

平成 27 年度 一般社団法人 島原半島観光連盟事業報告

平成 27 年度は、前年策定した島原半島観光振興計画に基づき事業を実施いたしました。

島原半島観光連盟の柱となるプロモーションにおいては、福岡・熊本方面に向け島原半島の旬の情報をテレビやラジオ、雑誌等各種媒体を利用して発信いたしました。

誘客事業についても、島原半島が誇る温泉やジオパークをはじめ、新たな素材として南島原オルレコースや原城跡などの世界遺産候補に関するパンフレット等を新調し、修学旅行誘致やインバウンド誘致に向け積極的なセールスを展開いたしました。また、体験型観光についても、ちくわ作り体験など新しいメニューを加えるとともに、和ろうそく絵付け体験などについても、内容のより一層の充実に努めました。

また、懸案であります島原半島の周遊性の向上対策として、半島内の観光スポットにスマートフォンアプリを使った観光情報アプリ「まるまる島原半島」を、長崎県と協働して設置いたしました。また、脆弱な 2 次交通対策として、島原半島内の発地から世界遺産候補地を巡り自由に着地へと廻ることができる交通手段となるよう、有馬キリシタン遺産記念館や原城跡などで研修を行い、歴史に詳しいタクシードライバーを養成し「世界遺産を巡るタクシープラン」としてスタートいたしました。また、増加する外国人観光客向けには、鉄道・フェリー・バスの乗り換え等の利便性向上を目的として、各主要駅・ターミナルにおける案内板表示の日・英・中・韓の 4 か国語化を進めました。

広域連携としての取り組みは、有明・島原地域観光連携事業において、大阪・福岡都市圏でのイベントにて有明海沿岸周遊ルートの周知に努め、また雲仙天草観光圏事業では、両地域が有する、世界遺産候補地やオルレなどの観光素材を国内外のエージェントに向けて積極的にセールスいたしました。結果として、本年 10 月に予定される長崎デスティネーションキャンペーンの嚆矢となる、JR とのタイアップ商品「A 列車で行こう 有明海周遊 世界文化遺産」の旅の商品化につながり、目的である新たな観光ルート化による魅力の創出をすることができました。なお当デスティネーションキャンペーンについては、博多駅前での合同イベントに、島原半島 3 市を調整し出展を行うとともに、関係エージェントの事前視察にも積極的に取り組みました。

食の魅力発信の場である「島原半島ジオ・マルシェ」も年 4 回開催いたしました。秋の特大ジオ・マルシェにおいては、2 日間にわたり開催し、旬の味覚や長いちくわ焼きコーナーなどに非常に多くの来場者が訪れました。看板等整備についても、引き続き取り組み世界遺産候補やジオサイトへの誘導案内看板等の板面の張り替えや新設などを行いました。

◎戦略プロモーションの展開

○島原半島を広く総合的にPRするにあたって各種プロモーションを実施。

・福岡向けプロモーション

最大のターゲットである福岡県下に向けて、テレビ・雑誌・インターネット等をミックスし、新しい切り口による島原半島を情報発信した。

・熊本向けプロモーション

FMKを使ったラジオ放送を一年通して行い、熊本県及び周辺地域への島原半島の観光・イベント情報の発信を行った。また、熊本市上通りパルコ前電光掲示板「ワオ・ビジョン」を利用した街頭放送を行い、島原半島の魅力を熊本市民に向け情報発信した。

・県内向けプロモーション

島原市出身の宮崎香蓮をイメージガールとして引き続き起用し、ポスターや印刷物等によるPRを行った。また、地元コミュニティFM「FMしまばら」でのラジオプロモーションを通年で行った。なお、長崎新聞や県内地域観光情報誌への取材協力等も積極的に行い、県内各エリアからの誘客を図った。

・観光素材の作成及び各種媒体を使った情報発信

総合パンフレット「旅びより」のリニューアルやペーパーバックの製作を行い宣伝・PRに取り組んだ。

総合パンフレット「旅びより」リニューアル

30,000部

ペーパーバックの製作

3,000部



◎着地型観光の推進

○商品の造成

・夏向きの体験メニューをピックアップ。大手旅行代理店の旅行商品としてパンフレット化した。

○JR・島鉄等タイアップ

・JRウォーキングへの協力と「JR長崎佐賀の旅」「A列



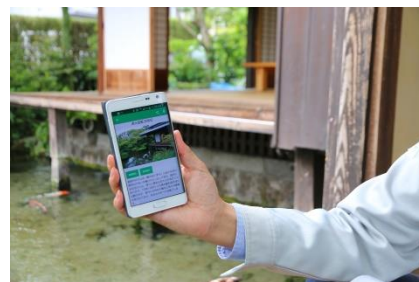
車で行こう」への広告を行い島原半島の魅力発信と誘客を行った。

○情報発信インフラ整備

- ・観光施設やジオサイトなど島原半島内の78箇所に情報発信端末「ibeacon」を設置。その場所に来ないと得られない着地情報を発信し周遊性を高めた。

○体験型観光の推進

- ・ちくわ焼き体験などの新しいメニューにも取り組んだ。体験プログラム特別企画には、7プログラム全11回開催。延べ参加人数239名。



◎ジオ・マルシェ開催事業

○ジオ・マルシェの開催

- ・島原半島内で生産されている「こだわり」商品による「ジオ・マルシェ」を5月、9月、10月、3月に開催した。開催回数：4回、延べ出展：202店舗、延べ来場者：68,500名、売上合計：13,099千円

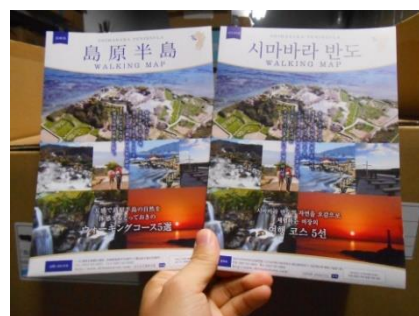


◎ジオパーク・世界遺産受入整備

○ジオパークや世界遺産候補地への、円滑な誘導と現地での分かりやすい情報収集につながる看板整備を行った。

また、新たな観光素材である九州オルレ南島原コースの認定にともない、2か国語でのパンフレット作成やコースの整備等を行った。

- ・島原半島ジオパーク誘導案内板：9基
設置場所：（雲仙市）諏訪の池2カ所、田代原トレイルセンター
（島原市）千本木展望所、われん川、長浜海岸
（南島原市）旧大木場小学校被災校舎3カ所
- ・島原半島ジオパーク多国語解説版板面張り替え：4基
（島原市）秩父が浦公園、われん川
（南島原市）旧大木場小学校被災校舎
土石流被災家屋保存公園



- 世界遺産誘導案内板：3基
設置場所：(雲仙市) 雲仙市札ノ原、国見郵便局前
(島原市) がまだすロード (島原南インターチェンジ)
- 島原半島ウォーキングパンフレット
日本語版：10,000部
ハングル版：5,000部
- 九州オルレ南島原コースオープニングイベント
日時：平成27年11月22日(日)
参加者：約400名



◎誘客事業

○修学旅行誘致対策事業

- 島原半島への修学旅行誘致の拡大を目的に島原半島3市各観光協会、ホテル・旅館及び観光関連施設等の関係者で構成する修学旅行誘致部会において鹿児島県(156校)大分県(182校)、福岡県(248校)への誘致活動を実施。また、長崎県観光連盟主催の修学旅行誘致事業(関東)にも同行し誘致を行った。



○インバウンド誘致対策

- FIT 指向の強い韓国に向けては、プロガー招へいを行い情報発信に努めるとともに、旅行ルートの提案イベントをネット上で展開するなど新しい取り組みを行った。また、台湾・香港については、大手旅行代理店へのセールスを積極的に行った。



◎広域連携事業

○雲仙天草観光圏整備事業

- 島原半島地域と天草地域と共同で、インバウンド対策や教育旅行コンサルタントを活用した教育旅行誘致事業等を行い、熊本駅を起終点とした島原半島と天草諸島の周遊観光の確立を図った。



○有明・島原地域観光連携事業

- ・熊本県北部の玉名地域振興局管内の市町と大牟田市、島原半島地域が連携して観光振興を図る有明・島原地域観光連携会議により、大阪や福岡でのイベントにおいて当該地域をPRした。



◎体験プログラム受け入れ事業

- ・修学旅行生を中心に、島原半島での農業体験などプログラムを実施した。

体験プログラム実施数：7,823人

(内修学旅行：5,087人)

- ・体験リーフレット作成：4,000部作製
- ・着地型観光推進
九州産交バス・ぶりツアー様「和ろうそくに絵付け体験」
13回開催 649人



上記事業を実施するため、下記の補助金等を活用した。

○ 長崎県21世紀まちづくり総合補助金

- ・戦略的プロモーションの展開
- ・ジオパーク世界遺産受入整備事業

○ 長崎県半島振興広域連携促進事業補助金

- ・情報発信インフラ整備

○ VISITあまくさ・しまばらプロジェクト推進事業補助金

- ・多国語化・標記改修