観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年６月６日

１．観光地域づくり法人の組織

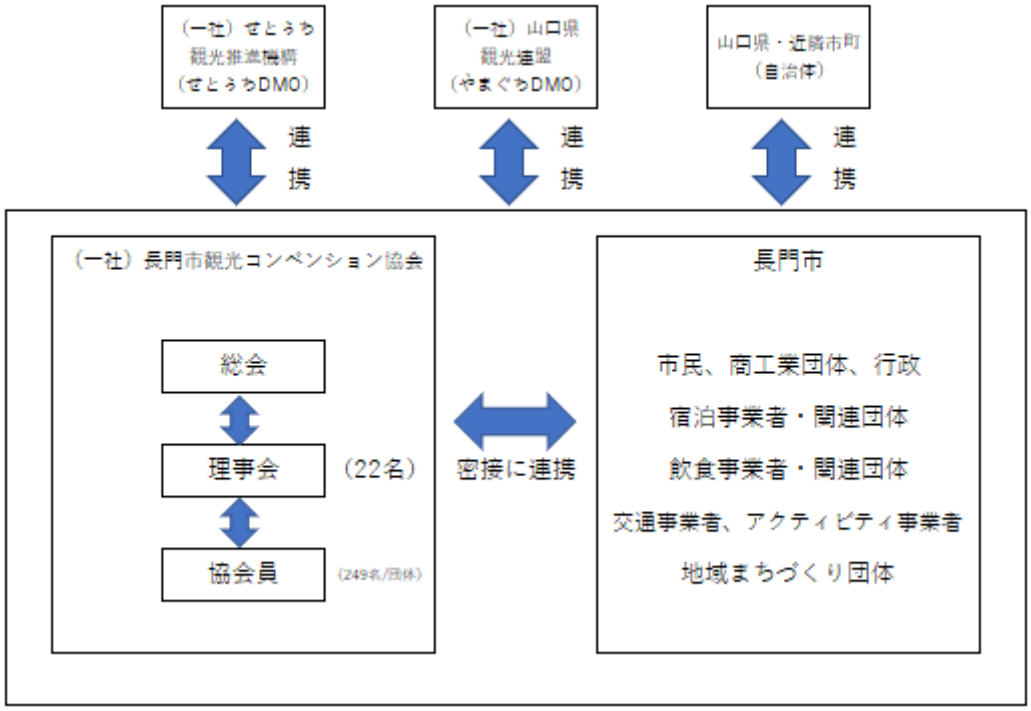
申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･(地域ＤＭＯ)	
観光地域づくり法人の名称	（一社）長門市観光コンベンション協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	山口県長門市	
所在地	山口県長門市仙崎４２９７－１	
設立時期	平成２３年４月１日	
事業年度	４月１日から翌年３月３１日までの１年間	
職員数	１１人【常勤９人（正職員６人・出向等２人・準職員３名）】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 末永　明典 （出身組織名） 深川養鶏農業協同組合	深川養鶏農業協同組合代表理事組合長として長年にわたり長門市観光振興に尽力してきた。当協会には平成１１年に副会長、令和７年６月に会長に就任。
業務執行全般（専門人材）ＤＭＯマネジメント責任者	（氏名） 武内　源太「専従」 （出身組織名） 楽天グループ（株）	民間ネット会社でのオンライントラベルビジネス、広域連携ＤＭＯでの事業経験を持つ。令和６年６月に当協会専務理事に就任。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー	（氏名） 村尾　悦郎「専従」 （出身組織名） （一社）長門市観光コンベンション協会	WEB メディア運営法人にて 5 年間勤務し、サイトと WEB 広告のデータを組み合わせた収集・分析ノウハウを持つ。その後、地域おこし協力隊としての活動や協会スタッフとして長門市公式観光サイト「ななび」の運営に約 5 年間携わっており、今日における長門の観光 WEB データを最も古くから、かつ連続性を持って把握している。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 杉原　康治「専従」 （出身組織名） 長門市	令和７年４月に長門市からの派遣により事務局長に就任。長門市では、各種事業執行、予算管理などに従事。当協会の安定的かつ持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討等を行う。
各部門（プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 小林　容子「専従」 （出身組織名） （一社）長門市観光コンベンション協会	当協会の実務全般に長年携わり、特に観光プロモーション（情報発信）や観光企画において高い能力を持つ。また豊富な人脈を有し、各種調整も行っている。

様式１

各部門（旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 畑村　陽子「専従」 （出身組織名） （一社）長門市観光コンベンション協会	当協会の実務全般に長年携わり、特に地域旅「ナガトリップ」を中心に着地型旅行商品の造成・販売に高い能力を持つ。また豊富な人脈を有し、各種調整も行っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	長門市 ・ 観光政策課（観光基本計画、観光政策全般、データ収集・分析、観光施設活用・管理、マーケティング、観光プロモーション、各種ツーリズム、国際交流） ・ スポーツ文化交流課（スポーツイベント・大会、文化振興、文化財の調 ・ 査・保存、保護） ・ 農林水産課（農業振興、畜産振興、林業振興、水産振興、都市農村交流） ・ 産業政策課（産業振興、ふるさと納税、地域交通対策） ・ 企業誘致・まちづくり推進課（企業誘致、まちづくり推進） ・ 企画政策課（広報、広聴、シティプロモーション、観光ＤＸ、移住相談、地域おこし協力隊） ・ 生活環境課（環境保全） ・ 都市建設課（都市計画調査・策定、景観維持、道路等占用関係）	
連携する事業者名及び役割	【当協会会員：249 名/団体】 【受入態勢強化】 長門湯本温泉旅館協同組合、俵山温泉合名会社、宿泊施設、長門湯本温泉まち株式会社、むかつ国で遊ぼう協議会、長門料飲組合、大津西旅料飲組合、たわらやまの旅と未来会議、飲食店 【商工振興・経営支援】 長門商工会議所、ながと大津商工会、長門金融懇談会、深川地区商業協同組合 【特産品開発】 ながと物産合同会社（道の駅センザキッチン）、深川養鶏農業協同組合、株式会社 63Dnet（ながとラボ）、山口県漁協長門統括支店、山口県農業協同組合長門統括本部 【体験型プログラム・着地型商品開発】 ㈱SD-WORLD、NPO 法人ゆうゆうグリーン俵山、湯本まちづくり協議会、通地区発展促進協議会 【アクセス対策】 ＪＲ西日本長門鉄道部、サンデン交通㈱、防長交通㈱、タクシー事業者 【文化振興】 （公団）長門市文化振興財団、金子みすゞ記念館、香月泰男美術館、村田清風記念館、くじら資料館 【地域ガイド】 ながとボランティアガイド会、かよいガイド会、俵山しっちょる会 【広域連携】以下の協議会等に参画、随時連携 ・ ながと路観光連絡協議会（萩市・美祢市・阿武町・津和野町・益田市） ・ 長州路観光連絡会（萩市・美祢市・下関市） ・ 山口県観光連盟	
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】① ① 当協会には多種多様（宿泊・飲食・運輸・文化・スポーツ・物産・農林水産・行政等）な関係者 249 名/団体が会員として参加しており、各業界を代表する方々22 名（会長 1 名、副会長 4 名、理事 14 名、監事 2 名、専務理事 1 名）が役員として、理事会を構成している。また、市内観光関連各団体も役員が当協	

<table>
<tr><td></td><td>会の会員であり、連携は十分図れている。年 1 回の総会、年 4 回の理事会において意思決定を行っている。</td></tr>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td>・ 2019 年～2021 年に「観光コンシェルジュ養成講座」を開講し、観光関連事業者のみならず、地域住民も含めて 57 名の「長門市観光コンシェルジュ」認定に至った。2022 年以降も自主事業として勉強回答を継続中。
・ 年 2 回観光地域づくりに関する取り組みや各種事業を紹介する協会報を発行し、長門市内全戸に回覧している。
・ 各種イベントにおいては、地域住民にボランティアスタッフとして参加していただき、一緒におもてなしの実践を行っている。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>《令和 6 年度事業》
➢ 情報発信事業
・ステークホルダーとの共有・合意に基づく情報発信
・観光サイトや SNS の迅速な更新・運営
・インフルエンサーを活用しての情報発信
・アクセスデータからのブラッシュアップ
・観光宣伝活動
➢ デジタルマーケティング
・観光サイトデータ分析
・デジタルデータの会員への共有ならびに提言
・デジタルデータの商品開発への活用
・デジタル媒体を使った認知拡大およびデータ検証</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>《令和 6 年度事業》
➢ 観光客受入態勢整備事業
・長門市観光案内所 YUKUTE 運営及び観光案内
・長門市駅観光案内所運営調整
➢ 周遊観光促進事業
・レンタサイクルの運営
・レンタカーの運営
・各種オプショナルツアーの運行および実施協力
➢ 観光施設等管理運営事業
・青海島船越キャンプ場委託運営
➢ 物品販売事業
➢ イベント後援・共催
・OSEN ガストロノミーウォーキング in 長門俵山温泉
・ながとブルーオーシャンライド with 秋吉台
・JAL 向津具ダブルマラソン　等</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>《令和 6 年度事業》
➢ 地域旅ツーリズム推進事業
・ナガトリップ（市民や企業の参加による、まちの魅力を体感できる新たな地域旅）の実施検証
・宿泊につながる誘客イベントにおける商品造成
・体験型教育旅行の造成、受入
・体験型コンテンツの造成
・地域観光資源を活かしたタクシープランの造成・販売</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

	【定量的な評価】 ➢ 会員数（R7.6.1 現在）…249 ➢ 公式 WEB サイトへのユニークユーザー数 R4 ：ユニークユーザー数　655,926 人 R5 ：ユニークユーザー数　807,669 人 R6 ：ユニークユーザー数　749,727 人 ➢ 地域旅ツーリズム推進事業 R4 ：参加人数 1,989 名 R5 ：参加人数 1,833 名 R6 ：参加人数　926 名
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** 長門市観光コンベンション協会に参画する宿泊事業者、飲食事業者、交通事業者、文化施設、観光施設、アクティビティ事業者、商工業、行政等、多様な関係者が官民密接に連携した運営を実施。 幅広い関係団体、事業者の代表者で構成する理事会において、戦略の策定や修正、各事業の進捗管理を行っている。 総会において、事業計画・報告、予算計画・報告を行い、意思決定を行うとともに全協会員に対して情報共有を行っている。 **【実施体制図】** 

様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】

区域を構成する長門市は山口県西北部に位置しており、管轄区域と行政区は一致している。過去から温泉地や青海島の景観を中心に観光を主要産業の一つとしてきたまちである。また、長門湯本温泉のリニューアル、元乃隅神社の注目、センザキッチンのオープン以降、さらに観光振興に注目が集まっている。一方で豊かな自然・歴史・文化を保持していながら十分な活用が出来ていない。安定的かつ継続的に区域としての一体性を確保する観点から地域資源の掘り起こしおよび着地型旅行商品の造成等に取り組んできた。さらに区域一体的な観光プロモーション、情報発信等によるマネジメントが必要であることから、長門市全域を区域とする地域ＤＭＯの形成を目指すこととした。

近隣の市においても有名観光地を有しており、近隣市、地域連携ＤＭＯ、山口県、広域連携ＤＭＯ等と連携して、顧客目線に立った着地型旅行商品の開発等の取組を行っていく。

【観光客の実態等】

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

	観光客数	宿泊客数
平成 29 年	2,147,999	520,895
平成 30 年	2,538,014	487,869
令和 1 年	2,410,986	485,803
令和 2 年	1,636,299	336,143
令和 3 年	1,628,301	321,894
令和 4 年	1,963,162	375,175
令和 5 年	2,011,007	383,446
令和 6 年	2,115,989	462,609

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

●自然
・温泉（長門湯本温泉・俵山温泉・油谷湾温泉・湯免温泉・黄波戸温泉）
・景観（青海島・東後畑棚田・千畳敷・青海湖・さわやか海岸・龍宮の潮吹）
・植物（西円寺の青蓮・大日比夏みかん原樹・大寧寺の桜および紅葉）
・キャンプ場（市内７ヶ所に個性的なキャンプ場を有す）
・青海島観光汽船
●歴史・文化・観光施設・商業施設
・元乃隅神社・金子みすゞ記念館・香月泰男美術館・村田清風記念館・くじら資料館・山口県県立劇場ルネッサながと・楊貴妃の里
・まちなみ（みすゞ通り・長門湯本温泉街・俵山温泉街）
・センザキッチン（交流拠点施設）
●スポーツ
・Sweet As（スポーツ複合施設）・ヤマネスタジアム俵山・ながとスポーツ公園
●イベント
・向津具ダブルマラソン・ブルーオーシャンライド・やきとり祭り・仙崎（ながと）花火大会
・俵山ガストロノミー・山口ながとクリテリウム
●特産品・食
・仙崎かまぼこ・鶏卵せんべい・三猿まんじゅう・活きイカ・干物・萩焼（深川窯）
・仙崎ぶとイカ・仙崎トロアジ・平太郎・長州黒かしわ・長州どり・長州ながと和牛
・三隅三元豚・ゆずきち・ジビエ

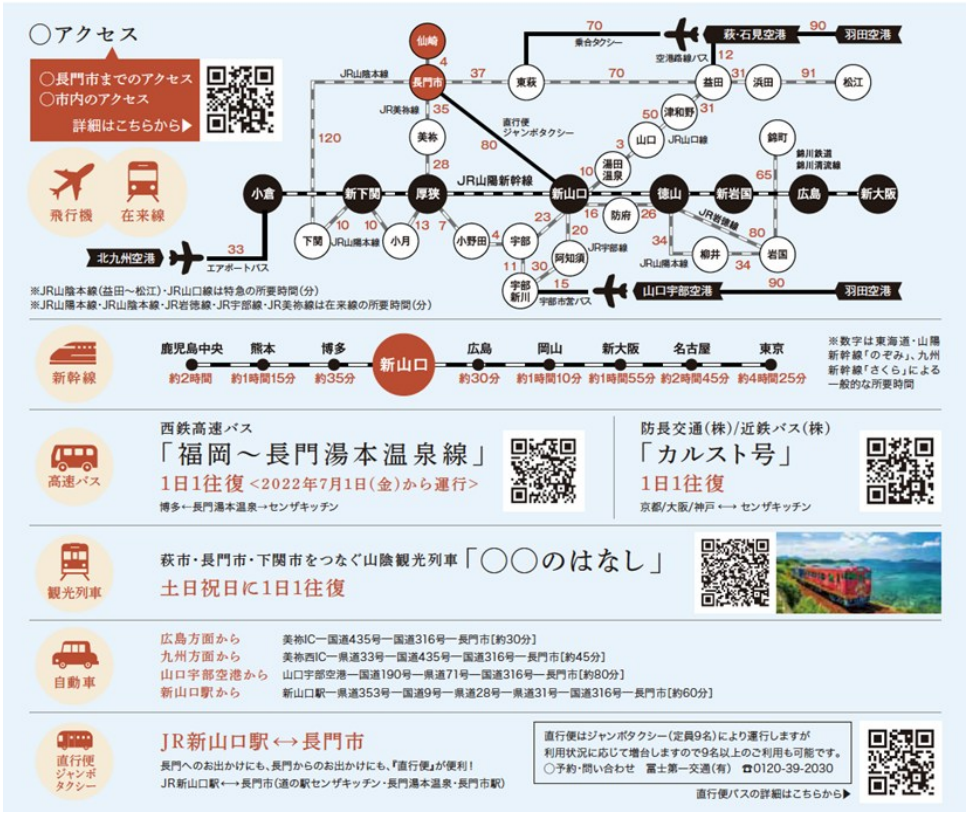
※長門市においては、5ヶ所の温泉地が観光の中心となっている。それぞれが特徴を備えており、山口県を代表する温泉地でもある長門湯本温泉は、リニューアルを終え散策も楽しめる温泉地に変貌しつつあり、優れた泉質を持つ俵山温泉は昭和の雰囲気を残し、根強いファンを獲得している。温泉地を中心に観光資源をリンクさせることにより、地域の滞在時間を増やすことを目指す。

※長門市内最大の集客力を持った元乃隅神社を切り口に、如何にしてその他の観光資源へと結び付けるかが今後の課題。それぞれの観光施設のブラッシュアップを行うとともに食を充実させることにより元乃隅神社から市内へ周遊させる仕組みづくりを目指す。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

地　区	施設数	客室数	収容人数	施設規模（200名～）	施設規模（50名～）	施設規模（～49名）
長門湯本温泉	11	441	1,680	3	5	3
俵山温泉	16	106	275	0	0	16
油谷湾周辺	4	51	231	0	1	3
湯免温泉	1	34	136	0	1	0
青海島・仙崎	2	12	36	0	0	2
長門市駅周辺	8	128	263	0	1	7
合　計	42	772	2,621	3	8	31

【利便性：区域までの交通、域内交通】



※西鉄高速バス、防長交通夜行バスは、2022 年度より運行開始
※山口宇部空港からの直行タクシーを 2022 年度より実証実験として期間限定で実施中

【外国人観光客への対応】

・JNTO 認定外国人案内所設置
・外国語用観光パンフレット作成（英語・韓国語・中国語（繁体字・簡体字））
・ホームページの多言語化（英語・韓国語・中国語（繁体字・簡体字）・フランス語・イタリア語）
・英語版観光動画作成（Nagato is calling）
・フリーWi-Fi の整備（市内観光地５地区に設置）
・観光地の一部で外国語案内看板設置（長門湯本温泉・元乃隅神社）
・市内事業者向け訪日インバウンド対応研修の実施
・やまぐちＤＭＯと連携した誘致イベントへの参加
・せとうちＤＭＯと連携した着地型旅行商品の開発とＦＡＭツアーの実施
・大型クルーズ船寄港におけるおもてなし事業
・キャッシュレス決済の環境整備

様式１

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額（単価）	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	長門市観光政策課収集のデータを活用して実施。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	長門市観光サイト「ななび」アクセスデータを活用して実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査を自主事業として実施。
観光客数	観光客数の把握・事業効果の検証。	長門市観光政策課収集のデータを活用して実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

本市における人口減少、高齢化は今後も続くことが想定されます。社会減への歯止めや出生率の改善等の積極的な働きかけを行う一方、人口減少社会にあっても活力を維持できるまちづくりを進める必要があります。

交流人口を増加させ、地域産業の担い手の育成や地場産業の振興につながる観光振興は、本市を活性化し、より魅力あるまちをつくるために欠くことのできない取り組みです。仙崎地区交流拠点施設「センザキッチン」のオープン、長門湯本温泉のリニューアル、元乃隅神社の注目等、観光振興にとってはチャンスの時期であり、観光地域づくり法人（ＤＭＯ）を中心とした観光振興を戦略的に推進していくことが地域振興策の一つとしてますます重要となっています。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・多種多様な温泉地** **・長門湯本温泉のリニューアル** **・元乃隅神社の注目** **・金子みすゞブランド** **・青海島を中心に海岸の景観美** **・豊富な海産物** **・食の素材（海産物・鶏肉・柑橘類）** **・スポーツ関連施設の充実**	**弱み（Weaknesses）** **・多様な飲食店の不足** **・市内交通網（観光施設への移動）** **・主要駅前の空洞化** **・後継者不足** **・従業員不足** **・シングルルームの不足（MICE 需要に対応が難しい）**

様式１

外部環境	機会（Opportunity） **・コロナ禍によるアウトドアツーリズムへの注目** **・大阪万博に向けた訪日インバウンド人数拡大への期待**	脅威（Threat） **・立地条件(主要交通拠点からの距離)** **・国内人口の減少** **・本県および周辺県の人口減少** **・新型コロナウィルスによる影響**

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇メインターゲット
　山口県・福岡県・広島県　50 代以上　夫婦

〇選定の理由
「メインターゲット」は、集客基盤でありリソース（プロモーションなど）を大きくかける短期投資・回収を想定したターゲットと定義した。
長門市の宿泊旅行で 45%（2023 年楽天トラベル・じゃらん宿泊実績)、日帰り旅行を含めると 53%（長門市観光満足度調査）の観光客が同 3 県から来訪している。その属性は、「50 代以上」が約半数を占めていることに加え、「家族」が 7 割、「2 名」が半数を占めている（楽天トラベル・長門市観光満足度調査）ことから同 3 県での 50 代以上夫婦と設定した。
〇取組方針
　移動手段として 7 割以上が「車」を利用（長門市観光満足度調査）していることから、設定ターゲットのドライブ旅行での周遊を想定したコンテンツ造成・受入環境整備・流通環境整備・プロモーションを促進する。特に移動時間 2 時間 30 分圏内は、日帰り・宿泊旅行共に誘客重点地域となる。

〇戦略的ターゲット（国内）
　首都圏・関西圏　30 代～40 代　ラグジュアリー

〇選定の理由
「戦略的ターゲット」は、リソース（プロモーションなど）配分はメインより小さいが、将来の集客基盤とすべく中長期投資・回収を想定したターゲットと定義した。
長門市の宿泊客のうち、首都圏・関西圏からの宿泊者シェアは 25%（楽天トラベル宿泊実績）を占めている。将来の集客基盤とさせるため、メインターゲットよりも若い年齢層で、東京からの来訪者推定年収１千万円以上のシェアが全体平均の倍（楽天トラベル来訪者属性）を占めていることから、情報感度の高い高所得層を設定した。
〇取組方針
　対象ターゲットに対して他の訪問地の「ついで訪問」ではなく、長門訪問を観光目的として選択してもらうための誘客プロモーションに加え、将来の集客基盤とするためのブランディング・認知向上にも軸をおいた情報発信を展開する。

〇戦略的ターゲット（インバウンド）
　東アジア（韓国・台湾・香港）・欧米豪（米・英・仏・独・豪）FIT　モダンラグジュアリー

〇選定の理由
長門市においてインバウンドシェアは入込客数の 0.5%（長門市観光動態調査）にすぎない。この規模感において長門市単独での海外誘客は費用対効果の観点で不効率であることから、長門市観光計画をベースに山口県観光連盟・せとうち DMO のターゲットと合わせることとした。また対象国の 7 割から９割が個人手配（観光庁訪日外国人消費動向調査）であることから FIT を、かつ観光消費額 100 万から 300 万のセレクテッドラグジュアリー、中でも長門市観光資源と親和性の高い「本物体験」を重要視するモダンラグジュアリーを設定した。
〇取組方針

せとうちエリア→山口県→長門市という誘客の流れを念頭に、将来の集客基盤構築のためのブランディング・認知向上をせとうちDMO、山口県観光連盟と連携した情報発信施策を展開する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「やさしさ」に出会える旅　癒しのながと時間
② コンセプトの考え方	北長門海岸国定公園の中核である青海島をはじめとし、手つかずの自然が残る向津具半島や、山口県の代表的温泉地である長門湯本温泉、俵山温泉を擁し、さらには、童謡詩人：金子みすゞ、シベリアシリーズで有名な：香月泰男画伯など文化人の輩出や、楊貴妃伝説や近松門左衛門伝承など、多彩な観光資源を持つまちです。また、海の幸、山の幸に恵まれるとともに金子みすゞの詩に溢れている「万物に対する眼差しや思いやりの心」が生活の中に息づいている土地柄も観光を支える大きな特徴の一つです。 本市の観光にとって「やさしさ」とは、観光のあり方や目指す方向性の重要な視点であり、観光コンシェルジュ養成事業等、近年観光客へのおもてなし向上に向けた取り組みも行っている。

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	多種多様な業界（宿泊業者、飲食業者、交通事業者、文化施設、観光施設、アクティビティ事業者、商工業、行政等）から事業者が参画し、各業界を代表する方々が役員（２２名）として理事会を形成している。年１回の総会、年４回の理事会、随時開催のプロジェクトチームにて戦略の決定・共有を図っている。長門市の特徴として、概ね全ての観光関連組織の役員が理事会、プロジェクトチームに参加しており域内の多様な関係者との共有は十分図れる体制となっている。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	観光客の満足度調査を通じて、アンケート結果をデータ化し、理事会（交通関連団体・旅館組合・飲料組合代表者参加）で共有するとともに、意見交換した上で、改善策提案ができる体制を構築する。 観光コンシェルジュ認定者に対する知識・意欲の維持・向上を図るための事業を継続的に実施する。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	長門市観光サイト「ななび」を中心として、長門市内の情報を一元的に発信するとともに、市内観光団体・組織と連携してタイムリーな情報発信可能な体制を構築している。 ＳＮＳを利用した効果的なプロモーションを実施している。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（日帰単価：千円）	目標	6.7	7.4	8.1	8.9	10.7	11.0
			（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	10.9	7.6	10.9			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●旅行消費額（宿泊単価：千円）	目標	21.8	30.0	32.5	35.0	40.0	47.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	39.5	33.2	46.5			
		（ ）		（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	486	400	450	500	500	500
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	375	383	463			
		(9)	(9)	(13)			
●来訪者満足度（%）	目標	47.0	48.4	49.8	51.3	52.8	54.3
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	21.5	46.6	53.0			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	44.5	48.9	53.8	55.0	55.0	55.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	64.6	78.2	63.0			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

長門市では、観光客数・宿泊者数はデータ収集および分析を行っていたものの、今回ＫＰＩとするデータ収集は行っていなかった。観光地域づくり法人申請を機に 2022 年度よりアンケート実施等により、データ収集・分析に取り組むものとする。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

令和４年度（2022 年度）に第３次長門市観光基本計画が策定され、旅行消費額として令和 8 年日帰り消費単価：8,000 円、宿泊消費単価：35,000 円と目標設定された。長門市全体での観光消費額目標（375 億円）を担保するため目標を引き上げた。

●延べ宿泊者数

第 3 次長門市観光基本計画では、令和 8 年観光客数 300 万人、宿泊者数 50 万人と目標設定しているため、当協会目標値も基本計画に合わせている。令和 9 年目標については今年度から来年度にかけて策定される第 4 次長門市観光基本計画での目標値に合わせる予定。

●来訪者満足度

2022 年度よりアンケートによるデータ収集を実施。令和 5 年までは 7 段階評価での点数表記であっ

たが、山口県下 DMO での協議により、DMO 間での比較検討を容易にするため、「大変満足している」の人数%を表記することとした。

●リピーター率
2022 年度よりアンケートによるデータ収集を実施。平成２８年に第２次長門市観光基本計画策定のためにアンケート調査行った時の数値を 2022 年度（Ｒ４）の目標値とする。その上で毎年 10%増の目標を設定する。尚、第３次長門市観光基本計画の目標数値が設定されたため、今後はその数値を目標とする。（令和８年時点で５５%を目標とする）

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●観光客数（万人）	目標	241	253	266	279	300	300
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	196	201	211			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●着地型旅行商品（名）	目標	1,900	2,000	2,100	2,200	2,300	2,300
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	1,989	1,833	926			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●（ホームページユニークユーザー数（名）	目標	460,800	576,000	720,000	900,000	1,100,000	1,280,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	655,926	807,699	749,727			
		（ ）	（ ）				
●住民満足度（%）	目標		50.0	50.0	50.0	50.0	50.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	55.5	64.3	67.6			
		（ ）	（ ）				

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
観光客数は基本数値として設定。着地型旅行商品申込者数・ホームページアクセス数・メディア掲載回数は当協会で重点目標としてきた項目のため設定。住民満足度は長門市の観光基本計画でも「住民と一体となった観光振興」が目標のため設定した。それぞれの目標数値については、これまで数値自体は収集していたものの、明確な目標設定は行っていなかったため、2022 年度より目標設定を行うこととした。

【設定にあたっての考え方】
●観光客数
目標値については『第３次長門市観光基本計画』の目標観光客数に準じて設定した。令和 9 年以降の目標値については『第 4 次長門市観光基本計画』を反映予定。

●着地型旅行商品申込者数
体験型両行商品「ナガトリップ」が主な対象。
観光消費額向上を目指す中、高単価商品開発や既存商品の単価向上施策も注力していく予定。

●ホームページユニークユーザー数
令和５年までは PV を目標指標としていたが、山口県観光連盟（県観連）がユニークユーザー数とエンゲージメント率を注力指標としていたことから、当協会においても両指標を採用することとした。

●住民満足度
これまで観光に関わる住民満足度をデータ収集した実績がない。観光地域まちづくり法人申請を機に 2022 年度よりアンケート調査を実施した。目標数値は、2022 年度調査結果を基に設定した。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	162,761,709（円）	【市からの補助金】 108,939,331 円 （うち宿泊ＣＰＮ事業 68,785,000 円） 【その他の補助金】 0 円 【収益事業収入】 49,980,605 円 （うち市からの委託料収入 28,147,962 円） 【会費収入】 2,841,000 円 【その他の収入】 1,000,773 円
2023（Ｒ５）年度	98,951,229（円）	【市からの補助金】 49,202,526 円 【その他の補助金】 0 円 【収益事業収入】 45,682,645 円 （うち市からの委託料収入 32,008,881 円） 【会費収入】 2,838,000 円 【その他の収入】 1,228,058 円
2024（Ｒ６）年度	115,215,000（円）	【市からの補助金】 48,331,000 円 【その他の補助金】 0 円 【収益事業収入】 62,596,000 円 （うち市からの委託料収入 47,946,000 円） 【会費収入】 2,808,000 円 【その他の収入】 1,480,000 円
2025（Ｒ７）年度計画	156,377,000（円）	【市からの補助金】 51,891,000 円 【その他の補助金】 0 円 【収益事業収入】 100,778,000 円 （うち市からの委託料収入 84,828,000 円） 【会費収入】 3,700,000 円 【その他の収入】 3,708,000 円
2026（Ｒ８）年度予定	97,500,000（円）	【市からの補助金】 46,000,000 円 【その他の補助金】 0 円 【収益事業収入】 48,000,000 円 （うち市からの委託料収入 23,000,000 円）

		【会費収入】 3,000,000 円 【その他の収入】 500,000 円
2027（Ｒ９） 年度予定	97,500,000（円）	【市からの補助金】 46,000,000 円 【その他の補助金】 0 円 【収益事業収入】 48,000,000 円 （うち市からの委託料収入 23,000,000 円） 【会費収入】 3,000,000 円 【その他の収入】 500,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	160,852,801（円）	【一般管理費】 22,755,302 円 【補助事業】 94,373,042 円 【受託事業】 30,233,468 円 （うち情報発信 12,999,490 円） （うち受入整備 3,700,000 円） （うちコンテンツ開発 1,376,300 円） （うちマーケティング 3,960,000 円） 【自主事業】 11,879,190 円 （うちイベント 4,256,359 円） 【その他】 1,611,799 円
2023（Ｒ５） 年度	98,951,229（円）	【一般管理費】 22,409,113 円 【補助事業】 34,045,481 円 【受託事業】 32,008,881 円 【自主事業】 7,649,182 円 （うち情報発信 22,046,440 円） （うち受入整備 21,490,967 円） （うちコンテンツ開発 8,831,333 円） （うちマーケティング 5,100,000 円） （うちイベント 64,124 円） 【その他】 1,534,827 円
2024（Ｒ６） 年度	115,215,000（円）	【一般管理費】 23,728,000 円 【補助事業】 31,723,000 円 【受託事業】 47,946,000 円 【自主事業】 8,450,000 円 （うち情報発信 34,846,000 円） （うち受入整備 21,566,000 円） （うちコンテンツ開発 9,457,000 円） （うちマーケティング 7,800,000 円） （うちイベント 50,000 円） 【その他】 2,015,000 円
2025（Ｒ７） 年度計画	155,977,000（円）	【一般管理費】 26,000,000 円 【補助事業】 33,411,000 円 【受託事業】 84,828,000 円 （うち情報発信 43,582,000 円）

		（うちマーケティング　5,984,000 円） 【自主事業】　9,500,000 円 （うちイベント　80,000 円） 【その他】　2,238,000 円
2026（Ｒ８） 年度予定	97,000,000（円）	【一般管理費】　23,000,000 円 【補助事業】　33,000,000 円 【受託事業】　26,000,000 円 （うち情報発信　15,000,000 円） （うちマーケティング　4,000,000 円） （うちイベント　600,000 円） 【自主事業】　13,000,000 円 （うちイベント　5,000,000 円） 【その他】　2,000,000 円
2027（Ｒ９） 年度予定	97,000,000（円）	【一般管理費】　23,000,000 円 【補助事業】　33,000,000 円 【受託事業】　26,000,000 円 （うち情報発信　15,000,000 円） （うちマーケティング　4,000,000 円） （うちイベント　600,000 円） 【自主事業】　13,000,000 円 （うちイベント　5,000,000 円） 【その他】　2,000,000 円

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

2024 年度の収入実績で見ると、補助事業４０．８%、受託事業４２．２%、会費収入３．４%、自主事業１３．２%となっており、全体の８３%が長門市からの事業となっている。
当協会としては自主事業比率を上げることよりも、地域内観光事業者が儲ける仕組み作りに注力するという方針で活動している。　また、会費収入は漸減傾向にあるが、住民満足度・事業者の観光振興に対する理解度を向上させることにより、会員数の維持拡大に努める。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

長門市は、観光による地方創生の実現に向けて、本市の魅力を満載した「満足度の高い充実した『ながと時間』」を民間事業者、地域住民、行政が市民協働で創造し、磨き上げ、発信することで地域の「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、一般社団法人長門市観光コンベンション協会がその役割と機能を発揮していくことが必要であると考えています。
つきましては、一般社団法人長門市観光コンベンション協会を本市における地域ＤＭＯとして登録したいので、一般社団法人長門市観光コンベンション協会とともに申請します。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

重複はありません。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	武内　源太
担当部署名（役職）	専務理事
郵便番号	〒759-4106
所在地	山口県長門市仙崎 4297-1
電話番号（直通）	0837-27-0074
ＦＡＸ番号	0837-27-0079
Ｅ－ｍａｉｌ	takeuchi@nanavi.jp

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	山口県長門市
担当者氏名	伊藤　和久
担当部署名（役職）	観光スポーツ文化部（部長）
郵便番号	〒759-4101
所在地	山口県長門市東深川 1339 番地 2
電話番号（直通）	0837-23-1182
ＦＡＸ番号	0837-22-6487
Ｅ－ｍａｉｌ	ito.kazuhisa@city.nagato.lg.jp

都道府県･市町村名	山口県長門市
担当者氏名	市川　裕之
担当部署名（役職）	観光スポーツ文化部（課長）
郵便番号	〒759-4101
所在地	山口県長門市東深川 1339 番地 2
電話番号（直通）	0837-23-1196
ＦＡＸ番号	0837-22-6487
Ｅ－ｍａｉｌ	ichikawa.hiroyuki@city.nagato.lg.jp

（登録）【地域DMO】 一般社団法人　長門市観光コンベンション協会

様式２

記入日：　令和7年6月6日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
　山口県長門市
【設立時期】 昭和29年6月30日（平成23年4月1日一般社団法人に移行）
【設立経緯】
　区域の観光コンベンション協会がDMOに移行
【代表者】 末永　明典
【DMO責任者】 武内　源太
【マーケティング責任者（CMO）】 村尾　悦郎
【財務責任者（CFO）】 杉原　康治
【職員数】 11人（常勤9人（正職員6人・出向等2人）、準職員3人）
【主な収入】
　補助金　48百万円、収益事業　63百万円（2024年度決算）
【総支出】
　事業費　88百万円、一般管理費　23百万円（2024年度決算）
【連携する主な事業者】（協会員：249名/団体）
　宿泊事業者、飲食事業者、交通事業者、文化・スポーツ・観光施設、
　商工事業者、アクティビティ事業者、各種団体

KPI（実績・目標）

指標項目		2022（R４）年度	2023（R５）年度	2024（R６）年度	2025（R７）年度	2026（R８）年度	2027（R９）年度
●旅行消費額（日帰単価：千円）	目標	6.7	7.4	8.1	8.9	10.7	11.0
			（　）	（　）	（　）	（　）	
	実績	10.9	7.6	10.9			
		（　）	（　）	（　）			
●旅行消費額（宿泊単価：千円）	目標	21.8	30.0	32.5	35.0	40.0	47.0
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	
	実績	39.5	33.2	46.5			
		（　）		（　）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	486	400	450	500	500	500
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	
	実績	375	383	463			
		(9)	(9)	(13)			
●来訪者満足度（%）	目標	47.0	48.4	49.8	51.3	52.8	54.3
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	
	実績	21.5	46.6	53.0			
		（　）	（　）	（　）			
●リピーター率（%）	目標	44.5	48.9	53.8	55.0	55.0	55.0
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	
	実績	64.6	78.2	63.0			
		（　）	（　）	（　）			

戦略

【主なターゲット】
　山口・福岡・広島県在住の50代夫婦
　首都圏・関西圏　30代～40代　ラグジュアリー
　東アジア（韓国・台湾・香港）・欧米豪（米・英・仏・独・豪）FIT　モダンラグジュアリー
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　「自然・絶景」を求めて来訪されているというデータ分析の結果を基に、「自然・絶景」をテーマとしたコンテンツの開発を進める
【観光地域づくりのコンセプト】
　人が輝き、やさしさがこだまするまち長門

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・体験型旅行商品「ナガトリップ」の企画開発、運営。
・観光資源を活かしたオプショナルツアーの企画開発、運営。

【受入環境整備】
・観光コンシェルジュ事業の運営
・長門市観光案内所「YUKUTE」及びJR長門市駅観光案内所の運営・観光案内

【情報発信・プロモーション】
・長門市観光サイト「ななび」の運営による情報発信
・各種SNSの運営よる情報発信
・Googleリスティング広告・観光サイト・SNS広告のデータ分析及びプロモーションの実施

【その他】
・市内ボランティアガイドの運営
・各種イベントの支援