

第2期 津久見市観光戦略

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
津久見市

ごあいさつ



令和4年3月

津久見市長

川野 幸男

- 当市は、石灰石・セメント製造業、ミカン農業、水産業等を中心に発展を遂げ、風光明媚なりアス海岸や温暖な気候等の豊かな自然にも恵まれ、人情味あふれる多くの市民が活躍しています。
- 平成29年、国の「地方創生加速化交付金」を活用して策定した「津久見市観光戦略」では「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」という目標を掲げ、「オール津久見」で観光まちづくりを進めて参りました。
- つくみイルカ島をはじめ、ミカン・マグロ・モイカ等の食観光、四浦半島の河津桜を中心とした桜観光、2億4千万年前の宇宙塵が眠る「網代島」、市中心部の「つくみん公園」、未来に残したい漁業漁村の歴史文化財産百選に選ばれている「保戸島」、鉱山・工場・港湾を活かした「産業観光まちづくり」等、市民・企業・団体の皆様と共に、幅広く取り組んで参りました。
- また、「市中心部グランドデザイン構想」に基づき、「津久見市新庁舎」及び「街なか観光拠点」の一体的整備も進めており、当市の将来を形づくる重要な時期にあります。
- 新型コロナウイルス感染拡大により、市民生活が大きな影響を受けておりますが、今後の復興と、これからの津久見の誇りある発展を目指して「第2期津久見市観光戦略」を策定する運びとなりました。
- みなさまと共に、「オール津久見」による観光まちづくりを進めて参りたいと思います。

目次

第1部 本戦略の位置づけ

- 1-1 本戦略の背景と目的_____6
- 1-2 本戦略の位置づけ・計画期間_____7

第2部 前期戦略の振り返り

- 2-1 前期戦略策定までの経緯_____11
- 2-2 前期戦略の概要_____17
- 2-3 前期戦略の進ちょく・成果・課題_____22

第3部 本市を取り巻く状況変化

- 3-1 世界・国内の社会経済動向_____33
- 3-2 本市における社会経済動向_____42
- 3-3 新型コロナウイルス感染拡大による影響_____55

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_____61
- 4-2 本戦略がめざすもの_____62
- 4-3 戦略目標_____63
- 4-4 獲得を目指すターゲット_____64
- 4-5 観光商品づくりのコンセプト_____65
- 4-6 基本方針と重点施策_____66
- 4-7 SDGsの達成への貢献_____83
- 4-8 目標値_____84
- 4-9 本戦略の推進体制_____88

本戦略の主な策定経緯_____89

令和2年度 津久見市観光戦略会議 委員名簿_____90



図表目次

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	8	図表3-2-1	津久見市の総人口（将来推計）	44
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	9	図表3-2-2	現在と将来の年齢別の人口構成	45
図表2-1-1	当市における観光関連の主な取組	12	図表3-2-3	津久見市の人口減少の内訳	46
図表2-1-2	当市の主要な観光資源 ①観光施設、史跡・歴史等	13	図表3-2-4①	津久見市の所得循環構造	47
図表2-1-3	当市の主要な観光資源 ②食・土産	14	図表3-2-4②	津久見市の所得循環構造	48
図表2-1-4	当市の主要な観光資源 ③イベント・行事	15	図表3-2-5	産業間取引構造	49
図表2-1-5	当市の主要な観光資源 ④地域景観、離島、自然	16	図表3-2-6	大分県の国内宿泊者数	50
図表2-2-1	目標値の達成状況	18	図表3-2-7	津久見市の観光入込	51
図表2-2-2	前期戦略の体系	19	図表3-2-8	主な食観光キャンペーンの統計	52
図表2-2-3	観光消費による経済波及効果推計値（平成28～令和2年度）	20	図表3-2-9	津久見市の観光資源に関する認知度・興味度	53
図表2-2-4	前期戦略の評価シート	21	図表3-2-10	水産業を活かした観光振興	54
図表2-3-1	基本方針1の目標達成状況	24	図表3-3-1	新型コロナ感染拡大による影響	56
図表2-3-2	基本方針1に関連した主な取組等	25	図表3-3-2	新型コロナ感染拡大による影響	57
図表2-3-3	基本方針2の目標達成状況	27	図表3-3-3	新型コロナ収束後の海外旅行実施意向（アジア、欧米豪）	58
図表2-3-4	基本方針2に関連した主な取組等	28	図表3-3-4	新型コロナウイルス感染拡大と新しい旅行需要	59
図表2-3-5	基本方針3の目標達成状況	30	図表4-6-1	産業観光まちづくり	71
図表2-3-6	基本方針3に関連した主な取組等	31	図表4-6-2	注目される関係人口	72
図表3-1-1	国際観光客到着数、国際観光収入、観光輸出額（2019）	36	図表4-6-3	広域圏での連携イメージ	77
図表3-1-2	我が国の総人口の将来推計	37	図表4-6-4	市中心部グランドデザイン	82
図表3-1-3	明日の日本を支える観光ビジョン	38	図表4-6-5	観光DX	83
図表3-1-4	観光地域づくり法人（DMO）	39	図表4-8-1	第2期津久見市観光戦略 目標値の対応	86
図表3-1-5	日本版持続可能な観光ガイドライン	40	図表4-8-2	観光消費による経済波及効果の分析	87
図表3-1-6	日本版MaaSへの高い期待	41			



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 等

● 計画期間

- 令和4～8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

	平成 27年度	平成 28年度	平成 29年度	平成 30年度	令和 元年度	令和 2年度	令和 3年度	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
津久見市観光戦略			第1期津久見市観光戦略					第2期津久見市観光戦略				
第5次 津久見市総合計画		前期計画期間					後期計画期間					
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	策定	改訂			改訂	第2期津久見市総合戦略						
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（令和22年度まで） 津久見市ランドデザイン構想（令和12年度まで）					
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年に「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。現在も、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、本市ではこの年を「観光元年」と表現している。

● 観光イベント・キャンペーン

- 平成24年より本市のモイカ（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」が初開催された。いずれも現在の津久見の主要なイベントとなり、県内外で認知されている。

図表2-1-1 当市における観光関連の主な取組

年	観光関連の主な取組
昭和26年	つくみ港まつり花火大会初開催（以降毎年）
昭和39年	津久見扇子踊り大会初開催（以降毎年）
昭和46年	津久見市ふるさと振興祭初開催（以降毎年）、津久見市民会館開館
昭和58年	津久見市観光協会設立（扇子踊り大会実行部隊として）
昭和62年	津久見市民球場開場（韓国プロ野球キャンプ）
平成17年	つくみん公園が開園、津久見市公認キャラクター・つくみんがデビュー
平成20年	津久見港埋立地一帯が九州みなとオアシスに認定
平成21年	津久見市観光協会が駅前に移転、つくみ「マグロとイルカ」のフェスティバル初開催
平成23年	うみたま体験パーク・つくみイルカ島が開業（観光元年）
平成24年	津久見モイカフェスタ初開催（以降毎年）
平成25年	豊後水道河津桜まつり初開催（以降毎年）、津久見ひゅうが井キャンペーン初開催（以降毎年）
平成27年	津久見産本マグロフェア初開催（以降毎年）
平成28年	津久見市観光戦略会議が設立
平成29年	津久見市観光戦略が策定、津久見市民会館リニューアルオープン
平成30年	津久見暮らしの体験博覧会「津っぱく」初開催（以降継続）、つくみ軽トラ市初開催（以降継続）
令和元年	つくみマグロまつり初開催、図書館と水辺の夕涼み会初開催
令和2年	暮らし市と秋風音楽祭初開催

図表2-1-2 当市の主要な観光資源

①観光施設、史跡・歴史等



つくみん公園



コンテナ293号



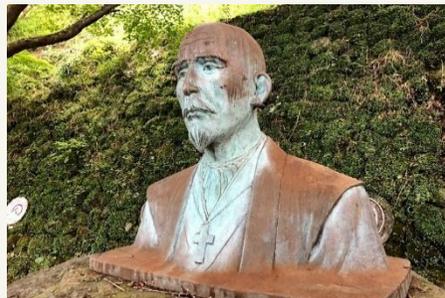
つくみイルカ島



津久見市民球場・総合運動公園



津久見市民会館



大友宗麟公墓



尾崎子ミカン先祖木



野球文化



赤八幡



なごり雪歌碑・海岸通り



石灰焼発祥の地



椎茸源兵衛生誕之地石碑

図表2-1-3 当市の主要な観光資源 ②食・土産



津久見ひゅうが丼



津久見湾のモイカ



津久見のミカン



津久見のマグロ料理



つくみマルシェ



うみえーるつくみんち



のぞみ市場だんだん



津久見のマグロ料理（保戸島）



津久見のぎょろっけ



モイカの一夜干し



豊まぐろヨコゾーナ



津久見のモイカ料理

図表2-1-4 当市の主要な観光資源 ③ イベント・行事



津久見扇子踊り大会



つくみ港まつり・花火大会



テクノ293 津久見カップ



つくみ軽トラ市



菅神社秋祭り



堅浦霜月祭り



下青江神社秋季大祭



徳浦神社秋祭り



高浜夏祭り



保戸島夏祭り



つくみんウォーターパーク



図書館と水辺の夕涼み会

図表2-1-5 当市の主要な観光資源 ④地域景観、離島、自然



網代島



保戸島



無垢島



四浦展望台



港湾・工場・鉱山の景観



彦岳



高浜海水浴場



間元海峡



大友公園の桜



青江川の桜並木



青江ダムと山桜



豊後水道河津桜

2-2 前期戦略の概要

● 計画期間

- 平成29～33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・セメント産業を軸とした当市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項目の重点戦略と25項目の施策を定めた。

図表2-2-1 目標値の達成状況

- 観光入込客総数：目標値60万人以上 ⇒ 15万人（令和2年度 ※未達）
- 経済波及効果：目標値24億円以上 ⇒ 7.8億円（令和2年度 ※未達）



図表2-2-2 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」

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	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
	重点戦略1-2 “誰もが楽しく”周遊できる 移動環境の整備	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
	重点戦略1-3 “絵になる”景観の整備	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
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	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
	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	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
	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	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
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	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
	重点戦略3-2 市民が“自ら学び・楽しむ” 機運の醸成	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
	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	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

図表2-2-3 観光消費による経済波及効果推計値（平成28～令和2年度）

- 津久見市では、観光消費による経済波及効果を毎年推計している。平成30年度まで順調に拡大してきたが、令和元年度は各種イベントにおける荒天の影響や、新型コロナ感染拡大の影響を受けて伸び悩んだ。令和2年度は新型コロナ感染拡大の影響で大きく減少した。

年度		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
来訪者数	観光客延べ人数(*1)	300.0千人	315.0千人	398.1千人	335.6千人	149.5千人
	観光客実人数(*2)	130.4千人	137.0千人	173.1千人	145.9千人	65.0千人
	延べ宿泊数(*3)	29.0千人泊	30.0千人泊	30.0千人泊	30.0千人泊	16.9千人泊
	宿泊客実人数(*4)	17.9千人	18.5千人	18.5千人	18.5千人	10.4千人
	日帰り客実人数(*5)	112.5千人	118.4千人	154.6千人	127.4千人	54.6千人
平均消費単価(*6)	宿泊客の平均消費単価 総額	12.4千円	16.3千円	17.2千円	18.6千円	18.6千円
	日帰り客の平均消費単価 総額	4.2千円	4.9千円	4.6千円	4.6千円	4.6千円
直接効果	観光客の消費総額(*7)	6.9億円	8.8億円	10.2億円	9.2億円	4.7億円
波及効果	生産波及効果(*8)	4.7億円	5.7億円	6.9億円	5.9億円	3.1億円
総額	観光消費による経済波及効果の総額	11.6億円	14.6億円	17.1億円	15.2億円	7.8億円

2-3 前期戦略の進ちょく・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した。

● 目標値（経済波及効果と観光入込客総数）

- 経済波及効果と観光入込客総数は、平成30年度まで順調に延伸したが、令和3年度において目標値の達成には至っていない。
- 新型コロナウイルスの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が大きな要因と考えられる。

● 3項目の基本方針、9項目の重点施策、25項目の重点施策

- 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。

【重点施策の進ちょく状況】

25項目の施策における42件の目標中、◎達成20件、○進行中12件、△未着手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）等が進められた。
- － 「つくみん公園」及び「コンテナ293号」の修繕や機能強化等が行われた。

● 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他）、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）等、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、牡丹桜他）、桜観光来場者も順調に拡大した。

図表2-3-1 基本方針1の目標達成状況

基本方針	重点施策	目標達成状況(案) ※◎達成 ○進行中 △未着手
基本方針1 “津久見ならでは”の景観形成と集客交流拠点の確立	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	○集客交流拠点施設の開業(平成33年度) ※基本構想、基本計画
	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	△スポーツ合宿・大会、大学等の調査研究者のニーズ把握(平成29年度) ※未実施 ○休廃校中の小中学校の活用検討(平成29年度) ○体験観光や学習旅行にかかる宿泊施設の環境整備及び運営体制の検討(平成30～33年度) ◎市内の主要観光施設等におけるWi-Fiスポット整備検討(平成30～33年度) △海遊び関連設備等の整備検討(平成30～33年度) ※未実施 ○イルカ繁殖等の研究拠点施設整備検討(平成30～33年度) ※四浦漁村センター
	施策03 “若者が集う”つくみん公園のパワーアップ	◎整備方針等に基づく環境整備(平成30～32年度) △つくみん公園利用者数を平成28年度比で5割増(平成33年度) ※統計調査未実施
	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	○交通事業者の積極的活用(JRとの連携強化、観光タクシー、周遊バス、クルージング等の活用推進のための実証実験及び観光商品の造成等)(平成29～31年度) △桜観光での公共交通利用者割合を3割増(主要地点の平均)(平成30年度) ※統計調査未実施 △つくみんイルカ島への公共交通利用者割合を1割増(観光バスを含む)(平成30年度) ※統計調査未実施
	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	△「(仮称)津久見市観光案内システム整備計画」の策定(平成30年度) ○計画に基づく観光案内サインの主要地点への設置(平成31～33年度) ※網代島、イルカ島看板ほか
	施策06 “西日本一”の桜観光の実現に向けた取組の推進	◎桜植樹本数(総数)を10,000本以上(平成29年度) ○桜観光の入込客数を10万人/年以上(平成29年度) ※9.6万人(H30年度) ○桜観光エリア整備計画(平成29～30年度) ※桜SA、お花見広場運営ほか
	施策07 “我が国でも稀有な景観”である「鉾山・工場・港湾」景観等の積極的活用	◎つくみん公園をはじめとする眺望スポットの環境整備検討(平成29年度～33年度)

図表2-3-2 基本方針1に関連した主な取組等



街なか観光拠点整備基本構想の策定



保戸島おもてなしトイレの整備



四浦地区漁村センター改修



つくみん公園の改修・機能強化



コンテナ293号の改修



河津桜まつり 周遊バス・定額タクシーの運行



つくみの桜ロゴ制作



河津桜の植樹（四浦）



大漁桜の植樹（黒島）



牡丹桜の植樹（彦の内）



レンタサイクルの導入



静岡県河津町との交流

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（津っぱく等）。
- **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、本マグロフェア等）。
 - 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、つくみマルシェ等）。
- **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（創業支援事業等）。

図表2-3-3 基本方針2の目標達成状況

基本方針	重点施策	目標達成状況(案) ※◎達成 ○進行中 △未着手
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	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	◎体験プログラム数50件以上(平成33年度) ※津っぱくほか ◎体験プログラム参加者数500人/年以上(平成33年度) ※津っぱくほか △教育旅行の受入件数3件/年以上(平成33年度) ※未実施(一般向けモニターツアーを実施)
	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	◎新加工品・土産品・食メニューの開発10件/年以上(平成31年度)
	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	◎食イベントにおける売上 平成28年度比で5割以上増加(平成31年度)
	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	◎中心市街地における観光関連店舗の新規起業・創業5件(平成31年度)
	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	◎「津久見扇子踊り」交流イベントの開催(平成29年度以降～) ◎「津久見扇子踊り」の市外イベントへの参加(平成29年度～) △スポーツ交流イベント年1回以上誘致(平成29年度～) ※未実施 ◎イベントを通じた観光消費拡大戦略の検討・実施(平成29年度～)

図表2-3-4 基本方針2に関連した主な取組等



津久見暮らしの体験博覧会
「津っぱく」



産業観光まちづくり
(産業観光まちづくり部会)



産業観光動画・WEBサイト
(産業観光まちづくり部会)



津久見ひゅうがが井キャンペーン
(観光協会ほか)



津久見モイカフェスタ
(観光協会ほか)



つくみ軽トラ市
(津久見軽トラ市実行委員会)



特産品の開発 (菓子工業組合、
つくみのみかん応援団ほか)



飲食メニュー開発
(飲食店組合ぎょろっけ)



イルカ研究シンポジウム
(つくみイルカ島・市後援)



つくみイルカ島駐車場の活用
(ミニ軽トラ市他)



創業支援事業



津久見扇子踊り大会 (動画制作、
ライブ配信、一般参加募集他)

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

- 本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（ソラシドエア連携他）。

● 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、扇子踊り大会等）。
- 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、シトラス祭り等）。

● 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。

図表2-3-5 基本方針3の目標達成状況

基本方針	重点施策	目標達成状況(案) ※◎達成 ○進行中 △未着手
基本方針3 “オール津久見”による観光推進体制の確立	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	<ul style="list-style-type: none"> ◎人材育成アクションプログラムの実践による中核となる人材及びプレイヤー組織の育成(平成29年度) ○観光推進の中核となる人材確保(平成30年度) ○観光推進の中核となる組織と地域連携体制の確立(平成33年度)
	施策21 “市民や企業が活躍できる”受入体制・環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ◎事務局機能の確立(平成30年度) ※津っばく事務局、つくみ軽トラ市実行委員会ほか ◎ガイド人材50人以上(平成33年度) ※津っばくほか ◎協力企業等20社以上(平成33年度) ※津っばくほか
	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	<ul style="list-style-type: none"> ◎広域連携によるプロモーション活動年1回以上実施(平成29年度～)
	施策23 地域資源への“愛着心”の醸成	<ul style="list-style-type: none"> ◎「(仮称)つくみフォトコンテスト」の実施(平成29年度～) ◎「(仮称)つくみ観光シンポジウム」の実施(平成29年度～) △市民講座「(仮称)つくみカレッジ」の立ち上げ(平成30年度) ※未実施 △市民講座「(仮称)つくみカレッジ」を通じたガイド輩出(平成31年度) ※未実施 ◎観光副読本の製作(平成33年度)
	施策24 市民参加による“花”の景観づくり	<ul style="list-style-type: none"> ○「花いっぱい運動」を全地区に拡大(平成33年度) ※フラワーロード
	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	<ul style="list-style-type: none"> ○津久見ファンネットワークの構築(平成30年度) ※ふるさと納税ほか

図表2-3-6 基本方針3に関連した主な取組等



観光協会における
外部人材の登用



広域連携によるプロモーション
(ソラシドエア)



広域連携によるプロモーション
(3市共同パンフレット)



広域連携による商品
(武将印ほか)



副読本 (石灰石・セメント産業
他)



フラワーロードの活用
(植栽、イベント開催他)



ふるさと納税の推進 (動画制作、
商品拡充、システム導入他)



移住推進員による情報発信
(移住相談おしゃべり会)



つきみ観光市民講座



保戸島わくわく会議



Vicolo保戸島



津久見人会

第3部 本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 本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

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**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1,974万。**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。
- 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3,188万人、消費額は4兆8,000億円。

● 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。

● 各地で観光地域づくり法人（DMO）が設立、地域主体の観光への意識が進展

- 観光地域づくり法人（DMO）が全国に拡大、各地で観光推進組織への関心が向上。
- 体制強化、活動財源の確保等、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。

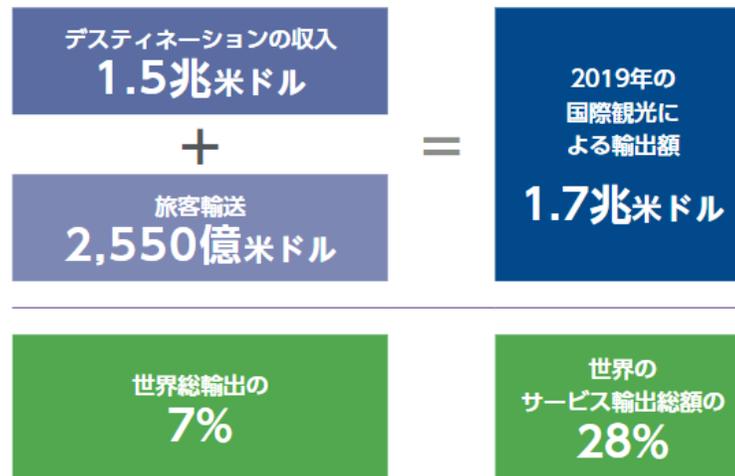
● デジタル技術を活用したサービスの普及

- 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等の取組が全国に拡大。

図表3-1-1 国際観光客到着数、国際観光収入、観光輸出額（2019）

- UNWTOによると、**国際観光は順調な成長**を続けており、その輸出収入は、重要な外貨獲得源として、雇用創出、起業などを通じて、地域経済の発展に貢献している。

観光による輸出額は1日当たり50億米ドル

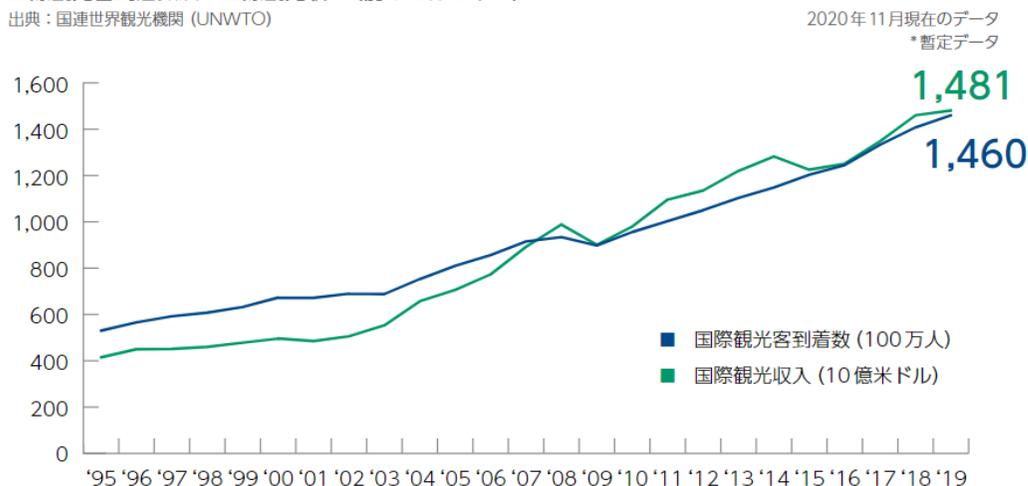


注記：国際観光による輸出収入は、「旅行収入」（デスティネーションにおける収入）及び「旅客輸送収入」から構成され、国際収支では両方が貸方に区分される。

出典：国連世界観光機関（UNWTO）、世界貿易機関（WTO）

国際観光客到着数及び国際観光収入（前年比伸び率 %）

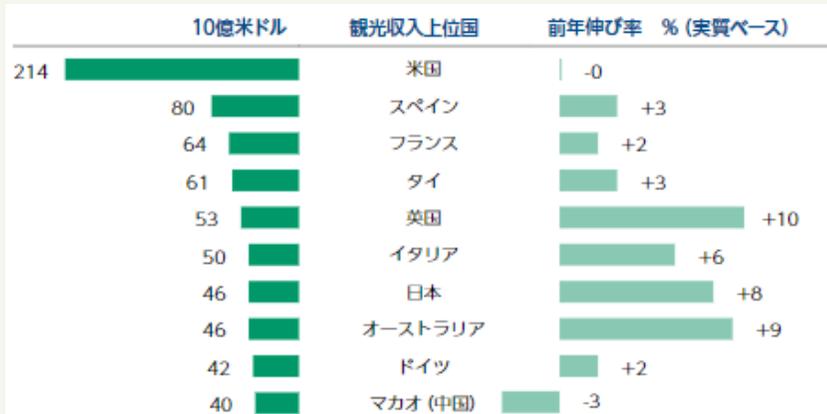
出典：国連世界観光機関（UNWTO）



国際観光客到着数 (100万人) 及び国際観光収入 (10億米ドル)

出典：国連世界観光機関（UNWTO）、国際通貨基金（IMF）

2020年11月現在のデータ
*暫定データ



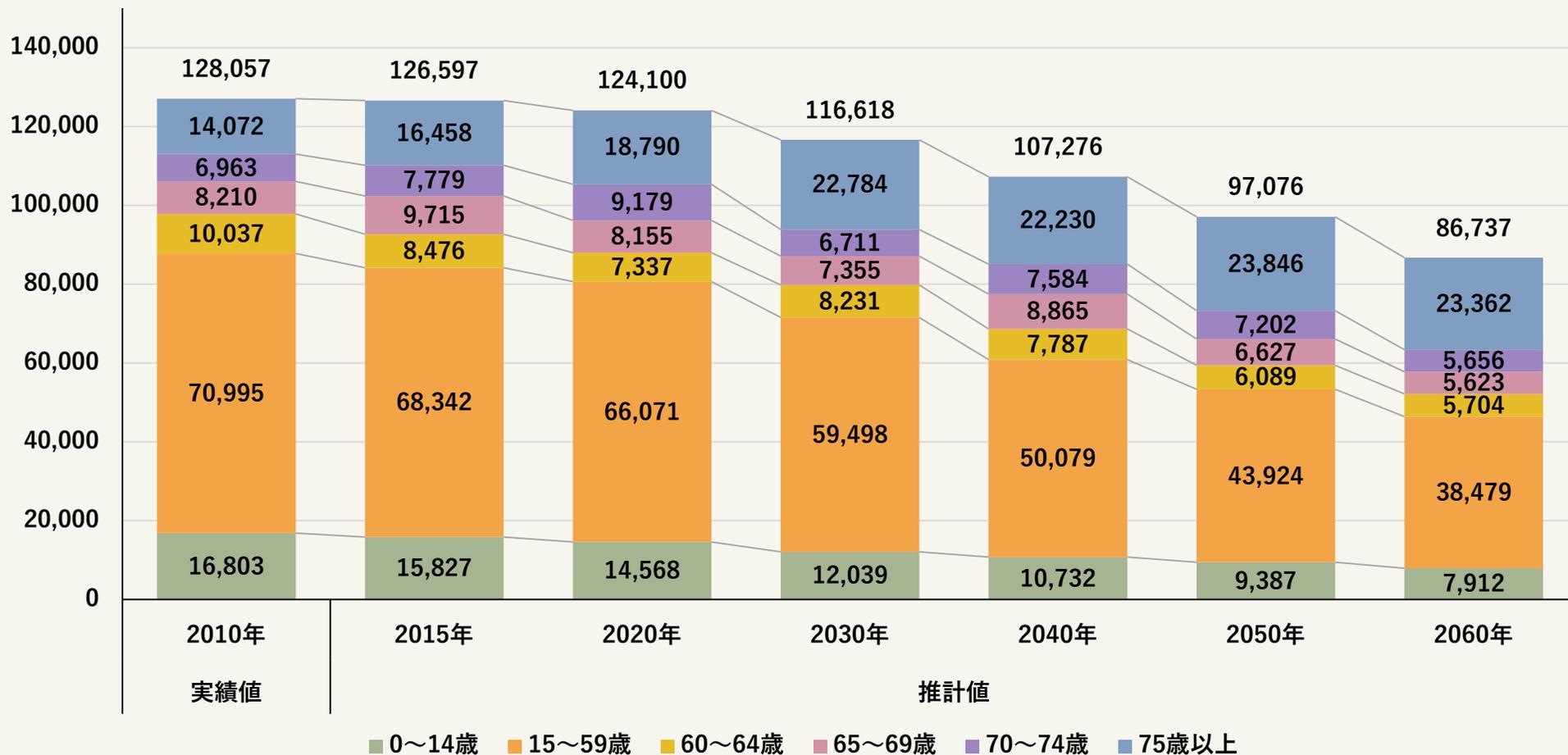
2019年国際観光収入の上位10位デスティネーション*

出典：国連世界観光機関（UNWTO）

2020年11月現在のデータ
*暫定データ

図表3-1-2 我が国の総人口の将来推計

- 国立社会保障・人口問題研究所によると、我が国の総人口は、今後長期的な減少へと推移し、令和8年に人口1.2億人を下回った後、令和30年に1億人を、令和42年には9千万人を割り込むと推計されている。



出典：2010年は総務省国勢調査、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所
H24年1月推計の出生中位・死亡中位を仮定した推計結果より

図表3-1-3 明日の日本を支える観光ビジョン

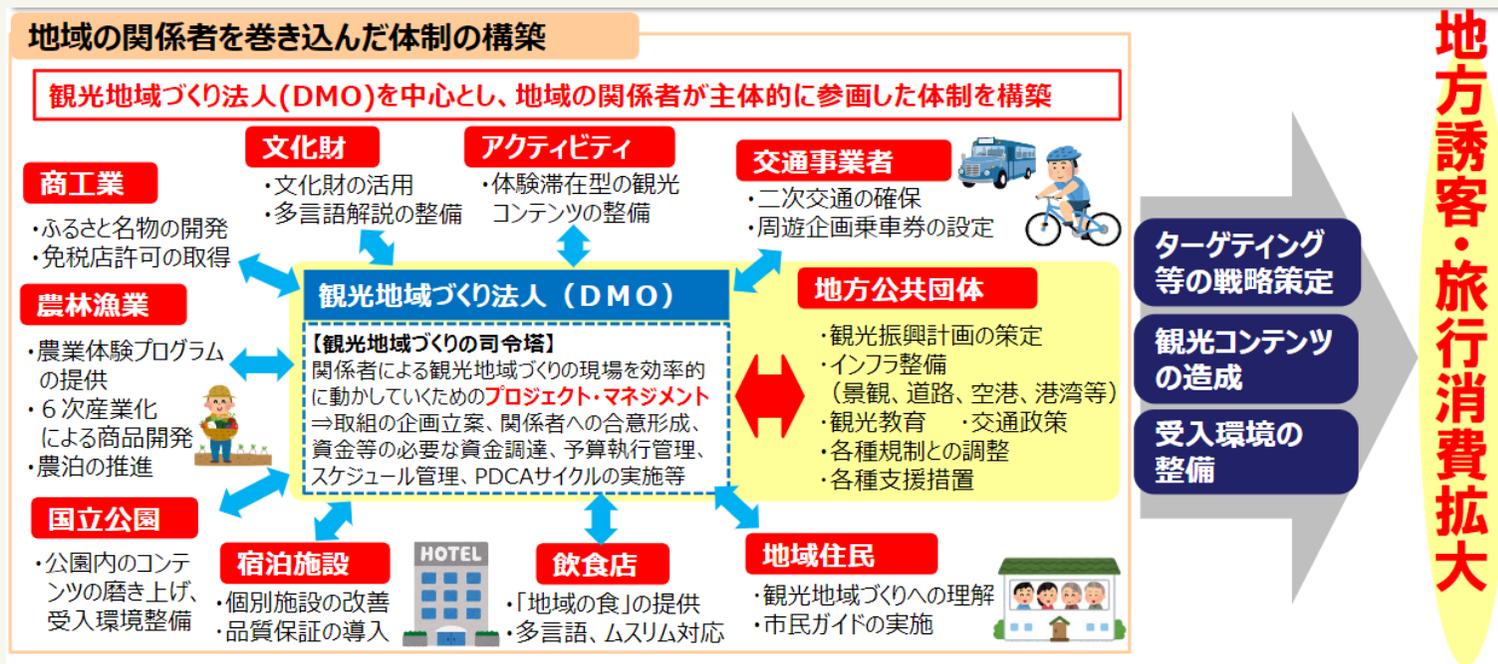
- 2016年3月「**明日の日本を支える観光ビジョン構想会議**」が取りまとめた将来ビジョン。
- 2020年7月に決定された「観光ビジョン実現プログラム2020－世界が訪れたい日本を目指して－」において、新型コロナウイルスの感染拡大の収束を図りつつ、反転攻勢に転じるための基盤整備を行い、我が国の観光消費の8割を占める国内旅行需要を強力に喚起し、観光産業の回復と体質強化を図ることとしている。

訪日外国人旅行者数	2020年	4,000万人 (2015年の約2倍)	2030年	6,000万人 (2015年の約3倍)
訪日外国人旅行消費額	2020年	8兆円 (2015年の約2超)	2030年	15兆円 (2015年の4倍超)
地方部での 外国人延べ宿泊者数	2020年	7,000万人泊 (2015年の3倍弱)	2030年	1億3,000万人泊 (2015年の5倍超)
外国人リピーター数	2020年	2,400万人 (2015年の約2倍)	2030年	3,600万人 (2015年の約3倍)
日本人国内旅行消費額	2020年	21兆円 (過去5年間の平均から約5%増)	2030年	22兆円 (過去5年間の平均から約10%増)

出典：「明日の日本を支える観光ビジョン」より作成

図表3-1-4 観光地域づくり法人（DMO）

- 国は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視
点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプト
に基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するた
めの調整機能を備えた法人を観光地域づくり法人（DMO）として、形成・確立を促進している。
- 令和3年11月時点で全国で303団体が登録している
※観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドラインの改正（令和2年4月15日）に伴い、世界水準のDMOの形成に
向けて登録基準を厳格化したことから、「日本版DMO」の名称を「登録DMO」に変更。
- 当市においても、前期戦略から、同様の機能を果たす体制づくりを目指して取組を推進してきた。



出典：観光庁、観光地域づくり法人（DMO）とは？

図表3-1-5 日本版持続可能な観光ガイドライン

- S D G s（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）の取組が世界的に加速する中、持続可能な観光は避ける事の出来ないテーマとなっている。
- 国は、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）が持続可能な観光地マネジメントを行うことができるよう、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン（Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations, JSTS-D）」を開発し、普及啓発に取り組んでいる。



A. 持続可能なマネジメント

例)

現行のデスティネーション戦略・取組を公表していること。(A2.a)

リスクや危機管理について、地域内で情報を共有し、訓練を実施していること。(A11.d)

B. 社会経済のサステナビリティ

例)

経済データの収集についての取組を行っていること。(B1.a)

地域の観光事業者による農産物等の地域特産物の購入やサービスの利用を推奨する取組があること。(B3.c)

C. 文化的サステナビリティ

例)

文化資産の修復や保全の取組があること。(C1.b)

文化的な場所やその周辺で、観光による負荷に関する取組があること。(C6.b)

D. 環境のサステナビリティ

例)

自然的な場所における来訪者管理について、ツアーオペレーターやガイドに向けた行動基準等があること。(D2.d)

エネルギー消費量の目標を公表し、促進していること。(D5.a)

図表3-1-6 日本版MaaSへの高い期待

- MaaS（マース：Mobility as a Service）は、地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、**複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済を一括で行うサービス**であり、観光や医療等の目的地における交通以外のサービス等との連携により、移動の利便性向上や地域の課題解決にも資する重要な手段となるもの。
- 「都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会」では①都市部と地方部では交通に係る現状や課題が大きく異なり、例えば都市部では混雑、地方部ではサービスの維持が課題、②サービス面では、技術革新を受け、IoTやAIを活用したMaaS等の新たなモビリティサービスへの取組が活発化、③MaaSは交通サービスの供給側と需要側の双方に変革をもたらし、人々のライフスタイルやまちづくりのあり方までも変え得る、④「あらゆる人々の豊かな暮らし」を目指して、「日本版MaaS」の実現に向けた早急な検討が必要である、と整理している。

<p>MaaS相互、MaaS・交通事業者間のデータ連携の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 連携データの範囲及びルールの整備 <ul style="list-style-type: none"> - オープン化すべきデータ(協同領域のデータ)とそれ以外のデータ(競争領域のデータ)の線引きを早急に国が提示 ○ データ形式の標準化 <ul style="list-style-type: none"> - 交通事業者に対して、国の推奨データ形式によるデータ整備を奨励 ○ API仕様の標準化・設定の必要性 <ul style="list-style-type: none"> - セキュリティや個人情報保護に留意しながら、交通事業者とMaaS事業者間のデータ共有用のAPI仕様を標準化 ○ データプラットフォームの実現 <ul style="list-style-type: none"> - 入手可能なデータと利用条件が明示されるデータプラットフォームを実現 - 交通事業者へのフィードバックの仕組みや他産業との連携機能も設計 ○ 災害時の情報提供等データの公益的利用 <ul style="list-style-type: none"> - 災害時にも利用者に運行情報が適時適切に提供されるよう設計 	<p>運賃・料金の柔軟化、キャッシュレス化</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 事前確定運賃について <ul style="list-style-type: none"> - 利用者の予見可能性を高めるため、タクシーに事前確定運賃を早急に導入 ○ サブスクリプション(定額制)について <ul style="list-style-type: none"> - 利用者ニーズに沿ったきめ細やかなサービスの導入を奨励 ○ ダイナミックプライシングについて <ul style="list-style-type: none"> - 実証実験等を通じた社会受容性の確認から検討 ○ 現時点のMaaSに関する法制上の整理 <ul style="list-style-type: none"> - サービス形態は様々なものが想定されるため、旅行業法の適用の有無に留意 ○ MaaSの展開を見据えた制度のあり方の検討 <ul style="list-style-type: none"> - MaaSの適正運用と事業者の負担低減のために法令を含む制度のあり方を検討 ○ 決済について <ul style="list-style-type: none"> - キャッシュレス対応の決済システムや乗車時の確認手段に必要な投資への支援 	<p>まちづくり・インフラ整備との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 都市・交通政策との整合化 <ul style="list-style-type: none"> - 立地適正化計画や地域公共交通網形成計画等、都市・交通政策との整合がとれたサービス設計 ○ 多様なモード間の交通結節点の整備(拠点形成) <ul style="list-style-type: none"> - 乗り換え抵抗の低減など、シームレス化に必要な交通結節点の改善 - 新たなモビリティサービス普及に対応可能な官民連携による交通拠点の整備 ○ 新型輸送サービスに対応した走行空間の整備(ネットワーク形成) <ul style="list-style-type: none"> - 自動走行に対応した道路空間の基準等を整備 ○ まちづくり計画への移動データの活用 <ul style="list-style-type: none"> - MaaS経由の移動データと様々な統計データを組み合わせることが可能な都市データプラットフォームを整備 - まちづくりでのデータ活用方法を整理
<p>新型輸送サービスの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 実証実験に対する支援 ○ 自動運転による交通サービスの提供拡大に必要な施策の検討 	<p>その他の取組の方向</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 競争政策の見直し ○ 人材育成 ○ 国際協調 	

3-2 本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年（2040年）に1万人、令和42年（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

- 本市を特徴づける、みかんを中心とした農業、漁業（養殖等）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」等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、東九州自動車道の大分宮河内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。先行して佐伯～津久見間に着手の方向。

－ 【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】

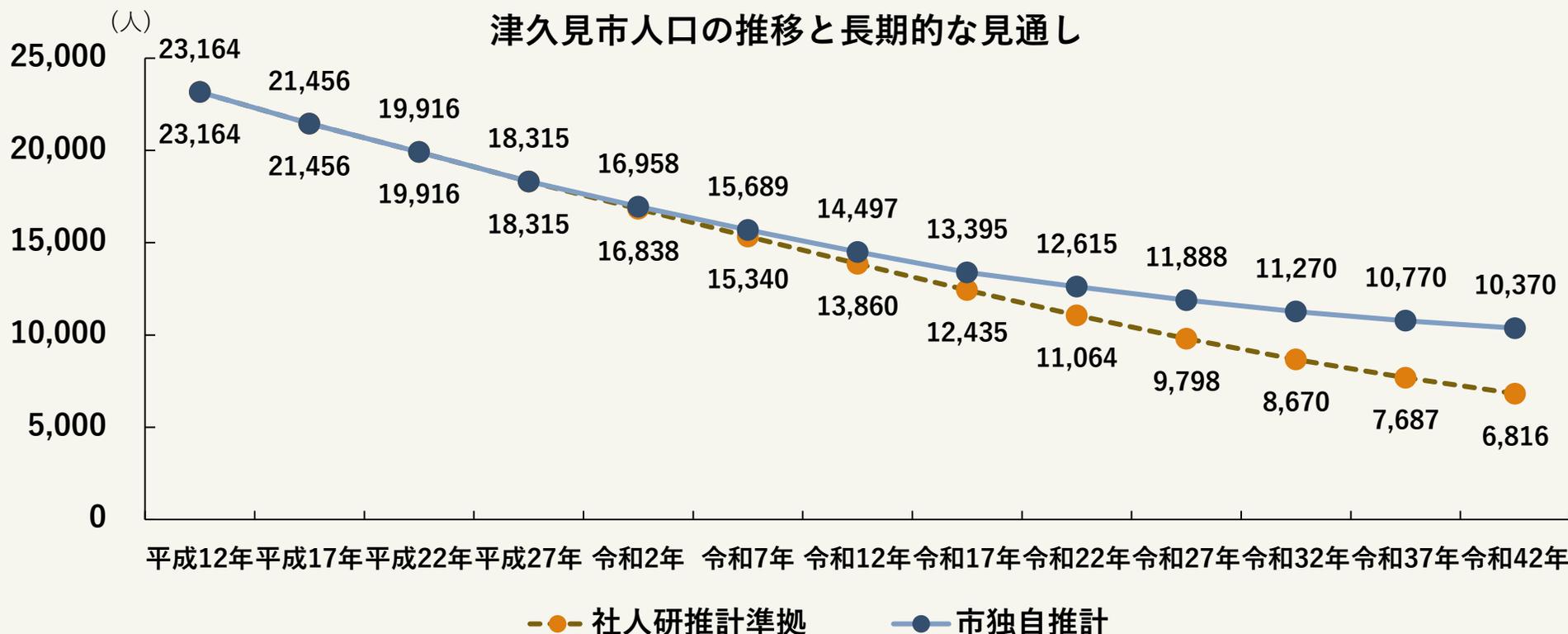
- 大分空港から大分港への移動手段としてホバークラフトが再開予定。大分空港～大分港までの所要時間が30分程度に短縮へ。

－ 【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。

図表3-2-1 津久見市の総人口（将来推計）

- 国立社会保障・人口問題研究所（社人研）の推計に依ると、令和42年の本市の人口は6,816人、平成22年（国勢調査）から65.8%も減少すると試算されている。
- 若い世代（生産年齢人口）に的を絞った積極的な定住・移住促進施策の効果により、合計特殊出生率と人口の純移動の動きが市の独自推計通りに改善されると、令和42年の人口は10,370人と推計され、人口1万人規模が維持される。

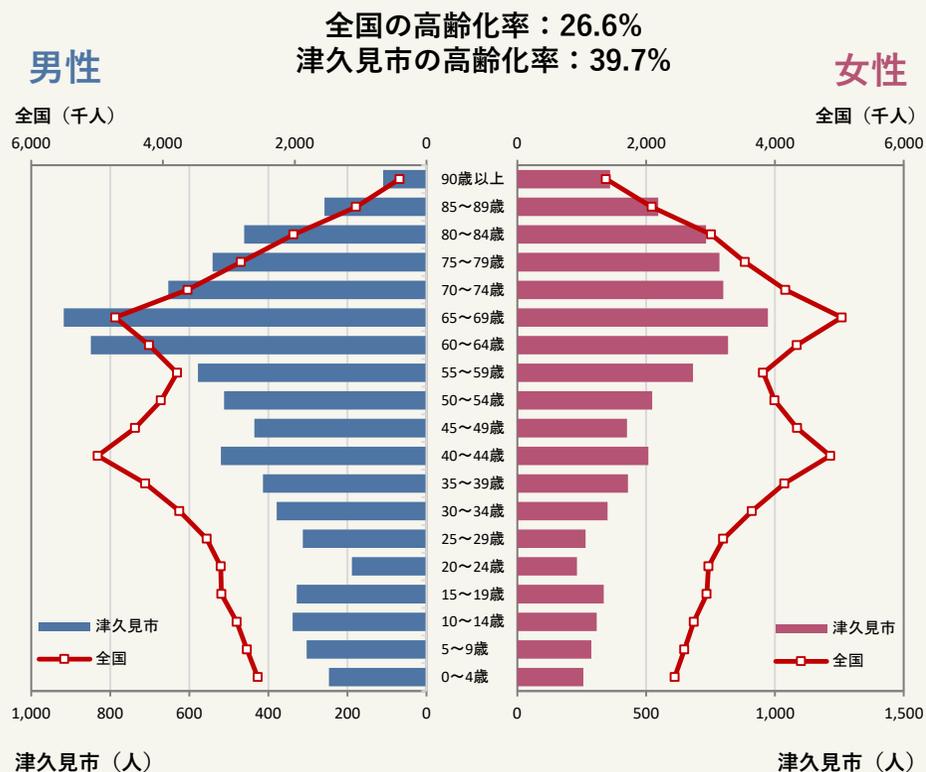


出典：第2期津久見市人口ビジョンを基に作成

図表3-2-2 現在と将来の年齢別の人口構成

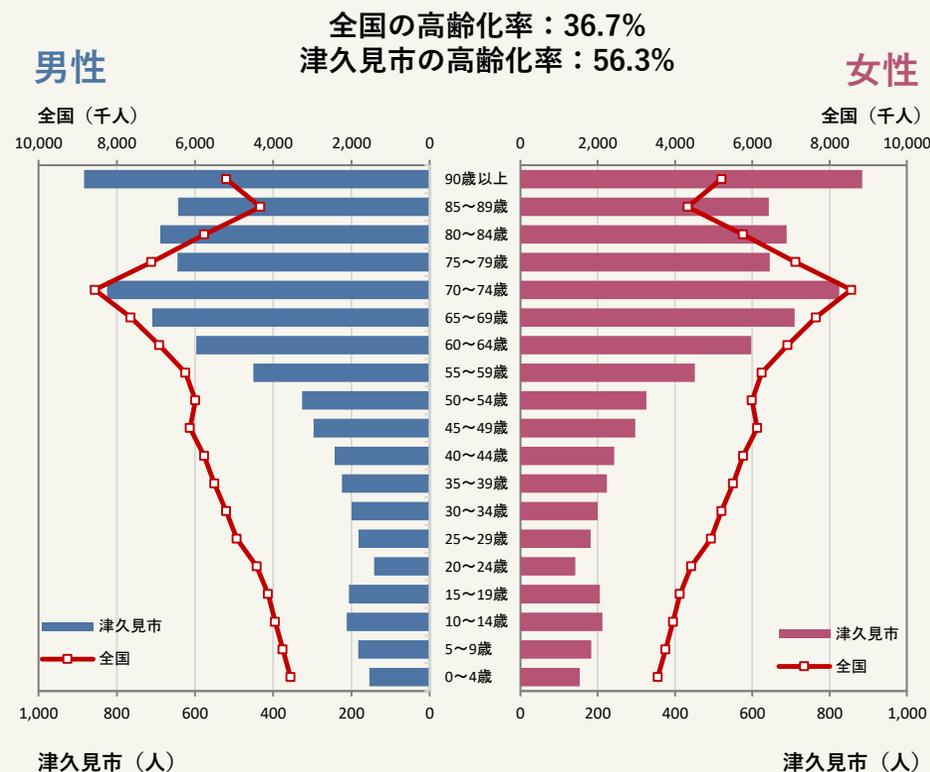
- 2015年では住民の約2.5人に1人が高齢者（65歳以上）である。高齢化率は全国平均より高い。
- 高齢化率はさらに上昇し、2045年には住民の約1.8人に1人が高齢者（65歳以上）となる。高齢化率は全国平均より高い。

人口ピラミッド（2015年）



出典：総務省「国勢調査」より作成

人口ピラミッド（2045年、推計値）

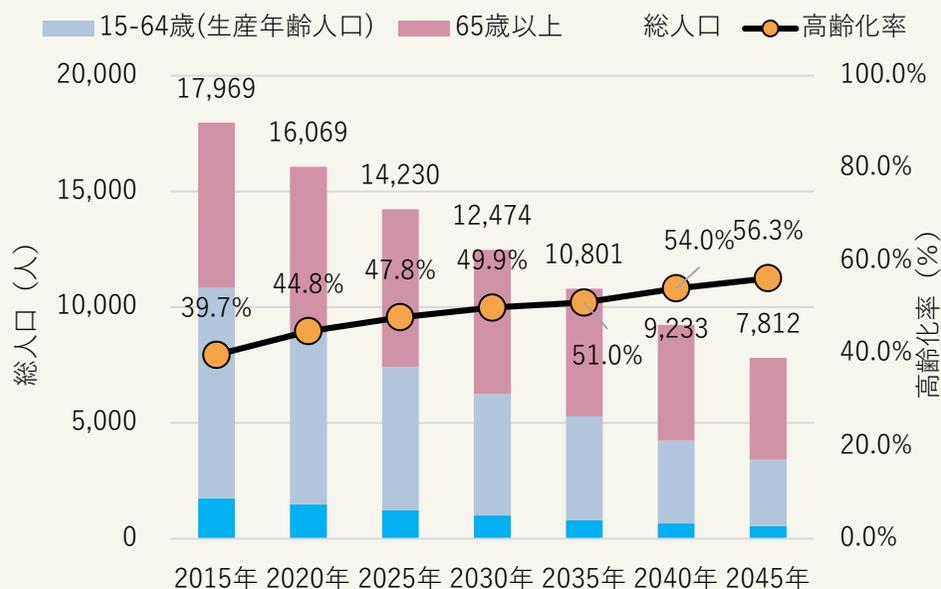


出典：国立社会保障・人口問題研究所
「日本の地域別将来推計人口(平成30(2018)年推計)」より作成

図表3-2-3 津久見市の人口減少の内訳

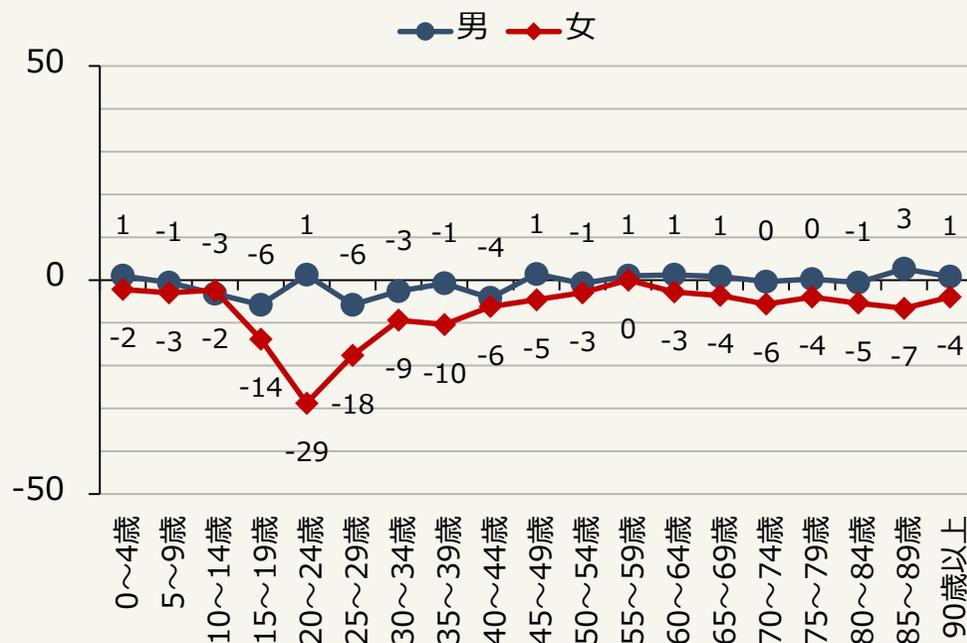
- 年齢三区分別にみると、とりわけ生産年齢人口（15-64歳）の人口が急減しており、今後さらなる減少が見込まれている。
- 性年齢別にみると、性別では女性の減少が多く、とりわけ15-39歳女性の転出超過が著しい。

年齢三区分人口の将来推計



出典：国立社会保障・人口問題研究所，日本の地域別将来推計人口（平成30（2018）年 中位推計）

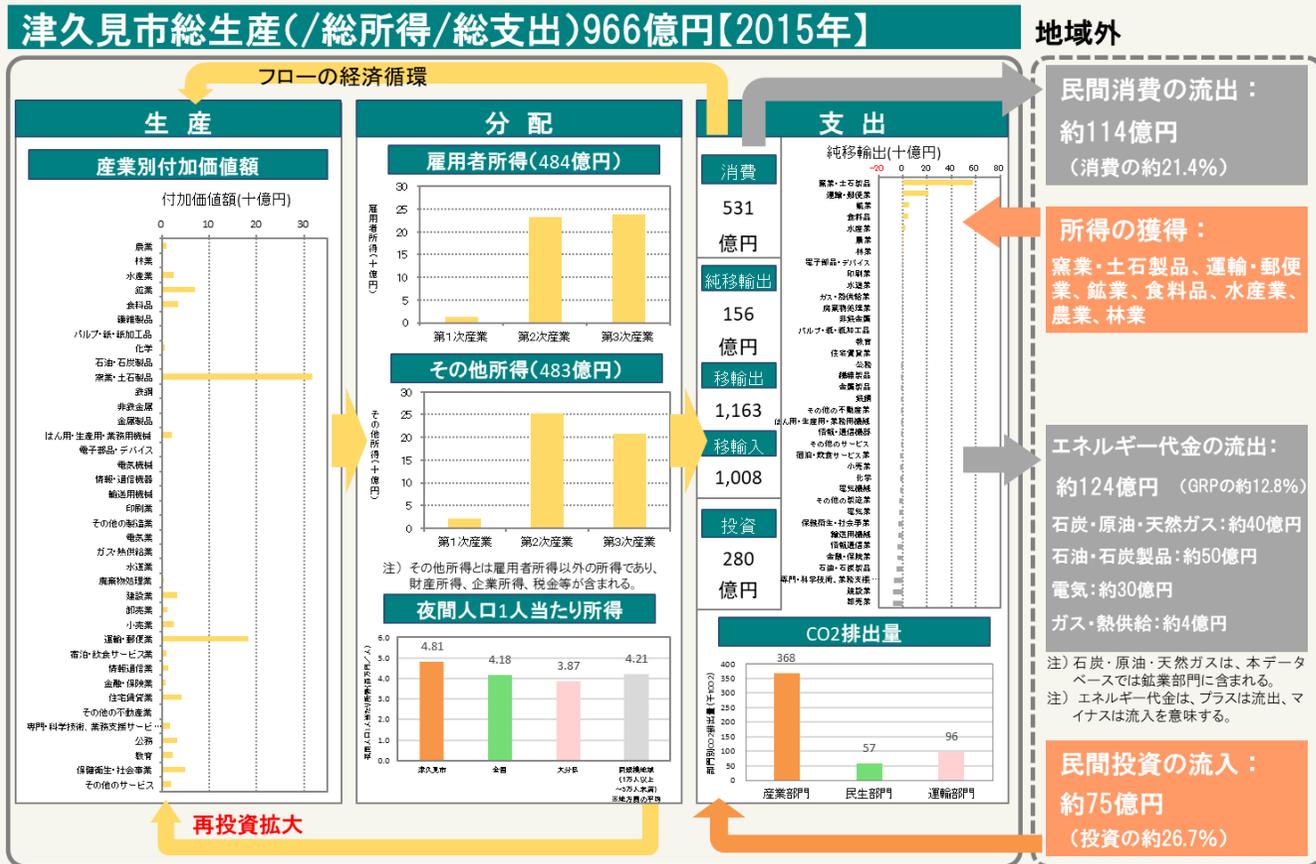
性年齢別転入超過数



出典：津久見市性年齢別転入超過数（2015-2019年の5か年平均）より作成

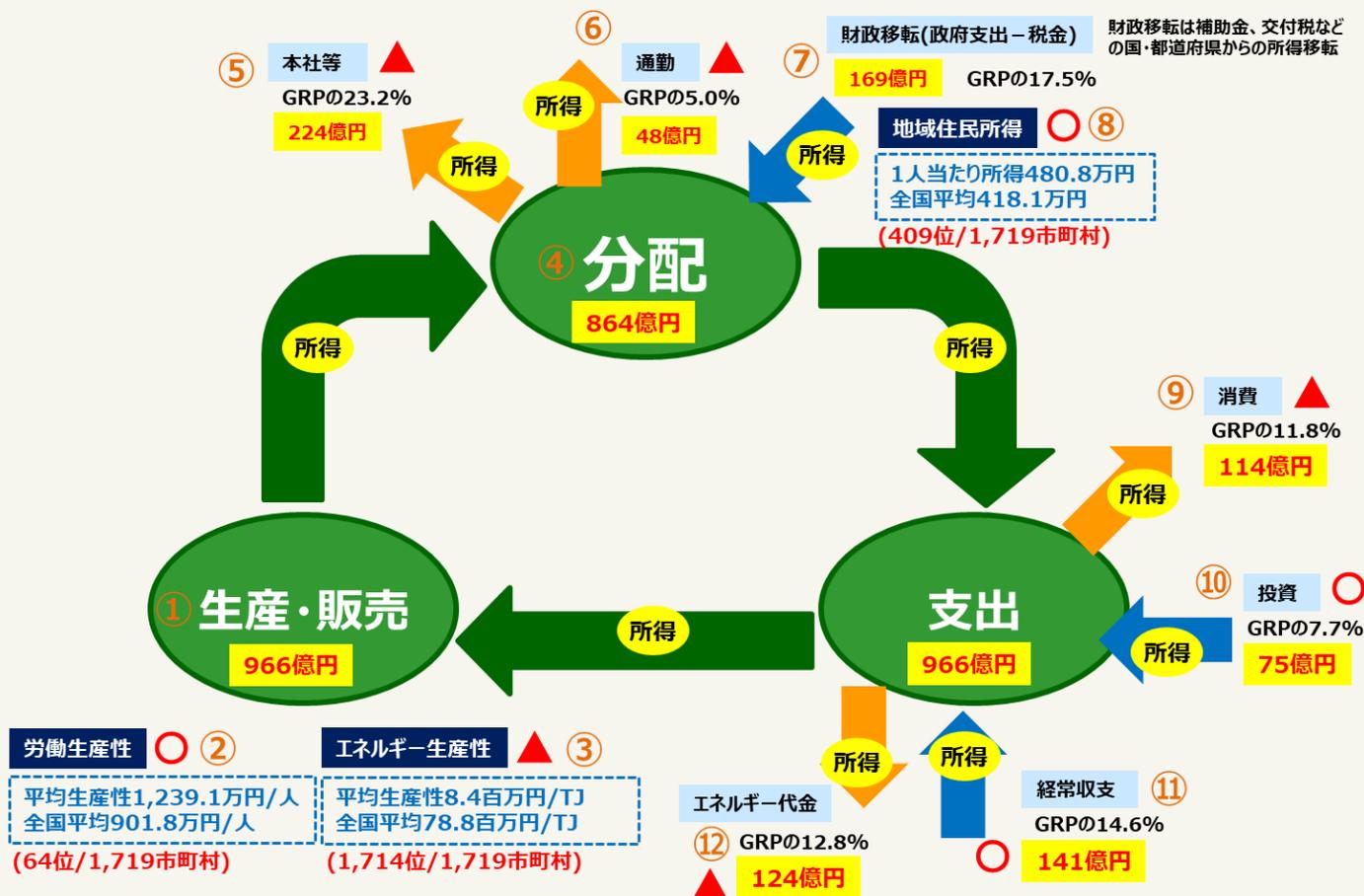
図表3-2-4① 津久見市の所得循環構造

- 津久見市では、**966億円の付加価値を稼いでいる**。うち市内への分配は864億円、うち本社等への資金として224億円が流出、通勤に伴う所得として48億円が流出している。財政移転（補助金、交付税など）として169億円が流入している。結果、**地域住民所得は1人当たり480.8万円と全国でも高水準**である。
- 最も付加価値を稼いでいる産業は、**窯業・土石製品**である。
- **買物や観光等により114億円が市外に流出**しており、その規模はGRPの11.8%を占めている。



図表3-2-4② 津久見市の所得循環構造

- 津久見市では、**966億円の付加価値を稼いでいる**。うち市内への分配は864億円、うち本社等への資金として224億円が流出、通勤に伴う所得として48億円が流出している。財政移転（補助金、交付税など）として169億円が流入している。結果、**地域住民所得は1人当たり480.8万円と全国でも高水準**である。
- 最も付加価値を稼いでいる産業は、**窯業・土石製品**である。
- **買物や観光等により114億円が市外に流出**しており、その規模はGRPの11.8%を占めている。

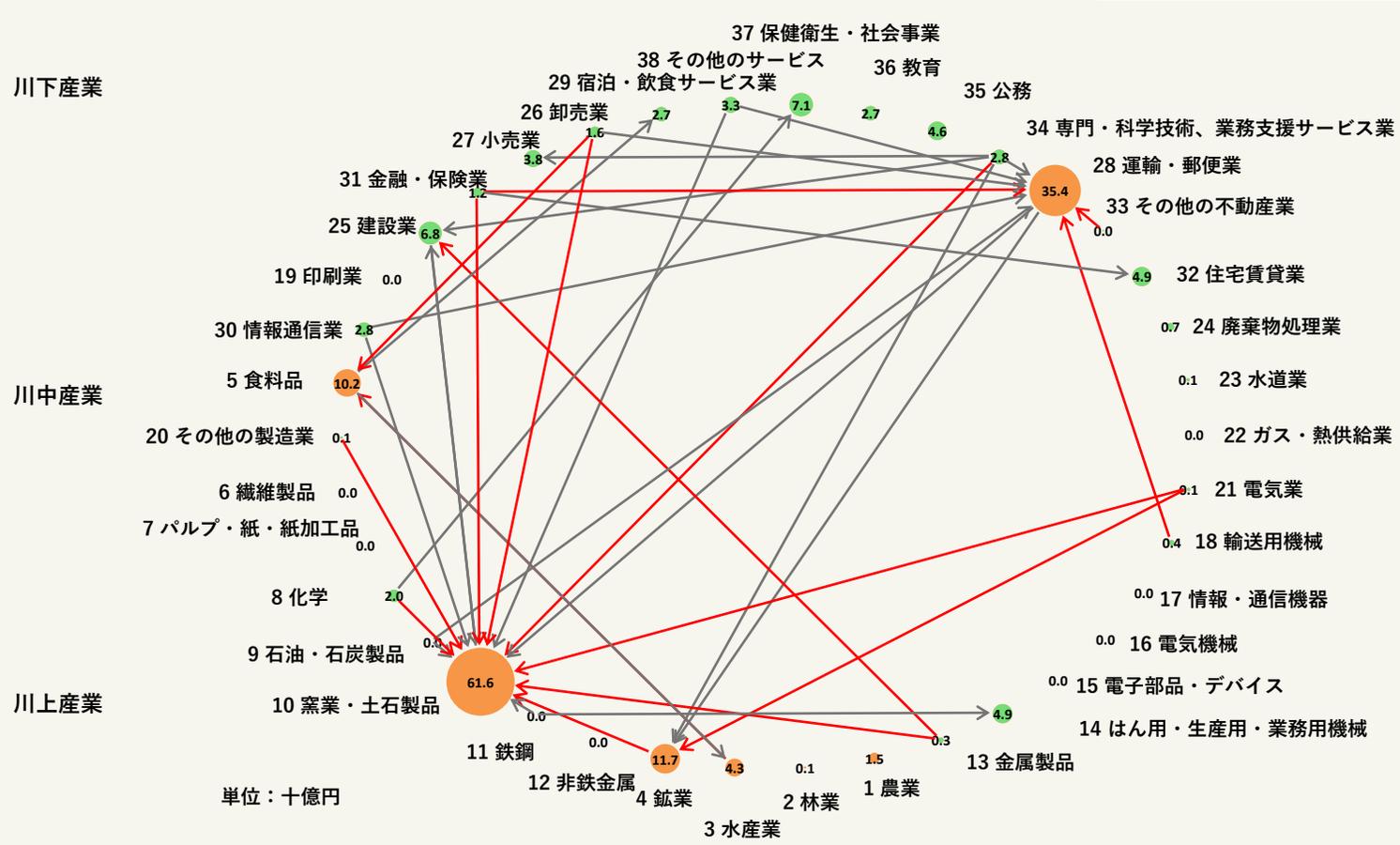


出典：環境省・DBJ、地域経済循環分析ツール (ver4.1) を用いて作成

図表3-2-5 産業間取引構造

- 当市の産業間取引構造において純移輸出額が大きいのは、窯業・土石製品であり、市内の多くの産業の中核となっている。

- 純移輸出額がプラスの産業
(数値及び円の大きさは当該産業の地域内生産額)
- 純移輸出額がマイナスの産業
(数値及び円の大きさは当該産業の地域内生産額)
- 当該産業(矢印始点)が他の産業(矢印終点)に販売した財・サービスの総額が地域内総生産額の0.2%以上を占める取引
- 当該産業(矢印始点)が他の産業(矢印終点)に販売した財・サービスの総額が地域内総生産額の0.2%以上を占める、かつ当該産業の地域内生産額の30%以上を占める取引



出典：環境省・DBJ、地域経済循環分析ツール (ver4.1) を用いて作成

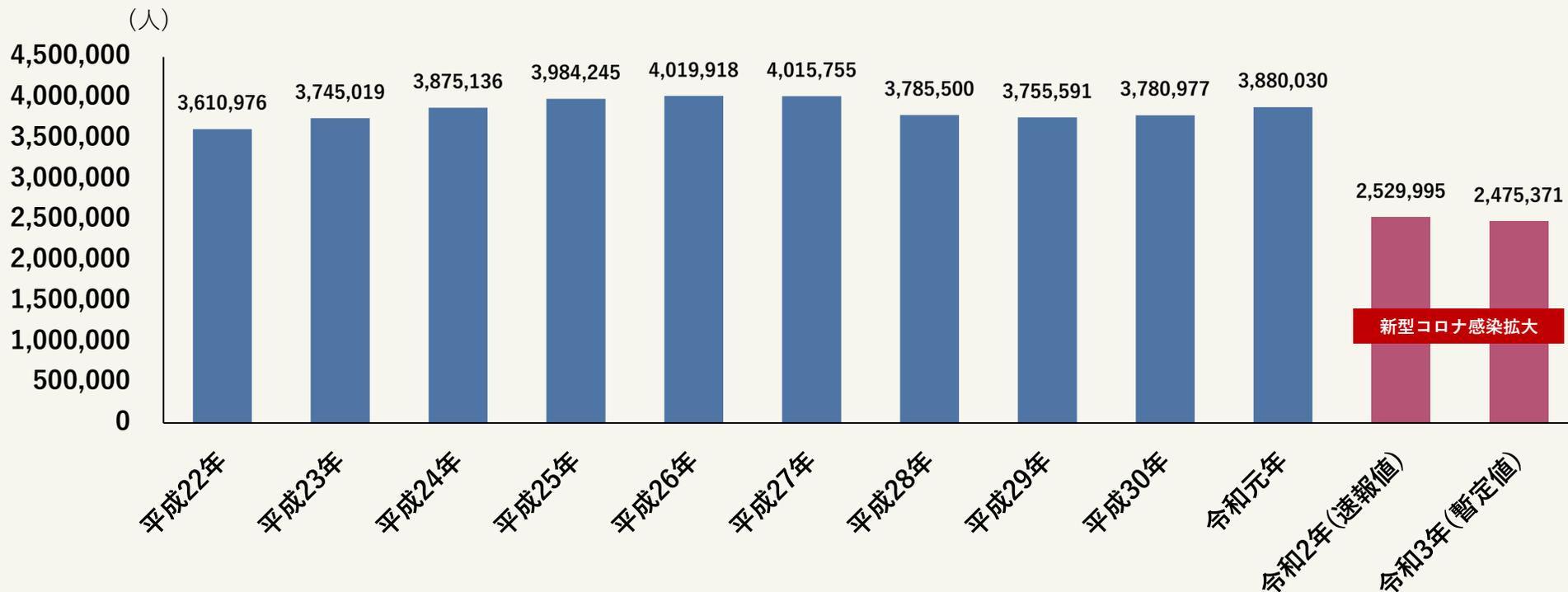
図表3-2-6 大分県の国内宿泊者数

- 大分県全体での国内宿泊者数は380万人前後で推移してきた。（新型コロナ感染拡大の影響を大きく受けて令和2年以降は250万人前後へと急減した）。
- 市町村別（令和元年度）では別府市、大分市で全体の7割を占めており、津久見市は県全体の0.7%未満である。

市町村別宿泊客数（令和元年度）

	宿泊客数 (人)	前年比 (%)	構成比 (%)
大分市	1,016,190	+4.2	21.8
別府市	2,177,071	△1.7	46.8
日田市	251,544	△10.2	5.4
竹田市	125,091	+0.5	2.7
由布市	319,744	△6.4	6.9
九重町	97,991	△24.9	2.1
その他の市町村	663,416	+9.1	14.3
県計	4,651,047	△0.5	100.0

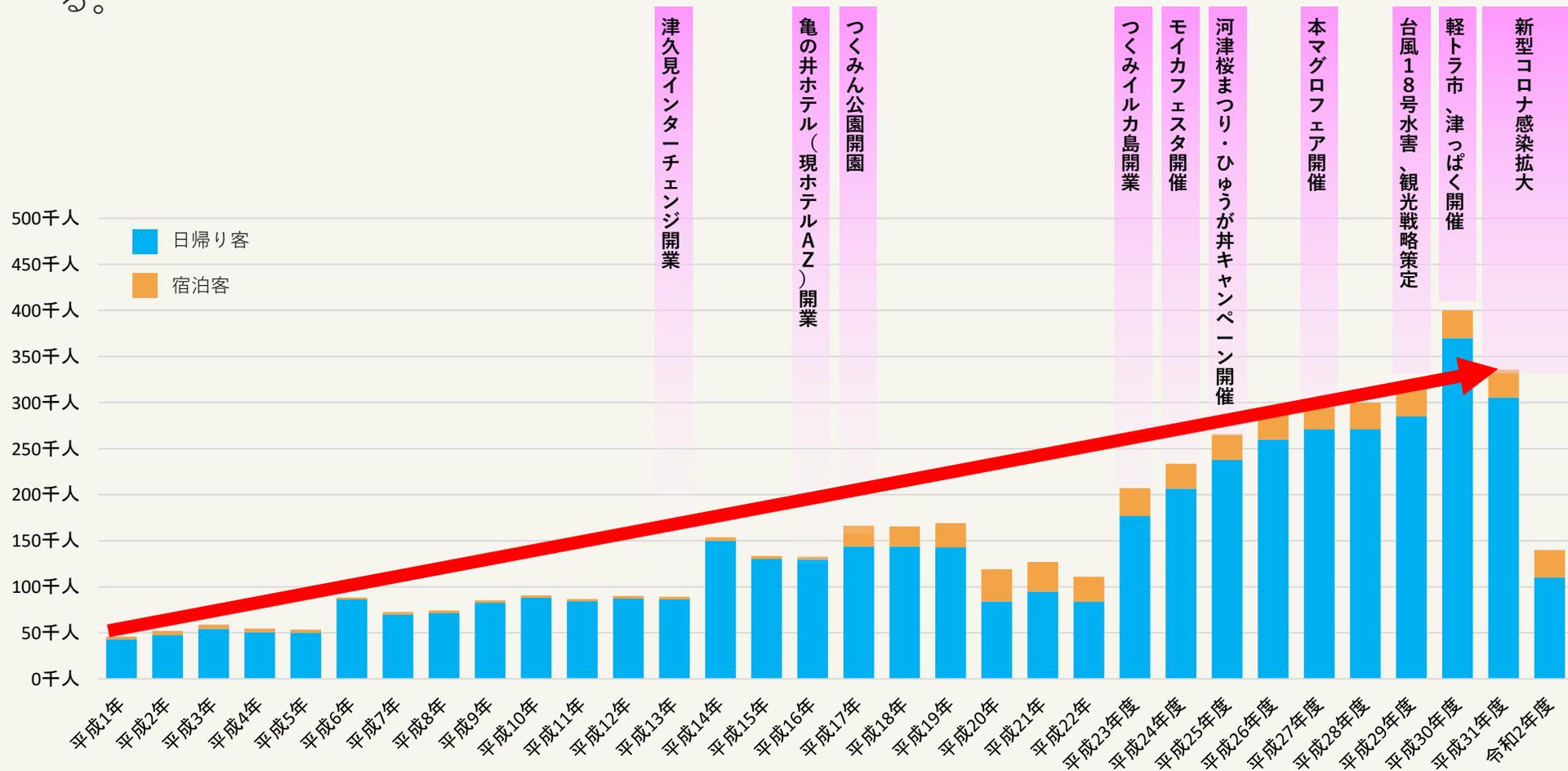
国内宿泊者数



出典：大分県観光統計より作成

図表3-2-7 津久見市の観光入込

- 津久見市の観光入込は、津久見IC開業、亀の井ホテル（現ホテルAZ大分津久見店）開業、つくみん公園開園、つくみイルカ島開業などを契機として順調に増加し、平成30年度に40万人となった。その後、平成31年度河津桜シーズンからの新型コロナ感染拡大の影響で大きく減少している。



出典：津久見市観光統計より作成

図表3-2-8 主な食観光キャンペーンの統計

- 津久見ひゅうが丼キャンペーン、津久見モイカフェスタは、本市を代表する食観光キャンペーンとして大分県内で定着しつつある。
- 年々順調に売上・平均単価を伸ばしており、新型コロナウイルス感染拡大下においても、大きく売上を落とすことなく、平均単価はむしろ向上している。ターゲットをそれぞれ明確化し、客単価向上に向けて取組が継続されている。



津久見ひゅうが丼キャンペーン



津久見モイカフェスタ



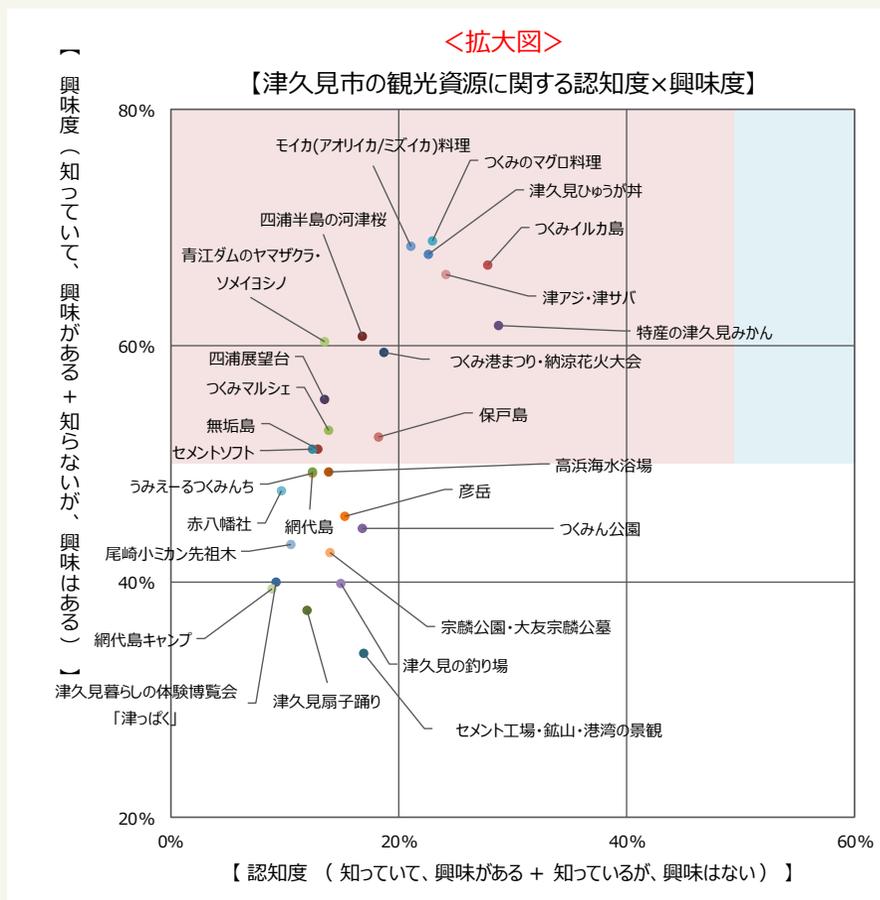
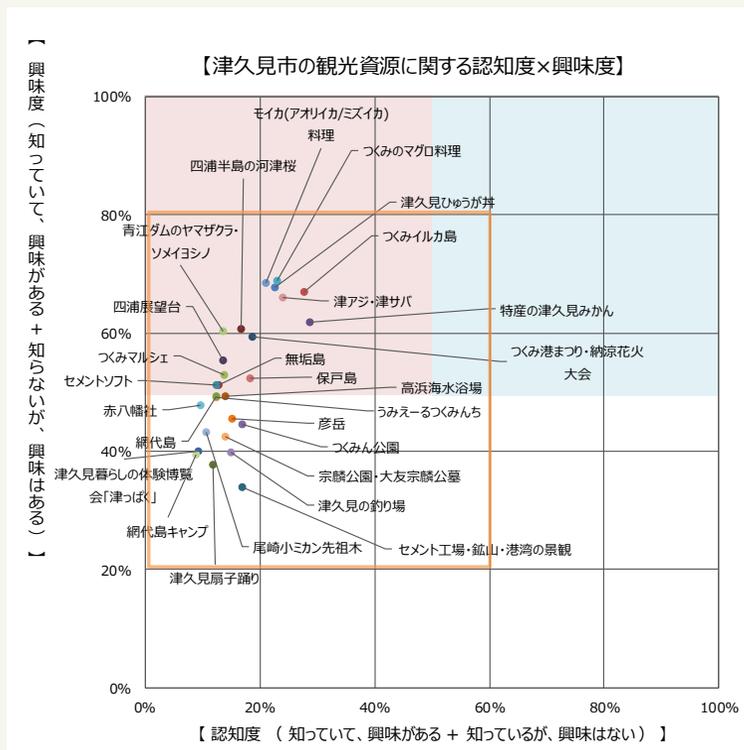
出典：津久見市観光協会調べ

図表3-2-9 津久見市の観光資源に関する認知度・興味度

- 2019年調査（じゃらんリサーチセンター）によると、全般に、当市の資源への「認知」は低いものの、「興味」が高い項目が多い。特に、食(モイカ料理、マグロ料理、津久見ひゅうが丼、津アジ・津サバ)が極めて高い。「認知」を高めるための取組を更に強化する必要がある。

「認知」は低い
が
「興味」は高い
今後のお宝項目

「認知」「興
味」
共に高い
現在の人気項目



出典：大分県津久見市、G A P 調査2019（じゃらんリサーチセンター）

図表3-2-10 水産業を活かした観光振興

- 観光協会による2020年調査（九州産業大学行平氏委託研究）を踏まえると、津久見のマグロ、津久見のモイカ、津久見の地魚（特にアジ・サバ）を、観光と結び付けることで水産業の振興に大いに貢献することが提言されている。

2020年3月
九州産業大学
地域共創学部
行平真也

【概要版】
大分県津久見市における水産業を活かした観光振興の方向性の研究

津久見市の水産業の現状	観光振興の方向性
<p style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 2px;">水産業を活かした観光振興の現状</p> <p>【津久見のマグロ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 2008年2月「津久見まぐる研究会」設立 2013年度～「津久見ひゅうが丼キャンペーン」 <ul style="list-style-type: none"> 2019年度実績：9,192食、938万円 客単価が年々向上（2019年度：1,020円） 2014年度～「つくみ産本マグロフェア」 2016年9月 豊後まぐるヨコヅナ誕生 2019年9月 「つくみまぐる祭り」 <p>【津久見のモイカ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 2011年度～「津久見モイカフェスタ」 <ul style="list-style-type: none"> 漁業者・漁協・飲食店の3者連携 2019年度実績：9,797食、1,976万円 客単価（2019年度：2,017円） キャンペーンを目的としたお客様が多い <p>【津久見の地魚】</p> <ul style="list-style-type: none"> 津久見の地魚の「質の高さ」と販売戦略により、多くは市外流通。 そのため、津久見の地魚は市内にはあまり流通していない。 	<p>【津久見のマグロ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 津久見市は大分県一の「マグロ料理の町」。 マグロを津久見市の食の中心に据え、マグロによる観光振興を図る。 マグロを模したモニュメント・看板の設置などを行うことが望ましい。 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>マグロの完備さ</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>マグロちゃんぽん</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>マグロのモニュメントの例 (青森県大間町)</p> </div> </div> <p>【津久見のモイカ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 認知度をさらに高める ブランド力の強化 資源の維持増大 <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p>モイカ(アオリイカ)： 「イカの王様」と呼ばれる。 さらなる認知度向上を図る。</p> </div> <p>【津久見の地魚】</p> <ul style="list-style-type: none"> 潜在的なニーズは高い 販路の確保 鮮魚の直売所の整備 <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p>津久見産アジ： 大分市はアジ・サバの消費 金額・消費量が全国上位で あり、地魚のニーズが高いこ とが示唆される。</p> </div> <p>【特産品の開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> マグロやモイカ関連の特産品の充実 <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p>津久見ひゅうが丼キャンペーンや 津久見モイカフェスタのお客様が購入したいと思う 特産品(お土産物)の開発・充実が望まれる。</p> </div>

出典：令和元年度津久見市観光協会受託研究調査報告書

「大分県津久見市における水産業を活かした観光振興の方向性の研究（概要版）」、2020年3月、九州産業大学地域共創学部 行平真也より

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。UNWTOは「2020年は観光業にとって史上最悪の年」と表現。

● 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2,517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。

● 観光市場や消費者行動の変化

- 観光分野におけるデジタル技術の活用が急速に進展。
- 近隣旅行への注目、個人旅行から回復傾向、アウトドア等の人の接触が少ない観光が注目。

● 本市の観光への影響

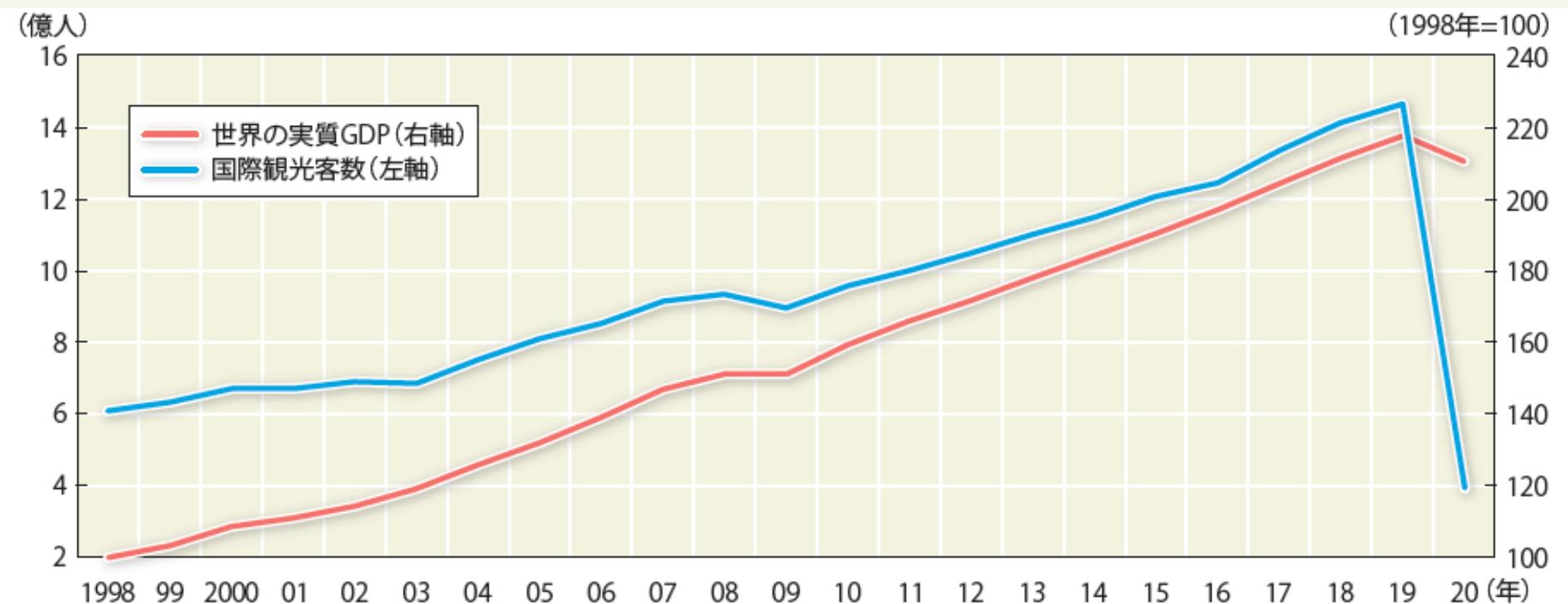
- 新型コロナ感染拡大の影響により、観光施設等への来訪が急減。
- イベントの中止等が相次いだ影響で観光客数が大幅減。その中でも感染症対策を前提とした食観光やイベント等を継続し、一定の集客を確保。

図表3-3-1 新型コロナウイルス感染拡大による影響

(国際観光客数と世界の実質GDPの推移)

- 新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) によって、観光が前提としている「人の移動・接触 (交流)」は大きな制限を受けた。「人の移動・接触 (交流)」が制限された結果、世界の観光は多大な影響を受けることとなった。

国際観光客数と世界の実質GDPの推移



資料：UNWTO(国連世界観光機関)、IMF(国際通貨基金) 資料に基づき観光庁作成

注1：世界の実質GDPは、1998年(平成10年)を100として指数化。

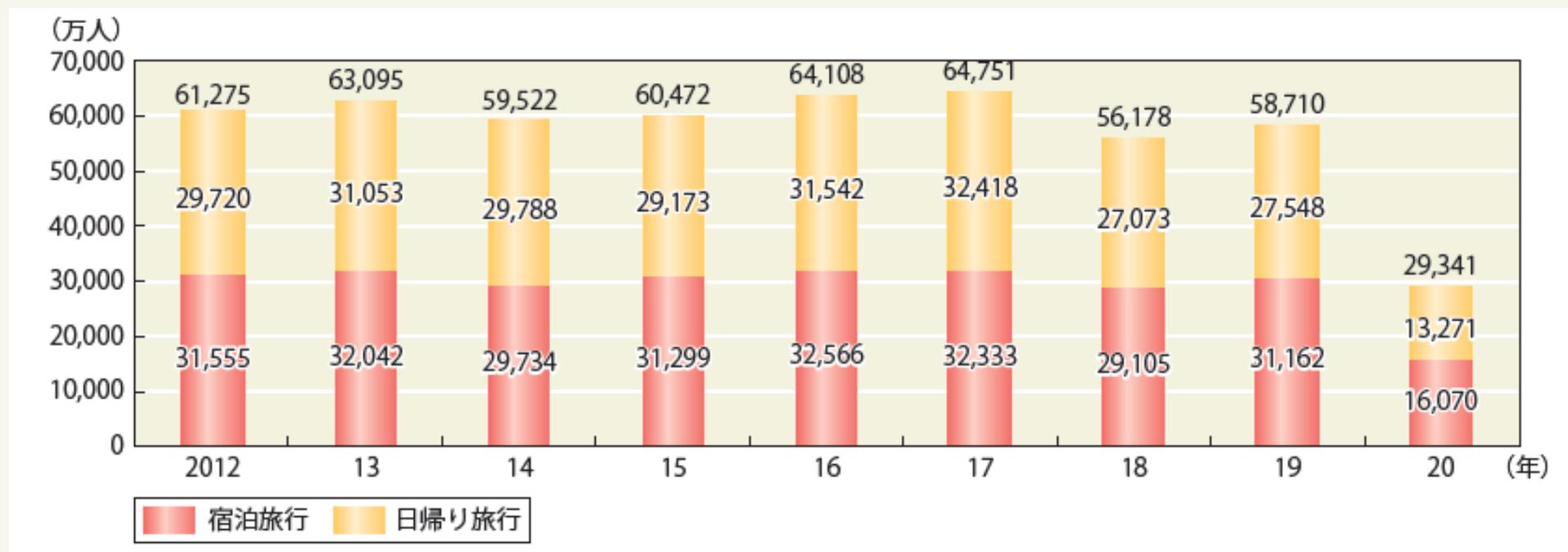
出典：観光庁、令和3年版観光白書

図表3-3-2 新型コロナウイルス感染拡大による影響

(日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移)

- 国内旅行も大きく減少した。2020年（令和2年）の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ1億6,070万人（前年比48.4%減）、国内日帰り旅行者数は延べ1億3,271万人（前年比51.8%減）と、宿泊旅行、日帰り旅行ともに大きく減少した。

日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



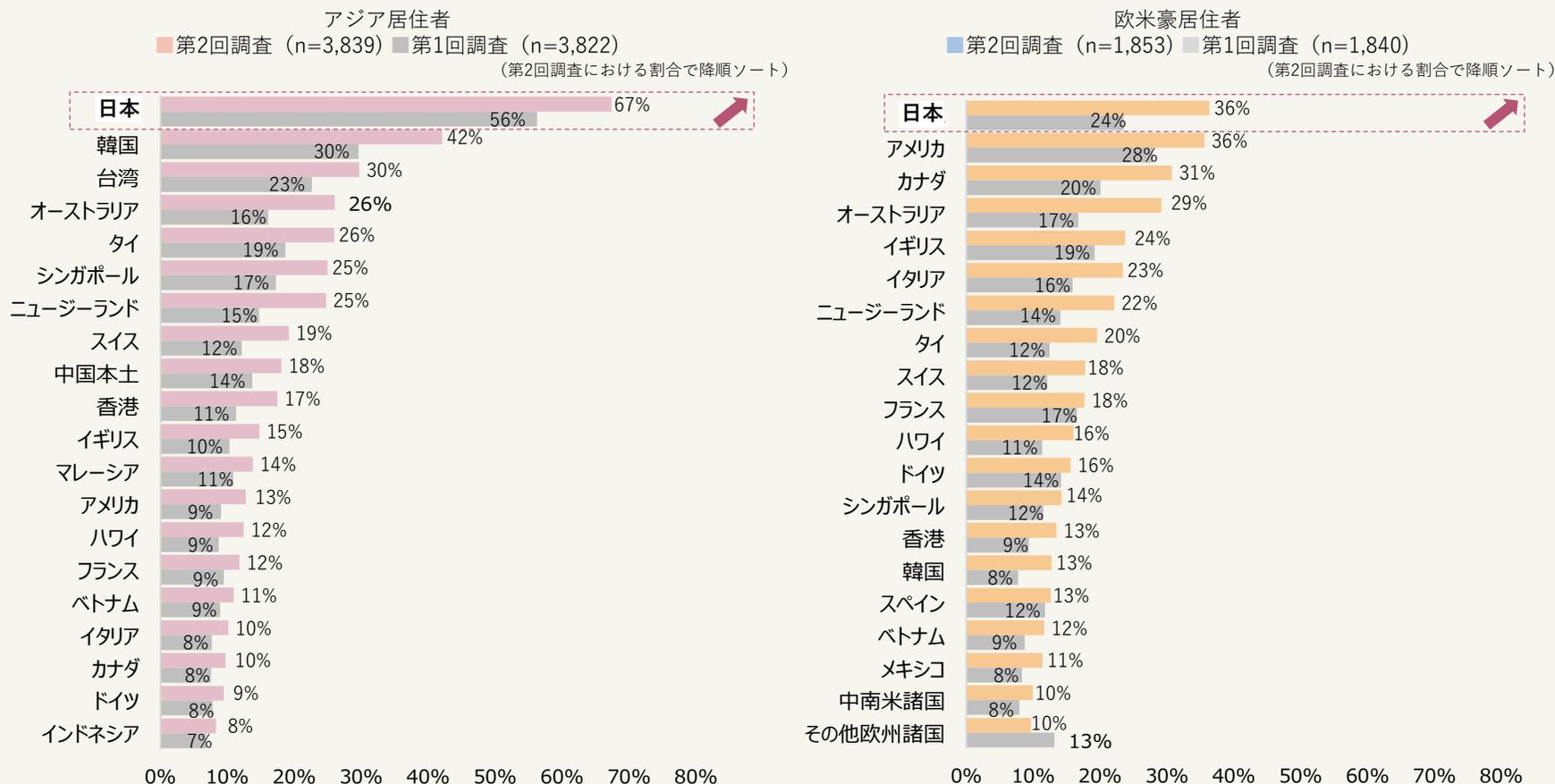
出典：観光庁、令和3年版観光白書（旅行・観光消費動向調査）

図表3-3-3 新型コロナ収束後の海外旅行実施意向（アジア、欧米豪）

- **新型コロナ収束後の海外旅行実施意向はアジア・欧米豪とも上昇傾向にある。**次に海外観光旅行したい国・地域の1位は「日本」（全国籍・地域で57%）で、第1回調査からアジア・欧米豪ともに選択率が上昇し、欧米豪でも1位となっている。

新型コロナ収束後に観光旅行したい国・地域

（回答は最大5つまで）



※1 新型コロナウィルス終息後に海外観光旅行について「(したい)と思わない」を選択した対象者および次に海外観光旅行の検討を再開するタイミングについて「現在の状況からは海外旅行の検討再開は考えられない」と回答した対象者を除く全員から回答を得た。

※2 全体の割合において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」または「近隣国」が同じ場合、当該国・地域の回答はサンプル数から除いている。

図表3-3-4 新型コロナウイルス感染拡大と新しい旅行需要

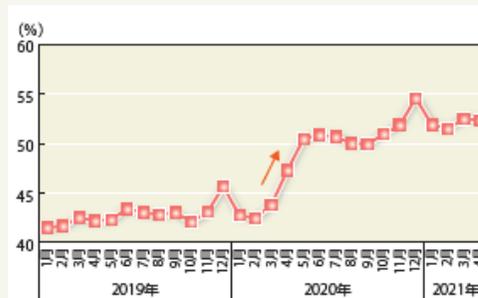
- 新型コロナの感染拡大の影響により、**新たな旅行スタイルが注目**されている。オンラインツアー、ワーケーション（テレワーク等を活用し、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと）、近場旅行（修学旅行を含む）、インターネットを活用した通信販売なども拡大傾向である。

今後の国内旅行についての考え



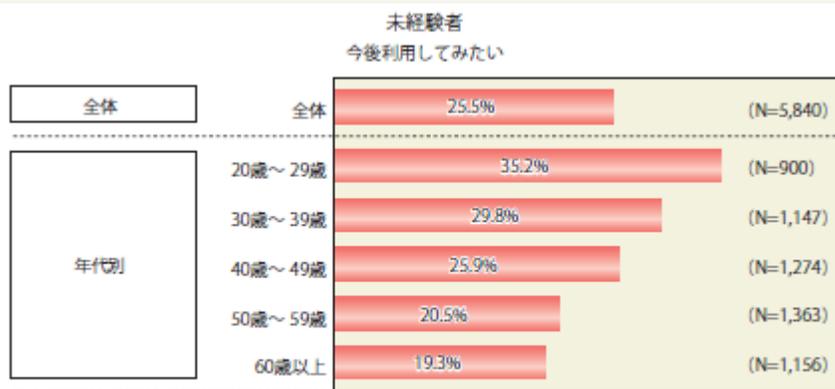
資料：JTB「国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査(2020年12月)」

ネットショッピング利用世帯の割合の推移



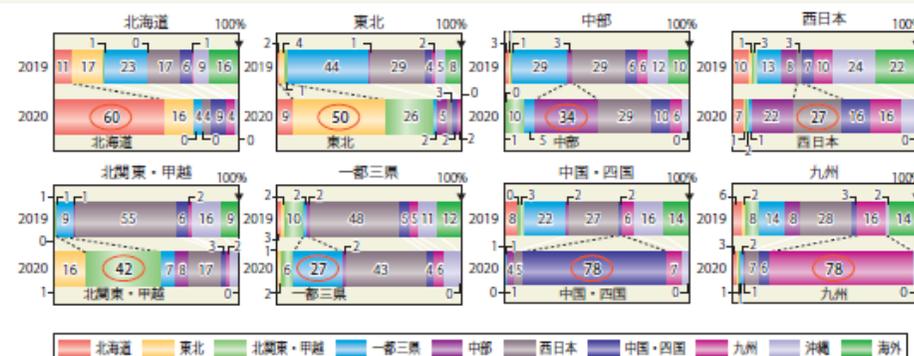
資料：総務省「家計消費状況調査」

オンラインツアーに対する意向



株式会社JTB総合研究所 「新型コロナウイルス(COVID-19)に関連したアンケート調査」(2020年9月)

発地別・修学旅行目的地の割合の変化



資料：2019年度・2020年度の(株)JTBの修学旅行取扱件数をもとに(株)JTB総合研究所分析作成
注1：2020年度のみ2020年4月～2021年1月のデータ(2021年1月末時点の数値のため、その後の中止や目的地変更は未反映)
沖縄発の修学旅行は含まない

第4部 第2期津久見市観光戦略

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 4-1 今後の課題 | 4-6 基本方針と重点施策 |
| 4-2 本戦略がめざすもの | 4-7 SDGsの達成への貢献 |
| 4-3 戦略目標 | 4-8 目標値 |
| 4-4 獲得を目指すターゲット | 4-9 本戦略の推進体制 |
| 4-5 観光商品づくりのコンセプト | |

4-1 今後の課題

● 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、稼げる仕組や土台を更に強化する必要がある。
- 観光を通じて、本市や、本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。
- 本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 本戦略が目指すこと

● 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（観光まちづくり）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」の定義に基づく。
 - 観光の例：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、教育等。

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、前期戦略から継続する。
- 観光を通じて、新型コロナウイルスの感染拡大の影響から復興し、本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共に、市内外との交流を通じて、本市の魅力や誇り（シビックプライド）を高めることで活力を創造し、本市の魅力を、次世代の子どもたちへ自信をもって継承し、持続可能なまちづくりを目指す。

● 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、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

● 新型コロナウイルス感染拡大以前の顧客を回復する

- 新型コロナウイルスの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層や小グループの旅行等が激減した。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、子育てファミリーにとっての魅力を高め、移住・定住促進に結びつけることが重要である。
- 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、新たな顧客として、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。
- 本市単独ではなく、大分県や日豊経済圏等の広域連携による情報発信や、観光周遊コースの開発・活用が必要である。

● 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・イメージアップと共に、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

- 「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」
前期戦略のコンセプトを踏襲し、受入体制・環境の整備等を進めていく

- 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、本市の暮らしや経済を支えている。
- 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、そして約1億年前に形成された「無垢島」の地層、大地の活動が生み出したリアス海岸の風光明媚な景観は大地＝地球の恵みそのものである。
- 人びとは、この地で、地形と気候の恵みを生かし永くミカンを栽培（西暦740年）し、海山に囲まれたこの地は大友宗麟公終焉の地として「津久見扇子踊り」（約450年前）が残され、海を行き交う人々は「保戸島」に独特の集落形態とマグロ文化を築いた。近年も、地形・海・気候を生かした「つくみイルカ島」「つくみの桜」は人々を魅了し続けている。
- 本市には、地球の歴史や宇宙のロマンを感じさせる豊富な資源があり、そして、「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る。
- 市民が、本市が有する資源に誇りを持ち、その価値観を再認識すると共に、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、こうした独自性が強い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

- 戦略目標の実現に向けて、3つの基本方針、9つの重点施策を掲げる。

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

市民が主役となった観光まちづくり活動の推進

基本方針 2
市民が津久見で稼ぐ
仕組づくり

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
生み続ける土台づくり

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

地域連携による観光推進体制の確立と機能強化

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共に、本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	本市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。
重点施策1-2 津久見の知名度と地域イメージの向上	観光を通じて本市の暮らしを支える産業や、市民の宝である資源を含めて連携・活用し、本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 市民が主役となった観光まちづくり活動の推進	市民が主役となり、市内団体、企業、関係人口も関わりながら、観光まちづくり活動を推進す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

- 本市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	本市の観光資源への、市民の理解を深めることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> 「つくみ観光市民講座」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等） 市民向け情報発信の強化（市報の活用等） 	総務課 商工観光・定住推進課 生涯学習課	観光協会 他
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、本市の子どもたちが、本市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"> 「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等） 	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 他
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を保全・継承し、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"> 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、財源確保等） 津久見の郷土の歴史・文化・芸能の記録（デジタルアーカイブ化等） 網代島の魅力の保全と持続可能な活用方法の検討等 	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 他

重点施策1-2 津久見の知名度と地域イメージの向上

- 観光を通じて本市の暮らしを支える産業や、市民の宝である資源を含めて連携・活用し、本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、本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"> 「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、一体的な情報発信等） 	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 他
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」をはじめとする本市資源の魅力アップを通じた本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"> つくみの桜（河津桜、ヤマザクラ、大漁桜、牡丹桜等）の維持強化と拡充（植樹推進、維持管理体制の見直し・強化、桜観光の受け入れ態勢の強化等） 離島・半島部の観光魅力向上（保戸島ツーリズムの推進、四浦半島・長目半島の活用推進等） 	商工観光・定住推進課 農林水産課 総務課 経営政策課	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 他
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、本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"> 体験観光の推進（津っぱく等） 所有メディア（公式HP、公式動画サイト、公式SNS、市報等）を活用した本市の知名度とイメージの向上 マスメディア発信の強化（パブリシティの強化、マスメディア連携等） 各種イベントにおける戦略的情報発信（出店PR等） 	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 他

重点施策1-3 市民が主役となった観光まちづくり活動の推進

- 市民が主役となり、市内団体、企業、関係人口も関わりながら、観光まちづくり活動を推進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
1-3-1	主体的な観光まちづくり活動の支援	市民、団体、企業・関係人口による主体的な観光まちづくり活動を拡大することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> 市民、企業、団体、関係人口による主体的な観光まちづくり活動の支援（まちづくり推進事業等） 	商工観光・定住推進課	観光協会 まちづくり団体 他
1-3-2	観光まち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・関係人口の参加を促進し、関わりを深めることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> 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・関係人口の参加促進等、福祉・高齢者施設も含む） 市民が参加できる仕組づくりと活用（おおいた歩得の活用等） 	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 他
1-3-3	観光まちづくり活動に関する情報共有の強化	市民、団体、企業・関係人口による主体的な観光まちづくり活動の情報共有を促進し、地域と多様に関わる関係人口を創出することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> 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、つくみ観光ニュース等の取組強化、意見交換の機会づくり、津久見人会等への情報発信等） 	商工観光・定住推進課 総務課	観光協会 まちづくり団体 他

図表4-6-1 産業観光まちづくり

- 産業の持続的発展を目指すうえで、観光は様々な角度から貢献し得る。
- 当市でも、観光を通じて、石灰石・セメント産業を軸とする当市の特徴ある産業の周知やイメージアップを図り、それによって津久見の知名度向上、市民の誇り（シビックプライド）の醸成、そして持続可能な暮らしを作っていくための取組が始まっている。

【産業観光をつうじた企業価値向上と地域振興の共存共栄】



企業の 価値向上

- 企業の知名度向上
- 地域社会からの尊敬
- 従業員の誇りの醸成
- 将来の優秀な人材の確保

地域振興

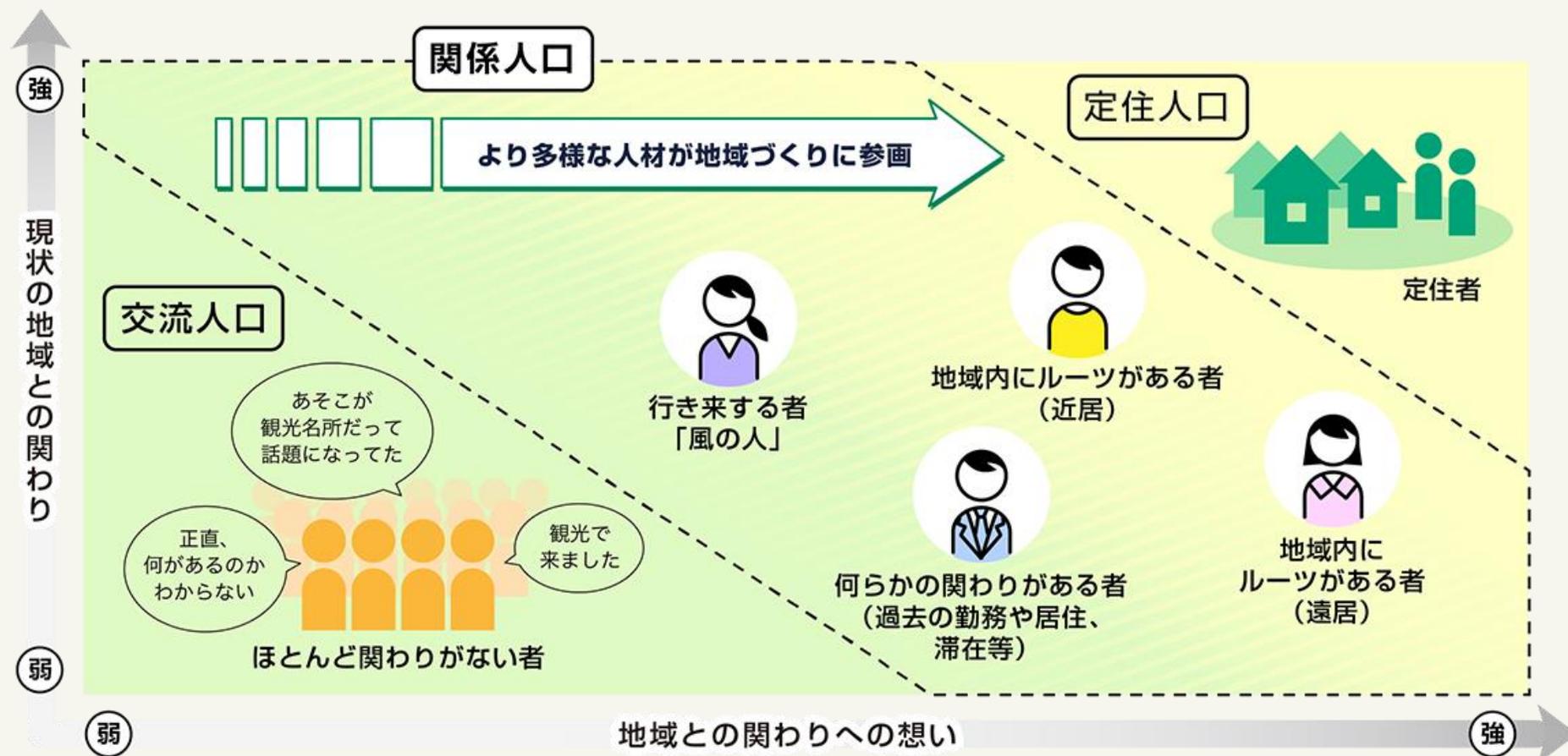
- 津久見の知名度向上
- シビックプライドの醸成
- 持続可能な暮らし



産業観光まちづくりの取組

図表4-6-2 注目される関係人口

- 「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指す。
- 地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面していますが、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されている。



基本方針 2 市民が津久見で稼ぐ仕組づくり

- 市民が観光を通じて稼ぎ、観光消費を地域に取り込むための仕組づくりを推進する。

重点施策	目的
重点施策2-1 新型コロナ禍からの津久見の経済の復興	新型コロナウイルス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。
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。
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。

重点施策2-1 新型コロナ禍からの津久見の経済の復興

- 新型コロナウイルス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	新型コロナウイルスの感染対策の普及啓発と支援	新型コロナウイルスの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"> 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等） 利用分散化に向けた対策の実施（利用の平準化、混雑状況の発信等） 	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 他
2-1-2	新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けた事業者等の事業継続支援	新型コロナウイルスの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"> 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、利子補給等） 事業者等と連携した感染拡大対策等 	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 他
2-1-3	アフターコロナにおける観光需要回復促進	新型コロナウイルスの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"> 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等 	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 他

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"> 新規創業及び二次創業の支援（創業支援、事業承継支援等） 新たな特産品やビジネスモデル等の開発支援（専門家指導等） 観光との連携を視野に入れた新たな企業の誘致等 	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 他
2-2-2	観光商品・サービスの開発促進	本市の魅力を活かした新たな観光商品・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"> 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等） 「産業観光まちづくり」他と連携した商品開発促進 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等） 	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 他
2-2-3	観光商品・サービスの流通促進	本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"> 商談資料の制作（市内産品商品リスト等） 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等） 	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 他

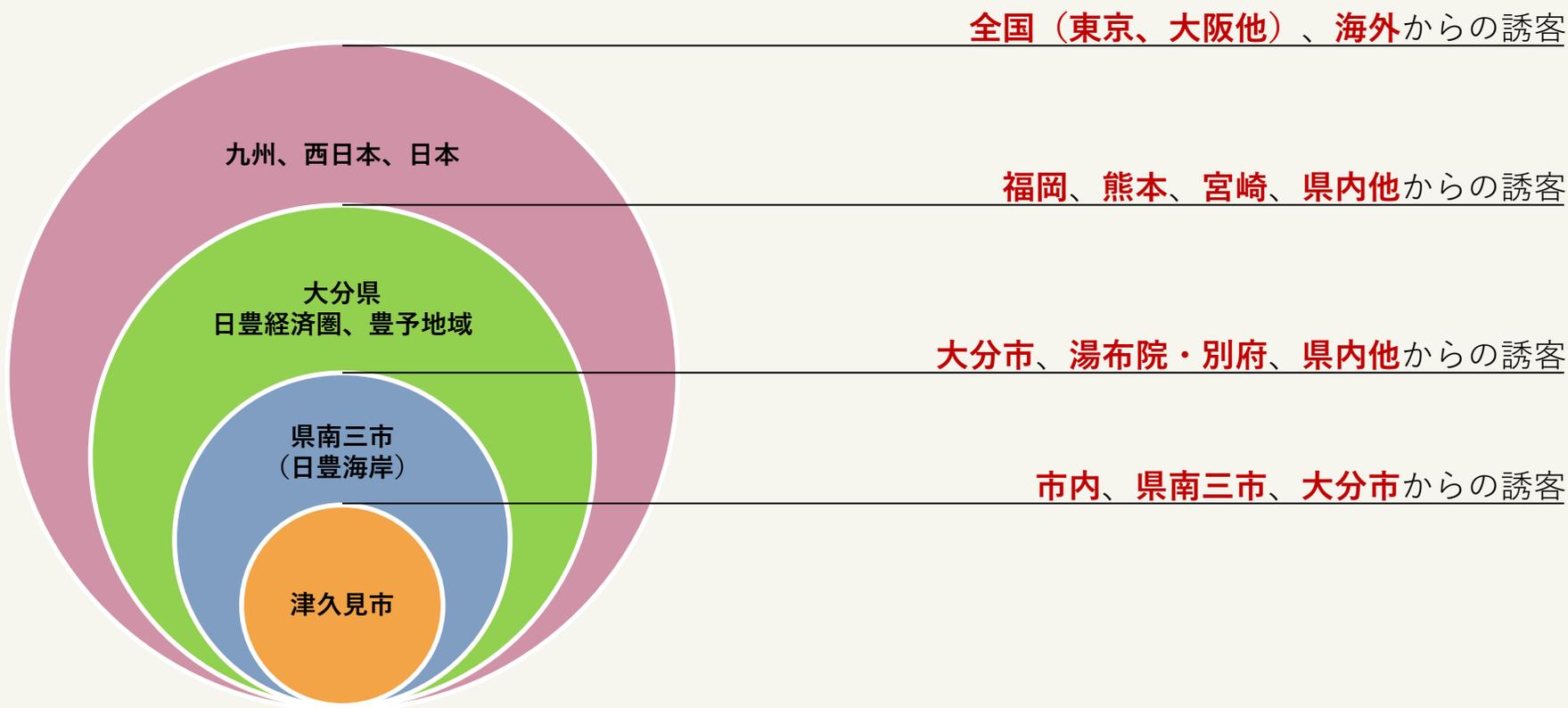
重点施策2-3 観光を通じて稼ぐ機会づくり

- 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)	本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"> 食観光キャンペーンの集客強化、高付加価値化、新たな素材の開拓等 	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 他
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"> 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、豊後水道河津桜まつり等） ふるさと納税制度を活用した販売促進等 	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 他
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"> 情報露出の拡大（メディア取材への対応、公告露出の強化等） 	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 他

図表4-6-3 広域圏での連携イメージ

- 津久見市の魅力強化、ブランディングを図ると共に、ターゲットが遠方であるほど、より広域での連携を意識する。
- 食材（海産物、農産物など）や土産（加工品、菓子など）、体験アクティビティ等も市町村の境界を越えた魅力づくりやブランディングに取り組んでいく。



※日豊経済圏：大分県南～宮崎県北のエリア。臼杵市、津久見市、佐伯市、延岡市、日向市、門川町。
※豊予地域：大分県中部振興局及び愛媛県八幡浜支局の管轄エリア。
※県南三市（日豊海岸エリア）：津久見市、臼杵市、佐伯市

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

- 観光まち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
地域連携による観光推進体制の確立と機能強化

本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"> 整備計画づくりの推進 運営にかかる計画・体制づくりの推進 商品やサービスの充実に向けた検討等 	商工観光・定住推進課 まちづくり課	観光協会 商工会議所 他
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"> 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等） つくみイルカ島の魅力向上（施設の維持管理、機能強化等） 魅力ある公園の維持（大友公園、宗麟公園、四浦展望台等） 	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 他
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"> 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、図書館等） スポーツ合宿等との連携等 	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 他

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"> ・ 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等） ・ 景観スポットの整備（工場景観スポット：大友公園、つくみん公園等） ・ 離島、半島部の地域活性化（地域課題対応ツーリズム促進事業等） 	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 他
3-2-2	広域周遊のための仕組づくり	広域周遊を通じて本市に訪れる仕組をつくることを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広域周遊ルートの開発促進（大分県内連携、豊予地域連携、日豊海岸連携等） ・ 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の検討等） 	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 他
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"> ・ 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、広域連携等） ・ 外国人受入に向けた受入体制づくり（接遇講習等） 	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 他

重点施策3-3 地域連携による観光推進体制の確立と機能強化

- “津久見版”観光DMO・DMC機能を確立し、地域連携の強化、受入体制の強化を図りながら、「オール津久見」の観光まちづくりを推進することを目的とする。

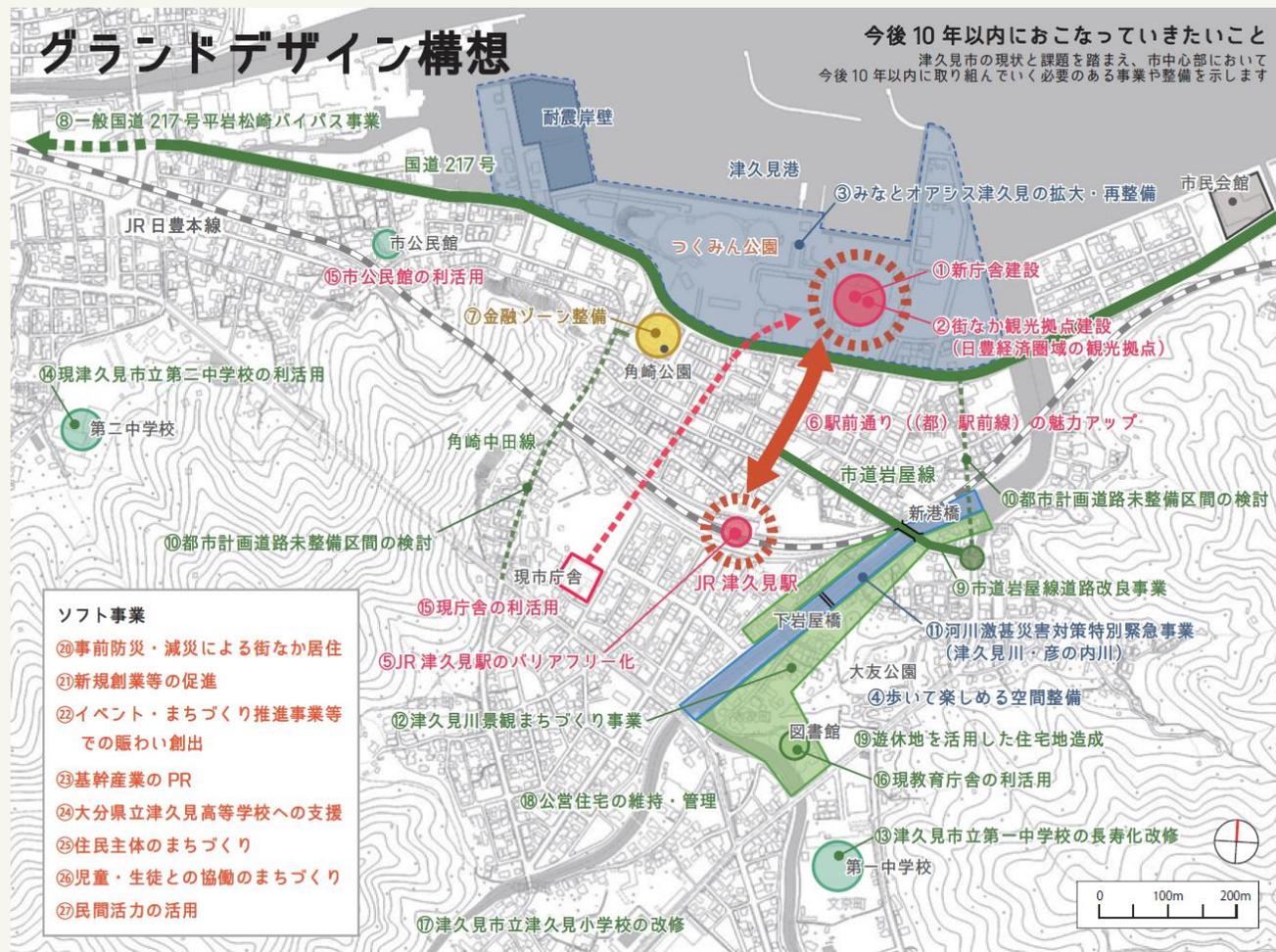
no.	重点事業	目的	事業イメージ	担当課	主な関係主体
3-3-1	観光協会の体制・機能強化	本市の観光を推進する中核として、観光協会の機能・体制について整理し、強化することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> 観光協会に求められる機能に必要な人員体制の確保 観光協会の法人化 “津久見版”観光DMO・DMC機能の確立等 	商工観光・定住推進課	観光協会 他
3-3-2	観光地マーケティング情報の収集と活用	本市の観光を推進するうえで、官民の共通理解を得るために必要となる統計データの収集と活用を推進することを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> 観光統計データの精査と効率的な取得方法の見直し 観光統計データの分析結果の共有等 	商工観光・定住推進課 経営政策課	観光協会他
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"> キャッシュレス決済推進 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等） 	商工観光・定住推進課	商工会議所 商業協同組合 観光協会 他

【“津久見版”観光DMO・DMC機能】

津久見の観光資源（観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など）に精通し、市民の、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成し、関係者と協働しながら、観光まちづくりを担う機能のこと。

図表4-6-4 市中心部グランドデザイン

- 今後10年以内に取り組む必要がある事業を整理した**将来イメージ**。
- 市中心部の将来像を「**津久見の顔となるにぎわいと活力を創造するまちづくり**」として掲げ、市中心部の円滑な移動を目的とし、市道岩屋線の拡幅や岩屋三差路へのラウンドアバウト導入といった交差点の改良にも取り組んでいくもの。観光客の市内外における周遊促進に向けて、本戦略と密接に連携して取り組んでいく。



図表4-6-5 観光DX

- 「DX (Digital Transformation)」は、エリック・ストルターマン氏が提唱した「進化し続けるテクノロジーが生活をより良くしていく」という概念。IT活用による作業の効率化に留まらず、デジタル技術によって、人々の生活がより良くなるための変革、既存の価値観を覆す技術の革新を意味している。
- 新型コロナ感染拡大をきっかけに急速なデジタル化の潮流が生まれ、2021年9月にデジタル庁が発足。観光庁では観光DXの推進による観光サービスの変革と観光需要の創出に向けて取り組んでいる。

地域事業者・エリアマネジメント向け

コンシューマー向けサービス

分析基盤・可視化

移動・物流

情報提供

JR西日本コミュニケーションズ
●360度バーチャルツアープラットフォーム

ぐるなび/Local Craft Japan/
北海道バーチャルトラベル/青森オンライン
魅力発信/アド・インタフェース/
たかやまくえあすと/南知多/味園ビル/
倉吉観光マイル/瀬戸内文化振興/
愛媛地方創生/高知バリアフリー

観光コンテンツ・体験

青森オンライン魅力発信/
アド・インタフェース

顧客管理(CRM)

消費促進

決済

ぐるなび
●食体験プラットフォーム

パナソニックシステム
ソリューションズジャパン

- 顔認証による決済等
- 手ぶら観光
- シームレスな観光

リアルタイムデータ取得

周遊促進

鹿島アントラーズ・
エフ・シー

- ダイナミックプライシング
- 渋滞緩和
- デジタル周遊促進

- ゼンリンデータコム
- モビリティとXRの融合
- 周遊促進AIアプリ

- 京浜急行鉄道
- バスの走行状況と連動したXR体験
- PLATEAU連携

収益・消費の促進に資する項目・要素

開発事業者
●事業概要

活用事業者
●事業概要

出典：観光庁、令和3年度DX事業の採択案件の傾向分析を基にJTBF作成

4-7 SDGsの達成への貢献

● 持続可能な社会に向けた取組

- 本戦略に基づく施策は、SDGs（持続可能な開発目標）達成に貢献するもの。
- 本戦略と関係が深い、目標8、11、14への貢献を特に意識する。



4-8 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	60万人以上 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	24億円以上 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	15億円以上 R2年度4.7億円 H30年度10億円	新規 （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、再来訪意向上を高める	70%以上 R2年度データ無し H30年度52%	新規 （来訪者アンケート「大変満足」の回答率に基づき推計）
観光と職業・学業との関わりがある市民	観光への市民の関わりを深める	50%以上 R3年度35%	新規 （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）
今後の観光客増に期待する市民	観光客の増への期待を高い水準で維持する	87%以上 R3年度87%	新規 （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）
市民の観光客への印象	市民の観光客への印象を高い水準で維持する	50%以上 R3年度42%	新規 （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）

図表4-8-1 第2期津久見市観光戦略 目標値の対応

- 第2期津久見市観光戦略では「観光振興に対する市民意識」を観光戦略の目標値に追加する。
- ただし、現時点で、今後の伸びも踏まえた目標値は立てづらいことから、暫定目標値を定め、次年度以降に目標値を定める等の方法が望ましいと考えられる。

【市民意識調査「津久見の魅力に関する市民アンケート」】

- 調査期間：令和4年2月1日（火）～2月15日（火）
- 調査対象：津久見市内の居住者、通勤・通学者
- サンプル：199

質問項目	調査結果	目標値の考え方	暫定目標値
観光と職業・学業との関わり	「関わりがある」＋「強く関わりがある」が35.2%	観光を通じて稼ぐ市民を増やしていくための目標値	・40%（約1割増） ・50%（市民の半分）など
観光客の印象	「良い」＋「とても良い」が42.2%	観光客に肯定的な市民を増やし、観光への市民参加を拡大するための目標値	・50%（市民の半分）など
今後の観光客の増減	「増えてほしい」＋「やや増えてほしい」が87.4%	観光客に肯定的な市民を増やし、観光への市民参加を拡大するための目標値	・87.4%（現状維持）など

図表4-8-2 観光消費による経済波及効果の分析

● 観光消費による経済波及効果

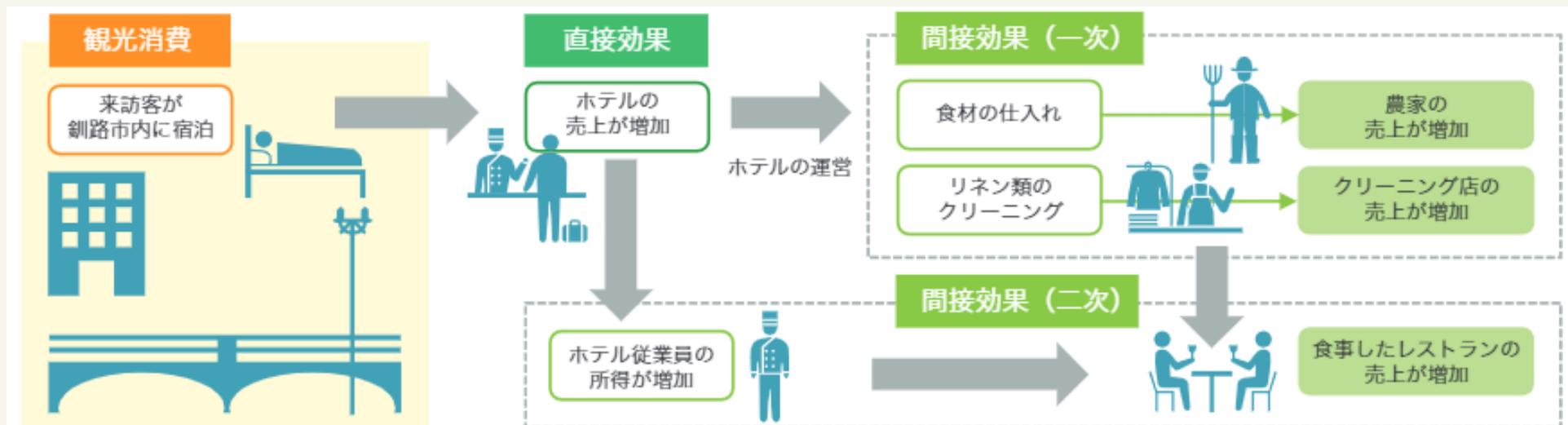
- 観光客が津久見市に来訪し、宿泊、飲食、土産、体験、移動などを行うことで発生した消費が、市内の経済に影響を与える過程のこと。観光消費は、観光関連産業だけでなく、幅広い産業に波及するため、観光産業は「裾野が広い産業」であるといわれ、地方創生の要の1つとして注目されている。

● 津久見市観光戦略における推計方法

- 産業連関表が未整備のため、国土交通省「観光消費が地域経済に及ぼす影響の推計手法に関する検討調査」に基づき、独自調査を実施し、「乗数理論」に基づく推計手法を採用して推計した（2016～継続）。

● 推計手法の課題

- 本推計手法（乗数理論）の課題は、定期的に仕入れ調査（域内調達率）の調査を行い、情報をアップデートする必要があるが、**調査コストが大きく**、情報更新が困難であること。
- 価値総研・環境省が整備した「**市町村別産業連関表**」を活用した推計手法に変更することで、調査コストを圧縮することができる。ただし推計結果に差がある点に留意が必要である（※市町村別産業連関表に基づく推計結果 = **令和2年新規需要額と波及効果の合計額：8.2億円** > **乗数理論による推計結果：7.8億円**）。



4-9 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、観光推進への協力

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

“津久見版”観光DMO・DMC機能の中核として、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、 各事業者他

津久見市や観光協会他と連携して、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

本戦略の主な策定経緯

日付	内容
令和3年7月2日	地域経済強靱化ビジョン構築に向けての第2期津久見市観光戦略策定業務委託契約
令和3年8月～9月	前期戦略の評価に関するアンケート・ヒアリング
令和3年10月5日	第2期戦略骨子、前期戦略評価に関する協議（津久見市役所）
令和3年11月9日	第2期戦略骨子に関する協議（津久見市役所）
令和4年1月11日	第2期戦略骨子に関する協議（津久見市役所）
令和4年2月1日～2月15日	市民アンケートの実施
令和4年2月07日	第1回津久見市観光戦略会議（津久見市役所） ・第2期津久見市観光戦略骨子案について ・街なか観光拠点整備基本計画案について
令和4年2月17日	津久見市議会への説明
令和4年3月1日～16日	パブリックコメントの募集
令和4年3月25日	第2回津久見市観光戦略会議（津久見市役所） ・第2期津久見市観光戦略案について ・街なか観光拠点整備基本計画案について
令和4年3月29日	つくみ観光市民講座開催 ・第2期津久見市観光戦略の概要説明
令和4年3月末日	第2期津久見市観光戦略策定

令和3年度 津久見市観光戦略会議 委員名簿

	要綱第3条	職名	氏名	所属名
1	(1)津久見市、(5)観光協会	委員長	川野 幸男	津久見市長、津久見市観光協会会長
2	(5)観光協会	副委員長	樋口 浩司	津久見市観光協会副会長
3	(2)大分県	委員	山本 勝紀	大分県中部振興局地域創生部長
4	(3)ツーリズムおおいた	委員	土谷 晴美	(公財) ツーリズムおおいた専務理事
5	(4)商工会議所	委員	原尻 育史郎	津久見商工会議所専務理事
6	(6)金融機関	委員	新名 真治	大分銀行津久見支店長
7	(7)農林水産業	委員	山本 武正	(株)元気ファーム津久見社長
8	(7)農林水産業	委員	下川 愛子	JAおおいた南部事業部女性部臼杵本部長
9	(8)商工団体	委員	北山 雅	津久見商業協同組合理事長
10	(9)鉱山企業	委員	河端 厚	太平洋セメント(株)大分工場業務部長
11	(10)観光事業	委員	田中 平	つくみイルカ島館長
12	(11)まちづくり	委員	高瀬 幸伸	まちづくり団体(まちづくりツクミツクリタイ理事長)
13	(12)交通	委員	後藤 慎二	津久見タクシー(株)代表取締役社長
14	(12)交通	委員	稲吉 貴之	大分バス(株)貸切営業部旅行センター所長
15	(13)報道	委員	衛藤 正法	大分合同新聞社論説委員
16	(1)津久見市	委員	石井 達紀	津久見市経営政策課長
17	(1)津久見市	委員	宇都宮 志伸	津久見市農林水産課長
18	(1)津久見市	委員	五十川 ますみ	津久見市生涯学習課長

第2期津久見市観光戦略

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月策定 津久見市

津久見市宮本町20番15号

Tel : 0972-82-4111

URL / <https://www.city.tsukumi.oita.jp>

編集 / 津久見市商工観光・定住推進課

