

芦屋港活性化推進委員会の検討内容

1. 芦屋港活性化推進委員会の開催時と検討内容（29年度分）

回数	時期	検討内容
第1回	8月29日（火）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 共通認識 （ 推進委員会設立までの経緯 27年度県の基盤整備検討調査の結果報告 今後の進め方
第2回	9月下旬	<ul style="list-style-type: none"> ・ マーケティング調査（ビックデータ）分析結果報告 ・ 整備内容の検討
第3回	10月中旬	<ul style="list-style-type: none"> ・ 先進事例視察
第4回	11月下旬	<ul style="list-style-type: none"> ・ マーケティング調査結果の報告 ・ 整備内容の検討 ・ 導入機能・規模の検討
第5回	1月中旬	<ul style="list-style-type: none"> ・ 導入機能・規模の検討 ・ 管理運営手法の検討
第6回	3月上旬	<ul style="list-style-type: none"> ・ 管理運営手法の検討 ・ 基本計画素案の検討

調査・検討内容について

1 マーケティング調査

- (1) ビッグデータの活用による分析
 - RESAS 地域経済分析システムによる分析
 - JTБ 独自データによる分析
- (2) 全国の直売所等の動向分析
- (3) 芦屋港の商圏分析
- (4) ポジショニング分析
- (5) その他

2 各施設の機能・規模の検討

3 運営主体・事業主体の検討

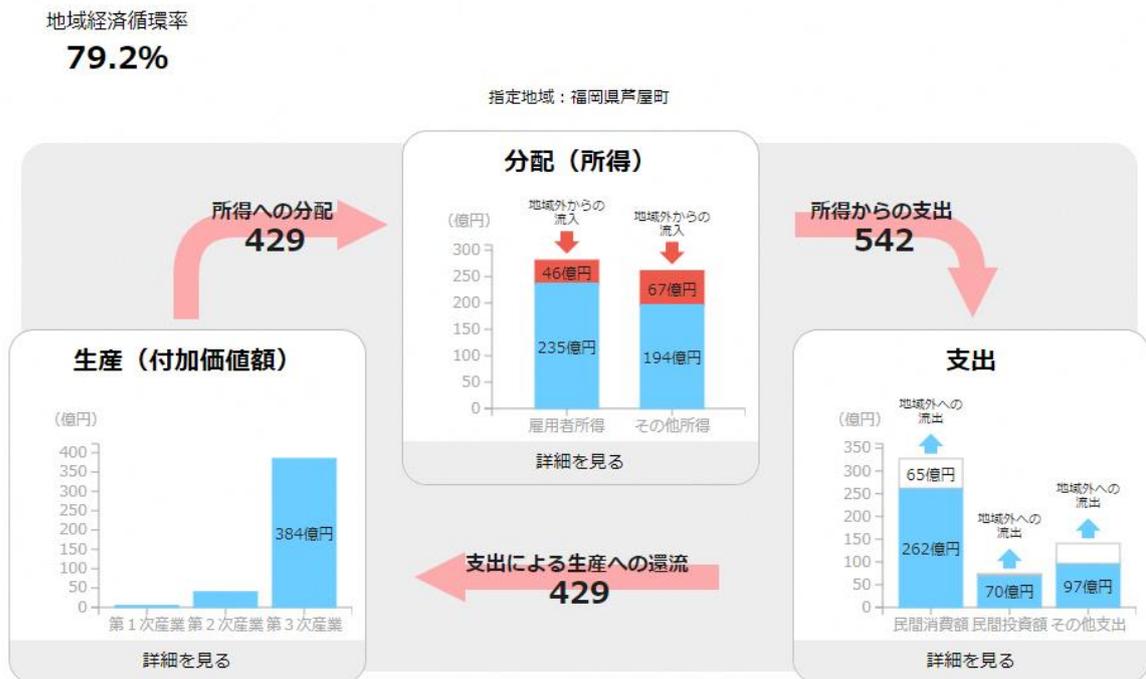
マーケティング調査内容

1. ビッグデータの活用による分析

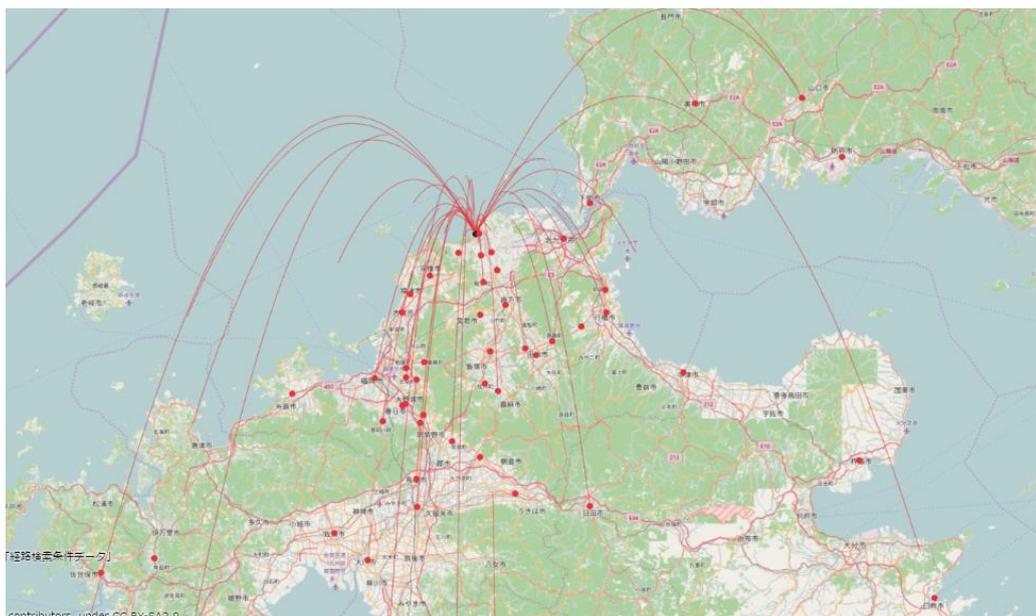
〔RESAS 地域経済分析システムによる分析〕

芦屋町の経済構造や主要産業の状況、観光動向（芦屋町の宿泊者数・居住地、検索されている観光地・居住地）などを、RESAS を用いて分析する。

例として芦屋町の経済循環図を示す。芦屋町は、第3次産業による付加価値額が突出しており、地域経済循環率（域内で生み出された所得がどの程度域内に環流しているか）は79.2%である。



芦屋町の地域経済循環図（2010年）



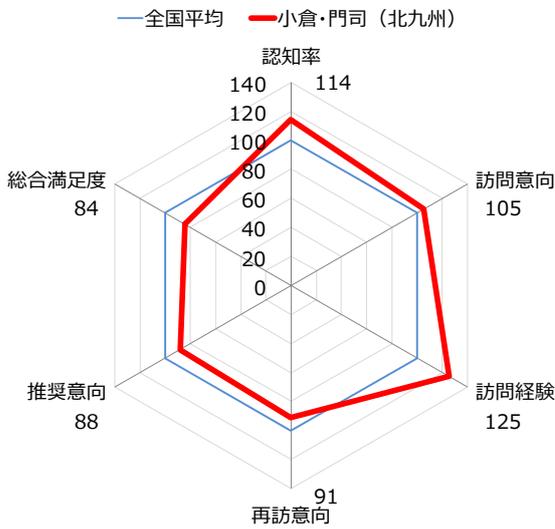
例：レジャープールアクアシアンを検索した方の居住地

〔JTB 独自データによる分析〕

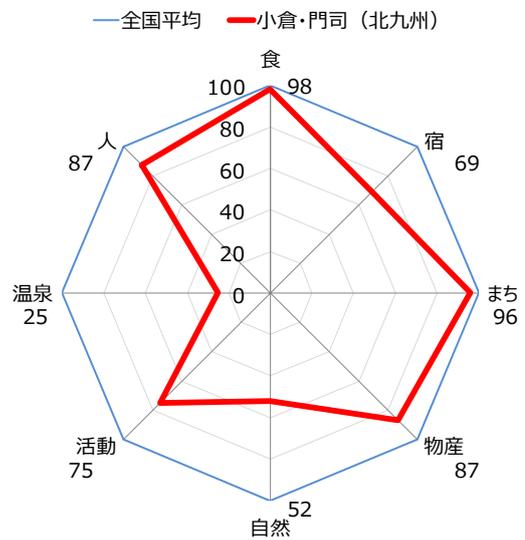
JTB の有するパワーインデックス（地域の観光地の特性、観光客からの評価などをまとめたもの）を用いて、芦屋町の観光の方向性を分析する。芦屋町としてのデータはないため、類似する地域、近隣の地域の観光地特性を分析する。

下記は、小倉・門司の例である。小倉・門司の例は、認知している人は全国平均を超えており、訪問意向、訪問経験も平均を超えているが、総合満足度が低く、再訪意向、推奨意向になると全国平均を下回ってしまう。要素別では、食、まちの満足度は比較的高いものの、宿、物産、自然の満足度が低く、総合的に全国平均を下回っている。

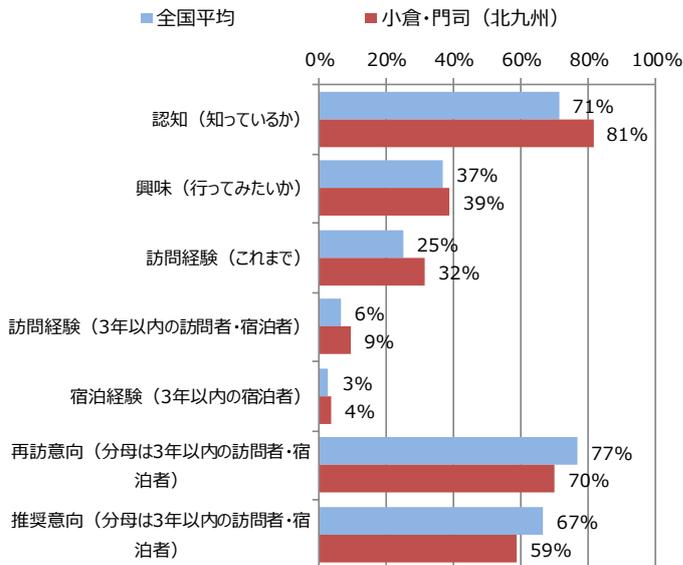
【事例】



総合スコア (小倉・門司)



満足度スコア (小倉・門司)



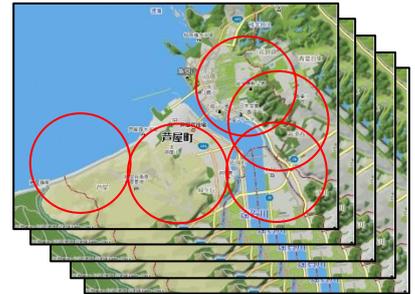
ブランドインデックス

2. 全国の直売所等の動向分析

芦屋港の周辺には「筑前あしや海の駅」をはじめ、多くの直売所が存在している。そのため、芦屋港の活性化のためには、直売所などとの差別化と連携を戦略的に実施していくことが求められる。そこで、全国にある直売所の事例調査を行い、成功のポイントを抽出し、芦屋港活性化基本計画に反映させていく。

3. 芦屋港の商圈分析

具体的なイメージのない住民ニーズは、「無いより、あったほうが良い」という消極的なニーズが抽出され、それをもとに計画作成を行うと、過度な計画となりがちである。そのため、現状の芦屋港の周辺環境の中で、不足する機能、サービスの有無を客観的に把握しマッピングすることで、各機能・サービスの商圈から考えて、芦屋港へ整備することで事業が成り立つ可能性のあるのか検討を行う。



マッピングイメージ
(さまざまなレイヤーを作成)

レイヤーの構成要素 (ポジショニングを分析する機能・サービス)

機能・サービス	検討内容
住宅立地状況	日常利用の可能性 (徒歩圏、自転車利用圏、自動車利用圏) がある住民・周辺住民がどの程度いるか
公園整備状況	同規模・同機能で競合する可能性のある公園がどの程度あるか
学校・こども園等の教育施設・福祉施設立地状況	連携の可能性 (課外活動など) がある教育施設・福祉施設がどの程度あるか
観光資源立地状況	連携、競合する可能性のある観光施設がどの程度あるか
飲食店立地状況	連携、競合する可能性のある店舗・飲食店がどの程度あるか
商業施設立地状況	スーパー、海の駅、道の駅などが周辺にどの程度あるか
公共交通環境	公共交通でのアクセス性があるか
類似施設の利用状況	類似する施設 (フィッシャリーナ、バーベキュー、釣り、イベント広場等) がどの程度あるか

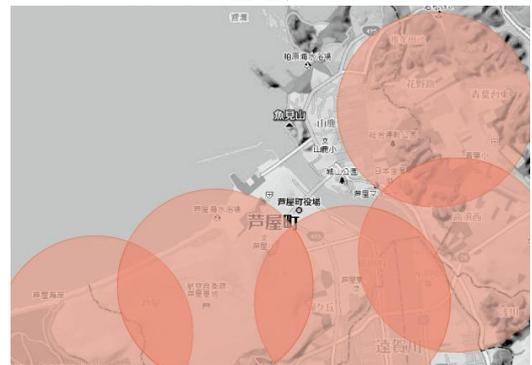
〔商圈分析イメージ〕

芦屋港の周辺商圈ボリュームの検討
(芦屋港周辺にどれくらいの顧客がありそうか)



商圈ボリューム検討イメージ

類似機能の商圈との重複があるか
(既存の施設等の商圈と芦屋港が重複するか)



類似機能の分布とそれぞれの誘致圏イメージ

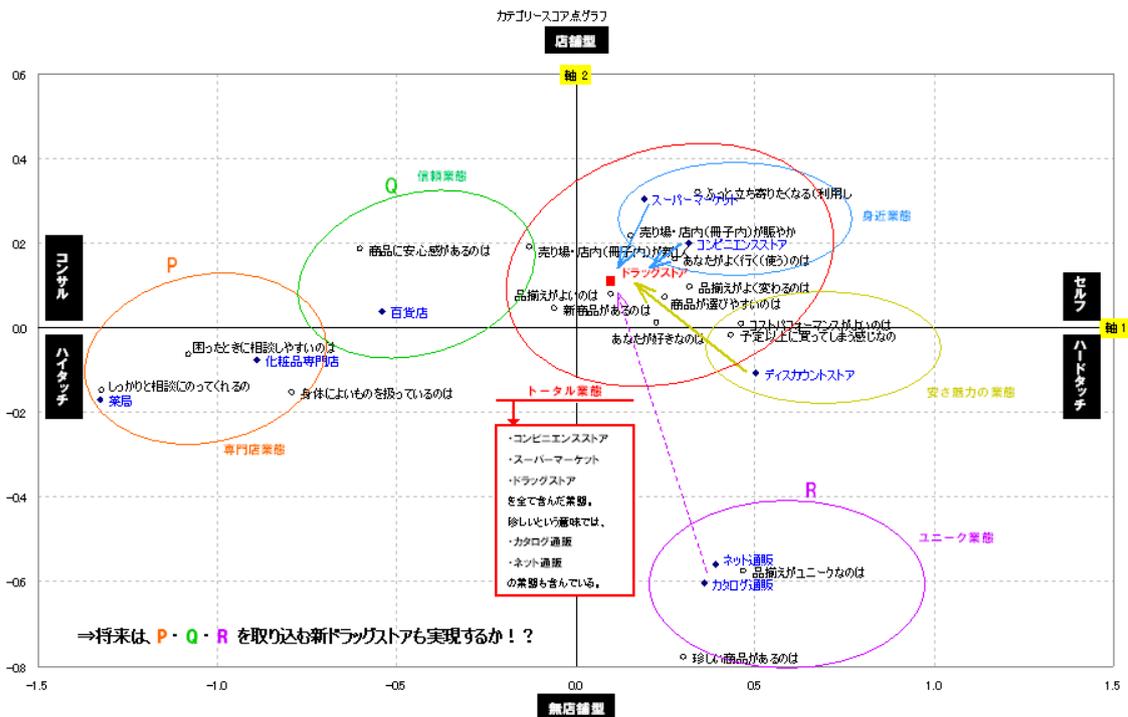
4. ポジショニング分析※

芦屋港に導入を想定する機能と競合しそうな機能が、周辺にどの程度立地し、それぞれどのような特徴・ターゲットを有しているかポジショニングマップを作成して分析し、芦屋港に導入した場合、事業が成り立つ可能性があるかどうか、どのようなターゲット・特徴を持たせることが必要か検討する。

※ポジショニング：市場競争の中で自社（製品）の占めたい位置を明確にし、差別化を図っていくための分析で、ポジショニングマップとは自社（製品）が市場の中で、顧客目線でどのように見えるか（位置付けにあるか）を可視化したもの

【参考例】ドラッグストアのポジショニングマップのイメージ

（現状の店舗がどのような位置づけにあり、どのポジションを狙うと実現性が高いか検討する）



ポジショニングマップを作成する機能の例

機能	顧客目線の軸（グラフの縦軸・横軸になる）
直売所	客単価、年齢層、品揃え
飲食店、カフェ	客単価、年齢層
マリーナ、PB 係留施設	船の規模、付加サービスの有無
イベント広場	人数規模、イベントの種類、設備
観光船	客単価、客層
広場・公園	客層、過ごし方（アクティブ～静か）
花火	人数規模、時期
バーベキュー広場	火の使用形態、客層、課金の有無

住民ワークショップの概要(案)

1. 住民ワークショップの実施趣旨

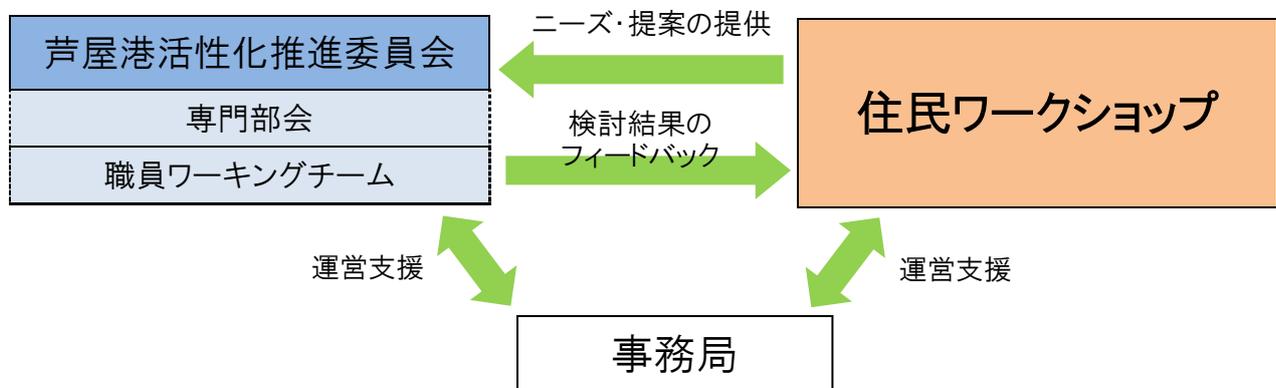
平成 27 年度に福岡県が実施した「芦屋港周辺における水辺の空間を活かした地域創生のための基盤整備検討調査」において、住民アンケート調査により、導入機能のニーズを把握・検討しています。

その成果を踏まえたうえで、より実現可能性の高い芦屋港活性化基本計画を策定するため、下記を目的とした住民ワークショップを必要に応じて実施する考えです。

主目的：	住民としてよりもむしろ「利用者として」の目線で、導入機能ニーズをより深掘る
あわせて期待すること：	・空間づくりに関するハード、ソフト両面の場づくりへの多彩なアイデアを募る。 ・ワークショップ参加者の学びや意識高揚に繋げ、参画意識を促す。

2. 住民ワークショップの位置付けと役割

住民ワークショップでの検討経緯とアウトプットを「芦屋港活性化推進委員会」に提供し、基本計画検討に際しての検討材料とします。さらにはその検討結果を住民ワークショップにフィードバックし、さらなる活発な議論・検討を促す形で進める考えです。



3. 住民ワークショップの概要

住民ワークショップは、必要に応じての実施を予定しており、その議論内容は下記のとおり想定しています。具体的な議題、進め方については、今後推進委員会の議論を踏まえ、芦屋町との協議のうえ、柔軟に対応していく考えです。

実施時期：	平成 29 年度内
検討内容：	<ul style="list-style-type: none">○芦屋港の現地視察と、H27 の検討結果を踏まえた将来イメージを共有する。○「芦屋港でやりたいこと」を検討することで、住民ニーズ調査結果を深堀る。○基本方針を踏襲しながらも、自らをターゲット利用者として想定し導入機能の具体案を検討する。○整備後に導入する、場の魅力をより高めるソフト施策と、その実施主体を検討する。