

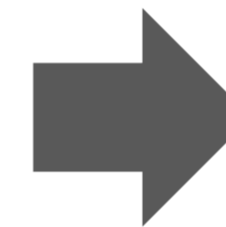
基本方針—施策—具体的取り組み(プロジェクト) (案)

■ A案

基本方針	施策
I “物語”の再発見と共有による誇りの創出	1. 市内の隠れた魅力の発掘 (=“物語”の再発見)
	2. 現有の観光資源の磨き上げ (=“物語”の共有)
	3. 滞在型を含めた回遊性を実現できる環境の整備
	4. 市民と観光客が共に楽しめるイベント(モデル事業)の実施
	5. 「馬のまち」の雰囲気醸成
II 「街道と交流のまち」としての歴史と文化の伝承	1. 神社仏閣や街道など歴史・文化資源の活用
III 豊かな自然との出会いと保全活動の充実	1. 金勝山に代表される自然資源の活用
IV 栗東の魅力を伝える 戦略的な情報整理・発信	1. ターゲットの絞り込みとターゲットに合わせた4 P(※)の設定 2. 活用可能な各種制度に関する情報提供
V 教育、産業、交通など関連分野との連携	1. 公共交通との連携による二次交通の改善
	2. 教育分野と連携した栗東の魅力ある“物語”の共有
	3. 観光関連消費の喚起
	4. 観光関連産業の創出
VI 関連組織・団体、近隣自治体との連携	1. 市内外の関連組織・団体、自治体等との連携推進
おもてなし関連分野 (方針Ⅰ～Ⅵへの分類が難しい)	1. 各分野における主体との情報共有・連携とおもてなしへの参画促進
	2. 来訪者の受け入れ・交流を深めるための意識の醸成

■ B案

基本方針	施策
I 地域資源の磨き上げと再発見	1. 市内の隠れた魅力の発掘 (=“物語”の再発見)
	2. 現有の観光資源の磨き上げ (=“物語”の共有)
	2-1. 金勝山に代表される自然資源の活用
	2-2. 神社仏閣や街道など歴史・文化資源の活用
II 戦略的なマーケティング立案と積極的な情報発信	2-3. 「馬のまち」の雰囲気醸成
	1. ターゲットの絞り込みとターゲットに合わせた4 P(※)の設定
	2. 活用可能な各種制度に関する情報提供
III 来訪者の受入環境の整備と充実	1. 公共交通との連携による二次交通の改善
	2. 滞在型を含めた回遊性を実現できる環境の整備
	3. 来訪者の受け入れ・交流を深めるための意識の醸成
	4. 各分野における主体との情報共有・連携とおもてなしへの参画促進
	5. 市民と観光客が共に楽しめるイベント(モデル事業)の実施
	6. 教育分野と連携した栗東の魅力ある“物語”の共有
IV 地域産業との連携 (経済好循環の仕組みづくり)	1. 観光関連消費の喚起
	2. 観光関連産業の創出
V 関連組織・団体との協働や広域連携	1. 市内外の関連組織・団体、自治体等との連携推進



マーケティング戦略の立案

具体的取り組み(プロジェクト)例
<ul style="list-style-type: none"> ・市民との協働による地域の“物語”再発見事業の実施 ・「ドクターイエロー」撮影スポットの整備 ・「自然」を中心としたプログラムやモデルコースの設定と整備 (例：金勝山ハイキングコース、九品の滝、栗東自然観察の森などを中心に据えたコース、「星空+虫」など観察などテーマ性のある特別ツアー) ・「歴史・文化」を中心としたプログラムやモデルコースの設定と整備 (例：金勝寺(金勝地区)、旧和中散本舗(葉山地区)、大宝神社(大宝地区)、東方山安養寺(治田地区)などを中心に据えたコース、近隣自治体と連携したコース) ・栗東トレーニングセンター (JRA) との連携推進 ・馬と触れ合える施設の整備と連動した「馬のまち」を盛り上げる事業の連携と支援 ・栗東駅と手原駅における「馬」イメージの向上 ・森の未来館、森遊館、バンガロー村などを“栗東ならではの”滞在型観光施設として整備 ・各種データ収集のための調査を実施 (例：観光入込数調査、来訪者向け調査、事業者向け調査などによる実態の把握) ・調査結果に基づくターゲットの絞り込みとマーケティング戦略の立案 ・無料WiFiの推進 ・車以外の交通手段でも周遊できる環境整備 (例：レンタサイクルの充実と利便性向上) ・市内人気観光資源へのアクセス改善 (例：くりちゃんバス葉山循環のルート変更(アグリ)の郷経由へ、カーシェアリングの導入) ・観光客目線の情報提供サービスの実現 ・栗東市ボランティア観光ガイド育成事業の推進 ・地域の自然、歴史、文化に関する市民向け講座 (座学、体験型) の開催 ・「(仮称)栗東元気市民」制度の検討 (例：市内観光施設を一定数訪問した市民に対し森林認証材製の認定証を発行) ・観光ボランティアガイドの交流会実施 ・食・特産品の創出支援と拠点施設での販売促進 ・農業体験、林業体験プログラムの設定 ・空き家、空き店舗の活用 ・産業観光の推進 (例：地元企業の技術や施設、生産現場の見学・体験) ・子どもたちが地域について学び、体験する機会の提供 ・学校給食への地元産食材の活用促進 ・生涯学習の場での地域について学び、体験する機会の提供 ・各ターゲット向けのプロモーションを実施する際に連携 ・広域アンケートの実施 (例：市外での栗東に関するアンケート)

※4 P = マーケティング戦略における売り手側の4つの視点。

- Produkt (製品戦略) : 製品やサービスの機能、品質、デザイン、ネーミングなど
- Price (価格戦略) : 小売戦略、卸価格、割引率、支払期限など
- Place (流通戦略) : 販売チャネル、物流、在庫、エリア、品ぞろえなど
- Promotion (プロモーション戦略) : 広報、パブリシティ、広告、販促など