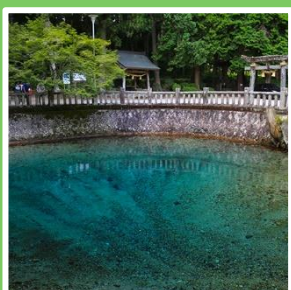
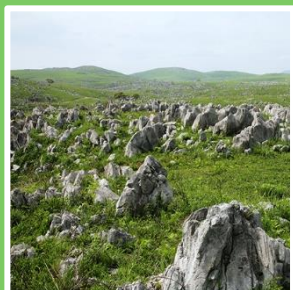
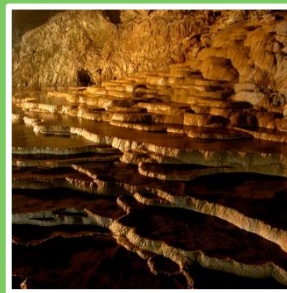
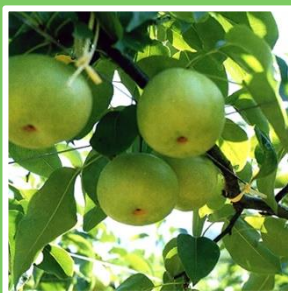


# MINE



## 第2次美祢市観光振興計画

美祢市公式キャラクター  
ミネドン



令和2年3月



交流拠点都市  
美祢市  
MINE CITY



## 市長メッセージ

本市は、平成20年3月に旧美祢市、美東町、秋芳町が合併し美祢市となり平成22年3月に新たなまちづくりの指針として、第1次美祢市総合計画を策定し、「交流拠点都市」を掲げ各種施策に取り組んで参りました。そうした中、平成25年6月に県下では初めてとなる「おもてなしのまち美祢観光振興条例」の制定にともない、平成26年に「美祢市総合観光振興計画」を策定し観光事業の発展に取り組んで参りました。



この間、観光産業を取り巻く環境は大きく変化し、美祢市の観光を牽引する、秋吉台・秋芳洞への来訪者数は、年々、減少を続け、観光業をはじめとした、各産業においても大変厳しい状況が続いています。

情報発信においては従来、観光客の受入側が地域資源を活用しサービスや情報を提供していた「プロダクトアウト（地域目線）」から、観光客のニーズを踏まえた地域資源のサービスや情報を提供する「マーケットイン（旅行者目線）」に変化しており、ビックデータの収集と分析に基づき、マーケットをさらに意識した施策の展開が急務となっています。

さらに、平成25年から増加していた本市への外国人旅行者が、日本を取り巻く環境等の変化により、平成27年から減少傾向となっています。

しかし、今後、東京を中心としたオリンピック・パラリンピックや大阪でのワールドマスターズ2021関西、さらに大阪万博等の、世界が注目するイベントの開催を絶好の機会と捉え、本市の魅力を発信し外国人及び国内観光客の誘致に取り組むことが必要です。

そのような中、本市においては、令和2年3月に本市の新たな指針となる「第二次美祢市総合計画」が策定されました。新たな将来像「若者・女性・地域がかがやき、こどもの笑い声が響く『誇れる郷土・秋吉台のまち』」を実現するため、平成27年に策定した「美祢市観光振興計画（現計画）」の取り組みや成果、課題を踏まえ、次期計画「第2次美祢市観光振興計画」を策定します。

この計画では、「観光立市をめざす、おもてなしのまち～未来へつなぐ観光～」を基本理念に掲げ、観光立市の実現に必要とされる施策を、観光地経営の視点に立ち、地域の多様な事業者や関係団体と連携を図り、本市の観光・地域資源を最大限に活かした、観光による地域づくりを推進し、地域活性化につなげたいと考えています。

最後に、本計画の策定にあたりご尽力いただきました審議会の委員皆様と、調査にご協力、ご意見をいただきました市民の皆様にご心から感謝申し上げます。

令和2年3月  
美祢市長 西岡 晃

# 目 次

<b>序章 計画策定の背景</b> .....	<b>1</b>
1. 第2次美祢市観光振興計画策定の目的 .....	1
2. 本計画策定の意義 .....	1
3. 本計画の位置づけ .....	2
4. 本計画の期間 .....	2
5. 人口減少時代・少子高齢化社会への突入と地方創生の取組 .....	3
6. 国内旅行者の伸び悩みとニーズの多様化 .....	4
7. 急増する海外からの訪日外国人旅行者 .....	6
8. 旅行業界における環境の変化 .....	7
<b>第1章 美祢市の観光を取り巻く現状と課題</b> .....	<b>9</b>
1. 調査事業 .....	9
2. 国内旅行者の現状と課題 .....	10
3. 訪日外国人旅行者の現状と課題 .....	20
4. ワークショップ .....	31
5. 現計画(美祢市観光振興計画)の評価と総括 .....	32
<b>第2章 美祢市観光の目指すべき方向</b> .....	<b>40</b>
1. 基本理念 .....	40
2. 重点プロジェクト .....	44
3. 基本方針と基本施策・具体的施策 .....	47
4. 数値目標(KPI) .....	59
5. 経営の健全化 .....	59
<b>参考資料</b> .....	<b>61</b>

## 序章 計画策定の背景

### 1. 第2次美祿市観光振興計画策定の目的

本市では、平成22年3月に策定した第1次美祿市総合計画の基本理念「交流拠点都市～観光立市～」を実現するため平成27年3月に「美祿市観光振興計画」を策定し、「観光立市をめざす、おもてなしのまち～来訪者に感動を与える美祿ブランドの提供～」を基本理念に掲げ多様な施策を展開してきましたが、本市観光を取り巻く環境は大きく変化しています。

とくに修学旅行においては「見る」主体の修学旅行から、「体験」「学ぶ」といった形態に移行し、観光地での受け入れ態勢整備が必要となっています。

また、旅行形態も団体から個人・少人数グループへと、また、観光地を通り過ぎる「金銭消費型観光」から「今だけ、此処だけ、私だけ」の「着地型」あるいは「体験型」へと変化し、観光地に求められるニーズも多様化しています。

さらに、ラグビーワールドカップ2019を契機に、東京オリンピック・パラリンピック等の世界的イベントが開催されることから日本への関心が高まり外国人旅行者の来訪が増加しています。

ICT、スマートフォンの普及と共に情報発信が容易になり多様化すると同じく、観光客の観光情報の取得ツールも多様化・容易となり地域間競争も激しさを増している中、特色のある観光地づくりが必要となっています。

これらの現状をふまえ、日本有数のカルスト台地「秋吉台」と日本屈指の大鍾乳洞「秋芳洞」の観光資源と市内に点在する「ヒト・モノ・コト」の地域資源を最大限に活かした観光振興と、近年の観光動向に則した実践的かつ実効性があり、市内の多様な関係者と市民が共に観光に関わり、観光により発展する地域をつくる「第2次美祿市観光振興計画」を策定します。

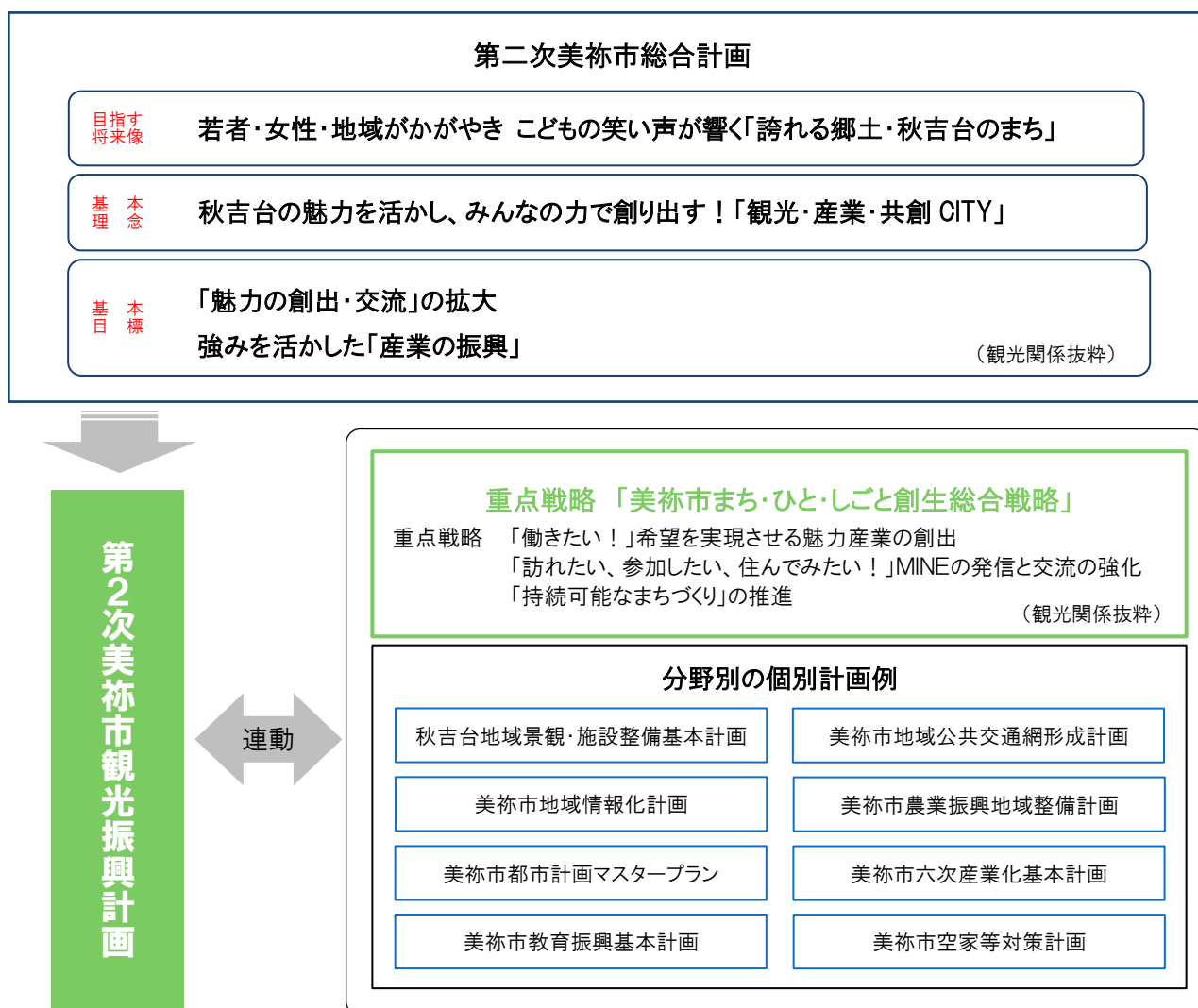
### 2. 本計画策定の意義

本計画は、「第2次美祿市総合計画」で示す将来像「若者・女性・地域がかがやき こどもの笑い声が響く『誇れる郷土・秋吉台のまち』」を実現するため、平成27年度に策定した「美祿市観光振興計画(現計画)」のこれまでの取り組みや成果、課題などを踏まえ、次期計画として策定するものです。

そして、市や関係団体はもとより、事業者や市民が、それぞれの強みを活かしながら相互に連携、協働し、美祿市全体で観光振興を図っていくための指針とします。

### 3. 本計画の位置づけ

本計画は「第二次美祢市総合計画」を最上位計画として位置づけ、重点戦略である「美祢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」や市が策定する他の個別計画と連携しながら、「美祢市観光振興計画」の次期計画として、美祢市全域の観光振興を図るための指針とします。



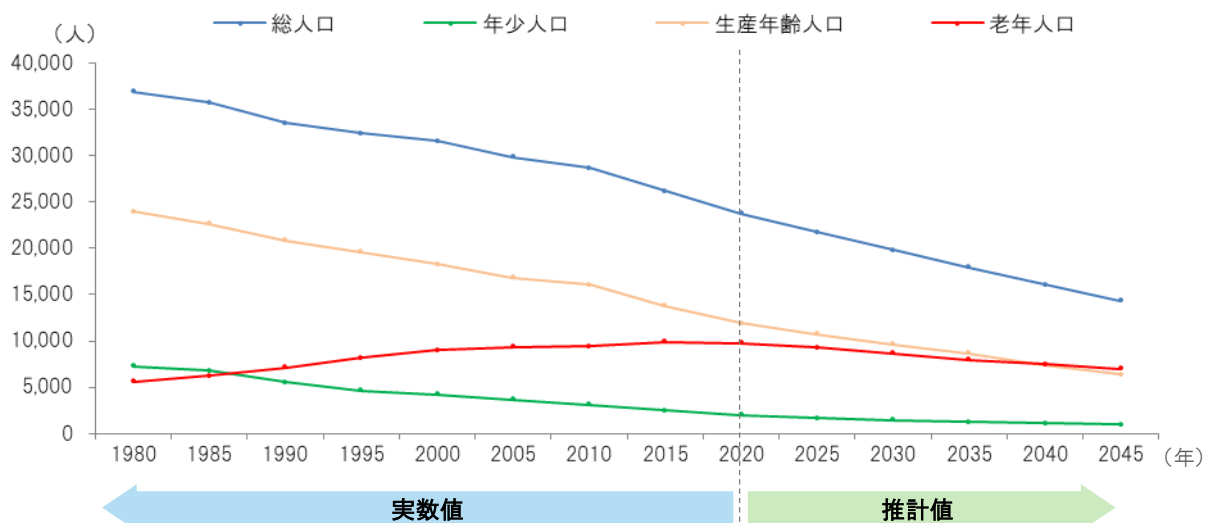
### 4. 本計画の期間

本計画の対象期間は、令和2年度から令和6年度までの5年間とします。時代の進展が急速に変化する時代にあり、本計画では市場ニーズが高く、実行性ある具体的な取り組みを策定します。また、早期の取り組みについては、3年度目に効果検証を行いながら、4年度目以降の取り組みを策定していくこととします。

## 5. 人口減少時代・少子高齢化社会への突入と地方創生の取組

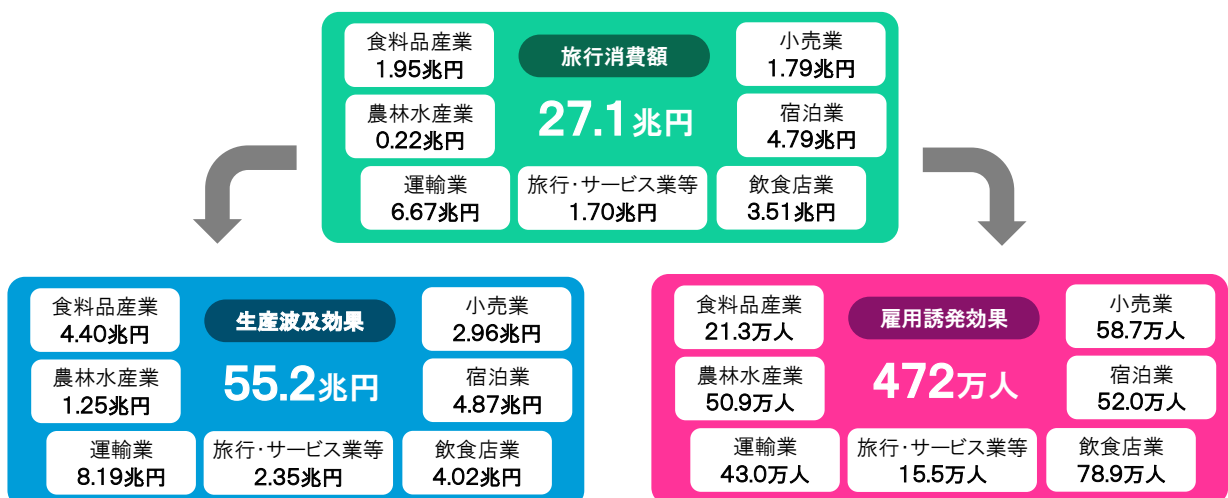
美祢市の人口は減少傾向が続いており、2045年には、人口は1万5千人を切ると予想されており、定住人口と生産年齢人口の減少に伴う経済力の低下が顕著に現れると予測されています。第二次美祢市総合計画で示す美祢市の将来像「若者・女性・地域がかがやきこどもの笑い声が響く『誇れる郷土・秋吉台のまち』」を実現するためにも、観光産業の振興による雇用の場の創出、生活圏の維持による定住人口の確保(特に若者流出阻止)が重要な課題となります。現在進められている地方創生の取り組みにおいては、地域経済の活力や雇用を創出するため、観光振興による交流人口や関係人口の拡大が求められています。

### ■美祢市の人口の推移



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」準拠推計

### ■旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果(2017年)

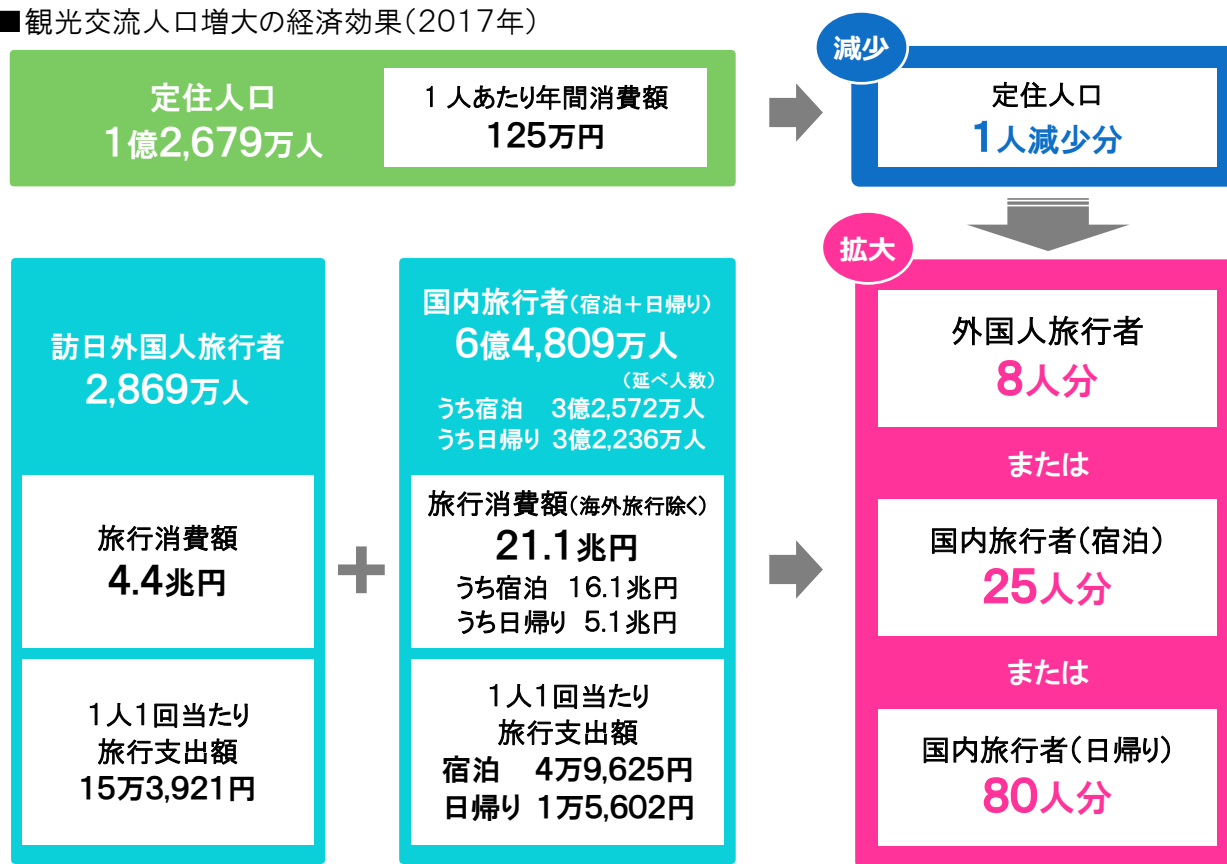


【出典】観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

日本全体の人口が減少する中で、今後各地域がどうやって生き残っていくかが大きな課題です。そこで定住人口では限界があるため、交流人口をいかに増やしていくかがポイントになってきます。例えば、人口が1人減ると、1人当たりの年間消費額約125万円が減少しますが、滞在期間が長く、長距離旅行の外国人旅行者を8人集めると人口1人分の減少をカバーすることができます。実際、地方へ行く外国人旅行者の数は伸びており、地方へ訪日外国人旅行者を呼び込むことが、今後の日本の地域経済にとってよい効果をもたらします。

定住人口1人減少分は、外国人旅行者8人分又は、国内旅行者(宿泊)25人分又は、国内旅行者(日帰り)80人分でまかなえるとの観光庁の試算もあり、多くの国内外の旅行者の誘致は、地域経済の活性化を図る手段として非常に有効です。

#### ■観光交流人口増大の経済効果(2017年)



【出典】観光庁「2017年国連開発のための持続可能な観光国際年における我が国の取り組み、そして未来へ」

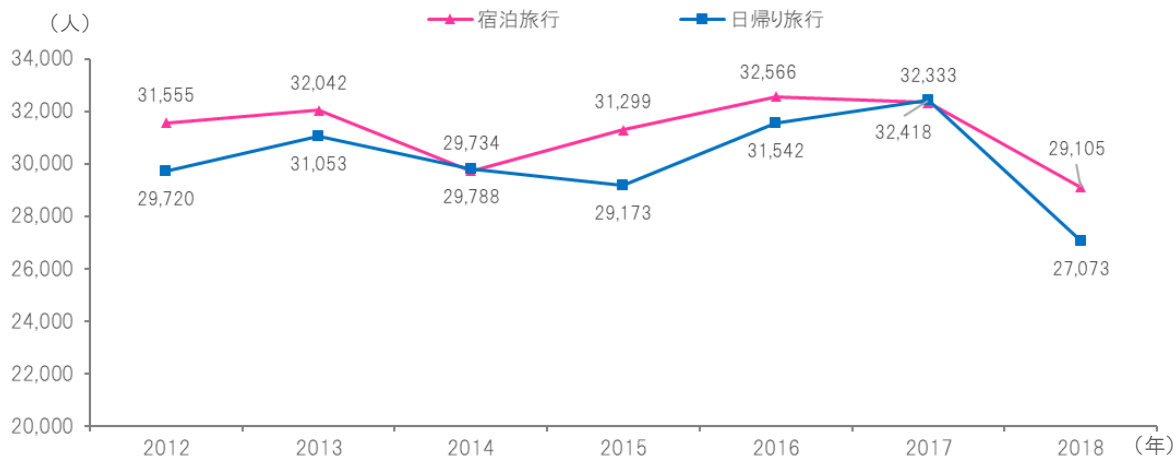
## 6. 国内旅行者の伸び悩みとニーズの多様化

2000年代以降、わが国の国内旅行者数は緩やかな減少傾向を続けています。近年においても旅行者数、旅行消費額ともに大幅な伸びはなく、人口減少時代に向けてますます減少していくと推測できます。

一方で観光や旅行に求める“もの”が多様化し、旅行目的や目的地での過ごし方等についてのニーズも多岐にわたってきています。そのため、これらに細やかに対応できる観光商品やサービスの提供が必要になっていきます。2016年度より観光庁においてテーマ別の地方誘客事業が始まり、様々なツーリズムが展開しています。

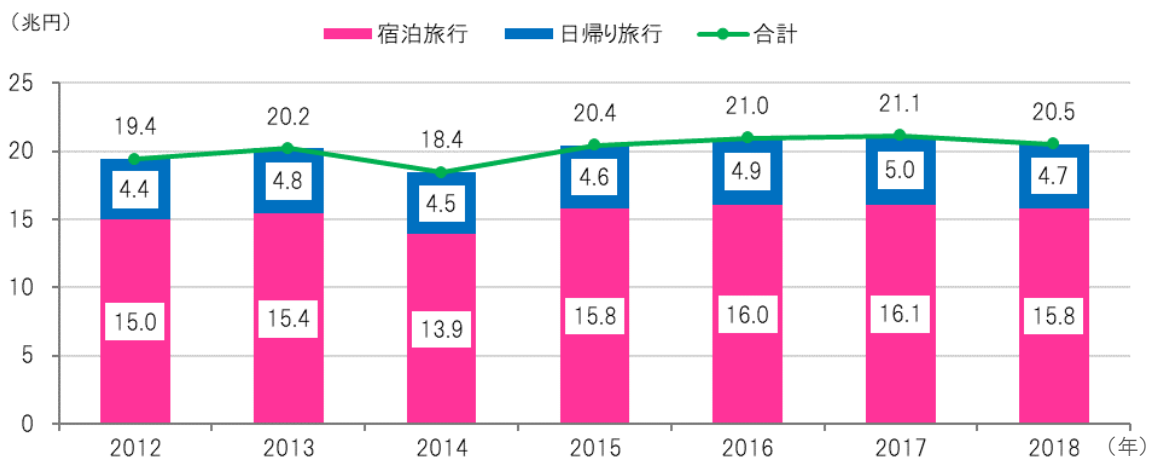


■ 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



【出典】観光庁「旅行・観光消費動向調査」

■ 日本人国内旅行消費額の推移



【出典】観光庁「旅行・観光消費動向調査」

■ 観光庁の選定するテーマ一覧

エコツーリズム	アニメツーリズム	百年科亭
街道観光	古民家等の歴史的資源	産業訪問
酒蔵ツーリズム	サイクルツーリズム	ONSEN・ガストロノミーツーリズム
社寺観光 巡礼の旅	全国ご当地マラソン	郷土食探訪～フードツーリズム～
明治日本の産業革命遺産	日本巡礼文化発祥の道	宙ツーリズム
ロケツーリズム	忍者ツーリズム	—

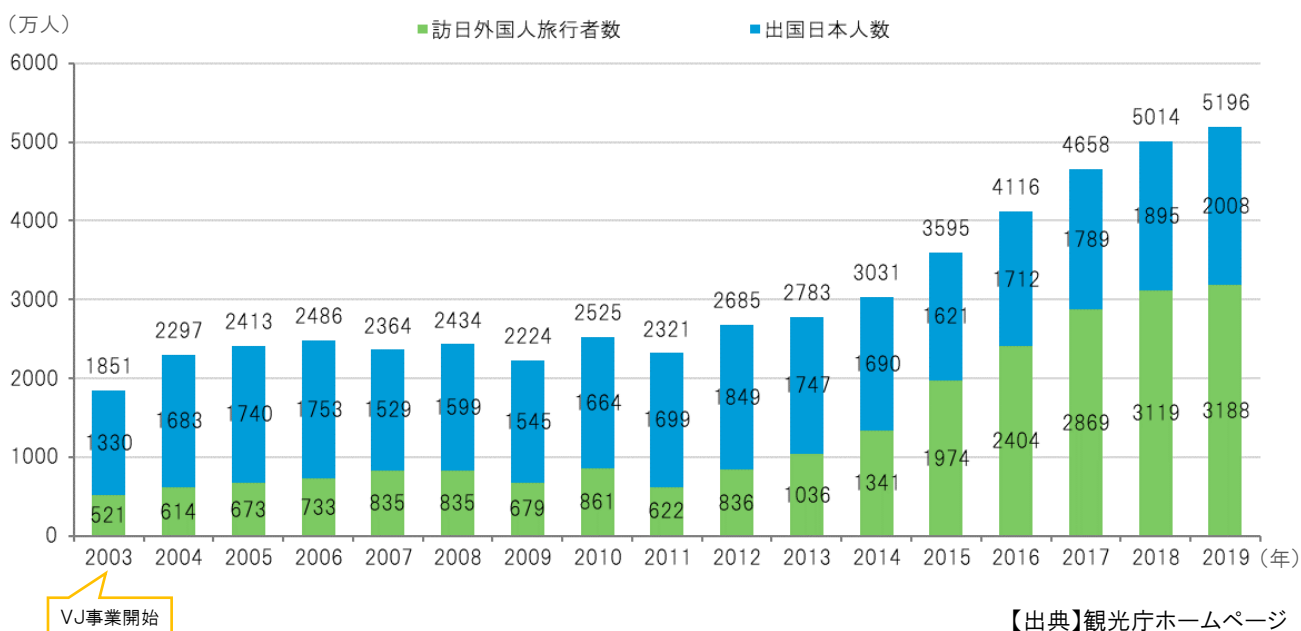
【出典】観光庁ホームページ

## 7. 急増する海外からの訪日外国人旅行者

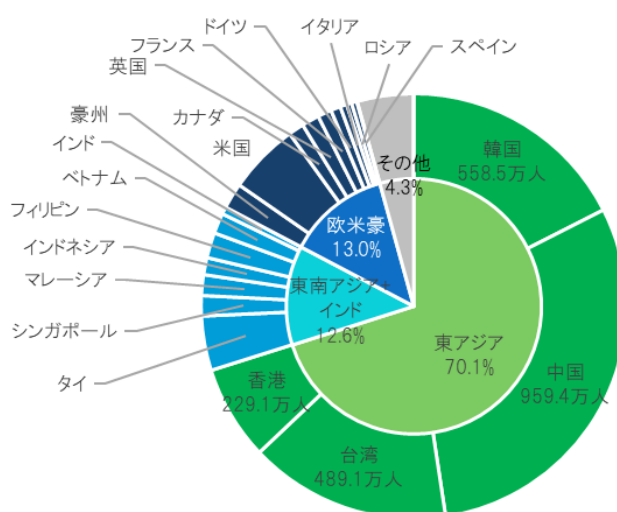
2019年の訪日外国人旅行者数は、ビジット・ジャパン・キャンペーンを開始した2003年から6倍増加しました。特に東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が決まった2014年の翌年から急増し、訪日外国人数が出国日本人数を上回っています。

国・地域別の内訳をみますと、7割が近隣の東アジアからで、経済成長の著しいASEAN諸国、欧米豪など広いエリアから日本へ来訪していることが分かります。2021年にはワールドマスターズ関西、2025年には大阪万博の開催も予定されており、インバウンド市場のさらなる成長が見込まれています。

### ■訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移



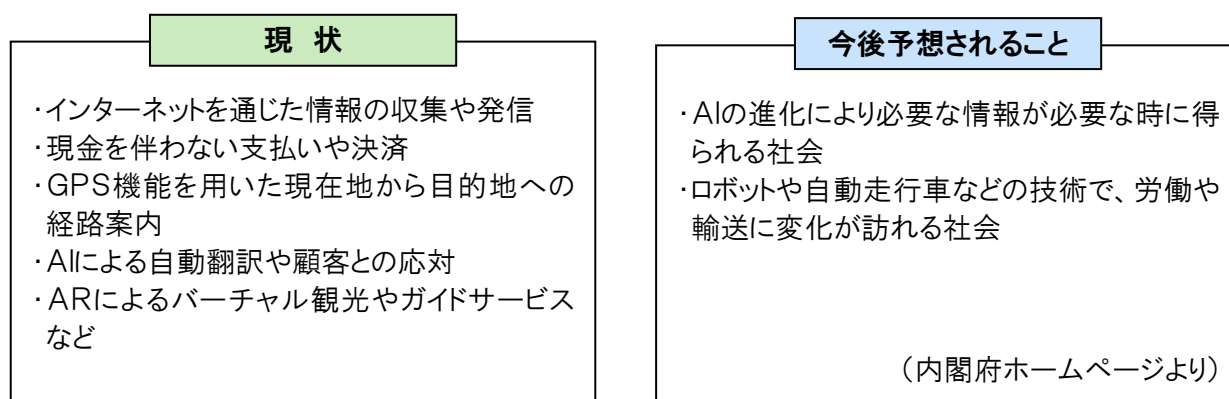
### ■訪日外国人旅行者の内訳(2019年速報)



## 8. 旅行業界における環境の変化

### (1) ICTの発達による環境の変化

ICTの発達やスマートフォンの普及によって、旅行を取り巻く環境やスタイルは急速に進展を続けており、旅行に関する様々なサービスがスマートフォン上で受けられるようになりました。このような環境の変化によって、旅行者が旅行中に現地の情報を収集することが多くなり、観光地のWi-Fi設置やキャッシュレス化などの対応が重要視されています。今後は、通信システムの変更(4Gから5Gへ移行)や新たな情報社会(Society5.0)の動きも見据えながら、観光の振興を図る必要があります。



### (2) SDGsに対する意識の高まりと学習プログラム

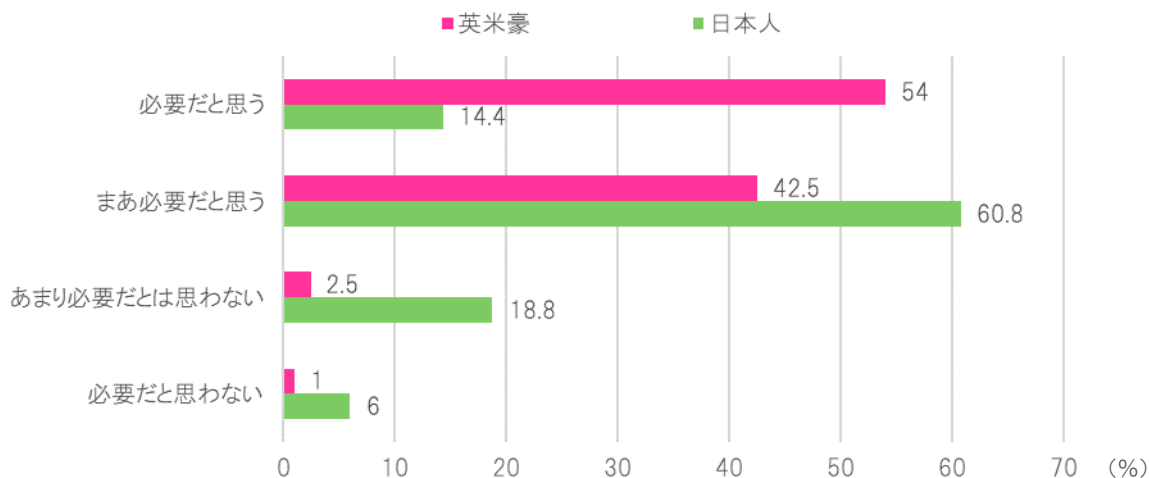
「SDGs(エスディーゼズ)」とは、「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称であり、2015年9月に国連で開かれたサミットの中で世界のリーダーによって決められた、国際社会共通の目標です。このサミットでは、2015年から2030年までの長期的な開発の指針として、「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。

日本とイギリス・アメリカ・オーストラリアの4カ国を対象にした意識調査では、日本のSDGsの達成に貢献する旅行への理解や関心、その必要性についての意識は、現状では海外と比べて全般的に低くなっています。

日本においては、SDGsに対する観光業界側の取り組みも旅行者の意識も、十分浸透しているとはいえ、旅行市場を支える訪日外国人、20代および50代の日本人旅行者のエシカル消費志向を背景に、今後、SDGs 達成に配慮した商品やサービスへの需要が高まることが考えられます。

また、学校における授業や修学旅行等の学校行事にSDGsの導入が増えていることから、秋吉台や秋芳洞の環境学習や環境に配慮した様々な取組をSDGsと関連付けて学ぶことのできるプログラムへと変えていく必要があります。

## ■SDGsに配慮した旅行の必要性



【出典】JTB総合研究所「旅行者のSDGsに対する意識調査」

古くから使われてきた石灰岩は、道路や建物の建設資材、製鉄の際に使用されるほか、水や空気の処理、ゴミを固形燃料へ変える際に使用するなど、私たちの暮らしに欠かせない貴重な鉱物資源です。地球が長い時間をかけて創った限りある資源を未来へつないでいくためには、資源の活用と保全、私たちの生活のありかたについて多くの人々に知ってもらうことが重要です。

これはSDGsの目標12番「つくる責任、つかう責任」に該当します。

美祿市では秋吉台の石灰岩や大嶺炭田の石炭など通じて、持続可能な開発と自然と調和したライフスタイルについて意識をもったツアーを実施することができます。

12

つくる責任  
つかう責任

### 12. つくる責任、つかう責任

持続可能な生産消費形態を確保することを目的としています。

持続可能な開発という観点でいけば、浪費する量が多く、いずれは資源なども枯渇し、生産ができないような状況にならないように作る側も使う側にも課題があり、それらを改善することで目標達成を目指しています。

# 第1章 美祢市の観光を取り巻く現状と課題

## 1. 調査事業

本計画の策定にあたり、美祢市における観光振興の現状と課題を整理するために「国内WEB調査」、「海外WEB調査(アメリカ・台湾)」、「美祢市主要観光地でのアンケート調査」、「市民・事業者アンケート調査」を実施しました。また、これからの美祢市観光の方向性を考え、現計画の点検や評価を行う目的で、観光関連事業者を集めたワークショップを開催しました。

<各種調査の概要>

### ① 国内消費者を対象にした WEB アンケート調査

調査手法	インターネットを利用したWEB調査
配信地域	北海道・東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州・沖縄
サンプル	946名(男性632名、女性314名)
来訪経験	美祢市への来報経験者472名、非来訪者474名

### ② アメリカ・台湾を対象にした WEB アンケート調査

調査手法	インターネットを利用したWEB調査
配信国・地域	アメリカ、台湾
サンプル	100名(アメリカ50名、台湾50名)
調査対象	訪日旅行経験のある人

### ③ 美祢市主要観光地でのアンケート調査

調査手法	面接調査(一部自記入あり)
調査地点	秋吉台カルスタ―館内および秋芳洞入場券販売所周辺
調査期間	2020年1月5日(日)、11日(土)～13日(祝)の4日間、10:00～17:00
回答者数	625名

### ④ 市民・事業者を対象にしたアンケート調査

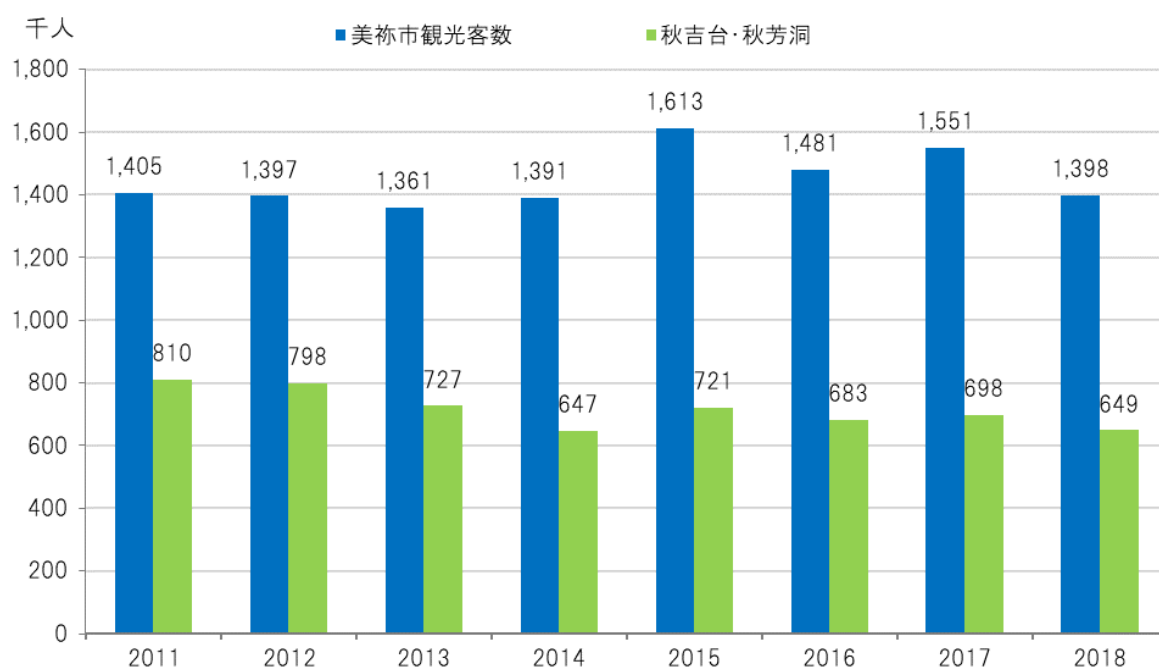
調査手法	郵送調査およびワークショップでの配布・回収
対象事業所	美祢市内に在所する事業所
対象者	美祢市内で働く人
回答者数	72名(男性45名、女性17名、無回答10名)

## 2. 国内観光客の現状と課題

### (1) 美祢市及び秋吉台・秋芳洞の来訪者数

近年、美祢市を訪れる来訪者数は、2015年に「明治日本の産業革命遺産」世界遺産登録や山口県での世界スカウトジャンボリー開催などによる相乗効果で伸びを示したものの、以後は減少傾向にあります。また、秋吉台・秋芳洞の来訪者数が全体に占める割合は、2014年以降、5年連続で半数以下となっています。

■美祢市及び秋吉台・秋芳洞の来訪者数



【出典】山口県「山口県観光客動態調査」

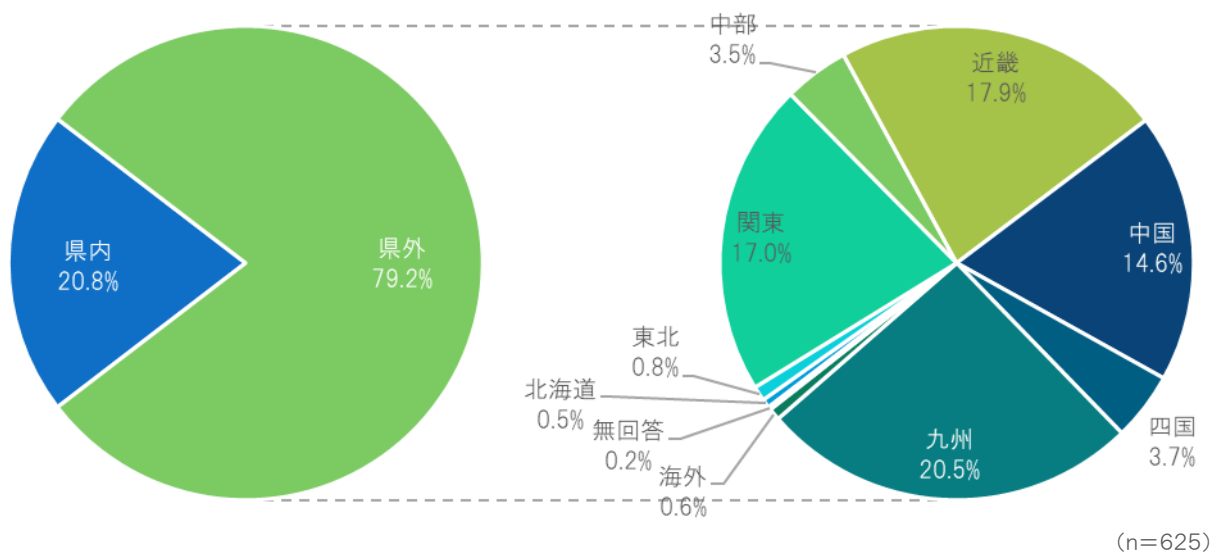
#### 【課題】

美祢市へ来訪者の45%は秋吉台・秋芳洞を訪れており、秋吉台・秋芳洞の来訪者の増加は美祢市への来訪者の増加につながるため、的確な情報発信が必要です。

## (2) 来訪者の居住地

美祢市を訪れる人の居住地は、県内客が約2割、県外客が約8割で、九州地方(25.9%)が最も多く、近畿地方(22.6%)、関東地方(21.4%)、中国地方(18.4%)という順位でした。都道府県別では山口県が最も多く、福岡県、広島県、東京都、大阪府、兵庫県、神奈川県、愛知県、埼玉県、長崎県、岡山県と続いています。

### ■美祢市への来訪者居住地



美祢市主要観光地でのアンケート調査結果より

### 【課題】

地方別では九州、近畿、関東、中国が全体の88%を占めているものの突出した地域がないためターゲットの選定には十分な分析が必要です。県内・中国・九州などから自家用車で訪れる来訪者に対して、分かりやすい観光案内板やマップなどの整備が必要であるとともに、関東や近畿地方からの来訪率も高いため、市内での公共交通対策が必要です。

### (3) まつり・イベントの参加者数

美祢市で開催されているまつりやイベントは、四季折々の豊かな自然を感じられるものが多く、地元住民も来訪者も一緒に楽しめるものばかりです。特に近年は、健康志向なアクティビティの人気の高まっています。

#### ■本市で開催されるまつり・イベントの来場者数

まつり・イベント名	2016年	2017年	2018年
美祢桜まつり	15,000人	10,000人	6,000人
大正洞桜まつり	500人	450人	700人
美祢ランタンナイトフェスティバル	14,000人	30,000人	—
長登銅山まつり	1,150人	785人	828人
リフレッシュパークまつり	850人	700人	800人
里山フェス	—	1,400人	1,500人
Mine秋吉台ジオパークマラソン	2,659人	2,393人	2,803人
秋吉台カルストウォーク	530人	649人	689人
JBCF秋吉台カルストロードレース	—	3,700人	4,295人
秋吉台カルストTRAILRUN	347人	582人	702人
みねすろん	283人	397人	450人

#### 【課題】

地域イベントは横ばい又は減少傾向にあり、イベント内容の刷新、見直しが必要です。



## (4) 学校団体

修学旅行などの教育旅行で美祢市を訪れる学校団体の目的地は、主に「秋芳洞・秋吉台」、「秋吉台サファリランド」、「秋吉台科学博物館」、「秋吉台エコミュージアム・長登銅山・金麗社」、「大正洞・景清洞」で、年々減少傾向にあります。少子化による市場全体の縮小はあるものの、一般団体客と違い確実に実施される団体旅行であることや将来のリピーターとなりえるため美祢市にとっても重要なマーケットであることに変わりはありません。

### ■美祢市を訪れる修学旅行者数

旅行形態	2015年	2016年	2017年	2018年
日帰り	48,627人	46,636人	47,688人	37,091人
宿泊	12,156人	11,659人	11,922人	9,273人

【出典】山口県「山口県観光客動態調査」

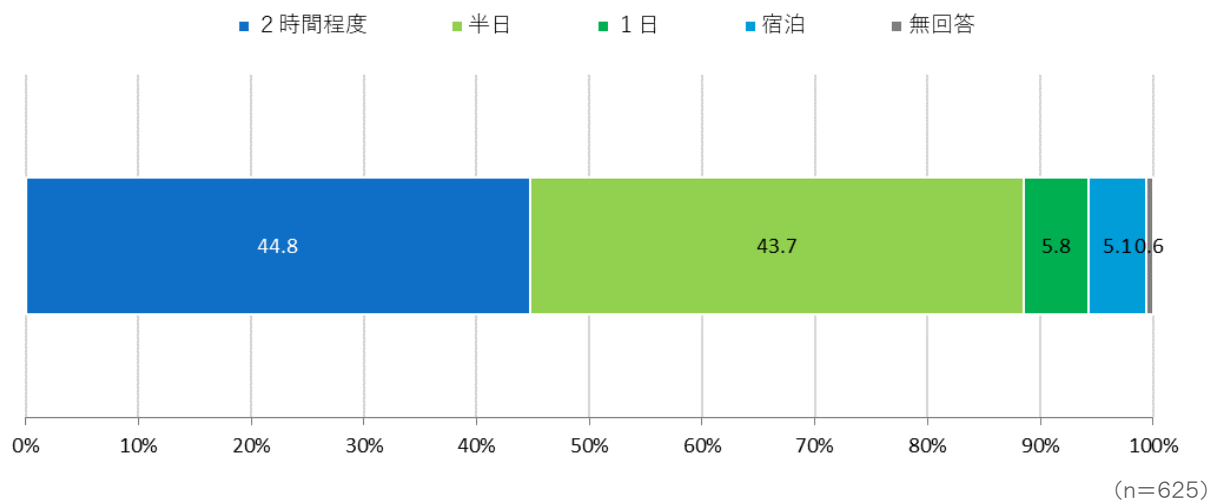
### 【課題】

近年の教育旅行は物見遊山的な観光でなく、生徒が“主体的・対話的にグローバルな視点で考え”、“ICTを活用しながら”、“深い学びを実現できる”ことを目的にした体験型学習プログラムを取り入れています。2020年から始まる新しい学習指導要領やSDGsと親和性の高いプログラムの開発が必要です。

## (5) 美祢市の滞在時間や宿泊

美祢市を訪れた人を対象にした聞き取り調査では、宿泊した人は全体のわずか5%にとどまり、日帰り客が94.3%を占めました。また、その半数近くが2時間程度と大変短い状況です。

### ■美祢市の滞在時間



美祢市主要観光地でのアンケート調査結果より

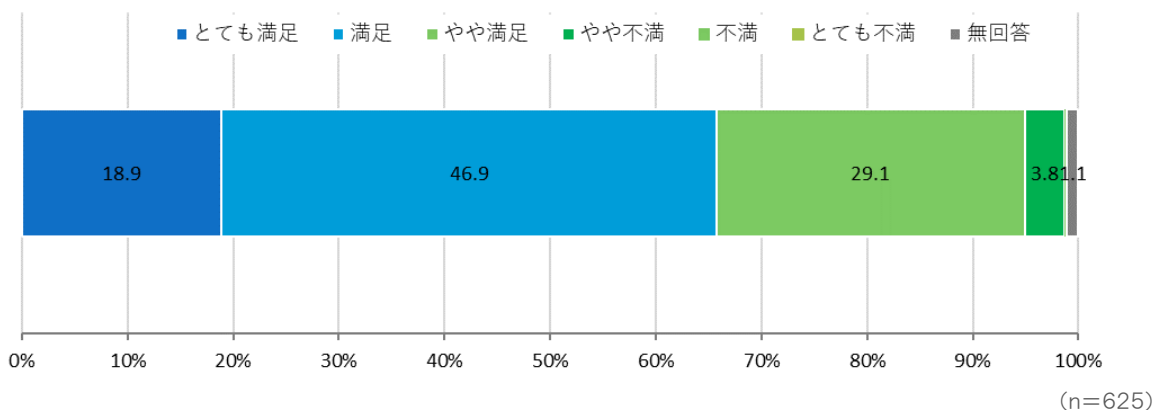
#### 【課題】

本市の観光資源を活用した体験プログラムやグリーンツーリズムなど、滞在時間を延ばす取組を強化する必要があります。また、マーケットに対して、多様化する宿泊施設への対応が必要です。

## (6) 美祢市の満足度

美祢市の観光客数を増やすためには、訪れた人に「もう一度来てみたい」と思ってもらえることが最も重要で、満足度が高いことは口コミによるイメージアップやリピーターの拡大につながります。来訪者を対象にした聞き取り調査では、95%の人が「満足した」、8割の人が「また来たい」と回答しました。

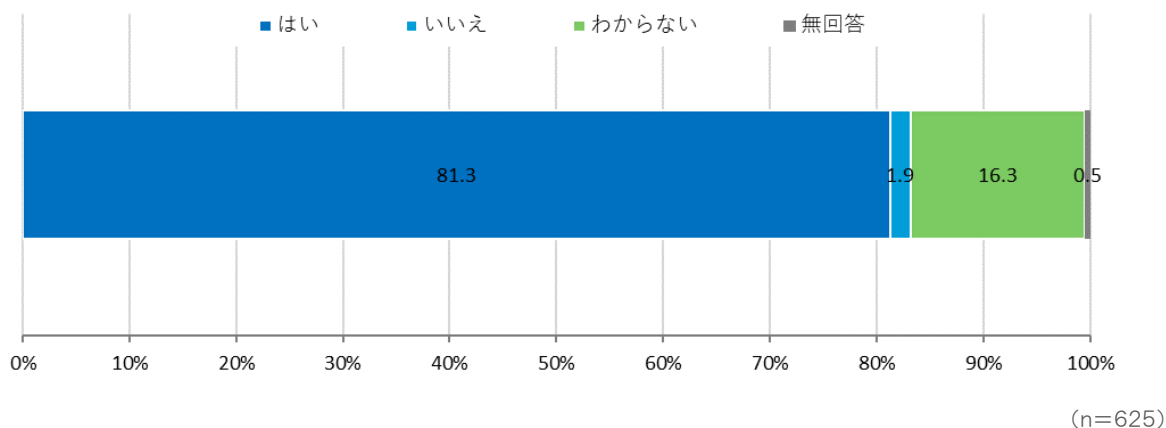
### ■美祢市の満足度



美祢市主要観光地でのアンケート調査結果より

### ■美祢市への再来訪の意向

設問「美祢市にまた来たいと思いますか。」



美祢市主要観光地でのアンケート調査結果より

### 【課題】

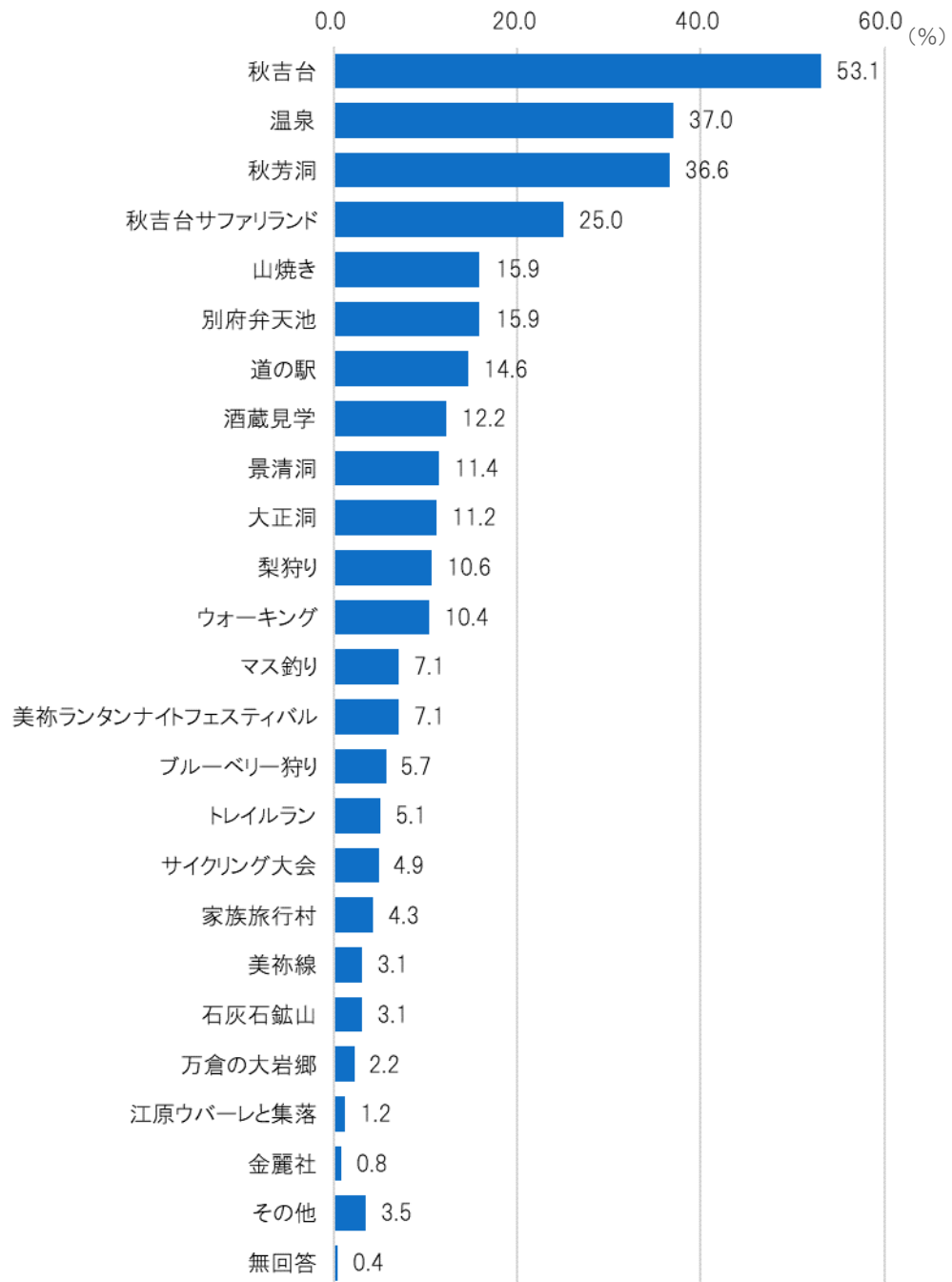
市民・事業者が一体となって「おもてなし力」の向上につとめ、満足度を高めていくことが重要です。そのために必要な「おもてなし意識の醸成」や「スキルの向上」を図るとともに、人材の育成が必要です。

## (7) リピーターとなる動機

観光客や交流人口を増やすためには、地域の観光資源とニーズの関係を把握する必要があります。

来訪者を対象にした聞き取り調査では、再来訪の期待が最も高かったのは「秋吉台」(53.1%)で、「温泉」(37.0%)、「秋芳洞」(36.6%)、「秋吉台サファリランド」(25.0%)、という順序でした。

### ■再来訪の際に楽しみにしていること



(n=508)

美祿市主要観光地でのアンケート調査結果より

■再来訪の際に楽しみにしていること(男女別の違い)

男性よりも女性に人気	美祢市ランタンフェスティバル(男性2.9%・女性12.0%) 梨狩り(男性7.7%・女性14.1%) ブルーベリー狩り(男性3.3%・女性8.5%) 道の駅(男性11.7%・女性17.9%) 酒蔵見学(男性9.9%・女性15.0%) ウォーキング(男性8.8%・女性12.4%)
女性よりも男性に人気	石灰石鉱山(男性5.1%・女性0.9%) トレイルラン(男性6.9%・女性3.0%) サイクリング大会(男性6.2%・女性3.4%) 美祢線(男性4.4%・女性1.7%)

美祢市主要観光地でのアンケート調査結果より抽出

**【課題】**

秋吉台・秋芳洞は四季の変化はあるものの、それ以外の変化は少ない観光地です。花の開花や紅葉情報、梨狩りや山焼きの事前告知など、SNS等でのタイムリーな情報発信と、男女のニーズにあわせた体験プログラム等の開発が必要です。

## (8) 着地型旅行商品のニーズ

旅行先で体験したいことについて、美祢市の観光資源と照らし合わせながら行ったアンケートでは、「洞窟探検ガイドツアー」が最も多く、次いで「地元の温泉案内」、「酒蔵見学」となりました。

### ■旅行先で体験したいこと

順位	体験したいこと	来訪経験者	非来訪者
1	洞窟探検ガイドツアー	45.1%	37.1%
2	地元の温泉案内	22.7%	28.1%
3	酒蔵見学	20.3%	24.9%
4	地元食材のバーベキュー	15.7%	26.2%
5	歴史ガイドツアー(明治維新など)	20.6%	20.3%
6	ホテルの観察	15.5%	19.8%
7	レンタルサイクリング	21.0%	11.6%
8	ハイキング	21.0%	11.2%
9	石灰石鉱山ガイドツアー	18.0%	12.0%
10	星空観察	12.3%	17.7%

国内WEB調査アンケート結果より上位10位を抽出

### 【課題】

景清洞で行っている洞窟探検や新たな洞窟探検メニューをさらに充実するとともに、ニーズを踏まえた体験プログラムやガイドツアーの開発が必要です。

## (9) お土産のニーズ

旅行先で購入したくなるお土産品についてアンケートを行ってみたところ、「食」にちなんだものに人気が集まり、最も多かったのは「お菓子類」で、次いで「食品」、「酒・ワイン」、「食材」、「調味料」となりました。

### ■旅行先で購入したくなるお土産品

順位	購入したいお土産品	来訪経験者	非来訪者
1	お菓子類	62.1%	64.1%
2	食品	56.1%	52.5%
3	酒・ワイン	35.8%	29.7%
4	食材	28.0%	23.4%
5	調味料	18.0%	22.2%
6	工芸品	18.4%	13.3%
7	御守り・縁起物	12.9%	13.5%
8	食器・陶器	11.0%	9.9%
9	置物・オブジェ	8.9%	8.6%
10	文具・小物	9.3%	7.2%

国内WEB調査アンケート結果より上位10位を抽出

### 【課題】

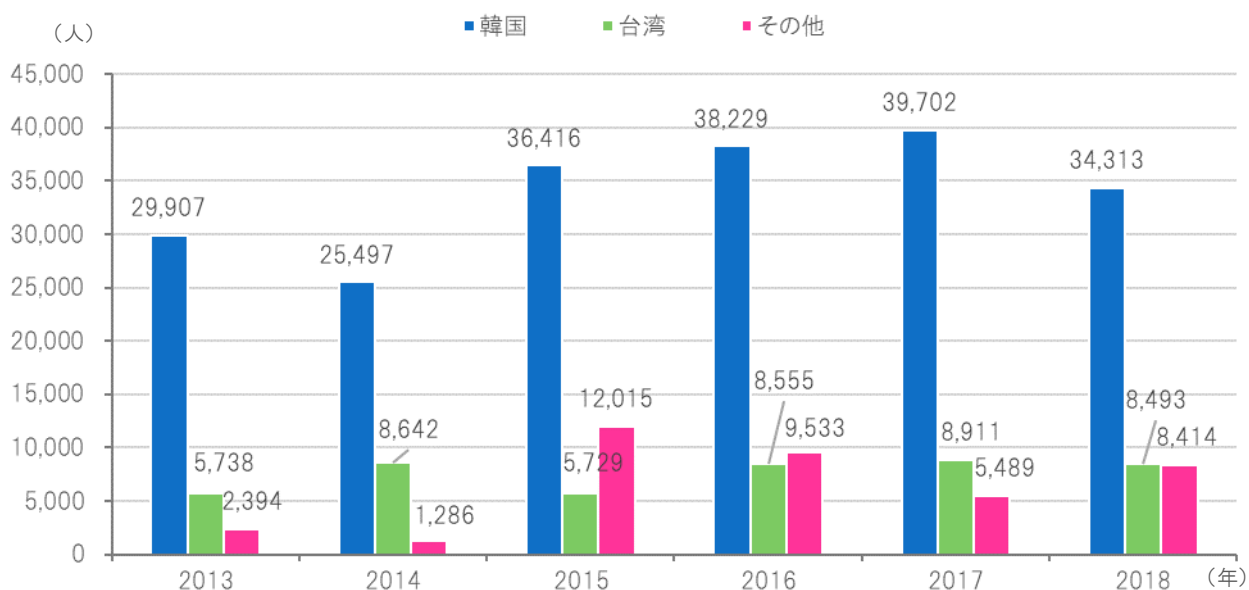
美祢市の特産品を活かしたお土産品の開発や、Mine Collectionのより一層の充実が必要です。

### 3. 訪日外国人旅行者の現状と課題

#### (1) 外国人旅行者数の推移

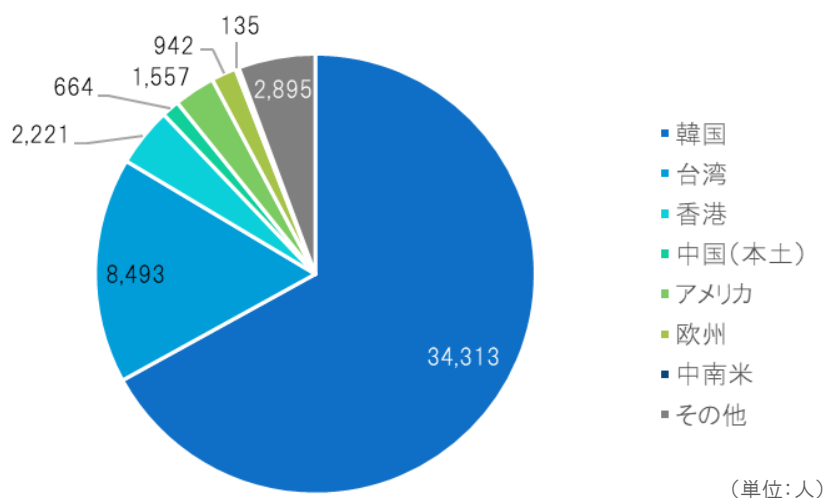
美祿市を訪れる外国人旅行者は、2015年以降5万人を突破しています。韓国と台湾からの来訪が高い割合を示していますが、2017年から欧米の伸び率が高くなっています。

■美祿市の外国人旅行者数



【出典】山口県「山口県観光客動態調査」

■国・地域別旅行者数(2018年)



【出典】山口県「山口県観光客動態調査」



### 【課題】

韓国、台湾からの観光客は緩やかな減少傾向にあり、さらなる誘客が必要です。

これまでは東アジア中心に誘客を進めてきましたが、リスクの分散という点からも、より広い地域からの誘客が必要です。

## (2) 2020年以降の訪日外国人について

### ① 東アジアと欧米豪からの訪日客の比較と予想

2019年に日本へ訪れた外国人は3,188万人に達し、過去最高の人数となりました。しかしながら、関係が悪化した韓国は訪日客が2019年7月以降激減しており、2020年2月以降は、新型コロナウイルスによる肺炎(COVID19)の感染拡大で、東アジアからの減少幅がさらに広がることが予想されます。

#### ■ 欧米豪地域の訪日旅行者人数の伸び

地域	国名	2018年	2019年
東アジア	韓国	7,538,952人	5,584,600人
	台湾	4,757,258人	4,890,600人
	香港	2,207,804人	2,290,700人
	中国	8,380,034人	9,594,300人
欧州	イギリス(※)	333,979人	424,200人
	フランス(※)	304,896人	336,400人
	ドイツ	215,336人	236,500人
	イタリア(※)	150,060人	162,800人
北米	アメリカ(※)	1,526,407人	1,723,900人
	カナダ(※)	30,600人	375,200人
豪州	オーストラリア(※)	552,440人	621,800人

【出典】JNTO報道資料より作成

(※)はラグビーワールドカップ2019出場国

## ②訪日外国人主要エリアの平均泊数と消費額

日本を訪れる代表的な国・地域別で平均泊数を比較すると、東アジアよりも欧米豪の方が長く、1人あたりの旅行支出額も高くなっています。欧米豪の中でも特にアメリカの消費額が高いことが分かります。

旅行者数は東アジアが多いことから、訪日外国人消費額では欧州を大きく上回っています。

■国・地域別の訪日外国人平均泊数と1人あたり旅行支出額と消費額

地域	国・地域名	泊数	1人あたりの旅行支出額(A)	訪日外国人消費額(A×旅行者数)
東アジア	韓国	4.4泊	75,454円	4,202億円
	台湾	6.8泊	118,050円	5,441億円
	香港	6.3泊	155,911円	3,511億円
	中国	9.7泊	212,981円	17,029億円
東南アジア	タイ	8.8泊	130,912円	1,724億円
	フィリピン	24.6泊	107,357円	654億円
	インドネシア	12.1泊	130,865円	537億円
欧州	イギリス	13.8泊	241,530円	997億円
	フランス	18.4泊	237,648円	798億円
	ドイツ	13.9泊	200,893円	461億円
	イタリア	15.2泊	199,749円	324億円
北米	アメリカ	13.5泊	190,582円	3,241億円
	カナダ	12.1泊	182,215円	668億円
豪州	オーストラリア	13.3泊	249,128円	1,522億円

【出典】観光庁「訪日外国人旅行者消費動向調査(2020年1月17日速報)」

### 【課題】

韓国、台湾をはじめとする東アジアの人たちからは日本は有望な旅行先と認識されています。もっと美祿市を旅行先として選んでもらう取組が必要です。

2019年ラグビーワールドカップの開催により欧米豪からの旅行者数が増加していることや、2020年夏開催の東京オリンピック・パラリンピックによって全世界から注目が集まること、欧米豪の訪日客の滞在日数が東アジアと比較して長いことや1人あたりの旅行支出額が高いことなどをふまえ、今後は東アジアだけでなく、他の地域の旅行者を引きつける観光地づくりが必要です。

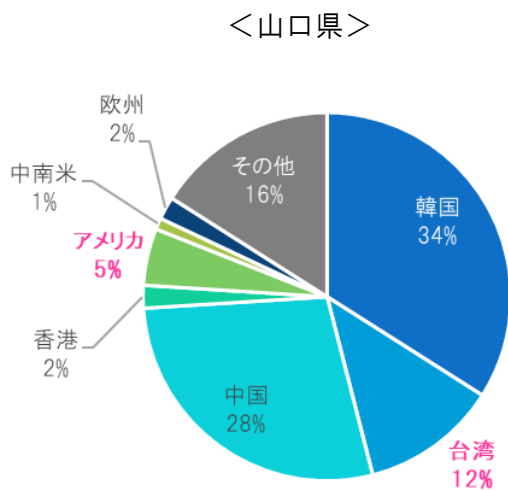
### (3) 海外 WEB 調査における対象国・地域の選定理由

訪日外国人の特性を調べるうえで旅行者数が多い東アジアと、旅行日数が長く1人あたりの旅行支出額が高い欧米豪の中から、台湾とアメリカを選定しました。

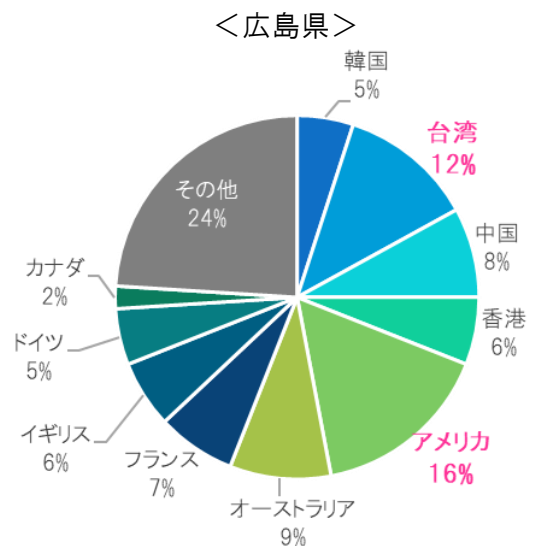
東アジアの中で最も旅行者数の多い韓国は2019年に訪日客がマイナスに転じており、現段階において回復の兆しが見られないのに対し、台湾は旅行者数や消費額も高く、美祢市台北観光・交流事務所を核としたますますの交流人口の拡大が期待できます。平均泊数、1人あたりの旅行支出額・旅行消費額において高い数値の中国は、沿岸部や内陸部などエリアや都市によってニーズが全く異なることもあり、台湾を選定しました。

また、欧米豪の中からアメリカを選んだ背景には、旅行日数や消費額が高いことに加え、本市や山口県、隣接する広島県においても最も多い割合を占めていることにあります。広島県は東アジアよりも欧米豪からの旅行者が多くなっています。

#### ■山口県と広島県を訪れる訪日外国人旅行者の国・地域別の比較



【出典】2018年山口県観光統計より作成



【出典】2018年広島県観光統計より作成

#### ■山口県・広島県の訪日外国人旅行者数

年	山口県	広島県
2017年	408,655人	2,433,088人
2018年	457,997人	2,752,854人

【出典】山口県・広島県各観光統計より作成

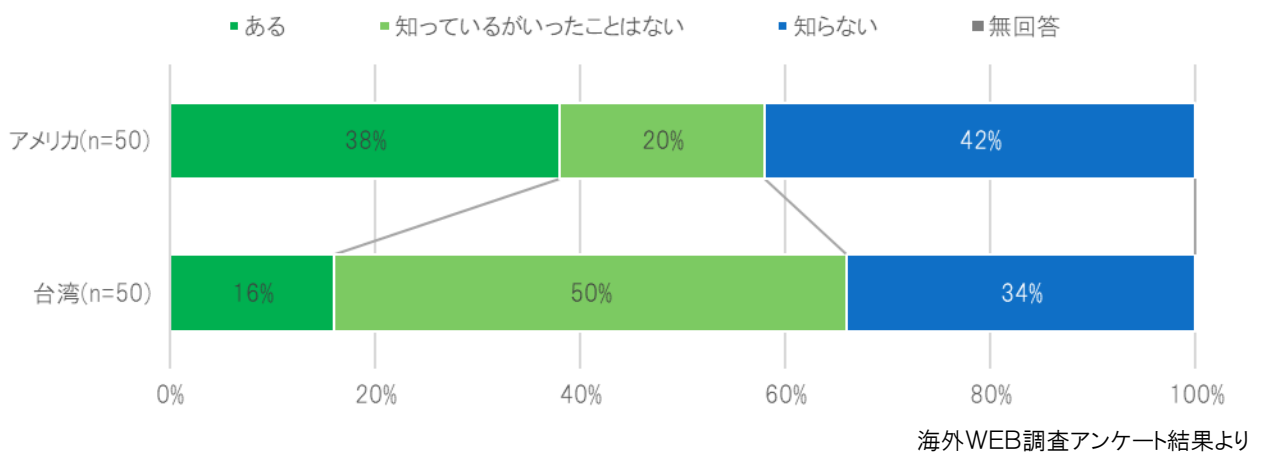
#### 【課題】

アジア諸国からの直行便が多い福岡空港や北九州空港から入国する旅行者、広島県へ訪れている欧米豪の旅行者、双方に対する誘客促進が必要です。

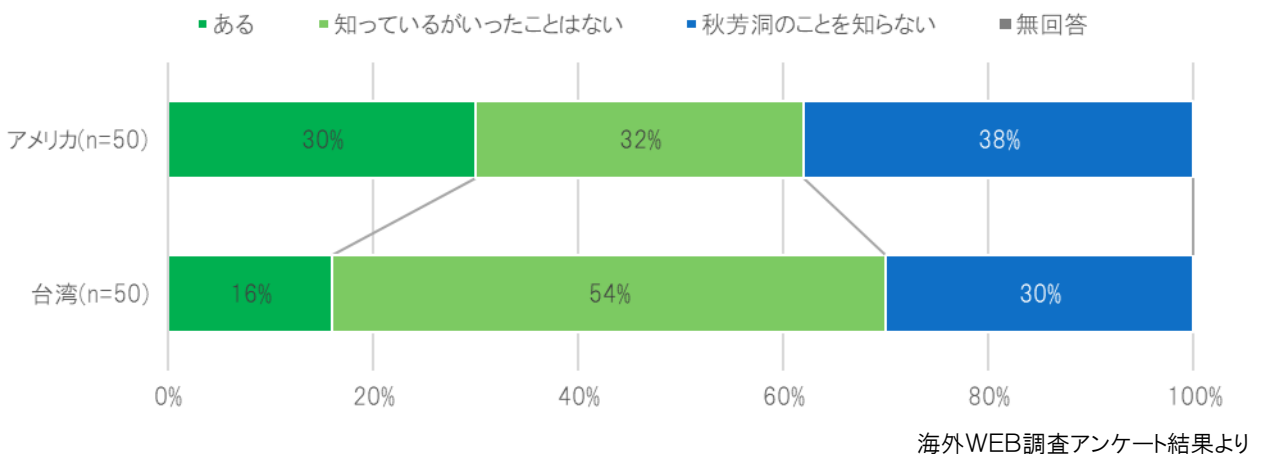
#### (4) 秋吉台・秋芳洞の来訪経験や認知度

美祿市観光の中心となる秋吉台・秋芳洞の来訪経験や認知度について、訪日経験のあるアメリカ人・台湾人に調査を行ったところ、アメリカの方が台湾人よりも来訪経験が多く、認知度は台湾人が高くなっています。さらに、秋吉台で開催されているアクティビティイベントに参加したいと回答する割合がアメリカ人(30.0%)、台湾人(48.0%)といずれもニーズが高くなっています。

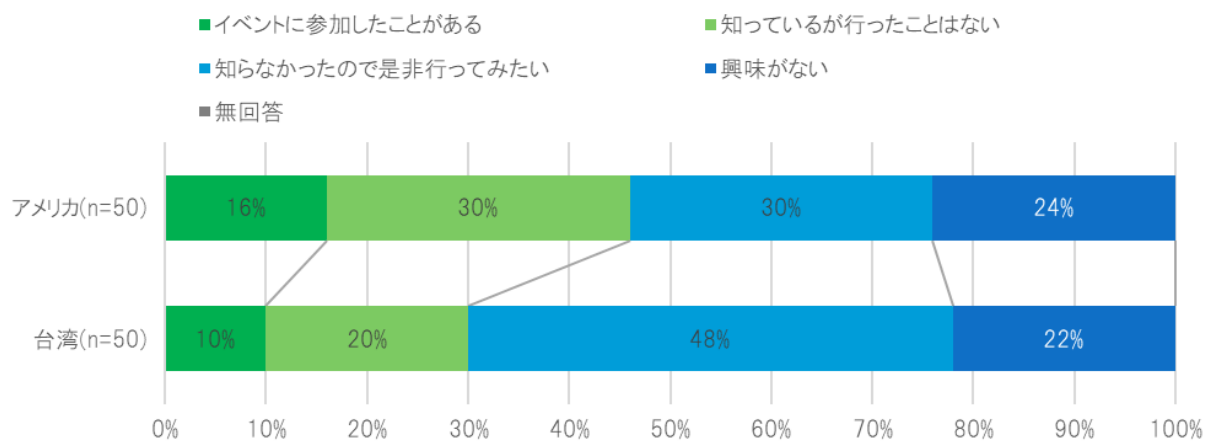
##### ■秋吉台の来訪経験と認知度



##### ■秋芳洞の来訪経験と認知度



## ■秋吉台で開催されているイベントの潜在力



海外WEB調査アンケート結果より

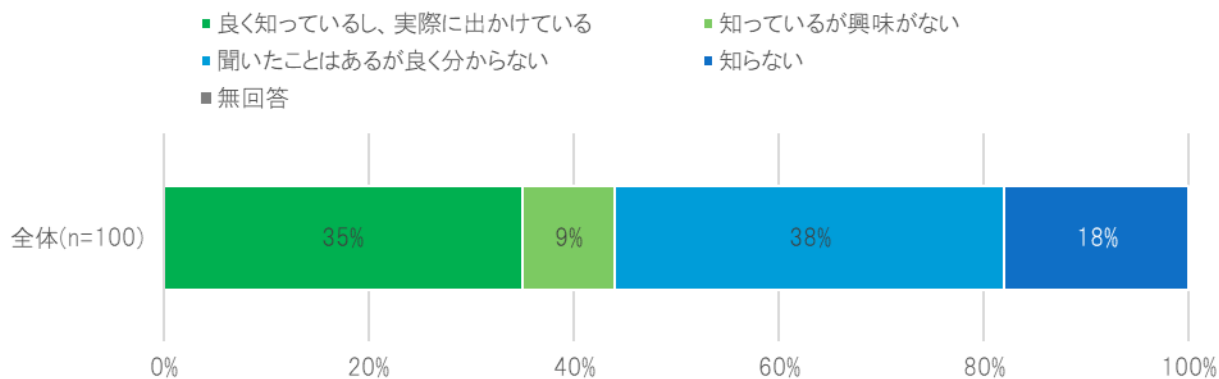
### 【課題】

美祢市、秋吉台ならではのアクティビティメニューを充実させ、的確な情報発信が必要です。

## (5) ジオパークの認知度

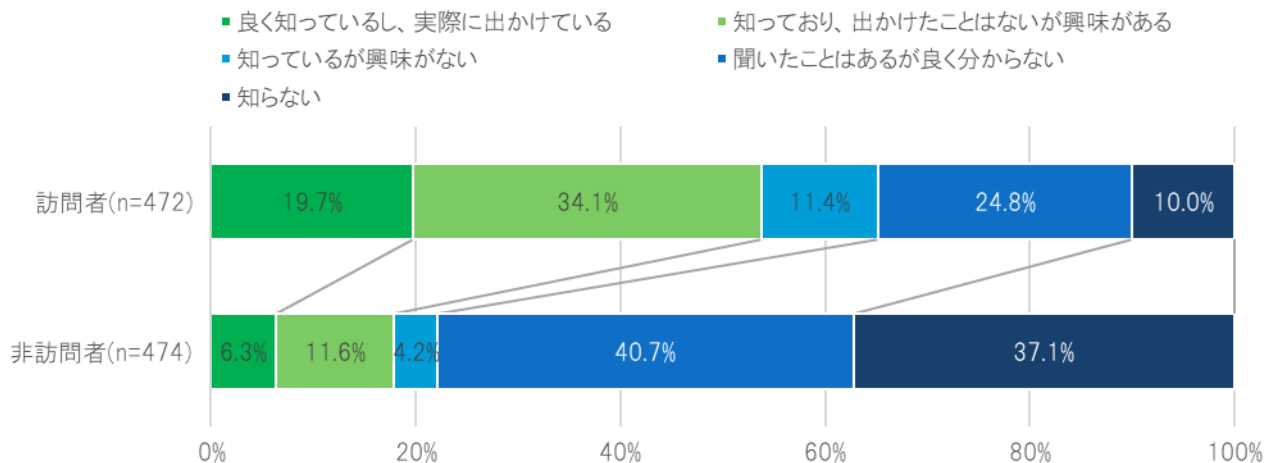
ジオパークの理解度が高く実際に出かけている人の割合は、アメリカ(38%)、台湾(32%)、日本(平均13%/国内WEB調査結果)と海外の方が高いことが分かりました。Mine秋吉台ジオパークは、国内の観光客を対象にしたジオツアーや国内外のジオパークとの交流を行っています。

### ■ジオパークの認知度(アメリカ・台湾)



海外WEB調査アンケート結果より

### ■ジオパークの認知度(日本人)



国内WEB調査アンケート結果より

### 【課題】

海外では環境保全に対する関心も高く、今後はMine秋吉台ジオパークの国際的な価値を高めながら、情報発信や受入態勢の整備が必要です。

## (6) 着地型旅行商品のニーズ

「旅行先で体験したいこと」は、アメリカ人と台湾人で違いもみられますが、「ガストロノミートレイル(おやつ付きの散策)」、「ハイキング」、「洞窟探検ツアー」、「歴史ガイドツアー(明治維新など)」、「地元の温泉案内」といったエスコート型のプランに人気が集まっています。

### ■旅行先で体験したいこと

アメリカ		
順	体験内容	%
1	ハイキング	56.0
2	歴史ガイドツアー	46.0
3	洞窟探検ツアー	40.0
4	レンタルサイクリング	34.0
4	地元産品の買い物ミニツアー	34.0
6	ガストロノミートレイル	32.0
6	夜の居酒屋体験	32.0
6	地元の人と交流	32.0
9	酒蔵見学	30.0
10	トレイルラン	28.0
10	伝統芸能の体験	28.0
12	伝統工芸のワーク体験	26.0
12	星空観察	26.0
14	トレッキング	24.0
14	石灰石鉱山ガイドツアー	24.0
14	地元食材のバーベキュー	26.0
14	地元の温泉案内	26.0
18	田んぼ散策・農業体験	20.0
19	キャンプファイアー	18.0
19	アート鑑賞	18.0

台湾		
順	体験内容	%
1	ガストロノミートレイル	70.0
2	洞窟探検ツアー	50.0
3	地元の温泉案内	46.0
4	ハイキング	40.0
4	田んぼ散策・農業体験	40.0
4	酒蔵見学	40.0
7	伝統工芸のワーク体験	36.0
8	歴史ガイドツアー	32.0
8	石灰石鉱山ガイドツアー	32.0
8	夜の居酒屋体験	32.0
11	レンタルサイクリング	30.0
11	ホテルの観察	30.0
11	地元の人と交流	30.0
11	地元産品の買い物ミニツアー	30.0
15	トレッキング	28.0
16	伝統芸能の体験	22.0
16	地元食材のバーベキュー	22.0
18	星空観察	18.0
19	グランピング	14.0
20	アート鑑賞	12.0

海外WEB調査アンケート結果より

### 【課題】

ガストロノミートレイル、ハイキング、洞窟探検ツアーなど、美祿市の特性を活かした外国人旅行者向けの体験プログラムやガイドツアーの充実が必要です。

## (7) お土産のニーズ

アメリカ・台湾ともに「お菓子類」、「食品」、「洋服類」、「アート関連品」、「酒・ワイン」、「調味料」、「工芸品」などが上位を占めました。

### ■旅行先で購入したくなるお土産品

アメリカ		
順	体験内容	%
1	洋服類	62.0
2	お菓子類	52.0
2	食品	52.0
4	酒・ワイン	36.0
5	調味料	28.0
6	アート関連品	26.0
7	食材	24.0
8	工芸品	22.0
8	化粧品	22.0
10	玩具	16.0
11	文具・小物	16.0
11	御守り・縁起物	14.0
13	食器・陶器	12.0
14	キーホルダー	12.0
14	ポストカード	12.0
14	置物・オブジェ	12.0
17	タオル類	10.0
17	家電	10.0
17	石でできた置物など	10.0
17	現地の新聞や雑誌	10.0

台湾		
順	体験内容	%
1	お菓子類	76.0
2	食品	56.0
3	洋服類	40.0
4	アート関連品	34.0
4	御守り・縁起物	34.0
6	工芸品	32.0
7	調味料	26.0
7	酒・ワイン	26.0
7	文具・小物	26.0
7	置物・オブジェ	26.0
11	ポストカード	22.0
11	家電	22.0
13	食材	20.0
13	化粧品	20.0
15	食器・陶器	18.0
16	キーホルダー	16.0
17	ガイドブック	12.0
17	石でできた置物など	12.0
19	玩具	10.0
20	タオル類	8.0

海外WEB調査アンケート結果より

### 【課題】

Mine Collectionを活用するなど、外国人旅行者のニーズに合った美祢市ならではの魅力的なお土産の開発が必要です。



## (8) 受け入れ態勢の整備

緩やかな減少傾向の続く国内観光客に対して、増加傾向にある訪日外国人観光客は重点市場として捉えなくてはなりません、一方で様々な対応の遅れが生じています。

市民・事業者を対象にしたアンケート調査では、「案内板や誘導標式などの整備」、「外国人観光客向けのパンフレットなどの充実」、「外国人観光客の誘客宣伝活動の強化」などを望む声が挙げられました。

### ■訪日外国人観光客に対する取り組みで望むこと

順	項目	回答率
1	外国語の案内板や誘導標式などの整備	45.8%
1	外国人観光客向けのパンフレットなどの充実	45.8%
3	外国人観光客の誘客宣伝活動の強化	33.3%
4	ボランティア通訳育成の支援	31.9%
5	観光地でのICTを使った多言語ガイド	14.7%
6	クレジット／デビットカード	27.8%
7	観光従事者への外国語や文化などを学ぶ研修	16.7%
8	その他	5.6%
—	無回答	12.5%

市民・事業者を対象にしたアンケート調査結果より

■旅行中に困ったこと

順	項目	回答率
1	施設等のスタッフとコミュニケーションがとれない	26.1%
2	多言語表示の少なさ・分かりにくさ(観光案内板・地図等)	21.8%
3	無料公衆無線LAN環境(Wi-Fi)	21.2%
4	公共交通の利用	18.9%
5	両替	14.7%
6	クレジット/デビットカード	14.2%
7	鉄道の割引切符	12.1%
8	国際ローミング	8.1%
9	モバイルWi-Fiルーターのレンタル	7.5%
10	SIMカードの購入	7.0%
11	入国手続き	6.9%
12	飲食店、宿泊施設の情報の入手・予約	6.8%

【出典】観光庁「訪日外国人旅行者の受入環境整備における 国内の多言語対応に関するアンケート」結果より抽出

**【課題】**

外国語の案内看板や誘導看板、無料公衆無線LAN環境(Wi-Fi)などのハード整備が必要です。また、外国人旅行者に接する市民・事業者の外国語対応やおもてなし力の向上、スタッフの育成、外国人旅行者向けパンフレットの充実などのソフト整備も必要です。

## 4. ワークショップの開催

観光施設や活動団体、宿泊施設、飲食・土産販売店、農林商工事業者などを対象に、「自分たちが理想とするお客様に対して何が必要なのか？」というテーマのもと、4つのグループに別れて議論を重ね、まとめを発表してもらいました。

### <ワークショップの概要>

開催日時： 2020年1月16日(木) 18時より

開催場所： 秋吉公民館 参加者数：20名

アンケート： 「市民・事業者を対象にしたアンケート調査」の記入と回収

テーマ： 「どんなお客様に来ていただきたいか？そのために必要なコトやモノとは？」

ファシリテーター： (株)JTBプランニングネットワーク 観光振興部長 田中徹氏



班	どんなお客様に来ていただきたいか？	そのために必要なコトやモノとは？
A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・富裕層、オンリーワンのテーマ</li> <li>・教育旅行のリーダー</li> <li>・20～40代のアクティビティ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・トイレの未整備</li> <li>・観光案内板の不備</li> <li>・人のおもてなし</li> </ul>
B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・30～40代の女性、子ども達(親子)</li> <li>・目的を持った人々</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・45万人のリーダー化</li> <li>・価格と価値の検証、感動不足、宿泊施設の不足</li> </ul>
C	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(国内外問わず)消費してくれる人</li> <li>・食に嗜好がある</li> <li>・団体客(広告宣伝効果や波状効果)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報の整備</li> <li>・ホームページの視覚性、正確性</li> <li>・WEBのアクセス分析を続けていく</li> </ul>
D	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド(アジアも欧米も)</li> <li>・国内観光客</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・視覚的な訴求(景観の整備も含めて)</li> <li>・情報発信(編集・価値化)、テーマのある観光</li> </ul>

### <ファシリテーターからの解説>

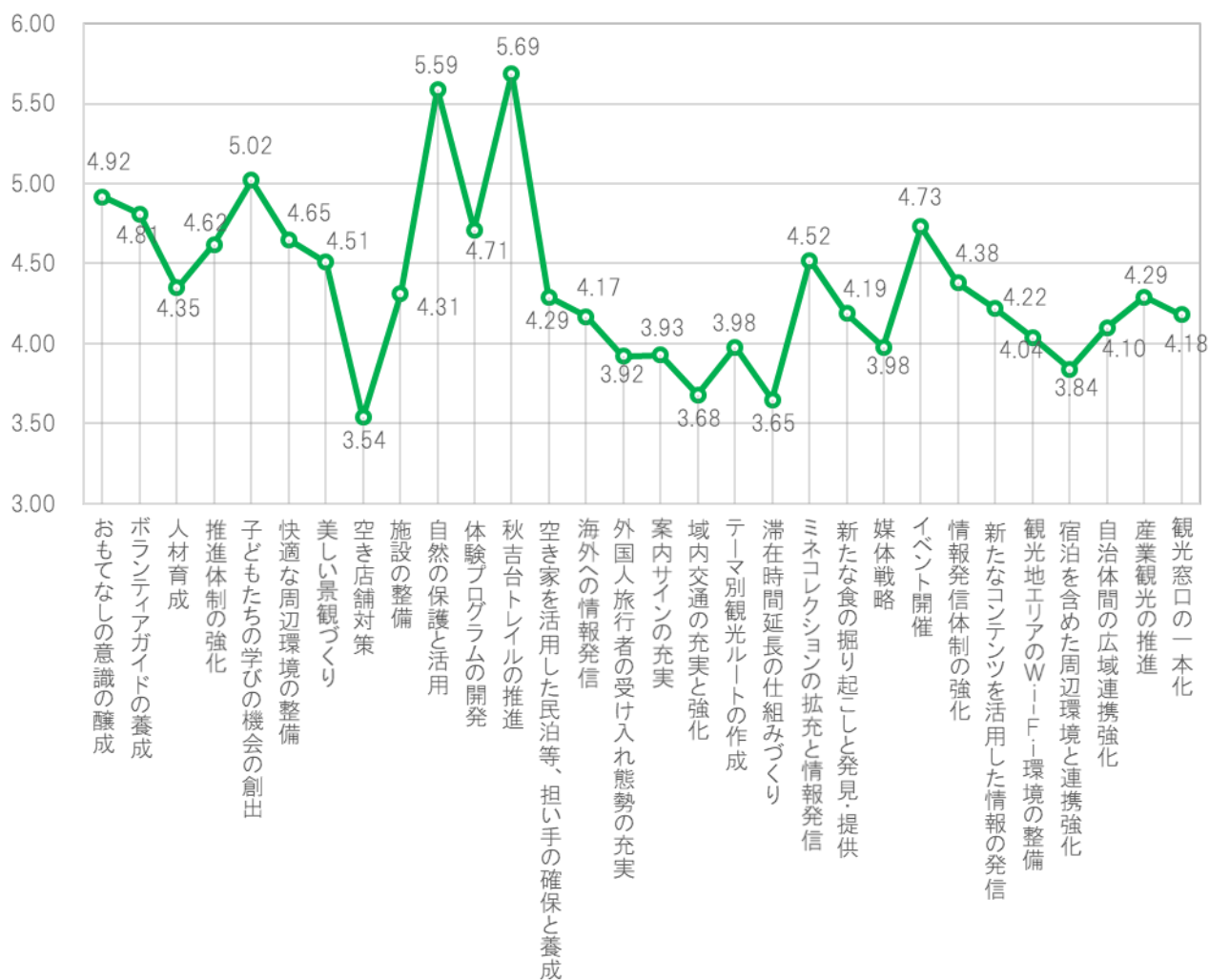
- ・インバウンドは国際情勢に影響を受けるため、偏ることは避けたい。
- ・情報発信における「旅マエ」、「旅ナカ」のニーズを把握することが重要。
- ・体験する価値と価格を常に検証する必要がある。
- ・トイレのきれいな街は高感度が高い。

## 5. 現計画（美祢市観光振興計画）の評価と総括

### (1) 市民・事業者向けアンケートによる評価

現計画に対する達成度を10点満点で評価していただきました。「秋吉台トレイルの推進」や「自然の保護と活用」は評価が高く、「空き店舗対策」が最も低い評価となりました。

■市民・事業者からみた現計画の達成度イメージ



市民・事業者を対象にしたアンケート調査結果より

## (2) 現計画の現状と課題

### I. 組織と体制づくり

現状	課題
<p><b>①参画と協働の観光地づくり</b> 秋吉台地域には複数のガイド団体が存在し、それぞれ利用窓口があり、観光客のニーズに即していない状況があります。</p>	<p>旅行者や旅行会社に対して、迅速で分かりやすい対応を行うために、ガイド組織を集約し窓口の一本化が必要です。</p>
<p><b>②受入体制の強化</b> 本市の観光振興を牽引する力強い体制を構築するため、(一社)美祢市観光協会を中心に多様な関係者の合意形成を図り、「美祢市版DMO」の体制づくりに着手しています。</p>	<p>観光庁の「日本版DMO」の認定を受けるためには、各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立などを明確にしていく必要があります。</p>
<p><b>③次代の担い手の育成</b> 市内中高生や観光産業従事者、観光ボランティアを対象に、ホスピタリティの向上を図るとともに、地域資源や人財の掘り起こしを目的におもてなし人材育成事業を実施しています。</p>	<p>比較的若い世代に対しては、ジオパーク学習などを通じた、本市の観光に関する考え方やおもてなしの心が広がっていますが、すべての年代に対しておもてなしの心の醸成が必要です。</p>

## II. 資源の保全と活用

現状	課題
<p><b>④快適な環境の整備</b>            高齢化社会や訪日外国人旅行者の増加に伴い、ユニバーサルデザイン化や休憩施設等の整備など、来訪者が快適に過ごせる環境整備を進めてきました。</p>	<p>外国人旅行者や高齢者の増加に伴い、主要な施設のトイレの洋式化やバリアフリーといった旅行者に優しい施設整備が必要です。            空き店舗等が目立ち、景観を阻害している状況にあり、観光地の魅力向上のため、美化活動や景観対策が必要です。</p>
<p><b>⑤自然を活かした誘客促進</b>            2015年9月に「Mine 秋吉台ジオパーク」として日本ジオパークに認定されました。以後、世界ジオパーク認定に向けて、様々な取組を推進しています。</p>	<p>更に来訪者に対し、Mine 秋吉台ジオパークの国際的価値を伝えるとともに、市民にジオパークの理念、活動を浸透させていくことが必要です。</p>
<p><b>⑥体験型・着地型観光の推進</b>            秋吉台の自然を活かしたウォーキング、マラソン、トレイルランなどのイベントや星空観察などに取り組んできました。            年々、世界的に地球温暖化や環境保護の関心が高まっています。そのような中において現在、環境に配慮した企画運営を進めています。</p>	<p>トレイルランなどの人気が高まる中で、自然にストレスを与えない大会運営が重要です。            秋吉台国定公園の貴重な自然景観や、歴史・文化を後世に伝えるために、地域住民と協働した保全活動が必要です。</p>

### Ⅲ. 魅力の向上

現状	課題
<p><b>⑦東アジアを核とした国際観光の推進</b>            韓国は2017年に3万8千人を超えましたが以後は伸び悩み、台湾は2015年から6倍以上に伸びています。また、山口県や国内全体を見ると東アジアだけでなく、欧米豪やASEAN諸国からも増えています。</p>	<p>東アジアだけでなく、世界中から訪れる訪日旅行者に向けた多言語版のパンフレットや情報発信、受入体制の整備が必要です。</p>
<p><b>⑧わかりやすい周遊観光の推進</b>            秋吉台地域の新たな交通手段と滞在時間の延長を図るため、レンタサイクルとかるすとタクシーが連携した取組を行っています。</p>	<p>新山口駅や山口宇部空港からの二次交通対策を行うとともに、美祢市内を周遊するアンモナイト号の活用が必要です。</p>
<p><b>⑨地域資源を活かした観光ストーリーの構築</b>            美東桂岩ふれあいセンター、八代ぬくもりの里、鳳鳴地域交流センターなど、地域資源を活用したイベントを企画し交流を行っています。            これまで推進してきたアウトドア分野の事業に加え、個性的なゲストハウスの開業により、本市の宿泊の選択肢が広がるとともに、これまでと異なる客層が本市へ訪れるようになりました。</p>	<p>田舎体験などツーリズムは、市場ニーズがあるものの、担い手の育成や内容の充実が必要です。            美祢市の来訪者のうち宿泊する割合は5%と低く、観光消費額を上げるためには、宿泊者数や滞在時間を延ばす取組が必要です。</p>
<p><b>⑩食の魅力の向上</b>            本市の特産品である秋芳梨や美東ごぼう、厚保くり、ブルーベリーなどの収穫体験や特産品を使った料理・お土産の開発などを実施しています。</p>	<p>美祢ブランドの確立と認知度を高める必要があります。また、今後は増加する外国人旅行者も視野に入れた取組が必要です。</p>

#### IV. 情報発信の強化

現状	課題
<p><b>⑪プロモーションの強化</b>            様々な媒体を活用した情報発信、旅行会社等へのプロモーションを強化してきました。            明治維新150年記念事業や大河ドラマ「花燃ゆ」の放映、山口ゆめ花博等を活用した誘客を進めてきました。            美祢市の認知度やブランドイメージ向上のため、フィルムコミッションを活用した情報発信を進めてきました。</p>	<p>市場に影響力のあるキャンペーンやタイミングを逃さない情報発信・プロモーションも大事ですが、一方でそうした社会要因に左右されにくい堅実な市場への参入が必要です。            グローバル化や地方創生による都市間競争が激化する中、他地域との違いをしっかりと打ち出した情報の提供と的確なターゲットの選定が必要です。            製作者側のニーズに合った情報提供が必要です。</p>
<p><b>⑫情報発信の仕組みづくり</b>            ICT技術やスマートフォンの普及に伴いネット上で多様な商品やサービスが拡大しています。</p>	<p>膨大な情報量の中から消費者が望む情報内容を的確に捉え、情報の一元管理が必要です。            通信システムの変更や新たな情報社会の動きを見据えた情報発信、環境整備が必要です。</p>
<p><b>⑬的確な情報の発信</b>            本市の観光情報を発信するため、インバウンド向けの多言語化や観光施設へのWi-Fi設置など、情報通信環境の整備を図っています。</p>	<p>他の観光施設や交通結節点でのWi-Fiの整備が必要です。</p>

#### V. 連携による観光交流の推進

現状	課題
<p><b>⑭広域連携による観光交流の推進</b>            近隣市と連携を図りながら、広域での周遊ルートの造成や産業観光ツアーなど、広域連携による観光客の誘致に取り組んでいます。</p>	<p>海外市場へは、県や山口市等と連携していますが、受入体制など市町間の連携を更に充実させていく必要があります。</p>
<p><b>⑮事業者間連携の強化</b>            美祢市観光協会と商工農林関係団体との連携により観光交流事業を推進しています。</p>	<p>多様化するニーズに対応するためには、美祢市にある多様な人材や資源を活用した観光地づくりが必要です。</p>



### (3) SWOT 分析

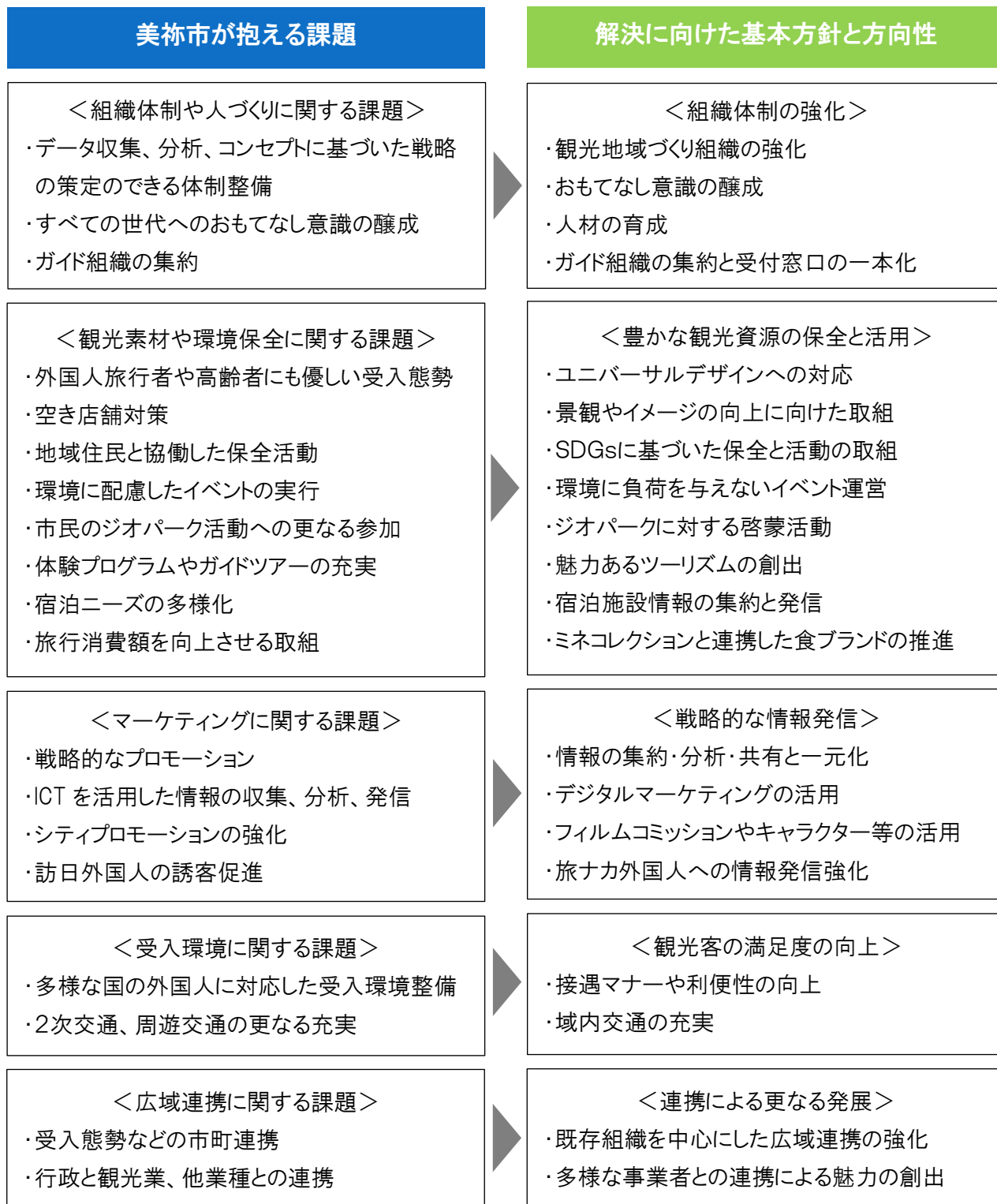
美祢市の観光を推進していくためには、地域の「強み」を活かし「弱み」を克服することも必要ですが、「弱み」を「強み」に転換することも必要です。

ここでは、前述した現状と課題を踏まえ、本市の観光における「強み」や「弱み」、「機会」と「脅威」に分類します。

	強み(Strength)	弱み(Weakness)
地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 多数の観光資源</li> <li>② 美しい自然景観</li> <li>③ 多様なアクティビティやスポーツが可能</li> <li>④ アウトドアレジャー施設を有している。</li> <li>⑤ 地域ブランドを有している</li> <li>⑥ 海外に観光交流事務所を有している</li> <li>⑦ 日本ジオパークに認定されている</li> <li>⑧ 国定公園・特別天然記念物に指定されている</li> <li>⑨ JNTOのカテゴリー2を認定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 来訪者数が減少</li> <li>② 施設の老朽化</li> <li>③ 観光産業の後継者・担い手不足</li> <li>④ 本市への二次交通、域内の三次交通が脆弱</li> <li>⑤ 空き店舗・空き家が増加</li> <li>⑥ 観光地での通信環境整備が進んでない</li> <li>⑦ キャッシュレス化が進んでない</li> <li>⑧ 多言語対応が進んでいない</li> <li>⑨ 継続したデータの収集、分析がされてない</li> <li>⑩ 観光、イベント情報の一元化・多言語化が進んでない</li> <li>⑪ 通過型となり滞在時間が短い</li> <li>⑫ 宿泊施設の不足</li> <li>⑬ 市民が地域の魅力に気づいていない</li> </ul>
	機会(Opportunity)	驚異(Threat)
市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 旅行者の個人・少人数化</li> <li>② 旅行ニーズの多様化</li> <li>③ 訪日外国人の増加</li> <li>④ 近隣市での宿泊施設の整備</li> <li>⑤ オリンピック、パラリンピック開催</li> <li>⑥ サイクル県山口プロジェクトに取り組んでいる</li> <li>⑦ 山口マジックや県央ゆめ回廊博覧会の開催</li> <li>⑧ 美祢市観光協会のDMO候補法人登録</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 人口減少と高齢化</li> <li>② 近隣市での宿泊施設の開業</li> <li>③ 外国との関係悪化</li> <li>④ 感染症拡大によるマーケットの縮小</li> <li>⑤ 国内観光地間の競争が激化</li> <li>⑥ 訪日外国人誘致の全国的な取組</li> <li>⑦ 近隣市の宿泊施設の充実</li> <li>⑧ 近隣市の二次交通の充実</li> </ul>

## (4) 課題と解決の方向性（本計画との関連性）

### ①美祢市が抱える課題と解決の方向性



## ②調査事業から見出す課題と解決の方向性

### <国内旅行者>

- 旅行意向者への的確な情報発信
- 戦略的なプロモーションと地域選定
- イベントの刷新、見直し
- 新学習指導要領やSDGsと親和性の高いプログラムの開発
- 滞在時間の延長
- 接遇、おもてなしの向上
- 美祢市ならではの体験メニューの開発
- SNS等でタイムリーな情報発信
- 洞窟探検などの新たな体験メニューの作成
- 特産品を活かしたお土産やMine Collectionの充実

### <訪日外国人旅行者>

- 東アジア、欧米豪からの誘客
- 東アジアの観光客が美祢市を選ぶための魅力づくり
- 欧米豪の観光客をひきつける観光地づくり
- インバウンド向けアクティビティの充実
- Mine秋吉台ジオパークの外国人向け情報発信や受け入れ態勢整備
- 洞窟探検など、秋吉台ならではの体験ツアーの充実
- 魅力的なお土産の開発
- 多言語案内板、Wi-Fi環境などのハード整備



旅行者のニーズに合った  
価値(ツーリズム)の提供

東アジアだけでなく  
欧米豪地域も含めた  
インバウンドへの対応

全ての旅行者が  
ストレスなく  
美祢市観光を楽しめる  
環境整備(ソフトとハード)

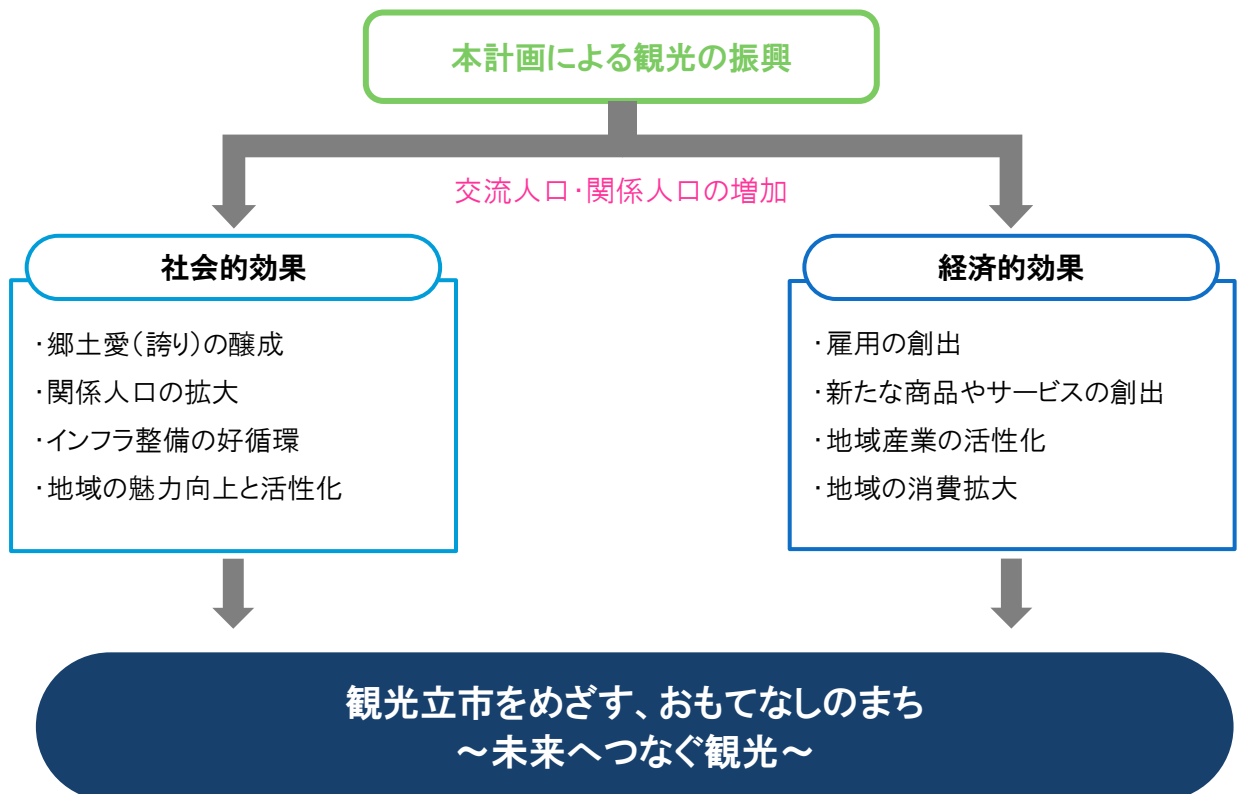
## 第2章 美祢市観光の目指すべき方向

### 1. 基本理念

#### (1) 本計画で目指す観光振興の効果

**基本理念：観光立市をめざす、おもてなしのまち ～未来へつなぐ観光～**

本市が保有する豊富で多様な観光資源を、市民が誇りをもって磨き上げ、その価値を日本人及び外国人に満足していただき、交流人口や関係人口の拡大、滞在時間の延長とともに観光産業の進展と雇用の創出をはかり、経済効果の向上を目指します。その実現に向けて、すべての旅行者が快適に本市を観光できる環境整備を行うとともに、行政、関係団体、事業者、市民が一体となった、持続可能な観光によるまちづくりを推進します。

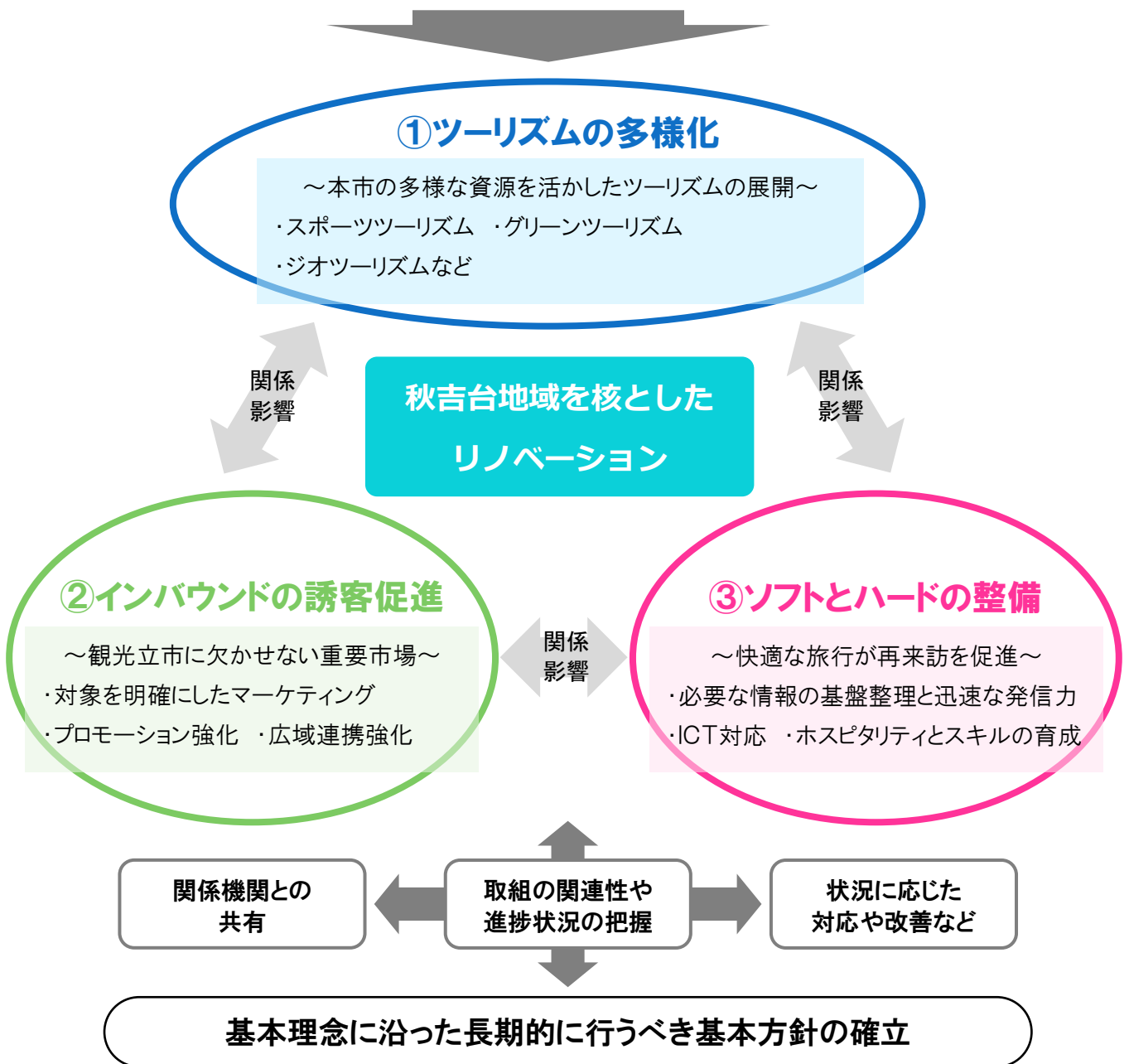


## (2) 本計画における3つの重点領域と実現に向けたアクション戦略

多様で社会環境の変化の激しい令和の時代において、観光立市の実現のために必要とされる計画と行動は、大きなビジョンの基に、実効性の高いものから「選択と集中」の視点とスピード性をもって、行わなければなりません。本計画では、前章で示した現状と課題の解決と美祿市観光の成長を目的として、「ツーリズム」「インバウンド」「ソフトとハード」という3つの領域に集中して取り組んでいきます。

**基本理念: 観光立市をめざす、おもてなしのまち ～未来へつなぐ観光～**

実現に向けた実効性の高い3つの重点領域



【基本理念】

観光立市をめざす、おもてなしのまち  
く 未来へつながる観光 く

【3つの重点領域】

ツーリズムの多様化

インバウンドの誘客促進

ソフトハードの整備

秋吉台地域を核とした  
リノベーション

【基本方針】

1. 組織体制の強化

2. 豊かな観光資源の  
保全と活用

3. 戦略的な情報発信

4. 旅行者の満足度の  
向上

5. 連携による更なる発展

【基本施策】

【具体的施策】

<p>(1) <b>観光地域づくり</b> 市民、観光関連事業者をはじめとした多様な事業者と連携し観光地域づくりを推進します。</p>	<p>① 観光地域づくりの推進 ② 観光地経営の視点にたった運営</p>
<p>(2) <b>ホスピタリティの向上</b> 来訪者が求めるおもてなしの心の醸成やガイドスキルを向上することでピーターの増加につなげます。</p>	<p>① おもてなし意識の醸成 ② ガイドの育成</p>
<p>(3) <b>担い手の育成</b> 次の世代へ美祢市のすばらしさを伝え発信していきます。</p>	<p>① 地域の中核となる人材の育成 ② 子どもたちへの学習機会の提供</p>
<p>(1) <b>快適な環境の整備</b> 来訪者が観光施設等を訪れた際、快適に時間を過ごせるよう計画的に整備を進めます。</p>	<p>① 施設の整備 ② 周辺環境の整備 ③ 空き店舗対策</p>
<p>(2) <b>観光資源を活用した誘客</b> カルスト台地・鍾乳洞といった貴重な自然の保全につとめながら、これらを活かし、ブランディングに基づくイベントの開催や誘客事業を推進します。</p>	<p>① SDGsの理念に基づく自然の保全と活用 ② 観光地の価値の向上 ③ 美祢市ならではのイベント開催と既存イベントのブラッシュアップ</p>
<p>(3) <b>ツーリズムの強化</b> 美祢市ならではの観光資源やMine Collectionなどの特産品等を活用するとともに、観光ニーズや嗜好に対応するツーリズムを開発し、旅行者の誘致を図り、地域経済を活性化します。</p>	<p>① 着地型観光の推進 ② スポーツツーリズムの推進 ③ 新たなツーリズムの推進 ④ お土産・食の充実</p>
<p>(1) <b>観光情報の管理体制の構築</b> 観光意向者の情報の取得が容易になるよう、情報を共有し情報発信を一元化することで、観光意向者に的確で確実に情報を提供する体制を構築します。</p>	<p>① 情報の集約・分析・共有 ② 情報の一元化</p>
<p>(2) <b>観光プロモーションの強化</b> 新たな情報社会の動きを見据え、多様な媒体を活用し効果的な情報の発信を進めます。</p>	<p>① 効果的な情報発信</p>
<p>(3) <b>東アジアを中心とした観光客の誘致</b> 従来からの韓国、台湾等の東アジア地域とヨーロッパやアメリカ、オーストラリアからの観光客の増加に伴い情報発信の多言語化や環境整備を進めます。</p>	<p>① 海外への情報発信 ② 外国人の受入体制の充実</p>
<p>(1) <b>接遇マナーや利便性の向上</b> 事業者との協働により、来訪者が快適に旅行を楽しむことができ、満足度を高める施策を推進します。</p>	<p>① おもてなし研修や人材育成の促進 ② キャッシュレス化やおもてなしサービスの促進</p>
<p>(2) <b>滞在時間の延長</b> 域内を円滑に周遊できる交通環境を整備するため乗合タクシーやレンタサイクルの充実を推進します。 旅行の形態が多様化しており、美祢市においても多様化する宿泊ニーズに対応します。</p>	<p>① 域内交通の充実 ② 宿泊施設の充実</p>
<p>(1) <b>近接観光地との連携の強化</b> 県域、近隣市町及び近隣ジオパークと連携し、広域的なプロモーションを行います。</p>	<p>① 山口県央連携中枢都市圏、なごと路連絡協議会、長州路連絡協議会、美祢市・山口市観光交流パートナー協議会及び日本ジオパークネットワークとの連携強化</p>
<p>(2) <b>多様な事業者との連携の強化</b> 観光業だけでなく多様な業種と連携し、より魅力的なツアーを提供します。</p>	<p>① 産業観光ツアーの推進</p>

## 2. 重点プロジェクト

### (1) ツーリズムの多様化

#### ～本市の多様な地域資源を活かしたツーリズムの展開～

美祢市には秋吉台の広大なカルスト台地、秋芳洞をはじめとする鍾乳洞、かつては日本最大の無煙炭の産地であった大嶺炭田など多くの特徴的な自然遺産や産業遺産があり、それらによって培われた歴史や文化があります。美祢市では日本ジオパーク認定により、市内各地域でこれら自然・文化を保全しつつ活用した取り組みが進められています。

また、地域の多様な事業者との連携を図り、地域資源を最大限に活かした美祢市ならではのツーリズムにより観光による地域づくりを推進します。

取組主体の 役割	行政	<ul style="list-style-type: none"><li>・各種関係機関との連絡調整</li><li>・ガイドのスキルアップ</li><li>・Mine秋吉台ジオパーク推進協議会との連携</li><li>・SDGsを取り入れたツーリズムの造成支援</li><li>・観光地域づくりにかかる支援</li></ul>
	事業者・団体	<ul style="list-style-type: none"><li>・専門的な知見、スキルを活かしたツアー造成</li><li>・地域の特色を活かしたツアー造成</li><li>・地域食材を活かした魅力的なお土産、食の開発</li><li>・新学習指導要領やSDGsと親和性の高い教育旅行の造成</li><li>・多様な事業者との連携</li></ul>
	市民	<ul style="list-style-type: none"><li>・ガイド講座、セミナー等への参加</li><li>・地域資源の掘り起し</li><li>・ガイドへの登録</li></ul>



## (2) インバウンドの誘客促進

### ～観光立市に欠かせない重要市場～

2000年以降、日本の国内旅行者は緩やかな減少傾向をつづけていますが、日本へ訪れた外国人旅行者は2019年に3,188万人に達し過去最高となりました。2019年ラグビーワールドカップの開催により欧米豪からの旅行者が増加しており、アジアを含めて今後も増加することが予想されます。また、欧米豪の訪日旅行者の滞在日数が東アジアの訪日旅行者と比較して長いことや1人あたりの旅行支出額が高いことなどを考えると、今後は東アジアだけでなく、他の地域へも目を向けていく必要があります。

取組主体の 役割	行政	<ul style="list-style-type: none"> <li>・美祢市台北観光・交流事務所の活用及び最新情報の収集</li> <li>・台湾、韓国をはじめとしたプロモーション活動</li> <li>・県や国際観光推進協議会と連携し旅行博、商談会の参加</li> <li>・東アジアでのプロモーション強化</li> <li>・広島県の欧米豪及び福岡県の東アジア旅行者をターゲットにした情報発信</li> <li>・案内板等サインの整備</li> <li>・外国語対応ガイドの養成</li> <li>・Wi-Fi等環境整備</li> </ul>
	事業者・団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SDGsを取り入れたインバウンド向けプレミアムツアーの造成</li> <li>・カテゴリ2を活かした観光案内の実施</li> <li>・外国人対応のおもてなし講座の実施</li> <li>・キャッシュレス化</li> <li>・国際旅行博等への参加</li> <li>・民泊等の充実</li> </ul>
	市民	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人を対象としたおもてなし講座への参加</li> <li>・国際交流事業への参加</li> </ul>

### (3) ソフトとハードの整備

#### ～快適な旅行は再来訪を促進～

美祢市には秋吉台、秋芳洞といった他地域にはない素晴らしい観光資源があります。これらを活用し、他の観光地との差別化をはかり、ブランディングを進めていきます。また、継続的なマーケティングに基づき効果的なプロモーションを行うとともに、観光客が気持ちよく観光でき「またきたい」と感じる観光施設、観光地域づくりを推進します。

取組主体の 役割	行政	<ul style="list-style-type: none"><li>・秋吉台地域の価値の向上</li><li>・観光施設のユニバーサルデザイン化</li><li>・観光施設の計画的な整備・改修</li><li>・観光地周辺環境整備</li></ul>
	事業者・団体	<ul style="list-style-type: none"><li>・情報の集約・分析</li><li>・継続的なマーケティング、プロモーション</li><li>・情報発信、ツアー販売等の一元化</li><li>・空き店舗の有効活用</li><li>・事業者向け接遇・おもてなし講座の開催</li></ul>
	市民	<ul style="list-style-type: none"><li>・接遇・おもてなし講座の参加</li><li>・美化活動の実践</li></ul>

### 3. 基本方針と基本施策・具体的施策

「第2次美祢市観光振興計画」では、5つの基本方針を定め、それぞれについて基本施策を展開します。

#### 基本方針1 組織体制の強化

- 秋吉台、秋芳洞をはじめとした多様な資源を最大限活用し、観光地経営の視点にたった組織を強化、運営します。
- 市内のガイドを中心として、観光客が求めるおもてなしの醸成やガイドのスキルアップを図り、リピーターを増加させます。
- 観光地域づくりの中核を担う人材と次世代の観光産業を担う人材の育成を図ります。

#### 基本施策(1) 観光地域づくり

市民、観光関連事業者をはじめとした多様な事業者と連携し観光地域づくりを推進します。

<具体的施策>

##### ① 観光地域づくり組織の強化

観光関連事業者をはじめとした多様な事業者と連携し、観光地域づくりの視点に立った組織を強化します。

###### 【具体的取組】

- I) 市内観光事業者と他産業事業者の連携促進
- II) 地域団体の活動支援
- III) 市民交流イベントの開催

##### ② 観光地経営の視点にたった運営

###### 【具体的取組】

- I) 経営感覚の向上を図る研修等の実施
- II) 経営管理機能向上を図るセミナー等への参加

## 基本施策(2) ホスピタリティの向上

観光客が求めるおもてなしの心の醸成やガイドスキルを向上することでピーターの増加につなげます。

<具体的施策>

### ① おもてなし意識の醸成

市民の故郷への愛着や誇りを育むとともに、おもてなし意識を醸成し、愛着と誇りをもったおもてなしの観光地づくりを推進します。

#### 【具体的取組】

- I) 市民・事業者向け接遇講座の開催
- II) ガイドスキルアップ講座の開催
- III) ガイド向け接遇講座の開催

### ② ガイドの育成

ガイドの養成講座等を通じて、美祿市の魅力を学び、その素晴らしさを伝えることのできるガイドを育成するとともに、ガイド窓口の1本化を進めます。

#### 【具体的取組】

- I) ガイド養成講座の実施
- II) ガイド団体の育成・支援
- III) みねしゅらんの継続
- IV) ガイド窓口の1本化

## 基本施策(3) 担い手の育成

観光地域づくりの中核を担う人材と次世代の観光産業を担う人材の育成を図ります。

<具体的施策>

### ① 地域の中核となる人材の育成

観光地域づくりの中核を担う人材の育成をします。

#### 【具体的取組】

- I) 地域人材の掘り起こし
- II) 多様な関係者との連携の構築
- III) サポート体制の構築

### ② 子どもたちへの学習機会の提供

市内教育機関で美祢市のすばらしさを伝え、未来の美祢市を支える人材を育成します。

#### 【具体的取組】

- I) スクールみねしゅらんの継続
- II) 市内教育機関との連携
- III) 子どもガイドの活動支援

## 基本方針2

## 豊かな観光資源の保全と活用

- 自然の保全と活用のバランスを取りながら環境整備を進めます。
- 美祢市は、国定公園、特別天然記念物に指定されている秋吉台・秋芳洞を有しています。近年、秋吉台・秋芳洞の景観と自然が阻害されつつあり、その保全・維持に努めます。
- 秋吉台を中心に地域の資源を活用した各種ツーリズムを推進することで、交流人口と関係人口の拡大を図ります。

### 基本施策(1) 快適な環境の整備

来訪者が観光施設等を訪れた際、快適に時間を過ごせるよう計画的に整備を進めます。

<具体的施策>

#### ① 施設の整備

秋吉台景観施設整備基本計画を具体化し整備する施設は計画的に地域のコンセプトに基づいた整備等を進めます。

##### 【具体的取組】

- I) 観光施設のWi-Fi環境の整備
- II) 観光地及び施設のユニバーサルデザイン化の推進
- III) 観光施設のトイレの洋式化
- IV) 観光施設の計画的な改修
- V) 案内板等の整備

#### ② 周辺環境の整備

観光地周辺施設の環境整備と観光地エリアの美化に関する市民の意識啓発を行います。

##### 【具体的取組】

- I) 市民の観光地周辺の美化意識醸成
- II) 観光導線(観光ルート)の整備

#### ③ 空き店舗対策

観光地エリアや商店街等の空き店舗の有効活用を検討します。

##### 【具体的取組】

- I) 美祢市空家等対策計画と連携した空き店舗の有効利用の推進

## 基本施策(2) 観光資源を活用した誘客

カルスト台地や鍾乳洞といった貴重な自然の保全につとめながら、これらを活かし、ブランディングに基づくイベントの開催や誘客事業を推進します。

<具体的施策>

### ① SDGsの理念に基づく自然の保全と活用

ジオパーク活動の推進により美祢市の素晴らしさを再認識し、次世代の子どもたちに継承するとともに、観光客にも発信していきます。

#### 【具体的取組】

- I) ジオツアーの実施
- II) SDGsを体感、学習できる教育旅行の誘致
- III) ジオパーク活動を行う団体の支援

### ② 観光地の価値の向上

#### 【具体的取組】

- I) 秋吉台・秋芳洞の価値の向上
- II) 市内地域資源の魅力向上

### ③ 美祢市ならではのイベント開催と既存イベントのブラッシュアップ

テーマを持ったイベントや市民の交流イベントを開催し地域の活動を活性化し、観光交流が盛んな観光地を目指します。

#### 【具体的取組】

- I) 秋吉台・秋芳洞を中心としたイベントの開催及び観光コンテンツの強化と多様化を行う
- II) それぞれの地域の特色を活かしたイベントの開催
- III) 閑散期におけるイベントの実施

### 基本施策(3) ツーリズムの強化

美祢市ならではの観光資源やミネコレクションなどの特産品等を活用するとともに、旅行ニーズや嗜好に対応するツーリズムを開発し、旅行者の誘致を図り、地域経済を活性化します。

<具体的施策>

#### ① 着地型観光の推進

旅行のニーズが多様化する中、美祢市ならではのコンテンツを地域と連携し洗い出し、訴求力のある観光商品として造成します。

##### 【具体的取組】

- I) 美祢旅の充実
- II) 地域と連携した新たな体験プログラムの開発
- III) 洞窟探検などプレミアムツアーの開発

#### ② スポーツツーリズムの推進

健康志向が高まる中、自然豊かな秋吉台を活用した新たなスポーツツーリズムを推進します。

##### 【具体的取組】

- I) 秋吉台のトレイルランニング、ウォーキングの推進
- II) サイクルツーリズムの推進
- III) レンタサイクルのモデルコース作成

#### ③ 新たなツーリズムの推進

自然にストレスを与えず環境に配慮し、新たな技術を活用したツアーを推進します。

##### 【具体的取組】

- I) テクノロジーを活用したツアーの推進
- II) 学び、健康、癒しなどをテーマにしたツアーの開発
- III) 環境に配慮したツアーの推進

#### ④ お土産・食の充実

“ここだけ”、“今だけ”の特産品等を活用し、地域経済を活性化します。

##### 【具体的取組】

- I) 地域の特産品、食材を活用したツアーの推進
- II) 国内外旅行者に向けたお土産等の開発
- III) 観光地でのミネコレクションのPR強化
- IV) 美祢市ならではの料理が食べられる飲食店の拡充



### 基本方針3

## 戦略的な情報発信

- SNS等を活用した効果的な情報を発信します。
- 観光情報の取得が容易になるよう、情報の共有・一元化を進めます。
- 観光情報や観光案内の多言語化等やインターネット環境を手助けするWi-Fiを拡充します。

### 基本施策(1) 観光情報の管理体制の構築

観光意向者の情報の取得が容易になるよう、情報を共有し情報発信を一元化することで、観光意向者に的確で確実な情報を提供する体制を構築します。

<具体的施策>

#### ① 情報の集約・分析・共有

観光情報を集約・分析・共有することで、迅速で的確な情報発信する体制を構築します。

##### 【具体的取組】

- I) 美祢市観光協会において情報集約・分析・共有
- II) 美祢市観光協会、関連事業者、県、市の連携強化
- III) 美祢市観光サイト「カルストドットコム」の充実

#### ② 情報の一元管理

観光情報の集約・共有を進め、情報に基づいた施策の検討等を行います。

##### 【具体的取組】

- I) 集約・分析した情報を基に最も効果的な施策の検討
- II) 美祢市観光協会による各種情報の一元管理

## 基本施策(2) 観光プロモーションの強化

新たな情報社会の動きを見据えながら、多様な媒体を活用し効果的な情報の発信を進めます。

<具体的施策>

### ① 効果的な情報発信

分析、一元化された情報を効果的に発信します。

#### 【具体的取組】

- I) 美祿観光協会において綿密なマーケティングに基づいたプロモーションの実施
- II) 各種観光イベント情報の発信
- III) インターネット、SNSによる情報発信
- IV) 美祿市公式キャラクター「みねどん」の活用
- V) 「ふるさと交流大使」、「みねのええもん発信隊」の活用
- VI) 美祿フィルムコミッションによるCM、ロケ地等の誘致
- VII) Mineにぎわいステーション、Mineまるごと館での情報発信強化

### 基本施策(3) 東アジアを中心とした訪日旅行者の誘致

従来からの韓国、台湾等の東アジア地域とヨーロッパやアメリカ、オーストラリアからの訪日旅行者の増加に伴い情報発信の多言語化や環境整備を進めます。

<具体的施策>

#### ① 海外への情報発信

東アジアには、美祢市台北観光・交流事務所を活用した情報発信やプロモーション活動により訪日旅行者の誘致を進めます。また、欧米豪には県や近隣市町と連携し訪日旅行者の誘致を進めます。

##### 【具体的取組】

- I) 美祢市台北観光・交流事務所を活用し台湾、韓国からの訪日旅行者誘致
- II) 県や国際観光推進協議会と連携し旅行博、商談会の参加など東アジアでのプロモーションの強化
- III) 広島県、福岡県でのプロモーション
- IV) 美祢市ならではの体験ツアーの情報発信

#### ② 外国人の受入態勢の充実

来訪された際の観光情報を取得するための案内板の多言語化、Wi-Fiの拡大を進めます。また、外国人が使いやすい施設への改修を進めます。

##### 【具体的取組】

- I) 観光地の案内板の多言語化
- II) 観光パンフレットの多言語化
- III) 観光地、観光施設のWi-Fi環境などの整備
- IV) 観光施設、商業施設の外国語対応の推進
- V) インバウンド向けプレミアムツアーの造成
- VI) インバウンド対応のできるガイド育成

#### 基本方針4

### 旅行者の満足度の向上

- 観光客に観光資源を見るだけでなく、非日常的な体験や現地でのおもてなしを提供します。
- すべての旅行者が快適に観光できる環境を提供します。
- 美祢市の観光は、秋吉台・秋芳洞を中心に行動するため、国内外の旅行者が域内を周遊できる交通環境を整備することで観光客の滞在時間の延長を図ります。

#### 基本施策(1) 接遇マナーや利便性の向上

事業者との協働により、来訪者が快適に旅行を楽しむことができ、満足度を高める施策を推進します。

<具体的施策>

##### ① おもてなし研修や人材育成の促進

###### 【具体的取組】

- I) 事業者を対象にした接遇研修の実施
- II) 事業者向け観光ガイド講座

##### ② キャッシュレス化やおもてなしサービスの促進

###### 【具体的取組】

- I) 観光施設のキャッシュレス化の推進
- II) 事業者を対象にしたインバウンド対応講座の実施

## 基本施策(2) 滞在時間の延長

大きな経済効果もたらず滞在時間の延長を図るため、域内を周遊する三次交通としての乗合タクシーやレンタサイクルの充実を推進します。

宿泊ニーズが多様化しており、美祢市においても農泊や民泊を推進します。

<具体的施策>

### ① 域内交通の充実

国内外の個人客が域内を円滑に周遊出来るように脆弱な域内交通の充実を図り、周遊を促進します。

#### 【具体的取組】

- I) かるすとタクシーの充実
- II) アンモナイト号の運行情報発信
- III) 3次交通としてのレンタサイクル活用の促進

### ② 宿泊施設の充実

旅行のニーズの多様化とともに、宿泊施設のニーズも多様化しています。地域ならではのおもてなしを求め観光するため、農泊・民泊を関係者とともに進めます。

#### 【具体的取組】

- I) グリーンツーリズム、農泊や民泊の推進
- II) キャンプ施設の活用

## 基本方針5

## 連携による更なる発展

○ 県域、近隣市町及び近隣ジオパークと連携し、広域的な周遊ルートの造成、ネットワークの構築や連携した情報発信を行い交流人口の増加を促進します。また、多様な事業者が連携しテーマ毎のツアーを造成し、参加者が「なるほど！」と思うツアーを提供します。

### 基本施策(1) 近接観光地との連携の強化

県域、近隣市町及び近隣ジオパークと連携し、広域的なプロモーションを行います。

< 具体的施策 >

#### ① 山口県央連携中枢都市圏、ながと路連絡協議会、長州路連絡協議会、美祢市・山口市観光交流パートナー協議会及び日本ジオパークネットワークとの連携強化

県域、近隣市町及び近隣ジオパークと連携し、広域的な周遊ルート、ツアーの造成、ネットワークの構築や連携した情報発信を行い交流人口の増加を促進します。

##### 【具体的取組】

- I) 山口ゆめ回廊博覧会と連携した各種ツアーの実施
- II) 近隣市町と連携した周遊ツアーの開発
- III) 広域プロモーションの実施
- IV) 萩ジオパークとの合同ジオツアーの実施及び日本ジオパークネットワークとの連携強化

### 基本施策(2) 多様な事業者との連携の強化

< 具体的施策 >

#### ① 産業観光ツアーの推進

テーマを持ったツアーを造成するため多様な事業者と連携し、参加者の満足度の向上を図ります。

##### 【具体的取組】

- I) 宇部・美祢・山陽小野田産業観光推進協議会との連携強化

## 4. 数値目標（KPI）

本計画を効果的に推進していくために、計画の数値目標を設定し、5年間の目指すべき姿とします。

この数値目標をもとに、本計画の推進状況を把握することにより、本市の観光振興の政策全般における計画推進の成果を評価し、次期計画策定の際に見直しなどを図るものとします。

指標項目	現状値 (2018年)	目標値 (2024年)
観光交流人口	140万人	169万人
外国人来訪者数	51千人	133千人
宿泊者数	61千人	70千人
美祢市観光の満足度	3.75ポイント	4.00ポイント
リピーター率	48%	60%

## 5. 経営の健全化

経営状況の明確化、弾力化、経営意識の向上、資産の有効活用等を図るため、2020年度から観光事業を公営企業会計に移行します。

### (1) 歳出削減

引き続き歳出削減への手綱を緩めることなく、経費支出の見直しを図っていきます。

### (2) 収入増加対策

秋芳洞の入洞者が長年にわたり減少傾向が続いていますが、このまま減少傾向が続くと施設整備等の財源を確保することができなくなります。そこで、この減少傾向を下げ止め、緩やかな増加傾向に転換していかなければなりません。

しかしながら、その場凌ぎ的なイベントによる集客では、継続的かつ自立的な入洞者の増加は見込めません。また、急激な増加は、観光関連事業者の対応が困難になることも予測されます。そこで、限られた財源のなかで、効果的に施策を展開していくため、ブランディングやマーケティングに注力した誘客対策を促進します。

### (3) 計画的な施設改修等

秋吉台地域には、多くの老朽化した施設があります。設備投資で赤字にならないためにも、経済性評価の視点からの検討を十分に加えた、具体的なロードマップの作成が必要です。施設そのものの目的や効果、経済性等を改めて検証し、時代のニーズにあったものへの転換や、類似目的の施設について、その差別化を行う等、施設の整理統合や廃止も視野に入れた検討を行っていきます。

### (4) KPIの設定とPDCAサイクルの確立

2020年度内に、2024年度までの4年間の重要業績評価指標(KPI)を策定し、年度ごとに達成状況や施策の効果を検証したうえで、必要な見直しと改善を図ることにより、翌年度以降の取り組みに活かしていくPDCAサイクルを実施します。

### (5) 人材の育成

日々の業務の中で、財務諸表を読み解き、課題等に即対応できるよう、また、施設の管理運営が業務の主体といった従来の考え方から脱却し、経営感覚やマネジメント能力を高めていくことが必要です。

そこで組織目標を明確にし、職員個人の役割と目標に基づく評価を行うことで、人材の育成を図っていきます。また、自己啓発発展するような研修機会の充実を図っていきます。

### (6) 合意形成

長期的な観光振興を効率的・効果的に図っていくためにも、関係者間できめ細やかな情報発信と相互連携を深めていかなければなりません。



# 参考資料

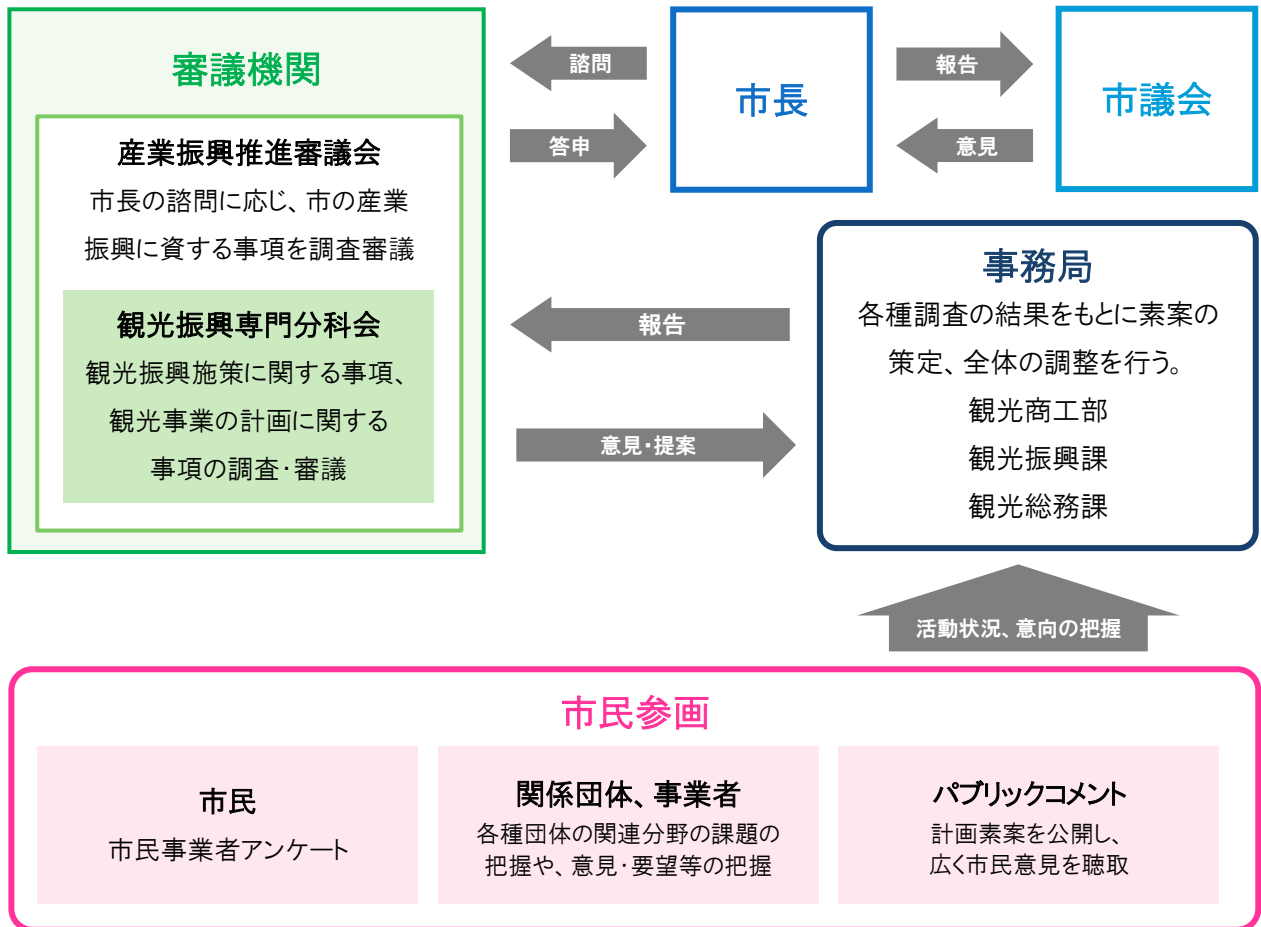
## 1. 策定体制

### (1) 策定体制

おもてなしのまち美祢観光振興条例において、観光振興計画の策定については、美祢市産業振興推進審議会の審議を経るものとされており、当審議会において基本方針、基本施策及び施策目標を審議します。

- 美祢市観光の現状・課題の把握
- 観光振興計画案の策定
- 重点プロジェクト
  - ① ツーリズムの多様化
  - ② インバウンド誘客の促進
  - ③ ソフトとハードの整備

#### ■第2次美祢市観光振興計画策定体制



## (2) 美祢市産業振興推進審議会委員

職名	氏名	備考
美祢市商工会 理事	織田 浩久	
山口美祢農業協同組合 代表理事常務	篠田 一吉	
カルスト森林組合 代表理事組合長	高須 修三	
一般社団法人美祢市観光協会 専務理事	水谷 雅哉	
一般社団法人美祢青年会議所 理事長	青木 香雄	副会長
山口大学経済学部 准教授	齋藤 英智	会長
山口県立美祢青嶺高等学校 校長	藤村 慎一郎	
成進高等学校 校長	野原 政典	
山口県商工労働部 企業立地統括監	坂田 和彦	
山口県宇部県民局 局長	磯村 昭二	
山口県美祢農林水産事務所 所長	金子 省一	
宇部興産株式会社 伊佐セメント工場 副工場長	井原 毅	
秋芳鋳業株式会社 代表取締役	江間 恭介	
株式会社シーパーツ 代表取締役	吉川 日生	
株式会社山口銀行美祢支店 支店長	稗田 裕司	
美祢農林開発株式会社 統括	伊藤 末高	
美祢地域生活改善実行グループ連絡協議会 副会長	大橋 つや子	
地域おこし協力隊	谷 康弘	

## (3) 観光振興専門分科会委員

職名	氏名	備考
一般社団法人美祢市観光協会 専務理事	水谷 雅哉	会長
一般社団法人美祢青年会議所 理事長	青木 香雄	副会長
山口大学経済学部観光政策学科 教授	陳 禮俊	
山口県宇部県民局 局長	磯村 昭二	
一般社団法人山口県観光連盟 専務理事	上田 英夫	
株式会社山口銀行美祢支店 支店長	稗田 裕司	
秋吉台サファリランド 園長	池辺 祐介	
株式会社JTB山口支店 観光開発プロデューサー	徳弘 靖亮	

## 2. 策定スケジュール

実施・期間	実施内容	概要
2019年11月29日	第1回美祢市観光振興専門分科会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第2次美祢市観光振興計画策定の目的等について（策定目的、体制の説明、スケジュールの説明）</li> <li>・各種調査について（各アンケート調査の実施概要の説明）</li> </ul>
2019年12月24日 ～26日	海外 WEB 調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日経験のあるアメリカ人50名と台湾人50名を対象にした美祢市の観光資源の認知度や魅力度等のアンケート調査</li> </ul>
2020年1月7日 ～13日	国内 WEB 調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本人946名を対象にした美祢市の観光資源の認知度や魅力度等のアンケート調査</li> </ul>
2020年1月5日、 11日～13日	美祢市主要観光地でのアンケート調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・625名の来訪者に面接方式で美祢市の満足度や再来訪の意向等を聞き取り調査</li> </ul>
2020年 1月16日	市民事業者ワークショップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民事業者アンケート調査の実施</li> <li>・これからの観光振興についてディスカッションと発表、まとめ</li> </ul>
2020年 2月28日 ～ 3月28日	パブリックコメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市ホームページにて第2次美祢市観光振興計画素案を公開し、に対する意見を募集</li> </ul>
2020年 3月30日	第2回美祢市観光振興専門分科会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・美祢市観光振興計画(2015年度～2019年度)の検証</li> <li>・第2次美祢市観光振興計画の検討</li> </ul>
2020年 3月30日	産業振興推進審議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第2次美祢市観光振興計画案を承認（市長へ答申）</li> </ul>

## 3. 用語集

### ICT 【 Information and Communication Technology 】 情報通信技術

ICTとは、情報や通信に関連する科学技術の総称。特に、電気、電子、磁気、電磁波などの物理現象や法則を応用した機械や器具を用いて情報を保存、加工、伝送する技術のこと。

### エシカル消費

エシカル(ethical)は「倫理的な、道徳上の」という意味で、エシカル消費とは、人体・環境への負荷、社会貢献などを重視して生産された商品やサービスを選択的に消費する行動及び理念のこと。

### GPS 【 Global Positioning System 】

GPSとは、人工衛星を利用して自分が地球上のどこにいるのかを正確に割り出すシステム。米軍の軍事技術の一つで、地球周回軌道に30基程度配置された人工衛星が発信する電波を利用し、受信機の緯度・経度・高度などを数cmから数十mの誤差で割り出すことができる。GPSの民生利用は航空機や船舶などの航行システムで行われてきたが、近年の半導体技術の急激な発達に伴い機器の小型化・低価格化が進み、情報技術の進展から地図を表示するコンピュータシステムなども安価に提供されるようになったため、カーナビゲーションシステムや携帯電話に広く組み込まれるようになり、位置情報を利用した様々なサービスが提供されるようになっている。

### AI 【 Artificial Intelligence 】 人工知能

人工知能とは、人間にしかできなかったような高度に知的な作業や判断を、コンピュータを中心とする人工的なシステムにより行えるようにしたもの。

### AR 【 Augmented Reality 】 拡張現実感

ARとは、現実の環境から視覚や聴覚、触覚などの知覚に与えられる情報を、コンピュータによる処理で追加あるいは削減、変化させる技術の総称。

### Wi-Fi 【 Wireless Fidelity 】

Wi-Fiとは、米国に拠点を置く業界団体「ワイファイ・アライアンス」が定めるブランド名。また、無線LAN自体のこと。無線LANとは、電波を用いて数m～数十m程度の範囲内でインターネット接続の高速なデータ通信を行う通信技術。

### キャッシュレス化

キャッシュレスとは現金を使わずに支払いをする事。大きくは、プリペイドカードやSuicaなどの電子マネーのような前払いタイプ、デビットカード(銀行カード)のような同時払いタイプ、クレジットカードやドコモのiDなどのポストペイのような後払いタイプの3つに分類される。

## ジオパーク

ジオパークとは、「地球・大地(ジオ:Geo)」と「公園(パーク:Park)」とを組み合わせた言葉で、「大地の公園」を意味し、地球(ジオ)を学び、丸ごと楽しむことができる場所のこと。現在日本には、日本ジオパーク委員会が認定した「日本ジオパーク」が44地域ある(2020年3月現在)。ユネスコの定める基準に基づいて認定された高品質のジオパークを世界ジオパークといい、世界41カ国・147地域が(うち9地域が日本に)ある。

## SDGs 【 Sustainable Development Goals 】 持続可能な開発目標

SDGsは、2015年9月の国連サミットで採択されたもので、国連加盟193か国が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた目標のこと。「貧困」「飢餓」「健康と福祉」「教育」「ジェンダー平等」「安全な水とトイレ」「クリーンなエネルギー」「働き甲斐も経済成長も」「産業と技術革新の基盤づくり」「人や国の不平等の排除」「住み続けられるまちづくり」「つくる責任つかう責任」「気候変動への具体的対策」「海の豊かさを守る」「陸の豊かさを守る」「平和と公正」「パートナーシップで目標達成」という17の目標と169のターゲット、232の指標がある。

## DMO 【 Destination Management Organization 】

DMOとは、観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。観光庁が規定した日本版 DMO では、『地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人』と定義している。

## KPI 【 Key Performance Indicator 】 重要業績評価指標

KPIとは、目標の達成度合いを計るために継続的に計測・監視される定量的な指標のこと。組織や個人が日々活動、業務を進めていくにあたり、「何を持って進捗とするのか」を定義するために用いられる尺度であり、現在の状況を表す様々な数値などの中から、進捗を表現するのに最も適していると思われるものが選択される。

## PDCAサイクル 【 Plan-Do-Check-Act cycle 】

PDCAサイクルとは、業務プロセスなどを管理・改善する手法の一つで、計画(Plan)→実行(Do)→評価(Check)→改善(Act)という4段階の活動を繰り返し行うことで、継続的にプロセスを改善・最適化していく手法。

## ユニバーサルデザイン 【 Universal Design 】

ユニバーサルデザインとは、文化・言語・国籍や年齢・性別などの違い、障害の有無や能力差などを問わずに利用できることを目指した建築(設備)・製品・情報などの設計(デザイン)のことである。

## 関係人口

関係人口とは、「一時的な訪問者でも長く移住する人でもない、中長期的なスパンで地域を訪れる人」のこと。主に地方創生の分野で使われるキーワードで、地方に移住するにはハードルが高いが、観光客だけの関

係にとどまらない地域との繋がりを持つ人のこと。対して、交流人口とは、「旅行者」「短期滞在者」のこと。

### ベジタリアン

ベジタリアンとは、菜食主義者のこと。肉や魚などの動物性食品をとらず、野菜・芋類・豆類など植物性食品を中心にとる人。肉類に加え卵・乳製品なども一切食べないビーガン(ピュアベジタリアン)、植物性食品と卵を食べるオボベジタリアン、植物性食品と乳製品を食べるラクベジタリアンなどのタイプに分かれる。

### ムスリム

ムスリムとは、アラビア語の「神に帰依する者」という意味で、イスラム教徒のこと。イスラム教には「ハラール(許される行為・物)」と「ハラーム(禁じられた行為・物)」という2つの規範がある。食べ物も「ハラールフード」と「ハラームフード」が定められており、後者は飲食してはいけない。その代表的のものが豚とアルコールで、成分として含まれるポークエキスやみりん調味料もハラームの対象になる。

### シティプロモーション

シティプロモーションとは、市が有する地域資源や魅力を高め、その魅力を戦略的かつ効果的に内外に情報発信していくことで、市のイメージを向上させ、交流人口・定住人口の増加、企業誘致等を図るもの。また、市民が地域の魅力を再認識することで誇りや愛着心が高まり、主体的に地域活動へ参加するなど、地域の活性化、住民満足度の向上にも繋がっていくことを目指している。

### フィルムコミッション

フィルムコミッションとは、映画のロケーション撮影の際に発生する業務を撮影者に代理して行う機関。撮影場所を使用するための申請、地元住民との調整、宿泊施設・警備会社・エキストラの手配などを行う。

### デジタルマーケティング

デジタルマーケティングとは、インターネット上のサイトやデジタル広告、メール、モバイルアプリなどのチャネルを通じて商品やブランドのプロモーション施策を実行し、お客様の反応をデータとして蓄積・活用することでマーケティング業務をさらに高度化させて、お客様とのつながりを強化する仕組みのこと。

### SNS【 Social Networking Service 】

SNSとは、インターネットを介して人間関係を構築できるスマホ・パソコン用のWebサービスの総称で、社会的な繋がりを提供するサービスのこと。古くはブログや電子掲示板でもそうした機能の一部は実現できていましたが、SNSでは特に「情報の発信・共有・拡散」といった機能に重きを置いているのが特徴。主なものにTwitter、Facebook、LINE、Instagramなどがある。

### 旅マエ・旅ナカ・(旅アト)

訪日外国人旅行者の訪日旅行前(訪日旅行前の旅行計画や準備をしている期間)、訪日旅行中(出国～訪日中～母国に帰国するまでの期間)、訪日旅行後(母国に帰国し、旅行の余韻に浸っている期間)のことを指し、それぞれの段階ごとに適切なアプローチをすることが重要となってきた。

