

小值賀町觀光振興計画 (素案)



令和8年1月

小值賀町産業振興課

目次

第1章 本計画の目的と基本方針	4
1. 計画の背景(観光振興が求められる理由)	4
2. 計画の位置づけと目的(町の総合計画・国や県の方針との関係)	4
3. 計画の構成	5
4. 計画の期間	5
5. モニタリング	6
(1) PDCA/評価と改善の仕組み	6
(2) 住民・事業者とのフィードバック連携	6
6. SDGs(持続可能な開発目標)への対応について	7
第2章 観光を取り巻く状況	8
1. 社会的背景	8
(1) 人口減少・持続可能性と観光の役割	8
(2) 国の観光政策の変遷(農泊・文化観光・地方創生等)	8
(3) 離島・小規模自治体における観光の制度的位置づけ	8
(4) 関係人口・観光DX・広域連携などの潮流	8
① 関係人口	8
② 観光DX	9
③ 広域	9
(5) 日本の将来推計人口	9
2. 国内の観光の現状	10
(1) 国内旅行の動向	10
(2) 訪日外国人旅行の動向	11
(3) PEST分析による外部環境分析	13
3. 小値賀町の地域的特徴と観光の現状	14
(1) 小値賀町の人口の推移	14
(2) 古民家再生事業について	14
4. 観光を取り巻く現状と課題	15
(1) 来訪者数・宿泊者数・観光経済指標の推移(全体)	15
(2) 観光入込客数	15
(3) 月別宿泊客実数	16
(4) 観光消費額	16
(5) 外国人宿泊数	17
(6) 小値賀町内の宿泊施設について	18
(7) 交通アクセスについて	18

(8) SWOT 分析による小値賀町観光の「強み」と「弱み」	19
第3章 小値賀の持続可能性と観光の役割	20
1. 小値賀の日常にある持続性	20
2. 島の暮らしを観光にどうつなげるか	20
3. 守るべきものと変えていくもの	20
4. 島の生活の「サステナビリティ」への貢献	20
第4章 小値賀町の観光が目指す方向	21
1. 小値賀の観光の方向性	21
2. 小値賀の観光コンセプトの再設定	21
(1) 観光コンセプトの考え方と再設定	21
(2) コンセプトの策定作業	21
①小値賀に固有な要素の抽出と再整理	21
②コンセプトにおける「地域に根差した唯一性」	21
3. 次世代へ繋ぐ取り組みと時代に即した取り組み	22
第5章 担い手とプラットフォームの構築	23
1. 担い手	23
(1) 住民	23
(2) 事業者	23
(3) IT 協会(観光実務プラットフォーム)	24
(4) 行政(町役場)	24
2. プラットフォーム:住民と事業者による実装ネットワーク	25
第6章 財源	26
1. ふるさと納税	26
2. クラウドファンディング	26
3. 宿泊税・入島税	26
(1) 宿泊税	26
(2) 入島税(料)	26

觀光振興計画

～基本構想～



第Ⅰ章 はじめに：本計画の目的と基本方針

Ⅰ. 計画の背景（観光振興が求められる理由）

小値賀町は、小値賀島を含み大小 17 の島々からなる豊かな自然景観と、島ごとに異なる文化、生活、2018 年（平成 30 年）6 月 30 日に世界文化遺産に登録された野崎島の「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」をはじめとする奥深い歴史があります。しかし、2020 年からのコロナウイルス感染症の拡大による観光需要の激減と社会変化は、観光事業者に深刻な影響を与え、観光の在り方を大きく変えるものとなりました。

小値賀町における観光産業は、観光事業者のみならず宿泊業や飲食業、製造販売業へと幅広く町民全体に経済効果を及ぼし、小値賀町において外貨を獲得するための機会を創出する重要な産業です。さらには人口減少が進む中で交流人口の拡大から移住・定住へと人の流れを創造するために有効であり、地域の活性化のために積極的に推進すべき産業といえます。

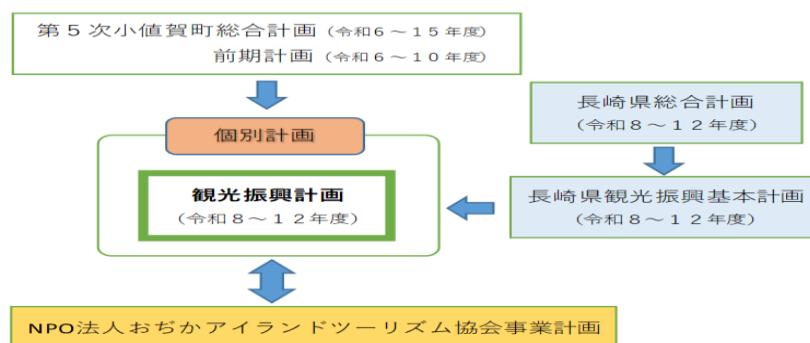
そのため、より観光に特化した計画の策定により、小値賀の「持続可能」な観光資源の再定義を行い、町内の事業者と一体となった施策を展開することで、国内だけでなく海外の観光客にも選ばれる観光地として定着することを目指します。

また、町民が観光について理解を深め、一人ひとりが観光の担い手であることを認識し、地域が一体となって本町の魅力を高めるための指針として「小値賀町観光振興計画」を策定します。

2. 計画の位置づけと目的（町の総合計画・国や県の方針との関係）

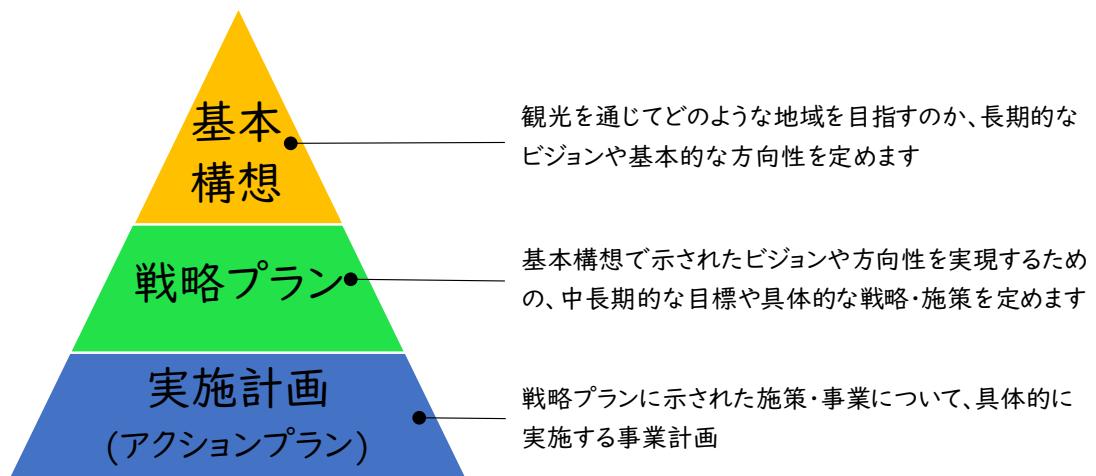
第5次小値賀町総合計画（前期計画）において、観光の振興は、「戦略の柱（3）しごと」に位置付けており、「交流人口の拡大による島外からの活力を取り込む」ことを目標としています。

観光振興計画の策定においては、第5次小値賀町総合計画（前期計画）を上位計画と定め、上位計画で掲げる目標を達成すべく、より詳細に取り組むべき内容を定めます。また、特定非営利活動法人おぢかアイランドツーリズム協会の策定する事業計画と連動した成果を目指します。



3. 計画の構成

観光振興計画の策定においては「基本構想」「戦略プラン」「実施計画」の3層構造とし、それぞれ次の役割を持っています。

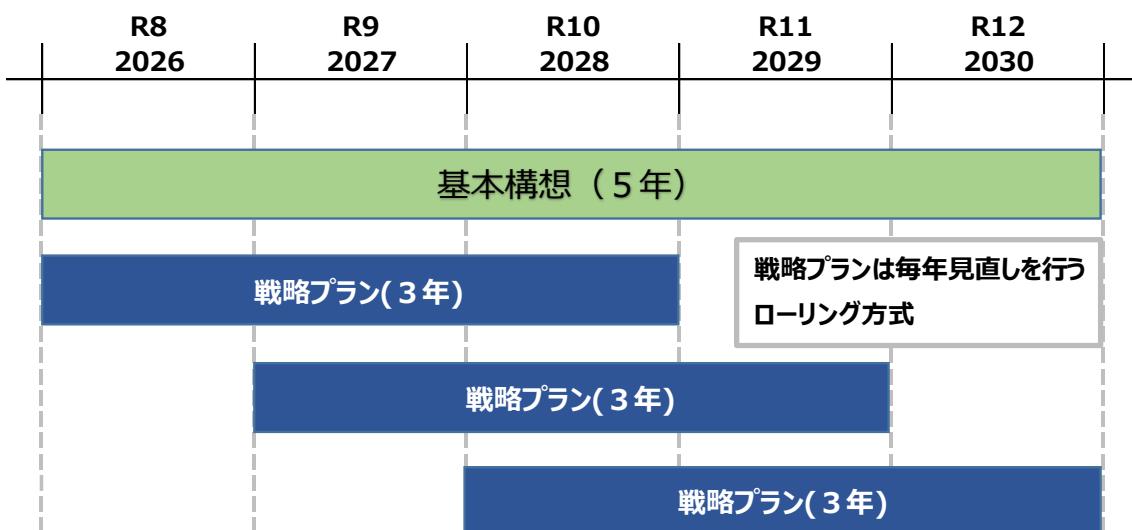


4. 計画の期間

本計画の期間は、令和8年度～令和12年度の5年間とします。

- ・基本構想(5年間)：令和8年度～令和12年度
- ・戦略プラン(3年間)：令和8年度から令和10年度
- ・アクションプラン(単年)：予算の範囲内で単年度ごとに実施

計画は社会情勢や町をとりまく環境を把握し、必要に応じて適時見直しを行います。

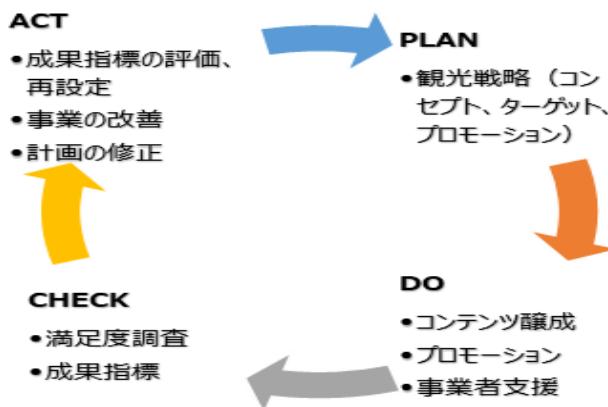


5. モニタリング

(1) PDCA/評価と改善の仕組み

観光客数の変動や地域経済への影響をデータで分析し、目標達成度を評価し、次年度以降の計画に反映させていきます。

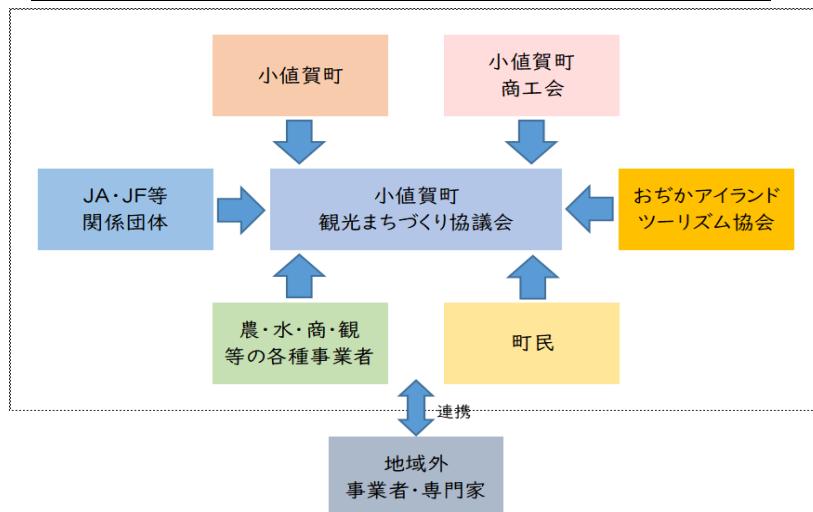
また、本計画の進捗状況や目標達成度については、毎年、「観光まちづくり協議会」に報告することにより、町民や各事業者と情報共有を行います。



(2) 住民・事業者とのフィードバック連携

主に、総合計画に係る「おぢか未来会議」、観光計画に係る「観光まちづくり協議会」により、町民・事業者から意見を聴取します。さらに、個別にヒアリング調査、ワークショップ等の開催を行うことで、漏れなく意見を聴取する仕組みづくりを行います。（各役割の詳細は5章に記載）

	町民	事業者
全体	おぢか未来会議、観光まちづくり協議会	
個別	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート ・ワークショップ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒアリング調査 ・戦略会議



6. SDGs(持続可能な開発目標)への対応について

SDGs(Sustainable Development Goals)は、平成27年(2015年)9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発目標」のことです。

SDGsは、先進国・途上国すべての国を対象に、経済・社会・環境の3つの側面のバランスがとれた社会を目指す世界共通の目標として、17のゴールとその課題ごとに設定された169のターゲット(達成基準)から構成されます。

それらは、貧困や飢餓から環境問題、経済成長やジェンダーに至る広範な課題を網羅しており、豊かさを追求しながら地球環境を守り、そして「誰一人取り残さない」ことを強調し、人々が人間らしく暮らしていくための社会的基盤を2030年までに達成することが目標とされています。

本計画においても、SDGsの理念を踏まえながら各取組を推進し、町民の皆様が安心して暮らせるような、持続可能な観光を実現していくとともに、国際社会の一員として、SDGsの達成に貢献していくこととしています。



第2章 観光を取り巻く状況

I. 社会的背景

(1) 人口減少・持続可能性と観光の役割

日本社会全体で人口減少が進む中、観光は地域経済の持続性を支える重要な「外需」産業です。人口減少による地域内消費の低迷に対して、地域外から観光客を呼び込むことで、地域内の新たな消費を生み出します。また、観光客の消費は飲食や宿泊、交通、物販などそぞ野が幅広く、地域経済全体への波及効果が大きいものとなっています。このため、人口減少が進む社会においては、観光は安定した外需獲得の手段であり、地域の雇用維持や拡大、産業の多角化、さらには移住・定住を促す有効な手段だといえます。

(2) 国の観光政策の変遷(農泊・文化観光・地方創生等)

2003年「観光立国宣言」以降、国は訪日外国人旅行者の増加を新たな柱に加えて施策が進められ、2006年の「観光立国推進基本法」では、観光が国の成長戦略の一部として位置づけられました。その後、観光政策は地方創生と結びつけられるようになり、農山漁村滞在型観光(農泊)や文化観光を通じた地域振興が進められています。そして、2018年には文化観光推進法が施行され、文化と観光の連携が地域振興において制度化されました。さらに、観光庁が推進する「観光地域づくり法人(DMO)」制度や、内閣府の「地方創生交付金」との連動により、観光は地方創生の中核となっています。

(3) 離島・小規模自治体における観光の制度的位置づけ

離島や小規模自治体は人口減少や高齢化が著しく、国は観光を地域の持続的発展のための重要施策として位置づけてきました。国土交通省は「離島活性化交付金」や「離島振興法」に基づく特別措置を通じて交流人口の拡大を支援しています。また、観光庁が推進する「持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」では、持続可能性の観点から観光地域づくりを評価・改善する枠組みが導入され、離島・小規模地域においても観光を軸とした持続可能な地域づくりが推進されています。このように、観光は単なる産業振興ではなく、生活環境や地域アイデンティティを維持する役割を担っています。

(4) 関係人口・観光DX・広域連携などの潮流

①関係人口

関係人口は、定住や一時的な観光滞在に限定されない、地域と継続的・多様な関わりを持つ人々を指す概念であり、その創出と拡大に向けた取り組みが全国で進められています。

ています。観光は地域との継続的なかかわりを生み出すきっかけであり、たびたび訪れるファンや兼業・副業で地域と関係を維持し続ける人材など、多様な関与形態があります。国は、「第2のふるさとづくり」を通じて何度も同じ地域に通う・帰るスタイルを促進しており、交流人口・関係人口の拡大、さらには二地域・多地域居住や移住の促進を提唱しています。

②観光 DX

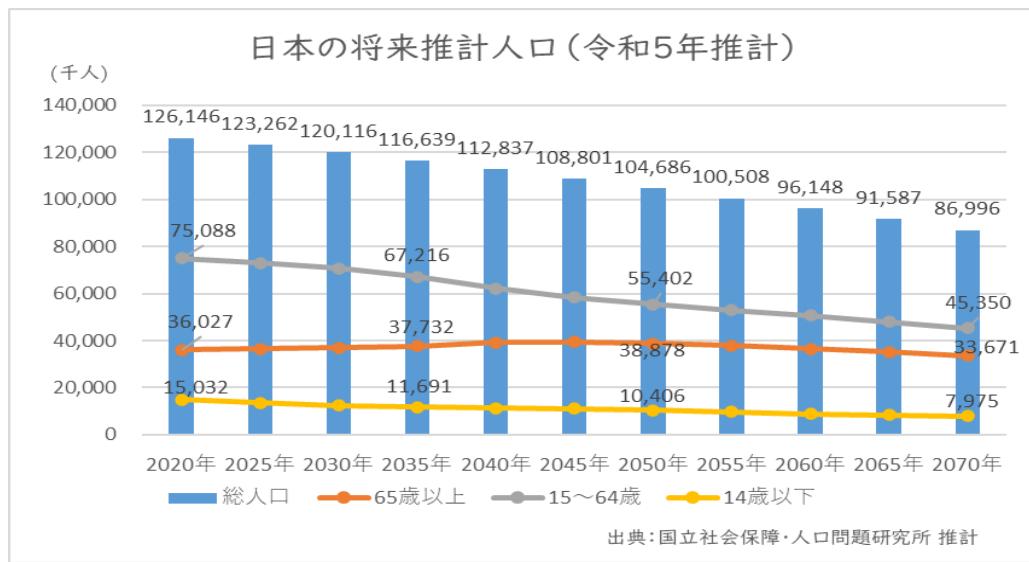
近年、観光分野でもデジタル技術を活用した取り組みが広がっており、「観光 DX」として政策的に推進され、観光庁は各種データや AI の活用、キャッシュレス決済等の普及に取り組んでいます。これらは、旅行者の行動把握や需要予測を行うとともに、観光客の利便性や満足度を高め、地域における消費の拡大や持続的な観光地運営につながります。

③広域

観光庁は 2010 年代から、複数の自治体による広域観光圏の形成を支援しています。この仕組みは、テーマを共有する地域資源を組み合わせてストーリーや周遊ルートを形成することによって、地域の魅力を高め、他地域との違いを明確にする強いブランド形成につながります。

(5) 日本の将来推計人口

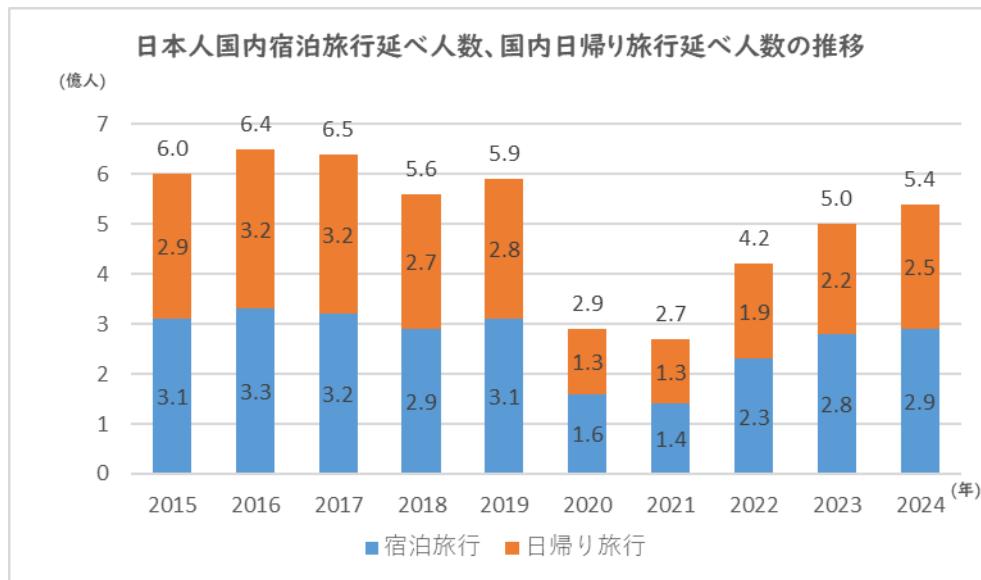
国立社会保障・人口問題研究所が公表した人口推計によると、日本の総人口は令和 2 年 (2020 年) の国勢調査では、約 1 億 2615 万人となっており、総人口は 50 年後には現在の 7 割に減少し、65 歳以上人口はおよそ 4 割になると予測されています。



2. 国内の観光の現状

(1) 国内旅行の動向

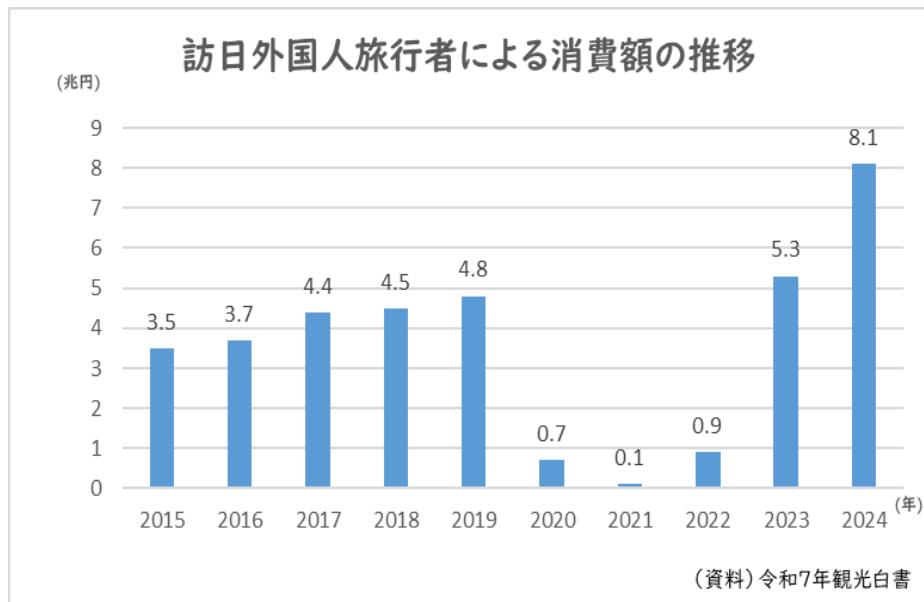
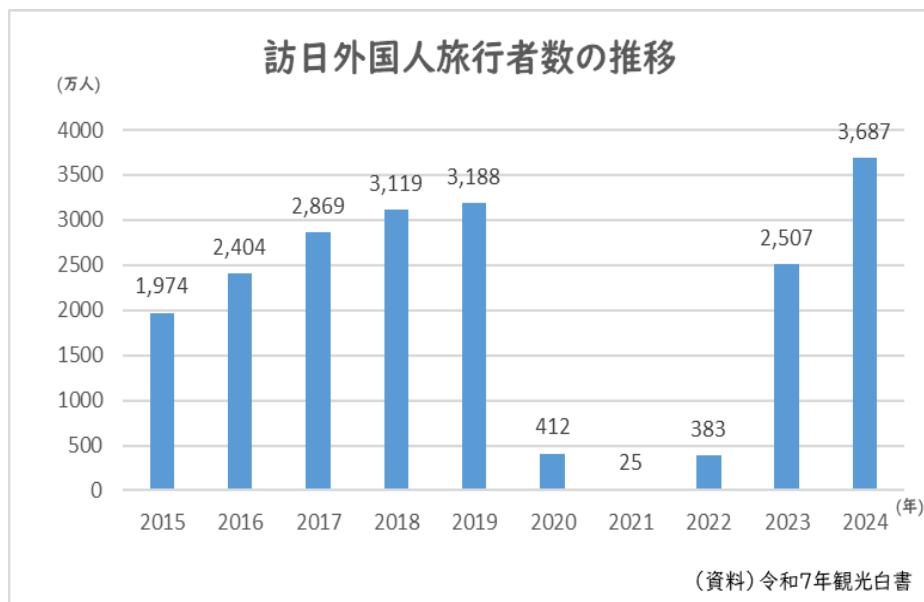
日本人の国内旅行観光客数は、2020年からのコロナ期を経て、コロナ前の9割程度に回復をしており、2024年の国内旅行消費額は過去最高の数値となっています。



(2) 訪日外国人旅行

令和7年観光白書によると、2024年の訪日外国人旅行者数は過去最高となっており、国籍・地域別内訳をみると、韓国が最も多く、次いで中国、台湾、米国、香港の順となっています。

また、訪日外国人旅行消費額についても過去最高となっており、国籍・地域別内訳をみると、中国が最も多く、次いで台湾、韓国、米国、香港の順となっています。



観光庁のインバウンド消費動向調査によると、外国人旅行者数、消費額をエリア別にみると、いずれも東アジア（中国、台湾、韓国、香港）の数値が高いことがわかります。

○国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額のトップ5（「令和7年観光白書」）

順位	国名	消費額	全体比率
1	中国	17,265 億円	21.2%
2	台湾	10,897 億円	13.4%
3	韓国	9,602 億円	11.8%
4	米国	9,011 億円	11.1%
5	香港	6,606 億円	8.1%

また、一番楽しみにしていた観光スポットや行動について、「観光」「買い物」「温泉」といった回答が多数見られます。エリア別の特徴を見ると、「欧米豪」は「日本の生活・文化」「神社仏閣」などが挙がっており、日本の歴史や文化への期待がうかがえます。

	外客数	消費額	特徴
東アジア	2,453 万人 (66.5%)	44,370 億円 (54.6%)	地方への関心、より個人の嗜好に合った楽しみ方を見つけている
東南アジア	430 万人 (11.7%)	9,353 億円 (11.5%)	「雪」関連やレジャーの期待が大きい
欧米豪	588 万人 (16.0%)	20,174 億円 (24.8%)	日本の文化や歴史への興味関心が強い

旅行手配方法については「往復航空（船舶）券や宿泊券を個別に手配した（個別手配）」が84.2%を占めており、「ウェブサイトから申し込んだ」人の割合が全体の82.9%を占めています。

(3) PEST 分析による外部環境分析

小値賀町の外部環境（国内・国外）について、「政治（Political）」、「経済（Economic）」、「社会（Social）」、「技術（Technological）」の 4 つの視点から分析すると以下のとおりです。

Politics (政治的要因)	Economy (経済的要因)
<ul style="list-style-type: none"> ・円安とインバウンド需要：円安傾向が続ければ、訪日外国人観光客の増加が期待 ・国際情勢の不安定さ：戦争やテロなど、予測不能な国際情勢の変動が観光客の移動に影響を与える可能性 	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド消費額が過去最高：円安が追い風となり、訪日外国人客数も過去最高（2024年）で消費額の増加につながった ・持続可能な観光への関心：環境負荷を減らし、地域経済や文化を尊重する「持続可能な観光地域づくり」の推進 ・資源価格の高騰：原材料やエネルギー価格の高騰は、旅行費用や宿泊施設の運営コストに影響 ・景気後退のリスク：世界的な景気後退や物価上昇は、国内旅行やレジャー支出の抑制につながる可能性
Society (社会的要因)	Technology (技術的要因)
<ul style="list-style-type: none"> ・国内旅行への回帰：感染症対策の緩和や円安、インバウンド需要の回復により、国内旅行の需要が回復する可能性 ・新たな旅行スタイルの台頭：健康、ウェルネス、自然体験など、特定の目的を持った旅行への関心が高まっている ・労働力不足：旅行業界全体で、人材確保が喫緊の課題 	<ul style="list-style-type: none"> ・DXの推進：観光地の情報発信や予約システム、顧客管理など、デジタル技術を活用したDXの推進が重要 ・AIの活用：AIによるパーソナライズされた観光ルートの提案や、多言語対応のチャットボットによる情報提供が旅行体験を向上

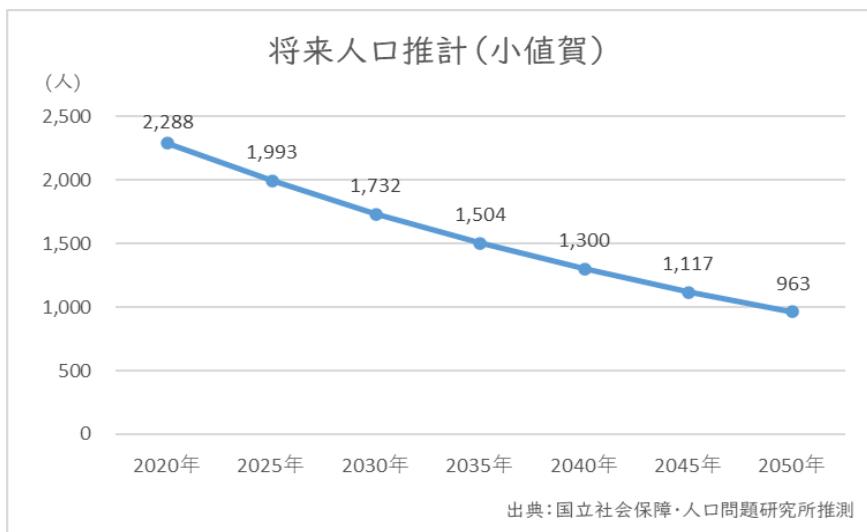
3. 小値賀町の地域的特徴と観光の現状

小値賀町は、長崎県五島列島の北端に位置する離島で、総面積 25.50km²（小値賀島 12.26km²、属島 13.24km²）で、小値賀島を中心に周囲に散在する大小 17 の島からなっています。

小値賀の地形は平坦で、火山の噴出によって生じた珍しい火山群島で、複雑な海岸線が織りなす美しい自然に恵まれ、島のほとんどが西海国立公園に指定されています。また長崎県で唯一「日本で最も美しい村」連合に加盟しています。

(1) 小値賀町の人口の推移

1950 年（昭和25年）の 10,968 人から、高度経済成長の影響等により島を離れる若者が増え始め、さらに少子化の影響により減少傾向が続いています。2050年（令和32年）には人口が 1,000 人を切ることが予測されています。



(2) 古民家再生事業について

小値賀町の古民家ステイ事業は、東洋文化研究家アレックス・カー氏のプロデュースにより、2009 年ごろから始まった事業で、島に点在する築 100 年以上の古民家を「宿泊施設」「レストラン」としてリノベーションして活用するというものでした。

これにより「島暮らし」を体験したい都市部の客層も取り込み、離島で築何百年という本物の古民家に 1 棟貸して泊まれるという付加価値が受け多くの観光客を誘致することに成功しました。

当時としては、全国でも類を見ない成功事例として、古民家事業で初めての受賞となる「第 9 回グリーンツーリズム大賞」の表彰を受けています。

4. 観光を取り巻く現状と課題

(1) 来訪者数・宿泊者数・観光経済指標の推移(全体)

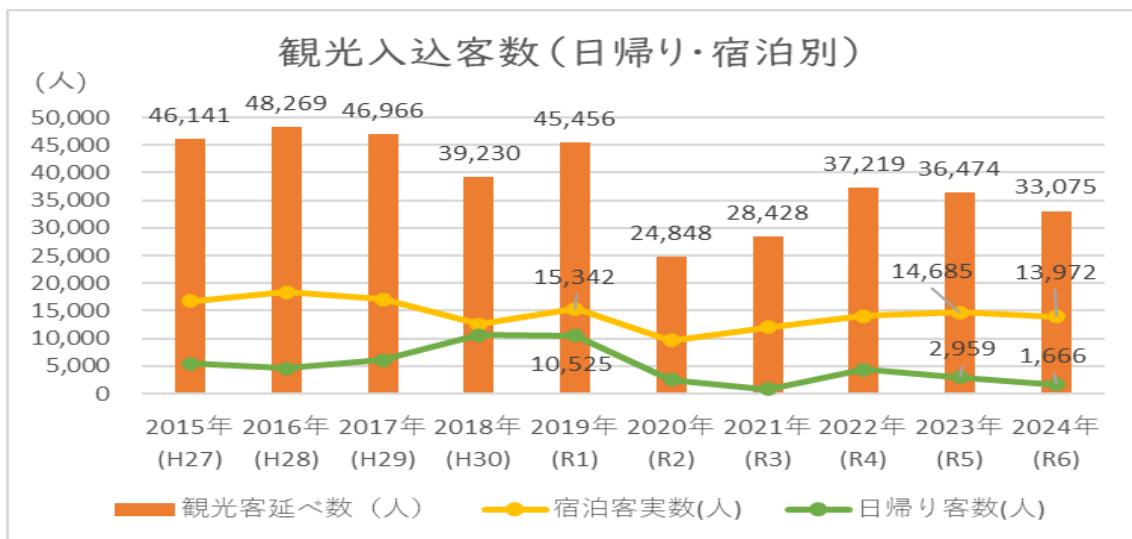
小値賀町観光統計(長崎県観光統計)のデータによる分析結果は以下のとおりです。

	2015年 (H27)	2016年 (H28)	2017年 (H29)	2018年 (H30)	2019年 (R1)	2020年 (R2)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)
観光消費額(千円)	475,579	505,587	485,360	515,059	597,485	331,331	387,551	510,071	509,452	518,301
観光客延べ数(人)	46,141	48,269	46,966	39,230	45,456	24,848	28,428	37,219	36,474	33,075

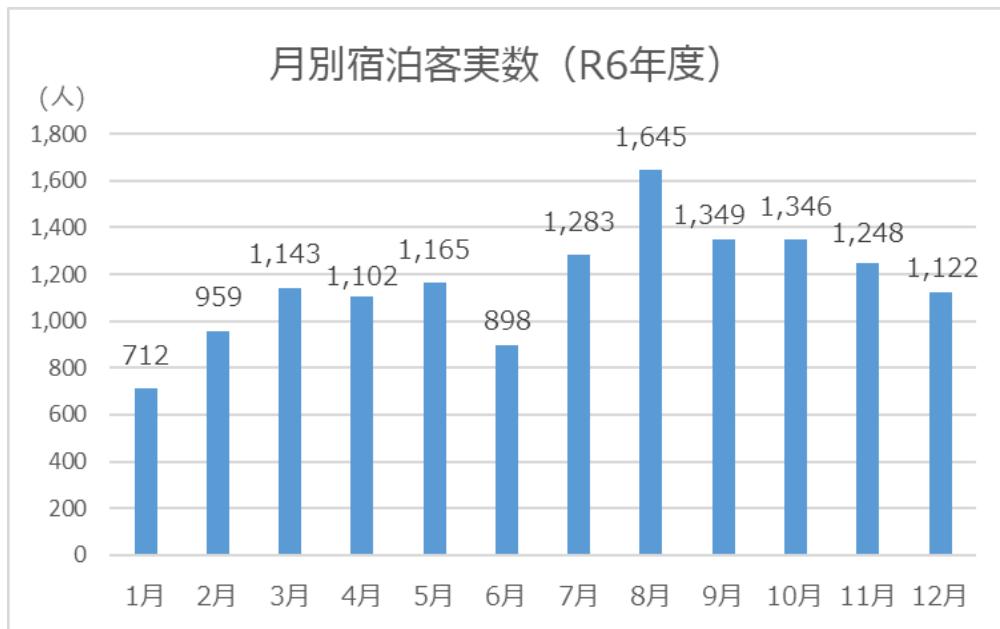
	2015年 (H27)	2016年 (H28)	2017年 (H29)	2018年 (H30)	2019年 (R1)	2020年 (R2)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)
宿泊客実数(人)	16,803	18,401	17,101	12,530	15,342	9,662	12,053	14,040	14,685	13,972
延べ宿泊客数(人)	23,903	25,252	23,726	16,063	19,589	12,582	15,585	18,753	18,830	17,437
宿泊客単価(円) (1泊あたり)	18,782	19,090	19,137	23,324	23,409	23,540	24,183	24,013	24,934	28,133
平均宿泊数(泊)	1.42	1.37	1.39	1.28	1.28	1.30	1.29	1.34	1.28	1.25
宿泊客消費額(千円)	448,946	482,046	454,051	374,651	458,554	296,177	376,886	450,320	469,506	490,562
日帰り客数(人)	5,435	4,616	6,139	10,637	10,525	2,604	790	4,426	2,959	1,666
日帰り客単価(円)	4,900	5,100	5,100	13,200	13,200	13,500	13,500	13,500	13,500	16,650
日帰り客消費額(千円)	26,633	23,541	31,309	140,408	138,931	35,154	10,665	59,751	39,946	27,739

(2) 観光入込客数

コロナ禍で減少した観光客数について、ゆるやかに回復しつつあるが、日帰り客数については、コロナ禍以前の R1 年度と比べると R6 年度は約 2 割以下と低水準のままとなっています。

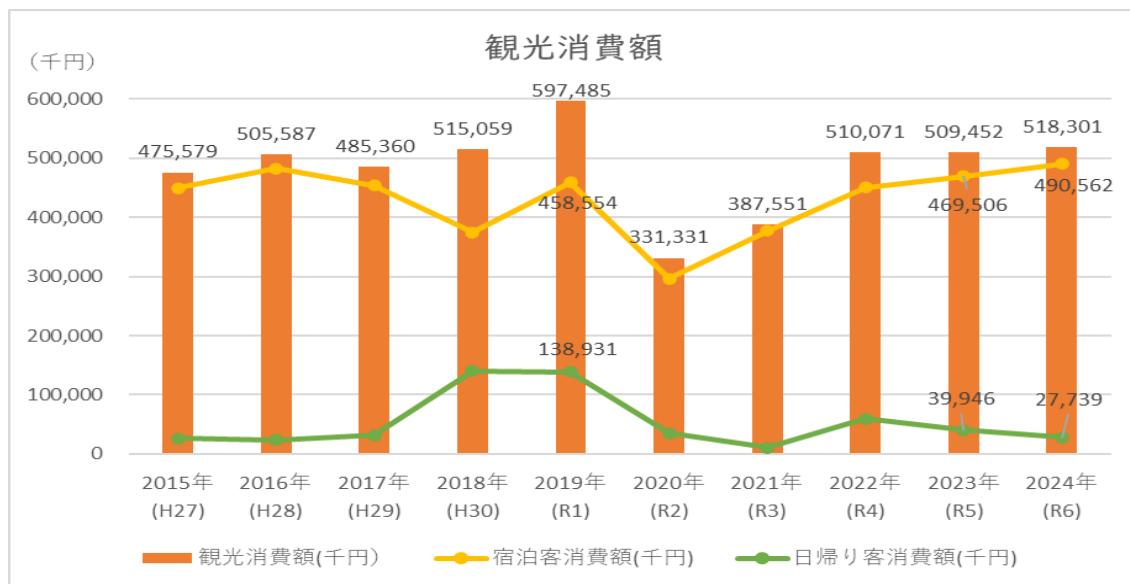


(3) 月別宿泊客実数



(4) 観光消費額

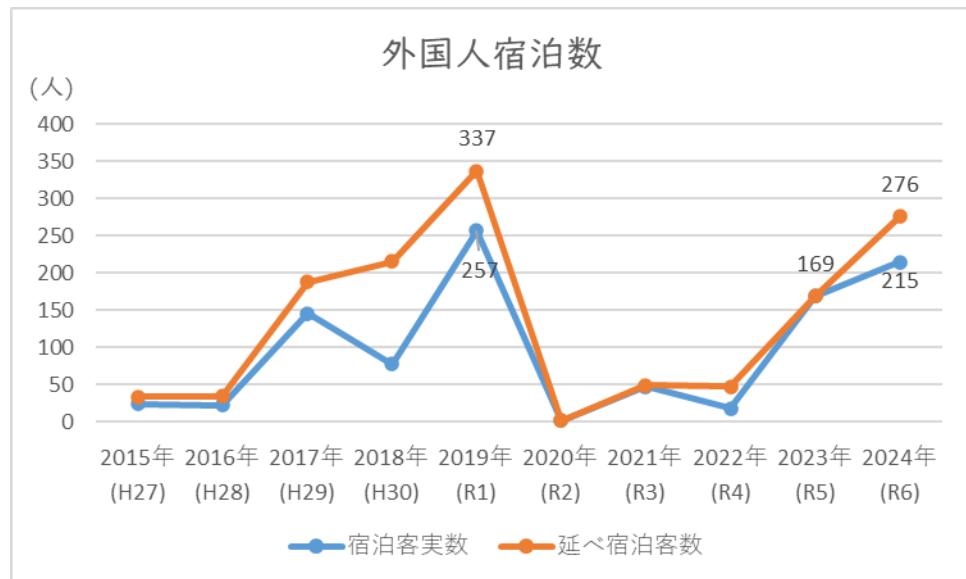
観光消費額については、R6年度の宿泊客消費額はコロナ禍前のR1年の数値を約7%ほど上回っているが、日帰り客消費額については、約2割以下となっています。



(5) 外国人宿泊数

外国人宿泊者について、コロナ禍前の数値には達していないものの回復の傾向となっています。

実数等はわかるものの、観光客の国籍の把握ができていない状況であり、アンケート等による情報収集の整理が今後の課題となっています。



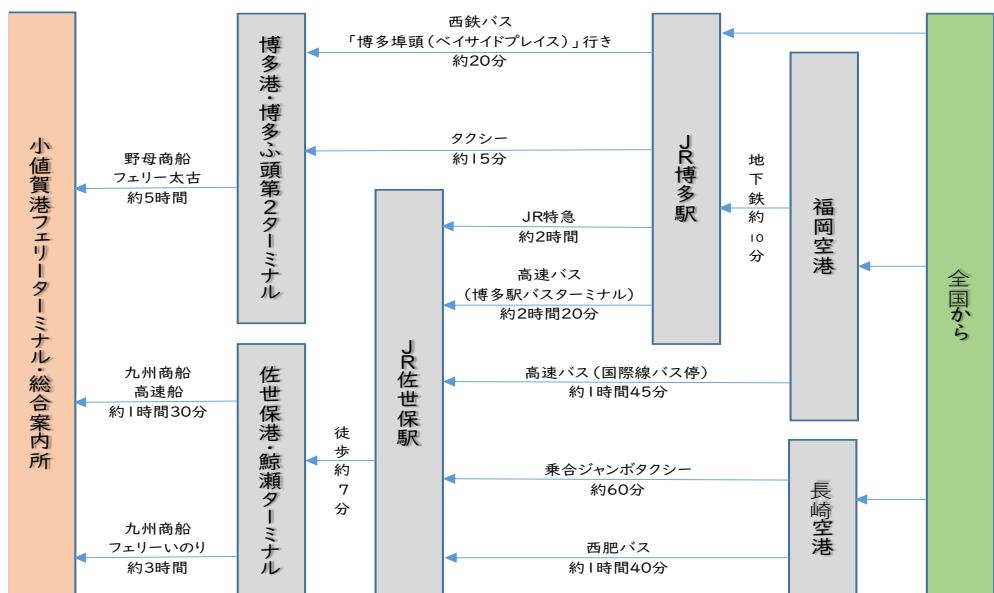
	(人)										
	2015年 (H27)	2016年 (H28)	2017年 (H29)	2018年 (H30)	2019年 (R1)	2020年 (R2)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	
中国	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4	
台湾	0	1	0	0	12	0	0	0	1	15	
香港	2	4	0	2	13	0	0	0	0	0	
韓国	0	1	0	11	11	0	0	0	1	0	
イギリス	2	0	0	0	16	0	0	0	0	3	
フランス	0	2	0	2	29	1	6	0	0	7	
ドイツ				0	7	0	0	0	0	7	
アメリカ	1	3	0	5	27	0	0	0	1	5	
オーストラリア	1	2	0	0	28	0	0	0	0	4	
その他	17	9	146	58	114	1	42	18	166	170	
計	24	23	146	78	257	2	48	18	169	215	

※H29以前のドイツの数値は「その他」に含まれる

(6) 小値賀町内の宿泊施設について(令和6年4月1日現在)
(単位:軒、人)

	施設	収容人数
旅館・ホテル	6	134
ビジネスホテル	0	0
国民宿舎、YH保養所、その他	4	125
民宿	6	55
計1	16	314
農林業業体験民泊(農泊)	38	182
計2	38	182
合計(計1+計2)	54	496

(7) 交通アクセスについて



○各料金(令和7年9月1日時点)

【参考】片道大人料金

- ・フェリー太古(博多ー小値賀):4,000 円
- ・フェリーいのり(佐世保ー小値賀):4,130 円
- ・高速船(佐世保ー小値賀):6,400 円

(8) SWOT 分析による小値賀町観光の「強み」と「弱み」

SWOT 分析により整理した「強み」「弱み」(内部要因)と「機会」「脅威」(外部要因)は以下のとおりです。(過去の町民ワークショップで出た意見)

	強み (Strengths)	弱み (Weaknesses)
内部要因	<ul style="list-style-type: none"> ・資源(自然環境、歴史、文化) ・離島でガラパゴス(独自文化がのこっている) ・インフルエンサーの住居 ・人口密度が低い ・星空がきれい 	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢化、人手不足、後継者不足 ・名物のお菓子が消えた ・地魚が食べれない ・時化で欠航 ・二次交通 ・宿も店も少ない(選択肢が少ない) ・日曜日に店が閉まっている ・山が無いので水が美味しい ・島民の観光に対する意識が低い ・いい食材が手に入りにくい(物流が弱い) ・医療
外部要因	<ul style="list-style-type: none"> ・リモートワークの拡大 ・メディア(各種 SNS の拡大) ・マスメディアの注目が高い ・電動バイクの普及 ・福岡から直行便(太古) ・旅の田舎志向 ・移住希望ムーブメント ・釣りブーム 	<ul style="list-style-type: none"> ・他地域競合(同じコンセプト)の増加 ・交通費の上昇 ・旅行客離れ ・外部の資本(チェーン店) ・台風(農作物への被害) ・温暖化(漁業/魚種の変化、農業) ・美味しい魚が減った ・時化、津波 ・物価高 ・長崎は島が多く選ばれにくくなつた ・季節、天候で来島者が制限される

産業・產品	豊かな島 (海・畑・人の幸)	畑の恵み	赤浜海岸と 遠浅の海	島全体が 釣り堀だ!	水平線に沈む 夕陽	島全体が 国立公園
暮らし・人	<ul style="list-style-type: none"> 魚、鮮度 ほどよい 便利さ 自分らしく 暮らせる島 静かに、のん びり、暮らせる 交流の島 	<ul style="list-style-type: none"> 海、魚種漁場、 なんでも 釣れる 釣りたての魚 が食べられる 小値賀住民の 人柄 人が近い、 ほっこりない みんな 顔見知り 人との つながり 	<ul style="list-style-type: none"> 浜崎鼻 ゴルフ場 島全体が 釣り堀だ! これぞ 日本一! 豊かな 観光資源 タイムスリップ できる ウェルカムな 気質(DNA) 心遣い、もて なしの文化 	<ul style="list-style-type: none"> 赤浜海岸と 遠浅の海 島全体が 釣り堀だ! これぞ 日本一! 豊かな 観光資源 タイムスリップ できる ウェルカムな 気質(DNA) 心遣い、もて なしの文化 	<ul style="list-style-type: none"> 水平線に沈む 夕陽 優しい 自然の音 目に優しい 景色 土地のもっか 大陸の入り口 自然更生の島 世界遺産へ すぐに行ける 小田家 	<ul style="list-style-type: none"> 島全体が 国立公園 海 海の透明度 空気 星がきれい ボットホール 野崎島 王位石 神島神社= 王位石 歴史、交易路、 最先端 歴史的な景色
						自然環境
						歴史文化

第3章 小値賀の持続可能性と観光の役割

1. 小値賀の日常にある持続性

小値賀では、島の暮らし自体が持続可能な仕組みとなっています。食料の多くは島内の農業や漁業によって自給され、外部依存に頼らない循環する生活が行われています。そして、島内資源を活かした暮らしは、廃棄物を出さずに価値を次につなげるサイクルとなっています。また、顔の見える社会と「迎え入れる文化」に象徴される風土が、島外から来る人を温かく受け入れる土壤となっています。

2. 島の暮らしを観光にどうつなげるか

こうした暮らしの延長線上にこれから的小値賀の観光を置くことが、小値賀の観光戦略の基本となります。新たな観光用の施設を無理に作るのではなく、島に根付く日常をそのまま観光客へ提供する体験価値に用います。たとえば、小値賀独自の日常生活、農作業や漁などの営みを共有することが、小値賀の島ならではの滞在価値を生み出します。観光は島の暮らしの支えの一つであり、日常を壊さず、より豊かにする手段であると言えます。

3. 守るべきものと変えていくもの

持続可能な—サステナブルな—観光を進めるうえで、小値賀には「守るべきもの」と「変えていくべきもの」があります。守るべきは、農漁業や暮らしの循環構造、そして暮らしを支える文化そのものとなります。一方で、観光を通じて来島者が増えることに対して、受け入れの仕組みやホスピタリティの在り方は時代に合わせて変えていく必要があります。情報共有や研修を通じ、来島者の受け入れの質を高める取り組みが求められます。

4. 島の生活の「サステナビリティ」への貢献

小値賀の持続可能な暮らしを基盤に、体験プログラム・来島者の動線設計・担い手育成など、本計画で展開される全施策を「この暮らしを壊さず、むしろ観光を梃子にして小値賀の環境・経済・文化のサステナビリティ—持続可能性—を一層高める」という視点で考え、観光を通じて島の生活の持続性を確保することを、計画全体の目標と位置づけます。

第4章 小値賀町の観光が目指す方向

I. 小値賀の観光の方向性

現在の「暮らすように旅をする」というコンセプトは、全国的に類似コンセプトが普及し、近年では県内をはじめ類似コンセプトの島々が全国で注目を集めています。その結果、小値賀が当初築いたコンセプトが他地域の取組みに埋没しつつあります。こうした状況の中で、自らの強みと独自性を明確にして地域との違いを打ち出す必要があります。加えて、住民や島内事業者の参画意欲や観光を持続性のある産業とするために、外部に頼りすぎない住民や島内事業者が自ら関わり続けられる「持続可能な仕組み」を育てていく必要があります。

2. 小値賀の観光コンセプトの再設定

(1) 観光コンセプトの考え方と再設定

従来の「暮らすように旅をする」というコンセプト踏まえつつ、改めて独自の地域資源を再認識し、これらを土台としてコンセプトの再設定に取り組みます。単なる模倣や一般化された表現ではなく、小値賀ならではの風景や営み、歴史・文化といった地域固有の価値をより具体的に反映したコンセプトの再構築を目指します。また、島民自身が小値賀の価値を再確認し、誇りを持てる内容とします。

(2) コンセプトの策定作業

①小値賀に固有な要素の抽出と再整理

島の日常に根差した暮らしの風景や人の交流・来訪者を温かく迎える地域特性、王位石などの歴史資源など日常生活の中の有形資源・無形資源の再発掘と棚卸しを行い、小値賀に固有で小値賀らしさを構成する要素の取りまとめを行います。

②コンセプトにおける「地域に根差した唯一性」

抽出し整理した小値賀に固有の有形資源・無形資源をもとに、観光における「小値賀に根差した唯一性」を再検討します。そして、コンセプトの再設定にあたっては、小値賀ならではの価値を来訪者にどのように提供できるかも検討します。また、作成にあたっては、住民の継続的な意見交換を行い、町内への発信と共有も行います。コンセプトの再設定を進めるにあたっては、他地域との違いや小値賀の独自性を明確にするために、外部の事例を用いた比較検討も併せて行います。

目的・効果:地域固有性の明確化による他地域との差別化、観光 PR の効果的実施
役割分担:

IT 協会:取り組みの運営、結果整理と発信

住民:資源情報提供、唯一性の再設定

必要人材:区単位の協力者、IT 協会担当者

役場:調整、調査予算の一部支援

3. 次世代へ繋ぐ取り組みと時代に即した取り組み

計画の策定にあたって、次世代へと継承されるべき長期的な施策と、社会・経済環境の変化に柔軟に対応する短期的な施策に、分けて構築する必要があります。

長期的な施策としては、小値賀の暮らしや文化の持続的継承、次世代の担い手育成、地域内での自律的な循環の維持などがあげられます。一方、短期的な施策は、観光需要や季節的な観光客の動きなどの変化に対応し、魅力の発信や消費促進などの即効性の高い取り組みを進める目的とします。

本章で再設定したコンセプトは、長期・短期の両視点を踏まえたものとなります。戦略プランではこれを複数の観点から具体的な施策に展開します。

第5章 担い手とプラットフォームの構築

計画の実施には、観光の現場を支える多様な担い手と、それらを結びつけるプラットフォームの存在が不可欠となります。プラットフォームは観光分野に特化し、事業性・継続性を備えます。形骸化を防ぐため、役割分担と実装方法を明確化し、定期的な見直しを行います。

I. 担い手

(1) 住民

住民は、小値賀の観光を地域内から支える中心的存在であり、来訪者が触れる価値の多くは住民の日常生活や地域文化に由来します。観光が持続的に根付くためには、住民自身が地域の魅力を理解し、それを来訪者と分かち合う姿勢を持ち続けることが不可欠となります。

- ・位置づけ：地域の魅力を語り伝える主体語り手・受け手、観光を内側から支える（共感・語り・協働の出発点）
- ・主な役割：語り部、コンセプトの価値提供、地域資源の提供
あらたな無形資源の提供の可視化、来訪者の受け入れ
- ・必要な環境整備：情報共有、コンセプト共有、地域の誇りの醸成、地域の観光方針への理解促進、研修や交流機会の設定

【実施内容】

1. 観光案内人認定制度の創設
2. 地区案内人の育成研修実施
3. 住民参加型 SNS 発信支援
4. 観光客向け住民との接点の設定
5. 観光推進功労表彰制度

(2) 事業者

宿泊・飲食・交通・体験など、観光サービスを提供する事業者は、コンセプトを実際のサービスや商品に反映させる担い手となります。事業継続の安定性を高めつつ、観光客への価値提供が地域全体の魅力向上につながるよう、情報共有と共同開発の機会を確保します。

- ・対象：宿泊、飲食、民泊、交通事業者、体験事業者、ガイド等
- ・役割：現場の担い手、コンセプトの価値提供者、観光サービス提供
- ・必要な環境整備：事業継続と関わりが外に伝わる仕組みの構築支援
コンセプトを反映したサービス提供支援、情報共有体制

【実施内容】

1. コンセプトの反映を目的として支援ワークショップ^①
2. サービス提供モニタリング
3. 事業者参加型 SNS 発信支援
4. 商品開発・支援
5. 関連事業者ネットワーク

(3) IT 協会（観光実務プラットフォーム）

IT 協会は、観光施策の企画・実行を担う中核機関であり、行政と現場の橋渡し役を果たします。ブランド管理や情報発信、事業調整、人材育成など、実務全般を一元的に支える役割を持ちます。特に、ブランド管理では方針の策定から運用までを行い、表現の統一、使用基準の設定、改定手順の明確化を図ります。マーケティングでは、市場分析、ターゲット設定、KPI による効果測定を通じて施策の方向性と成果を管理します。また、業務の円滑な推進を目的に新たな人材の確保や育成を行います。

- ・役割：観光施策の企画・実行の中核を担い、行政との橋渡し役として機能する。

　　ブランド管理と観光情報発信を通じ、地域の価値を外部に伝える。

- ・構成員：地域住民、事業者、IT 協会（事務局）
- ・機能：コンテンツ開発、情報発信、事業調整、担い手の育成
- ・課題：業務の属人化解消と負荷分散、地域に根差した新たな人材の確保・育成

【実施内容】

- ・IT 協会と住民の連携強化定期会議
- ・観光情報発信の定期化・強化
- ・地域人材の観光実務トレーニング
- ・観光マーケティング支援体制
- ・PDCA 管理体制整備

(4) 行政（町役場）

行政は政策立案と制度整備を担い、現場での実装よりも、支援と基盤整備を主務とします。観光を「目的」ではなく地域づくりの「手段」として位置づけ、町民・事業者・IT 協会との協働体制を維持することが重要です。

- ・役割：政策立案・制度整備と調整・支援体制構築
- ・位置づけ：実装部隊ではなく、町民支援と基盤整備の主務
- ・留意点：他部局連携、観光を“手段”とする姿勢の明確化

【実施内容】

- ・まちづくり協議会の継続的開催

- ・住民・事業者・IT 協会と定期的な意見交換
- ・定期的な施策レビュー
- ・事業進捗状況の年次報告書作成
- ・観光政策の島内広報強化のための体制整備

2. プラットフォーム:住民と事業者による実装ネットワーク

本計画は、産業振興課と IT 協会が昨年度から実施してきたワークショップで再構築した観光コンセプトをもとにしています。プラットフォームは、そのコンセプトを実現していくための継続する仕組みとなります。IT 協会を事務局として、事業者、住民等の参加希望者が集うワーキング体とします。計画の実施方法の検討、進捗確認、課題共有、改善案等の協議を定期的に行います。また、地区ごとの拠点や公民館を活用し、地域ごとの参画と連携を促進します。役割分担と対話に基づく、緩やかなネットワークとなります。

- ・構成:IT 協会(事務局)、事業者、住民
- ・制約:事務局員の限界、島全体への対応には物理的制約
- ・補完構造:
 - ・事業者側:業種ごとに調整者を設定し、調整・情報共有・運営を担う。
 - ・地域側:地区ごとの地区会長等が住民参画の役を担い、来島者の受け手・伝え手の窓口として機能する。

【実施内容】

【案1】観光まちづくりワーキングチームの定期開催

目的・効果:地域住民・事業者の参画強化、観光振興の理解

役割分担:

役場:開催支援

IT 協会:企画・実施

住民:ワークショップ参加、施策に沿った事業の検討

必要人材:ワークショップ企画・運営担当 (IT 協会)

【案2】観光施策の定期意見交換会

目的・効果:政策の理解度の確保、施策の促進

役割分担:

役場:情報提供支援

IT 協会:報告資料作成、会の実施

住民:報告会参加、フィードバック提供

必要人材:データ分析担当 (IT 協会)

第6章 財源

観光施策のさらなる充実・拡大やその推進に必要な安定的な財源を確保するための方法を検討していく必要があります。

1. ふるさと納税

生まれ育ったふるさとや応援したい地方自治体へ貢献したいという想いを税制を通して実現することを目的として創設され、寄付金額から自己負担金を除いた額が住民税等から控除されるものとなります。

2. クラウドファンディング

主に事業者が行うもので、観光分野においては、新規事業立ち上げのための資金調達や、販売を通じて支援者の反応を確認することなどに活用できます。

「購入型」「寄附型」「金融型」とあるが、「寄附型」またはリターンを提供する「購入型」による資金調達を行います。

3. 宿泊税・入島税

(1) 宿泊税

観光振興施策に要する費用に充てるため、宿泊施設への宿泊行為に課税、宿泊者から一人一泊あたり概ね数百円を徴収します。

令和7年5月時点で、3都府県9市町村にて導入済み、その他総務大臣同意済み自治体が12団体あります。県内では長崎市のみが宿泊税を導入しており、宿泊料金を3段階に区分しています。

(2) 入島税(料)

道路の維持管理、自然環境保全活動の経費等に充てるため、野崎島の入島者から一定金額の入島料をいただきます。

