



新宮町観光アクションプラン

海・山・街へ

人を呼び込み 共に楽しむ

集客・交流のまちづくり新宮

平成26年4月

新宮町



新宮町観光アクションプラン

第1章◇新宮町観光アクションプラン策定の概要

(1) 策定の背景	3
(2) 策定の目的	3
(3) 新宮町観光アクションプランの位置づけ	4

第2章◇新宮町のエリア別資源整理

(1) 新宮町の集客・交流エリア区分	5
◆相島・海岸周辺エリア	6
◆立花山周辺エリア	7
◆住宅地・3号線沿い・商工業周辺エリア	8

第3章◇新宮町観光アクションプラン

(1) 基本理念	9
(2) 施策体系	10
(3) 具体的な観光アクションプラン	11～19
(4) 観光アクションプランの実施体制	20
(5) 観光アクションプランの実施スケジュール	21
(6) 重点事業の推進	22～25

第4章◇新宮町おもてなし協会(仮称)の設立にむけて

(1) 地域づくりプラットフォーム(DMC)の必要性	26
(2) 新宮町おもてなし協会(仮称)の事業項目・位置づけ	27
(3) 新宮町おもてなし協会(仮称)の設立ステップ	28

巻末資料	29～35
------	-------

第1章 新宮町観光アクションプラン策定の概要

(1) 策定の背景

我が国では、人々のライフスタイル(個人の生活の仕方、生き方)の変化にともない、これまでの「物の豊かさ」を求める生活から、「心の豊かさ」を求める生活へと趣向が変化してきています。

人々の価値観は多様化し、個性や感性を重視した生活や趣味を楽しむ人々が増えてきています。

観光分野においては、従来の団体ツアーなどに見られた物見遊山型の観光から、目的地特有の食文化や体験を求める傾向が強くなってきています。また、目的地の人々との交流を楽しむなど、その地域を深く知ろうとする個人旅行スタイルの観光(観光の大衆化＝マスツーリング)へと変化しつつあります。

このように観光のニーズが多様化する時代を迎えた中で、観光客をはじめ、仕事・通学・買い物など様々な目的でその地域に訪れ、一時的に滞在する人々をビジターズ(来訪者)ととらえ、これらビジターズに関わる全ての産業を、「ビジターズ・インダストリー」と称し、振興する動きが活発になって来ております。

「ビジターズ・インダストリー」とは、多くの人々に地域に来ていただき、滞在していただくための各種商品やサービス・情報発信などの、あらゆる産業のことを指し、具体的には、観光・買物・食事・娯楽・宿泊などのほか、来訪者の目的によっては、文化・スポーツ・アミューズメント・研究・教育・情報メディアといった産業が該当すると考えられます。

地域の特性や地域資源を活かした、いわゆる“集客・交流のまちづくり”の取り組みは、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の拡大も期待できることから、地域活性化の起爆剤として注目されています。

(2) 策定の目的

本観光アクションプランは、このような環境変化に柔軟に対応していくため、本町の特性・地域資源を最大限に活用し、“集客交流のまちづくり”を目指して行くために策定するものです。

本町は、平成18(2006)年度から中心市街地整備事業(沖田・緑ヶ浜地区)に着手し、平成22(2010)年3月には、JR新宮中央駅の開業・運転を開始しました。JR新宮中央駅周辺には新たな大型マンションの建設が相次ぎ、多様な大型商業施設などもオープンし、町内外より多くの来訪者や新たな定住者が増え、注目度も高くなっております。

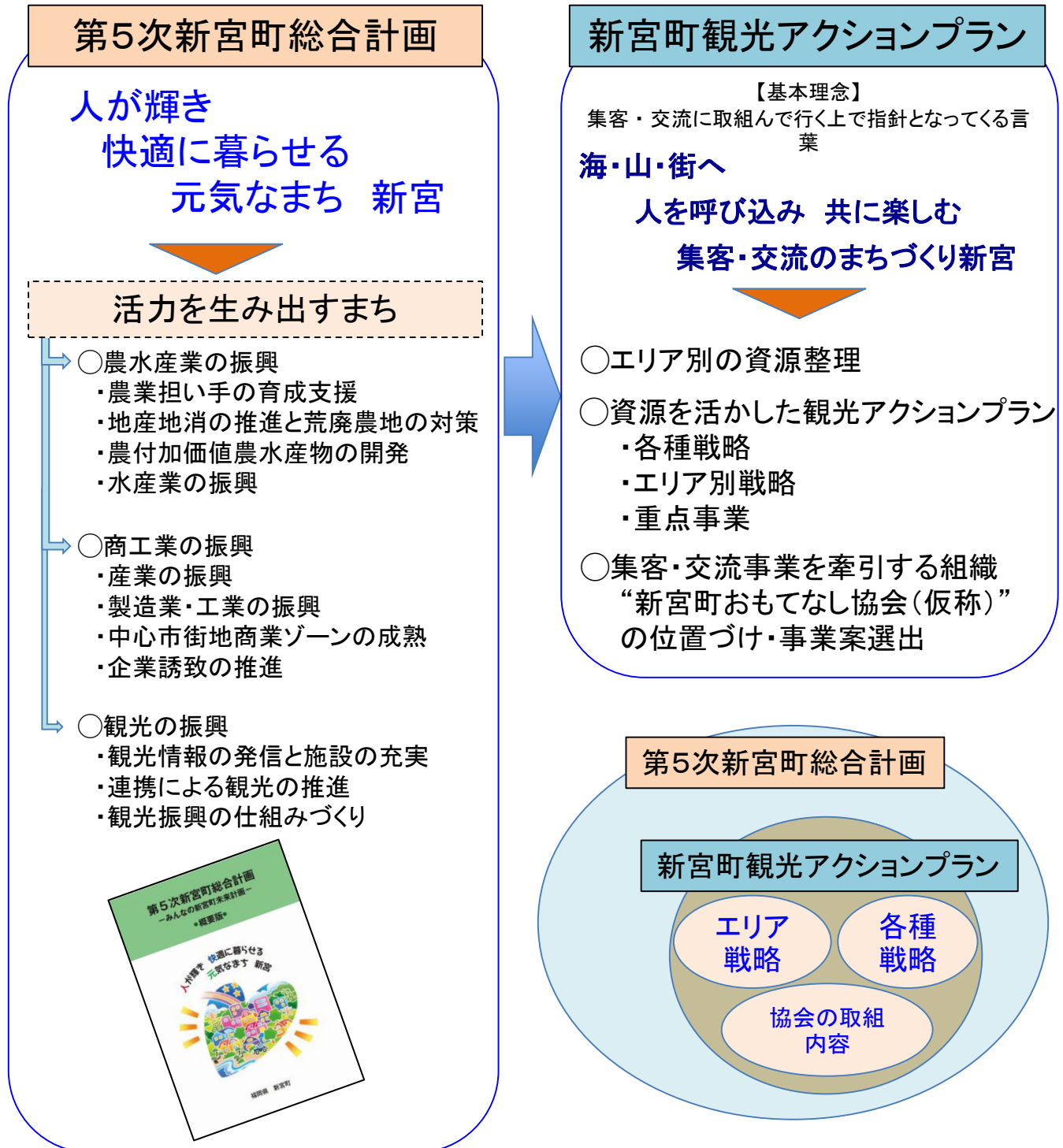
様々な環境変化の中、本観光アクションプランを、行政や商工会のみならず、住民や各種団体、企業や事業者などと共同した、“集客・交流のまちづくり”を推進していくための指針とするために策定します。

また、本町の“集客・交流のまちづくり”を牽引して行く組織としての、“新宮町おもてなし協会(仮称)”の指針とするために策定します。

本構想を着実に推進する事で『第5次新宮町総合計画』で示した、本町の将来像『人が輝き 快適に暮らせる 元気なまち 新宮』を実現していくものとします。

(3) 新宮町観光アクションプランの位置づけ

本観光アクションプランは、『第5次新宮町総合計画』における9つの施策大綱の一つ「活力を生み出すまち」を、観光及び集客・交流の視点から捉え、その振興を図るための指針となる最上位計画として位置づけます。この観光アクションプランにおいて、観光及び集客・交流の将来像を描き、各種施策を体系的に整理し、推進していきます。



第2章 新宮町のエリア別資源整理

(1) 新宮町の集客・交流エリア区分

本観光アクションプランを策定するに辺り、本町の東西の地域資源や環境の違いに着目し、3つのエリアに区分し策定を進めました。



①相島・海岸エリア	漁村・離島の暮らし、島内の自然体験、民泊、「猫の島」、海水浴、松林、砂浜、釣り、アクティビティスポーツ体験ゾーン
②立花山周辺エリア	自然・グリーンツーリズム体験、農業体験古民家交流スペース、直売所、宿泊、山登り、集落散策ゾーン
③住宅地・3号線沿い・商工業エリア	ショッピングゾーン、住宅地・街の暮らし、モノづくり体験、商業団体・事業者・商業施設、美味しいもの巡り・まち歩き、直売所ゾーン

◆相島・海岸周辺エリア

本観光アクションプランの策定に辺り、主な相島・海岸周辺エリアの資源を整理します。



▲地域の特産品や魚介類



▲積石塚郡



▲龍王石



▲新宮漁港



▲松林・海岸



▲穴観音



▲朝鮮通信使などの歴史



▲鼻栗瀬(めがね岩)



▲漁船や漁師



▲相島の食堂



▲相島のネコ



▲相島小学校グラウンド

◆立花山周辺エリア

本観光アクションプランの策定に辺り、主な立花山周辺エリアの資源を整理します。



▲千年家



▲立花山



▲じゃがいも村



▲みかん農園などの農家



▲六所神社



▲独鈷寺



▲立花口の空き家



▲太閤水



▲川上神社



▲原上公園



▲梅岳寺



▲花立花の町並み

◆住宅地・3号線沿い・商工業周辺エリア

本観光アクションプランの策定に辺り、主な住宅地・3号線沿い・商工業周辺エリアの資源を整理します。



▲町内のモノづくり企業



▲町内のモノづくり企業



▲ひとまるの里などの直売所



▲沖田中央公園などの広場



▲美咲商店会などの商業団体



▲海産物を加工した特産品



▲大型商業施設



▲シーオーレ新宮



▲まつり新宮などのイベント



▲JR新宮中央駅



▲そぴあしんぐう



▲新宮神社

第3章 新宮町観光アクションプラン

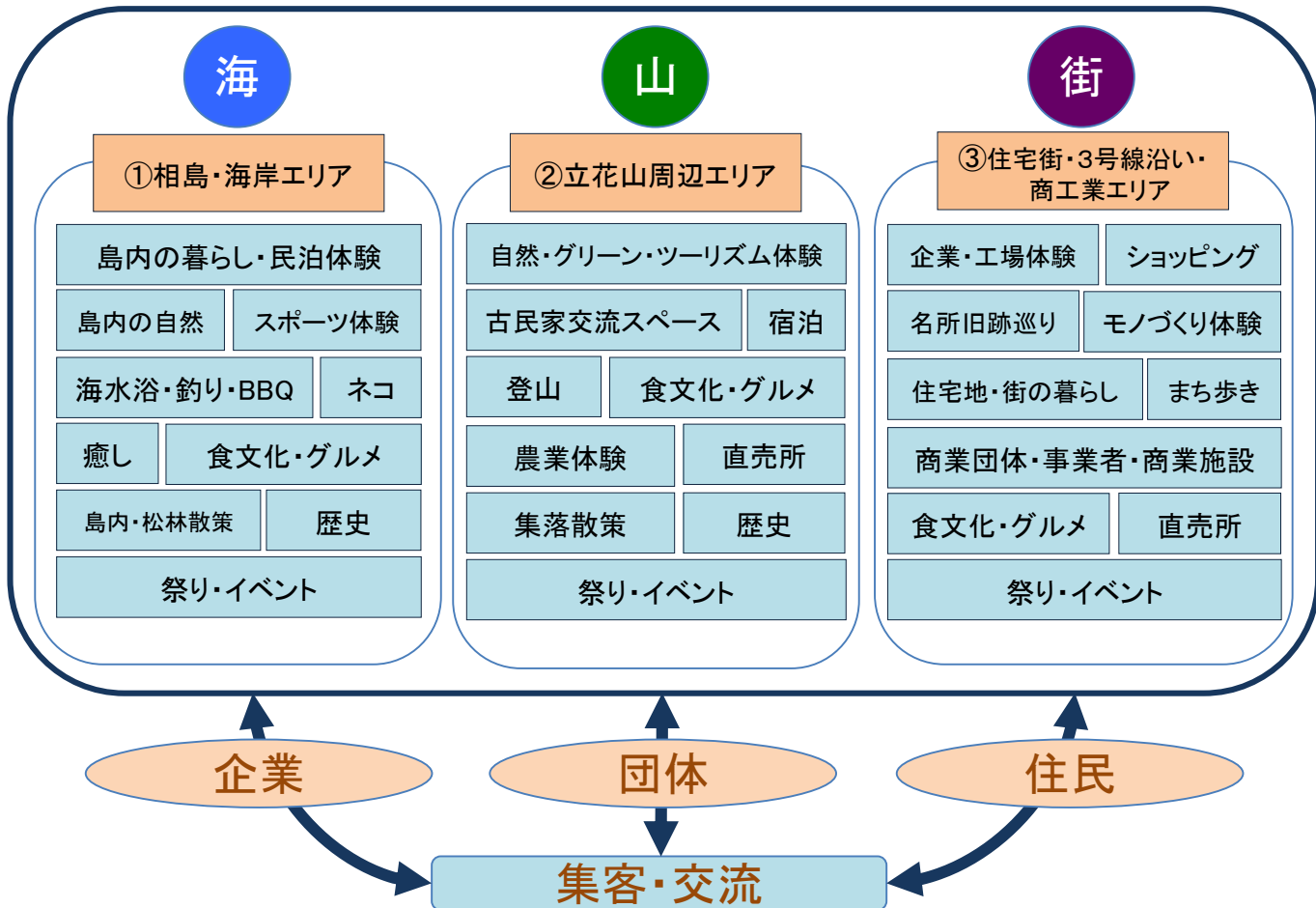
(1) 基本理念

集客・交流を推進していくうえで、次の基本理念(コンセプト)をもとに事業を実施していきます。

海・山・街へ 人を呼び込み 共に楽しむ 集客・交流のまちづくり 新宮

新宮町には、海・山・街の多くの地域資源と、活力ある企業、精力的な住民がおります。それらの地域の資源を、様々な活動を通じて磨き上げ、来訪者を呼び込み、町を知り・共に楽しみながら町のファンを作り、住んで良し・訪れて良しのまちづくりを推進していく。そんな集客・交流戦略を展開していきます。

基本理念(コンセプト)イメージ



(2) 施策体系

集客・交流を推進していくうえで、次の基本戦略・施策をもとに事業を実施していきます。

1 “新宮美味しいブランド”の開発・提供

- (1) 農水産物や特産品の提供機会促進
- (2) 新宮を代表する新たな食メニュー・特産品の開発
- (3) “新宮美味しいブランド”を発信する直売所の販売促進

2 地域資源を活かした集客・交流戦略

- (1) 賑わいづくりのためのイベント充実
- (2) ウォーキングを取り入れた回遊の仕組みづくり
- (3) 企業・工場、農水産業での来街者産業への取り組み
- (4) 観光基盤設備の整備
- (5) コミュニティバスの一日周遊チケットの販売

3 町の魅力の効果的な情報発信

- (1) 観光動態調査の実施
- (2) マップやWEBなどを活用した情報発信
- (3) キャッチコピー・キャラクターづくり
- (4) 企業との連携した情報発信戦略

4 町の集客・交流を牽引する組織づくり

- (1) ワンストップ窓口としての団体・案内所の設置
- (2) 町内各種団体のおもてなし力向上

5 エリア戦略【相島・海岸】

- (1) 相島の民泊・暮らし体験プロジェクト
- (2) 相島をスポーツ観光の島へ
- (3) 島内回遊・クルージングへの取り組み
- (4) 相島ワンストップ窓口の設置
- (5) 新宮海岸・松林の有効活用

6 エリア戦略【立花山周辺】

- (1) 古民家再生プロジェクト
- (2) 立花山を活用した登山への取り組み

7 エリア戦略【住宅地・3号線沿い・商工業】

- (1) 空き店舗・スペースの有効活用
- (2) 集客力向上を目的とした各店連携したイベントの実施

4つの重点事業

- (1) 新宮町よかとこめぐりプロジェクト
- (2) いけま売りイベントプロジェクト
- (3) 相島漁船クルージングプロジェクト
- (4) 新宮町ピーアール大作戦プロジェクト

(3) 具体的な観光アクションプラン

集客・交流を推進していくうえで、次の具体的な観光アクションプランをもとに事業を実施していきます。

1 “新宮美味しいブランド”の開発・提供

(1) 農水産物や特産品の提供機会促進

既存の農水産物や特産品の販売促進を行っていくため、いけま売りイベント等の販売機会の拡充を行なう。また、推奨品認定や特産品の情報整理を行い、ここでしか食べられない物をコンセプトに、食の回遊フェスタ等を実施する。

《展開する取り組み項目》

- ・相島漁師を中心としたいけま売りイベントの実施、規模拡大
- ・既存特産品の認定制度づくり
- ・既存特産品の情報発信用の冊子づくり
- ・各所・企業が連携し、商談会・イベントなどへの出展
- ・食をテーマにしたイベントの企画、実施



▲参考(宇佐市長洲 浜の市チラシ～海産物を活かした朝市を定期開催)

(2) 新宮を代表する新たな食メニュー・特産品の開発

アコヤガイの貝柱などの農水産物を活用し、新たな新宮町を代表する食メニュー・特産品となるような商品を開発し、新宮町ブランドを育成する。

《展開する取り組み項目》

- ・町の農水産物の整理
- ・専門家を交えての商品開発の実施
- ・参画事業者の開拓、勉強会の実施
- ・イベント等でのテストマーケティング
- ・九州ご当地グルメグランプリなどへの出展



▲参考(特産品・食メニューの開発風景～試作・テストマーケティングを複数回開催し商品づくり)

(3) ”新宮美味しいブランド”を発信する直売所の販売促進

新宮町の農水産物、加工品を販売する直売所(ひとまるの里)の規模拡大や立花山日曜市の充実を行なう。また、町内案内所と連動したアンテナショップの設置を行い、町の情報発信を行なう。

《展開する取り組み項目》

- ・直売所の規模等の見直し
- ・立花山周辺での日曜市の規模拡充
- ・観光案内所と連動したアンテナショップの設置



新宮町 ひとまるの里▶

2 地域資源を活かした集客・交流戦略

(1)賑わいづくりのためのイベント充実

町内に自由に活用出来るイベントスペースを設け、町を知ってもらい、町の賑わいをつくるためのイベントを開催する。また、既存のイベントなどの体制強化や規模の拡大などを検討、実施する。

《展開する取り組み項目》

- ・福工大前駐輪場や沖田中央公園などのイベント活用
- ・各種団体、企業が中心となったイベントの企画、実施
- ・まつり新宮などの既存イベントの体制強化、規模の拡大
- ・新宮浜を活用したイベントの企画・実施



▲参考(おおのじょうまちなわくわくパビリオン～自動車学校や駅前の空きスペースを活用しイベント開催)

(2)ウォーキングを取り入れた回遊の仕組みづくり

新宮町の千年家などの名所巡りや農業・漁業・工業製品づくり体験などを掛け合わせた町を回遊するウォーキングを行なう。また、JRとのタイアップしたJRウォーキングなどの企画を推進する。

《展開する取り組み項目》

- ・町の名所、体験受入可能施設・事業者のリストアップ
- ・ウォーキングイベントの企画、実施
- ・JRウォーキングなどの連携企画の実施
- ・町内ウォーキングマップなどの作成



▲参考(久留米ほとめき歩き～地域ごとにまち歩きMAPを作成しガイド育成)

(3) 企業・工場、農水産業での来街者産業への取り組み

町内の工場の技術力見学や、農業体験などの実施受入事業者を増やす取組を行い、町の集客・交流を行っていく上でのコンテンツとして育て、開催する。

《展開する取り組み項目》

- ・見学、体験受入企業・事業者のリストアップ
- ・体験プログラムの商品化
- ・体験プログラムを取りまとめた企画イベントの実施



▲参考(おののじょうまちなかわくわくパビリオン～市内企業・事業者を集めて、街を体験・体感するイベントを実施)

(4) 観光基盤設備の整備

公園や砂浜などの安全対策、老朽化対策のため整備保全を実施する。また、住民の自主組織やアダプト・プログラムによる環境保全事業を推進する。

《展開する取り組み項目》

- ・町内公園の施設、遊具の整備
- ・アダプト・プログラム実施団体、企業の募集、実施



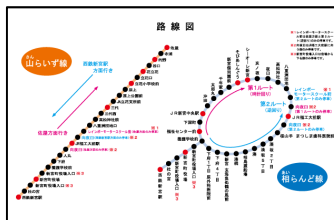
▲新宮町クリーン作戦～ラブアース・クリーンアップ2013

(5) コミュニティバスの一日周遊チケットの販売

コミュニティバスの1日周遊チケットを発行し、新宮町の歴史的施設や文化に触れる機会を提供する。

《展開する取り組み項目》

- ・コミュニティバスの1日周遊チケットの発行
- ・コミュニティバスの運行ルートの見直し



▲新宮町コミュニティバス マリンクス

3 町の魅力の効果的な情報発信

(1)観光動態調査の実施

アクションプランの各種施策を様々なニーズに合わせながら実行していくためにも、観光入込客数などの各種調査を実施し、それらの結果を踏まえ、アクションプランの微修正や実施に活かしていく。

《展開する取り組み項目》

- ・町内の施設の利用者を対象とした動態調査の実施
- ・町内の企業、事業者を対象としたヒアリング調査の実施
- ・調査結果を踏まえた各種施策の修正、実行

留置調査	郵送調査	来場者調査	電話調査	グループインタビュー調査
面談インタビュー調査	観察調査(ウォッチングサーベイ)	ミステリーショッピングリサーチ	インターネット調査	会場調査・ホールテスト

▲各種観光動態・マーケティング調査

(2)マップやWEBなどを活用した情報発信

新宮に点在する名所や地域資源を整理した集客・交流マップの作成をやSNS等を活用した情報発信方法の整理を行なう。また、フォトコンテストの開催等を行い、町内外者に向けて、情報発信を行なう。

《展開する取り組み項目》

- ・町内の地域資源を整理した集客・交流マップの作成
- ・町の集客・交流イベントなどの情報を発信するWEBサイト・SNSサイトの立上げ
- ・新宮フォトコンテストの企画、実施



▲参考(南小国町～ふる里CM対象に応募)



▲新宮町 フォトコンテスト(案)

(3)キャッチコピー・キャラクターづくり

新宮町を象徴するキャッチコピーの募集を行い、表彰を実施する。また、新宮町を象徴するキャラクターの製作を行なう。

《展開する取り組み項目》

- ・新宮町キャッチコピーの募集、策定
- ・新宮町キャラクターの募集、策定
- ・キャッチコピー、キャラクターを活用した情報発信ツールづくり
- ・キャッチコピー、キャラクターを活用しイベントなどでの情報発信



(4)企業との連携した情報発信戦略

町内に点在するIKEAなどの企業や事業者と共同したイベントや商品開発を行い、情報発信を行なう。また、JR・西鉄と連動・活用した告知を行なう。

《展開する取り組み項目》

- ・町内企業、事業者と共同したイベント、商品開発の実施
- ・各種メディアイベントや特産品などのプレスリリース等の実施
- ・JR・西鉄と連携したイベント企画やPRの実施
- ・大型商業施設と連携した企画やPRの実施



▲メディアによる町内大型商業施設の取り上げ



▲参考(西鉄と共同したFUKUOKA体験バスチケット)

4 町の集客・交流を牽引する組織づくり

(1)ワンストップ窓口としての団体・案内所の設置

新宮おもてなし協会(仮称)の立上げに向けて、前年度は準備室を立上げ、重点事業を中心にアクションプランの推進を行なう。将来的には、自主財源を持ち、自立運営出来る組織としてアクションプランの推進を担っていく。

《展開する取り組み項目》

- ・新宮おもてなし協会(仮称)設立準備室の立上げ
- ・新宮おもてなし協会(仮称)設立準備室での新宮町アクションプランの実施
- ・新宮おもてなし協会(仮称)の事業項目の選出、自主収益事業、財源等の選定
- ・町内案内所の設置、新宮おもてなし協会(仮称)での運営
- ・新宮おもてなし協会(仮称)での各種事業の実施、展開

(2)町内各種団体のおもてなし力向上

町内で多く活動している地域団体を精力的に応援するため、統括した組織づくりの検討や助成プログラムを実施する。

《展開する取り組み項目》

- ・精力的な地域団体への助成プログラムの検討
- ・地域団体を対象とした勉強会等の実施
- ・新宮おもてなし協会(仮称)でのプロモーション、オペレーター機能の助成
- ・町内ガイド等の育成、実行支援



▲参考(ガイドの勉強会、ルート策定、実証実験などを実施しガイド育成)

5 エリア戦略【相島・海岸】

(1)相島の民泊・暮らし体験プロジェクト

漁業を中心とした島内生活を体験するプログラムづくりを行い、小学校の林間学校などの受入を実施する。また、キャンプやバーベキューが出来る施設の設置や民泊の受入を検討、調整する。

《展開する取り組み項目》

- ・相島島内体験プログラムの商品化
- ・町内外の小学校を対象とした林間学校の受入
- ・キャンプ、バーベキュー場などの検討
- ・民泊事業の検討



小値賀(おぢか)で民泊！

島に泊まろう。
「島暮らし」を体験する
ホームステイ。

- 団体でなくても、二人以上の完全予約でオリジナルな旅をコーディネートします。
- 民泊【体験型宿泊】では、小値賀島本島の漁師さんや農家たちの民家へホームステイで島暮らしを丸ごと体験。
- フェリーターミナルへの送迎など本島内移動も民家さんと一緒に。
- 家の下の浜で魚や貝をとり、畑の野菜を自分でとって食べ、まきで風呂を沸かす田舎暮らし入門生活。
- さらに島人しか知らない名所や海水浴場や磯場などを教えてもらい、漁師料理や郷土料理などを体験することができます

季節限定の民泊体験メニューはこちら

■ 基本コース ■

夕方の釣りや料理体験+夕食+早朝体験+朝食

= 1泊2食 6,300円

■ 原則、2人以上、2週間前予約です

■ オプションで1食毎1,050円。3時間の農漁業など体験2,100円（下記の一覧表より）。

■ 料金は小学生以上から。すべて同一料金（子ども割引無し）

■ 1軒の民家では4-5人宿泊が限度ですが、複数軒予約で団体（200人まで）でも予約可能です



▲参考（小値賀島の漁村・離島体験、民泊事業）

(2)相島をスポーツ観光の島へ

相島の自然を活用した、サイクリング・マラソン・フィッシングなどのイベントを企画、実施する。また、それらに必要な設備の整備を実施し、受入体制を整える。

《展開する取り組み項目》

- ・相島の自然を活用したイベントの企画、実施
- ・相島の集客・交流受入設備・施設の整備
- ・相島マラソンなどの復活の検討



▲参考（小値賀島の各種スポーツアクティビティ体験の受入）

(3) 島内回遊・クルージングへの取り組み

相島の歴史や自然、海を活かし各ポイントをガイド付きで紹介する。また、島外のめがね岩などを漁船を使い、クルージングする集客・交流商品の造成を行なう。更に、島内を自由に回遊できる仕組みとして、レンタサイクルの設置を検討する。

《展開する取り組み項目》

- ・相島ガイドの育成
- ・漁船クルージングの企画、実施
- ・回遊のためのレンタサイクル設置の検討



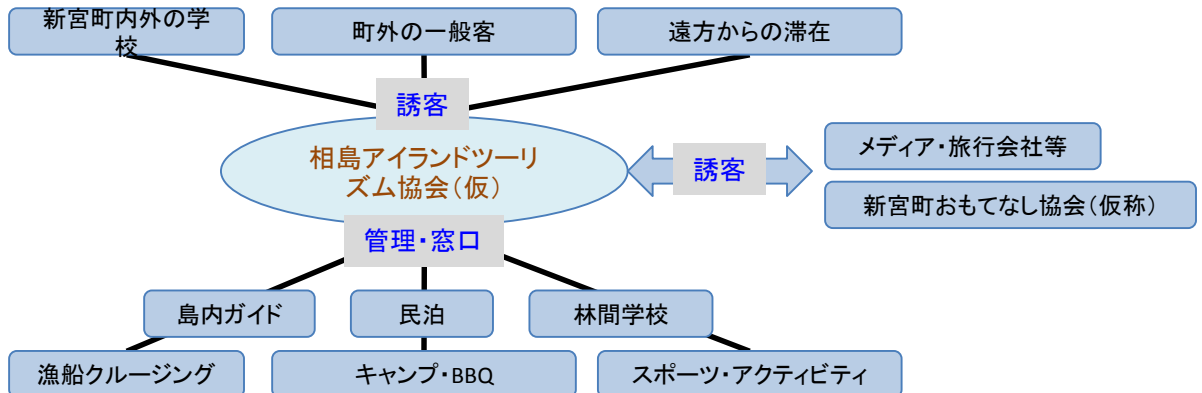
▲参考(小値賀島の島内ガイドやクルージングなどのアクティビティ体験の受入)

(4) 相島ワンストップ窓口の設置

相島のスポーツ観光やクルージング、島内の生活体験を管理、運営していくワンストップ窓口の設置を行なう。また、各集客・交流施設等の管理運営も行なう。

《展開する取り組み項目》

- ・相島に特化したワンストップ窓口(NPO相島など)の設置
- ・相島に特化したワンストップ窓口による、町内集客・交流サービスの管理、運営



▲相島アイランドツーリズム協会(仮)の立上げイメージ

(5) 新宮海岸・松林・水産加工場エリアの有効活用

新宮海岸のイベントスペース・海水浴としての活用や、楯の松原の散策などを促進するための散策マップの作成、海岸周辺の水産加工場などと連携したウォーキングイベントなどの企画を実施する。

《展開する取り組み項目》

- ・新宮海岸のイベント・海水浴スペースの活用
- ・楯の松原の散策マップ・イベントの企画
- ・水産加工場と連携したウォーキングイベントなどの企画



6 エリア戦略【立花山周辺】

(1)古民家再生プロジェクト

立花山の古民家をリノベーション(改築)し情報発信の場や特産品の販売スペースを設け、町内外者との交流が取れる施設として運営を行なう。また、登山客に向けてカフェスペースの設置等も行なう。

《展開する取り組み項目》

- ・古民家をリノベーション(改築)した施設の設置
- ・運営事業者等の選出、活用方法の検討
- ・登山客をターゲットとしたカフェスペース事業等の検討



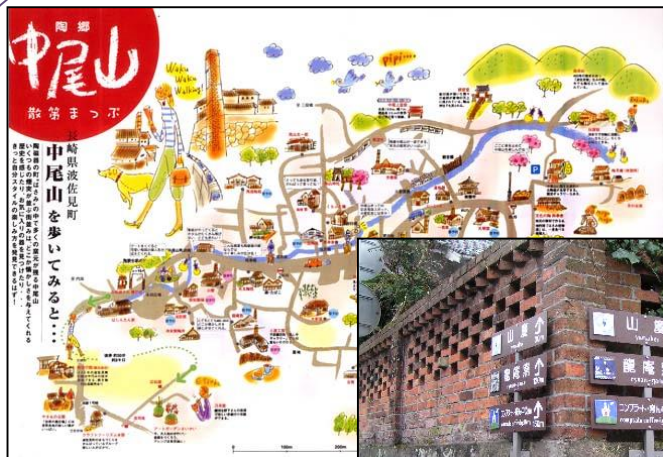
▲参考(波佐見町にて古民家を改修し、地域の農産物を使った“波佐見町御膳”の提供や交流スペースとして活用)

(2)立花山を活用した登山への取り組み

立花山を更に登山客に楽しんでもらえるよう、案内の設置やコースの整備、登山ガイドの育成を実施する。また地元農家と共同した体験プログラムなどを造り、登山と絡めた楽しさの想造を行なう。

《展開する取り組み項目》

- ・立花山登山ルート、設備、マップ等の整備
- ・登山ガイドの育成
- ・地元農家と共同したイベントの実施
- ・地元農家と共同した販売スペースなどの設置



▲参考(波佐見町にて集落散策MAP・案内の設置や農家のふるさとバイキング)

7 エリア戦略【住宅地・3号線沿い・商工業】

(1) 空き店舗・スペースの有効活用

空き店舗やスペースを活用して、近隣大学や各種団体などへ貸出を行い、賑わいづくりや地域住民の交流スペースとして活用を行なう。定期イベントとしてのフリーマーケットなどの開催も検討する。

《展開する取り組み項目》

- ・空き店舗、空きスペースの近隣大学・小中学校・各種団体への貸出
- ・空き店舗、空きスペースの活用したイベントなどの企画、実施



▲参考(JR直方駅前の明治町商店街にて、空きスペースを活用したイベントや、空き店舗利用者の募集)

(2) 集客力向上を目的とした各店連携したイベントの実施

商店会などの店舗が連携し集客のための飲み歩きやビアガーデン、餅つき大会などイベントを企画、運営する。《展開する取り組み項目》

- ・商店会などの地域団体によるイベントの企画、実施
- ・町内の店舗が連動したイベントの企画、実施



▲美咲商店会での第1回餅つき大会



▲参考(商店街を活用したスゴロクイベント)

(4) 観光アクションプランの実施体制

本観光アクションプランを各種実施主体者を元に、推進します。

◎実施主体 ○事業への参画・助成

	商工会	新観光協会	町	各種団体	民間事業者	市民
1 “新宮美味しいブランド”の開発・提供						
(1)農水産物や特産品の提供機会促進	◎	○		○	○	
(2)新宮を代表する新たな食メニュー・特産品の開発	○	◎	○	○	○	
(3)“新宮美味しいブランド”を発信する直売所の販売促進	○	◎	○	○	○	
2 地域資源を活かした集客・交流戦略						
(1)賑わいづくりのためのイベント充実	○	◎	○	○	○	○
(2)ウォーキングを取り入れた回遊の仕組みづくり	○	◎	○	○	○	
(3)企業・工場、農水産業での来街者産業への取り組み	○	◎			○	
(4)観光基盤設備の整備	○		◎	○	○	○
(5)コミュニティバスの一日周遊チケットの販売		○	◎			
3 町の魅力の効果的な情報発信						
(1)観光動態調査の実施	○	◎	○			○
(2)マップやWEBなどを活用した情報発信		◎	○	○	○	
(3)キャッチコピー・キャラクターづくり		◎	○			○
(4)企業との連携した情報発信戦略	○	◎			○	
4 町の集客・交流を牽引する組織づくり						
(1)ワンストップ窓口としての団体・案内所の設置	○	◎	○		○	
(2)町内各種団体のおもてなし力向上		◎	○	○	○	○
5 エリア戦略【相島・海岸】						
(1)相島の民泊・暮らし体験プロジェクト		○	○	◎	○	○
(2)相島をスポーツ観光の島へ		○	○	◎	○	
(3)島内回遊・クルージングへの取り組み		○	○	◎	○	○
(4)相島ワンストップ窓口の設置		○	○	◎	○	
(5)新宮海岸・松林の有効活用		◎	○	○	○	○
6 エリア戦略【立花山周辺】						
(1)古民家再生プロジェクト		◎	○	○	○	
(2)立花山を活用した登山への取り組み		◎	○	○	○	
7 エリア戦略【住宅地・3号線沿い・商工業】						
(1)空き店舗・スペースの有効活用	○	○	○	◎	○	○
(2)集客力向上を目的とした各店連携したイベントの実施	○	○		◎	○	

(5) 観光アクションプランの実施スケジュール

本観光アクションプランを次のスケジュールにそって実施していきます。

	平成26年度	平成27年度	平成28年度以降
1 “新宮美味しいブランド”の開発・提供			
(1)農水産物や特産品の提供機会促進	→	→	→
(2)新宮を代表する新たな食メニュー・特産品の開発			→
(3)“新宮美味しいブランド”を発信する直売所の販売促進		→	→
2 地域資源を活かした集客・交流戦略			
(1)賑わいづくりのためのイベント充実			→
(2)ウォーキングを取り入れた回遊の仕組みづくり	→	→	→
(3)企業・工場、農水産業での来街者産業への取り組み		→	→
(4)観光基盤設備の整備	→	→	→
(5)コミュニティバスの一日周遊チケットの販売			→
3 町の魅力の効果的な情報発信			
(1)観光動態調査の実施	→	→	→
(2)マップやWEBなどを活用した情報発信	→	→	→
(3)キャッチコピー・キャラクターづくり	→	→	→
(4)企業との連携した情報発信戦略		→	→
4 町の集客・交流を牽引する組織づくり			
(1)ワンストップ窓口としての団体・案内所の設置	→	→	→
(2)町内各種団体のおもてなし力向上		→	→
5 エリア戦略【相島・海岸】			
(1)相島の民泊・暮らし体験プロジェクト		→	→
(2)相島をスポーツ観光の島へ		→	→
(3)島内回遊・クルージングへの取り組み	→	→	→
(4)相島ワンストップ窓口の設置			→
(5)新宮海岸・松林の有効活用		→	→
6 エリア戦略【立花山周辺】			
(1)古民家再生プロジェクト			→
(2)立花山を活用した登山への取り組み		→	→
7 エリア戦略【住宅地・3号線沿い・商工業】			
(1)空き店舗・スペースの有効活用			→
(2)集客力向上を目的とした各店連携したイベントの実施	→	→	→

(6) 重点事業の推進

各種施策の中で優先順位が高い4つの取り組み項目を、平成26年度以降の3年以内に取り組み重点事業（リーディングプロジェクト）と位置づけ、実施していきます。

フラッグシップ（旗艦）的な事業とする！

■“重点事業（リーディングプロジェクト）”とは、フラッグシップ（旗艦）として、観光アクションプランの実行にあり、方向性を内外に伝えるものである。それにより観光客の興味をひくとともに、住民に対してのメッセージ効果の高い事業としなければならない。

■重点事業の実施により、新たな賛同者や担い手の創出につながる。また、以降の観光振興の取り組みが次々と起こる波及効果が生まれることを狙う。

早期に取り組むことが可能！

■早期に活動を実践し、その成果を実感することで、必要とされる人材や取り組みのわかりやすい道しるべとなる。

■重点事業は、すでに先導的取り組みが行われていることや意欲を有している担い手の存在があることなどの有無が選択の判断基準となる。

関連性をもたせて、一体的に推進！

■個々の取り組みをそれぞれで完結させるのではなく、次の取り組みにつながるものとして、関連性のある一体的なプロジェクトとするものである。それぞれの活動を連携させることによって、相乗効果を生み出す。

住民も楽しむことができる！

■重点事業は、取り組みのきっかけであり、かつ継続的な取り組みへの発展を促すものとならなければならない。

■継続的な取り組みへの発展を促すために、観光客の増加、経済効果の向上など具体的な効果をあげるものとなる。住民自身も活動に参加し、新宮町に住む誇りや楽しみを実感できるようなものを、重点事業とする。

4つの重点事業

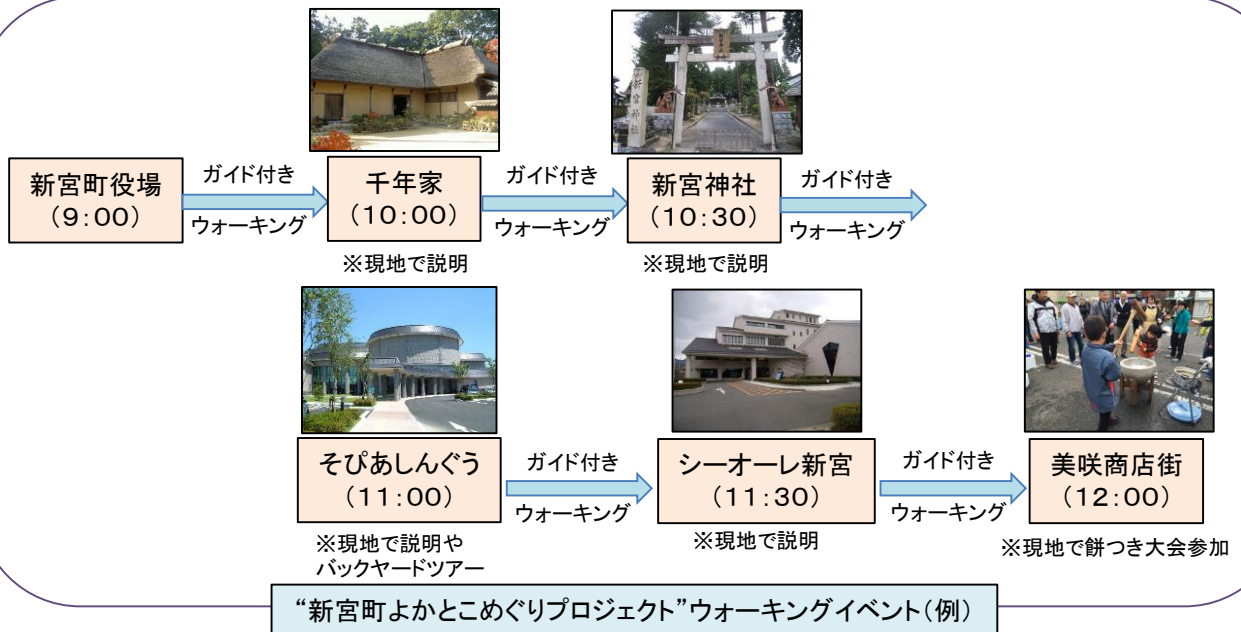
- (1) 新宮町よかところめぐりプロジェクト
- (2) いけま売イベントプロジェクト
- (3) 相島漁船クルージングプロジェクト
- (4) 新宮町ピーアール大作戦プロジェクト

重点事業1◆新宮よかとこめぐりプロジェクト

〈プロジェクトのコンセプト〉

本町には、各エリア毎に様々な魅力的な地域資源があります。本観光アクションプランの策定にあたり、現地フィールドワークを実施した際にも、長年新宮町に住んでいながらも知らなかった町の魅力を発掘する事が出来ました。

“新宮町よかとこめぐりプロジェクト”では、本町に点在する各エリアの様々な地域資源の面白い所や綺麗な所、既存のイベントなどを集約・整理し、それらの地域資源を活かしたウォーキングや連携イベントを行い、回遊の仕組みづくりを実施していきます。



〈今後のプロジェクト展開(案)〉

事業推進のための取り組みステップ
26年
27年度
28年

ウォーキングイベントの開催	
	美咲商店会主催の餅つき大会に併せて、ウォーキングイベントを実施(済)
町内イベント等の集約・整理	
	町内で既に開催されている小規模なイベントやワークショップなどの整理を行い、今後の同時開催や連携した広報などを実施出来ないかの検討を行なう。
町内ガイド育成	
	町内・近隣住民からガイド実施希望者を募集し、専門家を招いてのガイド講習会・勉強会を開催し町内のガイド育成を実施する。
エリア毎のコース決め	
	山・海・街エリア毎のウォーキングエリアのコース策定を実施する。
新規のイベント・体験イベントの企画	
	町内の施設・商工会・農業者・一般の方などを巻き込み、様々な新たなイベントを企画・実施していく。
町内回遊のパンフレットの作成	
	上記の様々な取り組みを集約した、町内回遊を目的としたパンフレットを作成する。

重点事業2◆いけま売りイベントプロジェクト

〈プロジェクトのコンセプト〉

相島の新鮮な魚貝が欲しい時、町内では「ひとまるの里」等限られた店舗でしか購入する事が出来ません。また、それを求める客も多いため、ひとまるの里では鮮魚が店頭に並んでもすぐに完売するような状況であり、非常に高いニーズがあるものの、相島からの鮮魚の供給が追いついていないのが現状です。

また、鮮魚の販売は売上だけでなく、相島自体・相島の特産品のPRにも非常に高い効果が期待でき、相島の魚貝のブランド化、魚価の安定にもつながる事が期待出来ます。

そこで、本プロジェクトでは、相島の漁師を中心に新宮漁港に船を横付けし大漁旗をたなびかせ、直接、船から魚貝を販売するイベントを開催します。

重点事業3◆相島漁船クルージングプロジェクト

〈プロジェクトのコンセプト〉

上記の“いけま売りイベント”とあわせて相島の資源・立地を最大限に活用したイベントの開催も実施致します。本イベントでは相島の様々な住民が主体・実施者となり、「漁師の漁船クルージング」や「中学生ガイドの島内ハイキング」、「婦人会の地元料理等の振る舞い」、「有志によるコンサート」を開催し、また島内の自然や景観を楽しんで貰うよう「相島フォトコンテスト」などの開催も実施致します。

主催：相島ドリームワークス・若潮の会

新宮漁港

相島漁師の いけま売り(仮)

- ・年2回(春・秋開催)
- ・漁師のいけま売り
- ・農産物直売
- ・相島特産品
- ・魚捌きコーナー
- ・海鮮焼き

相島

春フェスタ(仮)

- ・年1回(春開催)
- ・漁船クルージング
- ・コンサート
- ・ハイキング
- ・海鮮焼き
- ・相島フォトコンテスト

人材支援

集客支援

財的支援

施設・交通網整備

後援：新宮町・新宮町教育委員会・相島区・新宮相島漁業協働組合・
新宮おもてなし協会(仮称)

“いけま売り・相島漁船クルージング”開催内容・体制(案)



重点事業4◆新宮町ピーアール大作戦プロジェクト

〈プロジェクトのコンセプト〉

新宮町には様々な魅力(恵まれた自然環境や人・物・文化、歴史)があります。また、観光アクションプランにそって、今後様々なイベントや仕掛けを実施していくなかで、集客や認知度を上げるための情報発信は非常に大事になってきます。

本プロジェクトでは、町内の魅力やイベントなどを町内外の人に知ってもらうための様々な展開を実施します。また、本プロジェクトへ町内の既存事業者や住民の参加を促し、地域一体となった展開を実施します。

- ①観光キャッチコピーの募集～毎年実施
- ②新宮町ピーアールイベントの実施～内容を変え毎年実施
 - ・フォトコンテスト(写しんぐう)
 - ・新宮町フォトクイズ(探しんぐう)
 - ・しんぐう川柳の募集
 - ・子どもたちによる観光ポスターの作成
 - ・しんぐう動画コンテスト
 - ・新宮海岸で歌のイベント(シング a song)
- ③愛(相)ランドプロジェクト～相島を「愛の島」としてピーアール
- ④観光ホームページの作成
- ⑤観光マップの作成
- ⑥交流スペース～しんぐうイベント掲示板(HP)の作成(住民が発信)



“新宮町ピーアール大作戦”の具体的な取り組み(案)

〈今後のプロジェクト展開(案)〉

事業推進のための取り組みステップ	度26年	観光キャッチコピーの募集
		町広報などで募集を行い、代表者で審議を行い、まつり新宮で表彰、広報やHP等で掲載を行なう。
		新宮町フォトコンテスト～写しんぐう～の実施
		新宮町内で撮影した好きな風景や面白い光景などの写真を募集し、代表者で審議を行い、広報やHP等での掲載し新宮町ポスターなどに採用する。
		新宮町クイズ～探しんぐう～の実施
		新宮町を撮影した写真を掲示して、場所を当てるクイズを企画する。
	27年度	観光ホームページの作成
		観光マップの作成
		しんぐう川柳の募集
		観光ポスターコンテスト
度28年		1分間動画(CM)コンテスト
		歌のイベント＝Sing(しんぐ) a song ♪の実施
		愛(相)ランドプロジェクト
		相島の猫を被写体にしたフォトコンテスト～キャッチしんぐう～の実施

(1) 地域づくりプラットフォーム(DMC)の必要性

本観光アクションプランにそって本町の集客・交流事業を推進していく団体が必要です。

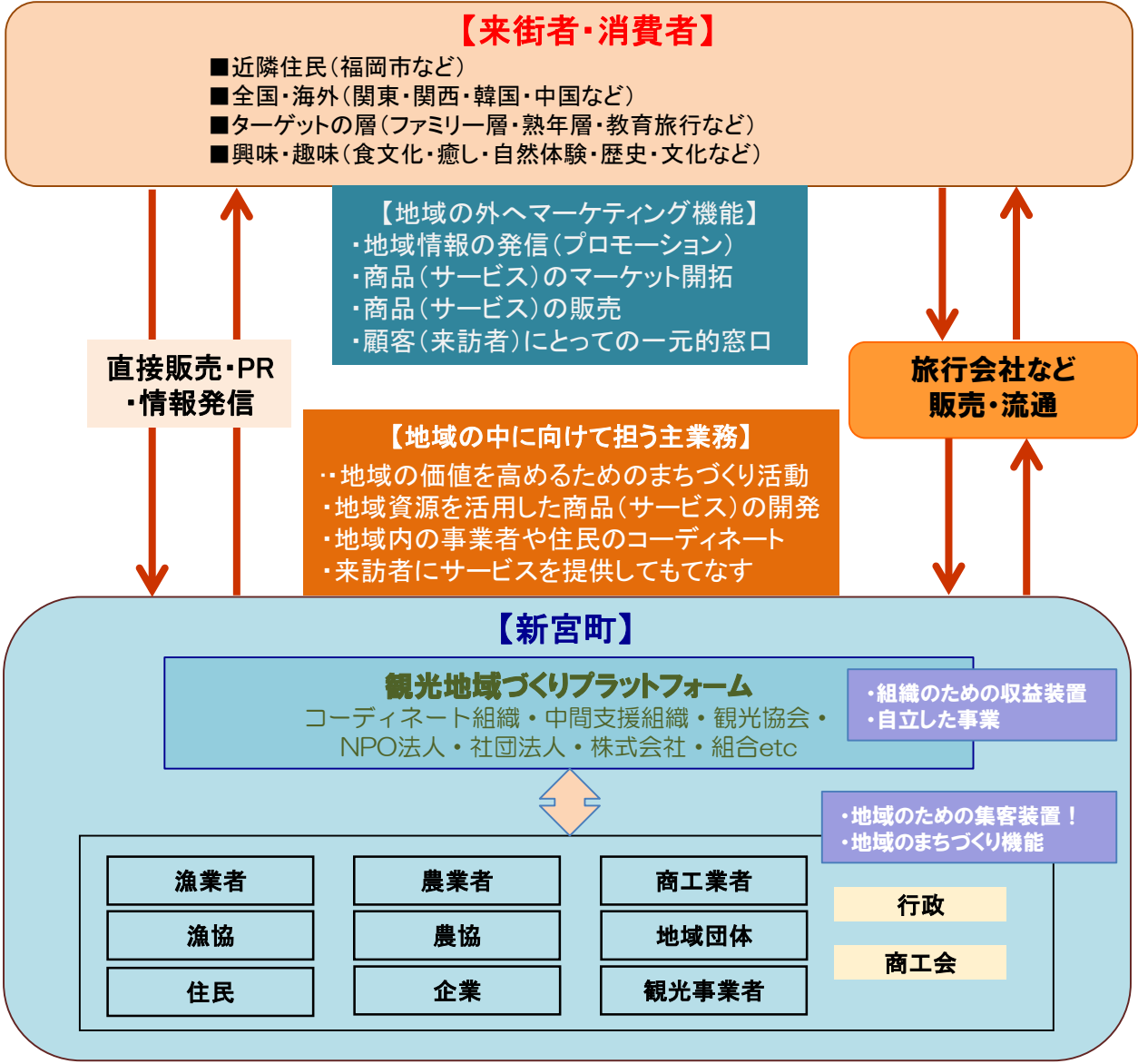
DMC（Destination Management Company）とは？

地域の内と外をつなぐコーディネート機能を有する組織

- 現地発着ツアーの企画・受託旅行の運営
- 観光の商品づくり
- 地域内でのイベントの企画・運営
- 地場産品の開発・販売 など

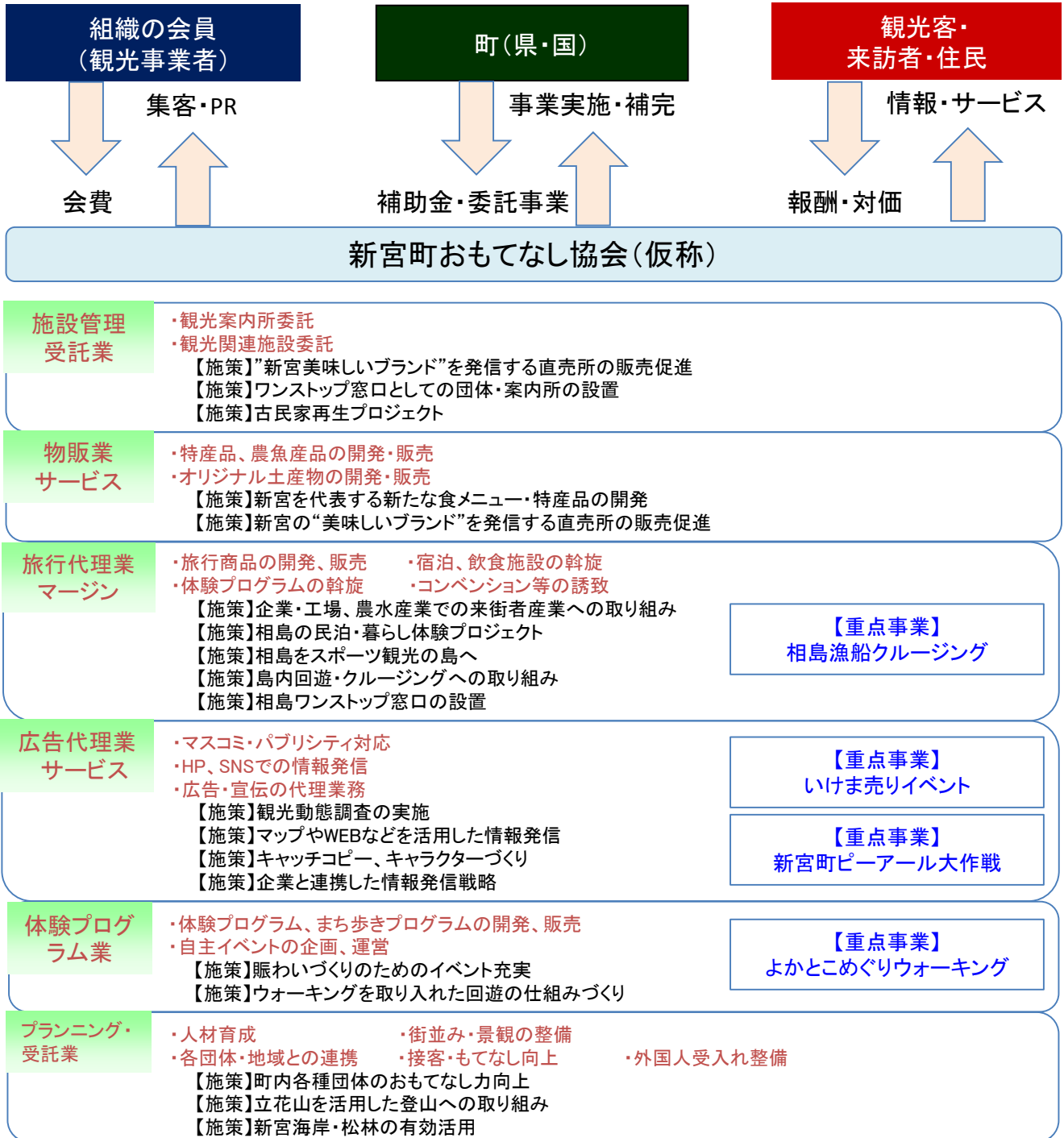
観光地域づくりプラットフォームに必要な地域内における機能

- ①商品をつくる
- ②商品を販売・PRする
- ③来訪者をもてなす



（2）新宮町おもてなし協会（仮称）の事業項目・位置づけ

本観光アクションプランにそって本町の集客・交流事業を推進していく新宮町おもてなし協会（仮称）の各種施策に沿った事業項目・位置づけは次の通りです。



新宮町アクションプランの推進を主軸に各種施策を展開。
一部、収益性のある自立した自主事業をもち、地域のための集客・まちづくり機能を担う。

(3) 新宮町おもてなし協会（仮称）の設立ステップ

本観光アクションプランにそって本町の集客・交流事業を推進していく新宮町おもてなし協会（仮称）の設立に向けてのステップは次の通りです。

平成25年度

新宮町観光協会（仮称）
設立準備委員会の開催

- ①観光地域づくりの戦略・マーケティング調査機能
●観光アクションプランの策定と推進

【具体的な取り組み項目】

- ・新宮町アクションプランの策定（資源発掘、先進地視察等）
- ・重点事業の一部推進（実証実験の実施）

平成26年度

新宮町おもてなし協会（仮称）設立
準備室の開設（任意団体）

- ①観光地域づくりの戦略・マーケティング調査機能
●観光アクションプランの推進
●地域の顧客のマーケティング調査、各事業の効果に関する定点調査

- ②地域資源の発掘・活用・保全調査、地域の農商工連携の
コーディネート機能

【具体的な取り組み項目】

- ・重点事業を中心に新宮町アクションプランの実行、推進
- ・おもてなし協会の事業・予算計画、人員・組織体制の策定
- ・重点事業実施と合わせて、マーケティング調査の実施
- ・町内事業者へのヒアリング及び、観光協会会員募集
- ・おもてなし協会の拠点等の事務局機能の策定

平成27年度以降

新宮町おもてなし協会（仮称）
の開設

- ③来訪者、市場へのワンストップ窓口・デスク機能

- ④ホスピタリティ向上・人材育成機能

- ⑤観光商品の開発・販売及びブランド・オペレーター機能

- ⑥情報発信・プロモーション機能

- ⑦地域産品の企画・販売等の収益事業展開機能

- ⑧組織のマネジメント機能

- 各機能の目標設定、事業計画
- 人材配置、組織の査定
- 各事業の優先順位、戦略

【具体的な取り組み項目】

- ・新宮町観光アクションプラン各種施策の実行、推進
- ・各種事業の収益性化の検討、実施
- ・継続的なマーケティング調査、計画修正・実行
- ・各種まちづくり・PR事業の継続展開

※一部収益事業を移管

DMC（NPO法人、社団法人、
株式会社）の開設