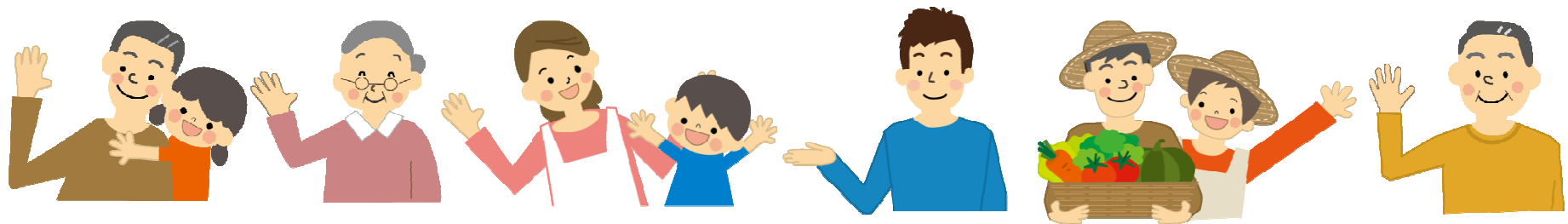


# かしま観光戦略プラン Ver.2.2

バージョン



佐賀県鹿島市  
平成31年2月

# かしま観光戦略プランVer.2.2とは

平成26年度から5年間の鹿島市における観光の目指すべき方向性を示した「かしま観光戦略プランver.2」（平成26年3月策定）を委員13人で構成する「かしま観光戦略会議」において、検証及び達成に向けて取り組みを行う。

また、中間年に当たる平成28年度においては、インバウンド急増、社会情勢の変化などに対応するため、必要な見直しを行い「かしま観光戦略プランver.2.1」として策定する。

平成32年度からは「新たなプラン」を検証及び取り組む年度ではあったが、鹿島市の最上位計画である「第六次鹿島市総合計画」と足並みをそろえるため、現プランの再度の見直しを行うこととなり、「かしま観光戦略プランver2.2」を策定する。

# 鹿島はどういった観光地を目指すのか？

祐徳稲荷神社を核として、「有明海」や「多良岳山系」の自然、肥前浜宿の歴史的景観、道の駅鹿島や鹿島酒蔵ツーリズムなどの観光資源を国内外に広く発信するとともに、観光客に対しての様々なおもてなしを提供することで、「かしまいろ」を体感・体験してもらい、鹿島のファンになってもらえるような観光地を目指します。

# 観光戦略は「誰が」「どのように」取り組んでいくのか

1. **取り組み期間** 平成31年度～32年度までの2年間
2. **キーワード** 「かしまいろ」  
(ここだけ 今だけ あなただけ)
3. **取り組み主体**

官民一体となって、戦略の内容毎に役割分担を行い、可能な限り数値目標を定めて実施していきます。

「市民」・・・住民のみでなく、鹿島のまちづくりに関わる全ての人々

「民間事業者」・・・市内の観光地、事業所や商店街、各店舗など

「関係団体」・・・商工会議所やまちづくりグループ、各地区振興会など

「観光協会」・・・鹿島市観光協会

「行政」・・・市役所などの公的機関

## 4. 観光戦略のターゲット

### (1) アクティブシニア

- ※ アクティブシニア…自分なりの価値観をもち、定年退職後にも、趣味やさまざまな活動に意欲的な、元気なシニア層をいいます。

### (2) 主に女性（ファミリー層などを含む）

- ※ 鹿島らしさを含めて、強いテーマ性やインパクトのある観光素材のPRにより、需要の主たる担い手である女性らにいかにPRできるか。

### (3) 訪日外国人旅行者（インバウンド）

- ※ 急増する外国人観光客の受入態勢の強化充実。

## 5. PR・情報発信圏

【国内】福岡・長崎を中心とした九州エリア及びSNSを活用した全国への発信。

【国外】アジア圏を中心とするすべての地域

## 6. 4つの戦略

### 戦略① 着地型観光の充実

鹿島酒蔵ツーリズムやニューツーリズム、干潟体験などといった鹿島ならではの素材を活かしながら、新たな発掘と磨き上げに努めます。

### 戦略② 鹿島流おもてなし

おもてなしの向上のため、食（地酒や郷土料理）の充実やわかりやすいサインの見直し及び鹿島の魅力を学ぶ勉強会の開催などに取り組みます。

### 戦略③ 情報発信の強化

効果的な広報媒体を使って、タイムリーで、より効果的な情報発信を市民と一緒にやり行っています。

### 戦略④ インバウンド対応の強化

外国人旅行客がわかりやすく観光周遊できる仕組み作りに努めます。

# 戦略① 着地型観光の充実

## 【戦術1】 鹿島酒蔵ツーリズムの推進

具体的な取り組み	いつまでに	市民	民間事業者	関係団体	観光協会	行政	数値目標 など	備考
日本酒で乾杯条例により、日本酒の普及を図る	毎年度	○	○	○	○	○	生産量 対前年比増	[関係団体] 鹿島酒蔵ツーリズム推進協議会など [民間事業者] 料飲店、販売店など
年間を通じた酒蔵ツーリズムツアーの実施、検討 聖地巡盃、企画列車など	31年度～ 32年度		○	○	○	○	年4回以上	[関係団体] 鹿島酒蔵ツーリズム推進協議会など [民間事業者] 旅行業者
お酒を活用したイベントの継続、充実 鹿島酒蔵ツーリズム、蔵々まつりなど	毎年度	○	○	○	○	○	満足度 対前年比増	[関係団体] 鹿島酒蔵ツーリズム推進協議会、イベント主催団体など [民間事業者] 飲食店など

## 【戦術2】 体験ツアーやメニューの充実

年間を通じた体験ツアーの実施 モデルコースの作成、体験メニューの掘り起こしなど	毎年度	○	○	○	○	○	年1回以上	[関係団体] 鹿島市ニューツーリズム推進協議会など [民間事業者] 道の駅鹿島、誕生院、まちづくり公社など
ウォーキング、サイクリングルートの検討	毎年度	○	○	○	○	○	1ルート以上の作成	[関係団体] 鹿島市ニューツーリズム推進協議会など

## 戦略① 着地型観光の充実

### 【戦術3】 観光素材の発掘と磨き上げ

具体的な取り組み	いつまでに	市民	民間事業者	関係団体	観光協会	行政	数値目標など	備考
民泊等受入れ施設の発掘	平成32年度までに	○	○	○	○	○	3軒以上	[関係団体]鹿島市ニューツーリズム推進協議会など
観光ポイントの磨き上げ、発掘	平成32年度までに	○	○	○	○	○	10ポイント以上	[関係団体]鹿島市ニューツーリズム推進協議会など [民間事業者]祐徳稻荷神社、道の駅鹿島など

### 【戦術4】 鹿島ブランドの開発とPR

鹿島の食材を使った料理（メニュー）の開発とPR 鹿島の地酒にあったメニューの開発、食材名を入れたメニューの開発など	平成32年度までに	○	○	○	○	○	1つ以上	[関係団体]料飲店組合 [民間事業者]料飲店など
鹿島らしいお土産の開発とPR	平成32年度までに	○	○	○	○	○	1つ以上	[関係団体]菓子組合、鹿島市地場産業振興協議会など [民間事業者]土産製造、販売店など



## 戦略② 鹿島流おもてなし

### 【戦術1】食（地酒と郷土料理など）でのおもてなし

具体的な取り組み	いつまでに	市民	民間事業者	関係団体	観光協会	行政	数値目標など	備考
お酒、地元食材などに関する知識向上のための講習会の開催 日本酒検定など	毎年度	○	○	○	○	○	2回以上	[参加対象]市民、飲食店、販売店及び観光に携わる関係者など
地酒や郷土料理を提供する店舗の充実	31年度～32年度	○	○	○	○	○	3店舗以上	[関係団体]料飲店組合 [参加対象]飲食店、販売店など

### 【戦術2】ボランティアガイドなどによるおもてなし

ガイド養成講座の開催等により、全市的なガイドの育成を目指す ボランティアガイド養成講座など	毎年度	○	○	○	○	○	5人以上	[関係団体]水とまちなみの会、まちづくり公社、鹿島酒蔵ツーリズムガイドの会など
誰もがおもてなしが出来る研修会の開催 鹿島検定など	毎年度	○	○	○	○	○	年1回以上	[関係団体]水とまちなみの会、まちづくり公社、鹿島酒蔵ツーリズムガイドの会など

## 戦略② 鹿島流おもてなし

### 【戦術3】 観光客にわかりやすいサインでのおもてなし

具体的な取り組み	いつまでに	市民	民間事業者	関係団体	観光協会	行政	数値目標 など	備考
観光客の目線に立ったわかりやすいサインの新設	毎年度		○	○	○	○	1カ所以上	[関係団体]祐徳観光商店連盟、水とまちなみの会、鹿島市ニューツーリズム推進協議会など [民間事業者]道の駅鹿島など
既存サインの見直し	毎年度			○	○	○	1カ所以上	[関係団体]祐徳観光商店連盟、水とまちなみの会、鹿島市ニューツーリズム推進協議会など

## 戦略③ 情報発信の強化

### 【戦術1】 様々な情報発信ツールの活用及び充実

具体的な取り組み	いつまでに	市民	民間事業者	関係団体	観光協会	行政	数値目標など	備考
インターネットやメディアを活用した積極的な情報の発信 HP、SNSの活用など	毎年度	○	○	○	○	○	鹿島市、観光協会のHPの閲覧増	[関係団体] 鹿島市酒蔵ツーリズム推進協議会、鹿島市ニューツーリズム推進協議会、まちづくり公社など [民間事業者] 道の駅鹿島など
滞在時間の延長を図る情報の発信 デジタルサイネージ、パンフスタンドの整備など	毎年度	○	○	○	○	○	1カ所以上の設置	[関係団体] 鹿島市ニューツーリズム推進協議会など [民間事業者] 設置を希望する事業者など
既存パンフレットの見直し	毎年度			○	○	○	見直しパンフレット1つ以上	[関係団体] 鹿島市酒蔵ツーリズム推進協議会、鹿島市ニューツーリズム推進協議会など

### 【戦術2】 誘客・営業活動の強化（観光専門員の配置など）

国内外旅行エージェント等への営業活動の強化（市観光専門員の配置ほか）	毎年度		○	○	○	○	のべ100社以上への営業（商談）	[関係団体] 鹿島市ニューツーリズム推進協議会など [民間事業者] 祐徳稲荷神社、道の駅鹿島など
------------------------------------	-----	--	---	---	---	---	------------------	---

## 戦略③ 情報発信の強化

### [戦術3] 市民による情報発信

具体的な取り組み	いつまでに	市民	民間事業者	関係団体	観光協会	行政	数値目標 など	備考
<b>市民や観光客による鹿島市の情報、写真、動画などの拡散</b> 鹿島もよりの活用 イベントでのフォトコンテストなどの開催など	毎年度	○		○	○	○	年1回以上	[関係団体] 鹿島市酒蔵ツーリズム推進協議会、鹿島市ニューツーリズム推進協議会など [その他] インスタ映えポイント

## 戦略④ インバウンド対応の強化

### [戦術1] インバウンド受入態勢の整備

具体的な取り組み	いつまでに	市民	民間事業者	関係団体	観光協会	行政	数値目標 など	備考
インバウンドに対応した観光案内所の運営	毎年度				○	○	(効果指標) 案内所の利用者増	[関係団体]水とまちなみの会など [民間事業者]道の駅鹿島など
インバウンドへのおもてなし強化 翻訳機の活用、キャッシュレスなど	毎年度		○	○	○	○	満足度向上	[関係団体]鹿島市ニューツーリズム推進協議会、水とまちなみの会、鹿島商工会議所など [民間事業者]飲食店、販売店など
インバウンドへの対応を学ぶ講習会などの開催	毎年度	○	○	○	○	○	年1回以上 開催	[関係団体]鹿島市ニューツーリズム推進協議会、水とまちなみの会など [参加対象]市民、飲食店、販売店など
広域連携でのインバウンドに特化した情報発信	毎年度		○	○	○	○	年4回以上	[関係団体]佐賀県、佐賀県観光連盟など [民間団体]道の駅鹿島など

## プランの推進体制

かしま観光戦略プランVer.2.2の実現に向けて、この検証及び実践、会員相互の情報ネットワークの場が必要であり、かしま観光戦略プランVer.2.1と同様に、「かしま観光戦略会議」において、本プランを推進していきます。