

# 第1章 山口市が観光振興に取り組む意義

## I いま、なぜ観光振興なのか

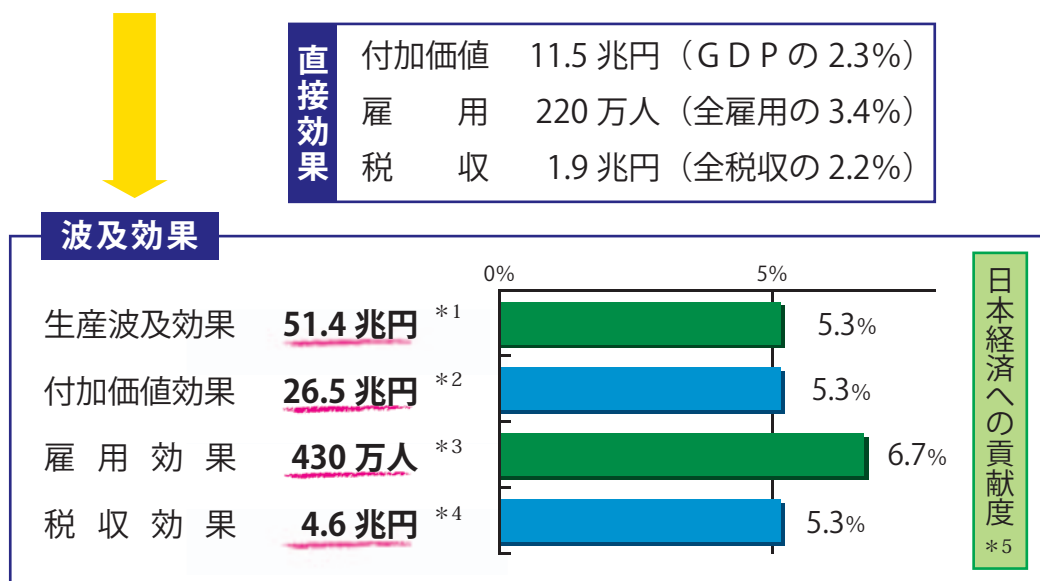
### ①リーディング産業としての観光への期待

観光は「見知らぬものを見てみたい」という人間の本能の一つともいえる行為であることに加え、旅行を可能にする自由時間や所得の増加に伴って、全世界的に増加しており、観光産業は21世紀の経済を牽引するリーディング産業となることが期待されています。

日本国内においても、観光立国推進基本法の制定や観光庁の設置など観光立国の実現に向けた取り組みが始まりました。

観光に伴う消費活動は、多くの関連産業に様々な波及効果をもたらし、経済の活性化と雇用の創出に寄与します。また、まちの個性を市内外にアピールし、市民へのまちの誇りや愛着を培う重要な役割を担っており、地域の経済的・社会的活性化に大きく貢献するものと考えられます。

**旅行消費額 23.6 兆円（国内産業への直接効果 22.7 兆円）**



\*1：産業連関表国内生産額 972.0 兆円に対応（2005 年）  
 \*2：国民経済計算における名目 GDP497.7 兆円に対応（2008 年度）  
 \*3：国民経済計算における就業者数 6,445 万人に対応（2007 年）  
 \*4：国税+地方税 86.3 兆円に対応（2008 年）  
 \*5：ここで言う貢献度とは全産業に占める比率

資料：国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による  
 ～平成 20 年度 我が国における旅行消費の経済波及効果～

## ② 観光振興が地域に及ぼす2つの効果

観光振興が地域に及ぼす影響は、以下の2つに大別することができます。

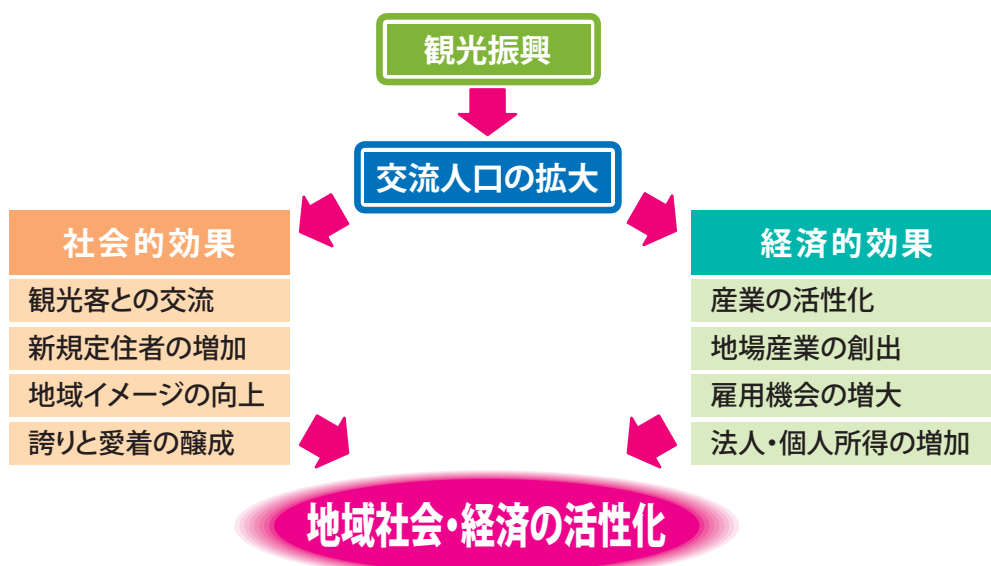
### a 経済的効果

- ・ 既存産業の活性化
- ・ 地場産業の創出
- ・ 雇用機会の増大
- ・ 法人及び個人所得の増加

### b 社会的効果

- ・ 市民と観光客との交流
- ・ 観光を足がかりにした新規住民の増加
- ・ 地域イメージの向上
- ・ 地域への誇りと愛着の醸成

## 観光振興が地域に及ぼす2つの効果



また、産業としての観光に着目すると次の3つの特徴が挙げられます。

### 特徴1

観光は…地域外からの来訪者に対するサービス提供により対価を得ることから、地域経済の発展にとって大きな役割を果たします。

### 特徴2

観光は…宿泊、飲食、交通をはじめとして、裾野の広い多様な業種から構成されており、波及効果によって、関連する他の産業の活性化にもつながります。

### 特徴3

観光は…様々な地域資源を活用することで成立しており、地場産業としての役割を持っています。

### ③ 山口市の動向

山口市総合計画（平成20年度～29年度）では、本市が踏み出すまちづくりの方向として「まちとしての価値」を高めることを掲げておりますが、これを観光によるまちづくりにあてはめると、観光関連業者だけでなく、地域全体がまちとしての豊かさを享受し、誇りの持てる地域づくりや、市民自らが創り出すおもてなしあふれる観光地づくりが重要であると言えます。そして、阿東町との合併後の新たな観光資源を活用した観光振興施策を、地域が連携して一体感を持って取り組むことが大切です。

また、平成20年の世界金融恐慌に端を発した経済環境の悪化は、直接の経済面に加え、生活全般の先行きや不透明感などから旅行を控えるなど、心理面でも旅行消費活動に影響するとの予測もありますが、目的性やテーマ性が強い旅行は経済動向とは関係なく賑わいを見せるものであるという考え方もあり、今後の経済発展や地域の活性化にとって、観光は切り離せないものとして注目されています。

このような情勢を踏まえ、今後を見据えた新たな視点からの観光振興のあり方を方向づける必要があります。

（参考） 山口市総合計画：平成19年11月策定

山口市総合計画における観光施策の位置づけは次のとおりです。

（1）まちづくりの目標 『ひと、まち、歴史と自然が輝く 交流と創造のまち 山口』

本市の持つ魅力的な「ひと」「まち」「歴史」そして「自然」にさらに磨きをかけ、輝きを放つ「ひと」「まち」「歴史」「自然」を介して活発な交流が行われ、そのことを通じて新しい感性や文化が創造されるような「交流と創造のまち」を創っていくことがまず必要です。（抜粋）

<施策体系> 6-1 地域の特徴を生かした観光のまち

- 1 観光資源の充実      2 観光情報の発信      3 観光ホスピタリティの充実
- 4 広域観光の推進      5 特産品の振興

<プロジェクト事業> 2 交流創造プロジェクト （2）交流産業の活力創造

① 観光交流のまち魅力向上プロジェクト

- 広域観光、交流拠点となる山口、小郡都市拠点の魅力向上
- 湯田温泉の魅力創出                      ○コンベンション機能の充実
- 森林セラピーの推進                      ○グリーンツーリズム・ブルーツーリズムの推進
- 道の駅を介した交流の促進      ○都市間の連携による広域観光の強化

② やまぐちブランド構築プロジェクト

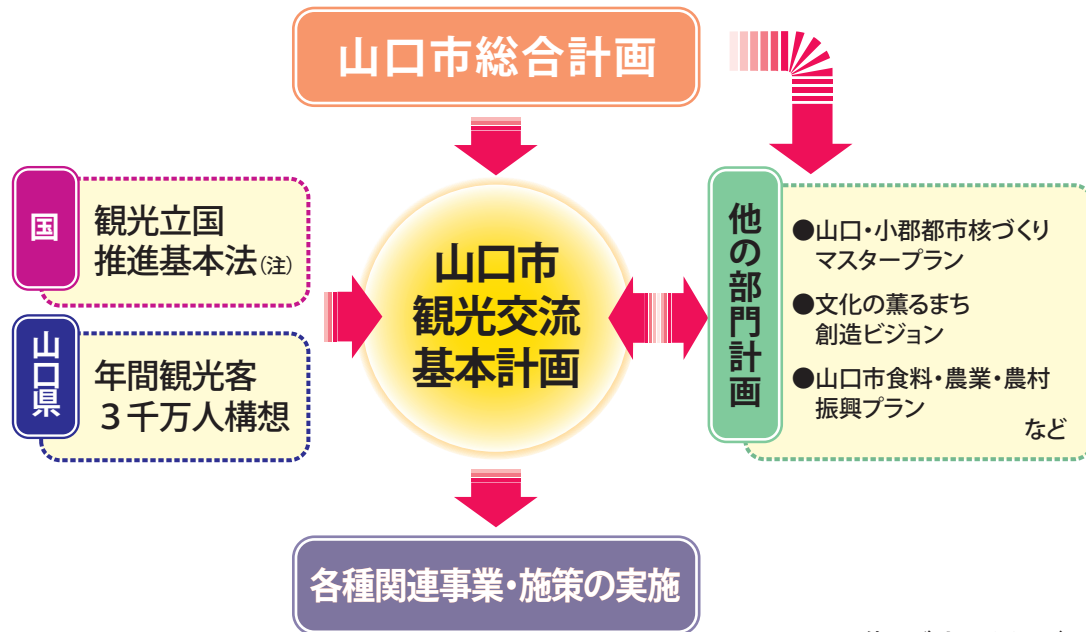
- 新たな観光資源の発掘                      ○やまぐち食文化の創造
- 新ブランドの創造                          ○やまぐち魅力発信事業

③ 東アジア交流推進プロジェクト

- 外国人観光客の誘致                      ○外国人観光客の受入体制整備
- 東アジアの都市との経済連携の構築

## II 計画の位置づけ

本計画は、山口市総合計画を上位計画とし、観光の視点から、その実現に向けての有効な方策を定めるとともに、他分野の政策・計画との連携・連動を図ります。



位置づけのイメージ

(参考) 観光立国推進基本法：平成 19年 1月施行

観光を 21 世紀における日本の重要な政策の柱として位置付け、魅力ある観光地づくりと国際・国内観光の振興を推進すること等を通じて観光立国を実現することを意図して、昭和 38 年に制定された「観光基本法」の全部を改正し、題名が「観光立国推進基本法」に改められました。

小泉内閣当時にとりまとめられた「観光立国懇談会報告書」(2003 年 4 月)の副題である「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を念頭に、観光立国を実現するため、

- (1) 地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会づくりの重要性
- (2) 国民の観光旅行の促進の重要性
- (3) 国際的視点に立つことの重要性
- (4) 関係者相互の連携の確保の必要性

の 4 項目を基本理念として掲げるとともに、「観光立国推進基本計画」の作成ほか観光政策の基本的方向を示しています。

### Ⅲ 計画の期間及び見直し

山口市総合計画との整合を図り、平成22年度から29年度までを計画期間とします。

なお、観光を取り巻く情勢の変化等を踏まえ、必要に応じ、計画の見直しを行うこととします。

山口市総合計画(平成20年度～29年度)

山口・阿東新市基本計画(平成22年度～29年度)

山口市観光交流基本計画(平成22年度～29年度)

山口市総合計画は、まちづくり構想、まちづくり計画、実行計画の3層で構成しています。まちづくり計画は、まちづくり構想に基づき、施策ごとのめざすまちの姿、目標値、役割分担等を示しており、中間年度に見直しを行います。



## IV 山口市観光の現状と課題

本計画の策定にあたっては、山口市観光交流基本計画策定会議並びに策定委員会を設置し、庁内関係部署に加え、観光関連団体や山口大学経済学部に参加いただき、協議を重ねてきました。

特に、現状分析並びに課題抽出にあたっては、山口大学経済学部で組織された山口大学観光経済経営分析プロジェクトに次の観光アンケート調査の実施・現状分析を委託し、課題抽出を行ったところです。**※現状分析・課題抽出・アンケート調査の結果については、巻末(P 70～)に資料として添付。**

なお、今後の計画実現にあたっては、本アンケート調査結果を活用しながら毎年の事業評価を行い、事業内容の質を高めていく考えです。

アンケート1	はがきによる観光客（宿泊・日帰り客対象）に関する調査
アンケート2	山口市宿泊施設の宿泊者に関する満足度調査
アンケート3	山口市民対象の潜在的観光資源・観光振興に対する調査
アンケート4	観光有識者対象の聞き取り調査
アンケート5	インターネットによる山口市観光に関する調査
アンケート6	旅行会社・団体旅行者対象の魅力度・満足度調査

### ① 現 状

- 観光客総数は、ここ数年は堅調に推移しているが、宿泊客数は、ピーク時（平成13年度）に比べて約20%減少している。
- 観光客の特徴は、宿泊客に比べて日帰り客が圧倒的に多い。
- 観光の満足度上位は、①「食事」 ②「接客」 ③「景観」。  
一方、不満足度の上位は、①「移手段」 ②「体験施設」 ③「表示案内」。
- 市内の道の駅を訪れる観光客数は、観光地の箇所別でみると「湯田温泉」に次いで上位を占め、地産地消のアンテナショップとしての機能を発揮している。

### ② 課 題

これらの現状から、以下のような課題が挙げられ、対策が求められています。

- ・観光客の滞在時間が短い。
- ・観光地間の連絡が十分に取れていない。
- ・ブランドイメージが定着していない。
- ・観光に関連する産業間で十分な連携が取れていない。
- ・おもてなし、ホスピタリティが十分でない。
- ・多様な魅力が効果的に発信できていない。



山口市  
としての  
対策