

# はじめに

本市は、充実した都市基盤や商業施設、豊かな自然に恵まれたコンパクトなまちであり、「住みよいまち」として評価をいただいております。また、鉄道、船舶関連からハイテク機器関連まで、幅広い製造業が盛んな「ものづくりのまち」として、その高い技術力と情熱を世界に発信しております。

私は市長就任以来、「観光立市」の合言葉のもと、「人々を引き付ける魅力あるまちづくり」を一つの柱として、観光振興を推進しております。観光振興を進める上で、本市観光の拠点となる国民宿舎大城のグランドオープンを契機に、笠戸島や米泉湖などの景勝地、花岡地区をはじめとした歴史や文化及び各種スポーツによる観光振興など、本市全体における様々な観光資源を活用し、交流人口の増加を図ることが重要であると考えております。



本市は、東洋経済新報社の「住みよさランキング」において、10年連続「中四国地方部門 No. 1」の評価をいただいている一方で、本市を訪れる観光客数は、山口県内において低い数値となっており、観光地として認知度が低い状況にあります。このような中、観光客を下松に呼び込むための施策の展開が喫緊の課題となっており、本市における観光理念・ビジョンを構築し、観光関係者だけでなく全市民が一致団結して取組を進め、観光資源をブラッシュアップすることで、住みよさに加えて訪れやすく、人々の活力に満ちた「賑わいの創出」に繋げることが求められております。

そこで、この度、観光関係団体や観光関係事業所、市内企業等で構成する策定委員会を設置し、ワーキンググループ会議の開催等により、多くの皆さまと議論を重ね、「下松市観光振興ビジョン」を策定いたしました。このビジョンは、『星ふるまち 夢叶うたび ～週末 くだまつ 君をまつ～』というコンセプトのもと、中長期を見据え、下松らしさのある観光施策を展開するため、くだまつ観光のめざすべき方向性とその実現に向けた取組を明確にしたものであります。

下松の名の由来のひとつに、その昔松の木に大星が降り、7日7夜の間光り輝いたことから、「星が降（くだ）った松」が「下松」になったというロマンにあふれる伝説があります。市民の皆さまと共に“星ふるまち くだまつ”を再認識し、行政と観光関係者、市民が一体となった観光立市への取組が行われ、市民一人ひとりが本市に誇りと魅力を感じてもらえるまちづくりに繋がることを期待しています。

終わりに、本ビジョンの策定に当たり、ご意見やご提案を賜りました市民の皆さまをはじめ、ご協力いただきました多くの皆さまに心から感謝を申し上げます。

平成 30（2018）年 3 月

下松市長 国井益雄



# 目 次

<b>第1章 下松市観光振興ビジョン策定の趣旨</b> .....	<b>1</b>
1 計画の背景と目的 .....	1
2 計画の期間 .....	2
3 計画の位置づけ .....	2
4 計画の策定手法 .....	2
<b>第2章 観光動向</b> .....	<b>3</b>
1 全国、県の観光動向 .....	3
2 下松市の観光動向 .....	6
3 下松市の観光振興における評価・課題 .....	13
<b>第3章 下松市観光における将来ビジョン</b> .....	<b>29</b>
1 めざす姿とコンセプト .....	29
2 重点戦略 .....	30
3 基本戦略 .....	31
4 目標指標の設定 .....	32
<b>第4章 基本戦略とアクションプラン</b> .....	<b>33</b>
基本戦略1 魅力ある観光地づくり .....	33
基本戦略2 受入体制の整備促進 .....	41
基本戦略3 観光情報発信の強化 .....	45
基本戦略4 広域化や国際化に対応した観光の促進 .....	49
<b>第5章 策定経緯</b> .....	<b>52</b>
1 委員会・ワーキンググループ等の実施 .....	52
2 観光振興ビジョン策定の経緯 .....	54



# 第1章 下松市観光振興ビジョン策定の趣旨

## 1 計画の背景と目的

近年、情報化やグローバル化の発展と個人のライフスタイルの変化などによって、国内外を問わず、観光目的や観光形態の多様化が加速的に進んでおり、それに伴い、我が国の観光を取り巻く環境は大きく変化しています。

国においては、「明日の日本を支える観光ビジョン」を踏まえ、平成29年3月に観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。この計画では、平成32年までに、“国内旅行消費額21兆円”、“訪日外国人旅行者数4,000万人”、“訪日外国人旅行消費額8兆円”等の目標を掲げ、世界が訪れたいくなる「観光先進国・日本」への飛躍を図っています。

特に人口減少が進む地方では、観光による交流人口の拡大が重要視されており、総務省・観光庁データにおける試算によると、定住人口1人減少分の消費額は、訪日外国人観光客の7人分、国内旅行者（宿泊）の25人分、又は国内旅行者（日帰り）の78人分の旅行消費額に相当すると示されています。

山口県では、平成27年3月に策定された「元気創出やまぐち！未来開拓チャレンジプラン」を踏まえて、「おいでませ山口観光振興計画」を策定しています。この計画により、「やまぐちDMO<sup>※1</sup>」の確立や「稼ぐ力」の創出による経済効果に目を向けた観光施策の展開など、新たな時代に対応した観光振興の取組を進めることとしています。

明治維新の舞台であり、アジア大陸に物理的に近い玄関口でもあることから、国内外の観光客へ積極的にPRし、“山口県＝観光”のイメージを植え付けていくことが、喫緊の課題となっています。

下松市では、これまで全国の“住みよさランキング”で上位に挙げられるだけの好環境であり、市内にも笠戸島や米泉湖、花岡地区などの資源を持ちながら、観光地としての認識は県内外を含めて低い状況でした。

そのような状況の中、下松市でも統計データやアンケートなどから、改めて下松市ならではの観光の在り方を検討し、交流人口増加に向けた施策に注力することで、新たな経済循環を生み出し、“住みやすさ”に加えて訪れやすく、人々の活力に満ちた「賑わいの創出」及び「人々を引き付ける魅力あるまち」をめざすため、「下松市観光振興ビジョン（以下、本ビジョンという。）」を策定します。

※1 DMO: Destination Management/Marketing Organization の略。観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など地域の「稼ぐ力」を引き出し、観光地域づくりを実現するための戦略を策定・実践する法人

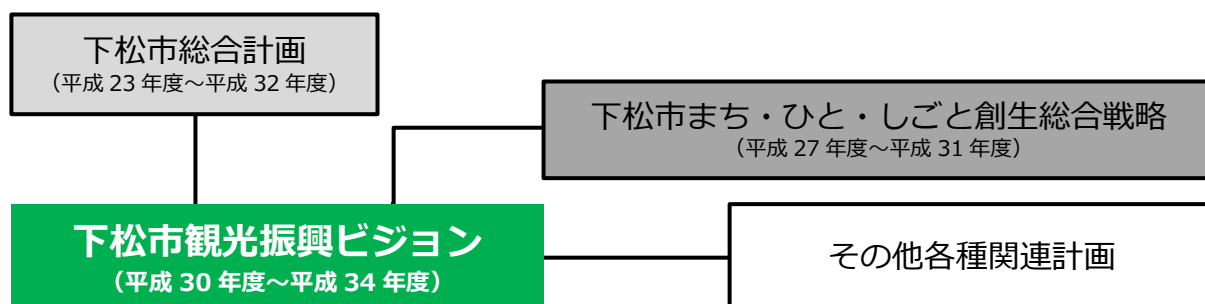
## 2 計画の期間

本ビジョンは、2018（平成30）年度から2022（平成34）年度までの5年間を対象期間とします。なお、近年の観光を取り巻く環境の急速な変化を鑑み、必要に応じて見直しなどを行いながら取組を進めます。

2015 (平成27) 年度	2016 (平成28) 年度	2017 (平成29) 年度	2018 (平成30) 年度	2019 (平成31) 年度	2020 (平成32) 年度	2021 (平成33) 年度	2022 (平成34) 年度
			下松市観光振興ビジョン				
下松市まち・ひと・しごと創生総合戦略							
	下松市総合計画（後期基本計画）						

## 3 計画の位置づけ

本ビジョンは、山口県や周辺地域が抱える観光に関する現状と課題を踏まえつつ、下松らしさのある観光施策を展開するため、「下松市総合計画」や「下松市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の方針と整合性を図りながら、中長期を見据えた取組の方向性を示すものです。



## 4 計画の策定手法

本ビジョンの策定に当たっては、各種統計データ、観光振興における近年の様々な事例や実績などを踏まえ、社会情勢にあった実効性のあるものとします。

また、行政、関係団体、地域、企業、市民が協働して推進することのできる計画となるよう、市民ワークショップを中心に意見交換を行うほか、市内のモニターツアーを実施し観光施策を検討しました。その他、関係団体及び市関係部署から意見を聞くとともに、評価指標を用いて市の将来像の具現化をめざします。

さらに、下松市観光振興ビジョン策定委員会により意見交換を実施することで、観光関係団体や観光関係事業所、市内企業などの意見が反映された計画とします。

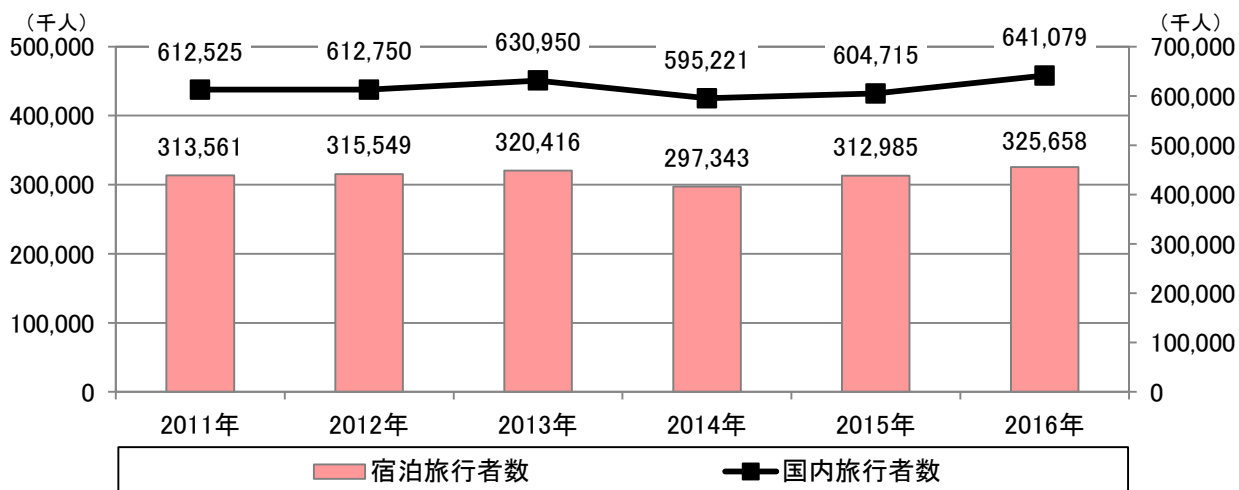
## 第2章 観光動向

### 1 全国、県の観光動向

#### (1) 国内旅行者の状況

国内旅行の状況を見ると、2013年から2014年にかけて、旅行者が大きく減少しているものの、地方創生による各自治体の取組強化により増加を続け、2016年には6億4千万人を突破しました。

##### ■国内旅行者及び宿泊旅行者の推移

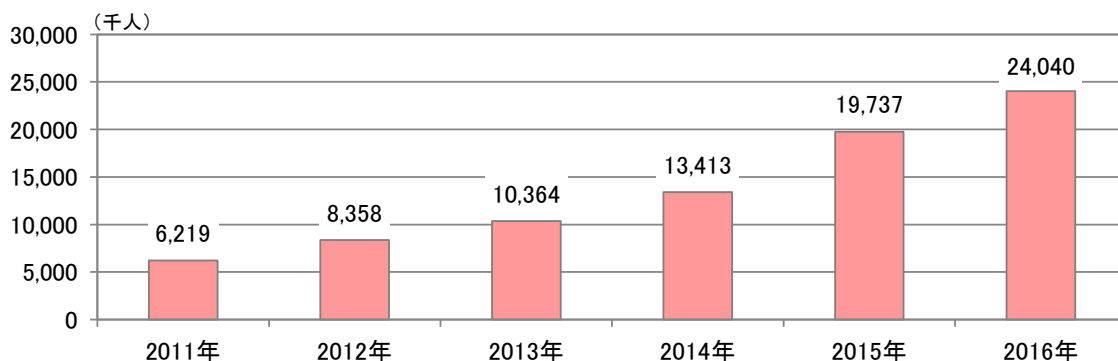


資料：旅行・観光消費動向調査(観光庁)

#### (2) 訪日外国人の状況

外国人観光客数はこの5年ほどで急激に増加しており、2020年の東京オリンピック・パラリンピックまでの目標は4,000万人に上方修正されています。今後も大幅な伸びが予想されるほか、国や宗教などそれぞれの特性に対応した受入体制の充実が課題となっています。

##### ■訪日外国人観光客数の推移

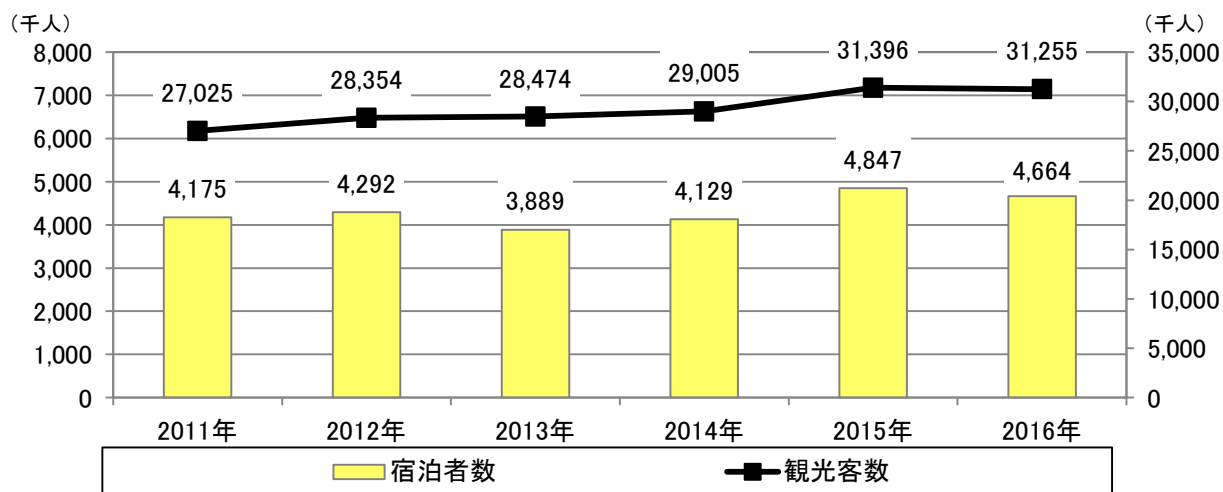


資料：訪日外客数の動向(JNTO)

### (3) 山口県観光客数の状況

山口県の観光客数はこれまで増加傾向で推移しており、2015年には大河ドラマ「花燃ゆ」の影響などにより、過去最高の観光客数を記録しました。今後、2018年の「明治維新150年」に向けた、「やまぐち幕末ISHIN祭」、「幕末維新やまぐちデスティネーションキャンペーン」、「山口ゆめ花博」等の開催効果により、観光客の増加が見込まれます。

#### ■ 県内観光客数及び宿泊者数の推移

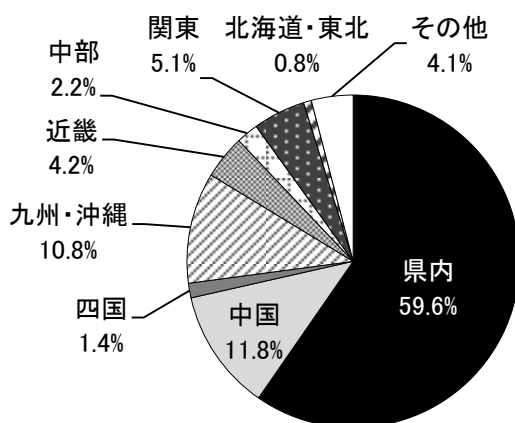


資料：山口県観光客動態調査(2016)  
宿泊旅行統計調査(観光庁)

### (4) 山口県発地別観光客数の状況

県内観光客の割合が約6割となっています。県外からは、「中国」、「九州・沖縄」、「関東」の順に高くなっています。

#### ■ 発地別県内観光客数の割合



(単位：千人、%)

	県内	中国	四国	九州・沖縄	近畿	中部	関東	北海道・東北	その他	計
人数	18,641	3,695	446	3,374	1,327	672	1,590	242	1,268	31,255
割合	59.6	11.8	1.4	10.8	4.2	2.2	5.1	0.8	4.1	100

資料：山口県観光客動態調査(2016)

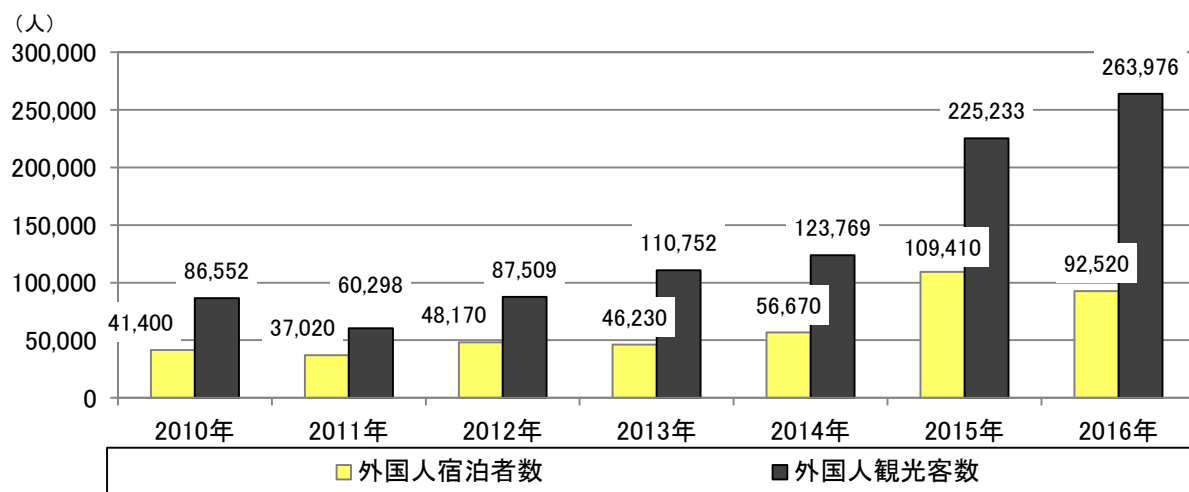


## (5) 山口県外国人観光客数の状況

山口県の外国人観光客数は2015年の「第23回世界スカウトジャンボリー」開催により大きく増加しています。また、2016年は全国的なインバウンド事業の影響により2015年を超える外国人観光客が訪れています。

しかしながら、外国人観光客数に対する外国人宿泊者数は伸び悩んでいます。

### ■ 県内外国人観光客数及び外国人宿泊者数の推移



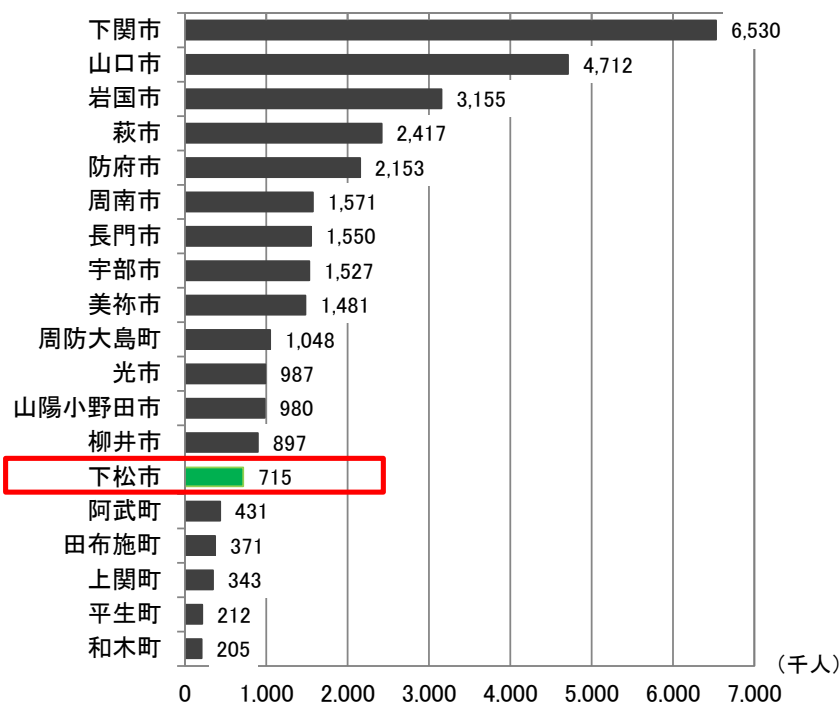
資料：山口県観光客動態調査(2016)

## 2 下松市の観光動向

### (1) 観光客数

下松市の観光客数は山口県内の“市”の中では最下位であり、県内 19 自治体中 14 番目という状況です。

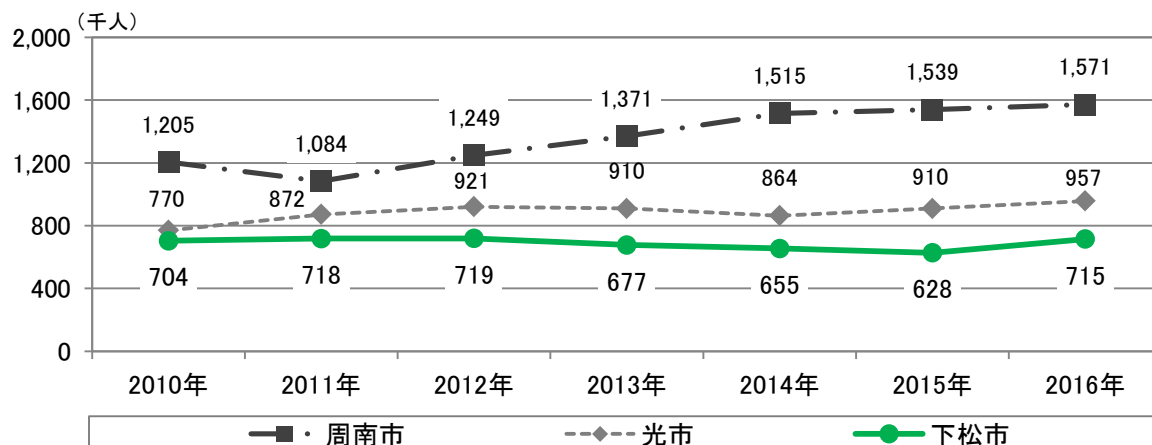
#### ■山口県自治体ごとの観光客数の状況



資料：山口県観光客動態調査(2016)

また、近年の観光客数の推移は、国民宿舎大城の建替に伴う休館の影響により減少傾向が続いていましたが、2016 年は国民宿舎大城のグランドオープンをきっかけに観光客数が回復しています。近隣の周南市・光市は、2014 年以降微増傾向となっています。

#### ■下松市観光客数と近隣の観光客数の推移

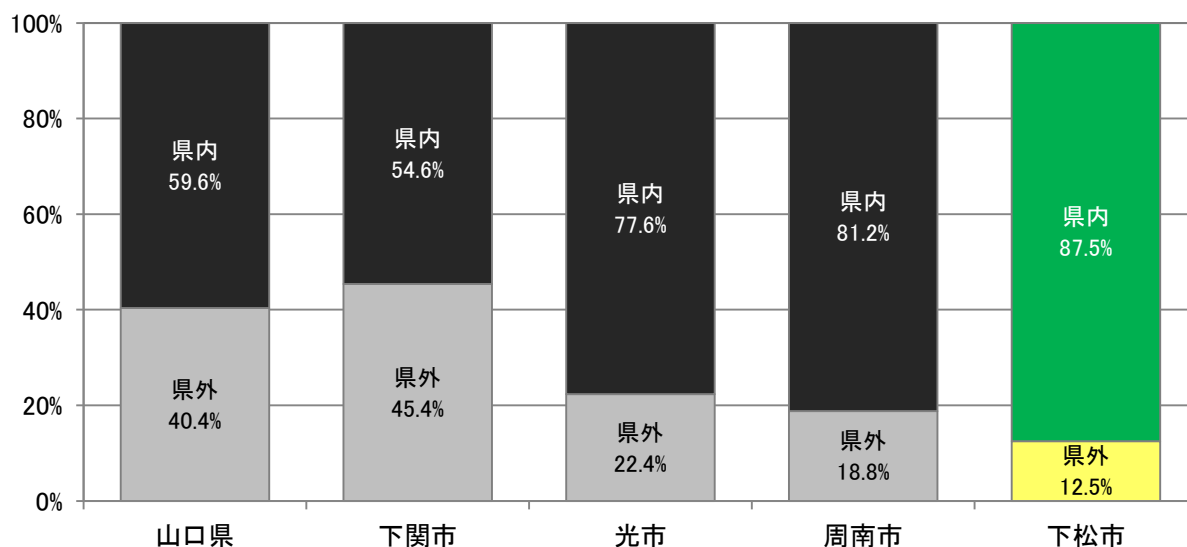


資料：山口県観光客動態調査(2016)

## (2) 県内客・県外客の割合

山口県全体では県内客・県外客の割合はおよそ6：4となっており、下関市ではさらに県外客が多くなっています。下松市の県内客・県外客の割合をみると、特に県外客の割合が低くなっており、ほとんどが県内客となっています。

### ■各観光客の県内・県外割合



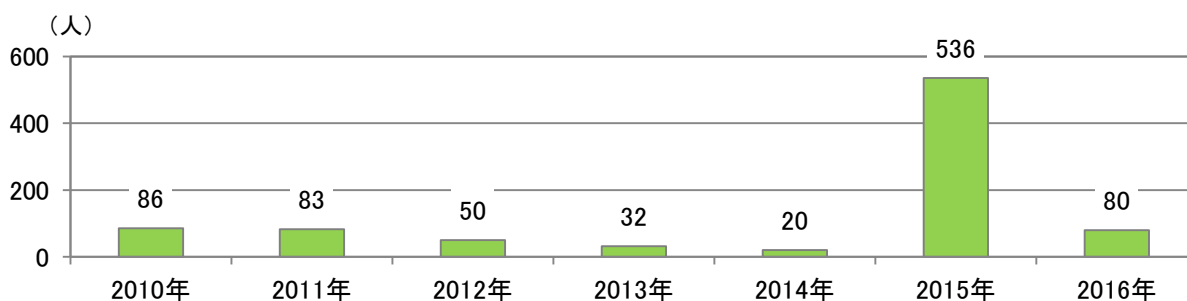
資料：山口県観光客動態調査(2016)

## (3) 外国人観光客数

山口県全体と同様に、2015年に「第23回世界スカウトジャンボリー」が開催され、急激に外国人観光客が増加しています。

国別の状況をみると、韓国、台湾、中国、香港などの東アジアや欧米からの観光客となっています。

### ■外国人観光客数の推移（下松市）



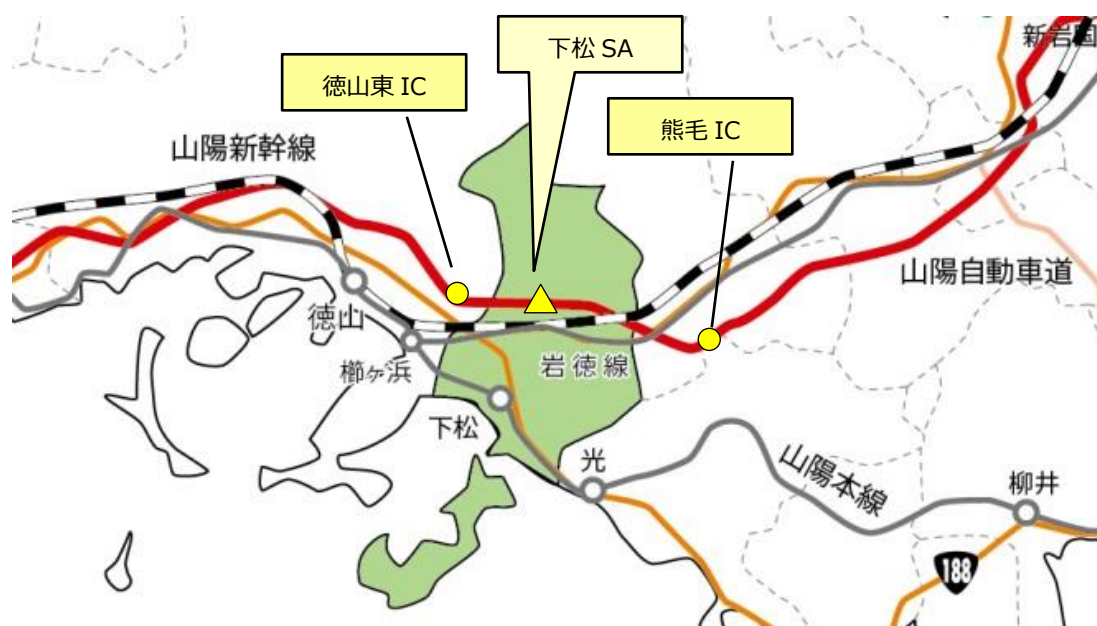
資料：山口県観光客動態調査(2016)

#### (4) 交通アクセス

下松市への来訪ルートは大きく分けて、山陽自動車道による「徳山東 IC」と「熊毛 IC」、又は JR 山陽本線による「下松駅」となります。

広島県からは車で約1時間となっており、特に、山陽自動車道において「下松サービスエリア」を利用するドライバーは多く、下松市を車で訪れる方の玄関口となっています。また、「徳山駅」を經由して JR を活用すれば、広島県から1時間以内で訪れることができます。

##### ■下松市への主な交通アクセス



#### (5) 広域観光の動向

観光客の誘致拡大を図るため、県域や周南地域との連携による広域的な観光情報の発信、誘客への取組を行っています。

県域では、2017年9月～12月にかけて、「幕末維新やまぐちデスティネーションキャンペーン」が実施される中、(一社)山口県観光連盟や(一社)山口県物産協会等と連携し、本市の認知度・魅力度等の向上をめざし、大都市圏(東京、大阪、広島等)において、特産品販売等のプロモーションを展開しています。

周南地域においては、広域観光事業を円滑に推進することをきっかけに、知名度向上及び交流人口増加を図るため、2015年6月に「周南広域(光・下松・周南)観光連携推進協議会」が設立されました。協議会では、各市関係団体等の連携強化と観光資源のネットワーク化を図りながら、広域観光マップの作成やスタンプラリーを実施するほか、広域での観光資源の魅力紹介や観光誘客ターゲットを広島県に設定した観光 PR プロモーションを展開しています。

## (6) 市内関係団体との連携

### ① 下松市観光協会

分野	状況
イベント	観光協会を母体とした実行委員会により、各種イベントを開催しています。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・(4月)切戸川桜！桜！フェスタ ※市内周遊バス企画(くだまつ観光・産業交流センター)</li> <li>・(5月)笠戸島まつり</li> <li>・(9月)“元気づくり”くだまつ総踊り</li> <li>・(2月)笠戸島河津桜まつり</li> </ul>
イベント 開催支援	笠戸島イカダまつり、米泉湖サマージャンボリー、くだまつ笠戸島アイランドトレイル等
情報発信	ホームページの運用、パンフレット(まんぷくマップ)の作成、観光看板の設置及び貼り替え、観光名刺・観光絵はがき等の販売、市と連携した観光プロモーション活動等を実施しています。
広域連携	山口県全域で実施されている「幕末維新やまぐちデスティネーションキャンペーン」等の観光PR事業並びに「周南広域(光・下松・周南)観光連携推進協議会」で実施されている事業への参画及び協力を実施しています。
下部組織	花岡米川観光推進委員会や笠戸島観光推進委員会等を設置し、各地域での観光振興を検討するとともに、観光PRを推進しています。

### ② 下松商工会議所

分野	状況
イベント	下松商工会議所青年部を中心に下松市の代表的なイベントを実施するとともに、特産品のPRを行っています。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・(8月)笠戸島イカダまつり ※補助金による支援(市、下松市観光協会)</li> <li>・(2月)くだまつ笠戸島アイランドトレイル ※補助金による支援(下松市観光協会) ※運営協力(市、くだまつ観光・産業交流センター、笠戸島自治会連合協議会、笠戸島特産品開発グループ、下松市栽培漁業センター、国民宿舎大城、笠戸島ハイツ等)</li> <li>・(不定期)くだまつアウトドアクッキング(くだまつブランドプロジェクト委員会) ※運営協力(市、笠戸島家族旅行村、国民宿舎大城) ※食材提供(笠戸島特産品開発グループ、下松市栽培漁業センター、下松市農業公園等)</li> </ul>
特産品	各市内事業者と連携をとりながら、「推奨品カタログ」や「くだまつアウトドアクッキングパンフレット」の作成及び配布を行っています。

③ くだまつ観光・産業交流センター【スターナビくだまつ】（下松商業開発株）

分野	状況
イベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>市内周遊バス企画(市内の桜の名所周遊) ※連動企画としてPR(切戸川桜!桜!フェスタ:下松市観光協会)</li> <li>歴史探検ウォーク(古地図を使って旧山陽道を歩く) ※共催(下松市観光ボランティアガイドの会)</li> <li>最新鋭の輸送船に乗ろう(鉄道車両輸送船見学イベント) ※協力(市、株川崎汽船、株日立物流、株日立製作所笠戸事業所等)</li> <li>山口どこでも紙芝居(山口どこでも紙芝居連絡協議会会員) ※協力(下松市観光ボランティアガイドの会、下松市観光協会)</li> </ul>
特産品	<p>下松の魅力をPRするため、大都市圏(東京、大阪、広島等)で特産品販売等のプロモーション活動を実施しています。</p> <p>※運営協力(市、下松市観光協会、下松商工会議所等)</p>
事務局	<p>くだまつ観光・産業交流センターは、下松市観光ボランティアガイドの会の事務局を担当しています。</p>

④ 下松フィルム・コミッション（下松商業開発株）

分野	状況
映画製作	<p>市内をロケ地として自主製作映画3本(市制施行 75 周年記念映画「恋」、10 ミニッツ、大城湯けむり狂騒曲)を製作しています。映像を活用して、下松の魅力を全国に発信しています。</p> <p>※撮影協力(市、Kビジョン株、徳山大学等)</p>
映画上映	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国各地(東京、大阪等)や市内外で上映会を開催</li> <li>「星ふるまちの映画祭 2017 夏」の開催</li> </ul> <p>※運営協力(市、Kビジョン株、徳山大学、下松市観光協会、下松商工会議所、笠戸島特産品開発グループ、笠戸島自治会連合協議会等)</p>



最新鋭の輸送船に乗ろう



星ふるまちの映画祭 2017 夏

⑤ 笠戸島特産品開発グループ

分野	状況
イベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(12月)まるごと笠戸島inハイツ</li> <li>※連携(笠戸島ハイツ、国民宿舎大城等)</li> </ul>
イベント協力	<p>市内イベントにおける協力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・笠戸島まつり</li> <li>・笠戸島イカダまつり</li> <li>・“元気づくり”くだまつ総踊り</li> <li>・星ふるまちの映画祭 2017 夏</li> <li>・笠戸島河津桜まつり</li> <li>・くだまつ笠戸島アイランドトレイル 等</li> </ul> <p>※連携(下松市観光協会、下松商工会議所、くだまつ観光・産業交流センター、国民宿舎大城、笠戸島ハイツ等)</p>
特産品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・笠戸島レモン、サツマイモ等の生産及び販売等</li> <li>・プチ海の駅の開催(毎月第1・3日曜日に特産品である海産物(魚、あさり、タコ等)、タコ飯、レモン等を販売)</li> </ul>

⑥ 米泉湖ボランティアグループ、米川地域づくり連絡協議会、米川環境整備協議会

分野	状況
イベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(1月1日)迎春会(大將軍山山頂での初日の出)</li> </ul>
イベント協力	<p>市内イベントにおける協力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・米川花まつり</li> <li>・米泉湖サマージャンボリー</li> <li>・米泉湖ふれあい健康マラソン大会 等</li> </ul> <p>※連携(下松市観光協会、くだまつ観光・産業交流センター、米川公民館等)</p>
整備	<p>大將軍山登山道、米泉湖周辺の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・登山道整備</li> <li>・ハイキングコース案内 MAP 看板設置、コース内案内看板設置</li> <li>・草刈り、支障木の剪定</li> </ul>
特産品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米川ゆずの生産及び販売等</li> <li>・市内イベントにおけるバザーの実施</li> </ul>

⑦ 下松市観光ボランティアガイドの会

分野	状況
観光ガイド	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主に花岡地区及び笠戸島地区における観光ガイドツアーを実施</li> <li>• 古地図を片手に花岡を歩こう。(幕末維新やまぐちデスティネーションキャンペーン連動企画)</li> </ul> ※連携(市、くだまつ観光・産業交流センター、下松市観光協会) ※事務局(くだまつ観光・産業交流センター)

⑧ 地元自治会

分野	状況
イベント協力	各種イベント開催に協力しています。 ※連携(下松市観光協会、下松商工会議所、くだまつ観光・産業交流センター)



笠戸島まつり



“元気づくり”くだまつ総踊り



米泉湖文学碑プロムナード



くだまつ笠戸島アイランドトレイル



### 3 下松市の観光振興における評価・課題

#### (1) インターネットアンケートからみる状況

##### <調査概要>

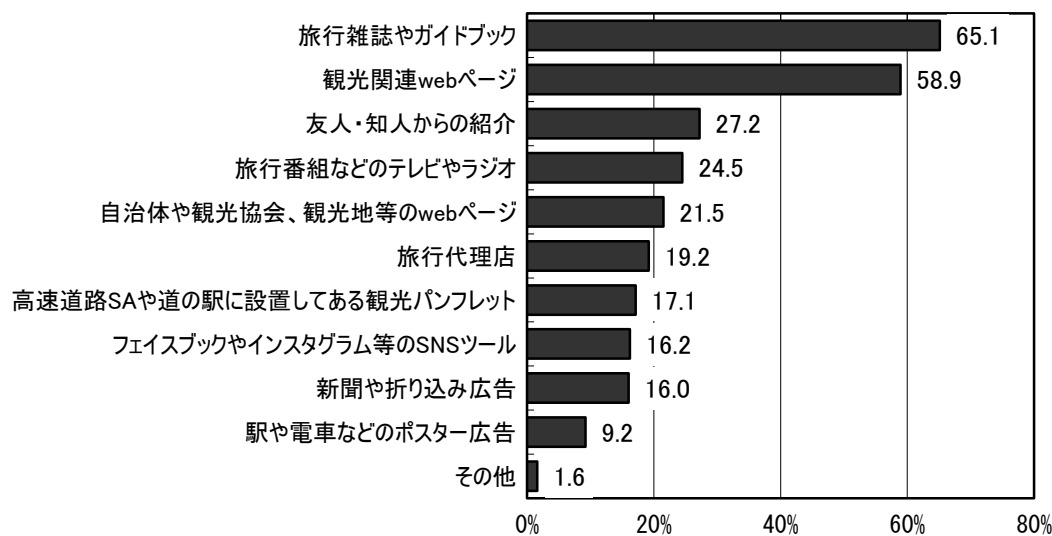
	内 容
調査方法	インターネット調査（㈱マクロミル[インターネット調査会社]）
調査対象者	マクロミル会員
調査数	2,064 件
調査期間	2017 年 3 月 6 日(月)～3 月 7 日(火)
サンプルセグメント	関東（1 都 3 県） 男 200：女 200 関西（2 府 4 県） 男 200：女 200 中国（5 県） 男 300：女 300 九州（7 県） 男 300：女 300
	各地域、性別分類に対して 40 歳未満 50%、40 歳以上 50%

●複数回答（2つ以上の回答を選ぶ形式）における割合についての単位はパーセントとして  
います。回答は有効標本数全体に対して各々の割合を示すものであり、各選択肢の回答を  
合計しても「100.0」とはなりません。

##### ① 観光などの情報収集に使うツール

「旅行雑誌やガイドブック」が 65.1%、「観光関連 web ページ」が 58.9%で群を抜いて  
高くなっています。「友人・知人からの紹介」が 27.2%が続いています。

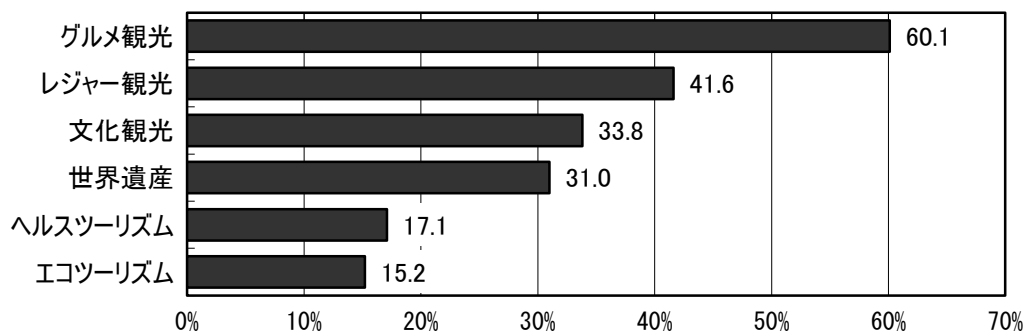
##### ■観光などの情報収集に使うツール



## ② 行ってみたい（体験したい）観光の形態

「グルメ観光」が60.1%で最も高くなっています。次いで「レジャー観光」が41.6%、「文化観光」が33.8%が続いています。

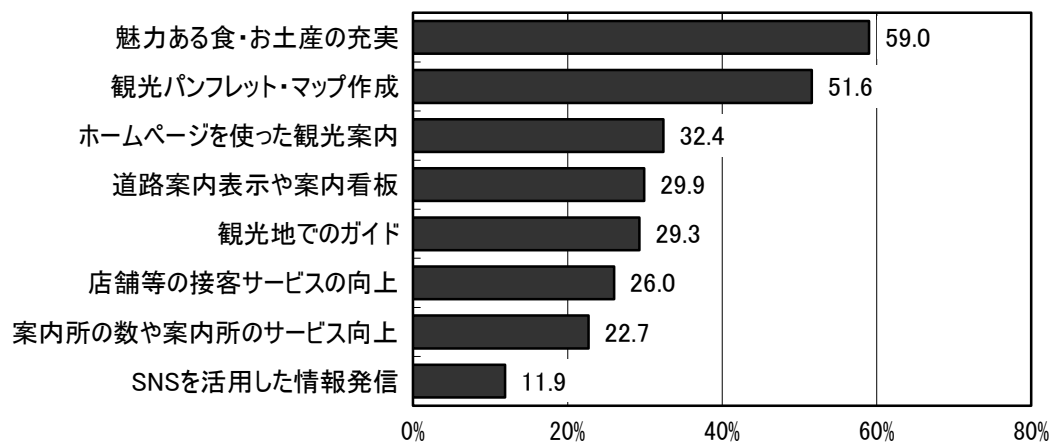
### ■ 行ってみたい（体験したい）観光の形態（一部抜粋）



## ③ 訪れる観光地で充実してほしいこと

「魅力ある食・お土産の充実」が59.0%で最も高くなっています。次いで「観光パンフレット・マップ作成」が51.6%が続いています。

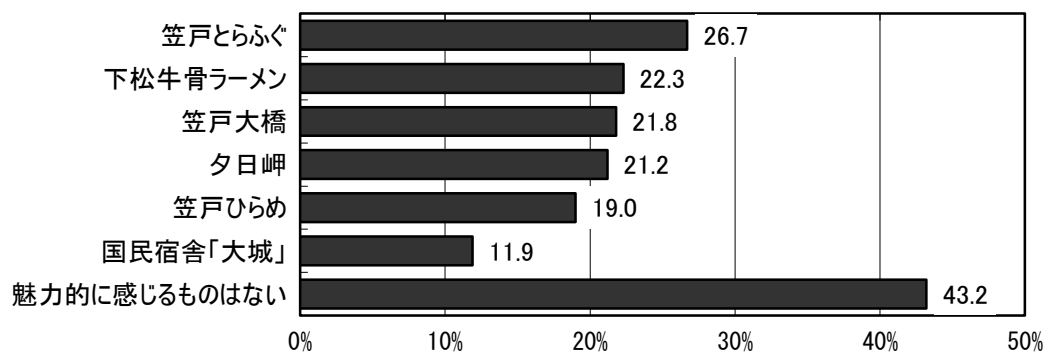
### ■ 訪れる観光地で充実してほしいこと（一部抜粋）



#### ④ 下松市の観光資源について、魅力的に感じるもの

「魅力的に感じるものはない」が 43.2%で最も高くなっています。「笠戸とらふぐ」が 26.7%、「下松牛骨ラーメン」が 22.3%で続いています。

##### ■ 下松市の観光資源について、魅力的に感じるもの（一部抜粋）



#### <インターネットアンケート考察>

スマートフォンやインターネットが普及する中においても、観光地では web ページと同等にガイドブックや旅行雑誌などの需要が高いといえます。

観光目的については、おいしいお店や食事など、グルメ観光であることが多く、レジャーや体験などを売り出しつつも、魅力的な食に関わる展開や PR は外せません。さらに、観光消費額増加を狙うためにも、お土産品等の買い物施設や魅力的なお土産品、特産品は欠かせません。

本市の特産品である牛骨ラーメンや笠戸ひらめなどの食資源は、魅力的な要素を秘めています。市外（県外）から見れば、下松市栽培漁業センターで養殖される笠戸とらふぐも非常に魅力的に感じられています。本市の資源を活かしつつ、食や特産品と連携した観光施策の充実が求められています。



下松牛骨ラーメン



笠戸ひらめ

## (2) 市民アンケートからみる状況

### <調査概要>

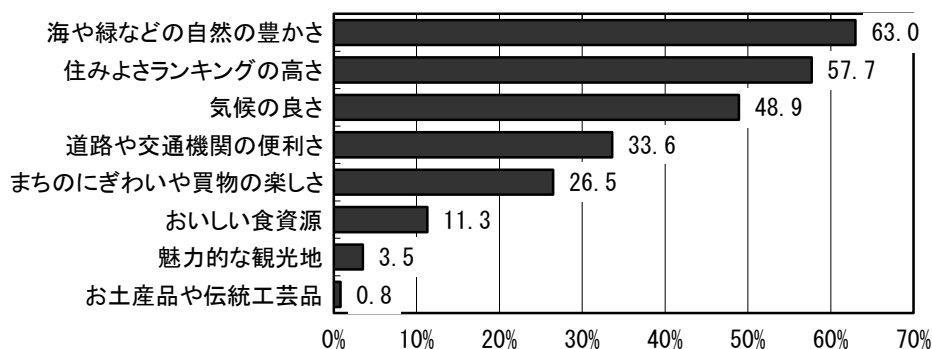
	内 容
調査対象者	下松市民
調査方法	郵送配布・回収
調査数（回収率）	789件（回収率：39.5%）／2,000件
調査期間	2017年1月30日（月）～2月10日（金）

### ① 市外の人に自慢したい下松市の魅力

「海や緑などの自然の豊かさ」が63.0%で最も高くなっています。次いで「住みよさランキングの高さ」が57.7%、「気候の良さ」が48.9%が続いています。

「魅力的な観光地」や「お土産品や伝統工芸品」については、かなり低くなっています。

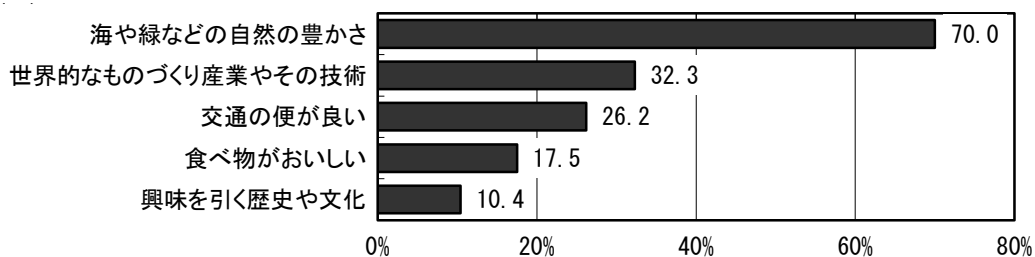
#### ■市外の人に自慢したい下松市の魅力（一部抜粋）



### ② 下松市の観光に関する魅力

「海や緑などの自然の豊かさ」が70.0%で突出しています。「世界的なものづくり産業やその技術」が32.3%、「交通の便が良い」が26.2%が続いています。

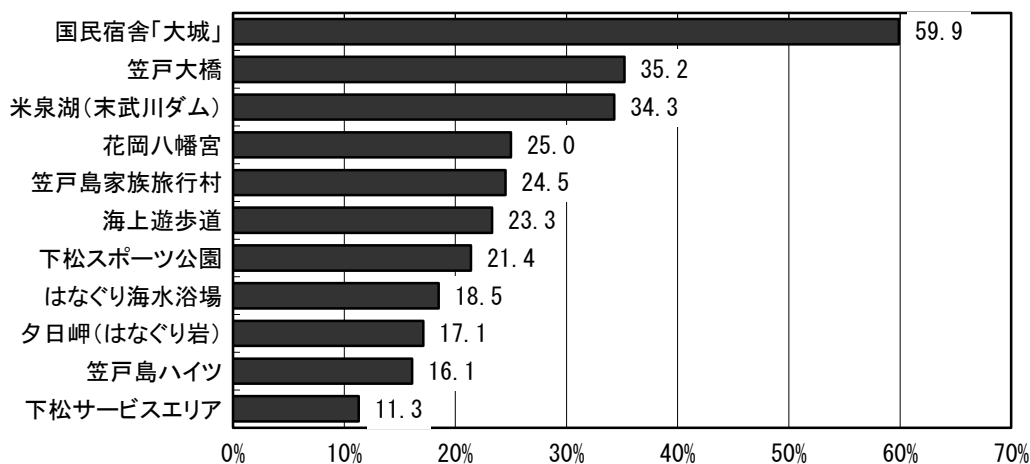
#### ■下松市の観光に関する魅力（一部抜粋）



### ③ 友人・知人が下松市に来たとき案内したい場所

「国民宿舎大城」が59.9%で突出しています。「笠戸大橋」が35.2%、「米泉湖（末武川ダム）」が34.3%が続いています。

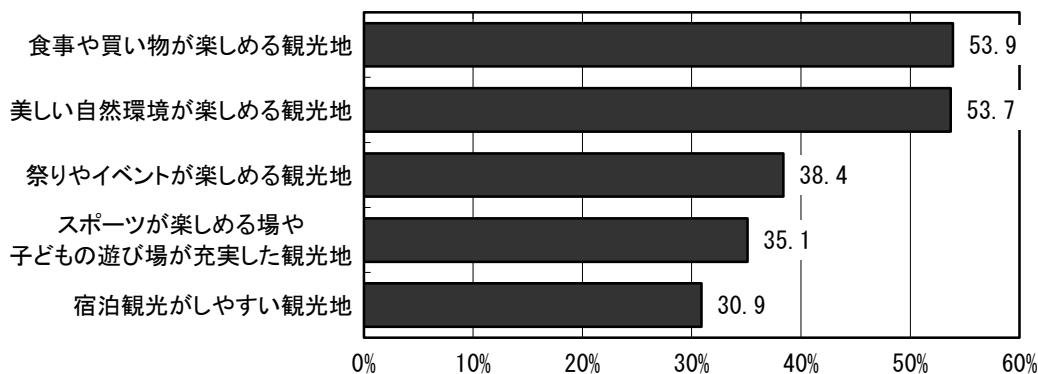
#### ■友人・知人が下松市に来たとき案内したい場所（一部抜粋）



### ④ 下松市がめざすべき理想の観光地像

「食事や買い物が楽しめる観光地」が53.9%、「美しい自然環境が楽しめる観光地」が53.7%で拮抗しています。「祭りやイベントが楽しめる観光地」が38.4%が続いています。

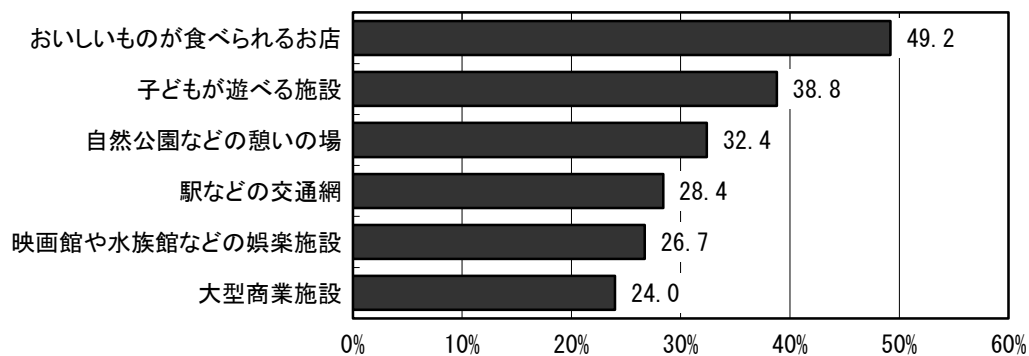
#### ■下松市がめざすべき理想の観光地像（一部抜粋）



### ⑤ 市民が市内観光を楽しむためにより充実してほしいこと

「おいしいものが食べられるお店」が49.2%で最も高くなっています。次いで「子どもが遊べる施設」が38.8%、「自然公園などの憩いの場」が32.4%が続いています。

#### ■市民が市内観光を楽しむためにより充実してほしいこと（一部抜粋）



#### <市民アンケート考察>

市民が考える本市の魅力は、自然や気候の良さであり、それがそのまま友人や知人に伝えたい魅力となっています。反対に、食や特産品が魅力的であるという認識は低く、観光において大きな課題と考えられます。

また、市内で友人・知人を案内したいと考える場所としては、国民宿舎「大城」が群を抜いており、その他の観光地は低い水準となっています。本市を魅力ある観光地として認識している市民が少ないことが伺えます。

その中で、めざすべき観光地像や市民自身も楽しめる下松市とするためには、おいしいものが食べられるお店や買い物ができる施設、子どもと一緒に過ごせる場所などが挙げられており、市民や周辺住民が普段から楽しめる身近な観光地としての可能性が考えられます。



グランドオープンした国民宿舎「大城」



朝焼けの笠戸大橋

### (3) ヒアリングからみる状況

#### ① 企業ヒアリングの結果

本市の特徴の一つである、“ものづくりのまち”を観光に活かすため、市内のものづくり企業（一部）に対して、観光連携への考え方や可能性についてヒアリングしています。

本市としては、各企業が協力可能な観光の取組について、可能な支援を行いつつ、市民や観光客が求める産業観光との両立が図れるよう検討を進めます。

#### <ヒアリング概要>

ヒアリング協力	(株)新笠戸ドック、東洋鋼鋸(株)、(株)日立製作所 (50音順)
調査日程	2017年11月15日(水)～11月16日(木)

- 各企業、くだまつ観光への理解は高く、想いとしては前向きで協力的です。
- 観光客からの反響が最も大きい“工場見学”などについては、どの企業においても安全面を第一に、人員や情報セキュリティ、商品権利などの課題があり、常設での実施は実現性が低いといえます。
- 現状でも、学校見学やイベント時など、限定的に工場見学を実施している場合もあり、仕組みや条件次第では観光に活かせる可能性があります。
- 特に日立製作所においては、鉄道記念館の一般開放用の施設整備を検討されており、工場見学とは違った形での観光連携が期待できます。
- お土産・特産品等への企業連携については、企業のメリットや負担、商品権利などの問題により改めて検討が必要です。
- 今後とも、観光分野に関する議題の提供を行うなど、企業との観光連携に関する検討を進めていきます。



(株)新笠戸ドック



東洋鋼鋸(株)



(株)日立製作所

## ② 市関係部署ヒアリングの結果

市関係部署に対して、基本計画及び総合戦略における各種事業を基に、本ビジョンでの取組の方針や新たに取り組む必要のある事業の方向性等をヒアリングしています。

- 都市基盤や主要施設の整備に関しては、「下松市都市計画マスタープラン」等に従い、整備検討を実施します。特に下松駅に関しては、観光で求められる状況も鑑みて利用しやすい駅をめざします。また、景観についても「下松市景観計画」に留意しつつ、人が訪れて楽しめるような観光の視点をもった整備に努めます。
- 農林水産業においては、市場や観光客が求める商品・特産品づくりに力を入れていきます。特に水産業では、下松市栽培漁業センターの優位性を活かし、特産品の「笠戸ひらめ」が一般的にも流通する仕組みを構築します。また、農商工連携や6次産業化による商品開発・情報発信について支援します。
- 観光産業においては、関係団体や各種事業者等との連携を強化し、新たな取組や受入体制の充実、イベント実施、情報発信等に努めていきます。特に笠戸島における施設や体制の充実が市内外観光客から求められており、優先的に進めていきます。
- 文化財や歴史的施設・エリア、又はスポーツと連携した取組について、本市ならではの観光資源として活用できるよう、様々な手法を検討していきます。
- 観光の情報発信については、不十分なところもあり、メディアと連携した情報発信を軸に、観光 web ページの作成や SNS の活用、各種情報発信媒体の作成及び活用などを図っていきます。



海上遊歩道・笠戸島ハイツ



笠戸島家族旅行村



## (4) 市民ワークショップ等からみる状況

### ① ワークショップ実施概要

	内 容
ワークショップメンバー	観光関係団体からの選出、策定委員による他薦 等
実施日程	①2017年4月26日 ★2017年6月1日・2日 ②2017年7月12日 ③2017年10月10日 (★メンバーによる市内モニターツアーを実施)
モニターツアー行程概要	1日目:米泉湖(大將軍山)⇒ 牛骨ラーメン ⇒ 笠戸大橋 ⇒ 海上遊歩道 ⇒ 外史公園 ⇒ 下松市栽培漁業センター ⇒ 夕日岬 ⇒ 国民宿舎大城(夜ワークショップ) 2日目:深浦海上鳥居 ⇒ 笠戸島家族旅行村(BBQ) ⇒ 花岡地区(関伽井坊多宝塔、花岡八幡宮等)

### ② ワークショップまとめ

市民ワークショップを通して、「くだまつ観光」に必要な施策や今後取り組んでみたいことなどについて様々な意見が出されています。

#### ■第2回ワークショップ結果

①笠戸島	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 笠戸を食べつくす！ 笠戸's魚介ブランド (ひらめステーキ、巨大寿司、レモンスイーツ、おいもジェラート、笠戸ひらめ茶漬け、料理コンテスト、干したホッシーなど)</li> <li>● クルージングでスナメリに会いに行こう！</li> <li>● 休憩カフェスポット(家族旅行村)立ち寄れる場の創出</li> <li>● 絶景スポット photo プロジェクト</li> <li>● ストーリーづくり(神社仏閣、神話、パワースポット)</li> </ul>
②グルメ・食	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 笠戸島カフェプロジェクト</li> <li>● 下松といえばコレ！おみやげプロジェクト</li> <li>● 牛骨ラーメン MAP</li> </ul>
③プロモーション・情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 花岡エリアの SNS を意識したフォトスポットの整備</li> <li>● 笠戸エリア#(ハッシュタグ)キャンペーン</li> </ul>
④アウトドア・スポーツ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 下松グランピング体験 海バージョン:旅行村を拠点、冬はサイクリング、トレイルランなど、夏はマリンスポーツ、クルーズなど、笠戸島ターザン体験、ジップライン、地引網 山バージョン:米川の古民家、民泊を活用、釣り大会、シャワークライミング、アマゴ体験、しし肉</li> </ul>
⑤インバウンド・外国人観光	<ul style="list-style-type: none"> <li>● YOUは何しに下松へ(下松外国人モニターツアー) 外国人からみる下松の魅力の調査からスタート</li> </ul>

■第3回ワークショップ結果

<p><b>【1班】</b> 笠戸島エリア別 ターゲットプロジェクト</p>	<p><b>【ワクワク】</b> クルージングやひらめ釣りなど</p> <p><b>【グルメ】</b> 笠戸島家族旅行村リニューアル、レストラン、Cafe の展開や国民宿舎大城でミシュランの星を取るなど</p> <p><b>【まなび】</b> ㈱新笠戸ドック工場見学、学び舎体験など</p> <p><b>【くらし】</b> 島中まるごとゲストハウス農泊離島“古島”でBBQ パワースポット巡り、宮島の姉妹島、古民家リノベーションプロジェクトなど</p> <p>●<b>だれが（主体）</b> 市、漁業協同組合、下松市観光協会、DMO、㈱新笠戸ドック</p> <p>●<b>だれと（連携）</b> 起業者、Cafe、パン屋、まちづくり会社、DMO、 ㈱新笠戸ドック、市民（農泊用の）、地域おこし協力隊</p> <p>●<b>経済効果</b> 飲食代増加、宿泊体験費用、地産地消、移住定住、市や事業者のPR、プロモーションによる来客</p>
<p><b>【2班】</b> 下松食材で ギネスに挑戦</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・巨大アヒージョづくり（来巻にんにく、タコなど）、音楽と食のイベント、下松の食ブランド化（魚介、野菜）</li> <li>・笠戸島アウトドアクッキングレシピを再現するおしゃれBBQイベントなど</li> <li>・牛骨ラーメンを活用したお土産品や体験、全国の有名ラーメンとの競演、コンテスト、食べ歩きツアーなど</li> <li>・牛骨ラーメンに関するドキュメンタリーなど映像化</li> <li>・大きさ、長さ、人数、映画×グルメなどでギネスに挑戦</li> <li>・スイーツ関連のイベント</li> </ul> <p>●<b>だれが（主体）</b> 下松商工会議所、JA周南、漁業協同組合</p> <p>●<b>だれと（連携）</b> 周南地域の飲食店、マスコミ・テレビ局の祭とのコラボレーション、有名ブロガー、インスタグラマー</p> <p>●<b>経済効果</b> 飲食ブース、チケット、市外出店者からの出店料、市外の人限定プレミアム付商品券、マスコミ・ブロガーとの協働により広告費0円で下松に誘客、バス・タクシー交通費（アルコール類提供）、クラウドファンディング、主要食材の販売</p>

<p><b>【3班】</b> SNSステーション in 下松 ～インスタで歴史 &amp; 魅力を発信～</p>	<p><b>【下松に来てもらう仕掛け】</b> 物語（恋がらみ）、目玉、下松恋愛物語</p> <p><b>【歴史】</b> 長老のむかし話、刀剣の歴史、くだまつ伝説（各地の伝説、地名の由来）</p> <p><b>【下松観光情報】</b> グルメ紹介、ハイキングコース、イベント告知、鉄道紹介、下松の草花見どころ（コスモスなど）、映画のロケ地</p> <p><b>【お土産、アニメ制作】</b> くだまつブランドの確立、見栄えするパッケージのお土産、アニメの制作</p> <p><b>【限定×恋愛】</b> 観光地じゃないスポット、限定×恋愛、きつねの嫁入り（恋愛）×お守り</p> <p><b>【若い人の参加】</b></p> <p><b>【パワースポット】</b></p> <p><b>【キャンペーン】</b> など、SNSステーション in 下松を核に各カテゴリーの写真を発信！写真の力を活用した情報発信</p> <p><b>●だれが（主体）</b> 市、若者で観光に興味がある人、下松商工会議所、歴史に詳しい人</p> <p><b>●だれと（連携）</b> 徳山大学生、下松市の高校生、周南市・光市の高校生</p> <p><b>●経済効果</b> 観光客の増加、飲食店の利用、特産品のPR、お土産の生産販売</p> <p>※まずは下松に来てもらう！！口コミの力で次の情報発信へ。</p>
--	--

■ワークショップの様子



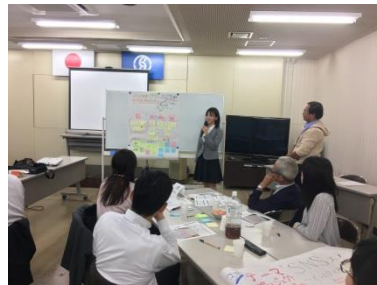
<p><b>【4班】</b> くだまつ型体験</p>	<p><b>【春】</b> 山菜とり、とったものを料理して食べる</p> <p><b>【夏】</b> 上流の地形を生かした川遊び体験、シャワークライミング、川下り</p> <p><b>【秋】</b> ウォーキング、サイクリング、紅葉めぐり、イノシシ解体</p> <p><b>【冬】</b> 笠戸島・米川大將軍トレイルラン、トレイルラン試走大会、もちつき体験</p> <p><b>【通年】</b> 種付け → 農業体験、漁業体験 → 収穫</p> <p><b>【盛り上げる手法】</b> 絶景フォトスポットコンテスト</p> <p><b>●だれが（主体）</b> プラン：下松市観光協会、市 宣伝・集客：旅行業者</p> <p><b>●だれと（連携）</b> 地元のプロ、プロのブランド力+観光振興委員を10名程度任命して組織化</p> <p><b>●経済効果</b> トレイルラン中のミニイベント、市内飲食店のクーポン券、宿泊施設、車中泊者用の食事の提供、お土産、地酒、お菓子など</p>
--------------------------------	--

■ワークショップの様子



<p><b>【5班】</b> 下松 SA の活用 「HOTEL アイドル」</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アイドル応援プラン</li> <li>・ ご当地アイドル応援企画</li> <li>・ 下松サービスエリアにHOTEL</li> <li>・ 交換ノート</li> <li>・ アイドルのガチャガチャ</li> <li>・ 織姫（下り）・彦星（上り）伝説をフル活用</li> </ul> <p>● <b>だれが（主体）</b> 下松サービスエリア、下松商工会議所、地元企業、市、星野リゾート</p> <p>● <b>だれと（連携）</b> 全国のご当地アイドルとファン</p> <p>● <b>経済効果</b>        ≪ファン心理に訴えかける≫       <ul style="list-style-type: none"> <li>・ アイドルグッズを常時販売できるスペース完備</li> <li>・ ウェスタン調からアイドル仕様に</li> <li>・ 定期的なファン集いの試写会</li> <li>・ アイドルガチャ、バッチ</li> <li>・ アイドルにSNSを発信してもらう</li> <li>・ イベントホールを備える</li> <li>・ 上りと下りをつなげる</li> <li>・ 地元の人にも来られる設備を整える</li> </ul> </p>
---	---

■ ワークショップの様子



<p>【下松商工会議所】 笠戸島家族旅行村 の活用</p>	<p>「自然を活かしてアクティビティー満喫 笠戸島家族旅行村の活用プロジェクト」</p> <p>●目的 親子三世代、老若男女が交流でき楽しめる宝の島で、滞在時間を増やし経済効果をもたらす着地型観光 (アウトドアクッキング、星空ミニコンサート、ヘルスツーリズム、産業観光コース、カフェ経営、下松市栽培漁業センターと漁師による調理体験、ファーマーズマーケットなど)</p> <p>※課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目的の明確化</li> <li>・人材育成（スペシャリスト招聘含む）</li> <li>・安全対策（野犬対策など）</li> <li>・会場整備（老朽化キャンプ場や遊具など）</li> <li>・情報発信力の強化（SNS、大手出版社、旅行会社など）</li> <li>・まとめ役と実効母体の連携 等</li> </ul> <p>●だれが（主体） 市、国民宿舎大城、笠戸島家族旅行村、笠戸島ハイツ、下松商工会議所、下松市観光協会、くだまつ観光・産業交流センター、下松市栽培漁業センター</p> <p>●だれと（連携） 市民ボランティア、笠戸島自治会連合協議会、笠戸島特産品開発グループ、漁業協同組合、魚をシゴしちやろう会、下松市観光ボランティアガイドの会、マリンスポーツ用品店、旅行会社、アウトドアインストラクター</p> <p>●経済効果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市民ボランティアによる地域貢献を生きがいと感じながら、来訪者におもてなしをすることでリピーターを増やす。</li> <li>・市民ボランティア報酬を地域振興券（市内共通商品券）のようなものとし、市内経済循環につなげる。</li> <li>・市民ボランティアは周南地域（周南・下松・光）エリアを対象とする。</li> </ul>
---------------------------------------	---

### ③ 市内モニターツアーまとめ

市民ワークショップメンバーとの市内モニターツアーの結果、市民でも知らなかった、気づかなかった下松の魅力や課題などの再発見があり、様々な意見が出されています。

魅力	課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 笠戸島全体の観光地としての魅力は高い。</li> <li>● 下松市栽培漁業センターにおいて、自分たちで笠戸ひらめを獲り、国民宿舎大城で活造り(特別対応)にもらったことが最も人気だった。</li> <li>● 下松市栽培漁業センターは、単に魚に餌やりができ、購入できるだけでなく、生きているものの命を奪って食べるという、食育にもつながる施設として魅力的。</li> <li>● 笠戸島の星をモチーフにした街灯など、暮らしに溶け込みながら特徴をとらえた雰囲気づくりをもっと増やしたい。</li> <li>● 国民宿舎大城は、施設もきれいで温泉が絶景。</li> <li>● 家族旅行村のパノラマビューや屋根付きのBBQは市内観光としても活用しやすい。</li> <li>● 厳島に先んじて社を建てたいと感じさせた笠戸島のパワーや美しさを感じた。</li> <li>● 長岡外史はビジュアルに関してもインパクトがあり、活用を期待できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● “星ふるまち”、“きつねの嫁入り”、“長岡外史”など、下松の特徴を活かせる要素があるにも関わらず、モチーフやグッズ展開につなげられていない。</li> <li>● 花岡地区では“きつねの嫁入り”や“旧御茶屋(昔の休息場)”、“破邪の御太刀”など、すばらしい素材があるにもかかわらず、活かされてない。</li> <li>● 下松市民であっても、下松の魅力に気づいていない人が多く、まずは市民に愛され、誇りをもってもらうことが重要。</li> <li>● 観光客が下松の観光情報に触れる場所や機会が少なく、観光拠点や施設、サービスが必要。</li> <li>● 牛骨ラーメンは好評だが、鳥取などのイメージ戦略に比べて弱く、市内を含めた情報発信や受入体制の充実が必要。</li> <li>● 「くだまつといえば」というお土産が充実しておらず、お土産を買う拠点もない。</li> <li>● 昔ながらのお土産や特産品を現在の市場にあったデザイン・量などに改める必要がある。</li> </ul>

#### ■市内モニターツアーの様子



## (5) 総合的な考察

### ① “下松（くだまつ）市”の認知度・観光地“くだまつ”としての認知度

アンケート等からみて、「下松市」及び「下松市がもつ観光資源や特産品等」の認知度は低くなっています。特に市民であっても“観光地”としての認識が低いのが現状です。インナープロモーション（市内での情報発信）も含めた情報発信の充実は不可欠です。

### ② 食やお土産の充実の重要性

全国的にみても、市民からの声をみても、観光における“食”の重要性はかなり高くなっています。市外からの観光客や市民が楽しめる観光地となるためには、下松グルメの充実と観光地との連携は欠かせません。本市には笠戸ひらめや笠戸とらふぐ、牛骨ラーメン、地酒などの魅力的な食資源があふれています。これらを磨き上げ、市内外で提供できる体制の整備が必要です。

### ③ 笠戸島をキラーコンテンツとした展開の検討

本市の観光資源の中でも、笠戸島は魅力的な資源を多数持ち、今後の展開や他の資源との連携も期待できます。観光資源を有効活用するため、選択と集中によるキラーコンテンツの磨き上げに注力することも検討していく必要があります。

### ④ くだまつ観光を担う、中心的な組織体制の構築

本市の観光協会は市産業観光課により運営されており、“くだまつ観光”の推進主体が行政であることが否めません。経済循環の点から考えても、行政主導による観光推進ではなく、各観光団体や民間事業者と密に連携を取ることのできる、観光 DMO のような“核”となる組織が必要です。なお、実働に当たっては、市民のメリットや地域全体の活性化を図る必要があります。

### ⑤ ものづくり企業との連携の検討

ものづくりの企業側は市との観光連携には好意的であり協力的です。しかしながら安全面や人員など具体的な課題は多く、観光客が求めている産業観光の形を短期的に実現することは困難です。今後も、観光分野に関する議論・検討を進めるなど、可能なところから実践していくための連携や体制づくりが重要です。



## 第3章 下松市観光における将来ビジョン

### 1 めざす姿とコンセプト

#### (1) めざす姿

“住みやすさ”だけでなく、訪れやすく、人々が行き交うことで活気が生まれ経済の循環が生まれることを目的とし、「観光立市」の合言葉のもと、「人々を引き付ける魅力あるまち」をめざします。

#### (2) コンセプト

**星ふるまち 夢叶うたび**  
**～週末 くだまつ 君をまつ～**



下松の名の由来のひとつに、その昔松の木に大星が降り、7日7夜の間光り輝いたことから、「星が降(くだ)った松」が「下松」になったというロマンにあふれる伝説があります。まずは市民や近隣の住民などが本市を“**星ふるまち**”として認識し、誇りや魅力を感じていただくことが、本ビジョンを推進する上での、大きな目的のひとつであるといえます。

星が降るイメージは、「流れ星」を連想させ、「願い事や夢を叶える」といったロマンにあふれるイメージにつながります。本市は、宮島よりも先に巖島神社の候補として挙げられたほどの美しさやパワーをもつ「笠戸島」や破邪の御太刀が奉納された花岡八幡宮が位置し、奇祭・きつねの嫁入りが催される「花岡地区」、癒しの自然に包まれた「米川地区」などのパワースポットを有しています。また、昔から“**ものづくりのまち**”として、大小含めて産業技術の進歩という形で人類の夢の実現に貢献してきました。

このような伝説や歴史を背景にして、この地域や市民には、**前向きで輝く想いと願いがあふれています。**

ここに住む市民にも、近隣、遠方を問わず訪れた観光客にも、小さな願いがたくさん叶い、大きな夢へとつながるよう、本市の観光コンセプトを「**星ふるまち 夢叶うたび ～週末 くだまつ 君をまつ～**」と設定します。

## 2 重点戦略

各種現状分析やヒアリング、ワークショップの意見などを踏まえ、特に優先度を上げて注力すべき重点戦略を掲げ、より実効性のある施策を展開し、観光地としての下松市をめざします。

### 重点戦略1 笠戸島を中心とした魅力あるまちづくりの充実

アンケートやワークショップなどからも最も魅力が高く、今後の期待値も高い「笠戸島」を特に注力すべき下松市のキラーコンテンツとし、島内の既存施設に関する、ハード面、ソフト面からのブラッシュアップや施設間の連携強化により、魅力の充実や新たな魅力の創出を図ります。

同様に笠戸島とその他の市内観光施設との連携にも力を入れ、市内循環につながる観光ルートや楽しみ方の提供につなげます。

### 重点戦略2 観光DMO等を含めた“核”となる組織の構築

行政主導による観光施策の継続は、経済循環の点からみても困難な場合が多くなってきています。今後の“くだまつ観光”の様々な取組を進める上で、各観光団体や民間事業者等を束ねる、観光DMO等を含めた“核”となる組織の構築を図ります。

また、複合産業である観光の特性を活かし、自然、体験、食、宿泊、交通、農業、商業、工業といった各種産業と連携し、まち全体の活性化と賑わいの創出をめざします。

### 重点戦略3 市内外への情報発信の充実

下松市には、市民が観光地として認識していない、当たり前すぎて気づかない魅力がたくさんあります。まずは市民に愛され、楽しんでもらえる観光地とすることにも視点を向け、市内での情報発信を充実させます。また、市内での情報発信の充実によって、本市を訪れた観光客がスムーズに観光情報を手に入れられるように、各種市内施設やメディア媒体での情報提供体制を強化します。

さらに、訪れてもらいたいエリアターゲットに向けて、適切な情報発信を行うことにより、県内外からの観光客の増加を図ります。

### 3 基本戦略

---

#### 基本戦略1 魅力ある観光地づくり

- (1) キラーコンテンツの磨き上げ
- (2) 集客コンテンツ（イベント等）の充実
- (3) 観光商品づくり

#### 基本戦略2 受入体制の整備促進

- (1) 受入体制の充実
- (2) 観光人材の育成・おもてなしの心の充実

#### 基本戦略3 観光情報発信の強化

- (1) 市内観光の情報発信
- (2) 県内外への情報発信

#### 基本戦略4 広域化や国際化に対応した観光の促進

- (1) 周南地域や山口県と連携した広域観光ルートの確立
- (2) 外国人観光客の増加に向けた受入体制の整備と誘客

## 4 目標指標の設定

本ビジョンでは次の数値目標を掲げ、重点戦略及び基本戦略を推進します。

目標指標 (実人数)	現状値 (2016年)	最終目標 (2022年)
<b>下松市 観光客数</b>	715,214 人	<b>1,000,000 人</b>
笠戸島 観光客数	154,384 人	<b>350,000 人</b>
米川地区 観光客数	18,960 人	<b>25,000 人</b>
花岡地区 観光客数	36,000 人	<b>40,000 人</b>
その他観光地等 観光客数	286,454 人	<b>315,000 人</b>
観光イベント等 来場者数	219,416 人	<b>270,000 人</b>
外国人 観光客数	80 人	<b>200 人</b>

### <笠戸島 観光客数 (内訳)>

目標指標 (延べ人数)	現状値 (2016年)	最終目標 (2022年)
国民宿舎大城 利用客数	32,487 人	180,000 人
笠戸島家族旅行村 利用客数	34,238 人	70,000 人
笠戸島ハイツ 利用客数	99,530 人	120,000 人
はなぐり海水浴場・海上遊歩道 利用客数	17,136 人	25,000 人
下松市栽培漁業センター 見学者数	1,023 人	10,000 人
島の学び舎 利用客数	466 人	2,500 人
その他 観光客数	8,100 人	30,000 人
<b>合計 (延べ人数)</b> <b>(実人数)</b>	192,980 人 (154,384 人)	<b>437,500 人</b> <b>(350,000 人)</b>

※実人数(延べ人数×0.8)

資料：山口県観光客動態調査(2016)

## 第4章 基本戦略とアクションプラン

### 基本戦略1 魅力ある観光地づくり

現在ある観光地自体の磨き上げや新たなスポットの整備を検討します。また、イベント・フェアなどの集客コンテンツの実施や観光スポット同士をつなげて線とするための取組、さらに、下松らしいお土産品や食の充実など、観光客が訪れて帰るまで楽しめる一連の流れを確立します。特に、市内の観光に関わる事業者や施設が相互に好影響を及ぼし、観光サービス全体の底上げを図ります。

#### (1) キラーコンテンツの磨き上げ

重点

##### ① 笠戸島全体で一つの観光ストーリーづくり

笠戸島自体をブランド化できるストーリー性を持たせ、島内を巡っていただけるスポットづくりやルートを作成する。

##### ■実行する具体的なアクション

###### ● 宮島姉妹島パワースポットめぐり

宮島よりも先に厳島神社の候補として挙げられたほどの美しさやパワーを持つ笠戸島の鳥居や神社、パワースポットを巡るストーリーやルートをつくる。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター	2018年

###### ● 笠戸's ブランドによるグルメと体験

笠戸ひらめ・笠戸とらふぐをはじめとした、笠戸島や下松のグルメ、及びその収穫・調理等を体験できるコンテンツをつくる。

核となる組織等	実施スタート
笠戸島内関係団体	2018年

###### ● 島全体での絶景フォトスポットの展開

SNS等に投稿したくなるような、絶景フォトスポットを紹介し、島全体を写真でつなぐストーリーとしてインターネットによる口コミや拡散につなげる。

核となる組織等	実施スタート
笠戸島内関係団体 市民	2019年

###### ● 休憩スポットの整備

島内を巡る中で、ポイント同士をつなぎ、休憩をしながらお茶やスイーツ等を楽しめるカフェなど、休憩スポットの整備を検討する。

核となる組織等	実施スタート
民間活力導入	2020年



**② 星と松のイメージ統一による観光まちづくりの推進**

推古天皇の頃、松の木に大星が降り、7日7夜の間光り輝いたという伝説が残っており、地名の由来が「星が降（くだ）った松」が「下松」になったという、「星ふるまち」下松の伝説等になぞらえて、市内外に向けた統一されたイメージによるPRを促進する。

**■実行する具体的なアクション**

- PR 媒体等のテーマの統一

観光パンフレットやホームページ等、情報発信に関わる様々な媒体において、星と松のイメージを統一する。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 下松市観光協会	2018年

- 市内街灯やマンホールなどのイメージ統一

市内の街灯やマンホールをはじめ、市民・観光客の目に留まる様々な部分のデザインイメージを統一する。

核となる組織等	実施スタート
都市整備課 上下水道局 等	2019年

**③ 花岡地区全体の美観整備ときつねの嫁入りなどのグッズやイメージづくり**

花岡地区を観光で訪れる方に配慮した各種整備や奇祭“きつねの嫁入り”をイメージしたグッズなどの展開を図る。

**■実行する具体的なアクション**

- 花岡地区における観光客受入体制の整備

花岡地区の美観整備をはじめ、駐車場や道路環境の整備、案内表示などの充実について検討する。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 生涯学習振興課 都市整備課	2019年

- 稲穂祭（きつねの嫁入り）のイメージ活用

日本中でも例の少ない稲穂祭こと、奇祭“きつねの嫁入り”に関するイメージを、下松独自のイメージ戦略として活用し、グッズの展開を図る。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター	2019年

**④ 長岡外史を活用したグッズやキャラクターの展開**

下松ゆかりの偉人であり、ビジュアル的にもインパクトのある「長岡外史」について、下松を代表するキャラクター化やお土産・グッズなどへの展開につなげる。

**■実行する具体的なアクション**

- 長岡外史の人物像やストーリーの浸透

市内外に向けた長岡外史の人物像や経歴、偉業などイメージとストーリーの浸透を図る。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター 下松市観光協会	2018年

- 長岡外史のキャラクター化と活用

長岡外史のインパクトのあるビジュアルを活かしたキャラクター化を進め、観光 PR やお土産・グッズなどへの活用を図る。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター 下松市観光協会	2019年

## (2) 集客コンテンツ（イベント等）の充実

### 重点

#### ① “ものづくりのまち”ならではの観光コンテンツづくり

本市の主要産業であり、特徴でもある「ものづくり」について、観光分野につながる新たな連携体制を構築し、新幹線や船舶などの輸送関係から最先端 IT に関するハイテクまで、幅広い製造業のまちとして様々なものづくりを活かした観光コンテンツを展開する。

##### ■実行する具体的なアクション

##### ●ものづくりなど産業観光（工場見学）ツアーの充実

事業所協力のもと、年に数回の特例で行っている産業観光(工場見学)ツアーなどの充実に向け、検討を進める。

核となる組織等	実施スタート
下松商工会議所 市内企業	2018年

##### ●ものづくり技術を活用した下松らしい観光分野への展開

話題性の高かった、屋間に開催した「道路を走る高速鉄道車両見学プロジェクト」など、下松ならではのものづくり技術を活用して、観光施設やイベント、新たなお土産品などの観光分野との連携を図る。

核となる組織等	実施スタート
下松商工会議所 市内企業	2018年

### 重点

#### ② 笠戸島家族旅行村の活用プロジェクト

豊かな自然環境を活用しながら、親子三世代・老若男女が交流でき、楽しめる宝の島で、滞在時間を増やし、経済効果をもたらす着地型観光を造成する。

##### ■実行する具体的なアクション

##### ●笠戸島家族旅行村の整備及び改修

笠戸島家族旅行村について、利用者が求められる形での整備の見直しと改修について検討する。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 くだまつ観光推進協議会(仮) <sup>※2</sup>	2018年

##### ●くだまつアウトドアクッキングの実施

下松市の食材を使ったアウトドア料理教室等を開催し、ワンランク上のアウトドアクッキングや料理のオシャレな写真の撮り方などを学び、情報発信強化や観光客増につなげる。

核となる組織等	実施スタート
下松商工会議所	継続実施

##### ●“くだまつ式”グランピング体験

“くだまつ式”と称した、星や松、ものづくり等を活用した BBQ、キャンプの手法を浸透させるとともに、豪華で魅力的なグランピングによる楽しみ方を提供する。

核となる組織等	実施スタート
下松商工会議所	2020年

##### ●新たな着地型観光の造成

豊かな自然環境を活かし、笠戸島家族旅行村を中心とした新たな着地型観光の造成の検討と実施を図る。

核となる組織等	実施スタート
民間活力導入	2020年

※2 くだまつ観光推進協議会(仮):市民ワークショップメンバーを中心として組織する実働的な協議会

### ③ 下松市栽培漁業センターを活用した観光と食育を合わせた新たなコンテンツの開発

下松市栽培漁業センターが行っている、笠戸ひらめ・笠戸とらふぐなどの下松の代表的な観光資源の養殖や「育てた命を食す」といった、食育を含めた新たな観光コンテンツを開発する。

#### ■実行する具体的なアクション

- 下松市栽培漁業センターの施設改修に伴う観光事業に関する取組の確立

施設改修等による、観光としての受入体制の整備と今後の観光客対応等、観光事業に関する下松市栽培漁業センターの取組を確立する。

核となる組織等	実施スタート
下松市栽培漁業センター 農林水産課 産業観光課	2019年

- 観光客が求める笠戸ひらめ・笠戸とらふぐ等の提供方法の確立

「笠戸ひらめの餌やり体験」などの体験型観光及び食の提供方法について、観光客が求めるカタチでの提供の実施をめざす。

核となる組織等	実施スタート
下松市栽培漁業センター 国民宿舎大城 笠戸島ハイツ	2019年

### ④ 稲穂祭（きつねの嫁入り）の観光連携の検討

稲穂祭（きつねの嫁入り）は観光客からみて魅力的な集客コンテンツであり、観光事業と連携するためのあり方や今後の方向性の検討及び取組の充実を図る。

#### ■実行する具体的なアクション

- 稲穂祭（きつねの嫁入り）観光ツアーの検討

11月3日の稲穂祭（きつねの嫁入り）に合わせた観光ツアーの企画及び実施の検討を行う。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター	2018年

- 若者や外国人観光客受入のための取組の充実

地元住民や高校生などと連携して、きつねメイクのサービスや衣装の貸出しなど、若者や外国人観光客が祭を楽しめる取組の充実を図る。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター	継続実施

### ⑤ ハイキングコースの整備・充実

笠戸島・米川地区・豊井地区などを中心に、ハイキングやトレッキング、トレイルランなどが楽しめるコースの整備の充実を図る。

#### ■実行する具体的なアクション

- 笠戸島・米川地区・豊井地区等におけるハイキングコースの整備と充実

笠戸島・米川地区・豊井地区等のハイキングコースに関して、コース整備や駐車場整備、案内板等の整備を行い、充実を図る。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 下松商工会議所 地元関係団体	継続実施



## ⑥ スポーツ関連イベント等の開催・スポーツ環境の整備

山あり、海あり、島ありの様々な自然条件を活かしたスポーツ関連イベント等を実施するとともに、スポーツ環境の整備を進め、イベント参加者や応援者・観覧者の増加を図る。また、イベントに限らず、スポーツ関係者が常に下松市を訪れることができるような仕組みを構築する。

### ■実行する具体的なアクション

#### ● くだまつ笠戸島アイランドトレイル

笠戸島を活用した「くだまつ笠戸島アイランドトレイル」に関して、様々な観光事業等と連携しながら、引き続きの実施と参加者増につなげる。

核となる組織等	実施スタート
下松商工会議所	継続実施

#### ● 笠戸島イカダまつり

マリンイカダレースやビーチフラッグ大会などの参加型のイベント実施について、様々な観光事業等と連携しながら、引き続きの実施と参加者増につなげる。

核となる組織等	実施スタート
下松商工会議所	継続実施

#### ● 笠戸島・米泉湖公園周辺におけるサイクリングコースの整備と充実

笠戸島・米泉湖公園を中心としたエリアに関して、サイクリングコースなどの道路整備や駐車場整備、案内板等の整備を検討し、“サイクル県山口 Project”と連動したサイクルスポーツの促進を図る。

核となる組織等	実施スタート
生涯学習振興課	2019年

## ⑦ 映画や短編ムービーなどを活用したイベント等の実施

これまでも多数の実績を持つ、下松フィルム・コミッションを主体として、独自製作の映画や映像作品などを活用したイベント等の実施の充実を図る。

### ■実行する具体的なアクション

#### ● 映画や映像作品製作の誘致

これまでの取組と同様に下松を舞台とした映画や映像作品製作を誘致する。

核となる組織等	実施スタート
下松フィルム・コミッション	継続実施

#### ● 星ふるまの映画祭の開催

各地域などから映画や映像作品を集めた映画祭を実施する。

核となる組織等	実施スタート
下松フィルム・コミッション	継続実施



下松スポーツ公園



笠戸島イカダまつり

### ⑧ クルーズ船の誘致及びクルーズ船を活用したイベント等の検討

クルーズやまぐち協議会と連携し、大型観光客船などのクルーズ船の誘致の強化・受入体制の整備を行い、山口県の海の玄関口のひとつとして、日本中や世界中からの観光客を受け入れ、港を中心としたまち全体の活性化と賑わいの創出を図る。

#### ■実行する具体的なアクション

##### ●クルーズ船の誘致

各種シンポジウムやコンベンションなどに参加するとともに、船社や関係代理店等への営業活動を強化する。また、連携企業・施設との調整や交通の確保、情報ツール・サイン看板等の充実など受入体制の整備を行う。

核となる組織等	実施スタート
下松商工会議所 産業観光課 土木課 下松商業開発(株) 下松港区公共埠頭利用者組合	2018年

##### ●クルーズ船を活用したイベント等の検討

来港するクルーズ船の観光客にあわせておもてなしのためのイベントや、船客と市民が一緒になって楽しめるイベントを企画し、実施する。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 土木課 下松商業開発(株) 下松商工会議所	2018年

### ⑨ 海や山を活用した自然体験ツアーの検討

海や山など自然を活用して、下松ならではの観光の楽しみ方を提供する。

#### ■実行する具体的なアクション

##### ●海や山を活用した自然体験ツアー

釣りや地引網などによる海の幸、山菜採りやジビエ解体などによる山の幸を味わう自然体験ツアーの確立をめざす。

核となる組織等	実施スタート
笠戸島内関係団体 米川地区関係団体	2019年

##### ●遊覧船による、沖から楽しむ笠戸島

笠戸大橋や造船ドックなどを海側から楽しめるよう遊覧船を活用し、笠戸島沖で見られるスナメリなど組み込んだ魅力的な観光ルートの確立を検討する。

核となる組織等	実施スタート
民間活力導入	2020年

##### ●島や海を活用した新たな観光資源の発掘

マリンスポーツなどの、島や海を活用した、新たな魅力の活用と充実を図る。

核となる組織等	実施スタート
民間活力導入	2020年

## ⑩ “食”イベント（フェア）の開催・充実

食に関するイベントの開催や既存イベントにおける食に関する新たな企画等の実施により、集客と下松の食の発展を図る。

### ■実行する具体的なアクション

- 全国的なラーメンイベントの開催

山口県やテレビ局等と連携して、全国的な人気ラーメンを集めたイベントを行う。

核となる組織等	実施スタート
下松商業開発(株)	継続実施

- 既存イベントにおける“食”の企画の充実

既存のイベントにおける食に関する新たな企画等の充実を図る。

核となる組織等	実施スタート
各種イベント等実行委員会	2018年

重点

## ⑪ SNS等を意識したフォトスポットの整備・充実

近年、情報発信や情報取得の有力な手法である SNS をユーザーの立場から魅力的に感じられるような整備及び充実を図る。

### ■実行する具体的なアクション

- 自然景観、歴史、ものづくり等を活かしたフォトスポットの充実

場所や時間、撮影方法などの情報提供、案内看板や人工物の整理及び間伐による眺望の確保など、ここでしか見られない自然景観、歴史、ものづくり等を活かしたフォトスポットの充実を図る。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 下松市観光協会	継続実施

## ⑫ 市制施行 80 周年記念事業を活用したイベントの実施

市制施行 80 周年の節目である 2019 年に向けて、様々な周年記念事業を展開する中で、観光客の集客につながるイベントなどを企画し、実施する。

### ■実行する具体的なアクション

- 市制施行 80 周年記念イベントの実施

周年記念事業と連携した、市内外の方が楽しめるイベントを企画し、実施する。

核となる組織等	実施スタート
総務課	2018年



くだまつアウトドアクッキング



夕日岬・はなぐり岩

### (3) 観光商品づくり

重点

#### ① 下松らしいお土産品や特産品づくり

下松ならではの魅力的な産品などをもとに、農商工連携などにより、下松らしいイメージを用いた商品開発やパッケージデザインを考慮しながら、消費者が手に取り、選んでもらえるお土産品や特産品を増やす。

##### ■実行する具体的なアクション

- 新商品・新パッケージ開発に向けた提案・協力

お土産品を開発する事業者に向けた、新商品開発や新パッケージデザイン開発の提案・協力等を行う。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 くだまつ観光推進協議会(仮)	2018年

#### ② 下松ならではの食の充実

笠戸ひらめ、笠戸とらふぐ、牛骨ラーメン、地酒、来巻にんにく、笠戸レモン、米川ゆずなど下松ならではの食を楽しめるお店や施設を充実させ、観光客に下松グルメを楽しんでいただくための仕組みをつくる。

##### ■実行する具体的なアクション

- 下松だからこそ食べられるグルメの開発・充実

下松ならではの、下松だからこそ食べられる下松グルメを増やし、それを食せるお店の増加・充実を図る。

核となる組織等	実施スタート
下松商工会議所 くだまつ観光・産業交流センター 下松飲食業協同組合	2018年

- くだまつグルメ・名産品MAPの作成

下松市を代表する牛骨ラーメンを中心としたグルメ・名産品マップを作成し、市外・県外に対して情報発信を図る。

核となる組織等	実施スタート
下松市観光協会	2019年

#### ■本市の現状の特産品（加工食品等のパッケージ）



## 基本戦略2 受入体制の整備促進

観光DMO等を含めた“くだまつ観光の核”となる組織体制を整えるとともに、観光ガイドや関連施設職員のスキルアップなど、観光客ニーズに合わせた接客やガイド手法、ルート・マップの選定を行います。また、観光地への誘導看板や表示などの充実、及び観光地でのトイレや手すり、段差などへの配慮、並びに観光情報を整理して最新の情報を各観光地で獲得できるようなソフト面での展開も進めます。

さらに、市内で出会う人々や観光地ですれ違う市民一人ひとりが下松市を観光地であると認識し、おもてなしの心をもって気持ちの良いあいさつや歓迎を行うこと、特に下松市の特徴でもある産業企業が観光事業に協力・参画してもらえ体制を整えます。

### (1) 受入体制の充実

重点

#### ① “くだまつ観光”の様々な取組を進める上での“核”となる組織の構築

##### ■ 実行する具体的なアクション

##### ● 観光DMO等を含めた“核”となる組織の構築

今後の“くだまつ観光”の様々な取組を進める上で、各観光団体や民間事業者等を束ねる、観光DMO等を含めた“核”となる組織の構築を図る。

核となる組織等	実施スタート
下松商業開発(株)	2018年

##### ● くだまつ観光推進協議会(仮)の発足と新たな取組の検討

市内の若者や女性、最前線の観光の現場で活動している人たちを集めた“くだまつ観光推進協議会(仮)”を発足し、観光客目線での情報発信や現在の観光事業の見直し、新たな取組の具現化を協議する。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課	2018年

##### ● 観光関係者同士での連携体制の強化

観光案内拠点を中心に、観光施設、飲食店、お土産店、宿泊施設、市内企業、その他観光関連団体等による、情報交換や優先的取組、今後の方向性などの情報を共有しながら連携体制を強化する。

核となる組織等	実施スタート
新たに構築された組織 <sup>※3</sup>	2020年

※3 新たに構築された組織：観光DMO等を含めた“核”となる組織

## ② 観光案内所機能の充実

観光客にとっての窓口であるJR駅前【下松駅・周防花岡駅】及び下松タウンセンター等における観光案内所等の整備を検討する。

### ■実行する具体的なアクション

#### ● 既存施設の観光案内機能の充実

既存の観光に関わる施設に観光パンフレットや情報発信機能を付加し、観光案内所としての機能を充実させる。

核となる組織等	実施スタート
きらぼし館 くだまつ観光・産業交流センター 下松商工会議所	2019年

#### ● 新たな観光案内拠点整備の検討

JR 駅前(下松駅、周防花岡駅)や下松サービスエリアなど、下松を訪れる観光客が訪れやすい場所、立ち寄りやすい場所に新たな観光案内拠点の整備を検討し、観光導線や消費の活性化を促す。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 交通事業所 <sup>※4</sup>	2018年

## ③ 観光客が訪れるという視点からの自然や建物の景観保全・整備

単なる、自然や建物の保全ではなく、観光客が訪れるという視点を重視した景観保全や整備を進める。

### ■実行する具体的なアクション

#### ● 笠戸島・花岡・米川エリアの景観保全・整備

笠戸島エリアの建物と自然のバランスについて、生い茂る草木の間伐など、眺望を意識しながら調整を図る。

花岡エリアの歴史的建物と史跡、観光客の求めるスペースについて、計画的に保全・整備を進める。

米川エリアの自然景観、史跡について、観光客が利用しやすく楽しめる保全・整備に努める。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 生涯学習振興課 都市整備課	継続実施



スターナビくだまつ



米泉湖(末武川ダム)

※4 交通事業所(西日本旅客鉄道(株) 徳山地域鉄道部、防長交通(株) 周南営業所 等)

#### ④ 観光地や施設での案内・解説看板や誘導標示等の充実

分かりやすく訪れやすい観光地であり、訪れた後も安心・安全に利用できる観光地であるための設備の充実を図る。

##### ■実行する具体的なアクション

- 市内観光地に向けた案内・解説看板や誘導標示の充実

主な観光地に向けた誘導標示や案内看板等を充実させるとともに、写真やイラスト等を付けることにより分かりやすく、観光客が不安なく目的地にたどり着けるよう配慮する。

また、観光地に到着した後も、解説などを分かりやすく表示する。

核となる組織等	実施スタート
下松市観光協会 産業観光課 生涯学習振興課	継続実施

#### ⑤ 観光地や施設でのトイレの整備及びバリアフリー化の促進

どんな人でも不自由なく観光を楽しめるように、トイレ改修や手すりの取り付け、段差解消等の整備を進める。

##### ■実行する具体的なアクション

- 観光地における既存トイレの設備の充実

観光地における公共の清潔なトイレ設備を充実させる。また、洋式便座を置くことや、外国人や子ども、身体の不自由な方も利用しやすい機能に配慮する。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課	継続実施



ビュースポット観光案内板



花岡八幡宮

## (2) 観光人材の育成・おもてなしの心の充実

### ① 市民全員による、観光地くだまつとしてのホスピタリティの向上

市民それぞれが本市を“観光地”として認識し、訪れた観光客に対しても、おもてなしの心をもって、あいさつや声かけ、簡単な案内などを行えるよう、幼いころからのくだまつへの誇りを醸成する。

#### ■実行する具体的なアクション

- 幼少期からの「くだまつ愛」の醸成

幼いころから、下松の歴史や伝説、特徴、観光地などに触れながら、下松を誇りに思い、「くだまつ愛」を醸成するため、小学校等における郷土教育を充実する。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター 学校教育課 生涯学習振興課	2018年

### ② 新たなガイド・案内人などの養成と新たなガイド方法の検討

高齢化が進む観光ボランティアや観光ガイドに新たな若手人材を取り込むとともに、多くの人に楽しんでもらえる案内の工夫や説明などを充実させる。

#### ■実行する具体的なアクション

- 観光ボランティアやガイド人材の充実

高齢化が進む観光ボランティアやガイド人材について、若手人材の育成と案内技術の向上を図る。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター 下松市観光ボランティアガイドの会	継続実施

- ガイドの方法や説明手法などの見直しと充実

より多くの観光客が観光ガイドを利用し、くだまつ観光を楽しんでいただけるよう、子どもから高齢者においても分かりやすい、観光客の視点に立った説明の方法を検討し、実践する。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター 下松市観光ボランティアガイドの会	継続実施

### ③ 市内事業者などの連携による、サービスの充実や質の向上

市内事業者同士が互いに高め合いながら、観光客が何度でも本市を訪れたいようなサービスやおもてなしの質を向上させる。

#### ■実行する具体的なアクション

- サービスの充実や質の向上

観光客が何度でも訪れたいと思えるよう、市内事業者同士がそれぞれの評価や課題を見出し、切磋琢磨しながらおもてなしの心による接客サービスの充実や質の向上を図る。

核となる組織等	実施スタート
下松商工会議所 下松旅館組合	継続実施



## 基本戦略3 観光情報発信の強化

市民及び近隣住民、又は広島県など、特性に合わせてターゲット毎のニーズに応じ、整理された情報発信に向けて、インターネットやSNS、パンフレットやポスターなどを活用した定期的な情報発信及びPR活動を促進します。

### (1) 市内観光の情報発信

重点

#### ① 市民が誇りを持てる週末観光地としての情報の整理

市民それぞれが下松市について、自信をもっておすすめできる観光地であると認識し、口コミなどによる情報発信により、一人ひとりが広告塔となりえるよう、意識の醸成を図る。

##### ■ 実行する具体的なアクション

- 市民に向けた市内観光の充実と啓発

市民が市内での週末観光など、身近な観光を楽しむよう、市民向けの市内観光の充実と市広報・市ホームページ等を活用した啓発を図る。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 秘書広報課	2018年

#### ② 様々な媒体を活用した市民及び近隣住民が楽しめる観光情報の発信

インターネットなどのSNSや地元メディアを活用しながら、ターゲットの求める観光情報をターゲットに近い立場で検討し、適切な情報発信を図る。

##### ■ 実行する具体的なアクション

- 市民やターゲット目線による、求められる情報の整理と定期的な情報発信

くだまつ観光推進協議会(仮)等を活用して、市民目線、ターゲット目線で求められる情報やネタを整理しながら発信する。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光推進協議会(仮) 産業観光課	2018年

- インターネットなどを通じた観光情報の充実

インターネットやそこに誘導する仕組みなどを充実させるとともに、魅力的な観光情報を定期的に発信し続け、市民及び近隣の住民が楽しめる観光地をめざす。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター Kビジョン(株)	2018年

- 地元メディアに向けた情報の整理

Kビジョン(株)など、地元メディアに向けた魅力的な観光情報を整理しながら発信する。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター Kビジョン(株)	2018年

- 下松市立図書館を活用した情報発信

下松市立図書館で整備しているデジタルアーカイブや情報発信コーナーなどを活用し、魅力的な観光情報を発信する。

核となる組織等	実施スタート
下松市立図書館 ほしらんど くだまつ	2018年

## (2) 県内外への情報発信

### ① 広島県や山口県全域を対象とした、情報メディアへの定期的な情報提供

市内だけでなく、くだまつ観光をより広く、様々な人に認知してもらうため、県や市内エリアを越えたより広い範囲でのメディアに向けた情報発信を定期的に行う。

#### ■実行する具体的なアクション

##### ● 観光 web ページの充実

インターネットを活用した情報発信の核として、くだまつ観光の魅力を集めた web ページの内容を充実させる。

核となる組織等	実施スタート
下松市観光協会	2018 年

##### ● 市内エリアを越えたメディアへの情報発信

テレビ、ラジオ、新聞、情報誌などを中心に、より広く情報発信のできるメディアに向けて、魅力的な観光情報を整理しながら発信する。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター K ビジョン(株)	2019 年

##### ● 下松サービスエリアを活用した情報発信

自動車交通の玄関口である、下松サービスエリアにおいて、市内の観光案内機能や市内事業者のお土産品等の充実を図り、情報発信を行う。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課	2019 年

##### ● 近隣の観光地・イベント等を活用した情報発信

錦帯橋や防府天満宮をはじめ、近隣の観光地やイベントなど人の集まる場を活用した誘客を行う。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課	2018 年

### ② SNS やハッシュタグ等を活用した情報発信力の強化

近年の情報発信に強い影響力をもつ SNS や SNS 内でキーワードを添えて同じ志向の写真や投稿の発見につなげるハッシュタグを活用して、口コミや市民がおすすめする観光スポットなどの情報発信を強化する。

#### ■実行する具体的なアクション

##### ● 市民による積極的な情報発信の強化

くだまつ観光の“いいね”について、市民や観光客が共に SNS やハッシュタグによる情報発信に取り組み、口コミによる情報発信力を強化する。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光推進協議会(仮) 市民	2018 年

##### ● SNS で取り扱いやすいネタの定期的な仕掛けと提供

美しい景色やおいしそうな食べ物、特殊な体験など、SNS で取り扱いやすい、写真映えのする(フォトジェニックな)ネタを定期的に仕掛けながら情報提供に努める。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光推進協議会(仮) くだまつ観光・産業交流センター	2019 年

### ③ シティプロモーション・PR イベント等の実施

改めて本市の魅力を磨き、市内外に発信するため、シティプロモーションの視点を持ちながら、PRイベントの実施やプロモーション強化など、観光施策に活かす。

#### ■ 実行する具体的なアクション

- 県内外におけるシティプロモーションの実施

県や各種観光関係団体と連携し、ターゲットを明確にしたシティプロモーションを実施する。

核となる組織等	実施スタート
企画財政課 産業観光課 農林水産課	継続実施

- 「ACT SAIKYO」や「レノファ山口」等と連携したPRイベント等の実施

県内スポーツ団体等と連携したPRイベント等についての検討と実施を図る。

核となる組織等	実施スタート
企画財政課 生涯学習振興課	継続実施

### ④ キャラクターやキーマン（観光大使）などを活用した情報発信

本市にゆかりのある、又は関連する人やモノ、コトなどを、ビジュアル的なイメージキャラクターとして活用した情報発信に努める。

#### ■ 実行する具体的なアクション

- くだまつ観光に関連する人物等のキャラクター化

星降る松の伝説にちなんだ、織姫・彦星などの星に関するキャラクターや下松にゆかりを持ち、大きなひげが特徴的な長岡外史などをキャラクター化し、観光地やお土産品などとも連携した展開を図るよう検討する。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター 下松市観光協会	2020年

- くだまつ観光大使の任命

くだまつにゆかりを持ち、メディアなどにも大きな影響力を持つ方をくだまつ観光大使として任命し、情報発信の核を担う存在としての取組を図る。

核となる組織等	実施スタート
くだまつ観光・産業交流センター	継続実施



長岡外史

## ⑤ フィルム・コミッションによるロケ地の誘致

下松フィルム・コミッションを中心に、本市を舞台とした映画や映像などのロケ地誘致を行うとともに、撮影された作品を活用した情報発信の強化に努める。

### ■実行する具体的なアクション

#### ● 新たな映画やドラマ等のロケ地誘致活動の強化

これまで同様、下松市を舞台とした映画やドラマ等の撮影が行われるよう、若手や地元出身の映像監督や制作会社等へのアプローチを強化する。

核となる組織等	実施スタート
下松フィルム・コミッション	継続実施

#### ● 下松を舞台とした映画や映像作品を活用した情報発信

これまでに下松市で撮影され、公開された映画や映像作品などを積極的に活用しながらロケ地としての魅力や本市の美しさのPRにつなげる。

核となる組織等	実施スタート
下松フィルム・コミッション	継続実施



映画「恋」



映画「10 ミニッツ」



映画「大城湯けむり狂騒曲」

## 基本戦略4 広域化や国際化に対応した観光の促進

単市だけの考え方ではなく、周南3市や山口県東部、山口県全域、中四国地方など、観光客が楽しめる広い視点での観光を促進し、その中で下松市の位置づけを確立します。

また、2020年の東京オリンピック開催に向けて増え続けている外国人観光客に対応するため、新たな観光地として選ばれる受入体制の整備と魅力の発信により、外国人誘客を強化します。

### (1) 周南地域や山口県と連携した広域観光ルートの確立

#### ① 周南広域（光・下松・周南）観光連携推進協議会における広域連携の強化

周南地域での広域観光事業の連携を円滑に推進するため、各市の関係団体が連携を深め、観光資源のネットワーク化を図るとともに、広域での観光資源の魅力を紹介し、周南地域の知名度向上及び交流人口の増加を図る。

##### ■実行する具体的なアクション

- 周南3市連携観光ルートの確立や共通のキーワードによる連動した取組の検討

周南3市を巡る観光ルートの確立や周南3市で共通したキーワードを持つ場所やモノ・コトを連動させ、スタンブラーや共通シリーズのお土産など、1つのテーマでつなげた取組を検討する。

核となる組織等	実施スタート
周南広域(光・下松・周南)観光連携推進協議会	継続実施

#### ② 下松市を滞在拠点とする山口県東部及び山口県全域を視野に入れた広域ルートの検討

周南3市よりも、より広いエリアである山口県東部や山口県全域を基盤としながら、本市を宿泊の拠点として組み込み、近隣の観光地などとの連携を意識した観光ルートを検討し、活用する。

##### ■実行する具体的なアクション

- 下松市を宿泊拠点とする広域観光ルートの構築

山口県東部や山口県全域を観光エリアとして設定する中で、本市を宿泊拠点とするような広域観光ルートを構築する。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 下松商工会議所	2019年

## (2) 外国人観光客の増加に向けた受入体制の整備と誘客

### ① 外国文化に対応した考え方の波及

日本とは文化の違う、アジアやヨーロッパなど、それぞれの国における魅力の感じ方や作法などを把握し、それに対応した観光の考え方やおもてなしの方法、取組などを充実させる。

#### ■ 実行する具体的なアクション

- 外国人モニターツアーによる、外国人が好むくだまつ観光の把握

外国人によるモニターツアーやアンケート等により、外国人目線でのくだまつ観光の魅力を把握する。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 徳山大学	2019年

- 外国人文化共有のための研修の実施

観光関係事業者等に向けた、外国人文化に関する研修を実施し、知識の共有を図る。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課	2020年

### ② 外国語表記や外国語対応の充実

外国人観光客が不自由なく、くだまつ観光を楽しめるよう、外国語看板や外国語メニューの充実を図るとともに、インターネットやアプリなどを活用しながら、外国語対応が可能な施設や人材を増加させる。

#### ■ 実行する具体的なアクション

- 外国語看板や外国語メニューの充実

本市を訪れる外国人観光客に対応した言語での看板表示や飲食店などでの外国語メニューを充実させ、外国人観光客が楽しめる基盤づくりを行う。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 下松商工会議所	2020年

- インターネットや多言語アプリ等の活用

インターネットや県が提供する多言語アプリなどの情報提供とともに、機能を活用して外国人対応の充実を図る。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 下松市観光協会	2020年

- 飲食店や観光関連施設での必出外国語研修の実施

飲食店や観光関連施設等でよく使われる、外国語会話の例文などを扱えるよう、研修や講座を実施する。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 下松商工会議所	2020年

### ③ 外国人が楽しめる観光ルートの検討

調査した外国人の志向に合わせた「くだまつ式インバウンド観光ルート」について検討し、各文化やターゲットに合わせた適切な観光ルートを確立する。

#### ■実行する具体的なアクション

- くだまつ式インバウンド観光ルートの確立

本市において、外国人がそれぞれの文化、魅力の感じ方に合わせて楽しめる観光ルートを検討し、確立する。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課	2019年

### ④ 外国人向けの情報発信の検討

日本人とは志向の異なる考え方や魅力の感じ方をする外国人に合わせた情報発信ツールや情報発信方法を検討し、実施につなげる。

#### ■実行する具体的なアクション

- 外国人向け観光パンフレットの作成

外国人目線でのくだまつ観光の魅力をまとめた観光パンフレットを作成し、適切な場所での配布を図る。

核となる組織等	実施スタート
産業観光課 下松市観光協会	2020年

- 外国語観光 web ページの制作

観光パンフレットと同様に、外国人目線での観光情報を web ページとしてまとめ、外国人の情報収集ツールの核とする。

核となる組織等	実施スタート
下松市観光協会	2020年



外国人へのきつねメイク



外国人向けきつねの観光隊ツアー

## 第5章 策定経緯

### 1 委員会・ワーキンググループ等の実施

本ビジョンの策定に当たっては、「下松市観光振興ビジョン策定委員会」、「下松市観光振興ビジョン策定ワーキンググループ会議」などで協議を行い、様々な視点での意見をまとめています。

#### ■下松市観光振興ビジョン策定委員会 委員名簿

委員	所属	備考
荒瀬 真	東洋鋼鈑（株）下松事業所 執行役員 下松事業所長	
有吉 良美	国民宿舎大城 支配人 兼 笠戸島家族旅行村 村長	
安野 政行	下松商工会議所 専務理事	
石川 整	防長交通（株）周南営業所 所長	
稲葉 大和	下松商工会議所青年部 会長	
金織 平浩	下松商業開発（株） 代表取締役社長	
川畑 淳一	（株）日立製作所 笠戸事業所 事業所長	
近藤 定	周南農業協同組合 経営管理委員会 会長	
清水 信男	下松市 経済部 経済部長	副委員長
杉田 昌士	Kビジョン（株） 代表取締役社長	
玉井 哲郎	下松市 企画財政部 企画財政部長	
富岡 哲也	（株）JTB中国四国 徳山支店 支店長	
原田 浩治	笠戸島ハイツ 支配人	
原田 真雄	下松旅館組合 組合長 兼 下松飲食業協同組合 組合長	
檜垣 幸人	（株）新笠戸ドック 代表取締役社長	
弘中 佑兒	下松市観光協会 会長	
藤井 利行	西日本旅客鉄道（株） 徳山地域鉄道部 部長	
古井 仁	徳山大学 経済学部 教授	
宮脇 敏哉	徳山大学 経済学部 教授	委員長
守田 平人	山口県漁業協同組合 周南統括支店参与 兼 下松支店支店長	
吉次 敦生	下松市 教育委員会 教育部長	

※50 音順



■ 下松市観光振興ビジョン策定ワーキンググループ会議 メンバー名簿

メンバー	所属	備考
青山 健一郎	下松旅館組合 ビジネスホテルみやこ・よしの食堂	
阿川 鮎美	周南農業協同組合 経済部 指導販売課	
有田 晋司	下松市役所	
上村 正剛	下松商工会議所青年部 観光振興委員会 委員長	
内富 教文	下松市観光ボランティアガイドの会	
梅本 真里恵	カフェ 4038 店主 等	
江口 雄二	イベント司会・各種写真展 等	
岡村 英里子	(株) J T B 中国四国 徳山支店	
沖 しのぶ	下松商工会議所女性会 委員長	
河村 麻紀	下松市役所	
国弘 勝昭	下松市観光協会 花岡米川観光推進委員会 (米川)	
久山 裕司	下松市栽培漁業センター 所長	
合田 千紘	Kビジョン (株)	
小林 哲司	(株) 日立製作所 鉄道ビジネスユニット	
近藤 有紗	くだまつ観光・産業交流センター	
篠原 佳子	下松市駅南市民交流センター きらぼし館	
柴田 博子	くだまつ観光・産業交流センター センター長	
田村 啓子	くだまつブランドプロジェクト委員会 副委員長	
土井 康稔	広島銀行 下松支店 支店長	
中村 一雄	下松市役所	
中村 隆征	下松市観光協会 副会長 兼 下松市議会 副議長	
原田 裕章	下松商工会議所 事務局長	
秀浦 正二郎	下松市役所	
深道 真由美	笠戸島ハイツ	
福本 真美	Kビジョン (株) アナウンサー	
古井 仁	徳山大学 経済学部 教授	(兼)策定委員会
保正 秀幸	国民宿舎大城 営業課長	
松尾 珠美	下松市役所	
三池 孝道	下松市観光協会 花岡米川観光推進委員会 (花岡)	
三井 広一郎	西京銀行 地域連携部	
宮崎 桃子	徳山大学 経済学部 2年	
守田 秀昭	笠戸島特産品開発グループ 代表	
山下 圭三	くだまつブランドプロジェクト委員会 委員長	
山根 理代	徳山大学 福祉情報学部 3年	
和田 直人	東洋鋼板 (株) 下松事業所 総務グループ	
渡辺 祥子	下松市役所	

## 2 観光振興ビジョン策定の経緯

実施年月日	概要
平成28年度 1月30日(月) ～2月10日(金)	市民アンケートの実施
3月6日(月) ～3月7日(火)	インターネットアンケートの実施
3月31日(金)	第1回策定委員会の実施 ・委員委嘱及び委員長の選出 ・『近年の観光』【講義形式】 ・アンケート調査の結果報告
平成29年度 4月26日(水)	第1回ワーキンググループ会議の実施 ・『下松観光の可能性』【講義形式】 ・アンケート調査の結果報告 ・ワークショップ「下松市観光のターゲットとおすすめルート」
6月1日(木) ～6月2日(金)	ワーキンググループメンバーによる市内モニターツアーの実施 ・モニターツアー(兼)ワークショップ
7月12日(水)	第2回ワーキンググループ会議の実施 ・第1回の振り返りと市内モニターツアーの報告 ・ワークショップ「下松の磨くべき観光資源と新たに作りたい観光資源」、「下松観光の具体的プロジェクトの検討」
8月16日(水)	市長ヒアリングの実施
8月16日(水)	第1回庁内(市関係部署)委員会の実施 ・骨子案・素案の検討
8月28日(月)	第2回策定委員会の実施 ・骨子案・素案の検討
10月10日(火)	第3回ワーキンググループ会議の実施 ・第2回の振り返り ・ワークショップ「下松観光プロジェクトの具体的な進め方の検討」
11月15日(水)	第2回庁内(市関係部署)委員会の実施 ・素案の検討
11月15日(水) ～11月16日(木)	企業ヒアリングの実施 ・(株)新笠戸ドック、東洋鋼板(株)、(株)日立製作所
12月4日(月)	第3回策定委員会の実施 ・素案の確認
12月15日(金) ～1月15日(月)	パブリックコメントの実施
1月29日(月)	第4回策定委員会の実施 ・最終案の承認



# 下松市観光振興ビジョン

(平成 30 年 3 月策定)

発行：山口県下松市 経済部 産業観光課  
〒744-8585 山口県下松市大手町3-3-3  
TEL：0833-45-1841 FAX：0833-45-1849