

5. 考えられる事業例

(1) 宿泊滞在促進戦略～太宰府で憩う～

課題：

- ・立寄り・通過型の来訪者が多く、本市の魅力や観光拠点を十分に満喫してもらえていない
- ・観光関連の産業が物販などが中心
- ・宿泊施設等の集積が不十分
- ・「宿泊できる場所」として認知されていない



取り組みを進めます

- ・門前町のリノベーションプロジェクト
- ・西鉄太宰府駅周辺の再整備
- ・宿泊地としてのプロモーション、ブランド化
- ・太宰府の宿泊サービス水準の統一化、ルール化（観光サービスの品質構築）



成果目標

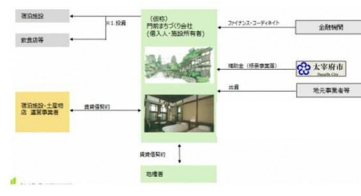
- ・宿泊滞在者数の増加
- ・宿泊地としての認知度、質の向上、ブランド化

【受け皿づくり】

宿泊施設等の滞在の受け皿について、市内への民間投資の誘導等を通じて、整備促進を図る。



西鉄太宰府駅再整備（案）



古民家再生PIイメージ

【プロモーション・商品開発】

「立寄り型」の観光地としての認識されている本市のイメージチェンジを図るため、広く宿泊滞在のメニューやプログラムの開発及び周知徹底を図る

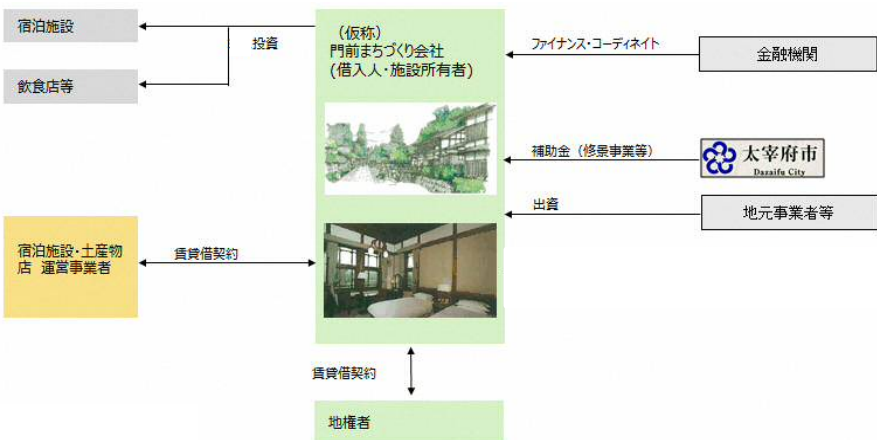


プロモーション活動



おもてなしサービス

① 門前町のリノベーションプロジェクト

門前町のリノベーションプロジェクト											
背景	・太宰府天満宮の参道周辺の門前町エリアでは、歴史的価値の高い古民家等が多く現存しており、その街並みを維持している。 ・しかしながら、現在では、かつて飲食店や宿泊施設として利用されていたものが未利用の状態になっている古民家も散見される。 ・これらの古民家等は、太宰府の門前町エリアの雰囲気を持続するための重要な資源であり、リノベーションによって新たな価値を与えることで、再生していくことが望まれている。										
目的 実施方針	・現在、空き家や未利用になっている古民家を、官民連携の事業ヴィークル³¹（事業体）によって、新しい価値を生み出すリノベーションを行い、新たな商業や宿泊施設の受け皿として生まれ変わらせる。 ・民間資金、外部専門家、地元事業者が連携する事業スキームにすることで、市内だけでは不足する資金やノウハウを獲得しながら、新たな事業を作り出す。										
事業概要	宿泊施設 飲食店等 投資 (仮称) 門前まちづくり会社 (借入人・施設所有者) ファイナンス・コーディネート 金融機関 補助金（修繕事業等） 太宰府市 Tsurufu City 出資 地元事業者等 賃貸借契約 宿泊施設・土産物店 運営事業者 賃貸借契約 地権者 										
事業効果	・遊休不動産への投資が行われることで、市内投資額が増加、及び固定資産税等の増加が期待できる。 ・新しい古民家宿泊施設等の受け皿が増加し、宿泊施設数や滞在時間延伸に寄与する。										
事業 スケジュール	<table><tr><th>1 年目</th><th>2 年目</th><th>3 年目</th><th>4 年目</th><th>5 年目</th></tr><tr><td>事業者間協議 事業体設立</td><td colspan="3">対象施設設計・施工 一部開業・供用開始</td><td>他の物件での 事業拡大</td></tr></table>	1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目	事業者間協議 事業体設立	対象施設設計・施工 一部開業・供用開始			他の物件での 事業拡大
1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目							
事業者間協議 事業体設立	対象施設設計・施工 一部開業・供用開始			他の物件での 事業拡大							

② 西鉄太宰府駅周辺の再整備（民間投資の促進・誘導）

西鉄太宰府駅周辺の再整備（民間投資の促進・誘導）											
背景	・西鉄太宰府駅周辺は、鉄道、バス、自家用車による太宰府天満宮や参道エリアへの来訪者の拠点となっており、太宰府観光の顔といえるエリアである。 ・しかしながら、現在では、物販や飲食などの短時間滞在向けの商業が集積するのみであり、長時間滞在の受け皿となる宿泊施設や体験型施設が不足している。 ・一方、同エリアは、建築物の高さ規制があるため、柔軟な民間投資を呼び込みにくい現状である。										
目的 実施方針	・西鉄太宰府駅、参道エリアなど、現在の太宰府観光の中心的エリアにおいて、日帰りではなく、「太宰府市内」に滞在してもらうための宿泊施設や観光体験施設について、官民連携（民間活力導入）により、整備促進・誘導を図る。 ・当該エリアには、建物の高さ規制等がかかっている場所も多いため、規制緩和等の民間投資誘導方策等を検討する。										
事業概要	・本市は、駅周辺の交通利便性等の向上を図るため、交差点改良や駅前広場整備、道路改良を実施し、基盤を整える。 ・民間事業者については、既存民間駐車場等の利便性向上に資する改修事業、駅舎の改修等を実施する。 ・新たな滞在を促す宿泊施設や体験型施設の整備については、古民家の改修による宿泊施設化（後述）、駅舎周辺を活用した民間投資誘導、公有地を活用した民間による定期借地型³² PPP事業などを導入し、積極的な事業化を図るものとする。										
事業効果	・民間による宿泊施設数が増加し、来訪者の滞在時間延伸に寄与。 ・民間投資が活発化することで、遊休資産の有効活用、流動化が図られ、市内投資額が増加する。										
事業 スケジュール	<table><tr><th>1 年目</th><th>2 年目</th><th>3 年目</th><th>4 年目</th><th>5 年目</th></tr><tr><td>基礎調査 事業手法検討</td><td colspan="4">計画策定 事業化準備・調整</td></tr></table>	1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目	基礎調査 事業手法検討	計画策定 事業化準備・調整			
1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目							
基礎調査 事業手法検討	計画策定 事業化準備・調整										

③ 宿泊施設誘致事業

宿泊施設誘致事業	
背景	・太宰府市の観光においては、年間約 1,000 万人の来訪者のうち、宿泊を伴う滞在が少ないことが課題である。 ・その理由の一つとして、宿泊滞在を促す施設が十分に立地していないことがあげられる。 ・受け皿となる宿泊施設については、駅周辺や市街地エリアにおいて、民間事業者による投資を誘導することが必要である。
目的 実施方針	・市街地における民間の宿泊施設投資を促すために、既存の補助・優遇制度等の周知、PRを行うとともに、余剰公有地などにおけるPPPによる宿泊施設整備誘導などを検討する。 ・宿泊施設の投資は、あくまでも民間事業者による投資が求められるため、民間事業者側が投資しやすい環境を整備することを目的とする。
事業概要	①宿泊施設立地優遇制度 ・既存の産業振興施策として整備されている宿泊施設に対する優遇制度について、関心を持っている事業者への周知徹底、PRを進めることにより利活用を促す。 ②公有地等におけるPPP事業化検討 ・本市市街地における公共施設の再編や複合化などの取り組みと合わせ、余剰地や余剰容積を民間事業者に活用させる事業スキーム等を検討する。 ③駅周辺再整備に伴う宿泊施設事業誘致 ・市内鉄道駅周辺の再整備に伴い、民間事業としての宿泊施設整備の可能性について検討する。
事業効果	・宿泊者数の増加と来訪者の滞在時間延伸、消費額の増加に寄与。
事業 スケジュール	1年目 2年目 3年目 4年目 5年目 既存施策実施 誘致方策の検討、事業化

④ 宿泊推進プロモーション事業

宿泊推進プロモーション事業											
背景	・太宰府市の観光においては、年間約 1,000 万人の来訪者のうち、宿泊を伴う滞在が少ないことが課題である。 ・その理由の一つとして、太宰府観光のイメージ（立ち寄り型）及び立ち寄り先などが固定化していることなどがあげられる。 ・来訪者の滞在時間を延ばし、新たな太宰府の観光のあり方、過ごし方を提案していくためには、受け皿の整備だけでなく、宿泊をして過ごすことのメリットや提供できる価値を多くの人に周知していくことが必要である。										
目的 実施方針	・多くの来訪者に、「宿泊地」として選択してもらうために、宿泊施設、夜や朝の観光体験プログラムや飲食店の紹介、ツアー商品の企画などを行い、積極的に「太宰府泊」のプロモーションを進める。 ・また、1泊2日などで滞在する場合のモデルとなる「時間の過ごし方」などを紹介し、新しい太宰府の楽しみ方を商品化・提案する。 ・旅行代理店、広告代理店などと連携し、国内外の方に、太宰府泊を知ってもらうために、様々な媒体を活用したプロモーション活動を行う。										
事業概要	①太宰府ならではの「宿泊」を提供する ・宿泊施設を単純に紹介するのではなく、施設とともに「どのような宿泊、滞在ができるのか、サービスがあるのか」を合せてプロモーションすることで、他地域では体験できない滞在があることを周知する。 ②様々な媒体を活用したプロモーション活動 ・多様なメディア、フィルムコミッション³³、SNSなど、様々な媒体を通じて太宰府での宿泊の魅力、または宿泊しなければ体験できないプログラムなどを紹介する。 ③専属の広報・プロモーション部隊の構築 ・広報、プロモーションは、専門的知識やノウハウ、及び人脈などのネットワーク構築が重要であるため、専従できる職員などを配置した体制構築と継続的な活動を行う。 ④発信力のある口コミ戦略 ・太宰府市にゆかりがあり、発信力のある個人（著名人等）からの発信、映画やドラマ、アニメの舞台となることなど、特に多くの人に影響を及ぼす媒体を活用することで、口コミによって広がる効果をねらう。 										
事業効果	・宿泊観光地としての認知度向上、顧客満足度の向上。										
事業 スケジュール	<table><tr><th>1年目</th><th>2年目</th><th>3年目</th><th>4年目</th><th>5年目</th></tr><tr><td>既存施策実施</td><td colspan="4">事業化の検討</td></tr></table>	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	既存施策実施	事業化の検討			
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目							
既存施策実施	事業化の検討										



⑤ 太宰府品質構築事業

太宰府品質構築事業											
背景	・ 来訪者の宿泊・滞在を促進させるためには、受け入れ側のホスピタリティ³⁴やサービスの質の向上が不可欠である。 ・ 今まで、受け皿不足により、あまり宿泊者を受け入れてこなかった本市の観光関連事業者は、宿泊者向けのサービスや対応などのノウハウが十分でないため、本市全体での統一された、太宰府ならではのサービス水準を定めて、来訪者満足を高めることが求められている。										
目的 実施方針	・ 質の高い観光サービスの提供に向けて、他の地域との差別化を図り、太宰府らしさを来訪者に感じてもらうことが必要であり、そのための事業者側の意識啓発とともに、行動規範の統一化、一体的なサービス、アメニティなどの指針を構築・普及する。 ・ 太宰府市内での統一的なサービスと、各事業者が工夫すべきことの棲み分けを明確にし、「太宰府」のサービスの水準を底上げするとともに、各事業者の個性が発揮され、切磋琢磨しあう環境づくりを行う。										
事業概要	・ 本市が旗振り役となり、関係事業者団体、事業者などに呼びかけ、サービス指針や共通サービスを企画立案する。 ・ 合せて、各事業者は、社員・スタッフへの周知及び研修、関係する事業者との調整を図り、太宰府観光品質の向上に努める。 ・ 例えば、一定の基準を満たす品質認定事業者においては、認定されたマーク等を付与し、来訪者に対して高いサービス品質をPRする。 ・ デザインされたアメニティグッズの一部を統一し配布することで、宿泊者限定の市内サービス割引のクーポンとして利用するなど、来訪者が「この街に宿泊することのステータス」を高める取組みを実施する。 										
事業効果	・ 宿泊者数の増加と来訪者の滞在時間延伸、消費額の増加に寄与。 ・ 宿泊観光地としての顧客満足度の向上。										
事業 スケジュール	<table><tr><th>1年目</th><th>2年目</th><th>3年目</th><th>4年目</th><th>5年目</th></tr><tr><td>制度設計準備 関係者協議</td><td colspan="4">地域事業者との協議・制度設計</td></tr></table>	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	制度設計準備 関係者協議	地域事業者との協議・制度設計			
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目							
制度設計準備 関係者協議	地域事業者との協議・制度設計										

(2) コト消費促進戦略～太宰府を味わう～

課題:

- ・消費単価・滞在時間の少なさは、体験型・コト消費型の観光メニューの不足が要因の一つ。
- ・太宰府でしか体験できないもの、食べられないもの、感じられない雰囲気などを一つの「商品」にすることが重要。
- ・特に、宿泊しないと需要が生まれない「ナイトタイムエコノミー」の受け皿となるサービス基盤が脆弱



取り組みを進めます

- ・門前町リノベーションによるナイトタイムエコノミーの受け皿づくり
- ・移住、中長期滞在者に向けたライフスタイル提案
- ・歴史を感じられる体験メニューの提供
- ・歴史と文化を感じながらたしなむ非日常グルメ
- ・地域資源を活用した特産品開発



成果目標

- ・観光消費単価の増加
- ・欧米豪、女性などの来訪客増加
- ・体験型プログラムの利用者増
- ・体験や食、夜などのサービス事業者の増加

【おとなの太宰府づくり】

夜を楽しめる飲食、体験プログラムなどを豊富にして、「夜も楽しめる場所」としての満足度・認知度向上を図る。



九州国立博物館
夜間開館



通りを活用した
飲食イベント

【太宰府ライフスタイル体験】

・太宰府でしか体験ができない観光プログラムの開発を行う。



着物着付体験



茶道体験

【太宰府グルメ・特産品の開発】

地元食材、料理人、歴史・伝統などを踏まえたグルメ開発を行い、スローフード、高級志向、ヘルシー志向など、顧客ターゲットにあわせた料理の提供と、地域全体での質と消費の底上げを図る。



■ d47食堂：47都道府
県の食材・定食を提供



■ 旅する新虎マーケッ
トの山形県出店店舗



■ DINING OUT SADO
開催風景

① 門前町リノベーション等によるナイトタイムエコノミーの受け皿づくり

門前町リノベーション等によるナイトタイムエコノミーの受け皿づくり				
背景	・太宰府市では滞在時間や宿泊客が少なく、福岡市内に宿泊し太宰府市は日帰り、というルートが定着していると思われる。 ・滞在時間を延ばし、宿泊を促すためには、夜間に太宰府市に留まる目的が必要であり、そのためには夜間の観光メニューの充実が必要である。 ・観光の中心である太宰府天満宮の参道周辺の門前町エリアでは、土産物屋が中心であり、夜間の飲食を楽しめる場が不足している。 ・門前町は歴史的な雰囲気を残すエリアであり、太宰府ならではの雰囲気の中で夜間の街並み、賑わいを楽しめる取り組みが期待される。			
目的 実施方針	・民間事業者に対して、門前町に立地する古民家や、既存土産物屋2階、遊休公共施設などの空きスペースの活用を促し、飲食施設や伝統芸能鑑賞の場として活用する。 ・九州国立博物館の夜間鑑賞や太宰府天満宮の夜間参拝、イルミネーションによる夜のまち歩きイベントなど、既存の観光資源を夜間でも楽しめる取組みを推進する。 ・整備および運営においては市内・県内で活動している事業者や団体を掘り起し、積極的に連携する。 ・民間資金、外部専門家、地元事業者が連携する事業スキームにすることで、市内だけでは不足する資金やノウハウを獲得しながら、新たな事業を作り出す。			
事業概要	・市街地において、ナイトタイムエコノミーの受け皿となる機能の導入を図る民間事業者に対して、取組みの支援、情報提供等を行う。 ・劇場等に使用する場合は、伝統芸能の継承を行っている地域団体の掘り起こしをおこない、活動の場としてのマッチングを進める。 ・本市は、この事業のコーディネートや関係者間調整、修景事業等における補助金の拠出など、民間主導による事業の側面支援を行う。 			
事業効果	・遊休不動産への投資が行われることで、市内投資額が増加、及び固定資産税等の増加が期待できる。 ・飲食や体験に係る消費単価が増加し、滞在時間延伸に寄与する。			
事業 スケジュール	1年目 2年目 3年目 4年目 5年目 <table><tr><td>事業手法検討</td><td>事業化準備 (事業者募集等)</td><td>PPPによる事業化</td></tr></table>	事業手法検討	事業化準備 (事業者募集等)	PPPによる事業化
事業手法検討	事業化準備 (事業者募集等)	PPPによる事業化		

② 歴史・自然を感じられる体験メニューの提供

歴史・自然を感じられる体験メニューの提供											
背景	・太宰府市内には豊富な歴史・自然資源があり、それらを巡るまち歩きは特に 30 歳代女性および 50 歳代以上の男女に支持されている。 ・欧米からの外国人観光客は日本の歴史文化を体験することを観光の主目的であり、アジア人観光客も買物から体験へ目的が移行しつつある。 ・一方市内の観光は現在、物見遊山的な観光に留まっていることが多く、太宰府市の歴史を深く知り、学び、理解する段階には至っていない。										
目的 実施方針	・太宰府市の歴史や自然を感じられる体験メニューの充実を図る。 ・国内のみならず外国人も参加できるよう多言語対応する。 ・歴史資源をガイドと共に巡る「巡る歴史」、歴史的建造物の中で座学を受けられる「学ぶ歴史」、当時の風俗文化を体験できる「体験する歴史」、太宰府天満宮の神事を間近に見られる「感じる歴史」など、多様な観光メニューを開発、提供する。 ・これにより滞在時間延伸、満足度の向上、太宰府ファンの獲得を目指す。										
事業概要	・太宰府市内の歴史資源や自然資源を洗い出し、提供方法を整理する。 ・観光メニューの洗い出しと、市民がガイドや講師などの担い手（サービスの提供者）となるよう、育成や組織化、及びサービス提供の仕組み作り（シェアリングエコノミー³⁵型）を進める。 ・トレッキング³⁶や街歩き用ガイドブック、座学用テキスト、風俗体験用の道具類など、必要なハード面の整備を進める。 ・太宰府天満宮など、受け入れ先との調整を行う。 ・体験メニューの紹介などを行う事業者や代理店に対して商品の掲載、販売について営業する。 ・ふるさと納税のお礼品としての活用を図る。  <pre>graph TD A[代理店 仲介サイト] -- "情報掲載・手数料" --> B[体験メニュー 事業者] A -- "情報提供" --> C[観光客] C -- "料金" --> B B -- "利用・調整" --> D[受入先施設] D -- "調整支援" --> E[太宰府市] E -- "調整支援" --> B</pre>										
事業効果	・太宰府の歴史や自然環境への理解が深まり、満足度が向上する。 ・飲食や体験に係る消費単価が増加し、滞在時間延伸に寄与する。 ・太宰府に対する理解が深まり、ファンを獲得する。										
事業 スケジュール	<table><tr><th>1 年目</th><th>2 年目</th><th>3 年目</th><th>4 年目</th><th>5 年目</th></tr><tr><td>メニュー案の検討</td><td>商品開発、担い手探索、受け入れ先調整、代理店営業</td><td></td><td>メニュー提供開始</td><td></td></tr></table>	1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目	メニュー案の検討	商品開発、担い手探索、受け入れ先調整、代理店営業		メニュー提供開始	
1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目							
メニュー案の検討	商品開発、担い手探索、受け入れ先調整、代理店営業		メニュー提供開始								

③ 太宰府グルメの開発

太宰府グルメの開発	
背景	・太宰府では観光客の消費額のうち、飲食費が少ないことが課題となっている。梅ヶ枝餅等の名産品はあるが、高消費単価の飲食メニューが不足している。 ・外国人観光客の主目的の一つに「日本食」が挙げられており、インバウンド対応も求められている。 ・太宰府ならではの「食」体験を提供することにより、消費単価の増加、新たな太宰府の魅力発見を促すことが求められる。
目的 実施方針	・太宰府ならではの「食」体験を提供する。 ・地場食材を利用したメニュー開発だけでなく、太宰府ならではの場所・環境での食事や、太宰府の歴史を感じられる食事など、「食を通した太宰府の体験」を提供する。 ・外国人観光客については、「福岡」「九州」という観光圏として認識している可能性があるため、太宰府に拘らない取組も検討する。 ・担い手は、市内外からの掘り起こしが必要。
事業概要	・「食」体験の全体像を整理する。 ・太宰府の資源、福岡の資源、九州の資源を探索し、ターゲットごとの太宰府ならではの「食体験」を開発する。 ・それぞれの担い手を探索する。(生産者、シェフ、調度品、家具、空間デザイン等)。 ・価格とプロモーション戦略を立てる。 ・本市は検討の場の提供、関係者間の調整支援、広報支援等を行う。 ・事業アイデア：現代的にアレンジされた古代食の提供、梅酒バー、政庁跡を活用した高価格帯屋外レストラン（例：ダイニングアウト）、九州の食材を利用したレストラン（例：d47 食堂、新虎マーケット）  ■ d47食堂：47都道府県の食材・定食を提供  ■ 旅する新虎マーケットの山形県出店店舗  ■ DINING OUT SADO 開催風景
事業効果	・観光消費額の増加 ・生産者の活性化
事業 スケジュール	1年目 2年目 3年目 4年目 5年目 地元事業者との協議、調整、事業内容検討

④ 太宰府特産品の開発・販促

太宰府特産品の開発・販促	
背景	・多くの来訪者が訪れる本市であるが、お土産などで認知されている特産品は、「梅ヶ枝餅」や太宰府天満宮のお守りなどの関連商品のみである。そのため、特産品の消費に伴う経済波及効果が限定的となっている。 ・本市には、その他に梅を加工したお菓子、飲料などがあるほか、市内農産品なども存在することから、新たな地産地消を生み出すためのブランディング、商品開発、販売促進活動などが求められている。 ・また、参道エリア以外で、このようなお土産や特産品を購入できる拠点が少ない状況である。
目的 実施方針	・本事業では、特産品のサプライチェーン³⁷構築を目指し、①商品企画・開発、②生産・販売スキームの構築、③ブランディング³⁸やマーケティング、を一貫して検討・整備する。 ・地元民間事業者、関係者を中心に、宿泊施設のプロモーションや人材育成など、本市における観光振興の他の取組みと連携しながら、統一的なブランド作りの一環として、特産品開発などを進める。
事業概要	<u>①商品企画・開発事業</u> 既存の特産品や新たな特産品について、ネーミングやパッケージなども含め、「売り方」をイメージしながら、商品企画・開発を行う。 特に販売側（飲食店や宿泊施設、物販店等）と生産・加工者側が協議しながら、出口までを見据えた商品開発を行う。 実施にあたっては、関係者による協議会組織等を立ち上げ、民間事業者側で開発を主導するとともに、市は補助金や専門家派遣などの検討支援を行う。 <u>②生産・販売スキームの構築及び販売拠点の整備</u> 現在は参道エリアにおいて、お土産として販売しているものが多いが、生産する拠点及び直販する拠点を整備し、「生産現場も見せる」ことで、付加価値を生み出す。 市街地エリアにおける公共施設の空きスペースや公有地などを活用し、新たな特産品の生産・販売拠点の整備・誘導を図る。 <u>③ブランディング・マーケティング</u> 現代の特産品などのブランディング、マーケティングは、SNSや口コミによるものが大半を占めており、その後、雑誌やWEBサイト、放送などのメディアが取り上げる流れである。 そのため、まずは市民、その次に来訪者、特に外国人観光客などの評判になるため、積極的な試食・試作品キャンペーンなどを展開し、満足度のフィードバックを得ながら、商品の改善と認知度を高めていく。
事業効果	・特産品の増加 ・関連する農産物や商品の出荷額・生産額、消費額の増加
事業 スケジュール	1年目 2年目 3年目 4年目 5年目 地元事業者との協議・検討、企画検討



(3) 回遊促進戦略～太宰府をめぐる～

課題:

- ・立寄り・通過型の来訪者が多く、本市の魅力や観光拠点を十分に満喫してもらえていない
- ・観光関連の産業が物販などが中心
- ・宿泊施設等の集積が不十分
- ・「宿泊できる場所」として認知されていない



取り組みを進めます

- 太宰府天満宮～観世音寺～太宰府政庁跡までの回遊ルートの整備
- 史跡地における民間投資誘導
- 市内駐車場の分散化
- 市内二次交通(サイクルシェア等)の導入
- モニターツアー等によるプロモーション
- 市民参加型まち歩きイベントの開催

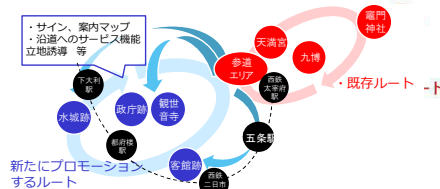


成果目標

- ・立寄り箇所数の増加、滞在時間の延長
- ・来訪者の交通や回遊に対する満足度向上

【回遊ルートづくり】

現在の太宰府天満宮周辺集中の回遊ルートを、他の拠点も含めて、市内広範に歩いて過ごしてもらえるルートの開発・整備を図る。
渋滞の原因を明らかにし、交通計画の見直しを行うとともに、駐車場の分散化と、域内二次交通の仕組みづくり、モビリティ・マネジメントの導入を行う。



回遊を促進するプロモーションを実施

【回遊促進プロモーション】

他の回遊ルート等の認知度、利用者数を増加させるためのプロモーション活動とともに、回遊ルートを使ったイベント等を実施する



モニターツアーの実施

市内の観光資源



水城跡(春)



観世音寺(夏)

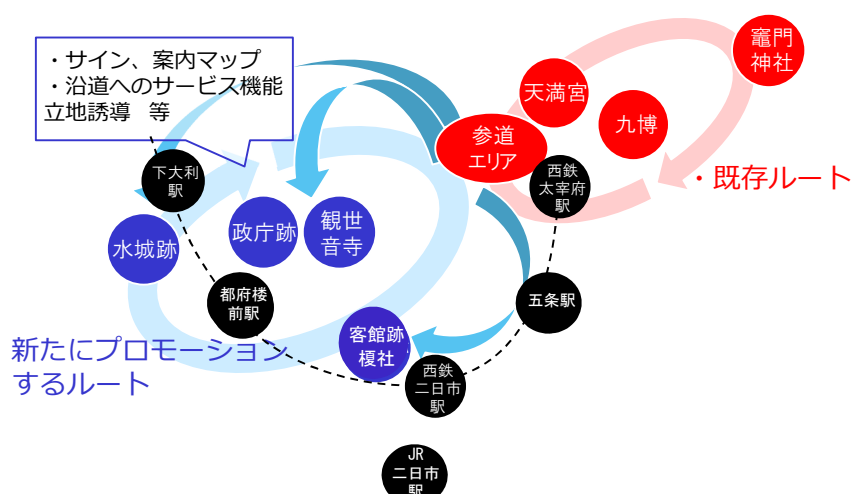


龍門神社(秋)



太宰府天満宮(冬)

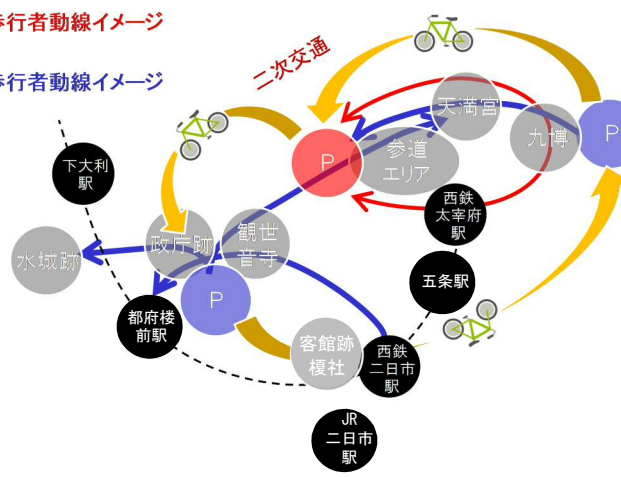
① 太宰府天満宮～観世音寺～政庁跡～水城跡までの回遊ルートの整備

太宰府天満宮～観世音寺～政庁跡～水城跡までの回遊ルートの整備											
背景	・現在の来訪者の立寄り場所は、太宰府天満宮、九州国立博物館、竈門神社の3拠点に集中しており、その多くの回遊ルートは、天満宮近くの駐車場に自家用車やバスを駐車し、参道エリアや天満宮、九州国立博物館あたりを徒歩で周るルートにとどまっている。 ・それにより、滞在時間や消費エリアが限定的になっていることが太宰府市観光の大きな課題である										
目的 実施方針	・現在の天満宮、及び参道エリア、九州国立博物館、竈門神社の拠点以外にも、本市には歴史・文化資源が豊富である。来訪者が訪れやすくするために、大宰府政庁跡や観世音寺、客館跡、水城跡など、市内に広がる他の資源を楽しむことができる回遊ルートを整備し、情報発信する。 ・また、訪れた人が休憩したり、お土産を買ったり、食事をするように、それぞれの回遊ルートにおけるサービス機能の整備拡充を図る。										
事業概要	・既存の回遊ルートに専門家やメディアと連携する等、新たな付加価値や新たな観点を加えた上で、情報発信の強化、旅行会社等への売り込みを行い、「認知度」を高めることを重視 ・回遊ルートの沿道や拠点周辺におけるサービス機能（飲食店等）の立地可能性検討 ・地元ガイド、事業者による街歩きを実施し、ルートの問題点・改善点を明らかにし、「誰もが歩きたくなる回遊ルート」として整備 ・サイン、案内マップ、カラー舗装等による歩行者の誘導 ・サイン、案内マップ ・沿道へのサービス機能立地誘導 等 										
事業効果	・回遊ルートが増え、来訪者の滞在時間延伸に寄与する。 ・沿道、周辺施設への立寄りが増え、飲食や体験に係る消費単価が増加する。										
事業 スケジュール	<table><tr><th>1年目</th><th>2年目</th><th>3年目</th><th>4年目</th><th>5年目</th></tr><tr><td colspan="2">回遊ルート案の棚卸・新規ルート検討</td><td colspan="3">観光案内、マップ作成、サイン等への反映</td></tr></table>	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		観光案内、マップ作成、サイン等への反映		
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		観光案内、マップ作成、サイン等への反映									

② 史跡地における民間投資誘導

史跡地における民間投資誘導											
背景	・現在の太宰府市内では、観光資源の多くが史跡地に指定され、保護・保全等を前提とした管理、並びに周辺土地利用がなされている。 ・今後は、史跡地としての価値を損なうことなく、適切な管理を引き続き行うとともに、より多くの人に訪れてもらう、触れてもらうことを目指し、周辺の土地・建物の利用における規制緩和や史跡の利用にあたっての基準を明確にすることが求められている。										
目的 実施方針	・今後は、既存建物の用途転換による商業利用等を可能とするエリアを定め、また、積極的な情報提供、及び利用ニーズを有する事業者等とのマッチングを進め、賑わいを生み出す利活用、民間投資を促進させることが必要である。										
事業概要	・史跡地内に地区計画³⁹を定め、既存の建築物の用途転換による利用を可能とし、未利用建築物の宿泊施設や飲食店としての利活用を促進させる。 ・所有者と利活用ニーズのある事業者とのマッチング支援や情報提供などを進め、積極的な民間投資を呼び込み、大宰府政庁跡や観世音寺周辺の賑わい創出を図る。 										
事業効果	賑わい創出 観光消費額の増加										
事業 スケジュール	<table><tr><th>1 年目</th><th>2 年目</th><th>3 年目</th><th>4 年目</th><th>5 年目</th></tr><tr><td colspan="2">遊休地活用方策検討、制度検討</td><td colspan="3">事業実施要件の整理、事業者公募等</td></tr></table>	1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目	遊休地活用方策検討、制度検討		事業実施要件の整理、事業者公募等		
1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目							
遊休地活用方策検討、制度検討		事業実施要件の整理、事業者公募等									

③ 市内駐車場整備事業

市内駐車場整備事業											
背景	・立寄り先に偏りが生じている一つの要因は、現在来訪者が利用する駐車場が太宰府天満宮周辺、参道エリア周辺に集積していることである。 ・それにより、市民生活にも影響を及ぼしており、自家用車や観光バスの駐車場所を分散することが急務である。 ・そのため、九州国立博物館周辺や大宰府政庁跡、観世音寺周辺に駐車場を整備し、そこから回遊してもらう工夫が必要である。										
目的 実施方針	・遊休地、公有地等を活用し、九州国立博物館周辺、及び政庁跡、観世音寺周辺において、一定規模の駐車場を整備する。 ・それにより、自家用車や観光バスの移動ルートが変わることが期待できる。 ・また、そこから来訪者に回遊してもらうためには、拠点間、駐車場間を結ぶ二次交通（サイクルシェアや新たな移動手段等）のサービスを提供し、来訪者の利便性を高めることも検討する。										
事業概要	・駐車場が集中している太宰府天満宮及び参道エリアから、自家用車や観光バスを分散させるために、九州国立博物館周辺、政庁跡、観世音寺周辺での遊休地や公有地を活用した駐車場整備可能性を検討する。 ・駐車場整備後、利用者の徒歩での回遊を促すため、駐車場や各施設等を結ぶ二次交通（サイクルシェアや新たな移動手段等）の整備などを検討し、「パーク＆ウォーク」の促進を図る。駐車場利用者は無料乗車可能などのサービスを想定。 ・回遊ルートのプロモーションとともに、駐車場所のサイン、案内、旅行会社等への周知を行い、来訪者の回遊促進を図る。 → 現在の歩行者動線イメージ → 将来の歩行者動線イメージ 										
事業効果	回遊時間（滞在時間）の延伸										
事業 スケジュール	<table><tr><th>1年目</th><th>2年目</th><th>3年目</th><th>4年目</th><th>5年目</th></tr><tr><td>基礎調査、実証事業等</td><td>効果検証、事業化準備</td><td></td><td>駐車場整備、駐車場シェアリング事業の実施</td><td></td></tr></table>	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	基礎調査、実証事業等	効果検証、事業化準備		駐車場整備、駐車場シェアリング事業の実施	
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目							
基礎調査、実証事業等	効果検証、事業化準備		駐車場整備、駐車場シェアリング事業の実施								

④ 市内二次交通（サイクルシェア）の導入

市内二次交通（サイクルシェア）の導入	
背景	・市内の二次交通は、路線バス、タクシーなどが利用されているが、利便性が低くなっている。 ・一方、現在西鉄太宰府駅、西鉄二日市駅などで、レンタサイクルの取組みが行われている。このレンタサイクルの利便性を高めることで、市民、来訪者の利用を促し、手軽な市内の移動手段として普及させることが求められている。 ・国内外において、自転車の利用者数が拡大傾向にある中、シェアリングエコノミーの一つとして、サイクルシェアリングの仕組みは導入が進められている。
目的 実施方針	・現在、実施している西鉄太宰府駅、西鉄二日市駅、都府楼前駅でのレンタサイクルの仕組みを生かし、①サイクルポートの増設、②課金システムの改善、③乗り捨て型サービスの導入、などを進めることで、利用者利便性を高め、市民、及び来訪者の利用を促進する。 ・車道空間においても、自転車専用レーンなどのマーキングなどを行うことで、自転車利用者が安全に利用しやすい道路空間づくりを進める。
事業概要	・現在のレンタサイクルの利用状況、満足度、利用者ニーズなどを把握し、ポートの拡充や新サービスの導入方針を検討する。 ・乗捨て型・ネット決裁型サイクルシェアリングのサービスモデル、ビジネスモデル、事業採算性を検証し、民間事業者によるサービス導入可能性などを検証する。 ・市はサイクルシェア事業者に対して、実証事業の支援、サイクルポート整備にあたっての支援等を検討する。
事業効果	多様な回遊ルートの利用 立寄り箇所の増加
事業 スケジュール	1年目 2年目 3年目 4年目 5年目 既存事業の現況把握、課題整理、事業化に向けた検討

⑤ モニターツアー等によるプロモーション

モニターツアー等によるプロモーション	
背景	・回遊促進にあたっては、現在立寄り回数が少ない観光資源については、そのものの認知度が低く、魅力が来訪者や旅行会社等に伝わっていないことが大きな要因であると考えられる。 ・そのため、旅行会社や旅行雑誌出版社など、旅行の企画やプロモーションを行っている「プロ」を呼び、実際に見てもらうことで、売り出したい回遊ルートの魅力を伝えるとともに、改善すべき課題等を抽出する機会を作ることが重要である。
目的 実施方針	・新たな回遊ルートを設定した上で、その回遊ルートに沿った観光商品を模擬的に旅行会社や旅行雑誌出版社などを招待して体験してもらう。 ・その上で、回遊ルートの売り出し方、ストーリー性、ソフト・ハード面での課題、改善点などの評価、意見交換をしてもらい、回遊ルートのプロモーションに生かすことを目的とする。
事業概要	・設定した新規回遊ルートについて、観光商品化（午前中に到着して、一日楽しんでもらうためのプログラム設定）を行う。 ・その観光商品を体験してもらうモニターツアーを実施する。対象は旅行会社や旅行雑誌出版社など、多くの観光地や観光商品を取り扱ってきたプロ。 ・事後、意見交換会を実施し、よかったところと、改善すべきところについて発表してもらい、今後の回遊ルート整備、及び観光商品化、プロモーション戦略に反映する。 例：スターツ出版OZマガジン 旅：旅先で、暮らすように「よりみち」を楽しむ  OZ magazine 沖縄で、のんびり。  OZ magazine 春の京都へ 長期に渡る徹底的な現地取材の中で、対象エリアの最新情報はもちろん、外したくない観光情報もお伝えすることで“持ち歩ける雑誌”として展開。 *過去特集テーマ* □アート□沖縄 □京都□台湾/ハワイ(海外) など
事業効果	質の高い観光プログラムの商品化 来訪者への広報・広告効果
事業 スケジュール	1年目 ➤ 2年目 ➤ 3年目 ➤ 4年目 ➤ 5年目 モニターツアー企画、事業化に向けた検討

⑥ 市民参加型まち歩きイベントの開催

市民参加型街歩きイベントの開催	
背景	・ 来訪者の回遊を促進させるためには、まず市民がそのルートや観光資源に愛着を持って、慣れ親しんでいる必要がある。地元の人が紹介したくなるようなルートでなければ、来訪者の人も魅力を感じない。 ・ そのため、まず、市民が回遊ルートやそのルート上の観光資源に親しんでもらう機会を作り、口コミやSNSで、その魅力が外部へ発信されていくようなきっかけを作り出す事が重要である。
目的 実施方針	・ 近年、注目されているのは「街歩き」と呼ばれる、自分たちの住んでいる街や日常的に通っている街について、その歴史や風土、人とのふれあいを感じながら歩くイベントである。 ・ また、市民マラソンなども多くの都市で開催されているが、その魅力は、その都市の観光名所や魅力的な場所を走ることができることである。 ・ このように、市民が回遊ルート、観光資源を体験してもらうことを目的として、街歩きや市民マラソンなどのイベントを行う。
事業概要	・ 地元のボランティアガイドや事業者の協力を得て、街歩きイベント、市民マラソンイベントを開催し、主に市民の参加を得て、太宰府の魅力を再発見してもらう。 例：大田・品川まちめぐりガイドの会  例：会津鶴ヶ城マラソン   例：歩かんね太宰府 
事業効果	市民の観光資源に対する認知度、愛着の醸成 来訪者に対する広報・広告効果
事業 スケジュール	1年目 2年目 3年目 4年目 5年目 事業内容の検討、実施に向けた検討

(4) 基本計画実行戦略～太宰府をつなぐ・結ぶ～

課題:

・現在は太宰府天満宮や地元事業者、市がそれぞれの取組みを実施しているが、今後、本計画に基づき、一体的な合意形成と事業推進を進める必要がある。
・そのため、ステークホルダーが共同出資する形態による官民連携の観光事業体の組成が求められている



取り組みを進めます

観光ビジネススタートアップ施設整備
市民向けの受け入れ、もてなし、プロモーション人材育成
太宰府市観光戦略推進事業体の組成（ソフト・ハード面）
民間事業者の参画方法、民間資金活用方策の検討
観光情報基盤の拡充
市内大学との連携

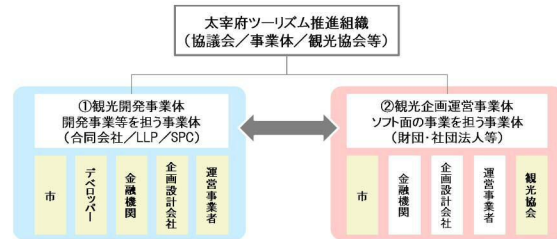


成果目標

・市民・市内事業者による新たなサービス提供による所得・売上増

【観光人財づくり・体制づくり】

ガイド、おもてなし人材など、市民が観光産業の一端を担う人材活用方策の検討を進めるとともに、観光関連ビジネスに参入する事業者の増加を促す。



太宰府市観光戦略推進事業体(案)

【官民連携による推進体制の構築】

企画、プロモーション、サービス提供・施設運営、資金調達等を担う「観光事業体」を地域において、官民連携での組成を検討する。(太宰府版DMCの組成など)

例:横浜市共創推進室の取組み

共創フロント

民間事業者から公民連携に関する相談・提案を受けける窓口。提案は、共創推進室が市役所各部署との縦断し役となり、実現に向けた検討や調整を行う。



サウンディング

横浜市の公有資産の活用等について、事業検討の段階で民間事業者のアイデアや市場性の有無を、公算による対話で把握。参入しやすい公募条件の設定を把握するとともに、地域課題や配座事項を事前に伝える。



① 観光ビジネススタートアップ支援事業

観光ビジネススタートアップ支援事業											
背景	・今までの太宰府市内の観光関連産業の多くは、太宰府天満宮参道エリアにおける飲食、物販等を提供する事業者である。 ・本市の来訪者の滞在時間を延ばしていくためには、多様な宿泊施設や飲食店、体験プログラムの提供、ツアー企画など、今までにはないサービスや価値を提供していく「新たなサービス事業の起業＝スタートアップ」を促進させる必要がある。 ・そのためには、創業時の起業家の負担やリスクを低減することで、新しいビジネスを立ち上げやすい環境を整えることが必要である。										
目的 実施方針	・「観光ビジネススタートアップ」を支援するために、①小規模でも安価なレンタルオフィス、アトリエなど、事業立ち上げ時の一定期間、事業場所を提供する、②低利融資や債務保証など、事業資金を調達しやすくしてあげる、③ビジネスアイデアコンテストなど、投資家と起業家とをつなぎ、紹介できる機会と場を提供する。										
事業概要	・市有施設や市内の遊休施設等を有効活用し、スタートアップ支援のためのレンタルオフィス、貸し会議室、貸しテナントなど、創業時における安価な事業場所として提供するシステムづくりを検討する。 ・市内から新しい観光関連ビジネス、サービスが生まれ、軌道に乗った段階で、参道エリアや市内の空き店舗、空きオフィススペースへ進出してもらうことで、新たな事業立ち上げの好循環を生み出す。 ・また、観光関連産業を対象とした起業支援、第二創業支援などを産業振興の観点から実施。低利融資や債務保証などの仕組みを市内金融機関と連携して構築し、小規模事業者が直面する資金調達面での障壁を取り除く。 ・市内大学との連携により、観光ビジネスアイデアコンテストなどを開催し、起業アイデアを発表する場に金融機関や投資家などを呼び、ビジネスマッチング等を促進させる。 ※「門前町リノベーションによるナイトタイムエコノミーの受け皿づくり」と連携して実施 										
事業効果	・遊休不動産への投資が行われることで、市内投資額が増加、及び固定資産税等の増加が期待できる。 ・新たな事業での消費単価が増加し、滞在時間延伸に寄与する。										
事業 スケジュール	<table><tr><th>1年目</th><th>2年目</th><th>3年目</th><th>4年目</th><th>5年目</th></tr><tr><td>事業手法検討</td><td>事業化準備 (事業者募集等)</td><td></td><td></td><td>PPPによる事業化</td></tr></table>	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	事業手法検討	事業化準備 (事業者募集等)			PPPによる事業化
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目							
事業手法検討	事業化準備 (事業者募集等)			PPPによる事業化							

② 市民おもてなし人財育成事業

市民おもてなし人財育成事業											
背景	・本市には、多くの歴史文化資源が存在し、市民がそれらを学び、ボランティアガイド等の活動を行っている。 ・来訪者への有償サービスという形で提供されているものが少ない。 ・市民や事業者が太宰府の地域資源を継続的に学び、来訪者に提供する形で観光振興に参画・貢献し、生涯学習としての活躍や地域経済循環を生み出していくことが期待できる。										
目的 実施方針	・ガイド、サービスの質の統一のための指針の作成。 ・有償化に向けた体制の構築、研修等の実施。 ・多様な市民や事業者が参画する形で太宰府の観光振興を図っていくことを目指す。										
事業概要	・ガイドサービスとしての標準的な質を担保するため、観光ガイドサービスガイドラインを作成し、ガイドを行う多様な主体へ周知する。 ・太宰府観光に関わる事業者ガイドにもサービスガイドラインを理解してもらい、太宰府観光のおもてなし向上に努めるとともに、市民生活と観光との共存を図る。 ・有償化に向けたガイド認定や来訪者への窓口となる体制を構築するとともに、ガイド育成のための研修を行う。 ・来訪者のニーズに合わせ、有償ガイドや市民ガイドへの依頼を行う。 <pre>graph LR subgraph Inputs CG1[市民ガイド] CG2[市民] CG3[事業者ガイド] end subgraph Center SGL[サービスガイドライン] TR[研修] DEN[認定] CGS["(仮)ガイドセンター"] end subgraph Outputs PG[有償ガイド] CG4[市民ガイド] CG5[事業者ガイド] VIS[来訪者] end CG1 --> SGL CG2 --> SGL CG3 --> SGL SGL --> TR TR --> PG PG --> DEN DEN -- 登録 --> PG PG -- 依頼 --> CGS CGS -- "ガイド派遣" --> VIS VIS -- 依頼 --> CGS CG4 -- 依頼 --> CGS CG5 -- 依頼 --> CGS</pre>										
事業効果	市民の来訪者のおもてなし、受け入れへの参画推進 有償化することで、観光案内事業による経済効果発現										
事業 スケジュール	<table><tr><th>1年目</th><th>2年目</th><th>3年目</th><th>4年目</th><th>5年目</th></tr><tr><td>サービスガイドラインの策定</td><td>研修の実施・認定ガイド事業の実施</td><td></td><td></td><td>継続的な人材育成事業</td></tr></table>	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	サービスガイドラインの策定	研修の実施・認定ガイド事業の実施			継続的な人材育成事業
1年目	2年目	3年目	4年目	5年目							
サービスガイドラインの策定	研修の実施・認定ガイド事業の実施			継続的な人材育成事業							

③ 太宰府市観光戦略推進事業体の組成

太宰府市観光戦略推進事業体の組成	
背景	・現在、太宰府市における観光振興の取組みは、観光産業に関わる民間事業者や、業界団体、観光協会、市民活動団体及び市などがそれぞれ活動を行っている状況である。 ・観光振興に向けては、一つの地域として、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、一つの目標に向かって、具体的にアクションを行う「事業体」の存在が不可欠である。 ・近年、このような「観光地経営」の視点にたったの取組みを進める事業形態として、「DMO（Destination Marketing/Management Organization）⁴⁰」の組成が相次いでいる。
目的 実施方針	・本市では、官民双方の様々な事業主体、ステークホルダーが、それぞれの役割、強みを発揮しながら、「太宰府」として一つの地域を「経営」していく事業体の組成を検討する。 ・官民の共同事業体により、それぞれの役割を明確に持ちながら、一つの目標を達成する事業体であることが重要であり、機動的な企画立案や事業投資が可能なスキームを構築する。
事業概要	・事業の推進体制については、①開発等を中心に担う事業体と、②企画・運営を担うソフト面を担う事業体の両輪を構築。 ①は、開発・不動産事業等を推進する。公共／民間双方の資産活用が求められるため、官民連携での事業化・ファイナンスの受け入れが可能な事業体を想定。 ②は、市全域での商品開発やプロモーションを担う事業体。市の観光振興に向けた公益・共益的な事業を推進することが想定されるため、組合的組織、公的組織による事業体を想定
事業効果	本市観光振興にかかる事業の担い手が存在する
事業 スケジュール	1年目 > 2年目 > 3年目 > 4年目 > 5年目 関係者間での協議・調整、方向性の検討

④ 官民協創プラットフォームの構築

官民協創プラットフォームの構築	
背景	・観光産業の主役は市内の民間事業者である。宿泊、飲食、ツアー企画・受入れ、交通、その他エンターテインメントや付随する事業は、地元事業者によって提供されることが望ましい。 ・一方、新たな事業を立ち上げる際には、民間事業者が一定のリスクを負担して、「チャレンジ」することになるが、その障壁を可能な限り取り除いたり、リスクを低減してあげることで、新規事業参入を促すことが可能である。そのような民間事業者の「チャレンジ」を支援することが、公共側（市）の役割である。
目的 実施方針	・観光振興、賑わい創出、交流人口の増加、滞在時間の延伸など、太宰府市の観光産業の振興に資する、新たな民間事業者の取組みについて、市が積極的な支援を行い、「官民連携事業＝PPP事業」として、推進していくことが求められている。 ・そのために、市では、民間事業者側の事業提案を広く受け付け、どのようにすれば、事業化が可能になるのかを検討する「官民協創プラットフォーム」の構築を目指す。
事業概要	・市内部組織として、「官民協創プラットフォーム」の担当窓口、担当者を設置し、民間事業者側からの事業提案の受付窓口を一元化する。 ・提案があった事業は、事業担当部署に共有し、さらに提案民間事業者と対話しながら、事業スキーム、実現化手法について検討を行う。 ・市側から提案を求めたい事業、民間主導で進めて欲しい事業については、アイデア募集、サウンディング調査等を用いて、広く民間事業者の声、提案を受け付ける仕組みを導入する。 例：横浜市共創推進室の取組み 共創フロント 民間事業者から公民連携に関する相談・提案を受ける窓口。提案は、共創推進室が市役所各部署との橋渡し役となり、実現に向けた検討や調整を行う。  サウンディング 横浜市の公有資産の活用等について、事業検討の段階で民間事業者のアイデアや市場性の有無を、公募による対話で把握。参入しやすい公募条件の設定を把握するとともに、地域課題や配慮事項を事前に伝える。 
事業効果	民間事業者からの事業提案数の増加
事業 スケジュール	1年目2年目3年目4年目5年目 庁内での体制検討、仕組みづくり

⑤ 観光情報基盤の拡充

観光情報基盤の拡充	
背景	・IoT⁴¹、AI⁴²、自動化技術などの進展により、観光におけるICT⁴³によるサービスのあり方に変化が生じている。 ・特に来訪者に対する円滑な情報の提供は、来訪者の滞在、回遊における満足度、利便性に寄与するため、太宰府においても、多様かつ先進的な観光情報基盤の拡充が求められる。
目的 実施方針	・国内外からの来訪者に対する観光情報等の提供において、ICTを活用した先進的な取り組みを行い、来訪者の利便性向上を図る。 ・市民、観光産業に関わる民間事業者、業界団体、市民活動団体及び市、連携する周辺自治体など、多様な主体が行う取り組みに関して、情報を一元的に扱い、相互の連携促進、及び来訪者に対する情報提供を行う。
事業概要	① 観光案内所機能の拡充 観光にかかわるあらゆる情報が、観光案内所に集約され、一元的に提供できる「コンシェルジュ⁴⁴機能」の拡充を図る。 また、広域での連携を促進するため、周辺自治体を含めた、一体的な観光情報の提供を行い、来訪者の利便性向上、滞在促進、回遊性向上を目指す。 ②先進的ICT活用 携帯電話、携帯端末等のアプリケーションによる情報提供やサービス提供、ポイント付与など、来訪者や滞在者に対する付加価値サービスを提供する。 近年、普及が進んでいるキャッシュレス化やシェアリングエコノミーのサービス基盤として、決済端末やICT基盤の拡充、導入を推進する。 
事業効果	来訪者の満足度の向上、滞在時間の延伸
事業 スケジュール	1年目 2年目 3年目 4年目 5年目 導入可能性検討、実証事業等の計画策定

⑥ 市内大学との連携

市内大学との連携	
背景	・太宰府市と太宰府市に拠点を置く 5 大学（九州情報大学、筑紫女学園大学、日本経済大学、福岡こども短期大学、福岡女子短期大学）は、平成 10 年より「太宰府キャンパスネットワーク会議」という組織をたちあげ、高等教育機関が有する資源を公開講座や施設の開放を通じて、地域社会の発展や豊かな生涯学習社会への発展に連携して協力してきた。 ・さらに、平成 27 年には、文化・教育・芸術といった分野などで相互に協力し、地域社会の発展と人材の育成に寄与することを目的として、連携協力に関する協定を締結した。
目的 実施方針	・学園都市としての太宰府市の強みである市内 5 大学の知見を「観光振興」の分野で最大限生かすために、実践的研究や社会実験等の取り組みを通じて、産学官連携を一層推進する。 ・各大学に訪れる留学生などの参画を促し、人的かつグローバルなネットワーク構築を図る。
事業概要	・学識者の専門的知見と、学生の若い力、視点を太宰府の観光推進に生かすために、各種セミナーの開催、研究発表の場づくり（キャンパスフェスタ等）、市民ワークショップの実施、社会実験などを実施する。 ・「太宰府キャンパスネットワーク会議」を情報共有や連携のプラットフォームとして位置づけ、市民、市内事業者、市などが積極的に連携し、具体的な取組みを立案・実践していく。 ・市内大学との連携により、観光ビジネスアイデアコンテストなどを開催し、起業アイデアを発表する場に金融機関や投資家などを呼び、ビジネスマッチング等を促進させる（再掲） 
事業効果	太宰府市の観光の取り組みに関わる学生数の増加
事業 スケジュール	1年目 > 2年目 > 3年目 > 4年目 > 5年目 太宰府キャンパスネットワーク会議との協議・体制構築