

下関市の観光における取組

はじめに

当研究所は、九州山口各県のシンクタンクと勉強会を定例的に実施しており、各地の事業者および自治体特有の取組み事例の研究会を現地に赴き実施している。今回は、下関市の観光における取組みを現地の研究体験をもとに、熊本における観光へのヒントを探る。

1 下関市の計画について

- 下関市は、観光客による交流人口の増加と観光都市としての知名度向上を図る為、2012年12月に「下関観光交流ビジョン 2022」を策定、長期的計画のもと実践している。
- 2018年に中間検証を行い、効果検証をしながら、さらなる観光業の振興を図っている。

(1) 下関市観光交流ビジョン

下関市は、1996年に「観光都市宣言」を行い、国から「国際会議観光都市」に認定されている。

2001年に入ると唐戸海峡沿いに観光エリアが誕生し、観光客が大幅に増加している。

人口減少の時代に入り、観光客による交流人口の増加を目指し、観光都市としての知名度向上を図るため、2012年に「観光交流都市 下関市」を改めて宣言した。

また「下関観光交流ビジョン 2022」を策定し、2022年には観光客1,000万人、宿泊客100万人を目指す長期的な計画に取り組んでいる。



(2) 下関市観光交流ビジョン 2022 (附則)

「下関市観光交流ビジョン 2022」の策定から5年が経過し中間検証を実施、「下関交流ビジョン 2022 (附則)」を2018年に策定した。

2022年の目標を達成するために、各施策の達成状況やその原因分析、新たなニーズ対応など現場・現実・現物に応じた施策等を盛り込み、「観光都市 下関市」の構築を図っている。



2 下関市における観光業の概要

- 下関市の観光客数は、「下関観光交流ビジョン 2022」を策定後、増加傾向である。
- 宿泊客数は、訪日外国人宿泊数は、2012年より韓国人を中心に大幅に増加しており、外国人観光客の誘致強化が図られている。

(1) 下関の観光業の概要

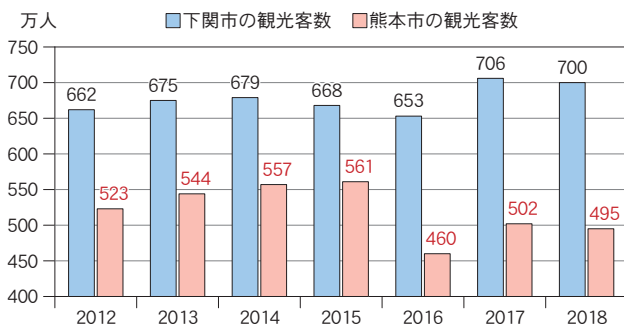
① 下関の観光客数について

2018年は平成30年7月豪雨や夏の異常気象による高温の影響もあり、0.7%の微減となった。自然災害等の影響はあるものの、観光客数は増加傾向である（図表1）。

② 下関の宿泊数について

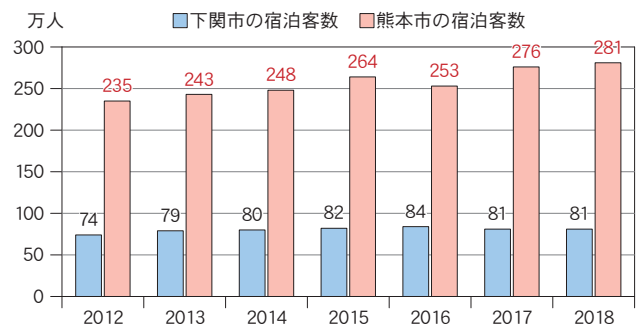
宿泊数については、2016年の84万人がピークとなり、ほぼ80万人程度で推移している。2018年は、外国人観光客の宿泊数が伸長し構造が変化している（図表2、3）。

図表1 観光客数の推移



資料：下関市、熊本市観光統計より

図表2 宿泊客数の推移



資料：下関市、熊本市観光統計より

(2) 下関の外国人旅行者の状況

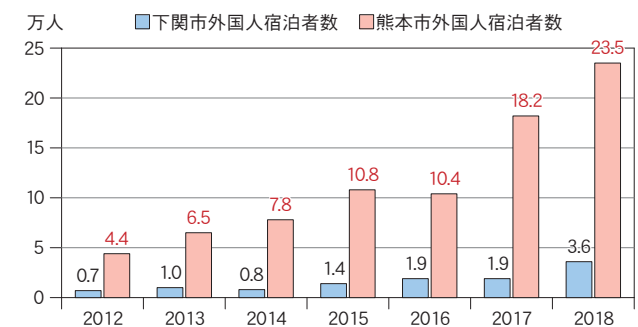
① 訪日外国人旅行者の現状と推移

下関市外国人宿泊数は、2018年には36千人となり2012年から5.5倍と、全国の伸び3.6倍を上回り、順調に推移している（図表3）。

② 訪日旅行者の内訳

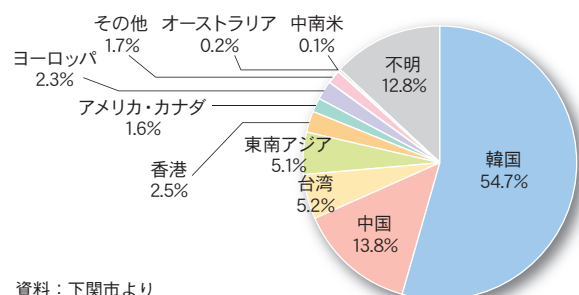
下関市の2018年の外国人宿泊者を国別では、韓国人が54.7%と割合が高い。下関港とプサンの定期便や北九州空港や福岡空港・博多港などの韓国定期便のアクセスの良さによるものも一因と考えられる（図表4）。

図表3 外国人宿泊者数



資料：下関市、熊本市観光統計より

図表4 外国人宿泊者 国別構成比



資料：下関市より

3 下関市の観光推進への取組事例

- 下関市におけるMICE施設（海峡メッセ下関）での大規模なコンベンション誘致の取組みが、経済波及効果を生み出している。
- インバウンド向けには、増加傾向の個人旅行やリピーター獲得を踏まえ、Webマーケティング活用等で情報発信を図り、ニーズに応じたコト消費商品企画が宿泊者数の伸びを支えている。

(1) MICE施設へのコンベンション誘致事例

① 期待される効果

コンベンションの誘致には、経済波及効果が期待できる。宿泊、飲食、観光などで関連支出が多い。また滞在時間が長いことで、その地域の文化などの理解が深まり、人的なネットワークも広がることでリピーターに繋がっていく。

② 実績

当地ではネットワークを活かし早期に誘致活動をはじめたこともあり、2015年には「第58回日本糖尿病学会」を誘致し、盛会に終了した。12,000名が参加し、経済効果が11億3,300万円と試算されている。同時に「第2回日韓糖尿病フォーラム」も開かれ、韓国との交流の場となり、インバウンド誘客にも寄与した。

③ 官の協力

学会期間中は学会参加者には、下関市の協力により、しものせき水族館「海響館」や海峡ゆめタワーも無料となった。海峡ゆめタワーから関門橋、関門海峡を一望出来ると共に、夜はブルーライトアップも行われ、下関市の港町風情が存分に提供された。

④ 展開

2015年の「第58回日本糖尿病学会」の大規模コンベンション開催の成功もあり、2019年には、第52回日本薬剤師学会学術会が10,000人の規模で開催された。実施実績は重要な決め手となっている。



海峡メッセ下関の複合施設
海峡ゆめタワー



みもすそ川公園からみた関門橋

(2) 下関市のインバウンド対策について

① 情報発信～ICT活用や多言語化

韓国向けに、ソウル地下鉄で活用が進んでいるデジタルサイネージ広告を主要4駅118ヶ所で情報発信した(図表5)。また、山口県国際観光推進協議会と連携して作成した、韓国語の街歩きパンフレット(グルメ情報を記載)を韓国現地の旅行会社やフェリー会社に配布し周知しており、韓国向けのインバウンド獲得に効果をあげている。加えて、サービス事業者用会話集(英語、中国語、韓国語)を作成し、多言語に対応している。

図表5 地下鉄デジタルサイネージ広告



資料：下関市観光資料より

② マーケティングを踏まえた広域連携によるコト消費商品企画

歴史と文化に関心が高い欧米豪向けに、中四国7県で組織された「せとうち観光推進機構」と連携して、居合道体験観光メニューを提供している。武家屋敷造りで当時を偲ばせる母屋と日本庭園がある長府毛利邸を活用し、外国人観光客ニーズを掴んでいる。

また、団体の外国人観光客を対象に日本文化体験として、着物をはじめとした伝統的な衣装の着付けを行い、日本らしさを楽しむ機会を創出し、地域の文化を活かした観光商品を展開している。



「長府毛利邸」

資料：下関市観光資料より



「コト消費～甲冑などの着付け」

資料：当研究所より

おわりに

- 熊本のMICE施設である熊本城ホールは、参加者が地域に長く滞在し深く知ってもらう絶好の機会を創出し、かつ経済波及効果も期待されることから、地域で連携した受入態勢が求められる。
- ターゲットを明確にして情報発信を行い、地域の資源である風景や文化などの理解を深めてもらう取り組みを、ホスピタリティーの前提と捉え整備していくことが必要である。