

地方創生推進交付金事業

「あらおファン」拡大による移住促進×地域コミュニティ活性化プロジェクト（期間：R2～R4）

（担当 産業振興課、くらしいきいき課、建築住宅課）

事業の内容

若い世代の転出超過など人口減少が継続する中、日本最大級の遊園地「グリーンランド」や世界文化遺産「万田坑」、ラムサール条約湿地「荒尾干潟」などの世界に誇れる観光資源を活用し、観光地としての魅力をさらに高めることで、知名度や好感度の向上と交流人口の増加を図るとともに、リピーターの増加など関係性を充実させるような情報発信等の取組みを通じ、関係人口「あらおファン」の増加を図ることで、福岡・熊本両都市圏へのアクセス性や都市機能と自然のバランスの良さなどの居住環境としての魅力をいかし、定住人口の増加につなげることを目指すもの。

誘客戦略策定事業

【目的】

交流人口の拡大を目指し、特にインバウンドを中心にした誘客戦略の策定に向けた現状調査、マーケティング等の調査を行う。

【R2の取組】

新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受ける中、「ニューノーマル」を踏まえた国内旅行を含む新たな観光戦略を策定することとし、マーケティング調査や委員会等での協議を行った。官民連携のもと、議論を深めることができています。

観光協会体制強化事業

【目的】

観光協会の機能強化を目的とした体制強化・育成を行う。業務の見直しや整理のための現状整理を行い、組織体制や人材強化のための戦略、計画を策定する。

【R2の取組】

荒尾市観光協会の観光組織機能強化として、課題の抽出、業務内容の整理を行い、年間スケジュールの作成や中長期計画の策定を行った。また、ワークショップを行い、新商品のアイデアやイベント企画のアイデア出しを行い、組織の事業アイデアの蓄積と職員のスキルアップを図った。その他に、人材育成の研修を行った。

周遊観光促進事業

【目的】

市内観光施設を周遊させるスタンプラリーを年間通して実施し、荒尾らしい商品にすることによりリピーターにつなげる。

【R2の取組】

オリジナルスタンプブックにより、指定された観光施設を訪問し参加賞を贈呈。そのほか、抽選イベントも開催した。



新商品開発事業

【目的】

荒尾市らしい新たな特産品を開発し、販売会を開催することにより、販売促進及び販路拡大を行う。

【R2の取組】

梨やハチミツ、海苔などの本市の特産品について、パッケージデザインの見直しや新たな加工品の開発を行った。開発が難航する商品もあったが、開発した商品については大手百貨店にてテスト販売を行い、受容性を検証した。また、個別の商談を行い、販路拡大につなげることができた。今後は、梨に関連する商品の充実を図るとともに、事業推進体制の構築も進める。



お試し暮らし体験住宅運営体制強化事業

【目的】

お試し暮らし体験住宅の管理運営を通じたビジネスモデル構築に向けた地域コミュニティ組織の強化を図る。

【R2の取組】

お試し暮らし体験住宅の充実に向け、空き家所有者の意向調査を行った。



地方創生推進交付金事業

「あらおファン」拡大による移住促進×地域コミュニティ活性化プロジェクト（期間：R2～R4）
（担当 産業振興課、くらしいきいき課、建築住宅課）

KPI（重要業績評価指標）

	KPI名称	R1(基準年)	R2	R2増加目標	R2増加実績	R3	R3増加目標	R3増加実績	R4	R4増加目標	R4増加実績
KPI1	観光入込客数(人)	1,980,000	1,251,606	20,000	△728,394		40,000			40,000	
KPI2	お試し暮らし体験住宅を 活用した移住者数(人)	2	0	2	△2		2			2	
KPI3	外国人観光客数(人)	18,000	990	2,000	△17,010		2,000			2,000	
KPI4	新商品販売額(円)	0	0	1,000,000	0		500,000			500,000	

KPI（重要業績評価指標）の考察と今後の改善方針

新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、観光入込客数・外国人観光客数は、大幅な減少となった。

そのような中でも、国の「GoToトラベル事業」に先立ち、本市独自の宿泊支援事業「あらおに“Goばい！”キャンペーン」を実施したり、「周遊促進スタンプラリー」を実施するなど、一定の成果をあげることができた。また、このコロナ禍を機に、改めて本市における観光振興のあり方を見直し、官民連携の体制を構築する契機と捉え、次期観光振興計画の策定について前倒しで取り組んでいる。今後は、マイクロツーリズムやワーケーションなどの新たな旅行スタイルに基づく誘客施策や国内外へのプロモーションを展開することで、収束後における観光入込客数等の回復を目指す。新商品開発についても、販売までには至っていないものの、マーケティング調査等により、本市の商品の強みや、開発の方向性等を明確にできたため、今後は、新商品の開発、持続可能な事業推進体制の構築を図っていく。

お試し暮らし体験住宅については、上半期の約6か月間を利用休止措置とし、移住相談会の現地相談会の中止や、オンライン相談会への移行等もあり、移住相談の対応に苦慮した。これに伴い、同お試し住宅の利用者数は、計3組5名の実績に留まった。一方で、移住・定住施策として、計3本の補助金支援策を新設したこともあり、これを利用した移住・定住者数は当初の想定を上回るなど、転入促進・転出抑制策には十分な成果となった。本制度は3年間の時限法ではあるが、今後も効果を見極めた上で引き続き支援を検討していく。