

福岡県  
みやこ町

令和4年3月

# みやこ町 — Miyako Town — 観光まちづくり振興計画

概要版





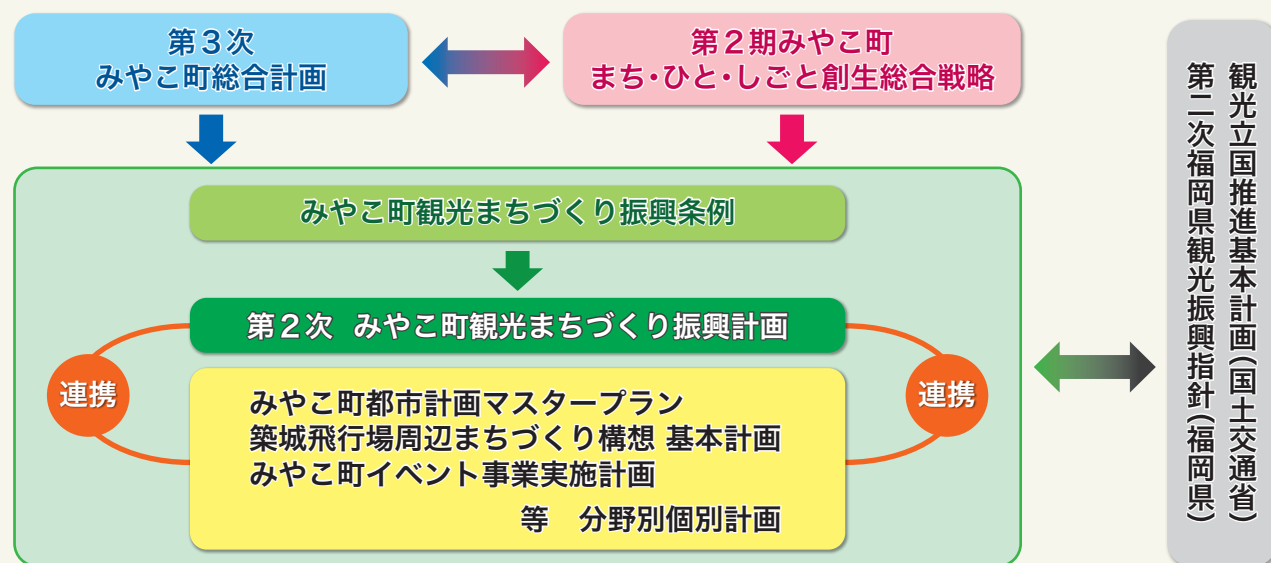
## 第2次みやこ町観光まちづくり振興計画について

### 計画策定の目的

本町では、国・県の動向や本町のこれまでの取組を踏まえ、引き続き「観光まちづくり」を重要な柱の一つとしてとらえ、町民、関係諸団体と協働・連携し、目標に向けて、より一層計画的に観光振興事業を実施するための「道しるべ」として、新たに「第2次みやこ町観光まちづくり振興計画」を策定しました。

### 計画の位置づけ

本計画は、本町の最上位計画である「第3次みやこ町総合計画」(令和3年6月策定)にもとづく、観光部門の個別計画です。策定に際しては、「第二次福岡県観光振興指針」(令和2年3月策定)や「第2期みやこ町 まち・ひと・しごと創生総合戦略」(令和2年3月策定)、「みやこ町観光まちづくり振興条例」(令和3年4月1日施行)との整合性を図りながら、また、観光立国推進基本法第2条に定める基本理念を旨としました。



### 計画の期間

令和4年度(2022年度)から令和8年度(2026年度)までの5年間

### 計画の推進体制

行政、民間、観光関係者、その他関係団体が連携し、必要かつ十分な「つながり」をもって観光まちづくりを推進します。

また、本計画の事業・施策の実施状況や目標の達成状況を定期的に把握するため、PLAN(計画)・DO(実施)・CHECK(検証)・ACTION(改善)の4段階を繰り返すPDCAサイクルの考え方を取り入れた進行管理を行い、設定された数値目標等の進捗状況を検証し、「みやこ町観光まちづくり振興審議会」において、報告・意見交換等を実施し、評価と改善に努めます。

## 計画の基本理念

# 観光+X

## 「観光プラス」のさらに一步先へ

地域とかかわる多様な人材が  
町民と共に価値を創造するまち「みやこ」

第1次みやこ町観光まちづくり振興計画では、「観光プラス」の基本理念のもと、観光施策を推進してまいりました。

観光プラスとは、非日常を求めて来訪する観光客と、そこで日常生活を営む町民の、双方に意味のあることや価値を求めていこう、という発想です。例えば文化芸術活動の推進、生きがいづくりといった各種施策に、観光というエッセンスを加えて、観光客と町民の双方が参加し、体験し、ふれあう試みを考えていこう、ということです。

本計画では、「観光プラス」の基本理念を発展的に継承し、観光客はもちろん、地域とかかわりのある多様な人材や団体が、町民と協働で、相互の価値(メリット)を創造する施策を展開します。





## コンセプトと基本指針

### Concept 01 コンセプト

#### 魅力を知る、考える、伝える

- ・ 町民自らがみやこ町の魅力を再認識し、その価値を考え、発信し、守り、そして将来世代に繋ぐ。
- ・ 観光客に対しては、認知度アップに向け、あらゆるメディアを通じた情報発信。みやこ町とのかかわりをもっていただくための仕組みづくり、受け皿づくり。

#### 基本方針 人づくり、ファンづくり

- ・ 町民自らが、町の観光資源の魅力に気づき、語り、誇り、そしてもてなす、そのような観光まちづくりの体制づくり、担い手の発掘・育成。
- ・ 本町を訪れた観光客とのつながりを大切に、永く「みやこファン」として、情報発信の一翼を担ってもらえるようなファンづくり。



### Concept 02 コンセプト

#### 新たな価値を考え、育て、伸ばす

- ・ 既存の資源を組み合わせた体験型観光プログラムの充実や「みやこ町といえば〇〇」といった観光スポット、特産ブランド品を開発し、発掘し、磨き上げていく。

#### 基本方針 価値づくり、魅力づくり

- ・ 既存の観光資源に新たなストーリー性を加える、見せ方を工夫する等して個性を際立たせる、また、それぞれ単体で完結してしまっている観光資源を組み合わせることで、普段得ることの出来ない時間や空間を提供し、人を外から惹きつける魅力、地域ブランドの向上を図る。



### Concept 03 コンセプト

#### 互いを受け入れ、つながり、交流する

- ・ 観光客を受け入れるのに最も重要な「おもてなしの心」が醸成され、観光客と町民が、様々な形で互いを受け入れ、つながり、交流する。

#### 基本方針 受け皿づくり、基盤づくり

- ・ 観光客が訪れやすい町とするために、ハード面、ソフト面の受け皿づくり、基盤づくりや、町内での周遊を促進するために、観光情報発信、宿泊機能の充実を推進。
- ・ ふるさと納税の返礼品の活用、町外在住のみやこ町出身者との相互の情報交流、総合観光案内所の機能強化等を通じて、地域や地域の人々と多様に関わる関係人口を創出・拡大。



## 5つの優先施策

### 1 将来世代につなぐ地域ブランディングの向上

人口減少・少子高齢化といった環境の変化に適応しながら、地域資源を保護・保全するだけでなく、将来世代に伝え、引き継いでいく持続可能な観光まちづくりを推進していくために、地域資源の新たな価値を創造し、ブランド力の向上を図ります。



### 2 地域資源(文化遺産・自然遺産・ヒト・モノ・コミュニティ)を活用した体験型観光の充実



本町は、豊前国の国府跡や国分寺跡をはじめとした文化遺産のほか、福岡県森林浴100選に選ばれたじゃぶち森のビレッジ等の自然遺産、お米や日本酒、豊富な種類の野菜・果物といった産物(モノ)、そして何よりも本町に住むヒト、本町と多様な関わりを持つヒト、コミュニティがあります。

今後も、本町の歴史・文化、自然、産物、人や地域を軸とした体験型観光を充実させ、みやこ町でしか体験できない価値・魅力を提供します。

### 3 町民・来訪客に向けた情報発信の強化

町外から来訪客を呼び込むだけでなく、来訪者と町民との交流を通じて、住んでいる人にとっても愛着と誇りが高まる観光まちづくりを目指す必要があります。そのためには、まず町民一人ひとりが本町の魅力を知り、愛着と誇りを持ち、来訪者に紹介したくなるような町民向けの情報発信や啓発の取組みも重要です。



### 4 観光まちづくり施策を通じた関係人口の創出・拡大



「関係人口」とは、移住した「定住人口」でも、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指します。全国的に人口が減少する中、地域が抱える課題を解決し、魅力を高めていくためには、このような「関係人口」の創出・拡大に取り組むことが重要です。

### 5 観光まちづくり振興の担い手の発掘・育成

町民と事業者、行政が協働して施策を推進し、本町の様々な魅力を学び、伝えられる人材の発掘・育成に取り組みます。また、専門性の高い研修等を実施し、町全体のおもてなしの質を向上させるとともに、来訪者の満足度を高める取組みを推進します。





## 第2次みやこ町観光まちづくり振興計画について

(②④⑤⑥⑦の緑字は優先施策を示す)



「観光プラスX」の発想で観光客と町民が互いに価値を創造するまちみやこ



## 誘客ターゲット

来訪者アンケートの結果、現状の町内観光資源、国内観光の情勢や訪日外国人旅行者の動向を踏まえ、地域、顧客、時季の各項目について、誘客ターゲットを設定します。

項目	ターゲット		
地域	国内	基盤 (R4 ~ R6)	往復4時間圏内の地域 (日帰り圏内)
		開拓 (~ R8)	往復4時間圏外の地域 (日帰り圏外)
	国外	東アジア圏 (九州への入国者数の多い地域)	
顧客	国内	基盤 (R4 ~ R6)	<b>【ターゲット①】</b> 北九州・京築・筑豊地域・大分県北部・山口県西部 日帰りまたは宿泊 30～40歳代、親子連れ  <b>【ターゲット②】</b> 北九州・京築・筑豊地域・大分県北部 日帰り 50歳代以上、夫婦
		開拓 (~ R8)	福岡都市圏・大分県北部・山口県西部 日帰りまたは宿泊 大学生～20歳代後半の友人同士、恋人・パートナー
	国外	レンタカーを利用し、周辺観光地 (別府・湯布院等) へ向かう立ち寄り観光客	
時季	基盤 (R4 ~ R6)	<b>【3月下旬～5月】</b> 桜、祭礼 (神楽等)、新緑、野菜、ウォーキング・サイクリング  <b>【6月～8月】</b> ホタル、キャンプ、川遊び、夏登山、野菜、ダム  <b>【10月～11月】</b> 紅葉、フルーツ狩り、野菜、ウォーキング・サイクリング	
	開拓 (~ R8)	<b>【1月～3月上旬】</b> 冬キャンプ、イルミネーション、冬登山、野菜	

