

令和7年度デザイン経営を活用した地域への観光客の誘致拡大に向けた支援事業

- 九州管内では都市部が観光客で賑わっている一方で、魅力的な地域資源を有しているにも関わらず、**ブランディングの不足**により十分に**観光客（インバウンド含む）を取り込めていない**観光地が存在。
- そこで、本事業では「デザイン経営」の手法を用いたワークショップを通じて、これまで気づいていなかった・見えていなかった**地域資源・価値の活用法等を検討する**とともに、近年観光客の誘客に欠かすことのできない**SNSブランディングやSNSプロモーションの要素を取り込む**ことで、**地方への観光客の誘致を拡大するための観光戦略の策定を支援**することを目的とする。

支援団体の選定（2団体）

専門家によるワークショップ（各4回）

成果報告会（合同）※オンライン



地域観光の消費拡大に向けた取組に意欲のある団体を公募により選定

各地域が抱える課題解決のため、デザイン経営の考え方を軸に人格形成、価値創造、文化醸成をメインテーマに各4回のワークショップを実施

本事業を通じて導き出された成果を共有することで、両団体の気づきの機会を創出



（事業全体の流れ）

支援団体の決定（8月）

ワークショップ（9～1月）

成果報告会（2月）

【現状】

- 佐世保市の観光振興について、**日帰り観光率が高く、宿泊率が低い**という状況がある。更に、旅行消費額においても、佐世保エリアの状況は全国平均と比較して低い水準となっている。また、ハウステンボスと西海国立公園九十九島の二大観光地は認知度が高いが、**その他の観光資源の認知度は低い**。
- 日本遺産「佐世保鎮守府」の構成文化財の一つである「**戸尾市場**」はJR佐世保駅から徒歩圏内の街なかエリアにあり、「佐世保の台所」として市民に親しまれてきた商店街だが、来客数の減少傾向により**日常的な賑わいが少なくなっている**。



防空壕



戸尾市場のマップ



戸尾市場

課題

- 来客数の減少傾向により日常的な賑わいが少なくなっており、**市場全体の活性化に向けた取り組みが必要**
- 店主の高齢化により、長年培われた**商売のノウハウや地域とのつながりの継承が必要**
- 施設の老朽化が進んでおり、来客者の満足度向上のための**環境整備が必要**
- 後継者不足により一部の伝統ある店舗の継続が困難な状況であり、**新たな担い手確保が必要**



本事業におけるゴール

- 戸尾市場のあるべき姿の可視化
- 今後の観光のあり方、方向性を定める

【現状】

- これまでも久留米絣協同組合や組合青年部として産地の活性化の為に様々な取り組みを行ってきたが、**産地として向かうべき方向をしっかりと共有し実行することが出来ていなかった。**
- 久留米絣の産地は、複数の自治体（久留米市、八女市、筑後市、広川町）にまたがっていることにより、自治体毎に誘客の為に施策を行っており**横の連携が取れていない。**



課題

- 久留米絣のブランディングや産地での観光客の受け入れ体制の構築についてはまだ十分ではない。
- 久留米絣の良さを知ってもらうためには実際に製造過程を見てもらったり体験してもらったりすることが一番であるが、移動手段の問題もあるため**産地に来てもらうにはハードルがある。**
- 個々での取り組みとしてギャラリーやカフェを併設したりワークショップを実施したりしているが、体験や見学も組織的ではなく個別に行っているため、**産地全体としての取り組みにはなっていない。**



本事業におけるゴール

- 価値設計と将来像の共有
- 地域循環と仲間づくり

ワークショップ^o（佐世保市観光課）

ワークショップ参加者：
佐世保市役所、戸尾市場活性化協議会

■ 日程・内容

【事前ヒアリング】 2025年8月29日（金）	本事業への応募の背景や期待する支援内容等についてヒアリングを行い、支援の方向性を協議した。
【第1回】 2025年10月27日（月） 18時～20時	デザイン経営の考え方に触れる。 戸尾市場を深掘りし、未来について話し合う。 デザイン経営の概要や考え方について澤田氏の講義を受けた後、①戸尾市場としてデザイン経営に取り組むにあたってどんな状態を目指せると理想的か、またその先にどのような世界を目指したいか。②戸尾市場として誰が主体となって、どこから考え始めるのが良いと思うか。の2点についてグループワークを行い目指すべきゴールを共有した。
【第2回】 2025年12月4日（木） 18時～20時	戸尾市場らしさを軸とした将来像を設計する 戸尾市場らしさとは何かを導くため、戸尾市場らしい物や歴史、自然、文化、風景、行事、人等について意見を出し合い、軸となるものを共有した。また、「どんな地域のどんな人々によるプロジェクトか」についてグループディスカッションを行った。
【第3回】 2025年12月23日（火） 18時～20時	将来像を具現化するために必要なプロジェクトを考える 粉氏よりSNSの活用法について講義があり、SNSで広報する際にはまずしっかりと商品を作ることが重要で最初はスモールスタートでも良いという話があった。また、グループ毎に「地域らしさ」「チームらしさ」を踏まえたコンテンツ案を話し合い、ブランディングシートを用いてターゲットとする顧客像やストーリー、ニーズについて価値設計を行った。
【第4回】 2026年1月16日（金） 18時～20時	プロジェクトの具体化と実施体制 次年度以降に誰が中心となってプロジェクトを推進していくのかを仲間シートを作成しながら考え、3名が中核メンバーとして引っ張っていくことになった。また、3年間のロードマップを作成し、ある程度の方向性は定めつつ、仲間シートに挙げられたメンバーを巻き込みながら、今できることは何かを考えながら積み上げていくという結論に至った。

■ 支援専門家



共同印刷(株)
内田氏



ミテモ(株)
澤田氏



(株)VISIT九州
粉氏

■ ワークショップ風景



« 4回のワークショップを通じた結果 »

戸尾市場らしさを深掘りしたことで市場関係者や市役所の職員との間で共通認識を持つことができ、戸尾市場としての人格形成につながった。

今後はワークショップで築いた連携の基盤を活かして、中核メンバーの3名を中心に関係者を巻き込みながら、現在実施しているのみの市や食べ歩きイベント等を継続して行い軌道に乗せるとともに、新たな企画事業にも取り組んでいくことにまとめ、共創・協働の文化醸成にもつながった。

ワークショップ（久留米絨協同組合青年部）

ワークショップ参加者：
久留米絨協同組合青年部、久留米市、八女市、広川町、筑後市、福岡県、福岡県中小企業団体中央会等

■ 日程・内容

【事前ヒアリング】 2025年8月25日（月）	本事業への応募の背景や期待する支援内容等についてヒアリングを行い、支援の方向性を協議した。
【第1回】 2025年10月20日（月） 13時00分～15時00分	デザイン経営の考え方に触れる。 地域と久留米絨を深掘りし、未来について話し合う。 デザイン経営の概要や考え方について澤田氏の講義を受けた後、久留米絨の産地としての地域らしさを深掘りし、久留米絨以外の魅力とは何かについて意見を出し合い共有を行った。これにより、市町を越えて久留米絨の産地に対する思いを共有することができた。
【第2回】 2025年12月4日（木） 13時00分～15時00分	価値設計と将来像を描く チームらしさや地域らしさを考え、商品と地域性に一貫性を持たせることがブランディングにおいて重要であることを学んだ。そこで、自分たちがどのような地域のどんな人の集まりなのかを歴史や自然、文化、行事等の様々な角度から考え、意見を出し合うことで久留米絨の産地としての「らしさ」を検討した。
【第3回】 2025年12月24日（水） 13時00分～16時00分	将来像を具現化していくために必要なプロジェクトを考える 粉氏よりSNSの活用法について講義があり、「誰がやるのか」「何を売るのか」「収益化していくには」等について説明を受け、まずは小さな一歩を踏み出すことが重要だと学んだ。また、地域らしさを踏まえてターゲットとする顧客像やコンテンツ案を考える価値設計を行った。
【第4回】 2026年1月30日（金） 14時00分～17時00分	プロジェクトの実行体制とロードマップをデザインする 仲間シートを用いながら今後のプロジェクトの実行体制を検討し今後中心となって推進していくメンバーを確認した。また、3年間のロードマップを作成しゴールに向けた進め方等について検討した。

■ 支援専門家



共同印刷(株)
内田氏



ミテモ(株)
澤田氏



(株)VISIT九州
粉氏

■ ワークショップ風景



《 4回のワークショップを通じた結果 》

本事業の開始時点で既にプロジェクトを進める体制は整っていたため、「人格形成」を中心に「価値創造」「文化醸成」といったところもしっかり検討することが出来た。3年後までのロードマップもやる事が明確になり、KASURI BEAT（仮）やKASURI SUMMIT（仮）などの企画事業を確実に進めていける体制作りにつながった。産地が複数の自治体にまたがっているという懸念があったが、県が参加してくれたことで全体的なまとまりができた。

成果報告会（合同）

- 本事業を通じて導き出された成果を共有することで、**両団体の気づきの機会を創出**することを目的に2月16日（月）に**合同で成果報告会**を実施（オンライン）。
- 当日のプログラム：①開会挨拶（九州経済産業局 流通・サービス産業課長）②基調講演（株式会社ロフトワーク 二本柳 友彦氏）③成果発表（佐世保市観光課／久留米絃協同組合青年部）④トークセッション及び総評

佐世保市観光課

- 地域資源の再発見と運営体制の構築により、**戸尾市場の新たな可能性を確認することができた。**
- 市場関係者、地域住民、行政が一体となって、**戸尾市場の伝統を守りながら新しい価値を創造し、次世代に引き継ぐ持続可能な活性化を目指していく。**
- 今後は地元住民のための「佐世保の台所」として維持する事に加え、**観光客などの外部からの訪問客を受け入れていく市場へと発展**させていく。

今後の活性化に向けた取り組み

段階的な活性化戦略

1年目(検討・試行段階)	2年目(実施・拡大段階)	3年目(定着・確立段階)
戸尾市場を「食」の場として、食文化を軸とした観光資源としての可能性の検討	戸尾市場の食文化を軸とした観光資源としての可能性の検討	食文化を軸とした観光資源としての可能性の検討

継続的な取り組み方針

- 市場関係者、地域住民、行政が一体となって、戸尾市場の伝統を守りながら新しい価値を創造し、次世代に引き継ぐ持続可能な活性化を目指していく。
- 地元住民のための「佐世保の台所」として維持し、観光客などの外部からの訪問客を受け入れていく市場へと発展させていく。

観光客誘客拡大への取り組み

日本遺産「鎮守府」構成文化財としての価値活用

戸尾市場は日本遺産「鎮守府」の構成文化財として、周知・認知された貴重な文化遺産です。この歴史的価値を最大限に活用し、佐世保の観光都市としての歴史文化を体験できる観光地として発展させます。

防災環活用	観光夜受入体制構築
防災環を活用した観光資源としての価値活用	観光夜受入体制構築

久留米絃協同組合青年部

- これまでにも産地活性化のために様々な取り組みをしてきたが、**産地全体として同じ方向を向けていなかったところがあった。**
- 今回の事業を通じて、**地域らしさ、産地らしさを見つめ直し、自分たちが産地の主たる構成員としてどこに向かっていくのか、地域や関係者とどのように向き合っていくべきなのか**を考える良い機会になった。
- 次年度からは本事業で策定した**ロードマップ**を基に**KASURI BEAT（仮）**や**KASURI SUMMIT（仮）**プロジェクトを進めていく。

	商品開発	販路開拓	組織形成・財源
3年後	・KASURI SUMMIT開催 ・祭り第2回開催 「真・地共通の課題解決」UNION →産地から産地へ →技術伝授、継承人材/バンク化、育成 →縁の組合のアップグレード →KASURIではなく、「KASURI」世界基準	↑	・リミット実行委員会
2年後	・祭り第1回開催 身辺にしていける関係者、当事者を増やす世代を超え		・祭りの実行委員会
1年後	・実大、実大と連携するサマーキャンプ(仮)-8月開催 ・餅を三日三晩語りつくす (自分たちが大事にするもの) 「餅を楽しくむが涼う角夜から餅を脱する→新しい餅の発見」「次世代・若者と共創する」		・実大・実大 ・リリース、メディアに共有 ・大丸連携

本事業のまとめ

「デザイン経営」の概念や考え方を講義する座学の部分と、各団体が抱える課題の解決のため「デザイン経営」の考え方を軸にしたワークショップを並行して行うことで、参加者は「デザイン経営」を体系的に学ぶことができた。また、「デザイン経営」という手法を地域に用いて本事業を進めたことで、地域を一つの面として捉える意識づけができた。



参加者はワークショップを通じて「デザイン経営」の考え方を体験・学習するとともに、同じモチベーションを持った仲間や支援者といった資産も改めて獲得している。今後、各団体が自走をしていく中で本事業で得た資産を有効活用し、「地産→外消→地引→地消」（注1）のサイクルを回しながらプロジェクトに取り組むことで地域への観光客の誘致拡大が期待される。

注1：地域で作った商品・サービスを都市圏や外国といった外側の商圏で認知を拡大し、当該の商品・サービスのファンを獲得、地域への誘引を図り、地域での消費につなげていくという一連の循環構造のこと。