延岡市南部地域等観光資源調査
報告書

令和2年3月

株式会社地域経済研究所

目次

◯はじめに……1
1．本調査の目的……1
2．調査対象地……1

第1章　延岡市南部地域の概況……2
1．南部地域の人口・世帯数の推移……2
2．南部地域における児童・生徒数の推移……3
3．交通アクセス……3
4．公園……3
5．延岡南道路の利用状況推移……4

第2章　延岡市南部地域の観光資源と活用の方策……5
1．現状……5
2．インバウンド受入の状況……10

第3章　観光資源活用の方策の検討……18
1．観光による地域振興の視点……18
2．観光資源の活用方策……20
検討案Ⅰ　土々呂海水浴場（仮称）の再オープン……20
1．延岡市及び市外の海水浴場の現状分析……20
2．土々呂海水浴場（仮称）と類似規模の海水浴場との比較……23
3．海水浴以外を目的とする誘客の取組……24
4．土々呂海水浴場（仮称）の再オープンの可能性……25
検討案Ⅱ　ととろの海　回遊コース（仮称）……26
1．検討の背景……26
2．ととろの海　回遊コース（仮称）の骨格……27
検討案Ⅲ　信仰・健康・観光　いやしのツーリズム（仮称）……29
1．検討の背景……29
2．信仰・健康・観光　いやしのツーリズム（仮称）の骨格……30

第4章　克服すべき課題（まとめ）……32
1．土々呂海水浴場（仮称）の再オープンの可能性　※再掲……32
2．地域資源の発掘と活用……32
3．延岡南道路利用者の南部地域への誘客……32
4．観光振興に向けての地元の熱意の高まり……32
5．観光スポットの PR……32
6．観光客におもてなしのまちづくり……33
7．となりのトトロイメージ化……33
8．観光拠点の創出……33
9．延岡市中心部や北部地域及び遠見半島（門川町）との連携……33

◯はじめに

1. 本調査の目的

延岡市南部地域における「自然」、「食」、「歴史・文化」等の観光資源を活かした観光振興施策を検証するため、観光資源の調査分析を行う。

2. 調査対象地

調査対象となる延岡市南部地域は、伊形、土々呂（遠見半島を含む）、一ヶ岡の3エリアで構成されている。

※注釈

本報告書においては3エリアに関してとりまとめを行うところではあるが、地元住民との意見交換会において、土々呂エリアを中心とした意見が多くあったため、土々呂エリアを主としたとりまとめとしている。

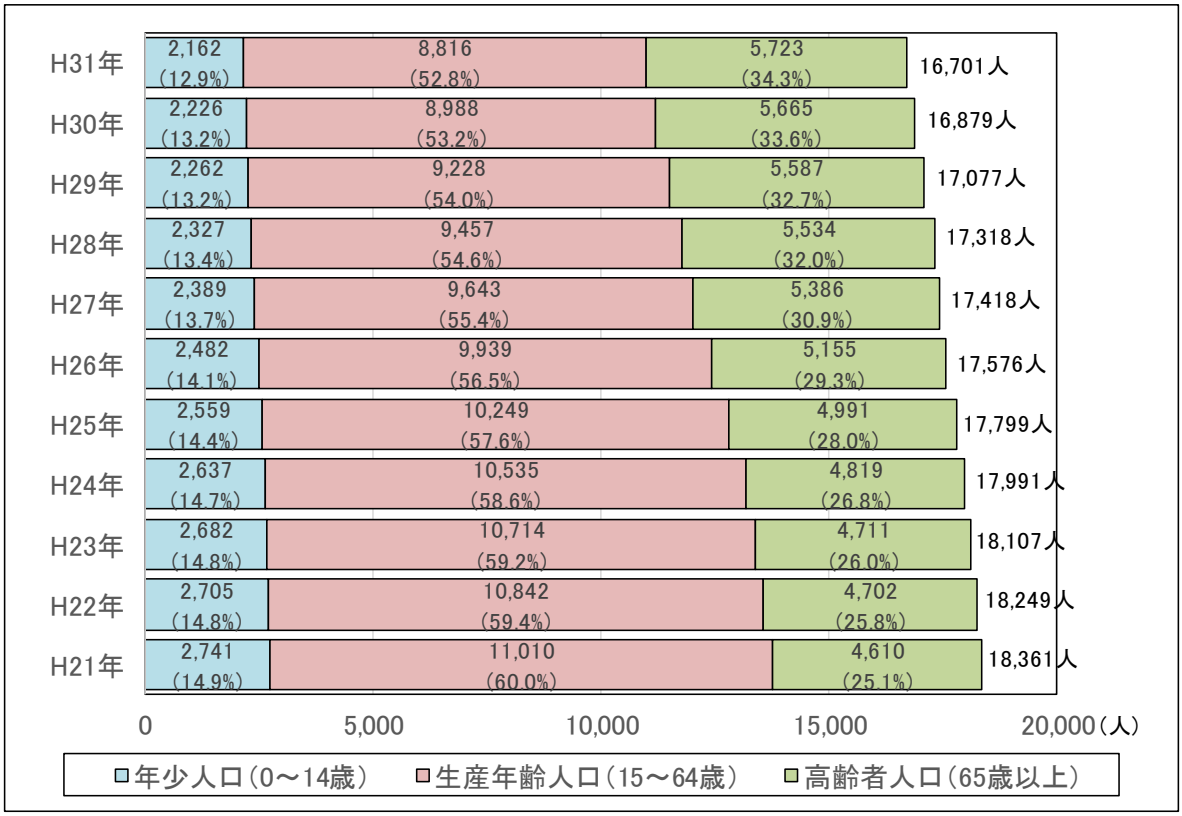
第1章　延岡市南部地域の概況

1. 南部地域の人口・世帯数の推移

南部地域の人口は、平成31年は16,701人であり、平成21年の18,361人から1,660人減少している。

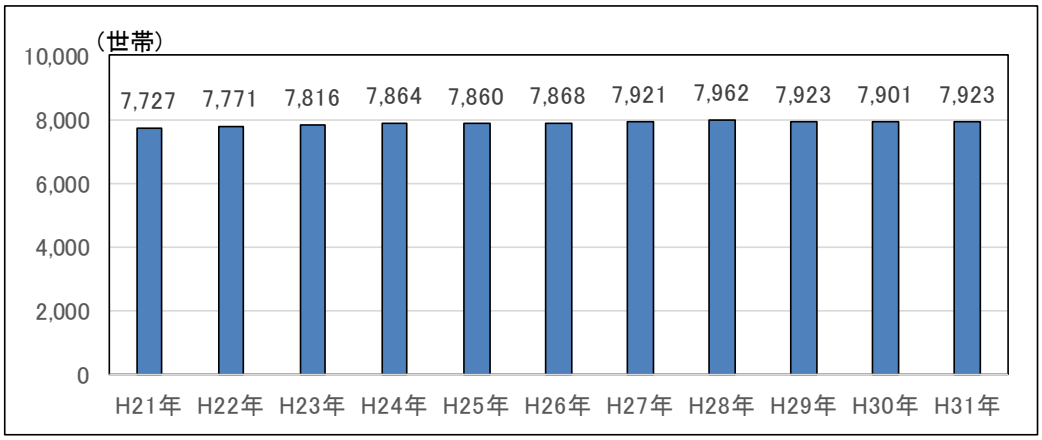
なお、世帯数はこの10年間は漸増傾向で推移している。

◯人口



（各年4月1日現在）

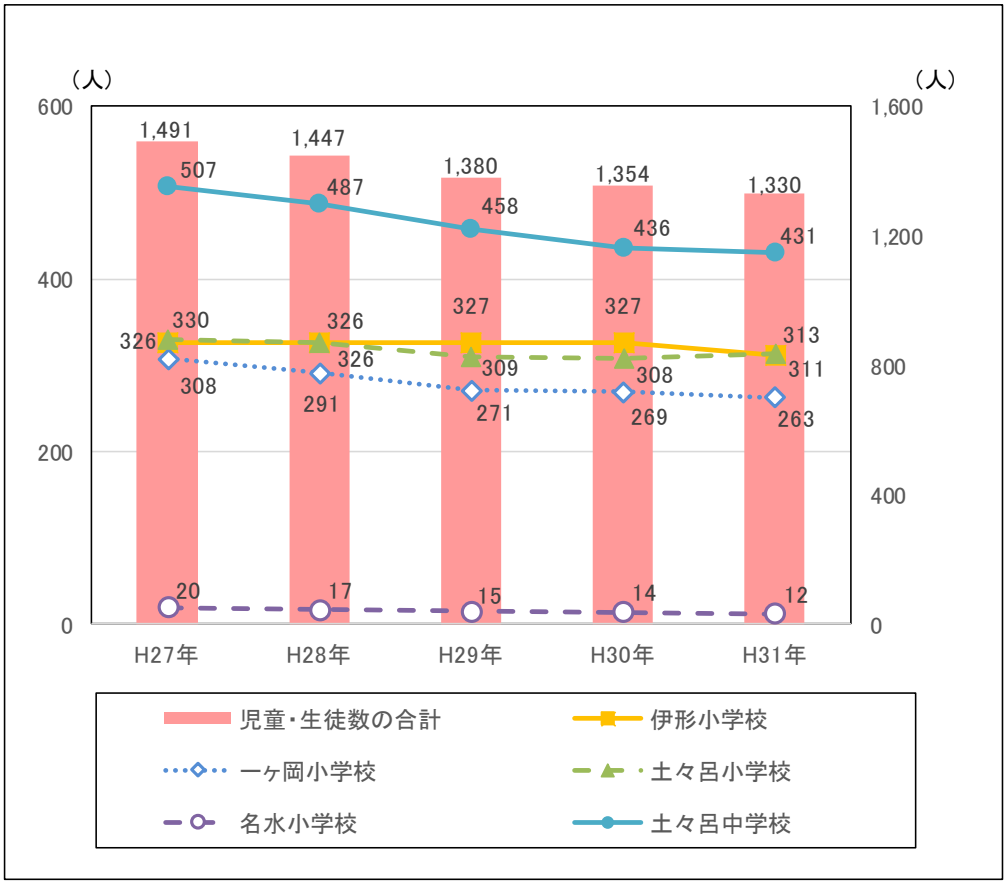
◯世帯数



（各年４月１日現在）

2. 南部地域における児童・生徒数の推移

児童・生徒数は、平成27年(1,491人)から平成31年(1,330人)の5年間で約1割減少(161人減)している。



(各年４月１日現在)

3. 交通アクセス

JR日豊本線	最寄駅:土々呂駅、旭ヶ丘駅
高速道路	最寄IC:東九州道延岡南IC、門川IC ※延岡南道路利用状況はP4のとおり
公共バス	宮崎交通

4. 公園

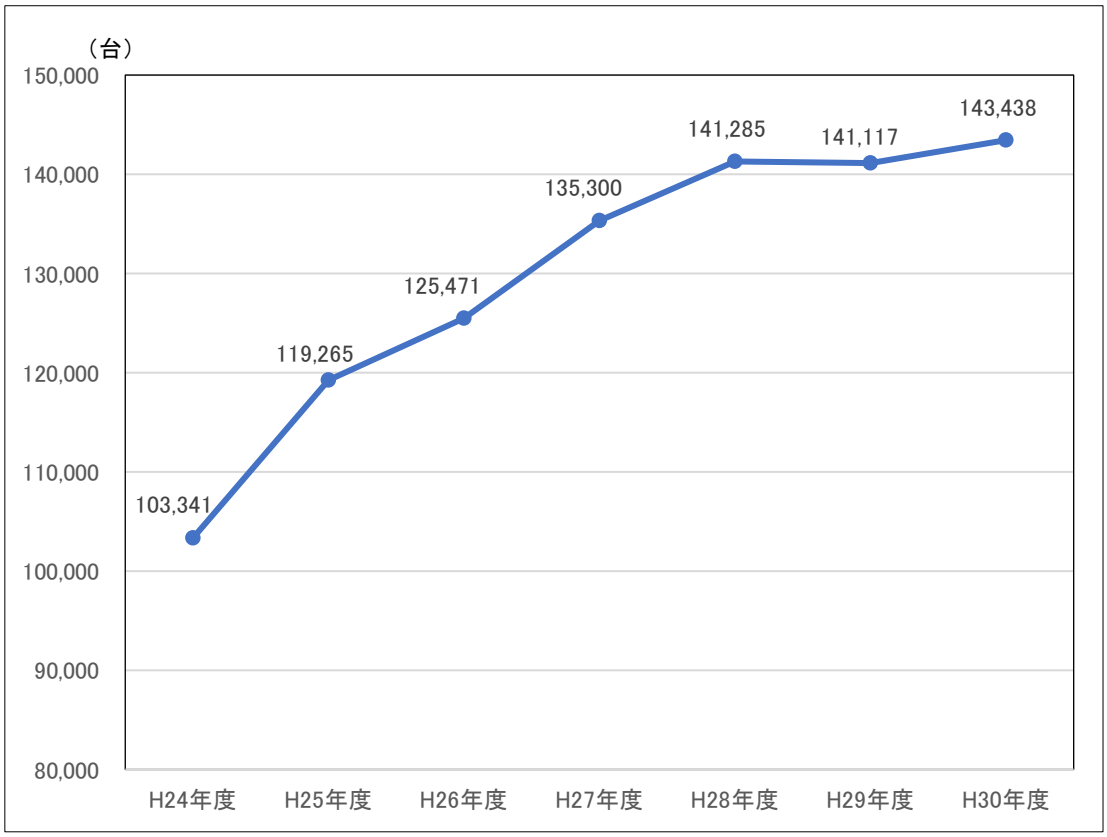
一ヶ岡中央公園(野球場・テニスコート・展望台)…4.1ha 土々呂公園(グラウンド)…3.3ha

５．延岡南道路の利用状況推移

延岡南道路の年間利用台数については、平成24年度の103,341台から平成30年度には143,438台と、7年間で約1.4倍（40,097台）増加しており、延岡南道路の利用状況は増加傾向にある。

増加要因としては、東九州自動車道の一部区間開通が平成24年度から平成28年度にかけ行われ、平成28年4月には、北九州市を起点とする宮崎市までの区間の東九州自動車道が開通したことにより利便性向上があったためであると推測される。

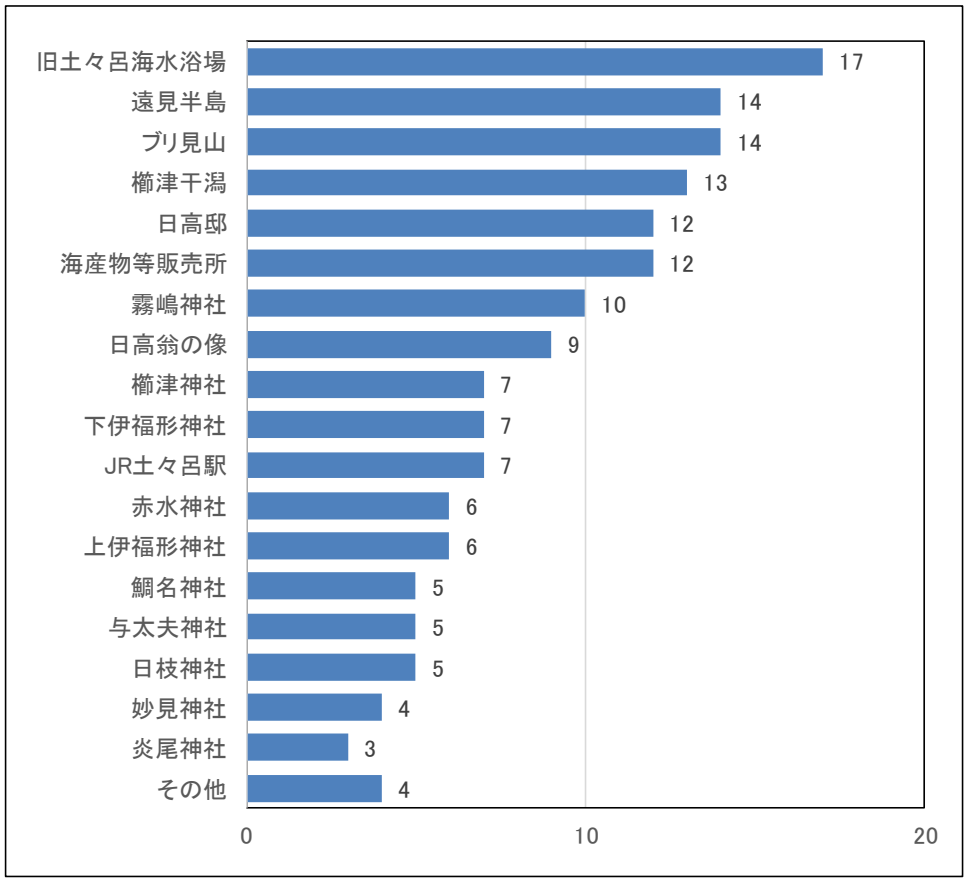
＜延岡南道路利用状況＞



第2章　延岡市南部地域の観光資源と活用の方策

1. 現状

延岡市観光戦略課が令和2年1月に地元住民代表（区長）、地元事業者、トトロ海洋クラブ（現在の会員21人）等を対象（25人）に本地域の観光資源等についてアンケート調査及び住民意見交換会等を実施した結果は下記の通りである。



※回答者数25人（複数回答）

（1）観光資源の有力候補（10人以上が推薦）…7件

旧土々呂海水浴場、遠見半島、ブリ見山、櫛津干潟、日高邸、海産物等販売所、霧嶋神社

旧土々呂海水浴場

遠見半島
（遠見山展望台から見た土々呂地区）

ブリ見山から見た景色

櫛津干潟

日高邸

海産物等販売所（高橋水産）

霧嶋神社

（2）「食」「歴史・文化」

＜食＞（飲食店の例示）

・高橋水産「ととろのととや」…メニューは日替わりの前浜ランチ（干物・丸干し・開き、冷や汁・ちりめんの釜揚げなど）が人気。客層は、平日は「サラリーマン」、休日は「家族連れ」が多い。
商品開発した「ちりめんアヒージョ」は、日本ギフト大賞2019の最高賞を受賞。

・KANAYA…「のべおかタパス食べ歩き2020」で紹介されているイタリアンレストラン。ランチとディナーの営業。土々呂の魚や醤油、製茶など地元の食材も使用している。客層は女性客が中心（約8割）。

・BISTRO LE SELD'OR・・・「のべおかタパス食べ歩き2020」で紹介されている老舗のカジュアルフレンチレストラン。地元の素材にこだわる、癒し系シェフが独創的なメニューを提供している。

・Croissant クロワッサン本店・・・平原町の旧店舗からレストランマルシェ跡に移転。クロワッサンをはじめとしたベーカリーの持ち帰りのほか、パスタやカレーのランチセットや自家製ピザ等を店内でも食べることができる。

・海産物加工販売所・・・土々呂漁港の周辺には、食事ができる高橋水産「ととろのととや」のほか、漁港で水揚げされる「めひかり」「ちりめん」「ガラえび」等を新鮮なまま加工・販売している、斎藤水産、日向ととろ、マルナカ海産、福永商店などの海産物加工販売所が集積している。

＜歴史・文化＞

〇歴史的建造物

・日高邸…金物を使用しない伝統的な工法で明治29年（1896年）に建てられた和風建築。延岡市の近代史を語る上で非常に貴重な建物であり、赤水湾に浮かぶように建つ姿は、海と調和して美しい景観を作り出している。地元の人たちから「ブリ御殿」の愛称で親しまれている。延岡市有形文化財に指定。アンケートでは10人以上が推薦（P5）。

・池田邸…大正15年（1926年）に建てられ、廊下はタモ材の迫力ある一枚張りで、床の間が多数あることが特徴的な民家であるが、玄関横の床の間にある螺旋状の床柱は最もインパクトがある。（伝統的建造物の保存と活用をする会「たからマップ」より引用）

◯祭り

・土々呂流れ灌頂…土々呂地区に伝わる盆納めの行事で平成30年に100周年を迎えた。土々呂漁港で灯籠流しのほか、盆踊り大会や和太鼓の演奏なども行われる。

・ととろ浜まつり…土々呂漁港とその周辺で毎年10月に開催。漁船団による海上パレードやシーカヤック大会、ステージイベント、地場産品の販売が行われる。

◯神社・寺

・極楽寺…751年創建。本尊は南北朝時代の作と言われる阿弥陀如来坐像。ご利益はお薬師さんに因んで健康祈願である。また、安田潤兒氏作の天井画が見どころとなっている（熊本県法泉寺と鹿児島県妙円寺の三部作）。

・霧嶋神社…鹿児島の霧島神宮の御分霊を移し祭っており、土々呂地区の氏神様として親しまれている。御祭神は彦火々出見神（ヒコホホデノミカミ）、豊玉姫之神（トヨタマヒメノカミ）、瓊々杵命（ニニギノミコト）。アンケートでは10人以上が推薦（P5）。

＜その他＞

・コニファー・・・昭和10年に住宅として建てられた洋館。現在では、隣接する古民家「ひまゆい」と併せて雑貨、ギャラリー等に活用されており、市内でも有数の人気雑貨店となっている。

＜極楽寺の御朱印＞

＜霧嶋神社の御朱印＞

[調査結果の分析]

・有力候補7件のうち霧嶋神社以外は「海」を観光資源として活用する期待が「地元の意向」として推察できる。

・また、最高点（17人が推薦）は「旧土々呂海水浴場」であり、海水浴場再開の期待度が高いことが推察できる。

・「海」の他に、「食」「歴史・文化（日高邸など）」に対しても地元の期待が寄せられていることが推察できる。

2. インバウンド受入の状況

（1）外国人の宿泊者数の推移

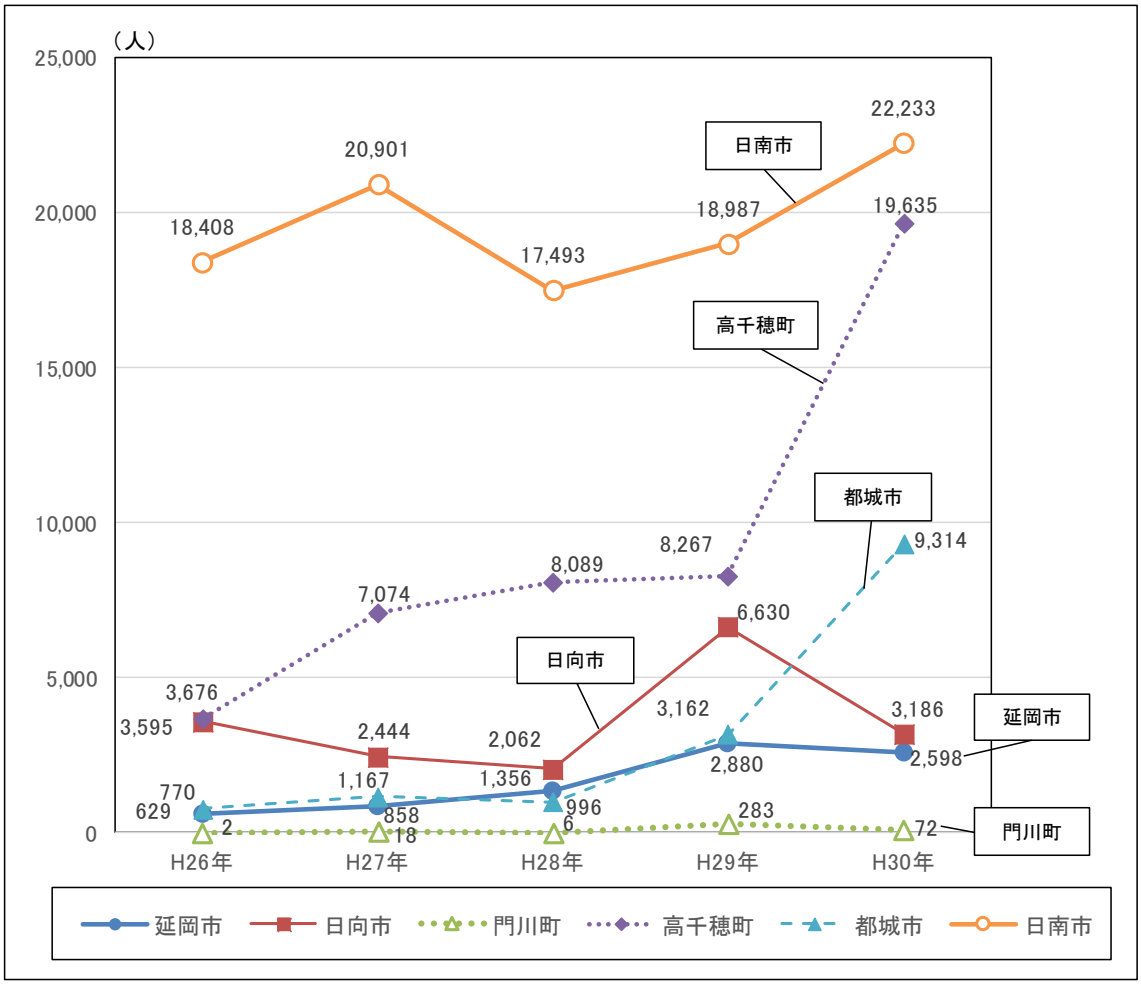
①延岡市と県内市町との比較

近年（平成26年～平成30年）は、日向市を除いて増加基調で推移している。

延岡市は、この5年間で4.1倍の増加となっている。

このような中で、高千穂町と都城市では、平成29年から平成30年の伸びが著しく、高千穂町は8,267人→19,635人（2.4倍）、都城市は3,162人→9,314人（2.9倍）となっている。外国人宿泊者数が大きく伸びている要因は、高千穂町はレンタカー利用による個人旅行の増加、都城市は韓国のツアー会社による韓国人向けのゴルフツアーの実施である。日南市は韓国資本の宿泊施設が韓国人のゴルフ客を受け入れていることが最大の要因である。

＜図1　延岡市と県内市町の外国人宿泊者数の推移＞



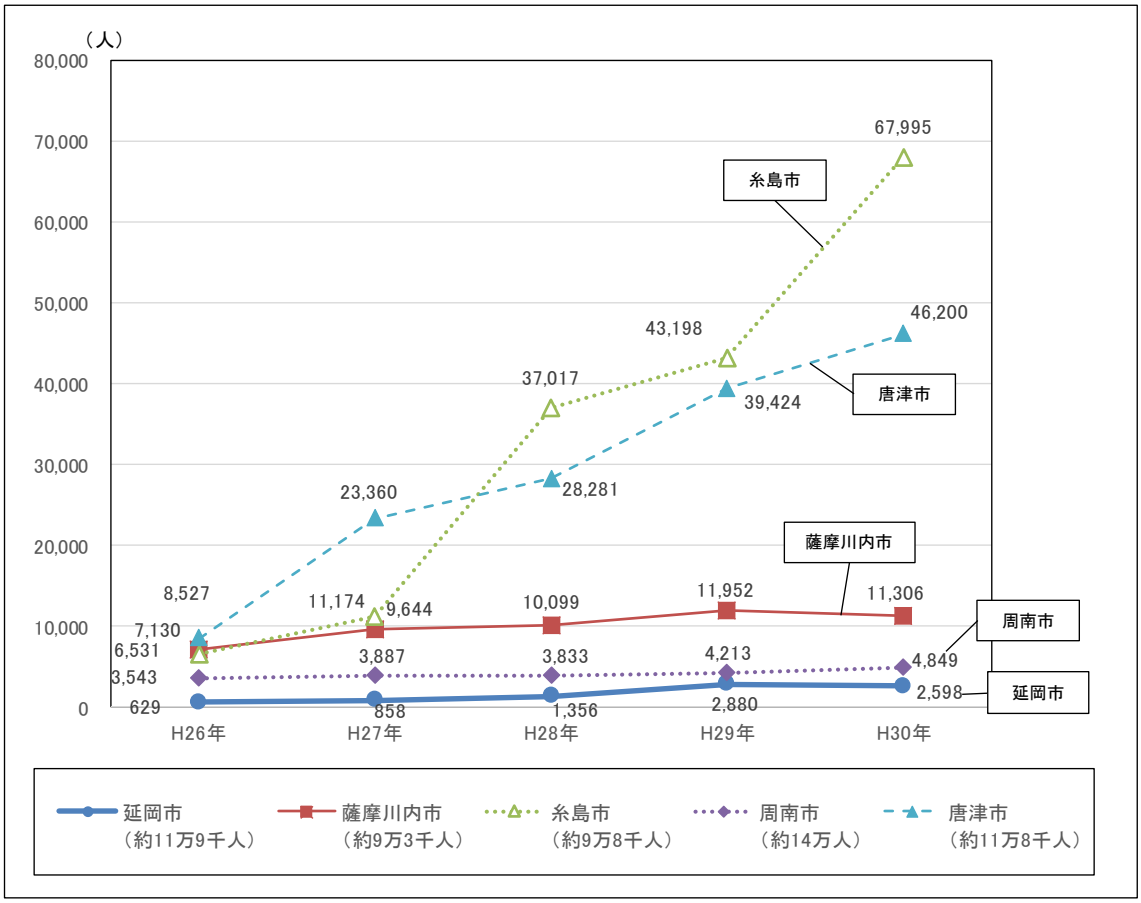
②延岡市と県外の市（人口が10万人程度の規模）との比較

九州・山口圏内において、延岡市と人口規模が同程度の市の外国人宿泊者数の推移をインターネットで収集した。

近年（平成26年～平成30年）はいずれの市も増加基調で推移している。その中で、糸島市は10.4倍、唐津市は5.4倍、延岡市は4.1倍、薩摩川内市は1.6倍、周南市は1.4倍となっている。

※各市のインバウンドの動向についての背景、要因等は分析できていない。

＜図2　延岡市と県外の市（人口が10万人程度の規模）の外国人宿泊者数の推移＞



（2）インバウンド拡大方策～先進的な取組事例～

外国人旅行客は「日本的なもの」「日本独特なもの」に対して魅力を感じている。このようなことから、成田空港から入国し、東京（浅草寺、銀座・新宿のショッピング）～箱根～富士山～京都（伏見稲荷神社、金閣寺、清水寺、嵐山）～大阪（大阪城、心斎橋のショッピング）を経由して関西国際空港から出国するルートは、日本の代表的な自然、歴史・文化等を楽しむことができることから「ゴールデンルート」と呼ばれ人気がある。加えて、飛騨高山の歴史的まちなみや白川郷、金沢の伝統工芸（蒔絵、輪島塗等）などの自然、歴史・文化等に対する人気も高い。

また、近年の外国人旅行客の旅行形態は、団体旅行から個人旅行に変化してきており、見る観光から体験する観光に対するニーズが高まっている。そのため、地域・住民においても外国人旅行客に対するおもてなしに取り組む必要があり、外国人旅行客からの人気が高い観光地では、住民が主体となった外国人旅行客向けのボランティアガイドや店舗における外国語指差しマニュアルの接客など外国人旅行客が旅行しやすい観光地づくりに取り組み、魅力の磨き上げに努めている。

なお、外国人旅行客は訪日前に観光情報だけでなく、SNSやクチコミを参考にしていることが多い。そして観光地や日本でしかできない体験など見映えがよくSNSでシェアしたくなるコンテンツに人気が高い。例えば、伏見稲荷神社近くには多くの着物レンタルショップがある。伏見稲荷神社は地元商店街と協力してインバウンド対策に力を入れている。

このようなことを踏まえて、延岡市南部地域の観光資源（自然、歴史・文化等）を活用したインバウンド拡大方策の参考になると思われる他の自治体の先進事例を提示する。

①自然

◯鳥取県岩美町：マリンスポーツ（→土々呂湾～鯛名～赤水）

鳥取県自然体験塾

・12年前に事業を開始。浦富海岸でのカヌー、マーメイド体験等を提供。現在の利用者は年間4,000人。1割の400人が外国人。うち6割は香港人、2番目は台湾人。韓国人はなぜか0人。香港・台湾には毎年営業に行く。100名のガイド登録のうち英語は4名、中国語は3名が対応可能。

・一番人気はシーカヤック。

（出典：2019年6月12日（一社）山陰インバウンド機構　山陰インバウンドニュース6月号）

（出典：鳥取県自然体験塾facebookページ）

ポイント

1. トトロ海洋クラブ、ノベスタ、漁協などの関係団体との調整・連携など
2. 香港・台湾への継続した営業活動の展開
3. 英語と中国語の対応ができるガイドの養成

◯佐賀県唐津市：九州オルレ唐津コース（→遠見半島）

玄界灘の夕日に迎えられ　オルレ唐津コースを歩く

唐津市鎮西町の名護屋城跡と波戸岬を結ぶ九州オルレ唐津コースが開設され、間もなく6周年。歴史と自然、眺望を楽しむトレッキングコースとして定着し、県外、海外からも愛好者が集まる。毎月、例会を企画し、9月は「サンセットオルレ」と銘打つ。11.2キロの野道を踏破すると、玄界灘を照らす夕日が出迎えた。

オルレは韓国・済州島発祥で、個人でも歩けるよう順路に案内板を設けている。ただ唐津コースは山里に埋もれた陣跡をたどる。初心者にはちょっとハードルがあるが、例会は団体で歩き、しかも案内人がいるので心強い。

※「九州オルレ唐津コース」 九州観光推進機構と九州運輸局が認定した21コースの一つで、2013年12月オープンした。昨年は2,674人（公式受け付け数）が利用し、うち4割強が韓国を中心とする外国人だった。

（出典：2019年9月26日佐賀新聞）

ポイント

1. 南部地域における案内人等の人材や団体の育成
2. 歴史と自然、眺望を楽しむトレッキングコースの作成
3. 個人でも歩ける順路を掲載した案内板の設置
4. 韓国済州島発祥であり、韓国を中心とする外国人の誘客

②歴史・文化

○広島県広島市：ひろしま盆ダンス（→土々呂流れ灌頂など祭り）

国籍・世代超えて交流　ひろしま盆ダンス

広島市中区の旧市民球場跡地で11日あった「ひろしま盆ダンス」（中国新聞社主催）には、多くの外国人旅行者の姿もあった。太鼓の音に誘われるように輪に加わり、会場が一体となる盆踊りの魅力を満喫した。日本文化の体験ブースや、海外への移民の歴史をたどる展示もあり、市民レベルの国際交流が広がった。

「独特のリズムで難しかったけれど、日本の伝統を肌で感じられて最高の思い出になったよ」。イスラエルから訪れた大学生ダン・レビンさん（23）は、友人とともに踊りに飛び入り参加し、笑顔を見せた。

（出典：2018年8月12日　中国新聞デジタル）

＜振り付けを習い総踊りに挑戦する外国人来場者＞

（出典：ひろしま盆ダンス公式ウェブサイト）

ポイント

1．地域における外国人受入れへの理解
2．盆踊りに外国人旅行者の飛び込み参加を可能とする誘客活動の展開
3．日本文化の体験ブースや海外への移民の歴史をたどる展示など市民レベルでの国際交流の推進

③その他

○三重県南伊勢町：漁村体験型ゲストハウス（→漁家民泊）

漁師のいるゲストハウス　まるきんまる

・一棟貸しのゲストハウス。食事の提供は行っていないが、宿泊予約時に体験メニューの「漁師体験」「魚さばき体験」「干物づくり体験」「鯛の潮釜焼き体験」「磯遊び体験」を1つ以上選択してもらうことで、宿泊者は食事の用意をする必要がなくなる。水産物の販売も行っている。

・宿泊者の国籍は幅広い。（ドイツ、フランス、イギリス、アメリカ、香港、オーストラリアなど）

・海外に居住経験があるオーナー（現在はUターンで漁業に従事）が外国語の対応をしている。

（出典：まるきんまるfacebookページ）

ポイント

1．宿泊と体験メニューのセット

2．様々な国籍の観光客の受け入れ

◯群馬県沼田市：海外インフルエンサー招聘によるプロモーション（→PR）

海外の人気ブロガーが動画でPR

中国四川省成都市イトーヨーカドー双楠店で開催する「沼田フェアin中国成都」の事前プロモーションとして、中国版twitter「微博（ウェイボー）」でフォロワー数が約114万人の人気ブロガーを招いて、市内の名所や美味しい食べ物を発信するための動画を撮影した。

撮影した動画は、ブロガーのアカウントやフェア会場で放映した。海外の若者に人気があるインフルエンサーの発信力を使うことで、フェアの事前PRやフェアへの誘客、市の知名度向上につなげた。

（出典：群馬県沼田市facebook公式ページ「いいね！沼田市」）

ポイント

1．海外の人気ブロガーを招いた動画の撮影
2．海外でのイベント開催に合わせたPRの実施

第3章　観光資源活用の方策の検討

1. 観光による地域振興の視点

(1)「売れる商品」の開発

観光による地域振興とは観光による「地域活性化」と同義であり、同時に「観光の産業化」とも言える。

つまり、産業化するためには「売れる商品」を開発、提供する必要がある。

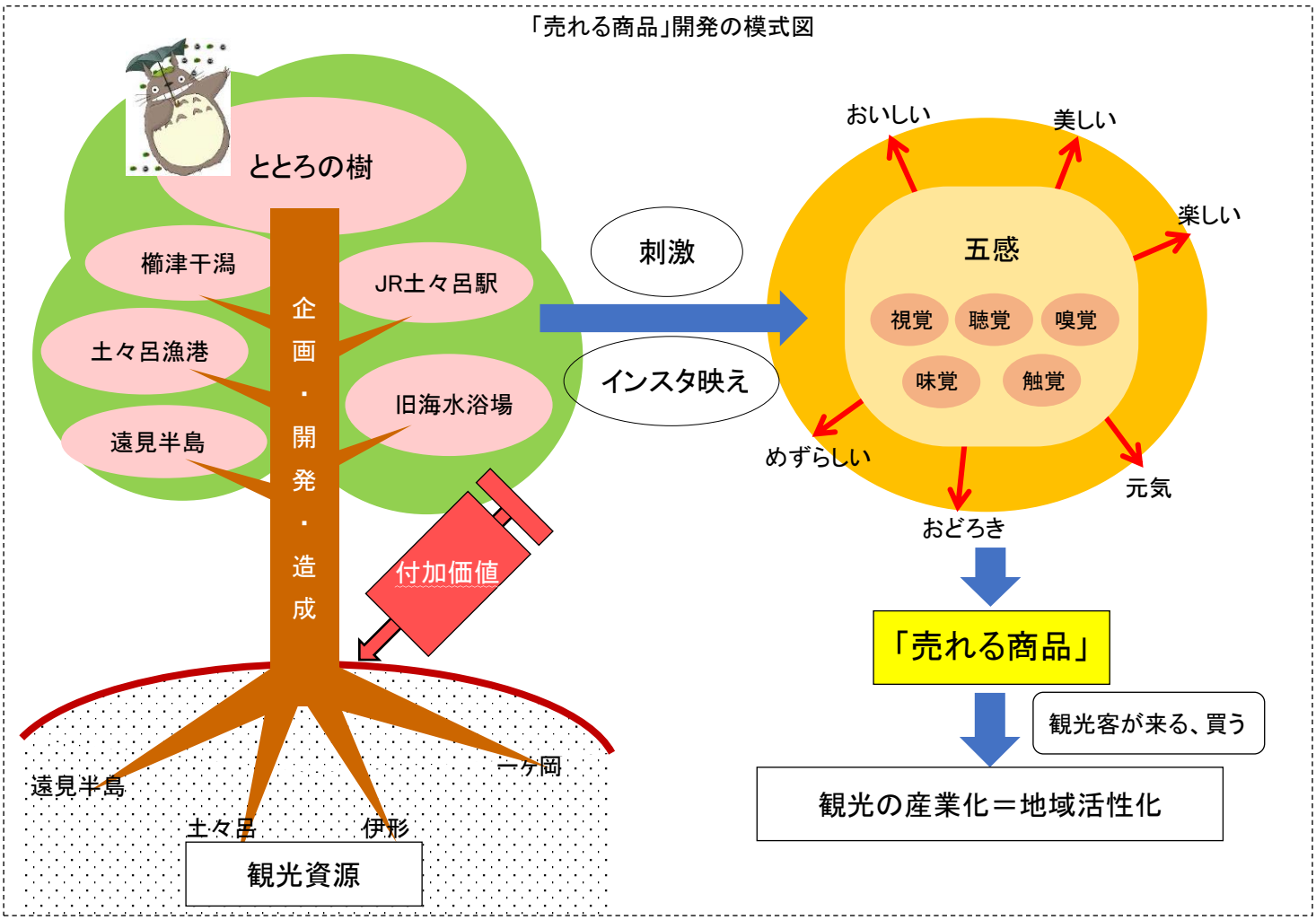
この「売れる商品」とは、お金を払っても(使っても)「買ったり」「見たり」「食べたり」「触れたり」(つまり、五感を刺激すること)をしたい人たちを集めることができる物品、サービス、イベント等である。

五感(視覚、聴覚、嗅覚、味覚、触覚)を刺激すると、楽しさ、嬉しさ、美しさ、驚き、元気、珍しさ等の「脱日常性」「非日常」の感覚を体験することになり、その「商品・サービス」(観光)に惜しみなく消費のパワーが湧出する。

このようなことから、観光で地域振興・活性化を図るためには、地域が有している観光の観光資源に人間の五感を刺激するような**付加価値**を加えて、「売れる商品」にまで磨き上げることが重要な視点である。

なお、近年は若者を中心に「インスタ映え」する観光スポット、料理等への人気が高いことに対応する視点も必要である。

「売れる商品」開発の模式図



※トトロのイラスト使用にあたって、スタジオジブリの許可は取っておりません。

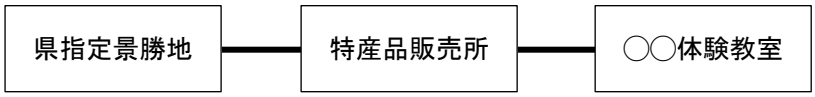
（2）「商品」の売り方

次の3つの型がある。

①点型…単独（1つの「商品」）で売れる＜全国的な認知度、人気とも高い＞
→他地域では真似できない。

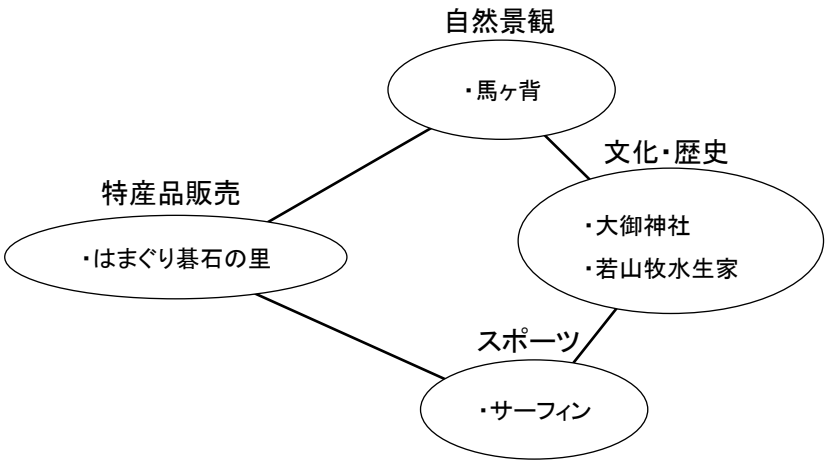
- 国宝級の神社仏閣、歴史遺産（吉野ケ里、熊本城）
- 祭り・イベント（さっぽろ雪まつり、阿波おどり、有田陶器市）
- 温泉（草津、指宿）

②線型…点型よりも「小さい商品」＜県内有数のスポットで九州では認知度が高い＞を2～3個を線で結んで売る。



③面型…線型よりも「もっと小さい商品」＜県内でも認知度・人気とも下位＞をセット（束）にして、当該地域及び隣接地域が連携して売る。（観光客の動線が長くなる）
※「線型」の拡大、広域版となる。

＜面型のイメージ（例：日向市）＞



2. 観光資源の活用方策

検討案Ⅰ　土々呂海水浴場（仮称）の再オープン

1. 延岡市及び市外の海水浴場の現状分析

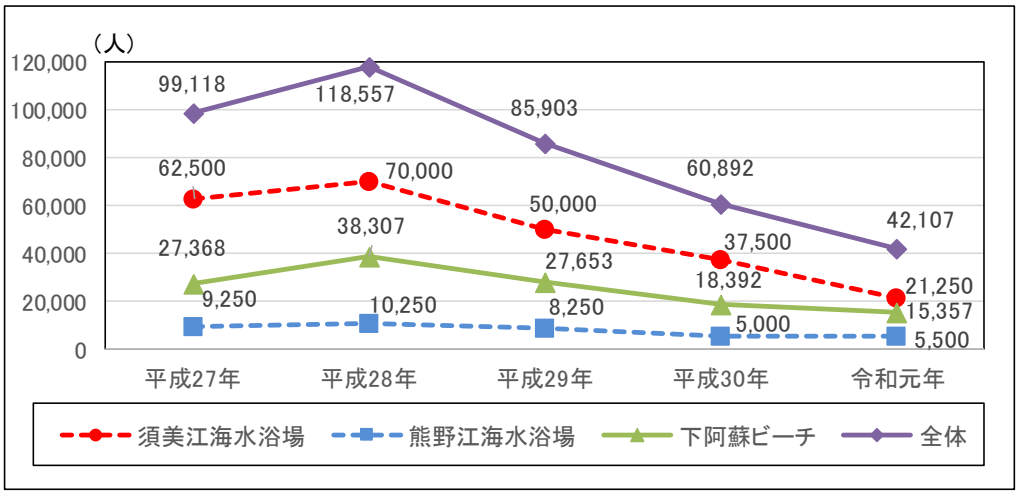
（1）利用者数の推移

延岡市の利用者数は各海水浴場とも減少傾向（海水浴離れ）にあり、近年の5年間の全体では、ピーク時（平成28年）の約35％（令和元年）まで減少している。（図3）

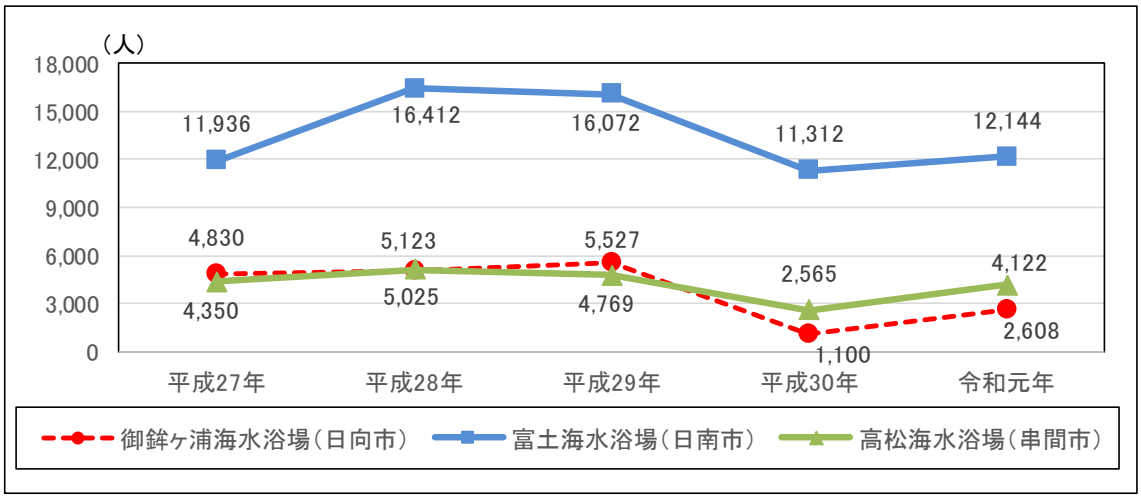
また、市外でも串間市高松海水浴場を除くと減少傾向で推移している。（図4）

㊟以上の分析は、その年の天候状況は考慮していない。

＜図3　延岡市内海水浴場の利用者数の推移＞



＜図4　市外海水浴場の利用者数の推移＞



（2）海水浴場の施設及び管理の状況

管理者：地元住民で構成する組織が多い。
設備：シャワーとトイレは「常設」で対応している。
　　更衣室（常設）は無いところもある。（須美江、下阿蘇、高松）
監視員：2人が多い。富士海水浴場は5人で最も多い。
駐車場：「なし」は熊野江海水浴場のみ。
開設・運営費用：最低54万円（高松海水浴場）～最高650万円（富士海水浴場）

＜延岡市内＞

（令和元年の実績）

海水浴場名		須美江海水浴場	熊野江海水浴場	下阿蘇ビーチ
運営を委託している団体・事業者名		須美江家族旅行村管理協会 （地元住民で構成）	熊野江海水浴場運営委員会 （地元住民で構成）	のべおか道の駅株式会社 （「道の駅北浦」の指定管理者）
海水浴場の規模	遊泳エリア	奥行き：約40メートル 幅：約170メートル	奥行き：約70メートル 幅：約120メートル	奥行き：約90メートル 幅：約200メートル
	砂浜	奥行き：約50メートル 幅：約200メートル	奥行き：約60メートル 幅：約650メートル	奥行き：約50メートル 幅：約900メートル
海水浴場の設備	シャワー（常設のみ）	9基	4基	10基
	トイレ（常設のみ）	11基	4基	11基
	多目的トイレ	1基	1基	1基
	更衣室（常設のみ）	0室	2室	0室
	管理・清掃	管理・清掃ともに須美江家族旅行村管理協会	管理：延岡市 清掃：地元住民	シャワー 管理：市が指定管理者に委託 清掃：指定管理者 トイレ 管理：県が市にに委託 清掃：市が民間委託
砂浜の清掃	清掃者	須美江家族旅行村管理協会、地元住民	地元住民　※海水浴場期間のみ	ボランティアと指定管理者
	頻度	全体：海水浴場開設前に1回 その他：災害後（台風など）に遊泳禁止とし、環境整備を行う	全体：海水浴場開設前に1回 その他：災害後（台風など）に遊泳禁止とし、環境整備を行う	年に一度のボランティア清掃と指定管理者による不定期清掃。
駐車場	台数	約100台	なし	211台
	面積	約3,000㎡	なし	約4,000㎡
監視体制	1日あたりの監視員数	2人	2人	3人
	救急体制	・監視員は開設前に救急講習を受講 ・AEDを常備	・監視員は開設前に救急講習を受講 ・AEDを常備	・AEDを常備
1シーズンにかかる海水浴場の開設・運営費用（概ねのトータル金額）		約70万円	約77万円	約150万円

＜市外＞

（令和元年の実績）

海水浴場名		御鉾ヶ浦海水浴場 （日向市）	富土海水浴場 （日南市）	高松海水浴場 （串間市）
運営を委託している団体・事業者名		日向市直営で監視員を募集配置して運営	富土海水浴場協賛会 （地元住民で構成）	高松海水浴場運営委員会 （地元住民で構成）
海水浴場の規模	遊泳エリア	奥行き：約50メートル 幅：約125メートル	奥行き：約70メートル 幅：約400メートル	奥行き：約42メートル 幅：約105メートル
	砂浜	占用申請面積は8,750㎡	奥行き：約15メートル 幅：約450メートル	奥行き：約50メートル 幅：約160メートル
海水浴場の設備	シャワー（常設のみ）	6基	12基	1基
	トイレ（常設のみ）	17基	8基	2基
	多目的トイレ	0基	1基	1基
	更衣室（常設のみ）	2室	3室	0室
	管理・清掃	管理:日向市	管理・清掃ともに富土海水浴場協賛会	シャワー 管理：隣接海の家所有 清掃：所有者 トイレ 管理：2基は市所有（多目的トイレを含む）、1基は隣接海の家所有 清掃：公有財産は清掃業者、私有財産はその所有者
砂浜の清掃	清掃者	海水浴場期間中は監視員で清掃	富土海水浴場協賛会	地元住民及び海水浴場運営受託者
	頻度	適宜	1日2回	随時
駐車場	台数	30台	70台	100台
	面積	公園駐車場		3,512㎡
監視体制	1日あたりの監視員数	2人	5人（うちライフセーバー2人）	1人
	救急体制	・AEDを設置 ・消防本部と日程調整して講習会を2回設定している。 ・監視員はAED講習を受講することが必須条件。	・AEDを設置	・隣接する海の家にAEDを1台設置
1シーズンにかかる海水浴場の開設・運営費用（概ねのトータル金額）		約160万円 （御鉾ヶ浦、伊勢ケ浜、お倉ヶ浜合計の監視員賃金のみ）	約650万円	約54万円

2. 土々呂海水浴場（仮称）と類似規模の海水浴場との比較

土々呂海水浴場（仮称）の候補地の砂浜の幅は約255mである。この幅に近い海水浴場（須美江、高松）を類似規模として比較したのが下の表であり、海水浴場としての環境条件は概ね整っていると思われる。

＜土々呂海水浴場（仮称）と類似規模の海水浴場との比較＞

海水浴場名		旧土々呂海水浴場	須美江海水浴場	高松海水浴場 （串間市）
運営を委託している団体・事業者名		－	須美江家族旅行村管理協会 （地元住民で構成）	高松海水浴場運営委員会 （地元住民で構成）
海水浴場の規模	遊泳エリア	未計測	奥行き：約40メートル 幅：約170メートル	奥行き：約42メートル 幅：約105メートル
	砂浜	奥行き：約15～30メートル（干潮・満潮） 幅：約255メートル	奥行き：約50メートル 幅：約200メートル	奥行き：約50メートル 幅：約160メートル
海水浴場の設備	シャワー（常設のみ）	6基 （※トトロ海洋クラブ　クラブ棟）	9基	1基
	トイレ（常設のみ）	12基 （※土々呂海浜公園…5基、 トトロ海洋クラブ…7基）	11基	2基
	多目的トイレ	－	1基	1基
	更衣室（常設のみ）	2室 （※トトロ海洋クラブ　クラブ棟）	0室	0室
	管理・清掃	管理：延岡市 清掃：シルバー人材センターに委託 （土々呂海浜公園のトイレ）	シャワー・トイレの管理・清掃ともに須美江家族旅行村管理協会	シャワー 管理：隣接海の家所有 清掃：所有者 トイレ 管理：2基は市所有（多目的トイレを含む）、1基は隣接海の家所有 清掃：公有財産は清掃業者、私有財産はその所有者
砂浜の清掃	清掃者	区長会・地元住民及びトトロ海洋クラブ	須美江家族旅行村管理協会、地元住民	地元住民及び海水浴場運営受託者
	頻度	年4回程度	全体：海水浴場開設前に1回 その他：災害後（台風など）に遊泳禁止とし、環境整備を行う	随時
駐車場	台数	約105～128台 （トトロ海洋クラブの駐車スペースを含む）	約100台	100台
	面積	約3,285㎡ （トトロ海洋クラブの駐車スペースを含む）	約3,000㎡	3,512㎡
監視体制	1日あたりの監視員数	－	2人	1人
	救急体制	－	・監視員は開設前に救急講習を受講 ・AEDを常備	・隣接する海の家にAEDを1台設置
1シーズンにかかる海水浴場の開設・運営費用（概ねのトータル金額）		－	約70万円	約54万円

３．海水浴以外を目的とする誘客の取組

「海水浴場や海の家ってのは、夏の泳げる期間だけのことを言います。それには違和感があって。海のある暮らしは年中素敵なもので、春や秋、冬にもその季節に応じた付き合い方があると思ってます。そんな多様性のあるビーチスタイル、つまりそれらのハブとなるコミュニティーの創出を目指したんです」（青島ビーチパークの統括ディレクター宮原秀雄氏）と語っている。（STAY&TRAVEL 2017.07.08より引用） ※宮原秀雄氏：2015年東京から宮崎に移住。

例：青島ビーチパーク（2015年オープン）

・開催期間：4月下旬～9月下旬

・入込客数：108,509人（平成30年度実績）

海水浴目的以外の来場者にも青島ビーチの魅力が満喫できるように飲食店・物販のビーチハウス（5店舗：セレクトショップ、スタイリッシュなカフェ、ピザ、ハンバーガーなどのコンテナショップが並んでいる）の出店がある。また、木製のロングテーブル、キャンパスのパラソル、ところどころに芝生があり、イベント（ビーチヨガ、ナイトシネマの上映、音楽イベントなど）を開催している。海水浴シーズン以外にも多くの観光客が訪れている。

なお、隣接して宮崎市青島ビーチセンター渚の交番があり、イベント等のための施設の提供、観光情報・イベント情報の発信等も行っている。

＜青島ビーチパーク＞

4. 土々呂海水浴場（仮称）の再オープンの可能性

候補地が「売れる商品」として再オープンするためには、運営を委託する団体・事業者、水質、遊泳エリアの計測（水深の調査）、養殖いけす（3面）への影響など調査すべき課題がある。

加えて、利用者数の動向を見極める必要があり、近年の海水浴場では延岡市を含め減少傾向（＝海水浴離れ）にあることを参考（P20）にする必要がある。また、主な利用者になると推測される地元の小中学校の児童・生徒数は、この5年間に約10％減少している（P3）。

こうした中、国道10号、東九州自動車道延岡南IC、土々呂駅から比較的近い場所に位置しており、交通の利便性は高いと言える。このため、地域や事業者等との連携が必要不可欠であるが、海水浴場としての機能に加え、例えば海の駅のような付加価値を付ける、あるいは、海水浴シーズン以外には、「海」「浜辺」「海産物」といったこの地域ならではの「キーワード」を活かした魅力ある取組を進めることで、域外からの誘客促進の可能性もある。

このほか、土々呂漁港海岸東浜地区の護岸については、津波対策を目的とした整備が計画されており、海水浴場の景観等への配慮も必要と考えられる。

＜土々呂海水浴場（仮称）の候補地付近のいけす＞

検討案Ⅱ　ととろの海　回遊コース（仮称）

1．検討の背景

（1）観光資源の有力候補

観光資源の有力候補（P5）として、地元から期待度の高い「①遠見半島（心の杜、アジサイの群落）～②ブリ見山・日高邸～③櫛津干潟～④土々呂海浜公園（旧土々呂海水浴場）」の「4つの点」を線で結ぶことにより「面型」（P19）の「ととろの海　回遊コース（仮称）」の形成が可能と思われる。

（2）「海」をテーマ

「4つの点」は「海」が観光の舞台となっていることから、海を見る・遊ぶ・食べる・売るなどに着眼点を置き、既存の観光資源に付加価値を加えた「観光商品」を開発・提案できる可能性があると思われる。

（3）遠見半島と「回遊」の連携

遠見半島は温泉「心の杜」、アジサイの景観などの一定の人気スポットがあり、観光客や交流人口拡大に当該地域（土々呂の海）との相乗効果が期待できると思われる。

2. ととろの海　回遊コース（仮称）の骨格

現況	付加価値化の手法としての可能性（検討案）	「観光商品」のイメージ(案)
遠見半島 ・ブリ見山　・日高邸 ※心の杜（温泉）、アジサイ群落	①自転車で周遊 ②インスタ映えスポットの掘り起こし	◯誰でも（子ども、大人、女性等）安心してサイクリングできるコースの設定 ◯1時間、半日、1日コースのメニュー化　※コースメニューの例示
櫛津干潟 貝掘りデー（潮干狩り）（土々呂漁協主催） GWに1日限定 延べ1,300人参加（平成29年） 料金：大人1,000円、子ども500円	①放流する貝の量・種類の増加 ②実施日の回数を増加 ③入漁料のアップ	◯潮干狩りの海としての認知度アップ
土々呂海浜公園 シーカヤック（トトロ海洋クラブ主催） 7～10月に実施（年に5～6回） 延べ400～500人参加	①シーカヤックの舟の数を増やす・インストラクターの養成 ②マリンレジャーの「遊び」「スポーツ」のメニューを増やす	◯海水浴場に隣接する県内唯一のマリンレジャーの拠点（例示：シーカヤック、ヨット、モーターボート、バナナボート、ウォーターボールなど） ◯港内の遊覧船の就航 ◯オートキャンプ場
土々呂漁港	①湾内の漁の観光遊漁船の就航 ②獲れたばかりの魚料理を地元の飲食店が提供	◯漁を船から見学→（陸上）→漁師料理の提供→魚の加工品の販売（缶詰等） ◯地引網体験
JR土々呂駅	①インスタ映えの視点 ※油津駅…広島カープカラー 南郷駅…西武ライオンズカラー	◯人気アニメ「となりのトトロ」のイメージ化

付加価値を加える

＜「観光商品のイメージ」（例示）＞

「遠見半島」サイクリングコースの設定
（例：栃木県那須町・山道サイクリング）

「土々呂海浜公園」マリンレジャーの拠点
（例：名護市・バナナボート）

「土々呂海浜公園」マリンレジャーの拠点
（例：滋賀県大津市・ウォーターボール）

「土々呂海浜公園」オートキャンプ場
（例：宮崎市・白浜オートキャンプ場）

「土々呂漁港」地引網体験
（宮崎市青島漁協・地引網体験）

「土々呂漁港」漁を船から見学
（例：天草市・イルカウォッチング）

「土々呂漁港」ご当地グルメの開発
（例：日南市・カツオ炙り重）

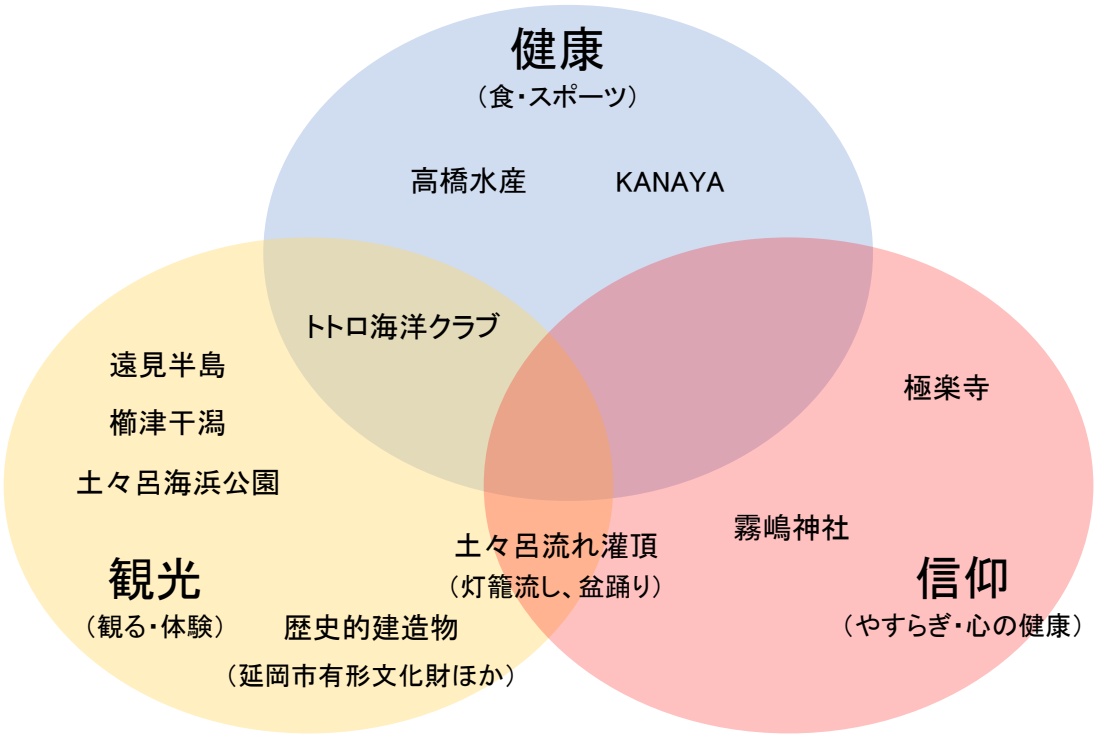
「JR 土々呂駅」駅の改修
（例：ねこバス停留所）

検討案Ⅲ　信仰・健康・観光　いやしのツーリズム（仮称）

1．検討の背景

検討案Ⅱ「ととろの海　回遊コース（仮称）」とともに、当該エリアの観光資源である食、祭り、歴史・文化、神社・寺等（P7～9）を「材料」として付加価値を加えて、「信仰・健康・観光」を「観光商品」のコンセプト（統一した考え方）にした観光メニューの企画に取り組むことが可能と思われる。

＜「信仰・健康・観光」のコンセプト＞



2. 信仰・健康・観光　いやしのツーリズム（仮称）の骨格

現況	付加価値化の手法としての可能性（検討案）	「観光商品」のイメージ（案）
極楽寺 「極楽」は天国に最も近いので、 高齢者に人気 お薬師様は健康の仏様 **霧嶋神社** （古くから地元に信仰され親しまれている＝氏神様）	①「信仰」にリゾート的視点を導入する ②御朱印ブームを取り込む	◯ヨガ・体操教室の開催 ◯宿泊型の修行体験 ◯季節に応じた御朱印の発行
日高邸 延岡市有形文化財に指定 延岡市を代表する近代和風建築 地元では「ブリ御殿」の愛称	①　海上からの眺望	◯赤水湾で船から夕焼けの日高邸を観る ※例：仙台市　旧伊達伯爵邸「鍾景閣」
高橋水産 日本ギフト大賞最高賞を受賞した 「ちりめんアヒージョ」 日替わりの前浜ランチが人気 **KANAYA** 「のべおかタパス食べ歩き2020」で紹介 女性に人気（お客さんの8割が女性） 土々呂の食材も使用	①土々呂の海で朝獲れの魚を調理する ②無農薬や四季の旬の野菜・山菜を調理する ③料理に「インスタ映え」の視点を導入する	◯「土々呂発信」のメニューの商品企画・開発（海賊料理など） ※例：延岡発「チキン南蛮」
土々呂流れ灌頂 灯籠流し、盆踊り大会 平成30年に100周年を迎えた	①地域住民以外の「飛び入り参加」を歓迎する ②祭りの華やかさ、大きさを強調する	◯延岡の夏の風物詩に育て上げる ◯港の花火大会
ととろの海　回遊コース（仮称） （再掲　P26） （特にトトロ海洋クラブの取組）	①夏以外も楽しめる海のスポーツ	◯親子カヤック教室（トトロ海洋クラブ）

付加価値を加える

＜「観光商品のイメージ」（例示）＞

「神社・寺」宿泊型の修行体験
（例：宮崎市・お寺ヨガ）

土々呂発信の食メニューの提供
（例：仙台市・旧伊達伯爵邸　鍾景閣「牛たん御膳」）

「神社・寺」季節に応じた御朱印の発行
（例：長野県長野市・善光寺）

「土々呂流れ灌頂」港の花火大会
（例：三重県熊野市・水爆花火）

「ととろの海　回遊コース（仮称）」親子カヤック教室
（例：トトロ海洋クラブ）

第4章　克服すべき課題（まとめ）

延岡市南部地域の観光資源を活用した方策の検討案を第3章を中心に示したが、これをタタキ台にして「観光商品」を企画・造成するためには、以下の諸問題（一部再掲）を克服する必要がある。

1．土々呂海水浴場（仮称）の再オープンの可能性　※再掲

「売れる商品」として再オープンするためには、運営を委託する団体・事業者、水質の検査、遊泳エリアの計測（水深の調査）、養殖いけすへの影響など調査すべき課題は残されている。

加えて、利用者数の動向を見極める必要があり、近年の海水浴場では延岡市を含め利用者数が減少傾向（＝海水浴離れ）にあることを参考（P20）にする必要がある。また、主な利用者になると推測される地元の小中学校の児童・生徒数は、この5年間に約10％減少している。（P3）

このほか、土々呂漁港海岸東浜地区の護岸については、津波対策を目的とした整備が計画されており、海水浴場の景観等への配慮も必要と考えられる。

2．地域資源の発掘と活用

古民家、名物料理、特産品（土産品、工芸品）、宿泊施設（マリンツーリズムに対応する漁家民泊）など地域個有の観光資源の発掘と再評価により「観光商品」としての造成を検討する必要がある。

このことにより、例えば「食」の分野（和食・洋食＋スイーツ＋飲み物）一つで観光客の流入を促進できる可能性がある。

3．延岡南道路利用者の南部地域への誘客

北九州市を起点とする宮崎市までの区間の東九州自動車道が開通した効果もあり、延岡南道路を利用する車は増加傾向にある。南部地域は延岡南ICと門川ICの中間に位置し、アクセスは良好である。

今後は、東九州自動車道を利用する観光客を、南部地域へ誘客するために地域が一体となった取り組みをすすめていく必要がある。

4．観光振興に向けての地元の熱意の高まり

観光的視点から、食に関する周遊コース、史跡を巡る周遊コースの実現などの地域振興を図るためには、地元の熱意、関心、協力が何よりも重要である。このため、住民、グループ、団体、企業等が連携して観光資源の発掘、料理・名物の工夫、「非日常」の演出などに取り組む必要がある。

5. 観光スポットのPR

行政、市観光協会が進める広報・PR活動に加えて、地元・住民が観光案内標識（外国語対応を含む）の整備、観光のボランティア活動に参加するなどクチコミ、SNS等によりPR活動を展開する必要がある。

特に、“インスタ映え”には地元だけが知っているスポット及びチャンスの発信に心掛けることが必要である。

6. 観光客におもてなしのまちづくり

観光客に笑顔で対応できる「あいさつのまち」、公共トイレ（土々呂駅、公園など）が水洗化され「清潔なまち」など“おもてなし”の印象を与えるまちづくりに努める必要がある。

7. となりのトトロイメージ化

スタジオジブリ製作のアニメ「となりのトトロ」は全国そして海外でも人気が定着している。この人気を「土々呂」に波及させるための方策を、地域と一体となって検討していく必要がある。

8. 観光拠点の創出

当該エリアの観光資源は、総じて県内でも認知度、人気とも低い状況にあると思われる。

このようなことから、当該エリアの観光拠点（中心、目玉）的な「観光商品」として売り出す方策と合意を住民・行政が一体となって取り組むことが必要である。

9. 延岡市中心部や北部地域及び遠見半島（門川町）との連携

観光客や交流人口の拡大を図るためには、隣接地域等を訪れる人々を当該エリアに流入させることも重要である中、土々呂エリア及び遠見半島の道路改良などが求められている。これらの環境基盤の整備にあたっては、地権者の方々をはじめとした地域住民の理解と協力のもと、地域が主体的となって連携を進める中で、将来の「まちづくり」に対する機運を高めていくことが重要である。

今後、このように南部地域が一体となり、延岡市中心部（鮎やな、薪能など）や北部地域（伊勢えび海道など）、さらには、遠見半島（心の杜、桃源郷など）との連携強化につなげていく必要がある。

10. 結びに

本報告書の作成にあたっては、地元住民との意見交換会において交わされた意見を参考に、調査報告書のとりまとめとしている。このため、土々呂エリア、一ケ岡エリア、伊形エリアに区分される南部地域の観光資源等調査は、とりわけ住民からの意見の多かった土々呂エリアを主としたとりまとめとしている。

本報告書では、土々呂エリアを中心とした回遊コース等の可能性について触れてきたが、具体

的には触れることができていない一ケ岡エリアや伊形エリアに関しても、土々呂エリアで例示した回遊コースのように、食に関する周遊コース、寺社仏閣等を巡る史跡周遊コースの実現など、観光商品の企画・造成の可能性を秘めている。

南部地域における観光振興を推進していく上では、観光消費額をいかにして増やしていくかが課題であり、そのためには魅力ある観光商品の企画・造成が必要である。

そのためには、地元住民をはじめとした、団体、企業等、南部地域が一体となり主体となった観光資源等の磨き上げを行い、魅力ある観光商品の企画・造成などにより付加価値を高めることで、多くの観光客を南部地域に誘客することができると考える。