

みんなで創る“あらお旅”推進プロジェクト

— 第3期荒尾市観光振興計画 —

令和6年度 成果検証

数値目標

	基準値(R1)	現状値(R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値(R7)
総観光客数	198 万人	125 万人	1,361,376 人	1,677,606 人	1,784,312 人	1,696,282 人		250 万人
宿泊観光消費単価	—	19,980 円	18,513 円	17,392 円	17,819 円	37,858 円		29,000 円

<参考：熊本県の動向>

	H31(R1)	R2	R3	R4	R5
観光地点等延べ入込客数	48,893,645 人	33,052,756 人	32,435,653 人	40,264,956 人	47,758,606 人
観光消費額単価(宿泊客)	31,477 円	26,110 円	26,912 円	33,863 円	36,770 円

引用：令和5年（2023年）熊本県観光統計表

基本方針 1 魅力あるコンテンツづくりと売れる商品造成

KPI 指標 1-1	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
万田坑 入坑者数	39,780 人	15,132 人	19,384 人	19,575 人	23,460 人	21,384 人		5 万人
	《増加・減少理由と分析》 新型コロナウイルスによる影響は目立たなくなったものの、全体的に減少している。 団体利用の件数は変わらないが、形態として 20~30 人の中・大型バスの来訪から、10 人程度のマイクロバスでの来訪に移行しており、団体旅行のあり方が変わってきていることが減少の要因の一つと考えられる。				《今年度の改善点》 団体旅行の規模が縮小し、今後ますます個人旅行が主流になっていくことを踏まえ、個人の情報収集の手段に合致した情報発信の強化が求められる。 昨年度、入坑者及びイベント来場者に向けたアンケートを実施したところ、Google マップをきっかけとした来訪者が 4 割程度あった。本ツールを活用した情報発信が有効と考えられるため、指定管理者による Google マップを活用した情報発信(有料)により、来訪者数増を図る計画である。			
KPI 指標 1-2	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
宮崎兄弟生家・ 資料館 入場者数	2,031 人	1,557 人	1,359 人	1,871 人	1,760 人	1,803 人		7 千人
	《増加・減少理由と分析》 近年、横ばいの入場者数である。 宮崎兄弟顕彰関連及び国際交流関連の事業に伴う生家の活用や周知啓発の機会により、一定の入場者数を得ていると思われる。				《今年度の改善点》 認知度を向上するため庭園植物やイベントといった即時的情報を積極的に発信するほか、生家施設の活用を促進するため利用に関するルールについても見直し・検討を進める。 また、施設の本来の役割である顕彰事業の側面からの生家施設の活用促進のため、引き続き学術機関との良好なネットワークを維持・構築していく。			
KPI 指標 1-3	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
荒尾干潟 水鳥・湿地センター 入館者数	16,061 人	13,282 人	8,897 人	16,014 人	16,069 人	18,956 人		3 万人
	《増加・減少理由と分析》 8 月に湿地センター開館 5 周年記念事業を開催したことにより来館者が大きく増加している。特に夏場は雨天時・満潮時も干潟の底生生物に触れることができるタッチプールの実施、荒尾干潟保全賢明・利活用協議会による環境体験学習会やテラー乗車体験の開催により来館者が増加した。 また、冬季は例年来館者が少ないが、令和 6 年度は市内小学校や市外からの団体の来館が多かったことが来館者の増加に影響した。				《今年度の改善点》 各協議会や団体との連携を強化し、湿地センターを活用したイベントを実施していく。また、来館者がいつでも体験できるワークショップを開催し、イベント時以外でも荒尾干潟を体感できるよう館内イベントの計画を立て、イベント開催の発信を行う。 この他、湿地センター主催のイベントの開催、団体ガイド対応を向上させるため、各種ガイド育成講座に参加し、ガイドスキルの向上を図る。			

KPI 指標1-4	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
子ども科学館 入館者数	3,153 人	1,988 人	1,525 人	2,459 人	4,144 人	5,875 人		1.5 万人
	《増加・減少理由と分析》 コロナ禍以降、入館者数が伸びており、口コミでの増加と考えられる。 夏休み時期(8月)の利用が例年どおり多く、全体の3割を占めている。そのほか、梅雨、秋期の利用が比較的多い。年間を通じて、団体利用、学校等の利用も見られた。				《今年度の改善点》 R7年度から指定管理者が変更となり、小学生以下は入館料無料となった。本件に関し積極的な情報発信をすることで、閑散期の入館者数増を目指す。また平日における利用促進についても、近隣市町の学校等、ターゲットを絞り情報を提供していく。 また展示物について、当面継続することを想定しているが、プログラム入替や拡充、2階空きスペースの活用についても、引き続き検討していく必要がある。			
KPI 指標1-5	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
まるごとあらお物産館 販売額	841 万円	654 万円	614 万円	74 万円	821 万円	740 万円		1,020 万円
	《増加・減少理由と分析》 昨年度より販売額が減少している。 万田坑施設来訪者のお土産購入より、個別注文による売上げの割合が大きいが、大口注文を獲得できなかったことが要因である。お中元やお歳暮といったギフトセット販売において、動き出しの遅れから注文数を獲得することができなかった。				《今年度の改善点》 万田坑施設来訪者のみをターゲットとした販売では売上げに伸び悩んでいることから、大口注文獲得に向け早めの動き出しを計画するとともに、WEB(SNS、HP)を中心に積極的に商品情報等を発信する。 また、自社商品開発や、その他の販路(ECサイトの再開等)に関しても、引き続き検討を進める。			
KPI 指標1-6	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
修学旅行宿泊校数 (小・中・高)	72 校	39 校	108 校	118 校	171 校	174 校		90 校
	《増加・減少理由と分析》 昨年に引き続き、目標値を達成している。 内訳として、小中高の区分では、小学校7割、中学校3割、高校が若干数である。かねてより九州の学校が大半を占めていたが、アフターコロナやバス代高騰等の影響による方面変更により、さらに九州の校数が増加しており、全体の86%を占めている。				《今年度の改善点》 教育旅行プログラムの受入等を行っている荒尾玉名地域教育旅行協議会にて実施している旅行会社向け営業活動において、宿泊に繋がるような行程を提案する等、PR内容を工夫する。また、協議会の活動を通じ、近辺の大型宿泊施設や熊本県教育旅行受入促進協議会で相互に情報を発信し、教育旅行の誘致を推進する。			
KPI 指標1-7	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
訪日宿泊客数	10,044 人	1,147 人	106 人	396 人	4,209 人	5,988 人		3 万人
	《増加・減少理由と分析》 増加傾向であるものの、基準値の水準には回復していない。 従来、本市にはゴルフ目的の韓国人旅行者が多く来訪していたが、コロナ禍を契機に国内のゴルフ利用者が増加したことが、韓国人旅行者の回復が停滞している要因の一つと考えられる。一方で熊本エリアとしては、台湾人旅行者が多いのが特色であり、こちらも回復傾向ではあるものの以前の水準には及んでおらず、来訪契機となる十分な情報発信ができていないことが要因と考えられる。				《今年度の改善点》 R6年度に実施した外国人向けモニターツアーの成果をもとに、「体験型プログラムの充実化」「台湾市場に特化したプロモーション」「ニーズに応じた受け入れ環境の整備」に着目したインバウンド施策を検討していく。 今年度は「ニーズに応じた受け入れ環境の整備」の一環として、R6年度に宮崎兄弟の生家施設及び荒尾干潟水鳥・湿地センターに導入した”多言語音声ガイドシステム(英語・中国語(繁体文字))”の利用促進のための情報発信及び運用状況の検証を進める。			

基本方針 2 情報発信の段階を踏まえた効果的なプロモーション

KPI 指標2-1	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
荒尾市観光協会 HP 閲覧数	—	90,450 件	116,609 件	193,861 件	167,947 件	160,077 件		99,500 件
	《増加・減少理由と分析》 昨年度に引き続き、目標値を達成している。 閲覧数自体は若干減少しているが、HP へ誘導する情報発信よりも、情報収集の主なツールとなっている SNS で十分に情報を得られる内容にしていることが要因と考えられる。				《今年度の改善点》 引き続き、頻度の高い情報発信を行っていく。 また、旅行者の情報収集の段階に応じた情報発信を踏まえ、HPを含めた各種媒体の効率的な使い分けについても整理を進める。			
KPI 指標2-2	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
荒尾市観光協会 Instagram の フォロワー数	—	890 人	1,386 人	1,600 人	2,096 人	2,807 人		2,090 人
	《増加・減少理由と分析》 昨年度目標値を達成したところだが、定期的な投稿により、さらにフォロワーが増加している。 なお、約 700 人増加と、これまでの実績と比較し大きくフォロワーが増加しているが、動画を活用した投稿にしたことが要因ではないかと考えられる。イベントに併せて SNS 広告を行っていることも、ユーザーにアカウントを認知される契機となっている。				《今年度の改善点》 引き続き、動画を活用した定期的な投稿を行うことで、フォロワー獲得につなげる。 また、イベント情報だけでなく、即時的な万田坑定時ガイド情報や、観光コンテンツ紹介等、幅広い内容を投稿し情報の充実を図る。			
KPI 指標2-3	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
観光アプリ ダウンロード数	—	—	18 件	771 件	2,340 件	2,822 件		5,000 件
	《増加・減少理由と分析》 482 件増加し累計 2,822 件となった。R6 増加分の内訳として、市内登録 199 件(約 40%)、市外登録 117 件(約 25%)、居住地未登録 166 件(約 35%)である。 R6 年度、アプリを使用したのは「介護予防ポイント事業(包括支援センター)」のみだったことから市内登録者が大半を占めており、また本事業が 2 年目だったことから初年ほど大きな伸びがなかったと考えられる。				《今年度の改善点》 これまで本アプリを活用し観光振興事業に取り組んできたが、市外在住者にアプリをダウンロードさせることはハードルが高く、また梨の花ウォーク等の既存イベントへの活用も困難であったことから、観光振興事業との親和性が低いことが課題となっている。一方で、市民対象の介護予防での運用では一定の成果をあげている。 このことを踏まえ、引き続き、アプリの用途変更も視野に入れ、実態に即した効果的な運用の検討を進める。			

基本方針 3 周遊しやすい環境の整備と宿泊の促進

KPI 指標3-1	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
JR 荒尾駅 乗車人員	1,023 人/日	776 人/日	835 人/日	887 人/日	920 人/日	未公表		1,500 人/日
	《増加・減少理由と分析》 JR 荒尾駅の乗車人数については、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類感染症に引き下げられた結果、利用者の行動制限の緩和もあり緩やかな回復傾向にあるものの、コロナ禍以前の水準には及ばない状況である。				《今年度の改善点》 R6 に利便性向上のため路線バスの再編を行っており、荒尾駅前からグリーンランド正門前バスの利用者をターゲットに荒尾駅で降車することの利便性について情報発信を行うとともに、荒尾駅での二次交通への乗継情報の発信を強化する。また、空き店舗の活用など荒尾駅前のにぎわいづくりにも引き続き取り組む。			
KPI 指標3-2	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
おもやいたクシー 年間利用者数	—	4,056 人	11,830 人	13,910 人	16,397 人	15,536 人		1.4 万人
	《増加・減少理由と分析》 コロナ禍以降の移動需要の増加や、自家用車からの利用転換が見込める高齢者や子育て世代を対象にモビリティ・マネジメントをはじめとする利用促進事業に取り組んだ結果、R5 年度と比較して利用者は減少したが目標値は達成している。 また、公共交通利用者の視野を広げるため、子育て世代を含む若年層をターゲットにした「バス乗車体験会」を昨年度に引き続き開催し、バスの啓発と併せ、おもやいたクシーのチラシを配布するなどして、周知に努めた。				《今年度の改善点》 これまでのモビリティ・マネジメントをはじめとする利用促進事業で、新たに高校生と連携し利用促進事業等を検討するとともに、本市の観光交通アプリである「おでかけあらお」の活用も引き続き推進していく。また、おもやいたクシーの運行充実に向け、適宜モニタリングを行い、改善を図っていく。			
KPI 指標3-3	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
ARAO Pay 導入事業者割合 (飲食・サービス・ 小売り)	—	60%	44%	77%	100%	100%		90%
	《増加・減少理由と分析》 昨年度に引き続きすべて AraoPAY を活用する形でプレミアム付電子商品券の発行を行い、(スマートフォン型とカード型の併用)期限内にすべて完売した。加盟店については、17 店の新規登録があったものの、廃業などもあったため、前年度より 2 店少ない 260 店となった。				《今年度の改善点》 プレミアム付商品券の効果検証やキャッシュレスの推進状況等を確認するため、利用者と事業者向けにアンケート調査を実施した。 事業者向けの調査ではキャッシュレス決済を導入しているのは 9 割近くになるとの結果であった。			
KPI 指標3-4	基準値 (R1)	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	R7	目標値 (R7)
宿泊客数	164,919 人	121,970 人	119,915 人	144,880 人	165,936 人	172,483 人		20 万人
	《増加・減少理由と分析》 昨年、コロナ禍前の水準に回復したところだが、R6 年 2 月から宿泊施設が 1 増となり、さらに増加したのと考えられる。ただし、既存宿泊施設では、全体的に、宿泊客数が前年と比較し減少傾向である。本市の宿泊客の 97%が国内旅行者であることを踏まえると、物価高騰といった社会情勢が要因の一つではないかと考えられる。				《今年度の改善点》 ビジネスホテルは稼働率 8 割前後となっている中、リゾートホテルは稼働率に波があり、閑散期における宿泊客数増加の余地がある。 大型イベント周知に併せて宿泊施設情報を発信する等、引き続き、旅行者に宿泊を促し、かつ宿泊客を分散・増加させる施策を検討する必要がある。			