

★元気で活躍する日田

実施計画

観光・ツーリズム日田の復活

- ・ 福岡の日田領事館をアンテナショップ、情報発信拠点（19年～）
- ・ 日田の滞在型プログラム開発（19年～）
- ・ 修学旅行の誘致（20年～）

背景及び課題（日田市からの回答）

本市の観光客総数は、年々減少傾向にあり、平成19年は630万人と対前年比4.5%の減でした。しかしながら、宿泊者数は対前年比2.7%増の50万人となっています。また、発地別観光客数では、福岡県が45%で半数近くを占めており、九州エリアが全体の89%となっています。

本市には、自然や歴史、伝統文化等の多くの観光資源があり、その認知度を高めるための情報発信を行い、最大のマーケットであります福岡都市圏にターゲットを絞って、「交流ビジネス」につながる観光・ツーリズムを推進し、観光客の増加を図る必要があります。また、宿泊施設のもてなしの心のスキルアップや、日田の食材を生かした新たな食の開発、観光施設の施設整備や、観光客の利便性を向上させるための案内標識の整備などの観光基盤整備が必要です。

進捗状況（日田市からの回答）

・ 福岡の日田領事館をアンテナショップ、情報発信拠点 【達成状況：達成に向け推進中】

平成20年度より「ひた生活領事館イン福岡」に職員2名を配置するとともに、テレビキャスターの山本華世さんを総領事に任命し、体制を強化しました。これまでに、FBS放送ナイトシャッフルで豆田・天瀬温泉の放映やKBC放送ドオーモで天瀬温泉七夕祭りを放映するなどメディアやマスコミへ日田市の観光情報や特産品の宣伝に取り組んでいます。また、8月11日には、福岡ヤフードームにおいて、福岡経済界のトップやメディアを対象にした観光宣伝プロモーション事業として、観光PRや日田の特産品の試食と物販を実施し、「水郷日田」の宣伝事業を展開しました。この他、福岡市のイベントへ参加しての日田のPRや物販販売、観光協会と連携した情報発信、日田の食材を生かしたメニューの開発、地元との交流、ファンクラブの発足等の各種事業を展開し、福岡都市圏へ日田市の情報発信を大分県やツーリズムおおいと等と連携して、積極的に行っています。

また、地場産業振興の拠点である日田玖珠地域産業振興センターに経営アドバイザーを派遣し、「ひた生活領事館イン福岡」と連携を強化し、販路拡大、売り上げ増に取り組んでいきます。

・ 日田の滞在型プログラム開発 【達成状況：達成に向け推進中】

日田市観光協会が第三種旅行業を取得し、地元発の地域密着型旅行企画の展開と、大手旅行会社とタイアップして、まつり時等のツアー企画に市と連携し取り組んでいます。これまで、大山梅まつり撮影ツアーに108人、おひなまつり町歩きツアーに299人、祇園集団顔見世ツアーに26人、参加いただきました。

また、平成20年度から、天瀬温泉地区ではまちづくり交付金事業により観光コンサルタントを導入し、地域の活性化と入込み客の増加への取り組みを、大鶴地区では農山漁村地域力発掘支援モデル事業によりグリーンツーリズムにかかるコンサルタントを導入し、棚田や川を活かした景観づくり、宿泊体験活動の受け入れ体制の構築など地域資源を活用したまちづくりや都市部からの交流人口の増加への取り組みを進めています。

・ 修学旅行の誘致 【達成状況：達成に向け推進中】

修学旅行の誘致は、総務省、文部科学省、農林水産省が推進する3省連携プロジェクトとして、「小学校における農山漁村での長期宿泊体験活動事業【子ども農山漁村交流プロジェクト】」があり、この受け入れモデル地区として、玖珠町、九重町、及び大山町の小切畑による農家民泊受入組織であるG-WESTが、平成20年度に選定されました。現在、大山町小切畑地区では北九州市の中学校を対象とした修学旅行受け入れを行っていますが、今後は小学生の受け入れも進めていく予定です。また、天瀬、上・中津江地区においては、それぞれのグリーンツーリズム研究会が、農家民泊等を行っていますが、今年度から連携して新たなプログラム開発等を進めていく予定です。

市長自己評価コメント

日田への入り込み客を増やし、経済効果を高めるためには、その相手を認識した情報発信、認知度を高める必要があります。まずは、福岡都市圏をターゲットに領事館での取り組みを行なうこととしました。

日田には良いもの、魅力あるものがたくさんあるため、どのように滞在してもらうか、魅力あるプログラムの情報発信は不可欠です。また、修学旅行も様々な企画を求めており、観光協会等と連携をとり、引き続き、取り組んでいきます。

★市民の評価
評価観点
<p>1. 福岡都市圏に向けた誘客戦略の実施～通年の情報発信（観光協会委託）、福岡の日田領事館が活用されているか</p> <p>2. 観光のプロの目で、売れる滞在型、体験型プログラム開発が成されているか～天ヶ瀬温泉街の再生～</p> <p>3. 水郷（水のふるさと）日田の環境教育、自然体験プログラムを開発し修学旅行を誘致が成されているか</p>
評価手法（評価主体となった市民、団体、組織など）
<p>1. 福岡都市圏に向けた誘客戦略の実施～通年の情報発信（観光協会委託）、福岡の日田領事館が活用されているか</p> <p>■ヒアリング先 日田市役所（観光・ツーリズム振興課／地域振興課）／日田市観光協会／日田市観光協会天瀬支部 ／天ヶ瀬温泉旅館組合／アンテナ 21/ふれあいガイド／五島市豊かな島づくり市長公室</p> <p>■アンケート 市民／宿泊施設／観光施設／食品製造メーカー／来訪客</p> <p>2. 観光のプロの目で、売れる滞在型、体験型プログラム開発が成されているか～天ヶ瀬温泉街の再生～</p> <p>■ヒアリング先 日田市役所（観光・ツーリズム振興課／地域振興課）／天ヶ瀬温泉旅館組合 ／天ヶ瀬温泉まちづくり協議会／アンテナ 21／由布院温泉観光協会</p> <p>■アンケート 宿泊施設／観光施設／食品製造メーカー</p> <p>3. 水郷（水のふるさと）日田の環境教育、自然体験プログラムを開発し修学旅行を誘致成されているか</p> <p>■ヒアリング先 日田市役所（観光・ツーリズム振興課／地域振興課）／天瀬グリーンツーリズム研究会／G-WEST</p>
コメント
<p>1. 福岡の日田領事館をアンテナショップ、情報発信拠点として活用されているか</p> <p>日田市観光協会は、今年から第三種旅行業（海外、国内を問わず自社で募集型企画旅行を行うことはできない旅行業登録のことで、一定の場合国内の募集型企画旅行を実施することが可能に）を登録し、積極的に旅行会社へ売り込みをしています。このことで、地元の人しか知らないような穴場や楽しみ方を商品化した「連泊滞在」や「田舎体験」などのプログラムを盛り込んだ現地発着・地元滞在型募集型企画旅行（パッケージ旅行）を企画、現地販売（必要により全国発地の旅行業に取扱委託販売）する、いわゆる「着地型観光」が可能になりました。この「着地型観光」は、新しい観光素材を掘り起こし、都市部の旅行会社に提案することで地域おこしにつながり、有力な集客力のひとつとなると思います。</p> <p>天ヶ瀬温泉の花バス事業も着地型観光の一つにあげられます。この事業は市からの予算と関係施設からの協賛金で成り立っているのですが、運行収入は低く、平成 20 年度に入って 5 ヶ月目の 8 月の決算では、年度予算の 4 分の 1 強程度に留まっています。また平成 20 年度の月別利用者数は 4 月は一日平均 4.6 人、5 月は 6.3 人、6 月は 2.8 人、7 月は 1.8 人、8 月は 3.8 人でした。花バスの運行委託費は年間 420 万円であり、利用料金一人 700 円で割ると、平均して一日 16 人以上乗車しないことには、赤字になるという計算です。補助を出している天ヶ瀬温泉旅館組合員へのヒアリングの中で、天ヶ瀬を訪れる観光客にはマイカー利用客が多く、花バスを利用する客は少ないです。このようなことから花バス事業を見直し、他の手段として、列車利用の観光客向けには、コースが多彩なタクシープランのように、タイムリーに運行すれば、効率的ではないかという声がありました。タクシードライバーにも、”観光ガイドコンシェルジュ（案内人）”として、周遊する観光施設の知識を高め、同時に PR まで出来るような、勉強会や接遇・マナーの講習会も開いてほしいという声もありました。そのことで、より魅力のある着地型観光コースになるのではないかという声もありました。</p> <p>また、日田市観光協会の体制ですが、2005 年に日田市の市町村合併が行われた際に、天ヶ瀬観光協会は、日田市観光協会と合併したものの、天ヶ瀬支部として現在も存在しています。このことで天ヶ瀬の事業は別に予算が組まれており、イベントや PR や媒体づくりをする上で、意見の統一に食い違いが起こり、的を絞った事業への資金投入がやり辛いのではないか？このようなことから、市全体の日田市観光協会として、真の統一化はまだ成されていないのではないかと、という声も聞かれました。</p> <p>次に情報発信について、マスコミへの対策ですが、取材依頼は平成 19 年度にテレビ 14 局 43 番組 716.5 分放送、ラジオ 7 局 41 番組 238 分放送、雑誌 20 社 25 媒体 34.75 ページに掲載されるなど、円滑で実効性の高い情報提供を実施しています。また、観光客の掘り起こしとして、インターネットやイベントでも積極的な取り組みも行っています。ホームページのリニューアルやインターネット検索の上位表示の対策などにより、アクセス数が 2007 年 4 月の 2.5 倍弱増えました（日田市観光協会より）。一部宿泊施設への予約ページへリンクし、予約客の誘導も図り、集客力アップに繋がっています。</p>

す。さらに、本年度の実施の外部向けのプロモーション・イベントの中で、“ひたファンクラブ”「水の郷大使（みずのさとたいし）」の会員を募り、8月11日に開催されたヤフードームでの福岡プロモーション事業では、約150名の登録がありました。イベント会場で会員を募り、登録した会員向けにダイレクトメールで日田の情報発信を行うといったものです。宿泊施設のお得な宿泊プランや食の案内や懸賞を用意する等により、多くの方々に日田の魅力を伝え、足を運んでもらうような取り組みを行っています。プロモーション・イベント時のみの宣伝だけではなく、その後も情報発信することで、顧客を得ることが出来る仕組みです。プロモーション活動の費用対効果などを数値化することは困難ですが、このようにマニフェストを具現化し、多くの“日田のファン”をつくることで、認知度と親近感を上げていくことは必ず数字となって表れると思います。一方、会員登録数はまだそんなに多くはありません。観光協会のホームページからでもファン・クラブの登録が可能となれば会員は増えると思われま

す。豆田を歩く観光客へのアンケートでは、「どこから来ましたか」の問いに、「福岡都市圏」が38%を占めました。また、半数が観光目的であることが判りました。現在では最盛期のような目まぐるしい混雑は収まってきたものの「豆田にまた立ち寄ろうと思いますか」の問いには、「また立ち寄ろうと思う」が85%、「近いうちにまた立ち寄ろうと思う」が10%となり、豆田を訪れ、魅力を感じたようです。さらに「これからどちらへ行きますか」の問いには、市内や近辺と答えた観光客は少なく、市内には、周遊したいと思える観光スポットがまだまだ少ないことを感じました。

市民アンケートでは、「福岡都市圏を中心とした情報発信は十分だと思いませんか。」の問いに、「十分そう思う(1%)」「そう思う(8%)」と少なく、対照的に、「分からない(54%)」「あまり思わない(20%)」「思わない(14%)」と答えている市民の方が上回る結果になりました。市民は、日田市の情報発信の現状を厳しく捉えています。この結果を真摯に受け止め、官民が共通の目的・目標を共有し、観光振興に励むような仕組みづくりが必要だと思

います。長崎県五島市では、“心のふるさと市民（バーチャル市民）”と称し、五島のファンを2年前から市内外から募集し、今ではその登録者数は約4千5百人に達しています。五島市の観光情報やイベント情報など五島の旬な情報や割引サービスを受けることができます。また“GOTOかたらんネット”（五島市地域SNS）を設け、疑問・質問・感想・アイデアがネット上で飛び交うようにするなど、ネット交流の場をつくっています。五島市豊かな島づくり市長公室からの話によると、「このようにすることで五島を訪れるリピーターを増やすとともに、貴重な意見やアイデアを頂き、観光業などに活かしています」とのことでした。

福岡市西区愛宕にある、日田領事館に関してですが、PRを行う際、場所柄メディアへの対応も早く、百貨店への営業、個人店舗へもアプローチも行って

います。物産のPRの為に日田領事館を訪れる市民もいて、アンテナショップ的な存在にもなっているようです。また、地域コミュニティの場として、福岡市西区の住民の方々にも、領事館内の空きスペースを趣味やサークルの場として利用してもらっています。現地スタッフの方は、日田の営業マンとして福岡市内の各メディアに、祭や物産の催事の働きかけをしたりとPR活動をしているようで「福岡市のメディアへ宣伝するとき、近くて便利だ」という現地スタッフの声も聞けました。一方で、現地と観光・ツーリズム振興課とのネットワークが築かれておらず、リアルタイムで情報共有が出来ていないため、情報発信が遅くなるのではと思います。イントラネット（庁内ネットワーク）を旨く活用し、情報を共有化することで、素早く対応出来る体制づくりが必要です。また、観光関係者を対象にしたアンケートでは、日田領事館の存在を「知らない」との回答が38%でした。もっと認知度を上げ、地元観光資源の魅力や最新情報を日田領事館へ情報を容易に発信できるような情報ネットワーク化が必要です。

市民が自分たちの地域の情報を編集・発信する取り組みも、全国各地で活発になってきています。先進的な事例として、札幌のNPO法人「シビックメディア」は、札幌を舞台に、シビック・ジャーナリズムの実現を目指し、市民ジャーナリストを育成しています。地域住民が自分たちのメディアを創り、地域の風土、文化、生活、産業、行政からの情報を市民が市民の立場で取材、判断、加工、結び付けを行い、それぞれの情報に適した発信手段で発信する意識及び能力の育成に関わることを事業の柱の一つとしています。住民が自ら行うジャーナリズムとして、このような情報発信を「シビック・ジャーナリズム」と呼んでいます。行政とパートナー・シップを組み、大学・教育機関、産業界、商業メディアとの連携を重視しながら、地域のコミュニティー、産業、文化の振興に対する貢献を目指しています。このようにすることで、まちに固有の「価値」をキーワードにして、観光地であることと誘客の目的・目標が共有化され、地区住民の誰もが展開する事業を統一イメージで見ることが出来、その中で産・官・学・民のそれぞれの役割を考えながら、一体となった観光に根ざしたまちづくりを進めることが出来るのではと思います。並行して市民参加や価値の連鎖の形成がその過程で生まれ、その担い手である地域人材の発掘・育成することも重要です。

2. 日田の滞在型プログラム開発がされているか

天ヶ瀬地区はハード面の充実を図るため、まずは道路美装と街路灯の整備を行いました。今後はハード面では、観光地である桜瀧（さくらだき）までのトンネル構想と、温泉街の残りの一部の街路灯の整備、空き店舗対策。ソフト面では観光コンサルタントを入れ、観光関係者への勉強会、研修会（接遇・マナー研修など）が行われる予定です。しかしながら、今年度の「天ヶ瀬温泉まちづくり協議会」メンバーには女性が極端に少ないです。女性ならではのアイデア・心遣い・おもてなしの心は、観光地として欠かせない視点です。今後、「天ヶ瀬温泉まちづくり協議会」で、商品企画・商品開発を進める中、女性の視点や感性をどう活かすのかが大切になります。

観光客が、「滞在したい」、「体験したい」と思うものは何かと考えたとき、やはり「グルメ」に繋がります。観光に関する市民アンケートでは、「今後、日田市で取り組んだほうがよいと思う活動はありますか」との問いに「旅行社やメディアに向けた継続的な情報発信（26%）」「日田ブランドの商品（グルメ）の造成（24%）」が上位にきました。近年では、町おこしの一環として、地元観光関連団体や行政などが民間の料理店や観光業者等と連携して、地元産品を生かしたご当地グルメを開発する例が顕著です。湯布院には「由布院料理研究会」というのがあり、宿と湯布院の専門農家とのつながりはここから始まっています。現在、専門農家と契約する宿や飲食店は約30軒。このような取り組みも必要だと思います。また町並み作りの成功事例としては、“昭和レトロのまち”として有名な大分県豊後高田市の例があります。豊後高田市は過疎化が進む町でしたが、1999年、「既存商店街再生研究会」を発足し、商店街の建物や商品由来の7割以上が昭和40年以前のものであることに注目しました。新しい店舗は昭和40年以前の雰囲気、わざわざ「逆改装」を施しました。また、扱う商品も昭和のおやつや、おもちゃという形でイメージの統一を図りました。市民ボランティアも「もんぺ姿」に扮して観光客を町案内してくれます。このように、商店街すべての店舗から市民までが一丸となり、昭和の店舗で昭和の商品・サービスを、昭和の装いで提供するイメージや価値観の統一化を図り、関係者が一丸となってブランド化し、まちを再生していったそうです。まちの活性化の出発点は、「その町のブランド資源は何か」、「観光客がその町に求めるものは何か」を探ることから始めることだと思います。

天ヶ瀬の観光協会や旅館組合に寄せられるお客様の声の中に、「路上駐車が目立つ」や、「笑顔や挨拶無い、人情が足りない」があります。これでは、せっかくハード面の充実を図り、道路美装をしても、また来たいと思えるまちにはなりません。「地域の魅力を活かしたまちづくりや観光事業に何が必要ですか」の観光関係者へのアンケート結果では、上位は市民アンケートとほぼ同じ回答を得られましたが、「観光関係者の努力（26%）」「市民の協力（26%）」が上位にきました。まずは、市民が観光地であることの意識を高めることから、「まちづくり」が始まるのではないかと思います。

既存の「観光資源」を活かしていくための先進事例として、「富山市価値創造プロジェクト」というのがあります。富山市商工会議所を中心に、市民グループ、地元企業、大学などが参画し、富山市の魅力を「水景・水恵」「越中味処」「健やか薬都」「顔のある街」「多士多彩」の5つのテーマに集約し、そこに地域の課題である「集める・集まる」「結ぶ・廻る」「賑わい創造」「遊ぶ・創る」「話そう富山」の仕組みづくりを掛け合わせた「価値創造マトリックス」を設定し、この中に様々な市民プロジェクトを発掘・再発見し、市民や行政と結びつけ、相互支援していこうという組み立てです。このようにすることで、まちに固有の「価値」をキーワードにして、まちづくりの目的・目標が共有化され、地区住民の誰もが展開する事業を統一イメージで見ることが出来るようなまちづくりを進めることが出来ると思います。並行して市民参画や価値の連鎖の形成がその過程で生まれ、その担い手である地域人材の発掘・育成することも重要で、多様な主体が連携したまちづくりグループが形成され、その中で地域の価値創造を進めながら育むことが出来ればと思います。

3. 修学旅行の誘致がされているか

自然体験プログラムとして修学旅行誘致を将来的な目標にしています。日田市が現在取り組んでいるのは、グリーン・ツーリズムで、大山町の「小切畑グリーン・ツーリズム研究会」、天瀬町の「天瀬グリーン・ツーリズム研究会」、上・中津江の「津江の郷 匠のハートツーリズム」の3団体が、グリーンツーリズムに取り組んでいます（その他、大鶴の「大鶴まちづくり協議会」は平成20年8月6日に発足していますが、現在のところ活動実績はありません）。平成19年は570名の農泊者・イベント参加者の入込客数という実績を上げています。中でも大山町での取り組みが活発で、G-WEST（教育旅行受入れ協議会のことで、大山町、玖珠町、九重町のグリーン・ツーリズム研究会による、教育旅行に対する協力グループのこと）に加入し、修学旅行の受入れも活発です。一方、天瀬地区は、自然を楽しむことがグリーンツーリズムではないかと、取り立てて、生徒を受け入れるような修学旅行誘致に積極的ではありません。修学旅行の受け入れを試験的に1~2回行うことも可能ですが、現在その受け入れ施設が整っていないところが多く、難しいと思われます。また、大山町、天瀬町、上・中津江、大鶴の相互間の連携は取れておらず、活動そのものが旧市町村単位で個々に行われていて、情報の共有も出来ていない状況です。市は現在、活動中の3団体を重点的に支援し、相互に連携し、情報を共有できるよう「日

田グリーン・ツーリズム推進連絡会（仮称）」を組織する予定です。3団体には活動期間の違いがあり、取り組み段階にも違いがありますが、このような推進連絡会が発足することで、3団体が情報や意見の交換、研修、研究などを行い、修学旅行を受け入れてみて良かった部分、難しかった部分等の情報を共有し合うことで、それぞれの地域の個性を保ちながら、活動のレベルアップを図ることができると思います。

一般的に、グリーン・ツーリズムは日本では難しいのではないかと指摘も少なくありません。農家には、「受け入れる時間的な余裕があるのか」、「家屋がよその人を泊められる構造になっていないのではないかと」、「わざわざ改装してまで取り組む意欲と資金があるだろうか」「大勢の人数を受けられない」など課題は幾つかあるようです。民宿という響きから、ともすれば交流者のことを料金をいただいてもてなすお客様と捉え、旅館や料亭のような食事を提供しなければならないと考える方もいるようです。設備の問題で受け入れが困難な場合は、市へのヒアリングの中で、今後活用する場所として挙げられた日田市営の天瀬町総合運動公園「やまびこランド」の有効活用という手段も一つだと思います。場所や施設が充実していることから、グリーン・ツーリズムの拠点施設にもなる可能性があります。敷地内には、調理室つきの研修施設「やまびこ研修所」があり、地元産の食材を使った食事の提供も考えられます。天瀬地区は共同浴場などが近くにあれば宿泊施設に温浴施設が整備されていなくても民泊が可能なため、施設内にある「ふれあい風呂」を利用し、天瀬でも大人数を受け入れられるグリーン・ツーリズムのような体験ができるよう検討出来ればと思います。また、農家の方には本業があり、受け入れには時間的な余裕や人手が追いつかないことも考えられるため、ボランティアとしての人員を募集し、人材育成の為の講習を行うことで、農家の方のサポートをする体制も出来ると思います。

安心院町では、2002年に農村民泊を体験する修学旅行が初めて実施され、以来年々受け入れが増加しています。安心院町は、グリーン・ツーリズムのさきがけ、先進地としてよく紹介されております。ところが、G-WESTや天瀬地区へのヒアリングの中では、安心院町のように、グリーンツーリズムばかりを前に押し出そうとすると、ツーリズムの部分が誇張され何々体験・何々体験のような表面的なツーリズム（観光）になっている様な気がするとのことでした。特にG-WESTは、受け入れ農家の個性を尊重し、天候や子供たちの様子でその日のプログラムはアドリブになるようで、何をやるかは事前の約束が出来ないそうです。

観光という商業ベースで考えるだけでなく、一次産業としての日田の農業を知ってもらう機会としてグリーン・ツーリズムを捉えることも大切だと思います。日田は地区によって、修学旅行の受け入れ体制・実績に差があることから、修学旅行には拘ることなく、一般の観光客を受け入れることも、農家の方々の言う、本来の「グリーン・ツーリズム」としての活動になるのではないかと思います。

市民の採点

	形式と妥当性の評価	実行性の評価	効果の評価	合計点
福岡の日田領事館をアンテナショップ、情報発信拠点	21/30	38/50	13/20	72/100
日田の滞在型プログラム開発	19/30	22/50 (30)	* / *	41/100 (60)
修学旅行の誘致	15/30	23/50	* / *	38/100 (80)
平均点	51/100 (70)			