第4期壱岐市観光振興計画

令和 4 年~6 年 (2022 年-2024 年)

『観光』の"復幸" ~その視線の先を目指して~



長崎県壱岐市



目次

第	1	章	新た	とな観光振興計画の策定	1
	1	.策定	どの起	壓旨	1
	2	.計画	前の位	位置づけ	1
	3	.計画	期間	<u></u>	2
	4	.数值	直目標	票	2
	5	.推進	性体 制	刊	3
	6	.SD0	Gs 0	の取組	4
第	2	章	我か	『国の観光の現状と最近の動向	6
	1	.国内	放行	テの現状	6
	2	.訪日	旅行	テの現状	7
	3	.国の	動き		8
	4	.県の	動き		8
	5	.環境	色の変	变化	9
第	3	章	本市	5観光の現状と課題	10
	1	.本市	うにま	おける観光の現状1	10
	(1)	観光	と客数及び観光消費額	0
	(2)	航路	・航空路乗降客数 1	10
	((3)	修学	上旅行による来島者 1	l 1
	(4)	外国]人観光客数	12
	2	.本市	うにま	おける観光の課題1	13
	(1)	観光	治 資源の認知度向上及びリピーター獲得について	13
	(2)	多様	きな観光ニーズへの対応について1	14

(3)	高付加価値観光の創出について	14
(4)	ウィズコロナ&ポストコロナの対策について	15
第4章	観光戦略の策定	16
1 11 -	L- L -A1	1 /
	本方針	
2.33	ノセプト	17
第5章	観光振興の基本施策	19
1 .旅行	亍商品・滞在プログラムの充実	19
(1)	個人型旅行への対応強化	19
(2)	団体旅行・クルーズ船対応の強化	20
(3)	教育旅行の推進	20
(4)	スポーツツーリズムの推進	20
(5)	企業連携及び各種大会誘致の推進	21
2.受	人環境の充実	21
(1)	宿泊施設の魅力向上	21
(2)	移動手段の充実	22
(3)	観光施設の充実	23
(4)	ICTによるスマート観光の推進	23
(5)	観光人材の育成強化	24
(6)	観光地域づくりプラットフォームの形成	24
3.セー	ールス・プロモーションの充実	25
(1)	情報発信の強化	25
(2)	旅行会社等へのセールス活動の強化	26
(3)	観光マーケティングの推進	27
(4)	パブリシティ効果の高いイベント等への参画	27

(5) 戦略的な観光物産 P R
4 .高付加価値観光の推進
(1)既存観光拠点施設の充実29
(2) 観光資源の開拓と磨き上げ
(3) リピーター獲得と観光サービスの創出
(1) ワーケーションの取組
(2) ニューツーリズムの推進
(3) 安全・安心対策の取組
(4) 危機管理の体制
●各施策で想定される主な推進主体
◆参考資料◆
1.壱岐市観光振興計画策定委員会設置に関する要綱
2. 壱岐市観光振興計画策定委員
3.観光振興計画の策定経過

第1章 新たな観光振興計画の策定

1. 策定の趣旨

市では、観光振興の基本的な考え方や施策等について、外部の有識者による委員から意見を求め、第3期壱岐市観光振興計画を平成30年(2018年)3月に策定しました。

新型コロナウイルス感染症拡大により、今後の観光動向を見極め、本市の観光振興のあり方について、多角的な調査・研究が必要と判断し、第4期壱岐市観光振興計画の策定を1年間延長しましたが、全国的な感染状況にも鑑み、令和4年度(2022年度)を壱岐市観光の「復興元年」と位置づけ、各施策に市民一体となって取り組むため、今回新たな計画を策定します。

2. 計画の位置づけ

この計画は、本市の最上位計画に位置する「第3次壱岐市総合計画(2020 ~2024)」に基づく観光分野の個別計画として位置づけられています。

基本目標 1 希望の仕事があり 安心して働くことができ、起業もできる

1-5 観光の振興

所管/観光課



















政策の基本方針

個人・団体旅行・教育旅行、スポーツ 交流など、多様なニーズに応じた旅 行商品や滞在プログラムの充実を図 ります。

宿泊施設の充実をはじめとする受入 環境の充実と、情報発信やセールス 活動を強化します。

【施策体系】

- 1.旅行商品・滞在プログラムの充実
- 2.受入環境の充実
- 3.セールス・プロモーションの充実

3. 計画期間

この計画は、3年間で具体的に取り組む施策を掲げることとし、その期間は、 令和4年度(2022年度)から令和6年度(2024年度)までの3年間とします。

4. 数值目標

現行の第3期計画数値目標である「観光客実数」、「宿泊客実数」、「観光消費額」、「外国人宿泊客実数」は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて非常に厳しい状況に陥っています。

目標設定として、激減した観光客延べ数等を短期間で増やすというイメージではなく、コロナ禍前の状態まで戻す(回復)こととし、その指標として第3期計画の数値目標に対する成果を踏まえるとともに、国内外の感染状況及び経済状況等を鑑み、次のとおり4つの目標を数値化しました。

目標項目	基準年	基準値	目標年	目標値
観光客延べ数	H30年	384, 809人	R6年	390,000人
観光客実数	H30年	230, 548人	R6年	240,000人
観光消費額	H30年	56億円	R6年	60億円
外国人宿泊客実数	H30年	1,798人	R6年	1,800人

【各目標値の設定根拠】

観光客延べ数、観光客実数

基準年をコロナ禍以前の平成30年(2018年)の数値とし、現在の国内外の感染状況及び経済状況、観光客の伸び率等を考慮し、コロナ前まで戻すことを 目標に設定

観光消費額

基準年をコロナ禍以前の平成30年(2018年)の数値とし、現在の国内外の感染状況及び経済状況、国内観光客、特に訪日外国人観光客の伸び率等を考慮

し、コロナ前と同程度を目標に設定

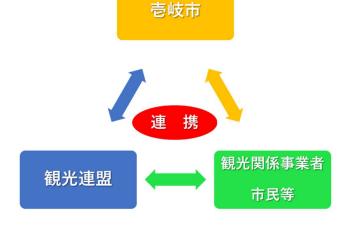
外国人宿泊客実数

基準年をコロナ禍以前の平成30年(2018年)の数値とし、訪日意欲が戻り外国人観光客の旅行需要が回復するまで、相当な時間を要すると想定し、コロナ前まで戻すことを目標に設定

5. 推進体制

この計画の推進は、市のほか、市民、観光関係事業者、観光振興団体が連携して取り組む必要があり、本市観光施策の推進母体となる壱岐市観光連盟を中心に、魅力ある壱岐の観光資源を活用し、計画に掲げた目標の達成に向けた観光振興を目指します。

推進主体	対 象	主 な 役 割
観光振興団体	壱岐市観光連盟	観光振興の主導的な組織として、リーダーシップを発揮しながら、旅行商品の造成、観光情報の発信、観光客の誘致、おもてなしの向上などに努め、観光関係事業者、市民、行政等と連携して、観光振興の総合的な施策の推進を図る。
観光関係事業者	旅館·民宿組合、商工会、 JA、JF、宿泊·交通· 飲食·物産·体験等事業者	事業等を通じて、観光客へのサービス向上を図り、観 光振興団体、市民、行政等と連携して、観光振興 の総合的な施策の推進に努める。
市民	市民、ボランティアガイド等	観光への理解を深め、観光振興に関する取組に参画し、観光客を温かく迎えるよう努める。
市	壱岐市	国・県、観光振興団体、観光関係事業者、市民と連携して、観光振興の総合的な施策の推進を図る。



6.SDGsの取組

平成27年(2015年)9月、ニューヨークの国連総会で、世界の193の 国々が全会一致で合意した「持続可能な開発目標」により、貧困を終わらせすべ ての人が平等な機会を与えられ、地球環境を壊さずに、より良い生活を送ること ができる世界を目指して、世界中が努力することが約束されました。

SDGsとは、「Sustainable Development Goals」の略称で、17の目標、169のターゲットから構成されています。

SDGsの基本理念に「誰一人取り残さない」を掲げ、経済・社会・環境のバランスを重視しながら、国際社会が一体となってSDGsの達成を目指しています。本市は、「SDGs未来都市(29都市)」、その中で先導的な取組を行う「自治体SDGsモデル事業(10事業)」に内閣府から選定され、令和12年(2030年)の将来像実現に向けて「未来都市計画」を策定しました。

SUSTAINABLE GALS DEVELOPMENT



また、「第3次壱岐市総合計画(2020~2024)」戦略プロジェクトでは、 分野横断的に展開する政策パッケージとして、「SDGs未来都市づくりプロジェクト」があり、「ICTによるスマート観光の推進」が掲げられています。

観光を産業や暮らし、環境等の幅広い分野と融合させ、経済活性化や新しい人の流れを引き起こす「+観光」プロジェクトでは、より具体的な事業の推進を目標に掲げるとともに、壱岐市総合計画「観光の振興」政策についても、SDGs 該当分野を明確にし、令和12年(2030年)に向けたまちづくりに官民一体となって取り組みます。

「+観光」プロジェクト

教育

離島留学

「観光」を産業や暮らし、環境等の幅広い分野と融合させ、経済活性化や新しい人の流れを引き 起こすプロジェクト。

起こすプロジェクト。 ●グリーンツーリズムの推進 ●スポーツツーリズムの推進 ●ブルーツーリズムの推進 ●企業連携及び各種大会誘致の推進 ●ワーケーションの推進 ●個人型旅行への対応強化 ●団体旅行・クルーズ対応の強化 ●逆参勤交代の推進 ●教育旅行の推進 グリーンツーリズム 農業 ブルーツーリズム ワーケーション 水産 • 逆参勤交代

福祉

・ユニバーサルツーリズム

・ヘルスツーリズム ・アニマルツーリズム

観光

第2章 我が国の観光の現状と最近の動向

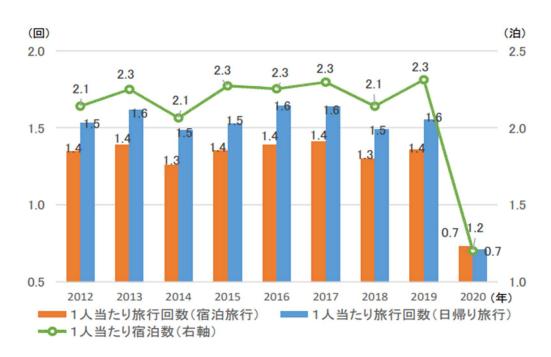
1. 国内旅行の現状

平成30年(2018年)の日本人1人当たりの国内宿泊旅行回数は、1.3回、日帰り旅行回数は1.5回、1人当たり宿泊数は2.1泊と、自然災害や気象変動の影響をうけて、前年からいずれも減少しています。令和元年(2019年)には、少し持ち直して、緩やかではありますが回復傾向にありました。

しかしながら、令和2年(2020年)には、新型コロナウイルス感染症が全国に拡大し、徐々に観光需要が減少し、観光産業全体に甚大な影響を及ぼしました。

令和2年(2020年)の日本人1人当たりの国内宿泊旅行回数は、0.7回、日帰り旅行回数は0.7回、1人当たり宿泊数は1.2泊と、前年を大きく下回っています。

日本人1人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移



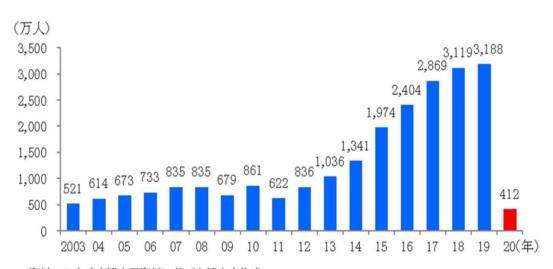
資料: 観光庁「旅行·観光消費動向調査」

2. 訪日旅行の現状

訪日外国人旅行者数は、令和元年(2019年)までは、ビザの戦略的緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充、CIQ体制の充実といった改革を進めるとともに、航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備、魅力的なコンテンツの造成、日本政府観光局等による対外プロモーション等により、7年連続で過去最高を更新したが、令和2年(2020年)は、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴い、各国・地域において水際対策等が強化された影響等により、2月以降大きく減少し、前年比87.1%減の412万人となっています。

※CIQ…税関(Customs)、出入国管理(Immigration)、検疫(Quarantine)を指す

訪日外国人旅行者の推移



資料:日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

3.国の動き

国は、平成28年(2016年)3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、「観光は成長戦略の柱、地方創生への切り札」との観点から、再び「観光立国」を目指し、その実現に向かって国、民間、地域が一体となって取り組むこととしています。

また、「観光戦略実行推進会議」を開催し、有識者との様々な意見や議論を踏まえ、国の今後1年を目途とした行動計画として、令和2年(2020年)7月に「観光ビジョン実現プログラム2020」を策定しており、(1)新型コロナウイルス感染症により深刻な影響が生じている観光関連産業において、まずは雇用の維持と事業の継続の支援策を最優先に取り組むこと、(2)観光需要の回復に向けて反転攻勢に転じるための基盤を整備すること、(3)感染の状況等を見極めつつ、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、(4)国・地域ごとの感染収束を見極め、誘客可能となった国等からインバウンドの回復を図ること、を打ち出しています。現在、我が国の観光は厳しい状況にありますが、自然、食、伝統文化、芸術、風俗習慣、歴史など日本各地の観光資源の魅力が失われたものではなく、国内外の感染状況を十分に見極めつつ、国内旅行とインバウンドの両輪により、観光立国を実現できるよう、着実に実行していくとされています。

4. 県の動き

県では、平成18年(2006年)10月に「長崎県観光振興条例」を制定し、 この条例に基づき、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するた

め、新たな観光振興基本計画を策定しています。 基本計画の推進期間は、令和3年度(2021年度)から令和7年度(2025年度)の5年間で、「感動あふれる長崎県〜みんなで磨く、文化と食と真心と〜」を将来像とし、「滞在型観光コンテンツの充実等による観光まちづくりの推進」、「訪れる人に期待以上の満足を感じさせる『おもてなし』力の向上」、「安全・安心対策や観光産業の高付加価値化の推進」、「観光客のニーズやターゲットに応じた訴求力のある情報発信と周遊観光の促進」、「環境変化や市場動向を踏



まえたインバウンド観光の推進」を観光振興の5つの柱として掲げ、各施策を官 民一体となって取り組んでいくとされています。

5. 環境の変化

全国的な人口減少及び少子高齢化の問題は、本市でも例外ではなく令和12年(2030年)の総人口は20,503人、高齢化率は41.9%と試算されています。

人口減少や少子高齢化社会に突入することで、観光旅行者の減少が進むもの と見られており、リピーターによる滞在時間の延長、宿泊日数及び観光消費額の 増加など更なる取組が必要となってきています。

変化した旅行ニーズを把握し、的確なマーケティングのリサーチやデジタル技術を活用したスマート観光等を導入し、観光庁が推奨する人前でのマスク着用など「新しい旅のエチケット」を取り入れた安全・安心な「新しい旅」の確立が求められています。

また、コロナが収束しても、旅行需要がコロナ前の水準まで戻るには相当な時間を要するため、人々の価値観や思考重視の行動に注視しながら、観光関係事業者を中心とした官民一体の取組が必要になると考えられています。

参考文献: 菊森淳文「ウィズ&ポストコロナの生き方」、公益財団法人ながさき地域政策研究所、2021年

第3章 本市観光の現状と課題

1.本市における観光の現状

(1) 観光客数及び観光消費額

本市の観光客延べ数は、平成29年(2017年)の30万人台から横ばいで 推移しています。

また、全国的な訪日外国人の激減に加え、パンデミックとなった「新型コロナウイルス感染症」の拡大により本市観光産業も甚大な影響を受けており、令和2年(2020年)の観光客数は、23万人台と観光消費額ともに非常に厳しい状況となっています。

単位:人、%、千円

					- 早世.	<u>人、%、十円</u>
年	観光客数 (延数)	対前年 増減率	観光客実数	対前年 増減率	観光消費額	対前年 増減率
平成29年	396,855	△ 27.0	235,896	1.4	5,675,500	△ 28.4
平成30年	384,809	△ 3.0	230,548	△ 2.3	5,654,425	△ 0.4
令和元年	390,568	1.5	236,786	2.7	5,784,198	2.3
令和2年	234,521	△ 40.0	140,754	△ 40.6	3,559,568	△ 38.5

資料: 壱岐市観光課統計

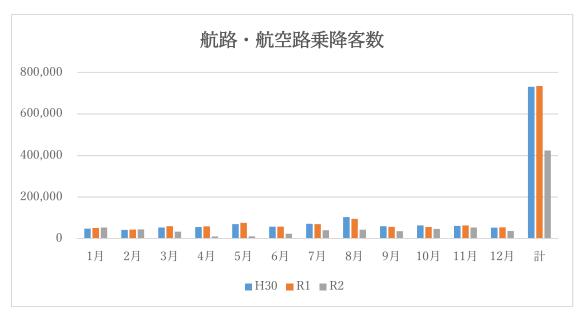
(2) 航路・航空路乗降客数

平成28年(2016年)4月20日、「有人国境離島地域の保全及び特定有人国境離島地域に係る地域社会の維持に関する特別措置法」が成立しました。

平成29年に創設された「特定有人国境離島地域社会維持推進交付金」では、 島民が利用する航路・航空路運賃の低廉化が図られただけではなく、島民以外の 乗降客数が実数として捉えることができるようになりました。

本市における観光需要には季節的な変動があり、夏場の繁忙期、冬場の閑散期により航路・航空路の利用にも影響を及ぼしています。

また、新型コロナウイルス感染症が拡大し始めた、令和2年(2020年)3 月頃から、航路・航空路の利用者が激減し、令和元年(2019年)の乗降客数734,026人から、令和2年(2020年)実績で、対前年比57.6%の423,386人まで落ち込みました。



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
H30	47,567	40,992	52,900	55,124	68,826	56,530	70,508	103,092	59,160	62,685	60,673	52,099	730,156
R1	50,376	43,083	59,000	58,580	74,925	56,925	68,924	94,802	55,766	54,945	63,008	53,692	734,026
R2	52,878	43,605	33,002	10,000	10,382	22,652	39,445	42,082	34,883	45,753	53,124	35,580	423,386

(3) 修学旅行による来島者

本市では、平成27年(2015年)に「壱岐教育旅行受入プロジェクト委員会」が設立され、体験プログラムの充実や受入環境の整備を実施し、地道な誘致活動を展開してきました。

営業活動の成果が徐々に見られ、平成29年度(2017年度)は、37校、5,374人の来島となりました。

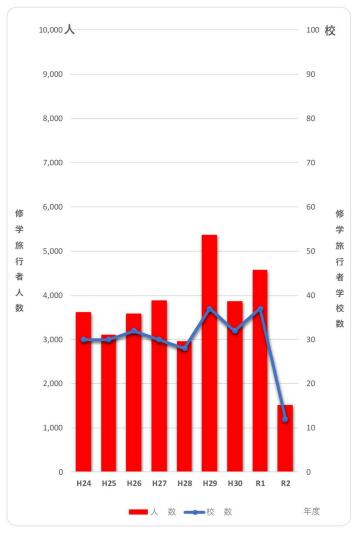
令和元年度(2019年度)は、更なる組織力強化と教育旅行のあり方を検討するため、「壱岐教育旅行誘致促進委員会」と組織を新たにし、営業活動をはじめとする取組を進めてきました。

その後も、台風などを理由に来島できない学校もありましたが、安定した受入を続けてきた矢先に、新型コロナウイルス感染症が全国的に猛威を振るい、相次ぐキャンセルの結果、令和2年度(2020年)は、12校、1,507人の来島となりました。

単位:校、人

		平位. 汉、八
年 度	校 数	人 数
H24	30	3,624
H25	30	3,113
H26	32	3,581
H27	30	3,888
H28	28	2,957
H29	37	5,374
H30	32	3,872
R1	37	4,580
R2	12	1,507

資料: 壱岐市観光統計



(4) 外国人観光客数

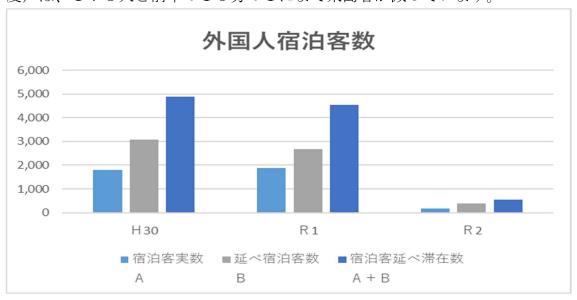
日本では、少子高齢化による人口減少が急速に進展し、国内消費の低迷が深刻な問題となり、訪日外国人観光客をターゲットとしたインバウンドビジネスに力を入れてきました。

本市におきましても、外国人観光客がもたらす経済効果に注目し、外国語標記の看板設置、無料 Wi-Fi 及びクレジットカード決済の導入などインフラ整備をはじめ、語学力及び接客力など宿泊施設等スタッフのスキルアップ研修を開催し、受入環境整備を図りました。

また、高いレベルの語学力を有する国際交流員(CIR)を本市へ招聘し、SNSを活用した情報発信、外国人観光客向けのパンフレット制作やサインの多言語化の支援など、誘客促進と受入体制を確立することができました。平成29年度(2017年度)は、前年度の2倍にあたる1,256人の外国人観光客が

本市へ宿泊し、着実に宿泊者数及び消費額を伸ばし、その成果が表れてきました。 国別での宿泊者数は、韓国、中国のアジアからが最も多く、次いでアメリカと いう順位で、近年では台湾からも来島されている状況です。

残念ながら、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、令和2年度(2020年度)は、178人と前年の10分の1にまで来島者が減っています。



(単位:人)

年度	宿泊客実数	延べ宿泊客数	宿泊客延べ滞在数	
十尺	А	В	A + B	
H30	1,798	3,083	4,881	
R1	1,870	2,679	4,549	
R2	178	383	561	

2. 本市における観光の課題

(1) 観光資源の認知度向上及びリピーター獲得について

じゃらんリサーチセンターが発表した令和元年(2019年)に実施された宿泊旅行調査結果と比較して、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により国内一般団体旅行が激減し、今後の旅行形態が大きく変化することが予想されます。変化する旅行ニーズに対応し、長年の課題であるリピーターの獲得や宿泊日数の増加に加え、激しくなる地域間競争を勝ち抜かなければなりません。

人々の旅行意欲が回復する時、旅行先の候補地として選び抜かれるには、圧倒 的なその土地の知名度と合わせて、そこにしかない観光資源が知られていない ことには、多くの観光客に訪れていただけないため、効果的な情報発信やプロモーションの強化が必要不可欠であると考えます。

(2) 多様な観光ニーズへの対応について

観光産業は、長引くコロナ禍により大きな打撃を受けています。今後は、旅のあり方として、旅行者が感染リスクを避けながら旅を楽しむことが最重要であり、安全・安心な「新しい旅」の実現が求められています。多様化する旅行ニーズをリサーチし、地域の魅力を伝え滞在時間の拡大が期待できる着地型観光を促進し、旅の満足度を向上させることが、地域経済に観光消費をもたらし、観光産業の復活につながると考えています。

また、旅行者の消費行動は、依然としてモノ消費が高い傾向にありますが、コト消費(体験型消費)も注目されており、「初めてで・印象に残る・地域らしさ」

がある唯一無二のご当地体験を創出するなど、求められる観光ニーズに応えられる取組が必要です。

本市では、自然景観を間近で楽しむことができる船でのクルージングやシーカヤック、リニューアルしたイルカパークではイルカと触れ合える多くの体験メニューやアクティビティが近年特に人気を集めており、地域の長所を伸ばし個性を活かした体験コンテンツの開発が課題とされています。



辰ノ島クルーズ

(3) 高付加価値観光の創出について

新型コロナウイルス感染症拡大の影響から旅行意欲の低下が見られ、コロナが収束したとしても国内旅行の需要回復は、コロナ前の水準まで戻すには困難であるとの見方がされています。

今後は、宿泊施設滞在型観光の期待が高まる中、客室での快適性や滞在満足度を上げる取組として、宿泊施設でしかできない体験やアクティビティの検討、食事や温泉、ゴルフ場の活用や、課題となっている魅力あるお土産品の開発など、「富裕層向け観光」や「ハイクラス観光」となる高付加価値を付けた旅行プランの造成など、観光客一人当たりの消費額を上げる新たな魅力ある観光を作り上げる必要があります。



また、天候や閑散期対策も長年の課題であり、陸上養殖施設の見学とお食事が セットになったプランなど、天候等に左右されない次なる新たな体験の開発が 急がれます。

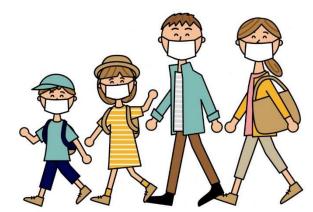
(4) ウィズコロナ&ポストコロナの対策について

人類にもたらされた新型コロナウイルス感染症拡大の経験は、今後の観光産業に多大な影響を及ぼすとともに、新しい環境の変化にいかに順応できるか、その「戦略と行動」が問われています。

人々の旅行意欲が回復しても、その旅行回数は減少し、3 密を回避するため平 日旅行が増え、分散化が顕著となり、マイクロツーリズムがしばらくの間、伸び てくると予想されます。

本市で掲げる"誰一人取り残さない"という「SDGs未来都市計画」ビジョンを達成するためにも、旅行者の利便性向上に向けたICTによるスマート観

光や、企業が推奨する新しい旅の形であるワーケーションの推進、デジタルマーケティングによるニューツーリズムの創出、また、団体から個人型旅行への対応など、ウィズコロナ&ポストコロナを踏まえた将来像(ビジョン)を明確にする必要があります。



第4章 観光戦略の策定

1. 基本方針

壱岐市の総生産は、700億円規模で推移しており、1人当たりの経済規模 (労働生産性)や課税所得は、長崎県平均に比べて低い状況です。分野別では 「保健衛生・社会事業」などの割合が高く、県平均でみると農業、水産業など のウェイトが高い特徴がみられます。労働生産性が低いことが、壱岐市民一人 当たり所得の上がらない要因となっており、島外から稼ぐ力が強いとされる産 業の農業や水産業とともに、観光業の更なる生産性向上や雇用力を高める工夫 が求められています。

本市の観光振興は、市民アンケートの結果から、市民満足度が低く、重要度が高い「重点課題分野」との回答があり、島の外から稼いでいる基盤産業として、観光業のみならず、多くの産業へ

経済波及効果が期待されており、極めて重要な産業と位置づけられると考えます。

「第3次壱岐市総合計画(2020 ~2024)」、基本目標1、希望の仕事があり安心して働くことができ、起業もできる、1-5観光の振興、政策の基本方針では、個人・団体旅行・教育旅行、スポーツ合宿など、変化する多様な観光ニーズに応じた旅行商品の造成や魅力ある滞在型観光の充実を図り、高付加価値観光の実現を目指します。

宿泊施設をはじめとする受入環境の 更なる充実により満足度を向上させ、 リピーターの獲得に力を入れていきま す。



実りの島 壱岐

また、効果的な情報発信及びプロモーションを強化し、「実りの島、壱岐」の知名度向上を図ります。

2. コンセプト

第3期壱岐市観光振興計画では、メインコンセプトである「実りの島、壱岐」を前面に出し、「壱岐らしさ」に基づいたものがモチベーション向上につながるとの結論から、「"Excitement" is borderless」、「感動に境界はない」という直訳からインスピレーションを得て、「壱岐での実りある体験が人と人をつなぐ」、インバウンド誘客を進める中で、本市の魅力ある観光資源は外国人観光客にも感動を与えられる、そのことには「境界(国境)はない」という思いを込めたコンセプトを決めて、観光戦略に基づく各施策を展開してきました。

本計画のコンセプトを模索するにあたり、世界を震撼させているパンデミック、新型コロナウイルス感染症拡大が、観光産業をはじめとする本市の経済にもたらした影響の大きさを考えられずにいられません。

人類史上、何度かこのような感染症拡大により経済が悪化したケースはありますが、世界中の人々はそのたびに、時間はかかりながらも立ち上がり復活を成し遂げてきました。

日本においても、平成23年(2011年)東日本大震災、平成28年(2016年)熊本地震、平成30年(2018年)7月豪雨と、いずれも未曾有の最大級レベルの自然災害により、多くの尊い生命を失い日本人は悲しみに打ちひしがれてきました。

そのたびに、繰り返し使われてきた言葉が『復興』です。

日本人の国民性ともいえる我慢といった「忍耐力」や失敗から学ぶ「学習を重んじる考え」、自ら困難に挑戦する「進取の気風」、「しょうがない」と宿命をただ受け止めるのではなく、自分の力が及ばない出来事に立ち向かい克服するという静かな決意の表れであるといった、何度も起き上がるダルマ精神や大和魂により、日本は危機や困難のたびに成長や発展を実現できていると、世界各国のメディアが発信しています。

今回の新型コロナウイルス感染症もまさにパンデミックであり、観光産業に暗い影を落とす要因となっており、本計画書は新しいスタートを切るために重要な役割を果たします。令和4年度(2022年度)を壱岐市観光の『復興元年』と位置づけ、これから『復幸』に向け市民一体となって取り組みます。

『復幸』とは、衰えた物事が再び盛んになるという意味があり、「興す」の 文字を「幸せ」に変え、観光によって地域経済を復活させ、観光等で訪れる全 ての方と、そこに住む市民に「幸せをもたらす」という思いを込めています。

また、本市で代表的な自然景観である「猿岩」の猿が望む遥か先には、九州があり、四国・本州と観光立国である日本列島へと連なり、これから国内旅行

需要の回復を契機とした観光の再生に向けた取組が行われます。

政府は、感染防止対策を徹底することが観光回復の大前提とし、日本人国内 旅行需要を強力に喚起するとともに、ワーケーション等の普及により旅行市場 を拡大しつつ、旅行需要を分散させ、混雑や密を低減させるとしています。

インバウンドについては、国内外の感染状況等を見極めた上で、回復に向けて段階的に取り組むことを目指しています。

本市観光産業復興の「その視線の先」にあるべき姿として、「本格的な国内旅行需要の回復」と「訪日外国人の旅行意欲の高まり」を目指して、一歩ずつ『復幸』に向けた歩みを進めるため、『観光』の"復幸"『~その視線の先を目指して~』をコンセプトに本計画の実現に向けた取組を力強く推進していきます。



日本の奇岩百景「猿岩」

第5章 観光振興の基本施策

施策の達成目標 アクションプラン



個人型旅行商品の造成

【基準値】H30:3件 → 【目標値】R6:5件



スポーツイベント参加者

【基準値】H30:3,355人 → 【目標値】R6:3,500人

1. 旅行商品・滞在プログラムの充実

(1) 個人型旅行への対応強化

新鮮な魚や壱岐牛、壱岐焼酎など壱岐の実りがもたらす「食」、猿岩や辰ノ島など美しく風光明媚な「自然遺産」、"子宝の湯"として親しまれ、すべての温泉施設が自家源泉・源泉かけ流しの「湯本温泉」、古より海を介した日本と大陸・半島との交流・交易で栄えた「原の辻遺跡」、古代からの架け橋・国境の島として文化庁の認定を受けた「日本遺産」を活かした旅行商品の造成に努めます。



(2) 団体旅行・クルーズ船対応の強化

団体旅行向けの旅行商品の開発に努めるとともに、国内クルーズ船の誘致活動を展開し、市民力を活かしたおもてなしによる受入体制の強化を行います。

また、令和2年(2020年)8月1日に国土交通省から「みなとオアシス

壱岐」として認定を受けており、郷ノ 浦港ターミナルビルを代表施設とし、 壱岐観光サービス拠点施設(観光案内 所)、青い海と緑の広場、弁天崎公園 を核としたにぎわいの創出、地域の情 報発信、島外からの入込客を期待した イベントを開催し、郷ノ浦港周辺を中 心とした地域活性化を目指します。



クルーズ船入港イベント(H30.7.22)

(3) 教育旅行の推進

多様化する教育旅行ニーズに対応するため、受入体制の整備強化やセールス活動を目的に設立された「壱岐教育旅行誘致促進委員会」を中心に、本市の自然環境を活用した魅力ある体験プログラムの開発や磨き上げ、一支国博物館、原の辻遺跡などの歴史遺産の活用、ガイド育成によるスキルアップなど体験やアクティビティ、学習環境の満足度向上を図ります。

また、SDGsをモデルとする「自動灌水システム構築・スマート農業」、

「海の学びの島・海洋教育」、「水素を活用した再生可能エネルギー導入」など、壱岐市が取り組む事業を学びの場と捉えた教育旅行の商品開発に力を入れます。全国に先駆けて取り組むことで、学校や旅行社等に対するメッセージを発信し、セールス活動による教育旅行の誘致実現を目指します。



(4) スポーツツーリズムの推進

壱岐サイクルフェスティバル、ウルトラマラソン、新春マラソンを継続し、 市民のおもてなし力を活用したスポーツによる交流人口の拡大を図ります。島 外チームからの参加が見込まれる大会の誘致や、文化活動を含む島外団体の合 宿や大会への参加に対しては、積極的に支援します。

また、県、宿泊事業者、観光連盟等と連携して、実業団や大学等のチームを

誘致し、「スポーツ合宿を壱岐島で!!」を定着させます。

施設整備には多額の費用を要しますが、計画書を策定し、既存の市所有施設をスポーツ合宿用に特化した機能性の高い施設に改修するなど、国の基金を活

用した助成事業に取り組み、施設のリノベーションを目指します。

壱岐の特性を活かしたサイクリングルートの開発によるサイクルツーリズムや、トレッキングコースをはじめとするアクティビティ、自然、異文化体験が組み込まれたアドベンチャーツーリズムの導入など、ポストコロナの観光復興に向けた取組を推進します。



壱岐サイクルフェスティバル

(5) 企業連携及び各種大会誘致の推進

企業連携による交流人口の拡大を目指し、サテライトオフィスの誘致や社員 向け研修、福利厚生の一環とした社員旅行、報奨旅行などの誘致に努めます。

また、企業等に対して、SDGsの推進とあわせた各種学会、セミナー、大会などの誘致を強化します。

施策の達成目標 アクションプラン



宿泊施設の魅力向上

【基準値】H30:0施設 → 【目標値】R6:40施設



観光関係事業者向けセミナー

【基準値】H30:2回 → 【目標値】<u>R6:5回</u>

2. 受入環境の充実

(1) 宿泊施設の魅力向上

コロナ禍の影響により、これからの旅行は宿泊施設でできるだけ長く滞在す

る傾向が増えてくると予想され、改めてその施設の魅力や利便性が求められます。ライフワークが変わり、寝泊りだけではなく仕事やミーティングも宿泊施設で行う機会が増えており、施設でできる体験やアクティビティ等があれば、これから宿泊施設が担う役割は更に重要となります。

客室に個室入浴ができる設備の新設、コワーキングスペースの設置など、多くのニーズに応えることで、施設の付加価値化となり更なる魅力向上につながります。

今後は、ポストコロナを見据えた、更なる安全・安心かつ快適性を実現する ため、セルフチェックイン、食事会場混雑表示システムなど、新たな技術や仕 組み・設備を活用した宿泊サービスを目指します。

また、OTAなどの活用や旅行商品への組み込み、食事メニューの開発及び 提供方法やルームサービス強化に向けた検討を行います。



※OTA…実店舗を持たずにインターネット上だけで旅行商品の取引が完結する旅行会社

(2)移動手段の充実

市内での観光客等の交通移動手段は、レンタカーが中心となっていますが、 コロナ禍により定期観光バスが休止し、更にはレンタカーの車両不足が生じる など、2次交通の弱さや課題が指摘されています。

観光連盟では、電動アシスト機能付きレンタサイクル「壱岐ちゃり」を導入しており、民間事業者の間では電動Mobility(スクーター、トゥクトゥク、キックボード等)のレンタルが始まるなど、その広がりは宿泊事業者の中でも生まれています。交通弱者が抱える課題解決を



図りながら更なる2次交通の開発を推進し、利用者の利便性向上を図ります。

また、郷ノ浦港でのジェットフォイル利用者が、安全・安心に乗降できる浮 桟橋の整備について、国や県の支援を受けながら高齢者や障がい者、観光客に やさしい受入体制整備に向けた改修に努めます。

(3) 観光施設の充実

案内板設置及び多言語化については、市内一円を計画的に実施・完了しており、今後も景観や外国人観光客に配慮した整備・充実に努めます。

情報化社会及び外国人観光客のニーズに対応するため、QRコードを活用した観光案内の音声化を進めます。

また、トイレの洋式化、各港での車イス貸出など、ユニバーサルツーリズムの普及・推進のため、本市を含む県下の情報を一元化し、旅行者等が個別に相談できる窓口を開設している「長崎県ユニバーサルツーリズムセンター」と連携し、市内バリアフリー施設の情報発信及びマップなどの見える化を図り、受入体制の充実に取り組みます。

観光主要施設である「イルカパーク」及び「一支国博物館」についても、観光の核として他の観光施策との相乗効果による誘客促進に繋げるため、施設の魅力及び観光サービス向上を図ります。



イルカパーク

※ユニバーサルツーリズム…高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく楽しく 参加できる旅行

(4) ICTによるスマート観光の推進

近年、観光情報の入手手段として、パソコン・スマホ・タブレット等に移行する中で、ホームページのスマホ対応化や観光地での多言語化した音声案内を

進めるなど、ICTを活用した情報発信や案内システム、多言語化、キャッシュレス対応などスマート観光を目指します。

デジタルトランスフォーメーション(DX)の促進については、壱岐市デジタル化推進本部デジタル化推進部会が市役所内に設置されており、業務改善のみならず更なる市民サービスの向上を目指して、既に積極的な活用が進められており、今後は観光客



の利便性向上に向けたDX観光の取組を推進します。

また、壱岐-粋-なSociety 5. 0 「1 0 0 年後もみんながイキイキと暮らす島に」の実現に向けて、観光客や市民の移動ニーズを把握し、既存の地図アプリサービスを活用して、スマートフォンで本市等が提供する時刻表や運賃など、ユーザーの求める情報が入手できる環境の整備、交通事業者によるキャッシュレス化をはじめ、市内移動の利便性向上を図るなど、地域が抱える課題解決につながるM a a S (マース: M obility as a S ervice) 的な取組を検討します。

※Society5.0…サイバー空間(仮想空間)とフィジカル空間(現実空間)を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会(Society) ※MaaS…出発地から目的地までの移動ニーズに対して最適な移動手段をシームレスに一つのアプリで提供するなど、移動を単なる手段としてではなく、利用者にとっての一元的なサービスとして捉える概念

(5) 観光人材の育成強化

近年、観光ガイド需要の高まりにより、旅行者は単にガイドを受けるだけではなく、地元の人と「交流する」ことにニーズがあり着地型観光を支える「壱岐らしさ」のあるガイド及び体験インストラクターのスキルアップ研修や、若年層ガイドを含む市民参画による後継者の発掘など、人資源の価値化向上を図る取組を行います。さらに、市民が誇りを持ち、愛着のある島にするため、地域資源を活用して、「地域全体で観光客を受け入れる」観光地を官民協働で目指します。

リピーター獲得のため、観光事業者をリーダーとして市民一人ひとりの「本格的おもてなしの心」の機運醸成を図りながら、地元民一押しの観光地や食、そこでしか会えない人の紹介など、「しまエキスパート」なるコンシェルジュの発掘や育成に努めます。

また、観光事業者向け経営者セミナー、外国人観 光客対応セミナーやマナー講座など、観光ニーズに 応じた多様な人材育成を行います。

観光産業の人材不足も深刻な問題であるため、 「移住・定住」政策と連携して雇用の創出に努めます。

(6) 観光地域づくりプラットフォームの形成

壱岐市観光連盟は、壱岐市における観光推進の中核組織として、観光事業者 や関係諸団体等と連携し、ふるさとへの愛情と誇りを持つことができる地域社 会の構築を目指して、観光資源を活かした各振興策による交流人口の拡大を図っています。

全国では、観光協会のDMO化が徐々に進められ、観光客の動向を県単位で 把握するまでに至っています。

今後は、国内旅行の回復を見据えて、旅行者一人ひとりの行動パターンをデータで分析する観光マーケティングに取り組み、勘や経験では導き出せない旅行者からのニーズや期待の声を拾い上げ、より魅力的な周遊ルートの提案や効果的なプロモーションに取り組みます。

また、地域一体となった魅力的な観光地づくりを目指し、市民、観光関係事業者の宿泊・交通事業者等と幅広く連携し、戦略的で明確なコンセプトと科学的なアプローチを取り入れた舵取り役を担う「観光地域づくり法人」のDMO (Destination Management Organization) についても、本市及び先進地域の取組や状況を研究しながら検討します。

※DMO…観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と共同して観光地づくりを行う法人

施策の達成目標 アクションプラン



「観光ナビ」ページビュー件数(月平均)

【基準値】H30:12.2万件 → 【目標値】R6:15万件



SNSフォロワー総数

【基準値】H30:9,000人 → 【目標値】R6:10,000人

3. セールス・プロモーションの充実

(1)情報発信の強化

急激な発展を遂げたIT産業により、現在の情報社会は、人々に多くの恩恵を与える一方、事実に基づかない誤った情報や嘘の情報、誰かを誹謗中傷するネガティブな情報は拡散力が強く、その対象のみならず全体に対してマイナスイメージが持たれてしまいます。

情報社会のメリットを最大限享受し、デメリットを回避するためには、情報を提供するメディアをはじめ、ネットやSNSが発する情報の悪意を見分け、

正確な情報だけを受け取る見聞力(ネットリテラシー)を高める必要があります。

情報発信のあり方や重要性を改めて認識し、ホームページやSNSの活用、メディアと連携したプロモーションの展開など、積極的な情報発信の強化に加え、インターネットを活用した情報発信については、SEO対策など最適化を図ります。

また、発信した情報の閲覧数やフォロワー数などの数値を見える化し、有料 広告を活用するなど、戦略的で魅力ある壱岐の情報発信に努め、知名度向上及 び誘客につなげていきます。

観光業全体として、そこでしか食べられない食や体験などの魅力をSNSで発信するとともに、観光事業者専門の人材養成のため、必要なサポート体制を構築します。

地域の歴史的魅力や特色を通じて、我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産」として文化庁が認定し、「国境の島 壱岐・対馬・五島」が平成27年(2015年)4月に第1号として認定され、令和3年(2021年)7月に「日本遺産重点支援地域」として選定されました。対馬市、五島市、新上五島町と連携し、日本遺産認定のストーリーをしっかりと伝えられる情報発信に取り組みます。

また、福岡市で活躍するイラストレーターを本市へ招聘し、写真だけに頼らない新たな広告を作成し、壱岐の玄関ロである「福岡市」や「壱岐市東京事務所」がある首都圏エリアにおいて、設定するターゲット層に対して、訴求力のある媒体を活用した広告掲出について積極的に取り組みます。



イラスト広告掲出(西鉄薬院駅)

※SEO…サーチエンジンの検索結果ページの表示順の上位に自らのWEBサイトが表示されるように工夫すること

(2) 旅行会社等へのセールス活動の強化

長崎県及び長崎県観光連盟や壱岐市観光連盟と連携し、国内外の旅行会社やランドオペレーター向けの営業活動と情報発信を強化します。

また、交通キャリアと連携した取組として、京阪神を発着とする関西圏からの集客キャンペーンによる山陽新幹線沿線旅行会社へのセールス活動に加え、 壱岐市観光連盟を事務局とした「営業推進部会」による九州域内、中国・中部 地区等の旅行会社へ対するセールス活動を定期的に実施し、本市への誘客を図ります。

インバウンド対策は、しばらくコロナの影響を受けて外国人の訪日意欲が戻らないことが予測されるため、国内外の感染状況等を見守りつつ、段階的回復に向けた取組を検討します。富裕層向け観光や高付加価値観光の取組は、インバウンド対策としても有効であり、本市にある観光資源を最大限活用した外国人観光客向け滞在型コンテンツの磨き上げを図ります。

令和2年(2020年)4月、全人口の約3割を占める首都圏での本市の知名度向上及び観光客の誘客促進を目的として、「壱岐市東京事務所」を千代田区丸の内に開設しており、首都圏をマーケットとしたパブリシティ活動を展開することで、本市の魅力を発信し、イメージアップを図り、激化する地域間競争の中で他自治体との差別化により実需につなげていくことが何よりも重要と捉えています。

また、東京事務所職員が、首都圏から見たマーケティングや地道なセールス活動を通じて、旅行会社等との信頼関係や人脈形成を構築し、ツアー造成及び送客による交流人口の拡大を図ります。

今後は、旅行会社へのセールス活動の強化とともに、長崎県東京事務所と連携して、メディア訪問を継続的に実施し、全国番組などに取り上げられることで首都圏での認知度向上を図り、本市への誘客促進を目指します。

(3) 観光マーケティングの推進

SNSログビッグデータの活用や観光満足度調査(CS調査)の実施など、データに基づく旅行者の属性や多様化するニーズを捉え、ターゲットに応じた観光マーケティングを推進します。

訪日外国人観光客の回復を見ながら、海外向けプロモーション動画の配信、 国や地域において本市のどのコンテンツに興味が持たれているか、ランディン グページへの誘導による閲覧状況をリサーチするテストマーケティングなどの 検討を進めます。

※ランディングページ…ユーザーが最初に訪問するWebページで、問合せ、資料請求、利用を促す、独立したページまたは着地ページ

(4) パブリシティ効果の高いイベント等への参画

パブリシティとは、メディアに情報を提供し、広く紹介してもらえるように働きかけることで、広告宣伝との違いは、広告料が要らずメディアという第3者を介した情報のため、信頼度が高いことが特徴として上げられます。

「九州・長崎ІR」の実現に向けた取組、令和4年度(2022年度)九州

新幹線西九州ルート開業や新幹線駅周辺の整備・まちづくりや、佐賀県と共同 開催するJRグループのデスティネーションキャンペーン、令和7年度(20 25年度)に長崎県で開催が決定した「国民文化祭」など、県全体で取り組む 観光振興施策に本市も積極的に参画し、各事業の推進に努めます。

また、市民への機運醸成につながる情報を発信し、市民一体となって前向き に取り組みます。

長崎県が進める県民・事業者・行政が一体となって、「ワンランク上のおもてなし」で、観光客を「笑顔にさせる応対」を目指す「長崎県総おもてなし運動」を推進し、「真心を込めたおもてなし」をさらにレベルアップさせて、本市へのリピーター獲得へつながる運動に取り組みます。



※パブリシティ…メディアに対する情報提供を介した、公衆への情報発信の手法

(5)戦略的な観光物産PR

新たな観光客の誘客につなげるため、単なる物産展ではなく本市の魅力を観光PRとして全国へ発信していきます。

開催時期やターゲットを明確にし、交通キャリアとの連携により大阪駅や博多駅といった会場において、「しまの宝観光連盟」や各壱岐人会などとも協力し、本市観光PRと物産振興による誘客促進を図ることを目的とした戦略的な「観光物産展」を実施します。

また、情報発信の内容は観光だけに捉われず、「移住・ 定住」、「ふるさと納税」や 「地域おこし協力隊」の任務 など幅広く情報発信をするこ とで、本市の更なる知名度向 上を図る取組を進めます。



平成7年 WTO の地理的表示の産地指定を受けた「壱岐焼酎」

施策の達成目標 アクションプラン



新たな体験プランの造成

【基準値】H30:0件 → 【目標値】R6:3件



「日本遺産」ガイドの育成

【基準值】H30:0人 → 【目標值】R6:5人

4. 高付加価値観光の推進

(1) 既存観光拠点施設の充実

上質な滞在環境を提供するには、宿泊施設、飲食店、お土産店等の観光施設を再生し、景観改善や滞在する観光客の利便性向上など地域全体で魅力と収益力を高める必要があります。

本市では、令和元年(2019年)、令和2年(2020年)に地方創生推進交付金を活用して、「壱岐市宿泊施設等魅力向上補助金」制度を創設しました。宿泊施設の内外装、風呂・トイレ等の水回りの改修で合計19件に取り組んでいただき、宿泊客の利便性及び快適性の向上が図られました。

また、従業員向けおもてなし研修や壱岐産食材の活用、キャッシュレス決済

の導入を補助金の要件としており、ハード・ ソフト両面で、観光の重要な基盤である宿泊 施設の底上げにつながっています。

今後も、国や県の補助事業を積極的に活用 し、既存施設の魅力を向上させ、新たな価値 を付加する事業に取り組みます。



(2) 観光資源の開拓と磨き上げ

国内外の観光客を惹きつける滞在コンテンツの充実を図るため、自然、文化、食など、その地域にはたくさんの観光資源が埋もれています。

本市においても、気づかれていない手つかずの多くの観光資源が眠っており、それらのコンテンツ開拓と磨き上げが高付加価値化の取組といえます。

コロナ後のインバウンド需要回復も視野に 入れた、サイクリングやトレッキング、郷ノ 浦祇園山笠、壱岐神楽などの伝統行事や芸能 を活用した目的型観光を推進します。日本遺 産は、認定された背景を伝えることが観光資 源となるため、サポーター研修会を通じ、認 定の語り手となるガイド育成に取り組みま す。また、観光客が普段立ち入れない現場や 運行(運航)時間外のナイトツアー、絶景ポイントでの飲食など、市内の農業、漁業、交 通事業者等との連携による体験型観光コンテンツの造成を目指します。



国重要無形民俗文化財「壱岐神楽」

(3) リピーター獲得と観光サービスの創出

加速する人口減少や少子高齢化が原因で、今後国内旅行の需要が減少し、これからは魅力的滞在コンテンツを高付加価値化することで、観光客一人あたりの消費額を上げる取組が求められます。

一人あたりの宿泊日数を伸ばし、消費額を増加させるターゲットとして、リピーターをしっかりと巻き込むことが重要と捉え、食や体験、温泉など本市の強みを更に魅力あるものに磨き上げ、単なるリピーターではなく正真正銘の壱岐ファンとなる「ヘビーリピーター」となっていただく取組を推進します。

また、何度も訪れているリピーターに対して、観光地や体験だけで満足してもらうのではなく、地域一体となって取り組む「観光サービス」の創出を目指し、そこにしかない「人・モノ・サービス」が提供できる体制づくりの支援に努めます。

施策の達成目標 アクションプラン



ワーケーションによる関係人口数

【基準値】R3:300人 → 【目標値】R6:4,500人



team NAGASAKI SAFETY加入施設

【基準値】R3:49件 → 【目標値】R6:55件

※新規事業を達成目標として設定しているため、基準値をR3とする。

5.新しい環境変化に対応した観光の取組

(1) ワーケーションの取組

長崎県の令和2年(2020年)の人口は131万人で、過去5年間に6. 4万人減少しています。離島や半島が多く、今後の人口減少の速度は全国平均の倍近いと予想されています。コロナ禍により、人々の働き方やライフスタイルが大きく変化し、リモートワークが浸透して場所に縛られず働く「ワーケーション」が注目されています。

本市では、「ワーケーション」による地方移住などの効果や関係人口の創出に着目し、いち早く受入に向けた環境整備を進めてきました。

令和3年(2021年)は、JAL(日本航空)やJR西日本(西日本旅客鉄道)、本市の玄関口である福岡市等と連携し、壱岐でのモニターツアー実施など、着実に「ワーケーション」の推進に取り組んでいます。

今後も、交通キャリアを使って手軽に本市へ訪れることができ、「ワーケーション」の取組が実現できるよう関係機関と更なる連携強化を図ります。

また、「"えん"を育む壱岐なワーケーション」として、様々な交流で人と人を "結び"、"えん"で育める旅行商品の販売を検討し、それを多くの人が利用できる環境づくりと、その情報発信に努めます。

地方創生テレワーク交付金を活用し、出張の機会で滞在を延長する「ブレジャー」や、「子どもとのワーケーション」など、新しい形の受入にも取り組みます。

※ワーケーション…「Work」(労働)と「Vacation」(休暇)を組み合わせた造語 ※ブレジャー…「Business」(仕事)と「Leisure」(余暇)を組み合わせた造語



(2) ニューツーリズムの推進

現在の旅行や観光のスタイルは、風景を見てお土産を買う物見遊山的ではなく、より個人の嗜好やニーズに対する消費へとシフトしてきました。

テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた形態の旅行は、地域の 特性を活かしやすいことから、地域活性化につながると期待されています。

これまで、旅行の対象として認識されなかった地域資源を再発見し、地域の 歴史や文化を見学・体験できる「文化観光」や、ヨガやピラティス、トレッキ

ングなど自然環境を身体で感じながら体験できる「エコツーリズム」、温泉浴や森林浴、地元食材を使ったオーガニック料理など、健康と癒しを体験できる「ヘルスツーリズム」等のニューツーリズムの取組を推進します。



(3) 安全・安心対策の取組

新型コロナウイルス感染症収束の目途が立たない中、これからの観光は、旅行者が安全かつ安心して行ける場所でなければなりません。

観光拠点施設では、サーモグラフィー及び非接触型体温計の導入や、従業員 向けの研修を実施し、感染防止対策を高めていくことが必要となっています。

本市では、長崎県推進の認証制度「team NAGASAKI SAFETY」に参画し、長崎大学が監修するガイドラインに則り、本市を訪れる全ての方が「泊まる」、「食べる」、「遊ぶ」を心から楽しんでいただけるよう観光事業者と一体となって感染防止対策に取り組みます。

また、国や県が実施する感染防止対策支援事業等を推進するとともに、新型

コロナウイルスなど感染 症拡大や自然災害発生な ど有事の際は、関係機関 と連携して観光客等の安 全第一を念頭に、正確か つ迅速な情報の提供及び 発信に努めます。



泊まる、食べる、遊ぶ。

長崎を安心・安全に

楽しんでいただくために。

(4) 危機管理の体制

近年は、地震、津波、台風、集中豪雨、土砂災害等をはじめとする自然災害が多発し、原子力災害時の広域避難など、防災・減災の取組による災害に強い地域づくりと危機管理体制の強化が求められています。

旅行などで本市を訪れる方が、安全に安心して滞在できるよう観光振興団体及び観光関係事業者、関係機関等と連携して「壱岐市地域防災計画」に基づく安全対策を講じます。



●各施策で想定される主な推進主体

◎:主に実施する推進主体 ○:連携して実施する推進主体

		推進主体					
観光振興の基本施策	市	市民	観光関係 事業者	観光振興 団体			
1.旅行商品・滞在プログラムの充実							
(1)個人型旅行への対応強化	0		0	©			
(2)団体旅行・クルーズ船対応の強化	0	0	0	©			
(3)教育旅行の推進	0	0	0	©			
(4)スポーツツーリズムの推進	0	0	0	0			
(5)企業連携及び各種大会誘致の推進	0			0			
2.受入環境の充実							
(1)宿泊施設の魅力向上	0		0	0			
(2)移動手段の充実	0		0	0			
(3)観光施設の充実	0		0	0			
(4)ICTによるスマート観光の推進	0		0	0			
(5)観光人材の育成強化	0	0	0	0			
(6)観光地域づくりプラットフォームの形成	0	0	0	0			
3.セールス・プロモーションの充実							
(1)情報発信の強化	0	0	0	0			
(2)旅行会社等へのセールス活動の強化	0		0	0			
(3)観光マーケティングの推進	0			0			
(4)パブリシティ効果の高いイベント等への参画	0	0	0	0			
(5)戦略的な観光物産PR	0	0	0	0			
4.高付加価値観光の推進							
(1)既存観光拠点施設の充実	0		0	0			
(2)観光資源の開拓と磨き上げ	0	0	0	0			
(3)リピーター獲得と観光サービスの創出	0	0	0	0			
5.新しい環境変化に対応した観光の取組							
(1)ワーケーションの取組	0	0	0	0			
(2)ニューツーリズムの推進	0	0	0	0			
(3)安全・安心対策の取組	0	0	0	0			
(4)危機管理の体制	0	0	0	0			

◆参考資料

1. 壱岐市観光振興計画策定委員会設置に関する要綱

平成26年11月26日 訓令第17号

(設置)

第1条 観光振興の基本的な考え方及び施策の方向性に関し、観光関係団体事業者及び市民団体からの意見を求め、今後の壱岐市における観光の指針となる観光振興計画の策定及び検証を行うため、壱岐市観光振興計画策定委員会(以下「委員会」という。)を置く。

(所掌事務)

第2条 委員会は、壱岐市における観光振興の方向性及び課題等を検証し、総合的な観光振興計画を策定及び検証する。

(組織)

- 第3条 委員会は、委員15名以内をもって組織する。
- 2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。
 - (1) 学識経験を有する者
 - (2) 観光事業の運営その他観光に関し識見を有する者
 - (3) その他市長が適当と認める者
- 3 委員会に委員長及び副委員長を置き、委員長及び副委員長は、委員の互選 とする。

(会議)

- 第4条 委員会の会議は、必要に応じて委員長が招集し、議長となる。
- 2 委員長は、委員会を統括し、これを代表する。
- 3 委員長に事故あるときは、委員会に属する委員のうちから委員長があらか じめ指名する者が、その職務を代理する。
- 4 委員会は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求め、意見を聴く ことができる。

(任期)

- 第5条 委員の任期は、委嘱の日から計画の策定の日までの期間とする。 (庶務)
- 第6条 委員会の庶務は、観光課において処理する。

(その他)

第7条 この訓令に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員に諮って定める。

附則

(施行期日)

- 1 この訓令は、平成26年11月26日から施行する。 (設置後初めて開かれる会議の招集)
- 2 <u>第3条第3項</u>の規定による委員長選出前に開かれる委員会は、<u>第4条第1</u> 項の規定にかかわらず、市長が招集する。

附 則(平成31年4月1日訓令第5号) この訓令は、平成31年4月1日から施行する。

2. 壱岐市観光振興計画策定委員

No.	団体名	役職名	氏 名	備 考
1	公益財団法人 ながさき地域政策研究所	理事長	菊森 淳文	
2	壱岐市観光連盟	会 長	長嶋 立身	
3	壱岐市農業協同組合	代表理事組合長	川﨑 裕司	
4	壱岐市漁業協同組合長会	会 長	大久保 照享	
5	壱岐市商工会	会 長	吉田寛	
6	壱岐旅館組合	組合長	吉田 繁	
7	九州郵船株式会社	壱岐支店長	堀江 敬治	
8	オリエンタルエアブリッジ 株式会社	壱岐支店長	市村貴志	
9	株式会社玄海交通	代表取締役	山内 秀幸	
10	壱岐旅館組合 女将の会		平山 真希子	
11	元壱岐市地域おこし協力隊		梅田 はつみ	
12	壱岐市観光連盟	理 事 (青年部長)	梅嶋 秀明	

3. 観光振興計画の策定経過

●壱岐市観光振興計画策定委員会

- ·第1回策定委員会(令和3年10月 7日) 計画骨子(説明)
- ·第2回策定委員会(令和3年12月 1日) 計画素案(説明)
- ·第3回策定委員会(令和4年 2月22日) 計画案(原案承認)

●パブリックコメント

・計画素案のパブリックコメントを実施(令和4年1月14日~2月14日) 3名の方から3件のご意見をいただいた。

●答申

・市長答申(令和4年3月18日)



壱岐市観光振興計画

発行日:令和4年3月

発 行:壱岐市企画振興部観光課