

人吉に若い世代がもっと来る
ようなまちにしたい！

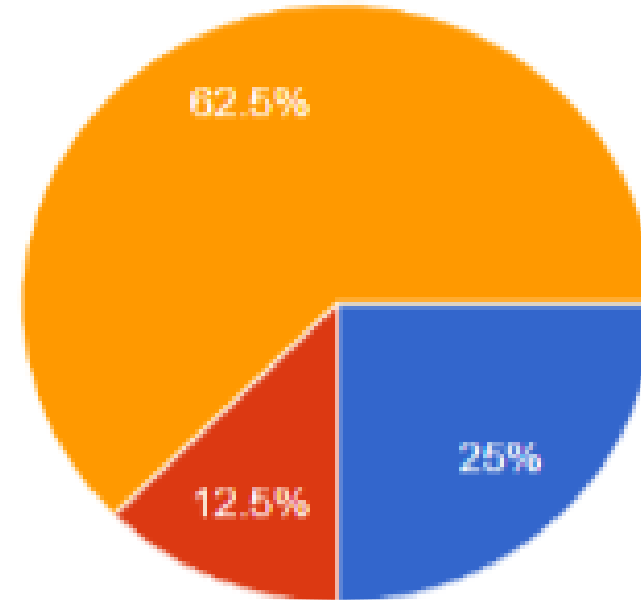


坂元・佐藤・杉・虎口・中村・野口・梶原・岩田

人吉市と若者の関係

Q.人吉市や球磨地域に来たことはありますか？

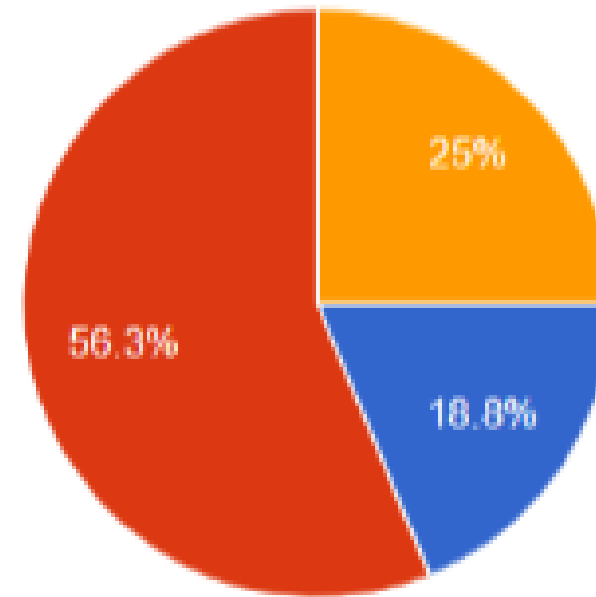
- 何度か来たことがある
- 一度だけ来たことがある
- 今回、初めて来た



人吉市と若者の関係

Q.若い世代にとって人吉は魅力的な観光地だと思いますか？

- 大いに魅力的だと思う
- まあ魅力的だと思う
- あまり魅力的だと思わない



現状分析

SWOT分析

強み

球磨川
青井阿蘇神社
人吉温泉
きじ馬
お酒(特産物)

弱み

若者向けのお店が少ない
復興が終わってない
認知度が低い
PR力がない

機会

観光客の個人化・少数化
観光ニーズの多様化
インターネットの普及
若者の観光客の目的と合う
(リフレッシュ・景観・グルメ)

脅威

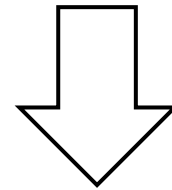
少子高齢化
交通の便が悪い
水災害が起こりやすい
地域住民の高齢化
環境悪化の懸念
観光客の減少

機会 × 弱み

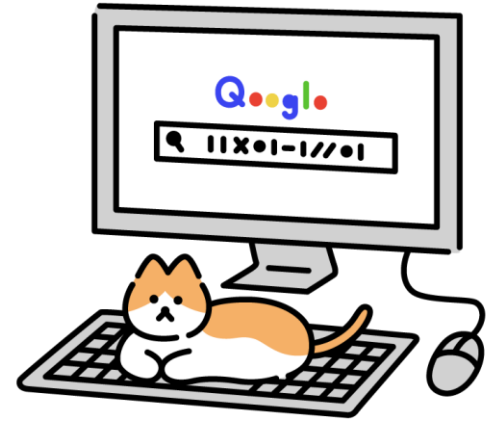
PR力がない

×

インターネットの普及



インターネットを活用したPR
V logやInstagramの活用

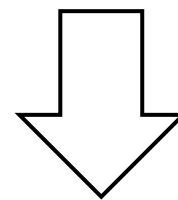


脅威×強み

交通の便が悪い

×

人吉温泉



バスを出す

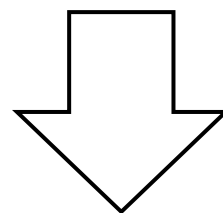


機会 × 強み

旅行の目的が「癒し・リフレッシュ」「グルメ」
「景観を楽しむ」若者層増

×

温泉・特産物・球磨川



それぞれの分野で映えを狙う

旅行の目的が「癒し・リフレッシュ」 「グルメ」「景観を楽しむ」若者層増

Q.旅行の際に何を重視するか

(n=1500)	学び	同行者 との親 睦	旅先で の出会い・交流	癒し・リ フレッ シュ	景観を 楽しむ	活動・ 体験を 楽しむ	グルメ	ショッピ ング
高校生 (n=150)	53.3	72.7	46.0	84.7	80.0	76.0	78.6	79.3
18~29歳 (n=450)	54.4	79.7	46.8	90.9	84.9	78.9	86.0	72.9
30代 (n=450)	51.5	78.6	40.0	92.2	88.7	75.4	89.1	68.4

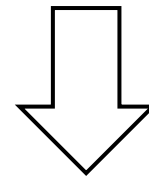
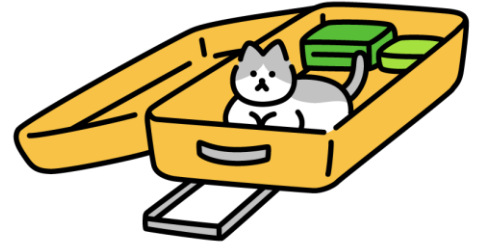
観光に関するアンケート調査市場調査より引用

脅威×弱み

観光客の減少

×

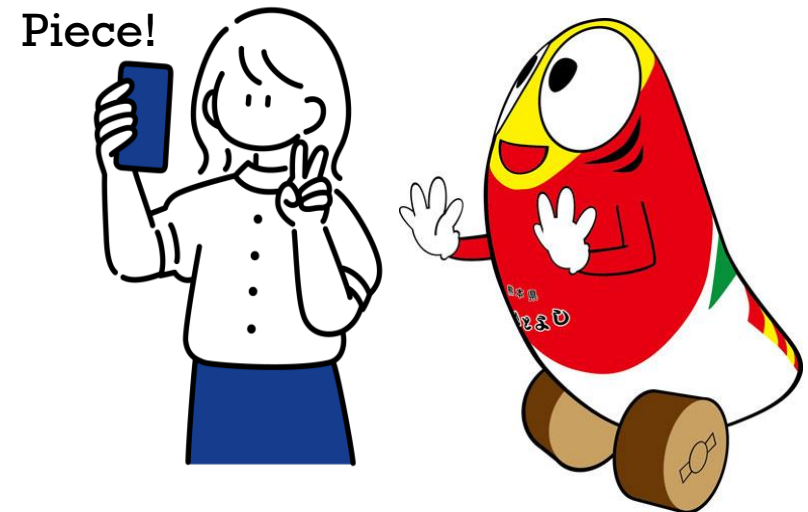
認知度が低い



きっかけづくり

コンセプト

人吉と若者のきっかけづくりをしたい



全体的な人吉
のブランド化

バスフィーバー

～きじ馬の導き～



(きじ馬ラッピングバスだと思ってください)

全体的なブラン
ド化

Q.人吉と聞いて思い浮かべるものは？

1位 球磨川 10票

1位 夏目友人帳 10票

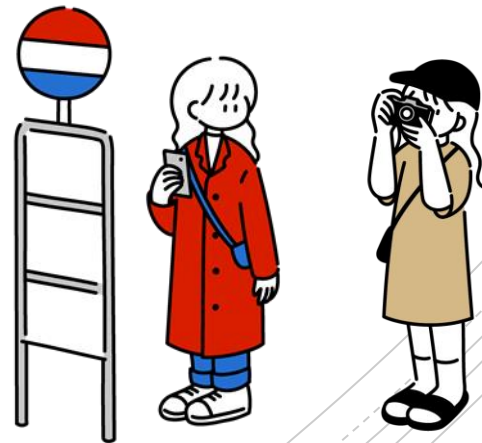
3位 きじ馬 4票



全体的なブランド化

バスフィーバー とは

- ・イベントに合わせて格安バスをたくさん出す
(バスはきじ馬ラッピング)
 - ・きじ馬コインポイントたくさんもらえる
- ☆とりあえずきじ馬をたくさん推す
- 人吉に行くきっかけづくりをする
- 話題作り



まち歩き

- ・きじ馬をいろんなところに配置して探してもらう
 - ・見つけたらTwitterやInstagramなどのSNSに『#きじ馬フィーバー中』であげてもらう
 - ・特典はその期間使える商品券やオリジナルグッズ（抽選）
- SNSにあげてもらうことでPRにつなげる

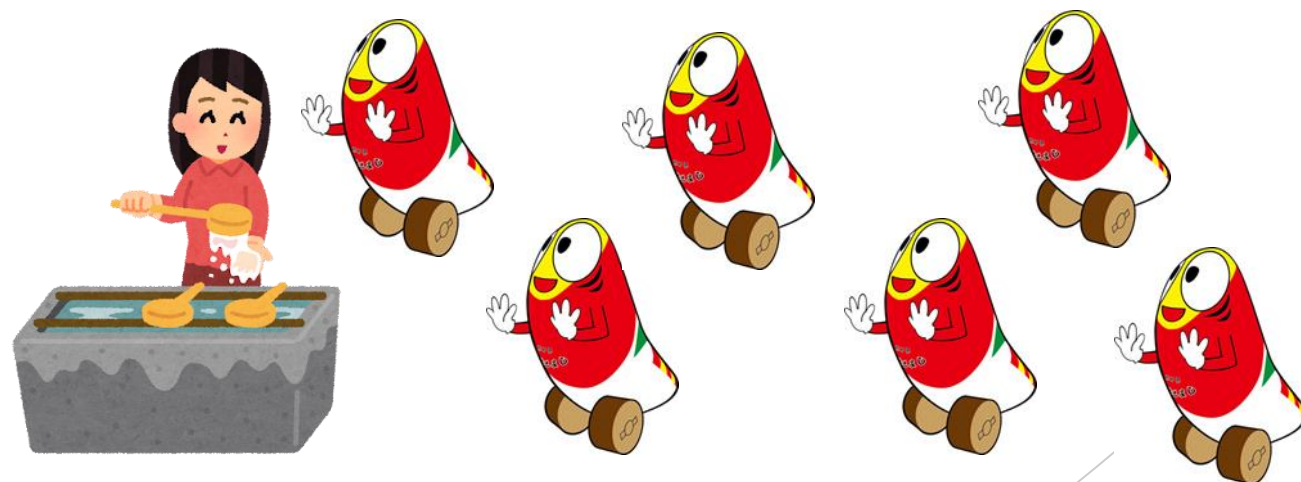


wow!



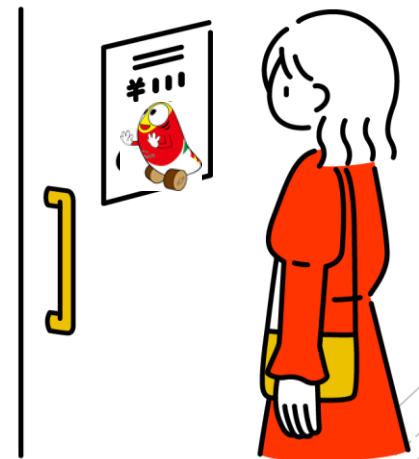
青井阿蘇神社

- ・きじ馬の形のおみくじ
- ・神社限定の食べ物
(例: きじ馬の人形焼き)
- ・御手水にきじ馬めっちゃ浮かべる



HASSENBA

- ・パンケーキをきじ馬の形にする
- ・特産物を使用したオリジナルパンケーキ
- ・川下りの船をきじ馬ラッピング



あかりの演出

- 人感知センサーを使ってきじ馬を地面に映す
- きじ馬道を辿っていった先に特大サイズのきじ馬を置く(山鹿の百華百彩を参考に)



モゾカタウン

きじ馬美術館の作成

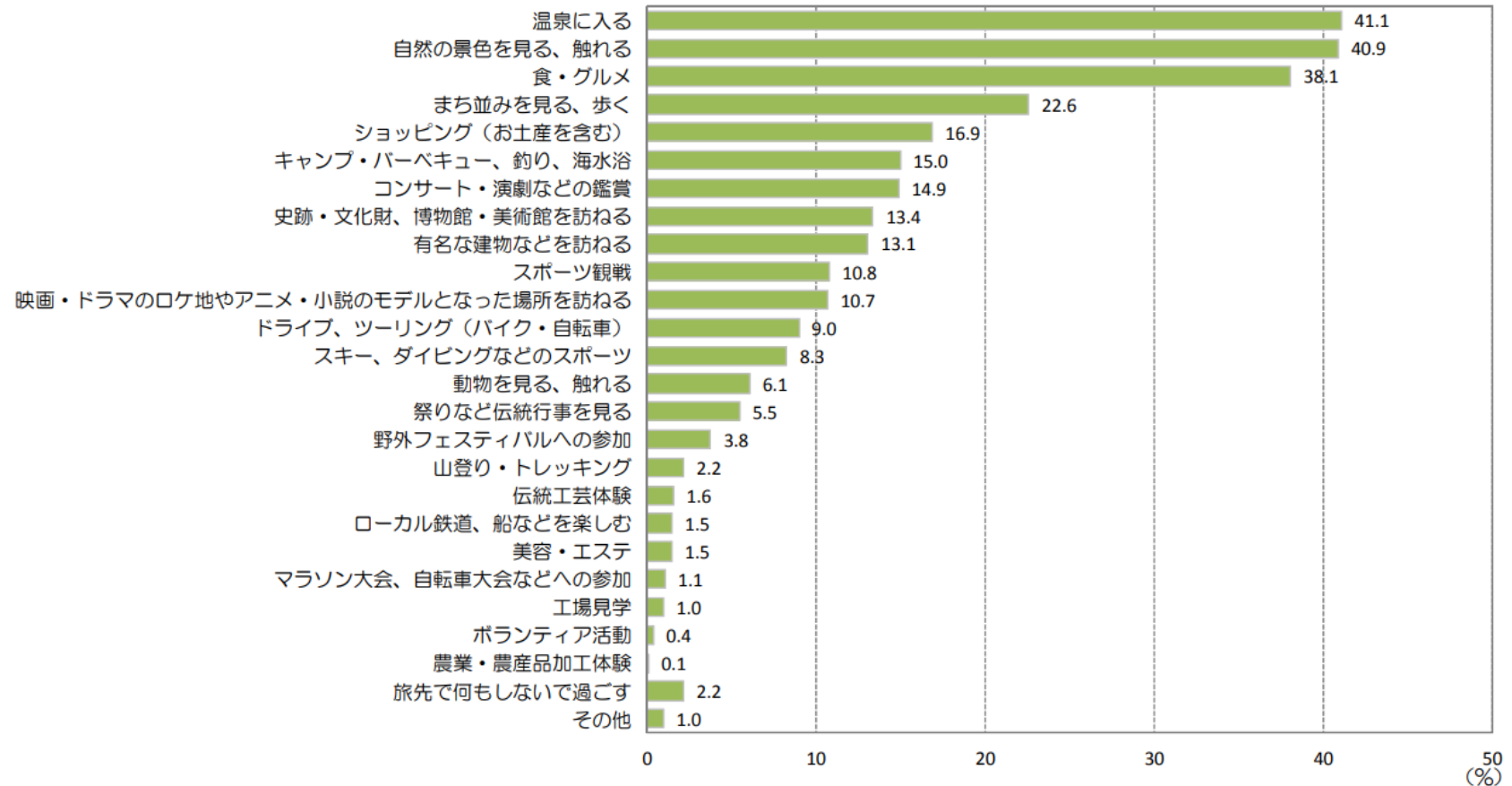
- ・きじ馬の歴史や絵本の展示
- ・きじ馬づくり体験
- ・きじ馬カフェ
- ・椿畑

→きじ馬について知ってもらう



若者と旅の関係

若者の旅の目的ランキング(平成28年OKB総研より)



人吉温泉

・桶酒

→球磨焼酎をチューハイやサワーに変える

→焼酎を飲みやすくアレンジする

・足湯

→お花やきじ馬をたくさん浮かべる



若者とお酒の関係

若者の好きなお酒ランキング
(2021.ラインリサーチノートより)

1	チューハイ・サワー	46.5%
2	梅酒・果実酒	37.7%
3	リキュール／カクテル	28.8%
4	ビール／発泡酒／ 第三のビール	28.7%
5	ハイボール	22.5%
6	赤ワイン／白ワイン／ ロゼワイン	21.3%
7	日本酒	19.9%
8	スパークリングワイン	15.5%
9	スピリッツ／カクテル	13.6%
10	シャンパン	11.7%
-	お酒は飲まない	18.9%

プラン

日帰り

12時 出発

14時 到着 HASSENBA

16時 神社 + 街歩き

18時 光の演出みる

19時 出発

21時 帰宅



プラン

一泊二日

12時 出発

14時 到着 モゾカタウン

16時 神社 + 街歩き

18時 光の演出観覧

19時 旅館へ

11時 HASSENBA

14時 出発

16時 解散



ご清聴ありがとうございました

