

第 2 次嘉麻市観光振興基本計画

平成 29 年 3 月策定

KAMA STYLE

感じる。かま。

嘉麻市

目次

第1章 第2次嘉麻市観光進行基本計画の策定にあたって

1. 計画策定の目的…………… P2
2. 嘉麻市観光振興の定義…………… P3
3. 計画の位置づけ…………… P4

第2章 嘉麻市の観光の現状

1. 嘉麻市への観光入込数（総数）・観光消費額… P5～P6
2. 嘉麻市への日帰り・宿泊者数…………… P7
3. 嘉麻市観光客の訪問目的状況…………… P8
4. 嘉麻市主要施設の利用者及び年消費額推移… P9～P10
5. 嘉麻市主要施設の月別入込客の状況…………… P11
6. 嘉麻市の観光に対する認知度/来訪意向…………… P12

第3章 これまでの観光振興の取組成果と課題

1. 第1次嘉麻市観光振興基本計画の成果…………… P13～P16
2. 観光客入込数における目標と成果…………… P17

第4章 第2次嘉麻市観光振興基本計画策定に向けての課題

1. 嘉麻市観光振興に向けての課題整理…………… P18
2. 課題解決の視点…………… P19
3. 課題解決に向けた第2次戦略のフレーム…………… P20

第5章 第2次嘉麻市観光振興基本計画〔理念・観光交流ブランドコンセプト〕

1. 観光交流まちづくりの理念（行動・意識の指針）… P21
2. 嘉麻市観光交流ブランドコンセプト…………… P22

第6章 第2次嘉麻市観光振興基本計画〔基本方針〕

1. 基本方針…………… P23
2. 来訪者の旅行行動プロセスを意識した施策…………… P24

第7章 第2次嘉麻市観光振興基本計画〔基本施策〕

1. 基本方針に沿った基本施策…………… P25～P28

第8章 第2次嘉麻市観光振興基本計画〔基本施策〕

1. 基本方針別行動目標…………… P29
2. 成果目標…………… P30～P31

第8章 第2次嘉麻市観光振興基本計画〔行動計画〕

1. 行動計画（アクション計画）…………… P32～P47
2. 計画の推進体制…………… P48～P49
3. 行動計画（アクション計画）一覧…………… P50～P56

参考資料

1. 第1次アクションプランの検証…………… P57～P66
2. 嘉麻市観光資源マップ…………… P67

第1章

第2次嘉麻市観光振興基本計画の策定にあたって

1. 計画策定の目的

嘉麻市は、平成18年3月に山田市、稲築町、碓井町、嘉穂町の1市3町が合併して誕生しました。嘉麻市では、豊かな自然や文化、歴史など多様な観光資源を活かした観光まちづくり策を総合的かつ体系的に推進するために、平成22年3月に嘉麻市観光振興基本計画(以下「第1次基本計画」といいます。)を策定し、平成25年2月には、第1次基本計画に掲げる目標を達成するために、具体的な取り組み事項を取りまとめた嘉麻市観光振興基本計画アクションプラン(以下「第1次アクションプラン」といいます。)を策定しました。

この第1次アクションプランにもとづき、平成24年度から平成28年度までの5年間、観光まちづくり協会等と連携協力して取り組み事項を実施することで、一定の成果を挙げることができました。

こうした中、我が国においては、本格的な人口減少社会に突入し、少子高齢化や地方の過疎化が一層進んでいます。また、人のライフスタイルの変化にともない、それまでの「物」の豊かさを求める生活から「心」の豊かさを求める生活へと変化し、価値観の多様化も重なって、個性や感性を重視した生活や趣味を求める人が増えてきており、嘉麻市においてもその傾向がうかがえます。

観光分野をみると、「団体型のファストツーリズム(周遊型観光)」から「個人型のスロートーリズム(個人の体験体感による滞在型観光)」に変化してきており、訪問目的に地域の独自の文化や風土等を求め、地域の人々との交流を楽しむ観光へのニーズが高まっており、これまで以上に「体験型観光」の推進が強く求められています。

嘉麻市においても、悠久の歴史や自然、自然の恵みの産物や食、地域に暮らす人々など独自性豊かな地域資源を有しており、これらの地域資源を活用し、市民が主体となった市民の手による交流・体験型観光の推進が必要不可欠となっています。加えて、地域の特性や地域資源を活かした、いわゆる“観光まちづくり”の取組は、地域に暮らす人々の誇りや活動意欲を創出し、国内外からの交流人口の増加、旅行者の滞在や宿泊に伴う消費拡大も期待できることから、地域活性化の起爆剤としても注目されています。

こうしたことから、これまでの第1次基本計画の理念をもとに、「観光」から「観光交流」へステップアップすることを目的として、第2次嘉麻市観光振興基本計画(以下「本計画」といいます。)を策定するものです。観光交流の推進により、時代の変化に対応した本市ならではの「ヒト・モノ・コト」を活かした「嘉麻ゴト」を興すことで、持続的な地域の発展を目指します。

本計画は、観光交流の振興により、更なる“観光まちづくり”を目指して、その基本となる理念・基本方針・基本施策を掲げ、行政や観光まちづくり協会、観光関連事業者、観光関連団体をはじめとして、市民や各種団体、事業者などが一体となって観光振興を推進するための指針とするものです。

(*) 嘉麻市観光振興基本計画(平成22年3月制定) 嘉麻市観光振興基本計画アクションプラン(平成25年3月制定)
第2次嘉麻市観光振興基本計画(平成29年3月制定) 第2次嘉麻市観光振興基本計画アクションプラン(平成29年3月制定)

2. 嘉麻市観光振興の定義

近年の観光は、従来の観光資源を「見てまわる」という行為に加え、「食べる」「買う」「体験する」などが重要な要素となっています。嘉麻市においても、温泉や旧所名跡を見てまわるような従来型の観光ではなく、地域の自然・農産物等を「見る」「触れる」「食べる」ことで嘉麻市の魅力を体感できる新しい発想による人の交流を目指すものとします。

【定義】

嘉麻市の魅力ある歴史、自然や農産物等の資源を活かした
「体感型観光」を
人との出会い・ふれあい・交流で生み出す活動を
市民自らが、推進する。

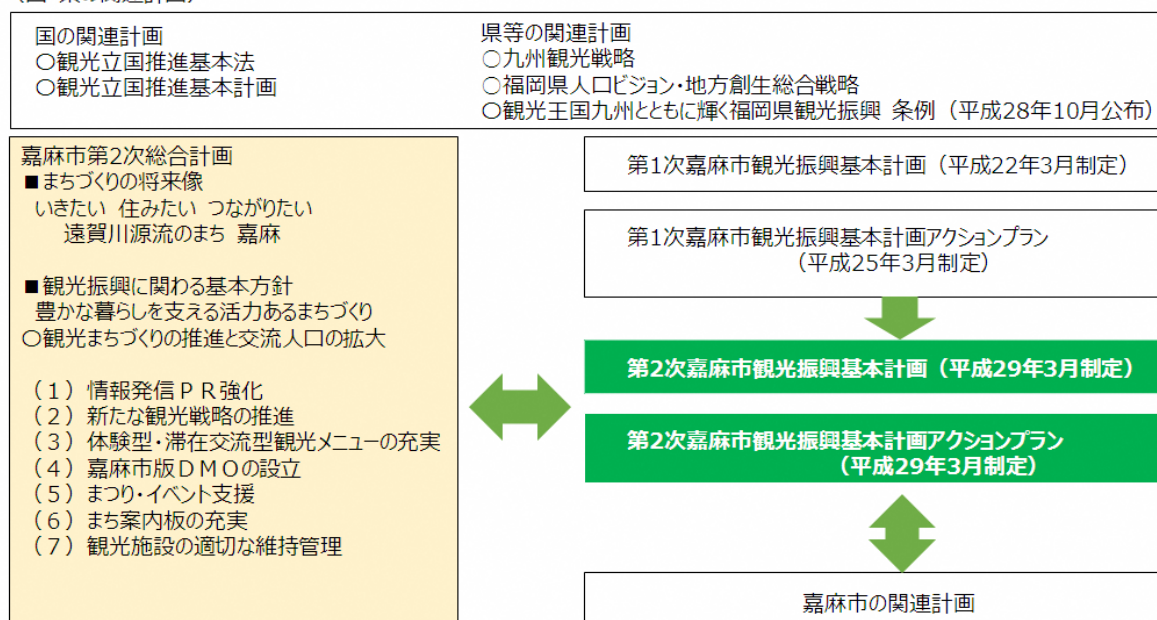
3. 計画の位置づけ

(1) 計画の位置づけ

本計画の位置づけは、嘉麻市の最上位計画である第2次嘉麻市総合計画と密接に関連し、かつ国及び県の観光関連計画等と整合を図ると共に、第1次基本計画をもとに一層の観光振興を目指すものとします。

【第2次嘉麻市観光振興基本計画の位置付け】

(国・県の関連計画)



(2) 計画の期間

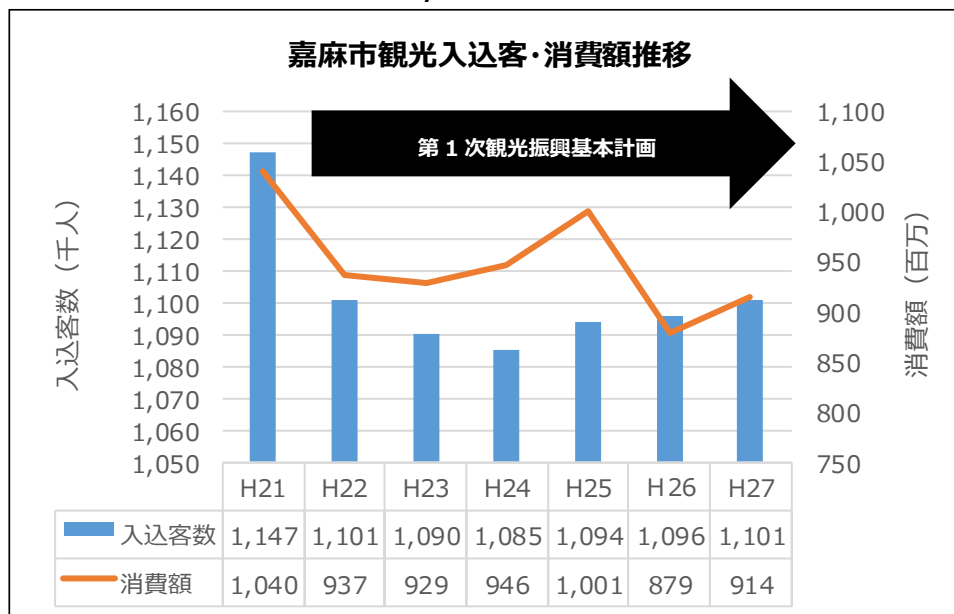
本計画の期間は、平成29年度（2017年）から平成33年度（2021年）までの5年間とします。

第2章

嘉麻市の観光の現状

1. 嘉麻市への観光入込数（総数）・観光消費額

平成 27 年の観光入込数は 1,101 千人 観光消費額は 914 百万円



引用：福岡県観光統計

平成 27 年の 1 人当たりの観光消費額は 830 円

嘉麻市の観光消費額

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
入込客数（千人）	1,147	1,101	1,090	1,085	1,094	1,096	1,101
観光消費額（百万円）	1,040	937	929	946	1,001	879	914
1人当の消費額（円）	906	851	852	871	914	802	830

引用：福岡県観光統計

嘉麻市における観光入込客数の推移は、平成21年の1,147千人をピークに平成24年には、1,085千人まで落ち込みが見られました。

平成22年3月には、第1次基本計画を策定、平成25年より第1次アクションプランを策定し、平成28年までの計画を行い、実行に取り組み、平成27年には1,101千人まで回復しました。

観光消費額においては、平成21年に1,040百万円でしたが、平成22年以降、減少傾向が見られ、平成23年には、929百万円まで落ち込みが見られました。

平成24年以降、減少が止まり、平成25年には、1,001百万円まで伸びたものの、平成26年は、879百

万円まで、更に落ち込みが見られましたが、平成27年には、914百万円と回復傾向となりました。

観光消費額単価においては、平成25年に914円あったものの、平成27年は、830円となり、これは、福岡県の県内日帰り客単価6,588円、筑豊地区の県内日帰り客単価4,437円と比較すると低い単価となっています。

(参考)

平成27年の福岡県の1人当たりの観光消費額は6,588円（観光目的/県内/日帰り客）

福岡県内の観光消費額単価（平成27年）

(円/人・回)

		宿泊客	日帰り客
観光目的	県内客	15,440	6,589
	県外客	43,282	14,589
	訪日外国人	48,536	17,644
ビジネス目的	県内客	16,444	3,393
	県外客	20,909	6,645
	訪日外国人	59,048	—

平成27年の筑豊地区の1人当たりの観光消費額は4,437円（観光目的/県内/日帰り客）

筑豊地区の観光消費額単価（平成27年）

(円/人・回)

		宿泊客	日帰り客
観光目的	県内客	17,142	4,437
	県外客	23,174	17,125
	訪日外国人	48,403	—
ビジネス目的	県内客	16,446	3,662
	県外客	28,586	6,510
	訪日外国人	59,116	—

引用：福岡県観光統計

嘉麻市における、観光消費額の単価が他地域と比較して低くなっている要因としては、**観光施設での入場料や着地型体験での消費、市内での飲食などの観光客が消費できる着地型のコンテンツ不足が要因**と推測されます。今後、市内での消費単価を上げる施策が最重要課題と考えられます。

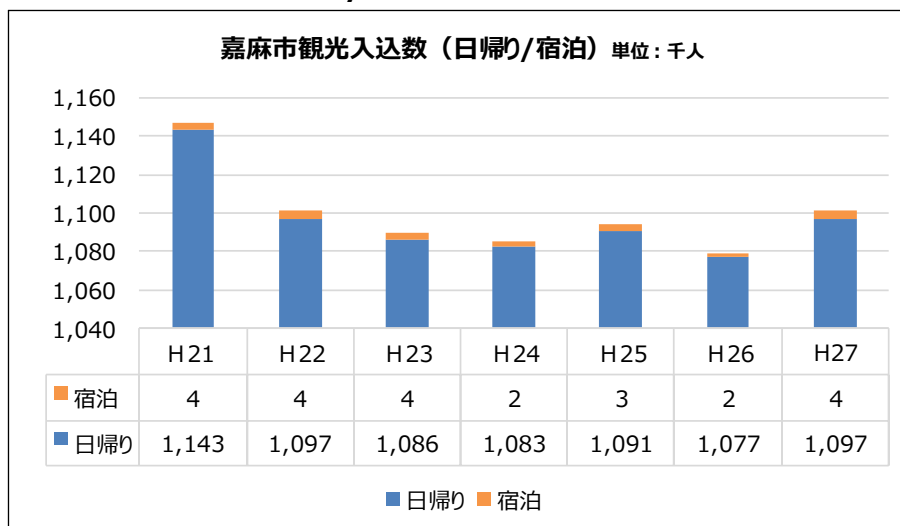
観光消費の構成

観光客の消費（支払）

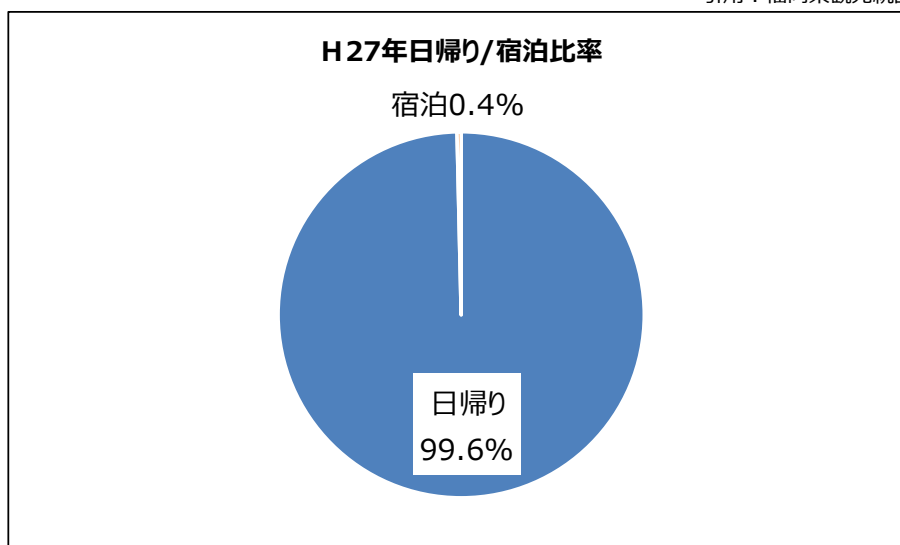


2. 嘉麻市への日帰り・宿泊者数

平成 27 年の日帰り/宿泊の割合は約 99.6%が日帰り客



引用：福岡県観光統計



引用：福岡県観光統計

宿泊客の推移では、平成21年～平成23年は、4千人で推移したものの、平成23年以降は、2千～3千人と減少傾向にあったが、平成27年には、4千人まで回復しました。

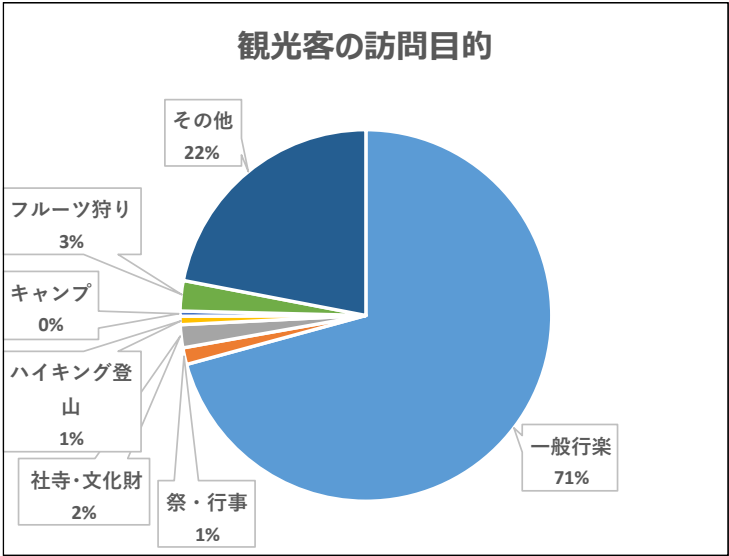
平成27年の日帰り客と宿泊客の割合では、宿泊施設を多く持たない嘉麻市の特性から、約99.6%と圧倒的に日帰り客の割合が高いと言えます。

3. 嘉麻市観光客の訪問目的状況

平成 27 年の入込客の訪問目的としては、「一般行楽」が約 71%
「九州りんご村」「歴史見学」「ハイキング・登山」への見学・体験

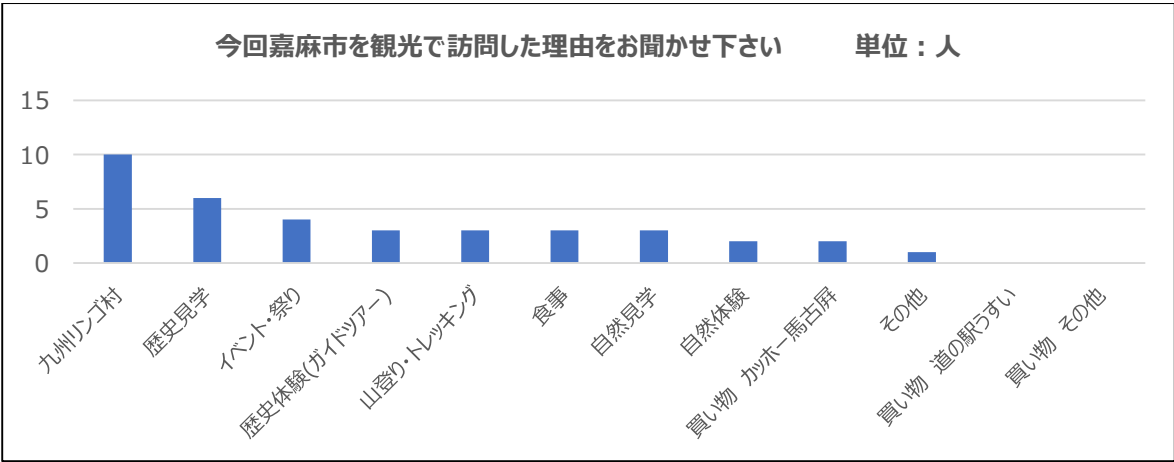
(単位：千人)

一般行楽	祭・行事	社寺・文化財	ハイキング登山	キャンプ	フルーツ狩り	その他	合計
779	16	22	8	5	29	242	1,101



引用：福岡県観光統計

嘉麻市観光動態調査（アンケート）結果（平成 28 年 11 月実施） 嘉麻市へ観光目的で来市した市外観光客の訪問理由



嘉麻市観光動態調査の結果によると、嘉麻市への市外観光客の目的としては、「九州りんご村」「歴史見学」「ハイキング・登山」での訪問が多いと考えられます。

4. 嘉麻市主要施設の利用者及び年消費額推移

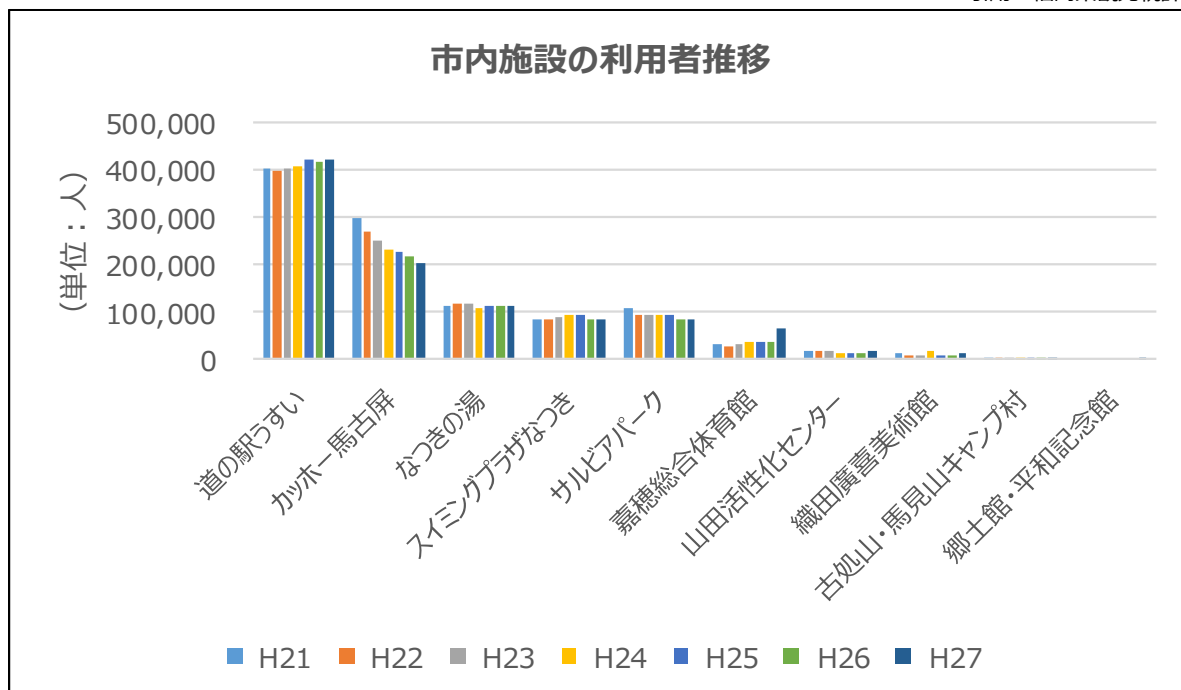
■ 主要施設の年間利用者数推移

平成 27 年の主要施設の利用者は「道の駅うすい」が最も多く
425,375 人が利用

主要施設の利用者数推移

施設名	利用者数（単位：人）						
	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
道の駅うすい	402,270	401,133	402,181	406,953	421,410	419,858	425,375
カッホー馬古屏	299,119	272,268	253,617	234,852	229,272	218,714	205,948
なつきの湯	114,497	116,807	120,638	110,478	114,444	114,655	114,655
スイミングプラザなつき	86,765	85,763	88,631	95,121	93,054	85,542	86,637
サルビアパーク	109,007	96,600	95,084	93,266	92,324	83,407	83,407
嘉穂総合体育館	30,947	28,967	30,508	38,188	38,840	38,771	65,126
山田活性化センター	17,367	16,253	17,278	14,942	13,720	15,164	16,370
織田廣喜美術館	11,834	10,041	9,220	16,561	10,877	9,235	13,906
古処山・馬見山キャンプ村	5,041	5,611	5,314	4,633	4,557	2,807	4,563
郷土館・平和記念館	—	—	—	—	—	—	4,940

引用：福岡県観光統計



引用：福岡県観光統計に基づき（株）グローバルプロジェクトにて作成

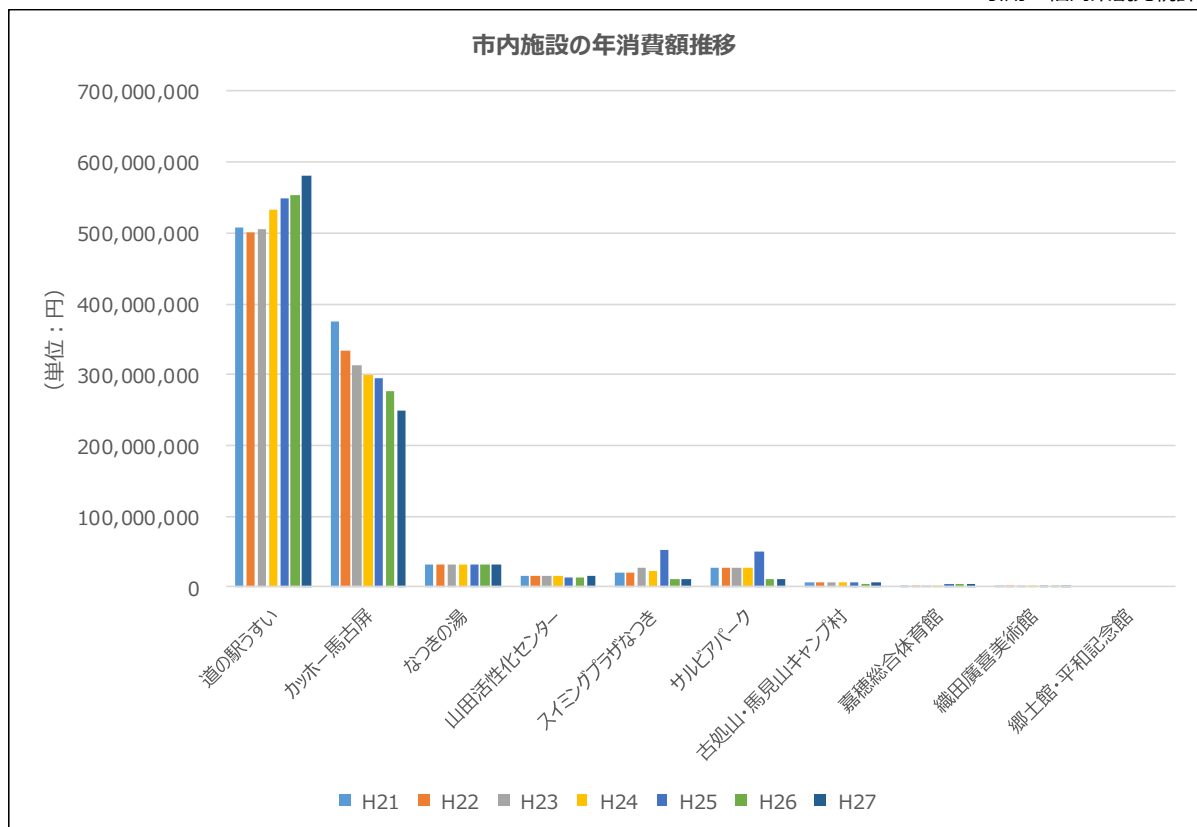
■ 主要施設の年消費額推移

平成 27 年の主要施設の年間消費額は「道の駅うすい」の 5 億 8 千万円が最も高い。

「カッホー馬古屏」においては、減少傾向

施設名	年消費額（単位：円）						
	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
道の駅うすい	508,163,142	501,249,186	505,309,738	533,357,676	548,172,756	553,103,094	580,954,689
カッホー馬古屏	374,867,561	333,320,066	312,892,708	300,412,260	294,390,866	275,353,929	249,882,042
なつきの湯	30,606,832	30,802,787	31,753,771	30,663,412	30,813,769	30,566,183	31,985,084
山田活性化センター	16,544,013	14,672,617	15,335,034	14,571,549	13,910,044	14,277,439	14,781,822
スイミングプラザなつき	20,385,140	20,552,425	26,496,359	23,503,286	51,925,526	12,110,960	11,867,045
サルビアパーク	27,534,258	27,224,705	27,188,541	26,325,406	51,013,286	11,474,770	11,353,860
古処山・馬見山キャンプ村	7,501,767	6,499,459	6,831,953	5,543,254	6,320,576	5,155,691	7,638,962
嘉穂総合体育館	2,512,590	2,273,570	2,297,450	3,005,760	3,494,090	3,889,860	4,819,010
織田廣喜美術館	749,610	535,450	426,880	1,622,030	716,470	522,620	657,110
郷土館・平和記念館	—	—	—	—	—	—	—

引用：福岡県観光統計



引用：福岡県観光統計に基づき（株）グローバルプロジェクトにて作成

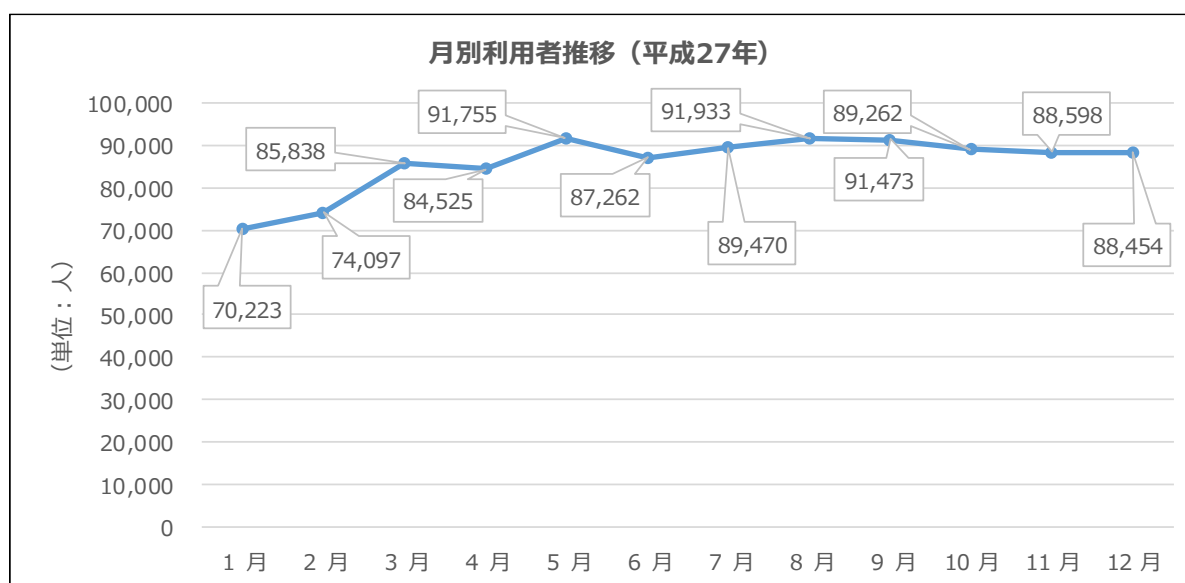
5. 嘉麻市主要施設の月別入込客の状況

平成 27 年の主要施設月別利用者数は、8 月が最も高く、91,933 人で推移
1 月、2 月は 7 万人台と年間の中で低い傾向

(単位：人)

施設名	H27利用者計	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
道の駅うすい	425,375	29,342	31,978	37,778	34,845	37,437	33,527	33,479	38,657	38,255	37,841	34,229	38,007
カッホー馬古屏	205,948	11,910	13,340	17,326	18,855	19,774	18,463	16,259	15,965	19,711	17,418	17,136	19,791
なつきの湯	119,673	11,517	10,011	10,834	9,837	9,488	8,805	9,552	10,172	9,606	8,105	9,691	12,055
サルビアパーク	90,348	6,640	6,338	6,920	7,556	8,352	9,168	9,882	7,945	6,668	7,472	6,542	6,865
スィミングプラザなつき	86,647	6,104	6,474	7,160	5,797	7,476	8,494	9,559	8,598	7,537	7,149	6,470	5,829
嘉穂総合体育館	65,126	2,687	2,943	4,085	5,399	5,547	6,888	7,444	5,336	5,912	5,873	9,090	3,922
山田活性化センター	16,370	882	891	1,211	1,672	1,587	1,144	1,074	1,155	1,437	2,198	1,630	1,489
織田廣喜美術館	13,906	824	1,807	207	341	1,292	447	1,014	1,676	1,020	2,185	2,756	337
古処山・馬見山キャンプ村	4,563	0	10	71	60	476	128	732	1,480	762	542	278	24
郷土館・平和記念館	4,940	317	305	246	163	326	199	475	949	565	484	776	135
合計	1,032,896	70,223	74,097	85,838	84,525	91,755	87,263	89,470	91,933	91,473	89,267	88,598	88,454

引用：福岡県観光統計

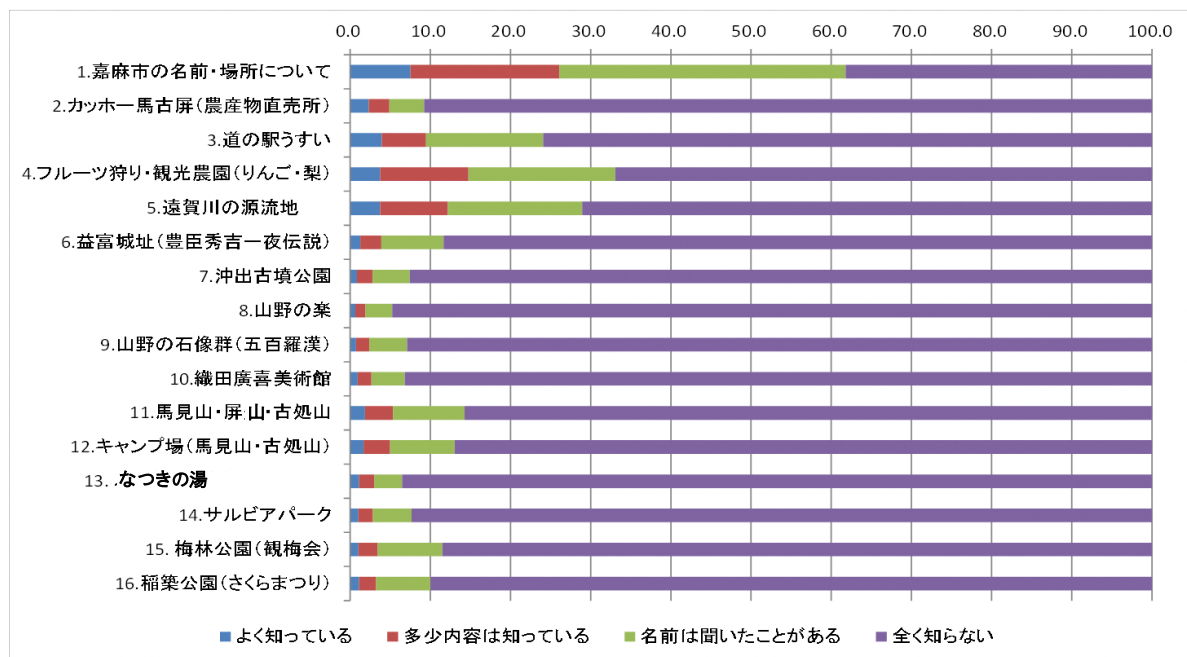


引用：福岡県観光統計に基づき（株）グローバルプロジェクトにて作成

6. 嘉麻市の観光に対する認知度/来訪意向

引用：平成 27 年 2 月嘉麻市観光に関するインターネット調査

嘉麻市の名前・場所については「良く知っている」「多少知っている」は約 25%と低く約 40%が「全く知らない」としている。また、観光資源についても、「全く知らない」とする回答者が平均で 84.9%と観光資源の認知度が、まだまだ低いことがわかります。



観光資源について、「訪れたことがなく関心もない」とする回答者が多くみられる一方で、農産物直売所、フルーツ狩り、益富城址、遠賀川源流については「訪れたことはないが関心がある」とした前向きな傾向がみられます。

(単位：%)

	2回以上訪れたことがある	1回訪れたことがある	訪れたことはないが関心はある	訪れたことがなく、関心もない
1. 農産物直売所(カッホー馬古屏・道の駅うすい)	3.4	3.8	49.6	43.2
2. フルーツ狩り・観光農園(りんご・梨)体験	1.6	3.5	57.0	37.9
3. 益富城址	0.3	1.0	46.3	52.4
4. 沖出古墳公園	0.3	0.8	38.3	60.5
5. 山野の楽	0.3	0.6	29.3	69.8
6. 山野の石像群(五百羅漢)	0.3	1.1	35.5	63.0
7. 織田廣喜美術館	0.3	0.8	31.4	67.5
8. 馬見山・屏山・古処山	1.2	2.5	31.8	64.4
9. 遠賀川の源流地	1.5	4.0	46.1	48.5
10. キャンプ場(馬見山・古処山)	0.8	2.0	36.6	60.5
11. なつきの湯	0.4	1.2	42.0	56.4
12. サルビアパーク	0.7	1.3	36.2	61.8
13. 梅林公園(観梅会)	0.8	1.4	39.8	58.1
14. 稲築公園(さくらまつり)	0.7	1.3	43.9	54.1

第3章

これまでの観光振興の取組成果と課題

1. 第1次嘉麻市観光振興基本計画の成果

【目標指針】

テーマ1「嘉麻市の知名度向上と観光を実践する魅力と意識づくり」

行動目標 嘉麻市のブランドイメージの確立

(指標) 嘉麻市観光ブランドイメージ(ストーリー・キャッチフレーズ・デザイン)の完成

【成果・課題】



○観光文化大使起用による嘉麻市認知の向上

○テレビ・ラジオを通じた嘉麻市認知の向上

○平成25年度NHK「軍師官兵衛」をテーマとしたシンポジウムを広域で開催

○ブランド戦略の浸透が今後の課題

○観光・食・物産の統一ブランド戦略が今後の課題

.....

【目標指針】

テーマ2「観光需要を呼び起こす、差別化できる商品・サービスづくり」

行動目標 嘉麻版ツーリズムの開発

自然・農村資源を活かした新たな体験観光プログラムを旅行商品として確立する。

(指標) 実践できる嘉麻版体験観光プログラム数 10プログラム

【成果・課題】

○地元関係者とのワークショップを行い、地域資源を抽出

○20のプログラム案と歴史・自然・食・芸術工芸をテーマとした6つの観光ルートを開発

○消費単価の向上に向けた商品の磨き上げが必要

○消費を促進する新たな着地プログラム、観光拠点の整備が必要

○体験型プログラムにおける地元ガイドの組織化が課題

○マーケティング視点とマネジメント視点に立った戦略が必要

.....

【目標指針】

ステップ3「観光を持続させていくための基盤づくり」

行動目標 市民・行政が連携した観光推進組織の確立

観光振興を実践し、産業（消費）につなげる推進組織を確立する。

（指標）市民と行政の中間支援組織となる観光まちづくり組織の設立

【成果・課題】

○より一層の観光推進母体となる嘉麻市観光まちづくり協会を設立

○市民の観光への取組の関心度が向上

○市民自らが「観光まちづくり」を意識し、行動する事が重要

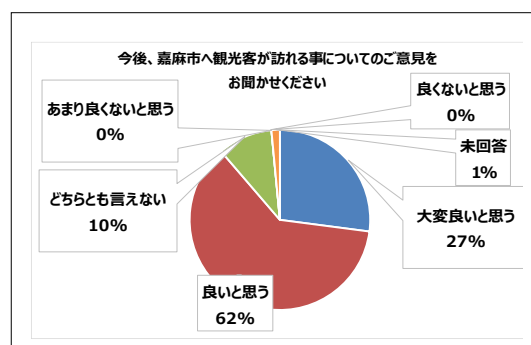
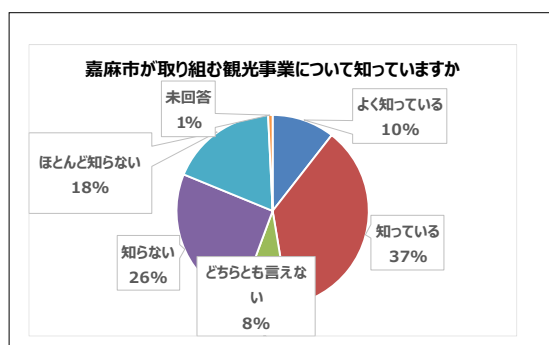
○市民及び市内の活動組織との連動が課題

○市民と協働の稼げる観光まちづくりの運用が課題

（市民の観光への取組の関心度アンケート調査）

嘉麻市の観光への取組について、市民の47%が認知していると言えます。

また、89%が、嘉麻市へ観光客が訪れることが、「大変良いと思う」「良いと思う」と観光への理解を示しています。



嘉麻市観光動態調査（アンケート）集計 市内在住者向け サンプル数：133

【調査実施日】2016年11月12日（土）・13日（日）2日間

【調査場所】道の駅うすい カッホー馬古屏 2カ所定点調査

【調査方法】アンケート聞き取り方式

【目標指針】

◎嘉麻市の観光認知度の向上

指標：インターネットアンケート調査による嘉麻市の認知率
 (今回調査) 53.8% (よく知っている＋多少知っていると回答した率)
 (目標値) 90.0%

* 上記の認知率は平成 21 年 12 月調査結果

【成果・課題】

○認知率は 61.8% (8 ポイント上昇) * 平成 26 年調査結果

○目標値 90.0%に向けた認知拡大策が課題

○行動喚起(来市)に結びつく情報発信が課題

(嘉麻市の認知度)

認知率 (福岡市・北九州市都市圏住民を対象としたインターネット調査)

【調査方法】

インターネットによる調査

【調査対象】

福岡市・北九州市在住の 16 歳以上の男女

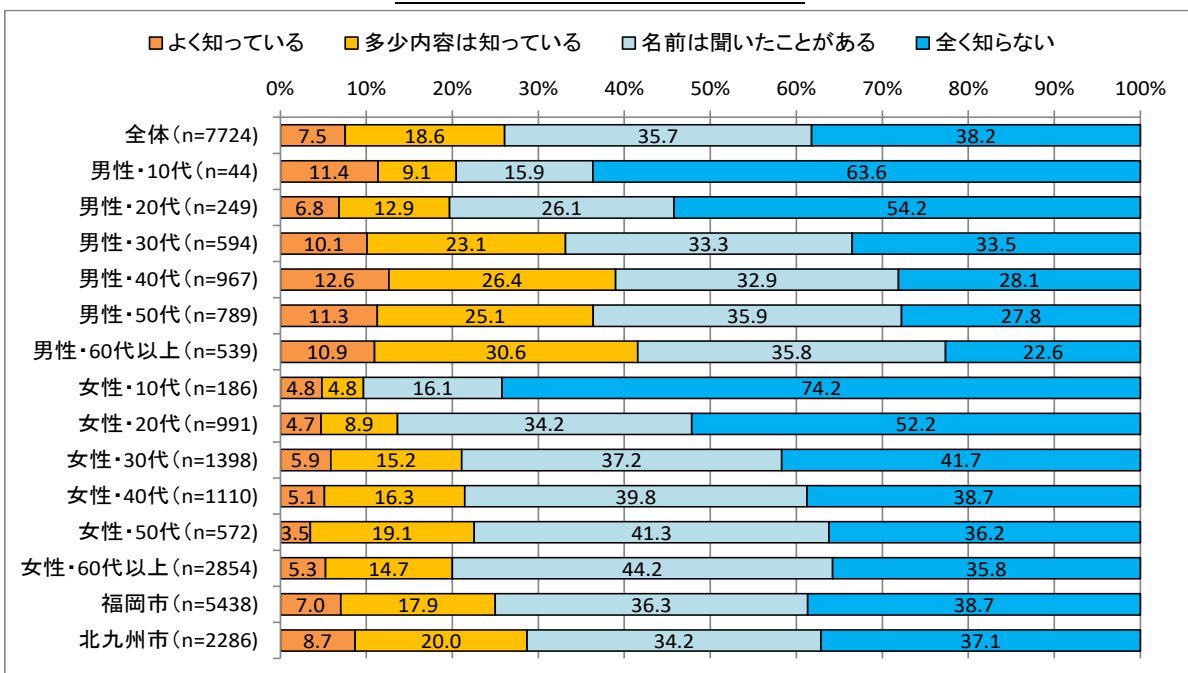
【調査期間】

平成 26 年 12 月 14 日～19 日

【実施概要】

■ 1 次調査 : 福岡市・北九州市在住の 16 歳以上の男女から 10,000 人を対象に調査 (回収サンプル数 7,724 件)

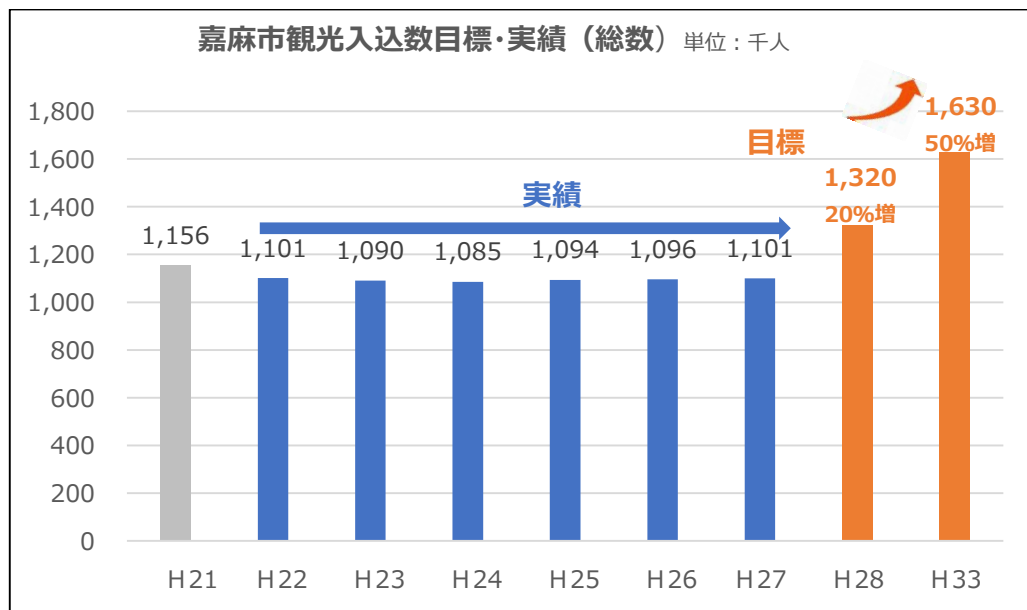
嘉麻市の認知率 61.8%



2. 観光客入込数における目標と成果

嘉麻市観光入込客目標・実績

(福岡県観光動態調査を基準)



引用：福岡県観光統計に基づき(株)グローバルプロジェクトにて作成

※観光入込客とは、日常生活圏以外の場所へ旅行し、そこでの滞在が報酬を得ることを目的としない者を言います。
(観光入込客統計に関する共通基準：観光庁)

福岡県観光入込客推計調査とは

1 目的

県内市町村の協力を得て、福岡県を訪れた観光客の状況等を取りまとめ、本県の観光行政推進の基礎資料等に利用

2 調査方法

県内及び県外から訪れる観光入込客について、各市町村において推計した数値を集計して算出

3 調査事項

日帰り・宿泊別、県内・県外別、目的別、月別の観光入込客数、消費額、施設別利用状況などの項目を調査

4 調査時期

前年の1月から12月について、毎年調査

5 結果の公表

調査結果は秋頃に公表

6 調査元

福岡県商工部観光局観光政策課

第4章

第2次嘉麻市観光振興基本計画策定に向けての課題

1. 嘉麻市観光振興に向けての課題整理

課題1

嘉麻市が「観光交流」の目的となる知名度・認知度向上が課題
嘉麻市観光ブランドの明確化・行動喚起につなげる。

認知は、61.8%あるものの、「観光」を目的とした適地としての認知は低い傾向にあります。

⇒嘉麻市の観光資源の磨き上げとマーケットへ向けた「観光交流の適地」としてのブランドの構築が必要

課題2

観光入込数と共に、観光消費額の拡大「稼げる観光」が課題
マーケティング視点・マネジメント視点での「稼げる観光」を目指す。

1人当たりの観光消費額においては、830円と福岡県平均、筑豊地区平均より低く、市内での観光消費の拡大が必要です。

⇒観光を産業として捉えた、マーケティング戦略に基づく、「稼げる観光」の構築が必要

課題3

観光交流を「自分の事」とする、市民主体の観光まちづくり推進が課題
官民協働での観光振興を行うことで
豊かな暮らしを支える活力あるまちづくりを目指す。

市民の観光に関する意識「観光客受入」は、高まっていると言えます。しかしながら、市民が自ら観光に参加し、行動する意識が高いとは言えません。市民が自ら参加する観光まちづくりの推進が必要です。

⇒市民自らが、自分達の故郷を愛し、観光交流を「自分の事」として捉える、市民主体の観光交流のまちづくり構築が必要

2. 課題解決の視点

＜嘉麻市の観光振興に係るSWOT分析＞

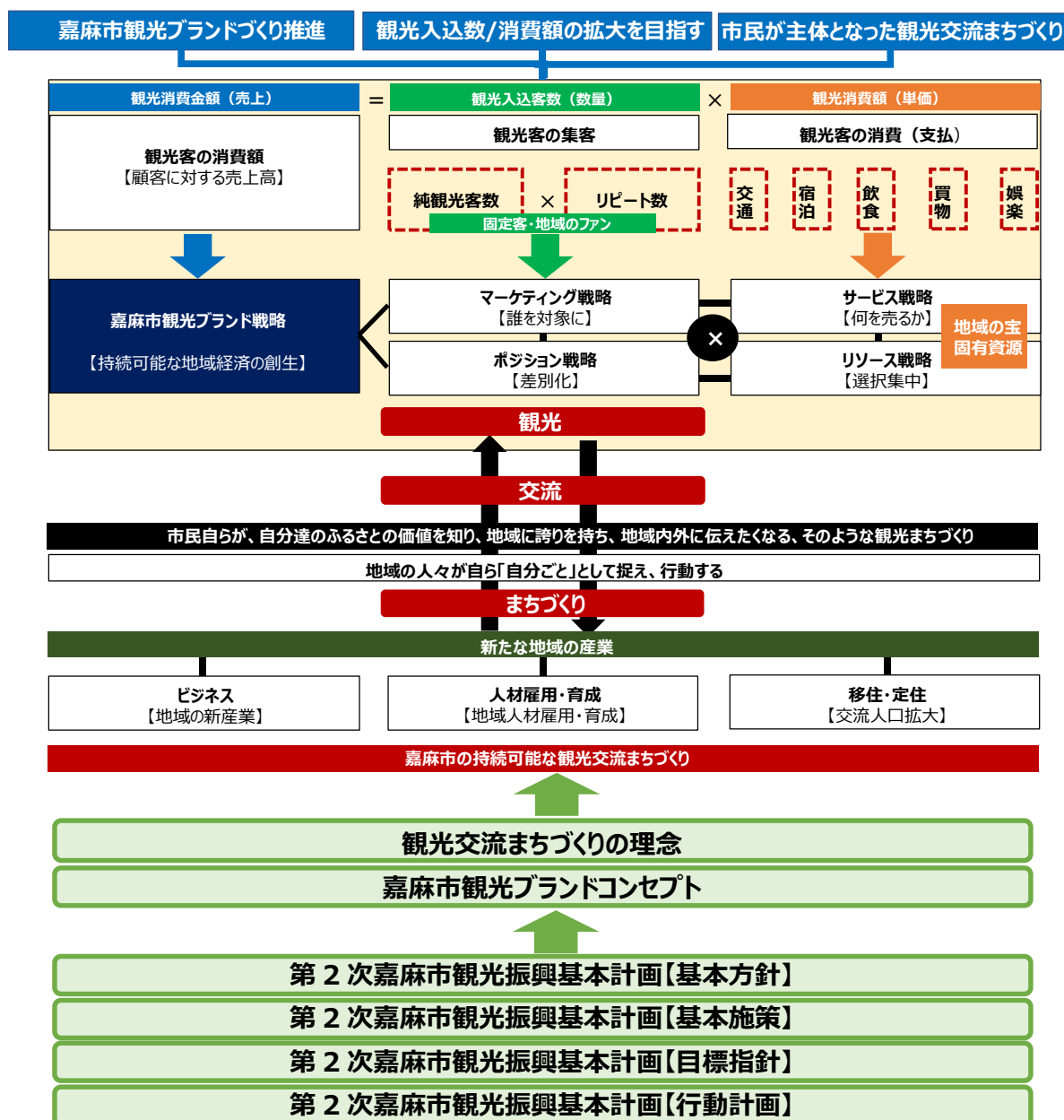
内部環境	外部環境
強み (Strength)	機会 (Opportunity)
○ 歴史的資産がある。 ○ <u>豊かな自然資源に恵まれている。</u> ○ 「山」(農作物)の特産品。 ○ 米・日本酒・九州りんご村。 ○ 遠賀川の源流に位置し、水がもたらす資源に恵まれている。 ○ <u>自然や歴史と共に生活する人々の誇り。</u> ○ 福岡・北九州都市圏へのアクセスの優位性。	○ 不況下でもレジャー・観光への志向は衰えず。 ○ インバウンド観光の増加。 ○ 目的を明確にした体験型観光隆盛。 ○ 「地産地消」や「産地直送」等の「食」への関心の高まり。 ○ <u>見る観光から体験・体感の経験を求める観光へシフト。</u> ○ <u>国道322号八丁峠トンネル開通による広域観光の流れ。</u> ○ <u>2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催。</u>
弱み (Weakness)	脅威 (Threat)
○ <u>市の認知は高まったものの観光資源のブランド認知薄。</u> ○ 公共交通機関が不便。 ○ マイカーが中心。 ○ 日帰り客中心。 ○ インバウンドの恩恵薄。 ○ 宿泊施設が少ない。 ○ <u>市内観光消費額が低い。</u>	○ <u>人口の減少・高齢化の加速。</u> ○ 地方創生により他自治体も観光振興（競争激化）。 ○ <u>他エリアの地域ブランド化が進む（糸島・久留米・朝倉他）地域間競争。</u> ○ 新幹線・東九州道開通による日帰り・宿泊の遠地利便拡大・人の流れの変化。

【課題解決に向けた視点】

- 日帰り・宿泊客の取り込みによる更なる消費拡大
- 観光資源を点から線へつなげ、域内滞在時間を拡大
- 地域資源と結びつけた「食」のブランド化
- 交流拡大での域内新規ビジネス（産業）の創出
- 観光拠点の明確化
- 福岡・北九州都市圏から筑豊地区・朝倉地域へのアクセスの認知拡大
- 自家用車以外の市内観光地をつなぐ交通アクセスの解決
- 市内エリア観光特性の整理・ブランド化

3. 課題解決に向けた第2次戦略のフレーム

課題解決に向けた戦略を構築し、目標達成を目指して行きます。



第5章

第2次嘉麻市観光振興基本計画【理念・観光交流ブランドコンセプト】

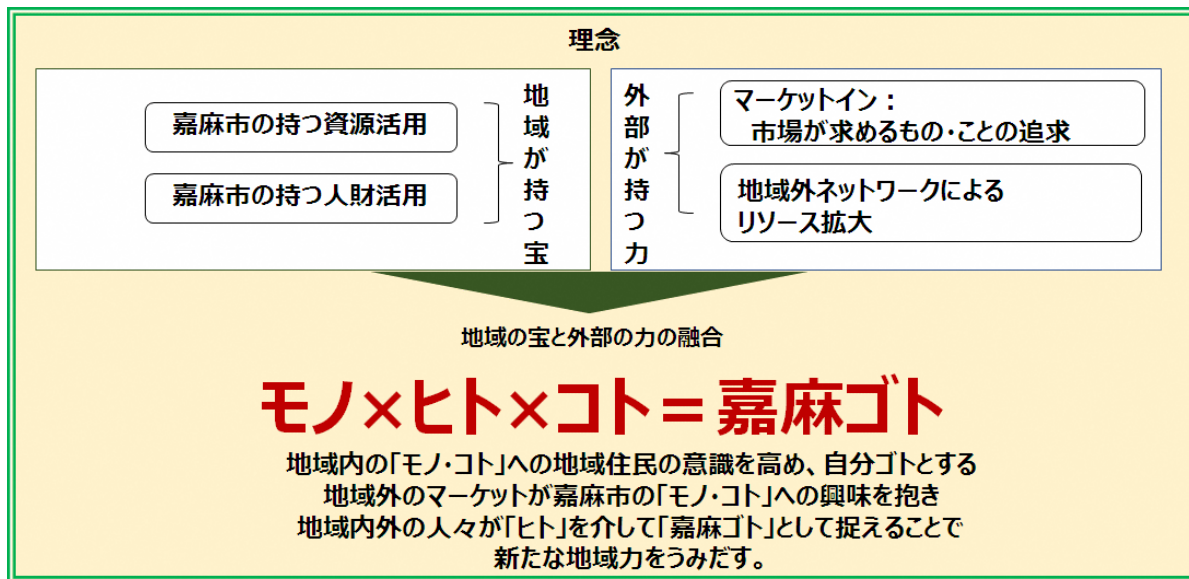
1. 観光交流まちづくりの理念（行動・意識の指針）

【嘉麻市観光交流まちづくりの理念】

ふるさと嘉麻の良さを知り 市民自らが「自分ごと」として熱く語りはじめる 「嘉麻ゴト」の推進

市民自らが、自分達のふるさとの価値を知り、地域に誇りを持ち、地域内外に伝えたいとなる
そのような観光交流まちづくりを目指します。

【嘉麻ゴトとは】



理念とは

なぜ観光振興が必要か、観光交流を通じて、自分達のふるさとを、もっと幸せな地域にしたい。
そのために何をすべきか、行動や意識の指針となるものです。

2. 嘉麻市観光交流ブランドコンセプト

KAMA STYLE

感じる。かま。

嘉麻市固有の資源を、来訪者が地域の人々（市民）を通じて「感じる」旅

ブランドコンセプトを具現化（実行）するキーワード

自然
山を感じる

感じる。かま。山のかま。

自然
森を感じる

感じる。かま。森のかま。

食
恵みを感じる

感じる。かま。食のかま。

歴史
風土・風習を
感じる

感じる。かま。風のかま。

ブランドコンセプトとは

観光振興の理念を地域内外に向けて、「嘉麻らしさ」のイメージを伝えるものです。戦略構築の核となる基本的な概念。観光による交流を促進するための指標といえるもので、マーケットに対して、嘉麻市の観光交流を訴求する基本的な考え方のことです。

第6章

第2次嘉麻市観光振興基本計画【基本方針】

1. 基本方針

**4つの基本方針を定め、マーケティング視点、マネージメント視点にたつて
選択と集中による、市民が主体となった観光交流まちづくりを推進します。**

嘉麻市の観光振興を考えるうえで、市民と一体となって総合力を発揮して、観光交流需要を積極的に創造し、持続可能なものとなるようにしなければなりません。そのためには、単なる集客中心の視点ではなく、マーケティングの視点に立った戦略の構築が必要です。

嘉麻市の課題解決に向け、ガイドラインとなる基本方針を定め、常に、マーケット（お客様）を意識した戦略に基づいた計画の推進を行い、来訪者（お客様）の行動プロセスに沿って、観光交流まちづくり推進の施策が「誰が」「何を」「誰に」「どのように」コミュニケーション（価値共有化）をしようとする施策なのかを、明確に把握し、組み立て、選択と集中により、効果的かつ効率的な計画の実践を図っていきます。

基本方針

1

**固有の歴史・風土・風習資源を活かし魅力あふれる
「感じる。かま。」の構築**

基本方針

2

**地域人材・ネットワークを活かした
「おもてなし嘉麻」の構築**

基本方針

3

**嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の
効果的な情報発信**

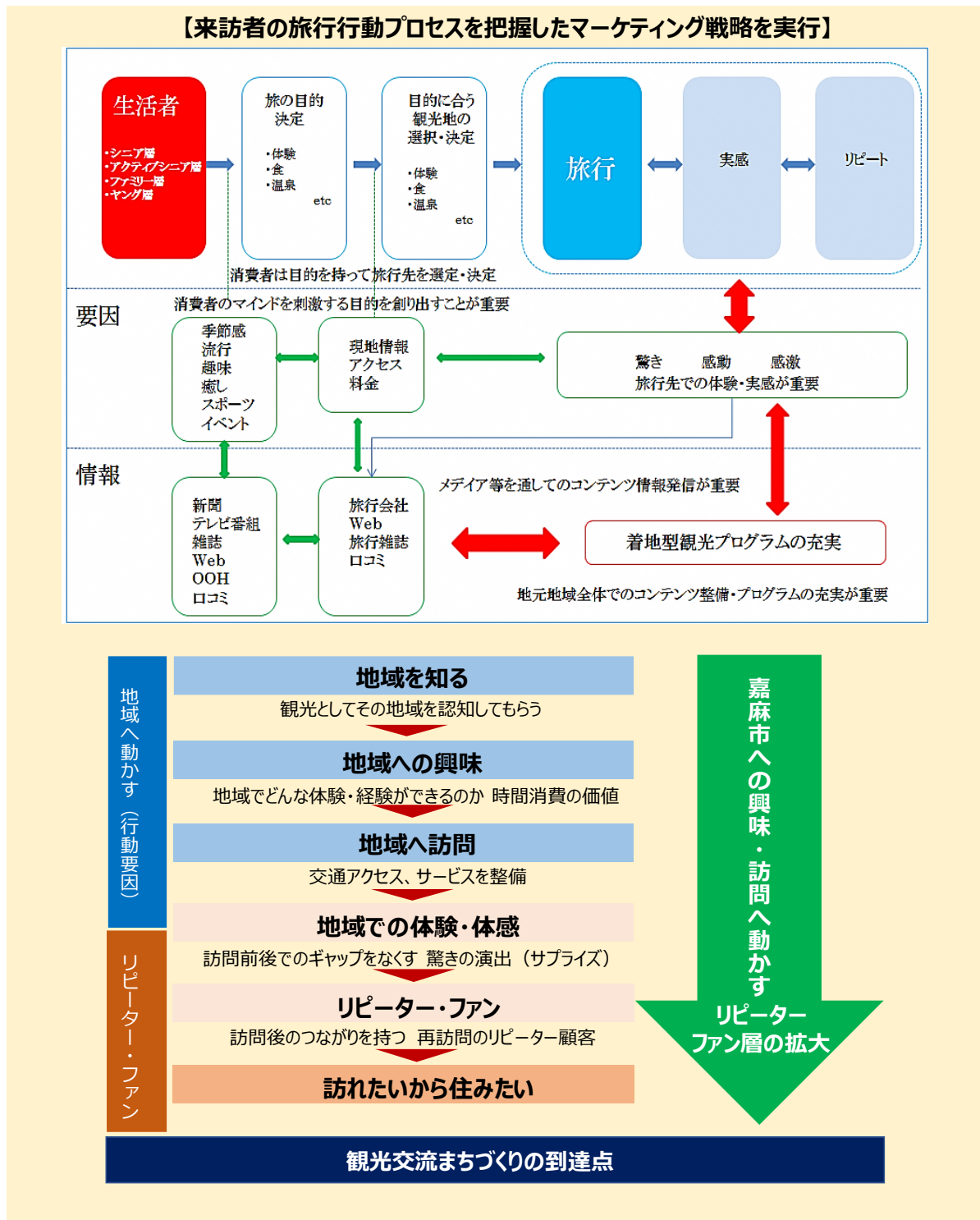
基本方針

4

**他地域との連携による「つながる嘉麻」の
環境整備及び国内外観光客の誘客**

2. 来訪者の旅行行動プロセスを意識した施策

嘉麻市への誘客に向けては、マーケットイン（来訪意識・要因）を意識した取組を行っていきます。



第7章

第2次嘉麻市観光振興基本計画【基本施策】

1. 基本方針に沿った基本施策

4つの基本方針に沿った12の基本施策

驚きと感動・サプライズの演出

■ 嘉麻市が持つ地域資源を来訪者が「体感・感動」できるサプライズのある魅力を構築します。

基本方針

1

固有の歴史・風土・風習資源を活かし魅力あふれる
「感じる。かま。」の構築

基本施策

1

固有資源を活用した「感じる。かま。」づくり。
「稼げる」体験・体感/着地型観光交流コンテンツを開発

基本施策

2

市民と連携し、観光交流拠点を活用した「感じる。かま。」
滞在型交流拠点のモデル形成

基本施策

3

農業・川・里山を活用した「食・農」
観光交流コンテンツの開発

「嘉麻ゴト」で新たな交流をうみだす

■ 市民が主体となった観光交流の受入整備を構築します。

基本方針

2

地域人材・ネットワークを活かした
「おもてなし嘉麻」の構築

基本施策

4

地域人材の発掘と市民間ネットワークによる
「おもてなし嘉麻」の体制づくり

基本施策

5

地域の語り部ガイドの組織化と人材育成

「おもしろい嘉麻」を常に情報発信

- 地域の魅力を効果的に発信し、嘉麻市への興味を喚起し、訪問へ結びつけます。

基本方針

3

嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の 効果的な情報発信

基本施策

6

「感じる。かま。」の情報発信

基本施策

7

Web・SNSを活用した地域内情報の発信

基本施策

8

話題性あるイベントの実施

「感じる。かま。」をつなぐ、ひろげる

■ 地域の魅力をつないだ、新たな受入整備を行い、県内外、世界からの誘客を行います。

基本方針

4

他地域との連携による「つながる嘉麻」の
環境整備及び国内外観光客の誘客

基本施策

9

周辺地域との連携によるテーマ型観光コンテンツ
の開発及び国内外からの誘客

基本施策

10

外国人観光客の誘致

基本施策

11

国内外観光客の利便性・回遊性向上に向けた
受入環境整備

基本施策

12

歴史・自然の魅力を活かした観光拠点の拡大及び
受入環境整備

第8章

第2次嘉麻市観光振興基本計画【目標指針】

1. 基本方針別行動目標

本計画における観光振興の達成を図るためには目標指標を示し、実効性を高めていくことが必要となります。その為、前項に記載された基本方針ごとの行動目標と、これらの最終目標としての成果目標を以下のように設定します。

基本方針1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築

行動目標

着地型観光商品のブランド化による観光入込客数及び観光消費額の拡大

- (指標) ○嘉麻版の、「山」「森」「食」「風土」のテーマの体感型観光の商品化を図ります。
○4つの着地型観光の商品化と定番化を目指します。
○旧足白小学校及び足白地区をモデルとした観光拠点と地域の観光エリア整備を行います。

基本方針2 地域人材・ネットワークを活かした「おもてなし嘉麻」の構築

行動目標

嘉麻市観光推進のプラットフォームを活用した人材ネットワークの確立

- (指標) ○新たな組織形態と観光交流拠点をプラットフォームとし、推進力を高める人材の登用を目指します。
○おもてなしガイドの組織化と嘉麻版ガイド人材の登用と運用を目指します。

基本方針3 嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の効果的な情報発信

行動目標

話題性あるイベント、情報による持続的の情報発信

- (指標) ○話題性あるイベントの実施による情報発信及び誘客の拡大を図ります。
○SNS他の様々な情報発信により、嘉麻ファンの増大と顧客化を図ります。

基本方針4 他地域連携による「つながる嘉麻」の環境整備及び国内外観光客の誘客

行動目標

周辺地域との連携による着地型観光商品の開発

国内及び外国人観光客の誘客

- (指標) ○筑豊地区、朝倉地域と連携した国内外に向けた広域観光商品の開発を行います。
○アジア圏、欧米圏をターゲットとしたインバウンド誘致を行います。
○嘉麻市の特徴を活かした海外との交流の促進を図ります。

2. 成果目標

【定量的成果目標】

項目	現状	目標指標 (平成33年)	成果指標 基準
観光入込客数	1,101千人 (平成27年)	1,630千人	福岡県観光統計
観光消費額 (1人当たり)	830円 (平成27年)	1,200円	福岡県観光統計
観光消費額 (全体)	914百万円 (平成27年)	1,956百万円	福岡県観光統計
嘉麻市の認知度	61.8% (平成26年)	90.0%	嘉麻市インターネット調査 (年毎)

○観光入込客数の増

・目標指標⇒嘉麻市への観光入込客数を平成27年比約1.5倍の1,630千人を目標指標として設定します。(平成27年観光入込客1,101千人)

※観光入込客とは、日常生活圏以外の場所へ旅行し、そこでの滞在が報酬を得ることを目的としない者を言います。

(観光入込客統計に関する共通基準：観光庁)

○観光消費額（1人当たり）の増

・目標指標⇒観光消費額（1人当たり）を平成27年比約1.45倍の1,200円を目標指標として設定します。(平成27年観光消費額（1人当たり）830円)

○観光消費額（全体）の増

・目標指標⇒観光消費額（全体）を平成27年比約2.15倍の1,965百万円を目標指標として設定します。(平成27年観光消費額（全体）914百万円)

○嘉麻市の認知度

・目標指標⇒認知度90.0%を目標指標として設定します。(平成28年認知度61.8%)

【定性的成果目標】

○嘉麻市の「観光まちづくり」の目指す姿の達成

- ①訪れた人が、嘉麻市が誇る自然や農村資源を体感し、感動する。
- ②特産品やサービスの事業化により観光で働く場が増える。
- ③観光まちづくりの推進により、観光客にとって楽しいだけでなく、市民にとっても暮らしやすいまちづくりを進めます。

目標指数	成果指標の基準
①嘉麻市着地型観光ブランド商品の開発 4つの観光商品のブランド化及び販売	○DMO 嘉麻 ^(注1) での把握 ○参加者へのアンケート
②食と農の観光商品の開発及び商品化	○DMO 嘉麻での把握 ○参加者へのアンケート
③話題性あるイベントの実施 (季節性・テーマ性)	○計画実施における PDCA の把握 (DMO 嘉麻での把握)
④市民協働による外部人材、ガイド人材の 発掘育成	○嘉麻市及び DMO 嘉麻での把握 ○計画実施における PDCA の把握
⑤広域連携による観光商品開発	○嘉麻市及び DMO 嘉麻での把握 ○参加者へのアンケート
⑥市民協働の観光まちづくりへの意識向上	○嘉麻市及び DMO 嘉麻での把握 (勉強会他の実施)

* (注1) DMO 嘉麻とは、嘉麻市観光まちづくり協会、(株)嘉麻スタイル、道の駅うすいの連携組織を言います。

第9章

第2次嘉麻市観光振興基本計画【行動計画】

1. 行動計画（アクション計画）

基本施策を推進する16の行動計画

基本方針1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築

基本施策① 固有資源を活用した「感じる。かま。」づくり
「稼げる」体験・体感/着地型観光交流コンテンツを開発

行動計画

1

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

消費者目線にあう「感じる。かま。」の 体感型観光商品の開発

⇒「稼げる観光商品」づくりを目指し、マーケティング戦略に基づいた着地型商品の開発を行います。

（マーケティング4P：Product（商品）、Price（価格）、Place（流通）Promotion（プロモーション）

感じる。かま。
ブランド化
商品化

年間を通じた「感じる。かま。」の定番観光商品の開発

- 黒田武士（節）をテーマとした、大隈のまち歩きの開発
- 蔵元を巡る酒蔵ツーリズムの開発
- 古代史をテーマとした学習ツーリズムの開発
- 隠れた地域資源を発掘し、活かしたツーリズムの開発
- 四季を通じた「花」をテーマとした体感型ツーリズムの開発
- 「健康」「森」をテーマとした森のセラピーツーリズムの開発

基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築

基本施策① 固有資源を活用した「感じる。かま。」づくり
「稼げる」体験・体感/着地型観光交流コンテンツを開発

行動計画

2

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

「日本山岳遺産：嘉穂アルプス」等の
山岳資源を活用した
「山のかま」・「森のかま」のブランド化

⇒嘉麻固有（オンリーワン）の「山」資源を活用し、特色ある着地型商品の磨き上げを行い個人向け・旅行会社向けに売れる商品化を目指します。

山のかま
ブランド化
商品化

特色あるオンリーワン定番観光商品の開発

- 初心者～上級者向け着地型トレッキング商品の開発
- 山ガール向けのガイド付き体験トレッキング商品の開発
- 旧足白小学校を拠点としたトレッキング大学の開校
- 「山のかま」オリジナルグッズ等の開発

基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築

基本施策①

固有資源を活用した「感じる。かま。」づくり
「稼げる」体験・体感/着地型観光交流コンテンツを開発

行動計画

3

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

**「稼げる観光商品」化を目指し
個人客・グループ・団体客に向けた販売・誘客活動**

⇒個人・団体をターゲットとして、嘉麻市への誘客を行います。

感じる。かま。
誘客戦略

嘉麻市観光定番商品への誘客活動

- 旅行会社と連携した商品の磨上げ
- 旅行会社担当者によるモニターツアーの実施
- 県内・全国の山、アウトドア雑誌関係者の招請
- 商品化に向けた、販促ツールの作成

基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築

基本施策② 市民と連携し、観光交流拠点を活用した「感じる。かま。」
観光交流拠点モデルの形成

行動計画

4

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

廃校を活用した滞在型観光交流拠点

「感じる。かま。」のモデル形成

(体験/体感・食・宿泊・地域交流)

⇒地域と連携し、市民と協働の稼げる観光拠点モデルづくりを目指します。

山のかま
拠点モデル

「感じる。かま。」の拠点づくり

- 旧足白小学校を拠点とした「体験・食・泊」の拠点づくり
- 拠点のテーマづくりを目指すことで、嘉麻市の観光ブランド化（ボルダリング施設整備によるアウトドアの聖地づくり）
- 地域資源を活かした、体験農園コンテンツの開発
- 周辺資源を活用した、サイクルツーリズムの開発とサイクリスト拠点としての整備
- トレッキングの拠点としての受入環境の整備
- 「木」を活用した木育プログラムの開発
- 映画・芸術×自然をテーマとしたナイトシアター等の実施
- 周辺施設と連動した音楽イベントの実施
- 「道の駅うすい」と連動したアクセスの検討及び回遊性の向上
- 地域住民と協働した拠点の運用

基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築

基本施策② 市民と連携し、観光交流拠点を活用した「感じる。かま。」
観光交流拠点モデルの形成

行動計画

5

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

民泊・農泊による滞在型観光交流の推進
（民泊・農泊から移住・定住へのモデル）

⇒地域協働による、1次産業の体験交流を基本とした、民泊・農泊制度を検討。
幅広い市民協働の観光産業モデルを構築、地域全体の所得向上を目指す
共に、1次産業技術の伝承を図ることで、将来的な移住・定住へ結びつけます。

感じる。かま。
拠点拡大
民泊・農泊

市民と協働での「民泊・農泊」モデルの構築

- 嘉麻市型の民泊・農泊の推進に向けた支援策の検討（セミナー等）
- 農業等の体験学習の商品化
- 短期～長期の民泊・農泊による農業等体験のモニター実施

基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築

基本施策③ 農業・川・里山を活用した「食・農」観光交流コンテンツの策定

行動計画

6

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

嘉麻の自然の恵みを活かした
「食のかま」、ご当地商品の開発

⇒嘉麻市の新たな観光資源として「食」のブランド化を行います。

食のかま
商品開発
ブランド化

「食×農」フードツーリズム定番商品の開発

- 嘉麻市特産品（お土産品）の開発とブランド化
- ご当地メニューの開発による観光消費額の拡大
- 1次産業と協働による農業体験・収穫体験による「食のかま」PR
- 「美味しい。かま。の食めぐり」着地型プログラム開発
- ジビエ料理の開発検討、ブランド化

基本方針2 地域人材・ネットワークを活かした「おもてなし嘉麻」の構築

基本施策④ 地域人材の発掘と市民間ネットワークによる 「おもてなし嘉麻」の体制づくり

行動計画

7

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

着地型観光交流プログラムの開発に必要な 人材及びワーキンググループの有効活用

⇒市民協働による観光交流まちづくりに向けたコアメンバー及びワーキンググループを推進することで「嘉麻ゴト」を創り出して行きます。

感じる。かま。
人材づくり

「嘉麻ゴト」をうみだす人材づくり

- 農商工及び観光に関わるメンバーによる「嘉麻ゴト」プロジェクトチームの立ち上げ
- 「感じる。かま。」のプログラム開発に向けたワークショップの開催

基本方針2 地域人材・ネットワークを活かした「おもてなし嘉麻」の構築

基本施策⑤

地域の語り部ガイドの組織化と人材育成

行動計画

8

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

市民主体のまち歩きの開発・組織化 ガイド人材の育成

⇒地域の風土の「残す・伝える」ことを目的とした、地域ガイド（語り部）を生み出し
市民主体のガイドによる観光交流プログラムを創り出して行きます。

風のかま
商品開発

来訪者と市民の交流を通じたビジネスモデルの構築

- 地域の語り部ガイドの組織化、運用
- 物語性あるまち歩き（ガイド）商品の開発
- ガイドの育成プログラムの作成

基本方針3 嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の効果的な情報発信

基本施策⑥

「感じる。かま。」の情報発信

行動計画

9

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

「観光文化大使」等を活用した 県内外メディアによる情報発信

⇒観光文化大使の活用による「嘉麻の話題性」を創り出し、県内外に向け
嘉麻の「おもしろい」を発信することで、認知度、興味度、訪問意向を高めて行きます。

感じる。かま。
ブランド醸成
来訪のきっかけ

「感じる。かま。」ブランドイメージの発信

- 観光文化大使を活用した「テレビ・ラジオ」での情報発信
- 「嘉麻ゴト」から生まれる「嘉麻のおもしろい」をマスメディアへ情報提供することで効果的な発信
- 「感じる。かま。」ブランドポスター・PR映像の作成

基本方針3 嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の効果的な情報発信

基本施策⑦

Web・SNSを活用した地域内情報の発信

行動計画

10

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

Web・SNSを活用した 「口コミ」プロモーションの実施

⇒ネットメディアの特性を活かした、双方向の「口コミ」プロモーションを実施することで、市外者と嘉麻市を直接結び認知度、興味度、訪問意向を高めて行きます。

来訪促進
行動要因の
きっかけづくり

嘉麻市への来訪のきっかけづくり

- Facebookを活用した情報発信プロモーションの実施
- SNSを市民協働で発信する仕組みをつくることで、情報の深さを高め「嘉麻のおもしろさ」を引き出す
- YouTubeを活用した動画でのPR
- アマチュアカメラマン等による「チームかま」の組織化を行い写真を活用した「感じる。かま。」の発信
- 市民向けのSNS活用セミナーの実施

基本方針3 嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の効果的な情報発信

基本施策⑧

話題性あるイベントの実施

行動計画

11

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

嘉麻特有の資源を活かし 「食」をテーマとした新たなイベントの実施

⇒嘉麻ブランドの認知度向上と誘客に向け「食」をテーマとしたイベントを開催し、嘉麻市への訪問のきっかけづくりを行います。

食のかま
ブランド醸成
来訪のきっかけ

嘉麻の自然を活かした「素材」と「食文化」を活用した 「食のかま」ブランドによる来訪のきっかけづくり

- 鮭神社・日本酒蔵元を活用した
「鮭×酒フェスタ」（仮）の実施
- ブランド牛を活用した「肉×肉フェスタ」（仮）の実施
- クラフトビールを活用した
「オクトーバーフェスト」（仮）の実施

基本方針3 嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の効果的な情報発信

基本施策⑧

話題性あるイベントの実施

行動計画

12

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

嘉穂アルプス等の「山」・「森」を活用した イベントの実施

⇒嘉麻ブランドの向上と誘客に向け「山」・「森」をテーマとしたイベントを開催し、
嘉麻市への訪問のきっかけづくりを行います。

山のかま
ブランド醸成
来訪のきっかけ

嘉麻市への来訪のきっかけづくり

- 「アウトドアの聖地プロジェクト」として、アウトドアイベントの計画実行委員会の設置
- 「森」を活用した木育イベントの実施
- サイクルツーリズム「ツールドKAMA」のイベント実施

基本方針4 他地域連携による「つながる嘉麻」の環境整備及び国内外観光客の誘客

基本施策⑨ 周辺地域との連携によるテーマ型観光コンテンツの開発及び国内外からの誘客

行動計画

13

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

筑豊地域、朝倉地域とのテーマを共有した
連携による観光交流体験プログラムの開発及びプロモーション

⇒周辺地域との連携を強化し、テーマ性ある広域観光商品の開発を目指し、ターゲットを明確にしたプロモーションを実施することで、新たな「嘉麻ゴト」を創り出していきます。

広域連携
による来訪
行動要因

「テーマ」性ある広域連携による誘客

- 国道322号八丁峠トンネルの開通による朝倉地域との広域連携による観光ルートの商品開発
- 外国人観光客の興味度が高い「フルーツ狩り」等のコンテンツを活かした朝倉地域との商品開発
- 国内外教育旅行、研修旅行等の商品開発
- 県広域事業の推進
- 国内・海外に向けた、パンフレット等の広域プロモーションツールの作成

基本方針4 他地域連携による「つながる嘉麻」の環境整備及び国内外観光客の誘客

基本施策⑩

外国人観光客の誘致

行動計画

14

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

**2020年東京オリンピック・パラリンピック
を見据えたインバウンドによる交流人口拡大**

⇒2020年の東京オリンピック・パラリンピックを好機と捉え、嘉麻市が持つ環境を活かした、外国人向け「観光商品」の整備を行います。

テーマを明確化
外国人観光客
誘客

インバウンドによる新たな観光客誘致で交流人口の拡大

- 広域連携による外国人向け観光プログラム作成
- 海外に向けたプロモーション活動
- 欧米人に向けた「日本酒×歴史×農業体験」プログラムの開発
- 海外からの教育旅行等の誘客及び交流活動の実施

基本方針4 他地域連携による「つながる嘉麻」の環境整備及び国内外観光客の誘客

基本施策⑪

国内外観光客の利便性・回遊性向上に向けた
受入環境整備

行動計画

15

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

国内外観光客の回遊性を高める
2次交通アクセス、案内版等の環境整備

⇒国内外の観光客受入環境の整備を図ることで「おもてなし嘉麻」を創り出して行きます。

受入環境整備
旅行者にやさしい
まちづくりまちづく

「おもてなし嘉麻」につなげる

- 観光客の回遊性を高める2次交通アクセスの検討
- 観光資源の整理を行い、案内サインを整備
- 嘉麻市へのアクセスルートの整理により、利便性を情報発信
- 回遊ルート・モデルルートを作成し、Webで配信及び観光拠点、案内所等での配布
- 多言語表記パンフレット・案内板・Web等の整備
- 主要拠点におけるWi-Fi環境の整備検討

基本方針4 他地域連携による「つながる嘉麻」の環境整備及び国内外観光客の誘客

基本施策⑫

歴史・自然の魅力を活かした観光拠点の拡大及び
受入環境整備

行動計画

16

【計画期間：平成29年度～平成33年度】

歴史・自然の資源を活かし、観光交流拠点と
地域が一体となった観光の魅力拡大に向けての取組

⇒観光拠点と地域の魅力拡大により、新たな集客装置を創り出し、市内の回遊性、滞在時間の延長につなげ、観光消費額を高めて行きます。

観光拠点の拡大
により行動喚起
回遊性を高める

「感じる。かま。の拡大」につなげる

- 大隈周辺の歴史ゾーンの整備を検討
- 梅林公園他の公園の観光拠点としての整備検討
- 古処山を活用した「アスレチック」施設等の整備検討
- 道の駅うすい、カッホー馬古屏の魅力向上策の検討

2. 計画の推進体制

本計画の推進にあたっては、市内の観光まちづくりに係る諸活動についての情報を一元化したり、関係者等の相互連携を図る必要があります。そのためには、行政と地域の間には、事業運営に必要な連携を柔軟にコーディネートできる、嘉麻市観光まちづくり協会、(株) 嘉麻スタイル、道の駅うすいの連携組織である「DMO嘉麻」が中心となって、市民、観光まちづくり関連団体・事業者、行政が一体となつての「観光交流まちづくり」の推進を行います。

また、市民、観光まちづくり関連団体・事業者、DMO嘉麻及び行政がそれぞれに役割を明確にし、機能的に推進することで、地域社会・地域経済への貢献に努めます。

【市民の役割】

市民一人ひとりが、嘉麻市の歴史、文化、自然、食に関する体験等を通じて、嘉麻市に誇りを持つとともに、観光のまちづくりに関心や関わりを持ち、国内外からの観光客をあたたく迎え入れます。また、地域における観光振興の取り組みに積極的に参画し、自らも楽しみながら、魅力ある観光地づくりに努めます。

【観光まちづくり関連団体・事業者等の役割】

観光まちづくりに関わりを持つ各種団体・事業者等は、嘉麻市の観光まちづくりを推進していく原動力は自分たちであるという意識を持ち、観光客や市民に対して、嘉麻市らしい個性的な最高の商品・サービスを提供し、顧客満足度の向上に努めます。また、地域へのかかわりと意義を認識し、異業種間との密接な連携のもと、地域社会・地域経済への貢献に努めます。

【DMO嘉麻の役割】

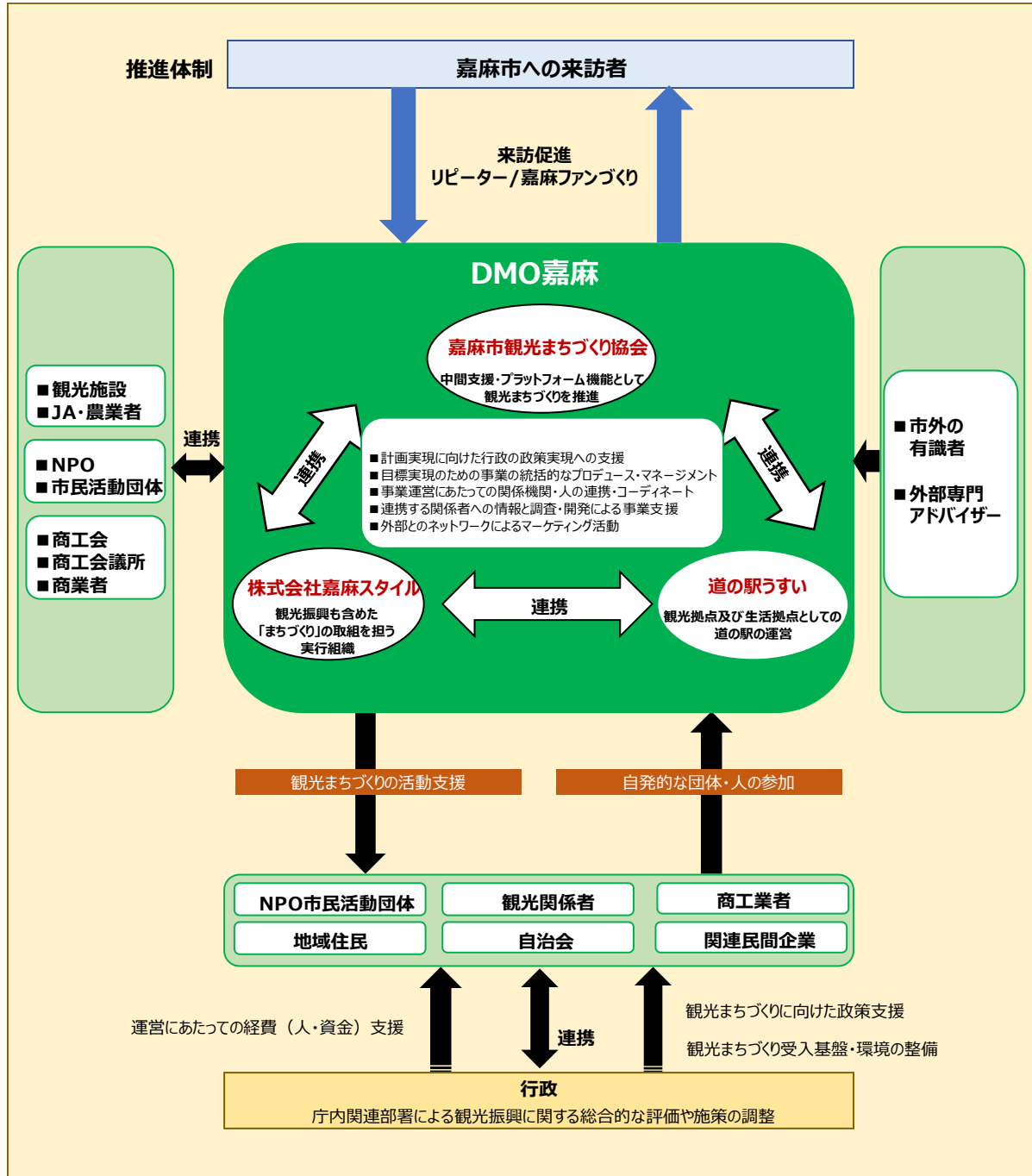
異業種間や各種団体間の連携、調整を行い、観光まちづくり事業者等と連携し、観光振興に関する取り組みを主体的に行い、観光まちづくりを支えるプラットフォームとしての機能を果たします。

※プラットフォーム：関係者間との連携、調整を図る基盤・土台

【行政の役割】

観光が嘉麻市の将来を担う主要産業の一つであると認識し、観光振興に向けた行政としての主体的な取り組みや広域的な取り組みを進めるとともに、DMO嘉麻や観光まちづくり関連団体・事業者等の主体的な取り組みを支援します。また、歴史・文化、自然・景観等の嘉麻市の財産を次代に継承していくとともに市民が観光振興の取り組みに参画しやすい環境整備に努め、観光まちづくりを進めます。さらに、本計画の実現に向け、各組織がそれぞれの役割を果たせるよう調整し、計画の実現を推進します。

【推進体制図】



3. 行動計画（アクション計画）一覧

基本方針 1	基本施策①	行動計画 1～3 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築	基本施策 ① 固有資源を活用した「感じる。かま。」づくり 「稼げる」体験・体感/着地型 観光交流コンテンツを開発	行動計画 1 消費者目線にあう「感じる。かま。」の体感型観光商品の開発
○黒田武士（節）をテーマとした、大隈のまち歩きの開発 ○蔵元を巡る酒蔵ツーリズムの開発 ○古代史をテーマとした学習ツーリズムの開発 ○隠れた地域資源を発掘し、活かしたツーリズムの開発 ○四季を通じた「花」をテーマとした体感型ツーリズムの開発 ○「健康」「森」をテーマとした森のセラピーツーリズムの開発		
基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築	基本施策 ① 固有資源を活用した「感じる。かま。」づくり 「稼げる」体験・体感/着地型 観光交流コンテンツを開発	行動計画 2 「日本山岳遺産：嘉徳アルプス」等の山岳資源を活用した「山のかま」「森のかま」のブランド化
○初心者～上級者向け着地型トレッキング商品の開発 ○山ガール向けのガイド付き体験トレッキング商品の開発 ○旧足白小学校を拠点としたトレッキング大学の開校 ○「山のかま」オリジナルグッズ等の開発		
基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築	基本施策 ① 固有資源を活用した「感じる。かま。」づくり 「稼げる」体験・体感/着地型 観光交流コンテンツを開発	行動計画 3 「稼げる観光商品」化を目指し個人客・グループ・団体客に向けた販売・誘客活動
○旅行会社と連携した商品の磨上げ ○旅行会社担当者によるモニターツアーの実施 ○県内・全国の山、アウトドア雑誌関係者の招請 ○商品化に向けた、販促ツールの作成		

基本方針 1	基本施策②	行動計画4～5 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築	基本施策 ② 市民と連携し、観光交流拠点を活用した「感じる。かま。」観光交流拠点モデルの形成	行動計画 4 廃校を活用した滞在型観光交流拠点「感じる。かま。」のモデル形成（体験/体感・食・宿泊・地域交流）
○旧足白小学校を拠点とした「体験・食・泊」の拠点づくり ○拠点のテーマづくりを目指すことで、嘉麻市の観光ブランド化（ボルダリング施設整備によるアウトドアの聖地づくり） ○地域資源を活かした、体験農園コンテンツの開発 ○周辺資源を活用した、サイクルツーリズムの開発とサイクリスト拠点としての整備 ○トレッキングの拠点としての受入環境の整備 ○「木」を活用した木育プログラムの開発 ○映画・芸術×自然をテーマとしたナイトシアター等の実施 ○周辺施設と連動した音楽イベントの実施 ○「道の駅うすい」と連動したアクセスの検討及び回遊性の向上 ○地域住民と協働した拠点の運用		
基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築	基本施策 ② 市民と連携し、観光交流拠点を活用した「感じる。かま。」観光交流拠点モデルの形成	行動計画 5 民泊・農泊による滞在型観光交流の推進（民泊・農泊から移住・定住へのモデル）
○嘉麻市型の民泊・農泊の推進に向けた支援策の検討 ○農業等の体験学習の商品化 ○短期～長期の民泊・農泊による農業等体験のモニター実施		

基本方針 1	基本施策③	行動計画 6 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 1 固有の風土・資源を活かし魅力あふれる「感じる。かま。」の構築	基本施策 ③ 農業・川・里山を活用した「食・農」観光交流コンテンツの策定	行動計画 6 嘉麻の自然の恵みを活かした「食のかま」、ご当地商品の開発
○嘉麻市特産品（お土産品）の開発とブランド化 ○ご当地メニューの開発による観光消費額の拡大 ○1次産業と協働による農業体験・収穫体験による「食のかま」PR ○「美味しい。かま。の食めぐり」着地型プログラム開発 ○ジビエ料理の開発検討、ブランド化		

基本方針2	基本施策④	行動計画7 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 2 地域人材・ネットワークを活かした「おもてなし嘉麻」の構築	基本施策 4 地域人材の発掘と市民間ネットワークによる「おもてなし嘉麻」の体制づくり	行動計画 7 着地型観光交流プログラムの開発に必要な人材及びワーキンググループの有効活用
○農商工及び観光に関わるメンバーによる「嘉麻ゴト」プロジェクトチームの立ち上げ ○「感じる。かま。」のプログラム開発に向けたワークショップの開催		

基本方針2	基本施策⑤	行動計画8 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 2 地域人材・ネットワークを活かした「おもてなし嘉麻」の構築	基本施策 5 地域の語り部ガイドの組織化と人材育成	行動計画 8 市民主体のまち歩きの開発・組織化 ガイド人材の育成
○地域の語り部ガイドの組織化、運用 ○物語性あるまち歩き（ガイド）商品の開発 ○ガイドの育成プログラムの作成		

基本方針3	基本施策⑥	行動計画9 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 3	基本施策 6	行動計画 9
嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の 効果的な情報発信	「感じる。かま。」の情報発信	「観光文化大使」等を活用した 県内外メディアによる情報発信
○観光文化大使を活用した「テレビ・ラジオ」での情報発信 ○「嘉麻ゴト」から生まれる「嘉麻のおもしろい」をマスメディアへ情報提供することで効果的な発信 ○「感じる。かま。」ブランドポスター・PR映像の作成		

基本方針3	基本施策⑦	行動計画10 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 3	基本施策 7	行動計画 10
嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の 効果的な情報発信	Web・SNSを活用した地域内情報の発信	Web・SNSを活用した 「ロコミ」プロモーションの実施
○Facebookを活用した情報発信プロモーションの実施 ○SNSを市民協働で発信する仕組みをつくることで、情報の深さを高め「嘉麻のおもしろさ」を引き出す ○YouTubeを活用した動画でのPR ○アマチュアカメラマン等による「チームかま」の組織化による写真を活用した「感じる。かま。」の発信 ○市民に向けてのSNS活用セミナーの実施		

基本方針3	基本施策⑧	行動計画11 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 3	基本施策 8	行動計画 11
嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の 効果的な情報発信	話題性あるイベントの実施	嘉麻特有の資源を活かし 「食」をテーマとした新たなイベントの実施
○鮭神社・日本酒蔵元を活用した「鮭×酒フェスタ」（仮）の実施 ○ブランド牛を活用した「肉×肉フェスタ」（仮）の実施 ○クラフトビールを活用した「オクトーバーフェスト」（仮）の実施		

基本方針3	基本施策⑧	行動計画12 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 3 嘉麻の魅力「おもしろい嘉麻」の 効果的な情報発信	基本施策 ⑧ 話題性あるイベントの実施	行動計画 12 嘉穂アルプス等の「山」「森」を活用した イベントの実施
○「アウトドアの聖地プロジェクト」として、アウトドアイベントの計画実行委員会の設置 ○「森」を活用した木育イベントの実施 ○サイクルツーリズム「ツールドKAMA」のイベント実施		

基本方針4	基本施策⑨	行動計画13 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 4 他地域連携による「つながる嘉麻」の環境整備及び国内外観光客の誘客	基本施策 ⑨ 周辺地域との連携によるテーマ型観光コンテンツの開発及び国内外からの誘客	行動計画 13 筑豊地域、朝倉地域とのテーマを共有した連携による観光交流体験プログラムの開発及びプロモーション
○国道322号八丁峠トンネルの開通による朝倉地域との広域連携による観光ルートの商品開発 ○外国人観光客の興味度が高い「フルーツ狩り」等のコンテンツを活かした朝倉地域との商品開発 ○国内外教育旅行、研修旅行等の商品 ○県広域事業の推進 ○国内・海外に向けた、パンフレット等の広域プロモーションツールの作成		

基本方針4	基本施策⑩	行動計画14 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 4 他地域連携による「つながる嘉麻」の環境整備及び国内外観光客の誘客	基本施策 ⑩ 外国人観光客の誘致	行動計画 14 2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据えたインバウンドによる交流人口拡大
○広域連携による外国人向け観光プログラム作成 ○海外に向けたプロモーション活動 ○欧米人に向けた「日本酒×歴史×農業体験」プログラムの開発 ○海外からの教育旅行等の誘客及び交流活動の実施		

基本方針4	基本施策⑪	行動計画15 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 4 他地域連携による「つながる嘉麻」の環境整備及び国内外観光客の誘客	基本施策 ⑪ 国内外観光客の利便性・回遊性向上に向けた受入環境整備	行動計画 15 国内外観光客の回遊性を高める2次交通アクセス、案内版等の環境整備
○観光客の回遊性を高める2次交通アクセスの検討 ○観光資源の整理を行い、案内サインを整備 ○嘉麻市へのアクセスルートの整理により、利便性を情報発信 ○回遊ルート・モデルルートを作成し、Webで配信及び観光拠点、案内所等での配布 ○多言語表記パンフレット・案内板・Web等の整備 ○主要拠点におけるWi-Fi環境の整備検討		

基本方針4	基本施策⑫	行動計画16 計画期間：平成29年度～平成33年度
基本方針 4 他地域連携による「つながる嘉麻」の環境整備及び国内外観光客の誘客	基本施策 ⑫ 歴史・自然の魅力を活かした観光拠点の拡大及び受入環境整備	行動計画 16 歴史・自然の資源を活かし、観光交流拠点と地域が一体となった観光の魅力拡大に向けての取組
○大隈周辺の歴史ゾーンの整備を検討 ○梅林公園他の公園の観光拠点としての整備検討 ○古処山を活用した「アスレチック」施設等の整備検討 ○道の駅うすい、カッホー馬古屏の魅力向上策の検討		

参考資料

1. 第1次アクションプランの検証

第1次基本計画の目標達成に向け、第1次アクションプランを制定し、46の具体的な実施を行った。

第1次アクションプランの取組事項

テーマ1「嘉麻市の知名度向上と観光を実践する魅力と意識づくり」

【基本方針1】 観光まちづくり、観光交流活動に対する市民意識の醸成

No	取組み事項	取組みの内容	実施時期					優先項目	主な実施機関	特記事項
			H24	H25	H26	H27	H28			
1	市民向け嘉麻市の魅力再発見ツアーの実施	観光まちづくりに対する市民意識の向上等を図るため、嘉麻市の魅力を再発見できるような市民向けの市内観光ツアーを実施する。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	観光まちづくり協議会	
2	着地型観光などをテーマにしたシンポジウムや研修会の開催	観光まちづくりの気運を高め、もてなしの心などを育むため、着地型観光やグリーンツーリズムなどをテーマとしたシンポジウムや研修会を開催する。	実施	⇒	⇒	⇒	⇒	◎	観光まちづくり協議会	
3	市民向け啓発冊子(ガイド本)の作成、配布	観光まちづくりや観光振興について、市民の理解や認識を深めてもらうため、市民向けの啓発冊子(ガイド本)を作成し、配布する。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	観光まちづくり協議会	
4	地域における観光リーダーの育成	協議会が行うワークショップ活動などをとおして地域における観光リーダーを発掘し、観光振興を持続していくための人材育成を図る。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	市(産業振興課) 観光まちづくり協議会	

(取組事項の検証)

凡例 ◎達成 ○ほぼ達成 △やや不十分 ×未着手(困難)

取組事項	成果・課題	達成状況
1	平成25年度より実施。(年1回) ⇒回数の増加が課題であり、一定の時間と回数をかける事で市民の意識向上を図る必要がある	○
2	平成25年度NHK「軍師官兵衛」に関わるシンポジウムを広域で開催。 ⇒持続的に歴史ストーリーをテーマとした受入の機運を高める。	◎
3	総合的なPR冊子を制作。 ⇒年度毎に発行。	◎
4	平成25・26年度高齢者を含む観光リーダー育成取組。 ⇒まち歩きガイドの人材確保・育成が大きな課題。	△

テーマ1 「嘉麻市の知名度向上と観光を実践する魅力と意識づくり」

【基本方針2】 観光目的地となる嘉麻市のブランドイメージの構築

No	取組み事項	取組みの内容	実施時期					優先項目	主な実施機関	特記事項
			H24	H25	H26	H27	H28			
5	嘉麻ブランド構築プランの策定及びブランド化の推進	嘉麻市の強みである豊かな自然や新鮮な農産物などをブランド化するための嘉麻ブランド構築プラン(仮称)を策定し、嘉麻ブランドの構築に向け計画的に取組みを推進する。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	市 (産業振興課)	
6	嘉麻ブランドをイメージさせる嘉麻市のキャッチコピーやオリジナルロゴタイプ制作	嘉麻市のブランドイメージを高めるようなキャッチコピーやオリジナルロゴタイプを制作し、嘉麻市産の商品などに活用する。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課)	
7	”工芸(クラフト)のまち かま”創出に向けた取組みの推進	嘉麻市の豊かな自然をイメージさせる”工芸のまち かま”の創出に向けて、市内に若手工芸家等を増やすための移住・育成支援策を講じ、”工芸のまち かま”創出の取組みを推進する。	—	検討	協議	実施	⇒	△	市 (産業振興課)	
8	嘉麻市のプロモーションビデオの制作及びネット配信	嘉麻市のブランドイメージを高めるようなプロモーションビデオを制作し、インターネットをとおして積極的に配信する。またプロモーションビデオ制作するにあたっては、コンテストの実施なども検討する。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	市 (産業振興課) 観光まちづくり協議会	
9	豊かな森林をイメージさせる間伐材等を活用した取組みの推進	間伐材などの嘉麻市産の森林資源を利用して乳幼児が使用する”ファーストスプーン”を製作し、市内の新生児へプレゼントする。また、お土産用として釜めしとセットで販売できるような”しゃもじ”を製作し、販売する。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	市 (農林整備課) 観光まちづくり協議会	

(取組事項の検証)

凡例 ◎達成 ○ほぼ達成 △やや不十分 ×未着手(困難)

取組事項	成果・課題	達成状況
5	平成25年度「嘉麻ブランド構築プラン」を策定。足白地区をモデル地区に指定 ⇒足白地区での今後の取組を継続。組織・人材を含めた運用が課題	○
6	非公式のロゴ、キャッチコピー案はあるが現状正式なものが無い。 ⇒今後、嘉麻ブランドの総合的な戦略構築が必要。	○
7	本格始動に至っていない。 ⇒空き家地活用等の総合的な整理が必要。	×
8	平成24年度実施。付加価値を高める方向で実施。 ⇒今後の継続と、付加価値を検討。	○
9	ファーストプレゼント事業として平成25年度から実施 ⇒更なる市民への啓発につなげる。	○

テーマ1「嘉麻市の知名度向上と観光を実践する魅力と意識づくり」

【基本方針3】 嘉麻市の話題を喚起する

No	取組み事項	取組みの内容	実施時期					優先項目	主な実施機関	特記事項
			H24	H25	H26	H27	H28			
10	メディア等を活用した嘉麻市フェスタの実施	ラジオやテレビ等のマスメディアを活用した嘉麻市のPRイベント(嘉麻市フェスタ)を開催し、嘉麻市の知名度UP及びイメージの浸透を図る。	実施	⇒	⇒			◎	市 (産業振興課)	H27以降の実施については、H26に検討する
11	釜めしの全国大会の開催	「嘉麻の釜めし」のご当地グルメ化の推進や嘉麻市の知名度向上を図るため、全国の有名な釜めしを集めての全国釜めし大会を開催する。	—	検討	協議	実施	⇒	△	実行委員会組織	
12	市内イベントへのご当地アイドルグループの活用	市内で開催される各種イベントの集客力UP及び話題を喚起するため、福岡等で活躍中のご当地アイドルグループを活用する。また、嘉麻市のPRを目的とするオリジナルご当地アイドルグループ(PR隊)の編成についても検討する。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	各イベント実行委員会組織	
13	嘉麻市マスコットキャラクター“かましちゃん”の利活用	ゆるキャラ総選挙で確定した嘉麻市のマスコットキャラクター“かましちゃん”を各種イベントなどに積極的に利活用することで、話題を喚起するとともに、嘉麻市の知名度UPを図る。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	市 (企画調整課、産業振興課)	
14	森の木琴イベントとの観光事業の共同開催	「森の木琴」の復刻祭的な催しに併せ、誘客につながるイベントを協同で開催する。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	イベント実行委員会組織	
15	嘉麻市の話題を喚起する各種イベントの開催	嘉麻市検定、各種コンテスト、パワースポット、林道を使った自転車競技など、嘉麻市特有のイベントを開催することで、話題を喚起し、誘客と市のPRを行う。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	イベント実行委員会組織	
16	観光文化大使や嘉麻市出身著名人の効果的な活用	観光文化大使であるおすぎ氏と原田らぶ子氏を活用するイベントに加え、嘉麻市出身の著名人を活用するイベントも企画し、話題を喚起する。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課)	

(取組事項の検証)

凡例 ◎達成 ○ほぼ達成 △やや不十分 ×未着手(困難)

取組事項	成果・課題	達成状況
10	平成24年度～平成26年度PRを強化(ラジオ・イベント等)。 ⇒観光大使の効果もあり、認知度向上に一定の成果が見られた。今後戦略的なPRが必要。	◎
11	実施に至らず。⇒今後、総合的な実施計画等の策定が必要。	×
12	「LINQ」をイベントで活用⇒一定の成果があつが、オリジナルアイドルの結成に至ってない。	○
13	PR等全般で使用。⇒認知度アップに一定の成果がみられた。今後、飽きの来ない仕掛けが必要。	◎
14	組織が存在していない。	×
15	テレビ・ラジオと連携した方法で話題喚起を行った。	◎
16	積極的に活用。	◎

テーマ2 「観光需要を呼び起こす、差別化できる商品・サービスづくり」

【基本方針4】 来訪ニーズにあった観光商品・サービスづくり

No	取組み事項	取組みの内容	実施時期					優先項目	主な実施機関	特記事項
			H24	H25	H26	H27	H28			
17	嘉麻版ツーリズムの開発及び商品化	観光資源の掘り起こしを行い、既存の観光資源とも結びつけ、嘉麻の魅力がたっぷりつまった着地型の観光商品を開発し、商品化を図る。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	観光まちづくり協議会	
18	トレッキングルートや森林セラピールートの整備	嘉穂アルプスや大法白馬山一帯などに、近年人気が高まっているトレッキングや森林セラピーのためのルートを開発・整備する。またルートの魅力UPのため、ルートガイド(案内人)の育成を図る。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	市 (産業振興課、農林整備課)	
19	古民家や小学校跡地等を活用した観光拠点施設づくりの推進	空き家となっている市内古民家に魅力的な店舗等を誘致することで、本市における観光拠点施設づくりを推進する。また、小学校跡地を活用した宿泊可能な観光拠点施設づくりについても検討する。	検討	協議	実施	⇒	⇒	◎	市 (産業振興課)	
20	地元食材を堪能できる農家レストラン等の整備、促進	大きな来訪動機となる食の魅力UPを図るため、嘉麻市の新鮮な地元食材を使った田舎料理等が楽しめる農家レストランの整備を図る。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課) 民間企業等	
21	特産品となり得るオリジナル料理や伝統料理コンテストの開催	特産品となりうる料理等の掘り起こしのため、嘉麻市産の食材を使ったオリジナル料理や嘉麻市の伝統料理などのコンテストを開催する。	—	検討	協議	実施	⇒	△	観光まちづくり協議会	
22	フォレストアドベンチャー(冒険の森)の整備	来訪者が、市の豊かな森林を遊びながら体感できるレジャー施設として、フォレストアドベンチャー(冒険の森)の整備を行う。また整備するにあたっては集客の面で相乗効果が期待できる既存施設周辺を基本に検討する。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課、農林整備課)	
23	後藤又兵衛や母里太兵衛など黒田武士をテーマにした展示紹介コーナーの新設	2014年のNHK大河ドラマの主人公が黒田官兵衛に決まったことで、本市に縁のある後藤又兵衛や母里太兵衛に注目を浴びることが期待されることから、後藤又兵衛や母里太兵衛などの黒田武士をテーマにした展示紹介コーナーを碓井郷土館に新設する。また、こうした人物等を紹介する資料等を作成し、嘉麻市の歴史や文化等を積極的にPRする。	検討	協議	実施	⇒	⇒	◎	市 (生涯学習課、産業振興課)	

(取組事項の検証)

凡例 ◎達成 ○ほぼ達成 △やや不十分 ×未着手(困難)

取組事項	成果・課題	達成状況
17	平成25年ワークショップを実施し、5つの体験プログラムを策定 ⇒運用に至っておらず、今後のマーケティング戦略が必要。	◎
18	トレッキングルート開発、人材育成は実施中。 ⇒17同様。運用の整備開発が必要。	△
19	本格的に協議進行中。 ⇒旧足白小学校を活用した拠点整備として考えられる。古民家利用については再考。	◎

20	協議に至っていない。 ⇒旧足白小学校を活用した拠点整備として考えられる。	×
21	平成25年に「嘉麻の釜めしの素」を活用したコンテストを実施。 ⇒具体的な運用に至っていない。	○
22	⇒具体的な運用に至っていない。協議が必要・	×
23	「軍師官兵衛」福岡プロジェクト協議会と連携しPRを実施。 ⇒終了後の活用ができていない。	○

テーマ2 「観光需要を呼び起こす、差別化できる商品・サービスづくり」

【基本方針4】 来訪ニーズにあった観光商品・サービスづくり

No	取組み事項	取組みの内容	実施時期					優先項目	主な実施機関	特記事項
			H24	H25	H26	H27	H28			
24	嘉麻の釜めしのご当地グルメ化の推進	嘉麻の釜めしを特産品化するため、嘉麻の釜めしの素の販売促進とあわせて、嘉麻の釜めしを提供できる飲食店を増やすなどして、嘉麻の釜めしのご当地メニュー化を推進する。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	観光まちづくり協議会	
25	イノシシ肉やシカ肉等を使った特産品の開発	有害鳥獣のイノシシ肉やシカ肉等を使っての加工品やレシピなどを開発し、市の特産品として商品化を進める。	実施	⇒	⇒	⇒	⇒	◎	観光まちづくり協議会	本格的な商品化については、H25のテスト販売等を踏まえたうえでH26に協議を行う。

(取組事項の検証)

凡例 ◎達成 ○ほぼ達成 △やや不十分 ×未着手（困難）

取組事項	成果・課題	達成状況
24	道の駅等で販売、提供。 ⇒嘉麻市全体としての取組ができておらず、今後の課題とされる。	○
25	試作品等実施。 ⇒処理施設等の課題を検討する必要がある。	○

テーマ2 「観光需要を呼び起こす、差別化できる商品・サービスづくり」

【基本方針5】 周辺市町村との連携による広域観光商品づくり

No	取組み事項	取組みの内容	実施時期					優先項目	主な実施機関	特記事項
			H24	H25	H26	H27	H28			
26	広域的機関での広域観光振興策の検討	筑豊地域観光協議会や嘉飯都市圏活性化推進会議などの広域的機関において、筑豊地域エリアの広域観光振興策について協議検討を行う。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課、企画調整課) 筑豊地域観光協議会など	
27	周辺市町村と連携して広域観光モデルルートの開発及び商品化	八丁峠など国道322号線と国道211号線で隣接する市町村で融合する観光ルート等を共同で開発し、商品化をめざす。	—	検討	協議	実施	⇒	△	市 (産業振興課) 筑豊地域観光協議会など	
28	周辺市町村と連携して共同イベントの開催	周辺市町村との観光イベントを共同開催し、話題を喚起することで、筑豊エリアへの誘客の増大を図る。	—	検討	協議	実施	⇒	△	市 (産業振興課) 筑豊地域観光協議会など	
29	旅行者へのツアー誘致に向けた広域的営業活動	筑豊地域へのツアー誘致に向け、周辺市町村と協力して旅行代理店等への営業活動を積極的に展開する。	—	検討	協議	実施	⇒	△	市 (産業振興課) 筑豊地域観光協議会など	

(取組事項の検証)

凡例 ◎達成 ○ほぼ達成 △やや不十分 ×未着手(困難)

取組事項	成果・課題	達成状況
26	筑豊の産業革命遺産として広域で協議。 ⇒平成27、28年度、嘉麻市が事務局担当。今後、広域ルート等の開発が必要。	○
27	朝倉広域観光協会との連携を協議中。 ⇒フルーツ狩り等のテーマ性ある連携による広域誘客が重要。	○
28	広域協議会で検討中。	△
29	福岡県と連携した筑豊エリア広域観光振興策等を検討中。 ⇒広域観光ルートの調整・整備。	△

テーマ2 「観光需要を呼び起こす、差別化できる商品・サービスづくり」

【基本方針6】 来訪者に届く観光情報の発信・提供

No	取組み事項	取組みの内容	実施時期					優先項目	主な実施機関	特記事項
			H24	H25	H26	H27	H28			
30	観光情報に特化した観光ポータルサイトの制作及び運用	市の観光情報に特化したホームページ(観光ポータルサイト)を制作し、インターネットをとおして観光情報を効果的に発信する。また観光ポータルサイトでは、近年、利用者が急増しているフェイスブックなどのSNSも活用して情報発信を行う。	実施	⇒	⇒	⇒	⇒	◎	市 (産業振興課) 観光まちづくり協議会	
31	道の駅うすいやカッホー馬古屏などにおける情報発信機能の充実、強化	「道の駅うすい」や「カッホー馬古屏」など主要観光施設における情報提供コーナーのコンテンツを充実するなどして、観光情報提供機能の充実・強化を図る。また主要観光施設の情報通信環境を向上させるため、Wi-Fiスポットの整備などを推進する。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	市 (産業振興課)	
32	嘉麻市物産フェアの開催及び期間限定のアンテナショップの設置	本市観光振興策のターゲットとしている福岡市・北九州市都市圏で嘉麻市の物産品等を紹介・販売する物産フェアを開催する。また両都市圏の商業施設等で期間限定のアンテナショップの設置について検討する。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課)	
33	旅行情報誌や地域情報誌(フリーペーパー)担当者向けの招待ツアーの実施	旅行情報誌や地域情報誌(フリーペーパー)の担当者向けの嘉麻市の魅力紹介ツアーなどを定期的に開催し、旅行情報誌などで嘉麻市を取り上げてもらう機会を増やす。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	観光まちづくり協議会	
34	来訪者にとってわかりやすい標識や案内板、観光マップの設置	来訪者が迷わずに市内観光やまち歩き、トレッキング等をできるように、来訪者にとってわかりやすい標識や案内板等を整備するとともに、観光マップを作成し、市内拠点施設等に配備する。また、標識等を整備するにあたっては、合併前に整備した既存サインの見直しについても検討する。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課、企画調整課)	

(取組事項の検証)

凡例 ◎達成 ○ほぼ達成 △やや不十分 ×未着手(困難)

取組事項	成果・課題	達成状況
30	平成24年度から実施 Facebook登録者約800人。 ⇒持続的な運用とSNSを活用した情報発信の運用構築が必要。	○
31	「道の駅うすい」フリーWi-Fiスポットを設置。 ⇒今後、観光拠点でのスポット拡大が必要。外国人受入時に必要となる。	◎
32	具体的な進展に至っていない。 ⇒6次化、物産資源の開発とブランディングの構築が必要。戦略構築が必要。	△
33	平成26年の放送に伴い、旅行関係者を招請。以降の情報提供に至っていない。 ⇒歴史素材としての整理が必要。	○
34	3カ所に案内板、市内16カ所に顔ハメパネルを設置。「まち歩きマップ」を関係施設で配布。	◎

テーマ3 「観光を持続させていくための基盤づくり」

【基本方針7】 観光需要に対する供給システム(産業化)づくり

No	取組み事項	取組みの内容	実施時期					優先項目	主な実施機関	特記事項
			H24	H25	H26	H27	H28			
35	機能的なプラットフォーム組織の整備	観光産業が根付いてない嘉麻市に観光産業を構築していくには、観光ニーズと観光サービス提供者の間の仲介できるプラットフォーム組織が必要不可欠なため、機能的なプラットフォーム組織を整備する。	検討	実施	⇒	⇒	⇒	◎	市 (産業振興課) 観光まちづくり協議会など	
36	観光アドバイザー等の活用	観光産業の構築に向け、国の支援制度等を利用して専門の観光アドバイザー等の派遣を受け、活用を図る。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課) 商工団体など	
37	プラットフォーム組織による観光サービス提供者への支援	観光産業の構築に向け、整備したプラットフォーム組織による観光サービス提供者への支援及び助言等を行う。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	プラットフォーム組織	
38	観光産業を構築・育成するための助成支援制度の検討及び構築	観光産業を構築・育成するために観光サービス提供者や観光拠点施設整備者を対象とした助成・支援制度を検討し、必要な助成・支援制度を構築する。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課)	
39	特産品開発補助金の見直し	あまり利用されていない既存の特産品開発補助金制度について、問題点等を検証し、効果的で活用しやすい制度に見直す。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課)	
40	道の駅うすい、カッホー馬古屏など直売所施設の活性化	本市の主要観光施設である道の駅うすい、カッホー馬古屏及び山田活性化センターの直売所施設については、近年、集客数が伸び悩んでいる状況などを踏まえ、魅力向上のための活性化プランを施設単位で策定し、施設への集客力向上を図る。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	市 (産業振興課) 直売所施設管理運営団体	

(取組事項の検証)

凡例 ◎達成 ○ほぼ達成 △やや不十分 ×未着手(困難)

取組事項	成果・課題	達成状況
35	嘉麻市観光まちづくり協会を設立。	◎
36	実施に至っていない。 ⇒足白エリアの拠点化において、外部人材の登用が課題となる。	×
37	具体的な進展に至っていない。 ⇒今後の取組。	×
38	今後検討。	×
39	平成26年度より実施。 ⇒予算が限定的であることから仕組みの検討が必要。	△
40	平成25年度から活性化プランにより実施。 ⇒嘉麻市全体の戦略構想を踏まえた、拠点の在り方検討が必要。	△

テーマ3 「観光を持続させていくための基盤づくり」

【基本方針8】 市民のおもてなしの心づくり

No	取組み事項	取組みの内容	実施時期					優先項目	主な実施機関	特記事項
			H24	H25	H26	H27	H28			
41	市民観光サポーター制度の構築及び運用	既に先進観光地等で運用されているボランティアの市民観光サポーター制度について、調査研究を行い、嘉麻市版の市民観光サポーター制度を構築し、運用を図る。	検討	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課)	
42	観光関連産業従事者向けの”おもてなしの心育成塾”の開催	来訪者をもてなす心づくり(ホスピタリティの醸成)を目的として、市内観光関連産業従事者向けの研修会”おもてなしの心育成塾”を創設・開催する。	協議	実施	⇒	⇒	⇒	◎	観光まちづくり協議会	

(取組事項の検証)

凡例 ○達成 △ほぼ達成 △やや不十分 ×未着手(困難)

取組事項	成果・課題	達成状況
41 サポーター制度構築に至っていない。		×
42 平成26年度より実施。 ⇒継続的な実施が必要。今後は、外国人受入に係るセミナー等も重要となる。		○

テーマ3 「観光を持続させていくための基盤づくり」

【基本方針9】 市民生活と連動した観光まちづくりの推進

No	取組み事項	取組みの内容	実施時期					優先項目	主な実施機関	特記事項
			H24	H25	H26	H27	H28			
43	耕作放棄地等を利用した市民農園等の整備	問題化している耕作放棄地等を利用して、市外の人も利用できる市民農園や農業体験農園を整備し、土と触れ合う田舎暮らし(スローライフ)の良さを感じてもらう。	—	協議	実施	⇒	⇒	○	市 (産業振興課)	
44	自然の環境保全活動、清掃活動の推進	市民提案型補助金制度等を活用して、市の大きな魅力である自然の環境保全や公の施設の美化運動等を推進する。	実施	⇒	⇒	⇒	⇒	◎	市民団体など	
45	観光施設のバリアフリー化の推進	来訪者や市民にとって利用しやすい施設となるよう、バリアフリー化の進んでいない施設については、計画的にバリアフリー化を推進する。	—	検討	協議	実施	⇒	△	市 (各施設所管課)	
46	来訪者が移動しやすい公共交通機関網の検討、整備	来訪者が移動しやすい公共交通機関網について、調査・研究を行い、可能なものから段階的に公共交通機関網の整備又は見直しを図る。	検討	⇒	協議	実施	⇒	○	市 (総務課)	平成25年度に専門部署を新設する予定

(取組事項の検証)

凡例

◎達成

○ほぼ達成

△やや不十分

×未着手（困難）

取組事項	成果・課題	達成状況
43	協議検討に至っていない。	×
44	観光まちづくりに携わる団体が通年を通して取り組んでいる。 ⇒活動団体の増加と市民の意識向上策が重要であり、継続的な活動支援策等も必要。	◎
45	一部の施設でバリアフリー化を進めている ⇒今後の取組が課題。	◎
46	今後検討。	×

2. 嘉麻市観光資源マップ

