

# 第2章

---

## 目標と施策展開

- 1 基本方針
- 2 アクションプランの方向性
- 3 総合評価指標
- 4 アクションの体系
- 5 アクションの内容



伊藤公資料館

## 1 基本方針

「第2次光市総合計画」では、本市が目指す将来像

### 「ゆたかな社会 ～やさしさひろがる 幸せ実感都市 ひかり～」

を実現するために、「産業の活力とにぎわいがゆたかに行き渡るまち」を基本目標に掲げ、観光の振興と交流促進により、人が行き交い、にぎわう、活力あふれるまちを目指して、次の「基本方針」と「施策展開の方向」を定めています。

#### 【基本方針】

時流を捉えた観光に関する「光市観光アクションプラン」を策定し、市内観光拠点のネットワーク化をはじめ、山口県や周南広域観光連携推進協議会等とも連携しながら、あらゆる媒体の活用による戦略的な情報発信を進め、観光客の誘致に努めます。

また、多様化する観光のニーズに対応できる人材の育成や、老朽化する観光施設等の更新など受入体制の整備を進めます。

さらに、特色ある祭りやイベント等の振興を図るとともに、スポーツ大会など、観光以外の交流人口の増加を図ります。

#### 【施策展開の方向】

##### (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、室積・虹ヶ浜海岸など豊かな自然、第二奇兵隊や石城山神籠石などの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るとともに、潜在する観光資源の掘り起こしと磨き上げを促進します。

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、「光の海」や光市農業振興拠点施設「里の厨」を活用したツーリズムの推進をはじめ、観光ボランティアの育成・支援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るとともに、観光関係者の主体的な取組みを促進し、観光関連産業の育成と活性化に努めます。

さらに、観光客のさらなる増加によるまちのにぎわいを創出するため、施策展開の計画を策定します。

このほか、県や周南広域観光連携推進協議会等と連携し、圏域内の広域観光ルートの構築に努め、観光誘客を推進します。

##### (2) 光ブランドイメージの創出と観光PRの推進

「光の海」をはじめとする、ゆたかな自然環境や歴史資源の活用により地域の独自性を高めるとともに、「光」をテーマとする事業の開発などにより固有の光ブランドイメージを創出します。

また、観光拠点・観光案内所の充実を図るとともに、多様化した観光需要に対応するため、観

光資源やイベント等を県内外はもとより、海外にも情報発信するため、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など、各種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、海水浴場の安全性の向上を図るとともに、冠山総合公園や伊藤公資料館における特別展、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します。

また、伝統的な祭りや郷土芸能、風物詩の振興とPRにより、市内外からの集客の増加を図ります。

### (4) 地域の特性を活かした多様な交流機会の創出

観光振興だけでなく、文化・スポーツ・産業など様々な視点から、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、交流人口の増加や地域経済の活性化を推進します。

また、本市の魅力創出や観光資源のネットワーク化等により回遊性の向上に努めるとともに、本市の特色を活かした、花や歴史といった各種のイベントをシリーズ化・通年化することにより、観光客のリピーター化や本市ファンの増加を目指します。



伊藤公資料館

## 2 アクションプランの方向性

本プランは、「第2次光市総合計画」で定めた基本方針に基づいた取組みを具現化する計画として策定するものです。

「第2次光市総合計画」に掲げた、4つの施策展開の方向については、その考え方を変えることなく、改めて観光の現状やアンケート調査結果、本市における観光の課題等を踏まえ、本市の観光のさらなる振興の視点から再整理を行い、プランの方向性として次の3つを定めました。

### 方向性Ⅰ 光ブランドの創出と魅力ある観光資源の創出

「光」という名前を活用した事業や「光」をテーマとした事業の展開、「光の海」を活用した賑わいの創出、伊藤公生誕地としての知名度向上やスポーツイベントの誘致と連携、さらには、本市の有する自然や歴史、文化をはじめ、新たな視点を加えた観光ルートの設定など、観光素材・メニューの発掘と磨き上げにより、光ブランドの創出と魅力ある観光資源の創出を目指します。

### 方向性Ⅱ 多様化する観光ニーズに対応した受入環境の構築

本市の観光の魅力度を高めるため、自然や歴史、文化などの資源に加え、民間事業者等との連携のもと、「食べる」、「泊まる」、「体験する」、「和む」といった機能の拡充をはじめ、市民や関係団体等との協力による「おもてなし」の視点からの環境づくりなど、観光客の年代や性別、趣味・嗜好等により多様化する観光ニーズに対応した受入環境の構築を目指します。

### 方向性Ⅲ 幅広い媒体を活用した戦略的プロモーションの展開

本市が「選ばれる観光地」となるためには、魅力ある観光資源と観光ニーズに対応した受入環境を市内外の多くの人に知ってもらう必要があります。このため、ターゲットに応じて幅広い媒体、様々な機会を活用し、効果的・効率的にシティセールスや情報発信を図るなど、戦略的なプロモーションの展開を目指します。

### 3 総合評価指標

「光市観光基本構想」で掲げた「観光入込客数の目標 100 万人／年」が、最終年の平成 28 年に 95 万 7,000 人と目標未達成であったことも踏まえ、目標達成の評価を行うための総合的な評価指標を次のとおりとします。

**平成34年 観光客数(年間) 110万人以上**



ばら祭り（冠山総合公園）



渚のライトアップ（虹ヶ浜海水浴場）

7月から8月にかけて、虹ヶ浜海水浴場の砂浜約200mにコンピュータープログラミングを使用した特殊照明装置によって夜間の砂浜をライトアップし、幻想的な空間を演出。

## 第2次光市総合計画

### 光市観光アクションプラン

第2次光市総合計画  
施策展開の方向性

方向性

アクション

第2次光市総合計画 主な事業例

(1) 観光資源の創出と  
ネットワークの形成

(2) 光ブランドイメージの  
創出と観光PRの推進

(3) 特色ある祭りや  
イベント等の振興

(4) 地域の特性を活かした  
多様な交流機会の創出

**I 光ブランドの創出と  
魅力ある観光資源の創出**

**II 多様化する観光ニーズに  
対応した受入環境の構築**

**III 幅広い媒体を活用した  
戦略的プロモーションの展開**

- 1 「光の海」を活用した賑わいの復活
- 2 「光」をテーマとした話題性の創出
- 3 伊藤公生誕地としての知名度向上
- 4 スポーツイベント等の誘致促進と連携
- 5 観光モデルコースの構築
- 1 観光関連産業の拡充
- 2 グリーンツーリズム・ブルーツーリズムの推進
- 3 「おもてなし」の充実
- 1 シティセールスと情報発信の強化
- 2 広域連携の強化

- 海水浴場集客向上対策の推進
- 光ブランドイメージの創出
- 通年型イベント（花・歴史）の開催
- 伊藤公記念公園の整備と活用
- 明治維新150年記念事業の展開
- 各種スポーツイベント・  
スポーツ教室の開催
- 観光モデルコースの構築
- 新たな観光資源の開発・整備
- グリーンツーリズム・  
ブルーツーリズムの推進
- 観光拠点・観光案内の充実
- ボランティアガイドの育成・支援
- 観光情報の発信
- 観光資源のネットワーク化の推進

## 5 アクションの内容

### 方向性Ⅰ 光ブランドの創出と魅力ある観光資源の創出

|              |   |        |        |        |        |
|--------------|---|--------|--------|--------|--------|
| アクション<br>Ⅰ-1 | 「光の海」を活用した賑わいの復活  |        |        |        |        |
| 概要           | 本市を代表する観光資源である「美しい自然海岸」の往時の賑わいを取り戻すための対策を検討します。   |        |        |        |        |
| 施策例          | ① 海水浴をイメージできる、まちの統一的な雰囲気づくりの調査研究<br>② 食事・休憩施設など、人々が集まり楽しめる施設やコンテンツなど民間の創意工夫を活用した「にぎわい空間」の調査研究 |        |        |        |        |
| 主な関係部署       | 経済部、環境部、建設部   |        |        |        |        |
| 実施時期         | 平成30年度  | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 |
|              |   |        |        |        |        |
|              | →   |        |        |        |        |



サンドアート in 光



虹の鯉のぼりプロジェクト

|              |   |        |        |        |        |
|--------------|---|--------|--------|--------|--------|
| アクション<br>I-2 | 「光」をテーマとした話題性の創出  |        |        |        |        |
| 概要           | 自然が豊かで四季折々の花が楽しめるといった光市のイメージをさらに高めるため、既存のイベントの創意工夫による充実や、新規事業の調査研究に取り組みます。  |        |        |        |        |
| 施策例          | ① 「渚のライトアップ」や「灯花祭」など「光」をテーマとしたイベントの創意工夫による充実<br>② 市民や関係団体等と連携しながら、観光資源の魅力の発掘や磨き上げを行い、情報発信できる仕組みづくり<br>③ 「だるま夕日」や「イワシの打上げ」など光市オリジナルの素材を活用した事業の展開<br>④ 光の自然を活用したイベントや体験教室の創意工夫による充実と新規事業の調査研究 |        |        |        |        |
| 主な関係部署       | 経済部、政策企画部、建設部   |        |        |        |        |
| 実施時期         | 平成30年度  | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 |
|              |   |        |        |        |        |
|              | ➔   |        |        |        |        |



灯花祭



だるま夕日

|              |   |        |        |        |        |
|--------------|---|--------|--------|--------|--------|
| アクション<br>I-3 | 伊藤公生誕地としての知名度向上   |        |        |        |        |
| 概要           | 平成30年の明治維新150年を迎えるにあたり、近代国家の礎を築き、「光」を灯す重要な役割を担った一人である、初代内閣総理大臣伊藤博文公の生誕地としての知名度向上に取り組みます。  |        |        |        |        |
| 施策例          | ① 「明治維新150年カウントダウン記念企画展伊藤ドラマ」の開催<br>② 「伊藤公生家茅屋根の葺き替え」体験事業<br>③ 「山口ゆめ花博」の開催協力と光市デーのイベント展開<br>④ 幕末維新をテーマとした山口県の観光キャンペーン「やまぐち幕末ISHIN祭」でのPRの強化<br>⑤ 観光物産PR展等でのPRの強化 |        |        |        |        |
| 主な関係部署       | 経済部、建設部、教育委員会   |        |        |        |        |
| 実施時期         | 平成30年度  | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 |
|              | → ①②③④  |        |        |        | →      |



伊藤博文公



伊藤公生家紅葉

|              |  |        |        |        |        |
|--------------|--|--------|--------|--------|--------|
| アクション<br>I-4 | スポーツイベント等の誘致促進と連携  |        |        |        |        |
| 概要           | 交流人口の増加に向け、既存の観光資源だけでなく、スポーツイベント等の誘致による「楽しみ」の場の創出と、それらとの連携による観光PRに取り組みます。  |        |        |        |        |
| 施策例          | <ul style="list-style-type: none"> <li>① サンセットビーチランをはじめとするスポーツイベント等を活用した観光PR</li> <li>② 関係団体等と連携したスポーツ・レクリエーション活動等の誘致促進</li> <li>③ 「レノファ山口」をはじめとした県内スポーツ団体との連携やサイクルエイドの設置などへの協力</li> </ul> |        |        |        |        |
| 主な関係部署       | 経済部、政策企画部、福祉保健部、教育委員会  |        |        |        |        |
| 実施時期         | 平成30年度   | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 |
|              | ➡  |        |        |        |        |

|              |   |        |        |        |        |
|--------------|---|--------|--------|--------|--------|
| アクション<br>I-5 | 観光モデルコースの構築   |        |        |        |        |
| 概要           | 本市の観光資源の魅力を高め、観光客の滞在時間の延長を促進するため、一つひとつの観光資源を有機的につなぎ合わせた観光モデルコースの構築に取り組みます。  |        |        |        |        |
| 施策例          | <ul style="list-style-type: none"> <li>① 現行のモデルコースの見直しと、自然・歴史・文化などのテーマ性をもった観光コースの設定</li> <li>② 「食べる」、「泊まる」、「体験する」、「和む」などの視点をつなぎ合わせた観光コースの設定</li> <li>③ 周辺市町と連携した観光モデルコースの構築と調査研究</li> </ul> |        |        |        |        |
| 主な関係部署       | 経済部、福祉保健部、教育委員会   |        |        |        |        |
| 実施時期         | 平成30年度  | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 |
|              | ➡   |        |        |        |        |

方向性Ⅱ 多様化する観光ニーズに対応した受入環境の構築

|              |  |        |        |        |        |
|--------------|--|--------|--------|--------|--------|
| アクション<br>Ⅱ-1 | 観光関連産業の拡充  |        |        |        |        |
| 概要           | 観光による効果を市内で循環させることによる、地域の活性化を図るため、関係事業者等と連携しながら魅力のある土産品・特産品の開発や、飲食店・宿泊施設の誘致など、観光関連産業の拡充を促進します。   |        |        |        |        |
| 施策例          | ① 「光」という名前や地域資源を活用した魅力のある土産品や特産品の開発促進<br>② 地元食材を活用したご当地グルメの開発促進による「食」の魅力づくり<br>③ 飲食店や宿泊施設をはじめとする観光関連産業の立地促進による拡充<br>④ 地元産海産物が販売できる場の調査研究 |        |        |        |        |
| 主な関係部署       | 経済部、福祉保健部  |        |        |        |        |
| 実施時期         | 平成30年度   | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 |
|              | →  |        |        | ①      | →      |



イチゴソフトクリーム



あかもぐ



梅大福



ひかり冠梅



虹の松原



開運イチヨウカード



米のおっぱい  
光市観光協会「ひかり花館」販売

|              |  |        |        |        |        |
|--------------|--|--------|--------|--------|--------|
| アクション<br>Ⅱ-2 | グリーンツーリズム・ブルーツーリズムの推進                                    |        |        |        |        |
| 概要           | グリーンツーリズムやブルーツーリズムなど第一次産業と連携した体験型・着地型旅行の受入環境づくりに取り組みます。  |        |        |        |        |
| 施策例          | ① 里の厨等を活用したグリーンツーリズムの推進<br>② 山口県スポーツ交流村等を活用したブルーツーリズムの推進 |        |        |        |        |
| 主な関係部署       | 経済部、教育委員会  |        |        |        |        |
| 実施時期         | 平成30年度   | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 |
|              |  |        |        |        |        |
|              | ➔  |        |        |        |        |

- \* 1 グリーンツーリズム ・ ・ 農山漁村地域において、自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のこと。
- \* 2 ブルーツーリズム ・ ・ 魅力的で充実したマリンライフの体験を通じて心と体をリフレッシュさせる余暇活動のこと。



セーリングチャレンジ(山口県スポーツ交流村)



そば打ち体験(里の厨)

|              |   |        |        |        |        |
|--------------|---|--------|--------|--------|--------|
| アクション<br>Ⅱ-3 | 「おもてなし」の充実  |        |        |        |        |
| 概要           | 本市を訪れる観光客に満足してもらい、再び来訪してもらうため「おもてなし」という視点による、本市の観光情報・案内の提供や環境づくりに取り組みます。  |        |        |        |        |
| 施策例          | ① 「古地図を片手にまちを歩こう」事業の拡充とボランティアガイドの育成・支援<br>② 市内観光関連団体や施設でのクーポンやスタンプラリーなど、各種イベントを連結したプログラム等の共同企画・実施<br>③ 観光資源を面的につなぐ公共交通網の整備<br>④ インバウンド対応として英語版「光市観光ガイドBOOK」や山口県観光連盟が提供する外国人観光客向けサービス「やまぐちコールセンター」などの周知・活用 |        |        |        |        |
| 主な関係部署       | 経済部、教育委員会   |        |        |        |        |
| 実施時期         | 平成30年度  | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 |
|              |   |        |        |        |        |
|              | ➔   |        |        |        |        |



室積観光ボランティアガイド



世界スカウトジャンボリー(室積海水浴場)

### 方向性Ⅲ 幅広い媒体を活用した戦略的プロモーションの展開

|              |  |        |        |        |        |
|--------------|--|--------|--------|--------|--------|
| アクション<br>Ⅲ－１ | シティセールスと情報発信の強化  |        |        |        |        |
| 概要           | 本市のイメージと知名度の向上を図るため、様々な媒体を積極的に活用することにより、シティセールスと情報発信の強化に取り組みます。  |        |        |        |        |
| 施策例          | ① WebやSNS等を活用したイメージアップ戦略の展開<br>② 都市圏での観光プロモーションの推進<br>③ 映画・ドラマ・CM・プロモーションビデオ等の撮影誘致やフィルムコミッションなどの受入環境づくりの促進<br>④ キャラクターなどを活用した観光PRの推進<br>⑤ 駅等を活用した観光案内など観光情報案内の強化 |        |        |        |        |
| 主な関係部署       | 経済部、政策企画部、福祉保健部  |        |        |        |        |
| 実施時期         | 平成30年度   | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 |
|              |  |        |        |        |        |
|              | ➡  |        |        |        |        |

|              |   |        |        |        |        |
|--------------|---|--------|--------|--------|--------|
| アクション<br>Ⅲ－２ | 広域連携の強化   |        |        |        |        |
| 概要           | 本市だけでなく、県や周辺市との広域連携により、それぞれの地域の観光資源を有機的につなぐとともに、観光PRなどの一体的な取り組みを進めます。                 |        |        |        |        |
| 施策例          | ① 山口県や（一社）山口県観光連盟との連携強化による大型観光キャンペーンの推進<br>② 周南広域観光連携推進協議会との連携強化による観光周遊促進事業や観光PR事業の推進 |        |        |        |        |
| 主な関係部署       | 経済部   |        |        |        |        |
| 実施時期         | 平成30年度  | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 | 平成34年度 |
|              |   |        |        |        |        |
|              | ➡   |        |        |        |        |