

本事業の背景と目的

玄海原子力発電所の立地自治体である玄海町は、観光資産として平成11年に日本の棚田百選に選定された「浜野浦の棚田」を有しており、ゴールデンウィーク期間を中心に多くの写真愛好家等が来訪している。一方で、町内に消費の受け皿が少なく、また時期もゴールデンウィークに集中するなどの課題がある。来訪者が少ない冬場にイルミネーションを設置するなどの取り組みを行い増加傾向にあるものの、**年間を通じた観光流動の拡大や消費促進による地域経済への波及効果を高めることが課題**となっている。

町では令和2年度、観光戦略を策定し、観光施策を進めているが、交流人口の拡大には、町単独では観光資産や人的リソースが十分ではないという課題があり、その解決のために、玄海町を含む広域観光圏について、

(1) 現状把握やポテンシャル調査などのマーケティング分析、地元観光関連事業者との協議

(2) 周辺自治体と連携した広域観光の可能性と持続可能な観光事業についての検証

(3) 周辺自治体との体制づくりや広域観光ルート開発、プロモーション活動等

を段階的に進めていくことが求められている。

そのために、令和2年度～令和4年度事業に引き続いて、九州経済産業局では、**広域連携による観光振興のための取り組みを支援するとともに、魅力ある観光ルートの開発や受入れ体制構築に必要な調査事業を行う**ことを目的とする。

過年度事業の振り返り

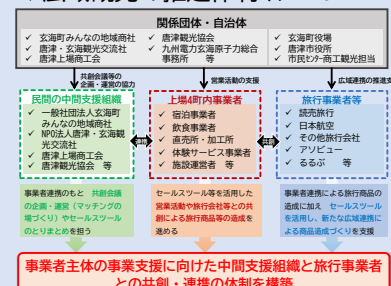
【令和2年度の成果】⇒**広域観光を推進する上での方向性や体制等の基盤づくり**

- 広域観光のキックオフの場として、広域検討会のほか、玄海町やその周辺市町の事業者・関係団体(11名)との勉強会を開催し、広域観光ルートづくりを進める体制基盤を構築
- 広域観光のコンセプト、モデルルート、商品パッケージ等、広域観光推進のイメージを構築
- R2からR5以降の取組みごとの広域観光推進に向けたロードマップを検討

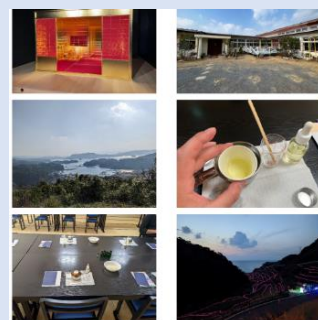
【令和3年度の成果】⇒**旅行商品造成、共創会議の構築等、広域エリアにおける共創基盤の構築**

- エリア内の150のコンテンツを掘り起こし、旅行商品造成・情報発信に向けた情報基盤を整理
- 観光専門家が参加するモニターツアーの試行による、可能性の発見と専門家ネットワークを構築
- 広域観光及び共創会議の推進体制・取組意義や具体事業等について、関係団体等との協議を行いながら一定の方向性を検討(新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、共創会議の実施には至らなかったものの、関係者等には共創会議の目的・メリット等を説明し、次年度の共創会議に向けた準備を整えた)

▼広域観光の推進体制イメージ

【令和4年度の成果】⇒**玄海町の地域商社との連携をもとに、共創モデルを試行**

- 上場地域の観光関連事業者に向け、事業者間での連携可能性・課題等についてヒアリング実施(主な意見として「広域連携を進める上での」旗振り役がない／共創会議とオールげんかいミーティングとのすみ分けが必要／新しいことをはじめる人はいるがつながりがいい等)
- 共創会議を開催(3回)し、議論を通じて創出された「共創プロジェクト」を試行
- 広域観光の推進に向け、玄海町のプレイヤー・コーディネーターとしての「玄海町みんなの地域商社」との具体的な連携の形づくり



事業の先に目指すこと

■ 本事業(令和5年度)のポイント

- ✓ 令和2～4年度の3か年にわたり構築してきた広域エリアでの共創事業について、本事業として果たすべき役割を改めて整理した上で、上場地域での共創の道筋を関係者とともに構築する
- ✓ 昨年度までに共創の形が見えてきた部分を活かして、今年度は「**取組主体は地域であり、地域主体の活動の道筋を描くこと(特に活動の中核となる地域商社を主語に)**」と「**事業に協力する地域としての期待成果(「自地域の振興につながる点」と「広域で戦った方がより効果的な点」)**を明確にすること」に主眼を置きながら事業を進めていくことが鍵となる

■ 事業の先に目指すもの

旧上場4町の広域観光圏で、観光客が滞在時間と消費額を延ばすこと

■ 本事業において取り組むべきこと

- ① 広域連携の足掛かりとなり、地域で継続できる共創プロジェクトを試行すること
- ② 共創会議の定例化も見据え、玄海町内の地域商社や地元の事業者が主体となって取り組む体制づくりを行い、地域のプレイヤーの発掘・連携を図ること
- ③ 広域観光への成功のイメージを明確化し、今後の事業の参考にするため、上場地域における広域観光のコアプレイヤーとともに全国の広域観光の先進事例視察を行うこと

■ 本事業における配慮点

1 広域連携におけるコアプレイヤーに玄海町みんなの地域商社を位置付けるなかで、**推進役としての成長目標を描き、関係者で共有すること**

- ・ 推進役を担える立ち位置をロードマップ等に明確に位置付け、関係者間で共有すること
- ・ モデル事業の実施主体等になることで、新たな試みにチャレンジしやすくすること

2 地域内外での地域商社の認知を広げ、上場地域の観光情報が集約される組織となるよう、**地域と市場をつなぐコーディネートを試行すること**

- ・ 上場地域滞在を提供するために、まずは旅行会社に地域商社の存在を知ってもらうこと
- ・ 本事業を通じて、地域商社のコーディネーターとしての企画力向上やセールスツールづくりといった取り組みが求められていること

3 実施主体として**事業者との関係構築を図り、次のチャレンジに向けた素地をつくること**

- ・ 実践と検証を地域商社が担い、事業者と連携して進めることで、次に向けたチャレンジにつなげる素地づくりを行うこと

実施事業の概要及びポイント

実施日	実施項目	実施概要・協議内容	結果のポイント
令和5年9月7日	第1回広域検討会	- 広域観光ルート事業の目的・意義 - 過年度の取組みの振り返り（ロードマップ） - 令和5年度の全体スケジュール - 各種取組み概要、11月以降の取組みイメージ - 共創会議について（企画方針、プログラム、開催日時、募集の流れ） - セールスツールについて（目的、旅行会社への営業状況の共有） - 先進地視察（目的、実施時期）	- 本事業の目的は、旧上場4町の観光に関する滞在時間と消費額を延ばすこと - 共創会議は、事業者が参加メリットを感じる内容と抱き合わせで、全体企画すること - 共創プロジェクトで想定する空き家改修は、宿泊施設に限定せず、キッチンの食事会利用など、暫定的な活用もできる拠点として検討し、家賃を含む事業収支を詰めること - 先進事例調査は、空き家の観光活用だけを見るのではなく、プロジェクトが地域で生まれた背景や合意形成のプロセス、中心となったキーマンの存在にも着眼できる企画とすること セールスツールは、ターゲットと使い方を明確にしたうえで、作成にとりかかること
令和5年10月25日	共創会議	- 唐津市呼子でゲストハウスとレストランを営む「百と十_Vesper」林氏をゲストスピーカーに招き、“上場・呼子での観光事業”、“新たな取り組みへの展望”、“上場エリアへの展望”等について参加者とともに意見交換 「上場エリアで提供したいサービスや情報」というテーマでワークショップを実施	- ゲストスピーカーのお話のポイントは、「宿は地域を回る拠点であること（温泉、食事、体験などのパーツを増やし、リピートしたくなる地域を目指す）」、「自分が住む地域を良くしたい、という気持ちを持つこと（自分が住んで楽しいまちを描き、観光を通じてやれることにトライ）」、「お客様との対話を大切にすること（地域のことを伝え、地域で魅力的だと思うことを教えてもらう関係・仕掛けづくり）」 - ワークショップでは、「外から来た子どもたちに地元ならではの体験をしてもらう」、「産地だからこそ、伝えられること」、「宿泊客に楽しんでほしいことを、地域に視野を広げて発信する」、「すぐにできること・これから少しずつやっていきたいこと」の4つの視点からアイデアや意見をいただいた
令和5年11月21日	第2回広域検討会	- 共創会議の実施報告 - 共創プロジェクトについて（企画方針、実施内容、スケジュール） - セールスツールについて（目的、概要イメージ） - 推進体制について	- 共創プロジェクトは、テクニックだけでなく着眼するコンテンツや広げ方を考える場として勉強会を開催し、共創会議のアイデアを形にする活動を行いながら動画制作に取り組む - セールスツールは、個人旅行につなげるなどバス旅行後の展開を戦略化し作成する - 推進体制は、広域観光事業における一番コアな活動を絞り込み、全体マネジメント役とプレイヤーの両輪を検討する
令和5年12月8日	先進地事例視察 (福岡県福津市津屋崎)	「ソトの人々を惹きつける、住民に魅力ある地域づくり」をテーマに、“人”を基軸とした地域づくりの取り組み方・地域としてのチームのつくり方” 外から来られる方との付き合いのきっかけとして、観光を目的としない取り組みプロセス”を「津屋崎ランチ」などの事例から学ぶ	「地域が豊かになるサイクル」はプレイヤーが誰かを明確にし、その役割は具体的であるほどよい。上場地域においては、地域商社がいることは大きな強みであり、広域観光でどのような役割を担うとよいか、誰にでもわかるように具体化できるとよい - 視察を行った津屋崎千軒や、呼子の朝市通りのように、顔が見える距離感のチームは取り組みやすい - 共創会議の参加者は上場の各地域から来ていただいたが、参加者が各地域の動きを把握する小チームのリーダーとなり、地域商社が上場地域全体に共有していく役割を担えるとよい 事業者とともに活動することが地域商社にとって当たり前になると、民間主体の広域観光の推進も円滑になるのではないかと
【第1回】 令和6年1月16日 【第2回】 令和6年2月19日	共創プロジェクト	「Instagramでのショート動画による観光情報発信のイロハ」をテーマに、ショート動画の作り方を学ぶ座学や撮影や動画編集の実践を行った - 共創会議で出た「お客さんに地域のことを知ってほしいのは当然だけど、地元の私たちこそ、上場のことをもっと知るべき」という声を踏まえて企画	- 共創会議の対談やワークで挙げられた事業者の意見・アイデアがもとになって企画された。事業者にとっては自らの声が形になったことにより、事業への関心や主体感が生まれるきっかけになった - 本プロジェクトは事業者自身の行動を促す（自ら動画を制作し、発信する）ものである。地域商社は当日の場づくりや事後のフォローアップの中心となったことで、本プロジェクト自体が民間主体の広域観光体制に向かう機会となった - 動画制作・発信は「発信し続けるためのコンテンツづくり・磨き上げ」や「観光客が魅力的に思う地域の価値の発掘」など、次なる活動につながりやすいという利点がある
令和6年2月13日	第3回広域検討会	- 先進地視察・共創プロジェクトの実施報告 - 中期の具体活動方針、次年度の取組内容 - 広域観光の推進体制（上場地域の情報発信）	- 今年度の共創プロジェクトで展開されたように、小さくても楽しい場を継続した先に成果が生まれるよう、地域商社を中心に機会をつくっていく - 推進体制として、地域商社が核となり、民間事業者の事業活動の支援につながる活動を企画・実行する - 事業者への周知・案内や成果の情報発信等について、唐津観光協会や唐津上場商工会、唐津・玄海観光交流社は地域商社と引き続き連携する 「広域検討会」は上場地域全体の観光戦略を考えて推進する場（局と玄海町・唐津市が先導）、「共創会議」は上場エリアで事業者同士が交流し、顔の見える関係となる場（地域商社など民間が先導）、「事業者同士の集まり」は動きを生み出す小さな活動を生み出す場（地域商社など民間） - 当面は局事業を活用し、第3者を交えた広域検討会を行っていくが、徐々に地元側で担うことのできる範囲を増やしていく

R2:玄海町行政の取組方針の検討

【成果】

広域観光のコンセプトとロードマップを検討し、玄海町役場としての広域観光への取組方針を設定できた。



R3:広域連携の推進体制づくり

【成果】

唐津市や関連団体との連携を開始。体験コンテンツの掘り起こしと旅行会社等との連携により、広域観光のモデルルートを設定できた。
なお、広域観光ルートの試行を通じてつながった株式会社読売旅行は、民間自主事業としてバスツアーを催行、地域に新たに1,000名以上の送客が実現した。



R4:地域商社の取組領域の拡大

【成果】

上場広域観光ガイドブックを制作する地域商社のネットワークを活かして共創会議を開催。地元事業者が本事業に参画する機会を創出し、事業者ベースの広域観光の検討や意識醸成を図ることができた。



R5:中間支援組織の連携体制構築

【成果】

地域商社が取組みの企画・実行の中核に。地元事業者を対象とした観光動画制作の勉強会には、延べ60名以上が参加。また、体験コンテンツ等を販促するセールスツールの充実を図ることとした。



広域観光の定着に向けて

- 令和2～5年度は行政主導の第一フェーズとしてきた。令和4～5年度は民間との連携領域を徐々に拡大し、民間主体の広域観光の活性化に向けた活動検討を進めた。令和5年度は共創プロジェクトを通じて、地元事業者の事業への参画を飛躍的に拡大させることができた。
- 段階的に成長してきた地域の成果を实らせるためには、玄海町みんなの地域商社が核となった「民間主導の事業継続の基盤づくり」が不可欠である。国の支援を有効活用した以下の取組みを実施し、令和6～8年度の3ヵ年で広域観光の定着を目指す。

R6:観光コンテンツの試行・磨き上げ

【ありたい姿】

事業者が主体となる観光コンテンツの磨き上げが進んでいる。

【取組み内容】

- ① 体験・アクティビティの実践モニターツアー（大学生・高校生が参加し撮影→情報発信につなげる）
- ② 専門家による事業改善アドバイス（物販ディスプレイなど）

- ③ 共創会議の開催（情報発信など、事業者のビジネスに役立つ学びと相互交流の場：毎年度1回以上）
 - ④ 広域検討会の開催（官民の関係組織・助言役が集い情報の共有・成果の共有等：毎年度3回程度）
 - ⑤ 中核機能のビジネスモデルの検討（玄海町・地域商社などコアメンバーで検討：適宜協議）
- ※上場の観光事業者による情報発信、リーダー事業者と地域商社の集い（①②の具体内容の検討：適宜開催）

R7:個人旅行における「上場」の認知促進

【ありたい姿】

観光コンテンツと提供する事業者を軸とした発信・認知が拡大している。

【取組み内容】

- ① 地域商社が窓口になり体験・アクティビティの販売をサイクル化
- ② インフルエンサーを招聘したツアーを催行し情報発信を増加

R8:民主導の広域観光モデルの確立

【ありたい姿】

地域商社が核となり、広域観光の自立継続領域が確立している。

【取組み内容】

- ① 体験・アクティビティと宿泊をセットにしたプランを造成し販売
- ② 上場ファンづくりの獲得・育成に向けた企画やイベントの開催

R9～:広域観光体制の自走化

【ありたい姿】

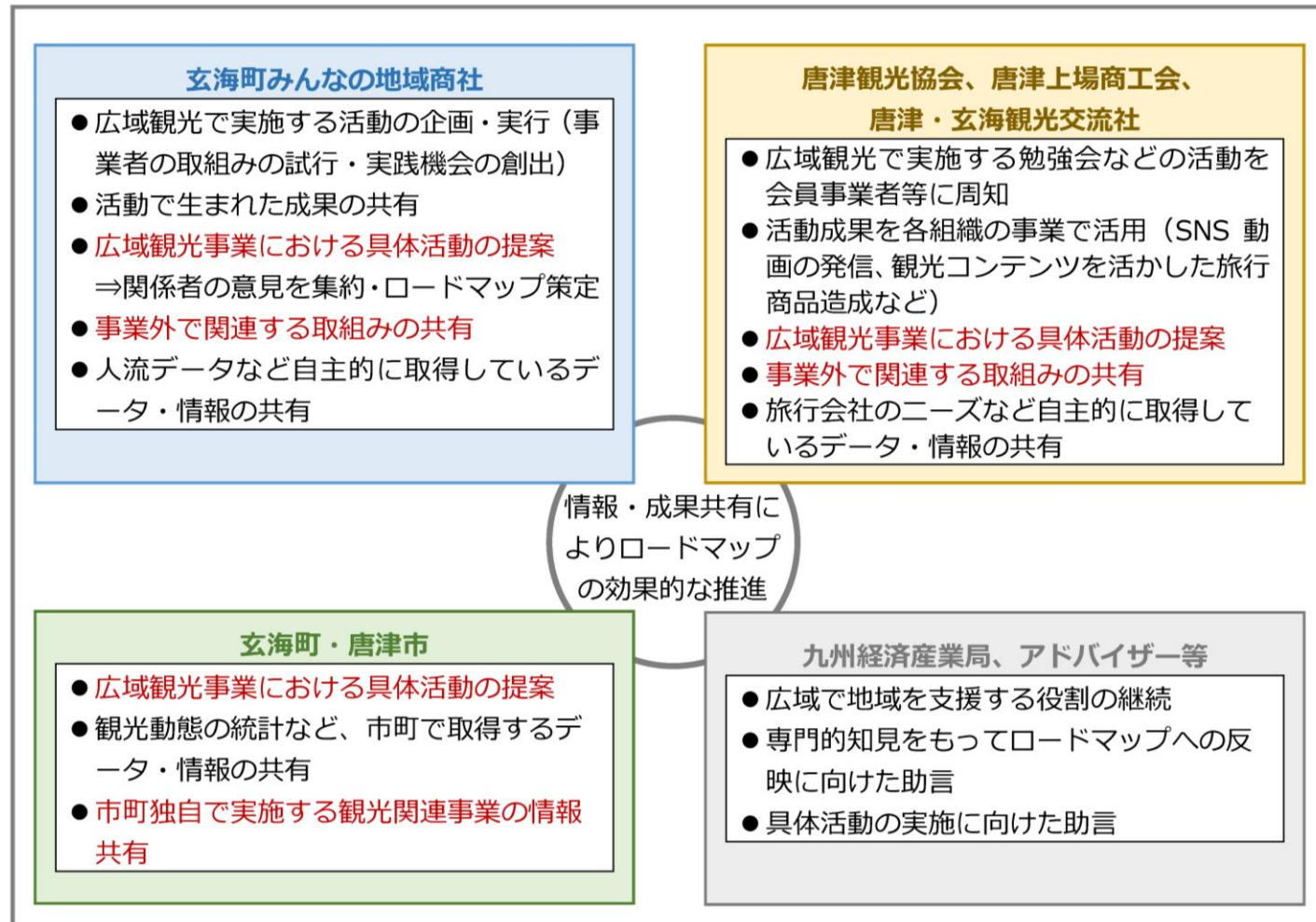
- 体験・アクティビティを利用する観光客の増加
- 観光客自らによる上場観光の発信が拡大
⇒事業者の間で広域観光のメリットの理解が広がり、更なる機運向上につながっている。
- 地域商社を中心に行政・域内の中間支援組織の連携体制が確立
⇒事業者の成長につながる共創会議や、エリア戦略を推進する広域検討会など場・機会が有機的に開催されている。

R9～も地域で継続

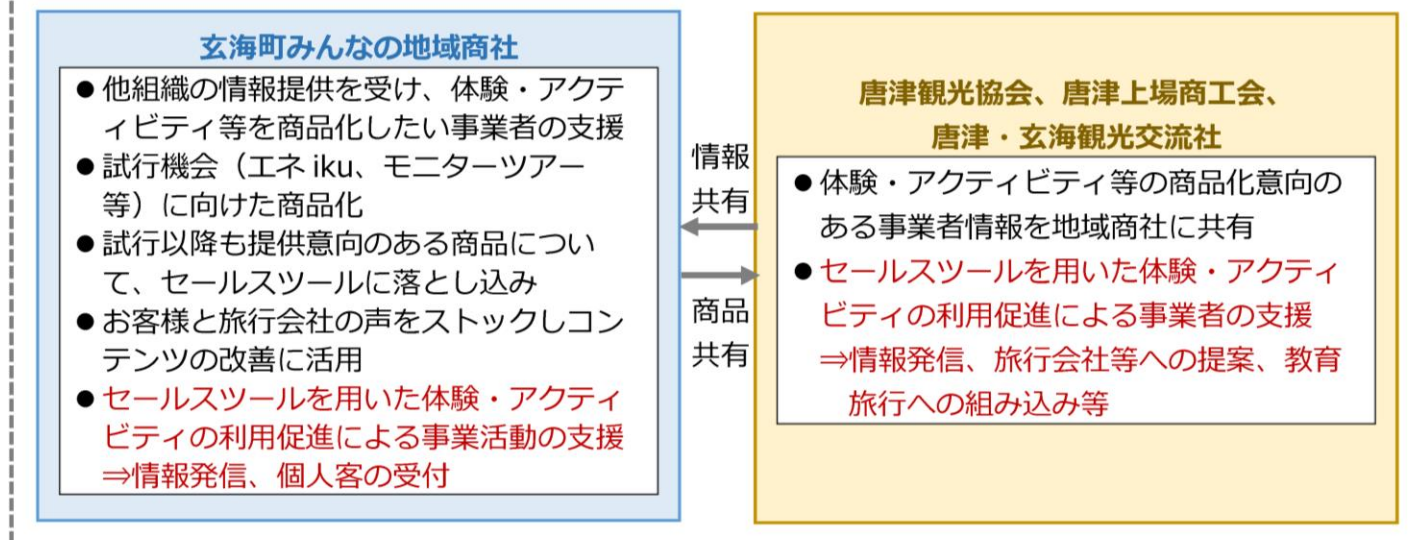
広域観光の推進体制

上場地域の広域観光の推進にあたり、玄海町みんなの地域商社が企画・実行の中核を担うとともに、行政（玄海町・唐津市）・中間支援組織（唐津観光協会、唐津上場商工会、唐津・玄海観光交流社）それぞれの立場で主体的に関わり、行政・各中間支援組織間での情報共有を行うことにより、**民間主導による広域観光の推進**を図る。

■推進体制（案）



【具体イメージ】観光コンテンツの造成・磨き上げ・利用促進



令和 6 年度において取り組むべき重点事項

令和2～5年度
事業の主な成果

- 共創会議を累計 4 回開催・延べ 38 名が参加、**事業者の交流・学びの場づくり**ができた
- 共創プロジェクトを通じて、**地元事業者のアイデアを具体化**できた
- モニターツアーを通じた旅行会社との出会いにより民間自主事業としてバスツアーを催行することにつながり、**新たに 1,000 名以上の送客**を実現
- 共創プロジェクト等を通じて、**地域商社と地元事業者による民間のチームが構築**されつつある 等

広域観光の
定着に向けて

- 令和 2～5 年度は行政主導の第一フェーズとしてきた。令和 4～5 年度は民間との連携領域を徐々に拡大し、民間主体の広域観光の活性化に向けた活動検討を進めた。令和 5 年度は共創プロジェクトを通じて、**地元事業者発意での企画実現と上場エリア内の新たな事業者参加**につながった。
- 段階的に成長してきた**地域の成果を实らせるためには、玄海町みんなの地域商社が核となった「民間主導の事業継続の基盤づくり」が不可欠**である。国の支援を有効活用した以下の取組みを実施し、令和 6～8 年度の 3 カ年で広域観光の定着を目指す。

1 玄海町みんなの地域商社が中核となる、中間支援組織・行政等が連携した推進体制の強化

- ・ 玄海町みんなの地域商社をはじめとする各中間支援組織や、玄海町・唐津市の行政もそれぞれに強みがある。各団体の取組み状況や成果を定期的に共有する場を設け、地域一丸となった広域観光の成果創出を目指すことが重要である。
- ・ また、玄海町みんなの地域商社が、民間主導の体制下での中核となり広域観光の推進を継続できるよう、事業補助終了後の収益確保の方法について、行政と検討を進める必要がある。

2 事業者の成長につながる観光コンテンツの磨き上げ・情報発信の促進

- ・ 民間主導の広域観光は、観光を通じた事業者のビジネスの成長を支援するものである。令和 5 年度の共創プロジェクトを皮切りに、体験などの観光コンテンツの磨き上げなど事業者が主体となり、年度を重ねるごとにステップアップできる活動を企画することが求められている。
- ・ また、地域商社が核となり、旅行会社と連携したツアー造成（情報発信）など、地域の認知を高めポテンシャルを引き上げる取組みを起こしていくことが重要である。

3 「上場広域観光」が浸透するネットワークの構築

- ・ 事業者においても広域観光の意識醸成が進みつつある背景には、事業者同士、事業者と地域商社のネットワークを着実に築いてきたことにある。引き続き集まる場を創出し、顔の見える関係づくりをおこなっていくことが重要である。
- ・ また、事業者が広域観光に参画するメリットを明確にしつつ、地域として目指す姿が事業者にも共有・共感されるよう、わかりやすい表現、興味を引く会議名などを意識する。

令和6年度以降の重点事項