

「海風の国」佐世保・小値賀観光圏

- 観光圏区域 佐世保市・小値賀町
- 計画年度 平成25年4月1日～平成30年3月31日（5年間）
- 主たる滞在促進地区 佐世保市中心市街地
- 交流エリア 11交流エリア設定
- 観光地域プラットフォーム (公財) 佐世保観光コンベンション協会

●コンセプト

「海風の国」
暮らしを育む海舞台
～浦々の四季で迎える西海物語～

海を渡る風を感じ、風を掴んで、海に交流する人々が住む「海風の国」。
海でつながる複雑な海岸線と無数の島々、「海風の国」の人々は、
浦々に独自の暮らしを営み、太古からの永い歴史の物語を紡ぐ。
黒潮から分かれた暖かい対馬暖流の流れと、明るい陽ざしの中で生きてきた人々は、
大らかで、飾りや隔てのない本物の心をもって、来訪者を迎える。

■観光圏の目的

●「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり（観光立国の基本理念）

自然・歴史・文化等において密接な関係のある観光地を一体とした区域（観光圏）において、区域内の関係者が連携し、地域の幅広い観光資源を活用して、観光客が2泊3日以上滞在・周遊できる魅力ある観光地域づくりを促進する。

●地域独自の「ブランド」の確立を通じた日本の顔となる観光地域の創出

他地域との差別化の徹底を図るブランド戦略を策定し、そのブランド戦略に基づくアクションプランの実施

認定を受けた観光圏に対する国の支援

- 旅行業法の特例
- 観光地域ブランド確立支援事業（4割補助）
- 社会資本整備についての配慮
- 農山漁村活性化法の特例

☞ 国の支援メニューを活用しながら「観光地域づくり」と「ブランド」の磨き上げの実践

★ブランド観光地域の認定へ

【認定要件】

- ・ブランド価値の確立
- ・ブランド価値の提供（地域の魅力創出・受入環境整備）
- ・ブランド管理体制の確立
- ・来訪者の評価



国によるプロモーション支援

■観光圏事業の取組

●ブランド価値の確立

日本を代表する、他地域と差別化された「地域らしさ」（地域独自の価値）を有し、ブランド・コンセプトの明確化

☞ 「海風の国」ブランド戦略策定（H25年度）

●ブランド価値の提供（地域の魅力創出）

- ①地域独自の景観形成・地域資源の保全等の取組
- ②地域ならではの「食」の提供
- ③宿泊施設の魅力向上への取組
- ④滞在交流型観光を推進するための滞在コンテンツ・プログラムの造成・提供

●ブランド価値の提供（受入環境の整備）

- ①来訪者及び市場に対するワンストップ窓口の整備
- ②移動手段（二次交通等）の確保
- ③サービス品質・安全性の確保
- ④外国人受入環境の整備

●ブランド管理体制の確立（マネジメント体制）

- ①観光地域づくりマネージャーと観光地域づくりプラットフォーム機能
- ②ブランドマネジメント機能の構築
- ③「ブランド・コンセプト」に基づく、地域内外への統合的な情報共有・発信

●ブランド管理体制の確立（地域連携）

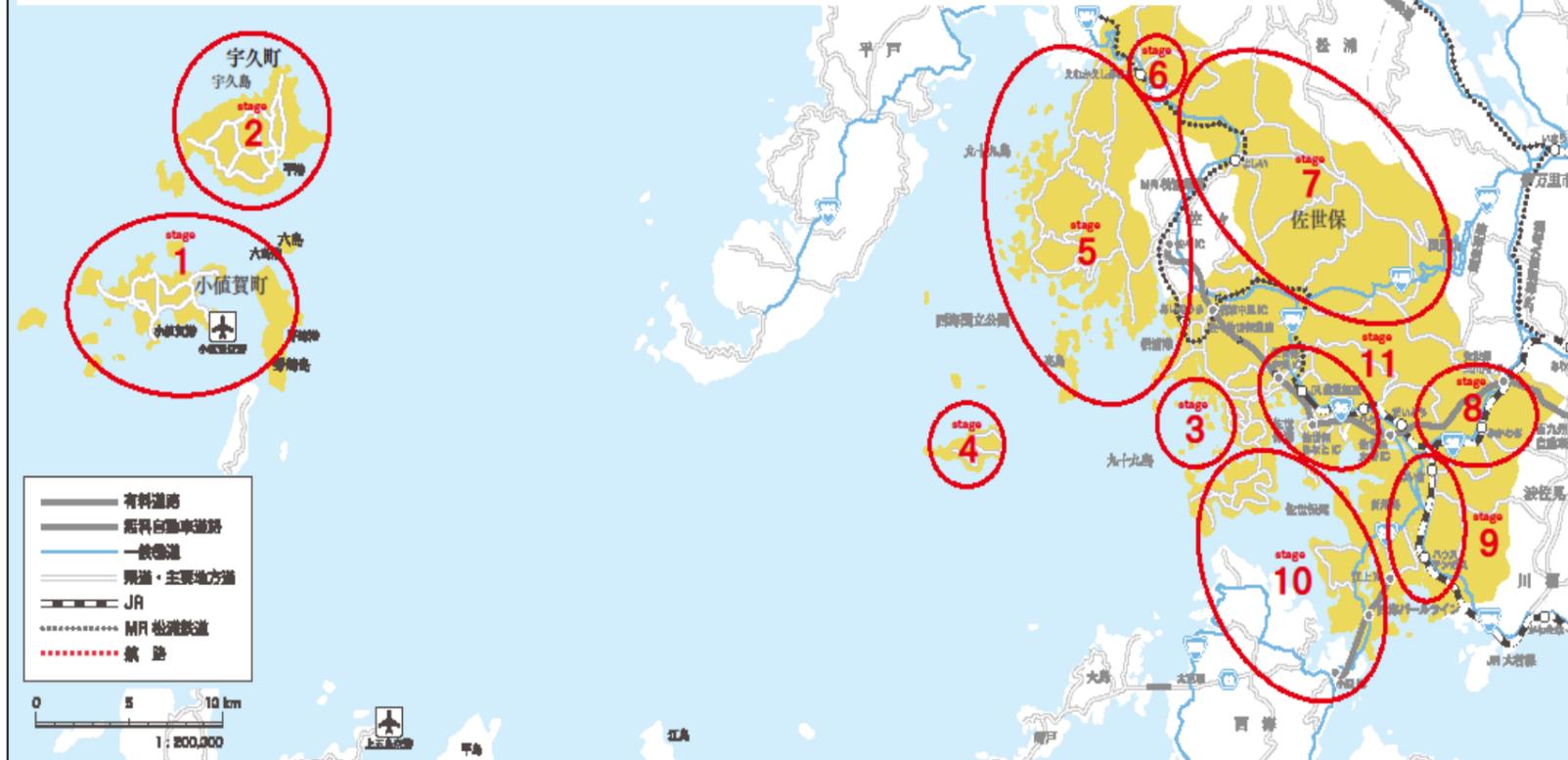
- ①官民・産業界・地域間との連携による地域一体の取組
- ②地域住民の理解と関与

●来訪者の評価（上記の取組の総合評価）

来訪者からの高い評価（満足度、再来訪意向など）

主たる滞在促進地区及び11の交流エリア間における滞在・周遊・交流型観光の展開

- ①暮らすように旅をする、小値賀島。/小値賀
- ②海人の風待ち浦、宇久。/宇久島
- ③208通りの風が生れる多島海の大自然。/九十九島南部
- ④“花群れる”祈りの島 黒島。/黒島
- ⑤多島海に揉まれ鍛えられた、心優しき漁師たちの浦々。/九十九島北部、高島、相浦、小佐々、鹿町
- ⑥もてなしの時を重ね心を東へ笑むかえ。/江迎
- ⑦浦々に恵みをもたらす、豊穡の里山。/吉井、白岳高原、世知原、柚木
- ⑧世界一の名声を得た、小さき皿山。/三川内
- ⑨昔人の対峙と交流の面影、早岐の瀬戸。/早岐、宮、ハウステンボス
- ⑩理に適い、情に適した東郷さんの佐世保港。/俵ヶ浦半島、高後崎、針尾島
- ⑪近代日本の生き証人、港まち佐世保。/佐世保市街地



■ブランド戦略の柱

●航路の充実

港・島・浦々が航路でつながり、自由自在に船が行き交う海の旅の提供

- ・佐世保港クルーズ
- ・遊漁船クルーズ
- ・新たな観光航路
- ・生活航路の充実

●陸上交通の充実

主たる滞在促進地区から観光バスを周遊させ、各交流エリアを快適かつ効率的につなげる。

- ・「海風の国」観光バス運行
- ・二次交通の連携

●受入体制・環境整備

「地域ならではの」滞在プログラムや食、宿泊提供、「地域らしさ」を体感できる景観、地域資源の保全。

- ・拠点整備
- ・滞在プログラム造成
- ・まちなみ修景