

古賀市観光ブランドコンセプト



1. 古賀の観光コンセプト

つながり つくりあげよう ひとてま 歓幸。

すべての生産物には、つくるひとたちの思いが加わっています。
でもいつからそれを感じることなく、ただ消費するようになったのでしょうか？

古賀市は食品加工工場が集まることで知られる、ものづくりの街です。

私たちはみなさんに生産者とつながることで、

ものづくりの息遣いを感じて楽しんでほしいと思っています。

加工品も、農作物も、料理も、届ける誰かのことを

考えながらつくる“ひとてま”があります。

その“ひとてま”に触れることでちょっと嬉しくなり、暮らしが豊かになる。

古賀市の「観光」は、ものづくりの面白さで
人の心を豊かにする「歓幸」へ向かいます。

つながり、つくりあげよう ひとてま 歓幸。

1. 古賀の観光コンセプト

コンセプト

つながり つくりあげよう
ひとてま 歓幸。

プロモーション用コピー

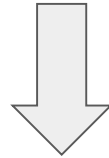
ひとてま 歓幸

～古賀市の「観光」は、ものづくりの面白さで
人の心を豊かにする「歓幸」へ～

2. 観光ブランディング作成のきっかけ

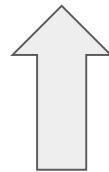
悩み

福岡市に近く海も山もあるコンパクトシティだが観光に関して目玉になるものがなく素通りされる



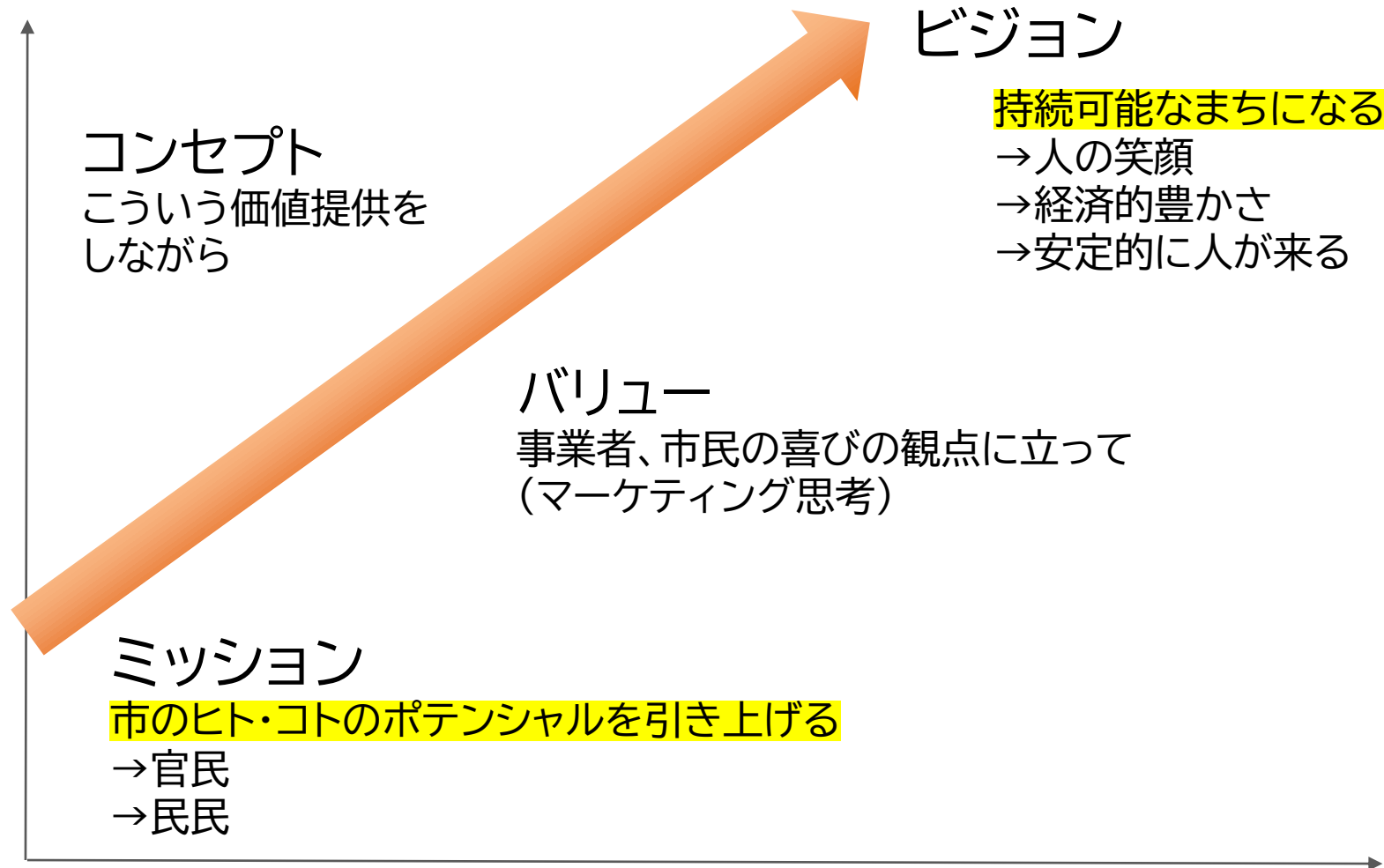
挑戦

古賀市の最大の強みを「モノづくり力」と定義し、それをフックにうみ・まち・さと・やまを回遊させる



「顧客目線」から設計しなおし、ステークホルダーとの「約束」(コンセプト)をつくってみては？

3. 目的～そもそも公務員の使命や実現したい世界はなに？



4. ターゲットとその課題

パーソナの課題と欲求を深掘りし、メインターゲットは以下のような女性と定義しました。福岡市のベッドタウンとは異なる、「ものづくりのまち(※特に食)」としての認識を彼女たちに持っていただくことが重要となります。従来のものづくりに加え、交流・つながりを生み出すことでそれを実現します。



メインターゲット

- 福岡市に住む20代後半～30代前半の独身女性
- 会社勤め
- 地方出身者

インサイト(課題)

生産者との交流、モノとの出会いを通じた心の豊かさを求めている。画一的なモノや環境に対しストレスを感じているが、福岡市では解決が難しい。



現在の行動

福岡市内の蚤の市やクラフト系のイベントに出没商品だけでなく出店者との交流に価値を感じている



写真は 護国神社「蚤の市」
太宰府天満宮「thought EXHIBITION AND MARKET」より

5. 古賀市の提供価値とコンセプトに込めた“約束”



船原古墳から出土した馬具

- ▼古賀市は「ものづくりのまち」であるというプライドが強い
- ▼船原古墳から出土した馬具のように、古賀にはものづくりDNAが脈々と受け継がれている
- ▼古賀市をベッドタウンではなく、「ものづくりのまち」として、しかも観光として想起してもらう
⇒「ものづくりのプロセスと交流」を観光コンテンツにできないか
- ▼ものづくりには必ず、「相手を想像してつくる」という過程が発生
- ▼その「ひとてま」を生産者と消費者が共有して楽しむ場をつくりたい
⇒「ひとてまを楽しめる、つながりをつくりだすこと」が古賀市観光の“約束”

事業者の「ひとてま」を見える化し、ターゲットとつなぐ場を
設計・プロデュースすることが、商業観光系の仕事

古賀の提供価値

地理的条件を活かしてつながりの場を創出し、ものづくりの息遣いを感じてもらうことで日常の歓びと幸せを生み出す

古賀市観光コンセプト

つながり 作りあげよう
ひとてま 歓幸。

ターゲットの インサイト(課題)

生産者との交流、モノとの出会いを通じた心の豊かさを求めている。画一的なモノや環境に対しストレスを感じているが、福岡市では解決が難しい。

生産者



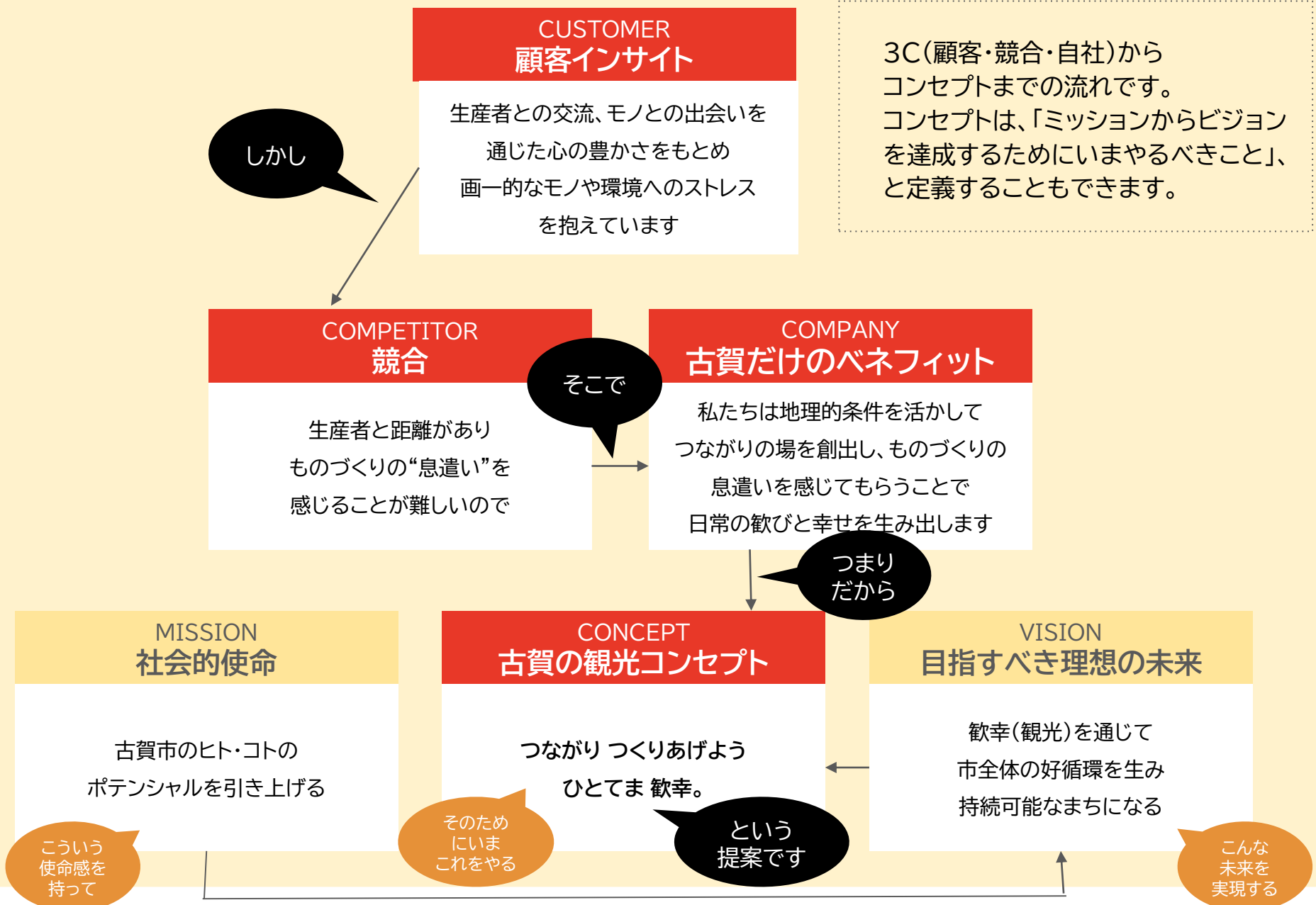
つながり、作りあげる場



ターゲット

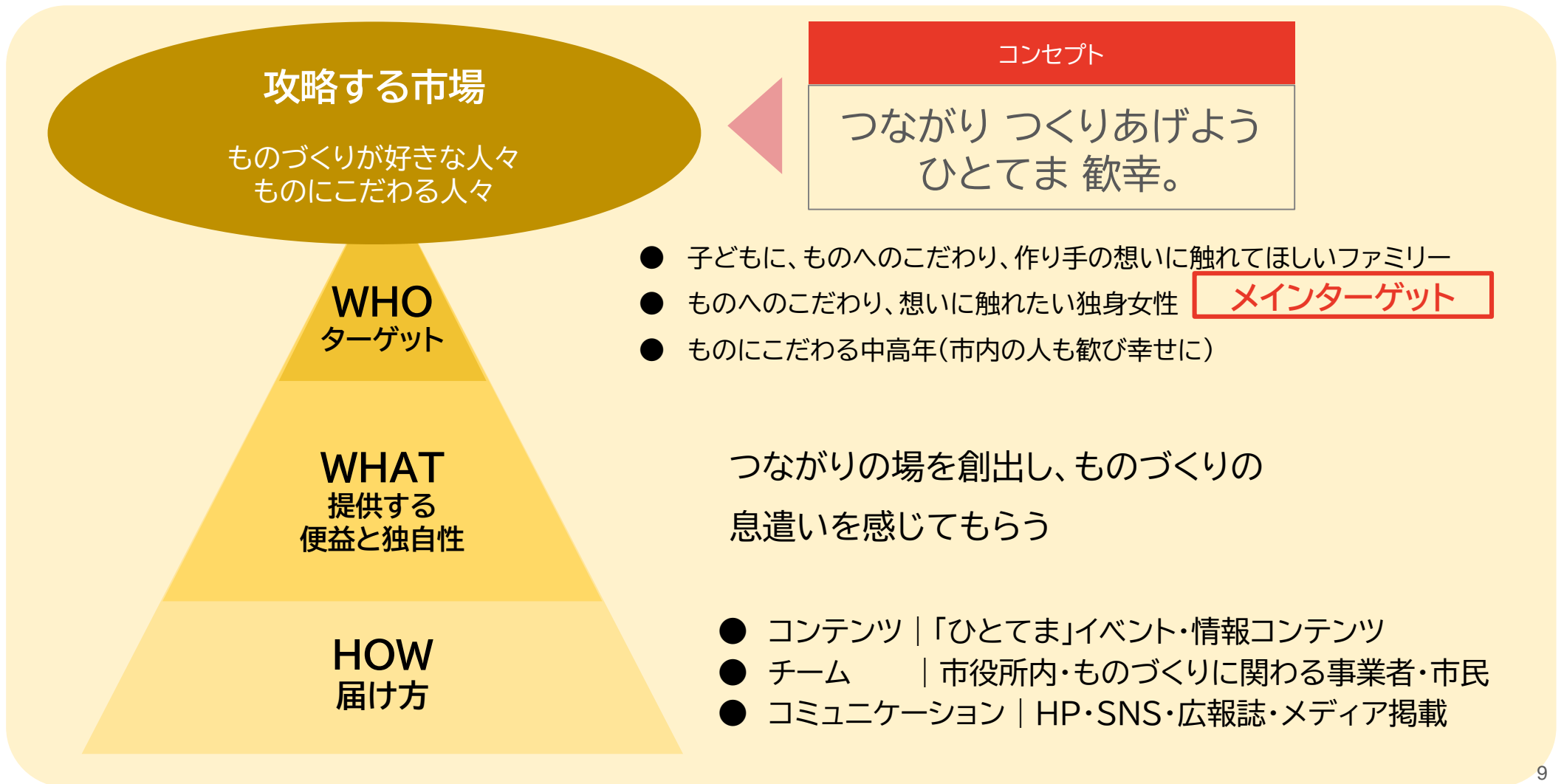


6. 古賀市の提供価値とコンセプトに込めた“約束”



7. “約束”をどのように広げるか(ブランドエクイティピラミッド)

戦略の要となるコンセプト=約束が決まったら、どうそれをステークホルダー(利害関係者)に浸透させていくか、戦術=HOWを考えます。
2024年度から「ひとてまを楽しめる、つながりをつくりだすこと」が古賀市観光の“約束”となります。
事業者の「ひとてま」を見える化し、ターゲットとつなぐ場を設計・プロデュースすることが、商業観光系の仕事となります。
逆に、このコンセプトに反するものはやらないと決め、一貫性を持たせる必要があります。



さいごに

つながり つくりあげよう
ひとてま 歓幸。

本コンセプトは「ザ・観光」的なアプローチとは異なる言葉です。

日帰りの気軽な観光から始まり、関係人口、ふるさと納税、移住定住を促していくことを目的としています。

「ひとてま」という言葉が連想させる世界観に共感する若者や子育て世代は、必ずいると考えています。そして、その世代を中心としたファンコミュニティの共通言語に成長していけるように推進していきます。