

当資料は当店 web サイトに掲載しています
<http://www3.boj.or.jp/shimonoseki/>

BOJ Shimonoseki 

山口県金融・経済レポート

山口県の観光の現状と今後の可能性

NO. 33
2015年2月

日本銀行下関支店



本ペーパーは、河野結が作成しました。

内容に関する照会は、日本銀行下関支店総務課・田嶋治久、河野結

(Tel : 083-233-3113、E-mail : shimonoseki@boj.or.jp)までお寄せ下さい。



(要旨)

- 山口県の観光客数の推移をみると、1988年以降、緩やかな増加基調を辿り、2013年は2,847万人まで増加している。宿泊者数は、県外客の減少に伴い減少傾向を辿っていたが、足もとは年間438万人と持ち直している。ただ、山口県の観光客は県内および近隣県からの日帰り客が多く、遠距離からの観光客の宿泊割合が約3割に止まるなど、支出面への貢献は必ずしも高くない。また、外国人宿泊者数は4.6万人と少なく、全宿泊者数に占める割合は1.1%と全国平均(7.2%)を大きく下回る。
- 山口県には、自然、歴史、食、文化などの観光資源が数多く存在するものの、こうした情報が県外まで行き届いておらず、当県の魅力度や情報接触度は低位に止まっている。一方、実際に来県した観光客の評価は必ずしも低くない。県内では、自然、歴史、食といった観光資源のブランド化や歴史的町並みの保存など、さまざまな取り組みがなされているほか、ボランティア活動も盛んである。当県を訪れる観光客や宿泊客をさらに増加させるためには、ブランド力を高める効果的なPRや、十分活用されていないコンテンツの発掘、再構築によって、山口県の知名度・魅力を向上させることが期待される。
- 山口県は、観光のインフラとなる道路、空路などの交通網の整備が全国比進んでいる。もっとも、空港、新幹線停車駅と観光地を結ぶ二次交通の整備は十分とは言えず、観光客の回遊性を高める施策が不可欠である。
- また、今後増加する外国人観光客を取り込むために早急に態勢整備を進める必要があり、英語での情報発信やSNSを活用したPRによって、当地でしか味わえないコンテンツの知名度を高めることも有益と思われる。
- そのほか、県や市町を跨いだ観光面での連携強化、居住地域における歴史的景観との共存、多目的トイレやスロープなどユニバーサルデザインの普及、旅行形態の変化に対応した宿泊施設の整備などにも注力していくことが期待される。
- 2015年、山口県では、大河ドラマ「花燃ゆ」の放映、世界スカウトジャンボリー、ねんりんピックの開催のほか、世界遺産登録候補に県内萩地区が挙がるなど、山口県を全国・海外に発信する絶好の機会が訪れている。交流人口の増加によって、観光産業の活性化はもとより、県民自身が当県の良さを再確認し、新たな取り組みに挑戦するきっかけになることを期待したい。

2. 山口県の観光の現状

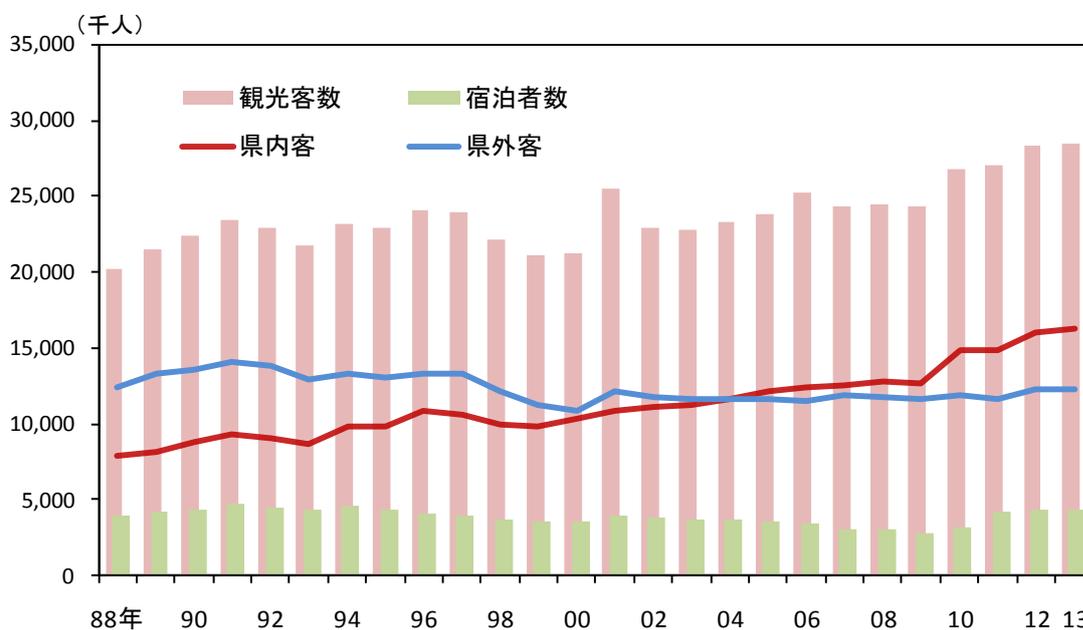
(1) 観光客数と宿泊者数

山口県の観光客数の推移をみると、1988年以降、緩やかな増加基調を辿り、2013年は2,847万人にまで増加している。最近では、2010年のNHK大河ドラマ「龍馬伝」効果で前年よりも1割増加した後も山口国体などの大型イベントが続き、2013年の観光客数は過去最多を更新した。

宿泊者数は、県外客の減少に伴い減少傾向を辿っていたが、各所での取り組みもあって足もとでは持ち直している。もっとも、年間宿泊者数は438万人（宿泊旅行統計調査）と観光客全体の約15%に止まっており、他県との比較では42都道府県中31位と低位にある¹。

観光客の発地別（居住地別）内訳をみると、1988年から2013年にかけて、県内客は約2倍と大幅に伸長しているが、県外客は▲1.1%と微減している。また、県外客を詳しくみると、約6割が近隣圏（中国、四国、九州・沖縄）からの来訪者で占められ、全体では約8割が日帰り客で占められている。関東をはじめとする遠方圏からの観光客の宿泊比率も、2～3割と近隣圏からの宿泊客と大きな差がみられず、山口県内に宿泊していない姿が窺える。

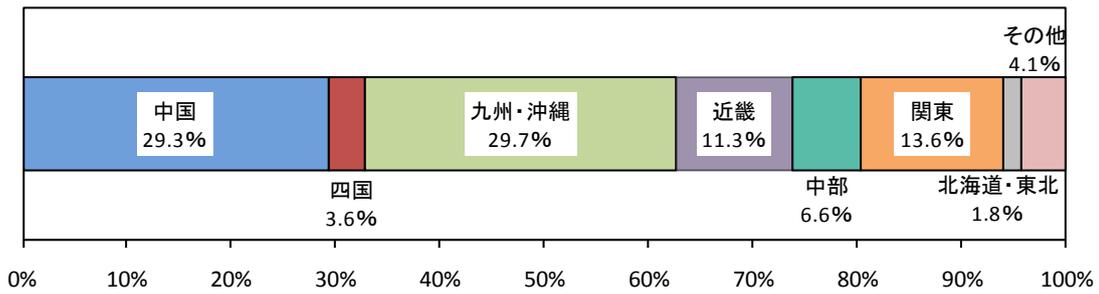
▽山口県の観光客の推移



※宿泊者数は2007年より宿泊旅行統計調査（観光庁）の延べ宿泊者数を使用している。
※2001（きらら博）、06年（国民文化祭）のイベントにかかる宿泊者数は不明なため計上していない。
（出所）山口県「山口県観光客動態調査」、「山口県統計年鑑」、観光庁「宿泊旅行統計調査」

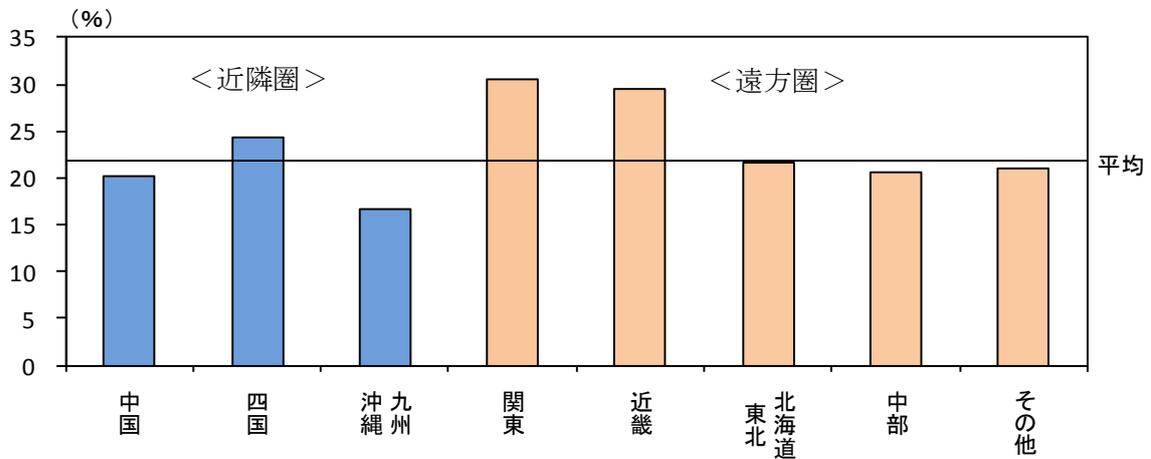
¹ 観光庁「共通基準による観光入込客統計」（平成24年）ベースの宿泊比率は12.4%。全国で定義が統一された観光客数の統計が存在しないため、観光庁実施の同統計を利用。平成24年は5府県が非公表。なお、日本人（観光目的）、訪日外国人（観光目的）の合計値を使用した。

▽山口県を訪れた県外観光客の発地別割合



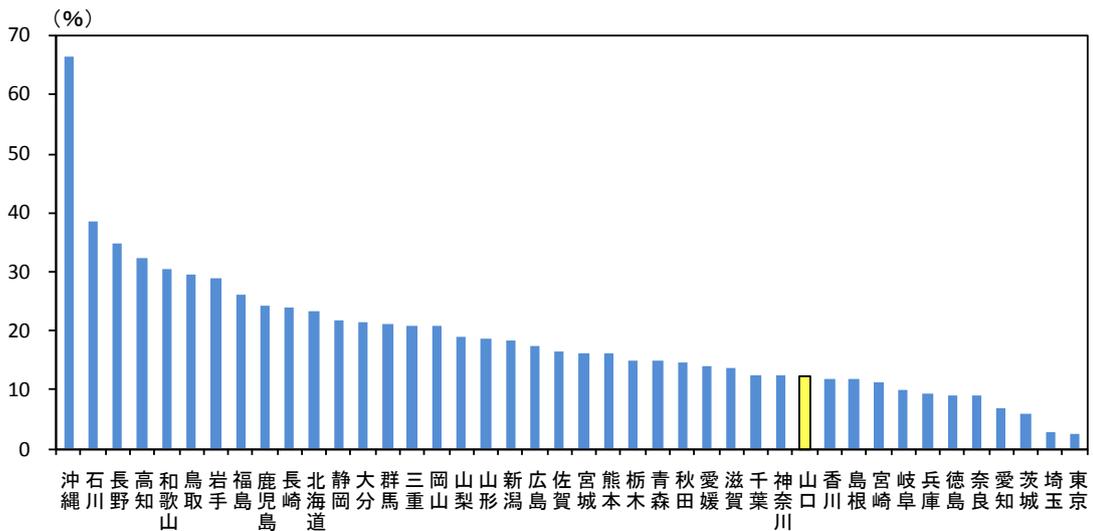
(出所) 山口県「山口県観光客動態調査」(平成 24 年)

▽山口県を訪れた県外観光客の発地別宿泊比率



(出所) 山口県「山口県観光客動態調査」(平成 24 年)

▽都道府県別にみた観光客数に占める宿泊比率



※日本人(観光目的)、訪日外国人(観光目的)の合計値。富山、福井、京都、大阪、福岡は非公表。
 (出所) 観光庁「共通基準による観光入込客統計」(平成 24 年)

(2) 観光コンテンツとブランド力

山口県でもっとも有名な観光コンテンツは、幕末・明治維新で活躍した長州藩やその藩士を中心に据えた歴史、文化であろう。また、食では、下関のふぐ（当地では「ふく²」と呼称）を思い浮かべることが多い。

実際には、当県には、自然、歴史、食、文化などの観光資源が数多く存在する（別紙1）。しかし、魅力度（34位）や情報接触度（45位）は低位に止まっており、こうした観光資源などに関する情報が山口県外まで行き届いていない様子が窺える。一方、当県に来てから得た情報についての評価（29位）や地元のホスピタリティに対する評価（27位）はまずまずであり、実際に来県した観光客の評価はそれほど悪くないことが分かる。ただし、現地へのアクセス（45位）についての評価は低位である。

こうした中、主要観光地の年間観光客数をみると、1992年から2012年の20年間に主要観光地の多くで観光客数が大幅に減少している。古くから当県の観光地として知られた秋芳洞・秋吉台や松陰神社の観光客数が近年は100万人を下回る一方、現在、全国的な評価が上昇し県内トップクラスの集客力を誇るもののせき水族館「海響館」でも70万人程度に止まっている。全国において観光地として知名度の高い県は、集客力の高い観光スポット（いわゆる「キラコンテンツ」）を有している一方、山口県はそうしたキラコンテンツは有していない。

また、温泉地についても、湯田温泉、湯本温泉など室町時代からの長い歴史に裏打ちされた温泉地や俵山温泉のように優れた泉質を有する温泉地はあるが、全国の温泉地の中では知名度が必ずしも高いとは言えない。

▽山口県の魅力度（47都道府県中）

魅力度	34位	情報接触度	45位
観光意欲度	35位		

（出所）地域ブランド調査2014（㈱ブランド総合研究所）

▽山口県の観光満足度（47都道府県中）

	2013年度	2012年度
地元ならではのおいしい食べ物が多かった	34位	28位
地元の人々のホスピタリティを感じた	27位	46位
現地で良い観光情報を入手できた	29位	30位
現地へのアクセスが良かった	45位	36位

（出所）じゃらん宿泊旅行調査2014（リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）

² ふくは「福」につながる、ふぐは「不遇」「不具」といった語感になるため等、諸説ある。

▽山口県の温泉に対する外部評価

	長門湯本	湯田
にっぽんの温泉 100 選 総合ランキング	57 位	97 位

(出所) 観光経済新聞社 (第 28 回<2014 年 12 月公表>)

▽主要観光地別観光客数 (人)

	1992 年	2012 年	増減率 (%)
錦帯橋	681, 226	694, 927	2. 0
徳山動物園	168, 400	259, 215	53. 9
秋芳洞・秋吉台	1, 756, 704	798, 009	▲ 54. 6
秋吉台サファリランド	522, 581	218, 333	▲ 58. 2
松陰神社	1, 486, 151	503, 018	▲ 66. 2
青海島	735, 665	197, 643	▲ 73. 1
市立しものせき水族館「海響館」	296, 900	665, 549	124. 2
海峡ゆめタワー	—	105, 301	—
湯田温泉	979, 800	857, 654	▲ 12. 5
湯本温泉	856, 593	560, 776	▲ 34. 5

※市立しものせき水族館は 2001 年に「海響館」として開館。海峡ゆめタワーは 1996 年開業。
(出所) 山口県「山口県観光客動態調査」(平成4年、平成24年)

▽集客力の高い観光スポットを有する都道府県

	都道府県	キラーコンテンツ	観光客数 (万人)
1位	島 根	出雲大社	804 (2013年)
2位	三 重	伊勢神宮	1, 420 (2013年)
3位	長 崎	ハウステンボス	256 (2013年)
4位	沖 縄	美ら海水族館	304 (2013年度)
5位	千 葉	東京ディズニーリゾート	3, 130 (2013年)
7位	広 島	宮島	408 (2013年)
8位	鳥 取	鳥取砂丘	130 (2014年)
—	山 口	市立しものせき水族館「海響館」	67 (2012年)

その他
中国地域
の順位

※都道府県順位は、選んだ理由別 都道府県ランキング「特定の観光地・観光スポットに興味があったから」(じゃらん宿泊旅行調査 2014) の上位。

(出所) 島根県、伊勢市、長崎県、内閣府沖縄総合事務局、オリエンタルランド、廿日市市、鳥取県、山口県

(3) 観光消費額³

山口県の観光消費額は年間 950 億円（2012 年）で、中国地方の 5 県の中では広島県に次いで多い。しかし、全国的にみると、県民総生産に占める観光消費額のウェイトは 1.7%と 35 位に止まっている。また、1 人当りでみても 6,352 円と全国（8,484 円）に比べ低い。観光客は多いものの消費には結びついていない姿が窺われる。宿泊比率が 12.4%と島根県（11.9%）に次いで低い水準にあり、日帰り観光客が多いことも影響しているとみられる。

▽中国 5 県の観光入込客数と観光消費額 ※日本人（観光目的）・外国人（観光目的）の合計値

	観光入込客数 (千人回)	宿泊比率 (%)	観光消費額 (百万円)	県民総生産（名目）に 占める観光消費額 (%、県別順位)	観光消費額 単価 (円/人回)
山口	14,955	12.4	94,987	1.7 (35位)	6,352
広島	17,864	17.5	110,378	1.0 (42位)	6,179
岡山	9,955	20.8	88,639	1.2 (40位)	8,904
島根	10,145	11.9	73,104	3.1 (17位タイ)	7,206
鳥取	5,708	29.6	59,433	3.4 (11位タイ)	10,412
全国	1,482,534	11.7	12,578,168	2.5 (—)	8,484

※共通基準による観光入込客数は富山、福井、京都、大阪、福岡は非公表のため、県別順位に含まない。
(出所) 観光庁「共通基準による観光入込客統計」（平成 24 年）、内閣府「県民経済計算」（平成 23 年度）

(4) 外国人観光客の動向

山口県の外国人観光客の動向をみると、全国同様、近年は増加傾向にあり、2013 年には 110,752 人（山口県観光客動態調査）に達している。現在、山口県には国際線は就航しておらず、外国人旅行者は九州地区や広島地区からの移動、あるいは下関港に入港する定期フェリーなどで来県している（下関港の外国人入国者数：74,693 人＜法務省「出入国管理統計」2013 年＞）。

このうち宿泊者の動向をみると、47 都道府県の中では、山口県内の年間外国人宿泊者数は 4.6 万人と全国の 0.1%に止まり、県内の全宿泊者数に占める外国人の宿泊者の割合は僅か 1.1%と、全国平均の 7.2%よりも大幅に低い状況にある（47 都道府県中 40 位）。なお、山口県の外国人宿泊者は、韓国、中国、台湾が全体の 6 割を占めており、全国と比較すると、韓国からの宿泊者の占めるウェイトが高い。

³ 当該都道府県を訪れた観光入込客の消費の総額。観光入込客数（都道府県の観光地点を訪れた観光入込客をカウントした値で 1 人が複数地点訪れた場合も 1 人回と数える）と観光消費額単価（観光入込客数 1 人の 1 回の旅行における当該都道府県内での観光消費額）を掛け合わせて算出（観光庁）。

3. 分野別の取組みと課題

(1) ブランド力の強化

(ブランド化に向けた情報発信)

現状、山口県にはキラーコンテンツがなく、事前の情報接触度も低位にあるが、来県した観光客の評価は中位に位置し、それほど低くない(6ページ参照)。つまり、ニッチなジャンルや規模が小さいコンテンツでもあっても、各分野でのブランド化を図り全国的なPRをすることができれば、山口県全体の知名度や魅力度を一層向上させることは可能だと思われる。そのためには、まず各分野の専門家や愛好家に評価されるコンテンツを目指す必要がある。また、東京などの大都市圏では山口を象徴するコンテンツをPRする一方、九州や広島などの近隣地域についても、リピーターを意識したより詳細な地域情報の発信に努めることが有効と思われる。

さらに、今後は、旅行会社、出版社、TVなどの既存メディアだけでなく、ブログ、SNSなど、インターネットを通じた口コミ的な宣伝を活用することも検討に値する。

▽様々な観光ジャンルでのブランド化の取組み

「明治維新」の 観光ブランド化 (山口県)	明治維新をテーマに、歴史、文化資源をはじめ、食や自然、温泉など、山口県の有する多彩な魅力を活かした観光ブランドを構築し、宿泊客増加を図る。「維新ブランド」の構築、「維新ツーリズム」の推進、「薩長土肥連合」の設立と共同キャンペーン等を実施。
CSRツーリズム (宇部市・美祢市・山陽小野田市)	“CSR(企業の社会的責任)”でまちが形成されてきたことを「地域らしさ」と捉え、地域内に埋蔵された素材を活用した「大人の社会派ツアー」を実施。地域のブランド価値向上、地場産業のPR、観光客増加を企図。第1回産業観光まちづくり大賞特別賞、第7回産業観光まちづくり大賞銀賞を受賞。
日本六大工場夜景 (周南市)	工場夜景を活かした観光や地域連携を図るため、2011年以降、毎年関係都市で持ち回りで全国工場夜景サミットを開催。2014年には、北海道室蘭市、神奈川県川崎市、三重県四日市市、兵庫県尼崎市、山口県周南市、福岡県北九州市の6市で、「日本六大工場夜景」として共同宣言。広域で工場夜景の美しさや力強さなど魅力を発信。
やまぐち地酒 乾杯宣言 (山口県)	山口県の誇る地酒の魅力为全国に発信し、観光客誘致や消費拡大を図るとともに、県民の郷土を愛する心やおもてなしの心の醸成を官民一体となって推進することを目的に、県内外での宴会におけるやまぐちの地酒による乾杯を提唱。このほか、県内では、湯田温泉酒まつりや利き酒列車等、地酒を通じた観光振興を図る取組みが各地で行われている。

やまぐちスロー・ツーリズム (山口県)	観光産業の振興や農山漁村と都市との日常的な交流の活発化を通じて、中山間地域に対する理解の促進と地域の活性化を図るため、地域資源を活かした着地型旅行や地域の魅力を楽しむ本取組を推進。郷土料理の提供、特産品の開発、農林漁家民宿等を実施。
萩ブランド (萩市)	全国でも数少ない近世の都市遺産や維新関連資産、人物、豊かな自然などを「萩ブランド」として積極的に情報発信。また、新たな観光資源創出に向けた取り組みとして、あまだい等の市の特産品のブランド化を推進。

(観光コンテンツの発掘、再構築)

山口県内には、数多くの観光資源が存在する(別紙1)。しかし、その多さ故に、高いポテンシャルを有しながら既存の観光資源に隠れ、十分活用されていない観光コンテンツが数多く見受けられる。

その一例は、江戸時代の朝鮮通信使や北前船である。朝鮮通信使は、新将軍誕生を祝うために朝鮮半島から計12回派遣され、県内では下関や室津(上関町)などに足跡を残している。また、江戸時代の北前船も県内では室津や室積(光市)など多くの港にその名残を止めている。こうした海上交通が盛んだった時代の歴史や遺産を、ストーリーとともに情報発信していけば、県内の史跡は広島県の鞆の浦のように高い知名度を得ることも可能ではないかと思われる。

日本銀行下関支店が所在する下関市でも、市内に多くみられる坂やその街並みは長崎市や広島県尾道市と同じような観光コンテンツになりうる⁴ほか、下関市北部に位置する土井ヶ浜遺跡・人類学ミュージアムは渡来人の歴史を知る遺跡として価値が高いものであり、隣接する角島を目指す観光客にもアピールすることが可能であろう。また、火の山展望台や海峡ゆめタワーからの眺望は、函館や神戸のような夜景スポット、関門海峡と日本海を一望できる観光スポットとしてブランド化することも十分可能と思われる⁵。

食関連の特産品についても、山口県内には外郎(ういろう)や蒲鉾など隠れた名産品があるが、総じて県外での知名度が低い。今後、山口県の魅力を発信する上で、現在行われている「やまぐちブランド」(28ページ参照)の取り組みを一層進める必要がある。

なお、こうした観光コンテンツの発掘、再構築にあたっては、女性、若者、移住者など様々なバックグラウンドを持つ市民の意見を取り入れることが有効になると思われる。例えば、県外から採用した職員と地元住民が一体になった下関市の川棚温泉まちづくり株式会社の取り組みなどは参考になると思われる。

⁴ 現在の「港がみえる丘の径」を含めて再整備することなどが考えられる。

⁵ 関門海峡を挟んだ北九州市に位置する皿倉山も夜景の名所として有名であり、両所が連携したPRが考えられる。

（観光コンテンツの有料化・無料化）

利用客の多い観光地の有償化は、料金の一部が当該施設の利便性の向上や景観の整備に使用されることで、さらなる需要の創出に繋がると思われる。例えば、他県をみると、「天空の城」として観光客が急増した竹田城跡（兵庫県）では、城跡の傷みなど魅力度の低下が懸念されたことから有料化に踏み切った。

当地でも需要が伸びている地域では、有料化を検討してもよいと思われる観光コンテンツが散見されるほか、逆に料金の高さが敬遠されている場合には、施設の無料化と同時に、PR方法の再検討や物販強化などの対策を講じながら利用促進を図る余地があるように思われる。

【BOX 1 竹田城における有料化の事例】

「天空の城」とも呼ばれ、ここ数年で訪れる人が急増している兵庫県朝来市の国史跡・竹田城跡では、来場者が、2010年度の5.2万人から、2011年度は9.9万人、2012年度は23.8万人と急増。朝来市は、城跡等の維持管理費やトイレの維持管理費、交通整理等に要する警備費などを捻出するため、2013年10月から観覧料300円の徴収を開始。さらに、2015年3月からは500円への値上げを予定している。

（歴史的町並みの維持・保存に向けた努力）

萩の旧城下町の景観は、全国に先駆けて、厳しい建築規制を住民が守る取り組みが続けられてきた結果、重要伝統的建造物群保存地区として保護されてきた。また、下関市長府地区の旧城下町や柳井市の白壁通りも、昔ながらの景観保持に努めている。

日常生活と歴史的町並みの保存を両立していくことは難しい点も多いが、観光客は、歴史をうまく生活に取り入れている地域の姿により感動する。そのためにも、多くの住民と観光関係者が互いの理解を深める努力が欠かせない。

【BOX 2 岐阜県における町並み保存の事例】

岐阜県高山市は、飛騨高山の商人町として400年前に形成され、数度の大火で焼失しながらも同じ建物形態で再建を繰り返してきた。現在、2か所の商人町は国選定重要伝統的建造物群保存地区として指定されているほか、伝統的建造物等の指定は386件に及ぶ。歴史的町並みを保存するため、高山市は景観条例を制定し、住民レベルでも住みながらの町並み保存を実現。伝統的な町並みは「飛騨の小京都」と呼ばれてきたが、最近では日本の原風景を残す町としても紹介され、国内外から多くの観光客が訪れる。ミシュランが発行する旅行ガイド「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」でも「わざわざ旅行する価値がある」観光地として3つ星を獲得している。

▽歴史的町並みの維持・保存に向けた取り組み

<p>重要伝統的建造物群 保存地区 (文化庁)</p>	<p>市町村が都市計画や条例により定めた伝統的建造物群保存地区のうち、国が特に価値の高いものを選定。県内では、萩市の堀内地区(武家町)、平安古地区(武家町)、浜崎(港町)、佐々並市(宿場町)のほか、柳井市の古市金屋(商家町)の5地区について指定を受けている。</p>
<p>萩まちじゅう 博物館 (萩市、NPO萩まち じゅう博物館)</p>	<p>2003年に「萩まちじゅう博物館構想」を策定。景観条例や景観計画の策定により、建物の高さや色調、形状などを規制対象とした。市の指導により、街中の看板類や全国チェーン店舗の色彩も華美なものとならないよう配慮がなされている。「江戸時代の地図がそのまま使えるまち」として、萩にしかないおたからを語り継ぐべきストーリー(物語)とともに市民と協働で保存・活用する取り組みを推進。</p>
<p>城下町長府 (城下町長府景観協 議会、下関市)</p>	<p>行政による街なみ環境整備事業の実施および地域住民の景観協定締結等により、城下町にふさわしい街なみづくりを推進してきた。近年は、古民家を再生活用した店舗の出店がみられる。2013年度に都市景観大賞(国土交通省)を受賞。</p>

(地域連携の重要性)

山口県の魅力を域外にPRするためには、県や市町の連携が欠かせない。例えば、幕末・明治維新の長州藩士の活躍を観光客にストーリー性を持たせて伝えるには、萩、下関、山口、防府、岩国などの関係市町の協力が不可欠である。また、萩の城下町から長門の温泉地、下関の角島、美祢の秋吉台を結び、観光客の回遊性を高めることによって、宿泊客数を増加させ、経済効果を高められる。さらに、県東部に位置する岩国錦帯橋空港の利便性をPRする際には、山口県だけでなく広島県西部の都市や厳島神社などの観光地への近さもまとめてPRした方が相乗効果は高まる。自治体の補助金等を利用する際にも域外PRの制約をなくし、その経済効果を高められるようにすることが望まれる。

既に、中国・四国地方各県が広域連携組織を立ち上げているほか、県内各市も協定を結んでおり、こうした取り組みが一層成果を上げることが期待される。

【BOX3 サイクリングによる広域連携に向けた動きの事例】

広島県と愛媛県を結ぶしまなみ海道には、台湾など諸外国からサイクリングを楽しむ観光客が増加し、日本初のサイクリスト専用ホテルもオープンした。そうした中、広島県尾道市の生口島では、105kmのロードレース等を行うツール・ド・いくちじまを2012年より開催している。地元関係者の間では、島根、広島、愛媛、高知の4県約1,500kmを走る国際自転車レースの開催に向けた動きが進んでいるほか、さらに中国、四国、兵庫の10県にまたがる自転車レースやファンライドを企画していきたいとしている。

▽観光振興のための地域連携の取り組み

	団体名	所属組織	取り組み
県レベル	DISCOVER WEST 連絡協議会	JR 西日本 中国 5 県	共同での情報発信や誘客促進活動の実施
	中国地域観光推進協議会	中国 5 県	観光情報 WEB サイト「まち歩き中国ナビ」の運営
	瀬戸内ブランド推進連合	瀬戸内 7 県 (兵庫、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛)	広域的な連携により、瀬戸内の魅力を活かした観光資源の発掘や広域観光ルートの形成など、瀬戸内ブランドの構築に向けた取り組みを展開
市町レベル	防府市・周南市観光協定 山口市・宇部市観光交流協定 美祢市・山口市観光交流パートナー協定 下関市・長門市・美祢市観光協定		市相互の観光協定の締結により広域型観光を推進
	関門海峡観光推進協議会	下関市、北九州市 山口県	歴史、グルメ、観光施設等を活かした両市の周遊促進事業を展開
	萩・下関高杉晋作広域連携事業協議会	萩市 下関市	2013 年の奇兵隊結成 150 年から 2017 年の高杉晋作没後 150 年にむけて、共同観光事業を実施
	長州路観光連絡会	下関市、長門市 美祢市	広域での観光客誘致やエリア内の周遊を促進するため、県西部でのドライブスタンプラリーや山陰観光列車「みすゞ潮彩」でのおもてなしイベントを実施
	山陽・山陰スマート観光プロジェクト推進協議会	岩国市ほか 8 地方公共団体 (島根県、広島市等)、 民間企業 43 社	外国人や高齢者に優しく若者を惹きつける最先端の観光情報インフラの整備等に取り組む自治体を産学官の連携により支援

(2) 交通アクセスの改善

山口県は、全国に比べて観光のインフラとなる交通網の整備が進んでいる。まず、道路網に関しては、中国自動車道、山陽自動車道、関門自動車道の 3 つの高速道路を有し、総延長距離は 257km と全国 9 位、面積あたりの長さでは 42m/km² と全国 6 位の長さを誇る。また、空路に関しては、1966 年に開港した山口宇部空港 (1 日 10 往復) が県央部に位置し、当県と首都圏を繋ぐ主要な交通手段として利用されているほか、2012 年 12 月に県東部に開港した岩国錦帯橋空港 (1 日 4 往復) や、隣の島根県や福岡県に位置する萩・石見空港 (1 日 2 往復) や北九州空港 (1 日 18 往復) も利用できる。鉄道では、新幹線の停車駅が 5 駅

あり（全国3位）、海路についても韓国（毎日1往復）と中国（週2往復）への定期航路を有し、博多港に次ぐアジアとの玄関口⁶としての顔を持つ。

▽高速道路総延長距離

全国順位	都道府県	k m
1	北海道	681.3
2	福島	388.4
3	新潟	379.5
4	広島	363.9
5	岩手	322.2
6	長野	316.5
7	岡山	286.5
8	兵庫	281.8
9	山口	257.0
10	愛知	236.3

▽面積あたりの高速道路総延長距離

全国順位	都道府県	m/ k m ²
1	大阪	77.1
2	香川	46.9
3	愛知	45.7
4	滋賀	43.2
5	広島	42.9
6	山口	42.0

▽新幹線停車駅数 ※新幹線の定義は全国新幹線鉄道整備法による

全国順位	都道府県	駅数
1	岩手	7
2	静岡	6
3	山口、新潟、広島、福岡	5
4	宮城、長野、兵庫、熊本	4

（出所）国土交通省「道路統計年報 2014」、総務省「国勢調査」（平成 22 年）、J R 各社

主要都市や観光スポットが分散している山口県では、こうした交通インフラを活かし、空港、新幹線停車駅と観光地を結ぶ二次交通の整備が欠かせない。

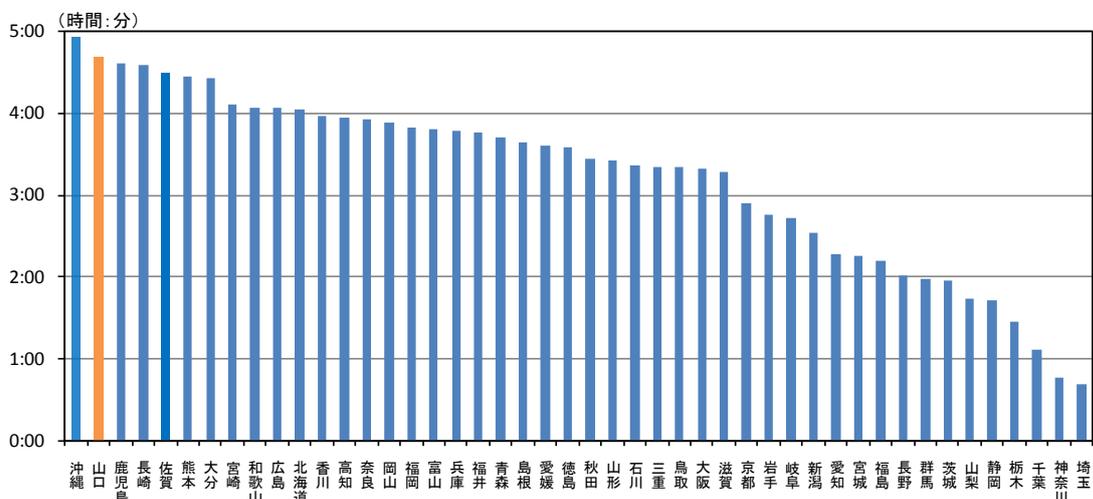
山口県の場合、東京都庁から県庁近くの駅まで公共交通機関を使って移動する所要時間が、最短経路でも 4 時間 42 分かかり、沖縄に次いで全国 2 番目に時間を要する⁷。今後、団体旅行客だけでなく、個人旅行客、特に高齢者や外国人が増えてくることを考えると、当県を訪れる観光客の利便性を高めるために、公共交通機関やレンタカーなどの二次交通を充実させる必要がある。2015 年 2 月に入り、県内バス各社が中国地方で初となる外国人向け共通乗車券の発売を開始しており、今後もこうした取り組みに大いに期待したい（29 ページ参照）。また、現在は無料となっている山口宇部空港や岩国錦帯橋空港の駐車料金を、

⁶ アジアからの訪日外国人の利用港湾をみると、下関港は年間 74 千人が利用している。なお、博多港は 194 千人、大阪港は 32 千人が利用（法務省「出入国管理統計」2013 年）。

⁷ 仮に、現地で観光時間を確保するため 7 時台に出発とした場合、山口県へは新幹線を利用することになり、所要時間（5 時間 37 分）は 46 道府県中最も長くなる（2 位は大分県の 5 時間 8 分、3 位は鹿児島県の 5 時間 2 分）。

一定時間以上は有料化するなどして、その収入を公共交通機関利用者の利便性向上に充てることも有用ではないかとの意見も聞かれており、検討に値すると思われる⁸。

▽東京から各都道府県までのモデル所要時間



※出発地は東京都庁、目的地は各県の県庁近くの駅に設定。土曜の朝に出発する場合の最短所要時間。(出所) 日銀下関支店調べ (Yahoo!の路線検索機能を利用)

▽交通アクセス向上に向けた取り組み

山口県	道路事情が良い山口県の強みを活かして二次交通を充実させることを目的に、観光貸切タクシーの普及促進やレンタカーの利用促進事業を実施予定。このほか、観光客目線の“二次交通の見える化”を図るため、WEBでの情報発信を企画。
山口市	新山口駅ターミナルパーク整備によって、従前からの課題であった公共交通乗り換えの円滑化を図る。動線の整理や乗り換え利便性向上のための駅前広場の拡張、再整備などを実施。
中国JRバス(株) 防長交通(株)	萩市へのアクセスを向上させるため、新山口駅と萩を約60分で結ぶノンストップバス「スーパーはぎ号」を1日4往復運行(～2016年1月)。
JR西日本	大河ドラマ放映に伴い、域外からの観光客向けに自由周遊区間でバスなども使える「やまぐち幕末ISHINきっぷ」を発売(～2016年1月)。このほか、大河ドラマゆかりの地などへのアクセス向上のため、厚狭-長門市-東萩駅間で新たな快速列車「幕末ISHIN」号(2015/3～6月の土日祝)を1日1本運行予定。また、同期間中は東萩-長門市駅間で臨時快速列車2本を運行予定。
タクシー会社	新山口駅などから萩を観光できるルートを設定。運転手に対して、観光タクシーのベテランドライバー兼ガイドを担当する職員の案内で「おもてなし」をテーマとした萩での観光案内研修を実施した。

⁸ 山口県の周辺地域における空港の駐車料金をみると、広島空港、岡山空港、北九州空港は有料。鳥取空港、米子鬼太郎空港、出雲縁結び空港は無料となっている。

▽交通アクセスの不便さに対する県内関係者の声

旅館協同組合、 土産・飲食店経営	二次交通が整備されていないため、特定の観光地ばかりに人が流れており、その周辺への波及効果がみられない。駅から人が流れやすいように、駅からのシャトルバスを出すなどの整備が必要。
観光協会	公共交通アクセスの悪さについては従前からの課題で、バスによる団体ツアーに頼らざるを得ない要因でもある。旅行形態が個人旅行にシフトする中、個人客をターゲットに交通アクセスを向上させる必要がある。

(3) 宿泊者数の増加

交通網が発達した山口県で宿泊者数を増やしていくためには、日中の観光はもとより、現在人気上昇している山口の地酒を提供するバーや日没後の祭りや夜景ツアーといった夜間のコンテンツをさらに充実させることも一案である。

同時に、旅行形態の変化に対応した宿泊設備を整備していくことも課題である。旅館やホテルを維持運営していくためには、平日を含めた客室の稼働率向上が欠かせない。地域活性化の観点からも、旅館関係者のみならず金融機関や自治体が協力して、旅行者のニーズを確実に捉えながら、今後も取り組みを進めていくことが期待される。

▽宿泊者数の増加に向けた取り組み

宿泊地魅力創造 支援事業 (山口県)	宿泊観光客の誘致拡大を図るため、県内の温泉地における歴史・風土・食文化などの統一テーマに沿った景観整備やサービス充実等による魅力向上の取り組みに対し助成を行う。
関門海峡夜景観光 バス宿泊者無料招待 (下関市)	下関市内での団体宿泊者を対象に、関門海峡の夜景を楽しんでもらうため、無料で夜景観光バスを運行。観光ガイドも同乗して、関門海峡沿いから火の山山頂へと進み、海峡の夜景を鑑賞できる。
湯田温泉宿泊者限定ナ イト観光バス (山口観光コンベンション 協会)	湯田温泉の宿泊者を対象に、国宝瑠璃光寺五重塔などを見学するバスツアー「ほたるバス」(5～6月)、「ライトアップバス」(7～8月)を開催。
産業観光宿泊費 助成金 (宇部市、美祢市、山陽 小野田市)	産業観光ツアー参加者の宿泊を促し、域内での経済波及効果を高めるため、ツアー参加者が宇部市、美祢市、山陽小野田市に宿泊した場合に、1人あたり1泊1,000円を助成金として支給。

【BOX 4 高知県におけるスポーツツーリズム推進の事例】

高知県は、観光客数を増加させることを目的に、スポーツツーリズムを推進している。プロスポーツだけでなく、アマチュアスポーツの合宿・大会の誘致や地域密着型イベントの開催に取り組んでおり、2013年度には、スポーツツーリズム全体で5.9万人が来県（2011年度比+1.1万人増）。こうした中、県内では四万十川ウルトラマラソンや高知龍馬マラソン等が開催され、年を追うごとに応募人数が増加するなど知名度を高めている。従来型の観光資源が少ない地域でも好条件の気候を活かしたマラソン、サイクリング大会等のスポーツ目的の着地型観光の充実により、集客を可能とした好事例として注目を集めている。

（4）おもてなしの重要性

（おもてなし向上に向けた取り組み）

旅行者の満足度を高めるためには、観光施設、宿泊施設のみならず県民のホスピタリティを上昇させる必要がある。前述のように、山口県で「地元の人々のホスピタリティを感じた」と回答した人の割合は、全国 27 位と健闘している。

観光関係者の間でおもてなし度を向上させるために行われている様々な取り組みが、さらに広がっていくことが望まれる。

▽「おもてなし」向上の取り組み

観光振興に関する条例の制定 (山口県)	県や市町、観光関係団体、民間事業者、県民が一体となって観光振興を図るための共通理念を示す条例を制定予定。
おもてなしのまち美祿観光振興条例 (美祿市)	市民が郷土に誇りと愛着を持ち、自信を持って観光旅行者をお迎えするなど、「また訪れたい観光地」と思われる魅力ある観光地の形成に向けて、より質の高い「おもてなしのまち美祿」への取り組みとして 2013 年条例を制定。
美祿おせっかいプロジェクト (美祿観光協会)	観光客の「美祿にまた来たい（期待）度」を高めるために「おせっかい（おもてなし）度」を上げていく。秋吉台の「石灰」と「お節介」をかけて、「おせっかい都市美祿」を全国にPR。
おもてなし観光課 (防府市)	防府市の観光の将来像「自然と歴史を満喫 おもてなしのまち防府」の実現に向け、観光振興課を「おもてなし観光課」に改称。大河ドラマ対策や観光分野に一層注力できるよう、新たに部署「花燃ゆ推進室」を設け、職員も増員。
おもてなし市民 (防府市)	大河ドラマ放映に伴う観光客の増加を見越して、市民全体でのおもてなし向上を図るべく「おもてなし市民」行動ルール作戦会議（市民ワークショップ）を開催。個人レベルでのおもてなしを積極的に行う人を「おもてなし市民」として登録する。
産業観光の推進 (宇部市)	産業観光ツアーは、市内からの参加者も多い。地元市民が住む町のことを知り、地元愛を育むことで、市民が自発的に地域のよさを外に発信（観光客をもてなす）することを企図。

観光ブックの配布 (下関市)	市民に観光資源を再認識してもらうとともに、観光客へのおもてなしに活用してもらうことを目的に、市民向け観光ガイドブックを市内全戸に配布。
-------------------	---

(ボランティア活動の支援)

都道府県のブランド力に関する調査結果（博報堂実施の「“属”ブランド力調査」）によると、知名度の高い観光地を有する北海道や沖縄といった都道府県では、外部評価（＝県外居住者の評価）だけでなく、内部評価（＝県民の評価）においても高い傾向が窺われる。一方、山口県は、外部評価とともに内部評価も低めで、「ご当地愛ランキング」（じゃらん調査）も全国 41 位に止まる⁹。

しかし、こうした控え目な自己評価とは裏腹に、山口県では、県民のボランティア活動行動者率（31.0%）が全国平均（26.3%）よりも高い。山口県でボランティア活動が盛んになったきっかけは 2001 年の「山口きらら博」だと言われている。きらら博では、同時期に北九州博覧祭が開催されたこともあり、県内の関心が高まり、計 6,229 人に上るボランティアが集まった。その結果、入場者数は 251 万人と好成績を収めた。

現在、山口県内では、既に萩、山口、下関などの主要な観光都市でボランティアガイドが組織化されており、例えば、下関市では、ボランティアガイドが壇ノ浦の歴史を紙芝居で紹介するなど精力的に歴史や文化の紹介を行っている。また、地方都市としては規模の大きい下関海響マラソンも大勢の地元を中心としたボランティア（2014 年：延べ約 3,100 人）によって支えられており、全国的にも満足度の高い大会となっている。

このほか、山口県内では、「大人の社会派ツアー」、「周南コンビナート夜景ツアー」など産業観光が盛んなほか、農村部の民宿等での滞在を売りにした取り組みが進んでいる。これらは、まず自分たちが地域の良さを発見し、楽しむところからスタートしている。こうした草の根の活動は、山口県のおもてなし、ホスピタリティを表現するために最も欠かせない取り組みであり、今後も益々発展していくことが期待される。

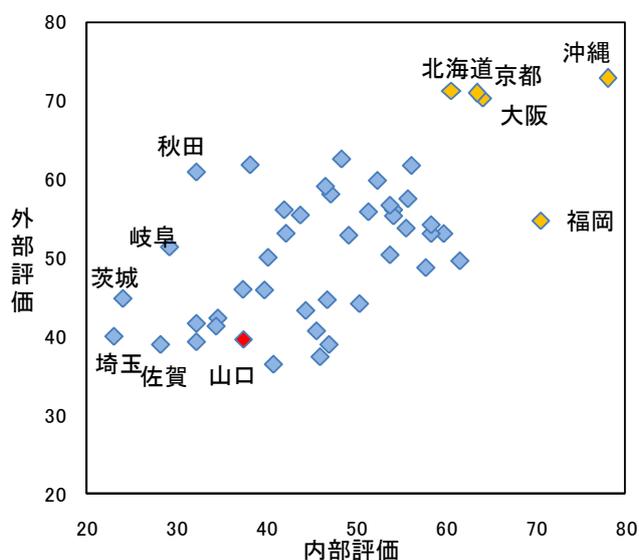
折しも、2015 年は山口県で世界スカウトジャンボリーが開催される。世界各国から訪れる来県者をサポートするためにボランティアの活躍も見込まれる。この機を捉えて、全県でボランティア活動をさらに活発化させるとともに、県外に対して山口県のおもてなしをアピールすることが重要と思われる。

⁹ 地元定着者のうち「とても愛着を感じる」と答えた割合：22.8%（「ご当地調査」<リクルートじゃらんリサーチセンター調べ>）。

【BOX 5 沖縄県のまち歩きを通じた取り組み事例】

訪れる観光客の約 8 割がリピーターである中、観光客に那覇に対する固定イメージ（首里城、国際通り等）を超える魅力を伝え、市街地への来訪者を増加させようと、ガイドと歩くまちま〜い（まち歩き）を実施。ガイドブックには載っていない地元ならではの雰囲気や地元の人との交流が味わえることを強みとし、テーマ、ターゲット別に 30 以上のコースを揃える。初めての観光客やリピーターも楽しめるコースのほか、地元の人でも新鮮な感動を覚えるコース等、バラエティ豊かな内容を用意。観光客のほか地元からの参加者も多いが、地元の良さを改めて認識してもらおう契機となっている。

▽ “属” ブランド力の内部評価と外部評価



※「自分の都道府県には、自分の都道府県を愛している人が多いと思うか」等の質問により、各県の内外評価を調査。

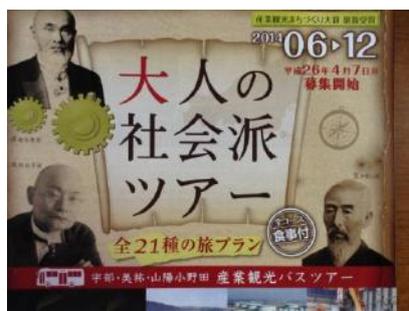
(出所) ㈱博報堂「“属”ブランド力調査」

▽ ボランティア活動行動者率

全国順位	都道府県	行動者率 (%)
1	山形	35.3
2	島根	34.8
3	鹿児島	34.4
4	鳥取	33.9
5	岩手	33.7
6	長野	33.1
7	岐阜	32.8
8	滋賀	32.6
9	佐賀	31.8
10	福井、岡山	31.3
12	山梨	31.2
13	山口	31.0
—	平均	26.3

(出所) 総務省「社会生活基本調査」(平成 23 年)

▽ 山口県内のボランティア活動などを紹介する観光パンフレット



（トイレなどの観光施設のユニバーサルデザイン化）

「おもてなし」の気持ちをより明確に示すには、ハード面の整備も欠かせない。例えば、分かりやすい案内板やパンフレットの作成、外国語表記などは持続的に進めていく必要がある。

また、最近では、観光施設や公共トイレを子どもからお年寄り、身障者までが快適に利用できるユニバーサルデザインに刷新していく動きが各地で進められている。防府市では、高齢・障害者福祉の一環として公的施設トイレの洋式化を進めており、現時点で 75%まで進捗している。もともと、山口県内の観光施設では全般的に老朽化が目立つ。今後、施設のリニューアルを進める際には、全国トップレベルの内容を目指していくことが重要である。

（5）外国人観光客の取り込み

前述のように、山口県の外国人観光客は、韓国、中国、台湾が多くを占め、歴史や伝統に関心が高い欧米諸国や、ビザ発給の緩和により近年増加が著しい東南アジアからの観光客の取り込みは遅れている。県内の外国人観光客の受け入れ態勢はまだ改善すべき点が多く、国ごとの文化・習慣・嗜好に合わせたサービスの提供も今後の課題である。

県では、2014 年に国際連続チャーター便を韓国との間で就航させ、外国人誘致に取り組んでいる。また、県内では、2014 年に大型客船が 12 回寄港し、地元デパートなどの売上に寄与したことから、今年も 15 回（2015 年 2 月現在）の寄港を目指して誘致活動を進めている。さらに、山口県では、外国人旅行者から要望の強い公衆無線 LAN（無料 Wi-Fi）の普及促進に向けて実証実験を行ったほか、企業の中には既に積極的に設置に取り組んでいる先もある。また、前述のように、外国人観光客に県内の観光地を訪れてもらうため、一般路線バスが乗り放題となる共通乗車券を発売する試みも開始された。しかし、全体としてみると、様式を統一した案内板の設置やハンドマップの整備、外国語対応者の育成・確保、広域観光ルートの提案などについて取り組む余地が少なくない。

山口県が、東京、京都、富士山といった日本を代表する観光地のように多くの外国人観光客を呼び込むことは容易ではない。また、訪日外国人が交通・宿泊費、食事、買い物等に費やす旅行支出額は、平均一人あたり 136,693 円（観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成 25 年）とされるが、買い物を目的とする外国人観光客は大都市部に集中するため、山口県で同じ経済効果を期待することにはやや無理がある。

とはいえ、外国人観光客の中には、日本の風土や生活風習に興味を持って来日する者も少なくなく、とりわけ過去に来日経験のある観光客は、自分で企画した気ままな旅行を楽しむ人も多い。実際、岐阜県の飛騨高山地方には、こう

4. おわりに

山口県の観光は、充実したコンテンツ、恵まれた交通インフラ、活発なボランティア活動などの面で強みを有する。しかし、キラークンテンツに乏しいことに加えて地理的に大型都市（福岡、広島）に挟まれていることから、通過型観光の向きが強いことが観光振興を行う上で課題として挙げられる。今後、観光振興を地域活性化に活かしていくためには、「おもてなし」を具現化したインフラ（建築物や祭りの歴史的背景の説明、外国語表記、公衆トイレのユニバーサルデザイン化など）の整備、空港・主要駅－観光地間の公共交通機関や地域内での二次交通（バス、レンタカー等）といった交通インフラの充実、個人旅行に対応した宿泊施設の整備、そして県や市町を跨いだ広域連携などが求められる。そのうえで、観光客が接するすべてのサービス、すなわち、交通、ショッピング、飲食、宿泊などすべての要素の「おもてなし」が満足なレベルに到達していることが重要である。企業や団体における散発的な取り組みに終わらないよう、官民での連携、観光関係者の情報共有や協力が欠かせない。

2015年、山口県では、大河ドラマ「花燃ゆ」の放映を始め、世界スカウトジャンボリー、ねんりんピックなど全国的にも注目度が高い催しが多く、世界遺産登録候補にも県内（萩）が挙がるなど、山口県を全国・海外に発信する絶好の機会に面している。また、2018年の明治維新150周年まではさらに継続的な取り組みも予定されている。こうした機会を捉えて山口県のファンやリピーターを着実に増やしていくことが重要である。

観光産業の活性化と交流人口の増加によって、観光消費に関わる様々な需要を獲得することはもとより、県民自身が当県の良さを再確認し、新たな取り組みに挑戦するきっかけになることを期待したい。

▽2015年以降の大型イベント

	時期	規模・内容
大河ドラマ「花燃ゆ」	1月～12月	ドラマの世界観を体験できるドラマ館を萩と防府に設置
「明治日本の産業革命遺産九州・山口と関連地域」の世界遺産登録審査	6月頃	萩市の萩城下町、萩反射炉、松下村塾等の5資産が対象候補
世界スカウトジャンボリー	7/28日～8/8日	世界約162の国と地域から約3万人が来県
ねんりんピック	10/17日～20日	県内全19市町を会場に25種目を開催し、全国から選手、役員約1万人、延べ約50万人（観客含む）が参加
維新150周年記念事業	2014年～2018年	明治維新150周年（2018年）に向けた観光プロジェクトとして観光キャンペーン「やまぐち幕末ISHIN祭」を実施し、全県周遊型観光アプリやパスポートブック等を提供

以上

▽山口県の主な観光コンテンツ（1/2）

	コンテンツ		備考	
自然	秋吉台		日本最大のカルスト台地	
	秋芳洞		特別天然記念物	
	角島		死ぬまでに行きたい！世界の絶景	
	青海島		景勝地、くじら	
	東後畑棚田		日本の棚田百選	
	きらら浜自然観察公園		渡り鳥を間近で観察できる公園	
温泉	湯田温泉		市街地に隣接する交通の便の良い温泉	
	湯本温泉		泉質、風情	
	俵山温泉		全国有数の泉質、風情	
	川棚温泉		瓦そば、クスの森	
歴史	弥生時代	土井ヶ浜遺跡	渡来人の里、鵜飼のルーツ	
	古墳時代	神花山古墳	古代女王の前方後円墳	
	奈良時代	周防国分寺	重要文化財（金堂）	
	平安・鎌倉時代	防府天満宮		日本三天神
		周防鑄銭司跡		約130年間、日本で唯一の貨幣鑄造所
		壇ノ浦古戦場		源平合戦の最後の舞台
	室町時代 (大内氏)	住吉神社本殿		国宝、長門国一宮
		瑠璃光寺五重塔		国宝、日本三名塔
		大内文化		雪舟庭
		山口サビエル記念聖堂		日本クリスマス発祥の地
	江戸時代 (毛利氏)	萩城下町		重要伝統的建造物群保存地区数全国5位タイ
		柳井白壁の町		
		城下町長府		都市景観大賞
		巖流島		宮本武蔵と佐々木小次郎の決闘
		錦帯橋		日本三名橋、吉川家
	幕末 明治維新	松下村塾		吉田松陰、多数の塾生
		関門海峡		馬関戦争砲台跡
		功山寺		高杉晋作挙兵の地、仏殿（国宝）
		東行庵		高杉晋作墓、おうの
	近代	日清講和記念館		日清講和条約
		日本ハワイ移民資料館		周防大島町
	第二次世界大戦	回天		回天記念館（周南市大津島）、光市、阿多田交流館（平生町）
		陸奥記念館		周防大島町
祭	先帝祭		赤間神宮	
	花火大会		関門海峡花火大会など	
	柳井金魚ちょうちん祭り		柳井市	
	錦帯橋まつり		岩国市	
	UBE ビエンナーレ（現代日本彫刻展）		1961年にスタートした野外彫刻展	
工芸品	萩焼		三輪休雪、坂高麗左衛門	
	赤間硯、大内雛		堀尾信夫	

▽山口県の主な観光コンテンツ（２／２）

	コンテンツ	備考
食	海産物	ふく（下関、萩、周南）、くじら（下関、長門）、あんこう（下関）、鱧（防府）、いか（須佐、仙崎）
	食材	粒うに（下関）、かまぼこ、小野茶（宇部）、長州どり（長門）
	野菜、果物	はなっこりー、れんこん（岩国）、ごぼう（美東）、たまげなす（萩）、栗（厚保）、夏みかん（萩）、みかん（周防大島）、トマト（垢田）
	食事	瓦そば（川棚）、「下関満関善席」、「ふみ御膳」（萩）
	菓子	ういろう（山口、防府）
	酒	日本酒、西都の雫（酒米）
人物	文化人	<作家>金子みすゞ、中原中也、まどみちお、種田山頭火、林芙美子 <俳優>田中絹代、松田優作、夏目雅子 <画家、写真家、建築家、漫画家>香月泰男、林忠彦、村野藤吾、庵野秀明、貞本義行
	幕末・明治維新、日清・日露戦争時代の関係者	毛利敬親、吉田松陰、楫取素彦、高杉晋作、久坂玄瑞、長州ファイブ（井上馨、伊藤博文、井上勝、遠藤謹助、山尾庸三）、山県有朋、月性、児玉源太郎、乃木希典、高橋是清など
	創業者、経営者、発明家	笠井順八、渡辺祐策、岩井勝次郎、岩瀬徳三郎、瀧川辨三、久原房之助、鮎川義介、柏木幸助、藤岡市助など
施設	<美術館、博物館、水族館、動物園> 毛利博物館、萩博物館、土井ヶ浜遺跡・人類学ミュージアム、ときわ公園（彫刻）、至誠館、海響館、徳山動物園、くじら資料館など	
体験	産業観光ツアー、工場夜景ツアー	宇部市、美祢市、山陽小野田市、周南市
	体験型農場	山陽小野田市、周防大島町ほか各地
	マラソン、サイクリング、ウォーキング	下関海響マラソン、ツール・ド・しものせき、維新・海峽ウォーク、山口100萩往還マラニック大会など
その他	道の駅	阿武町（道の駅発祥の駅） 萩シーマート（全国モデル道の駅6か所の一つ） ほか計22か所（全国19位タイ）
	観光列車	SL「やまぐち」号、みすゞ潮彩
	観賞	蛍（豊田ほか各地）、鶺鴒（岩国）
	夕日スポット	各地
	施設、名所	楊貴妃の里、大仏ミュージアム、別府弁天池、須佐ホルンフェルス、萩往還、英雲荘、四階楼、萩反射炉、徳利窯、長府毛利邸、菜香亭、角島灯台・六連島灯台、各地の歴史民俗資料館・郷土館

共通基準による全国の観光入込客数、観光消費額（平成24年）

都道府県	観光入込客数 (千人回)	宿泊比率 (%)		観光消費額 (百万円)	観光消費額単価 (円/人回)	
		宿泊	日帰			
北海道	45,405	10,573	34,832	23.3	621,873	13,696
青森	11,528	1,715	9,813	14.9	80,273	6,963
岩手	9,814	2,833	6,981	28.9	97,815	9,967
宮城	24,750	4,033	20,717	16.3	208,200	8,412
秋田	8,883	1,295	7,588	14.6	104,746	11,792
山形	15,224	2,852	12,372	18.7	146,231	9,605
福島	16,408	4,280	12,128	26.1	206,175	12,566
茨城	26,979	1,609	25,370	6.0	149,038	5,524
栃木	37,186	5,570	31,616	15.0	390,918	10,513
群馬	24,657	5,248	19,409	21.3	180,511	7,321
埼玉	96,137	2,742	93,395	2.9	277,204	2,883
千葉	79,708	9,975	69,733	12.5	867,549	10,884
東京	429,650	10,851	418,799	2.5	3,448,706	8,027
神奈川	64,335	7,984	56,351	12.4	507,144	7,883
新潟	25,779	4,718	21,061	18.3	222,731	8,640
富山						
石川	9,675	3,731	5,944	38.6	119,304	12,331
福井						
山梨	25,333	4,837	20,496	19.1	295,059	11,647
長野	33,748	11,767	21,981	34.9	444,880	13,182
岐阜	34,635	3,411	31,224	9.8	225,078	6,499
静岡	54,892	11,972	42,920	21.8	710,872	12,950
愛知	84,501	5,825	78,676	6.9	341,347	4,040
三重	24,263	5,063	19,200	20.9	217,337	8,958
滋賀	17,088	2,354	14,734	13.8	114,161	6,681
京都						
大阪						
兵庫	65,307	6,168	59,139	9.4	440,710	6,748
奈良	18,825	1,719	17,106	9.1	98,177	5,215
和歌山	10,364	3,173	7,191	30.6	115,108	11,107
鳥取	5,708	1,690	4,018	29.6	59,433	10,412
島根	10,145	1,207	8,938	11.9	73,104	7,206
岡山	9,955	2,075	7,880	20.8	88,639	8,904
広島	17,864	3,120	14,744	17.5	110,378	6,179
山口	14,955	1,855	13,100	12.4	94,987	6,352
徳島	8,314	762	7,552	9.2	50,437	6,067
香川	13,533	1,611	11,922	11.9	96,050	7,097
愛媛	11,674	1,622	10,052	13.9	80,102	6,862
高知	4,891	1,581	3,310	32.3	64,359	13,159
福岡						
佐賀	9,166	1,510	7,656	16.5	58,185	6,348
長崎	11,540	2,758	8,782	23.9	182,600	15,823
熊本	20,975	3,405	17,570	16.2	186,559	8,894
大分	15,443	3,325	12,118	21.5	157,187	10,179
宮崎	11,588	1,308	10,280	11.3	103,045	8,892
鹿児島	13,357	3,258	10,099	24.4	138,843	10,395
沖縄	8,352	5,557	2,795	66.5	403,113	48,265

※日本人（観光目的）・外国人（観光目的）の合計値。富山、福井、京都、大阪、福岡は非公表。
（出所）観光庁「共通基準による観光入込客統計」（平成24年）

山口県内の観光振興に向けた取り組み事例

<p>「明治維新」の観光ブランド化 (山口県)</p>	<p>明治維新をテーマに、歴史、文化資源をはじめ、食や自然、温泉など、山口県の有する多彩な魅力を活かした観光ブランドを構築し、宿泊客増加を図る。「維新ブランド」の構築、「維新ツーリズム」の推進、「薩長土肥連合」の設立と共同キャンペーン等を実施する。</p>
<p>スポーツイベントの推進 (下関市)</p>	<p>スポーツによる地域活性化を目的に、下関海響マラソンやツール・ド・しものせき、維新・海峡ウォーク等のスポーツイベントを開催。同時に、おもてなしの心で支えるボランティアの養成をイベントを通じて進めている。</p>
<p>産業観光の推進 (宇部市、美祢市、山陽小野田市)</p>	<p>地域活性化を目的に3市の経済団体などでつくる協議会が監修した約20のコースを基に、「大人の社会派ツアー」を年間で約40回実施。利用客は増加傾向にあり、県内のほか、遠くは東京などからの参加者も存在する。</p>
<p>周南工場夜景ツアーの推進 (マリーナレストランシーホース、㈱JTB中国四国徳山支店、防長交通㈱)</p>	<p>工場夜景を周南市の新たな観光資源として活用し、市外からの来訪者増加を目的に工場夜景ツアーを実施。「周南市」をPRするとともに、「夜の観光」を推進することにより、宿泊、飲食などの消費行動を促進させ、経済活性化を図る。</p>
<p>地酒振興 (山口県、湯田温泉酒まつり実行委員会)</p>	<p>観光誘致、県産品の消費拡大を目的に、山口県では、「やまぐち地酒乾杯宣言」を行い、県内外での宴会における地酒の消費と知名度向上を図っている。また民間レベルでも、湯田温泉では県下の酒蔵が集まる「湯田温泉酒まつり」が開催されるなど、地酒振興が図られている。</p>
<p>日本初のホタル舟の運航 (下関市)</p>	<p>「天然記念物木屋川・音信川ゲンジボタル発生地」として国から天然記念物の指定を受けている自然を活かし、観光客増加等を目的にホタル祭りを毎年開催。ホタルが見頃を迎える頃には日本初と言われるホタル舟を運航している。同時期には、各宿泊施設でホタル観賞ツアー等も実施される。</p>
<p>Mine 秋吉台ジオパーク構想 (美祢市)</p>	<p>「秋吉台」、「秋芳洞」とどまらず、地域に存在する様々な主要ポイント(ジオポイント)を新たな観光資源として活かすべく、「世界ジオパーク」認定を目指している。市民に地域資源の価値を再認識してもらうことで、郷土愛の育成や地域活性化につながり、市の知名度上昇による観光客増加が期待できる。</p>
<p>やまぐちスロー・ツーリズムの推進 (山口県)</p>	<p>観光産業の振興や農山漁村と都市との日常的な交流の活発化を通じて、中山間地域に対する理解の促進と地域の活性化を図るため、地域資源を活かした着地型旅行や地域の魅力を楽しむ本取組を推進。その土地ならではの食材を活かした郷土料理の提供、こだわりの特産品の開発、農林漁家民宿の取り組みなど、地域の魅力を高め、「住む人」・「訪れる人」とともに地域の時間・空間・文化などをゆっくりと楽しむことができる。</p>

秋吉台エコツアー の推進 (秋吉台地域エコ ツアー協会)	秋吉台地域の自然、歴史、文化を守りながら地域の観光を活性化させる目的で、エコツアーを推進。エコツアーでは、広大なカルスト台地を周りながら、3億5千万年前から続く秋吉台の自然の歴史に触れることができる。
ゆる旅のススメ (周南市)	市内に大きな観光名所がないことを逆にとり、「ふつうの観光」より「お散歩旅行」が楽しめることをPRする「ゆる旅のススメ」を推進。散歩気分でスローフードや温泉、自然素材を使った様々な手づくり体験を楽しむことができる。
萩の地魚もった ないプロジェクト (道の駅「萩しー まーと」)	歴史観光都市として名高い萩の観光客減少を食い止め、増加に転ずる有力施策の一つとして、「魚が旨い町」としてのPRを開始。2009年には道の駅「萩しーまーと」を中心に「萩の地魚もったないプロジェクト」が始動した。これまで多品種少量故に目立たなかった“雑魚、小魚”にスポットライトを当て、加工品の開発や首都圏を主ターゲットとしたPR活動を行い、「萩の魚」のブランド化を図っている。
SHUNAN萌えサミ ット (周南青年会議所)	人気アニメ「新世紀エヴァンゲリオン」のアニメーター(貞本義行)が周南市の出身であることにちなんで、サブカルチャーでの地域活性化を図ろうと2011年より毎年開催。会場は歩行者天国となり、声優のトークショーのほか企業コスプレ大会等も行われ、来場者は年々増加している。
観光周遊バスの 運行 (防府市)	大河ドラマの放映に合わせて、防府市にある大河ドラマ館を出発し、防府天満宮や毛利邸などの観光名所を巡回する「ほうふ花燃ゆ周遊バス」の運行を開始(2015/1月～2016/1月)。
やきとりでまちお こし (長門市)	人口1万人当りの焼き鳥店舗数が全国トップクラスであることから、焼き鳥を市の食ブランドとしてPRする取り組みを推進。毎年、全国7大やきとりの街を中心に名物やきとりを販売する「全国やきとリンピック」に参加しており、2014年の第8回は長門市で開催、7.5万人が来場した。
錦帯橋の世界遺産 登録に向けた取り 組み (岩国市)	世界的にも珍しい5連の構造(中央の3連はアーチ橋)で造られ、日本の三名橋にも数えられる名勝錦帯橋の世界遺産登録に向けた取り組みを2006年から推進。
美祢地域ブランド Mine Collection (ミネコレ) (美祢市)	市のイメージアップや地域産業の振興を目的に創設。美祢市の豊かな自然で育まれてきた素材またはその素材を使用し、優れた技術または技法から生み出された商品のうち、特に優れたものを認定。現在は、秋芳梨や美東ごぼう等の特産品(食品)が認定されている。
やまぐちブランド (やまぐちの農林水 産物需要拡大協 議会)	県内で生産される農林水産物や主な原材料が県産100%の加工品を対象に味や品質を重視した独自の基準を設けて厳選した登録商品。長州黒かしわ、西京はも、はなっこりー、山口県産のどぐろなど全63品目が登録。
地域団体商標登 録 (特許庁)	山口県では、北浦うに、下関ふく、長門ゆずきち、下関うに、厚保くり、長門湯本温泉の6つが登録されている(全登録数551件<2013年9月時点>)。

<p>下関ブランド (下関ブランド推進協議会)</p>	<p>下関市にゆかりのある飲食料品(加工品)を対象に、全国に誇れる質の高い優良な「食」の産品を「下関ブランド」として認定。ふくを利用した加工品や銘菓などが認定されている。</p>
<p>食と地域のブランド形成事業 (山口市)</p>	<p>山口市内の農林水産物などの付加価値化を通じて、市の情報発信や知名度向上、交流人口の増加等を促進する事業。2014年度は「山口外郎」ブランド化事業など5団体へ補助金を交付。</p>
<p>防府ブランド 「幸せます」 (防府商工会議所)</p>	<p>山口県の方言である「幸せます」の商標登録を行い、言葉のもつ良いイメージを活用した地域活性化に取り組む。同ロゴを使用した商品製造・商品販売先を募集。また、「幸せます大使」として、同市出身の俳優を起用。</p>
<p>外国人観光客向け 山口県内バス共通乗車券 (山口県バス協会)</p>	<p>外国人観光客に県内の観光地を周遊してもらうため、山口県バス協会参加バス事業者が運行する路線バスを全線利用することができる1～3日間乗り放題の共通乗車券の発売を開始(～2015/3月まで試行期間)。「Yamaguchi Bus Pass」と名付け、日本語のほか、英語、中国語、韓国語、フランス語を併記。</p>