

関門海峡観光振興ビジョン

一般社団法人 海峡都市関門 DMO

令和8年2月24日

1 改訂履歴

版	改定年月日	改定内容
初版	令和5年10月1日	新規作成
2版	令和7年10月1日	グリーン・ディステイネーションズ TOP100 の受賞を踏まえた地域の現状分析の更新、新規開業ホテルとの連携強化を反映し、「4. 地域の現状分析」「5. 地域課題と解決に向けたアクション」「6. 関門海峡の観光資源の磨き上げ」を更新
3版	令和8年2月24日	「インフラを活用した関門海峡エリアの観光促進計画」を踏まえ、「8. 関門 DMO の戦略と推進方針」を反映

2 はじめに

関門海峡という共通の財産を持つ下関市と北九州市は、本州と九州の接点、大陸への玄関口として古くから一体的な都市圏・経済圏を形成しています。日本の歴史が大きく動く舞台ともなり、幕末の開国から近代化に至る記憶は、今なお地域に色濃く残されています。現在も関門都市圏として繋がりは深く、買い物・通勤通学などで日常的な交流が活発に行われています。また、昭和62年に開始された両市長による関門トップ会談では、市民交流・経済活動・教育文化活動・交通環境・行政間についての連携を積極的に取り組むと宣言、現在まで連携強化を進めてきました。

一方で、当エリアは関門海峡を境に行政区や公共交通事業者が異なり、市や県、さらには国の運輸局の管轄も分かれているのが現状です。このことから、同じ生活圏でありながら行政区が異なることで、観光面での広域連携が難しく、地域内の市民や観光関係者、行政、企業との意識共有を図り、連携を強化するための共通の指針を策定することが不可欠となっています。

また、観光を取り巻く状況は大きく変化し、「旅行者から選ばれる観光地」となるため、サステナブルツーリズムを推進することで、観光においてもSDGsへの貢献が求められています。関門海峡エリアは、海峡を有する港街であり、海洋資源だけではなく、歴史が紡いできた文化的な資源などを活かした観光地づくりを通じて、観光業を活性化していく必要があります。

本ビジョンは持続可能な観光の国際基準「GSTC^{*1} Destination Standard」、及び観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」の管理評価指標を踏まえた計画とするとともに、地域住民、観光事業者、行政といった地域の関係者が共有のビジョンを持ち、住民意識や旅行者満足度に加えて、次世代を見据えた持続可能な観光地域づくりの実現を目指すものです。

^{*1} GSTC=Global Sustainable Tourism Council

3 概要

3.1 名称

関門海峡観光振興ビジョン

3.2 計画期間

令和7年から令和10年（2025-2028年）

3.3 他計画との関連性

本計画は、関門海峡エリアが所属する北九州市・下関市の両市がそれぞれに策定する最上位計画である「北九州市観光振興プラン」および「下関市観光交流ビジョン」をはじめ、「光の架け橋メガトリップエリア構築構想」や「門司港観光5カ年計画アクションプラン」など関連計画と整合性を図りつつ、将来にわたり持続可能な観光の体制を構築するため、DMOの活動における基本的な方針を示すものです。

3.4 DMOとは

一般社団法人海峡都市関門DMOは、関門地域で観光業に携わる事業者、行政、教育機関を中心とした会員組織「関門観光企画営業担当者会議」を母体として、地域連携を担う組織としてDMOを発足させました。DMOは、観光庁「観光地域づくり法人制度」において、登録DMO法人として認定された組織となり、観光資源を活用した事業実施や地域理念を具現化する組織として、戦略的な事業展開により観光振興を積極的に推進しています。2023年度に地域連携DMOとして登録され、その後2025年10月1日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に基づき、地域DMOとして活動をしています。

4 目的

4.1 コンセプト

激動の歴史がここにある、ドラマティック「海峡都市 関門」
～海峡を越えて2つの文化でおもてなし～

4.2 観光ビジョン

関門海峡エリアが保有する、自然・景観・歴史・食・文化・産業等、豊かな観光資源を保全し、観光産業の目指すべき姿をより明確にし、地域内外の行政・市民・企業・関係諸機関の連携強化により新たな価値を想像し、北九州市・下関市が策定する街づくり計画を前提に、発展的な戦略・プロジェクトを構築・実践し、人と文化が行き交う海峡都市の実現を目指します。

4.3 目指す姿

この観光振興ビジョンでは、北九州市・下関市がそれぞれに策定した関連計画による基本理念に基づき、関門海峡エリアが目指すべき姿として定めました。

- 関門海峡エリアの多様な魅力を一層磨き上げるとともに、「暮らす人」が「関門海峡」に愛着を持ち、誇りにつながる地域づくりを目指す。
- 「訪れる人」の満足度の向上に向けた環境整備と、何度も訪れ、楽しんでもらうための持続的な観光地づくり

5 地域の強み

関門海峡という共通の財産を持つ下関市、北九州市は、関門都市圏として経済活動・行政間・市民の生活圏としても密接な繋がりを構築しています。瀬戸内海と日本海との結節点でもある関門海峡は、陸路と海路の十字路を形成し、古くから西の門戸として多くの人や物資の交流が行われてきました。そのことから、日本の歴史が大きく動くターニングポイントの舞台となることが多く、数々の歴史的観光資源が存在しています。

幕末には外交や通商を迫るため、西洋諸国の黒船も通過するようになり、その重要性を理解していた長州藩の志士は、海峡を封鎖し攘夷を実行しました。これを契機に下関戦争が起こり、日本が開国へと舵を切り、歴史の潮流を変えるターニングポイントとなりました。海外との玄関口となった関門海峡には、幕府が英国との間で締結した大坂条約により洋式灯台が設置され、日本の文明開化と関門海峡を照らし始めます。その後、明治後期から大正にかけて日本銀行をはじめとする金融、三菱や三井などの商社、鈴木商店の資本による食品工場群などの拠点が続々と関門海峡沿いに開設され、重厚な構造かつ当時最先端の意匠をもった近代建築が林立する街並みが形成されていきました。これら、数々の文化遺産が形成するレトロな佇まいは、海峡を望む景観と合致した魅力的な観光資源となっています。

また、行政区は異なるものの、下関市と北九州市は経済・生活面で密接な繋がりを持つ都市圏を形成しています。この2つの生活圏を繋ぐインフラ群を活用した観光推進は、「グリーン・ディステイネーションズ TOP100」に選出され、持続可能な観光地として世界的に評価されています。

これからもより多くの観光客を魅了し続け、ファン・リピーターを作るためにも、新たな魅力の発掘や観光資源の磨き上げ、快適な滞在環境の整備などに取り組み、関門海峡エリアの魅力向上を図ることが求められます。

6 地域課題と解決に向けたアクション

山口県下関市と福岡県北九州市は、関門海峡という共通の財産を持ち、経済活動・行政間・市民の生活圏としても密接な繋がりを構築しています。このような地理的な強みを持ちつつも、観光においてはいくつかの課題が存在しています。

I. クルーズ観光に関する課題

関門海峡エリアは、クルーズ船の着岸が可能な港湾を保有し、多くの来船があります。しかしながら、関門エリアでは来訪者による観光消費の少なさが挙げられます。これらの背景には、日本側のランドオペレーターが現地旅行会社と連携し、市外への観光ツアーを造成することや、免税店を軸とした旅行商品販売を中心に行ったツアーを実施することで、地域にお金が還元されない傾向が顕著となっています。これらの解決を図るために、地域独自で着地型ツアーの充実を図り、クルーズ船の観光客が関門エリアを周遊し、様々な体験や食事等を通じて、観光を楽しみ、地域にお金を落としてもらう仕組みが必要となります。また、着地型ツアーを考えるうえで、問題は単なるコンテンツの不足ではなく、地域側の通訳案内士が不在であること、港湾から観光エリアへ行く利便性の悪さ、日本側の旅行会社の知識不足などの様々な要因が重なっていることも、ツアー造成の課題として挙げられます。そのため、人材育成としたガイド育成事業の実施や勉強会等を開催し、受入環境の整備を図る必要があります。

II. エリアマネジメントに関する課題

関門海峡は、北九州市・下関市、福岡県・山口県、九州運輸局・中国運輸局といった行政区の管轄の区分から、エリア共通の調査やデータ連携ができておらず、プロモーションにおけるターゲット設定においても、明確なターゲット設定と誘客戦略を描くことができていない状況が続いています。そのため、これらの解決を図るために、関門海峡エリアとして地域のマーケティング体制を構築するとともに、関門海峡エリアとしての調査設計が必要となります。

III. 観光消費の伸び悩み

関門海峡は、観光客数は増加傾向にあり、コロナ以前の実態において外国人観光客は急増していたものの、消費は伸び悩みの傾向にありました。観光庁の消費動向調査においても全国的に減少傾向であるものの、関門においては全国的な爆買いに代表される商品購入等の減少要因とは別で、「通過型」による消費の伸び悩みが顕著となっています。

関門地域は、新幹線・空港・高速道路などのアクセスの良さが強みである一方で、福岡市などの近郊都市に拠点をおいて観光するため、観光のスタイルが日帰り観光（Day Trip）を中心とした旅程となっており、食事や買い物、宿泊などの消費に結びついていないことが要因となっています。

これらの解決を図るため、地域独自の観光コンテンツを造成するとともに、近年新たに開業したホテルとの連携を強化し、宿泊を伴う滞在型観光へと転換することで、一人あたりの消費単価を向上させるなど、地域にお金を落としてもらう仕組みが必要となります。

IV. 次世代観光地域づくり人材不足

インバウンドにより外貨収入を得て、その地域に住む人たちの生活水準の質の維持または向上を目指すためには、地域における観光人材不足が顕著になっています。しかしながら、観光産業の人材育成はまだ発展段階であり、大学等の「学」と観光産業等の「産」の結びつきが強くないという現状があります。北九州と山口県下関地域の13大学・高専生を対象にした調査では、北九州市内出身者は6割近くが地域での就職を希望しているものの、市雇用政策課による調査では、18年3月に市内大学を卒業した学生のうち、地元就職率はわずか22.1%に過ぎず、10年近くはこうした地域からの流出の傾向が続いています。これらの解決に向けて、コロナ禍を経て改めて観光産業を盛り上げ、地域に対する理解度の向上と観光産業による外貨獲得のシステム構築が必要となっています。

7 関門海峡の観光資源の磨き上げ

地域観光の磨き上げは、「インフラを活用した観光の推進」「瀬戸内国立公園を含む自然資源の活用」「文化・歴史・産業を活用した商品開発」の3つを軸に事業を推進していきます。

関門海峡を取り巻くレガシー資源（関門地域固有の有形・無形の地域資源）に磨きをかけ、情報を国内外に発信して「人」の交流を生み出し、訪れる人を増やすとともに、海峡を挟む両市民が思い抱く地域への愛着・誇り＝「シビック・プライド」を高め、レガシー資源を活用したまちづくりへの市民や関係者の積極的な参画を促進します。

また、「観光・交流の産業化」を基本姿勢に、新たに開業したホテルをはじめとする地域事業者との連携を深め、質の高いサービスを提供するための創業や既存事業の拡充を図り、雇用創出と所得向上につなげていきます。そして関門海峡を取り巻く両市民や関係者が自らの個性や強みを活かせる事業アイデアを実現したり、関連する新たな仕事を選択したりできる観光産業の実現を図り、さらなる交流の拡充、ひいては定住の促進が図られ、なおかつ持続可能な観光の実現にも貢献するという好循環のエリア形成を目指します。

8 関門 DMO の戦略と推進方針

第6章で挙げた「エリア共通のマーケティング体制の不在」「通過型観光による消費の伸び悩み」といった課題を解決し、第7章で掲げた「インフラの活用」と「シビックプライドの向上」を具現化するため、これまでの市場調査やサステナブルツーリズムの地域実証を踏まえ、関門 DMO としての具体的な「誘客戦略」と今後の「基本方針」を以下に定めます。

I. ターゲットと提供価値の明確化

通過型のマスツーリズムから滞在型の高付加価値観光へ転換するため、当エリアが狙うべき市場のターゲットと提供価値を明確にします。

- ・ 単なる買い物や写真撮影を目的とする層ではなく、歴史や技術の背景を深く知ることによって価値を見出す「知的好奇心旺盛な層」を戦略的ターゲットに据えます。
- ・ 世界のサステナブル観光の潮流であるコペンハーゲン等の観光地をベンチマークし、作られた観光地を消費するのではなく、関門エリアの日常的な営みや食文化、市民との交流に価値を見出し、「暮らすように観光する層（一時的な住民としての滞在者）」を重要なターゲットとして加えます。

II. 今後の関門 DMO としてのアクションプラン（3つの基本方針）

本戦略を実現し、次世代へ継承する持続可能なまちづくりへと繋げるため、関門 DMO は以下の3つの基本方針に則り事業を牽引していきます。

方針①：異業種インフラ事業者と地域を繋ぐ「共創ハブ」の確立

非公開エリアを活用したインフラツーリズムの実現には、インフラ事業者との強固な連携と、厳格な安全体制の構築が不可欠です。関門 DMO は、各事業者と地域（宿泊・飲食・通訳ガイド等）を繋ぐ結節点となり、高付加価値な商品造成からプロモーションまでを一元的に主導します。

方針②：持続可能な合意形成の継続

これまでに培った GSTC、JSTS-D、Green Destinations 基準の高度な知見を途絶えさせないため、地域住民、行政、民間企業を交えた勉強会を定期開催します。特に行政や企業担当者の異動に伴う知識の断絶を未然に防ぎ、常に最新の世界トレンドと地域課題を共有し合う体制を構築します。

方針③：シビックプライドを育む「まちづくりアイデア」のボトムアップ推進

一部の関心層だけでなく、広く一般市民が地域を「自分ごと」としてプロデュースできる仕組みを構築します。堅苦しい満足度調査ではなく、「私ならこのインフラをこう活かす！」といったポップな意見募集を展開し、市民のクリエイティブな提案を実際のツアー動線や都市景観の整備に反映させます。観光を通じて「自分の声がまちを動かす」という住民のシビックプライドを後押しし、生活基盤となるインフラ群と調和した次世代のまちづくりを実現します。