

第4章 重点プロジェクト

基本理念に掲げる「観光立市・やまぐち」の実現を推進していくために、中期目標である平成 24年度までの3年間に重点的かつ先導的に取り組む事業を「重点プロジェクト」と位置づけます。

地域間競争がますます激しくなる社会経済情勢の中で、交流人口の増加による観光産業への波及効果を高めるため、地域が持つ独自の資源を最大限に活用し、他都市との違いを明確に打ち出します。

さらには、その取り組み効果を市内の他地域へと波及、拡大させていくことにより、市全域の観光振興と地域経済の活性化を図ります。

プロジェクトⅠ 都市(まち)としての観光ブランドの創出

- (1) 歴史・文化 × 景観
- (2) 歴史・文化 × 特産品
- (3) 歴史・文化 × イベント・まつり
- (4) 歴史・文化 × 温泉
- (5) 歴史・文化 × 都市機能
- (6) 歴史・文化 × 農林水産資源
- (7) 歴史・文化 × ひと

プロジェクトⅡ 観光ブランド・地域イメージの効果的な発信・定着

- (1) マーケット・プロモーションの推進
- (2) 観光客に選ばれ続ける体制づくり

プロジェクトⅠ 都市(まち)としての観光ブランドの創出

＜取り組み方針＞

室町時代に「西の京」として栄えた山口市は、数多くの歴史資源を有し、特に大殿地区を中心とする地域には、大内氏ゆかりの文化財や明治維新に関する史跡など多くの歴史的・文化的遺産が点在し、古くからの街並みが緑豊かな自然環境と調和した美しい景観を残しています。

また、長い歴史に培われた伝統的な文化や風土が、今日まで市民に親しく継承され、今なお生活の中に広く息づいており、こうした大内文化をはじめとして、幕末・明治維新期の特色ある歴史は本市の財産であり、貴重な観光資源となっています。

しかし、これらの観光資源も競争激化する国内観光地での観光市場における認知度は十分とは言えない状況にあります。

このことを踏まえ、大内氏の時代から引き継がれてきた本市固有の歴史や文化を最大限に活用し、「景観」「特産品」「温泉」といった多様なブランド要素と融合・連携させて、奥深い歴史と新しい文化がひとつになった都市(まち)としての観光ブランドを創出します。

目標数値：山口市の魅力度

[単位：％]

	平成20年度	平成24年度
温泉（足湯）	52.9	全体 数値 アップ
明治維新の史跡	35.0	
三海（日本海・瀬戸内海・響灘）の幸	32.1	
室町時代の史跡	31.9	
海や山などの自然景観	28.0	
文化的な雰囲気・風土	27.0	
郷土料理や特産品	25.9	
明治・大正時代の街並みや史跡	22.0	
現在の芸術・文化を育む文化施設	9.5	

（資料：山口市観光動態アンケート調査 H20）

(1)「歴史・文化」×「景観」

本市は、豊富な緑や清澄な水を有する自然に満ちた都市であり、各地域にはその風土に根付いた独自の歴史や文化が息づいています。こうした独自の歴史や文化を背景としたまちづくりを進めることは、地域の個性を育み、その地域に住み続けるためのアイデンティティ（独自性）をつくる上で極めて重要であるとの認識のもと、街並みの修景等の整備に取り組めます。

■データ：主要な観光地入込客数

[単位：人]

	平成18年	平成19年	平成20年
香山公園（五重塔）	511,715	500,302	531,989
常栄寺雪舟庭	118,733	110,035	99,161
山口市菜香亭	28,214	24,457	28,872
重源の郷	39,449	32,654	28,311
長門峡	393,100	387,500	370,500

【プロジェクト1】大内文化特定地域の整備

事業概要	大内文化特定地域を核として、自然と歴史に育まれた都市景観を守り、育て、創ります。特に、大内氏遺跡整備基本構想に基づき平成23年に予定されている龍福寺の竣工に併せて、景観にあった統一した案内サインの整備を行い、目的地への円滑な移動と、訪問客を温かく迎える歓迎標示等の機能充実を図ります。 《具体的事業》 ●歴史の道「萩往還」の散策道整備 ●一の坂川桜並木の保全 ●大内氏館跡整備事業 ●町屋再生・活用事業 ●匠のまち創造支援事業
-------------	---

ー 歴史・文化コラム① ー



＜大内文化を代表する国宝五重塔＞

作家の司馬遼太郎氏は、その著『街道をゆく—長州路』のなかで次のように述べています。「駆けて行って塔の下までたどりついたときは、もう肩から濡れそぼってしまっていたが、正面の塔の古色が尋常でないために、自分が幻想の舞台にとびあがってしまったようで、雨どころではなかった。（長州はいい塔を持っている）と惚ればれる想いであった。」

五重塔は応永六年(1399) 戦死した大内義弘を弔うために、弟の盛見が建設を計画したもので、応永十一年(1404)に着工し、嘉吉二年(1442)に落慶。桧皮葺の屋根は勾配がゆるやかで、軒の切れ込みが深く軽快で優美さを感じさせ、大内氏繁栄の遺構として見応えがあります。

【プロジェクト2】歴史的な景観を生かした滞在・交流型観光メニューづくり

事業概要	歴史的な景観を残す地域を中心に新たな観光メニューづくりに取り組むとともに、個々の観光資源を有機的に結びつけ商品造成することで、地域の観光地をより魅力的なものとしていきます。 〈具体的事業〉 ●各地域の観光メニューづくり (阿知須地域の白壁の居蔵造散策ツアー、徳地地域の重源の郷を起点とした文化遺産学習ツアー、阿東地域の長門峡溪谷探索ツアー など)
------	--

ー 歴史・文化コラム② ー



＜白壁の居蔵造＞

北前船のむかしから千石船の港町として反映した名残りをみせる瓦葺き漆喰大壁の家を居蔵造と呼びます。

隣接する商店街では、福岡県柳川市の伝統的な吊るし飾り「さげもん」を手本とし、「阿知須の古い町並みに合う」と、数年前から、ちりめんや着物の布でつくられた飾りや小物が愛らしい「ひなもんまつり」を開催しています。古き良き情緒を残す阿知須の町なみを彩る、早春のイベントです。

＜俊乗坊重源上人と徳地＞

平安時代末期(1180年)源氏と平家の戦いにおいて、東大寺が焼失しました。その後、朝廷の命で俊乗坊重源上人は、再建のため大木を求めて徳地の山々を駆け巡り、東大寺は再建されました。徳地には、大木を運搬した跡、伐採に従事した人々の健康のために上人が作った石風呂、寺社や仏像など、上人と徳地の結びつきを色濃く残しています。



＜県内随一の紅葉の名所 長門峡＞

国・県の「名勝及び天然記念物」に指定されている「長門峡」は春のツツジ・山桜、夏の新緑・フジの花、秋の紅葉、冬の椿など、四季折々の花を愛でる楽しみがあります。特に秋は、岩の上を彩る赤や黄色の見事な紅葉と溪流のせせらぎが、訪れる人を魅了します。散策コースが整備されているので、心地よい秋の空気を感じながら、じっくりと紅葉狩りを楽しめます。

(2)「歴史・文化」×「特産品」

市内の農林水産業、製造業、卸売・小売業の各業界が連携して、付加価値の高い魅力ある観光消費機会を創出、拡大します。とりわけ、「食」については、近年、観光資源として特に注目を浴びつつあることから、合併により市域が拡大し、旧市町の海産物や農畜産物などの食材が幅広く情報発信できる機会が増えた効果を最大限に生かして重点的に特産品の販路拡大に努めます。

また、本市は「大内塗」や「山口萩焼」などの歴史や文化に培われた優れた伝統産業を有しており、これらの伝統産業を継承、活性化していくための支援体制を強化します。

■データ：土産品の1人当たりの消費額

[単位：円]

	平成18年度	平成19年度	平成20年度
山口市			4,554
山口県			6,476
全 国	5,140	5,120	5,020

(注) 全国の数値については日本観光協会「国民の観光に関する動向調査」による。

山口県の数値については「山口県おもてなしアンケート調査」による。

【プロジェクト3】優れた地場食材の活用

事業概要	観光客が旅行をする際には食が大きな魅力になっており、中でも地場食材や地元料理に対する期待が高いと言われます。海産物から農畜産物まで優れた食材の生産地であることを生かすとともに、長い歴史に培われた伝統的な文化や風土を活用した、本市独自の食の魅力をアピールしていきます。 《具体的事業》 ●「山口名物料理創出推進会議（注）」による新たな名物料理の研究 ●ご当地グルメの開発・発信
-------------	--



ー 歴史・文化コラム③ ー

<地元食材を使った地産地消料理コンテスト>

山口県内の若手調理師による和食・洋食・中華の地産・地消料理コンテストを市内の専門学校が開催し、県内各地のホテルや料亭で働く30歳以下の調理師と同校の学生18人が自慢の腕を競いました。

参加者は2人ずつ9組に分かれて調理。山口のオリジナル野菜で知られる「はなっこりー」や「くりまさる」をはじめ、地元食材をふんだんに利用したオリジナルレシピの創作料理に取り組み、食文化のアピールに取り組んでいます。

注) 山口名物料理創出推進会議とは

山口商工会議所が本市の観光振興及び地元飲食店の魅力アップを目的として「山口名物料理創出推進会議」を設置しました。平成17年の合併を記念して「山口しっちゃん鍋」を創作するとともに、現在、「普及版」名物料理の創出・普及に取り組んでいます。

【プロジェクト4】伝統産業を核とした個性的な商品開発

事業概要	本市固有の歴史・文化の素材を活用し、製造・販売を通じて高い付加価値が得られる大内塗や山口萩焼など伝統的工芸品のブランド化に取り組みます。また、地域内での消費を基本とした流通形態をとることによって付加価値を更に高めるなど、製造企業の魅力を発信するためのツールの見直しについて研究し、販路拡大に取り組みます。 《具体的事業》 ●大学等の高等教育機関と連携した伝統工芸品の販路拡大方法の見直し ●経営基盤の強化 ●伝統産業を生かした体験交流事業の充実（重源の郷、山口ふるさと伝承総合センターでの体験交流事業など）
-------------	---

ー 歴史・文化コラム④ ー



＜徳地和紙＞

日本歴史学会編修の「大内義隆」に、1538年足利将軍起草国書には周防国徳地で漉かれた和紙使用と記述されています。

＜山口外郎＞

1360年代に中国から渡来した官吏礼部員外郎職が伝えた餅菓子で、ワラビ粉を使用。大内氏の時代から伝承されています。



＜車えび＞

クルマエビ科に分類される代表的な日本エビで、伊勢湾や有明海にさがけた秋穂湾養殖は先進地で有名です。

— 歴史・文化コラム⑤ —

＜大内文化の香り漂う優美な伝統工芸 大内人形の魅力＞



山口市が誇る伝統工芸品「大内塗」の代表的な作品。室町時代、24代大内弘世は山口に居を構え、京を模した街づくりを行っていました。やがて、京の三条家より美しい姫を迎え入れましたが、姫は遠く華やかな都を恋し寂しがる毎日。その様子をかわいそうに思った弘世は、姫を喜ばせようと、京からたくさんの人形師を呼び寄せ、大内御殿の一室を人形でいっぱい飾りました。姫はたいそう喜び、それからは幸せに暮らしました。町の人々はその御殿を「人形御殿」と呼ぶようになり、噂を聞きつけた京の貴族・文化人・芸術家・僧侶が、山口へ移り住みました。そんな二人の物語を

もとに、夫婦仲睦まじく並んだ大内人形が作られるようになったといわれています。

— 歴史・文化コラム⑥ —

＜「山口らしさ」をテーマに特産品開発＞

市内の食品や工芸などの事業者でつくる山口市物産事業者連絡協議会は、市内外での観光物産展への参加をはじめ、山口市を中心とした地域で生産される物産の紹介、宣伝、あっせん等を行い販路の拡大に取り組んでいます。

特に、特産品の開発にあたっては、山口市固有の歴史・文化などを生かした山口らしい特産品を創出するため、平成12年から市の委託を受けた特産品開発等支援事業に取り組んできましたが、毎年、新商品を開発して商品化までつなげていくのは容易ではなく、21年度は新たに市民からアイデアを募集し、市民参加による特産品開発をめざしています。



(3)「歴史・文化」×「イベント・まつり」

本市には、歴史に培われたまつりや伝統芸能、新しい市民文化から生まれた個性的なイベントなど、市民だけでなく、観光客にとっても魅力的なまつりや伝統芸能、イベントが数多くあります。

こうしたまつりや伝統芸能、イベントを支援することによって一層の充実を図り、交流人口の増加を図るとともに、市民と観光客が触れ合える、賑わいのある地域づくりを進めていきます。

■データ：歴史・文化に関わる主要な観光イベント・観客数

[単位：人]

	平成18年度	平成19年度	平成20年度
山口祇園祭	55,000	60,000	65,000
湯田温泉白狐まつり	45,000	55,000	50,000
山口天神祭	30,000	30,000	30,000
山口七夕ちょうちんまつり	150,000	150,000	160,000
日本のクリスマスは山口から			50,000
アートふる山口	70,000	50,000	60,000
山口お宝展	100,000	78,000	157,000

■データ：地域が主体となったイベント・観客数

[単位：人]

	平成18年度	平成19年度	平成20年度
あいお祭り・花火まつり	10,000	12,000	12,000
ふしの夏まつり	15,000	28,000	28,000
とくぢフェスティバル	2,000	2,000	5,000
阿知須浦まつり・花火大会	20,000	22,000	20,000
あじすふれあいまつり	10,000	16,000	16,000
桜まつり(阿東)	32,000	28,000	30,000
長門峡もみじ祭	23,000	21,000	20,000
とくぢ夏祭り・花火大会	5,000	5,000	5,000

ー 歴史・文化コラム⑦ ー



<山口七夕ちょうちんまつり>

中世室町時代に、山口を含む中国地方一円を治めていた大内氏の26代盛見が、父母の冥福を祈るために、笹竹の上に高燈籠を灯したのがはじまりと伝えられています。それが町の家々の盆行事となり、やがて燈籠が手軽な提灯に変わり、笹竹には鈴なりの紅提灯が灯され、町方は火のトンネルのようだとされるようになりました。毎年8月6日・7日の2日間にわたり開催され、青森のねぶた、秋田の竿灯と並んで、日本三大火祭りの一つに数えられています。

【プロジェクト5】観光イベント・まつりの重点支援

事業概要	歴史や文化に関わるまつりや伝統芸能、イベントが、観光産業の振興や観光客誘致の一翼を担っていることから、各主催者に対する助成を含め、開催への支援・協力を引き続き行っていきます。特に、地域外からの交流人口の増加に対して効果が大きいものについては重点的に支援します。また、地域が主体となったイベントやまつりについては、「山口式協働のまちづくり」を推進する観点に立って、地域づくり活動の中での支援のあり方について調査研究します。 《具体的事業》 ● 歴史・文化に関わる観光イベントやまつりへの重点支援
------	--

【プロジェクト6】山口開府 650 年記念事業

事業概要	山口の歴史を再認識し、歴史のまちとしての価値を市民共有の財産とする契機として、歴史文化と芸術文化をまちの価値として掲げ、山口の新しい芸術文化の融合を市内外に発信します。また、「山口開府 650 年・湯田温泉復活 300 年観光交流促進戦略会議」を設置し、観光地としての魅力を観光関係団体が一体となって発信します。 《具体的事業》 ● 既存まちづくりイベントとのタイアップ（「山口お宝展」「日本のクリスマスは山口から」「アートふる山口」など） ● 大内文化特定地域内での各種記念イベント開催
------	---

ー 歴史・文化コラム⑧ ー



＜日本のクリスマスは山口から＞

山口が「西の京」とうたわれ、大内文化が花開いた時代、31代大内義隆はフランシスコ・サビエルに布教の自由を与え、山口ではキリスト教の布教活動が活発に行われました。

天文 21年(1552) 12月 9日、宣教師コメス・デ・トルレスが山口の司祭館に日本人教徒を招き、賛美歌を歌ってクリスマスを祝ったのが、日本のクリスマスの始まりといわれています。この貴重な史実を全国に発信し、まちづくりに活かしていこうと、現在、市民参加型の事業が実施されています。

【プロジェクト7】湯田温泉復活 300 年記念事業

事業概要	800 年の歴史を持つ湯田温泉は、1707 年の大地震により一時枯渇し、再湧出してから平成 22 年で 300 年を迎えることから、これを節目の年として各種記念事業を企画・実施し、宿泊客の増加を図ります。 《具体的事業》 ●湯田温泉白狐まつりの充実・支援 ●湯田温泉賑わい創出事業の実施 ●湯田温泉街における各種記念イベントの開催
------	---

ー 歴史・文化コラム⑨ ー



＜湯田温泉白狐まつり＞

白狐が温泉を発見したという伝説にちなんで行われる祭りです。山口三大祭(湯田温泉白狐まつり、山口祇園祭、山口天神祭)の一つとしても数えられ、白狐の姿をした子ども達がいまつを持ち、幻想的な炎が湯田温泉の夜を照らす「白狐たいまつ行列」や「白狐パレード」など、白狐をモチーフにした催しが数多く行われます。

＜湯田温泉街のイルミネーション事業＞

湯田温泉復活 300年を翌年に控え、湯田温泉地域の方々が主体に「X-mas 湯らぎ狐(コン)サート」を湯田温泉の中原中也記念館前庭で開催しました。また、湯田温泉まちづくり協議会は、ミニイルミネーションを温泉街に新たに設置し、今後も持続的な賑わい創出事業に取り組んでいきます。



(4)「歴史・文化」×「温泉」

本市を代表する温泉地である湯田温泉は、800年という全国的にも古い歴史を持ち、県の中央部に位置することから周遊観光の拠点としての利便性が高く、県下最大の宿泊受入能力を有しています。宿泊客数については、平成 15年以降ほぼ横ばい状態を維持していますが、10年前と比較すると約 13万人も減少しています。

今後、温泉地としての吸引力を高めていくためには、古くからの温泉地をはじめとして、近年各地に整備されている温泉施設等との違いを明確化、個性化を図る必要があり、市街地立地型の温泉地としての湯田温泉の魅力を伝えるための基盤整備を進め、街なか温泉にふさわしい新たな雰囲気づくりをめざします。

■データ：湯田温泉宿泊収容人数等

[単位：人]

	平成18年度	平成19年度	平成20年度
湯田温泉宿泊客数	404,848	381,866	383,642
湯田温泉宿泊収容人数	4,837	4,860	4,139
湯田温泉観光案内所入所数	31,131	31,431	36,452

※湯田温泉宿泊客数は湯田温泉旅館協同組合加盟の旅館・ホテルの数値

【プロジェクト 8】湯田温泉街の賑わい創出（湯田温泉復活 300 年記念事業）

事業概要	宿泊産業は、地域の文化を体現する受入拠点の機能を有しており、地域と一体となって地域全体の魅力の向上に努めることにより、地域ブランドの構築に貢献するものと考えられます。このことから、湯田温泉の宿泊産業を中心として様々なソフト事業を展開し、魅力づくりに取り組みます。 《具体的事業》 ●イルミネーションやライトアップによる夜の魅力スポットの整備 ●統一的なシンボルデザイン、キャラクター・グッズの制作
------	---

ー 歴史・文化コラム⑩ ー



＜白狐が見つけた、美肌の湯 湯田温泉＞

湯田温泉の歴史は古く、大内氏の時代には、すでに開湯されていたといわれ 800年の歴史を持っています。伝説によると、白狐が傷を癒していた池を村人が不思議に思い調べ、温泉として開湯したのが始まりとも伝えられています。アルカリ性単純温泉で、肌によく馴染むやわらかい湯が特徴です。

【プロジェクト 9】湯田温泉おもてなしの街づくり

事業概要	湯田温泉は、歴史と文化を有する全国有数の温泉地である一方で、市街地の中心部に位置する市街地立地型温泉であることから、他の温泉地と比較すると温泉情緒に欠けています。こうした湯田温泉の特性を踏まえて、訪れる観光客に対して、心地よく、そぞろ歩きが楽しめ、風情ある温泉地としての魅力を高めるための空間的整備を行います。 《具体的事業》 ●湯田温泉交流拠点施設と周辺一帯の整備 ●県道204号線と周辺の整備 ●湯田温泉駅前と周辺整備
------	---

【プロジェクト 10】回遊性を促進するしくみづくり

事業概要	湯田温泉を訪れる観光客のもたらす経済効果を、旅館やホテルなどの宿泊業以外へ拡大させ、市民にとっても恩恵のある拠点づくりを目指します。また、温泉地の魅力と大内文化をはじめとする歴史・文化を融合・活用し、市内周辺地域の観光地や中心商店街、飲食店などへの人の流れをつくり、回遊できるしくみを整備します。 《具体的事業》 ●湯田温泉を発信地とする他地域への観光情報提供方法の充実 ●SL「やまぐち」号と湯田温泉への宿泊を結びつける観光メニューの開発 ●ミールクーポン（注）の発行と泊食分離サービスの推進 ●歴史・文学散歩ボランティアの育成
------	--

ー 歴史・文化コラム⑪ ー

＜SL「やまぐち」号 C57貴婦人＞

SL「やまぐち」号は、山頭火が愛した小郡地域の「新山口」を出発し、美肌の湯「湯田温泉」、大内文化の香り漂う「山口」、四季折々の情緒が楽しめる「長門峡」、山陰の小京都「津和野」までの62.9Kmを約2時間かけて走ります。レトロムードあふれる客車は、「展望車風」・「欧風」・「昭和風」・「大正風」・「明治風」とイメージやインテリアは様々です。市内の移動に、市外へのショートトリップに使えば、移動する時間もしっかりと旅の思い出に。

車窓からの風景も、いっそう趣深く見えるはずです。



注) ミールクーポンとは

レストランで使用できる食事券のことで、旅行会社などと提携しているレストランで使用できる場所もあります。チケットをあらかじめ購入しておくことで、メニューを選んだりする手間などが省けて便利です。

（５）「歴史・文化」×「都市機能」

本市は、歴史的・文化的遺産が点在し、古くからの街並みが緑豊かな自然環境と調和した美しい景観を併せ持つ個性ある都市である一方で、県都として発展し、行政、文化、教育、芸術、商業など様々な都市機能を有しています。

こうした本市の特性を生かして、山口情報芸術センター、中心商店街、維新百年記念公園、県や市の公的文化施設などの多様な都市機能を結びつけ、有効活用することにより、新たな魅力を創出します。

■データ：主要な文化関連施設等の入込客数等

[単位：人]

	平成18年	平成19年	平成20年
山口情報芸術センター	303,170	273,183	262,502
山口市民会館	124,909	130,501	108,332
中原中也記念館	23,075	27,602	25,109
山口県立美術館	171,514	73,337	131,916
山口県立博物館	52,549	45,193	45,213

※山口情報芸術センターについては市外からの入込客推計値

■データ：中心商店街通行量

[単位：人]

	平成18年	平成19年	平成20年
1日あたりの通行量（平日）	40,818	38,948	42,740
〃（休日）	54,252	46,750	58,507

【プロジェクト 11】文化関連施設との連携によるツーリズムの推進

事業概要	本市には室町時代を代表する画聖雪舟に関わる史跡が多数残されており、県立美術館の雪舟関連の企画展には毎回多くの人々が訪れています。また、湯田温泉の生誕地にある叙情詩人中原中也の記念館には、湯田温泉の宿泊客が訪れるなど、文化施策と観光施策は交流人口の拡大に密接な役割を担っています。 こうした文化に育まれた風土と、県庁所在地として充実した公共・公益施設が連携し、誘客効果の高い魅力づくりに取り組みます。 〈具体的事業〉 ●文化関連施設の企画展などとの連携による交流拡大 ●文学者、文化人を生かした滞在型観光の推進
------	--

【プロジェクト 12】商店街との連携によるツーリズムの推進

事業概要	山口市中心商店街は歴史的な街道である萩往還や石州街道、肥中街道が交わる歴史的な賑わいのあった地域であり、この歴史街道を生かし、市内外からの交流人口の拡大につながる街なかイベントを開催します。 《具体的事業》 ●商店街イベント（スペインフィエスタなど）との連携による交流拡大 ●歴史街道を生かした滞在型観光の推進
------	--

【プロジェクト 13】アートツーリズムによる広域観光の推進

事業概要	日本有数のメディア芸術の発信拠点である山口情報芸術センターの機能を生かし、市外・県外の美術館などと回遊させる連携事業を展開し、広域観光の促進を図ります。 また、市内の県立美術館や博物館などの文化施設が独自に取り組むイベントや企画展と、観光キャンペーン事業の開催日を調整するなど、相互に連携を図り、新たな回遊性（ツーリズム）による周遊型観光を推進します。 《具体的事業》 ●山口情報芸術センターを核としたアートツーリズムの研究・開発 ●文化事業と観光キャンペーン事業とのタイアップ強化
------	---



ー 歴史・文化コラム⑫ ー

＜山口情報芸術センター＞

大内氏の時代に海外から様々な文化を取り入れ、その要素を取り入れながら既存の文化と融合させ、新たな文化を創造し、個性的かつ魅力ある文化が山口に開きました。山口情報芸術センターは、情報技術の発展の中で、大きな潜在力を持っているメディアアートの分野において、テクノロジー(科学技術)をアートに取り入れるなど、異分野との新たなコラボレーション、企業や大学等と高等教育機関との共同開発、共同研究に取り組んでいくことで新産業の創出を促すとともに、「情報」「文化」をキーワードに様々な交流を通じて世界的な創造都市とのネットワーク作りを推進しています。

(6)「歴史・文化」×「農林水産資源」

豊かな自然環境のもと、農林水産業の生産の場として様々な農林水産物を提供する農山漁村地域は、新鮮な空気や水、田園や里山、海岸の美しい景観といった、都市では得がたい潤いに満ちた生活空間や、自然との共生を通じて生まれてきた固有の文化や伝統芸能などの多様な地域資源を有しています。

また、国民のライフスタイルの変化、環境意識の高まりは、癒しの生活空間として、また、環境にやさしい生活空間として、自然と共生する農山漁村地域での生活や体験を望む、いわゆる「団塊の世代」などの地方回帰の機運が高まっており、こうしたニーズを踏まえて、合併により豊富となった農林水産資源の魅力を最大限に活用できる観光、交流産業の活性化を進めます。

■データ：道の駅観光客数

[単位：人]

	平成18年	平成19年	平成20年
あいお	231,624	224,664	217,497
きらら あじす	767,424	784,638	889,480
仁保の郷	659,262	653,691	617,004
長門峡	393,100	387,500	370,500
願成就温泉	96,215	92,518	81,018

※全体来場者数から市内来訪者を除いた数値

【プロジェクト 14】農林水産業との連携によるツーリズムの推進

事業概要	各地域には、その風土に根付いた独自の歴史や文化などが息づいており、農山漁村地域の特徴的な地域資源を生かして、従来の観光地を巡る通過・短期滞在型の観光から、徳地森林セラピーとの連携などの地域にじっくり滞在する体験・交流型の観光プログラムを商品造成します。 《具体的事業》 ●体験・交流プログラム（農業・林業・漁業体験、民泊など）の商品造成
------	---

ー 歴史・文化コラム⑬ ー

<短期農山村体験>

都市と農山村の交流を目的とした「短期農山村体験プログラム」を徳地串地区で実施しました。関東近郊からの参加者は地元農家に民泊し、地区の人々が語る地区の歴史に耳を傾け、稲刈り・もみすりといった農作業や、老人作業所「ゆめ工房」でのわら細工づくりなどを体験。稲穂が黄金色に輝く棚田と赤い彼岸花が織り成す美しい風景の中で繰り広げられた受入地区の皆さんとの心温まる交流を通じて、都市部に暮らす参加者は農山村でしか味わえない感動を受けました。



【プロジェクト 15】道の駅を起点とした地域密着型観光の推進

事業概要	観光客の立ち寄り割合が高い「道の駅」の特性と、地産地消のアンテナショップとしての機能を生かし、付加価値の高い特産品販売の発信に取り組めます。また、道の駅における観光案内機能を高め、地域の歴史的・文化的遺産などの紹介や、農村などを舞台とした体験・参加型の観光資源情報を提供し、観光客を市内全域まで誘客できるしくみづくりに取り組むとともに、各道の駅の魅力の差別化を図ります。 〈具体的事業〉 ●道の駅等における観光情報の充実 (地域密着型観光パンフレット制作など)
------	--

ー 歴史・文化コラム⑭ ー

< 5つの道の駅 >

山口市は、平成 22年の市町合併により、県内では 1 番多い、「あいお」「きらら あじす」「仁保の郷」「長門峡」「願成就温泉」という 5つの道の駅があります。それぞれの道の駅が、地域情報の発信、他地域との交流、農作業体験などの活動や地域特産物の販売などを行っています。



(7)「歴史・文化」×「ひと」

本市の特徴である景観、自然、歴史、風土、文化、素材等の地域資源を最大限に生かしていくためには、市民参加による観光まちづくりは必要不可欠です。本市は平成 20年に「山口市協働のまちづくり条例」を制定し、個性や多様性と、そこに住んでいる方々の意思を尊重した地域づくりに取り組んでおり、市民自らが本市に住むことに誇りと愛着を感じ、市民一人ひとりが観光まちづくりの担い手となって、来訪者の満足度を高めます。

■データ：観光ボランティアガイド実績

	平成18年	平成19年	平成20年
会員数	85 人	82 人	70 人
案内件数	1,970 件	1,932 件	1,899 件
案内延人数	12,586 人	12,261 人	14,635 人

(資料：山口市観光ボランティアガイドの会実績)

【プロジェクト 16】観光教育の推進

事業概要	全ての市民が都市（まち）に対して誇りと愛着を持つという意識の醸成が図られていくよう、山口の自然、人、歴史、民俗学などを学び、地域活性化や地域づくりへの動機づけを与えるとともに、取り組みを強化します。 《具体的事業》 ●未来観光大使啓発事業の継続 ●ご当地検定「やまぐち歴史・文化・自然検定」の周知・啓発
------	--

ー 歴史・文化コラム⑮ ー

<やまぐち歴史・文化・自然検定>

その昔「西の京」として栄え、幕末には討幕運動の拠点ともなった歴史ある街、山口市の歴史・文化・自然などについての知識を問うご当地検定です。

ひとりでも多くの方が豊かな自然や文化に恵まれた街山口で生活していることに誇りと自信をもってもらえることを目的に実施されています。平成 20年の第 1回初級検定では 573名の受験者のうち、494名が合格（合格率 86%）され、山口市への関心の高さが伺われました。



【プロジェクト 17】 市民参加の観光まちづくり

事業概要	観光を通じて社会に貢献する活動は、その都市の自然や歴史、文化を深め、異文化コミュニケーションを学ぶ上で貴重な財産であると言われています。 市民の皆さんが観光を通じて協働のまちづくりに参画できる仕組みづくりに取り組めます。 《具体的事業》 ●観光まちづくりを担う人材の育成 ●山口市観光ボランティアガイドの会の活動支援 ●（仮称）観光まちづくりプラン提案制度の実施
------	--

ー 歴史・文化コラム⑩ ー

＜自然・歴史・文化などを分かりやすく解説＞

山口市観光ボランティアガイドの会は、山口市の観光シンボルである国宝瑠璃光寺五重塔を中心に市内のどこへでも出向いてガイドを行い、来訪者に対して山口市の魅力を伝えるとともに、心の残るおもてなしに努めているボランティア団体です。また新規加入者に対して、新人ガイド養成講座を開催するなど、実地研修を通じて人材育成にも取り組んでいます。



＜雪舟関連事業の取り組み＞

山口は世界に誇れる画聖雪舟が最も長く滞在し、彼の最高傑作である「四季山水図」を製作した地です。市民に雪舟を身近に感じてもらう誇りに思ってもらうとともに、山口の財産である雪舟を県内外に発信し、山口の文化振興及びまちづくりにつなげたいという思いから「あなたも雪舟 絵手紙展」が平成 12年に商工団体により企画され、以後、毎年開催されています。今後も雪舟生誕 600年(平成 32年)を見据えて、様々な雪舟関連事業が情報発信される予定です。

プロジェクトⅡ 観光ブランド・地域イメージの効果的な発信・定着

<取り組み方針>

地域資源を観光者の視点から捉え直し、それらを付加価値の高い観光資源に育て上げることで地域活性化を試みる動きは、多くの地域で展開されていますが、山口市の独自性といえるブランドイメージについては、はっきりと定着していない状況にあります。

また、観光ブランドの確立は、幅広く情報を発信していくことで地域イメージ（景観、自然、歴史、風土、文化、素材等）のブランド力を高めるとともに、地域の第1次、第2次産業に直接、間接の経済効果をもたらします。

こうした状況を踏まえ、本市が持つ有形・無形の地域資源とそれらを包括する地域のイメージを「山口ブランド」として位置づけ、その保存・活用を進めるとともに、合併によってさらに豊かになった地域資源の有機的なネットワーク化や、産学官・異業種交流の促進などにより、観光産業、農林水産業などの各分野の連携を図りながら、「山口ブランド」のイメージアップと認知度アップに取り組めます。

目標数値：平均宿泊日数及び一人当たり消費額

		平成20年度	平成24年度
山口市	平均宿泊日数	1.28泊	全国と同値
	消費額	40,770円	現状維持
全国	平均宿泊日数	1.58泊	
	消費額	39,480円	

（資料：山口市観光動態アンケート調査 H20 / 国民の観光に関する動向調査 H20）

地域イメージの概念図



（出典：経済産業省知的財産戦略本部資料）

(1) マーケティング・プロモーションの推進

「山口ブランド」のイメージアップと認知度アップを図る手段として、地域の魅力、資源、産業を迅速かつ的確に伝えることができるように、情報基盤の整備を推進し、インターネットによる情報発信や観光案内機能の充実などによる、わかりやすく効果的な情報の発信に努めます。

また、「山口ブランド」によるまちの楽しみ方を多くの消費者に伝えるとともに、新たな消費を生み出すしくみづくりについて積極的に取り組めます。

■データ：観光ホームページアクセス件数

[単位：件]

	平成18年度	平成19年度	平成20年度
山口市観光課		297,562	382,600
湯田温泉旅館協同組合			135,510

【プロジェクト 18】ターゲットプロモーションの実施

事業概要	新たに創出する観光ブランドの発信と、消費者が抱く地域イメージの向上を目的として、あらゆる宣伝媒体を活用し、集中的かつ戦略的なターゲットプロモーション活動を実施します。 《具体的事業》 ●観光ニーズに応じた観光情報の提供（観光協会等のホームページの充実） ●観光キャラバン隊（湯けむり白狐隊）による重点 PR ●山口市観光大使制度の導入 ●企業や放送機関、旅行会社、交通事業者とのタイアップ強化 ●フィルム・コミッション事業（注）の協力支援 ●県との連携による修学旅行誘致の強化
------	---

ー 歴史・文化コラム⑰ ー



<山口コンしえるじゅ 湯けむり白狐隊>

山口市の観光を PR するために結成された観光キャラバン隊です。SL「やまぐち」号の車掌や、湯田温泉出身の詩人中原中也、旅館の仲居さんに扮した白狐隊員がキャラバンカーに乗り込み全国各地に赴き、山口市の歴史・文化・食など、様々な魅力を紹介して巡ります。

注）フィルム・コミッション事業とは

市内で行われる映画やテレビドラマなどのロケーション撮影の際に、撮影に関する地域や施設等の情報を提供したり、道路や公共施設等の使用手続き等を支援する事業です。県内では「山口県フィルム・コミッション」をはじめ、「下関フィルム・コミッション」や「萩ロケ支援隊」があります。

【プロジェクト 19】大学等の高等教育機関との連携強化

事業概要	各地域の特色ある伝統産業や観光素材を魅力ある地域ブランドに開発・再生するしくみや、地元企業の魅力を多角的な視点で検討できる組織体制、さらには観光マーケティングの考え方に基づく総合的な事業運営など、高等教育機関の意見を観光振興に反映できる体制づくりに取り組みます。 《具体的事業》 ●大学との包括連携協定に基づく活動（注）の促進（伝統的工芸品の販路拡大や、新たな消費を生み出す観光施策の共同研究など） ●観光マーケティングの実践（消費動向の市場調査・分析など）
------	--

ー 歴史・文化コラム⑧ ー

＜山口大学との共同研究＞

観光交流基本計画の策定に当たっては、包括連携協定に基づき、山口大学経済学部観光経済経営分析プロジェクトと共同で観光調査等を実施しています。

計画策定の基礎資料とするため、観光客や市民などを対象としたアンケート調査のほか、有識者や旅行会社へのヒアリング調査などを実施しました。観光客に対しては山口市を訪問した目的や交通手段、消費額などを調査し、観光客の動向を分析して計画策定に反映しました。また、観光研究の先駆者へのインタビューや旅行会社へのヒアリング調査を行い、山口市の魅力や観光振興へ向けた方策などを検討しました。

さらに、観光商品のプロモーションやマーケティングの手法を取り入れるため、山口大学経済学部の専門家を講師として勉強会を開催し、観光振興策について協議しました。

現在も、ハガキを利用した観光客へのアンケート調査を継続して行っており、持続的な観光の発展に向けてデータの蓄積・分析に取り組んでいます。



注）包括連携協定に基づく活動とは

山口市は、現在、国立大学法人山口大学、山口県立大学と包括連携協定を結び、様々な活動に取り組んでいます。特に山口大学は、国立大学初の観光関連学科として、平成 17年度に山口大学経済学部観光政策学科を設置し、観光政策の研究・企画に関する事業に取り組んでおり、本観光交流基本計画策定委員会等にも「山口大学経済学部観光経済経営分析プロジェクト」として参画しています。

（２）観光客に選ばれ続ける体制づくり

本市を訪れた旅行者の約８割がリピーターである現状を踏まえ、今後の持続的な地域発展のためには、再訪を促すしくみづくりが必要であり、来訪者の満足度を高めることが重要です。来訪者を街ぐるみで温かく迎え、「また来たい」と感じられるような、受け入れ体制の充実に努めます。

また、戦略的に観光施策について取り組む体制を構築し、オール山口市で観光振興の推進を図るとともに、それぞれの地域の特性を活かした魅力ある観光まちづくりを進めるため、各地域の観光産業や農林水産業団体などとの連携をこれまで以上に深め、来訪者の満足度を高めます。

■データ：山口市への旅行回数（山口市へ訪れたことがある旅行者対象）

[単位：％]

回 数	1 回	2 回	3 回	4 回～7 回	8 回～12 回	13 回以上
構成比	22.8	16.5	14.7	25.3	11.5	9.2

（資料：はがきによる観光客（宿泊・日帰り客対象）に関する調査 H20）

【プロジェクト 20】「おもてなし心」あふれるまちづくりの推進

事業概要	平成23年の山口国体などを控え、ホテル・旅館、飲食店、タクシー、商店等、観光客の受け入れに関連する業界団体等と連携し、ホスピタリティ向上のための研修など統一した教育体制を整え、オール山口市で「おもてなし心」あふれるまちづくりに向けた取り組みを行います。 〈具体的事業〉 ●ホスピタリティ向上研修の実施 ●湯田温泉おもてなしの街づくりの推進<再掲> ●観光案内所におけるバリアフリーの推進
-------------	---

ー 歴史・文化コラム⑱ ー



平成 23年に、山口県で 48年ぶり 2 巡目の国体として、県下各市町を会場に、第 66回国民体育大会が開催されます。山口市では開閉会式をはじめ、正式競技 12競技、また、第 11 回全国障害者スポーツ大会の正式競技 4競技を開催します。



【プロジェクト 21】 来訪者に対する観光案内機能の強化・充実

事業概要	本市を訪れる人が目的地へスムーズに移動できるなど、楽しく、利用しやすい観光まちづくりを進めるため、駅や集客施設での観光案内板、路上の歩行者用案内標識、観光案内所での案内の充実、パンフレット類の効果的な配置などのほか、多言語化やピクトグラム（絵文字標記）による案内機能の一層の充実を図ります。 《具体的事業》 ●観光案内所の利便性・ホスピタリティの充実 ●ターミナルパーク整備（注）に伴う観光情報発信機能の充実 ●携帯情報端末を利用して提供する観光情報システムの導入 ●訪日外国人旅行者向け観光サイン、案内機能の充実 ●道の駅等における観光情報の充実＜再掲＞
-------------	--

ー 歴史・文化コラム② ー



＜観光シンボル五重塔を眺めながら観光案内＞

山口市内には4つの観光案内所があります。そのひとつ国宝・瑠璃光寺五重塔をもつ香山公園の目の前に、平成20年4月にオープンしたのが「香山公園前観光案内所」。町屋をイメージして造られたこちらの建物は、五重塔と同じ檜を積極的に使用してつくられており、木の香りが心地よく感じられます。

＜陸の玄関口 JR新山口駅での観光案内＞

山口市並びに山口県内の観光の玄関口ともいえる JR新山口駅。新幹線口の改札隣の分かりやすい位置に観光案内所があります。新幹線発着駅という場所がら、山口市のみならず、駅を拠点とした広範囲の案内や、外国人旅行者の方にも対応できる案内員が丁寧に対応しています。



注）ターミナルパーク整備とは

「新山口駅ターミナルパーク整備(基盤整備)」と「新山口駅北地区重点エリア整備(市街地形成)」の2つからなる小郡都市核づくりリーディングプロジェクトです。基盤整備は、駅前広場やアクセス道路、観光情報等を発信できる歩行者専用の自由通路の整備を進め、山口県の陸の玄関としての賑わいの創出をめざします。

【プロジェクト 22】観光産業推進体制の構築

事業概要	新たな観光戦略の企画・推進、地域や産業間のコーディネート、マーケティング・プロモーションの推進、地域支援などの機能を持つ新たな推進組織を設立し、各地域をはじめ産業団体・観光団体・旅行事業者等が一体となった観光振興の連携と実現を図ります。 《具体的事業》 ● 地域資源の有機的ネットワーク化 ● (仮称) 山口市観光産業活性化委員会の設置、運営 ※P60 参照
------	--

【プロジェクト 23】民間推進体制の強化・充実

事業概要	市内には各地域の観光振興を推進する「(財)山口観光コンベンション協会」「秋穂観光協会」「徳地観光協会」「NPO法人あとう観光協会」の(社)山口県観光連盟に属する4つの観光団体や、「山口商工会議所」、「山口県中央商工会」、「徳地商工会」など商工関係団体があります。広域観光が求められる現在、組織が連携し情報共有することが効率的・効果的な観光振興につながることから、推進体制の強化に取り組みます。 《具体的事業》 ● 市内観光協会等の一体化の促進 ● 広報宣伝やキャンペーン活動の連携
------	---

ー 歴史・文化コラム②ー



＜観光団体との新たな取り組み＞

湯田温泉旅館協同組合と山口観光コンベンション協会とのタイアップにより、平成21年8月のSL「やまぐち」号復活運転30周年を記念してオリジナル特製Tシャツを制作しました。

旅館協同組合加盟施設に宿泊され、宿泊当日または翌日に SL「やまぐち」号にご乗車されたお客様を対象にプレゼント。Tシャツ制作にあたって実施したデザイン公募には、全国各地から 73点の応募があり、SL「やまぐち」号の人気と知名度の高さを改めて感じました。

山口観光コンベンション協会の自主企画で「ゆけむり手形」が制作・販売されました。この手形は、湯田温泉を中心とした様々な施設の割引サービスが受けられるというものです。中でも、湯田温泉街にある協力店で一律 3,500円の定額で飲食ができるプランは、観光客や市民の方々に安心して湯田温泉を楽しんでいただくことを目的に取り組まれ、多くの方々に利用されています。



参考：地域資源の有機的ネットワーク

