

第 4 期荒尾市観光振興計画 素案

令和 7 年 1 2 月
荒尾市

目 次

第1章 計画の概要	1
1 計画策定の背景・目的	1
2 計画の位置づけと期間	2
第2章 観光における現状と課題	3
1 統計からみる現状	4
2 各種調査から見る現状	9
3 第3期荒尾市観光振興計画の成果と課題	14
4 課題のまとめ	16
第3章 観光振興の基本戦略	17
1 将来像及び方向性	17
2 数値目標	19
3 計画の体系図	20
第4章 具体的施策	21
基本方針1 地域資源の魅力向上	21
基本方針2 滞在時間の延長	28
基本方針3 観光人材及び観光地域づくりの育成・強化	32
第5章 計画の推進	35
1 計画推進の考え方・それぞれの役割	35
2 進捗管理の考え方	36

第 1 章 計画の概要

1 計画策定の背景・目的

荒尾市は、熊本県の西北端に位置し、北は福岡県大牟田市、西は有明海を隔てて長崎県や佐賀県と接しています。ラムサール条約登録湿地「荒尾干潟」や世界文化遺産「万田坑」といった世界基準の地域資源があり、西日本最大級のレジャー施設「グリーンランド遊園地」には九州各地から多くの観光客が訪れています。

本市では、交流人口拡大による地域活性化を目的とし、平成 23 年度に「荒尾市観光振興計画（第 1 期）」を策定して以降、3 期に亘り観光振興計画に基づいた各種施策を推進してきました。先の「第 3 期荒尾市観光振興計画」においては、令和 2 年 2 月から世界的に猛威を奮ったコロナ感染症によって変容した観光ニーズを踏まえて計画体系を見直したところですが、総観光客数はコロナ禍前の約 85%に留まっています。

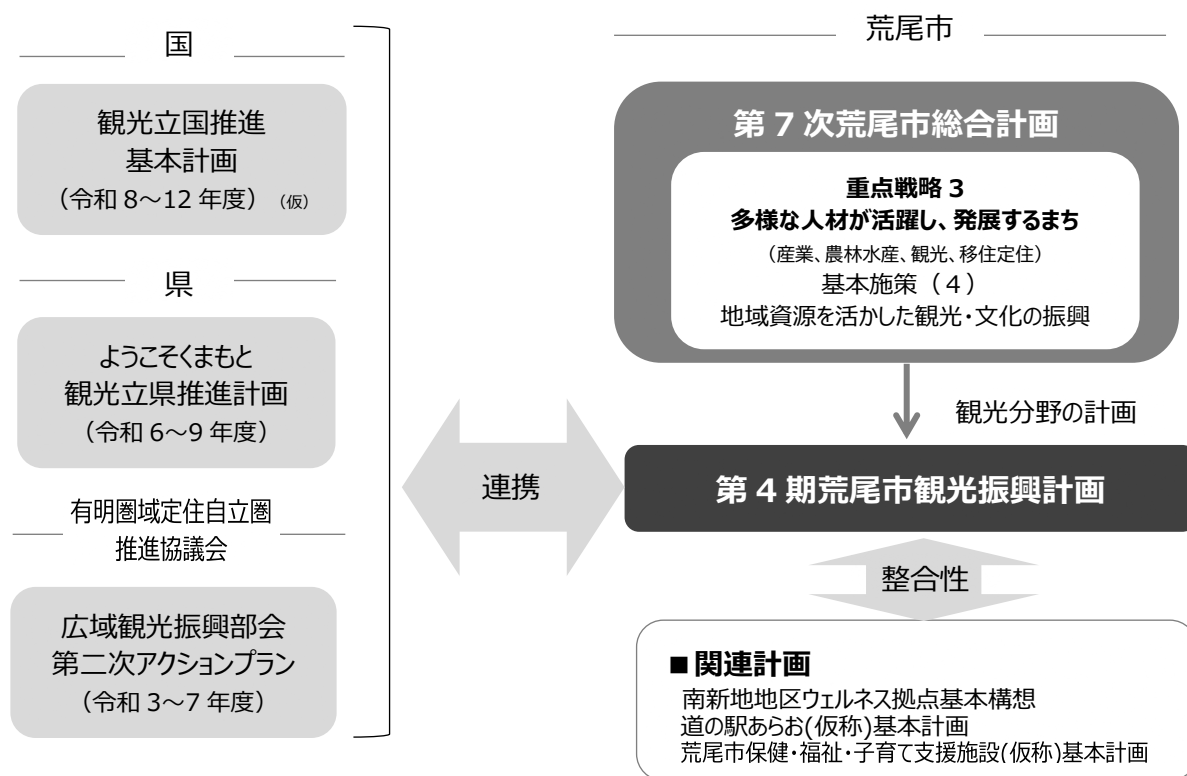
国においては、活力に満ちた地域社会の実現に向け、コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、我が国の観光を持続可能な形で復活させることを目的とし、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の 3 つをキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」について、戦略的に取り組んできました。また熊本県においても、「日常を忘れるひととき、心弾む“感動県くまもと”～地域が輝く、活力に満ちた観光地域づくり～」を基本目標に掲げ、「持続可能な観光地域づくりの推進」及び「観光DXの推進」を施策の考え方の根底としつつ、「観光資源・コンテンツの魅力向上」「戦略的なプロモーション」「受入環境整備」「観光産業基盤強化・活性化」の 4 つの戦略に沿った施策を推進しています。単に観光客数の回復を目指すだけでなく、「質」を重視した観光施策が図られています。

本市の最上位計画である第 7 次総合計画においても、観光を単なる集客施策ではなく、「産業振興」「関係人口の拡大」「移住・定住の促進」といった広い観点から一体的に推進することとしています。そこで、第 3 期計画で取り組んできた各種施策を踏襲しながら多様な観点を取り入れ、官民が一体となって観光地域づくりを推進し、交流人口拡大により広く地域活性化を図る「第 4 期荒尾市観光振興計画」を策定することとしました。

2 計画の位置づけと期間

(1) 計画の位置づけ

本計画は、「第7次荒尾市総合計画」の観光関連分野の個別計画として、荒尾市が定めたものです。本市の観光振興施策の基本指針として観光に携わる関係者の役割を整理し、国・熊本県・他市町村等の方針との整合性を図りつつ観光振興に取り組むことで、効果的に本計画を推進します。



(2) 計画の期間

本計画の計画期間は、令和8年度から令和12年度までの5年間とします。

第 2 章 観光における現状と課題

本市の観光における現状・課題を明らかにするため、次の調査を実施しました。

■調査一覧

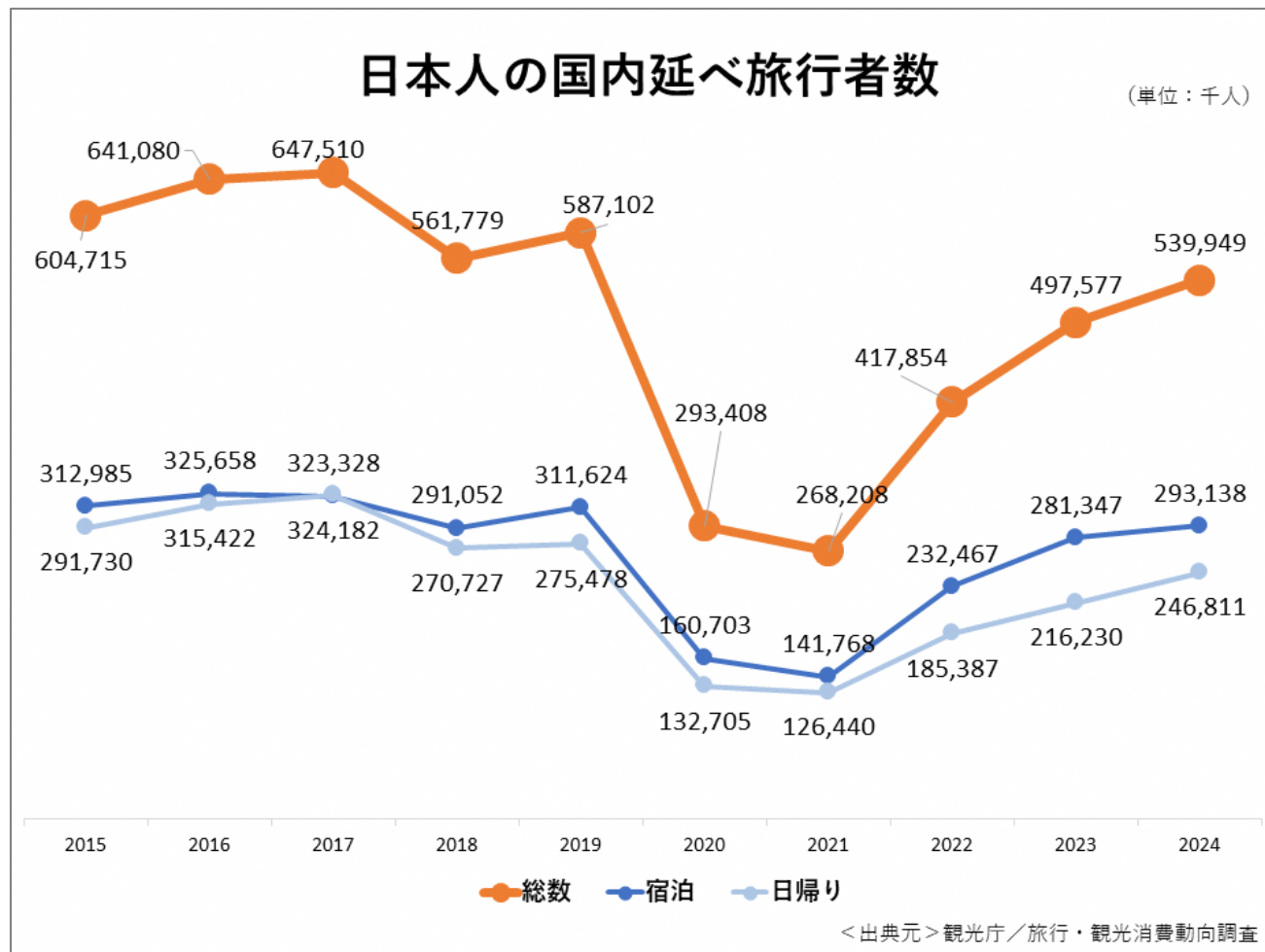
	項目	目的・方法
①	統計データ等整理	日本人国内旅行や外国人訪日旅行等、観光動向全般（旅行者数・形態・旅行単価等）について把握するため、国や県等が実施している調査に基づく統計データや、本市の統計データについて整理・分析を行う。
②	WEB アンケート調査	本市の認知度等について把握するため、本市を訪問したことがある九州圏域の市外居住者に対し、WEB アンケートにより調査を実施した。
③	観光地点アンケート調査	本市観光における旅行行動の実態や満足度を把握するため、本市の主要スポット来訪者に対し、対面アンケート及び調査票記入により調査を実施した。
④	事業者等ヒアリング調査	観光資源等の現況を把握するため、主要施設（公共施設・レジャー施設・宿泊施設）運営者や関連団体、コンテンツ主体等に対し、対面ヒアリングにより調査を実施した。

1 統計からみる現状

(1) 観光客数

① 国の動向

2024 年の日本人の国内延べ旅行者数は、5 億 3,994 万 9 千人(2019 年比-8%)となっており、ほぼコロナ禍前の水準に回復しています。内訳をみると、宿泊旅行が 2 億 3,913 万 8 千人(2019 年比-5.9%)、日帰り旅行が 2 億 4,681 万 1 千人(2019 年比-10.4%)となっており、宿泊旅行の回復が進んでいます。



② 九州・熊本県の動向

九州各県における動向をみると、2024 年の延べ宿泊者数は、福岡県約 2,395 万人、鹿児島県約 837 万人、大分県約 832 万人、熊本県約 807 万人、長崎県約 763 万人、宮崎県約 360 万人、佐賀県約 234 万人となっており、福岡県の延べ宿泊者数は全国 8 位と高い数値です。¹特に、福岡地域(54.3%)に一極化している傾向²があります。

¹ 「宿泊旅行統計調査報告(令和 6 年 1～12 月)/観光庁」参照。

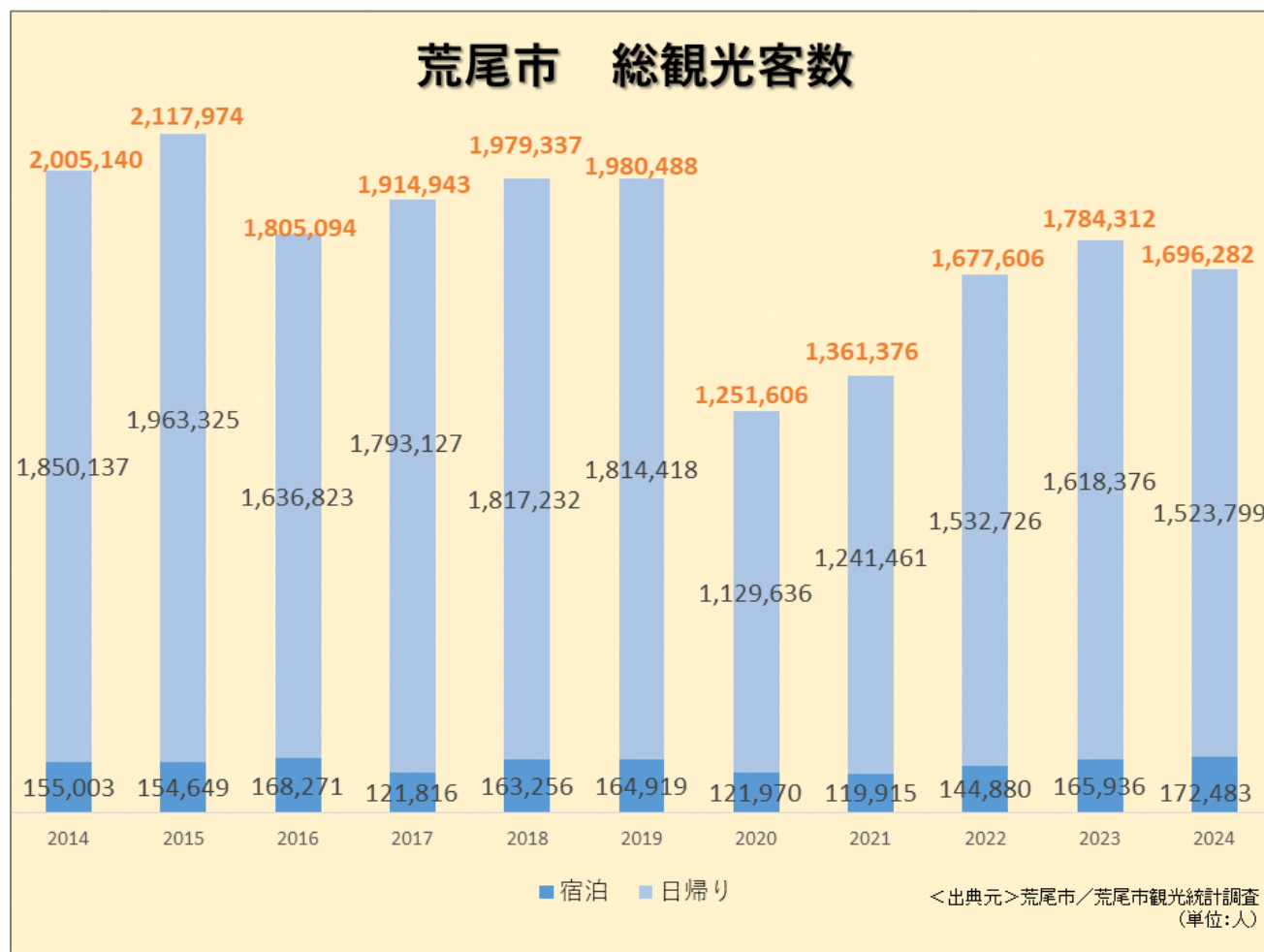
² 「『モバイル空間統計』を活用した観光客の来訪・宿泊や周遊の状況調査 調査結果報告書/福岡県」参照。

③ 荒尾市の動向

本市の総観光客数について、2024 年は 169 万 6,282 人となっています。コロナ禍前は、総観光客数 200 万人前後で推移していましたが、コロナ禍以降、日帰り客が 2019 年の約 85%に留まり、総観光客数 180 万人前後で横ばいとなっています。

日帰り客は、総観光客数に対し約 9 割を占める傾向が続いており、日帰り旅行が本市の主流の旅行形態です。本市のグリーンランド等の主要施設の特性上、連休時期における天候の影響を受けやすく、年によって大きく変動が生じています。

本市は熊本県内の他地域と比較し宿泊施設が少ない傾向³がありますが、客室数の多い宿泊施設が存在しており⁴、コロナ禍前から宿泊客 16 万人前後を推移しています。2024 年は、市内の新たな動きとして、40 室を備える宿泊施設が新規開業し、初めて 17 万人を超えました。本市の宿泊における特徴として、客室稼働率⁵が平均 72.5%となっており、特にビジネスホテルにおいて稼働率が高い傾向があります。⁶これは、全国平均 59.6%と比較しても高く、福岡県の 72.1%と同等の数値です。⁷



³ 「令和 3 年経済センサス-活動調査/経済産業省」参照。

⁴ 「熊本県旅館業許可施設一覧(熊本市域を除く。)/熊本県オープンデータカタログサイト」参照。

⁵ 客室稼働率とは、利用客室数を総客室数で除して算出したものをいい、総客室数とは、客室数に各月の日数を乗じて算出したものをいう。

⁶ 「令和 6 年度荒尾市観光統計調査報告書/荒尾市」参照。

⁷ 「宿泊旅行統計調査報告(令和 6 年 1～12 月)/観光庁」参照。

(2) 観光消費額

全国的な動向として、インバウンド消費の拡大、宿泊料金をはじめ国内の物価高騰等を背景に、2024 年の日本国内での旅行消費額は 34.3 兆円に上ります。これは、国において統計上比較可能な 2010 年以降で、最高額の記録となっています。

本市が令和 2 年度から実施している宿泊者を対象とした「荒尾市宿泊観光消費額調査」において、2024 年の宿泊観光消費額単価は、37,858 円/人(前年比+112.5%)となりました。本市の特徴として、市内にレジャー施設があることから、熊本県の単価と比較して入場料が高くなっている傾向があります。なお、本調査は、日本人の回答のみとなっているため、インバウンドの影響は含まれていません。

荒尾市 宿泊観光消費額単価

(単位：円)

	交通費	宿泊費	飲食費	土産代	入場料	その他	総額
令和 3 年度	1,774	10,331	2,696	2,738	972	2	15,513
令和 4 年度	1,879	9,740	2,145	1,330	1,722	576	17,392
令和 5 年度	980	10,533	3,375	1,052	1,879	0	17,819
令和 6 年度	10,979	14,667	5,353	3,122	1,254	2,483	37,858

※R2～R5 宿泊（飲食）支援事業におけるクーポン使用者に対するアンケート。

※R6～ 調査方法の変更。宿泊施設利用者に対するWEBアンケート。

<出典元>荒尾市／荒尾市宿泊観光消費額調査

2023年 熊本県 費用名別観光消費額単価

(単位：円)

	交通費	宿泊費	飲食費	土産代	入場料	その他	総額
観光消費額単価 (宿泊客)	7,682	14,687	8,582	4,332	846	641	36,770
うち日本人	7,440	11,924	7,929	3,951	770	661	32,674
うち外国人	9,219	45,492	14,930	8,166	1,614	283	79,704

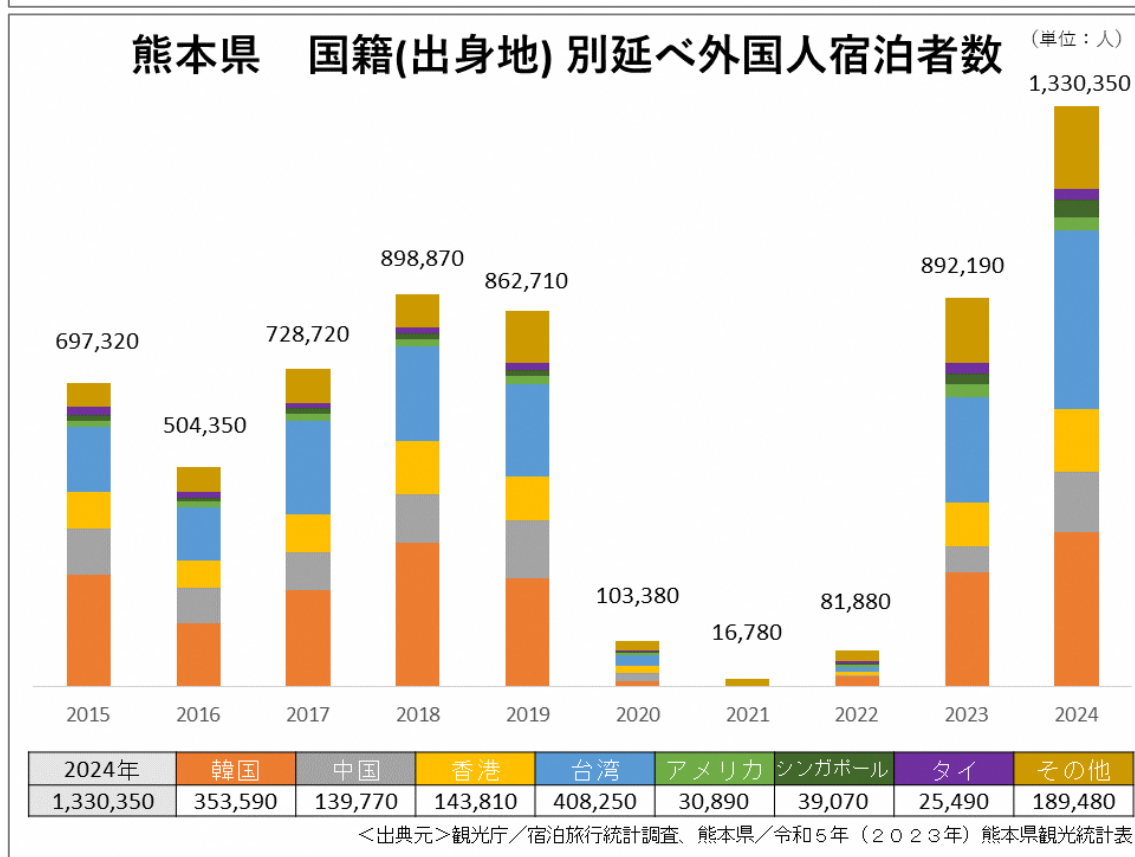
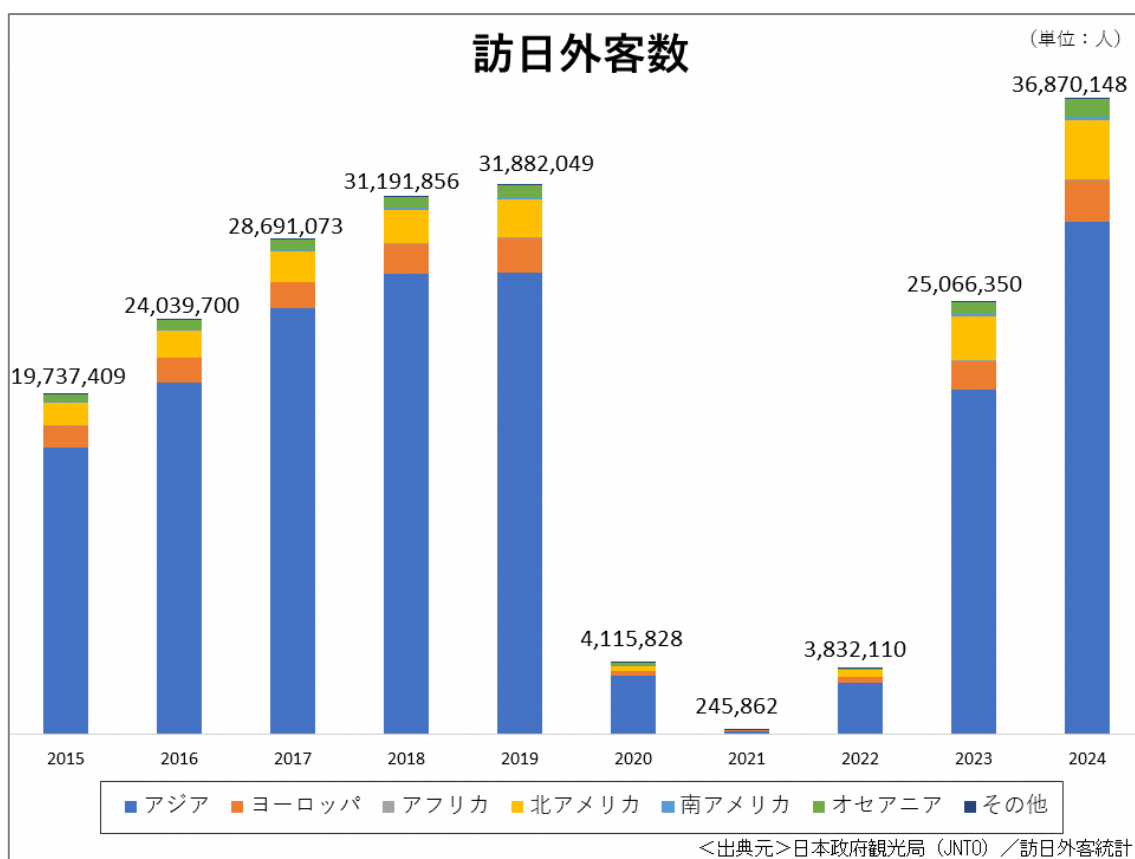
<出典元>熊本県／令和5年(2023年)熊本県観光統計表

(3) 訪日外国人(インバウンド)

① 全国・熊本県の動向

全国的な動向として、2024 年の訪日外国人客数は、過去最高であった 2019 年から約 500 万人を上回り、約 3,687 万人を記録しました。桜・紅葉シーズンや夏の学校休暇等のピークシーズンを中心に、単月で過去最高を更新し、欧米豪・中東においても実数を増やしています。

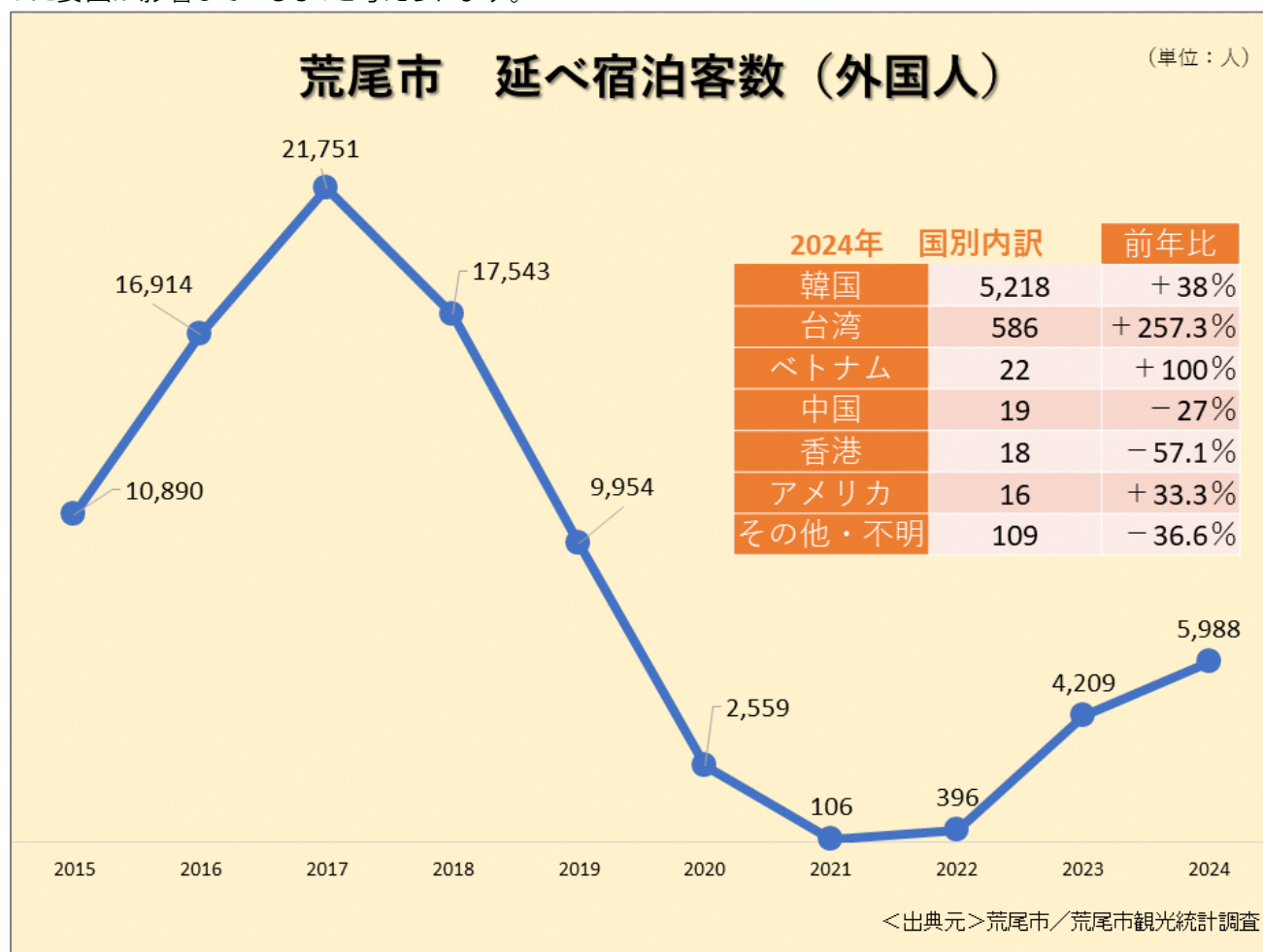
熊本県においても、国と同様、インバウンドの高まりを見せています。特に、台湾企業の進出や阿蘇くまもと空港における熊本-台北線就航等を背景に、台湾からの来訪割合が伸びています。



② 本市の動向

本市の動向として、海外個人旅行(FIT)⁸の高まりを背景に、コロナ禍前から、団体ツアーの受入減少等を要因として下落傾向にありました。2024 年の延べ宿泊客数(外国人)は、5,988 人(2019 年比-39.8%)となっています。前年と比較すると 42.2%の増加ですが、熊本県全域における伸び率(前年比+49.1%)ほどの勢いには至っていません。

国別で見ると、熊本県全域の動向と異なり、本市は従来から韓国が最も多くなっています。これは、韓国からの来訪が全国 3 位である福岡県との県境地域であること、韓国ゴルフ場と提携しているゴルフ場があるといった要因が影響しているものと考えられます。



⁸ 団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で海外旅行に行くこと。Foreign Independent Tour もしくは Free Individual(Independent) Traveler。

2 各種調査から見る現状

(1) WEB アンケート調査

調査概要

本市を訪問したことがある市外居住者に、市内観光スポット・コンテンツに対する評価や、観光全般に関する動向について調査。

対象 荒尾市を除く九州内に居住する 20 歳以上の男女

調査期間 令和 7 年 7 月 24 日（木）～8 月 8 日（金）

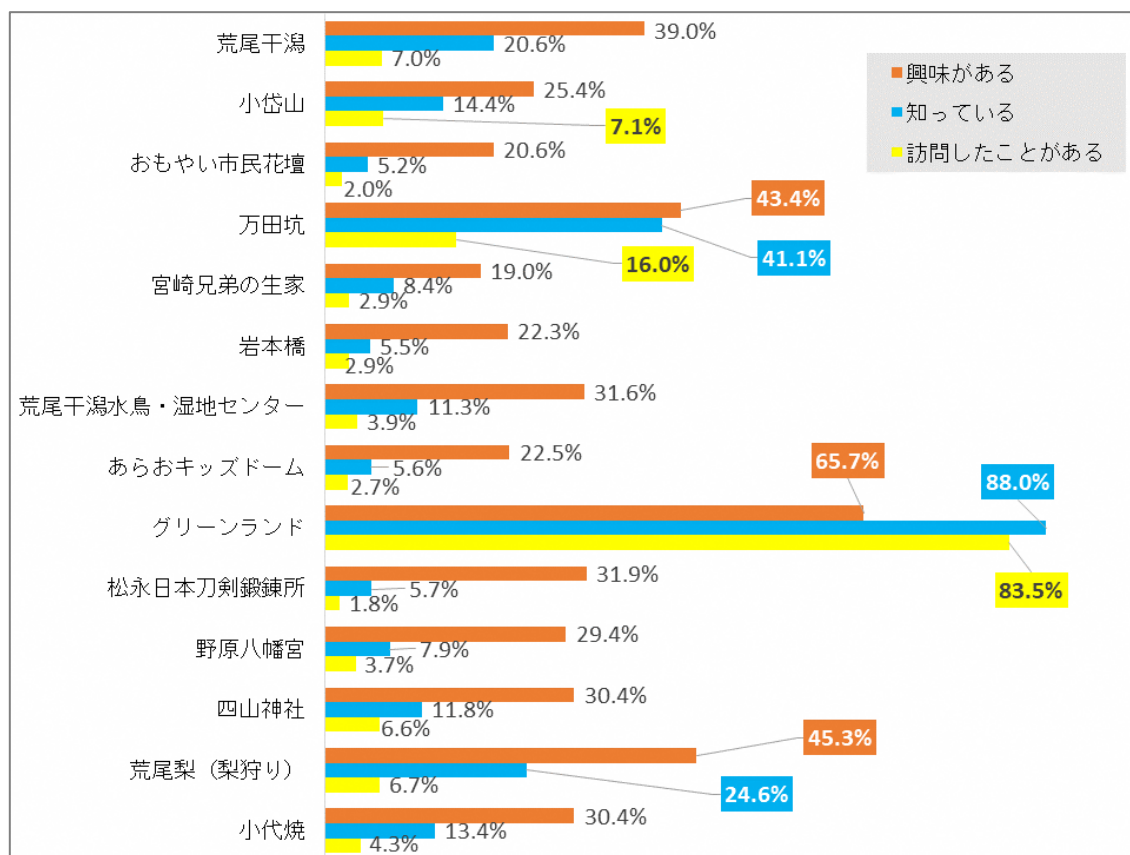
方法 インターネットモニターに対するアンケート調査

有効回収票数 786 票

① 主要コンテンツに対する評価（関心、認知、訪問有無）

「興味がある」の回答上位は“グリーンランド”65.7%、“荒尾梨”45.3%、“万田坑”43.4%、「知っている」の回答上位は“グリーンランド”88.0%、“万田坑”41.1%、“荒尾梨”24.6%、「訪問したことがある」の回答上位は“グリーンランド”83.5%、“万田坑”16.0%、“小岱山”7.1%となっています。前回の調査⁹と比較すると、上位に入るコンテンツに変動はあまりありませんが、全体的に数値が下がっています。

関心・認知・訪問有無について、いずれもグリーンランドは高い数値ですが、グリーンランドを除いたコンテンツにおいては認知と訪問の有無に差が開いています。また、グリーンランドを除いたコンテンツにおいては、関心と認知に差があるものも多く、関心層へ十分に情報を伝達できていない実態が読み取れます。



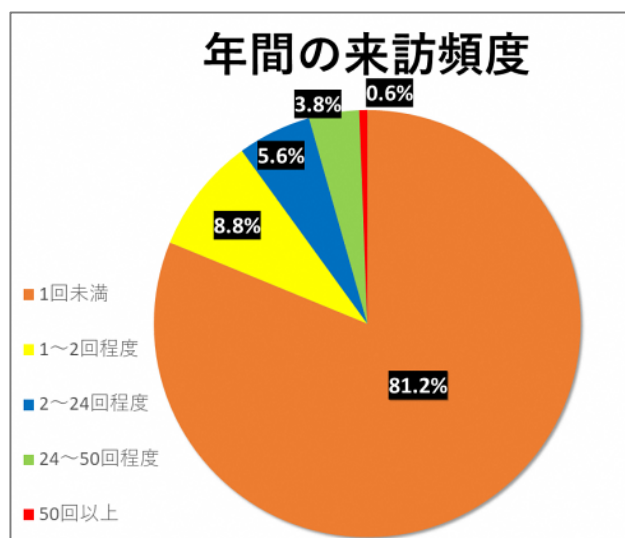
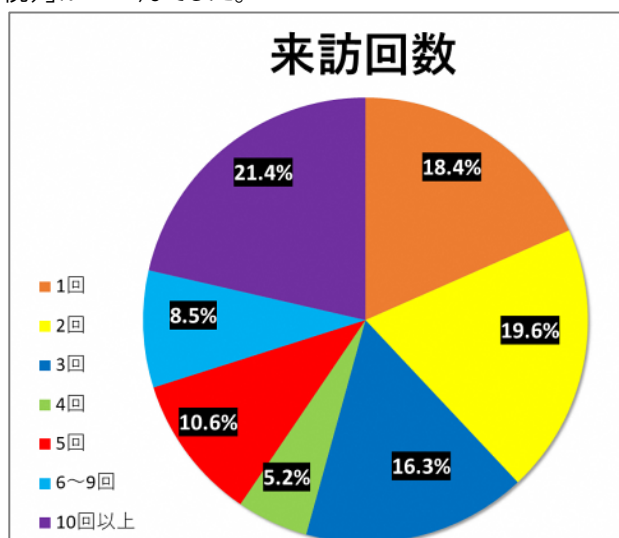
⁹ 第 3 期計画策定に際し実施した基礎調査「令和 2 年度インターネット調査」のこと。なお、調査対象・設問が若干異なる。

② 本市との関わりについて

来訪回数については、「1 回のみ」と回答している割合が 18.4%となっており、リピーターが多いことが分かります。来訪回数を居住地区分で見ると、50 km圏内では「10 回以上」と回答している割合が 31.2%と最も多くなっていますが、“①主要コンテンツに対する評価”訪問の有無において、この数値に至る施設はグリーンランドのみで、近隣エリアにおいても訪問先がグリーンランドに集中していると推測されます。

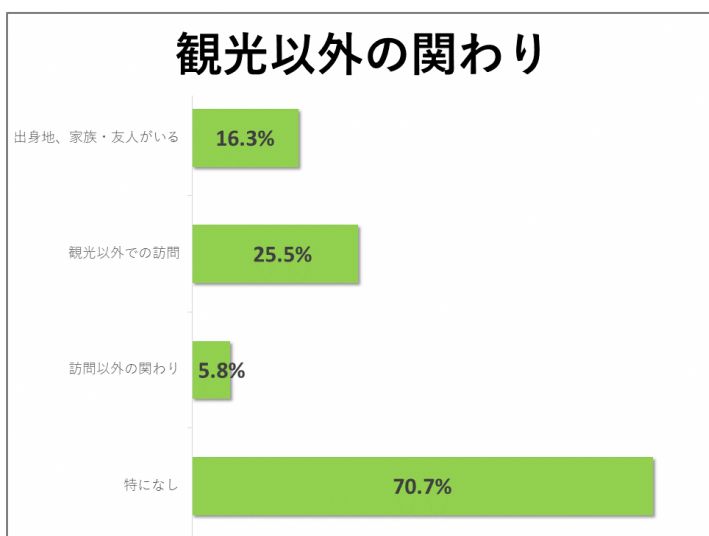
来訪頻度については、「1 年に 1 回未満」と回答している割合が 81.2%、「1 年に 1 回以上」は 18.8%でした。

観光以外の関わりについては、「特になし」と回答している割合が 70.7%、関わりがあるのは 29.3%でした。関わり方については、「観光以外での訪問(食事や買い物、ビジネス、イベント参加、ボランティア活動)」が最も多く 25.5%、「出身地、家族、友人がいる」が 16.3%、「訪問以外の関わり(通販での特産品購入、ふるさと納税)」が 5.8%でした。



＜来訪回数×居住地区分＞

	1 回	2 回	3 回	4 回	5 回	6～9 回	10 回以上
50 km	13.6%	14.6%	14.3%	5.1%	12.0%	9.2%	31.2%
100 km	23.3%	24.6%	18.2%	5.3%	9.1%	7.8%	11.6%



(複数回答可)

(2) 観光地点アンケート調査

調査概要

市内観光地点来訪者に対し、スポット訪問前後の動向や、旅ナカにおける情報獲得の実情に関して調査。

対象 荒尾市内 8 施設への来訪者

(ホテルヴェルデ、ホテルブランカ、HOTEL AZ、荒尾干潟水鳥・湿地センター、万田坑、グリーンランド、荒尾ときめき市、本田観光梨園)

調査期間 令和 7 年 8 月 30 日 (土) ~ 31 日 (日)

方法 対面聞き取りによるアンケート調査

有効回収票数 422 票

① 本市来訪者の属性・旅行形態

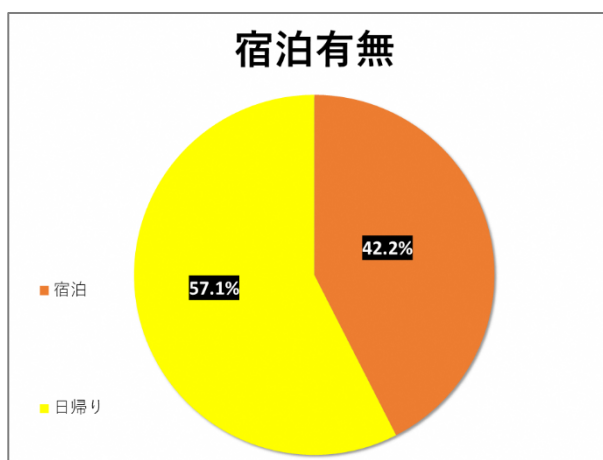
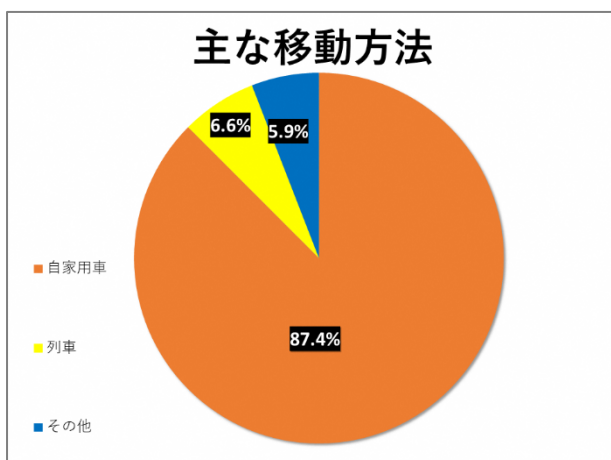
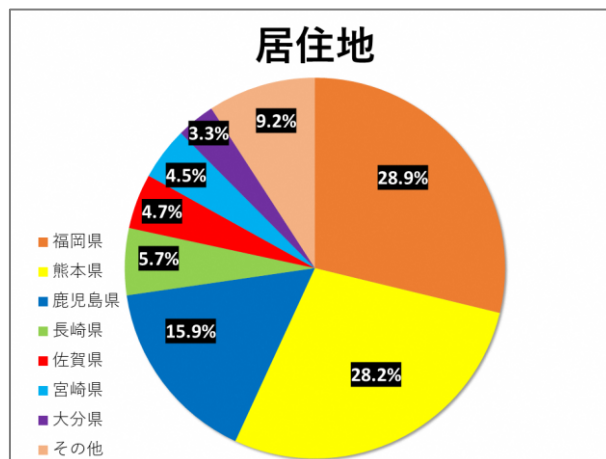
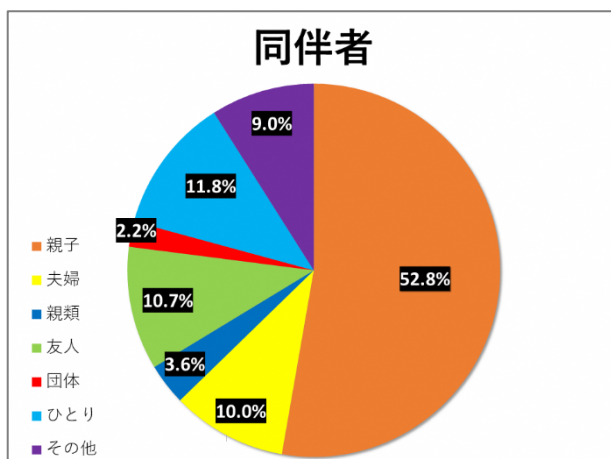
同伴者については、「家族(親子、夫婦、親戚)」が最も多い 66.4%でした。

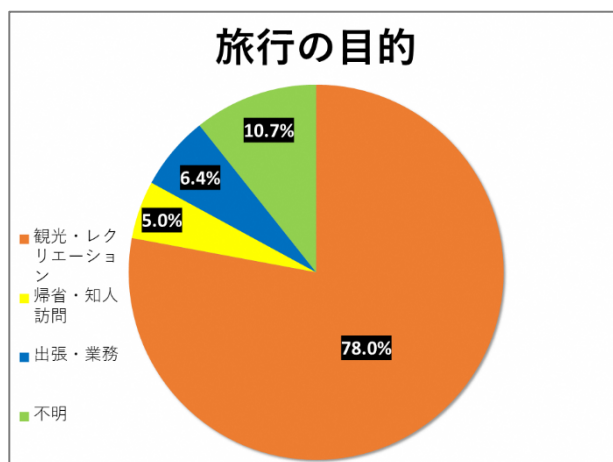
居住地については、「九州圏」が最も多く 90.8%、「九州外」は 9.2%でした。

主な移動方法については、「自家用車」が最も多い 87.4%でした。

宿泊の有無については、「日帰り旅行」が 57.1%でした。なお、回答地点・宿泊施設を除いた場合、「日帰り旅行」は 83.6%でした。

旅行の目的については、「観光・レクリエーション」の回答割合が 78.0%でした。



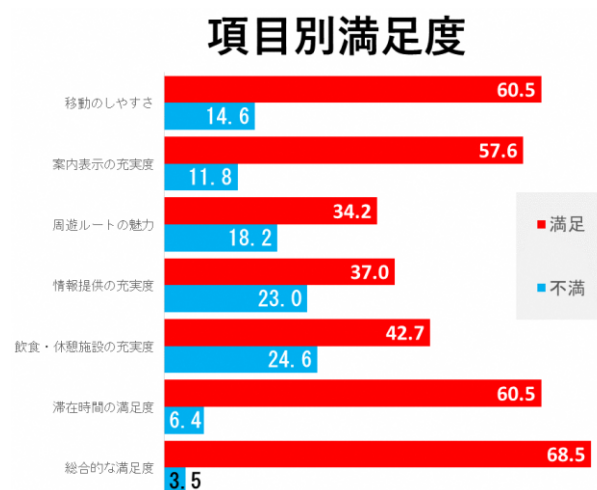
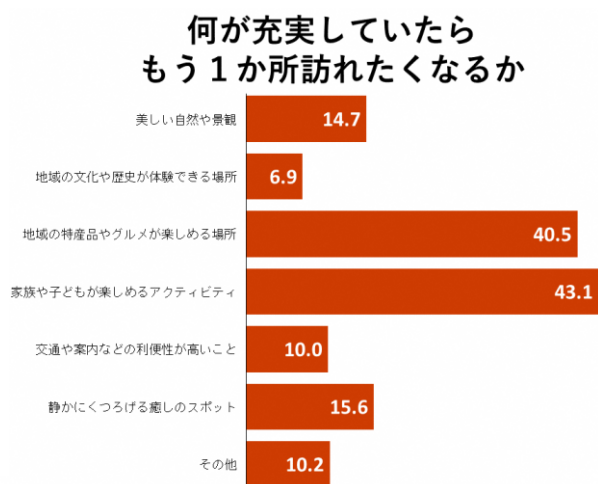


② 本市来訪者の周遊の実態

市内訪問地点数については、「2 地点以上」の回答割合は 55.7%でしたが、リゾート関連施設のみで完結している傾向があります。

充実してほしい点について高い回答割合の項目は、「地域の特産品やグルメが楽しめる場所」が 40.5%、「家族や子どもが楽しめるアクティビティ」が 43.1%でした。

滞在の項目別満足度については、「飲食・休憩施設の充実度」「情報提供の充実度」「周遊ルートの魅力」の項目が、満足度が 5 割以下であり不満を感じる割合が比較的高い傾向が見られます。



(3) 事業者等ヒアリング調査

調査概要

市内の観光資源である施設・コンテンツ等の運営者又は関連する事業者等に対し、ヒアリングにて現況を調査。

調査対象 36 件（主要集客施設、宿泊施設、観光関連団体、生産者 等）

最近の観光客の動向

- ・ 国内旅行者については、熊本、福岡、佐賀からの来訪者が多い。
- ・ インバウンドについては、横ばいまたは増加傾向で、個人旅行者が多い。変わらず韓国・中国は多いものの、台湾やこれまであまりなかった南～東南アジアといった、これまで見られなかった国籍の来訪者がある。また、レジャー施設への来訪者は増加傾向だが、小代焼窯元や梨狩りといった荒尾らしい施設への訪問は見られない。
- ・ 地域公共交通における観光利用は少ない。宿泊施設ではレンタサイクルのニーズがある。

運営に当たっての課題・方針

- ・ 施設運営においては設備管理・人材確保に関すること、イベント・プログラム運営においては担い手の高齢化・人手不足に関すること、生産者においては後継者不在に関することと、共通して人材不足という課題が挙げられた。
- ・ 猛暑といった気候変動への対応（安全対策・イベント時期の変更）。
- ・ 時流をとらえ、団体客より個人客をターゲットとしている意見が複数あった。

観光に求めるもの

- ・ 荒尾市の目玉となるようなグルメ・訪問したくなる施設の充実。
- ・ 観光客の拠点となる宿泊施設や立ち寄り施設からは、利用者の二次交通充実に関する意見があった。
- ・ 市外からの来訪者に分かりやすいような看板・道路等の整備。
- ・ 新規施設の「道の駅ウェルネスあらお」来訪者の市内施設への送客。

3 第3期荒尾市観光振興計画の成果と課題

(1) 数値目標の達成状況

第3期計画で掲げていた数値目標「総観光客数」「宿泊観光消費額単価」の達成状況は、次のとおりです。

項目	基準 (R1)	目標 (R7)	実績 (R6)	達成状況 ¹⁰
1 総観光客数	1,979,337 人	250 万人	1,696,282 人	×
└ 日帰り客数	1,814,418 人	230 万人	1,523,799 人	×
└ 宿泊客数	164,919 人	20 万人	172,483 人	△
2 宿泊観光消費額単価	—	29,000 円	37,858 円	○

総観光客数については、目標 250 万人に対し 67.8%と、目標を下回っています。日帰り客数については、基準値を下回る結果が続いていますが、基準値となった令和元年は、5 月の大型連休が 10 日間と暦上で恵まれた年であったのに対し、実績値となる令和 6 年は天候不良にも当たり、目標に対して 66.2%と達成が難しかったものと考えられます。宿泊客数については、基準値より上回るものの目標値の 86.2%と達成できていませんが、初めて 17 万人を超え、好調な兆しが見えています。

宿泊観光消費額単価については、目標 29,000 円に対し 130%と目標を上回っています。物価高騰の影響のほか、実績値である令和 6 年度は交通費の項目が大きく増額しているため、令和 5 年度以前は旅行支援施策でのクーポン利用者を調査対象としていたことから近隣旅行者の回答が多くなり、属性に偏りが生じたことも要因の一つと考えられます。

(2) 基本方針ごとの達成状況と成果・課題

第3期計画では、基本方針ごとに KPI 指標を定め、各種施策を推進しました。基本方針ごとの達成状況と成果・課題は、次のとおりです。

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

項目	基準 (R1)	目標 (R7)	実績 (R6)	達成状況
万田坑入坑者数	39,780 人	5 万人	21,384 人	×
宮崎兄弟の生家施設入場者数	2,031 人	7 千人	1,803 人	×
荒尾干潟水鳥・湿地センター入館者数	16,061 人	3 万人	18,956 人	△
子ども科学館入館者数	3,153 人	1.5 万人	5,875 人	△
まるとあらお物産館販売額	841 万円	1,020 万円	740 万円	×
修学旅行宿泊校数 (小・中・高)	72 校	90 校	174 校	○
訪日宿泊客数	10,044 人	3 万人	5,988 人	×

【成果・課題】

- 各施設で利用者が伸び悩んでいることについては、「情報発信」「ターゲティング」が課題として挙げられている。
- コンテンツの付加価値を高める取り組みにおいて、実施主体では運営体制に課題を抱えていることが確認された。
- コロナ感染症等の社会状況の変化により、修学旅行宿泊校数は増加した。今後は、教育旅行プログラムを推奨していく取り組みが求められる。

¹⁰ 達成状況の見方：○…目標値を上回っている △…目標値には至っていないが基準値から増加している ×…基準値を下回っている

基本方針 2 情報収集の段階を踏まえた効果的なプロモーション

項目	基準 (R1)	目標 (R7)	実績 (R6)	達成状況
荒尾市観光協会 HP 閲覧数	—	99,500 件	160,077 件	○
荒尾市観光協会 Instagram フォロワー数	—	2,090 人	2,807 人	○
観光アプリダウンロード数	—	5,000 件	2,822 件	×

【成果・課題】

- 荒尾市観光協会の情報発信については目標を達成している。閲覧者数は増加しているが、閲覧ページ数は減少傾向にあり、さらに閲覧しやすい HP づくりや情報更新等により、閲覧数、フォロワー数の増加を図っていく必要がある。
- 旅ナカにおける情報発信及び周遊促進ツール・観光アプリ「おでかけあらお」については、観光客ダウンロードが伸び悩んでいる。観光イベントへの活用が困難等、観光振興事業との親和性が低い。

基本方針 3 周遊しやすい環境の整備と宿泊の促進

項目	基準 (R1)	目標 (R7)	実績 (R6)	達成状況
JR 荒尾駅乗車人員	1,023 人/日	1,500 人/日	923 人/日	×
おもやいたクシー年間利用者数	—	1.4 万人	15,536 人	○
Arao PAY 導入事業者割合 (飲食・サービス・小売)	—	90%	100%	○
宿泊客数	164,919 人	20 万人	172,483 人	△

【成果・課題】

- 「おもやいたクシー」については、市民の移動手段を補完する面からは一定の成果が見られた。一方で、観光利用は利用者のうち 1 割程度と見られ、時間に拘束される観光客には利用しにくいことが確認された。
- 電子マネー「AraoPAY」を活用したプレミアム付き電子商品券において、加盟店は増加傾向であり、事業者のキャッシュレス推進に寄与している。
- 宿泊施設の新規開業等の効果で宿泊者数は増加したが、宿泊者を市内周遊させる取組みが不足している。

基本方針 4 人材育成・観光地域づくりの推進

項目	基準 (R1)	目標 (R7)	実績 (R6)	達成状況
—	—	—	—	—

【成果・課題】

- 荒尾市観光協会において、組織体制強化のため、設備整備・人員配置等の見直しにより業務改善が図られ、人流データの収集・分析に着手した。今後は収集したマーケティングデータを地域に還元する等、より良い観光地域づくりを推進していくことが求められる。

4 課題のまとめ

各種調査結果や第3期計画の成果等を踏まえ、本市の観光振興に向けた課題を、以下のとおり整理します。

① 課題の整理

- 各施設については、利用者が伸び悩んでいる。WEBアンケート調査において、施設等に対し関心があると回答している層から認知を得られておらず、また認知はしていても訪問までは至っていない実態が見られる。新たなプログラムづくり等魅力を高める取り組みと合わせて、現在の潮流に合わせた発信ツールの導入や、ターゲットを定めた発信といった工夫を展開していく必要がある。
- 地域全体の観光情報発信の手法として、観光アプリ「おでかけあらお」を中心的発信ツールと捉え施策を展開してきたが旅行客には適合しておらず利用が伸び悩んでいる。荒尾市観光協会HP閲覧数については目標値を達成したものの閲覧数は減少傾向となっている。アプリに代わる中心的発信ツールとして、開設から10年以上経過している荒尾市観光協会HPの内容見直しを検討し、公式観光情報の受発信体制を確立していく必要がある。
- イベント・プログラム実施主体においては、担い手の高齢化・人手不足による運営体制や気候変動への対応等の課題を抱えており、イベントの在り方について検討を進めていく必要がある。また、施設運営においては設備管理・人材確保に関すること、生産者においては後継者不在に関すること、共通して人材不足という課題が挙げられている。
- 教育旅行の受入状況を図る指標として、修学旅行宿泊校数は目標値を達成しているが、学校によっては3年周期で訪問方面を変更するため、水準を維持していくことが求められる。また、万田坑やマジック釣り体験といった本市らしい施設や体験における受け入れを増やしていく必要がある。
- グリーンランド遊園地客や宿泊客を本市内で周遊させる取り組みが不足しており、周遊ルートの魅力度の評価が高くない。官民の垣根を超えた施設間連携については、検討を進めていく必要がある。
- インバウンドの高まりにより、本市ではこれまで見られなかった国からの来訪者が見受けられ、県内への台湾企業の進出や阿蘇くまもと空港における熊本-台北線の就航といった動向により、今後中国語圏からの来訪が増加していく可能性がある。現状、インバウンドの来訪は大型施設に集中しているため、いかに本市内で周遊させ地域全体で受け入れていくのか、対応を検討していく必要がある。
- 本市の地域交通を支える施策の一つである「おもやいタクシー」については、観光客のニーズとはそぐわないと確認された。一方で宿泊施設においてはレンタサイクルのニーズが存在している。本市観光客の主要交通手段は自家用車であるものの、今後ウェルネス拠点施設が開業するに伴って交通ニーズが変容する可能性がある。多様な立場の方が本市観光を楽しめるよう、二次交通について調査研究を進めていく必要がある。

第3章 観光振興の基本戦略

1 将来像及び方向性

(1) 将来像

本市には九州全域から来訪者のあるグリーンランド遊園地を始めとして、多様なスポット・コンテンツが存在しています。また、現在開発が進むあらお海陽スマートタウンでは、道の駅等を備えるウェルネス拠点施設の開業を控えています。そこで、様々な世代の家族に向けた観光地域づくりに着目し、官民連携により地域が一体となって観光振興を推進するため、第4期計画における将来像を、次のとおり設定します。

家族で楽しむ街あらお



ロゴマーク掲載予定
(作成中)

将来像「家族で楽しむ街あらお」を活用した荒尾市一体となった情報発信・プロモーションについて

将来像「家族で楽しむ街あらお」は、荒尾市観光振興計画策定等委員会企画部会（令和6年10月18日開催）でのワークショップにより募ったアイデアをもとに、生成AIを活用しながら作成した観光キャッチコピーでもあります。計画期間において、本コピーを活用した情報発信・プロモーションを推進していきます。

■荒尾市観光プロモーションポスター

令和6年度市主催事業「写真でつながる“あらお”フォトコンテスト2024」において優秀賞作品を使用した観光プロモーションポスターを制作。市内外でのポスター掲出を図っている。

■荒尾市観光PRロゴマーク

本計画の象徴でもあるロゴマークについては、荒尾市観光PRロゴマークの役割も兼ねることとし、観光振興に関する取り組みにおいて、市内外の関係者が使用することで、地域一体となった観光PRを図る。

（例：パンフレット・名刺等の印刷物への掲載、施設WEBサイトでの使用 等）



市HP「荒尾市観光プロモーションポスターが完成しました！」

(2) 方向性

将来像の実現に向けた計画の方向性として、次のことを定めます。

方向性① 荒尾市へのリピーター(あらおファン)の拡大

来訪・再訪を喚起する情報発信により、近隣地域を中心に認知を広げ、気軽に何度も荒尾市を訪れるリピーター（＝あらおファン）の増加を図る。

【ターゲット】

エリア：「有明圏域定住自立圏」をはじめとする熊本県北・福岡県南地域

タイプ：ファミリー(高校生以下の子どもと親)／夫婦・カップル／若年層グループ（10～20代）

方向性② 高付加価値化による消費単価の増大

観光商品やプログラムについては、有償化・高価格化といった付加価値を高めることにより、各施設やスポットにおける観光消費額の増加を図る。訪日旅行については、主流となっている海外個人旅行（FIT）に対する誘客を図る。

【ターゲット】

エリア：熊本県・福岡県・佐賀県、関西地域、国外（東アジア・欧米豪）

タイプ：夫婦・カップル、三世代、教育旅行、海外個人旅行（FIT）

方向性③ グリーンランド等を主軸にした周遊促進

総観光客の約半数が訪問するグリーンランド遊園地は、九州全域から来訪者がある一方で、いかに来訪者を市内に周遊させるかという課題が継続して存在している。グリーンランド遊園地や道の駅等を起点に、その「前後」に市内の他の施設への訪問を促す取組みを推進することにより、観光客の滞在時間の延長及び地域経済の活性化を図る。

【ターゲット】

エリア：九州全域

タイプ：ファミリー(高校生以下の子どもと親)／夫婦・カップル／若年層グループ（10～20代）

2 数値目標

本計画を推進するにあたり、地域が一体となり目指す目標については、次のとおり定めます。

(1) 総観光客数

令和 12 年 3,282,000 人

(内訳) 日帰り客数 2,979,000 人 宿泊客数 303,000 人

— 定義 —

「延べ日帰り客数¹¹⁾」と「延べ宿泊客数¹²⁾」の合計数。(出典 『荒尾市観光統計調査¹³⁾』)

— 目標設定の考え方 —

- 令和 6 年実績 1,696,282 人を基準値とする。
- 総観光客数全体として、基準値から約 90%増加を目指す。
- あらお海陽スマートタウンにおけるウェルネス拠点施設や宿泊施設等の開業により、115 万人の新たな集客を見込む。
- 既存施設については、第 3 期計画では未達成だった基準値から約 25%の増加を目指す。

(2) 宿泊観光消費額単価

令和 12 年度 29,000 円/人

— 定義 —

市内宿泊客 1 人の 1 回の旅行における市内での観光消費額。「旅行人数」及び「観光消費(予定)額(交通費、宿泊費、飲食費、土産代、入場料、その他)」を基に単価を算出。(出典 『荒尾市宿泊観光消費額調査¹⁴⁾』)

— 目標設定の考え方 —

- 令和 6 年度実績は設問設定不具合による影響の可能性があるので、令和 7 年度暫定値 26,335 円/人を基準値とする。
- 基準値から、3,000 円/人の増加を目指す。
- あらお海陽スマートタウンにおけるウェルネス拠点施設等の開業により、飲食費・土産代等の新たな消費を見込む。

¹¹⁾ レクリエーション施設等利用者数、主要イベント参加者数。

¹²⁾ 宿泊施設における宿泊者数(実宿泊者数(宿泊手続をした人数)×泊数)

¹³⁾ 毎年実施している宿泊施設やレジャー施設等の施設管理者等に対する調査。対象期間は 1 月～12 月。

¹⁴⁾ 毎年実施している宿泊者に対する WEB アンケート調査。対象期間は 4 月～3 月。

3 計画の体系図

将来像

家族で楽しむ街あらお

【数値目標】 総観光客数 1,696,282 人(R6) → 3,282,000 人(R12)
宿泊観光消費単価 26,335 円(R7) → 29,000 円(R12)

方向性

- ① 荒尾市へのリピーター(あらおファン)の拡大
- ② 付加価値化による消費単価の増大
- ③ グリーンランド等を主軸にした周遊促進

基本方針1 地域資源の魅力向上

1. 付加価値化の推進

- ① 万田坑施設の保全・活用・磨き上げ事業
- ② イベントによる魅力向上事業
- ③ 地域資源の魅力発信・開発事業

2. 教育旅行・訪日旅行（インバウンド）の推進

- ④ 教育旅行誘致推進事業
- ⑤ 外国人旅行客誘客・周遊促進事業

3. 段階を踏まえたプロモーション

- ⑥ 観光情報充実・発信体制構築事業
- ⑦ 観光プロモーション事業

基本方針2 滞在時間の延長

1. 施設の連携強化

重点施策

- ⑧ 「グリーンランド遊園地」と中心とした施設間連携による周遊促進事業

重点施策

- ⑨ 「ウェルネス拠点施設」を起点とした周遊促進事業

2. 宿泊旅行の推進

- ⑩ ナイトタイム等の観光活用化事業

3. 広域連携の推進

- ⑪ 広域連携による観光振興事業

基本方針3 観光人材の育成 及び観光地域づくりの強化

1. 観光地域づくり組織・人材の強化・育成

- ⑫ 観光人材の確保・育成事業

2. 周遊しやすい環境の整備

- ⑬ 観光基盤整備事業
- ⑭ ユニバーサルツーリズム推進事業

第4章 具体的施策

基本方針1 地域資源の魅力向上

基本施策1 付加価値化の推進

具体的施策1 万田坑施設の保全・活用・磨き上げ事業

背景・目的

日本の近代化を支えた明治日本の産業革命遺産として世界文化遺産に登録されている万田坑は、本市の代表的文化財です。炭鉱文化の教育普及を担うだけでなく、映像作品の撮影地、人気コンテンツとのコラボイベント、芸術祭開催地等、万田坑のロケーションや景観、歴史文化を活かした活用も見られます。認知度調査では41.1%の認知度がありながら、訪問したことがある割合は16.0%に留まっており、訪問したくなる魅力づくりが求められます。施設を維持管理するとともに、万田坑の独自の価値を活用する取組を推進し、交流人口拡大及び地域活性化を図ります。

内容

- 万田坑施設において、設備の適切な保全及び施設運営を行う。
- 炭鉱電車の定期的な動態展示をはじめ、展示の魅力向上を図る。
- 施設ガイドについては、国内外の来訪者に対し満足度の高い案内を行うため、スキルの維持向上を図るとともに、持続可能なガイド体制を検討・整備する。
- 施設の認知度を高める情報発信を行うとともに、訪問の動機となるようなイベントの実施及び新たなプログラムの検討を行う。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 観光文化交流課
関連団体 万田坑ファン倶楽部
民間事業者等 万田坑施設指定管理者

ターゲット

エリア ①熊本県北・福岡県南地域
②熊本県・福岡県・佐賀県
タイプ ①ファミリー（高校生以下の子と親）、夫婦・カップル
②夫婦・カップル、三世代

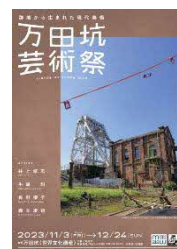
KPI 指標

	基準値（R6）	目標値（R12）
主要施設の利用者数 - 万田坑	21,337 人	27,000 人
主要施設の認知度 ¹ - 万田坑	41.1%	基準より増加
市民の文化・教育に関する満足度 ²	39.6%	基準より増加

¹…次回調査は令和12年度予定。 ²…まちづくりアンケートより。

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
		保全・運営		
		展示・施設ガイドの磨き上げ、ガイド体制の検討		
		イベント・プログラムの検討		



基本施策 1 付加価値化の推進

具体的施策 2 イベントによる魅力向上事業

背景・目的

平成 6 年から令和元年まで 26 回にわたり開催された「あらお荒炎祭」を令和 4 年度に廃止しました。「あらお荒炎祭」に代わる、本市への来訪のきっかけとなるイベントについては、行政主導及び地域団体・事業者といった民間主催の大小さまざまな形のイベントを開催しながら、より良い形態を模索していきます。

内容

- 地域資源を活用し、市外客を見込むイベントを、官民関わらず効果的に開催する。
- 既存イベントについては、魅力向上のため、地域資源を活用した体験やグルメ等、その土地らしさを感じられる要素を含んだ内容への見直しや、イベントの統合に関し検討を進める。

推進主体／関係者・団体		ターゲット	
荒尾市	総合政策課、観光文化交流課、環境保全課、農林水産課	エリア	①熊本県北・福岡県南地域 ②熊本県・福岡県・佐賀県
関連団体	(一社)荒尾市観光協会、あらお梨の花元気ウォーク実行委員会、荒尾長洲地域資源活用推進協議会、荒尾干潟保全・賢明利活用協議会、マジック釣り大会実行委員会	タイプ	①ファミリー（高校生以下の子と親）、夫婦・カップル ②夫婦・カップル、三世代
民間事業者等	イベント実施主体、観光関連事業者		

KPI 指標

	基準値 (R6)	目標値 (R12)
主要イベント ³ 来場者総数	19,438 人	34,000 人

³…入込客数 500 人を超える行政が関連する観光向けイベント（対象見込み：荒尾夜市、マジック釣り大会、あらお梨の花元気ウォーク、万田坑・文化センター・道の駅等の公共施設運営者が実施する自主イベント、公共施設を使用して民間が実施するイベント）

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
イベント実施・検証 調査	イベント実施・検証	イベント実施・検証	イベント実施・検証	イベント実施・検証
		イベント見直し		



基本施策 1 付加価値化の推進

具体的施策 3 地域資源の魅力発信・開発事業

背景・目的

本市には、多様な地域資源がありますが、それぞれの認知度を高め、リピーターを増やしていくためには、訪問したいと思わせる魅力を開発し、常に新しい情報を発信していく必要があります。また、地域資源を活用したプログラム提供にあたっては、実施主体の人員不足に起因した運営体制の弱さが課題として依然残っているため、持続性があり自走可能な体制についても、検討する必要があります。

内容

- 主に公共施設の新たな活用方法については、調査・検討を行う。
- 地域資源を活用した新たなプログラムについては、体験内容や予約方法、料金設定等、実施主体における持続可能な運営体制を踏まえ、必要な調査・検討を行う。（海苔摘み体験、マジック釣り体験、キャンプ体験、トレッキングガイド、作陶体験等）

推進主体／関係者・団体

荒尾市 観光文化交流課、環境保全課
関連団体 (一社) 荒尾市観光協会、荒尾漁業協同組合、
熊本北部漁業協同組合、小代焼窯元の会
民間事業者等 施設運営管理者、(株)荒尾観光振興、(一社)の
あそび labo

ターゲット

エリア ①熊本県北・福岡県南地域
②熊本県・福岡県・佐賀県
タイプ ①ファミリー（高校生以下の子と親）、夫婦・カ
ップル
②夫婦・カップル、三世代

KPI 指標

	基準値 (R6)	目標値 (R12)
主要施設の利用者数		
↳ 荒尾干潟水鳥・湿地センター	18,956 人	22,000 人
↳ 宮崎兄弟の生家施設	1,803 人	2,500 人

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
施設活用調査 (3 施設 + α)			検討・実証・成果検証	
プログラム検討・実証			プログラム実装	



基本施策2 教育旅行・訪日旅行（インバウンド）の推進

具体的施策 4 教育旅行誘致推進事業

背景・目的

本市はグリーンランド遊園地がある優位性から、修学旅行の行程における立ち寄りが多く、修学旅行宿泊校数は県内随一となっています。修学旅行市場は人口減少に伴い縮小していくことが想定されるものの、人格形成期に記憶に残る体験を提供することで、将来的なリピーター獲得が期待できます。すでに来訪地域であることを活かし、他施設への立ち寄り及び本市独自のプログラム体験を促すことで本市の認知を定着させ、将来的な関係人口拡大を図ります。

内容

- 教育旅行プログラムの受け入れを行う。
- 教育旅行プログラム予約獲得のため、旅行会社に向けた営業活動や、関係団体と連携した情報発信を行う。
- 多様な要望に対応するため、雨天時の代替プログラムや学習要素の深いプログラム等、内容の見直しを行い、対応可能な人材（インストラクター、ファシリテーター）の育成に取り組む。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 観光文化交流課、環境保全課
 関連団体 荒尾玉名教育旅行推進協議会、荒尾漁業協同組合、熊本県教育旅行受入促進協議会、小代焼窯元の会
 民間事業者等 (株)グリーンランドリゾート、宿泊事業者

ターゲット

エリア 関西地域
 タイプ 教育旅行

KPI 指標

	基準値 (R6)	目標値 (R12)
修学旅行宿泊校数	174 校	195 校
教育旅行プログラム ⁴ 受入校数	1 校	14 校（累計）
万田坑における教育旅行受入校数	33 校	45 校

⁴…荒尾玉名教育旅行推進協議会において提供しているプログラムのこと。

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
		受入対応		
		新規予約獲得に向けた営業活動		
		受入プログラムの新規造成		



基本施策2 教育旅行・訪日旅行（インバウンド）の推進

具体的施策 5 外国人旅行客周遊促進事業

背景・目的

本市には、遊園地やゴルフコースといったレジャー施設や、松永日本刀剣鍛錬所といった日本らしい体験を提供する施設を訪問する外国人旅行客が一定数いますが、海外個人旅行（FIT）が主流になるにつれ、団体ツアー受入が減少し過去 10 年間で最も多い平成 29 年の 3 割程度に減少しています。一方で、熊本県が推進する半導体関連産業集積に向けた取組により、台湾企業である TSMC をはじめ国内外の関連企業が県北地域を中心に進出し、TSMC からの出向者が家族を伴い来熊しています。今後も中国語圏外国人の来訪・交流が進んでいくものと考えられ、居住地域からアクセスのよい本市で余暇を過ごすことも想定されます。この動きを市内に広く波及させるため、受け手となる市内事業者と連携した受入態勢の整備及び多言語情報の充実、また外国人旅行客を引き込む情報発信等の取り組みが必要です。

内容

- 現地向けた情報発信として、熊本県観光連盟等を通じたパンフレット配布等、県の動向に合わせた PR を行う。
- 既存情報（総合型観光パンフレット等）の多言語化や、外国語 SNS 運用によるリアルタイムの情報発信等により、多言語情報を充実させる。
- 本市に来訪している外国人旅行客の観光行動や、市内事業者（レジャー・宿泊・飲食）及びイベント実施主体における FIT 受入態勢や意識調査を行い、対応策を検討する。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 産業振興課、観光文化交流課
 関連団体 （公社）熊本県観光連盟、（一社）荒尾市観光協会、荒尾商工会議所
 民間事業者等 レジャー事業者、宿泊事業者、飲食事業者

ターゲット

エリア 東アジア、欧米豪
 タイプ 海外個人旅行（FIT）（福岡方面）、熊本県在住台湾人

KPI 指標

	基準値（R6）	目標値（R12）
延べ宿泊客数（外国人）	5,988 人	30,300 人
多言語音声ガイド ⁵ 閲覧数	—	R10 設定

⁵…令和 7 年度より稼働している WEB サイト「荒尾市観光ガイド」。「宮崎兄弟の生家」、「荒尾干潟水鳥・湿地センター」の音声ガイドを日本語・英語・中国語で視聴できる。

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
	関係組織・団体と連携した情報発信			
既存情報の多言語化			情報発信	
調査手法の検討、調査・分析			受入態勢整備	



基本施策3 段階を踏まえたプロモーション強化

具体的施策 6 観光情報充実・発信体制構築事業

背景・目的

調査結果において、「情報提供の充実度について不満を感じる割合」は他の項目と比較して高い傾向があります。情報発信に関する満足度を高めるため、タイムリーで正確な情報提供を充実させ、観光客の利便性向上を図る必要があります。また、地域で統一した情報を発信することで、情報の信頼性とブランドイメージの向上を図ります。

内容

- 観光（スポット・イベント・グルメ・特産品）情報の収集・発信・更新体制を構築するとともに、イベント実施主体や観光関連事業者と連携した相互情報発信体制について検討する。
- 多様な媒体を活用し、情報の充実・拡散を行う。特に、ニーズの高い「グルメ（食）」及び「特産品」の情報充実を強化し、ターゲットに合わせて、飲食店や名物（メロンパン等）といった具体的情報、荒尾梨や小代焼といった本市を代表する特産品情報をターゲットに合わせて発信していく。
- プラットフォームとしての観光情報サイトリニューアルを検討する。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 総合政策課、観光文化交流課、環境保全課
 関連団体 （一社）荒尾市観光協会
 民間事業者等 イベント実施主体、観光関連事業者

ターゲット

エリア ①熊本県北・福岡県南地域
 ②熊本県・福岡県・佐賀県
 タイプ ①ファミリー（高校生以下の子と親）、夫婦・カップル
 ②夫婦・カップル、三世代

KPI 指標

	基準値（R6）	目標値（R12）
公式観光情報サイト ⁶ 訪問 ⁷ 数	97,143 件	130,000 件
（一社）荒尾市観光協会 Instagram リーチ ⁸ 数	—	45,000 リーチ
情報提供の充実度について不満を感じる割合 ⁹	23.0%	基準より減少

⁶…（一社）荒尾市観光協会が運営するホームページ。

⁷…サイトにアクセスして離脱するまでの一連の閲覧行動を 1 件とカウントする。同一ユーザーが複数訪問した場合、複数カウントされる。（延べ訪問件数）

⁸…「何人のアカウントに投稿が届いたか」を示す指標で、投稿等を一度以上見たユニークユーザー数。

⁹…次回調査は令和 12 年度予定。

参考指標	R6
ぎゃんすき！あらおちゃん Instagram リーチ数	975,048 リーチ
荒尾干潟水鳥・湿地センター Facebook フォロワー数	786 フォロワー

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
	多様な媒体での拡散による情報の充実			
情報管理体制検討・構築		一元的な情報の受発信		
観光情報サイトリニューアル				



基本施策3 段階を踏まえたプロモーション強化

具体的施策 7 観光プロモーション事業

背景・目的

本市には、豊かな自然（小岱山、荒尾干潟）、特徴的な文化財（万田坑、宮崎兄弟の生家、岩本橋）、独自性のあるスポット（グリーンランド遊園地、おもやい市民花壇、松永日本刀剣鍛錬所、神社仏閣）、ストーリー性のある産品（小代焼、荒尾梨）が存在しています。九州圏を対象とした認知度については、万田坑 41.1%、グリーンランド遊園地 88.0%と高い数値を得ている一方で、その他コンテンツ平均 11.2%と偏りがあります。本市への誘客を促すためには、コンテンツの認知度を底上げし、旅行先の選択肢となる必要があります。

内容

- 取り上げてもらうための観光情報発信に関するブランディング戦略を検討する。
- プレスリリースの徹底やメディア（テレビ、ラジオ、新聞、情報誌等）と良好な関係性構築等により、パブリシティを獲得する。
- 毎年度プロモーション計画を作成し、必要に応じパンフレット・ポスターの増刷、ノベルティの作成、有料広告の活用等を行う。
- 「あらお観光大使」や本市マスコットキャラクター「マジャッキー」を活用したPR活動について成果検証を行い、今後の効果的な活用方法を検討する。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 総合政策課、観光文化交流課
関連団体 （一社）荒尾市観光協会
民間事業者等 あらお観光大使、炭坑ガールズ

ターゲット

エリア 九州全域
タイプ ファミリー（高校生以下の子と親）、若年層グループ（10～20代）

KPI 指標

	基準値（R6）	目標値（R12）
主要施設の認知度 ¹⁰		
└万田坑<再掲>	41.1%	基準より増加
└宮崎兄弟の生家施設	8.4%	
└荒尾干潟（荒尾干潟水鳥・湿地センター）	20.6%（11.3%）	

¹⁰…次回調査は令和12年度予定。

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
		ブランディングに基づくプロモーション活動		
		パブリシティ獲得に向けた関係性構築		
		あらお観光大使・マジャッキー成果検証、活用検討		

基本方針 2 滞在時間の延長

基本施策 1 施設の連携強化

重点施策

具体的施策 8 「グリーンランド遊園地」を中心とした施設間連携による周遊促進事業

背景・目的

グリーンランド遊園地は、昭和 41 年に開園して以来、本市の観光産業を牽引するレジャー施設です。九州全域から来訪があり、本市の総観光客数のうち約半数がグリーンランド遊園地を訪問し、その多くがリピーターです。一方で、当施設利用者における平均訪問地点数は 1.27 地点となっており、集客施設の中でも低く、一か所に留まる傾向があります。新規客を獲得しながらも、施設間の連携を深め、グリーンランド遊園地のリピーター客を中心として、観光客を市内周遊させる取り組みが必要です。

内容

- 官民一体となった観光 PR キャンペーンの実施や、施設間の相互情報発信について検討する。
- 施設間の相互利用、イベント参加者を対象とした割引制度、大型イベント開催時における移動支援等、回遊性向上施策を検討する。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 総合政策課、観光文化交流課
 関連団体 (一社) 荒尾市観光協会
 民間事業者等 (株) グリーンランドリゾート、公共施設運営
 管理者、観光関連事業者

ターゲット

エリア 九州全域
 タイプ ファミリー（高校生以下の子と親）、若年層グループ（10～20 代）

KPI 指標

	基準値 (R6)	目標値 (R12)
2 地点以上訪問している割合 ¹¹	55.7%	基準より増加

¹¹…次回調査は令和 12 年度予定。

参考指標	R6
グリーンランド遊園地利用者数 ¹²	785,531 人

¹²…グリーンランドリゾート株式会社 有価証券報告書より

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
		共同情報発信		
		回遊性向上の検討		



基本施策 1 施設の連携強化

具体的施策 9 「ウェルネス拠点施設」を起点とした周遊促進事業

背景・目的

平成 23 年に本場開催を終了した荒尾競馬場跡地に“あらお海陽スマートタウン”として新たなまちづくりを進めており、“道の駅ウェルネスあらお”及び“保健・福祉・子育て支援施設”を兼ね備えた「ウェルネス拠点施設」の整備を進めています。また、宿泊施設が開業する予定であり、当エリア周辺において人流活性化が見込まれます。当エリアの魅力を高めるとともに、「ウェルネス拠点施設」を起点として人流を市内各地に波及させる取り組みが必要です。

内容

- 道の駅ウェルネスあらおにおいて、交流人口拡大のため、特産品販売及びイベントを実施する。
- 道の駅ウェルネスあらおにおいて、地域情報を収集し発信する観光案内機能を確立し、予約受付機能についても検討する。
- あらお海陽スマートタウンの魅力を高めるエリアマネジメントを実施する。
- ウェルネス拠点施設を起点として市内を周遊する二次交通（バス、タクシー、電動キックボード、レンタサイクル等）については、ニーズ調査・検討を行う。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 総合政策課、産業振興課、観光文化交流課、スマートシティ推進室、すこやか未来課
 関連団体 エリアマネジメント団体（未定）、（一社）荒尾市観光協会
 民間事業者等 ウェルネス拠点施設指定管理者、宿泊事業者、交通事業者

ターゲット

エリア ①熊本県北・福岡県南地域
 ②熊本県・福岡県・佐賀県
 タイプ ①ファミリー（高校生以下の子と親）、夫婦・カップル
 ②夫婦・カップル、三世代

KPI 指標

	基準値（R6）	目標値（R12）
主要施設の利用者数 - ウェルネス拠点施設（道の駅、Mirairo） ¹³	—	1,047,000 人
2 地点以上訪問している割合＜再掲＞	55.7%	基準より増加
バス乗車人数 - 新規路線 ¹⁴	—	R10 設定

¹³…令和 8 年度開業予定。

¹⁴…令和 8 年稼働予定の荒尾駅-あらお海陽スマートタウンを結ぶ路線。

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
		道の駅 営業・イベント実施		
		エリアマネジメント		
	ニーズ調査		二次交通検討	



基本施策 2 宿泊旅行の推進

具体的施策 10 ナイトタイム等の観光活用化事業

背景・目的

本市総観光客数のうち、延べ日帰り客数 89.8%と、日帰り旅行が主流となっています。本市への旅行目的の大半はグリーンランド遊園地であることに着目し、滞在時間の前後にあたる夜間・早朝に訪問するポイントを増やすことで、宿泊旅行の増加に繋がります。

内容

- ナイトタイム等（夜間、早朝）を活用したイベントについて成果検証を行い、既存イベントにおける実施意向調査を行う。
- ナイトタイム等（夜間、早朝）を想定したモデルコースの検討や、飲食店等の情報発信を行う。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 観光文化交流課
 関連団体 (一社) 荒尾市観光協会
 民間事業者等 イベント実施主体、観光関連事業者、施設運営管理者

ターゲット

エリア ①熊本県北・福岡県南地域
 ②熊本県・福岡県・佐賀県
 タイプ ①ファミリー（高校生以下の子と親）、夫婦・カップル
 ②夫婦・カップル、三世代

KPI 指標

	基準値 (R6)	目標値 (R12)
延べ宿泊客数	172,483 人	303,000 人

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
成果検証 意向調査		ナイトタイム充実に向けた検討		
		情報発信		



基本施策3 広域連携の推進

具体的施策 11 広域連携による観光振興事業

背景・目的

本市には、明治日本の産業革命遺産や有明海といった歴史的・地理的類似性に基づく広域連携の可能性があり、広域連携の枠組みでの観光振興について検討を進めていきます。

内容

- 広域連携の枠組みを活用し、WEB サイト・SNS の共同運用や、パンフレット作成・配布による観光情報の相互発信を行う。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 観光文化交流課
 関連団体 荒尾・玉名地域観光推進協議会、有明圏域定住自立圏推進協議会広域観光振興部会、荒尾長洲地域資源活用推進協議会、ONE KYUSHU プロジェクト（九州市長会ブランド部会）、環有明観光連合
 民間事業者等 有明海沿岸地域の道の駅

ターゲット

エリア ①熊本県北・福岡県南地域
 ②熊本県・福岡県・佐賀県
 タイプ ①ファミリー（高校生以下の子と親）、夫婦・カップル
 ②夫婦・カップル、三世代

KPI 指標

	基準値（R6）	目標値（R12）
—	—	—

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
		事業の推進		



基本方針3 観光人材及び観光地域づくりの育成・強化

基本施策1 観光地域づくり組織・人材の強化・育成

具体的施策 12 観光人材の確保・育成事業

背景・目的

日本国内外で誘客競争が激化する中、観光産業が持続的に成長していくためには、観光地にどのような旅行者が来て欲しいかというターゲットを明らかにし、ターゲットに対して的確な施策を打ち出していくマーケティングの考え方が不可欠となっており、国では観光地域づくり法人（DMO）による持続可能な観光地域づくりを推進しています。また、少子化及び転出超過による人口減少や高齢化に伴い、地域経済や地域活動の担い手不足が深刻化しており、観光分野においても施設のガイドスタッフやイベント・体験プログラムの実施主体のほか、レジャー・宿泊・飲食といった観光関連産業を担う人材不足が懸念されます。

内容

- 荒尾市観光協会を中心として、観光データの分析及び地域への還元等、観光マーケティング・マネジメントに取り組み、観光地域づくりを進める。
- 観光地域としての意識醸成及び観光人材としてのガイド・ホスピタリティ・情報発信等のスキルアップのため、受け手となる観光関連事業者や地域団体等を対象として、研修や出前講座等を行う。
- 若年層の観光産業への関心を高め将来的な人材確保のため、地元学生がイベント等に参画し意見交換を行うことができる機会を設ける。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 観光文化交流課
関連団体 (一社) 荒尾市観光協会、荒尾商工会議所
民間事業者等 学校、イベント実施主体、観光関連事業者

ターゲット

エリア 市内
タイプ —

KPI 指標

	基準値 (R6)	目標値 (R12)
(一社) 荒尾市観光協会会員数	72 事業者	80 事業者

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
	マーケティング・マネジメント機能の強化			
	人材育成			



基本施策 2 周遊しやすい環境の整備

具体的施策 13 観光基盤整備事業

背景・目的

観光客をスムーズに目的地に誘導するためには、見やすく、分かりやすい、統一性のある観光案内標識が必要となります。しかし、既存の案内標識については設置機関が様々で、デザインも異なっているため、関係機関と連携を図りながら改修などを含め検討していきます。

内容

- 市内に配置されている標識等の工作物については、観光看板データベース（令和 4 年作成）を活用し状況を把握し、適切な維持管理を推進するとともに、統一デザインや計画的板面更新の方法について検討を行う。
- 観光トイレ施設については、有用性を検証する。
- 観光案内板（マップ）や歓迎塔といった観光案内機能を持つ既存設置物については、デジタル機器への置き換えも含め更新を検討する。
- 広域的な自転車通行空間の整備を推進し、整備の状況に合わせソフト事業の検討を行う。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 観光文化交流課、財政課、土木課
関連団体 荒尾・玉名地域サイン計画推進協議会、荒尾・玉名地域自転車ネットワーク推進協議会
民間事業者等 公共施設総合管理業務受託者、道路管理者、土地所有者

ターゲット

エリア —
タイプ —

KPI 指標

	基準値（R6）	目標値（R12）
案内表示の充実度について不満に感じる割合 ¹⁵	11.8%	基準より減少

¹⁵…次回調査は令和 12 年度予定。

スケジュール

R8	R9	R10	R11	R12
	標識・観光トイレ・観光案内板・歓迎塔にかかる検討			
	自転車ルート選定の検討			



基本施策 2 周遊しやすい環境の整備

具体的施策 14 ユニバーサルツーリズム推進事業

背景・目的

本市では「ウェルネス（輝くように生き生きしている状態）」「ウェルビーイング（心身ともに健康で幸せな状況）」というコンセプトを掲げ、利用者ニーズに併せた柔軟で利便性の高い交通手段の提供や、あらゆる人が快適に移動できる最適な交通モード構築等の検討を進めており、万田坑における障がい者手帳提示による割引制度等、様々な方の訪問を促す施策を行っています。国においても、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」を創設し、ご高齢の方や障がいのある方がより安全で快適な旅行をするための環境整備を推進しており、本市においてもあらゆる方が安心して旅行を楽しめる環境づくりを進めていく必要があります。

内容

- 市内施設のバリアフリー状況について調査し、公式観光サイト掲載等、情報発信を検討する。
- 旅行者の性質に応じた移動手段を想定した周遊モデルコースの検討・発信を行う。
- JR 荒尾駅（世界文化遺産 万田坑駅）は、老朽化に加えバリアフリー化していないという課題があるため、駅舎のリニューアルを含めた駅周辺地域の整備による利便性向上について検討するとともに、JR 九州とも連携し、利用促進を行う。
- 防災関連計画を踏まえ、災害等が発生した際、宿泊施設や観光施設等において適切な対応ができるよう各施設における防災教育を促進し、地理に不案内な国内外の観光客が安全に帰宅するための情報発信を行える体制を検討する。

推進主体／関係者・団体

荒尾市 総合政策課、産業振興課、観光文化交流課、都市計画課、防災安全課
関連団体 （一社）荒尾市観光協会、荒尾商工会議所
民間事業者等 レジャー事業者、宿泊事業者、飲食事業者、交通事業者

ターゲット

エリア 全域
タイプ 全年代

KPI 指標

	基準値（R6）	目標値（R12）
介護タクシー ¹⁵ の利用件数	2 件（R7）	12 件
項目別滞在満足度 ¹⁶		
↳移動のしやすさについて不満に感じる割合	14.6%	基準より減少
↳案内表示の充実度について不満に感じる割合＜再掲＞	11.8%	
↳周遊ルートの魅力について不満に感じる割合	18.2%	
↳情報提供の充実度について不満に感じる割合＜再掲＞	23.0%	
↳飲食・休憩施設の充実度について不満に感じる割合	24.6%	

¹⁵…荒尾市タクシー協会加盟業者が提供するサービスが対象。

¹⁶…次回調査は令和 12 年度予定。

スケジュール

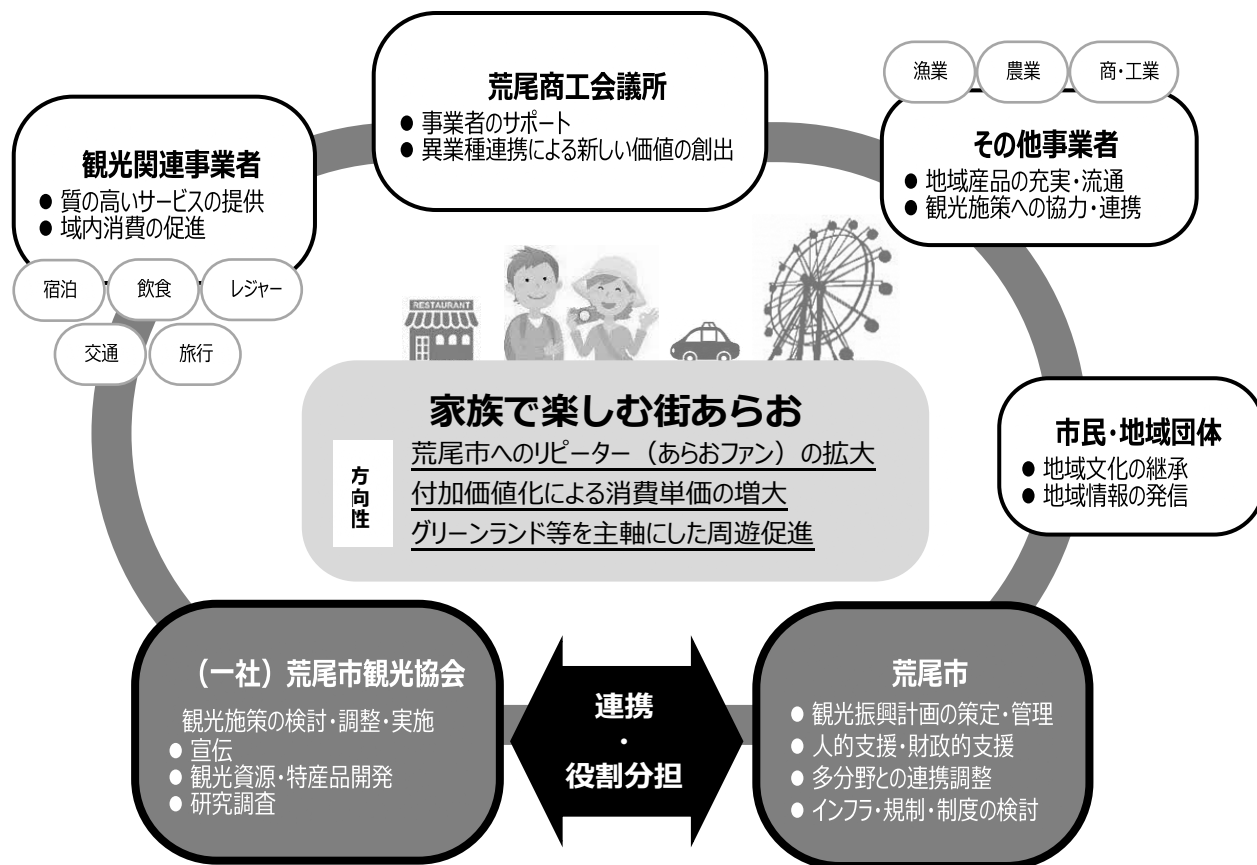
R8	R9	R10	R11	R12
情報収集			発信	

第5章 計画の推進

1 計画推進の考え方・それぞれの役割

観光振興においては、観光関連事業者、その他の事業者、市民・地域団体、関連組織、行政等が、それぞれの役割のもと主体的に取り組むことが重要です。一方で、多様な関係者が歩調を合わせながら連携し、課題について協議を深めることで、観光地域づくりを進めていく必要があります。

そこで、それぞれが担う役割については、次のとおり整理します。また、多様な関係者間における協議の場として荒尾市観光振興計画策定等委員会を毎年開催し、PDCAサイクルのもと成果を評価することで進捗管理を行い、本計画を推進していきます。なお、本計画の推進にあたっては、(一社)荒尾市観光協会と荒尾市が連携し、中心的役割を担います。

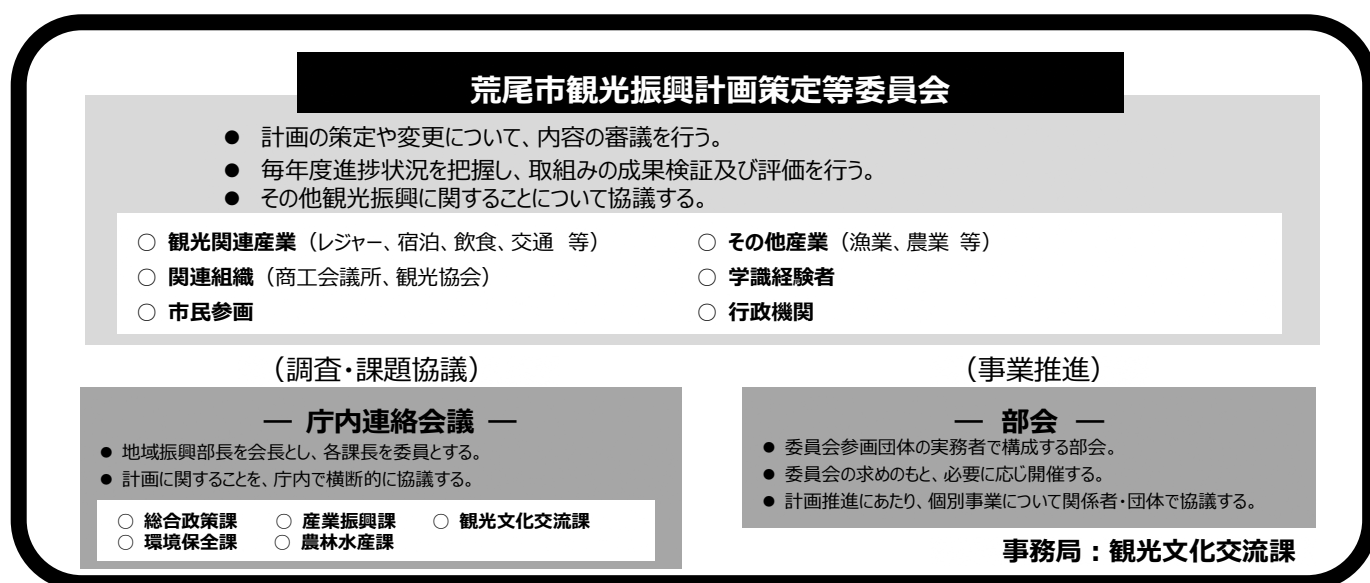



2 進捗管理の考え方

進捗管理は毎年度行うこととします。進捗管理にあたっては、庁内連絡会議において、成果及び現状について分野横断的に協議をし、課題や施策の方針について分析を行います。庁内連絡会議における協議を踏まえ、多様な関係者で構成する委員会荒尾市観光振興計画策定等委員会（以下、「委員会」。）において、成果及び現状に対し評価を行います。委員会における評価は、施策へ反映させるよう検討します。

また、本計画の推進にあたり、個別事業に関し協議を行う場合は、必要に応じて、委員会の下部組織として担当者で構成する部会を招集します。

なお、第4期計画期間中に、ウェルネス拠点施設をはじめとした大型施設の開業が予定されており、本市の観光需要の変動が見込まれるため、本計画3年目にあたる令和10年度に、委員会において数値目標を再検証する中間評価を行い、必要に応じて計画の改定を行います。



	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 13 年度
第 4 期計画					
委員会 (進捗管理)	●	●	●	●	●
	毎年度、成果・現状を評価				
部会 (事業推進)	<div style="background-color: #d3d3d3; width: 100%; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> 必要に応じ開催				