

2025年度事業報告

観光は地方創生の切り札としての期待が高まる中、2025年度は、おいでませ山口観光キャンペーン推進協議会と連携して、翌年度に迫った山口デスティネーションキャンペーン等の絶好の機会を捉え、協創力や地域の魅力、情報の伝達力を強化し、国内観光客やインバウンド需要の獲得に取り組んだ。

I 協創力を高める ～DMOの推進～

多様な関係者の連携を促進するとともに、各地域における取組を支援することにより、県を挙げた「協創」を生み出す。

1 DMO推進体制の強化

①マーケティング専門人材の配置等

▽ マーケットに的確に対応した事業活動を展開できるよう、観光に関する専門的知見を有するマーケティング統括責任者を常勤配置し、マーケティング機能の強化に向けた体制整備を推進した。

②観光マーケティング機能の充実強化

▽ マーケティング統括責任者の主導による、ターゲットの旅行意識や周遊実態の詳細把握等の、マーケティングリサーチを実施した。

▽ 県内のDMOや観光協会、市町、観光関連事業者等が取組を検討する際に、活用しやすいデータ分析環境の構築・運用に向け、来訪者を属性別・地域別・時系列等、多角的に分析ができる、共通で利用可能なプラットフォームとなる「山口県観光DMP」の構築に向けた取組を行った。

《主な取組内容》

- ・ Webアンケートフォームの作成
- ・ 二次元コードアンケートカード設置箇所の調整（市町を窓口として調整）
- ・ 二次元コードアンケートカード等の設置（県内73か所に設置）
- ・ 市町及び観光協会等を対象とした事業説明会、意見交換会、操作説明会の実施
- ・ ダッシュボードの公開

③着地整備に係る専門人材の配置

▽ 地域の事業者等と幅広いネットワークを構築し、観光コンテンツの造成等を支援した。

2 やまぐちDMOフォーラムの開催

▽ マーケティング統括責任者を核に、「DMO推進戦略」の共有と地域の中核的な人材育成、多様な関係者との合意形成を図るため、「やまぐちDMOフォーラム」を開催した。

○1回目

日 時	2025年8月26日(火) 13:00~15:30
場 所	YM f g 維新セミナーパーク セミナー室1
開催方法	ハイブリッド方式
タイトル	生成AI活用セミナー&ワークショップ
内 容	<ul style="list-style-type: none">・生成AIの基礎知識・AIのトレンドと観光分野への影響・観光マーケティングでの活用方法・プロンプトの作成 など
参加人数	観光連盟会員 約50名

○2回目

日 時	2026年1月29日(木) 13:30~16:00
場 所	KDDI 維新ホール 205AB 会議室
開催方法	ハイブリッド方式
タイトル	映った瞬間がチャンスになる！ロケ・メディア紹介を観光に繋げる情報発信セミナー
内 容	<ul style="list-style-type: none">・ロケ実績の価値理解・効果的なPR手法・ロケ地の協力度・権利活用のOK・NG事例 など
参加人数	観光連盟会員 約50名

3 各種催事に対する協力・後援

催事名	開催日
周防大島つながり祭り	2025年 4月12日
第27回（令和7年度）「萩・大茶会」	5月 3日～5月 4日
秋吉台カルストTRAILRUN 2025	5月25日
第24回あじさい祭	6月20日～6月22日
第65回全日本実業団男子ソフトボール選手権大会	7月19日～7月21日
WILD BUNCH FEST. 2025	8月22日～8月24日
第27回“あとう自然美”写真コンテスト	9月 1日 ～2026年 1月31日
HighLight-Yamaguchi-	9月23日～9月25日
第62回サザンセト大島タイ釣り大会	9月27日
第10回吉田宿「楽市」	10月 5日
第27回柳井お菓子祭	10月24日～10月26日
第38回全国グラウンド・ゴルフ交歓山口県大会	10月30日～10月31日
第8回“わくわく”竹あかりin江汐	11月 1日
第21回海峡のまち下関歴史ウォーク	11月16日
12月、山口市はクリスマス市になる。	12月 1日～12月31日
令和7年度山口県立山口博物館企画展「中世山口への海と道」	2025年12月12日 ～2026年 2月 8日
第23回やない白壁花香遊	2026年 3月15日

4 団体協調事業

- ▽ 観光関連団体の各種会議に出席し、情報交換・連携強化等を図った。

5 機関会議等の開催状況

実施日	会議名
2025年 4月28日、4月30日	会計監査
5月 8日	第1回理事会
5月26日	通常総会
9月10日	第1回正副会長会議
2026年 2月27日	第2回正副会長会議
3月27日	第2回理事会

6 会員の異動（2025年度）

- 入会会員 6団体：株式会社アカマ印刷、株式会社タイクーン・ピクチャーズ、音伍繊維工業株式会社山口支店、株式会社油谷湾温泉ホテル楊貴館、株式会社 沙羅の木、NPOあとう
- 退会会員 6団体：株式会社ビザビ、(一社)おもてなしICT協議会、有限会社光國本店、旭観光協会、山口観光コンベンション協会阿東支部、株式会社防長トラベル

Ⅱ 地域の魅力を高める ～着地整備の促進～

「やまぐちらしさ」を磨き上げ、魅力ある観光資源、コンテンツ、サービスを生み出し、山口県の「価値」を高める取組を進める。

1 アウトドア体験コンテンツ魅力向上事業

▽ 山口県のアウトドアブランドの定着化に向けて、アウトドア体験の価値を高めるコンテンツ開発支援や、ガイド人材育成研修を実施した。

①アウトドア体験コンテンツ開発・磨き上げ支援

▽ 県内各地における魅力的な体験コンテンツの充実に向け、コンテンツ開発や磨き上げ、受入環境整備に係る取組を支援した。

[補助率] 1/2

[補助上限] 1,500千円

[補助対象者] 観光地域づくり法人、観光協会、民間事業者

[補助内容] 魅力的な体験コンテンツ開発や磨き上げ、受入環境整備に必要な経費の補助

地域	申請者	事業概要
下関市	(合)なんでん かんでん村	海水を利用した屋外プール整備
山口市	Tomatoba Farm	観光農園型の農業体験施設整備
長門市	(株)ゆやマリン ワークス	アクアサイクル（水上三輪車）体験の造成
周防大島町	石鍋亭	瀬戸内海離島でのフラダンスとSUPを組み合わせたツアー造成
周防大島町	sup-oshima	利用者の利便性向上のためのトイレの高機能化・更衣室の設置
周防大島町	瀬戸内 パドリング	インバウンド旅行者等をターゲットにしたSUPツアーを造成
田布施町	ラブアンド ブルー	サイドマウントスタイル*ダイビングツアーの造成 ※長時間・安全なダイビング方法
平生町	ダイドック オーシャン カヤックス	伝統的な船を活用した瀬戸内海の島々をめぐるロングツアー等の造成
山口市	(一財)山口観光コンバ ンション協会	手軽に楽しめる SUP 体験の造成
萩市	Discover Hagi Tours	歴史的な街並み等をめぐるインバウンド向けサイクリングツアーの造成
美祢市	(一社)美祢市 観光協会	観光客が集まる商店街を中心に、アウトドア体験の魅力案内する看板等の整備
周防大島町	サルワーレ	夕日や星空を眺めつつ、地元食材を使ったディナー等を楽しむオーダーメイドクルーズ体験の造成

②ガイド人材の育成・ネットワーク化研修

▽ 地域資源の魅力を最大限引き出し、アウトドア体験の価値を高めるガイド人材の育成研修を実施した。

(1) Leave No Trace レベル I 研修(サステナブルツーリズム資格取得研修)

日 時	2025 年 12 月 1 日(月) ~2 日(火)
会 場	セミナーパーク
講 師	Leave No Trace Japan 代表理事 岡村泰斗
参加人数	県内アウトドアガイド等 12 人
内 容	・ 自然環境への影響を抑えたアウトドアの楽しみ方に関する 7 つの基本概念 ・ ガイド講習の進め方 等 ※受講者全員が LNT レベル 1 に認定

(2) 野外救急法講習 (Wilderness First Aid ベーシック認定講習)

日 時	2026 年 2 月 2 日(月) ~3 日(火)
会 場	セミナーパーク
講 師	Wilderness Medical Associates Japan 代表理事 横堀 勇 〃 公認インストラクター 吉沢 充世
参加人数	県内アウトドアガイド等 15 人
内 容	・ 実技を中心とした、野外活動での傷病者への初動対応 等 ※研修の最後に筆記試験が実施され、全員が合格

(3) おもてなし研修

日 時	2026 年 1 月 28 日(水)
会 場	カリエンテ山口
講 師	株式会社インアウトバウンド東北 代表取締役 西谷 雷佐
参加人数	県内アウトドアガイド等 20 人
内 容	・ ガイドとしてのおもてなしの基本 ・ 観光ガイドの考え方、あり方 ・ 相手にわかりやすく伝える手法 等 ※研修後、ガイドのネットワークづくりに向けた交流会を開催

2 若者活躍による観光力パワーアップ事業

▽ 若者の活躍を起爆剤とした魅力的な観光地域づくりと、将来の地域観光を担う新たな観光人材の発掘・育成を目的として、高校生や大学生等の若者が主体となり、地域と連携して実施する実践的な観光振興の取組を支援した。

①若者と地域が連携した実践的な取組への支援

▽ 高校生や大学生が実施する地域の観光事業者等と連携した観光地域づくりの取組等への支援を実施した。

○セミナー、フィールドワークの実施

<日時・場所>

- ・ 8月2日(土) サンフレッシュ山口
- ・ 9月15日(祝) KDD I 維新ホール

<主な内容>

- ・ 基礎講義
- ・ フィールドワーク
- ・ 観光プラン案の作成
- ・ プレゼンテーション

○各校における観光コンテンツ等造成の取組への伴走支援の実施

<主な内容>

- ・ 若者目線によるコンテンツ等造成に係る企画、地域実装に向けた関係者との連携・調整

②取組拡大に向けた機運醸成

▽ 高校生、大学生、観光事業者、教員等の参加による、観光振興フォーラム『#ふくの国イノベーション ～未来を旅する「観光×若者」フォーラム～』を開催した。

<日時・場所> 12月25日(木) YM f g 維新セミナーパーク

<主な内容> 取組成果発表、知事等とのパネルディスカッション、知事と有識者による対談「若者と拓く山口県観光の未来」

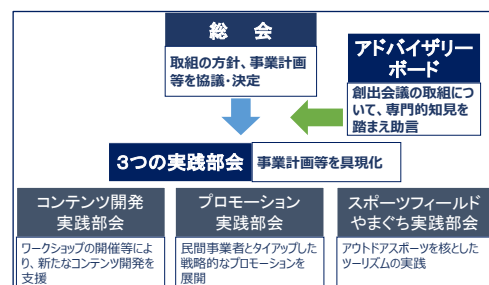
3 山口ならではのアウトドアツーリズム推進事業

▽ 本県の豊かな自然を最大限に活かした、山口ならではのアウトドアツーリズムを推進し、新たな人の流れと活力の創出に取り組んだ。

①アウトドアツーリズムの推進体制強化

▽ 「やまぐちアウトドアツーリズム創出会議」により取組を強化した。

- ・ 全県を挙げた推進体制である「やまぐちアウトドアツーリズム創出会議」による取組の推進
- ・ 誘客の起爆剤となるような体験コンテンツの開発に向け、市町と連携し、専門家の伴走支援による体験コンテンツの開発促進



②山口ならではの特別な体験の創出

▽ 新たな観光コンテンツの開発を支援した。

採択年度	地区	申請者	事業概要
2024年度	美祢市	(一社)美祢市観光協会	秋吉台・秋芳洞のアウトドアアクティビティのワンストップサービス拠点(アクティビティセンター)の整備
	宇部市	(株)COCOLAND	常盤湖畔の森を活かした、恐竜とフィールドアスレチックが融合するアウトドア施設の整備

③アウトドアツーリズムシンボルイベントの開催

▽ アウトドアツーリズムのブランド化・定着化に向けたシンボルイベントを、山口きらら博記念公園において開催した。

4 外国人観光客の受入環境の整備

▽ 本県を訪れる外国人観光客の満足度を高め、リピーターの確保や更なる誘客拡大を図るため、県内を安心して快適に周遊できる受入環境の充実を図った。

①多言語コールセンターの運用

▽ 外国人観光客と受入施設等のコミュニケーション問題の解決を目的とした多言語コールセンターによる通訳サービスの提供(22言語、415件)を実施した。

②無料公衆無線LAN環境の普及促進

▽ 「やまぐちFree Wi-Fi」の普及促進や統一ステッカーやWEBでのマップ表示による設置場所(アクセスポイント数401箇所【R8.3月末現在】)のPRを実施した。

③岩国駅観光案内所への多言語対応スタッフの配置

5 全県を挙げたおもてなし力の向上

▽ 山口県観光全体について、ワンストップで行き届いた案内を実施する「山口県観光コンシェルジュ」をJR新山口駅に配置した。

JR新幹線駅及び山口宇部空港での観光案内所における観光案内業務など、「心のこもったおもてなし」の取組を支援した。

Ⅲ 情報の伝達力を高める ～プロモーションの展開～

データの収集・分析に基づいたプロモーション活動の展開等により、マーケットに確実に訴求する情報発信を進める。

1 「万福の旅」山口DCプロモーション事業

▽ 3年間にわたるDCの効果を最大限高めるため、全国からの誘客と県内周遊を促進することで、本県の観光産業の活性化や観光県としてのブランディングにつながるプロモーションを展開した。

(1) DC開催に向けた戦略的な観光プロモーション

《情報発信》

①大都市圏（大阪市、広島市、福岡市）におけるPRイベント

i. 山口DCプレキャンペーンオープニングイベント

- ・日程：9月20日（土）、21日（日）
- ・場所 JR大阪駅 大阪ステーションシティ
- ・内容：ステージイベント、観光・体験・物販ブース出展など

ii. PRイベント（福岡会場）

- ・日程：11月29日（土）
- ・場所 福岡市天神 ソラリアプラザ
- ・内容：ステージイベント、観光・体験・物販ブース出展など

iii. PRイベント（広島会場）

- ・日程：12月6日（土）
- ・場所：JR広島駅 北口1階イベントスペース
- ・内容：ステージイベント、観光・体験・物販ブース出展など

②DC広報宣伝活動等

i. イベントガイドブック

▽ プレDC期間中に県内各地で開催される特別企画や体験コンテンツをはじめ、「絶景」「体験」「グルメ」をテーマとした周遊プランの紹介など山口プレDCを楽しんでもらうためのガイドブックの制作・配布を行った。

- ・発行時期：2025年9月
- ・発行部数：13万部
- ・配布箇所：JR西日本の主要駅、県内市町・観光協会、観光案内所等

ii. 山口プレDC 5連ポスター

▽ 山口DCを象徴する5枚組のポスターをプレキャンペーンにあわせて制作し、全国のJR主要駅等に掲出した。



③山口県観光サイト「おいでませ山口へ」

▽ 山口DC特集ページを設け、注目のコンテンツや見どころ、おすすめモデルコースなどを掲載し、プレキャンペーンに関する最新情報を発信した。

(<https://yamaguchi-tourism.jp/feature/dc>)

▽ 山口DCの特設サイトを9月8日(月)に公開した。

(<https://yamaguchi-tourism.jp/dc-yamaguchi>)

《全国誘客促進》

○個人観光客向けOTAプロモーション

▽ 個人観光客をターゲットとした本県観光の魅力発信及び誘客促進に向けて、楽天トラベル、JTB、じゃらんの国内のOTA3社のサイトに山口県特集ページを公開し、プレDCにあわせて造られたオリジナル特典付き『万福の旅』宿泊プランを販売した。

- ・販売開始日：楽天トラベル (7月28日)
JTB (7月31日)
じゃらんnet (8月1日)
- ・宿泊期間：10月～12月
- ・宿泊者数：35,568人(人泊数)
(10月：9,841人)
(11月：13,441人)
(12月：12,286人)



《県内周遊促進》

①県内全域をめぐる宝探し周遊イベント「山口ふくだるま開運さんぽ」

▽ 県内の全19市町及び津和野町内の全20コースに隠された「ふくだるま」のプレートを探し、賞品の応募に必要なキーワードの完成を目指す、デジタルクーポン付き周遊キャンペーンを展開した。

山口プレDC期間(10/1～12/31)には、特別企画として、温泉情緒あふれる街歩きを楽しめる湯田温泉編、長門湯本温泉編を実施した。

- ・実施期間

令和7年7月19日(土)～令和8年1月31日(土)

- ・参加状況(通常編)

20コース達成者1,318名、クーポン利用件数3,827件

- ・参加状況(湯田温泉編)

コース達成者99名、クーポン利用件数67件

- ・参加状況(長門湯本温泉編)

コース達成者129名、クーポン利用件数72件



②古地図と街道に着目した周遊キャンペーン「古地図を片手に、まちを歩こう。」

▽ 古地図を眺めながら地元ガイドの案内で、城下町や宿場町を歩くガイドツアーを、DC期間限定コースや街道ガイドウォークなどの新たなコースを加え、県内各地で開催した。

- ・開催期間：2025年10月1日～2026年3月31日

- ・開催場所：県内及び島根県益田市の37コースに、期間限定で古地図ウォーク7コース、街道ウォーク8コースをスタンプラリーに加えた全52コース

※県「こどもや子育てにやさしい休み方改革」月間に向け、親子連れも気軽に楽しめる「やさしいコース」(花岡・上宇部・堀内)に新たに2コース(宮市・俵山)を創設

- ・参加人数：1,482人



③地酒と酒蔵に着目した周遊キャンペーン「やまぐち酒蔵ご酒印めぐり」

▽ 山口県の酒蔵を巡ってオリジナル『ご酒印』を集め、ご酒印を3種類以上集めると抽選で山口県の地酒等をプレゼントするキャンペーンを展開した。

- ・実施時期

9月25日(木)～12月31日(水)

- ・『ご酒印』配布枚数

17,180枚

- ・プレゼント応募数

346件



④アウトドア等体験コンテンツ利用促進キャンペーン「やまぐちのアソビ新発見割2025」

▽ オンライン予約サイト「アソビュー！」を活用し、山口県内のアウトドアアクティビティ等の体験利用料を割り引く、期間限定のキャンペーンを実施した。

・第1期キャンペーン

7月1日（火）～8月31日（日）

〔割引率10%〕利用人数1,818人

・第2期キャンペーン

10月1日（水）～12月31日（水）

〔割引率20%〕利用人数1,350人



⑤山口まんぷくグルメキャンペーン

▽ 対象のご当地グルメを対象店・宿で食べて、インスタグラムに投稿・応募すると、抽選でふくだるまのぬいぐるみが当たるキャンペーンを実施した。

・対象グルメ

ふぐ料理、瓦そば、チキンチキンごぼう、くじら料理、長州チキンステーキ、長州海鮮まぶし、長州海鮮うにしゃぶ、美酒海鮮瓦焼き

・実施期間

2025年10月1日～12月31日

・実施状況

対象店・宿数 延べ431店・宿

応募数 58件



(2) DCの効果を高める受入体制整備

《観光二次交通の充実強化》

①デジタルパス

▽ 公共交通機関と施設入場券等がセットになったデジタルパス「山口ふくの国周遊パス」を造成・販売した。

- ・発売期間：9月1日（月）～12月31日（水）
- ・利用期間：10月1日（水）～翌年1月2日（金）
- ・有効期間：3日間
- ・料 金：おとな5,000円、こども2,500円
- ・発売枚数：1,431枚



②広域観光周遊バス

▽ 令和6年度に実証運行した角島・元乃隅神社を巡る広域観光周遊バス「ふくの旅、山口号」について、自走化に向けた通年運行を実施した。

- ・実施期間：4月26日（土）～翌年3月29日（日）の土・日・祝日
7月25日（金）～12月26日（金）の金曜日
※12月27日（土）～翌年1月4日（日）を除く
- ・料 金：満喫コース（通常期）大人7,500円～9,800円
ハイライトコース（最繁忙期）大人9,800円
- ・乗車人数：2,716人

③レンタカー料金割引キャンペーン

▽ 県内宿泊客を対象に、県内観光の二次交通手段として利用割合の高いレンタカーについて、レンタカー代金の割引により広域観光周遊を促進した。

- ・販売開始：9月以降
- ・対象期間：10月～12月
- ・実施先：楽天トラベル、JTB、駅レンタカー
- ・割引率：5,000円／台
- ・利用台数：484台

2 「おいでませ ふくの国、山口」プロモーション事業

- ▽ 観光キャッチフレーズ「おいでませ ふくの国、山口」のもと、「絶景」「体験」「グルメ」をテーマとしたプロモーションを戦略的に展開し、本県への誘客と県内周遊を促進した。

(1) 「おいでませ ふくの国、山口」のブランディング

①スペシャルアンバサダーによる情報発信

- ▽ プレDC期間中、スペシャルアンバサダー（石川佳純さん）が全編にわたり出演する観光PR動画を活用し、メディアプロモーションを集中的に実施するとともに、SNS（TikTok）を活用した「#山口ふくの国ダンス」動画投稿キャンペーンを展開した。

- ・実施期間：10月1日～12月31日
- ・投稿総数：143件



②「山口県 新ご当地グルメ」開発事業

- ▽ 観光客・観光消費額の増加を図るため、観光客の満足度や訴求力の高いグルメの開発・プロモーションを行うとともに、新たに開発したグルメ及びプロモーションについて、検証・ブラッシュアップを行うことにより、観光資源としての定着を推進した。

・県全域への展開

- ▽ 2023・2024年度に開発した4つのグルメについて、販売店・宿及び販売エリアの拡大を図るため、これまで実施してきた北部・東部地域で引き続き事業者を募るとともに、新たに西部・中部地域において事業者を募集し、販売エリアを県全域に広げた。

・お披露目会の実施

- ▽ 報道関係者向けにお披露目会を実施し、2025年度からの参加事業者が中心に出展し、テレビ・新聞など多数のメディアで取り上げられた。

○販売店・宿数…53軒

・市町別

岩国市…4軒 上関町…1軒
下松市…2軒 南市…1軒
防府市…4軒 山口市…8軒
美祢市…2軒 宇部市…4軒
山陽小野田市…4軒
下関市…3軒 長門市…10軒
萩市…10軒

・グルメ別

長州チキンステーキ…39軒
長州海鮮まぶし…15軒
長州海鮮うにしゃぶ…11軒
美酒海鮮瓦焼き…4軒



(2) 事業者との連携によるプロモーション

①旅行会社との連携

▽ JTB、日本旅行、阪急交通社の3社とタイアップした旅行商品を造成し、実店舗やメディアでの販促、店頭キャンペーン等を展開した。

- ・JTBとのタイアップ:60,493人泊(対前年度比 89.7%)
- ・日本旅行とのタイアップ:15,270人泊(対前年度比 97.5%)
- ・阪急交通社とのタイアップ:11,803人泊(対前年度比 110%)

②航空会社との連携

▽ ANA、JAL、SFJとのタイアップにより、各社のメディアを活用した情報発信や航空機を利用した旅行商品の企画・造成を促進した。

- ・ANA 令和7年11月 1日(土)～令和8年2月28日(土)
- ・JAL 令和7年 9月 1日(月)～令和8年3月22日(日)
- ・SFJ 令和7年12月22日(月)～令和8年2月28日(土)

③鉄道事業者との連携

▽ JR西日本と連携し取組を実施した。

- ・観光列車「WEST EXPRESS 銀河」の運行に合わせた観光PR(11月～翌年2月)
- ・新山口駅のエスカレーターラッピングによる観光PRの実施(通年)
- ・JR西日本が開催する観光素材説明会を活用した観光素材や特産品のPRの実施(11月17日)
- ・JR博多駅での山口DC展示ブースの設置によるPR(3月30日)

④道の駅との連携

▽ 道の駅ドライブスタンプラリーを実施した。

- ・令和8年1月5日(月)～令和8年3月22日(日)

(3) 情報発信力の強化

① デジタル観光プロモーションの展開

《Webサイトの情報充実》

- ・ より多くの検索ユーザーに本県観光情報を届けるため、当サイトを検索結果の上位に表示させサイト流入の増加を図るSEO対策の実施
- ・ 山口県の魅力を観光客目線で発信するブログページ「山口ふおとりっふ」における地元ライターによるブログ記事の作成、掲載（ライター13名、作成ブログ記事73件）
- ・ ターゲットのニーズを踏まえた特集ページの作成、掲載（6件）
- ・ テーマに応じた周遊モデルコースの作成、掲載（2件）
- ・ アクセス状況の分析、県内市町への分析結果の提供（4回）
- ・ サイト運用における生成AIの活用に関するセミナーの実施（1回）
- ・ ユーザーの利便性向上、満足度向上のためのサイト改修の実施

《SNSを活用した情報発信》

- ・ Instagram 投稿数：184件 フォロワー数：22,799（2026年3月末）
- ・ X 投稿数：206件 フォロワー数：16,863（2026年3月末）
- ・ Facebook 投稿数：139件 フォロワー数：11,659（2026年3月末）

《ターゲティング広告の実施》

▽ 居住地域・年齢・性別等のペルソナごとにターゲティングを行い、ディスプレイ広告、SNS広告を実施した。また、広告に興味を示したユーザーの県や市への来訪を計測し、推定消費額を算出する広告を実施することで、広告効果を検証した。

・ 実施時期

ディスプレイ広告：2025年10月～11月、2026年1月～3月

実来訪者計測広告：2025年9月～11月

SNS広告：2025年7月～8月

・ 主な対象地域

東京・神奈川・大阪・兵庫・広島・福岡・山口

・ ランディングページ

新ご当地グルメ、イベントなど5件を設定

② やまぐち観光ガイドマップの作成

▽ 県内観光周遊を促進する重要なツールである「やまぐち観光ガイドマップ」について、掲載内容を更新し所要部数を作成した。

- ・ 作成部数：計28万部

(内訳)

日本語版 25万部、英語版 7千部

韓国語版 1万6千部、繁体字版 4千部

簡体字版 3千部



③「ちよるる」や「ふくだるま」を活用した情報発信

▽ 観光キャッチフレーズ「おいでませ ふくの国、山口」のシンボルマーク「ふくだるま」を活用した情報発信（「ふくだるま」の使用の働きかけ、ノベルティを活用したプロモーションの強化など）を実施した。

- ・実施時期
通年
- ・制作ノベルティ
うちわ、シール等
- ・主な活用実績
大阪・関西万博、ツーリズムEXPOジャパン2025、山口DCに係るPRイベント（山口まんぷくフェスタ）等

3 ビジットやまぐち推進事業

▽ 大阪・関西万博や山口DCの開催等を契機として、更なる認知度向上に向けた戦略的なプロモーションや誘客促進の取組等を強化し、重点5市場及び欧米豪市場から本県への外国人観光客の取り込みを図った。

①重点5市場（韓国、台湾、香港、中国、ASEAN）に向けたプロモーション

▽ 観光プロモーターを現地に配置した。

▽ 重点5市場の旅行会社を招請した合同視察ツアーを実施し、県内視察や県内事業者との商談会により、外国人観光客の本県への呼び込みを図った。

- ・韓国、台湾、香港、中国及びASEANの旅行会社 [計29社] の招請
- ・市場別に分かれ、角島大橋・元乃隅神社・秋吉台・瑠璃光寺五重塔・萩城下町・錦帯橋等の主要な観光地や宿泊施設の視察（6月29日～7月4日）
- ・招請した旅行会社と県内の宿泊施設、交通事業者等 [33事業者]、自治体・観光団体 [10自治体] の商談会の実施（7月1日）
- ・海外OTA戦略アドバイザーの事業者のアフターフォロー（12月～）

▽ 現地旅行会社への情報発信会を実施した。

- ・韓国チャーター便の運航に合わせ、ソウル市内のロッテホテルにて旅行会社等に対する知事トップセールス（7月31日）
- ・台湾チャーター便の運航に合わせ、台北市内のホテルにて旅行会社・航空会社等に対する知事トップセールス（10月13日）

▽ その他のプロモーション等を実施した。

- ・香港の旅行博「HTE」での観光プロモーション（9月25日～28日）
- ・シンガポール「The Japan Rail Fair」における観光PR（10月）
- ・タイ旅行博「FITフェア」における観光PR（11月）

②海外OTAを活用したプロモーション

- ▽ 海外OTA戦略アドバイザーを配置し、OTA掲載に係る相談対応・支援や観光商品の磨き上げを実施した。
- ▽ 海外OTAによる誘客促進に取り組んだ。
 - ・OTA機能を持つ世界最大級の総合旅行サイト・エクスぺディアとの連携により、米・英・豪・カナダを対象に県特集サイトを開設し、当ページへ誘導するターゲティング広告[約360万回]を実施(8月～翌年2月)
- ▽ 海外OTAへの理解促進と効果的な活用等を目的としたインバウンド対応強化セミナーを開催(2月16日)した。

③高単価な特別体験商品(高付加価値プログラム)の造成

- ▽ YMFG ZONE プラニングと連携し、米国で当プログラムをPR(1月)した。
※YMFG ZONE プラニングは富裕層向け旅行商品開発・販売に強みを持つエクスペリサス社と連携し、県内4エリアでの高付加価値プログラムを10月に造成済

4 ホームページやSNS等による情報発信

- ▽ Webサイト「おいでませ山口へ」やSNS(Facebook、Instagram、X(Twitter))、団体向け観光素材集等を活用し、戦略的・機動的な情報発信を行った。また、山口DC特設ページを構築し、DCならではの観光素材を効果的に発信した。
 - ・Webサイトユーザー数：4,542,496(2025年4月～2026年3月)
 - ・SNSフォロワー数：51,321(2026年3月末現在/3ツール合計)

5 山口県MICE誘致推進事業

- ▽ 市町や観光団体と連携し、経済波及効果の高いMICEの誘致を推進した。

①国際MICEエキスポ(IME2026)

- ・会場：東京国際フォーラム(期日2026年2月12日)
- ・参加：2市観光コンベンション協会、山口県MICE誘致推進協議会

②MICE開催に係る経費の助成

- ・助成件数9件(助成額3,600千円)
第60回地盤工学研究発表会、第55回全国私学夏季研究集会、日本天文学会2025年秋季年会、日本第72回全日本実業団対抗陸上競技選手権大会、第52回日本股関節学会学術集会、グラウンド・ゴルフ全国大会、第36回全国介護老人保健施設大会、第46回日本肝臓学会西部会、第4回全国老人福祉施設大会・研究会議～JSフェスティバルin山口～

6 支部事業

- 東京支部、大阪支部における観光情報の収集・提供や観光展の開催、参加等による観光PRを実施した。

《DMO推進戦略に係る主な重要業績評価指標（KPI）達成状況》

KPI	参考(2019)	2024	目標値(2026)
旅行消費額	1,577億円	2,054億円	1,600億円
延べ宿泊者数	376万人	379万人	550万人
来訪者満足度	20.4%	38.0%	41.0%
リピーター率	72.9%	76.1%	85.0%
山口県民の日帰り客の消費単価	2,604円	4,605円	3,065円
広島県民及び福岡県民の宿泊率	31.3%	29.5%	32.2%
関東及び近畿からの観光客数	3,530千人	3,290千人	3,535千人
外国人延べ宿泊者数	10万人	12.6万人	20万人