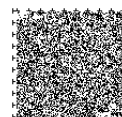


久留米市
観光・MICE
戦略（案）





久留米市 観光・MICE

KURUME CITY Tourism & MICE Strategy

戦 略

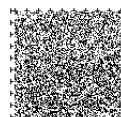
はじめに

九州一の大河である筑後川や耳納連山を始めとする美しい自然景観、歴史と伝統に裏打ちされた格式高い文化、地域の豊かな恵みから育まれた多彩なグルメ、そして、新しいものを創り出す人々の情熱を誇る久留米市。また、古くからお客様をおもてなしする気風が培われています。

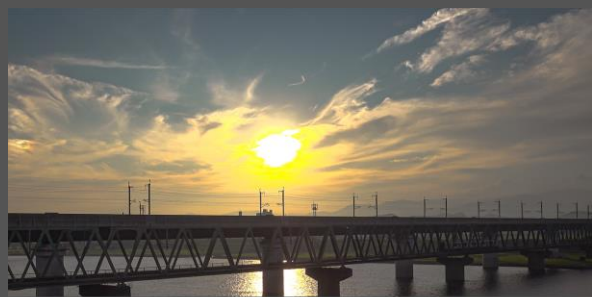
これらの地域資源に紐づく観光は、地域活性化の原動力となるものであり、観光振興と誘客の推進は本市の重要な施策の一つとなります。

このたび、地域と調和した持続可能な観光地域づくりを実現するため、「第2期久留米市観光・MICE戦略 [2023-2025]」を策定いたしました。

この戦略の実行にあたっては、市民の皆様と意思を一つにして共に取り組んでまいりますので、是非この戦略の手触りを感じていただき、「観光地域づくり」にご理解とご協力をお願い申し上げます。



Contents



1

P 2 - 9

戦略策定にあたって

- 0 1 | 戦略策定の背景
 - 前期プランにおける総括を通じて
 - 観光全体における現状
 - 久留米市における課題の考察
- 0 2 | 戦略の位置づけ

2

P 10 - 23

第2期久留米市観光・MICE 戦略

- 0 1 | 戦略の対象期間
- 0 2 | 基本理念
- 0 3 | 7つの基本方針
- 0 4 | 戦略と [アクションプログラム] の関係
- 0 5 | 戦略の目標 [数値目標]
- 0 6 | 戦略の推進体制

+

P 24

巻末資料

用語解説





第 1 章

戦略策定にあたって

POINT

0 1 | 戦略策定の背景

- 前期プランにおける総括を通じて
- 観光全般における現状
- 久留米市における課題の考察

0 2 | 戦略の位置づけ



01 | 戦略策定の背景

■前期プランにおける総括を通じて



久留米市観光・MICE戦略プラン
[2015—2021]

リーディングプロジェクト



PROJECT 01

久留米を楽しむ！
くるくるチケット
プロジェクト



PROJECT 02

久留米を周遊(まわる)！
ぶらぶら耳納北麓
プロジェクト



PROJECT 03

久留米を輪(まわる)！
すいすい自転車
プロジェクト



PROJECT 04

久留米に集まる！
くるくるMICE
プロジェクト

基本理念の実現は道半ば

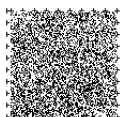
久留米市は、2015年に久留米らしい観光・MICEの振興を図り、交流人口の拡大と賑わいの創出による、地域経済の活力向上に努めるため、「久留米市観光・MICE戦略プラン」を策定しました。計画では、将来に向かって市全体で目指す姿を定めた基本理念、取り組む視点を定めた基本方針、実現のための具体的取組として基本施策とリーディングプロジェクトを示し、計画期間中の様々な取組の指針としてきました。

この基本理念の実現は、個別の事業の積み上げや目標数値の達成により、時間をかけて涵養されていくものであるという考えの下、基本施策などにに基づき様々な具体的事業に取り組んできており、現在もその途にあると認識しています。

変化するトレンドへの対応

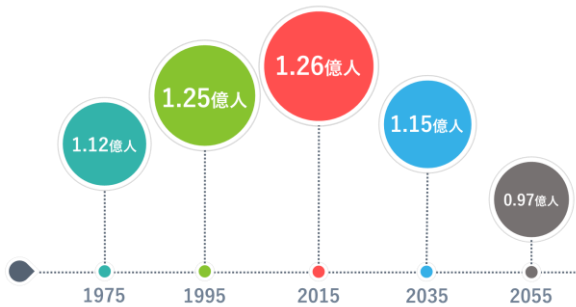
団体旅行から個人旅行へのシフト、国際情勢の変化や訪日外国人旅行者の増加など、急激に変化するトレンドへの対応が必要となってきました。また、今般観光業を含め社会に大きな影響を及ぼしている新型コロナウイルスを始めとする感染症の流行など、不測の事態に対応していく視点も戦略には不可欠です。

このような背景から、短期的に達成すべき目標や実施事業を「アクションプログラム」として設定し、今後も変化が予想される観光業界のトレンドに適切に対応しながらも、中長期的な基本理念の実現のための基本方針は踏襲し、体系的に具体的な事業に取り組む必要があります。



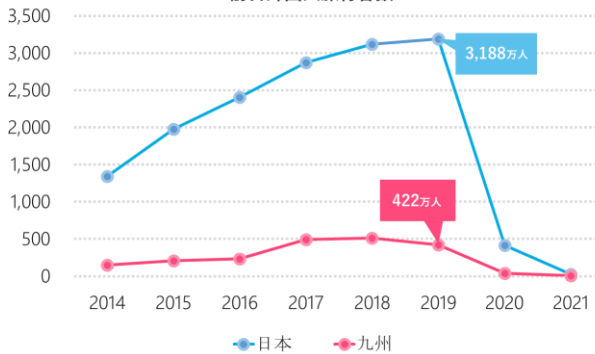
■観光全般における現状

日本の人口推移と予測

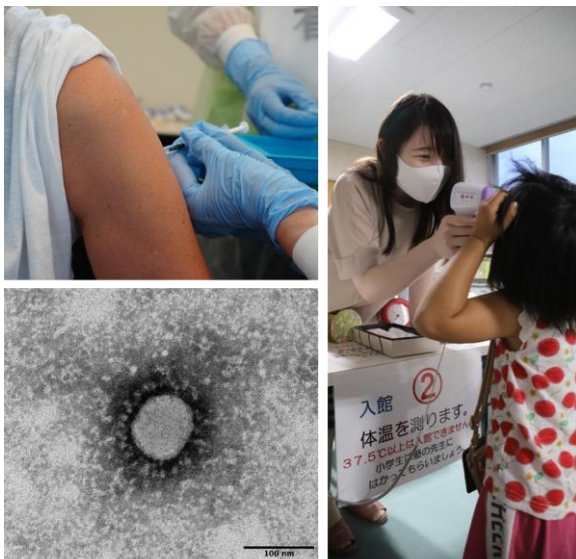


※参考：総務省統計局「日本の統計 2021」

訪日外国人旅行者数



※参考：JNTO「年別 訪日外客数、出国日本人数の推移」
九州運輸局「九州への外国人入国者数の推移」



新型コロナウイルスの電子顕微鏡写真
(国立感染症研究所提供)

全国の観光動向

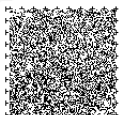
我が国は、少子高齢化による減少局面に入っており、今後、本格的な人口減少社会が到来することとなります。それに伴い、国内観光市場の長期的な縮小が懸念されています。また近年は、若年層の旅行離れ、個人旅行やFITの主流化といった個人の価値観の多様化が観光スタイルに変化を与えています。そのため旅行商品を提供する側が、これらに対応する魅力的な観光商品や細やかなサービスを検討し、提供することが求められています。

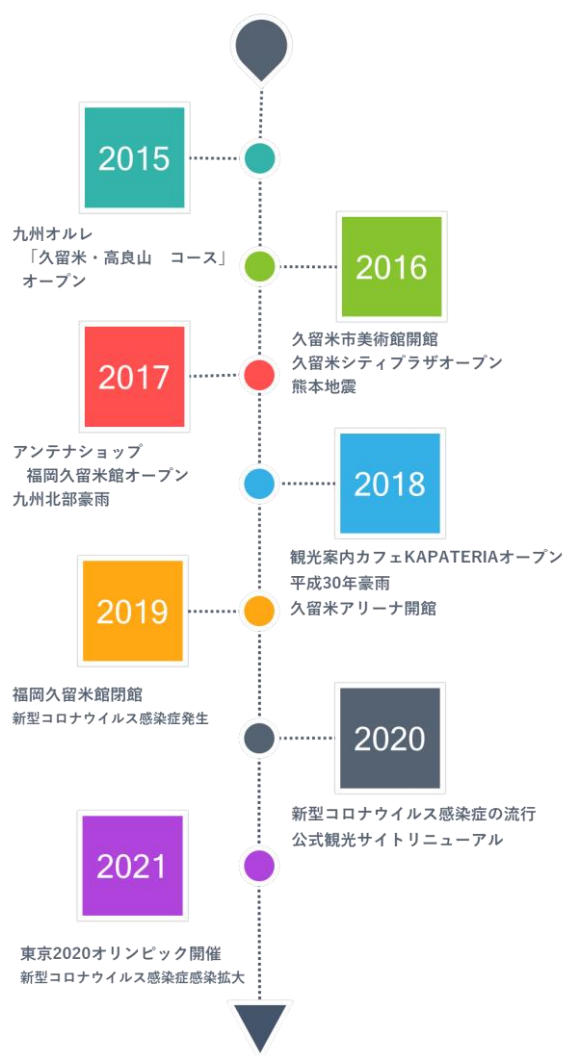
訪日外国人旅行者数については、2018年にはじめて3,000万人を突破しました。主に東アジア、東南アジア諸国の所得水準の向上を背景に、我が国を訪れる外国人数は増加傾向にありました。

そのような中、政府は外国人旅行者の誘客活動「訪日旅行促進事業」を推進しており、訪日外国人旅行者数を2030年に年間6,000万人とすることを目標に掲げています。

アフターコロナの訪日外国人旅行消費額の回復・増大のために、富裕層旅行者の誘客や着地型観光商品の充実、SDGsへの対応などと共に、防疫や公衆衛生環境の整備・強化に取り組むことが必要となっています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS





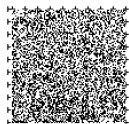
久留米市の観光動向

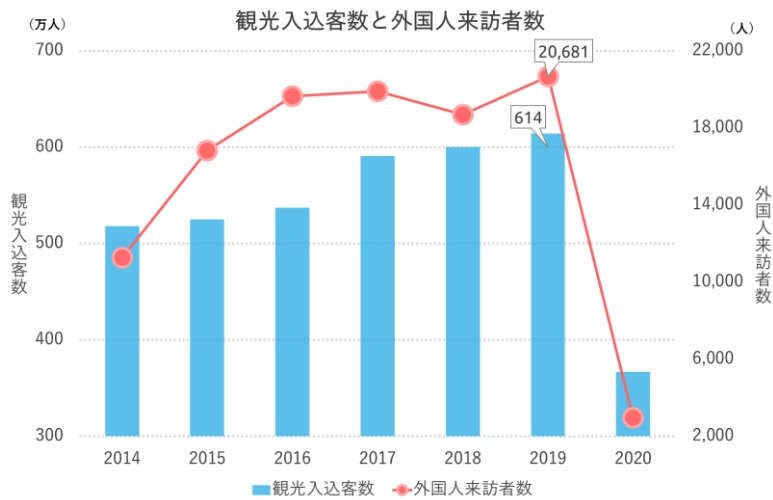
前期プランは、以下の9項目の数値目標を掲げ、観光振興を推進してきました。当初の計画最終年である2019年〔令和元年〕の達成状況は、以下のとおりです。

観光入込客数は、大雨や台風などによる自然災害の影響があり、目標値の700万人は達成出来なかったものの、堅調に推移していました。特に外国人の来訪者は、2015年〔平成27年〕の16,812人と比較して約23%の増加となっています。MICEに関連した目標値の3項目は、いずれも達成出来ませんでした。延べ参加者や宿泊者は増加傾向にあり、久留米シティプラザや久留米アリーナの供用開始と開催支援などの効果が出てきたものと考えられます。

また2020年には、観光資源の魅力向上、旅行者の受入環境の充実その他の観光の振興を図る施策に要する費用に充てるための目的税として、福岡県に宿泊税が導入されました。

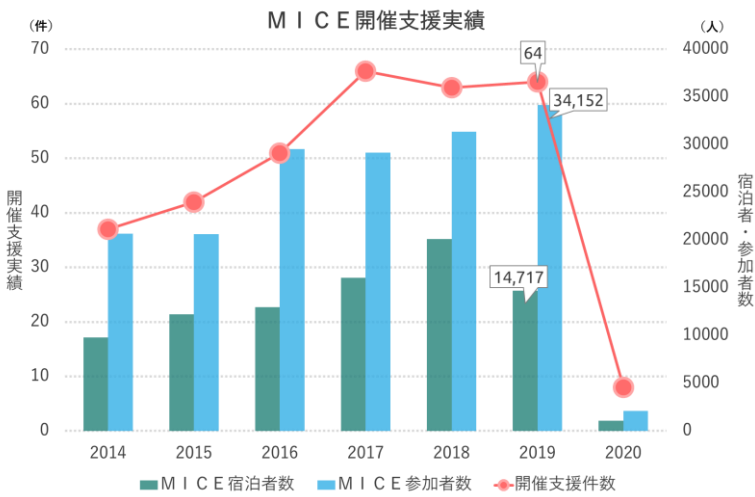
項目	基準値 2013年	目標値 2019年	実績値 2019年	達成率
1. 観光入込客数	515万人	700万人	614万人	87.7%
2. 来訪者満足度 (満足した割合)	63.5% ※基準年は2015年	69.9%	60.6%	86.6%
3. 外国人来訪者数	16,812人 ※基準年は2015年	21,856人	20,681人	94.6%
4. MICE開催支援件数	56件	100件	64件	64.0%
5. MICE宿泊者数	12,123人	22,000人	14,717人	66.8%
6. MICE参加者数	35,330人	63,000人	34,152人	54.2%
7. 久留米まち旅博覧会 ①新規PG②満足度	①20.0% ②90.0%	①20.0% ②90.0%	①22.5% ②99.8%	①112.5% ②110.9%
8. 観光サイトアクセス数	142万件	200万件	134万件	67.0%
9. Wi-Fi環境整備	33%	100%	82.8%	82.8%





GOOD PROGRESS

観光入込客数は、コロナ禍前までは堅調に推移。
外国人の来訪者は、2013年の7,450人と比較して2019年は180%程度増加。



SOME GROWTH

MICEに関連した目標値3項目は、目標達成は出来なかったものの、延べ参加者や宿泊者は増加傾向であった。

前戦略計画期間中に取り組んだ主な施策



Measure 2
地域観光情報発信



Measure 4
四季のイベント
開催支援



Measure 1
九州オルレ
久留米・高良山コース



Measure 3
女性職員プロジェクト



Measure 5
くるめ観光案内
マップ



■久留米市における課題の考察



01

経済効果に結び付く誘客の推進

人口の減少などを要因として、地域経済の拡大が厳しい状況にある中、本市の観光振興は、地域経済の維持・活性化に繋げることを重視しています。

旅行者の更なる呼び込みとともに、滞在時間

延長を促す仕組みづくり、あるいは地域の「稼ぐ力」を引き出すことによって、観光消費に結びつけ、経済効果を増加させることが今後の大きな課題となっています。



02

戦略的なインバウンド施策展開

アフターコロナの国際観光市場回復期を見据え、これまで人気観光地に集中していた外国人旅行者を、いかに本市へ誘客するかが課題と言えます。

移り変わる国際情勢への対応として多角化していくと共に、外国人旅行者の国・地域毎

のニーズを的確に捉え、琴線に触れる観光商品づくりや効果的に届く情報発信、快適に観光ができる環境づくりを戦略的に行っていくことが必要です。また、国際的な取り組みであるSDGsへの対応も求められています。



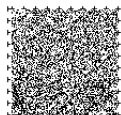
03

MICE誘致競争力の強化

MICEの開催は、地域全体に高い経済波及効果をもたらすことから、全国各地で激しい都市間誘致競争が行われています。

この競争を勝ち抜き、本市でのMICE開催件数、規模を維持・拡大していくためには、久留米シティプラザや久留米アリーナなどの

MICE関連施設の機能を充実させ、最大限に活用していくこととともに、他都市と差別化されたアフターコンベンションやユニークベニューの提供などにどのように取り組むかが課題と言えます。





04

質の高い受入環境の充実

国内外からの来訪者に再訪を促すためには、快適に滞在できる基盤整備を進めていかなければなりません。

引き続き観光案内機能を強化していくとともに、集客交流施設を効果的に維持・活用・

整備していく必要があります。

また、観光地域として、来訪者を主体的に温かく迎える気持ちを共有していくことが期待されています。



05

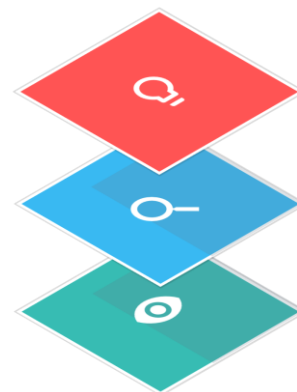
デジタル時代の情報収集・発信

旅行者の多くが SNS などによる旅行情報を旅先決定の参考にしています。その過程の初期段階である「認知」と「検索」の両面において情報発信を行うことが、誘客に効果的と考えられます。

ニーズに合った観光情報を集積していくことに加え、本市の魅力や個性を旅行者に届ける情報発信手法を検討することが必要です。

また、効果測定可能なデータに基づくマーケティング分析によって、より実効性の高い施策に繋げていくことも課題となっています。

意思決定



検索

認知



06

安全・安心な旅行の提供

新型コロナウイルス感染症の発生により、移動をはじめ、食事・娯楽・行事などにおいて様々な社会的変化が生まれており、当市も観光需要回復に向けて、旅行者のニーズに対応した「安全・安心」に対する取組を進めていかなければなりません。

感染症対策において衛生対策を徹底することは当然として、災害発生時や急病時などに、国内外の旅行者に対して、どのように不安を取り除き、安全・安心な旅のかたちを提供していくかが課題となります。

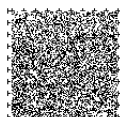


02 | 戦略の位置づけ



本戦略は、本市の最上位計画である「久留米市新総合計画第4次基本計画〔2020～2025〕」において、目指す都市の姿のひとつに掲げる「活力あふれる中核都市久留米」を担う計画として位置づけられています。市が策定する観光分野との関りが深い他の個別計画や、広域連携

計画「連携中核都市圏ビジョン」と連動しながら、九州及び福岡県の指針などとも連携し、持続的な観光・MICEの振興を図るための指針とします。





第 2 章

第 2 期

久留米市観光・MICE戦略

POINT

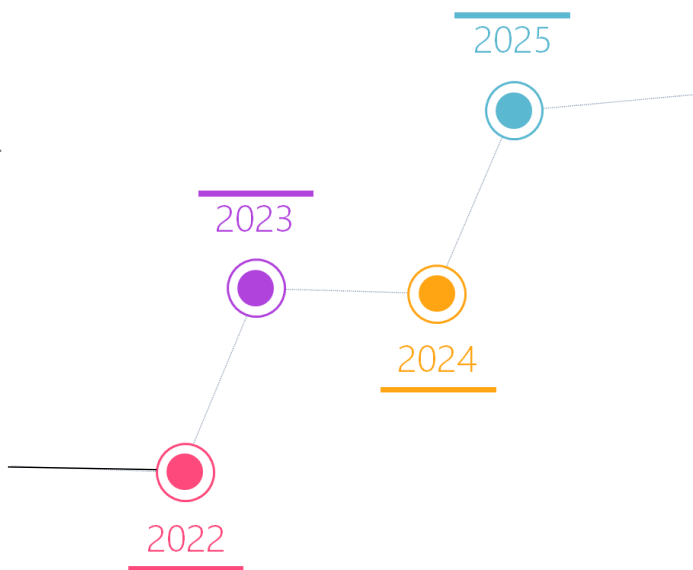
- 0 1 | 戦略の対象期間
- 0 2 | 基本理念
- 0 3 | 7つの基本方針
- 0 4 | 戦略と「アクションプログラム」の関係
- 0 5 | 戦略の目標 [数値目標]
- 0 6 | 戦略の推進体制



01 | 戦略の対象期間

本戦略の対象期間は、2023年度〔令和5年度〕から2025年度〔令和7年度〕までの3年間とします。

ただし、社会情勢の変化や財政状況などに応じて適宜見直しを行いながら実行していくものとします。

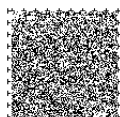


02 | 基本理念



久留米市観光・MICE戦略
2023-2025 における
基本理念

「持続可能な
ほとめき観光都市」
の実現



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的な観光資源があふれています。近年、人口減少社会やそれに伴う影響への対応策の一つとしての観光振興がより一層注目されており、市民の皆さんにその重要性を認識していただくことが必要となってきます。

そこで久留米市では、市民の一人ひとりが来訪者を温かく迎え入れる「ほとめき [おもてなし] の心」による交流と、社会・環境などと調和が図られた活力ある観光地域づくりによる、来訪者と市民双方の満足度が高い「持続可能なほとめき観光都市」を実現していくことを目指します。

ほとめきとは・・・

筑後地方の方言で、「おもてなし」の意味です。久留米市では、平成17年10月に「ほとめき宣言」を行い、市民一人ひとりが「ほとめき」の心を持ち、市民全体で久留米市を訪れる方を温かく受け入れる「ほとめきのまち」を目指してきました。

03 | 7つの基本方針



本戦略においては、基本理念の成熟に向けて、前期プランの総括等をふまえ、さらに持続可能な観光振興と効果的なMICEの

誘致を図るため、前計画時に定めていた7つの基本方針を踏襲して実施します。



地域資源を活かした観光の推進

Promotion of tourism utilizing local resources



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、新たな資源の発掘や資源相互の連携に取り組みます。

久留米固有の魅力あるコンテンツの造成

地元の人々にとっては、身近すぎて観光の対象として認識されていない地域資源を、観光事業者や住民らと共に発掘を進めます。また、久留米まち旅博覧会などの観光プログラムへの活用、さらに資源を結び付けた観光ルートとしての商品造成

を図ります。旅行者満足度の高い久留米ブランドの観光商品を造成し、観光消費額の拡大と再訪意欲を持つファンづくりに努めます。

地域と調和した活用方法の検討

有形無形の文化財・史跡・施設などの地域資源は、その資源を守り、継承している方々の努力により存在しています。そのため、その資源本来の意義や価値、関係者の意向を尊重しながら、観光分野における効果的な活用方法について検討していきます。



主な施策の方向性

・ 狙うべき顧客層に適した体験型観光商品の造成 ・ 経済波及効果を意識した魅力的な集客交流イベントの開催 など

観光における広域間の連携

Wide area cooperation in tourism



筑後圏域、県単位などスケールメリットを活かした、様々な施策に近隣自治体や交通事業者と連携・協働して取り組みます。

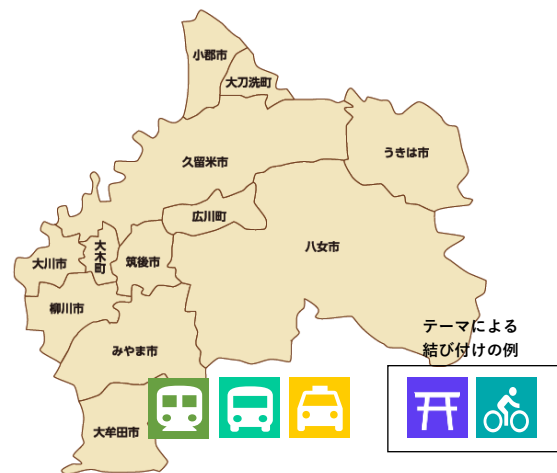
効果的な誘客への施策

国内外からの来訪者を効果的に誘客するために、観光商品づくりや観光プロモーションなどに近隣自治体などと連携して取り組み、久留米市のブランド力と認知度向上に繋げていきます。また、県南地域においては、連携を通して地域の一体的かつ持続的な成長と発展をけん引していきます。

連携の形成・強化と見直し

魅力の相互補完を目的として、歴史背景や文化などで共通するテーマの結び付けによってストーリー性を感じさせる広域間の連携形成について検討していきます。また、訪日外国人旅行者の入国拠点である空港、駅、港がある福岡エリアや佐賀エリア、熊本エリアとの連携強化を図ります。

一方で、これら広域間での連携活動の有用性や機能性について、事業の効果検証を基に見直しも同時に行っていきます。



主な施策の方向性

- ・交通網を活用した筑後圏域などの周遊観光を促進
- ・滞在日数に応じた広域周遊ルートの形成 など



インバウンドの推進

Promotion of inbound guests



外 国人旅行者に「選ばれるまち」を目指し、戦略的な誘客強化に取り組めます。

3つの視点

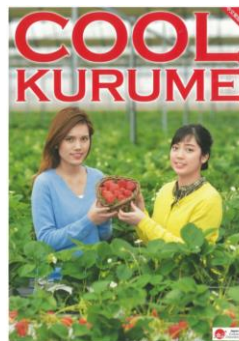
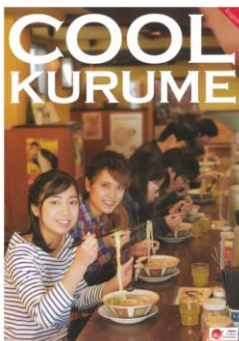
外国人旅行者に選ばれ、高い満足度が得られるよう、
 「琴線に触れる観光コンテンツの強化」
 「行動決定に繋がる効果的な情報発信」
 「高い満足度を感じられる受入環境の整備」
 という3つの視点を軸に戦略的な施策を展開します。

戦略的・多角的な施策展開

誘客強化の取組を効果的に進めるため、インバウンドを取り巻く国際情勢を踏まえ、誘客目標を多角的に設定し、そのニーズや特性などに合わせた施策を戦略的に展開していきます。

タビ前、タビ中など旅行の行動決定期に合わせた情報発信や、久留米の特性を活かした着地型観光商品の造成及び販路構築に取り組み、誘客を強化します。

また、観光関連事業者や広域自治体等と連携しながら、エリアとしての誘客力の強化、回遊性の向上に取り組めます。



主な施策の方向性

・インバウンド向け着地型観光商品の造成 ・安心、安全で快適な滞在を提供できる環境整備 など

MICE の誘致

Attracting "MICE"



恵 まれた交通アクセスと、充実した設備を誇るMICE関連施設を効果的に活用して、積極的な誘致を推進していきます。

継続開催と新規開拓

久留米市の特徴を活かした医療系・工学系の学会や、実績があり施設が充実するスポーツ分野など継続誘致しているコンベンションの開催内容の充実・拡大を強化していくとともに、新たなMICE分野での誘致にも取り組みます。これらの取組を成功させるため、専門人材の育成とアフ

ターコンベンションにおける観光ツアーやユニークベニューなどの付加サービスの充実を図っていきます。

MICEに関連する地域消費を拡大

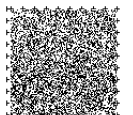
MICE誘致とその他観光施策の複合的な取組により、MICE開催に伴う久留米市への来訪者の滞在時間の延長や宿泊の増加に繋げ、地域消費拡大を図ります。そのために、国や県、その他の関係機関と連携してMICE誘致に取り組んでいきます。

分野別MICE開催支援件数



主な施策の方向性

・受入体制の強化 ・開催支援制度の見直しと充実 ・MICE開催機能の情報発信 など



人材の育成

Cultivate human resources



市民・事業者が観光振興に関心を持ち、主体的に観光サービスを提供することで、選択される久留米観光の実現を目指します。

担い手の育成と連携

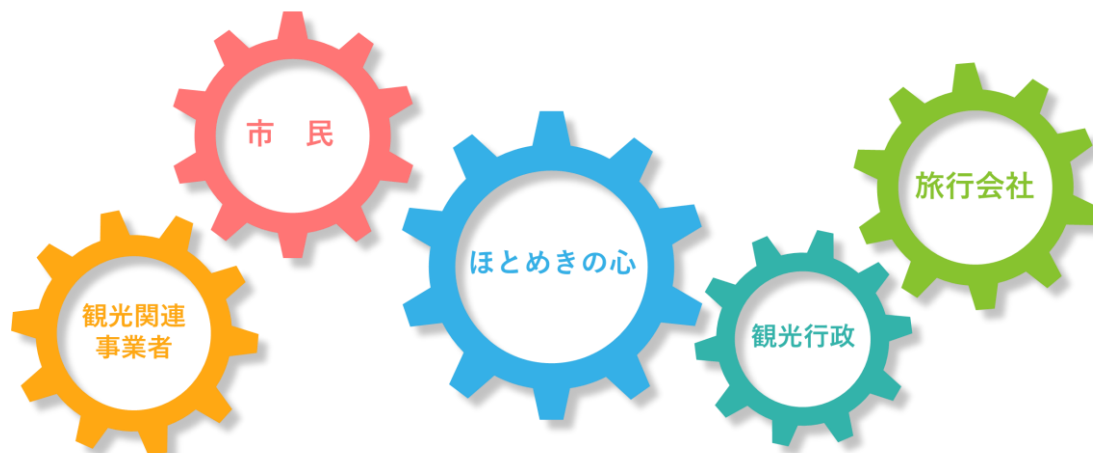
市民の方々に、地域の観光資源の発掘や磨き上げ、観光消費基盤づくりへの取組などにおいて活躍していただけるように支援していきます。

また、久留米市が選ばれ続けるために、来訪者を最前線で迎える観光関連事業者、旅行会社、

観光行政間においては、情報交換を密に行い、常に施策の改善や来訪者の満足度向上に積極的に取り組みます。

観光振興施策への理解促進

市民の皆さんに対して、観光振興に取り組むことが、持続可能な地域の発展や活性化に繋がることへの理解を促します。そのことにより、国内外からの来訪者を主体的に温かく迎えようとする気持ちを持ってもらえるよう機運を高めていきます。



主な施策の方向性

- ・ 着地型観光商品の担い手の育成
- ・ 観光ボランティアの育成と活動支援 など

観光の基盤づくり

Improvement of tourism environment



観 光客に安心して過ごしてもらうために、
受入環境・基盤を適正管理するとともに
整備強化を進めます。

観光案内機能の強化

旅行者の目線に立った観光案内機能の強化に取り組めます。多言語対応や Wi-Fi 整備などについては、時代に即した基盤整備を進めていきます。

観光案内・道路サインは、適切に維持・管理していくとともに、より効果的な管理手法の検討を行います。また、久留米シティプラザなどの集客

交流施設など、可能なものについては観光・MICE 施設としての活用を図っていきます。

利便性と「安全・安心」の提供

地方都市の観光振興の共通課題となっている二次交通の整備と充実について、来訪者の利便性を高めるため、今後の社会情勢や技術の発展を注視しながら検討していきます。

また、公衆衛生や防災対策などの「安全・安心な旅」を提供可能な受入環境の整備・充実を推進します。



観光案内所



Kurume City Wi-Fi



観光案内サイン



キャッシュレス決済



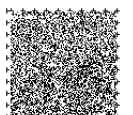
レンタサイクル



市内周遊バス

主な施策の方向性

・ ICT などを活用した観光案内機能の強化 ・ 多言語表示などのインバウンド対策 など



情報発信と誘客の強化

Strengthen information dissemination and attract customers



久 留米市の魅力を多くの人に届け、訪問先として選択されるため、情報発信と誘客の強化に戦略的に取り組みます。

「届く」情報発信の実践

マスメディアやSNSといった様々な情報発信手段を適切に選択するとともに、興味を引きやすいテーマで組み合わせる等「目標とする顧客に届く」、「触れた人が行きたくなる」情報発信を行います。そのために市の公式観光ウェブサイトによる情報発信を、その基盤の中核として位置づけ、掲載する観光情報を充実させていきます。

一方で、行政による情報発信だけではなく、市民や観光関連事業者、来訪された旅行者の情報発信を促し、相互にその情報を共有できる仕組みづくりを進め、市全体としての情報発信力の強化に努めていきます。

DX化による誘客

旅行者動向に関する膨大なデータ(ビッグデータ)や、各観光関連事業者が行う各種調査を活用したデータの分析に取り組みます。そのことにより、国や地域、年齢層などの特性に基づく誘客プロモーションを行い、様々な施策の検討、点検、評価に繋げていきます。



主な施策の方向性

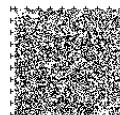
・観光事業者や市民が SNS などを活用して情報発信する取組の展開 ・ICT による旅行者動態の把握 など

第2期観光・MICE戦略

「第2期観光・MICE戦略」は、将来に向かって市全体で目指す姿を定めた基本理念と取り組む視点を定めた基本方針で構成します。

アクションプログラム

「アクションプログラム」は、本戦略の各基本方針に基づき観光トレンドなどに対応した具体的な施策を展開し、観光消費の増大を図っていきます。



05 | 戦略の目標 [数値目標]

本戦略を計画的・効果的に推進していくために、戦略の目標の達成度を確認する目標値を設定し、3年後の目指すべき姿とします。

この数値目標を指標として戦略推進の進捗

を把握することにより、久留米市の観光振興とMICE誘致の政策全般での計画推進の成果を評価し、[アクションプログラム]への反映などを図るものとします。

【3年後のあるべき姿を現す数値目標】

1 観光入込客数

久留米市への年間観光入込客数は、約8%増の650万人を目指します。

基準値	2018年 600万人	目標値	2025年 650万人
-----	-------------	-----	-------------

(参考) 現状値[2021年]: 362万人

2 域内観光消費額

久留米市域内の観光消費額は、約14%増の145億円を目指します。

基準値	2018年 126.7億円	目標値	2025年 145億円
-----	---------------	-----	-------------

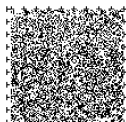
(参考) 現状値[2021年]: 78.6億円

3 延べ宿泊者数

久留米市の年間延べ宿泊者数は、約27%増の50万人を目指します。

基準値	2018年 39.4万人	目標値	2025年 50万人
-----	--------------	-----	------------

(参考) 現状値[2021年]: 26.9万人



4 外国人宿泊者数

久留米市の年間外国人宿泊者数は、約 23% 増の 13,000 人を目指します。

基準値	2018 年 10,578 人	目標値	2025 年 13,000 人
-----	-----------------	-----	-----------------

(参考) 現状値[2021 年] : 1,763 人

5 MICE 開催支援件数

久留米市の年間 MICE 支援件数は、約 11% 増の 70 件を目指します。

基準値	2018 年 63 件	目標値	2025 年 70 件
-----	-------------	-----	-------------

(参考) 現状値[2021 年] : 23 件

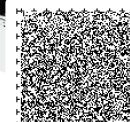
6 観光サイト等アクセス数

久留米市公式観光ウェブサイト等の年間アクセス数は、約 42% 増の 200 万件を目指します。
なお、上記には SNS やウェブ版観光案内マップへのアクセス数を含みます。

基準値	2018 年 141 万件	目標値	2025 年 200 万件
-----	---------------	-----	---------------

(参考) 現状値[2021 年] : 110 万件

※「久留米市新総合計画第 4 次基本計画〔2020～2025〕」
における基準年と同じ 2018 年の数値を基準値として
います。



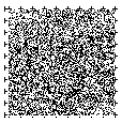
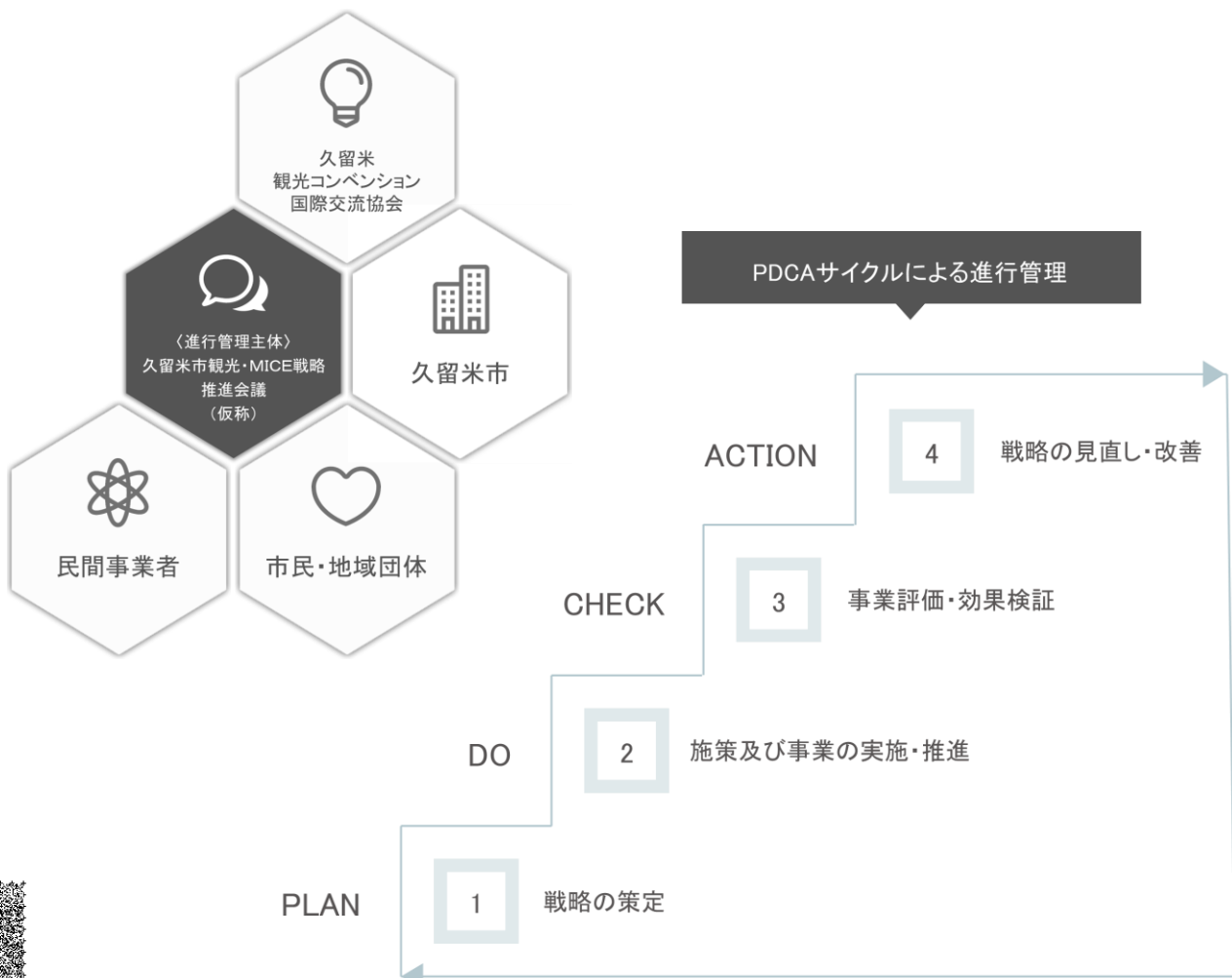
06 | 戦略の推進体制

観光振興・MICE 誘致に関する施策は、非常に幅広い分野にわたっています。そこで、本戦略の確実な進行を図るため、庁内の各部署と連携し、庁内調整を図ります。

さらには、PDCAサイクルによる進行管理を基本として、行政、観光事業者、地域づくり団体などで構成する「久留米市観光・MICE戦略推進会議」(仮称)を設置し、本戦略を下図のように推進します。



本戦略推進体制と進行管理イメージ



用語解説

【MICE】

[Meeting] 会議・セミナー、[Incentive Travel]報奨・研修旅行、[Convention]大会・学会・国際会議、[Exhibition/Event]展示会・見本市の頭文字の略で、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称。

【観光地域づくり】

行政・民間事業者等が連携し、国内外の旅行者受入環境の整備・充実に推進することで、旅行者が安心して快適に観光することができる環境を提供し、訪問を促進するとともに、再訪の増加を図ることを目指すこと。

【交流人口】

地域全体を訪れる（交流する）人のこと。「定住人口」に対する概念。

【FIT】

Foreign Independent Travel/Tour/Tourist の頭文字の略。個人手配の海外旅行。個人や少人数で、コースやスケジュール・宿泊施設などを自由に決めて行う旅行および旅行者。

【SDGs】

Sustainable Development Goals の頭文字の略。17のゴール・169のターゲットから構成された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。

【SNS】

Social Networking Service の頭文字の略。交友関係や社会的ネットワークをWEB上で構築可能にするサービスのひとつ。代表的な例としてFacebook、Instagramなどがある。

【ICT】

Information and Communication Technology の頭文字の略。コンピュータを活用した情報処理や通信技術の総称。ITにコミュニケーションの要素を含めたもの。

【訪日旅行促進事業】

観光庁が中心となり訪日外国人旅行者の増加を目的として推進している訪日プロモーション事業。

【着地型観光商品】

旅行者を受け入れる地域で作られる旅行商品。旅行目的地（着地）の旅行業者が企画するいわゆる現地発着のツアーや体験アクティビティによる旅行商品。

【観光資源】

観光の対象、観光の目的となるもの。観光やレジャーといった余暇を楽しむ需要に応じられる要素のこと。

【アフターコンベンション】

見本市や学会などのコンベンションの後に行われる催しや懇親会。

【ユニークベニュー】

美術館や博物館、歴史的建造物などを会議やレセプションで利用することにより特別感や地域の特性を演出できる会場。

【マーケティング】

「顧客が真に求める商品やサービスを作り、その情報を届け、顧客がその商品を効果的に得られるようにする活動」の総称。また、顧客のニーズを解明し、顧客価値を生み出すための戦略や仕組みなどを指す。

【二次交通】

拠点となる空港や鉄道の駅から観光地までの交通機関。例として、路線バスやシャトルバス、自転車などがある。

【ビッグデータ】

従来のデータ管理システムなどで扱うことが困難なほど巨大で複雑なデータ群。

【インフルエンサー】

著名人や大きな情報発信力をもつ個人ブログの記者など、人々に消費行動に強い影響力を与える行動を行う人物。

【PDCAサイクル】

事業活動における管理業務を円滑に進める手法の一つ。Plan（計画）⇒Do（実行）⇒Check（評価）⇒Act（改善）の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善していくもの。

