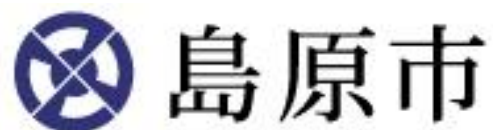


島原市における取組について





島原市について

長崎県南東部に位置する島原半島の東側。

- ・ 島原城、日本名水百選に選ばれた湧水、温泉など豊富な観光資源。
- ・ 平成2年からの雲仙・普賢岳の噴火災害から復興。

概要

面積: 82.78km²

人口: 47,402人(平成26年12月末現在) ※昭和55年のピーク時は58,890人

総生産額: 約1,400億円(平成23年) ※長崎県の約3.2%に相当

入込客数: 約140万人(平成25年) ※雲仙・普賢岳噴火前(平成2年)の7割程度

郷土料理: ガンバ(ふぐ)料理(湯引き、煮付け)
ガネ(カニ)料理、寒ざらし、具雑煮
手延べそうめん

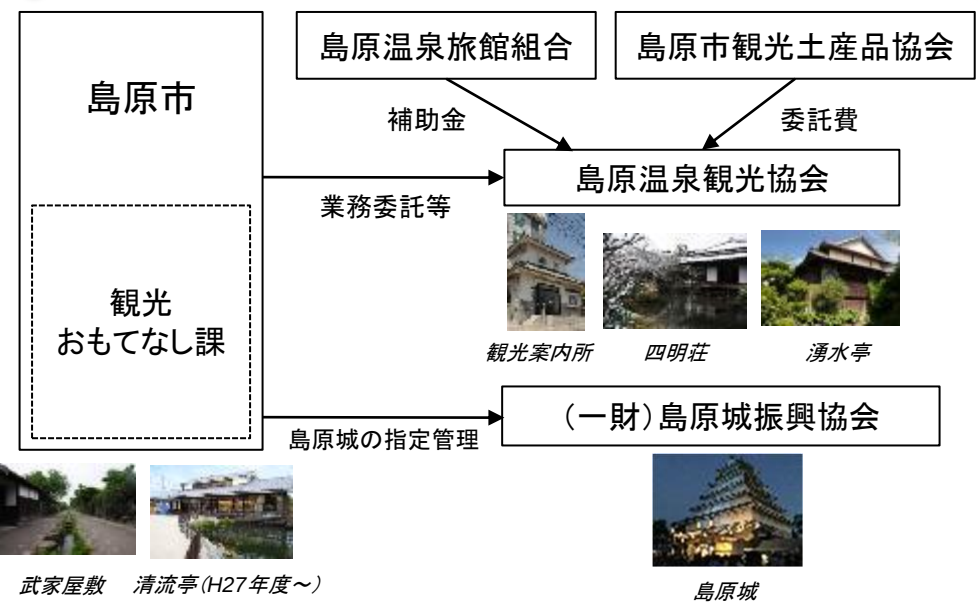


古川隆三郎 市長



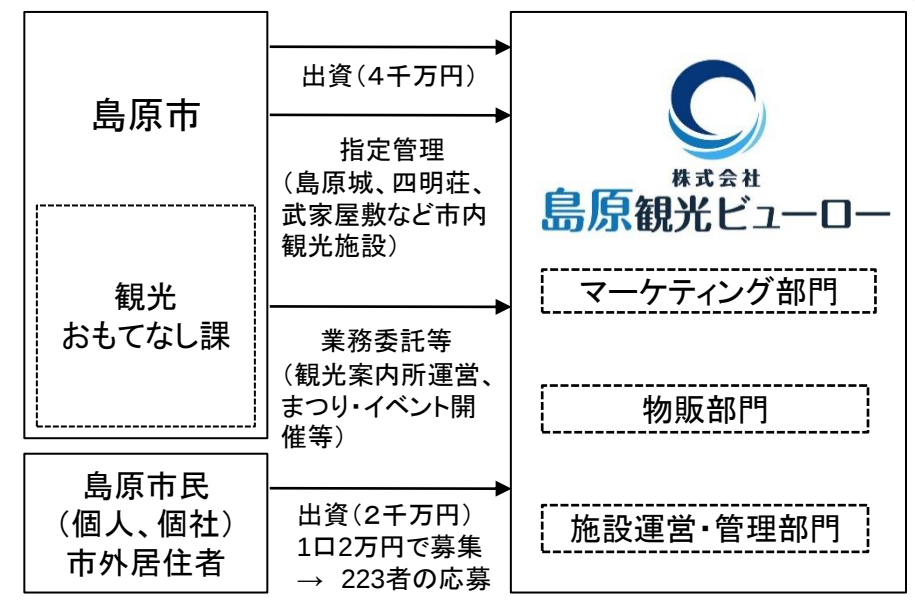
- 島原温泉観光協会、島原城振興協会などの市内観光団体を統合・移行し、「株式会社島原観光ビューロー」を設立（平成28年10月より稼働）。観光プロモーション、物販、施設運営を一元的に担う。

従来（～平成28年9月）



- 観光施設の運営者、プロモーション・イベント等の実施者が多岐にわたるため、島原市内の観光全体をマネジメントする組織が不在。
- まつり、イベントが多く、市役所の観光担当課のリソースが運営に割かれている。一方で、市外からの来場者数の割合、観光消費等に係る定量的な分析が不足しており、イベントの優先順位付けが困難。
- 島原城の指定管理先が長年固定されており、活用の選択肢が限定的。また、島原城の収益が他の施設管理などに活用できていない。

平成28年10月～



- 観光PR組織の統一による面的な観光客誘導（島原城から周辺施設への送迎サービス、各施設のスタッフが連携した新たなサービスによる観光客の誘導等）
- 島原城の収益最大化（入場料収入の増加、コストの削減等）により他の観光施設の管理・運営費に回すことが可能（市の負担軽減）
- 林立するまつり・観光イベントを整理・統合（参加者数、コスト見合い、市外からの来場者の割合、来場者の消費額等に応じたまつり・観光イベント開催の最適化）
- 観光プロモーションと物販販売との機動的な連携
- 観光・経営のプロによる民間の知恵を活用した観光プロモーション

長崎新聞(平成28年12月22日)



島原観光ビューローの事業計画を株主に説明した設立総会
＝今月13日、島原文化会館

島原観光ビューロー始動

島原市の観光関連4団体を統合し、株式会社として10月に始動した島原観光ビューロー。2008年に観光客を年間200万人にする目標を掲げターゲットとする客層の絞り込みや市内周遊の仕掛けづくりを模索する。現状と戦略を取材した。

集客200万人目標に

経済
ブーム

17日夜、島原市城内、自の島原城天守閣に歓声が上がった。特別に夜間開放し、ライトアップした城の影が夜空に浮かぶ「キャッスルモンスター」を楽しむイベント。多くの観光客でにぎわった。

客層絞り込み模索 体制固めも急務

して三角形のこんじやくを重ねたおでんなど関連商品の販売などもあり、社員のアイディアを生かしたイベントとなった。

統一した4団体の一つ、島原城振興協会で事務局を設け、同社に転籍した松下英爾・島原城長は、新会社になり、社員意識が変わってきているのではないかと変化の兆を感じ始めている。同社は13日、株主や市民向けの事業説明会を市とした経路を持つ。

内で開いた。取組むべきことをめぐり、同市ふるさと創生部長は、同市の観光入込み客数を15年の138万6千人から、18年には200万人に回復させる大きな目標を提示。19年度決算で黒字を示す。19年度決算で黒字を

目指す考えを示した。

これまでのアンケート結果から、観光客の主なターゲットとして、九州在住者、特に「歴史や文化、自然から学びを得たい」と考える30～50歳の大人観客になるファミリー層」を捉えている。具体的な戦略として、まずは鳥原城の展示内容を充実させると手応えを口にする。

明確な目標数値を定め、現場レベルでは変化も見られ始めているのだが、取締役には現時点で市や鳥原商工会議所の幹部が占め、常勤はいない、社長を務める川津三郎市長は「体制面が必要と認識しており、人選を急がせたい」と話す。（村田傑人）

島原新聞(平成28年12月16日)

観光ビューロー設立総会

[illegible]

ターゲットは〃九州圏内〃
3年以内に黒字化を目指す

[illegible][illegible]



「観光DMO×シェアリングエコノミー」の意義

- ・シェアリングエコノミーの活用を通じて、①市内観光施設の新たな価値向上・収益源の多様化(入場料収入以外の収益源確保)、②市民の主体的な参加による多様な観光コンテンツの提供、を図り、総体としての対外的なPR力の強化につとめる。



株式会社

島原観光ビューロー



観光DMOとしての課題

- ・運営する観光施設の魅力向上、収益力の強化
- ・対外的なPR力の強化
- ・市民の主体的な参加による観光コンテンツの提供
- ・体験型旅行メニューの充実

パートナーとの連携による打開



SPACEMARKET

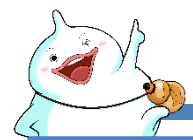
- ・島原城など島原観光ビューローが運営する観光施設について、ユーザー目線による新たな価値の発見及び収益力の強化を図る



TABICA

地域暮らしを旅する

- ・一次産業従事者など多様な関係者を観光分野に誘導し、体験型コンテンツを充実させる



シェアリングエコノミーの導入に向けて

- 人口減少局面で直面する様々な課題について全てを公共サービスで維持していくことは予算的・人員的に困難。観光分野を端緒としてシェアリングエコノミーの取組みを今後推進（「公助から共助へ」）。

（平成28年9月）地方創生に向けた連携協定の締結



島原市における課題

- 古民家など遊休資産の増加による行政負担増への懸念
- 観光DMO「(株)島原観光ビューロー」が運営する観光施設の収益力強化（行政依存からの脱却＝自主財源の拡大が課題）等

連携協定の締結

- (株)島原観光ビューローとの観光施設運営等に係る連携
- 島原市職員の民間企業派遣研修受け入れ
- 島原市内の遊休資産についてスペースマーケットのサイトで掲載
- 今後のシェアリングエコノミー推進に向けた検討



（平成28年11月）シェアリングシティ宣言

- 全国5自治体の1つとして、日本初のシェアリングシティ宣言



（平成28年11月）シェア経済サミット

- 日本初のシェア経済カンファレンスにて登壇

