

福岡都市圏交流促進基本計画

平成20年8月
長崎県松浦市

目次

はじめに.....	1
1. 交流促進基本計画の趣旨	2
1-1 基本計画の位置づけ.....	2
1-2 基本方針	2
1-3 計画期間	2
1-4 戦略のターゲット地域.....	2
2. 福岡都市圏のインパクト	4
2-1 福岡都市圏の人口とその魅力.....	4
2-2 福岡都市圏の活力の導入	4
3. 松浦市における観光の現状	6
3-1 市全体の観光客数の推移	6
3-2 地域別にみた観光動向	7
3-3 観光地としての松浦市にみる課題.....	8
4. 交流促進に向けた取り組み.....	9
4-1 松浦市の魅力	9
4-2 地域をあげた交流促進の基盤づくり.....	11
4-3 具体的な戦略プロジェクト.....	12
4-4 プロジェクトを実現させるための手段.....	20

はじめに

長崎県松浦市は、平成18年1月に旧松浦市、旧鷹島町、旧福島町の1市2町による合併により新たなスタートを切った。

本市は、平成19年3月に新総合計画を策定し、将来像を「次代をはぐくむ産業創造都市 まつうら」と定め、その具現化に向けて、諸施策を展開し、早や1年の歳月が経過したところである。しかし、時代の潮流である、少子高齢化や三位一体改革による地方自治体の財政基盤の脆弱化など、松浦市を取り巻く環境は、厳しさを増してきている。

このような中、地域活力の基本といえる「人」を呼び込み、「人」の交流に力点を置いた施策の展開が急務の課題となっている。

特に、「人」の交流においては、「福岡都市圏」をターゲットとした施策の展開を図り、福岡都市圏を中心とした一帯に「松浦」の名を浸透させることが必要である。さらに、一人でも多くの人々が「松浦」を知り、「松浦」を訪れ、交流人口の拡大を進めることが肝要である。

これまでの体験型観光やイベント事業の開催などに代表される交流人口拡大策は、一定の評価を受けており、更なる飛躍に向けた事業の推進が必要である。今回の交流促進に向けた取り組みは、将来の道州制をも視野に入れ、この「松浦」地域が、歴史と風土、地域特産品に代表される食文化の発信基地として認知されるような「仕掛け」を積極的に進め、交流人口の拡大がもたらす活力により地域活性化を進めようとするものである。

このことは、新たな産業創造の機会の創出においても期待でき、引いては「定住人口」の拡大への呼び水となるものと確信している。

「福岡都市圏」が「松浦」へ求める潜在需要を掘り起こし、常に新たな情報をつかめるようアンテナを張った取り組みを進め、松浦市の活性化に努めていく。

1. 交流促進基本計画の趣旨

1-1 基本計画の位置づけ

平成19年3月、松浦市では、「次代をはぐくむ 産業創造都市 まつうら」をまちの将来像と定め、松浦市総合計画を策定した。その中では、交流人口拡大に向けた取り組みの必要性もうたっており、「食」をテーマとしたグルメと交流による賑わいのまちづくりは重点施策の1つの柱として掲げられている。また、地域特性を活かした産業の充実という点でも「新しい地域の魅力を発信する観光産業の振興」への取り組みを掲げている。

本基本計画は、松浦市総合計画が目指す交流人口拡大の一施策として、福岡都市圏との交流促進事業を具体化したものである。

1-2 基本方針

地域活力の基本といえる「人」を福岡都市圏から松浦市をはじめとする周辺地域を含めた松浦地域へ呼び込み、福岡都市圏を中心とした一帯に「松浦」の名を浸透させ、一人でも多くの人々が「松浦」を知り「松浦」を訪れるよう、交流人口の拡大を進める。

福岡都市圏の人々が、松浦地域に魅力を感じる潜在需要を掘り起こし、松浦地域が持つ「資源」を活用することで、多くの来訪者を呼び込み、「外貨」を取り込み、地域活力の向上を目指す。

1-3 計画期間

本計画は、今後3年間の計画期間とし、計画達成目標時期を平成22年度末の平成23年3月とする。

なお、状況の変化、必要に応じて、基本計画の見直しを行い、適宜、更新するものとする。

1-4 戦略のターゲット地域

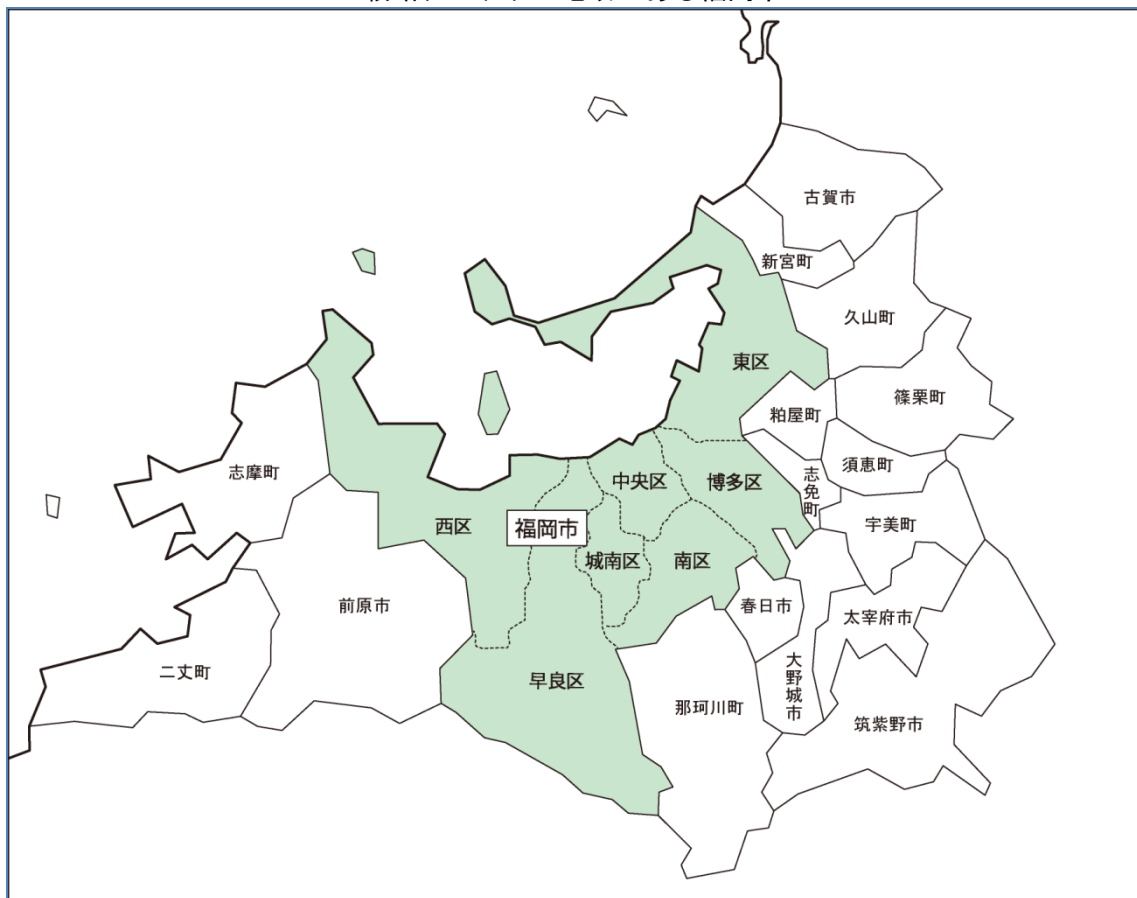
本計画で掲げるプロジェクトは、福岡都市圏の中心である福岡市で、戦略的に展開していく。

はじめに、松浦地域に近い地域として、博多・天神以西地域の住民を意識した戦略を展開していくこととする。次に博多・天神以東地域まで活動範囲を拡大させる。博

多・天神以東は、福岡市の西部に位置する松浦方面について遠いイメージを持つことが予想されるが、近すぎず遠すぎない旅行地としてPRすることが可能である。また、福岡都市高速道路の全面開通になれば、福岡市南部地域からのアクセスも容易になり、プロモーションエリアとして注目する必要がある。

地域を個別に絞って段階的に活動することで、プロジェクトの展開が進めやすくなる。また、その動向如何によっては、ロコミや話題性ととも、周辺地域へ波及していくことが期待できる。

戦略ターゲット地域である福岡市



2. 福岡都市圏のインパクト

2-1 福岡都市圏の人口とその魅力

平成17年の国勢調査によると、福岡市の人口は140万1,279人となっている。また、近年、周辺市町の人口の伸びも著しく、福岡市への通勤依存率（常住就業者数に占める福岡市通勤者数の割合）が5%のエリアを生活圏としてみると、そのエリア内人口は306万人に達する。

福岡市は、他の大都市と比較してみると、生産年齢人口や年少人口の割合が高く、老年人口の割合が低くなっており、若い人口構成といえる。また、九州・山口の人口は日本全国の1割強を占め、福岡都市圏はその15%を占めている。

福岡市の産業構造は第三次産業に集中しており、中でも卸売・小売業、飲食店とサービス業で全事業所の7割以上を占めている。また、九州ないし西日本の拠点として、中央政府機関、大企業の支店、金融・サービス業の集積が進んでいる。

さらに、コンベンション、情報関連産業など新しい都市産業の振興や、アジアとの交流拠点都市を目指したまちづくりを進めている。また、博多港および福岡空港における入国者数は63万人（法務省「入国管理統計」平成18年）に達しており、外国人旅行者等の玄関口ともなっている。

一方で、福岡市は、福岡ソフトバンクホークスやアビスパ福岡に代表される野球やサッカー、大相撲九州場所などの観戦、歌舞伎やミュージカルなどの観劇が盛んな都市であり、文化・スポーツの拠点でもある。また、天神や中洲、博多地区の都心やキャナルシティ博多、博多リバレインにみられる新名所の誕生など、都市型観光地としての魅力も併せ持っている。さらに、九州の交通結節点という側面も持ち合わせ、九州一円からの日帰り客が年間1,186万人（福岡市「福岡市観光統計」平成18年）に達しており、広域から多くの人を吸引している。

2-2 福岡都市圏の活力の導入

九州の中核都市である福岡市は、松浦市からわずか100kmの場所に位置している。そこで、多くの人口が集積する福岡都市圏に松浦市の情報を発信し続け、売り込むとともに、福岡に集積する様々な情報を獲得し、うまく活用していく。こうした取り組みが、福岡都市圏の活力を松浦地域に導く可能性は大きい。

特に、西九州自動車道の延伸が完了すると、福岡都市圏と松浦市間の移動時間は約1時間となり、これからの取り組み次第では、その福岡都市圏が持つインパクトを十分に享受できる位置に松浦市はあり、地域としての潜在能力は高いものがある。

そのためにも、松浦市の資源を整理し、それに魅力を感じる世代等の属性を探って、具体的なターゲットを絞り込み、さらに福岡都市圏の人々が求めている情報を整理し、様々な仕掛けを実行しつつ、情報発信を強化する必要がある。

福岡市と松浦市の位置図



3. 松浦市における観光の現状

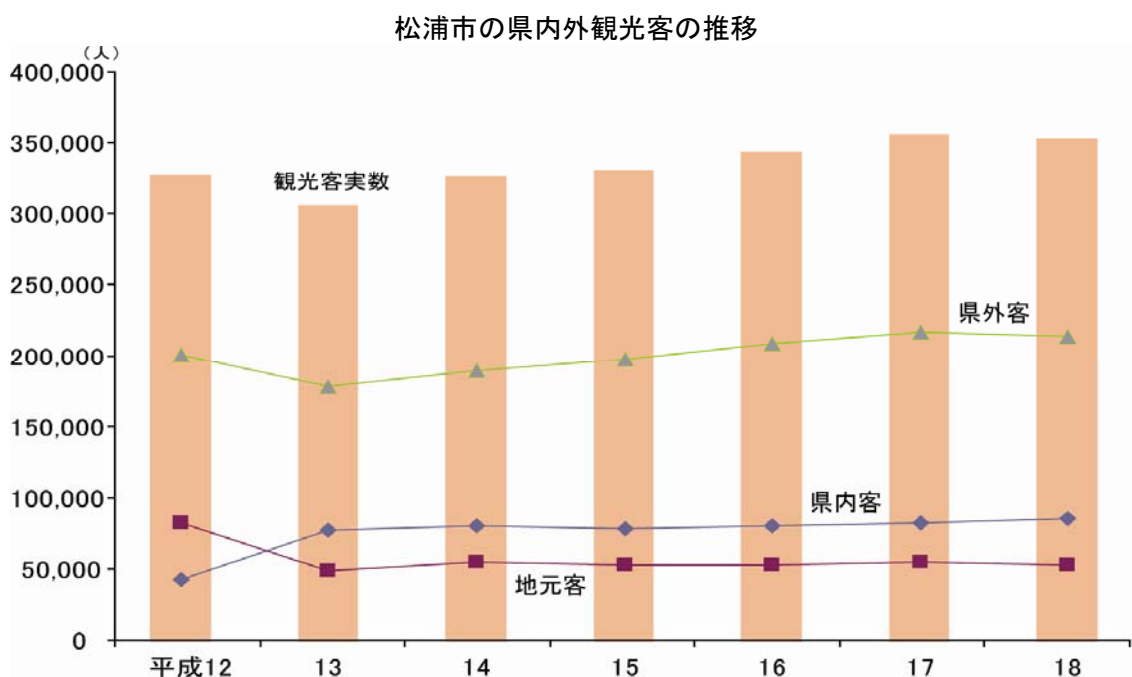
3-1 市全体の観光客数の推移

交流人口において、大きな割合を占めるのが観光による来訪者数である。平成12年以降の観光客数の推移をみると、平成13年に減少したものの、それ以後は増加傾向にある。

観光客の県内外者の区分を見ると、圧倒的に県外客の比率が高い。特に佐賀県や福岡県に近い福島地域、鷹島地域において、その傾向が強い。地元客、県内客がほぼ横ばいであるのに対し、県外客は若干増加傾向にある。

長崎県が平成13年に実施した観光動向調査によると、調査対象となった「松浦市、北松」地域への宿泊客数は52人と少ないものの、その約4分の1(23.1%)が福岡県からの来訪者であった。同率で県内(長崎市を除く)(23.1%)、さらに佐賀県(21.2%)が続いている。

つまり観光に関しては、県内客よりも県外客の需要の掘り起こしが有効であると考えられる。また、「松浦市・北松」地区の観光客で上位にあった、福岡県に注力し、誘客を図るべきである。



資料) 長崎県「長崎県観光統計」

3-2 地域別にみた観光動向

松浦、福島、鷹島という各地域の観光客数の推移をみると、おおむね増加している。ただし、松浦地域以外の地域では、宿泊客実数が減少している。特に顕著なのが鷹島地域で、平成18年の宿泊客延滞在数は、平成12年の約6割まで低下している。松浦市全体の観光産業を盛り上げるためにも、鷹島地域へのテコ入れが必要である。

松浦地域については、平成15年から平成16年にかけて、観光客数が飛躍的に増加しているが、これは体験型旅行の参加者増の影響である。なお、平成17年に開設された道の駅「松浦水軍の郷 海のふるさと館」では、このような松浦地域への観光客増加に対応し、売上、来客数ともに順調な伸びを見せている。

松浦市の観光客数の推移

		(単位:人)						
		平成12	13	14	15	16	17	18
松浦市	観光客延数	330,265	364,201	395,079	395,988	411,976	418,749	427,399
	日帰り	222,076	270,234	285,504	293,225	304,967	319,381	314,303
	宿泊客延滞在数	108,189	93,967	109,575	102,763	107,009	99,368	113,096
	延宿泊数 宿泊客実数	66,166 42,023	56,402 37,565	67,814 41,761	64,364 38,399	67,118 39,891	61,105 38,263	72,939 40,157
松浦地域	観光客延数	154,041	161,960	170,497	177,227	196,127	202,595	225,306
	日帰り	85,505	112,000	117,500	122,435	126,843	138,005	143,550
	宿泊客延滞在数	68,536	49,960	52,997	54,792	69,284	64,590	81,756
	延宿泊数 宿泊客実数	43,510 25,026	31,240 18,720	32,232 20,765	33,425 21,367	43,686 25,598	40,016 24,574	53,422 28,334
福島地域	観光客延数	64,791	71,969	89,549	99,382	105,604	102,514	92,686
	日帰り	49,644	55,744	62,792	73,358	81,830	81,340	75,810
	宿泊客延滞在数	15,147	16,225	26,757	26,024	23,774	21,174	16,876
	延宿泊数 宿泊客実数	8,624 6,523	9,209 7,016	17,601 9,156	16,913 9,111	15,152 8,622	13,239 7,935	10,998 5,878
鷹島地域	観光客延数	111,433	130,272	135,033	119,379	110,245	113,640	109,407
	日帰り	86,927	102,490	105,212	97,432	96,294	100,036	94,943
	宿泊客延滞在数	24,506	27,782	29,821	21,947	13,951	13,604	14,464
	延宿泊数 宿泊客実数	14,032 10,474	15,953 11,829	17,981 11,840	14,026 7,921	8,280 5,671	7,850 5,754	8,519 5,945
長崎県 (参考)	観光客延数	31,510,837	31,630,904	31,580,077	30,175,030	29,134,538	28,897,601	28,906,475
	日帰り	18,487,513	18,721,267	19,192,291	18,132,884	17,798,536	17,876,850	17,778,715
	宿泊客延滞在数	13,023,324	12,909,637	12,387,786	12,042,146	11,336,002	11,020,751	11,127,760
	延宿泊数 宿泊客実数	7,721,958 5,301,366	7,688,952 5,220,685	7,379,244 5,008,542	7,328,086 4,714,060	6,900,113 4,435,889	6,775,187 4,245,564	6,853,259 4,274,501

注) 観光客延数＝日帰り客＋宿泊客延滞在数

宿泊客延滞在数＝延宿泊数＋宿泊客実数

延宿泊数とは、当該地の宿泊観光客の延宿泊数の合計

宿泊客実数とは、何泊したかを問わず、当該地に宿泊した観光客の合計

資料) 長崎県「長崎県観光統計」

松浦市の観光客数の推移（平成12年＝100）

		平成12	13	14	15	16	17	18
松浦市	観光客延数	100	110.3	119.6	119.9	124.7	126.8	129.4
	日帰り	100	121.7	128.6	132.0	137.3	143.8	141.5
	宿泊客延滞在数	100	86.9	101.3	95.0	98.9	91.8	104.5
	延宿泊数	100	85.2	102.5	97.3	101.4	92.4	110.2
	宿泊客実数	100	89.4	99.4	91.4	94.9	91.1	95.6
松浦地域	観光客延数	100	105.1	110.7	115.1	127.3	131.5	146.3
	日帰り	100	131.0	137.4	143.2	148.3	161.4	167.9
	宿泊客延滞在数	100	72.9	77.3	79.9	101.1	94.2	119.3
	延宿泊数	100	71.8	74.1	76.8	100.4	92.0	122.8
	宿泊客実数	100	74.8	83.0	85.4	102.3	98.2	113.2
福島地域	観光客延数	100	111.1	138.2	153.4	163.0	158.2	143.1
	日帰り	100	112.3	126.5	147.8	164.8	163.8	152.7
	宿泊客延滞在数	100	107.1	176.6	171.8	157.0	139.8	111.4
	延宿泊数	100	106.8	204.1	196.1	175.7	153.5	127.5
	宿泊客実数	100	107.6	140.4	139.7	132.2	121.6	90.1
鷹島地域	観光客延数	100	116.9	121.2	107.1	98.9	102.0	98.2
	日帰り	100	117.9	121.0	112.1	110.8	115.1	109.2
	宿泊客延滞在数	100	113.4	121.7	89.6	56.9	55.5	59.0
	延宿泊数	100	113.7	128.1	100.0	59.0	55.9	60.7
	宿泊客実数	100	112.9	113.0	75.6	54.1	54.9	56.8
長崎県 (参考)	観光客延数	100	100.4	100.2	95.8	92.5	91.7	91.7
	日帰り	100	101.3	103.8	98.1	96.3	96.7	96.2
	宿泊客延滞在数	100	99.1	95.1	92.5	87.0	84.6	85.4
	延宿泊数	100	99.6	95.6	94.9	89.4	87.7	88.8
	宿泊客実数	100	98.5	94.5	88.9	83.7	80.1	80.6

資料) 長崎県「長崎県観光統計」

道の駅「松浦水軍の郷 海のふるさと館」売上実績（年度別）

（単位：円、人）

	平成17	18	19
売上	186,282,710	313,507,215	367,744,677
レジ通過者	155,024	233,879	264,362
客単価(円/人)	1,202	1,340	1,391
来客者数推計	292,995	442,031	499,644

注) 来客者推計値は、レジ通過者数の1.89倍

資料) 水産商工観光課

九州地域産業活性化センター

「地域ブランド化による新松浦市の地域活性化計画策定事業報告書」

3-3 観光地としての松浦市にみる課題

松浦市は、雄大な自然と豊富な食材など、さまざまな優位性を持つ地域ではあるが、もともと観光地として栄えてきた地域ではないため、周辺観光地との差別化が明確にされておらず、本市の魅力を十分に活かすことができていない。また、インパクトのある有名な歴史上の人物が不在であることから、松浦市の歴史性そのものも一般的に認識されていない可能性がある。さらに、市の特性を活かした観光施設や大型テーマパークも乏しく、主目的地として認識されていない現状もある。

こうしたことから、市内完結の観光にこだわることで、旅行客の選択外に追いやられることも考えられる。そこで、長崎県北部を含む西九州地域を一体とらえて広域的な回遊も引き起こす必要がある。

今後は、本市の特性を再確認した上で、目的地の1つとして「松浦」を意識させるような、話題性のある情報を対外的に発信していく必要がある。

4. 交流促進に向けた取り組み

4-1 松浦市の魅力

①鷹島肥前大橋の開通

平成21年3月、松浦市鷹島町と佐賀県唐津市肥前町をつなぐ大橋が開通する。これにより、鷹島町は本土と直結し、福岡都市圏から約1時間の距離の日帰り観光圏となる。周囲には、呼子町のイカや波戸岬といった福岡から日帰りグルメ・ドライブコースのポイントがある。既存の観光ルートと、鷹島町の歴史を感じることができる史跡や資料館、あるいは温泉施設やゲルを有するモンゴル村、海と一体となった自然豊かな景観などの観光資源とをうまく連携させることができれば、多くの流入人口を見込める地域となる。

また、「鷹」つまり「ホークス」をキーワードとして、福岡ソフトバンクホークスとの関係をうまく構築できれば、さらなる話題性を呼び、交流の拠点的な地域となる可能性も秘めている。

②豊富な食材

近年の「食」に対する消費者の志向は、単に食するだけでなく、その食材が持つ話題性や地域性などを含めて「食」を楽しむために、時間と費用をかけても、産地を来訪する傾向がある。特に、新鮮で安心・安全な食材に対するニーズが高まり、産地志向を強めている。

松浦市は、全国有数の生産量を誇るアジ、サバ、トラフグやクルマエビなどに代表される水産品をはじめ、良質な土壌から多くの農産品も生産しており、食を求める人々を呼び込むための十分な資源を有している。

また、松浦市は、伊万里湾を囲む形に鷹島町、福島町が位置し、海と山という恵まれた自然景観と景勝地を有している。仕掛け次第では、都会にはない癒しと、「食」をさらに楽しむ環境を来訪者に与えることができる地域といえる。

③体験型旅行事業の成功

松浦市を中心とする北松浦地域は、豊かな自然を活かした農漁村での体験型旅行事業を広域的に展開し、修学旅行生を中心としてこれまで2万人を超える実績を積んできた。このことは、地域にもたらす経済効果のみならず、旅行者の受け入れに関与し

てきたインストラクターや民泊家庭などにおける人と人とのふれあいが活力向上をもたらし、地域全体で来訪者を受け入れる素地が整いつつある。

この体験型旅行で松浦地域を訪れた生徒たちは、全国それぞれの出身地へ帰り、その地域で「松浦」の名を語り、「松浦」での体験を多くの人々へ話し伝えており、宣伝効果も高い。また、数年後にリピーターとして再来訪する事例も出てきており、さらなる交流人口の拡大にもつながっている。

このような事業展開を進めている現状から、今後はさらに団塊の世代をはじめとする大人や個人客をもターゲットとし、新たな観光産業として拡充させていく必要がある。

体験型旅行参加者の推移（修学旅行のみ）（年度別）

単位：人

	平成15	16	17	18	19
受入実数	942	3,334	4,589	10,101	8,192
民泊延数	697	2,118	4,216	9,303	7,059

注）松浦体験型旅行協議会調べ

資料）水産商工観光課

④全国に誇れる歴史性

松浦地域は、古くは徐福伝説にはじまり、中世には松浦党が広範囲にわたって活躍し、文永・弘安の役では元寇の舞台となった地域である。特に、日本歴史上、最大の危機となった元寇にまつわる遺跡や松浦党の遺構など、歴史に興味を持つ人々にとっては、ロマンをかき立てられる特別な地域といえる。

鷹島町沖には多くの元寇遺跡が眠っており、全国に誇れる水中考古学の先進地として、その活用如何によっては、人々を引き付ける魅力は計り知れないものがある。

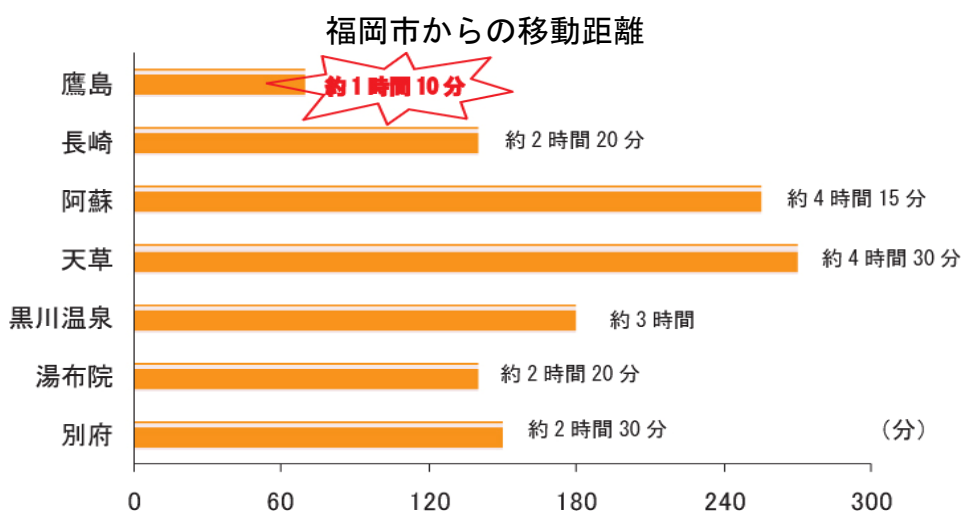
⑤西九州自動車道の延伸と地理的優位性

西九州自動車道は、福岡市を起点として唐津市、伊万里市、松浦市、佐世保市を経由して武雄市に至る延長約150kmの一般国道の自動車専用道路である。

昭和62年の高規格幹線道路の決定を受けて以来、各事業区間の整備が図られ、徐々に福岡都市圏から西方向に延伸してきている。全線開通までにはまだしばらくの時間を要するが、以前に比べ、福岡都市圏との交通アクセスは格段に向上している。

この道路事情の充実により、松浦市と福岡都市圏は、相互に日帰り圏として定着し、様々なサービスや利益を互いに享受できる可能性を秘めている。

長崎県内で、これほど福岡都市圏の近くに位置する地域は、松浦市以外になく、この地理的優位性が、福岡都市圏の活力を呼び込む最大の利点ともいえる。



注) 鷹島までの移動時間は、福岡・唐津間の西九州道が整備された場合を想定
 その他観光地については、高速バスおよび路線バスの利用を想定
 資料) 田平土木事務所ホームページ、各バス会社ホームページ

4-2 地域をあげた交流促進の基盤づくり

交流促進に向けた地域活性化策に取り組む際には、松浦市の魅力を活かすと同時に、官民が協働し、地域が一体となって交流人口の受け入れを図ることが必要となる。つまり、本市の主役である「市民」とそれを支える行政が協力して、福岡都市圏からの来訪者を受け入れる体制を整えることが重要である。

例えば、一人ひとりが地元地域の食、自然、歴史などの観光資源を再確認し、情報を発信していくとともに、客をもてなす心を醸成することや、市内施設の案内板やパンフレットなど、初めて松浦を訪れる人々が安心して「松浦」観光・「松浦」体験を楽しめる工夫を随時検討していくことが求められる。このようなもてなしの姿勢があってはじめて、観光客は松浦訪問に満足し、継続的な交流へとつながっていく。

一方で、増加する交流人口に対応した、ハード面での受け入れ体制整備も長期的には必要となってくる。休息スペースやトイレ、駐車場、飲食店、宿泊施設などの整備が挙げられるが、その際には「松浦」の地域性を活かした整備を検討することが重要である。

以上を踏まえた上で、福岡都市圏との交流を促進するため、本市の魅力を活かした戦略的プロジェクトを展開する。プロジェクトを通じて「松浦」を知るきっかけづくりを提供し、市内各地への来訪を促進したい。

本市の魅力を体感していただくことで、それにより本市の知名度の上昇および「松浦」ファンの創出を図り、継続的な交流事業へ発展させていく。

さらに、本市との交流を深めた人々は、次のステップとして市内定住への可能性をも秘めており、この取り組みが定住人口の拡大につながることも十分期待される。

4-3 具体的な戦略プロジェクト

①「勝利」を呼び込む島、「鷹島」PRプロジェクト

平成20年度末に、松浦市鷹島町と唐津市肥前町との間に鷹島肥前大橋が開通する。鷹島町民にとって悲願の大橋開通であり、これまで以上に利便性の高い生活を提供するものと期待されている。

この大橋の開通を大きなチャンスとして捉え、話題性を持つ仕掛けづくりが、今後の松浦地域への交流人口拡大の行方を左右するといっても過言ではない。

そこで、「鷹島」という地名と、強風を味方に敵を撃退した元寇への「勝利」の歴史を活用し、「勝利の神風が吹く鷹島」と「福岡ソフトバンクホークス」との関係性や話題性を構築できるよう、関係機関の理解と協力を求める。

例えば、県産品である地元の阿翁石細工製品を活用した「ホークス神社」や「必勝神社」の建立が考えられる。阿翁石が厄徐・勝運の神が祀られていることでも有名な筥崎八幡宮(福岡市)の大鳥居(国指定重要文化財、1609年建立)に用いられたことから、鷹島は、平戸、唐津各藩の「御用採石場」として発展してきた歴史を持っている。そこで、島内に神社建立の折には、来年、鳥居建立後400年という節目の年を迎える筥崎八幡宮の協力を得て、ホークス選手による必勝祈願イベントを仕掛けていくことも検討する。

また、島内に福岡ソフトバンクホークスのアンテナショップやモニュメントの設置、あるいは鷹島でしか購入できないホークスグッズの提供など、全島あげて福岡ソフトバンクホークスを応援し、「鷹島」をホークスファンのメッカとして定着させる仕掛けを構築していきたい。さらに、連載中の有名な野球漫画にこの「鷹島」のこを取り上げてもらい、全国のホークスファンに「鷹島」を知らしめる方法も考えられる。

鷹島という地名を最大限に活かすとともに、鷹島のトラフグをはじめとするグルメと元寇の遺産などをもとにした歴史性、既存のモンゴル村や島内の景勝地の周知により、日帰り客、バスツアー客など多くの交流人口の拡大を図る。

このようなプロジェクトを具体的に推進するとともに、鷹島を松浦市の玄関口と捉え、「島の駅」(仮称)を中心に市全域の観光・物産情報などを発信することで、松浦地域および福島地域へと観光客を誘致し、市全体の交流人口拡大を図る。

鷹島への新たな観光客の誘致

期間内 333, 500人

(内 日帰り客 320, 000人、宿泊客 13, 500人)

鷹島への新たな経済波及効果

期間内 約2, 333, 000千円

②グルメタウン「松浦」プロジェクト

（松浦市内での取り組み）

「松浦」のすばらしい食材と自然を満喫してもらうため、情報を発信し、団塊の世代を主体とした夫婦、あるいは子ども連れのファミリー層や友人同士など、個単位の観光客の受け入れ強化を図る。

松浦地域では、「道の駅：松浦海のふるさと館」を賑わい創出の観光拠点とし、「まつうら海鮮街道」などのイベント事業で多くの誘客に努める。

また、福島地域では、国民宿舎つばき荘や「海の駅」を中心に受け入れ側の充実により、「食」を目的とした観光客の誘致を目指す。

このような各地域の特色を活かしながら、グルメを主体とした個人単位で参加可能なバスツアー商品等を企画し、交流人口の拡大を図る。

例えば、地域の特色ある食材を活かした新メニューを開発し、話題性を高めることでグルメ目的の観光客を呼び込む。また、鷹島地域では、大橋開通に合わせて、「食」と「歴史」を前面に出したイベントの開催や旅行商品を企画する。

さらに「道の駅：松浦海のふるさと館」、「海の駅」、「島の駅」の市内3つの「駅」を活用し、「食」をキーワードにしたスタンプラリー形式でのツアーを企画したり、各駅で相互に地域情報を発信するなどの取り組みを検討する。それにより、松浦地域、福島地域、鷹島地域の連携を図り、新たな来訪者、そしてリピーターの創出に努めていく。

新たな受け入れ目標人数

期間内 9,000人

（内 日帰り客 7,400人、宿泊客 1,600人）

受け入れに伴う経済波及効果

期間内 約82,000千円

（福岡市内での取り組み）

また、「食」に関する情報発信として、福岡市内におけるグルメイベントを企画する。例えば、福岡市内のホテルやレストランと提携した「松浦産」食材を用いた「ビュッフェランチ・ディナー」の開催や、気軽に立ち寄れる商業施設内での「松浦」物産展の開催、グルメ屋台の出店などが考えられる。開催にあたっては、開催時期を集中させるなど、注目度を高める工夫も必要となる。こうした取り組みにより、新鮮で安全・安心な食材を知ってもらい、実際に「松浦」を訪れたいくなるきっかけづくりを行う。

「松浦」発グルメの認知度を上げるため、こうしたイベントを実施する一方で、日常的に「松浦」に触れてもらうことも必要である。そこで、福岡市内で松浦の食材を活用している、あるいは松浦市出身者の飲食店を調査し、PRを行っていく。店頭では、「松浦」

で利用できるクーポン券付きの観光・食材パンフレットなどを配布し誘客を図る。また、新たに松浦市の食材を使用してもらえる飲食店を開拓する。

ビュッフェランチ・ディナー、物産展の開催

本計画期間中 3回開催

動員目標客数 3,000人

目標売り上げ 15,000千円

③体験型旅行推進プロジェクト

年間1万人以上の受け入れ実績のある体験型修学旅行事業を発展させ、体験メニューも今後充実させていく必要がある。また、修学旅行生だけでなく、アクティブシニアやファミリー層、あるいは友達同士といった個単位での大人を主体とした体験受け入れを進める。修学旅行といった季節によって受け入れが集中する形態ではなく、一年を通して、安定して需要があるような事業に成長させるための取り組みが必要である。そのためには受け入れ客数の増加および全季節に対応した受け入れ体制の充実が大切である。

併せて、受け入れ体制や体験メニューを充実させるため、ハード面での整備が不可欠と考えられる。特に、伊万里湾サンセットクルーズや市内各地を訪れる港湾巡回クルーズなど、「海」をテーマとしたこの地域でしか味わえない海洋レジャー商品を企画する上でも、船舶や港湾整備など、解決すべき課題は多い。これは、比較的短期な本計画期間内での具体化は困難であるが、今後も体験型旅行協議会を中心に、漁業協同組合や関連企業などとの連携のもと、体験型旅行を産業の1つとして成り立たせていくため、協議を深めていく必要がある。

体験型旅行は、松浦市の魅力を体験し、地域コミュニティとのふれあいを通じて、本市への定住を考えるきっかけづくりとしても重要なプロジェクトに位置づけられる。

新たな受け入れ目標人数

期間内 15,000人

(内 日帰り客 6,000人、宿泊客 9,000人)

受け入れに伴う経済波及効果

期間内 約156,000千円

④歴史観光推進プロジェクト

「松浦」に伝わる松浦党や元寇の歴史を伝えながら、景観地を堪能してもらった新たな

観光プランの提案を行っていく。特に、鷹島は全国的に知られる元寇の舞台となった土地であり、その歴史性を活かして、元寇遺跡の発掘に携わった水中考古学者等の協力を仰ぎ、「元寇の歴史にふれる松浦・鷹島ツアー」を開催する。また、元寇の犠牲となった方々の慰霊祭として地元で行われている「元寇記念祭」を元寇の歴史に触れるイベントとして周知し、誘客につなげる。

併せて、福岡都市圏の大学の歴史系市民公開講座やカルチャーセンター講座などと連携し、歴史に興味を持つ都市住民へ、これらの企画への参加を呼び掛ける。

新たな受け入れ目標人数

期間内 3,400人

(内 日帰り客 2,500人、宿泊客 900人)

受け入れに伴う経済波及効果

期間内 約36,000千円

⑤広域観光ルート拡大プロジェクト

松浦市の周辺には、九州有数の観光名所が存在する。そこで、関係団体と協力し、周辺観光地から松浦を訪れる回遊性の高い旅行プランを考案する。例えば、平戸やハウステンボスへの往路または復路に松浦市で休憩、食事、土産品の買い物ができるような交通ルートの案内や、玄海原子力発電所の日帰り見学ツアーを鷹島観光に繋げるプラン、あるいは伊万里市で牛を、松浦で「アジ、サバ、トラフグ、クルマエビ」を楽しむグルメツアーなどが考えられる。また、「松浦」という名称は、歴史上から佐賀県から長崎県にまたがる広い地域で現在も地名に用いられており、広域「松浦」エリアを活かした観光ルート定着やPR手法などを検討する。

さらに、福岡市自体が九州観光のゲートウェイとなっていることから、福岡の都市型観光を補完する自然体験プランなどを提案し、福岡から松浦へ向かう観光ルートを提案することも考えられる。併せて、福岡～松浦のルートに愛称・キャッチコピーをつけ、「松浦」のイメージアップを図るとともに、松浦への親近感を高める工夫も必要である。

新たな受け入れ目標人数

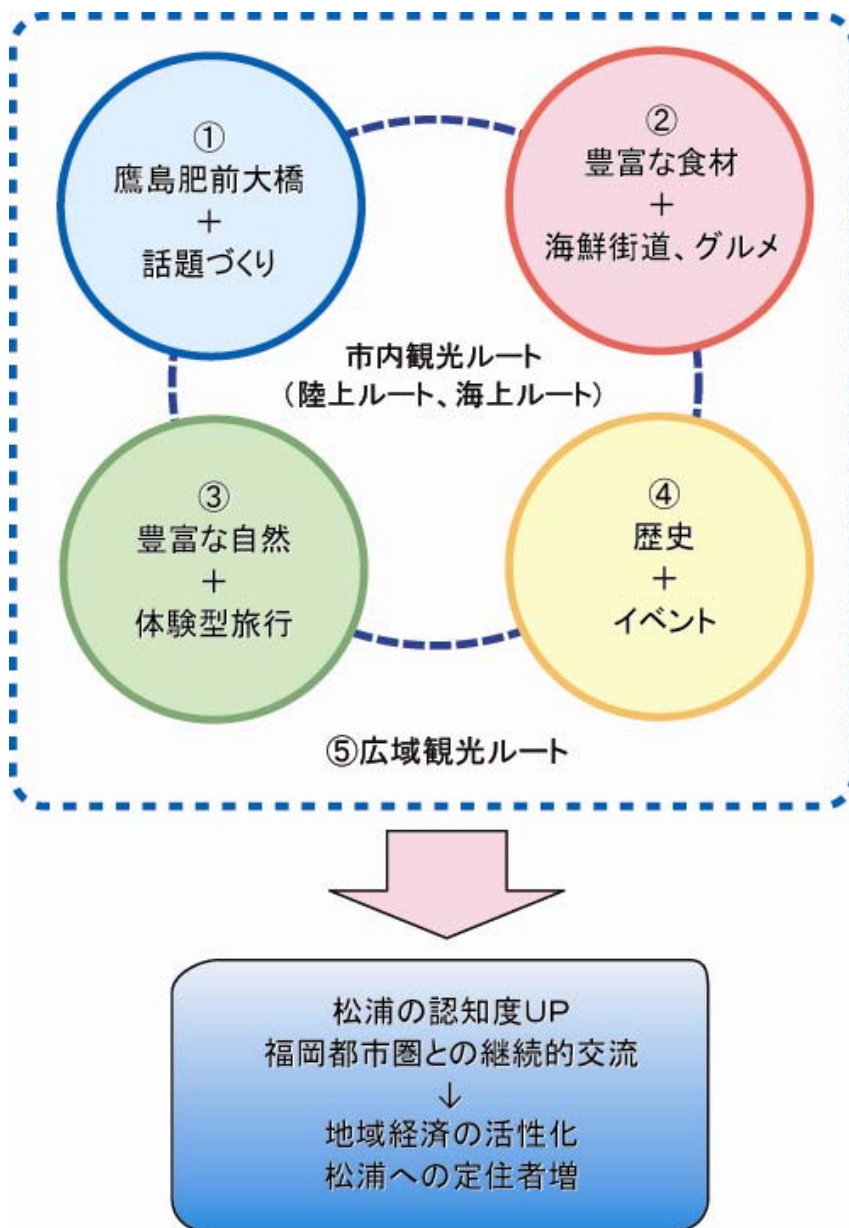
期間内 25,700人

(内 日帰り客 24,300人、宿泊客 1,400人)

受け入れに伴う経済波及効果

期間内 約185,000千円

戦略的プロジェクトイメージ図



戦略プロジェクトのもたらす経済効果試算（直接効果）

（単位：人、千円）

			平成20	21	22	計
①「勝利を呼び込む島、「鷹島」PRプロジェクト	日帰り客	人数	5,000	105,000	210,000	320,000
		経済効果	31,830	668,430	1,336,860	2,037,120
	宿泊客	人数	1,000	9,000	17,000	27,000
		延滞在数	7,062	63,558	120,054	190,674
	延宿泊数	人数	500	4,500	8,500	13,500
		経済効果	3,029	27,261	51,493	81,783
	宿泊客実数	人数	500	4,500	8,500	13,500
		経済効果	871	7,839	14,807	23,517
	計	人数	6,000	114,000	227,000	347,000
		経済効果	42,792	767,088	1,523,214	2,333,094
②グルメタウン「松浦」プロジェクト（松浦市内）	日帰り客	人数	200	3,200	4,000	7,400
		経済効果	1,273	20,371	25,464	47,108
	宿泊客	人数	0	1,600	1,600	3,200
		延滞在数	0	11,299	11,299	22,598
	延宿泊数	人数	0	800	800	1,600
		経済効果	0	4,846	4,846	9,693
	宿泊客実数	人数	0	800	800	1,600
		経済効果	0	1,394	1,394	2,787
	計	人数	200	4,800	5,600	10,600
		経済効果	1,273	37,910	43,003	82,187
③体験型旅行推進プロジェクト	日帰り客	人数	0	2,000	4,000	6,000
		経済効果	0	7,000	14,000	21,000
	宿泊客	人数	0	6,000	12,000	18,000
		延滞在数	0	—	—	—
	延宿泊数	人数	0	3,000	6,000	9,000
		経済効果	—	—	—	—
	宿泊客実数	人数	0	3,000	6,000	9,000
		経済効果	0	45,000	90,000	135,000
	計	人数	0	8,000	16,000	24,000
		経済効果	0	52,000	104,000	156,000
④歴史観光推進プロジェクト	日帰り客	人数	200	900	1,400	2,500
		経済効果	1,273	5,729	8,912	15,915
	宿泊客	人数	0	600	1,200	1,800
		延滞在数	0	4,237	8,474	12,712
	延宿泊数	人数	0	300	600	900
		経済効果	0	1,817	3,635	5,452
	宿泊客実数	人数	0	300	600	900
		経済効果	0	523	1,045	1,568
	計	人数	200	1,500	2,600	4,300
		経済効果	1,273	12,307	22,067	35,647
⑤広域観光ルート拡大プロジェクト	日帰り客	人数	4,100	8,200	12,000	24,300
		経済効果	26,101	52,201	76,392	154,694
	宿泊客	人数	400	800	1,600	2,800
		延滞在数	2,825	5,650	11,299	19,774
	延宿泊数	人数	200	400	800	1,400
		経済効果	1,212	2,423	4,846	8,481
	宿泊客実数	人数	200	400	800	1,400
		経済効果	348	697	1,394	2,439
	計	人数	4,500	9,000	13,600	27,100
		経済効果	30,485	60,971	93,931	185,387
小計	日帰り客	人数	9,500	119,300	231,400	360,200
		経済効果	60,477	753,732	1,461,628	2,275,837
	宿泊客	人数	1,400	18,000	33,400	52,800
		延滞在数	9,887	84,744	151,127	245,758
	延宿泊数	人数	700	9,000	16,700	26,400
		経済効果	4,241	36,348	64,821	105,409
	宿泊客実数	人数	700	9,000	16,700	26,400
		経済効果	1,219	55,452	108,639	165,311
	計	人数	10,900	137,300	264,800	413,000
		経済効果	75,824	930,276	1,786,215	2,792,315
②グルメタウン「松浦」プロジェクト（福岡市内）	動員数	1,000	1,000	1,000	3,000	
	経済効果	5,000	5,000	5,000	15,000	
合計	新たな交流人口	11,900	138,300	265,800	416,000	
	経済効果	80,824	935,276	1,791,215	2,807,315	

注) 宿泊客延滞在数は、延宿泊数と宿泊客実数の合計
延宿泊数とは、当該地の宿泊観光客の延宿泊数の合計
宿泊客実数とは、何泊したかを問わず、当該地に宿泊した観光客の合計

平成 17 年松浦市における旅行消費額単価

(単位:円)

	日帰り客				宿泊客				
	交通費	飲食 娯楽費	土産代	日帰り計 (A)	宿泊費 (B)	交通費 (C)	飲食 娯楽費 (D)	土産代 (E)	宿泊計
松浦市	1,828	2,912	1,626	6,366	6,058	1,922	5,140	1,742	18,633

注) 松浦地域、福島地域、鷹島地域の各単価の平均額
資料) 長崎県「長崎県観光統計」

経済効果の算出方法

(1)プロジェクト①, ②, ④, ⑤

単価・・・「平成17年松浦市における旅行消費額単価」の「松浦市」単価を採用

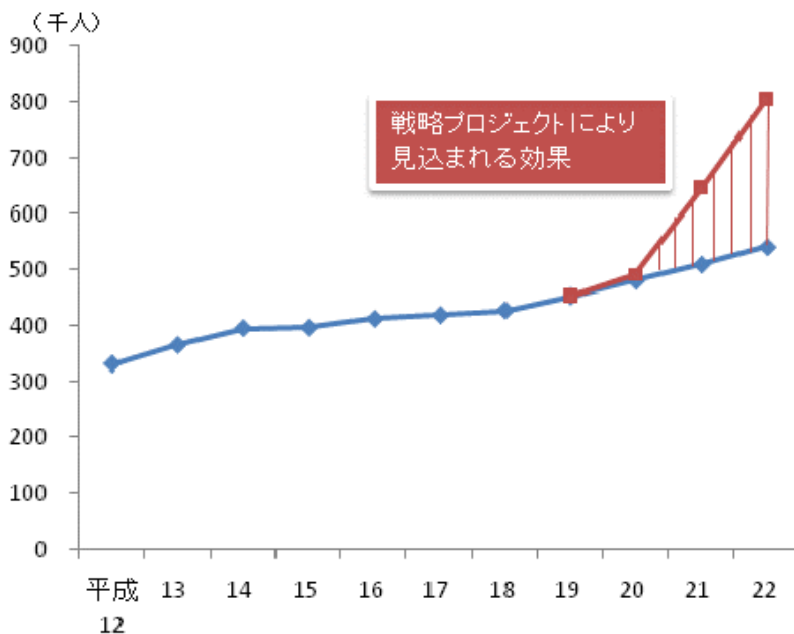
- ・日帰り客 ————— 日帰り客数×A(日帰り客各単価の合計)
- ・宿泊客 ————— 宿泊客延滞在数×C(1日当たりの交通費)
- 宿泊客延滞在数×D(1日当たりの飲食娯楽費)
- 延宿泊客数×B(1泊当たりの宿泊費)
- 宿泊客実数×E(旅行1回当たりの土産代)

(2)プロジェクト③

単価・・・日帰り客 3,500 円、宿泊客 15,000 円(松浦体験型旅行協議会調べ)

- ・日帰り客 ————— 日帰り客数×3,500 円
 - ・宿泊客 ————— 宿泊客実数×15,000 円
- (※1泊を前提とし、宿泊客実数のみを用いる)

戦略プロジェクトにより見込まれる観光客数



資料) 長崎県「長崎県観光統計」、松浦市試算

戦略プロジェクトにより見込まれる地域別観光客数

(単位:人、%)

	平成19 推計値	平成20					平成21					平成22					
		推計値	戦略による目標値		増加 人数	推計値	戦略による目標値		増加 人数	推計値	戦略による目標値		増加 人数				
			平成19比	平成19比			平成19比	平成19比			平成19比	平成19比					
松浦市	観光客延数	452,499	479,701	106.0	490,601	108.4	10,900	509,175	112.5	646,475	142.9	137,300	541,107	119.6	805,907	178.1	264,800
	日帰り	335,333	358,110	106.8	367,610	109.6	9,500	382,791	114.2	502,091	149.7	119,300	409,542	122.1	640,942	191.1	231,400
	宿泊客延滞在数	117,166	121,591	103.8	122,991	105.0	1,400	126,384	107.9	144,384	123.2	18,000	131,564	112.3	164,964	140.8	33,400
	延宿泊数	76,527	80,407	105.1	81,107	106.0	700	84,596	110.5	93,596	122.3	9,000	89,111	116.4	105,811	138.3	16,700
	宿泊客実数	40,639	41,183	101.3	41,883	103.1	700	41,789	102.8	50,789	125.0	9,000	42,454	104.5	59,154	145.6	16,700
松浦地域	観光客延数	242,828	261,832	107.8	264,212	108.8	2,380	282,446	116.3	296,646	122.2	14,200	304,816	125.5	328,916	135.5	24,100
	日帰り	157,071	171,866	109.4	174,046	110.8	2,180	188,055	119.7	194,855	124.1	6,800	205,768	131.0	216,768	138.0	11,000
	宿泊客延滞在数	85,757	89,965	104.9	90,165	105.1	200	94,392	110.1	101,792	118.7	7,400	99,048	115.5	112,148	130.8	13,100
	延宿泊数	56,492	59,738	105.7	59,838	105.9	100	63,170	111.8	66,870	118.4	3,700	66,800	118.2	73,350	129.8	6,550
	宿泊客実数	29,266	30,228	103.3	30,328	103.6	100	31,222	106.7	34,922	119.3	3,700	32,248	110.2	38,798	132.6	6,550
福島地域	観光客延数	99,461	106,768	107.3	107,928	108.5	1,160	114,651	115.3	120,851	121.5	6,200	123,154	123.8	133,054	133.8	9,900
	日帰り	81,611	87,855	107.7	88,915	109.0	1,060	94,577	115.9	97,777	119.8	3,200	101,814	124.8	106,114	130.0	4,300
	宿泊客延滞在数	17,850	18,913	106.0	19,013	106.5	100	20,074	112.5	23,074	129.3	3,000	21,340	119.6	26,940	150.9	5,600
	延宿泊数	11,989	13,068	109.0	13,118	109.4	50	14,245	118.8	15,745	131.3	1,500	15,528	129.5	18,328	152.9	2,800
	宿泊客実数	5,861	5,845	99.7	5,895	100.6	50	5,828	99.4	7,328	125.0	1,500	5,812	99.2	8,612	146.9	2,800
鷹島地域	観光客延数	110,210	111,101	100.8	118,461	107.5	7,360	112,078	101.7	228,978	207.8	116,900	113,136	102.7	343,936	312.1	230,800
	日帰り	96,651	98,389	101.8	104,649	108.3	6,260	100,159	103.6	209,459	216.7	109,300	101,960	105.5	318,060	329.1	216,100
	宿泊客延滞在数	13,559	12,712	93.8	13,812	101.9	1,100	11,919	87.9	19,519	144.0	7,600	11,176	82.4	25,876	190.8	14,700
	延宿泊数	8,047	7,601	94.5	8,151	101.3	550	7,180	89.2	10,980	136.5	3,800	6,783	84.3	14,133	175.6	7,350
	宿泊客実数	5,512	5,111	92.7	5,661	102.7	550	4,739	86.0	8,539	154.9	3,800	4,393	79.7	11,743	213.0	7,350

資料) 松浦市試算

4-4 プロジェクトを実現させるための手段

①福岡都市圏におけるヒューマンネットワークの構築(人脈形成)

福岡都市圏からの交流人口の拡大を図るためのきっかけづくりとして、「具体的な戦略プロジェクト」を掲げたが、それらの事業を実際に具現化していくためには、まずは、「松浦市」の名前と場所を広く知っていただくこと、そして松浦地域のグルメをはじめとする資源を体験していただくことが肝要である。

そのためにも、福岡都市圏において、旅行会社や飲食店など主要な企業・事業所とコンタクトを取り、人脈を形成しておくことが必要である。

また、顔が見える関係を築くことで、個別プロジェクトを具体化する際の相談先確保や協力要請が容易になるという効果も見込まれる。

②宣伝効果の高いメディア戦略の構築・推進(情報発信)

「松浦」の認知度をあげるためには、常に、テレビ、新聞、情報誌などの情報媒体へ「松浦」の魅力やイベント情報等を発信し続けることが絶対に必要である。特に新聞は、消費者が信頼性の高い内容と判断する傾向があるため、重視すべき媒体であり、新聞報道関係機関との連携を図ることが求められる。また、旅行者層をターゲットにするため、旅番組や旅行専門誌等の活用についても検討する必要がある。

各種メディアは、常に新たな情報を欲している。話題性のある情報を、機会を捉えて、うまく発信し、イベントなどの仕掛けと併せて、インパクトのある宣伝効果を図らなければならない。

一方で、メディアだけでなく、九州観光推進機構や旅行会社、大学(市民講座)などにも情報を発信し、「松浦」の活用を投げかけていく。

③情報収集にもとづくマーケティング戦略の実施(情報収集)

福岡都市圏での人脈を形成し、常に情報を発信し続けるだけでなく、福岡都市圏におけるトレンド、ニーズなどを把握する必要がある。それにより、今後、「松浦」の魅力をどう活かし、どのような受け入れ体制を整える必要があるのか、適宜、見直しを図っていく。

また、福岡都市圏における「松浦」の露出状況や、その効果としての認知状況などを確かめ、効果的な宣伝方法を検討する必要がある。

さらに、他の観光地が展開するPR活動などをつかみながら、連携の可能性や、効率的な宣伝手法を検討することが求められる。

④福岡都市圏における活動拠点の設置(福岡事務所)

福岡都市圏において、継続的に情報発信し、かつ松浦地域への潜在需要を感知し、効率よく情報を収集するためには、福岡市内に拠点となる「福岡事務所」の設置が必要である。

長崎県の福岡事務所は、平成20年3月末をもって、財政改革を理由に閉鎖された。しかし、福岡都市圏の動きを肌で感じとりながら、常に旬な情報を発信し、かつ新たな情報を仕入れるためには、当該地に拠点を持つことが重要である。

福岡事務所は、機動性の高い業務を展開するため、福岡市の中心市街地に設置することが望ましく、福岡市内の関係団体に協力を依頼していく。

福岡事務所の設置は、観光・物産といった交流人口拡大策とともに、福岡都市圏に絡む企業動向など、企業誘致につながる情報の取得にもつながる。

これからの松浦地域の活力を底上げしていくためには、本計画に掲げたように福岡都市圏との交流が不可欠であり、松浦市が今後生き残るためにも、拠点施設の設置は必要である。

