

「コト消費」で誘発する観光交流まちづくりの滞留新需要

～訪日外国人観光客をも含め全体を俯瞰し細部を作り込む～

1. 唐津版DMOは模索から実働へ

からつ観光協議会は立ち上げ期の3年間を過ぎ、成果を見出す実働期に入ってきています。その目指す姿は、本質的な方向性ではDMOに重なり合います。

観光庁が推進するDMO (Destination Management/Marketing Organization) は地域を包括的に経営する視座を備える地域司令所の構築を目論むものです。マーケティング戦略にもとづく「稼ぐ観光」が主眼であり、現在飛躍的に増大する外国人観光客を取り込むこと、彼らを東京や京都ではなく地方部へ周遊・浸透させることも主要な目標です。観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など地域地域にある観光資源に通じ、地元と協同して観光地域づくりを行なう法人を想定しています。

とりわけ外国人観光客が往来し盛んに消費活動をするることによる地域経済の下支えに国の関連施策は急速にシフトしています。独自の戦略や情報網を備える地方組織の一部は、国の動きを横睨みしながら、世界の旅行市場の中で自らの位置取りを測り、ブランディングへ挑戦しています。確固たる伝統文化や歴史を保持する一方、コスメティックやクルーズというボーダレスなツーリズム要素を獲得した唐津にとって、未開拓の市場に向け実効性ある行動を起こす好機が訪れているのです。

2. 青い眼には青い目のマーケティング・ミックスを

唐津のツーリズムを発展させるのに、資源発掘と同等もしくはそれ以上に大切なのがゲストの“居どころ”を確認することです。唐津へ旅してくださる方たちは「誰なのか」「どんなライフスタイルを送っているか」「関心事は何か」といった顧客属性を知るところから始めなくてはなりません。その最たる対象者が海外からの旅行者です。

彼らに対しては、旅行前、旅行中に的確な情報を届けるターゲティングとアプローチがとくに肝要です。街なかの旅行者の多くが、日本人、外国人を問わず、スマートホンを頼りに旅行していますが、デジタルマーケティングが一層の重要性を増している現状です。

そこで唐津の顧客開拓で今後注力すべきは次のようなマーケティングです。

- ・マーケティング手法を通じた唐津と親和性のあるターゲットの特定
- ・情報のタイムリーかつ直接的な発信（デジタルプロモーション）の強化
- ・ターゲットを特定した具体的なキャンペーンやコンテンツの開発

こうした活動を通じ、“唐津ならではの”をことさら付与することに心を砕いてこそ、国内に向けても海外へ向けても、ブランド力を築くこととなります。茫洋とした宣伝PRを物量任せ繰り返すより、顧客対象を見定めた戦略、戦術を採ることが唐津にとっての上客を得ることとなり、交流人口、関係人口を増やしてくれるのです。体験により好印象の定着を図る「コト消費」はそのための有望な手段となります。「プロダクトアウト」と「マーケットイン」、CRMがキーワードです。

3. 国の指標は『美しい国 日本』から『楽しい国 日本』へ

観光庁は次なる御旗に『楽しい国 日本』を掲げるようになりました。目標とする外貨獲得額の達成へ向け、日本の観光における体験型コンテンツの重要性を謳い、その充実を地域ごとに計ろうという狙いです。

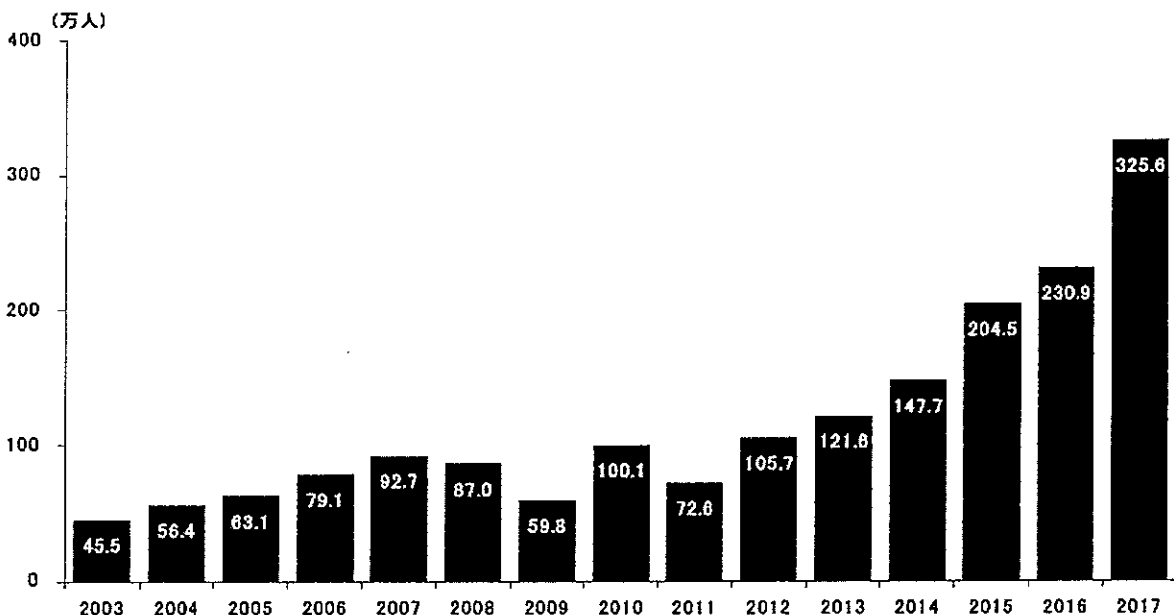
訪日外国人旅行消費額に占める娯楽サービス費の割合が諸外国と比較しわずか 3.3% (2017 年：外国人旅行者の一人当たり平均消費額 15.4 万円のうち 5,014 円) と低い現状を憂い、これを体験観光先進国オーストラリア 16,790 円 (2015 年)、アメリカ 16,726 円 (2015 年) 並みに引き上げたいとしているのです。体験コンテンツさえ磨けば、外貨獲得を 3 倍にまで増やせる算段です。

唐津観光協会は参加体験型プログラムを充実させる取り組みを本年度から一層強化します。着手の遅れてきた個人や少人数のグループ客に対応できる唐津ならではの参加体験プログラムづくりを拡充させます。外国人観光客に対しては体験観光志向をとらえ、期待感や価値観に合致する唐津の魅力を作り出すこと、そしてそのコンテンツをいち早く知らせることが課題となります。

クルーズ船の唐津港寄港数が増え、そこに占める外国船比率は高まる見込みです。そうした外国船は、博多港に見られるようなアジア人中心に数千人を収容するカジュアル船ではなく、欧米の富裕層を顧客とするラグジュアリークラスやプレミアムクラスの中型客船であるため、日本の文化や歴史、景観を、体験コンテンツを通じて等身大に堪能したい顧客層と言えます。

唐津のインバウンド対応は、こうした文化的資質の高い顧客を念頭に、地域特性を十分発揮できる体験プログラムの充実にあります。これにより自ずと国内の観光客にもターゲティングの効いたセグメントで、上質で堅固なファン層を築いていくことができるものと思われます。地域や他事業者と連携しマーケット開拓していけば「いまだけ」「ここだけ」「あなただけ」をゲストに感じさせる『楽しい国 日本、そして楽しい時間の過ごせる唐津』を創出していけるでしょう。

■入国外国人数の推移(九州7県)



出典) 法務省「出入国管理統計」

4. 唐津市の機構改革へ寄り添う政策提言

唐津市は本年 2019 年 1 月 31 日に「唐津市観光地経営戦略プラン」を制定したと 2 月 6 日に市ホームページ上で報じました。併せて地方創生並びに観光地経営の推進に向けた包括連携に関する協定を同日、株式会社リクルートライフスタイルと締結したとも発表しました。

唐津観光協会では昨年の市機構改革を踏まえ、「観光交流まちづくりへ向けた取り組みについて」と題した政策提言書を独自に作成しており（2019 年 4 月 1 日付の市組織機構変更を受け微修正）、協会自体が自走していける足腰を目指すと同時に、それぞれに特色を有し応分の役割を担う地域の組織／団体による取り組みに対し相互に親和性をもたせ、地域の総力を引き出していくことを追求しようとしています（参照：66～80 ページ）。

5. 組織形態

- ・指揮系統：一元性と情報伝達性
- ・企画推進力：情報収集力と分析の多様性、そして機動力を伴う再構築力
- ・情報と人材網の組織内ストック：センターオフィスへの人材集約と強靱化
- ・街づくり関連の外部団体との協働：適宜の相互乗り入れ

6. 組織運営

- ・職員の役務分掌：外国人材の確保、働き方改革への対応（契約職員の処遇）
- ・マルチタスクプレーヤーの重用：複眼思考によるアイデア力と適格な行動力
- ・組織横断的な能力活用：プロジェクト推進状況に応じたフレックスな人員配置
- ・プロジェクト・リンク：各課の事業を効率的に連携させ、事業成果の高効率化
- ・外部人材ネットワーク：可変的組み合わせによる組織力アップ、時流への適合

7. 事業構成

- ・既存事業の見直し：ウェブマーケティングの一層の活用
- ・既存制作物の見直し：印刷物の統廃合及び内容の見直しあるいは電波／ネット媒体ほかの検証
- ・新規事業の研究と着手：着地型観光の体験／滞在プログラムの一層の開発整備とマネジメント
- ・事業推進上の管理：生産管理、工程管理、品質管理、情報管理、連携管理、労務管理

【 事 業 内 容 】

1 情報発信事業 【継続事業1・2】

(1) 旅行者への集客プロモーション等

魅力ある観光地として、“唐津ならではの”の風情や特性を引き立たせ、地域との連携を強化します。このことにより、他地域との差別化を図り、旅行会社の適地選定にアピールします。

また、旅行会社訪問営業や各地での宣伝プロモーションにおいて、季節・地域を強く意識させ年間を通しての唐津・玄海の魅力をアピールし、宿泊型の旅行計画を促す提案を継続して行います。

① 【佐賀県観光連盟と連携したプロモーション】

大阪・東京での観光PR及び説明会

② 【九州観光推進機構と連携したプロモーション】

観光素材説明会 広島 5/23 福岡 5/29

③ 【インバウンド】

クルーズ船 船主、旅行会社等

国 外 等 旅行会社、福岡観光コンベンションビューロー等

国 内 旅行会社、SNS インフルエンサー等

④ 【特産品及び観光地PR】

イベント等での唐津特産品をその生産風景と一体化し宣伝します

⑤ 【広告情報発信 ——唐津ゆかりの偉人団体を通じた観光誘客——】

概要及び目的

補助金減により紙媒体の作成を大きく見直す必要に迫られている。

したがってウェブを通じた情報発信を強化する。

とくにスマホ利用者へは、影響力あるアカウントを有する方々と協働し、旅の出発前及び到着後に実効性のある情報を提供することを目的とし、主に下記のような概要で取り組む。

a. デジタルマーケティングの活用強化

b. 人気のあるSNS（ツイッター、FB、インスタ等）を活用する唐津PR

c. 唐津ゆかりの著名人及びインフルエンサーと協働する唐津PR

⑥ 【インターネットによる最新情報発信】

a. 店舗・イベント情報の更新・花の開花状況発信

b. 協会独自の情報更新によるアクセス数の増進

c. ショート動画による興味喚起

(2) 冊子紙媒体等情報発信

唐津市・玄海町に来られたお客様への観光案内マップ及び飲食店等の冊子を制作し、観光客の利便性と回遊性を高め満足度を上げます。

また、唐津くんち等イベント時のポスターを制作し情報発信を行います。

制作物種類	取組内容	部数及び配布先	目 的	
道案内冊子 【マップ】	「唐津観光パンフレット」 英語・韓国語・中国語 「唐津マップ日本語版及 び外国語版他」 主要施設 主要イベント アクセス時間表示	70,000 部 25,000 部 80,000 部	旅行会社 観光客 主要施設 道の駅 温泉施設 福岡 メディア	ターゲット ・唐津到着のお客様 お客様からのお問い合 わせ等を基に、各地域 の情報集約を行い、分 析を加え適宜改良し利 便性を向上させる
ポスター	唐津くんち	700 部	メディア	ターゲット
リーフレット	唐津くんち	5,000 部	旅行会社	・九州圏内
ポスター	相知くんち	1,300 部	主要施設	イメージアップ
	呼子大綱引き	2,400 部	参加店	イベントへの集客
	増田夏祭り	200 部	道の駅	イベントの告知
チラシ	小友祇園祭 【各店舗への誘客を兼ね たチラシ等制作】	300 部	温泉施設 福岡	観光集客とともに地元 店舗への誘客を図る
店舗紹介等の チラシ	唐津ひいな遊び・ 花めぐりマップ やきもん祭りチラシ等 唐津窯元ツーリズム	15,000 部 15,000 部 20,000 部 10,000 部		ターゲット ・唐津到着観光客 ・花→女性 ・ひいな→中高年層 ・やきもの→ファン層

2 おもてなし推進事業 【その他1】

(1) 観光誘致事業

a. 事業名 見帰りの滝を美しくする事業（あじさいまつり事業の一環）

期 間 6月初旬～下旬

目 的 相知町見帰りの滝周辺のアジサイランドにおいて、開催期間中あじさいの花と景観を楽しんでもらうこと、また、交通渋滞緩和対策を行いスムーズな観光ができる態勢を整えます。

協力団体 見帰りの滝割烹組合・唐津市他

職員業務 案内看板設置・撤去 駐車場料金徴収員配置 交通警備員配置

観光案内所設置 テント設置 チケット販売 シャトルバス運行

テレビ及びラジオ出演 土壌管理 水遣り あじさい剪定 美化清掃等

成果目標 観光客の安全対策と地域自然の景観整備を行い、相知地区の知名度アップを行うことで、リピーターを増やします。

b. 事業名 呼子イカすクリスマス事業

期間 11月下旬～12月下旬

目的 冬の閑散期における誘客事業として、クリスマスツリー等お客様の楽しめるイベントを行い観光客の満足度を上げる。

協力団体 呼子朝市組合・唐津市

職員業務 案内看板設置及びツリー設置・撤去

成果目標 呼子の雰囲気作りを行い、閑散期の宿泊及び飲食店への観光客増加

c. 地域協力事業 相知くんち推進事業（前年度集客数 約 950 人）

期日 10月第3土、日曜日

目的 相知くんち開催のサポートとして、情報発信及び交通安全対策と観光案内を行います。

職員業務 交通誘導警備員 交通指導員配置 案内看板設置及び撤去
観光客案内対応及び安全対策

成果目標 観光資源である地元伝統行事の継続を支援し、地域活性化を促します

(2) 地域連携

各地区に存在する観光資源の PR、地域伝統行事等を支援することにより、地域の発展と連携を図り、観光地としてのホスピタリティを涵養します。

また、地域との連携は不可欠であるため、広域的な見地から事業に取り組んでいきます。

(3) 広域観光事業

a. 地域重点事業

概要及び目的

- a. 媒体等を精査した唐津 PR
- b. 地域活性に繋がる情報発信と気運発揚
- c. 体験型プログラム等を絡めた観光集客プラン構築

b. おすすめ店本制作

概要及び目的 唐津市内観光施設及び会員の各店舗の情報を掲載し、誘客と消費拡大に繋がります。

c. 事業名 PR/WEB マーケティング

概要及び目的 デジタルマーケティングの手段を採知し、唐津において活用方法などを広げます。
それに伴い、マーケティングに携わる人材を増やし地域活性化の一助とします。

d. 事業名 呼子観光客受入対策事業

期日 GW 期間中

目的 GW 期間中の観光客増加対策として、道路幅とルートが限られている呼子地区においての交通渋滞緩和対策と観光客への臨時案内所の設置を実施します。また、これに伴い鎮西・玄海等への回遊と消費活動の拡大を図ります。

協力団体 呼子飲食店組合・呼子幹事会・唐津市

職員業務 案内看板設置及び撤去 観光案内対応 シャトルバス運行 チラシ配布等

成果目標 交通渋滞時間の削減・交通安全対策・観光客の利便性を高める案内

e. 観光案内所運営事業（唐津・呼子）

【観光情報集約及び対面・電話観光案内】

増加する外国人観光客をはじめ、来訪者の行動形態に合致しなくなっていた案内所のしつらえを整え直し、おもてなしも視認性も好印象を与え、最新かつ細やかな情報を素早く提供します。

韓国語・英語等の対応をスムーズに行える態勢を整え、国策である外国人観光客増へ向け、唐津・玄海の魅力発信を行います。

唐津駅総合観光案内所 1名以上体制 年間延べ520人以上の人員配置

期 間	時 間	
GW 期間中繁忙期	9時～19時	2名
11月1日～3日	9時～最大22時	2名
上記以外の平日	9時～18時	1名
上記以外の土日	9時～18時	2名

呼子観光案内所 1名以上体制 年間延べ522人以上人員配置

時 間 8時30分～17時30分

(12月31日、1月1日、2日の3日間は除く)

職員業務 電話 対面対応 外国人観光客対応 観光資源及びイベント内容等情報収集
観光客行先データー収集（特産品、観光名所、交通機関、イベント）ポスターなどの掲示・配布

年間案内件数 唐津駅総合観光案内所 26,000件 電話対応 4,000件

呼子観光案内所 10,000件 電話対応 3,500件

(案内所職員の配置については、業務に支障がないよう必要に応じて繁忙期その他を考慮し、唐津市との打合せのうえ適切な配置体制をとります)

3 収益事業 【その他3】

a. 事業名 唐津PR事業 自販機

概要及び目的 カレンダー制作等商品販売を行うこと、また、観光支援に特化した自動販売機を設置することで収益を上げ自主財源を確保します。

b. 事業名 村田英雄記念館運営（相知観光案内所）

目的 地元出身である村田英雄を称え地域の立ち寄り拠点として記念館を運営し、相知区の誘客資源と相知観光案内所としての機能を兼ねます。

職員業務 観光案内 村田英雄記念館運営 入館者受付 観光案内対応

イベント対応（相知くんち／見帰りの滝を美しくする事業／山／川開き）

c. 事業名 鎮西名護屋城跡さくらと陣跡ウォーク

期 日 3月最終日曜日

目的 鎮西地区の歴史・文化・自然の奥深さを満喫してもらい、唐津・鎮西の新規顧客の開発とリピーターの増加を目的とします。

職員業務 案内看板設置・撤去 観光案内業務 陣跡周辺草刈り

協力団体 桃山天下市会・唐津市・肥前名護屋城歴史ツーリズム協議会他

成果目標 陣跡等観光資源の認知度アップと、鎮西地区特産品の消費拡大

d. 事業名 玄海町ウォーク

期 日 3月最終土曜日

目 的 ウォーキング愛好家及び観光客の増加と全域回遊による新たな魅力発見
まち歩きコースの磨き上げを行い、玄海町への誘客に繋がります。

e. 事業名 玄海地域活性事業

目 的 玄海町の食と自然の素晴らしさを再認識してもらい、玄海地域への観光集客の増加
を目的とします。

成果目標 玄海地域の魅力を広め、観光集客を図ります。

f. 事業名 没後100年辰野金吾顕彰魅力アップ

目 的 本年が辰野金吾没後100年となることから、その顕彰事業として、京阪神での唐津
の認知度を広め旅行先候補として優先度を高めるため、唐津工業高校生による大阪
市中央公会堂模型の制作・展示、並びに首都圏及び全国から多くの人を訪れる日銀
本店本館の見学者コースで紹介配布される唐津ゆかりの読みものを、辰野金吾没後
100年関連企画として継続させ、唐津のPRを行います。

職員業務 冊子作製

成果目標 広く唐津の認知度、関心を集めるため、唐津の奥深さ等ストーリー性をもたせたア
ピールをすることで、唐津への訪問客及びリピーターを増加させる。

g. 事業名 肥前名護屋城訴求催事新創造

目 的 体験型プログラムの造成として取り組んだ「肥前名護屋城/戦国武将スポーツかくれ
んぼ大会」を継続し、名護屋城跡及び陣跡の発信をさらに高め、全国的に認知度を上
げます。

協力団体 桃山天下市会・肥前名護屋城歴史ツーリズム協議会他

職員業務 案内看板設置及び撤去

成果目標 肥前名護屋城の更なる周知と来客層の拡大

4. 管理費 【法人会計】

唐津の観光が浮揚し、消費循環が拡大するような仕組みを構築すること、また、円滑なる事業実施可能な人員体制をとり、効率的な協会運営を行います。

※事務局組織図

①【センターオフィス】

専務理事	(全体統括)
事務局長	(事務総括・執行部補佐/空席)
事務局次長	(事務総括補佐・執行部補佐)
総務・経理課	(総務・経理)
情報戦略課	(広報チーム・唐津駅総合観光案内所)
営業企画課	(営業企画)

②【地域オフィス】

地域情報戦略課

(東部チーム：旧唐津銀行・浜玉観光案内所・相知観光案内所)

(西部チーム：呼子観光案内所)

※事務費

旅費交通費（管内旅費他）

印刷製本費（コピーカウント料他）

通信費（電話・fax・送料）

消耗品

会議費（総会開催費用他）

負担金（佐賀県観光連盟負担金他）

光熱水費（電気・水道料）

賃借料・家賃（コピー機リース料他）

什器備品

雑費

観光交流まちづくり へ向けた取り組みに ついて

訪日外国人観光客の急増に象徴されるよう、近年わが国の観光は地殻変動にも似た大きな進展をみせています。再訪客比率が高まるにつれ旅先も達成目標も深化しています。

(一社)唐津観光協会では外国人観光客や経験値を高めた邦人観光客へ向けた情報発信や滞在商品/サービスの提供に努めていますが、有力観光地への競争力を高め、地域の魅力を両面的に醸成していくため組織の強靱化に取り組んでいます。有効な戦略の構築と実効性ある戦術の展開には地域行政にあたる市役所各部門との横断的かつ真摯な関わりは重要で、ここに唐津観光協会として提言を書き記し、市政全体を司る峰市長様へ提案するものです。

(一社)唐津観光協会

会長 山崎 信二

201X年X月X日

唐津市への 政策提言

提言

(一社) 唐津観光協会は
観光交流まちづくりコンテンツの
開発、展開、情報発信に努め、
唐津市観光関連行政は
観光関連インフラの整備に
組織横断的に注力いただくことが
唐津の地域競合力を高め
ツーリストの支持を集めるとし、
官財民一体となった推進構図を
提案いたします

1. はじめに

観光庁が主導する「日本版DMO」を制度普及において加速させようとする一方、その指向する組織形態や推進手法へ慎重に距離を置く観光関係者は少なくありません。狭小な垣根を越えて大きな戦略と連鎖する戦術を展開できない従来の市町村の観光行政、観光協会のあり方に国が強い指導力を発揮しようと2008年に観光庁を創設し、観光圏、広域ルート整備、DMOを打ち出してきたのは、観光客の動態を反映する地勢的にまとまりあるエリアを一つの経営資源として統合マネジメントできる機能の出現を切に願うからです。

そうした国の施策に沿い、2018年7月末時点で「日本版DMO」に登録済みが86法人、候補が122法人となっています。また「日本版DMO」の周辺に位置どる諸活動も起きています。しかしながら重要なのは、官製の制度システムに追従するかどうかより、観光交流まちづくりを真に目指す地域にとって与すべき戦略と戦術を見定め、その取り組みを的確に発露させることです。

唐津の現況を顧みるとき、からつ観光協議会の3年間の取り組み（別添参考資料）を経て次への踏み出しが停滞していることがあります。唐津をアピールする前提条件は、関係者が情報共有すべきものとして整理されたものの、他の観光地との競合に打ち克っていく真の戦略に昇華するまでには至っておらず、当然、そこから引き出される戦術も手をこまねく状況となっています。

しばしば語られるのは「唐津は観光資源に恵まれている」という言葉。地元の観光関係者からも、外来の方々からもそう言われます。果たしてそうでしょうか？表1で示すように、訪日外国人観光客が急増する昨今の観光客動向から、観光資源の意味合いに変化が生じています。端的に言えば「もの」から「こと」へ、「買い物」から「体験」への重心移動です。一見底堅い訪日外国人観光客の拡大ですが、総消費額は計画値を下回りそうな傾向が見えてきました。それを打開しようと国が打ち出すのが「美しい国 日本」から「楽しい国 日本」への方針転換です。体験を通じて等身大の日本を感じ、楽しみ、再訪動機を涵養させる狙いです。これは地域選択や地域親和性を目論む、移住・定住施策（表2）へも通じます。

すなわち唐津において観光交流まちづくりを地域政策として推進するのであれば、従来の分業縦割りの施策提案や施策実施では、顧客の要望に応える効果的・網羅的な事業実施は期待薄と言わざるを得ません。むしろダブリや漏れを放置させかねません。

唐津エリアを観光商品として捉え、磨き、販売していくのに統合マネジメント機能すなわちプラットフォームが必要だとすれば、まさに連携する課題に対処できる組織と運営が不可欠と言えます。これに既存の団体、組織が対応しようとするれば、観光協会なり商工会議所なりまちづくり会社なり地場産業団体なりが、同じ土俵（プラットフォーム）で情報を受発信し、戦略に適う効果的な戦術を協働で生み出していかなければ、有力観光地へ伍していくことはきわめて困難でしょう。

民間と行政機構のそれぞれの特性を勘案しつつ、有益な施策実施のための方途を以下のとおり提言します。今後10年の唐津における観光交流まちづくりへ臨むにあたり、庁内横断的な議論と取組体制の構築を切に願うものです。ぜひ、ご一考くださるよう要望します。

2. 提言のアウトライン

(1) 「からつ観光協議会」の革新

平成26年8月に発足した「からつ観光協議会」は平成29年に第1フェーズをとりまとめ、関係各方面への共有化が図られました。現在その事務局は市観光課が担い、次なる第2フェーズへ向け観光交流まちづくり事業の実証的起動へ向けた施策を準備しているものと期待します。「からつ観光協議会」の設立趣旨と成果を総括し“唐津が一丸となった”姿を具体性と持続性を伴い示していくことが望まれます。

他方、「唐津版DMO」が関係者の懸案ともなっています。その概念や事業推進の方法論が模索されるなか「からつ観光協議会」は初期の目標をやや迷走させ、第1フェーズ以降の進展を足踏みさせています。この現状を打開し、観光交流まちづくりを通じた地域活性を血肉化する術を関係者間で発動させなくてはならないと考えます。

そこで（一社）唐津観光協会／観光地経営戦略委員会は、「からつ観光協議会」事業は新展開へのターニングポイントにあると捉え、実施事業案を含め、推進機構の態勢構築について提案し、併せて唐津観光協会の立場を明快にする考えです。

(2) 望まれる「プラットフォーム」の姿

「からつ観光協議会」を次の段階へ進めるのに2017年12月6日の第11回プロジェクトチーム会議で得られた方向性（図1）から、その構図を大まかに描いてみます。

「からつ観光協議会」が当所目指した着地点を、現状の地域事情を考慮しつつ手繰り寄せるには、いましばらく実質的かつ実利的な情報共有と実効を伴う論議の場が求められると判断されます。「からつ観光協議会」を組織する各方面で予定される具体事業を共通素材とし、その最大限の活用実施が業種横断的になされることが望まれています。プラットフォームは形式的な名称や開催を廃し、多様な関連情報の共有と、オープンで闊達な議論と、成果物の持ち帰りを印象づけるものとするのが望まれています。計画の細部が決め込まれる以前に、多様なアイデアに晒し、実際的なプランに誘導するにはサウンディング型市場調査のスタイルが有効性を発揮すると思われ（図2）。

横断的で凝縮された情報共有と吟味、そして統合的判断を導くためのこうした考えを踏まえ、次のステージへさらに踏み込むなら以下のような構想を描くことができます。

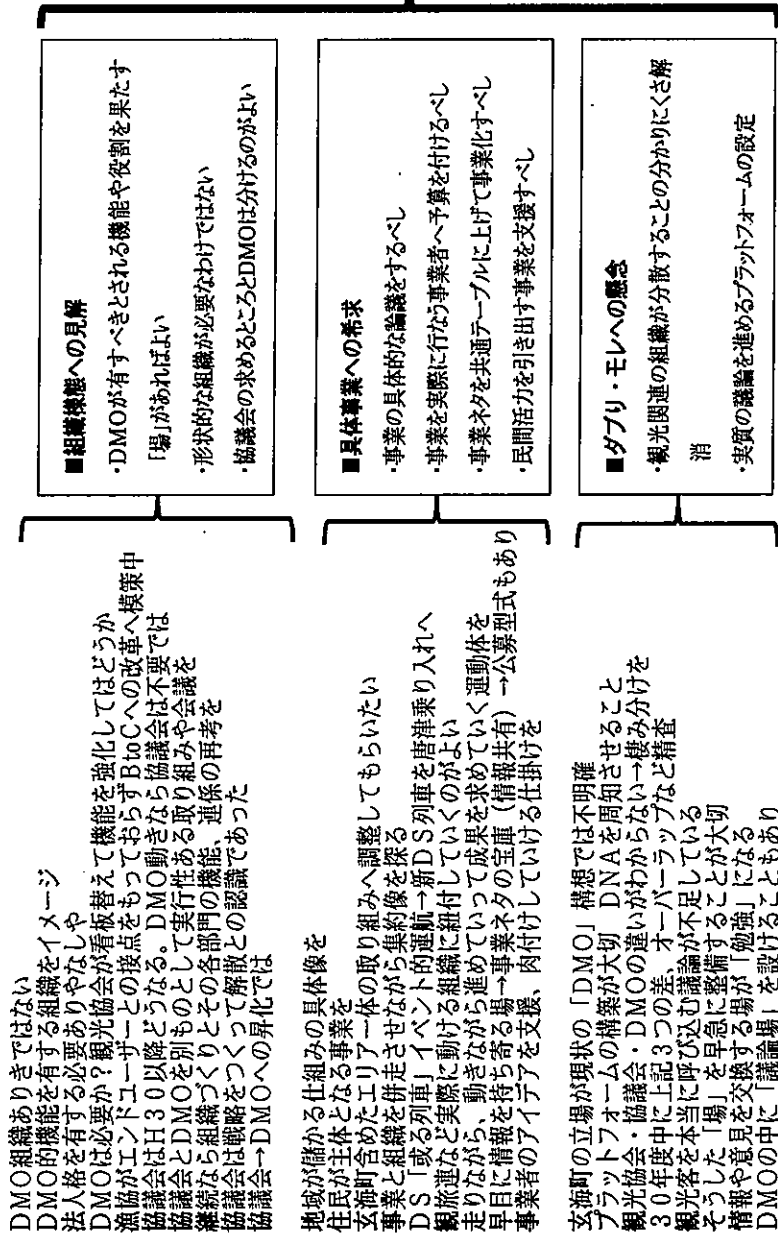
次のステージを唐津のDMOと同義に捉えるなら、固有の組織体を構築するというよりむしろ関係団体による中庸な会議体とし、継続して精緻な情報共有とそれぞれの事業における親和性を図り、事業の効率化と高度化および地域総体の利益を追求する運動とするのがよいと考えられます。DMOの本来的な機能を有す地域機構の構築こそが重要です。

そのために、位置づけの混迷した終盤の「からつ観光協議会」からはあえて一旦離れ、唐津の観光交流まちづくりを広域的な戦略／戦術に沿って達成しうる機構を形成し、起動させます。観光マーケティングに基づく事業活動に取り組めるよう、自立性の高い組織を編成します。当該組織は企画制作・マーケティングの実働を旨とする機能構成となり、対応できる職能を有す人員編制とします（図3）。唐津観光協会の新たな専門委員会「観光地経営戦略委員会」はそのプロトタイプに資する活動を志向してもいます。

図1 からつ観光協議会の今後の進め方への考察

《2017年12月6日のプロジェクトチーム会議(第11回)における意見とりまとめ》

《系統別意見の要約》



《詰まるところ具体的な動きをみせること》

情報を交わし機会を持ち寄り
知恵を出し合い資金を寄せ合う
観光交流まちづくり実践の

《プラットフォーム》

- ・所属組織の枠組みを超えほぼ毎月例会的に、濃密に情報交換する場
- ・実施を前提とする事業案を構想ネット段階から粗上にあげ吟味する
- ・基本戦略に合致する具体戦術で実施事業案をコーディネートする
- ・見込めるメリットに応じながら参加団体が事業予算を出資しあう
- ・ふさわしい事業実施主体を自薦、他薦、あるいは組み合わせる
- ・このプラットフォームを通じて唐津版DMO事業を鋭意開始する

集客拠点やモデル事業の推進と伴走する協議会の在り様(ユリーオンアイスとか→宿泊、飲食需要増観測された)

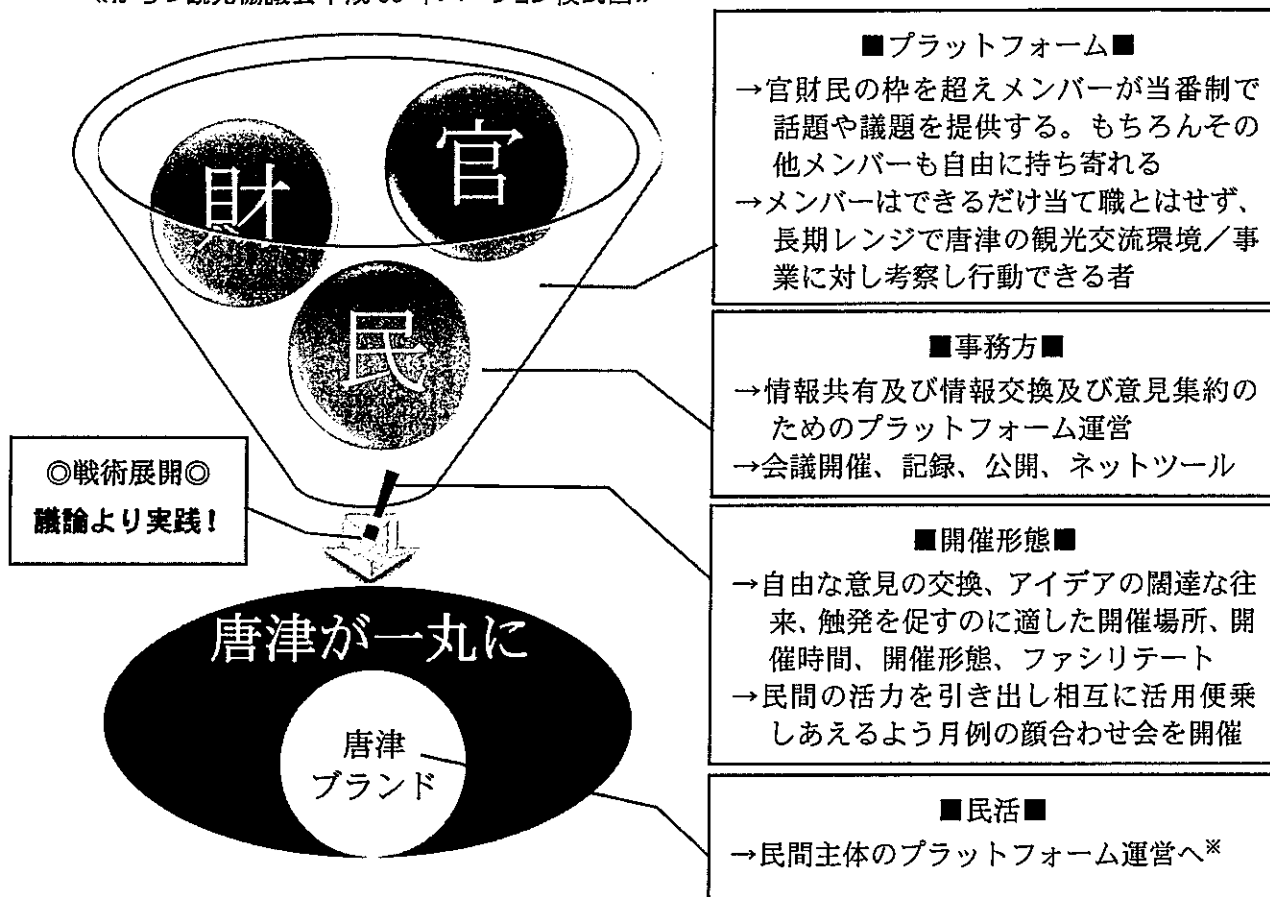
H30に成功事例を出したい「小さくても」

唐津は広い、取りまじめに難渋する。会議ばかりで進行遅々

協議会はH30も継続の意思あり。事務局は市が預かる考え

図2 からつ観光協議会の経緯を踏まえたプラットフォームの形態考

《からつ観光協議会平成30年バージョン模式図》



※民活の手法研究

参考①:PPP/PFI

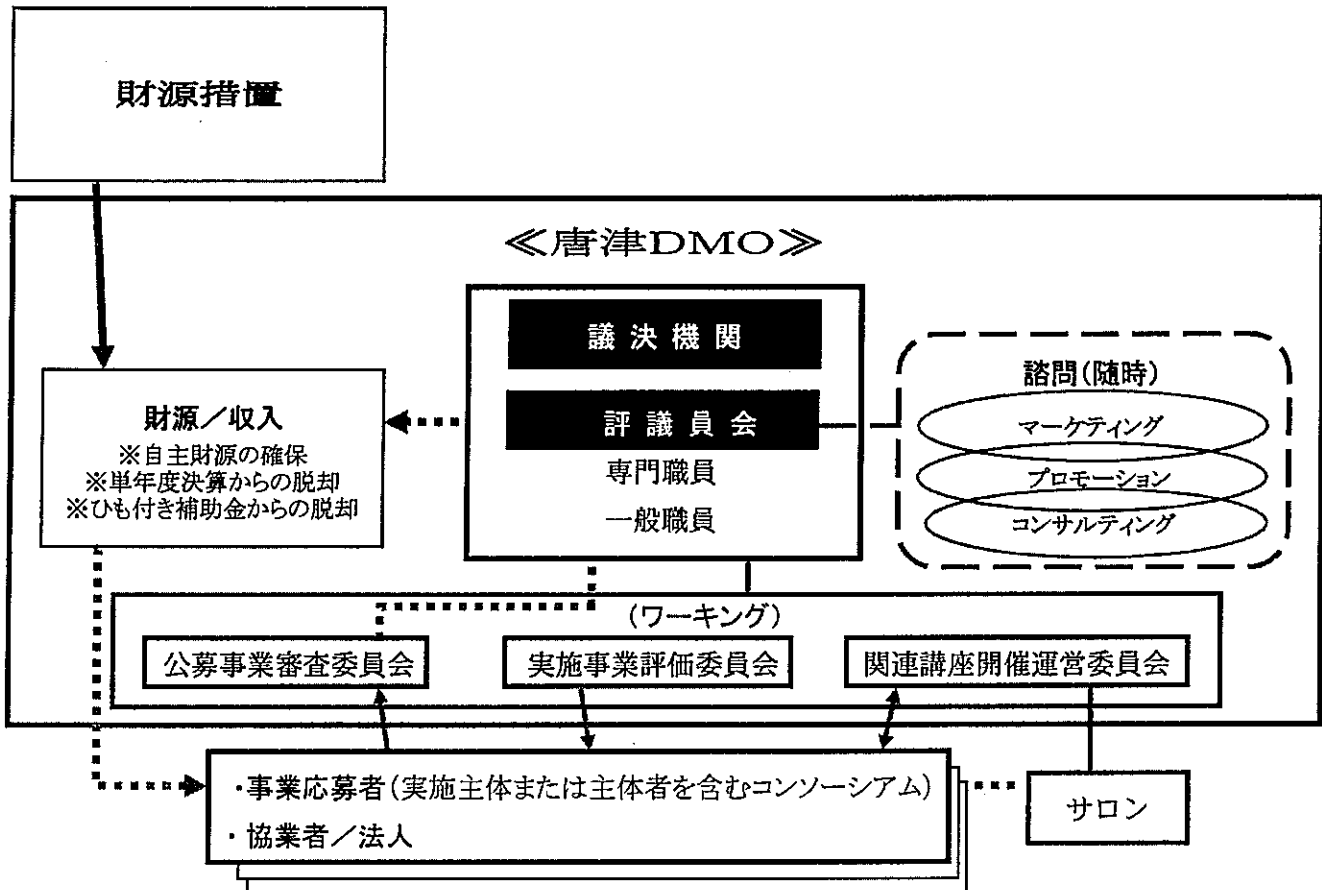
公民が連携して公共サービスの提供を行うスキームをPPP(パブリック・プライベート・パートナーシップ:公民連携)と呼ぶ。PFI(プライベート・ファイナンス・イニシアティブ)は、PPPの代表的な手法の一つ。PPPの中には、PFI、指定管理者制度、市場化テスト、公設民営(DBO)方式、さらに包括的民間委託、自治体業務のアウトソーシング等も含まれる。

参考②:サウンディング型市場調査

最近注目される手法、サウンディング型市場調査とは、市有地などの有効活用に向けた検討にあたって、活用方法について民間事業者から広く意見、提案を求め、「対話」を通じて市場性等を把握する調査

- ・事業検討に向けて、市場性の有無や資産の活用アイデアを把握する
- ・地域課題や配慮事項を事前に伝え、より優れた事業提案を促す
- ・事業者の参加意向を把握し、事業者がより参加しやすい公募条件を設定する

図3 からつ観光協議会 NEXT STAGE 全体の予想模式図



【ポイント】

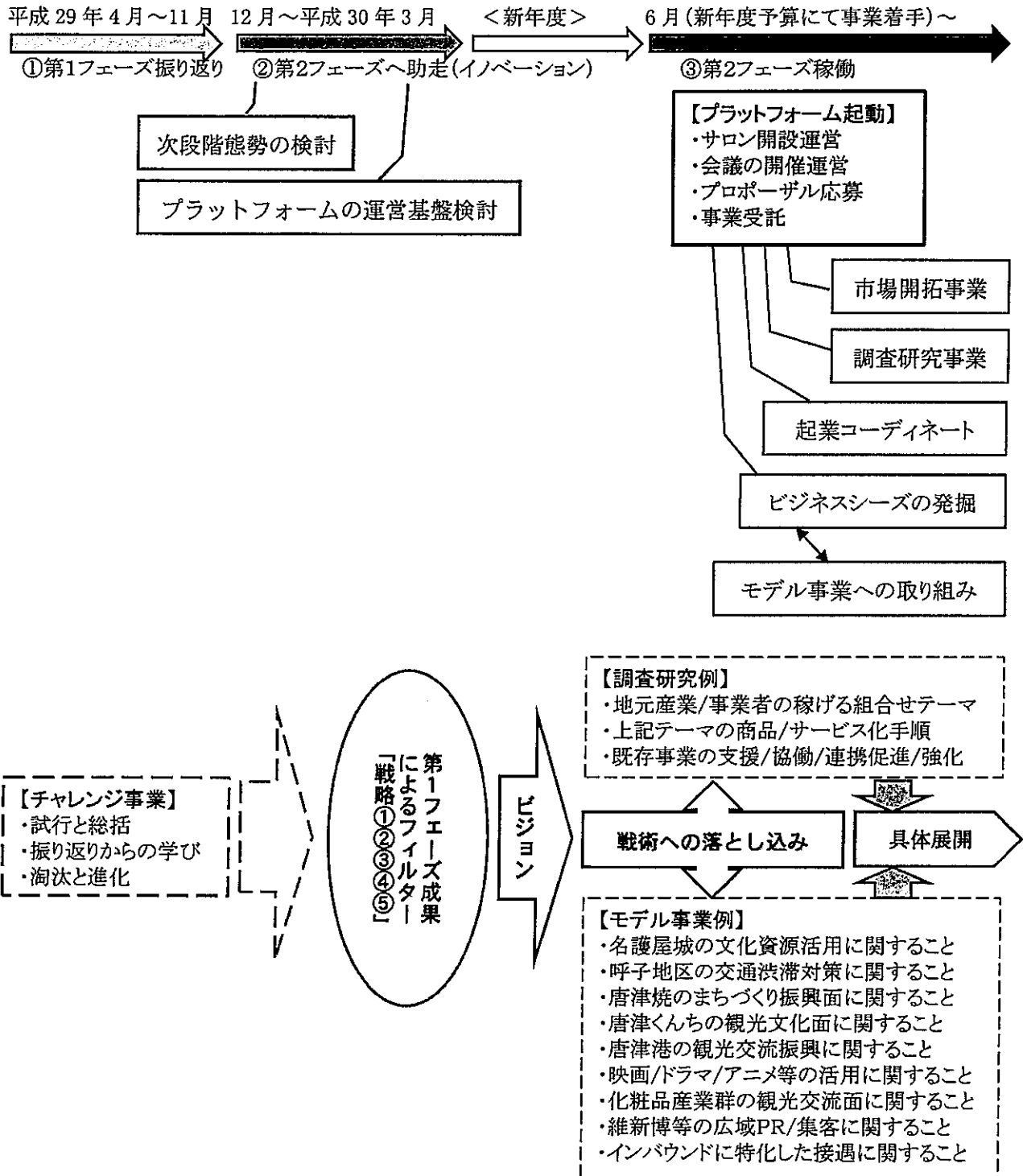
- ※ (一社) 唐津観光協会がDMOを担うか、別法人のDMOを支援するかはここでは規定しない
- ※ 事業応募者には市、観光協会、まちづくり会社、商工会議所、業界団体、民間企業などを想定
- ※ 基本ビジョンと基本戦略に沿う事業に対し、90%の補助率で、最大交付額を定めおく
- ※ 補助対象事業へは単に金銭的支援に留まらず、事業強化、異業種交配、起業への支援措置とする
- ※ 予算に比し応募事業数が見込めない場合は、発展性に期待できる既出事業へ集中投資を考慮する
- ※ 協議会関係組織からの事業申請では、審査委員会、評価委員会からその所属委員は都度退席する
- ※ 事務局の役割

- 情報共有及び情報交換及び意見集約のためのプラットフォーム構築
- 会議開催、記録、事業公募、講座開催、ネットツール保持、クラウドファンディング
- 公募事業審査委員会、実施事業評価委員会、関連講座開催運営委員会の運営

※ 評議員の評議員

- 当て職とはせず、長期レンジで唐津の観光交流環境/事業に考察し行動できる者
- 評議員は諮問機関への多様な人的ネットワークを保有していることが望ましい
- 評議員はワーキング組織の各委員会メンバーを兼ねることができる

図4 これまでの経緯と新機能への移行イメージ



(3) プラットフォームを通じた事業内容

図4の中でモデル事業例として掲げたものはいずれも唐津を特徴づける事柄です。協会事業であろうと、他団体の事業であろうと、あるいは現状において顧みられていないことであろうと、唐津に根差し長年プランディングの一翼を担ってきたもの、新たに名乗りを上げ

ブランディングの局面を変えようというものであり、観光地域経営の視点からは総合的な戦略構築のもと、相互の連携を保ちつつ戦略ベクトルを揺るがせず、個別の特色を発揮し顧客に訴えうる戦術を展開していくことが望ましい事柄です。

これらを事業として深掘りし、肉付けするにあたっては、第1フェーズで整理した構図の中で唐津エリア内の事業者、起業候補者を、例えばマトリックス分析とクロスオーバー検証し、観光まちづくり領域での事業可能性を調査研究するのが理解しやすく、また事業発動に到達しやすいと考えます。クロスオーバー検証の結果を得て、個別コンサルテーションへ進むことが適当と考えられる有望性の高いものを整理できるものと考えます。

(4) 唐津観光協会の目指す先

唐津観光協会は定款の冒頭、第2章で目的及び事業を以下のように謳います。

第3条（目的）この法人は、唐津市及び東松浦郡の観光事業の健全な振興を図り、産業、経済の発展及び文化の振興に資するとともに社会公共の福祉増進に寄与することを目的とする。

第4条（事業）この法人は、前条の目的を達成するために、次の事業を行う。

- (1) 観光事業の情報収集及び発信に関する事業
- (2) 観光客の誘致及び接遇に関する事業
- (3) 観光資源の保護及び環境保全に関する事業
- (4) 郷土芸能及び特産品の紹介・斡旋に関する事業
- (5) 旅行業に関する事業
- (6) その他この法人の目的を達成するために必要な事業

唐津観光協会は業種区分を超えて300以上の会員の皆様の高邁な観点から会費を拠出いただき観光を通じて地域振興を図る組織です。目的はさまざまに来唐する方々へ宿泊や飲食、物販や移動、そして体験交流の機会を案内し、会員の枠を超え地域消費を広範に促しています。そして今日、観光客の実像は多様化し、旅の目的はより多彩に、より深みを求めるものとなっています。外国人観光客に留まらず日本人観光客も、訪問地の“あたりまえ”を貴重な体験、知識として喜んで受け入れる素地が形成されてきています。

こうした時間消費型の「こと」体験欲求は、ツーリズム要件が間断なく連続され物語として商品／サービス化される類の経験価値です。いきおい、こうした連続性は、行政組織の縦割り事業に容易に適うものではありません。観光庁が依然として観光客動態に合致しえない地方公共団体、観光協会の領域固執を問題視し、広域を動くツーリストにとっては不便このうえないそうした垣根を突き崩そうとしたのが新・観光圏であり日本版DMOなのです。

(5) そして（一社）唐津観光協会の位置づけと役割

からつ観光協議会が3年の期間をかけてまとめたフェーズIとその後の進捗を見る限り、その活動進展は難航しています。そこで唐津観光協会が組織の強靱化を図り、昨今の観光動向に対応する能力を蓄え、唐津のDMOが本格稼働するまでの期間、その役割を担うことが期待されます。唐津観光協会が力不足と思われるならその強靱化を、英断をもって進めるか、もしくは、からつ観光協議会の次なる姿を実体あるものとして組成し稼働させることが求められます。

唐津観光協会は「昨今の消費者動向から窺う唐津観光協会の戦略／戦術及び態勢」を当面の追求課題とし、2018年8月1日付および2019年4月1日付で機構改革を行なった唐津市行政本体／と必要な案件について関連部門と個別横断的に実効的な連携を図ることとします。民間活力の導入と支援という意味合いから、表3、表4に示す内容を含め、市中の事業者を組み合わせしていく方途を探りたいと考えます。

もちろん行政各セクションには専門職員による定性的、定量的な事業遂行があるわけですが、今後関わる側面が拡大していく観光交流まちづくり面に関しては、従来の専門域を超えてツーリズムにおける広角的視野とマーケットに合わせた展開手法を組み合わせる施策実施することが欠かせません。このことから、当面、唐津観光協会がそうした機能を果たすプラットフォーム能力を希求し、強靱化する事務局態勢のなかで対応を図ります。

いずれこのプラットフォーム機能に優れた機構ができるなら、役割を移譲し、応分の責務を果たしていく考えでもあります。

表1 (公財) 日本交通公社刊『全国観光資源台帳』の評価基準の改定内容

美しさ	視覚的な美しさをもつ資源が評価される。たとえば、鮮やかな色彩や洗練された造形、繊細な細工、調和のとれた景観は美しさを感じさせる。美しさは総合評価の性格を有し、雄大さ（山岳など）や季節感（植物など）、日本らしさ（年中行事）などと結びつくと評価が高まる
大きさ	視覚的な大きさ、雄大さ、迫力をもつ資源が評価される。また、山岳の形成史（造山運動）など、視覚的にとらえられなくても背景のテーマに物理的な大きさがあれば評価が高まる
古さ	資源の形成された年代が古い資源が評価される。また、古いだけではなく、日本の歴史や地域の歴史、伝統にとって重要なものは評価が高まる
珍しさ	希少性をもつ資源が評価される。解説によって理解が増大する珍しさが一般的だが、視覚的にもその珍しさが理解できるものは評価が高まる
静けさ	資源と対峙するときに、資源の存在を強調（神秘性や荘厳さ）するような静かな環境や雰囲気をもつ資源が評価される。一方で、観光資源の種類によっては、賑わいや猥雑さが評価を高める場合もある
日本らしさ	日本の自然や歴史、文化、日本人の心境が反映され、継承されてきた資源が評価される
地方らしさ	地方独自の自然や歴史や文化、風土を感じさせ継承されてきた資源が評価される
住民とのつながりの深さ	今なお住民の生活に組み込まれていたり、誇りに思われているなど、地域住民のアイデンティティの一部となっているものが評価される

(留意点)

訪日外国人観光客が急増し、日本人観光客の旅行経験値が高まった結果、わが国における観光資源の評価軸に変化が起きていることに留意が必要です。

表2 移住・定住促進施策への指標イメージ

<交流居住のタイプ>

イメージワード	タイプ	田舎の来訪頻度	田舎での滞在/回	活動イメージ	田舎での主な滞在方法
ちよこつと	短期滞在型	年1回～数回程度	1～3泊程度	田舎の生活体験、農林漁業体験(収穫体験など)、自然・アウトドア体験、お祭り参加など	公的宿泊施設、旅館、ホテル、民宿、農家民宿、貸別荘など
のんびり	長期滞在型	年1回～数回程度	1、2週間～3ヶ月程度	保養、避暑・避寒、趣味(山歩き、陶芸、園芸など)、(仕事)	別荘やマンション、空き家など(所有・賃貸)
どっぷり	ほぼ定住型	ほぼ定住 (都市に年数回戻る)	ほぼ1年の大半	田舎での日常生活、仕事(ホームオフィス)、地域の仕事の手伝い、趣味・地域のサークル活動	別荘や空き家など(所有・賃貸)
行ったり来たり	往来型	週末などに繰り返し	週末(2～3日)	保養、趣味(山歩き、釣り、陶芸、菜園づくり)など	別荘や空き家など(所有・賃貸)、会員制宿泊施設、滞在施設付き市民農園(クラインガルテン)など
学んでお手伝い	研修・田舎支援型	年1回～数回程度	1週間～数ヶ月	研修・技術習得(農林業、伝統工芸など)、地域の仕事の手伝い(援農など)	研修施設、従業員住宅、ホームステイなど

<ポイント>来訪や滞在/滞留を促すには下記の情報が大切

地域概要：自治体のある地域の気候や地勢について

体験概要：地域で体験できる交流居住の具体的な内容について

受入体制：地域の交流居住者受け入れ体制および支援制度について

受入実績：交流居住者受け入れ実績や交流居住実践者の声、今後の受け入れ予定について

表3 観光行政に求められる観光インフラの整備

	大項目	中項目
1. 観光インフラの整備	(1)観光統計のとりまとめと公示	①マーケティング指標として消費者性向調査
		②PDCAやKPIの尺度として年次統計の公示と分析
		③ビッグデータの活用からSWOT分析の指標揭示
	(2)無料 Wi-Fi の環境整備	①公共施設／電源の供与
		②屋外空間／電波の切れ目ない供給
		③SIMカードやレンタルルーターの手配
		④ネット環境自体の改善(次世代仕様)
	(3)キャッシュレス対応	①クレジットカード決済システムの導入支援
		②電子マネー決済システムの導入支援
		③プリペイドカード決済システムの導入支援
		④キャッシュディスペンサーの配置もしくは設置案内
		⑤停電時の金銭授受を担保する非常用電源確保
	(4)標識類の統合整備	①ピクトグラム等のユニバーサルデザインの広域展開
		②英語を主体とする多言語表記
		③違法広告物の撤去および統合標識
	(5)市民の応対力強化	①外国人へ物おじしない胆力とカタコト英語、ボディランゲージ
		②ネット経由の翻訳システム／翻訳機の配備
		③発案事業への機会や場の提供
(6)その他	①トイレの洋式化	
	②二次交通への配慮	
	③氾濫／錯綜する紙媒体ガイドの調整と統廃合	
	④唐津港湾エリアの再整備	
	⑤道路などのバリアフリー化	
	⑥唐津焼のリブランディング	
	⑦呼子朝市のリブランディング	
2. 資金や制度面での下支え	(1)事業補助金	①元手に対する半分以上の負担率
		②計画内容に対する半分以上の決定権限
		③国県市の補助金制度活用への支援
		④個人事業主提供体験プラン向け総合加入保険システム構築
	(2)認証制度	①唐津由来の商品／サービスの登録認定
		②上記登録認定品の品質管理の制度運用
		③ブランディングおよびリブランディングの措置
	(3)人材提供	①連携をとれない庁内事業外部コンサルタントの改善
		②専門職員の採用経費
③職員の研修派遣制度		

表4 唐津市行政機構と観光交流まちづくり(ツーリズム)要素との接点 (2019.4 改定分修正)

部	課/室	■観光交流まちづくり(ツーリズム)要素■	
政策部	市長公室	市行政全体を俯瞰し、施策のダブリ、モレを注視。組織横断的に業務の統制、調整を図り高効率な事業推進を誘導する中核であり、ツーリズムは関与度の高い領域	
	市政戦略課		
	情報政策課		
総務部	新庁舎建設室	市民やツーリストが交叉するコミュニティ喚起を期待	
財務部	財産管理課	市有の財産や駐車場の一元管理で利便性は格段向上	
	未来創生部	移住・定住促進課	セカンドライフの適地や人生のパートナーを探す人たちへツーリズムの手法がうまく合致する。さりげない出会いと交流喚起にツーリズム手法は最適であり、インバウンド及びアウトバウンドへの対応はまさにツーリズムそのもの。地域の人文資源をツーリズム展開し、共感者を増やす
		出会い応援室	
	国際交流・地域づくり課		
	文化振興課		
スポーツ振興課			
農林水産部	農政課	第一次産業は体験プログラムを通しツーリズムの領域に確実に広がっている。農業、漁業はもちろん、間伐の滞る山林もツーリズムを通し有用な経済資源となる。食の原産地とその風景は国のインバウンド施策ともなっている。	
	鳥獣対策室		
	農地林務課		
	水産課		
経済観光部	商工振興課	ツーリズムの領域は商工関連に広く浸透してきている。地域の事業の掛け合わせから生み育てる新しい観光商品／サービスは地域競合力を高め、また昨今のツーリストはそうした地域性の濃い体験機会を求めている。唐津焼を含め唐津ブランド戦略や JCC はシティプロデュースと表裏一体であり、ツーリズムとの親和性の高い施策を多元的に展開していくことが有効な手立てとなる。	
	からつブランド～推進室		
	唐津焼振興室		
	コスメティック産業課		
	観光課		
	観光地経営戦略室		
都市整備部	都市計画課	鉄道減便や団体旅行の減少により自家用車での周遊が主流となり、ルート確保や景観保持、駐車場や渋滞対策等はツーリズム振興に欠かせない。中型のラグジュアリー船をターゲットとするクルーズ船寄港誘致に対し、CRMに則した戦略・戦術展開が有効になる。	
	道路河川管理課		
	みちづくり戦略室		
	道路整備課		
	みなと振興課		
ボートレース企業局	企画宣伝課	競艇場敷地での各種催事には連携を図れるものがある	
教育委員会事務局	教育企画室	文武にわたる全国大会でツーリズム訴求機会を確保し、体験プログラムの指南者として地域住民の参画を図る	
	生涯学習文化財課		
市議会	議会事務局	市民の代弁者へツーリズムへの理解促進活動	
市民センター		随時の事業に応じ、当該地、当該者へサポートが大切	

来街を促したり人的交流を喚起したりするなど、ツーリズムの手法でそれぞれの事業を後押ししたり引き立たせたりすることができる。同時に、行政機構上縦割りとならざるを得ない業務推進を、観光協会は同一の観点と統制ある運営により、戦略に適った合理的な戦術事業とすることが可能。そのために唐津観光協会は組織強靱化に臨んでいます。

唐津エリア全域で観光交流まちづくり関連に執行される予算を統合し再配分する→DMOの先駆活動

機構横断的な情報活用と事業調整で想起される観光交流まちづくり施策例
市長公室:役所内のネゴシエート活動とサウンディング型調整会議開催
市政戦略課:市イメージアップの観光面を通じての事業企画と制作実施
情報政策課:没100年の辰野金吾博士の、ツーリズムを通じた顕彰活動
新庁舎建設室:パブリックスペースでの来街者と地域情報の交叉する仕掛けづくり
財産管理課:市駐車場一元管理運営により利用者の便益向上と在庫渋滞の回避
移住・定住促進課:段階的な旅企画や交流策を通し地域と住民への理解を促す
出会い応援室:地域資源が映える旅企画でさりげない出会いと交流開始を促す
国際交流・地域づくり課:ツーリズム手法による離島振興や国際交流策の企画実施
文化振興課:旧唐津銀行、歴史民俗資料館の積極的な利活用で保全費確保も
スポーツ振興課:合宿地としてのPRをリフレッシュメニューの訴求とともに行なう
農政課:農業、ガーデニング体験の滞在体験プログラム化で副収集確保へ
鳥獣対策室:中山間地域における体験の滞在体験プログラム化で副収集確保へ
農地林務課:間伐材の利用や下草刈りの滞在体験プログラム化で副収集確保へ
水産課:呼子朝市の再活性化策の構築および新たなブランド構築
商工振興課:域内事業のクロスオーバー検証によるツーリズム資源の開発と販売
からつブランド戦略室:ブランディング活動の観光面への最大反映
唐津焼振興室:唐津焼のリブランディング
コスメティック産業課:化粧品製造販売のプロセスを滞在体験プログラム化
観光課:観光インフラの唐津における整備推進
観光地経営戦略室:からつ観光協議会の再起動もしくはDMOの新起動
虹の松原室:遠望する松原と体験する松原という両面からの観光商品造成
まちづくり課:景観地区の旅行商品化
道路河川管理課:イベント時の河川敷駐車場のオペレーション
みちづくり戦略室:西九州自動車道SAにおける唐津観光PRの最大発揮
道路整備課:屋外広告、道路標識の効果的な統廃合と再整備
みなと振興課:唐津港地区における交流集客拠点の整備とクルーズ船対応
ボート企画宣伝課:競艇場事業と地元唐津との一層の連携と情報発信
教育企画室:学校教育関係者のMICEへの働き掛けと来街者の地元回遊策
生涯学習文化財課:シニア世代のツーリズム現場でのマンパワー化
議会事務局:市民目線からの情報の収集能力および発信効果の共有
市民センター:地域由来の事業の効率連携と公民館活動の観光資源化

- ・企画コーディネーターとしての
- ・個別事業間の調整弁としての
- ・ツーリズムプロデューサーとしての
- ・アウトソーシング先としての
- ・プラットフォームの先鞭機能としての

強靱化する唐津観光協会
その先に見える(?)
唐津DMO

ここまでの論考のまとめとし、求められる施策立案の柱を以下に提言します。

◆観光交流まちづくり基盤整備のための施策案◆

1. 観光協会がプラットフォームを形成するための予算措置
 - ・情報やアイデアを多彩に交配/発芽させる拠点の設置
 - ・上記拠点を空間やウェブ上で機能させるプラットフォームの構築
 - ・上記プラットフォームを運営する職能を有す人員の配置

2. 訪日外国人観光客の受入りに特化した施策構築と展開
 - ・ウェブマーケティングによる訪唐動機喚起と滞在促進プログラム誘導
 - ・CRM(Customer Relationship Management)に沿った連鎖的な施策構築と展開
 - ・多文化共生を踏まえた外国人職能者の確保
 - ・非常時対応としてのデジタル機器向け非常用電源、避難情報配信等の整備

新拠点づくり

なお、上記関連予算は、観光行政の窓口一元化がなされるなかで統合され、執行されるのが合理性はより高まり、市の政策を横断的に統括する部署が所轄することが適切と考えます。また、単年を通じてさえ流動著しい観光動向や競合他地域の戦術に即応するため、予算はひも付きを改め、基本戦略の大枠に対し総額が観光協会へ付与されるのが実効性は上がると考えられます。

以上、予算付け及び予算執行のあり方につき併せて提言するものとします。

平成31年度 一般社団法人唐津観光協会収支予算書

【継続事業1・2 その他1 その他3(収益事業) 法人会計】

経常収益

(単位 / 円)

科 目	H31年度	H30年度	差 異	摘 要	H31年度
1.受取補助金	68,169,000	76,817,000	-8,648,000		
(1)唐津市運営事業補助金	63,176,000	71,967,000	-8,791,000	唐津市観光課	63,176,000
(2)玄海町運営補助金	4,393,000	4,450,000	-57,000	玄海町産業振興課	4,393,000
(3)(一社)佐賀県観光連盟補助金	600,000	400,000	200,000	(一社)佐賀県観光連盟	600,000
2.自主財源収入	27,082,427	25,712,927	1,369,500		
(1)会費	7,600,000	7,600,000	0		
(内訳)				会費	7,600,000
(2)受取負担金	5,268,000	3,501,000	1,767,000		
(内訳)				収益事業消費税・事務負担金他	5,268,000
(3)受取寄付金	50,000	300,000	-250,000		
(内訳)				あじさいまつり美化協力金	50,000
(4)事業収入	14,131,000	14,279,000	-148,000		
(内訳)				村田英雄記念館	601,000
				あじさいまつり駐車場利用料	6,120,000
				さくらと陣跡ウォーク参加料(鎮西)	240,000
				玄海ウォーク/地域活性化事業参加料	400,000
				唐津PR事業(商品売上・自動販売機手数料)	6,270,000
				レンタカー・ガイド手数料収入他	500,000
(5)雑収益	33,427	32,927	500		
(内訳)				雑収益(受取利息他)	33,427
3.経常収益合計	95,251,427	102,529,927	-7,278,500		

経常費用

(単位：円)

科目	H31年度	H30年度	差異	摘要	H31年度	
1.【継続事業1・2】	13,947,000	15,288,000	-1,341,000			
情報発信事業	(1) 観光宣伝推進事業	2,440,000	1,490,000	950,000		
				キャンペーン事業他(全体) 観光宣伝広告事業費	587,000 1,853,000	
おもてなし推進事業	(2) 観光情報提供事業	11,507,000	13,798,000	-2,291,000		
				HP更新 マップ・観光ガイド本・ポスター制作	1,200,000 10,307,000	
2.【その他1】	15,048,000	25,888,000	-10,840,000			
おもてなし推進事業	(1) 観光誘致事業	2,053,000	8,662,000	-6,609,000		
				見掃りの滝を美しくする事業 呼子イカすクリスマス事業 相知くんち推進事業	1,280,000 553,000 220,000	
おもてなし推進事業	(2) 地域連携事業	183,000	204,000	-21,000		
				海・川・山開き (唐・相・浜・鎮・殿・七・肥)	183,000	
おもてなし推進事業	(3) 広域観光事業費	12,812,000	17,022,000	-4,210,000		
				地域重点強化策 RKBラジオ観光情報 おすすめ店本制作 PR/WEBマーケティング 唐津観光資源開発費 呼子観光客受入対策事業(呼子) 観光案内業務 玄海支所施設管理(玄海)	964,000 0 1,500,000 120,000 530,000 350,000 9,348,000 0	
3.【その他3】	18,147,000	12,262,000	5,885,000			
収益事業				唐津PR事業費 (商品及び体験型企画開発及び事務費) 村田英雄記念館運営(相知) さくらと陣跡ウォーク(鎮西) 玄海ウォーク(玄海) 玄海地域活性化事業 没後100年辰野金吾顕彰魅力アップ 肥前名護屋城訴求催事新創造 あじさいまつり	6,770,000 2,200,000 420,000 437,000 650,000 600,000 900,000 6,170,000	
4.【法人会計】	52,595,000	53,469,000	-874,000			
管理費	(1) 役員報酬	5,590,000	5,516,000	74,000	5,590,000	
	(2) 職員給与	32,747,000	33,995,000	-1,248,000	人件費 32,747,000	
管理費	(3) 事務費	12,258,000	11,958,000	300,000	旅費交通費 交際費 消耗什器備品費 通信運搬費 需用費 使用料及び賃借料 地代家賃 租税公課 雑費	150,000 30,000 340,000 792,000 2,213,000 1,337,000 1,865,000 4,883,000 648,000
	(4) 会議費	600,000	600,000	0	会議費 600,000	
管理費	(5) 負担金	1,400,000	1,400,000	0	団体負担金 1,400,000	
5.投資活動の部	51,000	51,000	0			
				備品購入支出 減価償却引当預金支出	0 51,000	
6.経常費用合計	99,788,000	106,958,000	-7,170,000			
7. 当期収支差額	-4,536,573	-4,428,073	-108,500			
8. 前期繰越収支差額	4,536,573	4,428,073	108,500			
9. 次期繰越収支差額	0	0				

平成31年度一般社団法人唐津観光協会 【その他2】 受託事業予算書

(単位:円)

事業	予算額	摘要	
1.呼子昭和バス発着所	1,532,000		
受託収益	1,231,200	昭和自動車株式会社	
事業収益	300,000		
雑収益	800		
経常費用	1,532,000		
2.唐津くんち振興事業	6,001,000		
受託収益	6,000,000	唐津市観光課	
雑収益	1,000		
経常費用	6,001,000		
3.浜崎祇園山麩子保存会館	3,480,000		指定管理者
受託収益	3,455,000	唐津市浜玉支所	
雑収益	25,000		
経常費用	3,480,000		
4.旧唐津銀行案内業務	6,251,000		
受託収益	6,250,000	唐津市観光課	
雑収益	1,000		
経常費用	6,251,000		
合 計	17,264,000		

勘定科目	継続実施事業 1・2	その他1 誘致・広 域・地域	その他2 受託事業	その他3収益 (収益事業)	法人会計	合計
I 一般正味財産増減の部						
1 経常増減の部						
(1) 経常収益						
特定資産運用益	0	0	0	0	0	0
特定資産受取利息						0
受取会費	0	2,650,000	0	550,000	4,400,000	7,600,000
正会員受取会費		2,650,000		550,000	4,400,000	7,600,000
賛助会員受取会費						0
事業収益	0	0	300,000	14,131,000	0	14,431,000
商品売上				4,073,000		4,073,000
飲食料収入						0
旅行取扱収入				330,000		330,000
駐車場収入				6,120,000		6,120,000
手数料収入			300,000	2,500,000		2,800,000
入館料収入				600,000		600,000
参加料収入				508,000		508,000
受取補助金等	11,358,000	12,194,000	16,936,200	2,769,000	41,848,000	85,105,200
受取地方公共団体補助金	11,358,000	12,194,000		2,769,000	41,848,000	68,169,000
受託収益			16,936,200			16,936,200
受取負担金		204,000			5,064,000	5,268,000
受取寄付金				20,000	30,000	50,000
雑収益			27,800		33,427	61,227
経常収益合計	11,358,000	15,048,000	17,264,000	17,470,000	51,375,427	112,515,427
(2) 経常費用						0
事業費	19,350,857	31,259,569	17,264,000	23,099,179	0	90,973,605
期首棚卸高						0
原材料仕入費						0
商品仕入費				4,250,000		4,250,000
期末棚卸高						0
イベント等維持費		1,490,000		1,270,000		2,760,000
ツアー経費(事)						0
民泊経費(事)						0
支払手数料						0
給料手当(直接計上)		7,200,000	8,280,000			15,480,000
給与手当(共通)	4,939,092	14,817,277		4,423,709		24,180,078
臨時雇賃金		0	800,000			800,000
福利厚生費		0	1,410,000			1,410,000
広告宣伝費	600,000	800,000		340,000		1,740,000
旅費交通費	500,000	450,000	2,000	640,000		1,592,000
通信運搬費	610,000	559,000	335,500	580,000		2,084,500
通信運搬費(共通)	180,115	390,342		116,537		636,994
減価償却費				112,203		112,203
消耗什器備品費		250,000	35,000	250,000		535,000
消耗品費		288,000	282,000	665,000		1,235,000
修繕費		30,000	13,000	20,000		63,000
印刷製本費	10,307,000	1,500,000	70,000	270,000		12,147,000
車両・燃料費		25,000				25,000
光熱水料費		410,000	510,000	905,000		1,825,000
光熱水料費(共通)	115,000	345,000		103,000		563,000
地代家賃			129,600	2,520,000		2,649,600
賃借料			3,010,000	2,180,000		5,190,000
賃借料(共通)	219,650	658,950		196,730		1,075,330
保険料		20,000	10,000	102,500		132,500
謝礼金		530,000				530,000
租税公課		10,000	52,000	37,500		99,500
交際費				10,000		10,000
金雑費	5,000					5,000
委託費	1,820,000	900,000	1,500,000	3,480,000		7,700,000
支払負担金	50,000	246,000	777,400	560,000		1,633,400
支払助成金		100,000				100,000
支払利息(事)						0
雑費	55,000	240,000	47,500	67,000		409,500
管理費	0	0	0	0	26,255,635	26,255,635
役員報酬					5,590,000	5,590,000
臨時雇賃金						0
給料手当					5,883,962	5,883,962
福利厚生費					2,682,960	2,682,960
金雑費					600,000	600,000
旅費交通費					150,000	150,000
通信運搬費					155,006	155,006
消耗什器備品費					340,000	340,000
消耗品費					335,000	335,000
修繕費						0
印刷製本費					768,000	768,000
燃料費					410,000	410,000
光熱水料費					137,000	137,000
賃借料					261,670	261,670
地代家賃					1,865,000	1,865,000
租税公課					4,883,000	4,883,000
交際費					30,000	30,000
支払負担金					1,400,000	1,400,000
減価償却費					116,037	116,037
雑費					648,000	648,000
経常費用合計	19,350,857	31,259,569	17,264,000	23,099,179	26,255,635	117,229,240
評価損益等調整前当期経常増減額	-7,992,857	-16,211,569	0	-5,629,179	25,119,792	-4,713,813
評価損益等計						0
当期経常増減額	-7,992,857	-16,211,569	0	-5,629,179	25,119,792	-4,713,813
2. 経常外増減の部						0
(1) 経常外収益						0
経常外合計						0
(2) 経常外費用						0
経常外費用合計						0
当期経常外増減額	0	0	0	0	0	0
税引前当期一般正味財産増減額	-7,992,857	-16,211,569	0	-5,629,179	25,119,792	-4,713,813
当期一般正味財産増減額	-7,992,857	-16,211,569	0	-5,629,179	25,119,792	-4,713,813
一般正味財産期首残高	-27,950,443	-70,614,649	-6,279,456	-15,650,616	149,858,004	29,362,840
一般正味財産期末残高	-35,943,300	-86,826,218	-6,279,456	-21,279,795	174,977,796	24,649,027
II 指定正味財産増減の部						0
受取補助金等						0
受取地方公共団体補助金						0
受取寄付金						0
受取寄付金						0
一般正味財産への繰替額						0
一般正味財産への繰替額						0
当期指定正味財産増加額	0	0	0	0	0	0
指定正味財産期首残高	0	0	0	0	0	0
指定正味財産期末残高	0	0	0	0	0	0
II 指定正味財産増減の部	-35,943,300	-86,826,218	-6,279,456	-21,279,795	174,977,796	24,649,027