

荒尾市観光振興計画(案)

目次

序章 計画策定の基本的な考え方

1. 計画策定の目的
2. 計画の位置づけ
3. 観光マーケットの現状
4. 荒尾市の観光の現状
5. 荒尾市の課題と今後の観光振興について

第1章 荒尾市の観光振興の基本方針

1. 荒尾市の観光資源
2. 観光振興における基本方針

第2章 荒尾市の観光振興における基本戦略

1. 戦略構築にあたっての一般的な考え方
2. 荒尾市がとるべき戦略
3. 施策体系
4. 市民と共に先導的に進める重点施策
5. 基本施策
6. 目標(成果指針)

第3章 計画の推進

1. 計画推進と進捗評価の考え方
2. それぞれの役割

序章 計画策定の基本的な考え方

1. 計画策定の目的

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。特に、九州の大都市圏である福岡都市圏や熊本都市圏に 2 時間以内で移動が可能な立地状況にあります。

明治 35 年に出炭操業を開始した三井三池炭鉱は、日本のエネルギー産業を支え、その最盛期には人口 67,652 人を数えるまでになり、荒尾市の発展に大きく寄与しました。現在、万田坑等の史跡は、「九州・山口の近代化産業遺産群」のひとつとして世界文化遺産国内暫定リストに記載されており、世界遺産の本登録を目指しています。

また、自然環境にも恵まれ、東部には 501.4 メートルの頂を擁する小岱山、西部には貴重な海洋生物が数多く生息する有明海を有し、都心部においては西日本最大級のアミューズメント施設であるグリーンランド等があり、山間部から里部、街部そして海部まで、多様な魅力を有する地域です。

しかし、エネルギー産業の変遷による三井三池炭鉱の閉山や少子高齢化、都心部への一極集中化などによる人口減少、また、平成 23 年 12 月には 80 余年の歴史を刻んだ荒尾競馬場の閉鎖など、荒尾市を取り巻く環境は厳しい現状にあります。

今後も荒尾市の人口が外的要因（社会情勢の変化・定住人口の劇的な変化）により増加傾向に転じることは現状のままでは望めません。今後の荒尾市の地域経済を維持発展させるためには、交流人口拡大による産業（観光産業）の活性化を図ることが必要であると考えます。

このような中、荒尾市では「第 5 次荒尾市総合計画」の観光分野における施策を推進するために「荒尾市観光振興計画」を策定します。

本計画は、人と人とが交流することにより地域経済の活性化を図るとともに、交流を通じて市民が荒尾の魅力を再認識し、地域に誇りを持ち、生きがいにつながる地域振興＝地域づくりを推進することを目的としています。

市民が「住んで良しの地域」であると感じることが、来訪者にとっても「訪れて良しの地域」になり、このことが今後の荒尾市の観光振興にとって必要な要素であると考えます。

2. 計画の位置づけ

(1) 位置づけ

「荒尾市観光振興計画」は、「第5次荒尾市総合計画」の観光関連分野の計画として、荒尾市の観光振興施策の基本指針を定めたものです。

また、市民、観光関連事業者、行政の役割を明確にするとともに、国、熊本県、関係機関等の幅広い連携の下で観光振興に向けた取組を進めることにより、本計画の効果的な推進を図るものとします。

【国】観光立国推進基本法、観光立国推進基本計画

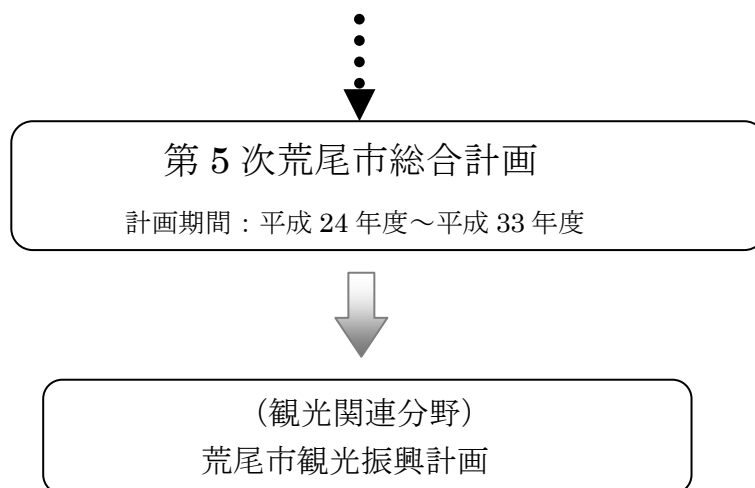
国は、平成18年12月に観光基本法を全部改正し、新たに「観光立国推進基本法」を制定しました。これにより、21世紀の国の重要な政策の柱として観光が位置づけられました。同法は、それぞれの地域が持つ特色を活かした魅力ある観光地づくりの取組を推進するとともに、地域の伝統や文化等の魅力を内外に発信して国際・国内観光を振興するなど、観光立国の実現に関する施策を総合的・計画的に推進することとしています。

また、平成19年6月には、同法に基づく「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。

【熊本県】ようこそくまもと観光立県条例、ようこそくまもと観光立県推進計画

熊本県は、民間・行政が一体となった県民総参加による観光立県の実現に向けた取組を進めるため、「ようこそくまもと観光立県条例」を制定しました。

また、同条例を具体化するため、「ようこそくまもと観光立県推進計画」を策定しています。



(2) 計画期間

本計画は、平成24年度から平成28年度までの5年間の計画を定めたものです。

3. 観光マーケットの現状

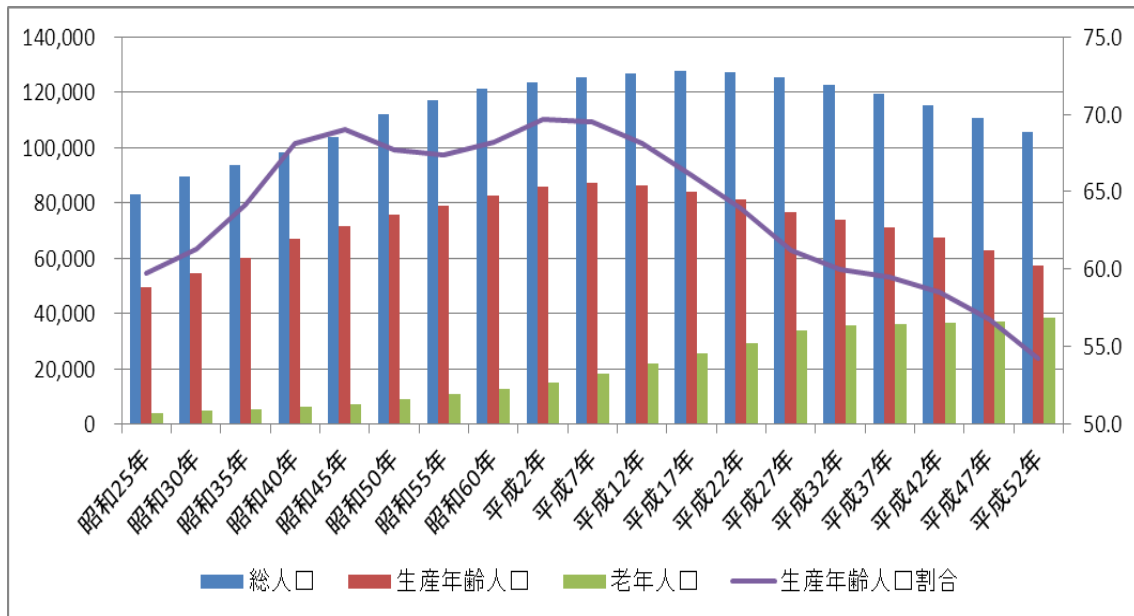
(1) 人口減少によるマーケットの縮小

我が国では、昭和 54 年頃より出生率が低下し、少子化問題が深刻化しています。また、日本の総人口も平成 17 年以降は減少に転じています。

日本の総人口の減少によりマーケットの規模は縮小し、更には少子・高齢化が進行することにより生産年齢人口はますます減少し、観光消費額の減少にも結びついていきます。今後、人口減少が更に進み、余暇や観光関連産業の対象となる顧客数が減少することで、マーケットの規模も縮小し、顧客の奪い合いとなる展開が予想されます。

荒尾市においても、観光入込客数が毎年のように増え続けることは難しい状況です。今後は何度も来訪してもらえるような施策の推進を図っていかねばなりません。九州新幹線全線開通による福岡、熊本、鹿児島といった大都市圏や、ハウステンボス、スペースワールドなどのアミューズメント施設、別府市や久留米市などの観光と交流によるまちづくりを推進している地域との競合など、厳しい環境の中にあることを認識しなければなりません。

図：人口の推移（単位：千人・％）



(国立社会保障・人口問題研究所「人口統計集」をもとに加工)

(2) 国内旅行者の動向

① 旅行マーケットの推移

国内旅行の種類を以下の 6 つの分類に分けてみると、全体の約半数を「観光レクリエーション旅行」が占めています。また、旅行形態においても「個人旅行」の割合が約 8 割を占めています。

しかし、「観光レクリエーション旅行」、「個人旅行」とともに、平成 17 年から平成 21 年の間の 5 年間に約 7% 減少しています。一方で、「帰省や家事のための旅行」などの「観光レクリエーション旅行」以外の旅行の種類の変移には大きな変化は見られません。

これは、国内旅行の約半数を占める「観光レクリエーション旅行」と旅行形態で約 8 割を占める「個人旅行」が、景気の不安定感や将来への不安感などの中で、旅行を控える消費者意識が働いている現状が伺えます。特に、平成 21 年は世界同時不況などの社会情勢を受けて「個人の観光レクリエーション旅行」の動向が鈍化しました。

このように現在の国内旅行マーケットは、「個人の観光レクリエーション旅行」が大きなシェアを占めるため、社会情勢の変化や災害等によって旅行動向が大きく左右される傾向にあると考えられます。

今後は、国内旅行マーケットを意識し、画一的な観光商品ではなく、個人旅行を意識した荒尾市の魅力に触れることができる多種多様なプログラムや観光商品を整備しなければなりません。

図：国内旅行マーケット区別シェアの推移（単位：％）

		平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年
旅行の種類	観光レクリエーション旅行	55.9	51.0	50.0	51.7	49.4
	帰省や家事のための旅行	21.9	23.9	22.4	24.5	20.2
	組織が募集する団体旅行	4.5	5.1	5.2	4.9	6.0
	出張や業務旅行	12.8	14.2	16.7	14.1	13.7
	会社からみの団体旅行	2.9	3.1	3.6	3.2	4.5
	その他の旅行	1.9	2.8	2.1	1.7	6.2
	旅行形態	個人旅行	90.7	89.1	89.1	90.3
	団体旅行	7.4	8.2	8.7	8.0	10.5

(財団法人日本交通公社「旅行者動向 2010」)

②旅行形態の変化

国内旅行において最も大きなシェアを占める「観光レクリエーション旅行」を見てみると、「家族旅行」が全体の半数を占め、次いで「夫婦旅行」が約 23%を占めています。「家族旅行」が増加傾向にあるのに対して、「夫婦旅行」の変化はあまりなく、「友人旅行」は減少傾向にあります。

増加傾向にある「家族旅行」においては、「幼児から小学生連れの家族旅行」が大きなシェアを占めています。また、変化があまりない「夫婦旅行」においても「子育て後の夫婦旅行」が増加傾向にあります。

このことから、現在の国内旅行に積極的な世代は、「小さな子どもを持つ家族世代」と「子育て後の世代」であることが伺えます。また、「3世代の家族旅行」も微増していることから、家族や夫婦などの近親者を中心とする旅行形態が国内旅行に対して積極的な姿勢であることが考えられます。

荒尾市においても家族や夫婦など国内旅行に対して積極的な層に特化するなど、マーケットを意識し、ターゲットを明確にした日帰り型や滞在型のプランを造成、訴求していくことで新たなファンを獲得する機会につなげていかなければなりません。

図：「観光レクリエーション旅行」のマーケットセグメント別シェアの推移（単位：％）

マーケットセグメント		国内旅行		
		平成19年	平成20年	平成21年
家族旅行	幼児連れの家族旅行	4.8	10.1	9.1
	小学生連れの家族旅行	20.2	21.7	21.5
	中高生連れの家族旅行	4.7	3.7	4.3
	大人の親子旅行	8.9	8.3	9.0
	3世代の家族旅行	7.6	7.5	9.1
	(その他の家族旅行)	0.0	0.2	0.2
	合計	46.2	51.4	53.2
夫婦旅行	カップル旅行	5.1	3.4	5.4
	子育て前の夫婦旅行	3.4	4.6	2.5
	子育て中の夫婦旅行	2.0	1.2	1.2
	子育て後の夫婦旅行	12.5	13.2	14.3
	合計	23.1	22.4	23.4
友人旅行	未婚男性による友人旅行	2.7	2.2	2.4
	子育て前の男性による友人旅行	0.7	0.5	0.2
	子育て中の男性による友人旅行	1.6	0.8	1.3
	子育て後の男性による友人旅行	4.6	4.1	2.8
	未婚女性による友人旅行	3.6	3.8	3.6
	子育て前の女性による友人旅行	0.9	0.4	0.2
	子育て中の女性による友人旅行	1.2	1.4	0.7
	子育て後の女性による友人旅行	6.3	5.8	6.1
	合計	21.7	19.1	17.3
ひとり旅	男性のひとり旅	2.5	2.7	2.5
	女性のひとり旅	2.3	2.4	2.0
	合計	4.9	5.1	4.5
その他(無回答)		4.2	2.1	1.6

(財団法人日本交通公社「旅行者動向 2010」)

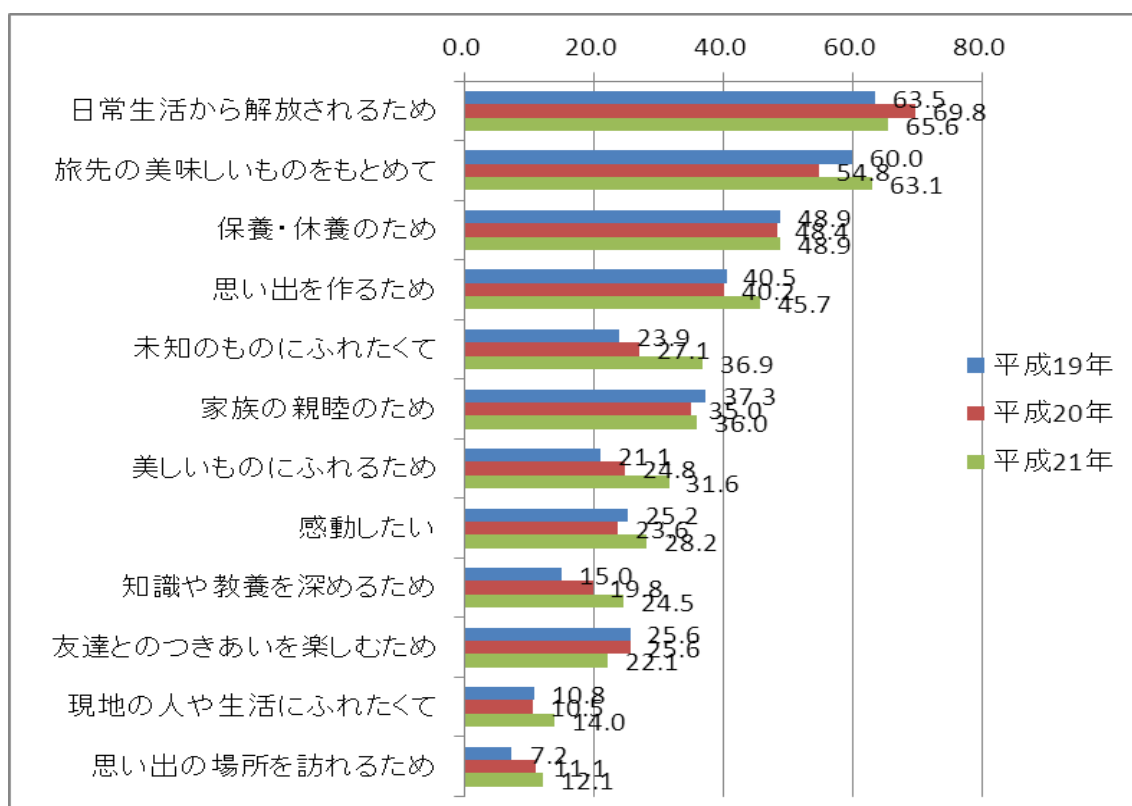
③旅行の動機

旅の目的も、かつては主流だった名所・旧跡を見てまわり、旅館で豪華な食事をするような旧来型観光は影をひそめ、個人の嗜好や価値観が多様化する中で、地域の歴史や文化、伝統、食、生活をじっくり味わう滞在型観光が定着しつつあります。

旅行の動機も「旅先の美味しいものをもとめて」、「未知のものにふれたくて」、「美しいものにふれるため」、「感動したい」等の比率が増えており、「何を見たか」ではなく、「何を体験したか」ということが重視される傾向にあります。地域の人々との交流を通じて、その地域固有の歴史や文化、自然に触れ、学び、楽しむ「体験型観光」は旅の楽しさを増し、注目を集めています。

荒尾市においても、このような近年の旅のニーズの高まりに合わせて、炭鉱に暮らした人の物語や自然環境に触れる機会をつくり、観光を通じた地域との交流を図っていかねばなりません。また、「体験型観光」にはその価値を伝えるガイドの役割も重要になります。荒尾の魅力を伝えるボランティアガイドを育成することで歴史や文化、自然の価値を来訪者へ伝えていかなければなりません。

図：旅行の動機（複数回答）（単位：％）



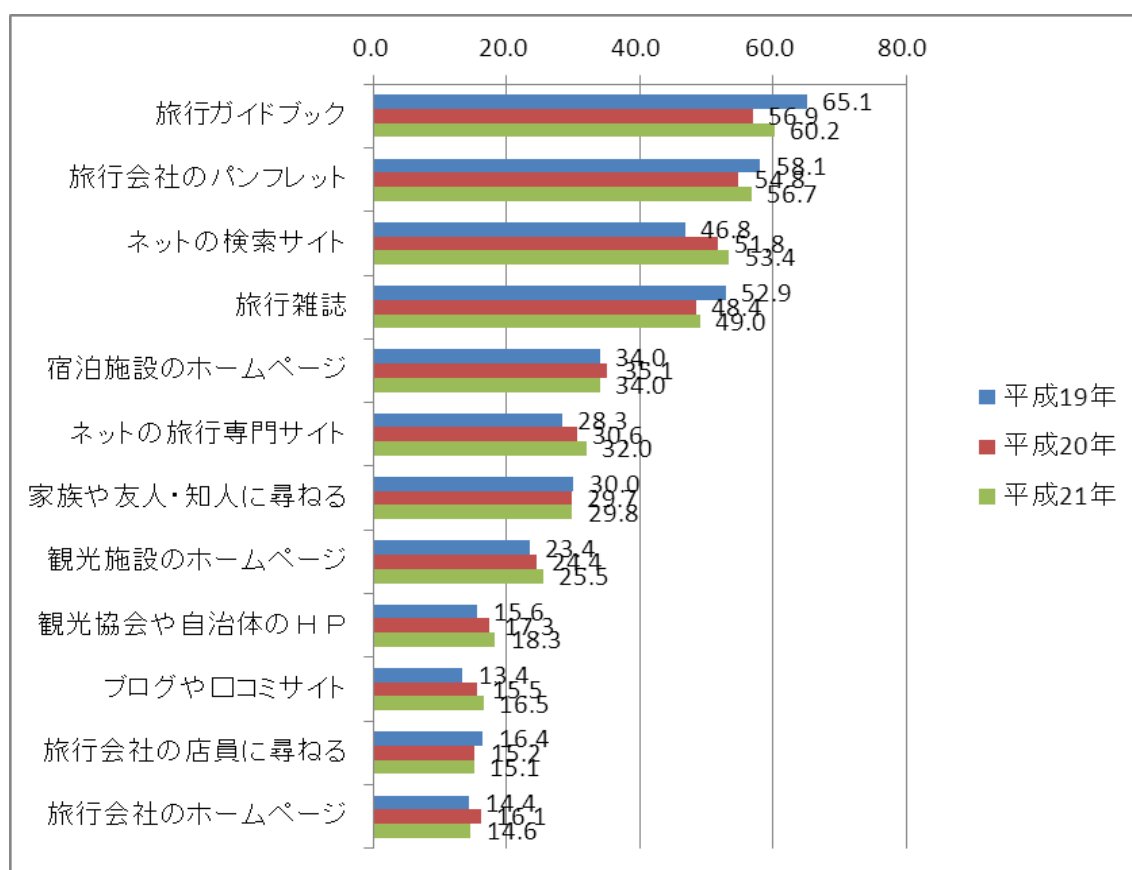
（財団法人日本交通公社「旅行者動 2010」）

④旅行の情報収集源

旅行の計画を立てる際の情報収集源について見てみると、「旅行ガイドブック」、「旅行会社のパンフレット」、「旅行雑誌」等の紙媒体は依然として多くの旅行者に活用されています。また、「ネットの検索サイト」や「ネットの旅行専門サイト」の利用率も高く、ガイドブックや雑誌で旅行先の候補を選び、更にネットで詳しく調べるといった情報収集方法が定着してきていることが推測されます。

ネットを活用した情報収集のニーズが年々高まっていることから、ネット上で旅行者がどのような情報を求めているのかを把握し、荒尾市を訪れたいと思わせる地域の魅力づくりを行い、効果的に情報発信できるような取組を行わなければなりません。

図：旅行の情報収集源（複数回答）（単位：％）



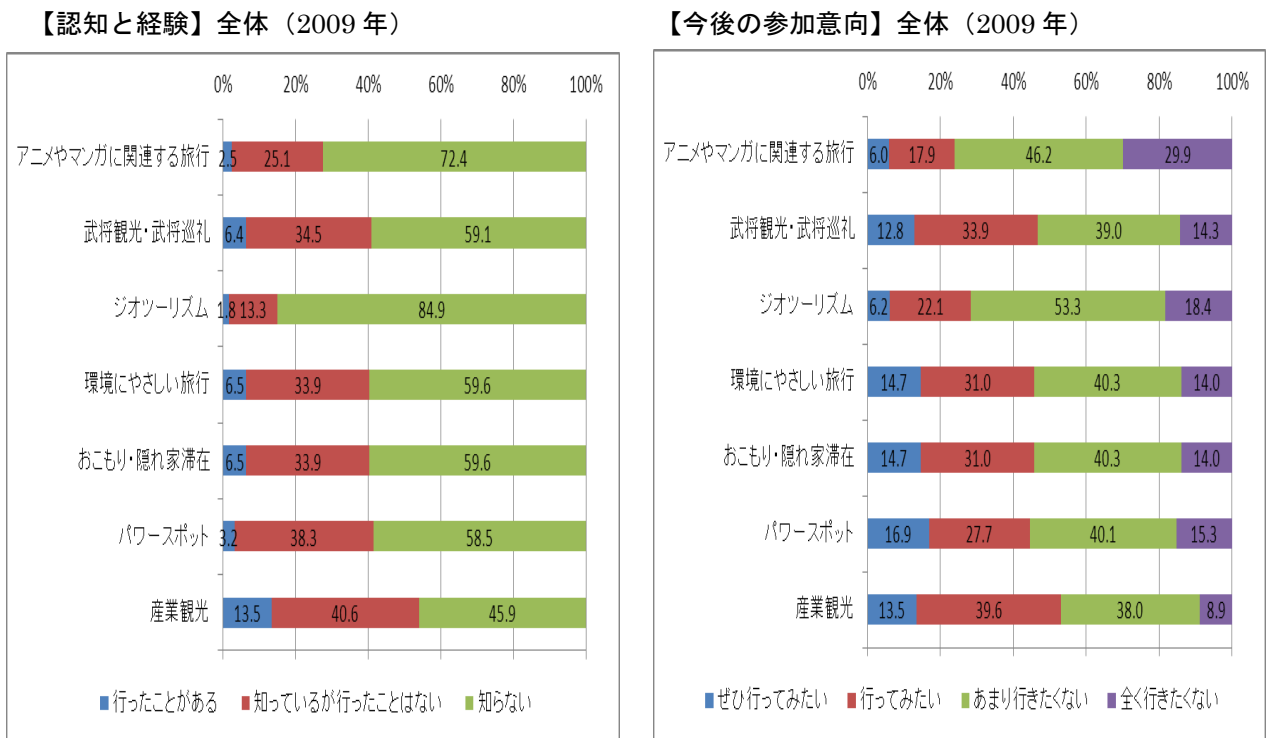
（財団法人日本交通公社「旅行者動向 2010」）

⑤旅行のスタイル

工場見学やものづくり現場の見学・体験を楽しむ「産業観光」が近年注目を集めており、受入地域側の取組が活発です。下図の【認知と経験】によると「産業観光」について、50%以上の人たちが認知しており、これは他の旅行スタイルより高く「産業観光」に対する認知度の高さが伺えます。また、下図の【今後の参加意向】についても50%以上の人たちが「行ってみたい」と回答しており、参加意向の高さが伺えます。このことから「産業観光」は今後も注目される旅行スタイルであることが考えられます。

このように「産業観光」へのニーズが高まっている現在だからこそ、近代化産業遺産群のひとつである万田坑の活用、九州・山口の近代化遺産群との連携、また「大牟田・荒尾炭鉱のまちファンクラブ」といったNPO等の関連団体と連携を図りながら荒尾市においても受入体制を整備し、産業観光をさらに推進していかねばなりません。

図：最近注目の旅行スタイル（単位：％）

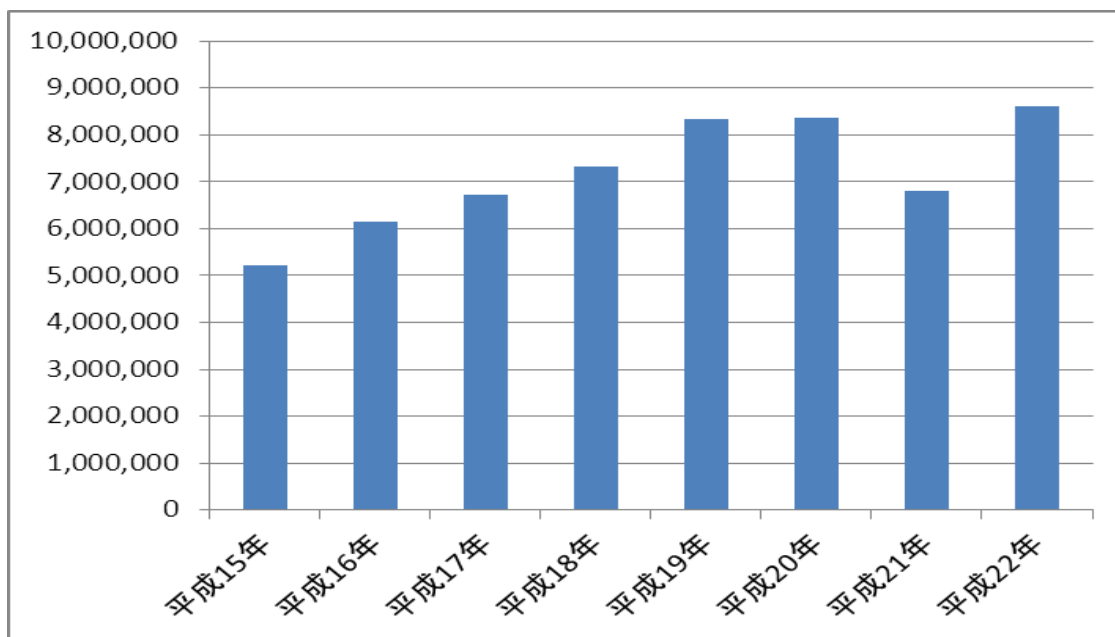


（財団法人日本交通公社「旅行者動向2010」）

(3) 訪日外国人旅行者の増加

訪日外国人旅行者数は増加傾向にありましたが、平成15年に政府が掲げたビジット・ジャパン・キャンペーン事業開始以降はさらに増加しています。平成21年には世界的な金融危機による景気の後退や円高の影響により減少しましたが、平成22年には中国の訪日個人観光査証の条件緩和や世界各国の景気回復により増加に転じています。しかし、平成23年は3月の東日本大震災と原子力発電所の事故による影響で大きな減少が見込まれます。

図：ビジット・ジャパン事業開始以降の訪日外国人旅行者数の推移（単位：人）



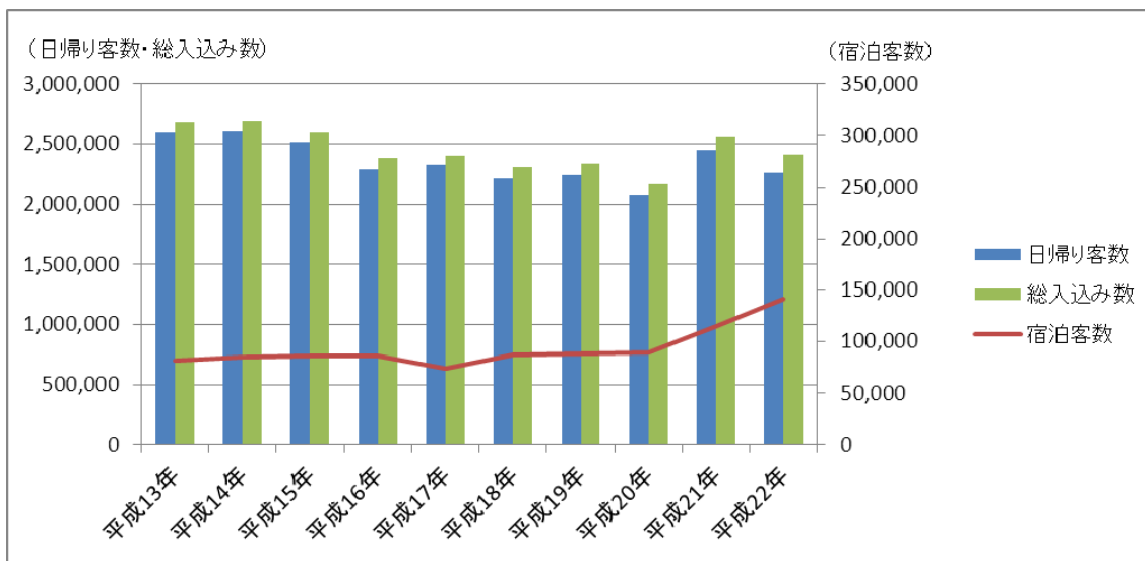
(日本政府観光局)

4. 荒尾市の観光の現状

(1) 観光客の推移

過去 10 年間の観光客の推移を見てみると、平成 20 年までは日帰り客数と総入込み数は減少傾向にありましたが、平成 21 年には日帰り客数、総入込み数、さらに宿泊客数も増加しています。しかし、平成 22 年には日帰り客数、総入込み数ともに減少しており、要因としてはリーマンショック以来の経済の低迷が続いていることが考えられます。

図：観光客の推移（単位：人）

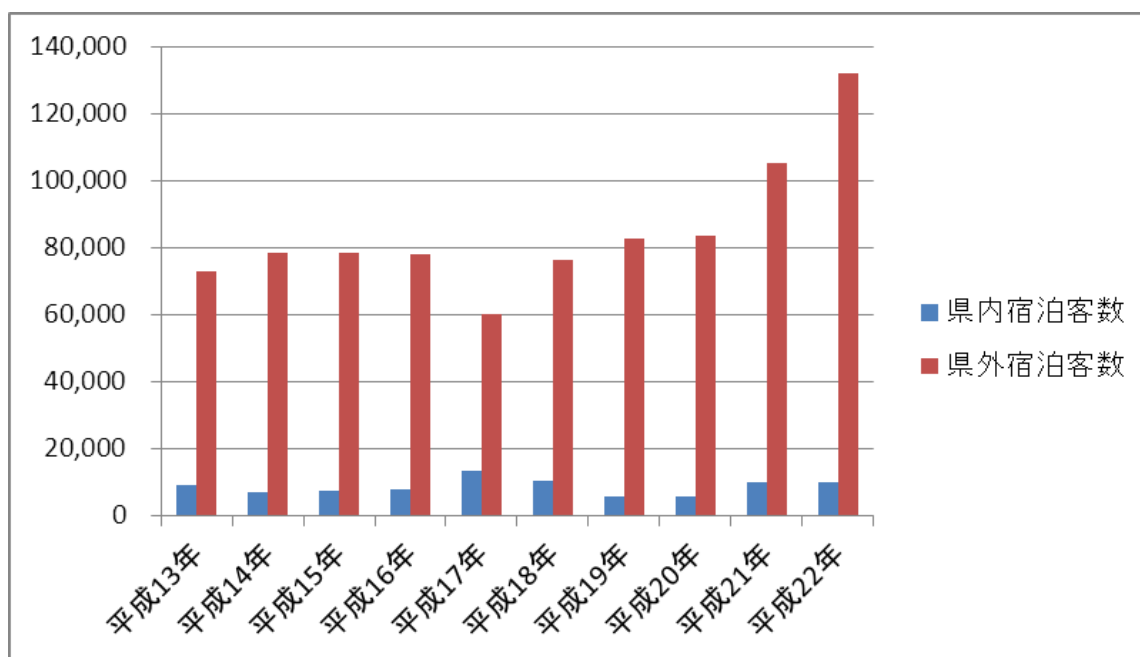


(荒尾市産業振興課)

(2) 宿泊客の推移

宿泊客については、県外からの宿泊客数は平成 17 年以降増加傾向にありましたが、平成 21 年から平成 22 年にかけては更に数字を伸ばしています。要因としては平成 20 年 11 月に 300 人を超える収容能力を持つホテルがオープンしたことに併せて、週末と休日の高速道路料金割引により、マイカー移動が活発化し、県外からの宿泊客が増加したと考えられます。県内宿泊客数については横ばい状態が続いています。

図：宿泊客の推移（単位：人）

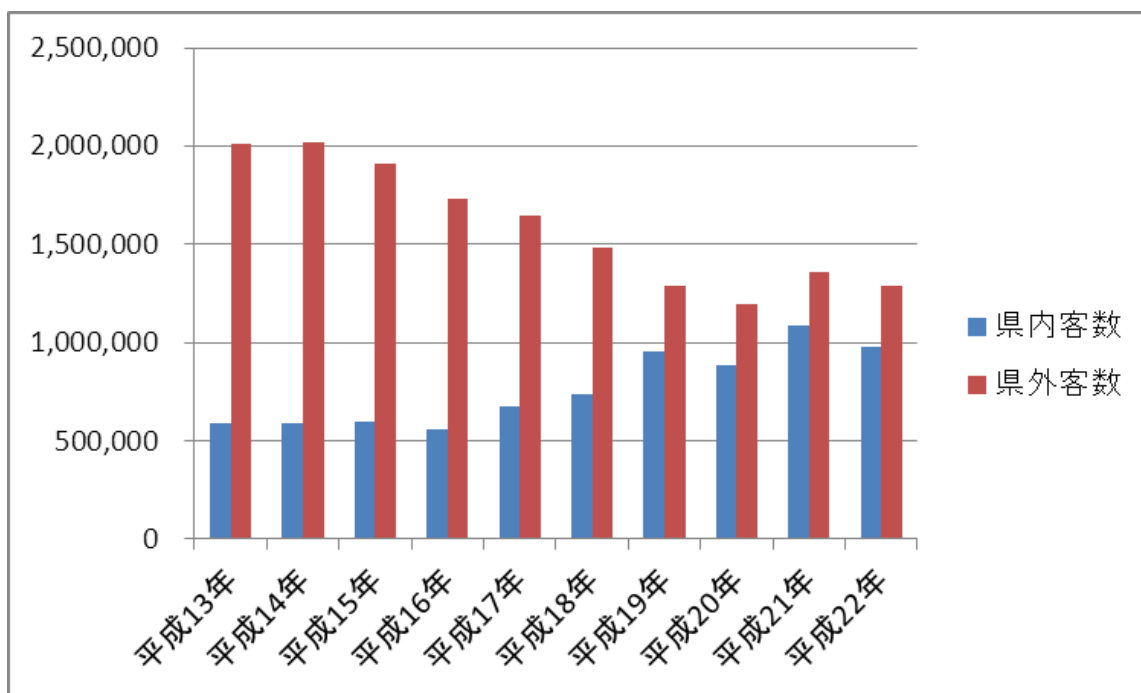


(荒尾市産業振興課)

(3) 日帰り客の推移

日帰り客については、県外からの日帰り客数は平成 20 年まで減少傾向にありましたが、平成 21 年には増加に転じています。県内の日帰り客数も平成 21 年には増加に転じています。要因としては宿泊客と同様に、週末と休日の高速道路料金割引による観光の活発化によるものと考えられます。

図：日帰り客の推移（単位：人）

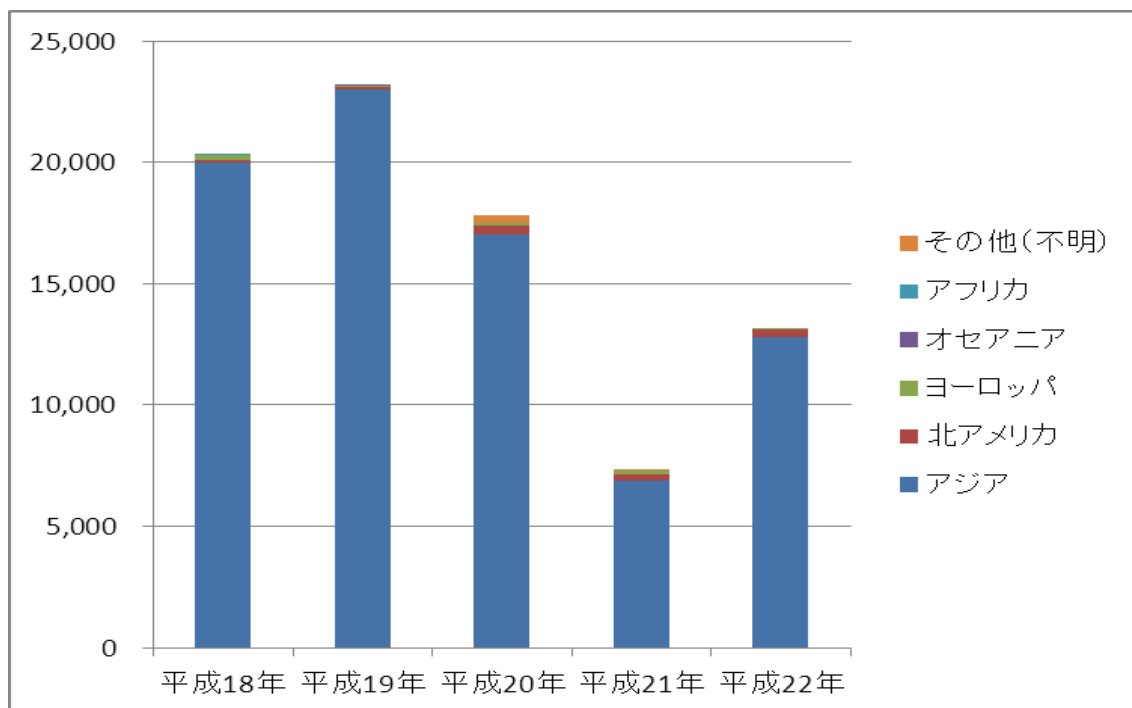


(荒尾市産業振興課)

(4) 外国人宿泊客の推移

外国人宿泊客については、平成19年を境に減少傾向にあり、平成21年には大きく減少しています。これは世界的な金融危機による消費の手控えや景気後退、円高の進行等が要因と考えられます。地域別に見てみると、アジア諸国からの宿泊客が大部分を占めており、その内訳は韓国からの宿泊客が圧倒的に多く、次いで台湾、中国となっています。平成21年に韓国からの宿泊客数が激減しているのは、円高、ウォン安の影響が顕著に現れているものと考えられます。

図1：外国人宿泊客の推移（単位：人）



(荒尾市産業振興課)

図2：アジア諸国の内訳（単位：人）

内訳	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
中国	103	53	29	160	85
台湾	749	744	471	136	207
香港	53	40	24	72	45
韓国	19,001	21,922	16,498	6,310	12,382
その他アジア諸国	83	227	16	197	77

(荒尾市産業振興課)

5. 荒尾市の課題と今後の観光振興について

(1) 荒尾市のこれまでの主な観光の取組

名 称	現在までの取組	取組・実績内容	課題	
集客・交流事業	あらお梨の花 元気ウォーク	平成 15 年から 毎年 4 月開催 (9 回)	梨の産地ならではのイベントとして開催し、参加者は 500 名を超え、半数近くが市外からの参加。	梨の収穫期に荒尾に再訪してもらう仕掛けなどが不足している。
	荒尾マジック 釣り大会	平成 16 年から 毎年 7 月開催 (8 回)	マジックや干潟ならではの漁法が珍しいイベントとして開催し、参加者は 600 名を超え、約 7 割が市外からの参加。	大会以外ではマジック釣りができないため、観光資源として活用できていない。
	あらお荒炎祭	平成 6 年から 毎年 8 月開催 (18 回)	夏のイベントとして定番化しており、約 40 の団体が参加し、様々な出し物やパフォーマンスを披露する市民参加型のイベントとなっている。	市民向けの祭りとなっており、観光客の集客につながっていない。
	荒尾市感幸の まちづくり	平成 19 年から 実施	市民が主体となったまちづくりを目的とした協議会を立ち上げ、体験プログラムの開発を行う。また体験イベントを実施し、平成 23 年は 14 プログラムに約 170 名が参加。	当初の目的である市民が主体となった取組まで至っていない。
施設	万田坑	平成 22 年 一般公開開始	グランドオープンイベントを行うなど、世界文化遺産登録を目指し、市民と共に様々な取組を展開しており、ツアーのコース地としての来訪者も多い。平成 22 年 4 月から 23 年 3 月までの入坑者は約 47,000 名。	他施設との連携が不足し、他地域への通過点となっており、滞在時間が短い。
	宮崎兄弟の生 家・資料館	平成 5 年 一般公開開始	J R ウォークのコース地としても定評があり、季節ごとに地域や市主催イベントを行い、市民と共に様々な取組を展開している。宮崎兄弟生家で開催される「音と光の祭典」には約 1,000 名が参加。	市内外における宮崎兄弟の認知度が不足している。 また団体客の受入体制が整っていない。
観光関連団体	観光協会	昭和 43 年設立 平成 23 年 社団法人化	<ul style="list-style-type: none"> ・観光物産館、万田坑ステーションの指定管理業務を受託 ・県境連携事業の取組 (熊本県ふるさと雇用再生創出事業) ・外国語版ホームページの作成 	社団法人化して間もないため、運営体制や人員体制の構築がなされていない。

(2) 荒尾市の課題

課題①地域資源の磨き上げの不足

荒尾市には九州でも有数の来場者数を誇るグリーンランドがあります。しかし大きな集客施設があるため、どうしてもその施設へ依存してしまう傾向にあります。

これからは、小岱山などの自然体験、梨などの農作物による農業体験、万田坑などの産業遺産観光、有明海の資源を活かした体験型観光、荒尾の食文化を活かした食の開発など、荒尾市の新たな魅力を発信し、グリーンランドとの相乗効果のある協調関係を深め、荒尾市を訪れる人を増やす対策が必要になります。

課題②資源が個別に点で存在

荒尾市は、小岱山や小代焼などの山部の魅力、梨やミカンそしてハーブなどの里部の魅力、万田坑や宮崎兄弟の生家などの歴史遺産とグリーンランドや宿泊施設などの街部の魅力、干潟や渡り鳥や海の幸などの海部の魅力など多様性溢れる魅力を有しています。しかし、それぞれが連携し周遊観光できるテーマなどでつながっていないため、個別の点とした魅力でしか存在していません。今後はそれぞれをつなぎ、荒尾市全体が観光と交流の場になることが求められます。

課題③観光推進に関する中長期的計画の不在

荒尾市ではこれまで、あらお梨の花元気ウォークや荒尾マジック釣り大会、あらお荒炎祭などの集客イベントや観光振興事業を行ってきました。しかし、荒尾市としての中長期的な観光振興施策の基本指針がないことから、目標達成のために採るべき主要施策が明確でなく、それぞれの取組が単年度の単体事業として実施されています。そのため、それぞれの施策が相乗効果を持つことなく、発展的な展開につながっていない状況です。今後は本計画を策定することで、戦略的に施策を推進する事が必要になります。

課題④市民全員の参加の仕組み

観光振興と地域づくりは車の両輪であり、また観光産業は総合産業と言われるように、農林水産業、商工業、景観などのまちづくりとも密接に関わりを持っています。今後は、観光行政や観光事業に携わる人だけではなく、荒尾市に暮らす全員が観光振興の担い手であるとの認識のもと、所属や立場にとらわれずに積極的に観光施策に関わる仕組みづくりが必要になります。

(3) 今後の観光振興について

少子・高齢社会など、観光を取り巻く環境は著しく変化しています。人々のライフスタイルが多様化する中で、旅行スタイルは従来の通過型・団体型のものから、交流型・個人型のもの、訪れる地域の自然や生活文化、人との触れ合いを求めるものへと変化しています。

この時代の変化に対応した今後の観光振興においては、魅力的なライフスタイルの創出と連動したまちづくりを目指し、その土地固有の自然や生活文化、そして人と触れ合うことのできる観光に取り組む必要があります。それは市民自身が改めて地域の魅力を見つめなおし、外の人と交流することでその価値に気づき、誇りを持てる地域にしていく、観光と交流によるまちづくりの発想に立つ観光振興でなければなりません。

そのためには地域の魅力を発掘し、磨き上げ、おもてなしの心を醸成することが重要です。足下を深く見つめなおすと、そこには必ず地域の魅力があります。地域資源の奥には、それを担ってきた先人たちの知恵や歴史や技術があります。それらをどれだけ共鳴を生む物語として創り出せるかが問われています。

このような考えをもとに、荒尾市においても、万田坑や小岱山、グリーンランド、有明海等の、山・里・街・海の魅力を単なる施設やスポットとするのではなく、その背景にある物語を紡ぐことが必要となります。

それは、マーケットばかりを見て来訪者の誘客を重視してしまいがちになる「集める観光」から、荒尾市の魅力を深く掘り下げ、地域自らがその魅力を発信し、その価値に感動と共感する人が荒尾市を訪れる「集まる観光」を目指す、これがこれからの荒尾市における観光振興の方向性であると考えます。

第1章 荒尾市の観光振興の基本方針

1. 荒尾市の観光資源

本計画を策定するにあたり、学識経験者や観光関連事業者等が中心となった策定委員会、市内観光従事者が中心となったワークショップ及び庁内検討会において、荒尾市の現状をはじめ、荒尾市の資源についても活発な議論が行われました。

その議論を経て、観光資源として抽出されたものから、資源のカテゴリー分けを行いました。

資源	ゾーン	魅力
小岱山、小代焼、トキワマンサク 他	小岱山ゾーン	山の魅力
梨、梨の花、ミカン、コスモス ハーブ 他	フルーツゾーン	里の魅力
万田坑（文化遺産、炭坑遺跡） 宮崎兄弟の生家 他	文化遺産ゾーン	街の魅力
グリーンランド、ウルトラマンランド 温泉、宿泊施設 他	グリーンランド ゾーン	
有明海、干潟、渡り鳥 海の幸（マジック、クチゾコ） 他	有明海ゾーン	海の魅力

資源をゾーンごとに分けると、それぞれの地域の魅力が見えてきます。今まではグリーンランドという九州有数の集客施設を有することで、身近な地域資源を観光資源として捉える認識が不足していましたが、改めて地域を見つめなおすことで荒尾市の街の魅力や、山や里、有明海などの豊かな資源に気づくことができます。これらの点在している魅力をつなぐことで新たな荒尾の価値を創出していきます。

2. 観光振興における基本方針

(1) ビジョン

荒尾市が将来どのような地域を目指すのか、これを将来像としてしっかり構築しておかなければなりません。将来像は行動力の源泉になります。

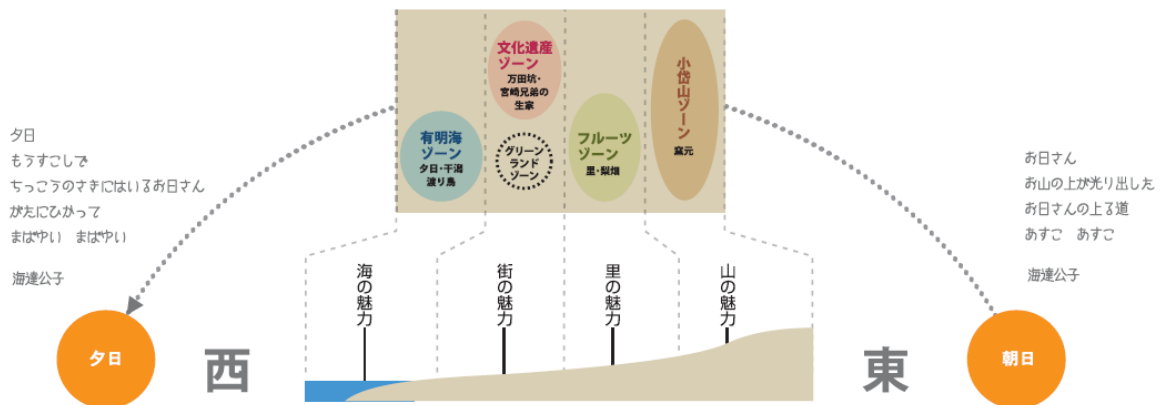
荒尾市観光振興計画のビジョン（将来像）

幸せを感じる 感動が生まれる 荒尾

長い年月をかけて受け継がれてきた自然や歴史・文化、風景、暮らしの営み。
今、私たちに必要なことは、荒尾にあるものの価値に気づくことです。
ひとりひとりが荒尾の価値に気づき、響き、つながることで新たな魅力が生まれ、
「幸せを感じる 感動が生まれる 荒尾」を築き、次世代へとつないでいきます。

幸せを感じる 感動が生まれる 荒尾

「荒尾の光となる、すばらしい人や、自然の営みに出会う」という原点を外さない観光振興の在り方。



心の目で地域を見つめれば、山や里を彩る四季の変化、有明海と夕日が醸し出す風景、渡り鳥、暮らしの営み、歴史の物語・・・
私たちのふるさと荒尾は、こんなにも美しいものに囲まれている。

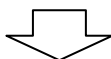
いま、私たちに必要なこと、
それは荒尾の宝に気づき、その価値を共有することである。

(2) コンセプト

ビジョンを実現するための戦略構築の核となるものが「コンセプト」です。観光による交流を促進するための指標といえるものです。

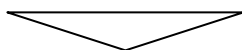
荒尾市観光振興計画のコンセプト

源を見つめなおす



内（市民）への効果

荒尾の「人々の思い」「資源の物語」「営みの文化」など、今の荒尾にあるヒト・コト・モノの源を見つめなおし、荒尾という地域を形成している核となる物語を知ること、市民自らが荒尾市への誇りを持ち、荒尾市の魅力を発信します。



外（マーケット・来訪者）に対して

市民自らが誇りを持ち、熱く魅力を語り発信することで、地域に対する共感が生まれ、強い来訪のきっかけにつながります。

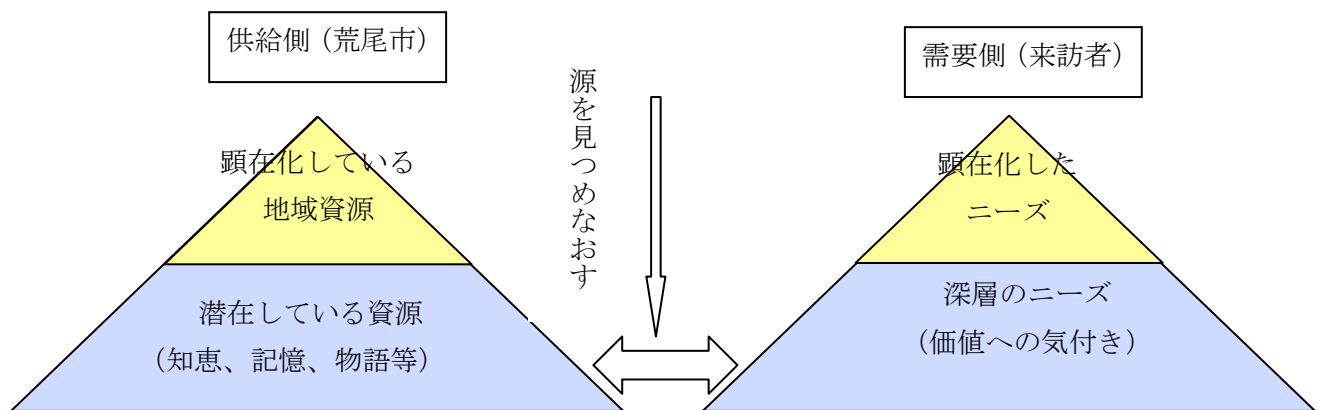
**これらの一連のつながりが、荒尾の魅力づくりになり、
荒尾市固有の観光地形成につながっていきます。**

【なぜ「源を見つめなおす」ということが大切なのか】

「己の立てるところを深く掘れ そこには必ず泉あらん」(高山樗牛^{たかやまちよぎゅう}:明治時代の思想家)という格言があります。

荒尾にある資源を深く見つめなおしてみると、その奥にはこれらを支え、担ってきた先人たちの思いや知恵や技術、そして変わらない自然の営みがあります。

これからの地域の魅力づくりは、それらの価値をどれだけ「共鳴を生む物語」として編集することができるかが重要です。それは、地域の誇りの原点を辿る作業でもあります。過去へ辿りながら、未来へ向けて物語を紡ぎ出していくことが地域の活気を生み、住みたい荒尾になり、来訪者にとっても魅力ある荒尾になります。



荒尾市民と来訪者（観光客）が真の理解と共感を形成するには、深層の部分で両者のつながりを創ることが重要です。こうした取組により持続可能な観光交流を図ることができます。ここに、「源を見つめなおす」というコンセプトの意味や意義があります。

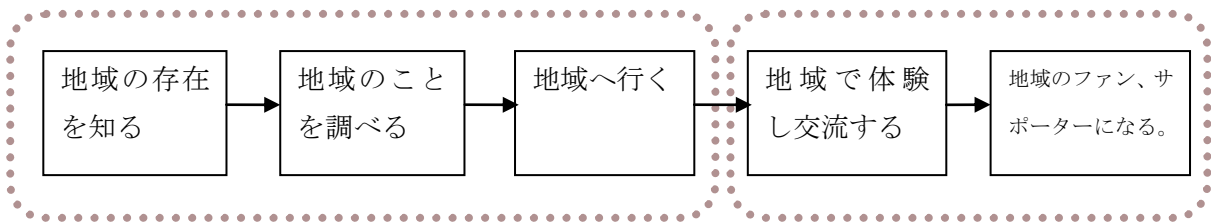
今、時代は「機能」や「利便性」ではなく、「感動」を求めています。旅行の動機調査（序章P8）をみても、「未知のものにふれたくて」、「美しいものにふれるため」、「感動したい」という比率が増えています。こうしたマーケットのニーズに呼応する荒尾の資源は「源を見つめなおす」というコンセプトから導き出されたものの中にあります。小岱山などの山部の魅力、梨やミカン、ハーブなどの里部の魅力、万田坑やグリーンランドなどの街部の魅力、渡り鳥や有明海などの海部の魅力があります。さらには小代焼などの伝統工芸を受け継いできたものづくりに対する想い、生産者の想い、炭鉱に暮らした人の想い、豊かな自然を守ってきた人の想いがあります。それらが荒尾における感動の源になります。

第2章 荒尾市の観光振興における基本戦略

1. 戦略構築にあたっての一般的な考え方

観光振興においては、集客や誘客など「地域の存在を知ってもらう」ことを重視する傾向にあります。それは下記の「一般的な来訪者の行動プロセス」に沿って、まず「地域の存在を知る」ことを観光振興の最初の展開とするためです。

【一般的な来訪者の行動プロセス】



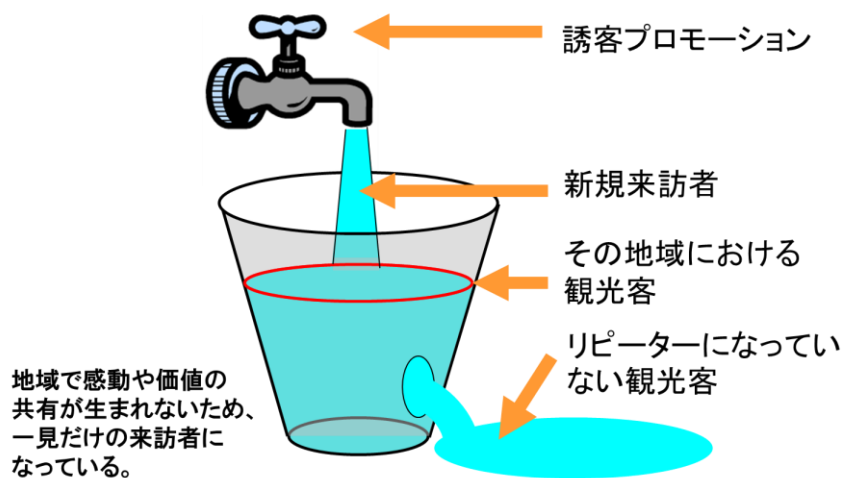
※分類については電通 abic project 編「地域ブランドマネジメント」より参照

しかし、今後も縮小を続ける観光マーケットや、競合する他地域との競争において、誘客プロモーションを継続して実施するには予算や労力を掛け続けなければならない、新規来訪者を地域へ誘客し続けることは容易ではありません。

また、誘客することばかりに比重が偏ってしまうため、本来必要となる「地域に来ていただいた人（来訪者）」が次も地域を訪れたいと思ってもらえる機会を失ってしまいます。

つまり、地域で感動や価値の共有が生まれなため、地域のファン、リピーターにつながらない下図のような水漏れバケツの状況に陥ってしまいます。

図：従来型の誘客プロモーション



「Service Marketing」HAPPER COLLINS,1996

2. 荒尾市がとるべき戦略

荒尾市にとって必要なことは、まずは水が漏れている穴を塞ぐこと（何度も荒尾市に来てくれるリピーターになってもらうこと）です。それは荒尾市への来訪者に対して感動と共感を持ってもらうことです。

荒尾のとるべき戦略は

戦略①

荒尾市の価値との感動や共感が得られる場や機会を作り、リピーターや口コミを醸成し、ファンを作ることから始めなければなりません。荒尾市へのファンやサポーターが生まれ支持されることで、観光客側から地域の情報を積極的に収集する展開を促します。

「内の魅力づくりの視点」 → 「地域の魅力づくりにかかる戦略」



地域の魅力づくりを進めていくことで

戦略②

荒尾市の発信したい資源や魅力が揃うことで、エリアやターゲットが明確になり、観光客へむけた効率的・効果的な誘客プロモーションやイベントなどを展開することができます。

「外から人を呼び込む視点」 → 「誘客にかかる戦略」

今後の観光振興において必要なことは、誘客プロモーションや集客イベントなどで来訪を促す「集める観光」から、地域の魅力づくりにより観光客に「訪れたい地域」と支持される「集まる観光」への転換です。縮小する観光マーケットにおいて、「地域の魅力づくりにかかる戦略」は、「誘客にかかる戦略」の効果を引き出すうえで重要です。

【荒尾市の観光振興の展開】

【地域の魅力づくりにかかる戦略】

展開①

**荒尾の魅力
づくり**

市民自らが荒尾の魅力
を語る。

源を見つめなおすことで、市民自らがこれまで
以上に自分たちの地域に誇りを持ち、荒尾の魅
力を外に語っていきます。

展開②

**荒尾で体験し
交流する**

来訪者への感動の場づ
くり。

来訪者が感動や共感を得ることによって、荒尾
を深く知り、愛着を持ってもらいます。

展開③

**荒尾のファン、サポーター
になる**

来訪者との関係性の継
続。

来訪者と「共感」、「共鳴」する場を構築し、
来訪後も関係性が深まる機会を作ります。

来訪者と「共感」「共鳴」する場を構築することにより、来訪者からの口コミを通じて
荒尾の魅力（価値）が共有化され、またこの共有化によって新たな芽が生まれ、展開
④へとつながります。

【誘客にかかる戦略】

展開④

**荒尾を知っ
てもらう
（情報発信）**

新規来訪者の獲得のた
めの情報発信。

展開②において整備された、コンテンツを基礎
として、情報発信や広報を行います。

展開⑤

**荒尾のこと
を調べる**

荒尾の情報鮮度の向上
と深い情報の発信。

旬の情報を誰でも簡単に入手できるようにしま
す。

展開⑥

荒尾へ行く

周遊性や利便性を高め
るための展開。

広域連携や交通体系の構築など、荒尾市とその
周辺地域との快適な回遊を促します。

3. 施策体系



4. 市民と共に先導的に進める重点施策

よかところ荒尾プロジェクト

基本施策の推進においては、地域ごとの魅力づくりが重要となります。

「源を見つめなおす」というコンセプトによって、地域の魅力を改めて見つめなおすことから取り組む必要があります。その中でも重要な四つの施策を「よかところ荒尾プロジェクト」とし、荒尾市民と共に先導的に推進します。

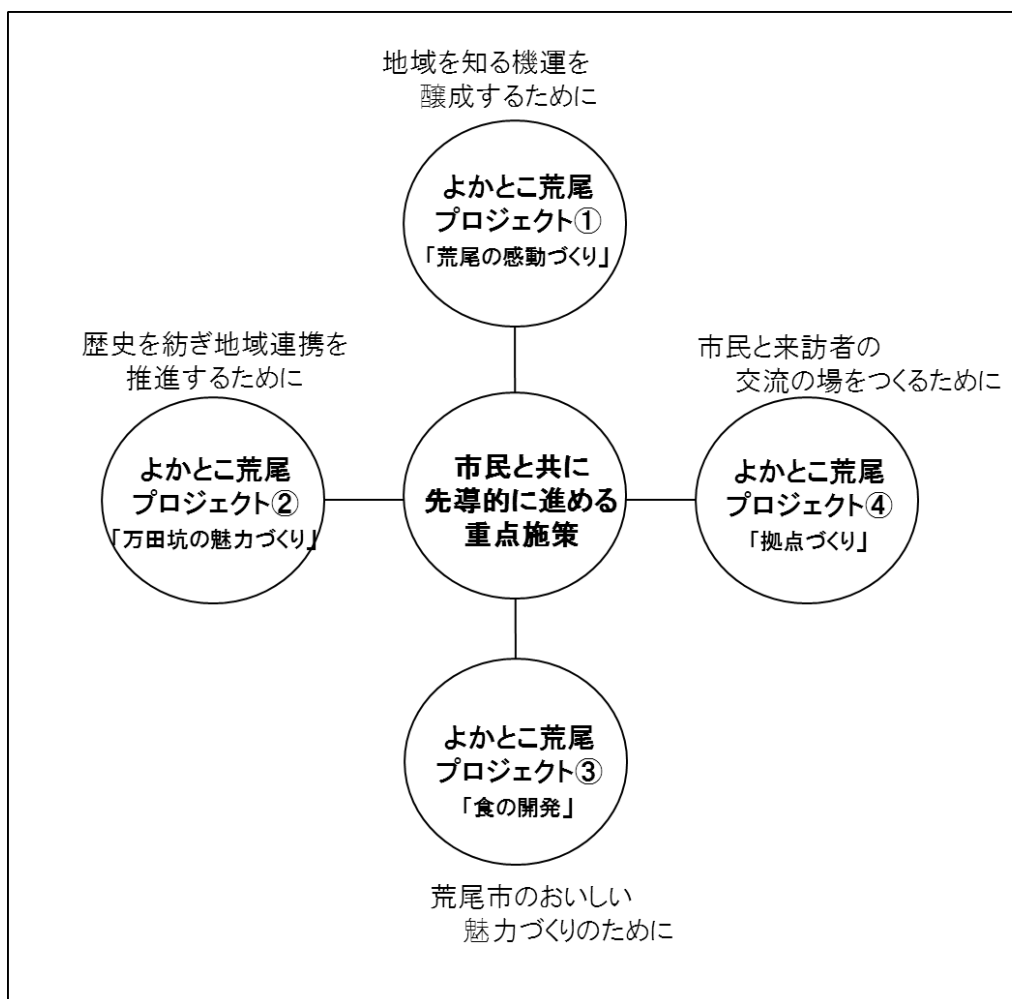
■ 市民と共に先導的に進める重点施策

よかところ荒尾プロジェクト①「荒尾の感動づくり」

よかところ荒尾プロジェクト②「万田坑の魅力づくり」

よかところ荒尾プロジェクト③「食の開発」

よかところ荒尾プロジェクト④「拠点づくり」



■よかところ荒尾プロジェクト①『荒尾の感動づくり』

資源を掘り起こし、磨き上げ、輝く宝石箱に。

荒尾の価値の再発見と創出

山の魅力である希少植物トキワマンサクやトレッキング、里の魅力である梨やみかん、海の魅力である干潟や渡り鳥等の多様な生物、街の魅力である宮崎滔天をはじめとする人々、これらの魅力とその背景にある物語を紡ぐことで、その資源を掘り起こし、磨き上げ、連携させ、新たな魅力を創出します。これらの展開を通して荒尾市民の地域への愛着と誇りを醸成します。

【事業の展開】

◆市民参加による資源抽出

市民参加型のワークショップやフィールドワークを行い、資源表やカレンダー、マップづくりを行います。

◆荒尾の物語づくり(絵本づくり)

物語づくりのための市民参加型のワークショップを開催し、物語化を進め、絵本として取りまとめます。また、絵本づくりの作業を通じ、市民の地域への愛着と誇りの醸成を図ります。さらに完成した絵本は学校等で配布し、子どもたちへの啓発に活用します。

◆小岱山、里、街、有明海を活かした体験プログラムの開発

物語づくりにおいて創出された魅力を基に、小岱山の自然や有明海の干潟、里や街の魅力を活用した体験プログラムを開発します。

◆体験プログラムのインストラクター育成

開発した体験プログラムのインストラクター育成研修を行います。また、個人客にも対応できる受入体制を整備します。

◆マスコミへの情報発信

ワークショップの様子、物語づくりの過程や体験プログラム開発の取組等を、マスコミに報道素材として随時発信します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
市民参加による資源抽出	→					産業振興課 農林水産課 環境保全課 政策企画課 社会教育課 教育振興課	観光協会 商工会議所 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
荒尾の物語づくり(絵本づくり)		→					観光協会 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
小岱山、里、街、有明海を活かした体験プログラムの開発					→		観光協会 商工会議所 漁協、農協 市民団体 市民など
体験プログラムのインストラクター育成					→		観光協会 漁協、農協 市民団体 市民など
マスコミへの情報発信	→						観光協会

【目標値】

荒尾独自の魅力ある体験プログラム数	現況値	目標値
	— (常設プログラムなし)	20プログラム
体験プログラム年間参加者数	現況値	目標値
	— (常設プログラムなし)	500人

■よかところ荒尾プロジェクト② 『万田坑の魅力づくり』

時を紡ぎ、未来を創造する。

荒尾のエネルギー物語を未来へつなぐ

明治の開花期、戦後からの復興など、現代につながる日本の発展の礎となった石炭。石炭という視点から見た場合、荒尾という地域が日本経済の発展に寄与し、同時に荒尾市自体の発展をもたらしました。現在、万田坑の世界遺産登録に向けて様々な取組を推進しています。万田坑や炭鉱を中心とした人々の物語等、石炭に係る歴史や文化、人の営みを紡ぎ、また未来を創造するという視点から石炭の源となったメタセコイアの木、石炭、メガソーラーまでのエネルギーの変遷を見つめなおし、大牟田市や長洲町と連携し、資源をつなげ、物語としてまとめることで、新たな未来へつないでいきます。

【事業の展開】

◆市民参加による資源抽出

市民参加型のワークショップやフィールドワークを行い、日本の産業(エネルギー)の歴史を体感するという観点から活用資源を抽出し、その資源を基に資源表や年表、マップづくりを行います。

◆荒尾のエネルギーに関する物語づくり(絵本づくり)

物語づくりのための市民参加型のワークショップを開催し、石炭の歴史や炭鉱に暮らした人々の物語等を「荒尾エネルギー物語」(仮)として取りまとめます。

※よかところ荒尾プロジェクト①との連携を図ります。

◆市民(子どもたち)への啓発

日本のエネルギー産業を支えた炭鉱やそこに暮らした人々の物語等、その時代に生きた人々の話を聞くことで炭鉱のまちの価値を伝え、市民(子どもたち)の地域への愛着と誇りの醸成を図ります。

◆体験プログラムの開発

物語づくりにおいて創出された魅力を基に、NPO等の関連団体と連携し、エネルギーの変遷を体感できる体験プログラムを開発します。

◆広域連携による教育旅行の誘致

大牟田市等との連携協議会を立ち上げ、産業遺産及びエネルギーを素材とした、教育旅行誘致や訪日教育旅行誘致等のプロモーション活動を行います。

◆マスコミへの情報発信

ワークショップの様子、物語づくりの過程や体験プログラム開発の取組等を、マスコミに報道素材として随時発信します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
市民参加による資源抽出	→					産業振興課 社会教育課 教育振興課	観光協会 商工会議所 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
荒尾のエネルギーに関する物語づくり(絵本づくり)		→					観光協会 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
市民(子どもたち)への啓発				→			観光協会 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
体験プログラムの開発					→		観光協会 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
広域連携による教育旅行の誘致					→		観光協会
マスコミへの情報発信					→		観光協会

【目標値】

「荒尾エネルギー物語」(仮)の荒尾市内の小学校3年生以上の子どもたちへの認知度	現況値	目標値
	— (新規事業)	100%
万田坑への年間入坑者数	現況値	目標値
	47,000人	100,000人

■よかところ荒尾プロジェクト③『食の開発』

荒尾の食の魅力をもとに、荒尾の暮らしを発信。

荒尾の食文化を活かした魅力づくり

「食」に対する欲求が高度化しつつある中で、荒尾の食文化を活かした「食」の開発が求められています。荒尾市で採れた食材等を使った「食」の開発を進め、背景にある歴史や文化や物語を語ることで、「食」の魅力を発信します。また、開発した「食」を提供していくことで生産者との連携強化や、地域経済への波及効果を生み出す契機とします。

【事業の展開】

◆食資源の抽出

検討会を立ち上げ、荒尾市の食資源を抽出します。また、食材だけでなく、荒尾市の郷土料理や食にまつわるエピソード等も収集します。

◆「食」の開発

抽出した食の資源をつなぎ、物語性のある荒尾市の食文化に根ざした「食」を開発します。

◆「ご当地グルメ」による活性化事業

開発された食を活用し「ご当地グルメ」として、マーケットに発信し地域の活性化につなげます。また、継続的に実施できるシステムと販売戦略を構築し、ブランド管理を行います。

◆マスコミへの情報発信

検討会での会議の様子や「食」の開発の取組等をマスコミに報道素材として随時発信します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
食資源の抽出	→					産業振興課 農林水産課	観光協会 商工会議所 飲食店組合 など
「食」の開発		→					
「ご当地グルメ」による活性化事業			→	-----	→		
マスコミへの情報発信					→		

【目標値】

	現況値	目標値
「ご当地グルメ」参加店舗	— (新規事業)	10店舗

※ご当地グルメ

伝統にこだわらず開発あるいは発祥して定着した料理の総称。「B級ご当地グルメ」などもこの一種。

■よかところ荒尾プロジェクト④ 『拠点づくり』

人が集い、感動をわかち合う

観光交流拠点づくり

観光振興においては、農産物などの生産者と消費者、地域の人々と観光客が交流できる場づくりが重要となります。荒尾市においても、地域産品を購入でき、生産者の顔が見え、地域の食文化も体験でき、また観光情報を一元的に取り扱う複合的な観光交流拠点が必要不可欠です。市内外の人が楽しめる魅力的な観光交流拠点づくりに取り組み、地域経済活性化を図ります。

【事業の展開】

◆観光交流拠点の在り方の検討会の開催

観光交流拠点の在り方について関係者による検討会を開催し、どのような観光拠点にしていくべきか、基本的な方向性について検討します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
観光交流拠点の在り方の検討会の開催		→				産業振興課 農林水産課 政策企画課	観光協会 商工会議所 漁協、農協 など

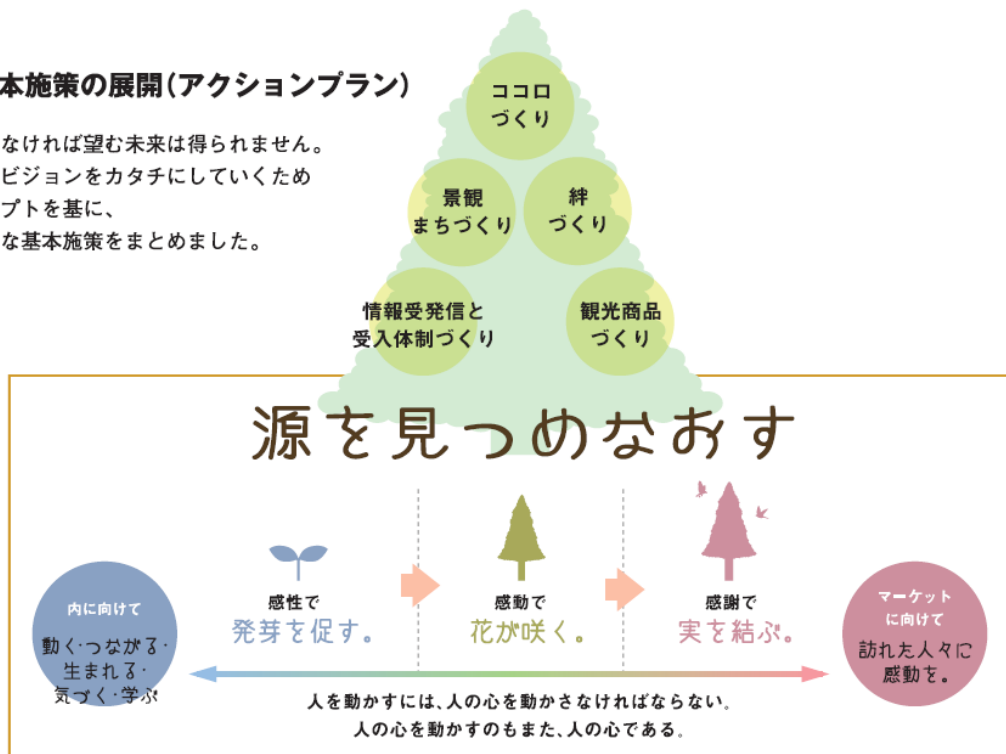
5. 基本施策

「源を見つめなおす」というコンセプトを基に「幸せを感じる 感動が生まれる 荒尾」を実現していくための具体的な施策を推進します。

施策を推進することによって、荒尾市の次の時代の繁栄に向けた芽を、山に、里に、街に、海に発芽させていきます。

■ 基本施策の展開(アクションプラン)

実践しなければ望む未来は得られません。
描いたビジョンをカタチにしていくため
コンセプトを基に、
具体的な基本施策をまとめました。



観光商品づくり

施策展開 1) 旅の提案・開発事業

荒尾市が有している資源を結び体験や交流を促す観光商品づくりを推進します。トレッキングや自然体験などの資源を有する山部、梨狩りやミカン狩りなどの資源を有する里部、万田坑などの産業遺産や宮崎兄弟の生家、グリーンランドやウルトラマンランドなどの資源を有する街部、渡り鳥の飛来地であり豊富な海洋資源を有する海部、これらの資源をつなぎ、魅力的なテーマに沿った体験型観光商品を開発します。

【施策の展開による効果】

観光商品の開発によって、荒尾市における感動が生まれる場＝機会が整備されます。感動が生まれる場を創出する観光商品を開発し、情報発信の戦略や旅行会社への売り込みを行うことで集客につながります。

【施策の内容】

●体験プログラムの開発・磨き上げ

体験、学習、交流などを基にした新たなプログラムの開発と既存プログラムの磨き上げ、民泊等を含めた受入体制の仕組みを構築します。なお、プログラムの開発及び磨き上げについては、女性プロジェクトチームを立ち上げ、主たるターゲットである女性の目線を取り入れ反映を図ります。

●旅行商品化

地域の特性を活かしたテーマ性や特色のある旅のプランを作り上げ、旅行会社へ商品化を促していきます。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
体験プログラムの開発・磨き上げ						産業振興課 農林水産課 環境保全課 社会教育課	観光協会 商工会議所 漁協、農協 市民団体 市民など
旅行商品化						産業振興課 社会教育課	観光協会 商工会議所 など

施策展開 2) 地域産品開発事業

荒尾市の農業・水産業・加工業や国指定伝統的工芸品である小代焼を活用し、荒尾市独自の個性ある特産品・土産品の開発を行います。また、既存産品の磨き上げを実施し、商品力や認知度の向上を図ります。更に特産品・土産品を通じて、その作り手の思いやメッセージが消費者へ伝わるように、パッケージからネーミングに至るまで総合的な販売力の育成も図ります。

【施策の展開による効果】

特産品や土産品の開発が新たな魅力づくりにつながります。産品を通じて荒尾の魅力が口コミで広がり、来訪につながる機会が高まります。また、生産から加工、流通が一体となった取組を行うことで、経済的な波及効果が期待されます。

【施策の内容】

●既存の特産品・土産品の整理、未活用資源の抽出

生産者・流通関係者・商工関係者等による研究会を設置し、地域産品の現状を把握するとともに、活用されていない資源等を抽出します。

●既存産品の商品力向上と新商品開発

既存商品の商品力や認知度の向上と新商品開発を目的とした専門家を加えたワークショップを実施します。また、新商品開発においては一般消費者のモニターチェックや流通バイヤーへのヒアリングなどを行い、荒尾ならではの付加価値の高い商品づくり、ブランド化を図ります。

●販路開拓及びブランド化の検討

商品ごとに域内流通や域外のマーケットに向けた販売戦略を構築します。また、大都市圏への販路拡大を目的とした荒尾ブランドの創出を目指します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
既存の特産品・土産品の整理、未活用資源の抽出	→					産業振興課 農林水産課	観光協会 商工会議所 漁協、農協 商店連合会 など
既存産品の商品力向上と新商品開発		→	-----	-----	→	産業振興課 農林水産課	観光協会 商工会議所 漁協、農協 など
販路開拓及びブランド化の検討			→	→	→	産業振興課 農林水産課	観光協会 商工会議所 漁協、農協 など

施策展開 3) 外国人誘客推進事業

宮崎兄弟に代表される日中友好を軸とした国際交流、福岡や長崎からの地理的優位性を活かした訪日教育旅行のコースづくりや商品化を推進します。また、世界遺産登録を視野に入れた万田坑の外国人観光客誘致への活用を検討します。

【施策の展開による効果】

訪日外国人の誘客を推進することにより相互交流の場が生まれます。荒尾の魅力が東アジアなどに発信されることで、地域ブランドの向上につながります。また、訪日旅行による地域経済の活性化が期待されます。

【施策の内容】

●国際交流の推進

宮崎兄弟と孫文の交流に代表される日中友好の歴史を踏まえ、中国本土や香港、台湾等との国際交流を促進します。

●訪日教育旅行誘致の推進

中国本土や香港、台湾等からの留学生を対象としたモニターツアーなどを実施します。ツアー参加者の意見を踏まえ、体験メニューの開発や相互理解を深めるための交流プログラム等のコースを設定します。ツアー参加者を荒尾市の親善大使とし、インターネットの活用による情報発信を積極的に図ります。また、中国本土や香港、台湾等との学校と連携した訪日教育旅行の誘致を推進します。

●韓国からの観光客誘致の促進

荒尾市を訪れる外国人の中で最も多い韓国人観光客を誘致するため、グリーンランドリゾートとの連携を強化します。また、国土交通省九州運輸局や九州観光推進機構等が実施する観光商談会等へ積極的に参加し、誘致活動を推進します。

●外国人受入体制の整備

訪日外国人受入れのための多言語による情報発信ツールを整備します。また、熊本県観光連盟等が実施する外国人の受入れのための研修などへの参加を促します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
国際交流の推進					→	政策企画課	中国・台湾等各都市海外窓口機関 市民など
訪日教育旅行誘致の推進					→	産業振興課 教育振興課	観光協会 商工会議所 など
韓国からの観光客誘致の促進					→	産業振興課	観光協会 商工会議所 グリーンランドリゾート など
外国人受入れ体制の整備					→	産業振興課	観光協会 商工会議所 など

ココロづくり

施策展開 4) おもてなし向上事業

観光業がもてなし産業といわれることに象徴されるように、来訪者とのコミュニケーションが大きな鍵を握っています。例えば、どんなに素晴らしい観光資源や観光商品を持っていても、おもてなしの心がなければ持続的な集客に結びつきません。つまり、来訪者へ与える感動の追求がリピーターの創出につながります。そこで、観光従事者や市民が一体となって観光客をおもてなしできる土壌づくりを推進します。

【施策の展開による効果】

おもてなしの向上に取り組むことにより、人を通じた感動が生まれます。ビジョンである「幸せを感じる 感動が生まれる 荒尾」を具体化することによりリピーターの獲得が期待されます。

【施策の内容】

●おもてなし向上研修の実施

観光従事者や市民を対象に、接客やマナー、コミュニケーション能力を高める研修を実施します。また、広域連携を進める地域と連携し、周辺地域の情報を提供する観光コンシェルジュとしての能力の向上にも努めます。

●ご当地検定の実施

市民が地域を知りおもてなしの向上を図るため、ご当地検定を実施します。この検定の問題作成に市民が積極的に参画し、市民自らによる地域の魅力発信につなげます。また、小学生も参加できる仕組みをつくり、子どもたちの郷土愛の醸成にもつなげます。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
おもてなし向上研修の実施					→	産業振興課	観光協会 商工会議所 商店連合会 飲食店組合 市民など
ご当地検定の実施					→	産業振興課 政策企画課	観光協会 商工会議所 青年会議所 商工会議所青年部 市民など

施策展開 5) ボランティアガイド育成事業

荒尾市の有する資源の価値を伝えるにはガイドの質が問われます。また、ガイドの知識、知恵、そしておもてなしの心が再訪、口コミを促します。そのために、荒尾市のそれぞれの地域の魅力を伝えるボランティアガイドを育成します。

【施策の展開による効果】

ボランティアガイドの育成を推進することによって、幅広い年齢層の参加が期待できます。また、登録・受付などを一元化した組織体制ができることで、来訪者が利用しやすい環境が整備されます。

【施策の内容】

● ボランティアガイド運営体制の構築

検討会を立ち上げ、山・里・海等の分野別の指針、ガイド基準、育成プログラムや登録制度について協議します。また、荒尾市全体のボランティアガイドを取りまとめ、ワンストップで申込みができる窓口組織の整備を行い、受入体制の充実を図ります。

● ボランティアガイドの育成

育成プログラムに従い、ボランティアガイド研修を実施します。また、ご当地検定参加者や既存のボランティアガイドに対し、積極的に研修参加を促します。

● ボランティアガイドの登録制度とデータベース化

窓口組織は、研修修了者をボランティアガイドとして登録しデータベース化を図ります。また、ニーズに応じて有償のインストラクターガイドとなるための質の向上を図ります。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
ボランティアガイド 運営体制の構築					→	産業振興課	観光協会 など
ボランティアガイド の育成			→			産業振興課	観光協会 市民など
ボランティアガイド の登録制度とデータ ベース化				→		産業振興課	観光協会 など

施策展開 6) 観光協会体制強化事業

「事業は人なり」といわれますが、観光振興の推進においても例外ではありません。観光と交流によるまちづくりで成功している地域には、地域リーダーの存在があります。平成 23 年 4 月に一般社団法人化した荒尾市観光協会の体制強化を図るとともに、観光まちづくりの推進を担う、地域プロデューサーになる人材の育成を行います。

【施策の展開による効果】

観光協会の体制が強化されることにより、地域が主体となった観光と交流によるまちづくりが推進され、それぞれの地域性に合わせた持続可能な取組が行われます。

【施策の内容】

●地域プロデューサー（※）の育成

観光協会職員を地域プロデューサーとして、地域一体となった観光振興を牽引できる人材に育成します。

●地域プラットフォームの整備

個々の事業者が、それぞれ観光客を囲い込んで、商品・サービスを提供するのではなく、観光協会が地域の幅広い関係者と連携して、地域全体が一つの事業体のように一体となって観光客を迎え入れる体制（プラットフォーム）づくりを推進します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
地域プロデューサーの育成						産業振興課	観光協会
	→						
地域プラットフォームの整備						産業振興課	観光協会
	→						

※地域プロデューサー

地域が一体となった観光地づくりを行うことに自身の知識と経験、熱意を持って地域のために活動するプロデューサー的人材。

情報受発信と受入体制づくり

施策展開 7) 交通インフラ整備事業

荒尾市内の交通の拠点であるJR荒尾駅から市内の各観光拠点までの交通の利便性を高めるための方策を検討します。また、有明フェリーを有する長洲町や雲仙市、九州自動車道のインターチェンジを有する南関町や和水町、九州新幹線の停車駅を有する玉名市や大牟田市、有明海沿岸道路の沿線上の各市町とも交通体系にかかる連携を検討します。

【施策の展開による効果】

交通体系の整備・連携によって、来訪者が快適に荒尾市内を周遊し、周辺地域へ移動することができるようになります。

【施策の内容】

●万田坑へのアクセス整備

世界遺産登録を目指している万田坑へのアクセス道路として重要な都市計画道路万田下井手線を、文化財や景観に配慮しながら整備を図ります。

●利用者の行動分析調査及びニーズ調査の実施

現状の荒尾市への来訪に係る動線を把握するため行動分析調査を実施します。また、分析結果からターゲット地域を導き出し、来訪動機・ニーズ調査を実施します。この結果を整理し、施策に広く活かします。

●2次交通体系及び新たな交通体系導入の推進

観光客の周遊性、利便性の向上を図るため、2次交通体系や新たな交通体系の導入を推進します。また、周辺自治体及び交通事業者と連携した広域の交通体系の可能性についても検討します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
万田坑へのアクセス整備					→	土木課	—
利用者の行動分析調査及びニーズ調査の実施		→				産業振興課	観光協会 商工会議所
2次交通体系及び新たな交通体系導入の推進					→	産業振興課 政策企画課	観光協会 商工会議所 J R 荒尾駅 産交バス など

施策展開 8) 情報発信戦略の構築

荒尾市の魅力が、誰にでも分かりやすく、簡単に入手ができ、イベント等における集客を促すための情報発信戦略を構築します。また観光サイトの充実を図り、地域話題を盛り込むとともに、単なる公式案内だけにとどまらない、皆で育てられる双方向性のあるものとしします。

【施策の展開による効果】

情報発信戦略の構築によって、一元的な情報発信が可能になり、誰もがわかりやすく、使いやすい形で荒尾市の情報を得ることが可能になります。

【施策の内容】

●情報発信戦略の構築

「いつ」・「何を」・「誰に」・「どのような方法で」というマーケットの基本に沿った情報発信戦略を構築します。

●観光情報発信ツールの検証

既存の情報発信ツール（パンフレットやチラシなど）について検証します。情報発信戦略を基にリニューアルを図ります。

●定期的な観光サイトの在り方の検証

情報提供や運用の方法等を定期的に検証し、常にユーザーの利便性を考えたサイト運営を推進します。

●ブロガーやSNS（※）などの活用

ブロガーや Mixi、フェイスブック等の SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の活用に取り組みます。

●メールマガジンの立ち上げ検討

地域の旬の観光・物産情報をすぐに消費者、企業へ届けることができるメールマガジンの立ち上げについて検討します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
情報発信戦略の構築		→				秘書広報課	—
観光情報発信ツールの検証					→	産業振興課	観光協会
定期的な観光サイトの在り方の検証					→	産業振興課	観光協会
ブロガーやSNSなどの活用					→	産業振興課	観光協会
メールマガジンの立ち上げ検討					→	産業振興課	観光協会

※SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）

人と人のつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイト。友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や場を提供したり、趣味や嗜好、居住地、出身校、あるいは「友人の友人」といったつながりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供する、会員制のサービスのこと。（IT用語辞典より）

施策展開 9) 情報の受発信組織の充実

荒尾市の観光に関する情報を収集し、一元的に発信します。観光協会が中心となり、観光やまちづくりに関する情報をマスコミに提供し、マスメディアを通じて発信されるように積極的に働きかけます。

【施策の展開による効果】

荒尾市の観光に関する情報経路を一本化することで、内部における情報を収集するシステムを簡素化し、外部に対する情報発信の効率化を図ります。また情報受発信組織の充実によって、荒尾市の様々な取組をマスコミ等へ伝えることが可能になります。

【施策の内容】

●観光協会の地域情報の収集力向上

観光に関する活動や地域づくり活動など各地域情報を収集するため、行政や各関係機関との連携強化を図り、情報受発信力の向上に努めます。

●観光協会のマスコミとのネットワーク構築

マスコミとのネットワークをつくり、ファックスやメール等により定期的な情報発信活動を行います。また、万田坑等の地域資源を活かし映画・CM・テレビ番組等の撮影の誘致を図るとともに、フィルムコミッションの設立を検討します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
観光協会の地域情報の収集力向上						産業振興課 くらしいきいき課	観光協会
	→						
観光協会のマスコミとのネットワーク構築						産業振興課	観光協会
	→						

絆づくり

施策展開 10) 広域観光推進事業

交通網の整備や旅行情報の増大などにより、旅行者の動きは広がりを見せると同時に、地域住民の日常の行動範囲も格段に広がっています。このことに対応するためにも、市内だけにとどまらない広域での観光振興の取組を推進します。

【施策の展開による効果】

周辺地域との広域連携を図ることで、テーマ性を持った広域観光ルートの開発や統一したプロモーション等により効果的な活動を行うことができます。

【施策の内容】

●広域観光ルートの検討

荒尾市と親和性の高いテーマごとに広域連携を図り、観光ルートの開発や共同の誘客活動を推進します。

◎近代化産業遺産群のネットワークづくり

万田坑の世界遺産登録へ向けて、九州山口の近代化産業遺産群関係市町村との連携を深めます。

◎有明海沿岸のネットワークづくり

有明海の魅力を観光素材として活用するために、有明海沿岸の大牟田市、柳川市、大川市、佐賀市、鹿島市等との連携を深めます。

◎宮崎兄弟ネットワークづくり

宮崎兄弟に関連した孫文や柳原白蓮などの人物の物語を活用した新たな旅のルート開発のために、関係市町村との連携を深めます。

●周辺自治体と一体となった広域観光の推進

荒尾市と周辺自治体が一体となった広域連携を図ることで、来訪者の周遊性を高め地域の集客力向上を図ります。また、広域連携による統一的なプロモーション活動を展開することで認知度を高めます

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
広域観光ルートを検討					→	産業振興課	観光協会 など
周辺自治体と一体となった広域観光の推進					→	産業振興課	観光協会 など

施策展開 11) 地域ごとの交流の場づくり

地域住民や来訪者が自由に利用でき、休憩設備や地域情報を提供する地域拠点を荒尾市の各地に整備し、地域内交流や地域間の連携を促進する相互交流の場づくりを図ります。

【施策の展開による効果】

地域拠点が整備されることにより、それぞれの地域が持つ魅力や特色がわかりやすい形で発信され、拠点ごとの連携により、地域間での横断的ネットワークの構築が図られます。また、地域ごとに来訪者との細やかな交流の場ができることで、荒尾の地域内外の交流が活発となります。

【施策の内容】

●直売所や空き店舗等の活用

地域にある直売所や空き店舗などを交流拠点として活用し、地域住民や来訪者が自由に立ち寄ることができ、地域情報の提供や相互交流ができる場づくりを推進します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
直売所や空き店舗等の活用					→	産業振興課 農林水産課	—

景観まちづくり

施策展開 12) 街並み景観の整備事業

市民やボランティア団体とともに魅力ある荒尾市の街並み景観づくりを行います。生活環境と景観の一体的な整備を行い、環境と調和したまちづくりを目指します。

【施策の展開による効果】

街並み景観を整備することによって、荒尾市へ訪れる人も住む人も快適で過ごしやすい環境づくりにつなげます。自然景観と調和し、緑や花の溢れる色鮮やかな街並みによって、景観によるおもてなしが期待されます。

【施策の内容】

●景観計画・景観条例の策定

荒尾市の街並み景観の現状について調査を行い、関係団体や市民とともに景観計画や景観条例の策定を行います。

●花や緑を活かした景観づくりの実施

四季折々の花や緑を活かしたおもてなしの景観づくりをボランティア団体や市民とともに取り組みます。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
景観計画・景観条例の策定		→				土木課	観光協会 商工会議所 青年会議所 商工会議所青年部 市民など
花や緑を活かした景観づくりの実施					→	土木課 くらしいきいき課	観光協会 商工会議所 市民団体 市民など

施策展開 13) 統一した観光案内標識の整備

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等を含め検討していきます。

【施策の展開による効果】

案内標識を整備することにより、快適に荒尾市を周遊してもらいます。来訪者のストレスを軽減することで旅の満足度の向上を図ります。

【施策の内容】

●案内標識の現状把握

既存の案内標識の設置場所、形態、内容等を把握します。

●観光活性化のための案内標識整備の検討

設置場所、形態、デザイン、盛り込む内容（情報）を来訪者の目線に立ち検討します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
案内標識の現状把握		→				産業振興課 土木課 政策企画課	—
観光活性化のための案内標識整備の検討				→		産業振興課 土木課 政策企画課	—

5. 目標(成果指針)

本計画書に記載した施策を推進し、荒尾市が行政・観光関連事業者・市民など総合力を發揮して目標の達成を目指します。

【成果指針】

本計画を推進することによって、

荒尾市への観光入込客数を

平成 22 年の観光入込客数 2,407,589 人を

平成28年には2,630,000人(約9%増)

を目指します。

本指針の達成にむけて、

荒尾市への宿泊客数を

平成 22 年の宿泊客数 141,950 人を

平成28年には155,000人(約9%増)

を目指します。

荒尾市への日帰り客数を

平成 22 年の日帰り客数 2,265,639 人を

平成28年には2,475,000人(約9%増)

を目指します。

※目標値について：過去 5 年間の平均伸率を算出し、荒尾市の現状と施策による効果をふまえた平成 28 年の目標値です。平均伸率から約 3%増、施策による効果から約 3%増、万田坑世界遺産登録による効果から約 3%増を併せた見込数(小数点以下切り捨て)となります。

第3章 計画の推進

1. 計画推進と進捗評価の考え方

(1) 計画推進の考え方

観光振興とは、地域の魅力に触れ、地域の人と交流することで、来訪者と地域住民が感動や地域への共感を生み出す、ヒトの心を動かす事業です。

ヒトの心を動かすためには、受け入れ側である地域と来訪者の間に、地域に対する価値の共感や共鳴を起こさなければなりません。今後は、ヒトの感性に触れる、感性を刺激する、そのような観光振興の推進が問われていきます。

共感や共鳴を生むための観光振興の推進においては、まずは受け入れ側となる、荒尾市民自らが自分達の住む地域に誇りを持ち、是非、観に来て欲しいと発信しなければなりません。まずは地域側から価値に対する共感や共鳴を促すことが必要になります。

そのためには、本計画の実行に関わる関係者が常に事業を進めるのは自分たちであるという思いを共有し、「無いもの・足りないもの」を重視するのではなく、「今あるもの」をどう活かしていくかを念頭において、全員の力を結集しなければならないと考えます。

立場や関係機関などの垣根を越えて、全員が荒尾に住む市民の一人であるという意識を持ち、今後の荒尾市の観光振興の在り方について話し合う、そのような意識の変革が問われます。また、現代の消費行動の意思決定の中心は女性層であり、これからのマーケット戦略には女性の琴線に触れることが重要な要素の一つです。今後の観光振興の推進においては、女性の意見や行動力を最大限活用することが必要となります。

(2) 進捗評価の考え方

立てた計画を現実のものにしていくためには、施策の進捗状況や、目標に向かった行動が行われているかについて常にチェックをしていく必要があります。また一方、マーケットのニーズは時代とともに変わっていきます。施策の中身がマーケットのニーズにかなっているのかについても、点検し変更するといった柔軟な取組が求められます。

施策の実践者自らが、Plan（計画）→Do（実行）→Check（評価）→Action（見直し）サイクルを認識しつつ常に自己チェックを行いながら推進していくことが必要です。

2. それぞれの役割

観光振興においては、行政や観光関連事業者のみならず、その他の産業の関係者そして市民も深く関わり、これらが一体となって取り組むことが重要です。関係者それぞれが「できること」を考えて、荒尾市の新たな魅力のために共に歩むことが必要です。

市民の役割

市民は、継続的な観光振興のための地域づくりの主體的な役割を担います。地域を深く掘り下げ、その魅力を発信する、また、実際の来訪者への積極的なおもてなしなど、観光振興の推進における中心的な担い手となることが期待されます。

関係団体の役割

一般企業、農業関係団体、漁業関係団体、加工業関係団体、文化・スポーツ関係団体等は、これまでの慣例にとらわれず、自分たちにできることを意識することで、それぞれの持つ得意分野を活かす形で、観光振興の推進における様々な取組に参画することが望まれます。

商工会議所の役割

商工会議所は、地域資源を活かした新しい観光土産品の開発、飲食店の活性化など、会員組織や部会組織などとともに積極的に連携することで、それぞれが持つノウハウを活かした荒尾市における観光と交流の推進の一翼を担います。

観光協会の役割

各施策を包括的にまとめ、荒尾市の観光と交流のコーディネーター役を担います。観光振興の推進における関係者（市民・関係団体・商工会議所・行政）をつなげ、互いの強みを活かすことで戦略的な観光振興の推進を図ります。また、荒尾市の観光におけるスポークスマンとしての情報の受発信を積極的に行う役割も担います。

行政の役割

事業推進の牽引役として、人的・財政的な面をサポートします。民間にできることは任せ、初動時の事業を円滑に進める先導的な役割を担い関係者を常に支えることが期待されます。