

# 行政視察報告書

- 1 視察期間 令和6年8月1日(木)
- 2 視察先 長崎県雲仙市 一般社団法人雲仙観光局
- 3 参加者 伊東寿充、石原正裕、渡辺甚一、水門義昭  
榎隆司、西田稔、西本泰輝、水野千恵子  
平戸芳文、戸田柳平、中村匠郎



- 4 視察項目 観光振興事業について

- 5 視察の目的 人口減少・少子高齢化等から本所地域と支所地域の観光産業に乖離がみられる状況である。各支所の長所・短所をしっかりと把握して、今後の各支所の観光産業について、地域活性化計画に反映させる必要がある。多種多様な取組みをしている自治体の中から、域内調達率の向上、仲間を集める、そしてオープンイノベーション・新たな人の流れと価値を生み出す取組み内容について調査研究をする。

## 6 一般社団法人 雲仙観光局の概要

雲仙市全体の観光推進の旗振り役として、2022年に設立。市全体のブランディングや効果的なマーケティング、コンテンツや魅力の磨き上げを、常にチャレンジ精神をもって、機動的かつ積極的に施策を展開。観光分野だけでなく農漁業・地場産業・飲食業など多彩な業種の事業者を会員として分野を越えた連携を図り、地域全体の価値を向上させ、選ばれ続け、稼ぐ力を高め「訪れる人も働く人も幸せを感じられる持続可能な地域を実現」を目指している。

活動原資額	市補助	6千500万円
	会費	約1千万円 (会員数約200人)
	自主事業	約1千万円
	観光省補助	約1億円

## 7 一般社団法人 雲仙観光局の主な事業

- 事業者の経営拡大に向けたコーディネート事業  
よろず相談窓口、セミナー・交流事業、雲仙製品のブランディング、地域流通マッチング、販路拡大支援、ECサイト構築、ふるさと納税返礼品発掘開発など
- 観光まちづくりのマーケティング事業  
ブランド調査、ニーズ調査、各種マーケティング、マンスリーレポート、プロモーション、セールス、商談会、仲間づくり、ファン拡大など
- 地域ブランド・価値創造事業  
コンテンツ開発や魅力の磨き上げ、人材育成、アクセス改善、広域連携、投資の呼び込み、オープンイノベーションなどの新価格創造など
- 内部体制強化事業  
人材・資金・情報等の集約、スタッフ研鑽、ノウハウの蓄積、内部DX化(業務効率化)、自主事業(自主財源比率の向上)など

## 8 観光事業の概要

### (1) 基本方針

#### 【ビジョン】

訪れる人も住む人も、働く人も、幸せを感じられる持続可能な地域を実現

## 【基本機能】

- ① 雲仙市全体のブランディング強化・価値創造
- ② 効率的なマーケティングの実施
- ③ 各種コンテンツ開発や魅力の磨き上げ
- ④ チャレンジ

## 【3つの重点機能】

- ① 悩みを解決しながら、チャレンジでき、儲かる環境をつくる
- ② 人を呼び込み、ファンを増やす
- ③ ○○と言えば雲仙、をつくる

- 雲仙市全体の観光推進の旗振り役として、2022年に設立。市全体のブラングや効果的なマーケティング、コンテンツや魅力の磨き上げに於いて常にチャレンジしていく



## (2) 3年間で第1ターム(期間)とした経営

令和4年度

基盤づくりの着手

- ・各種リサーチ
- ・マスターブランド開発
- ・コンテンツ開発と磨き上げ
- ・物販事業展開
- ・西九州新幹線対策

令和5年度

飛躍への基盤固めと成果の見える化

- ・着地型コンテンツ充実
- ・観光WEBサイト整備
- ・福岡市場プロモーション
- ・地域事業者DX(Google連携)
- ・新商品開発とセール強化

令和6年度

確かな成果と安定経営

- ・東京・大阪などの大都市圏プロモーション
- ・海外重点市場対策
- ・大型事業プロモーション
- ・各種コンテンツ販売による収益増
- ・安定財源の確保

## (3) 各種データをもとに戦術を展開

雲仙温泉・小浜温泉の各旅館等の協力を得て、入湯税のデータ、観光のアンケート、会員のアンケート等を活用し観光客数・動向・課題等を集約し、そのデータを会員等と共有する。

- ・宿泊者数(月間、年間、世代別、地域別等)
- ・1人あたりの消費単価
- ・課題分析や戦略の方向性

コンテンツ開発やシーズンプロモーション強化に繋げていく

## (4) 雲仙を取り巻く市場動向からみた課題分析と戦略の方向性

火山から生まれた「歴史・自然・食・暮らし」を活かす

- ・食や宿、自然などの強みを活かした「高付加価値ブランディング」
- ・企業や大学に認められた雲仙の人情や温かさを活かした「第二のふるさと」としてのブランディング

## (5) ブランドコントロールの為のメディア連携

雲仙観光局で行う各事業部の取組みや地域の取組みをより多くの方に届けるために日頃からメディア各社とのコミュニケーションを行い、情報発信依頼をし、雲仙ポ

ータルサイトとの連動も行っている。

## (6) 地域や各種団体等との連携

事業の推進には、地域の方・観光業界の方・メディア関係の方・学識関係の方・金融機関の方等、多種多様な業務の方々との連携が大事であり、毎月1回は関係者を集めての推進会議を実施している。

地域の方は、代表者の場合もあるが、事業に興味のある方々を募って会議を開催する時もある。

## (7) 全体計画と地域計画

全体計画として「雲仙市観光戦略」を作成し、地域については「インタープリテーション計画」を策定して事業の推進をしている。

インタープリテーションとは、国立公園や世界遺産、観光地などに於いて、地域の魅力や価値を来訪者と共有するためのコミュニケーションで、資源環境や風景、文化財などが持つ固有の価値やストーリーを来訪者と共有し、来訪者と地域資源との間に特別な繋がりを作る。楽しい体験の促しや、魅力的なストーリーを通じて「その場らしさ (Sense of Place)」を伝える。

## (8) 具体的な活動事例

### ●「雲仙サンカクマルシェ」

島原半島の農園やカフェ、ショップによるマルシェ、テントサウナやスタンプラリーなどのアクティビティ、明治時代から避暑地として外国人に人気で天幕を張って食卓を囲んでいたことから、市内のレストランシェフに依頼して「天幕レストラン」を開催。



### ●仁田峠渋滞解消のための事前予約制の取組み

峠は一年を通じ四季の移り変わりが楽しめる絶景の地、秋には一面の紅葉が楽しめる人気の場所であるが、紅葉シーズンには慢性的な大渋滞が発生するため、最大120分の待ちとなり、環境負荷や利用者のトイレ問題等がある。その対策として一定時間を予約制としたり、総合案内所（雲仙 BACE:観光局事務所）を臨時駐車場としてシャトルバスの運行をして



いる。(予約は専用アプリで行う)

- 実施した調査や行事等について、マーケティングレポートとして「雲仙ポータル」等に掲載する。  
各イベント等の募集も雲仙ポータルで行っている。



## 9 考察

- ・国や市からの派遣職員の配置で行政との繋がりを確保。また、観光業界からの経験者の雇用も観光を推進していくにはメリットがある。更に、市内各事業者や地域市民を交えた推進会議を開催したり、毎月会員からのレポートも集約し、短いタームで経営方針を常に確認しながら推進されている。
- ・多種多様な事業者と広い範囲で連携がされていて、細部に渡る調査研究がされ新しい商品の開発・地域課題の取組みについては行政の力だけでは無理があると考えられる。DMO・DMC等の民間活力や民間との共同のあり方について充分参考になった。
- ・地域毎の「インタプリテーション」は必要な考え方であり地域活性化について参考になった。また、地域一度に作成するのではなく、地域市民の意見・関係機関の意見等、広範囲からの意見を聞き作成する必要がある。地域の文化財や特色をしっかりと捉えて地域製品のブランド化に力を入れていく。
- ・北陸新幹線の開通もチャンスと捉えて、高山市への誘客誘致も含め積極的にPR活動をする。また、マスコミ・DX・SNS等を積極的に活用する必要がある。
- ・当観光局の事務所は、令和2年3月に廃校となった雲仙小中学校の建物・敷地を利用している。高山市の廃校物件もある中、有効活用ができる例として参考になる。
- ・高山市を知って頂くこと、そして来高して頂くことで交流人口が増えることに繋がる。雲仙市の取組みがそのまま当てはめることはできないが、産官学民の連携を図り意見を集約すること、地域の魅力を発見して地域の活性化に繋げることは共通の認識として推進して行く必要があると考える。



# 行政視察報告書

報告者 新政たかやま

1. 視察期間	令和6年8月2日
2. 視察先	長崎市  参加者 榎 隆司、水門 義昭、伊東 寿充、 西本 泰輝、石原 正裕、水野 千恵子、 戸田 柳平、中村 匠郎、西田 稔
3. 視察項目	長崎まちぶらプロジェクト
4. 視察の目的	先進地の観光政策を研究し、高山市における諸課題の解決策の方向性について考える
5. 視察内容  ※視察内容は、視察項目によって各自の判断で記載	ア.概要 長崎市役所 まちなか事業推進室  まちぶらプロジェクトについて 1) エリアの魅力発信事業 ①寺町エリア 助成金を使って建てられた⇒景観保全＝建築物改修に助成金 中国文化の残る町、唐人貿易 ②浜町・銅座エリア 音楽イベント等 ③館内・新地エリア シャッターアート等 ④東山手・南山手 孫文・梅屋小吉等常設展示整備等 ⑤新大工エリア ガイドブック作成食文化の継承 2) 軸づくり ・陸の玄関・海の玄関 ・情報発信による人の誘導 ・「駅」に設置するポスター、ちらしの作成 事業者に協力を依頼し飲食店のトイレを利用させてもらう 取組みを開始 3) 地域力によるまちづくり

		<p>多様な組織の関わり  まちなか事業推進室の役割</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域や市民自らが企業や行政、NPO等の多様な組織と連携を図りながら、まちを守り、育て、創るために行動し、その集積が「まちなか」を支えるような地域力、市民力を結集する取組みを進めている</li> </ul>
	<p>イ. 効果</p>	<p>まちぶらプロジェクト認定事業は増え続けている。令和6年8月3日には103件になる予定。</p> <p>新大工町地区市街地再開発事業や、町家の維持、再現にかかる助成、唐人屋敷跡顕在化事業、まちぶらプロジェクト認定事業などにより、減少傾向出会ったまちなかの歩行者通行量、コロナ禍前には増加傾向に転じるなど、一定の成果を上げてきた</p> <p>10年の区切りを迎え、まちぶらプロジェクト認定事業者に対してアンケートを実施したところ、「まちの賑わいづくりに関心を持つ人が増えた」、行政がサポートしてくれることで活動しやすくなった」など、プロジェクトの効果を感じられる意見が多くあった</p>
	<p>ウ. 課題</p>	<p>まちなかの賑わいを実感できている人は過半数に満たず、さらなる賑わいを創出するため、令和5年度から「まちぶらNEXT交流会」を開催し、各エリア内で活動するイベンターや事業者たちが連携し、情報共有を行えるようにした。</p>
<p>6. 考察</p>		<p>～高山市が参考にするとすれば～</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の文化や特性を最大限に生かすために、観光資源の見直し、再発掘また魅力的な新たなイベントの創出も必要</li> <li>・観光エリアを複数に分け、それぞれに異なるテーマや特徴を持たせることで、観光客を特定のエリアに集中させず、地域全体の活性化を図ることができるのではないか。これにより混雑緩和と地域全体の観光資源の均等な利用が促進される。</li> <li>・ハードメンの整備に加えて、ソフト事業、つまりイベントやガイドツアー、デジタル技術の活用といった施策にさらに力をいれることで観光客の魅力を効果的に発信できないか。観光客に対する新しい体験価値を提供し、リピーターの増加につなげる</li> </ul> <p style="text-align: right;">以上</p>