

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に再認識し、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「住んでよしの地域」であると感じることが、来訪者にとっても「訪れてよしの地域」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。



第5次荒尾市総合計画

計画期間：平成24年度～平成33年度



(観光関連分野)

荒尾市観光振興計画

(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

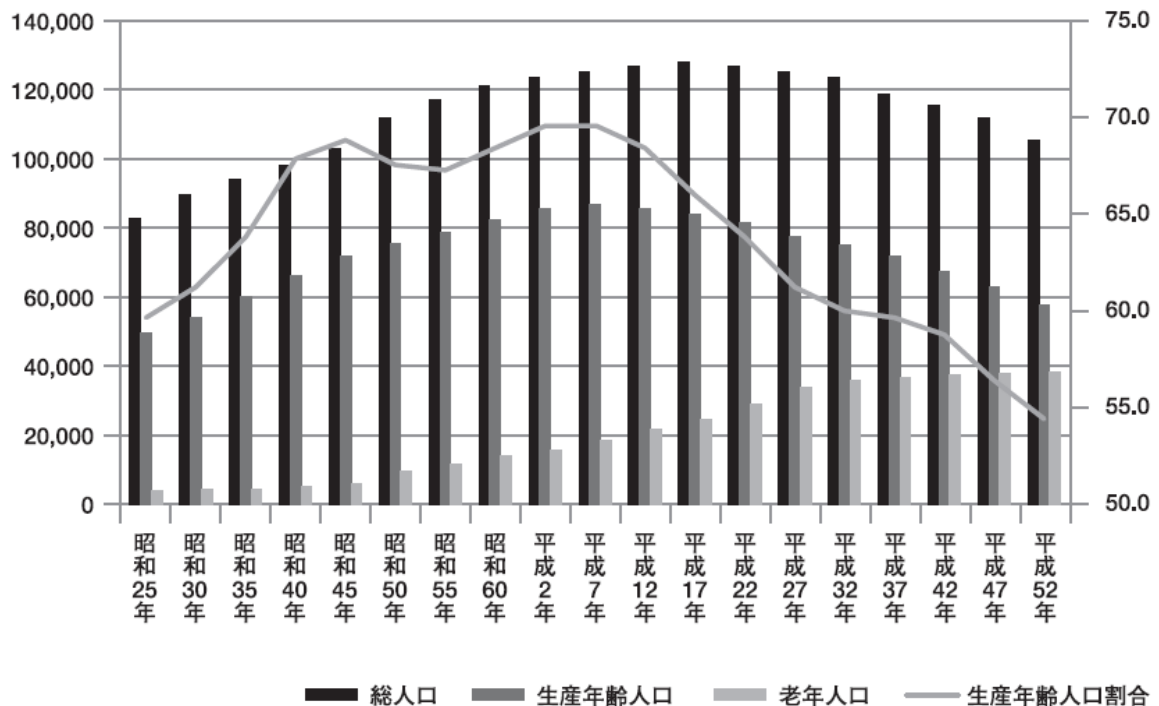
(1) 人口減少によるマーケットの縮小

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」ともに、平成17年から平成21年間の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
	会社がらみの団体旅行	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	83.3
	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」)

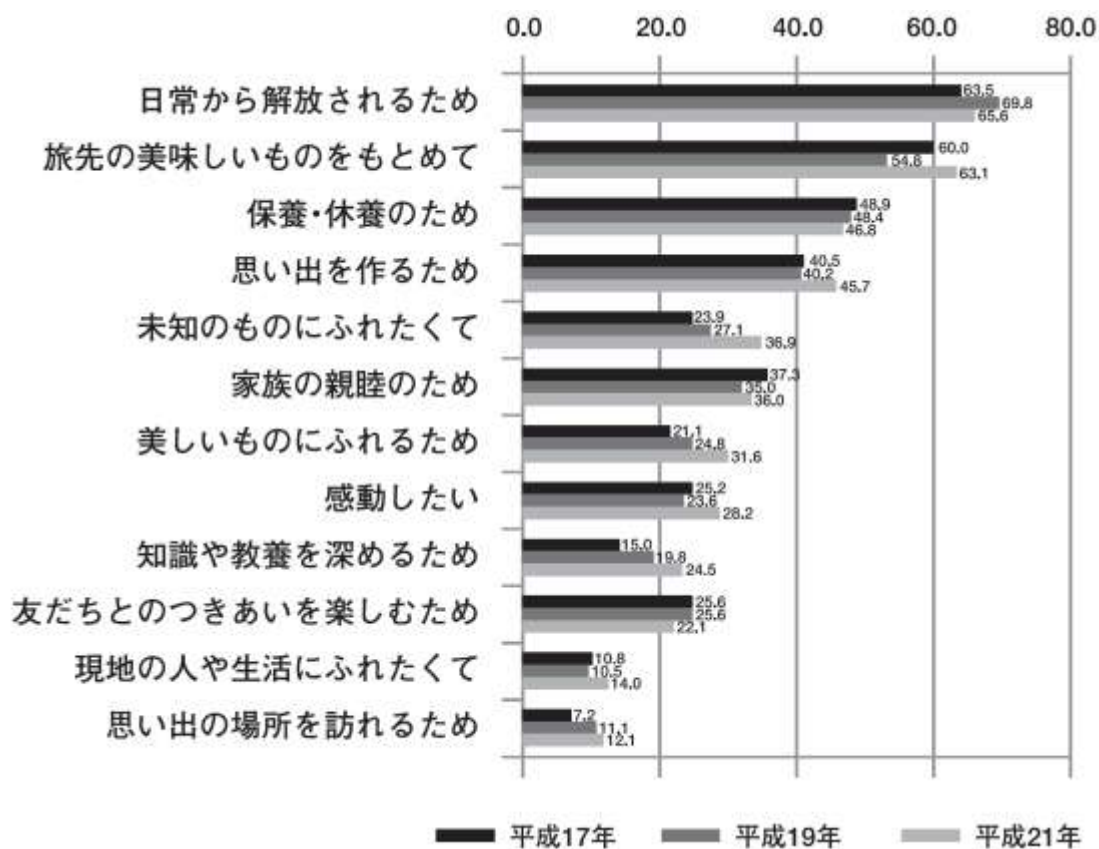
③旅行の動機

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：％）



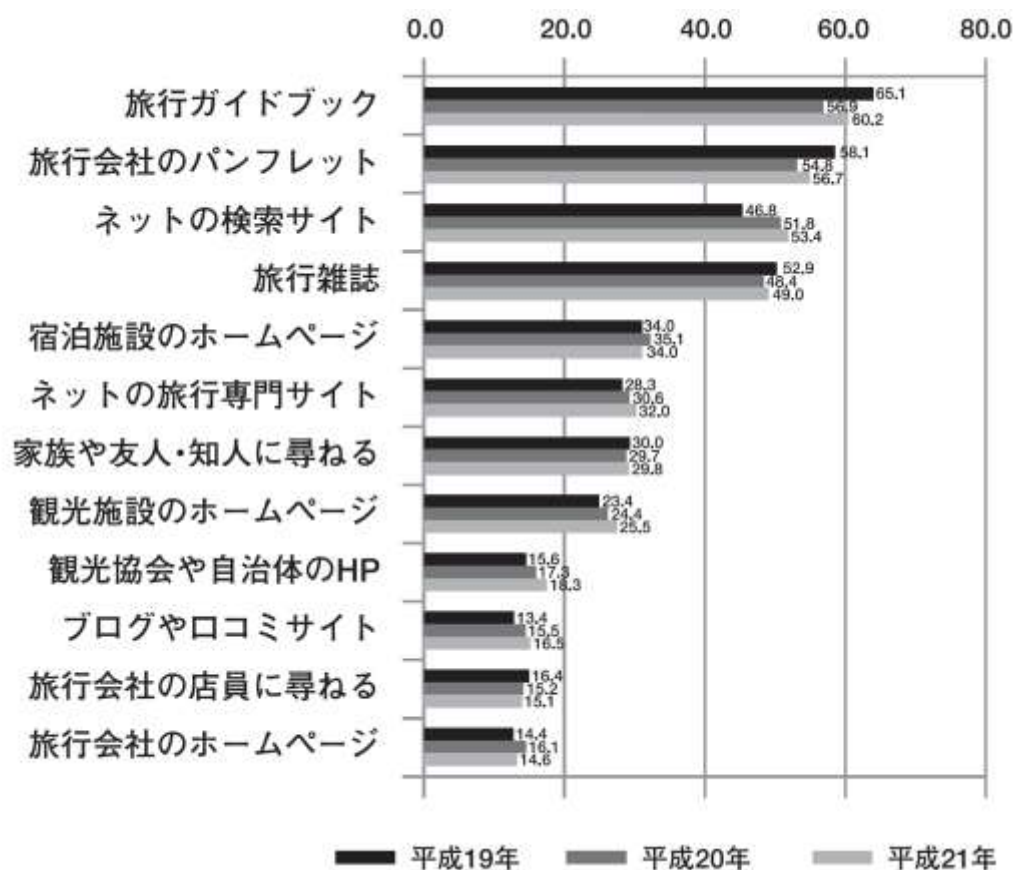
（財団法人日本交通公社「旅行者動向 2010」）

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、荒尾市に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：％）



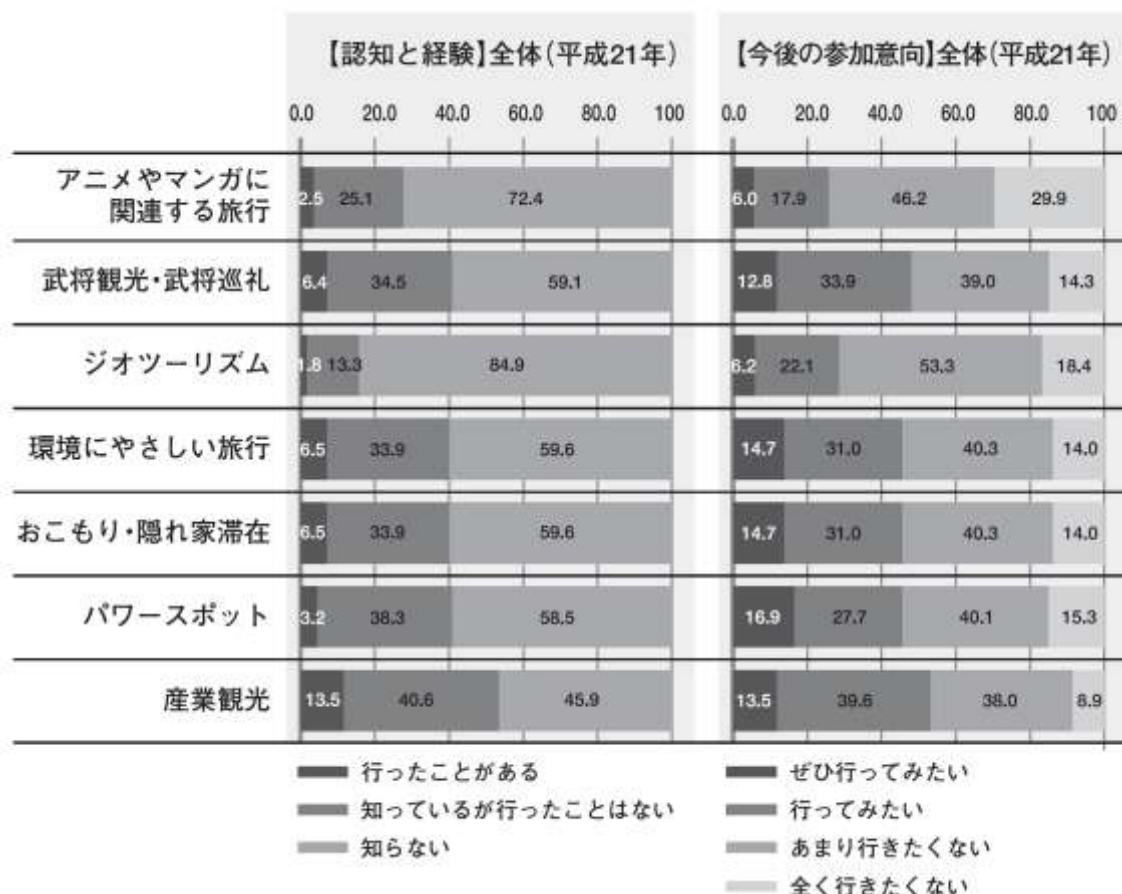
（財団法人日本交通公社「旅行者動向 2010」）

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：％）

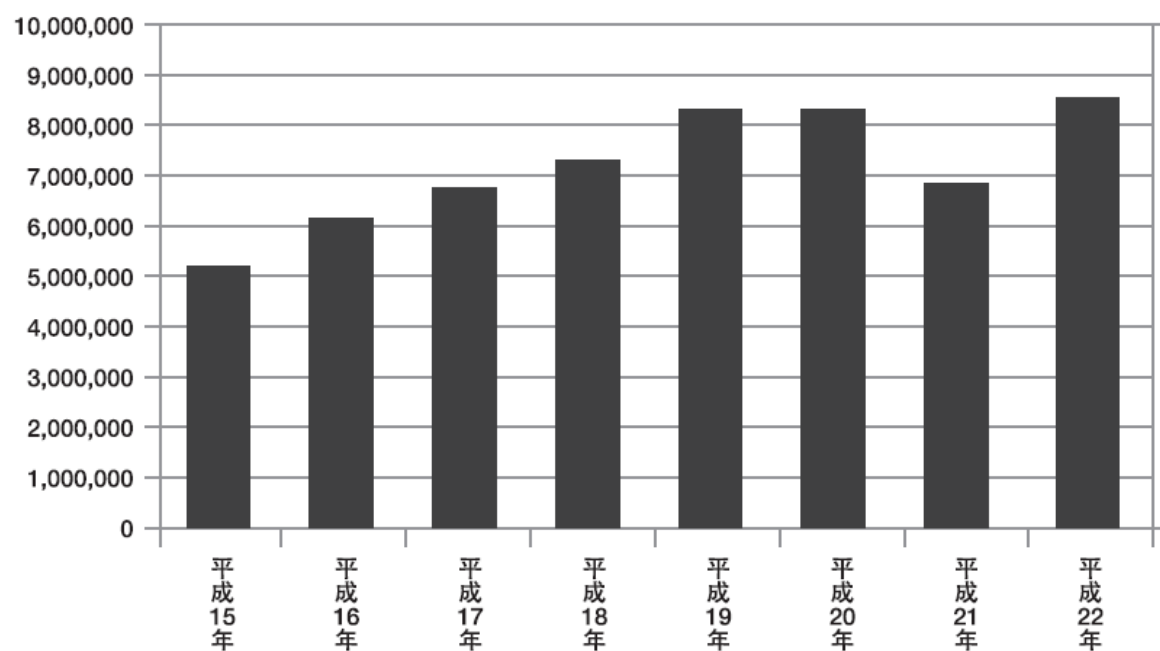


(財団法人日本交通公社「旅行者動向 2010」)

(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）



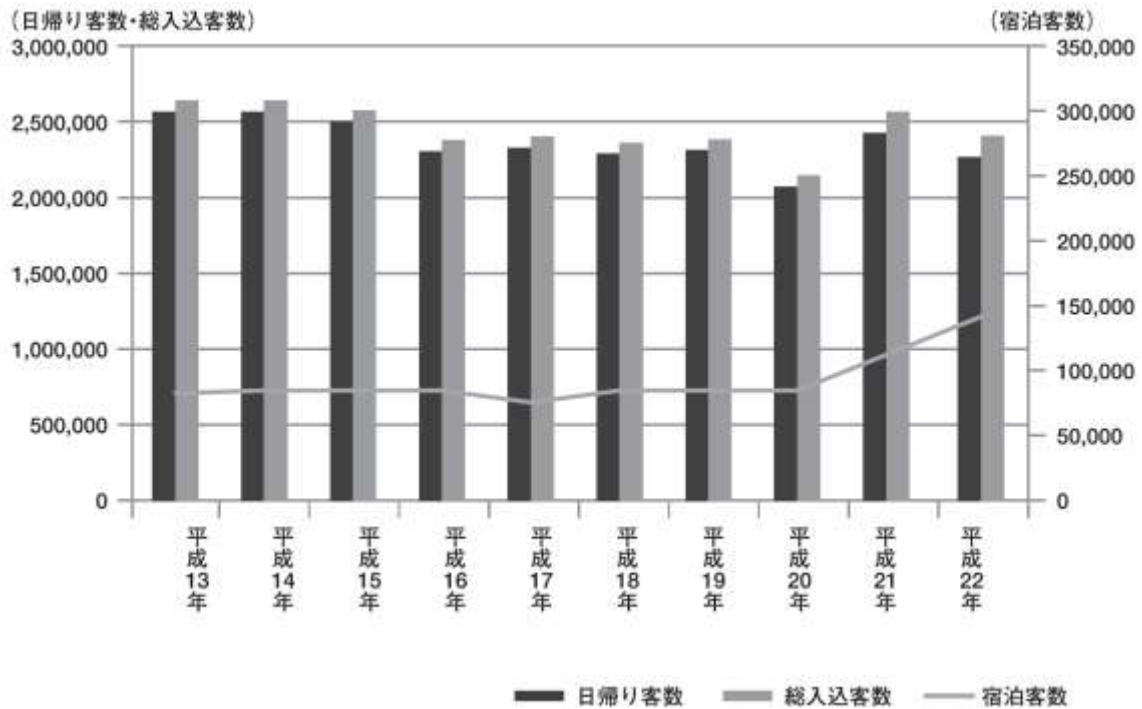
(日本政府観光局)

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客数は減少傾向にありましたが、平成 21 年には日帰り客数、総入込客数、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、総入込客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）

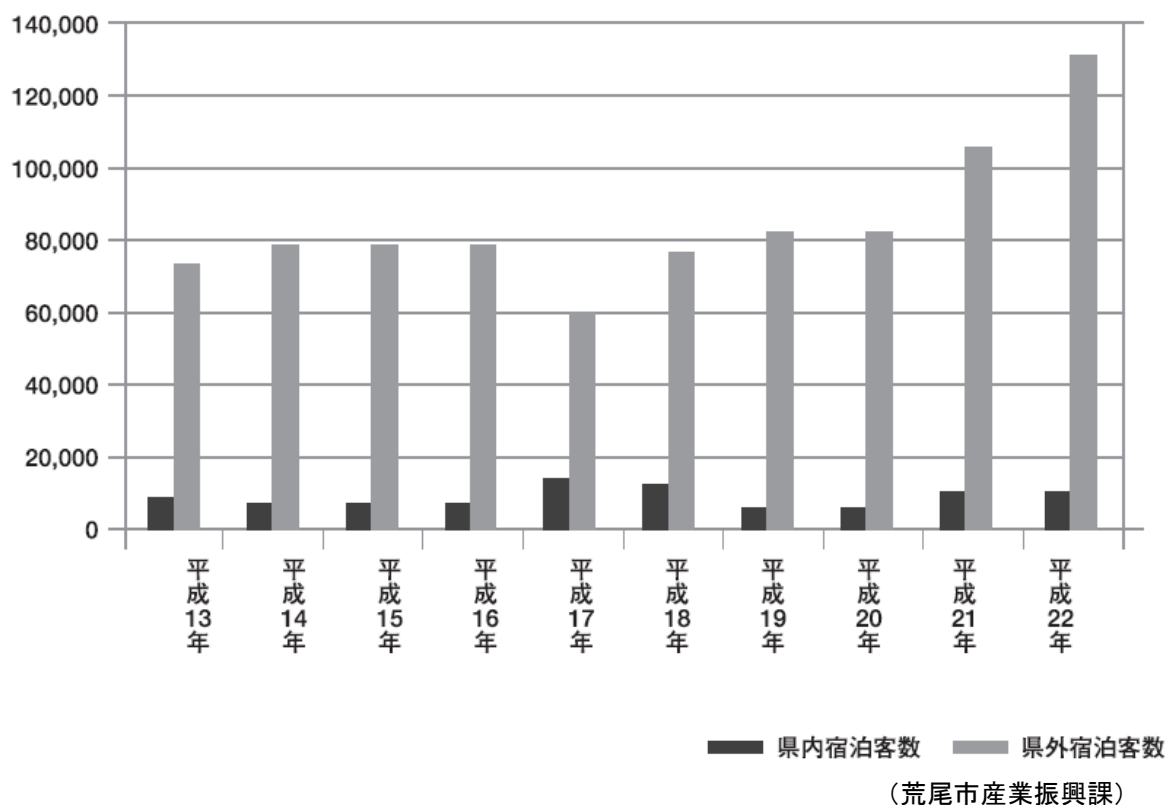


(荒尾市産業振興課)

(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。

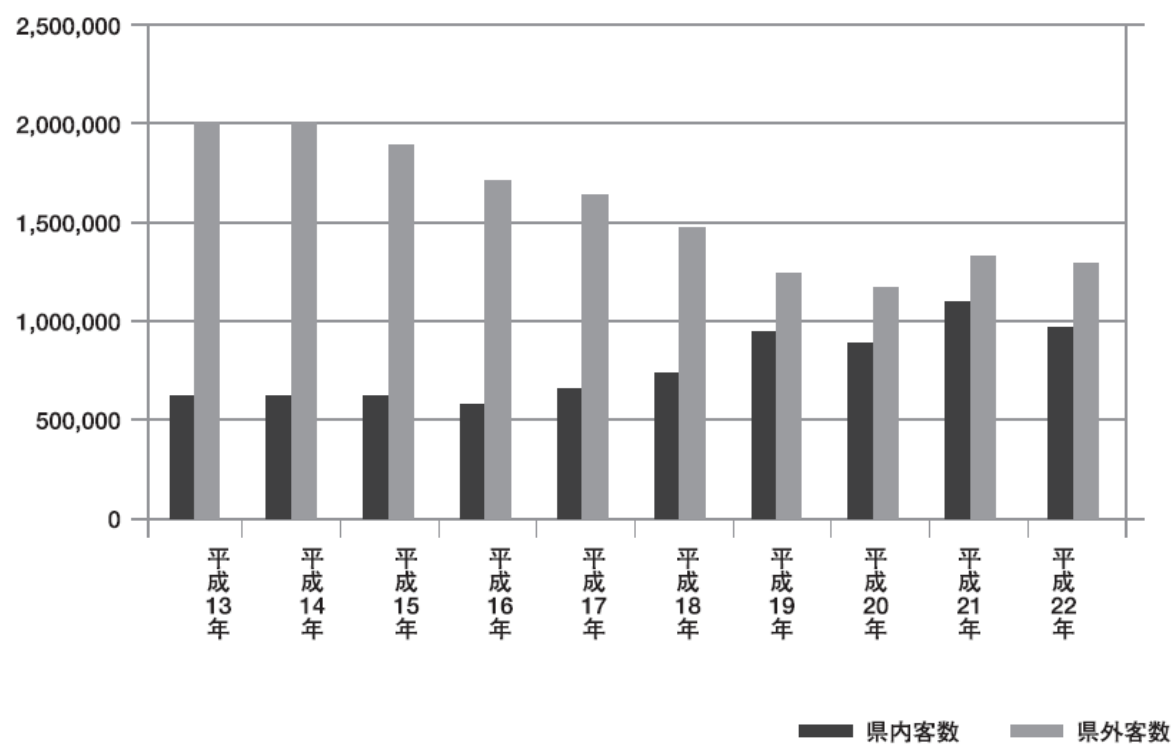
図：宿泊客の推移（単位：人）



(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）

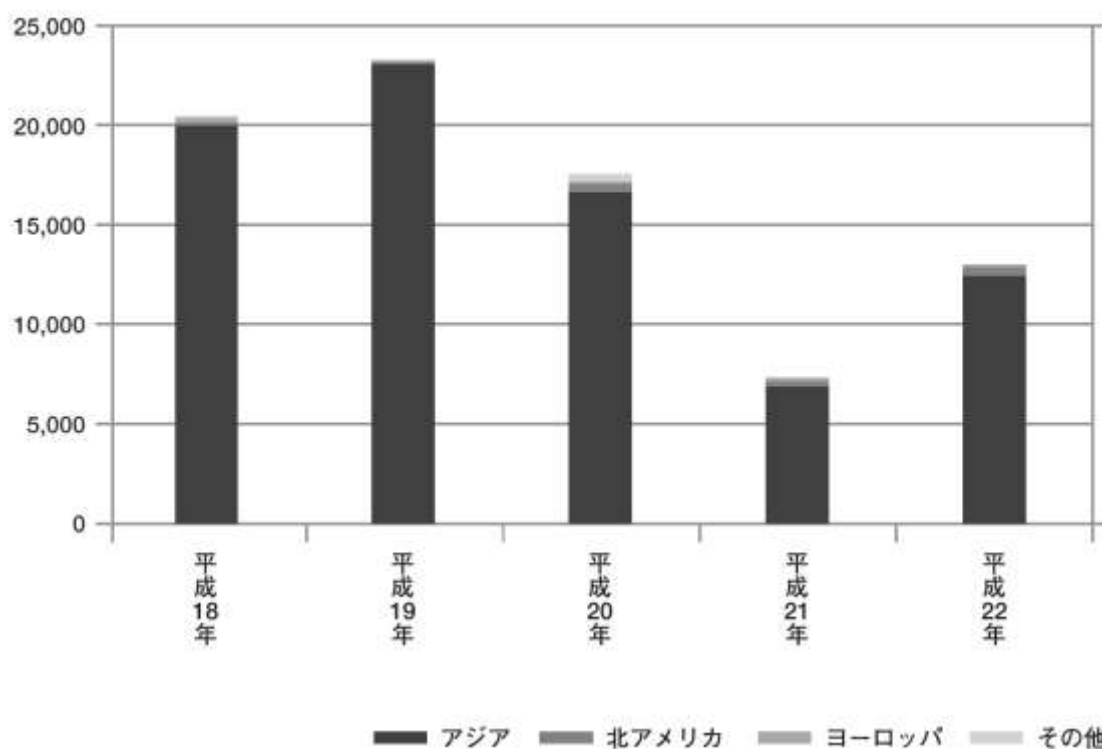


(荒尾市産業振興課)

(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げていない。
	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	JR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。宮崎兄弟の生家で開催される「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 法人化	<ul style="list-style-type: none"> ・観光物産館、万田坑及び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(ふるさと雇用再生特別基金事業) ・外国語版ホームページの作成 	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、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、あらかしお梨の花元気ウォークや荒尾マジック釣り大会、あらかし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。

荒尾市観光よかところマップ

有明
佐賀空港まで**45km**
(車で約1時間)

福岡市内まで**85km**
(電車で約1時間)

南北
7.5km



阿蘇まで**65km**
(車で約1時間30分)

島原(多比良港)まで**14km**
(フェリーで約45分)

熊本市内まで**45km**
(車で約1時間)

東西
10km