

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

「観光を核とした地場産業再生・雇用創造」による地域活性化計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

平戸市、松浦市

3 地域再生計画の区域

平戸市、松浦市の全域

4 地域再生計画の目標

4 - 1 本地域の現状と課題

4 - 1 - 1 地域の現状と課題

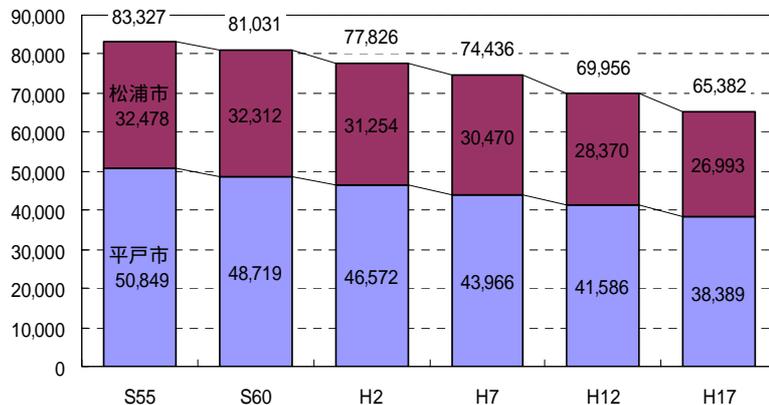
本地域は、長崎県本土の北部に位置し、半島地域と有人離島により構成されている。平戸市は、平戸島を中心とする人口3万8千人の地域で、平成17年10月に、平戸市、生月町、田平町、大島村の1市2町1村の合併により誕生した。

松浦市は、平成18年1月に、松浦市、鷹島町、福島町の1市2町の合併により誕生した人口約2万7千人の地域である。

本地域の人口は、昭和55年からの25年間で約1万8千人、21.5%減少しており、特に高等教育機関や雇用機会の少なさから、若年層の流出と高齢化が深刻となっている。(図1、図2)

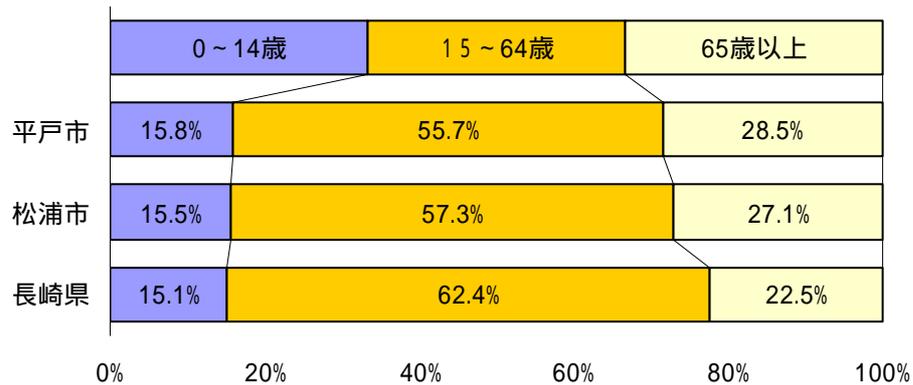
両市とも、就業者では農業、漁業などの第1次産業の就業割合が高いものの(図3)、高齢化や後継者不足から低迷傾向にあり、第2次、第3次産業においても中小零細事業者が多く、地理的条件や経済情勢から企業誘致も難しく、有効求人倍率は全国の半分程度の水準と極めて深刻な状況となっており、地域の活力再生を図るためには、地場産業や地域資源の連携、融合による魅力的な“雇用の場”を創出することが重要な課題となっている。

図1 人口推移



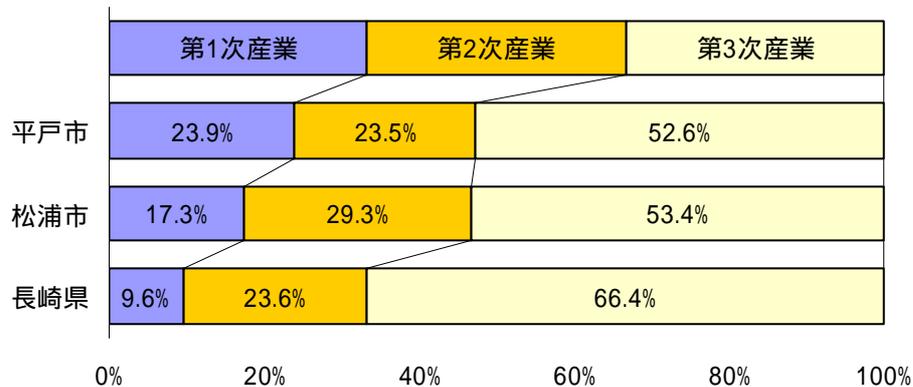
資料) 国勢調査

図2 年齢三区分別人口構成比（平成15年10月1日現在）



資料) 長崎県推計人口

図3 産業別就業人口構成比（平成12年10月1日現在）



資料) 国勢調査

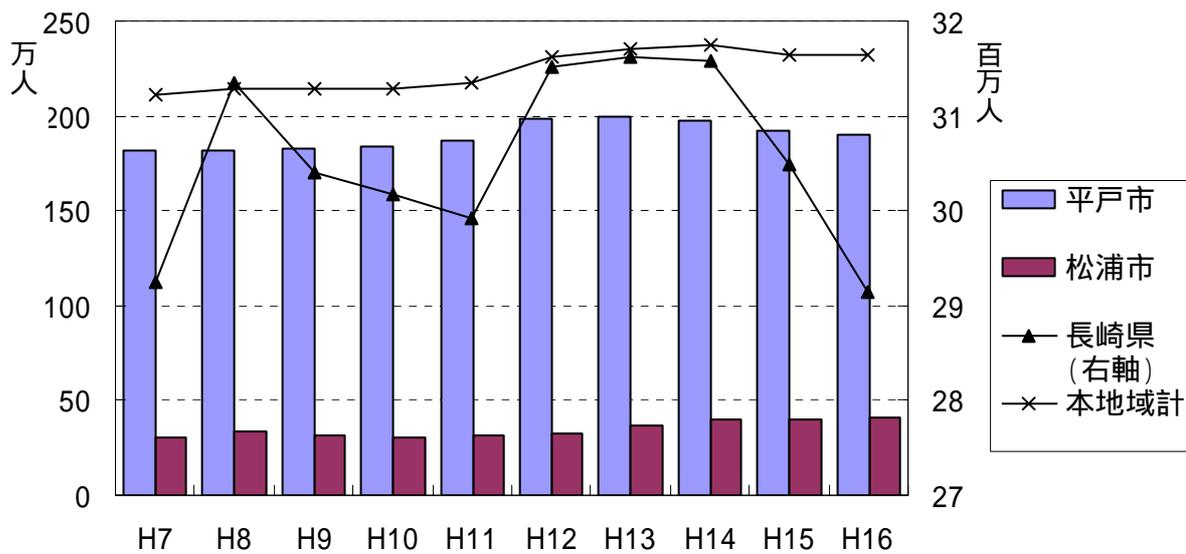
こうした中、地域活性化の起爆剤として期待されているのが観光産業である。本地域の観光客数（図4）は、県全体が減少傾向にある中、平戸市では横ばい、松浦市では増加傾向にあり、特に両市の中心部である旧平戸市と旧松浦市の地域では、両地域ともに増加傾向にある。

また、観光消費額（図5）は、長崎県全体が観光客と同様に減少傾向にあるのに対し、本地域は微増から横ばいと、県内では比較的好調な地域である。観光は、農林水産業から製造業、小売・サービス業など、裾野の広い経済波及効果をもたらす産業であることから、本地域においても、観光客数の拡大に伴う観光関連産業の成長の可能性は高い。

しかし、観光客一人当たりの消費額（図6）を見ると、平成14、15年をピークに漸減傾向であるとともに、依然として長崎県平均や代表的な観光地である長崎市の水準を大きく下回っており、観光誘客をいかに地域での消費につなげ、さらには単価を引き上げ、経済効果の最大化を図っていくかが課題となっている。

近年、全国的にブルー・グリーンツーリズム等の体験型観光や地域の歴史文化などに密着した知的好奇心を満たす観光スタイルへの関心が高まりをみせる中、水と緑の豊かな自然環境や特徴的な歴史文化が残されている本地域は、他地域と差別化できる魅力的な観光地としてのポテンシャルを有している。こうした機会と地域資源を有効に活用した体験型観光の振興を図り、交流人口を更に拡大させることが地域経済を発展させ最終的には地域全体の活性化に繋がるものと考えられる。

図4 観光客数の推移（延数）



観光客数	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16
本地域計	2,116,179	2,147,545	2,146,519	2,139,427	2,178,683	2,310,380	2,357,021	2,369,109	2,317,875	2,317,476
平戸市	1,813,023	1,815,170	1,831,772	1,837,039	1,864,536	1,980,115	1,992,820	1,974,030	1,921,887	1,905,500
旧平戸市	1,259,571	1,228,082	1,288,765	1,292,244	1,357,223	1,448,156	1,493,048	1,500,513	1,502,013	1,505,017
旧田平町	85,000	90,900	89,200	90,800	86,800	90,900	152,100	151,400	142,500	142,820
旧生月町	432,210	458,025	416,196	416,854	385,917	367,577	316,903	293,118	249,355	225,579
旧大島村	36,242	38,163	37,611	37,141	34,596	33,482	30,769	28,999	28,019	32,084
松浦市	303,156	332,375	314,747	302,388	314,147	330,265	364,201	395,079	395,988	411,976
旧松浦市	138,440	156,110	142,130	134,150	129,891	154,041	161,960	170,497	177,227	196,127
旧福島町	88,560	95,251	84,600	75,430	72,870	64,791	71,969	89,549	99,382	105,604
旧鷹島町	76,156	81,014	88,017	92,808	111,386	111,433	130,272	135,033	119,379	110,245
長崎県	29,257,730	31,339,252	30,413,237	30,175,494	29,913,333	31,510,837	31,630,904	31,580,077	30,482,644	29,134,538

資料) 長崎県統計年鑑

図5 観光消費額の推移

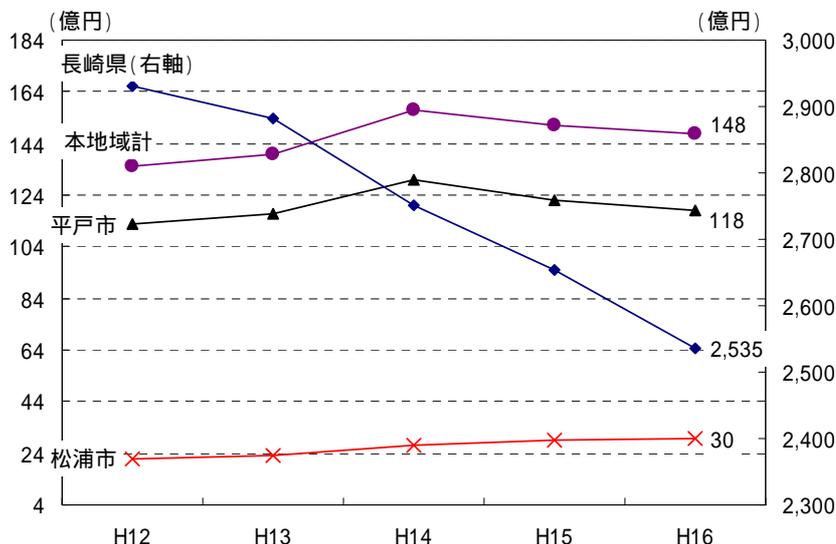
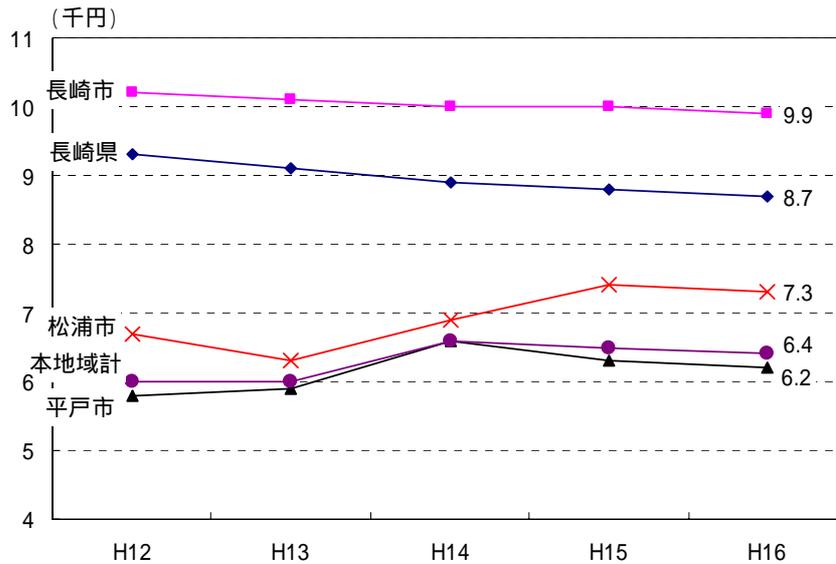


図6 観光客一人当たり観光消費額の推移



	観光消費額(億円)					観光客1人日当たり消費額(千円)				
	H12	H13	H14	H15	H16	H12	H13	H14	H15	H16
長崎県	2,930	2,883	2,751	2,655	2,535	9.3	9.1	8.9	8.8	8.7
長崎市	521	513	502	504	489	10.2	10.1	10	10	9.9
平戸市	113	117	130	122	118	5.8	5.9	6.6	6.3	6.2
松浦市	22	23	27	29	30	6.7	6.3	6.9	7.4	7.3
本地域計	135	140	157	151	148	6	6	6.6	6.5	6.4

資料) 長崎県観光統計

4 - 1 - 2 観光振興に向けた取り組みと課題

体験観光の推進

平戸市、松浦市では、それぞれ地元の農林漁業や工芸、伝統料理などの事業者や一般家庭などがインストラクターとなる体験観光のメニューづくりや受入促進を実施しており、平戸市には「紙漉の里ふれあい施設」、松浦市には「漁村体験学習施設」の拠点施設を整備している。

また、体験型観光の誘客を広域的に推進するため、周辺自治体と経済団体、観光関係団体で構成される「松浦党の里体験観光協議会」を立上げ、修学旅行生を中心とした誘客を展開しており、受入人数も、協議会発足時(平成15年度)の942人から、平成17年度は4,348人まで増加している。

物産の振興

各地域の民間事業者や、異業種交流会などが中心となって、地場農水産品を活用した新商品の開発が実施されている。

また、県や市においても、商品化や販路拡大の支援のため、事業者への補助金制度を設けているほか、物産展の開催、観光イベント開催による需要拡大、販路拡大などの支援を積極的に展開している。

食のブランド化、地産地消の推進

平戸市ではひらめ、牛肉が、松浦市ではさば、あじ、とらふぐが、それぞれ民間事業者により商標登録され、ブランド品として大都市に流通している。

これらブランド品をはじめとした地場産品の地域内での消費拡大と観光振興を目的に、平戸では「平戸ひらめまつり」「あら鍋・あらしゃぶまつり」を、松浦では「旬さばまつり」「旬あじまつり」「松浦とらふぐまつり」などの食イベントや宿泊施設での夕食メニューでの提供を実施し、観光誘客の増大に成功している。

その他観光振興施策

その他、両市では、拠点施設の整備や案内板の設置、ガイドの育成や観光イベントの実施、プロモーションの展開など、ハード、ソフト両面からの観光振興策を展開している。

上述の取組みの結果、本地域は知名度の向上や観光客の増加などに成功している。しかし、長引く景気低迷に伴う厳しい財政状況下で、厳しい地域間競争に打ち勝ち、更なる交流人口拡大（観光客の誘致・確保）を図るためには、現在にも増して費用対効果の高い効果的な観光振興策を展開する必要がある。

また、現在のような単独自治体での取り組みでは、沖縄や北海道などの知名度や人気の高い観光地との競争や差別化を図っていくことには限界があることから、平戸、松浦両地域が一体となった観光商品の開発や人材の相互交流を図ることにより、観光地としてのより一層の魅力の向上、相乗化を図っていくことが必要となっている。

さらに、観光入込客数の増加が、観光消費額の増加や地場観光関連産業の売上げ増加には繋がっていない面があることから、観光客の地域内での消費拡大や、他地域で製造された土産物等のシェアを地場企業が奪取することにより、農林漁業、製造業、卸・小売、飲食店、宿泊施設などの幅広い地場産業が、観光をキーワードに経済的利益を享受できる産業構造に転換することが必要となっている。

4 - 2 将来ビジョン

本計画は、それぞれの自治体を持つ特徴的な観光資源・観光メニュー・テーマの有機的なネットワークによる広域的な観光ルートや体験ツアー、物産、食等を開発・提供することで、一体的地域としての地域ブランドの創出を図り、新規観光客の獲得とリピーターの拡大による観光客及び観光消費額の増大を図る。

この結果、観光を軸とした農林漁業、製造業、商業、飲食業、宿泊・体験等サービス業などの幅広い分野での地場産業の活性化と雇用の創出や所得の向上等が進むことで、若者を中心とした人口流出の抑制が図られるとともに、地域としての誇りの醸成が進むなど地域全体の活性化を図るものである。

4 - 3 将来ビジョン達成のための課題

将来ビジョンで示した広域連携型の観光施策を展開するにあたっては、平戸・松浦周遊型のパックスツアーや広域観光ルートの開発、体験型観光やガイドサービスの受入

体制等の構築、物産等の統一ブランド化による知名度向上などの「広域レベルでの対応」に加え、それぞれの地域での観光のテーマを定め、それを体験できる魅力的な観光ルート・観光ツアーの開発、ガイドサービスや宿泊施設のサービス向上などによるホスピタリティの向上、物産や食の開発などの「地域レベルでの対応」を行うことが必要となる。また、それらを担う人材や事業所の育成と雇用機会の拡大を図るための取り組みも必要である。

現在、本地域では、上述の課題のうち、地域別での取り組みと広域での体験型観光の受け入れ体制づくり等が行われているが、他地域との差別化や修学旅行生以外の利用客の拡大など、更なる工夫が求められている。さらに、体験型観光の広域的組織は、行政等からの支援を脱却し、株式会社等の自立的な運営組織への転換による体験観光の“産業化”が必要となっている。そこで、将来ビジョン達成のための課題を、広域連携に向けた課題と各地域の魅力的な観光メニューづくりのための課題の二つに分け、それぞれ以下のように設定する。

< 将来ビジョン達成のための課題 >

(広域連携に向けた課題)

- ・ 広域連携型観光ルート・観光ツアー等の観光商品の開発
- ・ 物産、食の共通ブランド化
- ・ 体験観光の広域的受入体制の強化、自立化

(各地域の魅力的な観光メニューづくりのための課題)

- ・ 各地域の特色にあった魅力的な観光ルート・体験型観光メニューの開発
- ・ 観光ガイド育成、宿泊施設等のサービス向上によるホスピタリティ向上
- ・ 地域の農水産品や伝統文化を活用した特産品、食の魅力向上、開発
- ・ 観光関連産業を中心とした雇用機会の拡大、創出

なお、計画期間終了後（平成 25 年度）に目標達成状況を評価するための定量的な指標を次頁のように掲げる。

課 題		定量的な指標	
		項目	数値目標
広域での 対応	広域連携型観光ルート等 の開発	広域観光ルート開発数	3 ルート
	物産・食のブランド化	共通地域ブランドの創出	1 ブランド
		認定ブランド商品数	年間 5 件
	体験観光の広域的受入体 制の強化、自立化	受入組織の株式会社化	1 法人
		インストラクター育成数	500 人
		体験型観光利用客数	年間 20,000 人
地域別の 対応	魅力的な観光ルート・体験 型観光メニューの開発	地域観光ルート開発数	10 ルート
		体験型観光参加者満足度 (顧客満足度調査等より)	満足度 70%以上
	観光ガイド育成、宿泊施 設のサービス向上による ホスピタリティ向上	観光ガイド育成数	60 人
		もてなしの宿認定数	20 施設
	特産品、食の魅力向上、 開発	特産品、料理メニュー開発数	年間 5 商品
	観光関連産業を中心とし た雇用機会の拡大、創出	パッケージ事業における雇用 創出数	196 人

上記の目標に加え、計画期間が終了する平成 25 年度における本地域への観光入込客数（延数）を 250 万人と設定する。同目標は平成 16 年度（実績）より約 20 万人増加したものである。

5 目標を達成するために行う事業

5 - 1 全体の概要

平戸市、松浦市の有機的連携による観光客の増大と地域ブランドの知名度向上を図るため、テーマやターゲットを明確にした広域観光ルートや周遊型観光ツアーの構築を図るほか、両市の観光情報を横断的且つ一体的に発信するホームページ等の情報発信体制の構築を図る。また、体験型観光の広域推進組織である官民協働組織「松浦党の里体験観光協議会」を中心とした体制の強化と自立化による体験観光の観光サービス業としての“産業化”を図る。

なお、一体的地域としての魅力化を図るためには、各地域での魅力的な観光サービスの提供が前提となることから、各地域の特性に応じた魅力的な観光ルート及び体験型観光メニューの開発や他地域と差別化できる特産品、食の開発を図るほか、観光ガイドや体験型観光インストラクターの育成による担い手の拡大と質の向上、宿泊施設のサービス向上によるホスピタリティの高い観光サービス業の創出を図る。

5 - 2 法第4章の特別の措置を適用して行う事業

該当なし

5 3 その他事業

5 - 3 - 1 地域提案型雇用創造促進事業(パッケージ事業)(厚生労働省)【C0901】 (パッケージ事業の実施期間は、平成18年度から平成20年度の3ヵ年とする)

前述に掲げた課題のうち、「体験観光の広域的受入体制の強化、自立化」「観光ガイド育成、宿泊施設のサービス向上によるホスピタリティ向上」「特産品、食の魅力向上、開発」「観光関連産業を中心とした雇用機会の拡大、創出」を解決するためには、担い手人材や企業の育成が重要となっている。

特に近年では地域の農林漁業と連携した体験型観光が人気を集め、修学旅行生を中心とした観光客拡大につながっており、体験型観光の定着と質の向上による「産業化」が雇用創出の可能性を秘めており、増加する利用客に対応できる体制づくりや質の向上が求められている。

また、特産品や食による観光も、地域の上質な魚介類や加工品を中心に評価が高いものの、中小零細企業が多いことから、販路拡大や新商品の開発、差別化等のノウハウの蓄積がなく、地域経済や雇用の拡大に繋がっていないため、マーケティングや情報発信、デザイン等の新たな視点や素材の掘り起こしにより、独自性の高い特産品や料理の開発による産業活性化を図っていく必要がある。

さらに、増加する個人客や外国人客への対応など、宿泊施設の高度化、もてなしの体制づくりを推進し、満足度の高い観光地づくりを図っていく必要がある。

本事業は、上述のような本地域における課題を踏まえ、「体験型観光」「物産開発」「食・地産地消」「もてなし」という、地域観光の柱となる産業の人材育成や事業所

へのノウハウ蓄積を実現することにより、企業の事業拡大、新規起業、求職者と事業者とのマッチングを誘引し、具体的な雇用を創出していくことを目的とする。

本事業は、平戸市、松浦市、平戸商工会議所、松浦商工会議所、平戸市観光協会、松浦市観光協会、松浦体験型旅行協議会、長崎県などの官民で構成される「平戸・松浦観光人材育成協議会」が実施する。

(以下、支援措置を利用し実施する事業)

(1) 体験型観光人材育成事業の実施

- ・中核組織リーダー、指導主任者、インストラクターの各コースで実践を織り交ぜた研修を行う。
- ・地域内で体験型観光の人材育成を推進するNPO法人「体験観光ネットワーク松浦党」(設立準備中)への再委託により実施する。

(2) 目玉商品・新みやげ品開発人材育成事業の実施

- ・地域内事業所従業員等を対象に、マーケティング、新商品企画、デザイン、情報発信等の研修を行う。
- ・研修終了後も、講師によるアドバイスなどによるノウハウの定着を図る。

(3) 新郷土料理開発・地産地消推進事業の実施

- ・ホテル、飲食店従業員等を対象に、新料理開発のノウハウを習得できる研修を行う。
- ・飲食店、直売所の起業を希望する求職者等を対象にした経営ノウハウの研修を実施する。
- ・研修終了後も、講師によるアドバイスなどによるノウハウの定着を図る。

(4) もてなし人材能力開発事業の実施

- ・宿泊施設と宿泊施設への就職希望者を対象に、個人客や外国人客への対応ノウハウや旅行商品開発のノウハウを学ぶ研修を実施する。
- ・観光ガイド希望者を対象として、ガイド能力の向上やガイドコースづくりのノウハウを育成する研修を実施する。

(5) 合同企業面談会の実施

- ・地域内企業と求職者のマッチングを図り、雇用を創出するための合同企業面談会を実施する。
- ・本協議会構成団体のネットワークの活用やハローワークとの連携により、多くの企業と求職者の参加を図る。

5 - 3 - 2 関連事業

(1) 広域連携型観光ルート・観光ツアー等の観光商品の開発(広域)

- ・ 歴史文化の平戸、体験型観光の松浦、などの地域ごとの特性を踏まえ、両地域を周遊するルートづくりや観光ツアーを開発し、平戸・松浦一体となった観光地としてのブランドの創出を図る。
- ・ ツアー、ルート開発にあたっては、ターゲット（客層）や季節などを考慮した、訴求性の高いものを開発する。

(2) 平戸・松浦統一ブランドによる特産品・食の認証制度の創設

- ・ 平戸・松浦の特産品の競争力強化と差別化を図るため、地域全体のブランド（マーク）を立上げ、基準に適合した地域内特産品や食（料理）の認証を行う。
- ・ 認証品は、物産展やイベント、ホームページ等で積極的な広報を行う。

(3) 地域別観光ルート及び体験型観光メニュー開発（各地域）

- ・ 各地域の歴史文化や自然環境などの地域資源を最大限に活かした観光ルートや体験型観光メニューの開発を行う。
- ・ 観光ルートは、既存ルートを活かしつつ、客層別（年齢や家族、カップルなど）や分野別（歴史系ルート、体験系ルート）の新しいルートを開発する。
- ・ なお、新しい観光ルートや体験型観光メニューは、顧客ニーズに応じた開発が必要であるため、本格的な販売・公開以前の段階で旅行代理店やメディア関係者を招いたモニターツアー等を実施し、ルート及びツアーの有効性を検証するものとする。

6 計画期間

平成18年度から平成25年度

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 観光入込客数及び雇用数等の統計調査

本計画では、達成状況を評価する数値目標として、観光入込客数や観光関連企業等への雇用数等を掲げたため、計画期間終了後に関係分野の統計調査を実施し、達成状況を評価する。

7-2 地域別顧客満足度調査

本計画で開発する新しい観光ルートや体験型観光メニューに対する観光客の評価を定量的に把握するために、各地域で共通内容の顧客満足度調査を実施する。

7-3 地域提案型雇用創造促進事業について

地域提案型雇用創造促進事業を活用した求職者や事業所に対して、毎年度アンケート調査を実施し、雇用の創出に対する評価を行う。

- 8 その他地域再生計画の実施に関し当該地方公共団体が必要と認める事項
該当無し