

諫早市への観光客誘致の施策提案

～西九州新幹線開業を契機として～

長崎県 県央振興局 小浦 良介



1. はじめに

1.1 背景

令和 4 年 9 月 23 日に長崎県の長崎駅、諫早駅、大村駅の 3 駅と佐賀県の嬉野温泉駅、武雄温泉駅を結ぶ西九州新幹線が開業したが、本県の終着地の長崎市に比べて諫早市は観光地としての認知度が低く、新幹線開業効果が限定的になる懸念があるため、現状を整理のうえ観光客誘致の施策を提案する。

1.2 構成

本レポートでは、まず諫早市の現状及び自治体の取組状況や方針を示し、次に諫早市の課題や可能性を分析し、最後に他地域における事例をふまえた施策の提案を行う。

2. 諫早市の現状

2.1 諫早市の概要

本市は令和 4 年 12 月 1 日時点で人口 132,375 人と県内で長崎市の 398,357 人、佐世保市の 237,066 人に次いで 3 番目に人口が多い市である。

地理的には長崎県のほぼ中央部に位置し、北に長崎空港がある大村市、南に長崎市、東に雲仙市と隣接しており、有明海、大村湾、橘湾と三方が海に面し、北は多良岳の秀峰を仰ぎ、4 本の国道、JR と島原鉄道が交わる交通の要衝である。

市の中央部を流れる本明川は県内唯一の一級河川であり、市街地を通過して有明海に注いでいる。下流の諫早平野は県下最大の穀倉地を形成し、下流域の河川では全国屈指の練習環境を誇る本明川ボートコースが整備されて近年注目を集めている。(出典:Map-It マップイット(c))

また、諫早中核工業団地の形成や九州横断自動車道の開通により、電子機器、半導体、航空宇宙関連など先端技術企業の進出が相次ぎ、従業者数、製造品出荷額等において大幅な伸びを示すなど県内の産業拠点として発展している。

一方で、近年の交通網の整備等による車社会の進展、消費者ニーズの多様化、郊外店の増加などにより、中心市街地の商業の空洞化が懸念されている。

図 1 : 諫早市の地図



2.2 長崎市、大村市、雲仙市と比較した諫早市への観光客数と宿泊客数の状況

ここで新幹線駅のある長崎市、大村市や近隣の観光地として認知されている雲仙市と諫早市の観光客数を比較したい。長崎県観光統計をもとに比較した結果が次の表である。

ただし、この観光統計における観光客には、いわゆるビジネス客も含まれている。

表 1：令和 3 年市町別観光客数

	観光客数 (延べ数)				観光客数 (実数)	
	日帰り客数	宿泊客実数	延べ宿泊客数	観光客延べ数	県内客	県外客
長崎市	1,443,300	1,142,400	1,536,147	4,121,847	333,555	2,252,145
諫早市	1,136,430	228,464	350,360	1,715,254	1,216,121	148,773
大村市	1,290,408	152,800	193,143	1,636,351	1,336,128	107,080
雲仙市	1,124,632	223,093	246,814	1,594,539	694,078	653,647

表 2：令和元年市町別観光客数 (出典：「長崎県観光統計データ」を筆者が加工)

	観光客数 (延べ数)				観光客数 (実数)	
	日帰り客数	宿泊客実数	延べ宿泊客数	観光客延べ数	県内客	県外客
長崎市	4,212,600	2,705,200	3,400,949	10,318,749	892,396	6,025,404
諫早市	1,968,391	305,832	414,172	2,688,395	2,026,333	247,890
大村市	1,675,030	178,371	227,319	2,080,720	1,537,957	315,444
雲仙市	1,815,320	437,515	499,701	2,752,536	1,160,209	1,092,626

(出典：「長崎県観光統計データ」を筆者が加工)

表からは新型コロナウイルスがまん延する前の令和元年と令和 3 年のどちらにおいても長崎市に観光客が集中していることが分かる。

人口が近く隣接する大村市と比較すると令和 3 年の日帰り客数を除いて諫早市のほうが観光客は多かった。

また、雲仙市と比較すると令和元年では雲仙市のほうが宿泊客数や宿泊日数が多いが、令和 3 年においては日帰り客数、宿泊客数や宿泊日数ともに諫早市が多かった。

これについて、長崎県観光動向調査では新型コロナウイルスの感染拡大以降、島原半島における県外客の減少や宿泊施設の休業の影響等により観光客が大幅に減少していると分析している。

一方で、諫早市は電子部品関連等のビジネス客の宿泊需要が堅調に推移していることや西九州新幹線や諫早市と島原半島を結ぶ島原道路の建設関連のビジネス需要により、コロナ禍においても宿泊客が伸びている状況である。

そして、諫早市と大村市では県外客が少ないことが特徴として挙げられる。

2.3 長崎市、大村市、雲仙市と比較した諫早市の観光消費額

他方で、2.2 章と同じ市、年における観光消費額を比較した結果が次の表である。

表 3：令和 3 年市町別観光消費額

	日帰り客				宿泊客				
	交通費	飲食・娯楽費	土産代その他	日帰合計	宿泊費	交通費	飲食・娯楽費	土産代その他	宿泊合計
長崎市	2,800,002	7,004,335	10,795,884	20,600,221	15,179,069	3,079,910	10,283,885	12,409,891	40,952,755
諫早市	1,323,941	397,751	613,672	2,335,364	2,246,158	1,296,566	607,186	205,618	4,355,528
大村市	1,205,241	1,594,944	800,053	3,600,238	1,397,003	264,300	618,546	233,478	2,513,327
雲仙市	2,069,323	2,061,450	2,086,192	6,216,965	4,239,277	1,003,721	1,143,284	475,188	6,861,470

(出典：「長崎県観光統計データ」を筆者が加工)

表 4：令和元年市町別観光消費額

	日帰り客				宿泊客				
	交通費	飲食・娯楽費	土産代その他	日帰合計	宿泊費	交通費	飲食・娯楽費	土産代その他	宿泊合計
長崎市	10,577,839	26,316,112	26,391,939	63,285,890	29,868,113	8,372,594	25,515,446	22,147,472	85,903,625
諫早市	3,936,782	803,104	1,259,770	5,999,656	2,445,686	1,792,810	881,285	326,323	5,446,104
大村市	1,564,478	2,070,337	1,038,519	4,673,334	1,644,198	309,947	725,374	272,551	2,952,070
雲仙市	3,340,189	3,327,482	3,367,419	10,035,090	3,098,146	2,001,893	2,280,247	931,907	8,312,193

(出典:「長崎県観光統計データ」を筆者が加工)

コロナ禍の前後ともに長崎市における消費額が大きいことは観光客数の差をふまえると想定できるが、令和 3 年において雲仙市と比較して日帰り客・宿泊客数が多い諫早市のほうが消費額は数百万円規模で少ない状況であった。

理由として、諫早市が観光客数のうちビジネス客が多く占めるため、消費額が少ないことが想定される。

諫早市の経済活性化を図るには、多額の消費が期待できる観光目的の宿泊客を増やすことであり、そのうえでいかに滞在時間を延長させ、追加行動を起こさせるかが課題と考える。

2.4 諫早市の観光産業の活性化の方針

諫早市が令和 2 年 3 月に策定したまち・ひと・しごと創生総合戦略における観光産業の活性化の方針は、主に以下の 4 点を挙げている。

- (1) 市民参加型のまつりやイベントを支援し、市民主体の活動を促進するとともに市民の地元への愛着を高め、観光関連産業の活性化を図る。
- (2) 諫早市の充実したスポーツ施設の活用による全国・九州大会規模の大会や合宿、会議やコンベンション等の誘致、プロサッカークラブの V・ファーレン長崎を活かした交流人口の拡大などによる観光客、宿泊客の増加を図るスポーツツーリズムを推進する。
- (3) 九州新幹線西九州ルートの開業を見据え、諫早駅の観光案内所や自由通路等を活用し、島原半島の自治体とともに観光情報発信を行うなど、広域的な観光連携を強化する。
- (4) 観光パンフレットやポスター、市ホームページ、SNS 等の一層の活用のほか、観光施設における無線 LAN や案内表示等の整備を進める。

2.5 長崎県県央振興局のこれまでの取組と今後の方向性

他方、本県では県内の各振興局が地域課題解決のために取り組む振興局プロジェクトを平成 28 年度から令和 3 年度にかけて推進してきたところであり、その一環として、県央振興局は諫早湾干拓事業によって創出された干拓地の資源を県民の皆様に周知し、活用いただくために関係団体で構成する協議会を設立して各種取組を実施してきた。

そのうち、特に観光客の増加に寄与する取組としては以下の 3 点が挙げられる。

- (1) 諫早湾干拓地に花を見に足を運んでいただく機会を創出するため、干拓地の内部堤防の約 40,000 m²の斜面に「クリムソクローバーの播種」を実施。諫早市の観光スポットとして観光パンフレット等で春の風物詩として紹介され、結婚式の前撮りの場として活用された事例や来訪者によるインスタグラム等への投稿も増えている。

- (2) 諫早湾干拓事業により創出された約 5km の直線距離や穏やかな水流が全国でも有数の好環境である本明川下流域をボート競技練習場として活用されていることを周知するために、「ボート体験教室」や強豪大学の漕艇部やカヌー競技のオリンピックなどを招へいして対抗戦を行うなどの「本明川スポーツフェスタ」を開催。令和 4 年に JOC 認定競技別強化センターに認定されるなど注目を集めている。
- (3) 諫早湾干拓事業によってもたらされた景観や農園風景など、干拓地を訪れたくなるような魅力的な写真を募集する「いさかんフォトコンテスト」を開催し、新幹線で訪れた観光客等向けに応募写真を活用した情報発信を推進することとしている。

振興局プロジェクトの成果をふまえた県央振興局の今後の取組の方向性としては、西九州新幹線開業後の交流人口拡大を図るために、島原半島への入口という立地も活かしながら、地域ならではの資源として更なる利活用につなげたいと考えている。

また、本県では県南部エリアを管轄する県南振興局として、長崎地区・県央地区・島原地区の各振興局を集約する組織再編を令和 8 年度に予定しており、今後は県南エリアにおける広域的な施策を求められることになる。

3. 諫早市を取り巻く環境と戦略の方向性

3.1 施策におけるビジョン

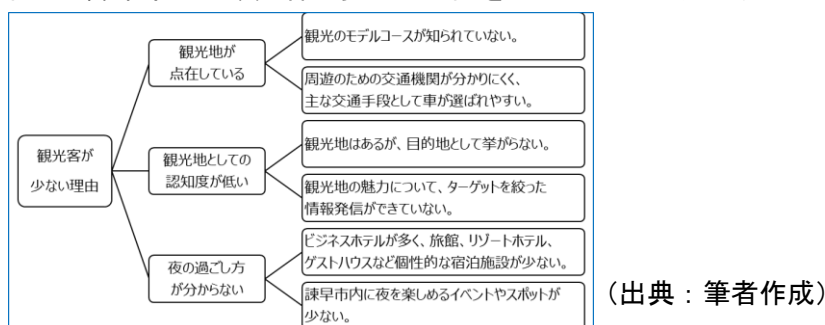
以上をふまえると、諫早市も県央振興局も西九州新幹線の開業などを契機に島原半島と連携した交流人口の拡大を図るという方向性は共通している。

そのため、提案する施策のビジョンとしては、新幹線開業を契機とした県外からの諫早市及び島原半島への観光客数を増加させ、そのうえで諫早市内における消費額ならびに宿泊客の増加を促進することにより、諫早市における経済活性化を図ることとしたい。

3.2 ビジョンに向けた現状分析

はじめに、なぜ諫早市への観光客が少ないかロジックツリーにより課題を掘り起こす。

図 2：諫早市への観光客が少ない理由を示したロジックツリー



このように、課題を挙げると主に以下の課題が考えられる。

- 諫早市内における観光モデルコースや交通手段の用意
- ターゲットを絞った情報発信の実施
- 観光客に諫早市内のビジネスホテルに宿泊してもらう仕掛け

3.3 西九州新幹線開業 1 ヶ月分析結果

また、令和 4 年 11 月 25 日の長崎新聞朝刊で紹介された九州経済調査協会と CCC マーケティング総合研究所による西九州新幹線開業後 1 ヶ月間の分析結果では、各 5 駅エリアの利用者の特徴として、「休日は夫婦や家族で外出するアクティブ志向で、好きなものにこだわって楽しむ人」が目立ったという。

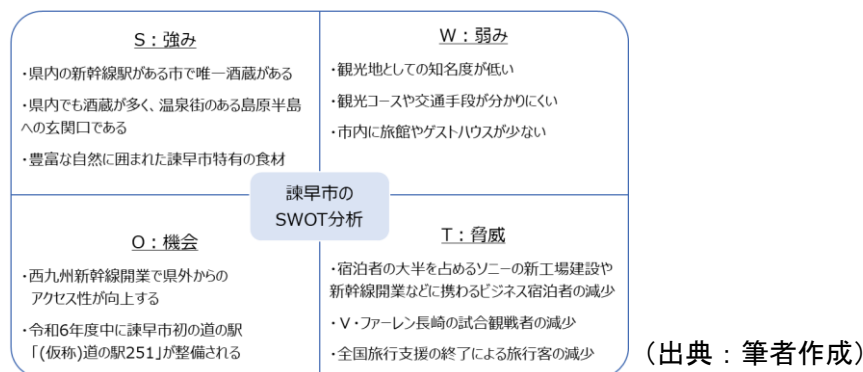
さらに具体的な情報では、「旅行好きの 40～60 代のミドル層の男女が多く、購買データ分析によると酒を好む人が多く、限定品や新商品を積極的に試す傾向があった」という。

こうした旅行者をメインターゲットにするならば、諫早市や島原半島には長崎市と大村市にはない酒蔵があるため、この強みを積極的に活かすべきだと考える。

3.4 諫早市の SWOT 分析

次に、諫早市について SWOT 分析した結果が以下のとおりである。

図 3：諫早市についての SWOT 分析



<強み>

新幹線駅がある長崎市、大村市には酒蔵がない一方で諫早市に隣接する島原半島には酒蔵が 6 蔵あり、離島の壱岐市の 7 蔵に次いで県内で 2 番目に多い。また、このうち蔵見学を可能とする酒蔵は 3 蔵と 2 番目に多く、諫早市の酒蔵と合わせて 4 蔵見学できる。

また、雲仙市には温泉利用の効果が十分期待され、かつ、健全な保養地として環境省が指定する国民保養温泉地が雲仙地区と小浜地区と 2 か所あり、県内で最も多い。

そして諫早市にはお酒に合う食材も豊富にある。街中を流れる本明川で採れていた良質のうなぎを使った「うなぎ料理」で江戸時代から諫早市は鰻処として近隣に知られていた。

有明海では「アサリ」や「めかじゃ」、「ムツゴロウ」などの珍味、そして冬にはブランド牡蠣「華漣」で知られる小長井牡蠣、大村湾産の「ナマコ」など旬の味わいも楽しめる。

さらに、諫早市は耕地面積、総農家戸数、農業従事者数とも県全体の 1 割以上を占める県内トップクラスの農業地域であり、諫早市特有の個性的な農産品も豊富に揃っている。

<弱み>

令和 3 年の長崎県観光統計における「主要観光施設の利用者数」において諫早市内の施設は掲載されておらず、RESAS の「2020 年の休日の県内の目的地検索」では、17 番目に初めて諫早市内の観光地ではないスポットが挙がるなど、観光地としての認知度が低い。

また、諫早市の観光スポットは諫早駅から車でしか周遊できない位置にあることが多く、

県外の人が気軽に観光に訪れるにはややハードルが高いと言える。

そして、世界新三大夜景に選ばれた長崎市の夜景や佐世保市の外国人バーなどのような宿泊を促す夜の観光スポットがない。加えて次の表のとおり、諫早市は宿泊そのものを楽しむ旅館等の数や収容人員が島原半島や県内の離島各市よりも少ない。

表 5：令和 3 年 4 月 1 日時点の県内宿泊施設の軒数

	旅館・ホテル		ビジネスホテル	
	施設	収容人員	施設	収容人員
長崎市	97	9,818	28	4,652
諫早市	12	560	15	1,638
大村市	11	489	10	939
雲仙市	34	3,359	4	319

(出典：「長崎県観光統計データ」を筆者が加工)

<機会>

先に述べた西九州新幹線開業後 1 ヶ月間の分析結果によると、スマートフォンの位置情報を基に算出した新幹線駅のある各市のおでかけ指数は諫早市で 28.5%増であった。

ただし、長崎市の 66.2%増、武雄市の 89.7%増、嬉野市の 52.5%増と比べるとまだまだ新幹線開業効果を十分に活かしきれていない状況である。

一方で、安全で快適な道路交通環境の提供、地場製品の販売促進や地産地消の推進、住民の交流等による地域活性化を図るため、諫早市が飯盛地域の国道 251 号沿いに市内初の道の駅の整備を進めており、諫早市の豊富な食品を観光客向けに販売する拠点としても活用できると考える。

<脅威>

諫早市内のホテルの宿泊客数は、西九州新幹線の開業工事やソニー・セミコンダクターソリューションズの CMOS イメージセンサの製造拠点の拡張工事などでビジネス客を中心に堅調な推移を保っていた。

しかし、新幹線が開業し同社の拡張工事も 2023 年中に終了する見込みであるため、今後は宿泊客の減少が想定される。

さらに県内のプロサッカークラブ V・ファーレン長崎の試合会場が 2024 年秋に長崎市内に開業する長崎スタジアムシティに移行することが予定されており、サッカーの観戦客による消費額も見込めなくなる。

3.5 ビジョンに向けた戦略の方向性

先の SWOT 分析結果をクロスさせて、施策における戦略の方向性を示したい。

(1) S × W

諫早市の島原半島への玄関口である地理的な優位性、酒蔵や雲仙市の国民保養温泉地などの地域資源を活用し、車がなくても観光客が各地をバスやローカル鉄道で周遊できる諫早駅発着の酒蔵ツーリズムを企画する。また、ツーリズム参加者に対する諫早市特有の食材の売り込みも合わせて行うことで、観光客及び消費額の増加を図る。

(2) S × O

諫早市及び島原半島の強みを活かした酒蔵ツーリズムについて、西九州新幹線開業で本県へのアクセス性が向上した関西以西の新幹線沿線かつ日本酒の消費量が多い府県

に在住する、旅行好きの 40～60 代のミドル層に届きやすい情報発信を行うことで、県外からのツーリズム参加を目的とした観光客及び関係人口の増加を図る。

(3) S×T

諫早市内の居酒屋における諫早市と島原半島の県産酒の注文に利用できる商品券をツーリズム参加者に配布することで、今後客室の余剰が見込まれる諫早市内のホテルへの宿泊を促進する。

3.6 先進事例の紹介

施策の提案の前に酒蔵ツーリズムの先進事例として「鹿島酒蔵ツーリズム[®]」を紹介する。

佐賀県鹿島市は県内でも有数のお酒の産地であり、鹿島酒蔵ツーリズム[®]が開催されている。鹿島市の酒蔵を巡り蔵人と交流しつつ、お酒や食、さらには歴史などの文化を体験できる点が魅力である。

佐賀県鹿島市には清酒を製造する酒造が 6 蔵あり、そのうちのひとつ富久千代酒造で醸造された「鍋島 大吟醸」が 2011 年に開催された IWC (インターナショナル・ワイン・チャレンジ) の日本酒部門において、世界一の荣誉「チャンピオン・サケ」に選ばれている。

それを契機に当時の「鹿島酒蔵ツーリズム推進協議会」が地元の有志で設立され、2012 年に全国に先駆けて酒蔵ツーリズムを実施している。現在の協議会の構成団体は市内の 6 酒造をはじめ、鹿島市、嬉野市、鹿島市観光協会、鹿島商工会議所、佐賀県などである。

来訪者も当初の約 3 万人から 2019 年には約 10 万人まで年々増え、無料循環バスの運行や訪日外国人旅行者向けも想定した英語翻訳版を備えたホームページなどによる情報提供手段も整備している。

なお、2020 年以降コロナ禍で鹿島酒蔵ツーリズム[®]は中止されているが、2022 年に地元商工会議所や観光協会が肥前浜宿酒蔵通り及び神社や寺院または窯元などを周遊して見学できる日帰りバスツアーを企画している。

4. 施策の提案

4.1 島原半島と連携した諫早駅発着の酒蔵ツーリズム

はじめに、3.5 章の戦略(1)に基づく酒蔵ツーリズムについて、想定するツアー内容案を 2 通り提案する。

1 例目の提案は、諫早市、雲仙市、島原市の 3 市の酒蔵をバスで周遊後、「(仮称) SAK E トレイン」に乗り換えて有明海や田園風景を楽しみながら諫早市特有の食品を肴に、各酒蔵で購入した地酒を楽しむプランである。

午前中に諫早市の酒蔵を訪問した後のお昼前後の時間帯に、同市初の道の駅「(仮称) 道の駅 251」でのお土産の購入や国道 251 号線沿いの飲食店でお昼休憩などの時間を入れることで、諫早市における消費行動を促進する。

なお、復路に関して、諫早駅と島原市を有明海沿いに結ぶ島原鉄道を運営する島原鉄道株式会社では、現在「カフェトレイン」としてランチとスイーツコースを合わせて毎月約 5 本、休日に運行している。大人は 6,000 円、小学生は 3,000 円で乗車でき、参加者は車窓の景色

を楽しみながらメニューが 2 か月ごとに替わる地元食材を使った食事を堪能できる。

加えて、カフェトレインのチケットの提示で島原市内の観光スポットである島原城や湧水庭園四明荘に無料で入場できるほか、島原市内の店舗で特典をもらえるため、消費行動を促進する仕組みができています。そしてカフェトレインは 11:10 出発～13:10 到着の行程ですが、帰りの通常便を翌日まで無料で利用できるため宿泊の促進にもつながっている。

この取組を S A K E トレインとして転用し、車内で県産の波佐見焼や三川内焼の酒器を配布して、車窓からの景観を楽しみながら酒蔵で購入した地酒を味わえるプランを提案したい。なお、本行程では S A K E トレインによる復路として 15 時過ぎに島原駅を出発し 18 時前に諫早駅に到着することを想定できるので、既存のカフェトレインの復路としても活用することが考えられる。

また、15 時過ぎの時間帯のため S A K E トレインで提供する肴は軽いおつまみ程度が望ましい。諫早市の郷土料理にちなみ、市内の飲食店が外販する「うなぎの骨せんべい」などが簡単に用意できお酒の肴としても最高に相性が良いが、調理品の提供が可能であれば「うなぎの串焼き」や有明海の「アサリの酒蒸し」、そして冬季には「小長井の生牡蠣」や「大村湾産のナマコ」も推奨できる。

2 例目の提案は、諫早市、南島原市の 2 市の酒蔵をバスで周遊後、雲仙温泉又は小浜温泉とその周辺の観光地を楽しむプランである。こちらは 1 例目のお昼休憩までは同じルートだが、島原半島における周遊先を南島原市の酒蔵に変更し、S A K E トレインの代わりに雲仙市内の 2 か所の温泉街のいずれかに変更している。

諫早観光物産コンベンション協会への聞き取りによると、西九州新幹線開業後の同協会窓口への問い合わせ件数は約 2.5 倍に増加しているが、島原半島に関する問い合わせのうちほとんどが雲仙市に関する内容という。

新幹線利用の観光客は車がないため気兼ねなくお酒を楽しむことができ、加えて最も観光需要のある雲仙市の温泉街も周遊できるプランは魅力的に映ると考える。

4.2 ターゲットを捉えた酒蔵ツーリズムの情報発信

次に、3.5 章の戦略(2)に基づくターゲットを捉えた酒蔵ツーリズムの情報発信について提案する。

本施策のメインターゲットは「旅行好きの 40～60 代のミドル層の男女で、酒を好み限定品や新商品を積極的に試す傾向がある人」であり、このターゲット像をヒントに絞り込んだ情報発信を行うべきである。

まずは都道府県ごとの日本酒の消費量に注目したい。国税庁ホームページの「酒のしおり」で令和 2 年度の成人 1 人当たりの酒類販売・消費数量を多い順にランキングの半ばまで並べた表が右のとおりである。

このうち、西九州新幹線で長崎県までアクセスしやすい関西以西の新幹線沿線の府県の佐賀県、京都府、山口県、兵庫県を黄色で着色している。これらの地域を今回ターゲットとする地域とする。

そして情報の発信方法であるが、ターゲットの特徴をふまえて活用する媒体

表 6: 1 人当たりの酒類販売・消費数量
(出典: 国税庁「酒のしおり」を筆者が加工)

都道府県	消費量	順位
新潟	8.60	1
秋田	7.15	2
山形	6.45	3
福島	6.22	4
石川	5.86	5
富山	5.73	6
長野	5.46	7
福井	5.43	8
島根	5.39	9
岩手	5.36	10
青森	5.15	11
宮城	4.93	12
鳥取	4.88	13
佐賀	4.86	14
京都	4.61	15
高知	4.51	16
岐阜	4.50	17
滋賀	4.34	18
山口	4.28	19
和歌山	4.28	20
栃木	4.19	21
東京	4.16	22
兵庫	4.09	23
山梨	4.06	24

を選びたい。

まず旅行好きという点から、見映えのある酒蔵施設や生産工程に焦点を当てた写真や動画を中心に、視覚的に訴求力のあるインスタグラムで情報発信することが効果的である。

加えて、40～60 代のミドル層の男女という点から、ミドル層で利用者の多いフェイスブックも活用したい。フェイスブックは高いターゲティング精度の広告を活用できるため、上述の地域や年齢、そして日本酒や旅行への関心があることを条件とし、生産者のストーリーなどに焦点を当てた写真や投稿文により情報発信することが有効と考える。

4.3 酒蔵ツーリズムの参加者の宿泊促進対策

最後に、3.5 章の戦略(3)に基づく酒蔵ツーリズムの参加者の宿泊促進対策について提案する。新幹線があることで、ツーリズム参加者は夕方に諫早駅に到着した後でも移動できてしまうため、諫早市内のホテルへの宿泊促進の取組も重要である。

なお、諫早市の民間事業者も西九州新幹線開業を契機とした誘客、販促活動につなげるために様々な取組を実施している。

諫早市旅館ホテル業組合がホテルの収益回復のために実施するプレミアム商品券の販売がその一例だ。諫早市の補助金を活用して、1冊1万3千円分の商品券を1万円で購入するといった取組であるが、商品券は宿泊代以外にも飲食代や土産物全般に利用できるため、確実に地域にお金が落ちる保障はない。

そこで提案したいのが、諫早市内の居酒屋における諫早市又は島原半島の県産酒の注文に限定して利用できる商品券をツーリズム参加者に配布する取組である。

ツーリズムの終了が18時頃の夕食の時間帯であり、せっかく商品券が配布されるならば夕食も兼ねて居酒屋を利用し、続けて県産酒を楽しみたいと考えることが想定される。

さらに、参加者は当日諫早市と島原半島の酒蔵を見学しているため、居酒屋の地元料理に合わせて見学した酒蔵のお酒と一緒に楽しみたい気持ちになる可能性も高い。

居酒屋で夕食および飲酒した後の時間帯に他地域に移動する億劫さを考えると、日帰りではなく宿泊を前提にツアーに参加する可能性が高まり、ツアー中や居酒屋での消費行動のみならず、宿泊者の増加も期待できる。

5. おわりに

4章において、諫早市と島原半島の酒蔵を活用した提案を行ったが、3.6章の先進事例で挙げた鹿島酒蔵ツーリズム[®]と比べて、本提案の酒蔵にはIWCでチャンピオン・サケの受賞酒、ましてやトロフィーを獲得した日本酒があるわけではない。

しかしながら、意欲的な経営者による試行錯誤や地元県市の後方支援で着実に県産酒の魅力や認知度は高まってきていると感じている。

また、諫早市の豊富な食材や島原半島のローカル鉄道や温泉地などの地域資源を活用することで、鹿島酒蔵ツーリズム[®]にはない独自の魅力を創り出すことができると考える。

他方で、本提案ではまず国内旅行者向けの酒蔵ツーリズムを基盤に載せることを第一のステップとしているが、昨今では海外からの新型コロナウイルス感染拡大の水際対策も緩

和されてきており、より多くの消費行動を期待できる日本酒への関心が高い外国人旅行者向けの情報発信やHPの整備なども今後の課題である。

長崎県観光統計によると、コロナ前後で特に中国人と韓国人の宿泊旅行者が多い結果であるため、東アジアの国々に向けた情報発信や受入れ環境の整備が特に必要と考える。

そして、本施策の実現には協議会等を立ち上げて地元の関係団体との連携のうえ取り組む必要があり、主な関係団体や役割分担は以下のとおり想定される。

- 酒蔵の情報発信：諫早市と島原半島の酒蔵、諫早観光物産コンベンション協会、島原半島観光連盟
- 諫早市内の飲食店との調整や周遊バスの手配：諫早商工会議所
- S A K E トレインの運営：島原鉄道株式会社
- 協議会等の事務局：長崎県

最後に、国税庁の平成 28 年度の長崎県の清酒の消費量は 4,885Kℓと構成比がわずかに 5.8%であり、県民の主な消費飲料はビール 24,174 Kℓの 28.8%、リキュール 18,726Kℓの 22.3%である。

本提案の酒蔵ツーリズムで諫早市の地域活性化のみならず、県産の日本酒の消費量の向上につながることも期待したい。

※参考文献

- ・ 諫早市ホームページ『諫早市紹介』
<https://www.city.isahaya.nagasaki.jp/post03/152.html>
- ・ 諫早市ホームページ『第 2 期 諫早市まち・ひと・しごと創生総合戦略』
<https://www.city.isahaya.nagasaki.jp/wp-content/uploads/2020/04/8a7b44d0a30172d28ce9fc331517703a.pdf>
- ・ 諫早湾漁業協同組合ホームページ
<http://www.jf-konagai.com/>
- ・ 鹿島酒蔵ツーリズム[®]ホームページ
<https://sakagura-tourism.com/>
- ・ 環境省ホームページ『国民保養温泉地』
<https://www.env.go.jp/nature/onsen/area/index.html>
- ・ 国税庁ホームページ『酒のしおり』令和 2 年度成人 1 人当たりの酒類販売（消費）数量表
<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/shiori/2022/index.htm>
- ・ 国税庁ホームページ『平成 28 年度の酒類消費状況』
<https://www.nta.go.jp/about/organization/fukuoka/sake/menkyo/shuruishouhi.htm>
- ・ しまてつカフェトレインサイト | 島原鉄道株式会社ホームページ
<https://www.shimatetsu-cafetrain.com/>
- ・ 長崎県ホームページ『ながさきの統計（令和 4 年 11 月号）』表 2-1 市町別世帯数及び人口
<https://www.pref.nagasaki.jp/bunrui/kensei-joho/toukei-joho/nagaskinotokei/nagasaki-new/584188.html>
- ・ 長崎県ホームページ『長崎県観光統計データ』
<https://www.pref.nagasaki.jp/bunrui/kanko-kyoiku-bunka/kanko-bussan/statistics/kankoutoukei/>
- ・ 長崎県ホームページ『長崎県観光動向調査データ』
<https://www.pref.nagasaki.jp/bunrui/kanko-kyoiku-bunka/kanko-bussan/statistics/kankoudoukou/>
- ・ 長崎県酒造組合ホームページ『酒蔵巡り』
<http://www.nagasaki-sake.sakura.ne.jp/index.htm>