

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年 7月 27日

## 1. 観光地域づくり法人の組織

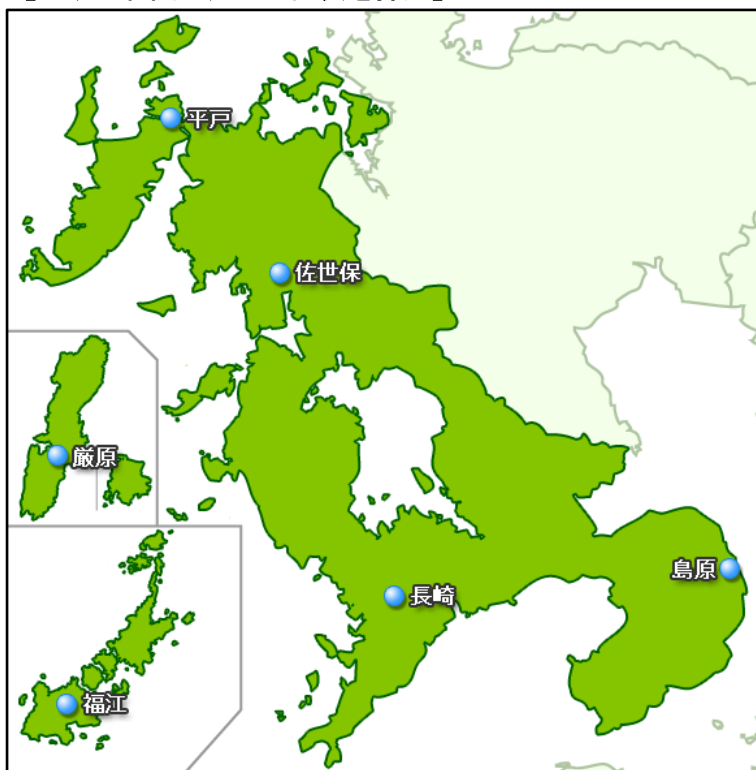
申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(株)島原観光ビューロー	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 長崎県島原市	
所在地	長崎県島原市	
設立時期	平成28年9月13日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	37人【常勤37人（正職員14人・出向等23人）】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 市瀬 一馬 （出身組織名） （株）JTB	（株）JTB在籍30年、団体営業、支店長を経て令和3年4月に当社へ出向、6月に代表取締役役に就任後、現在に至る。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 古賀 奈美「専従」 DMO推進室部長	米国留学後、英会話学校、新聞社、テレビ局、ベトナム日本人学校等で勤務。平成29年4月当社入社。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 福島 千枝美「専従」 担当部長（経理責任者）	旧島原温泉観光協会出身、事務局長の経験もあるベテラン。当社設立後は、決算含む経理業務の責任者。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右	（氏名） 末續 理 商品企画販売部担当部長	デジタルコンテンツ開発やプロモーション責任者。

横に「専従」と記入すること		
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 岩堀 友久「専従」 （出身組織名） （株）JTB	（株）JTB で 44 年勤務後、島原市観光課に常勤事務嘱託として勤務。旅行業責任者
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県文化観光国際部（観光振興課、国際観光振興室）</li> <li>・島原市（商工観光部しまばら観光課、市長公室シティプロモーション課、教育委員会社会教育課、スポーツ課）</li> <li>・長崎県島原振興局（管理部地域づくり推進課）</li> <li>・長崎県空港活性化推進協議会</li> </ul>	
連携する事業者名及び役割	<p><b>【連携組織】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・島原半島観光連盟、雲仙観光局、南島原ひまわり観光協会（島原半島 3 市観光連携）</li> <li>・長崎県観光連盟（長崎県内観光連携）</li> <li>・九州観光機構、九州運輸局観光部観光地域振興課（九州エリアDMO連携）</li> <li>・環有明海観光連合（熊本、福岡、佐賀、長崎の有明海沿岸地域の観光連携）</li> <li>・雲仙岳災害記念財団、島原半島ジオパーク協議会</li> <li>・島原がまだすスポーツキャンプ等誘致実行委員会（大会、キャンプ等誘致）</li> <li>・しまばら火張山花公園をつくる会（事務局）</li> <li>・しまばら温泉不知火まつり振興会、島原薪能振興会、島原初市振興会</li> <li>・しまばらウィンターナイト・ファンタジア、島原水まつり実行委員会</li> <li>・島原市地域公共交通会議、島原半島うみやま街道島原地区協議会</li> <li>・島原商工会議所観光部会</li> </ul> <p><b>【交通事業者、宿泊施設等】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・島原鉄道（株）（鉄道、バス、タクシーの一次、二次交通事業者）</li> <li>・やまさ海運、九商フェリー、熊本フェリー、有明フェリー、島鉄フェリー（熊本、福岡からの島原半島への一次交通事業者）</li> <li>・トラストパーク（島原城内の車泊協業事業者）</li> <li>・島原観光ビューロー宿泊部会、土産部会（宿泊施設、土産品販売）</li> <li>・島原市商店街連盟（街づくり、賑わい創出、おもてなし）</li> </ul>	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	<p><b>【該当する登録要件】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 取締役（市長、商工会議所会頭、市ふるさと創生本部長）と市観光課へ月 2 回の社内会議資料の共有化、年 4 回の取締役会にて合意形成を図る。また年 1 回の株主総会（一般市民、市役所、宿泊運輸、飲食土産、観光施設、メディアなどの 222 名の株主）を通じて合意形成を図る。</li> <li>② 宿泊部会、土産部会、しまばら火張山花公園の事務局設置、また年間を通じた四季折々の誘客イベント（祭り、伝統芸能、花、イルミネーション、スポーツ大会、交通促進等）の役職を兼務、他多くの会合に参加。</li> </ol>	
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	<ol style="list-style-type: none"> <li>① 株主総会で 222 名の企業、地域住民への活動報告</li> <li>② 島原市施設の魅力アップ懇話会の開催</li> <li>③ 市内街づくり協議会での講話活動</li> <li>④ めぐりんチケット参画店舗（土産品・飲食店）への周遊促進</li> <li>⑤ 宿泊部会、土産部会総会での活動報告</li> <li>⑥ 島原鉄道活性化検討部会</li> </ol>	

<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p><b>【活動の概要】</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>① 情報発信・プロモーション</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度島原城築城400年PR事業（2024年島原城築城400年）</li> <li>令和4年度鯉の泳ぐまち魅力アップ事業（古民家喫茶事業：Koiカフェゆうすい館）</li> <li>令和4年度観光振興事業（観光案内所運營業務：カテゴリーⅠ、Ⅱ）</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>② 受入環境の整備</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>令和3年度島原めぐり事業 島原駅、島原港、島原城天守閣、清流亭の4カ所にてE-BIKEレンタサイクル事業</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>③ 観光資源の磨き上げ</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度島原めぐり事業 周遊型オールインワンチケット「島原めぐりんチケット」磨き上げ。</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table> <p><b>【定量的な評価】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>SNS投稿数3,511件、2024年島原城築城400年外壁等工事中の工事幕アート、福岡市地下鉄広告、るるぶハウステンボス全国版広告掲載、ながさきプレス広告掲載</li> <li>レンタサイクル販売実績（R2年143台→R3年172台→R4年602台）</li> <li>島原めぐりんチケット販売実績（R2年1,072冊→R3年1,150冊→R4年1,536冊）</li> </ol>	事業	実施概要	① 情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度島原城築城400年PR事業（2024年島原城築城400年）</li> <li>令和4年度鯉の泳ぐまち魅力アップ事業（古民家喫茶事業：Koiカフェゆうすい館）</li> <li>令和4年度観光振興事業（観光案内所運營業務：カテゴリーⅠ、Ⅱ）</li> </ul>	② 受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和3年度島原めぐり事業 島原駅、島原港、島原城天守閣、清流亭の4カ所にてE-BIKEレンタサイクル事業</li> </ul>	③ 観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度島原めぐり事業 周遊型オールインワンチケット「島原めぐりんチケット」磨き上げ。</li> </ul>
事業	実施概要								
① 情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度島原城築城400年PR事業（2024年島原城築城400年）</li> <li>令和4年度鯉の泳ぐまち魅力アップ事業（古民家喫茶事業：Koiカフェゆうすい館）</li> <li>令和4年度観光振興事業（観光案内所運營業務：カテゴリーⅠ、Ⅱ）</li> </ul>								
② 受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和3年度島原めぐり事業 島原駅、島原港、島原城天守閣、清流亭の4カ所にてE-BIKEレンタサイクル事業</li> </ul>								
③ 観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度島原めぐり事業 周遊型オールインワンチケット「島原めぐりんチケット」磨き上げ。</li> </ul>								
<p>実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</p>	<p><b>【実施体制の概要】</b></p> <p>株島原観光ビューローは、島原市の観光関係4団体「島原温泉観光協会」、「島原城振興協会」、「島原温泉旅館組合」、「島原市観光土産品組合」と島原市観光施設を統合して設立されました。島原市の観光施設を有効活用し観光推進するための一体運営を実施。市、商工会議所、宿泊事業者、土産品事業者のみならず、交通事業者、飲食業、伝統芸能や文化財等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。</p> <p><b>【実施体制図】</b></p> <pre> graph TD     A["222株主(市・市民・企業等)による 協議、合意形成等(出資 2/3 市、1/3 一般)"] --- B["株主総会"]     B --- C["住民説明会"]     B --- D["取締役会"]     B --- E["決算総会"]     D --- F["監査役"]     D --- G["市長・商工会議所会 頭・市ふるさと創生本 部長"]     D --- H["経営会議"]     H --- I["総合企画 支援部"]     H --- J["DMO 推進室"]     H --- K["商品企画販売部 島原城・四明荘・清流亭"]     H --- L["誘致営業推進部会 島原駅・港観光案内所"]     I --- M["島原城築城 400 年記念事"]     J --- N["まつり運営委員会"]     K --- O["土産品部会"]     L --- P["宿泊部会"]     </pre>								

## 2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



場所：長崎県島原市  
 面積：82.97 km<sup>2</sup>（島原半島の18%）  
 人口：43,242人（2022年10月）  
 ＊2017年比91.9%  
 世帯数：19,763世帯（2022年10月）

- ・長崎県雲仙市  
人口：40,269人（2022年9月）
- ・長崎県南島原市  
人口：40,545人（2022年9月）

【区域設定の考え方】

2016年10月、島原市や地元企業また住民からの出資で設立された当社は、「島原市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の1つの取り組みとして、市内の観光施設を有効活用し、島原のブランドを一段階押し上げ、観光を推進する体制を一層強化していくために、観光プロモーション、観光施設の運営、物販などを一元的に担っていく目的で地域DMOを目指して設立されました。しかし、マーケットは過去から行政区分を超えて動いていました。行政の垣根を越え島原半島全体の観光連携が必要と考えています。

**【観光客の実態等】 ※毎年 9 月末県観光統計発表のため未記入項目あり**

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

(1) 島原市での延べ宿泊客数

	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)
長崎県	64,914	71,212	70,972	70,611	78,324	56,320	68,048	
福岡県	41,730	43,698	50,120	49,945	51,002	38,346	36,808	
熊本県	17,001	16,185	17,310	17,222	16,393	11,983	10,256	
佐賀県	7,728	9,711	10,386	10,333	9,107	5,992	5,252	
関東地区	18,797	14,161	17,310	17,893	21,017	16,686	8,525	
関西地区	18,797	16,185	15,146	15,657	14,011	7,584	5,638	
他	39,894	31,155	35,133	42,005	43,670	14,772	17,959	
計	208,861	202,307	216,377	223,666	233,524	151,683	152,486	

島原市での宿泊者は、おおよそ九州内 75% (長崎県 45%、福岡県 30%、熊本県 10%)、関東地区 10%、関西地区 8%の割合だが、一方長崎市はおおよそ九州内 35%、関東地区 25%、関西地区 20%の割合で、関東関西の大市場から長崎市迄は確実に来ているが、島原市へ周遊されていない。

(2) 島原市への入込客数と消費額

	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	前年増減
入込数(人)	1,370,121	1,382,263	1,385,698	696,742	642,856	873,712	230,856
消費額千円	11,990,086	13,367,579	13,757,362	8,943,908	8,699,671	11,883,191	3,183,520

(3) 半島 3 市観光客数推移

		2018	2019	2020	2021	2022	前年比	差
島原市	観光客延べ数	1,057,992	1,101,127	545,284	515,255	659,967	128.1%	144,712
	日帰り数	668,355	695,661	254,942	227,868	312,469	137.1%	84,601
	延べ宿泊数	223,666	233,524	151,683	153,569	186,917	121.7%	33,348
	修旅宿泊数	9,746	11,538	4,902	12,759	40,504	317.5%	27,745
雲仙市	観光客延べ数	2,851,731	2,752,536	1,832,123	1,594,539	1,892,115	118.7%	297,576
	日帰り数	1,939,822	1,815,320	1,221,064	1,124,632	1,289,646	114.7%	165,014
	延べ宿泊数	486,516	499,701	328,634	246,814	321,657	130.3%	74,843
	修旅宿泊数	15,114	13,179	6,260	7,297		%	
南島原	観光客延べ数	1,119,608	1,057,344	528,044	472,496	422,386	89.4%	▲50,110
	日帰り数	773,901	733,724	403,387	375,128	285,796	76.2%	▲89,332
	延べ宿泊数	177,489	165,753	64,671	51,394	71,447	139.0%	20,053
	修旅宿泊数	11,815	12,846	144	0		%	
半島計	観光客延べ数	5,029,331	4,911,007	2,905,451	2,582,290	2,974,468	115.2%	392,178
	日帰り数	3,382,078	3,244,705	1,879,393	1,727,628	1,887,911	109.3%	160,283
	延べ宿泊数	887,671	898,978	544,988	451,777	580,021	128.4%	128,244
	修旅宿泊数	36,675	37,563	11,306	20,056		%	

島原半島は 3 つの行政区に分かれており、3 市をまたぐ日本初認定の世界ジオパーク「島原半島ジオパーク」、半島西側の橘湾の地底にあるマグマ溜まりを起点に繋がっている雲仙温泉郷 (小浜温泉・雲仙温泉・島原温泉)、居住区域をまたぐ経済活動など 3 市の結びつきは非常に強い。しかしながら歴史的な背景や郷土愛が強すぎるが故に 3 市それぞれの帰属意識も強く観光面で広域連携が出来ていない。

・島原市：島原半島の中心都市。半島内を管轄する国や県の出先機関、企業の本社も島原市に所在している。島原城や武家屋敷など旧城下町の街並みが残り、市内に湧水群がある観光都市である。鉄道も島原港駅⇄諫早駅が運行され、有明海を面して熊本市や大牟田市とも高速船やフェリーで結ばれており熊本方面からの人流の玄関口である。

・雲仙市：日本初の国立公園 (雲仙天草国立公園) に指定された世界的に有名な雲仙温泉や日本一長い足湯施設「ほっとふっと 105」がある小浜温泉が有名である。

・南島原市：世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成遺産の一つである原城跡があり、多くのキリシタン関連の史跡が点在している。島原手延べそうめんのも全国的に有名である。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

※観光資源の活用方法についても記入すること。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

歴史：島原城、武家屋敷、時鐘楼、本光寺(松平菩提寺)、島原藩薬園跡(国指定)、護国寺(三十三番神)、江東寺(涅槃像)、キリシタン墓碑、スクイ跡、浜の城跡、津波岩(島原大變の跡)～等  
 湧水：鯉の泳ぐまち(清流亭・湧水館・四明荘)、市内湧水巡り(60ヵ所以上)、水屋敷、白土湖、音無川、水頭の井戸、浜の川湧水(銀水)、舞岳湧水、市内に点在する洗い場～等  
 自然：雲仙岳災害記念館、ネイチャーセンター、平成新山、普賢岳、島原眉山ロード、世界ジオパーク、九十九島、焼山、眉山、シマバライチゴ自生地、舞岳ふれあいロード、昭和福ハゼ、～等  
 建築：青い理髪館、湊新地水道施設、山崎本店酒造場、宮崎酒店酒蔵、眼鏡橋、長池屋書院・庭園、砂防・治山施設群、火の見櫓、別当中村屋の屋敷門、石垣群(亀の甲積)、武家屋敷の街並み～等  
 食事土産：具雑煮、ろくべえ、がんば、手延べそうめん、寒ざらし、舞豚、いぎりす、ガネ、ジオ野菜、ジオ鮑、カステラ、ざぼん漬け、チェリー豆、黒菓子、みそ納豆、海産物、農産物～等  
 文化工芸：常盤歴史資料館(混一彊理歴代国都地図)、肥前島原松平文庫、薪能、精霊流し、和蠟燭、島原木綿、眉山焼(藩御用窯)、島原染物、島原手打刃物、北村西望の彫刻、道祖神～等  
 祭イベント：初市、水まつり、ガマダス花火大会、土曜夜市、風除祭、不知火祭り、阿波踊り、おくんち、産業まつり、ウィンターナイト、島原城下雑巡り、島原学生駅伝～等  
 □前面は豊穡の海「有明海」、背後には江戸期山体崩壊の馬蹄形を残し、世界ジオパークの見所でもある眉山及び雲仙岳(平成新山・普賢岳等)が迫る ～そんな狭い範囲が中心市街地であり、宿泊もそこに集中しています。 火山、その恵がもたらす海・山の幸、そして今なお息づく城下町 ～魅力ある観光地です。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】 ※南島原市所在のホテル1件含む

	ホテル		ビジネスホテル		旅館		民宿他		合計	
	軒数	収容人数	軒数	収容人数	軒数	収容人数	軒数	収容人数	軒数	収容人数
101室以上	1	600							1	600
91～100室	1	444							1	444
71～90室	1	300	1	86					2	386
51～70室	1	350	1	63					2	413
31～50室			3	165					3	165
11～30室			2	126	2	180	1	40	5	346
1～10室					1	23	3	57	4	80
合計	4軒	1,694人	7軒	440人	3軒	203人	4軒	97人	18軒	2,434人

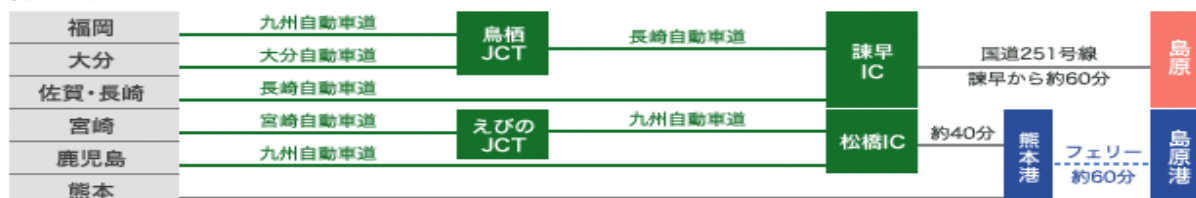
□域内分布について



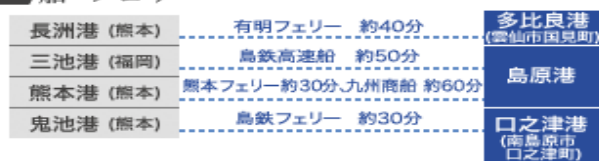
【利便性：区域までの交通、域内交通】



自動車



船・フェリー



鉄道



高速バス



飛行機



【外国人観光客への対応】

□外国人宿泊

東京 2020 パラドイック合宿

		2019 年暦年		2020 年暦年		2021 年暦年		2022 年暦年	
		宿泊実数	延べ宿泊	宿泊実数	延べ宿泊	宿泊実数	延べ宿泊	宿泊実数	延べ宿泊
アジア	中国	1,475	1,624	293	295	11	11		55
	台湾	253	259	12	12				26
	香港	167	201	28	28				26
	韓国	1,533	1,562	7	8	3	3		116
	他アジア	18							125
	欧州	99	120	31	35	38	218		30
	南北アメリカ	47	51	27	29	30	43		18
	オセアニア	20	42	4	4	2	2		3
	その他・不明	619	669	138	165	76	108		6
	合計	4,195	4,528	540	576	160	385		405

□課題①告知不足(旅中発信力)→未着手、②次交通未整備→整備済、③受体制未整備(多言語・Wi-Fi・外国人対応案内所等の観光インフラが脆弱)→整備済  
2次交通網/Wi-Fi 環境/多言語網/案内所網～全て完了。

コロナ禍におけるインバウンドプロモーションは以下の通り。

- 台 外国人向け観光プロモーション動画の制作及び発信（R2）
  - ・動画制作を通し地域全体のインバウンドへの関心・理解が高まった。
- 英 英語圏向けFB（Travel&Work）でのライブ配信（R2.12）
- 台 在留台湾人 KOL による YouTube での動画配信（R3.2）
  - ・在留台湾人を招聘し、情報発信に係る取材に加えて磨き上げにつなげるため意見交換を実施。
- 香 香港向けFB ページ「和風初心者」（AAJ 社）への動画投稿（R3.2）
- 台 台湾向け旅行サイト「旅行酒吧」モデルプランキャンペーン（R3.3）
  - ・サイト内で動画及びモデルコースの紹介及び同サイト FB ページへの記事投稿。
- 英 イギリス向け BtoB ウェビナーでの中継（R3.3）
- 韓 在留韓国人インフルエンサーによる情報発信（R3.9）
- 中 中国向け BtoB 情報発信（動画制作、オンラインファムツアー）（R3.9～10）
- 香 在日香港人 KOL による情報発信（R3.11, 12）
- 台 台北国際旅行博（ITF）における動画上映（R3.11）
  - ・ディスカバー-NAGASAKI グローバルキャンペーン事業において R2 年度に作成した動画を上映
- 台 県レップ委託事業者（旅奇）によるライブ配信（R3.12）
- 英 インスタグラム日本語・英語による情報発信開始（R4.10～）
- 韓 「世界遺産巡礼の道」を活かした受入事業に係るファムツアー（R4.11）
  - ・長崎大学研究国際部熱帯医学研究生モニターツアー（R4.11）
  - ・JNTO の地域情報発信事業「Japan's Local Treasures」への申請（令和 3 年 2 件、令和 4 年 5 件）
- 韓 韓国釜広域市行政視察受け入れ（R5.6）
- 中 中国北京・大連の旅行社招聘事業（R5.6）
  - ・成田空港 JTB TIC（ツーリストインフォメーションセンター）を使った映像配信（R5.6～10）

- (1) 観光案内所：2019 年度に、島原港観光案内所カテゴリーⅡ、島原駅観光案内所カテゴリーⅠ、清流亭観光交流センターカテゴリーⅠ、計 3 カ所の外国人対応案内所を整備完了。
- (2) Wi-Fi 環境整備：2019 年度に、島原城天守閣内・天守台一円、鯉の泳ぐまち 3 施設通り一体、4 商店街内に Free Wi-Fi を整備完了。
- (3) 多言語案内板：2019 年度に、Free Wi-Fi エリア内に QR コードスをキャンし文章と音声が出る多言語案内板を計 92 基設置完了。
- (4) 宿泊施設：大型ホテルに限れば、スタッフ配置・Wi-Fi・多言語表記等、独自で体制整備。
- (5) 観光施設：大型施設に限れば、スタッフ配置・Wi-Fi・多言語表記等、独自で体制整備。
- (6) 交通機関：【追記】2019 年度末で、(株)島原鉄道が主要駅と全車両に Wi-Fi を導入完了。
- (7) トイレ環境：宿泊施設、観光施設、交通ターミナル内の公共トイレ等の洋式化は概ね整備。



### 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ		収集の目的	収集方法	
お客様アンケート	めぐりんアンケート	①ターゲット設定用データとして	①島原としての TGT 選定はめぐりん web アンケートを活用、夜の陣と謎解きのアンケートは各々の商品の TGT 選定で活用します。 ②めぐりん web アンケートで、来訪者満足度、リピーター率、市内消費額、宿泊履歴などを入手しています。	
	夜の陣アンケート	②必須 KPI 算出用データとして		
	謎解きアンケート	・来訪者満足度		
	島原城アンケート	・リピーター率		
自社データ	島原城・四明荘	①島原観光の 1 位 2 位で状況を知る	①有料入場者数 ②無記名アンケート BOX 投函でお客様の生の声を聞く。	
県・市作成の統計データ	長崎	長崎県	①必須 KPI 用データとして(延べ宿泊者数・旅行消費額、インバウンド) ②県全体動向(競合先)を把握する為 ③自主設定 KPI 算出用のデータとして	①～③全て長崎県・該当市の HP から入手しています。特に平戸市は県内もう一か所の天守閣がある市として意識しています。
		長崎市		
		佐世保市		
		平戸市		
WEB アクセス分析	自社 HP 分析	①HP をマーケットに合致させる為	①～④自社 HP、SNS 情報発信フォロワー数、島原半島観光連盟 HP 閲覧分析(ページビュー、国別、市町村別、検索ワード、アクセス端末、新規顧客とリピーター、ユーザー属性年齢)から入手しています。	
	デバイス分析	②検索機器を知り HP を対応させる為		
	地域分析	③ターゲット県を設定するデータとして		
	SEO 分析	④ユーザーを当社 HP に着地させる為		

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景  
観光産業が、島原半島の産業全体を底上げし、稼ぐ力を強化していくため半島一体となった体制づくりが必要であるが、現在は 3 市それぞれが地域としての屹立性の実現に向け新たな観光組織の設立や DMO 候補法人として登録を目指す動きが活発化している。その先に、島原半島一体となった広域連携の観光振興の推進が必要である。島原半島は、半島内高校卒業生の県内企業への就職割合が離島を除き最も低い状況で、高齢化や人口減少も進んでおり、県内有数の農業と水産業が盛んな地域であるが担い手不足が喫緊の課題である。こうした地域の課題に対し、既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加に繋げたい。

#### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> ・ 歴史：島原城、武家屋敷を中心とした城下町の街並み、鯉の泳ぐまち、 ・ 文化伝統芸能：薪能、肥前島原子ども狂言、切子灯籠船の精霊流し、水祭り、和蠟燭、島原染、眉山焼き ・ 自然：世界ジオパーク(普賢岳、平成新山、眉山、雲仙岳災害記念館、火張山花公園、島原温泉、湧水、島原オルレ) ・ 食：かんざらし、具雑煮、六兵衛、イギリス、農作物や有明海の水産物	<b>弱み (Weaknesses)</b> ・ 道路交通網の不便さ(高速道路、路線バス減便、二次交通) ・ 歴史的建造物の保存活用が遅れている ・ 島原半島 3 市広域連携が取れていない ・ 伝統、文化を守り伝える側面が新たな発想や価値創造を妨げており現状が変わることへの抵抗感がある ・ 雲仙普賢岳災害の経験が、行政や補助金への依存体質として表れている ・ 案内板や駐車場、バリアフリー化整備不足
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> ・ 2024 年島原城築城 400 年による機運の醸成 ・ 長崎県レベル、島原半島レベルのエポックイヤーが一定間隔途切れることなく続く(2022 西九州新幹線開業、2024 島原城築城 400 年、2024 年雲仙国立公園 90 周年、2025 年ながさき国民文化祭) ・ 道路交通網の整備(島原高規格道路整備)	<b>脅威 (Threat)</b> ・ 人口減少、少子高齢化、流出人口拡大 ・ 他観光地との競合激化 ・ 近隣都市(諫早市、熊本市)の大規模企業誘致による生産人口流出 ・ デジタル化への遅れ ・ 島原城保存活用計画による新しい取り組みへの規制の壁

・海路交通網の充実（熊本フェリー、福岡高速船）や島原鉄道の存在	・島原半島内高校卒業生の県内企業への就職割合の低下
---------------------------------	---------------------------

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

### （３）ターゲット

<p>○第1ターゲット層 【居住地・発地】長崎県、福岡県、熊本県、関東、関西 【クラスター】熟年層、ヤング層 ・熟年層（60歳以上）【旅行形態】熟年夫婦、熟年グループ、熟年女子旅 ・ヤング層（18～29歳）【旅行形態】ヤング夫婦旅行、カップル旅行、女子旅 2022年度マーケティング調査の結果、年代別来訪者は50代22%、30代21.6%、40代19%、20代16.4%、60代12.9%となっている。20代、60代の来訪者を増やし各年代バランス良く取り組みます。</p>
<p>○選定の理由 関東関西の熟年層は、長崎市に比べ来訪者が低い（島原市が取込めていない）ため基盤拡大に向けた新規顧客の掘り起こしを目指します。20代は長崎、福岡、熊本からの日帰り客が多く将来に向けたリピーター化施策として取り組みます。</p> <p>○取組方針 関東・関西から長崎市までは確実に来ているが、その後の行程は、長崎市内のみ35%、HTB28%、雲仙小浜18%、福岡県13%、島原5%である。但し、雲仙小浜エリアへは2割近くが訪れている。この差をどう島原へ向かわせるかが肝となります。一方、長崎市内から雲仙までは1時間10分程度、知名度に加え時間効率も優れているため、連携次第では十分に取り込めると考えます。</p> <p>(3)①雲仙小浜温泉とのコラボ施策、②島原市の既存観光資源の磨き直しと組合せの見直し、埋もれている新しい観光資源の発掘と観光資源化への施策の両面から組み立てることとします。</p>
<p>○ターゲット層 【インバウンド】韓国、アジア、欧米のキリスト教徒 【クラスター】韓国のキリスト教徒</p>
<p>○選定の理由 韓国は1/3がキリスト教で、島原城及びその周辺のキリスト教を中心とした歴史的背景や物語性を磨き上げ今後の誘客拡大に繋げることができる。</p> <p>○取組方針 2022年度に韓国向け長崎と天草地方の「世界遺産巡礼の道」を活かしたキリスト教聖地巡礼旅行商品新規造成促進事業ファミツアー実施（韓国カトリック関係者、旅行会社11名）【長崎県観光連盟連携】しており着地コンテンツ商品の整備を行う。また、南島原市のキリスト教関連遺産と連携する。</p>

### （４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>※他地域と明確に区別できる特徴・価値等を来訪者に伝える表現を簡潔に設定すること。</p> <p>“肥沃の大地と豊饒の海”の恵みを身近に感じられる街、しまばら</p>
--------	---

<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>※地域が目指すべき姿を明確にし、そのために地域ならではの産業、伝統、食、住、風習等やそこから導き出される区域の特徴（強み、価値）を、①コンセプトにどのように反映させているかについて他地域との差別化も踏まえて記入すること。</p> <p>※（１）～（３）のデータ分析の内容を踏まえて作成したコンセプトであることを説明すること。</p> <p>島原市は、島原城や武家屋敷という歴史的な観光資源をはじめ、火山や温泉、湧水など多様な観光資源に恵まれている。近年はジオパークを体験できる九州オルレ島原コースの造成やロケ地として有名になった日本一海に近い駅として島原鉄道「大三東駅」など観光資源の開発も進んでいる。しかしながら、これらの観光資源が観光客に点として認知されており、観光客が立ち寄る場所は限られたものになっており（＝点観光）、長崎市内やハウステンボス、雲仙小浜温泉に比較すると宿泊客が少なく観光客の滞在時間が短くなっている。島原＝島原城・武家屋敷というイメージから、島原半島の生い立ちそのものが全て観光資源の源であり、火山（ジオ）との共存が現在の島原半島を形成していることを発信し、周遊観光（＝面観光）の促進により観光客の滞在時間の延長、消費額の拡大を図ることが不可欠である。</p>
-------------------	---

**5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション**

項目	概要
<p>戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>※戦略の共有方法について記入すること （例）部会、ワーキンググループ、HP、事業報告書の説明会</p> <p>当社は市が 2/3、市民と市内企業が 1/3 を出資する株式会社です。観光協会やコンベンション協会等が母体になる一般的な DMO とは違い、公的な側面よりも企業としての利益確保や配当が求められるため、地域からは理解を得にくい DMO とも言えます。以上を踏まえ「DMO 機能を実物で示し理解を得る」を方針に取り組みを行うことで、当社の戦略を理解頂くとともに、関係各組織の意見を反映できるよう努めてきました。2020 年 3 月、目に見える形で示すことができ、株式会社の DMO として認知されました。</p> <p>□DMO 機能を目で見える形（新スキーム）にして示し戦略の理解を得る</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・街中周遊のスキーム“しまばらめぐりんチケット”の販売</li> <li>・2次交通網の構築（レンタサービス事業）</li> <li>・街中 Free Wi-Fi 網の構築（鯉の泳ぐまち、島原城、商店街）</li> <li>・スマホを使った街中多言語案内板（Free Wi-Fi 網の中に 92 基配備）</li> <li>・カテゴリ取得 TIC 網の構築→島原港・島原駅・清流亭の 3 ヲ所取得済み</li> <li>・年間を通じて四季折々の市内イベント実施の際に、ポスターやちらし等を市内の観光施設、宿泊施設、交通事業者、飲食店、土産品店、地元メディア、街づくり協議会などへ配布し情報交換を実施（年 3～4 回）</li> </ul> <p>□市が策定中である、市勢振興計画(2020～2029)に、DMO としての目標を提言し、可能な限り整合性が取れるよう検討メンバーに参加しアプローチを行って行います。一定程度の整合性を取ることができました。</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>■島原市独自のソフト・インフラを構築する ～目指す姿は街全体に CS が溢れている状態(hospitality)～</p> <p>CS アンケート制度 =自身の強み・弱みを知り、そのうえで自らを改善してもらう仕組み CSこそ観光客増、売上増への一番の近道だと考えています。</p> <p>CS のみのアンケートは作成せず All in One の「めぐりんチケットアンケート</p>

	<p>ト」に組み込んで実施してきました（2022 年度 WEB 形式に変更）。アンケート集計結果は取締役や行政、サービスカ所である案内所や交通事業者、参画店舗などへ、分析結果のフィードバックを行いサービスレベルの改善・啓蒙に使っています。HP 公表。</p>
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>今後当社が行っていく観光地島原の「各種情報発信やプロモーション」は、マスターブランド戦略（ブランドアンブレラ）で進めていきたいと考えます。 ⇒半島のマスターブランドは島原半島観光連盟が出した「海に浮かぶ火の山の大地」となりました。それに紐づけた島原市のコンセプト「肥沃の大地と豊饒の海」の恵みを身近に感じられる街、しまばら」は齟齬はないと判断しました。 ⇒ブランドイメージを揃えるとともに、情報発信やプロモーションの一元化も進めています。現在は施設や事業者等を組み込んだめぐりんチケットで実践しています。 ■半島のコンセプト＝マスターブランド 刻み込まれた太古の記憶に導かれ～さあ行こう～ 特上のペニンシュラ、島原半島へ！ 決定した半島コンセプト ⇒「海に浮かぶ火の山の大地」 ■島原市のコンセプト＝サブ・ブランド “肥沃の大地と豊饒の海”の恵みを身近に感じられる街、しまばら ⇒2019 年度から新しい観光振興事業の在り方に変更しています。ポイントは①パーソナル強化（団体誘致活動を減らす）、②紙媒体から SNS・HP 等の電子媒体へのシフト、③観光基本 3 インフラ〈絶対・商品・受地〉の再構築と強化～です。</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. K P I（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後 3 年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去 3 年間の実績も記入すること。

### （1）必須 K P I

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R 2) 年度	(R 3) 年度	(R 4) 年度	(R 5) 年度	(R 6) 年度	(R 7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	10,000 (55)	10,000 (55)	10,000 (55)	12,000 (66)	13,000 (72)	14,000 (77)
	実績	8,943 (30)	8,699 (30)	11,883 (40)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	117 (1.0)	150 (1.0)	150 (1.0)	210 (4.0)	240 (4.5)	250 (5.0)
	実績	152 (0.6)	153 (0.4)	187 (0.4)			
●来訪者満足度 (%)	目標	67% (-)	75% (-)	60% (-)	95% (-)	95% (-)	95% (-)
	実績	74% (-)	67% (-)	95 (-)			

●リピーター率 (%)	目標	50%	50%	51%	52%	53%	54%
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	49%	49%	33%			
		(-)	(-)	(-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

### 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

#### 【検討の経緯】

1991年の雲仙普賢岳噴火災害から31年経過しましたが、観光のみならず多くの産業が災害前の状況に戻れていません。市民・行政含めた共通の願いは噴火以前の状態にただ戻るのではなく創造的復興を目指すことです。市の観光に関するKPIで言えば①延べ宿泊者数と②観光客延べ数の2項目に絞られます。島原市は長崎県内、福岡県、熊本県からの日帰り客も多く宿泊客と合わせた旅行消費額を設定します。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

島原市は長崎県内、福岡県、熊本県からの日帰り客も多く宿泊客と合わせた旅行消費額が重要です。半島内の雲仙市、長崎県内でお城がある平戸市をベンチマークとしたシェア比較をします。

##### ●延べ宿泊者数

島原市が噴火前の状態に戻すとして掲げた観光に関する目標の一つであり設定しました。宿泊施設の廃業等により宿泊人員に戻すのは不可能であり、またコロナの影響を鑑み2019年の実績をベースに、2022年75%、2023年90%、2024年100%で設定しています。

延べ宿泊者数	入込客数	
1990年 427,834人	2,039,924人	(噴火前)
1991年 269,443人	1,060,008人	(噴火後)
2019年 233,524人	1,385,698人	(コロナ前)
2020年 151,683人	696,742人	(コロナ禍) 延べ宿泊者数 2019年比 65.0%
2021年 153,569人	642,856人	(コロナ禍) // 2019年比 66.0%
2022年 186,917人	873,712人	(with コロナ) // 2019年比 80.0%

##### ●来訪者満足度

2019年8月から開始しためぐりんチケット利用者のお客様アンケートを活用します。ハガキ形式から2022年4月からWEB形式に変更しました。(大変満足、満足、やや満足、普通、やや不満、不満、大変不満、未回答) やや満足以上の割合

##### ●リピーター率

2019年8月から開始しためぐりんチケット利用者のお客様アンケートを活用します。ハガキ形式から2022年4月からWEB形式に変更しました。(2回目以上の割合)

### (2) その他の目標

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●観光客延べ数 (日帰+宿泊延べ 滞在数) (人)	目標	600,000 (1,000)	700,000 (2,000)	900,000 (2,000)	1,080,000 (8,250)	1,200,000 (11,000)	1,300,000 (13,000)
	実績	545,284 (576)	515,255 (385)	659,967 (405)			
●主要観光施設 入場者数 島原城 (人)	目標	65,000 (300)	87,000 (50)	87,000 (50)	90,000 (7,500)	100,000 (10,000)	90,000 (11,000)
	実績	69,948 (5)	64,041 (0)	72,825 (1,129)			

●主要観光施設 入場者数 四明荘 (人)	目標	15,000 (100)	20,000 (150)	22,000 (200)	30,000 (2,250)	32,000 (3,000)	30,000 (3,500)
	実績	16,389 (148)	18,099 (178)	29,181 (1,718)			
●(例)メディア 掲載回数 (回)	目標	( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	( )	( )			
●	目標	( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	( )	( )			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

### 指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

#### 【検討の経緯】

島原市は長崎県内、福岡県、熊本県からの日帰り客も多く宿泊客と合わせた旅行消費額と合わせて観光客延べ数を設定します。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●観光客延べ数

平成30年より長崎県の集計方法変更となった。(日帰り+宿泊延べ滞在日数)

##### ●主要入場者数

島原市を代表する2つの入場施設であり当社が入場料を収受する管理施設でもある島原城と四明荘を設定することにしました。島原城の来場者数は天守閣に登頂しない人も含む人数と、天守閣入場の2つを集約していますが、有料者のみを目標として設定します。

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

### (1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	221,314,552(円) 前年 118.1%	<b>【国からの助成金】</b> 雇調金、持続化給付金 <u>10,559,049</u> <b>【県からの助成金】</b> 休業要請協力金 <u>300,000</u> <b>【県からの事業】</b> <u>9,627,568</u> <b>【市からの助成金】</b> 観光施設事業継続支援金 <u>21,800,000</u> <b>【市からの事業】</b> コロナ対策事業 <u>30,652,843</u> <b>【都道府県からの補助金】</b> <u>4,000,000</u> ◇21まち県補助分 4,000,000(委託事業) <b>【市町村からの業務委託・補助金】</b> <u>47,325,540</u> ◇観光振興事業 17,325,540(補助金事業) ◇湧水城下町事業 9,000,000(委託事業) ◇七万石事業 15,000,000(委託事業) ◇21まち市補助分 6,000,000(委託事業)

		<b>【地方公共団体からの指定管理収入】</b> <u>20,000,000</u> <b>【収益事業収入】</b> <u>77,049,552</u> ◇指定管理事業 * 島原城、売店、四明荘、清流亭 ◇自主事業 * 案内所、旅行業、DMO 事業、その他
2021 (R 3) 年度	207,176,392(円) 前年 96.6%	<b>【国からの助成金】雇調金</b> <u>544,418</u> <b>【市からの事業】コロナ対策事業など</b> <u>28,899,635</u> <b>【都道府県からの補助金】</b> <u>3,400,000</u> ◇21まち県補助分 3,400,000(委託事業) <b>【市町村からの業務委託・補助金】</b> <u>46,200,000</u> ◇観光振興事業 17,100,000(補助金事業) ◇鯉の泳ぐまち事業 9,000,000(委託事業) ◇島原城築城 400 年事業 15,000,000(委託事業) ◇21まち市補助分 5,100,000(委託事業) <b>【地方公共団体からの指定管理収入】</b> <u>55,000,000</u> <b>【収益事業収入】</b> <u>73,132,339</u> ◇指定管理事業 * 島原城、売店、四明荘、清流亭 ◇自主事業 * 案内所、旅行業、DMO 事業、その他
2022 (R 4) 年度	193,167,969(円) 前年 93.2%	<b>【市からの事業】コロナ対策事業など</b> <u>13,007,634</u> <b>【県市からの業務委託・補助金】</b> <u>37,300,480</u> ◇観光振興事業 13,201,903(補助金事業) ◇鯉の泳ぐまち事業 8,224,960(委託事業) ◇島原城築城 400 年事業 15,000,000(委託事業) ◇みんなで磨く補助分 873,617 <b>【地方公共団体からの指定管理収入】</b> <u>31,200,000</u> <b>【収益事業収入】</b> <u>111,656,855</u> ◇指定管理事業 * 島原城、売店、四明荘、清流亭 ◇自主事業 * 案内所、旅行業、DMO 事業、その他
2023 (R 5) 年度	182,390,000(円) 前年 94.4%	<b>【県市からの業務委託・補助金】</b> <u>35,000,000</u> ◇観光振興事業 16,000,000(補助金事業) ◇鯉の泳ぐまち事業 3,000,000(委託事業) ◇島原城築城 400 年事業 16,000,000(委託事業)  <b>【地方公共団体からの指定管理収入】</b> <u>22,600,000</u> <b>【収益事業収入】</b> <u>124,790,000</u> ◇指定管理事業 * 島原城、売店、四明荘、清流亭 ◇自主事業 * 案内所、旅行業、DMO 事業、その他
2024 (R 6) 年度	183,000,000(円) 前年 100.3% (未定)	<b>【県市からの業務委託・補助金】</b> <u>35,000,000</u> ◇観光振興事業 16,000,000(補助金事業) ◇鯉の泳ぐまち事業 3,000,000(委託事業)※未定 ◇島原城築城 400 年事業 16,000,000(委託事業)  <b>【地方公共団体からの指定管理収入】※未定</b> <u>15,000,000</u> <b>【収益事業収入】</b> <u>133,000,000</u> ◇指定管理事業 * 島原城、売店、四明荘、清流亭 ◇自主事業 * 案内所、旅行業、DMO 事業、その他
2025 (R 7)	177,000,000(円)	<b>【県市からの業務委託・補助金】</b> <u>35,000,000</u> ◇観光振興事業 16,000,000(補助金事業)

年度	前年 96.7% (未定)	◇鯉の泳ぐまち事業 3,000,000(委託事業)※未定 ◇島原城 PR 事業 16,000,000(委託事業)  【地方公共団体からの指定管理収入】※未定 <u>12,000,000</u> 【収益事業収入】 <u>130,000,000</u> ◇指定管理事業 * 島原城、売店、四明荘、清流亭 ◇自主事業 * 案内所、旅行業、DMO 事業、その他
----	------------------	--

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020 (R2) 年度	208,312,940(円) 前年 111.8%	本部 57,826,400(自主事業含む) DMO 推進室 9,155,966(自主事業) 旅行事業 400(自主事業) 七万石事業 16,406,892(委託事業) 湧水城下町事業 10,010,026(委託事業) 観光振興事業 23,124,533(補助金事業) 島原城 52,628,699(指定管理事業) 清流亭 10,663,541(指定管理事業) 四明荘 6,823,917(指定管理事業) 本丸売店 21,095,296(指定管理事業) 湧水館 577,270(指定管理事業)
2021 (R3) 年度	194,528,409(円) 前年 93.4%	本部 57,990,092(自主事業含む) DMO 推進室 5,329,873(自主事業) 旅行事業 159,295(自主事業) 島原城築城 400 年 武将隊 PR 事業 15,321,087(委託事業) 鯉の泳ぐまち事業 9,389,157(委託事業) 観光振興事業 20,037,774(補助金事業) 島原城 47,521,731(指定管理事業) 清流亭 8,691,378(指定管理事業) 四明荘 6,659,033(指定管理事業) 本丸売店 22,940,933(指定管理事業) 湧水館 488,056(指定管理事業)
2022 (R4) 年度	192,971,788(円) 前年 99.2%	本部 37,939,875(自主事業含む) DMO 推進室 6,048,089(自主事業) 旅行事業 748,199(自主事業) 島原城築城 400 年 武将隊 PR 事業 16,752,389(委託事業) 鯉の泳ぐまち事業 11,540,173(委託事業) 観光振興事業 25,929,400(補助金事業) 島原城 51,495,287(指定管理事業) 清流亭 10,991,365(指定管理事業) 四明荘 7,636,897(指定管理事業) 本丸売店 23,442,115(指定管理事業) 湧水館 447,999(指定管理事業)
2023 (R5) 年度	182,390,000(円) 前年 94.4%	本部 29,651,000(自主事業含む) DMO 推進室 7,123,000(自主事業) 旅行事業 2,665,000(自主事業) 島原城築城 400 年 武将隊 PR 事業 17,050,000(委託事業) 鯉の泳ぐまち事業 9,800,000(委託事業) 観光振興事業 17,830,000(補助金事業)



		島原城 清流亭 四明荘 本丸売店 湧水館	50,373,000(指定管理事業) 11,925,000(指定管理事業) 9,124,000(指定管理事業) 26,212,000(指定管理事業) 437,000(指定管理事業)
2024 (R6) 年度	183,000,000(円) 前年 100% (未定)	本部 DMO 推進室 旅行事業 島原城築城 400 年武将隊 PR 事業 鯉の泳ぐまち事業 観光振興事業 島原城 清流亭 四明荘 本丸売店 湧水館	30,000,000(自主事業含む) 7,100,000(自主事業) 2,700,000(自主事業) 17,000,000(委託事業) 10,000,000(委託事業) 18,000,000(補助金事業) 50,800,000(指定管理事業) 12,000,000(指定管理事業) 9,000,000(指定管理事業) 26,000,000(指定管理事業) 400,000(指定管理事業)
2025 (R7) 年度	177,000,000(円) 前年 96.7% (未定)	本部 DMO 推進室 旅行事業 島原城 PR 事業 鯉の泳ぐまち事業 観光振興事業 島原城 清流亭 四明荘 本丸売店 湧水館	24,000,000(自主事業含む) 7,100,000(自主事業) 2,700,000(自主事業) 17,000,000(委託事業) 10,000,000(委託事業) 18,000,000(補助金事業) 50,800,000(指定管理事業) 12,000,000(指定管理事業) 9,000,000(指定管理事業) 26,000,000(指定管理事業) 400,000(指定管理事業)

### (3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載

(1) コロナ禍前は、「自走と再投資」をテーマと掲げ、指定管理料 0 受託を目標に掲げていましたが、コロナ禍と 2022 年度中に売り上げ全体の 3 割を占める指定管理施設の島原城が築城 400 年（2024 年）に向けて約 1 年間の工事期間（通常営業は継続）を実施したことにより大きく方向転換せざるを得ない状況となりました。以上の事から、指定管理料の適正な受託計画を実施します。

(2) 指定管理事業は、島原城（入場料・駐車料・本丸売店）と、鯉の泳ぐまちの 3 施設（四明荘入場料・清流亭・湧水館）を受託しています。過年度予算は、上記施設での総利益から経費を引くと赤字であり、その逆数を指定管理料として収受しています。但し、その間の投資（基盤、成長・効率化投資）は呑み込んだ上でのゼロ受託が目標です。コロナからの回復と島原城築城 400 年を迎える 2024 年度以降は利益を残し、それを源泉に事業拡大に向けた再投資の好循環が目標です。

■ 指定管理料計画：2018 年度 17,000 千円／2019 年度 9,000 千円／2020 年度 20,000 千円／2021 年度 55,000 千円／2022 年度 31,200 千円／2023 年度 22,600 千円

2020～2021 年度はコロナ感染症により入込客は激減、尋常ならぬ環境に陥った為、2022 年度は島原城天守閣等外壁工事の影響を鑑み、指定管理料についても見直しを行い、2020 年度 20,000 千円、2021 年 55,000 千円、2022 年度 31,200 千円に増額する方向で交渉しました。

(3) 補助金事業（市が自前で予算化したもの）…「観光振興事業」

① パーソナル強化、② 紙媒体から SNS 等の電子媒体へのシフト、③ 観光基本インフラの再構築と強化です。

(4) 委託事業（国・県から市が獲得した事業の再委託）…「島原城築城 400 年武将隊 PR 事業」（2021～2025 年度）、「鯉の泳ぐまち魅力アップ事業」（2021～2023 年度）

(5)入場料、土産物物販、飲食、イベント、旅行業（受けスポーツ大会配宿業務）、DMO 事業（ふるさと納税プロモーション事業・めぐりん事業・キャッスルモンスター事業等）関連し合う為まとめて記載しますが、ここを伸ばしていくのが DMO としての命題です。

## 8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

長崎県島原市は、株式会社島原観光ビューローを島原市における観光地域づくり法人（地域 DMO）として認めます。

## 9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携 DMO（県単位以外）や地域 DMO と重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携 DMO や地域 DMO との間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

重複しない。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	市瀬 一馬
担当部署名（役職）	代表取締役
郵便番号	855-0036
所在地	長崎県島原市城内 1 丁目 1183 番地
電話番号（直通）	0957-64-7371
F A X 番号	0957-64-7371
E - m a i l	ichise@shimabaraonsen.com

## 11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	長崎県島原市
担当者氏名	吉田 修三
担当部署名（役職）	商工観光部しまばら観光課（課長）

郵便番号	855-8555
所在地	長崎県島原市上の町 537 番地
電話番号（直通）	0957-62-8019
F A X 番号	0957-62-8006
E - m a i l	shuzo-y@city.shimabara.lg.jp

都道府県・市町村名	長崎県
担当者氏名	松田 尚也
担当部署名（役職）	文化観光国際部観光振興課観光まちづくり班
郵便番号	850-8570
所在地	長崎県長崎市尾上町 3 番 1 号
電話番号（直通）	095-895-2643
F A X 番号	095-826-5767
E - m a i l	n-matsuda@pref.nagasaki.lg.jp

記入日: 令和5年7月25日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】 長崎県島原市

【設立時期】 平成28年9月13日

【設立経緯】 島原市内の観光施設を有効活用し、島原ブランドを一段階上に押し上げ、観光を推進する体制を一層強化していくために、観光関係4団体を統合して設立。

【代表者】 市瀬 一馬

【マーケティング責任者(CMO)】 古賀 奈美

【財務責任者(CFO)】 福島 千枝美

【職員数】 37人(常勤37人(正職員14人・契約出向等23人))

【主な収入】 収益事業175百万円、委託事業48百万円、補助事業21百万(R4年度決算)

【総支出】 一般管理費193百万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】 島原市、長崎県島原振興局、長崎県文化観光国際部、長崎県観光連盟、島原半島観光連盟、島原半島ジオパーク協議会、雲仙岳災害記念財団、雲仙観光局、南島原ひまわり観光協会、九州観光機構、環有明海観光連合、島原鉄道、フェリー会社、宿泊部会、土産部会、商店街連盟、トラストパーク他

KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	10,000 (55)	10,000 (55)	10,000 (55)	12,000 (66)	13,000 (72)	14,000 (77)
	実績	8,943 (30)	8,699 (30)	11,883 (40)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	117 (1.0)	150 (1.0)	150 (1.0)	210 (4.0)	240 (4.5)	250 (5.0)
	実績	152 (0.6)	153 (0.4)	187 (0.4)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	67 (—)	75 (—)	60 (—)	95 (—)	95 (—)	95 (—)
	実績	74 (—)	67 (—)	95 (—)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	50 (—)	50 (—)	51 (—)	52 (—)	53 (—)	54 (—)
	実績	49 (—)	49 (—)	33 (—)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】  
第1TGT・・・長崎県、福岡県、熊本県、関東、関西  
インバウンド・・・韓国、台湾、香港

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
県、市と連携したプロモーション、SNS情報発信、  
ロケ誘致、海外レップ視察、島原城築城400年や  
湧水城下町、古民家喫茶事業、100年フード、サ  
イクルツーリズムなど魅力発信

【観光地域づくりのコンセプト】  
島原市・・・“肥沃の大地と豊饒の海”の恵みを身  
近に感じられる街、しまばら

具体的な取組

- 【観光資源の磨き上げ】
  - ・しまばらめぐりんチケット
  - ・PB商品、築城400年記念商品開発
  - ・100年フード認定
  - ・MR、VR商品
- 【受入環境整備】
  - ・2次交通網整備  
(E-BIKEレンタサイクル)
  - ・市内92カ所多言語案内板設置
  - ・島原城内車泊事業(RVパーク)
  - ・夜型商品(夜の陣、謎解き)
- 【情報発信・プロモーション】
  - ・島原城築城400年PR事業
  - ・鯉の泳ぐまち魅力アップ事業
  - ・観光振興事業(カテゴリー I・II)
- 【その他】
  - ・2024年島原城築城400年に向けて  
大学連携工事幕アート製作、記念着  
地コンテンツ、記念イベント、記念商  
品開発など
  - ・環有明海観光連合加盟(長崎、佐  
賀、福岡、熊本)による広域連携

