

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。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、小岱山や小代焼などの「山」の資源、荒尾梨や美しい里山などの「里」の資源、世界文化遺産「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の構成資産である「万田坑及び専用鉄道敷跡」（以下「万田坑等」という。）や日中友好の拠点・宮崎兄弟の生家、日本最大級の遊園地であるグリーンランドなどの「街」の資源、貴重な海洋生物が豊かなラムサール条約湿地に登録された荒尾干潟などの「海」の資源など、さまざまな資源が揃っている都市です。

荒尾市では、平成23年度に5カ年計画である「荒尾市観光振興計画」を策定し、平成24年度から平成28年度までこれに基づき観光振興を推進してきました。

そのような中、わが国では急速に進行する人口減少社会に突入し、地域の人口の減少と経済の縮小を克服し、将来にわたって成長力を確保することを目指す地方創生の基本方針のもと、平成27年度に「新・第5次荒尾市総合計画」が策定されました。観光振興はこの地方創生の中でも地域活性化に寄与する役割を担っています。そのことをふまえ、「新・第5次荒尾市総合計画」の観光分野における計画として、このたび「荒尾市観光振興計画（第2期）」を策定しました。

本計画は、先の「荒尾市観光振興計画」を第1期計画と定めて方針を踏襲し、その成果と課題をふまえて策定しました。第2期計画では、第1期計画で見つめなおした「源」である豊かな観光資源と、もうひとつの資源である「人」を磨き上げることを基本方針に、地域の魅力づくりと、世界基準の資産である世界文化遺産の万田坑等やラムサール条約登録湿地の荒尾干潟を活用し、効果的な誘客を行うという3つの戦略のもとで各施策を行い、地域の活性化を図ります。このことが地域の人々の生きがいにつながる地域振興となり、「住んでよし、訪れてよし」の地域となることで「新・第5次荒尾市総合計画」の目指す将来像「しあわせ 創生 あらお」につなげていくものです。

2. 計画の位置づけ

(1) 位置づけ

「荒尾市観光振興計画（第2期）」は、「新・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。

地域の人々、観光関係者、行政の役割を明確にするとともに、国、熊本県、他市町村、関連機関等の幅広い連携のもとで観光振興に取り組むことにより、本計画の効果的な推進を図るものです。

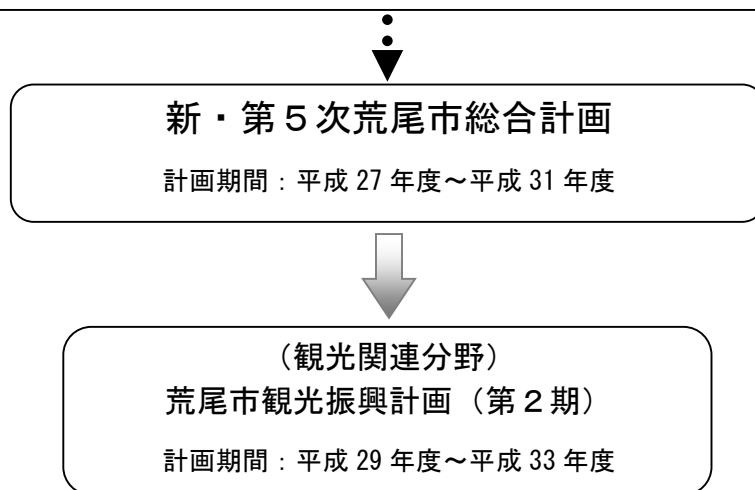
【国】観光立国推進基本法、観光立国推進基本計画

国は、平成18年12月に「観光立国推進基本法」を制定し、21世紀の国の重要な政策の柱として観光を位置づけました。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。その後、平成19年に同法に基づく「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、平成26年からは観光立国推進閣僚会議において毎年「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を定めています。平成28年3月には「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定しています。

【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」を平成20年度（計画期間：平成21年度～平成23年度）と平成23年度（計画期間：平成24年度～平成27年度）に策定しています。（平成28年度以降の計画は熊本地震のため未策定）



(2) 計画期間

本計画は、平成29年度から平成33年度までの5カ年の計画を定めたものです。

「新・第5次荒尾市総合計画」とは計画期間にずれがありますが、毎年検証していくことで整合性を保ちます。

3. 観光マーケットの現状

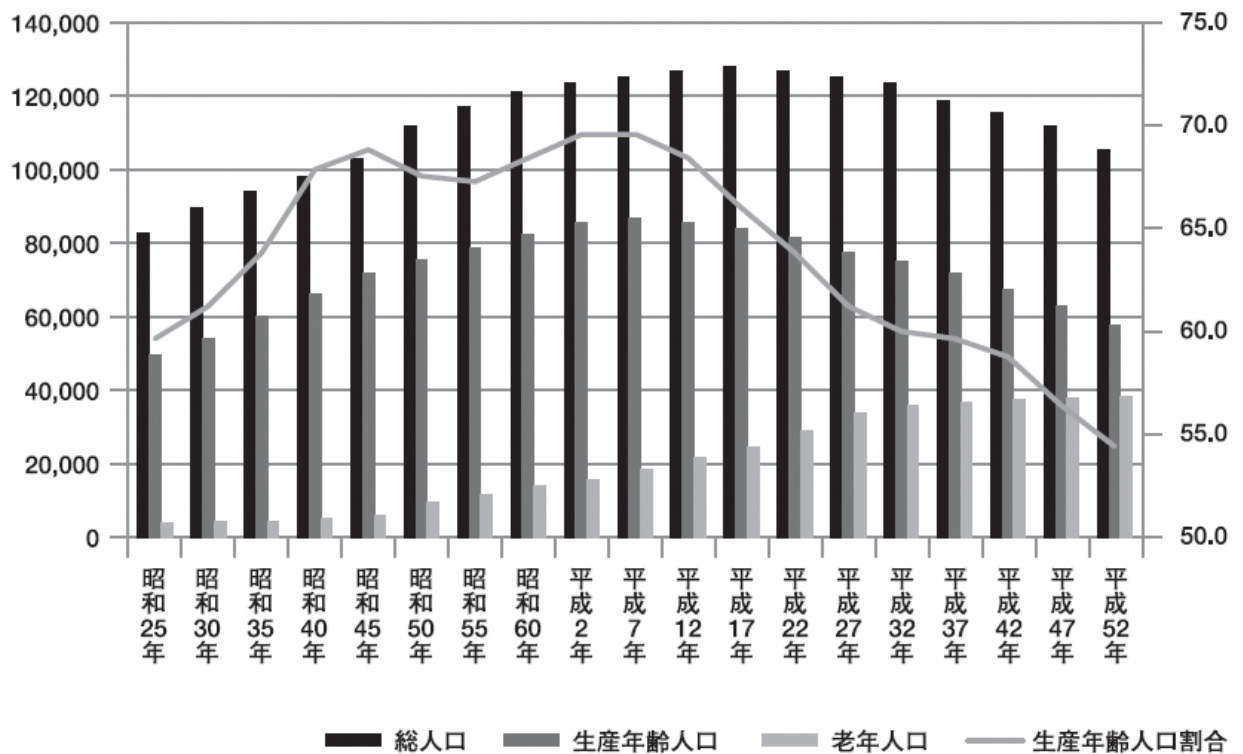
(1) 人口減少によるマーケットの縮小

わが国では、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 22 年頃より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、さら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、人口減少がさらに進み、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。福岡、熊本、鹿児島といった大都市圏や、ハウステンボス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。

グラフ：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割以上を占めています。

種類別に見ると、平成23年から平成27年の5年間では、「観光レクリエーション旅行」が約8%増加し、一方で「帰省や家事のための旅行」は約7%減少しています。それ以外の旅行の種類については、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」において、旅行を控えていた消費者の意識が景気の持ち直しや週末3連休が平成24年以降増加したことなどによって、旅行需要が促されたことが伺えます。また、円安による海外旅行での割高感などにより、海外から国内へシフトする動きが出てきたことも寄与していると考えられます。

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観光商品を整備しなければなりません。

表：国内旅行マーケット区分別シェアの推移（単位：％）

		平成23年 (2011)	平成24年 (2012)	平成25年 (2013)	平成26年 (2014)	平成27年 (2015)
旅行の種類	観光レクリエーション旅行	45.5	46.3	52.7	53.1	53.2
	帰省や家事のための旅行	22.0	20.1	17.2	16.3	15.3
	組織が募集する団体旅行	4.5	5.1	3.6	5.0	5.2
	出張や業務旅行	16.2	16.3	16.2	16.0	16.7
	会社がらみの団体旅行	3.5	3.7	3.4	4.1	4.4
	その他の旅行	8.2	8.5	6.9	5.4	5.3
旅行形態	個人旅行	83.7	82.7	86.1	85.5	85.1
	団体旅行	8.0	8.8	7.0	9.1	9.6

(財団法人日本交通公社「旅行者動向2013」「旅行年報2015」「旅行者年報2016」)

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、平成21年では全体の約44%を占めていた「家族旅行」が約25%まで減少し、一方で平成21年では約23%だった「カップル・夫婦旅行」が約35%に増加するなど、「家族旅行」と「カップル・夫婦旅行」の占める割合に逆転現象が起こっており、「友人旅行」や「ひとり旅」についても増加傾向にあります。

また、増加傾向にある「カップル・夫婦旅行」においては、「子育て後の夫婦旅行」が大きくシェアを占めており、カップルや夫婦だけの旅行を楽しむ傾向にあることが伺えます。

このことから、現在の国内旅行は「家族旅行」より「カップル・夫婦旅行」、さらには「ひとり旅」の増加などからも、より少人数の個人旅行の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。

荒尾市においても夫婦や友人、ひとり旅などの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魅力的なプランを造成することで、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。

表：「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：％）
 ※第1期計画策定時の最新H21と現在の最新2カ年H26・H27を比較

マーケットセグメント		国内旅行		
		平成21年 (2009)	平成26年 (2014)	平成27年 (2015)
家族旅行	乳幼児連れの家族旅行(小中高生を含まない)	9.1	4.6	5.0
	小中高生連れの家族旅行(乳幼児連れを含む)	25.8	10.0	10.5
	18歳以上の子との家族旅行	9.0	10.2	10.5
		43.9	24.8	26.0
カップル・夫婦旅行	カップル旅行	5.4	7.2	7.8
	夫婦での旅行(子どもなし)	2.5	9.5	9.5
	子育て中の夫婦での旅行	1.2	1.9	1.8
	子育て後の夫婦での旅行	14.3	15.4	15.9
	23.4	34.0	35.1	
友人旅行	未婚男性による友人旅行	2.4	4.3	4.5
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.2	1.0	0.8
	子育て中の男性による友人旅行	1.3	1.2	1.3
	子育て後の男性による友人旅行	2.8	4.0	3.0
	未婚女性による友人旅行	3.6	4.8	4.7
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	0.2	1.6	1.4
	子育て中の女性による友人旅行	0.7	0.5	0.5
	子育て後の女性による友人旅行	6.1	5.2	4.8
	17.3	22.5	20.9	
ひとり旅	男性のひとり旅	2.5	9.7	9.9
	女性のひとり旅	2.0	6.1	5.7
	4.5	15.7	15.6	
その他(無回答)		1.6	2.9	2.4

(財団法人日本交通公社「旅行者動向2010」「旅行年報2015」「旅行年報2016」)

③旅行の動機

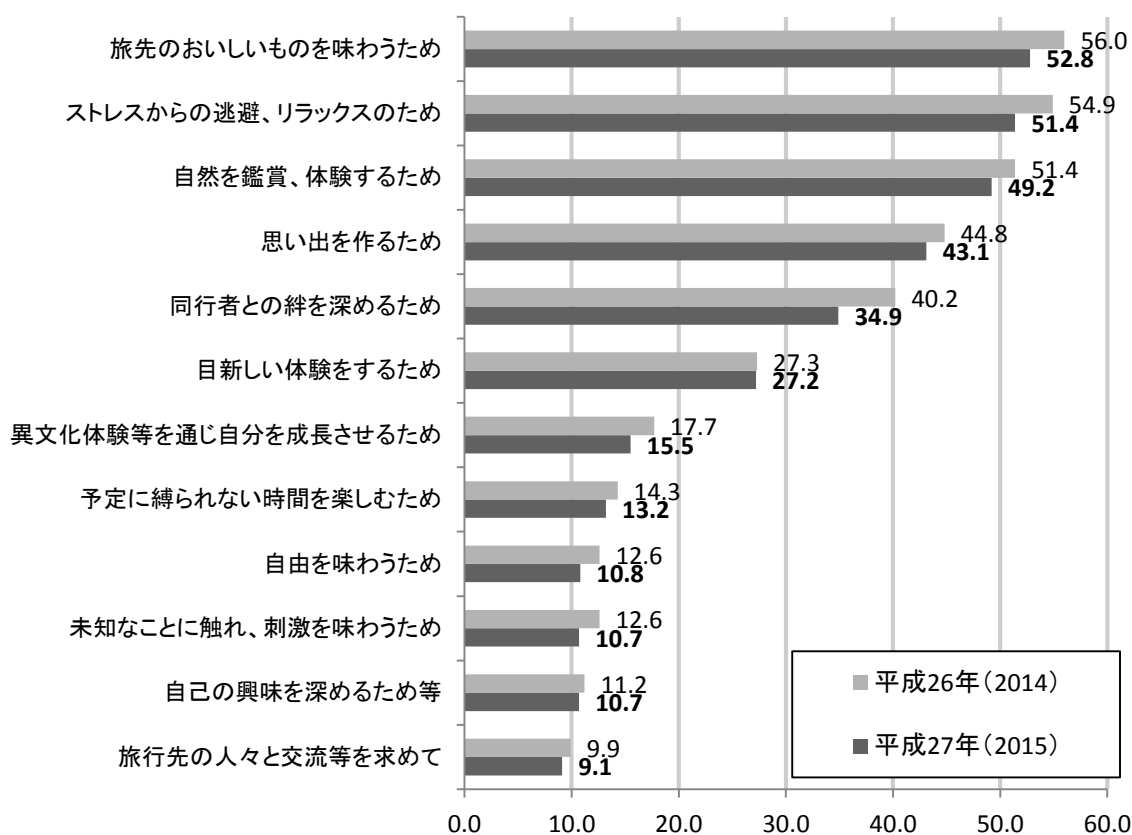
旅の目的も、かつて主流だった名所・旧跡をまわり旅館で豪華な食事をするといった旧来型観光ではなく、個人の価値観が多様化する中、地域ならではの自然、歴史、食などをじっくり味わう体験型・滞在型の観光が主流になりつつあります。

旅行の動機も「旅先のおいしいものを味わうため」、「ストレスからの逃避、リラックスのため」、「自然を鑑賞、体験するため」、「思い出を作るため」等の比率が増えており、何を見たかではなく、何を体験したのかが重視される傾向にあります。その中で、地域ならではの自然や歴史、生活文化にふれ、学び、食を楽しむといった「体験型観光」が今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に合わせ、炭鉱街ならではの人の生活や食文化、荒尾にしかない自然などにふれる機会をつくり、観光客と地域の人々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、その価値を伝える地域の人々の役割も大変重要になります。そのため、荒尾の魅力を中心に観光客へ伝えるためにも、ガイドや地域の人々の育成が求められます。

グラフ：旅行の動機（複数回答）（単位：％）



（財団法人日本交通公社「旅行年報 2015」「旅行年報 2016」）

④旅行の情報収集源

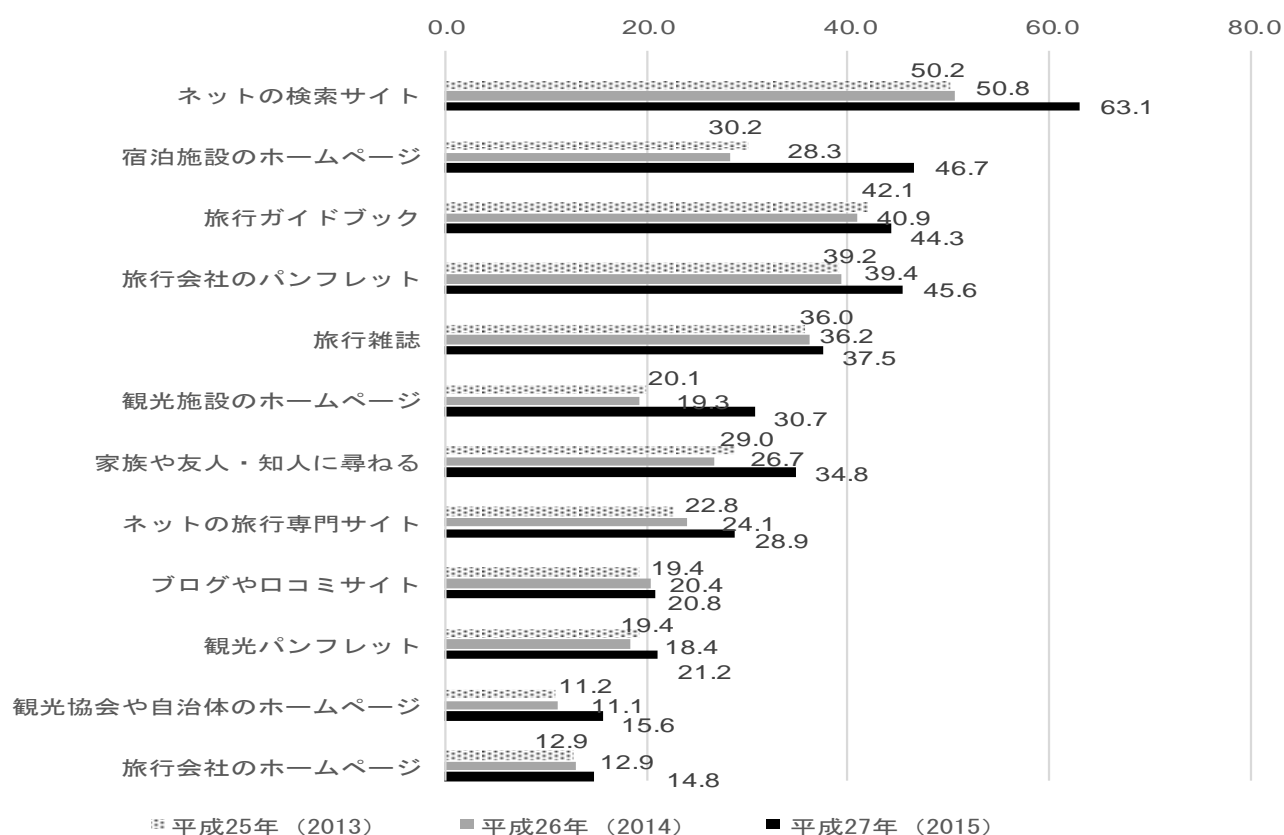
旅行の計画を立てる際の情報収集源について見てみると、「ネットの検索サイト」の利用率が最も高く年々増加しています。しかし、「旅行ガイドブック」、「旅行会社のパンフレット」、「旅行雑誌」等の紙媒体も依然として多くの旅行者に活用されています。

また、「宿泊施設のホームページ」や「観光施設のホームページ」、「ネットの旅行専門サイト」の利用率も増加傾向にあり、ガイドブックや雑誌で旅行先の候補を選び、さらにネットで宿泊施設や観光施設などを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。

しかし、「家族や友人・知人に尋ねる」の利用も増加傾向にあるため、インターネットだけでなく身近な人の実体験に基づく信頼できる情報にも注目していることが伺えます。

このように、インターネットを活用した情報収集のニーズは年々高まっていることから、インター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うとともに、効果的な情報発信を行わなければなりません。

グラフ：旅行の情報収集源（複数回答）（単位：％）



（財団法人日本交通公社「旅行年報 2016」）

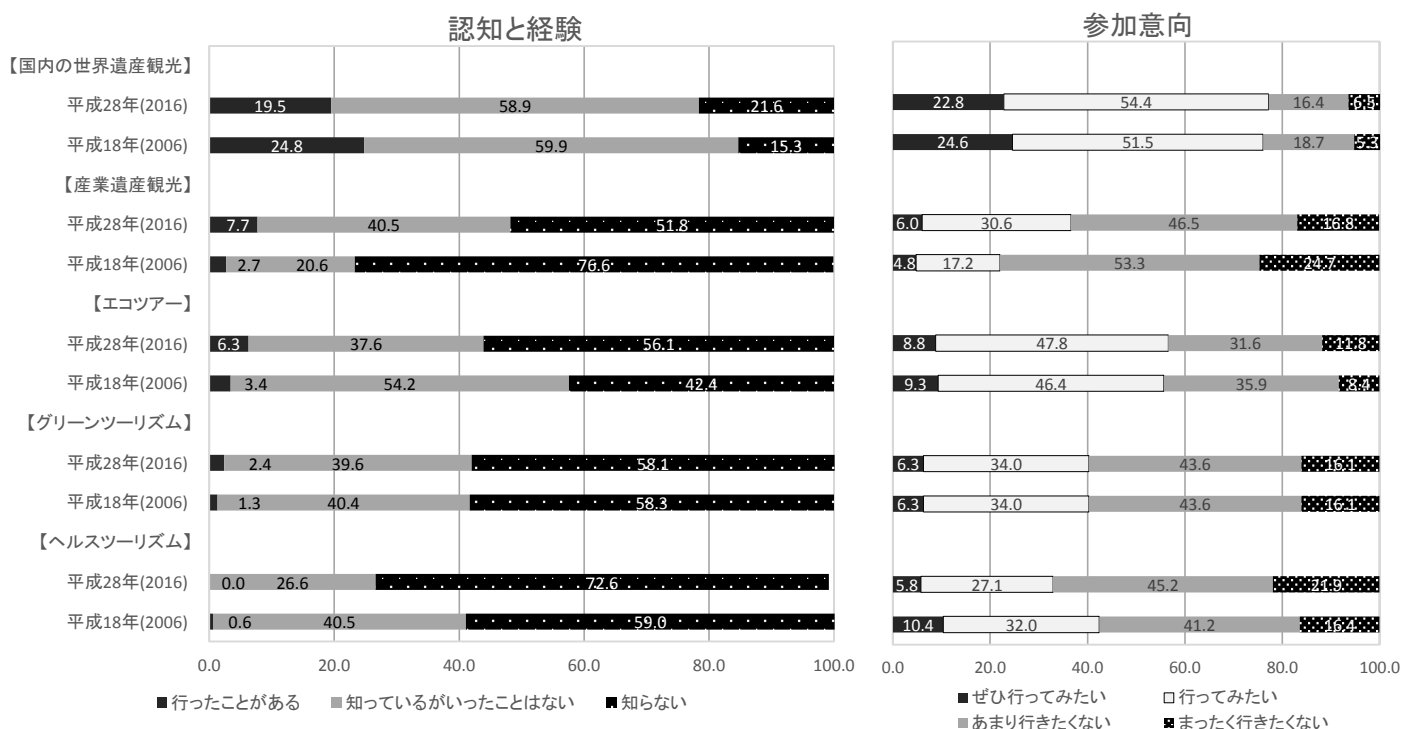
⑤旅行のスタイル

下のグラフの「認知と経験」によると【国内の世界遺産旅行】は、知床が登録されたことで話題になった平成18年より、平成28年は認知度が減少しております。しかし、下図の「参加意向」では「ぜひ行ってみたい」「行ってみたい」が77.2%であり、他の旅行スタイルと比べても高い結果となっています。

荒尾市にある世界文化遺産となった万田坑等は、鉱山や紡績場などかつて栄えた産業跡を訪ねる旅行【産業遺産観光】に分類されます。その【産業遺産観光】は、下のグラフの「認知と経験」によると平成27年に「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」が世界文化遺産に登録されたため、平成18年と比べて認知度も経験率も大きく上昇しています。「参加意向」においても、「ぜひ行ってみたい」「行ってみたい」が36.6%と低いものの、他の旅行スタイルと比べて平成18年より大きく上昇しており、【産業遺産観光】は、情報発信を強化することでさらに注目される旅行スタイルであることが伺えます。

このように【産業遺産観光】へのニーズが高まっているからこそ万田坑等においては、「明治日本産業革命遺産」の他の構成資産と連携した旅行コースづくり、地元のガイドや地域の人々との連携による受入体制の整備により【産業遺産観光】への誘客を推進していかなければなりません。

グラフ：最近注目の旅行スタイル（単位：％）



(財団法人日本交通公社「旅行者年報動向 2016」)

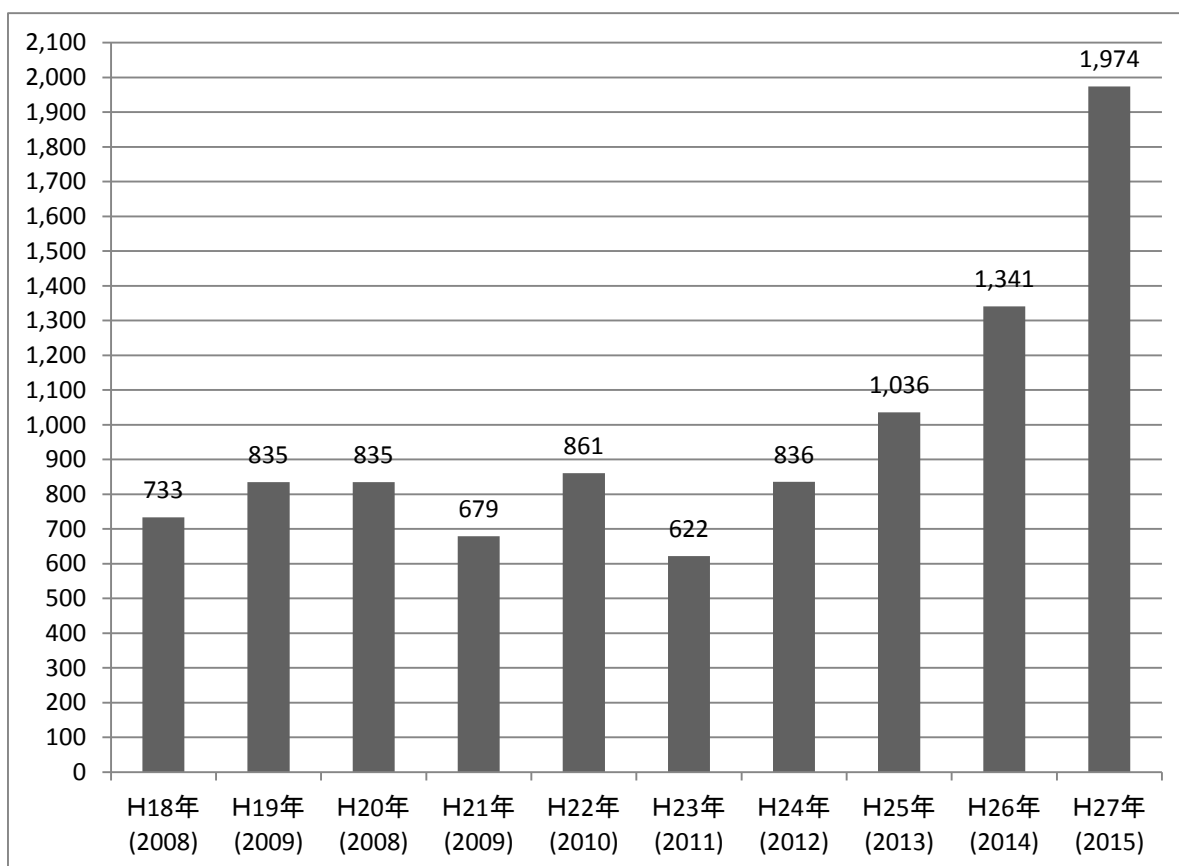
(3) 訪日外国人旅行者の増加

訪日外国人旅行者数は、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」の開始以降増加傾向にありましたが、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。

しかし、平成 22 年にはビザ発給要件の緩和や景気回復により増加に転じ、平成 23 年には東日本大震災の影響により減少したものの、円安による需要が喚起されたことすぐに回復し、その後も継続する円安基調やビザ発給要件緩和策などにより、年々増加しています。

さらに、平成 26 年には消費税免税制度改正、平成 27 年には中国発クルーズ船の寄港数の大幅な増加、中国資本の航空会社による新規路線参入などが加わり、過去最高の訪日外国人旅行者数となっています。

グラフ：訪日外国人旅行者数の推移（単位：万人）



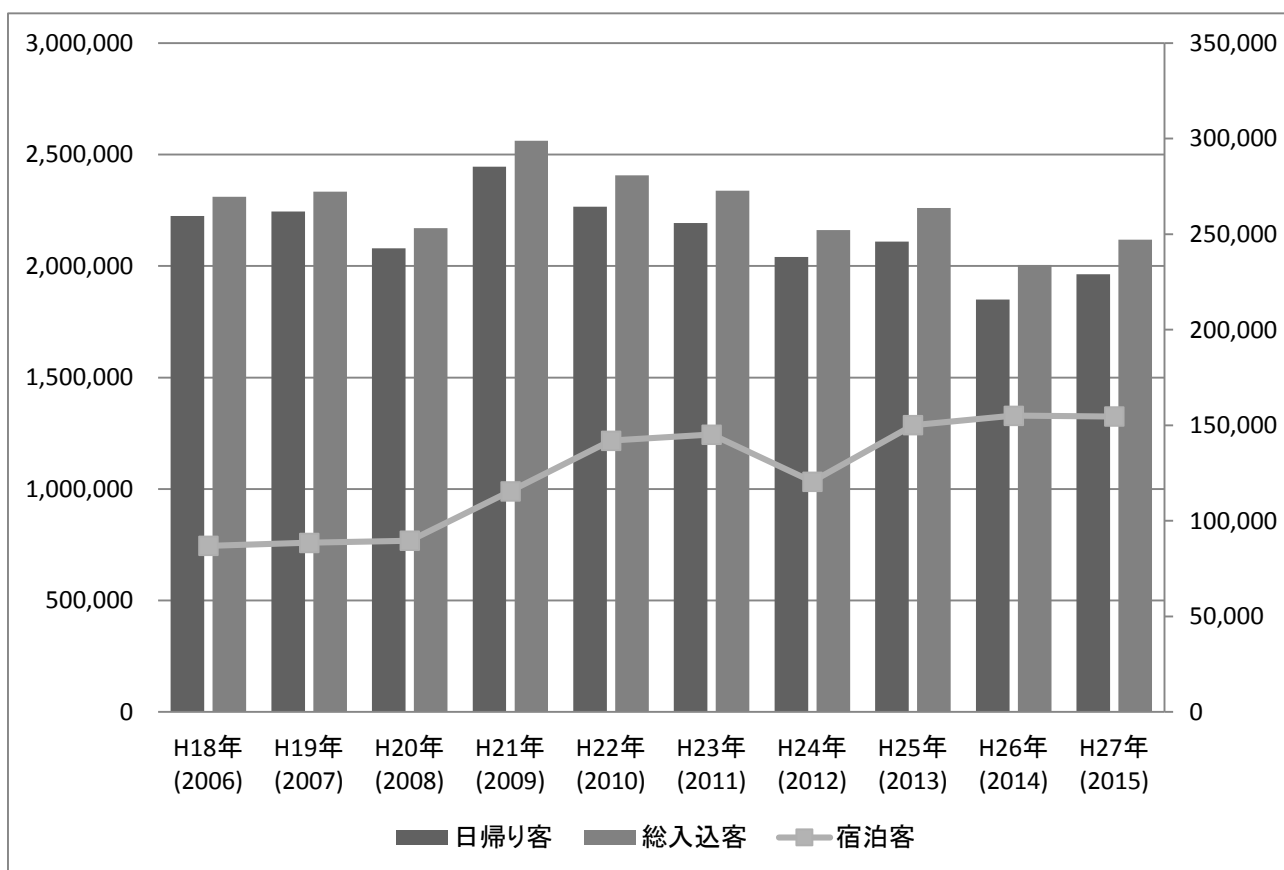
(日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」)

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年以降は日帰り客数、総入込客数ともに減少傾向にあります。これは、世界的な金融危機による景気の後退や人口減少によるものと考えられます。

グラフ：観光客の推移（単位：人）



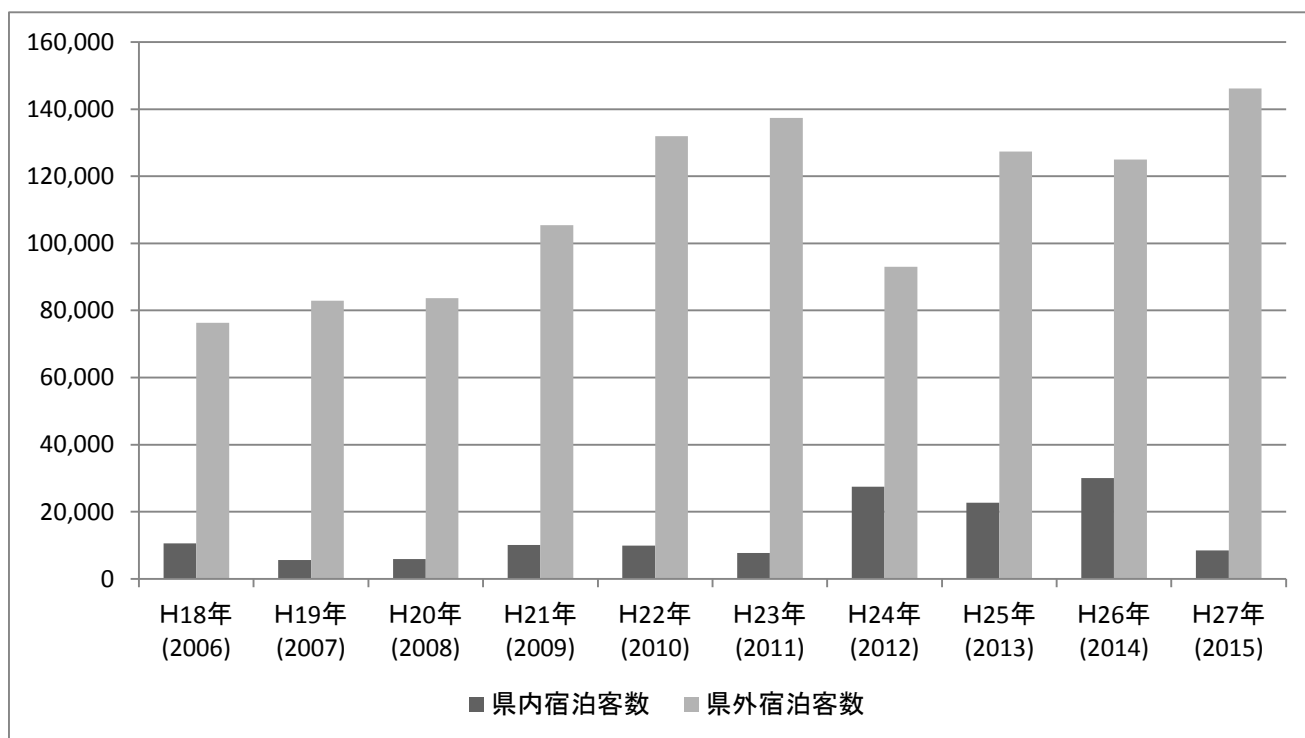
(荒尾市産業振興課)

(2) 宿泊客の推移

宿泊客については、県外からの宿泊客は平成 18 年以降増加傾向にありましたが、平成 21 年から平成 22 年にかけてはさらに増加しています。これは平成 20 年 11 月に収容能力を持つホテルがオープンしたことに併せて、高速道路の料金割引に伴い県外からの宿泊客が増加したからと考えられます。平成 23 年にも東日本大震災に伴う修学旅行の行き先変更により、県外からの宿泊客が増加となりましたが、平成 24 年には長期宿泊客の減少により県外からの宿泊客は減少したものの県内宿泊客は増加しています。

また、平成 25 年は、平成 25 年 9 月に閉館となる施設を訪れたことで、県外からの宿泊客が増加し、平成 26 年、平成 27 年においては、外国人宿泊客の増加が県外宿泊客の増加となっています。

グラフ：宿泊客の推移（単位：人）



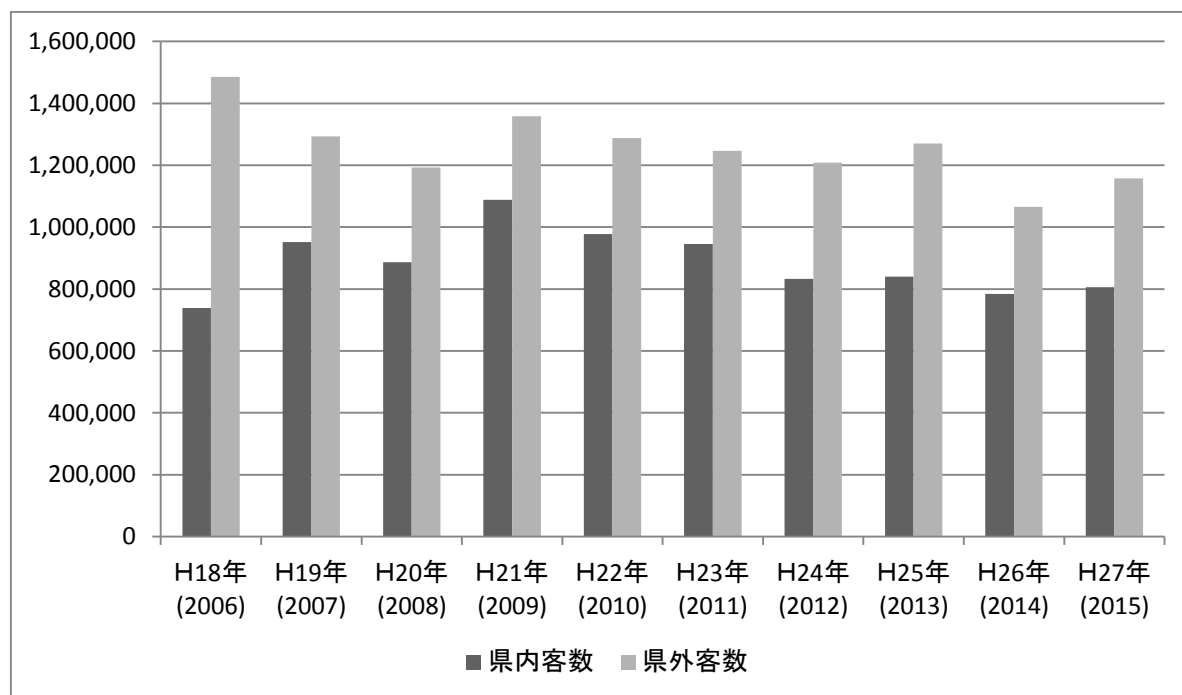
(荒尾市産業振興課)

(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。県内の日帰り客も平成21年には増加に転じており、要因としては宿泊客と同様に、高速道路料金割引に伴う観光の活発化によるものと考えられます。また、平成25年には9月に閉館となる施設があり、駆け込みで訪れた県外からの日帰り客が急増し、平成26年には施設が閉館したことにより県外客が減少しました。

しかし、平成27年には万田坑等の世界文化遺産登録により、県外客が増加しています。

グラフ：日帰り客の推移（単位：人）



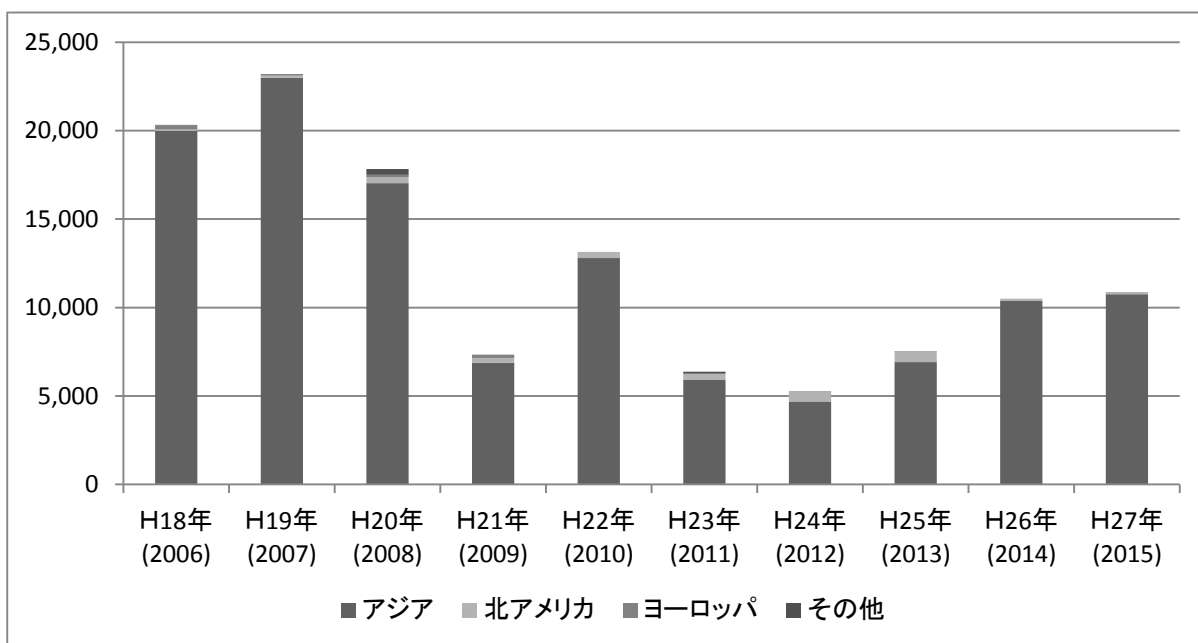
(荒尾市産業振興課)

(4) 外国人宿泊客の推移

外国人宿泊客については、平成 19 年をピークに減少傾向にあり、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景気の後退、円高の影響によると考えられます。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、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 年には円高、ウォン安や新型インフルエンザの影響により韓国からの宿泊客数が激減し、平成 22 年には回復したものの、平成 23 年以降は東日本大震災の影響により減少しています。

しかし、平成 25 年以降はビザ発給要件緩和策などによる訪日外国人旅行者の増加や宿泊施設などの誘客の取組により、少しずつ増加しています。

グラフ：外国人宿泊客の推移（単位：人）



(荒尾市産業振興課)

表：アジア諸国の内訳（単位：人）

内訳	H18年 (2006)	H19年 (2007)	H20年 (2008)	H21年 (2009)	H22年 (2010)	H23年 (2011)	H24年 (2012)	H25年 (2013)	H26年 (2014)	H27年 (2015)
中国	103	53	29	160	85	182	81	50	107	92
台湾	749	744	471	136	207	91	265	1,706	3,128	3,109
香港	53	40	24	72	45	56	13	0	0	0
大韓民国	19,001	21,922	16,498	6,310	12,382	5,571	4,303	4,975	6,585	7,013
その他のアジア諸国	83	227	16	197	77	10	36	189	547	547

(荒尾市産業振興課)

5. 荒尾市観光振興計画(第1期)の成果と課題

平成24年度から取り組んだ荒尾市観光振興計画(第1期計画)では、「源を見つめなおす」という基本方針のもと、地域の魅力づくりにかかる戦略と誘客にかかる戦略を基本戦略とし、市民とともに先導的に進める4つの重点施策と、5つのカテゴリに分類した13の基本施策を実施することで「幸せを感じる 感動が生まれる 荒尾」のビジョンの実現に取り組んできました。

第2期計画を策定するにあたり、第1期計画を推進した成果と今後の課題について検証を行いました。

1. 重点施策の検証

(1) 荒尾の感動づくり

【成果】

「山」・「里」・「街」・「海」をテーマとした4つの荒尾感動物語を制作、冊子やDVDなどストーリーを伝えるPRツールを作成して、荒尾のイメージが伝わりやすいプロモーションを可能としました(平成24年度資源抽出、平成25年度物語制作、平成26年度～28年度プロモーション)。また、この物語をもとにあらおの魅力を伝えるガイドとして「荒尾のまち案内人」を育成し(平成26年度～27年度)、山・里・街・海を活かしたまち歩きコースを造成しました(平成28年5月～平成29年3月、9コース)。

体験プログラムではマジック釣り体験を中心としたプログラムづくりが進み、個人による参加だけでなく、教育旅行や旅行会社による旅行商品化が実現しました(平成27年度神戸市の中学校の修学旅行の受入、JAF・熊本電鉄によるツアーの造成)。また、教育旅行の場で活躍するマジック釣りインストラクターの育成(平成28年度)も進みました。

	[目標値]	[実績値]
●体験プログラム数	20プログラム	12プログラム(H27年度)
●年間参加者数	500人	550人(H27年度)

(2) 万田坑の魅力づくり

【成果】

平成 25 年度に荒尾感動物語の「街」の魅力伝える物語として「プー助が見た荒尾炭鉱物語」を制作し、冊子や DVD などストーリーを伝える PR ツールを作成しました。このことで万田坑のイメージが伝わりやすいプロモーションが可能になりました。

そのような中、平成 27 年 7 月に「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の構成資産として、万田坑等が世界文化遺産に登録されたことから、JR 九州 (A 列車) や読売旅行などによる旅行商品化が進みました。また、万田坑市民ガイドを育成したことで(平成 27 年度)、より多くの観光客に万田坑の魅力伝えることが可能となり、おもてなしが向上しました。

さらに、大牟田市・南関町・長洲町との広域連携により、世界文化遺産を活用した教育旅行の誘致 (平成 27 年度 2 校誘致) が進みました。

[目 標 値]

[実 績 値]

●「荒尾のエネルギー物語」(仮)の

小学校 3 年生以上の子どもたちへ

100%

—

の認知度

※予定していた物語の内容が小学校高学年以上を対象としたものとなり、実績値が計測できなくなりましたが、冊子や DVD はすべての小中学校に配布し、郷土学習への活用を促しました。

[目 標 値]

[実 績 値]

●万田坑への年間入坑者数

100,000 人

113,112 人(H27 年度)

(3) 食の開発

【成果】

荒尾の「食」にまつわるエピソードなどを収集し、「食」に関する資源を抽出しました。その中から万田坑等の世界文化遺産登録と併せて、炭鉱のまちと縁の深い素材であるお好み焼きをもとにご当地グルメ「石炭ゴロゴロ万田焼」を開発し、「食」と炭鉱のまちの魅力を効果的に発信しました。この炭鉱のまちならではの食文化の魅力が多くメディアに取り上げられ、地域内の盛り上がりにもつながりました。

[目 標 値]

[実 績 値]

●ご当地グルメ参加店舗

10 店舗

12 店舗(H27 年度)

(4) 観光交流拠点づくり

【課題】

荒尾市の観光拠点のひとつとして、荒尾市物産館をあらおシティモール内に「まるごとあらお」としてリニューアルオープン（平成 26 年 4 月）し、物産の認知度及び売上の向上につなげました。また、万田坑等の世界文化遺産登録に伴う観光客の増加に対する物産スペースの需要拡大の高まりから、万田坑ステーション北側に「まるごとあらお万田売店」をオープンさせ（平成 28 年 3 月）、広くなった販売スペースで物産の販売と情報発信に努めました。

なお、新たな観光交流拠点の在り方については検討を進めており、今後整備していく方向性ではありますが、決定には至っていません。

2. 基本施策の検証

観光商品づくり

施策展開 1) 旅の提案・開発事業

【成果】

荒尾の資源を結び、体験や交流を促す観光商品づくりが進み、12のプログラムが完成しました。特にマジック釣り体験については一般観光客のみならず、教育旅行誘致の有力な商品となりました。また、万田坑等を含む「明治日本の産業革命遺産」の世界文化遺産登録によって万田坑の旅行商品化が進み、多くのツアー客が訪れました。この旅行商品においては、荒尾のまち案内人がガイドを行うプランも実現しました（A列車：平成27年3回、平成28年7回）。

【課題】

体験プログラムは、今後も観光客のニーズをとらえたものへと磨き上げていくことで商品力をアップさせ、より多くの観光客に体験していただく必要があります。そのためにはインストラクター等関係者間での情報共有や研修、受入体制や情報発信、統括する事務局の強化などが必要です。

加えて、既存イベントの見直しによって、観光客により訴求できるプランづくりや、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の三池エリアや県北地域、有明圏域定住自立圏など他地域との連携強化による誘客強化が必要です。

さらに、荒尾のまち案内人によるガイドサービスを充実させ、地域内での旅行商品化を目指す必要があります。

施策展開 2) 地域産品開発事業

【成果】

荒尾の地域産品について、東京都市圏や福岡都市圏で販売促進活動を行いました。熊本銀座館（平成27年度）やソフトバンク（株）（平成26年度～。観光協会・市）の協力のもと、東京都で荒尾市観光物産展を開催し、物産販売と本市PRを行いました。また、福岡市においては荒尾梨の試食販売会を開催し（平成26年度～。JAたまな・おもて梨直売会・観光協会・市）、荒尾梨の認知度の向上と販売促進を行いました。

国の伝統的工芸品である小代焼については、小代焼窯元の会とともに認知度の向上と販売促進に努めました。

荒尾ブランドの推進としては有識者等との協議を進め、農産品のブランド化を推進しました。

【課題】

物産販売関係者間で連携を強化し、マーケティング情報の共有や販売促進、新商品の開発などに取り組む必要があります。また、物産展等での販売においては、本市を広くPRできる人材も重要となります。

さらに、県外での物産展等における出店支援、物産展に関する情報収集や営業活動を行う組織の明確化、販売推進体制の強化等に取り組む必要もあります。

荒尾ブランドの推進については、まず、ブランド選定の基準づくりを進めることが肝要であり、併せてターゲットに訴求するパッケージやネーミングの検討にも取り組むなど、販路拡大などの販促プランづくりが必要です。

施策展開 3) 外国人誘客推進事業

【成果】

中国語（簡体字・繁体字）、韓国語、英語の4カ国語のパンフレット制作や、万田坑の無料Wi-Fi及び4カ国語でのガイドナビゲーションシステムを整備し、外国人観光客受入体制を整えました。

また、日中友好の原点とも呼べる宮崎兄弟と孫文の親交について、中国（平成25年度）と本市及び熊本市（平成27年度）において企画展を実施しました。

さらに、熊本県観光連盟が主催する外国人誘客講座等へ観光関係事業者の参加の促進（平成28年度）、九州観光推進機構や熊本県に対して、訪日旅行（インバウンド）の現状について情報収集を行いました。

【課題】

インバウンドの受入については、施設の最大収容人数や外国人に対応できる人材やツールなどの整備が進んでおらず、受入環境の整備をしていく必要があります。

また、刻々と変化する市場やターゲットとする国に合わせた宣伝や誘客、九州における現状の把握、受入体制の整備等について、関係者間での情報共有や連携強化が必要です。

ココロづくり

施策展開 4) おもてなし向上事業

【成果】

「荒尾のまち案内人」や「万田坑市民ガイド」の育成において、観光マーケティングやホスピタリティ、お客様のニーズに関することを学ぶおもてなし講座や研修会を開催しました（平成26年度～平成27年度）。また、万田坑等を含む「明

治日本の産業革命遺産」の世界文化遺産登録に伴い、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の三池エリア 3 市（大牟田市・宇城市・荒尾市）で連携し、世界文化遺産のガイドとしての意識付けを目的としたおもてなし講座を開催しました（平成 27 年度）。さらに、市職員のおもてなしの向上を目的に全職員を対象に研修会を開催しました（平成 27 年度）。

加えて、小学生向けの郷土学習資料を制作して郷土検定のページを設け、子どもたちの郷土愛の醸成につなげました。

【課題】

今後もガイドや施設だけでなく、市の関係者や観光関連団体に対して必要な研修を実施し、市全体でのおもてなしの向上に努める必要があります。また、おもてなし向上に関わる市民や民間ボランティアの活動支援も必要です。

施策展開 5) ボランティアガイド育成事業

【成果】

「荒尾のまち案内人」（9 人）と「万田坑市民ガイド」（10 人）の育成を行いました。荒尾のまち案内人については、「荒尾のまち案内人の会」を発足し、月 1 回のあらお再発見ツアーを実施して旅行商品においてもガイド活動を行いました。万田坑市民ガイドは毎週末ガイド活動を行い（平成 27 年 10 月～）、月 1 回の定例会で情報共有や万田坑等を含む本市の魅力を学び、おもてなし力の向上に努めています。

【課題】

ガイド活動を支援するため、本市全体でのガイド受付のワンストップ窓口や受入体制の整備が必要です。

施策展開 6) 観光協会体制強化事業

【成果】

荒尾市観光協会の体制強化として、観光プロデューサーを採用したこと（平成 24 年度～平成 26 年度）で、着地型体験プログラムが確立されました。その後、観光振興に特化した職員を 2 名採用し、着地型観光のさらなる推進と周遊性の向上に取り組んでいます。

【課題】

地域の観光振興を牽引する人材の育成には至っていないため、今後も引き続き体制強化を行う必要があります。

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

【成果】

世界文化遺産となった万田坑等へのアクセスを整備するため、アクセス道路の整備と、世界文化遺産登録に併せて万田坑等と荒尾駅をつなぐシャトルバス等の運行を実施しました。また、平成 28 年 4 月から、土曜・日曜・祝日に大牟田駅と万田坑等をつなぐ路線バスの運行を実施しています。

有明地域公共交通広域連携に関する協議会において公共交通機関と行政との連絡会議を 3 回実施し（平成 27 年度～平成 28 年度）、観光目線での効果的な公共交通機関のあり方について検討を行いました。

【課題】

観光と公共交通のあり方について行政や公共交通関係者間で情報共有を行い、より観光客のニーズに寄り添う二次交通についての勉強会を行っていく必要があります。

施策展開 8) 情報発信戦略の構築

【成果】

平成 25 年度に「荒尾市いきいき情報推進プラン」を策定し、情報発信力の向上を図りました。パンフレットデザインを統一するなど情報発信ツールの見直しを行ったほか、ウェブサイトやフェイスブックなどのソーシャルネットワーキングサービス（SNS）を活用した情報発信を行いました。また、観光協会のウェブサイトの充実を図り、本市の観光に関するウェブサイトを一元化し、分かりやすい情報発信に努めました。

【課題】

SNS に加え、報道発表や愛情ねっと、FM たんとなど、多様なメディアを複合的に組み合わせたり、情報の性質に合わせて発信先を選択したりするなど工夫した情報発信に努める必要があります。また、本市の人の顔が見える情報発信として、直売所や商店、飲食店などでの交流を通じた口コミの醸成に取り組む必要があります。

施策展開 9) 情報の受発信組織の充実

【成果】

観光協会とともに、観光事業者や地域づくり団体などのイベントや近隣自治体の観光情報を収集し、効果的に発信しました。

また、映画「るろうに剣心」(平成 26 年夏公開)の撮影を万田坑に誘致したほか、結婚式場とタイアップしてウェディングフォトの撮影スポットを、万田坑を含む市内 5 カ所で設定し(平成 28 年 7 月)、本市の魅力発信を行いました。万田坑等の世界文化遺産登録に併せて多くのテレビ番組等の撮影に積極的に協力し、万田坑等の魅力発信を強化しました。

【課題】

今後もさまざまな関係者とともに情報交換を行い、情報ネットワークを強化していく必要があります。特に万田坑等の地域資源を活かしたプロモーション活動には力を入れていく必要があります。

絆づくり

施策展開 1 0) 広域観光推進事業

【成果】

広域観光ネットワークによる着地型体験プログラムを中心としたコースづくりが進み、教育旅行の受入が実現しました。また、世界文化遺産に登録された「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の三池エリアでの連携(平成 27 年度、平成 28 年度)においては、①おもてなし向上への取組として研修会の開催 ②旅行商品の造成 ③万田坑等と大牟田の資産をつなぐバスの周遊 ④イベントの共同開催 が実現しました。

有明圏域定住自立圏広域観光振興部会においては、各市町の資源を活かしたパンフレットを作成し(平成 27 年度)、圏域内外の交流人口の増加に向けた取組の方向性を決めました。また、有明・島原地域の連携ネットワークでは、炭坑ガールズを起用したプロモーション活動を展開しました(平成 27 年度)。

【課題】

他の自治体の現状を踏まえ、観光客の視点でより効果的な連携内容の検討が必要です。特に、観光を広域的にとらえ、観光客の周遊性を高めるために広域連携によるプロモーション活動も必要です。

施策展開 1 1) 地域ごとの交流の場づくり

【成果】

直売所等は、体験プログラムのチラシの設置やポスター掲示などを行い、情報発信を行いました。梨の販売状況など、寄せられるさまざまなお問い合わせに対応できるように、細やかな情報収集を行いました。

【課題】

直売所等の旬の情報を定期的に収集し、スタッフや関係者間で交流する場が必要です。また、観光客の利便性を向上し、よりの確な情報提供ができるツールの整備が必要です。

景観まちづくり

施策展開 1 2) 街並み景観の整備事業

【成果】

景観条例（平成 25 年 8 月）と景観計画（同 10 月）を策定しました。これに伴い市民向け景観ツアーを開催し（平成 27 年度、平成 28 年度）、街並みや景観づくりについて市民への認知度向上に努めました。大牟田市との合同開催により、世界文化遺産と絡めて景観への関心が高まるよう努めました。

また、地域とともに花と緑でのおもてなしの景観づくりに取り組んでいます。

【課題】

今後も街並みの変化等にも対応しながら、良好な景観の整備に継続的に取り組んでいく必要があります。

施策展開 1 3) 統一した観光案内標識の整備

【成果】

万田坑等を含む「明治日本の産業革命遺産」の世界文化遺産登録に併せた統一ロゴの道路サイン張替えを実施し、万田坑までのより分かりやすい誘導に努めました（平成 27 年度。県・市）。また、荒尾駅と万田坑の間で歩行者誘導のため誘導サイン等を設置しました（平成 28 年度。市）。

【課題】

新しい道路の開通や観光客の利便性等を考慮し、今後も県や国と協議をしながら適切な設置を行う必要があります。

荒尾市のこれまでの主な観光・イベントの取組

名 称		取 組 内 容	
集 客 ・ 交 流 事 業	あらお梨の花 元気ウォーク	H15 から 毎年 4 月開催 (H28 で第 14 回)	梨の花を見ながら約 10km のコースをウォーキングする、梨の産地ならではのイベントとして定着しています。参加者は約 600 名程度で、6 割程度が市外客です。
	荒尾マジック釣り 大会	H16 から 毎年 7 月開催 (H28 で第 13 回)	マジック釣りを筆で釣る干潟ならではの珍しい漁法で行うイベントです。参加者は増え続け、現在約 1,000 名、7 割以上が市外客です。
	あらお荒炎祭	H6 から 毎年 8 月初旬開催 (H28 で第 23 回)	本市最大の夏のイベントとして定番化しており、さまざまなパフォーマンスを披露する市民参加型のイベントです。参加者は約 2 万人。
	荒尾よかよか体験	H19 から実施	マジック釣りや梨狩り、小代焼、干潟ウォークなどの体験プログラムを実施しています。季節感があり、荒尾ならではの体験が好評です。
	あらお再発見ツアー	H28. 5 月から 毎月第 4 土曜開催 (8 月・12 月以外)	H26～H27 で育成した「荒尾のまち案内人」による地元のまち歩きツアーです。地元の人でもあまり行かないようなところを散策することで楽しむコースが好評です。
施 設	万 田 坑	<ul style="list-style-type: none"> ・H27 世界文化遺産登録 ・D-K Live ・万田坑フェスタ 	H27 の世界文化遺産登録により、多くの観光客が来訪しています。宣伝活動を行うとともに、市民と協働のさまざまな取組を行うことで、認知度の向上を目指しています。
	宮崎兄弟の生家	H5 から一般公開	JR 九州ウォーキング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、市民と共にさまざまな取組を展開しています。一小校区元気づくり委員会主催の「音と光の祭典」には毎年約 1,000 人が参加します。

3. 目標(成果指標)の検証

【目標(成果指標)の達成度】

【目標(成果指標)】 荒尾市への観光入込客数

目標値：2,630,000人
(最大値) 平成25年：2,259,869人
(平成27年：2,117,974人)

目標を達成するために宿泊客数、日帰り客数を平成22年より約9%の増加を図る

●**宿泊客数**

目標値：155,000人(平成22年 141,950人)
(最大値) 平成26年：155,003人(平成27年 154,649人)

●**日帰り客数**

目標値：2,475,000人(平成22年 2,265,639人)
(最大値) 平成25年：2,109,749人(平成27年 1,963,325人)

【検証と課題】

本市の観光入込客数は目標を達成することができず、全体的に減少傾向となりました。

日帰り客数、宿泊客数ともアミューズメント施設の集客に依存している部分が多く、グリーンランド遊園地や世界文化遺産となった万田坑など大型の集客が見込める観光施設や体験プログラムの多くは、屋外型が主流であり、天候により来場者数の増減に大きく影響が出ました。また、平成25年に閉館したウルトラマンランドは、閉館の年には駆け込み需要があり、日帰り客数の増加に寄与し、平成26年の日帰り客数の減少に影響しました。

今後は、既存の観光商品を個々に磨き上げ、商品力をアップしていくことで集客力を強めるほか、全天候対応の体験プログラム等の造成や、現在年間で観光入込客が最も少ない季節にあたる冬季の集客を強化できる観光商品等の造成が必要と考えられます。

また、長時間滞在による複数の施設を周遊する仕組みづくりが不十分であり、特定の観光施設を目的に来訪した人が他の施設を周遊せずに荒尾を離れてしまう

ことが考えられます。これは、観光資源が点在しており十分なつながりをもっていないためのアピール不足や、観光客に十分な情報提供ができていないため周遊の機会を損失していることなどが要因と考えられます。そのため、今後は周遊型の旅行商品の造成が必要と考えられます。

年間を通じた観光入込客数の増加には、国内旅行のような季節による浮き沈みが少なく年間を通じて平準化している外国人旅行者を誘致する取組も重要となると考えられます。

4. 見えてきた荒尾市の観光振興の課題

【地域資源の磨き上げと情報発信の強化】

第1期計画では荒尾市に備わっている「山」・「里」・「街」・「海」のさまざまな資源を見つめなおし、磨き上げてきました。その中で、体験プログラムによる教育旅行の誘致や旅行会社による旅行商品化が少しずつ進んできました。しかし、観光客の誘客数を目標値まで達成させる観光商品の造成までには至っていません。

今後は、地域資源の多角的な分析や、観光客のニーズに合った体験プログラムの造成、ガイドやインストラクターによる魅力的な見せ方の研究など、さらなる商品力アップによる観光客の誘致を目指す必要があります。

また、このような資源を活かした地域製品の開発なども進め、SNS やメディアなどさまざまな媒体を活用した情報発信の強化も必要不可欠です。

【市民参加の仕組みづくりと人材の育成】

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かかわりを持っています。第1期計画のもとで多様な業種の人たちと観光振興を進めてきましたが、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を新たにし、関係者が一丸となって観光施策に携わることが重要です。また、積極的に「観光地域づくり」に携わり、荒尾市の観光を牽引していく人材を多く育て、よりいっそうの観光振興につなげていくことも必要です。

【受入体制の強化】

観光客の誘客にあたっては、ガイドサービスの充実やおもてなしの向上といったソフト面と、施設や二次交通整備等のハード面における受入体制の強化が必要不可欠です。

また、観光客と地域の人々との交流の場となる観光交流拠点（道の駅等）についても、所管課と連携しながら、拠点のあり方や方向性について検討していく必要もあります。

5. 今後の観光振興の方向性

少子高齢化など、観光を取り巻く環境は著しく変化しています。個人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、訪れる地域の自然や歴史・文化、伝統、食、生活などを地域の人々との交流を通じて体験する「滞在交流型・個人型」の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、その土地ならではの自然や生活文化、そして「人」と交流することのできる観光に取り組む必要があります。

それは観光関係者をはじめとする地域の人々自身が、地域に愛着を持ち、観光客と交流することで、さらに地域に誇りを持っていくといった観光地域づくりの発想に立たなければなりません。つまり、真に地域を思う地域の人々の力「地域力」が求められているのです。

荒尾市においては、小岱山や小代焼などの「山」の資源、荒尾梨や美しい里山などの「里」の資源、世界文化遺産となった万田坑等、宮崎兄弟の生家、グリーンランドや宿泊施設などの「街」の資源、ラムサール条約湿地に登録された荒尾干潟やマジックなどの「海」の資源など、さまざまな地域資源が豊富に揃っています。

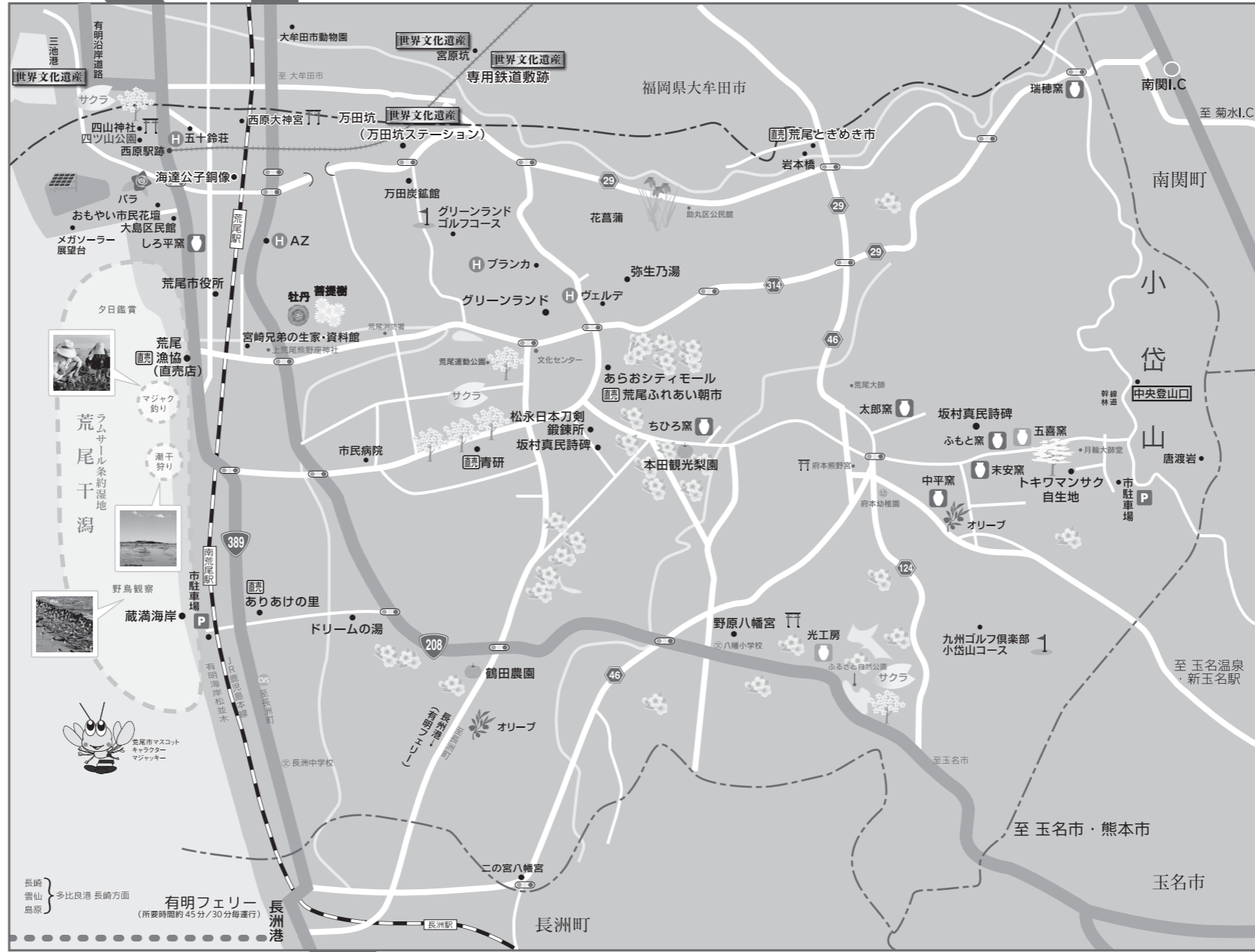
これらの資源を最大限に活かし、もうひとつの資源である「人」が知恵を出し合い、磨き上げることで、資源の背景にある物語を知り、活かし、つなぎ、それらを強く発信し、人を集め、楽しみながら交流を深めていく観光地域づくりの推進が、今後の観光振興の方向性であると考えます。

荒尾市観光よかところマップ

九州佐賀
国際空港まで **45 km**
(車で約 1 時間)

福岡市内まで **85 km**
(電車で約 1 時間)

南北
約 **7.5km**



島原 (多比良港) まで **14 km**
(フェリーで約 45 分)

熊本市内まで **45 km**
(車で約 1 時間)

東西
約 **10km**