

## 重点目標5 地域の魅力を活かすために

## 個別目標1 魅力を活かした地域活性化

## 1 地域資源を活かした観光振興

## 基本方針

「光市観光基本構想」に基づき、本市観光資源の再評価と再構築を進め、昨今のトレンドやニーズを捉えた観光資源のネットワーク化や、自然・歴史資源等の未整備観光資源の積極的な掘り起こしと活用により、新たな光ブランドを創造する戦略的な観光施策を展開し、通年型の観光地としての魅力を高め、地域活性化を推進します。

## 10年後のまちの姿

- 光市の魅力を感じるため、多くの人が訪れています。
- 多彩な観光資源の中から、観光客がテーマに応じた観光メニューを選択できる観光地づくりが進んでいます。
- 市民のホスピタリティが向上し、観光客と地域との交流が盛んになっています。

## 現状と課題

近年、ライフスタイルや価値観の多様化に伴い、自分らしさ求める傾向が強まっており、従来の団体中心の「見る」観光から、個人・小グループを中心とする「食べる」「遊ぶ」「学ぶ」「滞在する」参加体験型の観光へと大きく変化しています。

また、観光の原点は、ただ単に名所や風景などの「光を見る」ことだけではなく、地域に住む人々がその地に住むことに誇りをもつことができ、幸せを感じられることによって、その地域が「光を放ち」、訪れる人々が「光を感じる」ことにあると言われており、地域の個性と魅力を活かした、訪れる人の心を打つ観光の創出と振興が求められています。

本市には、白砂青松の室積・虹ヶ浜海岸があり、西日本屈指の海水浴場として多くの人々が訪れているとともに、周防橋立と称される象鼻ヶ岬や数々

の史跡を残す石城山、そして、日本の歴史公園100選に選定された初代内閣総理大臣伊藤博文公の生家等がある伊藤公記念公園など、自然や歴史に育まれた多くの観光資源が存在しており、中でも、春には多くの観梅客で賑わう梅の里を中心とした冠山総合公園は、年間を通じた観光の拠点ともなりつつあります。

しかしながら、こうした観光資源は十分な活用がされておらず、また、資源相互のネットワークが図られていない状況であり、地域の特色あるイベント開催に加え、「自然環境」や「第二奇兵隊」などのテーマで結ぶ観光資源のネットワーク化や、石城山神籠石など新たな観光素材の発掘・創造、ブランド化、ホスピタリティの向上などにより、多様な観光ニーズに対応していく必要があります。

## まちづくりの指標

| まちづくりの指標        | 近況値<br>(平成17年) | 前期目標<br>(平成23年) | 参考値<br>(平成28年) |
|-----------------|----------------|-----------------|----------------|
| ①観光入込客数（年間）     | 775千人          | 900千人           | 1,000千人        |
| ②宿泊観光客数（年間）     | 75千人           | 90千人            | 100千人          |
| ③「観光の振興」に関する満足度 | 13.0%          | 20.0%           | 30.0%          |

※指標③ 市民アンケート調査

## 施策展開の方向

### 地域資源を活かした観光振興

- ◇観光資源の創出とネットワークの形成
- ◇光ブランドイメージの創出と観光PRの推進
- ◇特色ある祭りやイベント等の振興

#### (1) 観光資源の創出とネットワークの形成

冠山総合公園、伊藤公記念公園などの観光拠点の活用を促進するとともに、虹ヶ浜・室積海岸など豊かな自然、そして第二奇兵隊や石城山神籠石など歴史をテーマにした総合的な観光振興を図るため、関連施設や周辺環境の整備充実に努めます。

また、観光案内所などの観光拠点や観光資源のネットワーク化を図り、潜在する観光資源を掘り起こすとともに、観光ボランティアの育成や市民による観光応援団の設立や観光事業者等との連携による推進体制の充実など、本市の魅力を満喫できる観光振興に努めます。

さらに、観光客のリピーター化により交流人口の増加を目指すとともに、観光関係者の主体的な取り組みを促進し、観光関連産業の育成と活性化に努めます。

#### (2) 光ブランドイメージの創出と観光PRの推進

豊かな自然環境・歴史資源の活用や地域のアイデンティティを高めるとともに、光ブランドイメージの創出のための検討を行います。

また、観光資源やイベント等を県内外に周知するため、ホームページの充実、観光案内看板や観光ガイドブック等の整備を推進するとともに、各種マスメディアを活用した積極的な情報発信を展開します。

#### (3) 特色ある祭りやイベント等の振興

市のイメージアップと観光客の増加を図るため、スターライトファンタジー、光花火大会など地域資源を活かした特色あるイベント等を展開するとともに、伝統的な祭りや風物詩の振興とPRにより、市内外から集客の増加を図ります。

## 主要な施策・事業例

|                  | 前 期 |    |    |    |    | 後 期   | 担 当            |
|------------------|-----|----|----|----|----|-------|----------------|
|                  | 19  | 20 | 21 | 22 | 23 | 24-28 |                |
| 観光情報の発信          |     |    |    |    |    |       | 商工観光課          |
| 観光拠点・観光案内所の整備    | 検討  |    |    |    |    |       | 商工観光課          |
| 新たな観光資源の開発・整備    | 検討  |    |    |    |    |       | 商工観光課          |
| 観光ビジネスの育成・支援     |     | 検討 |    |    |    |       | 商工観光課          |
| ボランティアガイドの育成・支援  |     |    |    |    |    |       | 商工観光課          |
| 観光応援団制度の創設       | 検討  |    |    |    |    |       | 商工観光課          |
| 光ブランドイメージの創出     | 検討  |    |    |    |    |       | 商工観光課          |
| 観光モデルコースの開発      | 検討  |    |    |    |    |       | 商工観光課          |
| 広域観光ネットワークの充実    |     |    |    |    |    |       | 商工観光課          |
| 海水浴場の整備・充実       |     |    |    |    |    |       | 商工観光課          |
| 海水浴場集客向上対策の推進    |     |    |    |    |    |       | 商工観光課          |
| 通年型イベント（花・歴史）の開催 | 検討  |    |    |    |    |       | 商工観光課<br>都市整備課 |
| 観光資源のネットワーク化の推進  | 検討  |    |    |    |    |       | 商工観光課          |

## 重点目標5 地域の魅力を活かすために

## 個別目標1 魅力を活かした地域活性化 2 交流と定住のまちづくり

## 基本方針

地域資源を活用した生活体験の創出や一定期間の交流滞在から定住へと進む仕組みづくりなど、多様な受け皿を創出するとともに、人口定住に関する総合的なサポート体制の構築と全国に向けた情報発信を展開します。

また、「おっぴ都市推進プラン」の展開による子育て世代の定住を促進するとともに、「自然敬愛都市推進プラン」などの展開により地域の魅力を高め、交流人口の増加を目指します。

## 10年後のまちの姿

- 本市の魅力を活かした交流機会が創出され、定住が進んでいます。
- 定住促進のための体制や定住者と地域とのネットワークが構築されています。
- 交流人口が増加し、人々のふれあいが盛んな活気にあふれたまちになっています。

## 現状と課題

人口減少は、消費をはじめとした経済活動の停滞をもたらし、保険や年金などの社会保障制度の維持が困難になるとともに、高齢化の進行ともあいまって、自治会活動や地域の祭りといった地域コミュニティが維持できなくなるなど、地域社会全体の活力の低下につながる重大な問題であり、定住人口や交流人口の増大に向けた取組みが大きな課題となっています。

本市では、これまで若者やUJIターン希望者を対象とするUJIターン情報のホームページを作成し、幅広い情報の提供に努めてきましたが、団塊世代の大量退職などに伴い、ふるさとへの定住を含め、セカンドライフを地方で過ごしたいという意識が高まりを見せており、こうした時代の潮流を的確に捉えた定住対策の促進が求められています。

特に、同世代は、高度な知識や経験を有するとともに、多様な価値観を持ち、趣味や志向も多岐にわたり、画一的な施策では効果的な定住促進は望めないことから、本市の持つ有位性を活かした多様な受け皿づくりと、地域を巻き込んだ総合的なサポート体制を構築する必要があります。

また、少子社会において、若者を対象とした人口定住の促進が大きな課題となっていますが、今後、大規模な企業誘致等による人口の増加が見込めない中で、本市の大きな有位性である「おっぴ都市宣言」によるまちづくりなどにより、子育て世代の定住を促進するとともに、他に類のない素晴らしい自然環境を活かしたまちづくりの推進等による交流人口の増加と地域の活性化を進める必要があります。

## まちづくりの指標

| まちづくりの指標               | 近況値<br>(平成17年) | 前期目標<br>(平成23年) | 参考値<br>(平成28年) |
|------------------------|----------------|-----------------|----------------|
| ①転入者数(年間)              | 1,862人         | 1,900人          | 2,000人         |
| ②今後もずっと光市で暮らしたいという人の割合 | 69.6%          | 75.0%           | 80.0%          |
| ③(仮称)光市出身者の会の会員数       | —              | 増加              | 増加             |

※指標① 山口県人口移動統計調査 指標② 市民アンケート調査 指標③ 光市出身者の会(今後設立予定)

## 施策展開の方向

### 交流と定住のまちづくり

- ◇地域の魅力を活かした多様な定住対策の促進
- ◇地域の特性を活かした多様な交流機会の創出

#### （1）地域の魅力を活かした多様な定住対策の促進

団塊の世代などをターゲットとして、地域の魅力を活かした特色ある定住促進策や交流機会を創出するとともに、光市の住みよさをPRし、二地域居住など光市への定住へつなげます。

また、子育て世代を中心とした定住促進を図るため、『ひかり未来戦略』の一つである「おっばい都市推進プラン」を積極的に推進します。

こうした施策に加えて、定住に必要な基本的情報の一元化や受け入れ態勢の整備など、定住希望者への総合的な支援体制を構築するとともに、ホームページ等を活用した積極的な情報発信に努めます。

#### （2）地域の特性を活かした多様な交流機会の創出

観光振興による交流を促進するとともに、地域の特性を活かしたまちづくりを推進することにより、交流人口の増加と地域や経済の活性化を推進します。

また、本市における交流の核ともなっている冠山総合公園の充実や三島温泉健康交流施設及び特産品直売施設との連携を促進することにより、交流人口のさらなる増加と回遊性の向上に努めます。

## 主要な施策・事業例

|                          | 前 期          |    |    |    |    | 後 期   | 担 当            |
|--------------------------|--------------|----|----|----|----|-------|----------------|
|                          | 19           | 20 | 21 | 22 | 23 | 24-28 |                |
| 地域における受入れ体制づくり           | 検討<br>.....→ | 実施 |    |    |    |       | 企画情報課          |
| （仮称）出身者の会等による人的ネットワークの構築 |              |    |    |    |    |       | 企画情報課          |
| 定住相談窓口の設置                | 検討<br>.....→ | 実施 |    |    |    |       | 企画情報課          |
| 定住希望者等への情報提供             | 検討<br>.....→ | 実施 |    |    |    |       | 企画情報課<br>商工観光課 |