

まちのキラリにつながる提言

町の魅力をアピール

町を売り出そう(売り込もう) / 体験型観光の推進

年齢や性別などに応じたきめ細やかで効果的な情報提供、PR活動の強化と工夫が不可欠。

現状課題

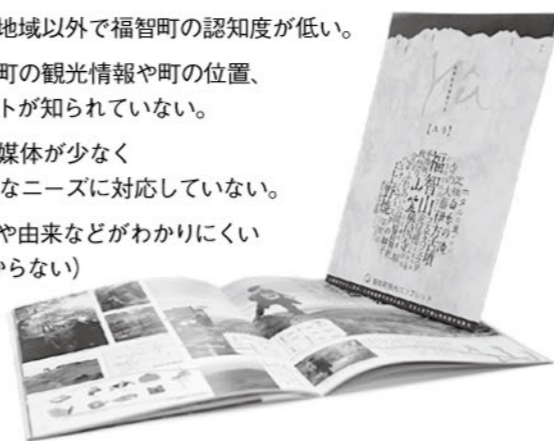
合併後間もないからなのか、福智町の認知度は、かなり低いと言わざるを得ません。上野焼は知っていても町の名前が言えない。定禅寺の藤の花は知っているが、旧町の名前すら認知されていないなど、観光資源と町の名称が関連づけられていないのが現状です。いくらすぐれた観光資源が揃っていても、何も情報がないところに人は集まりません。福智町の魅力をアピールするためには、PR活動の強化・工夫が必要となるのです。

今後の施策

1 町を売り出そう(売り込もう) より効果的に福智町を発信するためには、年齢や性別などに応じたきめ細やかな情報提供が必要です。訪れるかたが選択しやすいものを基本に、発信する広報媒体の特性を考慮しなければなりません。また、公募企画ものや町外PRイベントなど積極的な事業推進が必要です。

課題に掲げられた項目

- ▶ 田川地域以外で福智町の認知度が低い。
- ▶ 福智町の観光情報や町の位置、ルートが知られていない。
- ▶ 広報媒体が少なく多様なニーズに対応していない。
- ▶ 案内や由来などがわかりにくい(わからない)など



- 観光ガイドブック▼誰にも見やすく分かりやすく、どんなニーズにも対応できるように、あらゆる分野の情報を掲載する。(アクセス・ルート・グルメ・宿・年間情報など)
- 散策マップ▼季節ごとの見所を盛り込んだ分かりやすくルート設定された散策マップを作製する。(ゾーン別など)
- ポスター▼町内出身の有名人を起用した観光ポスター制作のほか、原案を公募企画により集めることにより、町の観光情報発信にもつながるポスター制作事業。
- キャッチコピー▼町の観光をイメージしたキャッチコピーを公募して活用する。
- キャラクター▼町の観光をイメージしたキャラクターや着ぐるみなどを製作する。
- インターネット▼役場公式ホームページの観光コンテンツの充実やメールマガジンを発行。リンク先の充実。
- その他▼テレビ・映画のロケ誘致などマス



メディアの有効活用。平筑など公共交通機関の中吊り広告、車両ラッピングの実施。
■ PRイベント▼福岡・北九州都市圏をターゲットとしたモニターツアーや、民間企業が行うイベントの誘致など。

2 体験型観光の推進

体験型観光では、観光客と町民の間に交流が生まれ、地域住民のコミュニティ活動の活性化や高齢者の生きがい対策など、まちづくりのきっかけにもなります。今までの通過型観光では観光客と町民の交流はほとんどありませんでしたが、体験型観光では、隠れた名所や地元しか知らない特産品、由来など、直接話しを聞く体験型観光により、より深く印象付けられます。人はただ見て通り過ぎるより誰かに説明してもらった方が記憶に残りますし、さらに自分で体験した方が、より鮮明に記憶されるものです。その特性を利用し、現在小規模で行っている上野焼体験や、サツマイモ作り・枝豆の収穫などの農業体験を、随時多人数での受け入れも出来るよう関係団体と協力し、企画拡充することが必要です。また、その体験により福智町の良さが広がっていくことも予想され、口コミでのPR効果も期待できます。

まちのキラリにつながる提言

観光団体の組織化

観光ボランティアガイド組織化 / 観光協会設立と協働推進

現状課題

案内板が少なく、交通機関道路・駐車場等の整備も遅れているため、はじめて福智町に訪れても正確な情報を得なければ行動できない状態です。役場のほかふれあい交流会館・各温泉施設等に、見所や観光スポットなどを紹介したパンフレットを配備していますが、観光案内への問い合わせなど、それぞれが各々で対応しているため、情報伝達が統一されず、詳細が分かりづらいこともあります。このように情報・伝達をひとつ取ってみても、観光

今後の施策

客の多様なニーズに対応しうるためには、事業実施の統括的組織、関係事業者等の連携、情報の共有化を図ることが重要です。

観光客の多様なニーズに対応するには、統括的組織、関係事業者の連携、情報共有が重要。

1 観光ボランティアガイドの組織化 観光客にはありきたりな観光地の説明ではなく、もっと深く知識を得たい、新しい発見をしたい、というニーズがあります。その対応には、観光客の滞在時間を伸ばし、さらにリピーターを増やすためのガイドの存在が重要です。

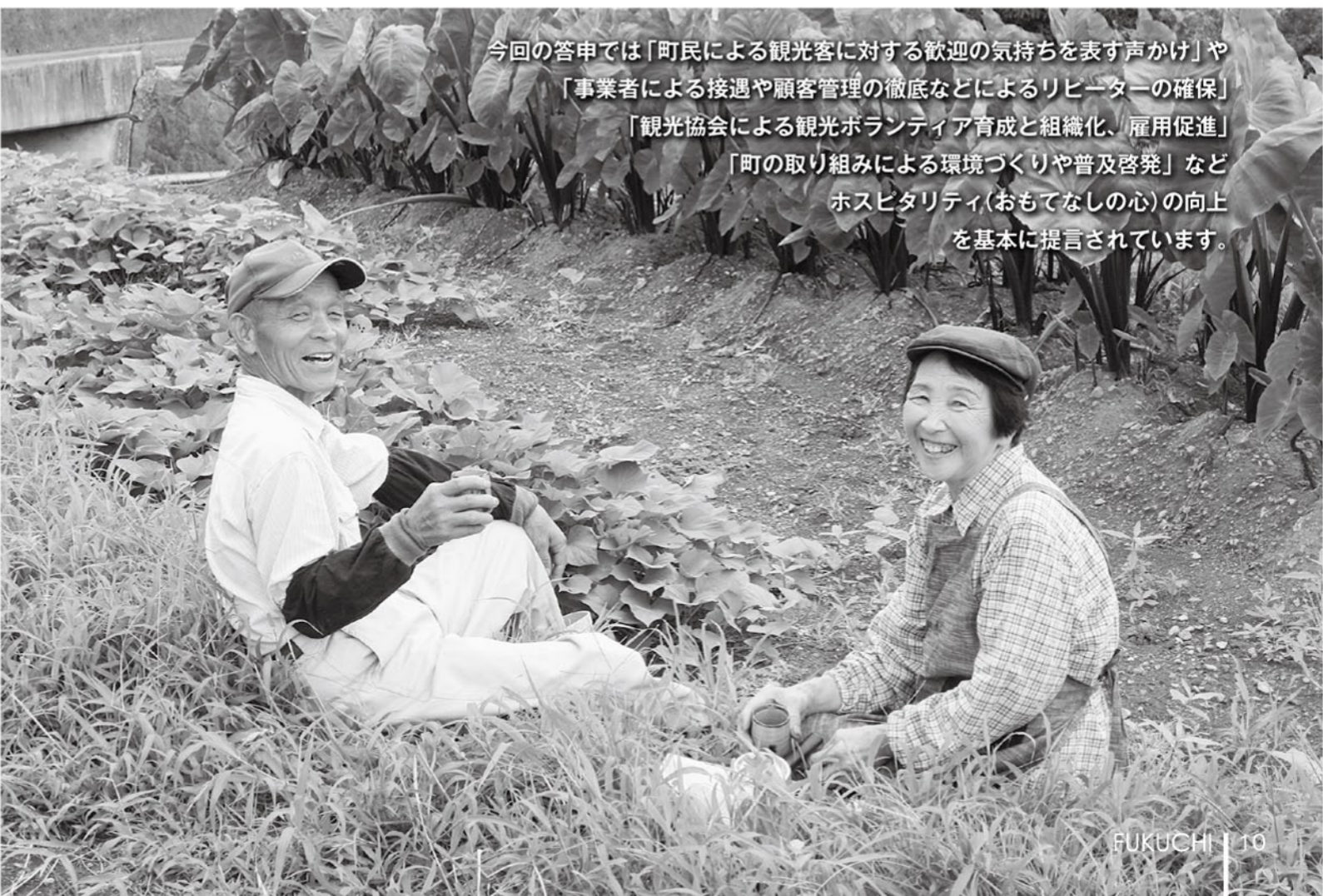
近年では「観光ボランティアガイド」組織を利用したエコツアーの人氣が高まっています。郷土史研究者、学識者など、史実や自然等に精通した方々の存在も忘れてはなりません。その人的資源を観光面から活かすためには、観光ガイド養成講座(仮称)を開設し、将来的な組織づくりを目的とした人材育成事業も必要です。観光客との新しい出会いを通じた地域活性化策として実現して欲しいものです。

3 ホスピタリティ向上にむけて

観光は、見たり、体験するだけでなく、地域住民とのふれあいも大きな要素であり、町の印象にもつながります。本町の観光振興にとって、関係者はもとより、地域住民のホスピタリティ意識(おもてなしの心)の向上がますます重要となっています。すべての観光客を町全体であたたかく迎えるためには、町民、事業者、観光協会の観光振興の担い手がそれぞれの役割分担に基づき行動指針の取り組みを進め、町はこれら担い手との協働により、ホスピタリティあふれる観光地づくりを目指さなければなりません。

課題に掲げられた項目

- ▶ 観光スポットを訪れても、由来などの案内文がない。(または分かりづらい)
- ▶ 観光情報が統一されていないため、情報にばらつき(最新さ)がある。
- ▶ ガイドする人がいれば、もっと魅力的な観光スポットが増える。
- ▶ 宿泊する施設が少ない。
- ▶ 観光案内所がない。
- ▶ 滞在時間が短い。
- ▶ 行政、事業者、関係団体等を結ぶ組織づくりが必要。など



今回の答申では「町民による観光客に対する歓迎の気持ちを表す声かけ」や「事業者による接客や顧客管理の徹底などによるリピーターの確保」「観光協会による観光ボランティア育成と組織化、雇用促進」「町の取り組みによる環境づくりや普及啓発」などホスピタリティ(おもてなしの心)の向上を基本に提言されています。