

第 3 期荒尾市観光振興計画(仮称)の 策定に係る調査結果まとめ

令和 3 年 2 月 25 日

荒尾市観光振興計画策定等委員会資料

目 次

第1部 調査の実施概要	1
1 調査の目的と調査手法	1
(1) 調査の目的	1
(2) 調査手法	1
第2部 各調査結果の概要	2
1 統計データ等整理	2
(1) 日本人の国内旅行	2
(2) 訪日外国人旅行	8
(3) 教育旅行	13
2 県パラメータ調査再集計	16
(1) 来訪者の居住地	16
(2) 来訪者の年齢層	16
(3) 訪問回数	17
(4) 今回の旅行に関する情報源	17
3 インターネット調査	18
(1) 観光・レジャーの頻度	19
(2) 観光・レジャーの動機	21
(3) 観光・レジャー先を決める際の情報源	23
(4) 行ってみたい観光のタイプ	24
(5) 出張やビジネス利用で旅行をする場合に楽しみたいこと	25
(6) 荒尾市内の各観光スポットへの来訪経験と意向・認知度	26
(7) 荒尾市内のおすすめスポット・場所	36
(8) コロナでの観光に関する考え方	37
4 SNS 投稿分析調査	38
(1) 観光スポット等に対する投稿把握	39
(2) 新たな誘客スポット、観光資源発掘	48
5 事業者等ヒアリング調査	51
(1) ヒアリング内容のまとめ	51
6 旅行業者ヒアリング調査	52
(1) 個人・法人・教育旅行等、近年の旅行動向	52
(2) 荒尾市内の観光コンテンツに対する評価	53
(3) コロナ禍での旅行動向	53
7 FAM トリップによる調査	54
(1) 万田坑・まるごとあらお物産館・お好み焼き屋	54
(2) 観光梨園	54
(3) 荒尾干潟	55
(4) 四山神社	55
(5) 小岱山	55
8 モニターツアーによる調査	56
(1) 荒尾干潟水鳥・湿地センター	56
(2) Ristorante 中川オーブ農園	56
(3) まるごとあらお物産館	56

第1部 調査の実施概要

1 調査の目的と調査手法

(1) 調査の目的

「第3期荒尾市観光振興計画(仮称)」の策定に向け、観光分野における本市の課題や特徴を整理・分析するとともに、地域資源のポテンシャル等について様々な視点から検証し、今後の活用の方方向性を明らかにすることを目的に、各種調査を実施した。

(2) 調査手法

	手法	主な目的
①	統計データ等整理	日本人の国内旅行や訪日旅行、熊本県や荒尾市への旅行に関する統計的なデータ（旅行者数や形態、旅行単価など）を把握する。
②	県パラメータ調査再集計 ※県内観光地点での聞取調査	荒尾市の主要観光スポットである「グリーンランド」と「万田坑」に来訪する観光客の属性（居住地や年齢層）や旅行形態などを把握する。
③	インターネット調査	九州に居住する者について、観光全般に関する動向（観光の動機や同行者、情報源など）やニーズ、荒尾市内の観光スポットへの評価などを把握する。
④	SNS 投稿分析調査	SNS での投稿やコメントから、荒尾市内の観光スポットや観光資源に対する評価などを把握する。
⑤	事業者等ヒアリング調査	荒尾市内の宿泊施設及び主要観光施設を運営する事業者等が、誘客や情報発信等に関して抱えている課題や今後の取組みの方向性を把握する。
⑥	旅行業者ヒアリング調査	九州全体における個人・法人・教育旅行等の近年の動向や、荒尾市内の観光コンテンツに対する評価、コロナ禍での旅行動向などを把握する。
⑦	FAM トリップによる調査	メディアや旅行会社を荒尾市内の観光スポットに招請し、実際の体験を踏まえた意見交換をすることで、メディア掲載の可能性や旅行商品化の可能性を含め、誘客に向けた課題の洗い出しを行う。
⑧	モニターツアーによる調査	荒尾干潟水鳥・湿地センターの開館に当たり、メディアや旅行会社を招請し、情報発信や旅行商品化に向けた課題等について意見交換を行う。

第2部 各調査結果の概要

1 統計データ等整理

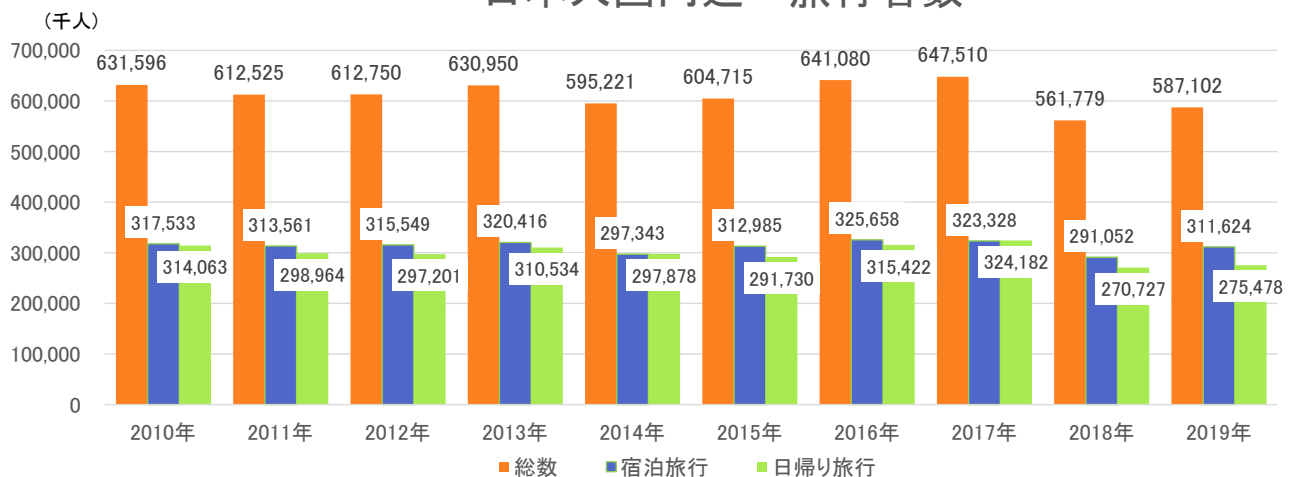
(1) 日本人の国内旅行

(1.1) 全国的な状況

① 日本人国内延べ旅行者数

日本人国内延べ旅行者数は、2017年までは増加傾向で推移しており、2018年は豪雨、地震等の災害が相次いだことや、台風や猛暑等の天候要因の影響などにより一度落ち込みを見せたが、2019年は、改元に伴いゴールデンウィークが10連休であったことなどもあり、増加に転じている。2018年の旅行者数は延べ5億8710万人で、うち、宿泊旅行が3億1162万人、日帰り旅行が2億7547万人となっている。

日本人国内延べ旅行者数

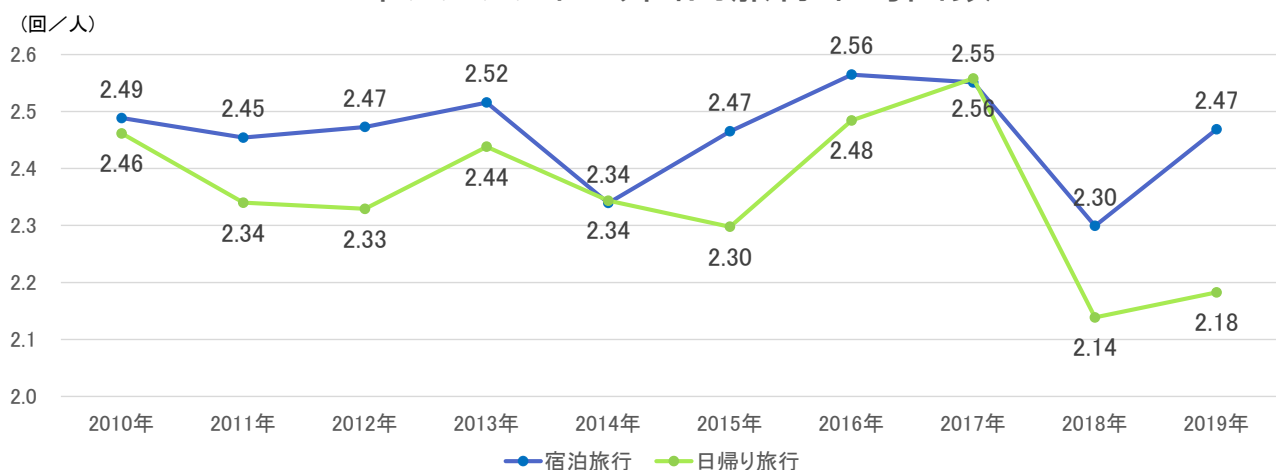


資料：観光庁旅行・観光消費動向調査 年報

② 日本人1人当たり国内旅行平均回数

日本人1人当たり国内旅行平均回数は、2019年で宿泊旅行が2.47回、日帰り旅行が2.18回。直近10年間では、宿泊・日帰りとも概ね2.5回程度で推移している。

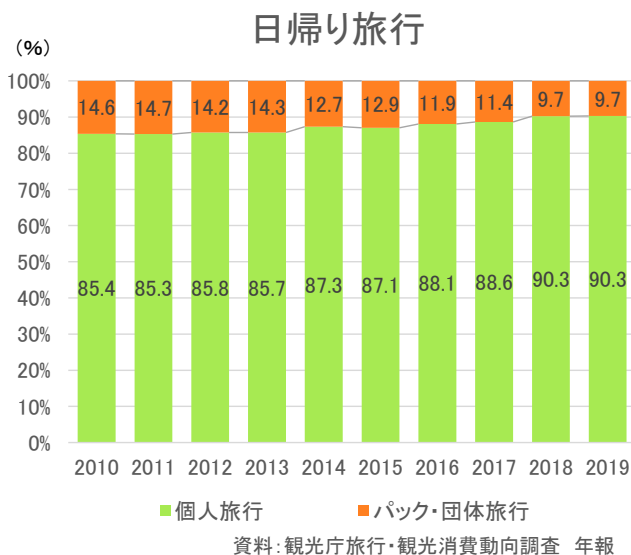
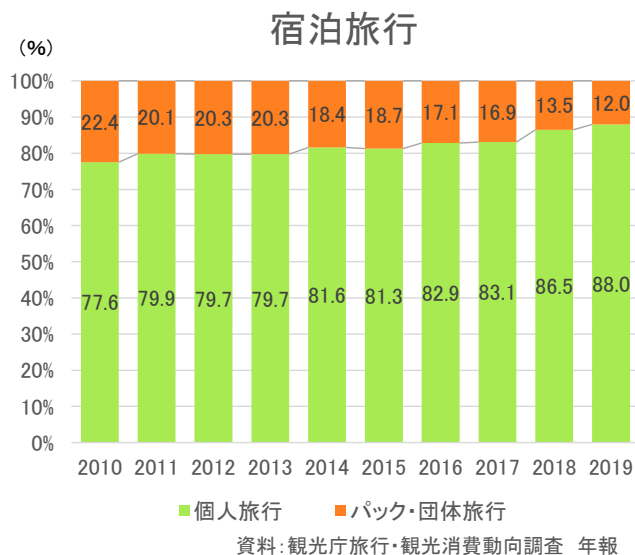
日本人1人当たり国内旅行平均回数



資料：観光庁旅行・観光消費動向調査 年報

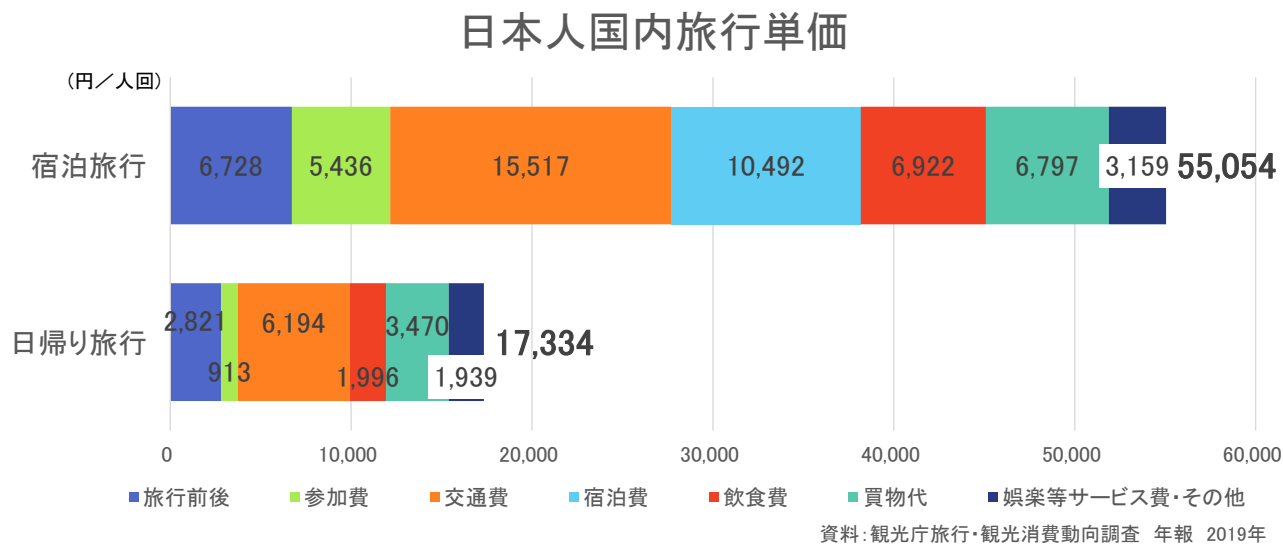
③ 日本人国内旅行の形態

宿泊旅行の形態は、2019 年では「個人旅行」が **88.0%**、「パック・団体旅行」が **12.0%**で、年々個人旅行の割合が増加している。日帰り旅行の形態も同様に、「個人旅行」が 90.3%を占める。



④ 日本人国内旅行単価

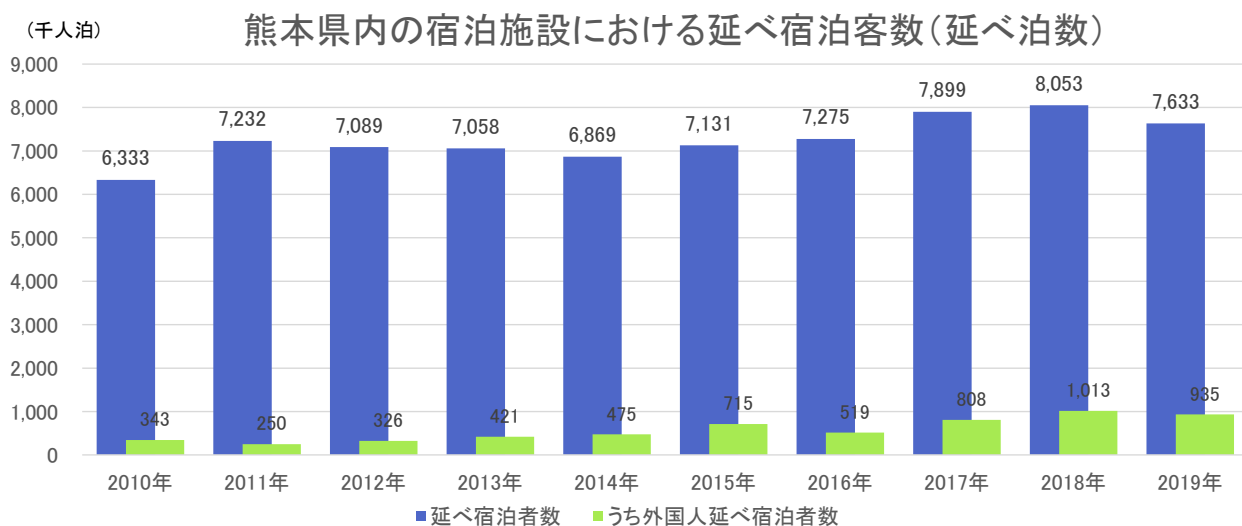
1 回当たりの国内旅行単価（2019 年）は、宿泊旅行では 55,054 円、日帰り旅行では 17,334 円となっている。宿泊旅行においては、「交通費」及び「宿泊費」、「飲食費」の占める割合が大きくなっている。



(1.2) 熊本県の状況

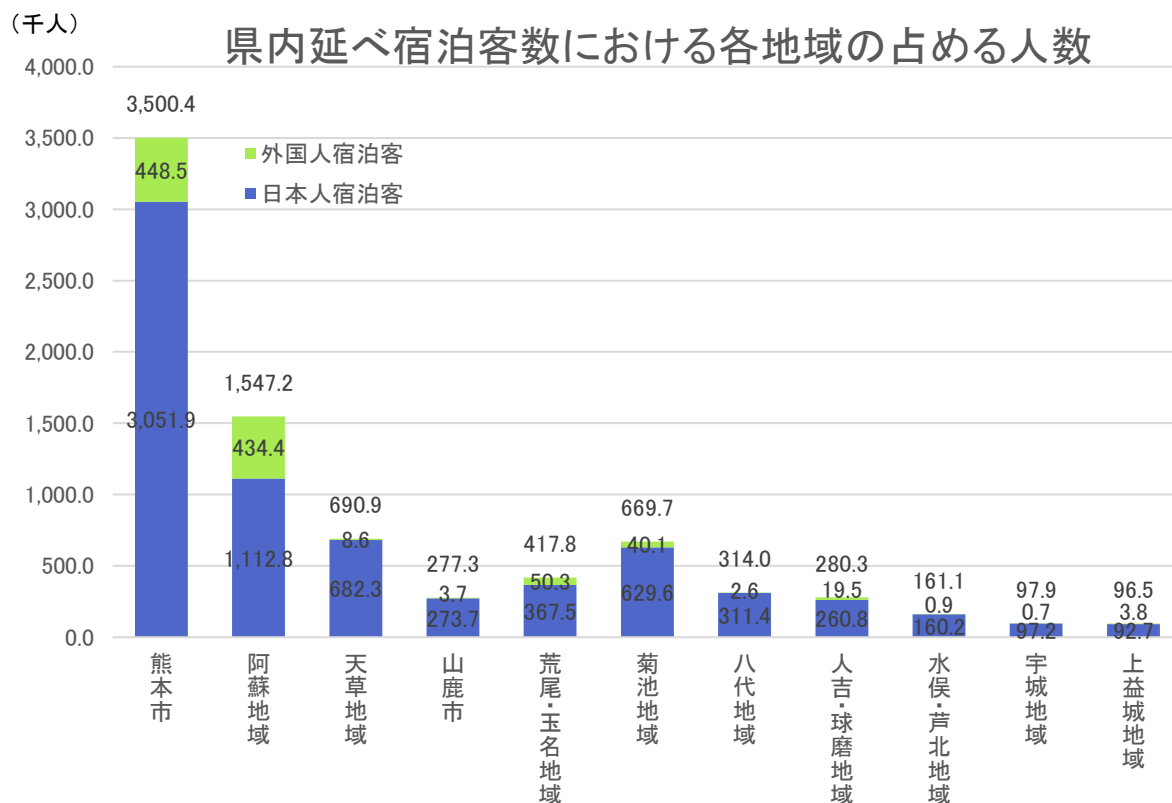
① 熊本県内の宿泊施設における延べ宿泊者数（延べ泊数）

2016 年 4 月に発生した熊本地震以降、観光関連施設をはじめ交通インフラの復興が着々と進み、延べ宿泊者数（延べ泊数）は、**2018 年では 800 万泊**を超え、**外国人も 100 万泊**を超えている。



② 県内延べ宿泊客数における各地域の占める人数

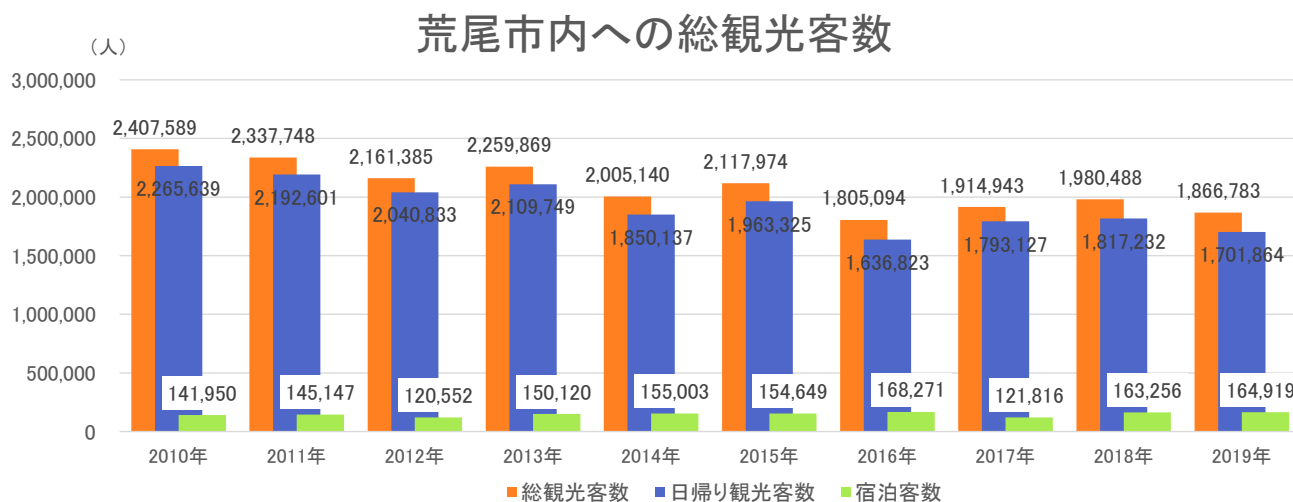
熊本市が全体の 43.5%、阿蘇地域が 19.2%を占める。**荒尾・玉名地域は 5.2%**。外国人の延べ宿泊客数は、熊本市、阿蘇地域が大半を占める。



(1.3) 荒尾市の状況

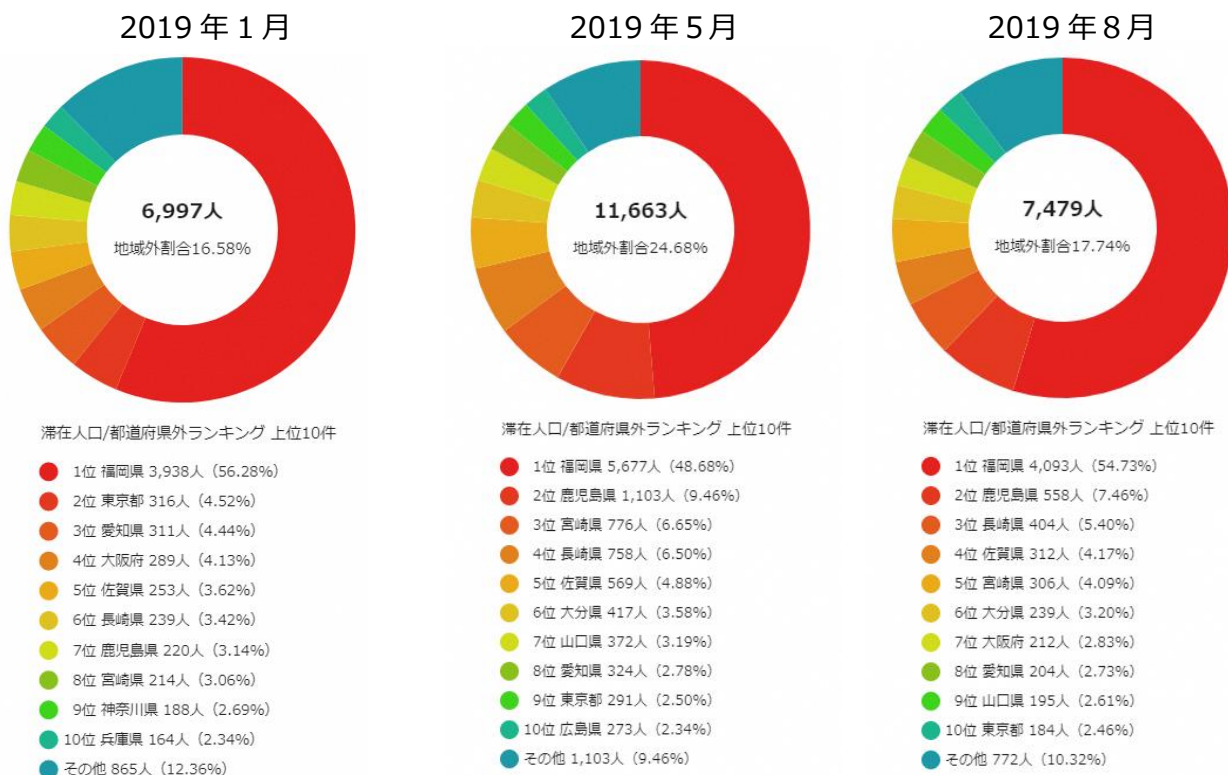
① 荒尾市内への総観光客数

総観光客数は **2019 年が 186 万人**。熊本地震以降、回復傾向にあったが、近年は 200 万人を下回る状況が続いている。内訳は、日帰り観光客数が 170 万人、宿泊客数が 16 万人で、**日帰り観光客が全体の 91.2%**を占める。



② 荒尾市内への県外からの滞在人口

県外からの滞在人口は福岡県が最も多く、5月、8月では、鹿児島県や長崎県などの九州圏内が続いている。



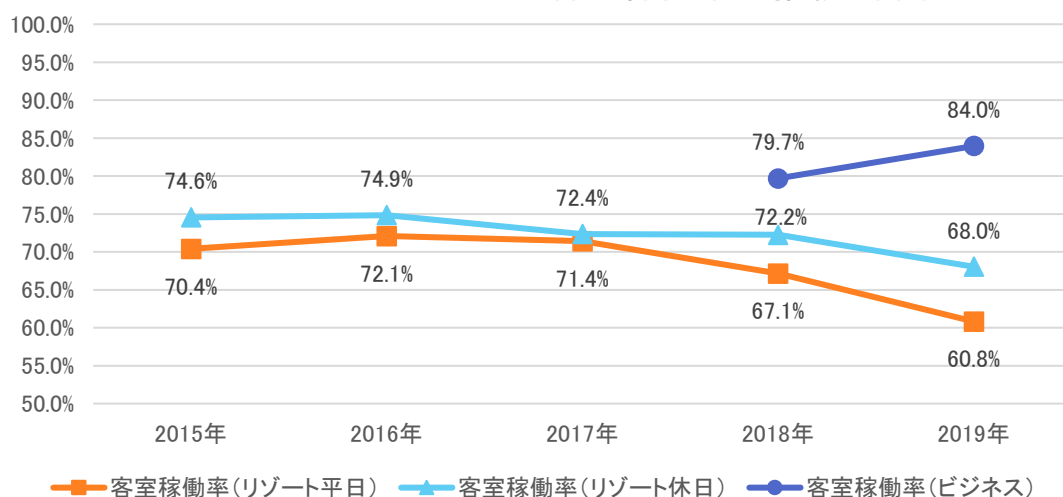
資料: RESAS 地域経済分析システム(休日、14 時の状況)

③ 市内宿泊施設の客室稼働率

年間での客室稼働率の推移をみると、リゾートホテルの平日は 2017 年までは 70% 台を推移しているが、**近年は低下傾向**にある。休日は 2018 年までは 70% 台を推移しているが、**2019 年には 70% を割り込み、以降低下傾向**にある。ビジネスホテルでは、**2019 年で 84.0%**とリゾートホテルと比べ高い水準となっている。

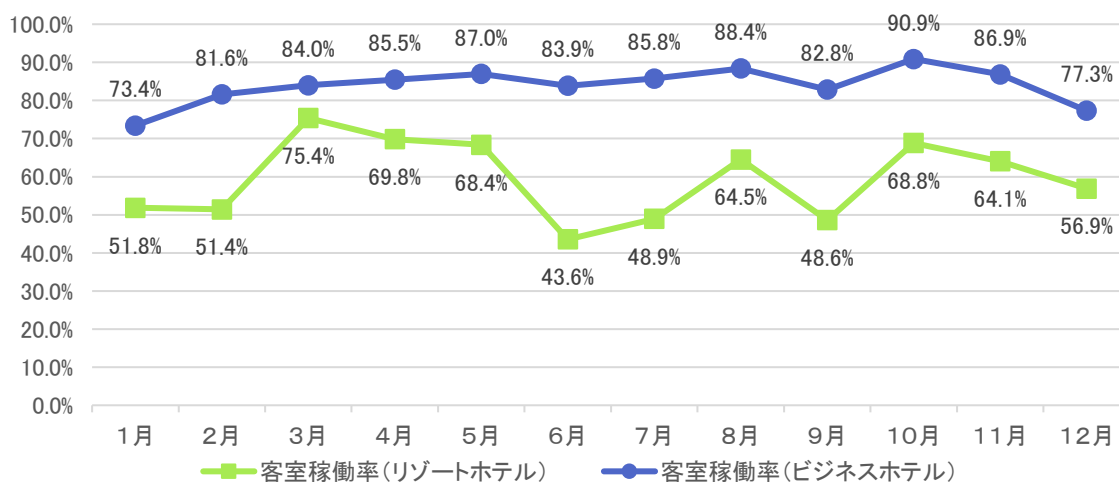
月別にみると、リゾートホテルは、大型連休等がある 3 月～5 月、8 月、10 月の稼働率は高くなっているが、6 月、9 月は低く、**月によるばらつきがみられる**。ビジネスホテルは、リゾートホテルと比べ月によるばらつきが少なく、**安定して高水準**となっている。

リゾート・ビジネスホテル別客室稼働率の推移(年間)



※リゾートホテルの「平日・休日」については、暦上のものではなく、宿泊施設において設定した区分による。
資料：荒尾市観光統計表

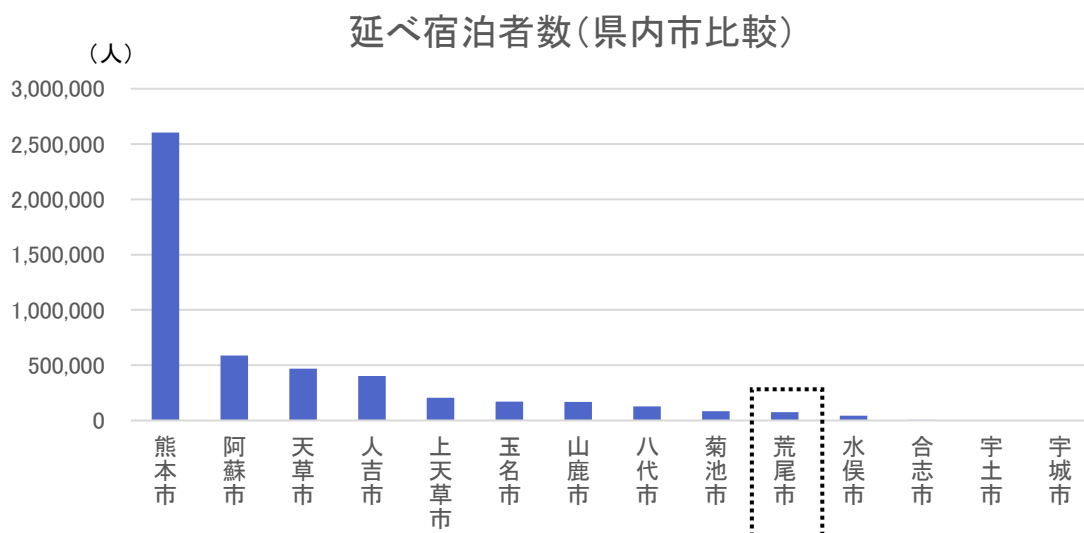
リゾート・ビジネスホテル別客室稼働率の推移(2019年月別)



資料：荒尾市観光統計表

④ 近隣自治体との延べ宿泊者数の比較（2019 年）

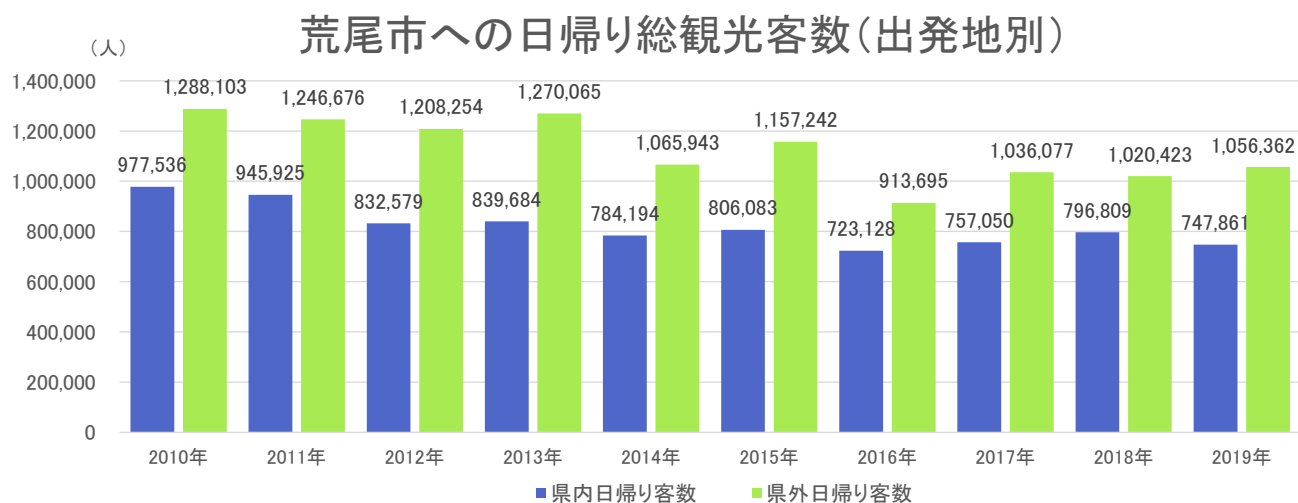
延べ宿泊者数は、**熊本市が最も多く**、次いで**阿蘇市、天草市**と続いている。本市は、県内の市と比べ**宿泊者数が少ない**状況である。



資料: RESAS 地域経済分析システム

⑤ 荒尾市への日帰り総観光客数（出発地別）

日帰り観光客数は、2019 年が県内からの来訪者が 74 万人、県外からの来訪者が 105 万人で、**県外が全体の 56.6%**を占める。



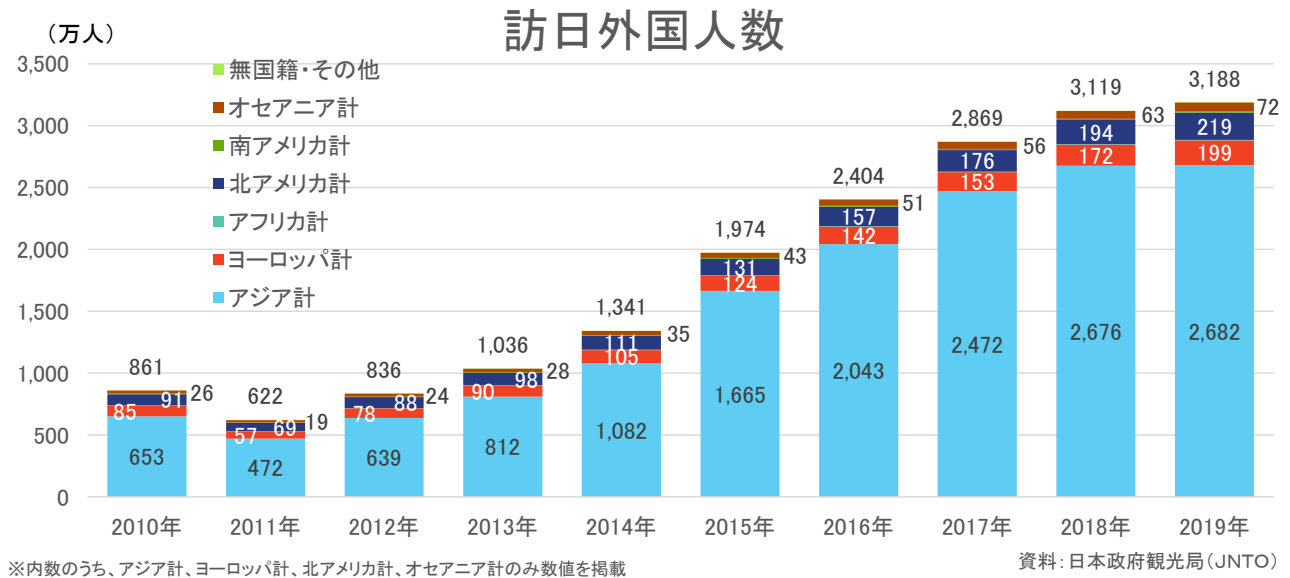
資料: 荒尾市産業振興課

(2) 訪日外国人旅行

(2.1) 全国的な状況

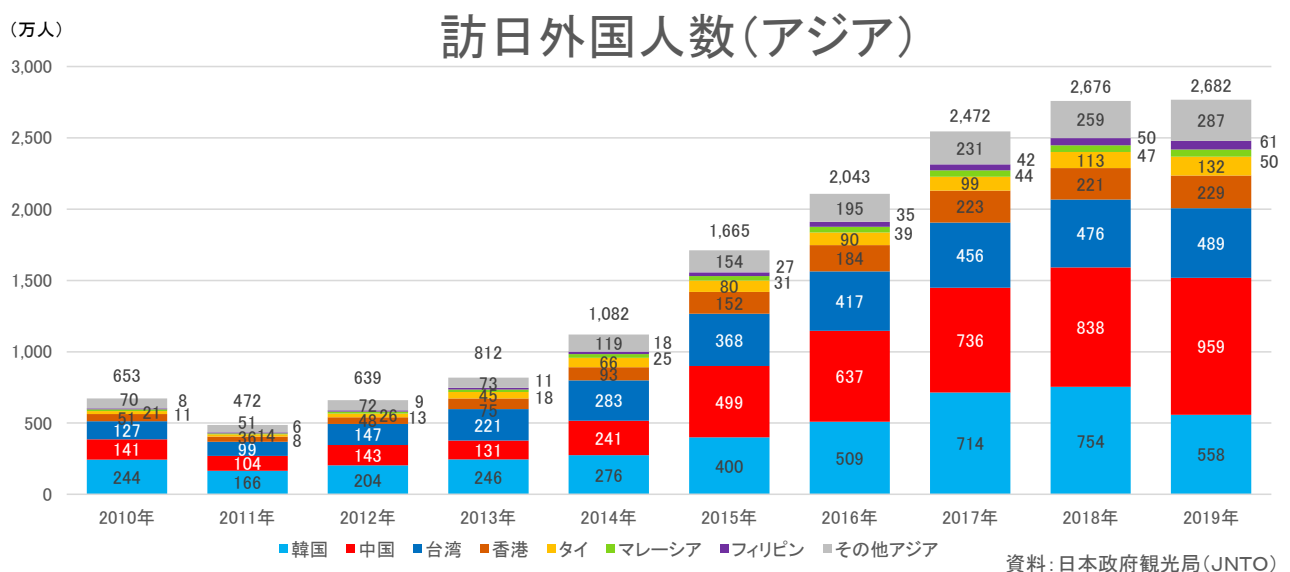
① 訪日外国人数

訪日外国人数は、**2019 年では 3,188 万人**。地域別では、**アジアが 2,682 万人で全体の 84.1%**を占める。



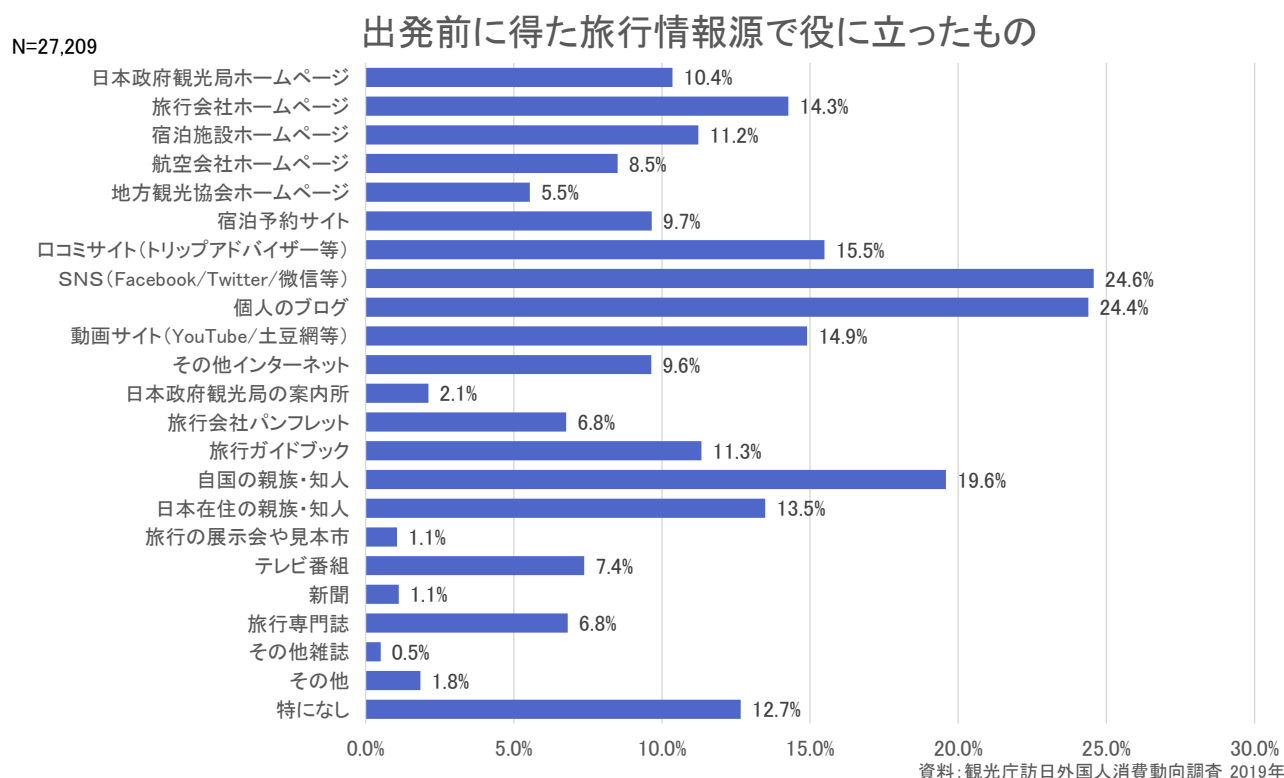
② 訪日外国人数（アジア）

訪日外国人数をアジアの国別で見ると、**2019 年では中国が 959 万人、韓国が 558 万人、台湾が 489 万人で全体の 74.8%**を占める。



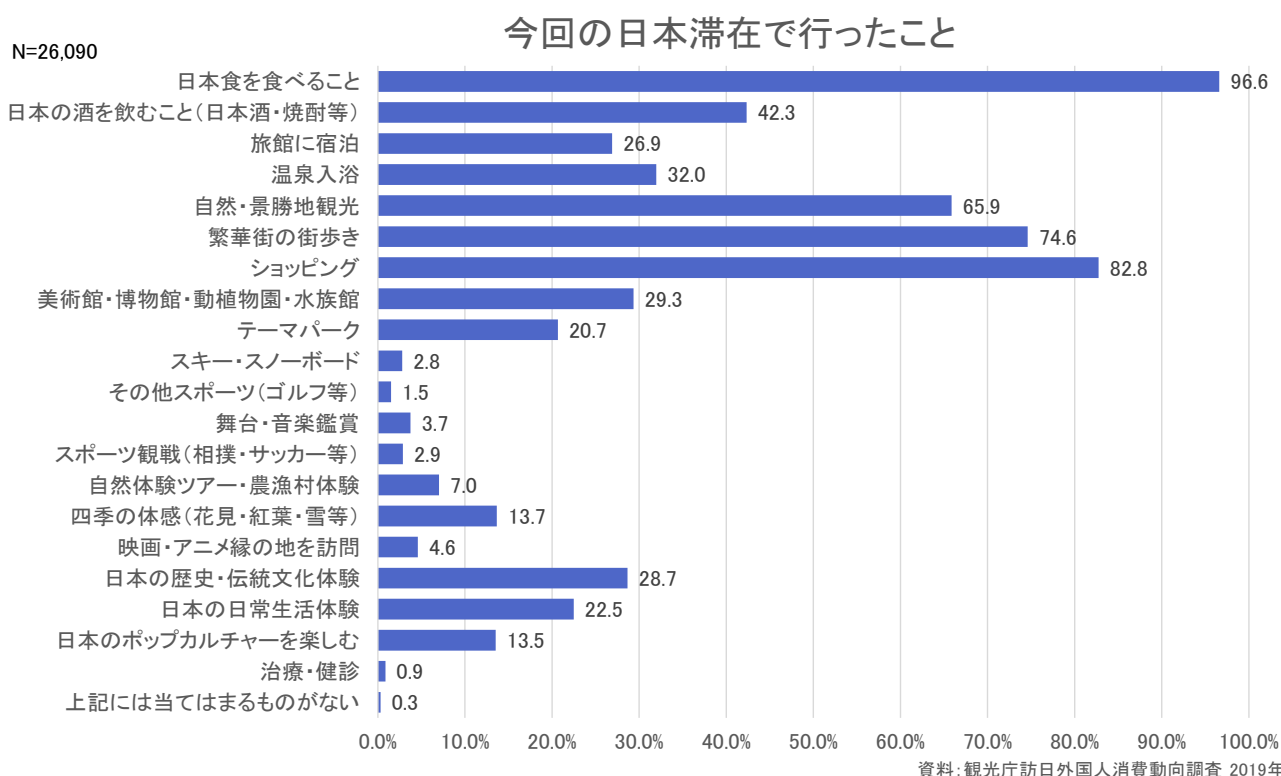
③ 旅行情報源

旅行情報源として役に立ったものは、「**SNS**」が **24.6%**、「**個人のブログ**」が **24.4%**となっている。



④ 日本滞在で行ったこと

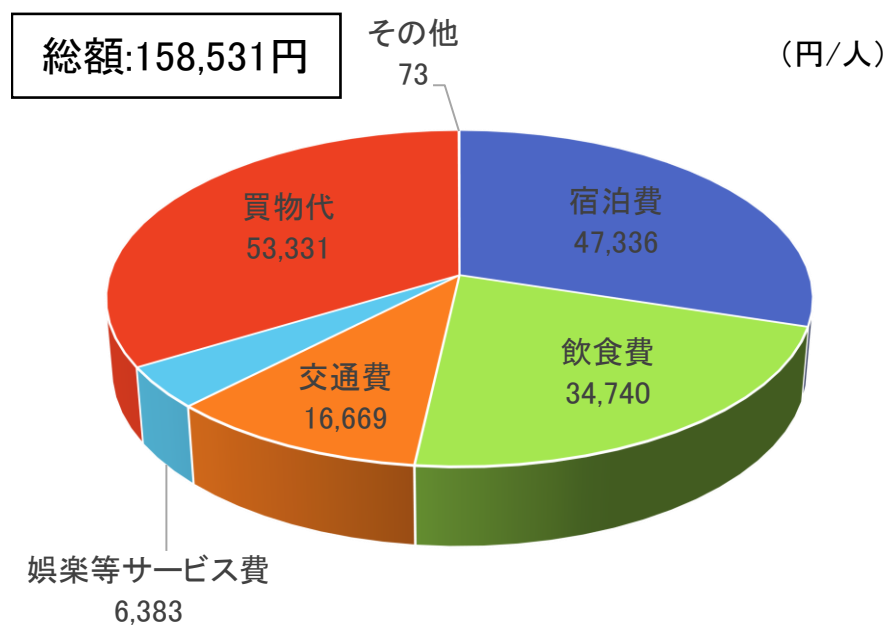
日本滞在で行ったことは、「**日本食を食べること**」が **96.6%**、「**ショッピング**」が **82.8%**となっている。「**自然・景勝地観光**」も **65.9%**にのぼっている。



⑤ 訪日外国人旅行消費額

総額は 158,531 円で、日本人国内の宿泊旅行と比べ約 3 倍、日帰り旅行と比べ約 9 倍となっている。

訪日外国人 1 人当たり費目別旅行支出

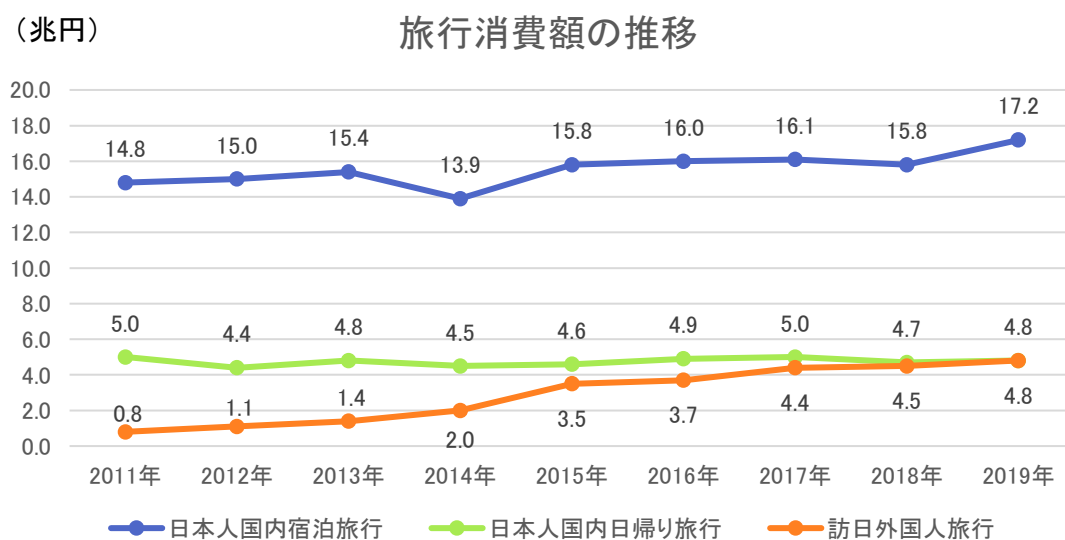


資料:観光庁訪日外国人消費動向調査 2019年

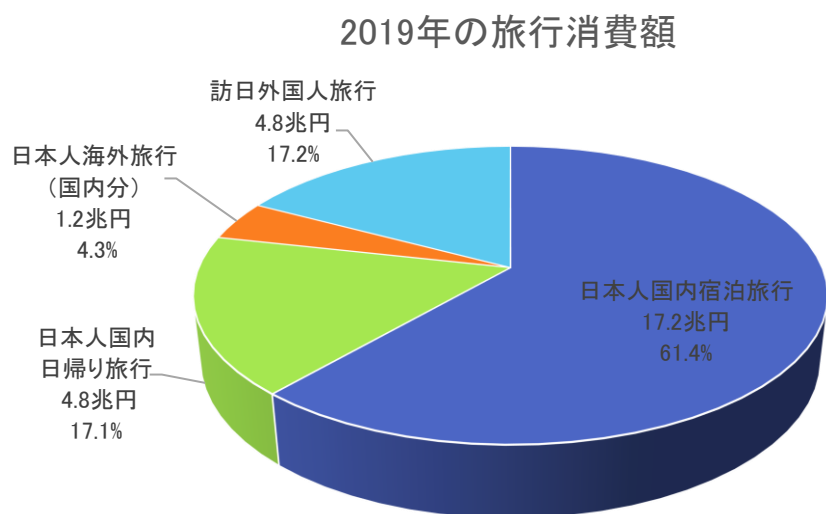
⑥ 国内・訪日旅行別の消費額

訪日外国人旅行の消費額が増加傾向で推移し、2019 年で**日本人国内日帰り旅行の消費額と同程度**の消費額となっている。

2019 年の旅行消費額の内訳をみると、**日本人国内宿泊旅行が 17.2 兆円で 6 割**を占めている。**日本人国内日帰り旅行も合わせると約 8 割**となっている。



資料：旅行・観光消費動向調査

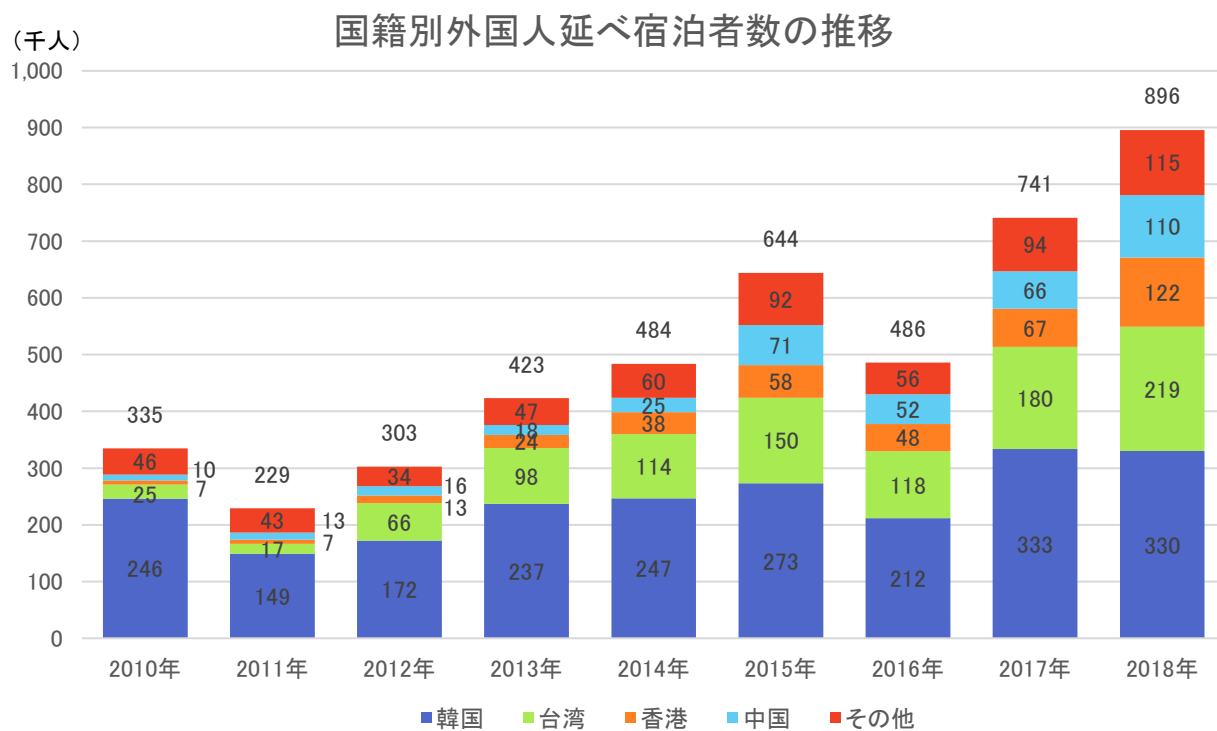


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」「訪日外国人消費動向調査」より算出

(2.2) 熊本県への観光・旅行者

① 国籍別外国人延べ宿泊者数の推移

外国人宿泊者数を国別でみると、**2018 年では韓国が 33 万人、台湾が 21.9 万人、香港が 12.2 万人で全体の 74.9%**を占める。



資料：平成 30 年熊本県観光統計表

(3) 教育旅行

(3.1) 全国的な状況

① 都道府県別旅行先

都道府県別の旅行先は、中学校では「京都」「奈良」「東京」が上位で、「長崎」「福岡」も上位に入っている。
「熊本」は 14 位で 1.0%。 高等学校では「沖縄」「大阪」「京都」が上位で、「長崎」「福岡」も上位に入っている。
「熊本」は 18 位で 0.7%。

都道府県別旅行先上位20(中学校)

順位	旅行先	件数	構成比%
1 (1)	京都	413	22.7
2 (2)	奈良	361	19.8
3 (3)	東京	217	11.9
4 (4)	大阪	165	9.1
5 (5)	千葉	134	7.4
6 (6)	沖縄	73	4.0
7 (7)	広島	67	3.7
8 (9)	神奈川	60	3.3
9 (8)	長崎	42	2.3
10 (11)	福岡	41	2.3
11 (10)	兵庫	36	2.0
12 (12)	北海道	26	1.4
13 (20)	山梨	20	1.1
14 (15)	熊本	18	1.0
15 (14)	岩手	16	0.9
16 (13)	長野	15	0.8
17 (18)	静岡	10	0.5
18 (-)	青森	9	0.5
18 (-)	栃木	9	0.5
18 (17)	鹿児島	9	0.5

()順位は前回の順位
 ※総件数は1,816件

都道府県別旅行先上位20(高等学校)

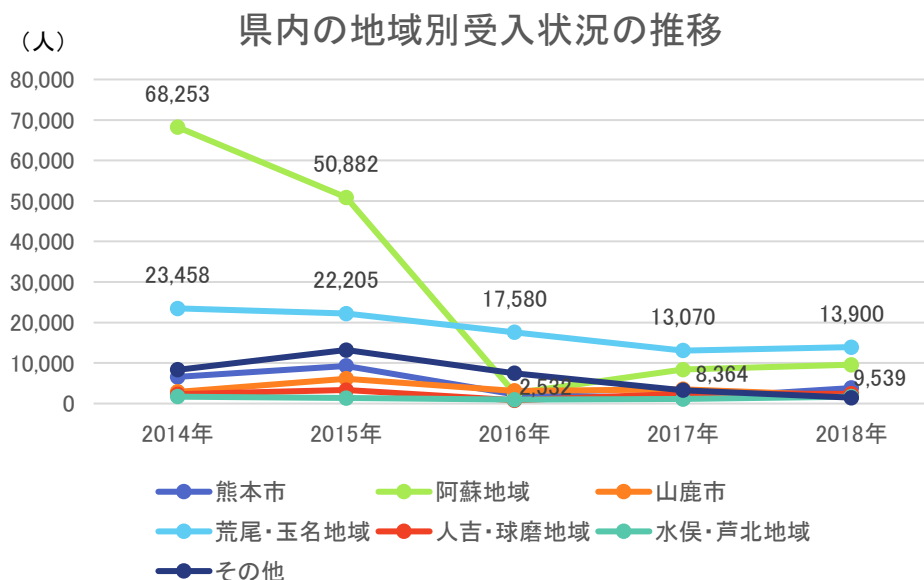
順位	旅行先	件数	構成比%
1 (1)	沖縄	250	11.5
2 (4)	大阪	207	9.6
3 (3)	京都	205	9.5
4 (2)	東京	202	9.3
5 (6)	奈良	138	6.4
6 (5)	千葉	122	5.6
7 (7)	北海道	113	5.2
8 (8)	兵庫	76	3.5
9 (10)	長崎	76	3.5
10 (11)	福岡	70	3.2
11 (9)	広島	67	3.1
11 (12)	神奈川	54	2.5
13 (13)	長野	45	2.1
14 (15)	佐賀	22	1.0
15 (14)	新潟	19	0.9
16 (16)	群馬	18	0.8
16 (17)	鹿児島	18	0.8
18 (23)	香川	16	0.7
18 (16)	熊本	16	0.7
20 (21)	岡山	13	0.6

()順位は前回の順位
 ※総件数は1,858件
 資料：公益財団法人日本修学旅行協会 国内修学旅行調査 2019 年度

(3.2) 熊本の状況

① 県内の地域別受入状況

県内の地域別受入状況は、熊本地震の影響で阿蘇地域が大きく減少したこともあり、**2016 年以降、荒尾・玉名地域が最も多く**、次いで阿蘇地域となっている。



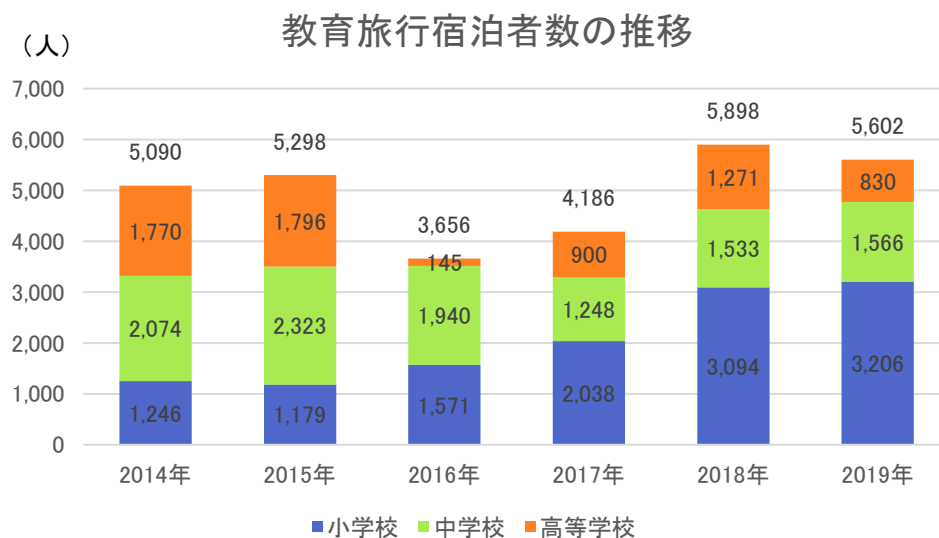
資料：熊本県観光統計表

(3.3) 荒尾市の状況

① 荒尾市における教育旅行宿泊者数

教育旅行宿泊者数は、小学校の宿泊者数が増加しており、2019 年では 2016 年比で約 2 倍の人数となっている。

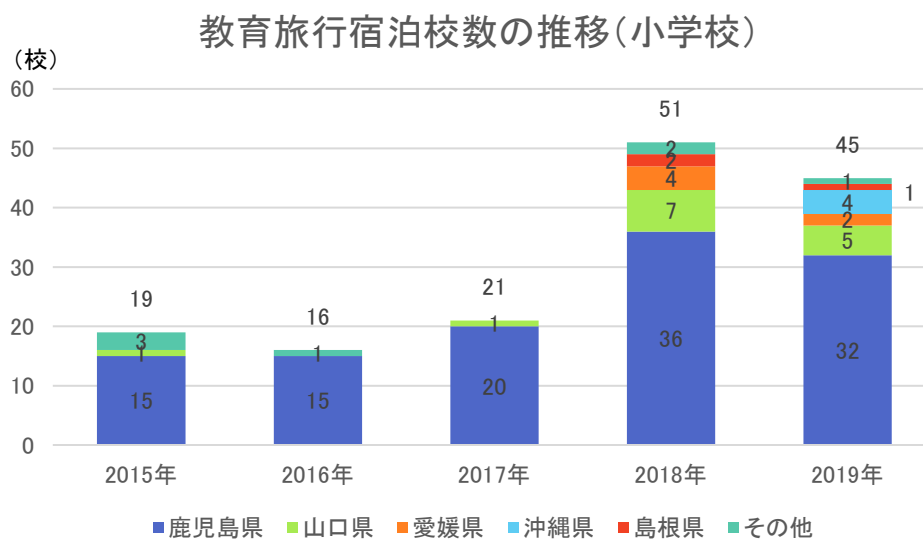
出発地の都道府県別でみると、小学校では鹿児島県が最も多く、近年では山口県が増加している。中学校では沖縄県が最も多く、次いで鹿児島県となっている。高等学校では神奈川県が最も多く、2019 年では三重県が次いで多い。



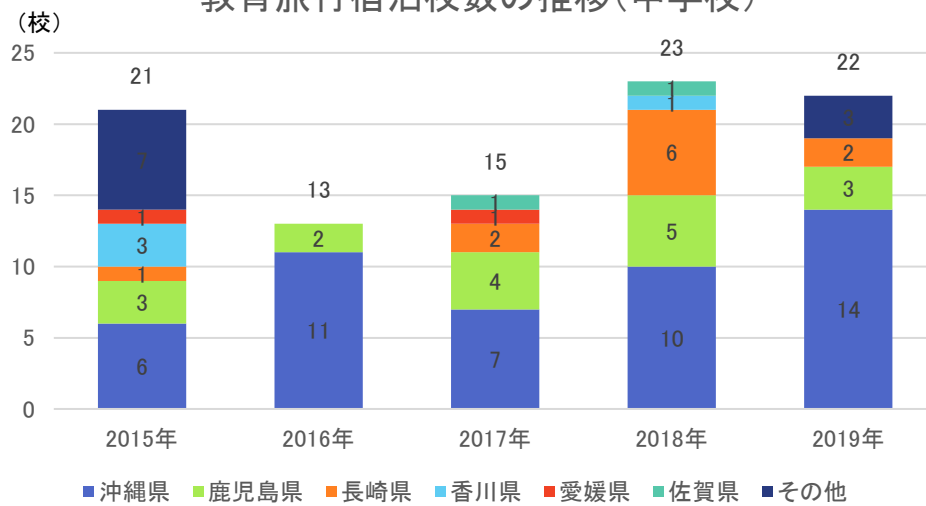
資料：荒尾市観光統計表

② 荒尾市における修学旅行宿泊校数

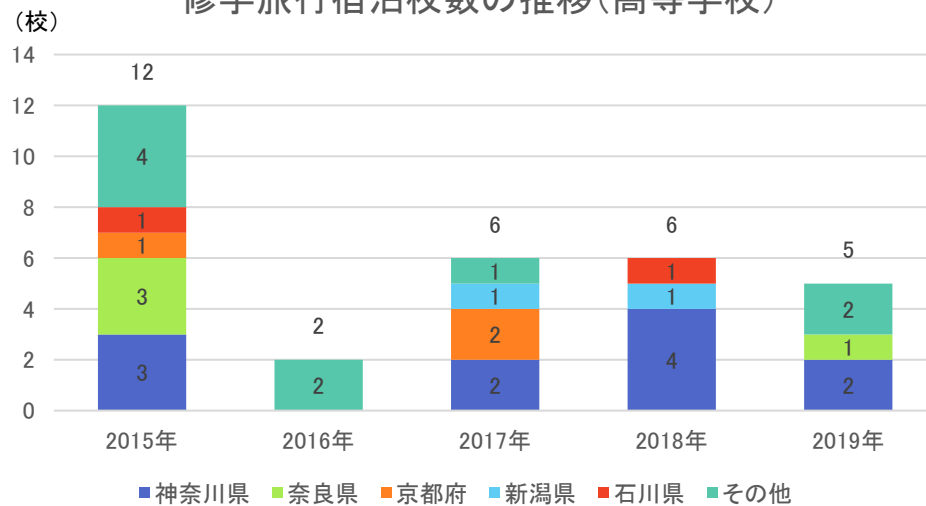
修学旅行宿泊校数は、小学校の宿泊校数が増加しており、2019 年では 2016 年比で約 3 倍となっている。都道府県別でみると、小学校では鹿児島県が最も多く、近年では山口県が増加している。中学校では沖縄県が最も多く、次いで鹿児島県となっている。



教育旅行宿泊校数の推移(中学校)



修学旅行宿泊校数の推移(高等学校)



資料: 荒尾市観光統計表(過去5年間で来訪数の多い都道府県を抽出し掲載)

2 県パラメータ調査再集計

● 再集計の概要

- ・熊本県が令和元年度に実施した「観光地点パラメータ調査」の回答結果について、荒尾市内に所在する観光地点である「グリーンランド・万田坑」の回答結果のみを抽出して再集計したものです。
- ・各観光地点の回収調査票数（集計対象の調査票数）は、下記のとおりです。
グリーンランド：108 件 万田坑：93 件（全体：201 件）

（１）来訪者の居住地

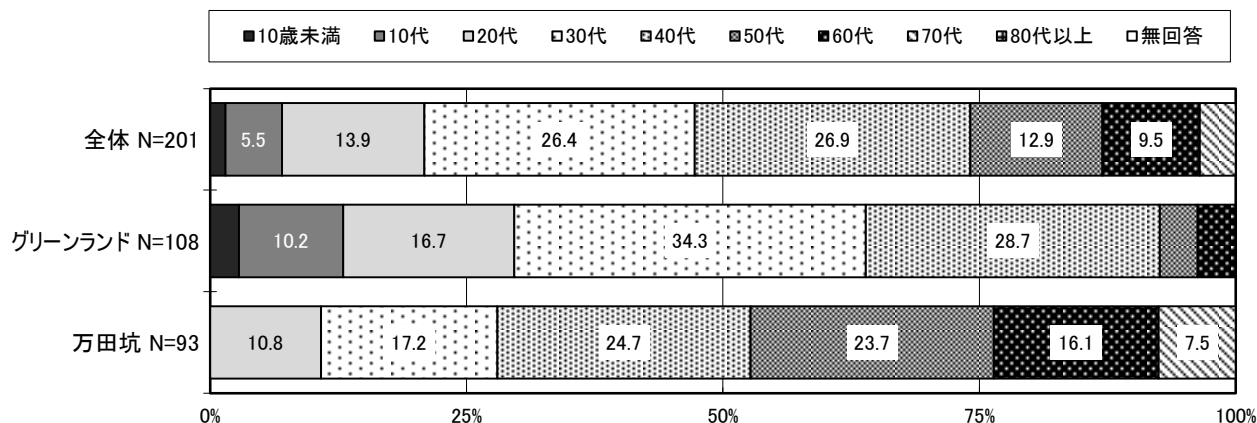
グリーンランド、万田坑とも、「**福岡県**」「**熊本県**」が多数を占め、合わせて **60% 台**。

	全体 N=201	グリーン ランド N=108	万田坑 N=93
東北・北海道	0.5	－	1.1
関東	3.0	－	6.5
中部	1.0	－	2.2
近畿	3.0	－	6.5
中・四国	1.5	0.9	2.2
福岡県	32.8	37.0	28.0
佐賀県	7.5	7.4	7.5
長崎県	7.0	8.3	5.4
熊本県	33.3	29.6	37.6
大分県	2.5	3.7	1.1
宮崎県	0.5	0.9	－
鹿児島県	6.5	10.2	2.2
沖縄県	0.5	0.9	－
海外	0.5	0.9	－
無回答	－	－	－

（２）来訪者の年齢層

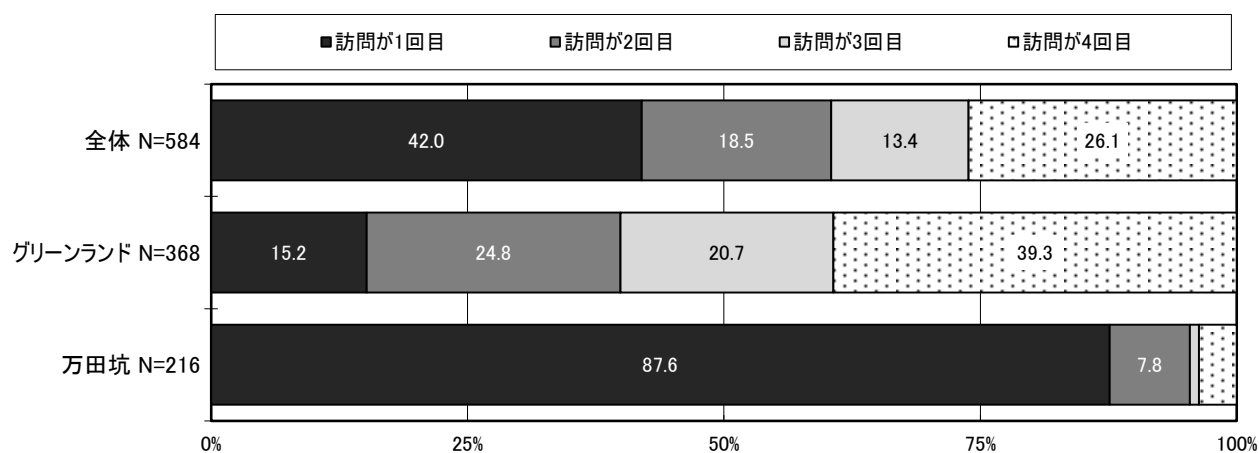
グリーンランドは **10 代～30 代が約半数**。万田坑は **40 代～60 代が半数以上**。

※回答者の年齢のため、来場者全体（同行者も含めた全体）の属性とは一致しない



(3) 訪問回数

同行者の訪問回数も含めた集計では、グリーンランドは2回目以上（リピーター）が80%以上。万田坑は「1回目」が多数。



※回答者本人の訪問回数だけでなく、同行者の訪問回数も含めて集計

(4) 今回の旅行に関する情報源

グリーンランドは、「以前訪問した際の自身の経験」が **83.3%**。万田坑は、「インターネット」や「口コミ・知人からの紹介」、「テレビ・ラジオ」など情報源が多様。

	全体 N=201	グリーン ランド N=108	万田坑 N=93
以前訪問した際の自身の経験	49.3	83.3	9.7
口コミ・知人からの紹介	11.9	5.6	19.4
旅行ガイドブック・レジャー誌	5.5	1.9	9.7
インターネット	17.9	10.2	26.9
観光パンフレット・チラシ	8.5	4.6	12.9
テレビ・ラジオ	9.0	2.8	16.1
旅行会社の勧め	1.0	-	2.2
新聞	1.5	-	3.2
ポスター・中吊り広告	1.0	-	2.2
その他	-	-	-
無回答	6.0	-	12.9

3 インターネット調査

●調査の目的

- (1) 様々な属性における観光全般に関する動向（観光の動機や同行者、情報源など）やニーズを把握する
- (2) 荒尾市内の観光スポットに対する関心度や来訪意向などの評価を属性ごとに把握する
- (3) 運営主体の官民を問わず、来訪者目線での新たな誘客スポット、観光資源を発掘する
- (4) アフターコロナの施策の検討に当たり、価値観の変化などを把握する

●調査概要

- (1) 実施方法：マクロミルに登録するモニターに対するアンケート調査
- (2) 調査期間：令和2年8月24日～26日
- (3) サンプル数：735人※対象者のセグメント割付は下記表のとおり
- (4) 対象者：荒尾市を含む九州内に居住する20歳以上の男女

■対象者セグメント割付

		総数	女性	男性
20～34 歳	居住地①	62	42	20
	居住地②	84	42	42
	居住地③	84	42	42
35～49 歳	居住地①	89	42	47
	居住地②	84	42	42
	居住地③	84	42	42
50 歳以上	居住地①	84	42	42
	居住地②	84	42	42
	居住地③	80	40	40
合計		735	376	359

※年代ごとのセグメント設定の考え方

20～34 歳：単身や夫婦のみという家族構成を想定

35～49 歳：子ども連れという家族構成を想定

50 歳以上：単身や夫婦のみという家族構成を想定

※居住地ごとのセグメント設定の考え方

居住地①：荒尾市、長洲町、玉名市、大牟田市の近隣市町

居住地②：佐賀市、熊本市、久留米市など、荒尾市から50km圏内の市町

居住地③：居住地②のエリアより外の九州圏内

※「20～34 歳 居住地① 男性」の割付数が他のセグメントと比べ少ない（20件）のは、登録モニターのうち当該セグメントに該当する人数が少ないため

(1) 観光・レジャーの頻度

- ・日帰りの観光・レジャーでは、『月に1回以上』が26.4%、『年に1回～数回』が48.6%。
- ・宿泊を伴う観光・レジャーでは、『2～3か月に1回』が10.7%、『年に1回～2回』が51.4%。
- ・日帰り・宿泊ともに、男性よりも女性の方が、若干頻度が高い傾向にある。

Q1

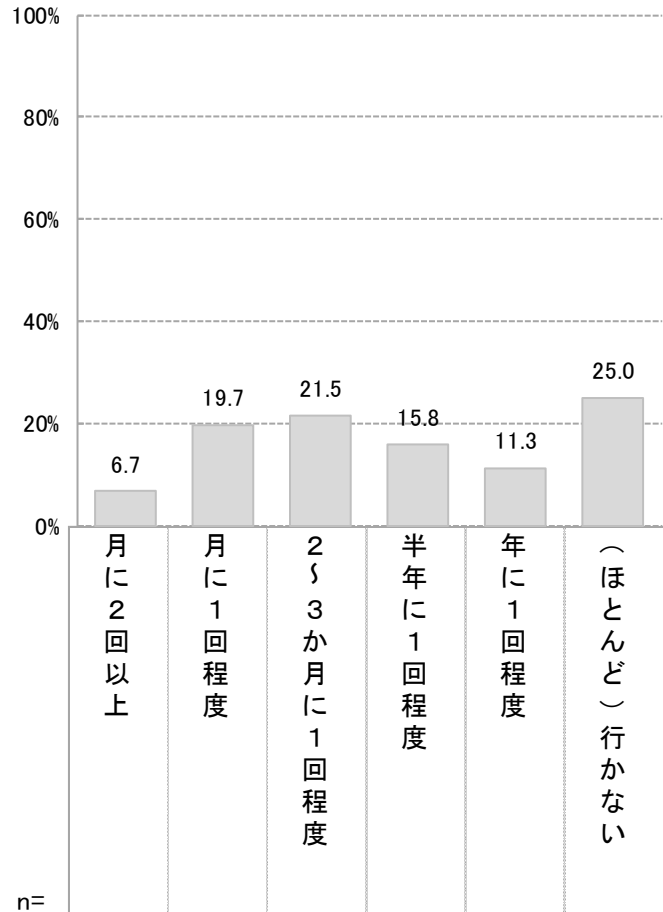
あなたは、どのくらいの頻度で観光・レジャーに行きますか？

【日帰りの観光・レジャー】

n=30以上の場合

【比率の差】

全体	+10ポイント
全体	+5ポイント
全体	-5ポイント
全体	-10ポイント

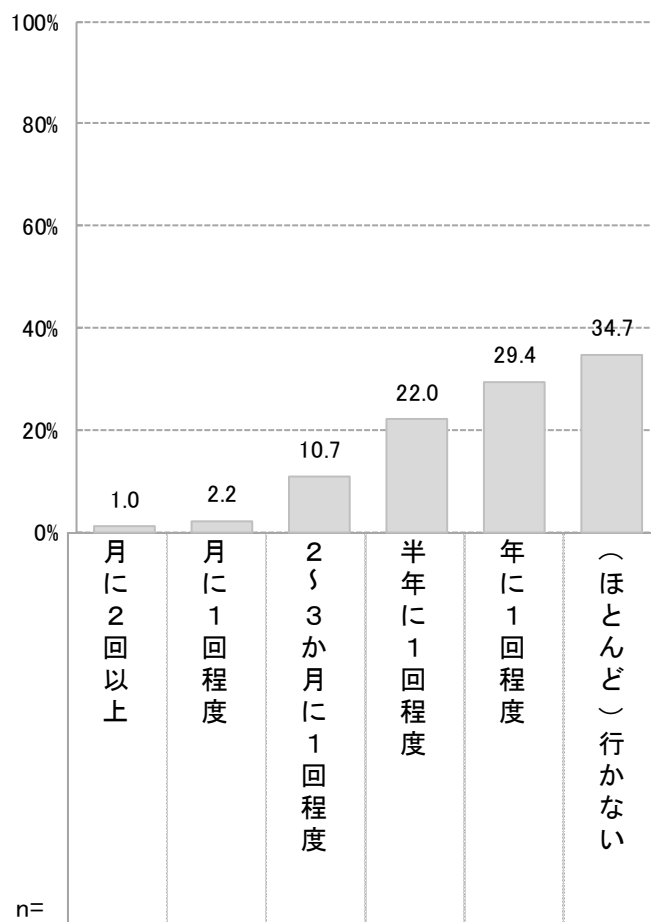


			n=						
全体			(735)	6.7	19.7	21.5	15.8	11.3	25.0
性別	男性		(359)	5.3	20.3	18.9	14.8	11.4	29.2
	女性		(376)	8.0	19.1	23.9	16.8	11.2	21.0
年齢別	20～34歳		(230)	10.0	17.4	23.5	14.8	9.1	25.2
	35～49歳		(257)	7.4	20.6	22.6	16.3	12.1	21.0
	50歳以上		(248)	2.8	21.0	18.5	16.1	12.5	29.0
居住地別	地元4市町		(235)	8.1	14.5	23.4	14.9	13.2	26.0
	近隣(50km圏内)		(252)	5.6	22.6	20.2	16.7	9.1	25.8
	九州全域		(248)	6.5	21.8	21.0	15.7	11.7	23.4

Q1 あなたは、どのくらいの頻度で観光・レジャーに行きますか？
【宿泊を伴う観光・レジャー】

n=30以上の場合

[比率の差]	
全体	+10 ポイント
全体	+5 ポイント
全体	-5 ポイント
全体	-10 ポイント



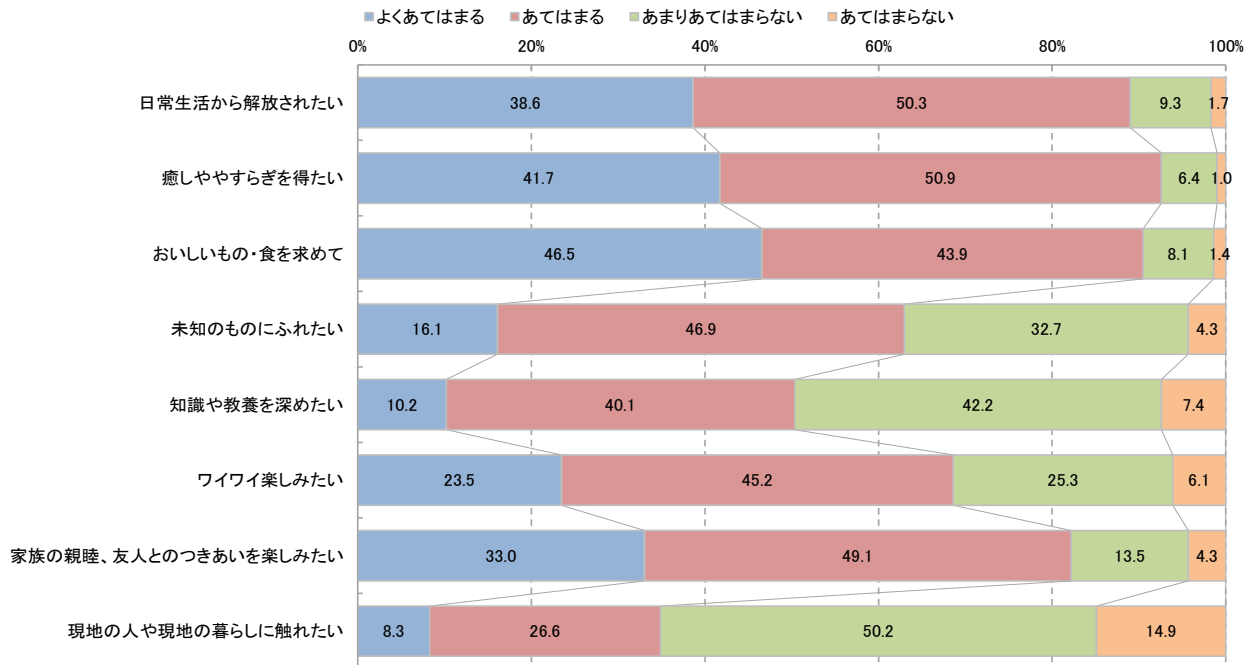
全体		n=	月に2回以上	月に1回程度	2〜3か月に1回程度	半年に1回程度	年に1回程度	(ほとんど)行かない
全体		(735)	1.0	2.2	10.7	22.0	29.4	34.7
性別	男性	(359)	1.7	1.7	12.3	20.1	26.7	37.6
	女性	(376)	0.3	2.7	9.3	23.9	31.9	31.9
年齢別	20〜34歳	(230)	0.4	3.0	10.0	26.1	29.6	30.9
	35〜49歳	(257)	1.6	2.3	10.1	21.4	30.0	34.6
	50歳以上	(248)	0.8	1.2	12.1	19.0	28.6	38.3
居住地別	地元4市町	(235)	1.3	2.6	8.5	21.3	27.7	38.7
	近隣(50km圏内)	(252)	0.4	1.2	10.3	20.2	32.5	35.3
	九州全域	(248)	1.2	2.8	13.3	24.6	27.8	30.2

(2) 観光・レジャーの動機

① 結果一覧

・「よくあてはまる」の割合が高い項目は、順に『おいしいもの・食』や『癒し・やすらぎ』、『日常生活からの解放』となっているが、「あてはまる」を含めると、『癒し・やすらぎ』が最も多くなっている。

[Q2]あなたが、観光・レジャーに行く動機は何ですか？



② 項目別クロス集計

ア 日常生活から解放されたい

・「よくあてはまる」の回答傾向をみると、女性は男性と比べ 10 ポイント程度高く、若い層（20～34 歳）ほど高い傾向にある。

Q2 あなたが、観光・レジャーに行く動機は何ですか？
【日常生活から解放されたい】

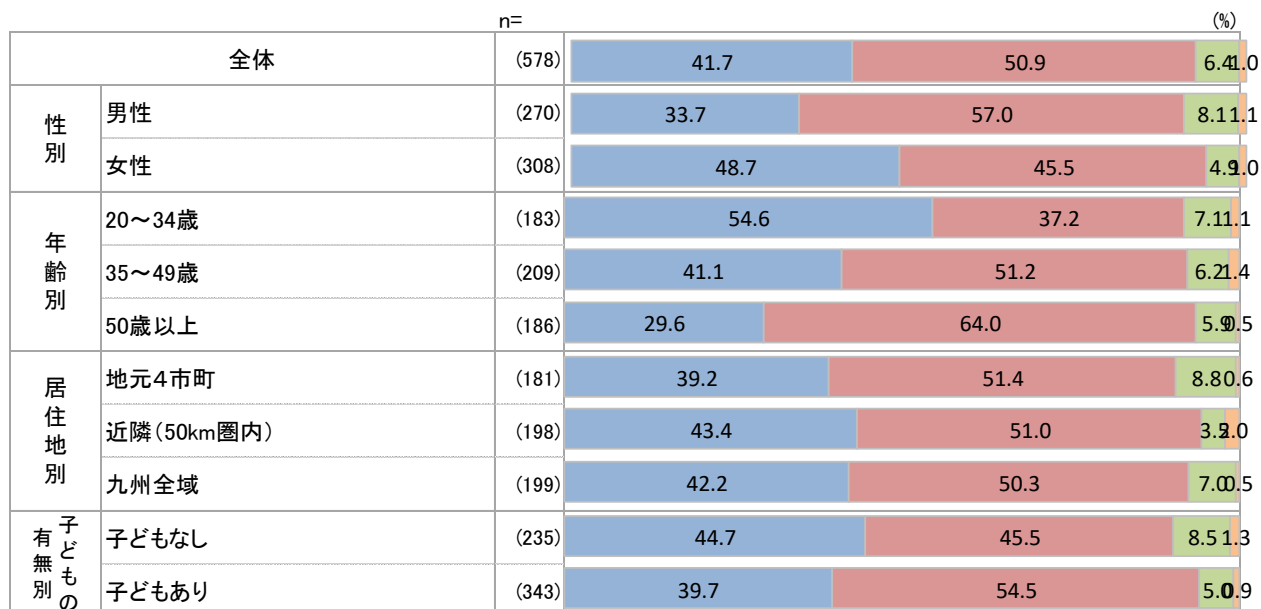
		n=	よくあてはまる	あてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	(%)
全体		(578)	38.6	50.3	9.3	1.7	
性別	男性	(270)	33.0	54.4	11.1	1.5	
	女性	(308)	43.5	46.8	7.8	1.9	
年齢別	20～34歳	(183)	46.4	44.8	7.1	1.6	
	35～49歳	(209)	40.7	47.4	10.0	1.9	
	50歳以上	(186)	28.5	59.1	10.8	1.6	
居住地別	地元4市町	(181)	35.4	53.0	9.4	2.2	
	近隣(50km圏内)	(198)	42.4	46.5	9.1	2.0	
	九州全域	(199)	37.7	51.8	9.5	1.0	
子ども有無別	子どもなし	(235)	37.9	48.9	10.6	2.6	
	子どもあり	(343)	39.1	51.3	8.5	1.2	

イ 癒しやすらぎを得たい

・「よくあてはまる」の回答傾向をみると、女性は男性と比べ 15 ポイント高く、若い層（20～34 歳）ほど高い傾向にある。

Q2 あなたが、観光・レジャーに行く動機は何ですか？
【癒しやすらぎを得たい】

■ よくあてはまる ■ あてはまる
■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

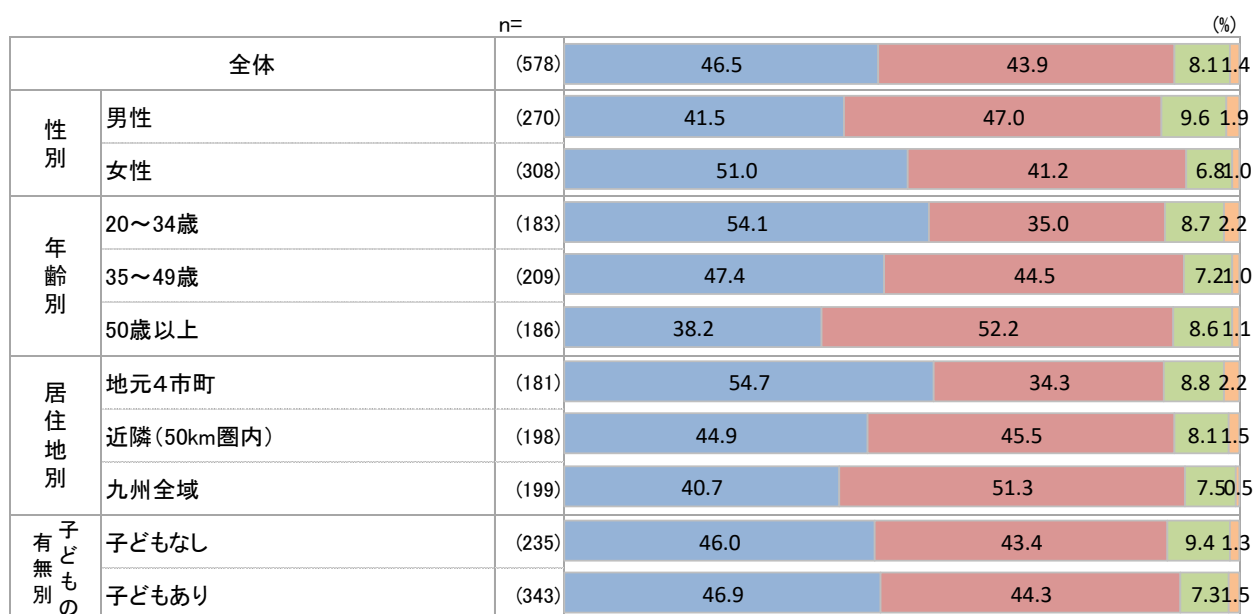


ウ おいしいもの・食を求めて

・「よくあてはまる」の回答傾向をみると、「女性」「若い層（20～34 歳）」「地元 4 市町」で高い傾向にある。

Q2 あなたが、観光・レジャーに行く動機は何ですか？
【おいしいもの・食を求めて】

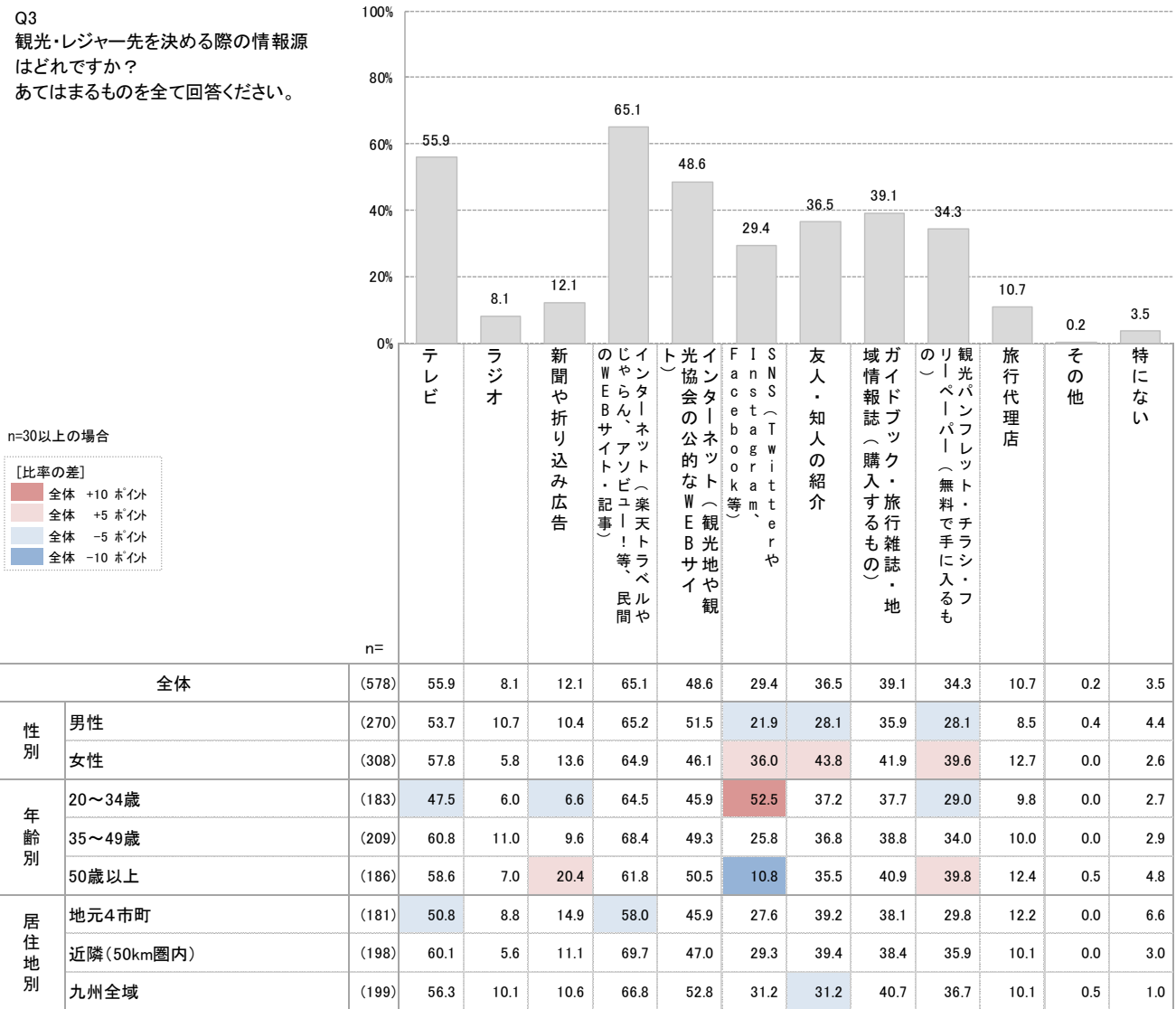
■ よくあてはまる ■ あてはまる
■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



(3) 観光・レジャー先を決める際の情報源

- ・「インターネット（民間のWEBサイト・記事）」が65.1%で最も高く、「テレビ」が55.9%、「インターネット（公的なWEBサイト）」が48.6%。
- ・「SNS」は20～34歳では52.5%と半数以上。
- ・インターネットの割合が年代問わず高い。一方で、テレビも年代問わず半数程度が情報源としており、テレビとインターネットの組み合わせにより情報を得ているのではないかと考えられる。
- ・有料、無料の雑誌、パンフレットも30%台で一定の利用者がみられる。

Q3
観光・レジャー先を決める際の情報源
はどれですか？
あてはまるものを全て回答ください。



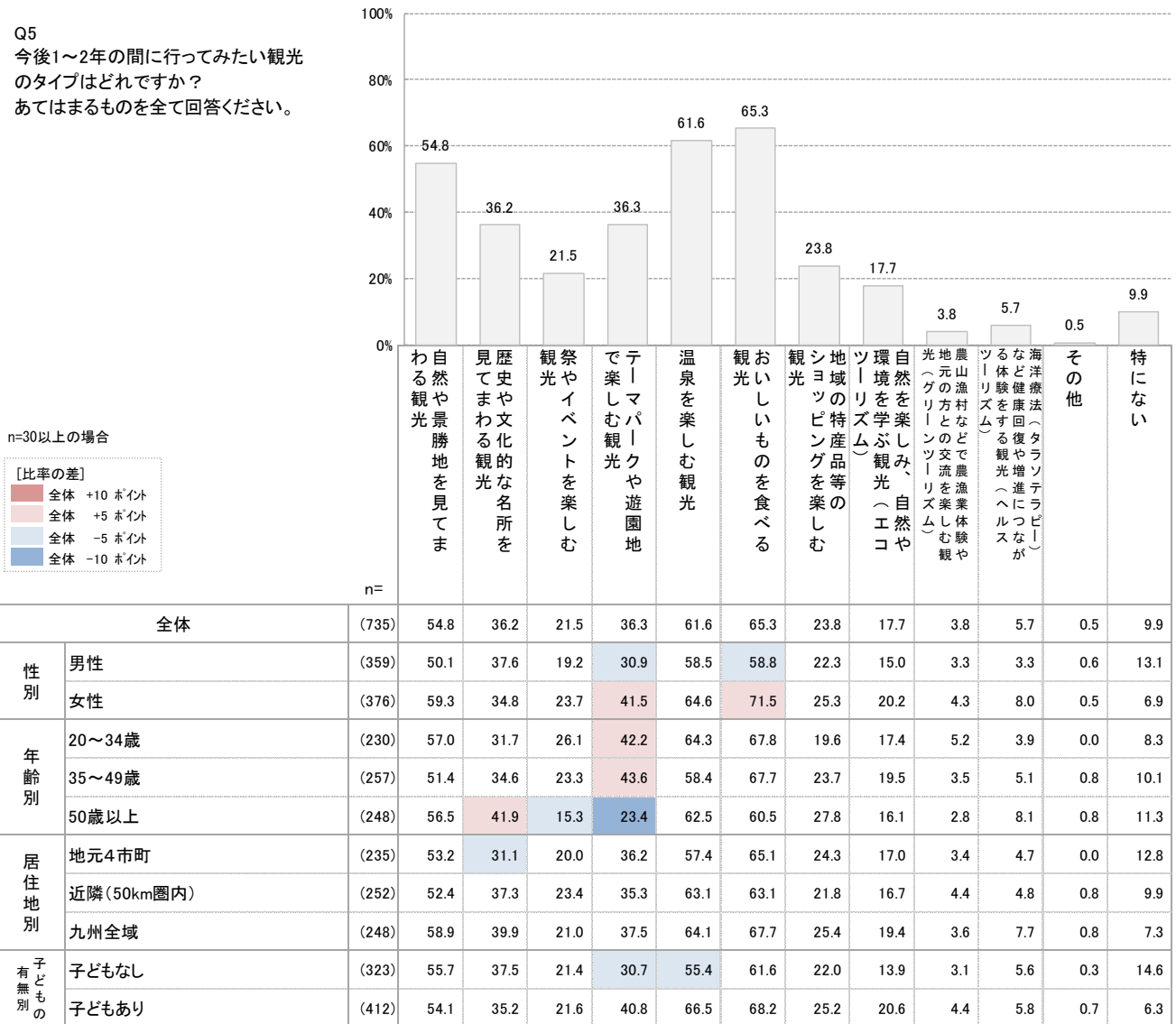
(4) 行ってみたい観光のタイプ

- ・「おいしいものを食べる観光」が 65.3%、「温泉を楽しむ観光」が 61.6%、「自然や景勝地を見てまわる観光」が 54.8%となっており、高いニーズがみられる。
- ・「おいしいものを食べる観光」は、女性では 71.5%と特に高い。
- ・「テーマパークや遊園地で楽しむ観光」は「49 歳以下」で高い一方、「歴史や文化的な名所を見てまわる観光」は「50 歳以上」で高い。
- ・子どもありでは、「テーマパークや遊園地」や「温泉を楽しむ観光」が子どもなしと比べて高い。
- ・「ヘルスツーリズム」は他と比較すると低いが、「女性」「50 歳以上」で 10%弱が行ってみたいと回答。

Q5

今後1～2年の間に行ってみたい観光のタイプはどれですか？

あてはまるものを全て回答ください。



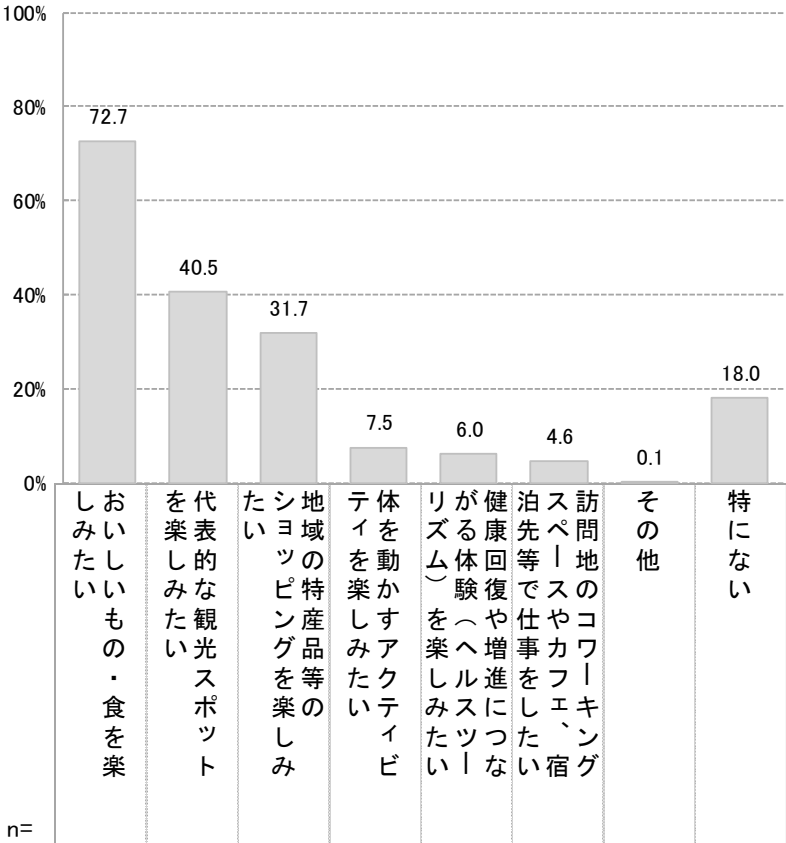
(5) 出張やビジネス利用で旅行をする場合に楽しみたいこと

- ・「おいしいもの・食を楽しみたい」が 72.7%と突出している。
- ・「代表的な観光スポットを楽しみたい」が 40.5%、「地域の特産品等のショッピングを楽しみたい」が 31.7%。
- ・「訪問地の宿泊先等で仕事をしたい」は 4.6%と低い。

Q6
出張やビジネス利用で旅行をする場合、
仕事の合間や終了後に訪問地で楽し
みたいことは何ですか？
あてはまるものを全て回答ください。

n=30以上の場合

[比率の差]	
	全体 +10 ポイント
	全体 +5 ポイント
	全体 -5 ポイント
	全体 -10 ポイント

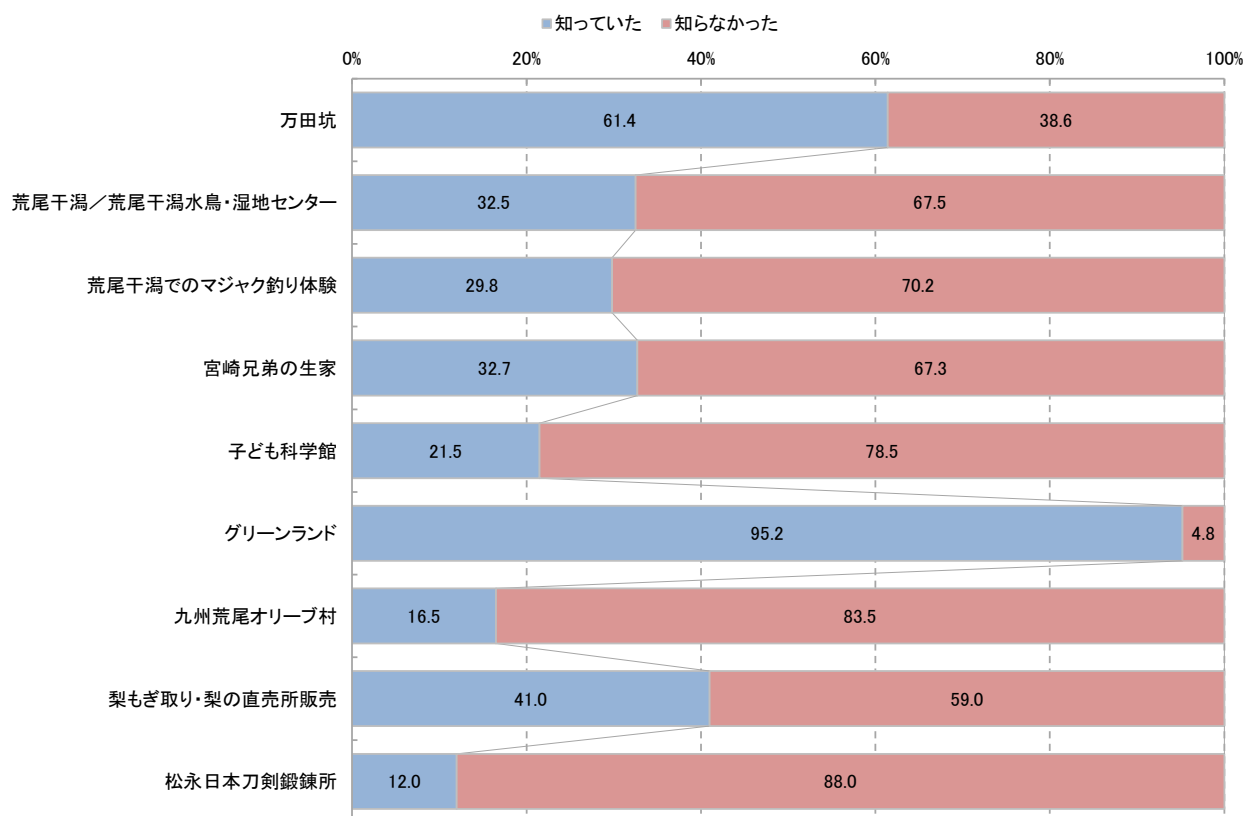
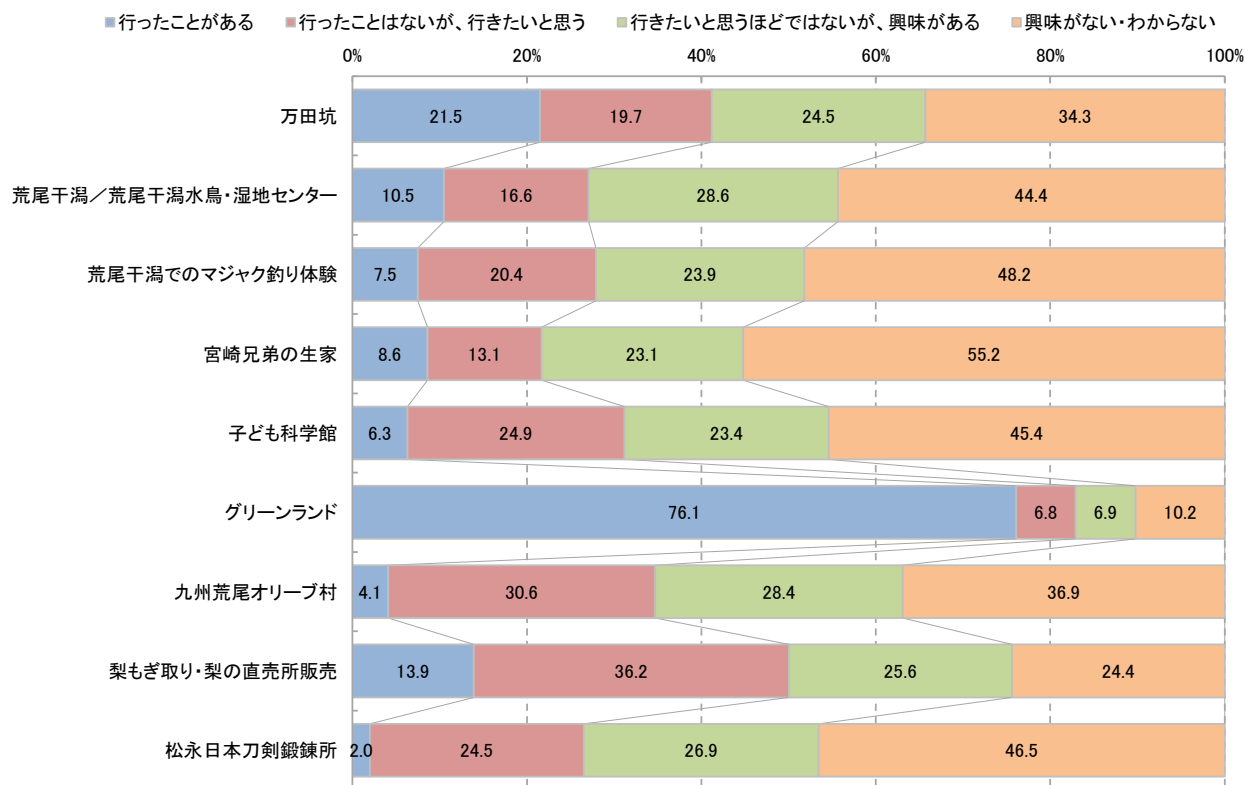


全体		(735)	72.7	40.5	31.7	7.5	6.0	4.6	0.1	18.0
性別	男性	(359)	68.2	37.9	26.7	6.4	5.0	3.6	0.0	21.2
	女性	(376)	76.9	43.1	36.4	8.5	6.9	5.6	0.3	14.9
年齢別	20～34歳	(230)	77.4	42.6	31.7	11.3	4.8	4.8	0.0	13.5
	35～49歳	(257)	74.7	38.9	32.7	8.6	7.0	4.7	0.4	16.7
	50歳以上	(248)	66.1	40.3	30.6	2.8	6.0	4.4	0.0	23.4
居住地別	地元4市町	(235)	71.5	39.1	32.8	5.1	5.5	3.4	0.4	18.7
	近隣(50km圏内)	(252)	71.0	37.3	28.2	7.5	6.7	4.4	0.0	20.2
	九州全域	(248)	75.4	45.2	34.3	9.7	5.6	6.0	0.0	14.9

(6) 荒尾市内の各観光スポットへの来訪経験と意向・認知度

- ・来訪経験(行ったことがある)をみると、「グリーンランド」が76.1%と突出し、「万田坑」が21.5%で続く。
- ・来訪意向(行きたいと思う)をみると、「梨もぎ取り・梨の直売所販売」が36.2%で最も高く、「九州荒尾オリーブ村」が30.6%、「子ども科学館」が24.9%で続く。「万田坑」は19.7%。
- ・認知度は、「グリーンランド」は95.2%、「万田坑」が61.4%と高い一方、「子ども科学館」「九州荒尾オリーブ村」「松永日本刀剣鍛錬所」が10%～20%台にとどまっている。

① 全スポット一覧



② 観光スポット別

ア 世界文化遺産 万田坑

- ・「行ったことがある」が「20～49 歳」では 20%未満。「50 歳以上」でも 30%程度。
- ・意向度が特に高いセグメントはなく、20%程度。
- ・認知度は、「地元 4 市町」ではほぼ知られているが、「九州全域」になると大きく下がる。

Q8 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設に行っ

たことがありますか？また、行ってみたいですか？

(画像と紹介文をお読みになった上で回答ください)

【万田坑】

■ 行ったことがある

■ 行ったことはないが、行きたいと思う

■ 行きたいと思うほどではないが、興味がある

■ 興味がない・わからない

		n=					(%)
全体		(735)	21.5	19.7	24.5	34.3	
性別	男性	(359)	22.6	19.2	22.6	35.7	
	女性	(376)	20.5	20.2	26.3	33.0	
年齢別	20～34歳	(230)	17.8	21.3	21.7	39.1	
	35～49歳	(257)	17.1	22.2	24.1	36.6	
	50歳以上	(248)	29.4	15.7	27.4	27.4	
居住地別	地元4市町	(235)	46.8	18.3	18.3	16.6	
	近隣(50km圏内)	(252)	13.1	23.8	24.2	38.9	
	九州全域	(248)	6.0	16.9	30.6	46.4	
子どもの有無別	子どもなし	(323)	15.5	20.4	25.7	38.4	
	子どもあり	(412)	26.2	19.2	23.5	31.1	

Q9 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設を

知っていましたか？

【万田坑】

■ 知っていた ■ 知らなかった

		n=			(%)
全体		(735)	61.4	38.6	
性別	男性	(359)	62.4	37.6	
	女性	(376)	60.4	39.6	
年齢別	20～34歳	(230)	54.3	45.7	
	35～49歳	(257)	59.1	40.9	
	50歳以上	(248)	70.2	29.8	
居住地別	地元4市町	(235)	96.2	3.8	
	近隣(50km圏内)	(252)	62.7	37.3	
	九州全域	(248)	27.0	73.0	
子どもの有無別	子どもなし	(323)	57.0	43.0	
	子どもあり	(412)	64.8	35.2	

イ 荒尾干潟／荒尾干潟水鳥・湿地センター

- ・「行ったことがある」が「地元4市町」で26.4%。「地元4市町以外」では、来訪経験者は5%未満。
- ・意向度が特に高いセグメントはないが、「男性」より「女性」、「子どもなし」より「子どもあり」の方が、若干高い。
- ・認知度は、「地元4市町以外」では10%～20%程度。

Q8 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設に行ったことがありますか？また、行ってみたいですか？
(画像と紹介文をお読みになった上で回答ください)
【荒尾干潟／荒尾干潟水鳥・湿地センター】

- 行ったことがある
- 行ったことはないが、行きたいと思う
- 行きたいと思うほどではないが、興味がある
- 興味がない・わからない

		n=	(%)			
全体		(735)	10.5	16.6	28.6	44.4
性別	男性	(359)	12.8	13.6	29.8	43.7
	女性	(376)	8.2	19.4	27.4	44.9
年齢別	20～34歳	(230)	6.5	14.8	30.0	48.7
	35～49歳	(257)	10.1	17.9	28.4	43.6
	50歳以上	(248)	14.5	16.9	27.4	41.1
居住地別	地元4市町	(235)	26.4	19.1	23.4	31.1
	近隣(50km圏内)	(252)	3.2	16.3	31.3	49.2
	九州全域	(248)	2.8	14.5	30.6	52.0
子どもの有無別	子どもなし	(323)	7.1	12.7	28.5	51.7
	子どもあり	(412)	13.1	19.7	28.6	38.6

Q9 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設を知っていましたか？

【荒尾干潟／荒尾干潟水鳥・湿地センター】

- 知っていた
- 知らなかった

		n=	(%)	
全体		(735)	32.5	67.5
性別	男性	(359)	34.0	66.0
	女性	(376)	31.1	68.9
年齢別	20～34歳	(230)	26.1	73.9
	35～49歳	(257)	33.9	66.1
	50歳以上	(248)	37.1	62.9
居住地別	地元4市町	(235)	67.7	32.3
	近隣(50km圏内)	(252)	20.6	79.4
	九州全域	(248)	11.3	88.7
子どもの有無別	子どもなし	(323)	29.4	70.6
	子どもあり	(412)	35.0	65.0

ウ 荒尾干潟でのマジック釣り体験

- ・「行ったことがある」が「地元4市町」で17.9%。「地元4市町以外」では、来訪経験者は5%未満。
- ・意向度は、「子どもあり」では高い。
- ・認知度は、「地元4市町以外」では10%台。

Q8 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設に行ったことがありますか？また、行ってみたいですか？
(画像と紹介文をお読みになった上で回答ください)
【荒尾干潟でのマジック釣り体験】

- 行ったことがある
- 行ったことはないが、行きたいと思う
- 行きたいと思うほどではないが、興味がある
- 興味がない・わからない

		n=					(%)
全体		(735)	7.5	20.4	23.9	48.2	
性別	男性	(359)	9.5	20.3	22.0	48.2	
	女性	(376)	5.6	20.5	25.8	48.1	
年齢別	20～34歳	(230)	5.2	17.0	27.4	50.4	
	35～49歳	(257)	7.0	23.3	21.4	48.2	
	50歳以上	(248)	10.1	20.6	23.4	46.0	
居住地別	地元4市町	(235)	17.9	24.3	18.7	39.1	
	近隣(50km圏内)	(252)	2.8	17.5	27.8	52.0	
	九州全域	(248)	2.4	19.8	25.0	52.8	
子どもの有無別	子どもなし	(323)	6.2	12.7	24.5	56.7	
	子どもあり	(412)	8.5	26.5	23.5	41.5	

Q9 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設を知っていましたか？

【荒尾干潟でのマジック釣り体験】

- 知っていた
- 知らなかった

		n=			(%)
全体		(735)	29.8	70.2	
性別	男性	(359)	32.0	68.0	
	女性	(376)	27.7	72.3	
年齢別	20～34歳	(230)	20.0	80.0	
	35～49歳	(257)	33.9	66.1	
	50歳以上	(248)	34.7	65.3	
居住地別	地元4市町	(235)	60.4	39.6	
	近隣(50km圏内)	(252)	19.0	81.0	
	九州全域	(248)	11.7	88.3	
子どもの有無別	子どもなし	(323)	25.1	74.9	
	子どもあり	(412)	33.5	66.5	

エ 宮崎兄弟の生家

- ・「行ったことがある」が「地元4市町」で21.3%。「地元4市町以外」では、来訪経験者は5%未満。
- ・意向度が特に高いセグメントはなく、10%程度。
- ・認知度は、「地元4市町」では74.9%。「地元4市町以外」では20%未満。

Q8 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設に
行ったことがありますか？また、行ってみたいですか？
(画像と紹介文をお読みになった上で回答ください)
【宮崎兄弟の生家】

- 行ったことがある
- 行ったことはないが、行きたいと思う
- 行きたいと思うほどではないが、興味がある
- 興味がない・わからない

		n=	(%)			
全体		(735)	8.6	13.1	23.1	55.2
性別	男性	(359)	10.9	10.3	22.0	56.8
	女性	(376)	6.4	15.7	24.2	53.7
年齢別	20～34歳	(230)	7.4	12.6	23.5	56.5
	35～49歳	(257)	5.8	12.1	22.6	59.5
	50歳以上	(248)	12.5	14.5	23.4	49.6
居住地別	地元4市町	(235)	21.3	15.7	24.3	38.7
	近隣(50km圏内)	(252)	3.2	9.1	19.8	67.9
	九州全域	(248)	2.0	14.5	25.4	58.1
子どもの有無別	子どもなし	(323)	6.2	12.7	23.8	57.3
	子どもあり	(412)	10.4	13.3	22.6	53.6

Q9 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設を
知っていましたか？

【宮崎兄弟の生家】

- 知っていた
- 知らなかった

		n=	(%)	
全体		(735)	32.7	67.3
性別	男性	(359)	34.3	65.7
	女性	(376)	31.1	68.9
年齢別	20～34歳	(230)	22.2	77.8
	35～49歳	(257)	34.6	65.4
	50歳以上	(248)	40.3	59.7
居住地別	地元4市町	(235)	74.9	25.1
	近隣(50km圏内)	(252)	17.1	82.9
	九州全域	(248)	8.5	91.5
子どもの有無別	子どもなし	(323)	26.9	73.1
	子どもあり	(412)	37.1	62.9

オ 子ども科学館

- ・「行ったことがある」が「地元4市町」で13.6%。「地元4市町以外」では、来訪経験者は5%未満で、「子どもあり」でも8%程度にとどまる。
- ・意向度は、「20～49歳」で30%程度と他のスポットと比較して高く、「九州全域」でも30%程度と高い。「子どもあり」では31.1%。
- ・認知度は、「地元4市町」では45.1%。「地元4市町以外」では10%程度。

Q8 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設に行ったことがありますか？また、行ってみたいですか？
(画像と紹介文をお読みになった上で回答ください)
【子ども科学館】

- 行ったことがある
- 行ったことはないが、行きたいと思う
- 行きたいと思うほどではないが、興味がある
- 興味がない・わからない

		n=	(%)			
全体		(735)	6.3	24.9	23.4	45.4
性別	男性	(359)	6.1	20.1	22.8	51.0
	女性	(376)	6.4	29.5	23.9	40.2
年齢別	20～34歳	(230)	6.5	32.6	22.2	38.7
	35～49歳	(257)	5.8	30.0	22.2	42.0
	50歳以上	(248)	6.5	12.5	25.8	55.2
居住地別	地元4市町	(235)	13.6	21.7	22.6	42.1
	近隣(50km圏内)	(252)	2.0	23.0	24.2	50.8
	九州全域	(248)	3.6	29.8	23.4	43.1
子どもの有無別	子どもなし	(323)	4.3	17.0	22.6	56.0
	子どもあり	(412)	7.8	31.1	24.0	37.1

Q9 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設を知っていましたか？
【子ども科学館】

- 知っていた
- 知らなかった

		n=	(%)	
全体		(735)	21.5	78.5
性別	男性	(359)	20.3	79.7
	女性	(376)	22.6	77.4
年齢別	20～34歳	(230)	22.6	77.4
	35～49歳	(257)	23.7	76.3
	50歳以上	(248)	18.1	81.9
居住地別	地元4市町	(235)	45.1	54.9
	近隣(50km圏内)	(252)	8.3	91.7
	九州全域	(248)	12.5	87.5
子どもの有無別	子どもなし	(323)	20.1	79.9
	子どもあり	(412)	22.6	77.4

カ グリーンランド

- ・「行ったことがある」が「地元4市町」で88.9%。「九州全域」でも64.1%。
- ・認知度は、「九州全域」でも90%以上と、広く認知されている。

Q8 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設に
行ったことがありますか？また、行ってみたいですか？
(画像と紹介文をお読みになった上で回答ください)
【グリーンランド】

- 行ったことがある
- 行ったことはないが、行きたいと思う
- 行きたいと思うほどではないが、興味がある
- 興味がない・わからない

		n=	(%)			
全体		(735)	76.1	6.8	6.9	10.2
性別	男性	(359)	74.4	7.5	5.8	12.3
	女性	(376)	77.7	6.1	8.0	8.2
年齢別	20～34歳	(230)	71.3	10.9	7.8	10.0
	35～49歳	(257)	80.9	6.2	5.4	7.4
	50歳以上	(248)	75.4	3.6	7.7	13.3
居住地別	地元4市町	(235)	88.9	1.3	0.6	8.8
	近隣(50km圏内)	(252)	75.8	6.0	7.9	10.3
	九州全域	(248)	64.1	12.9	9.7	13.3
子どもの有無別	子どもなし	(323)	70.6	5.9	8.7	14.9
	子どもあり	(412)	80.3	7.5	5.6	6.6

Q9 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設を
知っていましたか？
【グリーンランド】

- 知っていた
- 知らなかった

		n=	(%)	
全体		(735)	95.2	4.8
性別	男性	(359)	94.7	5.3
	女性	(376)	95.7	4.3
年齢別	20～34歳	(230)	92.6	7.4
	35～49歳	(257)	96.5	3.5
	50歳以上	(248)	96.4	3.6
居住地別	地元4市町	(235)	98.3	1.7
	近隣(50km圏内)	(252)	94.4	5.6
	九州全域	(248)	93.1	6.9
子どもの有無別	子どもなし	(323)	92.6	7.4
	子どもあり	(412)	97.3	2.7

キ 九州荒尾オリーブ村

- ・「行ったことがある」が「地元4市町」でも6.8%。「地元4市町以外」では、来訪経験者は3%未満。
- ・意向度は、「女性」で39.6%と他のスポットと比較して高く、「50歳以上」も35.9%と高い。
- ・認知度は、「地元4市町」では34.5%。「地元4市町以外」では10%弱。

Q8 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設に行ったことがありますか？また、行ってみたいですか？
(画像と紹介文をお読みになった上で回答ください)
【九州荒尾オリーブ村】

- 行ったことがある
- 行ったことはないが、行きたいと思う
- 行きたいと思うほどではないが、興味がある
- 興味がない・わからない

		n=	(%)			
全体		(735)	4.1	30.6	28.4	36.9
性別	男性	(359)	5.8	21.2	29.0	44.0
	女性	(376)	2.4	39.6	27.9	30.1
年齢別	20～34歳	(230)	3.9	27.8	25.7	42.6
	35～49歳	(257)	4.3	28.0	28.8	38.9
	50歳以上	(248)	4.0	35.9	30.6	29.4
居住地別	地元4市町	(235)	6.8	35.7	26.8	30.6
	近隣(50km圏内)	(252)	2.8	26.2	27.4	43.7
	九州全域	(248)	2.8	30.2	31.0	35.9
子ども有無別	子どもなし	(323)	3.4	29.1	24.8	42.7
	子どもあり	(412)	4.6	31.8	31.3	32.3

Q9 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設を知っていましたか？
【九州荒尾オリーブ村】

- 知っていた
- 知らなかった

		n=	(%)	
全体		(735)	16.5	83.5
性別	男性	(359)	18.1	81.9
	女性	(376)	14.9	85.1
年齢別	20～34歳	(230)	11.7	88.3
	35～49歳	(257)	16.7	83.3
	50歳以上	(248)	20.6	79.4
居住地別	地元4市町	(235)	34.5	65.5
	近隣(50km圏内)	(252)	7.9	92.1
	九州全域	(248)	8.1	91.9
子ども有無別	子どもなし	(323)	13.6	86.4
	子どもあり	(412)	18.7	81.3

ク 梨もぎ取り・梨の直売所販売

- ・「行ったことがある」が「地元4市町」で28.1%。「地元4市町以外」では、来訪経験者は10%未満。
- ・意向度は、「女性」で44.4%、20～34歳で41.3%と他のスポットと比較して高い。「九州全域」でも41.1%。
- ・認知度は、「地元4市町」では77.9%。「地元4市町以外」では10%～30%程度。

Q8 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設に行ったことがありますか？また、行ってみたいですか？
(画像と紹介文をお読みになった上で回答ください)
【梨もぎ取り・梨の直売所販売】

- 行ったことがある
- 行ったことはないが、行きたいと思う
- 行きたいと思うほどではないが、興味がある
- 興味がない・わからない

		n=	(%)			
全体		(735)	13.9	36.2	25.6	24.4
性別	男性	(359)	15.3	27.6	28.7	28.4
	女性	(376)	12.5	44.4	22.6	20.5
年齢別	20～34歳	(230)	11.3	41.3	20.0	27.4
	35～49歳	(257)	11.3	33.5	28.0	27.2
	50歳以上	(248)	19.0	34.3	28.2	18.5
居住地別	地元4市町	(235)	28.1	30.2	21.3	20.4
	近隣(50km圏内)	(252)	8.3	36.9	29.4	25.4
	九州全域	(248)	6.0	41.1	25.8	27.0
子どもの有無別	子どもなし	(323)	12.1	34.1	25.4	28.5
	子どもあり	(412)	15.3	37.9	25.7	21.1

Q9 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設を知っていましたか？

- 知っていた
- 知らなかった

【梨もぎ取り・梨の直売所販売】

		n=	(%)	
全体		(735)	41.0	59.0
性別	男性	(359)	42.1	57.9
	女性	(376)	39.9	60.1
年齢別	20～34歳	(230)	30.9	69.1
	35～49歳	(257)	42.0	58.0
	50歳以上	(248)	49.2	50.8
居住地別	地元4市町	(235)	77.9	22.1
	近隣(50km圏内)	(252)	30.2	69.8
	九州全域	(248)	16.9	83.1
子どもの有無別	子どもなし	(323)	35.0	65.0
	子どもあり	(412)	45.6	54.4

ケ 松永日本刀剣鍛錬所

- ・「行ったことがある」は「地元4市町」でも4.3%。「地元4市町以外」では、来訪経験者は1%程度。
- ・意向度が特に高いセグメントはなく、20%強。
- ・認知度は、「地元4市町」では26.4%。「地元4市町以外」では5%程度。

Q8 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設に行ったことがありますか？また、行ってみたいですか？
(画像と紹介文をお読みになった上で回答ください)
【松永日本刀剣鍛錬所】

- 行ったことがある
- 行ったことはないが、行きたいと思う
- 行きたいと思うほどではないが、興味がある
- 興味がない・わからない

		n=	(%)			
全体		(735)	2.0	24.5	26.9	46.5
性別	男性	(359)	3.1	27.3	27.3	42.3
	女性	(376)	1.1	21.8	26.6	50.5
年齢別	20～34歳	(230)	2.6	24.8	21.3	51.3
	35～49歳	(257)	1.9	23.3	30.0	44.7
	50歳以上	(248)	1.6	25.4	29.0	44.0
居住地別	地元4市町	(235)	4.3	26.4	26.8	42.6
	近隣(50km圏内)	(252)	0.8	21.8	26.2	51.2
	九州全域	(248)	1.2	25.4	27.8	45.6
子どもの有無別	子どもなし	(323)	1.9	22.0	25.1	51.1
	子どもあり	(412)	2.2	26.5	28.4	43.0

Q9 あなたは、以下の熊本県荒尾市の観光スポット・施設を知っていましたか？

【松永日本刀剣鍛錬所】

- 知っていた
- 知らなかった

		n=	(%)	
全体		(735)	12.0	88.0
性別	男性	(359)	15.9	84.1
	女性	(376)	8.2	91.8
年齢別	20～34歳	(230)	9.6	90.4
	35～49歳	(257)	14.4	85.6
	50歳以上	(248)	11.7	88.3
居住地別	地元4市町	(235)	26.4	73.6
	近隣(50km圏内)	(252)	5.2	94.8
	九州全域	(248)	5.2	94.8
子どもの有無別	子どもなし	(323)	11.8	88.2
	子どもあり	(412)	12.1	87.9

(7) 荒尾市内のおすすめスポット・場所

- ・「四山神社」の回答が最も多い。
- ・「万幸堂のメロンパン」や「ふくやまベーカリー」、「高専ダゴ」などのご当地グルメを推す回答が多い。
- ・「カフェ・シャララ」や「メリーランド」などのカフェも推されている。
- ・「小岱山」や「小代焼」も10件以上の回答がある。

名称（回答数5件以上）	件数
四山神社	22
荒尾シティモール	17
カフェ シャララ	14
万幸堂のメロンパン	13
小岱山	12
メロンパン屋	11
岩本橋	11
ふくやまベーカリー	10
高専ダゴ	10
小代焼	10
馬力屋	10
ゆめタウン	9
荒尾競馬場	6
メリーランド	5
金魚・金魚の郷	5
赤田公園	5

名称（回答数2件以上5件未満）	
ドリームの湯	荒尾大師
ゾロ	荒尾大仏
ロックタウン	蛇ヶ谷公園
運動公園	武蔵ラーメン
荒尾市民プール	こくんぞさん
眼鏡橋	サンカクヤ
有明プラザ	すたみな太郎
バラ園	文化センター
弥生の湯	
カフェ コットン	
スパイスコットン	
ホテル・ホテルの里	
ホテルヴェルデ	
モカカフェ	
ルンバ珈琲	
ラーメン玲佳	

(8) コロナでの観光に関する考え方

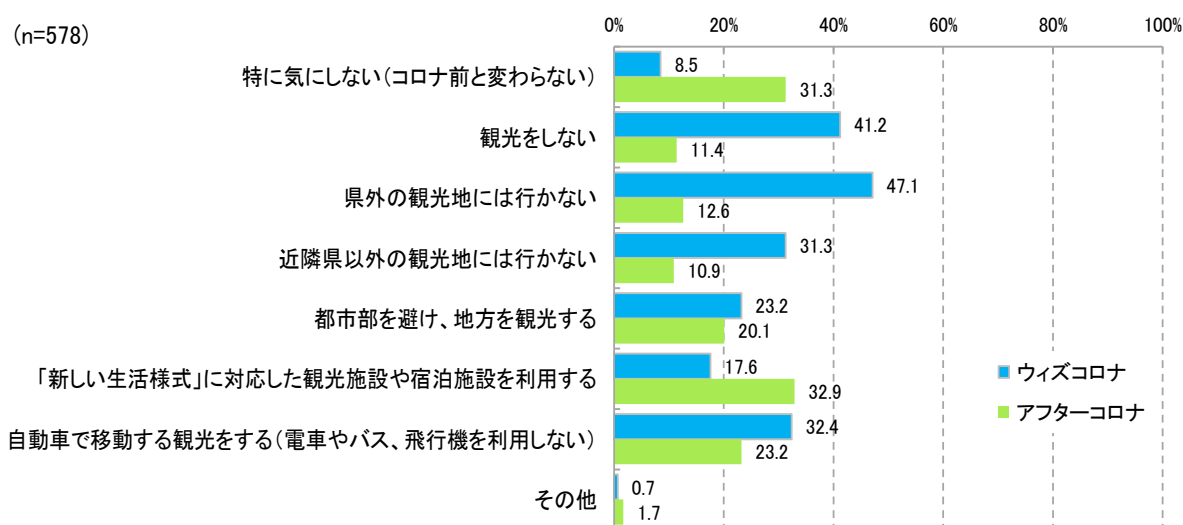
- ・ウィズコロナでは、「観光をしない」の割合が多くなっており、観光をする場合でも、「県外の観光地には行かない」や「近隣県以外の観光地には行かない」の割合が高くなっている。
- ・アフターコロナでは、「特に気にしない(コロナ前と変わらない)」の割合が 30%程度に増えている一方、「『新しい生活様式』に対応した観光施設や宿泊施設を利用する」の割合が高くなっている。
- ・アフターコロナでも、「都市部を避け、地方を観光する」や「自動車で移動する観光をする(電車やバス、飛行機を利用しない)」というニーズは一定程度残る傾向にある。

[Q13]現在の新型コロナウイルス感染症の状況や収束後の状況を踏まえお答えください。

あなたの観光に関する考え方にあてはまるものはどれですか？

あてはまるものを全て回答ください。

(n=578)



4 SNS 投稿分析調査

●調査の目的

- (1) 荒尾市内の観光スポットや観光資源に対する投稿内容・コメントを把握し、定量的（ポジティブ or ネガティブ）な評価と定性的（内容）な評価について分析する。
- (2) 投稿内容・コメントから、関心を寄せるための観光資源の活用の方向性を探る。
- (3) SNS 発信者目線での新たな誘客スポット、観光資源を発掘する。

●調査概要

- (1) 実施方法：Twitter、Instagram、Facebook における投稿内容を調査する

概要	方法
①観光スポット等に対する投稿把握	インターネット調査で評価の対象とした 9 スポット（万田坑、荒尾干潟、マジック釣り体験、宮崎兄弟の生家、子ども科学館、グリーンランド、九州荒尾オリーブ村、梨もぎ取り・直売所販売、松永日本刀剣鍛錬所）について、調査を行う ☐ Twitter、Instagram、Facebook スポットごとに、①投稿数、②投稿者の属性、③投稿内容を把握し、評価する
②新たな誘客スポット、観光資源発掘	☐ Twitter 「荒尾」を含むツイート、画像で紹介しているスポット、資源を調査する ☐ Instagram 「荒尾」を含む投稿（ハッシュタグ）で紹介しているスポット、資源を調査する ☐ Facebook 荒尾市内に位置情報をもつスポット、公開されている写真、投稿を調査する

- (2) 調査期間

- ・令和 2 年 8 月現在、各 SNS に表示されている投稿を把握した。
- ・「①観光スポット等に対する投稿把握」については、2019 年、2020 年の投稿を中心に、投稿数の少ないスポットについては 2019 年以前の投稿内容も調査
- ・「②新たな誘客スポット、観光資源発掘」については、Twitter、Instagram は投稿が多数あることから令和 2 年 8 月投稿分を調査。Facebook は 2019 年、2020 年の投稿を中心に、過去 5 年程度の投稿を調査。

(1) 観光スポット等に対する投稿把握

① 世界文化遺産 万田坑

Instagram での#検索数	#万田坑:4986 件 #三井三池炭鉱:561 件
投稿に含まれるキーワード	「#くまいく」（熊本の写真を投稿するハッシュタグ） 「#九州ぐらむ」（『九州&沖縄を旅したくなる』写真が集まるコミュニティ） 「#黒ダイヤカップ」「#万田坑ソフト」 「パズーの職場」「VR ツアー」（CreativeOfficeHaruka が行っている） 「ノスタルジック」「軍艦島」「広くて見どころ満載」「圧巻」「るろうに剣心」 「コスプレ撮影の許可が取れる魅惑のロケ地」
投稿者の傾向分析	・写真撮影を趣味とする人から、撮影スポットと選ばれている（風景撮影のほか、コスプレを含めてポートレート撮影のロケ地として利用している人が多い印象）。 ・スポーツカーやバイク乗りの投稿も若干数みられる
その他気づき	・Instagram、Twitter とともに投稿数は多い。 ・メディアにも取り上げられている（ローカルメディアくまきゅー、熊本日日新聞社）。 ・ライトアップは他の炭鉱跡でも実施されているようで、荒尾市のライトアップについて PR の必要性を訴える投稿も見られる。



② 荒尾干潟／荒尾干潟水鳥・湿地センター

Instagram での#検索数	#荒尾干潟:1825 件 #荒尾干潟水鳥湿地センター:63 件
投稿に含まれるキーワード	※キーワードを箇条書き 「#九州ぐらむ」(『九州&沖縄を旅したくなる』写真が集まるコミュニティ) 「#ariake_photogram」 「#イマソラ」(空の写真を投稿するハッシュタグ) 「#夕焼け」「#子供とお出かけ部」「#熊本写真部」 「ラムサル条約」「渡り鳥」
投稿者の傾向分析	・写真好きの投稿が多い ・親子で訪れている人が散見される ・万田坑と同様に、ポートレート撮影場所としても使用されている。
その他気づき	・夕焼けの写真が多く投稿されている。 ・Twitter では鳥に関する投稿も (シギチ、アジサシなど)



③ 荒尾干潟でのマジャク釣り体験

Instagram での#検索数	#マジャク:702 件 #マジャク釣り: 33 件
投稿に含まれるキーワード	「#1 匹も釣れず」 「大人も子供も夢中に」「釣れた時のわくわく」「初心者にはかなり難しい」 「一瞬ザリガニ」「楽しそう」「やってみたい」「マジャッキー」 「一人で行くと地味」「(デートの場所として紹介されて) 勘弁して」
投稿者の傾向分析	- Instagram ではマジャク釣りの様子よりも料理の写真が多くみられた。 - 秋丸美帆(釣りガール、フォロワー16.8 万人) が荒尾のマジャク釣りを投稿、1 万人以上が「いいね」している。
その他気づき	- 子どもだけでなく、大人も楽しめる体験プログラムであるが、釣り上げるのは難易度が高く、デートスポットではない様子照) - 味についても高評価の投稿が多い。天ぷらにする美味しいとの投稿多数。



④ 宮崎兄弟の生家

Instagram での#検索数	#宮崎兄弟の生家:41 件
投稿に含まれるキーワード	「#お茶会」「#お抹茶」「#何をした人かわからない」 「明治浪漫」「牡丹」「日中友好」「朝ドラ」「ロケーション最高」
投稿者の傾向分析	・結婚披露の前撮りが可能で、Instagram では結婚式場のアカウントがよく投稿している。
その他気づき	・花や鳥の写真も見られた。 ・Twitter では歴史に関するコメントも多く見られた。 ・イベント会場として利用されているケースが複数見受けられる。 ・歴史的な場所というよりも写真スポットとしての人気のほうが高い印象。



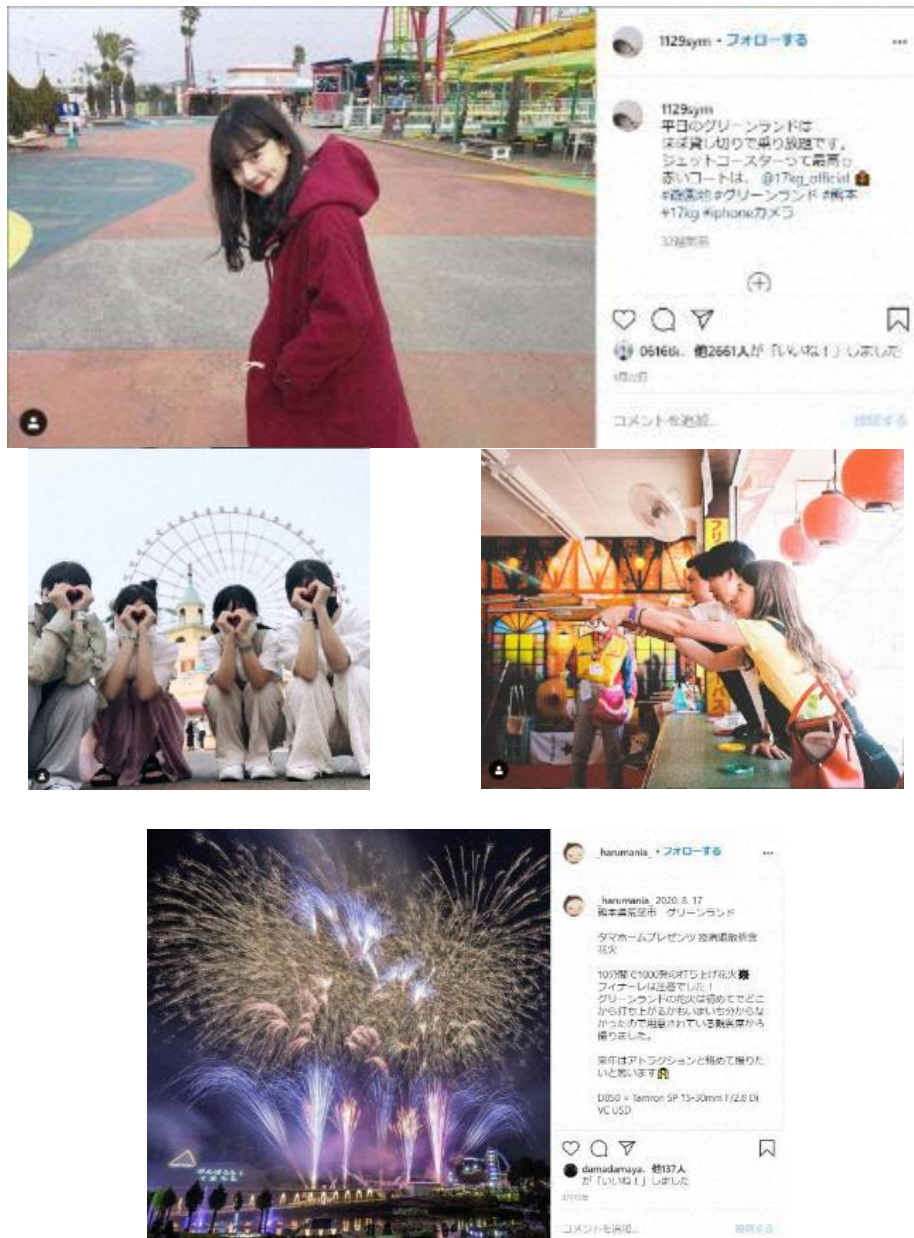
⑤ 子ども科学館

Instagram での#検索数	#あらおキッズドーム:8 件
投稿に含まれるキーワード	「#雨の日お出掛けスポット」 「#大人になってもお絵描きは楽しい」 「#影絵あそび」
投稿者の傾向分析	・「museumnews jp（博物館等に関する情報発信メディア、2.1 万フォロワー）」が西日本新聞の記事をリツイート ・「朝日新聞教育班（2 万フォロワー）」が朝日新聞デジタル記事をリツイート
その他気づき	・Instagram「#あらおキッズドーム」での検索結果は 8 件。Twitter も同様に、「あらおキッズドーム」を含む投稿は少数。 ・動画投稿もわずかながらある。



⑥ グリーンランド

Instagram での#検索数	#グリーンランド：6.1 万件
投稿に含まれるキーワード	「#また行きたい」「#記念日デート」「#家族でお出かけ」 「グリラ」「お化け屋敷が怖い」「ミルキーウェイ織姫/彦星」「マスクシール」 「寂れた遊園地」
投稿者の傾向分析	・若い年齢層の投稿が多い ・元観光柳川 水の精、ミス西南 2017 横山 紗弓さん（フォロワー3.7 万人）の投稿が人気投稿になっている（平日のグリーンランドの様子を投稿）。
その他気づき	・令和2年8月の投稿では花火の写真が高頻度で投稿 ・デートスポットとして人気な様子 ・家族連れ（子どもの写真）も見られたが高校生・大学生、若手社会人などの若手グループ・カップルの投稿が目立った。 ・年間パスポートを所持し、休みの日はグリーンランドにいるという人の投稿もあった。



⑦ 九州荒尾オリーブ村

Instagram での#検索数	#九州荒尾オリーブ村：58 件 # 荒尾オリーブ：10 件
投稿に含まれるキーワード	「荒尾にオリーブ畑?」「九州オリーブ村での体験(はどれも新鮮)」 「# 里山マルシェ」「# 採れたて」「# ピザ作り体験」
投稿者の傾向分析	・Instagram では投稿のほとんどが九州荒尾オリーブ村や観光協会や地域おこし協力隊などのアカウント ・Twitter でも公式アカウントやニュースサイトによる投稿が多い ・公式アカウント以外では女性の投稿が多い。中川オリーブ農園のレストランを投稿する人が複数。
その他気づき	・2018 年のくまモン訪問時には、くまモンの“追っかけ”による投稿が多い。 ・一般の人の投稿が少なく、また荒尾にオリーブ畑があることを知らない投稿もあった



⑧ 梨もぎ取り・梨の直売所販売

Instagram での#検索数	#荒尾梨：2867 件
投稿に含まれるキーワード	「#ナチュラルスタイル熊本」（自然栽培の農作物に関する投稿のハッシュタグ） 「#ジャンボ梨」「#赤ちゃんの顔と同じくらいの梨」 「片手でかさまらない大きさ」「ジュースですよこれは」「日本で一番おいしい梨」
投稿者の傾向分析	・女性の投稿が多い。 ・「実家から送ってもらった」「友達にもらった」など、荒尾市とつながりがあると思われる人の投稿が多い。
その他気づき	・Twitter、Instagramともに荒尾梨に関する投稿は多くあるが、梨のもぎ取り体験・直売所に関する投稿はほとんどなく、観光協会のアカウントの投稿のみだった。 ・子どもやペットと一緒に写真を撮り、大きさを比較し強調している投稿が多い ・福岡県大牟田市の果樹園が梨ジュースを製造しており、無印天神大名店でのポップアップショップの様子を投稿している。 ・博多中洲のバーによる投稿で「荒尾梨」とブランド名での表記がされている。ほかに、荒尾梨のカクテルを紹介するバーの投稿が見られた。



⑨ 松永日本刀剣鍛錬所

Instagram での#検索数	#松永日本刀剣鍛錬所：10 件 # 松永源六郎：15 件
投稿に含まれるキーワード	「同田貫」（九州の刀工一派） 「迫力」 「サウナ状態」
投稿者の傾向分析	・Twitter ではアニメファンが多い ・Instagram では男性と思われるアカウントの投稿が多い
その他気づき	・体験や試し斬りが好評。 ・「刀剣乱舞」ファンが話題にしている（同田貫） ・リプライを見ると試し斬りに興味を持っている人が多かった ・投稿数は少ないが、見学者や体験者の満足度は高い。
考察	・男性は日本刀の試し斬りや体験に、女性は「刀剣乱舞」関連に興味を持っている人が多い。



(2) 新たな誘客スポット、観光資源発掘

① SNS で投稿される頻度の高いカフェ、飲食店

《考 察》

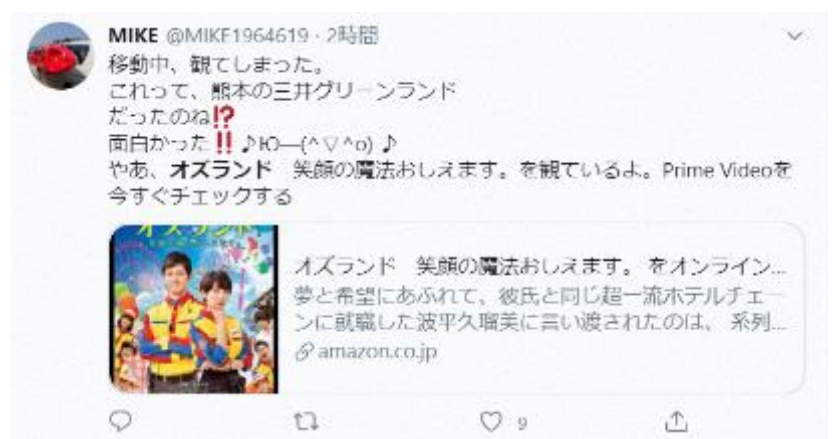
- ・Instagram の投稿数はほかの SNS と比べて多く、誘客を目的とした店舗の投稿（カフェ、飲食店）が多いことも特徴。
- ・各カテゴリで投稿が多くされているお店はある程度限定される。カフェ（スイーツ）は、女性アカウントを中心に投稿が多く、果物を丸ごと使い写真映えしているものが多い印象。地元の果樹園の果物を使用していることを紹介する投稿もあり、地域内のコラボレーション事例も見受けられる。



② 著名性のあるヒト・コト

《考 察》

- ・最近の投稿にはあまり見られないが、「ギネス世界記録」や「ラグビーワールドカップ」での流大選手（荒尾高校出身）の活躍を祝う投稿、オズランド関連の投稿が複数投稿されている。



③ 話題性あるイベント

「考 察」

- ・荒尾干潟をフィールドにしたイベントやママを対象にしたお寺でのイベント、飲食店が出店するグルメフェスなど、ターゲットの異なる多様なイベントが展開されている。



④ 荒尾市関連の情報発信メディアや広報 PR 団体

「考 察」

- ・荒尾市に関連する情報発信アカウントや荒尾ファンが運営するアカウントが一部見受けられる。
- ・ラーメンや果物など、カテゴリに特化した情報発信アカウントからも、荒尾市のお店や観光資源が取り上げられている。



⑤ 荒尾市関連の投稿が多い「ナノインフルエンサー」やファン

《考 察》

- ・フォロワーが1万未満ではあるが投稿数が多く影響力のある「ナノインフルエンサー」が、荒尾市に関連する投稿を行っている。
- ・干潟（風景）、カフェ（スイーツ）、グルメに関する投稿が多く見受けられ、それぞれのナノインフルエンサーに専門分野がある場合が多い。



5 事業者等ヒアリング調査

● 調査の目的

- (1) 誘客に当たり中心的な役割を担う宿泊施設及び主要観光施設を運営する事業者等が、誘客や情報発信等に関し抱えている課題を把握する。
- (2) (1) で把握した内容を踏まえ、本市と事業者が連携して実施できることについて意見交換を行う。
- (3) 今後検討する観光振興の方向性について、現時点での認識を共有する。

● 調査概要

実施方法	対面でのヒアリング・意見交換（各対象者に 30 分～1 時間程度）
調査対象者	【宿泊施設】 ・ホテルヴェルデ ・ホテルブランカ ・HOTEL AZ 熊本荒尾店 ・五十鈴荘 【主要観光施設】 ・グリーンランド遊園地 ・荒尾漁業協同組合 ・熊本北部漁業協同組合 ・九州荒尾オリーブ村 ・松永日本刀剣鍛錬所
日程	令和 2 年 11 月 9 日（月）、10 日（火）

● 調査項目

- (1) 提供しているサービスとターゲット、利用者からの反応
- (2) 想定される競合と、競合先にはない強み
- (3) 誘客や情報発信、運営等に関する課題
- (4) 今後（5 年後）目指すビジョンと、検討している新規の取り組み

(1) ヒアリング内容のまとめ

【宿泊施設】

- ・ 宿泊施設について、客室の稼働状況は施設によって異なるが、平日の集客や、観光シーズンでない月の集客が課題となっている傾向にある。観光シーズンにおいては、市内の宿泊施設が満室で需要超過になる場合もあり、満室で受け入れができない場合は市内の他の宿泊施設を紹介するケースもあることがうかがえた。
- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響により利用客が減少している施設があるが、GoTo キャンペーンの効果で復調傾向にある施設もみられた。
- ・ 1 泊 2 食付きが主でない施設においては、利用客から、近隣の飲食店の情報を求められたり、道の駅など市内で土産物を購入できる場所の情報を求められるケースがある。

【主要観光施設】

- ・ 新たなターゲットを設定した企画や観光コンテンツの造成を各企業・団体が検討している状況がうかがえた。一方で、若者を中心に担い手の不足が課題となり実現に至っていないケースがみられた。
- ・ 来訪の際の交通手段と入場券がセットになった観光商品を販売されている実態がみられた。
- ・ ゴルフを目的とした韓国からの宿泊客が以前は多く、国内の OTA が韓国や中国向けの観光商品を販売している実態があることから、ゴルフ需要は根強いものと推察される。
- ・ 海苔づくり体験や砂洲を活用した体験、農作業体験やフットパスなど、既存の資源や文化・産業を活かした高付加価値化による体験プログラムの造成について意見があった。
- ・ テーラー体験について、事業を継続していくための料金設定や人員体制について意見があった。
- ・ 刀剣については、欧米豪をはじめとする外国人からの評判がとても高いことが分かった。

6 旅行業者ヒアリング調査

● 調査の目的

- (1) 九州全体（特に福岡県・熊本県）における個人・法人団体旅行の傾向等を把握する。
- (2) 九州全体（特に福岡県・熊本県）における教育旅行の傾向等を把握するとともに、旅行業者に行う効果的な営業方法について知見を得る。
- (3) 九州全体（特に熊本県）における体験型観光プログラムの傾向、人気プログラムの特徴等を把握する。
- (4) 九州全体（特に熊本県）における訪日旅行の傾向等を把握する。
- (5) 荒尾市内にある観光コンテンツの評価を把握する（商品化の可能性、消費者ニーズとのマッチング度）。
- (6) コロナ禍での旅行への影響（旅行数や形態等の変化）や、市場回復時期の見通しを把握する。

● 調査概要

- (1) 実施方法：対面によるヒアリング調査または調査票をメールにより送付・回答
- (2) 調査期間：令和2年9月8日（火）、9日（水）
- (3) 対象者：OTAを含め福岡市内及び熊本県内に営業所をもつ旅行会社（計6社）

(1) 個人・法人・教育旅行等、近年の旅行動向

【個人旅行】

- ・ 移動と宿泊がセットになった商品が主要商品となっており、WEBでの販売が増え、価格競争になっている現状がある。一方で、ガイドが付き各スポットを案内するパッケージ商品を得意とする旅行会社や、これまでは取り組んでいなかったが新規にそうしたパッケージ商品の造成を進める旅行会社もみられた。
- ・ 大型バスで移動する旅行商品ではなく、10人乗り程度のバンで移動し、大型バスでは入れないような場所を移動して楽しむ小規模な旅行商品（ミニツアー）を消費者に提案していく必要があると考える旅行業者もみられた。
- ・ 隙間時間の予定を決めておらず、いわゆる「旅ナカ」で情報を得て行先を決める人が6割と言われており、旅ナカでの情報発信が重要であるとの意見があった。

【法人旅行】

- ・ 市場が縮小傾向であり、インセンティブツアーやMICE型ツアーを推進する方向性にあるとする旅行会社があった。
- ・ 従来の慰安型の旅行に加えて、チームビルディングや企業へのエンゲージメントを高める目的の旅行、視察も、目的として組み込む依頼が増えているとの声があった。

【教育旅行】

- ・ コース別、班別等の生徒の希望に沿った分散型体験学習が中心であり、学習指導要領の改訂により事前学習～当日の体験～事後学習の一連の流れがセットになった体験学習が必須となるとの意見があった。
- ・ 震災学習等により熊本市を訪問する流れがあるため、SDGsのプログラムを造成して誘客を図ってはどうかとの提案もあった。

【訪日旅行】

- ・ 訪日客の誘客においては、熊本県との連携や、福岡市や柳川市を旅行する訪日客の旅程に荒尾市が入るような戦略が必要であるとの意見や、既にゴールデンルートを旅したリピーターの訪日客をどう誘致するかがポイントであるとの意見があった。

（２）荒尾市内の観光コンテンツに対する評価

- ・ ほかの地域ではできない体験であることが観光客に選ばれるために重要であり、「マジック釣り」や「テラー体験」、「日本刀鍛錬所見学」はそうした体験の一つであるとの評価があった。
- ・ 観光資源を活用して「どのような過ごし方」をしてもらうか、観光メニューの造成を通じて過ごし方の提案を行うことや、高付加価値化による高価格での販売が継続的な運営には大切であるとの意見があった。
- ・ 体験プログラムの販売においては、事前に計画することなく当日に訪れる利用客が想定されることから、「いつでも気軽に参加・体験ができる」ような運営ができると望ましいとの意見があった。

（３）コロナ禍での旅行動向

- ・ ヒアリングした旅行会社や体験プログラム事業者の中には、貸切でサービスを提供するなど密にならないことを魅力に観光商品を販売し売上を上げている事例がある。
- ・ マイクロツーリズムへの関心が高まったことに伴い、近隣を旅行するプランの造成・販売やオンラインで体験できる観光メニューの造成・販売の事例もみられた。

7 FAM トリップによる調査

● 調査の目的

- (1) 本市への誘客・プロモーションを促進するため、メディアや旅行会社を荒尾市内の観光スポットに招請し、観光スポットの PR を行う。
- (2) メディアや旅行会社に対し、実際に観光コンテンツを体験してもらった上で、メディア掲載の可能性や旅行商品化の可能性、課題の洗い出しなど、誘客に向けた意見交換を行う。
- (3) 各観光スポットの経営者や職員などが、招請するメディアや旅行会社と直接意見交換をすることで、今後の観光コンテンツ磨き上げに向けた動機付けや機運の醸成、アイデアの獲得を図る。

● 調査概要

- (1) 実施方法：福岡県や熊本県等に所在するメディアや旅行会社を荒尾市内の観光スポットに招請し、各観光スポットの魅力向上や誘客促進に向けた助言を得る
- (2) 調査期間：令和2年10月20日（火）、11月10日（火）
- (3) 招請者：福岡県や熊本県等に所在するメディアや旅行会社（計6社）

● 調査スポット

万田坑（まるごとあらお物産館含む）、お好み焼き屋、観光梨園、荒尾干潟、四山神社、小岱山

（1）万田坑・まるごとあらお物産館・お好み焼き屋

① 招請者からの主な意見

- ・ 当時の様子を彷彿させるような訪問者に興味を掻き立てる工夫や、映像や体験を組み込むなど炭鉱の歴史を知らない世代にも発信できる全世代型のコンテンツとすることが課題。
- ・ 大牟田市や熊本県との「近代産業遺産」繋がりを活かした PR ができると良い。
- ・ ガイドの話からより炭鉱ロマンが伝わると良い。
- ・ 訪日客誘客の視点からは、外国人向けの映像資料や外国語表記の充実が必要。
- ・ まるごとあらお物産館の利用者増に向けては、万田坑の見学後に利用する流れを生むよう導線を明確にすべき。
- ・ まるごとあらお物産館では、その場で気軽に楽しめる食のコンテンツが充実すると良い。
- ・ お好み焼きは、ソウルフードとして非常に価値のあるグルメであるため、お好み焼きから万田坑へと繋がる仕組みを構築できないか。

（2）観光梨園

① 招請者からの主な意見

- ・ 催行期間の短さや、梨の大きさ・値段から手軽な体験先として PR しにくいこと、梨狩り体験を提供する場所が限定的であることが誘客において課題である。
- ・ 荒尾梨のブランドの高まりや認知の広がりを感じており、今後更に盛り上がる可能性がある。
- ・ 鴨梨は中華圏の人には親近感があるため話題性がある。
- ・ 立ち寄りで飲食できるジェラートやスムージーがあることは良く、通販事業やイベント出店等の展開の可能性がある。

(3) 荒尾干潟

① 招請者からの主な意見

- ・ 湿地帯という独特の場所柄や希少な水生生物や鳥類を観察できること、テラー体験という他にはない独自性ある体験プログラムがあることが良い。
- ・ 環境学習を目的とした学生向けの体験授業やファミリー向けの体験プログラムのほか、童心に帰って泥遊びをしたい大人を対象としたプログラムも打ち出し方によっては人気が出るのではないかな。
- ・ 干潟と地域の方々の暮らしや、荒尾市だからこそできる海苔の養殖の話が加えられると、荒尾市をより深く知ることができコンテンツになるのではないかな。

(4) 四山神社

① 招請者からの主な意見

- ・ 今後の都市計画道路拡張などで夜景が非常にキレイなものになれば、「インスタ映えスポット」として活用できる。
- ・ 昨今の御朱印ブームも相まって来訪者が増えている大牟田神社と連携してはどうか。
- ・ 景観のよいスポットではあるが、初詣や七五三等のイベント以外で集客を図るには、景観という素材をコンテンツ化するための仕掛けが必要である。
- ・ 道路の拡幅などの周辺整備が必要である。

(5) 小岱山

① 招請者からの主な意見

- ・ 玉名市内ではあるが、キャンプ場はとても良い。
- ・ 登山については、登頂後の景色をパンフレットに掲載するなど、短い時間であっても行ってみたいと思わせる旅行者のスキマ時間を埋める提案をする必要がある。
- ・ ターゲットを「登山エントリー層」「登山上級者」「キャンプやバーベキュー好き」等に分け、行ってみたいくなる情報の届け方を工夫する必要がある。
- ・ 小代焼との繋がりを含めたストーリーで売ることが大切である。

8 モニターツアーによる調査

● 調査の目的

- (1) 旅行者やメディア等関係者に対し、荒尾干潟水鳥・湿地センター等に係る旅行商品造成や情報発信に向けた課題等を聞き取る。
- (2) 旅行商品の造成やメディア発信に繋げる。

● 調査概要

- (1) 実施方法：九州圏内の旅行会社・メディア等関係者を荒尾干潟水鳥・湿地センターを中心としたツアーに招請し、旅行商品造成や情報発信に向けた助言を得る
- (2) 調査期間：令和元年7月18日（水）
- (3) 招請者：九州圏内の旅行者5社、メディア等関係者5社

● 調査スポット

荒尾干潟水鳥・湿地センター、Ristorante 中川オリーブ農園、まるごとあらお物産館

(1) 荒尾干潟水鳥・湿地センター

① 招請者からの主な意見

- ・ 2階のソファに座って夕陽を見るのはよい体験。絵を描きたい人に画材を提供する、夕陽の沈む時間をお知らせするなどあるとよい。体験ものがもっとほしい。
- ・ 施設だけでは物足りない気がするので、見学と体験がパックで商品があると売りやすいツアーに組み込みやすい。
- ・ マジャクを釣った後にセンターで調理できるプランがあるとよい。マジャクやムツゴロウ、シャコなどを食べられる店の案内があると利用者は嬉しい。
- ・ テーラー体験は、乗って降りた先に1つ楽しめるポイントがあるとよい。この楽しさをどう伝えるかが課題。適正な価格設定が重要であるし、催行日程が早めにアップされることで企画がしやすい。干潟はテーラー体験だけでなく、散策や自転車なども楽しそう。

(2) Ristorante 中川オリーブ農園

① 招請者からの主な意見

- ・ オリーブづくりを応援したくなるような企画があるとよい。オリーブ園になる過程が分かるような展示があると面白いのではないかな。
- ・ 荒尾で獲れたオリーブが他のオリーブとどのように味が違い、どういう特徴があるかが分かればブランディングに繋がる。
- ・ 女子旅に良い場所であり、女子旅の商品造成には良いかもしれない。

(3) まるごとあらお物産館

① 招請者からの主な意見

- ・ 梨ジェラートがとても美味しい。暑い中でプレゼントで配るのは嬉しい特典ではないかな。
- ・ どの商品が人気なのか POP などがあれば分かりやすい。
- ・ お土産のお菓子がクッキーやカステラなど似たようなものが多い。ジャンルを絞りオリジナリティを出したほうがよい。
- ・ 旅行会社と契約がないのでお店に寄ることはない。団体で立ち寄るには店内が狭い。