

基本方針と具体的な施策

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

1. 多種多様なコンテンツづくり

- 新たな体験プログラムの造成
- イベントを活用した魅力づくり
- ご当地グルメ・お土産品開発

2. 付加価値の高いコンテンツづくり

- 既存体験プログラムのブラッシュアップ・ガイドの確保・育成
- 教育旅行に向けたプログラムのブラッシュアップ・ガイドの育成
- 訪日外国人旅行者に向けたプログラムの造成

3. 旅行商品の造成

- 旅行会社等と連携した旅行商品造成
- 着地型観光商品・ツアーの造成

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

1. 「旅マエ」に対する情報発信の強化

- SNS等による情報発信の強化 ■各種HPの充実
- 有料広告の活用 ■パブリシティ獲得に向けたメディア等との関係構築 ■官民連携による観光キャンペーン等の展開

2. 「旅ナカ」での情報発信の強化

- 観光ポスターやアプリ等を活用した情報発信の強化
- 宿泊施設での情報発信
- 交通事業者や飲食店などと連携した情報発信

3. 営業活動等の実施

- 教育旅行誘致に向けた営業活動の実施
- 訪日旅行誘致に向けた商談会等の実施

基本方針3 周遊しやすい環境の整備と宿泊の促進

1. ストレスなく楽しめる環境整備

- 二次交通の利便性向上
- 観光案内機能や誘導サインの整備
- キャッシュレスの推進 ■Wi-Fi環境の整備

2. 誘客拠点施設との連携強化

- グリーンランドへの誘客促進
- 「あらお海陽スマートタウン」・「道の駅」への誘客促進
- 誘客拠点施設からの送客強化

3. 宿泊旅行の推進

- 宿泊プランの充実と「新たな旅のスタイル」の推進
- ナイトタイムを活用したプログラムの造成
- 宿泊施設の魅力向上

4. 広域連携の推進

- 広域的な情報発信の強化 ■サイクルツーリズムの推進
- 特産品の販路拡大

基本方針4 人材育成・観光地域づくりの推進

1. 観光地域づくり組織の構築

- 観光地域づくり人材の確保・育成
- 観光DX(データの活用)の推進

2. 安全・安心の観光地づくり

- 感染症対策の徹底
- 災害時における誘導体制等の強化

詳しくはこちらへ ▶▶▶ 計画本編



計画の概要

計画の趣旨

「新しい生活様式」とともに生まれた、新しい観光の価値観へ向けた戦略を明らかにするとともに、観光に携わる地域の関係者が改めて課題やありたい姿を共有し、官民が一体となって各種施策を推進する契機とするため、「第3期荒尾市観光振興計画」を策定することとしました。

計画の期間

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
第3期計画	→				
実施計画	→	→	→	→	→

毎年度作成し事業を推進

令和3年度から令和7年度までの5年間を計画期間とし、実施計画については毎年度作成し、社会情勢に柔軟に対応します。

推進体制

観光振興は、観光事業者や観光関連事業者、観光公共組織、市民、行政が、それぞれの役割のもとそれぞれが実施主体となり推進することが重要であるため、本計画の推進においては、関係団体がそれぞれ主体的に参画し、協働により実施します。

ARRA

みんなで作る



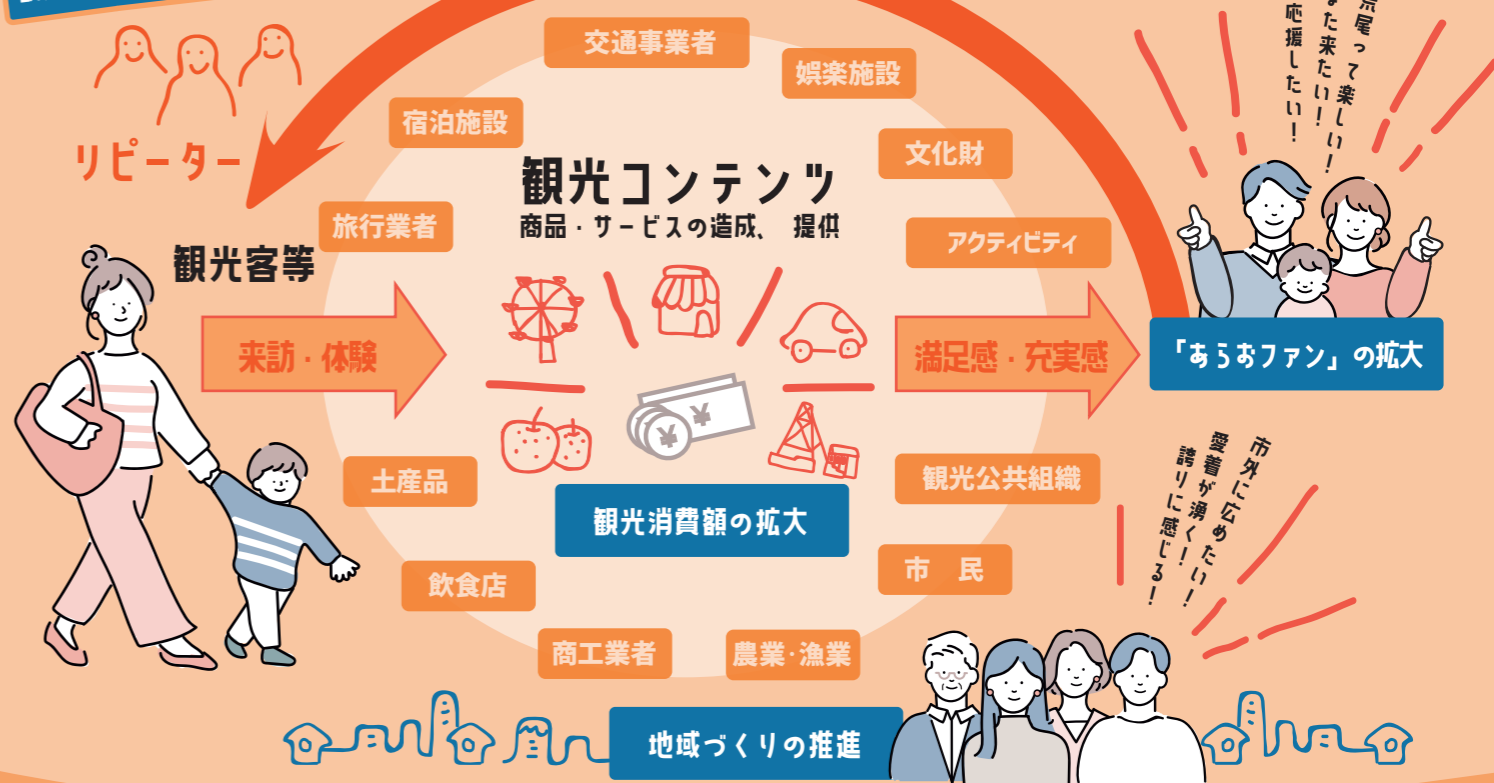
“あらお旅”推進プロジェクト

第3期荒尾市観光振興計画



何のために観光振興が必要なのか?

観光振興で荒尾市がめざすものは?



1 観光消費額の拡大

宿泊施設・飲食店・交通機関など市外からの利用を促進し、また体験プログラムやツアーを高付加価値化することで、観光消費額が拡大し、観光産業・観光関連産業の振興に繋がります。

2 “あらおファン”の拡大

観光を通じて、市民や地域資源といった荒尾市の魅力に触れることで、市内外を問わず「荒尾市を好きな人」「荒尾市を応援する人」(＝「あらおファン」)の拡大に繋がります。

3 地域づくりの推進

地域資源を活かした各種体験プログラム・商品の造成や観光客との交流を通じて、地域の魅力を市民や関係者自身が感じ、誇りや愛着を持つことにより、地域づくりの担い手育成などに繋がります。

将来像

荒尾市には、独自性の高い特徴的な観光スポットが多数点在しています。これらの地域資源を活かしながら、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、目指す姿として将来像を設定します。



興奮 × 癒し × 感動 を体感！ ARAOne ツーリズム

「興奮」 ワイワイ楽しめる

若い世代においてニーズが高い「ワイワイ楽しめる」体験を提供するグリーンランドは年間 100 万人の誘客があるなど、荒尾市では「ワイワイ楽しむ」体験ができる。

「癒し」

のんびりリラックスできる

全ての人々が、心豊かに健康で快適に過ごせる居住環境・交流環境を創出することなどを目指し、「ウェルネス」をコンセプトとした新しいまちづくりを進めている。

「感動」

知的好奇心が満たされる

明治の産業革命の歴史を知ることができる万田坑をはじめ、荒尾干潟、宮崎兄弟の生家施設、子ども科学館など、知的好奇心・探求心をくすぐる体験スポットがある。

「ARAOne(アラワン) ツーリズム」

ARAO+Only One・One team
荒尾市でしかできない「オンリーワン」な体験の魅力を高め、市民を含むあらゆる組織が「ワンチーム」となり観光地域づくりに取り組む。

推進指針

本計画の推進に当たっては、イベントなどの観光情報をはじめ、各種取り組みの進捗状況等について、各観光施設や宿泊施設、飲食店や交通事業者、地域住民などが“One team”となり、積極的・主体的に情報発信を行います。

“One team”による情報発信



重点戦略



■将来像の実現に向け、計画期間中、特に重点的に取り組む内容を「重点戦略」として取りまとめ、関係団体の連携のもと、優先的かつ施策横断的に推進することとします。

■重点戦略の検討に当たっては、他地域にはない荒尾市の特徴としての強みと、観光分野における市場ニーズを踏まえ、想定するターゲットと合わせて明確化します。

重点戦略 1

グリーンランドなどを主軸にした周遊促進（滞在時間の延長）

荒尾市における総観光客数の6割程度を占めるグリーンランドは、荒尾市への誘客を牽引する施設であり、九州全域から来訪者がある。今後、グリーンランドや道の駅などを起点に、その「前後」に市内の他の施設の周遊を促進する取り組みを推進する。

ターゲット

居住エリア：九州全域
同行者タイプ：ファミリー（高校生以下の子どもと親）／10・20歳代の若者グループ

重点戦略 2

荒尾市へのリピーター（あらおファン）の拡大

荒尾市内には、子ども科学館や梨のもぎ取り・販売、荒尾干潟など、ファミリーや若い女性を中心に来訪意向の高い施設がある。認知を広げ、来訪・再訪を喚起する情報発信により、気軽に何度も荒尾市を訪れるリピーター（＝あらおファン）の増加に繋げる。

ターゲット

居住エリア：「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
同行者タイプ：ファミリー（高校生以下の子どもと親）／10・20歳代の若者グループ／夫婦・カップル

重点戦略 3

高付加価値化による消費単価の増加

従来の観光商品やプログラムにさらなる付加価値をつけることによる有償化・高価格化や、つい体験したくなる・購入したくなる商品づくり、プログラムのオプションづくりを推進することで、各施設やスポットにおける観光消費単価の増加を目指す。

ターゲット

居住エリア：九州全域・関西方面・インバウンド（東アジア、欧米豪）
同行者タイプ：夫婦・カップル／三世代／訪日旅行（団体・FIT）／教育旅行

数値目標

(令和7年)

総観光客数 250 万人

(令和2年 125万人 / 令和元年 198万人)

「あらおファン」の拡大に向け、日帰り客の状況と宿泊客の状況を網羅的に把握する指標として、①荒尾市観光統計調査において来場者数を測定している観光施設における来場者数の合計、及び、②市内宿泊施設における宿泊客数の合計、を合わせたものを「総観光客数」として設定する。

(令和7年度)

宿泊観光消費単価 29,000 円

(令和2年度 19,980円)

正確性の高い調査が継続して実施できる指標として、市内宿泊客の市内での消費単価を「宿泊観光消費単価」として設定する。

ONE-TEAM work sheet

令和3年度

令和4年度

令和5年度

令和6年度

令和7年度

