

第四回熊本市観光振興推進協議会

開催年月日：令和6(2024)年3月7日(木)

開催時間：14時00分～16時00分

開催場所：桜の馬場 城彩苑 多目的交流室

【出席者】

■ 有識者：8名

※敬称略

所属	氏名	備考	
東海大学 文理融合学部地域社会学科	小林 寛子	会長	会場参加
楽天グループ株式会社 地域創生事業 共創事業推進部 観光共創コンサルティンググループ	高見 和華子		欠席
株式会社JTB総合研究所 地域交流共創部	福永 寛		会場参加
株式会社ON-do	岡村 政志		会場参加
熊本県旅連女将の会 熊本支部 肥後椿会	西上 真理子		会場参加
株式会社アドアストラ	モーガン ジェイソン デイビット		会場参加
一般社団法人 観光ボランティアガイド くまもとよかところ案内人の会	本山 素子		会場参加
九州産業交通 ホールディングス株式会社	岩間 雄二	副会長	欠席
九州旅客鉄道株式会社	中野 幹子		会場参加
熊本国際空港株式会社 営業本部	羽田 勇		会場参加

■ オブザーバー（熊本県観光戦略部観光企画課、株式会社 くまもとDMC、一般財団法人熊本国際観光コンベンション協会）

■ 事務局（熊本市）

【会議資料】

- 次第
- 座席表
- 熊本市観光マーケティング戦略（原案）

【議事】

1. 開会（省略）

2. 議事

■ 事務局説明

- 熊本市観光マーケティング戦略（原案）について説明
- 観光マーケティング戦略と書いてあるが、観光とマーケティングは相容れないことがある。マーケティングはお客様からストレートに、提供したものの反応が返ってくるが、観光というのは住んでいる人の蓄積によって成立しているものがあり、住んでいる人とお客様が求めているものが往々にして一致しないことがある。なかなか隔靴搔痒な部分が出てきてしまうが、難しい所で丁寧にやっていくことが大事。また、デジタル系の話では、デジタル化の本当の意味はデータを蓄積していくことであると思う。ただやみくもにすれば良いものではなく、この段階においてマーケティングの思想が反映されるべきもの。パブコメの中でもあったので、そのやり方・考え方を検討いただけるとよいと思う。何をしているのかを深堀していかないと絵に描いた餅になるので、丁寧にやっていただけるとよい。（委員）
- 観光マーケティングという中での DX の問題はアクションプランの中でも重要。地域が主役となり、地域の課題を解決するためのデータの蓄積を行わないと、データを活用した施策につながらない。今後のアクションプランで反映できればと思う。（会長）
- これをどう実現して KGI にもっていけるのかが重要。紙面の色味が緑でやさしいとは思いますが、ユニバーサルな色遣いになっているかというのが気になった。（委員）
- 見やすさも重要ということで、事務局にて調整いただきたい。（会長）
- 皆さま、ご意見ありがとうございました。戦略の原案として、こちらの内容としてよろしいでしょうか。（会長）
- 原案について承認する（全員）
- 協議会として、原案の内容として承認させていただきます。原案は今まで皆さまにいただいたたくさんのご意見やご指摘、ご助言などの議論の結晶ということでこういう形になっていると思います。ありがとうございました。（会長）

以上