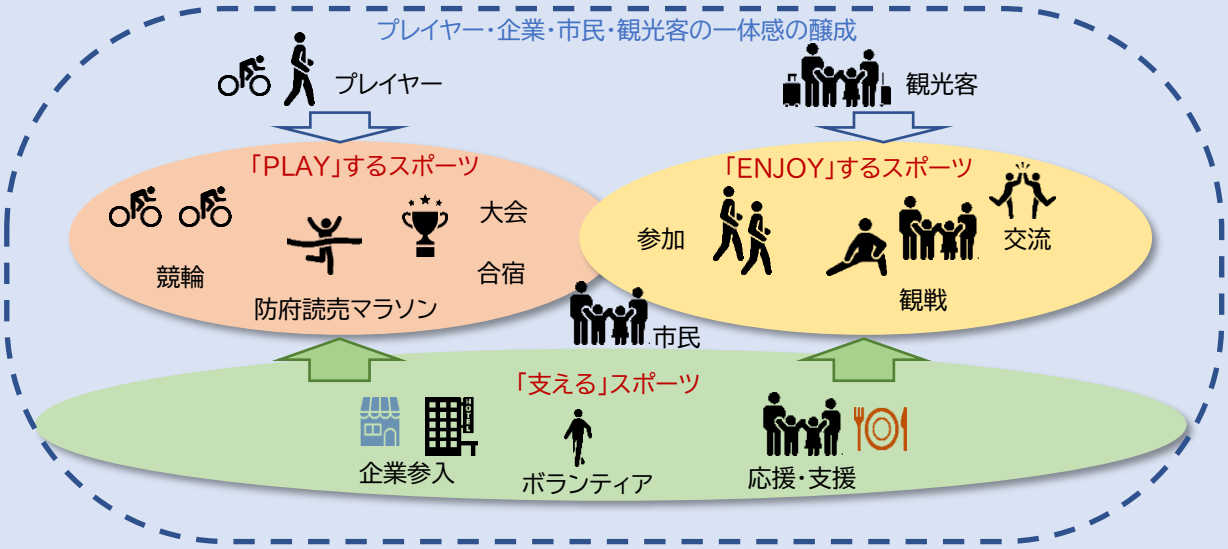
将来イメージ

スポーツまちづくりの実現

防府市において、スポーツのパワーで社会的または経済的な効果を高め、既存施設をはじめ、山・海等といった自然環境やまちなか・公園等といった地域特性を生かし、自然と体を動かしてしまう「楽しいまち」を形成する。

スポーツをきっかけとし、各地域が持つ多様な社会課題を解決し、地域経済の活性化を図る。

「PLAY」するスポーツ	「ENJOY」するスポーツ	「支える」スポーツ
防府読売マラソンや競輪を軸に、プロ選手から市内外の一般人まで本格的にスポーツを行う場所として確立される。	スポーツを「観る」楽しみ、「プレイ」する楽しみ、「交流」する楽しみにあふれるまちとして、多くの観光客が防府市に長期滞在している。	スポーツへの企業参入や各スポーツを応援・支援する市民や事業者にあふれ、スポーツを介して、一体感のある防府市を実現する。



スポーツ

ロードマップ

	ビジョン	主な施策	
短期（1～3年後）	**スポーツのまちとしての認知度向上** ◆プロスポーツをはじめ、スポーツや学習等を含めた合宿地としての拠点イメージの構築～「PLAY」することができる防府のイメージ～ ◆防府市と関連する各種スポーツのイメージの認知～「PLAY」することができる、そして「ENJOY」することができる防府のイメージ～	地域振興	●各種スポーツの情報発信 ●各種スポーツの実施機会の創出（スポーツ施設等の利用促進、イベント開催など） ●各種スポーツ施設の機能強化
		観光振興	○近隣市町村等への情報発信 ○合宿地としての売り込み ○プロスポーツを活用した誘客促進 ○スポーツイベントに合わせた食の出店 ○セルビア女子バレーボールチームのホストタウンとしての露出拡大
中期（3～5年後）	**スポーツを介した楽しみにあふれる場の創出** ◆防府市の地域特性を生かし、スポーツを介して、防府市の魅力を知り、満足度の高い滞在の促進～「ENJOY」できるまちの実現～ ◆市民やプロスポーツ等のファン等が防府市のスポーツを応援・支援～「支える」基盤の構築～	地域振興	●各種スポーツ施設等の機能拡充（防府市スポーツゾーン、競輪場等） ●トップアスリートとの交流 ●スポーツボランティアの構築 ●スポーツツーリズムのプラットフォーム構築の検討
		観光振興	○合宿地としての機能拡充 ○他分野との連携した新たなスポーツイベントの開催 ○スポーツボランティア・ファン（関係人口）の仕組みの構築
長期（5～10年後）	**スポーツまちづくりの実現** ◆上記の状況が持続的に推進されており、スポーツを楽しみ、自然と体を動かし、健康面・精神面・社会面において、充実した生活を実現 ◆スポーツへの企業参入や各スポーツにおいて、様々な事業が生まれ、地域経済の活性化を実現	地域振興	●スポーツツーリズムのプラットフォームの構築 ●他分野との連携による新たな事業展開（スポーツビジネス化）
		観光振興	○最先端テクノロジーを活用した新たなスポーツ観戦、実施の創造 ○広域連携等によるスポーツによる活性化 ○防府遺産認定制度の導入

今後5年間での取組

①「自転車」に着目したスポーツの推進

「競輪」や「サイクリング」をテーマとして、効果的な空間の活用や情報発信を進めるなど、サイクルツーリズムによる観光を推進します。

	取組内容
1	●観光スポットとして来館者が楽しめる機能を持つ競輪場の整備
2	●市内の道路の再点検と、自転車やランニングに適した路面等への改良
3	○トップアスリートとの交流イベントの実施
4	○サイクリングターミナルを拠点とし、佐波川自転車道を利用したサイクリングコースやトレッキングコースの設定とコース冊子の作成
5	○競輪場の空間活用と情報発信

②防府読売マラソンの認知度と魅力の向上

防府市におけるスポーツの一大イベントである「防府読売マラソン」の集客力を高めます。

	取組内容
1	●市内の道路の再点検と、自転車やランニングに適した路面などへの改良（再掲）
2	○トップアスリートとの交流イベントの実施（再掲）
3	○情報発信による集客力の向上と大会エントリー数の増
4	○著名な選手や有名人の誘致によるプロモーション効果の増大
5	○読売マラソンの開催にあわせた出店等による飲食機能の充実

③施設の効果的な活用

既存のスポーツ関連施設の活用を促進できるよう、環境を整備し、積極的に売り込みます。

	取組内容
1	●観光用公衆トイレの整備や清掃の徹底（再掲）
2	●駐車場台数を確保するため駐車場シェアリングシステムの普及促進（再掲）
3	●防府市スポーツゾーンに車両を気にしないで走れる周回路の整備
4	○キリンレモンスタジアムを中心としたスポーツゾーンの近隣市町への売り込み
5	○スポーツや学習などの合宿呼び込み
6	○プロスポーツ（サッカーやバスケットボール、卓球やラグビー等）の合宿地としての売り込み

④プロモーション

市内のスポーツに関する魅力を効果的に発信し、誘客につなげます。

	取組内容
1	○レノファ山口 U-18など市内で活動するプロ等の情報の発信
2	○テレビ・新聞・ラジオなど既存のマスメディアを十分に活用した情報発信（再掲）
3	○インターネット時代に適応した動画の多用やSNSなどの発信頻度の増強（再掲）
4	○観光等の賑わいを創出する団体などへの継続的な支援や連携、各種メディアへの露出協力（再掲）
5	○セルビア女子バレーボールチームのホストタウンとしての露出拡大

【取組内容】

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1	→	→	→	→	→	◎				■		
2	→	→	→	→	→	◎				■		
3	→	→	→	→	→	◎	○	○		■		
4	→	→	→	→	→	◎	○				■	
5	→	→	→	→	→	◎	○				■	

◆事例「既設競輪場の有効活用の促進」
　サイクルスポーツに親しんでもらうため、自転車競技関係者が協力し、競輪場を活用したイベント等が行われています。

＜競輪場の子供たちへの開放＞【出典：大宮競輪場 HP】

【取組内容】

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1	→	→	→	→	→	◎				■		
2	→	→	→	→	→	◎	○			■		
3	→	→	→	→	→	◎	◎				■	
4	→	→	→	→	→	◎	◎				■	
5	→	→	→	→	→	◎	◎	◎	○			■

（写真）
防府読売マラソンにて道下美里さんが世界記録を更新したときの様子

【取組内容】

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1	→	→	→	→	→	◎		○		■		
2	→	→	→	→	→	◎				■		
3	→	→	→	→	→	◎				■		
4	→	→	→	→	→	◎	○				■	
5	→	→	→	→	→	◎	○				■	
6	→	→	→	→	→	◎	○				■	

（写真）
ソルトアリーナの運動器具や卓球台、多目的広場の様子

【取組内容】

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1	→	→	→	→	→	◎	○				■	
2	→	→	→	→	→	◎	○				■	
3	→	→	→	→	→	◎	○				■	
4	→	→	→	→	→	◎	○				■	
5	→	→	→	→	→	◎	○	○	○		■	

（写真）
セルビア女子バレーボールチームのパブリックビューイングの様子など

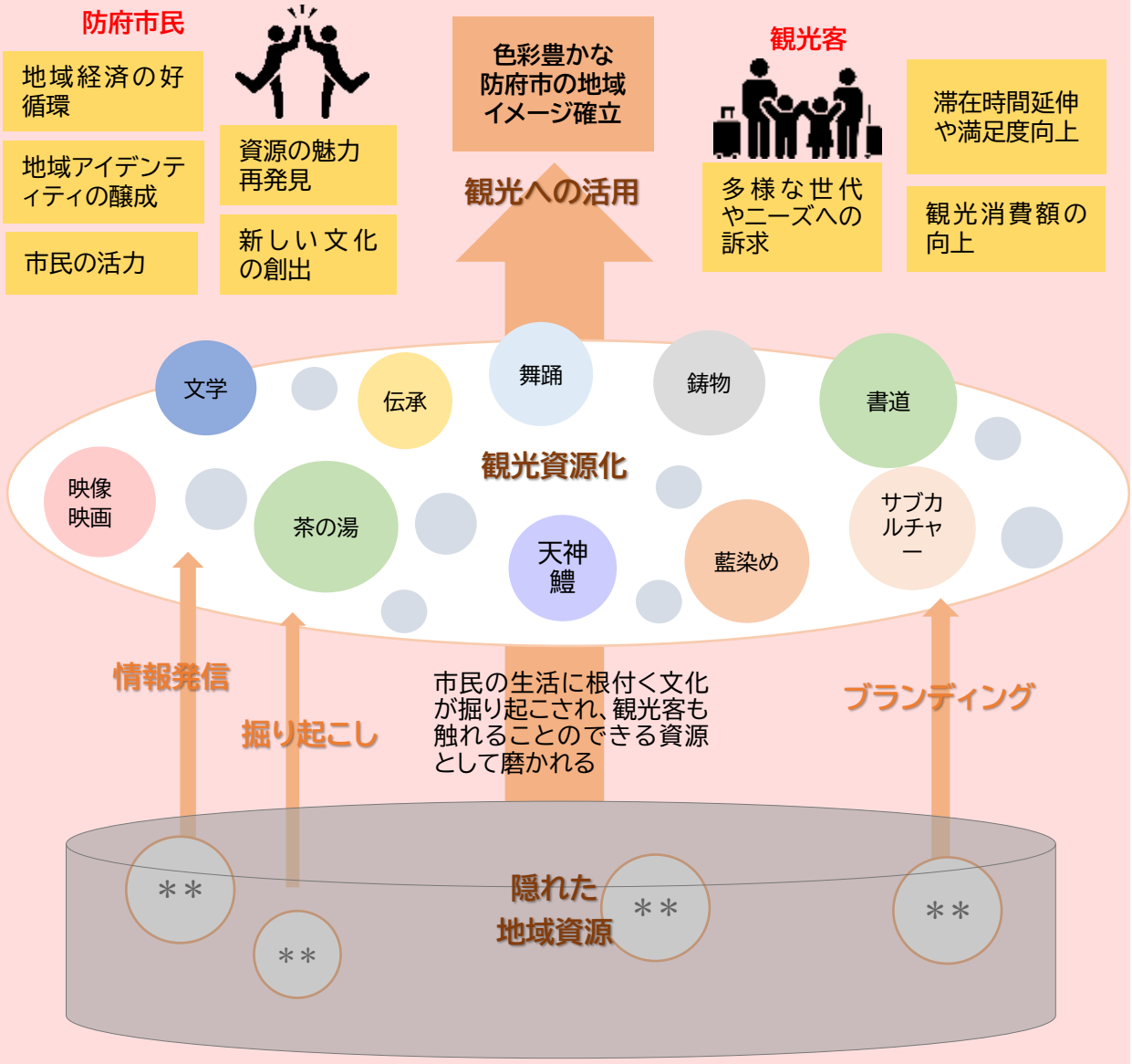
④文化

現状

ものづくりや伝統文化、イベント等、防府市には、訴求できる文化的資源が存在している。その一方で、観光として生かしてこなかった資源や、観光資源としての発信が弱く誘客が発展途上の資源もある。これらの資源を、観光資源として効果的に活用し、情報発信していくことで、観光客に訴求できる防府市の魅力となることが期待できる。

将来イメージ

自然や歴史だけでなく、「新しい文化」が、観光客に訴求できるものとして磨かれ、防府市観光を豊かにする「観光資源」として積極的に活用・発信されている。観光客が新しい文化に触れたくなる観光が展開されると同時に、市民による文化を生かしたおもてなしや活動が活性化し、若者から高齢者まで、誰もが活躍できる風土が醸成され、市民の誇りにつながっている。



文化

ロードマップ

	ビジョン	主な施策	
短期(1～3年後)	**文化的な資源の認知度向上** ◆個々に点在する資源の収集と掘り起こし ◆各資源の価値の再認識・共有化	地域振興	●市民と観光客が資源の魅力・価値を再発見する「まちの魅力発見情報」の継続発信
		観光振興	○市民と観光客が資源の魅力・価値を再発見する「まち発見情報」の継続発信 ○市民の活力を生かした文化イベントの開催 ○地元の食資源・食文化の磨き上げ ○埋もれた観光資源の情報発信の強化 ○おもてなし人材の掘り起こしと育成(セミナー等)
中期(3～5年後)	**磨き上げ・観光資源化** ◆観光コンテンツとして商品化、PR し、観光客を誘客 ◆利益の好循環、成功事例を創出	地域振興	●市民と観光客が資源の魅力・価値を再発見する「まちの魅力発見情報」の継続発信 ●認定された防府遺産の後世への継承活動
		観光振興	○各資源の観光コンテンツとしての磨き上げ ○観光資源化プロモーションの支援 ○まちの魅力発見情報の継続発信 ○おもてなし人材の掘り起こしと育成(セミナー等) ○防府遺産認定制度の導入
長期(5～10年後)	**市民や観光客へ滞在コンテンツとして持続的・継続的に提供** ◆文化的な資源を切り口、通年でバラエティーに富んだ観光コンテンツ提供の実現 ◆若者から高齢者まで活躍、チャレンジしやすい風土を醸成	地域振興	●市民の連携を生み出す異業種交流会等の開催
		観光振興	○おもてなし人材の掘り起こしと育成(セミナー等) ○自走可能で・継続的なコンテンツ提供に向けた各主体への支援 ○通年で安定的なコンテンツ提供 ○成功事例の積極的な発信等により、新たな参画主体の募集 ○まちの魅力発見情報の継続発信 ○防府遺産認定制度の継続・活用

今後5年間での取組

①隠れた地域資源の観光への活用

自然・歴史・スポーツに加え、これまでに観光に十分に活用されてこなかったが価値のある防府ならではの資源をさらに観光に活用できる資源として価値を見直し、磨き上げます。

	取組内容
1	○おもてなし人材の掘り起こしと育成(セミナー等の開催)
2	○新春の一大文化イベントである「防府音楽祭」の情報発信の強化
3	○近隣県を含む各所の文化・芸術団体に、旧毛利家本邸を茶の湯や華道、書道や舞踊等の大会会場としての売り込み(再掲)
4	○映画館を活用したイベントの開催
5	○観光にも寄与する山頭火ふるさと館の運営
6	○茶道や鋳物文化などの地域の伝統文化の収集と発信
7	○観光等の賑わいを創出する団体などへの継続的な支援や連携、各種メディアへの露出協力(再掲)
8	○市民からのアイデア「食」募集と飲食店等協力によるテーマ食や新商品の開発

②地域資源のプロモーション・市民への普及

多様な資源の存在や、その魅力を、観光客や市民に分かりやすく発信します。

	取組内容
1	●○市民と観光客が資源の魅力・価値を再発見する情報発信プラットフォームとして、「まち発見情報」を継続発信
2	●認定された防府遺産の後世への継承活動
3	○テレビ・新聞・ラジオなどの既存のマスメディアを効果的に活用した情報発信(再掲)
4	○インターネット時代に適応した動画等の多用や SNS などの発信頻度の増強(再掲)
5	○防府「逸品食」マップ、防府食べ歩きマップの作成
6	○防府逸品食フェスの開催
7	○防府逸品食をテーマにした旅行商品造成への営業、メディア活用の推進
8	○防府遺産認定に関する制度設計や防府市観光振興推進協議会等との協議による遺産候補の選定

【取組内容】

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1	→	→	→	- - →	- - →	◎	◎	○	○			
2	→	→	- - →	- - →	- - →	◎	○	○				
3	→	→	- - →	- - →	- - →	◎	○	◎				
4	→	→	- - →	- - →	- - →	◎	○					
5	→	→	- - →	- - →	- - →	◎	○					
6	→	→	- - →	- - →	- - →	◎	○	◎				
7	→	→	- - →	- - →	- - →	◎		◎				
8	→	→	→	- - →	- - →	◎		◎	◎			

【取組内容】

	5年間の進め方					実施主体				三本の矢		
	1年	2年	3年	4年	5年	行	事	団	住	観	お	食
1	→	→	- - →	- - →	- - →	◎		○	○			
2	→	→	→	→	- - →	◎	○	○	○			
3	→	→	- - →	- - →	- - →	◎	○					
4	→	→	- - →	- - →	- - →	◎	○	◎				
5	→	→	→	→	- - →	◎	◎	◎	○			
6	→	→	→	→	- - →	◎	○					
7	→	→	→	- - →	- - →	◎	◎	◎	○			
8	→	→	→	→	- - →	◎	○	○	○			

V 施策体系の整理

【将来像】　多様性に満ちた「宝」に出会い、輝く「宝」に魅了される、「住みたくなる」「訪ねたくなる」まち　ほうふ

基本方針	基本施策		
1. 観光地 （しつらえ）	**（1）受入環境の整備** **①安心で快適な空間づくり** ●観光用公衆トイレの整備や清掃の徹底 ●高齢化やまち歩きに対応したベンチや日よけなど休憩場所の増設 **②交通アクセスの改善** ●駐車場台数を確保するための駐車場シェアリングシステムの普及促進 ●レンタサイクルサービスの充実 **③案内表示などの整備・充実** ●富海海水浴場や野島の案内看板の整備 ●観光地や駐車場の位置が一目で分かる観光看板の設置や地図システムへの登録 ●景観に配慮した案内板等の整備	**（2）美しい資源の保全・維持** ●地元自治会などの関係団体と連携した自然環境の維持管理 ●海辺を中心とした清掃等の環境保全活動の実施 ●参道の街並み・景観の美化 ●認定された防府遺産の後世への継承活動	**（3）既存施設の効果的な利活用** ●観光スポットとして来館者が楽しめる機能を持つ競輪場の整備 ●市内の道路の再点検と、自転車やランニングに適した路面などへの改良 ●防府市スポーツゾーンに車両を気にしないで走れる周回路の整備
2. おもてなし	**（1）魅力ある観光地域づくり** **①巡りたくなる観光ルートの提案** ○モデル周遊プランづくりおよび発信 ○サイクリングターミナルを拠点とし、佐波川自転車道を利用したサイクリングコースやトレッキングコースの設定とコース冊子の作成 **②資源の魅力に再注目させる企画の実施や賑わいの創出** ○防府天満宮をはじめとする「すごいぞ！防府」4つの観光拠点のほか、既存観光施設を活かしたイベントの充実と積極的な発信 ○学術専門家による歴史の深堀り講演や歴史好き芸能人の招へいなど ○映画館を活用したイベントの開催 ○観光にも寄与する山頭火ふるさと館の運営 ○トップアスリートとの交流イベントの実施 ○競輪場の空間活用と情報発信 ○スポーツや学習などの合宿呼び込み ○プロスポーツ（サッカーやバスケットボール、卓球やラグビ―等）の合宿地としての売り込み ○防府遺産認定に関する制度設計や防府市観光振興推進協議会等との協議による遺産候補の選定 **③多様な資源を生かした新たな観光コンテンツづくり** ○「まちなか登山」をキーワードにした大平山や右田ヶ岳への登山誘客 ○右田、小野、大道地区の田園風景などに着目したトレッキングやサイクリングなどの実施と発信 ○野島海運予備船「レインボー　のしま」を活かした近海クルーズの実施 ○歴史ファンを取り込むためのサブカルチャー（ゲーム、アニメ等）の活用及びイベントの実施 ○「体験」の充実（着物や浴衣の着付け体験と歴史周遊ガイドツアー等）	**（2）情報発信** **①戦略的な情報発信** ○テレビ・新聞・ラジオなどの既存のマスメディアを活用した情報発信 ○インターネット時代に適応した動画等の多用や SNS などの発信頻度の増強 ○著名な選手や有名人の誘致による防府読売マラソンのプロモーション効果の増大 **②テーマ別情報発信** **②-1　自然をテーマにした情報発信** ○富海や野島での海水浴や海洋レジャー、釣り、海の家などの「瀬戸内体験」の発信 ○佐波川でのカヌーやキャンプ、BBQ などのアウトドア体験発信 ○四季ごとの眺望、景色のリアルタイムな情報発信 **②-2　歴史をテーマにした情報発信** ○花神子や腰輪おどりなど伝統の祭り等を地元の魅力とともに情報発信 ○毛利元就没後450年や重源上人生誕900年の歴史的節目を活かした観光発信 **②-3　スポーツをテーマにした発信** ○プロ及びその下部組織情報の発信 ○セルビア女子バレーボールチームのホストタウンとしての露出拡大 **②-4 文化をテーマにした発信** ○防府音楽祭、茶道や鋳物文化などの地域の伝統文化 ●○市民と観光客が資源の魅力・価値を再発見する情報発信プラットフォームとして、「まち発見情報」を継続発信 **③ターゲット別情報発信** ○近隣県を含む各所の文化・芸術団体に、旧毛利家本邸を茶の湯や華道、書道や舞踊等の大会会場として売り込む ○近隣県の旅行会社等へのバスツアー等企画商品への組み込み依頼	**（3）多様な主体と連携した誘客促進** **①周辺市町との連携** ○雪舟・大内文化の　PR（山口市の県立美術館、防府市の毛利博物館） ○山口ゆめ回廊博覧会を契機とし、県央部の市町と連携した広域観光プログラムの造成と発信 ○毛利氏庭園が「ガーデンツーリズム登録制度」に登録されたことを生かして、雪舟ゆかりの自治体と連携した広域での PR **②市民や事業者等の参画推進** ○観光等の賑わいを創出する団体などへの継続的な支援や連携、及び各種メディアへの露出協力 ○おもてなし人材の掘り起こしと育成（セミナー等の開催）
3. 食	**（1）防府らしい食の提供** **①食を楽しむ機会の創出** ○食べ歩きメニューや、歴史をモチーフにしたメニューの開発・提供 ○読売マラソンの開催にあわせた出店等 ○防府逸品食フェスの開催 ○大規模経営農家や農業法人との連携・協力による収穫体験や調理体験の売り込み **②鱧をはじめとする海産物の売り込み** ○天神鱧（ハモ）の広域での認知度向上と旅行商品への組み込み ○初夏の鱧（ハモ）や夏の虎魚（オコゼ）、冬の河豚（フグ）など瀬戸内海ならではの食体験を組み込んだ旅行商品の造成及び販売への支援	**（2）ストーリー性のある食の商品開発** **①歴史的なストーリーを生かした食の企画開発** ○明治維新　150　年事業で商品化した「キング提督御膳」「篤姫弁当」の再商品化、ストーリーの再構築 ○歴食への参加（「キング提督御膳」や「篤姫弁当」などの認定歴食への申請） **②新しい食の開発** ○市民からのアイデア「食」募集 ○飲食店等協力によるテーマ食や新商品の開発	**（3）食に関連する情報の収集・発信** ○逸品食マップ、防府食べ歩きマップの作成 ○防府逸品食をテーマにした旅行商品造成への営業、メディア活用の推進 ○潮彩市場防府におけるおすすめ逸品情報の発信 ○農産品、海産物に関する年間の「旬カレンダー」を作成し、市民、飲食店への配布

Ⅵ 計画の推進に向けて

1 推進体制について

本計画に掲げる防府市の観光地域づくりの目指す姿と展開方針に基づき、目標フレームの指標の達成等を目指して、各施策を着実に推進していかなければなりません。そのために、「地域振興」と「観光振興」の両軸のミッションを実現していくために、地域交流部おもてなし観光課と(一社)防府観光コンベンション協会が中心となりながら、まちづくり、環境、教育、市民生活等他分野との連携を図り、横断的な推進体制を構築することが求められます。

～地域振興～

- 地域資源の質の維持・向上に資すること
- その取組が地域産業の活性化に寄与すること
- 地域住民が地域の魅力・価値を再認識し、郷土愛や地域のアイデンティティの形成に寄与すること

～観光振興～

- 防府市に観光客を誘客すること(プロモーション等)
- 観光客を確実に獲得(来訪)させること
- 地域資源を活用し、コンテンツ等を造成し、観光客から外貨を獲得すること

地域交流部おもてなし観光課 及び (一社)防府観光コンベンション協会

文化財等の保全、歴史・郷土学(文化財課)、文化芸術、スポーツ振興(文化・スポーツ課)農水林業等の活性化、6次産業化(農林水産課)、商店街の活性化(商工振興課)、景観の高品質化(都市計画課)など

各文化財所有者、各自治会等

防府商工会議所

各民間事業者等

防府市の観光地域づくりの一端を担う主体としての自覚を持ち、知恵と力を合わせて本計画を進めていくためには、それぞれの役割を明確にすることも肝要です。

【各主体に期待される役割】

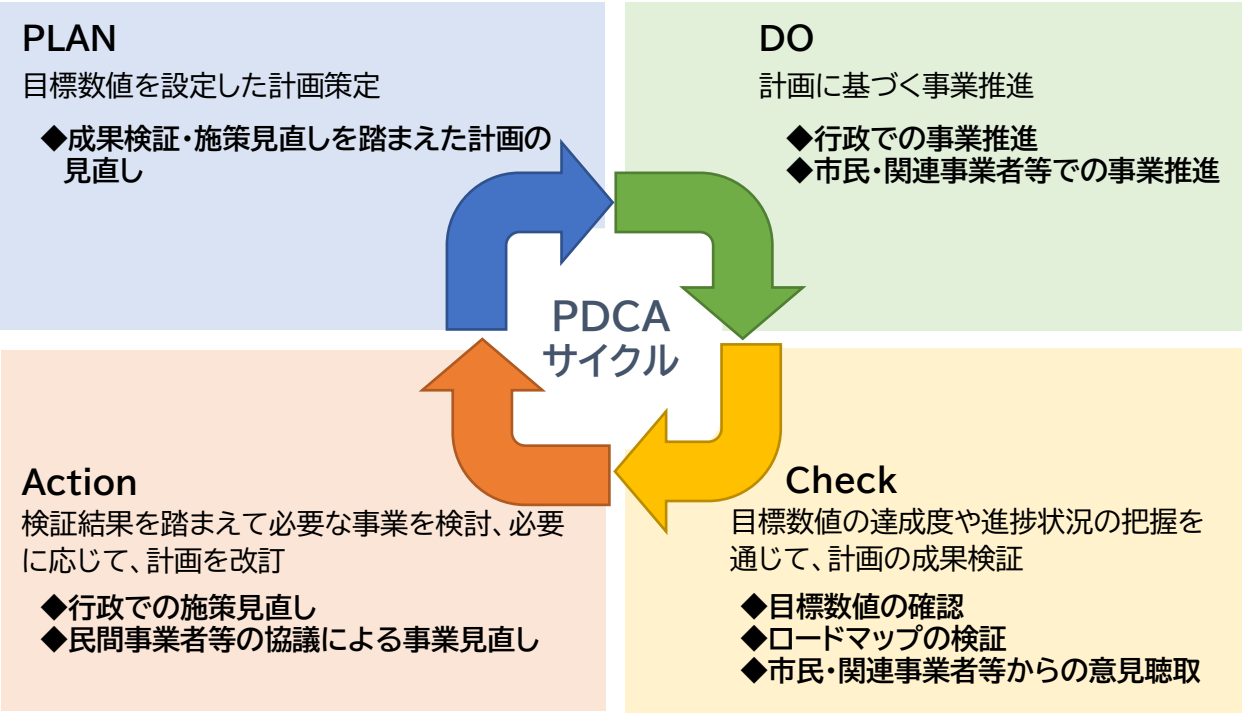
主体	役割
地域交流部 おもてなし観光課	・庁内各部局との連携、国や県、関係市町村、関係機関との協議のもとで、取組を推進します。 ・(一社)防府観光コンベンション協会や防府商工会議所、各民間事業者等と連携を図り、観光地域づくりを実践していきます。
各担当課	・各担当分野の業務の遂行について、おもてなし観光課と連携を図り、着実に遂行します。
(一社)防府観光 コンベンション協会	・観光プログラムの運営や情報発信など事業推進を行うとともに、行政と民間、また、各分野の産業間をつなぐ調整機能を果たします。 ・観光マーケティングやプロモーションについて、おもてなし観光課と連携して推進します。
防府商工会議所	・民間事業者等が行う事業に対しての支援や、団体自らが事業の担い手となる事業を主体的に推進します。 ・民間と行政とをつなぎ、円滑な事業推進が実現するための役割を担います
各民間事業者等	・観光の主体的な担い手として、事業推進の役割を果たします。 ・関連事業者や行政、市民等との連携・協働のもとで、事業を推進し、観光振興を図るとともに、地域の魅力向上、地域経済の活性化や人材育成に努めます。
市民 (各文化財所有者) (各自治会)	・地域の歴史文化や自然環境等に関する知識と誇りを持ち、訪れる人々を迎え入れます。 ・地域の美化緑化活動や歴史文化(祭礼等)の継承、自身の経験や知識を活かした体験受け入れや民泊の受け入れなど、観光地域づくりの担い手として活躍します。

2 進捗管理について

防府市の観光地域づくりの目指す姿を実現するためには、計画に基づく事業推進についての進捗管理を行う必要があります。PDCA サイクルのもとで、計画を実行し、それを進捗評価・改善、そして必要に計画を見直すプロセスを運用していきます。

With コロナや After コロナの動向を捉え、内外の情勢や環境の変化や、人々の価値観やニーズが変化することが考えられます。そこで、計画期間中であっても必要に応じて計画の見直しを行っていきます。

進捗評価については、本計画の目標数値の達成状況や個別事業の進捗評価を行う組織が必要となります。各取組の進捗状況や目標達成状況等を客観的に評価することができる仕組みを構築し、PDCA サイクルのもと、本計画の進捗評価及び進捗管理を行っていきます。



＜計画進捗管理体制＞

本計画で位置付けた諸施策の進捗管理と成果検証については、防府市および、観光振興に関わる有識者等で構成される「防府市観光振興推進協議会」において行うこととします。

「防府市観光振興推進協議会」は毎年1回以上開催します。 また、最終年度の令和7年度に目標指標の検証調査および計画の見直しを実施します。

＜計画進捗管理のスケジュール＞

令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
調査実施（成果検証）	調査実施（成果検証）	調査実施（成果検証）	調査実施（成果検証）	調査実施（KGI検証） 計画見直し 第四次計画検討

＜資料編＞

1 「第三次防府市観光振興基本計画」策定経過
2 防府市観光振興推進協議会設置要綱
3 防府市観光振興推進協議会委員名簿
4 防府市における特徴
（1）事業者等へのヒアリング整理結果
（2）アンケート調査結果（うめてらす・インターネットアンケート）
5 高校生ワーキングの開催結果
6 用語集
7 防府市のイベントカレンダー

1 「第三次防府市観光振興基本計画」策定経過

※今後、追加予定

2 防府市観光振興推進協議会設置要綱

防府市観光振興推進協議会設置要綱

平成23年7月8日制定

（目的及び設置）
第1条 防府市観光振興基本計画の推進にあたり、防府市観光振興推進協議会（以下「協議会」という。）を設置する。

（協議事項）
第2条 協議会は、第2次防府市観光振興基本計画の事業の進捗状況を把握し、評価を行うとともに、その評価を反映させ、改善することに関する必要な事項を協議する。

（組織）
第3条 協議会は、次に掲げる者のうちから市長が依頼する委員をもって構成する。
（1）学識経験のある者
（2）観光関係団体の代表
（3）市民の代表
（4）市民活動団体の代表
（5）観光関連・民間関連事業者
（6）関係行政機関の職員

（委員の任期）
第4条 委員の任期は、平成33年3月31日までとする。

（会長及び副会長）
第5条 協議会に会長及び副会長を置き、会長は委員の互選とし、副会長は会長が指名する。
2 会長は、協議会を代表し、会務を総理する。
3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときはその職務を代理する。

（会議）
第6条 協議会の会議は、会長が招集し、会議の議長は会長をもって充てる。
2 会長が必要と認めるときは、委員以外の者の出席を求め意見又は説明を聴くことができる。
3 第3条第1項5項及び6項に掲げる委員は、やむを得ない理由により協議会に出席できないときは、あらかじめ代理出席届（別紙様式）を提出し、会長の承認を得て代理人を出席させることができる。ただし、代理人は当該団体の構成員に限る。

（事務局）
第7条 協議会の事務局は、地域交流部おもてなし観光課に置く。
2 事務局長は、おもてなし観光課長をもって充てる。

（その他）
第8条 この要綱に定めるもののほか、会の運営に関し必要な事項は、会長が協議会に諮って定める。

附 則
この要綱は、平成23年7月8日から実施する。
附 則
この要綱は、平成26年10月1日から実施する。
附 則
この要綱は、平成28年4月1日から実施する。
附 則
この要綱は、平成31年4月1日から実施する。

3 防府市観光振興推進協議会委員名簿

No.	区分	委員名	所属
1	学識経験	加藤　真也	山口大学経済学部　准教授
2	観光関係団体	羽嶋　秀一	防府商工会議所　副会頭
3	観光関係団体	中司　達美	(一社)防府観光コンベンション協会 副会長
4	観光関係団体	宇野　好一	防府観光物産協会　会長
5	観光関係団体	種田　正幸	天神町銀座商店街振興組合　理事長
6	観光関係団体	吉谷　由紀恵	(一社)山口県観光連盟 誘客プロモーション部　部長
7	市民(一般公募)	田中　元昭	—
8	市民活動団体	山野　悦子	特定非営利活動法人 市民活動さぽーとねっと
9	観光関連・民間関連事業者 (旅行業者)	多田　望	㈱JTB山口支店　支店長
10	観光関連・民間関連事業者 (産業観光関係者)	広政　利雄	マツダ㈱防府工場　総務部長

4　防府市における特徴

(1)事業者等へのヒアリング整理結果

※今後、追加予定

(2)アンケート調査結果(うめてらす・インターネットアンケート)

※今後、追加予定

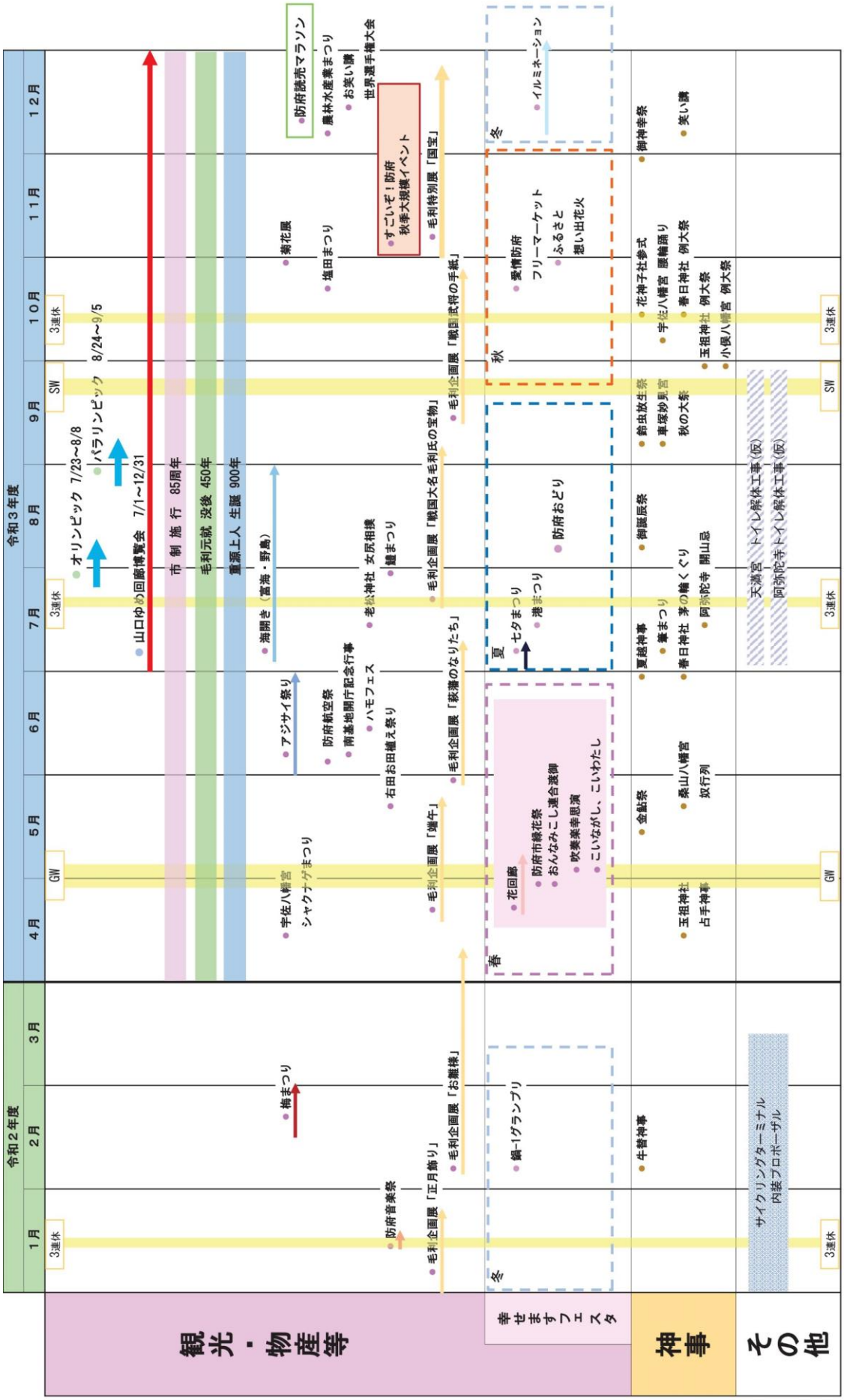
5　高校生ワーキングの開催結果

※今後、追加予定

6 用語集

※最終的に、用語集を作成。

7 防府市のイベントカレンダー（2021 年度）



第三次防府市観光振興計画
令和3年3月

■編集・発行　　防府市地域交流部　おもてなし観光課

〒〒747-8501 山口県防府市寿町7番1号
TEL(0835)25-2517／FAX(0835)23-0262
E-mail:kankou@city.hofu.yamaguchi.jp