

# 第2期 津久見市観光戦略（案）

観光を通じた地域産業の振興と地域の活力創造

**【2026観光ビジョン】**  
**市民が潤い、誇りが**  
**持てる観光の基盤をつくる**

令和4年3月

# 目次

- **第1部 本戦略の位置づけ**
  - 1-1 本戦略の背景と目的
  - 1-2 本戦略の位置づけ・計画期間
- **第2部 前期観光戦略の振り返り**
  - 2-1 前期戦略策定までの経緯
  - 2-2 前期戦略の概要
  - 2-3 前期戦略の進ちょく・成果・課題
- **第3部 当市を取り巻く状況変化**
  - 3-1 世界・国内の社会経済動向
  - 3-2 当市における社会経済動向
  - 3-3 新型コロナ感染拡大による影響
- **第4部 第2期津久見市観光戦略**
  - 4-1 今後の課題について
  - 4-2 本戦略がめざすもの
  - 4-3 戦略目標
  - 4-4 獲得を目指すターゲット
  - 4-5 観光商品づくりのコンセプト
  - 4-6 基本方針と重点施策
  - 4-7 目標値
  - 4-8 本戦略の推進体制

# 第1部 本戦略の位置づけ

- 1-1 本戦略策定の背景と目的
- 1-2 本戦略の位置づけ・計画期間

# 1-1 本戦略の背景と目的

---

## ● 前期戦略の策定

- 平成29年3月に、本市における観光産業の育成（しごと創生）はもとより、地方創生人材の確保・育成（人の流れ）、まちの賑わい創出（まちづくり）等の総合的な推進を目的として、国の地方創生加速化交付金を活用して「津久見市観光戦略（計画期間：平成29～令和3年度）」を策定した。

## ● 前期戦略に基づく政策推進と社会経済状況の変化

- 前期戦略に基づき取組を推進し、「オール津久見」の取組が展開され、観光を通じた地域産業の振興と地域の活力創造に向けて、着実な成果が実りつつある。
- 「新型コロナウイルス」の感染拡大は、我が国及び世界経済に大きな打撃をあたえ、本市経済も大きな影響を受けた。

## ● 新たな戦略の策定

- そこで、取組の成果と課題をふまえ、本市の観光振興の新たな指針となる「第2期津久見市観光戦略（計画期間：令和4～8年度）」を策定する。

# 1-2 本戦略の位置づけ・計画期間

## ● 位置づけ

- 「第5次津久見市総合計画（2021年改訂版）」に掲げる将来像『**誇りと自信に満ちたまち「津久見」～笑顔と活力あふれる定住拠点～**』の実現に資することを目的とし、関連計画等と相互に連携して取り組むものである。
- 関連する主な計画等
  - 第2期津久見市人口ビジョン、まち・ひと・しごと創生第2期津久見市総合戦略
  - 津久見市新庁舎建設実施設計
  - 広域周遊観光客の交流拠点「街なか観光拠点」整備に向けた基本計画
  - 市中心部のグランドデザインを核とした都市計画に関する基本的な方針の見直し
  - 津久見市立地適正化計画
  - 津久見市国土強靱化地域計画
  - 津久見市地域防災計画 など

## ● 計画期間

- 令和4年度から令和8年度までの5か年度間とする。

# 図表1-2-1 第2期津久見市観光戦略と第5次津久見市総合計画との関係

- 本戦略は、第5次津久見市総合計画において、特に、**基本目標3 産業振興・雇用分野**「世界に誇る地域資源で活力を創造するまち」を中心として、基本目標1から6についても横断的に貢献を目指すものである。

**第5次津久見市総合計画**  
(2021年改訂版)

| 将 | 来 | 像 |

**誇りと自信に満ちたまち「津久見」**  
～笑顔と活力あふれる定住拠点～  
**“シビックプライドの醸成”**

基本目標1 保健・医療・福祉分野 健やかな暮らしを支え合う思いやりのまち

基本目標2 教育・文化分野 郷土を想う心の豊かなひとを育てるまち

**基本目標3 産業振興・雇用分野 世界に誇る地域資源で活力を創造するまち**

基本目標4 都市基盤・生活基盤整備分野 多様な都市活動を支える快適で潤いのあるまち

基本目標5 循環型社会・環境保全分野 美しい津久見の環境を次世代へつなぐまち

基本目標6 市民活動・行財政分野 未来の津久見を共に考え行動するまち

## 基本目標3 産業振興・雇用分野



### 【主な関連政策】

#### 1 農林業の振興

- (1) 農業生産基盤の整備強化（特産品開発、軽トラ市）
- (2) 農業経営基盤の整備と担い手の育成（新規就農の促進）

#### 2 水産業の振興

- (2) 漁業経営基盤の整備と担い手の育成（ブランド化）

#### 3 鉱工業の振興

- (1) 中小企業の経営基盤の強化（若者の雇用維持拡大）

#### 4 商業の振興

- (1) 中心市街地の活性化（異業種連携、にぎわい創出）
- (2) 特産品等の流通販路の拡大（ブランド化、販路拡大）

#### 5 観光・レクリエーションの振興

- (1) 観光地域ブランドの確立と推進
- (2) 多様なツーリズムの展開
- (3) 魅力的な観光情報の発信と誘客強化

#### 6 就労環境の整備

- (1) 若年層や女性の雇用機会の創出（移住促進、若者・女性の就労環境）

# 図表1-2-2 第2期津久見市観光戦略と関連計画の計画期間等

年度	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8
津久見市観光戦略			第1期 (H29-R3)					第2期 (R4-R8)				
第5次津久見市総合計画		前期 (H28-R2)					後期 (R3-R7)					
津久見市人口ビジョン・まち・ひと・しごと創生第2期津久見市総合戦略	H27策定	H28改訂			R1改訂	第2期津久見市総合戦略 R2策定(R3-R7)						
津久見市都市計画マスタープラン 津久見市ランドデザイン構想							都市計画マスタープラン R3改訂(R4-R22) 津久見市ランドデザイン構想 R3策定(R4-R12)					
新庁舎建設			基本構想			基本計画	基本・実施設計業務	建設工事		※供用開始予定		
街なか観光拠点整備					基本構想		基本計画	※基本計画策定後、サウンディング等調査を行い、令和9年度開業を目指し検討を進める。				

## 第2部 前期観光戦略の振り返り

- 2-1 前期戦略策定までの経緯
- 2-2 前期戦略の概要
- 2-3 前期戦略の進ちよく・成果・課題

## 2-1 前期戦略策定までの経緯

---

### ● 恒例・伝統行事

- 昭和26年つくみ港まつり花火大会が初開催後、昭和39年に津久見扇子踊り大会が初開催、昭和46年に津久見市ふるさと振興祭が開催された。現在、市民に愛される恒例行事となっている。

### ● 主要な施設

- 昭和62年に津久見市民球場が開場、平成16年につくみん公園が開園、平成20年に津久見港埋立地一帯がみなとオアシスに認定された。平成23年にうみたま体験パーク・つくみイルカ島が開業し「観光元年」と呼ばれている。

### ● 観光イベント・キャンペーン

- 平成24年より当市のモイカ（アオリイカ）を活用した食観光キャンペーン「津久見モイカフェスタ」が初開催、平成25年には、四浦地区の河津桜を中心としたイベント「豊後水道河津桜まつり」が初開催、「津久見ひゅうが丼キャンペーン」が初開催した。いずれも現在の津久見の主要なイベントとなっている。

## 2-2 前期戦略の概要

---

### ● 計画期間

- 平成29年度～平成33年度（5か年度間）

### ● 策定経緯

- 全国で、人口減少対策が大きな課題となり、地方創生や一億総活躍社会に向けた取組が推進される中、本市においても、基幹産業である石灰石・セメント産業等のさらなる発展とあわせ、観光産業の育成を図り、雇用定住促進につなげていくための指針として、国の地方創生加速化交付金を活用して策定した。

### ● 主な内容

- 「観光消費による経済波及効果及び観光入込客総数の倍増」を数値目標に掲げ、5か年で、観光をひとつの産業へと発展させていくこととした。
- 景観・環境整備、観光商品開発と市中心部の賑わい創出、観光推進体制の確立の3つの基本方針を示し、9つの重点戦略と25項目の施策を定めた。

# 図表2-2-1 前期戦略の体系

## 戦略目標：『観光を通じた地域産業の振興と地域の活力創造』

◎目標値：観光消費による経済波及効果：約24 億円（平成33 年度）、観光入込客総数：約60 万人（平成33 年度）

◎戦略ターゲット：30～40 代の子育て世代を核としたファミリー

◎観光のコンセプト：～「宇宙・地球・世界・日本全国」に通じる資源の宝庫～ 津久見ならではの「地球体験観光」

<b>基本方針1</b> “津久見ならではの” の景観形成と集客 交流拠点の確立	<b>重点戦略1-1 “津久見の魅力を発信する”            集客交流拠点整備</b>	施策01 広域周遊観光客等も“気軽に立ち寄れる” 集客交流拠点の整備と運営体制の検討 施策02 “多様な滞在ニーズ”に対応できる受入環境整備の検討 施策03 “若者が集う”つくみん公園のパワーアップ
	<b>重点戦略1-2 “誰もが楽しく”周遊できる            移動環境の整備</b>	施策04 観光客の“多様な移動ニーズ”に対応できる二次交通網の強化と地域交通の活性化 施策05 “分かりやすく”、景観や暮らしとも“調和した” 公共案内システムの検討
	<b>重点戦略1-3 “絵になる”景観の整備</b>	施策06 “西日本一”の桜観光の実現に向けた取組の推進 施策07 “我が国でも稀有な景観”である「鉱山・工場・港湾」景観等の積極的活用
<b>基本方針2</b> “全国に誇る”地域 産業との連携による 観光商品開発と 市中心部の賑わい 創出	<b>重点戦略2-1 親子が遊んで学べる“地球            体験”観光プログラム開発と体制づくり</b>	施策08 “津久見の自慢”「石灰石・セメント産業」体験観光の実現 施策09 “世界最古”の宇宙塵と“夢が詰まった” ジオ体験観光の実現 施策10 “目指せ海の子！”海遊び体験観光の実現 施策11 “イルカ博士になろう！”イルカ体験学習観光の実現 施策12 “島を歩こう！”保戸島の魅力をいかしたツーリズムの実現 施策13 “農家・漁師になろう”“農漁業ふれあい体験観光の実現
	<b>重点戦略2-2 “津久見らしい”食と特産品            の開発・提供・発信力の強化</b>	施策14 “津久見らしい”食と特産品の開発とブランド力の強化 施策15 “ノウハウ蓄積・ネットワーク強化”による食と特産品の流通・販売機会の拡大 施策16 “味力結集”による食と特産品情報の発信・プロモーション
	<b>重点戦略2-3 市民と観光客が“ともに賑            わう”中心市街地の活性化</b>	施策17 “若い力”を活用したまちなか賑わい創出 施策18 “組織・顧客・動線”のつながり強化による中心商店街のパワーアップ 施策19 “賑わいをいつまでも！”伝統芸能・歴史・文化、スポーツ、イベント等を通じた 観光交流の推進
<b>基本方針3</b> “オール津久見”に による観光推進体制 の確立	<b>重点戦略3-1 “津久見市版”観光DMO 機            能の構築</b>	施策20 津久見市観光推進の中核機能強化と地域連携体制の構築 施策21 “市民や企業が活躍できる”受入体制・環境の整備 施策22 広域連携による合同プロモーションや観光商品開発の強化
	<b>重点戦略3-2 市民が“自ら学び・楽しむ”            機運の醸成</b>	施策23 地域資源への“愛着心”の醸成 施策24 市民参加による“花”の景観づくり
	<b>重点戦略3-3 “津久見ファン”ネットワー            クによる販路拡大と移住交流の促</b>	施策25 “津久見ファン”ネットワークによる販路拡大と移住交流の促進

## 2-3 前期戦略の進ちよく・成果・課題

### ● 整理方法

- 毎年度の評価資料、観光戦略会議議事録、津久見市担当各課及び関係する市内団体等へのヒアリング・アンケート調査結果（令和3年度）をふまえて評価を整理。

### ● 目標値（経済波及効果と観光入込客総数）

- 平成30年度まで順調に延伸した。
- 新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けたこと、当初想定していた「街なか観光拠点」の開業に至っていないことから、目標値の達成には至っていない。

### ● 3つの基本方針、9つの重点施策、25の重点施策

- オール津久見による多面的な取組が展開され、観光を通じた地域産業の振興と地域の活力創造に向けて、着実な成果が実りつつある。

#### 25の重点施策の進ちよく状況

全25施策・42件の目標中、◎達成が20件、○進行中が12件、△未着手が10件

- |         |                                   |
|---------|-----------------------------------|
| ◎基本方針 1 | 18件の目標中、◎達成 4 件、○進行中 8 件、△未着手 6 件 |
| ◎基本方針 2 | 10件の目標中、◎達成 8 件、○進行中 0 件、△未着手 2 件 |
| ◎基本方針 3 | 14件の目標中、◎達成 8 件、○進行中 4 件、△未着手 2 件 |

## 基本方針 1 “津久見ならではの”の景観形成と集客交流拠点の確立

### ● 重点戦略1-1 “津久見の魅力を発信する”集客交流拠点整備

- 「街なか観光拠点」の開業に至っていないが、基本構想が策定され、基本計画策定に向けて議論も進んでおり、着実に進捗している。
- 「保戸島おもてなしトイレ」の整備、「四浦地区漁村センター」の研究拠点としての整備（2階）などが進められた。
- 「つくみん公園」及び「コンテナ293号」の修繕や機能強化などが行われた。

### ● 重点戦略1-2 “誰もが楽しく”周遊できる移動環境の整備

- イベント時の周遊バス・シャトルバス運行（河津桜まつり、イルカ島フェスティバルほか）、定額タクシーとの連携（河津桜まつり）、レンタサイクル導入（観光協会）など、二次・三次交通が強化された。

### ● 重点戦略1-3 “絵になる”景観の整備

- 桜の植樹が拡大（河津桜、大漁桜、牡丹桜ほか）、桜観光来場者も順調に拡大した。

## 基本方針2 “全国に誇る”地域産業との連携による観光商品開発と 市中心部の賑わい創出

- **重点戦略2-1 親子が遊んで学べる“地球体験”観光プログラム開発と体制づくり**
  - 産業観光まちづくりに向けた取組が着手された。
  - 市内外の人々が体験観光を経験し、担い手も拡大した（津っぱくなど）。
- **重点戦略2-2 “津久見らしい”食と特産品の開発・提供・発信力の強化**
  - 食観光の売上が拡大した（ひゅうが丼、モイカフェスタ、本マグロフェアなど）。
  - 津久見らしい商品の開発が進んだ（各事業者、菓子工業組合、つくみマルシェなど）。
- **重点戦略2-3 市民と観光客が“ともに賑わう”中心市街地の活性化**
  - 市内における新規出店が促進された（創業支援事業など）。

## 基本方針3 “オール津久見”による観光推進体制の確立

### ● 重点戦略3-1 “津久見市版”観光DMO 機能の構築

- 当市の観光推進にむけて、関係各課が横断的に連携し、取組が推進された。
- 各事業者・地域振興団体・まちづくり団体等との連携・協働が幅広く行われた。
- 津久見市観光協会が中核やハブ的な役割を果たした
- 日豊海岸三市による広域連携プロモーションが行われた（ソラシドエア連携ほか）。

### ● 重点戦略3-2 市民が“自ら学び・楽しむ”機運の醸成

- 既存イベントで創意工夫がなされた（桜観光、食観光、つくみ港まつり、扇子踊り大会など）。
- 新たなイベントが企画実施された（つくみ軽トラ市、vicolo保戸島、マグロ祭り、シトラス祭りなど）。

### ● 重点戦略3-3 “津久見ファン”ネットワークによる販路拡大と移住交流の促進

- 「ふるさと納税」を通じて、津久見市への寄付金が拡大した。

# 第3部 当市を取り巻く状況変化

- 3-1 世界・国内の社会経済動向
- 3-2 当市の社会経済動向
- 3-3 新型コロナウイルス感染症の影響

# 3-1 世界・国内の社会経済動向

## ● 国際観光客到着数

- 2019年の世界全体の国際観光客到着数は14億6千万人。予測より1年前倒しで達成。2030年までに18億人に達すると成長市場と予測。

## ● 国際観光輸出総額

- 2019年の国際観光輸出の総額は1.7兆米ドル。観光は燃料及び化学に続く世界第3位の輸出分野。

## ● 国内の観光市場

- 2015年の訪日外国人観光客数は1974万。訪日外客数と出国日本人数が逆転。
- 2015～2019年は、日本人海外旅行者数が毎年微増傾向も新型コロナ感染拡大で消滅。
- 日本人の国内旅行消費
  - 2019年の日本人国内旅行消費額は、前年比7.1%増で21兆9,312億円。そのうち、宿泊旅行消費額は、前年比8.6%増で17兆1,560億円、日帰り旅行消費額が、前年比2.0%増で4兆7,752億円。
- 訪日外国人の国内旅行消費
  - 2019年の訪日外国人客数は3188万人、消費額は4兆8000億円。

## ● 我が国の人口動態

- 我が国の総人口は1億2,623万人（令和2年国勢調査）。人口減少・少子高齢化による労働力減少、担い手不足、国内観光マーケットの縮小が顕在化。

## ● 国を挙げた「観光立国」

- 平成18年12月「観光立国推進基本法」が成立。観光立国の実現に関する施策を総合的、計画的に推進することが明示。
- 平成28年3月「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」が新たな目標を設定。
- 令和2年7月「観光ビジョン実現プログラム2020」では「感染症終息後の中長期スパンにおいてインバウンドは引き続き重要」とし「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」の目標を堅持。

## ● 各地で観光DMO設立、地域主体の観光への意識が進展

- 日本版観光DMOの取組が普及し、全国各地において観光推進組織への関心が向上。
- 体制強化、活動財源の確保など様々な取組が展開。

## ● 環境への意識の高まり

- 2015年、持続可能な開発目標（SDGs）が国連加盟193カ国により合意・採択。
- 我が国でも省庁を超えた取組が展開。2017年に文部科学省が学習指導要領にSDGsを採用、20年度以降学校教育でSDGsを扱う等、環境への意識が向上。

## ● デジタル技術を活用したサービスの普及

- 2020年（令和2年）にデジタル庁が発足。国、自治体のシステムの統一・標準化に加え、民間や準公共部門のデジタル化を支援し、規制緩和も推進。
- 新型コロナを契機としてデジタル化が進展。旅行・観光の関連でも、オンラインツアー（バーチャルツアー）、ライブコマース、オンラインショップ、キャッシュレス決済、観光MaaSなどの取組が全国に拡大。

## 3-2 当市における社会経済動向

### ● 津久見市の人口動態

- 長期的な減少傾向にあるが、将来の人口として、令和 22（2040）年に1万人、令和 42（2060）年に6～8千人の維持を目指している。
- 人口減少の影響で、生活基盤、利便性、地域コミュニティ、教育環境、郷土芸能・文化の維持や継承における課題が顕在化し始めている。

### ● 津久見市の産業の動向

- 当市を特徴づける、みかんを中心とした農業、漁業（養殖など）や、基幹産業である石灰石・セメント産業は、堅調に推移している。
- 近年は、「つくみイルカ島」、「食観光」、「河津桜」などを活用した観光による地域活性化への取組を通じて、地域産業の振興や人材育成が推進されている。

### ● 津久見市の雇用・経済動向

- 労働人口は長期的に減少傾向にある。
- 新型コロナウイルス感染拡大の影響も大きい。

## ● 津久見市への交通アクセスの改善

### – 東九州自動車道の4車線化

- 令和元年9月、東九州自動車道の太田宮河内IC～佐伯IC間の約24キロメートルの対面交通区間について4車線化の方針が提示。

### – 国道217号平岩松崎バイパスの整備

- 津久見ICと松崎交差点を結ぶ国道217号平岩松崎バイパスの整備が進ちよくし、令和2年度に市道徳浦松崎線バイパス、松崎交差点までの一部区間が開通。
- 全面開通すれば、津久見ICから市中心部へのアクセスが大幅に向上。

### – 大分空港から大分市への新交通の整備

- 大分空港から大分港への移動手段としてホバークラフトが再開予定。大分空港～大分港までの所要時間が30分程度に短縮へ。

### – 東九州新幹線の整備

- 基本計画が示された東九州新幹線（福岡市～鹿児島市間の380キロメートル）が開通すれば、北九州～大分間が30分、宮崎～大分間が48分で接続。

## 3-3 新型コロナ感染拡大による影響

### ● 世界の観光への影響

- 国際観光は1990年代の水準まで後退。

### ● 我が国の観光への影響～日本人旅行～

- 2020年の日本人の国内宿泊旅行延べ人数は、前年比48.4%減の1億6,070万人、日帰り旅行延べ人数は、前年比51.8%減の1億3,271万人。
- 2020年の国内旅行消費額は、前年比54.5%減の10兆円。宿泊施設の客室稼働率は34.6%にとどまり大幅に落ち込み。
- 帝国データバンクの発表（2021年12月14日16時現在）によると、新型コロナウイルスの影響を受けた倒産は増加し、全国で2517件が確認。

### ● 我が国の観光への影響～訪日外国人旅行～

- 経済産業省の試算によると、観光関連産業を中心に様々な分野に影響、訪日外国人旅行消費の蒸発で、年間旅行消費9割減ではGDPを0.8%押し下げ。

### ● 当市の観光への影響

- 新型コロナ感染拡大の影響により、観光施設等への来訪が急減。イベントの中止などが相次いだ影響で観光客数は大幅減。
- その中でも感染症対策を前提とした食観光やイベント等を継続、一定の集客を確保。

# 第4部 第2期津久見市観光戦略

## (案)

- 4-1 今後の課題について
- 4-2 本戦略がめざすもの
- 4-3 戦略目標
- 4-4 獲得を目指すターゲット
- 4-5 観光商品づくりのコンセプト
- 4-6 基本方針と重点施策
- 4-7 目標値
- 4-8 本戦略の推進体制

# 4-1 今後の課題について

## ● 前期戦略及び社会経済状況の変化をふまえた今後の課題

- 観光を通じて稼げる仕組みや土台を更に強化する必要がある。
- 観光による津久見市や津久見市の産業の認知度とイメージを向上する必要がある。
- 観光を通じて、市民の生活の質や文化・コミュニティの維持、シビックプライドの向上に貢献する必要がある。
- 観光を通じて地域に貢献する人材・企業を拡大し、持続可能性を高める必要がある。
- 観光に取り組む意義を、市民・企業・団体と共有する必要がある。
- 観光に関連する統計データを整備する必要がある。

## ● 前期に設定した目標値の扱い

- 社会経済状況や政策変更の影響により、現時点で目標値の達成に至っていない。
- 当市の観光を産業として育成するうえで、引き続き達成を目指す必要がある。



目標値

60万人



目標値

24億円

## 4-2 第2期戦略が目指すこと

### ● 本戦略が目指すこと

- 本戦略は、観光を通じて「市外の人（観光客等）」も顧客や仲間として取り込み、**人口減少・高齢社会において生じる課題に適応・対抗する有効な道具の1つ**であるととらえ、津久見市のまちづくりへの貢献を目指すものである。

### ● 本戦略における「観光」の定義

- 本戦略において、観光はレジャー、ビジネス、その他の目的で、連続して1年を超えない期間、通常的生活環境から離れた場所を旅行したり、そこで滞在したりする人の活動を指す（※UNWTOの「ツーリズム」の定義より）。
  - 例：観光施設利用、周遊、まち歩き、飲食、農林漁業体験、レジャー、ビジネス、出張、視察・研修、教育など

## 4-3 戦略目標

### ● 戦略目標

#### － 『観光を通じた地域産業の振興と地域の活力創造』

- 第5次津久見市総合計画に掲げる将来像『誇りと自信に満ちたまち「津久見」～笑顔と活力あふれる定住拠点～』の実現に向けて、**本戦略の目標を、第1期戦略から継続**する。
- 観光、買い物、ビジネス、学校教育、スポーツ、イベントなどによる来訪者の消費活動を通じて、新型コロナウイルス感染拡大の影響から復興し、当市の暮らしや魅力を支える地域産業の振興につなげるとともに、市内外の交流を通じて当市の魅力や誇りを高め、活力を創造することを目指し、津久見の魅力を、次世代の子供たちへ自信をもって継承することを目指す。

### ● 2026年に達成を目指す目標

#### － 『市民が潤い、誇りが持てる観光の基盤をつくる』

- 前期戦略をふまえ、観光を産業として育て、効果を実感できることを目指すため、市民が観光を通じて稼ぐ力を養い、稼げる基盤（仕組み、土台）づくりを推進することを目指す。

## 4-4 獲得を目指すターゲット

- **新型コロナ感染拡大以前の顧客を回復する**
  - 新型コロナ感染拡大の影響により、従来本市を訪れていた県内の中高年や小グループの旅行などが激減した。社会経済の回復に合わせて、再び来訪してもらえるように取り組むことが重要である。
- **県内の子育てファミリーを獲得する（※前期戦略から踏襲）**
  - 本市の暮らし（産業、文化、教育、生活）を将来に渡り持続し、地域の活力を維持していくためには、人口減少に歯止めをかけることが必須であり、特に、子育てファミリーの移住・定住促進が重要である。
  - つくみイルカ島やつくみん公園といった、既に県内の子育てファミリーの高い評価を得ている資源と共に、新たな魅力の開発が必要である。
- **新たな顧客（教育旅行、SIT、県外居住者）を獲得する**
  - 観光を産業としていくためには、教育旅行や、産業観光のようなSIT、県外居住者の来訪も拡大していくことが重要である。
  - 津久見市単独ではなく、大分県や日豊経済圏などの広域連携による情報発信や観光周遊コースの開発が必要である。
- **更に、企業の誘致を通じて、持続可能なまちづくりへ**
  - 本市の魅力を維持し続けていくためには働き場所と雇用を拡大することが重要である。
  - そのためには、観光を通じた知名度向上・イメージアップとともに企業誘致にもつなげることが必要である。

## 4-5 観光商品づくりのコンセプト

- 前期戦略のコンセプトを踏襲し、『「宇宙・地球・世界・日本全国」に通じる資源の宝庫・津久見ならではの「地球体験観光」』とする。

- 本市の基幹産業である「石灰石・セメント産業」の礎である石灰岩は、約3億年前（ベルム期）に遠い南の海底で形成され、大陸移動により現在の鉱山となり、現在は「石灰石・セメント産業」として、市民生活・経済を支えている。
- また、2億4千万年前の「宇宙塵」が眠る「網代島」、約2億年前の隕石衝突の痕跡、そして「無垢島」の地層も約1億年前に形成された。このように長い年月を経て、地球の歴史や宇宙のロマンを感じさせる豊富な資源が存在し、そして、温暖で風光明媚な景観を有するリアス海岸などの天与の資源のもとで、豊かな市民生活が営まれてきた。ミカン栽培（西暦740年天平12年）や伝統芸能「津久見扇子踊り」（約450年前）の歴史も古い。「つくみイルカ島」ではイルカ繁殖研究を開始し、桜観光も脚光を浴び、それぞれ全国展開や西日本一を目指している。そして、「未来に残したい漁業漁村の歴史文化財産百選（水産庁）」にも選ばれている「保戸島」。
- 本市は、「宇宙・地球・世界・日本全国」に通じる、歴史的・芸術的価値の高い多くの資源の宝庫であり、本市が有する資源に市民が誇りを持ち、その価値観を再認識するとともに、これらの資源を有効活用し、既存の産業に加え、新たな観光産業の育成を目指す。
- 本市が有する独自性が強い以下のような地域資源を総称して、つくみの「地球体験資源」と定め、これらを活用する観光を「地球体験観光」と呼び、「地球体験資源」を磨き上げ、「地球体験観光」を実現するための受入体制・環境の整備等を進めていく。

## 4-6 基本方針と重点施策

**基本方針1**  
市民が「誇れる」津久見の発見と発信

### 重点施策1-1

津久見の魅力の再発見

### 重点施策1-2

津久見の知名度と地域イメージの向上

### 重点施策1-3

津久見市民主体による観光地域づくり活動の推進

**基本方針2**  
市民が津久見で稼ぐ仕組みづくり

### 重点施策2-1

新型コロナ禍からの津久見の経済の復興

### 重点施策2-2

津久見における観光ビジネスの担い手の拡大

### 重点施策2-3

観光を通じて稼ぐ機会づくり

**基本方針3**  
津久見の振興と活力を生き続ける土台づくり

### 重点施策3-1

広域観光も視野に入れた津久見の観光拠点の魅力強化・拡充

### 重点施策3-2

市内外における周遊利便性の向上を通じた津久見への誘客強化

### 重点施策3-3

地域が活躍する観光を支える津久見ならではの推進体制と機能強化

## 基本方針 1 市民が「誇れる」津久見の発見と発信

- シビックプライドの醸成を図るとともに、当市の認知度とイメージの向上を図る。

重点施策	目的
重点施策1-1 津久見の魅力の再発見	津久見の魅力が市民に再認識され、保全・継承につなげることを目的とする。
重点施策1-2 津久見の知名度と地域イメージの向上	観光を通じて津久見の暮らしを支える産業や、市民の宝である資源をはじめ、津久見市の知名度とイメージを向上することを目的とする。
重点施策1-3 津久見市民主体による観光地域づくり活動の推進	市民、団体、企業による観光地域づくりの活動と連携し、取組の意義や持続性を高めることを目的とする。

## 重点施策1-1 津久見の魅力の再発見

- 津久見の魅力を市民が再認識し、保全・継承につなげることを目的とする。

no.	重点事業	目的	事業イメージ	担当課	主な関係主体
1-1-1	市民の津久見の観光資源への理解深化	市民の本市観光資源への理解を深めることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>「津久見観光市民講座」の発展・強化（外部専門家の招聘、公民館連携、市民向けモニターツアー開催など）</li> <li>市民向け情報発信の強化（市報の活用など）など</li> </ul>	総務課 商工観光・定住推進課 生涯学習課	観光協会 ほか 
1-1-2	観光と学校教育の連携を通じた津久見の魅力の発見と理解深化	観光と学校教育との連携により、津久見の子供たちの、津久見の魅力への理解を深めることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>「ふるさと教育」との連携（土産品や飲食メニュー開発やプロモーション等における学校連携、観光関係者の学校授業等への出講等、観光と連携した学習材・副読本の制作、カリキュラム開発、観光イベント等との連携、教員向けの観光研修）など</li> </ul>	学校教育課 商工観光・定住推進課 農林水産課	観光協会 産業観光協力企業 ほか   
1-1-3	観光資源の保全・継承と持続的活用	特に観光と関わりの深い地域資源について、保全と継承を通じて、持続可能な活用につなげることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>津久見扇子踊り及び大会の今後のあり方の検討（実施体制、担い手確保、財源確保など）</li> <li>津久見の郷土の歴史・文化・芸能のデジタルアーカイブ化など</li> </ul>	生涯学習課 商工観光・定住推進課	観光協会 扇子踊り保存会 ほか 

## 重点施策1-2 津久見の知名度と地域イメージの向上

- 観光を通じて津久見の暮らしを支える産業や、市民の宝である資源をはじめ、津久見市の知名度とイメージを向上することを目的とする。

no.	重点事業	目的	事業イメージ	担当課	主な関係主体
1-2-1	観光を通じた地域産業の知名度とイメージの向上	観光と連携して、当市の暮らしを支える各種産業の知名度とイメージを向上することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>「産業観光まちづくり」事業の推進（観光コンテンツの開発、学校連携、一体的な情報発信など）など</li> </ul>	商工観光・定住推進課	観光協会 商工会議所 産業観光協力企業 飲食店組合 菓子工業組合 ほか
1-2-2	観光の舞台となる魅力的な地域景観の形成	「桜観光」をはじめとする当市資源の魅力アップを通じた当市の知名度とイメージを向上することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>つくみの桜（河津桜、ヤマザクラ、大漁桜、牡丹桜ほか）の維持強化と拡充（植樹推進、維持管理体制の見直し・強化など、桜観光の受け入れ態勢の強化）など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 農林水産課	桜観光実行委員会 周遊活性化対策協議会 商工会議所 観光協会 ほか
1-2-3	津久見の観光魅力の主体的で効果的な発信	市民や一般消費者等に対して、当市の観光魅力を一体的に発信し、知名度とイメージを向上することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験観光の推進（津っぱくほか）</li> <li>所有メディア（公式HP、公式動画サイト、公式SNS、市報ほか）を活用した当市の知名度とイメージの向上</li> <li>マスメディア発信の強化（パブリシティの強化、マスメディア連携など）</li> <li>各種イベントにおける戦略的情報発信 など</li> </ul>	総務課 商工観光・定住推進課	周遊活性化対策協議会 観光協会 商工会議所 うみかぜラヂオ ほか

## 重点施策1-3 津久見市民主体による観光地域づくり活動の推進

- 市民、団体、企業による観光地域づくりの活動と連携し、取組の意義や持続性を高めることを目的とする。

no.	重点事業	目的	事業イメージ	担当課	主な関係主体
1-3-1	市民・団体・企業の主体的な観光地域づくり活動の支援	市民、団体、企業等による主体的な観光地域づくり活動を拡大することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>市民、企業、団体による主体的な観光地域づくり活動の支援（まちづくり推進事業ほか）など</li> </ul>	商工観光・定住推進課	観光協会 まちづくり団体 ほか
1-3-2	市民・団体・企業の観光地域づくり活動への参画推進	イベント等における市民・団体・企業の参加を促進し、関わりを深めることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加・活躍機会の創造（各種イベントにおける市民・団体・企業（福祉・高齢者施設も含む）の参加促進、市民が参加できる仕組みづくりと活用（おおいた歩得の活用ほか））など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 長寿支援課 社会福祉課 健康推進課	観光協会 まちづくり団体 ほか
1-3-3	市民・団体・企業の観光地域づくり活動に関する情報共有の強化	市民、団体、企業等による主体的な観光地域づくり活動の情報共有を促進することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>各主体による取組の情報共有の機会や場の形成（情報共有用の媒体の検討と運営、津久見観光ニュースの強化、意見交換の機会づくりほか）など</li> </ul>	商工観光・定住推進課	観光協会 まちづくり団体 ほか

## 基本方針 2 市民が津久見で稼ぐ仕組みづくり

- 観光消費を、地域が連携して取り込める仕組みづくりを推進する。

重点施策	目的
<b>重点施策2-1</b> 新型コロナ禍からの津久見の経済の復興	新型コロナの感染拡大による影響の緩和、復興・復旧を図ることを目的とする。
<b>重点施策2-2</b> 津久見における観光ビジネスの担い手の拡大	観光ビジネスの担い手を拡大することを目的とする。
<b>重点施策2-3</b> 観光を通じて稼ぐ機会づくり	観光を通じて稼ぐ機会を拡大することを目的とする。

## 重点施策2-1 新型コロナ禍からの津久見の経済の復興

- 新型コロナの感染拡大による影響の緩和、復興・復旧を図ることを目的とする。

no.	重点事業	目的	事業イメージ	担当課	主な関係主体
2-1-1	新型コロナ感染対策の普及啓発と支援	新型コロナ感染拡大対策を通じて、消費者の安全を確保することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者等と連携した感染拡大対策の実施（ガイドライン等に基づく対策の支援ほか）</li> <li>利用分散化に向けた対策の実施（利用の平準化、混雑状況の発信ほか）など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 健康推進課	観光協会 飲食店組合 商業協同組合 商工会議所 ほか
2-1-2	新型コロナ感染拡大の影響を受けた事業者等の事業継続支援	新型コロナ感染拡大の影響を受けた地元企業等の事業継続を図ることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>感染状況に応じた臨機応変な支援（つくぽん、事業者継続支援金、利子補給ほか）</li> <li>事業者等と連携した感染拡大対策など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 健康推進課	観光協会 飲食店組合 商工会議所 商業協同組合 ほか
2-1-3	アフターコロナにおける観光需要回復促進	新型コロナ感染拡大の影響により減少した観光需要の回復を促進することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>国、県等と連携した観光需要回復を目的とした事業の実施協力など</li> </ul>	商工観光・定住推進課	観光協会 飲食店組合 商業協同組合 商工会議所 ほか

## 重点施策2-2 津久見における観光ビジネスの担い手の拡大

- 観光ビジネスの担い手を拡大することを目的とする。

no.	重点事業	目的	事業イメージ	担当課	主な関係主体
2-2-1	観光商品・サービスの担い手拡大	観光商品・サービスの担い手を拡大することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規創業及び二次創業の支援（創業支援、事業承継支援ほか）</li> <li>新たな特産品やビジネスモデル等の開発支援（専門家指導ほか）</li> <li>観光との連携を視野に入れた新たな企業の誘致 など</li> </ul>	商工観光・定住推進課	観光協会 飲食店組合 菓子工業組合 商工会議所 ほか
2-2-2	観光商品・サービスの開発促進	新たな観光商品・サービスの開発を促進することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品強化（特産品開発支援、体験プログラムの開発支援、ふるさと納税返礼品の強化ほか）</li> <li>「産業観光まちづくり」ほかと連携した商品開発促進</li> <li>テストマーケティングの促進（つくみ軽トラ市の活用、各種商談会への参加ほか） など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 農林水産課	観光協会 飲食店組合 菓子工業組合 商工会議所 ほか
2-2-3	観光商品・サービスの流通促進	当市の特産品等について、市内外での認知を拡大し、流通を促進することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>商談資料の制作（市内産品商品リストなど）</li> <li>都市圏における商談会への参加及び開催（広域連携による商談会、首都圏での販売試行ほか） など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 農林水産課	観光協会 飲食店組合 菓子工業組合 商工会議所 ほか

## 重点施策2-3 観光を通じて稼ぐ機会づくり

- 観光を通じて稼ぐ機会を拡大することを目的とする。

no.	重点事業	目的	事業イメージ	担当課	主な関係主体
2-3-1	観光を通じた飲食利用の推進 (食観光の推進)	当市の観光の基軸である食観光を推進することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>食観光キャンペーンの集客強化、高付加価値化、新たな素材の開拓など</li> </ul>	商工観光・定住推進課	観光協会 飲食店組合 菓子工業組合 商工会議所 ほか
2-3-2	観光を通じた商品・サービスの提供機会の拡大	観光客や市民による消費を拡大を図り、観光産業の強化を図ることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>臨時出店機会の強化（つくみ港まつり花火大会、津久見扇子踊り大会、豊後水道河津桜祭りほか）</li> <li>ふるさと納税制度を活用した販売促進 など</li> </ul>	商工観光・定住推進課	観光協会 飲食店組合 菓子工業組合 商工会議所 ほか
2-3-3	観光を通じた商品・サービスの情報発信の強化	観光を通じて、市内の特産品（一次産品、加工品など）や飲食メニュー等の情報発信を強化し、稼ぐ機会を拡大することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報露出の拡大（メディア取材への対応、公告露出の強化など）</li> </ul>	商工観光・定住推進課 農林水産課 総務課	観光協会 飲食店組合 菓子工業組合 商工会議所 ほか

## 基本方針 3 津久見の振興と活力を生み続ける土台づくり

- 観光地域づくりに持続的に取り組むための土台づくりを推進する。

重点施策	目的
重点施策3-1 広域観光も視野に入れた津久見の観光拠点の魅力強化・拡充	観光を通じて稼ぐ基盤となる拠点の整備と魅力づくりを図ることを目的とする。
重点施策3-2 市内外における周遊利便性の向上を通じた津久見への誘客強化	市内及び広域圏における誘客と周遊促進を図ることを目的とする。
重点施策3-3 地域が活躍する観光を支える津久見ならではの推進体制と機能強化	当市の観光を推進する体制として津久見版観光DMO・DMCの体制強化を図ることを目的とする。

## 重点施策3-1 広域観光も視野に入れた津久見の観光拠点の魅力強化・拡充

- 観光を通じて稼ぐ基盤となる拠点の整備と魅力づくりを図ることを目的とする。

no.	重点事業	目的	事業イメージ	担当課	主な関係主体
3-1-1	街なか観光拠点の整備推進	街なか観光拠点の整備と活用に向けた体制づくりを推進することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>整備計画づくりの推進</li> <li>運営にかかる計画・体制づくりの推進</li> <li>商品やサービスの充実に向けた検討など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 まちづくり課	観光協会 商工会議所
3-1-2	市内の観光拠点や見どころの整備と魅力強化	既存観光拠点の魅力を維持向上することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>みなとオアシス津久見の魅力向上（つくみん公園の魅力向上ほか）</li> <li>つくみイルカ島の魅力向上（施設の維持管理、機能強化ほか）など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 まちづくり課	観光協会 商工会議所 イルカ島運営会議
3-1-3	観光を通じた既存施設の利用推進	市内の既存施設の観光連携を促進し、利用活性化と観光魅力向上の相乗効果を得ることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>市内集客施設と観光利用との連携強化（総合運動公園、市民会館、図書館ほか）</li> <li>スポーツ合宿等との連携 など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 まちづくり課 生涯学習課	観光協会 商工会議所

## 重点施策3-2 市内外における周遊利便性の向上を通じた津久見への誘客強化

- 市内及び広域圏における誘客と周遊促進を図ることを目的とする。

no.	重点事業	目的	事業イメージ	担当課	主な関係主体
3-2-1	市内周遊促進に向けた魅力ある拠点や見どころの整備促進	市内周遊の促進に向けて、市中心部をはじめ、市内に魅力ある拠点や見どころの整備を促進することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市中心部の魅力強化（新たな観光拠点や魅力づくりの推進、フラワーロードや夜市をはじめとするイベント開催の推進ほか）</li> <li>・ 景観スポットの整備（工場景観スポット：大友公園、つくみん公園ほか）など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 まちづくり課 経営政策課	周遊活性化対策協議会 観光協会 商工会議所 商業協同組合
3-2-2	広域周遊のための仕組みづくり	広域周遊を通じて当市に訪れる仕組みをつくることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広域周遊ルートの開発促進（大分県内連携、豊予地域連携、日豊海岸連携など）</li> <li>・ 広域圏の観光連携による観光プログラム・サービス開発や情報発信（情報発信、観光MaaSの検討ほか）など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 経営政策課	周遊活性化対策協議会 観光協会 商工会議所
3-2-3	訪日外国人の受入環境整備の推進	訪日外国人受入に向けて、受入環境整備を推進することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 他言語による観光情報提供の強化（オンライン情報、多言語動画、広域連携など）</li> <li>・ 外国人受入に向けた接遇講習など</li> </ul>	商工観光・定住推進課	周遊活性化対策協議会 観光協会 商工会議所

## 重点施策3-3 地域が活躍する観光を支える津久見ならではの推進体制と機能強化

- 当市の観光を推進する体制として、津久見版観光DMO・DMCの体制強化を図ることを目的とする。

no.	重点事業	目的	事業イメージ	担当課	主な関係主体
3-3-1	観光協会の体制・機能強化	当市の観光を推進する中核として、観光協会の機能・体制について整理し、強化することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光協会に求められる機能に必要な人員体制の確保</li> <li>観光協会の法人化</li> </ul>	商工観光・定住推進課	観光協会
3-3-2	観光地マーケティング情報の収集と活用	当市の観光を推進するうえで、官民の共通理解を得るために必要となる統計データの収集と活用を推進することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光統計データの精査と効率的な取得方法の見直し</li> <li>観光統計データの分析結果の共有など</li> </ul>	商工観光・定住推進課 経営政策課	観光協会
3-3-3	観光のデジタル化の推進	市内観光関連事業におけるデジタル化を推進し、消費者の利便性を向上することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>キャッシュレス決済推進</li> <li>市内観光関連事業者・団体等との情報共有のデジタル化（リモート会議、デジタル情報共有ツール導入ほか）など</li> </ul>	商工観光・定住推進課	商工会議所 商業協同組合 観光協会

# 4-7 目標値

- 本戦略を通じて目指す目標値を下記のように設定する。

指標	指標の目的	目標値	備考
観光入込数	観光客数増加を通じて、観光消費総額の拡大を目指すため	<b>60万人以上</b> R2年度15万人 ※H30年度40万人	前期戦略目標から継続（津久見市観光統計に基づき推計）
観光消費による経済波及効果	観光消費額の地域内での波及拡大を目指すため	<b>24億円以上</b> R2年度7.8億円 ※H30年度17億円	前期戦略目標から継続（津久見市観光統計に基づき推計）
観光消費総額	観光消費を拡大する	<b>15億円以上</b> R2年度4.7億円 H30年度10億円	<b>新規</b> （来訪者アンケートに基づき推計）
観光客の満足度	観光客の総合満足度、再来訪意欲を高める	<b>70%以上</b> R2年度データ無し H30年度52%	<b>新規</b> （来訪者アンケート「大変満足」の回答率に基づき推計）
観光への市民の期待度	観光への市民の期待度を高める	調査中	<b>新規</b> （市民アンケート「今後の津久見市への観光客数」の増加への期待の回答率に基づき推計）

## 4-8 本戦略の推進体制

### 津久見市 観光戦略会議

#### 役割：進ちよく監理

本戦略は、オール津久見の体制で推進することとし、「津久見市観光戦略会議（事務局：津久見市商工観光・定住推進課）」が進捗や目標達成状況の管理を行う。

### 津久見市

#### 事務局：津久見市（商工観光・定住推進課）

本戦略の進ちよくや目標達成状況を、津久見市観光戦略会議に報告し、施策の強化や変更等を検討する。また、津久見市まち・ひと・しごと創生本部、津久見市議会への報告を行う。進ちよくや目標達成状況は、津久見市公式ホームページ他で公表する。

### 観光協会

津久見市のDMO・DMCとして、観光戦略全般において、推進に取り組む。

### 地域振興団体、まちづくり団体、 各事業者ほか

津久見市や観光協会ほかと連携して、観光戦略の推進に取り組む。

※地域振興団体：商工会議所、商業協同組合、飲食店組合、菓子工業組合、工業連合会など