

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

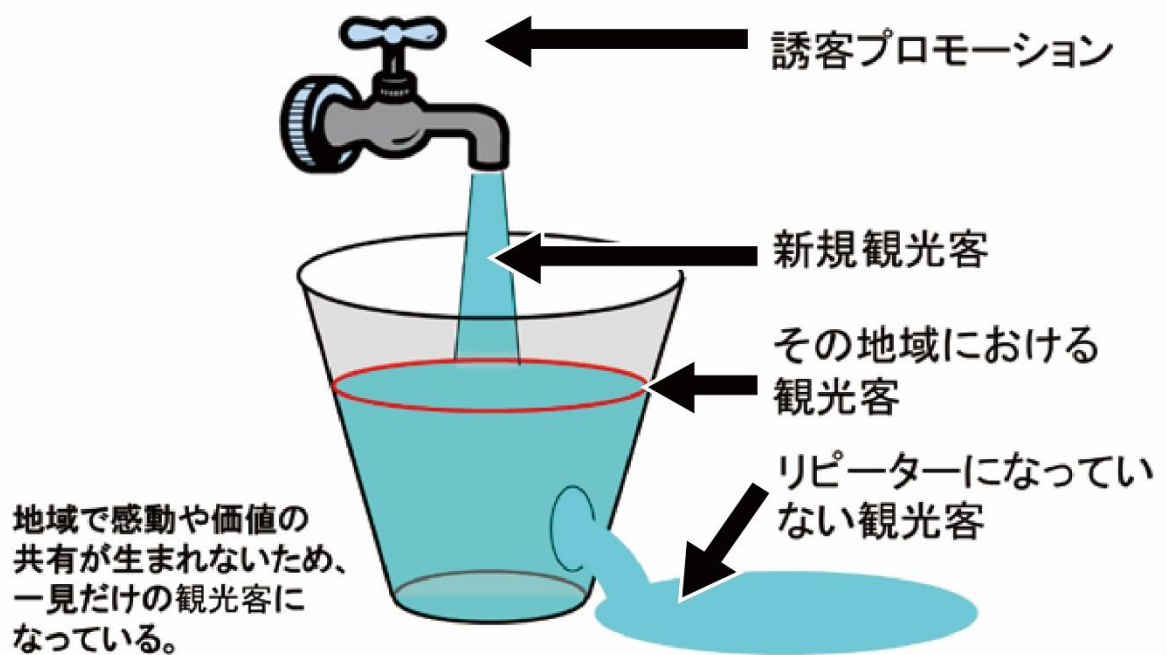
観光振興においては、集客や誘客など「地域の存在を知ってもらう」ことを重視する傾向にあります。

しかし、今後も縮小を続ける国内観光マーケットや、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、新規観光客を地域へ誘客し続けることは簡単ではありません。

また、誘客することばかりに比重が偏ってしまうため、本来必要な観光客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いと、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。そのための基本戦略は次のとおりです。

戦略①

荒尾市の資源を活かし感動や共感が得られる場をつくることで、リピーターや口コミを醸成するとともにファンを増やし、本市のファンとなった観光客が、地域の情報を積極的に収集することを促します。また、資源（魅力）のひとつである「人」がもてなしの心でお客様をお迎えすることで、よりいっそう魅力的な地域に変化していきます。

「内の魅力を増す視点」 → 「地域の魅力づくりにかかる戦略」

戦略②

荒尾市には世界文化遺産に登録された万田坑等やラムサール条約湿地に登録された荒尾干潟など、世界基準の資源があります。これらの他地域にない魅力（資源）に地域の人々が誇りを持ち、最大限に活かしていくことでいっそう魅力的なまちづくりを目指します。

「唯一無二の資源を活かす視点」

→ 「世界基準（万田坑・荒尾干潟等）の資源を活かす戦略」

戦略①②を進めていくことで

戦略③

荒尾市の発信したい魅力（資源）が揃うことで、誘客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集客イベント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」へ転換していくことです。縮小する国内の観光マーケットだけでなく、今後ますます増加していくインバウンド（訪日外国人旅行）においても、「地域の魅力づくりにかかる戦略」「世界基準の資源を活かす戦略」は、「誘客にかかる戦略」の効果を引き出すうえで必要不可欠です。

3. 荒尾市観光振興計画（第2期・H29～H33）の全体体系図

基本方針

基本戦略

荒尾の魅力(人と資源)を磨き上げる

地域の魅力づくりにかかる戦略

世界基準(万田坑・荒尾干潟等)の資源を活かす戦略

誘客にかかる戦略

基本施策

■観光商品づくり

(1) 荒尾の資源を活かした魅力ある観光商品づくり

■おもてなし向上

(2) おもてなしの向上

■観光基盤づくり

(3) 交通インフラ・観光サイン等・観光交流拠点(道の駅等)の整備

(4) 花や緑を活かした景観づくり

■観光人材の育成とネットワークづくり

(5) 機能性を持った観光地域づくり組織の構築

■プロモーション・誘致活動

(6) 戦略的なプロモーション

(7) 教育旅行誘致

(8) インバウンド(訪日外国人旅行)誘致

具体的な施策

- 世界文化遺産「万田坑等」を活かした旅行商品の造成
- 地域の特性を活かした旅行商品化
- 体験プログラムの磨き上げや新商品の開発
- 体験プログラムの商品力の検証
- 既存商品の磨き上げや新商品開発
- 地域商品の商品力の検証
- 世界文化遺産「万田坑等」における「おもてなし」研修会の開催
- 「おもてなし」研修会の開催
- 集客力向上に向けた調査
- 地域資源を知る勉強会の開催
- 世界文化遺産「万田坑等」を活かした2次交通の利用者の現状調査の実施
- 世界文化遺産「万田坑等」を活かした2次交通体系の利便性の向上
- 観光案内サインの整備
- 観光交流拠点(道の駅)の整備検討及び調査
- 観光交流拠点(荒尾干潟水鳥・湿地センター(仮称))の活用
- 花や緑を活かした景観づくりの実施
- 観光振興を牽引するリーダーの育成
- 観光協会の組織強化
- 一元的な受入組織の整備
- 福岡都市圏での物産展やPRの実施
- 東京都市圏での物産展の開催
- 市全体で取り組むプロモーション活動の充実
- 世界文化遺産「万田坑等」を活かしたプロモーションの充実
- 世界文化遺産「万田坑等」を活かしたプログラムの磨き上げや商品力の検証
- 営業活動
- インストラクターのスキルアップ
- 受入体制づくり
- 九州内の県・他市町村の取組調査
- 営業活動
- 訪日教育旅行の誘致
- 外国人旅行者へのおもてなしの向上
- 受入体制の整備

ビジョン

幸せを感じる

感動が生まれる

荒尾

4. 基本施策

観光商品づくり

基本施策（１）

荒尾の資源を活かした魅力ある観光商品づくり

本市には、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、体験プログラム・土産品・グルメ・イベント・ガイドサービスなど、さらに魅力ある観光商品をつくります。

また、観光商品の磨き上げや開発については、商品の主たるターゲットを明確にし、プロモーション（※）の手段など、販売方法についても包括的に取り組んでいきます。

【施策の内容】

●世界文化遺産「万田坑等」を活かした旅行商品の造成

世界文化遺産となった「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 3 市（大牟田市・宇城市・荒尾市）で連携し、ガイドのスキルアップや営業活動にも一体的に取り組み、関西地区へ向け広域ルートでの旅行商品造成を目指します。

●地域の特性を活かした旅行商品化

体験プログラムやイベント、ガイドサービスなど、地域の特性を活かしたテーマ性のあるコースによる商品づくりを行い、旅行会社へ売り込みをするなど旅行商品化を進めます。

●体験プログラムの磨き上げや新規プログラムの開発

荒尾市観光協会や関係団体等と一体となり、既存プログラムの磨き上げや、「食」を活かした新規プログラムの開発、受入体制の再構築など、着地型観光の集客力アップを図ります。また、関係者に向けて万田坑等・荒尾干潟・小代焼など、荒尾の豊富な地域資源を知るための勉強会や実地体験を定期的で開催し、荒尾の魅力の活かし方を学ぶことで、各プログラムの商品力アップを目指します。

●体験プログラムの商品力の検証

既存プログラムを磨き上げ、新しく開発されたプログラムにおいて、その後の検証も行い、観光商品の品質管理に努めます。

●既存商品の磨き上げや新商品の開発

関係者に向けて万田坑等・荒尾干潟・小代焼など、荒尾の豊富な地域資源を知るための勉強会やワークショップ（※）を定期的で開催し、荒尾の魅力の活かし方を学び、既存商品や「ご当地グルメ」の商品力アップや新商品の開発を目指します。

●地域商品の商品力の検証

既存商品を磨き上げ、新しく開発された地域商品において、その後の検証も行い、地域商品や「ご当地グルメ」の商品力や品質の管理に努めます。

◎：重要取組 ○：通常取組

施策名	スケジュール(年度)					事業主体	関係課	連携協力
	29	30	31	32	33			
世界文化遺産「万田坑等」を活かした旅行商品の造成	◎	◎	◎			産業振興課 観光協会	—	観光ガイド 宿泊施設
地域の特性を活かした旅行商品化	◎	◎	◎			産業振興課 観光協会	—	観光ガイド 宿泊施設
体験プログラムの磨き上げや新規プログラムの開発	◎	◎	◎			産業振興課 観光協会	環境保全課 農林水産課 くらしいき いき課	漁協、梨直売会 インストラクター 観光ガイド 地域の人々
体験プログラムの商品力の検証	○	○	○	○	○	産業振興課 観光協会	環境保全課 農林水産課 くらしいき いき課	漁協、梨直売会 インストラクター 観光ガイド 地域の人々
既存商品の磨き上げや新商品の開発	◎	◎	◎			産業振興課 観光協会 商工会議所	農林水産課	漁協、梨直売会 インストラクター 観光ガイド 飲食店組合
地域商品の商品力の検証	○	○	○	○	○	産業振興課 観光協会 商工会議所	農林水産課	漁協、梨直売会 インストラクター 観光ガイド 飲食店組合

※プロモーション

企業や行政などが商品の販売を促進するために行う活動のこと。

※ワークショップ

さまざまな立場の人々が参加して、共同作業により学びや創造、問題解決を行う手法のこと。

おもてなしの向上

基本施策（２） おもてなしの向上

観光産業がおもてなし産業といわれることに象徴されるように、今後の観光振興において、観光客と地域の人々との交流は、大きな鍵を握っています。すでに優れた観光地では、地域の人々のあいさつや親切な対応が、おもてなしのひとつになっています。

このような対応ができる地域の人々こそ、素晴らしい観光資源であり、これからの観光振興に欠かせない重要な存在です。

おもてなしにつながる交流は、地域の人々が観光客に荒尾の良さを伝えることで喜びを分かち合い、さらに荒尾を好きになるという良い循環が生まれることが期待され、そのことがより積極的なおもてなしの向上とリピーター（※）の創出にもつながっていくと考えられます。

実際、観光関係者で行ったワークショップの参加者からは「自分も含めて、地域の人が荒尾のことをあまり知らない。もっと知りたい。」との意見がありました。

そのため、観光関係者や地域の人々に、荒尾のことを改めて知ってもらう機会とおもてなしについて学ぶ機会をつくることで、おもてなしについての方向性と思いの共有に取り組み、観光客の満足度の向上やリピーターの創出、さらには新たな観光客の誘客を目指します。

また、世界文化遺産である万田坑等においても、「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）で連携したおもてなしの向上にも取り組み、さらなる誘客を目指します。

【施策の内容】

●世界文化遺産「万田坑等」におけるおもてなし研修会の開催

世界文化遺産となった「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 3 市（大牟田市・宇城市・荒尾市）で連携し、ガイドや施設スタッフ向けの研修会を開催し、エリア一体となったおもてなしの向上を図ります。

●おもてなし研修会の開催

観光関係者や地域の人々向けに研修会を開催し、観光関係者のスキルアップや地域の人々の学びの場を設けます。また、参加者同士の意見交換の場を設けることで認識の共有を図り、一丸となったおもてなしの向上を目指します。

●集客力向上にむけた調査

観光施設や宿泊施設における満足度調査（年1～2回程度）を実施し、その結果を活かして集客力の向上につなげます。

●地域資源を知る勉強会の開催

観光関係者や地域の人々向けに、荒尾の豊富な地域資源を知るための勉強会を定期的に開催。荒尾の魅力を知り、愛着を深めてもらうことで個々の情報発信力を高め、各メンバーの積極的な情報発信を目指します。

◎：重要取組 ○：通常取組

施策名	スケジュール(年度)					事業主体	関係課	連携協力
	29	30	31	32	33			
世界文化遺産「万田坑等」におけるおもてなし研修会の開催	◎	◎	◎	◎	◎	産業振興課 観光協会	—	観光ガイド 大牟田市 宇城市
おもてなし研修会の開催	◎	◎	◎	◎	◎	産業振興課 観光協会	環境保全課 農林水産課 くらしいき いき課 生涯学習課	漁協、梨直売会 インストラクター 観光ガイド 飲食店組合 地域の人々
集客力向上にむけた調査	○	○	○			産業振興課 観光協会	—	観光施設 宿泊施設
地域資源を知る勉強会の開催	○	○	○	○	○	産業振興課 観光協会	環境保全課 農林水産課 くらしいき いき課 生涯学習課	漁協、梨直売会 インストラクター 観光ガイド 飲食店組合 地域の人々

※リピーター

一度訪れた観光地や施設、店舗などに何度も足を運ぶ（リピートする）人のこと。

観光基盤づくり

基本施策（3）

交通インフラ（※）・観光サイン・観光交流拠点（道の駅等）の整備及び活用

地理に不慣れな観光客が世界文化遺産となった万田坑等やラムサール条約湿地に登録された荒尾干潟などの資源を快適に周遊してもらうために、公共交通によるアクセス環境や観光案内サインによる誘導設備の整備を進めるとともに、社会基盤整備も行います。

また、観光振興においては、地域の人々と観光客、農水産物などの生産者と消費者が交流できる場づくりが重要であり、本市においても地域産品が購入でき、生産者の顔が見え、地域の食文化等も体験できるような交流拠点が必要です。そのため、県内外の人が集う魅力的な観光交流の拠点づくりや拠点を活用した取組を展開し、地域経済の活性化を図ります。

【施策の内容】

●世界文化遺産「万田坑等」を活かした二次交通利用者の現状調査の実施

今後の利便性向上を目指し、交通事業者と連携して二次交通の利用客の現状を調査します。

●世界文化遺産「万田坑等」を活かした二次交通体系の利便性の向上

本市の陸の玄関である荒尾駅から、世界文化遺産となった万田坑等やラムサール条約登録湿地となった荒尾干潟などの市内各観光拠点への二次交通の利便性を高める方策を検討します。

●観光案内サインの整備

観光客が見やすく、分かりやすいデザインに統一するなど、国や県とも連携しながら、改修等も含めた観光案内サインの充実を図っていきます。

●観光交流拠点（道の駅）の整備検討及び調査

観光交流拠点（道の駅）の整備について、近隣地域の事例や市内ニーズ把握、生活活動実態などの現状調査を行います。また、関係者による検討会を開催し、どのような観光交流拠点にしていくべきか、整備における基本的な方向性についても検討します。

●観光交流拠点（荒尾干潟水鳥・湿地センター（仮称））の活用

観光交流拠点（荒尾干潟水鳥・湿地センター（仮称））として、地域の人々や観光客が交流でき、県内外からの教育旅行などでも活用できるよう取り組んでいきます。

◎：重要取組 ○：通常取組

施策名	スケジュール(年度)					事業主体	関係課	連携協力
	29	30	31	32	33			
世界文化遺産「万田坑等」を活かした二次交通利用者の現状調査の実施	◎					政策企画課 産業振興課	—	観光協会 荒尾駅 産交バス 西鉄バス
世界文化遺産「万田坑等」を活かした二次交通体系の利便性の向上	○	○	○	○	○	政策企画課 産業振興課	—	観光協会 荒尾駅 産交バス 西鉄バス
観光案内サインの整備	○	○	○	○	○	産業振興課	土木課	熊本県 他市町
観光交流拠点（道の駅）整備検討及び調査	○	○	○	○	○	農林水産課 産業振興課	都市計画課	観光協会 商工会議所 漁協、JA 飲食店組合
観光交流拠点（荒尾干潟水鳥・湿地センター（仮称））の活用			○	○	○	環境保全課 産業振興課	—	観光協会 漁協 観光ガイド 地域の人々

※交通インフラ

インフラとは基盤となる設備や施設。交通インフラとは、交通に係る基盤設備や施設のこと。

基本施策（４）

花や緑を活かした景観づくり

花や緑は、四季を彩るとともに、観光客の目を楽しませ、また観光客の心を和ませることで「ここはいいところだ」と感じてもらえるといったおもてなしのひとつになるものです。

そのため、幹線道路を中心に県関連部署とも連携を図り、ボランティア団体や地域の人々とともに、花や緑を活かした魅力ある町並みの景観づくりを行い、生活環境と調和したまちづくりを目指します。

【施策の内容】

●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地域の人々とともに取り組みます。

◎：重要取組 ○：通常取組

施策名	スケジュール(年度)					事業主体	関係課	連携協力
	29	30	31	32	33			
花や緑を活かした景観づくりの実施	○	○	○	○	○	くらしいきいき課 産業振興課	—	熊本県 花いっぱい推進協議会 地区協議会 元気づくり委員会 地域の人々

人材の育成とネットワークづくり

基本施策（５）

機能性を持った観光地域づくり組織の構築

「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。観光地域づくりで成功するためには、多くの観光客を地域に呼び込み、地域一体となった魅力的な観光地域づくりが必要ですが、そのためには、観光ガイドや体験プログラムの申込み、情報発信やプロモーションなどを一元的に行なうことで観光客に満足してもらえるサービスを提供できる組織の整備が求められます。

そのため、本市の観光振興の要となる観光協会を中心に据え、観光関係者や地域の人々からも今後の観光振興を牽引し、観光地域づくりの推進を担うリーダーの育成を行います。

【施策の内容】

●観光振興を牽引するリーダーの育成

観光協会職員を中心に、各分野で熱意を持って地域のために活動する人々をプロデューサー（※）的人材に育成し、地域一体となった観光振興を目指します。

●観光協会の組織強化

本市との関係性が深く、広域でも連携している大牟田市等への視察研修や業務連携などにより、協会職員のスキルアップや組織の強化を図ります。

●一元的な受入組織の整備

個々の事業者が、それぞれの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、観光協会などの組織や地域の幅広い関係者が連携して、地域全体が一体となって観光客を迎え入れるような組織づくりを推進します。また、他の市町と連携し、マーケティングや地域マネジメントを行うことにより観光地域づくりを担う組織（DMO）（※）についても、検討していきます。

◎：重要取組 ○：通常取組

施策名	スケジュール(年度)					事業主体	関係課	連携協力
	29	30	31	32	33			
観光振興を牽引するリーダーの育成	◎	◎	◎	◎	◎	産業振興課 観光協会	環境保全課 農林水産課 くらしいき いき課	漁協、梨直売会 インストラクター 観光ガイド 飲食店組合 地域の人々
観光協会の組織強化	◎	◎	◎			産業振興課 観光協会	—	他市町 他市町観光協会
一元的な受入組織の整備	○	○	◎	◎	◎	産業振興課 観光協会	—	—

※プロデューサー

元々は、映画やテレビ番組などの制作全体を統括する職務。転じて特定の分野でのそれを指す職務のこと。

※DMO

DMOとは、「Destination Management/Marketing Organization」の略称であり、観光地域づくりを持続的戦略的に推進し、牽引する専門性の高い組織・機能のこと。

プロモーション・誘致活動

基本施策（6）

戦略的なプロモーション

九州新幹線の全線開通以降、九州全体への集客力が向上している中、国内外から多くの観光客が訪れる福岡都市圏において、本市のプロモーションの一環として、熊本県福岡事務所と連携を図り、継続的に物産展を開催しています。この物産展では地域製品の販売や観光 PR での情報発信だけでなく、本市への誘客にもつながるような取組も行っており、実績にも反映されていることから今後も引き続き取り組んでいきます。

東京都市圏においては、本市関連企業の協力のもと、熊本県東京事務所と連携しながら観光物産展を開催し、メディア等も活用した情報発信を強化するとともに、本市のファンづくりを行っていきます。

また、本市や地域おこし協力隊が運営するフェイスブックやインスタグラムなどの SNS(※)や、各種メディアを活用し、本市観光資源の情報発信の充実も図ります。

【施策の内容】

●福岡都市圏での物産展や観光 PR の実施

福岡都市圏における物産展を継続的に開催し、メディアを活用した観光 PR も行い、毎年同じ時期に同じ場所で開催することで認知度を向上させていきます。

●東京都市圏での観光物産展の開催

東京都市圏における観光物産展を継続的に開催し、本市関連企業や県との連携を図りながら、メディアを活用した PR も行います。また、継続して開催することで認知度を向上させ、満足いただけるような商品ラインナップでお迎えし、毎年の開催を期待してもらえるよう、さらには荒尾のファンになってもらえるよう取り組んでいきます。

●市全体で取り組むプロモーション活動の充実

フェイスブックやインスタグラムなどの SNS や各種メディアを活用し、本市全体で観光情報発信の充実を図ります。

●世界文化遺産「万田坑等」を活かしたプロモーション活動の充実

世界文化遺産「万田坑等」を活かし、SNS や各種メディアによる情報発信の充実を図ります。

◎：重要取組 ○：通常取組

施策名	スケジュール(年度)					事業主体	関係課	連携協力
	29	30	31	32	33			
福岡都市圏での物産展や観光PRの実施	○	○	○	○	○	産業振興課 農林水産課 観光協会	—	熊本県 JA 梨直売会
東京都市圏での観光物産展の開催	○	○	○	○	○	産業振興課 観光協会	農林水産課	熊本県 関連企業 JA 梨直売会
市全体で取り組むプロモーション活動の充実	○	○	○	○	○	秘書広報課 産業振興課	—	熊本県
世界文化遺産「万田坑等」を活かしたプロモーション活動の充実	○	○	○	○	○	秘書広報課 産業振興課	—	熊本県

※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、コミュニティ型のウェブサービス。友人・知人間のコミュニケーションを円滑にするもの。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。

インスタグラムは、写真や動画の共有に特化したソーシャルネットワーキングサービス（SNS）のこと。

基本施策（7） 教育旅行誘致

教育旅行の中でも、景気に左右されにくく、旅行単価も比較的高い修学旅行については、関西・中国地区を重点地域として、大牟田市や長洲町、南関町と広域で連携しながら、誘致を行っており、実績にも反映されていることから引き続き積極的な誘致活動を行います。

世界文化遺産となった万田坑等やラムサール条約登録湿地となった荒尾干潟を活かし、現代の修学旅行で主体となっている体験プログラムの充実を図り、明確なターゲットを設定して効果的な営業活動を行い、変化するニーズを的確に捉えた戦略的な誘致を進めます。

【施策の内容】

●世界文化遺産「万田坑等」を活かしたプログラムの磨き上げや商品力の検証
インストラクター（※）や関係者向けの研修会を開催し、教育旅行の現状をふまえた「学校や学生目線」でのプログラム内容へ見直しを図るなど、学校や旅行会社に対してさらに魅力的なプログラムとなるよう磨き上げます。

また、磨き上げたプログラムにおいても検証を常に行い、品質管理に努めます。

●営業活動

関西・中国地区をターゲットに、学校や旅行会社を訪問し、売り込みを行うとともに、教育現場の現状や教育旅行の動向など最新情報の収集を行い、プログラム内容にも反映させていきます。また、学校や旅行会社が訪れる教育旅行の下見は、実際に現地を見て直接体験してもらえる大きな営業チャンスであるため、他市町と連携しながらできるだけ多くの資源を体験できるよう取り組みます。

●インストラクターのスキルアップ

学生と直接的に関わるインストラクター向けに研修会を開催し、インストラクターのスキルアップやおもてなしの向上を図ります。

●受入態勢づくり

体験プログラムのインストラクターや関係者向けに、研修会や教育旅行の最新情報をふまえた営業報告会を開催し、学校のニーズを把握するとともに意識向上を図り、関係者一体となった受入態勢づくりを進めます。

◎：重要取組 ○：通常取組

施策名	スケジュール(年度)					事業主体	関係課	連携協力
	29	30	31	32	33			
世界文化遺産「万田坑等」を活かしたプログラムの磨き上げや商品力の検証	○	○	○	○	○	産業振興課 観光協会	環境保全課 農林水産課	漁協 インストラクター 観光ガイド 干潟ガイド
営業活動	○	○	○	○	○	産業振興課 観光協会	—	広域連携している市町
インストラクターのスキルアップ	○	○	○	○	○	産業振興課 観光協会	環境保全課 農林水産課	漁協 インストラクター 観光ガイド 干潟ガイド
受入態勢づくり	○	○	○	○	○	産業振興課 観光協会	—	漁協 インストラクター 観光ガイド 干潟ガイド

※インストラクター

特定の分野でさまざまな教育や指導を行う指導員のこと。

基本施策（８）

インバウンド（訪日外国人旅行）誘致

日本は人口減少社会に突入しており、国内観光の旅行者も減少傾向にあるため、現在増加しているインバウンド（※）の誘致は大変重要です。

しかし、インバウンドに取り組むためには、外国人がスムーズに観光するための多言語対応や受入環境の整備、地域一体となったプロモーションなどが求められ、その取組もターゲットにする国々で異なるといったことがあげられます。

そのような中、国は「2020年東京オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興において、地方へのインバウンド誘致をさらに強化していくことが想定されます。

現在、博多港や八代港等には多くの外国人旅行者が大型客船で寄港していますが、上陸後のツアーにおいては、日帰りであるため輸送費や滞在時間の関係から、本市は旅行会社のツアー候補の条件を満たしておらず、来訪につながっていない状況です。

そのため、今後はどのような国の人々をターゲットとするかについても分析・検討するとともに、市内施設の受入環境の現状もふまえながら、国の補助金を活用するなどし、インバウンドの誘致を図ります。

世界文化遺産「万田坑等」を活用したコースや、宮崎兄弟に代表される日中友好を軸としたコース、また訪日教育旅行を含めた外国人旅行者のニーズに対応したコース造成など、九州内の各自治体との広域連携も図り取組を進めていきます。

【施策の内容】

●九州内の県・他市町の取組調査

外国人旅行者はかなり広範囲で移動するため、インバウンド対応においては広域的な連携でのプロモーションが重要です。そのため、九州内の県や各市町の取組状況などを調査し、活用できる補助金の情報収集や今後の連携もふまえ情報共有を図ります。

●営業活動

県や他市町等と連携し、国や県等が主催する商談会などに参加し、売り込みを行うとともに、外国人旅行者の現状や動向など現地の旅行会社の最新情報の収集も行います。

●訪日教育旅行の誘致

県や他市町等と連携し、中国本土や香港、台湾、韓国等からの訪日教育旅行の誘致を目指し、留学生対象のモニターツアー等を実施。ツアー参加者の意見をふまえ、体験や交流プログラム等のコース設定を検討します。また、モニターツア

一をふまえ、本地域を視察する学校や旅行会社には、ニーズに沿った学校交流やルート提案を行います。

●外国人旅行者へのおもてなしの向上

国や県等が主催する外国人旅行者向けおもてなし講座などへの観光関係者の積極的な参加を図ります。

●受入体制の整備

外国人旅行者にも分かりやすい飲食店等の料理メニュー表の制作や多言語による観光情報発信ツールを整備します。

◎：重要取組 ○：通常取組

施策名	スケジュール(年度)					事業主体	関係課	連携協力
	29	30	31	32	33			
九州内の県・他市町村の取組調査	◎	○	○	○	○	産業振興課 観光協会	—	—
営業活動		◎	◎	◎	◎	産業振興課 観光協会	—	熊本県 九州内の県市町 九州観光推進機構
訪日教育旅行の誘致	○	○	○	○	○	産業振興課 観光協会	政策企画課 教育振興課 生涯学習課	熊本県 熊本県観光連盟 九州観光推進機構 宿泊施設 飲食店組合
外国人旅行者へのおもてなしの向上	○	○	○	○	○	産業振興課 観光協会 商工会議所	—	熊本県 熊本県観光連盟 宿泊施設 飲食店組合
受入体制の整備		○	○	○	○	産業振興課 観光協会 商工会議所	—	宿泊施設 飲食店組合

※インバウンド

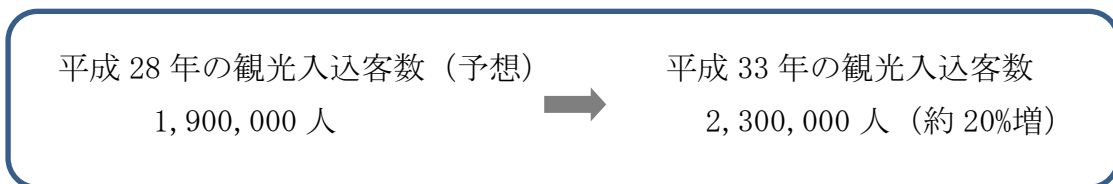
外国人の訪日旅行のこと。日本人が外国に行く海外旅行をアウトバウンドという。

5. 目標(成果指標)

本計画による施策を推進し、本市が行政・観光関係者・地域の人々など総合力を発揮して目標(成果指標)の達成を目指します。

【成果指標】

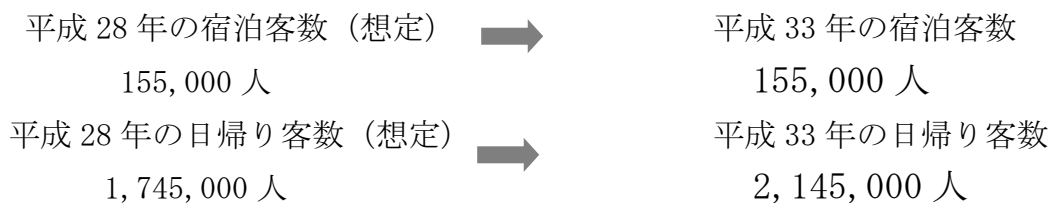
本計画を推進することによって、5年後の平成33年には観光入込客数2,300,000人を目指します。



※平成28年4月の熊本地震による観光入込客数減少を加味しています。

(参考) 新・第5次荒尾市総合計画 平成31年 2,200,000人

本指標の達成にむけ、宿泊客数・日帰り客数を以下の目標値とし、平成28年(想定)より約20%の増加を図ります。



※成果指標について：平成28年の想定を算出し、本市の現状と施策による効果をふまえた平成33年の目標値です。施策による効果から約20%増の見込数となります。