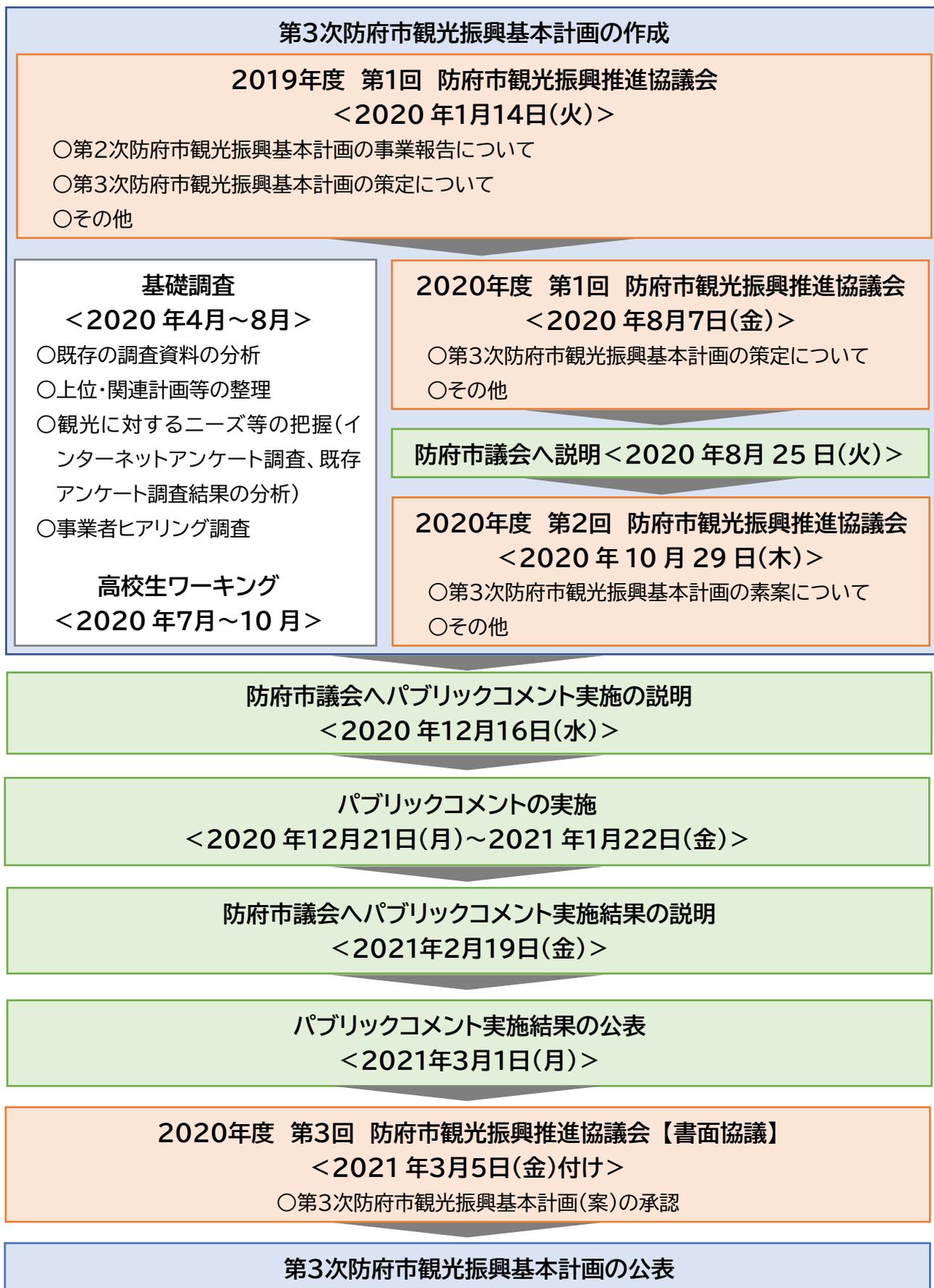


<資料編>

- 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。



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、青少年科学館ソラール、競輪局、ホテルみやま、村田株式会社、ヘアメイクBe'美、AIMA(藍間))

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実現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。

		n	1回	2〜4回	5回以上	山口県が行ったことは知らない	山口県防府市を知らない
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	0	2
		100.0	25.0	25.0	0.0	0.0	50.0
	20代	51	9	8	6	22	6
		100.0	17.6	15.7	11.8	43.1	11.8
	30代	146	12	23	25	72	14
		100.0	8.2	15.8	17.1	49.3	9.6
	40代	150	19	22	28	69	12
		100.0	12.7	14.7	18.7	46.0	8.0
	50代	137	12	28	35	52	10
		100.0	8.8	20.4	25.5	38.0	7.3
60代	85	20	20	16	26	3	
	100.0	23.5	23.5	18.8	30.6	3.5	
70代	26	3	3	8	11	1	
	100.0	11.5	11.5	30.8	42.3	3.8	
80代	1	0	0	1	0	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	0.0	

■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	以下(日帰り)	1日(日帰り)	1日(1泊)	2泊	3泊以上
全体		300	134	79	48	36	2
		100.0	44.7	26.3	16.0	12.0	0.7
年代	10代	2	0	2	0	0	0
		100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	20代	23	16	3	1	3	0
		100.0	69.6	13.0	4.3	13.0	0.0
	30代	60	28	17	8	6	1
		100.0	46.7	28.3	13.3	10.0	1.7
	40代	69	33	20	8	8	0
		100.0	47.8	29.0	11.6	11.6	0.0
	50代	75	37	15	14	8	1
		100.0	49.3	20.0	18.7	10.7	1.3
60代	56	17	18	9	11	0	
	100.0	30.4	32.1	16.1	19.6	0.0	
70代	14	3	4	7	0	0	
	100.0	21.4	28.6	50.0	0.0	0.0	
80代	1	0	0	1	0	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	0.0	

■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	(平均値)	(最小値)	(最大値)
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。

		n	歴史・文化的な名所(史跡、寺社名)	地大平山などの景勝	地域での生活・文化を体験すること	(釣り、海水浴等)	海のアウトドア(ハイキング等)	陸のアウトドア(ハイキング等)	町並みを散策すること	おいしいものを食べる	買物をする	地域の祭りやイベント	訪問者・親族や知人	目当ての宿泊施設に泊まること	その他	特になし
全体		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	1	0	1	0	0	0	0	0	
		100.0	0.0	50.0	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	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		
	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		
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		

■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	大変満足	満足	やや満足	いでもちなら	満足しない	不満	大変不満	体験なし
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	

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！】

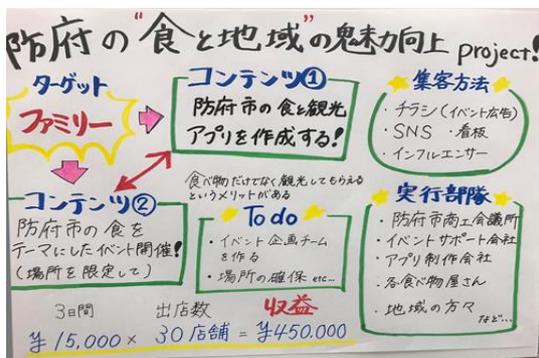
商工会議所職員からの助言等を受けながら、観光コンテンツのアイデアを具体化し、ブラッシュアップしました。



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)」を掛け合わせ造語で、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:「雪舟の作品に出会うことができる旅」)』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	毛利企画展 毛利企画展「お雛さま」	●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	●宇佐八幡宮シャクナゲまつり つつじの見頃 4月下旬~5月中旬 大平山山頂公園など	毛利企画展 毛利企画展「武者の美」	●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	
85周年 市政施行	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	毛利企画展 「幕末の 萩藩主 毛利敬親」		●夏越神事 ●春日神社茅の輪くぐり	英雲社庭園修復工事(仮)
姉妹都市連携50周年 広島県安芸高田市	7月	●海開き(富海・野島) ●老松神社 女尻相撲 ●鱧まつり	毛利企画展 「毛利元就 と戦国の 動乱」	●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	
没後450周年 毛利元就	9月		毛利企画展 「廃藩置県 と公爵毛利 家の誕生」		●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	防府天満宮トイレ解体工事(仮)
没後150周年 毛利敬親	10月	●塩田まつり ●菊花展		●愛情防府フリーマーケット ●ふるさと想い出花火	●宇佐八幡宮腰輪踊り ●花神子社参式 ●春日神社例大祭	
生重源900上人	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	毛利企画展 「国宝」		●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	毛利企画展 「祝いの美」	●イルミネーション 冬	●笑い講	