

2024年8月7日

すしの都 北九州協議会 事務局
〔 北九州DMO連絡会議
西日本旅客鉄道株式会社
北九州市 〕

「すしの都 北九州協議会」の設立について

北九州DMO連絡会議、西日本旅客鉄道株式会社、北九州市、及び市内寿司店や漁業関係者などは、相互に連携し、このたび北九州のすし文化発信、国内外からの交流人口拡大、ひいては「美食の街 北九州」としての地域経済効果の波及を目的に、本日「すしの都 北九州協議会」を設立いたしましたので、お知らせします。

記

1. 設立日 2024年 8月 7日（水）

2. 就任役員

名誉会長	武内 和久	（北九州市長）
名誉顧問	天野 功一	（天寿し）
会長	岡本 堅吾	（北九州商工会議所 観光サービス部会 部会長）
副会長	片山 正之	（北九州DMO連絡会議 会長）
	渡邊 貴義	（照寿司）
	小林 弘昌	（（一社）日本回転寿司協会 筆頭副会長）
	魚本 佳秀	（西日本旅客鉄道（株） 山陽新幹線統括本部 福岡支社長）
監事	山口 奈穂子	（北九州市 都市ブランド創造局 観光にぎわい部長）
理事	中尾 憲二	（旦過市場商店街 会長）
	大垣 恭介	（北九州市卸売市場協会 副会長）
	稲垣 弦	（（一社）日本旅行業協会（JATA）福岡県支部 副支部長）
	井口 幸治	（北九州ホテル協議会 理事）
理事・事務局長	岡 秀樹	（北九州DMO連絡会議 副会長）

※実行委員及び会員については別紙1 参照

3. 協議会の理念 ※別紙2 参照

- 漁業関係者・魚販売・寿司店なども含め、川上から川下までの北九州のすし文化を発信
- 情報発信にとどまらず、国内外からの交流人口の拡大につなげ、北九州市が目指す「すしの都」の実現に取り組む
- 「美食の街 北九州」に向け観光消費額の拡大、および地域経済効果の波及を目指す

4. 今後の事業計画 ※別紙3 参照

- インバウンド向けセットメニューや店舗の言語対応サポート、市場等のガイドツアー検討
- すし業界のプロ等を対象とした研修の実施 等

別紙 1

すしの都 北九州協議会 会員名簿
(2024年8月7日現在)

会員数 43（うち役員 13、実行委員 7、会員 23）

種別	会員名	
○役員 (役員名簿順)	北九州市（2名） 天寿し 北九州商工会議所 観光サービス部会 北九州DMO連絡会議（2名） 照寿司 （一社）日本回転寿司協会 西日本旅客鉄道（株） 旦過市場商店街 北九州市卸売市場協会 （一社）日本旅行業協会（JATA）福岡県支部 北九州ホテル協議会	
○実行委員 (五十音順)	（公財）北九州観光コンベンション協会 北九州高速鉄道(株) 九州旅客鉄道(株) （株）JTB 西鉄バス北九州(株) 西日本鉄道（株） （株）日本旅行	
○会員 (五十音順)	あじさい 魚平寿司 (有)海人 江戸前鮭二鶴 扇寿司 北九州市沿岸漁業振興協議会 北九州中央海産市場(株) 九州魚市(株) (株)京寿司 幸寿司 栄寿司 旬魚彩菜 あお木 食膳 和んや	鮭塚本 すし処 ひで 寿司処 万両 寿し処 光本 鮭まりん 鮭屋台 握り屋 旦過屋台寿し 満天 富美 よし竹寿司 若寿司

すしの都 北九州協議会の理念・役割について（案）

◎背景

- ・北九州は豊かな漁場に囲まれているほか鮮度や技にこだわる魚食の文化が根付いており、恵まれた漁場と文化、それを支えるプロの技術が魚の美味しさを際立たせており、北九州のすしは、全国的にも有力な観光素材であると思われる。

■「北九州のすし」の特長

北九州のすし文化

<漁場>

- ・響灘・玄界灘・周防灘・関門海峡に囲まれており、優れた漁場で、新鮮で様々な魚種が水揚げされる

<鮮度や技にこだわる魚食の文化>

- ・お客様の口に入る時間を逆算して神経締め、魚の船酔いを覚ましてから神経締めなどを行う仲卸事業者も存在

<バラエティに富んだ寿司店>

- ・全国的にも有名な高級店から、街寿司・回転寿司など多岐にわたる

アクセス利便性

<本州からのアクセス>

- ・小倉駅は「のぞみ」を含め全ての新幹線が停車、首都圏・関西・広島などから直通

<大分方面への玄関口>

- ・別府・由布院方面への玄関口であり、小倉に立寄り延泊して寿司などを楽しむ観光ルートも可能



◎理念

- ・漁業関係者・魚販売・寿司店なども含め、川上から川下までの北九州のすし文化を発信
- ・情報発信にとどまらず、国内外からの交流人口の拡大につなげ、北九州市が目指す「すしの都」の実現に取り組む
- ・「美食の街 北九州」に向け観光消費額の拡大、および地域経済効果の波及を目指す

◎役割

- ・「北九州のすし」の認知向上・来訪者拡大に向け、商品化・販促策・プロモーションを支援

今後の事業計画（案）

1. 「北九州のすし文化」の認知向上・来訪者拡大

（１）差別化・強みを訴求し、「北九州のすし」の認知向上・来訪者拡大に向け、商品化・販促策・プロモーションを支援
訴求内容…(ア)漁場、(イ)魚種、(ウ)味、(エ)市場・魚の管理、(オ)多様なカテゴリーの店舗(高級店から回転寿司まで)

（２）具体的な取り組み

種別		件名	概要
北九州のすし文化発信		◎ 首都圏・関西のメディア誘致 (別府・由布院ルート提案)	・メディアを現地に招聘し、取材ツアーを通じて、雑誌等への掲載を促進。 ・別府・由布院周遊ルートの浸透や漁業関係にも光が当たる形を検討。
		◎ すし業界のプロ等を 対象とした研修の検討	・全国のすし職人等プロを対象に、すしの都 北九州のすし文化の認知拡大や技術等の発信につながる研修の実施を検討。
交流人口 の拡大	国内	◎ 北九州の寿司セットクーポンの 取り組み拡大	・観光客が安心して街寿司等を利用できるよう、市内寿司店（指定店舗）の3,800円定額クーポンを設定（JR西日本「tabiwaチケット」/JR東海・西日本・九州「EX旅先予約」等）団体ツアー用も設定。 ・福岡・大分デスティネーションキャンペーンにあわせ、4月から設定しており、今後、対象店舗の拡大や販路拡大を推進。
	インバウンド	◎ 外国人向けセットメニュー検討 ※約100ドルの価格設定	・外国人でも安心して街寿司等のおすすめメニューを楽しめるよう100ドル程度(15,000円程度)の定額メニューを検討。
		◎ 外国人接遇のサポート検討	・店舗への聞き取り等により、例えば外国語メニューや言語対応サポートなど検討。
	共通	◎ 市場などのガイドツアー検討	・「すし」だけでなく、市場・仲卸などの漁業関係なども含め、北九州のすし文化に触れるガイドツアーを検討。

2. 協議会メンバーでの継続的な意見交換等の実施

・1年に一度、漁業関係・仲卸・寿司店・宿泊交通事業者等を集めた意見交換を行うほか、協議会も定期的開催、今後の取り組みに活かしていく。