

【推進指針】“One Team”による情報発信

計画の推進に当たっては、イベントなどの観光情報をはじめ、各種取り組みの進捗状況等について、各観光施設や宿泊施設、飲食店や交通事業者、地域住民などが積極的・主体的に情報発信を行うとともに、観光情報等についての情報交換の仕組みやSNS人材の育成を進める。

【重点戦略①】

グリーンランドなどを主軸にした周遊促進

本市への誘客をけん引するグリーンランドや、南新地地区において建設を進めている道の駅などを起点に、その前後に市内の他の施設への周遊を促し、滞在時間の延長及び観光関連産業への経済波及効果の拡大を目指す。

【重点戦略②】

荒尾市へのリピーター(あらおファン)の拡大

本市には、近隣地域においても認知度が広がっていない施設や、一定の期間のみしか体験できないプログラムが多く存在していることから、「マイクロツーリズム」を推進することで、認知を広げ、年間を通じて訪問してもらうリピーターの増加を目指す。

【重点戦略③】

高付加価値化による消費単価の増加

消費単価が高い訪日旅行や、プログラムの内容を重視する教育旅行の誘客に向け、つい体験したくなる・購入したくなる商品づくりや、体験プログラムの高付加価値化を行うことで、各観光スポットにおける観光消費額の増加を目指す。

【基本方針①：魅力あるコンテンツづくりと売れる商品造成】

1. 多種多様なコンテンツづくり

- 新規体験プログラムの造成
- イベントを活用した魅力づくり(花・地域の行事 etc.)
- お土産品・グルメ開発(ダゴ・梨・マジック・メロンパン・オリーブ・折敷田味噌・海苔 etc.)

2. 付加価値の高いコンテンツづくり

- 既存体験プログラムのブラッシュアップ・ガイドの確保育成
- 教育旅行に向けたプログラムのブラッシュアップ・ガイド育成
- 訪日外国人旅行者に向けたプログラムの造成(刀剣・宮崎兄弟・小代焼 etc.)

3. 旅行商品の造成

- 旅行業者等と連携した旅行商品造成
- 着地型観光商品・ツアーの造成

【基本方針②：情報収集の段階を踏まえた効果的なプロモーション】

1. 「旅マエ」での情報発信

- SNSによる情報発信の強化
- 各種HPの充実
- 有料広告の活用
- パブリシティ獲得に向けたメディア等との関係構築
- 観光キャンペーン

2. 「旅ナカ」での情報発信

- 観光ポスターやアプリ等を活用した情報発信の強化
- 宿泊施設での情報発信
- 交通事業者や飲食店などと連携した情報発信

3. 営業活動等の実施

- 教育旅行誘致に向けた営業活動の実施(旅行会社・学校)
- インバウンド誘致に向けた商談会等の実施(BtoB・BtoC)

【基本方針③：周遊の促進による滞在時間の延長】

1. ストレスなく楽しめる環境整備

- 二次交通の利便性向上(空港・電車・バス・あいのりタクシー)
- 荒尾駅のバリアフリー化
- 観光案内サインの整備(外国語表記含む)
- インバウンド対応力の向上
- キャッシュレスの推進
- Wi-Fi環境の整備

2. 誘客拠点施設との連携強化

- グリーンランドへの誘客促進
- 南新地地区(道の駅)への誘客促進
- 誘客拠点施設からの送客強化(情報発信・相互割引・周遊交通 etc.)

3. 宿泊旅行の推進

- 宿泊プランの充実(ワーケーション・ブレイザー)
- ナイトタイムを活用したプログラムの造成
- 宿泊施設の魅力向上

4. 広域連携の推進(熊本県・有明圏域定住自立圏)

- デジタルマーケティングの推進
- サイクルツーリズムの推進
- 特産品の販路拡大

【基本方針④：人材の育成及び観光地域づくりの推進】

1. 観光地域づくり組織の構築

- 観光地域づくり人材の確保・育成
- 観光協会及び商工会議所との連携強化
- DXの推進(統計データの活用)

2. 安全・安心の観光地づくり

- 感染症対策の徹底
- 感染症対策に係るノウハウの共有
- 災害時における誘導体制等の強化