

**人口減少・少子高齢化時代に
観光がまちの起爆剤・特効薬の
一つになれるか!?**

**まずは津久見市の現状と
観光の取組等を把握しよう!?**

部会（ワーキンググループ）
発足会（資料編）

2024年（令和6年）12月18日（水）

津久見市観光協会 事務局

津久見市の人口推移！

この現実には“観光”はどう向き合うか!?

国勢調査人口(人)	増減(人)	
令和 7年	?	▲?
令和 2年	16,100	▲1,869
平成27年	17,969	▲1,948
平成22年	19,917	▲1,539
平成17年	21,456	▲1,708
平成12年	23,164	▲1,684
平成 7年	24,848	▲1,949
平成 2年	26,797	▲2,039
昭和60年	28,836	▲1,618
昭和55年	30,454	▲1,468
昭和50年	31,922	▲2,066
昭和45年	33,988	▲2,882
昭和40年	36,870	▲294
昭和35年	37,164	396
昭和30年	36,768	2,599
昭和25年	34,169	1,771
昭和22年	32,398	3,251
昭和15年	29,147	269
昭和10年	28,878	2,396
昭和 5年	26,482	3,026
大正14年	23,456	2,028
大正 9年	21,374	

高齢化率約45%、年少人口・生産年齢人口が大きく減少

平成26年地方創生発表（ローカルアベノミクス）しかし、東京一極集中は是正されていない！

昭和45年以降、5年毎に1,500～2,000人減少。隣接市をつなぐ道路網等の社会インフラの整備、津久見は土地が少なく高かったため？**減少した**が正解か、**減少を食い止めた**が正解か？

昭和40～45年2,882人減少。事業所の合理化が原因？この頃は**子どもは多かった**ことから**大規模な社会減**？どこに転出したのか？

昭和35～40年294人しか減少しなかった。

津久見市人口のピーク37,164人

～これまで取り組んできた“定住施策”～

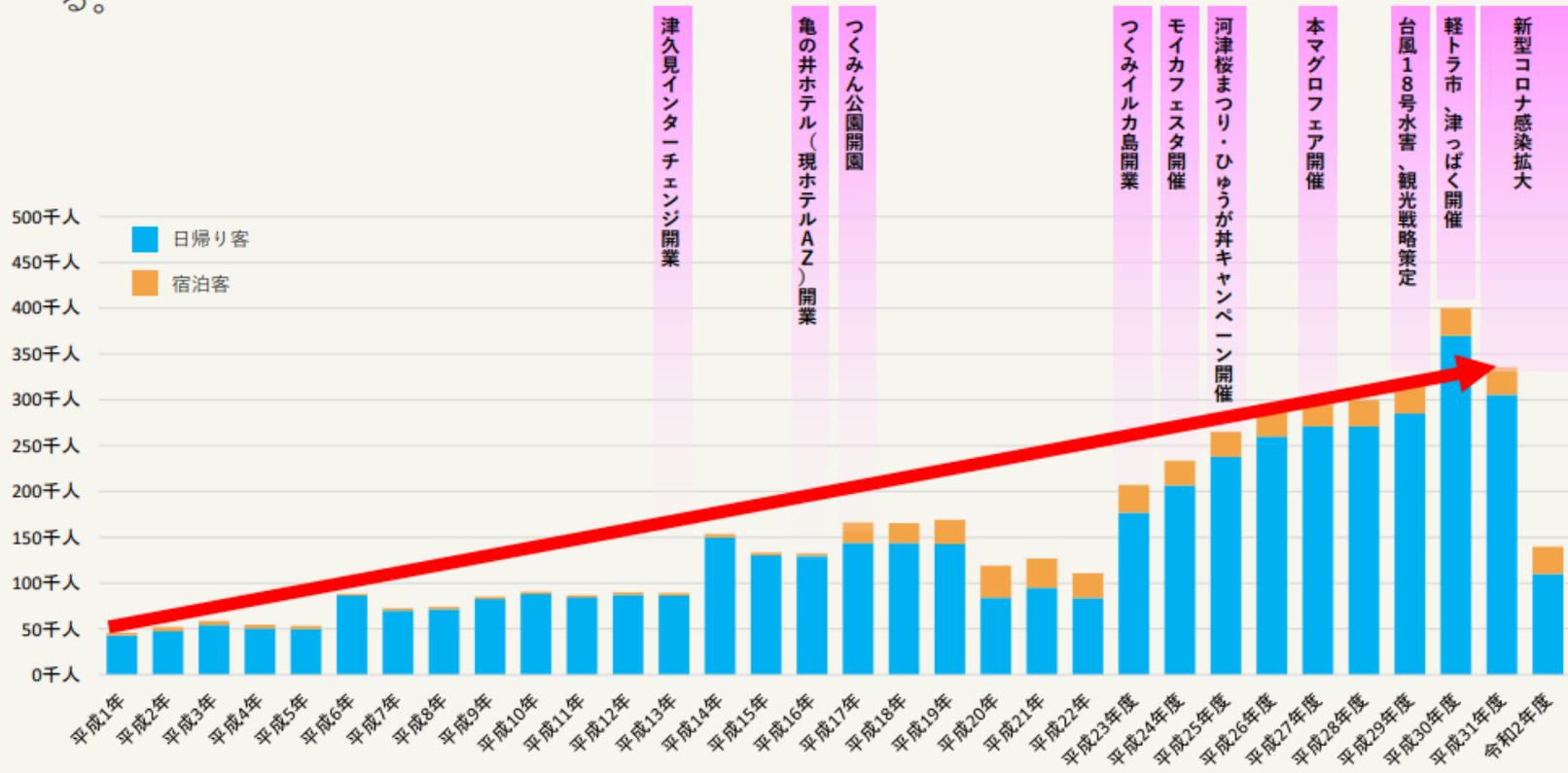
- 千怒湾の埋立や区画整理事業による住宅地整備
- 公営(市営・県営)住宅の整備
- 市民病院の建設
- 津久見港青江地区埋立(つくみん公園・スーパー等)
- 宮山トンネル・街路事業等域内道路整備
- 子ども(～高校)医療費無償化
- 就学前1年間(年長)の市独自予防接種助成
- 公共交通(路線バス・離島航路)の維持
- 県南柑橘試験場・企業誘致
- 事業所等の社宅整備 etc.

～近年は“関係人口・交流人口”の施策にも尽力～

現状把握② 観光客数と年間の催事（イベント等）の現状

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

津久見市の観光入込（第2期津久見市観光戦略）平成30年度は、過去最高の40万人を記録

年間の“催事（イベント等）”の現状

年間通じて目的の地となつて
いる代表的な
観光・地域資源

年間通じて
ニーズがあ
る観光・
地域資源

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
つくみイルカ島・里の駅つくみマルシェ									つくみイルカ島 里の駅つくみマルシェ		
つくみん公園											
										四浦半島 河津桜	
うみえーるつくみんち・JAのぞみ市場だんだん											
大友宗麟公墓、保戸島・無垢島、網代島、海風音楽庵、ウォーキング etc.											

市・観光協会
主催

観光協会
主催

周遊協議会
観光協会共催

実行委員
会主催

地区・団
体等主催

住民・
団体主催

会議所
主催

食観光・各種イベント・
各地域の市民活動等

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
津久見ひゅうが井 キャンペーン												
旬食 津久見モイカフェスタ												
つくみ産 本マグロフェア												
イルカ島フェ スティバル		保戸島夏祭り	港まつり	ウオーターパーク	扇子踊り大会	図書館イベント	ふるさと 振興祭	霜月祭り (堅浦区)	軽トラ市	津桜まつり	豊後水道河	山桜まつり
牡丹桜 (彦ノ内区)		紫陽花 (中田区)									大漁桜 (長目区)	
津久見くらしの体験博覧会「津っぱく」												
まちづくり推進事業												
											3月	

現状把握③ 観光協会事務局の現状

令和6年度 (会長1名、副会長2名、理事18名、
監事2名、会員数127名・団体)

観光協会の仕事

●窓口・会計

- ・ 観光案内・問い合わせ・苦情対応（窓口、電話）
- ・ レンタサイクル、グッズ販売・バス回数券販売等
- ・ 会計（本体会計…市補助金1,600万円、食観光会計…市補助金500万円
イルカ島駐車場管理会計…市指定管理料250万円）

●企画・事業

- ・ 津久見扇子踊り事業（扇子踊り大会、扇子踊り娘の候補選定、練習会、派遣）
- ・ 観光プロモーション事業（イベント・キャンペーンの企画実施・参加・後援）
- ・ 商品開発事業（お土産品等の開発）
- ・ 地域内・地域間連携事業（市・地域・観光関連事業者等との連携、県南3市連携等）
- ・ イルカ島駐車場の管理

●宣伝・営業

- ・ マスメディア対応（プレスリリース、取材、裏どり支援、ロケハン等）
- ・ 観光情報の発信（ポスター・パンフレット・チラシ、WEBサイト、SNS、動画等）
- ・ 旅行会社等への営業活動（国内、海外） 等

津久見市観光協会の変遷（主な出来事）

- 昭和58年7月18日設立～平成20年度
市庁舎内（観光担当課）に事務局を配置（市の業務と兼務）津久見扇子踊り大会、観光パンフ作成等に従事
- 平成21年度～現在
事務局を駅前に移転し、職員は観光協会の専任職員として配置
- 平成23年度～現在
つくみイルカ島関連、食観光、桜観光、離島観光、津久見扇子踊り大会、観光案内窓口等の事業を推進
- 平成24年度～現在…イルカ島駐車場の指定管理
- 平成29年度～令和5年度…つくみマルシェの指定管理
- 平成30年度～令和2年度
津久見市観光DMO推進コーディネーターを配置
- 令和2年度～4年度
コロナ禍での消費喚起対策テイクアウト事業（会員外も含めたサービス）を実施
- 令和6年度…市長・会頭が務めていた会長職に河村氏が就任

令和6年度

事務局の職員体制

・ 事務局長	1名
・ 事務局次長	1名
・ パート職員	4名
計	6名

実は、そこそそ
「忙しい」です…





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



4-8 目標値

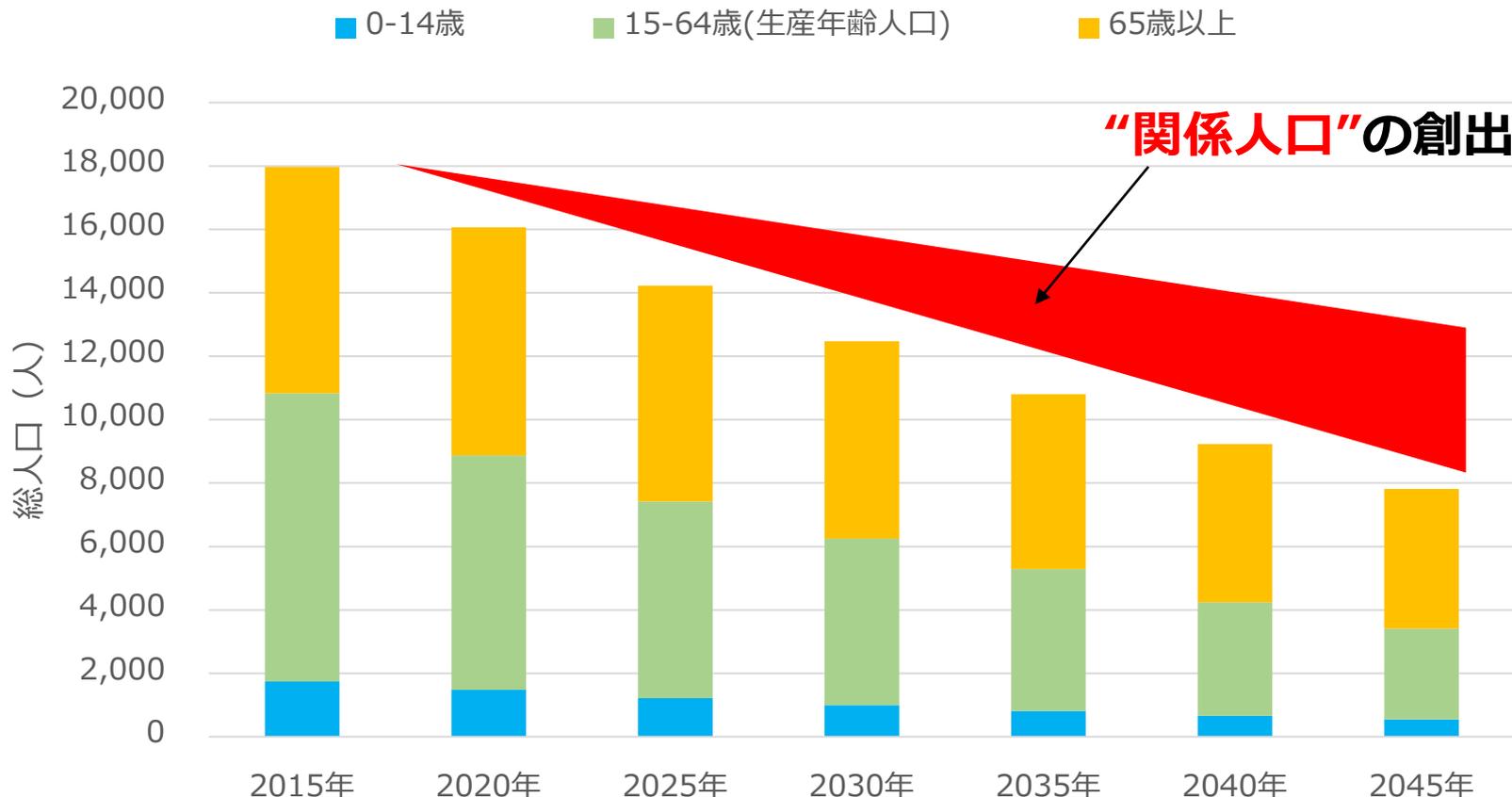
● 本戦略を通じて目指す目標値を下記のように設定する。

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）

4-9 本戦略の推進体制



観光等による“関係人口”の創出で 人口減少の影響を少しでも緩やかに出来ないか!?



（“関係人口”とは） ※ 「“関係人口”」 = 「交流人口」 ≥ 「観光」（定義には諸説あり）

- 遠方・近隣からの観光・レジャー客
- 各種ボランティア参加者
- 過去の居住や勤務経験者
- 過去の通学(主に津久見高校)・通院経験者
- 親戚等への来訪者
- 二地域居住者
- 通販やふるさと納税者
- etc.

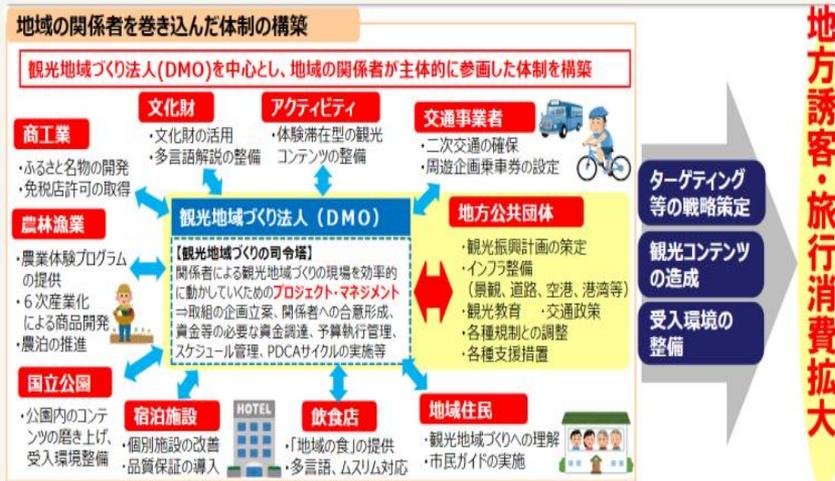
観光消費による“経済波及効果推計値と目標”

		平成29年度 実績	平成30年度 実績	令和元年度 実績	令和2年度 実績	令和8年度 目標
来訪者数	観光客延べ人数	315.0千人	398.1千人	335.6千人	149.5千人	600千人以上
	観光客実人数	137.0千人	173.1千人	145.9千人	65.0千人	目標達成により、観光産業としての位置づけを確立
	延べ宿泊数	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	18.5千人	18.5千人	18.5千人	10.4千人	
	日帰り客実人数	118.4千人	154.6千人	127.4千人	54.6千人	
平均消費単価	宿泊客の平均消費単価総額	16.3千円	17.2千円	18.6千円	18.6千円	雇用効果も増大
	日帰り客の平均消費単価総額	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	8.8億円	10億円	9.2億円	4.7億円	15億円以上
波及効果	生産波及効果	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	14.6億円	17.1億円	15.2億円	7.8億円	24億円以上

“観光地域づくり法人（DMO）”とは!?

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？

観光DMO登録5要件

- (1) 多様な関係者との合意形成
- (2) データ収集・分析、戦略の策定、KPIの設定、PDCAサイクルの確立
- (3) 観光関連事業と戦略の整合性に関する調整、プロモーション
- (4) 法人格の取得、責任者の明確化、最高マーケティング責任者(CMO)、最高財務責任者(CFO)の確保
- (5) 安定的な運営資金の確保

国が示す観光地域づくり法人（DMO）の相関図（第2期津久見市観光戦略）