

第3次美祿市観光振興計画

MiNE



令和7年3月

市長メッセージ



本市は、平成25年6月に県下で初めて制定した「おもてなしのまち美祢観光振興条例」に基づき、令和2年に「第2次美祢市観光振興計画」を策定し、観光事業の発展に取り組んでまいりました。

その取組の結果、秋吉台をはじめとする雄大な自然の魅力を最大限に活かし、セグウェイツアーの開始やトウクトウクの導入、また、みねDMOの登録DMOへの認定等、観光基盤の強化を進めることができました。しかしながら、人口減少や景気低迷等、観光産業を取り巻く環境は大きく変化し、本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。

とりわけ、コロナ禍による市内の観光事業者への影響は大きく、宿泊施設が廃業するなど、観光基盤が大きく打撃を受けるとともに、市観光事業会計においても厳しい経営状況となりました。

このような状況の中、令和4年10月に新型コロナウイルス感染症に伴う水際対策が緩和され、また、円安等が追い風となった結果、インバウンド需要が高まり、外国人観光客が集中する都市部から地方への誘客を促進するための様々な取組が行われています。本市においても、国内外からの観光客は増加傾向にあり、更なる誘客に向け秋吉台エリアのアクティビティセンターの整備計画や秋芳洞未公開エリアのケイピングツアーなど観光コンテンツの強化に取り組んでまいりました。

加えて、令和6年のMine秋吉台ジオパークのユネスコ世界ジオパーク国内推薦決定、令和7年には大阪関西万博、令和8年にはJRのデスティネーションキャンペーンと国内外から注目されるイベントなどが開催されることから、これを絶好の機会と捉え、本市の魅力を発信し国内外の観光客誘致に取り組むことが重要となっています。

そのような中、この度、「第二次美祢市総合計画後期計画」における将来像「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』」の実現に向け、基本目標である「『魅力の創出・交流』の拡大」を達成すべく令和7年度を計画初年度とする「第3次美祢市観光振興計画」を策定いたしました。

本計画では、「観光立市をめざす、おもてなしのまち～未来へつなぐ観光～」を基本理念に掲げています。観光地経営の視点に立ち、みねDMOをはじめ地域の多様な事業者や関係団体と連携を深め、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ていきたいと考えています。

結びに、本計画の策定にあたり御尽力いただきました審議会の委員の皆様をはじめ、調査に御協力、御意見をいただきました市民、観光客の皆様にご心から感謝申し上げます。

令和7年3月

美祢市長 篠田 洋司

目次

第1章	計画策定の基本的な考え方	1
	1 計画策定の経緯	1
	2 計画の期間	2
	3 計画の位置づけ	2
	4 国の動向	3
	5 山口県の動向	5
第2章	前計画の検証	7
	1 第2次美祢市観光振興計画の概要	7
	2 数値目標の達成状況	9
	3 観光施策の成果と課題	9
第3章	美祢市観光の現況	11
	1 国内旅行者の現状と課題	11
	2 訪日外国人旅行者の現状と課題	16
第4章	アンケート調査・ヒアリング調査	21
	1 アンケート調査概要	21
	2 国内アンケート調査結果	22
	3 国外アンケート調査結果	27
	4 観光客アンケート調査結果	31
	5 事業者アンケート調査結果	38
	6 ヒアリング調査	44
	7 美祢市観光の課題	45

第5章	基本構想	46
	① 基本理念	46
	② 美祢市が目指す観光地像	47
	③ 数値目標 (KGI・KPI)	48
第6章	実施計画	49
	① 重点領域	49
	② 基本方針と基本施策	52
第7章	計画の進捗に向けて	63
	① 推進体制の構築	63
	② 進捗管理の方法	63
第8章	経営の健全化	64
	① 観光事業会計財政計画	64
参考資料	65
	① 策定体制	66
	② 策定スケジュール	68
	③ 用語集	69

第1章 計画策定の基本的な考え方

1 計画策定の経緯

本市は山口県の中西部に位置し、豊富な地下資源と温暖な気候に恵まれ、充実した生活機能と自然の豊かさが調和した緑と活気にあふれた地方都市です。市内には中国自動車道的美祢東JCTと美祢IC、美祢西ICがあり、山陽新幹線が停車するJR厚狹駅とJR新山口駅からも近く、近隣県の広島、福岡から2時間圏内と交通アクセスに恵まれています。

平成27(2015)年9月に美祢市全域が日本ジオパークに認定され、その中でも自然の観光資源として、日本最大級のカルスト台地「秋吉台」と日本屈指の大鍾乳洞「秋芳洞」があります。それだけでなく、奈良時代の東大寺大仏鑄造の銅の産地や、幕末における長州藩内の俗論派と高杉晋作率いる正義派による大田絵堂の戦いが行われた維新発祥の地、また、明治から昭和にかけての日本最大の無煙炭の産地として知られています。

令和5(2023)年3月に開催された「第19回観光立国推進閣僚会議」では、“観光は、成長戦略の柱、地方創生への切り札である”とあり、この言葉どおり、観光は多様な業種がかかわる裾野の広い産業のため、観光入込客の消費行動は、新たな雇用の創出、地域経済の活性化へとつながることが期待されます。

本計画は、観光振興が地域社会や経済に好循環を生み出すことで、観光事業者に限らずより多くの市内事業者及び市民のシビックプライドの醸成を促し、観光産業の収益力の向上や持続可能な観光地域づくりを推進することを目的に、美祢市ならではの観光地の魅力の創出及び効果的なプロモーションなどの実践的かつ実効性の高い施策を実現させるため、第3次美祢市観光振興計画を策定します。



2

計画の期間

「第3次美祢市観光振興計画」の計画期間は、令和7（2025）年度から令和11（2029）年度までの5年間とします。1年毎に評価・検証を行い、必要に応じて、事業計画の見直しを行います。

「第3次美祢市観光振興計画」計画期間

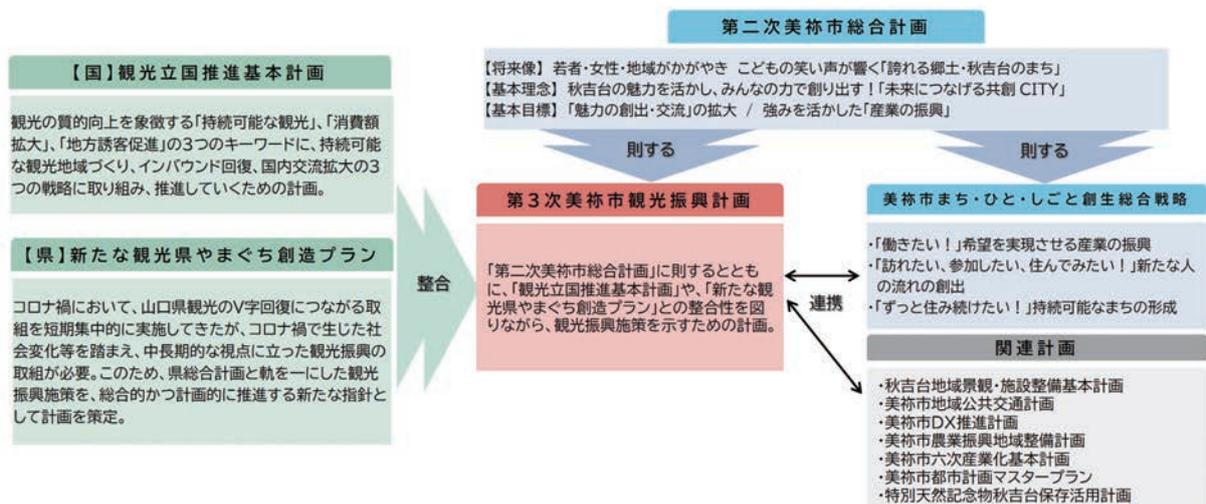


3

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」等その他の個別計画と連携するとともに、「観光立国推進基本計画」や「新たな観光県やまぐち創造プラン」との整合性も図りながら、「第2次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。

第3次美祢市観光振興計画の位置づけ



4 国の動向

(1) 持続可能な形での観光立国の復活に向けて

人口減少、少子高齢化が進む中、交流人口・関係人口の拡大は地域の活力の維持・発展に不可欠です。観光を通じた国内外との交流人口の拡大の重要性は高く、観光は成長戦略の柱、地域活性化の切り札です。国においては、平成28(2016)年に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、取組を進めた結果、令和元(2019)年の訪日外国人旅行者は3,188万人、旅行消費額は4.8兆円まで増加し、インバウンド観光は飛躍的な成長を遂げました。

ところが、令和2(2020)年に新型コロナウイルス感染症が世界中で猛威を振ると、インバウンド需要は一時的に消滅し、日本人の国内旅行も半減するなど、観光は未曾有の深刻な影響を受けました。

コロナ禍を経た旅行需要の変化に目を転じると、世界の旅行者の約71%がサステナブルな旅行に関心があるとのデータがあり、世界的に「持続可能な観光」への関心が高まっています。

観光産業では、デジタル化の遅れに象徴される生産性の低さや人材不足といった積年の構造的課題が、コロナ禍で一層顕在化することとなり、新たな発展モデルの構築が喫緊の課題となっています。

こうした観光をめぐる情勢を踏まえ、国では、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進を図るため、令和5(2023)年3月に「観光立国推進基本計画」(第4次)を閣議決定し、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つのキーワードを柱とした観光政策を推進しています。

観光立国の実現に関する目標

	明日の日本を支える 観光ビジョン	観光立国推進基本計画		
	2030年目標	2025年目標	早期達成目標	2023年実績
持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数		100地域		31地域 (2023/11/29時点)
訪日外国人旅行者数	6000万人	2019年水準超え (3188万人)		2506.6万人
訪日外国人旅行消費額	15兆円		5兆円	5.3兆円
訪日外国人旅行消費単価	(25万円)	20万円		21.3万円
訪日外国人旅行者 1人当たり地方部宿泊数		2泊		1.27泊
訪日外国人旅行者の 地方部延べ宿泊者数	1億3000万人泊			3190.9万人泊
日本人の海外旅行者数		2019年水準超え (208万人)		962.4万人
アジア主要国における国際会議 の開催件数に占める割合		アジア最大の開催国 (アジア主要国シェア3割以上)		アジア1位 アジア主要国シェア32.7%
日本人の地方部延べ宿泊者数		3.2億人泊		2.9億人泊
日本人国内旅行消費額	22兆円	22兆円	20兆円	21.9兆円

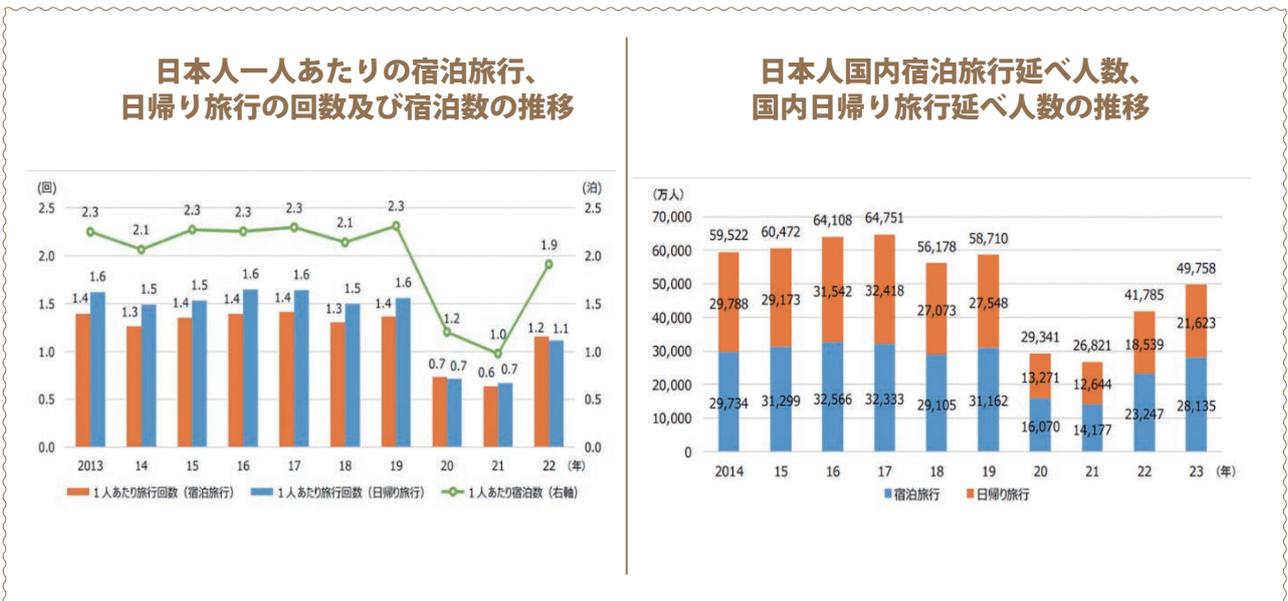
出典：国土交通省観光庁『観光立国推進基本計画(第4次)について』

(2) 新型コロナウイルス感染症の影響に伴う観光ニーズの多様化

新型コロナウイルス感染症の影響に伴い国内旅行需要は大きく低下した一方で、コロナ禍を通じて、密を避けた個人・少人数旅行や県内旅行等の近隣地域内での観光、いわゆるマイクロツーリズムの増加、キャンプ・グランピングなどのアウトドア活動への需要が高まり、また観光地等に滞在しながら、リモートで働く「ワーケーション」など新たな観光スタイルが生まれました。

その他、多様化した観光ニーズに対応した観光形態として、「着地型観光」の需要も高まっています。着地型観光とは、旅行者を受け入れる地域がその地域の観光資源を基にした観光関連の商品開発や体験プログラムの企画・運営、また情報発信等を行う形態であり、エコツーリズムをはじめスポーツツーリズムやアドベンチャーツーリズムなど特定のテーマに重点を置いた“着地型観光”が全国で取り組まれています。

新型コロナウイルス感染症拡大前後を比較すると、日本人一人あたりの宿泊旅行回数はコロナ禍前と同水準程度まで回復している一方、国内の日帰り観光は回復途上にあります。今後も感染症等に強い観光地域づくりに向けて、旅行先として選ばれるための取組やメニューの充実が求められます。



出典：観光白書（2023年版）

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2023年確報版）

(3) インバウンド需要の高まり

令和2（2020）年に新型コロナウイルス感染症が拡大し、訪日外国人旅行者数は大幅に落ち込みましたが、令和4（2022）年10月（個人旅行の受入解禁）以降、新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元（2019）年比において訪日外国人旅行者数は毎月増加しており、順調に回復しています。

訪日外国人旅行者による消費額の推移も同様に回復傾向にあり、これらの背景には平均宿泊数が伸びたことのほか、円安、物価上昇等の影響も考えられます。

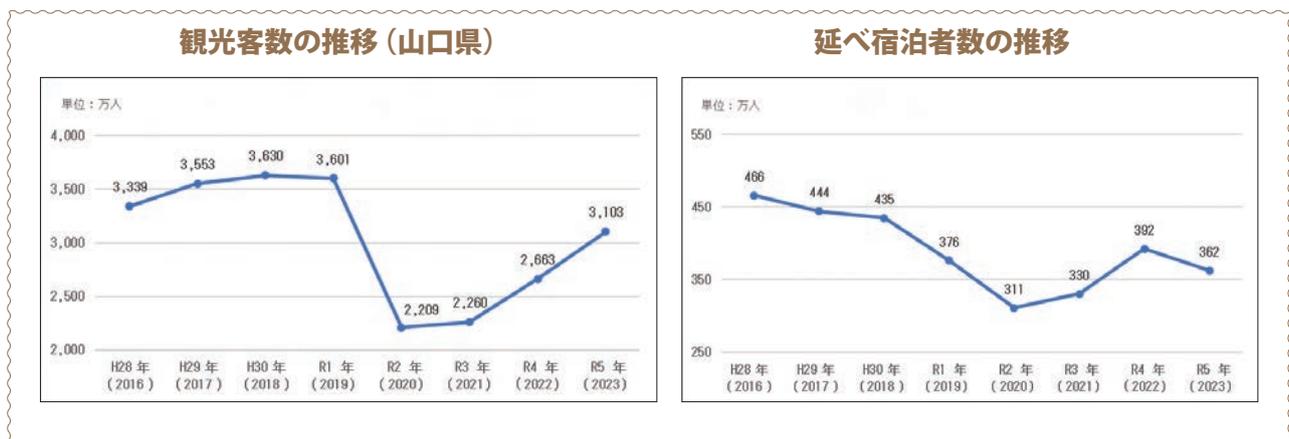
訪日旅行の経験者が増えるに従い旅行目的や訪問先は多様化し、団体ツアーやパッケージツアーだけでなく、個人の目的に合わせた旅行をしたいという要望が高まる中でFIT（個人旅行）が増えています。このような傾向の中で、リピーターの増加やFIT化によって訪日外国人旅行者の関心も多様化しており、日本でしか体験できない新たな発見・感動体験等様々な「コト消費」へのニーズが高まっています。

山口県では、観光産業の成長や地域の活性化につなげる観光力の強化等に取り組み、平成30(2018)年には観光客数が過去最高の3,630万人、外国人延べ宿泊者数が12万人に達するなど一定の成果があったものの、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受け、国内観光客数はもとより、入国制限等に伴うインバウンドの激減により、観光産業は大きな打撃を受け厳しい状況におかれました。

山口県としては、この危機に迅速に対処するため、令和3(2021)年度に策定した「山口県観光V字回復プラン」に基づき、宿泊事業者をはじめとする総合的な支援策「やまぐち観光振興支援パッケージ」などにより、本県観光のV字回復につなげる観光需要の喚起対策や宿泊施設の高付加価値化等実効性の高い取組を短期集中的に実施してきたところです。

加えて、令和4(2022)年12月に策定した県の総合計画「やまぐち未来維新プラン」の維新プロジェクトの一つに、新たな観光県やまぐちの創造を掲げ、山口県を活性化する大交流維新の実現に取り組み、「安心で希望と活力に満ちた山口県」の実現につなげることをしています。

こうした背景の中で、山口県の更なる観光振興に向け、取り組むべき施策を総合的・体系的に整理した指針として、全県を挙げた観光振興の取組を進めるため令和5(2023)年に「新たな観光県やまぐち創造プラン」を策定しています。



出典：山口県の宿泊者及び観光客の動向

「新たな観光県やまぐち創造プラン」の推進方向と施策体系

【目指す姿】新たな時代をリードする観光県やまぐちの創造

【施策体系】山口県観光の目指すべき姿に向け、山口県観光の状況と課題を踏まえ、以下、4本の柱と計16の基本施策を定め推進しています。

施策の柱1 「新たなニーズを捉えた持続可能な観光地域づくり」

＜基本施策＞

- (1) やまぐちの特色を活かした持続可能なツーリズムの推進
- (2) 「やまぐちDMO」を核とした魅力ある観光地域づくりの推進
- (3) 観光客の満足度を高めるおもてなしの推進
- (4) 観光消費額を高める付加価値の高い商品・サービスの開発
- (5) 観光客の安心・安全の確保

施策の柱2 「観光客の心をつかむ戦略的なプロモーションの展開」

<基本施策>

- (1) 観光需要の拡大に向けた効果的なプロモーションの展開
- (2) プロモーション力を高めるデジタル技術の活用

施策の柱3 「やまぐちの多彩な魅力を活かした幅広い交流促進策の推進」

<基本施策>

- (1) スポーツの力を活用した交流促進
- (2) 多彩な文化資源を活用した文化観光の推進
- (3) 国際交流の推進
- (4) MICE誘致による交流人口の拡大
- (5) 交流を活発化する交通ネットワークの機能強化
- (6) 新たな人の流れを呼び込むワーケーションの推進

施策の柱4 「反転攻勢に向けた誘客対策の強化によるインバウンドの拡大」

<基本施策>

- (1) 大阪・関西万博の開催等を見据えた海外からの誘客対策の強化と受入環境の充実
- (2) クルーズ船の誘致推進
- (3) 国際航空路線等の再開・定着

山口県は「やまぐちの特色を活かした持続可能なツーリズムの推進」として豊かな自然・歴史・文化等の魅力的な観光資源や、海・山がもたらす多彩な産品を活かし、多様な観光ニーズに対応した、やまぐちならではのツーリズムを創出することを推進しています。

また、地域経済の活性化を図るため、関連事業者が連携して行う、観光消費額向上に向けた観光コンテンツの造成を支援するとともに、観光地域全体の「稼ぐ力」を向上させる観光地経営の実践に向けた支援や事業者の販路拡大に向けた取組支援等、観光消費を高める取組を促進することを方針として掲げています。



第2章 前計画の検証

1 第2次美祢市観光振興計画の概要

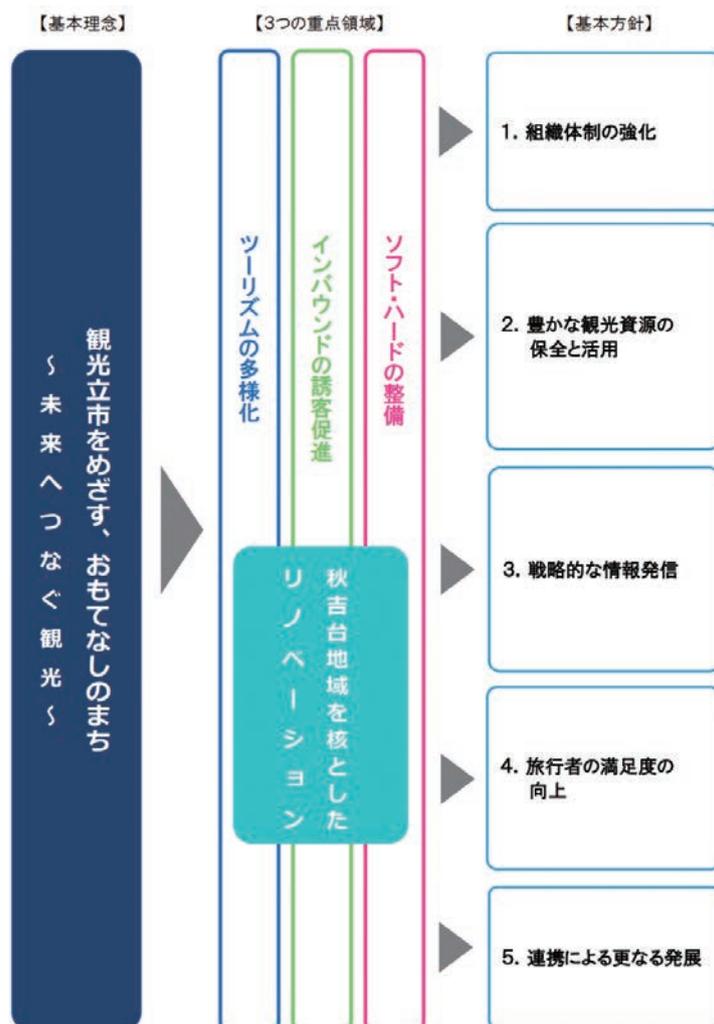
「第2次美祢市観光振興計画」の取組状況については、次のとおりとなります。

策 定：令和2（2020）年3月（令和5（2023）年3月改訂）

計画期間：令和2（2020）年度から令和6（2024）年度までの5年間

なお、3年度目に効果検証を行いながら、4年度目以降の取組を策定することとしていたため、令和5（2023）年3月に一部見直しを行いました。

【参考：第2次美祢市観光振興計画より】



【参考：第2次美祢市観光振興計画より】

【基本施策】

【具体的施策】

<p>(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。</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) ホスピタリティの向上 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) 担い手の育成 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) 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。</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) 観光資源を活用した誘客 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) ツーリズムの強化 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) 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) 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、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) 東アジアを中心とした観光客の誘致 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) 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。</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) 滞在時間の延長 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) 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。</p>	<p>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</p>
<p>(2) 多様な事業者との連携の強化 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 数値目標の達成状況

令和5（2023）年度の観光交流人口は目標値と比較して未達でありましたが、新型コロナウイルス感染症拡大後から徐々に回復の傾向を示しており、今後も増加することが期待されます。本市を代表する観光施設である秋芳洞、大正洞、景清洞の入洞者数（三洞入洞者数）も令和4（2022）年度と比較して令和5（2023）年度は増加しており、増加分が観光交流人口の増加に大きく影響していることがうかがえます。

新型コロナウイルス感染症が拡大し海外からの来訪者数は大幅に落ち込みましたが、FIT（個人旅行）の受入が解禁された令和4（2022）年10月以降、新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元（2019）年度比において訪日外国人旅行者数は増加しており、回復の兆しがうかがえます。

目標指標	令和元年度 実績値	令和4年度 実績値	令和5年度 目標値(a)	令和5年度 実績値(b)	達成率 (b)/(a)	令和6年度 目標値(c)
三洞入洞者数	464千人	382千人	426千人	407千人	95.6%	436千人
観光交流人口	1,400千人	1,169千人	1,238千人	1,194千人	96.4%	1,301千人
外国人来訪者数	51千人	2千人	55千人	18千人	32.7%	67千人
宿泊者数	61千人	43千人	53千人	46千人	86.8%	61千人
美祢市観光の満足度	3.75ポイント	3.72ポイント	4.00ポイント	3.65ポイント	91.3%	4.00ポイント
リピーター率	48%	66%	60%	63%	105.0%	60%

3 観光施策の成果と課題

前計画で掲げた基本方針ごとの施策の取組状況は、次のとおりとなります。

主な成果	主な課題
<p>1. 組織体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ＊美祢市観光協会がR4.10に候補法人DMOから登録DMOに認定されました。R5から広域DMOのせとうちDMOとの連携を通じ、施設の視察やDMO講演会を実施し、関係者への理解を深めました。 ＊みねシュランの認定研修を継続実施するとともに、ジオガイドや観光アテンダントを対象に講演を行い、訪日外国人旅行者への受入環境整備を促進しました。 <p>2. 豊かな観光資源の保全と活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ＊Wi-Fi環境の整備やトイレの洋式化を計画的に実施しました。 ＊展望台から秋芳洞エレベーター口への動線整備のため、カルスターにキャッシュレス販売機を導入しました。 	<p>1. 組織体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ＊観光イベントについては、地域団体、市民交流等一定程度定着していますが、観光客を誘客する仕掛け、滞在時間の延長、観光消費額の増加につながる仕組みを構築する必要があります。 ＊継続的な研修等を通じ、観光事業者やガイドのスキルアップを図ることでおもてなしの意識を醸成し、観光客満足度の向上につなげることが必要です。 <p>2. 豊かな観光資源の保全と活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ＊継続的に関係部署と連携し、空き店舗の対策・整備や統一したわかりやすい案内表示の整備等を行っていく必要があります。秋吉台地域景観・施設整備基本計画を基に、ユニバーサルデザイン化も視野に入れた整備も必要です。

主な成果	主な課題
<p>*R2にセグウェイツアーの開始、R3にトウクトウクの導入、R4に秋芳洞トウクトウクジオガイドツアーを造成販売するなど、秋吉台ならではの特性を活かしたアクティビティを整備しました。</p> <p>*観光協会において、地元事業者と連携した炭鉱ホルモンを開発しました。</p> <p>3. 戦略的な情報発信</p> <p>*観光協会において、顧客管理システムの導入による各種情報の収集、インバウンドのアクティビティ販路拡大に向けJTB Bokunを導入しました。観光協会のHP「カルストドットコム」において、最新観光情報を発信するとともに、各種ツアー募集の案内と予約につながる仕組みを構築しました。</p> <p>*テレビ・ラジオ・雑誌・SNSを使用したPR活動、観光協会HPでの情報発信を実施しました。R4からはサンリオキャラクター「シナモロール」との連携、R5からは東京・関西に向けたPR活動に注力しました。</p> <p>*海外向けには台湾旅行社への訪問や商談会でのPR活動を実施しました。</p> <p>4. 旅行者の満足度の向上</p> <p>*観光事業者向けにコロナ研修やおもてなし講座等、ニーズに合わせた研修を継続的に実施しました。</p> <p>*カルストタクシーの運営及び新ルートの実証等を行うとともに、山口県のMaasアプリなどを活用した二次交通の充実を図りました。</p> <p>*新たに民泊事業を実施する事業者に対し、施設改修費の補助を実施し、宿泊施設の充実につなげました。</p> <p>5. 連携による更なる発展</p> <p>*山口県央連携（山口ゆめ回廊）やながと路・長州路等近隣市町との連携を継続し、圏域内の交流人口の拡大と周遊促進を図る各種事業、プロモーションを実施しました。</p> <p>*大人の社会見学（産業観光ツアー）を企画・実施しました。</p>	<p>*秋芳洞地域のイベントにおいては、地域への経済効果を含めた効果検証や、ブラッシュアップを行いながら開催するとともに、他地域との差別化を図ったツーリズムの造成とPR活動を強化していく必要があります。</p> <p>3. 戦略的な情報発信</p> <p>*収集した顧客情報のデータ分析を行い、ブランディングやマーケティング手法を用いた観光情報発信施策の検討、観光プロモーションの強化の取組が必要です。</p> <p>*観光協会のHP「カルストドットコム」の更なる認知度向上と訪日外国人旅行者向けの対策が必要です。</p> <p>*各種SNSでの計画的な情報発信と観光客増加につながる発信手法の検討が課題です。</p> <p>*秋吉台ならではのアクティビティ開発等、他地域との差別化を図る取組や、訪日外国人旅行者向けのパンフレットや案内看板の多言語化、ガイドの育成等、受入環境整備の充実を図る取組が必要です。</p> <p>4. 旅行者の満足度の向上</p> <p>*継続的な研修会等の開催と積極的な参加を促し、おもてなし意識の醸成、地域リーダーとなる人材の発掘を図ることで、観光客満足度の向上、リピーター確保につなげる取組が必要です。</p> <p>*家族旅行村・リフレッシュパークの両キャンプ場の活用や、宿泊施設、域内交通の充実を継続的に行い、滞在時間の延長につながる仕組みを構築していくことが必要です。</p> <p>5. 連携による更なる発展</p> <p>*継続的に近隣観光地との連携を推進しながら、本市の特色を取り入れたコンテンツやツアーの開催、合同プロモーションを実施することで、広域的な観光推進を図る取組が必要です。</p>

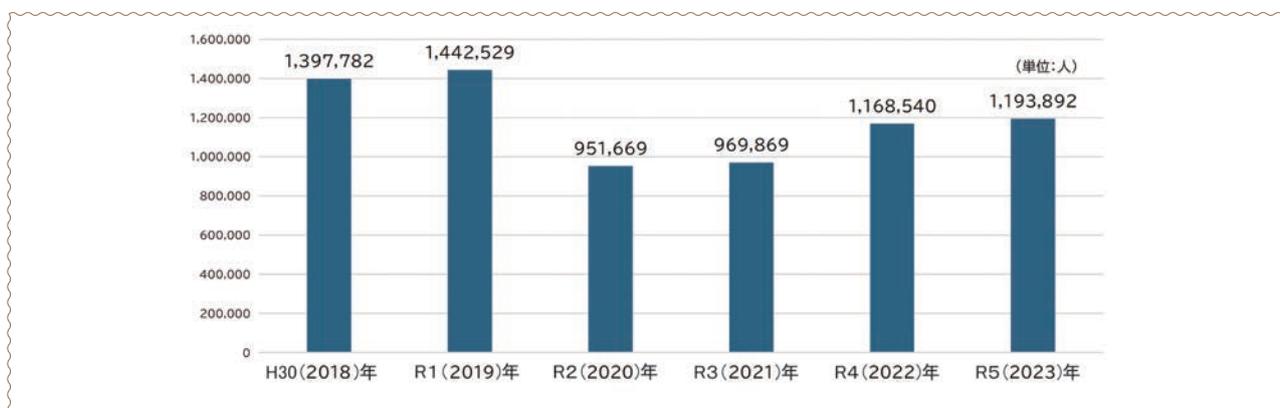
第3章 美祢市観光の現況

1 国内旅行者の現状と課題

(1) 国内旅行者の現状

① 来訪者数の推移

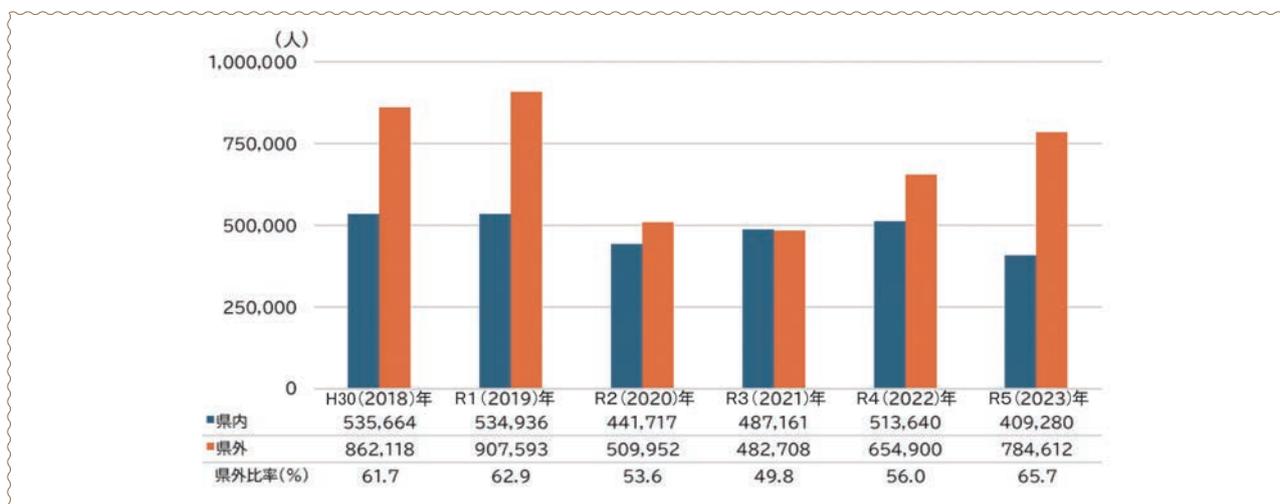
本市来訪者は、令和元（2019）年では140万人を突破し、その後新型コロナウイルス感染症拡大により旅行者数は落ち込みましたが、令和5（2023）年には119万人まで回復しています。



出典：山口県の宿泊者及び観光客の動向

② 県外・県内別来訪者数の推移

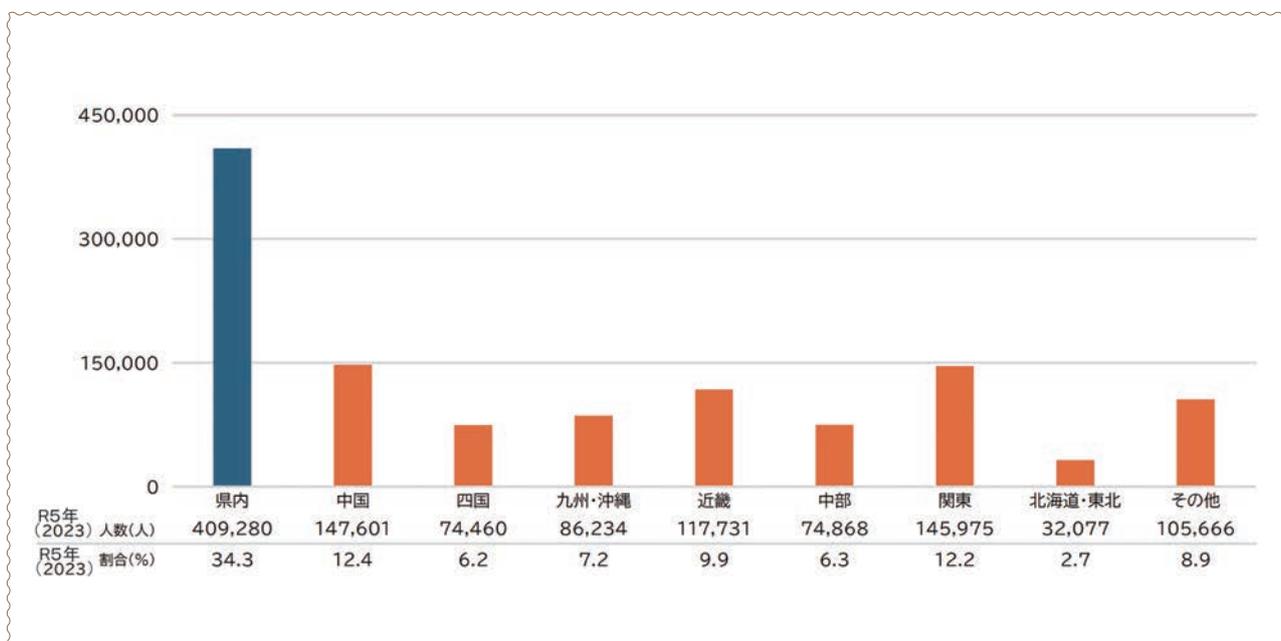
本市来訪者は、令和5（2023）年では、県外観光客が784,612人（県外比率65.7%）という結果でした。新型コロナウイルス感染症拡大時の令和2（2020）年、令和3（2021）年では県外観光客の落ち込みは大きく影響していることがわかります。一方で、県内からの来訪者は減少しているものの県外観光客と比較すると減少幅が少ないことがわかります。ただし、令和5（2023）年では県外観光客が大きく増加しているのに対して、県内観光客は減少している点に課題があります。



出典：山口県の宿泊者及び観光客の動向

③発地別来訪者数（令和5（2023）年）

令和5（2023）年の本市への県外からの来訪者数を見ると、中国地方（147,601人：12.4%）、関東地方（145,975人：12.2%）が多く、次いで、近畿地方（117,731人：9.9%）となっています。隣県エリアである九州・沖縄地方は、86,234人（7.2%）という結果でした。



出典：山口県の宿泊者及び観光客の動向

④月別来訪者数（令和5（2023）年）

本市の月別の来訪者数は8月が最も多く（196,693人）、次いで5月（133,762人）が多くなっています。一方で、1月の来訪者が最も少なくなっています（56,164人）。春（G.W.）や夏休みの来訪が中心の観光地と考えられます。

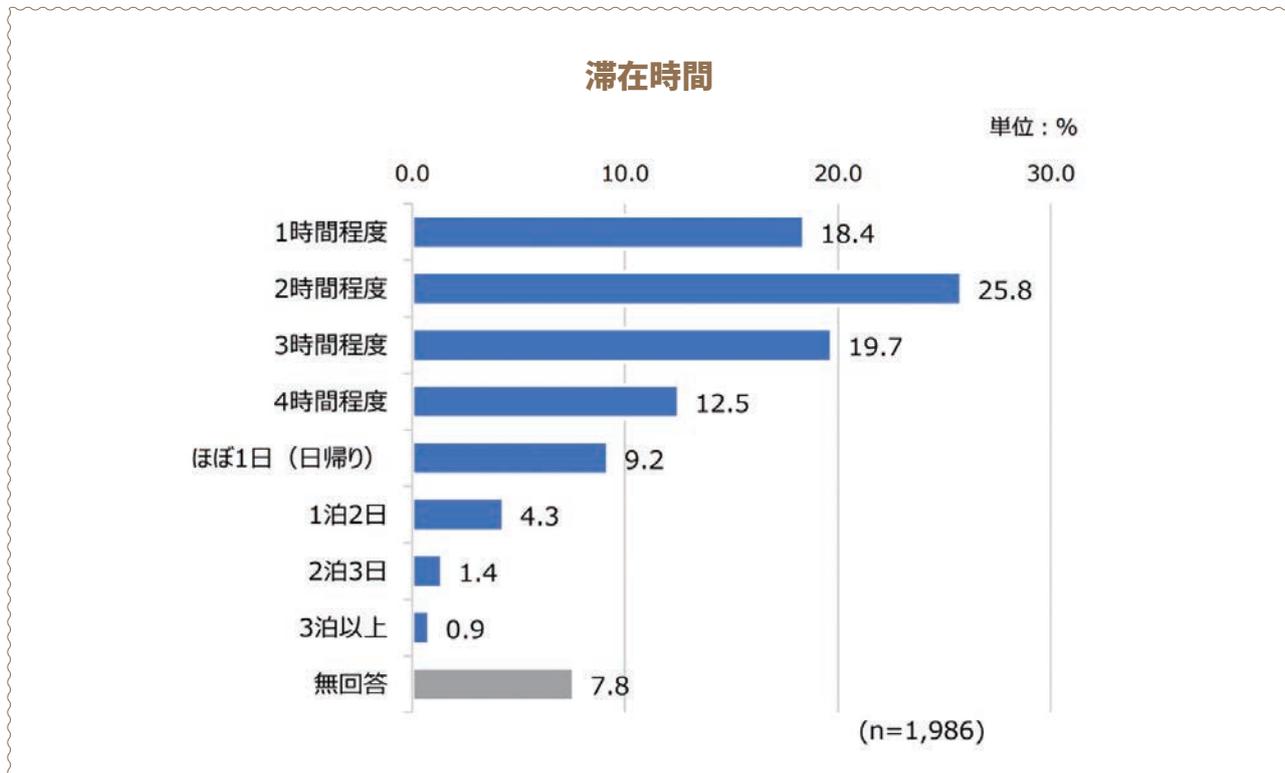


出典：山口県の宿泊者及び観光客の動向

(2) 国内旅行者の課題

令和5(2023)年の本市来訪者意識・動態調査によると、本市を訪問する8.5割以上の旅行者は日帰り旅行又は市外での宿泊旅行者であり、市内での滞在時間は1～3時間程度が6割以上となっています。

① 滞在時間 (n=1,986)

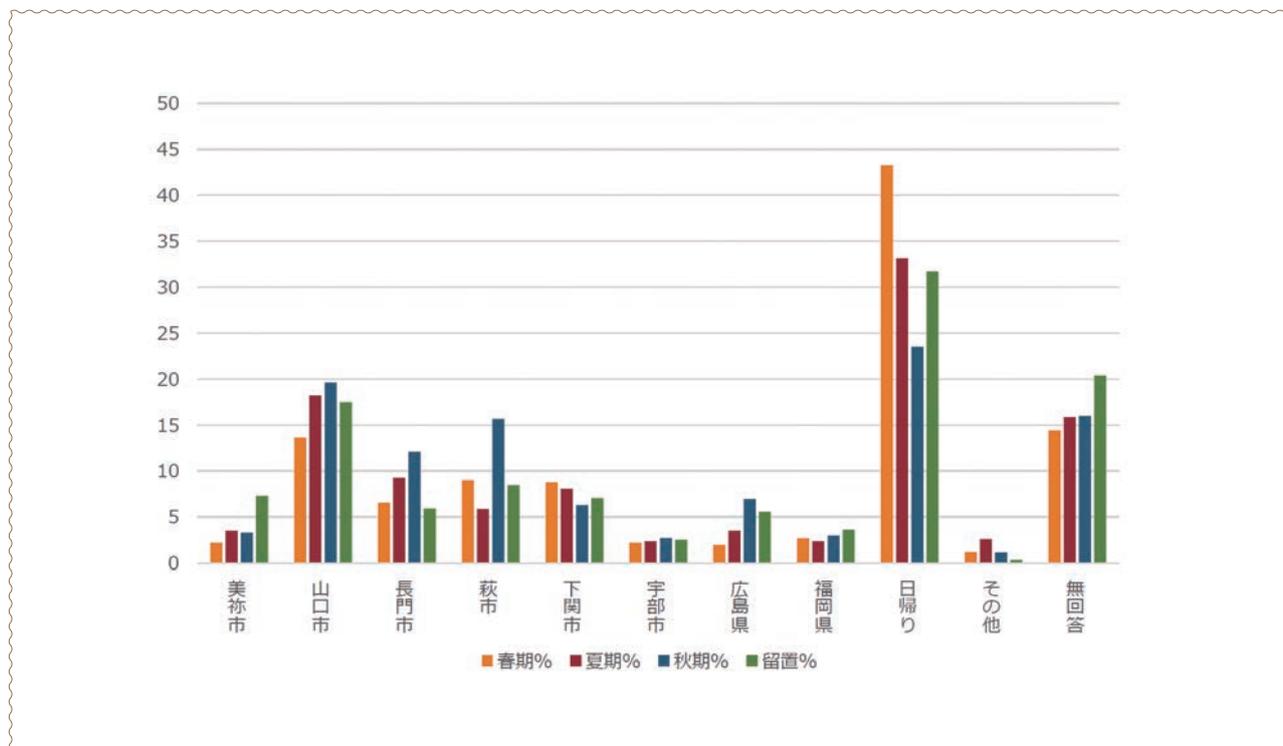


出典：令和5年度美祿市観光動態調査報告書



②今回の旅行の宿泊地 (n=1,986複数回答)

本市を訪問する旅行者において、山口県内での宿泊割合が多く、特に山口市・長門市・萩市での宿泊割合が多い傾向があります。



出典：令和5年度美祢市観光動態調査報告書

③市内消費額 (n=1,986)

市内消費額においては、総額が5,769円、飲食費が2,517円、買い物代が2,153円、となっており、「滞在時間の拡大」、「一人あたりの現地観光消費額の向上」等が課題として対策が求められます。

【全体平均】

単位：円

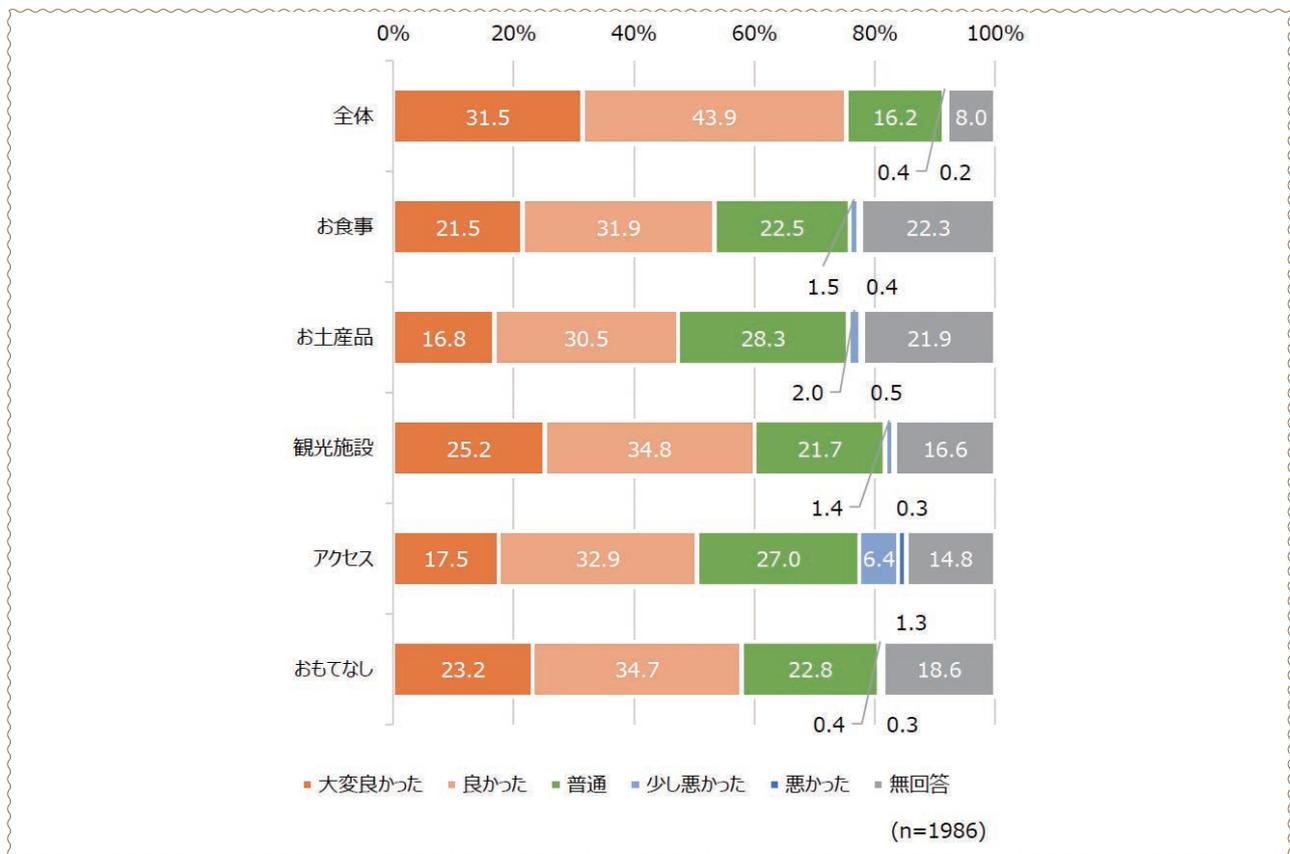
項目	春期	夏期	秋期	留置	平均
宿泊費	18,833	8,045	17,100	13,567	13,155
飲食費	2,882	1,886	3,007	2,425	2,517
交通費	4,180	2,075	3,176	2,980	3,171
娯楽などサービス費	2,316	1,801	2,152	1,532	1,822
買い物代	2,668	2,003	1,608	2,140	2,153
平均単価	6,905	3,808	5,466	6,213	5,769

出典：令和5年度美祢市観光動態調査報告書

※春期、夏期、秋期は対面調査で実施、留置は調査か所に調査票を配置して調査を実施。

④評価

本市全体の評価では「大変良かった」と「良かった」の合計が75.4%と7割以上の旅行者が概ね良かったと評価しています。同じく合計数値が5割以上の上位項目は、「観光施設」60.0%、「おもてなし」57.9%、「お食事」53.4%、「アクセス」50.4%と続き、最も評価が低かったのは「お土産品」47.3%となっています。お土産品については「普通」と回答した割合も高く、今後、新商品の開発を検討するなどの対策が求められます。



出典：令和5年度美祿市観光動態調査報告書



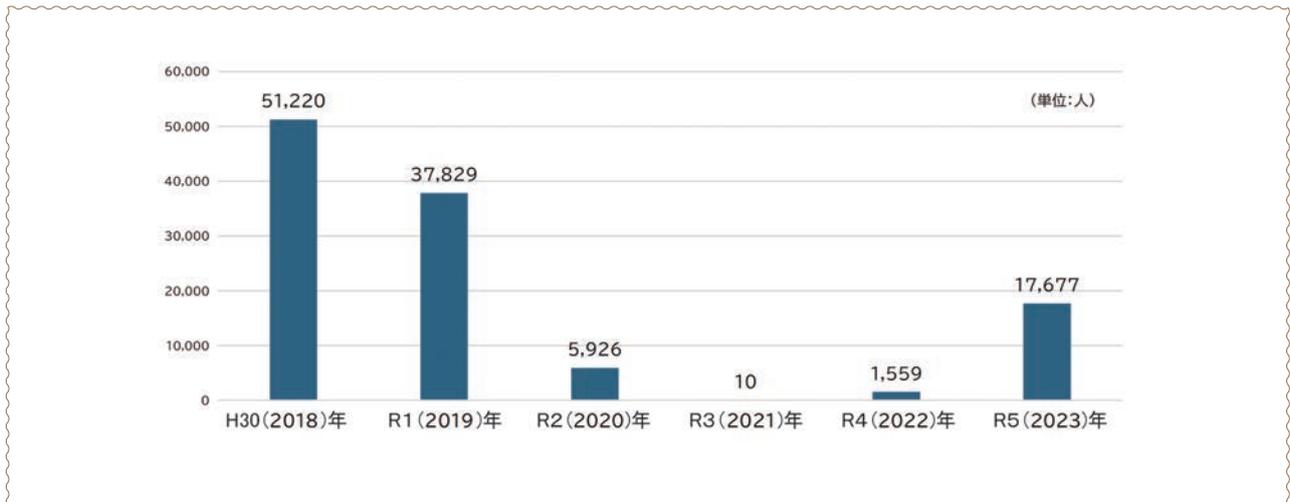
2

訪日外国人旅行者の現状と課題

(1) 訪日外国人旅行者の現状

①外国人旅行者数

本市を訪れる外国人旅行者は、平成30(2018)年には5万人を突破していました。その後、新型コロナウイルス感染症拡大の影響がありましたが、令和5(2023)年には17,677人まで回復しています。

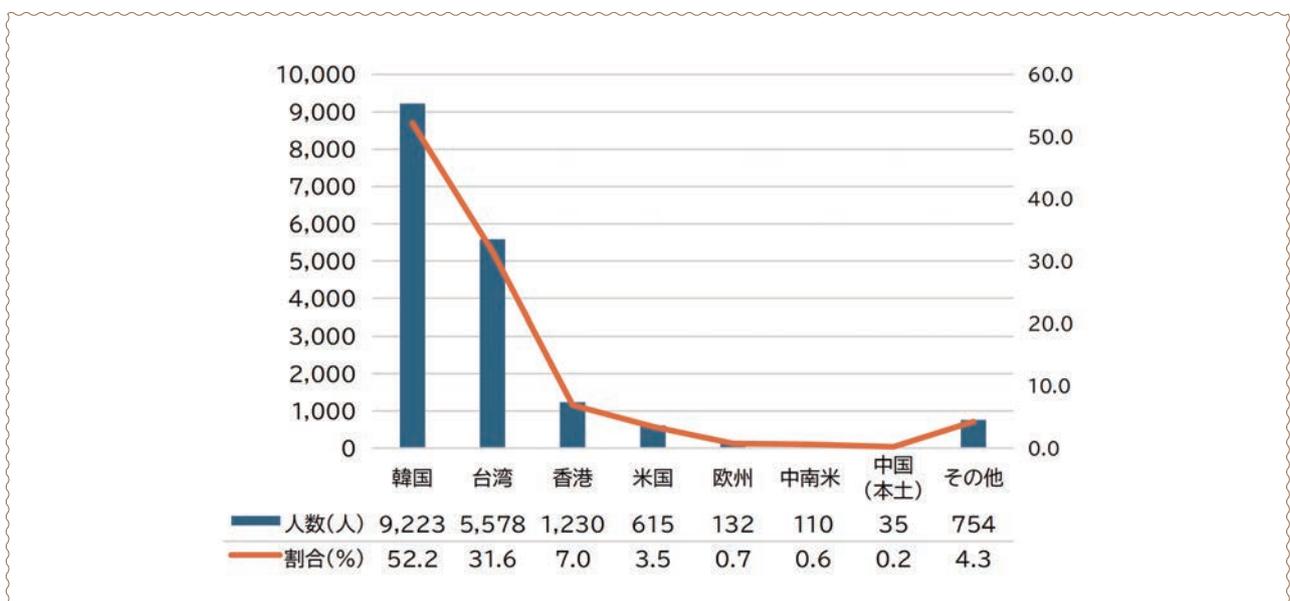


出典：山口県の宿泊者数及び観光客の動向

②国・地域別旅行者割合(令和5(2023)年)

日本を訪問する外国人旅行者数は、令和5(2023)年に大きく増加しており、令和6(2024)年においても全国的に増加していることから、今後も拡大することが期待されています。

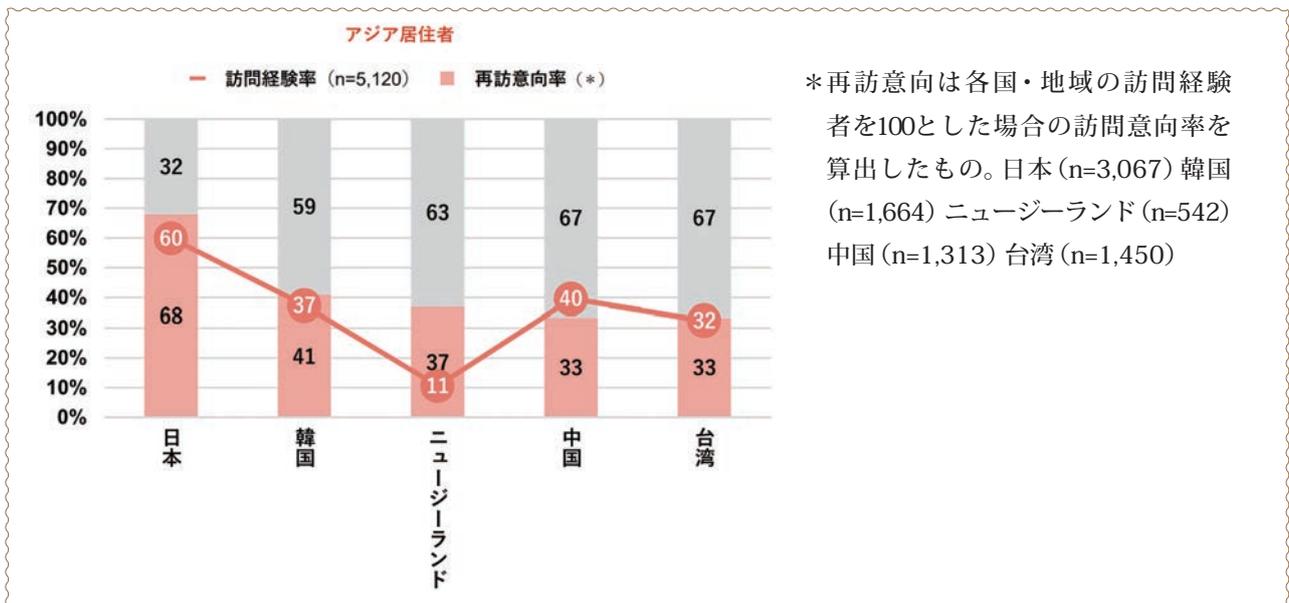
「令和5年山口県の宿泊者数及び観光客の動向」の市場別外国人観光客数においては、本市におけるインバウンドは、韓国・台湾・香港をはじめとする東アジアエリアの訪問者が約9割となっています。



出典：山口県の宿泊者数及び観光客の動向

③アジア居住者における訪問経験と再訪意向

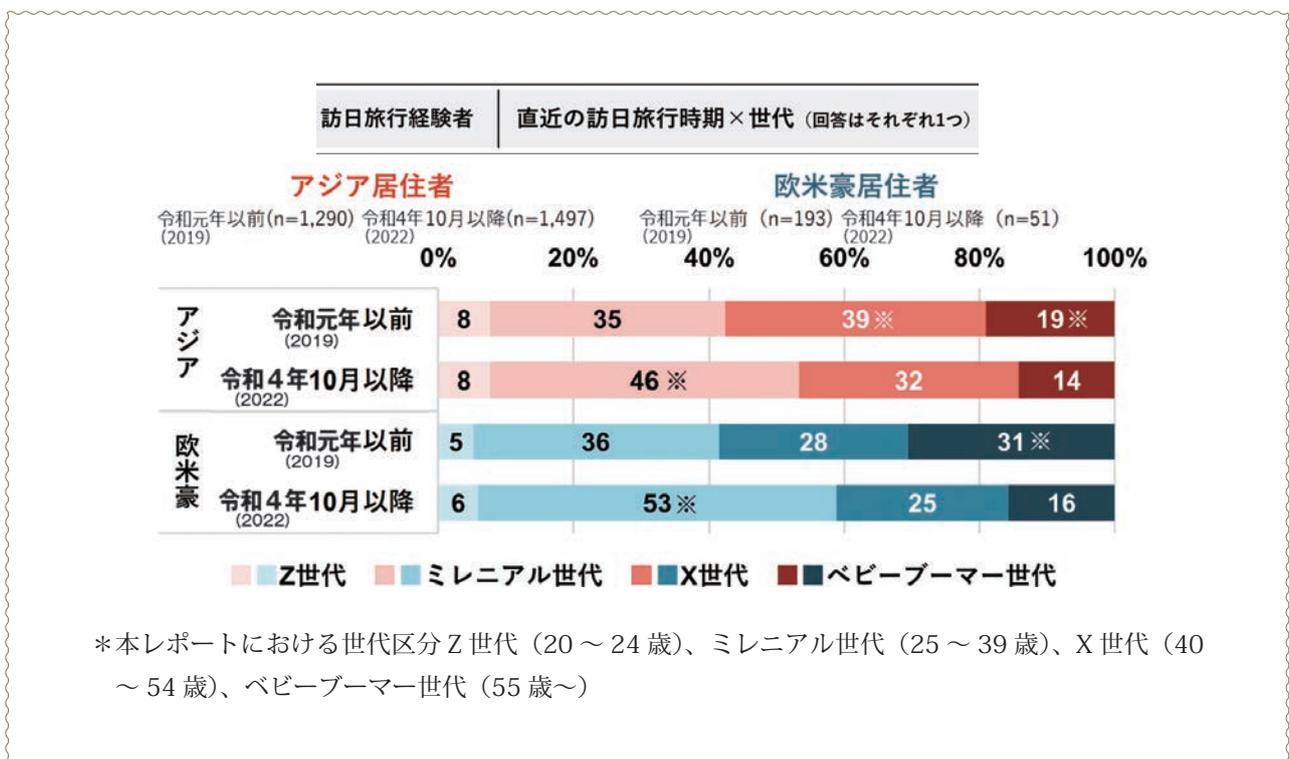
アジア居住者の日本訪問経験者数及び再訪問意向率は高いことが分かります。



出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024 年度版

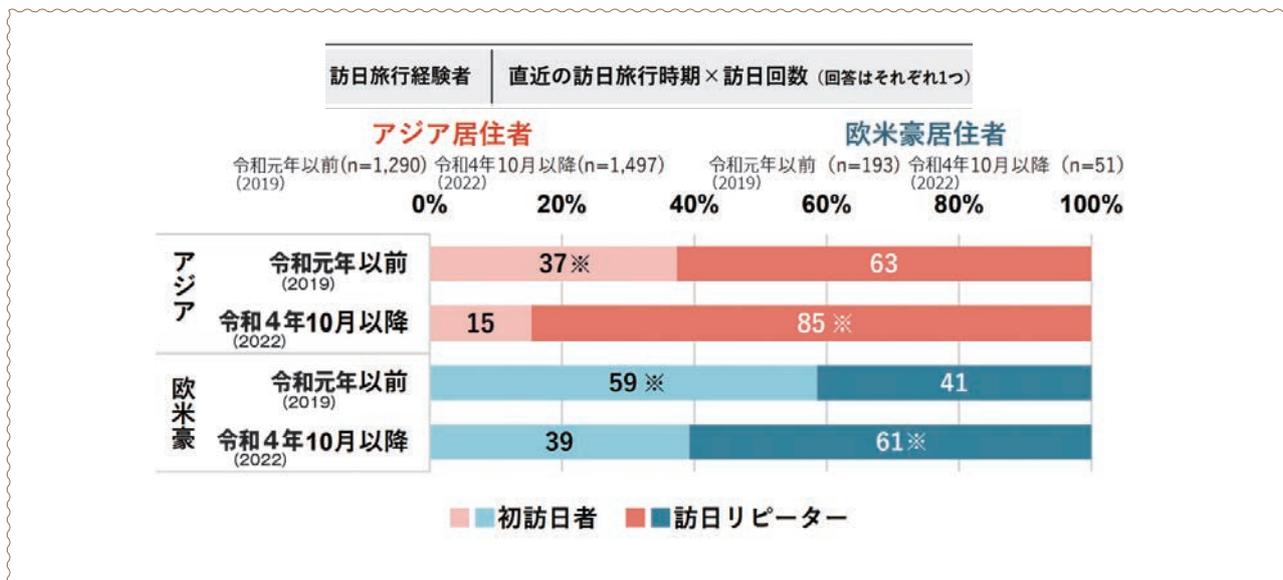
④直近の訪日旅行について

水際対策が大幅に緩和された令和4(2022)年10月以降の訪日旅行と新型コロナウイルス感染症流行前の令和元(2019)年以前の訪日旅行を比べると、新型コロナウイルス感染症収束後の訪日旅行ではアジア、欧米豪ともにミレニアル世代の割合が増加し、X世代やベビーブーマー世代等の中高年層の割合が低下しています。



出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024 年度版

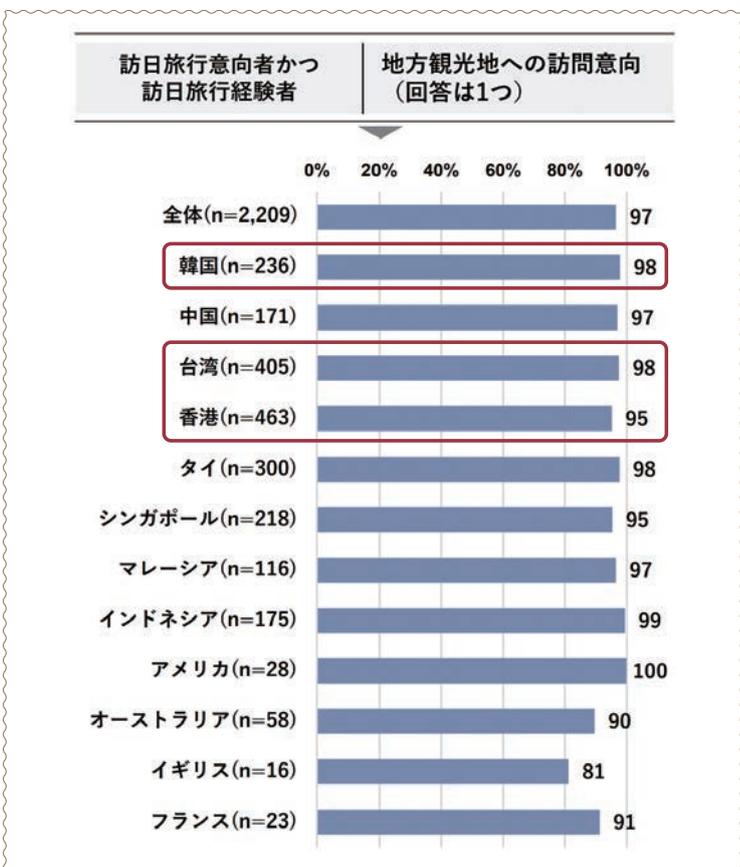
訪日回数では、新型コロナウイルス感染症収束後はアジア・欧米豪ともにリピーターの割合が増加しています。



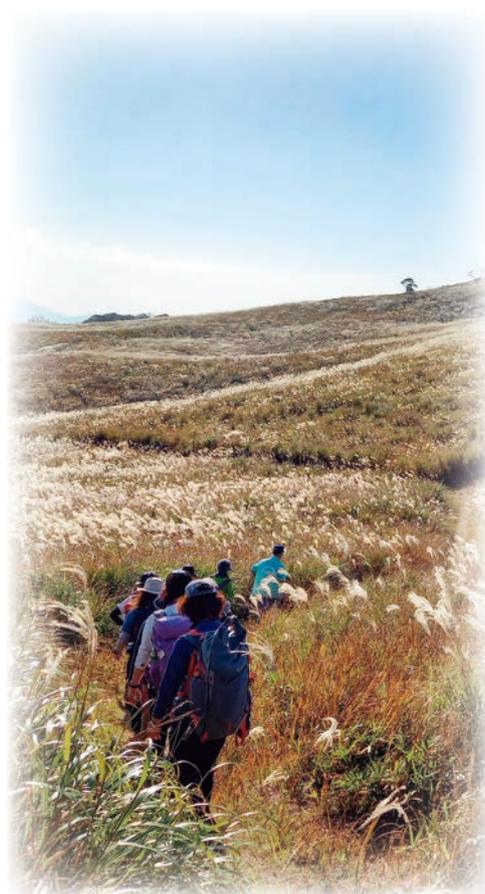
出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024 年度版

⑤ 地方訪問意向について

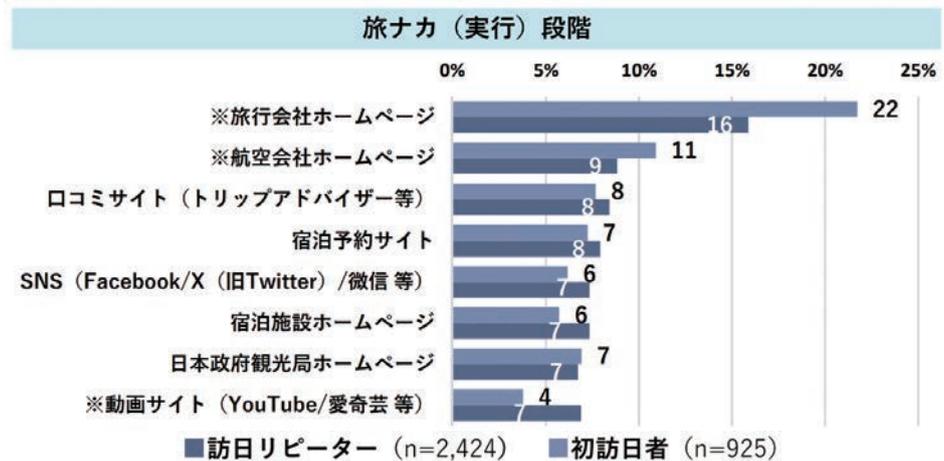
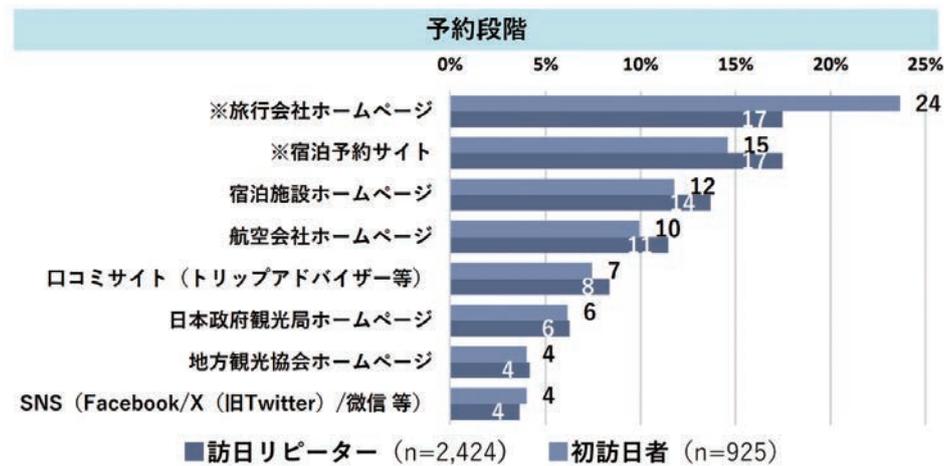
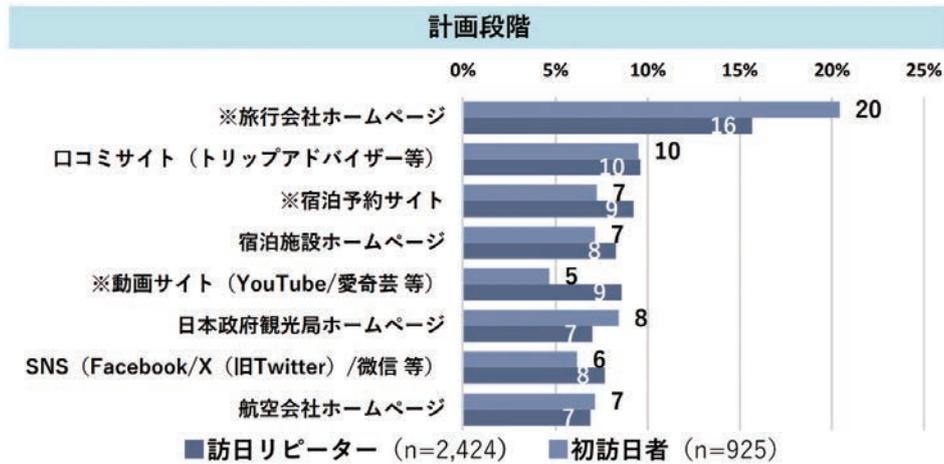
本市への訪問者が多い韓国・台湾・香港をはじめとする東アジアエリアにおいても地方観光地への訪問意向は高いことが分かります。訪日リピーターを中心に、アジア及び欧米豪居住者ともにミレニアル世代(25～39歳)の地方訪問者数の増加が期待されています。



出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024 年度版



全般的に、旅行会社のHPは訪日リピーターに比べ初訪日者の割合が高い一方、動画サイトは初訪日者に比べ訪日リピーターの割合が高いことが分かります。



第4章 アンケート調査・ヒアリング調査

1 アンケート調査概要

アンケート調査については、以下の方向性で実施しました。

最終ゴール	獲得顧客／戦略	テーマ	取組の方向性	調査での把握ポイント	調査種別
本市の観光客数増（観光消費額増）	獲得戦略	新規国内観光客の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 本市の認知度/関心度向上 ターゲット選定による取組の選択と集中 	<ul style="list-style-type: none"> 本市の（各コンテンツを含めて）認知度/関心度向上 ターゲット抽出に資する情報 	国内調査
	新規顧客	インバウンド観光客の獲得	<ul style="list-style-type: none"> インバウンド観光客への本市の認知度向上/関心度向上 インバウンド向けのコンテンツ 	<ul style="list-style-type: none"> 国外における本市の認知度 インバウンド客のニーズの把握 秋吉台/秋芳洞への関心度 	国外調査
	獲得戦略	観光コンテンツ・プロモーション強化	<ul style="list-style-type: none"> 秋吉台/秋吉洞のブラッシュアップによるリピート獲得 秋吉台/秋芳洞以外のコンテンツ開発による本市への再訪動機付け 	<ul style="list-style-type: none"> 本市来訪客の各コンテンツの評価 主要コンテンツ以外の認知/関心 事業者の支援ニーズ コンテンツブラッシュアップにおける課題 	来訪者調査 事業者調査
	リピート顧客	観光客の満足度の向上	<ul style="list-style-type: none"> 高評価ポイントの整理による本市の強みの整理→訴求ポイント→PRへ 低評価ポイント（課題点）の整理 	<ul style="list-style-type: none"> 本市の総合的な満足度の把握 満足ポイントの抽出と不満ポイントの抽出 	来訪者調査

《実施概要》

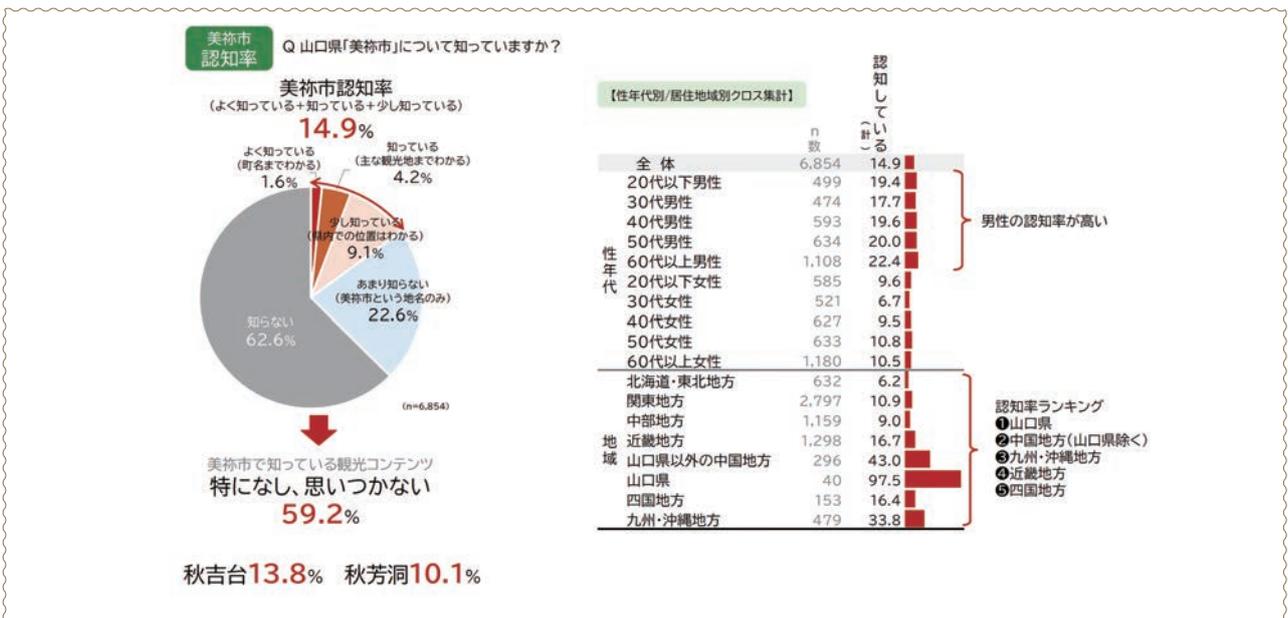
①国内アンケート	
調査手法	インターネット調査
対象者	スクリーニング調査：全国の18歳以上の男女 本調査条件：美祢市観光未訪問者
サンプル数	スクリーニング調査：6,854名 本調査：1,043名
②国外アンケート	
調査手法	インターネット調査
対象者	アメリカ、台湾、オーストラリアに住む20歳以上の男女かつ日本に旅行経験のある方
サンプル数	150名（各国50名）
③観光客アンケート	
調査手法	対面聞き取り調査
対象者	美祢市来訪者（観光客）
調査地点	秋吉台カルスト展望台前、秋芳洞案内所前
調査日	令和6（2024）年9月28日（土）、29日（日）10月5日（土）、6日（日）の4日間
サンプル数	647名（秋吉台カルスト展望台前323名、秋芳洞案内所前324名）
④事業者アンケート	
調査手法	郵送調査
対象者	美祢市内事業者607者
サンプル数	206者

2

国内アンケート調査結果

(1) 美祢市の認知率

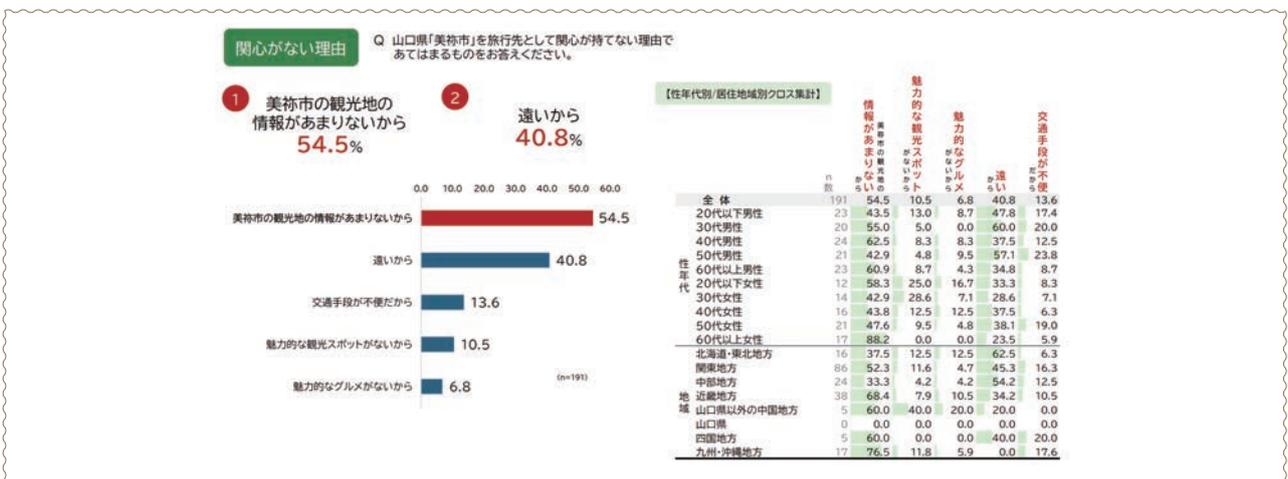
本市の認知率（よく知っている、知っている、少し知っている）は、14.9%でした。性年代別に見ると、男性の認知率が高く、居住地別に見ると、中国地方、九州・沖縄地方での認知率が高くなっています。具体的な本市の観光コンテンツの認知率については、「秋吉台」13.8%、「秋芳洞」10.1%があげられているものの、「特になし、思いつかない」という回答が最も多く、「美祢市観光」と具体的な観光資源が結びついていない状況がうかがえます。



(2) 美祢市観光に関心が持てない理由

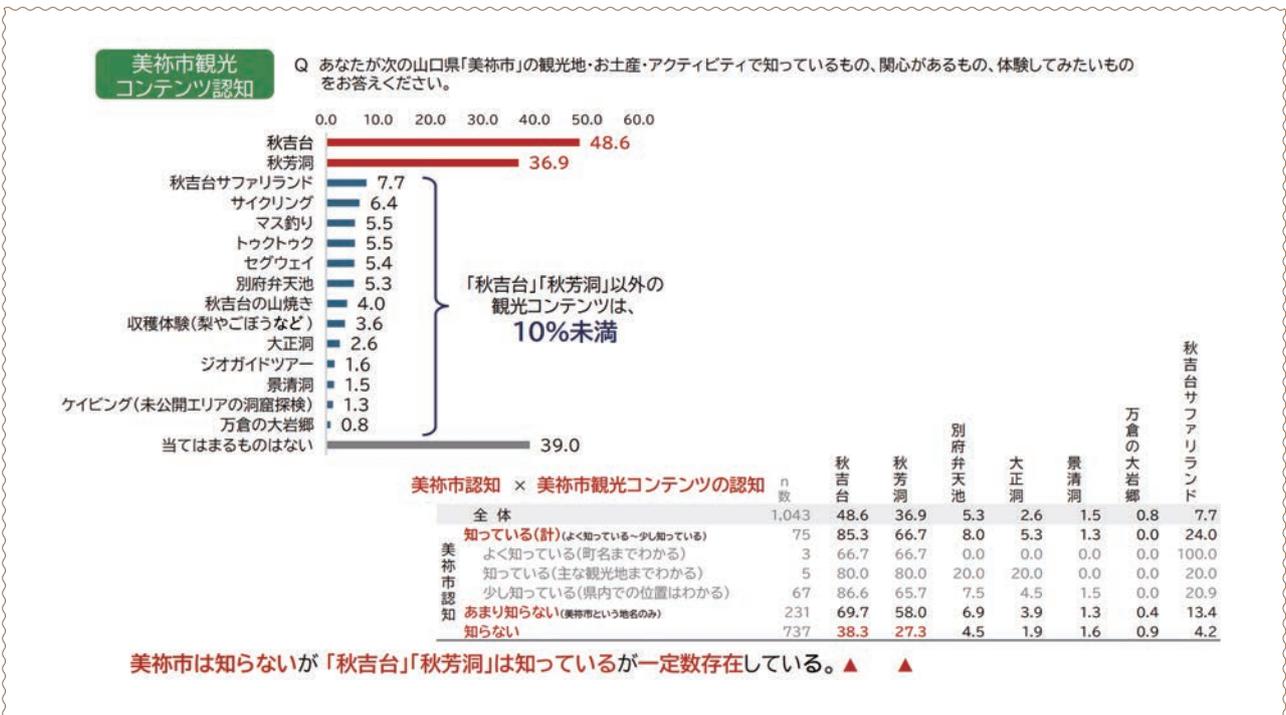
本市観光に関心が持てない理由として、「美祢市の観光地の情報があまりないから」が最も多く54.5%の方が理由にあげています。次いで「遠いから」という理由が40.8%となっています。

本市の情報を十分に取得していないため、本市でどのような観光ができるのか(何が食べられるのか、どのような体験ができるのか)がイメージできていない状況であると推察されます。



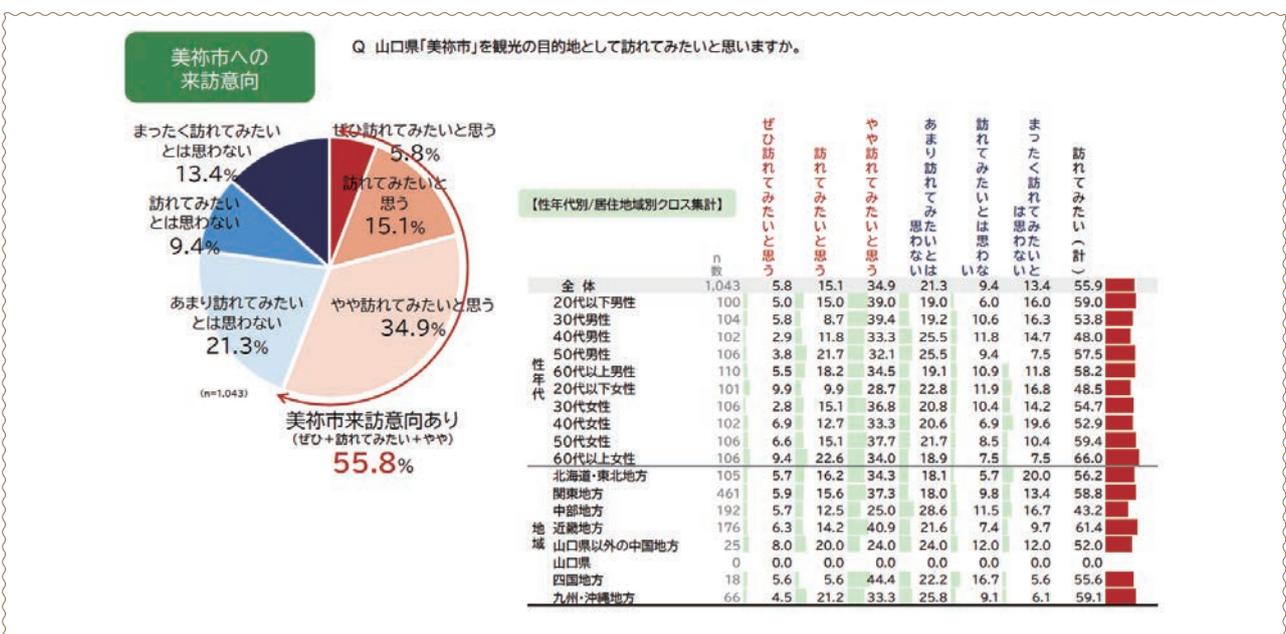
(3) 美祢市観光コンテンツ認知

本市の観光コンテンツの認知率は、「秋吉台」48.6%、「秋芳洞」36.9%が上位を占めていますが、他のコンテンツでは10%未満という結果でした。また、本市を知らないが、秋吉台、秋芳洞は知っているという回答される方は3割程度となっています。「秋吉台」、「秋芳洞」が「美祢市」の観光地であるという認識をしていないので、「秋吉台」、「秋芳洞」を訪れたついでに本市の他の観光コンテンツも訪れようという意識にならない可能性があると考えられます。

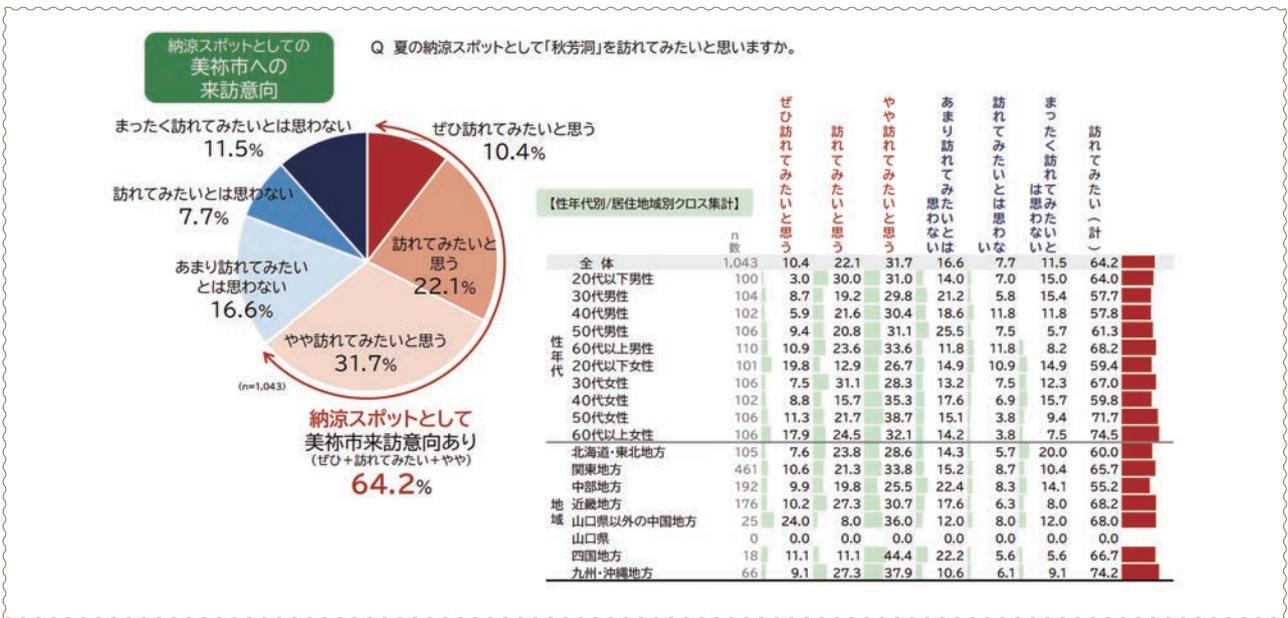


(4) 美祢市の訪問意向

本市への訪問意向では、訪問意向あり(ぜひ訪れてみたいと思う、訪れてみたいと思う、やや訪れてみたいと思う)が55.8%でした。

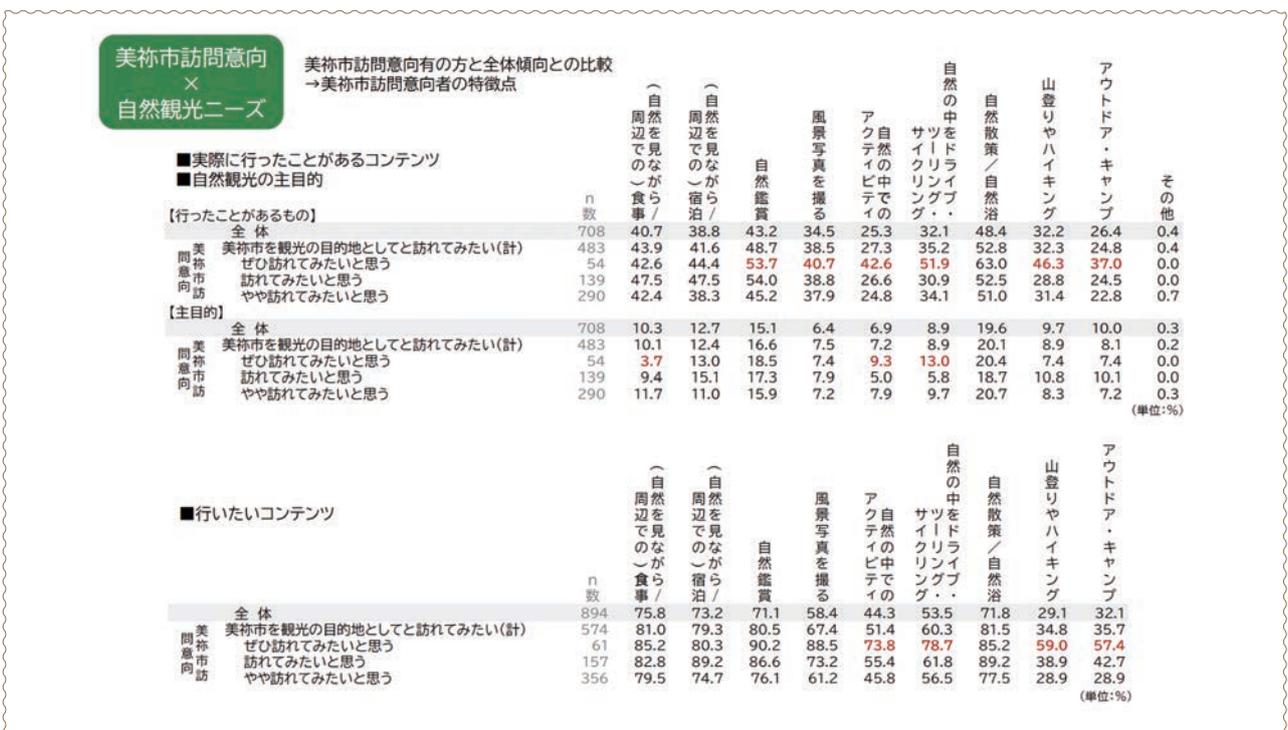


夏の納涼スポットとして本市への来訪意向を質問すると、訪問意向あり（ぜひ訪れてみたいと思う、訪れてみたいと思う、やや訪れてみたいと思う）が64.2%であり、納涼スポットとしての訪問の可能性も考えられる結果が得られました。



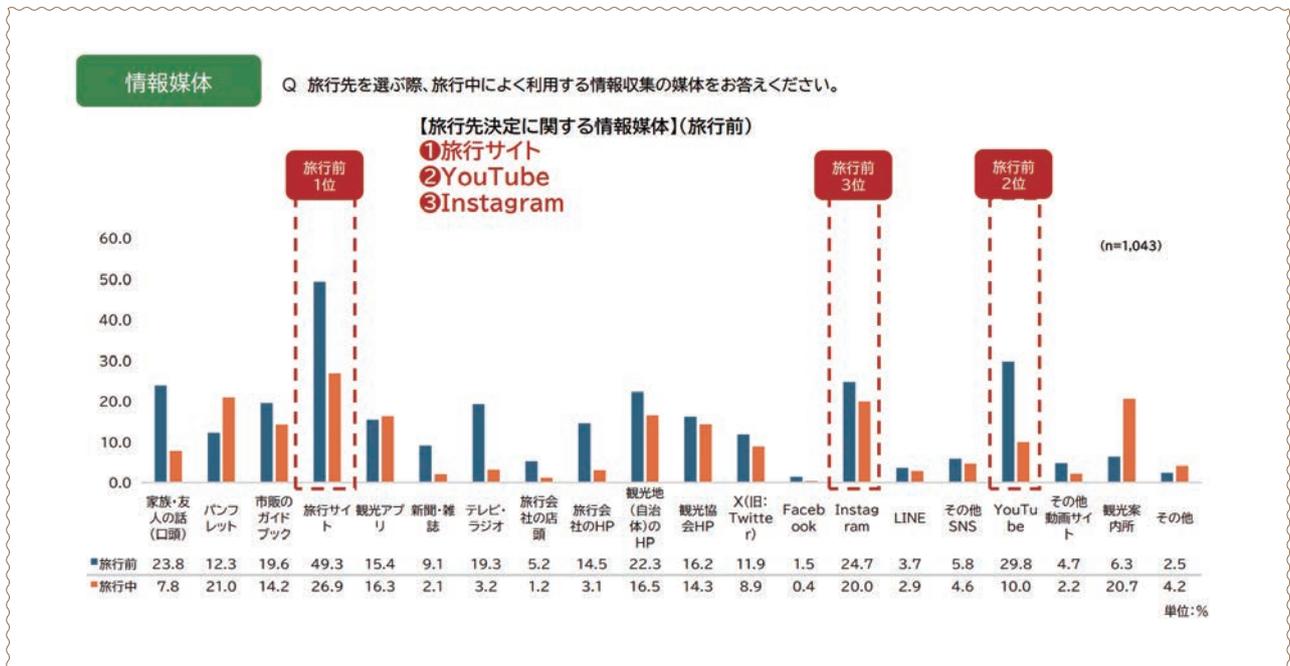
(5) 美祢市訪問意向有の方の自然観光のニーズ

本市への訪問意向がある方（ぜひ訪れてみたい）の自然観光へのニーズを分析すると、行いたいコンテンツでは、全体傾向と比較して特に「自然の中でのアクティビティ」、「自然の中をドライブ・ツーリング・サイクリング」、「山登りやハイキング」、「アウトドア・キャンプ」の体験意向が高い割合となっています。美祢市への訪問意向が高い方は、アクティビティ系のコンテンツへの関心が高いことがうかがえます。



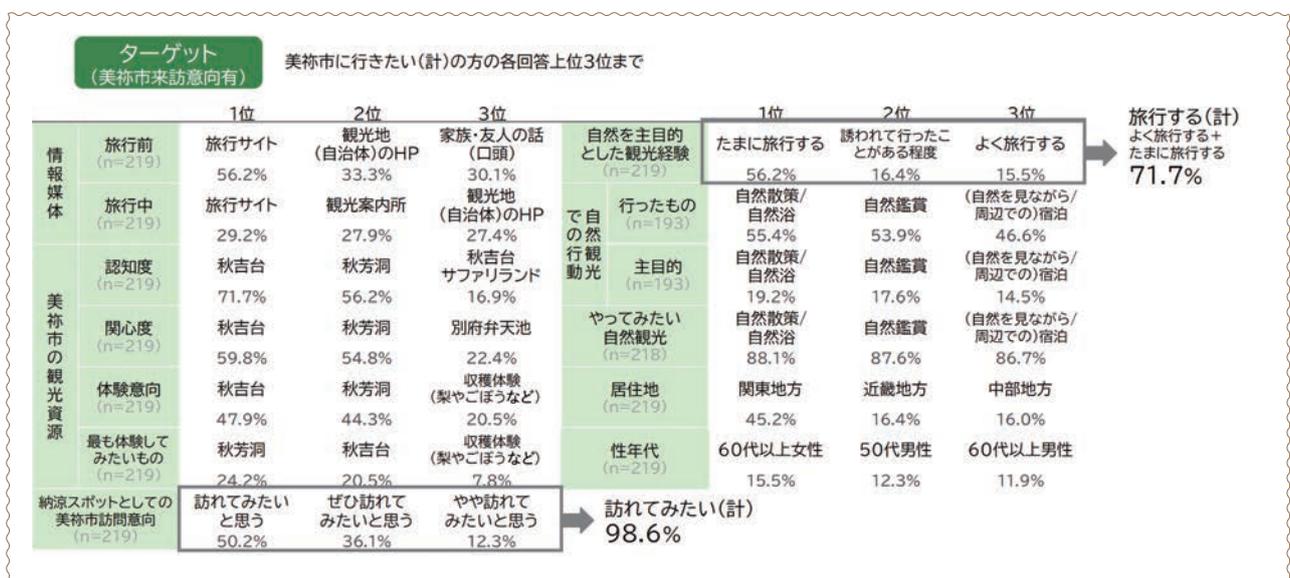
(6) 情報媒体

旅行先を決める情報媒体では、「旅行サイト」、「YouTube」、「Instagram」が利用の上位となっています。旅行サイトで個別の観光コンテンツを調べるとともに、「YouTube」、「Instagram」で実際に美祢市を訪れた方の一連の観光体験を調べるといふ行動もあることが推察されます。各情報コンテンツを個別に発信していくことも重要であると考えますが、一方でどのように周遊すれば美祢市を十分に楽しめるのかというような情報提供も観光客は求めている可能性があると考えられます。



(7) ターゲットに関する分析(美祢市訪問意向有)

本市訪問意向がある関東在住の50代以上の男性や60代以上の女性がターゲットとなり、ゆっくりと自然散策ができる観光が求められていることが分かります。情報媒体は旅行サイトを活用するとともにオウンドメディアの活用やバイラルマーケティングを行い、美祢市の魅力を提案していくことが重要と考えられます。



【まとめ】

- ・美祢市の認知率は、14.9%という結果でした。美祢市を知っている方の中で具体的なイメージを尋ねると特にイメージがないことが分かりました（思いつかない：59.2%）。
- ・美祢市を知らないが、「秋吉台」、「秋芳洞」は知っているという回答された方は、3割前後確認され、「秋吉台」、「秋芳洞」が美祢市の観光コンテンツという認識をされていないと推察されます。
- ・美祢市を知っていて美祢市未訪問者の中で、美祢市の観光に興味がある方は37.6%でした。
- ・美祢市観光に関心を持っていない方の理由として、「美祢市の観光地の情報があまりないから」との回答が54.5%でした。観光客が関心・興味を持つような情報発信をしていくことが求められます。
- ・情報発信については、旅行サイトなどの個別の観光コンテンツの情報発信に加えて、SNSを活用した旅行者の体験を共有できるような情報コンテンツを利用していくことで、さらに美祢市の魅力を伝えることが可能になると考えます。



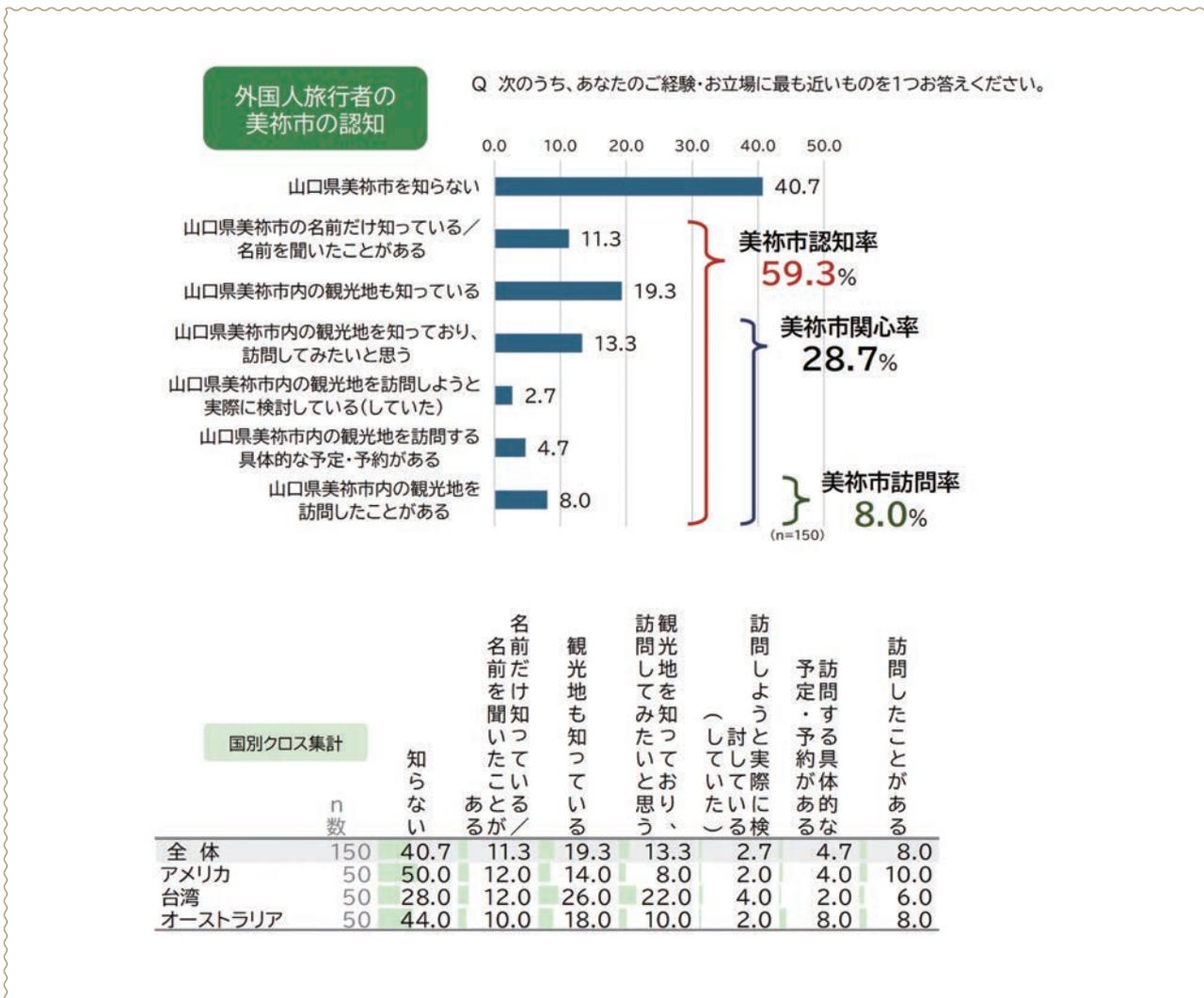
3

国外アンケート調査結果

(1) 美祢市認知率

本市を知っていると回答される外国人は、59.3%でした。本市の観光に関心があると回答される外国人は28.7%で、実際訪問経験がある方は8.0%という結果でした。

本市の認知率をさらに向上させるとともに、本市の観光に関心を持ってもらうための情報発信、PR活動が重要であると考えられます。



(2) 美祿市への訪問意向(自然を活用したコンテンツ)

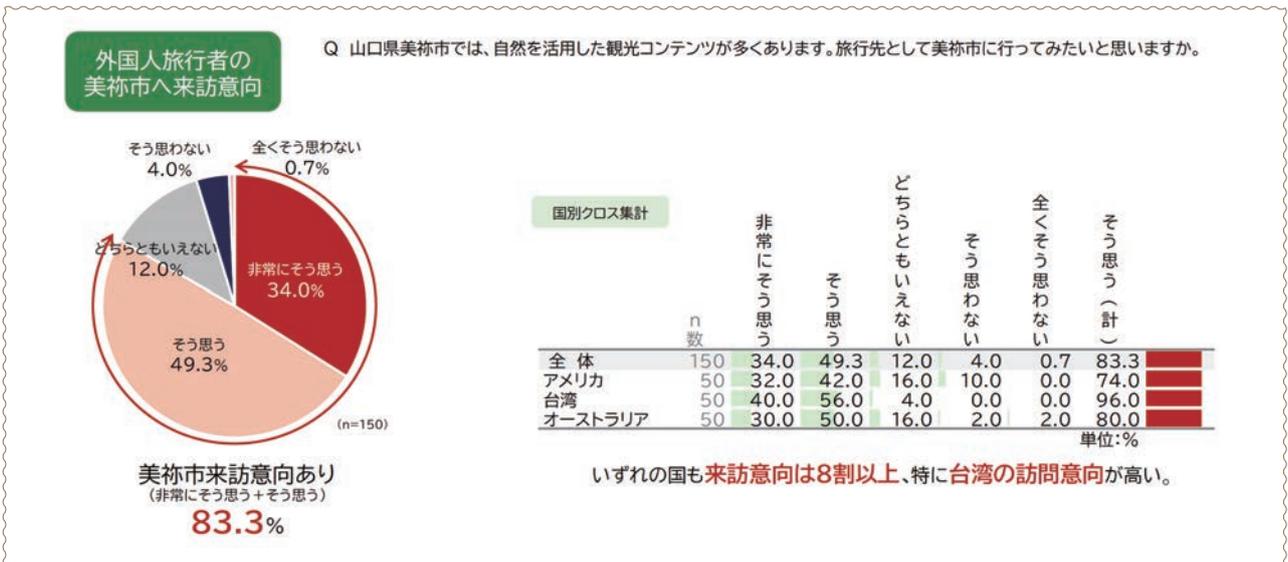
※秋吉台、秋芳洞の説明を行った後の訪問意向となります。

【説明文】(日本語原文：調査対象者には英語・繁体字へ翻訳)

秋吉台：秋吉台(あきよしだい)は、美祿市の中・東部に広がる日本最大級のカルスト台地です。昭和30(1955)年に国定公園(秋吉台国定公園)に、昭和39(1964)年に特別天然記念物に指定されています。

秋芳洞：秋吉台国定公園の地下100m、その南麓に開口する日本屈指の大鍾乳洞「秋芳洞(あきよしどう)」。ひんやりと肌をさす冷氣漂う杉木立を通り抜けると、秋芳洞の入口です。洞内の観光コースは約1km(総延長は11.2kmを超え国内第2位)、温度は四季を通じて17℃で一定し、夏涼しく冬は温かく、快適に観光できます。時間が止まったような不思議な自然の造形の数々は変化に富み、私たちの心に大きな感動を呼び起こさせてくれます。

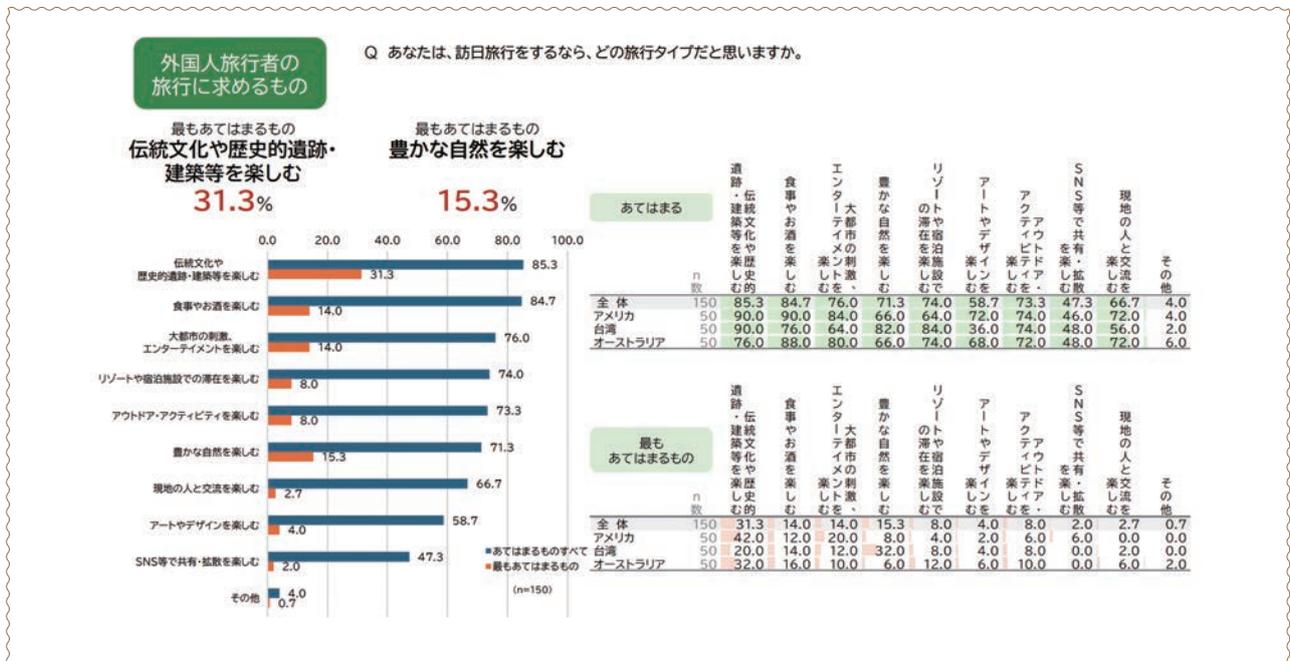
本市への訪問意向については、83.3%の方が訪問したいという結果でした。前問では、関心率が28.7%だったのに対して大きく向上しています。この設問では、観光コンテンツの説明を加えていますのでそのことが影響していると考えられ、説明を十分に情報発信を行うことで関心を持ってもらえる可能性を示していると考えられます。



(3) 外国人が求めるコンテンツ

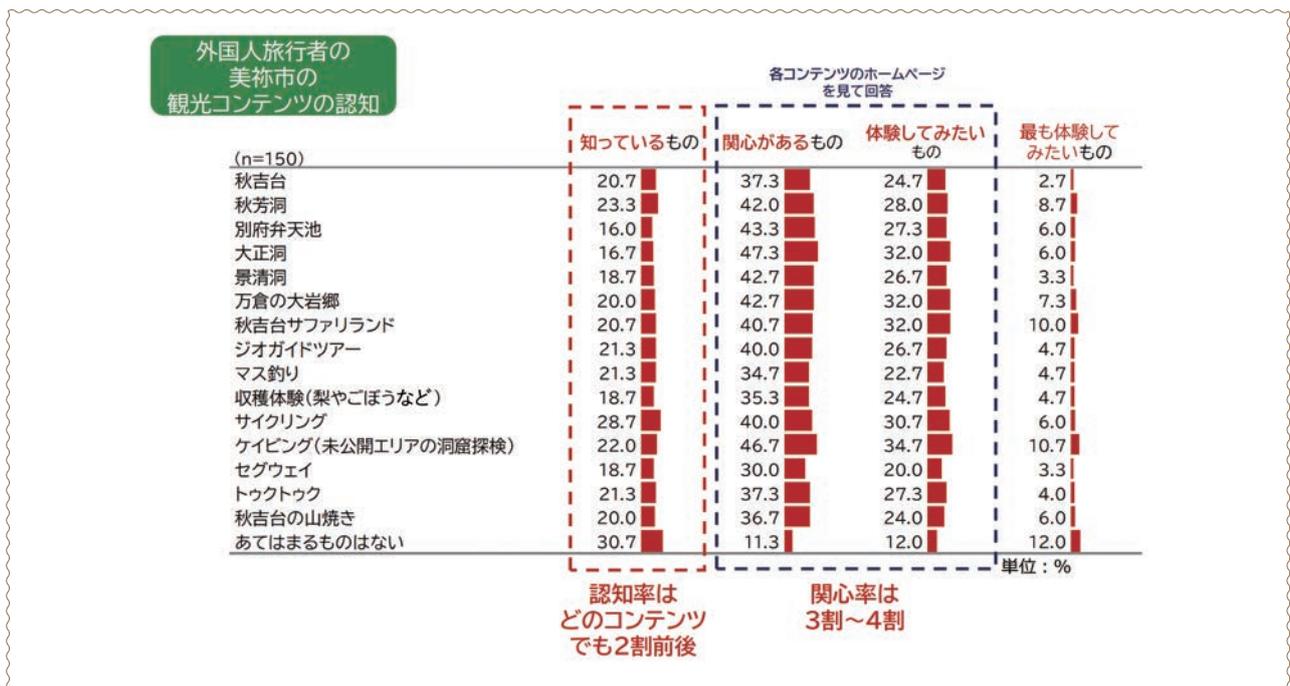
訪日旅行をする際に何を楽しむのかについて質問したところ、最も多かったのが「伝統や歴史的遺跡・建築等を楽しむ」であり、次いで多かったのが「豊かな自然を楽しむ」でした。

国・地域別に見ると、「台湾」の方は「豊かな自然を楽しむ」が32.0%であり、本市の観光コンテンツとの親和性が高いことがうかがえます。



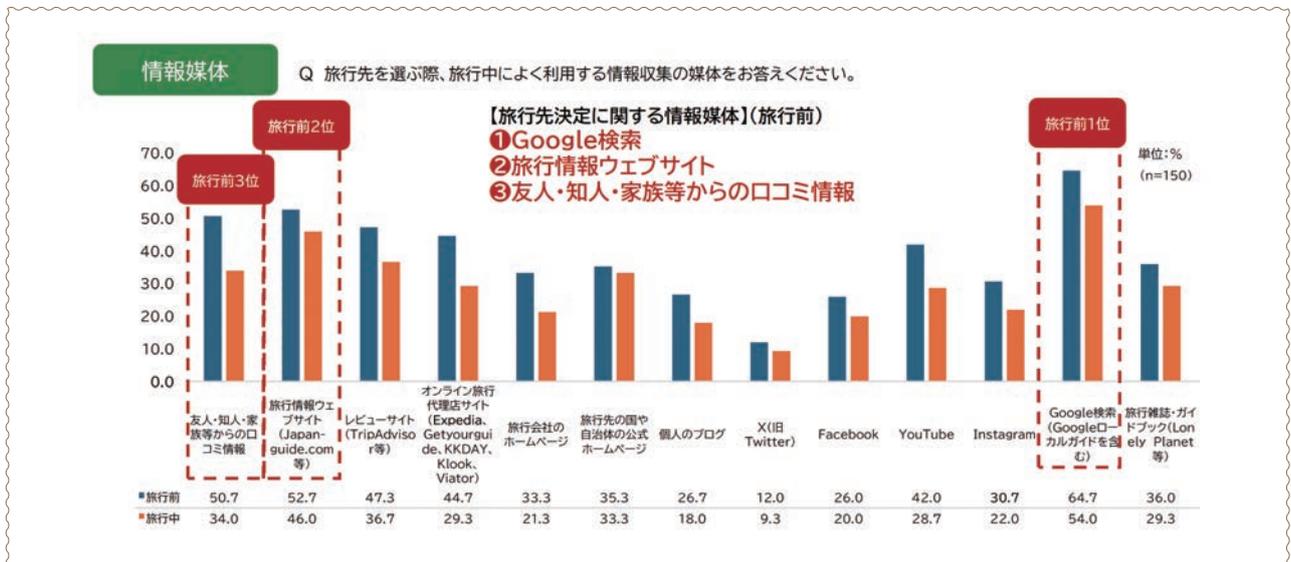
(4) 美祿市各観光コンテンツの認知/関心/体験意向

本市の各観光コンテンツの認知としては2割前後という結果でしたが、各コンテンツのホームページを確認いただいた後に関心を確認すると、3割から4割という結果でした。「ケイピング」、「秋吉台サファリランド」を体験してみたいという関心がやや高い傾向を示しています。



(5) 情報媒体

旅行先を決める情報媒体では、「Google検索 (Googleローカルガイドを含む)」、「旅行情報ウェブサイト」、「友人・知人・家族等からの口コミ情報」が利用の上位となっていました。「Google検索 (Googleローカルガイドを含む)」では、観光地の情報を確認するとともに口コミ情報等も確認していることが推察されます。MEO対策 (Map Engine Optimization) が重要であると考えられます。



【まとめ】

- ・美祢市の認知率は、59.3%という結果でした。その中で美祢市の観光に関心を持っている外国人旅行者は28.7%でした。
- ・美祢市の観光について知ってもらうだけでなく、どのように関心を持ってもらうのが重要であると考えます。美祢市の「秋吉台」、「秋芳洞」について説明をした後、訪問意向を尋ねると、8割以上の方が訪れたいと回答されています。特に台湾の旅行者は、9割以上が訪れたいと回答されています。
- ・外国人旅行者が求めるコンテンツとして、美祢市の強みである「豊かな自然を楽しむ」は、15.3%の方が最も求めるコンテンツであると回答されており、一定のニーズがあることがわかります。
- ・一方で、美祢市の観光コンテンツの中でも「ケイビング (未公開エリアの洞窟探検)」や「秋吉台サファリランド」の関心が他のコンテンツと比較して高く、日本人観光客とは異なった傾向がうかがえました。



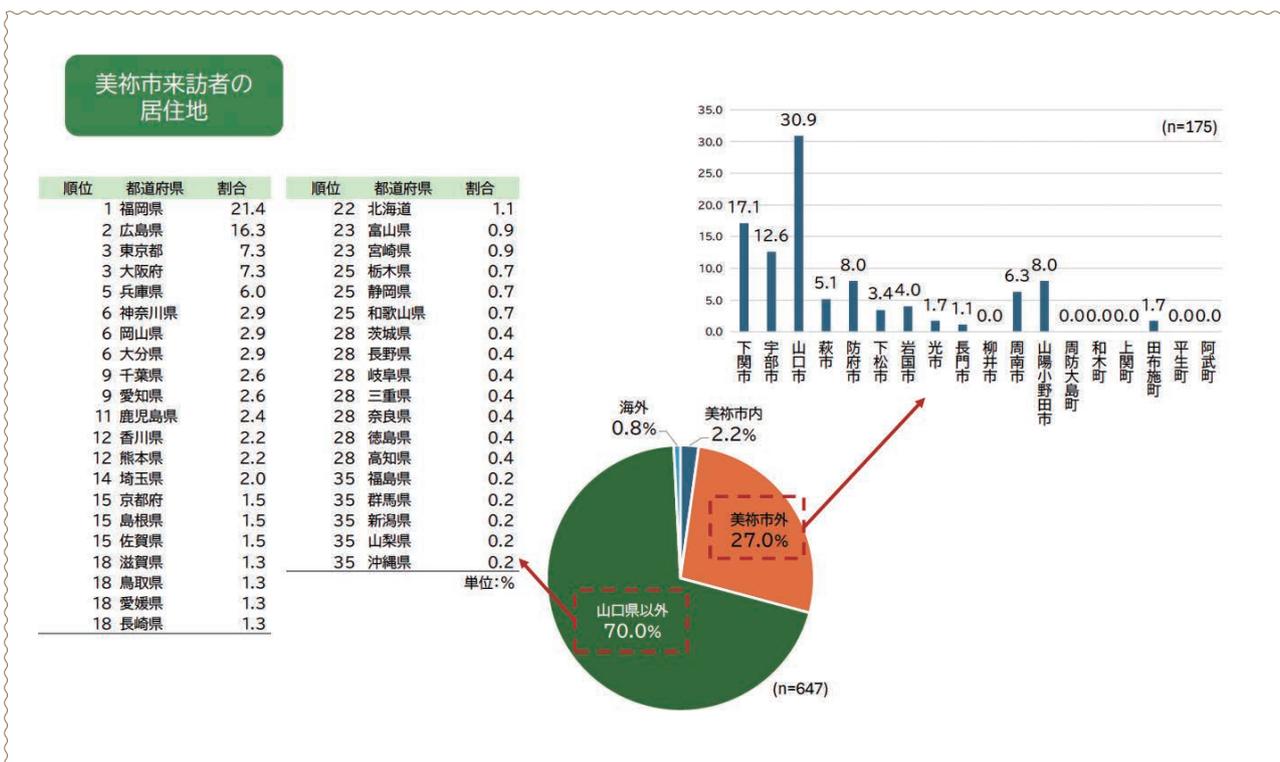
4

観光客アンケート調査結果

(1) 居住地(発地)

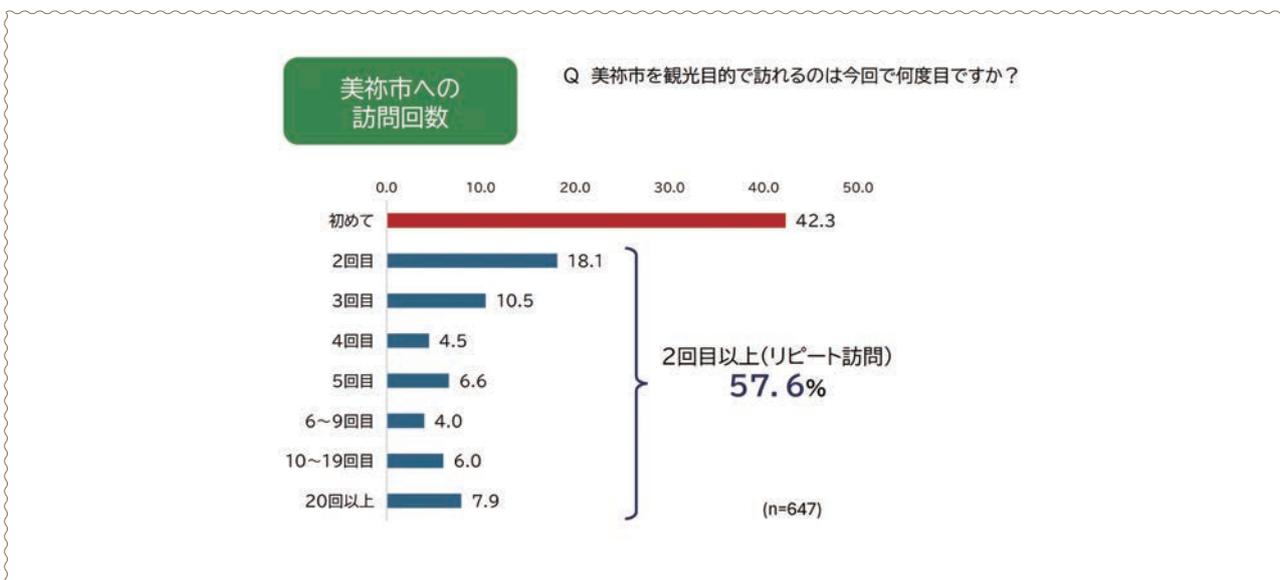
本市来訪者の居住地を見ると、山口県外が70.0%であり、山口県内の美祢市外が27.0%でした。

山口県内からは、「山口市」30.9%が最も多く、山口県外では、「福岡県」21.4%、「広島県」16.3%が最も多くなっています。



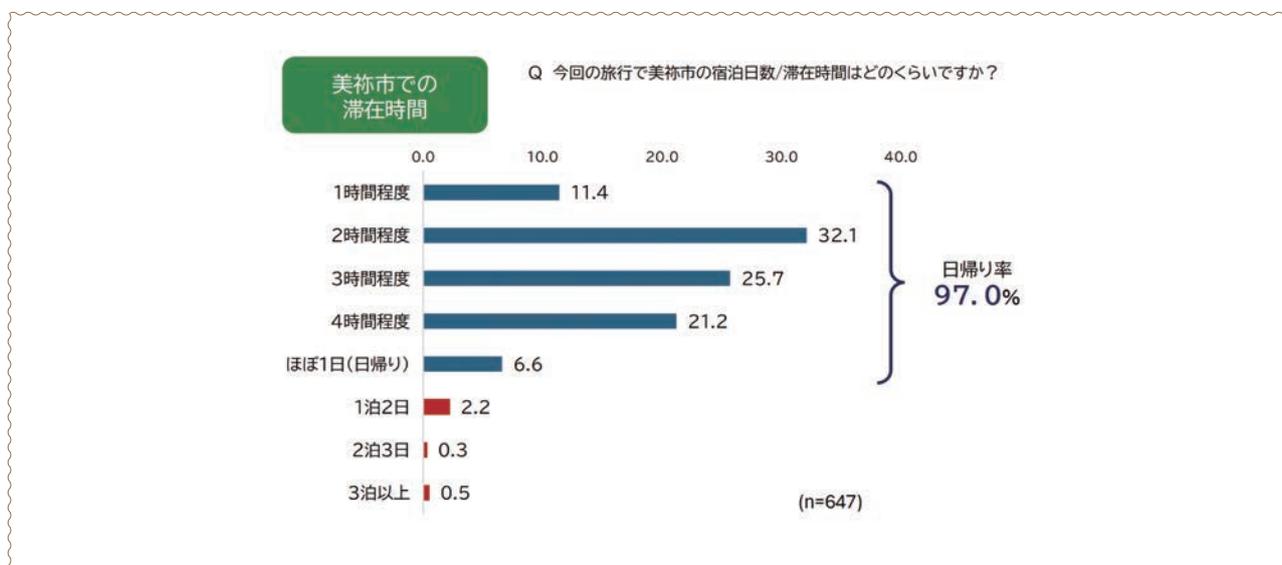
(2) 訪問回数

本市への訪問回数を見ると、初めての訪問が42.3%であり、リピート訪問(2回目以上)が57.6%という結果でした。



(3) 日帰り/宿泊(滞在日数/滞在時間)

本市を訪れる観光客の97.0%が日帰りで、美祢市に宿泊される方は3.0%という結果でした。滞在時間を見ると、2時間程度が32.1%と最も多くなっています。滞在時間を延ばすことで、食事をする機会、観光消費をする機会が増えることから滞在時間を延ばしていくことが重要です。



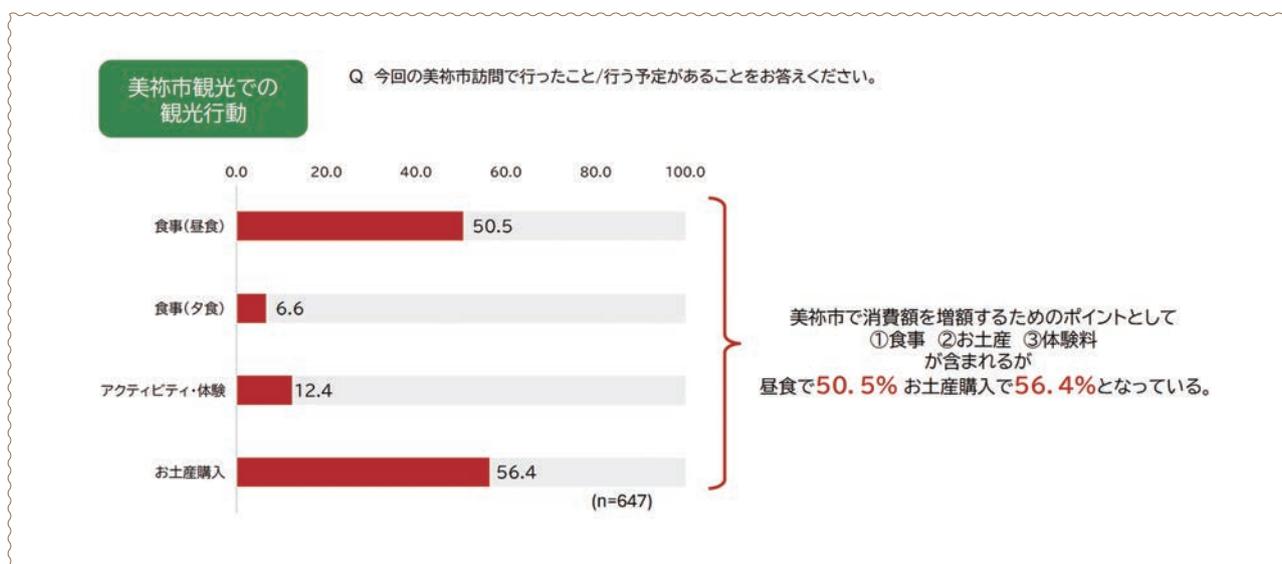
(4) 美祢市での観光行動の有無(食事、アクティビティ、お土産購入)

本市を訪れた方の観光行動に着目すると、飲食率(昼食)が50.5%、お土産の購入率が56.4%でした。

アンケート内で、食事(昼食)を食べなかった理由を確認したところ、「他の観光地で食べる(食べた)」という回答が45.3%でした。市内での飲食率を向上させるためには、魅力的なグルメコンテンツを開発することが重要であると考えられます。

また、同様にお土産を購入しない理由を確認すると、「購入の予定なし」という回答が70.9%でした。このことは本市に観光を訪れる前にすでにお土産を購入する意向がないことを示しています。

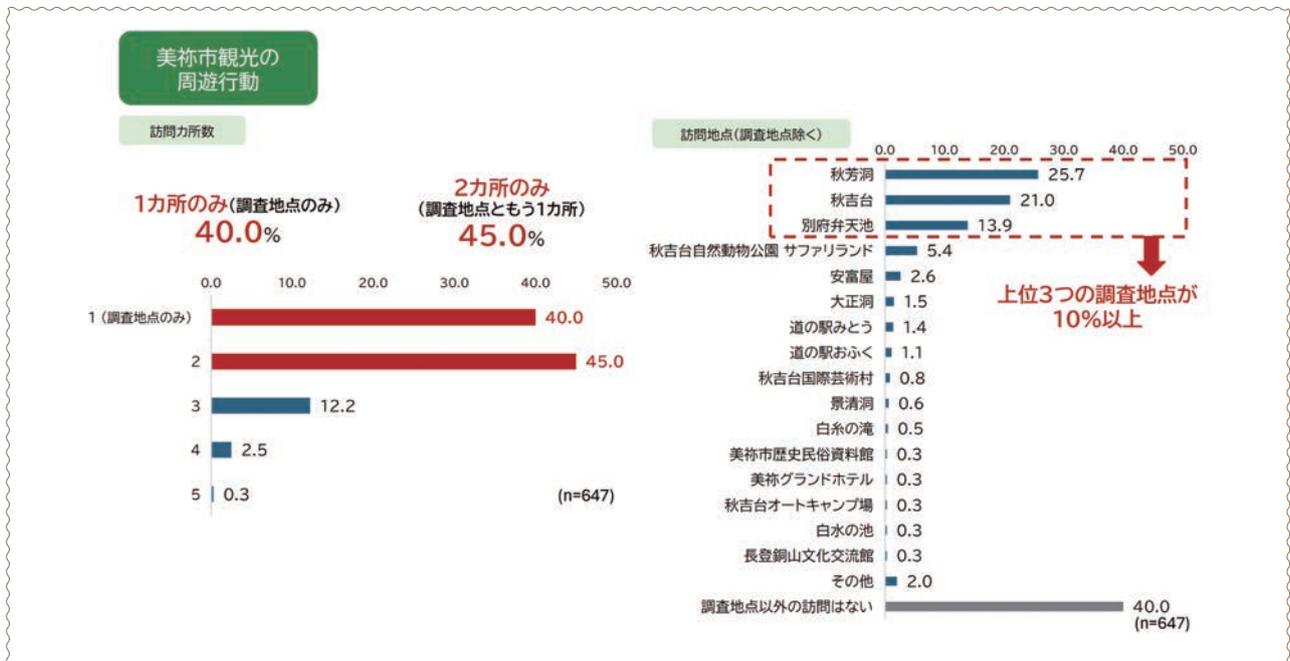
そのため、お土産購入のために、お土産店に立ち寄る行動が発生していない可能性を示唆しています。



(5) 周遊行動

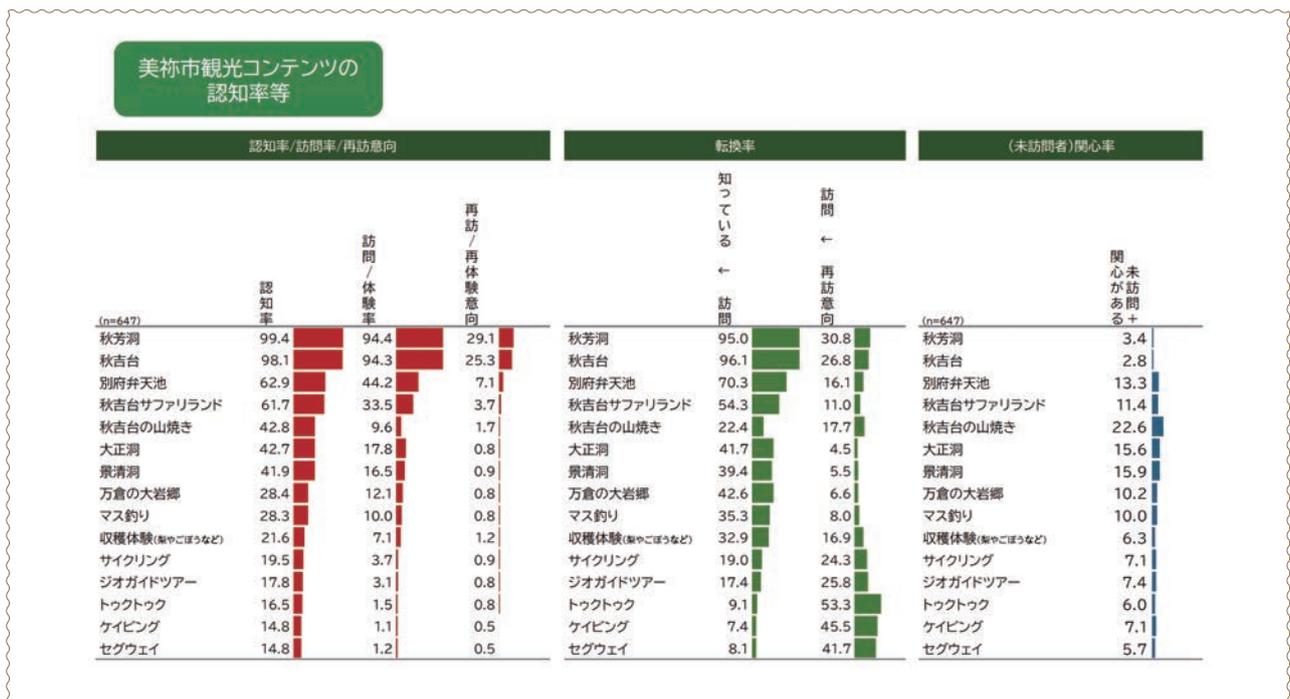
市内の周遊行動を見ると、1か所のみが40.0%、2か所訪問が45.0%であり、多くの方が2か所以内の訪問となっていることがわかります。

訪れている地点を見ると、「秋芳洞」、「秋吉台」、「別府弁天池」が多くなっており、3地点以外の観光地では、周遊されていないことがうかがえます。



(6) 美祿市観光コンテンツの認知率/体験率/再訪意向

本市の観光コンテンツの認知率/関心率/体験意向を見ると、「秋芳洞」、「秋吉台」が認知率、訪問率ともに高い傾向を示しています。



【認知率向上とともに関心率を高める必要があるコンテンツ】

認知率が4割～6割のコンテンツとして、「別府弁天池」、「秋吉台サファリランド」、「秋吉台の山焼き」、「大正洞」、「景清洞」がありますが、知っている方の実際の訪問率を見ると、「秋吉台サファリランド」、「大正洞」、「景清洞」については、4割～5割となっています。観光コンテンツとして知ってもらっていても実際に訪問するには至っていないことが分かります。国内アンケートの美祢市未訪問者の結果から、情報収集がされていない傾向があり、十分に観光コンテンツのことを知らない関心を持っていないという可能性があります。

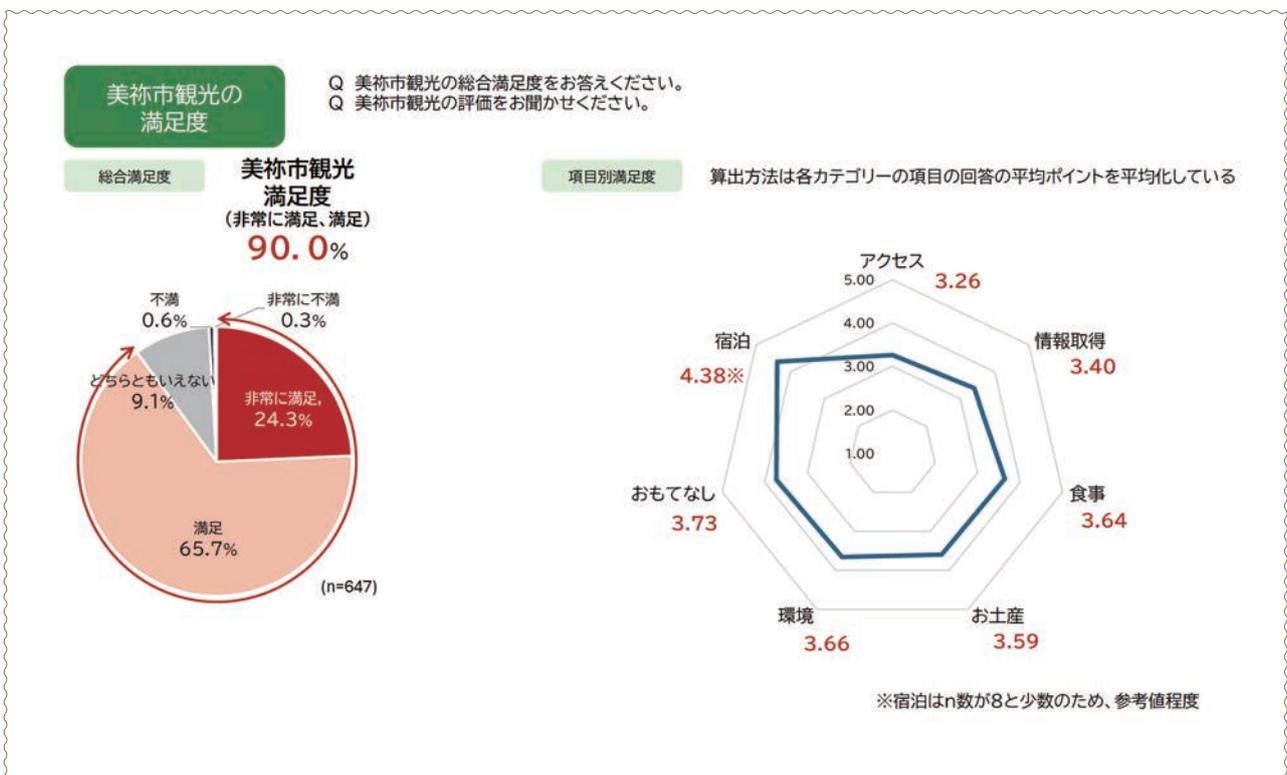
【認知率を高める必要があるコンテンツ】

認知率が2割以下のコンテンツについては、認知率を高めることが重要であると考えられます。カルスト台地の壮大さをより体験するため、サイクリングやトウクトウク、セグウェイなどのコンテンツは、秋吉台、秋芳洞等の現在認知度の高いコンテンツと紐づけて認知を拡大していくことが重要と考えられます。

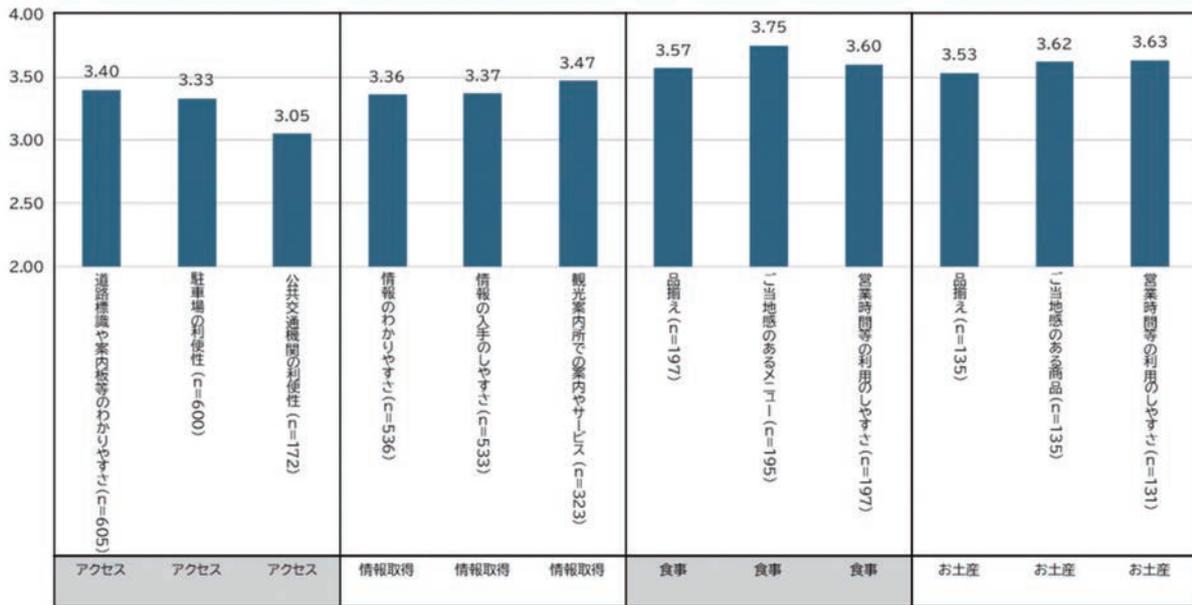
(7) 美祢市観光満足度

美祢市観光の総合満足度では、90.0%の方が満足と回答されています。

また、観光の各項目（「アクセス」、「情報取得」、「食事」、「お土産」、「環境」、「おもてなし」、「宿泊」）について、5段階評価で平均ポイントを算出したところ、「おもてなし」の項目の平均ポイントが3.73ポイントであり、「アクセス」が3.26ポイントという結果でした。

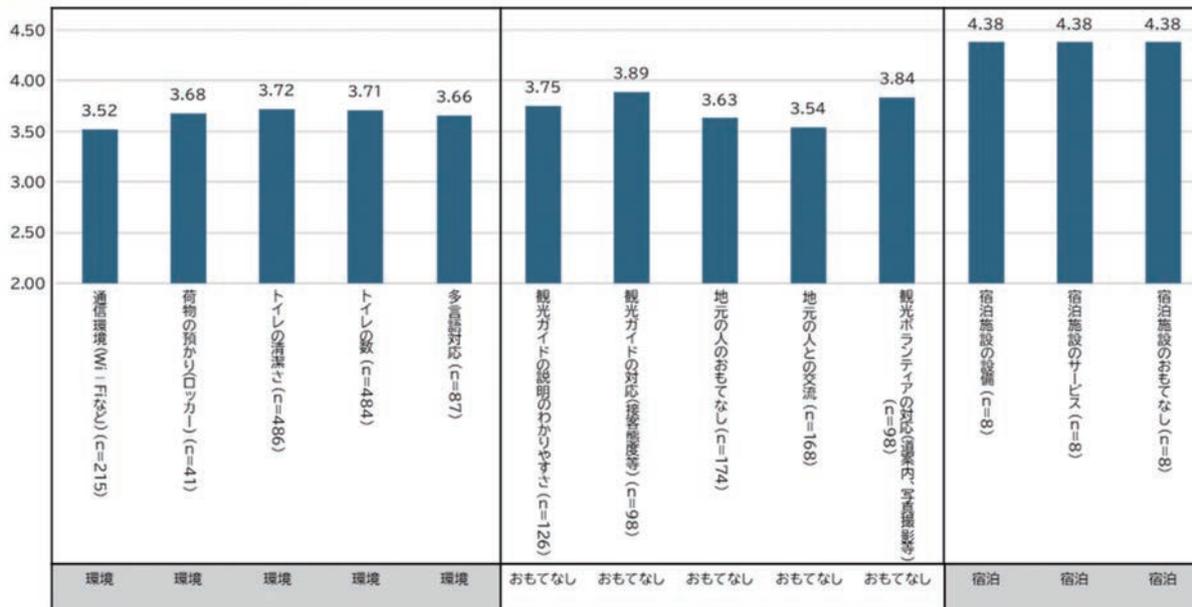


アクセス/情報取得/食事/お土産



上記は、各項目の詳細内容を示していますが、平均ポイントが3.26ポイントであった「アクセス」は「公共交通機関の利便性」が3.05ポイントと他の項目よりも低い傾向を示しています。

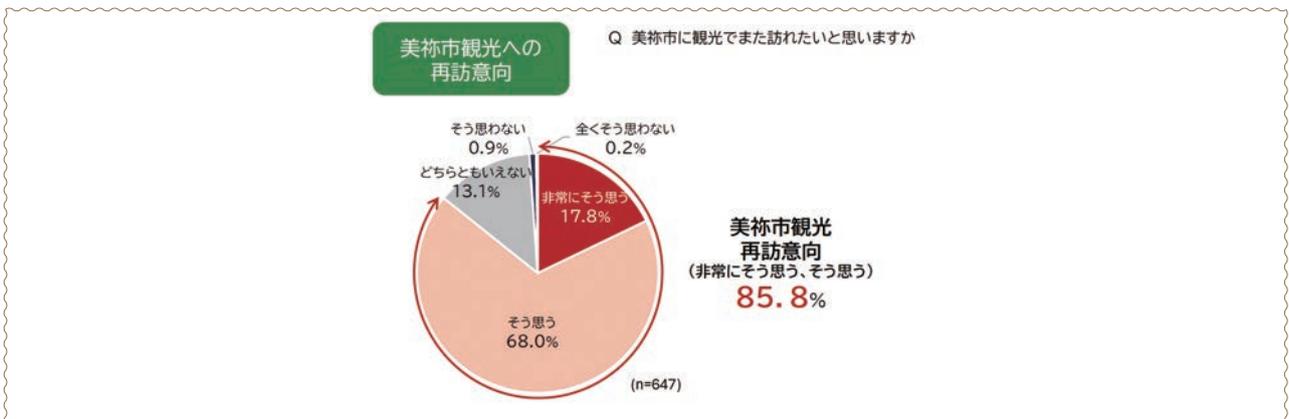
環境/おもてなし/宿泊



平均ポイントが3.73であった「おもてなし」の項目では「観光ガイドの対応(接客態度等)」の3.89ポイントが他の項目よりも高い傾向を示しています。

(8) 美祢市への再訪意向

美祢市への再訪意向では、また訪れたいと回答された観光客は、85.8%でした。



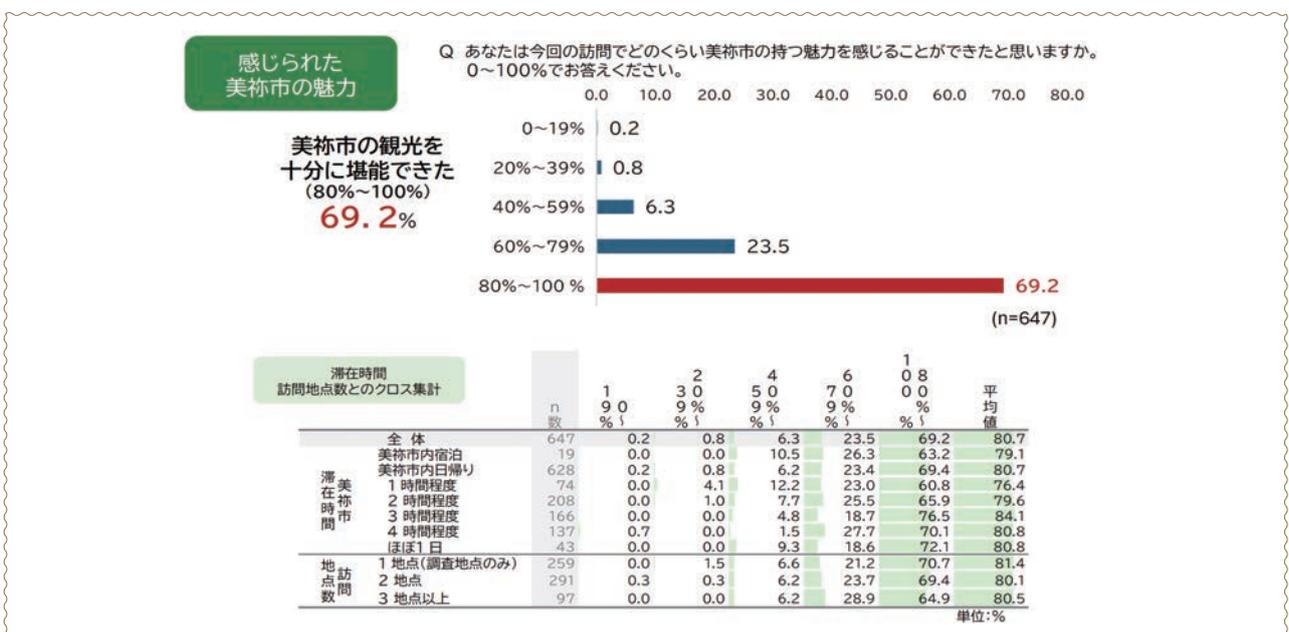
(9) 美祢市を十分に堪能できたか

今回の旅行で本市の観光を十分に堪能できたかを質問したところ、69.2%の方が本市を「80%～100%」堪能できたと回答されています。このことは、市内の観光コンテンツで他に体験するものが少ないことを示していると考えられます。

一方で、美祢市の滞在時間や訪問地点数(周遊数)のクロス集計で見ると、1時間や2時間の滞在時間もしくは、1か所のみでの訪問でも「80%～100%」堪能できていると回答されています。1か所や2か所を訪れて、1～2時間程度滞在して満足されている状況がうかがえます。

このことから、本市の他の観光コンテンツの認知度向上および関心を高めていくことが重要と考えられます。

この結果は、再来訪意向とも関連していると考えられます。観光客の傾向として、同じ観光よりもまだ訪れたことのない新しい観光地を訪れたいとのニーズが高いと考えられますので、まだまだ本市は楽しめるという認知をしてもらうことが重要です。そのためには、「秋吉台」、「秋芳洞」以外のコンテンツについても認知度を拡大していくことと本市をさらに楽しめるようなプロモーションが重要であると考えます。



【まとめ】

- ・本市の観光客の97.0%が日帰り客となっている要因は、山口県内や福岡県、広島県等の近隣からの来訪者が多くなっていることが考えられます。滞在時間についても、2時間程度が最も多く32.1%、長時間の滞在には至っていないことがわかります。
- ・観光消費額を拡大していくためには、「飲食」、「宿泊」、「お土産購入」等の行動を観光客にしてもらうことが重要ですが、例えば飲食率(昼食)が50.5%を示すなど来訪者の半数は飲食をしていないことがわかります。また、「お土産購入」についても同様に56.4%という結果でした。
- ・このような観光消費額が発生しない理由として、「他の場所で食べる」、「美祢市でお土産を購入する予定はない」と回答される方が多く、本市のグルメ、お土産の魅力が伝わっていないのではないかと考えられます。滞在時間を長くすることで食事をする機会も増えるため滞在時間を延ばすような取組が重要と考えます。
- ・滞在時間を延ばす取組としては、市内での周遊観光が一つのテーマと考えられますが、現状市内での訪問地点数を見ると、2地点以内が85.0%という結果であり、多くが「秋吉台」、「秋芳洞」を訪問して市外に移動していることが推察されます。市内の他のコンテンツへの周遊を促すことが滞在時間の延長、観光消費額の拡大につながっていくと考えられます。
- ・リピート観光客拡大の視点として、「今回の訪問でどのくらい美祢市の持つ魅力を感じることができたと思いますか」という質問に対し、69.2%の方が「80%～100%」という結果であり、本市での観光を十分に堪能したという認識をされていると考えられます。
- ・観光客のニーズとして新しい観光地を訪れたいことが挙げられるため、十分に堪能した観光地については、リピートを獲得するのは難しくなっています。そのため、本市の新たな魅力を発信していくことが重要となります。

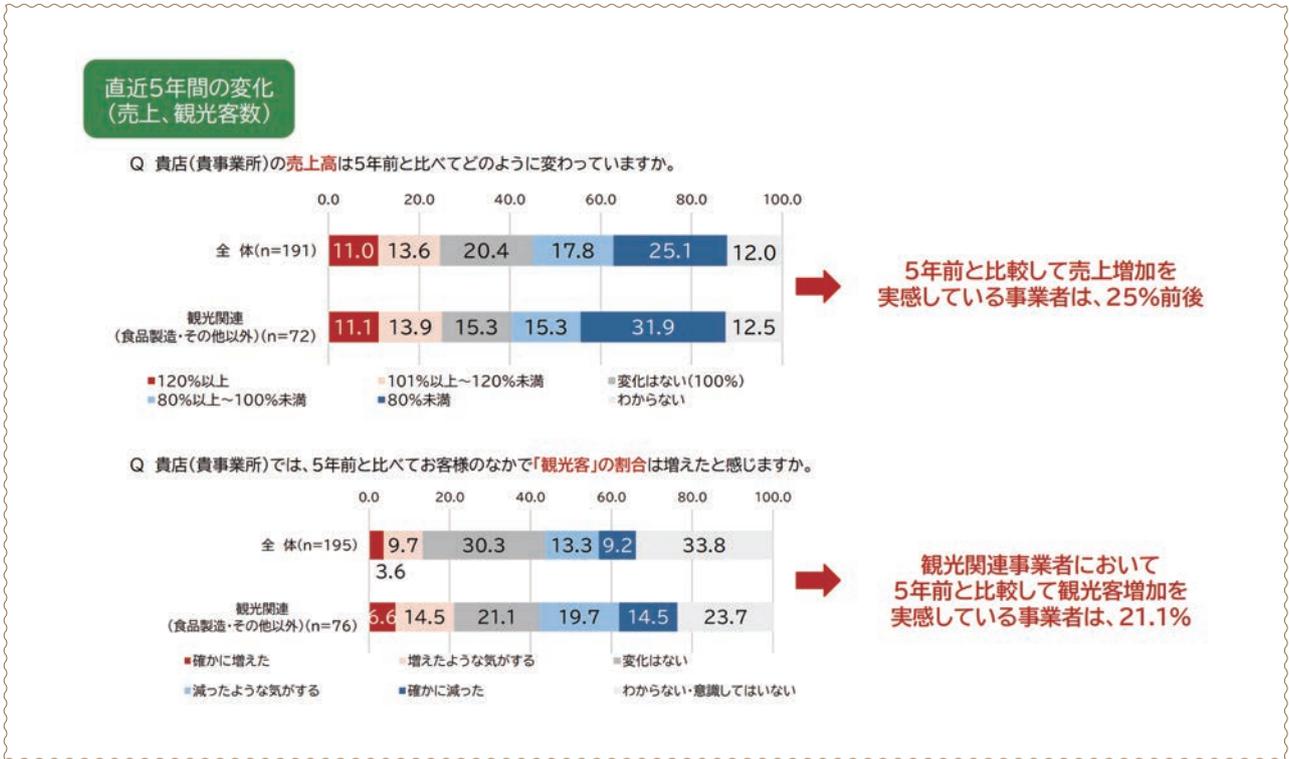


5

事業者アンケート調査結果

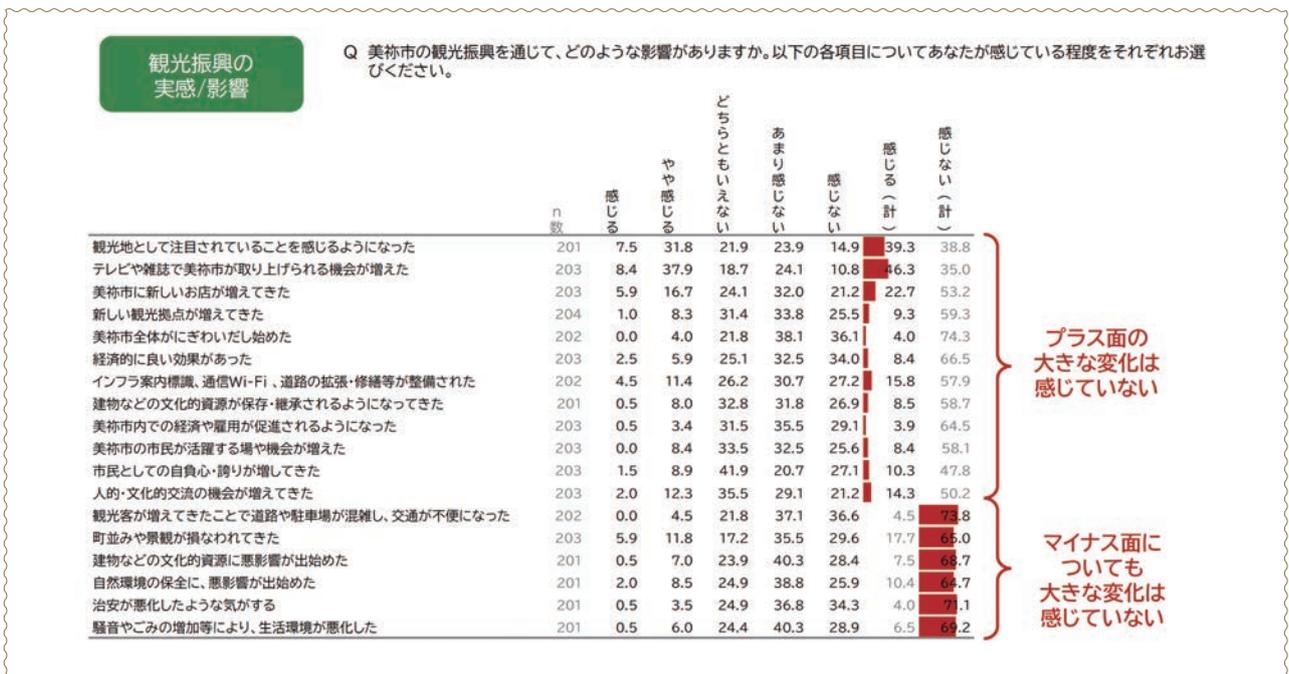
(1) 直近5年間の変化 (売上、観光客数)

観光関連事業者について、5年前と比較して売上が増えている事業者は、25.0%という結果でした。観光客数についても、21.1%が増加していると回答されています。



(2) 観光振興への実感/影響

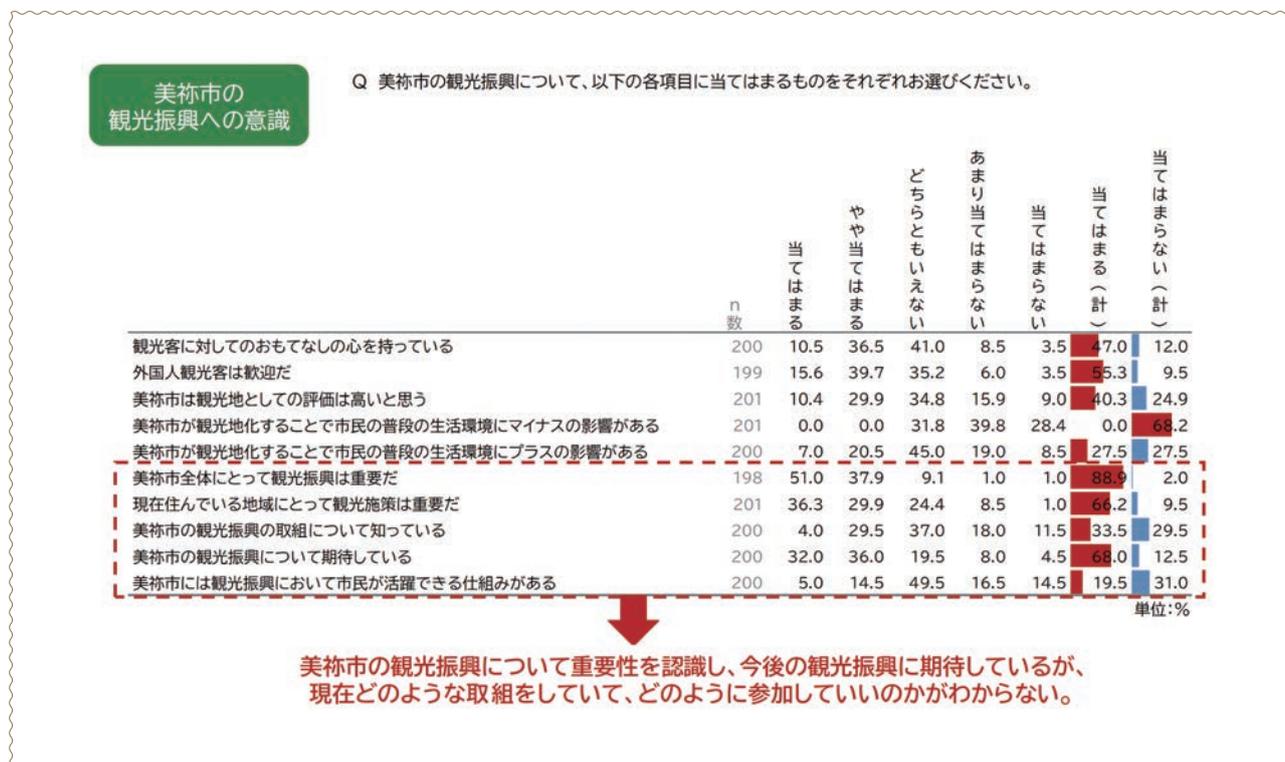
事業者には、観光振興によるプラス面とマイナス面について、実感がないことがうかがえます。



(3) 美祿市の観光振興への意識

本市の観光振興に対しては、重要性を十分に認識し(88.9%)、期待もされていることがわかります(68.0%)。一方で、本市の観光振興の取組を認知しているという回答が33.5%であり、観光振興において市民が活躍できる仕組みがあるという回答が19.5%でした。

本市の事業者は観光振興に対して、重要性を認知し期待していますが、取組内容を知る機会や市民が活躍できる仕組みが十分とはいえない点に課題があると考えられます。



(4) 美祿市観光発展に関する意識(観光客増加、観光地として発展)

今後、本市に観光客が増えることについて、増えるとよいと回答される方は、92.5%でした。同様に本市が観光地として発展していくことについても87.6%の方が賛成されています。

一方で、事業をしている地域に限定すると、観光客増加、観光地として発展することに対する意識がやや減少しています。



美祢市来訪者増加
観光地としての発展に関する意識

Q 美祢市における観光客の今後の動向について、美祢市で商いをおこなう立場として、近いものをお答えください。

	n 数	も っ と 増 え る と 良 い	少 し 増 え る と 良 い	今 の ま ま で 良 い	あ ま り 増 え て ほ し く な い	増 え て ほ し く な い	増 え る と よ い (計)	増 え て ほ し く な い (計)
事業をしている地域	199	49.7	26.6	22.1	0.5	1.0	76.4	1.5
美祢市全体	201	68.2	24.4	6.5	1.0	0.0	92.5	1.0

美祢市への観光客増加に賛成が多数
ただし、自らのエリアとなるとやや賛成が減少

Q 美祢市が今後、「観光地として発展していく」ことについて、美祢市で商いをおこなう立場として、近いものをお答えください。

	n 数	賛 成	や や 賛 成	ど ち ら と も い え な い	や や 反 対	反 対	賛 成 (計)	反 対 (計)
事業をしている地域	202	57.4	19.3	22.8	0.5	0.0	76.7	0.5
美祢市全体	201	71.6	15.9	11.9	0.5	0.0	87.6	0.5

美祢市観光振興へは賛成が多数
ただし、自らのエリアとなるとやや賛成が減少

(5) 観光振興への関与意向

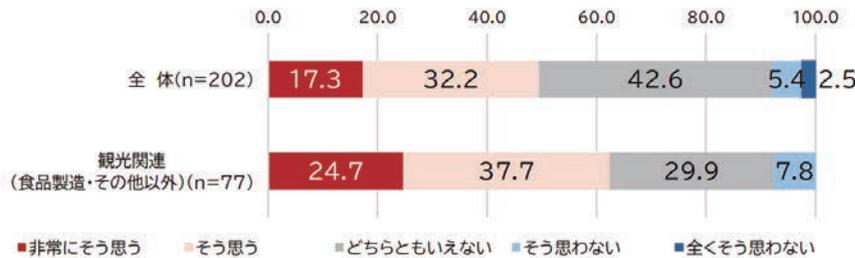
観光関連事業者について、観光振興に関与したいと回答される事業者は、62.4%でした。

美祢市の観光振興
に積極的に関与し
たいか

観光振興に関与したい
(非常にそう思う+そう思う)
全体
49.5%

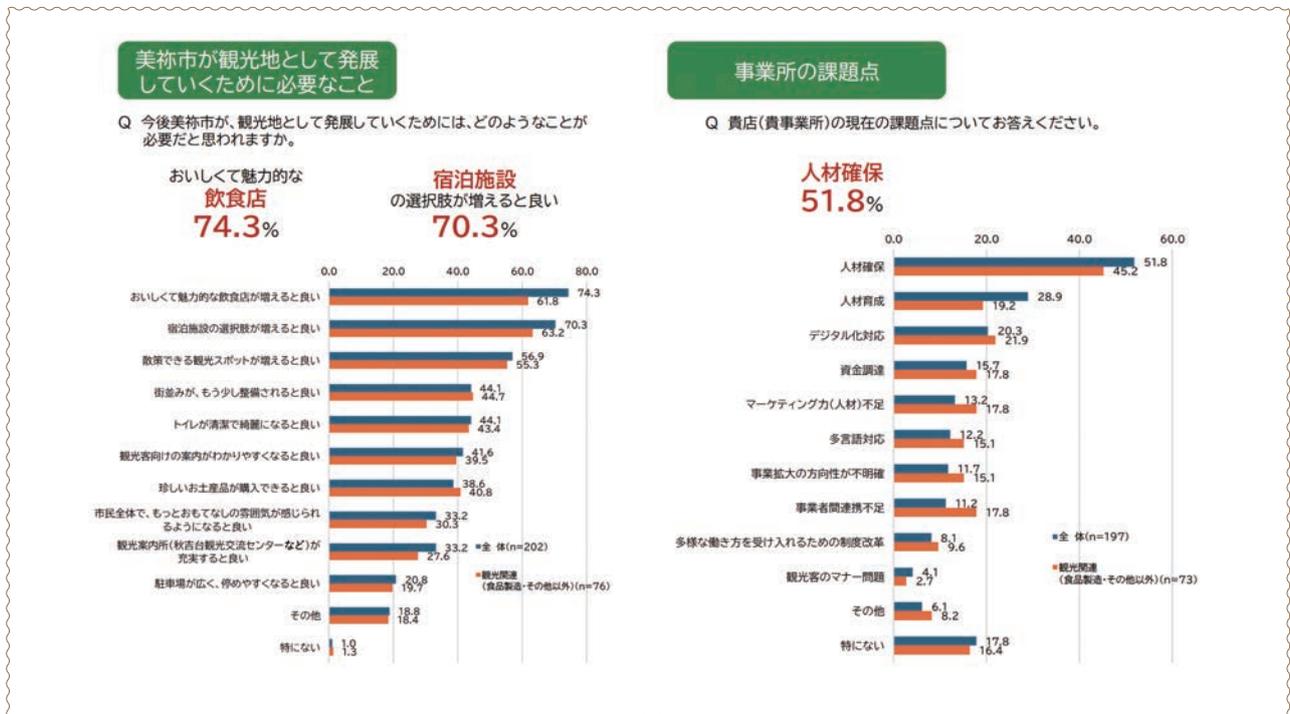
Q 貴店(貴事業所)は、今後美祢市の観光振興に積極的に関与していきたいと思いませんか。

観光振興に関与したい
(非常にそう思う+そう思う)
観光関連事業者
62.4%



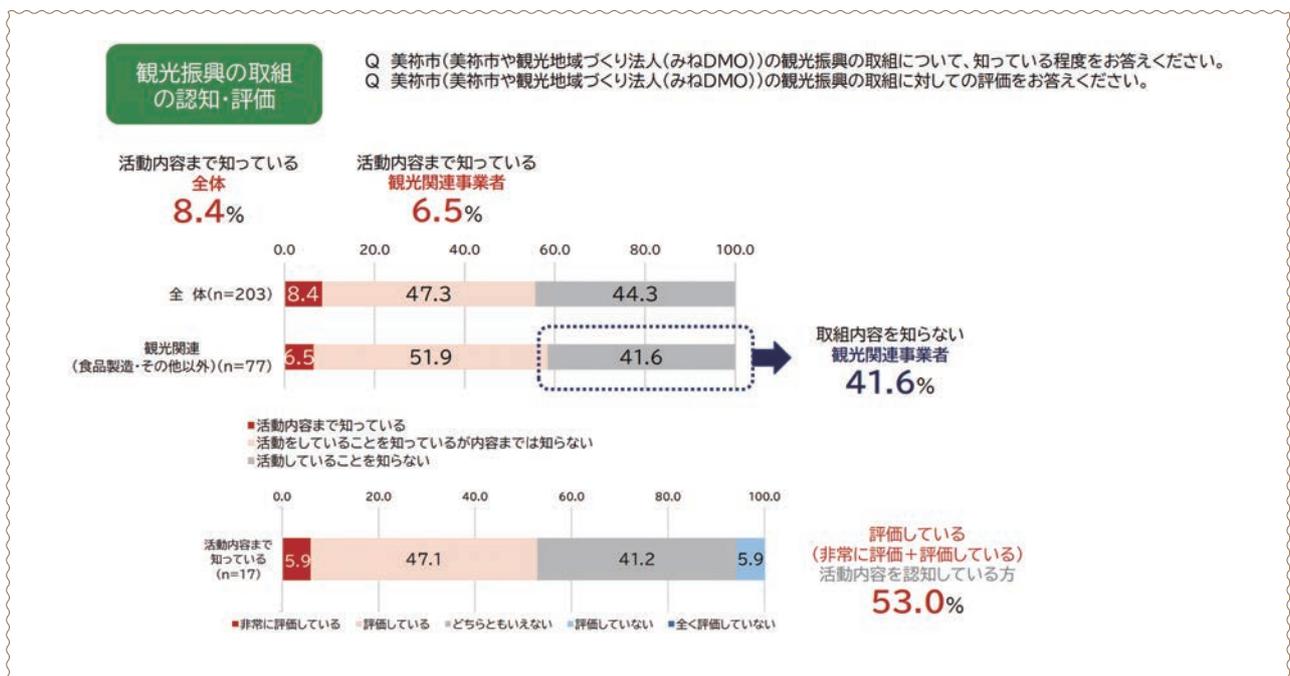
(6) 美祢市が観光地として発展していくために必要なこと/事業所の課題

今後本市が観光地として発展していくために必要なことについては、「おいしくて魅力的な飲食店」(74.3%)、「宿泊施設の選択肢が増えると良い」(70.3%)という結果でした。事業所の課題については、「人材確保」(51.8%)が最も多い結果でした。



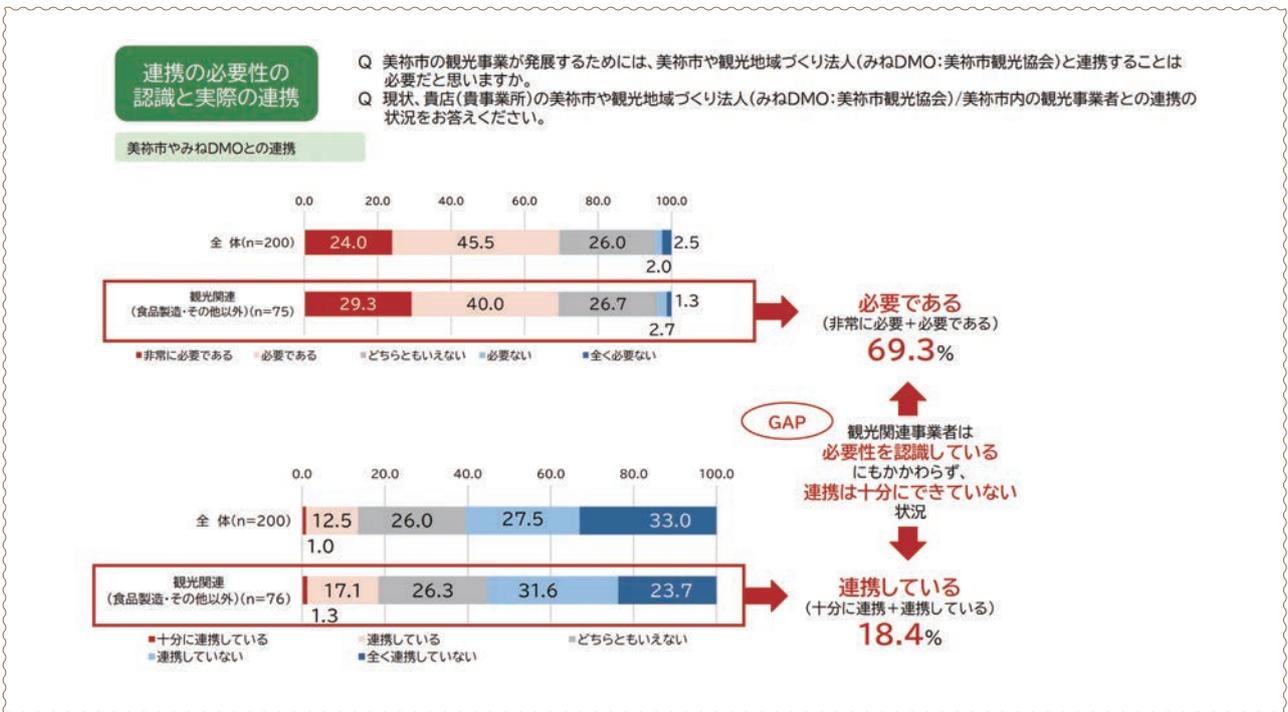
(7) 観光振興の取組の認知・評価

本市およびみねDMOの観光振興の取組についての認知を確認したところ、活動内容まで認知している事業者は8.4%でした。取組内容を知らない観光関連事業者は、41.6%という結果でした。活動内容を認知している方は、53.0%が本市の観光振興の活動を評価していると回答されています。

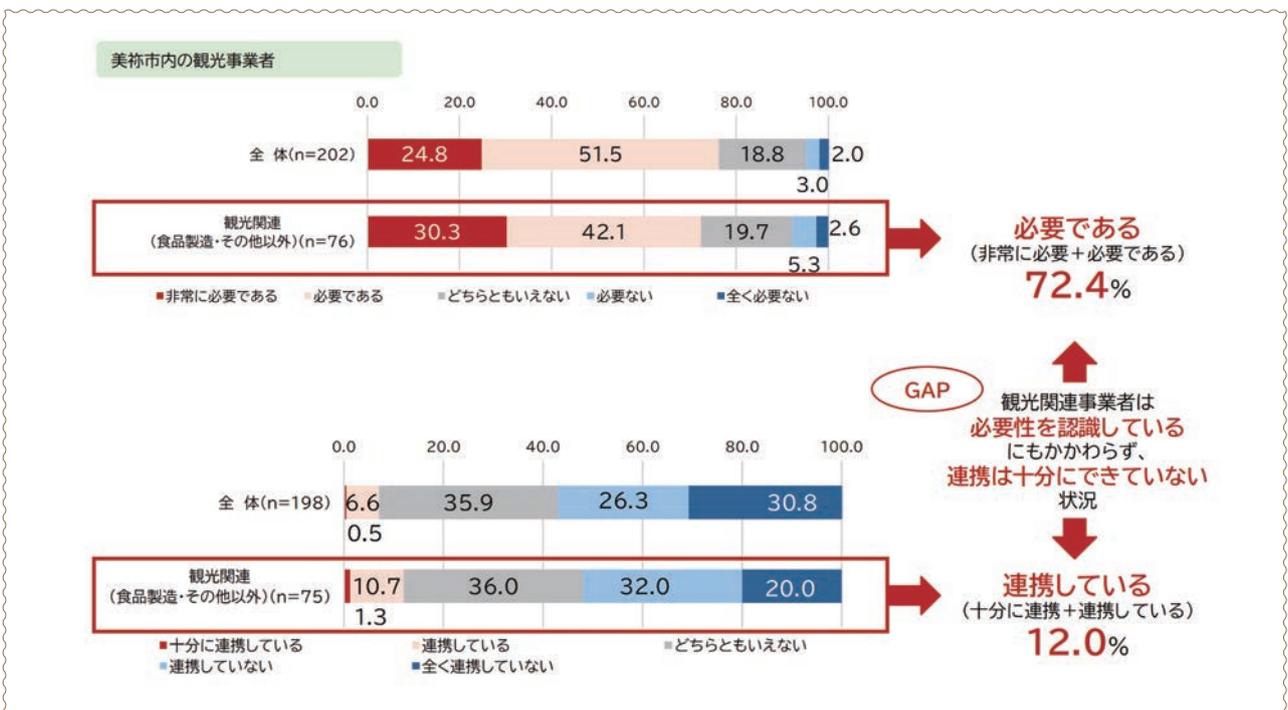


(8) 美祢市/みねDMOおよび観光事業者同士の連携について

本市やみねDMOとの連携について、必要であるという回答は69.3%との結果でしたが、実際に連携しているかどうかについては、連携しているという回答が18.4%との結果にとどまっています。



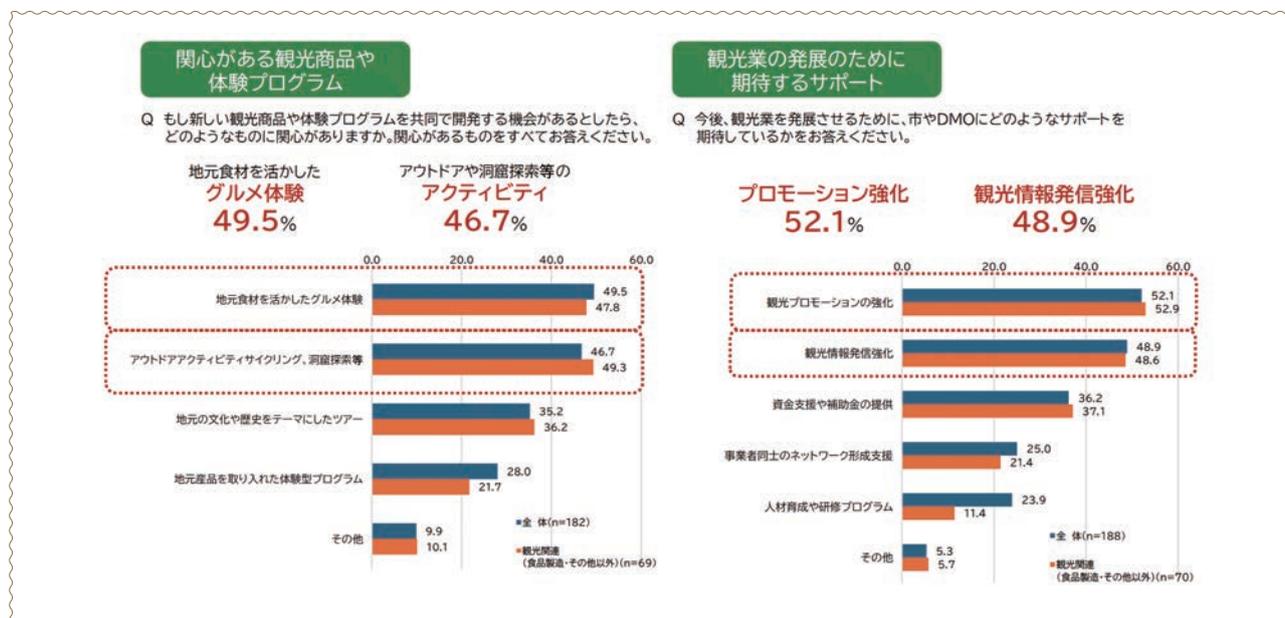
本市の観光事業者同士の連携について、必要であるという回答は72.4%との結果でしたが、実際に連携しているかどうかについては、連携している12.0%という結果にとどまっています。



(9) 関心がある観光コンテンツ/観光業発展のために期待するサポート

本市の観光事業者が関心のあるコンテンツは、「地元食材を活かしたグルメ体験」49.5%、「アウトドアアクティビティ(サイクリング、洞窟探索等)」46.7%という結果でした。

観光業の発展のために期待するサポートは、「プロモーション強化」52.1%、「観光情報発信強化」48.9%という結果でした。



【まとめ】

- 本市の観光事業者は、観光振興への関心があるものの、観光振興の実感が少ない状況です。その原因として、どのような取組をしているのかを把握していない点や事業者が関与する機会が少ないと認識している点も影響していると考えます。
- 現状、本市観光では、飲食率やお土産の購入率が低く、観光消費を促すためにも飲食率、お土産購入率を高めていくことは重要な取組になると考えられます。
- そのためには、観光関連事業者と一体となった観光振興の取組が求められます。



ヒアリング調査結果については、以下のとおりです。

ヒアリング結果まとめ	
対象先	11か所（地域事業者/行政職員）
概要	第3次美祢市観光振興計画策定に向けてのこれまでの評価や課題について
■持続可能な観光地域づくりについて	
<ul style="list-style-type: none"> ・通過型なので滞在型に切り替えていくべき ・地域のブランディングがうまくできていない ・アートの要素も入れていくと若者も集まる ・秋吉台エリアには相当なポテンシャルがあると思うが、現状はデータ蓄積できていない印象 ・持続可能な観光地を目指すには、財源を確保するための自主事業が必要 ・みねDMOにはブランディング、コンセプトメイキングを行ってほしい 	
■観光客の満足度向上について	
<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設が充実すると良い ・商店街の空き店舗等を活用し賑わい創出の起点になると良い ・秋吉台エリアは廃墟や樹木等で景観が損なわれているため整備する必要がある ・二次交通、三次交通対策が不十分 ・ユニバーサルツーリズムやサステナブルツーリズムについても推進すべき ・案内板等が不足している ・地域グルメや飲食店が不足している ・ここにしかない体験、食、お土産を造成できると差別化につながる ・自然を活かしたかっこいいアクティビティに特化して押し出すべき 	
■インバウンド誘客の促進について	
<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドの受入体制ができていない（外国語の看板やトイレの洋式化等） ・外国語対応できる人材の育成 ・海外の有名人をアイコンとして呼び込むことで、海外へのプロモーションにつながる ・アジアの方はソフトなアクティビティ、欧米は激しいアクティビティのニーズが高い印象 	
■戦略的な情報発信について	
<ul style="list-style-type: none"> ・SNS発信の効果は大きいと思う。HPやSNSのアクセス数等も把握することも必要 ・データを活用してマーケティング手法を取り入れるべき ・認知が不足している印象。ブランディング、プロモーション、情報発信に注力すべき 	
■観光資源の保全と活用について	
<ul style="list-style-type: none"> ・ジオパークと観光振興の結び付けが難しい印象 ・オーバーツーリズムになると保全にも支障が出るので単価を上げていくことも求められる ・世界ジオパーク認定を受けると海外の方の人の流れは変わってくると思う ・新しい取組を検討する際には各種規制が懸念されるため活用ガイドなどが整理されると良い ・特別天然記念物として保護する視点も重要 	
■観光振興計画全体について	
<ul style="list-style-type: none"> ・現計画は施策が多すぎるので選択と集中を図るべきだと思う ・地域の事業者同士が手を取り合って観光振興を推進できる体制が構築できると良い ・山口県がアクティビティを推奨しているので、本市としても積極的に推進すべきと感じる ・観光振興においては、行政関係課が連携した推進体制を整備してほしい 	

観光の現状、第2次美祢市計画の取組状況及びアンケート調査結果等を踏まえた本市の課題として、以下の5点があげられます。

(1) おもてなしの機運醸成と専門的人材・担い手の不足

市民が自然豊かで素晴らしい観光資源を再認識し、魅力や価値を知り、地域に誇りや愛着を持つことにより、心を込めたおもてなしで観光客の満足度を向上させるおもてなしの機運を醸成する取組が必要です。また、「また訪れたい観光地」と思っただけのような魅力ある観光地の形成を推進する、専門的な人材や担い手の不足が課題と言えます。

(2) 観光消費額の拡大

観光消費額を拡大させるためには、観光客数の増加だけでなく、一人あたりの消費額単価を上昇させることが重要となります。魅力ある観光地を目指し、旅行者のニーズを捉えた「滞在コンテンツの開発や高付加価値化」及び「滞在時間の延長」の取組推進が不可欠であり、そのための具体的な施策展開が求められます。

(3) 魅力ある世界的な展開ができる観光地の形成

持続可能な観光につながる「自然環境の保全・活用の好循環」の構築を目指すとともに、秋吉台エリアの空き店舗・廃屋対策（活用・撤去）等の景観整備や二次交通の拡充をはじめとするストレスフリーな受入環境整備の推進等、インバウンドの誘客拡大を踏まえ、世界的な展開ができる観光地の形成を推進するための具体的な施策展開が求められます。

(4) 観光情報発信力の不足、広域連携による誘客推進

首都圏・中京・関西エリアの誘客促進及びインバウンドの誘客拡大に向けて、本市の認知率の向上を図る必要があります。そのため、広域連携による情報発信の取組や観光地域ブランドの形成を促進させ、「アクティビティを楽しむこと」や「自然や風景の見物」等、本市の強みである自然資源を活用した体験活動の情報発信を強化するなどの具体的な施策展開が求められます。

(5) 観光地経営の高度化の仕組み

マーケティング視点に基づく観光地経営戦略の策定・実行・検証・見直しの取組により、短時間の通過型観光地からの脱却を図ることや、働き手不足による人材確保及び観光と他産業事業者の連携による付加価値の創出等、更なる「周遊促進・稼ぐ力」の向上に向けた対策が求められています。また、観光客の現地消費データや動態情報収集のデジタル化、リピーター獲得対策等、単体では取組が困難なDXによるマーケティング手法の導入や活用が課題であり、その実現のため具体的な施策展開が求められます。

第5章 基本構想

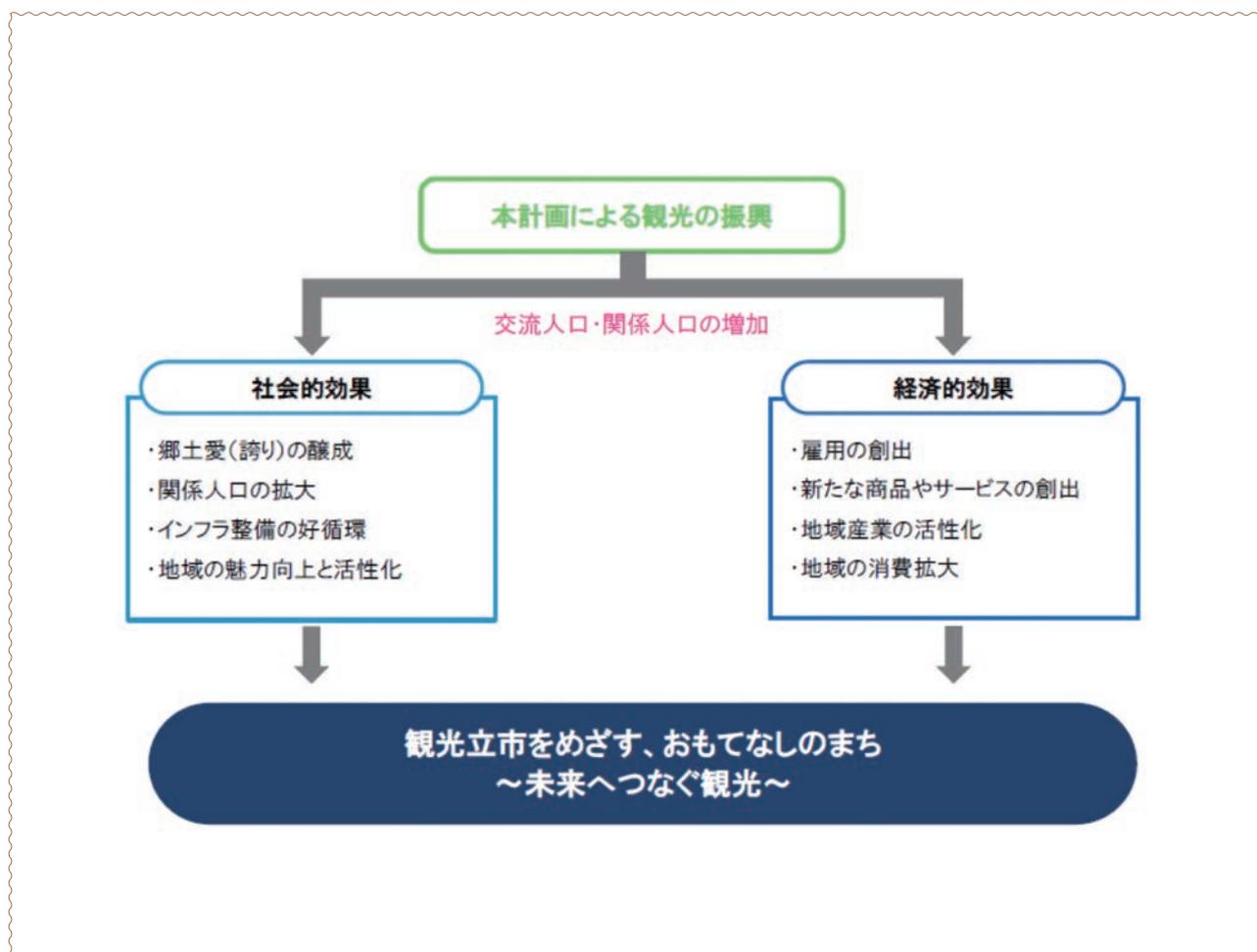
1 基本理念

観光振興の基本理念については、第2次美祢市観光振興計画の基本理念を引き継ぎ「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～」とします。

【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～

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、その価値を観光客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、すべての観光客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。

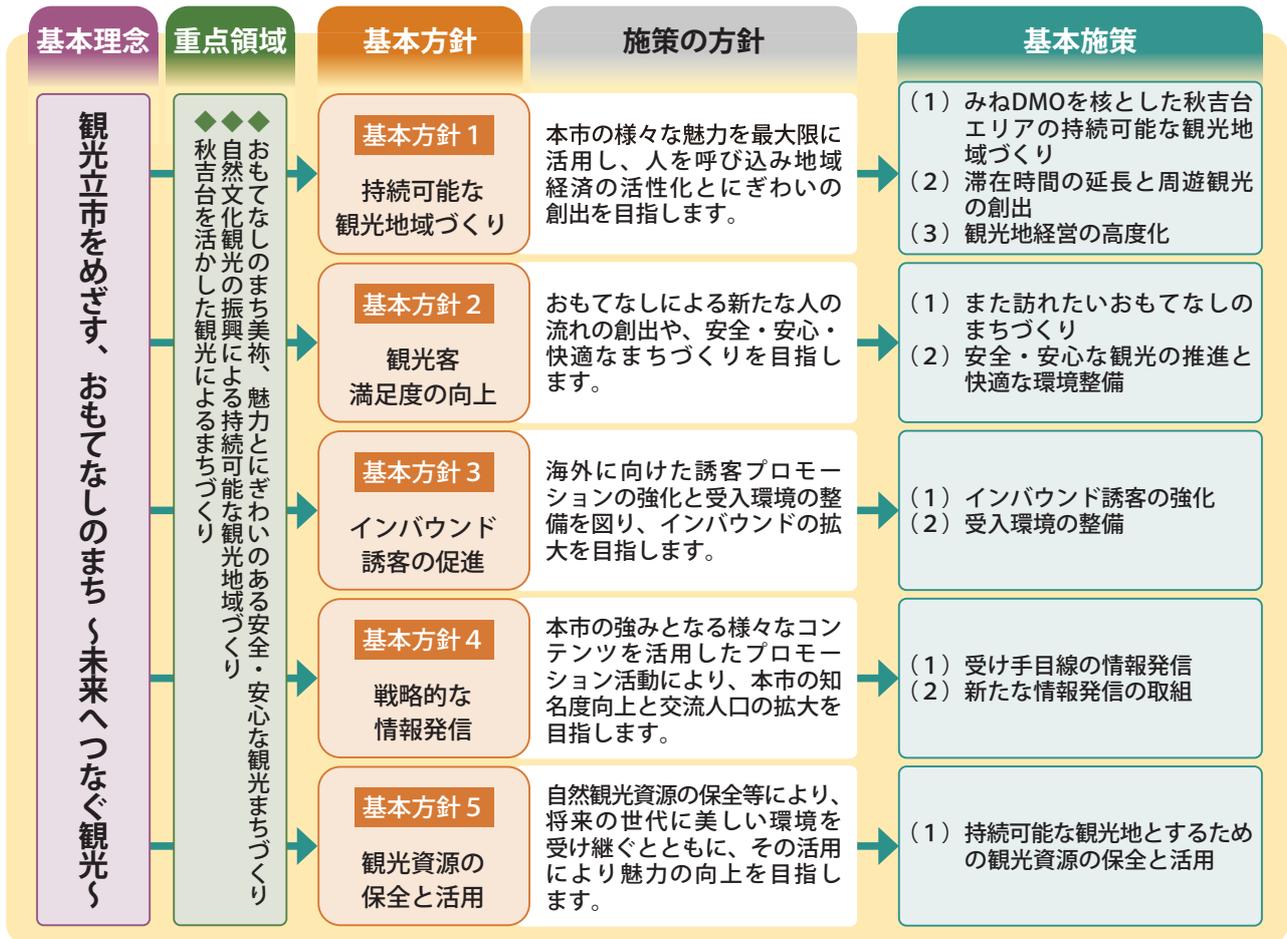


2

美祢市が目指す観光地像

市政運営の最上位計画である「第二次美祢市総合計画(令和2(2020)年～令和11(2029)年度)」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」』及び基本理念『秋吉台の魅力を活かし、みんなの力で創り出す!「未来につなげる共創CITY」』を踏まえ、本計画の全体像を下記に示します。

【本計画の全体像】



3

数値目標 (KGI・KPI)

計画最終年である令和11(2029)年度における本計画の達成度を示す指標として、一人あたりの観光消費額を基本目標(KGI)として設定します。

また、本計画に関連する施策において重要業績評価指標(KPI)を設定し、目標数値の達成に向け様々な施策に取り組みます。

基本目標 (KGI)

基本目標 (KGI)	基準値	目標値
1人あたり観光消費額	5,769円	7,000円

主要6目標 重要業績指標 (KPI)

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
観光交流人口	1,194,000人	1,830,000人
延べ宿泊者数	46,000人	61,000人
三洞入洞者数	407,000人	550,000人
本市を訪れる外国人観光客数	17,677人	100,000人
美祢市観光の満足度	3.65ポイント	4.00ポイント
本市へのリピート率	63%	70%



第6章 実施計画

1 重点領域

第3次美祢市観光振興計画では、3つの重点領域を定め、5つの基本方針を設定・展開します。

(1) 秋吉台を活かした観光によるまちづくり

施策の方針：秋吉台エリアの観光産業の再生、ゾーニング・誘客戦略の明確化

年間50万人以上の観光客が訪問する「秋吉台・秋芳洞」を中心に、一人あたりの観光消費額の向上を目的とした「観光地の高付加価値化・観光産業の再生」を目指します。

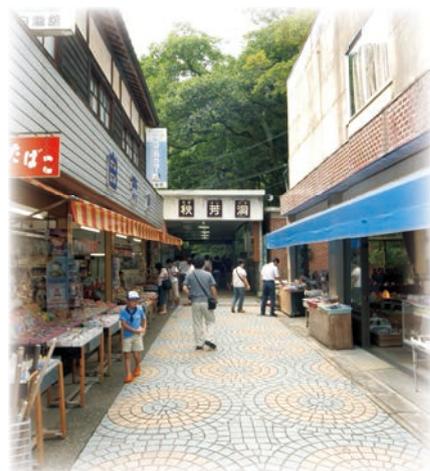
秋吉台周辺を「集客ゾーン（観光客が集中する場所）」、周辺のエリアを「周遊ゾーン」として設定します。観光産業の再生を目指し、集客ゾーンにおいては更に集客力を高める高付加価値化の取組を展開するとともに、周遊ゾーンにおいては集客ゾーンに流入する観光客を回遊させるための取組を展開します。

①観光地の高付加価値化

秋吉台上にアクティビティ拠点施設を整備し、美祢市ならではの体験コンテンツの造成、ツアー販売やレンタルサービスを提供します。また、施設にアクティビティ参加者が利用できる更衣室やシャワールームを設置するとともに休憩所を併設し、観光客の滞在拠点となる機能を持たせることで観光地の高付加価値化を図ります。

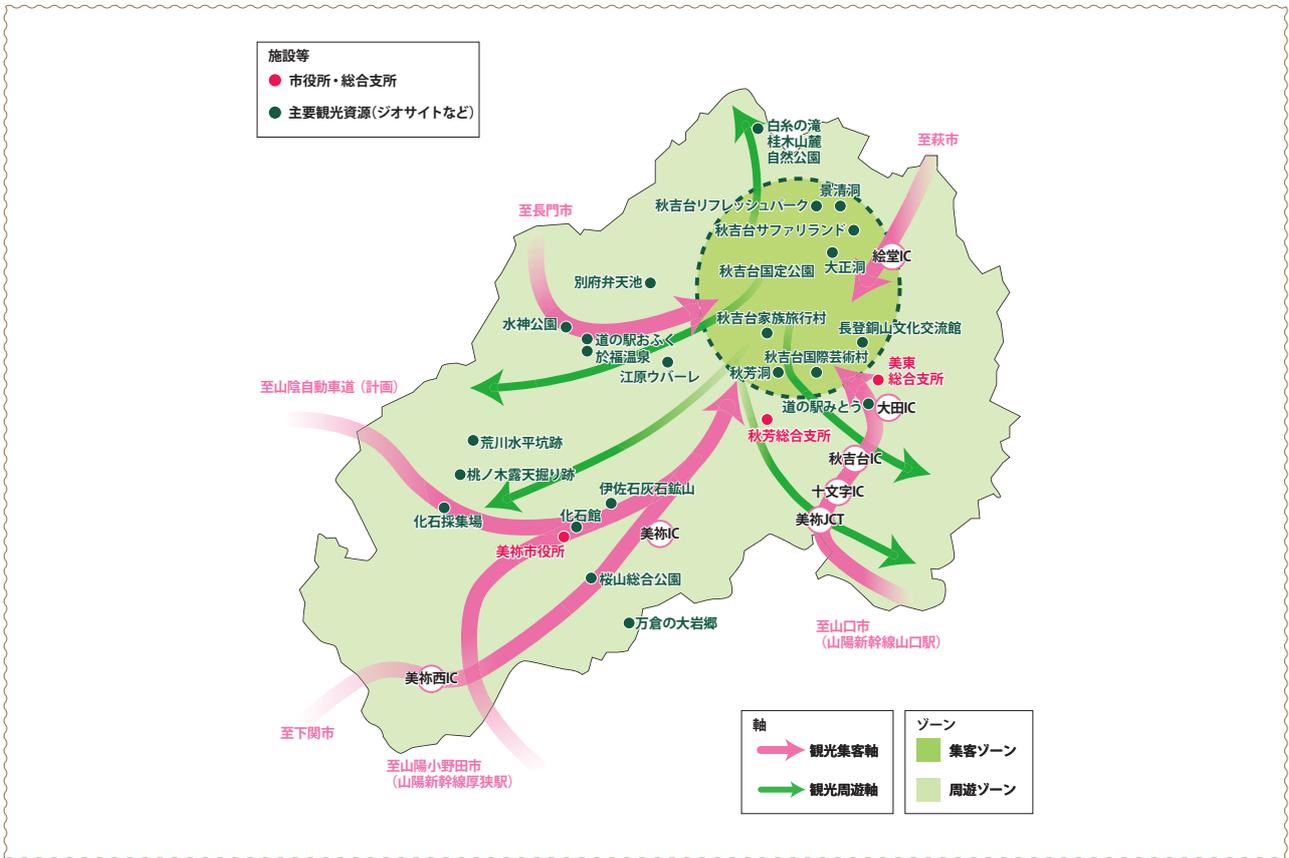
②集客ゾーンの施策（取組概要）

既存施設の目的や効果、経済性等の検証を踏まえ、整理統合や廃止も視野に施設改修等を検討するとともに、宿泊施設の整備及び事業者の誘致、商店街の活性化、アクティビティ拠点施設の整備を行うなど、観光地の高付加価値化を図り、滞在時間の延長と観光消費額の拡大を目指します。



③周遊ゾーンの施策(取組概要)

美祿市空家等対策計画と連携した空き店舗の有効利用を検討するとともに、秋吉台・秋芳洞を訪問する観光客向けに、周遊ゾーンでの周遊滞在を促進する情報発信の仕組みとアクセスの整備・拡充を図り、滞在時間の延長と観光消費額の拡大を目指します。



(2) 自然文化観光の振興による持続可能な観光地域づくり

施策の方針：Mine秋吉台ジオパークを活用した世界的な展開ができる観光地域ブランドの形成

ラムサール条約に登録されている秋吉台地下水系をはじめとした自然環境の保全を念頭に、Mine秋吉台ジオパークを活用した自然文化観光の振興による活用から保全への再投資を図ることで、持続可能な観光地の形成につながる自然環境の保全・活用の好循環の創出を推進するとともに、インバウンド誘客を踏まえ世界的な展開ができる観光地域ブランドの形成を目指します。

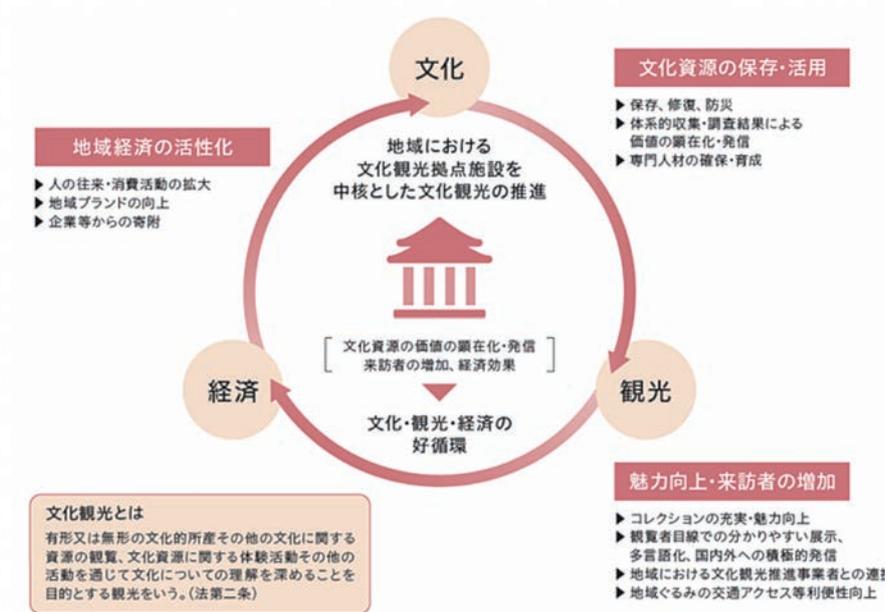
①自然文化観光拠点施設の活用、自然文化観光・インバウンドの拡大

Mine秋吉台ジオパークセンター「カルスター」を起点としたジオツアーをはじめ、アクティビティセンターを拠点とする自然文化観光の高付加価値化を戦略的かつ計画的に推進し、世界的な展開ができる観光地域ブランドの形成を目指すとともに、アドベンチャーツーリズムやサステナビリティ・プログラムに関心の高い訪日外国人旅行者の誘客を強化します。

②自然文化観光の振興による経済循環(好循環)の仕組み構築

文化観光推進法に関連する文化庁事業の戦略的・計画的活用を検討を行うとともに、自然文化観光の振興により、活用から保全への再投資の好循環の仕組み構築を推進します。

文化観光推進法で目指す文化・観光・経済の好循環



出典：文化庁ホームページ

(3) おもてなしのまち美祿、魅力とにぎわいのある安全・安心な観光まちづくり

施策の方針：観光客満足度の向上に向けた受入環境・体制整備

秋吉台エリアのゾーニング戦略及びMine秋吉台ジオパークを活用した観光地域ブランドの形成において、集客ゾーンへのアクセス面の利便性の確保、ユニバーサルデザイン・ストレスフリー環境等受入環境・体制整備を推進し、魅力とにぎわいを創出する観光まちづくりを目指します。

①おもてなし

市民が自然豊かで素晴らしい観光資源を再認識し、魅力や価値を知り、地域に誇りや愛着を持つことにより、心を込めたおもてなしで観光客の満足度を向上させるおもてなしの機運醸成を図ります。同時に、観光に携わる専門的な人材や担い手の発掘・育成を推進し、「また訪れたい観光地」と思ってもらえるような魅力ある観光地の形成を目指します。

②受入環境整備

世界的な展開ができる観光地域ブランドの形成を目指す中で、国内旅行のアクティブシニア層をはじめインバウンドリピーター層等の旅行需要を喚起するため、そのニーズを的確に把握するとともに、観光施設や宿泊施設のバリアフリー化の更なる推進や、車いす利用者でも参加可能なツアーの造成等、ソフト・ハードの両面から環境整備を推進し、ユニバーサルツーリズムの普及、定着を目指します。

訪日外国人旅行者の誘客強化に向けて、環境整備については、案内板の多言語化をはじめ観光二次交通及び観光三次交通の拡充を図るとともに、観光地や交通情報の多言語での発信や案内表示、キャッシュレス決済や通信環境の整備を図り、ストレスフリーな観光地を目指します。

2

基本方針と基本施策

(1) 計画の体系

基本方針・基本施策・具体的な施策

基本施策		具体的な施策
基本方針 1 持続可能な 観光地域づくり	(1) みねDMOを核とした秋吉台エリアの持続可能な観光地域づくり	①観光地の高付加価値化・観光産業の再生の推進 ②秋吉台エリアのゾーニング・誘客戦略の策定及び事業展開 ③空き店舗対策 ④お土産・食の充実
	(2) 滞在時間の延長と周遊観光の創出	①アドベンチャーツーリズムの推進 ②スポーツツーリズムの推進 ③ユニバーサルツーリズムの推進 ④宿泊施設の充実 ⑤秋吉台ならではのイベント開催と既存イベントの磨き上げ ⑥山口県央連携都市圏域、なかと路連絡協議会等近隣自治体との連携強化
	(3) 観光地経営の高度化	①持続可能な観光地域づくり戦略の策定・推進 ②観光地域づくり組織の機能強化の検討・推進 ③観光地経営の視点に立った経営人材の育成推進
基本方針 2 観光客 満足度の向上	(1) また訪れたいおもてなしのまちづくり	①おもてなし意識の醸成 ②地域観光ガイドの育成 ③次世代教育の場づくりを推進
	(2) 安全・安心な観光の推進と快適な環境整備	①計画的な施設改修等の推進 ②施設の整備 ③周辺環境の整備 ④感染症や自然災害への対応の強化
基本方針 3 インバウンド 誘客の促進	(1) インバウンド誘客の強化	①海外への情報発信
	(2) 受入環境の整備	①外国人の受入体制の充実 ②秋吉台観光交流センター総合案内所の運営 ③域内交通の充実
基本方針 4 戦略的な 情報発信	(1) 受け手目線の情報発信	①観光情報の集約・共有 ②観光情報の一元管理・情報発信
	(2) 新たな情報発信の取組	①新規顧客の獲得やリピーター化を目的とした観光プロモーションの強化
基本方針 5 観光資源の 保全と活用	(1) 持続可能な観光地とするための観光資源の保全と活用	①Mine秋吉台ジオパークのユネスコ世界ジオパーク認定申請を契機とした世界的な展開ができる観光地域ブランドの形成 ②SDGsの理念に基づく自然観光資源の保全と活用

(2) 具体的な施策

基本方針 1

持続可能な観光地域づくり

- 本市の観光資源を最大限に活用し、地域経済の活性化とにぎわいの創出を目指します。
- 観光産業の生産性の向上や観光消費額の拡大につなげるため、みねDMOを核とした地域が一体となった持続可能な観光地域づくりを進めていきます。
- 秋吉台エリアを中心としたイベントや地域の資源を活かした新たなツーリズムを支援するなどブランディングを推し進めるとともに、本市の観光コンテンツの強化と多様化に加え、効果的なプロモーションを行い、交流人口の拡大を図ります。
- 秋吉台エリアを観光の玄関口とした観光地域づくりを推進します。
- 観光客の現地消費データや動態情報収集のデジタル化等、DXによるマーケティング手法の導入や活用により、短時間の通過型観光地からの脱却を図るとともに、観光と他産業事業者の連携による付加価値の創出等、更なる「周遊促進・稼ぐ力」の向上を目指します。

基本施策

(1) みねDMOを核とした秋吉台エリアの持続可能な観光地域づくり

【具体的な施策・取組内容】
①観光地の高付加価値化・観光産業の再生の推進 ・アクティビティセンターを拠点とする観光地の高付加価値化 優先 ・宿泊・飲食・観光事業者等の誘致、商店街の活性化の推進
②秋吉台エリアのゾーニング・誘客戦略の策定及び事業展開 ・集客ゾーン・周遊ゾーンエリアの設定および誘客戦略の策定 優先 ・各ゾーンの周遊・滞在を促進するアクセス・情報発信の拡充
③空き店舗対策 ・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促進
④お土産・食の充実 ・国内旅行者、訪日外国人旅行者に向けたお土産等の開発 優先

【年次計画】	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10-11年度
①観光地の高付加価値化・観光産業の再生の推進	検討	実施	⇒	⇒
②秋吉台エリアのゾーニング・誘客戦略の策定及び事業展開	検討	実施	⇒	⇒
③空き店舗対策	検討	実施	⇒	⇒
④お土産・食の充実	継続	⇒	⇒	⇒

基本施策

(2) 滞在時間の延長と周遊観光の創出

【具体的な施策・取組内容】
①アドベンチャーツーリズムの推進 ・洞窟探検等プレミアムツアーの開発推進 優先 ・秋吉台周辺のアクティビティやツアーの開発推進 優先
②スポーツツーリズムの推進 ・ランニング、トレッキング、サイクリングなどの推進 ・秋吉台エリアにおける多様なスポーツツーリズムの推進
③ユニバーサルツーリズムの推進 ・だれでも気兼ねなく参加できるツアーの開発推進 ・学び、健康、癒しなどをテーマにしたツアーの開発推進
④宿泊施設の充実 ・秋吉台エリアの核となる宿泊施設の事業者誘致 優先 ・グリーンツーリズム、農泊や民泊の推進 ・キャンプ施設的环境整備と活用 ・宿泊施設と連携した周遊・滞在促進サービスの開発推進
⑤秋吉台ならではのイベント開催と既存イベントの磨き上げ ・秋吉台・秋芳洞を中心とした早朝夜間イベントの企画・開催 ・既存イベントの見直し・磨き上げ ・閑散期におけるイベントの企画・開催
⑥山口県央連携都市圏域、なかと路連絡協議会等近隣自治体との連携強化 ・近隣自治体と連携した周遊促進事業及び各種ツアーの実施 ・広域プロモーションの実施

【年次計画】	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10-11年度
①アドベンチャーツーリズムの推進	継続	⇒	⇒	⇒
②スポーツツーリズムの推進	継続	⇒	⇒	⇒
③ユニバーサルツーリズムの推進	継続	⇒	⇒	⇒
④宿泊施設の充実	継続	⇒	⇒	⇒
⑤秋吉台ならではのイベント開催と既存イベントの磨き上げ	検討	実施	⇒	⇒
⑥山口県央連携都市圏域、なかと路連絡協議会等近隣自治体との連携強化	継続	⇒	⇒	⇒

基本施策

(3) 観光地経営の高度化

【具体的な施策・取組内容】

- ① 持続可能な観光地域づくり戦略の策定・推進
 - ・マーケティング視点に基づく観光地経営戦略の策定・推進 優先
- ② 観光地域づくり組織の機能強化の検討・推進
 - ・市内観光事業者と他産業事業者の連携を促進するデータ連携機能
 - ・動態情報収集等のデジタル化やDXによるマーケティング手法の導入や活用
 - ・人材調達を支援する人材バンク機能
- ③ 観光地経営の視点に立った経営人材の育成推進
 - ・経営感覚の向上を図る研修等の実施
 - ・経営管理能力向上を図るセミナーなどへの参加

【年次計画】	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10-11年度
① 持続可能な観光地域づくり戦略の策定・推進	検討	実施	⇒	⇒
② 観光地域づくり組織の機能強化の検討・推進	検討	実施	⇒	⇒
③ 観光地経営の視点に立った経営人材の育成推進	継続	⇒	⇒	⇒



基本方針 2

観光客満足度の向上

- 市民が本市の自然豊かで素晴らしい観光資源を再認識し、郷土に誇りと愛着を持ち、自信を持って観光客を迎えることのできる、魅力ある観光地の形成を目指します。
- 観光関連事業者と他産業事業者の連携を促進するとともに、おもてなしの意識醸成によるサービスの向上を推進します。
- 本市を訪れる観光客が安全・安心な観光ができ、「また訪れたい」と思える快適な環境作りを目指します。
- 観光客の安全性、利便性、快適性と魅力の向上を図る観光施設の整備・改修等をデジタル技術の活用も図りながら取り組むとともに、観光地にふさわしい景観対策を推進します。

基本施策

(1) また訪れたいおもてなしのまちづくり

【具体的な施策・取組内容】

- | |
|--|
| ①おもてなし意識の醸成
・ 市民・事業者向け接遇講座の開催
・ 地域関係者が意見交換・連携できる場の提供 |
| ②地域観光ガイドの育成
・ ガイド養成講座の実施
・ ガイド団体の育成・支援 |
| ③次世代教育の場づくりを推進
・ 市内教育機関との連携 |

【年次計画】	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10-11年度
①おもてなし意識の醸成	継続	⇒	⇒	⇒
②地域観光ガイドの育成	継続	⇒	⇒	⇒
③次世代教育の場づくりを推進	継続	⇒	⇒	⇒

基本施策

(2) 安全・安心な観光の推進と快適な環境整備

【具体的な施策・取組内容】
①計画的な施設改修等の推進 ・施設の目的や効果、経済性等の検証を踏まえ、整理統合や廃止も視野に施設改修等の検討を行う
②施設の整備 ・観光地及び施設のユニバーサルデザイン化・ストレスフリー環境整備の推進 ・観光施設のWi-Fi環境の整備 ・観光施設のトイレの洋式化 ・観光施設の計画的な改修 ・案内板等の整備
③周辺環境の整備 ・観光地周辺の環境整備 優先 ・観光導線（観光ルート）の整備
④感染症や自然災害への対応の強化 ・緊急時対応マニュアルの整備 優先

【年次計画】	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10-11年度
①計画的な施設改修等の推進	検討	実施	⇒	⇒
②施設の整備	継続	⇒	⇒	⇒
③周辺環境の整備	継続	⇒	⇒	⇒
④感染症や自然災害への対応の強化	継続	⇒	⇒	⇒



基本方針3

インバウンド誘客の促進

- 海外に向けた誘客プロモーションの強化と受入環境の整備を図り、インバウンドの拡大を目指します。
- 訪日外国人旅行者の獲得に向け、美祢市台北観光・交流事務所を拠点とした海外に向けたSNSやデジタル技術を用いた誘客プロモーションを強化するとともに、県や近隣自治体と連携した施策展開を図ります。
- 観光施設のキャッシュレス対応、多言語表記等の環境整備に加え、海外のニーズを捉えた美祢市ならではの特別感のある高付加価値な体験コンテンツの造成やインバウンド対応可能なガイド育成等、快適に旅行を楽しめる受入環境の充実を進めます。
- 域内交通の拡充に向け、美祢市地域公共交通計画と連携した地域公共交通の利活用促進を推進します。

基本施策

(1) インバウンド誘客の強化

【具体的な施策・取組内容】

- ①海外への情報発信
 - ・美祢市台北観光・交流事務所を拠点に台湾をはじめとした東アジアからの訪日旅行者誘致
 - ・県や国際観光推進協議会等の関係機関と連携し、旅行博・商談会の参加等東アジアや欧米豪に向けたプロモーションの強化
 - ・訪日外国人旅行者の多い広島県、福岡県でのプロモーション
 - ・美祢市ならではの体験ツアーの情報発信

【年次計画】	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10-11年度
①海外への情報発信	継続	⇒	⇒	⇒



基本施策

(2) 受入環境の整備

【具体的な施策・取組内容】

- ①外国人の受入体制の充実
- ・観光地の案内板の多言語化 **優先**
 - ・観光パンフレットの多言語化
 - ・観光地、観光施設のWi-Fi環境等の整備
 - ・観光施設、商業施設の外国語対応の推進
 - ・訪日外国人旅行者向けプレミアムツアーの造成
 - ・インバウンド対応のできるガイド育成
- ②秋吉台観光交流センター総合案内所の運営
- ・JNTO（日本政府観光局）認定外国人案内所の機能拡充
- ③域内交通の充実
- ・美祢市地域公共交通計画と連携した地域公共交通の活用促進
 - ・観光地アクセスの情報発信
 - ・観光三次交通としてのレンタルコンテンツの活用と促進

【年次計画】	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10-11年度
①外国人の受入体制の充実	継続	⇒	⇒	⇒
②秋吉台観光交流センター総合案内所の運営	継続	⇒	⇒	⇒
③域内交通の充実	検討	実施	⇒	⇒



基本方針4

戦略的な情報発信

- 本市の観光情報を集約し、効果的・効率的なプロモーション活動を行うことで、認知度の向上と交流人口の拡大を目指します。
- 新規顧客やリピーターとなる観光客の獲得に向け、SNSやデジタル技術・マーケティング手法を用いた誘客プロモーションを強化します。
- 美祢市フィルムコミッションを中心に、映画・TV番組等の撮影協力、誘致を行うことで本市の魅力度及び認知度の向上を図ります。

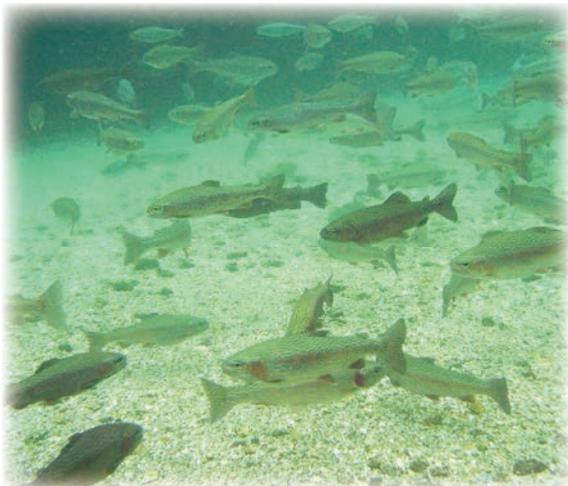
基本施策

(1) 受け手目線の情報発信

【具体的な施策・取組内容】

- ①観光情報の集約・共有
 - ・美祢市観光協会において情報集約・共有
 - ・美祢市観光協会、関連事業者、県（広域DMO）、市の連携強化
 - ・美祢市観光サイト「カルストドットコム」の機能拡充
- ②観光情報の一元管理・情報発信
 - ・マーケティング手法を用いた観光情報発信施策の検討及び観光プロモーションの強化 **優先**
 - ・美祢市観光協会による各種情報の一元管理・情報発信

【年次計画】	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10-11年度
①観光情報の集約・共有	継続	⇒	⇒	⇒
②観光情報の一元管理・情報発信	継続	⇒	⇒	⇒



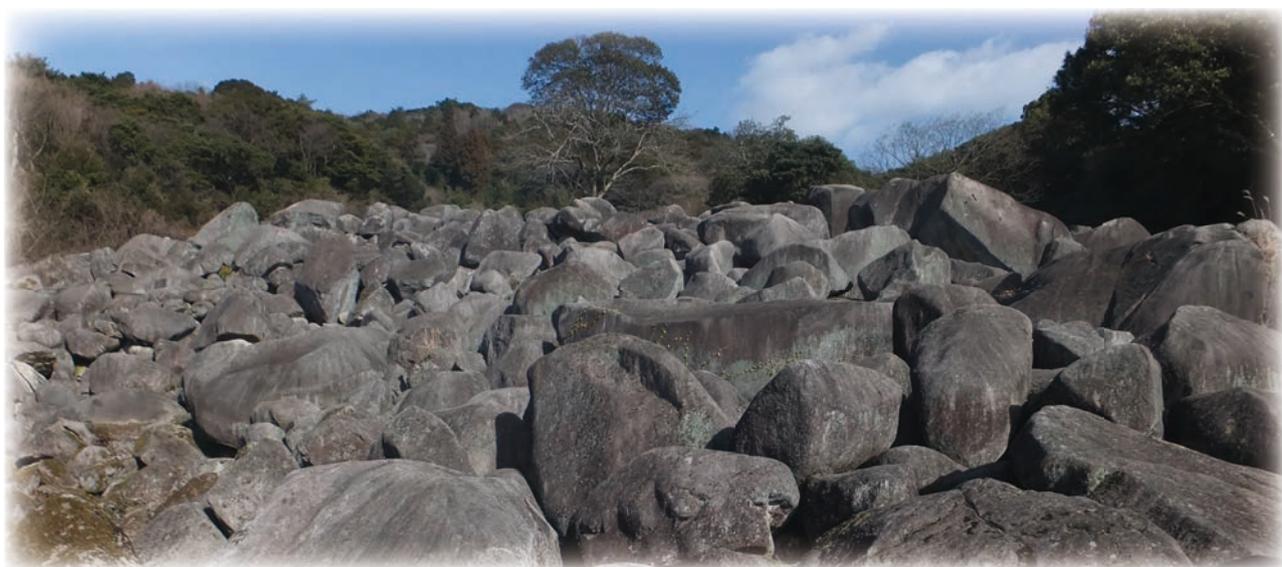
基本施策

(2) 新たな情報発信の取組

【具体的な施策・取組内容】

- ①新規顧客の獲得やリピーター化を目的とした観光プロモーションの強化
- ・SNSによる情報発信の強化
 - ・CRM機能を活用したリピーター対策の推進
 - ・マーケティング手法を用いた周遊・滞在促進対策の推進
 - ・美祢市フィルムコミッションによる映画・TV番組等の撮影協力、誘致の推進

【年次計画】	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10-11年度
①新規顧客の獲得やリピーター化を目的とした観光プロモーションの強化	検討	実施	⇒	⇒



基本方針 5

観光資源の保全と活用

- 自然観光資源の保全によって、将来の世代に美しい環境を受け継ぐとともに、観光活用による魅力の向上を目指します。
- 自然文化観光の振興によって、活用から保全への再投資を図ることで、持続可能な観光地の形成につながる自然観光資源の保全・活用の好循環の創出を目指します。
- Mine秋吉台ジオパークセンター「カルスター」を起点としたジオツアーをはじめ、アクティビティセンターを拠点とする自然文化観光の高付加価値化を戦略的かつ計画的に推進し、世界的な展開ができる観光地域ブランドの形成を目指すとともに、アドベンチャーツーリズムやサステナビリティ・プログラムに関心の高い訪日外国人旅行者の誘客を強化します。

基本施策

(1) 持続可能な観光地とするための観光資源の保全と活用

【具体的な施策・取組内容】

- ①Mine秋吉台ジオパークのユネスコ世界ジオパーク認定申請を契機とした世界的な展開ができる観光地域ブランドの形成
 - ・アクティビティセンターなどを拠点とする自然文化観光のプログラム開発推進
 - ・自然文化観光の推進により、持続可能な観光地の形成につながる自然観光資源の保全・活用の好循環の創出を促進
 - ・秋芳洞入洞料金及びアクティビティなどの売上の一部を秋吉台や秋芳洞の保全活動資金に活用 優先
- ②SDGsの理念に基づく自然観光資源の保全と活用
 - ・ジオツアーの実施
 - ・SDGsを体感、学習できる教育旅行の誘致
 - ・秋芳洞や秋吉台等の自然環境保全活動の実施

【年次計画】	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10-11年度
①Mine秋吉台ジオパークのユネスコ世界ジオパーク認定申請を契機とした世界的な展開ができる観光地域ブランドの形成	検討	実施	⇒	⇒
②SDGsの理念に基づく自然観光資源の保全と活用	継続	⇒	⇒	⇒

第7章 計画の進捗に向けて

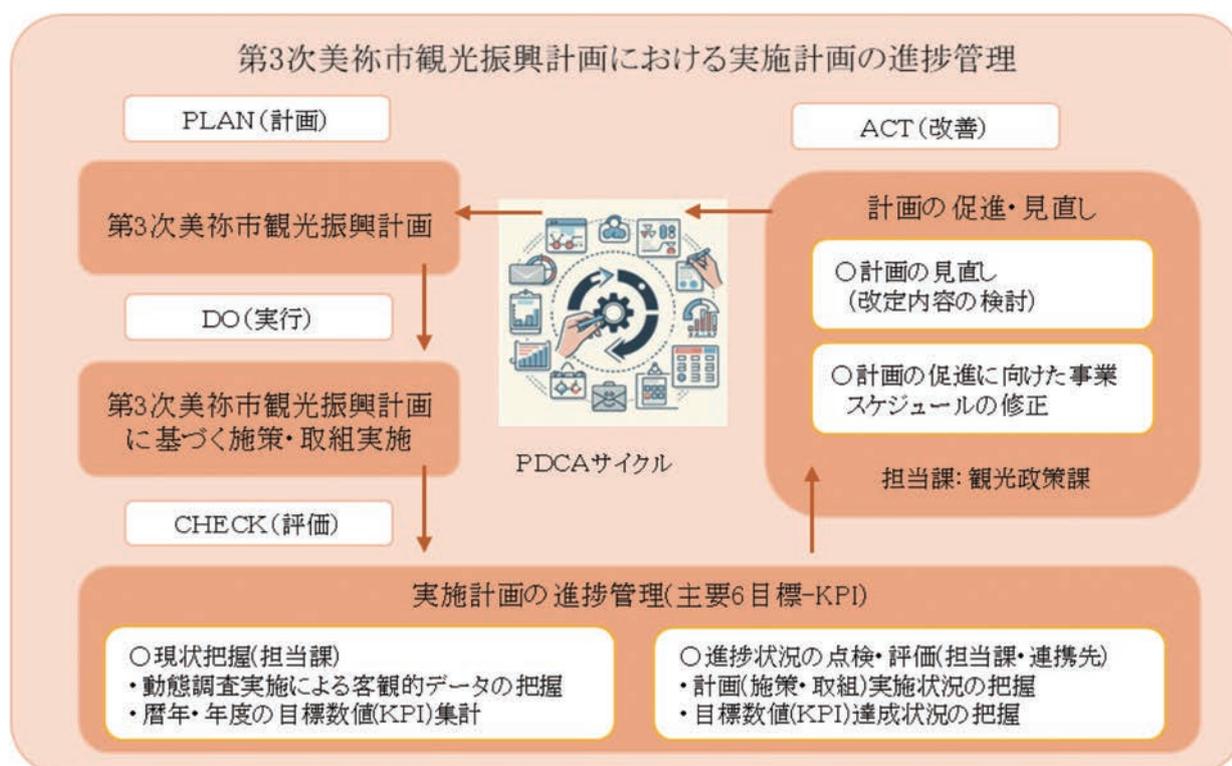
1 推進体制の構築

本計画は、本市全域の観光振興を図るための指針であり、基本方針及び基本施策に基づく事業の推進・管理については、観光関連産業事業者、市民、行政が連携し一体となった取組が求められることから、本市の観光を持続的に推進・管理する行政の体制については、観光商工部観光政策課を担当課と設定し、みねDMO（一般社団法人美祢市観光協会）を連携先（中核事業者）とした体制構築を図ります。

2 進捗管理の方法

本計画は、令和7（2025）年度より5年間を計画期間としており、1年ごとに進捗把握（現状把握、進捗状況の点検・評価）を行います。進捗管理は以下のようなサイクルを用い、担当課である観光政策課が中心となり行います。

上位計画の「計画の期間」に基づき、実施計画は3か年計画として設定するものの、計画の促進・見直しについては毎年行うローリング方式とします。



第8章 経営の健全化

1 観光事業会計財政計画

美祢市の観光事業については、経営状況の明確化、弾力化、経営意識向上等のため、令和2（2020）年度から公営企業法を一部適用し、特別会計から企業会計に移行しています。

しかしながら、令和2（2020）年度、令和3（2021）年度の2年間は、新型コロナウイルス感染症による行動制限等の影響を受け、観光客が激減し、2年間で2億4,400万円を超える累積欠損金を計上しました。令和4（2022）年度からは、単年度黒字に転じましたが、令和5（2023）年度末時点の累積欠損金は1億6,496万円となっています。

今後は、以下に示す財政計画数値のとおり、本計画の基本理念の実現に向け、効率的な営業費用の支出とマーケティングに基づくプロモーションなどを行うことで営業収益の増加を図り、経営状況の改善に努め、累積欠損金の早期解消を目指します。

■観光事業会計実績値及び計画値

（単位：人、尾、千円）

	令和4年度（実績）	令和5年度（実績）	令和6年度（見込）	令和7年度（計画）	令和8年度（計画）
業務量					
秋芳洞入洞者数	366,223	393,732	460,000	480,000	510,000
大正洞入洞者数	6,427	2,412	6,000	7,000	7,000
景清洞入洞者数	9,757	11,241	12,000	13,000	13,000
養鱒場鱒販売尾数	59,731	58,135	60,000	63,000	60,000
収益の収支					
観光事業収益	525,426	529,376	615,101	698,011	808,097
観光事業費用	474,083	500,977	576,039	836,239	720,649
営業利益	△ 15,787	△ 15,640	588,000	△ 196,451	37,556
経常利益	51,344	28,399	39,062	△ 138,228	87,448
当年度純利益（又は純損失）	51,344	28,399	39,062	△ 138,228	87,448
前年度繰越金	△ 244,698	△ 193,355	△ 164,956	△ 125,894	△ 264,122
繰越利益剰余金（又は累積欠損金）	△ 193,355	△ 164,956	△ 125,894	△ 264,122	△ 176,674
資本的収支					
資本的収入	81,207	28,725	3,601	5,040	105,040
資本的支出	98,301	97,952	28,930	77,315	186,910

	令和9年度（計画）	令和10年度（計画）	令和11年度（計画）	令和16年度（計画）	令和21年度（計画）
業務量					
秋芳洞入洞者数	520,000	530,000	530,000	510,000	490,000
大正洞入洞者数	7,000	7,000	7,000	6,500	6,000
景清洞入洞者数	13,000	13,000	13,000	12,000	11,000
養鱒場鱒販売尾数	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
収益の収支					
観光事業収益	819,702	831,308	830,308	798,111	765,913
観光事業費用	744,811	673,239	702,128	715,860	727,427
営業利益	26,231	113,610	87,022	52,942	12,233
経常利益	74,892	158,069	128,180	82,251	38,486
当年度純利益（又は純損失）	74,892	158,069	128,180	82,251	38,486
前年度繰越金	△ 176,674	△ 101,782	56,287	620,997	832,924
繰越利益剰余金（又は累積欠損金）	△ 101,782	56,287	184,466	703,248	871,410
資本的収支					
資本的収入	309,913	259,952	259,992	339,685	0
資本的支出	401,792	363,545	374,608	607,152	179,467

參考資料



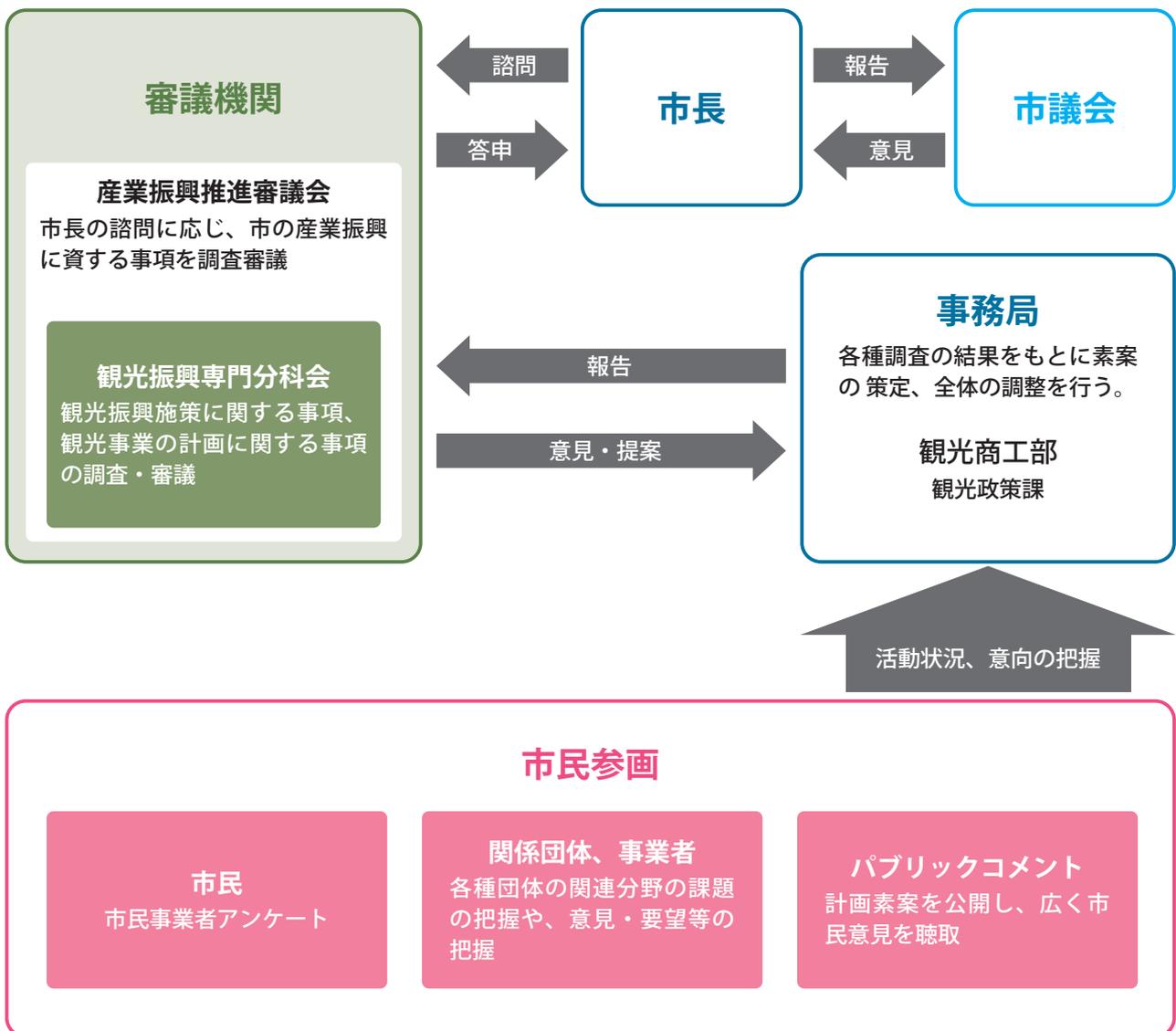
1 策定体制

(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等を審議します。

- 美祢市観光の現状・課題の把握
- 観光振興計画案の策定

■第3次美祢市観光振興計画策定体制



(2) 美祿市産業振興推進審議会委員

職名	氏名	備考
美祿市商工会 副会長	高山 正樹	副会長
山口県農業協同組合 美祿統括本部 本部長	折田 孝雄	
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 美祿市観光協会 副会長	坂本 睦海	
山口大学経済学部 准教授	齋藤 英智	会長
山口県立美祿青嶺高等学校 校長	原田 成光	
成進高等学校 校長	野原 政典	
山口県産業労働部 企業立地統括監	末廣 一水	
山口県宇部県民局 局長	水野 久敬	
山口県美祿農林水産事務所 所長	穴戸 隆	
NGKエレクトロデバイス株式会社 総務部長	濱野 英昭	
株式会社美東電子 代表取締役	前田 健	
秋吉台自然動物公園サファリランド 園長	池辺 祐介	
株式会社山口銀行 美祿支店 支店長	本山 博之	
美祿地域生活改善実行グループ連絡協議会 会長	大橋 つや子	
美祿市集落支援員	井上 義章	

(3) 観光振興専門分科会委員

職名	氏名	備考
美祿市集落支援員	井上 義章	会長
一般社団法人 美祿市観光協会 副会長	坂本 睦海	副会長
山口県立美祿青嶺高等学校 校長	原田 成光	
山口県宇部県民局 局長	水野 久敬	
秋吉台自然動物公園サファリランド 園長	池辺 祐介	
山口大学経済学部 教授	陳 禮俊	
一般社団法人 山口県観光連盟 専務理事	井上 康	
古民家ゲストハウス ひまわり	矢田部 沙季	
日本航空株式会社山口支店 支店長	河端 信也	

2 策定スケジュール

実施・期間	実施内容	概要
令和6(2024)年 7月22日	第1回産業振興推進審議会	・議事として「第3次美祿市観光振興計画の策定について」を提出(諮問)
令和6(2024)年 7月22日	第1回美祿市観光振興 専門分科会	・第3次美祿市観光振興計画の策定について (策定の目的、策定体制、スケジュールなどの説明)
令和6(2024)年 9月28・29日 10月5・6日	美祿市主要観光地での観光客 アンケート調査	・647名の来訪者に対面で美祿市の満足度や再訪意向等を聞き取り調査
令和6(2024)年 10月4日~10月6日	国内アンケート調査	・日本人1,043名の美祿市未訪問者を対象にした美祿市の認知度や訪問意向等のアンケート調査
令和6(2024)年 10月8日~10月16日	国外アンケート調査	・訪日旅行経験のあるアメリカ、台湾、オーストラリア各50名を対象にした美祿市の認知度や訪問意向等のアンケート調査
令和6(2024)年 10月8日~10月25日	事業者アンケート	・美祿市内206事業所に直近の変化や観光振興への実感・意識等のアンケート調査
令和6(2024)年 11月27日	第2回美祿市観光振興 専門分科会	・第3次美祿市観光振興計画の策定について (振興計画・数値目標の説明及び意見聴取)
令和6(2024)年 12月6日	第2回産業振興推進審議会	・「第2次美祿市観光振興計画の見直しについて」の進捗報告及び意見聴取 ・パブリックコメント実施の報告
令和7(2025)年 1月6日~2月5日	パブリックコメント	・市ホームページ、市役所、総合支所、出張所の各窓口において第3次美祿市観光振興計画(案)を公開し、意見・提案を募集
令和7(2025)年 2月19日	第3回美祿市観光振興 専門分科会	・第3次美祿市観光振興計画の策定について (パブリックコメントの結果、振興計画の検討)
令和7(2025)年 3月10日	第3回産業振興推進審議会	・「第3次美祿市観光振興計画の策定について」の最終報告 ・パブリックコメント結果の報告 ・第3次美祿市観光振興計画案を承認
令和7(2025)年 3月18日	産業振興推進審議会からの答申	・第3次美祿市観光振興計画案を市長へ答申

3 用語集

シビックプライド

地域や自治体に対する住民の誇りや愛着、そして地域社会に貢献する意識を指す言葉。地域住民のシビックプライドを育むことは、地域社会の活性化や魅力の向上に寄与し、住民の協力を促進する重要な要素である。

マイクロツーリズム

新型コロナウイルス感染症の流行をきっかけに感染防止の観点で広がった、自宅から1～2時間程度の移動圏内の「地元」で観光する近距離旅行の形態のこと。公共交通機関の利用を避けた自家用車による移動を中心とし、地域の魅力の再発見と地域経済への貢献を念頭に置いた旅行形態。

ワーケーション

英語のWork（仕事）とVacation（休暇）の合成語。リゾート地や地方部等、普段の職場とは異なる場所で働きながら休暇取得を行うこと。あるいは休暇と併用し、旅先で業務を組み合わせる滞在のこと。仕事主体と休暇主体の2つの概念が存在する。

エコツーリズム

エコツーリズムとは、自然・歴史・文化等地域固有の資源を保護しながら、これらを体験し学ぶこと。「自然環境の保全」、「観光振興」、「地域振興」、「環境教育の場としての活用」を基本理念とした「エコツーリズム推進法」が平成19（2007）年6月に成立し、翌年4月に施行された。

スポーツツーリズム

スポーツツーリズムとは、スポーツを見に行くための旅行およびそれに伴う周辺観光や、スポーツを支える人々との交流等スポーツに関わる様々な旅行のこと。

アドベンチャーツーリズム

アドベンチャーツーリズムとは「アクティビティ体験、自然体験、文化体験の3つの要素のうち、2つ以上の要素で構成される旅行」のこと。自然の中でアクティビティや異文化体験等、地域の人々と触れ合いながら行う旅行形態。

DMO [Destination Management Organization]

DMOとは、観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗等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。

ユニバーサルデザイン

ユニバーサルデザインとは、年齢、性別、文化の違い、障害の有無によらず、誰にとってもわかりやすく、使いやすい設計のこと。

オウンドメディア

オウンドメディア (Owned Media) とは、企業が自社で保有するメディアのことを指す言葉。一般的には、ウェブサイトや自社ブログなどを対象として使われるケースが多いが、広義ではパンフレットや広報誌等もオウンドメディアに分類される。

バイラルマーケティング

バイラルマーケティングとは、主にインターネットやメールにより、クチコミを利用して不特定多数に広まるよう仕掛けていくマーケティング手法のこと。

MEO対策

MEOとは、Map Engine Optimization (マップエンジン最適化) の略称で、店舗集客を向上させることを目的に、主に地図アプリ (特にGoogleマップ) での検索結果において上位表示されるよう、様々な最適化施策を行うこと。

ユニバーサルツーリズム

ユニバーサルツーリズムとは、すべての人が楽しめるように作られた (ユニバーサルデザイン) 旅行のこと。

DX

「DX (デジタルトランスフォーメーション)」とは、企業がAI、IoT、ビッグデータなどのデジタル技術を用いて、業務フローの改善や新たなビジネスモデルの創出だけでなく、レガシーシステムからの脱却や企業風土の変革を実現させること。

KGI

KGIとは、経営・ビジネスの最終目標の達成度合いを測るための定量指標のこと。具体的には売上高や成約数、利益率等。「Key Goal Indicator (キー・ゴール・インジケータ)」の略語で、日本語では「重要目標達成指標」と訳される。

KPI

KPIとは、KGIを達成するための各プロセスが適切に実施されているかどうかを定量的に評価するための指標のこと。「Key Performance Indicator (キー・パフォーマンス・インジケータ)」の略であり、日本語では「重要業績評価指標」と訳される。

サステナビリティ・プログラム

サステナビリティとは、環境・社会・経済の持続的な発展を目指す考え方。ゴミを出さない生活を心掛けたり、社会問題に取り組むNPOに寄付をするなどの取組のこと。

ラムサール条約

ラムサール条約とは、昭和46(1971)年2月2日にイランのラムサールという都市で開催された国際会議で採択された湿地に関する条約で、正式名称は「特に水鳥の生息地として国際的に重要な湿地に関する条約」という。

グリーンツーリズム

グリーンツーリズムとは、農山漁村に滞在し農漁業体験を楽しみ、地域の人々との交流を図る余暇活動のこと。

CRM

CRMとは「Customer Relationship Management」の略で、日本では「顧客関係管理」等と訳され、顧客と優良関係を築き、その関係を継続させるための経営手法のこと。また、それを実現するためのシステムやツールを指している場合もある。

具体的には、顧客の氏名や年齢、購買履歴等の情報を一元管理し、その蓄積した情報を元にマーケティングやマネジメントなどを行うこと。





MiNE