

# 宇部市観光交流アクションプラン

オンリーワンの魅力で  
ひろがる交流



宇部市

令和4年（2022年）3月



## 「オンリーワンの魅力で

## ひろがる交流」



令和の時代を迎えて間もなく、新型コロナウイルス感染症拡大により、私たちを取り巻く環境は一変し、多様な働き方や新しい生活様式への変化が加速する中、観光分野においても、ワーケーションや二地域居住など、今後、観光に関わる行動や欲求、価値観などが大きく変わることが予想されます。

このような中、令和3年3月に本市出身の庵野秀明監督の最新作「シン・エヴァンゲリオン劇場版」が公開され、映画の舞台のモデルの一つとしてJR宇部新川駅周辺が取り上げられたことから、近隣のみならず全国から多くのファンが訪れるなど、観光業界にとっても明るい兆しが見えてきました。

この機会をチャンスと捉え、ときわ公園や野外彫刻など、宇部ならではの様々な魅力にアニメ聖地といった新たな魅力を加え、これらの観光・地域資源を活用することで、より一層の交流創出を図り、地域経済の活性化やにぎわい創出につなげたいと考えています。

そこで、このたび「第五次宇部市総合計画」の策定に合わせ、「オンリーワンの魅力でひろがる交流」を基本方針とする「宇部市観光交流アクションプラン」を策定したところです。

今後、本プランに基づき、市民の皆様にとっても、来訪者との交流を通じて、ふるさと宇部を誇りに思えるよう、「共創」の理念のもと、市民、事業者、行政が相互に連携協力した観光施策を展開してまいりますので、より一層のご理解とご協力をお願いします。

結びに、本アクションプランの策定にあたり、アンケート調査等により貴重なご意見をいただきました市民の皆様方をはじめ、ご協力いただきました観光事業者、観光関係団体の皆様方に心から感謝を申し上げます。

令和4年(2022年)3月

宇部市長 篠崎 圭二

**第1章 宇部市観光交流アクションプランの策定にあたって**

- 1 背景と目的 . . . . . 1
- 2 プランの位置づけ . . . . . 2
- 3 計画期間 . . . . . 2

**第2章 現状と課題**

- 1 これまでの取組 . . . . . 3
- 2 指標の達成状況 . . . . . 6
- 3 観光客数 . . . . . 7
- 4 外国人観光客数 . . . . . 8
- 5 空港利用者数 . . . . . 9
- 6 本市の魅力度・認知度 . . . . . 10
- 7 市民の意見（アンケート調査） . . . . . 12
- 8 観光地域づくり推進組織「DMO UBE」の確立 . . . . . 14
- 9 課題 . . . . . 17

**第3章 基本方針と施策体系**

- 1 基本方針 . . . . . 18
- 2 目標指標（KGI）と施策体系 . . . . . 19

**第4章 施策****（基本方針） まちの魅力づくり . . . . . 20**

1. アートの魅力の充実
2. 食・土産品の魅力づくり
3. 観光・地域資源の掘り起こし・磨き上げ

**（基本方針） 観光マーケティング・魅力発信の強化 . . . . . 22**

1. 観光情報の発信・プロモーション
2. 広域連携による情報発信・プロモーション
3. フィルムコミッション事業の推進
4. インバウンド推進に向けた情報発信
5. 観光データの収集・分析

**(基本方針) まちなか・広域での周遊・交流の促進** . . . . . 24

- 1.ときわ公園への誘客
- 2.広域観光連携
- 3.地域資源を活用したツーリズム
- 4.スタディツアー・ワーケーションの誘致
- 5.空港・鉄道・路線バスの活用
- 6.MICE誘致の推進

**第5章** **観光地域づくり推進体制の整備** . . . . . 29

## 1 背景と目的

## ◆ 新型コロナウイルスによる観光への影響

令和2年(2020年)の年頭から、世界中が新型コロナウイルス感染症のパンデミックに襲われたことにより、我が国はもちろん世界中で移動が制限され、産業や観光などの経済活動をはじめ、生活様式も大きく影響を受けました。

日本政府観光局(JNTO)によると、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が目前に迫った令和2年(2020年)4月の訪日外国人観光客数は、前年比99.9%減少し、世界的に感染が広がる中、早急な回復は期待できない状況となっています。

こうした中、本市はこれまで、ときわ公園を核とした観光戦略や、地域資源を活用した体験型観光の推進、エリアやターゲットに合わせた情報発信など、観光振興や地域経済の活性化に向けた取組を進めてきましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度(2020年度)の観光客数は、109万9,000人と前年182万7,000人から約70万人減(4割減)となっています。

また、本市最大の観光施設であるときわ公園についても、平成28年(2016年)3月の「ときわ動物園」グランドオープンや平成29年(2017年)4月のときわミュージアム「世界を旅する植物館」のリニューアルオープンに加え、TOKIWAファンタジア等の公園内のイベントの充実により魅力アップに努めてきましたが、コロナ禍で令和2年度(2020年度)の入園者数は、54万8,000人と前年78万3,000人から約23万人減(3割減)となっています。

## ◆ 新たな観光交流に向けて

本市では平成27年(2015年)に「宇部市観光戦略アクションプラン」を策定し、「ひとままちも元気になる観光まちづくり」を基本理念に、ときわ公園を核とした観光戦略や食の魅力づくり戦略など、様々な取組を進めてきました。

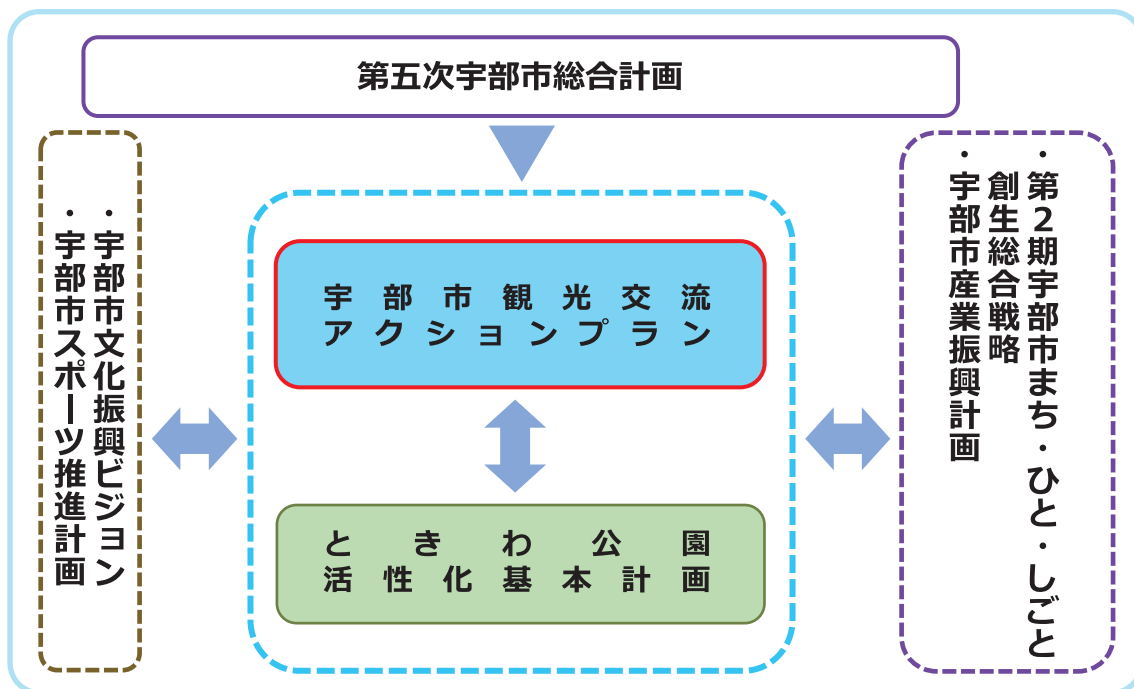
その後、観光によるまちづくりを進める上で、市全体が観光で稼げる仕組みが必要と考え、「第四次宇部市総合計画 後期実行計画」で「地域特性を生かした観光・コンベンションの振興」を主要事業に位置付け、観光に関する具体的な事業を展開するため、平成30年(2018年)にアクションプランを改定しました。

一方、本市には、多くの企業や大学、医療機関等が集積しており、レジャーやイベント等に係る観光に限らず、ビジネスやコンベンションをはじめ、文化・スポーツ等を通じて、市内外から様々なひとの往来(交流)があり、これにより宿泊や飲食等の消費につながっているという側面があります。

このため、本市を訪れるひとの交流に視点を置き、交流人口拡大に向けた取組を進めることで、まちのにぎわい創出や地域活性化につなげていくことを目的に、「第五次宇部市総合計画 前期実行計画」の策定と合わせ、本市の観光交流施策に関する基本的な方向性を示すものとして、新たに「宇部市観光交流アクションプラン」を策定するものです。

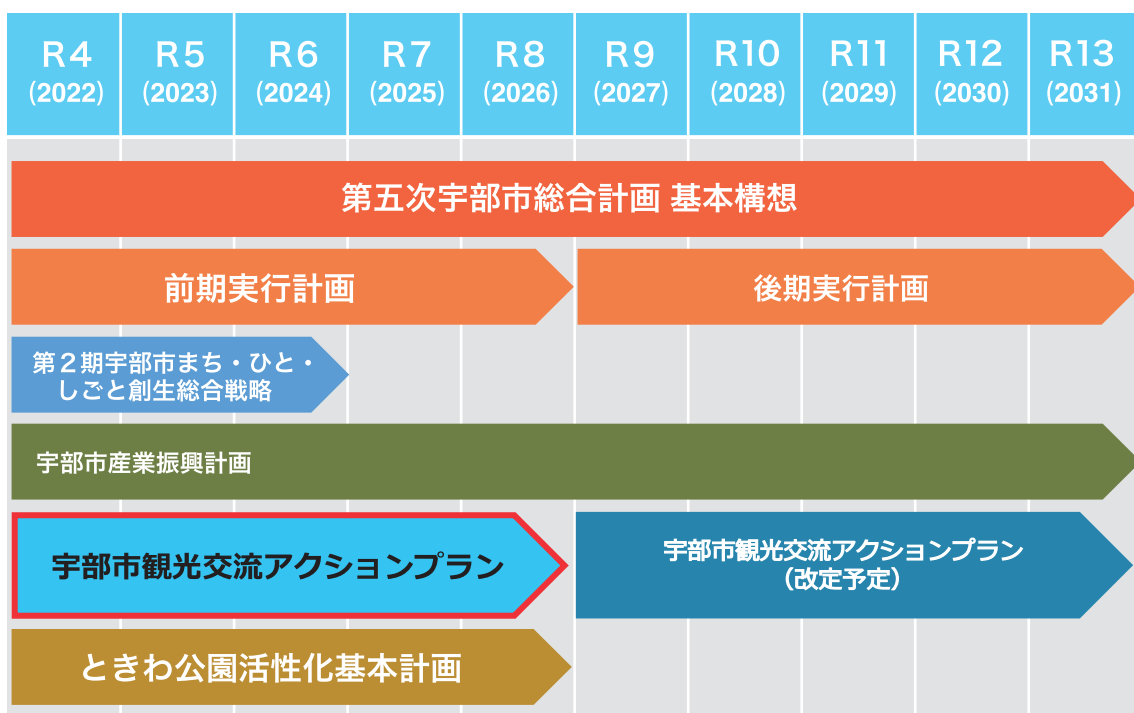
## 2 プランの位置づけ

本プランは、「第五次宇部市総合計画」を上位計画とし、「ときわ公園活性化基本計画」や市の関連計画との整合を図りながら、宇部市の観光交流施策の基本的な方向性を示す計画として位置付けます。



## 3 計画期間

「第五次宇部市総合計画 前期実行計画」「ときわ公園活性化基本計画」の計画期間に合わせ、令和4年度(2022年度)から令和8年度(2026年度)までの5年間とします。





## 第2章 現状と課題

### 1 これまでの取組

平成30年度(2018年度)から令和3年度(2021年度)までを計画期間とする「宇部市観光戦略アクションプラン」では、「ひともまちも元気になる観光まちづくり」を基本理念として「まちの魅力づくり」「観光産業の推進」「共生社会・観光おもてなし体制強化」「DMOの確立」を大きな柱とし、10の戦略を体系立てることにより、観光によるまちづくりを進めてきました。

#### 戦略1 ときわ公園を核とした観光戦略

季節ごとのイベント情報等をウェブサイト等で広く情報発信するとともに、動物・植物連携学習プログラムを開発・パッケージ化し、県内小学校に向けてスタディツアーの積極的な誘致活動に取り組みました。また、宿泊施設とタイアップしたツアープランの造成を行いました。

ときわミュージアム「世界を旅する植物館」をフィールドに、チームラボによるテクノロジー・アートのイベントを行いました。平成30年(2018年)には、山口ゆめ花博と連携し、夜のイベントを開催することで誘客を図りました。

「TOKIWAファンタジア」「さくらまつり」「しょうぶまつり」など、緑、花、野外彫刻等の資源を生かし、四季を通じて多彩なイベントを開催したほか、山口ゆめ回廊博覧会を契機とした広域連携による誘客を図りました。

「第28回UBEビエンナーレ」を国内外に情報発信しました。特に、スペインのカステジョ・デ・ラ・プラーナ市については、平成31年(2019年)4月の姉妹都市提携の際にUBEビエンナーレの魅力について紹介しました。

本市が共生社会ホストタウンに登録されたことから、UBEビエンナーレ出展作家によるシンボル彫刻をときわ公園内の湖水ホールアートギャラリーに設置しました。

#### 戦略2 地域資源を生かしたツーリズム戦略

産業観光バスツアーにおいて、「常盤湖世界かんがい施設遺産を巡るツアー」、「宇部港工場見学クルーズ」等の新たなコースを開発するなど、プログラムの充実を図りました。

3大まつり(宇部まつり・花火大会・新川市まつり)を契機とした中心市街地のにぎわい創出を図りました。令和2年(2020年)は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、すべてのまつりを中止しましたが、令和3年(2021年)の市制施行100周年のPRも兼ねた「オンライン宇部まつり」を開催し、新しいまつりの在り方を示しました。

地域との協働による「まちあるき」により、観光資源の掘り起こしを行いました。また、山口ゆめ回廊博覧会での「ゆめ散歩」や、「てくてくまち歩き 市制施行100周年記念」などを実施しました。



### 戦略3 観光マーケティング・魅力発信強化戦略

(一社) 宇部観光コンベンション協会 (DMO UBE) によるマーケティング調査を行い、戦略的に観光客のニーズ分析を行いました。

ときわ公園や市内の主要な観光地を巡るツアーを誘致するため、大阪、広島、福岡などの大都市圏を中心に旅行会社にセールス活動を行いました。

観光客目線を重視した観光パンフレットのリニューアルや、民間出版社と連携した本市独自の情報誌を発刊するなど、エリア、ターゲットに応じた効果的な情報発信を行いました。

本市単独でのPRに加え、県や近隣市町等と連携した、首都圏や大都市圏での観光プロモーションの実施、情報発信会や観光キャラバンへの参加など、積極的な情報発信、観光客誘致活動を行いました。

映画関係者、映像制作者等が多数来場する、ロケ地フェアなどに参加し、プロモーション活動を行うとともに、専用ホームページの内容の充実により、積極的にロケーションの誘致活動を行いました。

アニメ映画の舞台のモデルのひとつとして宇部新川駅周辺が取り上げられたことから、ロケ地を訪れるファンをターゲットとした関連イベントを開催しました。

県と連携し、クルーズ船誘致活動に取り組みました。

### 戦略4 広域観光連携戦略

県等と連携し、広域での観光コンテンツの情報発信、旅行会社向けの観光プロモーション等を実施しました。

山口市、萩市などの7市町による県央連携中枢都市圏域プロジェクトに参画し、圏域全体を会場に見立てた周遊型の「山口ゆめ回廊博覧会」を開催するなど、広域での観光まちづくり事業を実施しました。

県央連携中枢都市圏域を構成する7市町の観光担当部署でプロジェクトチームを結成し、羽田空港や新山口駅でのイベントや媒体を活用しての圏域産品のPRやモニターツアーなどを実施しました。

### 戦略5 観光産業育成・食の魅力づくり戦略

うべ元気ブランドSDGs認証事業や、食のブランド化推進事業に取り組みました。

本市の食の魅力をPRするため、UBEビエンナーレ彫刻の丘を主会場に「EAT UBE」を開催しました。

新しい生活様式に則したオンラインツアーの開催により移動が制限されるなかでも、今後の来訪に繋がる取組を実践しました。

県央連携観光プロジェクトチームでの事業として、飛行機の機内誌で7市町の酒、スイーツのプロモーションを行いました。

## 戦略6 インバウンド観光促進戦略

宿泊施設等を対象とした外国人観光客宿泊助成制度を創設するとともに、県や近隣市と連携し、韓国、台湾などの海外旅行会社へのセールス活動を行いました。

観光パンフレットの多言語化、市内宿泊事業者、飲食事業者等が行う案内標示等への多言語化支援助成など、外国人観光客の受け入れ環境を整備しました。

国際定期便の運航に合わせ、県や関係団体と連携し、外国人観光客総合案内窓口を設置し、市内への誘導や、交通機関の案内など、受け入れ体制を整備しました。

山陽小野田市、美祢市と連携し、インバウンドをターゲットとしたモニターツアーを開催しました。

## 戦略7 コンベンション誘致促進戦略

DMOや大学、関係団体と連携し、積極的な誘致活動に取り組みました。

市内大学等と情報交換を行い、山口大学医学部解剖学会のコンベンションを誘致しました。

コンベンション開催に対する支援として、開催助成、シャトルバス等運行助成、適時性のある観光案内等の支援を積極的に行いました。

## 戦略8 受入環境整備戦略

観光パンフレットや市街地マップを市内各所に設置するとともに、JR駅前の観光案内看板を最新情報に更新しました。

共生社会実現に向けたユニバーサルツーリズム推進のためにバリアフリーツアーや新しい生活様式に則したオンラインツアーなど新たなコンテンツ造成に取り組みました。

目や耳の不自由な方が、介助者の援助を受けずに野外彫刻を楽しめるように、手話動画や音声ガイドを作成しました。

## 戦略9 観光人材育成戦略

市内の観光関係施設の従事者や観光関係団体の職員等を対象に、「うべ観光ソムリエ」認定事業を実施しました。

## 戦略10 観光まちづくり体制強化戦略

宇部観光コンベンション協会による地域DMOへの登録を目指し、宇部観光コンベンション協会や関係団体と協議をしながら、「日本版DMO」の登録に向け、DMO形成・確立計画の作成など、DMOによる戦略的な観光まちづくり体制の構築を支援しました。

## 2 指標の達成状況

これまでの取組によりアクションプランで掲げた各指標については、令和元年度(2019年度)までは順調に推移してきました。

しかしながら、令和2年度(2020年度)以降は、新型コロナウイルス感染症の影響により低迷し、目標達成は難しい状況です。

### ■ 目標指標の達成状況

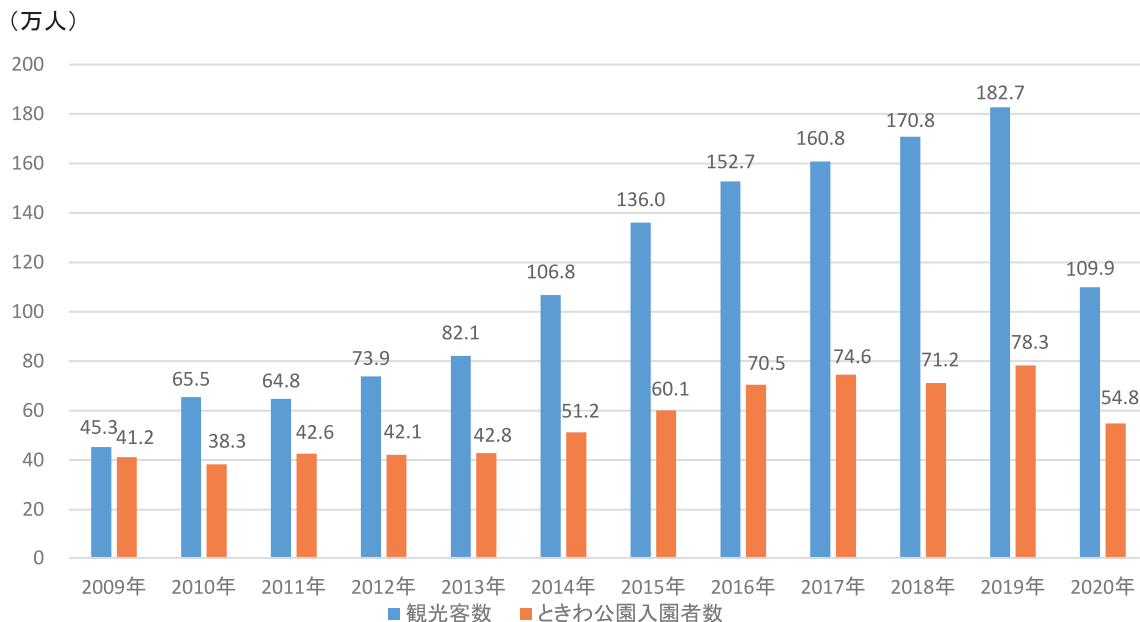
指標	実績値			目標
	H30(2018)	R1(2019)	R2(2020)	R3(2021)
観光客数	170.8万人	182.7万人	109.9万人	200万人
延べ宿泊客数	29万人	34万人	18万人	32万人
観光客の旅行消費額	117億円	123億円	77億円	132億円

### ■ 戦略指標の達成状況

指標	実績値			目標
	H30(2018)	R1(2019)	R2(2020)	R3(2021)
ときわ公園入園者数	71.2万人	78.3万人	54.8万人	80万人
ときわ動物園入園者数	16.3万人	13.2万人	9.2万人	25万人
UBEビエンナーレ来場者数	9.8万人 (2017年)	10.2万人	開催なし	12万人
UBEビエンナーレ× まちじゅうアートフェスタ来場者数	16.5万人 (2017年)	18.0万人	開催なし	19.4万人
産業観光ツアーの参加者数	991人	1,178人	26人	3,500人
テーマ別/体験型観光の参加者数	27,095人	26,300人	5,735人	25,000人
市の認知度(地域ブランド調査)	25.6点	26.1点	27.9点	33.0点
TV映画等ロケ誘致件数	10件	14件	15件	20件
外国人観光客数	18,015人	11,492人	2,760人	22,000人
コンベンション延べ参加者数	11,362人	9,184人	0人	12,000人

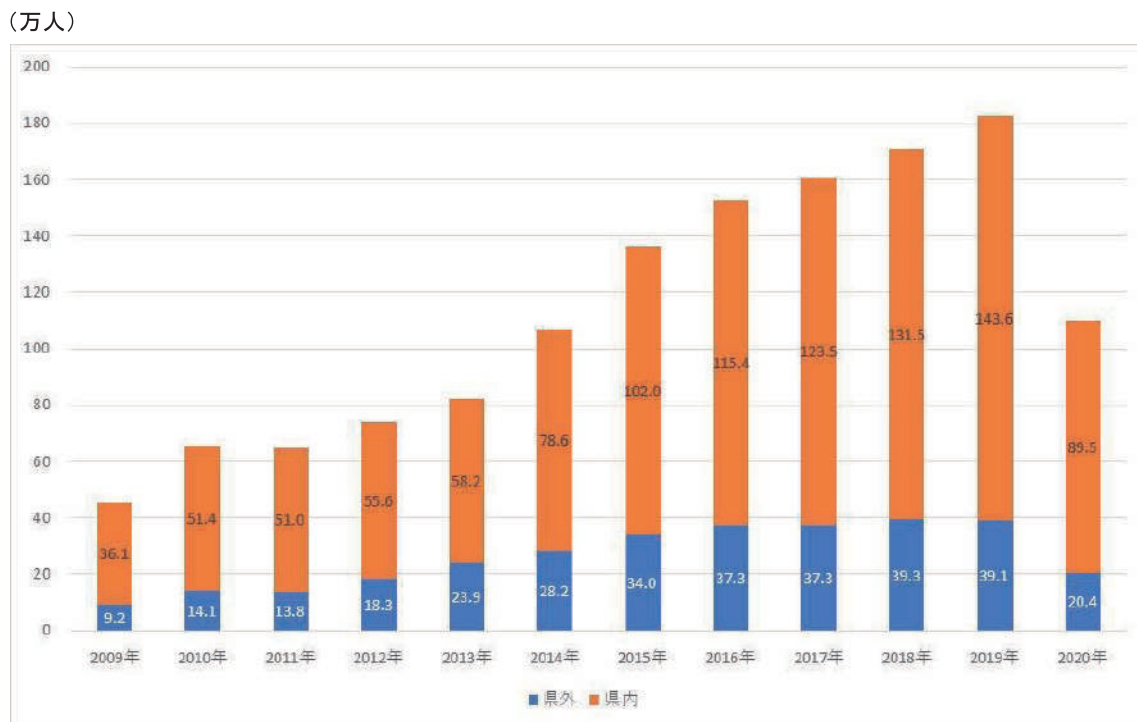
### 3 観光客数

図1 宇部市の観光客数・ときわ公園入園者数の推移



【出典 山口県観光客動態調査】

図2 宇部市の観光客数(県内外別)の推移



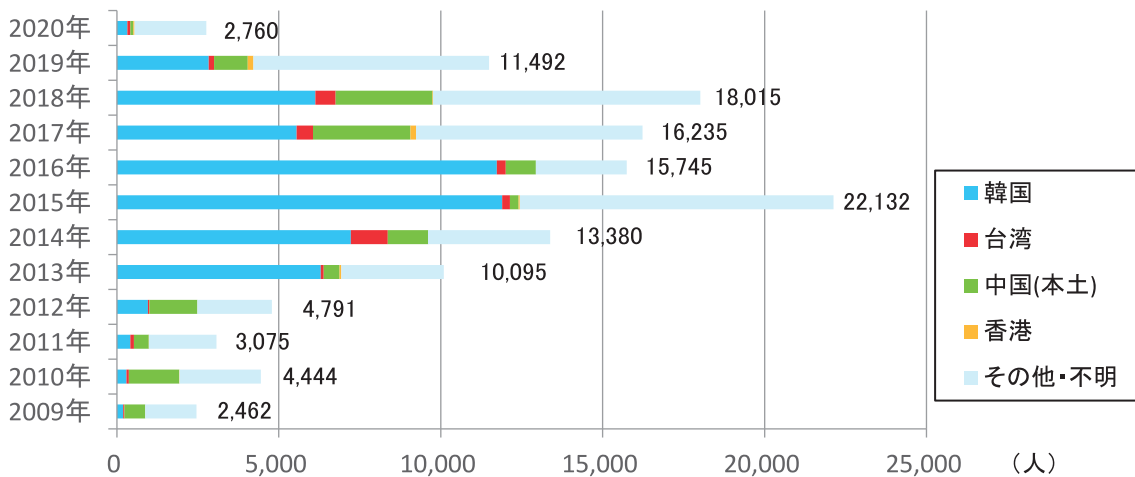
【出典 山口県観光客動態調査】

**現状 ①**

本市を訪れる観光客数は、ときわ公園のイベント充実等により、県内からの観光客を中心に年々増加していましたが、令和2年(2020年)は、新型コロナウイルスの影響により、観光客数・ときわ公園入園者数のいずれも大幅に減少しています。

## 4 外国人観光客数

図3 宇部市の外国人観光客数の推移



【出典 山口県観光客動態調査】

### 現状②

本市を訪れる外国人観光客数は、関釜フェリーや平成28年(2016年)から平成30年(2018年)まで運航した山口宇部空港と韓国仁川国際空港間の国際定期便、台湾等との国際チャーター便により海外からの来訪者が増加しましたが、令和元年(2019年)の定期便の運休に伴い大幅に減少しています。



県と連携した国際チャーター便お出迎えの様子 平成28年(2016年)



## 5 空港利用者数

図4 山口宇部空港(国内定期便)利用者数の推移



【出典 山口県発表データより】

図5 山口宇部空港(国際線の便数・利用者数の推移)



【出典 山口県発表データより】

### 現状 ③

国内線について、平成26年度(2014年度)以降、東京便は1日10往復の運航となり、首都圏からの利便性が向上したことで平成30年度(2018年度)に利用者数が100万人を突破しました。国際線については、平成28年度(2016年度)から平成30年度(2018年度)まで韓国仁川国際空港間で国際定期便が運航したこともあり、利用者数は年々増加してきましたが、令和元年(2019年)の定期便の運休に伴い、利用者数は大幅に減少しています。



## 6 本市の魅力度・認知度

### 【地域ブランド調査：魅力度】

- ・調査期間：令和3年(2021年)7月5日～7月20日
  - ・調査方法：インターネット調査
  - ・回答者：20代～70代の男女（男女比5：5）
  - ・回答数：35,489件
  - ・調査対象：1000市区町村：市792、東京23区、町村185
  - ・評価：「とても魅力的」を100点、「やや魅力的」を50点、「どちらでもない」「あまり魅力を感じない」「全く魅力的でない」を0点とし それらを加重平均として点数を算出したもの。なお、「認知度」の設問において当該市区町村を「名前も知らない」と答えた人も0点として集計。
- 魅力度 = 100点 × 「とても魅力的」回答者割合 + 50点 × 「やや魅力的」回答者割合

図6 本市の魅力度の推移

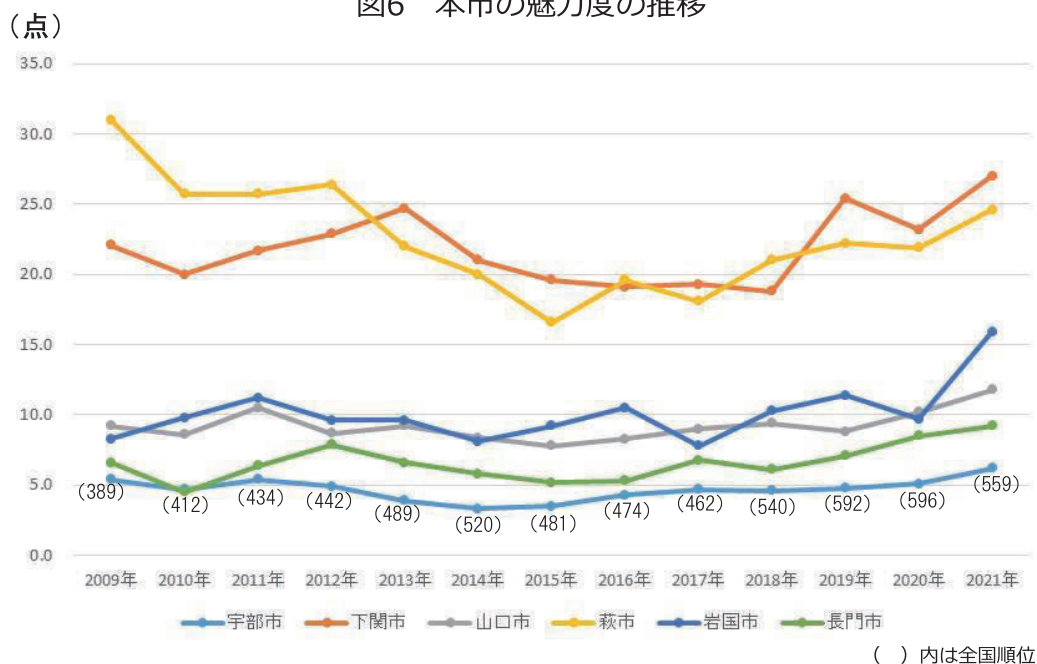


図7 県内各市の魅力度





【地域ブランド調査：認知度】

・評価：「よく知っている」100点、「知っている」75点、「少しだけ知っている」50点「名前だけは知っている」25点、「名前も知らない」0点とし、それらを加重平均として点数を算出したもの。  
 認知度 = 100点 × 「よく知っている」回答者割合 + 75点 × 「知っている」回答者割合 + 50点 × 「少しだけ知っている」回答者割合 + 25点 × 「名前だけ知っている」回答者割合

図8 本市の認知度の推移

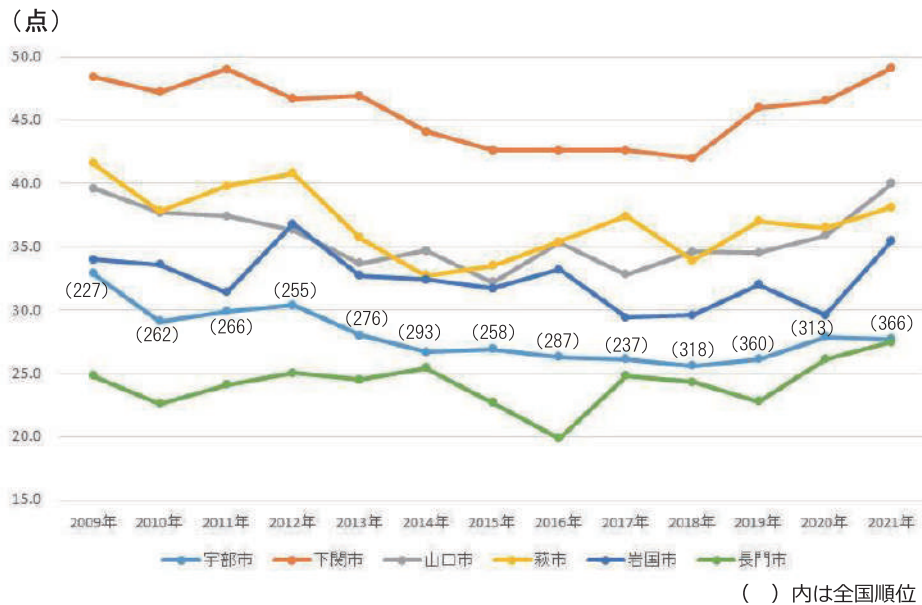
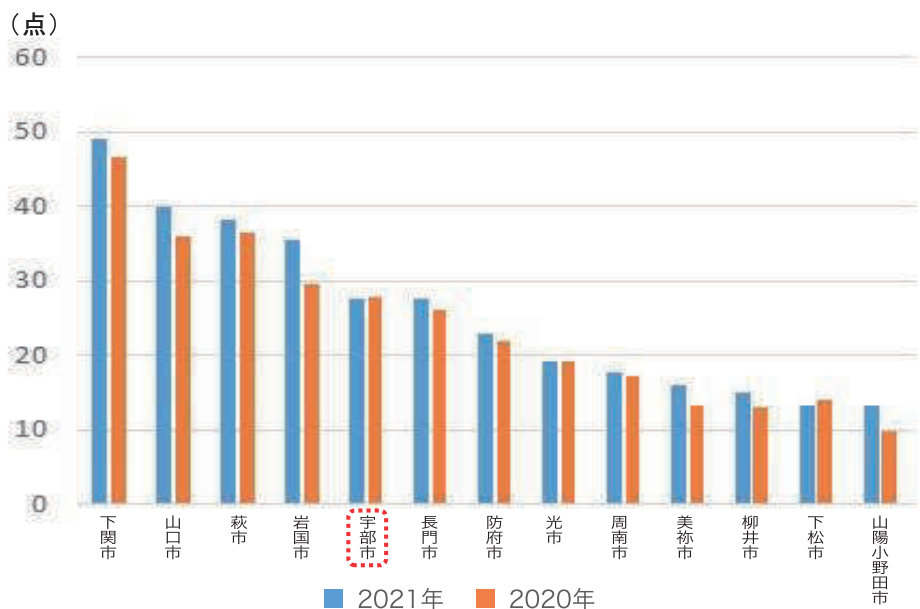


図9 県内各市の認知度



現状 ④

ブランド総合研究所が毎年実施する「地域ブランド調査2021」によると、本市の魅力度については、2014年以降、全国順位が変動しており、2021年は評価点数6.2、全国順位559位、県内順位6位という状況です。また、認知度については、2009年をピークに年々低下しており、2021年は評価点数27.7、全国1,000市区町村中366位、県内13市中5位という状況です。

## 7 市民の意見（アンケート調査）

- ・調査期間：令和3年(2021年)5月11日～6月2日
- ・調査対象者：宇部市内に居住する18歳以上の方から無作為抽出
- ・調査数：3,000件
- ・調査票回収数：1,025件（回収率：34.2%）

図10 市外の友人・知人を連れて行きたい場所（複数回答可）

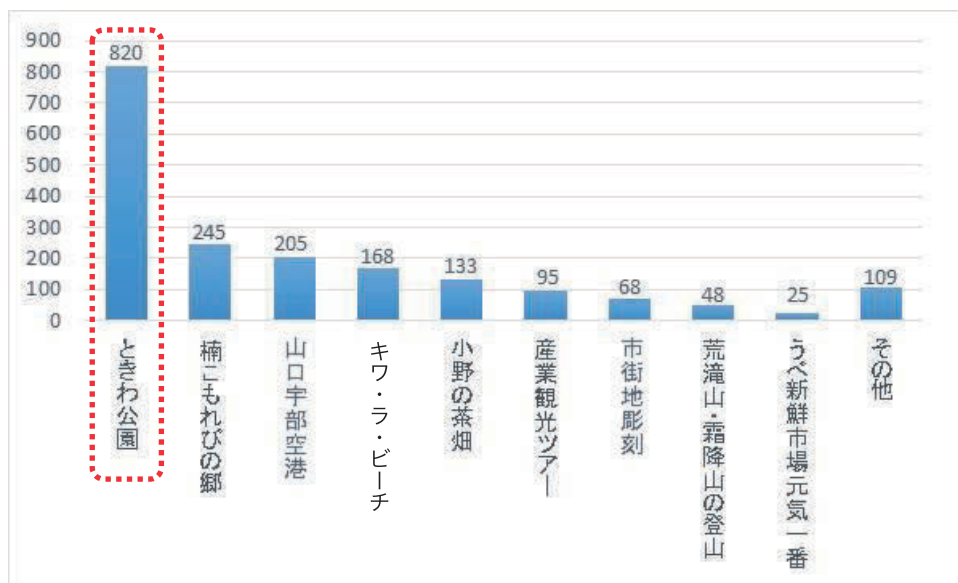
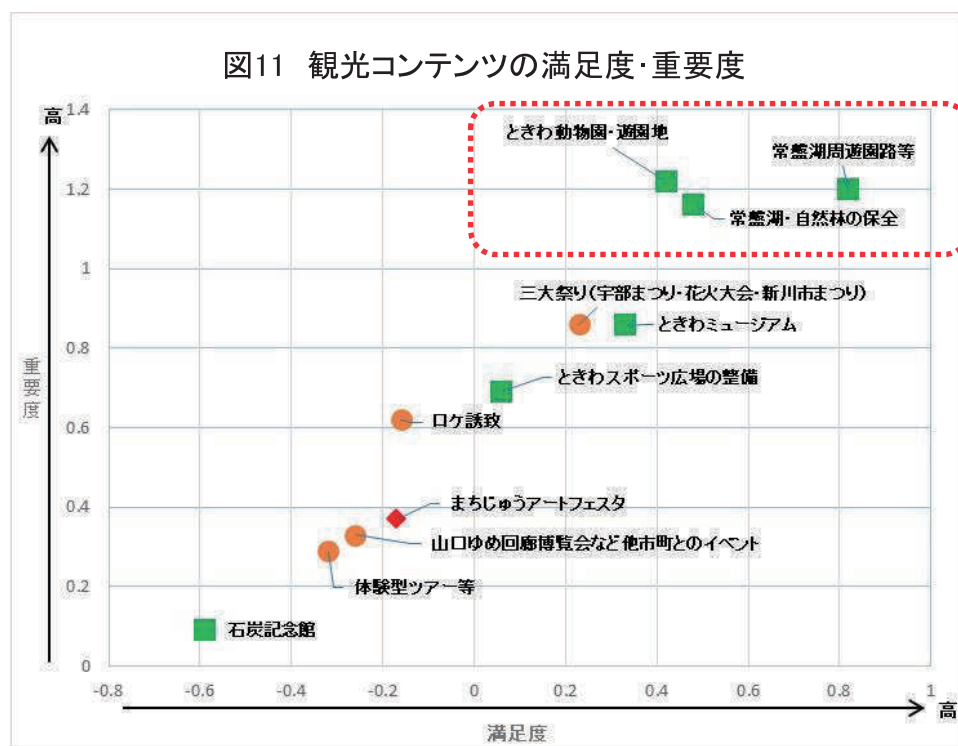


図11 観光コンテンツの満足度・重要度



### 現状 ⑤

友人・知人を連れて行きたい場所として最も多かったのは「ときわ公園」となっています。また、観光コンテンツの満足度・重要度では「ときわ動物園・遊園地」「常盤湖周遊園路」「常盤湖・自然林の保全」など、ときわ公園に関するコンテンツが高い数値を示しています。

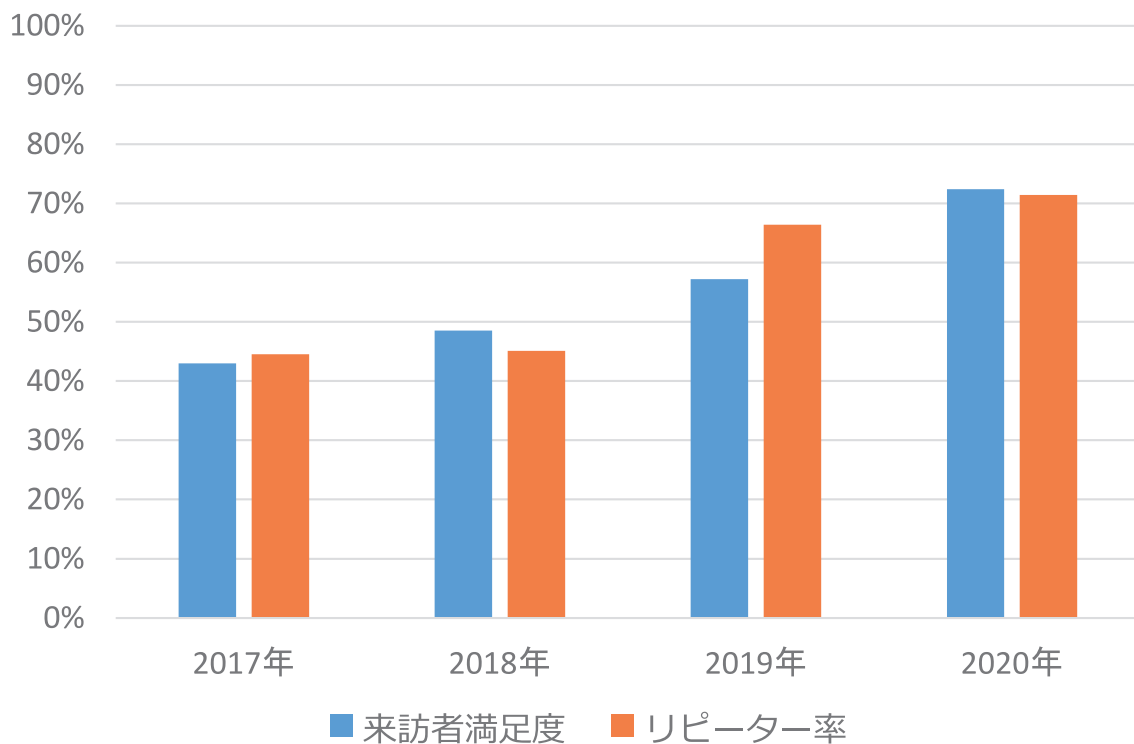
(参考)

※(一社)宇部観光コンベンション協会によるアンケート調査。市内のイベント等への来訪者を対象に実施。

(有効回答数//2020年:134、2019年:262、2018年:446、2017年:410)

※満足度については、「満足」「やや満足」と回答した割合。リピーター率については、宇部市民および近隣市民(山陽小野田市、山口市、美祢市、防府市)以外で宇部市への訪問が2回目以上かつ前回訪問が1年以内の割合。

図12 宇部市への来訪者満足度・リピーター率の推移



現状 ⑥

本市への来訪満足度・リピーター率は、近年ともに上昇傾向となっています。

## 8 観光地域づくり推進組織「DMO UBE」の確立

### ◆ (一社)宇部観光コンベンション協会 (DMO UBE)

本市は、山口県の空の玄関口である山口宇部空港をはじめ、大型クルーズ船も着岸できる重要港湾宇部港、山陽自動車道等の高速道路網、山陽新幹線新山口駅や厚狭駅にも近いなど、国内外からの交通アクセスに恵まれています。

(一社)宇部観光コンベンション協会では、この優位性を活かし、本市最大の観光施設である「ときわ公園」を中心に本市の魅力発信、「ものづくり」のまちの特性や、自然、文化、スポーツ、歴史、食の地域資源を活かした着地型観光コンテンツの充実、宇部まつりや花火大会等の魅力あるイベントの開催、学会、スポーツ大会などの誘致等により、行政や関係団体等と連携して観光誘客を図ってきたところです。

こうした取組をさらに強化するため、地域の観光関連団体のみならず、多様な関係者の参画、連携強化、合意形成のもと、本市の特性を活かした観光交流のまちづくりを一体となって戦略的に進めることとし、宇部市全域を区域とする地域DMOの形成を目指し、平成31年(2019年)3月に、(一社)宇部観光コンベンション協会は、観光庁から日本版DMOに登録されました。その後、令和2年(2020年)4月に、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」が改正され、「観光地域づくり法人(DMO)」となりました。

#### ●DMO(Destination Management/Marketing Organization)とは？

DMOとは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。

DMOが実施する基礎的な役割・機能（観光地域マーケティング・マネジメント）としては、以下の点が挙げられます。

- (1) DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者との合意形成
- (2) 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPIの設定、PDCAサイクルの確立
- (3) 地域の魅力向上に資する観光資源の磨き上げや域内交通を含む交通アクセスの整備、多言語表記等の受入環境の整備等の着地整備に関する地域の取組の推進
- (4) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり

## ◆「DMO UBE」としての取組

これまで、(一社)宇部観光コンベンション協会は、市と連携しながら、主に、広域での産業観光、コンベンション誘致、観光PRに係る事業に取り組んできました。

観光地域づくり法人(DMO)に登録されたことで、国や他のDMO登録団体との連携が強まり、観光をとりまく先進事例などの情報収集が可能となります。

こうしたメリットを最大限に活かしながら、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と連携し、データ等による明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を果たします。

### 現状⑦

令和2年度は、ポストコロナ社会を見据え、体験型ツアーのオンライン化など、新しい手法による事業展開に取り組みました。令和3年度は、産業観光バスツアーなどの着地型ツアー造成、観光情報の発信、事業者へのマーケティング支援に取り組んでいます。



山口ゆめ回廊博覧会「ゆめ散歩」でのプログラム“さをり織り”体験

「DMO UBE」主催の“おもてなし研修会”の様子



図13 宇部フィルムコミッションの実績

区分		H26 (2014)	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	R1 (2019)	R2 (2020)
問い合わせ件数 ※制作会社からのメールや電話での問い合わせ		22	15	27	39	45	52	49
撮影実績 ※OA・公開された件数 ※公開された年度で計上	映画	0	0	2	2	1	0	1
	TV番組・CM	3	9	5	5	9	12	12
	その他 (MV、雑誌等)	0	0	1	1	0	2	2
	計	3	9	8	8	10	14	15

現状 ⑧

平成26年(2014年)10月に設立した「宇部フィルムコミッション」は、近年、TV・CM等のロケーション誘致件数を伸ばしており、撮影実績の累計は67件となっています。

図14 コンベンション誘致実績

区分	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	R1 (2019)	R2 (2020)
件数	38	42	45	47	0
参加人数	8,648	10,012	11,362	9,184	0

現状 ⑨

本市には大学や工業高等専門学校があり、コンベンション誘致には恵まれた環境にあることから、令和元年(2019年)までは、誘致件数は年々増加傾向となっていました。令和2年度(2020年度)は、新型コロナウイルスの影響で、コンベンション誘致自体を実施できず、開催実績も0件となりました。



## 9 課題

### ◆ 魅力度の向上

●本市の魅力度は、全国的には高くない状況です。工業都市としての特性やアート、自然環境など、宇部ならではの観光・地域資源の磨き上げにより、まちの魅力向上につなげていく必要があります。

課題の根拠となる現状

現状④

現状⑤

現状⑥

### ◆ 認知度の向上

●本市の認知度は、全国的に比較的高い数値を示しています。今後も引き続き、様々な手段を通じて市の魅力を発信していく必要があります。

●（一社）宇部観光コンベンション協会（DMO UBE）や関連事業者等と連携し、データを活用しながら、効果的に情報発信していく必要があります。

●キワ・ラ・ビーチや湾岸道路等が映画やCMのロケ地として取り上げられており、こうした風景やコンテンツを活用し、認知度向上につなげていく必要があります。

●新型コロナウイルス感染症収束後の近隣県や首都圏、及びインバウンドの需要を見込んで、県をはじめ広域自治体と連携したプロモーションを進めていく必要があります。

課題の根拠となる現状

現状④

現状⑧

### ◆ 交流人口の拡大

●ときわ公園は、市民アンケートにおいても満足度・重要度が高くなっています。引き続き、ときわ公園を交流の拠点とした取組を進めていく必要があります。

●広域での周遊ルートの確立は、地域全体の交流を促進し、プロモーション効果も高まることから、国・県をはじめ、県央7市町、関係市町が連携して取り組んでいく必要があります。

●新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、マイクロツーリズムやオンラインツアーへの関心が高まっています。また、SDGsを考慮したサステナブルツーリズムが注目されており、こうした状況に対応したツアー造成を進めていく必要があります。

●学会等のコンベンションは、数日間開催されることが多く、全国からの参加者がその期間滞在することから、まちなかでの交流が期待できます。本市には、大学や工業高等専門学校があり、コンベンション誘致には、恵まれた環境にあるものの、山口市のKDDI維新ホールの開設などの影響で、市単独での大規模コンベンションの誘致が難しくなります。今後、広域自治体や大学、企業と連携した大規模コンベンションなどの誘致とあわせ、市内での宿泊を含むアフターコンベンションに向けた取組を進めていく必要があります。

課題の根拠となる現状

現状①

現状②

現状③

現状④

現状⑤

現状⑥

現状⑦

現状⑧

現状⑨



## 第3章 基本方針と施策体系

### 1 基本方針

本市ならではのオンリーワンの観光・地域資源を磨き上げることで、市の魅力度・認知度の向上を図ります。

レジャーやイベント等の観光だけでなく、ビジネスやコンベンション、文化・スポーツ等を通じて本市を訪れるひとの交流に視点を置き、交流人口の拡大を図ります。

第五次宇部市総合計画のまちづくりの施策方針に掲げた、基本目標のひとつである「魅力と賑わいにあふれるまち」の実現のため、「まちの魅力づくり」「観光マーケティング・魅力発信の強化」「まちなか・広域での周遊・交流の促進」を基本方針とします。

#### 1 まちの魅力づくり

- 「UBEビエンナーレ」を核としたアート、食・土産品、伝統行事など、宇部ならではの地域資源やブランド力のある観光資源の付加価値を高めるとともに、これまで観光・地域資源として認識されていなかった地域固有の資源も発掘していきます。

#### 2 観光マーケティング・魅力発信の強化

- アンケート調査など、継続的なデータ収集と分析に基づき、ターゲット（エリア、世代、国など）ごとに効果的な情報発信を行います。
- 本市にゆかりがあるコンテンツを活用したプロモーションを推進します。
- 県等と連携し、近隣の県や首都圏へのプロモーションを推進します。

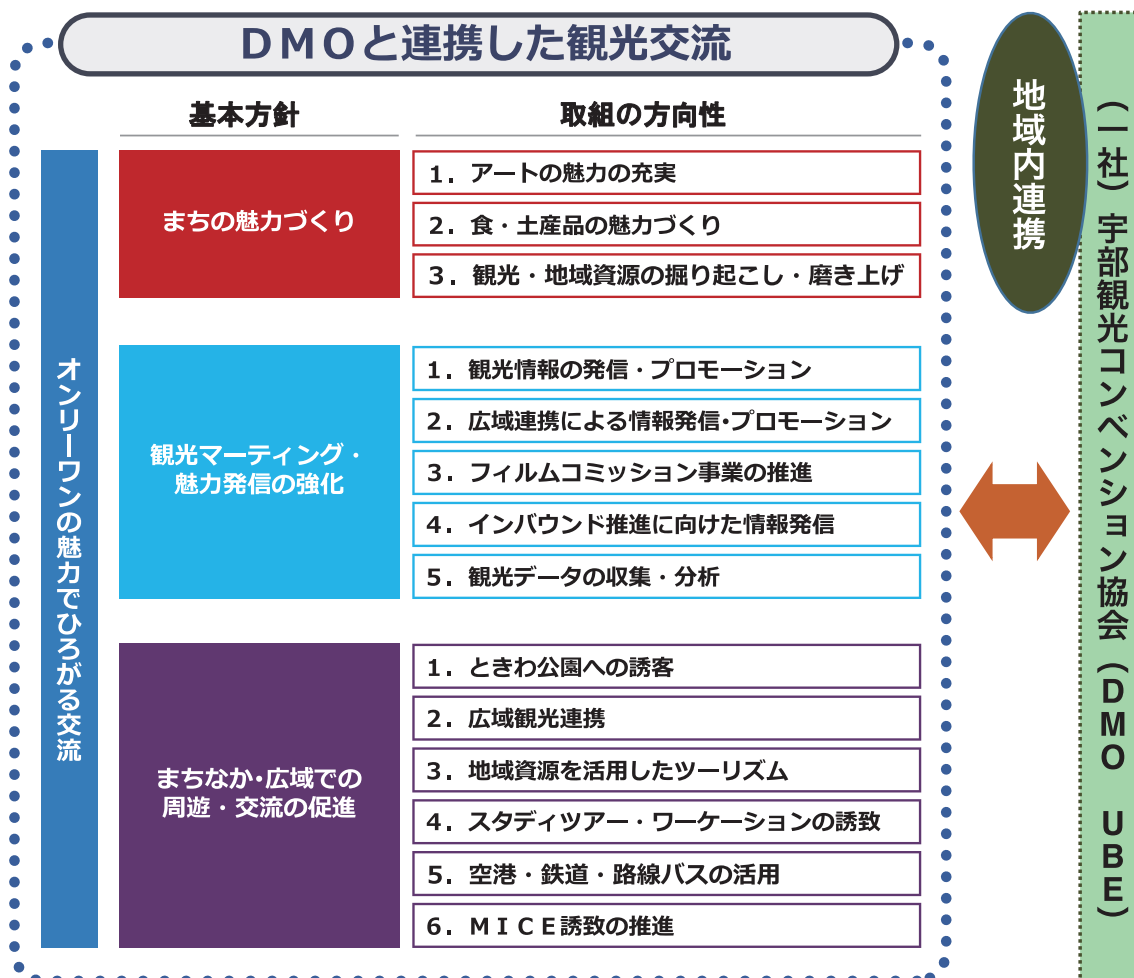
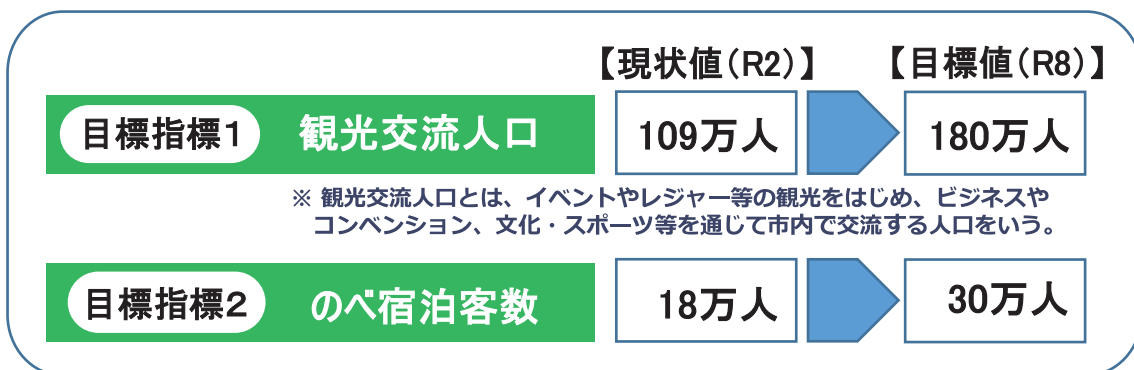
#### 3 まちなか・広域での周遊・交流の促進

- ときわ公園の誘客を図るとともに、県央をはじめ県内の関係市町と連携し、広域での周遊交流の促進を進めていきます。
- 「（一社）宇部観光コンベンション協会（DMO UBE）」と連携し、MICE※1誘致や観光・地域資源を活用したツーリズム造成を推進します。
- 鉄道や路線バスなどの交通アクセスの向上など、受入環境の整備を進めていきます。



オンリーワンの魅力で  
ひろがる交流

## 2 目標指標(KGI)と施策体系



※1:MICEとは、企業の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。



## 1 アートの魅力の充実

### UBEビエンナーレのブランド化

- 「UBEビエンナーレ」を核としたアートによるまちづくりのイメージ定着とブランド化
- 全国的に評価の高い他の芸術祭や文化施設等との連携
- ポスター、チラシ等のロゴ、デザイン等の統一

### アートイベントの充実

- 北部地域の資源や人材を活用したアートイベントの開催
- 市民協働によるアートイベントの開催

### 多彩な連携イベントの企画・実施

- 宇部市文化創造財団など、多様な主体と連携したアートイベントの開催
- アーティスト・イン・レジデンスの実施によるアートに触れ合う機会の創出

## 2 食・土産品の魅力づくり

### 地元産品の活用

- 宇部ラーメンのPR
- 事業者の特産品・土産品づくりへの支援
- 農商工連携による加工品や既存の地元産品の付加価値の向上
- 観光農園や農家レストランの「食」のツーリズム化
- ときわ公園オリジナル商品の開発

### 伝統的工芸品等の観光産業化

- 伝統的工芸品の販路開拓

### 「食の魅力」の充実

- 食をテーマとするイベントの開催
- 「まちなかマルシェ」の開催

### 食べ歩きの充実

- 飲食店マップの作成
- 食の回遊イベントや食べ歩きなどの実施・PR

### 農水産物直売施設の活用

- 「うべ新鮮市場 元気一番」、「楠四季菜市」の充実
- 新鮮な農水産物や加工品、食事を提供する直販施設としての集客力向上支援と施設従事者等の雇用の促進も含めた産業化の推進
- メニュー開発・PRによる食の拠点化

## 3 観光・地域資源の掘り起こし・磨き上げ

### 3大まつりの充実

- 宇部まつり、花火大会、新川市まつりの充実

### 地域との協働による「まちあるき」の充実

- 「てくてくまち歩き」の充実

### 伝統的工芸品等の魅力アップ

- 赤間硯や箏などのPR

【KPI】

【現状値(R2)】

【目標値(R8)】

目標指標

来訪者満足度

72%

80%

目標指標

宇部市の魅力度（参考指標）

596位

360位

## 1 観光情報の発信・プロモーション

### シティプロモーション

- マスメディアや各種SNSなどの活用、及びトップセールスの推進
- 県外の同郷会や宇部ふるさと大使等との連携

### 空港PRコーナーやイベント等を活用した情報発信

- 山口宇部空港内の宇部市PRコーナーの活用
- 広島県・福岡県におけるイベント等へのブース出展

### 旅行会社等に対するプロモーション

- スタディツアーなどの誘致
- 国内外のクルーズ船の誘致

## 2 広域連携による情報発信・プロモーション

- 下関市など関係市町との連携 **【新規】**
- 県央連携都市圏域との連携
- 観光連携協定に基づく山口市との連携
- 県や県観光連盟等との連携

### 3 フィルムコミッション事業の推進

#### ロケーションの誘致・支援

- 映画関係者、映像制作者等へのプロモーション
- ジャパンフィルムコミッションや近隣のフィルムコミッションとの連携、イベント出展によるプロモーション
- ガイドブック、SNSによる情報発信
- 撮影支援  
(エキストラ・ボランティア、協力会員の増強等)

#### 誘致後のロケ地など、撮影場所の観光資源化

- ロケ地ツアーの誘致【新規】
- ロケを誘致した場所の情報発信の強化

### 4 インバウンド推進に向けた情報発信

- SNS等の活用

### 5 観光データの収集・分析

- EBPMの手法を活用し収集したデータ精査によるイベントの効果検証【新規】
- アンケート調査の実施

【KPI】

【現状値(R2)】

【目標値(R8)】

目標指標 宇部市の認知度(参考指標)

313位

270位

目標指標 TV・ロケ地誘致件数(累計)

67件

150件

## 1 ときわ公園への誘客

### 誘客プロモーションと旅行商品の造成

- ときわ遊園地やときわ動物園、ときわミュージアム「世界を旅する植物館」を中心としたイベントの実施
- 生命や環境などを楽しみながら学べるスタディツアーのプログラムのブラッシュアップ
- 宿泊施設等と連携した旅行商品の開発

### UBEビエンナーレの情報発信の強化

- 国内外に向けた情報発信の強化
- PRブースの設置や広報媒体への相互掲載など、全国的に評価の高い他の芸術祭や文化施設等との連携

### ときわ公園の資源を活かしたイベントの拡充

- サクラやショウブ等花木の魅力向上とイベントの開催
- TOKIWAファンタジアなど、夜のイベントの開催
- 飼育員体験や植物ガイドなど体験を通して学ぶイベントの開催
- 周遊園路を活用したウォーキングイベントの開催
- 民間及び民間プロデューサーによる集客力のあるイベントの開催

### 広域観光連携による誘客

- 県央連携都市圏域で実施するプロモーションの活用
- 県や関係機関等と連携したキャンペーンや情報発信
- 下関市立しものせき水族館（海響館）、周南市徳山動物園、秋吉台サファリランド、やまぐちフラワーランドとの観光施設連携



### おもてなしの充実

- 5GやAR等の次世代技術の活用【新規】
- 園内のサインや案内標示板の充実
- 動物や植物などのガイド育成

### 施設等環境整備

- ワークेशन※2への対応【新規】
- 周遊園路沿いの花木の充実
- 障害者や高齢者などに配慮したバリアフリー化

### 旅行消費の促進

- 魅力的な有料イベントの開催
- 園内グルメの魅力向上と販売・提供手段の充実
- 動物園や植物館のオリジナル商品など、土産物の充実

※2: ワークेशनとは、Work（仕事）、とVacation（休暇）を組み合わせた造語。テレワークを活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。休暇主体と仕事主体の2つのパターンがある。

## 2 広域観光連携

### 県央連携都市圏域

- 食やアートなど、地域のコンテンツを活用したツアー連携
- 観光プロモーション連携

### 県との連携

- 観光コンテンツの開発に係る連携

### 美祢市、山陽小野田市との連携

- 産業観光バスツアーの充実

### 下関市との連携

- 共通コンテンツを活用した連携【新規】

### 県内市町との連携

- 観光施設との連携

### 3 地域資源を活用したツーリズム

#### コンテンツツーリズム

- 映画やアニメ等に登場したキャラクターや作品の制作者など、本市にゆかりのあるコンテンツを活用したツアーの実施【新規】

#### アートツーリズム

- 「UBEピエンナーレ」と市内の彫刻を巡るツアーの実施
- 伝統的工芸品「赤間硯」を活用したツアーの実施
- 民間団体との連携による名匠の建築探訪ツアーの実施

#### スポーツツーリズム

- スポーツツーリズム商品の企画と実施支援
- 地元ゆかりのプロスポーツチームの観戦ツアーの実施
- 地域の特性を生かしたウォーキングイベントの実施

#### エコツーリズム

- 公害克服の歴史と環境問題への取組を学び、体験するツアーの実施

#### その他ツーリズム

- （一社）宇部観光コンベンション協会（DMO UBE）を中心としたサステナブルツーリズムの推進【新規】
- アフターコンベンションにおける市内ツアーの実施
- 北部の中山間地域の資源を活用したグリーンツーリズムの実施
- 寺社、歴史、文化、自然、産業などの地域資源を活用したツアー、体験プログラムの拡充
- 移住促進のための、うべ暮らし体験ツアーの実施

#### 産業観光バスツアー

- バスツアーの魅力向上のためのプログラムの充実

## 4 スタディツアー・ワーケーションの誘致

### ターゲットの絞り込み

- 隣県の小中学校を中心としたプロモーション

### 地域資源の魅力をアピールした誘致活動

- ときわ公園、彫刻のある風景、北部地域の自然などの魅力アピール
- 産業、環境、アート、自然等のテーマのパッケージ化

### 宿泊等滞在延長に向けた取組

- 体験・交流型プログラムの充実

### 企業や環境団体等と連携した研修生や視察ツアーの誘致

- 近県の企業や環境団体等と連携
- 研修生向けのツアー造成や教材のパッケージ化

## 5 空港・鉄道・路線バスの活用

### 山口宇部空港の活用

- 県や山口宇部空港利用促進振興会等との連携
- 国際定期便の就航に向けたエアポートセールスの実施
- 子育て世代の憩いと交流を促進するために空港公園内に大型遊具を設置【新規】

### 鉄道の活用

- J R西日本との連携【新規】

### 二次交通の利便性向上

- 空港やJ R主要駅と市内観光地を結ぶ路線バスなどの交通利便性の向上

### 観光客の誘導

- 回遊性向上につながる観光情報の充実
- 観光パンフレットやガイドマップの充実

## 6 MICE 誘致の推進

### MICE 誘致

- （一社）宇部観光コンベンション協会（DMO UBE）を中心とした、広域連携による誘致活動の強化
- 市内の大学・高専関係者との情報交換会の実施
- MICE（会議・学会・研究会・スポーツ大会等）の開催検討団体等の動向、イベント・大会の開催情報等、広域的な情報収集
- コンベンション開催に係る関係機関・民間事業者への情報提供及び宿泊・飲食業・土産品店等への誘導
- 体育協会やスポーツコミッションとの連携
- コンベンション開催に伴う助成制度の充実
- コンベンション参加者の宿泊を受け入れるための宿泊施設と交通手段のブラッシュアップ

	【KPI】	【現状値(R2)】	【目標値(R8)】
目標指標	コンベンション参加者数	0人	12,000人
目標指標	地域資源を活用したツーリズムへの参加者数	5,800人	27,000人
目標指標	ときわ公園入園者数	55万人	80万人



※本計画に基づき展開する各施策は、持続可能な開発目標の達成に貢献するものです。

特に関連の強い開発目標は、「8.働きがいも経済成長も」「9.産業と技術革新の基盤をつくろう」「17.パートナーシップで目標を達成しよう」になります。

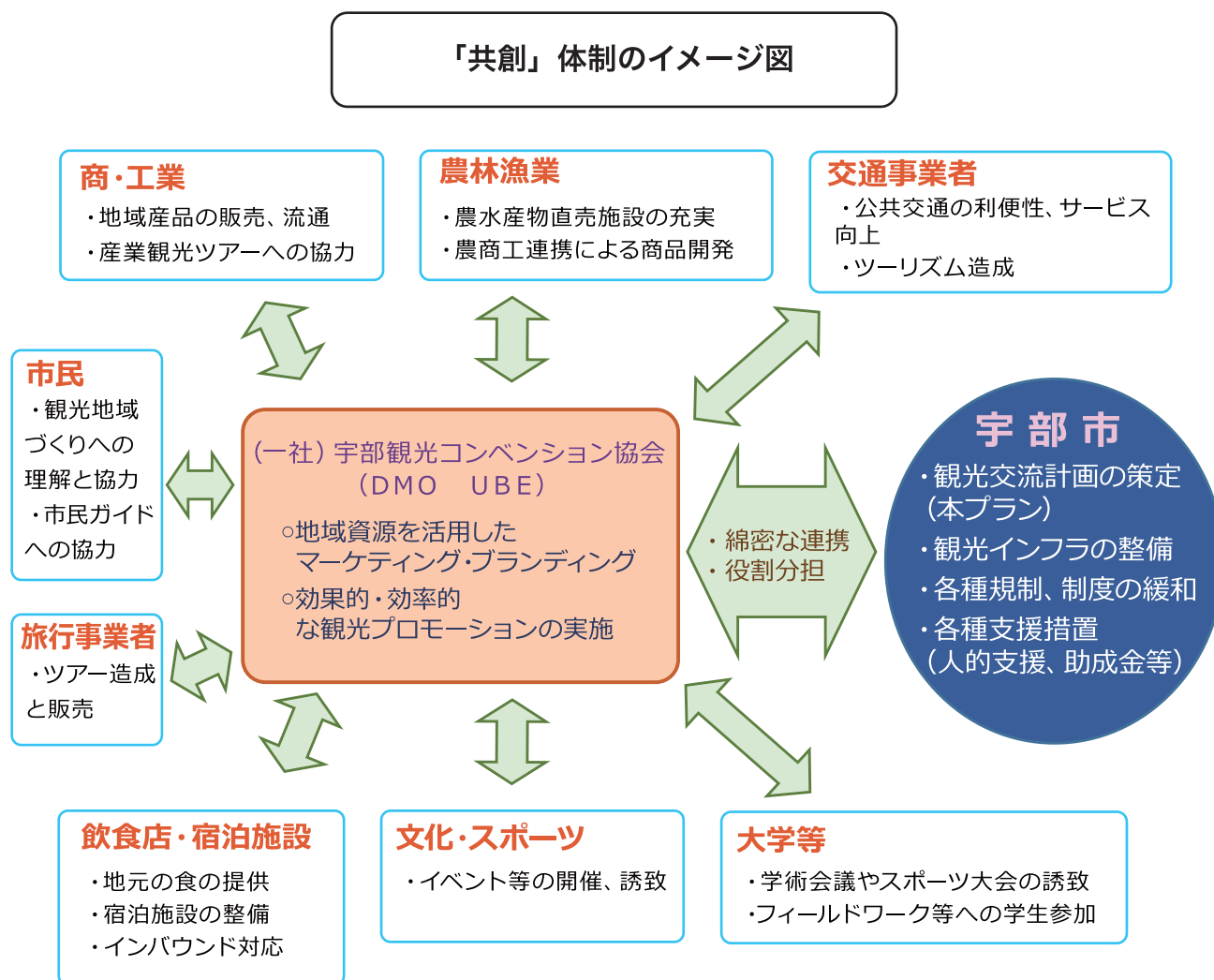
### SDGsとは

SDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)は、「誰一人取り残さない(leave no one behind)」持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の目標です。2015年の国連サミットにおいて全ての加盟国が合意した「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中で掲げられており、17のゴールから構成されています。



## 第5章 観光地域づくり推進体制の整備

本アクションプランを効率的に推進するため、「(一社)宇部観光コンベンション協会(DMO UBE)」を関係団体等の舵取り役として位置付け、各主体の役割を明確にし、観光地域づくりを推進する各種団体と、各個別目標の設定段階から課題を共有するとともに、様々な意見を出し合いながらその対策を考え、「共創」による推進体制や機能の強化を進めます。



### ◆ 各主体の役割・連携

#### ○ 市の役割

- ・観光関係団体や事業者、市民、市民団体及び関連自治体と連携しながら、総合的な施策を展開し、観光交流地域づくりを推進する。
- ・受入環境や規制、制度を整備し、来訪者の利便性向上を図る。
- ・各団体等が実施する観光交流事業への協力、支援を行う。

- **(一社)宇部観光コンベンション協会 (DMO UBE) の役割**
  - ・域外からの誘客を促進することを通して、地域の「稼ぐ力」を引き出すため、観光交流に関するデータ集約や分析、効果検証を行うとともに、ターゲットに沿った戦略的なマーケティングを行うことで、観光交流地域づくりを推進する。
  - ・地域資源を活用した滞在コンテンツの造成・開発・販売を行う。
  - ・ターゲット層ごとに誘客を促進する効果的・効率的なプロモーションを行う。
  
- **事業者の役割**
  - ・「新たな日常」に対応しながら来訪者のニーズに合った質の高いサービスを提供し、おもてなしに努める。
  - ・本市の特産品や食などを開発し、積極的な販売に努める。
  - ・(一社)宇部観光コンベンション協会 (DMO UBE) が行うデータ収集に協力し、顧客分析やマーケティングに努める。
  
- **市民・市民団体との連携**
  - ・本市の自然や歴史、文化に誇りと愛着を持ち、伝統行事の伝承に努める。
  - ・歴史的建造物などの保存に努める。
  - ・観光ボランティアガイド等と連携し、来訪者の案内やおもてなし活動を推進する。
  - ・フェイスブックやツイッター等のSNSを活用し、本市の魅力発信に努める。

# 宇部市観光交流アクションプラン

宇部市観光・シティプロモーション推進部  
観光・グローバル推進課  
令和4年(2022年)3月