

第2次上天草市総合計画に関するアクションプラン
【観光部会】

※「検討・準備プラン」については企画政策課も共同で検討業務にあたる。

プラン	主幹担当
アクションプラン1 『上天草ブランド推進委員会(仮称)の立ち上げ』	検討・準備プラン 観光おもてなし課
アクションプラン2 『天草地中海ブランドの構築・発信』	検討・準備プラン 観光協会
アクションプラン3 『上天草温泉郷のPR強化』	実践プラン 観光おもてなし課 観光協会
アクションプラン4 『女子旅のPR強化、旅行商品開発』	検討・準備プラン 観光おもてなし課
アクションプラン5 『天草四郎メモリアルホールの活用方策の検討』 (宮津地区の観光開発)	実践プラン 観光おもてなし課
アクションプラン6 『オールシーズン型アウトドアコンテンツの開発』 (前島地区の観光開発) ※産業部会アクションプラン5との連動を検討	観光協会 検討・準備プラン 観光おもてなし課 ※産業雇用創出課
アクションプラン7 『食の観光地のイメージを訴求する物販イベントの実施』 ※産業部会アクションプラン10との連動を検討	実践プラン 観光おもてなし課 観光協会 ※産業雇用創出課
アクションプラン8 『宇土・宇城・天草との広域連携による観光開発』	検討・準備プラン 観光協会
アクションプラン9 『観光人材のレベルアップに向けた研修事業(仮称:上天草観光大学)の充実による観光地の質の向上』 ※産業部会アクションプラン6との連動を検討	検討・準備プラン 観光おもてなし課 ※産業雇用創出課
アクションプラン10 『「人」を主役とした観光ガイドブック、観光サイトの制作(小中高校生の担い手育成)』 ※教育部会アクションプラン4との連動を検討	検討・準備プラン 観光おもてなし課 ※学務課
アクションプラン11 『市内外の子どもたち同士が交流する体験観光の推進』 ※産業部会アクションプラン7、教育部会アクションプラン4との連動を検討	検討・準備プラン 観光おもてなし課 ※農林水産課 ※学務課
アクションプラン12 『スポーツ合宿で宿泊客の営業拡大』	実践プラン 観光おもてなし課

I. 全体計画

1. 分野全体における達成目標

(1) 第2次上天草市総合計画における位置づけ

《最重点戦略》

観光需要と観光消費を拡大する

～観光ブランド力を発揮する「産業」づくり～

観光地としてのブランド力を活かした観光産業の拡充は、上天草市の強みを活かす最重点の産業振興策です。これまでの観光振興の取り組みをさらに強化し、観光需要（集客）と観光消費の更なる拡大をめざし、雇用を拡大する産業へと発展させていきます。

目標指標 (成果指標)	年間観光入込客数	目標値(H35年度)	74万人増加
	年間観光消費額	目標値(H35年度)	50億円増加

〈施策・アクション〉

訪れたいくなる「上天草ブランド」の魅力の強化と発信	
施策1 ターゲットを設定した上天草ブランドの開発	
	アクション1. 「女子旅」をコンセプトとした観光の魅力づくり
	アクション2. 美と癒しと食を楽しむ上質な観光地としてのPRの強化
	アクション3. 景観を満喫できる観光の魅力づくり
施策2 観光の目的地になるスポット整備・イベントの充実	
	アクション4. 前島・宮津地区の観光拠点の整備・充実
	アクション5. 景観を楽しむ眺望スポットの整備
	アクション6. 樋合地区の観光拠点開発
	アクション7. 「天草ジオパーク」に関するスポット開発
	アクション8. 食・スポーツに関する話題性の高い集客イベントの実施
施策3 観光動線の利便性の向上による「快適さ」の確保	
	アクション9. 観光ルート開発・観光サインの整備
	アクション10. 市内交通の利便性の確保
施策4 観光ガイドや観光イベントを実践する市民・経営者の育成	
	アクション11. 市民の観光への理解・関心・参加の拡大
	アクション12. 観光事業を実践する経営者等の人材育成

消費を拡大する観光商品・サービスの開発	
	施策5 消費を拡大する観光商品・サービスの開発
	アクション13. 定期的な物販イベントの開催
	施策6 プラスαの滞在型観光商品の開発
	アクション14. ヘルスツーリズム、美容ツーリズムの開発
	アクション15. オルレやトレッキングコースを活かしたアウトドアスポーツの体験プログラムの拡大
	施策7 スポーツ合宿や教育・研修旅行など団体旅行の営業拡大
	アクション16. スポーツ合宿、スポーツイベントの誘致
	アクション17. 教育旅行、企業旅行の誘致

2. 施策・アクションの展開方針

◎最上位目標：観光需要と観光消費を拡大する ⇒ 年間観光入込客数 目標値(H35年度) 74万人増加 年間観光消費額 目標値(H35年度) 50億円増加

■目標達成に向けた今期のアクションプランの展開方針(戦略的ポイント)

方針1. 新たな集客の拡大につながるブランドPR・イベント開発

方針2. オールシーズンの集客を獲得する滞在型観光商品の開発・拡大

方針3. 市民(子ども)の観光産業への関心喚起

- ◎ 戦略的集客を図るブランドコンセプトを確立し、官民が協調し情報発信・集客拡大を図る
- ◎ 産業の担い手となる子どもが上天草市の観光の良さに共感できる産業開発を行う

◀10年間の計画期間における施策別事業展開フロー▶

	第Ⅰ期(H26～28年度)	第Ⅱ期(H29～32年度)	第Ⅲ期(H33～35年度)
訪れたい「上天草ブランド」の魅力の強化と発信	上天草ファンの拡大に向けたブランド確立とPR強化		
施策1 ターゲットを設定した上天草ブランドの開発 アクション1. 「女子旅」をコンセプトとした観光の魅力づくり アクション2. 美と癒しと食を楽しむ上質な観光地としてのPRの強化 アクション3. 景観を満喫できる観光の魅力づくり	■ブランドコンセプトの開発、関連サービス・商品開発 ⇒アクションプラン1 上天草ブランド推進委員会(仮称)の立ち上げ ⇒アクションプラン2 天草地中海ブランドの構築・発信 ⇒アクションプラン3 上天草温泉郷のPR強化 ⇒アクションプラン4 女子旅のPR強化、旅行商品開発	■ブランドPR活動の強化	■ブランドPR活動の強化
施策2 観光の目的地になるスポット整備・イベントの充実 アクション4. 前島・宮津地区の観光拠点の整備・充実 アクション5. 景観を楽しむ眺望スポットの整備 アクション6. 樋合地区の観光拠点開発 アクション7. 「天草ジオパーク」に関するスポット開発 アクション8. 食・スポーツに関する話題性の高い集客イベントの実施	■拠点整備／拠点を活かした集客事業の開発 ⇒アクションプラン5 天草四郎メモリアルホールの活用方策の検討(宮津地区の観光開発) ⇒アクションプラン6 オールシーズン型アウトドアコンテンツの開発(前島地区の観光開発) ⇒アクションプラン7 食の観光地のイメージを訴求する物販イベントの実施	■集客事業の展開	■集客事業の拡充
施策3 観光動線の利便性の向上による「快適さ」の確保 アクション9. 観光ルート開発・観光サインの整備 アクション10. 市内交通の利便性の確保	■観光ルート開発・観光サイン整備 ⇒アクションプラン8 宇土・宇城・天草との広域連携による観光開発	■観光ルート開発・観光サイン整備	■観光循環交通システムの展開
施策4 観光ガイドや観光イベントを実践する市民・経営者の育成 アクション11. 市民の観光への理解・関心・参加の拡大 アクション12. 観光事業を実践する経営者等の人材育成	■観光人材育成事業(上天草大学)の開始 ⇒アクションプラン9 観光人材のレベルアップに向けた研修事業の充実による観光地の質の向上 ⇒アクションプラン10 「人」を主役とした観光ガイドブック、観光サイトの制作(小中高校生の担い手育成)	■市民による観光事業の展開 ■観光人材育成事業の展開・情報発信	■市民による観光事業の展開 ■観光人材育成事業の展開・情報発信
消費を拡大する観光商品・サービスの開発	収益力のある拠点づくり・商品づくり		
施策5 消費を拡大する観光商品・サービスの開発 アクション13. 定期的な物販イベントの開催	■拠点整備／拠点を活かした物販事業の開発・実施 ⇒アクションプラン7 食の観光地のイメージを訴求する物販イベントの実施	■物販事業の展開	■物販事業の拡充
施策6 プラスαの滞在型観光商品の開発 アクション14. ヘルスツーリズム、美容ツーリズムの開発 アクション15. オルレやトレッキングコースを活かしたアウトドアスポーツの体験プログラムの拡大	■観光商品・サービスの開発 ■既存の体験プログラムの拡大 ⇒アクションプラン6 オールシーズン型アウトドアコンテンツの開発	■サービス事業の展開 ■既存の体験プログラムの拡大	■サービス事業の拡充 ■既存の体験プログラムの拡大
施策7 スポーツ合宿や教育・研修旅行など団体旅行の営業拡大 アクション16. スポーツ合宿、スポーツイベントの誘致 アクション17. 教育旅行、企業旅行の誘致	■誘致・営業活動の強化 ⇒アクションプラン11 市内外の子どもたち同士が交流する体験観光の推進 ⇒アクションプラン12 スポーツ合宿で宿泊客の営業拡大	■誘致・営業活動の強化	■誘致・営業活動の強化

II. 事業計画(アクションプラン)

施策1: ターゲットを設定した上天草ブランドの開発

アクションプラン1

『上天草ブランド推進委員会(仮称)の立ち上げ』 <検討・準備プラン>

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策1「ターゲットを設定した上天草ブランドの開発」

目的・めざす成果	<p>○魅力ある観光地のブランドイメージの構築、関係団体間でブランドを共有化し、ブランド推進を図ることで、従来からの観光客に加わる新たな顧客を拡大(経済効果の拡大)する</p> <p>○市内の若者に魅力ある観光産業の構築・発信</p>	
事業内容	<p>1) 食・温泉・天草四郎という従来の天草の観光素材に、南欧・地中海・イタリアンという新しい天草を融合したこれから10年かけて作り上げる「上天草ブランド」の核を住民、事業者、行政職員ともに作り上げる場(ブランド推進委員会)を立ち上げ、ブランド戦略を推進する。</p> <p>推進委員会については、観光協会、商工会、行政の横断的な組織とする。</p> <p>① 上天草ブランドコンセプトの設定</p> <p>… 従来のブランドのブラッシュアップ(食、温泉、天草四郎) + 新たなブランドの確立・発信(地中海化構想)</p> <p>② ブランド戦略の立案(展開方法・事業計画)</p> <p>最終成果(経済効果)をふまえた事業計画の立案</p> <p>アクションプラン2~6の事業展開に関する戦略立案も兼ねる</p>	
官民の役割分担	<p>民間 (事業者・住民)</p>	<p><input type="checkbox"/> 推進委員会への参画 <input type="checkbox"/> ブランド推進に向けた事業参加</p>
	<p>行政</p>	<p><input type="checkbox"/> 推進委員会への参画・コーディネート</p>
事業化に向けた課題	<p>● ブランドの戦略的コンセプトの設定及び共有(成果指標にある経済効果に立脚した戦略立案)</p>	
事業化スケジュール(短期的取組み)	<p>≪平成26年度≫ 推進委員会の立ち上げ、ブランドの定義(コンセプトの設定)</p> <p>≪平成27年度≫ Viの整備、スローガン開発、ガイドライン、中長期アクションプラン作成</p>	

アクションプラン2

『天草地中海ブランドの構築・発信』 <検討・準備プラン>

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策1「ターゲットを設定した上天草ブランドの開発」

アクション1「女子旅」をコンセプトとした観光の魅力づくり」

アクション2「美と癒しと食を楽しむ上質な観光地としてのPRの強化」

施策2「観光の目的地になるスポット整備・イベントの充実」

アクション4「前島・宮津地区の観光拠点の整備・充実」

目的・めざす成果	<p>○新たな魅力ある観光地のブランドイメージの構築による従来からの観光客に加わる新たな顧客の拡大(経済効果の拡大)</p> <p>○市内の若者にとって魅力ある観光産業の構築・発信</p>	
事業内容	<p>○アクションプラン1のブランド戦略と連携し、上天草のオリジナリティのある新たな観光ブランドとして「天草地中海」をテーマにしたブランドを構築し、新たな顧客層の拡大を図る。</p> <p>1) イタリア・シチリア・アグリジェント市との友好都市関係の締結を検討</p> <p>2) 市内飲食店・宿泊施設等でのワインやオリーブオイル等の使用を促進し、「天草地中海」のイメージPRを強化</p> <p>3) 前島開発における「天草地中海」をイメージしたリゾート拠点の形成(施設整備、ソフト開発)</p>	
官民の役割分担	民間 (事業者)	<input type="checkbox"/> ブランド戦略の検討【アクションプラン1】 <input type="checkbox"/> ブランド戦略に基づく事業実施、PR活動の展開
	行政	<input type="checkbox"/> ブランド戦略の検討【アクションプラン1】 <input type="checkbox"/> ブランド戦略に基づく、PR活動の展開
事業化に向けた課題	<p>● 関係団体・事業者・行政とのブランド戦略の協調した取組みの実践</p>	
事業化スケジュール (短期的取組み)	<p>≪平成26年度≫</p> <p>ブランド推進委員会内での議論【アクションプラン1】</p> <p>ブランド構築にかかる素材の洗い出し(現状整理)、既存事業の磨き上げ</p> <p>ブランド戦略に基づく官民連携による事業実践</p> <p>≪平成27年度～≫</p> <p>ブランド戦略に基づくPR活動の強化</p>	

アクションプラン3

『上天草温泉郷のPR強化』〈実践プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策1「ターゲットを設定した上天草ブランドの開発」

アクション2「美と癒しと食を楽しむ上質な観光地としてのPRの強化」

目的・めざす成果	○「海辺の温泉地」のブランドイメージを高め、集客力の拡大を図る。	
事業内容	1) アクションプラン1のブランド戦略と連携し、上天草ならではの「海辺の温泉」「塩化物泉」を活用したPR手段を検討する 2) 熊本県が進めるふるモーション課の施策とタイアップによるPRを強化する。	
官民の役割分担	民間 (事業者)	<input type="checkbox"/> ブランド戦略の検討【アクションプラン1】 <input type="checkbox"/> ブランド戦略に基づく、PR活動の展開
	行政	<input type="checkbox"/> ブランド戦略の検討【アクションプラン1】 <input type="checkbox"/> ブランド戦略に基づく、PR活動の展開
事業化に向けた課題	● 行政と観光協会の連動したブランド戦略～ブランドPRの展開	
事業化スケジュール (短期的取組み)	≪平成26年度≫ ブランド推進委員会内での議論【アクションプラン1】 熊本県ふるモーション課とのタイアップ ≪平成27年度～≫ ブランド戦略に基づくPR活動の開始	

アクションプラン4

『女子旅のPR強化、旅行商品開発』〈検討・準備プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策1「ターゲットを設定した上天草ブランドの開発」

アクション1「女子旅」をコンセプトとした観光の魅力づくり」

目的・めざす成果	○「女子旅」としてのブランドイメージを高め、集客力の拡大を図る。	
事業内容	○本プランはアクション1ブランド推進委員会での検討事業として実施する 1) 女性の上天草のニーズ調査の実施 …流行に敏感な女性のニーズ・ウオンツを的確に把握するため、福岡などの大都市圏においてニーズ調査を実施し、内容の分析により、具体的な施策に反映させる。 2) 各宿泊施設が女性を意識したアメニティグッズの充実を図る。	
官民の役割分担	民間 (事業者)	□女子旅向け商品開発の実践
	行政	□マーケティング実施 ⇒【アクションプラン1】内での検討
事業化に向けた課題	● ブランド推進委員会での検討事業として展開する	
事業化スケジュール (短期的取組み)	≪平成26年度≫ 現状整理 ブランド推進委員会内での議論【アクションプラン1】 ≪平成27年度～≫ 福岡等の大都市圏におけるマーケティングリサーチ 事業者による旅行商品の開発	

施策2： 観光の目的地になるスポット整備・イベントの充実

アクションプラン5

『天草四郎メモリアルホールの活用方策の検討(天草四郎のブランド戦略)』 <実践プラン> (宮津地区の観光開発)

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策2「観光の目的地になるスポット整備・イベントの充実」

アクション4「前島・宮津地区の観光拠点の整備・充実」

目的・めざす成果	○天草四郎メモリアルホールを核に天草四郎を観光ブランドとして効果的に発信し、観光の目的地としての集客力を高める	
事業内容	1) 天草四郎の観光ブランドとしての活用策、イメージ戦略の立案 【アクションプラン1】 2) ブランド戦略に基づく、天草四郎メモリアルホールのコンテンツ等の方向性の検討	
官民の役割分担	民間 (事業者・住民)	<input type="checkbox"/> 天草四郎メモリアルホールのコンテンツの企画・制作への参加 <input type="checkbox"/> ブランド戦略をふまえた天草四郎メモリアルホールのコンテンツ開発の協議・進行
事業化に向けた課題	●上天草市における「天草四郎」の観光プランとしての活用方向の再検討が必要である(メモリアルホールの観光スポットとしての訴求力が重要になる)	
事業化スケジュール (短期的取組み)	≪平成26年度≫ メモリアルホール運営委員会において、天草四郎の活用方法とメモリアルホールの位置づけ、コンテンツの方向性に関する議論を進める ≪平成27年度≫ 企画展等の実施	

アクションプラン6

『オールシーズン型アウトドアコンテンツの開発』（前島地区の観光開発）〈検討・準備プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策2「観光の目的地になるスポット整備・イベントの充実」

アクション4「前島・宮津地区の観光拠点の整備・充実」

目的・めざす成果	○滞在型観光や教育旅行を推進する上での重要なコンテンツである体験型観光商品を開発し、閑散期を含めた通年型観光を推進する。	
事業内容	1) 上天草ならではの海と山が融合する立地を活かし、オールシーズン(閑散期を含む)楽しめるオリジナルのアウトドアコンテンツを開発する。 …環境教育的な視点も盛り込むことで、教育旅行や家族向けコンテンツともする。 …五橋ウオーク、ツールド五橋のような、五橋を交通規制することで実施可能なアウトドアイベントの実施可否も検討する。 …秋～冬を強化月間とし、秋の行楽シーズンにイベントを行う。 …観光協会・旅館等で共通で展開可能な情報の窓口一本化を図る。 2) 雨天時でも楽しむことができる体験型観光コンテンツの開発 …市域全体での既存施設を活用したコンテンツを開発する 3) 体験型アクティビティの受付窓口の一本化 …天草全体の観光情報を集約し、観光協会に受付窓口を一本化することで観光の拠点とする。 ※産業部会で提案した1次産業の生産現場の体験観光との連動	
官民の役割分担	民間 (事業者・市民)	<input type="checkbox"/> 体験観光のプログラム開発(事業の実施運営にあたっての受け皿づくり及び運営)
	民間 (観光協会)	<input type="checkbox"/> 体験観光の受付・コーディネート窓口
	行政	<input type="checkbox"/> 体験観光の企画開発～運営実施の調整・支援
事業化に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 体験観光の運営にあたっての実施体制の検討 (産業部会と連動した運営体制の検討) ● アウトドアガイド等の市民を活用した人材育成⇒【アクションプラン9】 ● 教育旅行の商品開発に関する観光おもてなし課、社会教育課との調整 	
事業化スケジュール (短期的取組み)	≪平成26年度≫ 既存のコンテンツの磨き上げ、観光情報の整理、新たなコンテンツの検討・調整 ≪平成27年度～≫ 新たなコンテンツの協議、イベントの実施	

アクションプラン7

『食の観光地のイメージを訴求する物販イベントの実施』 <実践プラン>

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策2「観光の目的地になるスポット整備・イベントの充実」

アクション8「食・スポーツに関する話題性の高い集客イベントの実施」

目的・めざす成果	○豊富な食の産地であるブランドイメージを訴求するイベント等の実施により、集客力を高めるとともに、6次産業化を意識した物販を通じて消費拡大を図り収益効果を拡大する。	
事業内容	○アクションプラン1のブランド戦略に基づき、事業を展開する。 1)天草ならではの食を楽しむイベントを企画・実施(国の補助金の活用) …定期的な開催されるイベントによって集客効果を図る。 2)産業部会でのブランド製品の開発等と連動したイベント企画 ※産業部会でのさんぱーるを中心とした6次産業化の促進との連動	
官民の役割分担	民間 (事業者・住民)	<input type="checkbox"/> イベント開発に関する検討【アクションプラン1】 <input type="checkbox"/> 物販イベントへの参加(出展等)
	行政	<input type="checkbox"/> イベント開発に関する検討【アクションプラン1】 <input type="checkbox"/> 物販イベントへの企画・運営支援
事業化に向けた課題	● 1次製品の生産者の物販イベントへの関心を高め、「売りたい」参加者を増やす取組みが必要	
事業化スケジュール (短期的取組み)	≪平成26年度≫ ブランド推進委員会内での議論 天草ならではの食イベントの実施 ≪平成27年度～≫ 本格的なイベント実施	

施策3： 観光動線の利便性の向上による「快適さ」の確保

アクションプラン8

『宇土・宇城・天草との広域連携による観光開発』 <検討・準備プラン>

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策3「観光動線の利便性の向上による「快適さ」の確保」

アクション9「観光ルート開発・観光サインの整備」

目的・めざす成果	○上天草への観光動線にあたる宇土・宇城・天草地区と連携した観光ルート開発による集客(宿泊)効果を高める。	
事業内容	1) 宇土、宇城、天草との広域での観光ガイドの冊子を制作することにより、上天草への宿泊増を図る。 ※【アクションプラン 10】観光ガイドマップ作成との連動 2) 広域連携による熊本空港からの広域ルートを経由する直行バスの開発	
官民の役割分担	民間 (観光協会)	<input type="checkbox"/> 宇土・宇城観光協会との連動による広域観光商品の企画
	行政	<input type="checkbox"/> 事業運営(準備)の支援 <input type="checkbox"/> 天草・宇土半島との広域連携による実行委員会の推進
事業化に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 具体的な旅行商品化に向けた事業者間の連携促進 ● 事業実施にあたっての支援策及び広域連携策の調整 	
事業化スケジュール(短期的取組み)	≪平成26年度≫ 既存事業の磨き上げ 新たな広域イベントの実施 その他、新たな取組みの検討	

施策4： 観光ガイドや観光イベントを実践する市民・経営者の育成

アクションプラン9

『観光人材のレベルアップに向けた研修事業(仮称:上天草観光大学)の充実による観光地の質の向上』 <検討・準備プラン>

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策4「観光ガイドや観光イベントを実践する市民・経営者の育成」

アクション11「市民の観光への理解・関心・参加の拡大」

アクション12「観光事業を実践する経営者等の人材育成」

目的・めざす成果	<p>○市内観光事業者のレベルアップによる質の高い観光地づくりをめざすとともに、観光事業の学びの場としての情報発信を行うことで新たな市外からの観光事業者の誘致を図る。</p> <p>○市民の観光に対する理解・関心を高める機会をつくる。</p>	
事業内容	<p>1) 観光(産業)に関する事業者のレベルアップにつながるため、研修事業・交流事業を展開する</p> <p>① 経営者のレベルアップを図るための方策の検討 (出前型のコンサルティング等)</p> <p>② ワークショップ形式による事業者の相互交流機会の検討</p> <p>※産業部会の生産者等の6次産業化に向けたスキルアップ研修事業との連動</p>	
官民の役割分担	民間 (市民)	<input type="checkbox"/> 研修事業に参加し観光への関心を高める
	民間 (事業者)	<input type="checkbox"/> 研修事業に参加し事業にあたっての観光事業のレベルを高める。
	行政	<input type="checkbox"/> 事業の運営母体としての活動(もしくは支援)
事業化に向けた課題	<p>● 事業の運営方法の検討</p> <p>※産業部会のスキルアップ研修事業とあわせた展開方法の検討</p>	
事業化スケジュール(短期的取組み)	<p>《平成26年度》</p> <p>研修・交流事業の内容検討</p> <p>《平成27年度～》</p> <p>テスト運用開始</p>	

アクションプラン 10

『「人」を主役とした観光ガイドブック、観光サイトの制作(小中高校生の担い手育成)』 <検討・準備プラン>

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策4「観光ガイドや観光イベントを実践する市民・経営者の育成」

アクション11「市民の観光への理解・関心・参加の拡大」

目的・めざす成果	○地域の小中学生、高校生等の参加による観光ガイドブック作成を行うことで、子ども達が観光を支える人材を知り、観光業への関心を高める機会とする。 ○「人」を切り口とした観光情報を全て集約・統合したガイドブック(サイト)をつくることで観光客へ新たな観光地の魅力を訴求する。	
事業内容	1) 観光に関する情報の煩雑さを解消するために、情報を全て集約・統合した「観光ガイドブック(もしくはウェブサイト)」を制作する。 …制作は住民主体、住民参加型で行う。 …地域の観光を支える主役に着目し、民間も行政も観光協会も皆が活用できるものをオール上天草で作成する。 …地域の小中学生、高校生等への参加を促すことで、次世代の観光の担い手の育成も目指す。 ※教育部会の「子ども観光ガイドの育成」との連動 ※産業部会の「1次産業のインターン事業の拡大」との連動	
官民の役割分担	民間 (市民) (小中高校生)	<input type="checkbox"/> 観光ガイドマップづくりへの参加
	民間 (事業者)	<input type="checkbox"/> 観光ガイドマップづくりへの参加
	行政	<input type="checkbox"/> 事業の実施コーディネート <input type="checkbox"/> 上天草検定の活用
事業化に向けた課題	● 小中高校生を参加させるための仕組みづくり(学校との連携方法の検討) ※教育部会、産業部会との連携した取組方法の検討	
事業化スケジュール(短期的取組み)	<<平成26年度>> 住民参加型によるワークショップの開催 上天草検定の活用 <<平成27年度>> ガイドマップもしくはウェブの制作	

施策5：消費を拡大する観光商品・サービスの開発

※【アクションプラン7】を展開する。

施策6：プラスαの滞在型観光商品の開発

※【アクションプラン6】を展開する。

施策7：スポーツ合宿や教育・研修旅行など団体旅行の営業拡大

アクションプラン 11

『市内外の子どもたち同士が交流する体験観光の推進』〈検討・準備プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策4「観光ガイドや観光イベントを実践する市民・経営者の育成」

アクション11「市民の観光への理解・関心・参加の拡大」

目的・めざす成果	○都市部を中心とした子どもを対象とした、上天草市の魅力である自然体験プログラムを開発し、教育旅行の拡大を図る。 ○地元の子どもたちを観光ガイドとして育成し、来訪する子どもたちとの交流を通じた観光の魅力づくりを図る。	
事業内容	1) 体験型観光の仕組みづくりの検討 2) 子どもガイドの育成 ※教育部会の「子ども観光ガイドの育成」との連動	
官民の役割分担	民間 (市民) (小中高校生)	<input type="checkbox"/> 子どもガイド研修への参加
	民間 (事業者)	<input type="checkbox"/> 旅行商品の開発
	行政	<input type="checkbox"/> 旅行商品の開発・支援
事業化に向けた課題	● 小中高校生を参加させるための仕組みづくり(学校との連携方法の検討) ※教育部会と連携した取組方法の検討	
事業化スケジュール (短期的取組み)	≪平成26年度≫ 観光事業の実施方法の検討 ≪平成27年度≫ モデル事業の実施	

アクションプラン 12

『スポーツ合宿で宿泊客の営業拡大』〈実践プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策7「スポーツ合宿や教育・研修旅行など団体旅行の営業拡大」

アクション16「スポーツ合宿、スポーツイベントの誘致」

目的・めざす成果	○スポーツ合宿による宿泊施設利用者の拡大を図る。	
事業内容	1)ステークホルダーである合宿専門旅行会社への営業強化。 2)ターゲットを絞った提案型スポーツ合宿の営業強化。 3)受入施設のおもてなし強化。食事メニューの統一化。 4)「合宿＋観光」型のプラン作成。 5)スポーツの森づくり推進協議会によるスポーツ合宿の誘致・拡大。 (フォレストリースと連動したバレー合宿の充実、その他のスポーツの誘致・拡大等) 6)合宿宿泊者の補助金の利用促進(周知拡大)	
官民の役割分担	民間 (事業者)	<input type="checkbox"/> 行政と連携した営業活動の強化 <input type="checkbox"/> スポーツ合宿利用者の受入れ確保
	行政	<input type="checkbox"/> 営業活動、事業運営のコーディネート
事業化に向けた課題	● 情報発信、受入れ窓口の明確化	
事業化スケジュール (短期的取組み)	≪平成26年度≫ 既存の活動の継続及び営業活動の強化策の検討	