

令和 5 年度
経済学部社会課題研究センター
学生チャレンジ地域連携プロジェクト
研究助成
最終報告書

佐賀大学経済学部
山本研究室

令和 6 年 2 月 28 日

経済学部社会課題研究センター
学生チャレンジ地域連携プロジェクト研究助成 最終報告書

令和 6 年 2 月 28 日
佐賀大学経済学部経営学科

研究代表者

氏名 外山 智哉

I 研究課題名

地方創生のための魅力発信とまちづくり
～佐賀県と唐津市を中心とした考察～

II 調査・研究従事者

学籍番号	氏 名	分 担
	外山 智哉	全体総括、調査研究、報告書執筆
	木田 ヒカル	部分総括、調査研究、報告書執筆
	中川 仁之介	部分総括、調査研究、報告書執筆
	甲斐 海南太	部分総括、調査研究、報告書執筆
	甲斐 響	部分総括、調査研究、報告書執筆
	竹内 幹太郎	部分総括、調査研究、報告書執筆
	田中 夏月	部分総括、調査研究、報告書執筆
	寺田 愛花	部分総括、調査研究、報告書執筆
	日高 桜	部分総括、調査研究、報告書執筆
	秀島 康介	部分総括、調査研究、報告書執筆
	福田 遥	部分総括、調査研究、報告書執筆
	森崎 葵	部分総括、調査研究、報告書執筆
	水流 かほり	部分総括、調査研究、報告書執筆

調査・研究従事者数 13 名

III 研究報告

地方創生のための魅力発信とまちづくり ～佐賀県と唐津市を中心とした考察～

外山 智哉、木田 ヒカル、中川 仁之介、甲斐 海南太、
甲斐 響、竹内 幹太郎、田中 夏月、寺田 愛花、
日高 桜、秀島 康介、福田 遥、森崎 葵、
水流 かほり

目次

序章 日本の過疎化を中心とした現状

第1節 日本の過疎化と取り組みの現状 第2節 日本の現状 第3節 過疎地域
に対する施策とその現状

第1章 佐賀県の現状と魅力及び情報発信

第1節 佐賀県について 第2節 人口減少の2つのタイプについて 第3節 魅
力度ランキング最下位 第4節 佐賀県の魅力 第5節 魅力の発信力

第2章 佐賀県のイベントや新施策とその経済効果

事例1:「さがバスまるっとフリーDAY」 事例2:「佐賀アリーナ」 事例3:
「スポーツチーム(サガン鳥栖、佐賀バルーンズ)」 事例4:「いきいき唐津株
式会社、複合商業施設 KARAE」

第3章 今後の佐賀県の可能性と諸問題への解決策の提案

第1節 今後の佐賀県の可能性 第2節 県と民間事業者の連携

第4章 佐賀県唐津市の概要と地方創生への取り組み

第1節 佐賀県唐津市の概要 第2節 地方創生企業の取り組み 第3節 佐賀県
唐津市と福岡県福岡市の比較検討 1 土地性と経済圏 2 補助金と雇用 3 商業
第4節 佐賀県唐津市を舞台としたアニメの聖地巡礼 1 「ゾンビランドサガ」 2
「ユーリ!!! on ICE」 3 佐賀県における聖地巡礼にみる観光の現状

総括

序章 日本の過疎化を中心とした現状

第1節 日本の過疎化と取り組みの現状

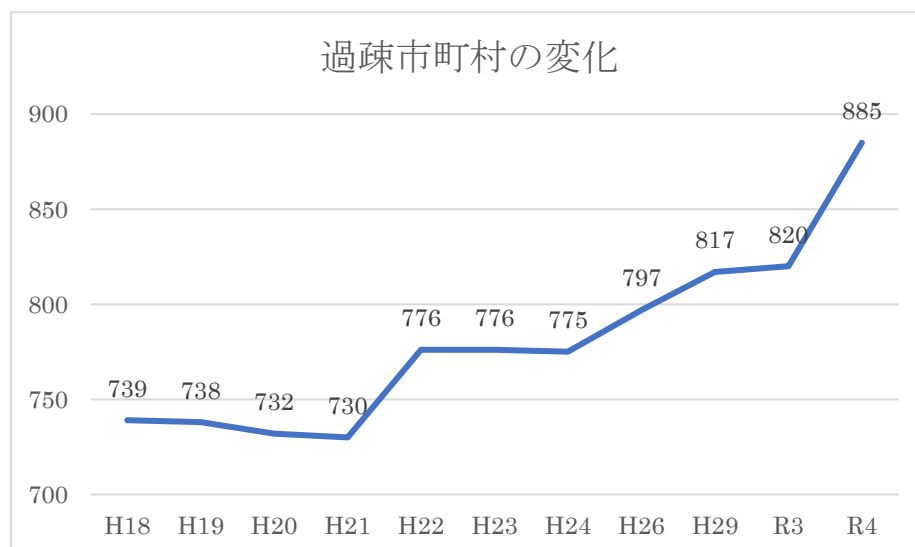
まず「過疎化」とはそもそもどういうことか。「過疎化」ということばは抽象的であり、定義することが困難であるため、一般社団法人全国過疎地域連盟のホームページから引用し、以下、内容を進めていく。

昭和30年代以降、つまり、日本経済が高度経済成長期に突入すると、農産漁村地域から都市地域に向けて、若者を中心に大幅な人口移動が起こった。そのため都市部では、人口集中による「過密」問題が起こるようになった。しかし、その一方で、農山漁村地域では、人口減少による「過疎」問題が起こるようになったのである。具体的には教育、医療、防災など、その地域における基礎的な生活の確保への支障や産業の担い手不足などによる生産機能の低下などがあげられる。

それでは、現在の日本の過疎化はどこまで進んでいるのだろうか。また、それに対し、国ではどのような対策を行っているのだろうか。

第2節 日本の現状

2022（令和4）年4月1日時点で、日本に存在する過疎市町村*1の数は全国の1718市町村のうち885にまで至っている。つまり、日本全体の51%、半分以上が過疎市町村となっている。ちなみに、その前年（2021年4月1日時点）の数は820である。たった1年間で、新たに27道府県の計65市町村が指定された。以下の図は、全国過疎地域連盟が公開しているデータをもとに、過疎市町村の変化を示したものである。（図表1）



(図表 1) 過疎市町村の変化

(一般社団法人全国過疎地域連盟「(都道府県別) 過疎市町村の数」より筆者作成)

*1 過疎市町村：「過疎地域市町村*2」、「過疎地域とみなされる市町村（みなし過疎）*3」、

「過疎地域とみなされる区域のある市町村（一部過疎）*4」の総称。

*2 過疎地域市町村：過疎法第 2 条及び第 41 条の適用される要件に該当する市町村。

*3 過疎地域とみなされる市町村（みなし過疎）：過疎地域市町村を含む合併による新市町村は、過疎地域市町村の要件に該当しなくても、一定の要件に該当する場合には過疎地域とみなす。

(過疎法第 42 条)

*4 過疎地域とみなされる区域のある市町村（一部過疎）：過疎地域市町村を含む合併による新市町村は、過疎地域市町村の要件・過疎地域とみなされる市町村の要件ともに該当しない場合でも、その新市町村のうち合併前に過疎地域であった旧市町村の区域は過疎地域とみなされる。

(過疎法第 3 条)

※過疎地域の要件については全国過疎地域連盟のホームページ参照

第 3 節 過疎地域に対する施策とその現状

国が過疎地域に対して行っている施策には、「国庫補助金のかさ上げ」をはじめ、持続的発展の支援のためさまざまなものがあるが、これらはどのくらい機能しているのだろうか。

第 2 節のデータをみても、このような支援があまり機能していないように感じる。少子高齢化が特に進む地方では、どうすれば定住者（特に若者）が増えるか、その土地の魅力をより効果的に発信するかを考え、策を講じる必要があるのではないか。そのためには、地域一体となったまちづくり、地域おこしが重要であると考えます。

次の章からは、現在私たちが住んでいる佐賀県を事例に考えていく。

第 1 章 佐賀県の現状と魅力及び情報発信

第 1 節 佐賀県について

まずは、佐賀県の人口変化について述べる。佐賀県でも一般的な過疎市町村のように、若年層の進学や就職のために県外に流出する「社会減」、2003 年からは死亡者が出生者を

上回る「自然減」が進み、人口減少に歯止めをかけられずにいる。佐賀県政策部統計分析課の人口推移によると、県の人口のピークは、1955（昭和 30）年の 973,749 人、1973（昭和 48）年には 833,322 人まで減少するも、1996（平成 8）年まで緩やかに増加し、885,176 人まで盛り返す。しかしながら、翌年から減少し続け、現在、2022（令和 4）年の 800,511 人に至る。

第 2 節 人口減少の 2 つのタイプについて

ここでは、第 1 節で出てきた佐賀県の「自然減」と「社会減」について詳しく述べる。

まず、「自然減」についてである。厚生労働省の 2022 年の人口動態統計によると、合計特殊出生率（1 人の女性が生涯に産む子どもの数の推計値）は、0.03 ポイント減の 1.53 と横ばい、死亡数は 1,060 人増の 1 万 1205 人、人口 1,000 人当たりの死亡率は全国平均（12.9）より高い 14.1 であった。死亡数が出生数を上回る「自然減」の状態は、2003 年から 20 年連続減で、2022 年の減少は過去最多の 5,653 人であった。

次に「社会減」についてである。佐賀県は全国的に見ても、深刻な人口流出県である。1995 年を境に、転出数は増加、転入数は減少、社会減の減少数が拡大傾向となる。佐賀県政策部統計分析課の 2022 年度の推計人口より、県外からの転入者数は、18,865 人（男 10,171 人、女 8,694 人）で、他の都道府県からの転入で最も多いのは、福岡県(6,967 人)で、続いて長崎県(1,936 人)、東京都(938 人)、熊本県(870 人)、大分県(508 人)となっている。県外への転出者数は、18,919 人（男 10,021 人、女 8,898 人）となっており、転出先で最も多いのは、福岡県(7,487 人)で、続いて長崎県(1,565 人)、東京都(1,275 人)、熊本県(882 人)、神奈川県(624 人)となっている。この結果、社会動態では、54 人（男 150 人増、女 204 人減）の転出超過（人口減少）となっている。

第 3 節 魅力度ランキング最下位

佐賀県に住んでいる人であれば、「佐賀県は魅力度ランキング最下位」というワードを耳にしたことがあるはずである。都道府県魅力度ランキングは、47 都道府県と国内 1,000 市町村を対象に、全国の約 3 万人の有効回答を得て集計したものである。魅力度は、「各自自治体について、どの程度魅力を感じますか？」という問いに対する回答で、それぞれ、「とても魅力的」100 点、「やや魅力的」50 点、「どちらでもない」「あまり魅力を感じない」「全く魅力的でない」0 点と点数をつけ、それらを加重平均して算出したものであり、

ブランド総合研究所がインターネットで調査を行う。

2022 年の佐賀県の魅力度ランキングは、史上初の 47 位であった。回答結果を見ていくと、「魅力的」と回答したのは 4.5%で、「やや魅力的」と回答したのは 17.8%であった。前年の調査ではそれぞれ 4.4%、16.7%であったため、いずれも増えている。魅力が低下したわけではなく、魅力度の伸びが悪かったともいえる。そこで、魅力度を向上させることは、佐賀県が取り組むべき重要事項の一つであるといえよう。

第4節 佐賀県の魅力

佐賀県にはさまざまな魅力がある。ここでは、行事面、観光資源面、特産品面といった3つの面から代表的な例を取り上げる。

代表的な行事としては、やはり「佐賀インターナショナルバルーンフェスタ」が有名である。このイベントは、佐賀県佐賀市の嘉瀬川河川敷を主会場として毎年秋に開催される。国内だけでなく海外からも一流選手が集結し、参加するバルーンは約 100 機とアジア最大規模となっている。大会は通常 5 日間行われ、イベント来場者は約 80 万人にも達する。このバルーンフェスタでは、バルーン大会だけでなく身体に障害のある方々を対象とした「ハートフル・デー」や、子供たちへの熱気球教室の「キッズ・デー」、さらに、地元佐賀の食を楽しめる「ふるさと物産館」等も設けられており、来場者に熱気球の楽しみや、佐賀の名産品を知ってもらう工夫がなされている。そして、アクセス面についても工夫がなされており、大会開催期間中のみ、来場者の利便と自家用車等アクセス混雑の緩和を目的として、「JR バルーンさが駅」が設置され、JR 博多駅からもダイレクトにアクセスすることが可能となっている。そのため、佐賀県住民だけではなく、他県からの観光客や外国人観光客、高齢者も来場しやすい環境となっている。



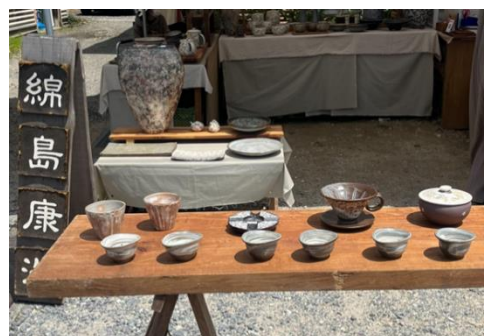
写真①：バルーンフェスタの様子



写真②：バルーンさが駅

次に観光資源の面から、「吉野ケ里遺跡」について取り上げる。吉野ケ里遺跡は、佐賀県旧神埼町・旧三田川町・旧東脊振村の 3 つの町村にまたがる日本最大の弥生時代の遺跡で、弥生時代における「クニ」の中心的な集落の全貌や、弥生時代 700 年間の移り変わりを知ることができる。また、日本の古代の歴史を解き明かす上で、極めて貴重な資料や情報が集まっており、非常に重要な役割を担っているといえる。これらは、日本最古の記録書である「魏志倭人伝」に記された「邪馬台国」の時代を彷彿とされるもので、国の特別史跡にも指定されている上、有柄銅剣やガラス製管玉等の出土品も国の重要文化財に指定されるなど、高い学術的価値を有するものとして評価されている。「弥生人の声が聞こえる」をテーマに、日本の優れた文化的資産である吉野ケ里遺跡の保存と、弥生時代を体感できる場を創出し、日本はもとより、世界への情報発信の拠点とすることを目的に作られた「吉野ケ里歴史公園」では、当時の施設の復元や発掘物の展示に加え、様々な体験プログラムも実施されている。「銅鐸を鳴らしてみる」、「土器に触れてみる」などの体験に加えて、「火おこし」、「勾玉づくり」、「土笛づくり」、「組ひもづくり」などの体験もでき、幅広い世代を対象としたプログラムが豊富である。絶えず注目を浴びる『吉野ケ里遺跡』を上手く観光事業に活用することで、地域活性化に向けた大きな一歩となり得る。

最後に特産品の面から、『焼き物』について取り上げる。佐賀県の有田・伊万里は日本磁器の発祥地であり、「有田焼」、「伊万里焼」を始めとして、「唐津焼」や「鍋島焼」などの産地として知られている。焼き物に関連する行事も盛んで、約 500 店舗が立ち並び、全国から約 100 万人が訪れる「有田陶器市」や、秘窯の里・大川内山で行われる「伊万里大川内山窯元市」、唐津焼の展示即売等の催しが行われる「唐津やきもん祭り」などが代表的である。また、窯元での陶芸体験や絵付け体験などの体験事業から、地元の食材を使った料理を有田焼の器に盛り付けた「有田焼御膳」の提供など、幅広い取り組みに着手している。このように「焼き物」を単にお土産品として扱うのではなく、関連行事の実施や体験プログラムの展開、料理の器としての利用など、「焼き物」を上手く活用した観光ビジネスを展開することで、多くの観光客を呼び込むことができる。



写真③：唐津焼を使った飲食店「cocokara」

写真④：有田陶器市

第5節 魅力の発信力

これまで述べたように、佐賀県には集客要素は十分にあるうえ、西九州新幹線の開通などで、情報接触の機会は今までより増えたはずである。しかし、魅力度ランキングは非常に低い。

この原因の一つとして、これらの魅力情報を発信する力が弱いのではないだろうか。そこで対象者の居住地別回答について調べた。「地域ブランド調査 2022」によると、佐賀県について、回答者の中で九州居住者に限れば、8.7%が「とても魅力的」、35.0%が「やや魅力的」と答えるなど、計 43.7%の人が魅力を感じている。ところが関東居住者では、「とても魅力的」が 4.5%、「やや魅力的」は 16.9%で、計 21.4%と九州のおよそ半分となる。そして、近畿居住者ではさらに少なく 16.3%、北海道・東北居住者でも計 17.8%しか佐賀県に魅力を感じていない。つまり、佐賀県の魅力が、九州以外の地域の人たちに十分伝わっていないことがわかる。

次の章では、これまで佐賀県で実施されたイベントや新設された施設などによって、魅力度の向上という面で、どのような効果があったかを考察する。

第2章 佐賀県のイベントや新施策とその経済効果

事例1：「さがバスまるっとフリーDAY」

このイベントは、2023 年 1・2 月の期間の毎週水・日曜日を限定として実施された。佐賀県地域交流部交通政策課による企画で、佐賀県内で運行するすべての路線バス会社とコミュニティバス等の運行事業者がタッグを組み、佐賀県内のどこまで行っても運賃が無料になるという取り組みである。自家用車への過度な依存から、徒歩・自転車・公共交通も利用し「歩くライフスタイル」への転換を推進する「歩こう。佐賀県。」プロジェクトの一環として企画された。自家用車ではなく、これらの手段で移動するメリットとしては、街の見え方の変化があげられる。普段は車で通り過ぎる場所も、徒歩やバスに乗るとスピードや目線が代わり、普段の街の見え方が変わってくるため、新たな街の魅力に気づくきっかけ作りになったり、それまで利用したことがなかったお店に入ってみたりなど、人々の動きが活発になり、特に観光地の活性化に大きく貢献した。

この取り組みを終了した翌月の3月には、佐賀県内で路線バスを運行する主要4事業者の乗客数が、前年同月より約4割増えた。このイベントは、日頃バスに乗らなかった人たちにも無料化によって、バスの利便性が再認識された取り組みとなったといえる。



写真⑤：フリーDAY 広告

事例2：「佐賀アリーナ」

2023年6月4日に「佐賀アリーナ」がオープンした。最大収容人数8,400人で、九州最大級規模のエンターテインメントアリーナである。建築費用は257億円で、着工から約3年かけて完成した。最大勾配35度のすり鉢状の観客席、国内最多の豊富な席のバリエーションを兼ね備えており、国内初の三つの大型ビジョンが装備されている。スポーツ、コンサート、エンターテインメントなどの大型イベントから、国際的な会議や展示会といった複合型ビジネスイベントまで、様々な行事で利用可能である。これまで、バレーボール大会、プリンスアイスワールド、NiziUやB'zのライブなどが実施された。

B'zのライブは2公演行われ、1万1千人が来場した。観客は県内が2割、県外が8割ほどであった。県外の運営スタッフ約200人の1週間分の宿泊費や観客の宿泊費、交通費、飲食費、土産代などの買い物額を精算し、県内で合計2億5000万円ほどの消費活動があり、経済波及効果は3億8600万円と試算された。

また、6月10日、11日のプリンスアイスワールドには、2日間3公演で1万6500人が来場し、県内からが8割、県外からが2割の比率となっていた。運営スタッフは約150人で、そのうち3分の2が県外からで8日間滞在、合計6100万円の消費活動があり、経済波及効果は9380万円であった。

事例 3：「スポーツチーム（サガン鳥栖、佐賀バルーンナース）」

佐賀はスポーツが盛んであり、その代表となるのが佐賀県のプロサッカーチーム「サガン鳥栖」である。毎試合ごとに、県内外から約 9,000 人の試合観戦者が訪れている。佐賀県の推定によると、2012 年に J1 に昇格したことにより、約 27 億 5000 万円の経済波及効果をもたらした。試合観戦をきっかけとして、スタジアムがある鳥栖市の観光客が増加し、地域の観光、交通・飲食の面でも貢献している。宿泊費や飲食費などの入場料以外に、アウェーサポーターが街で使う額は、一試合平均 720 万円ほどとなっている。

また、サッカー以外でも、今年の 5 月に行われたバスケットボール男子 B2 のプレーオフ準決勝第 2 戦で、B2 から B1 へと昇格した「佐賀バルーンナース」も、今後の佐賀の経済に大きな効果をもたらすだろう。佐賀県のスポーツは、サッカーを中心として全国的に注目されてきており、今後の経済効果が十分に期待できるといえる。

事例 4：「いきいき唐津株式会社、複合商業施設 KARAE」

私たちは、「まちづくり」や「地域活性化」について知るなかで、佐賀県唐津市にあるまちづくり会社「いきいき唐津株式会社」（以下、いきいき唐津（株））に興味を持ち、2023 年 9 月末に実際にここに訪問した。ここでは、いきいき唐津（株）の概要を、会社のホームページにおける記載をもととしながら述べる。

そもそもまちづくり会社は、全国の市町村に約 160 社あるとされるが、いきいき唐津（株）も、中心市街地活性化基本計画の認定を受けるにあたって設立された会社である。全国でまちづくり会社が誕生した背景として、これから急速に進んでいく少子高齢化や人口減少の中で、どのようにして地方都市が持続可能な発展をするかという大きな課題がある。そのような課題解決の方法の一つとして、国は都市のダウンサイジング&コンパクトシティ（都市の規模を小さくして、町の中心に人口を集中させる）を掲げ、それを受けて、佐賀県は 2006（平成 18）年に市街地再生指針の策定をし、2010 年に唐津市は中心市街地活性化法の認定都市となった。そして、唐津市の中心市街地活性化の実行部隊として、いきいき唐津（株）が誕生したのである。

いきいき唐津（株）は、「商業活性化」、「交流人口の増加」、「居住人口の増加」という 3 つの大きな柱を持っており、さらにそれらを達成するための戦略として、「研究・調査分析」、「商業・商品開発」、「観光促進」、「文化・学び振興」、「デザイン・情報発信」という 5 つの事業分野を展開している。

これまでの事業実績の中から、複合商業施設「KARAE/唐重」(以下：KARAE)を取り上げ、まちづくりの事例を述べる。KARAE はいきいき唐津(株)が8年間の月日を重ねて、令和元年10月25日にオープンした複合商業施設である。「唐津らしさを重ねて」というのが名前の由来で、ホテルや映画館、カフェ、レストラン、アンテナショップ、案内所など、たくさんの施設が入っている珍しい施設である。映画館については、約30年ぶりに唐津市に復活することとなった。また、ホテルの中のラウンジアートやビッグテーブルは、約100年前の酒蔵の建材や建具を蘇らせたもので、唐津の伝統文化を反映している。このようにKARAEは、住民や観光客など、唐津に滞在する人々の中心的場所として建てられ、唐津の魅力が詰まった場所となっている。



写真⑥：KARAE 研修の様子



写真⑦：KARAE カフェの料理



写真⑧：KARAE ギフトショップ



写真⑨：KARAE 映画館

第3章 今後の佐賀県の可能性と諸問題への解決策の提案

第1節 今後の佐賀県の可能性

これまで見てきたように、佐賀県には県外からの集客要素は多くある。しかし、佐賀アリーナでのイベントや佐賀インターナショナルバルーンフェスタは、集客力や経済効果への影響は大いに期待できるが、これらによって佐賀への移住者が増えるとは限らない。また、「さがバスまるっとフリーDAY」のターゲットは主に佐賀県民である。魅力は十分にあるため、いかに県外の人に佐賀の魅力を十分に感じる機会を与えるかが重要になってくる。魅力度向上のためには、九州外への認知度を高める必要があると先ほど述べたが、具体的にどのような工夫をなすべきか考察する。

第2節 県と民間事業者の連携

魅力度向上に向けた課題の一つとして、民間事業者の MICE への対応があげられる。MICE とは Meeting(企業会議・研修)、Incentive Travel(報奨・研修旅行)、Convention(政府主催会議・学会会議・業界会議)、Exhibition/Event(展示会・見本市・イベント)の頭文字で、ビジネスイベントの総称である。MICE は開催地域への集客がもたらす経済効果や観光振興の側面だけでなく、ビジネスチャンスやイノベーションの創出を促したり、土地の知名度やブランドイメージを上げたりするなど、さまざまな波及効果が期待できる。

例えば、先の佐賀アリーナについては、ライブの日に休業日の店や閉店時間が早い店があり、ライブ後に土産物を買おうとしたら、閉まっていたというケースがあったという。いうまでもなく、この MICE への取り組みは、アリーナでのイベントだけに限らず、佐賀県全体で取り組むことが経済発展に向けたカギとなる。また、MICE の種類ごとに来場者の性別や年代、消費行動は異なるため、経済効果を受け止める民間には柔軟な対応が求められる。民間がそのような対応をよりスムーズに行うためにも、運営する立場にいる関係者が、主催者のニーズの適切な把握と、市町や民間事業者に対する的確な情報提供を行う必要があるのではないかと考える。

第4章 佐賀県唐津市の概要と地方創生への取り組み

第1節 佐賀県唐津市の概要

唐津市は佐賀県北西部に位置し、その広大な市域は東西に約 36km、南北に約 30km に

わたり、総面積は約 487.60 km²に及ぶ。この面積は佐賀県全体の約 20%を占め、佐賀県内で重要な地域と位置づけられている。唐津市は、佐賀県北部地域の中心都市として栄え、佐賀県内では佐賀市に次いで第 2 位の市域人口を有している。

唐津市は自然景観にも恵まれており、美しい海岸線、豊かな山々、そして緑に囲まれた美しい田園風景が市内に広がっている。この自然環境は観光資源としても利用され、多くの観光客を魅了している。

地理的な位置からみても、唐津市は東部に福岡県糸島市、それを越えて福岡市が広がっており、福岡市との距離はおおよそ 30 km に過ぎない。しかし、興味深いことに、この近接性にもかかわらず、唐津市と福岡市の経済状況には大きな差が見られる。

唐津市は近年、人口減少の傾向が続いており、将来的には経済規模の縮小や生活水準の低下が懸念されている。2020（令和 2）年の人口の総数は 117,373 人となっており、2005（平成 17）年の 128,564 人と比べると約 15 年間で 1 万人の人口が減少している。対照的に、福岡市は政令指定都市として全国でも注目の都市の一つで、人口増加率が全国 1 位となり、開業率や商業地の地価上昇率でも全国 1 位を誇っている（2010 年 10 月から 2015 年 10 月のデータ）。それでは、なぜわずか 30 km ほどの距離でこれほどの差が生まれているのだろうか。



図表 2 唐津市の位置

第 2 節 地方創生企業の取り組み

唐津市は、市自体は創生戦略を策定し、地域の企業に対して積極的な地方創生支援を行

っている企業も存在する。例をあげると我々のゼミが研究対象としている「いきいき唐津（株）」等がそうである。いきいき唐津（株）は複合商業施設 KARAE を設立し、その中の映画館で、唐津市の魅力を伝える映画を上映するなど、地方創生支援に力を入れている。

唐津市の魅力の一つは、その豊かな自然環境だ。市内には美しい海岸線が広がり、海水浴や観光漁業などが行われている。特に、唐津市はカキやアワビの養殖が盛んであり、その美味しさは全国的に評価されている。また、市内には豊かな山々も広がっており、四季折々の美しい自然景観が楽しめる。こうした自然環境は観光客を惹きつけ、観光業は市の重要な収益源の一つだ。

さらに、唐津市には歴史的な名所や伝統文化も豊富にある。城下町として栄えた歴史的な建造物や神社仏閣、伝統的な祭りなど、訪れる人々に多くの魅力を提供している。観光客はこれらの名所を訪れ、地元の文化に触れることができる。

しかし、唐津市の経済には課題も存在する。人口減少の影響を受け、市内の消費市場が縮小していることがあげられる。また、農業や漁業は季節的な制約があるため、一年を通じて一定の収益を得ることが難しいのが現状だ。このような要因が、唐津市の経済の安定性に影響を与えている。

唐津市は地域資源を活用し、新たな産業の育成や地域振興に向けた取り組みを進めているが、まだ、その成果は限定的といえる。唐津市の将来の発展に向けては、さらなる戦略と取り組みが必要とされている。

第3節 佐賀県唐津市と福岡県福岡市の比較検討

1 土地性と経済圏

ここでは、土地性、経済圏、続いて、補助金、雇用の4つの視点から、福岡市と唐津市の現状把握を行い、比較する。

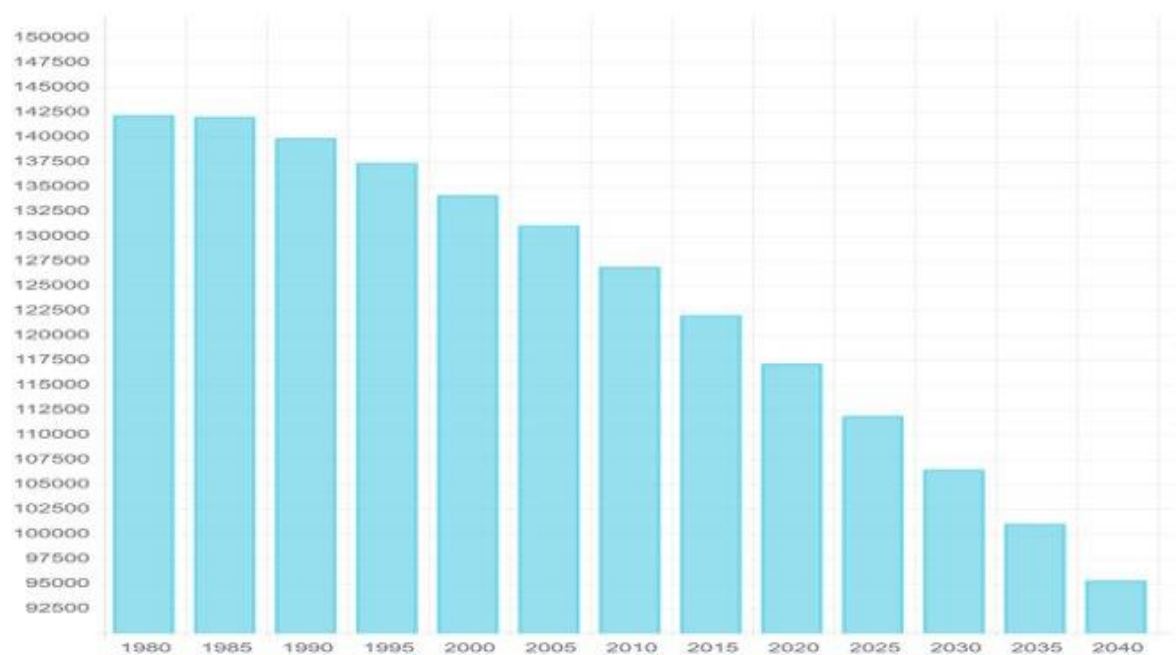
まず、土地性と経済圏について、現在の唐津市と福岡市について調査していく。

唐津市は、市域面積は約 487.60 km²で、佐賀県全体の約 20%を占めている。人口は約 11 万 6000 人で、佐賀県内では佐賀市に次いで第2位の市域人口を有しており、佐賀県北部地域の中心都市として栄えている。これには、佐賀藩と唐津藩に二分されていた歴史的経緯が関係しており、そのため、唐津市の中心市街地には、かつての唐津藩城下町を想起させるような歴史跡が随所に見受けられる。

また、唐津市は佐賀県における経済圏の一つであり、主に観光産業が唐津市を支えて

いる。観光産業は本来、産業の一つとして位置づけられていないが、「宿泊業・飲食サービス業・土産品業・二次交通・旅行業・観光施設」を総称した幅広い産業とされており、唐津市の調査によると、実際に当市への直接効果は少なくとも 139 億円にもなる。特に、宿泊業・飲食サービス業においては、産業大分類別にみた売上高の構成比が全国傾向より高く、従業者数も多いことが分かっている。さらに観光産業は、農林水産業や娯楽・スポーツ施設などに、波及効果が期待できる産業であるため、今後の唐津市の地域活性化に欠かせない産業であるといえるだろう。

一方で、先ほど唐津市の人口は約 11 万 6000 人と述べたが、これは減少し続けている上での数値で、今もなお人口減少が続いており、2060 年にはさらに約 4 割減少すると想定されている。そのような理由の一つとしては、近隣の福岡都市圏、佐賀都市圏方面に通勤・通学する市民が多いことがあげられる。



図表 3 唐津市の人口推移

しかし、唐津市を支えていくためには、人口維持は不可欠であると考えられる。唐津市の観光産業の大部分を占める「唐津くんち」や、「蕨野・大浦の棚田」のような歴史的文化の維持には、地域住民の協力や団結が必要であるからだ。これらの現状を踏まえ、唐津市が勘案すべき問題は、人口流出問題であると考ええる。

続いて、福岡市について述べる。福岡市は、福岡県北西部に位置し、県庁所在地及び政

令指定都市である。市域面積は約 241 km²、人口は約 160 万 3000 人で、これは九州地方の最多の人口を有していることとなる。東京 23 区を除いた全国の市でみても 5 番目の人口数となり、人口増加率は政令指定都市の中で首位に位置する（2020 年国勢調査より）。一方で、大都市でありながら脊振・三郡山系などの山並みやそこから伸びる森林、博多湾の島々や湾岸線などの自然に囲まれた都市であるという一面を持つ。

経済圏としての役割は、主に九州地方の行政・経済・交通の拠点としての役割を担っている。実際に本州と繋がる新幹線や高速道路などの国内広域交通軸のほか、福岡空港や博多湾などの港、さらに、北米、東南・南アジア、ヨーロッパ、豪州内に計 8 カ所の姉妹都市を持ちつつ、国際ネットワークの拠点となる施設も完備されている。

近年は、人口増加をし続けている背景も踏まえ、知性と感性を活かした創造都市を目指し、新たな拠点地区の作成が進んでいる。そのような事例の一つとして、「九州大学学術研究都市」がある。「九州大学学術研究都市」には、約 1 万 8700 人の学生や教職員が集まり、九州大学の位置する福岡市西部地域であることから、ここに新たなまちづくりが行われている。商業・行政サービス機能の拡大や研究開発機能の導入を図り作られた都市であり、学生の多い地域であることから人口も維持できると考えられる。

これらを踏まえ、福岡市は臨機応変の対応や政策を取り入れることで、当市の発展及び持続的成長を促していることが分かる。

2 補助金と雇用

続いて、補助金と雇用について、現在の唐津市と福岡市の取り組みについて述べていく。具体的には、唐津市と福岡市の 2023（令和 5 年）度予算案についてみていく。

はじめに、唐津市の企業に対する補助金について、どの程度の予算が分配されているかについて調べた。唐津市全体の令和 5 年度の予算案の当初予算額は、735 億 5272 万円 1 千円であった。そのうち、中小企業に対する補助金やスタートアップ企業等への支援金の予算は、5 億 5279 万 1 千円であった。これは全体の予算のうち、約 0.75%程度となる。これに対して、福岡市の予算規模は 1 兆 498 億円であり、そのうち企業に対する補助金は 2005 億 8129 万円である。全体の予算の約 19%を分配している。

	全体予算（円）	補助金（円）	割合（％）
唐津市	735 億 5272 万	5 億 5279 万	0.75
福岡市	1 兆 498 億	2005 億 8129 万	19

図表 4 唐津市と福岡市の全体予算と企業に対する補助金およびその割合

2つの市の間には、予算規模の違いが大きいですが、そこだけの問題だけではないと考えられる。唐津市と福岡市の特に予算面でポイントとしている部分についても調べた。

唐津市は令和5年度予算のポイントとして、「進化する唐津」の展開の年と位置づけをしている。生産力・観光力・教育力・安心力・発信力・地域力の総合力である「からつ力」を躍動させ、あらゆる領域で変化と進化をもたらす取組を推し進めていくための事業を進めていくとしている。このようなポイントのつけ方から、中小企業やスタートアップ企業などに対して補助金を分配するのではなく、市内の住みやすいまちづくりに取り組んでいる。

次に福岡市の令和5年度予算のポイントとしては、子育て世代への支援として、第2子以降の保育料無料等を実施するとともに、国内外からの観光客などの集客もポイントとしている。これらから、唐津市の取り組みは現在の唐津市民に対する支援に重点が置かれ、福岡市の取り組みは子育て世代や観光などに力を入れており、成長に重点が置かれている。

これらのことから、補助金の予算分配についても課題があると考えられる。

そして、雇用についての取り組みは以下のとおりとなる。

唐津市は2020（令和2）年から、第2期「唐津市まち・ひと・仕事創生総合戦略」を制定している。総合戦略は、人口ビジョンおよび国・県の総合戦略が定める政策分野を勘案しながら、市の実情に応じた4つの政策分野により、基本目標および基本目標を推進する具体的な施策が設定されている。

雇用に関しても4つの基本目標の中で掲げられており、多様な産業の調和による「しごと」の創生に取り組んでいる。施策の内容としては、第一次産業の就業者増加と経営安定、新規創業支援、農水省公連携等による雇用創出に取り組んでいる。具体的な内容として、農業の就業者増加と経営安定のために、若者、移住者、リタイア後の世代などの新規就農者に対し、農業経営に必要な知識・技術の指導、経営支援等を行う。漁業や林業等に対しても類似の取り組みを行う。

新規創業支援として、中小企業・小規模企業の事業活動の支援、商店街機能の維持、企業や事業展開が可能となる環境づくりに取り組む。そのような取り組みにより、企業の成長が伴うことから、就業機会の確保と雇用創出を推進する。例として、起業や創業を検討

中の人に対して、セミナーやスクールを開催する。農水省公連携等による雇用創出では、農林水産事業者と小工事業者の協力により、新たな市場の開拓や地域雇用の創出をめざし、持続可能な地域社会形成に取り組む。若者の地元離れが深刻なため、市場拡大により、地元就職率の向上を目指す。

それに対して、福岡市の取り組みの例としては、国家戦略特区の対象自治体であることから、「グローバル創業・雇用創出特区」として、創業の支援と雇用の創出に取り組んでいる。具体的な取り組みとして、福岡市はスタートアップが雇用を創出するととらえており、スタートアップしやすいまちとして、創業支援に力を入れている。さらに福岡市では、国内だけでなく海外からの創業人材にも力を入れており、唐津市が市内の事業支援に取り組むのに対して、福岡市は積極的に外からの人材や企業を誘致するという点に違いがある。

以上にみてきた土地性、経済圏、補助金、雇用といった4つの視点での、福岡市との比較で考えられる唐津市の課題としては、佐賀県内では人口が多く、栄えているとはいえ、隣接する福岡県などに流れる人材や就職者が多く、企業誘致するための資金面での不足、積極的な外部からの人材確保ができていないことが、雇用創出、ひいては地方創生につながっていない原因と考えられる。

3 商業

唐津市と福岡市の両市の商業比較をするにあたり、まずは大型商業施設を列挙する。

福岡市では、PARCO やキャナルシティをはじめとする、多くの商業施設が存在している。それらの規模としては、どの施設も多くの店舗を有しており、また、施設によっては映画館や飲食店、劇場なども併設されている。キャナルシティにいたっては、施設内に噴水ショー会場など、店舗でのショッピング以外にも楽しめるような設備が多くみられる。

他方、唐津市ではどうだろうか。唐津の市街地には、まず、イオン唐津がある。全国的に展開されているイオンモールであり、内容としても生活に必要なものであればなんでもそろうだろう。また、2019年10月には「いきいき唐津（株）」が設立した複合商業施設であるKARAEが誕生し、有名中華料理店やブックカフェ、さらには唐津で約30年ぶりの映画館などが出店している。特にこの映画館では、ミニシアター系からメジャー映画まで幅広く上映しており、娯楽施設としては申し分ないものである。

以上が大きな商業施設についてであるが、唐津市と福岡市を比較検討していく中で、異

なる点がいくつか発見できる。その中から、ここでは3つあげる。

まず、1つ目はそれらの総数である。この2つの都市の経済規模は大きく違うため、商業施設の数が違うのは当然であるのかもしれない。ただ、それを考慮したとしても、その総数にはかなりの差があるといえる。そして、両者の差は、観光客や地元民の消費にも影響を与えると考える。

唐津市の今回列挙した施設同士の距離は約 5.7 キロとなる。これは徒歩時間に換算にすると、1 時間以上かかる距離である。そのため両施設の移動には公共交通機関や自家用車の利用が必須になる。

一方、福岡市では商業施設同士の距離はかなり近接しており、岩田屋、三越、PARCO、ソラリアなどに至っては移動に際して苦勞を伴わない。そして、当然徒歩での移動で足りる距離であり、各商業施設の連続した利用が容易である。福岡市の商業施設は規模が大きく、そして多数の営業となると、このように店舗同士の距離は自然と近くなり、それに伴い各店舗の連続した利用、つまり立ち寄る店の数が相対的に多くなり、消費機会も増えるのである。観光客等や自家用車を持たない場合、両者ではこの商業施設の立地による違いが、より観光消費に大きな影響を与えると考える。

2つ目に、店舗テナントの内容である。

唐津市のイオン唐津内のショップテナントはセリアや、アウトドアではスポーツオーソリティ、アパレル系統では、マックハウスや Honeys など、生活必需品の買い物は、すべて完結する印象である。また、KARAE でも、地域生産食材を使用したカフェや焼き物屋など、唐津市にしかできない地産地消を謳った店舗営業が成されている。しかし、唐津市には、それら店舗に限られた商業施設しかない印象が強い。確かに、KARAE に関しては、その他の商業施設との差別化が成されており、観光客にとって非常に優良な施設である。しかし、唐津市民を中心とした消費者は、服を買いにイオン唐津に行けばマックハウス等、わずかのショップしか購買選択肢がない点は、消費者効用を最大化させるためには、不十分なものとなっている。実際に、口コミ等の情報掲示板の客観的意見を見ると、「コーヒーを飲める店がミスタードーナツしかない」や、「飲食店が少ない」など、店舗数に関する review が数多く見られ、満足 review に関しても「地域の生命線」、「生活必需品が何でもそろふ」など、周囲に商業施設が多くないが故の満足度評価がほとんどであった。

福岡市の商業施設は、どの施設をとってもショップのテナント数が多く、キャナルシティや博多駅周辺に関しては、メガプライスからプチプライスまでそろふようになっているとおり、

唐津市と同様の言葉であるなんでも揃うという言葉でも、その意味の充実感に大きな差がみられる。さらに、海外観光客のインバウンドを考えると、彼らは大型家電やラグジュアリーアイテムを購入していく傾向があるため、それらを販売している商業施設が、福岡市では岩田屋をはじめ数多くあるのに対し、唐津市ではメガプライス商品を扱う店舗がイオン唐津の中では見当たらず、その購入機会がすくない。また、上記でも述べたとおり、移動手段がない観光客等の交通弱者は、より多くの商業施設を連続して見て回ることが難しいため、その分、外国人観光客等のインバウンド消費を促進できていないといえる。

そして、3 つ目に主要駅の充実度である。駅とはその都市の玄関と表現できる場所であり、ほとんどの観光客が一度は利用する場所である。そのため、駅の充実度が高ければ利用をする機会も増え、自ずと店舗の利用につながる。

唐津駅では、駅構内にえきマチ 1 丁目という、一種の商店街のようなものが併設されており、お土産、飲食、雑貨の店舗をはじめ、観光案内などもある。しかし、その内容は最低限であり、世論でのおすすめ滞在時間は 1 時間未満と書かれている通り、少しの余暇時間で利用するというような感覚の場所である。例えば、博多駅などと比べると、やることは限られ、その分、ここを中心とした利用をする人は少ないであろう。

福岡市には、主要駅である博多駅と天神駅があり、それらにはそれぞれ、東急ハンズ、アミュプラザ、ソラリアステージ、パルコなどが併設されている。そのため、駅構内の店舗となると、お土産屋をはじめ、アパレル、飲食店、娯楽施設、書店など、様々なジャンルの施設テナントが用意されている。

このように商業的観点から比較をすると、やはりその施設数や店舗内容に大きく差がみられ、それが消費動向に大きく関係してくるのは明白である。また、それは地元民だけでなく、国内外の観光客についても同様であり、商業に関しての魅力に直結していると考えられる。

第 4 節 佐賀県唐津市を舞台としたアニメの聖地巡礼

今やアニメは日本を代表する文化の一つである。アニメの視聴者数は、海外需要の拡大などにより、年々増加している。そのようなアニメ視聴者の中には、アニメ作品の追体験を目的に、作品舞台地域へ訪問するアニメファンがいる。彼らの行動は、「アニメの聖地巡礼」と称され、地域振興に寄与するものである。これは、アニメ作品が、アニメファンと地域との接点になるとともに、様々なイベントの企画・実施から地域振興を展開する機

会となるのである。そして、地域住民やアニメファン同士の交流を通して、アニメでは描かれていなかった地域の魅力に気づき、地域により深くかかわっていく人々もいる。かくいう筆者も、アニメの聖地巡礼をしたことがあるアニメファンの 1 人である。そこで、アニメの聖地巡礼が地域に対してどのような影響を与えているのかについて興味を持った。また、さらにアニメの聖地巡礼を発展させていくために必要なことや、今後の課題についても考えていきたい。

1 「ゾンビランドサガ」

「ゾンビランドサガ」は MAPPA、エイベックスピクチャーズ、Cygames により制作されたアニメ作品である。キャッチコピーは「私たち、生きたい！」である。「ゾンビ×アイドル×佐賀県」のコンセプトのもと、一度は死んでしまった少女たちがゾンビとして蘇り、プロデューサーに導かれながら、佐賀県を救うためアイドルとして活躍するオリジナルアニメーションである。2018 年 10 月から第一期が、2021 年 4 月から第二期が放送されており、劇場版の製作も決定している。このアニメは佐賀県全体を舞台としており、アニメの各回で、佐賀の観光スポットや人気のお土産などが細かく描写されている。

アニメ制作の背景には、株式会社 Cygames の社長である渡邊耕一氏が佐賀県の伊万里市出身で、自身の故郷の活性化に協力したいことが動機としてあった。そこで、佐賀県のフィルムコミッションへ、佐賀を舞台にしたアニメによるまちおこしを提案した。この提案に対し、金銭的な援助が困難であったので、ロケハン場所の提案や撮影のアポ取りなどの協力をした。行政がロケハンに協力することにより、学校などの教育機関での撮影交渉が円滑に進んだ。同様に、幕末時代の佐賀を扱った内容（アニメ二期第 8・9 話に『佐賀事変』）では、歴史の事実確認に、実際に学芸員のところへ製作陣と共に取材も行った。アニメ放送開始後は、作品のポスターを佐賀県内の観光施設や公共施設に貼らせてもらえるかを頼む文章作成やポスターの郵送、佐賀県の広報誌「県民だより」に作品の情報を掲載など、県内での作品 PR を実施した。

このように、作品の制作公開過程において、公的機関と制作会社との間で「協力・連携・信頼」が構築されていた。そこでは、製作委員会はアニメ製作にあたって、佐賀にリスペクトを持って接していることが伝わったという。このように、アニメの地域とファンに与えた影響は大きく、良い関係性だからこそ、製作側も PR に積極的であった。それにより、制作会社からみて作品制作がスムーズに進行するとともに、行政は、アニメ作品活用

の手続きの簡素化に寄与していることをうかがわせる。また、制作側からゾンビランドサガという権利を貸してもらうことにより、様々な PR を行えるようになった。作品内で主人公が所属しているアイドルユニットであるフランシュシュを、県の PR 大使として任命したり、ゾンビランドサガの聖地巡礼ツアーの番組に有名人を起用したり、聖地巡礼ガイドブックの作成などを行っている。

佐賀県では、県全体を対象としたデジタルスタンプラリーキャンペーンを行っている。これは、佐賀県内の観光施設や宿泊施設（約 200 か所）と連携し、県内の周遊を促し、認知度向上を図ることが目的である。第一期放送後の 2019 年 7 月に行われたイベントの参加者数は、22,544 人であった。これは、前年度の約 2.6 倍もの数に膨れ上がった。メインターゲット層である福岡県からの参加者が最も多く、男女比は 6 割男性、4 割女性であり、男女共に人気がある作品であるといえよう。また同年、佐賀県庁にてアニメコラボのプロジェクトマッピングを開催した。初の有料（小学生以上一律 500 円）での開催にも関わらず、翌年のゾンビランドサガを起用していない年と比べ、約 2 倍の人が来場した。この結果から、作品の有無によって参加者の数は大きく変わり、経済効果も大きく変わってくるといえよう。

さらに、「ネットユーザーが本気で選ぶ！アニメ総選挙」において、2018 年に年間大賞 1 位を獲得、「東京アニメアワードフェスティバル」においては、2019 年にアニメオブザイヤー部門作品賞・テレビ部門で 1 位を獲得した。これは、前者がファンによる投票、後者が製作会社や評論家などのアニメのプロフェッショナルが選んだものであり、ファンからもプロからも支持されるほど人気となった作品で、放送後の反響はとても大きかったことをうかがわせる。

他にも「第 5 回全国ふるさと甲子園」において、佐賀県唐津市が「行きたいまち NO.1」を受賞した。このイベントは、アニメやドラマなどの「サブカルチャー」とその町の「食」の二つを持ち合わせている自治体が、ブースでの食事の提供や舞台上での PR を行い、来場者と審査員が投票で、どの町が良かったかを決めるイベントである。他の自治体は、市の職員が地域 PR をしている中、唐津市は、佐賀県広報広聴課の職員、唐津市の市長に加え、作品の主演声優、Cygames のプロデューサーの計 4 名でのトークショーを行った。唐津市とコンテンツがかなり良い関係値であることがファンにも伝わった結果のグランプリだと考えられる。

2 「ユーリ!!! on ICE」

「ユーリ!!! on ICE」は、久保ミツロウ×山本沙代×MAPPAによる、本格フィギュアスケートアニメである。日本中の期待を背負って挑んだグランプリファイナルで惨敗したフィギュアスケーター勝生勇利が、突然やってきた世界選手権 5 連覇のヴィクトル・ニキフォロフとともに、グランプリシリーズに挑むというストーリーで、2016 年 10 月から 12 月まで放送された。

佐賀県唐津市をモデルとした架空の町「長谷津市」が、主人公にまつわる地という設定のため、唐津市内各所に作品の舞台があり、多くのファンが聖地巡礼を目的として唐津市を訪れるようになった。2016 年 3 月から 5 月までの約 2 か月間、唐津市において作品とのコラボ企画「サーガ!!!on ICE」が開催され、聖地巡礼マップの配布や、スタンプラリーなどが行われた。期間中、世界 27 カ国からのべ約 2 万 4 千人が訪れている。2016 年から 2018 年までの 2 年間では、約 40 カ国・地域から、6 万人以上の人を訪れた。若い女性を中心に、経済効果は 4 億円以上に上った。長年の課題だった若い世代の誘客にもつながった。

ここで、「ユーリ!!! on ICE」に対して唐津市が行っている旅行者の心理を踏まえた特徴的な取り組みを 3 つ紹介する。

1 つ目は、アニメの世界観を地域側で崩さないという工夫である。アニメの世界観を地域側で勝手に作るような施策はしない。広告や著作権の管理について、担当者が徹底的にプロダクションと交渉し、3 か月間という期限付き絵ではあるが、アニメのキャラクターやシーンをそのまま使用、展開することが実現した。また、聖地巡礼者に対する案内は、唐津駅の観光案内所に一本化されており、同所においてマップの配布などを全て管理している。このように、地域においてアニメの世界観を崩さないようにコントロールすることは、聖地巡礼者のアニメに対する高い関与に沿うものである、そのような世界観を損なうことが、聖地巡礼観光施策の命取りになることを理解した施策であるといえる。

2 つ目は、行動を自ら確認するための工夫である。現地では、聖地を巡るスタンプラリーに常時参加できるようになっている。唐津駅から 9 つの聖地がルートに含まれているが、そのルートは作品の聖地を回ると同時に唐津地域の観光名所を訪れるように設定されている。スタンプラリーの用紙は観光案内所でもらうことができ、ラリーを終えると景品と「長谷津市民認定証」が用意されており、同所で交換できる。なお、スタンプラリーの用紙は同じものを 3 枚ずつ配布している。これは、景品の 3 タイプのシールをすべて揃えた

いという参加者のニーズに対応したものである。また、これとは別に、グッズとして取っておきたいという参加者のニーズに対し、保存用の用紙も配布している。

3 つ目は地域に関心を向けさせる工夫である。唐津市では、アニメの聖地巡礼は地域の観光振興のきっかけと捉えており、一度来てくれた人が、地域に愛着を持ってもらうことが重要と考えている。そのための施策の一例として、遠方からの聖地巡礼者も多いため、市民に対し、巡礼マップやスタンプラリー用紙を持っている人で、道に迷っている人を見たら声をかけ、道を教えてあげるように呼び掛けている。

聖地巡礼を目的とした旅行においては、場所は二義的なものであり、一般的な旅行とは異なる。もともと地域に対する関心が起点となった行動ではない。したがって、通常であれば、一時的な集客にとどまってしまうアニメ聖地巡礼を、持続的な観光振興につなげていくためには、彼らに地域に好印象を持ってもらい、ひいては地域に対する愛着につなげていくための仕掛けを意図的に作ることが求められる。

3 佐賀県における聖地巡礼にみる観光の現状

これからも佐賀県への聖地巡礼者を増やすためには何をしたらよいのだろうか。まずは佐賀県の観光客の現状を見ていく。今、分かっている観光客数を下の表にまとめた。2016（平成 28）年は、「ユーリ!!! on ICE」の影響もあって外国人観光客が伸びており、2018（平成 30）年から 2019（令和元）年にかけても、「ゾンビランドサガ」の影響で外国人観光客が伸びていることが分かる。しかし、観光客数全体を見ると、伸び悩んでいることが分かる。コロナウイルスの影響もあると思うが、観光客数を一時的に増やすのではなく、継続的に増やすための施策が必要だと考える。そのためには、一度訪れた人にまた訪れてもらう、リピート率を上げる必要がある。

	観光客数	観光客数（外国人）
令和 3 年	14813 千人	71 千人
令和 2 年	11866 千人	96 千人
令和元年	18952 千人	1259 千人
平成 30 年	19811 千人	624 千人
平成 29 年	18487 千人	721 千人
平成 28 年	18760 千人	866 千人
平成 27 年	20233 千人	347 千人

図表 5 佐賀県の観光客数

総括

本ゼミでは、佐賀県唐津市と福岡県福岡市を研究対象とし、両市の概要から土地、経済圏、雇用、補助金、商業活動、佐賀県のイベント事例等々の観点から比較検討してきた。両市ともに課題はあり、互いに参考する施策は多々あり、それは以下の通りである。

まず、唐津市は、佐賀県北部の中心都市として歴史的な背景を持ち、観光産業が主要な柱となっている。観光業の売上高や従業者数が全国平均を上回っており、地域経済に大きな影響を与えている。しかし、人口減少が進行し、地域活性化には多くの課題を残す現状にある。特に人口流出問題が深刻であり、地域住民の協力はもちろんのこと、雇用の機会の提供や、地元に対しての愛着度を高めていく必要がある。

一方、福岡市は福岡県の中心であり、人口増加と経済成長が特に顕著である。国内外との広域交通網を有し、国際的なネットワークを築くことでの相乗効果が福岡市の強みである。そして福岡市は、特に子育て世代への支援やスタートアップ企業の創出に力を入れており、地域の成長を促進する施策に着手している。また、外部からの人材確保や企業誘致にも積極的な現状にある。

また、両市の予算分配において、福岡市が企業に対する補助金に多額の予算を充てており、地域経済の発展に寄与している。一方で、唐津市は地域の住みやすさやまちづくりに注力し、中小企業やスタートアップへの支援が限定的であり、経済的発展にはより一層の努力が必須であると考ええる。

次に、雇用に関して、唐津市は農業や林業の就業者増加や新規創業支援、地域社会形成に焦点を当てて取り組んでいる。一方、福岡市はスタートアップ企業の育成と外部からの人材誘致に注力しており、多様な産業の調和による雇用創出を進めている。

続いて、商業に関して、大型商業施設の総数についての違いを明確化した。福岡市は多くの商業施設が密集しており、それらが比較的近接して存在している。一方で、唐津市では商業施設同士の距離が離れており、移動には相応の時間と手段が必要である。これにより、観光客や地元の消費者にとって、利便性や消費に大きな影響を与えている現状がある。

また、店舗テナント内容に関して大きな差がある。福岡市の商業施設は、多くのテナントが揃っており、幅広いジャンルの商品やサービスが提供されている。一方で、唐津市の商業施設では、購買に対する選択肢が限られており、消費者にとって満足のいかない点が

指摘されている。これにより、特に外国人観光客が消費する高級品や特産品などの購入機会が不足している可能性が示唆される。

そして、主要駅の充実度についても比較検討した。福岡市の天神や博多といった主要駅には多彩な施設が充実しており、駅周辺でのショッピングや飲食を楽しむことができる。一方で、唐津駅周辺には商店街が存在し、観光案内も行われているが、その内容はかなり限定的であり、滞在時間も短いとアンケート結果によって報告されている。

これらの要因は、地元民だけでなく、観光客にとっても商業の魅力に大きな影響を与えていると考えられる。よって、唐津市が商業施設や駅周辺の充実度を向上させ、多様な選択肢を提供することで、観光客誘致や地元消費の促進に貢献できると考える。そして、地域の発展と経済振興に向けた戦略の見直しと改善が急務であると考ええる。

これらの要因を踏まえると、唐津市と福岡市は、それぞれ異なる地域特性と課題を抱えている現状にある。唐津市は地域景観や特産物を活用した観光産業を強化し、地域の歴史や文化を活かして、新たな地域活性化を進める必要がある。一方、福岡市は人口増加と経済成長を維持し、スタートアップ企業の育成や外部からの人材誘致を通じて、地域の発展を推進している。両市ともに課題解決に取り組み、持続可能な発展を目指す姿勢が見受けられる。しかし、地方と都市は、根本的に発展の仕方が異なり、地方で急速な企業誘致を進めることで地域景観を乱し、まちづくりに対するコンセプトを壊す懸念がある。よって、地方企業が地方創生により関与していくためには、地方ないし地域住民に寄り添うことでの双方向的な活性化活動や、景観を活かした観光産業の強化が地域活性化に大きくつながると考える。そして、補助金の面では、福岡市が注力している子育て支援に関して、住みやすいまちづくりを行っている唐津市においてこそ、より強化する必要がある、このような施策により、人材流出の懸念を払拭することになると考える。

参考文献

- ・株式会社ブランド総合研究所「地域ブランド調査 2022」

https://news.tiiki.jp/05_research/survey2022

- ・『一般社団法人全国過疎地域連盟』ホームページ

<https://www.kaso-net.or.jp/>

- ・『佐賀県人口統計』

<https://www.pref.saga.lg.jp/toukei/kiji00389762/index.html>

https://www.pref.saga.lg.jp/kiji00385650/3_85650_272576_up_q2k8yooc.pdf

・「県内出生数 昨年 5552 人 自然減は 20 年連続 子ども政策に県注力」『読売新聞オンライン』(2023.6.3)

<https://www.yomiuri.co.jp/local/saga/news/20230602-OYTNT50145/>

・「佐賀県魅力度ランキング」

<https://news.tiiki.jp/articles/4805>

<https://unbalance.xyz/attractiveness-ranking/>

<https://news.tiiki.jp/articles/4805#:~:text=%E3%80%8C%E5%9C%B0%E5%9F%9F%E3%83%96%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%83%89%E8%AA%BF%E6%9F%BB2022%E3%80%8D%E3%81%AE,%E3%82%92%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%BF%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82>

・『総務省統計局』ホームページ「令和 2 年 国勢調査」

<https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2020/index.html>

・『いきいき唐津株式会社』ホームページ

<http://ikiiki-karatsu.jp/>

なお、いきいき唐津株式会社には 2023 年 9 月 28 日に訪問し、諸施設の見学とともに、専務取締役の甲斐田晴子氏より、経営や活動についてのレクチャーを受けており、この場をお借りしてお礼を申し上げますとともに、文責は本ゼミにある。

・『唐津市』ホームページ

<https://www.city.karatsu.lg.jp/top.html>

「唐津市観光地経営戦略プラン 2022 年版」

<https://www.city.karatsu.lg.jp/kankoubunka/documents/sennryakuplan.pdf>

「唐津市 まち・ひと・しごと創生総合戦略」

<https://www.city.karatsu.lg.jp/shichoukoushitsu/shise/shisaku/sogo/sougousenryaku.html>

「唐津市 令和 5 年度予算案」

<https://www.city.karatsu.lg.jp/zaisei/zaimuhear/r05yosan.html>

「唐津市 令和 5 年度 当初予算の概要」(2023.2)

<https://www.city.karatsu.lg.jp/zaisei/zaimuhear/documents/2023yosangaiyou.pdf>

- ・『Tripadvisor』 ホームページ「えきマチー丁目 唐津」

https://www.tripadvisor.jp/Attraction_Review-g1023549-d9582846-Reviews-Ekimachi_1_Chome_Karatsu-Karatsu_Saga_Prefecture_Kyushu.html

- ・『福岡市』 ホームページ

「福岡市 市政全般 | 新着情報」

<https://www.city.fukuoka.lg.jp/shisei/new.html>

「福岡市の特性について」

<https://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/31453/1/hukuokasinotokuseinituite.pdf>

「福岡市 令和 5 年度当初予算案」

<https://www.city.fukuoka.lg.jp/zaisei/zaisei/shisei/5Ntoushoyosanan.html>

「福岡市 令和 5 年度当初予算案係数資料」

https://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/106281/1/04_R5_keisuusiryou.pdf?20230228103611

「福岡市 観光統計」

<https://www.city.fukuoka.lg.jp/shisei/toukei/kankoutoukei.html>

「福岡市 最新ニュース #FUKUOKA 福岡のクリエイティブなニュース 日本一の人口増加率 『福岡市が選ばれている事実』をデータで検証してみた」(2016.8.2)

<https://www.city.fukuoka.lg.jp/hash/news/archives/137.html#:~:text=%E3%81%9D%E3%82%93%E3%81%AA%E3%81%AA%E3%81%8B%E3%80%81%20%E3%81%93%E3%81%93%E7%A6%8F%E5%B2%A1%E5%B8%82%E3%81%AF%E4%BA%BA%E5%8F%A3%E3%81%8C%E5%A2%97%E3%81%88%E7%B6%9A%E3%81%91%E3%81%A6%E3%81%84%E3%82%8B%20%E3%81%A8%E3%81%84%E3%81%86%E4%BA%8B%E5%AE%25>

- ・『DANRO』 ホームページ 「『聖地巡礼』がもたらしたアニメの”脱サブカル化” 『聖地巡礼』の歴史を紐解く」

<https://danro.bar/13254545/>

- ・『おにぎりまとめ』 ホームページ 「【聖地】『ユーリ!!! on ICE』舞台・背景モデルまとめ【巡礼ガイド】」

<https://matome.eternalcollegest.com/post-2147609343824692501>

- ・『佐賀県×ユーリ!!!』ホームページ「サーガ!!! on ICE」
<https://sagaprise.jp/sagaonice/>
- ・安本宗春ほか(2023.3)「アニメの聖地巡礼と観光振興―『ゾンビランドサガ』と『ガールズ&パンツァー』を事例として―」『追手門学院大学地域創造学部紀要』第8巻
- ・『佐賀県観光サイト あそぼーさが』ホームページ
<https://www.asobo-saga.jp/>
- ・『らき☆すた神輿』ホームページ
<https://luckystar.wasimiya.com/ja/>
- ・『Ameba』ホームページ「仮面の探訪記」
「ゾンビランドサガ 3話 聖地巡礼」
<https://ameblo.jp/taiyaki3140/entry-12415419255.html>
「ゾンビランドサガ 1、2話 聖地巡礼」
<https://ameblo.jp/taiyaki3140/entry-12412811287.html>
- ・大方優子ほか(2017.12)「高関与旅行者の関与と行動動機―佐賀県唐津市『ユーリ!!! オンアイス』の聖地巡礼を事例として―」『日本観光研究学会全国大会学術論文集』第32回
- ・『FNN プライムオンライン』ホームページ「“スラムダンク聖地”で迷惑行為続く 道の真ん中で写真撮影、車道に広がる観光客で交通渋滞も...神奈川・鎌倉市」
<https://www.fnn.jp/articles/-/579471>
- ・「令和3年佐賀県観光客動態調査の調査結果を取りまとめました / 佐賀県」
<https://www.pref.saga.lg.jp/kiji00362356/index.html>

各ホームページは、2024年1月に掲載を再確認