

委員ヒアリング結果

意見	取組みのアイデア等
<ul style="list-style-type: none"> ● 基本コンセプトはもう少しシンプルなものでも良い。 ● 国境、性別、年齢を超えて、人の琴線に触れる取組みを期待。世界一の「おもてなし」の町など。 ● 数字を追い求めるのではない観光の在り方を考えるべき。 ● 現時点で右肩上がりなので、課題は感じない。大風呂敷を広げずに基本を継続することが重要。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 目標値・KPI の立て方として、数値化しない目標値を立てることも必要。例えば「世界一の”おもてなし”ができるまち」等の位置づけ。
<ul style="list-style-type: none"> ● 筑後川温泉では、インバウンド、個人客も分散しているため、団体のバスツアー客が中心。客層は旅館によって異なる。 ● 観光庁「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化」事業を活用し、内装の改装を行っているところであり、値上げの機運も高まっている。 ● マリオット客の来訪はまだほとんどみられない。 ● 素泊まり・朝食のみの宿泊客も多いが、近隣に外食できる場所が少ないことに来てから気づく人も多くいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ナイトタイムエコノミーの活性化策として、空き家を活用した、飲み屋やお土産品店の整備。射的などの遊び場があってもよい。 ● ルームキー提示で割引入浴可とするなどマリオットとの連携。
<ul style="list-style-type: none"> ● 身延のしだれ桜と福富法華原を守る会を主催している。国の補助金を得てスタートしたが、以降はボランティアや自己資金取得を進めて自立的に取り組んでいる。 ● そういった活動から、地域が大切にしているモノや価値が観光資源になるのではないかと考えるようになった。観光資源として売り出すならサイン整備は重要である。 ● 活動は一気に大きくは始められない。できる規模から始めて、ゆくゆく手がかからない仕組みにしていくことを追求するべきである。 ● 個別独立して取り組むだけでなく、市全体でまとめて発信することに意味がある。 ● お金を落としてもらうお客様から、最終的には住人またはそれに近い関係性に近づくことがモチベーションになる。 ● 新規創業者の商工会加入が課題。商工会に入り、他事業者とのつながりができるメリットを実感してもらうため、新規創業者と5年以内くらいの創業者のつながりの場づくりを行っている。商工会のネットワークのメリットを感じてほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業者対象の取組みとして、観光協会支店のようなものが市内各所にあるとよいのでは。市内自動車にあってもよい。 ● 空き家の活用は地域の暮らしだけでなく、観光に活かせる素質もある。複数の目的を1つの活動に集約し、地域と連携して取り組めるとよい。 ● 商工会よりハードルの低い事業者がつながる場づくりは必要。
<ul style="list-style-type: none"> ● 以前よりも観光客が増えてきた中で、市民から不安の声を聞くことが多い。 ● 何のために観光を行うのかを考え直す必要がある。大勢の観光客に押し寄せられることは期待していない。 ● 市民との温度差を無くすためにも、インナーコンセプトに重点を置いたほうがよい。 ● 「食」と「人」が良いことを伝えられると良い。 ● うきはの良さは、文化的素養の高い人が多いことや、事業者同士のつながりを大事にしていることなど。売上よりも大切にしている、なりわいへの価値観がある。 ● 観光客にも、市民・地域への配慮をしてもらうことが大事であり、愛のある人に来てもらいたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光客のモラル（市民への配慮）普及のため、北海道東川町で行っているマナーブック（例、東川リスペクト） ● 古墳を使った取組み（現在進行中）に期待。
<ul style="list-style-type: none"> ● 現行計画の施策の中で、「観光二次交通」についてはほとんど解決できていない。 ● 公社の運営するレンタサイクルの利用が多い。特に韓国からの観光客に人気（ユーチューバーの影響）。 ● 吉井で行っているお祭りなどは、「何のために行うのか」を再確認・再共有する必要がある。 ● 公社のHPをリニューアルした。 ● 特に吉井町で韓国からの注目が高く、韓国の観光協会の視察が2件ほどあった。 ● インバウンドについては、積極的に呼び込むというよりは、来たいと思った人が自然と来るような状態がよい。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 来訪者アンケート等の調査結果を事業者さんに共有する。 ● 事務局含めて地域主体でイベント・祭りを行い、公社はそれをより効果的な取組みになるようにサポートする、という役割分担ができるとうい。 ● 公社のHPを使って市内の事業者が自分で書き込み・発信ができるような仕組みづくり。
<ul style="list-style-type: none"> ● 観光農園・農園で有害鳥獣による被害が深刻になっている（特にイノシシとアライグマ）。有害鳥獣の被害が進むと、結果としてうきはの観光資源であるフルーツ等が維持できない。 ● 観光農園のお客さんのピークは8月初旬。 ● 団体客が増加する一方で、個人客は少し減少。インバウンド（特に香港）は増加している。 ● 県内客が多く、県外からは長崎・熊本・大分などの近隣自治体からのお客さんが多い。 ● 団体客よりも個人のお客さんを大事にしたい。 ● 今回の豪雨で、農園でも崩壊箇所等があり被害があった。被災時に観光客とのつながりで何かできるとすれば、農園に来て品物を買ってもらうことにつながる。観光農園として一番助かるのは、まずは被災時にフルーツをたくさん買ってもらうこと。 ● 市内宿泊客（マリオットホテルの宿泊客など）が農園に来るときは、その日が旅行の最終日であるとうい（品物を送る手間がかからないため）。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 有害鳥獣の対策に力を入れてほしい。（地域おこし協力隊として猟師を育てるなど）
<ul style="list-style-type: none"> ● 市民・市内事業者がもっとうきはの良さを知るべきであり、「教育」が大事。（例、山春小では「楠森河北堂」や「しゅうたの畑」での農業体験、事業者さんによる授業、を行っている） ● 道の駅の課題はリピーター層の高齢化と、それに伴う新たな客層の獲得。 ● 生産者との関係づくりにあたっては、こまめなコミュニケーションが大事なのは。（杏林大学の学生） ● 現行計画のターゲット設定の意図がわからなかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ● （杏林大学の学生） ● うきは市がどこにあって、どういうところなのかを分かりやすく伝えられる商品があると良い。（バターサンド、フルーツサンド等） ● 市内の飲食店事業者に監修してもらった商品開発もよいのでは。
<ul style="list-style-type: none"> ● 現行の観光コンセプトが若干分かりにくい。 ● 首都圏への知名度が低い。福岡市を起点とした旅行者の来訪にどれほどつながるか。また、市外来訪客が特定の店舗に集中することも課題として想定される。 ● 個人的には、まずはうきは市をしっかり観光してみて、具体的な提案をしたいと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光DX（メタバース・NFT）を活用した知名度向上。 ● 市内中学生のメタバース体験、デジタル住民票発行
<ul style="list-style-type: none"> ● 市民が一枚岩ではなく、意外と温度差があるということを知った。市民を巻き込むような取組みが押しあれば良いのでは。そういった取組みを強調していければよい。 ● インバウンドがあまり強調されていない。可能性としては大きいですが、押し出すべきか検討が必要。オーバーツーリズムにならないような地域とのバランス感が大事であり、身の丈に合った受け入れが必要。 ● インバウンドについては、来て大丈夫な環境を整える、対応の整備をしておくことは必要。 ● インバウンドへのうきは市の考え方を示せばよい。 ● SDGsの視点は必要になっている。「エコ」、「持続可能な」等、表現は要検討だが、その視点は必要。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 現行計画から大きく変える必要はないが、下記3点を追加したい。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 市民との温度差を埋める取組み ➢ うきは市のインバウンドへの考え方を提示すること ➢ 表現は要検討だが、持続可能性についての視点 ● 市民が行っている「道路愛護」などを体験ツアーとして組成してみても面白い。