

事業コンセプト説明資料

鹿島・太良を何度も訪れたくなる、愛おしくなる地域へ

肥前鹿島駅エリアを玄関口として、スロートーリズムが存分に楽しめるエリアにプロデュース

-『むしろこれから鹿島・太良』の志で、地域の未来を創り上げていく-

鹿島・太良地域は、祐徳稲荷神社や酒蔵、面浮立、鹿島錦といった歴史や伝統があり、海産物や農産物など有明海や多良岳の豊かな恵みが素晴らしい地域です。

佐賀県は、鹿島市、太良町と連携し、鹿島・太良にある本物の価値を磨き上げ、県内外へ発信する、「むしろこれから鹿島・太良プロジェクト」を始動。令和5年11月にはプロジェクトの拠点となる「KATAラボ」を鹿島市内に開設。地域に入り込んで、地域のネットワークづくりを進めている。

プロジェクトでは、鹿島・太良地域を1つの圏域としてプロデュースし、この地域にしかない本物の地域資源をゆっくりと暮らすように楽しんでもらう、スロートーリズムを推進します。県南西部地域の交通・観光の拠点である駅エリアについては、スロートーリズムの玄関口として整備する予定です。

「長崎本線沿線えきやど」の展開

肥前鹿島駅にチェックインし、長崎本線沿線の各宿に宿泊する「長崎本線沿線えきやど」の展開を今後想定しています。

鹿島・太良地域のスロートーリズムの世界観を「沿線えきやど」の起点肥前鹿島駅から沿線全体へ展開し、ローカル鉄道の新しい活用モデルとして、鹿島・太良地域への来訪者の増加、周遊促進、シビックプライドの醸成を目指します。



多彩な「生活文化」「風土」



干潟に生息する「水鳥」を観察する



一面に広がる「麦畑」と風を感じる



「酒蔵」をめぐりながら、それぞれの銘柄を飲みくらべ



多良岳山系から広がる「だんだん畑」の景観を眺める



「浜川」沿いをサイクリング



「金時食堂の皿うどん」でお昼の腹ごしらえ



鹿島・太良の「人」

鹿島・太良で暮らす人々との
“コミュニケーション” “ふれあい”



鹿島・太良の人の“日常に出会う”こと
で

**まちに愛着を持つ、
まちのファンになる**

鹿島・太良のスローツーリズム

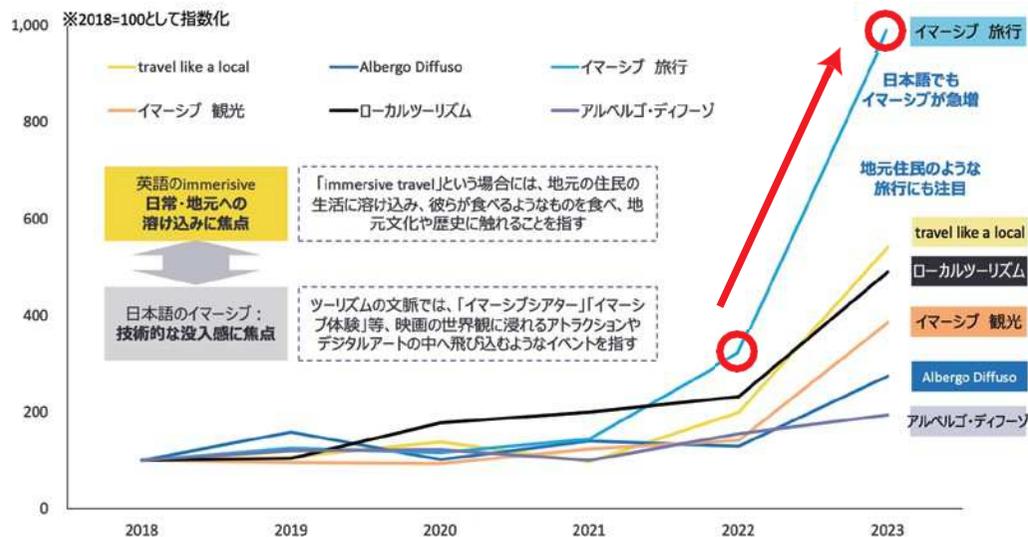
鹿島・太良ならではの
多彩な「生活文化」「風土」「人」を感じる旅

何度も行きたくなる、愛おしくなる

観光における近年の世界的潮流

出典: 2024年「世界的潮流を踏まえた魅力的な観光コンテンツ作成のための基礎調査事業 調査報告書」観光庁 のデータに加筆作成

■ イマーシブのヒット件数 (2018年→2023年)



地元の住民の生活に溶け込む「イマーシブ旅行」「immersive travel」
2023年にヒット件数が3,433へ急増(2018年=100として指数化)

※immersive travel = 「日常・地元へ溶け込む旅」

■ 旅行者の嗜好に関する調査結果

出典: Booking.com “SUSTAINABLE TRAVEL REPORT 2023”, American Express (Global Travel Trends Report, 2023年・2024年), Travel Weekly “Neighborhood Tourism Soars as Travelers Seek a Local Sense of Place” (2023年10月18日), PlaceWorks “Travel Trends 2023: Insights from TripAdvisor to Get More Hotel Guests” 64

75%の旅行者は地元文化を代表する本物の体験を探し求めている

(booking.com/2023年)

・旅行者は旅先の文化を味わい、自分たちの地元の友人が知らない、「隠されたよいもの」(hidden gems)を探索できる機会への欲求を特定

(American Express (Global Travel Trends Report, 2023))

・冒険や探検に飢えている旅行者だけでなく、当地の文化に没入(immerse)したいという欲求を示し、旅行者が当社の旅行に関心を示している

(American Express (Global Travel Trends Report, 2024, Seabourn Cruise Line (米国のクルーズ会社) のコメント))

(American Express/2023年・2024年)

近年、世界的にスローツーリズムへの興味関心が高まっている

本事業におけるスローツーリズムのターゲット

本物志向で、スローな旅(贅沢な時間)を楽しむ層

想定① (国内)

“地域との関わり”を求める層

想定② (国内)

“そこにしかない本物”を求める層

想定③ (海外)

“日本固有の地域文化を体験したい”層

本事業におけるターゲット層（国内）

想定①

“地域との関わり”を求める層

- ・男女 20~30代
- ・未婚の1~2人旅



【想定するターゲットの滞在中の体験】

- ・レンタサイクルを利用した市街地の個人店舗巡り
- ・「行きつけの場所、いつも会う人」とのコミュニケーション

■ 宿泊旅行に対する意識（2023年）

出典：2023年「じゃらん宿泊旅行調査2023」（リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）
https://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2024/03/Generation-Z-Values_Release.pdf



※「地域体験交流タイプ」…地域とかかわりを求め、将来的な移住・地元の人との交流・貢献・風土や生活習慣を体験するなど自ら主体的に行動し旅を楽しむ。

若年世代ほど「地域との交流・地域貢献」への関心が高い傾向にある

ターゲットの居住地について

■ 佐賀県を訪れている国内旅行者の居住地延べ宿泊者数（日本人）の構成割合（2022年/※鹿島市のみ2016年）

出典：「観光情報プラットフォーム」（観光情報プラットフォーム推進協議会）
 地域経済分析システム:RESA 5内「延べ宿泊者数」データを用いて作成 ht tps://res.as.go.jp/
 鹿島市以外は2022年データ、鹿島市のみ2017年以降のデータがないため2016年データ

延べ宿泊者数	1位	2位	3位	4位	5位
鹿島市※ 1,865人	福岡県 430人(23.06%)	山口県 262人(14.1%)	大阪府 238人(12.8%)	神奈川県 224人(12.0%)	佐賀県 195人(10.5%)
太良町 16,170人	福岡県 7,727人(47.8%)	佐賀県 2,655人(16.4%)	長崎県 1,168人(7.2%)	熊本県 706人(4.4%)	東京都 588人(3.7%)
嬉野市 1,036,628人	福岡県 322,887人(31.2%)	長崎県 82,472人(7.96%)	東京都 73,851人(7.1%)	佐賀県 69,712人(6.7%)	大阪府 59,223人(5.7%)
武雄市 232,212人	福岡県 46,977人(20.2%)	長崎県 25,596人(11.0%)	東京都 19,849人(8.6%)	神奈川県 16,615人(7.2%)	大阪府 13,844人(6.0%)

想定②

“そこにしかない本物”を求める層

- ・子育てを終えた50代以降
- ・夫婦または女性グループ



【想定するターゲットの滞在中の体験】

- ・酒蔵や生産者との交流を楽しむ日本酒巡り
- ・干潟やオレンジ海道など景色を楽しむ

■ 旅行における体験別ニーズ（2022年）

出典：2022年「帰る旅」需要調査（リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）
<https://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2023/02/ce5e0b78d11186123e48d3db7c0999f4.pdf>



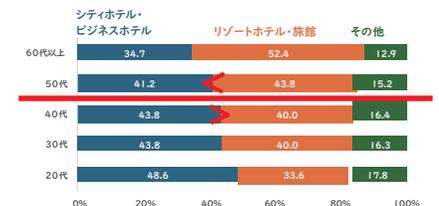
■ 50代以降女性の旅行の好み・嗜好（2024年）

出典：2024年「旅に関する意識と実態調査2024」（株式会社ハルメク・エイジマーケティング）より一部抜粋
<https://www.halmek-holding.co.jp/news/pres/s/2024/811hqtrjhd/>

1位	旅の回数を増やしたい	48.6%
2位	ツアーをうまく活用したい	40.7%
3位	友人・知人との旅行では、乗り物は隣同士で乗りたい	37.9%
4位	旅1回あたりのクオリティを上げたい	32.5%
5位	友人・知人と行く旅を増やしたい	32.3%

■ 宿泊施設のタイプ（2018年）

出典：『その多面性に迫る 最新シニア旅行者像』内 2018年「じゃらん宿泊旅行調査」（リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）データを用いて作成
<https://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2019/06/32afc808309afaf148f6d8f513a0d58de.pdf>



■ 国内の旅行市場の動向（2024年）

出典：2024年「じゃらん宿泊旅行調査2024」（リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）より ht tps://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2024/07/jalasyuku2024market_Trends.pdf

シニア層の方が宿泊数が多く、宿泊費は高い傾向があります。今、日本の観光政策は、量よりも質を重視する方向にシフトしています。

50代以降シニア層では「量より質」の傾向にある

九州内近隣のみならず
東京都からの来訪も想定

本事業におけるターゲット層（海外）

想定③

“日本固有の地域文化を体験したい”層

- ・日本に半月以上滞在し全国を巡る欧州圏からの訪日者
- ・何度も日本を訪れているアジア圏からの訪日者

【想定するターゲットの滞在中の体験】

- ・鹿島を拠点に複数日宿泊、嬉野や武雄、有田も巡って焼き物文化にふれる
- ・買ってきた新鮮な食材をまちやどのキッチンで調理



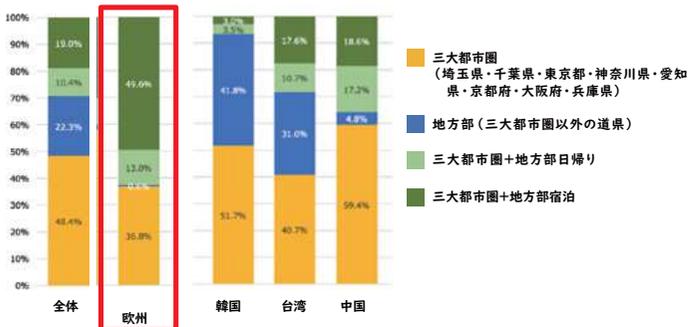
■ 観光・レジャー目的の訪日旅行における滞在日数（2023年）

出典：2023年「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）
 日本政府観光局（JITTO）「日本の観光統計データ」内「訪日旅行の実態」データを用いて作成
<https://www.tatistics.jnto.go.jp/graph/#graph--B-readdown--by--number-of-visits>



■ 滞在パターン（2023年）

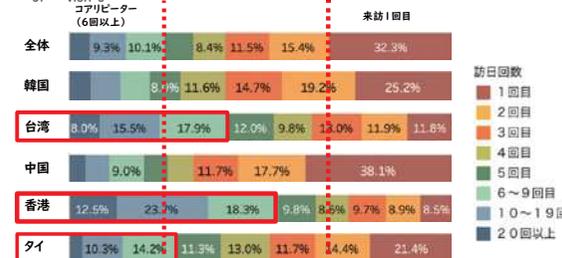
2024年「インバウンド消費動向調査（旧 訪日外国人消費動向調査）」（観光庁）より、
 「地方滞在者の消費行動等に関する分析」データを用いて作成
<https://www.mlit.go.jp/kankecho/content/001754304.pdf>



欧州圏からの訪日旅行者は長期間滞在し、
 都心だけでなく地方部も巡る傾向にある

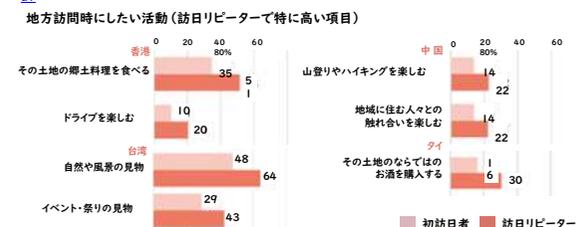
■ 訪日回数（観光・レジャー）（2023年）

出典：2023年「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）
 日本政府観光局（JITTO）「日本の観光統計データ」内「訪日旅行の実態」データを用いて作成
<https://www.tatistics.jnto.go.jp/graph/#graph--B-readdown--by--number-of-visits>



■ 地方訪問時にしたい活動（2022年）

2022年「DBJ・JTBFアジア・欧米系訪日外国人旅行者の意向調査（（株）日本政策投資銀行、（公財）日本交通公社）より、「訪日リピーターが地方訪問時にしたい活動」データを用いて作成
<https://www.dbj.jp/upload/investigate/docs/7ccfe6956b812ca76e024b7356e96093.pdf>

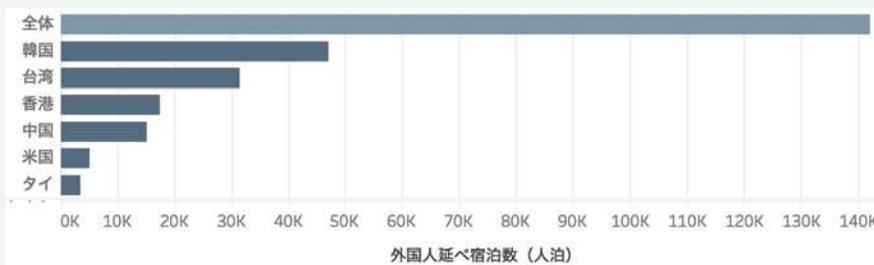


アジア圏からの訪日旅行者はリピーターが多く、また、
 日本固有の地域文化への関心が高い傾向にある

ターゲットの居住地について

■ 佐賀県を訪れている外国人旅行者の居住地延べ宿泊者数（外国人）（2023年）

出典：2023年「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）
 日本政府観光局（JITTO）「日本の観光統計データ」内「日本各地への訪問の実態」データを用いて作成
<https://www.tatistics.jnto.go.jp/graph/#graph--lodgers--by--prefecture>



現在すでに佐賀県を訪れている
 アジア圏*のみでなく、
 欧州圏からの来訪も想定

*佐賀国際空港からの直行便が運行している都市



新駅舎の各コンテンツの基本方針（1/2）

肥前鹿島駅えきやど （長崎本線沿線えきやど）

■ターゲット

鹿島・太良地域の贅沢な時間（旅）を、ゆっくり、じっくりと楽しむ層

■目指すもの

鹿島・太良地域、本物の地域資源をゆっくり、じっくり味わっていただくスロースターリズムの拠点となることを目指します。

そのため、えきやどでは、右に示すような宿泊サービスを提供します。

また 今後、長崎本線沿線へのえきやどの展開を目指したいと考えており、肥前鹿島駅えきやどは、「長崎本線沿線えきやど」の拠点（フロント）となることを想定します。

■サービスイメージ

ゆっくりと、贅沢にまちを楽しむ宿泊施設

通常のガイドブックに載っていない地域の深い情報を提供



- ・まち全体を宿と見立てて、まちなかの飲食店、まちあるき、人との出会いなどを楽しむ

住まうように滞在

ホテルでは無く「住まうように滞在」する為の住宅的な機能を設置



- ・鹿島・太良らしい空間、ゆっくり、じっくり滞在できるキッチン付きの広い客室（30㎡）
- ・客室のグレードは、ビジネスホテルよりワンランク上

新駅舎の各コンテンツの基本方針（2/2）

飲食・ ショップスペース

■ターゲット

鹿島・太良地域での贅沢な時間（旅）を、ゆっくり、じっくりと楽しむ層

地域の幅広い人々の日常使い。

■目指すもの

訪問者が地域をもっと知りたい、地域を巡ってみたいと思うような地域との関わりがある飲食、ショップスペースを目指します。

※えきやどとも連携した運営を行うことを想定

また、まちのラウンジとも連携し、地域の人が、日常的に集える空間も目指します。

そのため、鹿島・太良地域の地元で愛される食文化・地場産品をつかった、今にない新しい価値観で提供する飲食サービスや

鹿島・太良地域のこだわりの産品をクリエイティブに発信する小さなセレクトショップを運営します。

まちのラウンジ （公共ラウンジ）

■目指すもの

地域に訪れた人が、駅におりたった瞬間に、鹿島・太良を感じられ、地域を訪れた人をお迎えするホテルのロビーのような、空間を目指します。

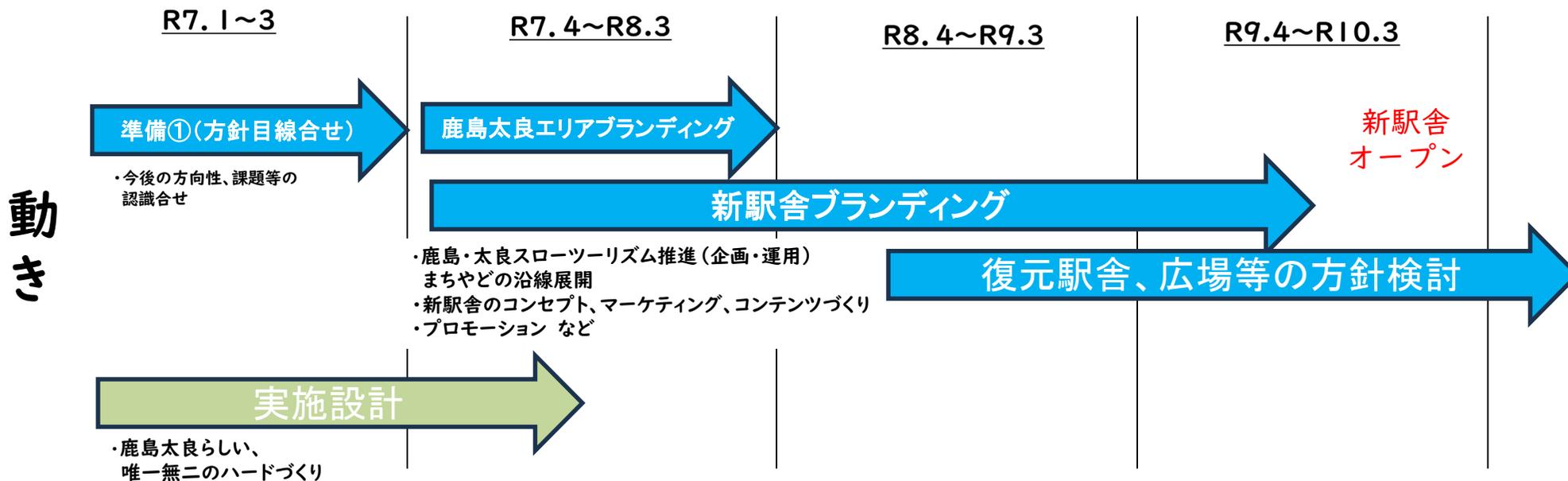
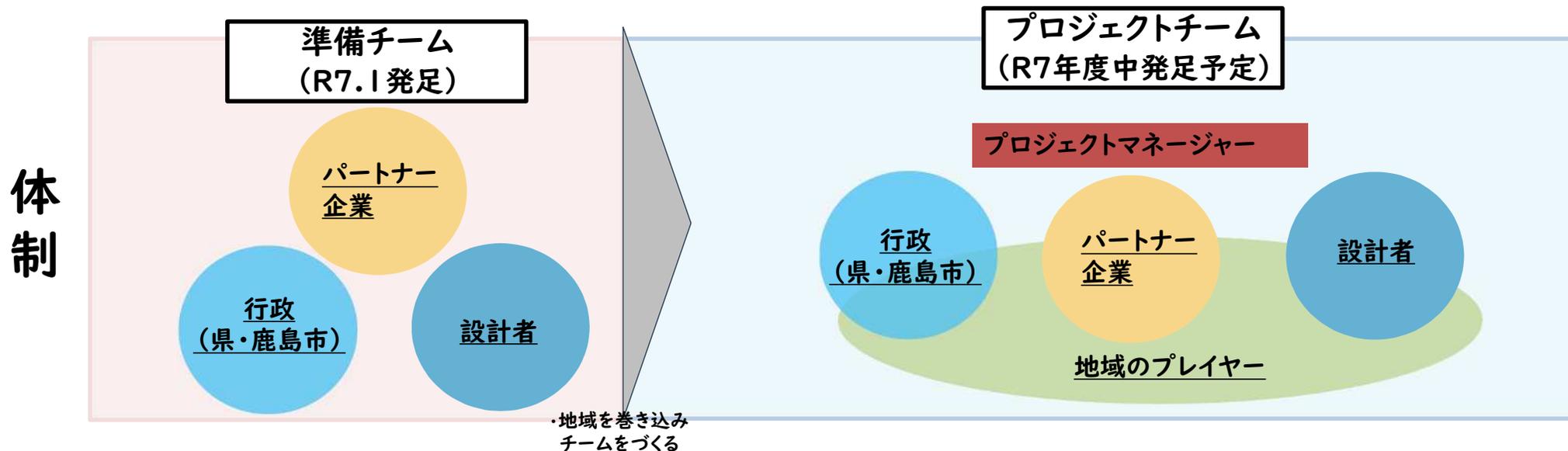
また、地域の方々が、自然と集う空間、地域の憩いの場、活動の場も目指します。

さらに、駅利用者のための待合スペースや商業スペース利用者のためのスペースも兼ねるため、つくりにこまない多目的な空間をつくります。



肥前鹿島駅運営プロジェクトチーム(仮称)体制と動きのイメージ

公募により民間事業者が決定後は、プロジェクトチームを立ち上げ、官民連携の体制を構築します。



そのほかにも、プロジェクトチームでは、スローツーリズム推進のための様々な取組みを検討していきます。

例えば…

街のツアーコンシェルジュ制度

地域の人が地域を案内するツアー。来訪者と市民が交流する仕掛け。



1階に子供×アーティストのコラボで鹿島の好きな場所を描いた絵を展示

子供達が描く事によって幅広い世代の共感とシビックプライドを醸成
アーティストとコラボすることで統一感、世界観を保つ



長崎本線各駅停車の観光列車化（駅弁スタイル）

各駅停車で駅毎に売りになる商品を駅弁スタイルで販売
(まちやどが企画運営するイベント。宿とセットのプランとして販売。)



駅の伝言板で告知する同窓会プラン

懐かしい駅の伝言板をイメージした告知で同窓会を募り（SNSも活用）最上階
テラスでの食事と宿セットで販売（幹事代行も検討）



※これらはすべて例示です