

## **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。それは下記の「一般的な来訪者の行動プロセス」に沿って、まず「地域の存在を知る」ことを観光振興の最初の展開とするためです。

### 【一般的な来訪者の行動プロセス】



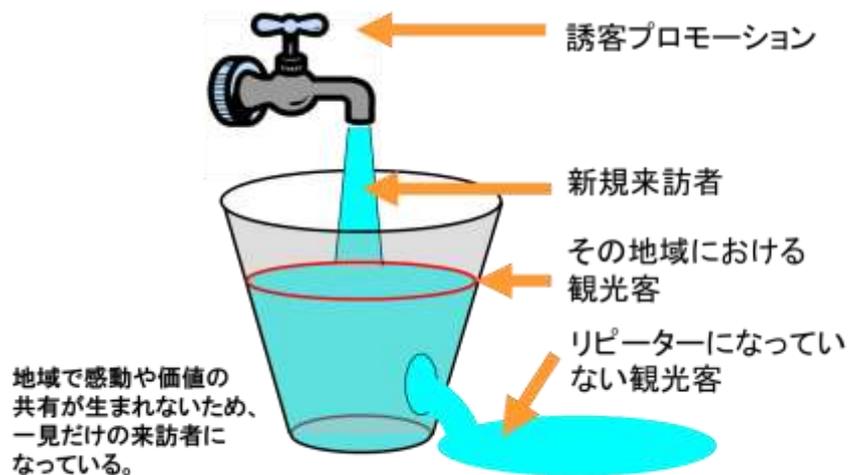
※分類については電通 abic project 編「地域ブランドマネジメント」より参照

しかし、今後も縮小を続ける観光マーケットや、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、新規来訪者を地域へ誘客し続けることは容易ではありません。

また、誘客することばかりに比重が偏ってしまうため、本来必要となる「地域に来ていただいた人（来訪者）」が次も地域を訪れたいと思ってもらう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ため、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。それは荒尾市への来訪者に対して感動と共感を持ってもらうことです。

荒尾のとるべき戦略は

### 戦略①

荒尾市の価値との感動や共感が得られる場や機会を作り、リピーターや口コミを醸成し、ファンを作ることから始めなければなりません。荒尾市へのファンやサポーターが生まれ支持されることで、観光客側から地域の情報を積極的に収集する展開を促します。

「内の魅力づくりの視点」 → 「地域の魅力づくりにかかる戦略」



地域の魅力づくりを進めていくことで

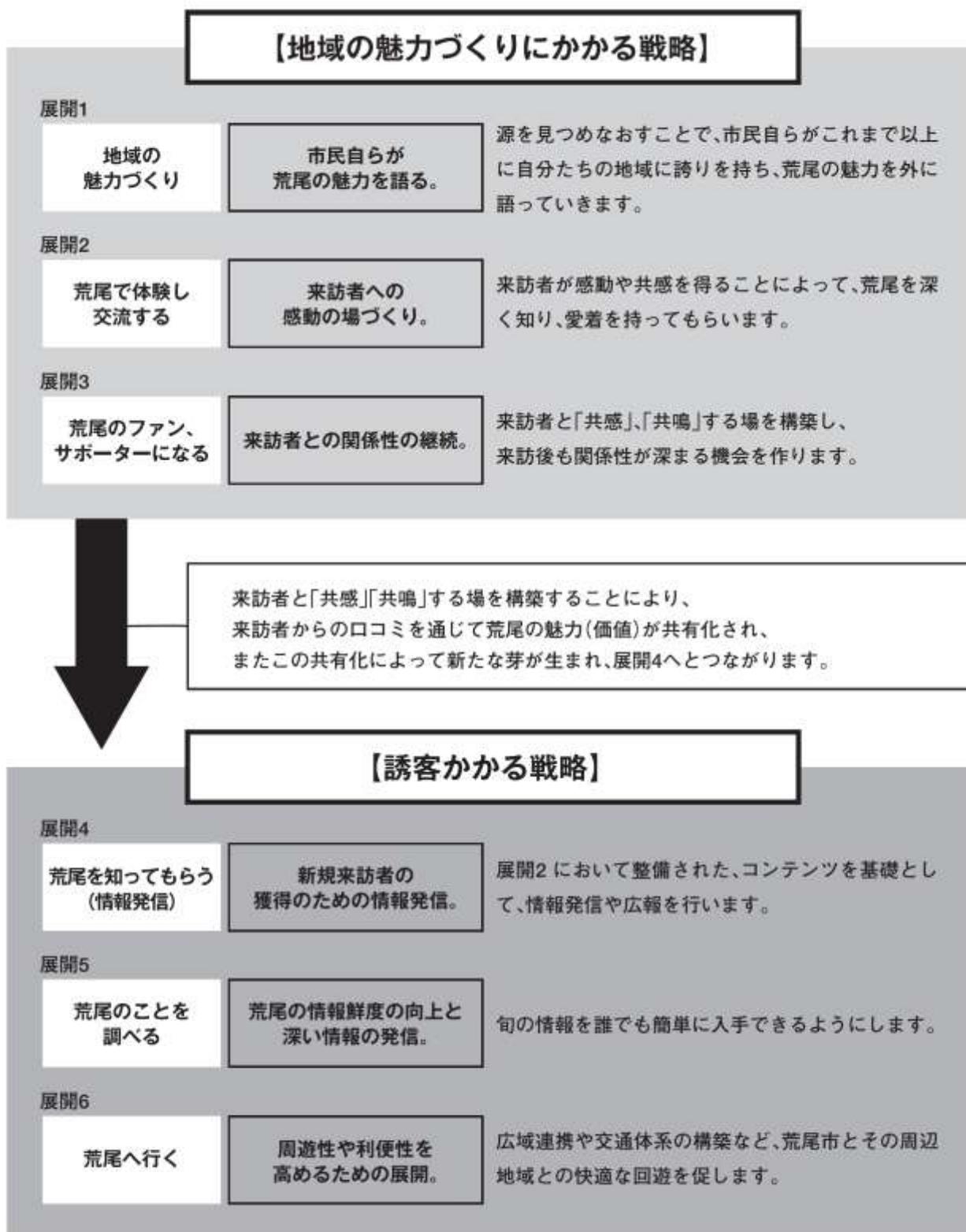
### 戦略②

荒尾市の発信したい資源や魅力が揃うことで、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イベントなど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」への転換です。縮小する観光マーケットにおいて、「地域の魅力づくりにかかる戦略」は、「誘客にかかる戦略」の効果を引き出すうえで重要です。

## 【荒尾市の観光振興の展開】



### 3. 施策体系

基本方針

基本戦略

施策

ビジョン



## 4. 市民と共に先導的に進める重点施策

### よかところ荒尾プロジェクト

基本施策の推進においては、地域ごとの魅力づくりが重要となります。

「源を見つめなおす」というコンセプトによって、地域の魅力を改めて見つめなおすことから取り組む必要があります。その中でも重要な四つの施策を「よかところ荒尾プロジェクト」とし、荒尾市民と共に先導的に推進します。

#### ■市民と共に先導的に進める重点施策

よかところ荒尾プロジェクト①「荒尾の感動づくり」

よかところ荒尾プロジェクト②「万田坑の魅力づくり」

よかところ荒尾プロジェクト③「食の開発」

よかところ荒尾プロジェクト④「拠点づくり」



## ■よかところ荒尾プロジェクト①『荒尾の感動づくり』

資源を掘り起こし、磨き上げ、輝く宝石箱に。

### 荒尾の価値の再発見と創出

山の魅力である希少植物トキワマンサクやトレッキング、里の魅力である梨やみかん、海の魅力である干潟や渡り鳥等の多様な生物、街の魅力である宮崎滔天をはじめとする人々、これらの魅力とその背景にある物語を紡ぐことで、その資源を掘り起こし、磨き上げ、連携させ、新たな魅力を創出します。これらを通して荒尾市民の地域への愛着と誇りを醸成します。

#### 【事業の展開】

##### ◆市民参加による資源抽出

市民参加型のワークショップやフィールドワークを行い、資源表や年表、マップづくりを行います。

##### ◆荒尾の物語づくり

物語づくりのための市民参加型のワークショップを開催し、物語化を進め、絵本などとして取りまとめます。また、物語づくりの作業を通じ、市民の地域への愛着と誇りの醸成を図ります。さらに完成した絵本などは学校等で配布し、子どもたちへの啓発に活用します。

##### ◆小岱山、里、街、有明海を活かした体験プログラムの開発

物語づくりにおいて創出された魅力を基に、小岱山の自然や有明海の干潟、里や街の魅力を活用した体験プログラムを開発します。

##### ◆体験プログラムのインストラクター育成

開発した体験プログラムのインストラクター育成研修を行います。また、個人客にも対応できる受入体制を整備します。

##### ◆マスコミへの情報発信

ワークショップの様子、物語づくりの過程や体験プログラム開発の取組等を、マスコミに報道素材として随時発信します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
市民参加による資源抽出	→					産業振興課 農林水産課 環境保全課 政策企画課 社会教育課 教育振興課	観光協会 商工会議所 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
荒尾の物語づくり		→					観光協会 商工会議所 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
小岱山、里、街、有明海を活かした体験プログラムの開発			→				観光協会 商工会議所 漁協、農協 市民団体 市民など
体験プログラムのインストラクター育成				→			観光協会 漁協、農協 市民団体 市民など
マスコミへの情報発信	→						観光協会

【目標値】

荒尾独自の魅力ある体験プログラム数	現況値	目標値
	— (常設プログラムなし)	20プログラム
体験プログラム年間参加者数	現況値	目標値
	— (常設プログラムなし)	500人

## ■よかところ荒尾プロジェクト② 『万田坑の魅力づくり』

時を紡ぎ、未来を創造する。

### 荒尾のエネルギー物語を未来へつなぐ

明治の開花期、戦後からの復興など、現代につながる日本の発展の礎となった石炭。石炭という視点から見た場合、荒尾という地域が日本経済の発展に寄与し、同時に荒尾市自体の発展をもたらしました。現在、万田坑の世界遺産登録に向けて様々な取組を推進しています。万田坑や炭鉱を中心とした人々の物語等、石炭に係る歴史や文化、人の営みを紡ぎ、また未来を創造するという視点から石炭の源となったメタセコイアの木、石炭、メガソーラーまでのエネルギーの変遷を見つめなおし、大牟田市や長洲町、南関町と連携し、資源をつなげ、物語としてまとめることで、新たな未来へつないでいきます。

#### 【事業の展開】

##### ◆市民参加による資源抽出

市民参加型のワークショップやフィールドワークを行い、日本の産業(エネルギー)の歴史を体感するという観点から活用資源を抽出し、その資源を基に資源表や年表、マップづくりを行います。

##### ◆荒尾のエネルギーに関する物語づくり

物語づくりのための市民参加型のワークショップを開催し、石炭の歴史や炭鉱に暮らした人々の物語等を「荒尾エネルギー物語」(仮)として取りまとめます。

※よかところ荒尾プロジェクト①との連携を図ります。

##### ◆市民(子どもたち)への啓発

日本のエネルギー産業を支えた炭鉱やそこに暮らした人々の物語等、その時代に生きた人々の話を聞くことで炭鉱のまちの価値を伝え、市民(子どもたち)の地域への愛着と誇りの醸成を図ります。

##### ◆体験プログラムの開発

物語づくりにおいて創出された魅力を基に、NPO等の関連団体と連携し、エネルギーの変遷を体感できる体験プログラムを開発します。

##### ◆広域連携による教育旅行の誘致

大牟田市等との連携協議会を立ち上げ、産業遺産及びエネルギーを素材とした、教育旅行誘致や訪日教育旅行誘致等のプロモーション活動を行います。

##### ◆マスコミへの情報発信

ワークショップの様子、物語づくりの過程や体験プログラム開発の取組等を、マスコミに報道素材として随時発信します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
市民参加による資源抽出	→					産業振興課 社会教育課 教育振興課	観光協会 商工会議所 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
荒尾のエネルギーに関する物語づくり		→					観光協会 商工会議所 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
市民(子どもたち)への啓発				→			観光協会 青年会議所 商工会議所青年部 市民団体 市民など
体験プログラムの開発		→	→	→			観光協会 商工会議所 市民団体 市民など
広域連携による教育旅行の誘致	→	→	→	→			観光協会
マスコミへの情報発信	→	→	→	→			観光協会

【目標値】

「荒尾エネルギー物語」(仮)の荒尾市内の小学校3年生以上の子どもたちへの認知度	現況値	目標値
	— (新規事業)	100%
万田坑への年間入坑者数	現況値	目標値
	47,000人	100,000人

## ■よかところ荒尾プロジェクト③『食の開発』

荒尾の食の魅力をもとに、荒尾の暮らしを発信。

### 荒尾の食文化を活かした魅力づくり

「食」に対する欲求が高度化しつつある中で、荒尾の食文化を活かした「食」の開発が求められています。荒尾市で採れた食材等を使った「食」の開発を進め、背景にある歴史や文化や物語を語ることで、「食」の魅力を発信します。また、開発した「食」を提供していくことで生産者との連携強化や、地域経済への波及効果を生み出す契機とします。

#### 【事業の展開】

##### ◆食資源の抽出

検討会を立ち上げ、荒尾市の食資源を抽出します。また、食材だけでなく、荒尾市の郷土料理や食にまつわるエピソード等も収集します。

##### ◆「食」の開発

抽出した食の資源をつなぎ、物語性のある荒尾市の食文化に根ざした「食」を開発します。

##### ◆「ご当地グルメ」による活性化事業

開発された食を活用し「ご当地グルメ」として、マーケットに発信し地域の活性化につなげます。また、継続的に実施できるシステムと販売戦略を構築し、ブランド管理を行います。

##### ◆マスコミへの情報発信

検討会での会議の様子や「食」の開発の取組等をマスコミに報道素材として随時発信します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
食資源の抽出	→					産業振興課 農林水産課	観光協会 商工会議所 飲食店組合 など
「食」の開発	→	→					
「ご当地グルメ」による活性化事業	→	→	→	→	→		
マスコミへの情報発信	→	→	→	→	→		

【目標値】

	現況値	目標値
「ご当地グルメ」参加店舗	— (新規事業)	10 店舗

※ご当地グルメ

伝統にこだわらず開発あるいは発祥して定着した料理の総称。「B級ご当地グルメ」などもこの一種。

## ■よかところ荒尾プロジェクト④ 『拠点づくり』

人が集い、感動をわかち合う

### 観光交流拠点づくり

観光振興においては、農産物などの生産者と消費者、地域の人々と観光客が交流できる場づくりが重要となります。荒尾市においても、地域産品を購入でき、生産者の顔が見え、地域の食文化も体験でき、また観光情報を一元的に取り扱う複合的な観光交流拠点が必要不可欠です。市内外の人が楽しめる魅力的な観光交流拠点づくりに取り組み、地域経済活性化を図ります。

#### 【事業の展開】

##### ◆観光交流拠点の在り方の検討会の開催

観光交流拠点の在り方について関係者による検討会を開催し、どのような観光拠点にしていくべきか、基本的な方向性について検討します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
観光交流拠点の在り方の検討会の開催		→				産業振興課 農林水産課 政策企画課	観光協会 商工会議所 漁協、農協 など

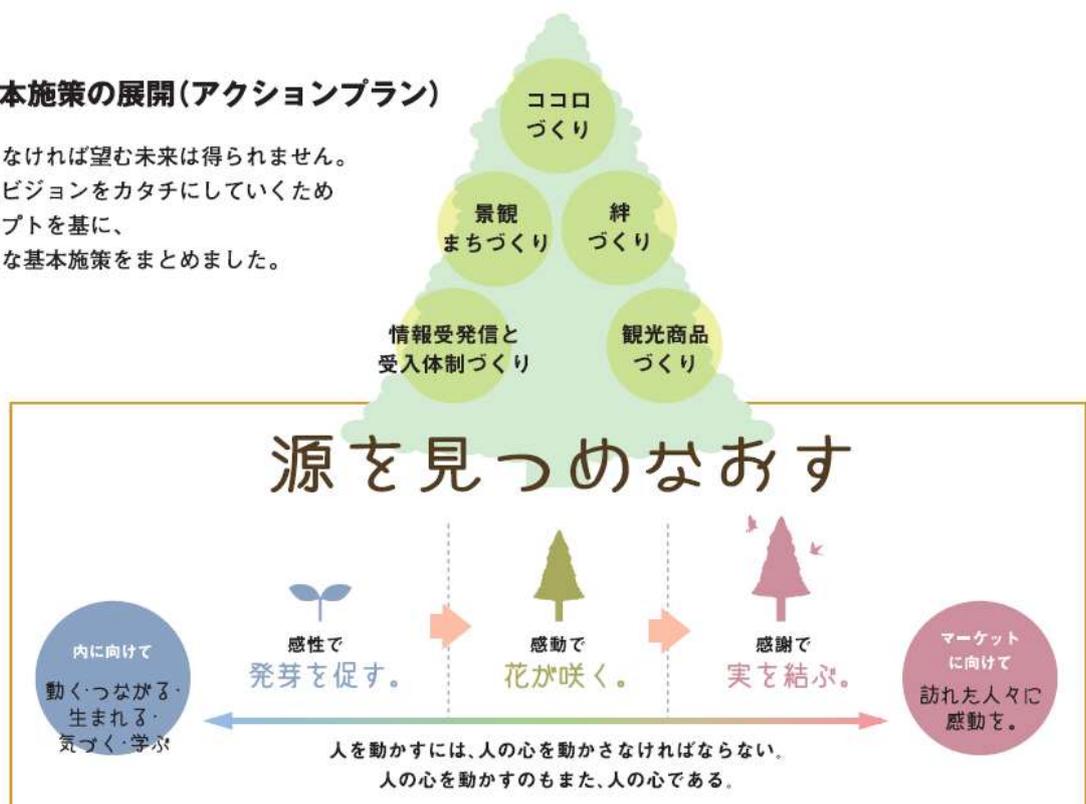
## 5. 基本施策

「源を見つめなおす」というコンセプトを基に「幸せを感じる 感動が生まれる 荒尾」を実現していくための具体的な施策を推進します。

施策を推進することによって、荒尾市の次の時代の繁栄に向けた芽を、山に、里に、街に、海に発芽させていきます。

### ■ 基本施策の展開(アクションプラン)

実践しなければ望む未来は得られません。  
描いたビジョンをカタチにしていくため  
コンセプトを基に、  
具体的な基本施策をまとめました。



## 観光商品づくり

### 施策展開 1) 旅の提案・開発事業

荒尾市が有している資源を結び、体験や交流を促す観光商品づくりを推進します。トレッキングや自然体験などの資源を有する山部、梨狩りやミカン狩りなどの資源を有する里部、万田坑などの産業遺産や宮崎兄弟の生家、グリーンランドやウルトラマンランドなどの資源を有する街部、渡り鳥の飛来地であり豊富な海洋資源を有する海部、これらの資源をつなぎ、魅力的なテーマに沿った体験型観光商品を開発します。

#### 【施策の展開による効果】

観光商品の開発によって、荒尾市における感動が生まれる場＝機会が整備されます。感動が生まれる場を創出する観光商品を開発し、情報発信や旅行会社への売り込みを行うことで集客につなげます。

#### 【施策の内容】

##### ●体験プログラムの開発・磨き上げ

体験、学習、交流などを基にした新たなプログラムの開発と既存プログラムの磨き上げ、民泊等を含めた受入体制の仕組みを構築します。なお、プログラムの開発及び磨き上げについては、女性プロジェクトチームを立ち上げ、主たるターゲットである女性の目線を取り入れ反映を図ります。

##### ●旅行商品化

地域の特性を活かしたテーマ性や特色のある旅のプランを作り上げ、旅行会社へ商品化を促していきます。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
体験プログラムの開発・磨き上げ						産業振興課 農林水産課 環境保全課 社会教育課	観光協会 商工会議所 漁協、農協 市民団体 市民など
旅行商品化						産業振興課 社会教育課	観光協会 商工会議所 など

## 施策展開 2) 地域産品開発事業

荒尾市の農業・水産業・加工業や国指定伝統的工芸品である小代焼を活用し、荒尾市独自の個性ある特産品・土産品の開発を行います。また、既存産品の磨き上げを実施し、商品力や認知度の向上を図ります。更に特産品・土産品を通じて、その作り手の思いやメッセージが消費者へ伝わるように、パッケージからネーミングに至るまで総合的な販売力の育成も図ります。

### 【施策の展開による効果】

特産品や土産品の開発が新たな魅力づくりにつながります。産品を通じて荒尾の魅力が口コミで広がり、来訪につながる機会が高まります。また、生産から加工、流通が一体となった取組を行うことで、経済的な波及効果が期待されます。

### 【施策の内容】

#### ●既存の特産品・土産品の整理、未活用資源の抽出

生産者・流通関係者・商工関係者等による研究会を設置し、地域産品の現状を把握するとともに、活用されていない資源等を抽出します。

#### ●既存産品の商品力向上と新商品開発

既存産品の商品力や認知度の向上と新商品開発を目的とした専門家を加えたワークショップを実施します。また、新商品開発においては一般消費者のモニターチェックや流通バイヤーへのヒアリングなどを行い、荒尾ならではの付加価値の高い商品づくり、ブランド化を図ります。

#### ●販路開拓及びブランド化の検討

商品ごとに域内流通や域外のマーケットに向けた販売戦略を構築します。また、大都市圏への販路拡大を目的とした荒尾ブランドの創出を目指します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
既存の特産品・土産品の整理、未活用資源の抽出	→					産業振興課 農林水産課	観光協会 商工会議所 漁協、農協 商店連合会 など
既存産品の商品力向上と新商品開発	→	→	→	→	→	産業振興課 農林水産課	観光協会 商工会議所 漁協、農協 など
販路開拓及びブランド化の検討			→	→	→	産業振興課 農林水産課	観光協会 商工会議所 漁協、農協 など

### 施策展開 3) 外国人誘客推進事業

宮崎兄弟に代表される日中友好を軸とした国際交流、福岡や長崎からの地理的優位性を活かした訪日教育旅行のコースづくりや商品化を推進します。また、世界遺産登録を視野に入れた万田坑の外国人観光客誘致への活用を検討します。

#### 【施策の展開による効果】

訪日外国人の誘客を推進することにより相互交流の場が生まれます。荒尾の魅力が東アジアなどに発信されることで、地域ブランドの向上につながります。また、訪日旅行による地域経済の活性化が期待されます。

#### 【施策の内容】

##### ●国際交流の推進

宮崎兄弟と孫文の交流に代表される日中友好の歴史を踏まえ、中国本土や香港、台湾等との国際交流を促進します。

##### ●訪日教育旅行誘致の推進

中国本土や香港、台湾等からの留学生を対象としたモニターツアーなどを実施します。ツアー参加者の意見を踏まえ、体験メニューの開発や相互理解を深めるための交流プログラム等のコースを設定します。ツアー参加者を荒尾市の親善大使とし、インターネットの活用による情報発信を積極的に図ります。また、中国本土や香港、台湾等との学校と連携した訪日教育旅行の誘致を推進します。

##### ●韓国からの観光客誘致の促進

荒尾市を訪れる外国人の中で最も多い韓国人観光客を誘致するため、グリーンランドリゾートとの連携を強化します。また、国土交通省九州運輸局や九州観光推進機構等が実施する観光商談会等へ積極的に参加し、誘致活動を推進します。

##### ●外国人受入体制の整備

訪日外国人受入れのための多言語による情報発信ツールを整備します。また、熊本県観光連盟等が実施する外国人の受入れのための研修などへの参加を促します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
国際交流の推進					→	政策企画課	中国・台湾等各都市海外窓口機関、市民など
訪日教育旅行誘致の推進					→	産業振興課 教育振興課	観光協会 商工会議所など
韓国からの観光客誘致の促進					→	産業振興課	観光協会 商工会議所 グリーンランドリゾートなど
外国人受入体制の整備					→	産業振興課	観光協会 商工会議所など

## ココロづくり

### 施策展開 4) おもてなし向上事業

観光産業がもてなし産業といわれることに象徴されるように、来訪者とのコミュニケーションが大きな鍵を握っています。例えば、どんなに素晴らしい観光資源や観光商品を持っていても、おもてなしの心がなければ持続的な集客に結びつきません。つまり、来訪者へ与える感動の追求がリピーターの創出につながります。そこで、観光従事者や市民が一体となって観光客をおもてなしできる土壌づくりを推進します。

#### 【施策の展開による効果】

おもてなしの向上に取り組むことにより、人を通じた感動が生まれ、リピーターの獲得などの持続的な集客につながります。また、おもてなしによる心の交流が生まれることで、来訪者側と受入側の相互の関係性が深まります。

#### 【施策の内容】

##### ●おもてなし向上研修の実施

観光従事者や市民を対象に、接客やマナー、コミュニケーション能力を高める研修を実施します。また、広域連携を進める地域と連携し、周辺地域の情報を提供する観光コンシェルジュとしての能力の向上にも努めます。

##### ●ご当地検定の実施

市民が地域を知りおもてなしの向上を図るため、ご当地検定を実施します。この検定の問題作成に市民が積極的に参画し、市民自らによる地域の魅力発信につなげます。また、小学生も参加できる仕組みをつくり、子どもたちの郷土愛の醸成にもつなげます。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
おもてなし向上研修の実施						産業振興課	観光協会 商工会議所 商店連合会 飲食店組合 市民など
ご当地検定の実施						産業振興課 政策企画課	観光協会 商工会議所 青年会議所 商工会議所青年部 市民など

## 施策展開 5) ボランティアガイド育成事業

荒尾市の有する資源の価値を伝えるにはガイドの質が問われます。また、ガイドの知識、知恵、そしておもてなしの心が再訪、口コミを促します。そのために、荒尾市のそれぞれの地域の魅力を伝えるボランティアガイドを育成します。

### 【施策の展開による効果】

ボランティアガイドの育成を推進することにより、市民のおもてなしの心が醸成されるとともに、地域の魅力向上にもつながります。また、ガイドの登録・受付などを一元化した組織体制ができることで、来訪者が利用しやすい環境が整備されます。

### 【施策の内容】

#### ● ボランティアガイド運営体制の構築

検討会を立ち上げ、山・里・海等の分野別の指針、ガイド基準、育成プログラムや登録制度について協議します。また、荒尾市全体のボランティアガイドを取りまとめ、ワンストップで申込みができる窓口組織の整備を行い、受入体制の充実を図ります。

#### ● ボランティアガイドの育成

育成プログラムに従い、ボランティアガイド研修を実施します。また、ご当地検定参加者や既存のボランティアガイドに対し、積極的に研修参加を促します。

#### ● ボランティアガイドの登録制度とデータベース化

窓口組織は、研修修了者をボランティアガイドとして登録しデータベース化を図ります。また、ニーズに応じて有償のインストラクターガイドとなるための質の向上を図ります。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
ボランティアガイド運営体制の構築						産業振興課	観光協会 など
ボランティアガイドの育成						産業振興課	観光協会 市民など
ボランティアガイドの登録制度とデータベース化						産業振興課	観光協会 など

## 施策展開 6) 観光協会体制強化事業

「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。観光と交流によるまちづくりで成功している地域には、地域リーダーの存在があります。平成 23 年 4 月に法人化した荒尾市観光協会の体制強化を図るとともに、観光まちづくりの推進を担う、地域プロデューサーになる人材の育成を行います。

### 【施策の展開による効果】

観光協会の体制が強化されることにより、地域が主体となった観光と交流によるまちづくりが推進され、それぞれの地域性に合わせた持続可能な取組が行われます。

### 【施策の内容】

#### ●地域プロデューサー（※）の育成

観光協会職員を地域プロデューサーとして、地域一体となった観光振興を牽引できる人材に育成します。

#### ●地域プラットフォームの整備

個々の事業者が、それぞれ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、観光協会が地域の幅広い関係者と連携して、地域全体が一つの事業体のように一体となって観光客を迎え入れる体制（プラットフォーム）づくりを推進します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
地域プロデューサーの育成					→	産業振興課	観光協会
地域プラットフォームの整備					→	産業振興課	観光協会

#### ※地域プロデューサー

地域が一体となった観光地づくりを行うことに自身の知識と経験、熱意を持って地域のために活動するプロデューサー的人材。

## 情報受発信と受入体制づくり

### 施策展開 7) 交通インフラ整備事業

荒尾市内の交通の拠点である J R 荒尾駅から市内の各観光拠点までの交通の利便性を高めるための方策を検討します。また、有明フェリーを有する長洲町や雲仙市、九州自動車道のインターチェンジを有する南関町や和水町、九州新幹線の停車駅を有する玉名市や大牟田市、有明海沿岸道路の沿線上の各市町とも交通体系にかかる連携を検討します。

#### 【施策の展開による効果】

交通体系の整備・連携によって、来訪者が快適に荒尾市内を周遊し、周辺地域へ移動することができるようになります。

#### 【施策の内容】

##### ●万田坑へのアクセス整備

世界遺産登録を目指している万田坑へのアクセス道路として重要な都市計画道路万田下井手線を、文化財や景観に配慮しながら整備を図ります。

##### ●利用者の行動分析調査及びニーズ調査の実施

現状の荒尾市への来訪に係る動線を把握するため行動分析調査を実施します。また、分析結果からターゲット地域を導き出し、来訪動機・ニーズ調査を実施します。この結果を整理し、施策に広く活かします。

##### ●2次交通体系及び新たな交通体系導入の推進

観光客の周遊性、利便性の向上を図るため、2次交通体系や新たな交通体系の導入を推進します。また、周辺自治体及び交通事業者と連携した広域の交通体系の可能性についても検討します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
万田坑へのアクセス整備					→	土木課	—
利用者の行動分析調査及びニーズ調査の実施		→				産業振興課	観光協会 商工会議所
2次交通体系及び新たな交通体系導入の推進					→	産業振興課 政策企画課	観光協会 商工会議所 J R 荒尾駅 産交バスなど

## 施策展開 8) 情報発信戦略の構築

荒尾市の魅力が、誰にでも分かりやすく、簡単に入手ができ、イベント等における集客を促すための情報発信戦略を構築します。また観光サイトの充実を図り、地域話題を盛り込むとともに、単なる公式案内だけにとどまらない、皆で育てられる双方向性のあるものとしします。

### 【施策の展開による効果】

情報発信戦略の構築によって、一元的な情報発信が可能になり、誰もがわかりやすく、使いやすい形で荒尾市の情報を得ることが可能になります。

### 【施策の内容】

#### ●情報発信戦略の構築

「いつ」・「何を」・「誰に」・「どのような方法で」というマーケットの基本に沿った情報発信戦略を構築します。

#### ●観光情報発信ツールの検証

既存の情報発信ツール（パンフレットやチラシなど）について検証します。情報発信戦略を基にリニューアルを図ります。

#### ●定期的な観光サイトの在り方の検証

情報提供や運用の方法等を定期的に検証し、常にユーザーの利便性を考えたサイト運営を推進します。

#### ●ブロガーやSNS（※）などの活用

ブロガーや Mixi、フェイスブック等の SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の活用に取り組みます。

#### ●メールマガジンの立ち上げ検討

地域の旬の観光・物産情報をすぐに消費者、企業へ届けることができるメールマガジンの立ち上げについて検討します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
情報発信戦略の構築	→					秘書広報課	—
観光情報発信ツールの検証					→	産業振興課	観光協会
定期的な観光サイトの在り方の検証					→	産業振興課	観光協会
ブロガーやSNSなどの活用					→	産業振興課	観光協会
メールマガジンの立ち上げ検討					→	産業振興課	観光協会

※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Webサイト。友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や場を提供したり、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。（IT用語辞典より）

## 施策展開 9) 情報の受発信組織の充実

荒尾市の観光に関する情報を収集し、一元的に発信します。観光協会が中心となり、観光やまちづくりに関する情報をマスコミに提供し、マスメディアを通じて発信されるように積極的に働きかけます。

### 【施策の展開による効果】

荒尾市の観光に関する情報経路を一本化することで、内部における情報を収集するシステムを簡素化し、外部に対する情報発信の効率化を図ります。また情報受発信組織の充実によって、荒尾市の様々な取組をマスコミ等へ伝えることが可能になります。

### 【施策の内容】

#### ●観光協会の地域情報の収集力向上

観光に関する活動や地域づくり活動など各地域情報を収集するため、行政や各関係機関との連携強化を図り、情報受発信力の向上に努めます。

#### ●観光協会のマスコミとのネットワーク構築

マスコミとのネットワークをつくり、ファックスやメール等により定期的な情報発信活動を行います。また、万田坑等の地域資源を活かし映画・CM・テレビ番組等の撮影の誘致を図るとともに、フィルムコミッションの設立を検討します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
観光協会の地域情報の収集力向上						産業振興課 くらしいきいき課	観光協会
	→						
観光協会のマスコミとのネットワーク構築						産業振興課	観光協会
	→						

## 絆づくり

### 施策展開 10) 広域観光推進事業

交通網の整備や旅行情報の増大などにより、旅行者の動きは広がりを見せると同時に、地域住民の日常の行動範囲も格段に広がっています。このことに対応するためにも、市内だけにとどまらない広域での観光振興の取組を推進します。

#### 【施策の展開による効果】

周辺地域との広域連携を図ることで、テーマ性を持った広域観光ルートの開発や統一したプロモーション等により効果的な活動を行うことができます。

#### 【施策の内容】

##### ●広域観光ルートの検討

荒尾市と親和性の高いテーマごとに広域連携を図り、観光ルートの開発や共同の誘客活動を推進します。

##### ◎近代化産業遺産群のネットワークづくり

万田坑の世界遺産登録へ向けて、九州山口の近代化産業遺産群関係市町村との連携を深めます。

##### ◎有明海沿岸のネットワークづくり

有明海の魅力を観光素材として活用するために、有明海沿岸の大牟田市、柳川市、大川市、佐賀市、鹿島市等との連携を深めます。

##### ◎宮崎兄弟ネットワークづくり

宮崎兄弟に関連した孫文や柳原白蓮などの人物の物語を活用した新たな旅のルート開発のために、関係市町村との連携を深めます。

##### ●周辺自治体と一体となった広域観光の推進

荒尾市と周辺自治体が一体となった広域連携を図ることで、来訪者の周遊性を高め地域の集客力向上を図ります。また、広域連携による統一的なプロモーション活動を展開することで認知度を高めます。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
広域観光ルートの検討						産業振興課	観光協会など
周辺自治体と一体となった広域観光の推進						産業振興課	観光協会など

## 施策展開 11) 地域ごとの交流の場づくり

地域住民や来訪者が自由に利用でき、休憩設備や地域情報を提供する地域拠点を荒尾市の各地に整備し、地域内交流や地域間の連携を促進する相互交流の場づくりを図ります。

### 【施策の展開による効果】

地域拠点が整備されることにより、それぞれの地域が持つ魅力や特色がわかりやすい形で発信され、地域間での横断的ネットワーク形成が図られます。また、地域ごとに来訪者との細やかな交流の場ができることで、荒尾の地域内外の交流が活発となります。

### 【施策の内容】

#### ●直売所や空き店舗等の活用

地域にある直売所や空き店舗などを交流拠点として活用し、地域住民や来訪者が自由に立ち寄ることができ、地域情報の提供や相互交流ができる場づくりを推進します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
直売所や空き店舗等の活用					→	産業振興課 農林水産課	青研 ありあけの里 荒尾ときめき市

## 景観まちづくり

### 施策展開 12) 街並み景観の整備事業

市民やボランティア団体とともに魅力ある荒尾市の街並み景観づくりを行います。生活環境と景観の一体的な整備を行い、環境と調和したまちづくりを目指します。

#### 【施策の展開による効果】

街並み景観を整備することによって、荒尾市へ訪れる人も住む人も快適で過ごしやすい環境づくりを推進します。自然景観と調和し、緑や花の溢れる色鮮やかな街並みによって、景観によるおもてなしが期待されます。

#### 【施策の内容】

##### ●景観計画・景観条例の策定

荒尾市の街並み景観の現状について調査を行い、関係団体や市民とともに景観計画や景観条例の策定を行います。

##### ●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市民とともに取り組みます。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
景観計画・景観条例の策定		→				土木課	観光協会 商工会議所 市民など
花や緑を活かした景観づくりの実施					→	土木課 くらしいきいき課	観光協会 商工会議所 市民団体 市民など

### 施策展開 13) 統一した観光案内標識の整備

観光客をスムーズに目的地に誘導するためには、見やすく、分かりやすい、統一性のある観光案内標識が必要となります。しかし、既存の案内標識については設置機関が様々で、デザインも異なっているため、関係機関と連携を図りながら改修等を含め検討していきます。

#### 【施策の展開による効果】

案内標識を整備することにより、快適に荒尾市を周遊してもらいます。来訪者のストレスを軽減することで旅の満足度の向上を図ります。

#### 【施策の内容】

##### ●案内標識の現状把握

既存の案内標識の設置場所、形態、内容等を把握します。

##### ●観光活性化のための案内標識整備の検討

設置場所、形態、デザイン、盛り込む内容（情報）を来訪者の目線に立ち検討します。

施策名	スケジュール(年度)					事業所管課	関係団体等
	24	25	26	27	28		
案内標識の現状把握		→				産業振興課 土木課 政策企画課	—
観光活性化のための案内標識整備の検討			→			産業振興課 土木課 政策企画課	—

## 6. 目標(成果指標)

本計画書による施策を推進し、荒尾市が行政・観光関連事業者・市民など総合力を発揮して目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28年には荒尾市への観光入込客数2,630,000人を目指します。

平成22年の観光入込客数 2,407,589人	➡	平成28年の観光入込客数 <b>2,630,000人(約9%増)</b>
----------------------------	---	---

本指標の達成にむけて、荒尾市への宿泊客数、日帰り客数を平成22年より約9%の増加を図ります。

平成22年の宿泊客数 141,950人	➡	平成28年の宿泊客数 <b>155,000人</b>
------------------------	---	-------------------------------

平成22年の日帰り客数 2,265,639人	➡	平成28年の日帰り客数 <b>2,475,000人</b>
---------------------------	---	----------------------------------

※成果指標について：過去5年間の平均伸率を算出し、荒尾市の現状と施策による効果をふまえた平成28年の目標値です。平均伸率から約3%増、施策による効果から約3%増、万田坑世界遺産登録による効果から約3%増を併せた見込数(小数点以下切捨て)となります。