

第3次防府市観光振興基本計画 (案)

2021年3月

防 府 市

～本計画書の策定にあたって～

本計画書は、ユニバーサルデザインフォントのひとつである「MORISAWA BIZ UDP ゴシック」フォントを使用しているほか、グラフや背景等の色を見やすくする、イラストや写真を取り入れるなど、障害者差別解消法が求める合理的配慮や、ユニバーサルデザインの視点から、見やすく分かりやすい計画書となるよう、最大限配慮して策定しています。

また、SDGs(持続可能な開発目標)推進の観点から、本計画書は印刷は行わず、データで管理することで環境面に配慮しています(なお、本計画書は、防府市観光振興推進協議会において毎年進捗状況の管理と計画の見直しを行ったうえでホームページ上に公表いたします)。

目次

I 計画の基本的な考え方	1
1 本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2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 本市を取り巻く環境	5
1 近年の観光市場の動向	5
2 新型コロナウイルス感染拡大以前の国の観光動向	6
3 新型コロナウイルス感染拡大以前の山口県の観光動向	7
4 新型コロナウイルス感染拡大以前の本市の特徴	8
5 本市の観光に係る現状・課題	15
III 本市の観光の将来像	16
1 観光地域づくりの目指す姿	16
2 本市を構成する要素(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 エリアビジョン	39
VII 計画の推進に向けて	40
1 推進体制について	40
2 進捗管理について	41
<資料編>	42
1 「第3次防府市観光振興基本計画」策定経過	43
2 防府市観光振興推進協議会設置要綱	43
3 防府市観光振興推進協議会委員名簿	45
4 本市の特徴	46
5 高校生ワーキングの開催結果	52
6 用語集	53
7 防府市の年間観光カレンダー(2021 年度)	54

I 計画の基本的な考え方

1 本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、その地域に様々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

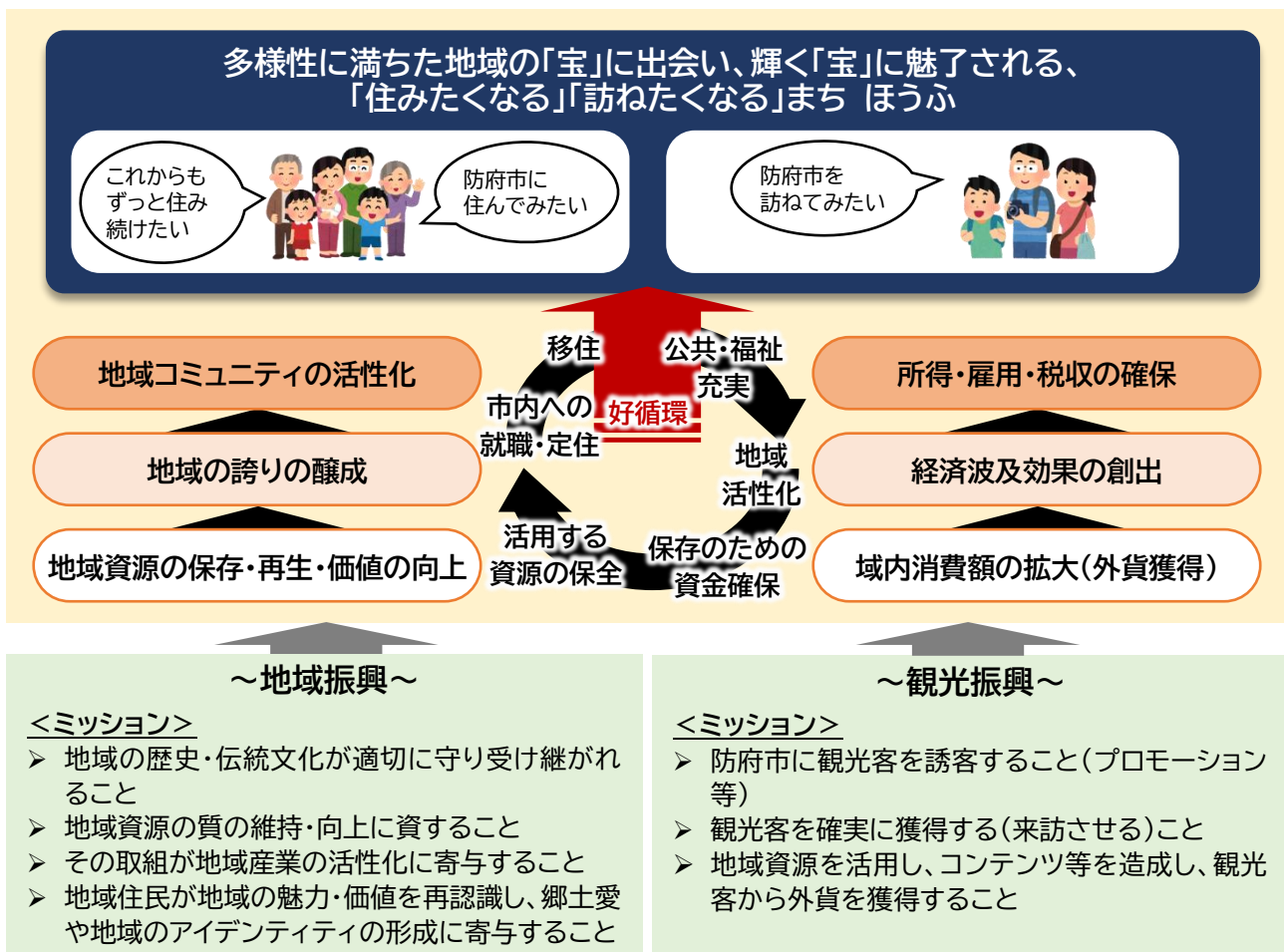
観光産業は裾野が広く、経済波及効果が高い産業と言われています。交流人口の増加により、交通機関の利用、飲食や宿泊、地場製品の購入などその消費活動は多岐に渡ります。これにより、地域経済の活性化や雇用需要の拡大など、市民生活の安定と向上につながることを期待されます。

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、さまざまな波及効果を生み出していきます。

本市においても、地域の誇りの醸成(地域振興)と地域への経済効果(観光振興)の2つの効果の好循環により、誰もが“住みたくなる、訪ねたくなる”観光地域づくりを理念に掲げ、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

本市では、2015 年度に「第2次防府市観光振興基本計画」を策定し、『「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～』を、目指す観光のまち像として、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は増加し、観光客から選ばれる地域になりつつあるとともに、市民等に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り組んでおり、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、多様な観光施策を強力に展開しています。

しかし、2019 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。2020 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て、観光需要は大幅に落ち込み、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、市民生活には厳しい状況が続くと見込まれていますが、国や山口県では、「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と協力することはもちろんのこと、これまで「観光」に関係を持たなかった人々とも多様な連携を図り、市民や観光関係者、行政等が一体となって、本市の地域資源を磨き、活用し、継承していく取組を進め、コロナ禍であっても観光振興と地域振興の2つの推進力を動かし続けることが求められています。

そこで、苦境にあっても交流人口が拡大し、地域経済が活性化するよう、『多様性に満ちた地域の「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』を実現させるための指針として、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。

観光庁では、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、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 2020 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2次防府市観光振興基本計画の総括

2016年度からの5年間を計画期間として、2015年度に策定した第2次防府市観光振興基本計画では、本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た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、各関係部局及び関係団体が「幸せます」を意識した取組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不十分であったことや、予算が想定通りに配分できなかったことなどが要因で、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」が想定通りに浸透しない結果となりました。推進体制を考慮せず、事業を欲張った計画の「つくり」と、観光の重要事項を実施計画にまで落とし込めなかったことなどが原因であると総括しています。

第2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 (2014年)	実績値 (2019年)	達成 状況
1	観光入込客数	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	1回	33.3%
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	404位	439位	-9.9%
		「幸せます」の 認知度	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%

※上記表の策定時(2014年)及び実績値(2019年の各数値は、NO1・2・8は年(1～12月)、NO3～7及びNO9・10は年度(4月～3月)の数値です。

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。

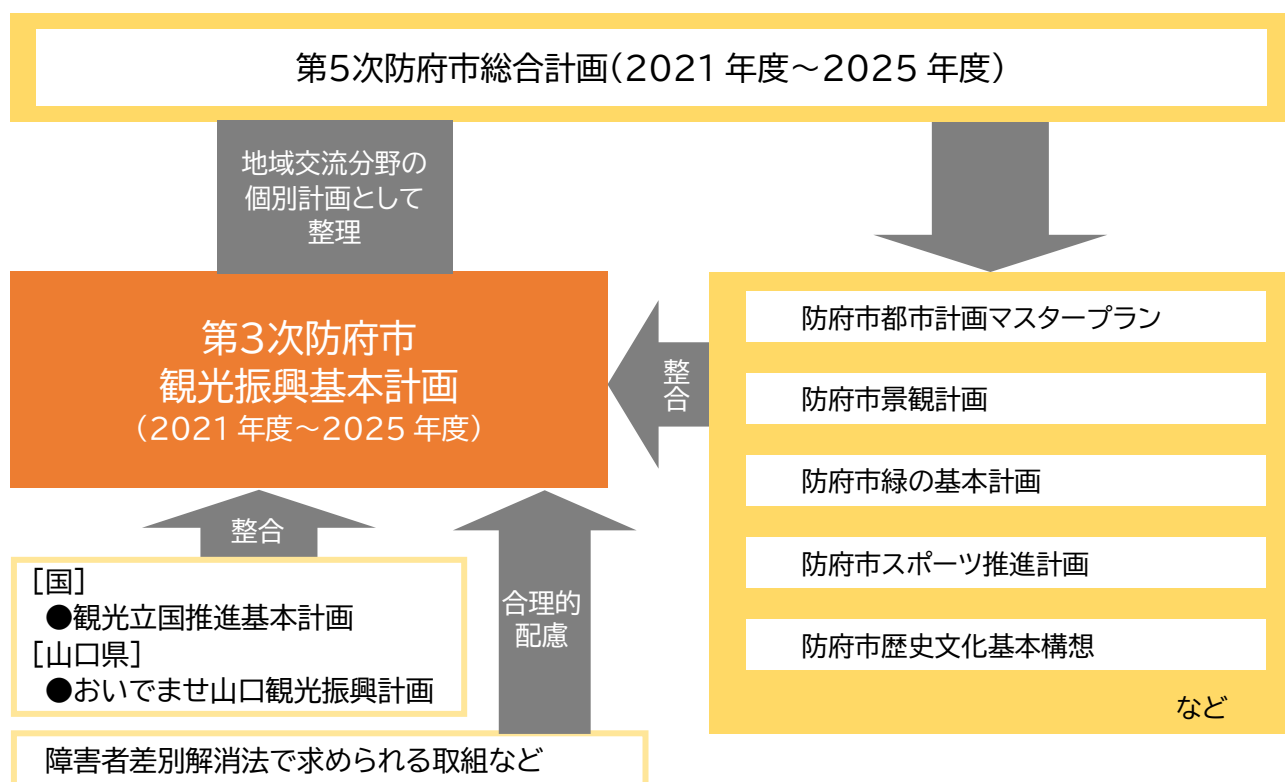
NO	項目	目標値	策定時 (2014年)	実績値 (2019年)	達成 状況
1	「まちの資源を活かした、魅力的な観光地となっている」と思う市民の割合	40%	27%	32%	80%
2	「広報誌などで、行政からの情報が分かりやすく説明されている」と思う市民の割合	80%	68%	66%	83%
3	「市税が有効に使われている」と思う市民の割合	35%	24%	25%	71%

4 計画の位置づけ

本計画は、今後の本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5次防府市総合計画』における分野別施策のうち、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、本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

本計画の期間は、2021年度から2025年度の5年間とします。

2021 年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度～
第5次防府市総合計画やその他の基本計画等					次期計画
第3次防府市観光振興基本計画					次期計画の策定
各種取組	各種取組	各種取組	各種取組	各種取組	

Ⅱ 本市を取り巻く環境

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いう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、大きな経済効果がもたらされます。



◆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、マイカー旅行等）での滞在や訪問を求める傾向が高まることが推測されます。



◆安全・安心な観光地域づくり

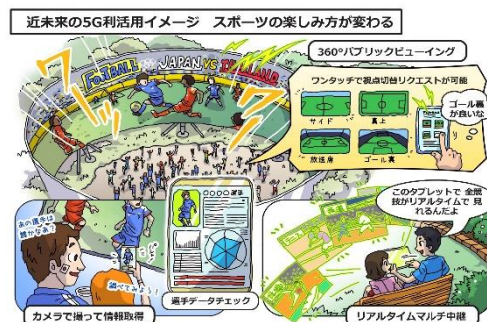
新型コロナウイルス感染拡大の影響で、観光需要が大きく落ち込んでいます。これから観光客に旅行先として選ばれるためには、感染防止の対策を行い、観光客、そして市民にとって、安全・安心な観光地域づくりが今まで以上に求められるといえます。

コロナ収束までの期間、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。



◆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：出典 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感染拡大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、近場への旅行を志向する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感染拡大が収束し、各種制限が解除された後の旅行計画について＞

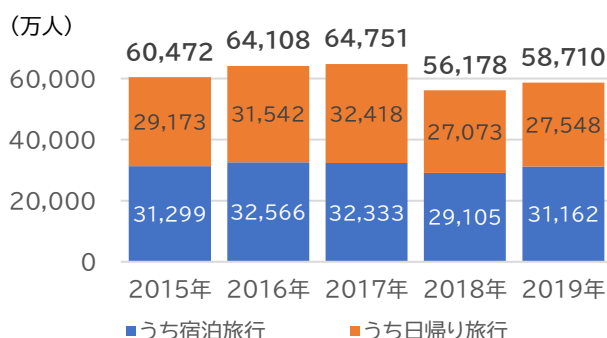
山口県・広島県・福岡県 各 200 人対象	すぐにでも行きたい	少し時間が経ってから行きたい	完全にコロナウイルス感染拡大が収束したことを確認したら行きたい	行かないと思う
1. 海外(n=600)	7.3	4.5	29.0	59.2
2. 遠方の都道府県(n=600)	11.0	17.5	46.3	25.2
3. 隣接する都道府県(n=600)	18.2	32.0	31.0	18.8
4. 居住都道府県内(n=600)	33.5	26.7	21.3	18.5

2 新型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？ 出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

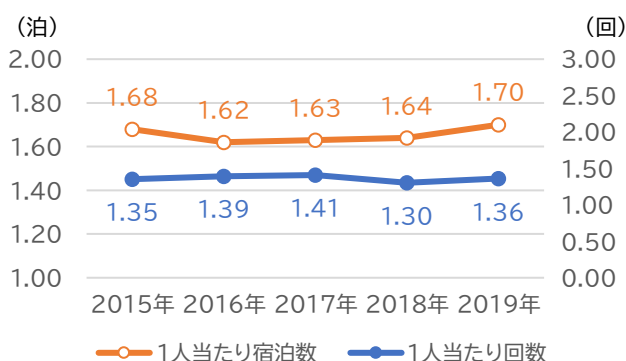
再び増加傾向

2019年度 58,710万人
～宿泊旅行が回復～



近年微増傾向

宿泊数がやや増加
～滞在時間がやや増加傾向～

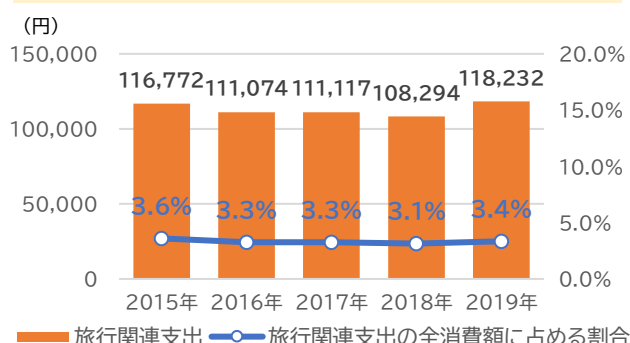


◆国内宿泊旅行の年間消費額は？

出典：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～

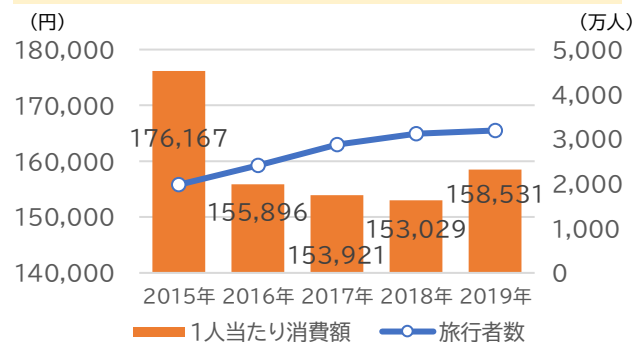


◆訪日外国人はどのくらい来ているの？

出典：日本政府観光局

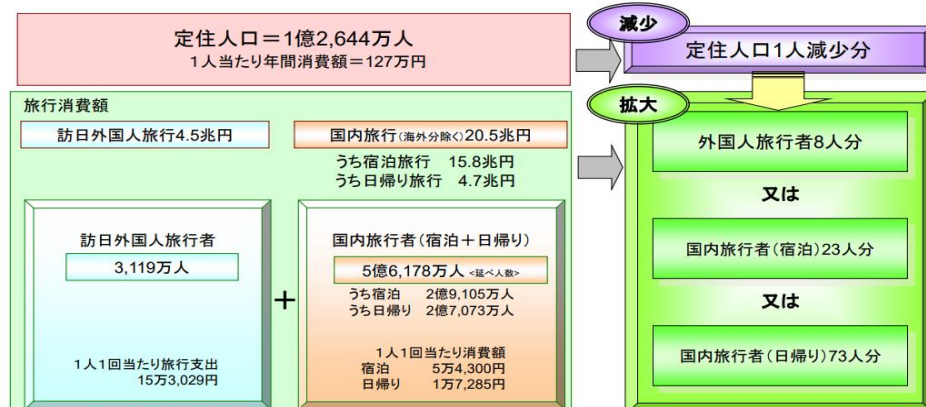
旅行者数は増加

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の見込み



～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。

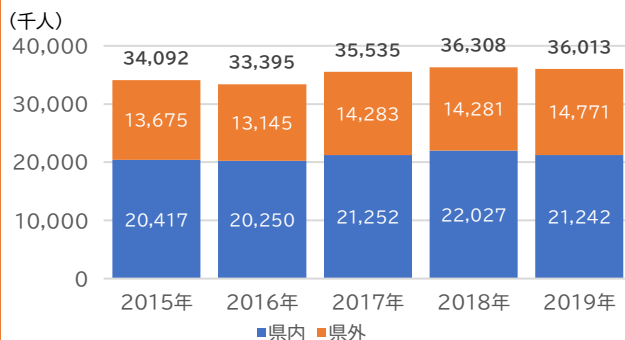


出典：国土交通省「地域の活性化にかかる観光庁の諸施策について」

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

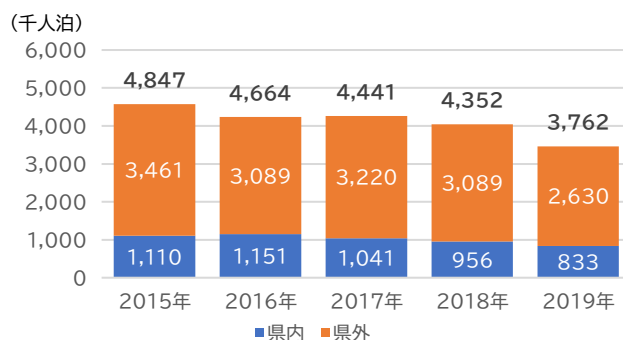
◆山口県にはどのくらい観光客が来ているの？

観光客数は横ばい
県外からの観光客が増加傾向



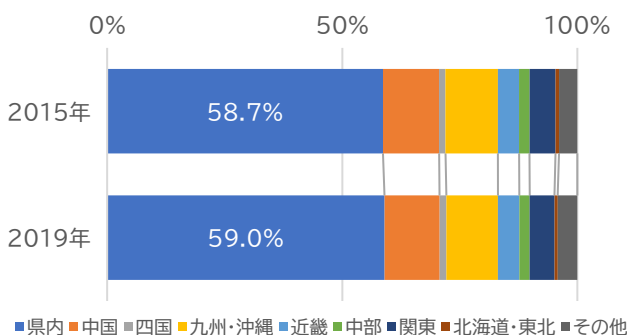
◆山口県にはどのくらい宿泊しているの？

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



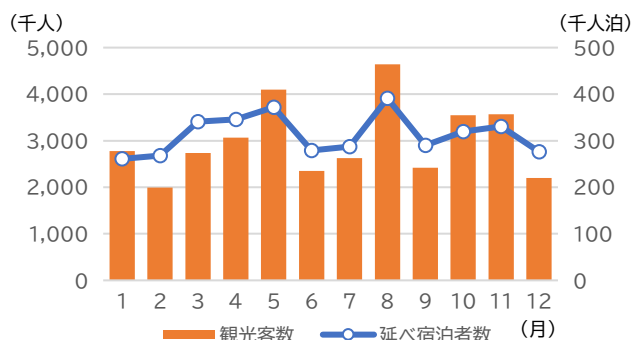
◆どこから観光客が来ているの？

県内からの観光客が半数
次いで中国地方、
九州・沖縄地方



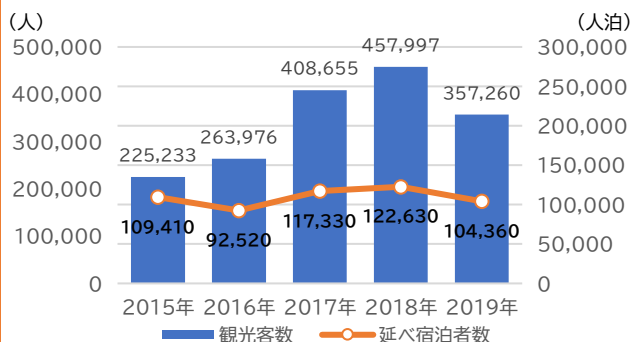
◆いつ観光客は来ているの？

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



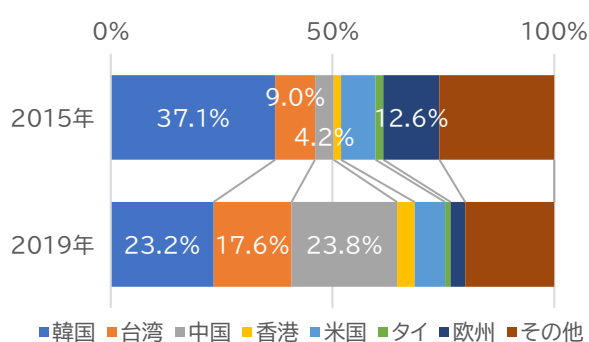
◆外国人はどのくらい来ているの？

近年減少傾向
2018年までは増加
2019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 新型コロナウイルス感染拡大以前の本市の特徴

(1)本市の概要

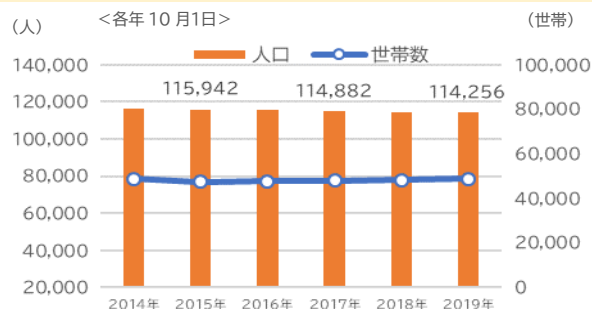
◆どのくらいの人口がいるの？

出典：住民基本台帳

年々総人口数は減少

世帯数は増加傾向

山口県内での2014年人口増加率は4番目



<山口県内他市町との比較(2019年度)>

		2019 年		2014 年比	
		人口	世帯数	人口	世帯数
1	下松市	56,634	24,928	102.7%	107.2%
2	和木町	6,238	2,679	100.8%	102.6%
3	山口市	194,990	87,315	100.1%	105.2%
4	防府市	114,256	48,812	98.3%	99.9%
5	山陽小野田市	60,925	26,186	96.9%	101.5%
6	宇部市	164,325	73,671	96.6%	100.0%
7	周南市	139,829	62,344	96.3%	100.4%
8	光市	49,686	21,182	96.2%	99.5%
9	田布施町	14,753	6,137	95.6%	99.3%
10	下関市	257,038	116,168	94.9%	97.8%

※上位 10 位のみ記載

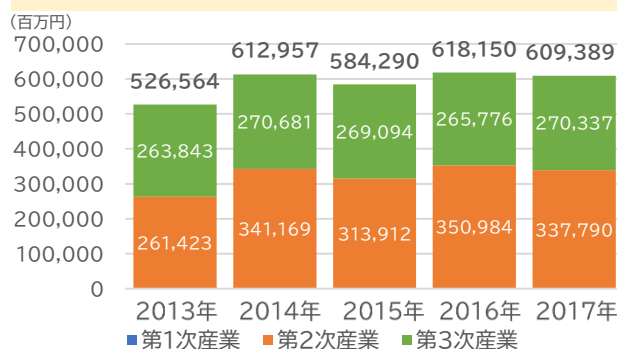
◆産業別の総生産額はどのくらいなのか？

出典：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



<山口県内他市町との比較(2017年度)>

		総額(百万円)	第1次産業	第2次産業	第3次産業
1	周南市	974,086	0.2 %	55.7 %	44.0 %
2	下関市	962,309	1.0 %	29.1 %	69.9 %
3	山口市	828,504	0.7 %	14.4 %	84.8 %
4	宇部市	640,298	0.4 %	32.6 %	67.0 %
5	防府市	609,389	0.2 %	55.4 %	44.4 %
6	岩国市	543,268	0.4 %	39.2 %	60.4 %
7	山陽小野田市	369,759	0.5 %	63.0 %	36.4 %
8	光市	357,039	0.1 %	71.4 %	28.4 %
9	下松市	273,080	0.1 %	46.4 %	53.4 %
10	和木町	187,613	0.0 %	89.0 %	11.0 %

※上位 10 位のみ記載

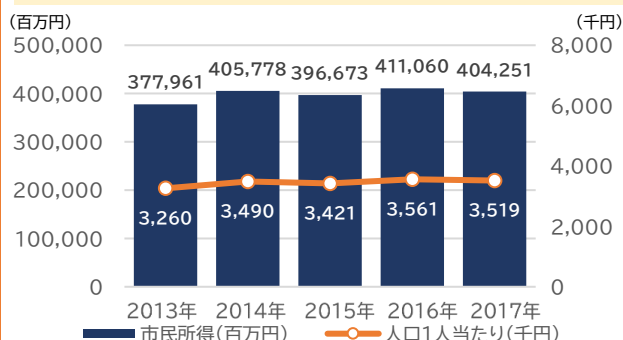
◆市民所得はどのくらいなのか？

出典：防府市統計書

人口1人当りは微増傾向

市民所得は横ばい傾向

山口県における人口1人当りは5番目



<山口県内他市町との比較(2017年度)>

		人口1人当たり(千円)	総額(百万円)
1	周南市	4,538	647,078
2	和木町	4,039	25,541
3	山陽小野田市	3,607	223,328
4	下松市	3,526	199,328
5	防府市	3,519	404,251
6	山口市	3,317	651,772
7	宇部市	3,240	541,300
8	光市	3,069	155,256
9	下関市	3,049	800,861
10	周防大島町	1,712	27,925

※上位 10 位のみ記載

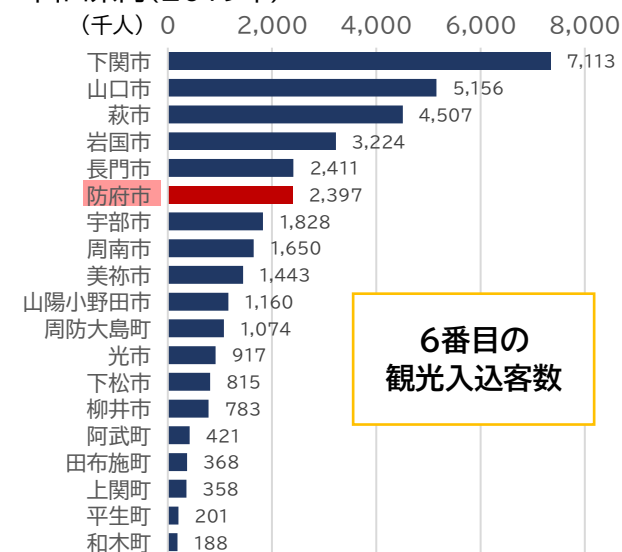
(2)統計データからみる本市の観光

出典:山口県の宿泊者及び観光客の動向について

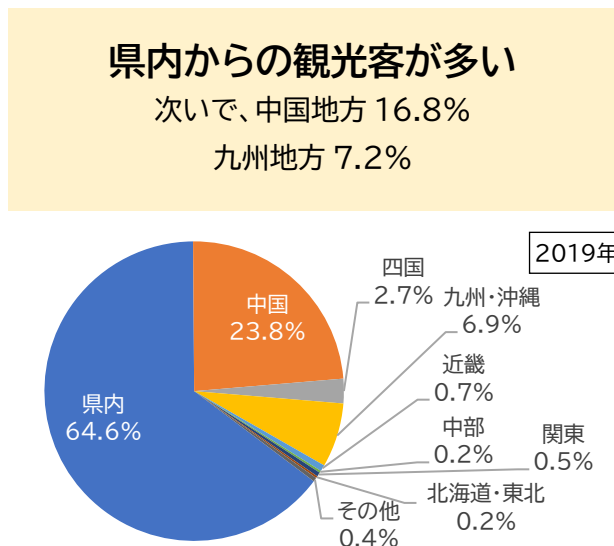
◆どのくらいの観光客が来ているの？



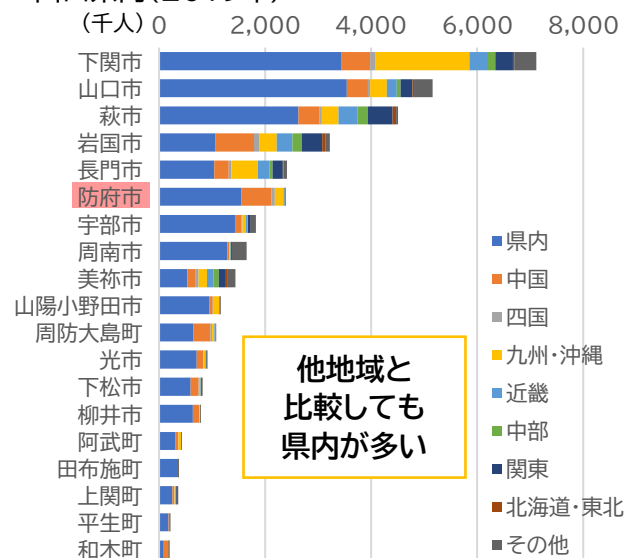
<山口県内(2019年)>



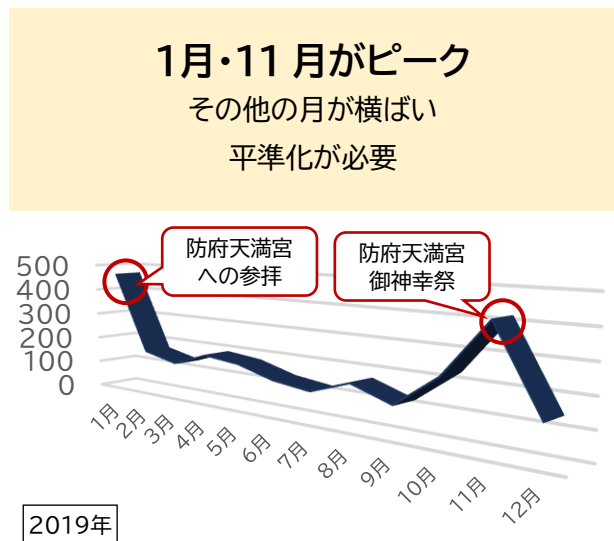
◆観光客はどこから来ているの？



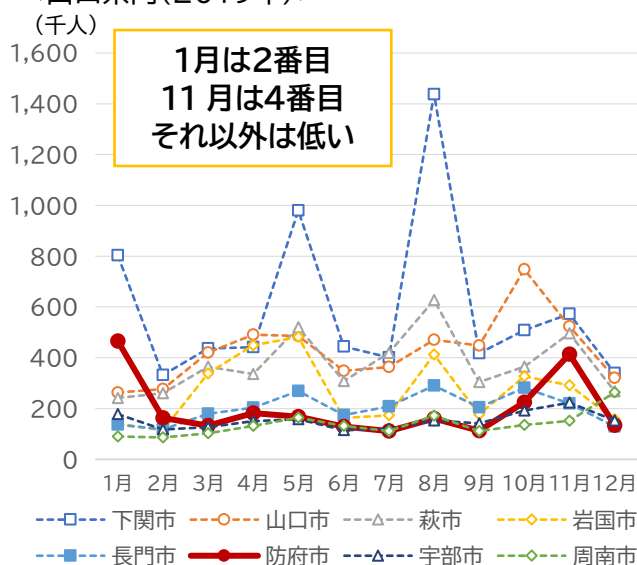
<山口県内(2019年)>



◆観光客はいつが多いの？



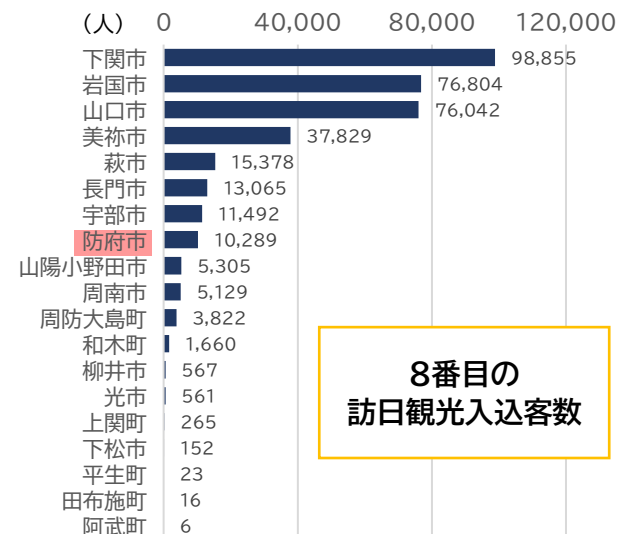
<山口県内(2019年)>



◆どのくらいの外国人が来ているの？



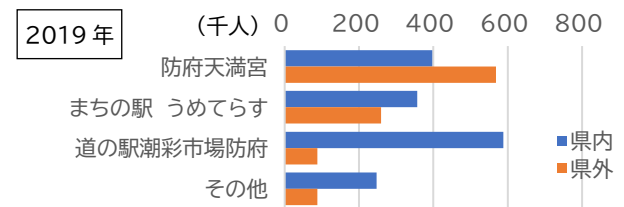
<山口県内(2019 年)>



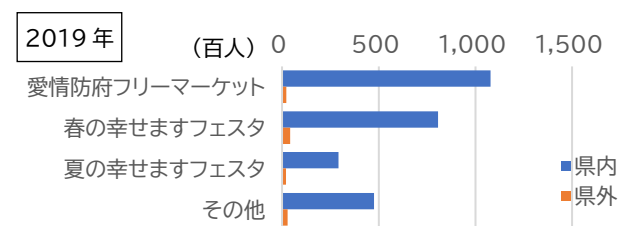
8番目の
訪日観光入込客数

◆観光客はどこに行っているの？

県内は、道の駅潮彩市場防府
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(2019 年)>

[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「蛸街道西ノ市」	601,769

(参考)

防府市	毛利氏庭園・毛利博物館	50,849
防府市	周防国分寺	37,390
防府市	阿弥陀寺	50,450

[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本市の観光（詳細については、資料編 p.46 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
ブランド化された鰻料理
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、立寄りには少ない
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

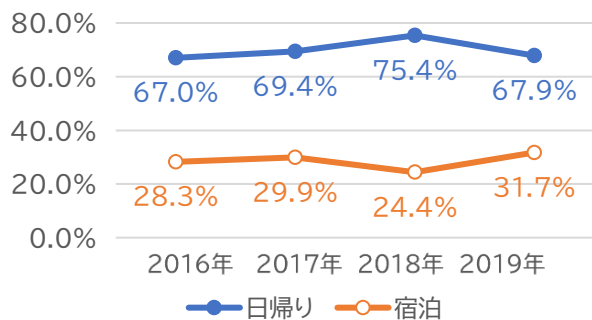
防府市の魅力の発信
防府市の各地域固有の魅力があるにもか
かわらず、上手く伝えられていない



(4)本市に訪れている観光客からみる本市の観光（詳細については、資料編 p.47 を参照）

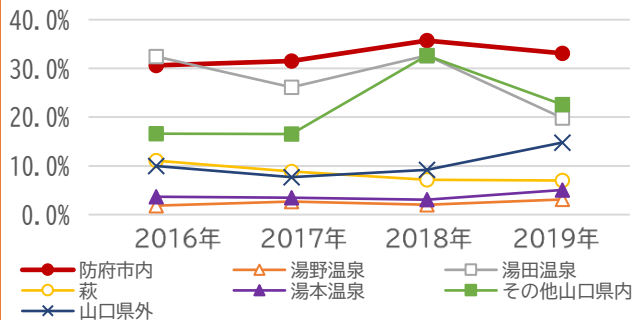
◆観光客の旅行形態は？

約7割が日帰り客である



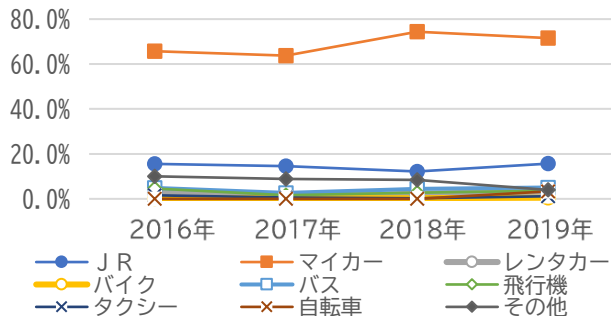
◆どこに宿泊する観光客が多いの？

防府市内、湯田温泉、
その他山口県内での宿泊が多い



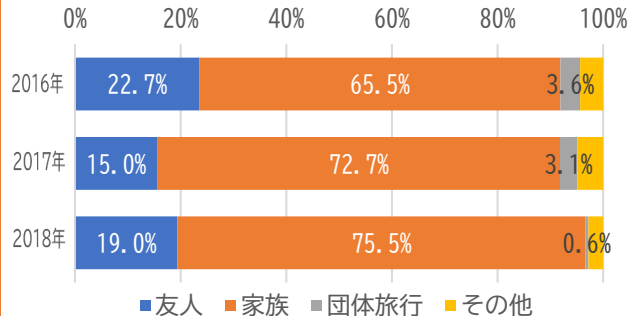
◆どんな交通手段で訪れているの？

マイカーでの来訪がほとんど



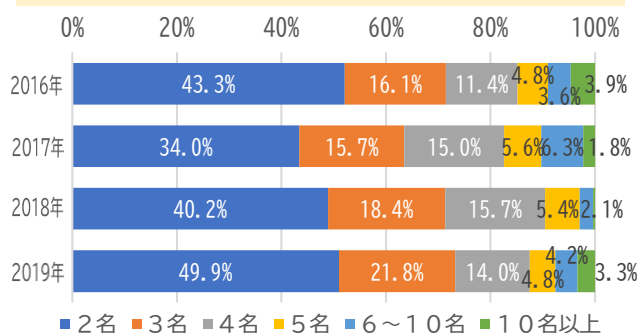
◆誰と一緒に訪れているの？

約7割が家族で来訪



◆何人で訪れているの？

2名～4名での来訪で
8割を占める



【調査内容】

調査期間

2016年度～2019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

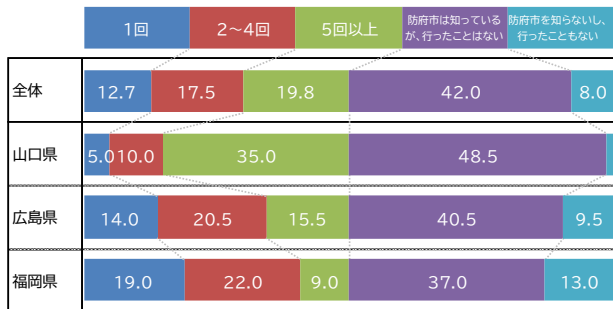
回収サンプル数

2016年度 958 サンプル
2017年度 869 サンプル
2018年度 402 サンプル
2019年度 810 サンプル

(5)WEB アンケート調査の結果からみる本市の観光（詳細については、資料編 p.49を参照）

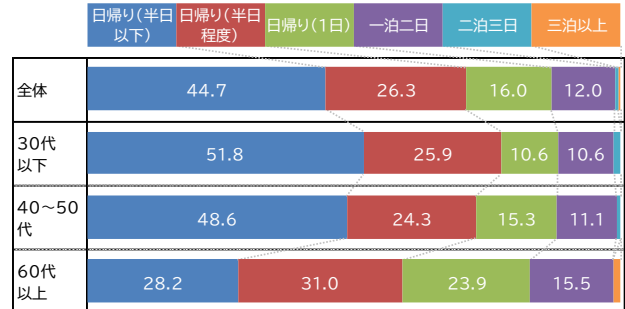
◆本市への来訪回数や認知については？

概ね認知されているが、
約5割は来訪経験がない



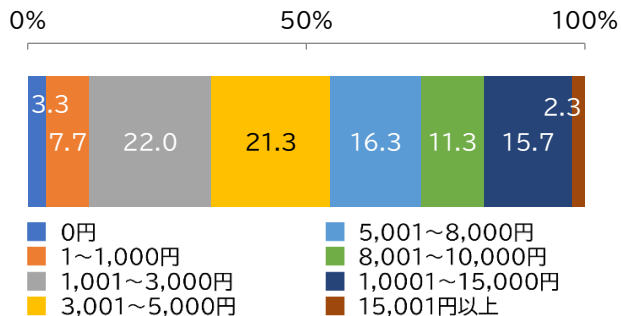
◆本市での滞在時間はどのくらいか？

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



◆本市での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

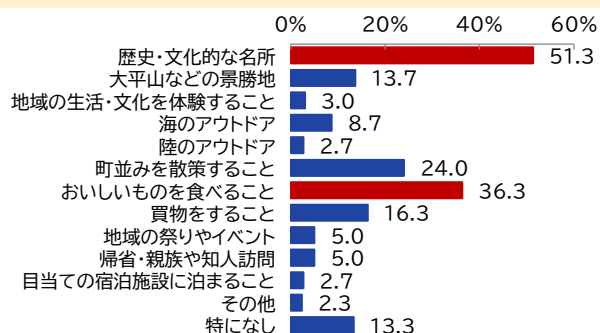


飲食費や土産物代での消費が多い



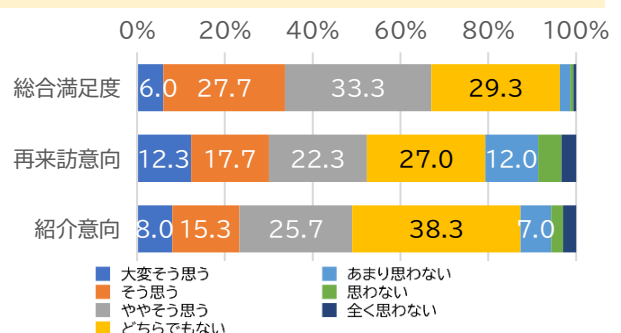
◆何を楽しみに本市に訪れているのか？

「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



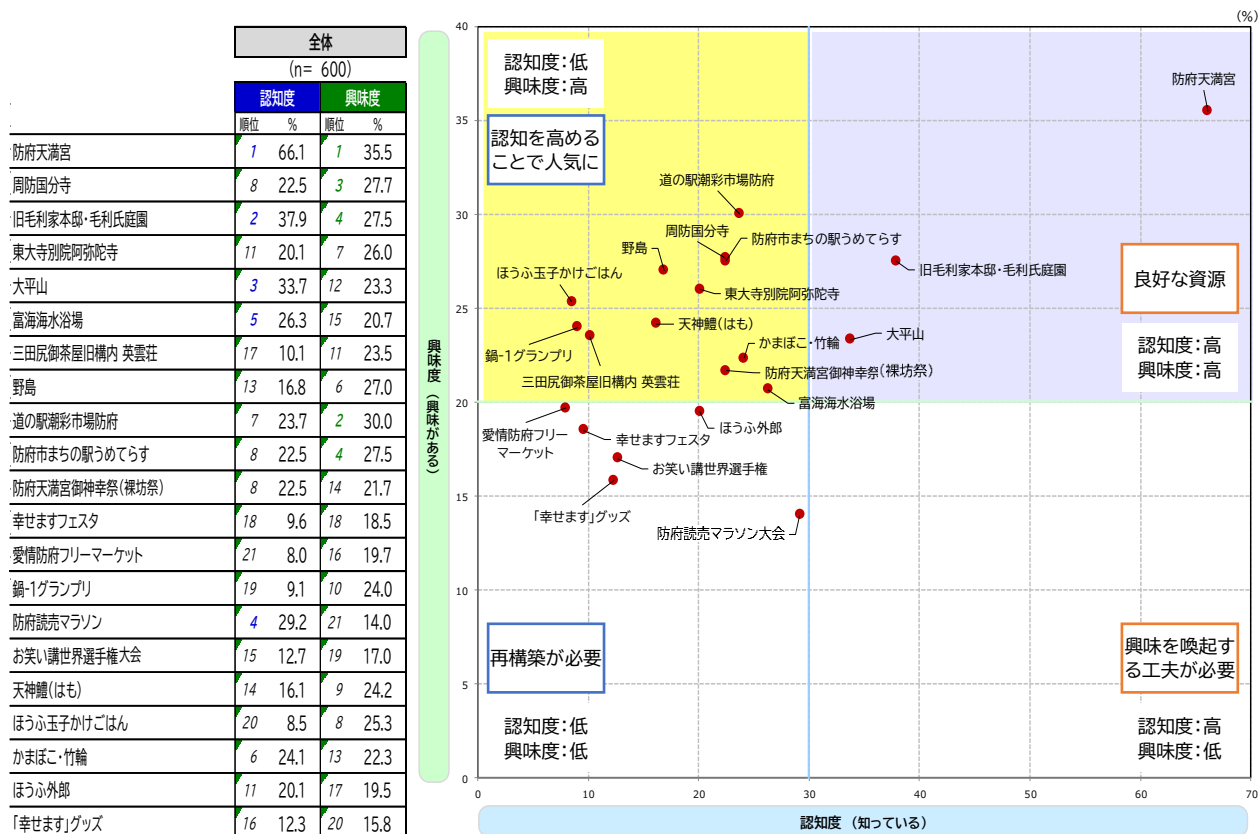
◆本市の観光での滞在の評価は？

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



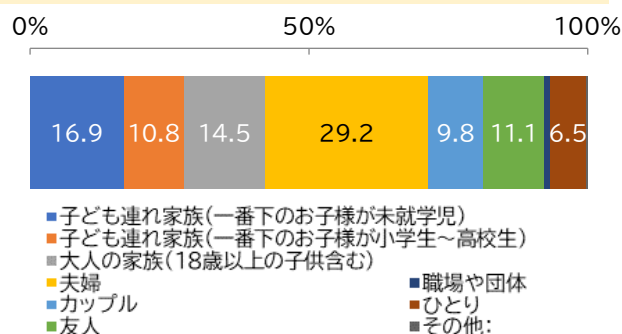
◆本市の観光資源の認知度と興味度は？

防府天満宮は、認知度も興味度も突出して高い、市を代表する資源である。旧毛利家本邸・毛利氏庭園、大平山は、防府天満宮に続く良好な資源であるが、認知度・興味度ともに防府天満宮との差は大きく開いている。防府読売マラソン大会、お笑い講世界選手権、幸せますフェスタなどは、認知度・興味度が低いため、積極的に向上を図る必要がある。



◆本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

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

5 本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、本市の観光動向等を踏まえ、これから本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

- ・ 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、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、市外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感染拡大の収束後、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。

- ・ 事業者ヒアリングによると、天神鰻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びつつあります。
- ・ 飲食店同士の連携が強く、新型コロナウイルス感染拡大の中においても、「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、「その土地のおいしいものを食べること」に対して高い期待を抱いていますが、まだまだ、本市の食のイメージは希薄であり、観光客の期待に十分に答えられていないのが現状です。

- ・ 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、本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。
- ・ 観光客に来てよかったと思ってもらうためには、観光関連事業者等のおもてなしに加え、本市の地域資源に対する住民の意識を変えていくことも求められます。今後、本市の魅力や観光に関する理解の醸成が必要となります。

項目

観光地

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、観光客の多様なニーズに応え、誰もが安全・安心に滞在できるよう受入環境も整備する必要があります。

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。

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、様々な立場から「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。

Ⅲ 本市の観光の将来像

1 観光地域づくりの目指す姿

本市では、第5次防府市総合計画において、以下のとおり、基本目標を掲げています。

「明るく 豊かで 健やかな 防府」の実現

本市は、豊かな自然に恵まれ、古くから政治・文化・産業など様々な面で発展してきました。昭和38年には、「明るいまちにいたしましょう 豊かなまちにいたしましょう 健やかなまちにいたしましょう」という「防府市民の誓い」が制定されており、「平成」を経て「令和」を迎えた現在も変わることはない普遍的な想いとなっています。はるか昔から脈々と受け継いできたこの本市を守り、育て、次世代に引き継いでいかなければなりません。

本市は、多様性に満ちた地域資源を豊富に有しています。第5次防府市総合計画の基本目標を実現していくために、以下のとおり、観光地域づくりの目指す姿を掲げ、観光振興を図り、地域経済の活性化を実現し、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、本市への誇りを高めることを目指します。

〔観光地域づくりの目指す姿〕

多様性に満ちた地域の「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

本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、実は素晴らしい地域の「宝」です。市民や観光客がその「宝」に出会い、「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。

多くの人がその「宝」に魅了されることで、防府市を訪ねたくなり、防府市のことを好きになり、市民は防府市に住み続けていたい、そして市外の方も防府市に住みたくなることを目指します。

<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ます。そして、防府市の魅力に気付きます。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ます。何回も防府市を訪れることで、防府市に住んでみたいと思うようになり、移住する人も増えてきます。



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ます。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ます。



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ます。そして、防府市に住んでいてよかったと誇りと愛着を抱き、住み続けています。

2 本市を構成する要素(Key Value)

我が国は、自然・文化・気候・食という観光振興に必要な4つの条件を兼ね備えた、世界でも数少ない国の一つであり、これらの豊富な観光資源を真に開花させることで、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」になるという新たな挑戦に取り組んでいます。

本市には山・海・川・平野が織りなす多彩な「自然」に培われた文化があり、瀬戸内海地域の政治・経済の中核であり続けてきた「歴史」があります。さらに、こうした環境のもと、人々の生活の中で「スポーツ」をはじめ、地域に生まれ根付いた活動や、各時代の志向にあわせて形づくられた豊かな「生活文化」が市内各地に継承されています。

これらの特性が感じられる地域資源を豊富に有していることこそ、本市の最大の価値だと考えます。『多様性のある資源』を構成する要素として、「自然」「歴史」「スポーツ」「生活文化」を分析し、時間と空間を軸に紡ぎ出すことで地域に宿る価値の体系を理解することができます。また、これらの魅力を市内外へ発信することで、本市が理想とするまちを実現することができます。

多様性のある資源



本市は、山口県中部に位置し、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。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
- ・ 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



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『周防娑摩の浦』(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、現在でも本市の魅力を示す文化財として体感することができます。

- ・ 防府天満宮、周防国分寺
- ・ 毛利氏庭園等の名勝
- ・ 周防国衙跡等の史跡
- ・ 月の桂の庭
- ・ その他、文化財や国宝
- ・ 祭礼 など



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。本市では、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本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。

- ・ 防府読売マラソン大会
- ・ 防府競輪場
- ・ 佐波川サイクリングロード
- ・ レノファ山口 U-18
- ・ ソルトアリーナ防府等のスポーツ施設 など



山・海・川・平野等が織りなす多彩な環境を有し、そこで様々な生活文化が培われ、瀬戸内地域の政治・経済の中核であり続け、現在まで全国規模でその影響を及ぼしてきたところです。これまで蓄積されてきた生活文化は、時代に合わせて変化・アレンジされながら受け継がれてきましたが、その本質的価値は変わらず、多くの人の中に継承され続けています。

- ・ 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
- ・ 寺社にまつわる伝統文化
- ・ 藍染や錆物、和装などの新たな文化
- ・ 街道が生み出した醸造文化
- ・ 鍋・1グランプリ等の新たなグルメイベント
- ・ 外郎などの和菓子、どぶろく
- ・ ほうふ玉子かけごはん など

3 本計画の目標フレーム

本計画では、各取組を実効的に推進し、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 2025 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。

これらの指標については基本的に毎年検証を行い、施策評価を行うとともに、その結果を踏まえ、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(2025 年)
①市民の重要度(観光振興)	1.20 ポイント (2019 年)	1.50 ポイント
②観光客の満足度	1.43 ポイント (2020 年)	2.00 ポイント

<算出方法>

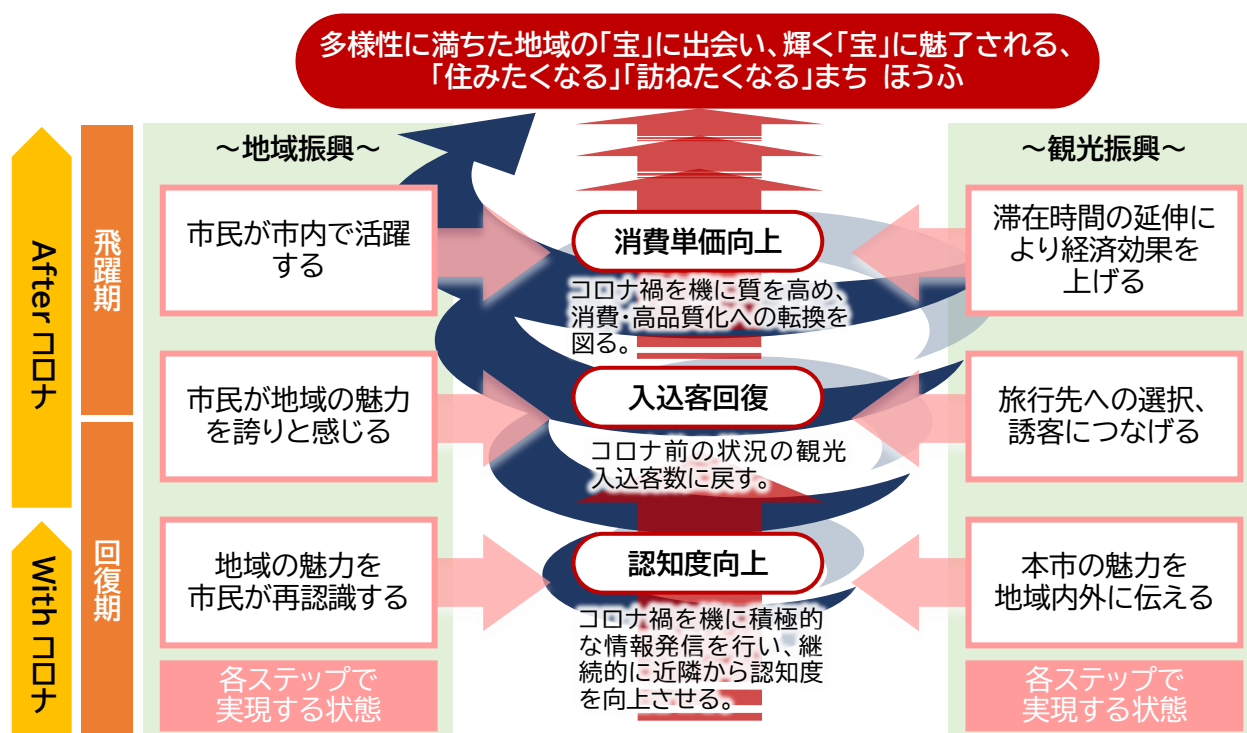
- ①市民アンケート調査にて把握<{「重要である」×2+「どちらかという重要である」×1+「どちらかという重要ではない」×(-1)+「重要ではない」×(-2)} / 「わからない」「無回答」を除く有効回答者数>
- ②WEB アンケート調査にて把握<{「大変満足」×3+「満足」×2+「やや満足」×1+「やや不満」×(-1)+「不満」×(-2)} + 「大変不満」×(-3) / 「どちらでもない」「体験していない」を除く有効回答者数>

[重要業績評価指標(Key Performance Indicator)]

指標	現在値	目標値(2025 年)
①認知度向上	439位(2019 年)	300位以内
②観光入込客数	2,397,000 人 (2019 年)	3, 000, 000人
③一人当たりの観光消費額	5,722 円(2020 年)	10,000 円

<算出方法>

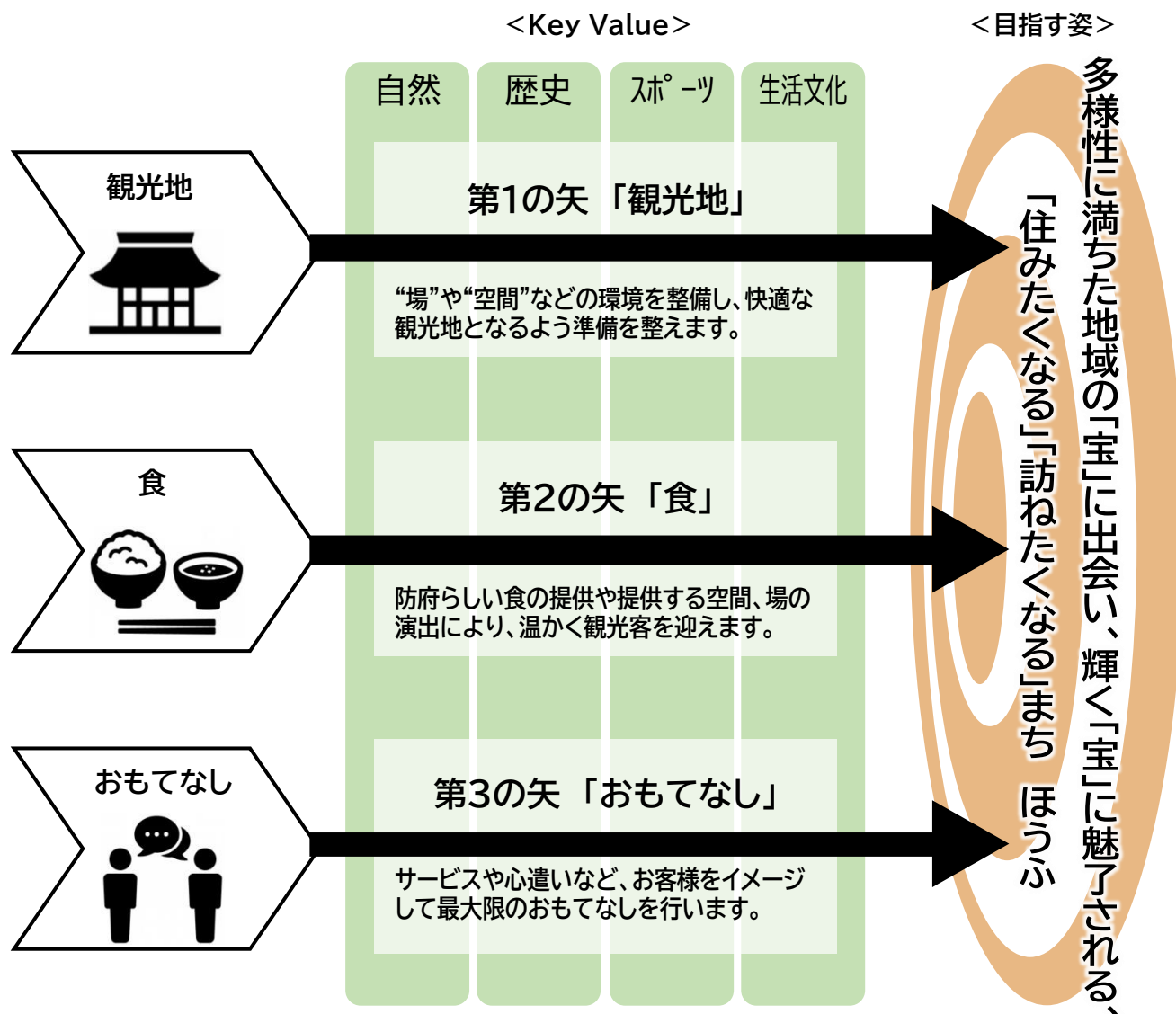
- ①地域ブランド調査(ブランド総合研究所)の「認知度」にて把握
- ②防府市で実施している調査にて把握
- ③WEB アンケート調査にて把握



IV 展開する具体的な取組

1 展開方針

本市の観光地域づくりの目指す姿に掲げた『多様性に満ちた地域の「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』の実現に向け、「防府市を構成する要素(Key Value)」をベースに、この5年間では、観光振興の『三本の矢』を展開していきます。



～コラム(三本の矢)～

『三本の矢』とは、毛利元就が三人の子に伝えたと言われる、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」とも言います)。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靱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

本市における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、『多様性に満ちた地域の「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』を目指していきます。

<ロードマップの考え方>

短期 (1～5年後)	・ 新型コロナウイルス感染拡大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 (5～7年後)	・ 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 (7～10年後)	・ 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。

<実施主体>

行政	防府市 地域交流部おもてなし観光課、関係各課、県など	…行
観光関連事業者	(一社)防府観光コンベンション協会、防府商工会議所など	…観
民間事業者・民間団体	観光施設・物販・飲食・宿泊・交通運輸事業者、スポーツ協会、文化協会、農協、漁協など	…民
住民	市民及び自治会、市民団体など	…住

※凡例(P23～P24、P27～P28、P31～P32、P35～P36 の各記号)

★:第5次防府市総合計画の重点プロジェクトに掲載のある取組

◎:主体的に実施する

(観光商品等の開発や、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、イベント等への参加や資金面での協力、設備・施設の維持・管理など)

●:各取組の該当する項目(「振興」欄の「地域振興」と「観光振興」の考え方は P1 を、「三本の矢」欄の「観光地」「食」「おもてなし」の考え方は P19 をそれぞれ参照)

3 具体的な取組内容

現状認識



自然

本市は、山・海・川・平野が織りなす自然が豊かです。大平山で咲くツツジには、毎年多くの観光客が訪れており、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、美しい眺望が楽しめます。

また、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ます。佐波川では、鮎釣り等ができるほか、毎年鯉流し・こいわたしが開催されており人気のイベントです。

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ります。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、自然を活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となっています。

将来イメージ

山・海・川・平野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、観光客及び市民が訪れやすい環境が整っています。また、「街から近い自然」という強みを活かして、安全・安心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、地域交流を増加させ、地域内での滞在を延伸させ、宿泊客数が増加し、「自然」を軸とした地域経済の活性化が図られています。



ロードマップ

<実現するイメージ>

<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むような受入環境が整備されている。
- ◆本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)と野島を活かした観光誘客ができています。

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活かした観光の推進
- ・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の検討
- ・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・こいわたし」における食のおもてなし機能や体験機能の導入検討
- ・「(仮称)防府ライフスタイル」認定制度の導入

長期(7～10年後)

高品質化・長期滞在の実現

- ◆自然を活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
- ・訪日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

- ・付加価値の高いコンテンツ造成
- ・新産業、特産品等のブランド開発・販売
- ・訪日外国人観光客の来訪状況に応じて、適切な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

NO.	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	四季ごとの眺望や景色のリアルタイムでの発信
5	モデル周遊プランづくりとツアー情報の発信
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、バーベキューなどのアウトドア体験の発信
8	★右田、小野、大道地区等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の実施と発信
9	食材生産者等との連携や協力による収穫体験や調理体験の実施及び発信
10	「旬の食材冊子」を作成し、観光客や市民等へ配布

②「海」をキーワードにした観光の推進

NO.	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	★観光用公衆トイレの整備や清掃の徹底(再掲)
3	★富海海水浴場や野島における案内看板等の整備
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	★海水浴や海洋レジャー、釣りや海の家など「瀬戸内海体験」の発信
6	高級料理「天神鰻(ハモ)」の旅行商品への組み込みによる認知度の向上
7	★初夏の鰻や夏の虎魚(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企画及び販売支援
8	「旬の食材冊子」を作成し、観光客や市民等へ配布(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の推進

NO.	取組内容
1	身近な自然が気軽に楽しめることを市民や県民に向けて宣伝
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
3	★インターネット時代に適応した動画等の多用や SNS などの発信頻度の強化
4	★近隣県の旅行会社等に旅行商品への観光地組み込みを依頼
5	賑わいを創出する団体等への継続的な支援や、協定締結都市等との連携、並びに各種メディアへの露出協力
6	道の駅潮彩市場防府におけるおすすめ旬魚情報の発信
7	★新型コロナウイルス感染症の収束を見据えたインバウンドやクルーズ船の誘致

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。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1	●		●			◎	○	○	○	実施				
2	●		●			◎				計画	整備			
3	●		●			○	○	○	◎	調整	実施			
4		●			●	○	◎			毎年度収集→情報発信				
5		●			●	○	◎	○		企画	発信			
6		●			●	◎	◎	○		企画	発信			
7		●			●	◎	◎	○		実施				
8		●			●	○	○	◎		企画	発信			
9		●		●		◎	○	◎		調整	発信			
10		●		●		◎	◎	○		作成→配布→内容更新→配布				



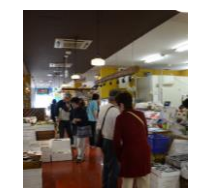
海に面している本市の環境を生かし、海をキーワードにした観光コンテンツや受入環境を整え、癒しやすさの時間を求める観光客にとって満足度の高いフィールドや非日常の感動体験を提供します。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1	●		●			◎	○	○	◎	調整→実施				
2	●		●			◎	○	○	○	実施				
3	●		●			◎				計画	整備			
4		●			●	○	◎	○		企画	実施			
5		●			●	○	◎	○		企画	実施			
6		●		●		○	◎			調整	実施			
7		●		●		○	◎	○		企画	販売への支援			
8		●		●		◎	◎	○		作成→配布→内容更新→配布				



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。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1	●				●	◎	○	○	○	実施				
2	●				●	◎				発信				
3	●				●	○	○	○	◎	発信				
4		●			●	○	◎			実施				
5		●			●	○	◎	○		継続的な支援・連携の実施				
6		●		●		◎	◎	○		発信				
7		●			●	◎	◎	○		実施				



現状認識



防府天満宮、周防国分寺、旧毛利家本邸・毛利氏庭園、東大寺別院阿弥陀寺、玉祖神社など、誇るべき歴史的な建造物や史跡等が豊富で、各地に点在しています。

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す。

今後は、防府天満宮の参拝目的の観光のみならず、防府天満宮から旧毛利家本邸や周防国分寺などその他の歴史資源へ誘導し、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求められています。

将来イメージ

本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となっています。

「すごいな！すごいぞ！防府」4つの観光拠点(防府天満宮や周防国分寺、毛利氏庭園、東大寺別院阿弥陀寺)を中心とする歴史コアゾーンでは、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ます。さらにそれが本市全域に展開し、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ます。



ロードマップ

<実現するイメージ>

<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など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ます。

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

- ・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
- ・認定歴食への申請や、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本市全域においても、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
- ・「(仮称)防府ライフスタイル」認定制度の導入
- ・周防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、適切な外国語を用いた解説・紹介

今後5年間の取組

①防府天満宮と周辺の参道等の回遊性向上

NO.	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	★景観に配慮した案内板等の整備(再掲)
3	参道の街並みや景観の美化
4	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
5	★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(幸せますステーションを含む)
6	着物の着付けや歴史ガイドツアー等「体験型観光」の推進
7	観光客の喜ぶストーリーのあるモデル周遊プランづくりとツアー情報の発信(再掲)
8	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と観光客等への提供
9	四季ごとの眺望やSNSで映える景観の発信
10	伝統の祭り等(花神子社参式や腰輪おどりなど)を地域の魅力と一緒に発信

②防府天満宮から旧毛利家本邸など周辺施設への誘客

NO.	取組内容
1	★景観に配慮した案内板等の整備(再掲)
2	レンタサイクルサービスの充実
3	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)
4	★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
5	★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
6	文化芸術団体(茶道・華道・書道・舞踊など)へ、旧毛利家本邸等を大会会場として紹介
7	★防府天満宮を含む「すごいな！すごいぞ！防府」4観光施設のほか、その他観光施設を活かしたイベント等の実施
8	歴史ファンを取り込むためのストーリーのある各種イベントの実施(サブカルチャーを含む)
9	専門家等を招へいした歴史講演等の実施
10	★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)
11	★インターネット時代に適応した動画等の多用や SNS などの発信頻度の強化(再掲)
12	★近隣県の旅行会社等に旅行商品への観光地組み込みを依頼(再掲)
13	明治維新 150 年事業で商品化した「日英饗応料理」の再商品化やストーリーの再構築
14	「日英饗応料理」などの認定歴食への申請
15	★観光ボランティアガイドや通訳案内士、庭園ガイドなどの「おもてなし」人材の育成
16	★新型コロナウイルス感染症の収束を見据えたインバウンドやクルーズ船の誘致(再掲)

③広域連携

NO.	取組内容
1	雪舟・大内文化の PR(山口市の県立美術館、本市の毛利博物館)
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	毛利氏庭園の庭園間交流連携促進計画(通称:ガーデンツーリズム)への登録を生かして、雪舟ゆかりの自治体と連携した広域での情報発信
4	賑わいを創出する団体等への継続的な支援や、協定締結都市等との連携、並びに各種メディアへの露出協力(再掲)

観光客が最も訪れている「防府天満宮」及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。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1	●		●			◎	○	○	○	実施				
2	●		●			◎				計画	整備			
3	●		●			○	○	○	◎	実施				
4	●		●			○	◎			検討・構築		運用・普及		
5	●		●			○	◎	○		計画	整備			
6		●			●	◎	◎	○		検討・造成→実施・展開				
7		●			●	◎	◎	○		企画	発信			
8		●		●		○	○	◎		検討	提供(随時改良)			
9		●			●	◎	○	◎		毎年度収集→発信				
10		●			●	◎	◎	○		発信				

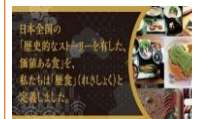


防府天満宮参拝後にすぐに帰らせることのないよう、旧毛利家本邸をはじめとする第2・第3の立ち寄りスポットに誘導し、周遊を促します。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1	●		●			◎	○			計画▶	整備▶			
2	●		●			○	◎			検討▶	整備▶			
3	●		●			◎	◎	○		検討・構築▶	運用・普及▶			
4	●		●			◎	○			検討▶	実施▶			
5		●			●	◎	◎	○		発信▶				
6		●			●	○	◎	◎		発信▶				
7		●			●	○	◎	◎		実施▶				
8		●			●	○	◎	○		検討▶	実施▶			
9		●			●	◎	○	○		企画・調整→実施▶				
10		●			●	◎	◎	○		発信▶				
11		●			●	○	◎	○		発信▶				
12		●			●	◎	◎	○		実施▶				
13		●		●		○	◎	◎		調整▶	実施▶			
14		●		●		○	◎	○		検討→実施▶				
15		●			●	○	◎	○	○	実施▶				
16		●			●	◎	◎	○		実施▶				

◆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。



【出典：歴食 JAPAN HP】

本市単独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。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1		●			●	◎	○	○		実施				
2		●			●	◎	○	○		企画→実施・発信				
3		●			●	◎	○	○		実施				
4		●			●	○	◎	○		継続的な支援・連携の実施				



現状認識



防府読売マラソン大会は本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ます。しかし、その経済波及効果は少なく、恩恵を効果的に受けることができていないのが現状です。

スポーツゾーン(ソルトアリーナ防府を核としたエリア)やサイクリングターミナルなど、本市の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となっています。

近年、スポーツが持つ機能として、「観る」「する」機能に加えて、スポーツを通じた交流人口拡大や、地域活性化の意味合いを持つ「支える」機能も注目されています。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ます。

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ボール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ます。

将来イメージ

本市において、スポーツが秘めた力で社会的又は経済的な効果を高め、既存施設をはじめ、山や海などの恵まれた自然環境の中だけでなく、まちなかや公園などで、自然と体を動かしてしまう「楽しいまち」を形成していきます。そして、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ことを実現しています。



ロードマップ

<実現するイメージ>

<主な施策>

短期(1～5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～
- ◆本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)

観光振興

- ・ 近隣市町等への情報発信
- ・ 合宿地としての売り込み
- ・ トップアスリートとの交流イベント
- ・ 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(5～7年後)

スポーツを介した楽しみに
あふれる場の創出

- ◆本市の地域特性を生かし、スポーツを介して、本市の魅力を知り、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が本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環境の整備(スポーツゾーン、競輪場等)
- ・ 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

- ・ 合宿地としての環境の整備
- ・ 他分野と連携した新たなスポーツイベントの開催
- ・ 情報発信等によるスポーツボランティアやファンづくり

長期(7～10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の活性化

①「自転車」に着目したスポーツの推進

NO.	取組内容
1	観光資源として来場者が楽しめる機能をもつ競輪場の整備
2	市内の道路の再点検と、スポーツに適した路面等の検討
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	★サイクリングターミナルを拠点とした自転車クリニック等の実施
6	競輪場の空間活用と情報発信

②防府読売マラソン大会の認知度と魅力の向上

NO.	取組内容
1	市内の道路の再点検と、スポーツに適した路面等の検討(再掲)
2	トップアスリートやスポーツ著名人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
4	防府読売マラソン大会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

NO.	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	スポーツゾーンに適した周辺インフラ等の検討
4	ソルトアリーナ防府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	学生や実業団などへのスポーツ合宿等の誘致

④プロモーションの推進

NO.	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	賑わいを創出する団体等への継続的な支援や、協定締結都市等との連携、並びに各種メディアへの露出協力(再掲)
5	オリンピックイヤー等の国際イベントを活用した賑わい創出
6	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
7	★新型コロナウイルス感染症の収束を見据えたインバウンドやクルーズ船の誘致(再掲)

「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。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1	●		●			◎				検討・調整		整備		
2	●		●			◎				再点検と整備の検討				
3		●	●			○	○	◎		実施				
4		●			●	◎	◎	○		検討	冊子作成・発信			
5		●			●	○	◎	◎		実施				
6		●			●	◎	○			検討・調整		整備→活用・発信		



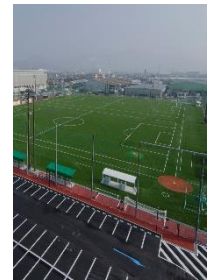
本市におけるスポーツの一大イベントである「防府読売マラソン大会」の集客力を高めます。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1	●		●			◎				再点検と整備の検討				
2		●	●			○	◎	◎		実施				
3		●			●	◎	◎	○		発信				
4		●		●		○	◎	◎		調整・連携→実施				



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。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1	●		●			◎	○	○	○	実施				
2	●		●			◎	◎	○		検討・構築	運用・普及			
3	●		●			◎				検討				
4		●			●	◎	◎	○		実施				
5		●			●	◎	◎	○		実施				



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。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1		●			●	○	◎	○		発信				
2		●			●	◎	◎	○		発信				
3		●			●	○	◎	○		発信				
4		●			●	○	◎	○		継続的な支援・連携の実施				
5		●			●	○	◎	○		実施				
6		●			●	◎	○	○		実施				
7		●			●	◎	○	○		実施				



現状認識



茶道や鋳物文化等の古くから伝わる伝統文化、天神鰻や、練りもの等の水産加工品、しょうゆやみそなどの醸造食品といった食文化、防府音楽祭や市民文化祭等の芸術など、市民の暮らしのなかに根付く多彩な活動を通じて培われた文化的資源が数多く存在しています。

これらは本市ならではの、地域性の高い資源である一方で、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において発展途上の資源もあります。これらの資源を、観光資源として効果的に活用していくことで、さらなる文化振興及び交流拡大につながり、豊かな感性が育まれるまちになることが期待できます。

将来イメージ

市内の多彩な文化的かつ生活的資源を観光客に訴求できる資源として磨き、発信され、「観光資源」として積極的に活用されて、観光客はこれらの生活文化に触れたいとなり、本市への来訪で気軽に触れ、生活文化を通じた交流が活発に行われています。これにより、若者から高齢者まで誰もが生活文化を楽しみ、多様な生活文化活動が展開され誇りにつながるとともに、生活文化を通じたおもてなしにも積極的に参画し活躍している状態を実現します。



ロードマップ

<実現するイメージ>

<主な施策>

短期(1～5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「観光プラットフォーム」の開発

観光振興

- ・ 市民と観光客が資源の魅力・価値を再発見する「観光プラットフォーム」の開発
- ・ 「(仮称)防府ライフスタイル」認定制度の導入
- ・ 地元の伝統文化の収集と発信
- ・ 地域に眠る食文化の発掘と商品化
- ・ おもてなし人材の掘り起こしと育成

中期(5～7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

- ・ 認定された「(仮称)防府ライフスタイル」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
- ・ 観光プラットフォームによる地域資源情報の継続発信
- ・ おもてなし人材の掘り起こしと育成

長期(7～10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として、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
- ・ 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
- ・ 観光プラットフォームによる地域資源情報の継続発信
- ・ 「(仮称)防府ライフスタイル」認定制度の継続

①地域資源の観光への活用

NO.	取組内容
1	★観光ボランティアガイドや通訳案内士、庭園ガイドなどの「おもてなし」人材の育成(再掲)
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	文化芸術団体(茶道、華道、書道、舞踊など)へ、旧毛利家本邸等を大会会場として紹介(再掲)
4	映画館を活用したイベントの開催
5	★観光と文化に貢献する山頭火ふるさと館の運営
6	★山頭火ふるさと館の施設改善
7	文化財発掘や文献研究等の成果発表や、注目すべき成果の各種メディアを使った発信
8	華道や鋳物文化などの地域の伝統文化の収集と発信
9	賑わいを創出する団体等への継続的な支援や、協定締結都市等との連携、並びに各種メディアへの露出協力(再掲)
10	地域に眠る食文化の発掘と商品化
11	★市民総参加で盛り上がる防府おどりや「幸せますフェスタ」の開催
12	市南部の工業地帯や三田尻塩田記念産業公園を活かした産業観光の推進

②地域資源のプロモーション・市民への普及

NO.	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「観光プラットフォーム」の開発
2	★テレビ・新聞・ラジオなどの既存のマスメディアを十分活用した情報発信(再掲)
3	★インターネット時代に適応した動画等の多用や SNS などの発信頻度の強化(再掲)
4	★防府「逸品食」に関する企画立案と新たな食文化の観光への取り込み
5	「(仮称)防府ライフスタイル」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連携による候補の選定
6	「(仮称)防府ライフスタイル」の後世への継承活動
7	★新型コロナウイルス感染症の収束を見据えたインバウンドやクルーズ船の誘致(再掲)

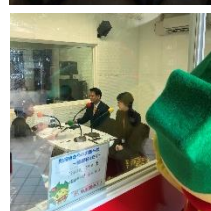
これまでに観光に十分に活用されてこなかった文化的資源をさらに観光に活用できる資源として価値を見直し、磨き上げます。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1		●			●	○	◎	○	○	実施				
2		●			●	◎	○	◎		実施				
3		●			●	○	◎	◎		発信				
4		●			●	○	◎	◎		企画・調整→実施				
5		●			●	◎	○			実施				
6	●		●			◎				検討→実施				
7		●			●	◎	○	○		発信				
8		●			●	◎	◎	○		収集→発信				
9		●			●	○	◎	○		継続的な支援・連携の実施				
10		●		●		◎	◎	○	○	調査・検討→実施				
11		●			●	○	◎	○	○	企画・調整→実施				
12		●			●	◎	◎	○		企画・調整→実施				



文化的資源の存在や、その魅力を、観光客や市民に分かりやすく発信します。

NO.	振興		3本の矢			実施主体				5年間の進め方				
	地域	観光	観	食	お	行	観	民	住	2021	2022	2023	2024	2025
1	●	●			●	○	◎	○		実施				
2		●			●	◎	◎	○		発信				
3		●			●	○	◎	○		発信				
4		●		●		◎	◎	○		企画立案	実施			
5	●	●			●	◎	○	○		制度設計	実施			
6	●	●			●	◎	○	○	○			実施		
7		●			●	◎	○	○		実施				



V 施策体系の整理

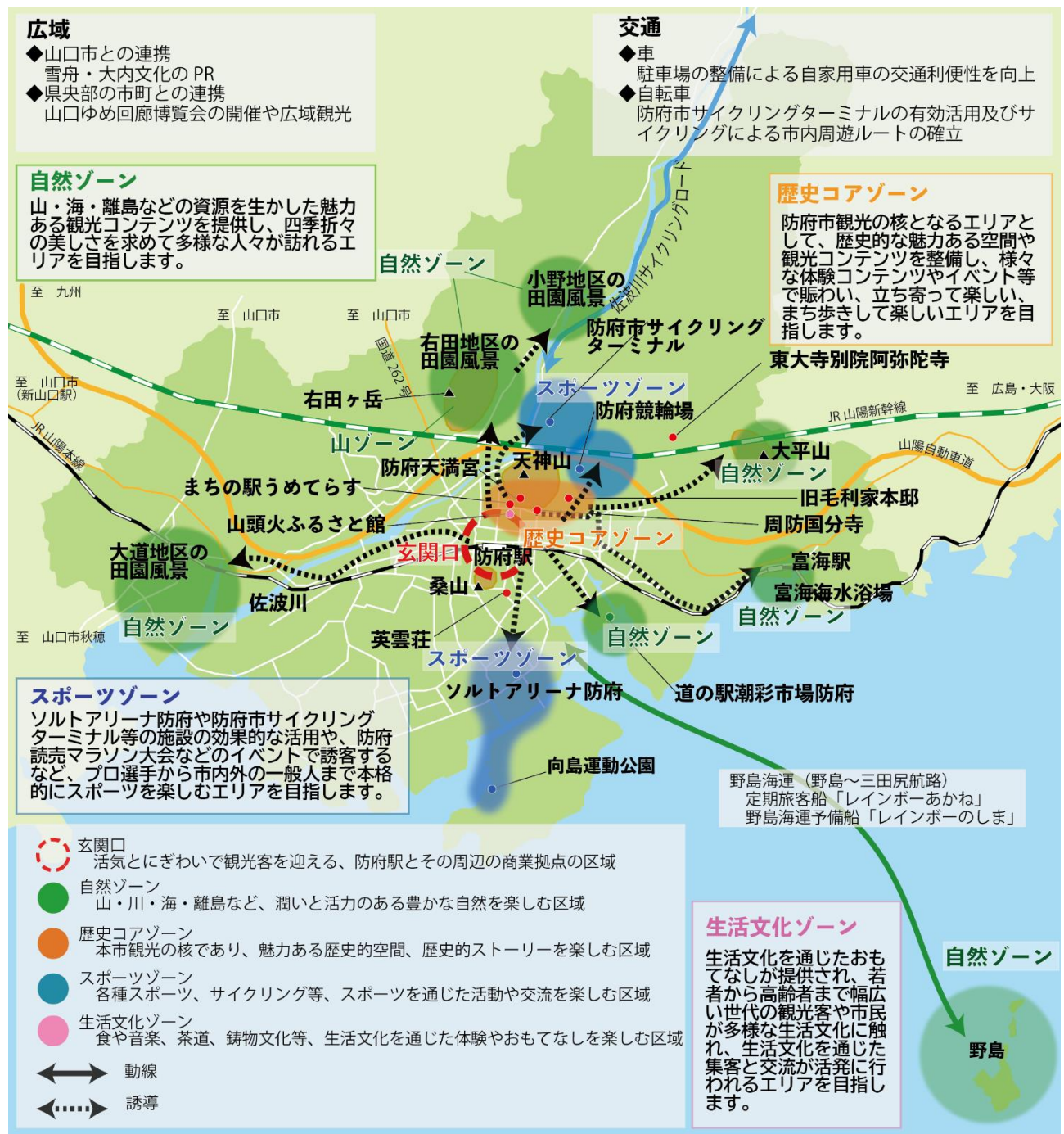
将来像	Key Value	展開方針	施策の方向性	施策
多様性に満ちた地域の「宝」に出会い、輝く「宝」に魅了される、「住みたくなる」「訪ねたくなる」「まち ほうふ	自然	 観光地 	(1) 受入環境の整備 (2) 美しい資源の保全・維持 (3) 既存施設の効果的な利活用	① 安心で快適な空間づくり ② 交通アクセスの改善 ③ 案内表示などの整備・充実 ① 美しい資源の保全・維持 ① 既存施設の効果的な利活用
	歴史	 食 	(1) 防府らしい食の提供 (2) ストーリー性のある商品開発 (3) 食に関連する情報の収集・発信	① 食を楽しむ機会の創出 ② 水産物の活用 ① 歴史的なストーリーを生かした食の企画開発 ② 新しい食の開発 ① 食に関連する情報の収集・発信
	スポーツ	 おもてなし 	(1) 魅力ある観光地域づくり (2) 効果的な情報発信 (3) 多様な主体と連携した誘客促進	① 巡りたくなる観光ルートの提案 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 ③ 多様な資源を生かした新たな観光コンテンツづくり ① 戦略的な情報発信の強化 ② テーマ別情報発信の充実 ③ ターゲット別情報発信の強化 ① 周辺市町との連携 ② 市民や事業者等の参画推進
	生活文化			

展開する取り組み

1)観光用公衆トイレの整備や清掃の徹底	2)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(幸せますステーションを含む)
1)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	2)レンタサイクルサービスの充実
1)富海海水浴場や野島の案内看板の整備	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
2)景観に配慮した案内板等の整備	
1)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	3)海辺を中心とした清掃等の環境保全活動の実施
2)参道等の街並みや景観の美化	4)「(仮称)防府ライフスタイル」の後世への継承活動
1)観光資源として来場者が楽しめる機能をもつ競輪場の整備	4)市内道路の再点検とスポーツに適した路面等の検討
2)防府市スポーツゾーンに適した周辺インフラ等の整備	5)サイクリングターミナルを拠点とした自転車クリニック等の実施
3)観光と文化に貢献する山頭火ふるさと館の運営	6)山頭火ふるさと館の施設改善
1)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と観光客等への提供	3)防府読売マラソン大会の開催にあわせた出店等による飲食機能の充実
2)食材生産者等との連携・協力による収穫体験や調理体験の実施及び発信	
1)高級料理「天神鰻(ハモ)」の旅行商品への組み込みによる認知度の向上	2)初夏の鰻や夏の虎魚(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支援
1)明治維新150年事業で商品化した「日英饗応料理」の再商品化やストーリーの再構築	2)「日英饗応料理」などの認定歴食への申請
1)防府「逸品食」に関する企画立案と新たな食文化の観光への取り込み	2)地域に眠る食文化の発掘と商品化
1)「旬の食材冊子」を作成し、観光客や市民等へ配布	2)道の駅潮彩市場防府におけるおすすめ旬魚情報の発信
1)観光客の喜ぶストーリーのあるモデル周遊プラ	2)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
ンづくりとツアー情報の発信	やトレッキングコースの設定とコース冊子の作成
1)防府天満宮を含む「すごいな！すごいぞ！防府」4観光施設のほか、観光施設を活かしたイベント等の実施	6)専門家等を招聘した歴史講演等の実施
2)トッパースリートとの交流イベントの実施	7)競輪場の空間活用と情報発信
3)学生や実業団などへのスポーツ合宿等の誘致	8)オリンピックイヤー等の国際イベントを活用したにぎわいの創出
4)映画館を活用したイベントの開催	9)市民総参加で盛り上がる防府おどりや「幸せますフェスタ」の開催
5)「(仮称)防府ライフスタイル」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連携による候補の選定	
1)「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	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
2)右田、小野、大道地区等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の実施と発信	5)歴史ファンを取り込むためのストーリーのある各種イベントの実施(サブカルチャーを含む)
3)着物の着付けや歴史ガイドツアー等「体験型観光」の推進	6)市南部の工業地帯や三田尻塩田記念産業公園を活かした産業観光の推進
1)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	2)インターネット時代に適した動画等の多用やSNSなどの発信頻度の強化
1)海水浴や海洋レジャー、釣りや海の家など「瀬戸内海体験」の発信	7)佐波川でのカヌーやキャンプ、バーベキューなどのアウトドア体験発信
2)四季ごとの眺望やSNSで映える景観の発信	8)伝統の祭り等(花神子社参式や腰輪おどりなど)を地域の魅力と一緒に発信
3)毛利元就没後450年や重源上人誕生900年の歴史的節目を活かした観光発信	9)身近な自然が気軽に楽しめることを市民や県民に向けて宣伝
4)セルビア女子バレーチームのホストタウンとしての露出拡大	10)ソルトアリーナ防府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)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	11)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
6)文化財発掘や文献研究等の成果発表や、注目すべき成果の各種メディアを使った発信	12)華道や鋳物文化などの地域の伝統文化の収集と発信
1)文化芸術団体(茶道・華道・書道・舞踊など)へ旧毛利家本邸等を大会会場として紹介	2)近隣県の旅行会社等に旅行商品への観光地組み込みを依頼
1)雪舟・大内文化のPR(山口市の県立美術館、本市の毛利博物館)	3)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
2)毛利氏庭園の庭園間交流連携促進計画(通称:ガーデンツーリズム)への登録を生かして、雪舟ゆかりの自治体と連携した広域での情報発信	4)新型コロナウイルス感染症の収束を見据えたインバウンドやクルーズ船の誘致
1)賑わいを創出する団体等への継続的な支援や、協定締結都市等との連携、並びに各種メディアへの露出協力	2)観光ボランティアガイドや通訳案内士、庭園ガイドなどの「おもてなし」人材の育成

VI エリアビジョン

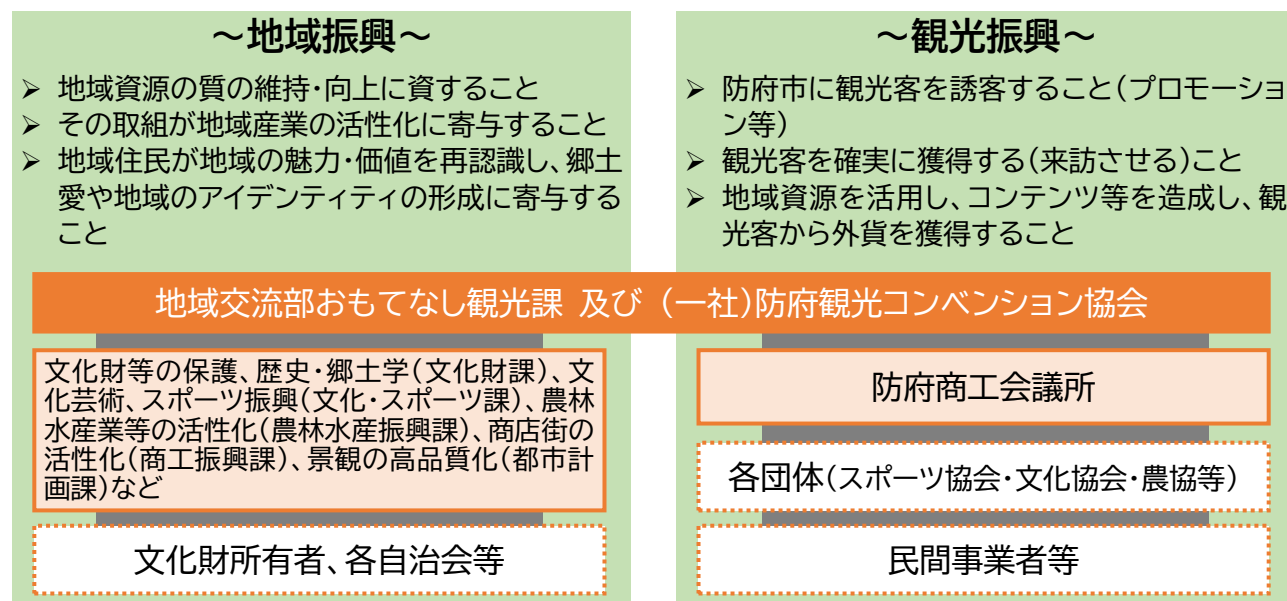
自然、歴史、スポーツ、生活文化のそれぞれの取組を実行することにより実現する「エリアとしての将来像」を示したものがエリアビジョンです。防府駅を中心に本市の玄関口としてふさわしい市街地の賑わいや活気を生み、防府市の観光の核として「歴史コアゾーン」において巡って楽しい歴史的空間を形成します。歴史コアゾーンの観光客をさらに市内に回遊させるため、山・海・川・田園風景等の多様な自然を楽しむ「自然ゾーン」、スポーツによる交流や賑わいがあふれる「スポーツゾーン」、文化的資源を生かした観光を楽しむ「生活文化ゾーン」がそれぞれの持ち味を生かした魅力ある観光を展開します。各ゾーンが魅力を高め、プロモーションや広域連携、交通等の各種取組を実行し、市一体となった観光まちづくりを目指します。



VII 計画の推進に向けて

1 推進体制について

本計画に掲げる本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。「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。



【各主体に期待される役割】

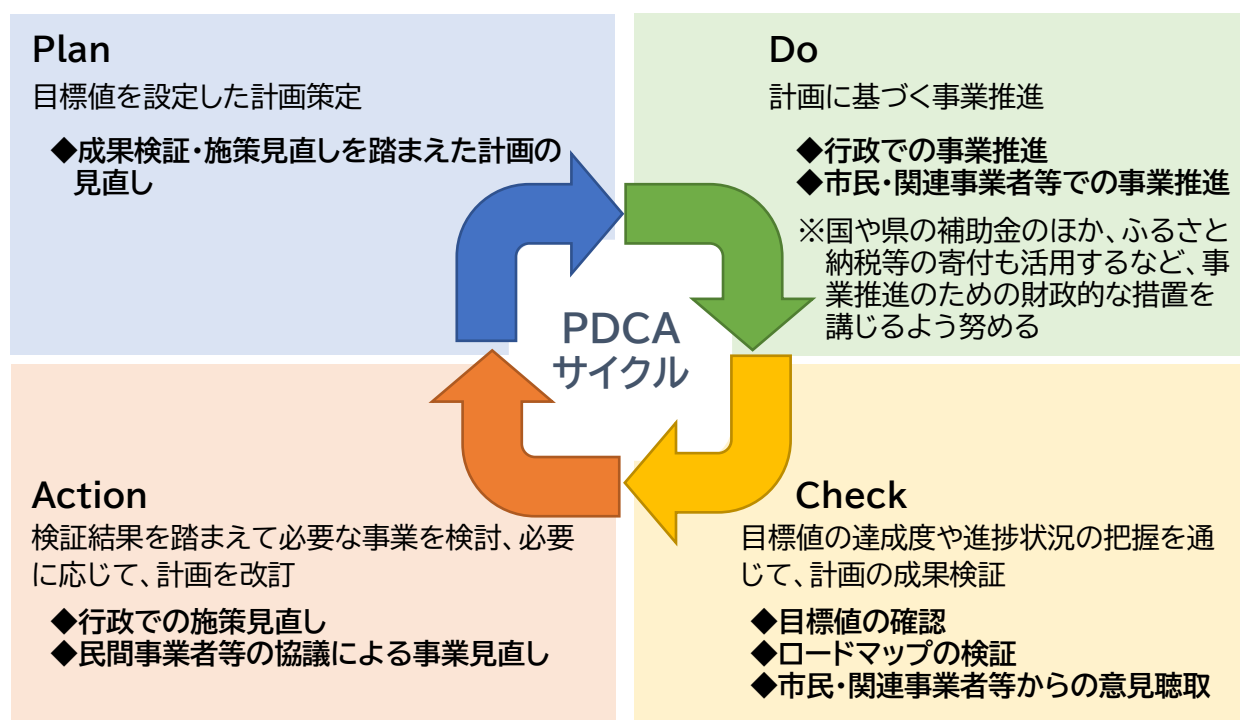
主体	役割
地域交流部 おもてなし観光課	・ 庁内各部局との連携、国や県、関係市町村、関係機関との協議のもとで、取組を推進します。 ・ （一社）防府観光コンベンション協会や防府商工会議所、各民間事業者等と連携を図り、観光地域づくりを実践していきます。
各担当課	・ 各担当分野の業務の遂行について、おもてなし観光課と連携を図り、また、庁内組織（会議体）などで調整を図りながら着実に遂行します。
（一社）防府観光 コンベンション協会	・ おもてなし観光課との連携のもと、観光プログラムの運営や情報発信などの各種事業に取り組み、観光地域づくりを牽引します。 ・ 観光マーケティングやプロモーションについて、おもてなし観光課と連携しながら推進します。
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、円滑な事業推進を実現するための役割を担います。
各団体	・ スポーツ協会は、スポーツに関連する取組、文化協会は、歴史、生活文化に関する取組、農協や漁協は、食に関連する取組において、おもてなし観光課との連携に努めます。
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。 ・ 観光関連事業者や行政、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 （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

本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、そして必要に応じて計画を見直すプロセスを運用していきます。

新型コロナウイルス感染拡大の動向により内外の情勢や環境のほか、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、本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2025年度に目標指標の検証調査及び次期計画(第4次防府市観光振興基本計画)を策定します。

なお、本計画は、毎年成果検証と必要に応じた計画変更を行うため、冊子として印刷は行わず、データで管理し、ホームページ等で公表します。

<計画進捗管理のスケジュール>

2021 年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度
調査実施 (成果検証) ※必要に応じて 計画変更	調査実施 (成果検証) ※必要に応じて 計画変更	調査実施 (成果検証) ※必要に応じて 計画変更	調査実施 (成果検証) ※必要に応じて 計画変更	本計画の総括 (KGI検証等) 第4次計画策定

<資料編>

- 1 「第3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 本市の特徴
 - (1)事業者等へのヒアリング調査結果
 - (2)うめてらすアンケート調査結果
 - (3)インターネットアンケート調査結果
- 5 高校生ワーキングの開催結果
- 6 用語集
- 7 本市の年間観光カレンダー(2021年度)

1 「第3次防府市観光振興基本計画」策定経過

本計画の策定にあたっては、本市の市民や事業者、団体の代表のほか、市内外の有識者・専門家など、多様な主体で構成される「防府市観光振興推進協議会」において協議が行われ、策定されました。

第3次防府市観光振興基本計画の作成

2019年度 第1回 防府市観光振興推進協議会 <2020年1月14日(火)>

- 第2次防府市観光振興基本計画の事業報告について
- 第3次防府市観光振興基本計画の策定について
- その他

基礎調査

<2020年4月～8月>

- 既存の調査資料の分析
- 上位・関連計画等の整理
- 観光に対するニーズ等の把握(インターネットアンケート調査、既存アンケート調査結果の分析)
- 事業者ヒアリング調査

高校生ワーキング

<2020年7月～10月>

2020年度 第1回 防府市観光振興推進協議会 <2020年8月7日(金)>

- 第3次防府市観光振興基本計画の策定について
- その他

防府市議会へ説明<2020年8月25日(火)>

2020年度 第2回 防府市観光振興推進協議会 <2020年10月29日(木)>

- 第3次防府市観光振興基本計画の素案について
- その他

防府市議会へパブリックコメント実施の説明 <2020年12月16日(水)>

パブリックコメントの実施 <2020年12月21日(月)～2021年1月22日(金)>

防府市議会へパブリックコメント実施結果の説明 <2021年2月19日(金)>

防府市議会へパブリックコメント実施結果の公表 <2021年3月1日(月)>

第3回 防府市観光振興推進協議会 <2021年3月〇日(〇)>

- 第3次防府市観光振興基本計画(案)について (最終案を文書にて回付・承認)

第3次防府市観光振興基本計画の公表

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 市民活動さぼーとねっと
9	観光関連・民間関連事業者 (旅行業者)	多田 望	(株)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(株)防府工場 総務部長

4 本市の特徴

(1)事業者等へのヒアリング調査結果

実施概要

目的	本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及び可能性を分析することを目的とする。
実施期間	2020 年6月～7月
対象者	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)）

実施結果

大項目	小項目	改善ポイント
1. 地域資源	①自然環境	○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	○本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	○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	○更なる地域の特産品・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。 ○潮彩市場防府等の訴求力が高いことから、防府の豊かな水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	○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、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	○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。
	②飲食施設	○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もらい、観光に向けた下地づくりを進めることができる。 ○天神鱧のような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、特に本市の強みである水産物を中心にグレードアップし、本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。
	③環境整備	○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。
	④人材	○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、本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。
	⑤インバウンド	○広島～福岡の移動が多いため、第一に、本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。
3. 情報発信・プロモーション		○本市の認知度を高めるための情報発信が重要である。 ○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。

(2)うめてらすアンケート調査結果

2016 年度～2019 年度に実施した「まちの駅うめてらす」の利用者を対象としたアンケート調査の結果をもとに、4年間の経年変化について整理・分析を行いました。

■旅行日程について

「日帰り」が7割前後、「宿泊」が3割前後で推移しています。

	標本数				構成比（％）			
	2016年	2017年	2018年	2019年	2016年	2017年	2018年	2019年
日帰り	642	603	303	550	67.0%	69.4%	75.4%	67.9%
宿泊	271	260	98	257	28.3%	29.9%	24.4%	31.7%
無回答	45	6	1	3	4.7%	0.7%	0.2%	0.4%
総数	958	869	402	810				

■宿泊場所について

防府市内、湯田温泉、その他山口県内での宿泊が多い傾向にあります。直近では「防府市内」に宿泊している割合が最も多く、2017 年度から、「湯田温泉」を越える割合となっています。

	標本数				構成比（％）			
	2016年	2017年	2018年	2019年	2016年	2017年	2018年	2019年
防府市内	83	82	35	85	30.6%	31.5%	35.7%	33.1%
湯野温泉	5	7	2	8	1.8%	2.7%	2.0%	3.1%
湯田温泉	88	68	32	51	32.5%	26.2%	32.7%	19.8%
萩	30	23	7	18	11.1%	8.8%	7.1%	7.0%
湯本温泉	10	9	3	13	3.7%	3.5%	3.1%	5.1%
その他山口	45	43	32	58	16.6%	16.5%	32.7%	22.6%
山口県外	27	20	9	38	10.0%	7.7%	9.2%	14.8%
無回答	31	38	1	28	11.4%	14.6%	1.0%	10.9%
総数	271	260	98	257				

■利用交通手段について

「マイカー」の利用交通手段の割合が約7割で、横ばいで推移しています。

	標本数				構成比（％）			
	2016年	2017年	2018年	2019年	2016年	2017年	2018年	2019年
J R	149	127	49	127	15.6%	14.6%	12.2%	15.7%
マイカー	629	554	299	580	65.7%	63.8%	74.4%	71.6%
レンタカー	28	8	9	26	2.9%	0.9%	2.2%	3.2%
バイク	1	3	1	4	0.1%	0.3%	0.2%	0.5%
バス	46	23	18	41	4.8%	2.6%	4.5%	5.1%
飛行機	44	14	11	29	4.6%	1.6%	2.7%	3.6%
タクシー	15	5	1	10	1.6%	0.6%	0.2%	1.2%
自転車				27	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
その他	96	77	34	32	10.0%	8.9%	8.5%	4.0%
無回答	21	58	6	6	2.2%	6.7%	1.5%	0.7%
総数	958	869	402	810				

■同行者について

複数名の来訪のうち、「家族」での来訪が約7割を占めており、「友人」での来訪が次いで2割程度を占めています。

「団体旅行」の割合は減少していることから、近年の動向として、個人旅行かつ家族での来訪が多いことが推測されます。

	標本数				構成比 (%)			
	2016年	2017年	2018年	2019年	2016年	2017年	2018年	2019年
友人	169	102	63		22.7%	15.0%	19.0%	
家族	489	496	250		65.5%	72.7%	75.5%	
団体旅行	27	21	2		3.6%	3.1%	0.6%	
その他	31	32	9		4.2%	4.7%	2.7%	
無回答	30	31	7		4.0%	4.5%	2.1%	
総数	746	682	331					

■同行者の人数について

同行者の人数として、「2名」が最も多く、次いで「3名」と小グループでの来訪が7割程度を占めています。

	標本数				構成比 (%)			
	2016年	2017年	2018年	2019年	2016年	2017年	2018年	2019年
2名	323	232	133	335	43.3%	34.0%	40.2%	49.9%
3名	120	107	61	146	16.1%	15.7%	18.4%	21.8%
4名	85	102	52	94	11.4%	15.0%	15.7%	14.0%
5名	36	38	18	32	4.8%	5.6%	5.4%	4.8%
6～10名	27	43	7	28	3.6%	6.3%	2.1%	4.2%
10名以上	29	12	1	22	3.9%	1.8%	0.3%	3.3%
無回答	126	148	59	14	16.9%	21.7%	17.8%	2.1%
総数	746	682	331	671				

(3)インターネットアンケート調査結果

2020 年度に実施したインターネットアンケート調査の結果をもとに、本市の観光の動向について整理・分析を行いました。

【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

■本市への来訪回数や認知について

概ね認知されていますが、約5割は来訪経験がありません。

		1 回	2 ～ 4 回	5 回 以上	山口 が、 県 防 府 市 は 知 ら な い	山口 、 防 府 市 を 知 ら な い
	n					
全体	600	76	105	119	252	48
	100.0	12.7	17.5	19.8	42.0	8.0
年代	10代	4	1	1	0	2
	100.0	25.0	25.0	0.0	0.0	50.0
	20代	51	9	8	6	22
	100.0	17.6	15.7	11.8	43.1	11.8
	30代	146	12	23	25	72
	100.0	8.2	15.8	17.1	49.3	9.6
	40代	150	19	22	28	69
	100.0	12.7	14.7	18.7	46.0	8.0
	50代	137	12	28	35	52
	100.0	8.8	20.4	25.5	38.0	7.3
年代	60代	85	20	20	16	26
	100.0	23.5	23.5	18.8	30.6	3.5
	70代	26	3	3	8	11
	100.0	11.5	11.5	30.8	42.3	3.8
	80代	1	0	0	1	0
	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	90代	0	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

■本市での滞在時間について

全体的に約7割が日帰りですが、60 代以上は滞在時間が長くなっています。

		n	日 下 半 日 り	日 程 度 半 日 り	日 一 日 り	日 一 泊 二	日 二 泊 三	上 三 泊 以 上
全体		300	134	79	48	36	2	1
		100.0	44.7	26.3	16.0	12.0	0.7	0.3
年代	10代	2	0	2	0	0	0	0
	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20代	23	16	3	1	3	0	0
	100.0	69.6	13.0	4.3	13.0	0.0	0.0	0.0
	30代	60	28	17	8	6	1	0
	100.0	46.7	28.3	13.3	10.0	1.7	0.0	0.0
	40代	69	33	20	8	8	0	0
	100.0	47.8	29.0	11.6	11.6	0.0	0.0	0.0
	50代	75	37	15	14	8	1	0
	100.0	49.3	20.0	18.7	10.7	1.3	0.0	0.0
年代	60代	56	17	18	9	11	0	1
	100.0	30.4	32.1	16.1	19.6	0.0	1.8	0.0
	70代	14	3	4	7	0	0	0
	100.0	21.4	28.6	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	80代	1	0	0	1	0	0	0
	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	90代	0	0	0	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

■本市での1人あたりの消費について

8割以上が10,000円以下であり、飲食費や土産物代での消費が多い傾向にあります。

【旅行全体の消費金額】

		n	(平均 円 値)	(最小 円 値)	(最大 円 値)
全体		7	45571.43	18000.00	150000.00
年代	10代	0	0.00	0.00	0.00
	20代	1	50000.00	50000.00	50000.00
	30代	1	20000.00	20000.00	20000.00
	40代	2	22500.00	18000.00	27000.00
	50代	0	0.00	0.00	0.00
	60代	2	87000.00	24000.00	150000.00
	70代	1	30000.00	30000.00	30000.00
	80代	0	0.00	0.00	0.00
	90代	0	0.00	0.00	0.00

■本市への観光の楽しみについて

「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くなっています。

			聞 所 歴 史 (史・文 跡・化 社 名 仏 名)	地 大 平 山 な どの 景 勝	を 地 域 の 生 活・文 化	等 (釣 り、 海 水 浴 ア 等)	海 の ア ウ ト ド ア	イ ク リ キ ン グ 等	陸 の ア ウ ト ド ア	こ と 並 み を 散 策 す る	べ る こ と	お い し い も の を 食	買 物 を す る こ と	地 域 の 祭 り や イ ベ	訪 問 省・ 親 族 や 知 人	に 目 当 て の 宿 泊 施 設	そ の 他	特 に な し
全体		n	300	154	41	9	26	8	72	109	49	15	15	8	7	40		
		100.0	51.3	13.7	3.0	8.7	2.7	24.0	36.3	16.3	5.0	5.0	2.7	2.3	13.3			
年代	10代	2	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0		
		100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	20代	23	9	2	1	3	4	6	14	6	0	0	2	0	0	3		
		100.0	39.1	8.7	4.3	13.0	17.4	26.1	60.9	26.1	0.0	0.0	8.7	0.0	13.0			
	30代	60	28	6	3	6	0	19	26	10	6	5	1	2	7			
		100.0	46.7	10.0	5.0	10.0	0.0	31.7	43.3	16.7	10.0	8.3	1.7	3.3	11.7			
	40代	69	37	6	1	3	1	18	26	10	2	3	1	0	9			
		100.0	53.6	8.7	1.4	4.3	1.4	26.1	37.7	14.5	2.9	4.3	1.4	0.0	13.0			
	50代	75	36	11	3	5	2	10	24	14	4	2	4	5	11			
		100.0	48.0	14.7	4.0	6.7	2.7	13.3	32.0	18.7	5.3	2.7	5.3	6.7	14.7			
	60代	56	35	9	1	6	1	15	15	7	2	3	0	0	9			
		100.0	62.5	16.1	1.8	10.7	1.8	26.8	26.8	12.5	3.6	5.4	0.0	0.0	16.1			
	70代	14	8	5	0	2	0	3	4	1	1	2	0	0	1			
		100.0	57.1	35.7	0.0	14.3	0.0	21.4	28.6	7.1	7.1	14.3	0.0	0.0	7.1			
	80代	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
		100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	90代	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		

■本市の観光での滞在の評価について

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ます。

		n	足 大 変 満	満 足	足 や や 満	い で も ち な ら	満 や や 不	不 満	満 大 変 不	い て 体 い 験 な し
全体		300	18	83	100	88	7	2	2	0
		100.0	6.0	27.7	33.3	29.3	2.3	0.7	0.7	0.0
年代	10代	2	0	2	0	0	0	0	0	0
		100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20代	23	8	3	6	5	1	0	0	0
		100.0	34.8	13.0	26.1	21.7	4.3	0.0	0.0	0.0
	30代	60	3	18	24	14	0	1	0	0
		100.0	5.0	30.0	40.0	23.3	0.0	1.7	0.0	0.0
	40代	69	4	23	18	20	3	0	1	0
		100.0	5.8	33.3	26.1	29.0	4.3	0.0	1.4	0.0
	50代	75	0	15	31	26	2	0	1	0
		100.0	0.0	20.0	41.3	34.7	2.7	0.0	1.3	0.0
	60代	56	3	17	17	18	0	1	0	0
		100.0	5.4	30.4	30.4	32.1	0.0	1.8	0.0	0.0
	70代	14	0	5	3	5	1	0	0	0
		100.0	0.0	35.7	21.4	35.7	7.1	0.0	0.0	0.0
	80代	1	0	0	1	0	0	0	0	0
		100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	90代	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

■本市の観光資源の認知度と興味度について

防府天満宮は、認知度も興味度も突出して高く、その他の資源の認知度・興味度は、防府天満宮との差が大きく開いています。

【認知度】

		府庁 天満宮	府内 国分寺	らねも 利家本 邸が居 る	寺 おきで す。	大 宝 山	富 海 海 水 浴 場	内 三 田 民 部 茶 屋 旧 岡	府 道 の 新 堺 市 場 前	府 市 ま ち の 新 堺	祭 府 天 満 宮 御 神 所	幸 せ ま す フ エ ス タ	マ ー ケ ッ ト	錦 1 ー グ ラ ン プ リ	大 会 社	お き い 講 世 界 選 手	天 神 體	は う る 玉 子 か け ご	か ま ぼ こ ・ 竹 輪	は う る 外 部	ズ ・ 幸 せ ま す ー グ ッ	そ の 他	な い て は ま る も の は	
	人																							
全体	552	365	124	209	111	186	145	56	93	131	124	124	53	44	50	161	70	89	47	133	111	68	3	124
	100.0	66.1	22.5	37.9	20.1	33.7	26.3	10.1	16.8	23.7	22.5	22.5	9.6	8.0	9.1	29.2	12.7	16.1	8.5	24.1	20.1	12.3	0.5	22.5
性別	278	178	78	108	59	97	82	36	55	68	61	70	33	26	30	91	45	50	30	67	51	34	2	69
	100.0	64.0	28.1	38.8	21.2	34.9	29.5	12.9	19.8	24.5	21.9	25.2	11.9	9.4	10.8	32.7	16.2	18.0	10.8	24.1	18.3	12.2	0.7	24.8
女性	274	187	46	101	52	89	63	20	38	63	63	54	20	18	20	70	25	39	17	66	60	34	1	55
	100.0	68.2	16.8	36.9	19.0	32.5	23.0	7.3	13.9	23.0	23.0	19.7	7.3	6.6	7.3	25.5	9.1	14.2	6.2	24.1	21.9	12.4	0.4	20.1
10代	2	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20代	45	31	8	16	7	14	8	5	12	9	8	9	6	7	9	3	9	5	9	5	8	7	0	11
	100.0	68.9	17.8	35.6	15.6	31.1	17.8	11.1	17.8	20.0	20.0	13.3	13.3	13.3	20.0	6.7	17.8	11.1	17.8	15.6	17.8	0.0	0.0	24.4
30代	132	81	24	44	28	47	35	13	22	31	31	29	18	15	14	34	16	27	14	30	24	22	0	35
	100.0	61.4	18.2	33.3	21.2	35.6	26.5	9.8	16.7	23.5	23.5	22.0	13.6	11.4	10.6	25.8	12.1	20.5	10.6	22.7	18.2	16.7	0.0	26.5
40代	138	90	27	37	16	45	32	13	24	35	30	25	10	10	12	40	14	19	11	21	23	15	0	32
	100.0	65.2	19.6	26.8	18.8	32.6	23.2	9.4	17.4	25.4	21.7	18.1	7.2	7.2	8.7	29.0	10.1	13.8	8.0	15.2	16.7	10.9	0.0	23.2
50代	127	87	33	54	26	37	34	12	17	27	27	23	11	6	11	41	19	20	9	31	13	0	0	26
	100.0	68.5	26.0	42.5	20.5	29.1	26.8	8.4	13.4	21.3	21.3	8.7	4.7	8.7	32.3	15.0	15.7	7.1	24.4	24.4	10.2	0.0	0.0	26.0
60代	82	53	23	39	18	26	22	10	13	21	17	21	6	7	6	24	9	11	7	33	19	8	2	18
	100.0	64.6	28.0	47.6	22.0	31.7	26.8	12.2	15.9	25.6	20.7	25.6	7.3	8.5	7.3	29.3	11.0	13.4	8.5	40.2	23.2	9.8	2.4	22.0
70代	25	20	8	18	6	15	13	3	8	4	6	12	2	0	1	12	8	3	1	10	7	2	1	2
	100.0	80.0	32.0	72.0	24.0	60.0	52.0	12.0	32.0	16.0	24.0	48.0	8.0	0.0	4.0	48.0	32.0	12.0	4.0	40.0	28.0	8.0	4.0	8.0
80代	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
90代	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

【興味度】

			府府 天高 高	周周 防分 分寺	れも 利家 本が が見 ら	お寺 です 。寺	大寺 院阿 陀寺 寺	大平 山	高海 水浴 場	食食 庄	三三 田氏 常 徳旧 境内	野島	道の 駅源 市場 防防	て防 市ま の駅 うめ	(防防 府天 高富 部神 楽祭 祭)	幸幸 せま すフ エス タ	ク愛 情防 府リ リマ ー	編編 「1 グラ ブリ	会会 防防 売マ ラソ ン	お笑 い講 話の 選手 手帳	天神 神	んは み五 子か げこ は	かま ぼこ 、竹 輪	ほう ふ外 部	「幸 せま すフ エス タ	その他	いあ てま るも のほ な			
		n	600	213	166	165	156	140	124	141	162	180	165	130	111	118	144	84	102	145	152	134	117	95	1	2				
全体		100.0	35.5	27.7	25.0	26.0	23.3	20.7	23.5	27.0	27.0	26.0	27.0	20.0	17.5	21.7	18.5	19.7	24.0	14.0	17.0	24.2	25.3	22.3	19.5	15.8	0.1	30.0		
性別	男性	300	100	73	75	70	58	51	59	67	64	66	52	45	46	57	37	41	59	62	57	48	35	1	1	108	0.3			
		100.0	33.3	24.3	25.0	23.3	19.7	17.0	19.7	22.3	21.3	22.0	17.3	15.0	15.3	19.0	12.3	13.7	19.7	20.7	19.0	16.0	11.7	0.3	36.0	0.0	72	0.0		
	女性	300	113	93	90	86	62	73	62	95	116	99	76	66	72	87	47	61	86	90	77	69	60	0	0	72	0.0	72	0.0	
		100.0	37.7	31.0	30.0	28.7	27.3	24.3	27.3	31.7	38.3	33.0	26.0	22.0	24.0	28.7	15.7	20.3	28.7	30.0	25.7	23.0	20.0	0.0	0.0	24.0	0.0	72	0.0	
年代	10代	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	0	0			
		100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	25.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0		
	20代	51	22	17	14	13	14	18	13	16	15	15	13	11	10	15	8	11	12	12	13	7	7	10	1	1	10	0.0		
		100.0	43.1	33.3	27.5	25.5	27.5	35.3	25.5	31.4	29.4	29.4	25.5	21.6	19.6	29.4	15.7	21.6	23.5	23.5	25.5	13.7	19.7	0.0	0.0	19.6	0.0	19.6	0.0	
	30代	146	48	43	44	48	44	38	44	53	50	50	48	33	33	43	23	27	38	39	34	34	29	0	0	42	0.0	42	0.0	
		100.0	32.9	29.9	30.1	30.1	30.1	26.0	27.4	32.9	35.3	35.3	32.9	24.7	22.6	31.8	29.9	15.1	28.0	26.7	23.3	23.3	19.0	0.0	0.0	19.0	0.0	42	0.0	
	40代	150	51	37	39	38	33	28	33	28	33	28	32	42	37	28	28	26	36	19	25	38	42	28	26	21	0	48	0.0	
		100.0	34.0	24.7	26.0	25.5	22.0	18.7	22.0	21.3	28.0	24.7	28.7	28.7	18.7	17.3	24.0	12.7	16.7	25.3	28.0	18.7	17.3	14.0	0.0	32.0	0.0	48	0.0	
	50代	137	51	34	34	28	22	19	25	28	37	32	28	18	23	24	15	19	29	32	31	27	14	0	48	0.0	48	0.0	48	0.0
		100.0	37.2	23.1	24.8	20.4	16.1	13.9	18.2	20.4	27.0	23.4	20.4	13.1	16.8	17.5	10.9	10.9	21.2	23.4	22.6	19.7	10.2	0.0	35.0	0.0	48	0.0	48	0.0
	60代	83	30	25	23	22	20	20	24	25	22	25	22	15	29	17	16	16	19	20	26	16	1	0	26	0.0	26	0.0	26	0.0
		100.0	35.3	29.4	27.1	25.9	23.5	16.5	24.7	29.4	25.9	24.7	23.5	17.6	22.4	20.0	18.8	18.8	22.4	23.5	25.9	23.5	18.8	1.2	30.5	0.0	30.5	0.0	30.5	0.0
70代	26	9	9	9	9	5	5	7	11	9	7	11	9	7	3	6	7	2	6	7	6	4	2	4	2	4	0	19.2	0.0	
	100.0	34.6	34.6	34.6	34.6	19.2	19.2	26.9	42.3	34.6	26.9	11.5	15.4	23.1	26.9	7.7	23.1	26.9	23.1	15.4	7.7	15.4	0.0	19.2	0.0	19.2	0.0	19.2	0.0	
80代	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.0	0.0	
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
90代	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0	0.0	
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

■本市への観光に誰と行きたいかについて

夫婦(約3割)をはじめ、約7割が家族での観光を希望しています。

[illegible]

5 高校生ワーキングの開催結果

防府商工高校では毎年、本市役所の高校生職員として地域課題を発見し、その解決策を考える校外学習授業が実施されています。2020 年7月から10月にかけて、おもてなし観光課では 9 名の高校生職員を受け入れました。『防府市で観光客が楽しめるコンテンツをつくろう！』というテーマでアイデアを検討し、その成果を市長に向けて発表しました。

《実施概要》

第1回ワーキング(7/21)

【誘客するターゲットを決めよう】

本市の観光について意見交換を行い、どのような地域資源があるかアイデアを出し合い、誘客するターゲットを決めました。



第2回ワーキング(9/8)

【ターゲットが楽しむことができる観光コンテンツを考えよう！】

ターゲットを誘客するためにどのような観光コンテンツがあると良いか検討しました。



第3回ワーキング(9/15)

【実現可能な事業プランにブラッシュアップしよう！】

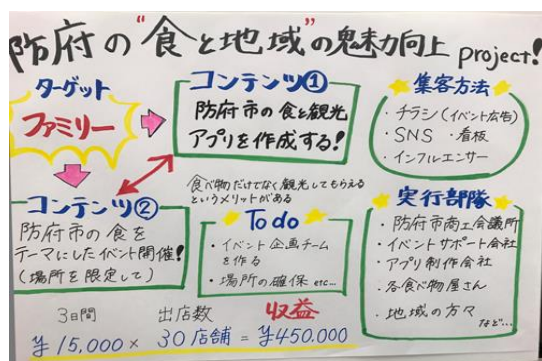
商工会議所職員からの助言等を受けながら、観光コンテンツのアイデアを具体化し、ブラッシュアップしました。



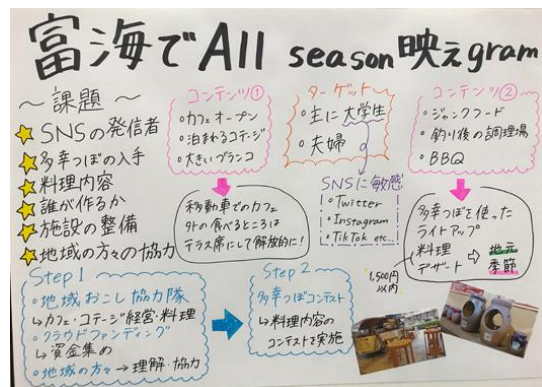
成果報告会(10/30)

【市長にビジネスモデルを発表しよう！】

①防府の“食と地域”の魅力向上 project !



②富海で All season 映え gram



6 用語集

サステナビリティ	サステナビリティ(Sustainability)とは、「持続可能性」または「持続することができる」という意味であり、広く環境・社会・経済の3つの観点からこの世の中を持続可能にしていくという考え方のことを言います。
幸せますステーション	防府市幸せますステーションは、地域住民や来訪者が求める観光情報や地域情報を備え、人と人との出会いと交流を促進する施設(店舗)で、観光まちづくりの回遊拠点としての機能を有する施設で、各施設(店舗)からの申請に基づき、防府市が認定します。
地旅	「地域」を誇りに感じている人たちが、そこを楽しみに来てくれる人たちのために、企画しておもてなしする旅のことで、(一社)全国旅行業協会が事務委託した「(株)全旅」が、地旅認定要件を満たす「着地型旅行」の中から、取扱旅行業者の申請に応じて認定した企画旅行です。
グランピング	英語で“魅力的な、華やかな”などを意味する「グラマラス(glamorous)」と「キャンピング(camping)」をかけ合わせ造語で、優雅に自然を満喫できるキャンプのことを言います。アウトドアをリゾート感覚で快適に楽しむ新しいキャンプスタイルとして、日本に定着しつつあります。
5G	次世代通信規格「5G」。これまで以上に「高速・大容量」の通信が実現するとともに、「低遅延」によるリアルタイムでのコミュニケーションや、「多接続」による多面的なデジタル体験が実現するといわれており、観光業にも大きな影響をもたらす可能性があります。
AI	人工知能。人の知的な活動(話す、判断する、認識するなど)を実現しようとする技術や研究分野を示す概念のことを言い、人の知的な活動(話す、判断する、認識するなど)を自動化する技術やその研究分野が、通称として AI(人工知能)と呼ばれています。
個人旅行	団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で旅行を行うことを指します。
マイクロツーリズム	自宅から1～2時間の移動圏内の地元や近隣で観光する近距離旅行の形態のことを言います。
ICT	コンピュータなどのデジタル機器、その上で動作するソフトウェア、情報をデジタル化して送受信する通信ネットワーク、及びこれらを組み合わせた情報システムやインターネット上の情報サービスなどを総称します。
AR/VR	ARとは「Augmented Reality」の略称で、日本語では「拡張現実」と翻訳されます。存在する現実世界と実在しないバーチャルな情報を重ねて体験する技術の総称で、その様子が現実を拡張したように受け取ることができます。VRとは「Virtual Reality」の略称で、日本語では「仮想現実」と翻訳されます。バーチャル空間に没入する体験やそれを作る技術の総称です。VRはHMD(ヘッドマウントディスプレイ)を装着し、所定のコントローラーを用いることで体験できます。
プロジェクションマッピング	プロジェクタを使用して空間や物体に映像を投影し、重ね合わせた映像にさまざまな視覚効果を与える技術、及びパフォーマンスのことを言います。
ガーデンツーリズム	地域の活性化と庭園文化の普及を図るため、各地域の複数の庭園の連携により、魅力的な体験や交流を創出する取組のことを指します。 国土交通省では、各地の庭園間の連携や、多様な庭園の魅力の再発見を促すため、各地域固有のテーマに基づいた庭園間の「連携」に着目した登録制度(ガーデンツーリズム登録制度)が創設され、防府市の毛利博物館・毛利氏庭園を含む庭園等が『雪舟回廊(テーマ:「雪舟の作品に出会えることができる旅」)』として登録されています。
民泊	法令上の明確な定義はありませんが、一般的には、住宅(戸建住宅やマンションなどの共同住宅など)の全部又は一部を活用して、旅行者などに宿泊サービスを提供することを指します。

7 防府市の年間観光カレンダー(2021 年度)

	月	観光・物産等	神事	その他
令和2年度	1月	●防府音楽祭 毛利企画展 毛利企画展「正月飾り」	幸せますフェスタ 冬	サイクリングターミナル内装工事
	2月	●梅まつり ●梅の見頃 2月上旬～3月上旬 防府天満宮・毛利氏庭園など	●鍋-1 グランプリ	●牛替神事
	3月	●桜の見頃 3月上旬～4月上旬 桑山公園・天神山公園など		
令和3年度	4月	●宇佐八幡宮ジャクナゲまつり ●つつじの見頃 4月下旬～5月中旬 大平山山頂公園など	●花回廊 ●防府市緑化祭 ●おんなみこし連合渡御	●玉祖神社占手神事
	5月	●右田お田植え祭り	●吹奏楽幸思演 ●鯉流し・鯉わたし	●金鮎祭 ●桑山八幡宮奴行列
	6月	●アジサイ祭り ●防府航空祭 ●南基地開庁記念行事 ●ハモフェス	●夏越神事 ●春日神社茅の輪くぐり	英雲荘庭園修復工事(仮)
	7月	●海開き(富海・野島) ●老松神社 女尻相撲 ●鰻まつり	●七夕まつり ●港まつり	●筆まつり ●阿弥陀寺開山忌
	8月	●防府おどり	●御誕辰祭	
	9月	●鈴虫放生祭 ●車塚妙見宮秋の大祭 ●玉祖神社例大祭 ●小俣八幡宮例大祭		
	10月	●塩田まつり ●菊花展	●宇佐八幡宮腰輪踊り ●花神子社参式 ●春日神社例大祭	
	11月	●すごいぞ！防府 秋季大規模イベント ●紅葉の見頃 11月中旬～11月下旬 毛利氏庭園、防府天満宮など	●御神幸祭	
	12月	●農林水産業まつり ●お笑い講世界選手権大会 防府読売マラソン大会	●笑い講	
		毛利企画展「祝いの美」	冬 イルミネーション	

第3次防府市観光振興基本計画 2021 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)25-2513／FAX(0835)23-0262
E-mail:kankou@city.hofu.yamaguchi.jp
