

岩国市観光ビジョン



山口県岩国市

目次

序章	1
1. 岩国市観光ビジョン策定の趣旨	1
2. 岩国市観光ビジョンの位置付け	2
3. 岩国市観光ビジョンの対象期間	2
第1章 岩国市の観光の現状と社会情勢	3
1. 観光を取り巻く環境	3
2. 岩国市の観光の現状	5
3. 岩国市の観光の現状から分かること	22
第2章 岩国市の観光振興における課題	24
1. 滞在型観光地への転換	24
2. 多様な趣味・嗜好への対応	25
3. 外国人観光客の増加への対応	26
4. 情報発信・プロモーションの充実	27
5. 観光推進体制の確立	28
第3章 岩国市の目指す観光振興の姿	29
1. 観光ビジョンの基本理念	29
2. 観光ビジョンの方向性	30
3. 観光ビジョンの基本戦略	31
第4章 岩国市の観光振興の方針・戦略	32
1. 錦帯橋周辺などの顕在資源を新たな発想で“みがく”	32
2. 市域の潜在資源を新たな活用で“いかす”	36
3. 一体的な観光振興に向けた新たな絆で“つなぐ”	40
4. 観光ビジョンの進め方	44
第5章 アクションプラン	45
1. 錦帯橋周辺などの顕在資源を新たな発想で“みがく”	45
2. 市域の潜在資源を新たな活用で“いかす”	47
3. 一体的な観光振興に向けた新たな絆で“つなぐ”	49
4. 横断的・総合的戦略	51
参考資料	53
1. 策定委員会 名簿・開催経緯	53
2. ワークショップ 開催経緯	54

1. 岩国市観光ビジョン策定の趣旨

岩国市は、平成 18 年の合併により約 874km² の大きな市となり、県内でも有数の山々、清流、美しい海、世界に誇れる歴史・文化、観光資源等、地域に根差した多様な個性や資源を活かし、各地域で観光振興を図ってきました。

平成 26 年策定の「岩国市総合計画」においては、観光振興における施策目標「市内各地がつながり、多くの観光客でにぎわっている」を掲げ、現在の通過型観光から市内各地域に点在する魅力ある観光資源や周辺地域の観光地と連携した取組を行うことで周遊型・滞在型観光の増加を図っていくことを目標としています。

岩国市の観光をより魅力的にしていくためには、観光を取り巻く環境の変化や岩国市の現状を踏まえつつ、岩国市の観光に関する将来の目標や方向性を見極める必要があります。

総合計画等の既存計画を踏まえた上で、岩国市における観光の目指すべき方向性を定め、多様な観光ニーズに対応する新たな観光振興の推進を図るため、観光の担い手となる全ての人の共通のビジョンとして「岩国市観光ビジョン」を策定します。



2. 岩国市観光ビジョンの位置付け

このビジョンは、岩国市総合計画における観光関連施策の個別計画と位置付けています。市が策定する他の個別計画、国の「観光立国推進基本計画」、山口県の「やまぐち観光推進計画」との整合性を保ち、連携しながら観光振興を図っていくこととします。

3. 岩国市観光ビジョンの対象期間

岩国市の観光振興を中長期的な視野で取り組んでいくため、このビジョンの計画期間は平成 27（2015）年度から、岩国市総合計画の計画期間である平成 34（2022）年度までの 8 年間とし、今後、観光を取り巻く情勢の変化などに対応していくために、定期的に見直しを図ることとします。

第1章 岩国市の観光の現状と社会情勢

1. 観光を取り巻く環境

(1) 人口減少に伴う地域活力の低下

観光は、旅行業を中心として、運輸業、宿泊業、飲食業等、幅広い産業に関連する裾野の広い産業であり、地域への経済効果が大きく、日本国内における今後のリーディング産業として期待されています。

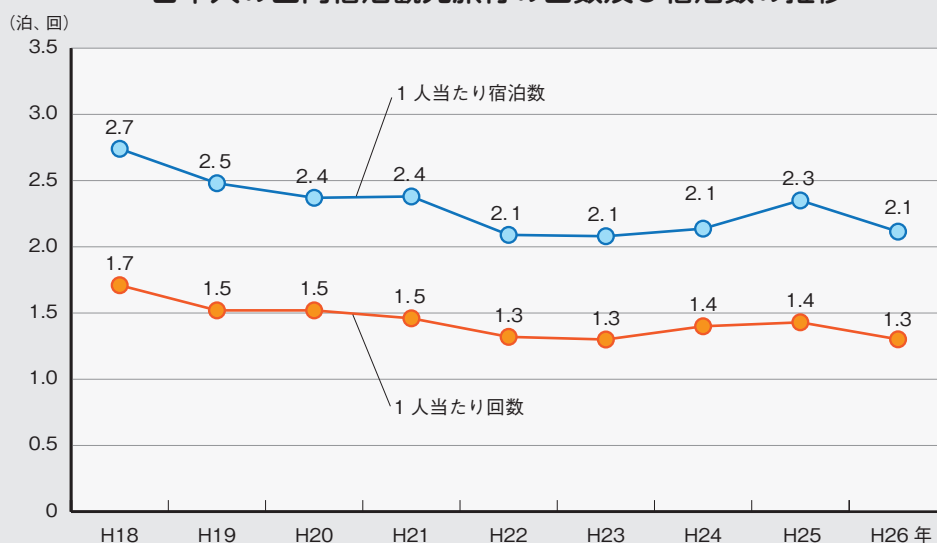
日本の総人口の長期的な減少が予想され、岩国市においても年々人口が減少し、地域活力の低下が懸念されている中、市外からの来訪者による新たな消費を呼び込むことを可能とし、地域経済の自立を支える役割が期待できる観光産業への期待が高まっています。

(2) 国内旅行需要の変化

日本人の国内宿泊観光旅行回数及び宿泊数は平成24年、平成25年と回復傾向にありましたが、平成26年は減少に転じ、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行回数は1.3回、宿泊数は2.1泊となっています。

国内宿泊観光旅行の申し込み方法における団体パッケージ旅行の割合は全体の1割を切っており、国内旅行は団体旅行から個人・グループ旅行へと変化しています。

日本人の国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



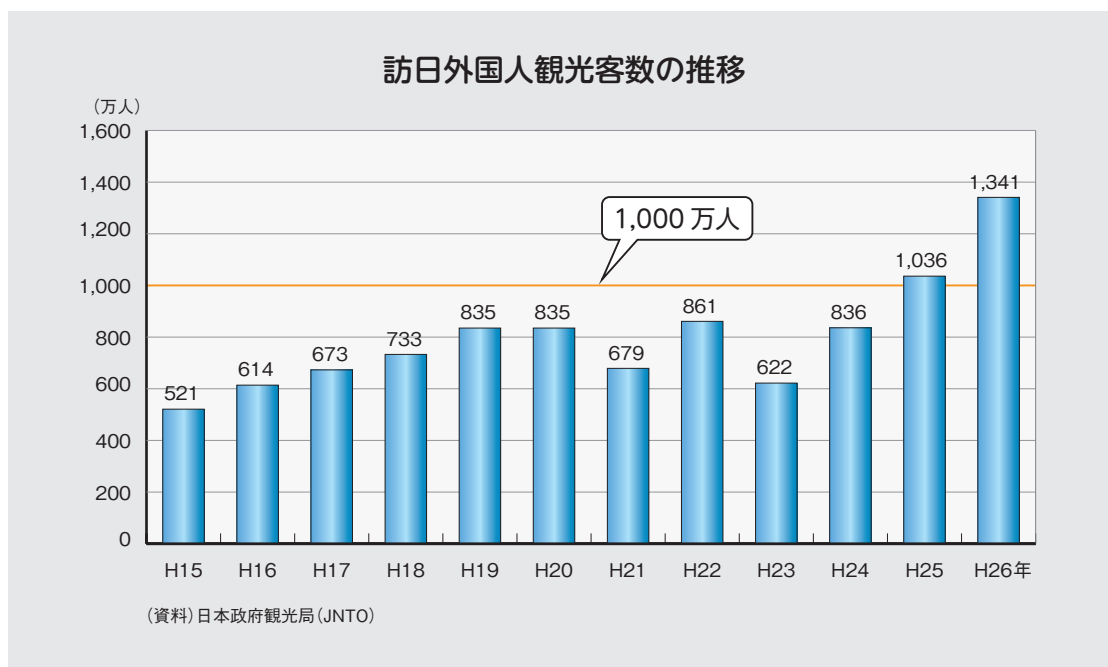
(注)観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。平成26年の数値は速報値

(資料)観光庁:平成27年版 観光白書

(3) 訪日外国人観光客の増加

訪日外国人観光客数は、ビジット・ジャパン・キャンペーン※1など国の施策展開により、平成25年は1,000万人を超え、アジアからの観光客を中心に大幅に増加しています。

2020年のオリンピック・パラリンピック開催都市が東京に決定し、今後とも国の訪日外国人観光客誘致施策（インバウンド施策）が拡大し、何度も日本を訪れる訪日リピーターも増加すると見込まれることから、東京や京都・大阪だけでなく、地方都市にも外国人観光客が訪れる可能性があります。



※1：国土交通省が中心となって2003年から取り組まれている外国人旅行者の訪日促進活動であり、より多くの外国人の日本への来訪を促すために、ニーズ調査、旅行商品開発、海外での広報などを行っている。

2. 岩国市の観光の現状

(1) 岩国市の観光資源と交通基盤

岩国市には錦帯橋をはじめとして、多様な観光資源が点在しています。また、鉄道や高速道路が通っており、岩国錦帯橋空港の開港により更に交通アクセスの利便性が向上しています。

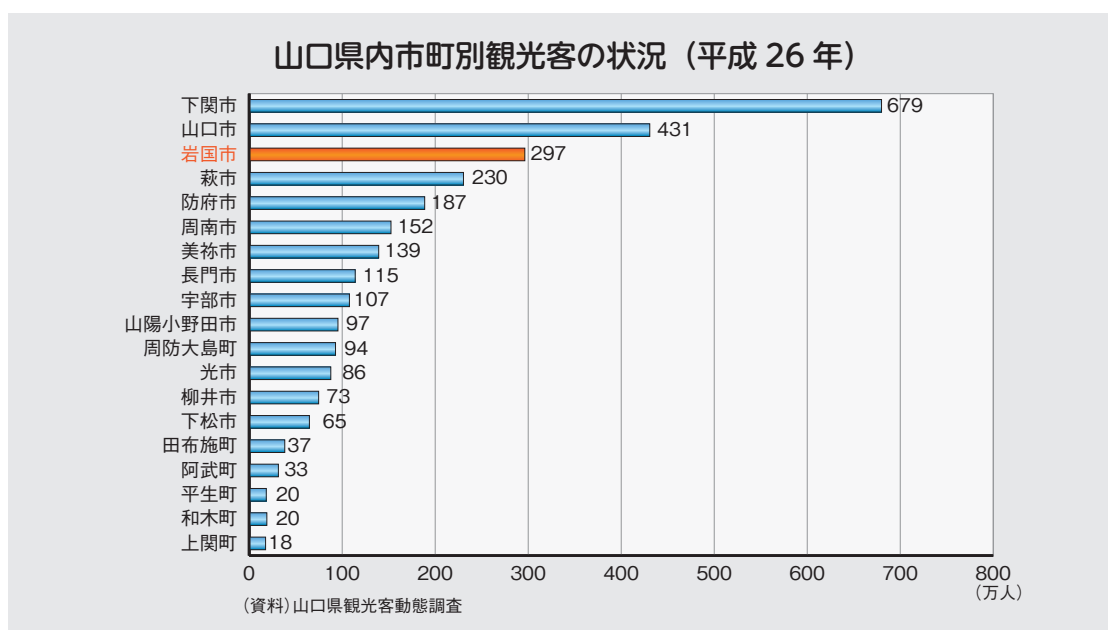
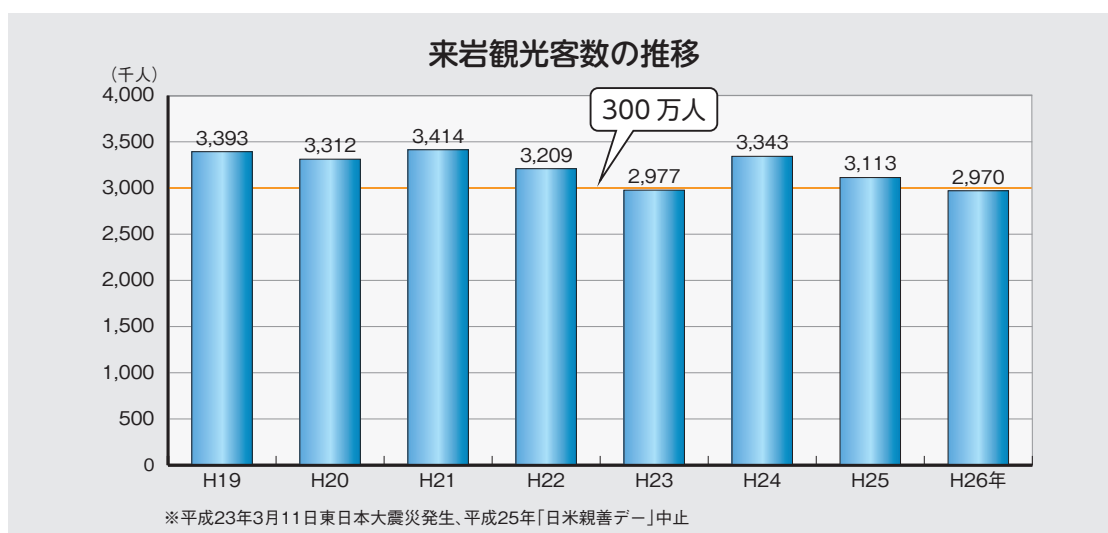


(2) 観光客数の動向

① 岩国市の観光客数の推移

岩国市は毎年約300万人の観光客が訪れている「山口県を代表する観光地」といえます。

山口県観光客動態調査による岩国市の観光客数の推移をみると、近年は約300万人～340万人程度で推移しており、山口県内の市町別では下関市、山口市に次いで3位となっています。平成23年は東日本大震災、平成25年は「日米親善デー」の中止などの影響による減少がありましたが、毎年約300万人が継続的に訪れている山口県を代表する観光地と言えます。

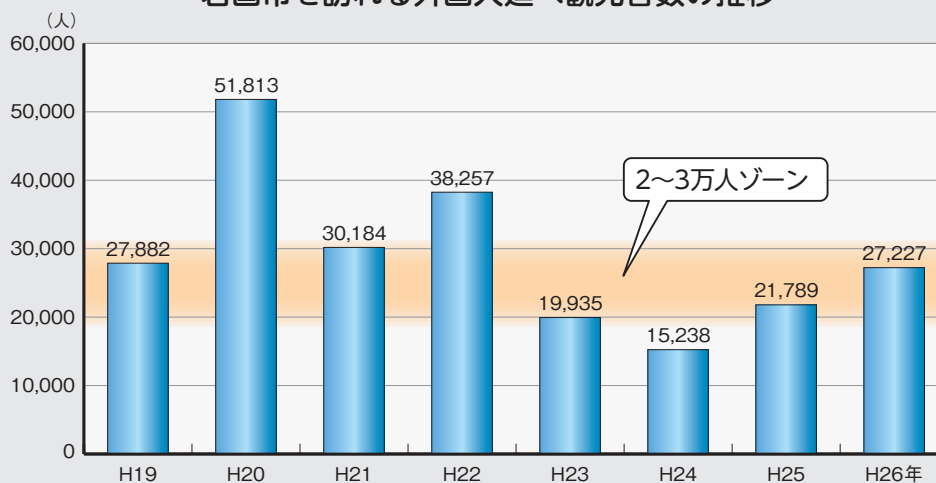


②岩国市の外国人観光客数の推移

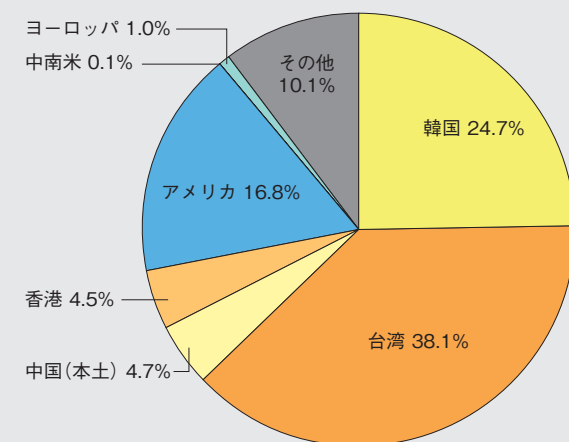
外国人観光客は2～3万人程度で推移しており、台湾、韓国からの観光客が多いことが特徴といえます。

岩国市資料によると、岩国市を訪れる外国人延べ観光客数は2～3万人前後となっています。国別にみると台湾が最も多く全体の約4割を占めており、韓国、中国、香港と合わせ約7割が東アジアからの観光客となっています。

岩国市を訪れる外国人延べ観光客数の推移



岩国市を訪れる外国人延べ観光客数の国別割合(平成26年)



(資料)岩国市観光振興課資料

③主要観光地別観光客数

岩国市の観光の中心は年間約 70 万人が訪れる「錦帯橋」とその周辺地域です。また、他の地域にも 10 万人以上が訪れる観光資源があります。

岩国市内の主要観光地別の観光客数をみると、錦帯橋が約 70 万人と最も多くの観光客数となっており、錦帯橋周辺のロープウエー、横山シロヘビ観覧所などが 20 ～ 40 万人と多くなっています。岩国地域以外では、道の駅「ピュアラインにしき」、潮風公園みなとオアシスゆうが 14 ～ 19 万人を集客し、観光拠点となっています。

岩国市 主要観光地別観光客数

(単位：人、%)

地域	観光地・観光対象	H26 年	H25 年	前年増減	前年比
岩 国	錦帯橋	623,969	700,866	△ 76,897	89.0%
	ロープウエー	326,760	333,579	△ 6,819	98.0%
	岩国城	139,447	138,548	899	100.6%
	シロヘビ観覧所	202,085	261,910	△ 59,825	77.2%
由 宇	潮風公園みなとオアシスゆう	138,528	142,037	△ 3,509	97.5%
錦	道の駅「ピュアラインにしき」	190,176	186,695	3,481	101.9%
美 川	地底王国美川ムーバレー	73,226	75,817	△ 2,591	96.6%

(資料) 岩国市観光振興課資料



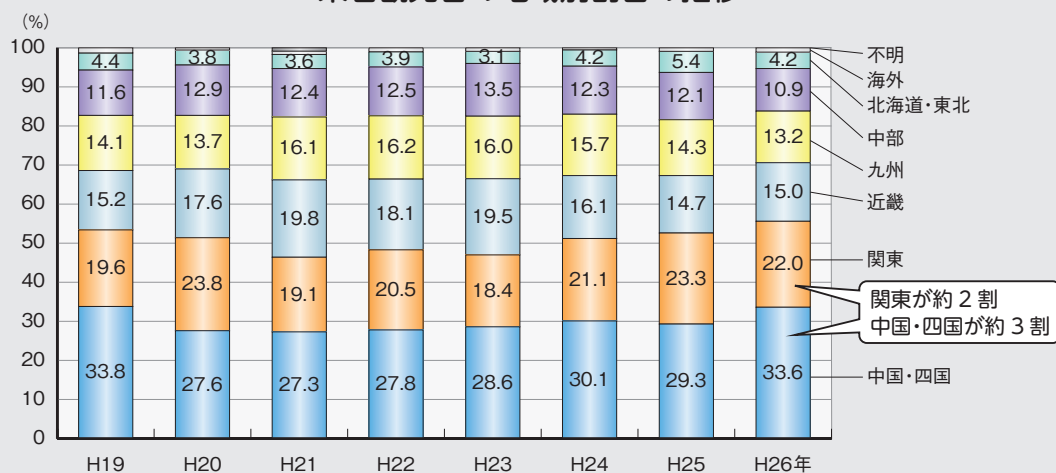
④ 岩国市を訪れた観光客の属性

岩国市を訪れる観光客の居住地は、中国・四国が3割、関東が2割であり、岩国錦帯橋空港の影響により関東からの観光客が若干増加しています。

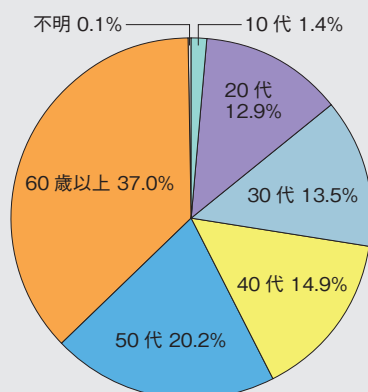
岩国市では、錦帯橋周辺を訪れる観光客を対象として、観光客の居住地や行き先などを把握するアンケート調査（岩国市観光客動態調査）を行っています。その結果によると、岩国市を訪れる観光客の居住地は「中国・四国」が約3割、「関東」が約2割、「近畿」が2割弱という構成で推移していましたが、岩国錦帯橋空港の羽田便就航後、平成25年以降は関東の割合が若干増加しています。

年齢構成としては若年層の観光客が少なく、来訪経験として初めて岩国市を訪れる旅行者が多い状況になっています。

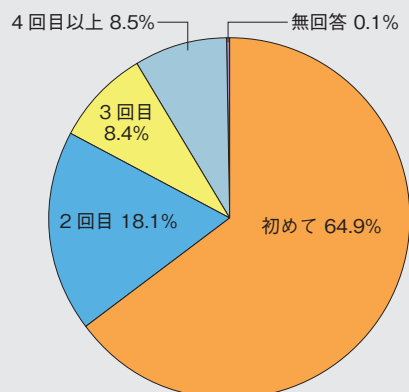
来岩観光客の地域別割合の推移



来岩観光客の年齢構成(平成26年)



来岩観光客の来岩経験(平成26年)

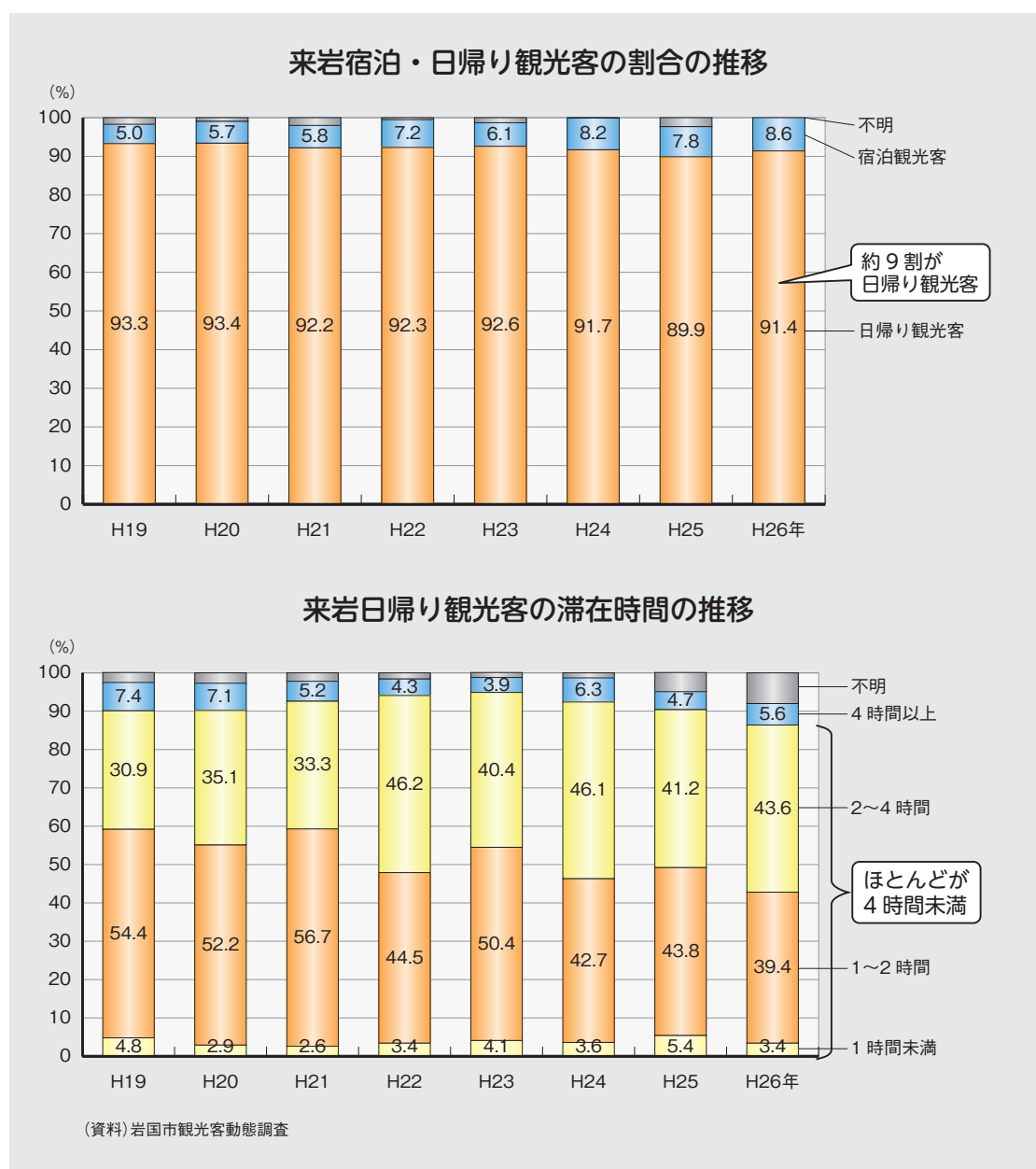


(資料) 岩国市観光客動態調査

⑤岩国市を訪れた観光客の滞在時間

岩国市を訪れる観光客の約9割は日帰りであり、その滞在時間は4時間以下となっています。

岩国市観光客動態調査による岩国市を訪れた観光客（来岩観光客）の宿泊の有無をみると、来岩観光客の約9割は岩国市に宿泊していない状況が続いています。日帰りの場合の滞在時間は「4時間未満」が約9割を占めており、日帰り観光客の大半は、錦帯橋周辺のための観光となっていると推察されます。

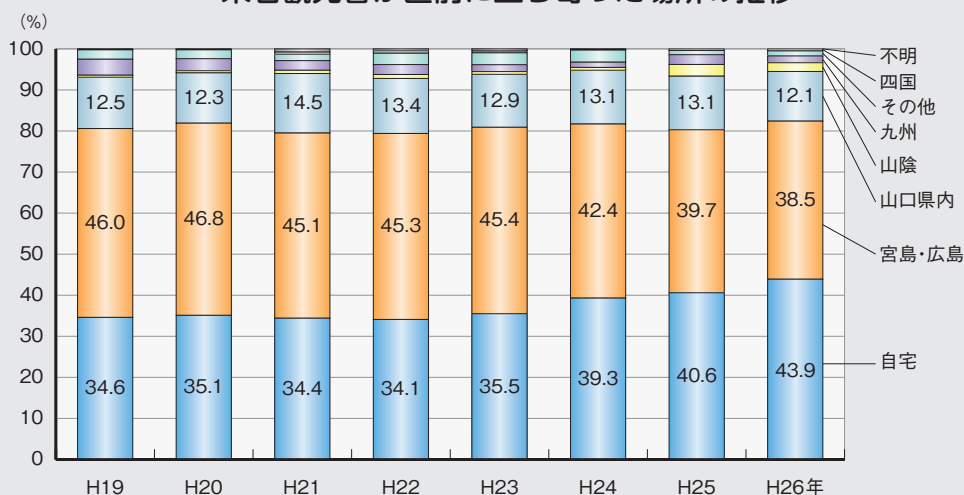


⑥ 岩国市を訪れた観光客の前後の立ち寄り先

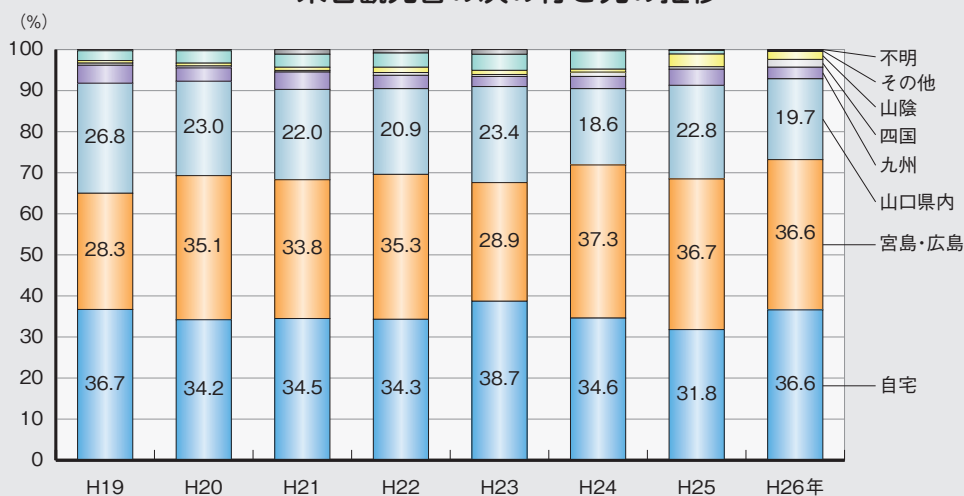
岩国市を訪れる観光客は、前後に「広島・宮島」に立ち寄る人が多く、広島、宮島と一体的な観光エリアを形成しているといえます。

岩国市観光客動態調査による岩国市を訪れた観光客（来岩観光客）の前後の立ち寄り先をみると、「広島・宮島」の立ち寄りが前後合わせて約8割となっており、山口県内他地域よりも、隣接する広島県と一体的な観光エリアを形成しているといえます。

来岩観光客が直前に立ち寄った場所の推移



来岩観光客の次の行き先の推移



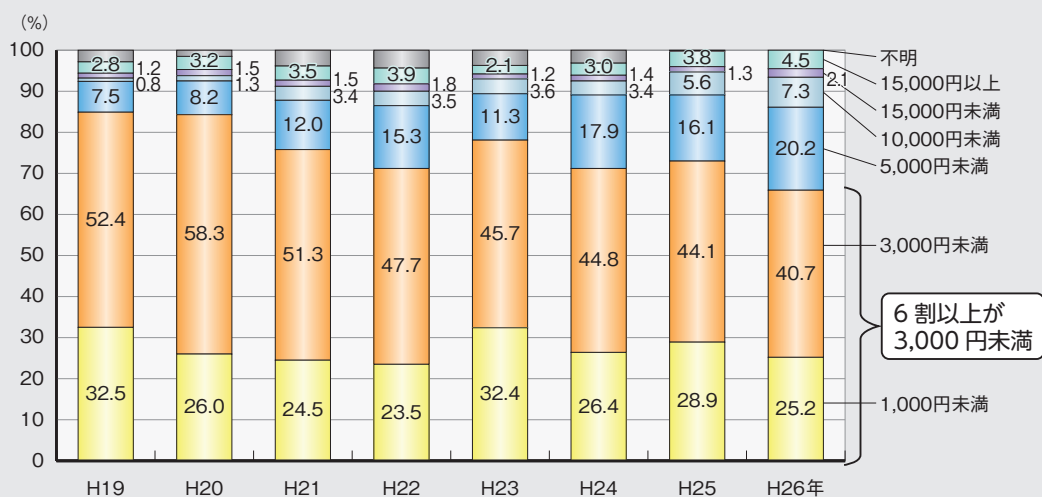
(資料) 岩国市観光客動態調査

⑦岩国市を訪れた観光客の消費金額

宿泊観光客が少ないことから、岩国市での観光客の平均消費金額も低い水準となっています。

岩国市観光客動態調査による岩国市を訪れた観光客（来岩観光客）の消費金額をみると、6割以上が3,000円未満となっており、10,000円以上消費した観光客も約7%と低い水準となっています。宿泊観光客の割合が1割以下で推移しており、日帰り観光客が多いことから、消費金額が少なくなっているものと推察されます。

来岩観光客の岩国市での使用金額の推移



(資料) 岩国市観光客動態調査

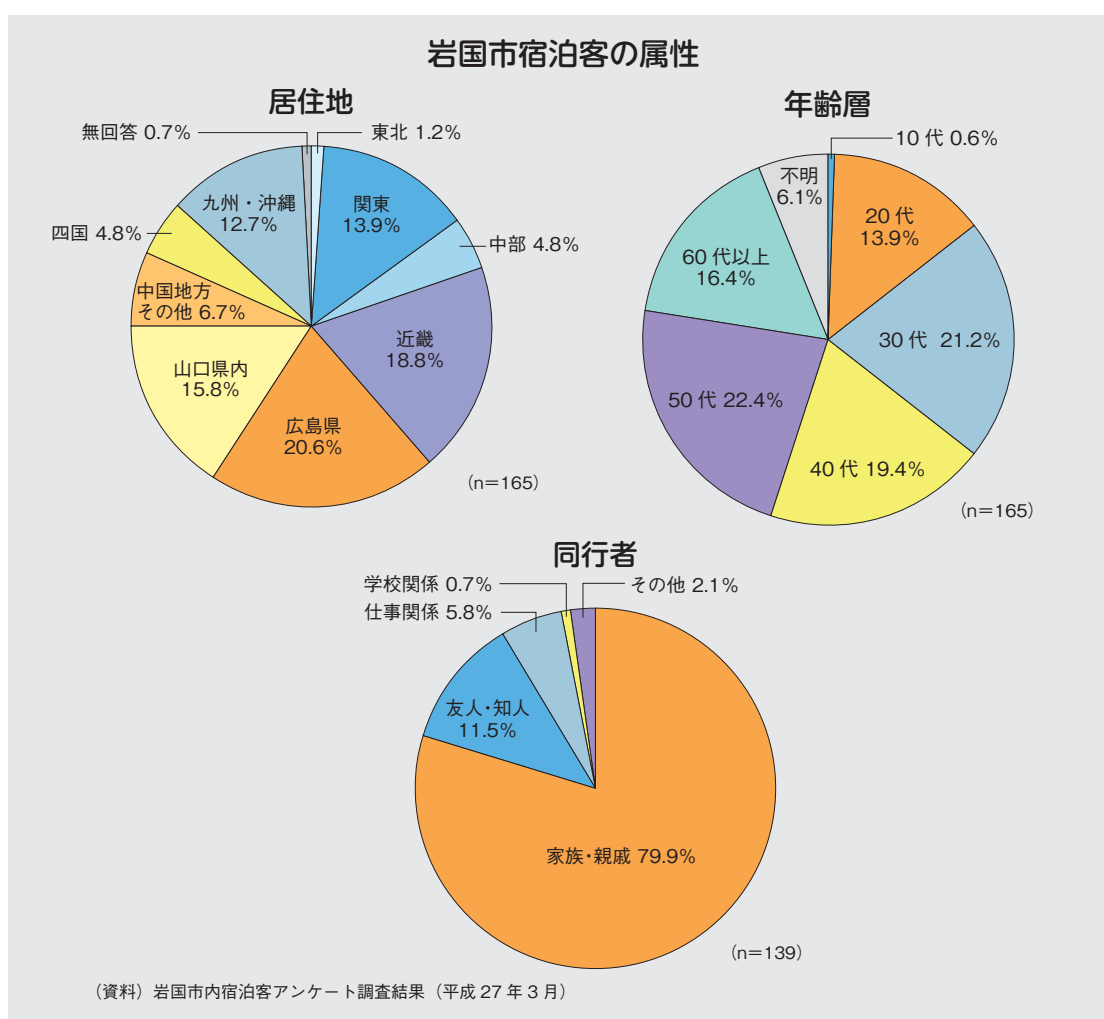
(3) 岩国市に宿泊した観光客の動向

平成 26 年 12 月～平成 27 年 1 月に実施した、岩国市内宿泊施設の宿泊者を対象としたアンケート調査結果をもとに、岩国市に宿泊した観光客の動向を示します。

① 岩国市に宿泊した観光客の属性

岩国市に宿泊した観光客は中国・四国が合わせて約 5 割となっており、来岩観光客に比べると、遠距離の観光客の宿泊割合が小さくなっています。

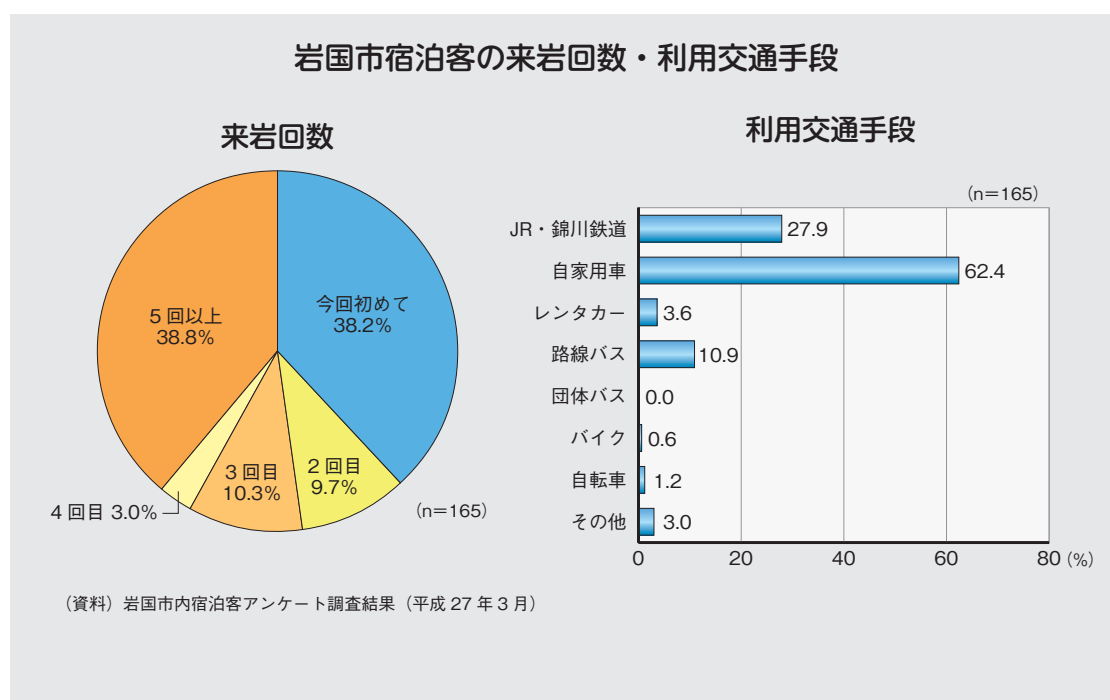
岩国市内に宿泊した観光客の居住地は、来岩観光客の属性（p.9）に比べて、中国・四国が約 5 割と高くなっており、首都圏からの観光客の割合が小さくなっています。また、年齢層は 20 代から 60 代以上まで幅広い年齢層の宿泊があり、その多くが家族・親戚との旅行となっています。



②岩国市に宿泊した観光客の来岩回数・利用交通手段

岩国市に宿泊した観光客の半数以上は岩国市に複数回訪れているリピーターであり、自家用車での来岩が多くなっています。

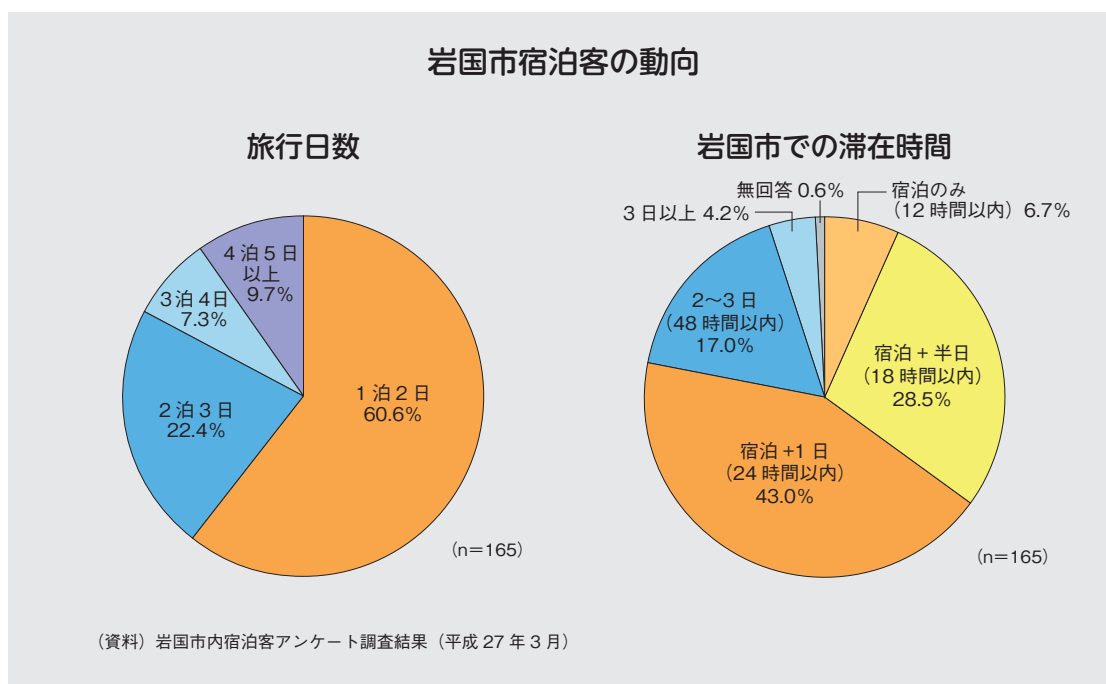
岩国市内に宿泊した観光客の来岩回数は、「今回初めて」が約4割、5回以上も約4割となっており、2回目以上のリピーターが半数以上となっています。また、利用交通手段は自家用車が6割以上となっており、次いでJR・錦川鉄道の利用が3割弱となっています。



③岩国市に宿泊した観光客の動向

岩国市に宿泊した観光客は、1泊2日の旅行で訪れている人が約6割を占め、短期の旅行が多くなっています。

岩国市内に宿泊した観光客の旅行日数は1泊2日が約6割、2泊3日が約2割となっており、短期の旅行が多くなっています。また、岩国市内の滞在時間は「宿泊+1日（24時間以内）」が4割と最も多く、「宿泊のみ（12時間以内）」、「宿泊+半日（18時間以内）」と合わせて、岩国市の滞在が24時間以内の宿泊客が約8割となっています。



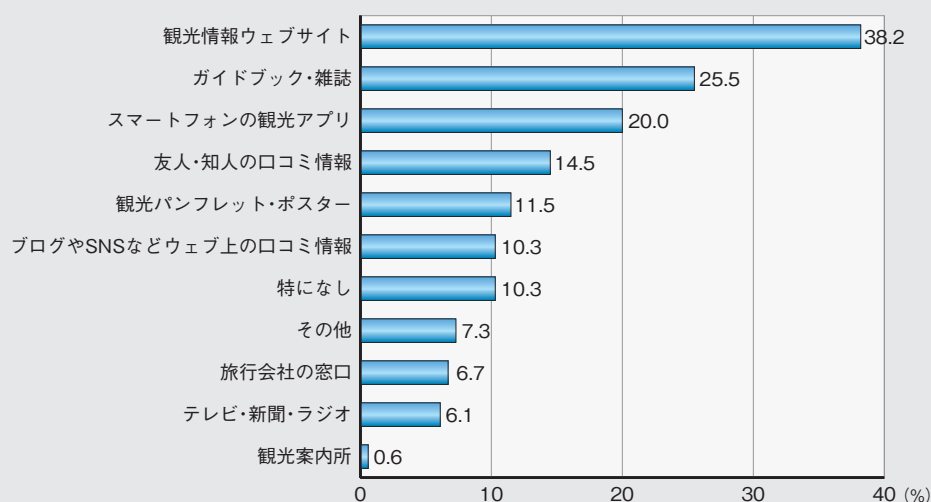
④岩国市に宿泊した観光客の情報認知経路

旅行計画時はウェブサイトやガイドブックにより情報を入手し、滞在時にはパンフレットや観光アプリを利用する人が多くなっています。

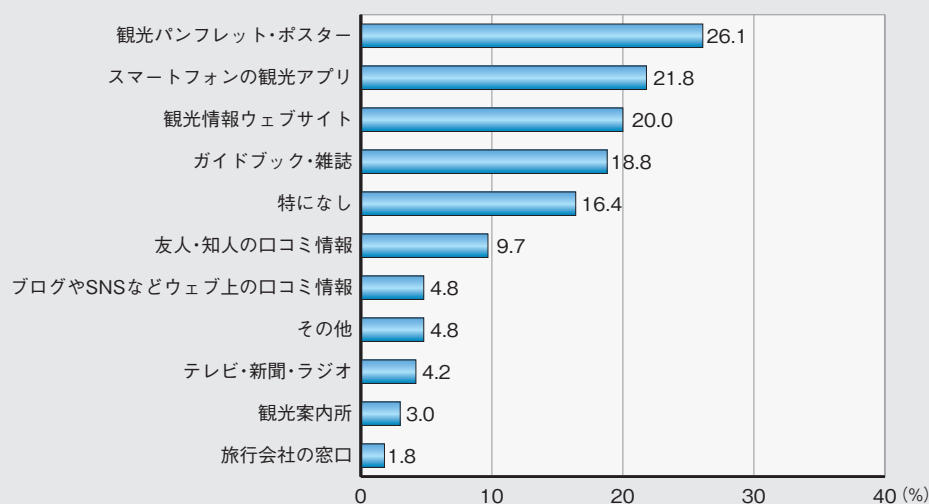
岩国市に宿泊した観光客が利用した情報源としては、旅行の計画時には「観光情報ウェブサイト」、「ガイドブック・雑誌」が多くなっています。また、旅行の滞在時には「観光パンフレット・ポスター」、「スマートフォンの観光アプリ」、「観光情報ウェブサイト」、「ガイドブック・雑誌」の順に利用が多くなっています。

岩国市宿泊客の情報認知経路

(旅行の計画時)



(旅行の滞在時)



(資料) 岩国市内宿泊客アンケート調査結果 (平成 27 年 3 月)

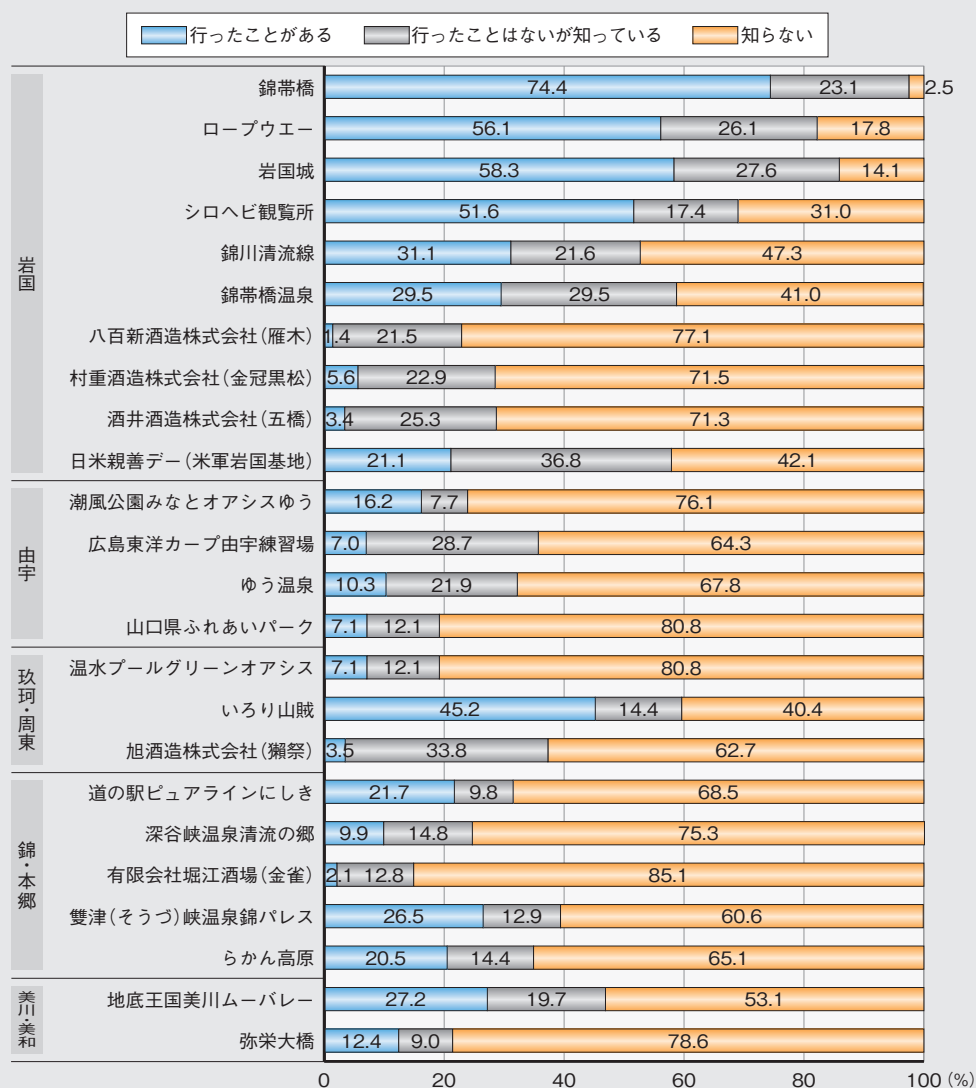
⑤ 岩国市に宿泊した観光客の観光資源認知度

錦帯橋周辺の訪問率や認知度は高くなっていますが、錦帯橋周辺以外の訪問率や認知度は低い状況です。

岩国市に宿泊した観光客に、岩国市内観光資源の訪問経験や認知度を尋ねたところ、錦帯橋、ロープウエー、岩国城、シロヘビ観覧所など錦帯橋周辺の訪問率（行ったことがある人の割合）や認知度（知っている人の割合）は高いものの、錦帯橋周辺以外の地域では低くなっています。

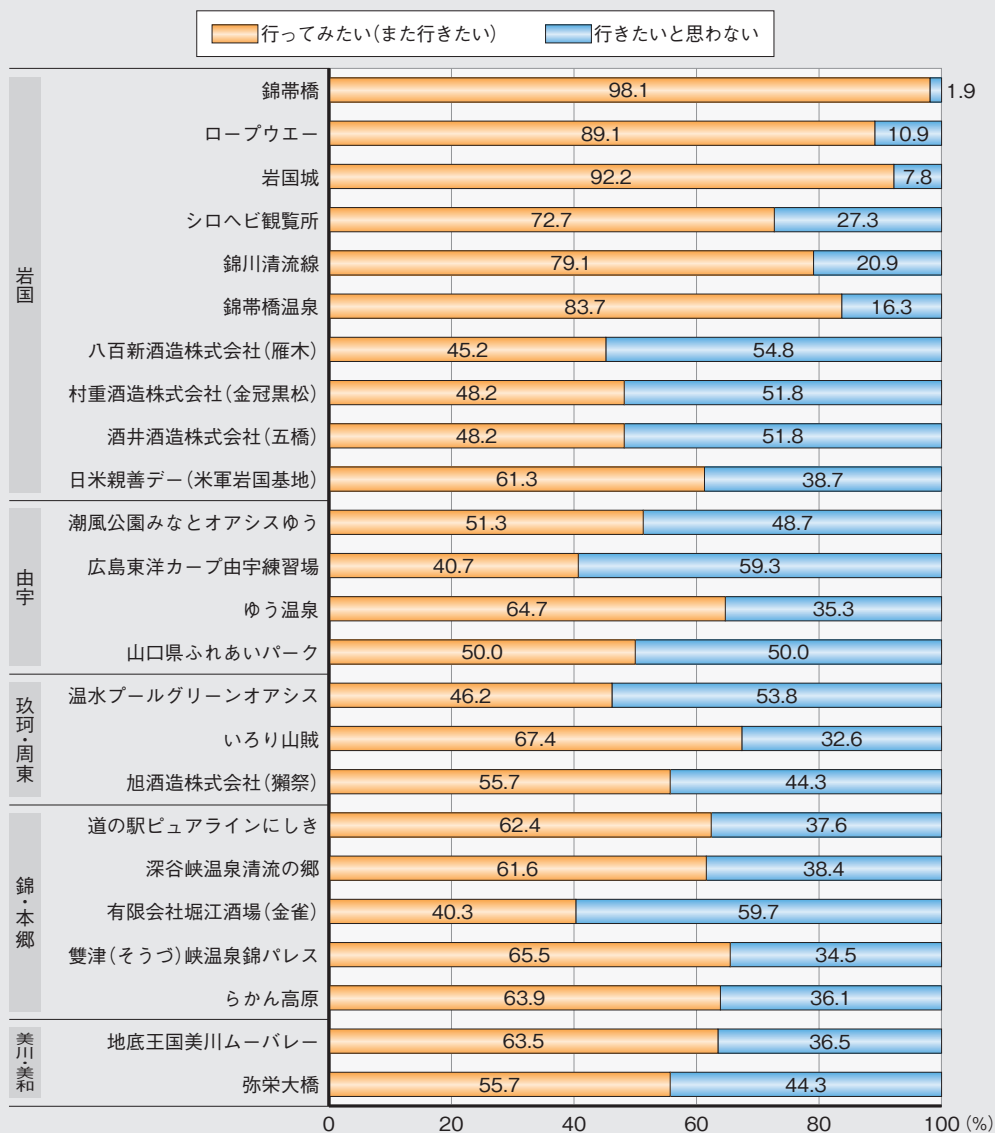
また、訪問ニーズ（行ってみたいかどうか）は錦帯橋、ロープウエー、岩国城、シロヘビ観覧所のほか、錦川清流線、錦帯橋温泉が高くなっています。

岩国市内観光資源の訪問率・認知度（岩国市宿泊客）



(資料) 岩国市内宿泊客アンケート調査結果(平成27年3月)

岩国市内観光資源の訪問ニーズ（岩国市宿泊客）



(資料) 岩国市内宿泊客アンケート調査結果(平成27年3月)

(4) 首都圏在住者の認知度と興味度

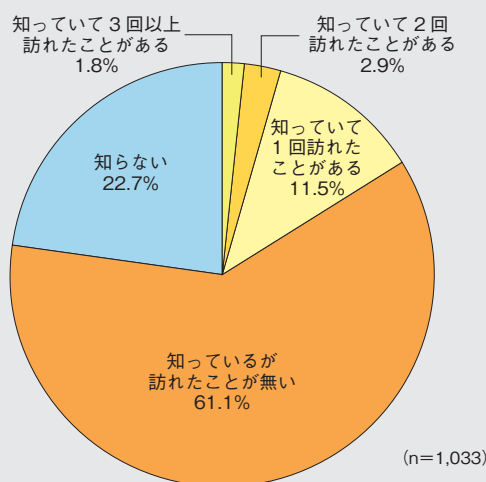
平成26年11月に東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県在住者を対象として実施したウェブアンケート調査の結果をもとに、岩国市の観光資源に対する首都圏在住者の認知度と興味度を示します。

① 認知度及び来岩経験

首都圏在住者の認知度（来岩経験者を含む）は8割近くとなっていますが、実際に訪れたことのある人は2割弱と少ない状況です。

首都圏に住んでいる約1,000人に聞いたアンケート結果では、岩国市の認知度（「知っている」と回答した人の割合）は約8割を占めていますが、実際に訪れたことのある人は2割弱となっています。「知っているが訪れたことが無い」と回答した人が約6割と最も多いことから、首都圏在住者からみた岩国市は「知っているが行ったことはない」観光地となっています。

首都圏在住者の認知度及び来岩経験



(資料) 山口県岩国市（岩国錦帯橋空港利用促進事業）GAP調査報告書（平成26年12月）

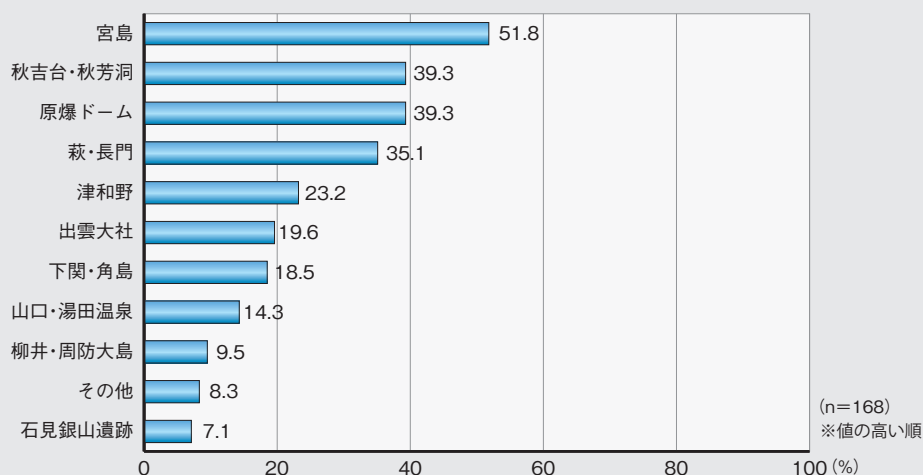
②岩国市を訪れた際の周遊先

首都圏在住者が岩国市を訪れた際に周遊した観光地として、半数以上が「宮島」を挙げており、宮島との関係が強い観光地となっています。

首都圏に住んでいる人のうち、岩国市を訪れたことのある人に対して、岩国市を訪れた際の周遊先を聞いたところ「宮島」と回答した人が最も多く、次いで秋吉台・秋芳洞、原爆ドームとなっています。

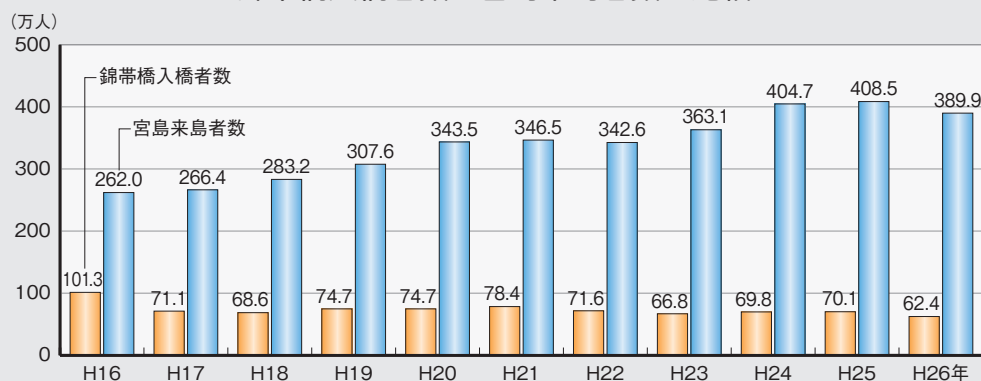
宮島の来島者数と錦帯橋の入橋者数を比較してみると、錦帯橋入橋者数は平成16年に平成の架け替えが完了し100万人を超えましたが、近年は70万人程度で推移している一方、宮島の来島者数は増加傾向にあります。

岩国市を訪れた際の周遊先



(資料) 山口県岩国市(岩国錦帯橋空港利用促進事業) G A P 調査報告書(平成26年12月)

錦帯橋入橋者数と宮島来島者数の比較



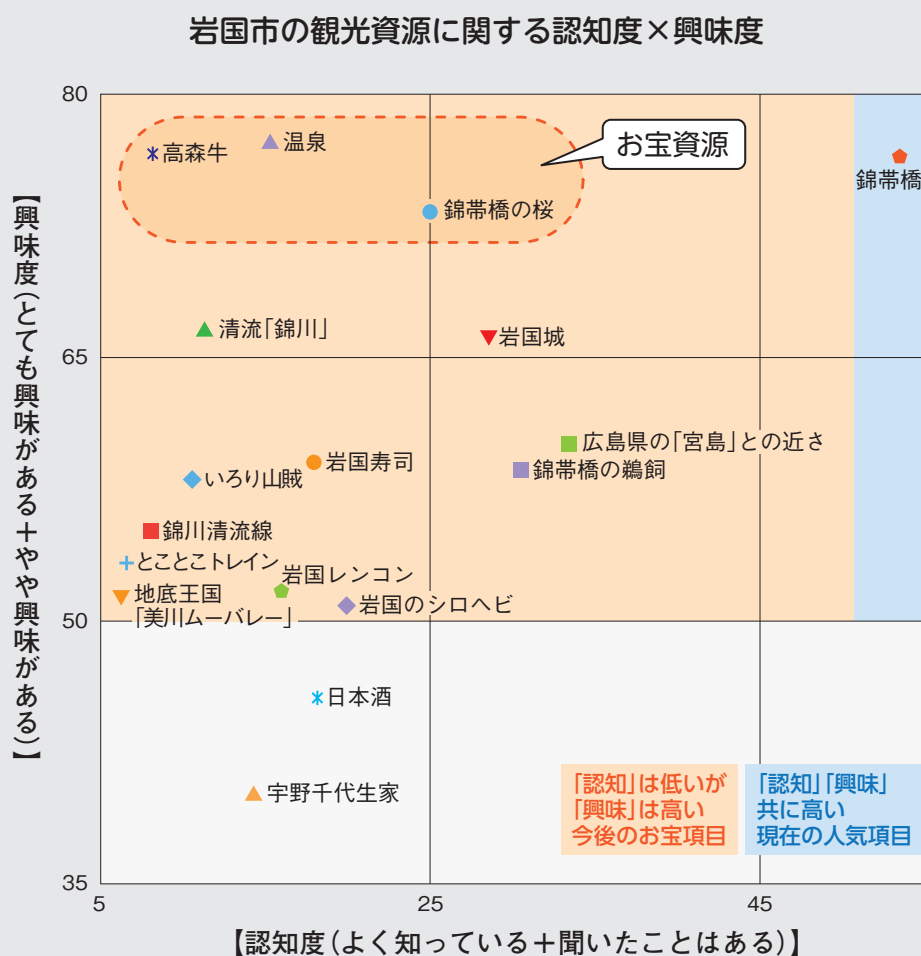
(資料) 平成25年岩国市観光客動態調査報告書(岩国市)、宮島来島者数一覧表(廿日市市)

③岩国市の観光資源に関する認知度・興味度

知られていないが行ってみたい「お宝資源」として、高森牛、温泉、錦帯橋の桜などが挙げられています。

首都圏に住んでいる人に対して、岩国市の観光資源について「知っているかどうか（認知）」「興味があるかどうか（興味）」をそれぞれ聞いた結果を下図に示します。図の右側ほど認知度が高い（知っている人が多い）資源であり、図の上側ほど興味度が高い（興味のある人が多い）資源となっています。

「認知度」と「興味度」がともに高い項目は錦帯橋のみとなっており、首都圏在住者から見た現在の人気資源といえます。また、「認知」は低い「興味」が高い、今後のお宝と考えられる資源としては、高森牛、温泉、錦帯橋の桜などが挙げられています。



(資料) 山口県岩国市(岩国錦帯橋空港利用促進事業) G A P 調査報告書(平成26年12月)

3. 岩国市の観光の現状から分かること

①全国から岩国市に来訪している

岩国市には、中国・四国地方からの観光客が最も多く訪れていますが、割合としては3割程度であり、その他、関東地方から2割、近畿地方や九州地方、中部地方からの観光客も来ているなど、岩国錦帯橋空港開港の効果もあり、全国から集客しています。岩国市の宿泊割合が低く、岩国市を訪れる前後に広島・宮島地域を訪れている人が多いことから、岩国市は「立ち寄り型観光地」であり、広島・宮島地域など別の地域で宿泊していると想定されます。

また、宿泊している観光客は、自家用車利用が多く、中国・四国地方の居住者、家族・親族での旅行が多いことから、マイカーでの近距離・家族旅行の宿泊先として考えられているといえます。

今後、岩国市内での観光消費額を増加させていくためには宿泊客の増加が不可欠であり、宿泊先として考えられるよう、朝・夜の魅力創出が求められています。

②岩国市の中心的な観光資源は「錦帯橋」

岩国市の観光資源の中では、年間70万人の来訪者（入橋者）がある錦帯橋が中心的な資源といえます。錦帯橋は、首都圏における認知度も群を抜いて高く、観光ポスターやパンフレットはもとより、空港の愛称として使用されるなど、岩国市の観光イメージとして定着しています。

岩国市の観光の中心であり、平成の架け替え時には年間100万人を超える入橋者があった錦帯橋ですが、近年は70万人程度で横ばいとなっており、錦帯橋と合わせて訪れる割合の高い宮島の入島者数が増加している現状においては、より一層の集客が期待されます。

③「錦帯橋」周辺の滞在時間・消費行動が少ない

錦帯橋を訪れた人に対するアンケート調査結果によると、錦帯橋を訪れる際に宿泊する割合は1割に満たず、日帰りの際の滞在時間も4時間未満、消費額も3,000円未満となっています。この結果から、錦帯橋周辺のみ立ち寄り、飲食施設やお土産物屋などでの消費行動が少ない、「立ち寄り型観光地」となっていることが分かります。

1回の旅行で数多くの観光地を巡る団体ツアーの立ち寄り先としては大きな魅力がありますが、「食」の魅力づくりや特産品の開発など、ゆっくりと錦帯橋周辺を楽しみたい個人旅行の観光客に対する魅力を強化することが求められます。

④「錦帯橋」以外にも歴史・自然資源が豊富

岩国市には、錦帯橋以外にも清流錦川を代表とした豊かな自然、世界に誇れる歴史・文化等、地域に根差した多様な資源が点在しています。潮風公園みなとオアシスゆうは約14万人、道の駅「ピュアラインにしき」は約18万人の集客があるなど、各地の観光施設に集客があるほか、自然資源を活用した体験型修学旅行の誘致など、多様な資源を活かした観光振興が各地でなされています。また、日本酒の酒蔵、広島東洋カープ由宇練習場など、愛好家（ファン）の興味を惹く観光資源もあり、規模は小さいながら満足度が高いと想定される観光資源が数多くあります。

現時点では一般的な認知度が低い資源について、愛好家（ファン）を呼び込む工夫、満足度を高める工夫により、新たな岩国市の魅力創出につながると考えられます。

⑤不十分な訪日外国人観光客への対応

岩国市の外国人観光客数は3万人程度となっていますが、隣接する宮島を抱える廿日市市は12万人（平成25年）と差がある状況となっています。また、国別にみると台湾、韓国からの観光客の割合が多くなっていますが、廿日市市では欧米系（ヨーロッパ、北米、オーストラリア）の割合が多くなっており、差異がみられます。岩国市には米軍岩国基地があることから、外国人に接する機会に恵まれている現状を活かし、今後の外国人観光客数の増加が期待されると同時に、外国人観光客の増加に対応した受入環境（案内看板、パンフレット、接客など）の整備が求められます。

第2章 岩国市の観光振興における課題

1. 滞在型観光地への転換

岩国市観光客動態調査によると、岩国市（調査は錦帯橋周辺を訪問した観光客のみ）の観光客宿泊率は1割未満であり、宿泊数が少ない状況にあります。宿泊しない人の滞在時間も約9割が4時間以内となっており、立ち寄り型の観光地となっていることが一番の課題として挙げられます。

<策定委員会等における意見>

岩国市観光ビジョン策定委員会等において、以下のような意見が出されています。

- 現状は、岩国イコール錦帯橋となっており、錦帯橋のイメージが強すぎ、錦帯橋周辺を散策したらすぐに他の地域に行ってしまう「**立ち寄り型観光地**」になっている。
- 早急に手を打つべきことは、**宿泊する観光客を増やすこと**。
- 錦帯橋の近くに大規模駐車場があり、錦帯橋に立ち寄るだけの観光が多くなっている。駐車場の場所の検討等、**観光客を街中で歩かせるような仕掛け**が必要。
- 岩国の観光客の滞在時間が延びない理由は、数多くの観光地を回ってたくさんのお土産を購入するタイプの福袋型観光（団体旅行）の人気の高いこと、個人客に対しては**2次交通が貧弱**であること、時間を楽しく過ごすための施設が少なく、錦帯橋周辺に**ナイトスポットが少なすぎる**ことの3点が挙げられる。
- 四季の楽しさを感じてもらえるよう**食をアピール**していけばいいと思う。岩国市は酒造会社が5つもあり、お酒は宿泊しなければ楽しむことはできない。

<課題解決の方向性>

体験プログラムの開発や地元産食材を使った料理の提供、飲食施設の充実等により日帰り観光客の滞在時間を延ばすとともに、朝、夜の魅力創出により宿泊客を増やし、滞在型観光地を目指すことが必要です。滞在型観光地となることにより、観光客の市内消費額が増加し、観光産業の活性化、雇用増加につながります。

2. 多様な趣味・嗜好への対応

岩国市観光客動態調査によると、来岩回数が「初めて」と回答した人の割合は6割以上であり、リピーターが少ないことが課題といえます。また、岩国市内には錦川を中心とする自然資源や、日本酒の酒蔵、広島東洋カープ由宇練習場など、愛好家が遠くから度々訪れる可能性の高い様々な資源がありますが、それらの活用は不十分であるといえます。

<策定委員会等における意見>

岩国市観光ビジョン策定委員会等において、以下のような意見が出されています。

- 着地型商品の開発**が今後ポイントになると考えており、地域にお客を呼び込んでビジネス展開することが重要。
- 旅行会社もツアーバス系の観光ではなく**FIT系（個人旅行）を重視**している。
- 海・山・川が揃っているので、**体験型観光の企画が効果的**なのではないかと考えている。岩国でしかできない田舎のゆったりとした時間を感じる体験型観光を企画したい。
- 都会の人間は既存の観光地では満足しない。**観光と農業の融合**が一番大きな課題であり、都会の人間を地方に引っ張ってこることが重要。
- 全国的に山口県、特に岩国の酒がよく売れているので、**酒を観光資源**として取り上げてほしい。
- 弥栄湖**にはたくさん観光資源があり、もっと活用するべき。
- 「潮風公園みなとオアシスゆう」が完成して10年になるが、公園内の**ミクロ生物館**の集客数が一向に伸びない。立派なものが揃っているだけに非常にもったいない。
- 由宇には**カープ練習場**もあり、観光資源は揃っている。

<課題解決の方向性>

観光客の趣味・嗜好が多様化している中、定番の観光資源だけではなく、自然、食べ物、歴史、伝統、産業など、愛好家（ファン）の集まる資源に着目し、磨き上げることにより、満足度の向上、ファンの獲得を図ることが必要です。岩国市のファンを増やすことにより、リピーターの増加につながります。

3. 外国人観光客の増加への対応

2020年（平成32年）東京オリンピック・パラリンピック開催が決定し、国を挙げて更なる外国人観光客（インバウンド）誘致に取り組む中、岩国市における外国人観光客数は2万7227人（平成26年）と少ない状況にあります。近隣に4つの世界遺産（原爆ドーム、厳島神社、石見銀山、明治日本の産業革命遺産）を持ち、岩国錦帯橋空港の開港を契機として、外国人観光客の増加に向けた施策展開が求められます。

<策定委員会等における意見>

岩国市観光ビジョン策定委員会等において、以下のような意見が出されています。

- 外国人観光客の対応については、**米軍岩国基地**があるため岩国市は外国人対応が進んでいるように思われるが、**実際は交流が少なく、対応できていない。**
- 今後、訪日外国人の増加は確実視されており、**羽田空港につながっている空港があることは岩国の強み**になる。
- 外国人に対しての案内表示が非常に不十分**である。ただし、何とかしたいという気持ちはあるが、どうやればいいのか分からない。
- 今このタイミングでインバウンド（訪日外国人観光客）に対してもしっかり手を打ち、**他の行政機関と違うことを展開**できなければ今後生き残ることは難しい。
- 英語対応に関して、米軍岩国基地もあり、英語のネイティブスピーカーがたくさん滞在しているので、**米軍岩国基地を活かして岩国市民の英語力を強化**していくことができれば望ましい。
- 米軍岩国基地を活かすことが重要**。米軍岩国基地に積極的に働きかけ、交流を促進して英語を話す機会を増やすことが岩国市民のためになる。

<課題解決の方向性>

岩国錦帯橋空港の開港を契機として、羽田空港経由での外国人観光客の誘客を図ることが求められます。また、既に外国人観光客が多い原爆ドームや厳島神社など、知名度の高い周辺観光地との連携による誘客施策が必要です。

さらに、サインなど受入環境の整備、外国人向けイベント等の企画・実施、米軍岩国基地との連携による観光関係事業者のスタッフ等の英語力の向上、など、米軍岩国基地を有する岩国市の特性を活かした受入側の対応を進めることが求められます。

4. 情報発信・プロモーションの充実

宿泊観光客アンケート調査では、錦帯橋周辺以外の地域の訪問率、認知度は低くなっており、様々な資源の知名度の向上が課題といえます。また、情報通信技術の進展に伴い、観光客のインターネットを通じた観光情報収集が増加しており、個人客に対するインターネットを利用した情報発信が重要です。

<策定委員会等における意見>

岩国市観光ビジョン策定委員会等において、以下のような意見が出されています。

- 岩国錦帯橋空港の開港によって岩国の観光に関するインフラの質はかなり向上している。しかし、**首都圏からの客の数はあまり増えていない**。これが大きなテーマであり課題である。
- 充実した観光案内所**を設置する必要がある。
- リピーター客の増加戦略として、「錦帯橋の次にどこに行くか」という**観光プランが情報として統一されていない**ことが問題。
- インターネット上での口コミの力**は大きいので、正しく活用していく必要がある。
- ウェブサイトが重要**で、その中でも特に Facebook など SNS をもっと有効利用するべきである。

<課題解決の方向性>

観光案内所や観光パンフレット、モデルコースの提案など、岩国市に来てからの情報提供の充実を図るだけでなく、インターネット、特に Facebook などの SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）※2の活用により、事前情報の提供、観光イメージの創出が必要とされます。

※2：インターネット上の交流を通じた社会的（ソーシャル）ネットワークのことであり、参加するユーザーが互いに情報を公開する中で、コミュニケーションを取り合うコミュニティ型のウェブサイトのこと。旅行の感想などの公開が「口コミ情報」によるPRにつながり、観光地への誘客が期待される。

5. 観光推進体制の確立

岩国市の観光推進体制として、岩国市、観光協会、商工会議所・商工会、各観光関係事業者等、観光関係者の役割分担が明確になっておらず、観光推進体制が整っていない状況にあります。また、観光に携わる専門的人材の不足も課題であり、観光振興を図るための観光推進体制の整備、地域をけん引する観光の専門的人材の確保・育成が必要です。

<策定委員会等における意見>

岩国市観光ビジョン策定委員会等において、以下のような意見が出されています。

- 岩国市内の各地区はもっと互いに連携を強化していくべきである。岩国市は岩国地区だけで成り立っているのではない。
- 岩国市の観光客受入態勢は十分整備されているか検証するべき。
- 理想論だけでは何も解決しないので、各団体や地域などの垣根を越えて**協調態勢を構築するしかない**。とにかく壁が多すぎる。
- 今後、岩国観光を強化するためには**ビジネス化する必要**があり、ボランティアに依存しているようでは持続しない。
- インフラ整備は費用がかかるが、おもてなしなどの人的サービスは無料でできる。
- 地域住民が**自分のまちに誇り**を持てるようにしたい。
- 若者のアイデア**をもっと活用すれば、観光客にとって魅力的なイベントを実施することができる。

<課題解決の方向性>

観光情報の発信から商品の企画・販売までワンストップサービスを提供する観光地域づくりプラットフォーム※³の構築が必要となっています。また、市民が地域の観光資源を知り、地域に誇りや愛着を持つことにより、心を込めたおもてなしで観光客の満足度を向上させることが期待されることから、市民を巻き込んだ観光推進体制の構築が求められます。

※ 3：地域主導型の集客交流サービス（着地型観光）を推進するため、商品造成、販売、受入を一元的に担い、対外的にワンストップ窓口の機能をもつ組織体。

第3章 岩国市の目指す観光振興の姿

1. 観光ビジョンの基本理念

「観光」という言葉の語源は「国の光を^み観る」とされており、地域の優れた「光」を観ることが「観光」と言えます。

岩国市の優れた「光」としては、吉川家を代表とする先人が創りあげた世界に誇れる歴史・文化に加え、清流錦川を代表とした豊かな自然等、地域に根差した多種多様な資源や風土があります。

この「光」を観せるため、そこに暮らしている私達が、その素晴らしさを再認識するとともに、新しい魅力を創造し、愛着と誇りを持って未来へ伝えることが必要です。

岩国市の「光」に対する愛着と誇り、またそれを伝える姿勢を市民の美学と捉え、この美学を地域に根づかせ、未来を拓いていくことが、岩国市が目指す観光の姿です。

このような考え方に基づき、「岩国市観光ビジョン」の基本理念を次のように設定します。

— 岩国市観光ビジョンの基本理念 —

『未来への創造』

岩国市民が、
岩国の魅力を再認識し、
新しい魅力を創造し、
愛着と誇りを持って
未来へ伝える。

2. 観光ビジョンの方向性

前述の基本理念及び、岩国市の観光の現状と課題を踏まえ、『未来への創造』をキャッチフレーズとして、“みがく”“いかす”“つなぐ”をキーワードに、観光ビジョンの3つの方向性と取組を以下のとおりとします。

方向性① 『錦帯橋周辺などの顕在資源を新たな発想で“みがく”』

取組：錦帯橋周辺を中心とした岩国市の観光資源を新たな発想で魅力を磨き、より多くの人の来岩、より長い時間の滞在、より多くの消費を促す。



錦帯橋



岩国城



錦帯橋の鵜飼

方向性② 『市域の潜在資源を新たな活用で“いかす”』

取組：豊かな自然資源や、全国から愛好家が集まる隠れた資源を活かし、情報発信と「おもてなし」によりファンやリピーターを獲得する。



ラフティング



高森牛



寂地峡

方向性③ 『一体的な観光振興に向けた新たな絆で“つなぐ”』

取組：岩国市の観光関係者が手を繋ぎ、一体となって観光振興を進め、周辺地域とも連携し、市民が誇りと愛着を持てる観光のまちづくりを行う。



海 (柱島)



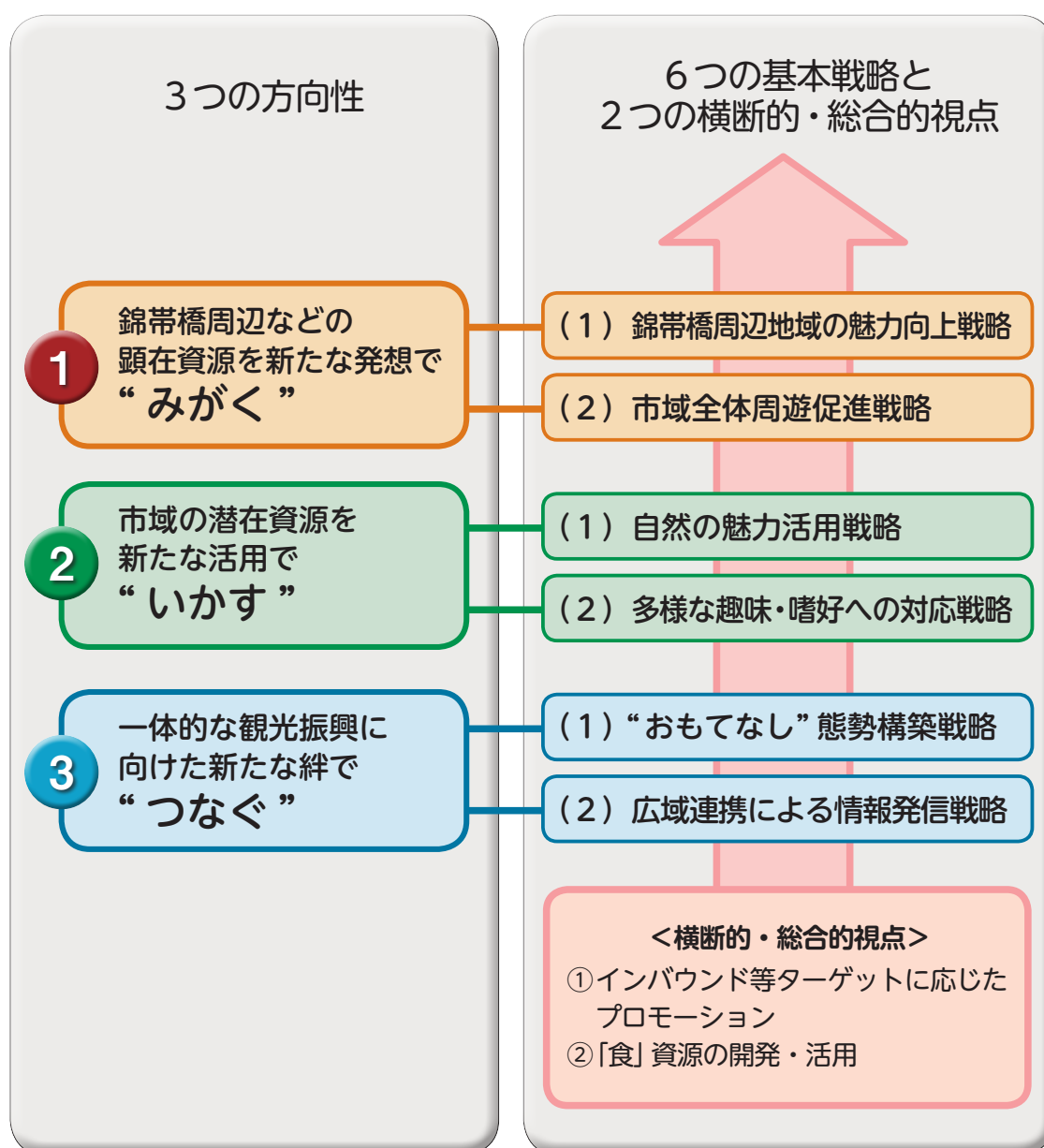
山 (らんかん高原)



川 (錦川)

3. 観光ビジョンの基本戦略

観光ビジョンの方向性ごとに2つずつ、計6つの基本戦略と、横断的・総合的視点としてインバウンド（訪日外国人観光客）等のターゲットに応じたプロモーション、「食」資源の開発・活用を設定します。



第4章 岩国市の観光振興の方針・戦略

1. 錦帯橋周辺などの顕在資源を新たな発想で“みがく”

(1) 錦帯橋周辺地域の魅力向上戦略

〈現状・課題〉

錦帯橋の入橋者数は年間約70万人であり、全国から観光客が訪れています。しかしながら、宿泊割合は1割未満、日帰りの滞在時間は4時間以内が約9割であり、滞在時間の延長、宿泊割合増加が課題として挙げられます。また、訪日外国人観光客の増加が見込まれる中、錦帯橋周辺地域における外国人観光客の受入態勢整備や公共交通アクセスの向上が求められます。

〈戦略〉

平成26年3月に策定された「錦帯橋を中心とした錦川両岸地域のまちづくり将来ビジョン」をもとに実施する街なみ環境整備事業を推進し、誰もが「住んでよし、訪れてよし」と感じることができる魅力あるまちづくりを一体的に進めます。

また、錦帯橋周辺地域におけるソフト事業として体験メニューの充実や祭り・イベントの実施、岩国城の魅力向上に関する検討を進めます。錦帯橋周辺の魅力を高めることで、観光客の滞在時間の延長、宿泊客の増加をめざします。

また、岩国市内の米軍岩国基地と連携した市内資源調査や言語対応状況調査など、基地内住民をモニターとして外国人視点での魅力の再発見を行い、外国人観光客の受入態勢の整備につなげます。

〈施策例〉

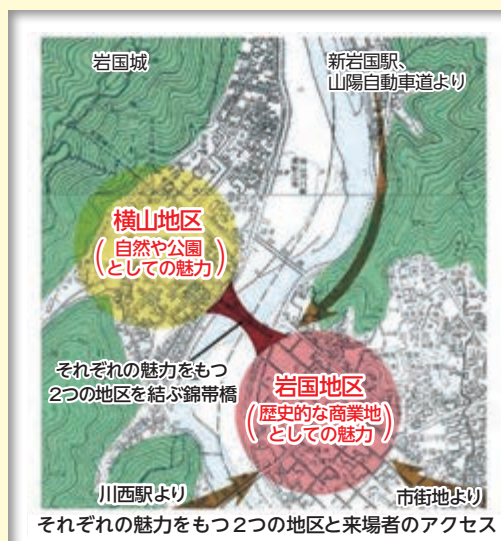
- 体験メニューの充実
- 「食」資源の開発・活用
- 岩国城の魅力向上
- 錦帯橋周辺駐車場の整備
- 外国人観光客の受入態勢整備
- 米軍岩国基地との連携事業

関連事業

街なみ環境整備事業計画

岩国市では、錦帯橋を中心とした錦川両岸地域においてまちづくり将来ビジョンを作成し、「住んでよし、訪れてよし」の総合的なまちづくりを目指しています。岩国・横山地区（城下町地区）では公共空間と民有空間が一体となった街なみの形成を目指し、街なみ環境整備方針の策定を行いました。また、方針に基づいて、地区内の施設や住宅に関する整備内容等を定め、具体的を実施するため、城下町地区街なみ環境整備事業計画を平成26年4月に策定しています。

（資料）街なみ環境整備事業計画資料（岩国市）

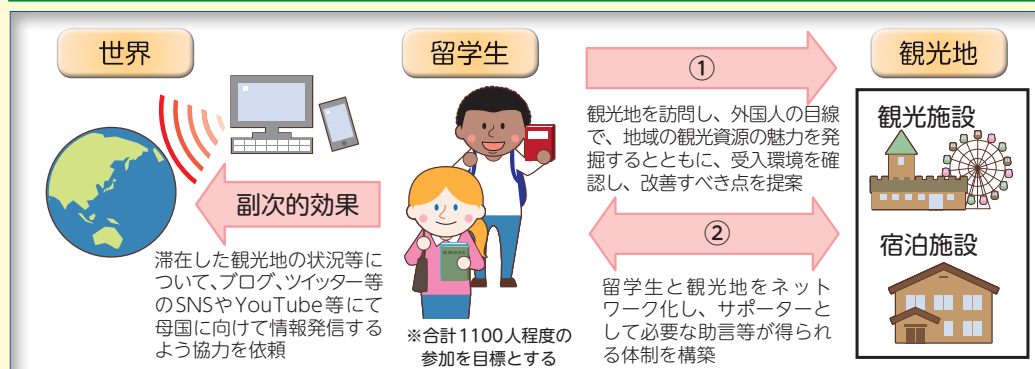


取組例

受入環境整備サポーター派遣事業（観光庁）

観光庁では、日本在住の外国人留学生等を受入環境整備サポーターとして各地に派遣し、地域の観光資源の魅力の再発見と、受入環境整備が遅れている部分の改善提案を行う事業を、平成23～25年度に実施しました。外国人の目線から課題を明確にし、情報発信や改善策を提案してもらうもので、情報発信にあたっては参加者のFacebookなどのSNSにより、世界に向けて多言語で情報発信されています。

日本在住の留学生等を受入環境整備サポーターとして、戦略拠点・地方拠点など全国の観光地へ派遣することで、地域の観光資源を発掘するとともに、受入環境整備が遅れている部分を外国人の目線から明確にし、外国人旅行者の増加に向けた情報発信や改善策を提案してもらうことで、訪日外国人旅行者の受入環境整備を促進する。



（資料）観光庁ホームページ

（２）市域全体周遊促進戦略

〈現状・課題〉

岩国市には、錦帯橋周辺以外の観光施設として、潮風公園みなとオアシスゆう、道の駅「ピュアラインにしき」、地底王国美川ムーバレーなど、各地の拠点となる資源があり、それぞれ年間数万人～十数万人の集客があります。岩国市全体の観光振興を図る上で、個々の施設の魅力向上は不可欠であり、各施設が満足度を高めることにより、新たな岩国市の魅力創出につながると考えられます。

また、それぞれの観光施設・資源が点在しており、連携が不十分であることが課題として挙げられます。個々の魅力を創出するとともに、相互の連携を強化し、市域全体の周遊を促進することが求められます。また、食材など地元産を求める観光客が多く、地域内の経済循環を高めるためにも、地産地消の推進など観光と農業の連携が求められます。

〈戦略〉

個別施設の魅力向上のために、ターゲットを絞ったプロモーションが重要です。例えば、地底王国美川ムーバレーや錦川清流線において、ファミリー層をターゲットとした企画の実施、周辺の飲食施設でのお子様メニューの開発など、個々の施設ごとにターゲットを設定し、ターゲットに合う周辺資源を活用し、集客を図ります。

また、観光客が訪問地を決定する要因として、目的地の魅力とともに、目的地周辺の観光資源や「食」の魅力が挙げられます。産直施設や地元産食材を使った飲食施設などを含めた周遊マップやWEBページの作成などによる立ち寄り資源の可視化を行います。また、錦帯橋やいろり山賊等の集客拠点における周遊マップの配布など、多様な資源や「食」の魅力のPRを行い、「立ち寄り型観光」といえる目的地以外の訪問地点を増やすことにより、訪日外国人観光客を含む来岩観光客の市域全体の周遊を促し、滞在時間の延長につなげます。

〈施策例〉

- 観光施設の魅力化事業
- 周遊マップ・統合パンフレットの作成
- WEBによる情報発信の充実
- 「食」の魅力の掘り起こし調査

関連事業

首都圏における「岩国ぶちうまグルメフェア」の開催

山口県のアンテナショップ「おいでませ山口館」において、平成26年11月に岩国ぶちうまグルメフェアを開催しました。4日間の期間中、岩国寿司や高森牛、岩国の酒蔵の日本酒、岩国れんこん、がんね栗など、岩国の名品が揃いました。

(資料) 一般社団法人山口県観光連盟ホームページ



関連資源

潮風公園みなとオアシスゆう

潮風公園みなとオアシスゆうは、延長450mのビーチをはじめ、健康遊歩道、イベントスペース、ふれあい交流・体験型学習施設などを設備した総合交流ターミナルです。ミクロ生物館では、ミクロ生物の実態を学び、標本作りなどを体験することができます。また、様々な体験学習会も開催しています。

(資料) 潮風公園みなとオアシスゆうホームページ



取組例

民間企業による周辺案内マップの作成

県外からも多くの集客がある“いろり山賊”では、お客様からの「食事の後、どこに行けばいいか?」という質問に答え、2013年5月に独自で周辺マップを作成しています。集客拠点からの周遊マップを現地で配布することにより、市域全体の周遊につなげています。

(資料) いろり山賊ホームページ



2. 市域の潜在資源を新たな活用で“いかす”

(1) 自然の魅力活用戦略

〈現状・課題〉

岩国市内には、自然資源が多く、キャンプ、登山、海水浴が楽しめる場所が数多くあります。特に錦川周辺は、釣り人だけでなく、アウトドアアクティビティ（沢登りやラフティング等）が好きな人、錦川清流線を楽しむ人、写真愛好家など県外から多くの人を訪れています。しかしながら、錦川沿いの駐車場や休憩場所などが少なく、錦川を楽しむ機会の提供ができておらず、また錦川清流線からの美しい景観を確保するための森林の整備も必要となっています。

〈戦略〉

「錦川を楽しむ」を合言葉に、自然体験プログラムの開発、景観に配慮した錦川清流線沿いの森林整備など、自然資源を楽しむための環境整備を推進するとともに、飲食施設の誘致や休憩場所の設置、アウトドア特集ホームページの開設、アウトドアショップ等と連携したプロモーションにより、錦川周辺を中心に、市内の自然資源へのアウトドア客の誘客を図ります。また、米軍岩国基地との連携による外国人を対象としたアウトドアプログラムの開発による外国人観光客の誘客や、ターゲットを小学生～高校生に絞った教育効果の高い自然体験プログラムの開発による体験型修学旅行の誘致を進めます。

〈施策例〉

- 錦川清流線沿線景観整備・周辺施設整備
- 自然体験プログラムの開発・情報発信
- 体験型修学旅行の誘致
- アウトドア事業者との連携事業

関連事業

体験型教育旅行 ～ やましろ地域

岩国市北部のやましろ地域では、豊かな自然の魅力をいかした体験型修学旅行の受入を行っています。また、ホームステイ先では、里山での暮らしや遊び、家の方々との温かい交流を通して、人間性豊かな子どもたちの成長を支えたいと考えています。

(資料) やまぐち元気！むらまち交流推進協議会ホームページ



取組例

アウトドア事業者との連携

アウトドア用品の商品開発・販売を行っている株式会社モンベルでは、自然保護活動や野外体験・環境学習などを実施しており、そのフィールドとして提携施設が集まるフレンドエリアを設定しています。中国地方では鳥取県の大山・皆生、若桜町、島根県の隠岐、三瓶、岡山県の鏡野町、広島県の江田島がフレンドエリアとなっており、地域と連携した事業を展開しています。

(資料) 株式会社モンベルホームページ



（2）多様な趣味・嗜好への対応戦略

〈現状・課題〉

岩国市には、徐々に知名度の高まりを見せている日本酒の酒蔵や、高森牛などの食資源があります。また、城下町の歴史がある岩国市は、吉川史料館、岩国徴古館など歴史資源が豊富であり、錦帯橋まつりでは吉川藩の参勤交代を模した大名行列が行われるなど、歴史ファンにとって魅力的な場所となっています。その他、広島東洋カープ由宇練習場、日米親善デー（米軍岩国基地）、錦帯橋ロードレースなどには、全国から人が集まっています。愛好家・ファンには魅力的な資源がありますが、一般的な認知度は低いことが課題といえます。

〈戦略〉

一般的な認知度は低いものの、愛好家・ファンにとっては魅力的な資源については、「それぞれの愛好家・ファンにとっての岩国市」となるよう、それぞれのファン層に対して、専門雑誌やWEBサイト、専門店を通じた「尖った」プロモーションを行います。日本酒など食資源、カープ、ランニング、サイクリング、歴史、ミリタリーなど、様々な切り口で岩国市の魅力を再発見し、新たなイメージ形成を図り、新たな観光客の誘客を図ります。また、定番資源との連携により、岩国市内の滞在時間の延長につなげます。

〈施策例〉

- 潜在資源の市場性調査
- 各市場に向けたプロモーション
- 市場ごとの受入環境整備

関連資源

岩国市の歴史資源

岩国市では、「岩国幕末紀行」というパンフレットを作成しており、特に幕末期における歴史資源について、ゆかりのある人物に焦点を当てつつ岩国市の歴史を紹介しています。巻末のマップには岩国市全域の幕末関連スポットが掲載されており、歴史ファンにターゲットを絞った充実した情報源となっています。

(資料) 岩国市公式観光ホームページ



関連資源

岩国市内の5つの酒蔵

岩国市内には5つの酒蔵があり、各酒蔵の尽力により既に一定の知名度があります。地酒と相性のよい郷土料理の提供などにより、「地元産」を求める観光客の満足度の向上が期待されます。



(資料) 山口県酒造組合 / 山口県酒造協同組合ホームページ

3. 一体的な観光振興に向けた新たな絆で“つなぐ”

(1) “おもてなし”態勢構築戦略

〈現状・課題〉

観光客の受入にあたり、市内観光事業者の“おもてなし”意識の醸成は不可欠です。観光業の振興のためにも、観光人材育成、受入態勢の充実が求められます。

また、観光ビジョン策定委員会、ワークショップ等においては、岩国市内の観光に関係する様々な組織の連携不足が指摘されており、一体的な観光振興を行うための組織の設置や協調態勢の確立が求められています。全国的に、観光地域づくりの中核となる新たな組織体のあり方として「観光地域づくりプラットフォーム」という概念が提示されており、地域と来訪者をつなぎ、持続的な活動を行う組織体の設置が全国各地で進んでいる中、岩国市においても「観光地域づくりプラットフォーム」となる組織体が求められます。

〈戦略〉

市内観光事業者の“おもてなし”意識の醸成に向けて、接客・接遇や外国人対応についての研修、指さし会話ボードなどターゲットに応じたおもてなしツールの作成を行い、観光人材の育成、受入態勢整備を進めます。

また、一体的な観光振興に向け、観光関係者が意見交換できる場づくりを行い、情報の集約・発信を行う仕組みを構築します。その上で、マーケティング、滞在コンテンツづくり、プロモーション、来訪者に対するワンストップ窓口など、岩国市の観光振興の中核を担う新たな観光推進組織を設立し、地域と来訪者、双方の満足度を高める取組を行います。

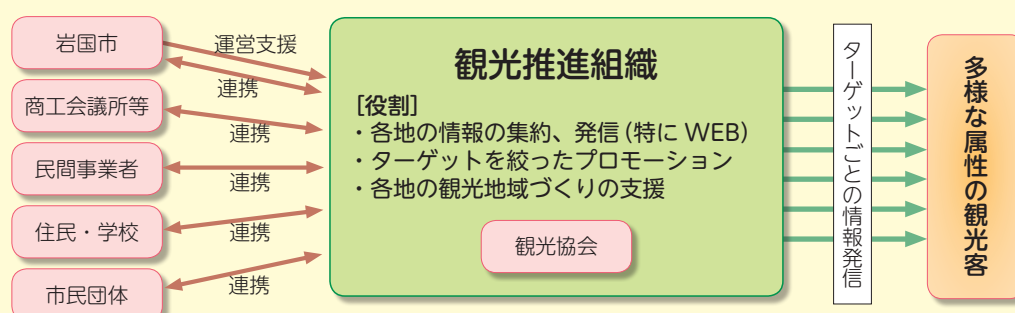
〈施策例〉

- 観光関係者の“おもてなし”意識の醸成
- 意識向上、一体的な情報発信を行う観光推進組織の設立

関連資料

ワークショップで得られた推進体制の案

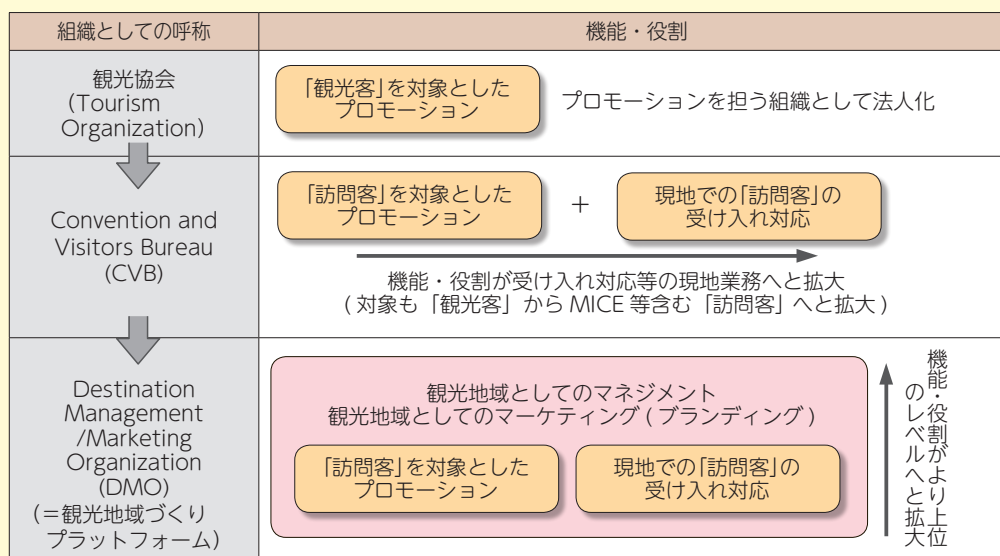
岩国市観光ビジョン策定ワークショップ第3回において、観光推進体制について検討し、観光専従人材の確保、情報の集約・一体的な発信などを担う体制として下図のようなイメージを描きました。今後、体制整備について、関係者による検討を重ねていく必要があります。



関連資料

国際的にみた観光推進組織の呼称と機能・役割の変遷

観光推進組織として一般に知られる「観光協会」は、観光客を対象としたプロモーションを行う組織でしたが、国際的にみると1980年代以降に業務や会議などの受入対応を行う機能を持つようになります。その後2000年代以降は地域外に対するマーケティング、地域内のマネジメント機能も求められるようになってきています。



(資料)「観光地域づくり人材育成実践ハンドブック2014」より抜粋
(平成26年3月 観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課)

(2) 広域連携による情報発信戦略

〈現状・課題〉

岩国市を訪れた観光客は、岩国市を訪れる前後に「広島・宮島」を訪問しており（前後合計約8割）、観光客の視点からは「広島・宮島」との結びつきが強い地域となっています。また、山口県内の近隣地域とも連携できれば、さらに効果的な観光地になると考えられます。岩国錦帯橋空港の観光客利用を増加させるためにも、近隣地域と連携したプロモーションを行い、広域的な集客力を向上させる必要があります。

〈戦略〉

首都圏に向けたプロモーションにあたっては、萩・津和野や県内近隣観光地とともに、世界遺産である厳島神社（宮島）、原爆ドーム（広島）との近接性をPRし、岩国錦帯橋空港の観光利用を促し、首都圏からの誘客を図ります。また、観光地間のスムーズな移動ができるよう、JRやバス会社と連携し、広島、宮島（及び宮島口）とのアクセス面での向上を図ります。

また、外国人観光客誘致に向けては、言語や習慣など国によって異なることから、ターゲットとなる国・地域を絞りプロモーションの展開及び受入態勢の整備を行う必要があります。錦帯橋などの文化遺産や錦川などの自然資源を活用し、訪日旅行者数の多い中国、韓国、台湾など東アジアからの誘客を図るとともに、近接する広島市や廿日市市への欧米系外国人の割合の高さや米軍岩国基地の立地などを活かした欧米系外国人観光客の誘致を進めます。

〈施策例〉

- 周辺地域の連携意向調査
- 周辺地域と連携したプロモーション活動
- 広島～宮島口～岩国のアクセス面向上
- 外国人観光客に向けた情報発信

関連事業

観光アプリ：広島・宮島・岩国観光ナビ

岩国市が参加する山陰・山陽スマート観光プロジェクト推進協議会では、平成 27 年 2 月 25 日にスマートフォン等を活用した観光案内アプリケーション「広島・宮島・岩国観光ナビ」の運用を開始しています。本アプリケーションを利用することで、広島市・廿日市市・岩国市の観光名所はもとより自然景観や寺社仏閣、郷土料理などの観光施設などを位置情報や一覧表で見ることができます。また、モデルコースとして、定番コースや歴史めぐり、パワースポットめぐりなど、テーマを設けた様々な観光ルートを紹介しております。今後は、音声案内を追加する予定としており、観光施設の説明を音声で聞くことができるようになります。日本語版と英語版があり、今後に対応言語を増やしていく予定です。

(資料) 岩国市公式観光ホームページ



4. 観光ビジョンの進め方

第3章「岩国市の目指す観光振興の姿」では、ビジョンの基本理念及び方向性について整理し、第4章「岩国市の観光振興の方針・戦略」の1～3ではビジョンの方向性に沿った戦略の内容について整理しました。

この観光ビジョンに沿って観光振興を進めていくにあたり、観光を取り巻く情勢の変化など様々な不確定要素があることから、観光ビジョンの実施状況を定期的に評価し、見直しを行うことが必要です。

そのため、「岩国市観光戦略会議」を設立し、観光ビジョンに沿った具体的な施策の展開や評価を行うとともに、目標数値を設定し、定期的に評価しつつ取組を推進していくこととします。

岩国市観光ビジョンの計画期間は岩国市総合計画との整合を図り、平成27年度から平成34年度までの8年間としており、平成34年の目標値として以下の通り設定します。

指標名	現状 (平成26年)	中間目標 (平成30年)	目標 (平成34年)
観光入込客数(万人)	297.0	400.0	420.0
外国人観光入込客数(万人)	2.7	8.0	10.0
錦帯橋入橋者数(万人)	62.4	81.6	85.0

第5章 アクションプラン

第3章で整理した3つの方向性の中の6つの戦略及び横断的・総合的視点に沿って、今後3年間程度で展開すべきアクションプランとして以下の通り整理します。

1. 錦帯橋周辺などの顕在資源を新たな発想で“みがく”

(1) 錦帯橋周辺地域の魅力向上戦略

①ワークショップでの意見・アイデア

- 岩国城における甲冑体験、城の前で記念撮影、錦帯橋周辺での岩国寿司作り体験、文化体験など、見学だけではなく、体験型の観光で滞在時間を延ばす滞在メニューづくり
- シーズンごとに祭り・行事、観光客への歓迎イベント、夜神楽を開催する神楽館
- 駅前地区の観光バスの駐車場整備、錦帯橋の駐車場整備など交通アクセスの向上

②具体策

- 錦帯橋周辺における魅力向上のメニュー開発
 - ・ 錦帯橋周辺における体験型プログラムの開発
 - ・ モニターツアー実施
 - ・ 継続的な事業展開
- 新たな駐車場整備の調査・検討
 - ・ 街なみ環境整備に合わせた新たな駐車場の検討・整備

③スケジュール

	H27・28年度	H29年度	H30年度以降
● 錦帯橋周辺における魅力向上のメニュー開発	● 体験型プログラムの検討	● モニターツアー実施	● 継続的な事業展開
● 新たな駐車場整備の調査・検討	● 観光駐車場のあり方検討調査	● 地元調整	● 観光駐車場整備

(2) 市域全体周遊促進戦略

①ワークショップでの意見・アイディア

- 総合ガイドブックの作成
- シーズン限定のガイド付き観光バス
- 岩国市内の資源の認知度を高めるための団体向けのガイド
- お土産物の充実、宿泊施設の整備

②具体策

- 観光施設等による受け入れ態勢の充実
 - ・観光施設ごとの魅力向上方策の検討
 - ・ターゲットを絞った企画、環境整備、プロモーション等の実施
- 主要観光施設ほか観光パンフレットの改善
 - ・市域全体の統合パンフレットの作成
 - ・集客拠点からの周遊マップ（観光施設、飲食施設、旬の情報など）の作成

③スケジュール

	H27・28年度	H29年度	H30年度以降
● 観光施設等による受け入れ態勢の充実	・観光施設ごとの魅力向上方策の検討 ・複数施設が連携したサービスの検討	・ターゲットを絞った企画、環境整備、プロモーション等の実施	・事業評価、検証の上、継続的な実施
● 周遊マップ・統合パンフレットの作成	・掲載コンテンツの整理、集約	・統合パンフレットの作成 ・周遊マップの作成	・継続的な情報発信

2. 市域の潜在資源を新たな活用で“いかす”

(1) 自然の魅力活用戦略

①ワークショップでの意見・アイデア

- 錦川のキャッチコピーをつくる、四万十川「最後の清流」のようなインパクトのあるもの
- 錦川沿いの休憩場所の確保、駐車場の整備
- 登山愛好家専門誌、アウトドア用品店、アウトドア見本市などにおいて、川下り・登山などを前面に出すなど、ターゲットに応じたPR先・PR内容の選定
- 自然体験ポータルサイトの開設、「山口」「岩国」「自然」「川」「魚釣り」「キャンプ」などの単語から検索できるHPの作成
- 登山道、川下りルート、シャワー・更衣室の整備
- 分かりやすい食事場所、地元食材を購入できる場所、トイレ情報の提供
- 首都圏の小・中・高校を対象としたPR
- 民泊（玖北・玖西）と宮島、錦帯橋のパッケージ化、窓口の一本化
- 修学旅行を対象とした使用料・入場料の割引、民泊家庭の増加

②具体策

- 自然体験プログラムの開発・情報発信
 - ・ファミリー向けの自然体験プログラムの開発
 - ・市ホームページにおけるアウトドア専用ホームページの開設
 - ・教育効果のある体験プログラム開発、利用施設の割引制度の導入
 - ・民泊家庭の増加、体験型修学旅行の誘致（プロモーション）
- アウトドア事業者との連携事業
 - ・アウトドア事業者（商品開発・販売）との連携によるコアファンへのプロモーション、モニターツアーの実施

③スケジュール

	H27・28年度	H29年度	H30年度以降
● 自然体験プログラムの開発・情報発信	・アウトドア資源の調査 ・教育効果のある体験プログラム開発	・専用ページの開設 ・旅行会社や学校へのプロモーション	・専用ページの運用 ・プロモーションの継続、修学旅行受入
● アウトドア事業者との連携事業	・連携可能性の検討	・連携協定等の締結、PR	・ツアー実施

(2) 多様な趣味・嗜好への対応戦略

①ワークショップでの意見・アイディア

- 吉川家・毛利家のドラマ化、時代祭り、アニメ・ゲームとコラボ展開、岩国城・吉川史料館の充実など、歴史マニア・愛好家を対象にした事業展開
- 酒蔵見学ツアー、岩国日本酒祭りなど日本酒ファンに向けた企画実施
- カープファンを対象にした若鯉総選挙（若い選手の人気投票）の実施、マツダスタジアム及び広島駅でのPR、アンテナショップの充実、由宇球場オリジナルグッズの販売など岩国市とカープの連携によるカープファンの集客促進
- ランナーやサイクリストが走りやすい道路整備、エイドステーションの充実、フルマラソンの開催
- 航空博物館を設置する（旧海軍、海自、可能であれば米軍やANAなど）

②具体策

● 潜在資源の市場性調査

- ・ 歴史、日本酒、カープ、ランニング、サイクリング、ミリタリーなど、多様な潜在資源に関する市場性調査（ターゲット毎の関係団体、情報媒体、ニーズを把握）
- ・ グッズ開発や「聖地」となる訪問先の整備など、それぞれのファン層に対して満足度を高める受入環境の整備

● 各市場に向けたプロモーション

- ・ それぞれのファン層に対して、専門雑誌やWEBサイト、専門店を通じた「尖った」プロモーションの展開

③スケジュール

	H27・28年度	H29年度	H30年度以降
● 潜在資源の市場性調査	● 市場性調査による先行ターゲットの設定	● 先行ターゲット以外の市場性検討 ● 絞ったターゲットに関する受入環境整備	● 多様なターゲットに関する受入環境整備
● 各市場に向けたプロモーション	—	● 絞ったターゲットに対するプロモーション	● ターゲットに対するプロモーションの継続

3. 一体的な観光振興に向けた新たな絆で“つなぐ”

(1) “おもてなし”態勢構築戦略

①ワークショップでの意見・アイデア

- 一体的な情報発信を行うため、既存の観光協会を拡大した新たな組織を設立する。新たな組織には岩国市からの金銭的支援、情報提供、職員出向、さらにコンサルタントからの提案、住民・学校からの意見を受け、民間事業者（各組合、商工会議所、商工会）の協力を得る。
- 観光関係団体（市民団体、商工会議所、商工会、農協、漁協、各組合）からの情報を岩国市が集約し、新たに設置する組織「統一窓口」で情報を集約する
- 他地域との差別化を図るため、ネーミングにも工夫する（例えば「宮島のヨコ.com」）
- 市民サポーター、専門家ともやり取りしながら、観光客やメディアに情報を提供する。
- 受け入れ側の観光地としての認識が必要、「今からここは観光地として賑わう」というように住民・事業者のマインドを変えなければならない

②具体策

- 観光関係者の“おもてなし”意識の醸成
 - ・ おもてなし研修の実施、観光地域づくり研修の実施
 - ・ 対象者を絞った研修や、ターゲットに応じたおもてなしツールの作成
- “おもてなし”活動の推進
 - ・ 市民団体等によるおもてなし隊の結成
 - ・ 観光大使によるPR活動の推進
- 関係者の協調態勢の整備、組織体の検討
 - ・ 岩国市全体の観光振興体制を検討、観光推進組織の設立
 - ・ 観光ビジョンの進捗状況を評価する機関「岩国市観光戦略会議」の設立

③スケジュール

	H27・28年度	H29年度	H30年度以降
● 観光関係者の“おもてなし”意識の醸成	・ おもてなし研修、観光地域づくり研修の実施	・ 外国人対応等テーマに沿ったおもてなし研修 ・ 指差し会話集などターゲットに応じたツールの作成	・ テーマに沿ったおもてなし研修の継続
● “おもてなし”活動の推進	・ おもてなし隊の設立検討 ・ 観光大使によるPR活動検討	・ おもてなし隊の設立 ・ 観光大使によるPR活動推進	・ おもてなし隊の活動支援・継続 ・ 観光大使によるPR活動の継続
● 関係者の協調態勢の整備、組織体の検討	・ 「岩国市観光ミーティング」の設立、組織イメージ検討 ・ 評価機関の設置	・ ミーティングの継続開催 ・ 観光推進組織の設立検討 ・ 評価機関による評価	・ 観光推進組織の設立 ・ 観光推進組織による観光事業の展開

(2) 広域連携による情報発信戦略

①ワークショップでの意見・アイディア

- 観光客全般に対して、TVCM、観光宣伝隊、ネット配信、情報メディア等の活用したプロモーションの実施
- 発信したい内容（地域行事）をメディアに情報提供しつつ宣伝的なアピールを濃くする
- インターネット・YouTube による情報発信（自由度が高く工夫次第でお金もかからない）
- 外国人向けプロモーションとして、YouTube 等のネットメディアを活用した発信
- 宮島で岩国観光をPR
- 首都圏での通勤・通学電車内の広告
- 広島駅から岩国駅までの間を 35 分でつなぐ（停車駅は宮島口駅のみ）観光快速の運行
- 岩国駅から錦帯橋までのノンストップバスの運行
- 首都圏から飛行機で 90 分という交通の利便性をアピール

②具体策

● 周辺地域と連携したプロモーション活動

- ・ 宮島の宿泊施設等に対する岩国錦帯橋空港の利用ニーズ調査
- ・ 多様な組織・団体・地域との連携構築
- ・ 岩国錦帯橋空港の利用促進を兼ねた首都圏に対するプロモーション
- ・ 関西エリア、福岡エリアなどに対するプロモーション

● 広域連携による情報発信の充実

- ・ 広域的に連携したSNS（Facebook 等）による情報発信の充実
- ・ 映像（動画や定点カメラ）を利用した情報発信の充実（イベントの様子、桜の開花状況等）

③スケジュール

	H27・28 年度	H29 年度	H30 年度以降
● 周辺地域と連携したプロモーション活動	● 周辺地域の連携ニーズ調査 ● 首都圏、関西、福岡プロモーション	● 広域観光周遊ルート等の活動推進 ● プロモーションの継続	● 連携事業実施 ● プロモーションの継続
● 広域連携による情報発信の充実	● 掲載コンテンツの整理、集約	● WEBサイトの構築 ● 動画配信コンテンツの作成	● 継続的な情報発信

4. 横断的・総合的戦略

(1) インバウンド等ターゲット戦略

①ワークショップでの意見・アイディア

- 外国人向けチラシ、パンフレットの作成（多言語）
- 市内施設や看板の外国語表示
- 外国人向けシーズン限定観光バスの運行
- 外国人向けに日本の文化体験（寿司づくり、そばづくりなど）を行い、食事をして、土産付きで楽しんでもらえるように受入態勢をつくるといいと思う

②具体策

● 外国人観光客の受入態勢整備

- ・ 主要地点等における Wi-Fi 環境の整備
- ・ サイン・看板等の英語表記、観光施設や飲食店における多言語案内・メニュー表示支援
- ・ 英語対応可能な観光ガイドの育成支援
- ・ 米軍岩国基地との連携等によるモニターツアーの実施
- ・ 消費税免税制度の導入支援

● 外国人観光客に向けた情報発信

- ・ 観光客の口コミ誘発（SNSによる情報発信）
- ・ 外国人観光客が利用するガイドブック、ウェブサイトとの連携

③スケジュール

	H27・28年度	H29年度	H30年度以降
● 外国人観光客の受入態勢整備	● 観光アプリの多言語化 ● Wi-Fi 環境の整備	● 観光施設における多言語表示支援 ● モニターツアーの実施 ● 消費税免税制度の導入支援	● 飲食店等における多言語表示支援 ● 英語対応可能な観光ガイドの育成支援
● 外国人観光客に向けた情報発信	● 観光ホームページの多言語化	● 観光客の口コミ誘発（SNSによる情報発信） ● 外国人観光客が利用するガイドブック・ウェブサイトへの情報掲載	● 外国人観光客が利用するガイドブック・ウェブサイトへの情報掲載

(2)「食」資源の開発・活用戦略

①ワークショップでの意見・アイデア

- 錦帯橋周辺で食事または宿泊して楽しめる資源が少ないため、夜を楽しめる地酒・地魚など岩国の食材限定の飲食会
- 地元食材を使った料理の提供、地産地消の推進による地域経済循環

②具体策

- P R すべき特産品認定の協議・検討
 - ・地元産の食材が購入できる店舗、食べることができる店舗などのリストアップ、マップ化
 - ・P R すべき特産品認定の協議・検討
 - ・地元食材を使った「食」の土産物の開発
- 観光「食」関係施設の誘致
 - ・立ち寄り資源としての「食」の魅力の掘り起こし
 - ・カフェ等の飲食店、パン屋等の物販施設など、「食」関係施設の誘致・設置

③スケジュール

	H27・28 年度	H29 年度	H30 年度以降
● P R すべき特産品認定の協議・検討	・「食」の魅力開発チーム設置・検討 ・リスト化・マップ化	・特産品認定の協議・検討	・土産物開発、情報発信
● 観光「食」関係施設の誘致	・掘り起こし調査	・継続的な情報収集	・施設誘致・設置

参考資料

1. 策定委員会 名簿・開催経緯

■ 岩国市観光ビジョン策定委員会名簿（敬称略）

◎委員長 ○副委員長

分 類	所 属 等	役 職	氏 名
観光関係団体	一般社団法人 岩国市観光協会	会長	光廣 雅治
	由宇町観光協会	会長	森重 正憲
	周東町観光協会	会長	藤岡 利康
	錦川観光協会	会長	白井 啓二
	美和町観光協会	会長	竹川 淳美
	岩国商工会議所	専務理事	木村 圭一
	岩国西商工会	事務局長	出雲 忠
	やましろ商工会	事務局長	白石 米男（H26年度）
		経営指導員	品川 一朗（H27年度）
	一般社団法人 岩国青年会議所	理事長	藤本 貴也（～H26.12） 落 裕一朗（H27.1～）
観光関係事業者	岩国ホテル旅館組合	組合長	森本 洋一
	西日本旅客鉄道（株） 徳山地域鉄道部 岩国駅	駅長	保見 孝好（～H27.6） 篠崎 安成（H27.7～）
	全日本空輸（株） 山口支店	支店長	谷藤 裕（H26年度） 山本 俊樹（H27年度）
	いわくにバス（株）	社長	上田 純史
学識経験者	(株)JTB 中国四国 交流事業開発室	室長	田村 秀昭
	県立広島大学 経営情報学部 経営学科	准教授	◎ 和田 崇
一般公募	公募	市民	河林 由貴子
	公募	市民	赤澤 佳織
	公募	市民	岩本 舜吾
岩国市	産業振興部	部長	○ 平井 健司
	観光振興課	課長	萬野 忠昭
	政策企画課	課長	中村 俊文（H26年度） 石橋 誠（H27年度）

■ 岩国市観光ビジョン策定委員会開催経緯

第1回	平成26年11月7日（金） 10：00～11：30
第2回	平成27年2月6日（金） 13：30～15：30
第3回	平成27年4月21日（火） 13：30～15：30
第4回	平成27年7月8日（水） 13：30～15：30

2. ワークショップ 開催経緯

■ 岩国市観光ビジョン策定ワークショップ 開催経緯

第1回	平成26年12月24日（水） 14：00～16：00 検討テーマ『何を、誰に楽しんでもらうか』 ○岩国市の魅力的な資源の確認 ○岩国観光のこれまでの取組の確認 ○岩国観光の進むべき方向性、あるべき姿（目標像）の検討
第2回	平成27年1月14日（水） 14：00～16：00 検討テーマ『具体的に何をやればよいか』 ○観光ビジョンの柱立て（案）の説明 ○観光ビジョンに盛り込むべき内容の検討 （柱立て、施策イメージ）
第3回	平成27年2月20日（金） 14：00～16：00 検討テーマ『誰がどうやって実現させていくか』 ○観光振興組織のあり方・必要性の検討 ○関係者の役割分担の検討



岩国市