

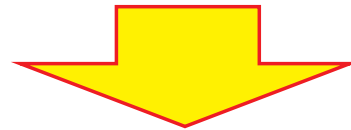
長門市アウトドアツーリズム基本構想 概要版

令和 5 年 3 月 20 日
長 門 市

長門市アウトドアツーリズム基本構想策定の目的と効果

目 的

- 豊かな自然や地域資源を生かしたアウトドアアクティビティの振興
- アウトドアアクティビティを軸とした滞在型観光（アウトドアツーリズム）の推進
- 市民のアウトドア活動の推進



効 果

■ 来訪者・市民のアウトドア活動の促進

- アウトドアツーリズムによる来訪者の増加
- 365 日、アウトドアを楽しめるまちの実現
- 市民自らアウトドアを楽しむまちの実現

■ 国内外との交流人口の拡大

■ アウトドア愛好家の移住・定住の促進



■ アウトドア活動に期待できる効果の実現（モンベルとの包括連携協定）

- ① 自然体験の促進による環境保全意識の醸成
- ② 子どもたちの生き抜いていく力の育成（野外教育）
- ③ 自然体験の促進による健康増進
- ④ 防災意識と災害対応力の向上
- ⑤ 地域の魅力発信とエコツーリズムの促進による地域経済の活性化
- ⑥ 農林水産業の活性化
- ⑦ 高齢者、障がい者等の自然体験参加の促進

長門市におけるアウトドアツーリズム構築の課題

課題

1. 市内周遊、滞在時間延長のための対策

- 二次、三次交通の不便さ（第3次長門市観光基本計画）
- レンタカーや自家用車によるドライブ観光が主となっている
- 市内での滞在時間・観光消費額が少ない
- 滞在型観光を促すための商品、仕組みを作る必要がある

2. 受け入れ体制

- レンタルサービスが十分でない、来訪者への発信力不足
- ガイド、アクティビティ関連事業者の不足（人材育成）
- アウトドアツーリズムに対する市民の理解と関心を高める必要がある
- With/After コロナにおける旅行スタイルの変化に対応する必要がある

3. アウトドアアクティビティに関する情報発信

- アウトドアアクティビティ、フィールドに関する情報を整理・集約する必要がある
- 効果的なプロモーション（情報発信）を展開していく必要がある

4. 訪日外国人旅行者（インバウンド）への対応

- インバウンド市場を十分に取り込めていない

5. 広域連携

- 近隣市町の連携を強化する必要がある
ジャパンエコトラック（下関・美祢・長門）、長州路観光連絡会、ながと路観光連絡協議会

長門市アウトドアツーリズム基本構想の基本方針・施策

1. 地域資源・アクティビティの磨き上げ

■ 市内の魅力あるアウトドアフィールド・アクティビティの開拓

■ アウトドア体験プログラムの充実

(登山・トレッキング、サイクリング・マウンテンバイク、パドルスポーツ、釣り、スキューバダイビング、クライミング、自然観察、農林水産業体験 など)

■ 地域資源を融合したルート、ストーリーに沿った周遊ルートの開発



< 本市のアウトドアツーリズムにおけるモデルルート >



長門市アウトドアツーリズム基本構想の基本方針・施策

2. フィールド整備、拠点施設整備

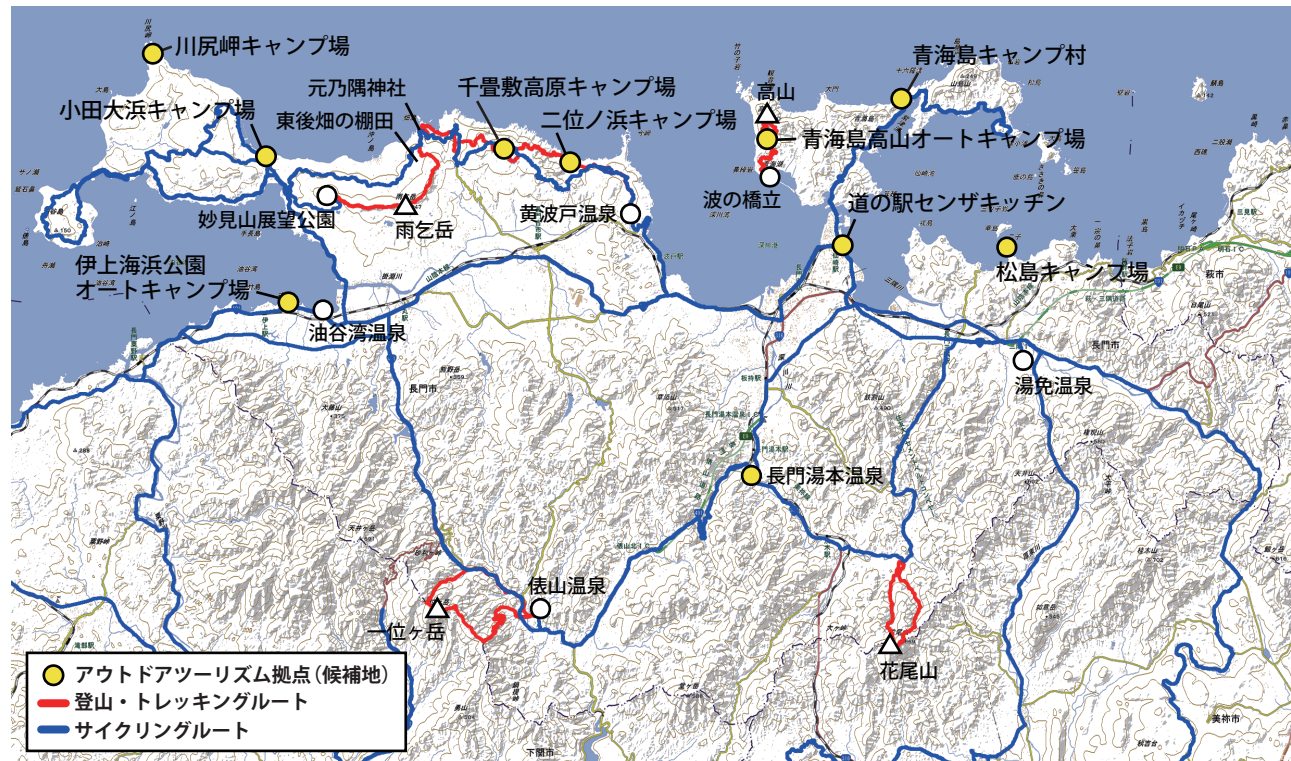
- 標識の整備
- 二次交通の充実、レンタルサービスの充実
- 既存施設へ協力を呼びかけ地域全体での連携を強化
- アウトドアツーリズム拠点となる施設の整備
- With/After コロナにおける旅行スタイルの変化に対応
(ワーケーション受け入れ体制の整備、Wi-Fi環境の整備)



標識の整備



拠点施設の整備



< 本市におけるアウトドアツーリズム拠点（候補） >

- ◆ 道の駅センザキッチン
- ◆ 長門湯本温泉
- ◆ 青海島キャンプ村
- ◆ 千畳敷高原キャンプ場
- ◆ 伊上海浜公園オートキャンプ場
- ◆ 青海島高山オートキャンプ場
- ◆ 二位ノ浜キャンプ場
- ◆ 川尻岬キャンプ場
- ◆ 小田大浜キャンプ場
- ◆ 松島キャンプ場

長門市アウトドアツーリズム基本構想の基本方針・施策

2. フィールド整備、拠点施設整備

■ アウトドアツーリズム重要拠点（ジャパンエコトラック拠点）



＜伊上海浜公園を核とした山口県北西部の周遊イメージ＞



＜重要拠点・伊上海浜公園の整備イメージ＞

【アウトドアツーリズム重要拠点整備の方針】

- アウトドアツーリズムの玄関口
- アウトドアアクティビティのベースキャンプ
- SDGsの推進拠点

【整備する機能】

インフォメーション、物販、レンタル、キャンプエリア拡充、体験イベント・ツアーの開催、Wi-Fiの整備

長門市アウトドアツーリズム基本構想の基本方針・施策

3. 受け入れ体制の整備、人材育成

- アウトドアツーリズムの統括組織
行政、観光・アクティビティ関連事業者が一体となった組織づくり
- 地域の「おもてなし」意識の醸成、インバウンドに配慮した整備の推進
- 人材育成（アウトドアガイド）→地域全体の受け入れ規模の底上げ

4. プロモーション（情報発信）

- アウトドアアクティビティやガイドツアーに関する情報の集約・発信
- アウトドア愛好家への情報発信、マスコミ向け情報発信

【モンベルのネットワークを活用した情報発信】

- ◆ モンベルクラブ会員110万人へのPR
- ◆ モンベルストア店頭（全国126店舗）でのPR
- ◆ モンベルふるさと納税プログラム
- ◆ メールマガジン、公式SNSへの情報掲載
- ◆ モンベルイベント部門との連携（ツアー造成）



【ジャパネコトラックを活用した情報発信】

