

アクションプラン

**感動・共鳴を生む  
地域を目指して**

有明圏域定住自立圏推進協議会広域観光振興部会

平成29年3月

## 目次

はじめに ————— 1

1. アクションプラン策定にあたっての考え方 ——— 5

2. 方策について ————— 6

3. アクションプラン ————— 11

---

## はじめに

有明圏域定住自立圏推進協議会広域観光振興部会では、第1次有明圏域定住自立圏共生ビジョンのもと、平成25年度に、4市2町（柳川市、みやま市、大牟田市、荒尾市、南関町、長州町）の観光部署の課長等で構成する観光ワーキング会議を設置し、平成26年度は構成市町相互の観光資源の情報共有（見学会）などを行い、平成27年度には、冊子「生業のある風景」を作成した。

平成28年度から平成32年度における第2次有明圏域定住自立圏共生ビジョンにおいては、地域資源を活かした圏域内外の交流及び戦略的な広域観光の振興を行うことによって、圏域内外の住民との交流及び移住の促進を目指すこととしている。

このアクションプランは、第2次共生ビジョンの施策を圏域一体となって具現化するために策定したものである。

# 上位関連計画の要旨

第2次有明圏域定住自立圏共生ビジョンより \*観光振興に関わる部分を抜粋・番号等は抜粋に応じて修正

人が住み、自然とやさしさあふれる活気ある圏域

## 圏域内外の住民との交流及び移住の促進

### ① 地域資源をいかした圏域内外の交流

#### 《現状と課題》

- 広域・高速交通網が整備される中、観光客のニーズは多様化し、基礎自治体単独による取り組みでは交流人口を期待できるまでの魅力ある創造まで至っていません。
- 圏域内の各自治体において、他の圏域にない「柳川雛祭りさげもんめぐり」、「おおむた『大蛇山』まつり」、「幸若舞」（みやま市）、「あらお荒炎祭」、「南関町ふるさと関所まつり」、「火の国長洲金魚まつり」など固有の資源は存在するものの、それぞれ単体では、遠隔地からの交流人口を創出するまでには至っていません。

#### 《施策の方向性》

- 圏域内にある固有の地域資源の洗い出しを行い、それぞれの地域資源の魅力の向上並びに情報発信による地域イメージの創造を図ります。

#### 《形成協定の取組内容》

- 魅力ある圏域づくりのため、地域資源を活かした圏域内外との交流の促進を図る。

#### 具体的取組

事業名	地域資源活用、交流促進事業
関係自治体	◆大牟田市 ◆柳川市 ◆みやま市 ◆荒尾市 ◆南関町 ◆長洲町
事業内容	【具体的な事業項目】 地域資源の魅力向上並びに活用事業
地域間の役割分担	<b>甲（中心地）の役割</b> ● 地域のまつり（おおむた「大蛇山」まつり、花火大会など）を通じて、娯楽及び体験の機会を提供するとともに、取組みの調整を図る。
	<b>乙（連携市町）の役割</b> <b>【柳川市】</b> ● 市の区域内に存在する地域資源の魅力の向上を図る。 ● 地域のまつりや地域ブランド化の推進等の取組みを通じて、娯楽及び体験の機会を提供する。 <b>【みやま市、荒尾市、南関町、長洲町】</b> ● 市町の区域内に存在する地域資源の魅力の向上を図る。 ● 地域のまつりなどを通じて、娯楽及び体験の機会を提供する。
期待される効果	● 新たな交流人口の増加が期待できる。 ● 圏域住民における地域意識の高揚が図られる。

## ② 戦略的な広域観光の振興

### 《現状と課題》

●九州新幹線、有明海沿岸道路など着実に広域交通網が整備され、広域的な新たな交流人口が期待されますが、観光客のニーズは多様化し、基礎自治体単独による取組では、交流人口を期待できるまでの魅力の創造まで至っていません。

●圏域内の各自治体において、他の圏域にない「掘割」、「世界文化遺産」、「清水寺」、「荒尾干潟」、「豊前街道南関御茶屋跡」、「金魚と鯉の郷広場」など、固有の観光資源は存在するものの、それらを結ぶ広域観光ルート等が整備されておらず、相乗効果を発揮するまでは至っていません。

### 《施策の方向性》

●圏域内にある固有の観光地域資源を活用し、圏域として観光ルートを整備し、情報発信を行うことにより、交流人口の増加に努め、ひいては観光産業等の振興に努めます。

### 《形成協定の取組内容》

●圏域内に存在する様々な観光資源及び地域資源の積極的な活用並びに情報発信を行うとともに、鉄道、道路等を活用した交流人口の増加を促進する。

### 具体的取組

事業名	地域資源活用推進事業
関係自治体	◆大牟田市 ◆柳川市 ◆みやま市 ◆荒尾市 ◆南関町 ◆長洲町
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>●圏域内に存在する様々な観光資源及び地域資源を積極的に活用した種々の観光ルートの設定、広域観光マップの作成及び情報の発信。</li> <li>●圏域内への集客の増加及び周遊を図るための催事の実施。 <ul style="list-style-type: none"> <li>▷新たな広域観光ルートの構築</li> <li>▷圏域資源を活用した広域観光マップの作成</li> <li>▷圏域一体となった観光情報の発信</li> </ul> </li> </ul>
地域間の役割分担	<p><b>甲（中心地）の役割</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●関係自治体と連携し、圏域内に存在する様々な観光資源及び地域資源を積極的に活用した種々の観光ルートの設定を行い、広域マップの作成及び情報の発信を行う。</li> <li>●広域観光情報の発信を行うとともに、取組みの調整を図る。</li> <li>●圏域内への集客の増加及び周遊を図るための催事を行う。</li> </ul> <p><b>乙（連携市町）の役割</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●関係自治体と連携し、圏域内に存在する様々な観光資源及び地域資源を積極的に活用した種々の観光ルートの設定を行い、広域マップの作成及び情報の発信を行う。</li> <li>●広域観光情報の発信を行う。</li> <li>●圏域内への集客の増加及び周遊を図るための催事を行う。</li> </ul>
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新たな交流人口の増加が期待できる。</li> <li>●交流人口の増加により、観光産業をはじめとした地域産業の振興が図られる。</li> </ul>

---

## 有明圏域定住自立圏推進協議会広域観光振興部会アクションプラン

---

### 【目的】

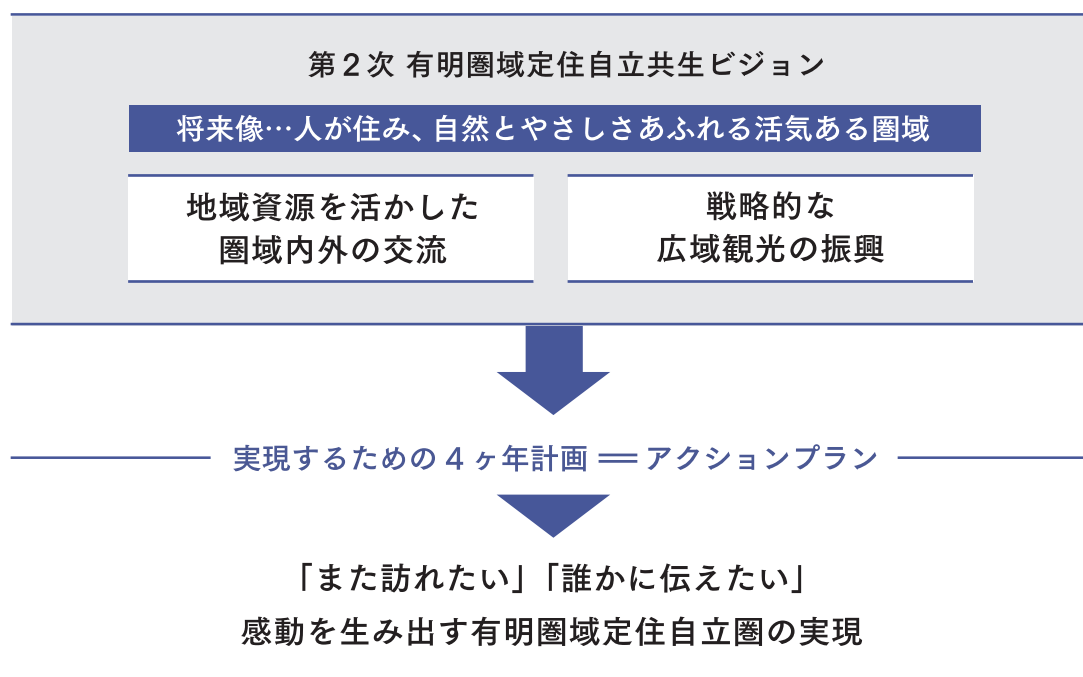
有明圏域定住自立圏域内の市町が連携し、「また訪れたい」「誰かに伝えたい」感動を生み出す有明圏域定住自立圏の実現を図り、圏域内外の交流の促進につなげる。

### 【アクションプランの策定】

1. 既存の観光資源を活かした誘客
2. 地域資源の新たな価値づくりと誘客

この2つを柱とし、4年間のアクションプランを策定

#### 本アクションプランの位置づけ



※「観光資源」とは、既に観光資源として認識され活用されているもの。「地域資源」とは、観光資源として認識・活用されていないが、視点を変え、磨くことにより、今後、観光資源となる可能性があるもの。

---

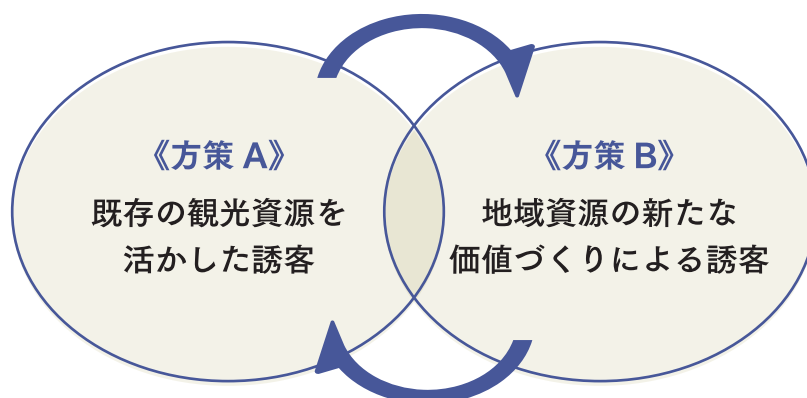
# 1. アクションプラン策定にあたっての考え方

圏域としての観光資源の活用と当圏域ならではの魅力の創出

4市2町の位置する有明圏域には、既存の観光資源があり、それぞれが誘客を図っているが、それらの資源を圏域として活用できているとは言えず、既存の観光資源を活用した圏域一体となった誘客が求められている。

一方、誘客力のある地域を創出するためには、当圏域ならではの新たな魅力を作る必要があり、当圏域固有の価値創造を図っていくことで、新たな需要を創り出すことにつながり、将来的な誘客に結びついてくる。

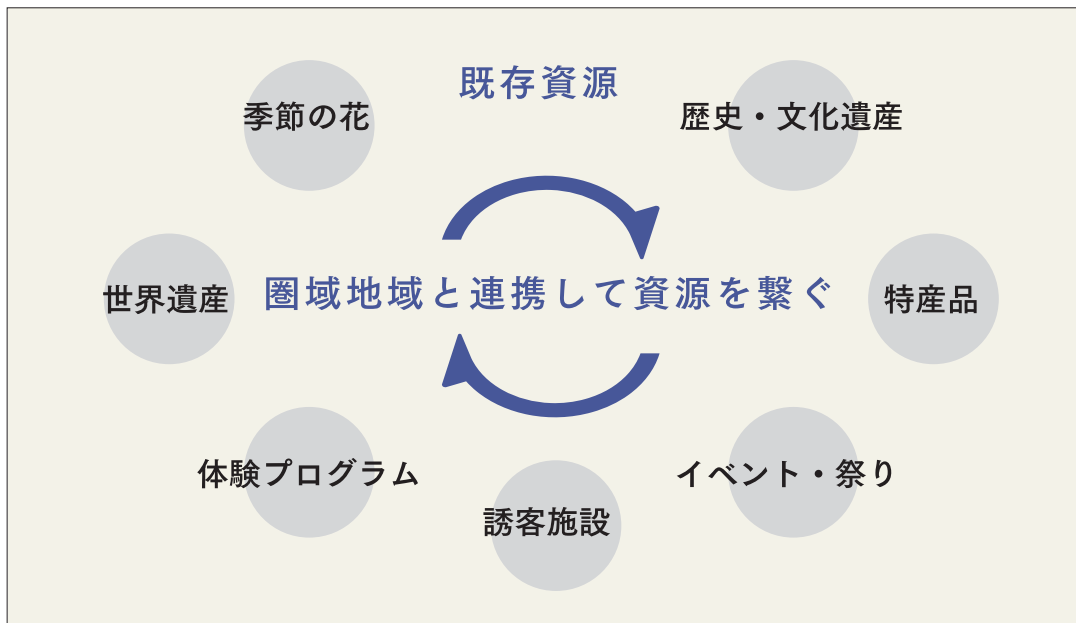
「既存の観光資源を活用した誘客」と「地域資源の新たな価値づくりによる誘客」を両輪として、相乗効果が生まれることを目指す。



## 2. 方策について

### ① 《方策A》 既存の観光資源を活かした誘客

圏域の資源は豊富にあるが、単独自治体での活用・情報発信に留まっているため、既存観光資源の活用と魅力向上を図り、圏域を周遊する仕組みづくりを行うことで圏域内外の交流促進に繋げる。



#### 1. 観光資源の魅力向上

観光ニーズ、来訪目的に合わせた圏域内の観光資源のリスト化を行い、圏域全体の魅力が伝わるマップやガイドブックの作成を行う。

#### 2. 周遊する仕組みづくり

テーマに沿って地域をめぐるツアーやスタンプラリーなどの実施、ルート開発などを行い、圏域内を周遊する仕組みづくりを行う。

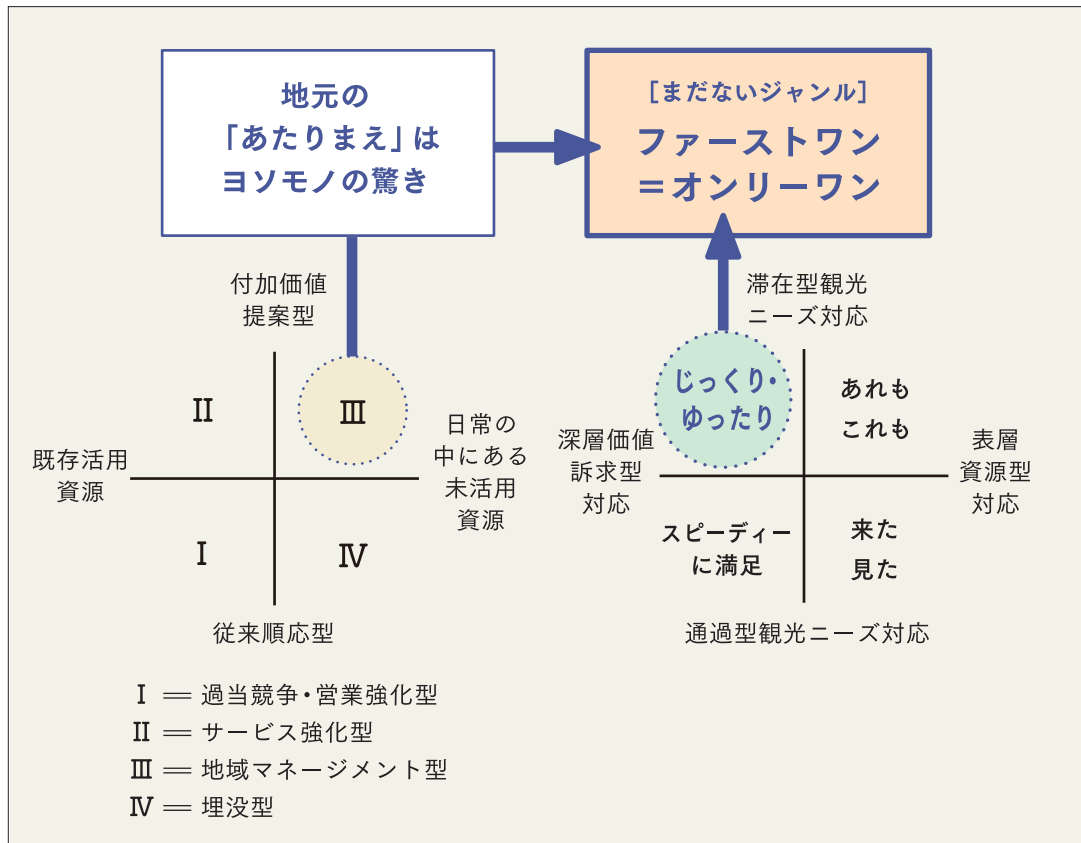
\*観光資源リストについては巻末資料③に記載



## ② 《方策B》 地域資源の新たな価値づくりによる誘客

感動・共鳴を生み、地域と来訪者のより深い関係を構築できるよう、既存観光資源を見直し、地域資源の新たな価値づくりを行う。

### 1. 感動・共鳴を生み出すための《方策B》の考え方



● 日常の中にある未活用資源



● まだないジャンル、ここで勝負する。

**ファーストワン=オンリーワン**



● 滞在型観光ニーズ対応 + 深層価値訴求型対応

**じっくり、ゆったり**

観光ニーズが多様化し、体験・交流型観光のニーズが高まっている。このため、地域資源の新たな価値づくりが必要である。感動・共鳴を生み出すためにファーストワン=オンリーワンの取り組みを行っていく。

## 2. マーケット調査



### マーケティングツアーを実施して見えてきたこと

既存資源も“生業のある風景”という視点で見せ方を変えるだけで新たな価値が生まれる。

地域資源の中で活用されていない資源にも、  
来訪者のライフスタイルに合わせて切り口を変えると  
新たな価値を見出すことができる。

その土地でつながる人の存在が重要。来訪者と地域とがより深くつながることができれば、一度訪れて終わるのではなく、何度もリピートして訪れる。

来訪者と地域とで深く繋がるためには  
地域の受け入れ体制を整えること。体制が整って初めて  
来訪者にとっても何度でも訪れたい地域となる。

### 3. 地域資源の新たな価値づくり

実務者会議でのワークショップより抽出されたキーワード

#### 有明海

有明海はその河口域には全国の干潟の約4割に及ぶ広大な干潟を有し、干満差は6.8m（最大時）で日本一である。この固有な海は、当該地の景観や環境や水産業などに大きな影響を与えている。有明海の持つ不思議な魅力は、知的好奇心を刺激し、また癒しをもたらし、さらに珍しい食文化を育んでいる。そうした価値を、来訪者に呼応するカタチで編集していけば、新たな観光振興策が生まれる。

#### 里山文化圏

当該地の里山は、いくつかの川で有明海と繋がっている。有明海を語るならば、一方その源ともいえる里山も語らねばならない。里山にまなざしを向ければ、田んぼ、ミカン畑、農作業風景などの自然景観、酒蔵や古民家、祭りなどの伝統文化などを有する。また特に触れておきたいのは、肥後街道や、柳川と南関をむすぶ北原白秋の物語など、歴史や文学のことである。こうした里山にある資源を観光振興につなげることで新たな活力を生み出すことができる。

#### 生業のある風景

“生業のある風景”の風景の記憶や意味にまなざしを向けると、そこには何世代に渡っての人々の暮らしの営み、家族の物語、喜び哀しみの人生、生活文化…私たちが気付かなかった大切なものを見つけることができる。皆が気づくと、その場所のポテンシャルを引き出すことができる。27年度のパンフに掲載した「生業のある風景」だけではなく、新たな「生業のある風景」を見出していく。また、上記の「有明海」「里山文化圏」の取組みの過程でも、「生業のある風景」が顕在化されていく。

3つの領域で、「ストーリー（物語）」を起点に、  
「共感連鎖」を生み出すためにファーストワン  
（＝一番最初にやること。前例がないこと）の取り組みを行う。

物語として編集していく作業に深く関わることで、当該地域の誇りの原点を辿り、物語を未来へ向けて紡ぎ出していく。そのことが有明圏域の活気を生み、住みたいまちになっていき、観光客にとっても魅力ある地域となる。

---

### ③ 方策実施の流れ

---

#### 《方策A》既存の観光資源を活用した誘客

STEP  
1

##### 観光資源の魅力向上

既存観光資源の共有・活用を行い、  
圏域全体の魅力を向上させる取り組みを行う。



STEP  
2

##### 周遊する仕組みづくり

ルート作成やイベントなどを実施し、  
圏域内での周遊を図る仕組みづくりを行う。

#### 《方策B》地域資源の新たな価値づくりによる誘客

STEP  
1

##### 地域の基盤づくり・目指すべき方向性の共有

関係者が集い、地域の魅力の共有を行う



STEP  
2

##### 地域の基盤づくり・地域資源の新たな価値創造

”感動”・”共鳴”を生む地域資源の新たな価値づくり・  
商品開発を行う



STEP  
3

##### ファン・リピーターづくり

来訪者と地域を繋ぐ仕組みづくりを行う



STEP  
4

##### 継続したファン・リピーターづくり

来訪者と地域の継続した関係づくりを行う

### 3. アクションプラン

#### ① 取り組む方策

#### 1. 《方策A》既存の観光資源を活かした誘客施策

既存観光資源を活用し、圏域内を周遊する仕組みづくりを目的に以下の内容に取り組む。

#### A-1 観光資源の魅力向上 圏域内の情報共有及び観光冊子の制作

期待される効果	●圏域の一体感の醸成 ●相互作用の推進
取り組みの内容	<p>圏域内の観光資源リスト化・共有化を行い、観光ニーズ、来訪目的に応じたツールを制作する。</p> <p><b>① 圏域内観光資源の共有化</b> 既存観光資源についてテーマに沿ったリスト化を行い、共有を図る。</p> <p><b>② テーマに沿ったツールの制作</b> 「花」や「イベント」など、テーマやストーリーに沿った圏域のツールを作成する。</p>

#### 実施スケジュールイメージ

内 容	2017 平成 29 年	2018 平成 30 年	2019 平成 31 年	2020 平成 32 年	役 割
① 観光資源の共有化	●	●	●	●	6 市町の行政 各ガイド組織
② ツールの制作	●	●			6 市町の行政

#### A-2 周遊する仕組みづくり ルート開発・スタンプラリーの開催

期待される効果	●広域周遊の高まり ●圏域内での集客力の向上
取り組みの内容	<p>誘客力のある地域（資源）を起点に、テーマやストーリー、季節感等に考慮したルート開発や、スタンプラリーを実施し圏域内を周遊する仕組みづくりを行う。</p> <p><b>① 周遊ルートの開発</b> 関係市町のガイドなどが一堂に会し、ルート開発を行う。開発した周遊ルートはモニターを重ね、商品化を図り、定期開催を促していく。</p> <p><b>② スタンプラリーの開催</b> 圏域内の回遊促進を図るためスタンプラリーを開催する。開催にあたっては自治体、観光関係者、各種サービス業関係者と連携を図る。</p>

#### 実施スケジュールイメージ

内 容	2017 平成 29 年	2018 平成 30 年	2019 平成 31 年	2020 平成 32 年	役 割
① 周遊ルートの開発	●	●	●	●	6 市町の行政
② スタンプラリーの開催		●			6 市町の行政 観光関係者

## 2. 《方策B》地域資源の新たな価値づくりによる誘客

地域資源の新たな価値づくりを行い、来訪者のリピーター化を図ることを目的に以下の内容に取り組む。

B-1、B-2の実施については、6市町の行政で分担し、平行して取り組み、進捗状況については全体会議で情報共有を行っていく。

### B-1 有明海ならではの「感動の時間の過ごし方」の提案

期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●有明海に対する関心の高まり</li> <li>●新たな顧客の開拓</li> </ul>
取り組みの内容	<p>有明海・センスオブワンダーの視点で有明海の有する魅力を調査し顕在化させ、その価値を最大化する。さらにストーリー化していき、「感動の時間の過ごし方」をプログラム化し観光商品として提案していく。</p> <p><b>① 資源調査</b> 有明海の有する価値を抽出、整理し、可能性の種を探る。（*巻末資料①に記載）</p> <p><b>② 価値の最大化、ストーリー化</b> どこにもない切り口（ファーストワン）で、その価値を共感を生む物語として顕在化していく。</p> <p><b>③ モニターの実施、観光商品化</b> 生み出した価値がマーケットに支持される可能性があるのかを、モニターツアーで検証し、観光商品化していく。</p> <p><b>④ 誘客の促進とファン化リピーター化を図る</b> ファン化、リピーター化を促す。</p>

#### 実施スケジュールイメージ

内 容	2017 平成29年	2018 平成30年	2019 平成31年	2020 平成32年	役 割
<b>① 資源調査</b>	●				担当行政 + 各地の 地域づくりリーダー
<b>② 価値の最大化 ストーリー化</b>	●	●			担当行政 + 各地の 地域づくりリーダー
<b>③ モニターの実施 観光商品化</b>			●		担当行政 + 各地の 地域づくりリーダー
<b>④ 誘客の促進と ファン・リピーター化</b>				●	担当行政 + 各地の 地域づくりリーダー

## B-2 里山文化圏を感じるルートの開発

### 期待される効果

- パブリシティ効果の高まり
- 新たな顧客の開拓

### 取り組みの内容

#### <事業展開イメージ>

#### 【白秋を旅する「この道」ルートの開発】

北原白秋作詞の「この道」には、母の実家である南関から柳川までの道の情景が歌いこまれている。この詩を彷彿させる新しい観光ルートを開発する。

観光ルートイメージ 南関（白秋生家）— 棚田の風景 —（国道 443）— ミカン畑（みやま）— 柳川（白秋生家） ※季節の花等を組み合わせる。

#### ① 現地視察・調査

白秋の「この道」で想定されるルートを視察し、どのような課題があるかなどを調査する。課題解決に向けた対策案を練る。

#### ② 「この道」ルートの作成、価値の最大化、ストーリー化

物語のある共感を生むルートを作成する。

#### ③ 「この道」ルート発表にあわせ、

圏域でのそれぞれの思い出の「この道」を広く一般から募集する

#### ④ イベントの実施

白秋の「この道」歩きのイベントを季節毎実施する。（スタンプラリー形式も検討）イベントの継続とファン化リピーター化を図る。

#### ⑤ 顧客管理

ファン化、リピーター化を促すために顧客管理を徹底し、来訪者を人脈にまで育てあげる。

### 実施スケジュールイメージ

内 容	2017 平成 29 年	2018 平成 30 年	2019 平成 31 年	2020 平成 32 年	役 割
① 現地視察・調査	●				担当行政 + 各地の 地域づくりリーダー
② 「この道」ルートの作成、 価値の最大化、ストーリー化	●	●			担当行政 + 各地の 地域づくりリーダー
③ 思い出の「この道」一般募集		●			担当行政 + 各地の 地域づくりリーダー
④ イベントの実施			●		担当行政 + 各地の 地域づくりリーダー
⑤ 顧客管理				●	担当行政 + 各地の 地域づくりリーダー

## B-3 「生業のある風景」を定着させるための提案

期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光業と製造業や農・漁業との相互理解</li> <li>●新たな顧客の開拓</li> </ul>
取り組みの内容	<p>27年度作成の「生業のある風景」のパンフレットを宣伝ツールとしてマーケットへ向けて認知度を高める対策を行う。さらに、新たな「生業のある風景」を顕在化させ、イメージを定着させる。取り組みについてはB-1、B-2と相互作用を生み出すよう一体的に行う。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 冊子の配布 冊子を配布し知名度を高める。</li> <li>② 新たな「生業のある風景」を発掘し顕在化させる</li> <li>③ 「生業のある風景」をテーマにした観光商品を造成する</li> <li>④ 造成した観光商品で誘客を図る</li> </ol> <p>*必要に応じてモニターツアーを実施</p>

### 実施スケジュールイメージ

内 容	2017 平成29年	2018 平成30年	2019 平成31年	2020 平成32年	役 割
① パンフの配布	●				6市町の行政
② 新たな「生業のある風景」の発掘	●				6市町の行政 + 各地の地域づくりリーダー
③ 観光商品造成			●	●	6市町の行政 + 各地の地域づくりリーダー
④ 誘客促進				●	6市町の行政



---

### 3. 《方策A・B共通》

方策A・Bを実施する中で以下の内容に取り組む。

#### ① 価値を生み出す人づくり

地域で継続した受入れ体制を構築するため、観光ガイドの交流の実施や、観光関係者の理解や協力を促していく。

#### ② 観光情報の相互発信

単独自治体で制作したパンフレットやチラシなどの相互配布や、観光情報冊子への圏域エリア情報の相互掲載など、圏域内で連携した情報発信に取り組み、圏域エリアのイメージ醸成を図っていく。

---

## 資料

## 資料

### ① 有明海ならではの「感動の時間の過ごし方」の提案について

#### 有明海の有する魅力・・・感動の時間の過ごし方

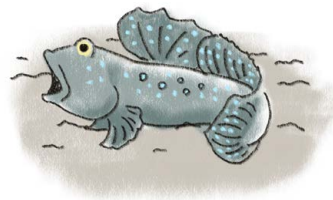
[例えば]

##### ● 有明海苔づくり (生業のある風景)

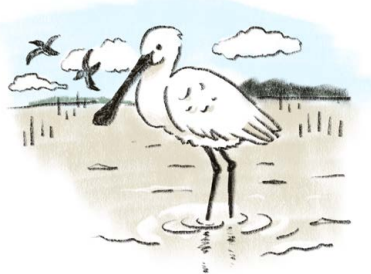


##### ● 泥の海の価値

干潟の泥には浄化作用があり栄養分も多く、希少生物の宝庫になっている。



##### ● 干潟は希少生物の宝庫



##### ● 景観の美 (夕日、星空)



##### ● 有明海の昔語り (古き良き姿)



##### ● 有明海の食材 (有明海の食紀行)



- 干拓の歴史
- 有明海の干満 (最大6.8m) の不思議
- 有明海と祭り、イベント
- 有明海をめぐる200万年の陸地の変遷
- 有明海に注ぐ川の逆流 (1日2回)