

令和５年度 第２回防府市観光振興推進協議会
議事録等

□開催日時

令和６年３月２１日(木) 午前１０時から午前１１時３０分

□場所

ルルサス防府 文化センター交流室１

□次第

１ 開会

２ 議事

(１) 第３次防府市観光振興基本計画の進捗状況等について

(２) 令和６年度事業の概要について

(３) その他

３ 閉会

□配付資料

資料１ 第３次防府市観光振興基本計画 取組・進捗状況

資料２ 重要目標達成指標及び重要業績評価指標の状況

資料３ 令和６年度 防府市観光関連当初予算案の概要

□報道

なし

□傍聴人

なし

不同

	区 分	委 員 名	所 属	出欠
1	学識経験	会長 加藤 真也	山口大学経済学部 准教授	出席
2	観光関係団体	松田 和彦	防府商工会議所 専務理事	出席
3	観光関係団体	中司 達美 (田中 陽一)	(一社)防府観光コンベンション協会 副会長 (同 事務局長)	代理 出席
4	観光関係団体	宇野 好一	防府観光物産協会 会長	出席
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	欠席
6	行政関係機関	吉谷 由紀恵	(一社)山口県観光連盟 ゼネラルマネージャー	出席
7	市民（一般公募）	田中 元昭		出席
8	市民（一般公募）	西村 和能		出席
9	市民活動団体	京井 和子	特定非営利活動法人 市民活動さぽーとねっと	出席
10	観光関連事業者 (旅行業者)	丹 康二	(株) J T B 山口支店 支店長	出席
11	観光関連事業者 (産業観光関係者)	田中 真二	マツダ（株）防府工場 総務部長	出席
事務局		杉江 純一	文化スポーツ観光交流部 部長	
		瀬川 博巳	文化スポーツ観光交流部 部次長	
		福谷 英樹	文化スポーツ観光交流部 観光振興課 課長	
		藤本 奉文	文化スポーツ観光交流部 観光振興課 課長補佐	
		村田 智生	文化スポーツ観光交流部 観光振興課 観光振興係長	
		酒井 孝子	文化スポーツ観光交流部 観光振興課 施設係長	

議事概要	
1 開会 (会議公開)	事務局より開会の宣言 会議の公開について 意義なし
2 議事 (会長) (事務局) (会長) (A委員)	本日の議案について、事務局から一括して説明後、意見交換を行う。 事務局から説明をお願いする。 議題（１）第３次防府市観光振興基本計画の進捗状況等について ・資料１「第３次防府市観光振興基本計画 取組・進捗状況」及び資料２「重要目標達成指標及び重要業績評価指標の状況」により説明 議題（２）令和６年度事業の概要について ・資料３「令和６年度 防府市観光関連当初予算案の概要」により説明 今年度はコロナ禍後ということで、情報番組などへの情報発信やバス旅行への助成、インバウンド事業など積極的な取り組みをされた。各種イベントも復活して多くの人でにぎわい、観光客数も令和元年の約２４０万人に迫る２３０万人まで回復しており、今後さらに伸びることが期待される。また、来年度事業については、瑞風やニューヨーク・タイムズといった追い風を反映した事業内容となっており、３年後の防府天満宮御神忌１１２５年式年大祭に向けた賑わいの創出やインバウンドにもしっかりと対応されるということだった。続いて、Ａ委員から現在の旅行業界の動向についてお話をいただけると伺っている。 国内旅行については完全に復活している。全国旅行支援が終わった後を不安視する声もあったが、最新の観光庁１２月単月の宿泊者数もコロナ禍前の１０９％となり、４ヶ月連続でコロナ禍前の１９年を超えてきている。逆に海外旅行についてはピーク期の５０％にも満たない状況。ニューヨーク・タイムズに関連して自社のデータを紹介する。記事が発表された１月１０日時点で１月から３月までの山口県内への旅行申込人泊数は１４，５００人泊だった。これが２月末時点では３０，０００人泊を超えており、記事の発表を受けて、まずは国内旅行客が反応したということがわかる。インバウンドの今年度着地予想は２，５０７万人と出ている。１９年が３，１８８万人であったため、インバウンド全体としては８割程度まで戻っているという予測。ただし、中国を除くと１０２％となっており、中国以外のインバウンドも既にコロナ禍前を超えたという現状になっている。インバウンドで大きく変わっていることとして、滞在日数が非常に大きく伸びている。８日間ぐらいだったものが１０泊以上になっており、それだけ消費単価も上がっている。コロナ禍前の１人当たりのインバウンドの消費額は１５万円から１６万円の間程度だったが、今年度は２１万円

	を超えており、泊数の増と円安の影響が大きく出ていると思われる。先ほど市のデータに観光消費額があったが、宿泊の有無に大きく左右されると思う。インバウンドで一番注視しなければならないコロナ禍前との変化はF I T化、つまり個人旅行化。団体旅行を誘致することはベースとして必要だが、F I T化、オンライン化が進んだ現状からは、個人に対して交通や食といった必要な情報をどれだけ発信できるかが重要。誘客に一番大事なのが体験コンテンツ。これをしっかり充実させ、旅マエでしっかり販売することが重要。販売に関しては海外O T Aを通して促進するのが最も効果的。F I T化が進んでいると申し上げたが、中国地方エリアのF I Tはほぼリピーター。まずは団体旅行で日本に来て、個人で2度目、3度目、と来られるパターンが多いため、地方誘客のポイントとしては個人をターゲットとした誘客になると考えている。
(会長)	詳細で有益な情報に感謝申し上げます。委員の皆様から意見を願います。
(B 委員)	トイレの整備が進んでいる周防国衙跡について、イベント開催などでの活用は考えられないか。また、令和6年度事業に記載がある受入環境整備の具体的な内容を教えていただきたい。
(事務局)	周防国衙跡については、今年度トイレの改修を実施した。周防国衙跡南にある国衙公園のあたりには、清少納言が幼少期に住んでいたと言われている場所もあり、看板を設置している。周防国衙跡については、歴史的背景なども含めて知っていただきたいと思っている。将来的なイベントの実施なども見据えて整備を考えていきたい。二点目の受入環境整備については、瑞風が立ち寄る毛利氏庭園と令和9年に御神忌1125年式年大祭を迎える防府天満宮の周辺道路修景工事を中心に行う。防府天満宮から毛利氏庭園までの道を一体的に捉えて整備を進めていく。
(C 委員)	重要目標の成果指標で観光客の満足度を市民アンケートやW e bアンケートで調査しておられるが、アンケートの内容と、ポイントが上がった要因をお聞きたい。また、先ほど交通や食の情報が重要というお話があった。私自身も他県に行くときには事前にオンラインで交通情報を調べるので、防府においてもしっかり発信していただきたい。食の情報については地域おこし協力隊の方が発信されているが、個人でS N Sを活用した積極的な発信をしておられる方もいらっしゃるので、そういった方と連携した取組をしてみたい。交通に関しては防府駅周辺にタクシーが少なく不便に感じる。交通事業者とうまく連携していただければと思っている。観光消費額のお話もあったが、現在はどうしても天満宮周辺での消費に偏っているので、毛利氏庭園や防府駅周辺でももっと防府や山口の土産販売ができればいいのではないかなと思う。最後に、電車で防府に来られる方が駅に降り立った際、南北の出入口が分かりにくいという話を聞くので申し上げておく。

(事務局)	W e b アンケートは居住地などの基本情報を含む 1 4 項目の調査を行っており、防府での滞在時間や施設の認知度、食、土産物などに関する項目を設けている。観光消費額の項目は、宿泊費や交通費などの用途ごとに金額を区分分けし、該当する区分をお聞きし、各指標を抽出してお示しした。情報発信については、ご案内のとおり地域おこし協力隊が県外出身者の目線で発信を行っており、防府の認知度を高めていく施策の一つとして、ご提案いただいた個人の方との連携も検討していきたい。観光消費額については、観光施設の料金やお土産が主な用途となっている。一般的に最も単価が高い宿泊の母数が少ない防府では、なかなか消費額が伸びてこない。委員ご指摘のとおり、市内でお土産が充実している防府天満宮周辺に加え、今後の主要観光地整備などを進めながら、市内で消費していただけるよう積極的な P R も含めて取組を進めていきたい。
(C 委員)	調査した 1 4 項目の中で、満足度が高かった項目を教えてください。
(事務局)	観光施設は防府天満宮と旧毛利家本邸、食事では鱧料理、お土産ではかまぼこや竹輪、外郎、幸せますグッズの満足度が高くなっている。先ほど、委員のご発言の最後に防府駅南北の出入口が分かりにくいというお話があった。昨年夏以降、防府駅構内の看板等の整備を進めてきているが、今後の整備の参考にするため、もう少し詳しくお聞きしたい。
(C 委員)	防府駅で降りて、単に南北がどちらかということだけではなく、南側には商業施設、北側にはアスパラートやルルサスといった文化施設、できればその先の防府天満宮や英雲荘などの観光施設まで、道順などを含めた案内があると良いと思う。こうしたことは子ども達にアイデアを聞いてみるのも面白いのではないか。
(D 委員)	重要業績評価指標の認知度向上について、順位の分母を教えてください。
(事務局)	ブランド総合研究所が実施する地域ブランド調査を指標としており、調査の対象である東京 2 3 区や全 7 9 2 市を中心とした市区町村数 1 , 0 0 0 が分母。
(D 委員)	先ほど、丹委員から個人旅行化しているとお話があったが、アジア圏は団体が多く、欧米は個人が多い印象を持っている。個人旅行化がインバウンド全体の傾向なのかお聞きしたい。また、事業者向けのインバウンド対策として、会話に G o o g l e 翻訳が活用できるのではないかと考えているが、何かコミュニケーションに活用できる仕組みをご存知であれば教えてください。
(A 委員)	一点目について、インバウンドはほぼ 8 割が個人旅行と思っていただいてもいいくらいに伸びている。確かにアジア圏からの団体ツアー客は多いが、この辺りと言えば広島や福岡といった大都市圏型がメイン。地方には 2 回目、3 回目

	のリピーターが個人で来ている。今は4回目のリピーター率も上がってきており、個人旅行の伸びにつながっている。国内需要は多種多様のため一概に言えないが、新山口駅や宇部空港からの利便性を考えると、山口に来られる観光客の立ち寄りが見込める防府は相当伸びしろのあるまちではないかと思う。インバウンド・国内ともに、個人の満足度を上げるための環境整備が重要。二点目の事業者のインバウンド対策についてだが、言葉でのコミュニケーションはあまり関係ない。外国人観光客の方は、言葉が通じなくても心が通じ合う、人同士の触れ合いで満足感を得ている。ただし、必要最低限のおもてなしとして、例えば食事であれば多言語化されたメニューがあったほうが良い。翻訳機などのツールもあるが、店員が多言語を話せるかどうかは二の次。多言語で、おすすめの一品が一目でわかるようなメニューが用意されていれば良い。インバウンドの方の満足度を上げるものは、圧倒的に食。中でも、今は日本酒が注目を浴びている。この点でも山口県は魅力ある素材が多く揃っていると思う。食以外では歴史文化体験。特に欧米豪の方は非常に興味を持っておられる。先ほど、高校生が制作した時代衣装の着付け体験のお話があり素晴らしいと思った。そういった体験コンテンツに食のコンテンツを組み合わせたような複合型の着地商品を作るということも、非常にコンパクトで満足度が上がる仕掛けではないかと個人的に思っている。
(E 委員)	瑞風そのもののお客様はそう沢山おられるわけではないので、これを契機として防府に来られる観光客の方向けの食や体験のコンテンツを充実させ、消費単価の上昇につながればより良いのではないかと思った。一点質問だが、前回の本協議会で「すごいぞ！防府 秋の大イベント」の際に周遊バスのようなものを運行する予定とご紹介があったが、実際にどのような取組であったかお聞きしたい。
(F 委員)	当該イベントは昨年11月18日、19日に開催した。ご案内の周遊バスは、防府駅と阿弥陀寺間を往復する臨時無料バスを20分間隔で運行したもの。前年度も運行したが、周知が足りていなかったという意見もあり、事前告知に加えて、バス停付近への分かりやすい看板設置や係員配置などで改善を図った。結果としてバスの利用者は大きく伸び、特に2日目の阿弥陀寺での餅まきに合わせた時間帯のバスは多くの方にご利用いただいた。
(会長)	秋の大イベントについて、全体的なご報告をいただきたい。
(F 委員)	当該イベントは令和元年から始まった4大観光名所を会場としたイベント。5回目となった今年度は、人気の高い「食」にスポットを当て、従来の周防国分寺でのグルメブース展開に加えて、毛利氏庭園でもスイーツ中心に店舗を展開した。天候にも恵まれ、2万人の方にお越しいただいた。また、従来から、防府商工高等学校にファッションショーやものづくり体験を実施していただいていたが、今年度はさらに山口大学経済学部の学生約40名にご参加いただ

	き、クイズラリーやグルメブース、体験ブースを展開してイベントを盛り上げていただいた。令和6年度も中身を充実させながら持続可能なイベントとなるよう取り組んでいきたい。一過性のイベントに終わらせず、会場となる4大名所に再来を促すような仕掛けづくりも必要とも思っている。
(G委員)	国衙跡に大型バスの駐車場は整備できないか。周防国分寺で阿字観という体験を行っておられるが活用できないか。今年度は観光ガイドの研修に参加したが、ガイド中のトラブルを想定した研修もあり役に立った。塩田記念産業公園については、全国的にも珍しい施設だとも思うので、観光素材としてもっと活用してほしいと思う。
(事務局)	国衙跡における大型バス駐車スペース整備は土地の問題などから実現は難しいが、大型バスの駐車可能な毛利氏庭園の駐車場から誘客できるような仕組みなども考えながら取組を進めていきたい。周防国分寺の阿字観体験については、毛利邸での食事体験や英雲荘での時代衣装体験、富海での藍染体験などと合わせて、体験コンテンツの一つとして造成できないか検討していきたい。ガイド研修ではクレマー役として参加させていただいた。日頃のご経験を活かし、迅速にご対応いただいて本当に素晴らしいと思った。塩田記念産業公園は、小学生を中心とした教育旅行が多いが、塩づくり体験などもできるので、観光コンテンツのひとつとしてもPRしていきたい。
(C委員)	防府市は歴史資源が実に多く、小学校区ごとに何らかの史跡があるので、教育委員会と連携をして自分の校区内の歴史や史跡を勉強する機会があっても良いのでは。子どものころから知る、勉強する機会があれば、大きくなって県外に出て行っても地元防府の魅力を案内してくれるのではないかなと思う。周防国分寺の阿字観の話があったが、防府天満宮周辺のお寺でも座禅などの体験を提供されている。宗派など考慮すべきこともあると思うが、インバウンドを含めてそういった体験ができる場所をPRしていくことも一つの手。
(事務局)	校区ごとに様々な史跡や文化などがあることは承知している。おっしゃるように、将来の防府の観光振興につながることも考えられるので、人材育成の観点からも教育委員会と連携しながら取組を進めていけば良いのではないかなと思う。座禅体験についてもPRすることができれば良いと思っている。
(H委員)	観光地における喫煙所について基本的な考えがあるのか。天満宮周辺で喫煙所の場所を聞かれて困ることがある。あるなら「どこ」なのか、ないなら「ない」と答えたい。「知らない」ではおもてなしできない。
(事務局)	うめてらすや山頭火ふるさと館、塩田記念産業公園は公共施設のため禁煙。観光地全般に関する明確な方針はない。防府天満宮にもうめてらすにも昔は喫煙所があったが、昨今の流れから撤去が進んでいるのが実情。

(I 委員)	期限まであと2年と迫る中、この非常に高い目標値を達成するために今何をしないといけないのかということを強く思っている。委員の皆さんからご意見があったとおり、防府に来ていただくために、お客様の目線に立って、どんな魅力を打ち出すのか、他とどう差別化するのか、どうすれば行ってみたいと思っただけなのか、高い交通の利便性をどうPRしていくのか、といったことを考える必要があると感じる。瑞風が立ち寄るというお話があったが、9月以降に月に1回程度ということだった。やはり山口市がニューヨーク・タイムズに掲載されたという、今の流れをしっかりと掴み、山口市を訪れた方が防府に来ていただけるよう、8割が個人のお客様であるという実態や、体験型のコンテンツが重要ということなどを踏まえ、お客様目線でしっかりと考え、令和6年度の事業に取り組んでいただきたい。
(事務局)	委員ご案内のとおり、瑞風は月に1回程度で乗客も30名程度のため、瑞風が立ち寄るまちであることをしっかりとPRして、波及効果を生んでいきたい。また、注目が高まっている山口市や、山口県央連携都市圏域の取組も参考にしながら、連携できるところはしっかりとしていきたい。ご意見いただいたように、お客様目線を大事にしながら進めていく。
(会長)	前回会議で防府への旅行パンフレットのご紹介があった。大阪にも置かれるというようなお話だったと思うが、そのパンフレットの効果について分かる範囲で教えていただきたい。
(F 委員)	赤い風船「歴史のまち防府」のことかと思う。今年度のV字回復事業の中の一つとして造成した、鉄道と宿泊がセットになった個人向け旅行商品。あえて商品名に「山口」を入れず、表紙に毛利氏庭園と防府天満宮の画像を配し、「防府」の名前を知っていただくための商品として造成していただいた。販売にあたっては、約3万部のパンフレットを販売エリアの関東から九州にある日本旅行各支店や各営業所などに設置した。これに加えて、大阪の天王寺駅構内にある支店で大規模なキャンペーンを張り、広島駅構内のデジタルサイネージを活用したPRも実施した。集客については数字を持ち合わせていないが、旅行好きの方に向けて「防府」の名をPRする効果は充分にあったものと考えている。
(会長)	委員の皆さまからのご意見やご提案は事務局で持ち帰って関係者としてしっかりと共有し、防府市の観光振興に繋げていただきたい。また、瑞風の立ち寄りによる観光地としての価値の高まりや、ニューヨーク・タイムズ掲載による山口の注目度の高まりも有効に活用し、さらなる観光振興に取り組んでいければと思う。それでは、全ての議事が終了したので進行を事務局にお返しする。円滑な議事進行へのご協力に感謝申し上げます。
3 閉会	