

第2回観光戦略策定委員会会議録

【日時】2022年12月1日(木)13:30～

【場所】嬉野市役所嬉野庁舎3-1会議室

【出席者】

- ・委員：出口委員(委員長)
山田委員(副委員長)(オンライン)
山口委員、北川委員、中山委員、副島委員、山崎委員(オンライン)、森委員、
宮崎委員、大久保委員、松下委員、小原委員、橋爪委員、辻本委員
- ・市長
- ・産業振興部長
- ・観光戦略統括監
- ・観光商工課長、副課長
- ・アイデアパートナーズ(株)

(主な意見)

■KPI・KGIの設定について

【委員A】

- 今回の観光戦略は前回の棚卸はされているのか。
→今回の観光戦略は最終的な目標を観光消費額に持っていくという形で考えている。
- KPIの「女性に対するおもてなし」について、女性に特化している点が性別の問題もあるため、女性という括りにするのは難しい表現なので、10年後のことを考えて「女性」に特化するのか「美に興味があるニーズ」中心のおもてなしにするのかを考えたほうが良い。
→指摘の通り考える必要がある。経年の変化、目標に対する達成度のデータを取る際に男女それぞれの収集し、一方で嬉野は「美肌の湯」ということもあり女性の結果がどのようになっているかをデータとして取ることは消費額を考えていく際に参考になるのではと考える。その過程でLGBT等の問題があるので配慮していきたい。

【委員B】

- 世界情勢が大きく変化している中、観光戦略の設定期間が10年というのは長いように感じる。
→10年の設定をしているが、例えば5年の段階で見直す等を検討していく。
- 来訪者満足について、「満足」というのは当たり前なので、満足より上の表現をしてはどうか。
→アンケートを取るうえでご意見として検討していきたい。

【委員 C】

- 観光戦略設定期間や表記の仕方について、10年間の大きな軸を設定し定期的に時勢に合った見直しが大切。

【委員 D】

- 計画年数については、嬉野市が何を達成したいかによって期間が変わる。10年で達成しないといけないもの、5年で達成しないといけないものは違う。10年で設定しても外部環境が変わるので、その都度修正は必要。ただ指標数字以上に10年後にどうなっていたいかビジョンの軸は持っているべき。

- 満足度について、5・7段階で取っているところが多い。事務局で要検討だが、7段階の方が細かく取れる。

→組織心理学では7段階で調査することがスタンダードになってきている。7段階の方が自分の心情に近いところで回答ができるので、より精密にできる。

【委員 E】

- 最終目的はどこを目指すのか、どのようにしたいのかを並行していかないと、満足度を100%目指すのか、それはたぶん無理だと思う。全体に対して満足度100%を目指すよりは、どのような人にどのような満足をして頂くか方向性が決まったら、それによっていろいろな方向が決まるのかなと思う。100%全員の方満足していただくことは理想だが、ある程度の方向性は並行して進めていくべきではないか。観光は日常から日常に移ることだと考えるが、市自体がどのようなスタンスなのかを数字目標と合わせて示さないと方向が定まらない。

→最終的な目標の観光消費額を増やすために5つのKPIを設けている。どのような形で方向性を含めていくべきか、意見を踏まえて考えていく必要があると思う。

【委員 F】

- スケジュール感や議題について事前に案内があると、委員会で意見がしやすい。

→次回は予め資料を委員に送る等、意見を求めやすいようにする。

■街の将来像について委員からの意見

【委員 B】

- KPIのデータの中でリピーターについてのデータが必要。

→調査をしていく中でリピーターのデータは重要。

【委員 G】

- 交通の利便性が悪いという声が多く挙げられており、人手不足が深刻化している。

【委員 H】

- 新幹線はできたが、バス停が遠いので駅までのシャトルバス等の交通手段が欲しい。
- 新幹線駅開業の影響で長崎方面からのお客様が増えた。
- 観光客がランチタイムに飲食店に入ることができず、もったいないと感じた。

■観光戦略についてのディスカッション

【委員 I】

- 歴史的な部分の PR を進めていきたい。肥前吉田焼の認知度を上げながら観光客に足を運んでもらえるよう考えていきたい。
- 嬉野全体に観光スポットができれば良い。

【委員 E】

- 交通の便が悪いという声を聞くが、そのために何かをするという方法と、逆に駅から商店街の間を楽しんで通ることができる方法があるのではないかと考える。そこに行くまでの楽しいという考え方もできる。

【委員 A】

- 市民のシビックプライドを育てる。「嬉野温泉名物は湯豆腐」と言っているが嬉野の人は食べていない。観光のための観光地になっていて、実際市民が街の良さを体感していない。子供たちが嬉野が好きでいつか帰ってくるような内側に対する観光施策が大切だと考える。市民のために旅館を開けておくなど、町の良さを住民が享受していないということも加味してほしい。

【委員 F】

- 嬉野を拠点として滞在型で他エリア(有田・波佐見・唐津・佐世保)を周遊できれば、より満足度が上がるのでは。

【委員 J】

- コロナを理由にいろいろなことに取り組めていなかったことは反省点だと思う。
- 嬉野町内でボランティアガイドの育成と嬉野茶のアピールが必要だと感じる。

■ヒアリング実施

【委員 K】

- 外から来た人のための観光戦略だという印象を受けた。私自身も嬉野についてのヒアリングを受けたときにすぐに答えられなかったので、嬉野市民への特別感のある戦略に視点を当てることも大事だと思う。市民魅力を知ることで、口コミや SNS を経て外部に魅力発信

できるのではないかと感じた。

- 嬉野に住んでいて嬉野の旅館に泊まる機会がないので、イメージがしにくいという意見もあった。嬉野市民が利用しやすい旅館や環境があれば、嬉野のアピールできる点を感じやすいと思う。
- SNS を見ていると旅館の紹介に子供が写った写真があると、子育て向けの宿なのかと目を引く。プランの導入については、嬉野の中でもマタニティプランがあったので良いなと感じた。
- ユニバーサルデザインについて調べてみた際にバリアフリーとの違いが気になり、嬉野の場合、バリアフリーに力を入れているのかと思った。

【委員 L】

- 嬉野検定のようなものを作り、嬉野のお勧めできるものを落とし込むことができる。
- KPI について消費額は把握しにくい。お出かけウォッチャーや地域独自の電子決済ツール等の活用で域内の消費額がわかるようになる。
- 高付加価値化への取り組みについて、海外の富裕層向けに佐賀空港や唐津港から嬉野にヘリで移動できるよう、嬉野にヘリポートがあれば良い。

【委員 M】

- ヒアリング先について、タクシー等の 2 次交通関連にも実施してはどうか。
- 観光は地元の人も喜ぶものが必要。
- 街歩きができる仕組みがあっても良いと思う。
- シビックプライドの重要性。地域の方が満足する観光戦略にする必要がある。

【委員 C】

- 高付加価値事業が他の地域で進む中、嬉野市ではどうなりたいのか突き詰めていく必要がある。
- 若い世代の声を拾い上げる場があっても良いのではと思う。

【委員 D】

- KGI・KPI について経済分野の消費額だけでなく、社会文化的な指標の設定はしないのか。
 - 必要な指標を持つべきだと考えている。
 - 地域によっては環境的な指標を持つ地域もある。
- 観光地域内経済循環を目指すなら数字の設定が必要になるのですが、そこは無しで良いのか。KGI は経済波及効果(直接効果と間接効果を足した分の経済効果)を頭に置いたうえで KPI では消費額や宿泊客数を設定するという話になる。数値や指標を持っていないと最終的な成果を検証できない。
- 高付加価値、客単価アップについて、嬉野が必要とする富裕層はピラミッドのどこか、と

いうところをある程度仮説を立てて実証していかないといけない。嬉野に合った富裕層、満足していただける層を仮説でもいいので立てるべき。

【市長の挨拶】

料飲店の売り上げが厳しい中、タクシーが来ないなどの努力の前にひっかかっていると感じる。解決のために2次交通へのヒアリングは大事だと思う。観光戦略を策定するにあたって、いろんな人の思いを受け止め反映をしていく姿勢が大事。今年度出来る観光戦略を毎年アップデートしていく考え方を持って運営をしていくことが大事。行政はそのような場を作っていく。町の雰囲気作りなどは町の皆さんがやっていくもの。自分たちが町のために何ができるかのマインドを持つことが大事だと思う。佐賀県が魅力度ランキング最下位ということもシビックプライドの低さが周りの評価に紐づいているのではないかと思う。

自信をもって魅力を発信していくことが必要。顧客愛着度も必要だが、住民愛着度を測る物差しも必要。総合計画の流用でもいい。地域の暮らしが良くなるための取り組みは町に愛着を持てるようになる。今後の若い担い手にもヒアリングをし、いろんなところに手を広げていき、地域の中でのコミュニケーションがコロナ禍でより消極的になっているところをつなぎ合わせて観光戦略の中に入れていきたい。良い観光地は絶え間なく新しいコンテンツを作り出せるところだと考える。