



観



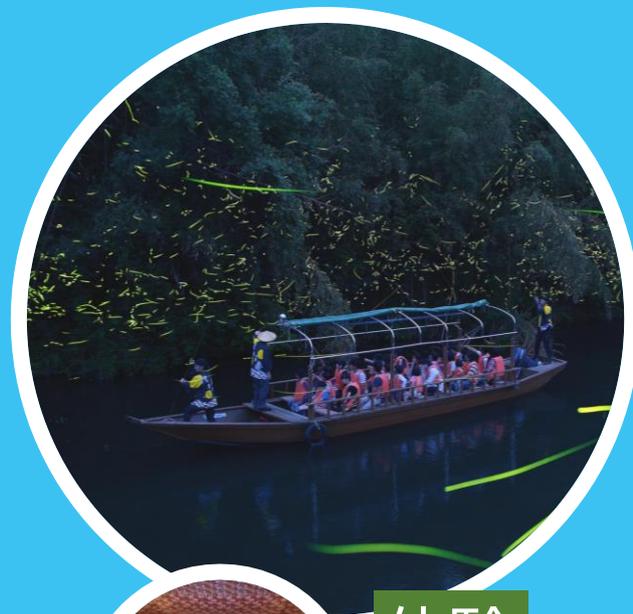
食

「多彩な魅力に感動が生まれる「にぎわい観光都市 下関」」

第2期下関市観光交流ビジョン

2025
|
2029

彩



体験



第 2 期下関市観光交流ビジョン策定にあたって



下関市長 前田 晋太郎

下関市は、関門海峡をはじめとした雄大な自然、数々の歴史的な舞台、そして豊かな食文化を有する日本有数の観光地です。ふくやくじらに代表される食の魅力や壇之浦、巖流島といった歴史の名場面は、これまで国内外の多くの観光客を魅了してきました。また現在、しものせき水族館「海響館」のリニューアルや火の山地区観光施設の再編など、観光地として更なる魅力向上につながる整備が進んでいます。

観光は幅広い産業に波及する総合産業として、地域の経済に大きな影響を与え、結果として定住人口の拡大に寄与する主要な産業です。

全国的に定住人口の拡大が容易に望めない中、本市においても観光客増加による交流人口の拡大や観光地としての魅力向上を図ることは、まちの活性化と地域の活力を維持していくために大変重要です。

このたび観光振興の指針として策定しました「第 2 期下関市観光交流ビジョン」では、本市の目指す観光地像を、多彩な魅力に感動が生まれる「にぎわい観光都市 下関」と掲げ、その実現のため、5つの基本戦略とこれに基づくアクションプランを設定しています。

今後は、本ビジョンに基づき、本市の多彩な魅力である自然や歴史、食文化などを最大限に活かした観光振興施策を、市民や観光関連事業者、関係団体の皆様と一体となって展開してまいります。

最後に、本ビジョンの策定にあたり、市民意見聴取会やパブリックコメントにご協力いただきました市民の皆様、事業者アンケートやワークショップにおいて貴重なご意見・ご提言をいただきました観光関連事業者並びに関係団体の皆様に心から感謝申し上げます。

令和 7 年 3 月

第2期下関市観光交流ビジョン

目次

第1章 ビジョンの策定にあたって

1-1	ビジョンの趣旨	1
1-2	ビジョンの位置づけ	1
1-3	ビジョンの期間	2
1-4	ビジョンの策定方法	2

第2章 観光を取り巻く現状と課題

2-1	国の動向	3
2-2	本市の現状【下関市観光動態調査】	5
2-3	前期ビジョンの振り返り	9
2-4	本市の課題	12

第3章 ビジョンの基本的な考え方

3-1	本市が目指す観光地像	16
3-2	基本戦略とアクションプラン	17
3-3	体系図	22

第4章 ビジョンの実現に向けて

4-1	施策展開	23
4-2	数値目標	34
4-3	推進体制	35

第1章 ビジョンの策定にあたって

1-1 ビジョンの趣旨

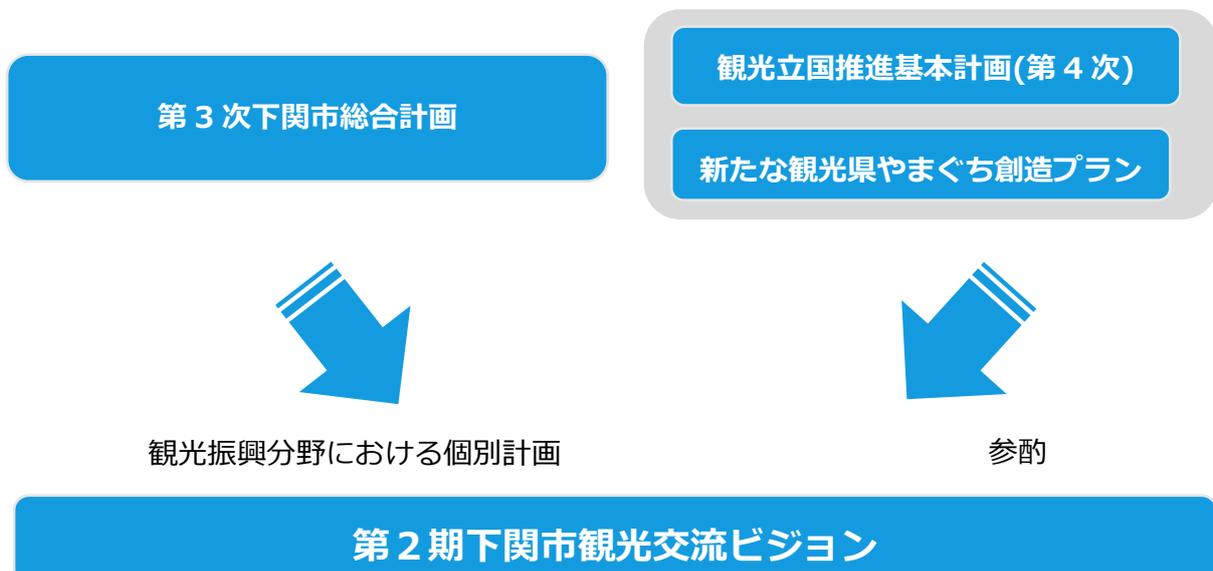
本市では、2012年に本市の観光振興の基本戦略である「下関市観光交流ビジョン2022(期間：2012年～2022年)」を策定していますが、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響が強く残っていたため、期間最終年に合わせた改定を見送っています。

前期ビジョンの策定から12年が経過し、少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大、デジタル技術の進展に伴う社会機能のDX化など、観光を取り巻く環境とともに、観光客の価値観やニーズも大きく変化しています。

これらの変化を踏まえて、本市産業の柱の一つである「観光」の目指したい姿を改めて設定し、観光関連事業者や観光関連団体等、観光に関係するステークホルダー間で目標を共有し、それぞれの役割を果たしながら一体感を持って取り組むために、その指針となる「第2期下関市観光交流ビジョン」を策定するものです。

1-2 ビジョンの位置づけ

ビジョンは、本市の最上位計画である「第3次下関市総合計画」のほか、国の「観光立国推進基本計画」や山口県の指針である「新たな観光県やまぐち創造プラン」の内容を踏まえ、本市の関連計画とも連携を図りながら、観光関連事業者や観光関連団体等が一体となって推進していくことを目指します。

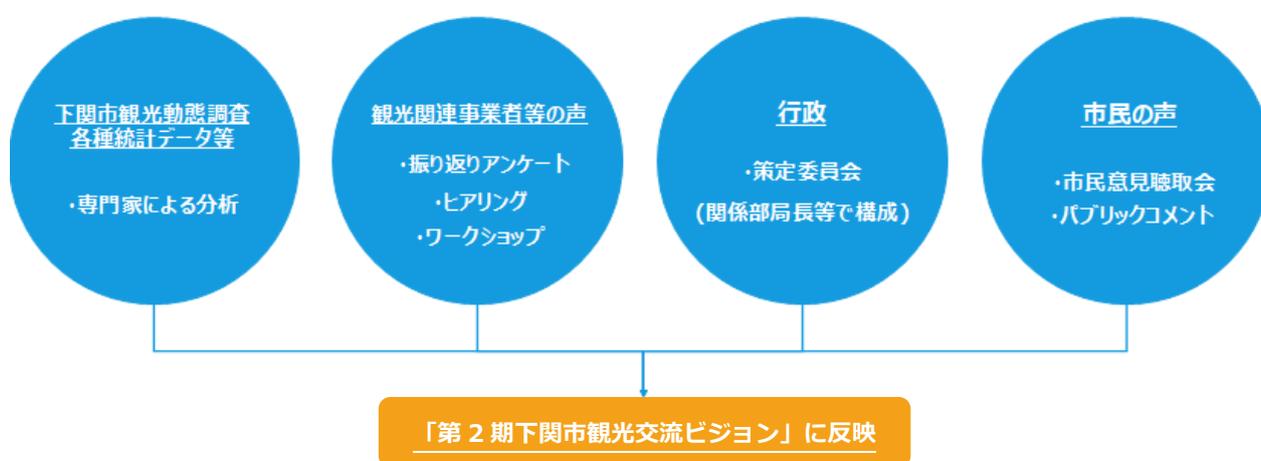


1-3 ビジョンの期間

ビジョンの期間は、2025年度から2029年度までの5年間とします。なお、策定から4年目を目途に本市観光動態を把握する調査を実施し、期間の最終年に評価検証とこれを踏まえた次期ビジョンの策定を検討してまいります。

1-4 ビジョンの策定方法

ビジョンの実効性を高めるため、下関市観光動態調査や各種統計データの分析を行うとともに、観光関連事業者等によるワークショップや公募による市民意見聴取会により、広く関係者や市民の意見を聴取しています。また、行政においては関連部局長等で構成する策定委員会を設置し、観光関連事業者等の意見や検討内容を踏まえた協議を行い、ビジョンを策定しています。



第2章

観光を取り巻く現状と課題

2-1

国の動向

国の観光立国推進基本計画(第4次：2023～2025年度)では、観光を「成長戦略の柱」、「地域活性化の切り札」と位置づけ、「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」をキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つを戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行き渡らせるとしています。

○持続可能な観光地域づくり戦略

- ◆観光地・観光産業の再生、高付加価値化 ◆観光DX、観光人材の育成・確保
- ◆持続可能な観光地域づくりのための体制整備等

○インバウンド回復戦略

- ◆コンテンツ整備、受入環境整備 ◆高付加価値なインバウンドの誘致
- ◆アウトバウンド、国際相互交流の促進

○国内交流拡大戦略

- ◆国内需要喚起 ◆ワーケーション、第2のふるさとづくり ◆国内旅行需要の平準化

《観光消費額》

我が国の観光消費額は、2022年以降、順調に回復しており、新型コロナウイルス感染症の拡大による2020年の大きな落ち込みから感染拡大前の2019年の水準に戻りつつあります。

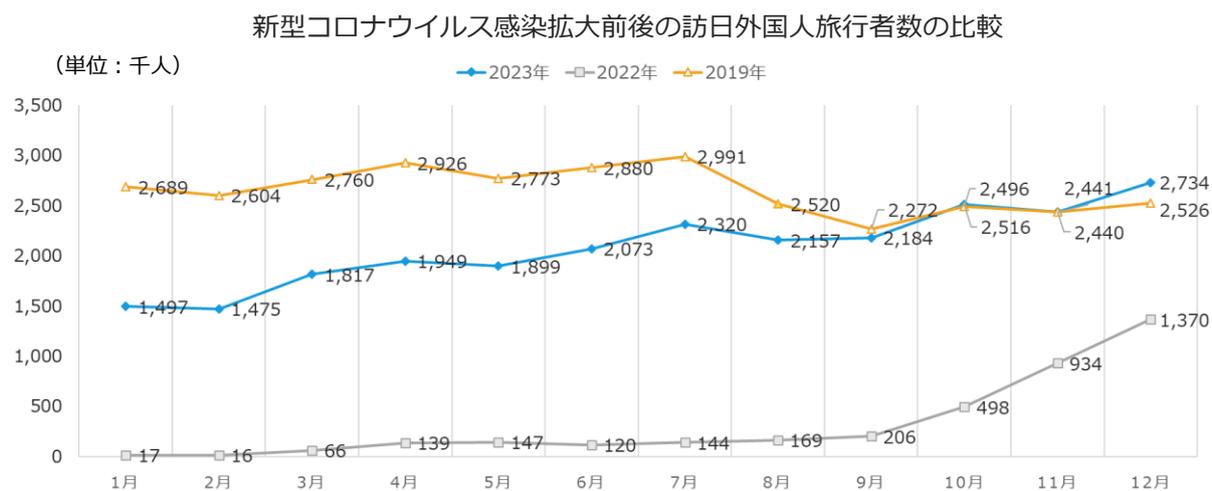
日本全体の観光消費額の推移



出典：旅行・観光消費動向調査 2023

《訪日外国人旅行者数》

2023年9月の訪日外国人旅行者数は2019年の同月と比較してほぼ同水準まで回復し、10月、12月には2019年の水準を上回りました。今後も過去の水準を超えて大きく増加することが見込まれており、それに伴い観光消費額も回復する見込みとなっています。



出典：2023年 訪日外客数（日本政府観光局）

2-2

本市の現状【下関市観光動態調査】

前期ビジョンにおいては、2022年の“観光客数 1,000 万人、宿泊客数 100 万人”を数値目標に、ビジョンに掲げた 18 の施策を中心に観光振興施策に取り組んできました。

このビジョンを評価検証するため、2023 年度に本市の観光動態を把握する下関市観光動態調査（以下、「観光動態調査」という。）を実施しました。

《観光入込客数》

本市の観光客数は、目標設定時から順調に増加し、新型コロナウイルス感染症の拡大前の 2019 年には 711 万人となりましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大により、2020 年は 382 万人と大きく減少しました。更に 2021 年も前年を下回るなど厳しい状況が続きましたが、2022 年 4 月からは社会経済活動に関する制限が緩和され、2023 年 5 月には新型コロナウイルス感染症が 5 類感染症に移行するなど、観光需要の回復の兆しが高まっていますが、本市においては未だに新型コロナウイルス感染症の拡大前の 8 割程度に止まっている状況です。

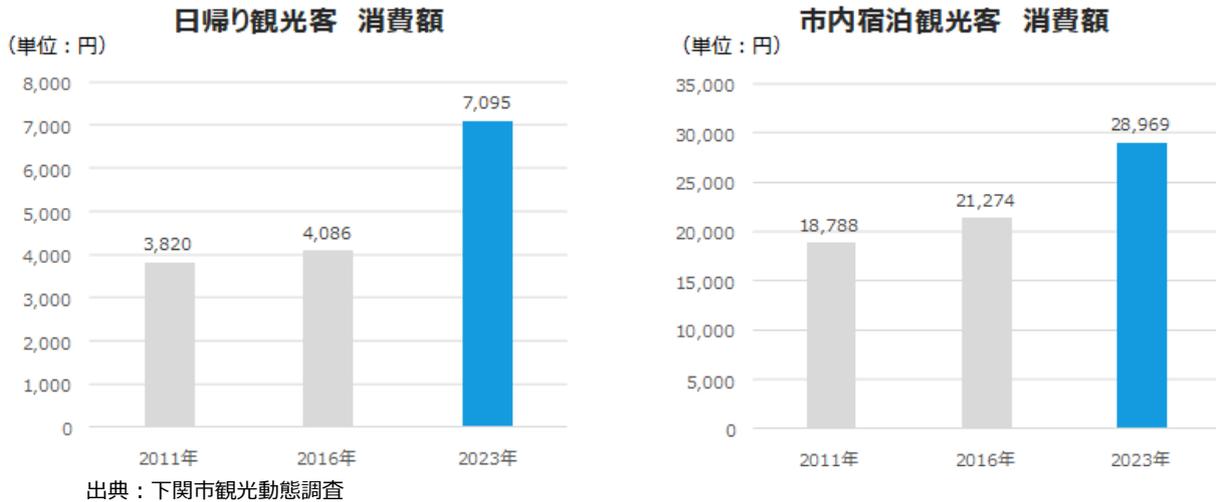


出典：本市観光客数調査(暦年)

《観光消費額》

本市の観光消費額は「日帰り観光客」、「市内宿泊観光客」とともに増加傾向にあり、2011年と比較すると、「日帰り観光客」では85.7%、「市内宿泊観光客」は54.2%増加しています。

増加の背景として、ビジョンの各種施策の展開をはじめとした消費額の拡大の取組のほか、近年の人件費、燃料費等の高騰や物価上昇などの社会要因が考えられます。



《リピート率(国内)》

本市観光の大きな特徴として、国内観光における「リピーターの割合が高い」ことが挙げられます。特に「5回以上来訪」している観光客の割合が47.8%を占めています。この傾向を維持するためには、更に来訪満足度を高める受入環境の整備や既存コンテンツの磨き上げなど、多彩な魅力の創出に努めていく必要があります。

本市への来訪回数別の割合

	初めて	2回目	3回目	4回目	5回以上
TOTAL	23.6%	14.1%	11.7%	2.8%	47.8%
20歳代	29.8%	15.3%	13.5%	3.5%	37.9%
30歳代	25.2%	14.2%	11.5%	3.8%	45.3%
40歳代	21.2%	13.0%	11.4%	2.8%	51.6%
50歳代	24.0%	13.5%	10.4%	1.7%	50.4%
60歳以上	20.8%	15.0%	12.5%	2.9%	48.8%

出典：下関市観光動態調査

《観光客の移動手段》

本市を訪れる国内観光客の来訪手段は、「マイカー」、「レンタカー」の割合が全体の66.7%を占めており、市中心部の「渋滞」、「駐車場不足」等の課題に対応する必要があります。

併せて、市内の回遊性の向上につながる取組や二次交通対策も求められています。

本市までの来訪手段

来訪手段	回答数	電車	マイカー	レンタカー	バス	飛行機	自転車	オートバイ	その他
TOTAL	4,328	29.0%	57.8%	8.9%	6.6%	11.7%	0.5%	1.1%	5.2%
20歳代	543	30.8%	56.9%	12.2%	5.9%	7.9%	0.4%	0.9%	6.6%
30歳代	876	28.1%	61.8%	9.7%	4.7%	10.4%	0.5%	1.0%	3.0%
40歳代	1,077	26.4%	61.9%	7.8%	4.5%	9.6%	0.6%	1.4%	5.6%
50歳代	960	30.2%	56.1%	8.3%	7.0%	15.1%	0.7%	1.4%	5.7%
60歳以上	872	30.7%	51.3%	8.3%	11.2%	14.2%	0.3%	0.7%	5.6%

出典：下関市観光動態調査

本市での移動手段

移動手段	回答数	徒歩	マイカー	レンタカー	バス	タクシー	自転車	レンタサイクル	オートバイ	その他
TOTAL	4,328	25.6%	55.3%	12.3%	14.7%	3.5%	0.3%	0.6%	1.1%	4.0%
20歳代	543	30.2%	56.0%	15.3%	12.7%	1.7%	0.4%	0.2%	0.7%	3.9%
30歳代	876	28.1%	58.7%	13.1%	10.7%	3.5%	0.3%	0.5%	1.0%	2.7%
40歳代	1,077	25.9%	58.8%	11.0%	11.8%	3.1%	0.4%	0.8%	1.4%	4.6%
50歳代	960	24.1%	54.7%	12.0%	14.3%	3.6%	0.4%	1.0%	1.5%	4.2%
60歳以上	872	21.8%	48.1%	11.6%	24.2%	5.0%	0.2%	0.2%	0.7%	4.6%

出典：下関市観光動態調査

《旅程と宿泊先》

本市を訪れる観光客は、「日帰り」が 52.1%と最も高く、宿泊を伴う旅程では「1泊2日」が 24.8%と最も高くなっています。

宿泊先は市内が約半数の 50.2%となっており、次いで県内他市、北九州市を含む福岡県、広島県等となっています。

今後、観光消費額の拡大のため、滞在時間の延長と宿泊先として選ばれる取組が求められます。

本市への観光客の旅程内訳

旅程	回答数	日帰り	1泊2日	2泊3日	3泊4日	4泊5日以上
TOTAL	4,328	52.1%	24.8%	14.0%	4.9%	4.2%
20歳代	543	63.9%	19.5%	9.8%	3.9%	2.9%
30歳代	876	57.2%	25.2%	11.3%	3.5%	2.8%
40歳代	1,077	55.4%	24.5%	12.5%	3.3%	4.3%
50歳代	960	47.5%	24.6%	17.4%	5.6%	4.9%
60歳以上	872	40.6%	28.0%	17.6%	8.1%	5.7%

出典：下関市観光動態調査

本市への観光客の宿泊先

宿泊先	回答数	下関市	山口県 (下関市を除く)	北九州市	福岡県 (北九州市を除く)	広島県	大分県	その他
TOTAL	2,073	50.2%	37.6%	19.9%	17.2%	7.7%	4.8%	6.5%
20歳代	196	57.7%	32.7%	20.4%	20.4%	11.2%	4.1%	7.1%
30歳代	375	57.3%	37.1%	19.5%	16.5%	7.7%	5.3%	5.9%
40歳代	480	53.8%	36.9%	18.5%	17.7%	5.4%	4.4%	4.2%
50歳代	504	45.8%	34.3%	20.0%	18.3%	6.9%	5.6%	8.3%
60歳以上	518	43.2%	43.8%	21.2%	15.1%	9.1%	4.4%	7.1%

出典：下関市観光動態調査

2-3 前期ビジョンの振り返り

今期ビジョンの策定にあたり、本市の課題やビジョンの基本的な考え方を検討整理するため、観光関連事業者等を対象として前期ビジョンの振り返りアンケート調査とヒアリング調査を行い、18の施策について評価を行いました。

《振り返りアンケート調査の概要》

- 対象者 市内29の団体や事業者
(宿泊施設、観光団体、交通事業者、観光関連組合、体験型観光事業者)
- 調査方法 (1)WEB アンケート (2)ヒアリング (一部事業者)
- 内容 (1)取組施策(18 施策)に対する10段階評価とその理由
(2)現状の課題



◆下関市観光交流ビジョン策定ワークショップへ参加のご依頼◆

『下関市の観光ビジョンを紡ぐ』

現計画の、観光交流ビジョン2022に関して振り返りアンケートの回答をお願いいたします。
「ビジョン2022」に掲げる目標実現に向けて実施している全18施策に対して評価をお願いします

2つの方法のいずれかでアンケート回答をお願いいたします。

1. QRコードより回答を行う (右のQRコードより回答をお願いいたします。)

2. 下記URLからアクセス頂き回答を行う

<https://forms.office.com/r/Z3mUx4vnn4>

アンケート回答締切

8月26日(月) 締切



《調査結果》

市内 29 の団体や事業者のうち、21 団体が回答

(宿泊施設 6 観光団体 8 交通事業者 2 観光関連組合 3 体験型観光事業者 2)

○取組施策の評価点

施策内容	平均点
施策 1 「観光客向けイベントの創出、充実」	6.0
施策 2 「テーマ別、ニーズ別観光客誘致策の積極的展開」	6.2
施策 3 「滞在消費額の拡大」	6.4
施策 4 「観光プロモーションの強化、充実」	6.5
施策 5 「コンベンション（MICE）誘致の強化、充実」	6.6
施策 6 「官民協力態勢の強化、充実」	6.0
施策 7 「観光人材の育成」	5.7
施策 8 「市民ホスピタリティの向上」	5.6
施策 9 「宿泊客の受入整備」	5.6

施策内容	平均点
施策 10 「外国人観光客の誘致強化」	5.0
施策 11 「広域連携の推進」	6.0
施策 12 「客船誘致の推進」	6.5
施策 13 「交通手段に対応した受入態勢の強化、充実」	4.2
施策 14 「観光振興策としてのハード充実」	5.8
施策 15 「エリア別観光振興の強化、充実」	5.5
施策 16 「都市農漁村交流（グリーン・ブルーツーリズム）」	4.7
施策 17 「JR西日本との連携強化」	5.7
施策 18 「観光地としての稼ぐ力の推進」	6.1

○主な意見や課題等

- 駐車場や宿泊キャパが不足している。
- ニーズ別観光客誘致策に関連し、二次交通対策、業界別対応策などが弱い。データに基づく対策と官民相互理解に欠けている。
- 大きなイベント時にはシャトルバスや、旧 4 町も含めた回遊バスなどの充実を図ってほしい。
- 交通 MaaS チケットの造成、駐車場の確保、シェアライドの導入などの検討。
- クルーズ船以外の外国人観光客を誘致する力がやや弱い。
- 今どのように、外国人が動いており、その中でどうすべきかなどの検証、検討が必要。
- 旅マエ、旅ナカにおけるニーズに合ったモデルコースの提案（AI を利用する等）と地域連携が必要。
- 観光におけるデジタル DX は立ち遅れている。SNS の使い方も各所バラバラで統一感や共有していないことが多い。
- キャッシュレス決済、インバウンド向けコンテンツの充実、長期滞在が期待できる欧米豪観光客への取組が必要。
- 滞在消費額の拡大にあたり、PR が今の時代に合っていない。宿泊事業者等との連携が必要。（広域にわたる周遊・滞在を図るため、交通事業者との連携、駐車場の確保、周遊促進のインセンティブ、長期滞在の観光コンテンツの開発・造成など）
- 観光地としての稼ぐ力の推進のため、先行成功事例をもっと勉強する必要がある。
- 観光業に関して言えば人の入れ替えも多く、なかなか長年勤める人も多くはない現状のため、スキルの積み重ねが難しい。
- 担い手が不足しているため、観光で稼ぐことができるという認識を醸成していくことが必要。
- ガイド等が高齢化している中、観光を担う人の育成が十分ではない。
- 施設等のハードだけでなく、サイン、看板、道標、照明等のセミハードも必要。
- 旧 4 町の強みやそこに向かうための情報発信力や情報基地が中心市街地にはないため必要。
- 中心部（旧市内）だけでなく、旧 4 町を開催地としたイベントを推進する必要がある。（市内の周遊と滞在を伴うイベント、地域をまたぐイベントを期待）
- 都市農漁村交流（グリーン・ブルーツーリズム）に対しての観光政策の意識醸成。

《観光関連事業者等ワークショップ》

ビジョン策定にあたり、地域事業者の意見を反映するため、観光関連事業者等が参加したワークショップを開催し、観光動態調査の結果などを共有した上、本市観光の強み、弱みの整理を行い、本市の課題やビジョンの基本的な考え方の検討材料としました。

ワークショップで抽出した本市の強み

唐戸市場の集客力	海と山が近く豊かで魅力的な自然が多い
関門海峡や角島の絶景	美味しい海の幸 (ふく、あんこう、くじら、うに、いか、さざえ・・・等)
教科書に掲載されているレベルの歴史 (源平合戦/巖流島/長府の城下町/明治維新・・・等)	美味しい山の幸 (ジビエ、米、野菜、果物・・・等)
ふく料理の発祥の地	ご当地グルメ (瓦そば、とんちやん鍋・・・等)
九州 (福岡) に近い (車で 1 時間 30 分 / 新幹線で 30 分)	海のアクティビティ / 山のアクティビティ
韓国に近い	朝日 (瀬戸内海) / 夕日 (日本海)
クルーズ船の発着港と街が近い	泉質の良い温泉
トワイライトエクスプレス瑞風の始発駅	近代日本遺産 (関門エリアで約 40 か所)
日本を代表する海峡都市 (ウォーターフロントシティ)	海峡まつり / 海峡花火大会

ワークショップで抽出した本市の弱み

福岡県・山口県以外からの集客ができていない	「ふく」以外の代表的なグルメやお土産に乏しい
国内の非来訪者の来訪意欲が低い (興味度の高い資源が少ない)	宿泊につながるようなイベントが少ない
インバウンド誘客は韓国・台湾以外は弱い	観光スポットと公共交通機関のアクセスが不便 (市内移動の満足が低い／車でないと行きたいところに行けない)
市内での宿泊が 25%以下 (国内来訪者の半数が下関市以外で宿泊している)	空港の利便性が悪い (山口宇部空港／北九州空港)
宿泊施設が少ない (イベント時に足りなくなる／大型ホテルや魅力的な旅館がない)	新下関駅に停車する新幹線のぞみ・さくらが少ない
情報発信力が弱い (国内来訪者のきっかけ＝「元々知っていた」が約 70%)	市内の観光エリア間の連携が弱い
下関市のイメージが固定されている (関門エリアのイメージが強い)	北九州市との連携が弱い
唐戸市場への一極集中 (土日祝日の交通渋滞問題)	県内の他観光地との連携が弱い
認知度は高いが興味度が低いマンネリ資源がある (国内来訪者)	観光消費額が低い (宿泊:11,000 円／飲食:6,000 円／土産:4,000 円) 未満

《本市課題の整理》

観光を取り巻く様々な現状や観光動態調査、観光関連事業者等への振り返りアンケート及びワークショップの意見を踏まえ、以下のとおり、本市観光の課題を整理しました。

1 受入体制の強化

本市観光の喫緊の課題として、観光客が快適に観光し、滞在できる受入体制の強化が挙げられます。受入体制の強化を望む意見は事業者アンケートやワークショップ意見のほか、観光関連団体等からも寄せられているところです。

本市が選ばれる観光地として、快適で質の高い旅行体験を提供し、更なる観光需要の取り込みを図るためには、多様化、複雑化する国内外の観光客のニーズや動向に対応した受入体制の強化が必要となっています。

2 二次交通、渋滞対策

観光動態調査では、本市滞在中に不満を感じた項目として、「市内移動のしやすさ」が33.5%と最も高く、その他「渋滞」、「駐車場の不足」等が挙がっています。事業者アンケート評価結果やワークショップ意見も同様の傾向であり、市内滞在中の観光客の満足度向上や周遊促進のため、二次交通、渋滞対策が必要となっています。

3 情報発信の強化

観光動態調査では、本市への来訪契機として「元々本市を知っていた」との回答が全体の約7割を占め、本市観光情報サイトやSNS等の観光情報による来訪は低い状況です。

市全体で誘客促進につながる効果的な観光情報発信やプロモーションの強化が必要となっています。

4 宿泊・滞在時間の延長につながる取組の推進

観光動態調査では、本市を訪れる観光客は「日帰り」が52.1%と最も高く、宿泊を伴う旅程では「1泊2日」が24.8%と最も高くなっています。

宿泊先エリアは市内が約半数の50.2%となっており、次いで県内他市、北九州市を含む福岡県、広島県等となっています。また、事業者ワークショップでは、宿泊率の低さと宿泊につながるイベントの不足が弱みとして抽出されており、観光産業の稼ぐ力を高め、観光消費額の拡大につなげていくためには、魅力的な観光コンテンツの開発など、滞在時間の延長と宿泊先として選ばれる取組が求められます。

5 観光産業のDX化

本市においても少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少が進む中、観光産業においても労働力不足や経済の縮小に伴う観光消費の低迷が懸念されます。これらに対応し、観光産業の生産性の向上や経営の高度化のためには先進的なデジタル技術等の活用を図りながら観光分野のDXの推進が求められています。

6 市民自身が楽しむ機会の創出

市民意見聴取会では、地域住民視点での下関の魅力発信が十分でない、市民が積極的に観光に関与出来る環境が整えられていないとの意見が寄せられました。

市民には観光ガイドやインバウンドサポーターのほか、観光資源の保存、伝統文化の伝承など、日常生活や活動を通じて観光を支えていただいておりますが、更に多くの方に関わっていただくためには、市民自身も観光資源を存分に楽しむ機会を創出することを通じて、下関の魅力をもっと知っていただき、「自分もまた行きたい、人に紹介したい」と感じていただくことが大切です。

7 連携の推進

本市では各地域の観光関連団体等を中心に誘客促進や情報発信の取組が進められています。また、北九州市や長門市等と協働した誘客促進等の取組は一定の成果を上げているものの、事業者ワークショップでは、市内外との連携の不足が弱みとして抽出されており、関係団体、第一次産業及び小売業などの関連産業との更なる連携の推進が必要との意見も多く寄せられたところです。

人口減少が進む中、持続可能な観光地づくりの観点からも関係団体や関連産業のほか、行政区分や市内各地域の垣根を越えた、連携による観光振興施策の展開が必要となっています。

第3章

ビジョンの基本的な考え方

3-1

本市が目指す観光地像

観光を取り巻く現状の分析や観光関連事業者ワークショップでの検討を踏まえ、本市の産業の柱の一つである「観光」の目指したい姿を次のとおり設定しました。

多彩な魅力に感動が生まれる

「にぎわい観光都市 下関」

本州最西端に位置する海峡都市「下関」

様々な歴史の転換点となる出来事が下関を舞台に繰り広げられました。

歴史をはじめ、自然、景観、食など多くの魅力的な資源を有しています。

この多彩な魅力を余すことなく、観光関連事業者等と一体となって発信し、感動を生むことのできる都市を目指します。

そして交流・連携を通じて

地域住民や訪れる人々にとって更に魅力的な“にぎわい”のある都市を共に作っていきたい。

これが本市の目指す観光地像です。

3-2 基本戦略とアクションプラン

本市が目指す観光地像の実現に向け、前章で述べた観光を取り巻く現状と課題を踏まえ、本市の最上位計画である「第3次下関市総合計画」との整合性を図りながら、5つの基本戦略とこれに基づくアクションプランを設定し、観光振興施策の展開を図ります。

基本戦略 A. ニーズに応じた受入体制の充実

【取組の方向性】

人口減少が進む状況において、本市へのリピート率を更に高め、地域の活性化と観光消費額の拡大につなげていくことは持続可能な観光地づくりにとって大変重要です。

これを踏まえ、本市を訪れる国内外の観光客のニーズに応じた受入体制の充実を図り、来訪満足度を高めることで、にぎわい観光都市の実現に取り組みます。

○アクションプラン

①	人流データ等を活かした受入体制の充実
②	観光客への案内機能の強化
③	多言語対応の強化
④	二次交通の充実
⑤	渋滞対策の推進
⑥	宿泊施設の誘致と環境整備
⑦	みなとを入口とした受入体制の充実



基本戦略 B. 効率的かつ効果的なプロモーションの展開

【取組の方向性】

国内外を問わず観光客のニーズが多様化する中、観光客や宿泊客を更に増加させ、地域の活性化につなげていくためには、本市の観光スポットや自然、歴史、伝統、食などの多彩な魅力を積極的に発信し、来訪意欲を高める取組が重要です。

これを踏まえ、新たな観光客の獲得やリピート率の向上につながる効率的かつ効果的なプロモーションの展開を図ります。

○アクションプラン

①	SNS 等のデジタルツールを活用した情報発信
②	商談会、観光展等への参加
③	観光関連団体等と連携した観光情報の一元化
④	広域連携によるプロモーションの実施



基本戦略 C. 稼げる観光への転換

【取組の方向性】

人口減少の進行に伴う消費の縮小が地域経済に与える影響は大きいと考えられますが、観光客をはじめとする交流人口の増加による観光消費の拡大は、人口減少下においても地域経済を活性化させることに期待ができます。

これを踏まえ、観光産業を本市の主要産業の一つと位置づけ、地域経済の活性化と観光消費額の拡大を図っていくため、「稼げる観光」への転換を図ります。

○アクションプラン

①	地域資源を活かした体験プログラムの造成
②	地域資源を活かしたグルメコンテンツ等の開発
③	ナイトタイムエコノミーの充実
④	地域一体となった観光 DX の推進
⑤	次世代を担う観光人材の育成



基本戦略 D. 魅力あふれる観光施設等の整備

【取組の方向性】

本市では火の山地区観光施設の再編や海響館のリニューアル改修など、観光地としての魅力向上につながる整備が進んでいます。

観光地として、より多くの観光客を呼び込むためには、プロモーション等の積極的な展開のほか、地域のブランド力や魅力の向上、更には利用者の安全、安心に配慮した施設等の整備も大変重要です。

これを踏まえ、各地域の景観、歴史、文化等の特色を活かした施設整備に取り組み、本市のブランド力を高め、多彩な魅力を引き出します。

○アクションプラン

①	火の山地区観光施設の再編整備
②	ウォーターフロント開発の推進
③	城下町長府地区散策拠点等整備の推進
④	観光拠点施設の改修や機能強化
⑤	リノベーションの推進による施設等の整備



基本戦略 E. にぎわいと交流を生み出す連携の推進

【取組の方向性】

本市が目指す観光地像の実現にあたり、これまで以上に市内各エリアや行政区分の垣根を超えた広域での連携、業種間での連携が求められます。

互いの魅力や強みを活かした連携を推進することで、地域に「にぎわいと交流」を生み出すとともに、観光客に多彩で魅力的な体験が提供できる観光地を目指します。

○アクションプラン

①	市内各地域が連携した観光振興
②	県内各市や北九州市等と連携した広域観光振興
③	第一次産業と連携した観光振興
④	MICE 誘致の充実、強化
⑤	芸術文化・スポーツツーリズムの推進



※MICE とは

Meeting : 企業等の会議

Incentive Travel : 企業等の行う報奨・研修旅行

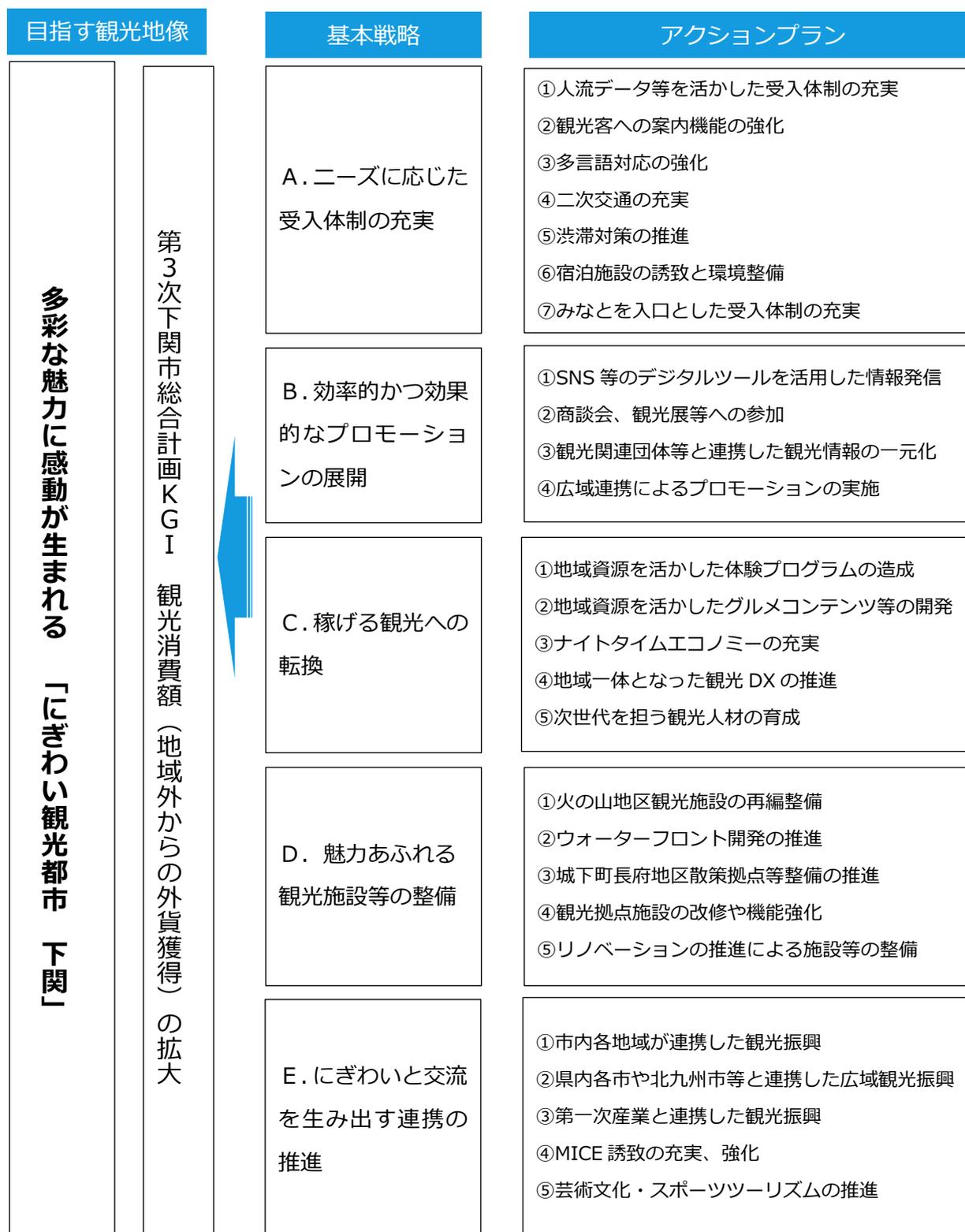
Convention : 国際機関・団体、学会等が行う国際会議

Exhibition/Event : 展示会・見本市、イベント

の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称。



本市が目指す観光地像と、その実現に向けた5つの基本戦略、そしてこれを推進していくための施策の方向性を示したアクションプランを体系図として整理しています。



第4章 ビジョンの実現に向けて

4-1 施策展開

本市が目指す観光地像とその実現に向けた 5 つの基本戦略を推進していくための 26 のアクションプランについて、取組概要を示しています。

基本戦略 A. ニーズに応じた受入体制の充実

《アクションプラン取組概要》

①人流データ等を活かした受入体制の充実

・新型コロナウイルス感染症の拡大を経て、これまで以上に個人や少人数での旅行が増加するとともに、WEB サイトや SNS 等の活用、更には宿泊先及び観光スポット等の個人手配、オンライン手配の増加など、観光様式が多様化していることから、観光客の動向を面で捉える手段として人流データ等のビッグデータの活用が進んでいます。

本市においても人流データ等を活用し観光客の動向を可視化することで、観光客のニーズに応じた受入体制充実のための施策検討や効果検証を行い、本市への来訪満足度の向上を図ります。

②観光客への案内機能の強化

・インバウンド需要の取り込みは、観光消費額の拡大と地域の活性化につながることから積極的な誘客を進める必要があります。この対応には、本市の受入体制強化が急務となります。また、国内外を問わず多様化、複雑化する観光客のニーズと動向にも対応していく必要があります。

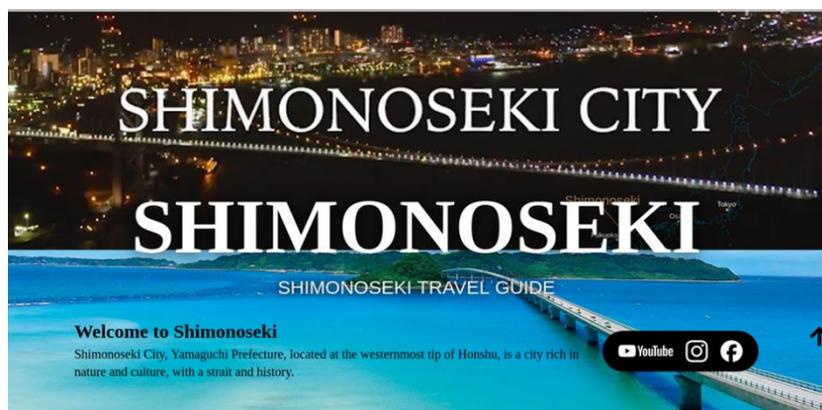
観光情報の提供とおもてなしの拠点である観光案内所やインバウンドの玄関口である国際フェリーターミナルの機能強化を図るとともに、観光ガイドやインバウンドサポーター等の育成など、観光客への案内機能の強化を図ります。



③多言語対応の強化

・本市では 2025 年秋に開業予定の星野リゾートによる「リゾナーレ下関」の建設やウォーターフロント開発、更には火の山地区観光施設の再編など、観光客の来訪契機となる開発整備が進んでいます。また、2025 年の大阪・関西万博に合わせた西のゴールデンルート事業や、2026 年の山口県でのデスティネーションキャンペーンにより、本市へのインバウンド客の増加が見込まれるところです。

このため、本市を訪れたインバウンド客が市域を円滑に観光し、快適に滞在できるよう、そのニーズや動向を踏まえた案内表示や WEB サイトなど、交通機関や店舗などとも連携を図りながら、多言語対応の強化を官民で推進します。



④二次交通の充実

・本市には、豊かな自然、歴史、文化、食、温泉など多彩で魅力ある観光資源が存在しています。これらを活用した周遊を促し、ウォーターフロント開発などで呼び込んだ観光客を市域全体に広げていくためには、二次交通の充実が課題となっています。

このため、下関駅や新下関駅等から各地域の観光スポットへの移動のためのレンタカーの利用促進、宿泊施設による送迎バスの共同運行、循環バスやライドシェアをはじめとした新たな交通手段を検討するほか、下関駅から唐戸エリアまでの円滑な移動に資するモビリティ等の活用など、官民連携による二次交通の充実に努めます。

⑤渋滞対策の推進

・本市では、週末や祝日、大型連休を中心として、中心市街地の交通渋滞が発生しており、これに伴う来訪満足度の低下や観光地としてのイメージダウンが懸念されることから、今後のウォーターフロント開発も見据え、中心市街地の渋滞緩和が求められています。

このため、観光客への駐車場情報の発信を強化するほか、中心市街地の渋滞緩和に資するモビリティ等の活用など、実情に応じた対策を検討します。併せて、二次交通の充実に図り、周辺地域への周遊を促進する取組などを通じて、中心市街地の渋滞の緩和を目指します。

⑥宿泊施設の誘致と環境整備

・本市では、交流人口の拡大に向けた取組の一つとして、大型スポーツイベント等の開催やMICE誘致により宿泊者を増加させ、地域経済の活性化を図っています。しかしながら、これらの取組に際して、宿泊施設のキャパシティー不足が生じるなど、本市来訪者が近隣都市に宿泊するケースも少なくありません。

今後は、地域特性や需要に応じた宿泊施設の誘致を促進するとともに、既存宿泊施設の環境整備に向けて、高付加価値化やユニバーサルツーリズムの促進、観光客の安全、安心につながるバリアフリー化に資する改修等への支援を検討します。

⑦みなとを入口とした受入体制の充実

・下関港は、国際フェリーターミナルから毎日、釜山への旅客船が発着しており、また国際クルーズ拠点形成の推進のための「国際旅客船拠点形成港湾」に指定され、365日クルーズ客船の受入が可能となっています。

一方では、市内周遊促進のための案内機能の強化などに加え、クルーズ客船については、長州出島から中心市街地や市内観光スポットへの二次交通手段の確保が課題となっています。

これを踏まえ、みなとのにぎわいの創出と寄港地観光の促進による市内消費の拡大に向け、国際フェリーターミナルの利便性向上やクルーズ客船の誘致促進と併せて、インバウンド客をはじめ、乗客のニーズや動向に対応した受入体制の充実を図ります。



基本戦略 B. 効率的かつ効果的なプロモーションの展開

《アクションプラン取組概要》

① SNS 等のデジタルツールを活用した情報発信

・個人や少人数での旅行の増加、観光消費行動の「モノ」消費から「コト」消費、そして「トキ」消費への変化など、観光様式の多様化が進む状況にあって、観光客のニーズや動向に合わせた効率的かつ効果的な情報発信が求められています。

このため、メディア、WEB サイト、SNS 等、多様なデジタルツールを活用し、ターゲットとする情報の受け手によってツールを使い分けるなど、あらゆる観光客に情報が行き渡るように努めるとともに情報を収集するタイミングにも配慮し、「旅マエ」、「旅ナカ」、「旅アト」に働きかける情報発信を展開します。

② 商談会、観光展等への参加

・多くの国や地域、また日本の観光地が集まる観光展は、観光情報をはじめ、地域の食や産品などの魅力を、トータルで旅行興味度の高い来訪者や旅行エージェント等の観光関連事業者に向けて、直接発信できる絶好の機会であり、本市への誘客促進と旅行商品等の造成につながります。

このため、観光展のほか関係団体や関連産業が実施する国内外でのイベント等に積極的に参加し、自然、歴史、文化、食、温泉など、本市の多彩な魅力の発信に努めるとともに、本市への旅行商品の造成につながる、効果的なエージェントセールスを展開します。



③観光関連団体等と連携した観光情報の一元化

・本市に限らず、多くの自治体や事業者において、WEBサイトの開設やSNS等を通じた情報発信を実施しているものの、観光客の観光様式や嗜好が多様化している状況にあって、今後は観光客が求める情報と合致した利便性の高い情報の掲載、更には可読性と視認性の高い内容の整理が求められています。

このため、観光関連事業者や観光関連団体等と連携し、サイト等の統合などによる観光情報の一元化や観光客の情報収集にあたり、利便性や満足度の高い掲載内容の検討など、官民一体となった一元的な観光情報の発信に取り組めます。

④広域連携によるプロモーションの実施

・本市を訪れる多くの観光客は、本市への来訪前後に北九州市や福岡市をはじめ、長門市や萩市などの観光スポットに立ち寄る傾向にあり、滞在時間の延長による観光消費額の拡大につなげていくためには、近隣他都市をはじめとした広域連携が重要となります。

このため、北九州市や福岡市をはじめ、長門市などの近隣都市と連携し、互いの魅力や強みを活かしたプロモーションを展開するとともに、大阪・関西万博を見据えた「西のゴールデンルートアライアンス」や山口デスティネーションキャンペーンの展開による県内外各市との連携など、広域的な枠組みを活用した積極的なプロモーションに取り組めます。



基本戦略 C. 稼げる観光への転換

《アクションプラン取組概要》

①地域資源を活かした体験プログラムの造成

・観光客の消費動向は、これまでの観光名所やランドマークを巡り、特産品を購入するなどの「モノ」消費から、訪問地の自然や歴史、文化に触れ、体験を通して楽しむ「コト」消費や、その時、その場所でしか味わえない時間の共有を楽しむ「トキ」消費へと変化しています。

本市は、歴史をはじめ、自然、景観、食など多彩で魅力ある地域資源を有していることから、これらを活用し、アウトドアツーリズム等の推進につながる体験プログラムや地域の歴史、文化に根ざした体験プログラムの造成など、高付加価値化に官民一体で取り組むとともに、プロモーション等を通じた販売促進や事業者連携等を支援し、観光消費額の拡大を図ります。



②地域資源を活かしたグルメコンテンツ等の開発

・旅行先において重視するポイントは、国内外の観光客を問わず「地元の食を楽しむ」ことが高い傾向にあることが分かっています。また、近年の消費動向の変化により、訪問地の食文化やそのストーリーに直接ふれるガストロノミーツーリズムなどもインバウンド客を中心に注目が高まっています。

本市は、新鮮な農林水産物や魅力ある地域産品、更には「ふく」をはじめとする豊かな食文化を有していることから、商品の高付加価値化に向けてこれらの地域資源を活かしたグルメコンテンツ等の開発に官民一体で取り組み、観光消費額の拡大を図ります。



③ナイトタイムエコノミーの充実

・本市の課題として、観光客の多くが近隣県からの日帰り観光客で、滞在時間も 3 時間から半日程度と短い状況にあり、宿泊率の向上と宿泊につながるイベントの充実が課題となっています。

観光産業の稼ぐ力を高め、観光消費額の拡大につなげていくためには、滞在時間の延長とともに宿泊先として選ばれることが重要であることから、海響館や歴史的建造物等のライトアップによる良質な夜間景観の創出や夜間早朝イベント等の造成、また、飲食店をはじめとした魅力的な店舗の開業支援など、ナイトタイムエコノミー※の充実に官民一体で取り組み、滞在時間の延長や宿泊客の増加による観光消費額の拡大を図ります。

※夜間の活動を通じて地域の魅力や文化を発信し、経済活性化を図る取組。



④地域一体となった観光 DX の推進

・新型コロナウイルス感染症の影響が長期化したことで、デジタルツールやネットワーク環境の整備による社会機能の DX 化が進んでおり、観光分野においても、デジタル技術を活用し、生産性の向上や経営の高度化に取り組む動きが進んでいます。

本市においても、観光産業の生産性の向上や経営の効率化は重要な課題であることから、観光客の利便性向上につながるオンライン予約やキャッシュレス決済などを推進し、デジタルツールを活用した観光地経営の高度化等への取組を支援するなど、官民が連携して地域一体となった観光 DX の推進に取り組みます。

⑤次世代を担う観光人材の育成

・本市においても、少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少が進む中、観光産業においても労働力や人材の不足に伴う観光サービスの低下が懸念されています。

このような中、持続的な観光地経営の確立を目指すため、地域における財源、人材等の資源の安定的な確保や観光地経営を牽引する中核人材等の発掘に官民が連携して取り組みます。

また、的確なマーケティング等に資する面的な観光 DX 化の推進により、持続的な観光地経営を担う次世代の観光人材の育成に努めます。

基本戦略 D. 魅力あふれる観光施設等の整備

《アクションプラン取組概要》

①火の山地区観光施設の再編整備

・ 中心市街地に近く、関門海峡を一望できる緑豊かな大規模公園として高いポテンシャルを有している火の山地区においては、山頂部の展望デッキや芝生広場、アスレチック、キャンプ場など、これまで以上に海峡の魅力をゆっくり味わえる場所として、また、未来を担う子どもとその親世代の遊び、学びの場所として整備します。

更に、関門エリアとの一体的な交流を図るための移動施設の整備やライトアップなど、「火の山を光の山に。老若男女の市民・旅人から愛される場所に。」をコンセプトとした再編整備を推進します。



②ウォーターフロント開発の推進

・ 中心市街地に隣接する岬之町地区から唐戸地区の関門海峡を臨むウォーターフロントは、絶好の景観や、歴史、文化、食などの観光資源を複合的に備えており、市民や国内外からの観光客に親しまれ、地域の振興と発展を支える場として期待されています。

当該エリアにおいては、「日本を代表するウォーターフロント」を目指して、主要な観光資源である海響館の長寿命化改修や魅力向上のための展示リニューアル、海響館ほか歴史的建造物等のライトアップによる良質な夜間景観の創出、複合的な観光資源を活かした観光コンテンツの開発などに取り組み、まちづくりと一体となったウォーターフロント開発を推進します。



③城下町長府地区散策拠点等整備の推進

・旅行先において重視するポイントは、国内外の観光客を問わず「自然・景勝地」や「歴史文化探訪」、「寺社仏閣巡り」が高い傾向にあることが分かっています。歴史、文化と調和した、緑と街並みが残る城下町長府地区は、江戸時代の土堀や石垣が連なる「古江小路」をはじめ、国宝の仏殿や美しい山門を備えた「功山寺」、更には梅や桜、紅葉の名所である「長府毛利邸」など、観光客のニーズにマッチした本市の主要な観光エリアのひとつとなっています。

これを踏まえ、城下町長府地区のまちの魅力を更に高めることを目的に、2023年度に取得した長府苑やその周辺の観光資源等の回遊性を高める歩行者空間の整備など、エリア全体の回遊性や滞在性を高める整備を推進します。

④観光拠点施設の改修や機能強化

・地域の多彩で魅力ある観光資源は、積極的なプロモーション等の展開により、多くの観光客を呼び込み、周遊性を高め、地域のブランド力や更なる魅力の向上につながります。また、機能性の向上を図るユニバーサルデザイン、バリアフリーにも配慮した施設等の整備は、観光客の満足度の向上にもつながります。

このため、長府庭園、長府毛利邸などの各地域の主要な観光施設や地域情報の発信拠点でもある、菊川地域の「道の駅きくがわ」のリニューアルをはじめ、豊田地域の「道の駅堂街道西ノ市」、豊浦地域の「川棚温泉交流センター」、豊北地域の「道の駅北浦街道豊北」等において観光施設の魅力の向上と利用者の安全、安心に配慮した改修等を行い、地域資源を活かした観光振興、地域振興の拡充を図ります。



⑤リノベーションの推進による施設等の整備

・観光客をはじめとする交流人口の増加は、人口減少下においても地域活力の維持や経済活性化につながることを期待できます。また、新型コロナウイルス感染症の影響が長期化したことで、デジタルツールやネットワーク環境の整備が進み、一定期間地域に滞在し、仕事をしながら観光や余暇、地域との交流を楽しむワーケーションなど、新たな旅のスタイルも普及しています。

本市では、「デジタルノマド」の誘致を推進することにより、長期滞在による地域への直接的な経済効果を図るほか、地域住民との多様な交流が生まれ、地域における新たなビジネスやイノベーションの創出により、地域社会がアップデートされることを目的として、民間との連携による空き家等を活用した交流滞在拠点等の整備支援に取り組みます。

基本戦略 E. にぎわいと交流を生み出す連携の推進

《アクションプラン取組概要》

①市内各地域が連携した観光振興

・本市では各地域の観光関連団体等を中心に誘客促進や情報発信の取組が進められていますが、市内各地域間の連携不足が指摘されています。

本市には、自然がもたらす豊かな恵み、先人が培ってきた歴史や文化など魅力ある資源が数多く存在することから、これらを有効に活用し、観光によりもたらされた恩恵を広く市域に行き渡らせる取組が重要です。

そのため、市内各地域の連携を強化し、城下町長府地区、吉田地区、各総合支所管内の様々な観光スポットや温泉などを活用した周遊促進プラン等の開発に取り組みます。

②県内各市や北九州市等と連携した広域観光振興

・少子高齢化による人口減少が加速する中、持続可能な観光地づくりの観点からも相互連携による観光資源の魅力アップや滞在時間の延長、回遊性の向上による観光客の増加など、近隣都市や広域的な連携による観光振興施策の展開が必要となっています。

このため、長門市をはじめとした県内各市のほか、北九州市や福岡市、更に山口県と連携した観光コンテンツの創出を促進し、回遊性の向上による交流人口の拡大を推進します。また、インバウンド誘客にあたっては、「西のゴールデンルートアライアンス」の枠組を活用し、参画自治体の魅力を活かした広域周遊ルートの創出に取り組みます。



③第一次産業と連携した観光振興

・魅力的な観光地づくりを推進するうえで、第一次産業をはじめとした関連産業との更なる連携の推進が必要となります。

本市は、多彩でブランド力の高い農林水産物と、これを生み出す豊かな自然を有していることから、農山漁村の持つ優れた特性を活かして、農林水産業と観光関連事業者等との連携を強化し、官民一体で本市の多彩な農林水産物を活用した地域産品の開発やイベントの造成に取り組むとともに、生産者との交流や良質な旅行体験につながる農林漁業体験プログラムなどの観光プラン等の開発を促進します。

④MICE 誘致の充実、強化

・新型コロナウイルス感染症の拡大により MICE の誘致は大きく影響を受けましたが、現在では対面による実地開催が再開されています。MICE の開催は、宿泊や飲食をはじめとする経済効果のほか、ビジネス機会やイノベーションの創出など、開催地にとって多くの効果をもたらします。

これらを踏まえ、下関観光コンベンション協会と連携し、にぎわいの創出や交流人口の拡大につながる各種 MICE 誘致を推進するとともに、MICE の開催効果を最大限引き出すために、参加者ニーズを踏まえた滞在時間の延長と宿泊の増加につながる観光プラン等の開発などを推進します。



⑤芸術文化・スポーツツーリズムの推進

・芸術文化やスポーツイベントの開催は、幅広い関連産業の活性化や来訪者がもたらす関連消費の拡大のほか、シビックプライドの醸成や活力あるまちづくりの推進につながります。

本市では、トップスポーツ大会の招致や多彩なエンターテインメントを展開する施設として、J：COMアリーナ下関が新たに供用開始されるなど、スポーツや芸術文化の交流拠点の整備が進んでいます。

このため、交流人口の拡大によるにぎわいの創出を目的に、本市の豊かな歴史を活用した芸術文化イベントや豊かな自然と美しい景観を活かしたスポーツイベントの誘致促進を図るとともに、これらと連携した観光プラン等の開発を推進します。



4-2 数値目標

本市の目指す観光地像の実現に向けて、以下のとおり、指標及び数値目標を設定し、達成に向けて施策の展開を図ります。

《定量指標》

目標指標	基準値(2023年)	目標値(2029年)
① 観光消費額	578.2億円	928.2億円
② 観光客数	5,718千人	10,000千人
③ 宿泊客数	789千人	1,000千人

《定性指標》

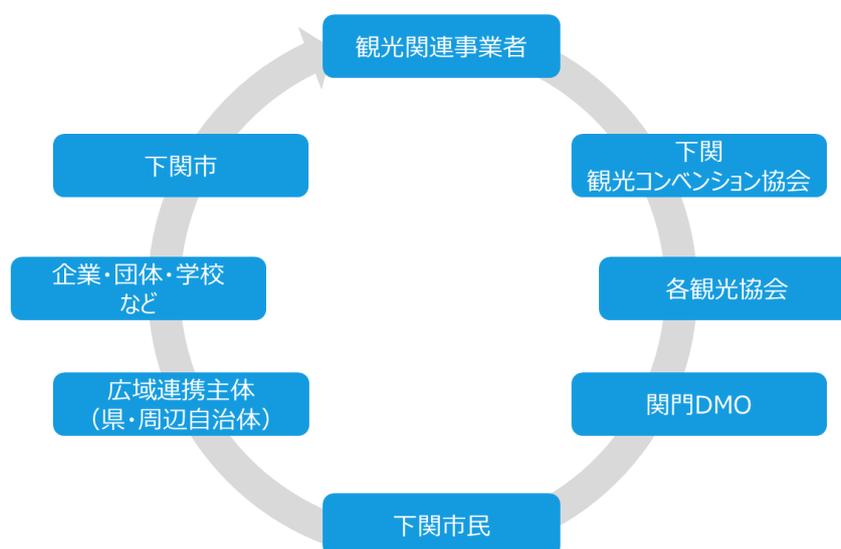
目標指標	基準値(2023年)	目標値(2029年)
④ 観光客満足度 (食べ物)	75.1%	80.0%
⑤ 観光客満足度 (観光スポット)	39.4%	50.0%
⑥ 来訪興味度	28.2%	50.0%

○指標補足

- ・ ①は 2023 年度観光動態調査の日帰り旅行単価に観光客数を乗じた額と宿泊旅行単価に宿泊客数を乗じた額の合計で算出
- ・ ②、③は本市観光客数調査(暦年)の観光客数及び宿泊客数
- ・ ④、⑤は観光動態調査において、旅行先の選定にあたり、特に重視される傾向にある「食べ物」と「観光スポット」に対して満足と回答した割合
- ・ ⑥は、観光動態調査において、本市への来訪履歴のない方へ「下関市に観光で訪れてみたいと思うか」という問いに「思う」と回答した割合

4-3 推進体制

本市の目指す観光地像の実現に向けて、観光関連事業者、下関観光コンベンション協会、各観光協会、DMO、市民、企業・団体・学校、広域観光振興に係る周辺自治体、行政など、様々な主体と連携し、それぞれの特性を活かしながら、ビジョンの推進を図ります。





第2期下関市観光交流ビジョン

～多彩な魅力に感動が生まれる

「にぎわい観光都市 下関」～

策定:令和7年3月

発行者:下関市観光スポーツ文化部観光政策課

083-231-1350

