



みやま市観光振興計画

第3章

みやま市の観光・物産施策の骨格

この章では、みやま市の観光や物産をより発展させていくために必要な施策の骨格についてまとめます。

3-1：みやま市の観光・物産施策

3-2：みやま市内の役割分担のイメージ

新開能

毎年10月17日に宝満神社に奉納される新開能は、立花家より譲り受けた由緒ある衣装や調度を用いて行われる格調高いものである。国内には新開能を含め二十余地域の農山村で能楽が伝承されているが、九州では貴重な民俗芸能の一つである。

3 みやま市の観光・物産施策の骨格

3-1 みやま市の観光・物産施策

3-1-1 三つの着眼点

みやま市内に点在する観光資源（歴史的史料や公開している生産現場・工場など）を有効に利用して、その観光的効果を最大限に引き出していくためには、従来のようにみやま市が発行する観光パンフレットや、インターネット上の情報によって、観光客自身が自主的に旅程を組み立てることに期待するだけでは成果が上がりません。

むしろ、みやま市民が観光客に積極的に働きかけ、その限られた訪問時間を少しでも濃密なものとするための手助けを行う必要があります。

そのための策を考える上で、観光客とみやま市民の3つの着眼点を提示します。



ツアー客への特産品販売

観光客はみやま市内を巡り、みやまの人々とのふれあいを重ねてこの土地への親近感を抱きつつ、みやげの品を選ぶ。
(秋の体験ツアーにて)



未公開の観光資源

みやまにはあまり知られていない観光資源がまだまだある。この旧家の庭は、背後の山を取り込んだ美しいものである。普段は非公開であるため、一般の人は見ることができない。
(みやま市瀬高町)

着眼点 1

～いかにしてみやまを広めるか～

着眼点 2

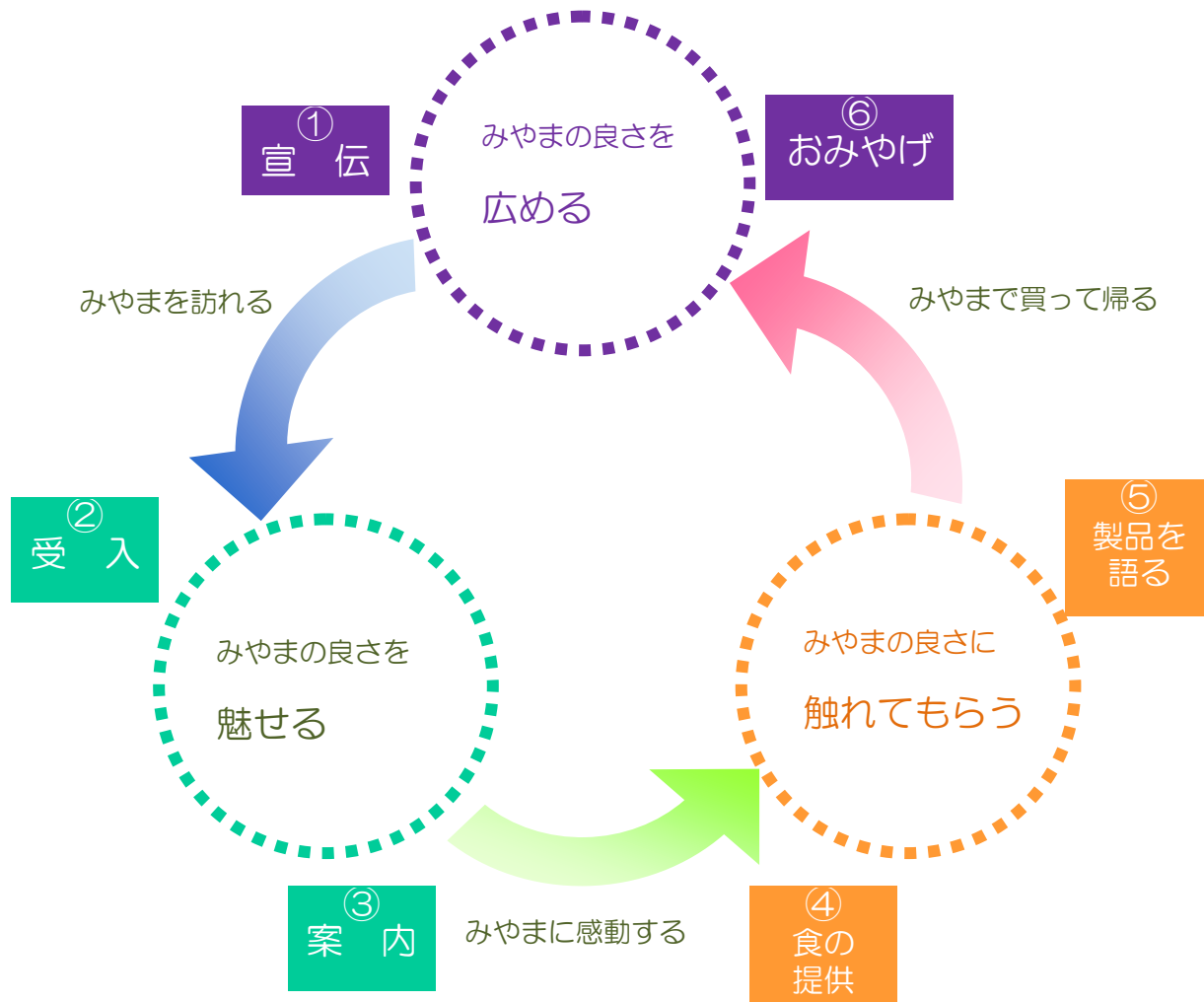
～いかにしてみやまを魅せるか～

着眼点 3

～いかにしてみやまに触れてもらうか～

3つの着眼点は、次ページに示すような一つの環を描きます。

図. みやま市の中に観光客を呼び込み回遊していただくサイクル



観光客が目にする宣伝①は、必ずしも印刷物だけではありません。すでにみやまに行ったことのある人からの経験談であり、みやまの産品からも興味をかき立てられることもあるでしょう⑥。

実際に、みやまにお越しいただくならば、受付のための窓口も必要②です。さらに、より深くみやまを理解していただく上で案内③が必要になります。

特にお客様の興味を引いたものを食べたり、旅の途中でみやまらしいものを食すること④も大事です。中には、生産者に直接話を聞く場面も生まれるでしょう。その時には自ら語らねばなりません⑤。そこで観光客を感動させることができれば、その産品を購入していただける⑥でしょう。その時、観光客はみやまびいきの消費者となって、それぞれの暮らしに帰っていくでしょう。

みやま市には、今、このような環を造り出す必要があります。

3-1-2 観光・物産施策の一覧

前ページに示す環を造り出す上で必要な施策を、①～⑥について以下のように整理します。1章に掲げる課題への対応と、想定される具体的な取組内容を記述します。

表4 6つの施策とその取組（イ～カ）

	課題への対応	想定される取組内容	
①みやまを宣伝する	・みやまの魅力を発信できる力をつけて、多くの観光客を誘致する	イ.観光宣伝を目的とするホームページの開設 ロ.さらに充実した観光パンフレット、観光マップの作成 など	
②受入窓口の整備	・観光客の様々なニーズに応え、満足度を高めることができるようになる	ハ.みやま市内の観光情報の集約と編集作業 ニ.道の駅「みやま」の観光案内機能を活用した観光窓口の設置 など	
③案内体制の整備	・観光ニーズに即した見学先を用意し、コースをつくれるようになる	ホ.市民による観光ガイド ヘ.おススメの観光ルートの開発 ト.みやまのバスツアーの商品化 チ.市内の観光ルートのサイン等の整備 など	
④食の提供	・美味しい食事の提供により、観光客の味覚を満たせるようになる	リ.みやま市内の飲食業者による地場産材を活かしたメニューの開発 ヌ.グルメ情報を掲載したマップの作成 など	
⑤製品を語る	・味覚以外にも視覚、触覚、嗅覚などを通じて観光客のニーズを満たせるようになる	ル.生産現場や工場を紹介したマップの作成 ヲ.市内の事業者が個々にプレゼンテーションを磨き、必要な設備を整える など	
⑥おみやげづくり	・「みやま」の名を冠した特産品・みやげ品を新たに生み出す	ワ.素材生産者と加工技術者のネットワークの構築 カ.商品パッケージデザインの見直し など	

次ページにはそれぞれの施策の内容について検討を行います。同時に、それぞれの施策メニューの取り組み主体の検討も行います。

3-1-3 各施策のイメージ

①みやまを宣伝する

イ. 観光宣伝を目的とするホームページの開設

みやま市の魅力（歴史や自然、人々の営み）を紹介し、観光客に旅行先として選択されるため情報提供を行う。従来のみやまの観光資源（清水寺、幸若舞等）はもとより、食品工場等も積極的に紹介し、常に新鮮かつ正確な情報を提供することを目指す。

ロ. さらに充実した観光パンフレット、観光マップの作成

既存の観光パンフレットの更新の際などに、ホームページの更新等を通じて集められた情報を反映させ、より多くの人々の興味・関心を刺激する内容に改善していくほか、情報を掲載される側の地元事業者等の関係者の意識改革の手段とする。また、市内のJR駅や西鉄駅にも設置することのできる簡易版を作成し、地元住民が日常的に観光情報に触れることができるようにする。

②受入窓口の整備

ハ. みやま市内の観光情報の集約と編集作業

みやま市内の観光メニューの充実を目的として、季節のイベントはもとより、農作業から各種加工体験など、みやまで行われている様々な活動の情報を幅広く集約し、観光的な情報として編集し、観光客に提供する。同時に、市内の関係者にも紹介し業種や地域を横断する情報網のネットワークを築く。

ニ. 道の駅「みやま」の観光案内機能を活用した観光窓口の設置

ハの具体的な拠点施設に、新規に開業する道の駅「みやま」の観光情報の提供を行う。市内より集約・編集された観光情報を、道の駅に集まる観光客や来訪者に提供したり、市内の関係者に連絡を取り次いだりする。また、観光客とみやまとの接点として、そのニーズを収集し、市内関係者に報告を行う。

③案内体制の整備

ホ. 市民による観光ガイド

道の駅等を起点として観光客が市内を回遊する際に、道案内を行い、訪問先での適切な説明やアドバイスを行う人材を複数名養成する。観光客のニーズに応じて、臨機応変に対応できる人材を育てる。将来的には有料ガイドを目指し、観光客の満足度向上とガイドの生きがいくつくりとの両方の実現を意図する。

ヘ. お薦めの観光ルートの開発

季節やタイミングによる変動を加味して、みやまの魅力を端的に体感できるルートを複数用意して、観光客に提案できる体制を整える。また、常時の対応が難しい体験や見学等の受入が可能なタイミングに合わせたルートを設け、みやまの旅の希少的価値を高める。

ト. みやまのバスツアーの商品化

みやま市内をバスで巡るツアーを都市部などで売り出し、積極的な観光客誘致を行う。将来的に、自家用車に依らない観光客（JRや新幹線等の利用客）でもみやま市内の見どころを堪能できるツアーを開催し、より多くの来客を誘致する。

チ. 市内の観光ルートのサイン等の整備

みやま市内を地理に不慣れな観光客が巡る際に、少しでも分かりやすくするための環境整備を行う。特に、主要幹線道路からの分岐点や、観光資源附近の案内に配慮し、気配りの行き届いた観光地としての印象を形成する。また、将来的な外国人観光客の入込増加に備えて、外国語表記も増やしていく。

④食の提供

リ. みやま市内の飲食業者による地場産材を活かしたメニューの開発

瀬高のナスやセルリー、山川のみかんなど、知名度のある地場産材を加工したメニューを市内の飲食業者が共同で開発し、みやまの名物料理を育てていく。すでに、着手されている取組成果を伸ばしていくために、料理の専門家等のアドバイスを受けながら進めていく。

ヌ. グルメ情報を掲載したマップの作成

リの成果も踏まえて、食事や加工食品を紹介して来訪者の味覚を刺激するマップを作成する。また、その掲載のために地元の商品関連業者および飲食店が、それぞれに新商品の開発や技術・接客の向上に努めるきっかけとする。

⑤製品を語る

ル. 生産現場や工場を紹介したマップの作成

従来は積極的に公開して来なかった生産の現場や工場をみやまの観光資源と捉え、そこに働くみやまの人々と、来訪者との接点を生み出すために、マップを作成する。そこには、訪問可能な時間帯や訪問時のマナー等が記載され、受入側の迷惑や負担とならないような配慮が記されている。また、加工品の原材料の入手先等の情報もあり、広域的な拡がりのもとに成り立つみやまの産業について理解できるようになっている。

ヲ. 市内の事業者が個々にプレゼンテーションを磨き必要な設備を整える

観光客を新規の顧客としていくために、訪問先の各事業者は、自らの製品やその製造に込める想いやこだわりについてプレゼンテーションできるように訓練を行う。また、その舞台となるショールームやショーケースを整備し、来訪者と事業者の交流サロンを整備する。

⑥おみやげづくり

ワ. 素材生産者と加工技術者のネットワーク構築

みやまの名を冠した新たな特産品開発を目指し、市内の素材生産者と加工技術者のネットワークを構築する。ただし、実際には企画力やデザイン力のあるコーディネーターも必要であると考えられ、第三者的にそのような人材も必要になる場合を想定しておく。

カ. 商品パッケージデザインの見直し

市内で生産される様々な商品について、そのパッケージのデザインを更新する際に「みやま」の文字を入れるように呼び掛ける。みやま市の知名度を高めていくと同時に、将来的な地域ブランドの構築を視野に入れ、地名に恥じない商品づくりを各事業者が取り組むきっかけとする。

3-2 みやま市内における役割分担



観光客へのプレゼンテーション

みやまを訪れた観光客の満足度を向上される上で、みやま市民によるガイドや売り込み活動は効果的であり、また今後は不可欠である。
 (菊美人酒造・長田鉦泉)

実際にイ〜カの取り組みを起動させていくとなれば、その主体の大部分はみやま市民となるものがほとんどです。これまで、観光に関するイベントや広報活動の準備のほとんどを行政や観光協会が行ってきたみやま市では、そうした活動を市民が主体で作り上げていくという経験に乏しい面があります。

一方で、観光や物産というサービス業は、接客の善し悪しが業績に直結する世界であって、民間の商売的なセンスが活かされないことは観光客や消費者から評価されないことを意味し、行政が規範とする継続性や平等性の考え方は違う考え方も導入しなければ成果が上がりません。

つまり、行政が得意としている分野と、民間の得意とする分野があり、両者が持てる力を持ち寄ることによって新たに動き出すものがあります。特に、観光や物産という分野での成功は、地域全体の活力に結びつくだけに公益的な意味合いが強く、同時に、経済的な収益が期待されるため、民間に培われた商売的なセンスも必要とされます。

みやま市においても、そうした自覚のもとに、行政と民間とが相互に補完しながら観光振興を進めていくことが肝要です。

みやま市では行政と市民とで役割を分担しながら、これからのみやまの観光サービスの充実を図ります。

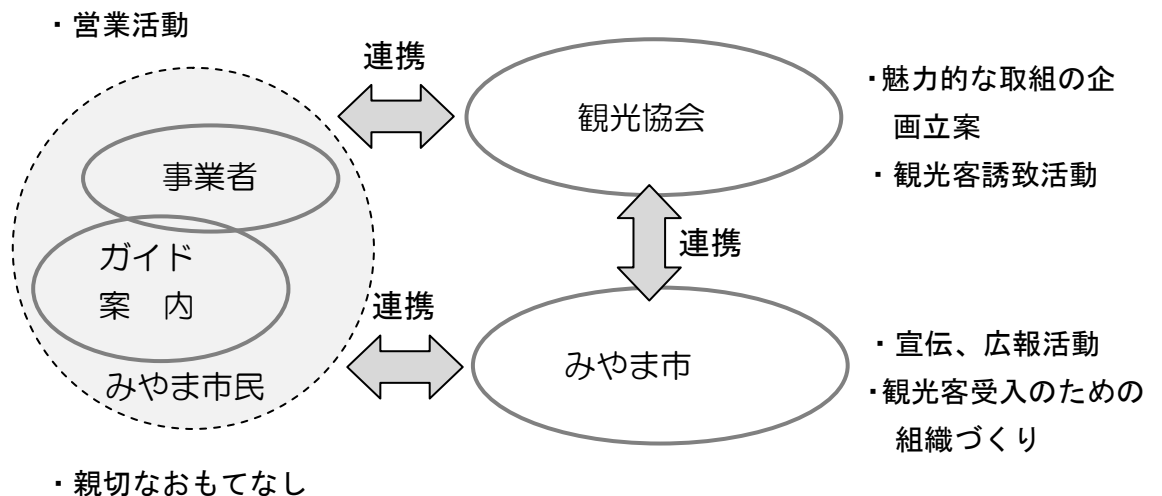


表5 6つの施策とその行動主体

	みやま市内での役割分担	将来の組織形成のイメージ
①みやまを宣伝する	<ul style="list-style-type: none"> ・みやまの郷土史や産業に詳しい市民が中心となって、みやまの知られざる観光資源を洗い出す ・行政と観光協会でホームページを開設し、行政でマップの印刷を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行先として常に関心を集められるような情報発信ができるチーム形成を目指す
②受入窓口の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・観光や物産に関する市民の輪をつくり、情報を共有する ・観光協会で道の駅で観光情報の提供を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅を起終点とするみやまの旅を企画・運営する専門家集団を目指す
③案内体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・みやまを巡る上で重要なコースをつくり、案内できるガイドになる ・行政でガイド養成やサイン整備等を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・みやまの魅力を表現するツアーをコーディネートできる専門家集団を目指す
④食の提供	<ul style="list-style-type: none"> ・意欲ある市民が集い、魅力的なみやまの料理メニューを開発、販売する ・観光協会でグルメマップ等を作成し、広く一般に紹介する 	<ul style="list-style-type: none"> ・みやまの誇る食文化を実現するネットワークを目指す
⑤製品を語る	<ul style="list-style-type: none"> ・個々にアピールポイントを磨き、観光客の訪問に備える ・観光協会でショールームのマップをつくり、広く一般に紹介する 	<ul style="list-style-type: none"> ・みやまの誇るものづくりのネットワークを目指す
⑥おみやげづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・個々に商品パッケージなどに意識して「みやま」の文字を入れる ・行政で産品開発の動きを支援する 	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい特産品を生み出すための実行部隊を目指す