

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

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。

2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
先駆的 DMO への取り組み				

2-② マーケット変化に対応するマーケティングの強化

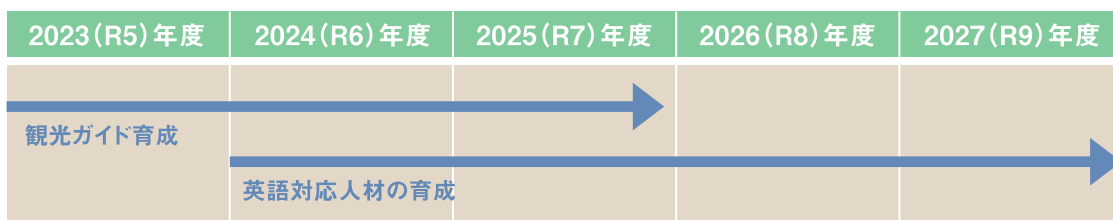
2020 (R2) 年度から世界規模で続いたコロナ禍を経て、観光行動に関する意識が変化しています。世界中の人々が観光に関心を持ち、人の移動がグローバル化することが予想される時代となりました。本市においても、国内、インバウンドを問わず、今後の観光ニーズに対応していくことが必要です。市の観光動向と合わせ、国内外の観光動向に関する勉強会や情報提供を行い、観光の最前線の動きを共有できるように工夫します。

2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
勉強会の実施				

2-③ 観光ガイドの育成 ～国内・英語対応

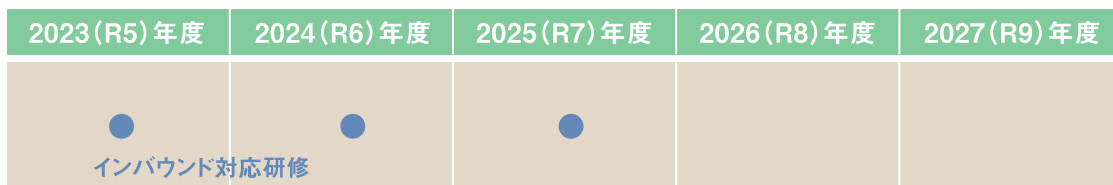
本市の魅力伝えるガイドの新規育成を実施します。新しいガイドとなる人材を発掘し、現在活躍しているガイドのみなさんのスキルを継承する育成プログラムを作成します。ガイドの質と人数の両方について、3年間で目指す目標を設定したうえで、計画的な育成を図ります。

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。



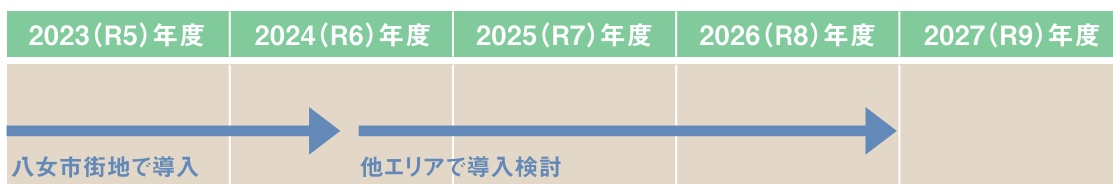
2-④ インバウンド対応研修 ～情報・食メニュー表示

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

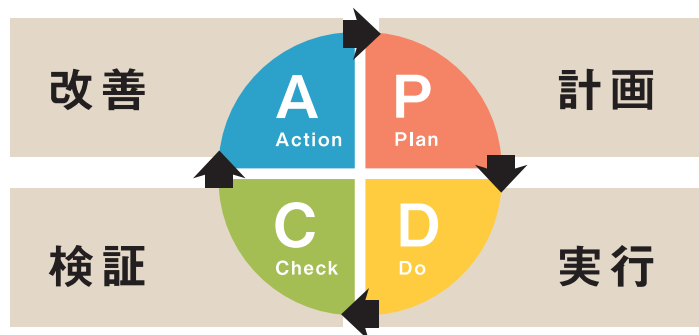
市内の2次交通はバス路線の減便などによる不便な状態が続いています。観光客の足となる自転車を導入し、半径5km程度の移動を想定した2次交通対策を講じます。まず、八女市街地から導入を開始し、運営状況が良好であれば導入エリアの拡大を検討します。



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。

2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
八女らしい食メニューの開発				

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。

2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
インバウンド対応キャッシュレスシステム対応				
英語版サイン整備検討				

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。

2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
イベント・祭りの継続検討				

6-3 スケジュール

アクションプラン		2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)
方針1 売れる観光商品づくり	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	エリアごとの体験プログラム造成				
	1-② インバウンド向け観光商品の造成	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	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	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	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	先駆的 DMO への取り組み				
	2-② マーケット変化に対応する マーケティングの強化	勉強会の実施				
	2-③ 観光ガイドの育成 ～国内・英語対応	観光ガイド育成	英語対応人材の育成			
	2-④ インバウンド対応研修 ～情報、食メニュー表示	インバウンド対応研修				
	2-⑤ レンタサイクル導入による 2次交通の利便性向上	八女市街地で導入	他エリアで導入検討			
方針3 PDCAによる継続施策	3-① 旅する茶のくに週間の実施	プログラムの年間提供				
	3-② 周遊バスの運行	年間運行				
	3-③ 茶のくにフォトライター事業	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 日本語観光ホームページの運営	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	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	八女らしい食メニューの開発				
	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	インバウンド対応キャッシュレスシステム対応	英語版サイン整備検討			
	3-⑧ イベント、祭りの継続検討	イベント・祭りの継続検討				