

長門市観光基本計画

平成22年12月

長 門 市

はじめに

今から80年前の1930年（昭和5年）、現在の旅行ガイドブックの原型とも言える紀行風地誌『長周游覧紀』が、日本で初めて刊行されました。著者、横山健堂氏は青海島を「海上アルプス」と名付けて世に紹介し、長門に多大な貢献をされた恩人です。

横山氏は、『北長州が多島海たるは、長州の風景をして、多趣味ならしめる第一の要件でなければならぬが、古来、国人も、この点に気が付かなかった。』と述べており、海岸線に沿って、地勢や風土・伝承・歴史・産物を事細かく説明しながら地域の面白さを見抜く語り口は、今、私たちが目指している着地型観光、『地旅』の良きお手本とも言えます。

長門市は、「大津」という名が示すように、日本海側としては珍しく大きな入江を擁し、今も残る唐渡口という地名は、古代から大陸との交流が頻繁に行われていたことを偲ばせます。

また、古墳跡や有柄細形銅剣の出土は、早くから人々が豊かな生活をした証であり、層塔と金堂がそびえ、日本海を眺望したであろう長門深川廃寺跡は、白鳳の時代に煌びやかな仏教文化が開花し、この地が繁栄していたことを物語っています。

有史とともに開け、交流と文化のさきがけの地であった長門では、多様な思いや価値観が交錯し、融け合う風土が形成され、いつしか人々の胸に、先祖や生命、自然や収穫に対する深い感謝と、やさしい独特の思いが育まれてきました。

この『やさしさ』を長門の誇る風土・特性と考え、このたび策定した「長門市観光基本計画」では、これをシナリオ化し、観光客に感動をしてもらう戦略を計画の中核に据えました。

本計画を行政、観光関連事業者、市民の皆さまが広く共有し、長門を訪れてくださる方々に、満足度が高く、本質に迫る旅を味わってもらえる舞台を私たちの地域自らが用意し、市民総ぐるみで「日本の心やさしさを奏でるまち長門」を世界に向けて情報発信をしていきたいと考えています。

最後に本計画の策定に当たり、格別の御尽力をいただきました長門市観光戦略推進会議の委員をはじめ、アンケート調査などに御協力いただきました関係各位並びに市民の皆様方に心から御礼申し上げます。

平成22年12月

長門市長 南 野 京 右

目 次

第1章 計画策定の背景と観光の動向	・・・1
1 計画策定の背景	・・・1
2 観光を取り巻く情勢	・・・1
第2章 計画の位置付け・計画期間	・・・4
1 計画の位置付け	・・・4
2 計画期間	・・・4
3 計画の進行管理	・・・4
第3章 長門市観光の現状と課題	・・・6
1 長門市観光の現状	・・・6
2 長門市観光の課題	・・・20
第4章 計画の基本的方向	・・・22
1 理念	・・・22
2 行動目標と数値目標	・・・23
3 戦略と行動計画	・・・24
4 戦略推進の力点	・・・24
第5章 観光基本計画の体系	・・・25
第6章 戦略と行動計画の具体的内容	・・・26
重点戦略 シナリオ化の徹底～着地型観光の推進	・・・26
基本戦略1 滞在時間を伸ばせる観光素材づくり	・・・28
基本戦略2 癒しとアメニティの空間の提供	・・・31
基本戦略3 広域観光の取組強化	・・・32
基本戦略4 東アジアを重点とする外国人観光客の誘致	・・・34
重点戦略 地域貢献の思いをネット化	・・・35
基本戦略1 訴求力の強い情報発信	・・・36
基本戦略2 セールスプロモーションの強化	・・・37
重点戦略 壁の撤廃	・・・38
基本戦略1 観光を支える人づくり	・・・39
基本戦略2 市民参加の促進	・・・40
第7章 各主体の役割	・・・41
参考資料編	・・・42
1 観光基本計画の策定経過	・・・42
2 長門市観光戦略推進会議の概要	・・・42
3 長門市観光戦略推進会議委員名簿	・・・43
4 市民アンケート調査結果	・・・44
5 県外者のアンケート調査結果	・・・54
6 ながと“やさしさ”指数に関するアンケート調査結果	・・・61
7 ながと“やさしさ”指数について	・・・64
8 長門市観光基本計画骨子案に対するパブリックコメント	・・・65
9 用語解説	・・・68

第1章 計画策定の背景と観光の動向

1 計画策定の背景

先行き不透明な国内外の情勢の中、長門市においては、地域経済の低迷や人口の減少・少子高齢化などにより、地域全体に停滞感や閉塞感が広がっていることから、これを払拭するため、平成22年2月に、ながと地域再生戦略会議から「第1次産業と観光振興による長門地域活性化戦略」が提言されました。

この提言では、地場産業の活性化に向け牽引役となる「農業活性化プロジェクト」、「水産業活性化プロジェクト」、「観光活性化プロジェクト」の3つのプロジェクトが示され、「観光活性化プロジェクト」においては、「観光振興事業の再構築」と「観光推進の体制づくり」が重点事業とされました。

これを受け、本市としては、平成22年8月に、観光、農業、水産業、地域づくりなどの幅広い関係者で構成される「長門市観光戦略推進会議」を立ち上げ、「観光によるまちづくり」の指針となる「長門市観光基本計画」の策定に取り組んでまいりました。

2 観光を取り巻く情勢

●観光立国の推進・観光庁の設置

社会のグローバル化が進む中で、成長するアジアの活力を我が国に取り入れていくという観点から、観光立国の実現は、我が国経済社会の発展のために不可欠な重要課題となっています。

こうした中で、国全体として、官民を挙げて観光立国の実現に取り組む体制の整備が進められてきました。

平成15年	1月24日 4月1日	第1回観光立国懇談会（総理大臣主催）を開催 ビジット・ジャパン・キャンペーン開始
平成19年	1月1日 6月29日	「観光立国推進基本法」施行 「観光立国推進基本計画」の閣議決定
平成20年	10月1日	観光庁設置

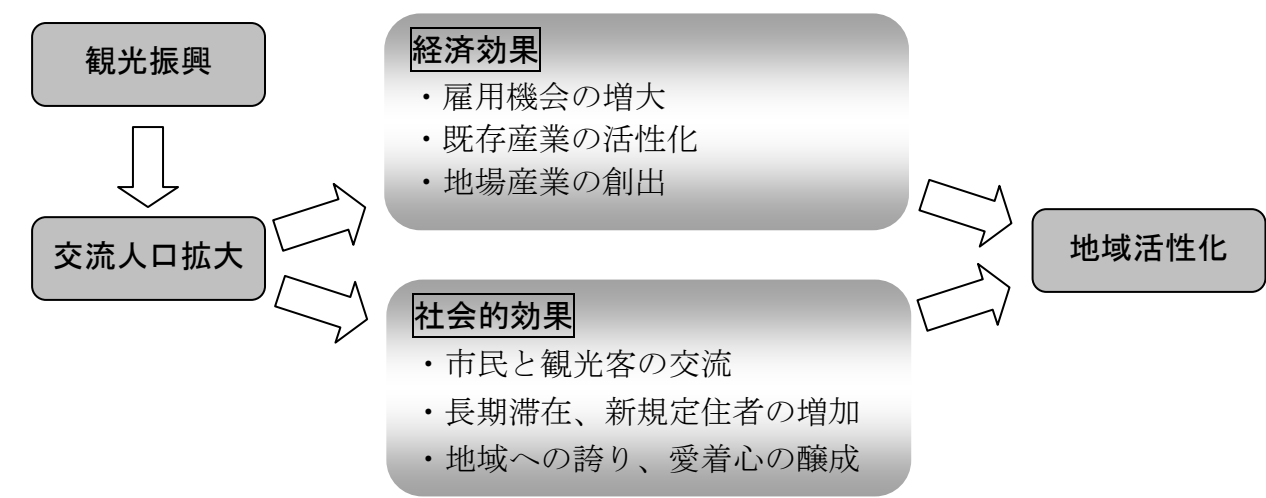
●観光振興が地域に及ぼす効果

観光は、その地域が、そこに住む人にとって楽しいところであり、豊かな生活空間を有する場所となることにより、訪れる人が増加するばかりか、長期滞在客やリピーター客も増えるようになることから、「まちづくり」、「地域づくり」、さらには、「人づくり」につながる産業として位置づけられています。

地域の魅力を発掘し、磨き、地域住民の協力・参画により、美しく、楽しい場を創り上げていくことにより初めて、「訪れたい」、「滞在したい」、「交流したい」と思わせる土地や地域が育つこととなります。同時に、住む人が地域を愛し、誇りを持てるまちになれば、来訪者を引きつける魅力的な観光地となります。

さらに、交流人口が拡大することにより、雇用機会の増大、既存産業の活性化、地場産業の創出などによる所得の増加などの「経済効果」が見込まれ、また一方で、市民と

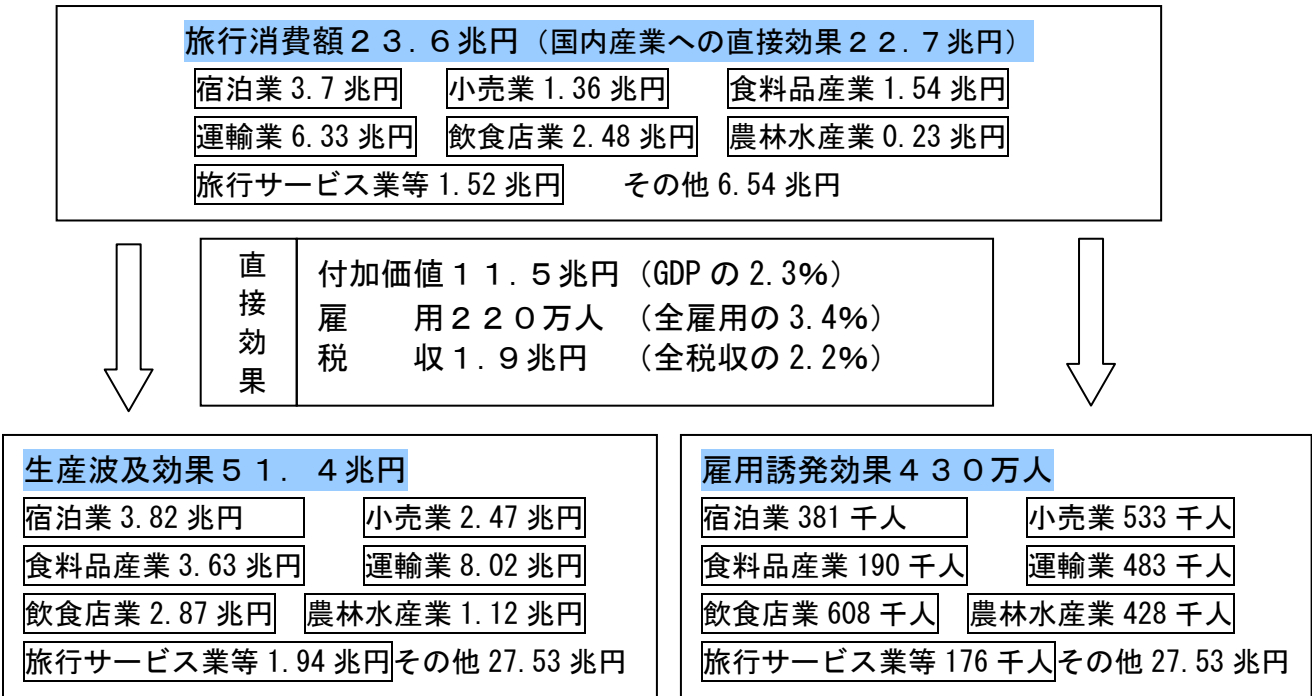
観光客の交流、長期滞在や新規定住者の増加、地域への誇りと愛着心の醸成が図られるなどの「社会的効果」が見込まれることから、結果的に地域の活性化につながる事が期待されます。



●観光による経済効果

観光は地域における消費の増加や新たな雇用の創出など、幅広い経済波及効果をもたらすことから注目されています。

【旅行が我が国全体にもたらす経済効果（平成 20 年度）】

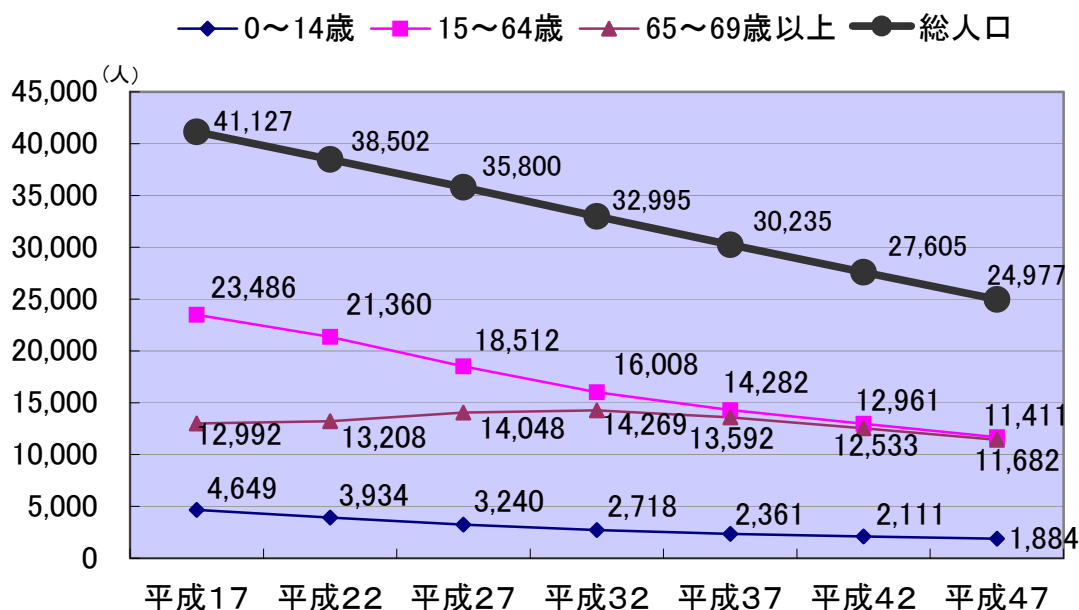


（注）観光庁「平成 22 年度版観光白書」による

●本格的な少子高齢社会と人口の減少

定住による人口増加が望まれない中、観光による交流人口の拡大で地域の活性化を図ることが求められています。

【長門市の人口推計】

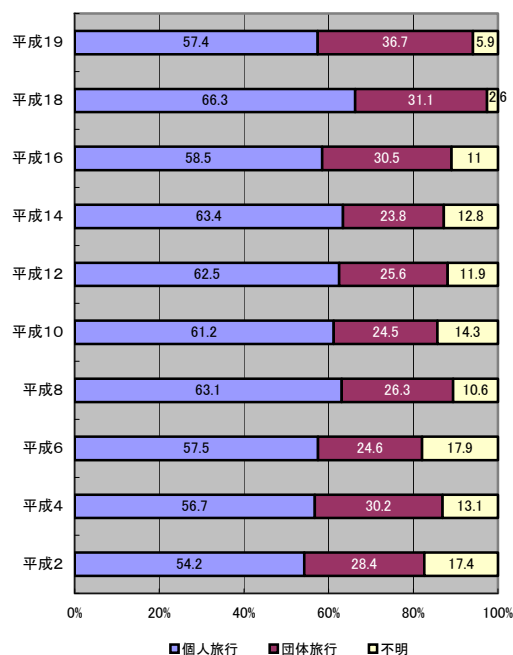


(注) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(平成18年12月)
山口県長門市の人口推計より

●観光スタイルの変化

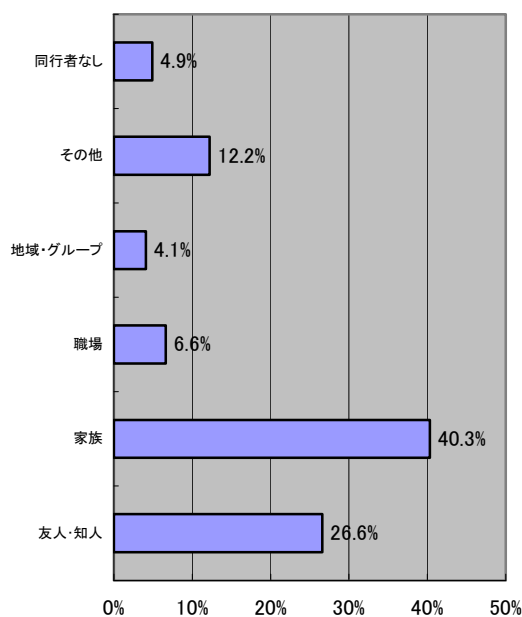
観光の形態は、団体旅行から個人・グループへと変化し、同行者も少人数化が進んでいます。また、価値観の多様化に伴い、旅行目的や滞在スタイルも多岐にわたっています。

【旅行参加形態の推移】



(社)日本観光協会「平成20年度版観光の実態と志向」

【同行者の状況】



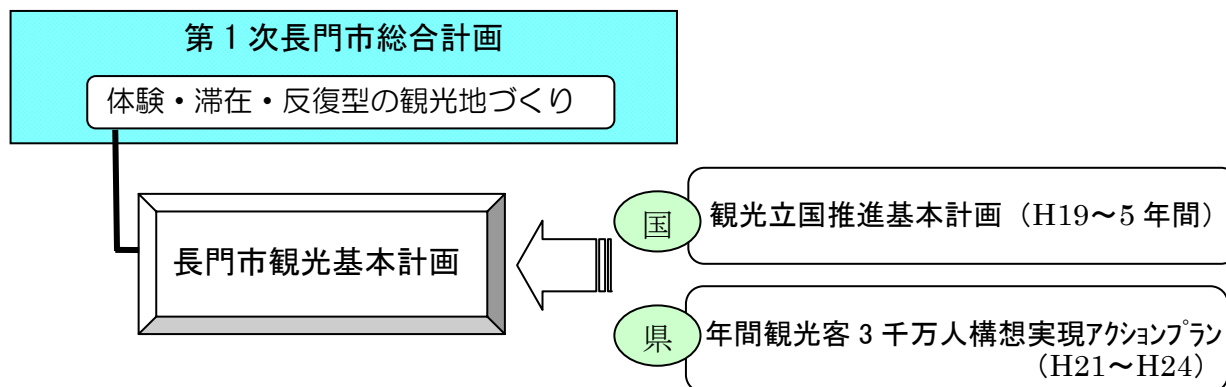
(社)日本観光協会「平成20年度版観光の実態と志向」
平成19年度数値 (対象: 15歳以上)

第2章 計画の位置づけ・計画期間

1 計画の位置づけ

本計画は、第1次長門市総合計画を上位計画とし、「観光によるまちづくり」を推進する視点から、その実現に向けた有効な方策を掲げます。

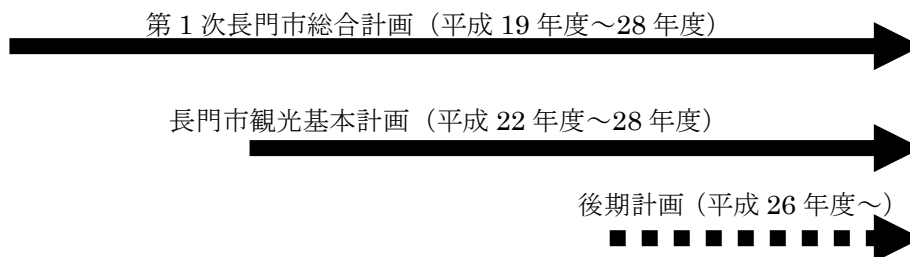
また、県や国のプランとの連携・連動にも留意します。



2 計画期間

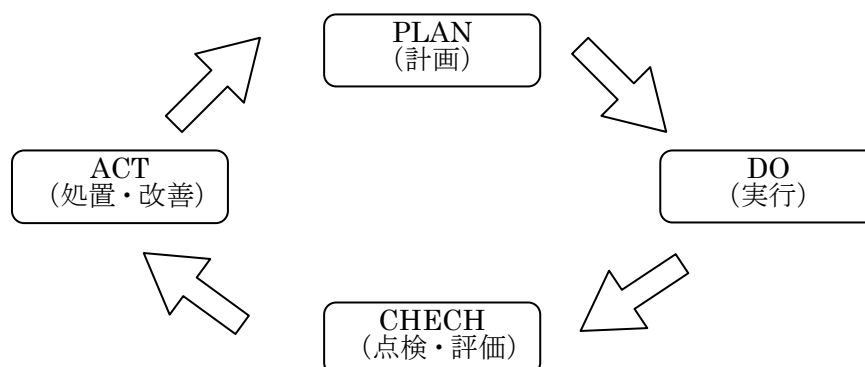
平成22年度(23年1月)～平成28年度の約6年間

※ 平成25年度を中間目標年度とし、目標達成状況・課題等を踏まえて、計画の見直しを行います。



3 計画の進行管理

「長門市観光戦略推進会議」において、目標指標の動向等をもとに、成果や課題の検証を行い、各主体の取組に反映します。



第1次長門市総合計画の概要

- ◆長門市の将来都市像 豊饒の海と大地に抱かれた 活力ある健康保養のまち
- ◆基本構想の施策の大綱 体験・滞在・反復の観光まちづくり
※平成19年度から平成28年度までの10年間の本市が目指す将来像を実現するための施策の大綱
- ◆基本計画 体験・滞在・反復型の観光地づくり
※5年間で必要な基本的な施策および根幹的事業

1 体験型観光の推進

施策展開

- (1) グリーンツーリズムの推進
- (2) ブルーツーリズムの推進
- (3) 地域資源のネットワークの促進

目標指標

指 標	説 明	現 状 (H17)	平成 23 年
観光客数	観光動態調査による宿泊者数	1,241 千人	1,350 千人
体験型観光の推進の市民満足度	平成 17 年 11 月市民アンケート調査	8.1%	10.0%

2 滞在型観光の推進

施策展開

- (1) 温泉地の環境・施設整備
- (2) ヘルス・ツーリズムの推進
- (3) 滞在施設の整備

目標指標

指 標	説 明	現 状 (H17)	平成 23 年
宿泊者数	観光動態調査による宿泊者数	614 千人	670 千人
滞在型観光の推進の市民満足度	平成 17 年 11 月市民アンケート調査	21.2%	25.0%

3 反復型観光の推進

施策展開

- (1) 観光イベントの魅力化と連携
- (2) イベント・観光情報の発信
- (3) 地域のホスピタリティの向上

目標指標

指 標	説 明	現 状 (H17)	平成 23 年
観光ボランティアガイド数	おいでませ山口観光ボランティア連絡協議会資料	20 人	30 人
反復型観光の推進の市民満足度	平成 17 年 11 月市民アンケート調査	23.1%	25.0%

第3章 長門市観光の現状と課題

1 長門市観光の現状

(1) 観光客の動向（平成21年山口県観光客動態調査結果より）

＜観光客数＞

長門市の観光客数 1,163千人 県全体の観光客数の4.8%（20市町中7番目）

【表1】

市 町	観光客数		
	計	順	占有率
岩国市	3,413,701	2	14.0%
和木町	210,473	16	0.9%
周防大島町	871,157	8	3.6%
柳井市	702,506	10	2.9%
田布施町	37,652	20	0.2%
上関町	42,017	19	0.2%
平生町	43,005	18	0.2%
光市	766,920	9	3.2%
周南市	1,223,982	6	5.0%
下松市	290,497	15	1.2%
防府市	678,163	11	2.8%
山口市	3,267,767	3	13.4%
美祢市	1,527,998	5	6.3%
阿東町	569,579	13	2.3%
萩市	2,188,644	4	9.0%
長門市	1,163,471	7	4.8%
阿武町	209,598	17	0.9%
下関市	6,013,197	1	24.7%
宇部市	452,549	14	1.9%
山陽小野田市	659,488	12	2.7%
計	24,332,364		

＜県外客・県内客＞

県外からの観光客数 709千人 県全体の6.1%（20市町中6番目）

県外客比率 61.0%（20市町中4番目）

【表2】

市 町	観光客数	県外・県内別					
		県外客	順	県外比率	順	県内客	順
岩国市	3,413,701	2,762,135	2	80.9%	1	651,566	5
和木町	210,473	42,193	16	20.0%	14	168,280	17
周防大島町	871,157	353,425	7	40.6%	7	517,732	7
柳井市	702,506	218,139	9	31.1%	9	484,367	9
田布施町	37,652	2,945	20	7.8%	19	34,707	19
上関町	42,017	8,800	18	20.9%	12	33,217	20
平生町	43,005	5,960	19	13.9%	17	37,045	18
光市	766,920	117,220	13	15.3%	16	649,700	6
周南市	1,223,982	141,932	12	11.6%	18	1,082,050	3
下松市	290,497	52,958	15	18.2%	15	237,539	15
防府市	678,163	320,688	8	47.3%	6	357,475	14
山口市	3,267,767	994,716	5	30.4%	10	2,273,051	2
美祢市	1,527,998	1,064,275	4	69.7%	3	463,723	10
阿東町	569,579	192,216	10	33.7%	8	377,363	12
萩市	2,188,644	1,533,841	3	70.1%	2	654,803	4
長門市	1,163,471	709,358	6	61.0%	4	454,113	11
阿武町	209,598	12,127	17	5.8%	20	197,471	16
下関市	6,013,197	2,896,776	1	48.2%	5	3,116,421	1
宇部市	452,549	92,260	14	20.4%	13	360,289	13
山陽小野田市	659,488	151,179	11	22.9%	11	508,309	8
計	24,332,364	11,673,143				12,659,221	

<日帰り客・宿泊客>

日帰りの観光客数 698 千人 県全体の 3.3% (20 市町中 9 番目)

宿泊した観光客数 465 千人 県全体の 14.6% (20 市町中 4 番目)

宿泊客比率 40.0% (20 市町中 1 番目)

【表 3】

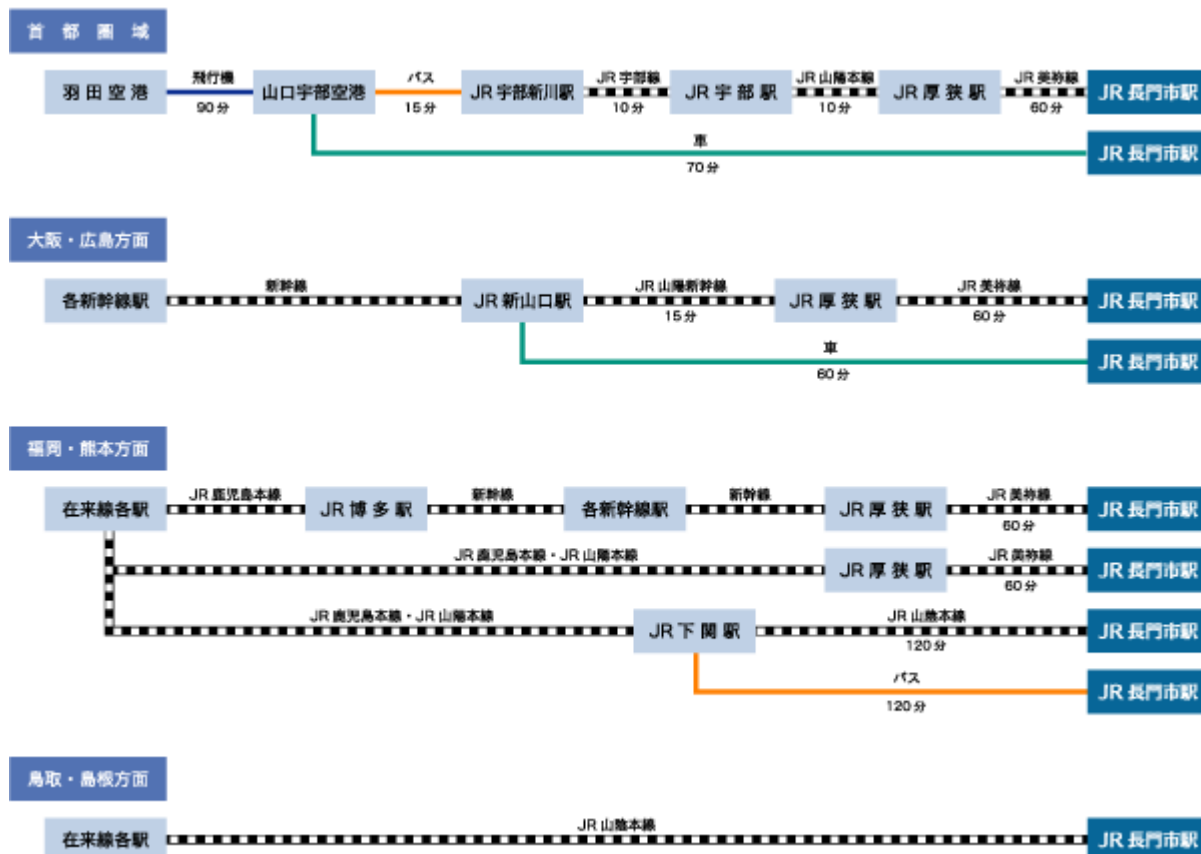
市 町	日帰り客・宿泊別					
	日帰り客	順	宿泊客	順	宿泊比率	順
岩国市	3,232,065	2	181,636	5	5.3%	12
和木町	210,293	16	180	20	0.1%	20
周防大島町	755,544	7	115,613	6	13.3%	6
柳井市	676,453	10	26,053	13	3.7%	16
田布施町	36,638	19	1,014	18	2.7%	17
上関町	40,177	18	1,840	17	4.4%	14
平生町	35,437	20	7,568	16	17.6%	4
光市	711,907	8	55,013	10	7.2%	9
周南市	1,142,189	6	81,793	7	6.7%	10
下松市	269,011	15	21,486	14	7.4%	8
防府市	638,887	11	39,276	11	5.8%	11
山口市	2,425,137	3	842,630	1	25.8%	2
美祢市	1,464,869	5	63,129	9	4.1%	15
阿東町	560,798	13	8,781	15	1.5%	18
萩市	1,719,178	4	469,466	3	21.5%	3
長門市	698,284	9	465,187	4	40.0%	1
阿武町	209,090	17	508	19	0.2%	19
下関市	5,315,690	1	697,507	2	11.6%	7
宇部市	385,698	14	66,851	8	14.8%	5
山陽小野田市	628,572	12	30,916	12	4.7%	13
計	21,155,917		3,176,447			

(2) 交通アクセス

①県外からのアクセス

公共交通機関利用の場合

※「山口宇部空港」、「ＪＲ新山口駅」からは、直通バスがないため、車での所要時間を表示

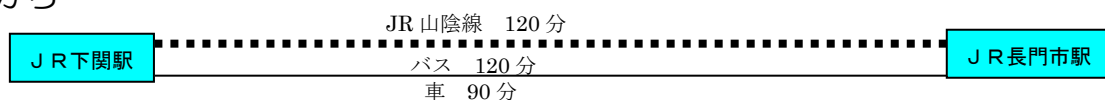


車利用の場合

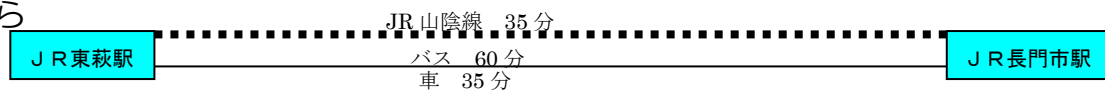
中国自動車道 小郡ＩＣ	国道9号／県道28号／県道31号／国道316号 50 km	50分	JR長門市駅
中国自動車道 美祢ＩＣ	国道435号／国道316号 27 km	30分	JR長門市駅
中国自動車道 美祢西ＩＣ	県道33号／国道435号／国道316号 40 km	40分	JR長門市駅
中国自動車道 小月ＩＣ	国道491号／県道31号／県道34号／国道318号 50 km	50分	JR長門市駅

②隣接市からのアクセス

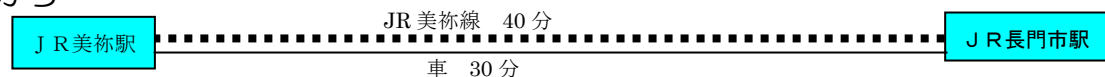
下関から



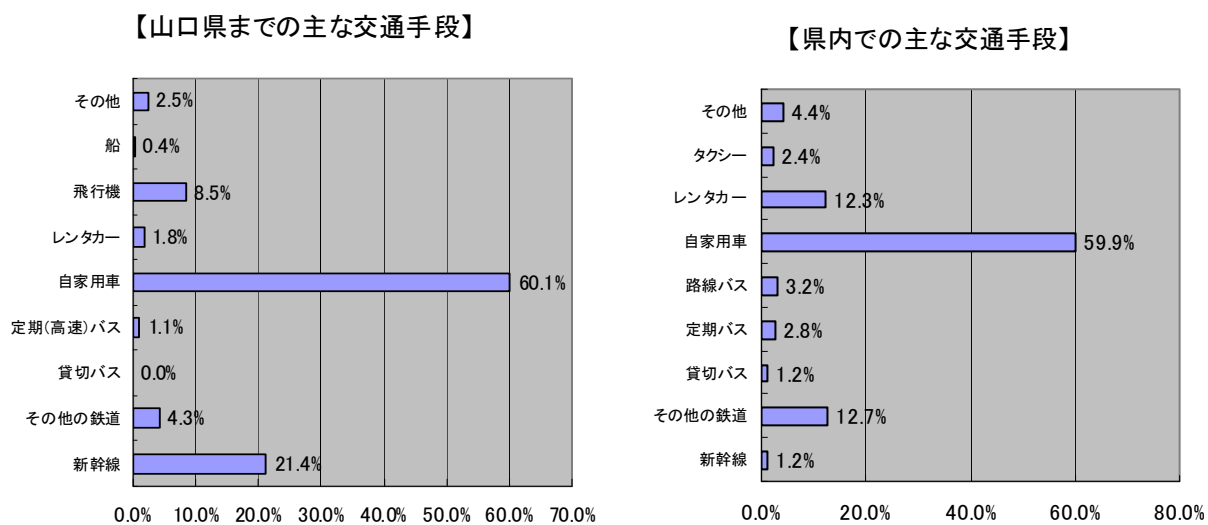
萩から



美祢から



③来訪者の交通手段



(注) 平成20年度山口県実施「おもてなしアンケート」 対象：長門市を訪れた観光客 有効回答数 n = 251

- ・ 長門市を訪れた観光客は、山口県までの主な交通手段として、32.5%が公共交通機関を利用している。
- ・ 長門市を訪れた観光客のうち県内の移動に公共交通機関を利用するのは19.9%に留まっている。

(3) 長門市の観光資源

区 分		観光資源
自然	温泉	長門湯本温泉、俵山温泉、湯免温泉、黄波戸温泉、油谷湾温泉
	海水浴場・キャンプ場	青海島、只の浜、さわやか海岸、大浜、ＹＹビーチ、二位ノ浜、松島、青海島高山オートキャンプ場、伊上海浜公園オートキャンプ場、川尻岬キャンプ場
	景観	青海島、棚田、千畳敷、龍宮の潮吹き、立石観音、俵島、花尾山、波の橋立、花津浦、千代の滝、七段の滝、弁天島、青海湖
	公園	楊貴妃の里、妙見山展望公園、菅無田公園、王子山公園、みすゞ公園、長門市総合公園、ふれあいパーク三隅、熊野山公園、音信川河川公園、七重川河川公園（河川プール）、俵山しゃくなげ園、美術館のハーブ園、いこいの森みすみ、千年の森、さくらの里
	生物・植物	ホタル、イノシシ、シカ、ナツミカン原樹、青蓮、ハマユウ
歴史・文化	歴史	飯山八幡宮、赤崎神社楽棧敷、日置八幡宮、三隅八幡宮、八幡人丸神社、八坂神社、大寧寺、二尊院、西圓寺、能満寺、麻羅観音、長州捕鯨の図、青海島鯨墓、鯨位牌、鯨鯢過去帳、古式捕鯨用具、早川家住宅、仙崎引揚港、萩焼深川古窯跡群、三隅山荘（村田清風旧宅）
	ひと	金子みすゞ、香月泰男、村田清風、周布政之助、大内義隆、大津あきら
	伝承	湯本南条踊、赤崎神社楽踊、俵山女歌舞伎、鯨唄、滝坂神楽舞、三隅の腰輪踊、向津具楽踊、大内山楽踊、大津杜氏くじらまつり
	文化施設	金子みすゞ記念館、香月泰男美術館、村田清風記念館、くじら資料館、ルネッサながと、ラポールゆや
特産品・食	水産物	仙崎イカ、仙崎アジ、イワシ、イサキ、メダイ、アワビ、サザエ、岩がき、うに、くじら
	農・畜産物	長門ゆずきち、長州どり、白オクラ、自然薯、長州ながと和牛、はなっこりー、田屋なす（萩たまげなす）、イチゴ、日置すいか、日置メロン、三隅すいか、清風ネギ、棚田米、青のり
	食	焼き鳥、三猿まんじゅう、かまぼこ、鶏卵せんべい
	伝統工芸品	萩焼

(4) 実施している観光事業

①長門市

区 分		内 容
観光客誘致対策	イベント等の実施	実施主体への補助 ・ 俵山温泉納涼まつり ・ 湯本温泉納涼まつり ・ 俵山温泉まつり ・ 湯本温泉まつり ・ 通くじらまつり ・ 正明市まつり ・ ヨットフェスタ ・ 仙崎花火大会 ・ 汗汗フェスタ ・ シーカヤックフェスティバル ・ 油谷夏まつり ・ みすみハーブを愉しむ日 ・ 各地区ふるさとまつり ・ 湯けむりピンポン ・ シーカヤック無料体験会 ・ ホタル生息環境整備活動
ツーリズムの推進	推進組織・機能の強化	ツーリズム事業費補助（俵山・青海島・通）
情報発信	観光PR	観光パンフレット作成 観光ホームページ管理・運営 新幹線厚狭駅、山口宇部空港広告 新聞、旅行雑誌広告 広域観光宣伝隊の派遣（福岡市・広島市） 観光物産フェアの実施（福岡） 観光客誘致招待宣伝事業への補助 観光年賀状製作販売
	近隣市や県との連携による観光PR	連携組織への加入による事業実施 ・ 長州路観光連絡協議会 ・ ながと路観光連絡協議会 ・ 山口県観光連盟
推進体制の強化	観光ボランティア育成	観光ボランティアガイド協会への支援 (2団体)
	観光推進組織体質強化	長門市観光協会への支援
観光地の魅力の維持・向上	市民参加による観光地美化活動の促進	地域が行う美化活動への補助
	観光施設整備等	観光施設等維持管理・改修・清掃 海岸清掃 草刈り 観光松くい虫予防・防除事業

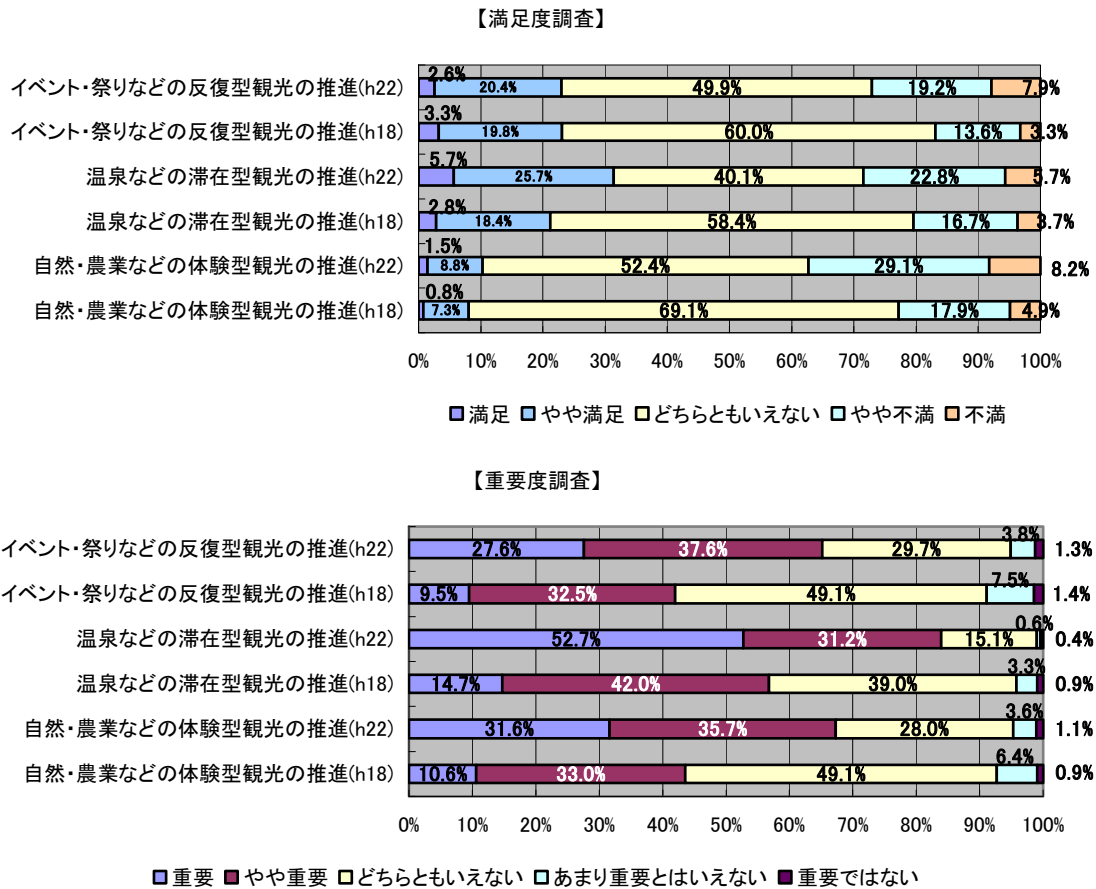
②民間団体

団 体 名	区 分	事 業 名
長門市観光協会	情報発信	観光ホームページ「おいでませながと」の運営 観光情報チラシの印刷
	観光宣伝	観光アテンダントの派遣 招待宣伝事業
湯本温泉旅館協同組合	情報発信	観光ホームページ「ラブ！スパ」の運営
	イベント等の開催	たなばた☆恋★伝説（海峡ゆめタワーと湯本温泉の共同企画） おとずれ夜市じゃらんじゃらんの開催 湯本温泉納涼まつり 音信川恋文コンテストの開催 ホタルバス（無料）
	観光宣伝	招待宣伝事業（パンフレット印刷外）
俵山温泉合名会社 俵山温泉観光協議会	情報発信	観光ホームページ「俵山温泉」の運営
	イベント等の開催	俵山温泉納涼まつり 俵山温泉まつり 俵山温泉ひなめぐり 俵山しゃくなげツツジまつり 麻羅観音まつり しゃくなげ園入園無料シャトルバス、温泉割引券 しゃくなげ園花がら摘み体験ツアー ホタルバス（無料）
	観光宣伝	招待宣伝事業（パンフレット印刷）
長門商工会議所 〃（青年部）	イベント等の開催	仙崎花火大会 みすゞ燦参SUN
長門青年会議所	イベント等の開催	長門ヨットフェスタ
ルネッサながと	集客の促進	温泉宿+観劇「湯ったり観劇プラン」 ルネッサ観劇送迎プラン （萩、山口・防府）
NPO 法人ゆうゆう グリーン俵山	情報発信	ホームページ「俵山猿人」の運営 体験型教育旅行交流フェアへの参加
	ツーリズム事業	子ども農山村交流プロジェクト受入 そば打ち体験、子ども歌舞伎体験
青海島共和国	情報発信	体験型教育旅行交流フェアへの参加
	ツーリズム事業	体験型修学旅行の受入 魚のさばき方体験
	イベント等の開催	どねーの青海島（建国祭）
通鯨・ツーリズム推進協議会	情報発信	体験型教育旅行交流フェアへの参加
	ツーリズム事業	体験型修学旅行の受入 地引網体験、波止場釣り体験
	イベント等の開催	くじらまつり
NPO 法人ゆや棚田 景観保存会	イベント等の開催	夏休み宿題お助けツアー 廃校クリスマスコンサート

(5) 市民意識

市民アンケート調査結果より（H22年8～9月実施）

● 体験型観光・滞在型観光・反復型観光



（注）h18は第1次長門市総合計画策定時の市民アンケート調査結果による

有効回答数 h18 n=1,346

h21 n=564

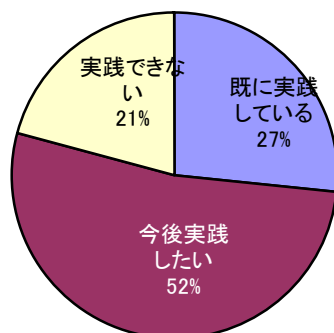
○満足度については、体験型、反復型については、ほぼ横ばい。滞在型については、10.2%増（21.2%→31.4%）であった。

○重要度については、体験型 23.7%増（43.6%→67.3%）、反復型 23.1%増（42.1%→65.2%）、特に滞在型については、27.2%増（56.7%→83.9%）となり、8割を超える方が重要であると回答。

● 観光振興への関わり方

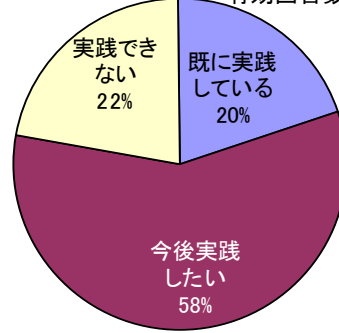
市外、県外の友人等へ長門市の魅力を紹介

有効回答数 n=454



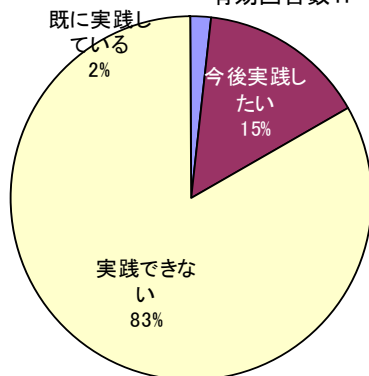
来訪者をおもてなしの心で迎える

有効回答数 n=432



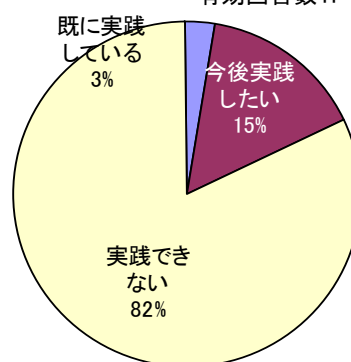
民泊・ホームステイの受入れ

有効回答数 n = 429



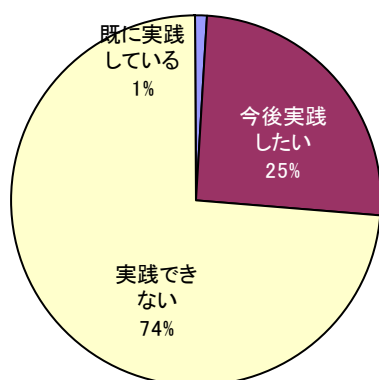
農林漁業等の体験交流の受入れ

有効回答数 n = 429



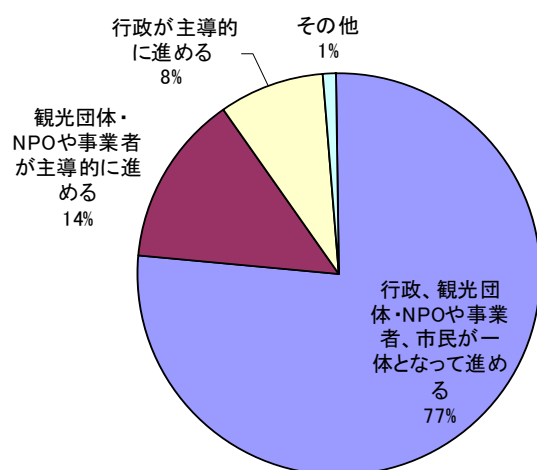
観光ガイドやボランティアに登録する

有効回答数 n = 426



● 求められる観光振興体制

有効回答数 n = 530



(6) 県外の方の意識

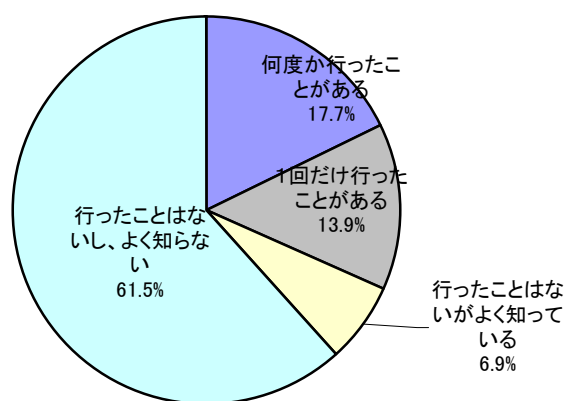
県外の方を主な対象にしたアンケート調査結果より（H22 年 9 月実施）

調査対象：20 歳以上の男女

調査居住区

- ・ 関東（千葉県、東京都、神奈川県）206 名
- ・ 関西（大阪府、兵庫県）103 名
- ・ 中部（愛知県、岐阜県）103 名
- ・ 近県（広島県、福岡県、山口県（長門市を除く））515 名
- ・ 鹿児島県 103 名

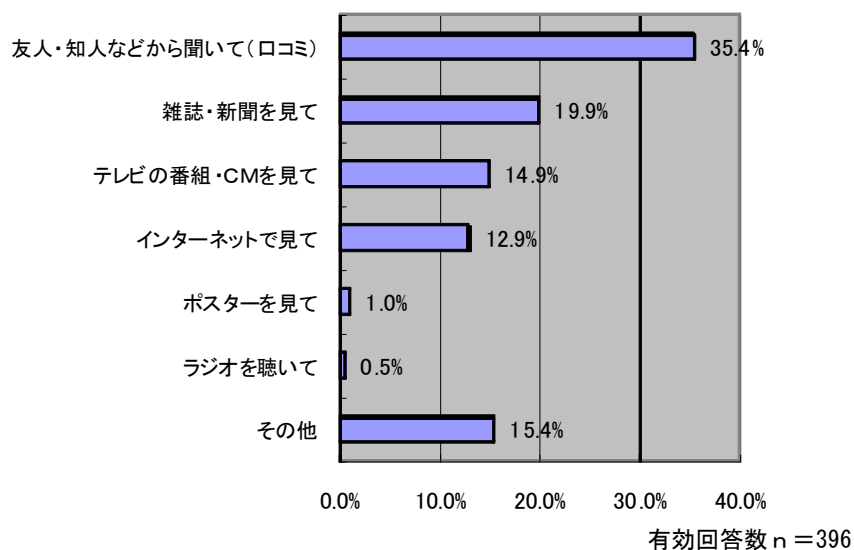
● 長門市への来訪経験



有効回答数 n = 1,030

行ったことはないし、よく知らないが 6 割以上を占める

● 長門市についての情報源

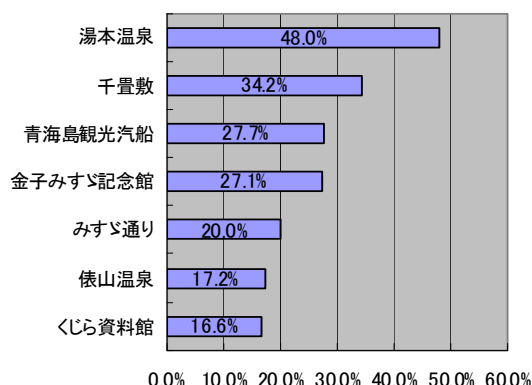


※長門市について、「知っている」と回答した人による回答（単一回答）

友人知人から聞いて（クチコミ）が最も高く 35.4%

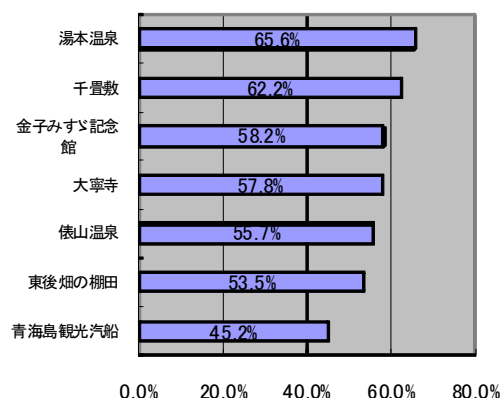
- 県外の方が市内の観光地で「行ったことがある」と答えた観光地と市民アンケートで市民が「誇りに思う」と答えた観光地の比較

【行ったことのある観光地(県外者アンケート)】



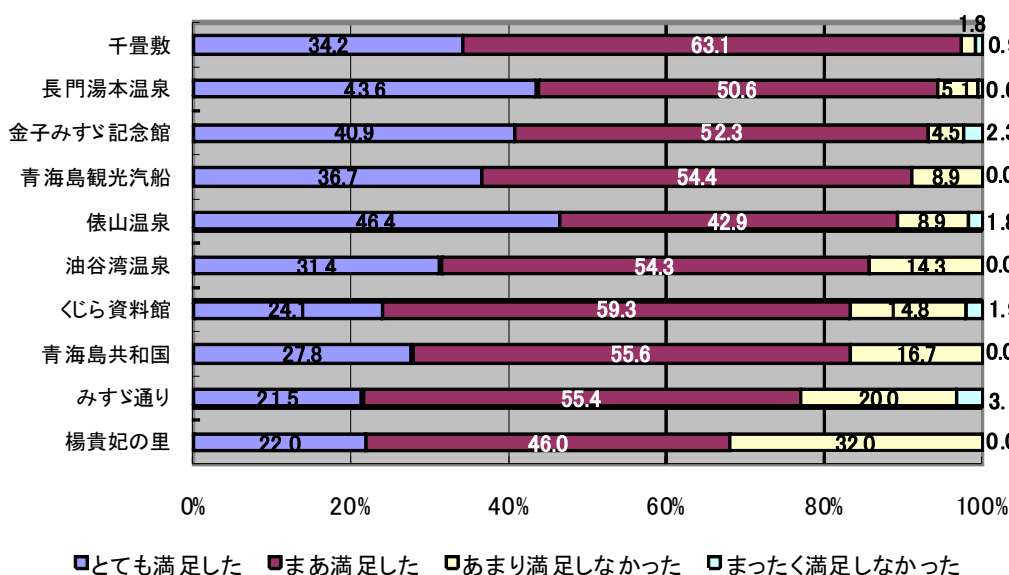
有効回答数 n = 325

【誇りに思う観光資源(市民アンケート)】



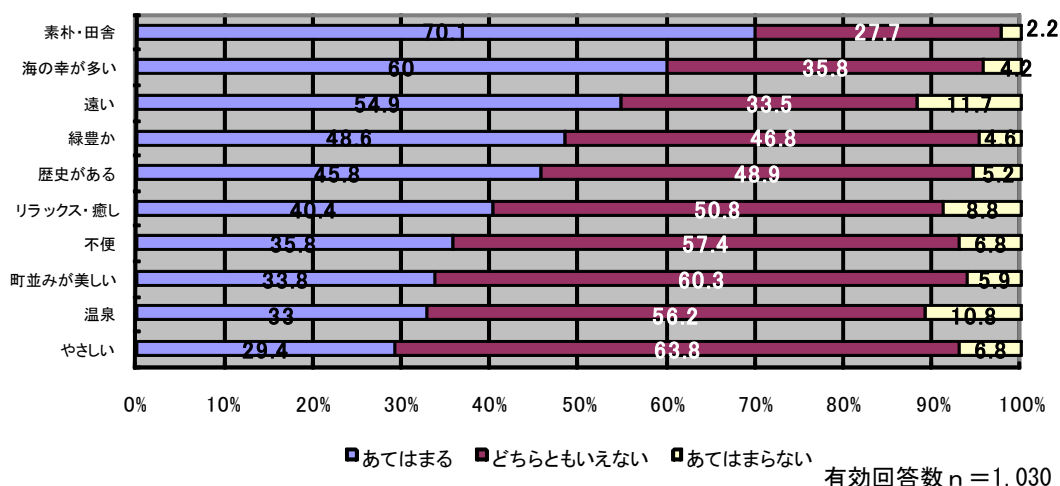
有効回答数 n = 564

- 県外者で長門市を訪れたことがある方に尋ねた観光地の満足度（上位のみ掲載）



有効回答数 n = 1,327

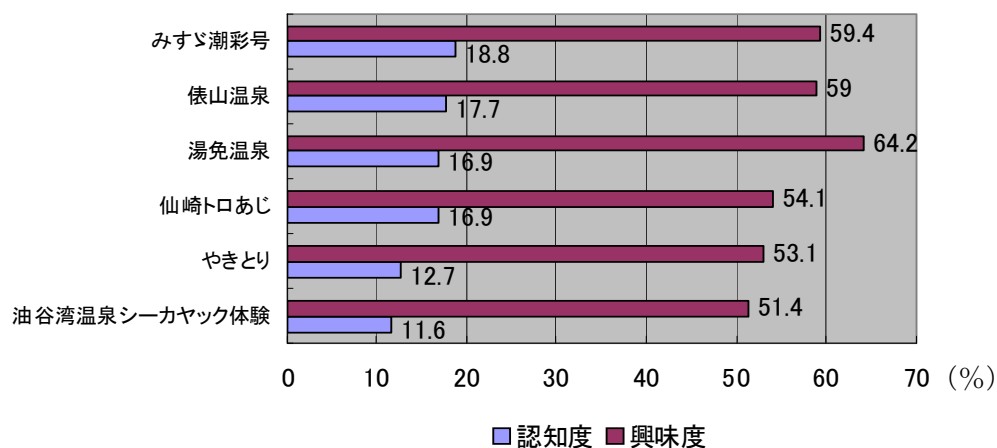
- 長門市のイメージについての回答（上位のみ掲載）



有効回答数 n = 1,030

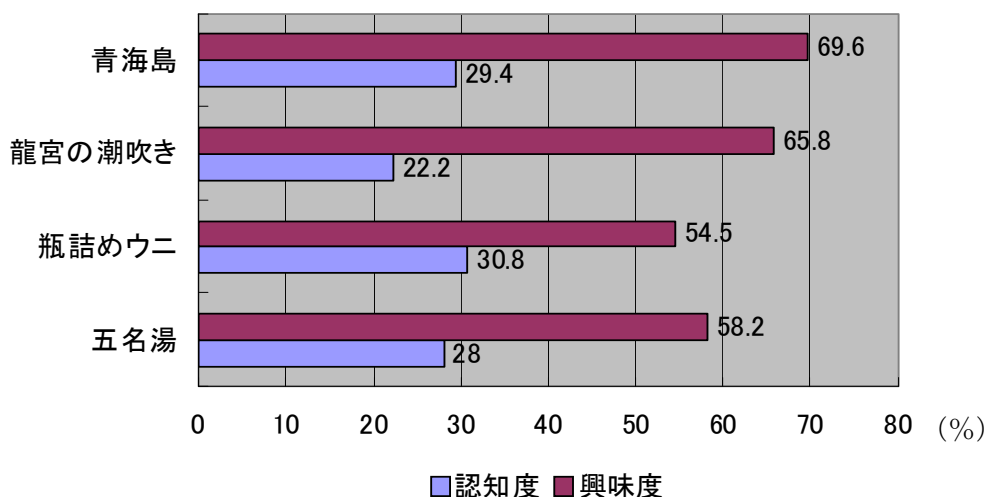
● 市内の観光地や食などについて、認知度と興味度の比較

【認知度は低いに興味度が高かったもの】



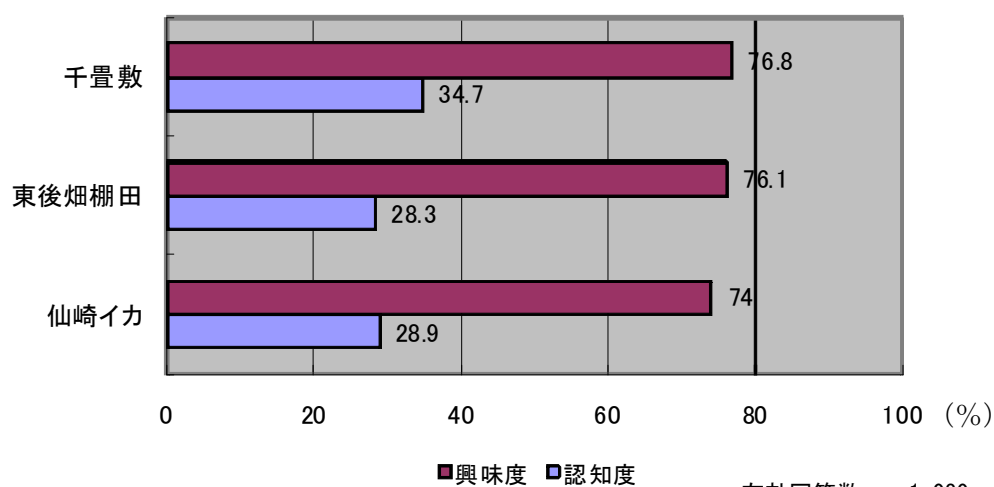
有効回答数 n = 1,030

【認知度 2 割以上で興味度が 5 割以上】



有効回答数 n = 1,030

【興味度が 7 割以上】



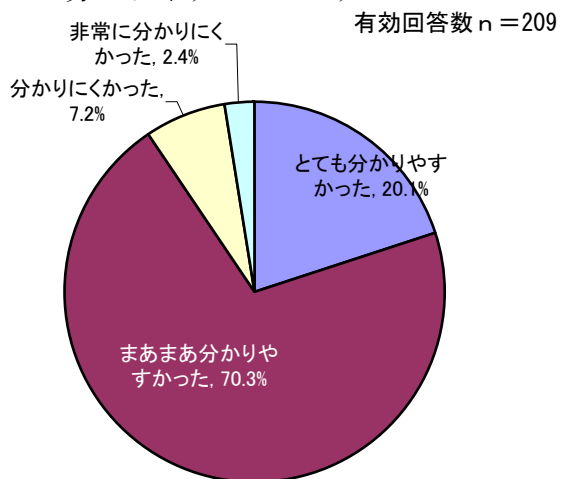
有効回答数 n = 1,030

(7) 観光客の意識

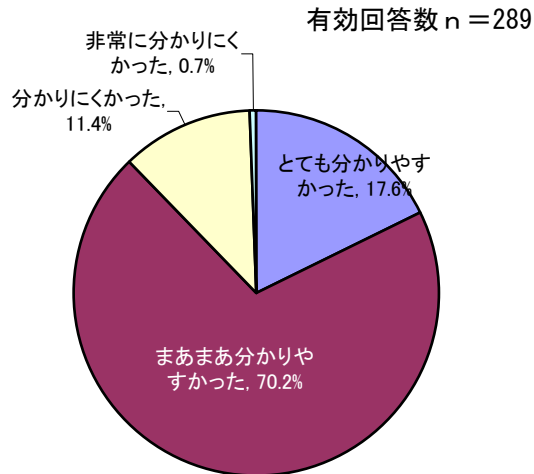
観光客及び宿泊客へのアンケート調査結果より（H22年11月～12月実施）

回答者数 350人

- 観光情報のやさしさについて
パンフレット・ホームページは
分かりやすかったですか

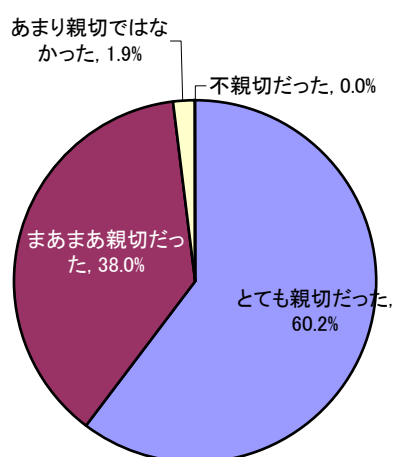


- 道路標識・観光案内板のやさしさについて
市内の道路標識・観光案内板の表示は
分かりやすく親切でしたか



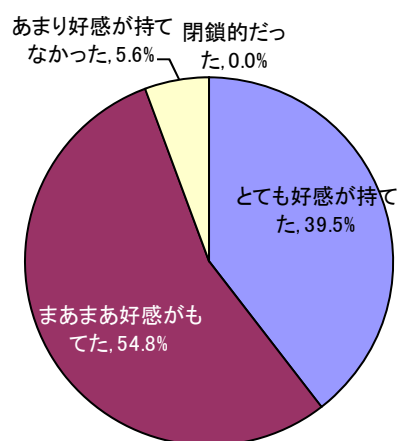
- 観光案内所でのやさしさについて
観光案内所のスタッフの対応は親切
丁寧でしたか

有効回答数 n = 108



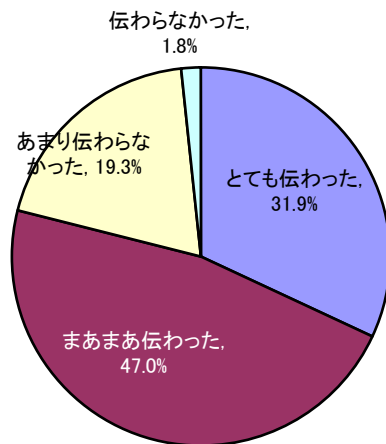
- 地元の人のやさしさについて
地元の人の感じはどうでしたか

有効回答数 n = 301



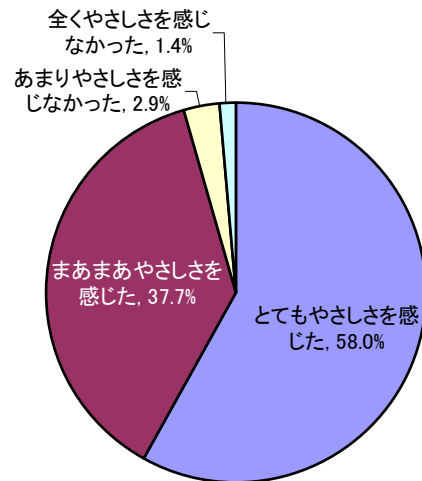
- 長門市の食のやさしさについて
長門市ならではの食に込めた、生産者や調理人の思いが伝わりましたか

有効回答数 n = 285



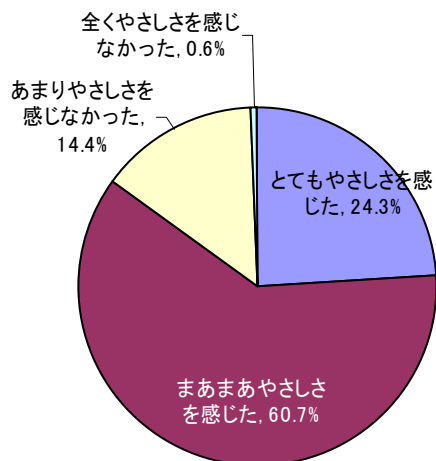
- 宿泊施設でのやさしさについて
宿泊施設での心使いにやさしさを感じましたか

有効回答数 n = 207



- まちの雰囲気のやさしさについて
まち全体の雰囲気にどこかしらやさしさを感じましたか

有効回答数 n = 313

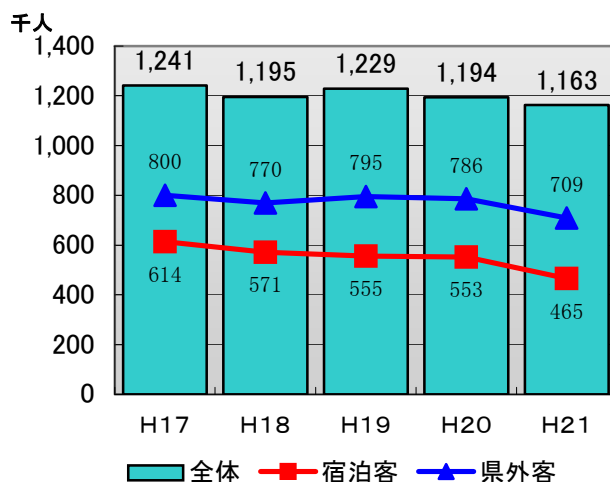


2 長門市観光の課題

①減少傾向が続く観光客数

特に、宿泊客の減少が激しい。

観光客数の推移（H17～）



②交通アクセスの悪さ

公共交通機関利用の場合、山口宇部空港、新山口駅から、直通で長門に入る手段がない。

「山口宇部空港」から長門：3回乗り継ぎ

「新山口駅」から長門：乗り継ぎは1回であるが、美祢線は1時間に1本の運行（時間帯によっては2時間に1本）。また、新幹線との接続時間も20分以上かかる場合がある。

③観光資源・素材活用面の課題

- ・美しい自然がありながら、活かされてない。

海水浴場、キャンプ場はあるが、魅力づけや魅力の発信が不十分で、集客力が弱い。

年間を通じた楽しみ方の提案がない。

経済効果に結びつける仕掛けがない。

- ・豊富な観光資源や観光素材のブラッシュアップや、これらをつなぐ仕掛けや仕組みが不十分で、滞在時間の延長や宿泊に結びついていない。

宿泊場所からの楽しみ方の提案や夜型・朝型のメニューの創出、観光ルートのストーリー化、テーマ化などが弱い。

- ・数々のイベントが実施されているが、市外客を呼び込む企画づくりや発信が不十分。

- ・体験型プログラムの創出が進んでいるものの、まだまだ数が少ない。

- ・長門ならではの食の開発や発信が不十分。

④情報発信面の課題

- ・発信・宣伝に当たっての戦略性に欠ける。

目的、ターゲット、規模、媒体の活用、タイアップ手法の検討が不十分

- ・セールスプロモーション（対旅行業者、対マスコミ）が不十分。

⑤推進体制面の課題

- ・人材育成への取組が弱い。(観光リーダー・ボランティアガイド)
- ・観光活性化の取組への市民の参加意識が低い。
イベント、キャンペーン時の機運が低い、イベントを担う人手の不足
- ・市内の地域間、施設間、団体間の連携が不十分。
- ・観光案内機能が弱い。(案内所、看板、市民参加)
- ・マーケティングリサーチが欠けている。(ニーズ把握、魅力分析、市場動向)

⑥観光を取り巻く社会状況への的確な対応

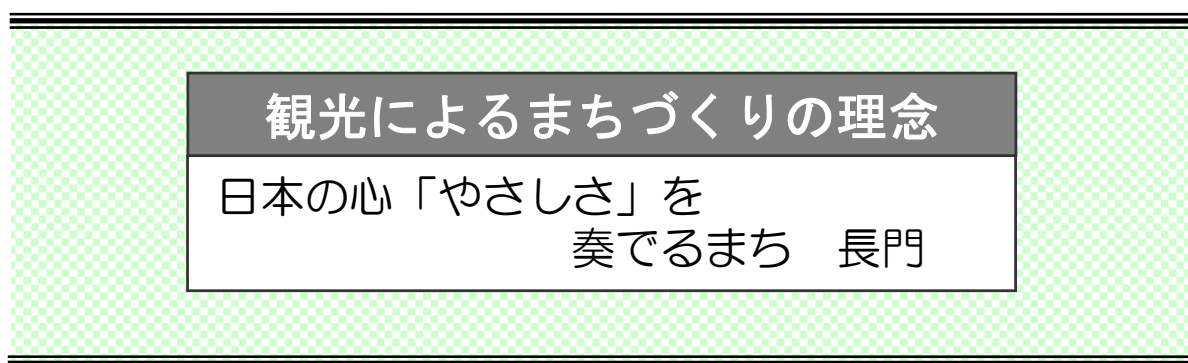
- ・東アジア地域からの観光客の増加
- ・「おいでませ山口国体」の開催
- ・九州新幹線の全線開通
- ・高速道路のETC割引、無料化実験

第4章 計画の基本的方向

1 理 念

これからの長門市の観光振興は、行政や観光事業者のみならず、市民が様々なかたちで参画する「観光によるまちづくり」の視点で、進めていく必要があります。

長門市観光基本計画では、この「観光によるまちづくり」により、目指すべき姿や来訪者に伝えたい姿を次のように設定します。



長門で暮らす私たちは、先人・先達の長い営みの中で培われてきた、地域を愛し、人を思いやり、万物に感謝する『やさしさ』を、DNAにしっかり刻み込んでいます。

この『やさしさ』は、美しい海・山・里を尊び、豊かな産物や湯の恩恵に感謝し、実直に暮らす人々の姿や心の中にも、確実に染み渡ってきました。

例えば、近年では、金子みすゞさんが詠いあげた世界や、香月泰男画伯が描いた郷里の姿にその姿を見ることができ、古くは、楊貴妃や安徳帝、二位の局、俊寛、近松門左衛門など様々な逸話を生み育む風土を形成してきました。

長門市観光基本計画では、この『やさしさ』の風土を長門の誇り・品格と捉え、これを「シナリオ化」することを核とした観光戦略を展開します。

戦略においては、旅する人を主人公と設定し、迎え入れる私たちが脇役を務め、主人公が、長門の海・里・湯・食・人などに関わる様々なシーンで、その都度、各々に秘められた『やさしさ』や深い包容力に気づき、感動するというシナリオを作成していきます。

多彩で、豊かな資源を有する長門市は、数多くのシナリオの舞台を用意することが可能です。

私たちは、新たな発想、斬新な切り口で、これらの舞台のシナリオ化を進め、旅人が高い満足を感じ、旅人から旅の本質に近づけたと評価される、長門発の誇り高い「新たな旅」を創り上げていきます。

2 行動目標と数値目標

長門市観光基本計画では、「日本の心『やさしさ』を奏でるまち 長門」の創造のために、幅広い関係者や市民とともに目指していく「行動目標」と「数値目標」を設定し、目標達成に向けて、事業を推進します。

I 行動目標

行動目標① 感動連続の舞台づくり
来訪者が長門の海・里・湯・食・人の「やさしさ」に触れ、感動を呼ぶ舞台づくりに取り組みます。
行動目標② 感動発信の情報網づくり
長門を訪れたくなるような感動を受発信するネットワークづくりに取り組みます。
行動目標③ 感動創造の体制づくり
来訪者の感動の舞台を支え、主体として観光の現場を担う体制づくりに取り組みます。

II 数値目標

指 標 名	平成21年 (現状値)	平成25年 (中間目標)	平成28年 (最終目標)
観光客数	年間 1,163 千人	年間 1,300 千人	年間 1,400 千人
宿泊客数	年間 465 千人	年間 600 千人	年間 650 千人
観光ガイド数	2 団体 25 人	5 団体 40 人	7 団体 60 人
着地型旅行商品数 *1	—	10 本	20 本
ながと“やさしさ”指数 *2	32.7 *3	50.0	60.0

*1 「着地型旅行商品数」は、地域が企画・提案し、地域の旅行業者が取り扱う商品の数（催行回数に関わらず、同メニューの商品は1カウントとする。）

*2 「ながと“やさしさ”指数」は、パンフレット、観光案内板、案内所、市民の対応などについての来訪者の満足度により算出する数値（資料編P64を参照）

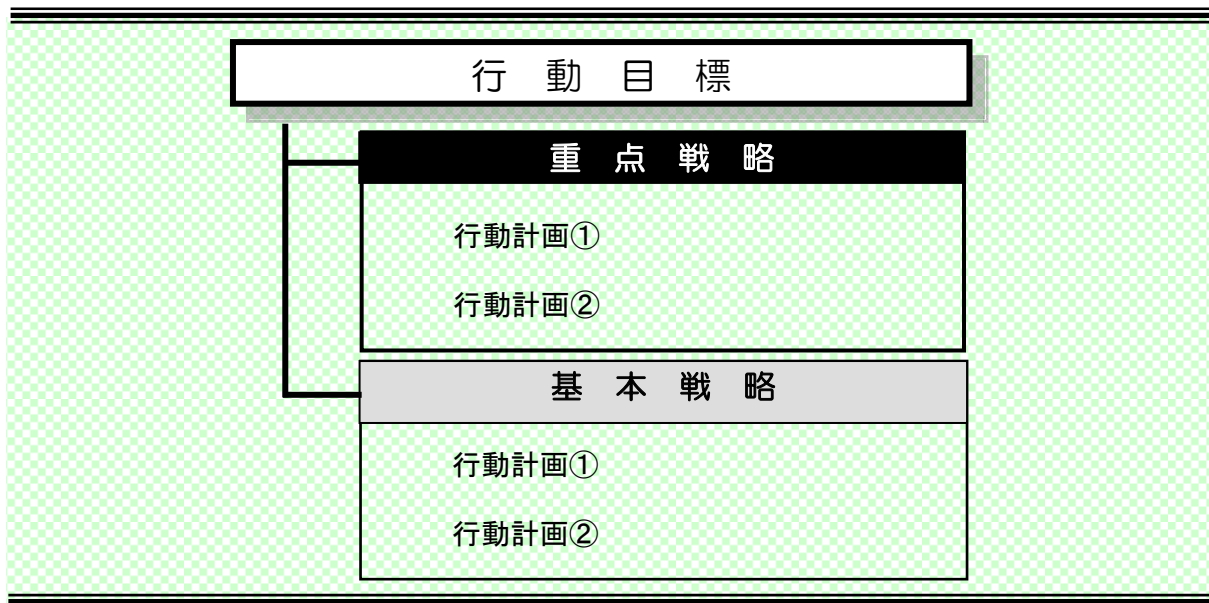
*3 「ながと“やさしさ”指数」の現状値は、平成22年の数値

3 戦略と行動計画

3つの行動目標ごとに、その目標の達成に向け、平成28年度までに取り組むべき施策の方向性を「戦略（重点戦略・基本戦略）」と「行動計画」に体系化し、総合的に推進していきます。

特に、「重点戦略」については、中間目標年である平成25年度までに、優先的に取り組むことで、「観光によるまちづくり」の基盤づくりを進めます。

行政、団体、事業者、市民一人ひとりは、その役割を踏まえ、行動計画に基づく事業や取組・活動を主体的・計画的に行うことにより、効果的かつ着実な戦略の推進を図ることが重要となります。



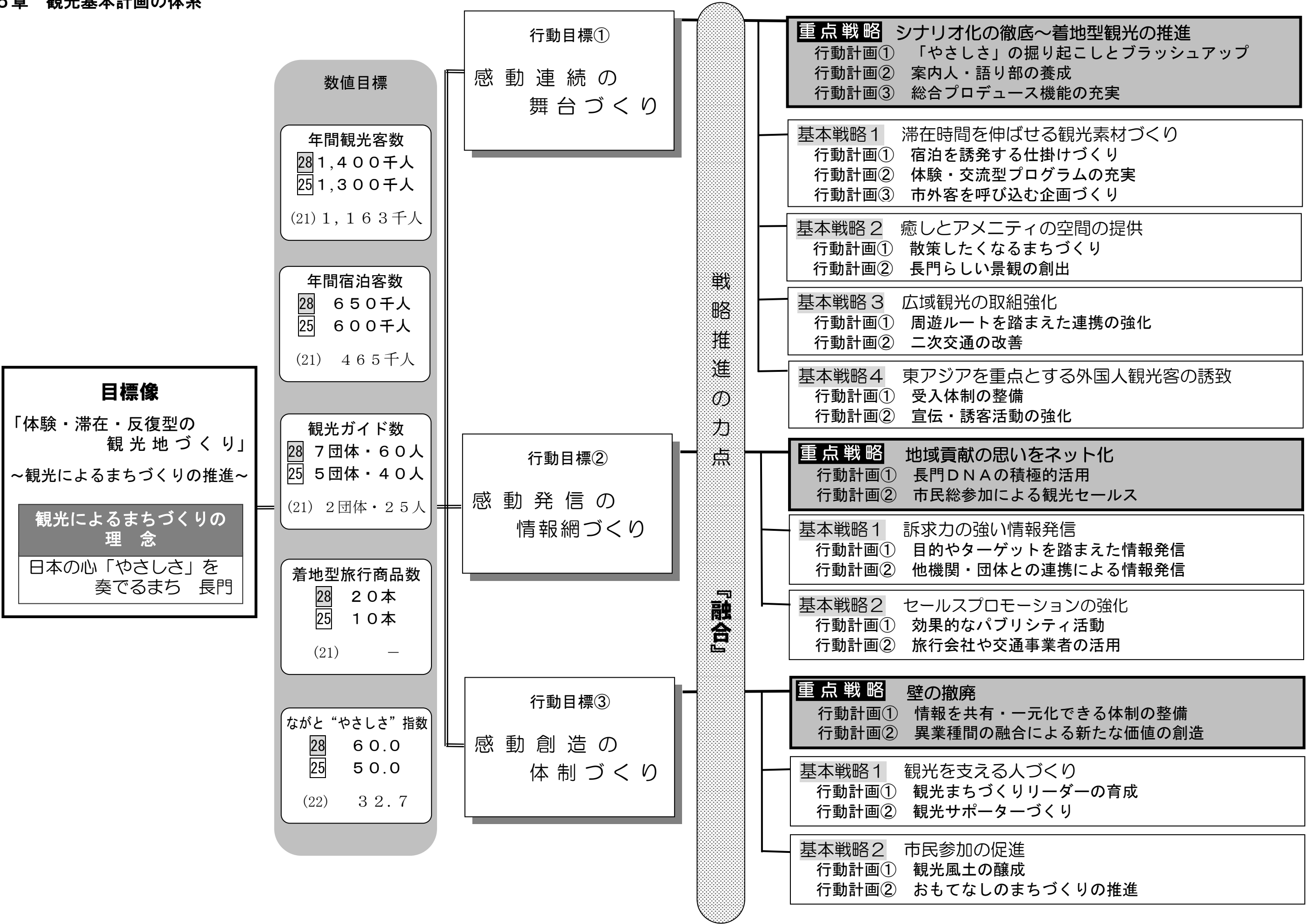
4 戦略推進の力点

これまでの観光振興においては、観光事業分野と各産業との関係は、「連携」という、コミュニケーションを主体とした考え方で、進められてきました。

「観光によるまちづくり」を進めていくためには、「連携」を超え、農・林・水産・商工業などのあらゆる産業、さらに、文化、教育、福祉、環境などのあらゆる事業が、観光に結びつくことで新たな価値を生み出す『融合』という考え方が必要であると考えます。

このため、長門市観光基本計画では、『融合』に力点を置き、各戦略や行動計画を展開します。





第6章 戦略と行動計画の具体的内容

行動目標 1

感動連続の舞台づくり

重点戦略 シナリオ化の徹底～着地型観光の推進

シナリオ化とは、長門を旅する人を主人公とし、主人公が、長門の地において、「やさしさ」や深い包容力に感動できる筋書きを、地域が用意することです。

演出は、主人公に接遇するすべての人たち。

満足度が高く、旅の本質に近づけるような舞台を、長門の総合力で演出し、おもてなしをする必要があります。

こうした「やさしさ」のシナリオ化により、長門独自の新しい旅を、長門に住む人々の手で創り上げ、提案していく「着地型観光」を推進していきます。

行動計画① 「やさしさ」の掘り起こしとブラッシュアップ

長門の特徴であり、また、今後とも、誇りとしていきたい「海」「里」「湯」「食」「人」の五分野において、「やさしさ」の掘り起こしとブラッシュアップを進めていきます。

【具体的取組】

◆『海』のやさしさに触れるシーンづくり

舞台：青海島、仙崎、油谷、日置、三隅ほか

脚色	取組内容
海の美しさに触れる	カメラパーキングの整備 (長門里海三十六話めぐり*)
海の愉しさを体験	海洋体験メニューやイベントの充実
海の物語を知る	海物語を語り、ガイドする“語り部”の実演会場の確保
海の恵みを体感	海の食材探し・調理体験プログラムの企画 海の料理の提供
鯨文化に触れる	鯨の物語体験プログラムの企画

*「長門里海三十六話めぐり」とは 長門の美しい浦々や里山に残る民話や伝承を集め、それらを訪ねる旅の提案

◆『里』のやさしさに触れるシーンづくり

舞台：向津貝半島、俵山、湯本、深川、三隅ほか

脚色	取組内容
里の美しさに触れる	カメラパーキングの整備 (長門里海三十六話めぐり)
里の物語を知る	語り部が案内する“里めぐりツアー”の企画 里物語ブックの作成・販売 紙芝居の上演
里の豊かさを実感	里あるきの拠点(「里の駅」)の整備
里の人情に触れる	“おばあちゃんの縁側カフェ”の実施

◆『湯』のやさしさに触れるシーンづくり

舞台：湯本、俵山、油谷、黄波戸、三隅

脚色	取組内容
温 泉 を 学 ぶ	効能のわかりやすい表示 温泉博士、温泉ソムリエの活用
温 泉 を 楽 し む	温泉手形、温泉ポイントカード、五名湯年間パスポートの導入
温 泉 を 味 わ う	温泉Bダッシュグルメ*の開発
温 泉 を 使 う	病院や保健機関との連携によるヘルスツーリズムの推進
温 泉 で 治 す	療養目的入浴者を応援するしくみの整備

*「Bダッシュグルメ」とは、従来のB級グルメの特性を活かし、さらに健康や療養、予防医療、長寿や伝承など一味要素を加えたグルメ

◆『食』のやさしさに触れるシーンづくり

舞台：長門市全域

脚色	取組内容
食 材 集 め を 愉 し む	“昼まで市”の定期的な開催 食材の収集プログラムの企画
食 材 を 味 わ う	期日限定・まぼろしの料理の開発
ヘルス食を体感	山菜・薬草・きのこ収集と調理体験プログラムの企画
長 寿 食 卓 を 学 ぶ	里の長寿者のメニューの公開と提供
生産者の思いを知る	生産者の思いやこだわりを伝える食のメッセージカードの普及

◆『人』のやさしさに触れるシーンづくり

舞台：長門市全域

脚色	取組内容
地 元 の 識 者 を 知 る	“特別案内人”によるまち歩きツアーの実施
誰 でも 観 光 を 学 ぶ	療養観光、福祉観光などユニバーサル観光の推進
おい で ま せ を 体 験	まちじゅうコンシェルジュ運動*1の推進
行 事 に 参 加 す る	行事やイベントへの地域外住民の参画や参加の募集
社会貢献の充実感を提供	ローカルルール*2の制定と啓蒙

*1 「まちじゅうコンシェルジュ運動」とは、市民みんなで、コンシェルジュのように、旅人からの大小を問わず色々な相談を受け叶える役割を担おうという運動

*2 「ローカルルール」とは、地域において、地域のみんで守っていこうという申し合わせ

行動計画② 案内人・語り部の養成

着地型観光を推進していく上では、地域の現状や歴史、生活文化をよく知る地域住民自らが、おもてなし役となって現地ガイドなどを行い、地域らしさを演出することが重要となります。

このため、旅行商品として提供できるような質の高い案内ができる、「語り部」や「ガイド」を養成し、長門の旅の付加価値の向上を図ります。

【具体的取組】

- ・ 自治会や、まちづくり団体等との連携による候補者の発掘
- ・ 研修会や養成塾の開催など、技能向上の機会の提供
- ・ 登録や認証制度の創設、有償ガイド制度の導入による質の確保

行動計画③ 総合プロデュース機能の充実

地域の観光資源の特性や受入体制に合わせたプランを立案したり、各地域の取組みを有機的につないだりして、旅行商品にまで仕立てていくことができる人材の育成や体制の整備を図ります。

【具体的取組】

- ・ 地域の取組みをコーディネートできる人材の発掘
- ・ 着地型旅行商品の企画や提案ができる人材や団体の養成
- ・ コーディネートや総合プロデュースを行うことができる人・団体のネットワーク化

基本戦略1 滞在時間を伸ばせる観光素材づくり

長門市を訪ずれた観光客が、より長く市内に滞在したり、宿泊したりすることは、市内での消費拡大や交流の促進による地域の活性化につながります。

このため、宿泊を誘発する仕掛けづくりや体験・交流型プログラムの充実をはじめ、市外客を呼び込めるような取組みを推進し、来訪者の滞在時間を延ばせる観光素材を創出していきます。

行動計画① 宿泊を誘発する仕掛けづくり

長門市の観光客動向の特徴として、宿泊者比率が高いということがあげられます。

さらに、多くの人に、宿泊地として長門市を選んでもらえるよう、宿泊地の魅力アップや宿泊のメリットの提供などにより、長門温泉郷五名湯（長門湯本温泉、俵山温泉、湯免温泉、黄波戸温泉、油谷湾温泉）のアピール力を高め、宿泊客の誘致や連泊の誘発を促進します。

【具体的取組】

◆夜間・早朝観光メニューの創出

ライトアップ、夜市、朝市、せり体験など、夜間や早朝にしか観光できないメニューや観光素材の創出

◆宿泊者限定プランの創出

宿泊者を対象としたホテルバス、漁火鑑賞ツアー、ナイト観光ツアー、朝食ツアーなどの特別プランの創出

◆市内の宿泊事業者間の連携による取組強化

長門温泉郷五名湯連絡会議における「湯」のやさしさのブラッシュアップや、連携による新たな企画づくり、長門五名湯としての情報発信の強化など



おとずれ
音信りばぶりお
(長門湯本温泉)



おとずれ夜市じゃらんじゃらん
(長門湯本温泉)



棚田から見える漁火
(油谷東後畑)

行動計画② 体験・交流型プログラムの充実

先導的に進めてきたツーリズムの取組みをさらに強化するとともに、本市が誇れる海を生かしたエコツーリズムや本市の産業特性を活かした産業観光などにも新たに取り組み、長門らしい体験・交流プログラムの充実を図ります。

【具体的取組】

◆長門らしい体験・交流プログラムの創出

- ・ 青海島共和国、里山ステーション俵山等交流拠点で実施するプログラムのブラッシュアップや通年・常時受入れのしくみづくり
- ・ マリンスポーツ（ダイビング、シーカヤック、ヨット等）と環境保全をリンクさせた海をテーマとするマリン・エコツーリズムの推進
- ・ 海と山の連携によるプログラムの開発
- ・ 農業や漁業、農水産加工業等をテーマとする産業観光プログラムの開発と宇部・美祢・山陽小野田地域産業観光推進協議会との連携



シーカヤック体験



ヨットフェスタ



スキューバダイビング

◆戦略的かつ計画的な誘客

- ・ 修学旅行等の教育旅行の積極的な誘致活動と計画的な受入れ
- ・ 大人の社会見学や定住お試しツアーとしての売込みの強化

◆受入体制の強化

- ・ 体験型旅行の問合せや申込みを一元化するワンストップ窓口の整備
- ・ 民泊を受け入れることが可能な世帯の拡大による安定的な受入体制の確保



教育旅行受入れ
(俵山)



教育旅行受入れ
(青海島共和国)



教育旅行受入れ
(通)

行動計画③ 市外客を呼び込む企画づくり

集客効果の高いイベントの運営や企画づくり、再訪を促す仕掛けづくりを促進するとともに、幅広い主体の連携を強化して、コンベンションの誘致や食のブランド化に取り組み、市外、県外からの誘客拡大を図ります。

【具体的取組】

◆誘客、集客、交流の促進の視点に立ったイベントの創出

- ・ 市外、県外から多数の人を呼び込める新規イベントの創出
- ・ 効果的なサポート体制の構築や市内他地域との連携の促進など、集客や交流の視点に立った既存イベントのブラッシュアップ



通くじらまつり



汗汗フェスタ（千畳敷）



仙崎花火大会

◆再訪を促す企画づくり

- ・ 期間限定の共通入館券やクーポン券、スタンプラリーなどの企画の実施
- ・ 季節感にこだわった観光ルートやプログラムなどの開発

◆コンベンション・イベントの誘致

- ・ ルネッサながと、ラポールゆや、俵山多目的交流広場との連携によるコンベンションや競技会、合宿訓練などの誘致体制づくり
- ・ コンベンション等の誘致に向けたインセンティブの創設

◆食のブランド化の推進

- ・長門の豊かな農畜産物、水産物を使った「長門ならではの食」の開発
- ・物産展やイベント等への出展など市内外への食の積極的PR



長州ながと和牛



仙崎イカ



長州黒かしわ

基本戦略2 癒しとアメニティの空間の提供

長門市を訪れる観光客の目的の多くは、日常のあわただしさや喧騒から離れ、ゆったりとした時間を過ごすことにあると考えられます。

長門市には、自然や歴史、景観・文化資源も多く存在することから、これらの資源を十分に活用するとともに、適切な維持や管理を行い、長門市ならではの時間と空間を提供し、来訪者の滞在時間の延長やリピーターの獲得、さらには、市民の観光地の魅力の再発見や再認識につなげていきます。

行動計画① 散策したくなるまちづくり

観光客のみならず、長門市民も散策したくなるような歩行者空間の整備を進めるとともに、市民総参加で、居心地がよく、くつろげる環境づくりを進め、観光客や市民の満足度を高めていきます。

【具体的取組】

◆歩行者空間の整備

- ・散策路や休憩スポットの整備など、歩行者にやさしい空間の提供
- ・案内板の設置や散策マップの充実など、まち歩きを誘導する環境の整備

◆市民によるまちの点検及び美化活動

- ・地域住民の参画や協力による草刈や清掃活動など、観光客にやさしいまちづくりの実践
- ・長門市海岸清掃の日、クリーンウォークなど、市民参加型の環境美化活動の推進



海岸清掃



クリーンウォーク

行動計画② 長門らしい景観の創出

地域の特性を生かした景観の創出に取り組むとともに、景観に対する市民の関心を高め、景観配慮の意識の醸成や保全活動を促進することで、長門の貴重な観光資源である景観の活用と長門のイメージの向上につなげていきます。

【具体的取組】

◆自然や歴史を生かした景観の創出

- ・楊貴妃ロマンロード、長門ブルーライン、古家が残る町並みなど、自然や歴史を生かした景観づくりの推進
- ・コースの紹介や景観鑑賞スポットの情報提供など情報発信の強化
- ・風景街道としての登録の機運醸成

◆市民参加による景観再認識・保全活動の促進

- ・漁村や山村景観の保全活動への地域外からの参加の促進
- ・花いっぱい運動やライトアップなど、気軽にできる魅力ある景観づくりへの参加の促進
- ・長門の特性を生かした産業・観光・自然・文化など独自性のあるものを選定し、写真と文章で紹介するホームページ「北浦百景」の活用や、景観表彰制度の導入など、市民の景観への関心や意識の喚起



醤油蔵（黄波戸）



棚田（東後畑）

基本戦略3 広域観光の取組強化

周遊を促進し、宿泊数を伸ばすためには、異なった特性を有する複数の地域が連携し、多様な魅力の提供や相乗効果を狙った情報発信などを行うことが重要となります。

このため、周辺地域との連携を強化し、広域エリアとしての魅力の創出や周遊促進のための交通アクセスの改善等に取り組んでいきます。

行動計画① 周遊ルートを踏まえた連携の強化

行政のみならず、民間事業者や団体が広域的に連携し、観光客の動線を考慮した観光ルートやテーマ、ストーリー性のある周遊ルートづくりに取り組み、エリアとしての魅力を積極的に発信していきます。

【具体的取組】

◆協議会や観光協定締結による連携事業の充実・強化

- ・「長州路連絡協議会」及び「長州路観光局」（長門市、下関市、美祢市）による取組の推進
- ・「ながと路観光連絡協議会」（長門市、萩市、美祢市、阿武町、島根県益田市及び津和野町）による取組の推進
- ・長門市、萩市、島根県益田市及び浜田市の4市連携による取組の推進

◆共通テーマや素材による広域周遊の促進

- ・山陰観光列車「みすゞ潮彩号」の運行や、これを活用した金子みすゞさんのPR
- ・日頃は見られない地域のお宝等を広域連携でアピールする期間限定のキャンペーン「山口お宝めぐり」への参加
- ・夏休み期間中に小・中学生の文化施設等の入場料金の割引や無料化を実施する「こども文化パスポート事業」への参加
- ・道路交通アクセス改善を契機とした自動車周遊観光促進のための萩市、美祢市との連携強化による取組



山陰観光列車 みすゞ潮彩号



萩三隅道路

◆JR美祢線利用促進のための取組

- ・JR美祢線利用促進協議会（長門市、美祢市、山陽小野田市）における事業計画に基づく取組み
- ・厚狭駅・美祢線利用の旅行商品企画等の促進
- ・景観整備など美祢線沿線の宿泊地や観光地の魅力の向上

行動計画② 二次交通の改善

個人型の旅行形態への変化、高齢者人口の増加を踏まえ、本市への公共交通機関利用によるアクセスの整備や観光地間の移動の快適化を図ることにより、二次交通の改善に取り組みます。

【具体的取組】

◆山口宇部空港及び新山口駅とのアクセス整備

- ・県や山口市、美祢市、萩市等との連携による、やまぐち観光周遊バス「おいでませ山口号」の利用促進や積極的なPRなどの運行支援
- ・タクシー事業者や旅行会社との連携による乗り合いタクシーの導入
- ・レンタカー事業者等との連携によるレンタカーの利便性の向上

◆観光地間の利便性・快適性の向上

- ・ J R とタクシー事業者との連携による「駅から観タクン」の充実
- ・ バス事業者と宿泊業者の連携による「カランころんパスポート」の充実
- ・ レンタサイクルの導入や自転車で観光地を巡るモデルコースの設定などエコな自転車観光の推進
- ・ 観光タクシーの P R や市内路線バスのダイヤの情報提供の充実
- ・ 市内周遊バス・乗り合い観光タクシーの導入に向けた調査研究

基本戦略4 東アジアを重点とする外国人観光客の誘致

国が積極的なインバウンド推進施策を展開する中で、外国人観光客の誘致に向けて、地域間の競争が激化しています。

このため、長門市においても、外国人観光客の受入体制の整備を図るとともに、国のビジット・ジャパン・キャンペーンとのタイアップや、広域連携による宣伝・誘客活動より、東アジア地域を重点とする観光客の誘致に積極的に取り組んでいきます。

行動計画① 受入体制の整備

観光団体や事業者を中核として、外国人観光客の受入に欠かせない体制の整備を進めるとともに、市内に在住する留学生や外国人研修生、海外在住経験者等の参画により、地域ぐるみのおもてなしの機運を醸成します。

【具体的取組】

◆官民連携による推進のしくみづくり

- ・ 観光協会や外国人観光客の誘致に積極的に取り組む事業者等で構成する推進組織の整備
- ・ 留学生の支援や留学生や海外在住経験者の観光情報の発信を通じた外国人観光客の誘致に向けた協力体制づくり

◆外国人にやさしいまちづくりの推進

- ・ 観光案内板やサインなどの外国語表記、外国語マップの作成
- ・ 語学や文化など外国人観光客の受入に関する研修会の開催
- ・ 外国語対応ガイドやコンシェルジュ等の養成

行動計画② 宣伝・誘客活動の強化

国や県、さらには外国人観光客の誘致に積極的に取り組む地域と連携して、情報発信や宣伝活動など売り込みを強化します。

【具体的取組】

◆情報提供ツールの充実

- ・ 留学生や外国人研修生等のノウハウを活用した観光素材の抽出
- ・ 外国語版観光パンフレットや外国語観光ホームページの作成

◆広域連携による誘客活動の強化

- ・ 山口県国際観光推進協議会との連携による宣伝活動の強化
- ・ モニターツアーや修学旅行の積極的な受入れ

行動目標 2

感動発信の情報網づくり

重点戦略 地域貢献の思いをネット化

観光客の誘致を図る上で、情報発信はとても重要となります。

大量かつ多様な情報があふれ、情報入手手段も多岐にわたる現代社会において、情報を的確に伝えていくためには、その発信手法について、戦略性が求められます。

このため、長門市においては、長門出身者や長門在住経験者など、高い同質性を持つ人々への情報発信を強化するとともに、こうした者と長門市民とを多面的に結び付けることにより、地域貢献の思いでつながる、信頼度や質の高い情報網の構築に、重点的に取り組んでいきます。

行動計画① 長門DNAの積極的活用

長門の出身者や在住経験者、長門とゆかりある物など、長門のDNAを有する人や物をつなぎ、情報発信力を高めます。

【具体的取組】

◆長門DNAのネット化

- ・長門とつながりのある人や長門ゆかりの物・事に関する情報の収集・蓄積
- ・全国各地で活躍する長門DNAの市内への情報発信
- ・長門応援網「ながとネットワーク」の構築

◆長門DNAの活用

- ・長門ふるさと大使制度の見直し・強化
- ・市外在住者に対するダイレクトメール等の定期的な情報提供
- ・大都市圏でのモニタリングやアドバイスなど具体的協力関係の構築
- ・「ながとネットワーク」の情報受・発信サイトの整備

行動計画② 市民総参加による観光セールス

市民による、市内外への口コミ観光PRや来訪者へのきめ細やか観光案内など、市民が主体的に長門市の観光セールス活動に参加する機運づくりを進めます。

【具体的取組】

◆口コミによる観光PRへの参加の促進

- ・観光名刺、観光年賀状・絵葉書、観光カレンダー等の作成・販売及び利用の呼びかけ
- ・ふるさと長門再発見市民モニターツアーの実施

◆幅広い主体の参加による観光案内サービスの実施

- ・市民観光ナビゲーターや観光ボランティアガイドへの登録の促進
- ・観光パンフレットの設置や観光案内などを行う公共施設や民間事業所「ながと観光情報スポット」の設置と登録の促進

基本戦略1 訴求力の強い情報発信

観光地間のPR合戦が激化するとともに、人々の観光の動機やきっかけが多様化している中にあっては、長門市に目を向けさせ、長門市を訪れたくなるような気持ちにさせる観光宣伝活動が必要となります。

このため、目的やターゲットを踏まえ、官民一体となってアピール力の強い情報発信に取り組んでいきます。

行動計画① 目的やターゲットを踏まえた情報発信

目的やターゲットに応じた宣伝方法の選択や売込む素材の重点化などにより、長門の魅力をより多くの人々に発信し、来訪につなげていきます。

【具体的取組】

◆マーケティングの強化

- ・市場動向の把握・分析
- ・長門市の観光客の動向や観光資源等の認知度・興味度の調査・分析
- ・調査分析結果等の関係者間での共有・活用

◆認知度・イメージの向上に向けた情報発信

- ・大都市圏に向けた情報発信の強化
- ・長門の「食」・「特産品」と観光の一体的なPR
- ・フィルム・コミッションの立上げによる情報発信とロケの積極的誘致
- ・フォトコンテスト等来訪・参加・発信型企画の実施

◆戦略性を持った情報発信

- ・高速道路利用者等をターゲットとする情報発信
- ・九州新幹線全線開通を契機とする南九州への情報発信



高速道路SA 情報発信



鹿児島中央駅 情報発信

◆効果的な情報媒体の選択

- ・ツイッターやブログの積極的な活用
- ・携帯端末への情報発信
- ・旅行雑誌や旅行サイトを活用した情報発信

◆タイムリーな情報発信

- ・観光ホームページのリニューアルと情報更新の充実
- ・メールマガジンの配信
- ・観光案内所、農産物等直売施設など観光情報発信拠点における、きめ細やかな情報発信

行動計画② 他機関・団体との連携による情報発信

山口国体などの大規模イベント等を活用し、積極的な観光情報の発信やトライアル的な情報発信に果敢に取り組むとともに、全県的、全国的な組織や団体等との連携により、長門市単独ではできない、スケールメリットを生かした情報発信を行います。

【具体的取組】

◆大規模イベント等を活用した情報発信

- ・「おいでませ！山口国体」（平成23年10月）を活用した情報発信
- ・全県統一キャンペーン（おいでませ山口イヤーキャンペーン 平成24年3月～8月）における積極的かつ計画的な情報発信
- ・香月泰男画伯生誕100周年など、メモリアル事業等とのタイアップ

◆全県的、全国的な組織や団体等との連携

- ・観光宣伝隊の積極的な派遣
- ・イベントへの積極的参加、団体主催イベントの誘致

基本戦略2 セールスプロモーションの強化

長門市内の観光地や食、宿泊の魅力が、TV番組や雑誌に取り上げられたり、旅行商品化されることは、即効性や実効性の高い誘客につながります。

このため、メディアや旅行会社など、情報や旅行商品の流通・販売網を持つ者に対する積極的かつ効果的な売り込み活動を、官民連携により展開していきます。

行動計画① 効果的なパブリシティ活動

新聞や旅行雑誌などに旅行記事を書く記者等とのきめ細やかな情報提供や情報交換等を通じて、人間関係やネットワークを構築し、影響力や効き目のあるパブリシティ活動を展開します。

【具体的取組】

- ・タイムリーで、アピール度の高い資料の作成
- ・旅行記者等を対象としたモニターツアーの実施

行動計画② 旅行会社や交通事業者の活用

旅行会社や交通事業者との連携や効果的なタイアップを行うことにより、旅行商品の造成や販売促進、専門ノウハウの習得を図ります。

【具体的取組】

- ・旅行会社等に対する定期的な情報提供や情報発信会への積極的な参加
- ・JR西日本のDWキャンペーンとの連携
- ・会員誌や機内誌等の活用
- ・JR各社、航空会社、バス事業者等とのタイアップによる情報発信

行動目標 3

感動創造の体制づくり

重点戦略 壁の撤廃

長門市においては、観光施設や旅館、ホテル、飲食店、土産店などの観光産業だけではなく、地域の産業や生活文化、地域の人間の営みを取り巻く自然環境、観光客と接する地域の人々など、地域全体で観光の魅力を創出していくこととしています。

こうした「観光によるまちづくり」を強力に進めていくために、組織や地域、業種、世代間の壁を取り払い、関係者が、情報共有した上で、一枚岩となって観光事業を展開できる体制の整備に重点的に取り組んでいきます。

行動計画① 情報を共有・一元化できる体制の整備

さまざまな主体が行っている観光事業や活動等の情報を一元化し、関係者への情報提供や、効率的・効果的な実施に向けた調整、コーディネートを行う組織や機能の強化を図ります。

【具体的取組】

◆中核的観光振興組織の整備

- ・長門市観光協会の法人化による新規事業展開やコーディネート機能の発揮
- ・ツーリズム協会の立上げによるワンストップサービスの実施

◆行政組織の機能強化

- ・産業活性化プロジェクト調整会議による進行管理
- ・観光活性化プロジェクトチーム等の設置による観光関連事業の情報共有と事業調整

行動計画② 異業種間の融合による新たな価値の創造

農林水産業や商工業、文化、教育、環境など、さまざまな産業や事業が、観光のもたらす効果や役割を最大限に活用し、混じり合うことを促進し、地域の強みをさらに伸ばし、地域の弱みを克服できるような新たな価値を創造します。

【具体的取組】

◆長門ならではのものづくり

- ・長門商工会議所を主体とする「農商工連携連絡協議会」による長門ブランド商品等の開発と販路拡大
- ・「JAPANブランド」となる食の製品の育成

◆ながとの地旅づくり

- ・長門市観光協会における着地型旅行商品の造成・販売
- ・地旅推進コンソーシアムの形成による着地型旅行商品の開発・販売・受入の強化

基本戦略1 観光を支える人づくり

「観光によるまちづくり」を進めていくためには、一人でも多くの市民が、長門市や自分の暮らす地域に誇りと愛着を持ち、主体的にまちづくりに参画することが重要となります。

このため、地域において、観光資源の開発やブラッシュアップなどを先頭に立って行うリーダーや、自分のできる範囲で観光の取組を支えるサポーターを育成していきます。

行動計画① 観光まちづくりリーダーの育成

観光によるまちづくりの実践ノウハウの取得や、スキルアップの機会を積極的に提供し、担い手やリーダーとなる人材を育成します。

【具体的取組】

- ・ 外部専門家による継続的な塾や学習会等の開催
- ・ 先進地域で活躍する者を招いての公開セミナーの開催
- ・ 事例収集やネットワークを構築するための研修会等への参加の促進

行動計画② 観光サポーターづくり

市民がさまざまな形で、観光活性化の取組に参加できるような環境づくりや、しくみづくりを進め、観光サポーターを増加させていきます。

【具体的取組】

◆観光ボランティアの育成

- ・ 観光ボランティアガイドの公開学習会や市民モニター研修会の実施等、会員数拡大のための取組の推進
- ・ 観光サポーター制度の拡充等によるイベントボランティアの確保
- ・ 観光ボランティア表彰制度の創設



青海島ボランティアガイド会



ながとボランティアガイド会

◆教育機関との連携強化

- ・ 「観光甲子園」*等への参加促進
- ・ 農業系学科、水産系学科の高校生との連携強化

* 「観光甲子園」とは、全国の高校生が地元の名誉と誇りにかけて、“観光プラン”を競い合うコンテストです。

基本戦略2 市民参加の促進

地域全体で観光の魅力を創出していく「観光によるまちづくり」において、観光客と直接触れ合う市民は、おもてなしの面で、大きな役割を担います。

長門市においては、観光客への応対など受動的なものだけに留まる市民参加ではなく、観光PRや観光地づくりへの参画など、市民の方々に観光活性化の戦力となってもらえることが重要であると考えています。

このため、市民が、観光の意義や効果についての理解を深め、観光活性化の取組に主体的に参加できるような機運を醸成していきます。

行動計画① 観光風土の醸成

市民が地域の魅力や、観光の価値を共有した上で、自信と誇りを持って観光客を迎え入れることができる環境づくりを進めていきます。

【具体的取組】

◆観光の意義や効果等の市民への情報発信

- ・観光基本計画の普及啓発及び進行管理
- ・市広報誌の活用やセミナーの開催による観光活性化の機運醸成

◆観光意識や郷土愛の醸成

- ・ながとふるさと検定の実施、ながとふるさと検定の小学生版の実施
- ・地域住民によるホテル生息環境整備など、地域の環境や観光地を守り、観光客を迎え入れる運動の推進

行動計画② おもてなしのまちづくりの推進

来訪者に、また来たい、何度も訪れたい、誰かにも薦めたいと思わせるような満足度の高いおもてなしを、長門市のどこでも提供できるよう、おもてなしの心あふれるまちづくりを市民運動にまで高めていきます。

【具体的取組】

◆おもてなしの心の醸成

- ・観光関係者や市民を対象とするおもてなし研修等の実施
- ・「やさしさ」作文コンクールの実施

◆観光案内機能の充実・強化

- ・観光案内所の機能やサービスの質の向上
- ・「ながと観光情報スポット」の登録事業所等の拡大
- ・来訪者にやさしいサインの整備

第7章 各主体の役割

市民、事業者、団体、長門市観光協会、及び市は、この長門市観光基本計画を共有するとともにし、それぞれの役割を理解し、行動計画に基づく事業や取組・活動を主体的に行うことにより、「観光によるまちづくり」を進めていくことが大切です。

【市民の役割】

- ・『やさしさ』のシナリオ化をはじめ、景観づくりや環境美化運動など、魅力ある観光地づくりに積極的に参加するとともに、来訪者を温かく迎え、心を込めたおもてなしを行います。
- ・自らが長門市の魅力を再認識・再発見するように努め、その魅力を口コミ等を通じて市内外へ広く発信します。
- ・観光の意義や効果に対する理解を深め、イベントや観光案内のボランティア、観光活性化に向けた提言など、「観光によるまちづくり」への参画に努めます。

【事業者・団体の役割】

- ・観光振興の中軸的な担い手であることを認識し、観光素材のブラッシュアップや、『やさしさ』のシナリオ化、旅行商品開発に積極的に取り組むとともに、相互の情報交換を密にし、『融合』による新たな価値の創造に努めます。
- ・心を込めたおもてなし提供の先導的な役割を果たすとともに、質の高いサービスを提供し、長門市観光のイメージアップを図ります。
- ・自らの積極的な情報発信はもとより、市や観光協会と連携した情報発信に努めます。

【長門市観光協会の役割】

- ・中核的な観光振興組織として、観光関係団体や事業者等をリードし、市と一体となって、総合的に本市観光の魅力の創出や情報発信を行います。
- ・民間ノウハウを生かして、積極的なセールスプロモーションを行います。
- ・観光事業者や観光活性化に取り組む団体の活動をコーディネートするとともに、そのチャレンジのサポートに努めます。

【市の役割】

- ・企画・立案や情報の収集や分析、長門市観光基本計画の進行管理など、観光振興に関する総合的な調整を行います。
- ・各主体が自主的・計画的に行う観光事業を支援します。
- ・長門市の認知度やイメージの向上など話題性のある情報発信を行います。
- ・市民参加の「観光によるまちづくり」を支援するとともに、市民の郷土愛、観光風土の醸成に努めます。
- ・「壁の撤廃」のための取組をリードし、情報の共有・一元化のための体制や機能の強化に努めます。

参考資料編

1 観光基本計画の策定経過

年 月 日	内 容
平成 22 年 8 月 6 日	第 1 回長門市観光戦略推進会議
平成 22 年 8 月 24 日～9 月 10 日	市民アンケート調査（調査結果 P 44）
平成 22 年 9 月 15 日	第 2 回長門市観光戦略推進会議
平成 22 年 9 月 10 日～10 月 19 日	地区別意見交換会、観光事業者等ヒアリング 【意見交換会】三隅、日置、油谷地区 【観光事業者等ヒアリング】9 団体
平成 22 年 9 月 20 日～9 月 27 日	県外者アンケート調査（調査結果 P 54）
平成 22 年 10 月 27 日	第 3 回長門市観光戦略推進会議
平成 22 年 11 月 1 日～11 月 30 日	長門市観光基本計画骨子案に対するパブリック コメント（実施結果 P 65）
平成 22 年 11 月 17 日～12 月 5 日	ながと“やさしさ指数”に関するアンケート調査 （調査結果 P 64）
平成 22 年 12 月 22 日	第 4 回長門市観光戦略推進会議
平成 22 年 12 月 28 日	長門市観光基本計画公表

2 長門市観光戦略推進会議の概要

（目的）

観光活性化に向け、戦略的な観光振興施策の推進を図るために設置する。

（役割）

戦略推進会議の委員は、観光振興施策に関する施策の総合的な企画及び調整に関する
こと及び観光基本計画の策定及び推進に関することについて、提言及び意見を述べる。

（組織）

戦略推進会議は、委員 20 人以内で組織し、委員は、①公募により選出された者②知識
経験を有する者③公共団体及び観光関係団体等の役職員④その他観光施策の総合的な推
進にあたって必要と認める者のうちから、市長が委嘱する。

（委員の任期）

2 年。（ただし、再任は妨げない）

（会長及び副会長）

戦略推進会議に会長及び副会長を置き、会長及び副会長は、委員の互選により決定
する。

（会議）

戦略推進会議の会議は、会長が招集し、議長は、会長をもって充てる。

3 長門市観光戦略推進会議委員名簿

平成 22 年 12 月 28 日現在
敬称略

氏 名	所 属 等	備考
青村 雅子	長門やきとり横丁連絡協議会 会長	
安藤 秀吉	(社)長門青年会議所 理事長	
大谷 和弘	湯本温泉旅館協同組合青年部	
河野 敏春	山口県漁業協同組合橘会 会長	
柴田 礼華	公募委員	
洲澤 育範	ボニーベイシーカヤックセンター	
長尾 英樹	深川養鶏農業協同組合 製菓部開発課長	
中野 貴司	俵山温泉観光協議会	
中野 強	ながと大津商工会 副会長	
中原 英樹	NPO 法人ゆうゆうグリーン俵山 副理事長	
中村 守	(財)長門市文化振興財団 事務局長	
福本 芳博	サンデン交通(株) 自動車部業務担当課長	
藤田 貴史	長門市観光協会	
藤村ひと美	農家生活改善士	
松井 邦昭	(社)山口県観光連盟 専務理事	
三好 芳郁	長門商工会議所 青年部理事	
三輪 由浩	公募委員	
山本 時博	山口県観光戦略会議 議長	会長
吉富 徹	長門市観光協会 副会長	副会長

4 市民アンケート調査結果

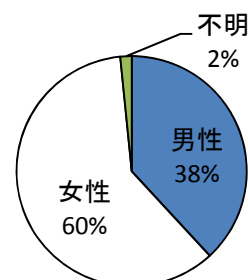
平成22年8月実施 18歳以上2,000人を対象 無作為抽出・無記名回答 回答者数564名

1 あなた(回答者)ご自身について

問1 あなたの性別は？

男性	215人
女性	340人
不明	9人
計	564人

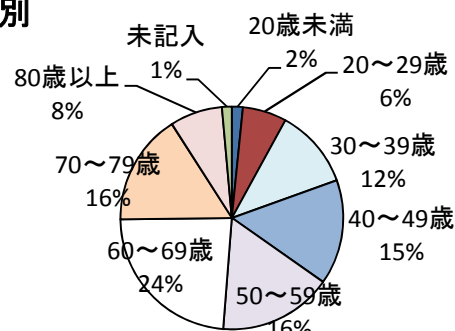
性別



問2 あなたの年齢は？

20歳未満	9人
20～29歳	36人
30～39歳	65人
40～49歳	86人
50～59歳	93人
60～69歳	133人
70～79歳	91人
80歳以上	43人
未記入	8人
計	564人

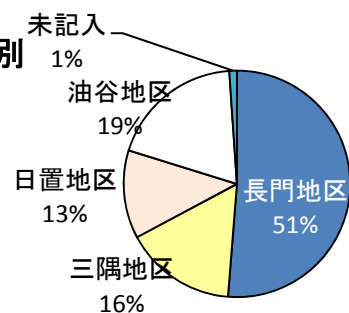
年齢別



問3 あなたのお住まいの地区はどこですか？

長門地区	289人
三隅地区	90人
日置地区	71人
油谷地区	108人
未記入	6人
計	564人

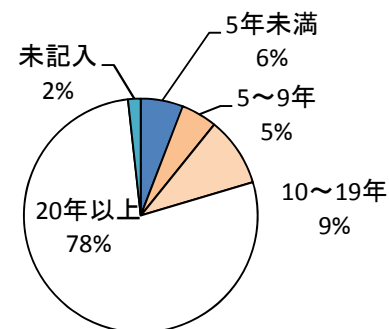
地区別



問4 あなたは長門市に住んで何年になりますか？

5年未満	33人
5～9年	28人
10～19年	54人
20年以上	439人
未記入	10人
計	564人

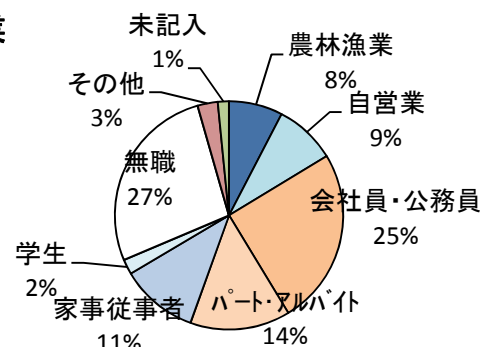
居住年数



問5 あなたの職業は？

農林漁業	43人
自営業	49人
会社員・公務員	141人
パート・アルバイト	80人
家事従事者	62人
学生	12人
無職	152人
その他	16人
未記入	9人
計	564人

職業



2 長門市の観光資源について

問6-1 あなたが誇りに思う長門市の観光資源は何ですか？（複数回答あり）

1	長門湯本温泉	370	65.6%
2	千畳敷	351	62.2%
3	金子みすゞ記念館	328	58.2%
4	大寧寺	326	57.8%
5	俵山温泉	314	55.7%
6	棚田	302	53.5%
7	青海島観光汽船	255	45.2%
8	香月泰男美術館	241	42.7%
9	龍宮の潮吹き	209	37.1%
10	俵山しゃくなげ園	168	29.8%
11	楊貴妃の里	156	27.7%
12	湯免温泉	153	27.1%
13	赤崎神社楽々敷	152	27.0%
14	漁火	150	26.6%
15	油谷湾温泉	136	24.1%
16	ホテル	126	22.3%
17	黄波戸温泉	123	21.8%
18	青海島自然研究路	122	21.6%
19	くじら資料館	120	21.3%
20	二位ノ浜海水浴場	113	20.0%
21	妙見山展望公園	113	20.0%
22	鯨墓	112	19.9%
23	村田清風記念館	111	19.7%
24	みすゞ通り	104	18.4%
25	大浜海水浴場	100	17.7%
26	村田清風旧宅	100	17.7%
27	只の浜海水浴場	94	16.7%
28	青海島海水浴場	94	16.7%
29	俵山麻羅観音	93	16.5%
30	熊野山公園	86	15.2%

31	萩焼深川窯跡群	77	13.7%
32	みすゞ公園	72	12.8%
33	みすゞ潮彩号	66	11.7%
34	音信川河川公園	65	11.5%
35	立石観音	63	11.2%
36	二尊院	62	11.0%
37	青海島キャンプ村	61	10.8%
38	花尾山	57	10.1%
39	YYビーチ	56	9.9%
40	青海島高山キャンプ場	53	9.4%
41	伊上海浜公園オートキャンプ場	53	9.4%
42	俵島	51	9.0%
43	七重川河川公園	51	9.0%
44	花津浦	49	8.7%
45	王子山公園	48	8.5%
46	波の橋立	47	8.3%
47	弁天島	44	7.8%
48	青海湖	43	7.6%
49	菅無田公園	40	7.1%
50	八坂神社	40	7.1%
51	向徳禅寺	39	6.9%
52	美術館のハーブ園	34	6.0%
53	能満寺	32	5.7%
54	七段の滝	29	5.1%
55	早川家住宅	25	4.4%
56	松島キャンプ場	22	3.9%
57	野波瀬釣りデッキ	20	3.5%
58	千代の滝	18	3.2%
59	その他	5	0.9%

問6-2 観光資源のうち、あなたが知らないものは何ですか？（複数回答あり）

1	菅無田公園	238	42.2%
2	向徳禅寺	216	38.3%
3	千代の滝	206	36.5%
4	七段の滝	199	35.3%
5	能満寺	196	34.8%
6	早川家住宅	181	32.1%
7	野波瀬釣りデッキ	174	30.9%
8	花津浦	159	28.2%
9	二尊院	157	27.8%
10	松島キャンプ場	154	27.3%
11	俵島	142	25.2%
12	七重川河川公園	133	23.6%
13	波の橋立	126	22.3%
14	萩焼深川窯跡群	110	19.5%
15	美術館のハーブ園	108	19.1%
16	弁天島	88	15.6%
17	熊野山公園	87	15.4%
18	伊上海浜公園オートキャンプ場	85	15.1%
19	YYビーチ	82	14.5%
20	花尾山	76	13.5%
21	王子山公園	71	12.6%
22	八坂神社	70	12.4%
23	漁火	66	11.7%
24	青海島高山キャンプ場	62	11.0%
25	立石観音	58	10.3%
26	大浜海水浴場	57	10.1%
27	みすゞ潮彩号	53	9.4%
28	俵山しゃくなげ園	51	9.0%
29	青海湖	49	8.7%
30	音信川河川公園	48	8.5%

31	妙見山展望公園	44	7.8%
32	青海島キャンプ村	40	7.1%
33	鯨墓	36	6.4%
34	俵山麻羅観音	31	5.5%
35	村田清風旧宅	30	5.3%
36	村田清風記念館	29	5.1%
37	ホテル	28	5.0%
38	青海島自然研究路	24	4.3%
39	青海島海水浴場	24	4.3%
40	みすゞ公園	23	4.1%
41	くじら資料館	22	3.9%
42	二位ノ浜海水浴場	21	3.7%
43	赤崎神社楽棧敷	21	3.7%
44	龍宮の潮吹き	20	3.5%
45	みすゞ通り	14	2.5%
46	楊貴妃の里	13	2.3%
47	香月泰男美術館	10	1.8%
48	油谷湾温泉	7	1.2%
49	棚田	7	1.2%
50	只の浜海水浴場	7	1.2%
51	金子みすゞ記念館	6	1.1%
52	湯免温泉	5	0.9%
53	俵山温泉	4	0.7%
54	千畳敷	3	0.5%
55	青海島観光汽船	3	0.5%
56	大寧寺	2	0.4%
57	長門湯本温泉	1	0.2%
58	黄波戸温泉	1	0.2%
59	その他	0	0.0%

問7 あなたがおすすめる有名ではないが自慢できる穴場スポットを教えてください

(回答 抜粋)

名称・内容	おすすめポイント
(二尊院口～白木)県道357号線(白木～道手バス停間)	晴れの日に対岸から角島大橋が見える
青海島	高山から見る長門市内の夜景、青海湖の近くから見る長門
赤崎まつり	伝統芸能としてもっとアピールした方がいい
飯森山	長門が一望できる
泉川源流	ととの里に行く途中の道沿いの小川
一位ヶ岳	眺めが最高
岩穴鬼右衛門(国近久介)の岩穴	地域の人々のために貢献した老人の努力を広く知ってほしい
通くじら祭	古式捕鯨の再現
狩音ダム	ホタルが飛び交う
川尻の棚田	音響がとても気持ちがいい
川尻の夕日	東後畑が有名だが川尻もきれい
浄善寺(東深川)	真言宗のお寺に幾体もの石仏がある
専修寺(東深川)	境内の松は樹齢300年を超える
滝坂神楽	昔は各地にあったであろう神楽がここだけに伝承されている
只の浜の挂化木化石	干潮になると岩場の先に電柱のような挂化木がみられる
田屋六地蔵のまつり	地元の人が出す格安の店
千代の滝の蜚	幻想的な光景で初めて見たときは、本当に感動した
油谷長久の三日祭り	大きな一升寿司(角寿司)を作り、飲食する
日置小学校の天文台	星空教室が年10回程度開催される
湯免ダム	桜や紅葉の頃がおすすめ
油谷大橋	油谷大橋から見ると、海に沈んでゆく夕日がとてもきれい
ルネッサ公園	遊具の多さと公園の広さ

問8 あなたがおすすめる長門の農水産物や食、郷土料理はありますか

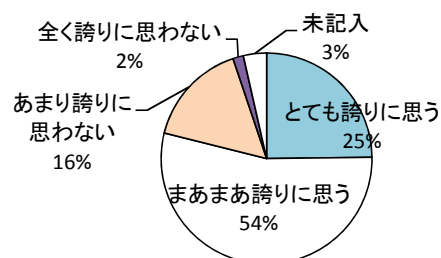
(回答 抜粋)

名称・内容	おすすめポイント
青のり	あぶって、もんで、お醤油をかけると最高に美味
いとこ煮	しいたけのだし汁で小豆を煮た団子汁
うに	海鮮丼などがもっとどこでも食べられるようにしてほしい
かまぼこ	日本一おいしいと思う
かまぼこやちくわ等	瀬戸内の物とは味が違いおいしいと思う
さざえご飯	さざえ、油揚げを炊込み、食べる前に切ったわかめを入れる
地元で採れた干しわかめ	変な薬品を使ってないので自然そのままとてもおいしい
シラスの釜揚げ	あつあつごはんのにのせると最高
白おくら	くせもなく、調理しやすい
鯛寿司	鯛・人参等を材料にして来客の時、作る。県外の客等に珍しがられ喜ばれる
棚田米	甘みがあっておいしい
たまげなす	大きい割りに味が良い
俵山の手打ちそば	自然薯入りのそばは大変おいしい
ちしやなま酢	酢味噌で和えたもの
つみれ汁	鰯や鰯のすり身の団子と野菜も入れる
東坊の青海苔	風味がよく色もよい
のっぺい汁	野菜をいろいろ煮る
はなっこりー	いろいろな料理が可能
日置農高売店	米粉パン、ベーコン
日置すいか	甘くておいしい
三隅川河口	3月～4月に青ノリ(あおさ)取り
めだい	脂がのっておいしい
ゆずきち	ゆずきちとゆずきちを使った食品類(リキュール・ケーキなど)
ゆずきちドレッシング	やさしい味、香り
湯引(ふか)	酢味噌を加えたタレがさっぱりとしておいしい
わかめむすび	乾燥したわかめで作ったおむすび

問9 あなたがおすすめる宿泊施設はありますか(省略)

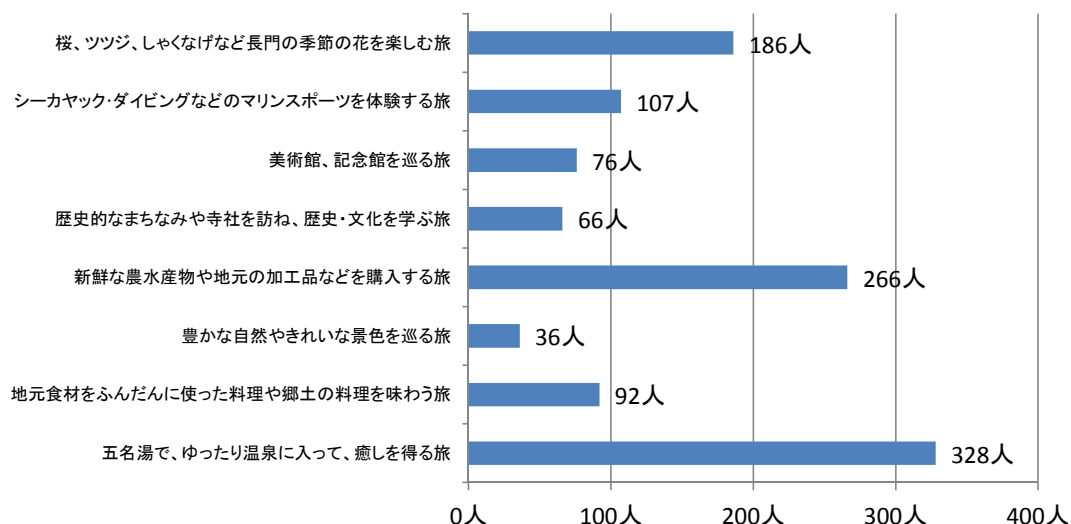
問10 あなたは、たくさんの観光資源を持つ長門市を誇りに思いますか？

とても誇りに思う	140人
まあまあ誇りに思う	305人
あまり誇りに思わない	90人
全く誇りに思わない	9人
未記入	20人
計	564人



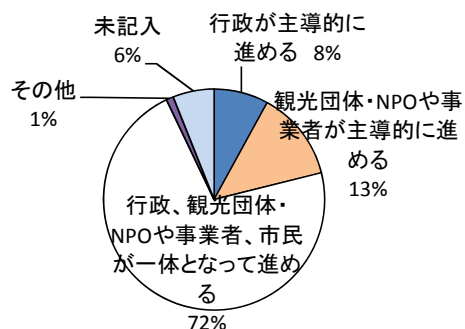
3 長門市の今後の観光振興について

問11 長門市の観光資源を満喫してもらうために、来訪者にどのような旅を提供したらよいと思いますか？（複数回答あり）



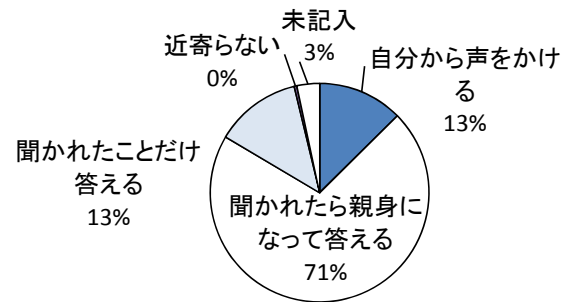
問12 観光振興をどのような体制で進めるべきだと思いますか？

行政が主導的に進める	45人
観光団体・NPOや事業者が主導的に進める	74人
行政、観光団体・NPOや事業者、市民が一体となって進める	405人
その他	6人
未記入	34人
計	564人



問13 困っている観光客に出会ったらどのように対処していますか？

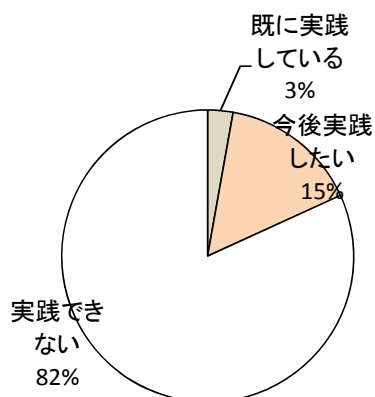
自分から声をかける	71人
聞かれたら親身になって答える	400人
聞かれたことだけ答える	72人
近寄らない	2人
未記入	19人
計	564人



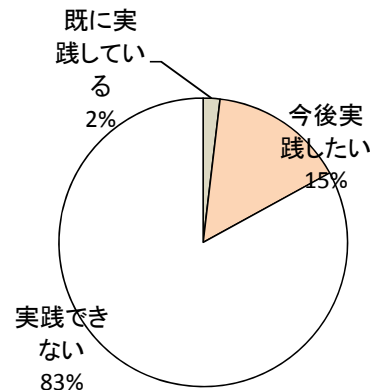
問14 あなたは市民としてどのような形で長門市の観光振興にかかわることができますか？

観光振興へのかかわり方	既に実践している	今後実践したい	実践できない
農林漁業等の体験交流の受け入れ	12人	66人	351人
民宿・ホームステイの受け入れ	8人	65人	356人
観光ガイドやボランティアに登録する	5人	107人	314人
地域の美化活動に参加する	102人	242人	102人
観光振興やまちづくりのイベントの手伝いをする	42人	208人	180人
観光振興やまちづくりについて考える場に参加する	15人	176人	227人
個人のホームページやブログで長門市の魅力を発信する	11人	92人	318人
市外、県外の友人、知人へ長門市の魅力を紹介する	121人	239人	94人
来訪者をおもてなしの心で迎える	86人	250人	96人

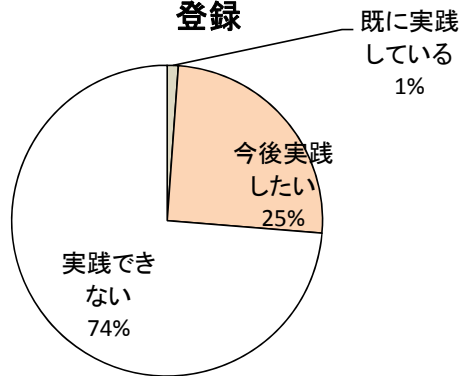
体験交流の受入



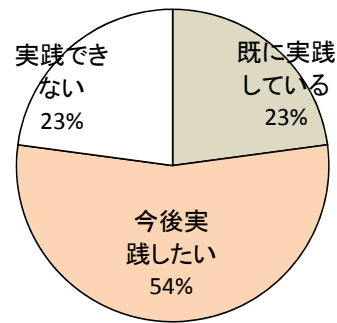
民泊・ホームステイの受入



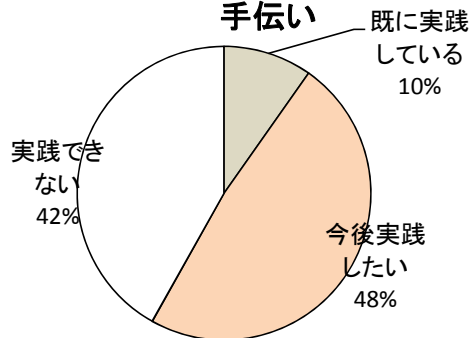
観光ガイド・ボランティアガイドに
登録



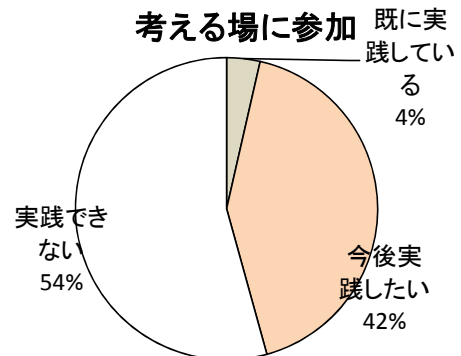
地域の美化活動に参加する



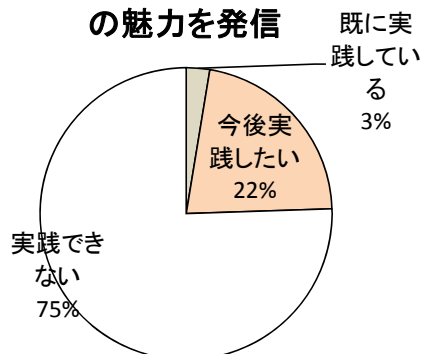
観光振興やまちづくりのイベントの
手伝い



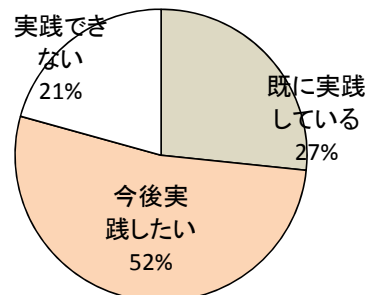
観光振興やまちづくりについて
考える場に参加



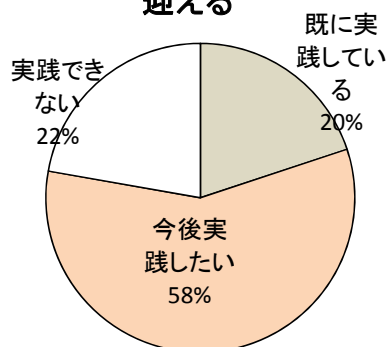
ホームページやブログで長門市
の魅力を発信



市外、県外の友人、知人へ
長門市の魅力を紹介



来訪者をおもてなしの心で
迎える



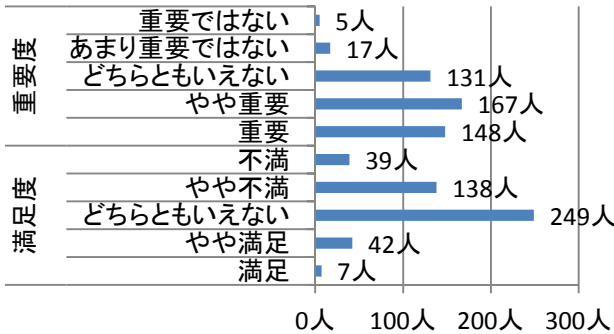
問15 県外から多くの人に参加してもらうスポーツイベント等を長門で開催するとしたら？

マリンスポーツ	37人
駅伝・マラソン大会	26人
トライアスロン	26人
ラグビー・タグラグビー	24人
グランドゴルフ・ゲートボール・ゴルフ(五名湯とゴルフ場をパック)	21人
マウンテンバイク・サイクリング(観光をかねて)	19人
サッカー・フットサル(有名人の指導など)	18人
魚釣り大会・フィッシングスクール・魚のつかみ取り	13人
バレー・ソフトバレー・ビーチバレー	13人
ウォーキング大会(ウォークラリー)	12人
シーカヤック	11人
野球・ソフトボール	10人
卓球・湯けむりピンポン	5人
ヨットレース	5人
ルネッサながとを活用したスポーツ(スポ少バレーの県大会の招致・実業団など)	5人

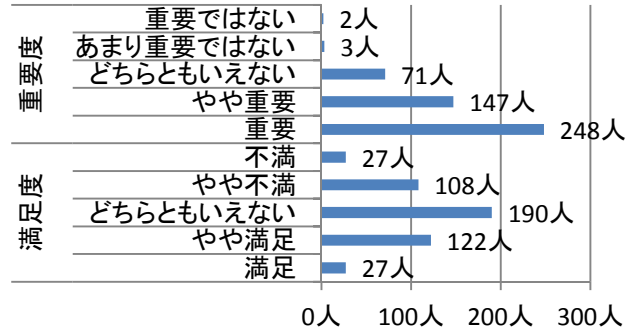
音楽ライブ	4人
ダイビング	4人
ロードレース	4人
相撲(赤崎山など)	4人
テニス	4人
ボート競技(和艇競走)	3人
スポーツ全般	3人
綱引き	3人
俵山温泉と連携し、俵山多目的交流広場を活用するスポーツなどの催し	3人
空手	2人
B級グルメグランプリ(イベント)	2人
老若男女誰でも出来るスポーツ	2人
ウィンドサーフィン	2人
スポーツチャンバラ	2人
パラグライダー	2人

問16 下記の項目について、「満足度」「重要度」を選んでください

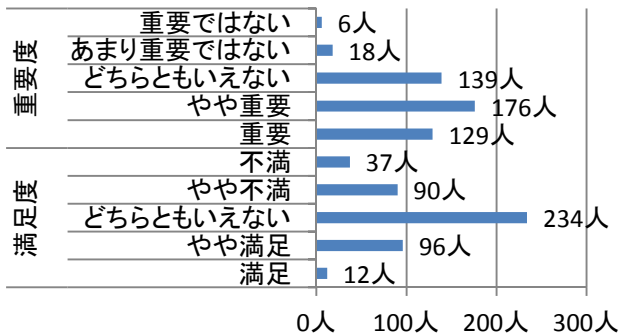
体験型観光の推進



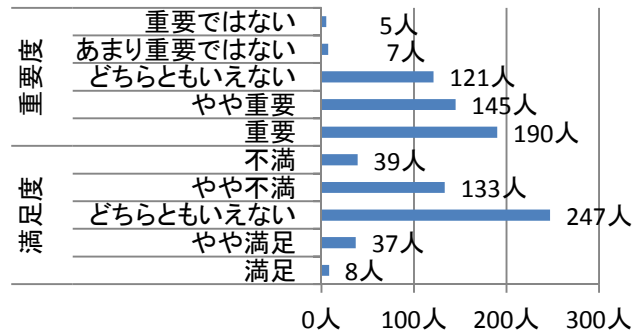
温泉などの滞在型観光の推進



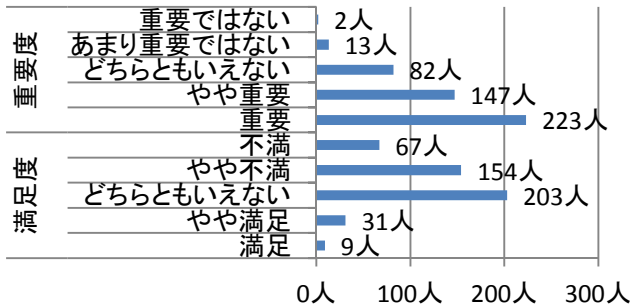
イベント・祭りなど反復型観光の推進



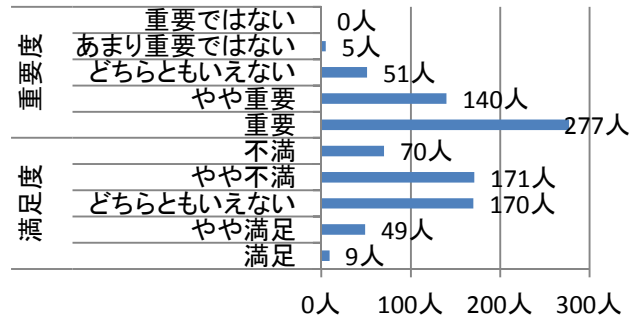
多様な観光主体のネットワーク



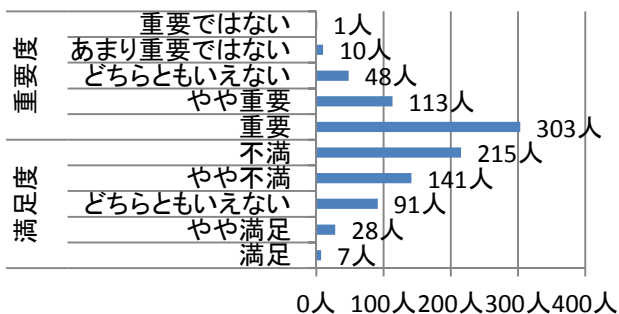
観光の人材や組織の育成



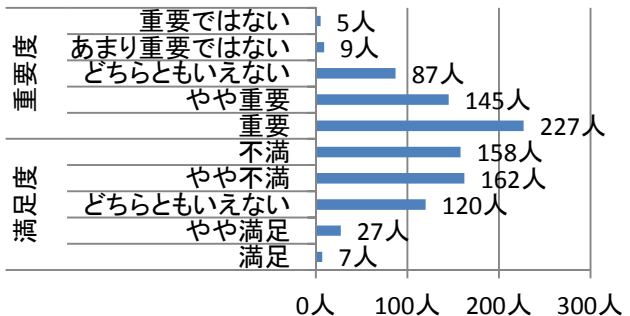
積極的な情報発信



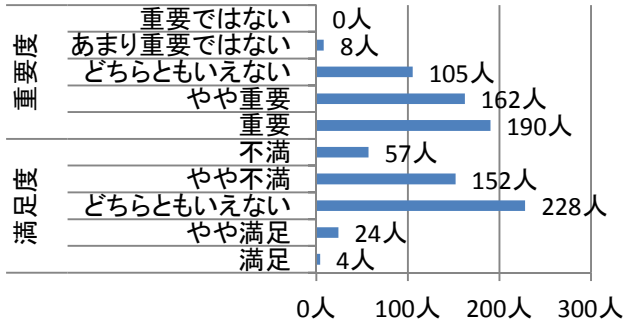
二次交通対策



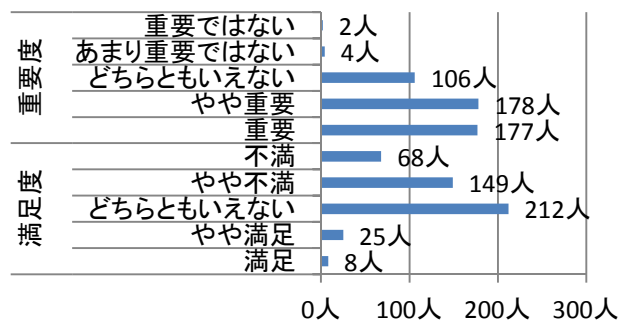
市内を巡る公共交通機関の充実



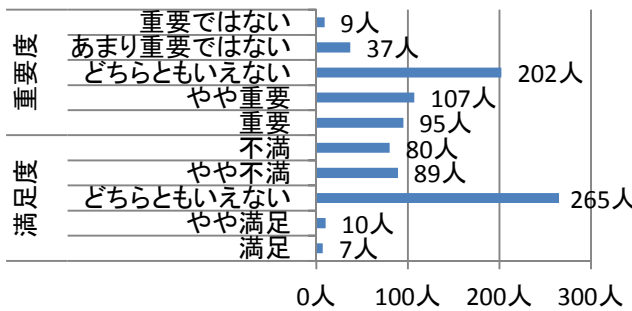
広域観光の充実



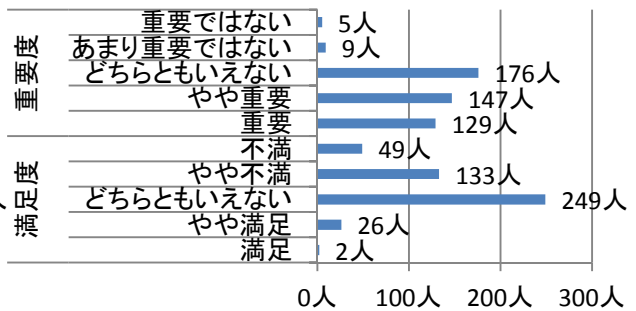
観光客を案内、誘導する仕組み



国際観光の取組



市民が観光に参画できる仕組みづくり



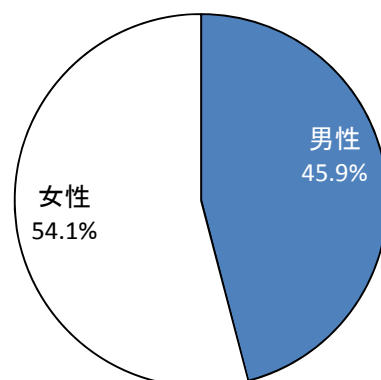
5 県外者のアンケート調査結果

平成22年9月実施 関東、中部、近畿、中国、九州地方の在住者1,030人を対象

1 あなた(回答者)ご自身について

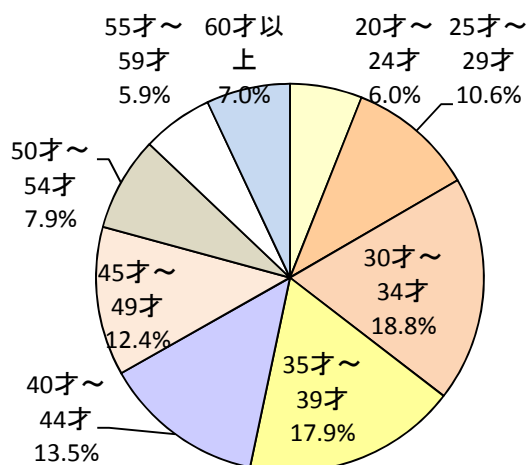
問1 あなたの性別は？

男性	473人
女性	557人
計	1,030人



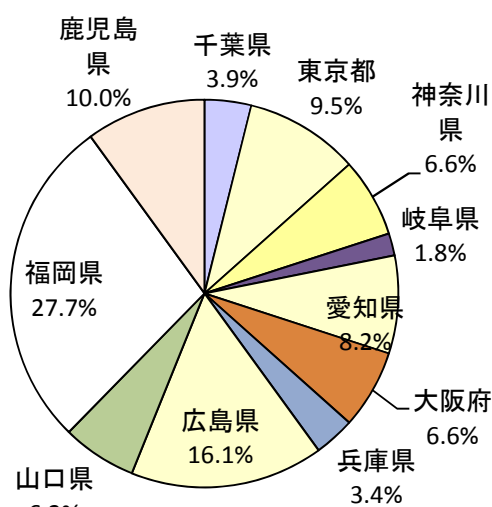
問2 あなたの年齢は？

20才～24才	62人
25才～29才	109人
30才～34才	194人
35才～39才	184人
40才～44才	139人
45才～49才	128人
50才～54才	81人
55才～59才	61人
60才以上	72人
計	1,030人



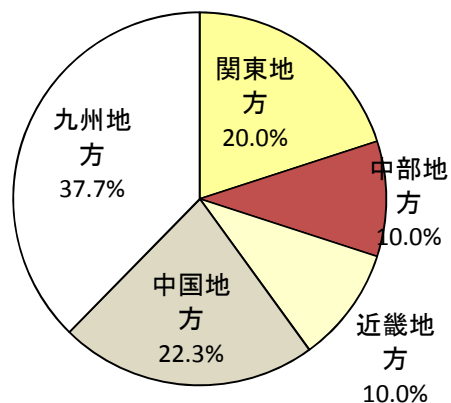
問3 あなたのお住まいの県はどこですか？

千葉県	40人
東京都	98人
神奈川県	68人
岐阜県	19人
愛知県	84人
大阪府	68人
兵庫県	35人
広島県	166人
山口県	64人
福岡県	285人
鹿児島県	103人
計	1,030人



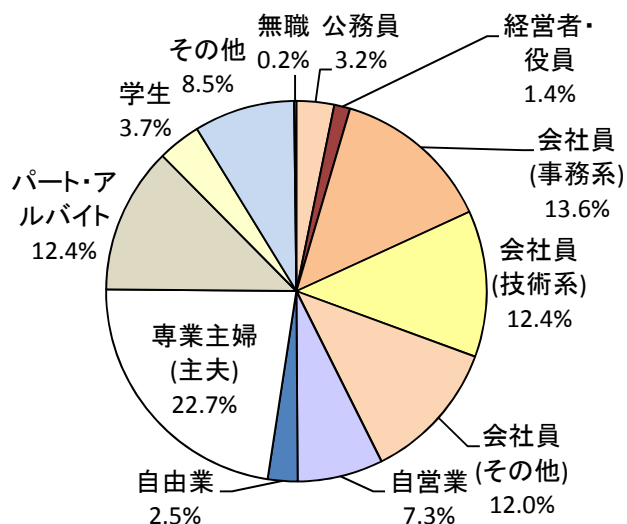
問4 あなたがお住まいの県を地方で表わすと？

関東地方	206人
中部地方	103人
近畿地方	103人
中国地方	230人
九州地方	388人
計	1,030人



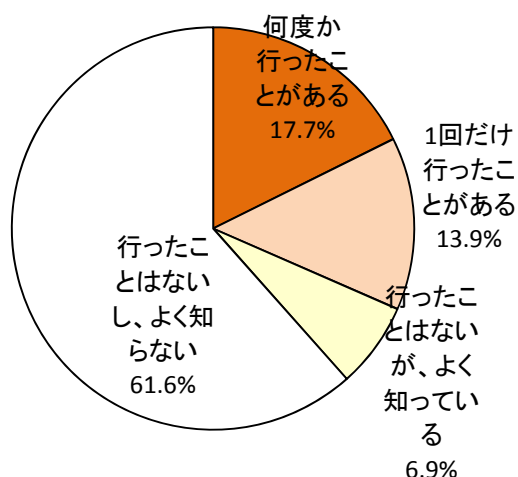
問5 あなたの職業は？

公務員	33人
経営者・役員	14人
会社員(事務系)	140人
会社員(技術系)	128人
会社員(その他)	124人
自営業	75人
自由業	26人
専業主婦(主夫)	234人
パート・アルバイト	128人
学生	38人
その他	88人
無職	2人
計	1,030人



問6 あなたは山口県長門市をご存知ですか？また、知っている方は、旅行で訪れたことがありますか？

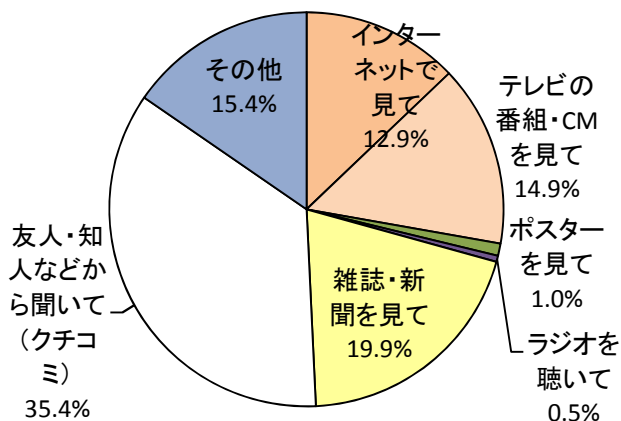
何度か行ったことがある	182人
1回だけ行ったことがある	143人
行ったことはないが、よく知っている	71人
行ったことはないし、よく知らない	634人
計	1,030人



問7 長門市を知っている方に聞きます。

長門市に関する情報に関して、どのメディアから知りましたか？（単一回答）

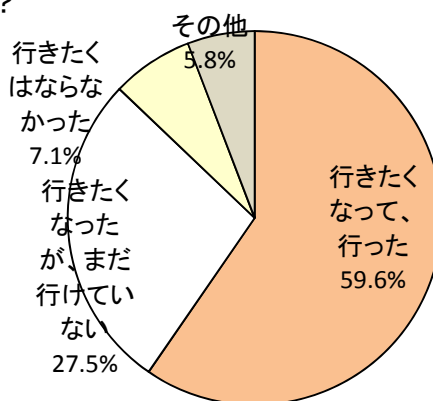
インターネットで見て	51人
テレビの番組・CMを見て	59人
ポスターを見て	4人
ラジオを聴いて	2人
雑誌・新聞を見て	79人
友人・知人などから聞いて（クチコミ）	140人
その他	61人
計	396人



問8 問7でお答えになった方にお聞きします。

情報を見て、長門市には行きたくなりましたか？

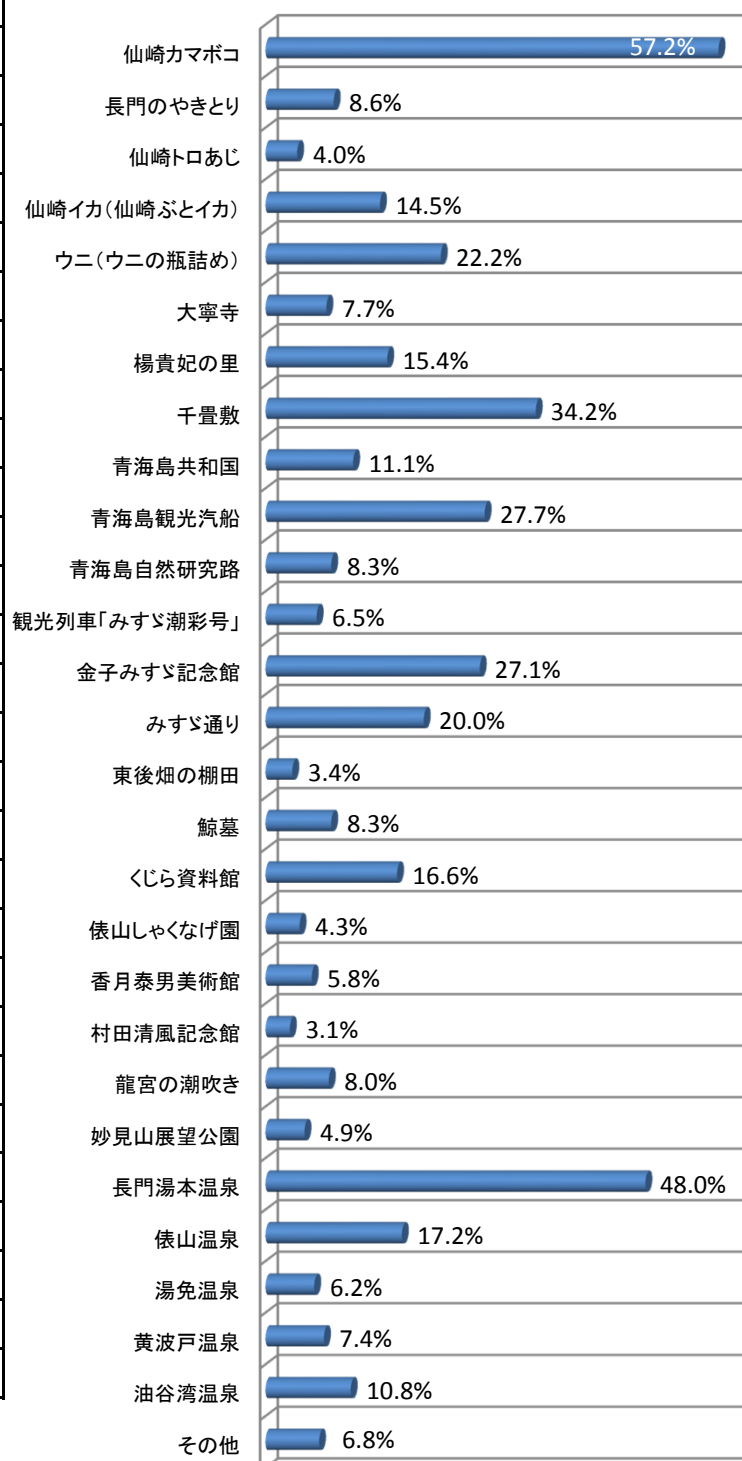
行きたくなって、行った	236人
行きたくなったが、まだ行けていない	109人
行きたくはならなかった	28人
その他	23人
計	396人



問9 長門市に行ったことのある方にお聞きします。

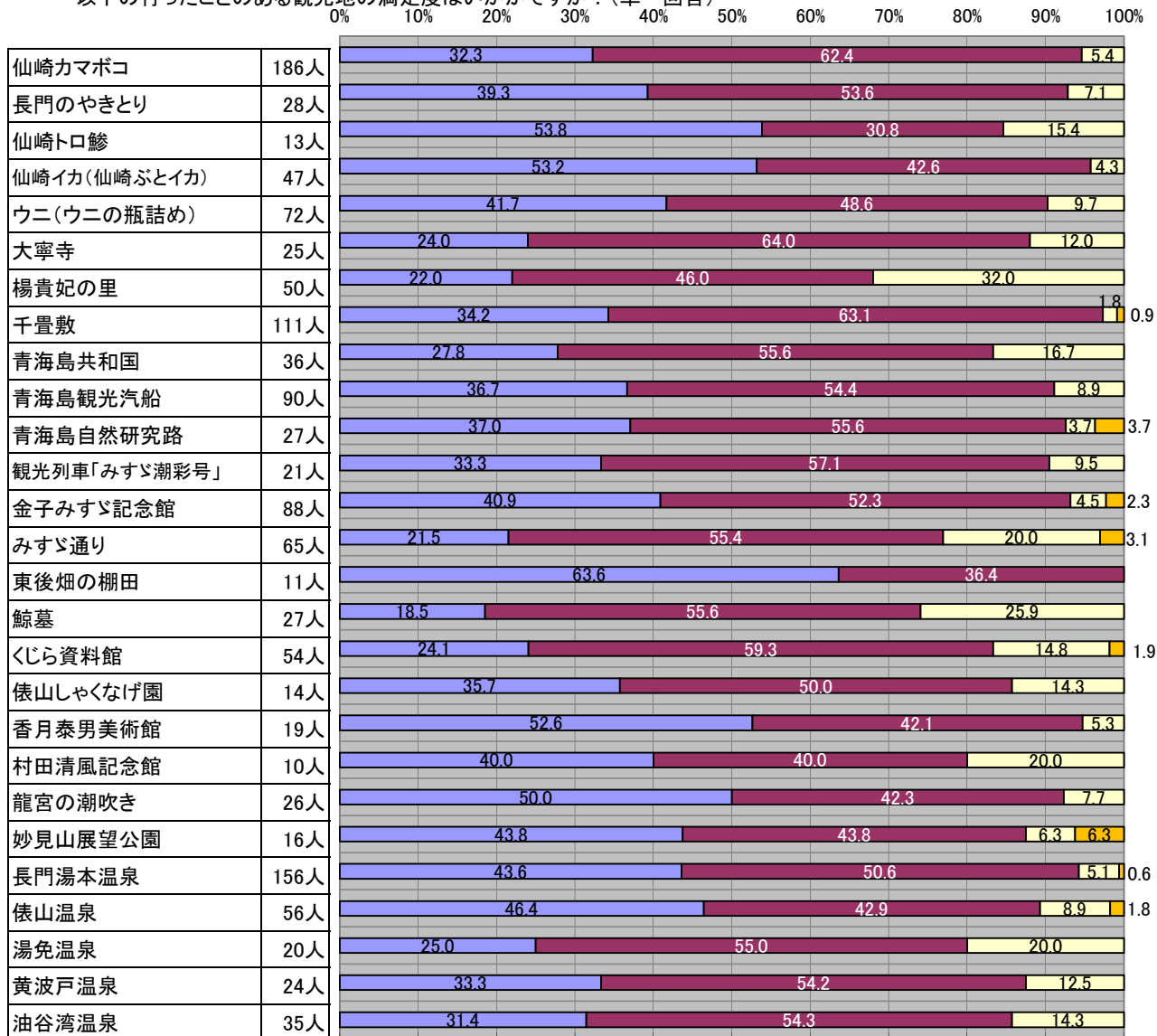
食べたことのあるグルメ、または行ったことのある観光地を選んで下さい。(複数回答)
(%)

仙崎カマボコ	186人
長門のやきとり	28人
仙崎トロあじ	13人
仙崎イカ(仙崎ぶとイカ)	47人
ウニ(ウニの瓶詰め)	72人
大寧寺	25人
楊貴妃の里	50人
千畳敷	111人
青海島共和国	36人
青海島観光汽船	90人
青海島自然研究路	27人
観光列車「みすゞ潮彩号」	21人
金子みすゞ記念館	88人
みすゞ通り	65人
東後畑の棚田	11人
鯨墓	27人
くじら資料館	54人
俵山しゃくなげ園	14人
香月泰男美術館	19人
村田清風記念館	10人
龍宮の潮吹き	26人
妙見山展望公園	16人
長門湯本温泉	156人
俵山温泉	56人
湯免温泉	20人
黄波戸温泉	24人
油谷湾温泉	35人
その他	22人
回答者計	325人



問10 長門市に行ったことのある方にお聞きします。

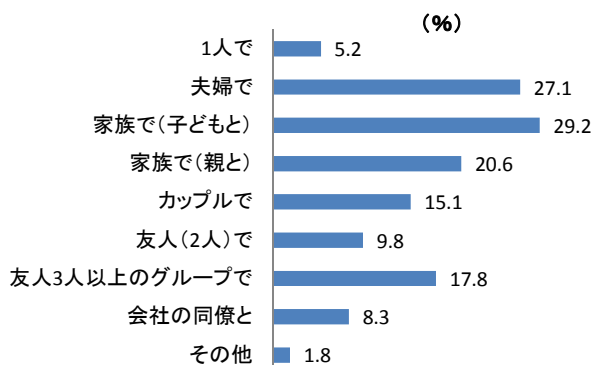
以下の行ったことのある観光地の満足度はいかがですか？（単一回答）



□とても満足した ■まあ満足した □あまり満足しなかった ■まったく満足しなかった

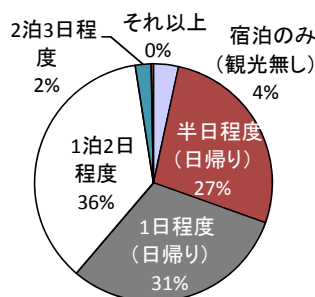
問11 長門市に行ったことのある方にお聞きします。
 長門市に行った際、同行者はいましたか？
 ※複数訪問されたことのある方は同行したことがある方全てをお選びください。

1人で	17人
夫婦で	88人
家族で(子どもと)	95人
家族で(親と)	67人
カップルで	49人
友人(2人)で	32人
友人3人以上のグループで	58人
会社の同僚と	27人
その他	6人
回答者計	325人

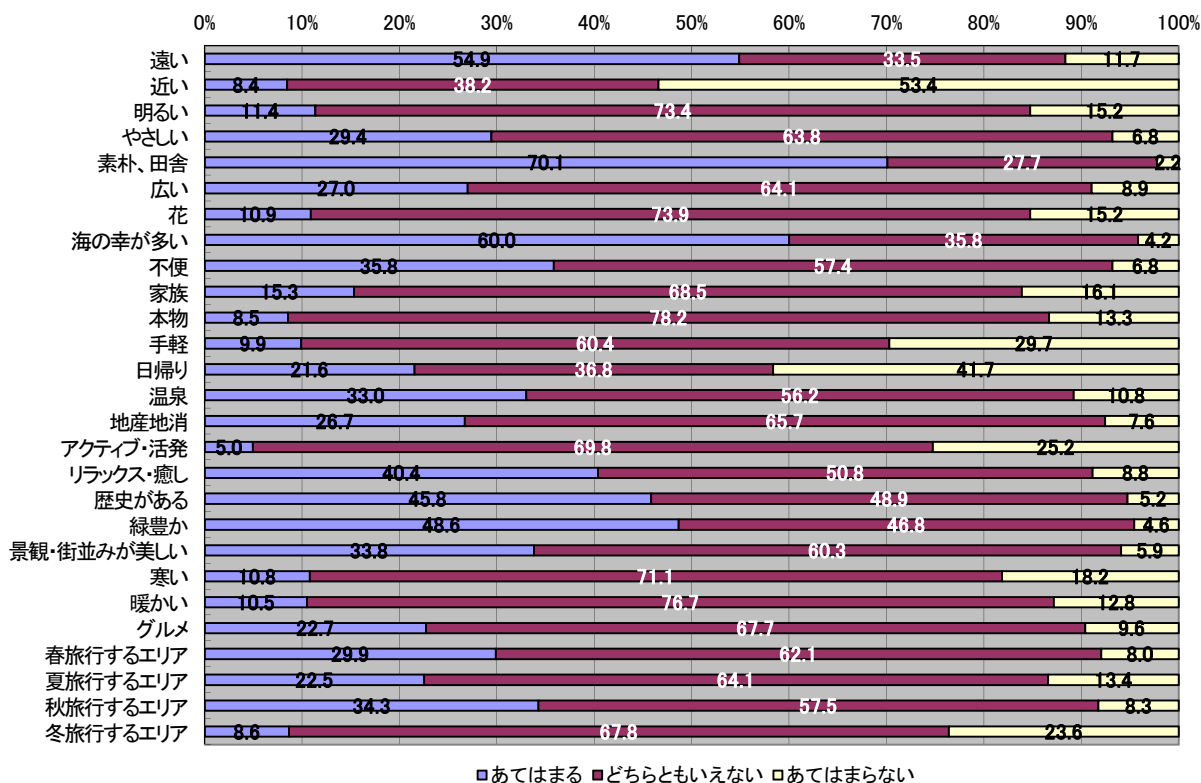


問12 長門市に行ったことのある方にお聞きします。
 長門市に行った時の観光滞在時間はどれくらいでしたか？
 ※複数回訪問されたことのある方は最も頻度の高い滞在時間を教えてください。

宿泊のみ(観光無し)	11人
半日程度(日帰り)	88人
1日程度(日帰り)	100人
1泊2日程度	118人
2泊3日程度	7人
それ以上	1人
回答者計	325人

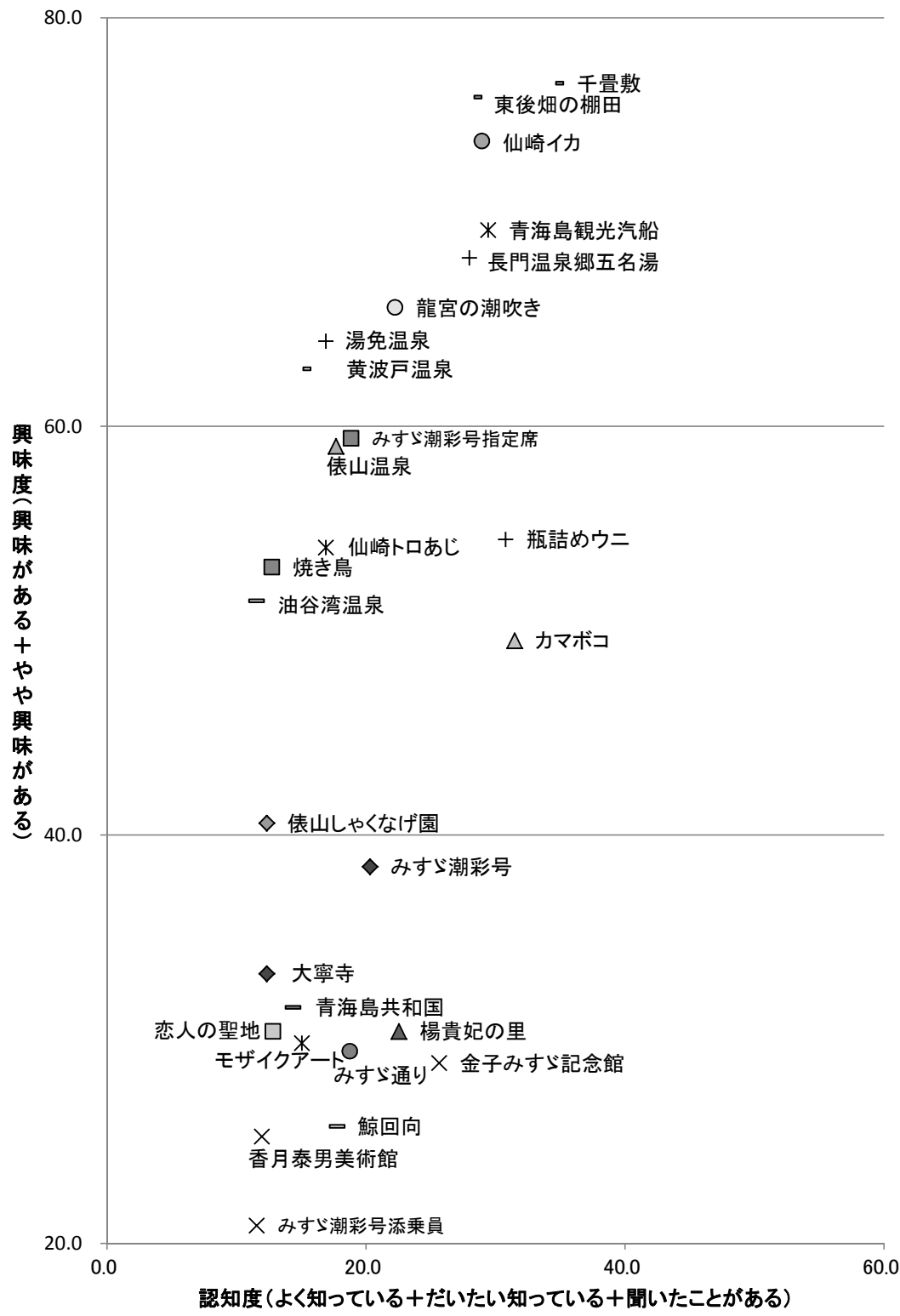


問13 長門市のイメージで当てはまるワードをお選びください。
 ※行ったことのない方もイメージで結構ですからお答えください。



問14 長門市に関して以下の事をご存知ですか？
 問15 長門市に関して以下の事への興味度をお聞かせ下さい。
 （観光地を紹介し、興味があるか尋ねた）

観光地別 認知度×興味度

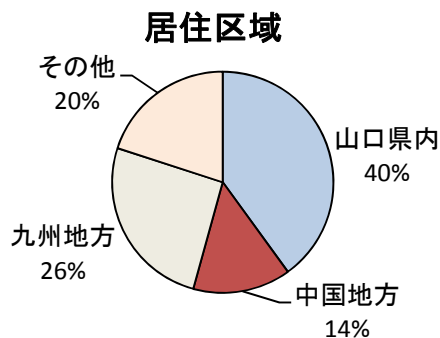


6 なかと“やさしさ”指数に関するアンケート調査結果

平成22年11月実施 観光客、宿泊客を対象 回答者数350人

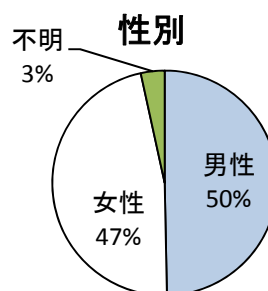
居住地域

山口県内	140
中国地方	50
九州地方	90
その他	70
計	350



性別

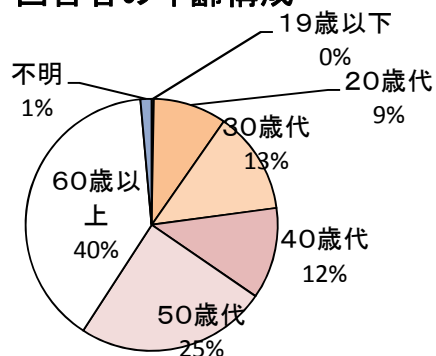
男性	174
女性	164
不明	12
計	350



年齢

19歳以下	1
20歳代	33
30歳代	46
40歳代	41
50歳代	86
60歳以上	138
不明	5
計	350

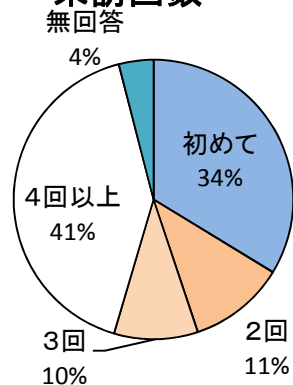
回答者の年齢構成



来訪回数

初めて	118
2回	39
3回	34
4回以上	145
無回答	14
計	350

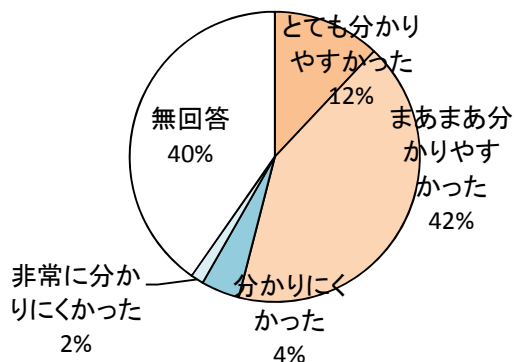
来訪回数



問1 観光情報

とても分かりやすかった	42
まあまあ分かりやすかった	147
分かりにくかった	15
非常に分かりにくかった	5
無回答	141
計	350

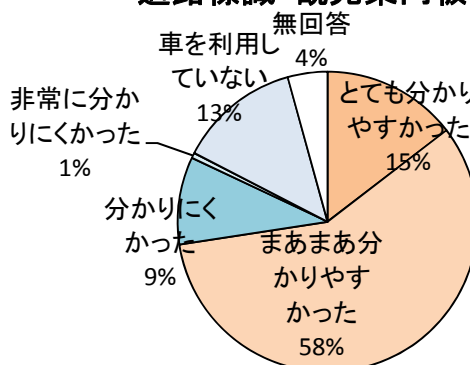
観光情報



問2 道路標識・観光案内板

とても分かりやすかった	51
まあまあ分かりやすかった	203
分かりにくかった	33
非常に分かりにくかった	2
車を利用していない	46
無回答	15
計	350

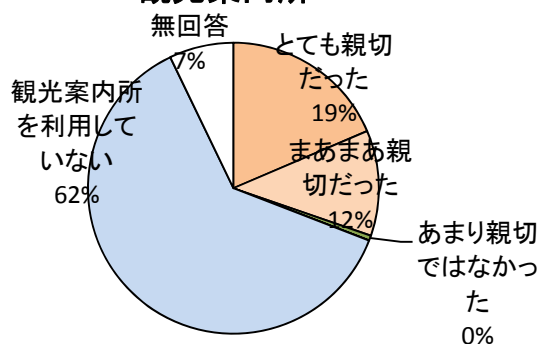
道路標識・観光案内板



問3 観光案内所

とても親切だった	65
まあまあ親切だった	41
あまり親切ではなかった	2
不親切だった	0
観光案内所を利用していない	217
無回答	25
計	350

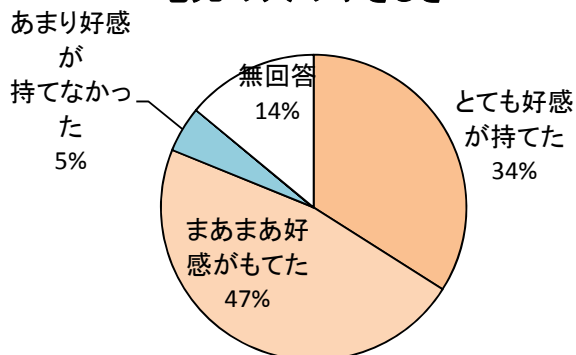
観光案内所



問4 地元の人のやさしさ

とても好感が持てた	119
まあまあ好感がもてた	165
あまり好感が持てなかった	17
閉鎖的だった	0
無回答	49
計	350

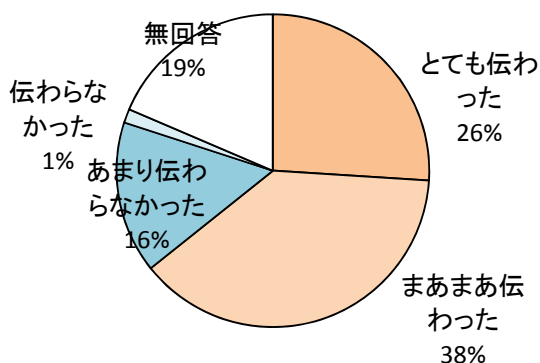
地元の人のやさしさ



問5 長門ならではの食

とても伝わった	91
まあまあ伝わった	134
あまり伝わらなかった	55
伝わらなかった	5
無回答	65
計	350

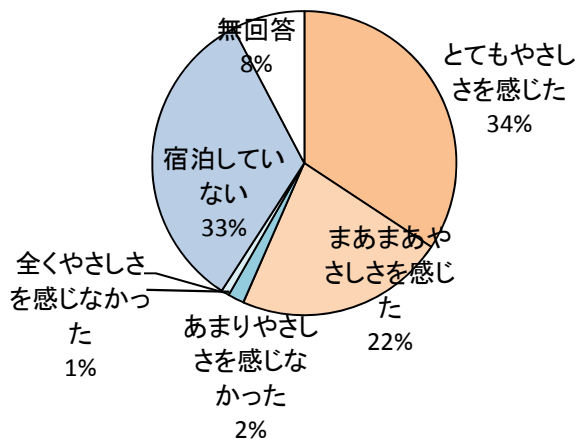
食のやさしさ



問6 宿泊施設

とてもやさしさを感じた	120
まあまあやさしさを感じた	78
あまりやさしさを感じなかった	6
全くやさしさを感じなかった	3
宿泊していない	116
無回答	27
計	350

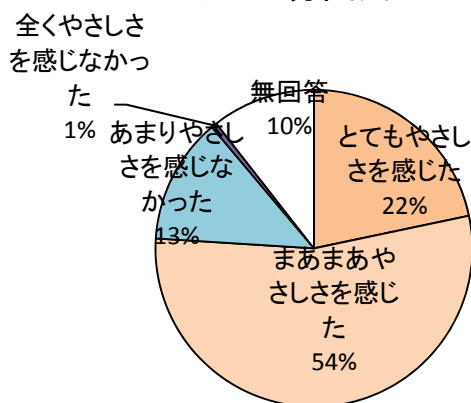
宿泊施設のやさしさ



問7 まちの雰囲気

とてもやさしさを感じた	76
まあまあやさしさを感じた	190
あまりやさしさを感じなかった	45
全くやさしさを感じなかった	2
無回答	37
計	350

まちの雰囲気



7 「ながと」やさしさ」指数について

「ながと」やさしさ」指数」は、『日本の心「やさしさ」を奏でるまち』を目指す長門が独自に設けた指標です。

観光情報、道路標識・観光案内板、観光案内所、地元の人への対応、長門市の食、宿泊施設、まちの雰囲気等の7項目における「やさしさ」を、「やさしさ係数」と「優先度係数」を用いて算出し、その合計点を「ながと」やさしさ」指数」とし、最高点は100点となります。

問1 観光情報

	やさしさ係数	ポイント	
とても分かりやすかった	42 人 × 1	= 42	
まあまあ分かりやすかった	147 人 × 0	= 0	
分かりにくかった	15 人 × -0.5	= -7.5	
非常に分かりにくかった	5 人 × -1	= -5	
計	209 人	計 29.5	

$$\frac{\text{回答数合計}}{209} = 0.14 \times \text{優先度係数 } 10 = 1.4$$

問2 道路標識・観光案内板

	やさしさ係数	ポイント	
とても分かりやすかった	51 人 × 1	= 51	
まあまあ分かりやすかった	203 人 × 0	= 0	
分かりにくかった	33 人 × -0.5	= -17	
非常に分かりにくかった	2 人 × -1	= -2	
計	289 人	計 32.5	

$$\frac{\text{回答数合計}}{289} = 0.11 \times \text{優先度係数 } 10 = 1.1$$

問3 観光案内所

	やさしさ係数	ポイント	
とても親切だった	65 人 × 1	= 65	
まあまあ親切だった	41 人 × 0	= 0	
あまり親切ではなかった	2 人 × -0.5	= -1	
不親切だった	0 人 × -1	= 0	
計	108 人	計 64	

$$\frac{\text{回答数合計}}{108} = 0.59 \times \text{優先度係数 } 15 = 8.9$$

問4 地元の人

	やさしさ係数	ポイント	
とても好感が持てた	119 人 × 1	= 119	
まあまあ好感がもてた	165 人 × 0	= 0	
あまり好感が持てなかった	17 人 × -0.5	= -8.5	
閉鎖的だった	0 人 × -1	= 0	
計	301 人	計 111	

$$\frac{\text{回答数合計}}{301} = 0.37 \times \text{優先度係数 } 10 = 3.7$$

問5 長門ならではの食

	やさしさ係数	ポイント	
とても伝わった	91 人 × 1	= 91	
まあまあ伝わった	134 人 × 0	= 0	
あまり伝わらなかった	55 人 × -0.5	= -28	
伝わらなかった	5 人 × -1	= -5	
計	285 人	計 58.5	

$$\frac{\text{回答数合計}}{285} = 0.21 \times \text{優先度係数 } 20 = 4.1$$

問6 宿泊施設

	やさしさ係数	ポイント	
とてもやさしさを感じた	120 人 × 1	= 120	
まあまあやさしさを感じた	78 人 × 0	= 0	
あまりやさしさを感じなかった	6 人 × -0.5	= -3	
全くやさしさを感じなかった	3 人 × -1	= -3	
計	207 人	計 114	

$$\frac{\text{回答数合計}}{207} = 0.55 \times \text{優先度係数 } 20 = 11.0$$

問7 まちの雰囲気

	やさしさ係数	ポイント	
とてもやさしさを感じた	76 人 × 1	= 76	
まあまあやさしさを感じた	190 人 × 0	= 0	
あまりやさしさを感じなかった	45 人 × -0.5	= -23	
全くやさしさを感じなかった	2 人 × -1	= -2	
計	313 人	計 51.5	

$$\frac{\text{回答数合計}}{313} = 0.16 \times \text{優先度係数 } 15 = 2.5$$

H22やさしさ指数 計 32.7

8「長門市観光基本計画骨子案」に対するパブリックコメント

■意見募集期間 平成22年11月1日（月）～11月30日（火）

■意見の件数 7名 14件

■意見の概要と市の考え方

【進行管理に関するもの】 1件

No.	意見の概要	市の考え方
1	計画書に沿った結果を導くために、今現在実行可能な行動計画を立て、即行動に移すことができなければ、「PDCA」は回らないと思う。	行政においては、行動計画に基づく予算編成を行うとともに、観光基本計画の普及啓発に努め、団体や事業者、市民の皆さんの行動計画に沿った取組や行動を促進していきます。 また、観光戦略推進会議において、毎年度、進捗状況の把握や成果及び課題の検証などの進行管理を行い、戦略及び行動計画の着実な推進を図ることとしています。

【現状と課題の分析に関するもの】 2件

No.	意見の概要	市の考え方
1	観光資源の表に「長門大津和牛」の表記があるが、平成22年10月24日の「長門ふるさとまつり」でブランド名が発表されているので、「長州ながと和牛」に変えられたい。	御意見のとおり「長州ながと和牛」に修正しました。
2	幅広い項目についてのアンケート調査には感心するが、調査結果に回答者数の記載がなく、データとしての精度に若干の疑問がある。	利用や分析の際に参考にしてもらうため、回答者数についても表記しました。

【基本的な考え方に関するもの】 2件

No.	意見の概要	市の考え方
1	「日本の心『やさしさ』を奏でるまち長門」の理念に賛成。推し進めていただきたい。	骨子案に賛同いただいたものと理解させていただきます。
2	数値目標の「ながと“やさしさ”指数」について、「満足度アップ」、「満足度さらにアップ」と記載されているが、数値目標ならば、具体的な数値が示されるべきだと思う。	御意見のとおり、具体的な数値を示しました。

【戦略、行動計画に関するもの】 9件

No.	意見の概要	市の考え方
1	「やさしさ」について ・高齢者や子供が怪我をしないよう、分かりやすいように配慮が必要。 ・海を見にくるリピーターに、「どうぞここでのんびり海を見てください」と思えるような場所の提供が必要。 ・県外ナンバーの車を煽ったり、散策する観光客にクラクションを鳴らして道を開けさせようとするなどもってのほか。	「やさしさ」を観光によるまちづくりの理念としていところであり、いただいた御意見は、行動計画「おもてなしまちづくり」や戦略「癒しとアメニティ空間の提供」の実施段階において、おおいに参考にさせていただきます。
2	観光資源が多いので、県内外にアピールできるものを精選し、先を見越した戦略を立ててやっていただきたい。 金子みすゞさん、香月泰男画伯は、全国に発信できる文化的資源であるが、これに頼るだけでなく、新たに、近松門左衛門や幻の楊貴妃伝をつくり上げてはどうか。 自然景観では、千畳敷の台地を取り上げることがよいと思う。	「シナリオ化の徹底」や「訴求性の高い情報発信」を戦略として推進することとしており、いただいた御意見については、計画の実施段階において、参考にさせていただきます。
3	明治・大正時代の家や古い様式の建物「古家」が市内にもあるので、「古家を訪ねる」コースを提案する。	長門の魅力を発信する着地型観光商品の一つとして考えられることから、計画の実施段階において、おおいに参考にさせていただきます。
4	長門の名産品として知られるのは、「仙崎かまぼこ」だけ。観光客は、「仙崎の〇〇」、「通の〇〇」、「俵山の〇〇」というイメージで訪れるのではなく、「山口県の長門市」として大雑把に長門市のことを見ている。長門市の内向きブランドではなく、もっと外に発信できる地域ブランド化が必要だと思う。	長門ブランド製品の開発に取り組むこととしており、長門の知名度や認知度を高める上で、地域ブランド化は不可欠であることから、その育成と発信に積極的に取り組むこととしています。
5	行政の予算で造った観光施設等が造って終わりになっているものが見受けられる。建設時の計画に沿い、あるいは、状況変化に応じた活用方法を考えなければ、観光客の目には「廃墟」と映る。 「ひなびた」と「活気がない」は異なり、活気のない観光地にきたい人はいない。	既存の観光施設等の有効活用は、基本的な事項であると考えており、施設の目的や、その後の状況変化、費用対効果を踏まえた上で、長門市のイメージを損なうことがないように、適切な管理や修繕等に努めます。

No.	意見の概要	市の考え方
6	観光活性化は、ビジネスチャンスにつながるものであり、民間の役割が大きいと思うが、長門市の観光協会は、他の地域の観光協会と比べると、活動の姿が見えない。基本計画を身のあるものにするためには、観光協会の強化も必要ではないか。	「中核的観光組織の整備」を具体的な取組として掲げており、長門市観光協会が中核的観光振興組織として、民間の事業者や団体をリードし、コーディネート機能を発揮していくこととしています。
7	萩や下関に比べて、長門市の情報発信は弱いように思える。とにかく、情報発信を強化すること。お金もかかるし、効果も見えにくいとは思いますが、思い切って、継続していくことが必要。	「訴求性の高い情報発信」を戦略として推進することとしており、いただいた御意見については、計画の実施段階において、参考にさせていただきます。
8	組織間の壁の撤廃はもとより、世代間の壁も不要。 民間で言えば、ひとつの長門になった以上たとえ面識のない観光地・事業所であっても、観光客が少しでも長く市内に留まるように誘導しあい、連携する前提で活動（商売）する。 行政では、過去に実施した観光キャンペーンの担当者・責任者が結集すれば、力強い組織になるのではないか。	重点戦略「壁の撤廃」を推進するに当たっては、組織のみならず、地域、業種、世代間の壁を撤廃し、関係者が一枚岩となって観光事業を展開できる「体制づくり」を進めていくこととしており、いただいた御意見については、計画の実施段階において、おおいに参考にさせていただきます。
9	観光が地域の活性化にどうつながるのか、また、私たち市民がどう関わればいいのか、分かりやすい説明が必要。 観光、観光と言われても、今ひとつピンとこない。	観光の意義や効果等の市民への情報発信を積極的に行うこととしており、併せて、観光基本計画の普及啓発に努め、団体や事業者にならず、市民の皆さんの行動計画に沿った取組や行動を促進していきます。

9 用語解説

	用 語	説 明	掲載ページ
ア	アメニティ	生活環境が快適、心地よいこと。	25、31
	インバウンド	観光政策においては、海外からの旅行者のことをいう。	34
	インセンティブ	やる気や意欲を引き出すための刺激策のこと。	30
	駅から観タクン	駅前タクシー乗り場のタクシーを利用して、2時間定額制で観光地を巡る旅行商品。旅行会社や駅のみどりの窓口で販売されており、乗車は予約不要。 長門市では、長門市駅から仙崎・湯本温泉を巡るコースと仙崎・通のくじら資料館・鯨墓を巡る2コースがある。	34
	エコツーリズム	自然環境や歴史文化を対象として、体験し、学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全に責任を持つ観光のありかた。	29
	青海島共和国	平成19年に、閉校となった旧青海島小学校を活用して、都市住民との交流を通じたまちづくりを展開しようと、地元住民により建国された。 校舎内には、民俗資料室、写真展示室、迎賓館、国会議事室などがあり、豊かな自然を活用した魚のさばき方体験などの体験メニューなどを実施している。	12、16、29
	温泉ソムリエ	新潟県の赤倉温泉が2002年11月から認定を始めた資格。現在は、「温泉ソムリエ協会」が運営している。フランス料理のソムリエがワインの専門知識を持つように、温泉の基礎知識を持ち、入浴法のアドバイスができる人を認定する制度。	27
カ	カランころんパスポート	湯本温泉、俵山温泉の宿泊者限定のサンデン交通バスの路線バスの特定区間の乗り放題チケット。2日間又は4日間乗り放題の2タイプがある。	34
	グリーンツーリズム	農村や山村において自然、歴史・文化、人々との交流や体験を楽しむ旅のスタイル。	5
	コンソーシアム	ある目的の達成のため、個人や団体が集まり、形成される共同体や共同事業体のこと。	38
	コンシェルジュ	ホテルにおいて、まちの地理案内や交通機関の手配など、宿泊客の様々な要望や案内に対応する人のことをいう。近年は、ホテルに限らず、いろいろな施設で、同様の役割を担う人のことをこう呼ぶようになってきている。	27、34
	コンベンション	集会や大会、見本市やイベントなど、大規模な催しのこと。	30
サ	里山ステーション俵山	俵山地域の農、加工及び観光を一元的に推進し、地域の元気を恒常的に持続させるため、俵山の交流拠点として平成22年4月に開所した市の施設。施設を管理している「NPO法人ゆうゆうグリーン俵山」により、朝市やそば打ち体験などが行われている。	29

	用 語	説 明	掲載ページ
サ	産業観光	産業施設や遺構などの産業文化財をめぐり、生産工程の見学や産業製品に触れ、その歴史を学ぶことにより、産業文化への感動や共感を味わうことができる新しい観光活動。	29
	JAPANブランド	地域の伝統的な技術や素材などの資源を活かした、「日本」を表現しつつ、世界に通用するブランドのこと。中小企業庁は、地域が一丸となって、「JAPANブランド」を実現していこうとする取組みを総合的に支援している。	38
	スケールメリット	規模を大きくすることにより、得られる効果のこと。	37
	セールスプロモーション	販売促進のこと。消費者の購買意欲を刺激したり、流通業者の販売意欲を引き出す取組みをいう。	20、25、 37、41
	訴求力	訴えたり、アピールしたりする力。	25、36
タ	地旅	地域ならではの生活文化や地場産業などを素材として、地域ぐるみで企画する「ご当地パックツアー」。社団法人全国旅行業協会が、地域に根ざした観光として提唱している。	38
	着地型観光	旅の出発地ではなく、観光地(到着地)側の視点で、旅を企画・提案すること。	25、26、28
	ツイッター	140文字以内の短い投稿(ツイート)を入力して、みんなで共有する、パソコンや携帯端末(電話)から接続する無料の情報発信ツール。政治家や芸能人などの著名人、をはじめ、国境を越え、多くの者が幅広く活用している。	36
	DW(Discover West)キャンペーン	JR西日本が、西日本への観光客誘致を図るため、施している企画。	37
ナ	ながと地域再生戦略会議	「産業振興による地域活性化」を実現する方策を議論してもらうための市長の諮問機関で、各分野から選ばれた民間の委員によって構成される。平成22年8月に発足し、平成23年2月に、「第1次産業と観光振興による長門地域活性化戦略」が提言された。	1
	長門ブルーライン	国道191号線の下関市から長門市、萩市までの間の呼称。コバルトブルーの海と白い砂浜に沿った道が続くことから名づけられた。西日本屈指のドライブコースとして紹介されている。	32
ハ	パブリシティ	官公庁や企業などが、事業や製品に関する情報を報道機関に提供し、新聞、雑誌テレビなどを通じて報道されるように働きかける広報活動。	25、37
	ビジット・ジャパン・キャンペーン	訪日外国人旅行者の増加を目指して行う官民が一体となったキャンペーン。	1、34
	フィルム・コミッション	映画やテレビのロケの誘致をすることにより、観光振興を図るための組織のこと。組織では、撮影の際の各種使用手続きや情報提供など、様々な形で映像制作支援を行なう。	36

	用 語	説 明	掲載ページ
ハ	風景街道	道路ならびにその沿道や周辺地域を舞台に、多様な主体による協働のもと、景観自然、歴史、文化等の地域資源や個性を活かした国民的な原風景を創成する運動を促し、観光の振興や地域の活性化に寄与することを目的として、平成19年9月から登録が開始されたもので、県内では、歴史街道「萩往還」(萩市)と本州最西端の道「風波のクロスロード」(下関市)の2路線が登録されている。	32
	ブラッシュアップ	磨きをかけること。また、一定の状態となったものをさらに磨きあげ、より良い状態にすること。	20、25、 26、29、 30、39、41
	ブルーツーリズム	漁村で、漁業体験やその地域の自然や歴史・文化に触れ、地元の人々との交流を楽しむ旅のこと。	5
	ブログ	インターネットのホームページの一形態で、主に個人運営で日々更新される日記的なものをいう。	36
	ヘルスツーリズム	病気やけがの治療のほか、自然、温泉や体のやさしい食などによるストレス解消、健康増進などを目的とした観光。	5、27
	ホスピタリティ	旅行者や客を親切にもてなす気持ちや態度。	5
マ	マーケティングリサーチ	企業や公共機関などが、消費者のニーズに応え、満足度の高い商品やサービスを提供するため、調査により情報収集し、分析し、商品計画に反映すること。	21
ヤ	ユニバーサル観光	高齢者、障害者、介助する家族などに配慮し、できるだけ多くの人々が快適に旅行できるよう、ハード面でのバリアフリー化や旅行先での介助の手配のサービスなどソフト面での環境整備に取り組む観光活動。	27
	楊貴妃ロマンロード	国道191号と県道66号(長門油谷線)の三叉路から県道356号(久津小田線)経由県道358号(人丸(停)線)の楊貴妃の里に至る油谷湾沿岸道路の呼称。	32
ラ	リピーター	一度訪れた施設や店舗、旅行先などに何度も足を運ぶ人のこと。	1、31