

## 山口らしい観光地域づくりの考え方、方向性（山口市版DMO機能の検討）

国は、観光立国実現に向けたアクション・プログラムとして、訪日外国人「2000万人」の早期実現、地方創生の推進、観光の基幹産業化等に関する方針を明らかにしている。

### 本市の現状

- ・本市は、付加価値のある工業製品等を製造、販売する基幹となる輸出産業が存在しない。
- ・農林水産資源は、大量生産はできないものの、多品目で、魅力的な地域資源がある。
- ・海外輸出に対応できる商品が数少ない中で、まずは、山口に来てもらい、消費してもらうことが重要になる。観光交流産業を軸に、稼ぐ力を強化する必要がある。

### 本市に求められる取り組み

#### ・広域観光の推進

「せとうち・海の道」広域観光周遊ルートにおける存在感の発揮、世界遺産との連携、近隣都市等との連携による観光地としてバリエーション強化、日本遺産へ登録、湯田温泉の魅力創造

#### ・インバウンドの積極的な獲得

外国人観光客のニーズを捉えた基盤整備（免税店、Wi-Fi スポット、外国語標記など）、ソフト展開、山口市で買物をしたくなる商品開発、利便性の向上、スカウトジャンボリー等の経験を生かした取り組み

#### ・観光資源だけでなく、景観等のまちづくり、市民の生活、営みが溶け込んだ観光地域づくりと情報発信力の強化

地域をあげた誘客活動、地域としての一体性、明治維新150周年を契機とした情報発信力の強化、道の駅を核とした取組みの強化、レノファ山口や文化施設との連携、南部ルーラルアメニティづくりなど各種ツーリズムの魅力向上、新商品開発など

#### ・山口宇部道路等の広域高速道路網の活用、新山口駅前広場、自由通路、新山口駅北地区の産業交流拠点施設「多目的ホール」の活用策の検討

コンベンション誘致の強化とともに、湯田温泉、市域全域、圏域に派生、波及させるソフト展開、二次交通の充実などネットワーク機能の強化

#### ※リニア新幹線開通等によるメガリージョンの形成、東京オリンピック等の開催を見据えた取り組み

#### 国内観光振興（産業政策）から

観光関連事業者だけでなく、多様なセクター、住民の参画による「観光地域づくり（都市政策）」、発信主導型観光から、「地域主導型観光」への転換

- ・地域としての主体的・戦略的な集客の仕組みづくりの構築
- ・観光交流産業の「稼げる」産業化に向けたノウハウ等の蓄積
- ・観光に関わる各種サービス産業の高度化、経営人材の育成、外部人材の積極的な登用。
- ・提供する商品、サービスの域内調達率の改善、強化

**こうした状況を打開するための組織づくり**

・様々な地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり、ウェブ・SNS等を活用した情報発信・プロモーション、ビッグデータ等を活用した効果的なマーケティング、戦略策定等について、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進主体が必要になってくる。

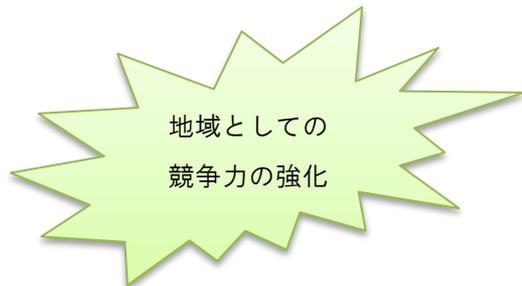
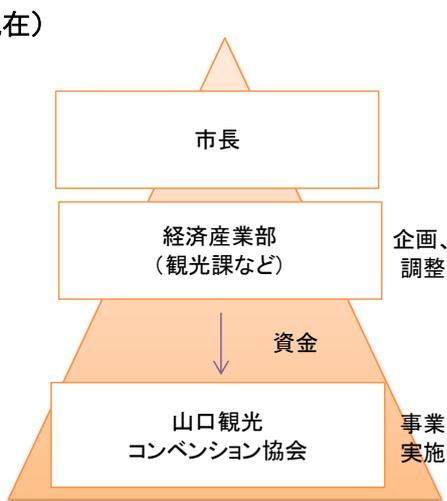
※本市においては、長期的にみれば新たな組織をつくる必要性はあるものの、直近の対応としては、観光コンベンション協会など各組織の機能強化、ネットワーク機能を高めることが必要になる。行政においても、経済産業部だけではなく、一体的な取組みや組織再編が必要になってくる。

**《山口らしい体制イメージ》**

民間活力を引き出す事業の総合推進。

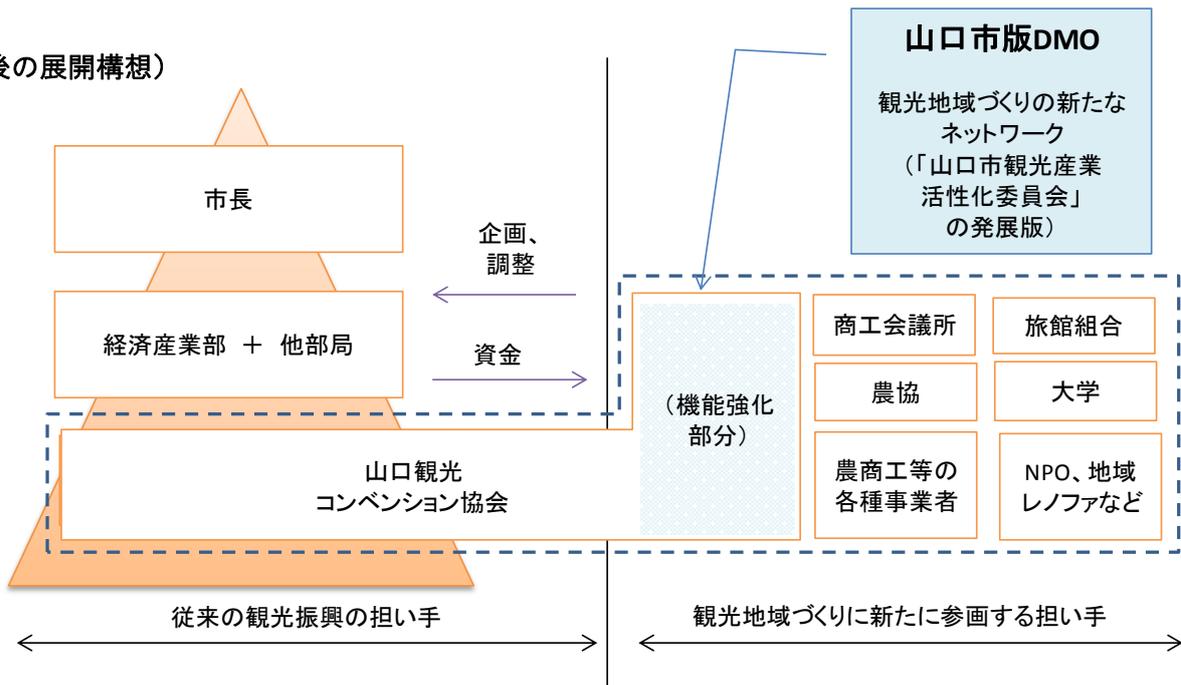
民間を中心に企画、事業計画の策定、スピード感を持った事業展開のための体制整備

(現在)



DMOとは、Destination Management/Marketing Organizationの略。観光地のブランドづくり、情報発信やプロモーション、マーケティング、戦略策定などを担う観光地域づくりの推進主体のこと。

(今後の展開構想)



(参考：ビッグデータの活用した山口市の流動人口：2014年) 経済分析システム (株)Agoop

