

うきは市観光振興計画

(概要版)

令和3(2021)年度～令和5(2023)年度
福岡県うきは市



うきは市観光振興計画の施策体系



うきは市の観光課題

- ① ターゲットのニーズを見据え、継続的に関わってもらうための情報発信が必要
 - UKIHA FAN CLUB や道の駅会員、SNS のフォロワー等に**向けた**より効果的な情報発信が必要
 - うきはの**リピーターニーズ**を的確に捉え、そのニーズに合った情報発信が必要
 - うきは市の**観光ニーズの変化（通過型→目的地化→宿泊も含めた中長期的滞在等）**を捉えた情報発信が必要
- ② 来訪者の満足度を高める受入環境の整備が必要
 - 市内の観光施設への案内標識や看板などへの不満が多く、**初めてきても分かりやすい観光地としての環境整備**が必要
 - 宿泊施設の対応への不満やトイレなど施設の設備に関する不満等もあり、**快適に過ごせる環境整備**が必要
 - 道の駅や吉井の白壁等での**駐車場や交通混雑が多く発生**し不満につながっており、対応が必要
 - 来訪者の多くが自家用車利用であるが、**公共交通でのアクセスや市内循環を見据えたアクセス手段の確保**が必要
- ③ エリア同士の連携により、観光消費を促す仕組みづくりが必要
 - 観光消費額は増加しているものの、1箇所での買い物に留まっていることが多く、**市内各スポットを巡る仕組み**が必要
 - おさんぼうきは等のツールを活用し、**市内店舗を巡る仕組みづくりや巡るためのインセンティブの検討**が必要
 - うきは市だけではなく、隣接する朝倉市・八女市等をはじめとした**筑後エリアの自治体等との連携**を進めていくことが必要
- ④ 社会情勢に配慮した新たな観光のあり方について検討が必要
 - ウィズコロナの中で**来訪者が安心して過ごすことのできる観光コンテンツ**（屋外でのアクティビティ等）の検討が必要
 - **マイクロツーリズム※**等の**近隣観光客の需要**を見込んだ観光地づくりが必要
 - ワークेशन※やキャンプ、ナイトタイムエコノミー※等の**新たな観光トレンドを見据えたコンテンツづくり**等が必要
- ⑤ うきは市観光の基盤を下支えする体制整備が必要
 - 来訪者アンケート調査や SNS・WEB 分析等を継続的に実施し、**効果的な施策実施に向けたマーケティング分析**が必要
 - DMO 法人への本登録に向け、観光等に係る**マーケティング・プロモーション機能の更なる強化**が必要
 - 上記を担うことのできる**人材発掘・人材育成**が必要
 - 地元高校生等と連携し、**観光学習等につなげる取組み**が必要

観光コンセプト/KGI

ちよつと遠くて、どこか近い 自然と人の魅力を感じる “うきはのくらし旅、えがお旅”

福岡都市圏から1時間、北九州や大分、長崎からも2時間圏内でアクセスできる北部九州の中心（Heart of Kyushu）としてのうきはは、土壌にも水源にも恵まれ、歴史を刻み、新鮮で心地いい空気をいつも感じることができる自然豊かな環境に週末にふらっと出かけると、新鮮なフルーツや農産物等の豊かな食を通じて笑顔になれるまち。職人や農家などの「作り手」を通じて感じるうきはの暮らし。そんなうきは市の魅力を、もっと多くのみなさまに観て！食べて！身近に感じてもらい、そして笑顔になって、ゆったりとした暮らしの香りを感知されるうきは旅を提供します。

KGI（重要目標達成指標）

- 令和5年度の目標値
- 観光入込客数：**240 万人**
 - リピーター意向がある来訪者（観光客）の割合：**90%**
 - うきは市内における観光消費額（一人当たり）：**1,500 円**

観光に係る戦略

戦略1：いろんな「うきはいいね」があふれるうきは観光のきっかけづくり

戦略1-①：観光に係るマーケティング・プロモーション

重点ターゲット(UKIHA FAN CLUB 会員や道の駅会員等)のニーズ等を分析するとともに、ターゲットに向けた効果的な情報発信を行います。

戦略1-②：新たなターゲットに向けたプロモーション

通過型観光から目的地へ、そして中長期的な滞在ができる観光地としての情報発信を行います。

戦略2：うきはの魅力が伝わる観光のコンテンツづくり

戦略2-①：物販機能・商品開発等の強化

うきはブランドをより発信するための市内外企業と連携した物販機能や商品開発の強化等を進めます。

戦略2-②：広域連携等による誘客促進

市域を超えた広域連携による観光の受け皿づくりを進め、エリアを巡る仕組みや様々な方面からの誘客促進につなげます。

戦略2-③：観光トレンドを踏まえた独自コンテンツの造成

観光トレンドとしてマイクロツーリズムやワークेशन等をターゲットにしたコンテンツを生み出すとともに既存コンテンツを磨き上げます。

戦略3：うきは市内を快適に回遊できる観光地としての受け皿づくり

戦略3-①：ICT 技術等の活用

ICT 技術等を活用し、来訪者へのサービス強化や来訪者ニーズ等を定期的に取得することで、満足度の更なる向上に向けた取組を行います。

戦略3-②：訪れやすく、巡りやすい観光地としての交通環境の整備

吉井の白壁周辺等のまちなかで歩きたくなる環境づくりを進めるとともに、2次交通を確保し、ストレスフリーな交通環境を検討します。

戦略3-③：観光を推進していくための基盤づくり

DMO 法人本登録に向けた観光推進体制強化とそれらを担う人材育成とともに、観光に関連する産業・事業間の連携等による基盤強化を行います。

施策

- 施策1 会員情報、HP・SNS の分析
- 施策2 既存の観光客やうきはファンに向けた情報発信
- 施策3 新たな観光ターゲットに向けた情報発信
- 施策4 市内宿泊施設のプロモーション
- 施策5 ウェブを活かした物販機能の構築・推進
- 施策6 市内外事業者等と連携した特産品やお土産の開発
- 施策7 都市部居住者等とのつながりを活かした物販やイベントの実施
- 施策8 周辺自治体や各種協議会と連携した誘客促進
- 施策9 体験コンテンツの磨き上げ、新規体験メニューのモデル検証
- 施策10 温泉街のブランディング
- 施策11 ICT 技術等の活用・連携（おさんぼうきは等の既存アプリ等）
- 施策12 歩きたくなるウォーカブル※な観光地づくり
- 施策13 新たな足としての二次交通の検討
- 施策14 新交通システム導入の検討
- 施策15 道の駅うきはの増強による誘客につながる整備促進
- 施策16 事業者間連携と情報提供の仕組みづくり
- 施策17 うきは観光みらいづくり公社のDMO 法人への本登録、機能強化
- 施策18 観光事業を行う担い手育成
- 施策19 観光会館土蔵・ウキハコの役割整理・連携

※マイクロツーリズム：自宅からおよそ1時間圏内の地元や近隣への短距離観光のこと。
 ※ワークेशन：仕事（Work）と休暇（Vacation）の造語。リゾート地や地方部など、普段の職場とは異なる場所で働きながら休暇取得を行うこと。あるいは休暇と併用し、旅先で業務を組み合わせる滞在のこと。
 ※ナイトタイムエコノミー：夜間の時間におこなわれる様々な活動を通じて地域の文化創生や発展、国内外の人々への魅力訴求、消費拡大などにつなげる考え方のこと。
 ※ウォーカブル：「歩く」の“walk”と「～できる」の“able”を組み合わせで作られた「歩くことができる、歩きやすい」という意味の形容詞。

うきは市の観光戦略



観光振興を進めていく上でのコンセプトは、観光のキャッチコピーとして市外の観光プロモーション等に活用する「マーケット向けコンセプト」を位置づけます。また、うきは市をはじめ観光事業者が共有すべき「内部向けコンセプト」として DMO 形成・確立計画で設定しているコンセプトの位置づけを検討します。

1. マーケット向けの観光コンセプト（アウターコンセプト）

ちょっと遠くて、どこか近い自然と人の魅力を感じる “うきはのくらし旅、えがお旅”

主なターゲット 福岡都市圏在住の 30～40 代 / 身に着けるもの・食べるものにこだわりを持つ

福岡都市圏から 1 時間、北九州や大分、長崎からも 2 時間圏内でアクセスできる北部九州の中心（Heart of kyushu）としてのうきは。土壌にも水源にも恵まれ、歴史を刻み、新鮮で心地いい空気をいつも感じることができる**自然豊かな環境**に週末にふらっと出かけると、新鮮なフルーツや農産物等の**豊かな食を通じて笑顔になれるまち**。職人や農家などの**「作り手」を通じて感じるうきはの暮らし**。そんなうきは市の魅力を、もっと多くのみなさまに観て！食べて！身近に感じてもらい、**そして笑顔になって、ゆったりとした暮らしの香りを感じられるうきは旅**を提供します。

2. 内部向け観光コンセプト（インナーコンセプト）

あふれる地域愛でうきはを Design するローカルファーストな観光まちづくり

うきは固有の地域資源をサステナブルな観点で大切に守り生かしていくためには、魅力ある観光まちづくりを進め、地域活動と経済の好循環を生み出していく必要があります。そのために、市内の様々な事業者や地域活動を実践している人々や、うきは市に価値を見出した移住者、うきは市とのつながりを求める人達と一緒に地域資源の価値を共有し、**地域に対しての誇り「シビックプライド（Civic Pride）」を醸成し、地域一体となった観光まちづくり**を実現する必要があります。その一体となった活動を通して、この地域でしか体験出来ないようなツーリズムを創り、**持続可能な観光まちづくりを実現**していくために『あふれる地域愛でうきはを Design する ローカルファーストな観光まちづくり』を実践していきます。

重要目標達成指標（KGI）



指標	現状値	目標値（令和 5 年度）
【指標 1】観光入込客数		240 万人を維持
○ うきは市へ来訪した年間の観光客数	240 万人 (令和元年)	【これまでの推移】 ・ R1 : 240 万人 ・ H30 : 230 万人 ・ H29 : 223 万人
【指標 2】リピート意向がある来訪者（観光客）の割合		90%を維持
○ 1 年以内にうきは市へ再訪したい来訪者（観光客）の割合	93.9% (令和 2 年)	【これまでの推移】 ・ R2 : 93.9% ・ R1 : 93.1% ・ H30 : 88.7%
【指標 3】うきは市内における観光消費額（一人当たり）		1,500 円に増加
○ うきは市滞在中に、食事やお土産購入等で使用した一人当たりの金額	1,070 円 (令和元年)	【これまでの推移】 ・ R1 : 1,070 円 ・ H30 : 1,082 円 ・ H29 : 915 円

※現状値は令和元年観光入込客調査（うきは市基準）
令和 2 年度「うきは市来訪者アンケート調査」を参照

うきは市の観光戦略の考え方



戦略 1：いろんな「うきはいいいね」があふれるうきは観光のきっかけづくり

- 本市で既に取り組んでいるホームページや SNS、UKIHA FAN CLUB 等を活用し、**観光客等の興味・関心やニーズを定期的に分析**しながら、**ターゲットに響くプロモーション**を実施します。また、本市で作成してきた情報発信ツールを今一度見直し、より効率的かつ効果的なプロモーション施策を検討します。
- 屋外での体験アクティビティや宿泊施設等の新たなコンテンツも含め、発信する情報を更新し、**観光客等が常に新たな情報に触れることのできるプロモーション**を実施します。



UKIHA FAN CLUB 会員カード



うきは市観光パンフレット



きふね

戦略2：うきはの魅力が伝わる観光のコンテンツづくり

- 本市のフルーツや特産品等を活用した商品開発を市内外企業等と連携しながら進め、観光客になりうる市外在住者等にうきはブランドを知ってもらえるように EC サイト※7 等を活用して購入できる仕組みづくりを行います。
- 市域を越えた周辺自治体との広域連携を進めるために、既に進めている広域連携に係る協議会等とともに、広域周遊プログラム等の造成を進めます。また、大都市圏に在住する関係人口とのネットワークを活かした大都市圏向けイベント（ファンミーティング等）を行い、販路開拓・関係構築を進めます。
- 観光農園や筑後川温泉等との連携を図り、新たな日常（ニュー・ノーマル）に対応できる新たなコンテンツ造成を進めます。



道の駅うきはオンラインショップサイト



フルーツ狩りの様子



筑後川温泉

※7 ネットを使ったモノやサービスの販売サイトのこと。

戦略3：うきは市内を快適に回遊できる観光地としての受け皿づくり

- 本市の観光地エリアをより快適に巡ってもらえるための観光サービスや交通環境、観光を推進していくための体制整備・人材育成等を行います。
- 最近導入した地域通貨（電子プレミアム付商品券）や既存のアプリ等を観光利用として機能拡充し、ストレスのない観光情報の取得、商品決済ができる体制整備を進めます。また、そうしたサービスを利用した際のトラッキングデータ等の観光ビックデータを活用した観光施策の検討を行い、観光地としての満足度向上を図ります。
- DMO 本登録に向け、本市の観光推進体制強化を図るとともに、それを担う人材育成等を行います。また、オールうきは観光戦略会議の体制見直し、既存観光窓口の役割整理を行い、観光に関連する産業・事業間の連携等による基盤強化を行います。



白壁の町並み



ウキハコのレンタサイクル



うきはパブリシティQ
活動の様子

うきは市観光振興計画（概要版）

令和3年3月発行

編集・発行 うきは市 うきはブランド推進課
〒839-1401 福岡県うきは市浮羽町朝田 582-1