荒尾市観光振興計画策定等委員会などにおける協議の経過

資料１

令和3年度 第3回 荒尾市観光振興計画策定等委員会（令和3年8月6日開催）

■第3期荒尾市観光振興計画(仮称)の素案について

【目標設定】

・数値目標等に関しては、「**あらお海陽スマートタウン**」のまちづくりもあることから**期待を込めた数値**であると理解しており、今後まちづくりがより具体的な段階に入ってくれば、改めて**整合等を検証する機会**も必要かと思う。
・**目標設定**は**高い**と感じるが、達成に向けてどのような取組みが展開できるのか期待しているところもある。まずは、それぞれのスポットの魅力を磨いて**ブランド**を育て、それから誘客するのが自然な流れだと思う。**魅力を深堀り**することが「**あらおファン**」づくりにつながると思う。

【具体的な取組み】

・新型コロナウイルス感染症の影響を含め、予測が難しい時代になっているため、今後は**先を想像する**ことが非常に大事になってくると思う。**アフターコロナ**の状況を**想像**し、**準備**をしておくことで、情報発信や取組みをし損ねることがないようにしたい。
・**あらおシティモール**に大型の**バスロケシステム**を導入するとともに、夏休み期間中には**子ども向けの乗り放題定期券**も販売しており、少しずつだが利用促進のための施策を行っている。続けていくことが大事であるので、HP等を見ていただき、活用していただきたい。
・ウィズコロナの状態がどの程度続くのかは分からないが、本計画における喫緊の取組みとしては、**修学旅行の誘致**が大事になってくると考えている。修学旅行で訪問される地域もコロナ禍で大きく変化しているため、そのような状況も踏まえ、荒尾市とも連携し取り組んでいきたい。
・観光客が減少している状況下で、良いものをつくらないといくら情報発信しても意味がないと思う。まずは**コンテンツの魅力づくり**が先だと考える。

【具体的な取組み(情報発信関係)】

・**荒尾駅からのアクセス**を案内すれば、荒尾駅の利用者も増えるのではないか。**熊本駅**や**上熊本駅**に**パンフレット等**を置いてもらいたい。
・荒尾市は**メディア**に取り上げてもらえる回数が阿蘇地域と並んで多いように思う。広告費を使わずとも宣伝できるのは強みである。加えて、**グリーンランドのTVCM**もあり、それにより荒尾市が周知されているという強みをもっと伸ばせるよう、今後も戦略を練っていけたらと思う。
・今年度、窯元巡りなどの企画を検討しており、より**ターゲット**を絞り情報発信していくことを考えている。周知に当たっては、そのジャンルを**好きな方同士で発信する**のが効果的だと考えられるため、どうその流れをつくっていくかがポイントであると考えている。
・荒尾市にはグリーンランドを核として**毎年100万人を超える観光客**がすでに来ており、いかに消費額を高め、回遊させて滞在時間を延ばすかという観点からすると、**情報発信不足**だと感じている。そのような側面を踏まえると、**情報発信を重視する**ことは一定の意義があると考えられる。

【実施計画・推進体制】

・これまでの会議での意見を汲み取りながらまさに「**One team**」の計画としてまとめられていると思う。今後、気候変動や国際情勢を含め、我々が予期しないような状況も起こり得ると思うので、**ニーズの変化**を捉えながら毎年度の**実施計画**を作成することができれば、より良いと思う。
・**進捗管理の体制**を明確にするとともに、できれば半年に１回、理想としては四半期に１回程度、**戦略会議**という形で開催し、**PDCAの確認**ができればよいと思う。

荒尾市観光振興計画策定等委員会などにおける協議の経過

令和3年度 第2回 荒尾市観光振興計画策定等委員会（令和3年7月2日開催）

■第3期荒尾市観光振興計画(仮称)の重点戦略及び推進指針、施策体系について

【重点戦略・推進指針】

・**インバウンド**のターゲットとして**東アジア**と**豪州**が挙げられているが、熊本県の**「ようこそくまもと観光立県推進計画」**では、インバウンドのターゲットを**東南アジア**と**欧米豪**としている。計画での書きぶりとしては、ターゲットを広めに設定してよいのではないか。
・**教育旅行**を誘致する上では**グリーンランド**の存在は非常に強みだと思われ、**地域**や**小中高**など**ターゲット**を絞り込んで営業活動するのが効果的ではないか。また、**市**や**観光協会**、**民間**が一緒にPRをすればより効果的だと思う。
・**飲食店**の現場で感じる現状としては、最近は味よりも**見た目**を重視する方が多く、**「どう写真に撮って残したいか」「人に教えたいか」**という視点がニーズとして高いと感じるため、今後はそうした視点からもプロモ―ションを行っていきたい。
・**飲食店への誘客**に当たっては**グリーンランドとの連携**を強めていきたいところだが、難しい部分については、例えば、路線バスやタクシー車内での情報発信など、**二次交通事業者**と連携できることもあるのではないかと考えている。

【施策体系】

・情報発信については、**「Googleマイビジネス」**をベースに戦略的にプロモーションを行う必要があると思う。
・**子ども連れ**でも行ける場所を明記してほしい。飲食店でも、**おむつ替えの可否**や**ベビーチェア・座敷の有無**などの情報が周知されれば、子連れファミリーは利用しやすい。これらの情報が**検索した時に一覧で見える**と分かりやすく、**子連れにやさしいまち**というブランディングにもつながると思う。
・**ナイトタイムコンテンツ**として、熊本市内で開催されている**「白川夜市」**のように、**飲食**だけでなく、**ハンドメイドショップ**や**市内企業を紹介できるブース**などが集まって定期的に開催される**夜市**があれば、宿泊にもつながり、お酒の提供によって人が集まるのではないかと思う。
・農業公園などで開催される**蚤の市**も需要があるので、万田坑でそのようなイベントが定期的にあると良いと思う。
・荒尾市での観光は自家用車が必要だと思うので、代わりに**TUKTUK**があればインスタ映えして**話題性**もあり、**情報発信**にもつながると思う。
・マーケティングに関して、例えばグリーンランド来訪者が**どこから情報収集して来た**のか、**次はどこへ移動するのか**を正確に把握して、どのように発信すればよいのかをより深く突き詰めるとよいと感じている。**インスタグラム**は**「関心」の入口**になっており、より詳しい情報が欲しいときに**Google**などの検索に移る傾向があるので、入口の整備や情報発信をどうするのか、“One Team”の発想で取り組んでいければ、さらに良くなっていくと思う。

■推進指針「“One Team”による情報発信」の実現に向けた具体的な取組みについて／意見交換

・**SNS**で荒尾市の情報を出す際は、**内容**や**タイミング**など出し方の**センスの良さ**も重要であり、**継続して投稿できる体制**が重要である。
・**「Googleアナリティクス」**を活用し、どのようなキーワードが検索されているか、どのページが読まれているかなど**訪問者のサイト内行動**を分析し、ページを改善している。アクセス解析は重要だと思う。
・**荒尾市防災アプリ**のような、荒尾市に来る前に**アプリ**を入れて、**お得感**があるものがあればよいのではないか。
・荒尾市の題材で投稿するにしても、**「＃荒尾観光」**や**「＃荒尾おすすめ」**など**共通の＃（ハッシュタグ）**がほしい。

荒尾市観光振興計画策定等委員会などにおける協議の経過

令和3年度 第1回 荒尾市観光振興計画庁内連絡会議（令和3年5月27日開催）

■誘客戦略を踏まえた具体的な取組みについて／女性シンクタンク事業メンバーなども交えた意見交換

【観光スポットの魅力向上】

・**万田坑のガイド**について、施設の説明と併せて**時代背景**なども組み合わせたガイドができれば魅力が上がると思う。
・**荒尾干潟水鳥・湿地センター**では**イベント**が多く開催されており、**親子連れ**にとってはよい。**釣り**や**食事**などの要素もあると、なおよい。
・**荒尾干潟水鳥・湿地センター**周辺の道路が狭く、自家用車で行く際、離合が難しい箇所もあるので、手前の**大型駐車場**を開放してほしい。
・干潟から見える**夕陽**もきれいだが、万田坑近くの**高台になったトンネル**や**四ツ山神社**など、他にもきれいに見えるスポットはある。そのようなスポットを紹介するとともに、気軽に止まって**見学**や**写真撮影**ができるポイントがあってもよい。
・体験プログラムやイベントなど、まずは**コアなファン**をターゲットにし、その層にとっての魅力向上に特化した方が効果的ではないか。
・旅行に当たっては**「食の楽しみ」**は欠かせない要素であるし、先に「食」から選ばれることもある。
・**神社**に立ち寄ることも多いし、**陶芸体験**も魅力的だと感じる。しかし、**どこで体験ができるのか**という情報が届いていない。

【グリーンランドなどを主軸にした周遊促進】

・**日帰り**だと考えると、夕方以降の時間に**少しの間立ち寄れるスポット**があるとよい。
・雨天等でグリーンランドで遊べなくなった場合でも楽しめるプランを案内できるとよい。
・**観光客向けのホテル**としては実質的に限定されるが、**特徴・売り**が分からないため、選ばれにくいと思う。
・宿泊施設を選ぶポイントは、**ホテルの中**で**子どもを含めて楽しむことができるか**という視点や、**主要目的地からのアクセスがよい**かという視点がある。**温泉**は差別化のポイントだと思うので、貸切風呂をつくるとか、特化する必要があると思う。
・**グリーンランドとの近接性**を活かし、周辺のアミューズメント施設や宿泊施設を結ぶ**送迎バス**を導入すると、一体的なイメージが湧くかもしれない。

【観光客に向けた情報発信のあり方】

・観光に行くときは、全ての行程を決めてから行く人もいると思うので、**旅マエ**の情報発信が重要だと思う。
・SNSの写真についても、よりきれいなものがよいため、**プロの写真家**や**インフルエンサー**などを活用してはどうか。
・荒尾干潟の**ウユニ塩湖風の写真**が話題になっているようだが、**どの時間帯にどこで撮れるのかという情報**がどこにあるのかが分からない。
・旅行先を検討する際の検索行動としては、**SNS**で訪問したいスポットを探し、そこまでのアクセスを検討しながら**周辺の立ち寄りスポットを探す**方法や、メインの訪問地が決まっている場合は、**「〇〇市　観光」**などで検索し、**上位にきたものから選ぶ**方法がある。
・**宿泊施設や旅行会社が用意したプラン**から周辺観光スポットを知る場合もあるし、**ホテルのフロント**で周辺情報を探す場合もある。
・**モデルコース**を紹介されていても、そのとおりに回ることはあまりないように思う。旅行者が**周遊ルート**を決めやすいような情報発信ができればよいのではないか。

荒尾市観光振興計画策定等委員会などにおける協議の経過

令和3年度 第1回 荒尾市観光振興計画策定等委員会（令和3年4月23日開催）

■観光振興の意義や第3期荒尾市観光振興計画(仮称)のコンセプト等について／誘客戦略に基づく具体的な取組みの検討

【コンセプト・誘客戦略・ターゲット】

・誘客戦略はもっと絞り込み、**荒尾市らしい特色に特化した売り方**ができれば、話題性があってよいと思う。
・**マジャク釣り体験**や**テーラー乗車体験**は限られた期間しか催行できず、規模も小さいため、**海水浴場**を整備することはできないか。
・**コロナ禍における受入れ可否の判断**が難しく、自粛しているところである。
　→コロナ禍での好事例も地域の中で出てきているので、ノウハウなどを**地域の中で共有できるような関係性**を築いていきたい。(事務局)
　→**独自の安全認証プログラム**をつくり、観光客に対し、安全な施設がどこであるかを分かりやすく発信している地域もある。
・コンセプトについて、**「興奮」「癒し」「感動」**は、旅行者・消費者が求めるものであり、今後は、**「満足」を上回る価値**を提供することで、**ファンやリピーター**を増やしていくことが重要であるが、このことがストレートに表現されており、よいと思う。
・戦略とターゲットは変わっていく部分があるので、各事業に取り組みながら、変更が必要なものは変更していくという**「トライ＆エラー」**の発想でよい。

【誘客戦略①　グリーンランドなどからの周遊促進】

・周遊促進のためには、**目玉商品の開発**や、**モデルコースの紹介**が必要だと思う。
・グリーンランドからの周遊は、1日では難しいので、どう**宿泊**してもらうかを考える必要がある。**オプショナルツアー**としての案内は考えられる。
・グリーンランドとマジャク釣りをセットにすると、宿泊しなければならなくなり、若い世代にとっては敬遠される可能性がある。**マジャク釣りと食を絡めた展開**を考える方がよいのではないか。
・荒尾駅からのバス利用も想定されるので、二次元コードを活用し、**バス停**などで**周辺の見どころ**や**美味しいもの**などを紹介することもできる。
・日帰りの場合の周遊場所としては**飲食店**が考えられるので、**各飲食店の名物を写真で紹介する**などして情報発信ができるとよい。
・**ご当地グルメ**など観光客をターゲットにしたメニューを開発しても、**地元客**に選ばれなければ成り立たないため、難しいところもある。
・教育旅行では、**遊びの要素**と**教育要素**を両方入れたいという学校のニーズもあるため、万田坑などと連携したプログラム造成をしたこともある。
・SNSの活用やタグ付けが重要であるが、事業者ごとに差がついているので、地域として底上げできるよう、**ノウハウを指導する機会**があるとよい。
・SNSについては、**グリーンランドの花火大会**では多くの人が写真を撮っているので、それらに＃を付けて投稿するところから始めてはどうか。

【誘客戦略②　荒尾市へのリピーターの拡大】

・万田坑などでは**イベント開催**などを交えてリピーター促進を考えるとよいと思う。**植物**など**季節ごとに楽しめるもの**を絡めて発信するのもよい。
・来訪者に対し、次は別の場所に行ってみようと興味を持ってもらえるような情報発信をすることが重要だと思う。
・**春夏秋冬**の情報が分かるポスターを掲示しておくと、実際に訪れた季節でない情報も認知され、リピートにつながるのではないか。
・**牡蠣の養殖事業**に取り組んでおり、海岸での牡蠣のBBQなども考えられる。**夏はマジャク**、**冬は牡蠣・海苔**という展開もできるだろう。

荒尾市観光振興計画策定等委員会などにおける協議の経過

令和2年度 第1回 荒尾市観光振興計画策定等委員会（令和3年2月25日開催）

■各種調査結果の共有と課題の整理について／各団体で抱える課題等も含めて意見交換

【情報発信】

・**おもやいタクシー**について、荒尾市民に対しては認知度が高まっていると思うが、**観光客に対するPR**が足りない。
・**荒尾干潟**について、**PR**に力を入れてほしい。**いつ行けばどのような鳥が見られるのか**、**何時に行けば夕陽の絶景が見られるのか**などの情報が現状では**得にくい**ので、細かい部分までネット上で情報発信をしてほしい。
・情報を得る主流が**SNS**なので、**Instagram**などを強化していく必要があるではないか。**タグ付け**が足りていない。
・**SNS**を強化し、統合して、**「これを見れば分かる」**というものを1つ確立するのが重要だと思う。情報が多すぎても選べない。
・グリーンランドと万田坑など、コンテンツによってターゲットが変わるし、**ターゲットが変われば情報発信の仕方も変わる**。**分析**を十分にして、求めている層に向けて刺さるような情報発信の仕方を一緒に考えていきたい。
・コロナ禍でも楽しめる魅力がたくさんあるため、**来た人が発信したくなる仕掛け**を行うべきだと思う。
・**飲食店**それぞれで、**SNSでのPR**がもっと必要である。

【周遊促進／プログラム造成】

・**グリーンランド**で1日遊んで、次の日どこに行くか、**他の施設との組み合わせ**がうまくできればよいと思う。
・**マジャク釣り体験**は、体験の後に**食の体験**を提供することで、魅力向上に繋がるのではないか。
・**夕陽**を堪能できるスポットを作ってほしい。**入口**や**駐車場**を整備し、**カフェ**なども設置すると、もっと利用されると思う。
・**農業体験**などを観光素材として活用していただくことで、**農業者の副業**にするとともに、**後継者不足を解消する**きっかけにしたい。
・荒尾市へは**グリーンランド**や**小代焼**といったスポットで行くことが多いので、各スポットがつながって**滞在型**になっていけばよいと思う。
・名物となる**食の開発**が必要だと思う。

【ターゲット設定／誘客】

・コロナ禍で熊本・福岡など**近隣からの来訪**が多くなっているが、収束すればやや**遠方まで拡がってくる**と思う。
・**熊本駅の駅ビル**が4月にオープンするため、そこの利用客をどう荒尾市に呼び込むかがポイントになる。

【その他】

・観光振興はまちづくりの手段であり、**何のために観光事業に取り組み**、観光振興計画を作っていくのかということを言語化していく必要がある。
・PDCAサイクルの中のDoの部分について、幅広い内容にするのではなく、**官民連携**でできることを絞ってはどうか。
・**リピーター**を如何に増やしていくかは観光の要だと思うため、リピート対策は必要である。
・観光は時代と共に変化している。体験型旅行のニーズやインバウンドの増加に続いて、SNS等**デジタル**のさらなる活用、**オンラインツアー**の普及等、新しい形が生まれ、変化は加速している。観光振興に正解はなく、新たな取組みを積極的に進めるとよいと思う。