

第二次太宰府市観光推進基本計画
(素案)

2024年(令和6年)3月
太宰府市

第1章 計画の概要

1 計画策定の背景・目的

太宰府市は、太宰府天満宮や門前町一帯、観世音寺・戒壇院、大宰府政庁跡、水城跡及び九州国立博物館等多くの観光資源を有し、最盛期には年間約1千万人を超えるなど多くの観光客が訪れる国際観光都市です。

本市は約1300年前の天平の世、大宰帥大伴旅人によりこの地で催された「梅花の宴」の情景を記した『万葉集』の「梅花の歌」三十二首の序文から元号「令和」が生まれ、「令和の都だざいふ」として改めて注目されるようになりました。

また、令和2年1月からの新型コロナウイルス感染症の影響により、観光産業を取り巻く環境は深刻なダメージを生じるとともに、様々な社会情勢や環境の変化により、「新しい観光」が構築されました。

全国的に人口減少が続く局面において、地域経済を活性化させるための取り組みの一つが観光推進であり、観光による経済効果は本市の財政運営にも大きな影響をもたらしています。

一方、本市観光においては、国内外から来訪される観光客の大半が太宰府天満宮～門前町のエリアに集中しており、本市の持つ史跡文化財が多く存在する大宰府政庁周辺エリアへの回遊が少なく、立寄型観光により、観光客の滞在時間や観光消費額、観光による経済効果が十分に享受できていない状況にあります。

また、渋滞や観光マナー違反等のオーバーツーリズムの問題や文化観光施設の活用方法といった課題もあります。

かかる中、2019年(平成31年)に観光消費の増加に繋がるコンテンツ開発と体制づくりに向け、「太宰府市観光推進基本計画」を策定、2019年(平成31年)の新元号「令和」発表、翌2020年(令和2年)の新型コロナウイルス感染症の影響による社会変容を受け、2021年(令和3年)に計画の追加変更を行いました。

「第二次太宰府市観光推進基本計画」(以下「本計画」という。)は、こうした状況を踏まえ、本市の観光を総合的かつ体系的に推進していくため策定しました。

～令和の都だざいふ～

平成31年4月1日、日本政府は新たな元号を「令和(れいわ)」と決定しました。

天皇陛下即位に合わせ5月1日から使用される「令和」は、645年の「大化」から数えて248番目の元号となります。

「令和」の典拠は、1200年余りに編纂された日本最古の歌集『万葉集』に収められた「梅花の歌 三十二首 序文」にある、

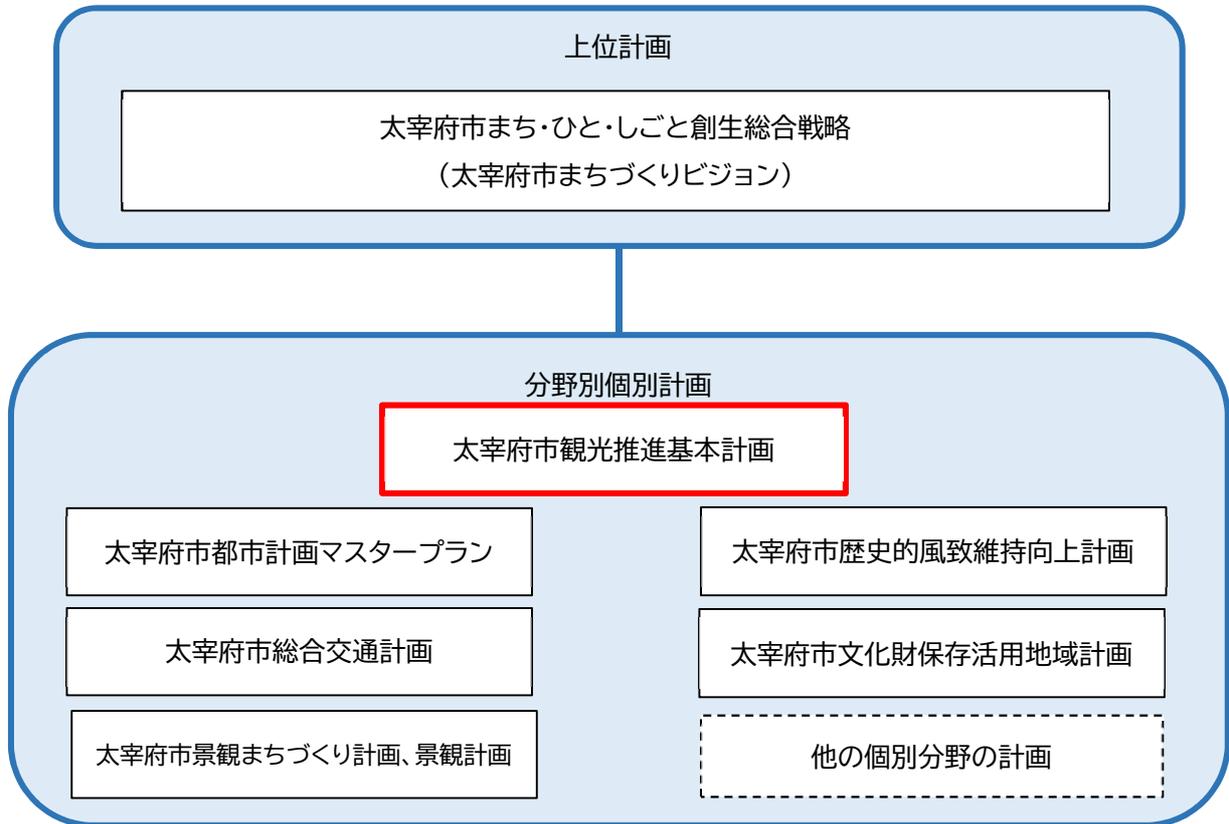
初春の令月にして、気淑く風和ぎ、梅は鏡前の粉を披き、蘭は珮後の香を薫ず。

の文言を引用したもので、「人々が美しく心を寄せ合う中で文化が生まれ育つ」という意味が込められた元号となっています。

2 計画の位置づけ

本計画は、第二次太宰府市まち・ひと・しごと創生総合戦略(太宰府市まちづくりビジョン)で掲げた目標の実現に向け、観光分野における施策及び事業の推進指針を示すものです。

また、太宰府市の他分野の計画や他部局で実施する施策等における観光分野に係る部分は、本計画との調整を図るものとします。



・第二次太宰府まち・ひと・しごと造成総合戦略(令和2年3月策定)

「令和発祥の都にふさわしい大太宰府構想」のもと、「歴史と文化とみどりのまち」「学問のまち」「福岡都市圏のベッドタウン」「交通の要衝」を本市の4つの特徴に、課題解決の方向性として「太宰府の底力総発揮構想」「太宰府型全世代居場所と出番構想」「令和発祥の都にふさわしい大太宰府構想」「1300年の歴史に思いを致す持続可能な太宰府構想」の4つの戦略を打ち出しています。

この中で回遊ルートの整備や滞在型観光の促進、地場みやげ産業の創出、観光セールスプロモーションの促進、企業誘致、企業・創業支援、地場産業育成、寺社や学校、九州国立博物館等との連携強化、官民連携の推進などを掲げています。

・第二次太宰府市都市計画マスタープラン(平成29年7月策定)

都市計画法第18条の2に規定された、本市の望ましい将来像や土地利用の方向性、各地域のあるべき、市街地等、都市計画の基本方針を定める計画で、都市づくりの理念として「豊かなみどりと歴史に囲まれた明るく住みよいまちづくり」を掲げ、「生活環境が整った快適で魅力ある都市づくり」「豊かな自然に抱かれたやすらぎのある都市づくり」「地域コミュニティを支援する市民主体の都市づくり」「歴

史・文化遺産を生かした活力のある都市づくり」「健康で安心して暮らせる都市づくり」の5つの目標を打ち出しています。

・太宰府市総合交通計画(平成20年3月)

太宰府市における渋滞の解消や緩和、安全な交通環境づくりを実現するため、太宰府市と関係機関が協力しながら実施する交通政策の基本的な考え方を示すことを目的に策定しています。

「まほろばの里にふさわしい交通の仕組みづくり」を計画のキャッチフレーズに、「円滑で快適な交通の仕組みづくり」「安心して暮らせる安全な交通環境づくり」の2つを基本目標に課題である太宰府天満宮周辺の渋滞緩和や安全な道路環境づくりを踏まえ、自動車交通需要の適正なコントロールによる渋滞の軽減、環境にやさしい交通の仕組みづくりを掲げています。

・太宰府市景観まちづくり計画、景観計画(平成22年12月策定、令和3年3月最新変更)

本市は、良好な景観形成のため、理念計画である「太宰府市景観まちづくり計画」を作成し、その実践計画として、景観法(平成16年法律第110号)に基づく法定計画である「太宰府景観計画」を策定しています。

「太宰府市景観まちづくり計画」は市民、事業者及び行政の協働により、豊かな自然と数多くの文化遺産を活かしながら、古都の風情と都市の生活が調和した美しい景観を守り、生かし、育てていくという景観まちづくりの基本的な考え方と、今後取り組むべき景観施策を総合的に示しており、将来像として「100年後も「古都太宰府の風景」が映えるまち」を掲げています。太宰府市景観計画は、太宰府市景観まちづくり計画の「第3章 景観まちづくりの推進施策」に基づいて構成されており、市内で建築行為や開発行為等を行う場合におけるルールを定めています。

・太宰府市文化財保存活用地域計画(令和4年)

文化財保護法第183条の3に基づき、太宰府市の文化財の保存及び活用に関する総合的な計画として策定した計画で、「令和発祥の都にふさわしい大太宰府構想」のもと、教育・学習調査・継承、歴史的景観・環境の保全、防災・防犯、情報発信、観光・産業、その他の分野との連携を図り、住まうも訪れる人もともに誇りを抱き、慶びを分かち合える”世界に冠たる令和の都太宰府”の実現の紹介に向け、官民連携による文化遺産の保存と先進的多用途活用の推進を図ることを目的に策定しています。

・太宰府市歴史的風致維持向上計画(第2期)(令和5年3月)

市内におけるその固有の歴史及び伝統を反映した人々の活動とその活動が行われる歴史上価値の高い建造物及びその周辺の市街地とが一体になって形成してきた良好な市街地の環境を歴史的風致として将来に伝える「歴史まちづくり」を推進する計画です。

本計画においては宝満山や四王寺山などの自然環境や大宰府関連史跡、太宰府天満宮とその門前町などの歴史的環境、「太宰府天満宮神幸式」や「さいふまいり」など伝統を引き継いだ人々の営みなど、8つの向上すべき歴史的風致を設定しています。

3 計画の期間

本計画の期間は、2024(令和6)年度から2028(令和10)年度の5年間とします。

2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度	2028 (R10) 年度
太宰府市観光推進基本計画					第二次太宰府市観光推進基本計画				
		基本計画(追加変更)							
<ul style="list-style-type: none"> ●改元「令和」(2019. 5) ●コロナ禍(2019. 12～) ●日本遺産「古代日本の「西の都～東アジアの交流拠点」広域型認定(2020.6) ●太宰府天満宮「御本殿」令和の大改修(2023.5～) 					<ul style="list-style-type: none"> ●大阪・関西万博(2025) ●菅原道真公薨去1125年、式年大祭(2027) 				

第2章 観光を取り巻く情勢と太宰府市の現状

1 観光に係る社会情勢

(1)人口減少・少子高齢化の進行

我が国の総人口は、2008年をピークに減少に転じて以降、人口減少に歯止めがかからず、「日本の将来推計人口」では2053年に1億人を割り込み、2065年には8,808万人まで減少すると予測されています。また、2065年には高齢化率が約38%になり、生産年齢人口も継続的に減少すると推計されています。

今後の人口減少や高齢化による地域経済活動の更なる縮小が予想されるため、交流人口や関係人口を拡大し、観光消費による地域経済の補完や活性化が必要不可欠となっています。

(2)コロナ禍の影響

2020年から感染拡大した新型コロナウイルス感染症の影響は、全世界の社会活動を停滞させ、観光行動も制約を受ける中、生活様式の変化(ニューノーマル)による新たな観光のスタイルとして、マイクロツーリズムやワーケーション等が普及しました。

また、この数年であらゆる業界で進められた DX(デジタルトランスフォーメーション)は、観光においても情報管理・発信やマーケティングだけでなく、コンテンツの拡充や観光アプリケーションの導入など、来訪客の行動や活動にも変化をもたらしています。

(3)「SDGs」や「持続可能な観光」に対する意識の高まり

2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発目標」(SDGs)は、貧困や飢餓の撲滅、教育、クリーンエネルギー普及、経済成長、環境保全など、2030年の達成を目指す17の目標を掲げており、その目標達成に向け、世界的な取り組みが推進されています。

観光はSDGsの複数の目標達成に貢献する役割を担うものと位置付けられ、国連世界観光機関(UNWTO)が「観光と持続可能な開発目標」を発表したことにより、「持続可能な観光」(サステナブルツーリズム)への関心が世界中で高まっています。日本においても国際基準を踏まえた「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」が開発されており、これらの動向を踏まえ、各地域では、オーバーツーリズム対策や地域の自然・文化等の保全・活用等をはじめとした持続可能な観光地域づくりが求められています。

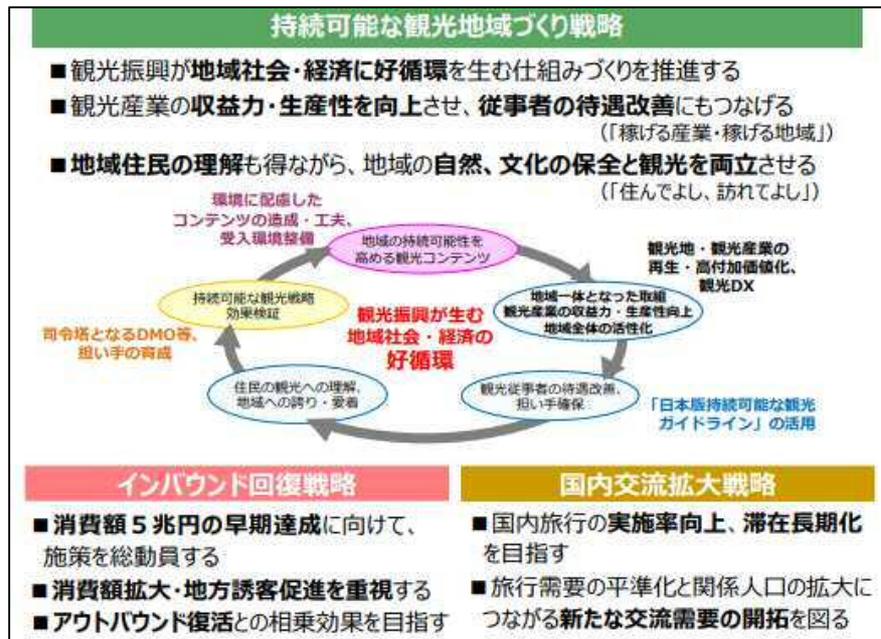


2 国・県の観光振興の動向

(1) 国の動向

国は2023年5月に「観光立国推進基本計画」(第4次)を閣議決定し、2025年を目標年度として、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組み、全国各地に観光の恩恵を行きわたらせることを目指しています。

《観光立国推進基本計画(第4次)の基本方針》



また、同年10月に観光立国推進閣僚会議にて、観光需要の急激な回復に伴うオーバーツーリズムへの懸念を受け、オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策を行うことを決定しました。閣僚会議にて了承された「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ」は、「1. 観光客の集中による過度の混雑やマナー違反への対応」、「2. 地方部への誘客の推進」、「3. 地域住民と協働した観光振興」の3つの柱で構成されており、地域における課題解決に対し、国として総合的な支援を行っていく方針です。

《オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ》

オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ		令和5年10月18日 観光立国推進閣僚会議決定
<p>○ 国内外の観光需要は急速に回復し多くの観光地が賑わいを取り戻しているが、都市部を中心とした一部地域への偏在傾向も見られ、観光客が集中する一部の地域や時間帯によっては、過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響や、旅行者の満足度の低下への懸念も生じている状況であり、適切な対応が必要。</p> <p>○ 地方部への誘客をより一層強力に推進し、全国津々浦々あまねく観光客を呼び込んで行く。</p> <p>○ 観光客の受け入れと住民の生活の質の確保を両立しつつ、持続可能な観光地づくりを実現するためには、地域自身があるべき姿を描いて、地域の実情に応じた具体策を講ずることが有効であり、国としてこうした取組に対し総合的な支援を行う。</p>		
<h3>1. 観光客の集中による過度の混雑やマナー違反への対応</h3> <h4>1-1. 受入環境の整備・増強</h4> <p>観光客が集中する地域における交通手段や観光インフラの充実</p> <p><乗降時や車内等の混雑緩和></p> <ul style="list-style-type: none"> 観光客が集中する路線バスから鉄道への分散・乗り換えを促進・支援（京都等） 「手ぶら観光」の実証導入（京都で今秋実施）、各地で導入を支援 チケット購入や運賃支払いのキャッシュレス・多言語化を支援（全国10地域→20地域以上） MaaSや配車アプリ等の導入・サービス拡充に対する支援（関西エリア等） 空港業務人材の確保やスマートレーン導入等による生産性向上への支援（成田・羽田・関空・中部等） <p><輸送力の増強></p> <ul style="list-style-type: none"> 長編成LRT車両・連節バス導入等の車両長大化（広島等）や、鉄道駅改良への支援（大阪・弁天町駅等） 供給力の徹底的な回復、観光客向けの乗合タクシー導入、混雑乗り場におけるタクシーボーターの配置（東京駅・京都駅）等、「タクシー不足に対応する緊急措置」実施 <p><観光客が集中する地域の受入環境の改善></p> <ul style="list-style-type: none"> 歩行空間の拡大や交通結節点の整備等によるまちづくりへの支援（大阪・御堂筋周辺等） 道路・歩道整備、観光地での無電柱化加速化（低コスト工法・民間委託）やカーシェア発着場所増 国立公園を中心に入域料を導入し受入環境整備に活用（中部山岳国立公園（松本市ほか）等） ICTを活用した「スマートごみ箱」の導入支援（大阪・道頓堀ほか各地） 宿泊業の採用活動支援、機械化・DX化推進支援、外国人材の活用促進 本年度中を目標に、Visit Japan Web等を活用した訪日客への民間医療保険加入促進を強化 <h4>1-2. 需要の適切な管理</h4> <p>実情に応じた入域管理や異なる需要に対応した運賃設定の促進等</p> <p><入域や交通の管理・規制></p> <ul style="list-style-type: none"> Eコマース推進法や自然公園法に基づく入域規制やガイド同伴の義務化（沖縄・西表島等） 富士山での適正な入山管理、軽装登山、ごみ投棄等について、今秋から協議を開始 観光施設・駐車場予約システムやパーク&ライド駐車場整備等への支援（北海道美瑛町ほか各地） 地域における協議を踏まえた交通規制の実施（青森・奥入瀬エリアで実証）や好事例等の共有 <p><異なる需要に対応した運賃・料金の柔軟な設定（規制緩和等）></p> <ul style="list-style-type: none"> 観光スポットへの急行バス導入促進（京都駅一清水寺方面等）と臨出による運賃設定への規制緩和 混雑運賃設定が可能となるよう、今秋中に制度の弾力的運用を行い、導入を促進 <h4>1-3. 需要の分散・平準化</h4> <p>空いている時間帯・時期・場所への誘導・分散化</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光スポットや周辺エリアの混雑状況の可視化・リアルタイム配信の導入支援（美瑛町、鎌倉市等） 混雑状況を考慮した空いている観光ルート等の提案による誘導（今年度、箱根・秩父エリアで実証等） 文化財や美術館・博物館等を早朝・夜間に体験する特別プログラムの実施（東京国立博物館等） 休日と平日のバランスの見直し等、観光需要の分散・平準化のための高速道路料金割引の見直し（全国） <h4>1-4. マナー違反行為の防止・抑制</h4> <p>旅マエから意識啓発を推進し、旅ナカの取組・対策も強化</p> <p><旅マエ・旅ナカにおける啓発></p> <ul style="list-style-type: none"> 今年度中を目処に統一ビクトグラムを策定、世界的な旅行ガイド本への掲載等を通じ周知 今年度中を目処に、意識の持ち方や行動例を示す「旅行者向け指針」を策定 看板・デジタルサイネージ等の設置支援、多言語での情報提供（京都市・美瑛町等） <p><マナー違反の抑止></p> <ul style="list-style-type: none"> 私有地や文化財等への防犯カメラ等の設置支援 観光客のごみ削減につながる行動変容の促進等に係るモデル事業を今年度より開始 今年中を目処に、条例に基づく罰則等の整備に係る事例集を作成、地域向けに共有 	<h3>2. 地方部への誘客の推進</h3> <p>地方部の観光地の魅力向上や受入環境整備を通じて、都市部を中心とした一部地域への集中を是正、地方誘客を拡大</p> <p><地方部の観光地の魅力向上></p> <ul style="list-style-type: none"> 11モデル地域における高付加価値なインバウンド観光地づくりの実現 地域のコアバリューを磨き上げ、それを体感できるコンテンツや宿泊施設の充実等により滞在価値を向上させる、高付加価値な観光地づくりを促進 ① 東北海道：知床等手つかずの大自然や希少動物とのふれあいを実現するアドベンチャーツアー造成等を支援 ② 松本・高山：中部山岳国立公園でのトレイルツアー造成や松本・高山の歴史文化を活かした宿改修を支援 ③ 伊勢志摩：伊勢神宮を核とする参拝文化と国立公園を活かした特別な食の提供や高付加価値な宿改修等を支援 ④ せとうち：島嶼部の自然景観美、海と切り離せない歴史や暮らしを活かしたクルーズ観光の強化やアートとの融合等を支援 ⑤ 鳥取・島根：古代出雲の精神性、大山等の山岳信仰を活かした特別な体験造成や文化財を活用した宿改修等を支援 ⑥ 沖縄・奄美：やんばるや奄美等の自然や歴史を活かした古武道体験など特別な体験造成や古集落の一棟貸し等宿改修を支援 <p>等</p> <ul style="list-style-type: none"> 全国各地で特別な体験や期間限定の取組等を自然、文化、食、スポーツ等の様々な分野で創出し、全世界に発信 高山エリア：飛騨の里合掌造りを特別に貸切した食文化や郷土芸能などの高付加価値なコンテンツを支援 瀬戸内エリア：瀬戸内国際芸術祭の開催期間中しか鑑賞することができないアート作品の夜間を含む特別貸切鑑賞を支援 など、様々な取組を支援 <p>等</p> <ul style="list-style-type: none"> 中部山岳国立公園、やんばる国立公園など4国立公園における魅力向上とブランド化 宿泊施設の誘致や自然体験アクティビティの提供など、面的な魅力向上を実施するため、今年度、基本構想案を検討。 <p><受入環境整備></p> <ul style="list-style-type: none"> 空港業務人材の確保や施設整備等への支援（熊本ほか地方空港） クルーズ船の地方寄港や新たな地方周遊航路造成等の促進（広島港等） マイナンバーカードを活用し、観光客へのデジタルポイント付与等により広域周遊を促す取組の実施（今年度、静岡県等で実証） 	
<h3>3. 地域住民と協働した観光振興</h3> <p>地域の実情に応じた上記の対策を促進すべく、住民を含めた地域の関係者による協議に基づく計画策定・取組実施への包括的な支援を全国約20地域で実施し先駆モデルを創出。他地域にも横展開。</p> <p>各地域における課題解決に係る相談窓口を観光庁に直ちに設置。各省庁が連携し支援する体制を整備。</p> <p>自治体・DMOや事業者が地域住民に積極的に働きかける取組を促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光の意義や効果に係る地域住民等向け説明資料の作成、活用を促進 今年度中を目処に、地域における計画策定や具体的な取組実施の参考となる事例や留意事項をまとめた地域向け指針を策定。 		

(2)福岡県の動向

福岡県では、令和4年度～令和8年度を計画期間とする「福岡県総合計画」を策定しており、「ウィズコロナ・ポストコロナを見据えた観光産業の高付加価値化」「広域ルートの設定・新たな観光エリアの創出による旅行消費の拡大」「デジタルマーケティングの強化」「マーケティングに基づく戦略的な国内外からの誘客・県内周遊の促進」「観光人材の育成、観光組織体制の強化」といった施策と数値目標(R8)が設定されています。

※現行の「福岡県観光振興指針(第二次)」は2023年度が計画最終年度であり、次期(第三次)指針は現在策定中。

3 太宰府市の観光の現状

(1) 太宰府市の観光の歴史

本市の歴史は1300年以上前にさかのぼります。大宰府は奈良・平安時代において、外交や軍事を主な職務とし、古代の九州を統括する地方最大の役所でした。この、古都大宰府をルーツとし、多くの人々や文化が集積したことで、本市は数多くの文化財を残す観光都市となりました。このように古くから観光都市として栄えてきた本市ですが、2019年には新元号「令和」が発表され、本市は「令和発祥の都」として新たに脚光を浴びることとなります。

	太宰府市	日本
7世紀後半	水城・大野城の築造、大宰府の成立 筑紫万葉の文化交流 大宰帥 大伴旅人 山上憶良ら万葉歌人による筑紫歌壇	
730年	梅花の宴	
901年	菅原道真 大宰権帥に左遷	
919年	太宰府天満宮 建立	
17~18世紀	江戸時代のさいふ詣り(参り) 太宰府天満宮参道 大町旅館街の発達 文人 旅人の往来	
19世紀中頃	幕末の五卿の西遷 太宰府滞在 西郷隆盛 坂本龍馬 中岡慎太郎など幕末志士の往来	
1873年	明治時代の 太宰府博覧会	
1902年	太宰府天満宮 菅公一千年祭など	
1963年		観光基本法 施行
1964年		東京五輪 開催
1970年		大阪万博 開催
2005年	九州国立博物館 開館	
2007年		観光立国推進基本法 施行
2013年		訪日外国人客数 1,000万人突破
2015年	日本遺産「西の都」 認定	

2019年	新元号「令和」発表	
2020年	日本遺産「西の都」広域型へ変更認定	新型コロナウイルス感染症の拡大 日本版持続可能な観光ガイドラインの開発
2021年		東京2020オリンピック 開催
2023年	太宰府天満宮 令和の大改修(仮殿の建設)	観光立国推進基本計画(第4次) 初年度

(2)「太宰府市観光推進基本計画」「太宰府市観光推進基本計画(追加変更)」の振り返り

平成31年3月に策定した「太宰府市観光推進基本計画～太宰府観光の挑戦～」では、日本有数の観光地である太宰府の魅力さをさらに高め、地域の観光資源や人材ネットワークを活用し、観光商品を促進して、観光による持続可能な地域活性化や観光まちづくりを図るため、「その人も訪れる人も共に喜びを分かち合えるまちづくり」を目指したもので、本市の歴史、文化、自然等と行った地域資源や恵まれた立地の特性を最大限生かし、インバウンドやアクティブシニア層、女性層の観光需要を捉えながら、宿泊需要の獲得、滞在時間の延長、回遊の促進による観光消費の拡大を図るため、「宿泊滞在促進戦略(太宰府で憩う)」「コト消費促進戦略(太宰府を味わう)」「回遊促進戦略(太宰府をめぐる)」「計画実行戦略(太宰府をつなぐ・結ぶ)」の4つの戦略を掲げました。

その後、令和元年5月1日に始まった令和フィーバーでは、GWにかけて令和ゆかりの歌がよまれた「梅花の宴」が開かれた場所と言われている大宰府政庁跡や坂本八幡宮が多数の観光客で賑わいました。この時期に参道でオープンした店も多く、特にスイーツやキャラクターショップなどが増えたことで、参道の食べ歩きを楽しむために来訪された方がSNSで情報発信することで、更にそれを見て来訪するという動きも増えました。また、人気アニメの映画化が話題になった秋に、主人公の姓と同じということで竈門神社にファンが多数訪れ例年を大きく上回る入込数となりました。しかし年明けには新型コロナウイルス感染症が流行し、3月以降、インバウンドが停止となりました。

12月に令和発祥の都ロゴマークを発表、令和2年1月に令和発祥の都PRキャラクター「旅人のたびと」「れいわ姫」「おとものタビット」が誕生しました。また、3月にはホテルカルティア太宰府の「好古亭」「梅花」がオープンしました。

時期	出来事・事業
令和元年4月	<ul style="list-style-type: none"> ・元号「令和」発表 ・大宰府政庁跡に天皇即位記帳所設置(4/27～5/6) ・令和モニュメント刻銘ふるさと納税クラウドファンディング募集開始 ・令和クリアファイル販売開始
5月	<ul style="list-style-type: none"> ・大宰府政庁跡にて時の旅人プロジェクト「令和の人文字」実施
6月	<ul style="list-style-type: none"> ・大宰府政庁跡前にバス専用駐車場設置
8月	<ul style="list-style-type: none"> ・令和発祥の都PRキャラクター「旅人のたびと」「れいわ姫」「おとものタビット」誕生
10月	<ul style="list-style-type: none"> ・古民家ホテル「ホテルカルティア太宰府」1号館「古香庵」オープン
11月	<ul style="list-style-type: none"> ・西鉄都府楼前駅の副駅名に「令和の里」
12月	<ul style="list-style-type: none"> ・令和発祥の都 太宰府市のロゴマーク制定

令和2年1月	・プラタモリ新春特番放映(プラタモリコース造成及びふるさと納税返礼品化へ)
2月	・市役所前「令和の碑」除幕式及び大宰府政庁跡にて「梅花の宴」の再現
3月	・九州国立博物館「太宰府スイーツ散歩」イベントの一環で産官連携により、太宰府とゆかりの深い梅を使ったチョコレートを開発、販売

令和2年度は5月には緊急事態宣言による観光施設や宿泊施設、飲食店等の営業自粛により、GWの入込数が前年比マイナス95%を記録するなど、太宰府観光は深刻な打撃を受け、観光施策を感染症拡大防止や打撃を受けた観光事業者支援策へのシフトチェンジを余儀なくされ、感染防止対策実施事業者にコロナ減宣言ステッカー配布と費用支援や感染防止対策アイデアコンテストの実施、「だざいふペイ」実施(だざいふ得とく商品券の一部キャッシュレス化)、年末年始のコロナ感染拡大防止対策等を実施しました。

そうした中、コロナにより観光の面においても「新しい生活様式」への転換により、マイクロツーリズムやワーケーション、アウトドア等への関心が高まるとともに、オンラインツアーや観光と絡めたEC消費、観光DXの導入促進による持続可能な観光システム構築といった新たな観光の形が出来上がってきました。

こうした太宰府観光を取り巻く社会情勢や環境の変化、新しい環境の潮流やニーズを受けて、令和3年4月に本計画の追加変更を行いました。

この年、本市では特別史跡大宰府跡の客館跡史跡広場のオープン、日本遺産「西の都」の太宰府市単独認定から近隣4市1町とのシリアル化、コロナ減コースの造成やバスツアーの企画、海外向け太宰府周遊オンラインツアーや、大宰府政庁跡で梅花の宴の再現を行いました。

時期	出来事・事業
令和2年4月	・緊急事態宣言発令に伴い、観光事業者含む全事業者に休業要請(5/31)
5月	・大宰府政庁跡前駐車場閉鎖、参道周辺店舗休業要請
6月	・単独認定だった日本遺産「西の都」のシリアル化 ・西日本鉄道キッチン電車「THE RAILKITCHEN CHIKUGO」開業
10月	・感染防止対策実施事業者にコロナ減宣言ステッカー配布と費用支援 ・感染防止対策アイデアコンテスト募集開始 ・「だざいふペイ」実施(だざいふ得とく商品券の一部キャッシュレス化)
11月	・太宰府市公式LINE及びLINEスタンプ販売開始
12月	・年末年始コロナ対策 初詣参拝客等に西鉄太宰府駅前等マスク3万枚配布 西鉄太宰府駅等にサーモグラフィーを8台設置 西鉄電車の正月時期特別ダイヤに運行(期間拡大による分散化) ライブカメラ設置等による駐車場満車空車情報のリアルタイム配信
令和3年2月	・コロナ減観光ルートの整備(バスツアーの造成) ・太宰府万葉食(古代食弁当)の造成

	<ul style="list-style-type: none"> ・九州観光コンソーシアム事業の一環で海外オンラインツアー実施 ・大宰府政庁跡にて「梅花の宴」の再現と中西進先生講演会開催
3月	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルカルティア太宰府「好古亭」「梅花」オープン(2021.3.26)

令和3年度は、本市では令和発祥の都太宰府「梅」プロジェクトが8月に始動、これまで16社22品の梅商品を販売しています。

また、本市観光HPのリニューアルや人気ユーチューバーとのコラボによる観光ユーチューブ動画配信や、森永製菓(株)とのコラボによる森永甘酒太宰府デザイン缶の販売、太宰府天満宮内にお菓子の神様が祀られている神社があることにちなみ、太宰府スイーツの人気店を投稿数で決定するという「スイーツ総選挙」の実施支援、その実施時期に来訪者へ参道周辺店舗で使用可能なクーポン券を配布する「太宰府再発見クーポン」事業を行い、いずれも好評を博しました。

時期	出来事・事業
令和3年6月	・令和発祥の都だざいふ「梅」プロジェクト始動
8月	・太宰府観光ホームページリニューアル「ふらっと太宰府」開設
9月	・西鉄太宰府駅にストリートピアノ設置
10月	・タビットマンホール設置
11月	・ホテルカルティアで梅ソースと梅アフタヌーンティー限定販売
12月	<ul style="list-style-type: none"> ・森永甘酒太宰府デザイン九州地区限定販売 ・混雑可視化システム導入(2021.12-) ・西鉄太宰府駅にコロナ感染拡大防止啓発デジタルサイネージ設置
令和4年1月	<ul style="list-style-type: none"> ・人気ユーチューバーを活用した観光Youtube動画制作 ・福岡県共同事業太宰府誘客・周遊イベント「スイーツ総選挙」 ・太宰府再発見クーポン事業
2月	・太宰府館で「梅花の宴」再現

市制施行40周年を迎えた令和4年度は、5月の感染対策の緩和、10月の個人のインバウンド解禁の流れの中で、全国的にポストコロナに向けた国内外観光振興に力を入れていくようになりました。

本市では5月に法人化した(一社)太宰府観光協会と連携し、日本遺産「西の都」をテーマとした周遊ウォーキングイベント「日本遺産「西の都」ふれあいウォーク」を開催、日本遺産を巡るモニターツアーや日本遺産「西の都」について学ぶ古代史講座の開催、日本遺産「西の都」周遊をサポートする観光アプリの開発、参加者へ「西の都」オリジナルスイーツ「旅人の梅」配布を行いました。

このほか、大伴旅人と万葉、梅花の宴を題材とした映画制作、QRコード決済サービスを活用した「だんぜん太宰府」キャンペーン、40周年記念式典における梅花の宴の再現等を実施しました。

時期	出来事・事業
令和4年6月	・太宰府観光協会の一般社団法人化
8月	・太宰府マンホールカード配布開始
10月	・日本遺産「西の都」ふれあいウォーク開催(現地ガイド、モニターツアーも実施) ・だんぜん太宰府クーポン販売 ・太宰府観光協会、旅人の梅試験開発、ウォーク参加者に配布
12月	・福岡オープンイノベーション事業・連携事業者決定 ・年末ライトアップ in 令和の都(12/31) ・FM・AM ラジオ番組制作(～5年2月) ・「幸先詣は、だんぜん太宰府」PayPayポイント還元キャンペーン(12/1～28)
令和5年2月	・市制施行40周年記念映画「令和の都に逢いにきて～ださいふ1300年物語～」制作 ・市制施行40周年記念式典での映画上映及び「梅花の宴」再現 ・「2月もだんぜん太宰府！」PayPayポイント還元キャンペーン(2/13～28)

令和5年度は、令和6年度に実施される、福岡県・大分県の自治体と地元の観光関係者等がJRグループ6社と共同で開催する両県への大型観光誘客キャンペーン「福岡・大分デスティネーションキャンペーン」において5月に大分県、11月に福岡県で商談会を行い、本市の観光素材を素材集にしてPRを行いました。

また、人気携帯ゲーム「ポケモンGO」とのコラボで5月に太宰府市歴史的風致形成建造物41ヶ所のポケストップ化を、7月には同ゲームの新機能「ルート機能」実装に伴う太宰府市公式ルート化を行い、10月にはポケモンマンホール「ポケふた」を太宰府政庁跡、客館跡、西鉄太宰府駅に設置するなど、キャラクターとのコラボを次々と行いました。

令和6年2月には万葉集の編者である大伴家持ゆかりの地を巡回しながら行われる「令和の万葉大茶会」太宰府大会が開催、地元で一体となり盛り上げました。

時期	出来事・事業
令和5年5月	・福岡・大分デスティネーションキャンペーン全国宣伝販売促進会議参加 ・太宰府天満宮仮殿遷座 ・太宰府市×ポケモンGO太宰府市歴史的風致建造物41ヶ所のポケストップ化 ・産官連携による梅フレグランス商品発表(㈱コーシェリジャパン)
6月	・福岡県主催日本遺産「西の都」ウィーク参加(梅花の宴、竹の曲)
7月	・体験・滞在型観光の推進に向けた地域協働事業にかかる連携協定(㈱TRIPLUS) ・太宰府市×ポケモンGO新機能実装に伴う太宰府市公式ルート化 ・次期太宰府市観光推進基本計画策定協議会開催(審議開始) ・日本遺産「西の都」及び四王寺山三十三石仏をテーマとする周遊ルート造成
8月	・日本遺産「西の都」太宰府魅力発信ガイド講座(全5回～12月) ・福岡県事業「ユニバーサルツーリズム専門家派遣」を活用した研究
9月	・日本遺産「西の都」パネル展(太宰府館・大宰府展示館連携企画)

10月	<ul style="list-style-type: none"> ・ポケモンマンホールの設置(大宰府政庁跡、客館跡、西鉄太宰府駅) ・ホテルカルティア太宰府人力車体験メニュー化 ・産官学連携によるインバウンド向け商品造成にかかる地域協働事業開始
令和6年2月	<ul style="list-style-type: none"> ・令和の万葉大茶会太宰府大会開催

(3)観光客等アンケートによる分析結果

本計画の策定にあたり、本市の観光の現状を把握するため、以下5種類の調査を実施しました。

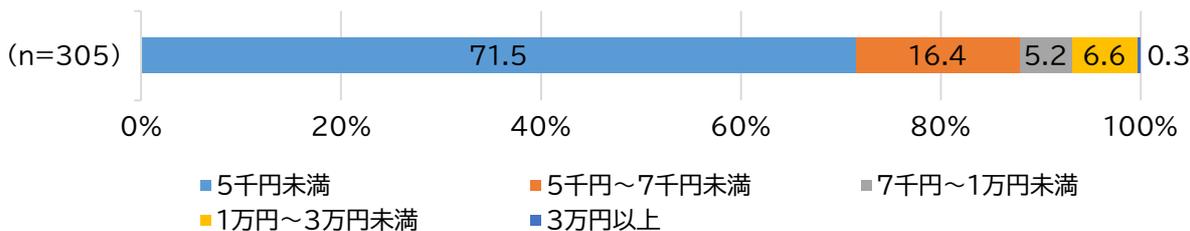
調査名	調査概要
日本人旅行者向け聞き取りアンケート	<p>調査手法:調査員による聞き取り調査</p> <p>調査対象者:太宰府市に訪中の日本人観光客</p> <p>調査実施場所:西鉄太宰府駅～太宰府天満宮前の参道</p> <p>調査期間:2023年8月5日～2023年8月6日</p> <p>回収件数:305件</p>
外国人旅行者向け聞き取りアンケート	<p>調査手法:調査員による聞き取り調査(韓国語、中国語、英語)</p> <p>調査対象者:太宰府市に訪中の外国人観光客</p> <p>調査実施場所:西鉄太宰府駅～太宰府天満宮前の参道</p> <p>調査期間:2023年8月5日～2023年8月6日</p> <p>回収件数:300件</p>
外国人旅行者向け認知度アンケート	<p>調査手法:調査員による聞き取り調査(韓国語、中国語、英語)</p> <p>調査対象者:福岡県に訪中の外国人観光客</p> <p>調査実施場所:福岡空港、博多駅</p> <p>調査期間:2023年8月19日～2023年8月20日</p> <p>回収件数:314件</p>
外国人留学生向けWEBアンケート	<p>調査手法:WEB アンケート調査</p> <p>調査対象者:日本経済大学の外国人留学生</p> <p>調査期間:2023年7月29日～2023年8月30日</p> <p>回収件数:120件</p>
Instagramハッシュタグ分析	<p>Instagramに画像を投稿する際に投稿者が設定する「ハッシュタグ」で太宰府市の観光に関わりがあるものを指定し、そのハッシュタグで投稿されている内容を把握・分析</p>

【調査結果抜粋】

(1)日本人旅行者向け聞き取りアンケート

①観光消費額単価

本市を訪れる日本人観光客の70%近くが観光消費額単価5,000円未満と回答しました。一方で、1万円以上と回答した観光客の割合は10%未満と、本市の観光消費額単価が低い水準であることが読み取れます。



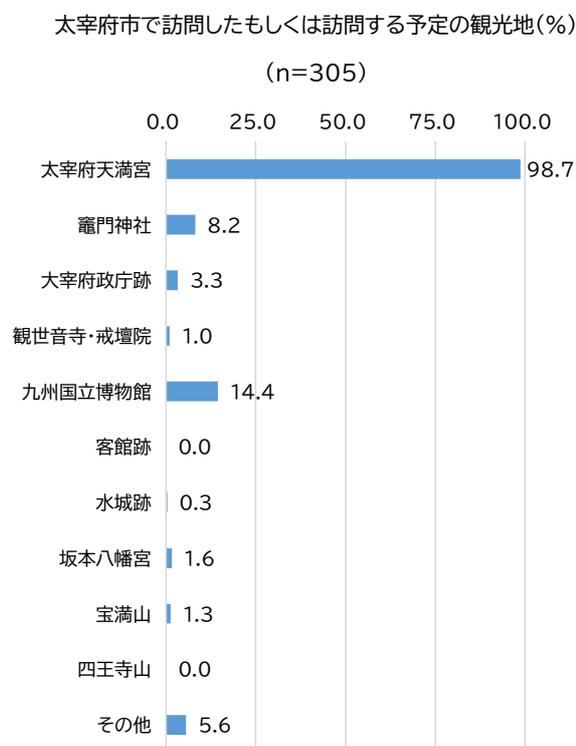
(出典:日本人旅行者向け聞き取りアンケート)

②観光地の認知度と訪問の有無

「太宰府市で知っている観光地」と「太宰府市で訪問したもしくは訪問する予定の観光地」の結果を比較すると、太宰府天満宮以外の本市観光地では、観光地の認知度と実際の訪問状況に乖離が生じていることがわかります。また、太宰府天満宮及び九州国立博物館以外の観光地の認知度は50%を下回っており、各観光地の認知度向上も課題であると考えられます。



(出典:日本人旅行者向け聞き取りアンケート)



(出典:日本人旅行者向け聞き取りアンケート)

③項目別満足度

項目別満足度において、「満足」及び「やや満足」の割合が低いのは、「体験・アクティビティ」、「現地での観光情報の提供」、「太宰府市内での移動」の順となっており、これらの項目について特に改善する必要があります。

(n=305)		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	非該当・未経験
観光スポット・施設	(300)	79.7	18.0	2.3	-	-	1.6
食事	(226)	75.7	15.5	6.6	2.2	-	25.9
文化景観	(299)	83.6	13.7	2.3	0.3	-	2.0
自然景観	(297)	79.1	14.8	6.1	-	-	2.6
土産物や物産品	(241)	67.2	24.1	8.3	0.4	-	21.0
体験・アクティビティ	(48)	58.3	18.8	22.9	-	-	84.3
宿泊施設	(2)	50.0	50.0	-	-	-	99.3
太宰府市内での移動	(179)	62.0	22.3	13.4	1.7	0.6	41.3
各施設での対応・おもてなし	(280)	70.4	20.7	8.2	0.7	-	8.2
現地での観光情報の提供	(192)	59.4	23.4	17.2	-	-	37.0
総合的な満足度	(301)	75.1	22.6	2.3	-	-	1.3

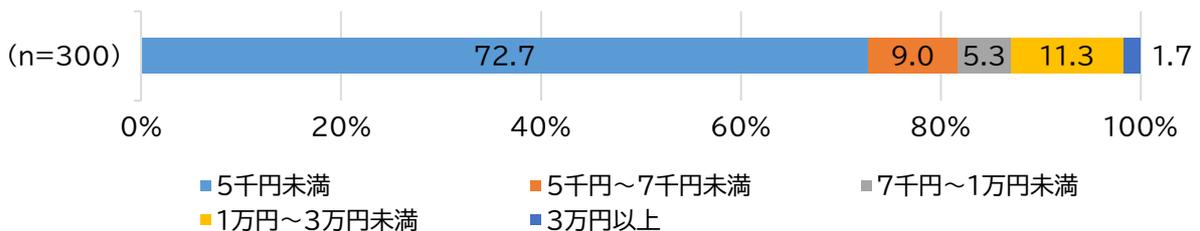
(出典:日本人旅行者向け聞き取りアンケート)

(2)インバウンド調査

(「外国人旅行者向け聞き取りアンケート」、「外国人旅行者向け認知度アンケート」、
「外国人留学生向け WEB アンケート」)

①観光消費額単価

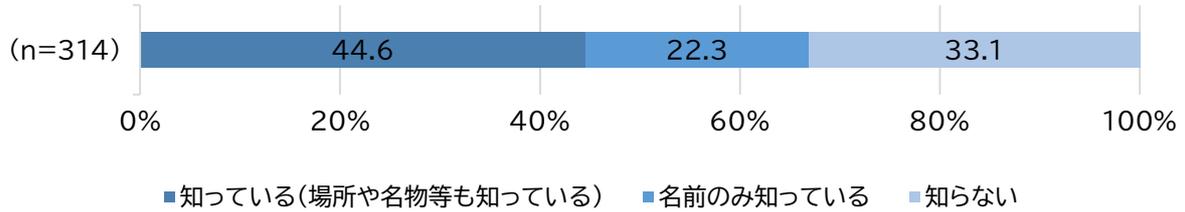
本市を訪れている外国人観光客の70%以上が観光消費額単価5,000円未満と回答しました。一方で、1万円以上と回答した観光客の割合は13%と、日本人観光客の結果と同様に、インバウンドにおいても本市の観光消費額単価が低い水準であることが読み取れます。



(出典:外国人旅行者向け聞き取りアンケート)

②太宰府市の認知度

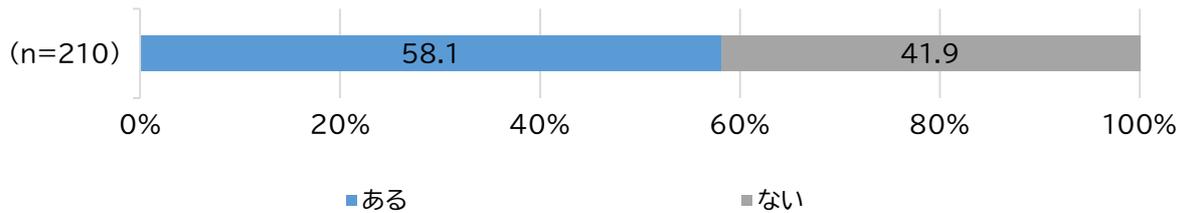
福岡県を訪れている外国人観光客における本市の認知度は以下の通りです。「知らない」と回答した人の割合が3割以上と、海外における本市の認知度には向上の余地があることが読み取れます。



(出典:外国人旅行者向け認知度アンケート)

③太宰府市への訪問の有無

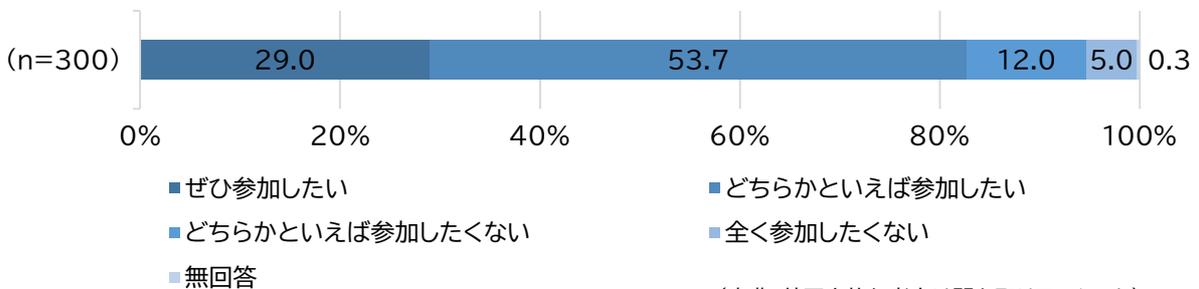
本市を「知っている」と回答した外国人観光客の中で、本市を訪問する予定が「ある」と回答した人の割合は58.1%です。一方で外国人観光客の4割以上が、本市を知っているけれど訪問していないことが読み取れます。



(出典:外国人旅行者向け認知度アンケート)

④日本での文化的体験への参加意欲

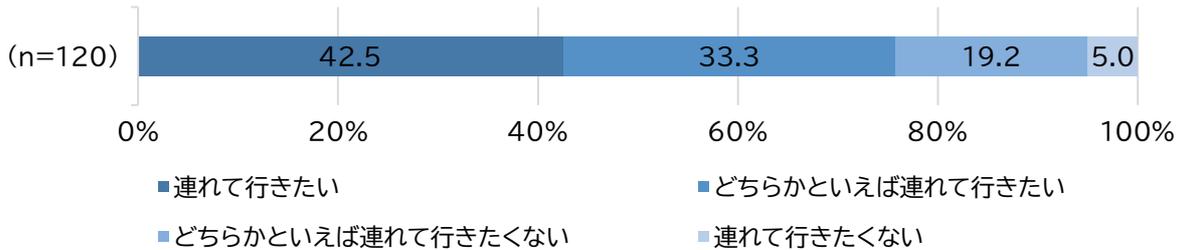
外国人観光客に、日本での文化的体験への参加意欲を尋ねたところ、回答者の8割以上が「ぜひ参加したい」もしくは「どちらかといえば参加したい」と回答しました。インバウンド誘客において、文化的な体験は重要な要素の一つと考えられます。また、具体的に体験してみたい内容については「花火大会」、「祭り」、「着物」、「茶道」等が挙げられています。



(出典:外国人旅行者向け聞き取りアンケート)

⑤家族や友人を太宰府市へ連れて行きたいか

外国人留学生に、家族や友人を太宰府市へ連れて行きたいと思うかを尋ねたところ、回答者の7割以上が「連れて行きたい」もしくは「どちらかといえば連れて行きたい」と回答しました。「どちらかといえば連れて行きたくない」もしくは「連れて行きたくない」と回答した人にその理由を尋ねたところ、「太宰府天満宮以外のアクセスが悪いから」、「近くに宿泊施設がないから」等の理由が挙げられました。市内二次交通の整備やそのプロモーション、宿泊やナイトタイムエコノミーの受け皿への取り組みが必要ということが読み取れます。



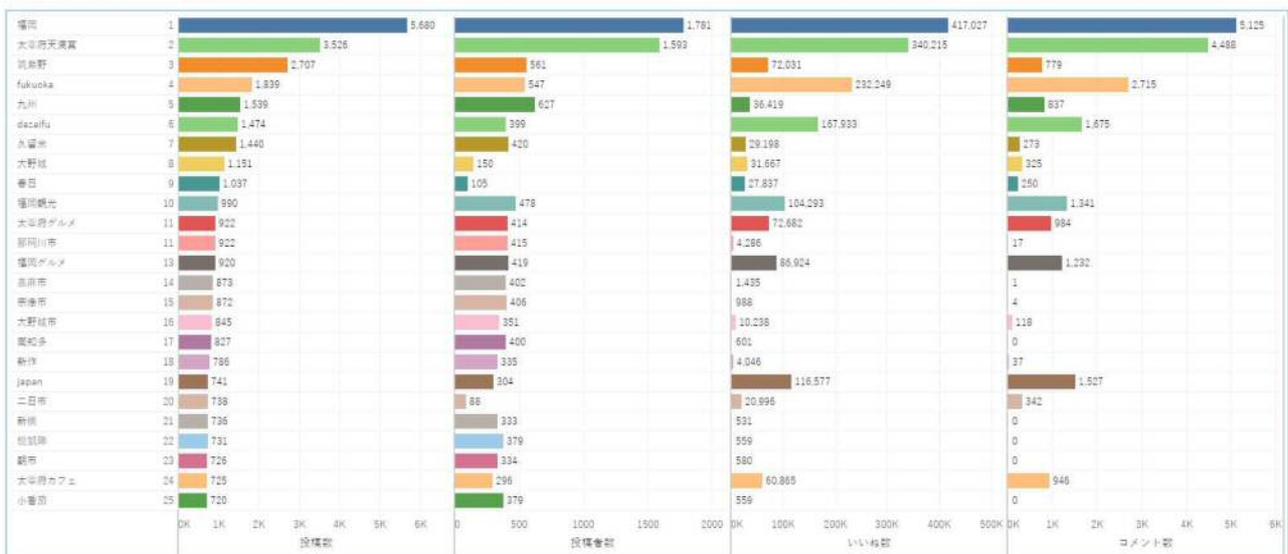
(出典:外国人留学生向けWEBアンケート)

(3)Instagramハッシュタグ分析

①近隣自治体

ハッシュタグ「太宰府」について分析した結果、「福岡」や「久留米」等の県名や県内の中核市の他に、「筑紫野」、「大野城」等の近隣自治体の名前も多く見られます。これらの近隣自治体とともに訪れている来訪者や関心を持っているユーザーが多い傾向にあることが読み取れます。

太宰府 (2023/05/01 - 2023/07/31)

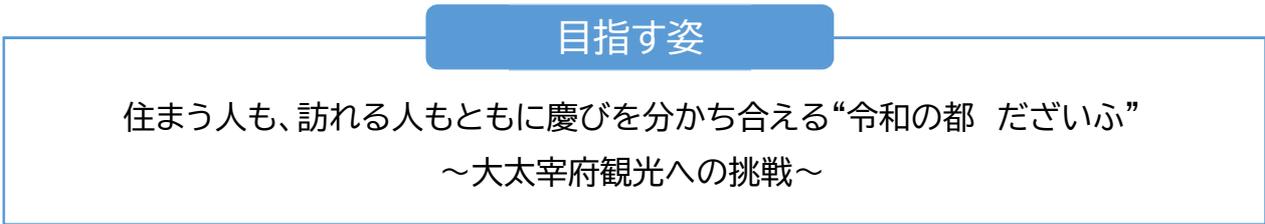


第3章 計画の目指す姿

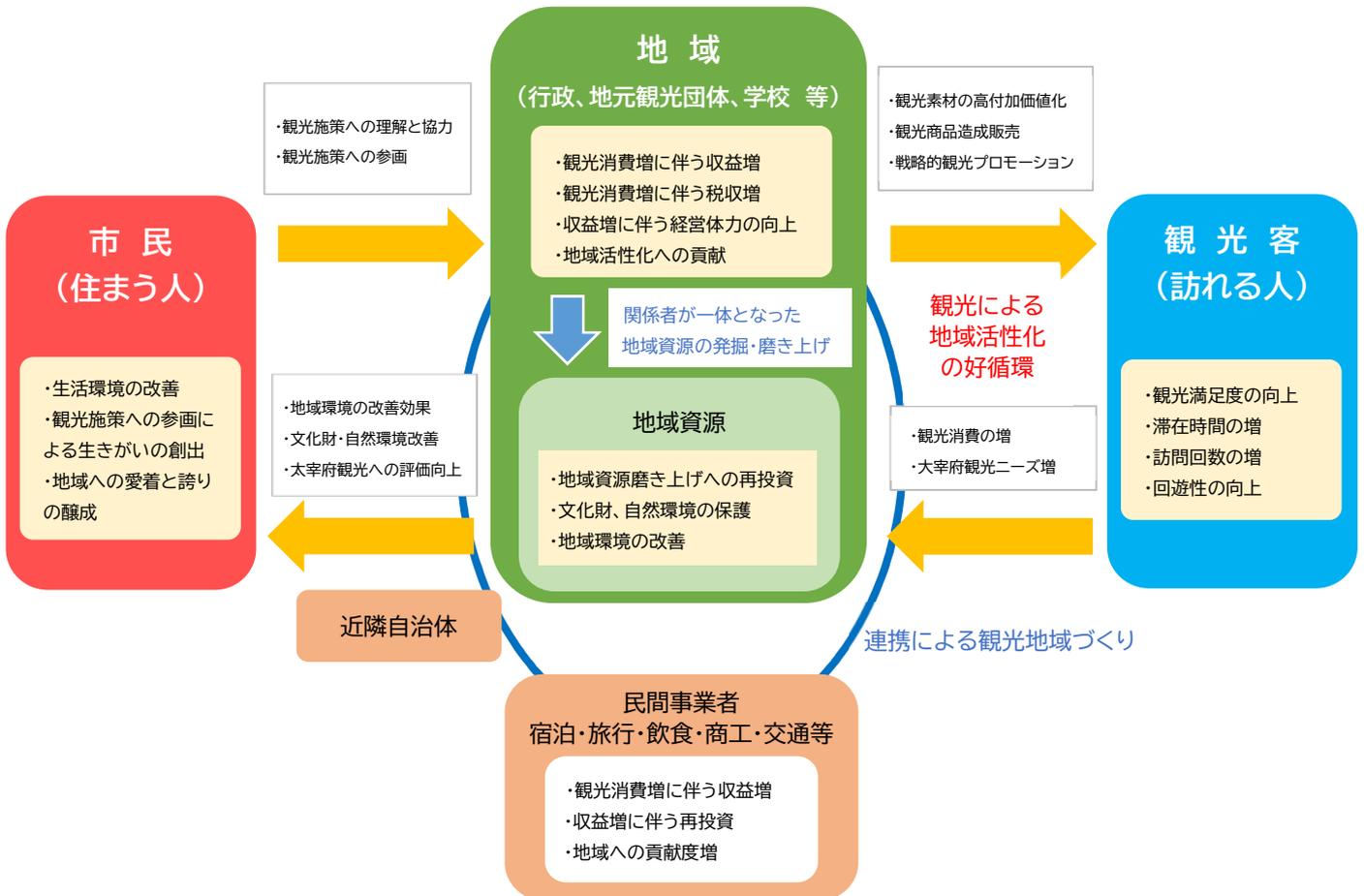
1 目指す姿

全国有数の国際観光都市である本市の観光施策が今後も永続的に効果を発揮し続けていくためには、地域が一体となって取り組む「持続可能」な観光を本市観光のあるべき姿に掲げます。

「令和の都だざいふ」としての本市が有する歴史や文化などの地域資源を活用して、地域市民や民間事業者等と連携し体験型観光による地域活性化を促進するとともに、観光客からの経済税収効果をさらに高め、市民にその効果を還元できる観光まちづくりを目指します。



観光を核とした地域活性化(イメージ図)



2 計画に盛り込む要素

① 「数」の観光から「質」の観光へ

本市の観光客の多くは、太宰府天満宮への参拝や参道での食べ歩きが中心の観光をしているため、観光消費額単価が低く、観光客数の増が観光消費の拡大につながっていない状況です。

本市が有する史跡や文化財等の地域資源を活かし、体験型メニューへ発展をさせることで、高付加価値な観光コンテンツの造成・磨き上げを図ります。

② 「観光消費額単価増」による経済税収効果拡大

観光消費額単価が低いまま、滞在時間の拡大を図っても、オーバーツーリズムの懸念が増えるのみで、地域へのメリットが少ない状態となります。

史跡や文化財等の多様な地域資源を活かした、本市ならではの観光コンテンツ(特産品、体験プログラム等)を造成し、市内各所への観光客の回遊性を向上させ、リピーターを増やし、継続的な経済効果が期待できるシステムを構築します。

③ 民間事業者の活力を活用した「サステナブルな観光」の実現

民間事業者のノウハウ等を活用し、地域資源(人、モノ、コト)を掘り起こし、年間を通して体験可能な観光コンテンツを造成することで、観光客のリピート率を高め、サステナブルな観光を実現します。

④ オーバーツーリズムへの対応

多くの観光客の来訪に伴い、ごみのポイ捨て、トイレ・喫煙マナー、交通渋滞等のオーバーツーリズムに関わる問題が発生します。

これらの問題に対し、地域一体となった対策を行います。

⑤ DMO を含む自立型地域観光組織体制の検討

行政の補助金に依存せず、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの司令塔となるDMOを含む自立型地域観光組織体制の構築に向け、調査検討を進めていきます。

⑥ 市民と観光客の相互発展

住まう人も、訪れる人も、ともに慶び合えるまちとして、観光客からの経済税収効果を飛躍的に高め、交通体系の改善に努めるとともに、市民メリットを体感できるような仕組みをつくります。

⑦ 文化・観光施設の有効活用に向けた検討

太宰府館の有効活用に向けた民間活力導入も含めた調査を行い、管理運営方法も含めた方向性を検討します。また、大宰府展示館、水城館、文化ふれあい館との4館で、文化観光を推進していく上でのそれぞれの位置づけを明確にし、連動して機能を発揮するための手法について検討します。

3 基本戦略

本市の観光を取り巻く状況と目指す姿、計画に盛り込む要素に基づき、本市が今後5年間に取り組むべき観光戦略として、4つの基本戦略を設定します。

基本戦略1 観光コンテンツの開発・磨き上げ

本市は多くの観光客が訪れる一方で、通過型の観光客が多く、観光客数が観光消費額に繋がっていないです。また、大宰府政庁跡周辺エリアにも大宰府政庁跡をはじめ水城跡、観世音寺等、様々な史跡文化財、自然などの観光スポットがありますが、観光客の大半が大宰府天満宮周辺エリアに集中しており、またそれらの観光スポットへの周遊に繋がっていない状況にあります。

そのため、回遊性を高め、観光消費額単価の増加に繋がるような体験メニューや特産品などの新たな観光コンテンツの開発や既存の観光コンテンツの磨き上げを行います。その際、回遊性向上による観光客の一極集中の解消や、リピート率を上げることでライフタイムバリュー(顧客生涯価値)の向上を図ります。



基本戦略2 効果的な観光プロモーションの推進

新型コロナウイルス感染症の影響により、その間、本市の観光推進事業や観光プロモーションも縮小を余儀なくされてきました。

令和6年度に福岡・大分デスティネーションキャンペーンが開催されるなど、全国的なプロモーションが本格的に実施されていることから、シティプロモーションも含めた効果的な場やターゲット、手法でプロモーションを図っていきます。

また、国外においても、コロナ前から多く来訪されていた中国、韓国、台湾の観光客に加え、欧米やタイをターゲットとするプロモーションも行っていきます。

基本戦略3 受入環境の整備

観光客が多く訪れることに伴い、ごみのポイ捨てやトイレ・喫煙マナー、交通渋滞等のオーバーツーリズムに関する問題が発生・悪化します。また、市内二次交通の利便性が低いことが観光客の太宰府天満宮エリアへの一極集中の一因となっていると考えられます。そのほか、インバウンドの増加による言語・文化の違いから生じる問題への対応や、高齢や障がい等の有無にかかわらず、すべての人が観光を楽しめるような環境整備(ユニバーサルツーリズムへの対応)が必要とされています。

ごみ箱設置の検討やマナー啓発、交通の利便性向上等のオーバーツーリズム対策を進めるほか、観光コンテンツの品質向上、各種案内の充実、バリアフリーへの対応等を行うことで、本市を訪れるすべての人が観光を楽しめる環境づくりを目指します。

また、太宰府館は2024年(令和6年)で開館から20年を迎え、施設の老朽化が進んでいることから、太宰府館の計画的な改修を行っていくとともに、太宰府館の有効活用に向け、民間活力導入も含めた今後の運営手法の検討も行っていきます。

基本戦略4 関係機関との連携強化・体制づくり

本市は多くの観光資源を有していますが、それらを最大限生かして「サステナブルな観光」施策を進めるためには民間事業者や各種関係機関との連携が必要です。また、日本遺産「西の都」では本市を含めた近隣自治体が指定を受けるなど、近隣自治体との連携による観光推進の道が広がっています。そのほか、令和4年には太宰府観光協会が一般社団法人化するなど、本市の観光に関する体制の見直しが行われている段階です。

各種関係機関(民間事業者、学校、近隣自治体等)との連携を深めることで、一体的な合意形成と事業推進に取り組みます。また、DMOを含む自立型地域観光組織体制の検討など、本市の観光に関する体制づくりをより一層推進してまいります。

基本戦略1 観光コンテンツの開発・磨き上げ

～背景・課題～

- ◇通過型の来訪者が多く、観光客数が観光消費額の増加に繋がっていない
- ◇太宰府天満宮及び参道エリアに観光客が集中

～方針～

- ◇回遊性・リピート率向上や観光消費額単価の増加に繋がるような新たな観光コンテンツの開発や既存の観光コンテンツの磨き上げ

基本戦略2 効果的な観光プロモーションの推進

～背景・課題～

- ◇太宰府天満宮周辺エリアから大宰府政庁跡周辺エリアへの周遊を促進するためのコンテンツ及びプロモーションの不足
- ◇コロナの影響による海外向けプロモーションの未実施
- ◇海外向けのプロモーションの機会や観光コンテンツの不足

～方針～

- ◇大宰府政庁跡周辺エリアへの周遊を促進するためのコンテンツ造成と合わせ、広くプロモーションを実施
- ◇着地型プロモーションの強化

基本戦略3 受入環境の整備

～背景・課題～

- ◇ごみのポイ捨て、トイレ・喫煙マナー、交通渋滞等のオーバーツーリズムに関する問題が発生
- ◇インバウンドやユニバーサルツーリズムに向けた環境整備のニーズ増
- ◇太宰府館の老朽化及び収支不均衡による運営方法の再検討

～方針～

- ◇オーバーツーリズムへの対策案の検討及び実施
- ◇観光コンテンツの品質向上や各種案内の充実、バリアフリーへの対応
- ◇太宰府館の計画的な改修及び有効活用に向けた民間活力導入の検討

基本戦略4 関係機関との連携強化・体制づくり

～背景・課題～

- ◇「サステナブルな観光」を目指し、各種関係機関との連携強化や観光に関する体制整備が必要

～方針～

- ◇各種関係機関(民間事業者、学校、近隣自治体等)との連携強化による事業造成
- ◇観光地域づくりの司令塔としてのDMOを含む自立型地域観光組織体制

3 計画の指標(KPI)

本計画において、将来の本市の観光戦略の成果目標として、3つの KPI を設定します。

(1)観光消費額単価

内容	観光客の太宰府市内での観光消費額の単価(1回の来訪あたり・1人あたり)
設定の目的	経済効果に関わる指標として設定
計測方法(案)	観光客に対する聞き取りアンケート
実績値 (令和5年度)	日本人観光客:4,663円 外国人観光客:4,998円
目標値 (令和10年度)	日本人観光客:5,600円 外国人観光客:6,000円

(2)リピート率

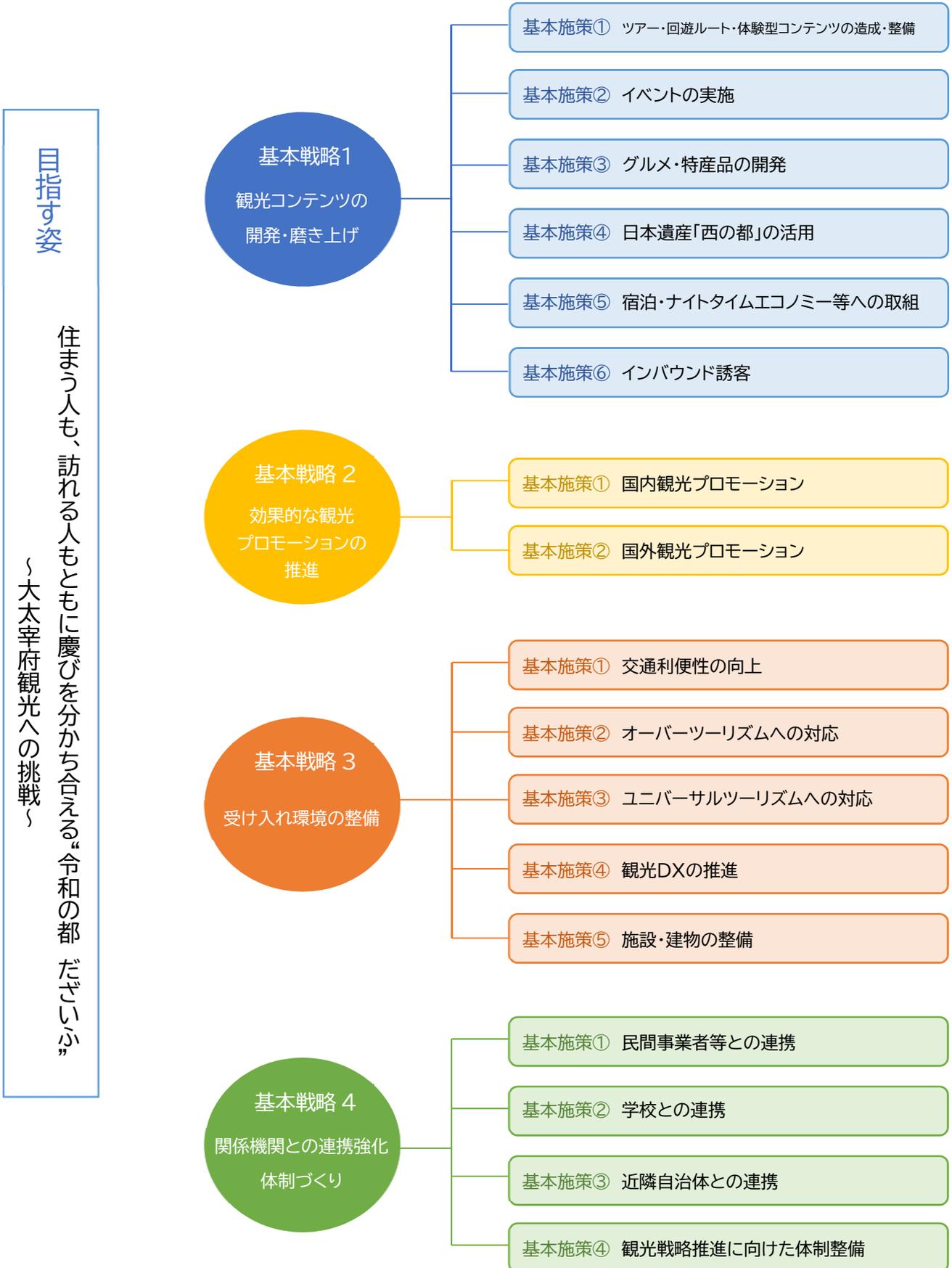
内容	太宰府市を訪問している観光客における2回目以上の訪問である割合
設定の目的	「サステナブルな観光」に関わる指標として設定
計測方法(案)	観光客に対する聞き取りアンケート
実績値 (令和5年度)	日本人観光客:54.4% 外国人観光客:17.0%
目標値 (令和10年度)	日本人観光客:57.9% 外国人観光客:20.5%

(3)観光に対する市民意識

内容	観光客の来訪に対して「好ましい」と考える太宰府市民の割合
設定の目的	住民の観光に対する意識に関わる指標として設定
計測方法(案)	市民意識調査(太宰府市まちづくり市民意識調査)
実績値 (令和5年度)	要追記 (令和4年度:80.4%)
目標値 (令和10年度)	85.0%

4 施策体系

本計画の体系図は以下の通りです。



5 各基本施策における方針と主な取り組み(例)

基本戦略1 観光コンテンツの開発・磨き上げ

基本施策	方針	主な取り組み(例)
① ツアー・回遊ルート・体験型コンテンツの造成・整備	回遊性向上に繋がるようなツアーや回遊ルートを造成・整備	・テーマ別周遊ルートの造成 ・4館(太宰府館・太宰府市文化ふれあい館・大宰府展示館・水城館)の役割整備・ルート造成
② イベントの実施	回遊性向上や消費額増に繋がるようなイベントを実施	・市民参加型まち歩きイベント ・ポケモンGOを活用したイベント ・「令和の都だざいふ」令和記念事業 ・福岡・大分デスティネーションキャンペーン(DC)関連イベント ・太宰府館開館20周年イベント ・史跡地でのフードトラック、マルシェ等出店
③ グルメ・特産品の開発	消費額増に繋がるようなグルメ・特産品を開発	・梅を用いた特産品の開発(梅プロジェクト)
④ 日本遺産「西の都」の活用	日本遺産「西の都」を活用した観光コンテンツを開発	・「西の都」観光体験メニューの開発 ・「西の都」特製土産物の開発
⑤ 宿泊・ナイトタイムエコノミー等への取組	宿泊やナイトタイムエコノミー等、様々な時間帯に関するコンテンツを充実	・体験型宿泊プランの造成 ・宿泊施設の誘致 ・宿泊推進プロモーション動画のPR
⑥ インバウンド誘客	インバウンド誘客に向けたコンテンツ開発	・日本文化の体験メニュー開発(お弁当作りや茶道、着物等)

基本戦略2 効果的な観光プロモーションの推進

基本施策	方針	主な取り組み(例)
① 国内観光プロモーション	・全国的な商談会や大規模誘客イベント等の機会を使った効果的なプロモーションの実施 ・来訪者への「令和の都だざいふ」の一元的発信	・ラジオ、SNSその他の情報媒体による情報発信 ・福岡・大分DC期間来訪者への観光プロモーション ・R7大阪万博における観光プロモーション ・デザイン性の優れたパンフレット・ポスターの作成
② 国外観光プロモーション	インバウンド誘客に向けたプロモーションの実施	・アクティブシニアを活用したインバウンド向け観光(英語圏及びタイにおけるプロモーション) ・福岡県等との広域的な連携によるプロモーション機会の獲得

基本戦略3 受け入れ環境の整備

基本施策	方針	主な取り組み(例)
① 交通利便性の向上	・市内二次交通の改善による回遊性向上 ・福岡市からのアクセスの良さをアピール	・シェアサイクル等導入可能性の検討 ・まほろば号の観光ルート転用 ・市内西側駐車場(政庁跡前)の有効活用 ・福岡MaaS実証実験活用 ・福岡市からのアクセスの良さをアピール
② オーバーツーリズムへの対応	地域一体でのオーバーツーリズム対策の実施	・参道周辺における喫煙所やごみ箱の設置検討 ・観光客へのマナー啓発 ・混雑状況可視化システムの利用促進
③ ユニバーサルツーリズムへの対応	ユニバーサルツーリズムへの対応	・事業者向けユニバーサルマナー講座 ・ユニバーサルツアーモニターツアー(バリアフリー環境整備状況の調査、バリアフリーツアーの実施可否検討) ・外国人向けの案内表記の充実
④ 観光DXの推進	観光DXによる観光客の利便性向上	・観光関連情報の一元化 ・キャッシュレス決済の促進 ・福岡MaaS実証実験活用
⑤ 施設・建物の整備	門前町や西鉄太宰府駅周辺の再整備	・歴史的風致形成建造物の保存・修理 ・太宰府館の運営方法の調査検討

基本戦略4 関係機関との連携強化・体制づくり

基本施策	方針	主な取り組み(例)
① 民間事業者等との連携	民間事業者等との連携による観光コンテンツの開発	・観光ビジネススタートアップ支援事業 ・官民協創プラットフォームの構築
② 学校との連携	市内学校との連携による観光コンテンツの開発	・太宰府キャンパスネットワーク会議との連携 ・専門的知見の観光施策への活用 ・産学官連携(日本経済大学・TRIPLUS)
③ 近隣自治体との連携	近隣自治体との連携による観光コンテンツの開発、広域的な誘客	・日本遺産「西の都」の周遊ツアー ・四王寺山・宝満山のハイキングツアー造成
④ 観光戦略推進に向けた体制整備	観光戦略推進に関わる体制づくり	・DMOを含む自立型地域観光組織体制の検討 ・太宰府ブランド創造協議会の在り方の検討

第4章 基本戦略と取り組み

基本戦略1 観光コンテンツの開発・磨き上げ

◆◆基本施策① ツアー・回遊ルート・体験型コンテンツの造成・整備◆◆

本市には歴史の散歩道やさいふまいるの道などの観光の原点に近い風景や大宰府政庁跡、観世音寺、客館跡、水城跡など多くの史跡・文化遺産、豊かな自然、伝統行事、梅ヶ枝餅をはじめとする食といった豊富な地域資源があり、季節や時期によって違う魅力があります。

現在、これらを活用して、「梅が枝餅焼き体験」や史跡解説員によるガイド付きの太宰府巡りや大宰府万葉会による「万葉歌碑めぐり」、NPO法人歩かんね太宰府による「ぷち旅太宰府まちあるきツアー」といった観光客向けの周遊体験を実施しています。

また、日本遺産「西の都」や四王寺三十三石仏をテーマとする周遊コースの造成を行うとともに、太宰府館、大宰府展示館、文化ふれあい館、水城館の4館とその周辺スポットを周遊するルートの検討、人気携帯ゲーム「PokemonGO」内での太宰府市公式ルートの整備といった取り組みを行っています。

これらの魅力をさらに掘り起こし、さらに磨き上げ、観光客が太宰府のファンとして何度も訪れたいと感じるような工夫を凝らしたテーマ別周遊ルートの造成や体験型コンテンツの開発、旅行会社等と連携したツアー等の商品化等を推進することによって、回遊性の向上と滞在時間の増、リピーターの増につなげます。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
回遊ルート案の棚卸・新規ルート検討 体験型コンテンツの検討		回遊ルート整備、観光案内、マップ作製、サイン等への反映 体験型コンテンツの開始、案内		

主な取り組み(例)
<ul style="list-style-type: none"> ● テーマ別周遊ルートの造成 ● 4館(太宰府館・太宰府市文化ふれあい館・大宰府展示館・水城館)の役割整備・ルート造成



左: 太宰府館
右: 文化ふれあい館



左: 水城館
右: 大宰府展示館

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

B3 地域事業者の支援と公正な取引



C8 観光資源の解説



◆◆基本施策② イベントの実施◆◆

太宰府天満宮では、「鬼すべ神事」や「神幸式大祭」をはじめ、古くから続く地域に密着した伝統行事が執り行われており、地域の行事やイベントについても、その時期に合わせたものが多いことに特徴があります。

コロナ禍の期間は実施できませんでしたが、持続可能な観光を実現するためには、こうした特色を活かした本市の魅力を発信し、リピーターや関係人口を増やす取り組みを行う必要があります。

本市の魅力ある地域資源を活かした観光コンテンツを発信するイベントを実施することで、観光客の回遊性やリピート率の向上、市民にも観光資源を楽しんでもらえる機会の創出を図ります。併せて、本市を訪れたことのない人もイベントをきっかけに本市を訪れる誘客効果にも期待します。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
既存の年中行事を踏まえた特色あるイベントの企画・実行				

主な取り組み(例)

- 市民参加型まち歩きイベント
- ポケモン GOを活用したイベント
- 「令和の都だざいふ」令和記念事業
- 福岡・大分デスティネーションキャンペーン(DC)*関連イベント
- 太宰府館開館20周年イベント
- 史跡地でのフードトラック、マルシェ等出店

*福岡・大分デスティネーションキャンペーンとは 2024 年 4 月から 6 月にかけて、福岡県と大分県、JR グループが共同で開催する大型観光キャンペーンです。



市内で開催した過去のイベント事例

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

C8 観光資源の解説



◆◆基本施策③ グルメ・特産品の開発◆◆

本市には梅ヶ枝餅等の名産品がありますが、高単価の飲食メニューや特産品が不足しており、観光客の消費単価が低いという課題があります。また、天満宮前の参道以外でお土産を購入できる拠点が少ない状況です。

本市では令和3年度から令和発祥の都だざいふ「梅」プロジェクトを実施し、大伴旅人も愛でたであろう太宰府の梅を民間企業や地元高等学校と連携し、ブランディングしてスイーツやご当地グルメなどに仕立て上げ地場みやげ産業として振興し、ふるさと納税にもノミネートするなど、本市の経済税収効果の飛躍的向上を目指しています。

本市ならではのグルメ・特産品のさらなるブランディングや掘り起し、開発を進めることで観光消費額単価の向上につなげていきます。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
事業内容検討 基礎研究・調査	事業者との協議、調整、事業実施			

主な取り組み(例)
● 梅を用いた特産品の開発(梅プロジェクト)



梅プロジェクト商品

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

B3 地域事業者の支援と公正な取引

2 就業を
せむに

8 働きがいも
経済成長も

12 つくる責任
つかう責任

◆◆基本施策④ 日本遺産「西の都」の活用◆◆

「古代大宰府と東アジアとの交流のストーリーは平成 27 年度に「古代日本の『西の都』～東アジアとの交流拠点～」が日本遺産に単独認定され、令和2年度には、筑紫野市、春日市、大野城市、那珂川市、宇美町、佐賀県基山町を含む広域型への変更認定を受けています。

「西の都」は、東アジアからの文化、宗教、政治、人などが流入・集積するのみならず、古代日本にとって東アジアとの外交、軍事の拠点であり、大宰府政庁跡や水城跡等、本市に点在する様々な文化財が指定されています。

構成自治体との連携により「西の都」を活用した観光コンテンツの開発やプロモーションを行い、歴史文化の面でのニーズを持つ観光客の回遊性や消費額単価の向上を目指します。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
事業内容検討 基礎研究・調査		事業者との協議、調整		事業着手

主な取り組み(例)
<ul style="list-style-type: none"> ● 「西の都」観光体験メニューの開発 ● 「西の都」特製土産物の開発



「西の都」の中心地 大宰府政庁跡



「西の都」VR アプリの映像

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

<p>B3 地域事業者の支援と公正な取引</p> <p>2 販路を せむに</p> <p>8 働きがいも 経済成長も</p> <p>12 つくる責任 つかう責任</p>	<p>C8 観光資源の解説</p> <p>4 質の高い教育を みんなに</p> <p>11 日本をけんよる まちづくり</p>
---	--

◆◆基本施策⑤ 宿泊・ナイトタイムエコノミー等への取組◆◆

本市観光は通過・立ち寄り型であり滞在時間が少ないことが課題です。背景としては宿泊施設の不足や夜間や朝に楽しめる観光コンテンツの不足、太宰府観光＝太宰府天満宮というイメージが定着し、回遊につながっていないこと等が考えられます。

宿泊施設については、古民家プロジェクトとして、ホテルカルティア太宰府の整備を行ってきましたが、文化財や歴史建造物が今に残る本市は都市計画上多数の宿泊施設を整備することは難しく、福岡市や近隣自治体の宿泊施設を利用する傾向があります。

宿泊・ナイトタイムエコノミー・朝活等の様々な時間帯での受け皿となる観光コンテンツを整備するとともに、周遊観光やリピート観光に向けた取り組みを行い、本市観光に対するイメージを変えていくことで、本市観光の多様化、観光消費額単価の増加を目指します。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
基礎調査	観光コンテンツの企画 事業者との協議、調整			企画実施

主な取り組み(例)
<ul style="list-style-type: none"> ● 体験型宿泊プランの造成 ● 宿泊施設の誘致 ● 宿泊推進プロモーション動画のPR



古民家ホテル HOTEL CULTIA DAZAIFU



九州国立博物館「夜の九博」

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

B3 地域事業者の支援と公正な取引

2 経済を
豊かに

8 働きがいも
経済成長も

12 つくる責任
つかう責任

◆◆基本施策⑥ インバウンド誘客◆◆

令和5年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」において、インバウンド本格回復に向けた取り組みとして、高付加価値旅行者の誘致や観光地の再生・高付加価値化等による訪日外国人旅行消費額単価の向上が挙げられています。

コロナ5類移行後、本市には多くの外国人観光客が戻ってきていますが、韓国、台湾、香港、今後本格回復が見込まれる中国を含む東アジアに加え、日本の文化体験や地域とのふれあいに対するニーズの高い欧米豪や近年増加しているタイを新たなターゲットとした高付加価値な日本文化を体験できる観光コンテンツを産官学が連携して開発することで、滞在型観光による観光消費増加を目指します。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
基礎調査	観光コンテンツの企画 事業者との協議、調整			企画実施

主な取り組み(例)
● 日本文化の体験メニュー開発(お弁当作りや茶道、着物等)



人力車でのまちめぐり(イメージ)



お茶体験(イメージ)

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

<p>B3 地域事業者の支援と公正な取引</p> <p>2 飢餓をゼロに</p> <p>8 働きがいも経済成長も</p> <p>12 つくる責任つかう責任</p>	<p>B8 多様な受入環境整備</p> <p>3 すべての人に健康と福祉を</p> <p>10 人や国の不平等をなくそう</p>
--	---

基本戦略 2 効果的な観光プロモーションの推進

◆◆基本施策① 国内観光プロモーション◆◆

本市は日本を代表する観光都市である一方、太宰府天満宮の知名度による部分が大きく、他のエリアへの回遊につながっていないことが課題です。観光コンテンツを開発するだけでなく、「令和の都だざいふ」が誇る多くの歴史・文化・自然など、本市観光の多様な楽しみ方を発信し、滞在時間やリピーター増加につなげていく必要があります。

また、アンケート結果から、SNSの普及により、InstagramやTikTokにおいて女性を中心に多くの観光情報が積極的に発信され、太宰府への来訪にかかる情報収集手段として活用されている傾向にあります。

このことからラジオ、SNSその他ターゲティングを踏まえた様々なプロモーション媒体の活用やデザイン性の優れたパンフレット・ポスター、天満宮周辺エリアから他エリアへの回遊を促す仕組みの構築、全国的な商談会や大規模誘客イベント等の機会を捉えた広域プロモーションなど、継続的に国内観光客の誘客と回遊性を高めるプロモーションを進めていきます。

年次計画

1年目

2年目

3年目

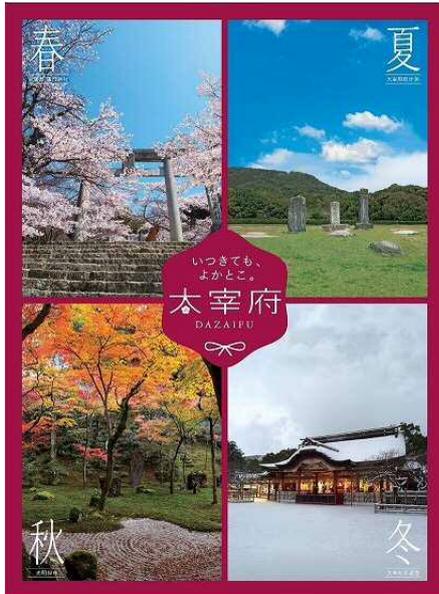
4年目

5年目

プロモーション媒体・イベントの企画検討、実施

主な取り組み(例)

- ラジオ、SNSその他の情報媒体による情報発信
- 福岡・大分DC期間来訪者への観光プロモーション
- R7大阪万博における観光プロモーション
- デザイン性の優れたパンフレット・ポスターの作成



観光ポスターの制作



国内向けプロモーションの一例(百貨店におけるブース出展)

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

A10 プロモーションと情報



◆◆基本施策② 国外観光プロモーション◆◆

高額消費が期待できる訪日外国人旅行客の誘致や観光地の再生・高付加価値化等による訪日外国人旅行消費額単価の向上を図るためには、誘客する国や地域の選定を適切に行い、観光ニーズを把握した上で確実なプロモーションを行う必要があります。

今後本格回復が見込まれる中国を含む東アジアからの訪日外国人に加え、日本の文化体験や地域とのふれあいに対するニーズの高い欧米豪や近年増加しているタイなどをターゲットとした高付加価値な日本文化の体験型コンテンツ等をプロモーションし、高付加価値を求めるインバウンド誘客を推進します。また、読みやすさ、わかりやすさを重視した多言語パンフレットやポスターの制作、スマホによる多言語対応の音声ガイドなど、来訪者が観光エリア全体を円滑に周遊できるようなサポート手段の整備を行います。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
プロモーション媒体・イベントの企画検討、実施				

主な取り組み(例)

- アクティブシニアを活用したインバウンド向け観光(英語圏及びタイにおけるプロモーション)
- 福岡県等との広域的な連携によるプロモーション機会の獲得



多言語観光パンフレット(日・英・韓・簡・繁)



海外向けプロモーションの一例(タイ国際旅行フェア)

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

A10 プロモーションと情報



基本戦略 3 受け入れ環境の整備

◆◆基本施策① 交通利便性の向上◆◆

本市は多くの史跡文化財や自然その他様々な観光スポットが存在する一方で、市内二次交通の選択肢が少なく、また案内が観光客へ十分に伝わっていない結果、西鉄太宰府駅から徒歩圏内である太宰府天満宮エリアで完結することが多く、回遊につながっていない状況です。

コミュニティバスまほろば号の周遊観光への活用や西鉄太宰府駅で実施しているレンタサイクルの利用促進、企画乗車券など観光MaaSを絡めた取り組みの検討など、交通利便性の向上を図ります。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
基礎調査	各種交通手段の企画検討		各種検討内容の調整、実施	

主な取り組み(例)

- まほろば号の観光ルート転用
- 市内西側駐車場(政庁跡前)の有効活用
- 福岡MaaS実証実験活用
- 福岡市からのアクセスの良さをアピール



レンタサイクル事業



大宰府政庁跡前バス専用駐車場

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

D13 環境負荷の小さい交通



◆◆基本施策② オーバーツーリズムへの対応◆◆

本市では、多くの観光客が訪れる一方、ごみやタバコの吸い殻のポイ捨てや公衆トイレの利用・喫煙マナー、自家用車や観光バスでの多数来訪により生じる交通渋滞などのオーバーツーリズムの問題は、地域住民の暮らしにも影響が大きく喫緊の課題です。

オーバーツーリズム対策については、市単独での対応には限界があり、また秋の紅葉シーズンや年末年始には臨時駐車場や臨時トイレの設置や、交通警察員の配置、交通情報システムの運用など、環境整備にかかる費用やランニングコストは大きな負担となっています。

来訪予定者に対する「タビマエ」の適切なマナー啓発や観光地への補助支援を国や県に働きかけるとともに、歴史と文化の環境税を活用し、地域住民や観光事業者等と連携した対策を行うことで、「住もう人も訪れる人も喜びを分かち合える」観光都市を目指します。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
基礎調査	各種対策の企画検討	各種検討内容の調整、実施		

主な取り組み(例)
<ul style="list-style-type: none"> ● 参道周辺における喫煙所やごみ箱の設置検討 ● 観光客へのマナー啓発 ● 混雑状況可視化システムの利用促進



参拝客でにぎわう太宰府天満宮参道



混雑可視システム VACAN



◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

A4 観光による負荷軽減のための財源



C4 地域住民のアクセス権



C6 文化遺産における旅行者の管理



C7 文化遺産における旅行者のふるまい



D11 廃棄物



◆◆基本施策③ ユニバーサルツーリズムへの対応◆◆

高齢や障がい等の有無にかかわらず、すべての人が観光を楽しむことのできる「ユニバーサルツーリズム」の視点からの環境整備が必要です。また、インバウンドの増加による言語・文化の違いから生じる問題への対応も課題です。

観光施設等におけるバリアフリー対応や、各種案内の多言語化、本市観光におけるバリアフリー情報の発信等、本市を訪れるすべての人が観光を楽しむことのできる環境づくりを目指します。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
各種対応の企画検討 基礎調査			各種検討内容の調整、実施	

主な取り組み(例)
<ul style="list-style-type: none"> ● 事業者向けユニバーサルマナー講座 ● ユニバーサルツーリズムツアーモニターツアー(バリアフリー環境整備状況の調査、バリアフリーツアーの実施可否検討) ● 外国人向けの案内表記の充実



太宰府市観光案内所の案内表記(多言語)



貸し出し用車いす

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

B8 多様な受入環境整備

3

すべての人に
健康と福祉を

10

人や国の不平等を
なくそう

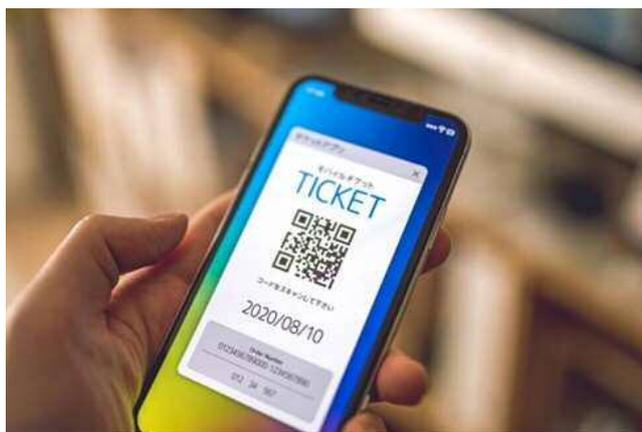
◆◆基本施策④ 観光DXの推進◆◆

近年、様々な分野でデジタル技術が導入され、新たな価値の創造や社会変革が進んでおり、観光分野においても、各種オンラインサービスの導入や情報発信等が進められています。

本市の観光推進においても、デジタル技術を効果的に活用することで観光客の利便性向上や、各種観光コンテンツの促進など、各種観光サービスの変革に向けた取組を進めます。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
現状把握		各種取組の検討・試験		各種取組の実施

主な取り組み(例)
<ul style="list-style-type: none"> ● 観光関連情報の一元化 ● キャッシュレス決済の促進 ● 福岡MaaSとの連動にかかる実証実験



観光DX活用の一例(電子チケットの販売イメージ)

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

B8 多様な受入環境整備

3 すべての人に
健康と福祉を

10 人や国の不平等を
なくそう

◆◆基本施策⑤ 施設・建物の整備◆◆

本市観光の中心地である西鉄太宰府駅～太宰府天満宮の門前町エリアには歴史的建造物が多数あり、その保存と修理は本市観光の観点からも重要な取り組みの1つです。また、太宰府館は2024年に開館から20年を迎え、大規模な改修が必要な状況です。

各種施設・建物の計画的な改修を行い、太宰府館については民間活力導入も含めた運営手法を検討し、より効果的な活用促進を図ります。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
基礎調査		工事業者や運営業者等との調整		方針決定・着工

主な取り組み(例)
<ul style="list-style-type: none"> ● 歴史的風致形成建造物の保存・修理 ● 太宰府館の運営方法の調査検討



歴史的風致形成建造物の修繕例(修理前)



(修理後)

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

C1 文化遺産の保護



基本戦略 4 関係機関との連携強化・体制づくり

◆◆基本施策① 民間事業者等との連携◆◆

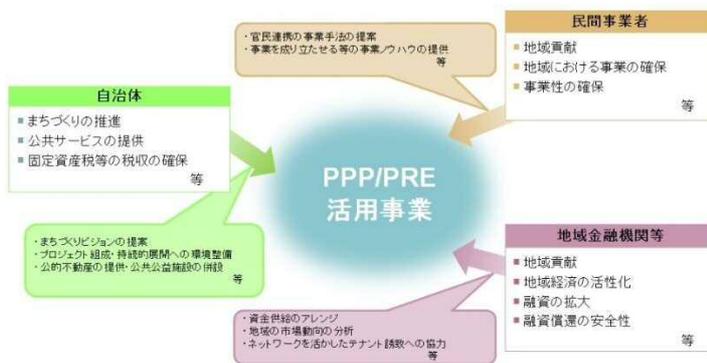
本市が有する観光資源を最大限活かし、持続可能な観光まちづくりを推進するためには、民間事業者等が持つ専門的見地からの調査分析を踏まえたエリアマネージメントと、様々な地域課題解決に向け、有効なノウハウやスキルを持つ民間事業者等との連携が有効で、観光施策に民間事業者が携わることで、経済効果の向上や地域活性化が期待できます。

このことから、太宰府館をはじめとする公共施設の効果的な活用やニーズを捉えた観光コンテンツの造成・販売、観光環境整備等に民間活力を導入し、連携体制を構築して事業を戦略的に推進します。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
現状整理	体制づくりの企画検討		各種検討内容の調整、実施	

主な取り組み(例)

- 観光ビジネススタートアップ支援事業
- 官民協創プラットフォームの構築



PPP/PRE 活用事業イメージ図



民間事業者による市内事業者へのホスト向けセミナー

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

B3 地域事業者の支援と公正な取引



◆◆基本施策② 学校との連携◆◆

本市は5つの大学・短期大学、4つの高校がある全国有数の学園都市の側面もあります。

これらの大学・高校で構成する「太宰府キャンパスネットワーク会議」では、官学連携による地域課題解決に向けた事業を行っています。また、加盟大学の代表学生からなる「学生連絡会」では、学生の市内イベントへの参加やボランティア活動、キャンパスフェスタの運営などに積極的に取り組んでいます。

学園都市としての太宰府市の強みである市内5大学・高校の知見や学校の持つ施設、機能、ノウハウを活かした、新たな観光施策の創造を図るとともに、市から学校への観光施策に関する出前講座派遣など、市の観光施策への積極的なかわりを通じて本市への愛着の醸成と、卒業後も本市観光推進にかかわる意欲ある人材の育成に繋がります。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
既存の連携体制の有効活用				
新たな取り組みの立案・実行				

主な取り組み(例)

- 太宰府キャンパスネットワーク会議との連携
- 専門的知見の観光施策への活用
- 産学官連携(日本経済大学・TRIPLUS)



市内学生による会議



産学官連携(日本経済大学・TRIPLUS)

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

A8 観光教育



◆◆基本施策③ 近隣自治体との連携◆◆

今回実施したInstagramハッシュタグ分析の結果のとおり、「#太宰府」の検索により市外の周辺観光地が関連ハッシュタグに出てくるなど、市域を超えた観光周遊について情報収集する傾向が見られます。

一方で本市は、水城跡や宝満山、四王寺山といった文化財を近隣自治体と共有しており、隣接する筑紫野市には「二日市温泉」をはじめとする宿泊施設が充実するなど、本市の弱点である宿泊施設の不足を補完し、相乗効果による観光推進を諮れる土壌もあるといえます。

また、日本遺産「西の都」の歴史ストーリーや文化財が本市を含む5市2町にまたがって構成されており、これらの構成文化財を活かした「文化観光」の取り組みを図るには相互の連携が不可欠と言えます。

このことから、近隣自治体等と市域を超えた連携を図り、互いの強みを活かしながら、観光メニューの造成や合同プロモーションなどに取り組みます。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
連携による企画の検討		各種企画の調整		各種企画の実施

主な取り組み(例)
<ul style="list-style-type: none"> ● 近隣自治体との連携による日本遺産「西の都」の構成文化財を活かした「文化観光」の推進 ● 近隣自治体との連携による四王寺山・宝満山の歴史や自然の癒しをテーマとするヘルスツーリズムの推進



二日市温泉(筑紫野市)



大野城全景(太宰府市・大野城市・糟屋郡宇美町)

◆◆対応する JSTS-D 項目◆◆

A2 デスティネーション・マネジメント(観光地経営)の責任



◆◆基本施策④ 観光戦略推進に関わる体制づくり◆◆

本市の観光推進は、(一社)太宰府観光協会や太宰府市商工会といった地元商工観光団体、太宰府天満宮や九州国立博物館と言った観光関係機関、宿泊や食、サービス等の地域観光事業者、市民団体等、多くの団体が活動している状況です。

一方、持続可能な観光を推進していくためには、地域経営の視点に立ってブランディング、プロモーション、商品開発等を行っていくことが重要であり、本市の地域観光推進の柱として、DMOを含めた自立型地域観光組織体制の整備について検討します。それに伴い、ブランド創造協議会等の既存の組織の在り方についても検討します。

年次計画				
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
体制づくりに向けた基礎調査		方向性の検討 関係機関での協議・調整		

主な取り組み(例)

- DMOを含む自立型地域観光組織体制の検討
- 太宰府ブランド創造協議会の在り方の検討



太宰府市観光案内所



太宰府ブランド創造協議会代表者会

◆◆対応するJSTS-D項目◆◆

A2 デスティネーション・マネジメント(観光地経営)の責任



第5章 計画の推進体制

1 推進体制・進捗管理

本計画を効果的に推進し、目標を達成するために、PDCAサイクルをまわしつつ、本市観光の実情や社会情勢の動向等を踏まえながら、目標達成に向けた観光施策を行ってまいります。

また、各施策の関連部署・関連機関等についての聞き取りを継続的に実施するとともに、本計画の適切な推進のために、策定協議会の中での評価検討を毎年1回以上開催し、施策の取組結果や達成の度合いなどについて検証を行うことにより効果的に施策を推進していくための評価や進捗管理を実施します。