

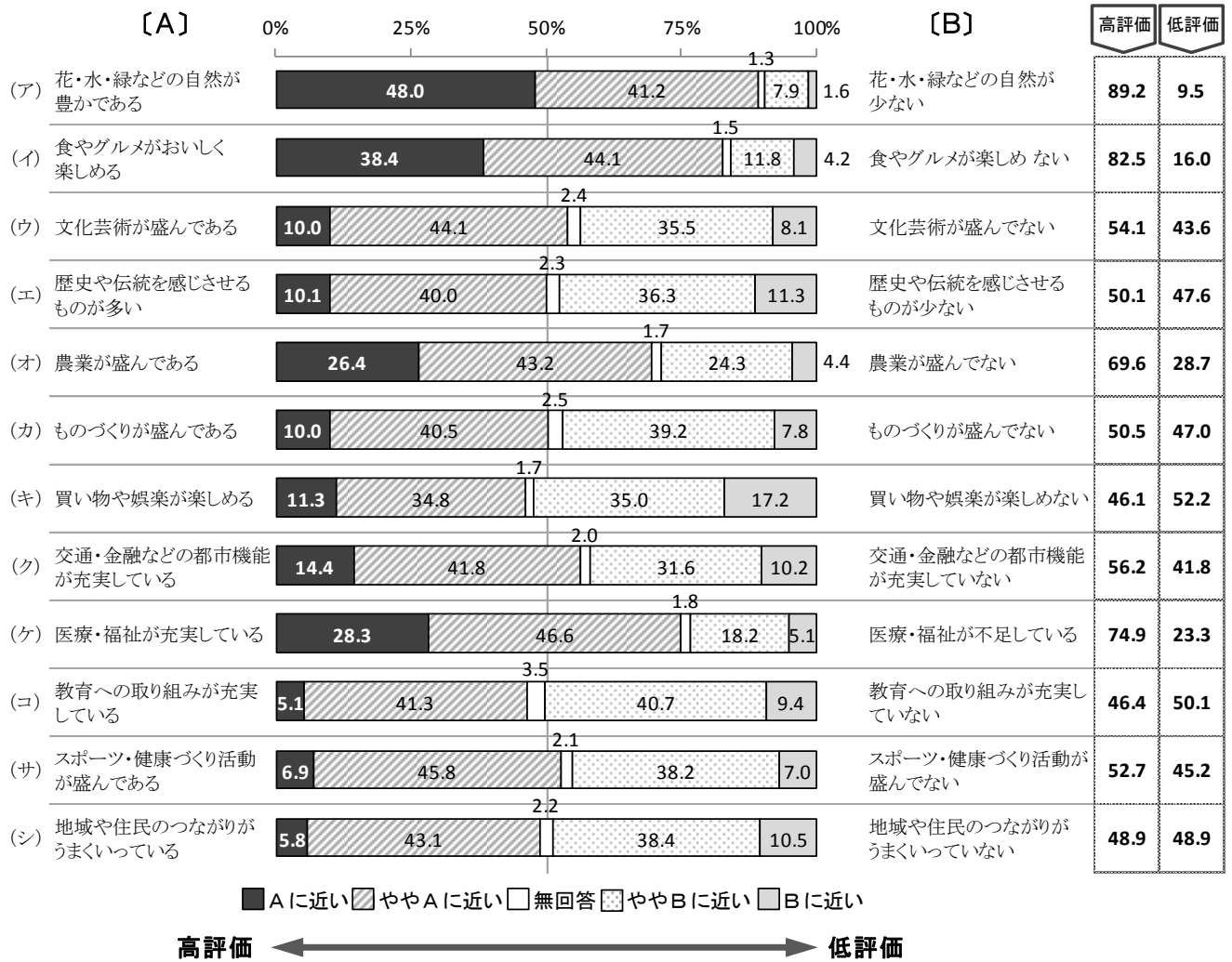
第2章 都市ブランド

2-1 久留米市のイメージ

(1) 久留米市のイメージ

市のイメージは「自然の豊かさ」「食やグルメ」「医療の充実」「農業が盛ん」で高い評価。

問3 久留米市のイメージとして、次の(ア)～(シ)の事柄について、あなたは〔A〕、〔B〕のどちらの意見に近いですか。(項目ごとそれぞれあてはまる番号に1つずつ〇印)



	標本数(票)	(ア)花・水・緑などの自然(%)					(イ)食やグルメ(%)					(ウ)文化芸術(%)					(エ)歴史や伝統を感じさせるもの(%)				
		Aに近い	ややAに近い	ややBに近い	Bに近い	無回答	Aに近い	ややAに近い	ややBに近い	Bに近い	無回答	Aに近い	ややAに近い	ややBに近い	Bに近い	無回答	Aに近い	ややAに近い	ややBに近い	Bに近い	無回答
全体(カッコ内は標本数)	1,748	48.0	41.2	7.9	1.6	1.3	38.4	44.1	11.8	4.2	1.5	10.0	44.1	35.5	8.1	2.4	10.1	40.0	36.3	11.3	2.3
性 男性	818	46.0	43.3	8.4	1.1	1.2	36.8	46.5	11.9	3.3	1.6	8.7	44.3	35.3	9.5	2.2	8.8	38.1	39.7	11.5	1.8
別 女性	930	49.8	39.4	7.4	2.0	1.4	39.9	41.9	11.7	4.9	1.5	11.5	43.9	35.6	6.9	2.6	11.3	41.6	33.3	11.1	2.7
		(オ)農業(%)					(カ)ものづくり(%)					(キ)買い物や娯楽(%)					(ク)交通・金融などの都市機能(%)				
全体(カッコ内は標本数)	1,748	26.4	43.2	24.3	4.4	1.7	10.0	40.5	39.2	7.8	2.5	11.3	34.8	35.0	17.2	1.7	14.4	41.8	31.6	10.2	2.0
性 男性	818	24.7	43.6	24.7	5.6	1.3	9.9	37.0	42.2	8.7	2.2	11.1	35.5	34.8	16.7	1.8	13.3	40.8	33.1	10.8	2.0
別 女性	930	27.8	42.8	24.0	3.3	2.0	10.1	43.5	36.7	7.0	2.7	11.5	34.3	35.1	17.5	1.6	15.4	42.6	30.3	9.7	2.0
		(ケ)医療・福祉(%)					(コ)教育への取り組み(%)					(サ)スポーツ・健康づくり活動(%)					(シ)地域や住民のつながり(%)				
全体(カッコ内は標本数)	1,748	28.3	46.6	18.2	5.1	1.8	5.1	41.3	40.7	9.4	3.5	6.9	45.8	38.2	7.0	2.1	5.8	43.1	38.4	10.5	2.2
性 男性	818	26.2	50.1	17.7	4.3	1.7	5.3	43.2	38.8	9.8	3.1	6.7	45.4	38.1	7.7	2.1	4.8	40.8	40.3	11.9	2.2
別 女性	930	30.1	43.4	18.7	5.8	1.9	4.9	39.7	42.4	9.1	3.9	7.1	46.1	38.2	6.5	2.2	6.8	45.1	36.8	9.2	2.2

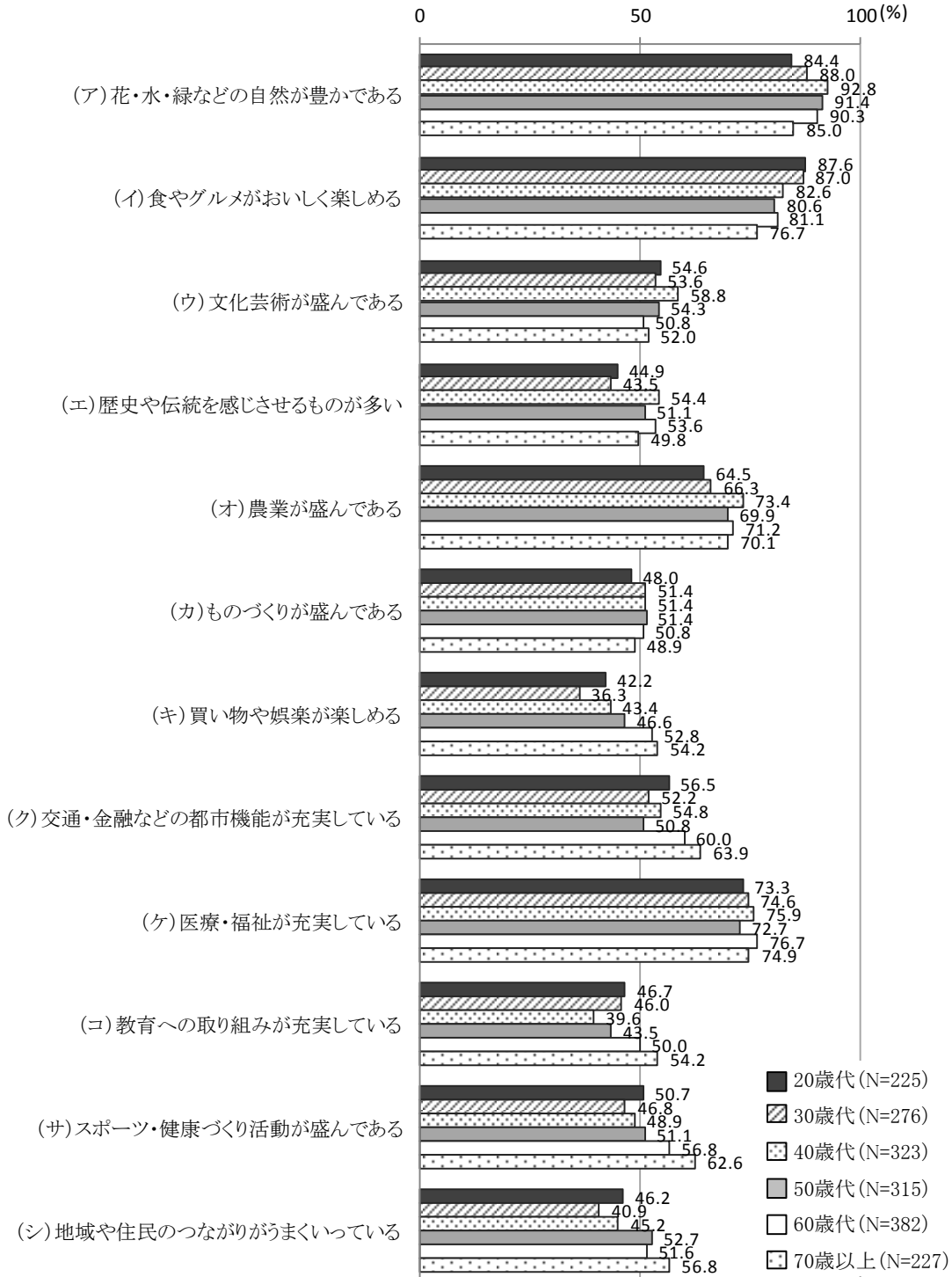
◆属性別特徴

【性別】「カ. ものづくりが盛んである」や「シ. 地域や住民のつながりがうまくいっている」「エ. 歴史や伝統を感じさせるものが多い」というイメージを持っている人は特に女性の方に多い。

【年齢別】

・「ア. 花・水・緑などの自然が豊かである」というイメージを持っている人は、40～60 歳代で9割を超えている。
 ・「イ. 食やグルメがおいしく楽しめる」は 30 歳代以下の若い世代で9割弱と多い。一方で、「サ. スポーツ・健康づくり活動が盛んである」「シ. 地域や住民のつながりがうまくいっている」「キ. 買い物や娯楽が楽しめる」などのイメージを持っている人は高年齢層に多く、30 歳代で最も少ない。

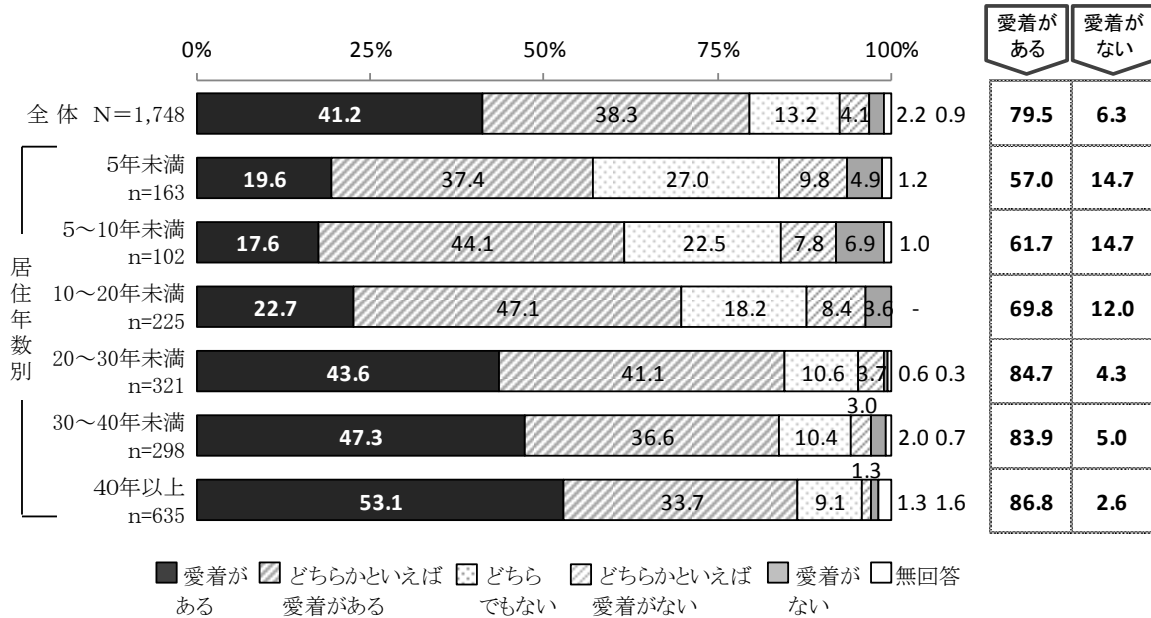
●図2-1 年齢別にみた久留米のイメージ(高評価の人)



2-2 久留米市への愛着

約8割の人が久留米市に愛着を持っている。

問4 あなたは、久留米市に愛着を持っていますか。(あてはまる番号に1つだけ○印)



◆属性別特徴

【性別】性別による違いはほとんどみられない。

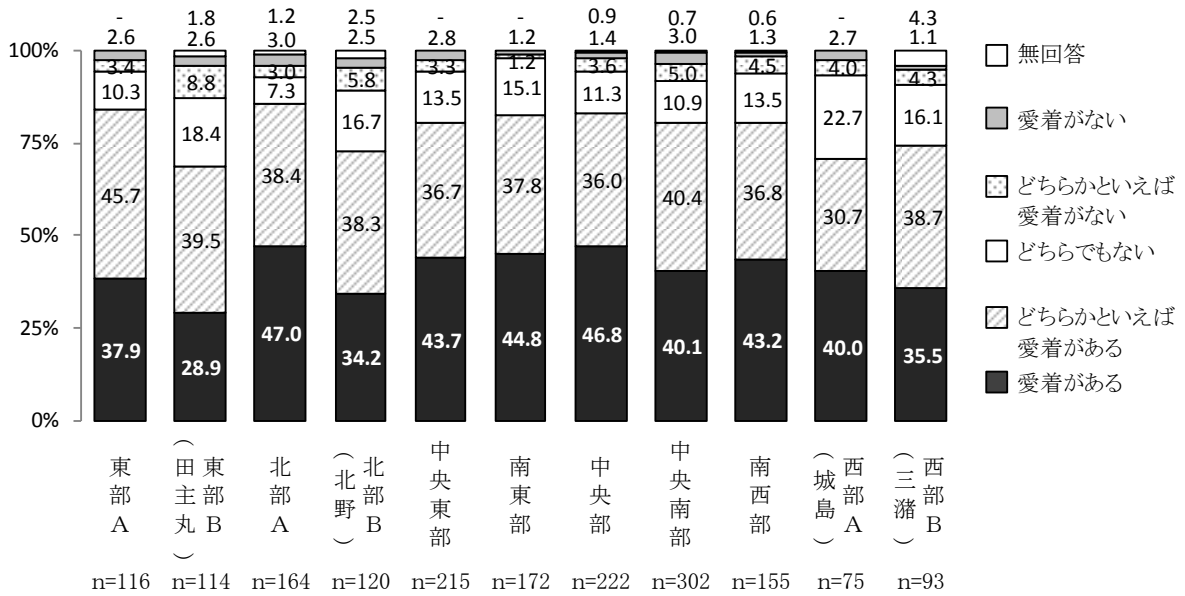
【年齢別】「愛着がある」と「どちらかといえば愛着がある」を合わせた『愛着がある』割合は30歳代で74.6%と最も高く、年齢が上がるほど割合も高くなる傾向にあり、60歳代で84.6%と最も高い。

【居住年数別】『愛着がある』割合は居住年数が長い人ほど高くなる傾向にある。

	標本数 (票)	久留米市への愛着 (%)						『愛着がある』	『愛着がない』
		愛着がある	どちらかといえば愛着がある	どちらでもない	どちらかといえば愛着がない	愛着がない	無回答		
全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	41.2 (721)	38.3 (669)	13.2 (231)	4.1 (72)	2.2 (39)	0.9 (16)	79.5 (1,390)	6.3 (111)
性別									
男性	818	41.2	38.0	13.0	4.4	2.4	1.0	79.2	6.8
女性	930	41.3	38.5	13.4	3.9	2.0	0.9	79.8	5.9
年齢別									
20歳代	225	37.3	41.3	16.0	2.7	2.2	0.4	78.6	4.9
30歳代	276	33.3	41.3	13.4	7.6	4.0	0.4	74.6	11.6
40歳代	323	35.9	39.3	14.2	5.9	4.0	0.6	75.2	9.9
50歳代	315	46.3	33.7	13.3	4.1	1.9	0.6	80.0	6.0
60歳代	382	48.2	36.4	11.5	1.6	1.0	1.3	84.6	2.6
70歳以上	227	43.6	39.6	11.5	3.1	-	2.2	83.2	3.1

●図2-2 ブロック別にみた久留米市への愛着

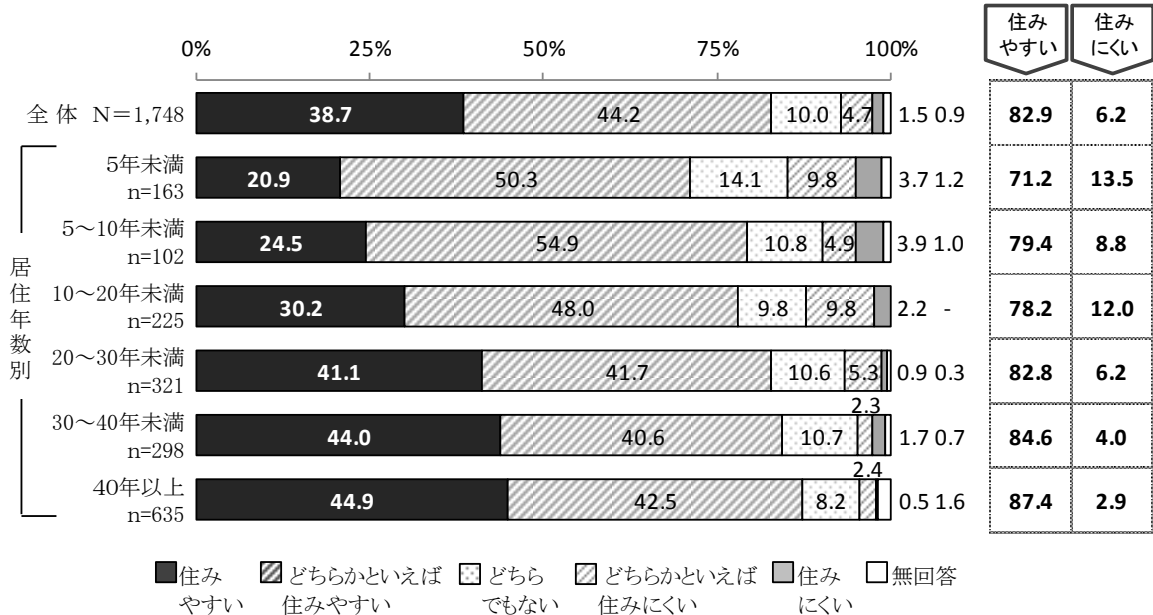
◇『愛着がある』は北部Aと東部Aでそれぞれ8割を超え高い。



2-3 久留米市の住みやすさ

約8割の人が住みやすいと感じている。

問5 あなたは、久留米市に住んでこのまちをどう思いますか。(あてはまる番号に1つだけ○印)



◆属性別特徴

【性別】「住みやすい」と「どちらかといえば住みやすい」を合わせた『住みやすい』の割合は、男性(79.8%)より女性(85.7%)の方が高い。

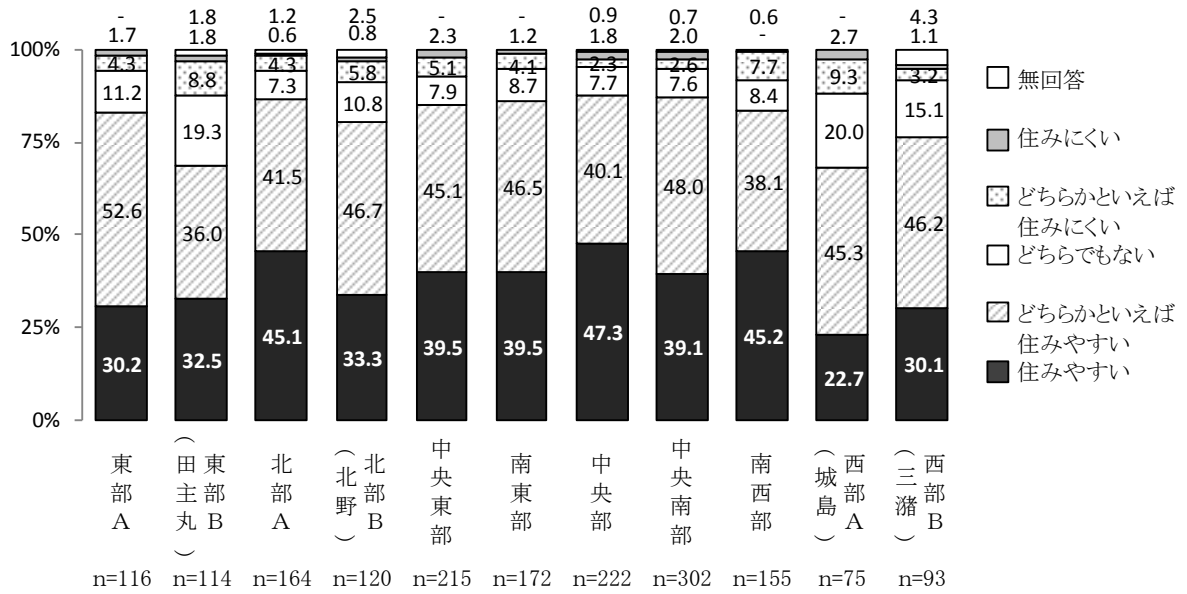
【年齢別】『住みやすい』割合は、30歳代で78.6%と最も低く、年齢が上がるほど高くなる傾向にあり、70歳以上で85.5%と最も高くなっている。

【居住年数別】居住年数が長い人ほど『住みやすい』割合が高くなる傾向にある。

	標本数(票)	住みやすさ(%)						『住みやすい』	『住みにくい』
		住みやすい	住みやすい どちらか といえ ば	どちら でも ない	住 み に か ら か と い え ば	住 み に く い	無 回 答		
全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	38.7 (677)	44.2 (773)	10.0 (174)	4.7 (82)	1.5 (26)	0.9 (16)	82.9 (1,450)	6.2 (108)
性別									
男性	818	35.2	44.6	11.6	5.9	1.7	1.0	79.8	7.6
女性	930	41.8	43.9	8.5	3.7	1.3	0.9	85.7	5.0
年齢別									
20歳代	225	33.3	50.2	9.8	5.3	0.9	0.4	83.5	6.2
30歳代	276	36.2	42.4	10.5	8.7	1.8	0.4	78.6	10.5
40歳代	323	34.7	45.8	9.9	5.9	3.1	0.6	80.5	9.0
50歳代	315	41.6	42.9	10.8	2.9	1.3	0.6	84.5	4.2
60歳代	382	42.1	42.9	9.9	2.6	1.0	1.3	85.0	3.6
70歳以上	227	43.2	42.3	8.4	3.5	0.4	2.2	85.5	3.9

●図2-3 ブロック別にみた久留米市の住みやすさ

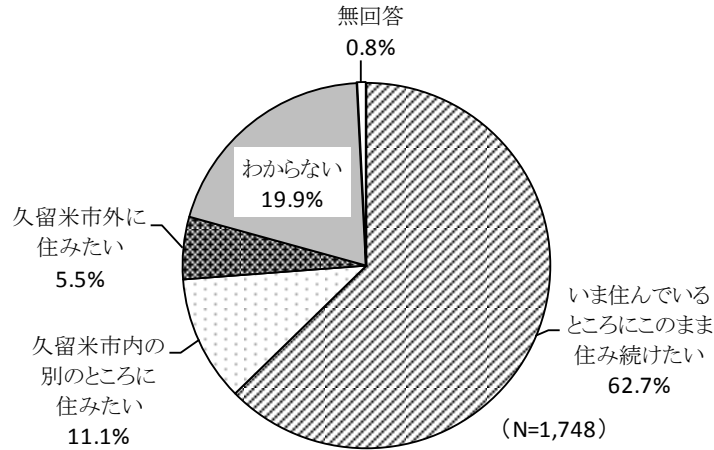
◇西部Aと東部Bで『住みやすい』が7割弱とやや低い。



2-4 定住意向

約7割の人が久留米市に住み続けたいと思っている。

F8 あなたは、今後も久留米市に住み続けたいと思いますか。



◆属性別特徴

【性別】「久留米市外に住みたい」は男性(3.5%)より女性(7.2%)の割合が高い。

【年齢別】「いま住んでいるところにこのまま住み続けたい」は20歳代で39.1%と最も低く、年齢が上がるほど割合も高くなる傾向にあり、70歳以上では83.7%と最も高くなっている。

【ブロック別】「いま住んでいるところにこのまま住み続けたい」は西部Bで72.0%と高く、中央東部で59.1%と最も低い。また、「久留米市外に住みたい」は東部Aで約1割みられる。

【居住年数別】居住年数の長い人の方が「このまま住み続けたい」割合が高くなる傾向にあり、40年以上では79.2%となっている。

【住居形態別】

・「このまま住み続けたい」は持ち家で72.1%と高く、借家・賃貸住宅では40.1%にとどまっている。

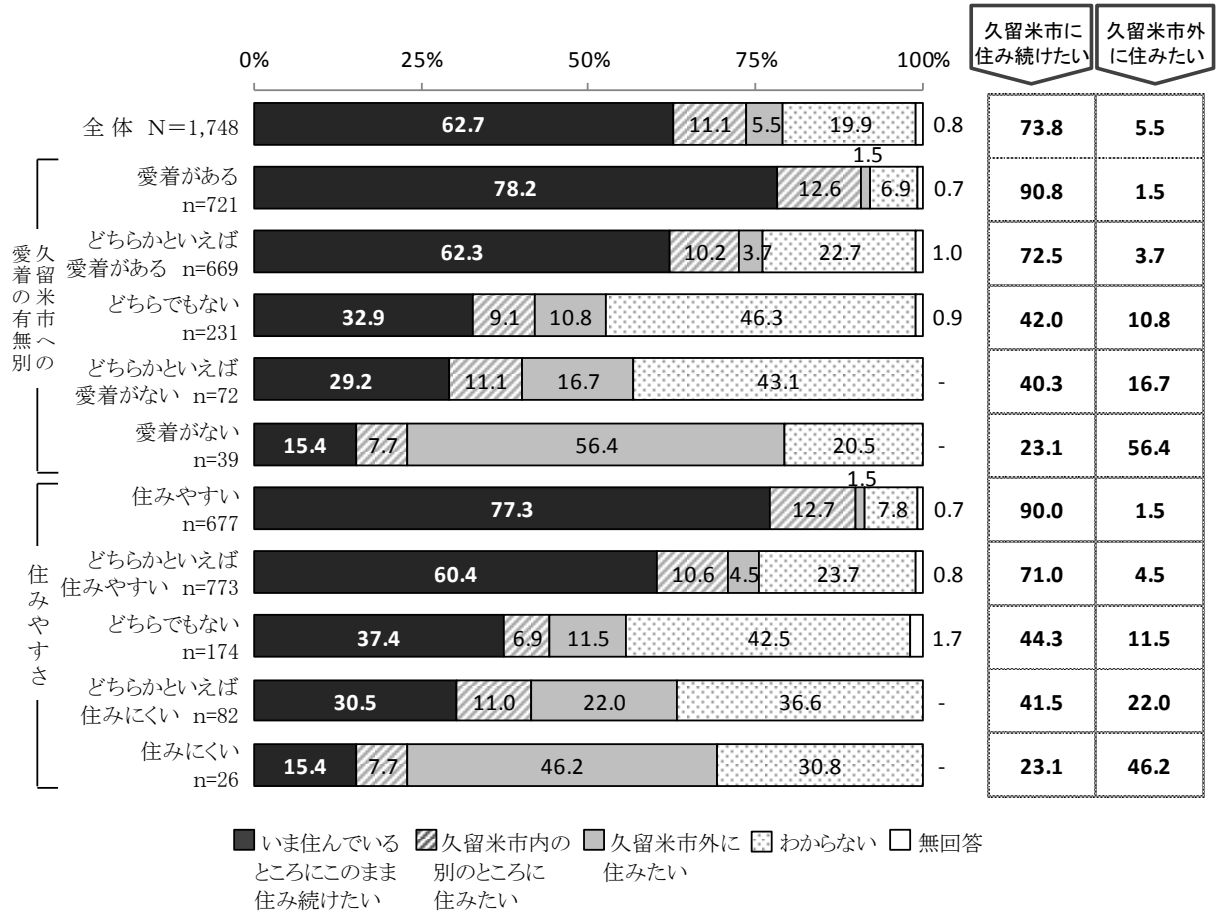
・借家・賃貸住宅の人は「市内の別のところに住みたい」が2割強、「わからない」も約3割と高い。

	標本数(票)	久留米市への定住意向 (%)					無回答		標本数(票)	久留米市への定住意向 (%)					無回答
		みこい 続ろま けたに こので いま まる 住と	と久 ころ ろ米 に市 内 の た別 いの	た久 い留 米市 外に 住 み	わ か ら な い	無 回 答				みこい 続ろま けたに こので いま まる 住と	と久 ころ ろ米 に市 内 の た別 いの	た久 い留 米市 外に 住 み	わ か ら な い	無 回 答	
全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	62.7 (1,096)	11.1 (194)	5.5 (96)	19.9 (348)	0.8 (14)		全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	62.7 (1,096)	11.1 (194)	5.5 (96)	19.9 (348)	0.8 (14)	
性別															
男性	818	64.3	11.0	3.5	20.8	0.4		東部A	116	60.3	11.2	10.3	16.4	1.7	
女性	930	61.3	11.2	7.2	19.1	1.2		東部B(田主丸)	114	67.5	7.9	4.4	16.7	3.5	
年齢別								北部A	164	61.6	11.6	6.1	20.7	-	
20歳代	225	39.1	18.2	10.2	31.6	0.9		北部B(北野)	120	62.5	12.5	5.8	19.2	-	
30歳代	276	44.6	17.4	8.0	28.3	1.8		中央東部	215	59.1	10.2	5.1	24.2	1.4	
40歳代	323	57.6	10.8	6.8	24.1	0.6		南東部	172	64.5	9.3	4.7	21.5	-	
50歳代	315	67.3	11.1	4.8	15.9	1.0		中央部	222	63.5	12.6	3.2	20.3	0.5	
60歳代	382	77.7	5.0	2.6	14.7	-		中央南部	302	60.3	14.9	6.6	17.9	0.3	
70歳以上	227	83.7	7.0	1.8	6.6	0.9		南西部	155	61.9	9.0	6.5	21.9	0.6	
居住年数別								西部A(城島)	75	65.3	12.0	2.7	18.7	1.3	
5年未満	163	42.9	14.1	9.8	33.1	-		西部B(三瀧)	93	72.0	4.3	4.3	18.3	1.1	
5~10年未満	102	49.0	11.8	11.8	26.5	1.0		形住 態居	1,236	72.1	6.5	4.8	15.8	0.9	
10~20年未満	225	42.7	11.1	10.7	34.7	0.9		持ち家	511	40.1	22.3	7.2	29.7	0.6	
20~30年未満	321	58.3	15.3	4.7	20.2	1.6		借家・賃貸住宅等							
30~40年未満	298	62.4	14.1	4.0	18.1	1.3									
40年以上	635	79.2	6.8	2.7	11.0	0.3									
無回答	4	100.0	-	-	-	-									

●図2-4 久留米市への愛着の有無別、住みやすさ別にみた定住意向

【久留米市への愛着の有無別】愛着がある人の約9割が『久留米市に住み続けたい』と答えており、久留米市への愛着度が高いほど定住意向も高い。

【住みやすさ別】住みやすいと感じている人の約9割が『久留米市に住み続けたい』と答えており、住みやすさを感じている人ほど定住意向も高い。

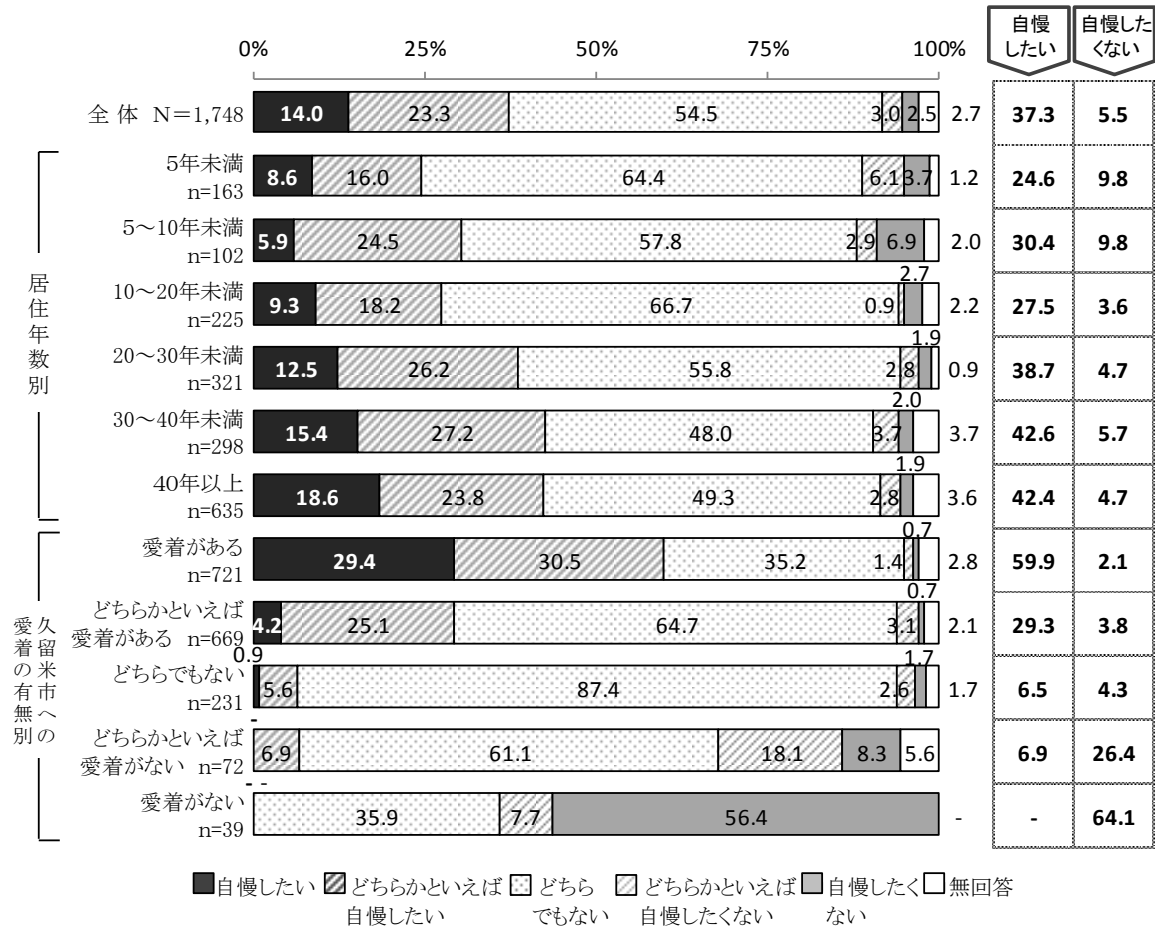


2-5 久留米市の自慢したいこと

(1) 久留米市の良いところを自慢したいか

37.3%の人が久留米市の良いところを自慢したい。

問6 あなたは、市外に住んでいる人に久留米市の良いところを自慢したいと思いますか。
(あてはまる番号に1つだけ○印)



◆属性別特徴

【性別】「自慢したい」と「どちらかといえば自慢したい」を合わせた『自慢したい』は女性 39.7%に対して男性 34.7%で女性の割合が高い。

【年齢別】『自慢したい』割合は年齢が上がるほど高くなる傾向にあり、70歳以上では46.7%となっている。

【ブロック別】北部A、中央部、南東部で『自慢したい』割合がそれぞれ4割を超えて高く、西部Aや西部Bで2割台と低い。

【居住年数別】居住年数30年以上の人で『自慢したい』が4割を超えて高く、5年未満では24.6%と最も低い。

【久留米市への愛着の有無別】

・愛着がある人は「自慢したい」割合が29.4%で、「どちらかといえば自慢したい」(30.5%)を合わせた59.9%が『自慢したい』と答えている。

・一方、愛着がない人は「自慢したくない」が56.4%で「どちらかといえば自慢したくない」を合わせた『自慢したくない』は64.1%に上る。



	標本数 (票)	久留米市の良いところを自慢したいと思うか (%)							
		自慢したい	自ど 慢した らか とい え ば	ど ち ら で も な い	自ど 慢した か と い え ば	自 慢 し た く な い	無 回 答	『自 慢 し た い』	『自 慢 し た く な い』
全 体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	14.0 (245)	23.3 (408)	54.5 (952)	3.0 (53)	2.5 (43)	2.7 (47)	37.3 (653)	5.5 (96)
性 別									
男性	818	12.6	22.1	55.3	4.2	3.3	2.6	34.7	7.5
女性	930	15.3	24.4	53.8	2.0	1.7	2.8	39.7	3.7
年 齢 別									
20歳代	225	11.1	22.7	59.6	3.1	1.8	1.8	33.8	4.9
30歳代	276	10.5	16.7	63.8	4.0	4.0	1.1	27.2	8.0
40歳代	323	11.5	24.5	55.4	3.1	3.7	1.9	36.0	6.8
50歳代	315	13.0	26.7	54.3	3.5	0.6	1.9	39.7	4.1
60歳代	382	17.0	23.6	50.3	2.9	2.6	3.7	40.6	5.5
70歳以上	227	21.1	25.6	44.1	1.3	1.8	6.2	46.7	3.1
ブ ロ ッ ク 別									
東部A	116	12.1	22.4	56.0	3.4	3.4	2.6	34.5	6.8
東部B(田主丸)	114	10.5	22.8	55.3	2.6	3.5	5.3	33.3	6.1
北部A	164	16.5	29.9	47.6	2.4	3.0	0.6	46.4	5.4
北部B(北野)	120	12.5	23.3	55.8	3.3	3.3	1.7	35.8	6.6
中央東部	215	14.9	21.4	53.5	1.9	4.2	4.2	36.3	6.1
南東部	172	18.6	25.0	52.9	1.2	1.2	1.2	43.6	2.4
中央部	222	19.8	24.8	46.8	4.1	1.4	3.2	44.6	5.5
中央南部	302	10.9	24.8	57.0	4.0	2.0	1.3	35.7	6.0
南西部	155	12.3	20.6	60.6	3.2	1.3	1.9	32.9	4.5
西部A(城島)	75	6.7	18.7	58.7	4.0	4.0	8.0	25.4	8.0
西部B(三瀧)	93	12.9	15.1	63.4	3.2	1.1	4.3	28.0	4.3

(2) 自慢したいところ

自慢したいものでは、市のイメージとして評価が高かった「自然の豊かさ」「食やグルメ」「医療の充実」や「生活環境のよさ」が上位になった。

問6付問 問6で 1 または 2 に回答した人に

あなたが、自慢したいことやものを順に3つまで具体的にお聞かせください。

自慢したいもの	総合		1番目		2番目		3番目	
	ポイント	順位	件	順位	件	順位	件	順位
自然が豊か、筑後川、高良山、久留米つつじ・つばき	889	1	197	1	117	1	64	3
食べものが豊富でおいしい、ラーメン、焼きとり、酒蔵など	635	2	117	2	108	2	68	2
住みやすさ(生活環境)、田舎と都市のバランス、交通や買い物の利便性	556	3	99	3	90	3	79	1
医療の充実	321	4	63	4	50	4	32	4
祭り、四季折々のイベント、花火大会、水の祭典	185	5	30	5	33	5	29	5
石橋文化センター・美術館など文化芸術	157	6	27	6	30	6	16	8
久留米餅、BSなどの産業	115	7	21	7	13	10	26	6
農業、植木	74	8	7	11	20	7	13	10
人柄	73	9	11	8	12	11	16	9
歴史・伝統、神社仏閣	72	10	5	13	19	8	19	7
スポーツ・教育環境の充実、公園などの施設	66	11	8	10	15	9	12	11
久留米出身の有名人(青木繁など)	56	12	7	12	12	12	11	12
災害が少ない	42	13	9	9	7	13	1	13
子育て支援	6	14	1	14	1	14	1	14
その他	93		15		13		22	
合計(ポイント・件数)	3,340		617		540		409	

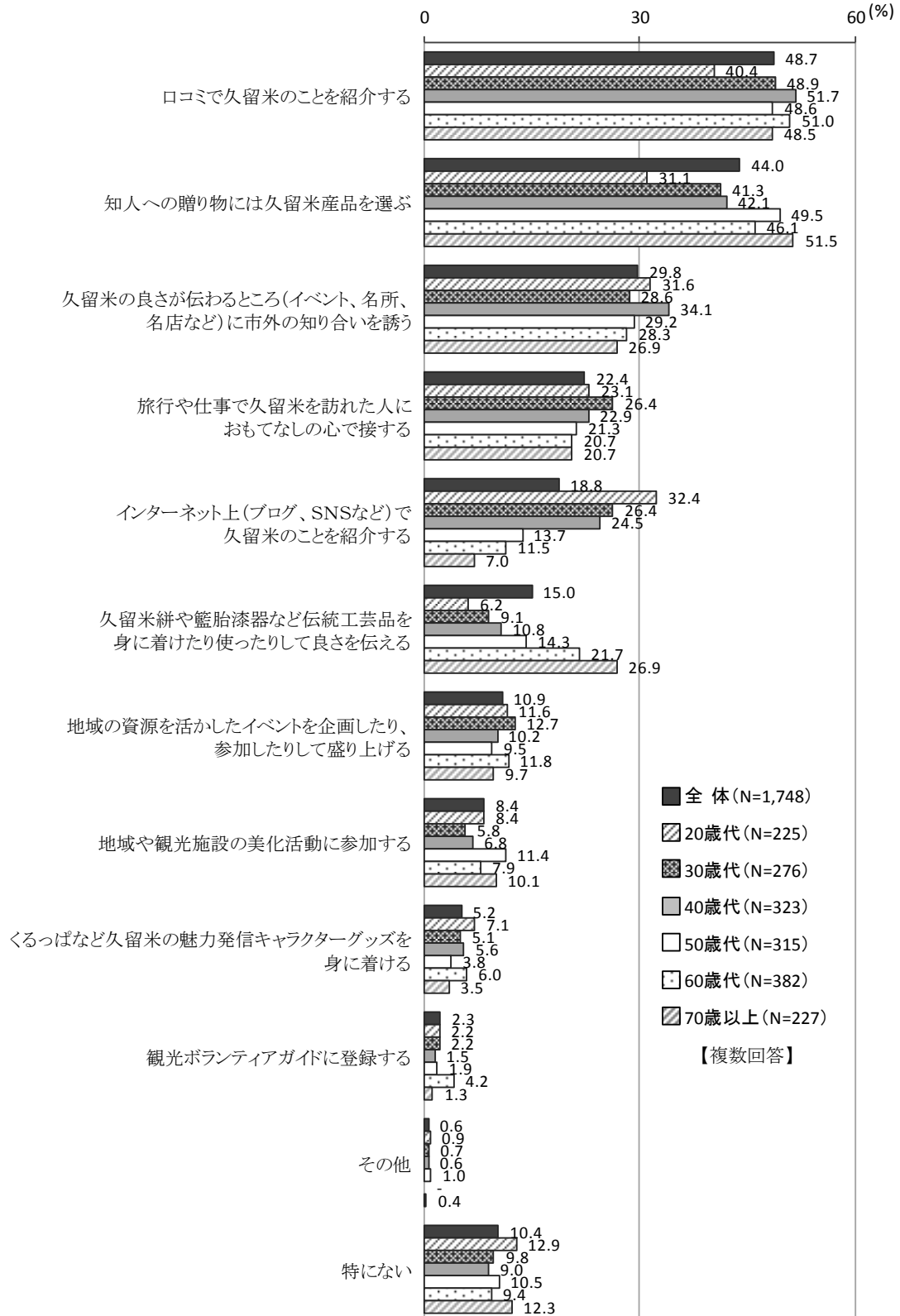
【総合ポイント】

1番目に回答した件数 × 3ポイント + 2番目に回答した件数 × 2ポイント + 3番目に回答した件数 × 1ポイント

2-6 自分自身でできる市のPR方法

「口コミ」と「久留米製品の贈答」が4割以上で上位。約9割の人は何らかの方法で久留米市の良さをPRできていると思っている。

問 28 久留米市の良いところを市外の人に伝えるために、あなた自身でできると思うことは何ですか。(あてはまる番号にいくつでも○印)



◆属性別特徴

【性別】女性は「知人への贈り物には久留米産品を選ぶ」や「伝統工芸品を身に着けたり使ったりして良さを伝える」などが男性より多くあげられている。

【年齢別】「知人への贈り物には久留米産品を選ぶ」や「伝統工芸品を身に着けたり使ったりして良さを伝える」は高い年齢層で、「インターネット上で久留米のことを紹介する」は若い年齢層でより多くあげられている。

【ブロック別】

- ・「口コミで久留米のことを紹介する」は中央東部で高い。
- ・「久留米の良さが伝わるところに市外の知り合いを誘う」は北部Aで4割弱と高い。
- ・中央部は「知人への贈り物には久留米産品を選ぶ」や「伝統工芸品を身に着けたり使ったりして良さを伝える」が他の地区と比べて高い。
- ・東部Aと北部Aでは「地域の資源を活かしたイベントを企画したり、参加したりして盛り上げる」が、北部Bでは「地域や観光施設の美化活動に参加する」が比較的高くなっている。

	標本数(票)	自分自身でできる市のPR方法 (%)																						
		口コミで久留米のことを紹介する	品を選ぶ	知人への贈り物には久留米産品を選ぶ	イベント、名所、名店など、市外の知り合いを誘う	久留米の良さが伝わる	旅行や仕事で久留米を訪れた	SNSなどで久留米のこと	インターネットで久留米のこと	工芸品や藍染など伝統	久留米餅や藍胎漆器など	して盛り上げる	地域の資源を活かしたイベント	参加する	地域や観光施設の美化活動	着ける	信じる	くる	録する	観光ボランティアガイドに登	その他	特にな	無回答	
全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	48.7 (851)	44.0 (769)	29.8 (521)	22.4 (392)	18.8 (328)	15.0 (263)	10.9 (191)	8.4 (146)	5.2 (91)	2.3 (41)	0.6 (10)	10.4 (182)	3.1 (54)										
性別																								
男性	818	47.1	36.3	28.7	21.4	19.3	9.9	12.1	8.7	4.8	3.1	1.0	13.4	3.1										
女性	930	50.1	50.8	30.8	23.3	18.3	19.6	9.9	8.1	5.6	1.7	0.2	7.7	3.1										
ブロック別																								
東部A	116	48.3	35.3	30.2	24.1	21.6	14.7	15.5	7.8	6.0	1.7	-	6.0	1.7										
東部B(田主丸)	114	45.6	44.7	23.7	21.1	20.2	11.4	14.0	3.5	3.5	2.6	-	13.2	2.6										
北部A	164	51.2	43.9	38.4	23.2	18.9	18.9	15.2	6.7	6.1	2.4	0.6	8.5	2.4										
北部B(北野)	120	45.0	45.0	23.3	18.3	15.8	12.5	10.0	13.3	1.7	3.3	0.8	13.3	3.3										
中央東部	215	54.4	41.4	29.8	21.9	20.5	13.5	5.6	7.0	5.1	2.3	1.4	10.2	2.3										
南東部	172	45.9	40.1	29.7	26.2	21.5	15.1	12.8	10.5	6.4	3.5	0.6	10.5	3.5										
中央部	222	47.7	50.9	27.9	25.2	17.1	19.8	11.7	10.4	9.0	3.2	0.5	9.5	3.2										
中央南部	302	50.7	45.4	29.8	24.5	20.2	15.9	10.9	7.0	4.0	2.3	-	10.9	2.3										
南西部	155	47.1	46.5	31.6	18.1	16.1	17.4	9.0	7.7	6.5	1.3	0.6	9.0	1.3										
西部A(城島)	75	46.7	40.0	29.3	13.3	14.7	10.7	4.0	8.0	-	1.3	1.3	14.7	1.3										
西部B(三瀨)	93	45.2	44.1	32.3	21.5	15.1	5.4	10.8	11.8	4.3	-	1.1	11.8	-										

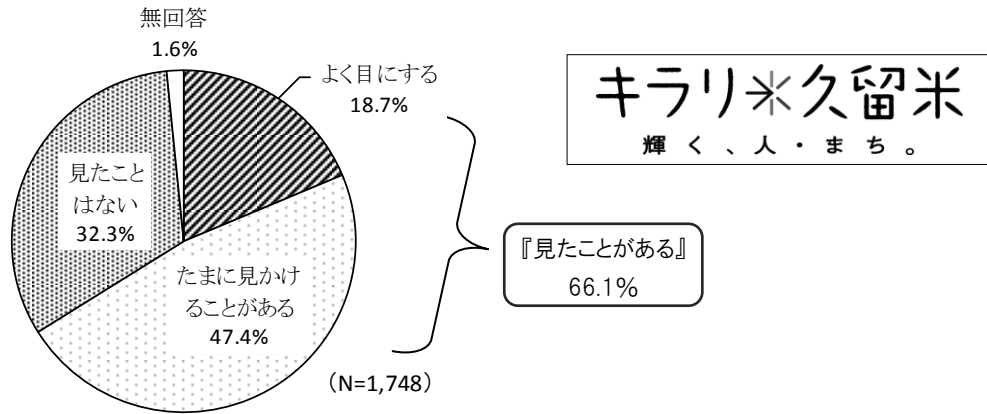
2-7 ロゴマークやキャラクターの認知

(1) ロゴマークの認知

66.1%の人が「キラリ・久留米」を見たことがある。

問7 次のロゴマークやキャラクターについてお尋ねします。

ア) あなたは、次のマークを見たことがありますか。(あてはまる番号に1つだけ○印)



◆属性別特徴

【性別×年齢別】

- ・『見たことがある』と答えた人は、全ての年代で女性の方が多。特に女性の20～50歳代では7割を超えている。
- ・70歳以上男性では、「見たことはない」が、5割を超え高い。

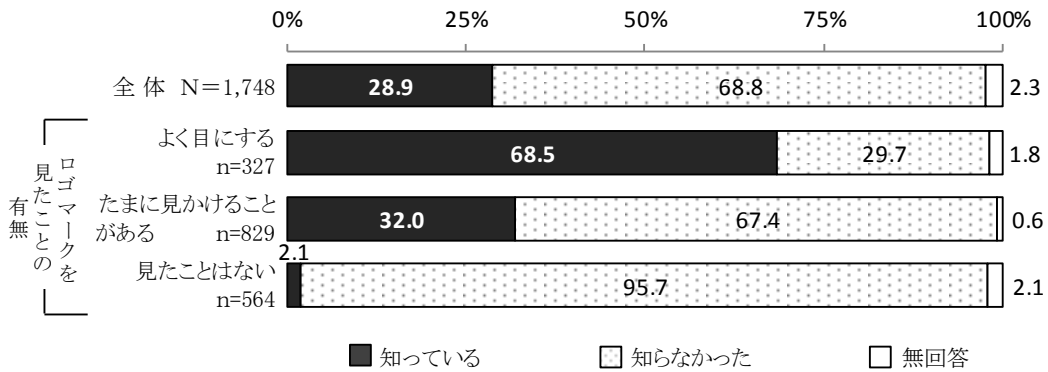
【ブロック別】「よく目にする」は中央部や東部Aで3割弱と高く、特に中央部では『見たことがある』が8割を超えている。一方、「見たことはない」は北部Bや西武A、西部Bで4割を超えて高い値となっている。

	標本数 (票)	ロゴマークを見たことがあるか (%)				
		よく目にする	たまに見かけることがある	『見たことがある』	見たことはない	無回答
全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	18.7 (327)	47.4 (829)	66.1 (1,156)	32.3 (564)	1.6 (28)
性別						
男性	818	14.9	45.4	60.3	38.0	1.7
女性	930	22.0	49.2	71.2	27.2	1.5
性別×年齢別						
男性:20歳代	107	15.9	41.1	57.0	43.0	-
男性:30歳代	130	14.6	53.1	67.7	31.5	0.8
男性:40歳代	147	18.4	49.0	67.4	32.0	0.7
男性:50歳代	141	19.1	41.8	60.9	34.8	4.3
男性:60歳代	190	12.1	46.3	58.4	40.0	1.6
男性:70歳以上	103	8.7	37.9	46.6	50.5	2.9
女性:20歳代	118	22.9	51.7	74.6	24.6	0.8
女性:30歳代	146	30.8	51.4	82.2	17.1	0.7
女性:40歳代	176	23.9	54.0	77.9	22.2	-
女性:50歳代	174	21.3	52.3	73.6	25.9	0.6
女性:60歳代	192	19.3	40.6	59.9	37.5	2.6
女性:70歳以上	124	13.7	46.8	60.5	34.7	4.8
ブロック別						
東部A	116	25.0	42.2	67.2	31.9	0.9
東部B(田主丸)	114	7.9	50.0	57.9	38.6	3.5
北部A	164	23.8	43.3	67.1	32.3	0.6
北部B(北野)	120	15.0	38.3	53.3	45.0	1.7
中央東部	215	19.5	52.1	71.6	27.0	1.4
南東部	172	19.8	48.3	68.1	31.4	0.6
中央部	222	27.9	53.6	81.5	17.1	1.4
中央南部	302	15.2	50.3	65.5	33.4	1.0
南西部	155	18.7	43.9	62.6	35.5	1.9
西部A(城島)	75	14.7	38.7	53.4	42.7	4.0
西部B(三瀧)	93	8.6	46.2	54.8	40.9	4.3

(2) 久留米市の魅力をPRするロゴマークであることの認知

約3割の人が久留米市の魅力をPRするロゴマークであることを知っている。

問7イ) あなたは、このマークが久留米市の魅力をPRする統一ロゴマークであることを知っていましたか。(あてはまる番号に1つだけ○印)



◆属性別特徴

【性別×年齢別】

- ・認知度は、全ての年代で女性が男性を上回っており、女性では年代が高いほど認知率も高い。
- ・男性の20・30歳代では「知らなかった」が8割前後と高い。

【ブロック別】東部A、中央部、北部Aでは「知っている」がそれぞれ3割台で認知度は高いが、西部Bでは16.1%と特に低い。

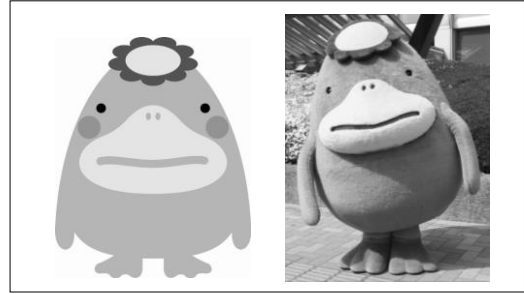
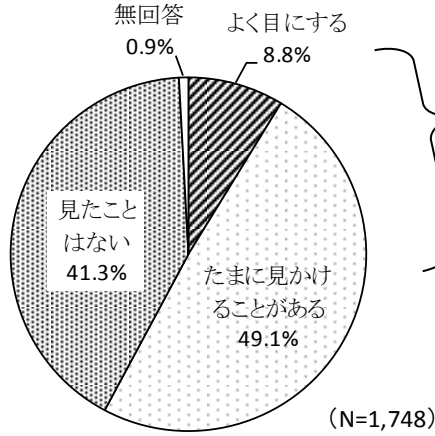
【ロゴマーク見たことの有無別】よく目にする人の認知度は7割弱で、たまに見かける人の約2倍となっている。

	標本数 (票)	久留米市の魅力をPRするロゴマークであることの認知 (%)		
		知っている	知らなかった	無回答
全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	28.9 (506)	68.8 (1,202)	2.3 (40)
性別				
男性	818	26.2	71.6	2.2
女性	930	31.4	66.2	2.4
性別×年齢別				
男性:20歳代	107	16.8	81.3	1.9
男性:30歳代	130	19.2	78.5	2.3
男性:40歳代	147	24.5	73.5	2.0
男性:50歳代	141	31.2	65.2	3.5
男性:60歳代	190	33.7	65.3	1.1
男性:70歳以上	103	26.2	70.9	2.9
女性:20歳代	118	26.3	72.9	0.8
女性:30歳代	146	29.5	69.9	0.7
女性:40歳代	176	26.1	72.7	1.1
女性:50歳代	174	33.3	65.5	1.1
女性:60歳代	192	35.4	60.4	4.2
女性:70歳以上	124	37.1	56.5	6.5
ブロック別				
東部A	116	37.1	61.2	1.7
東部B(田主丸)	114	27.2	67.5	5.3
北部A	164	33.5	64.6	1.8
北部B(北野)	120	20.8	75.8	3.3
中央東部	215	29.8	68.8	1.4
南東部	172	25.0	73.3	1.7
中央部	222	36.9	61.3	1.8
中央南部	302	28.5	69.9	1.7
南西部	155	29.7	69.7	0.6
西部A(城島)	75	21.3	72.0	6.7
西部B(三潞)	93	16.1	79.6	4.3

(3) 「くるっば」を見た経験

約6割の人が「くるっば」を見たことがある。

問7 エ) あなたは、「くるっば」を見たことがありますか。(あてはまる番号に1つだけ○印)



◆属性別特徴

【性別×年齢別】女性は全ての年齢で「見たことがある」が5割を超えているが、男性の50歳以上では「見たことがある」が5割未満となっている。

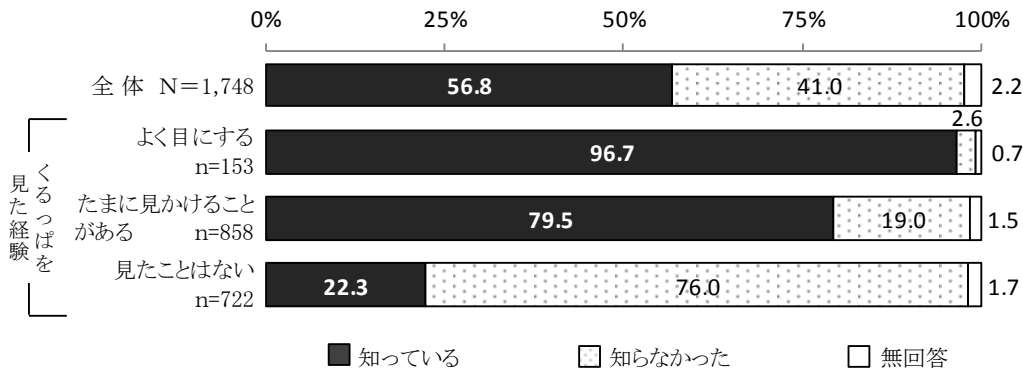
【ブロック別】中央部、中央東部、東部A、北部Aでは『見たことがある』が6割台と高く、北部Bや西部Aは「見たことがない」が5割を超えている。

	標本数 (票)	「くるっば」を見たことがあるか (%)				
		よく目にする	あけたまに見るか	『見たことがある』	ない見たことは	無回答
全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	8.8 (153)	49.1 (858)	57.9 (1,011)	41.3 (722)	0.9 (15)
性別						
男性	818	6.7	45.4	52.1	46.9	1.0
女性	930	10.5	52.4	62.9	36.3	0.8
性別×年齢別						
男性:20歳代	107	7.5	52.3	59.8	40.2	-
男性:30歳代	130	9.2	50.0	59.2	40.0	0.8
男性:40歳代	147	6.8	53.7	60.5	38.8	0.7
男性:50歳代	141	7.1	41.8	48.9	49.6	1.4
男性:60歳代	190	4.2	38.9	43.1	55.8	1.1
男性:70歳以上	103	6.8	36.9	43.7	54.4	1.9
女性:20歳代	118	16.9	53.4	70.3	29.7	-
女性:30歳代	146	15.8	52.1	67.9	30.8	1.4
女性:40歳代	176	10.8	62.5	73.3	26.7	-
女性:50歳代	174	10.3	52.9	63.2	36.8	-
女性:60歳代	192	6.3	44.3	50.6	49.0	0.5
女性:70歳以上	124	4.8	49.2	54.0	42.7	3.2
ブロック別						
東部A	116	8.6	53.4	62.0	37.9	-
東部B(田主丸)	114	8.8	45.6	54.4	43.9	1.8
北部A	164	12.8	47.6	60.4	39.0	0.6
北部B(北野)	120	4.2	39.2	43.4	55.8	0.8
中央東部	215	8.4	56.3	64.7	34.4	0.9
南東部	172	11.0	46.5	57.5	41.9	0.6
中央部	222	11.3	54.5	65.8	33.8	0.5
中央南部	302	8.6	50.3	58.9	41.1	-
南西部	155	7.7	49.7	57.4	41.9	0.6
西部A(城島)	75	5.3	36.0	41.3	54.7	4.0
西部B(三瀬)	93	3.2	44.1	47.3	49.5	3.2

(4) 「くるっば」の認知

56.8%の人が久留米市のイメージキャラクターが「くるっば」であることを知っている。

問 7 ウ) あなたは、久留米市のイメージキャラクターが「**くるっば**」であることを知っていましたか。(あてはまる番号に1つだけ○印)



◆属性別特徴

【性別×年齢別】

- ・女性は全ての年代で「知っている」が「知らなかった」より多いが、男性では 30・40 歳代以外は「知らなかった」が多い。
- ・男性、女性とも 30・40 歳代が他の年代より「知っている」が高い傾向にある。

【ブロック別】中央部や東部A、中央東部で認知度は高く、西部B、西部A、北部B、東部Bで認知度は低い。

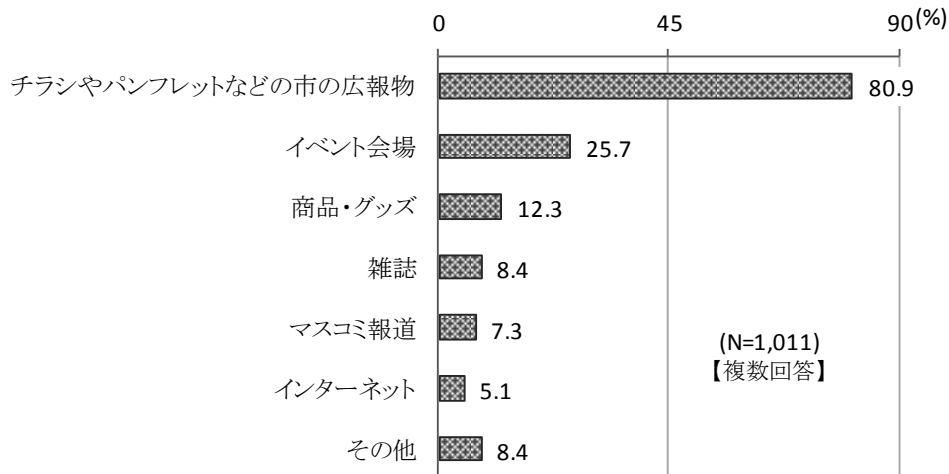
【くるっばを見た経験の有無別】よく目にする人の認知度は 96.7%と高く、たまに見かける人では約8割となっている。一方、見たことがない人で知っている人は約2割となっている。

	標本数 (票)	久留米市のイメージキャラクターが「くるっば」であることの認知 (%)		
		知っている	知らなかった	無回答
全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	56.8 (993)	41.0 (716)	2.2 (39)
性別				
男性	818	50.2	47.4	2.3
女性	930	62.6	35.3	2.2
性別×年齢別				
男性:20歳代	107	42.1	56.1	1.9
男性:30歳代	130	55.4	43.1	1.5
男性:40歳代	147	63.3	34.7	2.0
男性:50歳代	141	46.1	51.8	2.1
男性:60歳代	190	46.8	50.0	3.2
男性:70歳以上	103	45.6	51.5	2.9
女性:20歳代	118	67.8	31.4	0.8
女性:30歳代	146	67.1	30.8	2.1
女性:40歳代	176	68.2	30.7	1.1
女性:50歳代	174	63.2	35.6	1.1
女性:60歳代	192	57.8	39.1	3.1
女性:70歳以上	124	50.8	44.4	4.8
ブロック別				
東部A	116	66.4	31.9	1.7
東部B (田主丸)	114	45.6	49.1	5.3
北部A	164	59.1	39.6	1.2
北部B (北野)	120	43.3	54.2	2.5
中央東部	215	62.8	35.3	1.9
南東部	172	55.8	41.9	2.3
中央部	222	68.0	30.2	1.8
中央南部	302	57.0	41.1	2.0
南西部	155	59.4	40.0	0.6
西部A (城島)	75	41.3	54.7	4.0
西部B (三瀨)	93	40.9	54.8	4.3

(5) 「くるっば」を見たところ

「チラシやパンフレットなど市の広報物」で見た人が8割。

問7エ) 付問 **問7エ)で1または2に回答した人に** あなたは、このキャラクターを
どこでご覧になりましたか。(あてはまる番号にいくつでも○印)



◆属性別特徴

【性別】「市の広報物」は女性の割合が高く、「インターネット」や「イベント会場」などは男性が高い。

【年齢別】「市の広報物」は40歳代と50歳代で、「雑誌」や「インターネット」は30歳代以下で、「マスコミ報道」は60歳代以上で比較的多くあげられている。

【ブロック別】西部Bでは「市の広報物」、東部Aは「雑誌」、中央部は「イベント会場」や「商品・グッズ」が多くあげられている。

	標本数 (票)	「くるっば」をどこで見たか (%)							
		のレ チ ラ シ や パ ン フ レ ッ ト な ど の 市 の ブ ロ ッ ク 別	イ ベ ン ト 会 場	商 品 ・ グ ズ	雑 誌	マ ス コ ミ 報 道	イ ン タ ー ネ ッ ト	そ の 他	無 回 答
全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,011)	80.9 (818)	25.7 (260)	12.3 (124)	8.4 (85)	7.3 (74)	5.1 (52)	8.4 (85)	0.5 (5)
性別									
男性	426	77.2	27.0	12.9	8.0	6.8	7.5	7.3	0.7
女性	585	83.6	24.8	11.8	8.7	7.7	3.4	9.2	0.3
年齢別									
20歳代	147	72.8	16.3	13.6	10.2	6.1	9.5	16.3	-
30歳代	176	81.3	29.5	14.8	11.9	4.0	8.0	10.8	-
40歳代	218	87.6	25.2	13.3	6.4	4.6	6.9	6.0	0.5
50歳代	179	87.2	24.0	11.7	7.8	6.1	3.4	7.3	0.6
60歳代	179	79.3	29.6	11.2	6.7	11.2	1.7	6.1	1.1
70歳以上	112	70.5	29.5	7.1	8.0	15.2	-	4.5	0.9
ブロック別									
東部A	72	83.3	20.8	11.1	15.3	8.3	4.2	1.4	1.4
東部B(田主丸)	62	83.9	25.8	8.1	4.8	3.2	3.2	9.7	1.6
北部A	99	81.8	23.2	15.2	8.1	5.1	8.1	6.1	-
北部B(北野)	52	84.6	21.2	17.3	9.6	9.6	3.8	3.8	-
中央東部	139	84.2	25.9	9.4	10.1	7.9	8.6	6.5	0.7
南東部	99	80.8	21.2	13.1	7.1	6.1	2.0	10.1	-
中央部	146	74.7	35.6	18.5	8.2	7.5	4.8	12.3	-
中央南部	178	81.5	26.4	11.2	5.1	7.9	4.5	14.0	1.1
南西部	89	75.3	30.3	6.7	12.4	10.1	5.6	5.6	-
西部A(城島)	31	74.2	16.1	12.9	9.7	3.2	6.5	3.2	-
西部B(三瀧)	44	90.9	15.9	9.1	4.5	9.1	2.3	4.5	-

考察 — 都市ブランド —

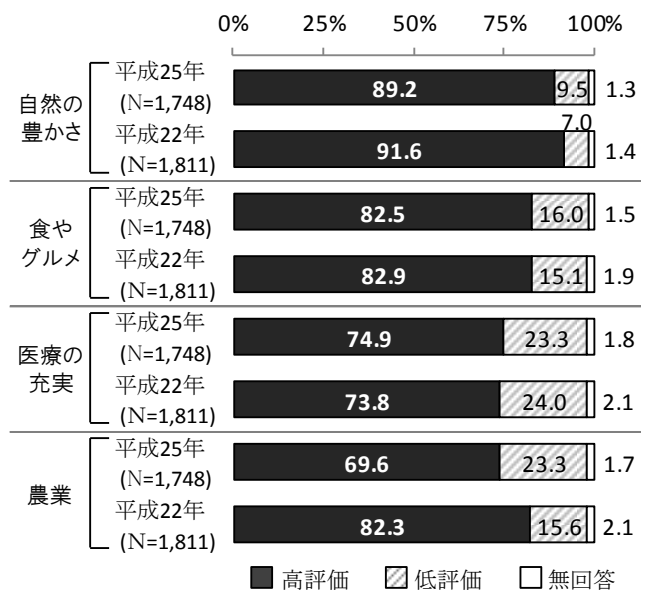
●久留米市のイメージの定着化と都市ブランド戦略の検証

少子高齢社会の急速な進行、経済・情報のグローバル化と付加価値競争、消費者ニーズの多様化等の社会構造の変化から、地方の自立・活性化に向けた創意工夫が必要とされている。

そのような社会的な背景の中、多くの自治体が市民にとっては誇りを外部の者にとっては憧れを引き起こす都市のブランド化に関する戦略を策定し推進している。久留米市でも平成 23 年 3 月に「久留米都市ブランド戦略¹⁾」を策定し推進しているところである。本章では、その「久留米都市ブランド戦略」を関連付けながら考察したい。「久留米都市ブランド戦略」では、久留米の 5 つの顔を①「四季の自然が満喫できるまち」(水と緑と花)、②「食通も大満足のグルメのまち」(食)、③「歴史が息づくまち」(文化芸術)、④「匠の技が光るまち」(ものづくり)、⑤「安心して暮らせるまち」(健康・医療)と定めている。今回の調査では、久留米市のイメージは「自然の豊かさ」(89.2%)、「食やグルメ」(82.5%)、「医療の充実」(74.9%)、「農業」(69.6%)が高い評価で上位になっている。また、③と④に相当する「文化芸術」(54.1%)、「歴史や伝統」(50.1%)、「ものづくり」(50.5%)は 5 割を超えており、「久留米都市ブランド戦略」で定められた久留米の 5 つの顔は、概ね適切だと言える。平成 22 年度の調査でも同じ項目が上位になっており、さらにそれぞれの項目の値が平成 22 年度と近い結果であることから、イメージの定着が進んでいることが推測される。平成 22 年度と今回の両方の調査で高評価を得た「農業」を新しい顔としてアピールするかどうかは、久留米市民以外の人たちの「久留米市のイメージ」を把握しつつ久留米の顔として押し出すかどうかを今後総合的に検討する必要がある。

「ものづくり」や「地域や住民のつながり」「歴史や伝統」というイメージを持っている人は特に女性の方に多かったが、今後は男性にもこのイメージが定着していくことが期待できる。年齢別では、「食やグルメ」は 30 歳代以下の若い世代で 9 割弱と多かった。「食やグルメ」のイメージは、現時点で十分高いが、中年層や高齢層にアピールできる「食やグルメ」の拠点づくりやイベントの実施によって、さらなるイメージアップの可能性はある。

◆久留米市のイメージ(前回調査比較)



1

<http://www.city.kurume.fukuoka.jp/1080shisei/2040keikaku/3150sinkatupromo/files/2012-1106-1013.pdf>

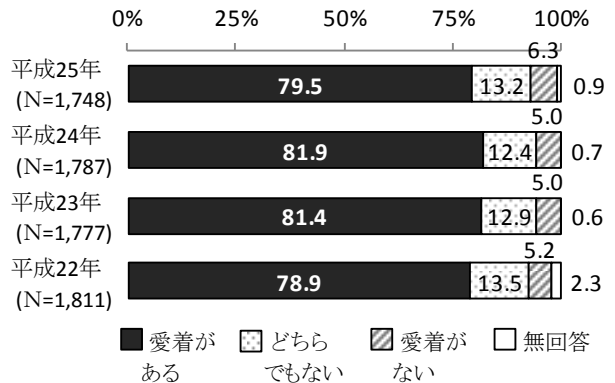
●増減を繰り返す定住意向とその要因としての住みやすさと愛着

久留米市の都市ブランド戦略では「内外に選ばれる都市」を目指している。今回は、内の方の久留米市民に選ばれ続けることができるかどうかの指標として、愛着と住みやすさと定住意向を調査した。

①居住年数が長い人ほど久留米への愛着が高く、居住年数が短い人にも愛着を持ってもらうための方策が課題

久留米市への愛着について今回の調査では、79.5%の人が久留米市に『愛着がある』ことがわかった。『愛着がある』は、平成22年度調査で78.9%、平成23年度調査で81.4%、平成24年度で81.9%と順調に推移していたが、今回の調査で前年度より2.4ポイント減少したが、大きな変化があったとは言えない。また、平成22年2月に「久留米都市ブランド戦略」で定められた平成26年度までに久留米市に『愛着がある』を86.8%にするという数値目標の達成は厳しい状況である。『愛着がある』割合は30歳代で74.6%と最も低く、年齢が上がるほど割合も高くなる傾向にあり、60歳代で84.6%と最も高い。若年層に愛着を持ってもらい、さらに愛着を持ちつづけてもらうにはどうすれば良いのかを検討する必要がある。『愛着がある』割合は居住年数が長い人ほど高くなる傾向にある。これは、愛着が醸成されるのには時間がかかるので当然の結果といえるが、居住年数が短い市民に早い段階から愛着を持ってもらうためにはどのようなことをすれば良いかも今後の課題となるだろう。

◆久留米市への愛着度(経年比較)

**②久留米市は「住みやすい」と思う人が82.9%、久留米市に「住み続けたい」人は73.8%**

次に久留米市の住みやすさについて分析する。今回の調査では、82.9%の人が『住みやすい』と感じており、高水準である。性別でみると『住みやすい』は男性(79.8%)より女性(85.7%)の方が高い。年齢別でみると『住みやすい』割合は30歳代で78.6%と最も低く、年齢が上がるほど高くなる傾向にあり、70歳以上で85.5%と最も高くなっている。また、居住年数別でみると、居住年数が長い人ほど『住みやすい』割合が高くなる傾向にある。

久留米市の住みやすさに続き、久留米市に住み続けたいかどうか(定住意向)を分析する。

今回の調査では、73.8%の人が久留米市に『住み続けたい』という結果になった。年齢別でみると「いま住んでいるところにこのまま住み続けたい」は20歳代で39.1%と最も低く、年齢が上がるほど割合も高くなる傾向にあり、70歳以上では83.7%と最も高くなっている。ブロック別でみると「いま住んでいるところにこのまま住み続けたい」は西部B(三潁)で72.0%と高く、中央東部で59.1%と最も低い。また、「久留米市外に住みたい」では東部Aが最も高く10.3%であった。居住年数別でみると居住年数の長い人の方が「このまま住み続けたい」割合が高くなる傾向にあり、40年以上では79.2%となっている。住居形態別でみると「このまま住み続けたい」は持ち家で72.1%と高く、借家・賃貸住宅では40.1%にとどまっている。借家・賃貸住宅の人は「市内の別のところに住みたい」が22.3%、「わからない」も29.7%と高いが、「久留米市外に住みたい」は7.2%と低くなっている。久留米市に限らず、借家・賃貸住宅に

住んでいる人は転出の可能性が高いが、明確に「久留米市外に住みたい」と思っている人が少ないことは良い点である。「わからない」と思っている人に久留米市内に住み続けてもらえるような施策と、「市内の別のところに住みたい」と思っている人に久留米市内の適切な居住空間の提供、あるいは「このまま住み続けたい」と思えるようにその地域を改善するような施策が望まれる。

③愛着と住みやすさが定住意向の大きな要因

子育てを担う層に久留米市の将来像を明確に提示することが望まれる

では、住みやすさや愛着と定住意向の関係を調べてみよう。「住みやすい」と感じている人の90.0%が『久留米市に住み続けたい』と答えており、住みやすさを感じている人ほど定住意向も高い。久留米市への「愛着がある」人の90.8%が『久留米市に住み続けたい』と答えており、愛着度が高いことも定住意向が高くなる要因であると推測できる。早い段階で幅広い層に愛着を持ってもらえるような施策が望まれる。

久留米市の定住意向に関する調査は、昭和59年、平成13年、平成22年、平成23年、平成24年にも行われているので、それらの調査結果を比較してみよう。昭和59年の調査で「今後も久留米市に住み続けたい」は79.1%、平成13年の調査で「一生住み続けたい・できれば住み続けたい」との回答は72.1%、平成22年の調査で「久留米市に住み続けたい（「市内の別の場所に住みたい」を含む）（以後上述の表記に合わせて『住み続けたい』と表記する）は76.0%、平成23年の調査で『住み続けたい』は73.1%、平成24年の調査では『住み続けたい』が82.2%あり、今回の調査では73.8%であった。同じ設問文ではないので厳密に比較できないが、『住み続けたい』の割合は増減を繰り返し、今回は前回と比べて、8.4ポイント減少した。

◆久留米市に『住み続けたい』人の割合（経年比較）

	標本数	(%)
平成25年	1,748	73.8
平成24年	1,787	82.2
平成23年	1,777	73.1
平成22年	1,811	76.0
平成13年	1,762	72.1
昭和59年	2,185	79.1

一方で、「久留米市外に住みたい」は、1.5ポイントしか増加していないが、「わからない」が7.3ポイント増加している。平成24年度の調査と比較すると『住み続けたい』と思っている男性が7.4ポイント減少しているのに対して、女性が9.4ポイント減少している。女性の「久留米市外に住みたい」は、3.0ポイントしか増加していない

◆性別、年齢別にみた定住意向（前回調査比較）

	久留米市に『住み続けたい』		久留米市外に住みたい		わからない	
	平成25年	平成24年	平成25年	平成24年	平成25年	平成24年
全体 (カッコ内は標本数)	73.8 (1,290)	82.2 (1,470)	5.5 (96)	4.0 (72)	19.9 (348)	12.6 (225)
性別						
男性	75.3	82.7	3.5	3.8	20.8	12.5
女性	72.5	81.9	7.2	4.2	19.1	12.6
年齢別						
20歳代	57.3	62.6	10.2	7.7	31.6	28.7
30歳代	62.0	76.4	8.0	5.8	28.3	16.6
40歳代	68.4	79.9	6.8	4.2	24.1	16.0
50歳代	78.4	87.1	4.8	2.5	15.9	9.6
60歳代	82.7	87.1	2.6	3.8	14.7	7.6
70歳以上	90.7	94.0	1.8	1.3	6.6	2.6

が、「わからない」が6.5ポイント増加している。また、年齢別にみると『住み続けたい』と思っている人は全年齢層で減少しているが、その中でも30歳代が14.4ポイント減少、40歳代が11.5ポイント減少しており、他の年齢層より大きく減少している。30歳代の「久留米市外に住みたい」は、2.2ポイントしか増加していないが、「わからない」が11.7ポイント増加していて、40歳代の「久留米市外に住みたい」は、2.6ポイントしか増加していないが、「わからない」が8.1ポイント増加している。変化が大きかった女性や30から40歳代において「わからない」と思

わせるなにかがあったと推測できる。「わからない」と回答する理由は様々であるが、将来が見えてこないが故に「わからない」と回答する可能性が高い。主に子育てに関わる可能性の高い30から40歳代と男性に比べて「子育て支援」を望む割合が多い女性に明確な久留米市の将来像を提示することが望まれる。

●久留米市の自慢したいことと自分自身でできるPR方法

久留米市の良さをPRする場合、行政だけでなく市民のPRがあるとさらに良さが伝わることだろう。ここで、さらに一歩踏み込んで久留米の良さを久留米市民にPRしてもらえるのかどうかを分析したい。

①「愛着」がある人ほど久留米市の良いところを「自慢したい」気持ちも高い

まずは、久留米市民が久留米市の良いところを自慢したいと思っているのかどうかを調べた結果、37.3%の人が久留米市の良いところを『自慢したい』という結果がでた。平成22年度調査では、37.6%だったので大きな変化はない。

久留米市への愛着の有無別にみると、愛着がある人は『自慢したい』割合が59.9%で、愛着がない人は『自慢したくない』割合が64.1%に上る。愛着のない市民に愛着を持ってもらい、自慢したいと思ってもらえるようにする施策が必要だと推測される。

では具体的に自慢したいものは何だろうか。今回の調査では、市のイメージとして評価が高かった「自然の豊かさ」「食やグルメ」「医療の充実」や「生活環境のよさ」が上位になった。特に「生活環境のよさ」とは、「住みやすさ（生活環境）、田舎と都市のバランス、交通や買い物の利便性」であり、市民は突出した特徴だけでなくバランスも自慢したいとされていることが推測できる。久留米市の都市ブランド戦略として突出した特徴をより強化するだけでなく、それらの特徴のバランスも考慮したブランド戦略が求められている。

②久留米市民の性、年代、地域を越えた交流で、外にPRできる地域の良さがわかる

次に自分自身でできる市のPR方法を聞いたところ、86.5%の人は何らかの方法で久留米市の良さをPRできるとしていることがわかった。久留米市を『自慢したい』が37.3%であったのに対して、非常に高い数値になったが、今回は「久留米市の良いところを市外の人に伝えるために、あなた自身にできると思うことは何ですか。」という質問に対して、「特になし」（10.4%）が低かっただけで、『自慢したい』と単純に比較することはできない。この「あなた自身にできると思うこと」を実際にPRしてもらうためには、PRを後押しする意識を持った『自慢したい』と思う人や『愛着がある』と思う人が増える必要がある。項目別にみると、「口コミ」（48.7%）と「久留米製品の贈答」（44.0%）が上位になっており、比較的負担が軽いPR方法が上位になっている。負担は重いが効果的なPR方法を実行する人がもっと増えることが望まれる。性別で見ると、女性は「知人への贈り物には久留米製品を選ぶ」や「伝統工芸品を身に着けたり使ったりして良さを伝える」などが男性より多くあげられている。年齢別で見ると、「知人への贈り物には久留米製品を選ぶ」や「伝統工芸品を身に着けたり使ったりして良さを伝える」は高い年齢層で、「インターネット上で久留米のことを紹介する」は若い年齢層でより多くあげられている。地域別で見ると、「口コミで久留米のことを紹介する」は中央東部で高い。「久留米の良さが伝わる場所に市外の知り合いを誘う」は北部Aで4割弱と高い。中央部は「知人への贈り物には久留米製品を選ぶ」や「伝統工芸品を身に着けたり使ったりして良さを伝える」が他

の地区と比べて高い。東部Aと北部Aでは「地域の資源を活かしたイベントを企画したり、参加したりして盛り上げる」が、北部Bでは「地域や観光施設の美化活動に参加する」が比較的高くなっている。これらの相違点は、久留米市内の良さを伝えるには好条件であり、性、年代、地域を越えて相互にPRすることで、それぞれの分野の良さが具体的に伝わっていく可能性がある。そのためには、性、年代、地域を越えた交流が必要である。

●ロゴマークやキャラクターを見た経験と認知

前述の早い段階で幅広い層に愛着を持ってもらえるような施策の一つとしてロゴマークやキャラクターによるPRが考えられる。久留米市の都市ブランド戦略の「戦略的な推進」の中で「どのようなイメージで行うか」において「統一したキャッチコピーやロゴ」があり、これが今回調査したロゴマークである。そのロゴマーク「キラリ・久留米」を見たことがある人は、66.1%であった。このロゴマークは久留米市の魅力をPRするためのものであるから、見たことがあるだけでなく「このロゴマークが久留米市の魅力をPRするためのものである」ことを認知しているかどうか重要である。久留米市の魅力をPRするロゴマークであることを知っている人は約3割であった。

ロゴマークを見たことの有無と久留米市の魅力をPRするロゴマークであることの認知を組み合わせてみると「よく目にする」人の認知度は68.5%で、「たまに見かける」人(32.0%)の約2倍となっており、見かける機会をさらに増やすことで認知度が上昇することが期待できる。

一方では、「よく目にする」けれども認知していない人が29.7%、「たまに見かける」けれども認知していない人が67.4%いることから、さらに認知度をあげるためには、このロゴマークが久留米市の魅力をPRするためのものであることを目に触れるだけでなく別の手段で宣伝する必要があるだろう。

ゆるキャラとは、地方自治体やイベントなどのマスコットキャラクターである。キャラクターを通じて自治体に愛着をもってもらえる可能性が高く、全国的にゆるキャラを使ってPRする自治体が近年増えている。久留米市でも昨年からゆるキャラ「くるっば」を使って久留米市をPRしている。その「くるっば」を『見たことがある』人は、57.9%いた。

「くるっば」は、久留米市の公式イメージキャラクターであるから、見たことがあるだけでなく「久留米市の公式イメージキャラクター」であることを認知していることが、久留米市をPRすることに繋がる。久留米市のイメージキャラクターが「くるっば」であることを56.8%の人が知っていることが分かった。よく目にする人の認知度は96.7%と高く、たまに見かける人では約8割となっている。一方、見たことがない人で知っている人は22.3%となっているが、今回の調査票に「くるっば」の実物写真が掲載されており、回答者が「くるっば」の実物を見ていないだけで「見たことはない」を選択している可能性がある。「くるっば」を見たことがあるかどうかの質問に対して地域別にみると、中央部、中央東

◆ブロック別にみた「くるっば」を見た経験

	標本数 (票)	「くるっば」を見た経験(%)		
		「あ見たことが」	見たことはない	無回答
全体 (カッコ内は標本数)	100.0 (1,748)	57.9 (1,011)	41.3 (722)	0.9 (15)
東部A	116	62.0	37.9	-
東部B(田主丸)	114	54.4	43.9	1.8
北部A	164	60.4	39.0	0.6
北部B(北野)	120	43.4	55.8	0.8
中央東部	215	64.7	34.4	0.9
南東部	172	57.5	41.9	0.6
中央部	222	65.8	33.8	0.5
中央南部	302	58.9	41.1	-
南西部	155	57.4	41.9	0.6
西部A(城島)	75	41.3	54.7	4.0
西部B(三瀨)	93	47.3	49.5	3.2

部、東部A、北部Aでは『見たことがある』が6割台と高く、北部Bや西部Aは「見たことはない」が5割を超えており、地域間の差が明確に出ている。また、後述の「くるっば」を『見たことがある』人が「くるっば」を見たところにおいても中央部は「イベント会場」(35.6%)や「商品・グッズ」(18.5%)が多くあげられている。「くるっば」が登場するイベントや「くるっば」の商品・グッズが販売されている店が限定されているため、この地域間の差が出たと考えられる。これらのことも、回答者が「くるっば」の実物を見ていないだけで「見たことがない」を選択していることを裏付けていることになる。どちらにしても「くるっば」の実物を見ることで愛着が高くなるのは確かであるから、「見たことがない」が高い地域で「くるっば」を見かけるようにすることが望まれる。しかし、イベントがない地域に「くるっば」を派遣する訳にもいかないため、「くるっば」を使ったゲームや「くるっば」を使った久留米市観光案内アプリ等を配信することによって、疑似的な交流を演出することが効果的かもしれない。すでに、久留米市の公式 facebook ページでは、「くるっば」が情報発信している設定になっており、これも疑似的な交流を演出する手法の一つである。

「くるっば」を『見たことがある』人が「くるっば」を見たところは、「チラシやパンフレットなど市の広報物」が80.9%で、実物を見ることが出来る「イベント会場」は2番目に多いが25.7%にとどまっている。上で少し取り上げた地域別でみると西部Bでは「市の広報物」(90.9%)、東部Aは「雑誌」(15.3)、中央部は「イベント会場」(35.6%)や「商品・グッズ」(18.5%)が多くあげられており、地域間に差異がみられる。

「くるっば」はロゴマークと比べて『見たことがある』の割合はやや低いが、認知度は高い。但し、「くるっば」が久留米市のイメージキャラクターであることは認知されていても、久留米市の魅力とどう繋がるのか、「くるっば」が何故河童のような形をしているのかまで認知しているのかは定かではない。ロゴマークについては、ロゴマークの中にキャッチコピーが明記されていることと「久留米市都市ブランド戦略」の中で詳しく説明されることにより久留米市の魅力とどう繋がるのかが明確になっている。一方で「くるっば」については、久留米市ウェブサイトの『久留米市イメージキャラクター「くるっば」の部屋』⁽²⁾で説明されているが、久留米市の魅力とどう繋がるのかまでは明記されていない。今後は、ウェブサイトはもちろん様々な情報伝達手段で、ロゴマークと「くるっば」と久留米市の魅力がどう繋がるかを発信することが望まれる。また、今後は、認知度の高い「くるっば」と久留米市の魅力と繋がりやすいロゴマークを併用すると、相乗効果が期待出来る。

平成25年にRKB毎日放送「今日感テレビ」で実施された「福岡&北九州&筑後・住みたい街総選挙⁽³⁾」で久留米市は2位になった。久留米市民意識調査は、久留米市民のみの調査であるが、この「福岡&北九州&筑後・住みたい街総選挙」では内外の評価を受けていることになる。厳密な調査ではないが、任意で投票に協力するタイプのランキングで上位に入れるということは、久留米市に投票してくれる久留米市民と久留米ファンが沢山いるからである。これは、今まで久留米市当局と久留米市民と久留米ファンのPRの賜物であると推測できる。さらに「久留米都市ブランド戦略」を改良・推進することによって協力的な市民と久留米市のファンの数を増やし、久留米市における内外の評価が高められることを期待したい。

² <http://www.city.kurume.fukuoka.jp/1080shisei/2010shoukai/3025kuruppa/>

³ <http://rkb.jp/kyokan/broadcast/20131226/#1>