

第 3 章

これからの観光・MICE戦略

1. 基本理念
2. プランの愛称
3. 7つの基本方針と基本施策
4. リーディングプロジェクト
5. 基本方針・基本施策の相関図
6. 戦略プランの目標（数値目標）
7. 戦略プランの推進体制

1 基本理念

久留米市には、筑後川に育まれた豊かな自然をはじめ、歴史や文化、食などのさまざまな魅力があります。こうした魅力を活かしながら、これまでも他の地域との連携や情報発信などに意欲的に取り組んできました。

そうした中で、観光スタイルの変化や外国人旅行者の増加など、観光を取り巻く状況は大きく変わってきています。また、人口減少社会への対応として観光が大きく注目されてきており、観光客の取り込みをめぐる競争は一層激しくなると予想されます。

今後、久留米市が観光・MICEの振興を図るためには、私たち一人ひとりが、久留米を訪れた人をお客様本位の目線で迎え入れ、「また来たい」と思ってもらえるような満足感を提供することが重要です。

そのためには、外から来た人に、「ほとめき」の心と、豊富な情報と知識で質の高いもてなしを提供する「コンシェルジュ」のサービスにより、「久留米らしさがあふれる魅力」を提供し、大きな感動を得てもらうことが大切です。

そこで、市民みんながより深く久留米の魅力を感じ、来訪者に伝える「ほとめきコンシェルジュ」として活躍するまちを目指すこととします。これにより、久留米らしい観光・MICEの振興を図り、交流人口の拡大と賑わいの創出による、地域と地域経済の活力向上に努めます。

2 プランの愛称

～久留米とんこつ戦略プラン～

基本理念に掲げる、ほとめきコンシェルジュが提供する「久留米らしさがあふれる魅力」とは、先人から引き継いださまざまな魅力をさらに味わい深くしていることなど、久留米の代表的な食「とんこつラーメン」の魅力と共通しています。そこで、戦略的に観光・MICEを推進するための本プランの愛称を「久留米とんこつ戦略プラン」とします。

「久留米らしさがあふれる魅力＝とんこつ」とは・・・

自然や風土、食、農・・・さまざまな素材が絡み合い引き立てあう魅力	濃厚・白濁
歴史や文化、芸術、産業などを先人から受け継ぎ、さらに深まる魅力	呼び戻し
「ほとめき」の心あふれる市民が温かくもてなす魅力	あつあつ
とんこつラーメンをはじめ、(株)ブリヂストンや箏曲、巨峰、あまおう、正義(ツバキ)など、新しく優れたものを生み出す魅力	発祥の地
中核都市として近隣市町村との連携により存在感を増す魅力	焼きめしセット

【参考・GAP調査(※)結果】「とんこつラーメン」の認知度(66.3%)・興味度(78.2%)ともに1位
※大阪・広島・福岡・熊本・鹿児島各府県のインターネットモニター約1,000名に対する、久留米市の観光資源の認知度・興味度に関する調査



3 7つの基本方針と基本施策

本プランの基本理念を実現し、本市の観光振興とMICEの誘致促進を図るため、前章で整理した課題等をふまえ、今後5年間の基本方針として、7つの基本方針と28の基本施策を設定します。

7つの基本方針と基本施策

基本方針

1

地域資源を活かした観光の推進

【基本施策】

- (1) 自然や景観を活かす
- (2) 食やグルメを活かす
- (3) 地域産業を活かす
- (4) 文化芸術を活かす
- (5) 歴史や伝統文化を活かす
- (6) 健康やスポーツをテーマとして取り組む

基本方針

2

戦略的な広域観光の推進

【基本施策】

- (1) 広域連携を強化し魅力あふれる観光商品をつくる
- (2) 交通事業者とさらに繋がる
- (3) 福岡市とさらに繋がる

基本方針

3

ほとめきあふれるインバウンド観光の推進

【基本施策】

- (1) 受け入れ体制を充実する
- (2) 多言語による情報発信を強化する
- (3) 連携したプロモーションを強化する
- (4) ニーズに対応した観光商品をつくる

基本方針

4

戦略的なMICEの誘致

【基本施策】

- (1) 久留米の強みを活かしMICEを誘致する
- (2) 久留米シティプラザにMICEを呼ぶ
- (3) 久留米総合スポーツセンターにスポーツコンベンションを呼ぶ
- (4) 久留米ならではのユニークベニューを提案する
- (5) MICE誘致・開催支援における人材を育成する

ほとめき人材の育成と組織づくり

【基本施策】

- (1) オール久留米で取り組む観光推進体制を築く
- (2) 地域密着観光を推進する
- (3) 久留米まち旅博覧会をさらに盛り上げる
- (4) 観光ボランティアガイドを充実する

ほとめき観光の基盤づくり

【基本施策】

- (1) 観光基盤を充実する
- (2) 集客交流施設を活かす

観光客のニーズをふまえた情報戦略

【基本施策】

- (1) 観光客のニーズを知る
- (2) 久留米の強みを活かしたプロモーションを行う
- (3) 戦略的に情報を発信する
- (4) 新たな視点で魅力を発信する

地域資源を活かした観光の推進

今日まで磨き上げてきた地域資源の魅力をさらに高めていくとともに、新たな資源の発掘と相互連携などに取り組みます。特に、すでに人気事業化している久留米まち旅博覧会や、地域住民と連携して取り組む地域密着観光の充実を図り、高い満足度を得られる観光商品づくりに結び付けていきます。

基本施策（1）自然や景観を活かす

久留米市のシンボルともいえる筑後川やその恵みを活かす取り組みのほか、高良山や四季の花々（つつじ、つばき、コスモス、紅葉、ハゼなど）など、自然や景観を活かす滞在交流型のプログラムやイベントを推進します。また、季節や観光客のニーズに応じて、効果的なイベントの情報発信に努め、その集客効果を高めていきます。



久留米つばきフェア



コスモスフェスティバル



高良山もみじ狩り

基本施策（2）食やグルメを活かす

久留米ラーメンや久留米焼きとり、筑後うどんの「3大B級グルメ」を中心とする、久留米のご当地グルメを素材とする観光商品づくりやイベントを支援し、交流人口の拡大を図ります。

また、ほぼ年間を通じて実施できる、ぶどうや柿などのフルーツ狩りは、年々外国からの旅行者が増えています。日本有数の酒蔵数を誇る日本酒や、エツやうなぎなどの筑後川の恵みなどと合わせ、観光客をリピーター化できるような取り組みを進めていきます。



城島酒蔵びらき



久留米焼きとり日本一フェスタ



柿狩り

基本施策（3）地域産業を活かす



久留米緋
(藍・愛・で逢いフェスティバル)



籃胎漆器

オリジナルスニーカーづくり体験
(久留米まち旅博覧会)



久留米緋、籃胎漆器などの伝統産業やゴム産業、植木産業などを中心に、体験型、滞在交流型のプログラムやイベントの開発に取り組みます。また、商品化が可能なものは、久留米まち旅博覧会のプログラムに取り込み、積極的に展開していきます。

また、(株)ブリヂストン久留米工場や(株)ムーンスター、(株)アサヒコーポレーション、ダイハツ九州(株)久留米工場などと連携し、新たな産業観光の商品づくりに結び付けていきます。

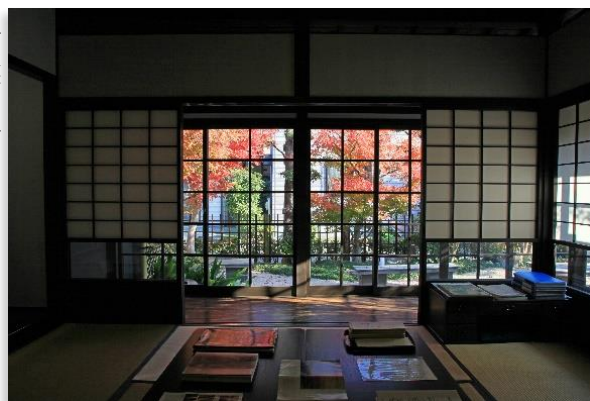
基本施策（4）文化芸術を活かす

久留米市は、青木繁や坂本繁二郎などの偉大な芸術家や、藤井フミヤや田中麗奈などの芸能人を多く輩出した文化芸術のまちです。市が運営を引き継ぐ石橋美術館を含む石橋文化センターなどを活用し、久留米市の文化的な土壌を広くアピールします。また、憩いと賑わいが調和する「文化」「活力」「創造空間」を基本理念とする久留米シティプラザでさまざまな文化事業を行い、久留米市の認知度を高めていきます。

石橋文化センター



青木繁旧居



からくり儀右衛門時計



坂本繁二郎生家



基本施策（5）歴史や伝統文化を活かす

市内に点在する古墳や史跡、高良大社や水天宮、梅林寺などの神社仏閣、伝統行事や祭りなどの地域資源を活かし、旅行事業者などと連携した誘客の取り組みや観光商品づくりを進めます。また、交流人口の拡大に結び付くと思われる取り組みについては、積極的に連携し、地域での滞在時間が延びるような仕組みづくりを進めていきます。



梅林寺座禅体験
(久留米まち旅博覧会)



大善寺玉垂宮の鬼夜



北野天満宮おくんち

基本施策（6）健康やスポーツをテーマとして取り組む

久留米つつじマーチや筑後川マラソン、筑後川くるめ菜の花マラソンなど、健康やスポーツに関するイベントには、全国から多くの参加者が訪れています。また、近年は、サイクルスポーツが全国的に広がりを見せており、「自転車のまち」とも呼ばれた久留米はこの分野でも大きな可能性を秘めています。

さらに、各校区ではウォーキングなどのイベントが行われるほか、サイクルファミリーパークや百年公園サイクリングセンターなどの自転車をテーマとする施設もあり、創意と工夫により交流人口の拡大に結び付く可能性も大きくなっています。

今後は、こうした健康やスポーツをテーマにした取り組みをより一層推進するとともに、平成28年に筑後市へのファーム本拠地の移転が決まっている「福岡ソフトバンクホークス」や、筑後川流域クロスロード協議会（久留米市・小郡市・鳥栖市・基山町）で応援宣言を行っている「サガン鳥栖」との連携により、スポーツを通じた市外からの来訪のきっかけづくりに取り組みます。

さらに、高度に集積した医療機関と連携し、PET/CT検診などの先進医療を活かす医療ツーリズムも推進します。



久留米つつじマーチ



医療最前線の現場見学(久留米まち旅博覧会)

戦略的な広域観光の推進

久留米市は、これまで筑後地域の中核都市として独自の経済圏を形成し、地域のヒト・モノ・カネの中枢を担うとともに、さまざまな分野で近隣の自治体と連携してきました。観光においては、久留米広域定住自立圏における連携や、県南市町村で構成する筑後地区観光協議会で共同の観光プロモーションを行うなど、さまざまな取り組みを行っています。一方で、日田市や鳥栖市、佐賀県などとの新たな連携による魅力づくりにも取り組んでいます。

今後も、人材の育成や基盤づくり、観光商品づくり、プロモーションなど、連携の効果が高いものについて、他自治体との連携を強化します。さらに、すでに国内外から多くの観光客やビジネス客が訪問している福岡市との連携を強化することにより、これまで久留米市を訪問する機会がなかった観光客などの取り込みを推進します。

基本施策（1）広域連携を強化し魅力あふれる観光商品をつくる

耳納北麓エリア（久留米市東部～うきは市）には、日本風景街道に登録されている「みどりの里・耳納風景街道」があり、その豊かな自然とみどりの魅力を表す証となっています。

GAP調査で多くの人が魅力を感じているとされた筑後川や、筑後地域を東西に横断する耳納連山など、広域にわたる地域資源を活かして、遠くからでも訪れたいと感じるようなモデルコースの造成などに取り組めます。また、ターゲットに合わせた新しい発想による広域連携を模索し、研究していきます。



九州歴史資料館(小郡市)のバックヤードツアー
(久留米まち旅博覧会)



高良山からうきは市へ縦走る耳納スカイライン

基本施策（2）交通事業者とさらに繋がる

久留米市は、九州新幹線やJR鹿児島本線、JR久大本線、西鉄天神大牟田線、九州自動車道などが走る、九州のクロスポイントに位置しています。また、九州の玄関口ともいえる福岡空港や、羽田便・成田便に加え国際便も就航している有明佐賀空港と車で1時間圏内にあり、150万都市の福岡市とも電車で30分圏内という交通利便性に恵まれています。

これらの地の利を活かした誘客のためには、交通事業者との連携は重要な視点と言えます。これまでも、「田主丸フルーツ狩りきつぷ」や「くらの細道きつぷ」などの連携事業を行ってきましたが、今後もさらに交通事業者との連携を強化し、交流人口の拡大に結び付けていきます。



久留米市をめぐる交通網



左：「くらの細道きつぷ」



右：「田主丸フルーツ狩りきつぷ」

基本施策（3）福岡市とさらに繋がる

国の「グローバルMICE戦略都市」にも選ばれ、高い集客力を持つ福岡市との連携を深め、相互に補完し合いながらも、本市ならではの素材を活かす差異化を図り、相乗効果を生み出せる取り組みを展開していきます。特に、(公財)福岡観光コンベンションビューローとは情報の共有や連携強化により、福岡市における大規模なMICE開催やアフターコンベンションなどで協力して取り組み、福岡市や久留米市を訪れた人が満足して帰ることができるよう、連携していきます。



MICE見本市への共同出展

国・九州各県・各都市の動向把握と連携で促進する ほとめきあふれるインバウンド観光の推進

国による「ビジット・ジャパン・キャンペーン」推進などの背景をふまえ、久留米市においては(一社)九州観光推進機構や県などと連携し、韓国やタイなどの旅行事業者へのプロモーションに積極的に取り組み、久留米市及び筑後地域への外国人観光客の呼び込みを図ります。そのためにも、久留米市の魅力や個性、持ち味などの情報を伝え、効果的な観光誘客を図ります。

「インバウンド観光」とは？

インバウンド(inbound)とは、外から入ってくる旅行、一般的には訪日外国人旅行を指します。対義語は、アウトバウンド(outbound)=海外旅行となります。



基本施策(1) 受け入れ体制を充実する

JR久留米駅と西鉄久留米駅の観光案内所には、外国人旅行者の周遊を支援する広域情報拠点(日本政府観光局が認定する「カテゴリー2」の観光案内所)として、英語で対応できるスタッフが常在しています。今後は、多言語による道路サインやWi-Fi環境、消費税免税制度やデビットカードが利用できる環境整備を一層進めていきます。

また、各国の言語に対応できる人材の育成や確保、観光施設や宿泊施設における外国人観光客に対する接客技術の提供と学びの場づくり、地域経済に対する波及のための意識づくりなどにも取り組んでいきます。さらに、平成25年度に開始した留学生による観光サポート制度の充実を図るとともに、在住外国人の活用の仕組みづくりを展開していきます。



日本政府観光局認定外国人観光案内所の表示

「デビットカード」とは？

クレジットカードと異なり、支払い時に代金が口座から引き落とされる仕組みで、原則として預金額を超えない範囲で使用できるカードです。

現金ぎんねん以外では中国国内で最も普及している決済手段である「銀聯カード」が近年注目されており、海外への現金の持ち出し額に制限がある中国人旅行者のニーズに対応するため、決済端末を設置する販売店や量販店が日本国内でも増加しています。



基本施策（2）多言語による情報発信を強化する

観光パンフレットやウェブサイトの多言語化、誘客ターゲット国でのウェブサイトの開設など、発地及び着地での情報発信を充実させます。特に、スマートフォンなどの多機能携帯電話向けの情報発信を強化します。

また、市内や福岡市など周辺都市圏在住の留学生などに対して、アクセスしやすくなる魅力が詰まった情報を提供することで、外国人のSNSネットワークを活用した海外への情報の拡散を図ります。



観光サイト「ほとめきの街 久留米」でも多言語化を推進

基本施策（3）連携したプロモーションを強化する

日本全体で見ると、タイやインドネシアからの入国はビザが緩和されるなど、東アジアからの観光客の増加が著しくなっています。

久留米市はこれまで、（一社）九州観光推進機構や県、（公財）福岡観光コンベンションビューローなどと連携し、韓国やタイなどへの観光プロモーションに取り組んできました。

今後も情勢の変化に素早く対応し、連携先との情報共有を緊密にしながら、的確なターゲットの設定や相手国に合わせた観光素材の提案に努めます。



外国人にも人気が高く、絶好のプロモーション素材となるフルーツ狩り

基本施策（4）ニーズに対応した観光商品をつくる

海外からの誘客のためには「そこへ行きたくなる」魅力が不可欠です。広域連携や地域資源の磨き上げによる地域の魅力向上とあわせ、外国人観光客のさまざまなニーズを可能な限り把握し、観光振興に携わる組織や人材に情報提供します。あわせてそれぞれのニーズに応じた観光商品の提供に努め、生活習慣や文化の違いなどもふまえて、これまでの概念にとらわれない新しい観光商品の開発に積極的に取り組みます。

4

戦略的なMICEの誘致

恵まれた交通アクセスと、新たに整備・充実されるMICE関連施設を活用し、久留米市の特徴を活かす医療系や工学系の学会、スポーツコンベンションの誘致に取り組み、久留米市での開催を積極的に働きかけます。これにより、久留米市への新たな来訪を促すとともに、次の観光誘客へつなげていきます。

また、久留米市の魅力を活かしたアフターコンベンションやユニークベニューを提案し、久留米市への滞在時間の長期化を図り、地域経済への波及拡大に努めます。さらに、そのための人材育成と組織を構築し、充実を図っていきます。

「アフターコンベンション」「ユニークベニュー」とは？

「アフターコンベンション」とは、見本市・シンポジウム・博覧会・学会などのあとの催しや懇親会を指します。アフターコンベンションには、それらコンベンションの参加者に同伴するコンベンションには参加しない家族などを楽しませるメニューも含まれます。

「ユニークベニュー」とは、美術館や博物館、歴史的建造物などで会議やレセプションを開くことで特別感や地域の特性を演出できる会場を指します。ヨーロッパで生まれた考え方で、イベントや見本市を開く企業や行政機関、学会が施設に利用料を支払うスキームが主流です。最近では、地域のさまざまな施設をユニークベニューとして提案することが効果的なMICE誘致を行うための重要な取り組みのひとつとなっています。



基本施策（1）久留米の強みを活かしMICEを誘致する

久留米市は、従来から(株)ブリヂストンや(株)ムーンスター、(株)アサヒコーポレーションなどのゴム産業が集積する都市として発展を遂げてきました。また、がんの第4の治療法といわれるがんペプチドワクチンの開発に取り組む久留米大学医学部などに代表される、先端医療の集積地としても知られています。

加えて、近年では、県と連携して福岡バイオバレープロジェクトに取り組み、バイオ産業の集積も図っています。

こうした強みを活かしたMICEの誘致を図るとともに、地域産業への影響が期待できるMICEの誘致を推進します。

また、スポーツ施設を活用し、体育協会や競技団体と連携したスポーツコンベンションの誘致、開催を推進します。



久留米大学病院

基本施策（2）久留米シティプラザにMICEを呼ぶ

平成28年に開館が予定されている久留米シティプラザには、大規模ホール「ザ・グランドホール（1,514人収容）」、中規模ホール「久留米座（399人収容）」のほか、会議室や展示場、多目的広場などが整備される予定です。MICEとしては、1500人規模を中心に、医療系や工学系の学会を誘致し、シティプラザの機能を最大限に活用したMICEの誘致を推進します。



久留米シティプラザの完成イメージ



ザ・グランドホール



全天候型の吹き抜け空間、六角堂広場

基本施策（3）久留米総合スポーツセンターにスポーツコンベンションを呼ぶ

平成30年度に改築が完了する予定の久留米総合スポーツセンターを中心に、新規の国際大会や全国大会などのスポーツコンベンションの誘致に積極的に取り組みます。

特に、平成32年に開催が決定した「東京オリンピック・パラリンピック」のキャンプ地について、誘致を働きかけます。



久留米総合スポーツセンターの完成イメージ

基本施策（4）久留米ならではのユニークベニューを提案する



一番街商店街と連携して実施されたアフターコンベンション

これまでも中心商店街を活用したユニークベニューなどが実施されてきましたが、こうした取り組みやアフターコンベンションの提案は、MICEの誘致・開催には非常に重要な要素です。今後は、久留米の強みを最大限に活かし、久留米を満喫できるような提案を行い、参加者の市内宿泊・連泊につながる取り組みを行います。

基本施策（5）MICE誘致・開催支援における人材を育成する

MICEの企画、運営、誘致などにおける専門性の高い人材や、MICEを総合的に支援できる「MICEコンシェルジュ」とも言える人材の育成と確保に取り組みます。また、MICE主催者や参加者が十分な満足が得られるように、ワンストップで必要なサービスが受けられるような仕組みづくりや推進体制の構築を図ります。

ほとめき人材の育成と組織づくり

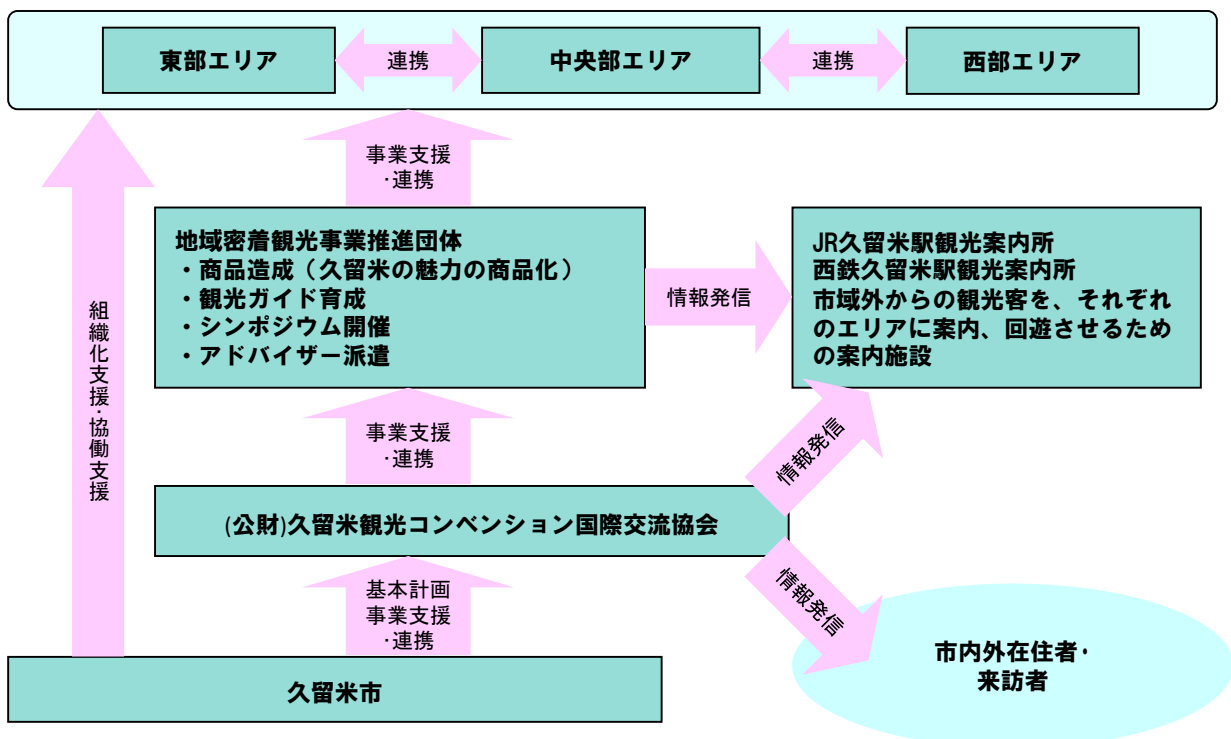
久留米市は、平成17年に「ほとめき宣言」を行い、久留米市を訪れる観光客を温かく迎える意気込みを示しました。また、「観光・コンベンション振興基本計画」では、目指す観光のまち像として「ほとめきのまち 久留米」を掲げ、さまざまな事業に取り組んできました。平成25年の東京オリンピック招致でも、「おもてなし」が重要なキーワードとなったように、「ほとめき」はこれからの観光振興においても重要な視点と言えます。

本プランでは、前計画の方針を引き継ぎ、より多くの市民が久留米の魅力に気づき、「ほとめきコンシェルジュ」として観光客に伝え、温かく迎えることができるように努めていきます。今後も久留米市の観光振興を担う人材の発掘や育成、さらに組織化を進めることで、着実に「ほとめきのまちづくり」を推進していきます。

基本施策（1）オール久留米で取り組む観光推進体制を築く

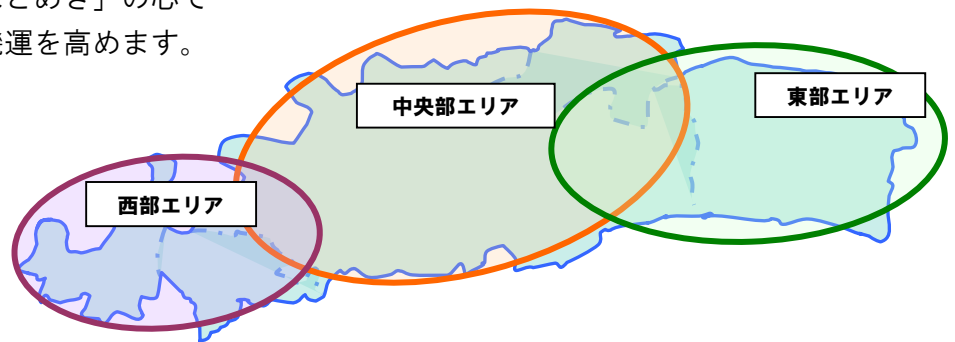
積極的に観光商品や土産品を開発し、また、それらを効果的に活用できる組織、体制づくりを行います。加えて、観光振興に関わる既存の組織についても、課題解決や改善に努め、各組織が観光振興を通して経済活性化に意欲的に取り組むことができる環境を整えていきます。

これらの取り組みにより、市民や関係団体、市が協働して、全市的な観光まちづくりの機運醸成と人材育成を図ります。



基本施策（２）地域密着観光を推進する

市内のエリアごとに展開されている地域密着観光について、地域の特性や個性が活かされ、より魅力的な観光商品などの造成を目指し、地域住民が主体となって展開する取り組みを支援します。そして、より多くの市民が「ほとめき」の心で参画する観光のまちづくりの機運を高めます。



■東部エリア

耳納連山に抱かれた景観と、フルーツやみどりの産業が盛んな地域

自然や景観が美しく農業も盛んな東部エリアでは、フルーツなどの農産物のアピールはもとより、ウォーキングやサイクリングなどの自然を満喫できる体験型観光を推進します。特に、地域主導による、観光ルートサインの活用やイベントの充実を図っていきます。



草野まちかど博物館

■中央部エリア

筑後平野の歴史、文化・芸術、産業の中心として今と昔が残る地域

高良大社や水天宮、梅林寺、寺町などの歴史的なスポットに加え、文化・芸術、産業などの魅力ある資源が多い中央部エリアでは、相互連携の強化を図り、イベントの開催や周遊性を高めるための情報発信などを地域主導により展開していきます。



1600年以上の歴史が伝えられる高良大社

■西部エリア

筑後川に育まれた食や酒、伝統工芸に恵まれた地域

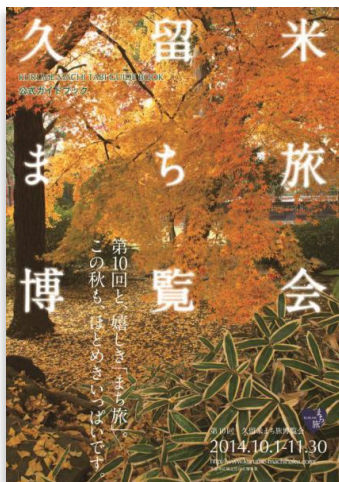
多くの酒蔵があり、筑後川に育まれた古くからの文化が残る西部エリアでは、地域資源の発掘や魅力の磨き上げをさらに進めるとともに、ボランティアガイドの養成などを図り、地域の魅力を内外にアピールできる体制や拠点機能などの環境整備を図ります。



筑後川の恵みを伝える酒蔵の町並み

基本施策（3）久留米まち旅博覧会をさらに盛り上げる

すでに高い人気を誇る久留米まち旅博覧会は、地域の魅力の再発見と感動体験に結び付き、参加者の高い満足度を実現しています。そして、こうしたプログラムは、外国人に対しても魅力的な観光商品となる可能性が高いと言えます。引き続き、これまでのプログラムの見直しや新たな掘り起こし、拡充を図るとともに、受け入れ体制の充実、強化に努めます。また、プログラムを企画し提供することで、観光振興に携わる市民の裾野の拡大に結び付けていきます。



平成26年秋、開催10回目を迎えた久留米まち旅博覧会



まち歩きや産業観光、伝統工芸、スポーツ・健康体験など、多彩なプログラムを開催

「久留米まち旅博覧会」とは？

久留米定住自立圏域の自然や歴史、文化芸術、ものづくり、食、医療などの豊かな地域資源を活かした体験交流型の着地型観光事業。平成20年度の第1回目開催から回数を重ね、平成26年度秋の実施で10回目の開催を迎えました。また、平成24年度にはNPO法人久留米ブランド研究会が実施主体となり、新たなプログラム造成や通年版プログラム「いつでもまち旅」の企画などに取り組んでいます。

現在、100名を超える市民ボランティアがまち旅プログラムの企画・運営に携わり、地域資源を活用した久留米の魅力づくりに繋がっています。



基本施策（4）観光ボランティアガイドを充実する

ほとめきの観光振興のためには、市民一人ひとりが主体となり、地域のさまざまな魅力と感動を伝える観光ボランティアガイドの存在が非常に重要です。今後もガイドの発掘と育成を図り、自主運営が可能な組織を構築するとともに、観光客の満足度向上につながる研修プログラムの確立などを積極的に進めていきます。

ほとめき歩きの会



ガイドコースづくりのワークショップ風景



ほとめき観光の基盤づくり

久留米市を訪れた観光客に「もう一度来てみたい」と思われるためには、久留米市での滞在を快適に過ごしてもらうことが重要です。

観光案内サインや観光マップ、道路サインなどの充実を図るとともに、駐車場などの環境の整備、充実に取り組みます。また、サイン表示の多言語化を図り、外国人観光客にも対応できる基盤整備を図ります。

基本施策（１）観光基盤を充実する

初めて久留米を訪れた観光客でも、久留米の観光名所や魅力が分かり、ストレスなく移動ができるように、観光案内サインや道路系サインなど観光基盤の整備、充実を図ります。そして、さまざまなニーズに対応できるように、サイン表示の多言語化や観光施設などにおけるWi-Fi環境の整備を進めます。

また、観光客の増加に伴い、新たに必要になる設備の整備を進め、来訪者の記憶に残る景観や町並みの整備にも努めます。

あわせて、高齢者や身体障害者なども快適に観光を楽しむことができるように、ユニバーサルツーリズムの視点からのまちづくりに取り組みます。



多言語表記の観光案内マップ

基本施策（２）集客交流施設を活かす

平成26年7月に作成された公共施設白書によれば、市内には約600の公共施設があり、そのうち、市民文化系や社会教育系、スポーツ・レクリエーション系などの集客に結び付くと思われるものは、スポーツ利用を含め全体の23.8%となっています。

交流人口の拡大の視点からは、施設間連携や施設とMICEとの連動は新たな可能性を秘めていると考えられ、今後はこうした活用にも力を入れていきます。



久留米市世界のつばき館



観光客のニーズをふまえた情報戦略

久留米市の魅力を多くの人に知ってもらい、来訪を促すためには、ターゲットごとのニーズに応じた確かなアピールを行うことが必要です。マーケティングに取り組み、その結果をふまえ、久留米市の魅力や個性を活かせる観光誘客の絞り込みを図り、効果的な情報発信やプロモーション活動に結び付け、地域経済への波及を図っていきます。

基本施策（１）観光客のニーズを知る

ホテルなどの宿泊客を中心にアンケート調査などを実施し、観光客の属性や来訪目的、ニーズなどの把握に努めます。また、観光案内所や電話での問い合わせ内容についても統計的な整理と分析を行います。

さらに、こうしたデータを蓄積することにより、地域の観光資源がどのような観光客に人気があるのかを分析します。また、市民や観光客のモニタリングを実施し、消費者の目線で観光商品や土産品の開発に努めます。

これらの取り組みにより、観光商品やお土産品のトレンドや可能性を探り、新たな久留米の魅力づくりや情報発信に結び付けていきます。



基本施策（２）久留米の強みを活かしたプロモーションを行う



大阪市での観光・物産PR（平成25年）

宿泊客などへのアンケート調査の分析をふまえ、プロモーションを実施する地域や対象者のニーズなどに適した観光資源などを前面に押し出し、見た人の印象に残るプロモーション活動を行います。

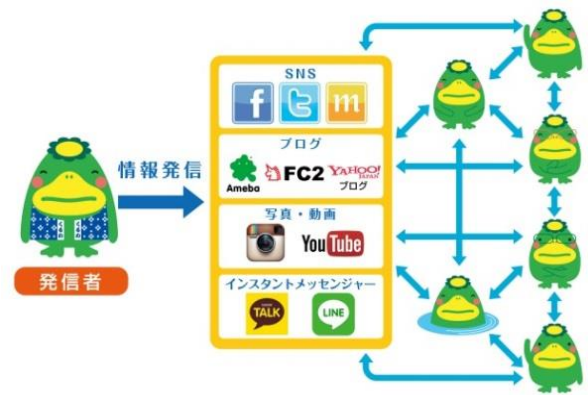
また、福岡県や近隣市町村との連携を強化して広域的な魅力づくりとプロモーション活動に取り組み、久留米の認知度の向上と久留米を来訪するきっかけづくりに努めます。

基本施策（3）戦略的に情報を発信する

公式観光ウェブサイト「ほとめきの街 久留米」などへの情報掲載を確実にを行います。そして幅広く、かつ直接的に情報が届くように、SNSの拡散性を活用します。

さらに、従来の文字や写真に加え、より高い訴求力や効率性が期待できる動画での情報発信に積極的に取り組み、また、事業やイベントの告知では、計画的にマスメディアへの情報提供を行い、広告効果をねらいます。

一方、情報端末の視点からは、アプリの開発など、スマートフォンやタブレット型端末での情報入手のニーズに対応できる仕組みを構築します。



「WEB(ウェブ)サイト」「SNS(エス・エヌ・エス)」とは？

ウェブサイト(website)は、「World Wide Web(WWW)」上にあり、一般に特定のドメイン名の下にある複数のウェブページの集まりのことをいいます。略して「サイト」と呼ばれることもあります。我が国では、本来はウェブサイトの最初のページ(表紙的ページ)の意味である「ホームページ」もウェブサイトと同じ意味で使われています。

企業などの団体が自身を紹介するため自ら構築したサイトを、その団体の「公式サイト」と呼びますが、久留米市では、観光協会が運営する「久留米観光サイト ほとめきの街くるめ」(<http://www.kurume-hotomeki.jp/>)が久留米市の観光情報発信の公式サイトとなっています。

SNSとは、「ソーシャル・ネットワーキング・サービス」の略語で、社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービスを指し、多くのSNSが無料で手軽に利用できます。

Facebook(フェイスブック)やTwitter(ツイッター)などに代表されるSNSは、リアルタイムな情報を多くの人々に一斉に発信できる利点から、昨今では企業のみならず、自治体、観光協会など公的機関も広報宣伝の手段として利用しています。



基本施策（4）新たな視点で魅力を発信する

テレビや映画などの舞台として取り上げられることは、久留米の魅力をより凝縮して多くの人に発信できる好機と言えます。この機会をより多く得られるよう関係団体と連携し、情報の共有に努めます。

また、近年注目を集めているアニメや漫画などのサブカルチャーも新たな誘客の素材として積極的に受け入れ、「聖地」としてファンから認知されることも視野に入れつつ、情報発信などによる支援を行います。