

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」を活かしたマイクロツーリズム促進、食料品製造業収益性向上事業

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

北九州市、福岡県飯塚市、佐賀市、佐賀県小城市及び嬉野市、長崎市、長崎県諫早市及び大村市

### 3 地域再生計画の区域

北九州市、福岡県飯塚市、佐賀市、佐賀県小城市及び嬉野市、長崎市、長崎県諫早市及び大村市の全域

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

##### 【観光分野】

連携自治体の観光客数について、平成28年と平成30年を比較すると、長崎市、大村市、小城市、佐賀市は増加傾向にあり、諫早市、嬉野市、北九州市は減少傾向にある。一方で、観光消費額については、長崎市、諫早市、大村市、佐賀市は増加傾向にあり、嬉野市、小城市、北九州市は減少傾向にある。また、新型コロナウイルス感染症の影響で足元では厳しい状況が続いており、特にインバウンドについては、皆減している状況にある。しかしながら、今後の回復期を見据え、受入環境の整備や食文化の体験メニュー造成を図りながら、観光分野の活性化につなげていく必要がある。

(観光客数 H28⇒H30) 単位：万人

・長崎市 (672⇒706) ・諫早市 (252⇒232) ・大村市 (131⇒176) ・  
嬉野市 (208⇒195) ・小城市 (52⇒53) ・佐賀市 (626⇒665)  
・飯塚市 (191⇒170) ・北九州市 (2,543⇒2,319)

(観光消費額 H28⇒H30) 単位：億円

・長崎市 (1,314⇒1,497) ・諫早市 (105⇒111) ・大村市  
(46⇒72) ・嬉野市 (156⇒151) ・小城市 (14⇒14) ・佐賀市  
(336⇒422)  
・飯塚市 (75⇒81) ・北九州市 (1,419⇒1,307)

#### 【食料品製造業分野】

連携自治体の食料品製造業分野について、付加価値率を全国平均と比較すると、大村市、小城市、佐賀市は収益性が高く、長崎市、諫早市、飯塚市、北九州市は同水準、嬉野市は低い状況である。シュガーロードのコンテンツを活用して、収益性を改善し付加価値の向上につなげていく必要がある。

また、労働生産性を全国平均と比較すると、嬉野市、佐賀市は一人の労働者が生み出す付加価値が高く稼いでいる産業であることが分かる。一方、長崎市、諫早市、小城市、飯塚市、北九州市は全国平均を下回っていることから、シュガーロードのコンテンツを活用して労働生産性を高め、食料品製造業従事者の所得向上につなげる必要がある。

### 4-2 地方創生として目指す将来像

#### 【概要】

江戸時代に海外交易で栄えた長崎は、西洋や中国から輸入された砂糖が、長崎、佐賀、小倉まで続く長崎街道を通過して、京・大坂、江戸へと運ばれた。また、砂糖とともに菓子や菓子作りの技法も伝えられ、街道沿いでは独自に改良発展され、菓子文化が栄えていった。

こうしたことから、長崎街道は、砂糖の道「シュガーロード」と呼ばれ、北部九州3県一体には、今なお、菓子の技術と味が受け継がれており、それらを活かし、地域の活性化につなげる取組みを行ってきた。

この取組みの中、令和2年にシュガーロードのストーリーが日本遺産として認定され、今後、さらに、街道沿いの8都市が連携して、国内外からの観光客誘致を図り、街道沿いの都市間の交流を通じた周遊観光の推進と、現在に息づく伝統菓子のおいしさを次世代につなげる取組みを通し、菓子産業を核とした

地域の活性化を目指す。

このように、地域の歴史や文化を活かした魅力ある地域づくりを行うことは、地域住民のアイデンティティを確保し、地域の連帯感を強め、ひいては、シビックプライドの醸成につながるものであり、地方創生にも大きく寄与するものである。

**【数値目標】**

K P I	事業開始前 (現時点)	2021 年度増加分 1 年目	2022 年度増加分 2 年目
関係自治体の食料品製造業における付加価値生産性（全国以上） (自治体)	2	2	2
観光客入込数(万人)	10,324	326	350
地域の文化に誇りを感じる住民の割合(%)	0	10	10
日本遺産への協力団体数(団体)	73	3	3

2023 年度増加分 3 年目	K P I 増加分 の累計
2	6
350	1,026
10	30
4	10

**5 地域再生を図るために行う事業**

5-1 全体の概要

5-2 の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

- 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」を活かしたマイクロツーリズム促進、食料品製造業収益性向上事業

③ 事業の内容

地域文化財総合活用促進事業（※1）（文化庁）及び地方創生推進交付金（※2）（内閣府）を活用して、沿線自治体と連携して次の取組みを進める。

【地域の理解を広める】

①住民のシュガーロードの認知度向上と愛着の醸成を図る。 ※1

シュガーロードへの関心を深めるため、住民等を対象にしたシンポジウムやシュガーロード講座を開催し、北部九州3県一帯に今も受け継がれる砂糖文化や地域に息づく銘菓に触れる機会を作り、歴史的・文化的価値の理解を促進するとともに、地域の銘菓、食文化への愛着を醸成する。

【受入環境の整備】

②観光客の満足度を高めるため、受入環境の整備を行う。 ※1

シュガーロードについて分かりやすく、身近に感じていただくため、歴史的資源の理解を深めるための多言語対応の案内説明板等の設置やガイドの育成、さらに菓子づくりやウォーキングなど体験メニューの整備など受入のための環境整備を行う。

【砂糖文化シュガーロードの魅力発信】

③観光客誘致のため、積極的な情報発信による長崎街道シュガーロードの周知を図る。 ※1、※2

北部九州3県一帯に修学旅行生や女性の個人旅行者などの観光客を誘客するため、長崎街道沿いに伝えられている砂糖文化や歴史的資源の繋がりを、銘菓の魅力を発信力のあるSNSの活用など、効果的な媒体・手法によ

り積極的に情報発信する。

また、沿線各市で実施されるイベントと連携し、SNSの活用により、若者へ広く情報発信することで、来訪者の増加を図る。

#### 【地域内の資源を活かした体験による誘客】

##### ④国外からの観光客の誘客促進・増加を図る。 ※1

世界最大級の国際観光展の出展や北部九州3県一帯への来訪が期待される国外のメディアやバイヤーの招聘、歴史的資源の理解を深めるための多言語対応の案内説明板等の設置により外国人観光客の誘致を促進する。さらに、海外との交流の中でうまれた伝統の味と技術に触れていただくことで満足度を高める。

##### ⑤周遊観光につなげる。 ※1

北部九州3県一帯の歴史的資源や銘菓取扱店を紹介し、周遊ルートを提案することで、都市観光から周遊観光へとつなげ、他地区から多くの観光客を呼び込み、交流の拡大を目指す。特に、各都市の食文化の体験メニューの造成を進め、誘客を図る。

#### 【観光をはじめとする地域産業の活性化】

##### ⑥地域の活性化につなげる。 ※1

菓子・スイーツを核としたイベントや周遊観光による滞在時間の延長と食や体験、お土産により消費行動を喚起することで観光消費額の拡大を図る。また、今ある昔ながらの菓子を大切にしながら、新たなご当地の菓子の誕生を促し、全体として菓子消費の動機づけとすることで、地域産業の活性化を図る。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

関係自治体で構成するシュガーロード連絡協議会を核に、協力団体の充実を図りながら実施する。また、DMOや域外市場におけるニーズのフ

ードバックと地域のブランディング機能を担っている地域商社と連携して、民間と行政が一体となって事業を展開する。

#### 【官民協働】

- ・産学官で構成するシュガーロード連絡協議会において事業を推進
- ・シュガーロード連絡協議会内に情報発信、人材育成、観光客誘客、産業振興のワーキンググループを設けて事業を推進する。
- ・各WGにおいて、行政が主体となり運営し、産学官が一体となり、事業推進の意識共有と事業構築に向けた意見交換を行う。

#### 【地域間連携】

- ・シュガーロード連絡協議会には北部九州3県8市の自治体が構成員に含まれる。自治体が介在する本協議会の仕組みを最大限活用することによって、地域をまたぐ、また複数の地域に共通する課題への対応や地域間の情報交換を円滑に行うことが出来る。
- ・また、日本遺産として認定されている「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」を活用することによって、地域に点在する有形・無形の構成文化財を「面」として活用し、発信することで、連携して地域活性化を図ることが出来る。
- ・北部九州3県8市の自治体が連携してPRすることによって、シュガーロードを継続的に情報を発信することが出来、更なる認知度向上を図ることが出来る。

#### 【政策間連携】

・日本遺産「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」を軸に、観光客増加に伴うお菓子の消費拡大を目指すものであるため、観光政策との連携を密にする必要があるが、観光頼みだけでなく、新商品の開発や物産展の開催による販売機会の確保を通じて食料品製造業の収益性向上を図る。

また、地域の歴史や文化を活かした魅力ある地域づくりを行い、地域住民のアイデンティティを確保し、地域の連帯感を強め、ひいては、シビックプライドの醸成につながるものであり、地方創生にも大きく寄与する。

- ⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））  
4-2の【数値目標】に同じ。

- ⑥ 評価の方法、時期及び体制

**【検証方法】**

毎年度7月に、シュガーロード連絡協議会を通じて3月末時点のKPI達成状況を構成市町に確認し、長崎創生推進室が取りまとめる。

**【外部組織の参画者】**

シュガーロード連絡協議会の事務局である長崎市において「長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会」を構成する有識者等の関与を得ながら検証結果報告をまとめる。

**【検証結果の公表の方法】**

毎年度、ホームページで公表する。

- ⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 19,900 千円

- ⑧ 事業実施期間

2021年4月1日から2024年3月31日まで

- ⑨ その他必要な事項

特になし。

### 5-3 その他の事業

#### 5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

#### 5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2024年3月31日まで

## 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

### 7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

### 7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

### 7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。