

5 第3次アクションプラン(2023-2027)の重点と策定方針

本アクションプランの策定方針を定めるため、市内全域の事業者、行政等の若手によるワーキング部会を設置しました。3回のワークショップを通して、持続可能な観光の姿を探り、

- 1 八女インターに近い市の中心部から県境に近い周辺部まで、事業者が収益を上げることができる持続的な観光を可能にする
- 2 そのためには地域資源を見直し、SDGsの考え方を取り入れた売れる観光商品づくりが重要
- 3 第2次アクションプランを検証し、継続すべき取り組みは本アクションプランに組み込む
- 4 観光地域づくり法人(DMO)である(一財)FM 八女を中心に、コーディネートの一環を強化する

といった策定方針を立てました。

ワーキング部会での情報共有、ワークショップ成果は次の通りです。

市の人口ビジョンの共有

■人口は2030年までに15%程度減少。年間900人減少ペース。
地域消費は毎年10億8千万の減少。(観光庁試算により一人当たり120万円で計算)

■市の基本目標(第2期八女市まち・ひと・しごと創生総合戦略より)

- 1 八女の資源を活かして経済を活性化し、安定した雇用を創出する
- 2 訪れ・住み・交流する新しいひとの流れをつくる
- 3 若い世代の結婚・妊娠・出産・子育ての希望をかなえる
- 4 地域の特性を踏まえて魅力を活かし、安心して暮らせる都市をつくる

第2次アクションプランの進捗確認

成 果

- ◆ 日本版 DMO 候補法人・本法人登録
- ◆ 体験プログラムの通年実施の商品化
- ◆ 観光協会統合「八女フィルムコミッション事業開始」

コロナ禍の影響、今後の観光ニーズに関する情報

- 旅の安心安全へのニーズの高まり
- 少人数、小グループ化
- 国内旅行への意欲が回復
- 行先は「これまで行ったことのない地域」が全世代で1位となり、既存の観光資源離れがみられる

ワークショップ成果

【優先して取り組むこと】 () は意見数

	1 班 【矢部・黒木】	2 班 【上陽・星野】	3 班 【八女・立花】
住民の受入れ意識醸成	0	1	1
事業者の利益確保	3	4	4
来訪者の満足度向上	1	0	1
持続可能な資源活用	3	1	1
その他意見	1	1	0

以上の経過をたどり、本アクションプランの重点と施策策定の方針を次の通り決めました。

第3次アクションプランの重点

売れる観光商品づくりによる周辺部への集客

アクションプラン策定方針

観光客受け入れを持続可能とする観光商品であること

- ① 地域の提供体制
商品・サービスを提供する人材や仕組みが持続可能であること
- ② 経済効果
事業者が適正な利益を確保し、経済的に持続可能であること
- ③ 品質管理
時代のニーズ、観光客のニーズに対応するPDCAが持続できること

また、第5次八女市総合計画に示されたSDGsの考え方を踏まえ、持続可能な観光の姿を目指すことも合わせてワーキング部会の共通認識としました。

SDGs:Sustainable Development Goals とは、2015 年 9 月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」に記載された、2030 年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。

17のゴール・169 のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない (leave no one behind)」ことを誓っています。

SDGs は発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル(普遍的)なものであり、日本としても積極的に取り組んでいます。

(外務省ホームページより転載)



持続可能な観光はサステナブルツーリズムとも言われ、観光地の本来の姿を持続的に保つことができるように、観光地の開発やサービスのあり方を見定め旅行の設定を行うこととされています。団体旅行に代表されるマスツーリズムの進展により、環境汚染や自然破壊などの現象が見られるようになった反省から、地域の文化や自然環境に配慮し、本物を体験し味わうことなどを通し、観光地に住む住民と観光客とが相互に潤うことが重要との考えが生まれてきました。

6 実行方針とアクションプラン

6-1 全体像

アクションプランの重点と策定方針に基づき、3つの戦略に合計17のアクションプランを計画しました。本アクションプランは「継続すること」を重視しています。そのためには市民、事業者、観光地域づくり法人(DMO)、行政等の関係者がそれぞれの役割を担い、できることを考え、持ち寄ることが大切です。



6-2 実行方針とアクションプラン

方針1 売れる観光商品づくり

観光商品や観光コンテンツの提供によって事業者のみなさんが適正な利益を得ることができないと、観光事業を継続することはできません。提供する地域側には人手不足や高齢化といった課題がありますが、利益を生む価格設定によって観光商品を生み出し、仕事として継続できる仕組みを作り上げる必要があります。

八女市街地への来訪者は増加していますが、上陽、星野、黒木、矢部、立花では継続的に販売できる観光商品が不足しているのが現状です。本アクションプランでは、地域への経済効果を生む「売れる」というマーケティング視点を持った商品づくりを目指し、「方針1. 売れる観光商品づくり」を本アクションプランの重点施策と位置付けます。

1-① エリアごとの体験プログラム造成 ～新規プログラムづくり

本アクションプラン策定のためのワーキング部会では、市内各エリアからの参加者から未活用の地域資源の観光商品化に関するアイデアが出され、新しい体験プログラム造成への意欲が示されました。

本アクションプラン策定を好機として、各エリアでの新規プログラムづくりを行います。特に、2023(R5)年度は八女茶発祥六百年にあたり、これにまつわる体験プログラム等の開発も期待されます。

具体的に進めるには、市の各支所と各エリアの事業者、指定管理事業者の協働が必要となります。各エリアからの発議とDMOから地域への働きかけによって新しいプログラムづくりへの動きを展開します。

2023(R5)年度	2024(R6)年度	2025(R7)年度	2026(R8)年度	2027(R9)年度
エリアごとの体験プログラム造成				

凡例／継続実施 → 1回実施 ● ※以下同様

1-② インバウンド向け観光商品の造成

2020年から2022年まで世界的な感染拡大を続けた新型コロナウイルス禍が徐々に終息に向かい、海外から日本への来訪者が戻りつつあります。本格的なインバウンド復活を前提に、外国客向けの観光商品づくりを進めます。

2023(R5)年度	2024(R6)年度	2025(R7)年度	2026(R8)年度	2027(R9)年度
再編集				
	販売・提供実施			

1-③ 古民家再生による宿泊施設運営

2021(R3)年度、上陽地区から着手した古民家再生による宿泊施設づくりを立花地区や矢部地区へと展開します。古民家を再生するだけでは宿泊施設として運営できませんので、再生した施設を運営する組織にコーディネーターを配置し、宿泊商品としての販売、施設のメンテナンス等ができるようにするとともに、得られた利益による健全な運営を目指します。

2023(R5)年度	2024(R6)年度	2025(R7)年度	2026(R8)年度	2027(R9)年度
古民家再生・コーディネーターによる運営				

1-④ 滞在体験施設の検討 ～グランピング・アスレチック等

このアクションプランもワーキング部会で滞在体験施設の可能性が指摘され、各エリアでの取り組みについて議論されました。改修に関する検討の際に、テントサイトやグランピング施設の導入をアイデアとして机上に乗せるなど、市内既存施設の再活用や改修にアウトドアという視点での検討を行います。

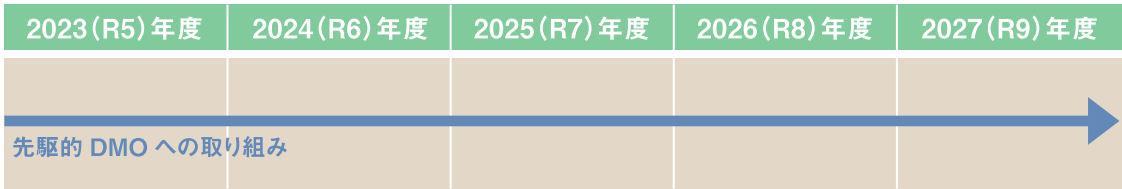
2023(R5)年度	2024(R6)年度	2025(R7)年度	2026(R8)年度	2027(R9)年度
既存施設の検討など適宜実施				

方針 2 観光まちづくり機能の強化

観光まちづくりを支える人材や能力を強化するため、人材育成などの研修メニューを実施します。第 2 次アクションプランで未実施となっている事務局長の配置は早期に行い、DMO の政策提言力、マーケティング力の底上げを図ります。

2-① DMO の機能強化による持続可能なマネジメント体制づくり

観光庁が取り組む「先駆的 DMO」の形成支援を追い風に、戦略策定力やマーケティングの強化、財源の確保などマネジメント機能の強化に取り組み、持続可能な組織体制づくりを行います。また、合併によって一つとなった八女市観光協会との連携を強化します。



2-② マーケット変化に対応するマーケティングの強化

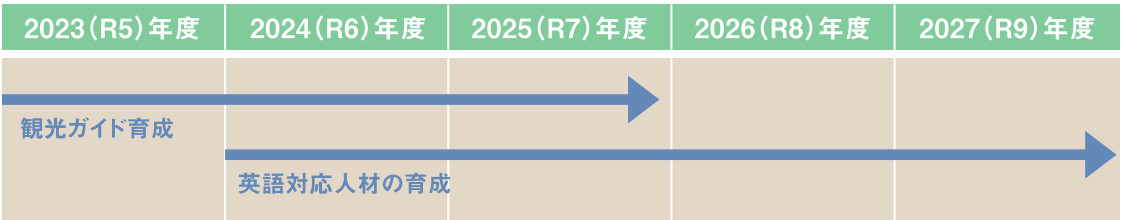
2020 (R2) 年度から世界規模で続いたコロナ禍を経て、観光行動に関する意識が変化しています。世界中の人々が観光に関心を持ち、人の移動がグローバル化することが予想される時代となりました。本市においても、国内、インバウンドを問わず、今後の観光ニーズに対応していく必要があります。市の観光動向と合わせ、国内外の観光動向に関する勉強会や情報提供を行い、観光の最前線の動きを共有できるように工夫します。



2-③ 観光ガイドの育成 ～国内・英語対応

本市の魅力を伝えるガイドの新規育成を実施します。新しいガイドとなる人材を発掘し、現在活躍しているガイドのみなさんのスキルを継承する育成プログラムを作成します。ガイドの質と人数の両方について、3 年間で目指す目標を設定したうえで、計画的な育成を図ります。

また、インバウンドに英語で対応できる人材の確保を目指します。日常英会話ができるレベルと簡単な英語での対応ができるレベルに分け、できるだけ多くの人がインバウンド観光客とコミュニケーションがとれる状態に近づけていきます。



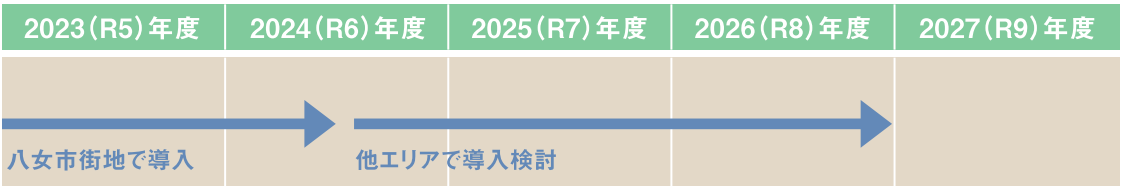
2-④ インバウンド対応研修 ～情報・食メニュー表示

市内事業者を対象にインバウンド向けの情報表示や食メニューの見せ方に関する研修を行います。年 1 回の開催で、上陽・星野地区、矢部・黒木地区、立花・八女市街地地区を持ち回り、3 年間で実施します。



2-⑤ レンタサイクル導入による 2 次交通の利便性向上

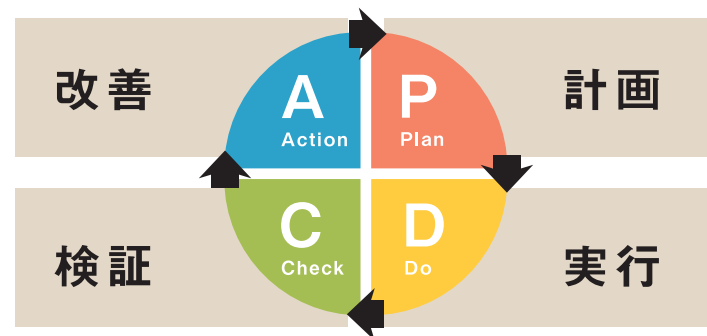
市内の 2 次交通はバス路線の減便などによる不便な状態が続いています。観光客の足となる自転車を導入し、半径 5 km 程度の移動を想定した 2 次交通対策を講じます。まず、八女市街地から導入を開始し、運営状況が良好であれば導入エリアの拡大を検討します。



方針 3 PDCA による継続施策

第1次アクションプラン策定から9年が経過し、本アクションプランは10年目からのスタートとなります。これまで取り組んできた施策を振り返り、今後も継続すべきものと取りやめるものをワーキング部会で検討し、継続していくアクションプランを決定しました。

各アクションプランは下図に示したPDCAサイクルによる改善を行い、継続した取り組みとすることが求められます。



3-① 旅する茶のくに週間の実施

コロナ禍の期間に休止していた旅する茶のくに週間を再開し、春と秋の開催に加えて、年間実施できるプログラム提供を進めます。プログラムは毎回、参加者アンケートやDMOでの検証を参考にプログラム実施者との協働による磨き上げを行います。

2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
プログラムの年間提供				

3-② 周遊バスの運行

旅する茶のくにバスの運行を積極的に実施します。2次交通や高齢化による自家用車の運転離れに対する解決方策であり、八女の魅力を体感することのできる周遊バスは地域発の大切な観光商品です。新しいコース開発に着手する際には、テストマーケティングとして運行することもできますので、本市に対する来訪者の満足度や期待を測る手段としても有効に活用できます。

2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
年間運行				

3-③ 茶のくにフォトライター事業

これまで Facebook で定期発信してきた茶のくにフォトライターによる記事掲載にその他 SNS への投稿を加え、事業の継続・拡大を図ります。計画期間の中期からインバウンド対策として、ハッシュタグの分析などができるデジタルマーケティング人材を育成し、外国人観光客の需要や期待を把握する仕組みを構築します。

2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
茶のくにフォトライター事業・デジタルマーケティング人材の育成				

3-④ 日本語ホームページの運営

DMO で八女観光オフィシャルサイトの運用を継続し、最新の観光情報の更新を定期的に行います。新しい体験プログラムなど観光商品の紹介や花の開花など季節情報をリアルタイムに掲載できるような組織運営を構築します。

2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
年間ホームページ更新・運営				

3-⑤ 英語による観光情報発信

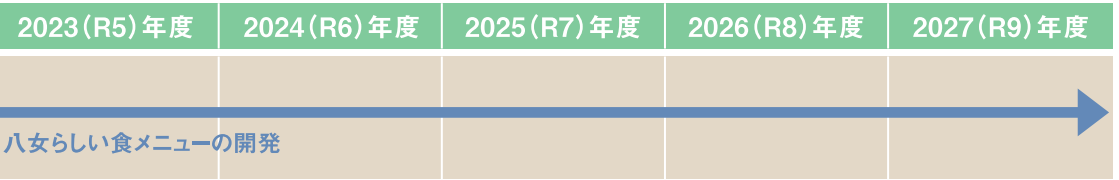
現在、外国語版八女観光オフィシャルサイト『VisitYame』で行っている観光情報の提供を継続拡大するとともに、災害時の緊急情報発信ができる体制を整えます。

2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
必要な情報の英語による発信				

3-⑥ 魅力ある食の開発と提供

茶のくに観光事業に着手して以来、八女らしい食の魅力開発を試みてきました。しかしながら、「八女に行くなら、これを食べよう」と来訪目的になるようなメニュー開発までには至っていません。

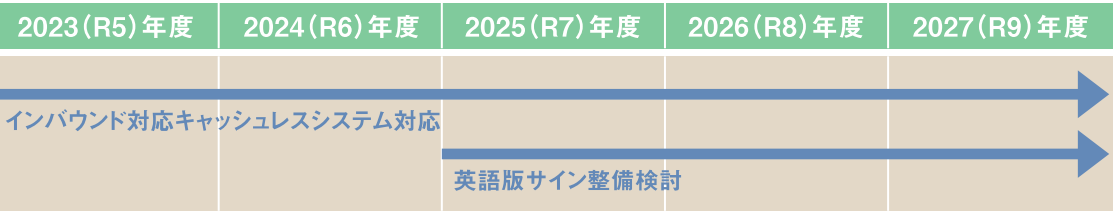
飲食店事業者をはじめ、JA、商工会議所、商工会、指定管理事業者、DMO等の協力による、旅の目的になる八女の食メニュー開発を進めていきます。



3-⑦ インバウンド対応のシステム構築 ～キャッシュレス、サイン等

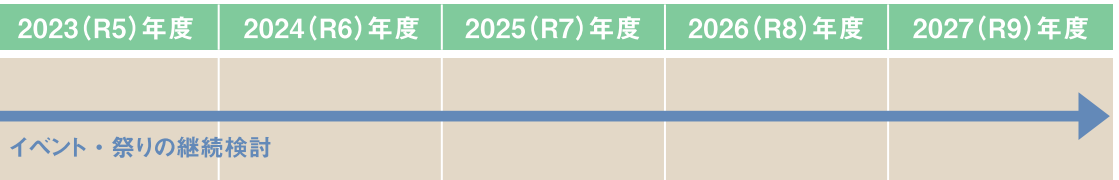
今後の消費活動はキャッシュレス化の進行が予想されており、事業者のキャッシュレス対応が求められています。国内客と海外客では利用するキャッシュレスシステムに違いがあり、海外客の来訪が増えるようであれば、それに対応する事業者のシステム導入を促進する勉強会などを実施します。

また、コロナ禍で実施してこなかった英語によるサイン整備については、インバウンドの動向を見ながら取り組んでいきます。

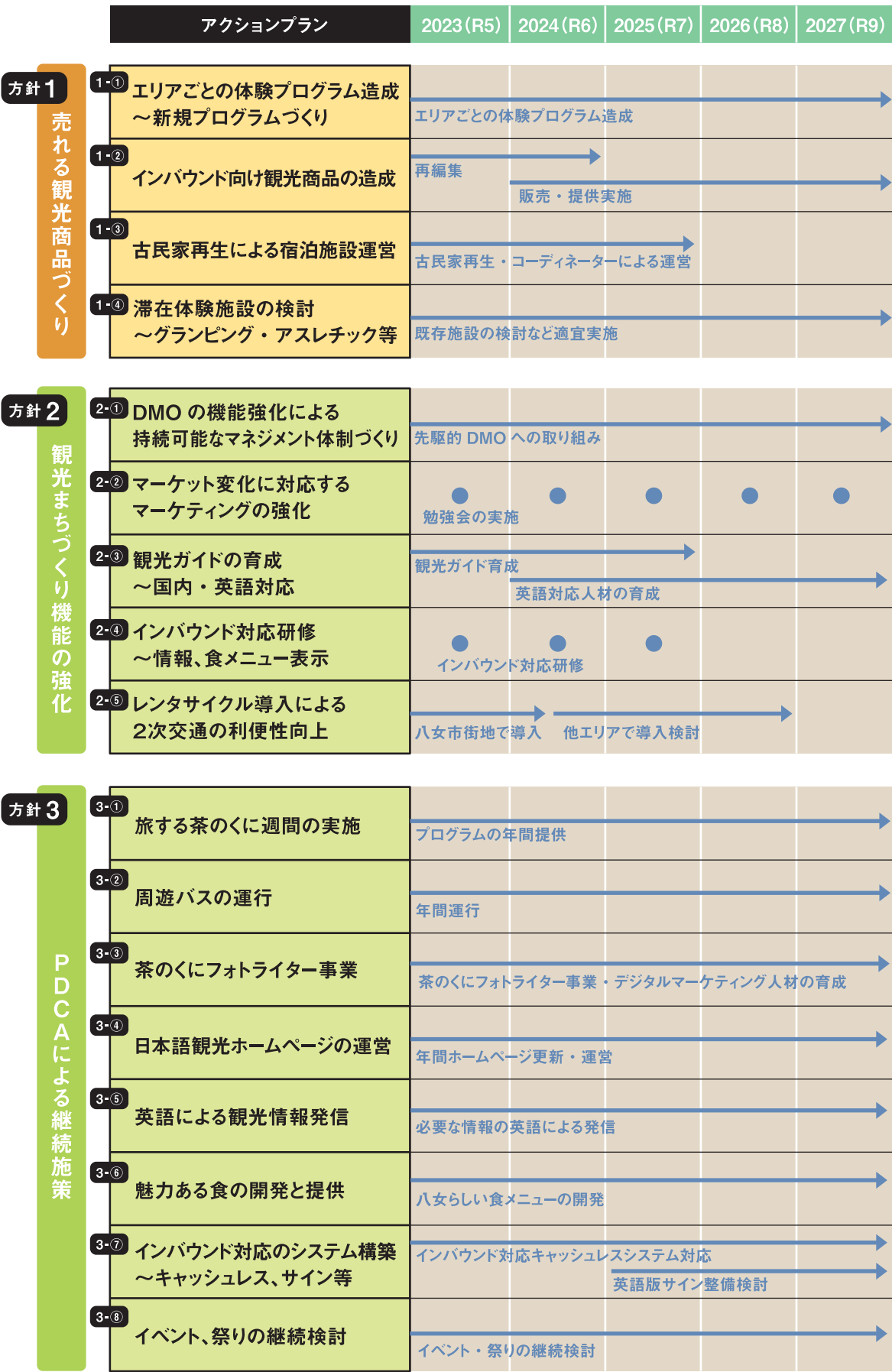


3-⑧ イベント・祭りの継続検討

合併前の各エリアで継承されてきたイベント・祭りは人口減少と高齢化により以前のような実施・開催が難しくなってきました。地域のイベント・祭りは地域の活力となり、住民の誇りともなるものですが、今後、全てのイベント・祭りを継承実施していくことができるのか、各エリアで継続についての具体的な検討を進めます。



6-3 スケジュール



7 アクションプランの進捗評価

本アクションプランの計画期間の中間である 2025 (R7) 年の上期に、各アクションプランの進捗状況を確認するため調査を実施します。実施スケジュールと実施成果および実施効果を評価したうえで、必要ならば当初計画からの変更・修正を検討します。

評価と変更・修正は八女市観光事業開発委員会の決議によって行われ、担当課はその結果を翌年度以降の予算編成に反映するものとします。

八女市観光事業開発委員会名簿

委員長	八女市 副市長
副委員長	八女市 企画部長
委員	九州産業大学 地域共創学部 観光学科 准教授
	福岡県商工部観光局観光振興課 課長補佐
	福岡県企画・地域振興都市町村振興局政策支援課 企画主幹
	福岡県観光連盟 観光地域づくり支援部エリアプロデューサー
	福岡県観光連盟 観光地域づくり支援部係長
	八女商工会議所 専務理事
	八女市商工会 事務局長
	福岡八女農業協同組合 総務企画部長
	株YMサービス 代表取締役
	大丸タクシー(株) 代表取締役
	(一財)八女伝統工芸館 館長
	八女市観光協会八女福島支部 支部長
	八女市観光協会黒木支部 副支部長
	八女市観光協会立花支部 副支部長
	八女市観光協会上陽支部 副支部長
	八女市観光協会矢部支部 副支部長
	八女市観光協会星野支部 推薦
	(一財)FM八女 放送事業部
オブザーバー	八女市黒木支所長
	八女市立花支所長
	八女市上陽支所長
	八女市矢部支所長
	八女市星野支所長
アドバイザー	株式会社 DNP プランニングネットワーク ソーシャルビジネス推進チーム 担当部長
事務局	八女市観光振興課
	一般財団法人 FM八女 観光事業部 茶のくに観光案内所

八女市観光事業開発委員会ワーキング部会委員名簿

部会長	八女市観光振興課長
委員	八女商工会議所 総務課長
	八女市商工会 青年部
	福岡八女農業協同組合 総務企画部 総合企画課長
	株YMサービス
	(一財)八女伝統工芸館 事務局長
	八女市観光協会八女福島支部 副支部長
	八女市観光協会黒木支部 事務局長
	八女市観光協会立花支部 事務局
	八女市観光協会上陽支部 理事
	八女市観光協会矢部支部 事務局
	八女市観光協会星野支部 推薦
	一般財団法人 FM八女 観光事業部 茶のくに観光案内所 所長
	八女市黒木支所 まちづくり推進係
	八女市立花支所 まちづくり推進係
	八女市上陽支所 まちづくり推進係
アドバイザー	株式会社 DNP プランニングネットワーク ソーシャルビジネス推進チーム 担当部長
事務局	八女市観光振興課
	一般財団法人 FM八女 観光事業部 茶のくに観光案内所