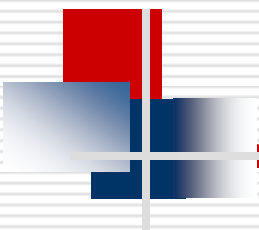


# **観光と公共交通円卓会議**

## **<第4回観光分科会>**

# **観光資源の評価結果と エコパーク・肥薩おれんじ鉄道の 取組みについて**

2012年1月30日



# 観光分科会の検討プロセス

第2回円卓(11/10)

- 観光資源の認識共有

第3回円卓(11/29)

- 観光資源の棚卸し結果の概要説明
- 観光活性化について有識者を交えた意見交換

## 第二回合同会議(12月11日)

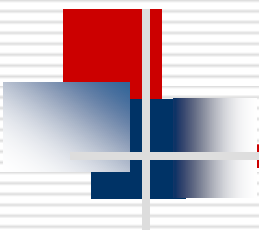
第4回円卓(1/30)

- 観光素材の評価・魅力向上策について
- エコパーク及び肥薩おれんじ鉄道の実践について

第5回円卓(2/21)

- 観光資源の魅力向上策について
- 次年度への課題

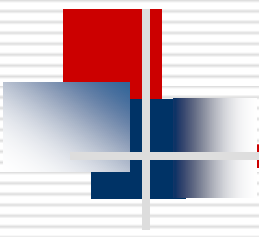
## 第三回合同会議(3月4日)



# 目次

---

- 1. 観光資源の評価結果**
- 2. エコパークの現状と今後の取組み**
- 3. 肥薩おれんじ鉄道の現状と今後の取組み**
- 4. 観光資源の魅力向上にむけて**



---

---

# 1. 観光資源の評価結果

# 1-1.観光資源の視察と評価について

市民による「観光資源の棚卸し」により挙げられた観光資源について、有識者委員から4段階評価（星の数0～3個）、およびコメントを頂いた。

## 評価方法1: 視察による評価

- 当分科会事務局と有識者委員で、市内の観光資源を視察
  - 湯の児温泉、福田農場、徳富蘇峰蘆花生家、エコパーク、グリーンスポーツ水俣、はぜの木館、湯の鶴温泉などを視察
  - 評価の結果、1つ星以上の観光資源について、本稿スライド5～8に掲載

## 評価方法2: 資料による評価

- 視察できなかった、その他の観光資源について、これまでの体験や参考資料をもとに評価
  - 評価の結果、2つ星以上の観光資源について、本稿スライド9～16に掲載

### 【4段階評価の基準】

- ★★★: 魅力的な観光資源である
- ★★☆: 観光資源となりうる
- ★☆☆: 改善に取り組みば観光資源になりうる
- ☆☆☆: 観光資源にならない

## 1-2.視察結果 ★★

### 福田農場

- ❑ 食事の独自性やアイデア・研究のレベルが高く、食事による集客の可能性が高い。
- ❑ 湯の児温泉の宿泊施設との連携商品の開発（例えば、立ち寄ると「福田農場のワインやジュースが夕食時にサービス」、「福田農場特製のドレッシングのおみやげ付き」）により、チェックイン前・チェックアウト後の立ち寄りが大きく増加すると考えられる。福田農場とのコラボは、宿泊施設にとって、かなり大きなポテンシャル。旅行会社も喜ぶパターン。

### 徳富蘇峰蘆花生家

- ❑ 館の建築説明なのか、人物の説明なのかをハッキリした方が良い。立地・施設・案内ともに十分活用できるレベルであるが、案内のレベル（対応者・時間・内容）を来訪者ニーズに応じて用意できれば、より気軽に立ち寄れる。
- ❑ 入場料ありの施設にして、ちょっとした「昔からの水俣特有のお茶と駄菓子」とか「水俣人気店のここだけのスイーツ&ティ」とかをサービスするのもおもしろい。
- ❑ 水俣との関係（何をした人か？といった）知名度を対外的に発信するとともに、周辺地域と連携した定期的なイベント開催も効果的。

# 1-2.視察結果 ★★

## 湯の鶴温泉

- ❑ 「古来からの湯治場」「歴史残る今の湯治温泉・湯の鶴温泉」など、独自性や特徴を活かした方が良い。個人客・湯治客の獲得を講じ、延泊するほど「お値打ちで〇〇の効果がある！」というような温泉地であればよい。
- ❑ 散歩コース（滝めぐりや、棚田と合わせたガイド付きコース等）を整備して、グリーンツーリズムの要素と、自然の恵みを活かした手作りの食事と、湯治を合わせて提供できれば良い温泉地になると思う。
- ❑ 取組みが10年遅かった印象。温泉街としての風情は残っているものの、ほとんどの建物が“現役”ではない事が解る。水戸岡デザインの交流館の完成に合わせて、同時に他の建物の修景が済んでいないと、それを目当てにわざわざ九州内外から集まった来訪者を一気に失うことになりかねない。全体として集中的な“お手入れ”をお願いしたい。

# 1-2.視察結果 ★

## 湯の児温泉

- ❑ 宿泊客が20分程度の散策できるモデルコースやそのイメージストーリー等を温泉街全体で設定し、提案・PRができると良い。
- ❑ 「願掛け亀」の存在をもっと大きくPR・告知することが効果的と思う。
- ❑ 温泉街としてのお勧めや名物は必要。(例えば、「ここでしかない料理」「〇〇を惜しみなく使った料理」「一度は入らなくてはいけない特殊な〇〇温泉」など)
- ❑ 「海とタヤけ」は、海水浴場や栈橋にも面した海岸線を有しているため、当館のイメージアップが温泉街全体のイメージアップにつながる。特に旧館の和室などは価値が高く、著名人の利用実績などを掘り起こした売り出し方は面白い。
- ❑ 単なる個々の旅館同士の連携では話題性に乏しい。他の業態(例:漁師、うたせ船、農家)と手を組んだ試み(海からチェックイン、朝市など)が効果的だろう。
- ❑ ハード面では、海岸からの景観はかなりネガティブである。リピーター獲得には、根本的な整備は望めなくとも工夫して改善する必要がある。またソフト面では、「接客マナー」の改善が先決である

# 1-2.視察結果 ★

## グリーンスポーツ水俣

- ❑ 研修や学校行事での利用が主となるが、学校行事についても、屋外行事にてキャンプ場を利用するのが年々少なくなってきた。デイキャンプやイベント会場としての利用もあるが、何事についても衛生・安全面の管理がとても厳しくルールづけされる。
- ❑ カヌーでの島渡りやツアーは危機管理さえクリアされていれば、ニーズはあるが、少量である。マニアチックな観光素材となる。
- ❑ 施設の改修・手入れ(洋式トイレ、温水シャワー、最新式の用具を施せば、水俣の海を体験できる場所としては魅力あり。
- ❑ 対外情報発信や、地域の他の体験プログラムとの組み合わせなど、地域ぐるみで手をかける事が良い。

## はぜの木館

- ❑ 薩摩街道にあったとしても、歴史や時代の意味があったとしても、まずは立地条件が悪すぎる。さらに道のりや案内も複雑という悪条件が多すぎる。
- ❑ 学生研修や社会見学等の目的旅行の一行程であれば問題ないが、一般観光客への案内としては、労力の割には観光客をがっかりさせてしまう。
- ❑ 「樹齢何百年のはぜのき」や「街道独特の文化」を少しでも語り部が案内するなどし、往年の薩摩街道や「篤姫が嫁いだ道」等のいにしえの時代を想像できる演出をした方が良い。

## 1-3.資料による評価結果【場所】



### 水俣湾

- ❑ 水俣病からの克服は「環境の水俣」＝「水俣への来訪」を意味するもので、水俣への来訪者を確実に獲得できるのは「水俣病関連」の施設や行事である。
- ❑ 体験観光のベース。ガイド養成・プログラムづくりがカギとなる。

### うたせ舟

- ❑ 観光商品としては大変おもしろく魅力的である。船の船体も良いが、帆船のところが良い。また、船上体験もおもしろそうである。
- ❑ 団体型エスコート向けの企画募集型の旅行会社ツアーには良い。但し、チャーター費がやや高すぎる感がある。
- ❑ 他の資源・施設（特に湯の児温泉や、他の宿泊施設）との組み合わせが効果的である。

# 1-3.資料による評価結果【場所】



## 薩摩街道

- ❑ 歴史ある街道は人気である。「篤姫」や歴史的に名のある明治維新の各偉人が通ったのであれば、古の思いは大きく膨らむ。既にあるモデルコースをしっかりと観光客に届け、歴史とエピソードを絡め、ぶれの無い紹介こそが大切である。
- ❑ ガイド養成がカギとなる。

## 西南戦跡

- ❑ この地域の歴史は強い。鹿児島に見習う流れも大切であるが、この地域特有の歴史や出来事を地域の名跡と合わせて、打ち出すことが必要である。
- ❑ ガイド養成がカギとなる。

## 愛林館

- ❑ 土日祝日限定オープンのレストランでのメニューにプレミアム性や希少性を持たせれば、その距離や不便さも楽しいものとなる。
- ❑ 愛林館のみの単体での紹介には限界があるため、他の施設や自然資源との連携を考える必要がある。

# 1-3.資料による評価結果【食べ物】



## サラ玉

- 地の物野菜の中でも、市民への浸透度は高い印象がある。メニュー商品開発が必要。
- 「全国一番」、「他に例がない」などの特徴を大きく宣言的に放てば「水俣のサラ玉」が一番になる。特徴ある玉ねぎの美味しさや、その成分、食べ方などを発信し続ける事で、水俣が「玉ねぎの聖地」になれば、観光客来訪の大きな理由付けとなる。

## スイーツ

- 「町にスイーツ店が必要以上に異常に存在する」、もしくは「地域の特色(素材)を大きく生かしたスイーツが歴史上、昔からある」、もしくは「城下町として昔は和菓子、今は洋菓子という守られた味が存在する」など、ストーリーをしっかりとらせることで、観光客の誘客に繋がる。
- 地域のスイーツ店を応援し、チャンピオンづくりに取り組むと良い。市民に支持される人気店を、「水俣の食資源」のひとつとして対外的にもPRしていく価値がある。個別企業であっても、水俣代表として、地域ぐるみで応援していく姿勢が必要である。(例:九州電力の手土産の定番は洋菓子店「16区」のダックワーズ。)
- 地場産品の活用による新商品開発を、個店での取組みから他店も巻き込んだ面展開に発展できればさらに情報価値は高まる。

# 1-3.資料による評価結果【食べ物】



## お茶

- 京都や伊勢、静岡等、お茶の名産地は多く、競争が激しい。「水俣茶」の特殊色である「紅茶」や、「紅茶ようかん」のような地域特有の名産品を前面に押し出した方がよい。
- 中国、欧米での日本茶の人気は高く、インバウンドへの戦略には大きな役割を持つと思われる。
- 市民への浸透度は高い印象がある。市内の洋和菓子店、飲食店、宿泊施設との連携がカギとなる。地域ぐるみで消費・PRできるかが今後の課題。

## 水俣市の洋食屋さん

- 「水俣特有の洋食」とは何かを考案する必要がある。いかほどの規模があり、軒数があるのかが左右する。
- 洋食ではひとまとめにしにくいので、ジャンルを絞る等の工夫が必要となるだろう。

## デコポン(しらぬい)

- 果物そのものの魅力は乏しく、観光資源としてPRしていくには、他の地域より抜け出たものが必要となる。
- アピール力のあるメニュー開発、商品開発が必要である。

# 1-3.資料による評価結果【食べ物】



## 杉本水産のしるご

- ❑ 独特の食べ方や地域性を前面に出し、「みなまた〇〇漬け」のような、ブランド的召し上がり方をレシピ等で統一することで商品化にもつながる。

## 水俣チリもん

- ❑ 全国的にあるので特徴に乏しいが、「みなまたちりめんモンスター」声を大きく、全国的に一番と宣言することで、本物の位置に座れることになる。
- ❑ 食資源だけでなく、体験学習素材にもなりうる。

## 亀の手

- ❑ 怖いもの見たさの一見の価値がある。珍味として魅力的で、話題性がある。
- ❑ 九州地域以外の人はずは知らない。付加価値向上のためにも、メニュー、商品開発が必要となる。

## 地魚

- ❑ 特徴に乏しいため、年間を通じた旬のカレンダーをつくり、PRしていくことが必要である。また、宿泊施設との連携がカギとなる。

### 水俣のゴミの分別体験

- ❑ 水俣の地域だからこそできるイベントであり、水俣らしい体験メニューである。
- ❑ 古くは水俣病にさかのぼる話から、現在の分別ごみの進歩的な街として水俣を紹介すれば尚更インパクトがある。
- ❑ 情報発信や、ガイドの養成がカギとなる。

# 1-3.資料による評価結果【体験】



## ダイビング

- ❑ 危機管理やコンプライアンスがしっかりしていれば面白い。
- ❑ 絶対対応人数が少ないイベントであるため、観光誘客数の獲得や展開にはあまり関係がないと思われるが、水俣の海の綺麗さをPRするには良い。
- ❑ 体験観光メニューの一部となる。

## 水俣川のチューブ下り・カヌー体験

- ❑ 危機管理やコンプライアンスがしっかりしていれば面白い。
- ❑ 絶対対応人数が少ないイベントであるため、観光誘客数の獲得や展開にはあまり関係がないと思われるが、水俣の自然の美しさ・素晴らしさをPRするには良い。
- ❑ 地域の他のメニューとの組み合わせが必要であり、所要時間や迫力の情報発信が不可欠となる。

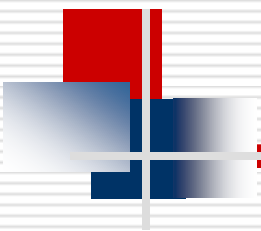
# 1-3.資料による評価結果【体験】 ★★

## 村丸ごと生活博物館の体験

- ❑ 時間を要する企画にみえるため、時間に余裕のある観光客など、特定の観光客しか対象とならない。
- ❑ 街中に住む人々には魅力的な取り組みである。

## リグラス(サンドグラス)づくり

- ❑ 一般観光には不向きだが、社会見学や研修旅行などの一行程となる。
- ❑ 地域の他の環境学習メニューとの組み合わせる必要がある。



## 2. エコパークの現状と今後の取組み

## 2-1.エコパークの利用状況について

—指定管理者へのヒアリングより—

利用者は、特定の利用・訪問目的を持ってエコパーク内の各施設や場所を訪れるため、施設や場所の利用はバラバラであり、エコパーク内を有機的に回遊することは無い。

### レンタサイクル

イベント開催時や、大学生が学習旅行に来た時に時々利用している程度である。

### バラ園

春のフェスタ期間(3週間)に約3万人、秋のフェスタ期間(3週間)に約1万人程度の来場者がある。

### 道の駅「まつぼっくり」

年間の販売額は(道の駅登録前直近期との比較で)約2倍に増加した。(道の駅登録効果)

### グランドゴルフ場

毎日利用があり、年間15,000人程度になる。湯の児の旅館などが、各地の老人会向けに温泉旅館に泊まる1泊2日のグランドゴルフツアーを企画しており、阿久根地域など地域外からも数百人の利用者がある。

### テニスの森

それなりの利用があり、ソフトテニスの大会も開催されている。健康の森とともに、宿泊を伴う合宿利用が多い。(県クラスの大会開催に対応可能である)。

### 潮騒の広場

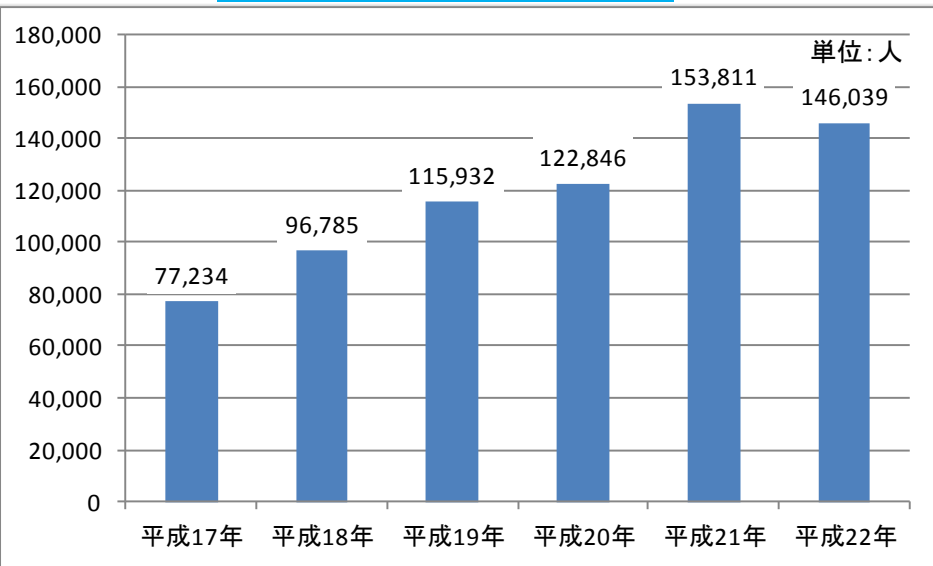
活用しやすいと評判である。九州や西日本の各地のサッカーのクラブチームが合宿地として利用している(年間では約3万人)。クラブチームが任意で開催する大会「エコカップ」も行われており、約3,000人が訪れる。イベント会場としても活用されており、「みなまた未来コンサート」では約5,000人、物産展では約20,000人の来場者があった。

### 竹林園

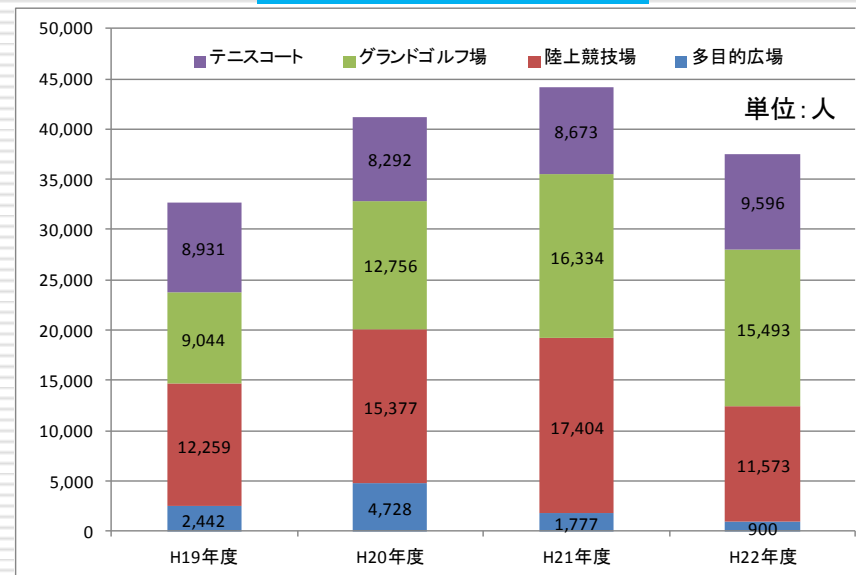
散歩での利用者がほとんどであり、以前は年間約18,000人の訪問者があったが、近年は減少傾向にある。

# (参考)エコパークの利用数推移

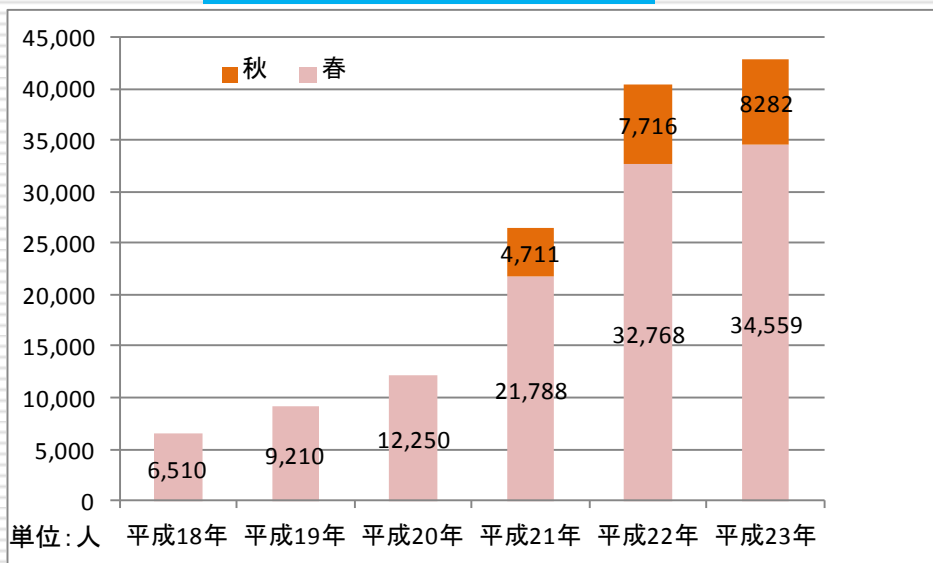
## 都市公園区域の入場者数推移



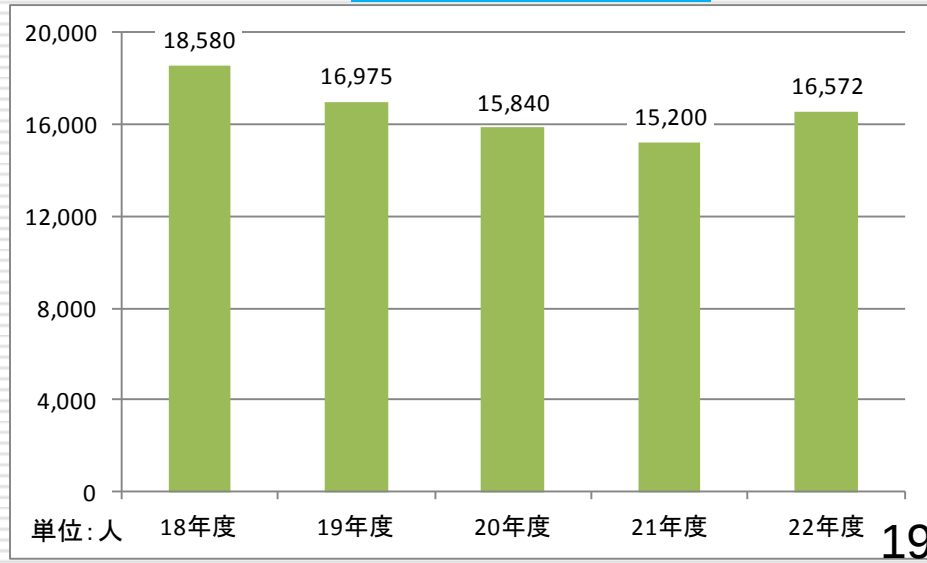
## 運動施設の利用者数推移



## ローズフェスタの入場者数推移

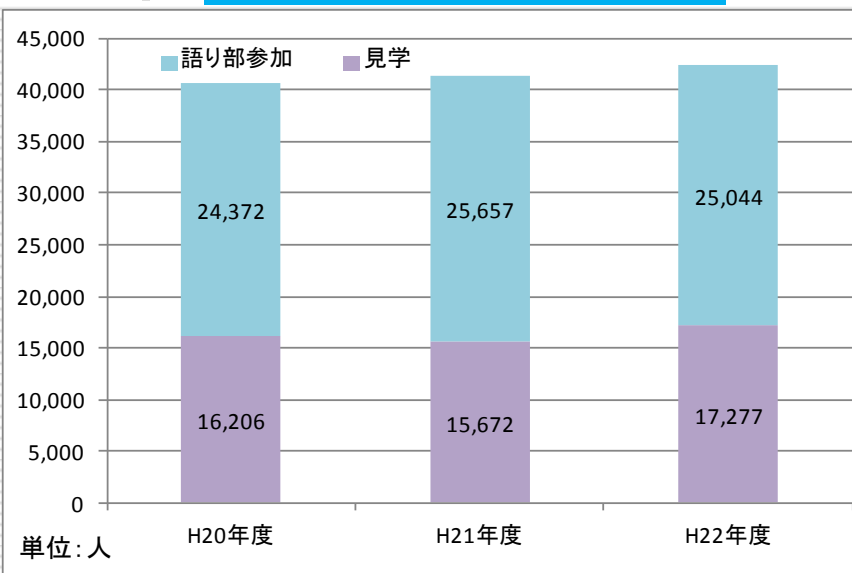


## 竹林園の入場者数推移

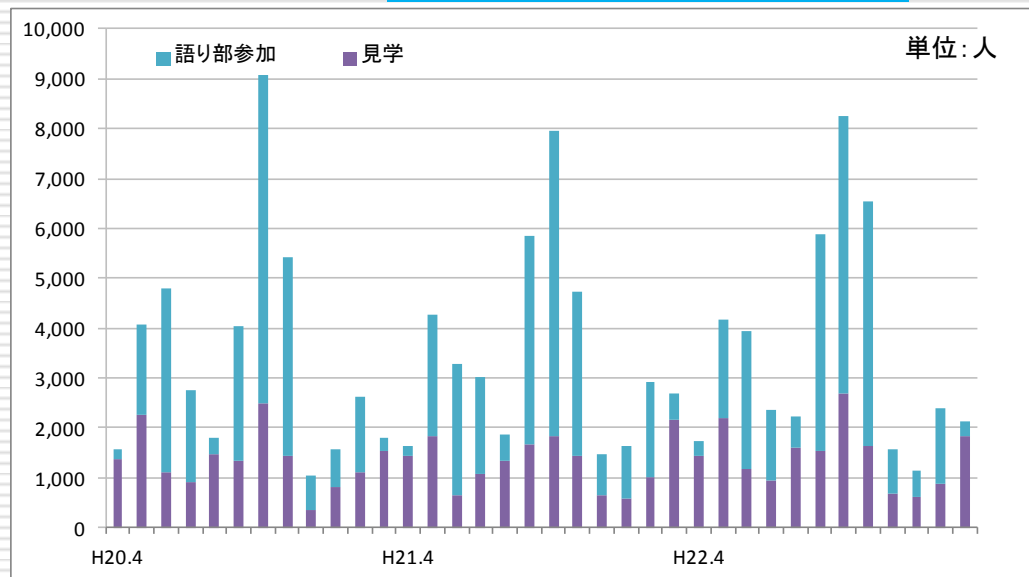


# (参考)エコパーク周辺施設の利用数推移

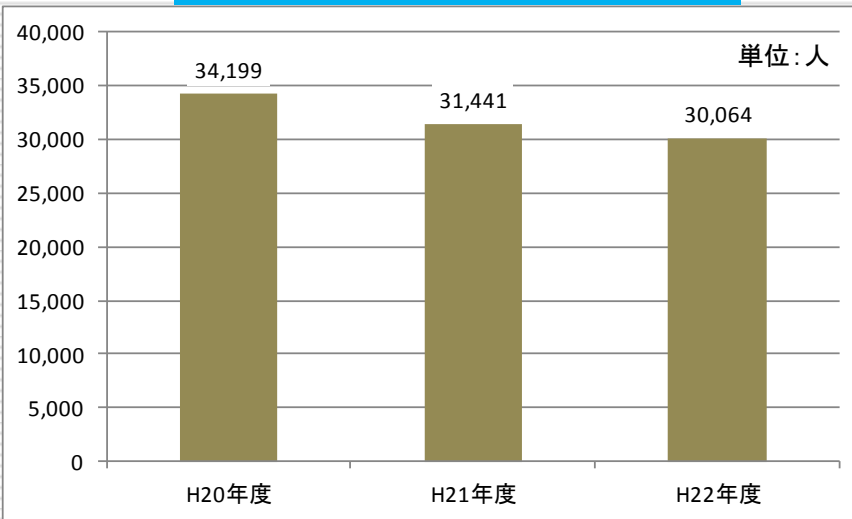
## 水俣病資料館の年間来館者数推移



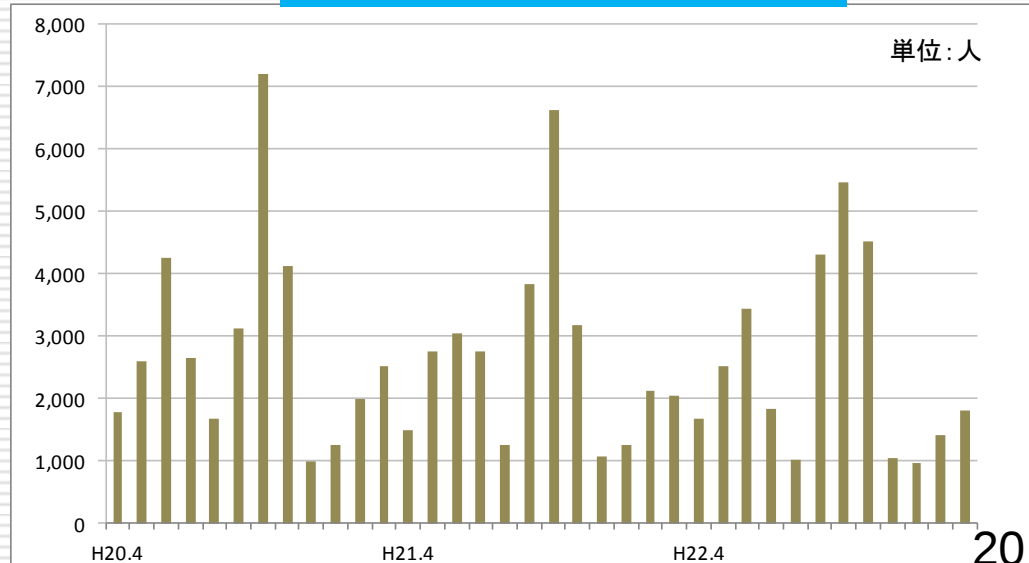
## 水俣病資料館の月間来館者数推移



## 熊本県環境センターの年間来館者推移



## 熊本県環境センターの月間来館者推移



## 2-2.エコパークに関する有識者委員からのコメント

### 環境センター・情報センター・水俣病資料館

- ❑ 水俣の誘客の根本は「水俣病」関連が中心と考えられ、水俣への来訪動機のベースとなる。「このような過去の水俣市が今はこんなに安全に美しく、素晴らしくなった」というところに水俣を訪れる意味・理由があり、興味があると思われる。
- ❑ マイナスからプラスのストーリーを上手くイメージよく話せるガイド育成が大切である。

### バラ園

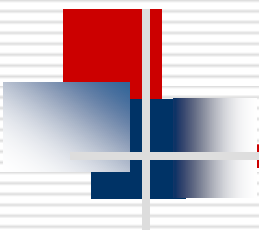
- ❑ 花には根強いファンが存在する。一株でもいいから「ここでしかない花」を展示したり、他のバラ園との違いを明確にするだけで、自ら調べて遠路はるばる観光客が訪問するきっかけとなる場合が多い。
- ❑ バラの咲くシーズンに限定されることが課題である。
- ❑ 体験やオーナー制など近隣(市民含む)住民との“関わり”創出がカギとなる。

### 道の駅まっぼくり・ご飯処たけんこ

- ❑ 道の駅の役目は十分にある。郷土料理も気軽に楽しめて、お手軽なレストランと思う。誘客の仕掛けとして食事のクーポンイベントをおこなったり、立ち寄るきっかけ造りをすれば来訪者は動くと思う。また、食事のみの利用発生すると思う。
- ❑ 他地域の成功・先進・集客事例を研究すれば、より多くの集客＆有効活用が可能。

### 恋人の聖地

- ❑ 全国的にかなり多くあり、特色を出さない事には来訪者にとって魅力はない。「恋人の聖地」のストーリーや歴史をもっと明確にし、他の関わりある「食・グルメ」や神社や店舗などと一体化した売り出し方が魅力的であり、滞在時間の延長にもつながる。
- ❑ 単なるモニュメントではなく、携帯・写メールを用いたイベントや、カギをかけるなどひと手間かけたストーリーづくりが不可欠である。



## 2-3.市民がお勧めするエコパークの利用法

### 環境センター・情報センター・水俣病資料館

- ❑ 土、日にゆっくり、知的な時間が持てる
- ❑ 水俣メモリアル(明神岬)から天草を見ると、かなり空と海が大きく見え、夕日が美しい。

### 親水護岸

- ❑ 再生した水俣湾、水俣市のシンボル。
- ❑ 恋路島を眺める景色(海と島々、不知火海に沈む夕日)を眺める。
- ❑ 波の音を聞きながら、昼寝ができる。

### 潮騒の広場

- ❑ 1周1kmのジョギングコース。
- ❑ 野外コンサート場としての活用、1万人規模でも可能。(みなまた未来コンサートを5000人規模で実施)

### スポーツ施設(健康の森、スポーツの森)

- ❑ 安心してジョギング・ウォーキングが楽しめる。朝のウォーキングやジョギングで朝陽が昇る様子は、夕焼けとは違う良さがある。
- ❑ スポーツイベントに最適。合宿場所としてやスポーツ大会や練習試合会場として使う。熊本市内や宮崎市内や鹿児島市内からも誘致可能。

## 2-4.エコパークの取組みについて-現状-

ー指定管理者へのヒアリングよりー

平成18年度より、エコパーク全体（水俣広域公園区域と港湾緑地区域）の指定管理者「ハートリンク水俣」が、民間のアイデアを取り入れながら、「もやい直し」をテーマに公園の管理運営を行っている。

### バラ園の整備

- 「障がい者の方がやりがいを持って働ける場所」として、広域公園の清掃を含め、バラ園の管理は、障がい者団体のNPO法人に委託している。（港湾緑地区域の清掃業務なども障がい者団体のNPO法人に委託している）。
- 委託を受けたNPO法人は、バラの講習会や、職場体験の受け入れなども行う。

### 水俣市や熊本県との連携

- バラ園や、市の施設であるみなまた観光物産館や県の施設のご飯処「たけんこ」、インフォメーションセンターなどを、「道の駅みなまた」として登録
- バラ園の広報やイベントなどの開催

### 各種イベントやプログラムの開催

- プログラム：ローズフェスタ、自然観察会、ガーデニング教室、竹垣講習、子供スポーツ教室など
- イベント：グランド・ゴルフ大会、水俣港フェスティバル、みなまた未来コンサート、水俣病犠牲者慰霊式、火のまつり等（各実行委員会等開催）

### アドプト制度

- 市民ボランティアが、パーク内の花壇をグループに分かれて担当し、花の植え替えに協力

## 2-4.エコパークの取組みについて-今後-

ー指定管理者へのヒアリングよりー

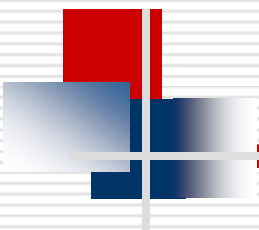
来年度より水俣広域公園区域として、管理も一体化される。エコパークの魅力向上策として、ハード面で、新たな施設の建設などの大きな投資は期待できないが、ソフト面での活性化策に取り組んでいく予定である。

### ソフト面の取組み

- ❑ 団体客ではなく、マイカー世代を対象に地域資源を活かした体験プログラムを、エコパーク内に持つてくることなどを考えている。
- ❑ 水俣病資料館など、「負の遺産」を見に来た人たちを、エコパーク全体へと導く事について例えば、百間のところから続いている竹林園を再生のシンボルとしてもっとアピールしていきたい。
- ❑ 竹林園の魅力の向上策として、和楽器の演奏会や夜のライトアップについて考えている。

### ハード面の取組み

- ❑ 県の公園整備事業の一環として、グランドゴルフ場の改修工事を行っており、他の地域のグランドゴルフ場とは違った、ミニゴルフ場のような雰囲気を持たせる予定である。日本全国の老人会の市場規模はそれなりに大きく、今後、グランドゴルフ場の利用者としてターゲットにしていける。
- ❑ 花の回廊も、現在改装工事を行っており、一般の人にも見た目にわかりやすく、バラと同じ時期に咲くラベンダーを一面に植える計画である。花の里（バラ園）、香りの里（ハーブ園）と一体的にアピールしていく。



---

### **3. 肥薩おれんじ鉄道の現状と 今後の取組み**

# 3-1.肥薩おれんじ鉄道の観光利用に向けた取組み

—肥薩おれんじ鉄道(株)社長 古木委員より—

収入増を目的に、観光客向けの商品(観光列車、ツアー、特産品となる農作物)の開発に注力し、肥薩おれんじ鉄道の沿線一帯を一大観光地にしたい。

□ まずは、列車を観光商品として販売していきたい

- 旅行の企画商品の積極展開
- 車両改装による観光列車の導入

## 現在の取組み

- ラッピング列車
- 沿線の観光ガイドパンフレット作成
- お土産品・オリジナルグッズ販売
- 貸し切り列車
- 旅行商品の企画・開発・販売
- 駅でのレンタサイクルの貸出

## 観光プロモーションの実施

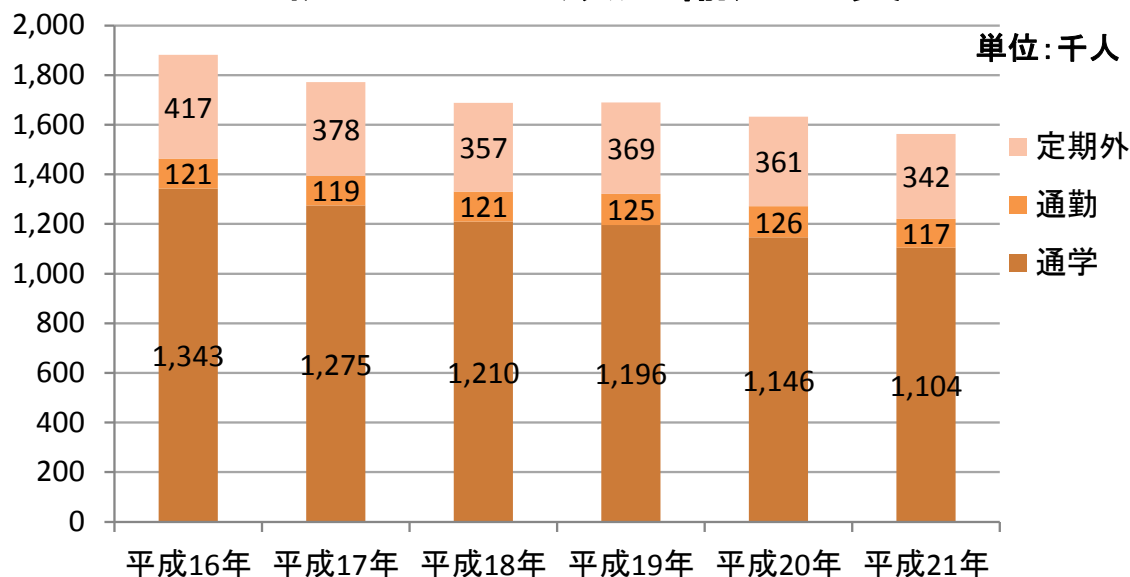
- 行政関係機関と連携して、旅行会社など関係者を招待し視察を実施。
  - 旅行会社の担当者へモデルコースなどを提案。
- 各地でプロモーション活動を実施
  - 県など共同で、大都市圏で地域の物産、観光フェアを実施して広報している。
  - 海外でも旅行フェアに参加している。
- 営業部スタッフが国内外の旅行会社や航空会社、関係機関をまわって営業活動を展開
  - 海外は、熊本、鹿児島、宮崎空港に就航する路線のある地域中心に(ソウル・上海・台北)に営業を実施。(中国からは、年間2,000人以上の観光客を取り込めると予想。また今後は、台湾、シンガポール、香港向けのプロモーションを予定)
- 旅行会社のニーズに即した企画を提案、旅行会社の担当者と共同で企画を立案
- 九州新幹線と連携した商品開発

## 3-2.肥薩おれんじ鉄道の観光利用状況について

—肥薩おれんじ鉄道(株)社長 古木委員より—

- ❑ 肥薩おれんじ鉄道の年間の定期外輸送人員は、減少傾向にあり、平成21年は34万人強であった。しかしながら、近年取り組んできた観光プロモーション活動が、平成22年の夏ころから効果が出始めた。
- ❑ 平成23年3月の九州新幹線全線開業効果は夏ころより顕著に出てきている。関西、中国地方の大手旅行会社のローカル列車をコンセプトにした企画が増大した。
- ❑ 海外からの送客も増えてきている。韓国からの旅行者には特に人気があり、年間約1,000人のツアー等による利用がある。中国からも、平成24年1月に初めてグループツアーでの利用があった。大震災の影響による落ち込みからも徐々に回復基調にある。

【参考】 肥薩おれんじ鉄道輸送人員



# 3-3.肥薩おれんじ鉄道の観光利用について-市民提案1-

—肥薩おれんじ鉄道(株)社長 古木委員より—

## ソフト面の提案(車内)

- ❑ 車両の中で、水俣のスイーツ・お土産品が買えたり、飲食ができれば良い。
- ❑ くまもん車掌(無理ならば他のキャラクター)の登用

## ソフト面の提案(運行)

- ❑ 停車時間の延長:降りて記念撮影などができるようにする。
- ❑ 新幹線やバスとの接続をよくする。

## ソフト面の提案(企画)

- ❑ 駅コンサートの開催
- ❑ 市内の温泉旅館と連携した「日帰りツアー」や「1泊2食・お土産付き」などの旅行企画商品の販売をする。
- ❑ 9時～15時までと、19時以降のカップルおよび団体客にはプレゼントを提供するなど、特定のターゲット向けに乗車したい気持ちにさせる
- ❑ 保育園、幼稚園、小学校低学年の遠足での利用促進

# 3-3.肥薩おれんじ鉄道の観光利用について-市民提案2-

## ソフト面の提案(イベント列車)

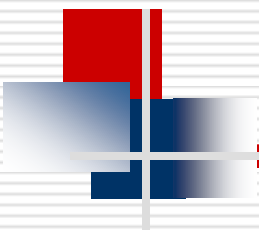
- ❑ 各駅で近くの特産、名産を使った料理を積み込んでフルコース料理を提供する。
- ❑ ローズフェスタ列車の運行
- ❑ 食べ物(ビール、スイーツ、コーヒー、ラーメンとちゃんぽん等)をテーマにした列車の運行列車
- ❑ 合コン列車の運行
- ❑ 「末永い幸せの旅立ち～銀河鉄道999号に乗って～」の旅(市内(または沿線地域)で結婚式を挙げた夫婦に空間を提供し、これからの新しい旅立ちを999号で演出。披露宴のオプション商品としても良い。
- ❑ 記念日貸し切り列車(誕生日、節目の記念を、家族や友達で祝うための空間。)
- ❑ 「もう一度思い出の風景を！いにしえの鹿児島本線路」の旅(シルバー世代をターゲットに、若い頃乗ったことのあるルートをもう一度旅をする提案。不知火海に沈む頃を見計らって通過させる。水俣駅に到着すると、迎えの車(電気自動車など)が待機し、湯の児や湯の鶴温泉へ送迎)

## ソフト面の提案(観光列車)

- ❑ ガイドさんが乗車して、地域の観光や歴史を案内する。
- ❑ ブルートレイン、トロッコ、蒸気機関車、JRの観光列車の運行
- ❑ 九州一周列車の旅1週間ぐらいかけてゆっくりと回る、クルーズ列車の運行。

## ハード面の提案

- ❑ エコパーク駅の整備
- ❑ もっとデザイン性を高め、魅力ある電車にする。



---

## **4. 観光資源の魅力向上に向けて**

## 4-1.観光資源の魅力向上に向けて

### 地域観光資源の魅力向上に向けた課題

- ❑ 水俣市内の観光資源は、各地に点在しており、観光客の動線があまりない。  
⇒(例)観光モデルコースを示したマップ等を作製し、観光客を誘導する。
- ❑ 水俣市内の観光資源は、単体での魅力度には限界がある。  
⇒(例)地域内の各観光資源を組み合わせた、観光メニューの開発・PRを行う。
- ❑ 九州地域の観光地としての認知度が低く、多くの観光客は、情報を持っていない。  
⇒(例)情報発信を効果的に行う。
- ❑ 水俣市内の観光資源を利用した旅行商品が少ない。  
⇒(例)観光資源等を利用した観光商品の開発を行う。

### 課題への対応・今後の取組み(案)

- ❑ 市民が推奨する観光モデルコース(1.5hコース、3hコース、5hコースなど複数)を策定し、モデルコースを地図に落とし込んだ、観光マップを作成する。
- ❑ 組み合わせにより相乗効果が発揮されるような、各観光資源の連携策(複数の体験プログラムの組み合わせ、観光スポットと食事の組み合わせ等)を検討する。  
(各資源の管理者の努力・協力が必要)
- ❑ 地域の観光資源に関する情報発信を継続的に行い、地域外にPRする。
- ❑ 水俣市の観光資源等を利用した観光商品の開発を旅行会社に働きかける。