

## 唐津観光未来創造プラン／第1フェーズ

からつ観光協議会

《註》第1フェーズでは、現状分析と戦略構図を示す。  
第2フェーズでは、戦術の構図を示す。

### 「観光」の定義

「観光」とは、地域独自の日々の暮らしや生業の中で、「ここにしかない光（＝空間、文化、食、風景、芸術、技）を観る（＝経験する、体験する）非日常、異日常」を指す。

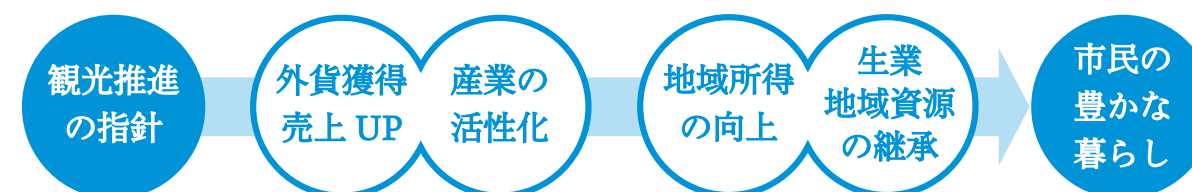
その活性化によって①外貨を獲得する、②観光行動が生まれる、③地産地消などの循環経済が促進される、④時代のニーズやポテンシャルが引き出されビジネスチャンスが拡大するという経済効果をもたらす。またそのプロセスとして地域住民が地域独自の「宝」を再発見・自覚し、それらを磨き継承する一方で唐津の新たな魅力を創造し続ける精神の土壌が豊かになる。



### 「唐津観光未来創造プラン」策定の目的

## 地域の暮らし・経済を豊かにする総合産業としての「儲かる観光」を ALL 唐津で推進する指針づくり

- ①唐津観光について **ALL 唐津**で問題意識とビジョン・目標を共有し、唐津の未来のために **一体的で効果的な観光戦略を推進**し共に取り組み協力する指針をつくる。
- ②唐津で観光する人が幸せを感じる「オンリーワンの観光交流都市」を実現する。その結果、唐津の観光産業、それに関わる第1次、第2次産業が儲かり、**唐津の経済が底上げ**される。
- ③唐津に新たな経済が生まれることで唐津が育んできた歴史や伝統文化、地域資源が継承されるとともに、地域が儲かることによって地域の所得向上・生きがいに繋がり、「**唐津市民の豊かな心・経済を育む**」観光まちづくりを実現する。



**S**trength : 唐津観光の強み

## 恵まれた立地と観光先進地にふさわしい条件

- ・近年経済成長する福岡・アジアに近く、陸海空による交通利便性が発達
- ・観光先進地に必要な4条件※「気候」「自然」「文化」「食事」が備わる地域

※出典：「新・観光立国論」デービット・アトキンソン

海の街として豊かな海岸線に恵まれ、マリンスポーツや釣り等のレジャーや、名護屋城周辺のウォーキングや虹の松原サイクリングやオルレ等が充実。

日本三大松原の虹の松原や美しい海岸線、棚田、滝、七つの島など、固有の自然環境が備わっており、海あり山ありの恵まれた自然条件がある。



健やかな海や山、里地、川から豊富な食材がもたらされ、それらにより、地酒や伝統的な郷土料理、和洋の多様な飲食店や菓子店が趣向を競う。

古くから大陸との交易、幾多の時代に彩られた歴史・文化遺産、住民の気風があり、唐津焼、お祭り、伝統芸能、食文化、街並みなどが唐津を物語る。

**W**eakness : 唐津観光の弱み

- ・観光先進地の条件はあるがPRできておらず、集客に繋がっていない
- ・目的型・滞在型の観光商品が不足し、宿泊・消費が伸び悩んでいる
- ・豊富な食材・環境・資源はあるが、観光商品として活かしていない
- ・インバウンドが増加する中、外国人受入れの環境が整備できていない

**O**ppportunity : 販売・集客機会、チャンス

## 全国・世界が観光市場になり得るチャンス

- ・唐津コスメティック構想の推進
- ・日本遺産「肥前窯業圏」への認定



国際的コスメティッククラスターの創造を理念に、ヨーロッパ・アジアのビジネス交流・インバウンドが期待。

肥前窯業圏が日本遺産に認定。唐津は日本の陶磁器発祥の地として構成され、唐津焼は貴重な資源として注目。



- ・ユネスコ世界無形文化遺産の登録
- ・大林宣彦監督の唐津映画「花筐」



「山・鉾・屋台行事」の1つとして、唐津くんちがユネスコ無形文化遺産に登録。観光客の増加が期待。

大林宣彦監督による唐津映画「花筐」が製作(2016年)。唐津の魅力、文化が描かれ、今後唐津の全国PRが期待。



- ・クルーズ船の入港
- ・九州他都市の世界遺産の増加



唐津東港の岸壁工事によりクルーズ船の入港が可能に。今後、国内外の観光客が増えることが期待。

情報インフラの劇的な進歩

西九州自動車道の延伸

**T**hreat : 観光の脅威となる要因

- ・人口減少・少子高齢化による国内市場の縮小と観光・産業の担い手不足
- ・食資源（漁獲水揚げ等）の減少
- ・風情ある街並み・建物の消失
- ・強みであるはずの唐津の伝統文化が次世代に継承されていない
- ・九州で頻発する災害

人口減少、超少子高齢化社会で、国内市場の縮小、産業の後継者問題など、様々な問題が今後顕著になることが懸念される。そうしたなかで、恵まれた環境や資源を活かしきれていないのが唐津観光の最大の弱みと指摘されることから、今後は国内外の観光市場（外貨）に目を向け、恵まれた資源とチャンスを存分に活かした「儲かる」観光まちづくりを推進し、持続可能な都市経営、豊かな唐津市民の暮らしを実現する。

### 唐津観光未来ビジョン～私たちのありたい姿～

多彩な和文化・資源を使った唐津独自の「儲かる観光まちづくり」が定着し、「唐津の街自体」が最高の観光商品となって、暮らしが豊かになる観光都市

唐津の暮らしや街自体が観光商品となることで、唐津が独自に育んだ伝統文化や歴史、食文化などの「良質で多彩な和文化」を五感で楽しみ、唐津焼のように訪れるたびに味わいが増す観光交流都市を目指す。それによって、唐津のあらゆる産業が活性化しまち全体の売上が増えることで、唐津市民の生業や暮らしが持続的に発展。住人に愛され、訪れる人が憧れる唐津へと成長する。

#### 多彩な和文化を五感で楽しめる唐津

- ・独自の景観、郷土料理、伝統芸能、文化、祭事などが豊かに残っている。
- ・それを住人が意識し磨き続けている。

#### 唐津焼のような味わい深い観光都市

- ・多様な資源や人材が息づき連携。
- ・観光客によって魅力・味わいが深まる独自の観光の仕掛けが沢山ある。

#### 観光産業で潤う ALL 唐津

唐津のあらゆる地域・資源が観光に活かされ、地域調達率も高く、唐津市全体の観光収入が増加することによって、観光産業従事者だけでなく、関係する産業や市民の生活が潤う。

#### 住人に愛され観光客が憧れる唐津

地元の人が唐津を愛し誇っている魅力ある街＝訪れたい、住みたい憧れの街になっている。



- ・観光客増、外貨獲得を通じて地域の経済循環が高まり、あらゆる地域と産業が活性化
- ・地域の持続可能な発展を支え、唐津市民の生活・精神が豊かになることを目指します

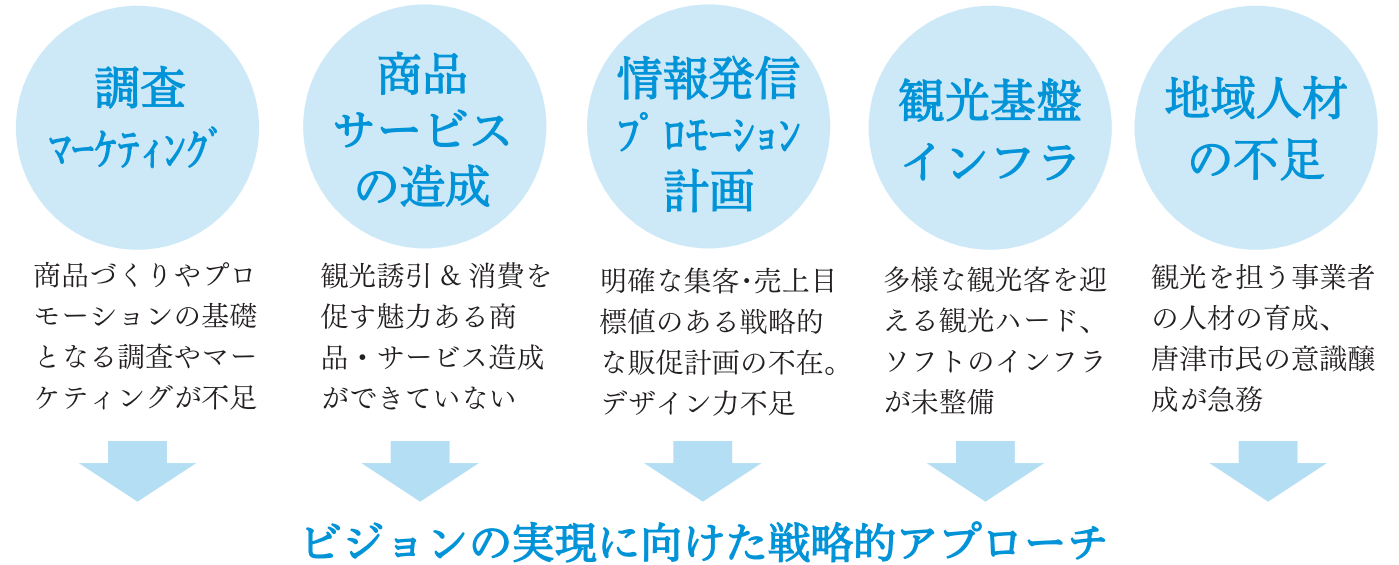
#### 観光事業活性化の成果を計る指標 (KPI) の設定

|            |              |
|------------|--------------|
| 個人旅行比率     | 観光滞在時間の増加    |
| 域内調達率 No.1 | 観光リピート率 No.1 |
| 宿泊数の増加     | ⋮            |

しっかりとした成果を図るためには、戦略ごとにさらに具体的な指標を設けていく必要性あり。全体として指標を何にするかは検討課題。

例／◎飲食店売上総額、◎小売り総額、◎「福岡⇒唐津」のJR、バスの乗車数など

#### ▼ビジョンを実現するにあたっての唐津観光の課題



#### ビジョンの実現に向けた戦略的アプローチ

- #### 1 観光客増、売上 UP を実現するマーケティング

  - ・課題の把握、目標となる指標チェックのための継続的で全体的な観光動向調査
  - ・魅力的な商品造成をするための観光客のニーズ & マーケティング調査
  - ・ターゲットに対して効果的なプロモーションを打つための基礎調査及び顧客セグメント
- #### 2 オンリーワンの付加価値を創出する商品・サービスづくり

  - ・唐津独自のビジョンに沿ったストーリーで付加価値のあるオンリーワンの商品・サービスの開発
  - ・消費や滞在時間を増加させる体験型・目的型・時間消費型の観光の商品づくり
  - ・地域の人たちが観光に興味を持ち、商品造成や販促計画に参加・挑戦する場の創出
  - ・住民の「地産地消」を促し、資源の価値を再認識しそれを継続、磨きあげていく場づくり
  - ・地域間で連携し、観光の滞在時間を長くするような付加価値の高い観光商品づくり
  - ・唐津を拠点に、福岡、佐賀（伊万里、有田など）、長崎（平戸、波佐見など）にも足を延ばす広域観光の提案をし顧客層を広げる
- #### 3 市場ニーズ・ポテンシャルを捉えた販促計画と質の高い情報発信

  - ・造成された観光商品、サービスの売上増に繋げるための全市的な販促計画を作成
  - PDCA サイクルのチェック指標を明確かつ具体的に掲げる
  - ・消費者の興味、購買意欲を掻き立てる観光商品（パッケージ等）のデザイン・編集
  - ・他都市の観光都市と差別化のためのブランディング・情報発信の戦略づくり
  - 圧倒的に美しいビジュアル、アーティスト活用、など
  - ・一方的な情報発信でなく、観光客が自ら SNS などで観光商品を情報発信したくなる仕掛けづくり

#### 4 多様な観光客を迎え入れる観光インフラの整備

- ・唐津内の観光地を周遊するための2次交通※の充実（モビリティなど）  
※ここで2次交通とは、唐津に到着し市内を回遊するための交通。
- ・若者の個人旅行やロングステイが楽しめる環境整備（民泊施設・ゲストハウスの整備など）
- ・観光客が障害なく快適に観光するためのサービス強化（多言語対応、Wifi 環境整備等）
- ・その他観光周遊のためのハードのインフラ整備（多言語対応のサイン設置、施設整備など）
- ・歴史的建造物の保存、街並み、景観・環境保全

#### 5 儲かる観光まちづくりを実現する地域人材の育成

- ・市民・事業者がオンリーワンの商品、サービス造成、情報発信、デザインや編集を学ぶ場の創出
- ・市民・事業者が上記のことを相談できる地元の機関や地域に根付いた専門人材を育成
- ・住民が観光資源を再認識し、観光都市唐津人としての自覚や誇りを持つ機会を創出
- ・唐津観光のビジョンを共有し、観光関連産業の活性化のリーダーシップを担う人材育成とそのネットワーク強化
- ・観光に関心の高い学生インターンなどを地域ぐるみで誘致し、外部の若者の柔軟な発想を学んだり、刺激や気づきを得る場を創出。一方で将来唐津で起業する人材予備軍も確保
- ・新たに造った観光商品やサービスを試販したり、モニタートライができる場の提供

観光商品造成のアプローチの一例 → 商品づくりのための共通ステップ

#### 多彩で良質な和文化

- ・地域に根づく多様な郷土芸能や文化
- ・古典文学（日本書紀、万葉集）
- ・大陸の玄関口に位置し、日本の文化、文明のルーツとなった歴史がある
- ・安土桃山時代に築かれた戦国大名達の“首都”である名護屋城
- ・唐津焼、お茶、生花、能、浄瑠璃、舞踊、などの多様な和文化

#### 豊かな食材・食文化

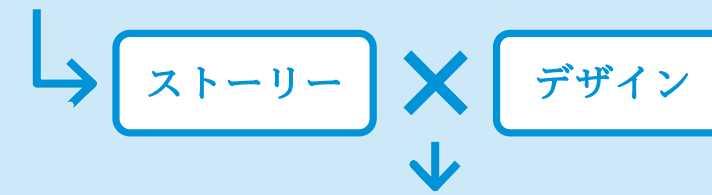
- ・長年続いている朝市
- ・多彩な郷土料理（だぶ汁、いりやき鍋など）
- ・歴史や文化を語る食の存在
- ・様々な分野の飲食店や人材が充実（和食、居酒屋、洋食、肉、など）



オンリーワンの商品の魅力をつくる組み合わせの可能性は無限大  
今ある地域資源を磨き、消費や滞在時間を増加させる商品づくりへ繋げるのが重要  
(風景、自然、時代、文化、食、伝統、建物・・・)



#### 顧客目線の唐津観光商品づくり



#### マーケティングの視点

ターゲットに有効なデータを収集して売れる商品づくり◎世代・性別は？◎地域/近隣、広域、外国◎消費者層。消費金額は？◎ライフステージ、ライフスタイルは？

#### 観光誘客、消費に繋がるオンリーワンの商品・サービス造成へ



PDCA サイクルの実現

#### 売上げ等数値目標を設けた販促、情報発信を展開

戦略を戦術へと具体化し、ALL 唐津で「儲かる観光」を実現するためには、事業を具体的に推進する「組織と体制」が不可欠

基盤整備に向けた視点・アプローチ → H29 年度から具体的な基盤整備へ

#### 1 「儲かる観光」の推進に向けた問題意識、目的の共有

観光関係者が唐津観光の問題意識やビジョン、達成する目的、唐津市民が地域に利益を生み出すノウハウ・発想（DMO 的視点）を広く共有し、地域内での浸透・共通認識を図る。

#### 2 関連組織の情報の集約と役割分担の明確化&協働、共創

観光事業について各組織が取組む事業の情報を集約し、事業の漏れやダブリがないように各組織の役割分担を明確にする。情報共有&連携を欠かさず一体的に連携していく。

#### 3 戦略的アプローチを実現する推進体制（唐津版 DMO）の構築

地域が儲けるためのマーケティング、オンリーワンの商品造成、デザイン・ブランディング、人材育成を支援する推進体制（唐津版 DMO※）づくり。原則として「事業の継続」「ノウハウの蓄積」「観光情報の共有・アクセスの容易性（地域密着性）」を有し、市民が気軽に相談・利用でき ALL 唐津を実現する風通しの良い、地域に開かれた専門機関。加えて、「儲かる観光」を推進する人材・事業者の育成、成功事例づくりを図る。

※DMO（Destination Management/Marketing Organization）の略。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」の視点に立った地域づくりの舵取り役として下記3つの機能をもった組織（法人）  
①多様な関係者との合意形成を行う②各種データ等の継続的な収集・分析に基づく明確なビジョンとコンセプトに基づいた戦略、その達成を図る指標、PDCA サイクルの確立③関係する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整  
（参考：国土交通省 観光庁「日本版 DMO 形成・確立に係る手引き」）