

第7章 リーディングプロジェクト

7-1 リーディングプロジェクトの設定

前章までの各戦略の中から、まちづくりを牽引していくべきリーディングプロジェクトを検討します。

1. リーディングプロジェクトの考え方

リーディングプロジェクトは、戦略を踏まえた具体的プロジェクトの中から、単純に現在実施中の施策や具体化している事業等を設定するのではなく、先導的に取り組むことで、その他のプロジェクトや施策を牽引していくもの、あるいは波及効果が大きいものを設定し、重点的に取り組んでいくものとします。

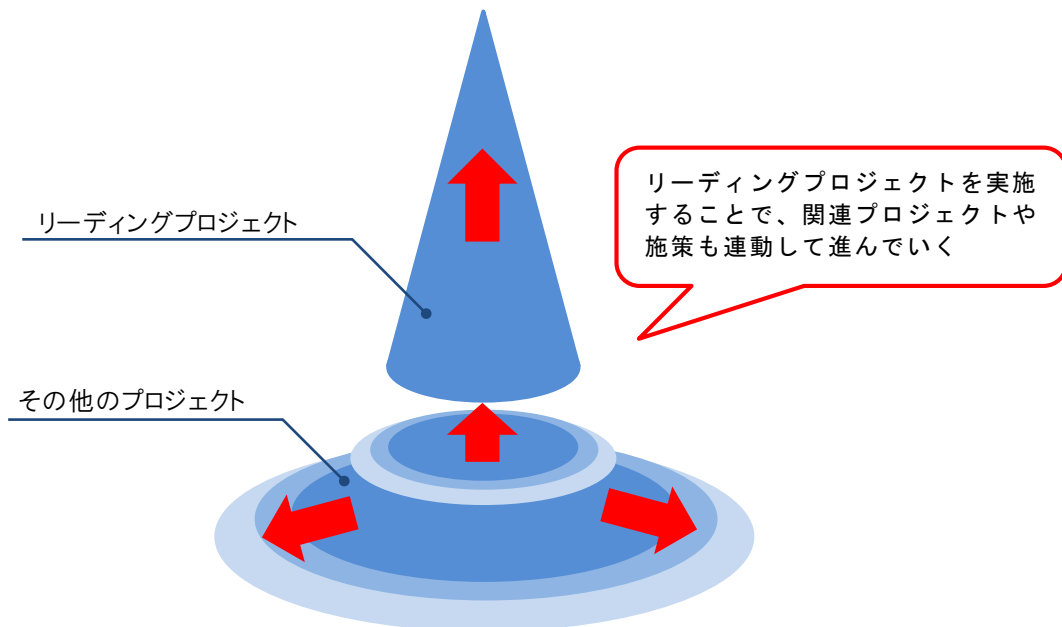


図 リーディングプロジェクトのイメージ

2. リーディングプロジェクトの設定

リーディングプロジェクトの考え方を踏まえ、西九州自動車道の整備による影響が最も大きくなることが考えられる「伊万里中 IC（仮称）周辺部」及び伊万里市のまちなかの顔となる「中心市街地」をリーディングプロジェクトの対象とします。

(1) リーディングプロジェクト1

「伊万里中 IC（仮称）周辺部」では、西九州北部観光の起点となるウェルカムゲートとして、広域からの観光客等のニーズをとらえた魅力的な情報発信等の機能を集約し、広域的に人を引き付ける目的地となる場を形成します。

(2) リーディングプロジェクト2

「中心市街地」では、リーディングプロジェクト1の伊万里中 IC（仮称）周辺部に集まってきた観光客等が市内あるいは近隣の観光地へ展開していく上での目的地の一つとして選ばれる場を形成します。特に中心市街地は、本市のまちの顔として市全体の活力を牽引していく必要があることから、市民自らが楽しめる場づくりをすすめ、その延長上に観光客も楽しめる場となることを目指します。

3. リーディングプロジェクト同士の関係性

リーディングプロジェクト1、2それぞれの推進とともに、ウェルカムゲートとなる伊万里中 IC（仮称）周辺の賑わいを中心市街地及びその他観光拠点等に波及させるよう、人々の回遊を促進する施策も同時に展開します。方策としては、道路網の整備や多様な移動手段の確保など交通ネットワーク強化によるモビリティの向上、経路上の誘導サイン整備、風景撮影や食べ歩きなどの寄りたくなるスポットづくりなど、官民協働で展開します。

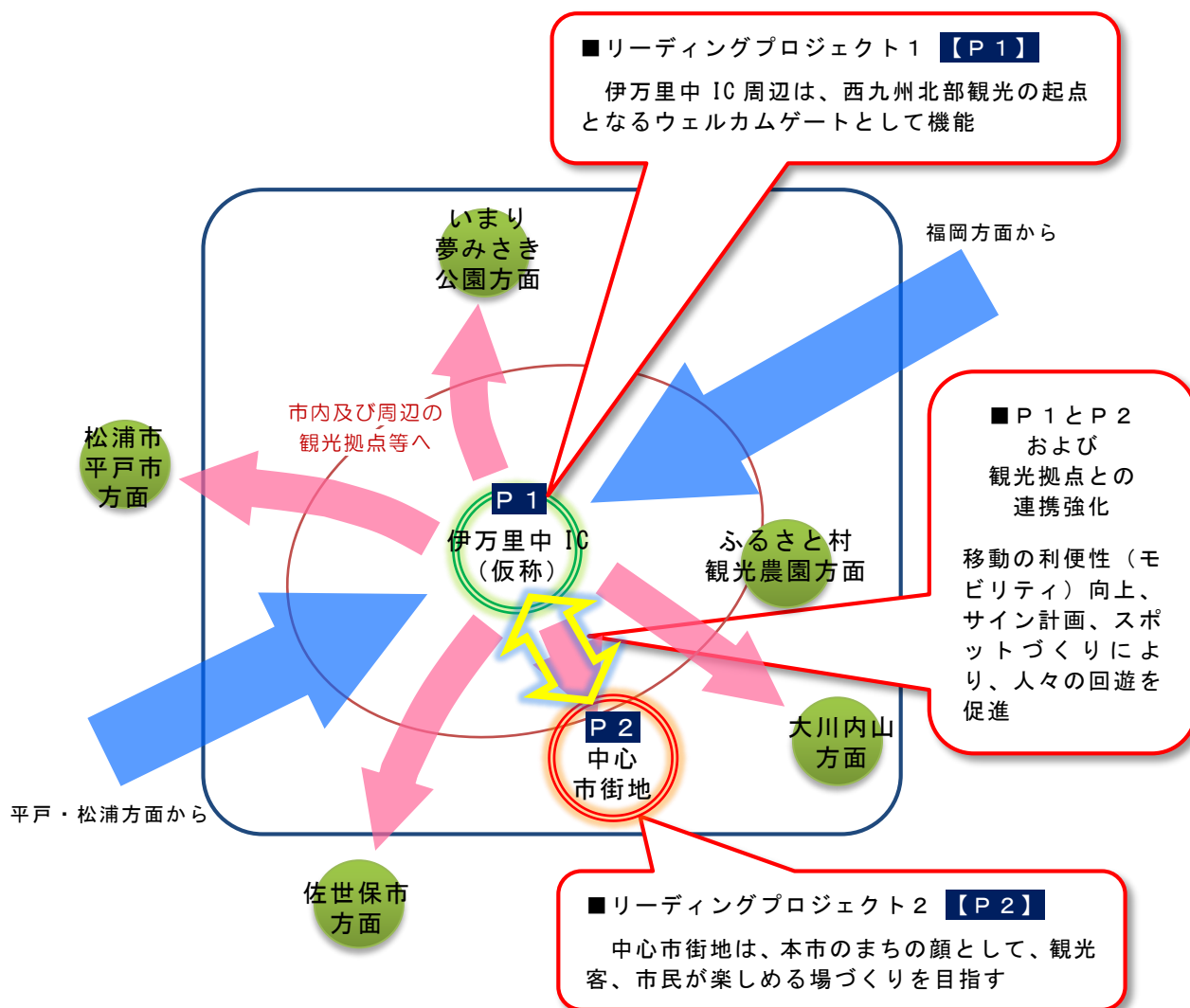
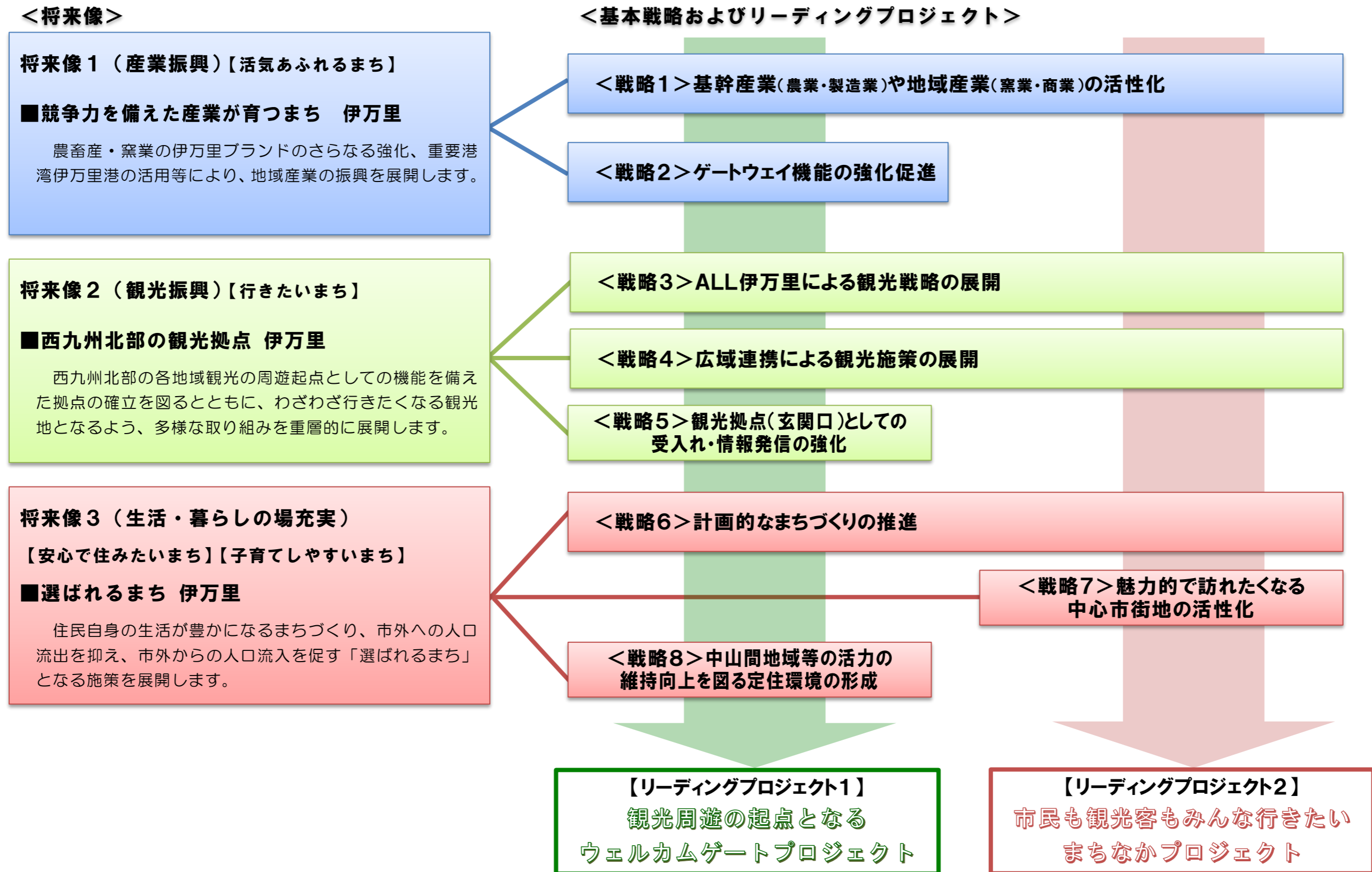


図 リーディングプロジェクト同士の関係性イメージ

4. 将来像及び基本戦略とリーディングプロジェクトとの関係

前章で設定した3つの将来像及び8つの基本戦略とリーディングプロジェクトとの関係を以下に示します。



7-2 リーディングプロジェクト

1. リーディングプロジェクト1

観光周遊の起点となるウェルカムゲートプロジェクト

■概要

西九州自動車道は通行料が無料でインターチェンジの出入りが自由であるため、本線上に休憩施設が整備されていません。本市は、西九州自動車道が全線開通すると福岡市から車で約1時間の距離にあり、休憩をとるよいタイミングの時間距離となります。

本市の地理的強みを生かし、福岡都市圏からの観光客等を本市へ流入させるため、伊万里中 IC（仮称）周辺を「**西九州北部観光の玄関口（ウェルカムゲート）**」として位置づけ、伊万里を目的としない通過交通についても「伊万里に寄っていこう」と思わせる「わざわざ寄りたくなる場所」（プラットフォーム）となる仕掛けづくり・目的づくりを進めます。

その際、本市単独で取り組むのではなく周辺自治体と連携を図りながら広域的に取り組むことで、多様化する観光ニーズに幅広く対応した「稼げる地域」づくりを進めていきます。また、来訪者がウェルカムゲートのみにとどまるのではなく、まちなかや周辺の観光地へも回遊し波及効果を与えることにも配慮します。



図 伊万里観光のプラットフォームのイメージ

■リーディングプロジェクトの展開について

「観光周遊の起点となるウェルカムゲートプロジェクト」の推進にあたっては、伊万里中 IC（仮称）開業時期を見据えた短期的な取り組みから、施設整備や観光周遊を促すための中長期的な継続的取り組みまで重層的に取り組むことが重要です。

以下に、リーディングプロジェクトの展開の大きな流れを3つのフェーズに分けて示します。

◆フェーズ1：広域観光の推進体制づくり

広域的な観光地域づくりの母体となる運営組織を、平戸市や松浦市などの近隣自治体と連携して立ち上げます。

◆フェーズ2：目的地となる場所づくり及び観光コンテンツづくり

農産物直売所等の民間開発と連携した場所づくりを進めます。

あわせて、観光資源の磨き上げや既存資源の連携による新たな魅力づくり、それらにつながりをもたせることによる観光周遊ルートづくり、さらには観光コンシェルジュ等の人づくりなど、様々な観光コンテンツづくりを進めます。

◆フェーズ3：移動手段や情報収集等の観光インフラづくり

福岡都市圏から自家用車や高速バスで到着した観光客等について、フェーズ2において取り組んだ観光コンテンツ等を利用してもらうため、ウェルカムゲートから市内中心市街地や周辺観光拠点までの移動手段として、巡回バス、新たな交通サービスなどの導入を検討します。

あわせて、情報収集におけるICT技術の活用や個人旅行者によるSNS等への情報発信へのしかけづくりなど、観光インフラに対する整備も検討します。

フェーズ1

広域観光の推進体制づくり

フェーズ2

目的地となる場所づくり
及び
観光コンテンツづくり

フェーズ3

移動手段や情報収集等の
観光インフラづくり

■施策、活動内容及び取り組み事例

◆フェーズ1：広域観光の推進体制づくり

①観光地域づくりを推進する組織づくり【官・民】

戦略に基づいた稼げる観光地域づくりを進める際には、単独自治体ではなく広域連携による取り組みが重要です。そのため、肥前窯業圏の自治体や近隣の松浦市、平戸市などと連携し、日本版DMO※（観光地域づくり推進法人）などの広域的な観光地域推進体制づくりを進めます。

※日本版DMO（Destination Management Marketing Organization）：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

■日本版DMO設立および展開への流れ



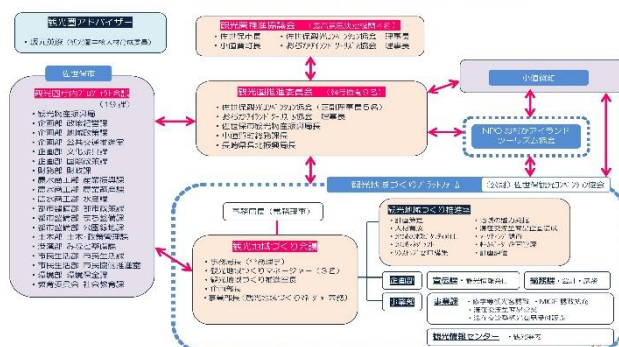
日本版DMOは、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる組織です。

勘と経験に頼りがちであった観光施策について、データ分析に基づいた明確な戦略策定、KPIの策定、PDCAサイクルによる取り組みの推進により、稼げる観光地域づくりを進めます。

■事例：ブランド観光地域づくりをマネジメントする「観光地域づくりプラットフォーム」とそれを牽引する「観光地域づくりマネージャー」（長崎県佐世保市・小値賀観光圏）

- 観光圏※では、「観光地域づくりマネージャー」を構成員とする「観光地域づくりプラットフォーム(PF)」を設置しており、このPFが主体となって、行政区域を跨ぐ地域間連携、官民の連携、産業間の連携など、多様な地域関係者との連携を図りながら各種取組を進めています。
- 佐世保・小値賀観光圏では、行政内の横断的連携強化のため「佐世保市庁内プロジェクト会議」、地域内の各種団体や法人、住民等との連携強化のための「“海風の国”ネットワーク協議会」を設置し、地域内の連携強化を図っています。

平成25年度「海風の国」佐世保・小値賀観光圏 推進体制図



(出典：観光地域づくり事例集

(国土交通省・観光庁)<http://www.mlit.go.jp/kankochu/shisaku/kankochi/ikiiki.html>

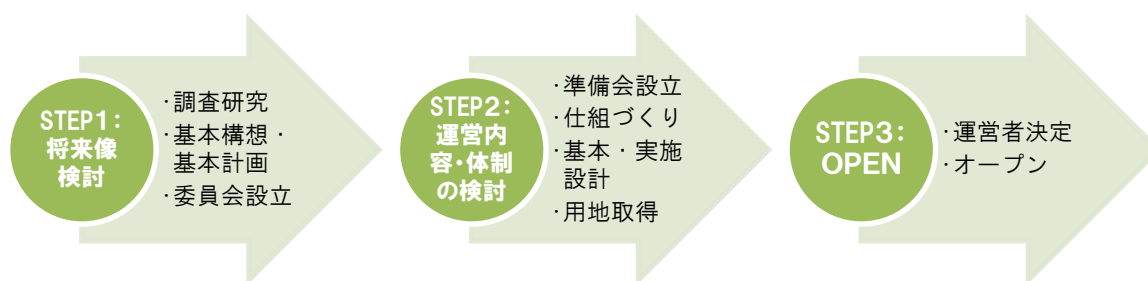
※観光圏とは、自然・歴史・文化等において密接な関係のある観光地を一体とした区域であって、区域内の関係者が連携し、地域の幅広い観光資源を活用して、観光客が滞在・周遊できる魅力ある観光地域づくりを促進するもの

◆フェーズ2：目的地となる場所づくり及び観光コンテンツづくり

②農産物直売や情報収集等の目的地となる場づくり【官・民】

福岡都市圏からの玄関口となる伊万里中 IC 周辺においては、伊万里らしさを感じることができる景観形成に努めるとともに、伊万里牛、伊万里梨、伊万里焼などの「伊万里ブランド」はもとより、伊万里らしさを感じることができるここにしかない地域のこだわりの特産品等を「買う・食べる・体験する」場、わざわざ寄りたくなる目的地となる場を官民連携により創出します。その際、本市だけではなく、松浦市、平戸市、佐世保市などの周辺市町の観光情報や特産品も広く取り扱うなど広域連携により取り組むことで、多様化する観光ニーズに応えられる場を創出します。

■（例）道の駅登録の場合の流れ



伊万里中 IC 周辺は、民間開発との連携を視野にいれて取り組む必要があります。まずは、当地区の将来ビジョンとなる「基本構想」を官民協働で策定し、関係機関等とビジョンを共有します。その後、具体的な運営体制、事業内容等を含めた「事業計画」を策定します。「道の駅」の場合は、市より国土交通省へ登録申請し、認可を受けて供用開始となります。

■事例：道の駅を核とした農業プラス観光～川場田園プラザ～(群馬県川場村)

- ・ 地域産業を一同に集積した出店体制、ファーマーズマーケットは農家と一体となった出荷販売体制
- ・ コメ、地ビール、ハム、地酒など、ここにしかないこだわりの商品を進化させながら提供
- ・ 観光交流人口の増加により、農業所得の向上にも大きく貢献



(出典：道の駅かわば <https://www.denenplaza.co.jp/>)

【観光資源づくり（観光コンテンツの充実）】

伊万里中 IC 周辺部へ立ち寄った観光客の多様なニーズに対応できる魅力ある観光コンテンツを充実させます。

③伊万里ブランドの育成・強化【官・民】

農林水産業の更なる魅力の増大を図るため、農林水産物の加工や農産物直売所等の活用、6次産業化や農商工連携の促進等による経営の安定化に向けた取り組みを促し、伊万里ブランドの育成・強化を図ります。

④体験型観光プログラムの充実【官・民】

来訪者に本市のイメージを訴求させるためのツールとして体験型観光プログラムの充実を図ります。単に観光スポットを巡らせる従来型の観光ではなく、地域との絆を感じてファンになってもらうため、やきものの作陶体験や「畑の中のレストラン」（生産地である畑の中で採れたて野菜などの地域食材を使った料理を生産者や料理人の話も交えながら楽しむプログラム）、九州オルレ伊万里コースの設定など、観光客と地域の人との交流を組み込んだ伊万里でしか味わうことのできないプログラムの充実を図ります。

⑤観光周遊ルート of 構築【官・民】

日本遺産に指定された「肥前窯業圏」について、活性化推進協議会との連携により SNS などの情報発信ツール活用による認知度アップに努めるとともに、より魅力的な観光周遊ルートとなるようルート上の観光資源の研鑽に取り組みます。

また、西九州北部の観光拠点となるべく、まずは北松浦半島の平戸市・松浦市と連携した「北松浦半島広域観光連携協議会」を立ち上げ、民間旅行代理店等とも連携した観光資源の再発掘及び物語性を持った観光資源作りに取り組みます。また、戦略的な観光情報発信手法についても合わせて検討します。

■市内取り組み紹介：畑の中のレストラン（伊万里市）

- ・ 消費者が「旬の食材」をテーマに、生産現場へ出向き、農作業を体験したり、地域の方の手作り料理を味わったり、生産者の農業への思いや苦労話を聞いたりして交流を深めてもらう取り組み

（出典：伊万里グリーンツーリズム推進協議会 HP
<http://www.kite-mite-imari.jp/main/160.html>）



【観光担い手育成】

⑥ ボランティアガイド、観光コンシェルジュの育成【官・民・市民】

目的地となる場の整備においては、ハード整備だけでなくソフト施策も重要です。特にインターネットなど膨大な観光情報が飛び交う現代において、信頼のおける人や団体等が提供する旬な情報には高い価値があります。そのようなことから、多様な観光ニーズに対応できる「ボランティアガイド」や「観光コンシェルジュ」を育成し、より深く魅力的な地域づくりを進めます。

■事例：観光コンシェルジュがいる道の駅「みそぎの郷きこない」(北海道木古内町)

- 北海道新幹線木古内駅前にある「みそぎの郷きこない」は、木古内町をはじめ江差や松前など道南西部9町の観光情報の発信拠点として土産物が並ぶ。
- 観光情報に精通したコンシェルジュも常駐。地元ならではの最新観光情報やディープなご当地ネタも教えてもらえる。

(出典：道の駅「みそぎの郷きこない」http://kikonai.jp/tourist_info/)



◆フェーズ3：移動手段や情報収集等の観光インフラづくり

【交通手段】

⑦周辺観光地やまちなかへの交通手段となる二次交通の整備【官・民】

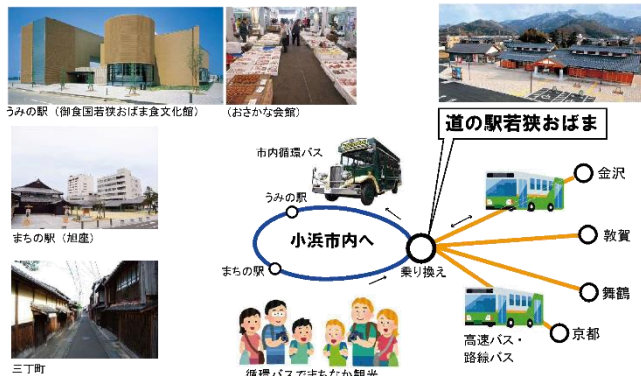
福岡都市圏方面から自家用車や高速バスで本市へアクセスしてきた観光客等に対して、次の目的地への二次交通手段の整備を検討します。例えば、市中心部や市内主要観光地を定時に連絡する小型バスの導入や電動アシスト付きレンタサイクル、あるいはパーク&サイクルライドによる周遊観光の検討などを検討します。

■事例：高速バスの運行と道の駅駐車場を活用したパーク&ライドの社会実験

（福井県小浜市）

- ・ ICに近接する道の駅・市街地をSAのように利用するSSA（スローサービスエリア）の考え方
- ・ 高速バスの試験運行、道の駅駐車場のパーク&ライド駐車場の有効性、パーク&ライド利用者のバス待ち環境としての道の駅の有効性などに関して利用者ニーズを調査

〔パーク&ライドによる小浜まちなか観光のイメージ〕



（出典：小浜市ホームページ

<http://www1.city.obama.fukui.jp/obm/shakaijikken/>）

■民間の取り組み事例：サイクルツアー（全国各地）

- ・ 本格的な自転車愛好家をターゲットとした自転車観光ツアー
- ・ 魅力的な地形、風景の中を、ご当地グルメを堪能したり史跡名勝を探索したりと、サイクリングインストラクターが同伴するツアー

●事例：冬の日帰りグルメサイクリング 日生、赤穂、相生の牡蠣海道サイクリング

冬の味覚の王者、牡蠣！！
岡山日生で伝説となったB級グルメ、カキオコのお昼ごはん(自由食)の後、冬でも暖かい瀬戸内沿いの播磨シーサイドロードを追い風背に受けてのサイクリング。
赤穂浪士ゆかりの赤穂城大石神社に立ち寄り、ブランド牡蠣「坂越」おさい市場でお買い物
ゴールは相生とれとれ市場で牡蠣だけでなく豊富な海の幸でバーベキュー



（出典：サイクリングツアーズジャパン <http://www.cyclingtoursjapan.jp/>）

【情報発信】

⑧観光情報発信の戦略的展開（SNSの活用促進）【官・民・市民】

観光情報発信ツールとして、近年個人でも手軽に情報発信できる SNS 等を活用した展開を図ります。具体的には、行政による地域 PR 動画コンテスト開催や個人旅行者が SNS に発信したくなるような場所や話題提供など、個人の自発的行動と本市ブランディングが連動した取り組みを展開します。

■事例：地域 PR 動画コンテストの開催（小田原市）

- ・ 地域観光のPR手法として、誰でも手軽に作成・応募できる数秒の動画による地域PR動画コンテストを開催
- ・ 入賞作品は、小田原市のPR動画として活用
- ・ 入選するためには、これまでの地域資源を如何に魅力的に切り取れるか、新しい視点はないかなど、地域のことを深く考えるため、地域に愛着が生まれる、動画を見た人も記憶に残り、観光に行こうと思うきっかけとなる等の効果が期待できる。

（出典：小田原 PR 動画コンテスト HP <http://odawara-prmovie.com/>）



2. リーディングプロジェクト2

市民も観光客もみんな行きたいまちなかプロジェクト

■概要

外から魅力的に映るまちは、「まちの顔」となる中心市街地に賑わいがあります。本市の中心市街地は、駅通商店街、本町名店街、仲町観音通りなどの商店街に多くの店舗が集積し、様々な人が行き来し賑わいを見せていました。しかしながら、全国的な傾向と同様に人口減少やモータリゼーションの進展による郊外店との競合等により、県内でも高い空き店舗率となっており、かつての賑わいが失われている状況にあります。

また、今後の高齢化を見据えた場合、車に過度に依存せず買い物や通院などの日常生活を行える利便性の高い場所を形成していく必要があります、その場所として望ましいのは中心市街地です。

今後、西九州自動車道開通を好機と捉えたまちづくりを進めていく上で、「まちの顔」となる中心市街地の活性化は非常に重要な課題です。しかし、かつての賑わいを取り戻す商店街の再開発等は現実的ではないことから、異なるアプローチで取り組む必要があります。また、中心市街地活性化の素材として歴史的建物の活用についても合わせて検討していくことが必要です。

現在、中心市街地では、空き店舗リノベーションやイベント開催など、NPO等の団体によるまちづくりの動きが出てきています。これら組織と行政が連携しながら、今できることをしっかりと取り組みつつ、将来のまちの姿を見据えたまちづくりを進めていくことが重要です。

そのようなことから、中心市街地を魅力的な賑わいの場として活性化させるため、**「市民も観光客もみんな行きたい場」**として位置づけ、様々な発見がある街として**「中心部に行ってみよう」**と思わせる仕掛けづくり・目的づくりを市民協働で進めます。

■リーディングプロジェクトの展開について

「市民も観光客もみんな行きたいまちなかプロジェクト」の推進にあたっては、まちなかの将来像を共有するとともに、まちづくり団体ができること、行政ができることなどを明確にしながら協働で取り組んでいくことが重要です。

以下に、リーディングプロジェクトの展開の大きな流れを3つのフェーズに分けて示します。

◆フェーズ1：中心市街地の将来像の共有

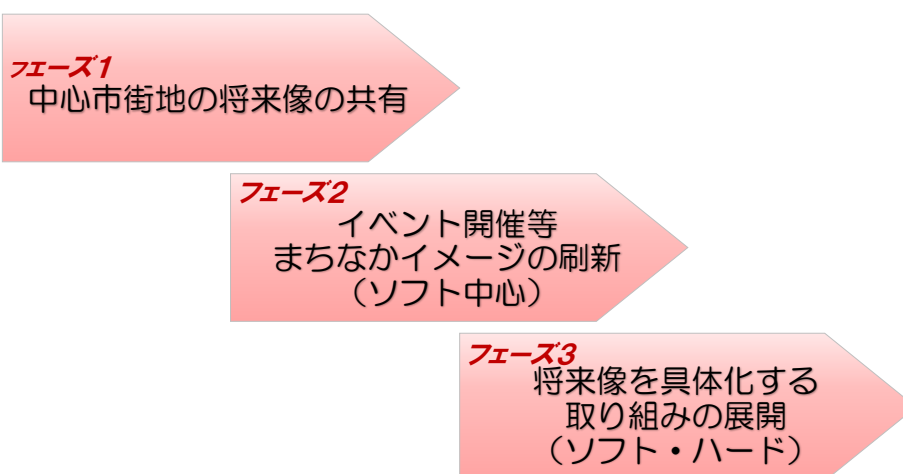
より魅力的な中心市街地を取り戻すため、街の歴史を踏まえながら、どんな中心市街地にしていきたいか、まちの将来像を官民協働で作成・共有します。

◆フェーズ2：イベント開催等まちなかイメージの刷新(ソフト中心)

「行きたくなるまちなか」の実現に向け、商店街や伊万里川あるいは歴史的建物を活用したイベント開催など、まずは既存のまちなかイメージを刷新するような短期的に着手できる取り組みを官民協働で継続的に推進します。

◆フェーズ3：将来像を具体化する取り組みの展開(ソフト・ハード両面)

フェーズ2によりまちなかイメージが刷新されてきた状況にあわせ、空き店舗や未利用公共施設等のリノベーション事業や歴史的建物活用を含めた中心市街地における観光まちづくりなど、将来像を具体化する様々なソフト・ハード両面の取り組みを官民協働で推進します。



■施策、活動内容及び取り組み事例

◆フェーズ1：中心市街地の将来像の共有

①中心市街地の将来像の共有化【官・民】

中心市街地の活性化に向けては、多数のまちづくり団体や商店街、市民など様々な方が関わっていくことが重要です。そのため、街の歴史を踏まえながら中心市街地の将来像（どんな中心市街地にしたいか）を地域の方々と共に考え作成し思いを共有することで、目指すべき方向性を明確にし、皆で将来像に向かって進んでいけるようになります。

■将来像の検討・共有の流れ



将来像の共有化のためには、まずは仲間づくり(組織づくり)からスタートさせます。その中で、思いを共有し、まちづくりの方向性を模索しながら、将来像を設定します。将来像の実現手法や役割分担を事業企画としてまとめ、一つずつ挑戦していきます。

◆フェーズ2：イベント開催等のまちなかイメージの刷新（ソフト中心）

【イベント・社会実験】

②まちなかイベントの実施（まちなかイメージの刷新）【官・民】

かつて買い物客などでにぎわっていたまちなかに人々を呼び戻すきっかけとして、現在実施しているえびす祭りや土曜夜市などに合わせて、小さくても特徴あるイベントや歴史的建物を活用したイベントを継続的に実施します。それにより、「まちなかではいつも何か面白いことをやっている」と地元住民の意識も変わり、商店街再生へとつながっていきます。

③河川空間の活用検討（ミズベリング）【官・民】

まちなかを流れる伊万里川を、地域の魅力的な資源の1つとしてまちづくりに活用することを検討します。具体的には、河川管理用道路等の空間における仮設店舗等での物品販売や飲食店の出店など、仮設空間としての利用から常設空間としての利用まで、NPO等のまちづくり団体と行政・民間が連携し、社会実験などを通してイベントを開催しながら、中心市街地の活性化のための魅力の一つとして活用することを検討します。

■ イベント開催・ミズベリング実現までの流れ



何のためにイベント等の開催が必要か、最初に目的を明確にし、事業計画にまとめます。事業計画に基づいて、社会実験でイベント等を実行し、その効果や課題を検証します。社会実験結果を踏まえ、事業計画を修正してイベント等を再実行します。また、社会実験を通して見えてきた新しい企画について STEP1に戻り実行します。

■ 事例：まちゼミ(愛知県岡崎市他)

- ・ 商店街の店主やスタッフが講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツを無料で受講者に伝える少人数制のゼミ
- ・ 商店側は新たな顧客を獲得でき、客側は商品知識やコツなどを無料で習得でき、街には活気がふえる「三方良し」の事業
- ・ 全国に波及している。

(出典：得する街のゼミナール「まちゼミ」HP)

<http://machizemi.org/>



■ 事例：さがクリークマルシェ(佐賀県佐賀市)

- ・ かつての賑わいを失ってしまった日本の水辺の新しい活用の可能性を創造していくプロジェクト「ミズベリング」の佐賀市バージョン
- ・ 佐賀のまちなかを網の目のようにめぐるクリーク。その魅力を再び見直し、暮らし・遊び・観光・まちづくりに生かして未来につなぐ活動

(出典：さがクリークネット)

<https://www.facebook.com/sagacreeknet/>



◆フェーズ3：将来像を具体化する取り組みの展開（ソフト・ハード両面）

【行政窓口】

④ワンストップ行政相談窓口の設置検討【官】

中心市街地でのまちづくり活動を進めるにあたっては、建物の用途変更等の許認可や法律上の規制確認など、各タイミングにおいて行政手続きが必要となります。現在は、各分野で相談窓口が異なるなど時間がかかってしまうことから、まちづくり活動を効率的に支援するためにも、行政への各種相談窓口を一本化した庁内横断的な窓口の開設をまちづくりの機運の高まりに合わせて検討します。

【ストック活用】

⑤官民協働による魅力的な空き家・空き店舗掲示板（仮称）の構築【官・民】

本市の中心市街地では、NPO等のまちづくり団体を中心に、空き店舗をリノベーションした店舗の出店などの点的な活動が徐々に広がりを見せています。しかしながら、その資源となる空き家・空き店舗のオーナーが不明であることから、せっかく中心市街地に出店したいという話があってもその受け入れ先となる店舗が見つからないなど、チャンスを逃していることもあります。そのため、行政・民間・まちづくり団体の各々が持つ情報収集・発信力、展開・実現力などの様々な能力について、互いに連携・補完しながら、まちなかの賑わいづくりにつながる魅力的な「空き家・空き店舗掲示板（仮称）」を構築します。

■事例：空き家を活用したまちづくり（広島県尾道市）

- 空き家を単にデータベース化するだけでなく、新たな活用手法も含めて市内外の興味ある方々が参加し再生・提案し、ほかにはない尾道らしいまちづくりを展開しています。

（出典：尾道空き家再生プロジェクト HP）

<http://www.onomichisaisei.com/index.php>



【ストック活用】

⑥リノベーションまちづくりの推進【官・民】

NPO等のまちづくり団体により、中心市街地において広がりを見せている空き家・空き店舗のリノベーション事業について、前頁の「空き家・空き店舗揭示版（仮称）」の構築を行いつつ、リノベーションスクール等の起爆剤となるイベントや歴史的建物の活用を組み込みながら、点から面的な広がりへと展開（エリアリノベーション）させます。その際、行政としては、民間と協働してリノベーションまちづくり構想を策定するとともに円滑な事業推進のための行政相談窓口のワンストップ化や関係機関への事業説明、事業のPR支援などの側面支援を行います。

また、中心市街地に点在する未利用公共施設についても、都市部企業のサテライトオフィスや個人旅行者向けのゲストハウス等としての再生を検討します。

■市内取り組み紹介：リノベーションまちづくり

「伊万里まちなか一番館」を中心とした半径 400m のエリアにおいて、空き家・空き店舗のリノベーションを行うことにより人が集う場を創設し、各スポットの回遊性を創造するまちづくり構想を展開中。

＜リノベーションの実績＞

zakka bonmine、LIB coffee IMARI、Cafe museum、PORTO 3316 IMARI

■事例：リノベーションまちづくり(福岡県北九州市)

- ・ 遊休不動産をリノベーションの手法により再生することで、都市型産業の集積、雇用創出、コミュニティ再生、エリア価値の向上などを図る。
- ・ リノベーションスクールを通じたまちづくり人材の育成
 - 行政や住民との連携の下、リノベーションにより、雇用の創出と賑わいづくりを図ることを目的とした「小倉家守構想」を策定。
 - リノベーションスクールでは、全国のリノベーション実践者を講師として招き、実在する空き店舗などの遊休不動産を題材に、受講者がリノベーションプランを作成。最終日には、プランを不動産オーナーに提案し事業化を目指す実践的なカリキュラム。
- ・ 民間資金によるリノベーション投資
 - 補助金はリノベーションスクールの開催のみに活用し、個別のリノベーション事業は全て民間資金で実施。

(出典：地方創生事例集(国土交通省))

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/souseikaigi/h28-12-14.html>

リノベーション事例(メルカート三番街)



リノベーションスクール



(資料)北九州市

小倉中心市街地(魚町商店街)における1日あたりの歩行者数推移

	人数/日
平成22年	11,006人
平成26年	14,221人

【観光インフラ整備】

⑦インバウンド対策も含めた観光インフラの整備充実【官・民】

中心市街地に存在する伊万里駅は、鉄道を利用する観光客等の玄関口となることから、観光協会の活性化を促進するとともに、これらの団体等と連携しながらまちなか観光や広域観光の情報発信機能の充実及び特産品販売機能の整備を図り、伊万里中 IC（仮称）周辺地区と同様に観光情報発信拠点を形成します。

また、Wi-Fi 環境の整備や多言語案内板整備、免税店登録やクレジットカード決済登録支援などのインバウンド対策とともに、スマートフォンアプリ等の ICT を活用した観光情報発信等のコンテンツの充実を図り、全ての来訪者に対してわかり易い観光インフラの整備充実を進めます。

■事例：ICT を活用した街なか観光ツール～うきはさんぼ（観光アプリ）～（福岡県うきは市）

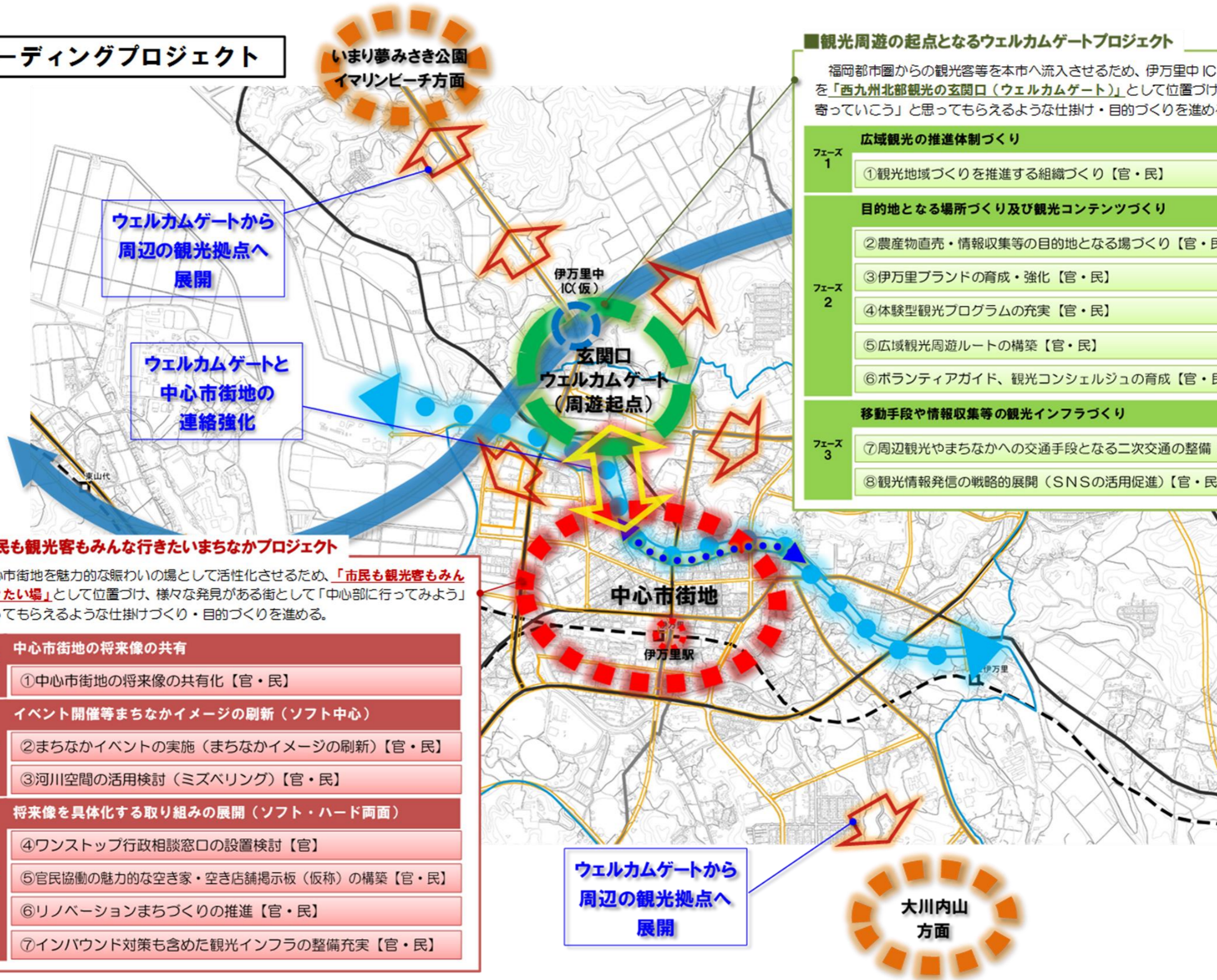
- 地域の観光名所や店舗に設置されたセンサーから発信された案内情報やお得なクーポンを、アプリを使って自動的に観光客のスマートフォンに届け、当地への誘導を促進する。
- 地元の小学生が子供目線のおすすめスポット地図を作成し優秀作品はアプリに反映されるなど、ICT教育と観光が連携している。

（出典：Beacon を活用した観光ガイドアプリ

<http://www.rands-co.com/lb/beacon.html> ）



リーディングプロジェクト



観光周遊の起点となるウェルカムゲートプロジェクト

福岡都市圏からの観光客等を本市へ流入させるため、伊万里中 IC(仮)周辺を「西九州北部観光の玄関口(ウェルカムゲート)」として位置づけ、「伊万里に寄っていこう」と思ってもらえるような仕掛け・目的づくりを進める。

広域観光の推進体制づくり

フェーズ 1

- ①観光地域づくりを推進する組織づくり【官・民】

目的地となる場所づくり及び観光コンテンツづくり

フェーズ 2

- ②農産物直売・情報収集等の目的地となる場づくり【官・民】
- ③伊万里ブランドの育成・強化【官・民】
- ④体験型観光プログラムの充実【官・民】
- ⑤広域観光周遊ルートの構築【官・民】
- ⑥ボランティアガイド、観光コンシェルジュの育成【官・民・市民】

移動手段や情報収集等の観光インフラづくり

フェーズ 3

- ⑦周辺観光やまちなかへの交通手段となる二次交通の整備【官・民】
- ⑧観光情報発信の戦略的展開(SNSの活用促進)【官・民・市民】

市民も観光客もみんな行きたいまちなかプロジェクト

中心市街地を魅力的な賑わいの場として活性化させるため、「市民も観光客もみんな行きたい場」として位置づけ、様々な発見がある街として「中心部に行ってみよう」と思ってもらえるような仕掛けづくり・目的づくりを進める。

中心市街地の将来像の共有

フェーズ 1

- ①中心市街地の将来像の共有化【官・民】

イベント開催等まちなかイメージの刷新(ソフト中心)

フェーズ 2

- ②まちなかイベントの実施(まちなかイメージの刷新)【官・民】
- ③河川空間の活用検討(ミズベリング)【官・民】

将来像を具体化する取り組みの展開(ソフト・ハード両面)

フェーズ 3

- ④ワンストップ行政相談窓口の設置検討【官】
- ⑤官民協働の魅力的な空き家・空き店舗掲示板(仮称)の構築【官・民】
- ⑥リノベーションまちづくりの推進【官・民】
- ⑦インバウンド対策も含めた観光インフラの整備充実【官・民】

ウェルカムゲートから
周辺の観光拠点へ
展開

大川内山
方面