

重

おいでませ！「宿泊者数500万人戦略」

点

山口県には、萩、秋吉台、錦帯橋、瀬戸内海、日本海などの歴史遺産や自然景観のほか、ふく料理をはじめとする郷土料理など、多くの観光資源に恵まれています。

「美食」や「温泉」、「明治維新150年（平成30年）」等をキーワードとして、本県観光の認知度を高めるとともに、観光資源の充実やコンベンションの誘致、海外観光客の拡大を進め、年間延べ宿泊者数500万人の実現を図ります。

戦

プロジェクト

略

- ◇プロモーションの強化と観光資源の充実
- ◇「明治維新」をテーマとした観光ブランドの構築
- ◇外国人観光客倍増に向けた国際観光の推進
- ◇県産農林水産物の活用による食の魅力向上

プロジェクト	No	プロモーションの強化と観光資源の充実
	1	

目標	山口県の認知度と魅力度向上による宿泊客の増加
----	------------------------

現状と課題

- 全国に誇れる多くの観光資源を有するが、魅力の浸透が不十分
- 宿泊客は減少傾向(ピーク時の3割減)にあり、回復が必要
- 大量集客が見込めるコンベンション等の誘致体制が不十分

取組方針

- 「食」や「温泉」、「歴史」等山口県の魅力を活かしたプロモーションを展開します。
- (株)おいでませ山口県や山口県PR本部長「ちよるる」を活用した効果的なPR活動を推進します。
- 宿泊客の増加に向けた新たな視点の観光素材の開発や「食」をテーマとした観光商品等の開発を進めます。
- おもてなし気運の醸成、宿泊施設や交通二次アクセス等の観光客の受入体制を充実します。
- コンベンション等の誘致に向けた全県的な誘致体制を整備し、宿泊客の増加につなげていきます。

具体的な取組

◆ やまぐちプロモーションの推進

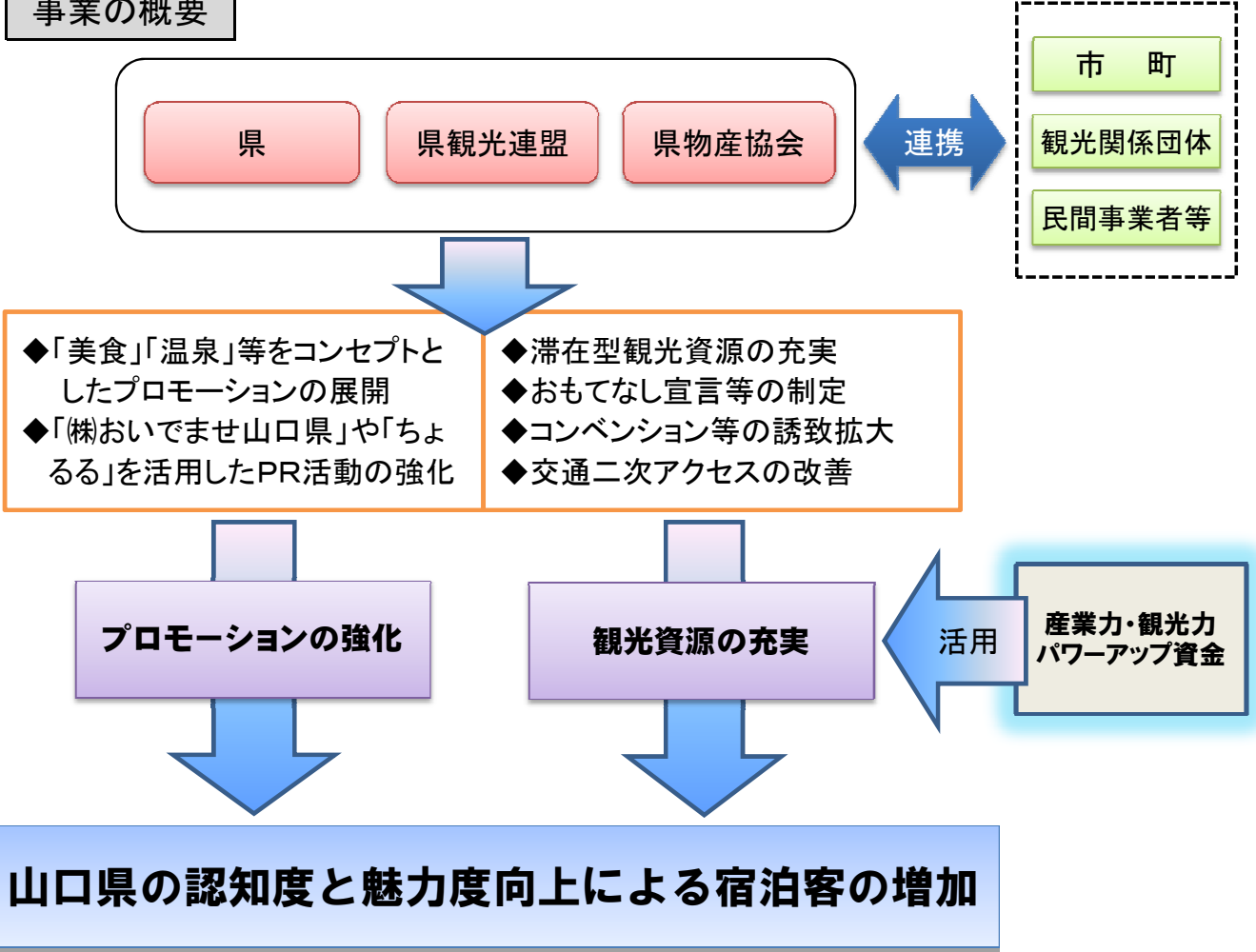
取組	<input type="checkbox"/> 「食」をテーマとした観光ブランド「美食王国やまぐち」や「温泉」等をコンセプトとしたプロモーションの展開 ・「美食王国やまぐち」による大都市圏でのイベントやテーマ企画の実施、情報発信 ・「食」「温泉」「歴史」等を組み合わせた「やまぐち味紀行」による観光ルートの開発 <input type="checkbox"/> 「(株)おいでませ山口県」や「ちよるる」を活用したPR活動の強化 ・全国的な知名度を活かしたメディア戦略や広報宣伝活動の強化					
	工程表	取組	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	プロモーションの展開		● 「美食王国」宣言	「美食」「温泉地」等をテーマとしたイベント等の実施、情報発信		→
			「やまぐち味紀行」素材集の作成	「食」と「歴史」「人物」「温泉」等を活用したグルメツアーの造成		→
	PR活動の強化		・「(株)おいでませ山口県」による「美食」プロジェクトの展開・全国PR ・「ちよるる」の県内外イベントやメディア出演によるPR、企業とのコラボによる全国PR			→

◆ 観光資源・おもてなしの充実

取組	<input type="checkbox"/> 産業間や産学公連携による滞在型観光資源の充実 ・温泉地、農村・産業観光など、大学とも連携した滞在型観光資源の充実 ・「食」をテーマとした観光商品・ルートの開発 <input type="checkbox"/> 「やまぐちおもてなし宣言(仮称)」「やまぐち地酒乾杯宣言」によるおもてなし体制の強化 ・民間と一体となったおもてなし理念の共有化とやまぐちの地酒のPRや消費拡大の推進
----	---

取組	<ul style="list-style-type: none"> □ 宿泊施設や交通二次アクセス等の受入基盤の充実 <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設等の魅力向上、交通事業者（JR、バス、タクシー、レンタカー等）との連携によるアクセスの充実 □ コンベンション等の誘致拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・全県的な誘致・受入体制の強化（県協議会の創設、市町組織の拡大） ・リピーター確保に向けたアフターコンベンションの充実 ・誘致支援策の検討・実施 				
	取組	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
工程表	滞在型観光資源の充実	視察ツアーの実施	滞在型観光商品の開発		
	おもてなし宣言等による気運の醸成	統一テーマに沿った景観整備、サービスの充実	温泉地や旅館、観光施設等の改良促進		
	交通二次アクセス等の充実	産学公意見交換	「やまぐちおもてなし宣言(仮称)」制定、おもてなし体制の強化		
	コンベンション等の誘致活動の展開	「やまぐち地酒乾杯宣言」制定、宣言の周知促進・PR			
		観光アクセス状況調査	周遊パス等商品開発の促進等二次アクセス改善策の検討・実施		
		専門組織等の設置	県協議会の創設	市町組織の拡大・県組織の強化	
		・受入施設等データベースの構築 ・誘致戦略構築		大型学術会議等の誘致獲得	
			・短期型観光プランの開発 ・全県的誘致営業活動の強化		誘致支援策導入の検討・実施

事業の概要



山口県の認知度と魅力度向上による宿泊客の増加

プロジェクト	No	「明治維新」をテーマとした観光ブランドの構築
	2	

目標	「維新ブランド」の確立、認知度・魅力度の向上
----	------------------------

現状と課題

- 全国に誇る恵まれた観光資源
 - ・萩、秋芳洞、錦帯橋や瀬戸内海、日本海などの歴史遺産や自然景観のほか、ふく料理をはじめとする郷土料理
- 山口県をイメージするブランド力が不足

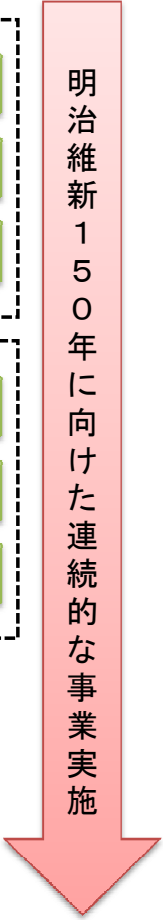
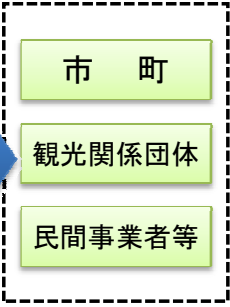
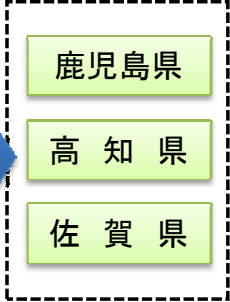
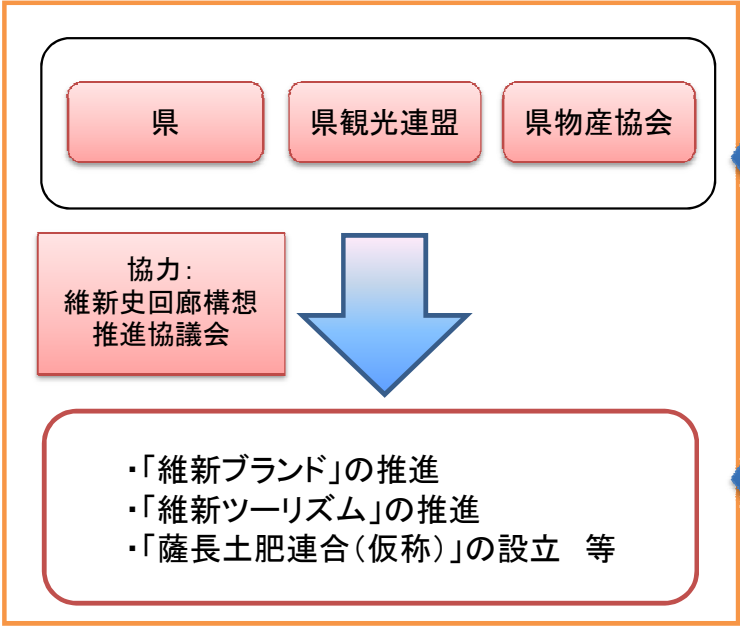
取組方針

- 山口県をイメージする「明治維新」をテーマとした観光ブランドを構築し、本県の認知度を高めるPR活動を展開します。

具体的な取組

取組	<ul style="list-style-type: none"> □ 「維新ブランド」の構築によるPRの強化 <ul style="list-style-type: none"> ・明治維新150年（平成30年）に向けた「維新ブランド」の構築 ・「NHK大河ドラマ」、「DESTINATIONキャンペーン」の誘致 □ 「維新ツーリズム」の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・新たな観光素材・観光ルートの開発、萩往還等関係施設の整備 □ 「薩長土肥連合（仮称）」の設立と共同キャンペーンの展開 <ul style="list-style-type: none"> ・鹿児島県、高知県、佐賀県と連携した誘客活動 				
	工程表	取組	平成25年度	平成26年度	平成27年度
「維新ブランド」の推進	フィルムコミッションの強化及びロケ地誘致の推進				→
	「NHK大河ドラマ」の誘致活動→(平成30年テレビ放映)				→
	「DESTINATIONキャンペーン」の誘致活動→(平成30年実施)				→
「維新ツーリズム」の推進	歴史番組等による維新情報の発信		→	→	「維新ブランド」構築 維新ブランド商品展開
	新しい観光素材や観光ルートの開発		→		ストーリー型観光の拡充
「薩長土肥連合(仮称)」の設立・共同展開	萩往還の活用・改善		→		関連観光施設の整備検討
	関連4県による共同キャンペーンの展開		→	●	→ 「薩長土肥連合(仮称)」の設立 ・共同事業の実施

事業の概要



「維新ブランド」の確立、認知度・魅力度の向上

プロジェクト	No	外国人観光客倍増に向けた国際観光の推進
	3	

目標	外国人延べ宿泊者数の倍増（平成24年 4万人 → 平成28年 8万人）
----	-------------------------------------

現状と課題

- 山口県を訪れる外国人宿泊者数が低迷
 - ・平成24年 35位 宿泊旅行統計調査（観光庁）
- 観光地等における案内看板等、外国人観光客を対象とした施設整備が不十分
- 海外における山口県の認知度が不十分

取組方針

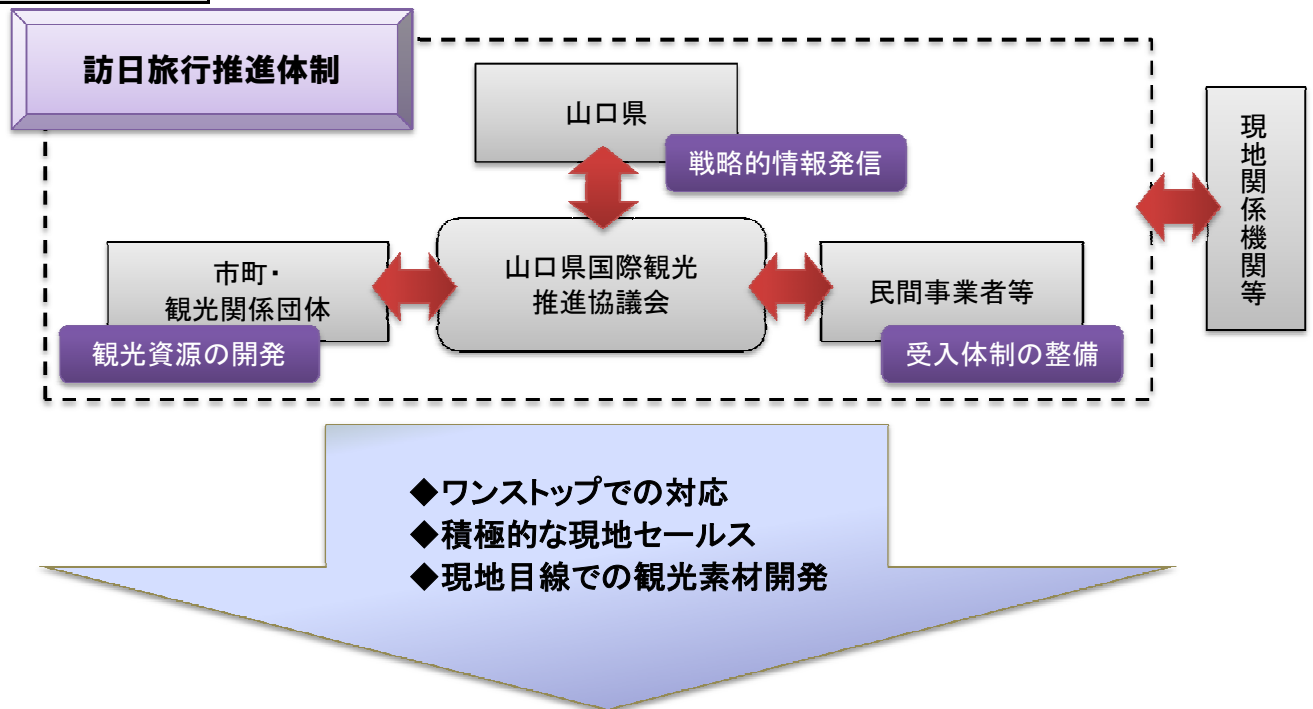
- 民間と一体となった推進体制の整備を検討するとともに現地マスメディアやインターネットを活用した山口県の魅力発信を推進します。
- 留学生等を活用した多言語化の促進等、外国人観光客の受入体制を充実します。
- 世界文化遺産やジオパークの認定等、海外における認知度の向上を図ります。

具体的な取組

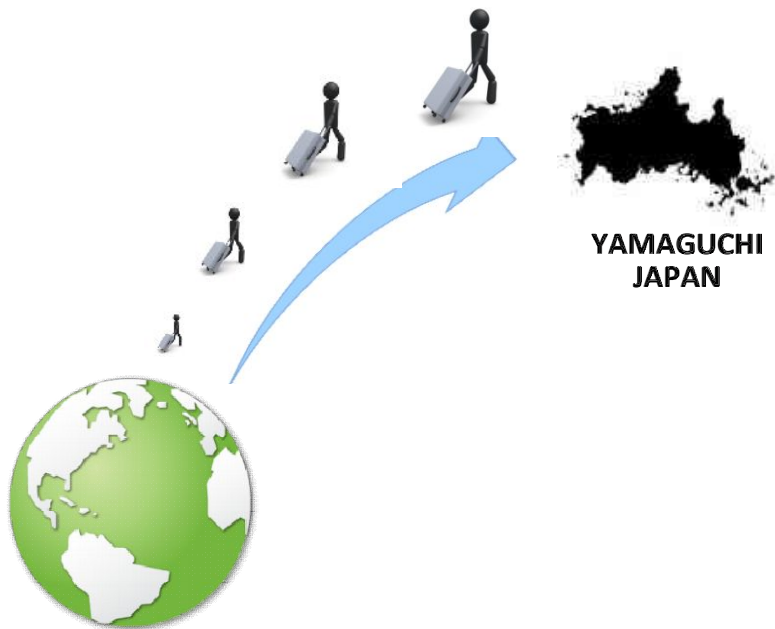
取組	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 訪日旅行推進体制の強化や戦略的な情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ・民間と一体となった推進体制（専門部署、ワンストップ窓口等）の整備 ・TV、雑誌、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)の活用 等 <input type="checkbox"/> 訪日旅行者の受入体制の充実 <ul style="list-style-type: none"> ・受入・案内体制の充実 ・県内留学生の活用 <input type="checkbox"/> 世界文化遺産や世界ジオパークの認定等による観光地の認知度向上 <ul style="list-style-type: none"> ・「明治日本の産業革命遺産 九州・山口と関連地域」の世界文化遺産登録 ・「美祢」地域のジオパーク認定 				
	工程表	取組	平成25年度	平成26年度	平成27年度
	推進体制の強化・戦略的 情報発信	専門部署等の設置検討		●	
		・東南アジア、欧米等誘致ターゲットの拡大 ・訪日旅行商品造成支援策の強化			
		TV、雑誌、SNSやスマートフォンを活用した情報発信			
		スマートフォン向け 観光アプリの開発			アプリによる情報発信

工程表	受入体制の充実	ホテル等受入施設の拡大、観光案内設備等の充実 (看板、翻訳、通訳案内等)		
		留学生ネットワーク構築・活用検討	通訳、施設改善アドバイス等 受入体制強化	
	世界文化遺産、ジオパークの認定	<「明治日本の産業革命遺産 九州・山口と関連地域」世界文化遺産> ● 要望 国内候補決定 世界文化遺産登録に向けた支援 <「美祢」地域 ジオパーク> ● 要望 日本ジオパーク認定に向けた支援		

事業の概要



外国人延べ宿泊者数の倍増(4万人→8万人)



プロジェクト	No	県産農林水産物の活用による食の魅力向上
	4	

目標	やまぐちブランド登録商品増加と観光分野での県産農林水産物の活用拡大 ・やまぐちブランド登録数 4年間(平成25～28年度)で100商品以上
----	--

現状と課題

- 観光団体と連携して、県産農水産物やその加工品の試食会やモニターツアー等を開催
- 味や品質に優れ全国に誇れる「やまぐちブランド」の創設(平成25年4月)
- 魅力のある食材があるものの、生産量が少なく、旅館等での利用が不十分
- 観光素材として期待される「長州黒かしわ」「きじはた」の生産拡大と「ふぐ」「あんこう」等の全国的に知名度の高い食材の旅館等への利用拡大が課題
- 本県水産業の拠点である下関漁港施設の老朽化と機能低下

取組方針

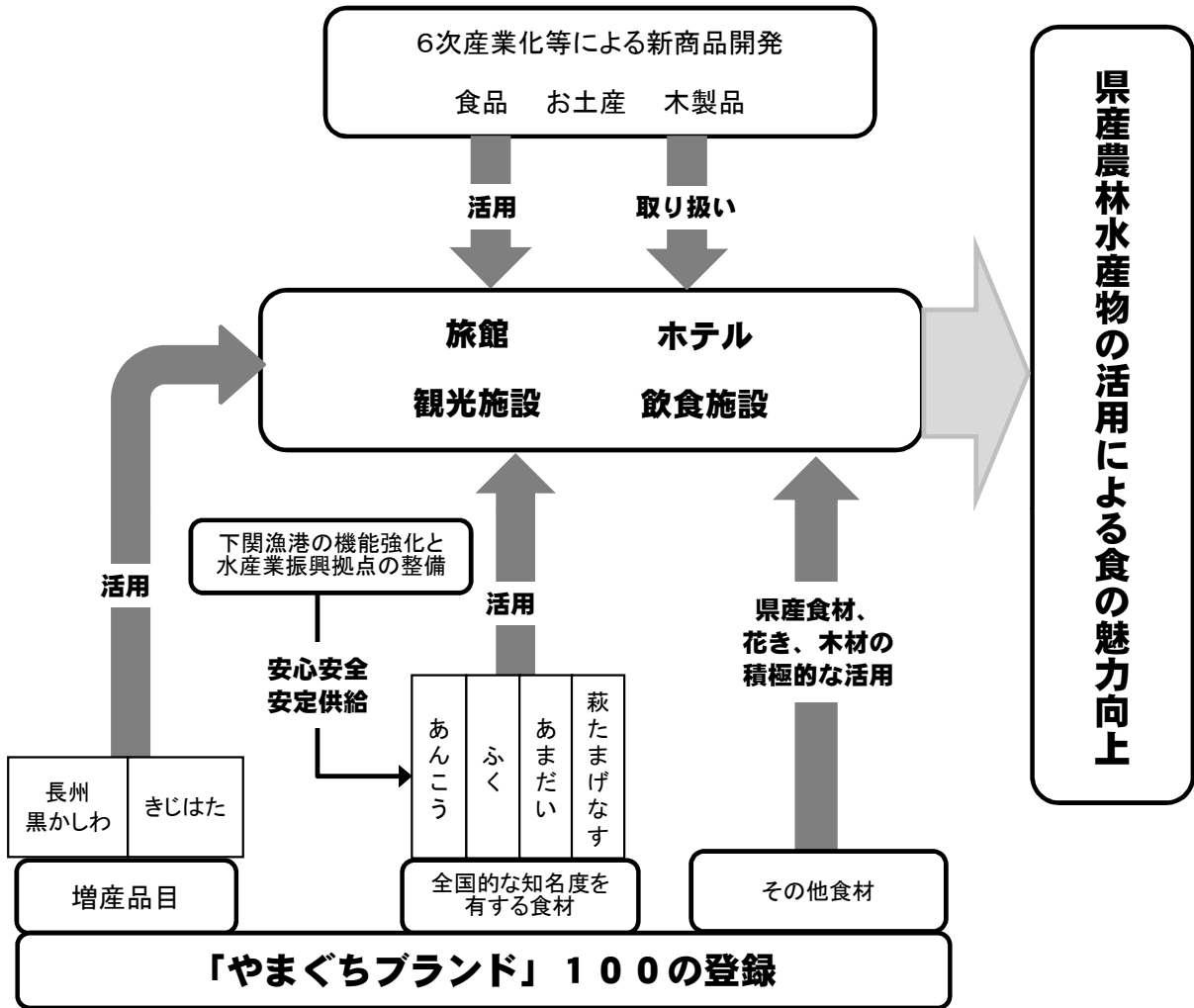
- やまぐちブランドの登録数を拡大し、観光分野での活用を促進します。
- 「長州黒かしわ」「きじはた」の、安定供給に向けて、増産に取り組めます。
- ふぐ、あんこう等の知名度の高い食材を観光素材に位置付け、積極的に活用します。
- 下関漁港の機能を強化し、高度に衛生管理された質の高い水産物の安定供給を図ります。
- 県産木材の活用や新たな食材開拓を通じた6次産業化等による新商品の開発に取り組めます。

具体的な取組

年次目標	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	
年次目標	やまぐちブランド 40商品	やまぐちブランド 60商品	やまぐちブランド 80商品	やまぐちブランド 100商品	
取組	<input type="checkbox"/> 味や品質に優れる「やまぐちブランド」の育成・登録 <input type="checkbox"/> 「長州黒かしわ」や「きじはた」など、観光素材として魅力のある食材の増産 <input type="checkbox"/> 「ふぐ」や「あんこう」など、全国的知名度の高い食材を観光素材として活用 <input type="checkbox"/> 下関漁港の機能強化と水産業振興拠点の整備による水産物の安定供給 <input type="checkbox"/> 6次産業化等開発商品のおもてなし料理やお土産での活用促進				
工程表	取組	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	「やまぐちブランド」の育成・登録	● やまぐちブランドの創設	やまぐちブランドの育成・登録		● 登録数100商品
	「長州黒かしわ」の増産		長州黒かしわの増産体制整備		→
	「きじはた」の増産	● きじはた資源管理体制の確立	きじはた稚魚の積極的な放流(年間10万尾)		● きじはた成魚漁獲開始
全国的知名度の高い食材の活用			取扱量全国1位ふぐの活用		→
			下関漁港水揚量全国1位あんこうの活用		→
			水揚量全国1位あまだいの活用		→
			萩たまげなすの活用		→

工程表	下関漁港の機能強化と水産業振興拠点の整備	<下関漁港の機能強化> ● 全体計画の策定	高度衛生管理型荷捌き所、耐震強化岸壁整備	→
		<水産業振興拠点の整備> ● 要望		→ ●
	6次産業化等新商品の開発促進		6次産業化等による新商品開発	→

事業の概要



長州黒かしわ

天然記念物の黒柏鶏を元に、地域の特色を出し、肉用鶏として経済性・食味の良さにこだわり誕生した山口県産の地鶏。適度な歯ごたえがあり、噛めばかむほど味が出てくる、最高の逸品。



きじはた

漁獲量が少ないことから「幻の高級魚」と呼ばれる、山口県沿岸域で獲れる魚。山口県では、新たな県のブランド魚にするため、種苗生産や放流、放流後の稚魚の保護などに取り組んでいます。

