

## 第

## 2

## 章

# 久留米市の観光・MICEを取り巻く 現状と課題

1. 久留米市観光・コンベンション振興基本計画の総括
2. 久留米市の観光振興・MICE誘致に関する現状調査の結果
3. 課題の整理

# 1 久留米市観光・コンベンション振興基本計画の総括

## (1) 久留米市の観光の現状

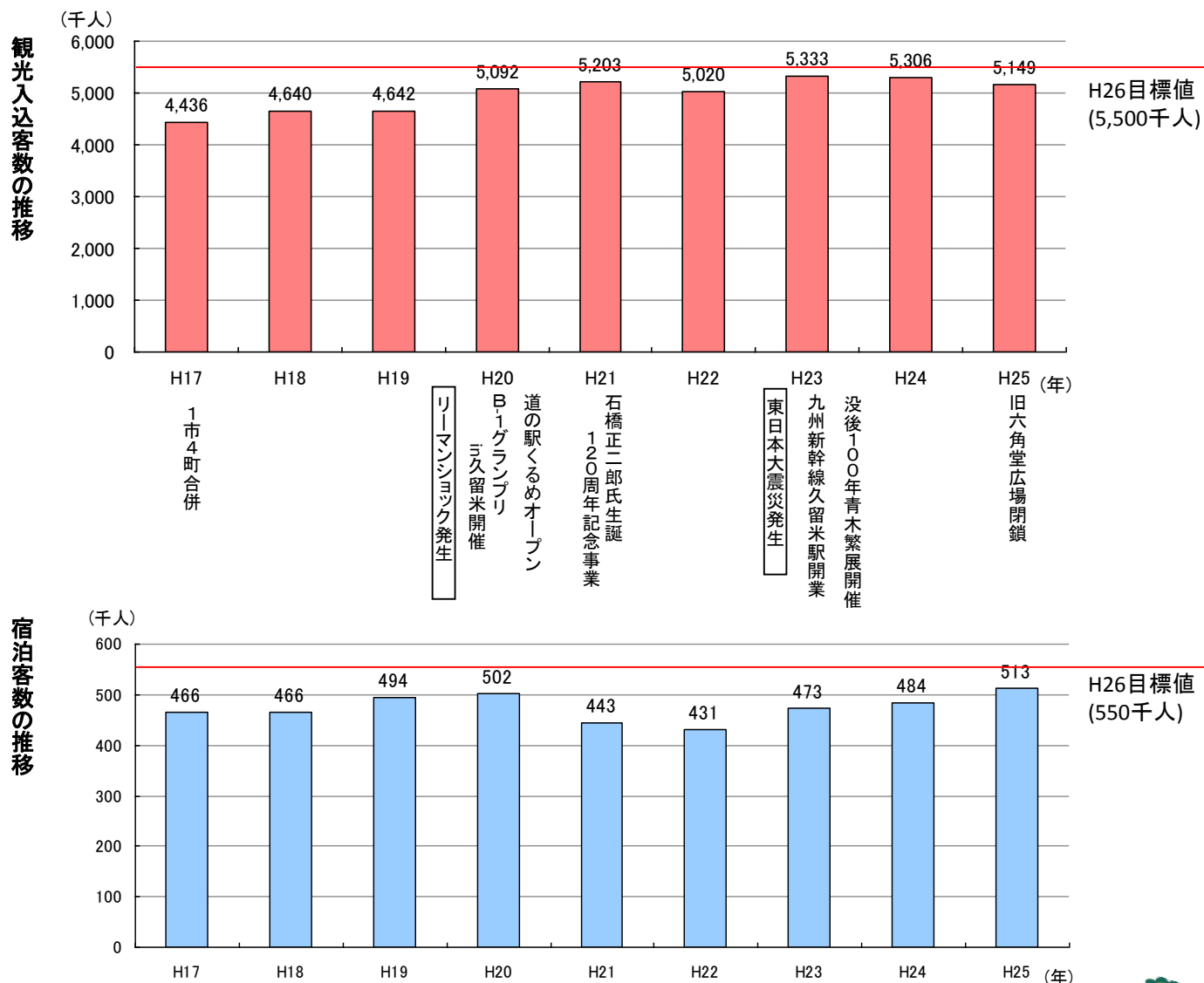
前計画では、「観光入込客数」「宿泊客数」などの項目において目標値を掲げ、観光振興を推進してきました。その結果ともいえる、統計データで見る観光振興の現状は、以下の通りです。

### ■久留米市の観光入込客数と宿泊客数の推移

観光入込客数は、第3回B-1グランプリin久留米の開催や道の駅くるめのオープンなどを契機として平成20年に初めて500万人を超えました。平成23年には東日本大震災の影響によるイベント中止などの減少要因があったものの、九州新幹線開業の効果に加え「没後100年青木繁展」等の特別展の開催などが増加要因となり、530万人に達しています。

一方、宿泊客数は、平成20年に50万人を超えましたが、リーマンショック翌年の平成21年から、再び40万人台が4年間続きました。

10カ年の目標値に対する実績としては、観光入込客数及び宿泊客数ともに増加傾向にあるものの、いずれも目標値の達成には至っていません。



### 「観光入込客数」「宿泊客数」とは？

「観光入込客数」とは、市内各施設の入場者や祭・イベント等の主催者発表数を参考に、重複や観光客以外が含まれていると思われるものには一定の係数を掛ける等して集計した数値です。「宿泊客数」とは、市内宿泊施設の宿泊数総計を指します。



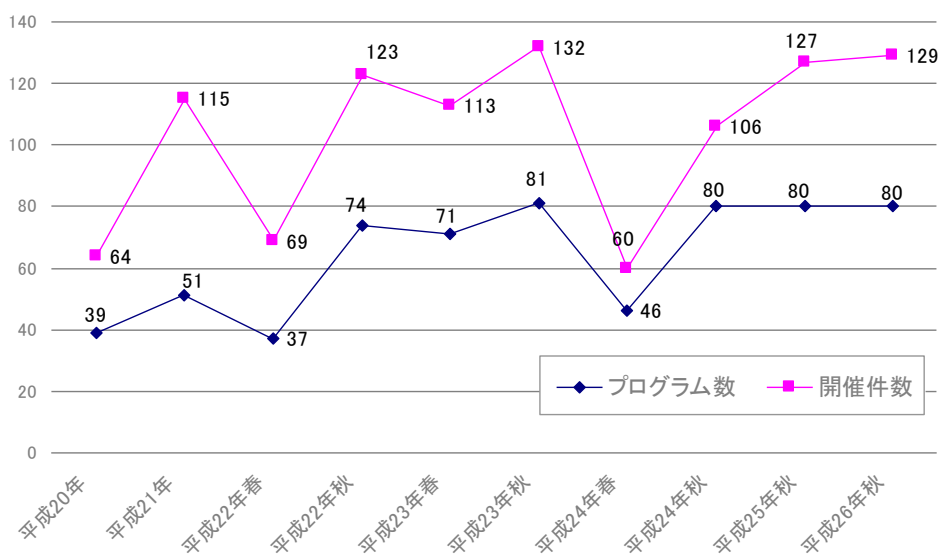
## ■久留米まち旅博覧会の実施状況

前計画に基づき、九州新幹線全線開業に向けた観光商品づくりとして平成20年に開始した久留米まち旅博覧会は、平成26年の「秋のまち旅」の実施で第10回を迎えました。

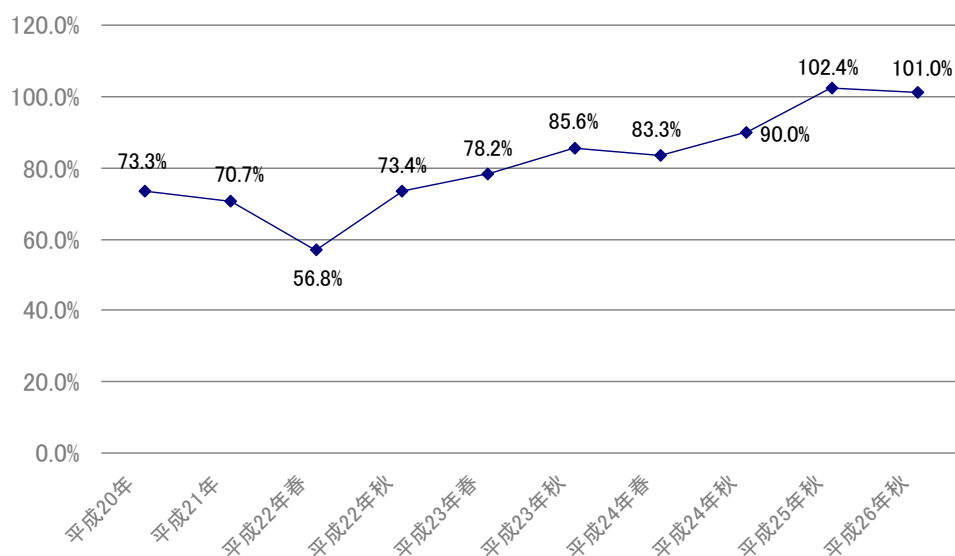
開始当初と比較するとプログラム数は倍増し、地域資源を活用した観光振興に関わる市民の裾野を広げています。また、認知度が上がったことにより、市外からの参加者数も順調に増加し、高い参加率となっています。

現在では本市の重要な観光商品として確立しており、着地型観光の先進的事例として、全国から多くの視察者を迎える事業ともなっています。

### 【プログラム数の推移】



### 【参加率(参加数/定員)の推移】



## (2) 久留米市観光・コンベンション振興基本計画の総括

本戦略プランを策定するにあたり、前計画である久留米市観光・コンベンション振興基本計画（平成17年度策定）の総括を行っています。

### 【主な成果と課題】

#### 【主な成果】

- ◎九州新幹線開業に向けた取り組みにより、坂本繁二郎生家の復元整備や観光案内所の充実などによる観光客の受け入れ環境の整備が図られた。
- ◎「ラーメンフェスタ」は数万人を集めるグルメイベントの先駆けとなっただけでなく、後の「B-1グランプリ」などに大きな影響を与えた。また、これらのイベントは、焼きとりや筑後うどん、日本酒などのグルメイベントに引き継がれ、「B級グルメの聖地」のイメージが市内外に広く定着した。
- ◎「久留米まち旅博覧会」の実施により、自然・景観、歴史・文化、産業など地域資源を活かす着地型のプログラム開発が進んだ。また、市民や市民団体などが観光振興の主体者となる環境が整い、そのための人材の育成につながった。
- ◎高度医療の集積地という特性を活かし、医学系学会が開催された。また、充実したスポーツ施設を活用し、さまざまなスポーツイベントを開催した。
- ◎合併でより多彩となった地域資源を活用し、集客交流の増加につなげた。
- ◎田主丸町を中心とする観光果樹園でのフルーツ狩りは、中国やASEAN諸国などからの旅行者には高い人気があり、年々訪れる外国人旅行者が増えている。

#### 【主な課題】

- ◎地域資源を活かす取り組みに関しては、イベントなどのスポット的な開催だけでなく、日常的な集客に結び付くような商品化やプロモーションに努める必要がある。
- ◎市民や事業者などを巻き込んだ観光振興の機運醸成や、地域全体で観光客に対するほとめきの意識啓発を図るとともに、「久留米まち旅博覧会」の充実などによる観光に関わる市民の拡大を図る必要がある。
- ◎近隣市町村などとの広域連携による観光の魅力づくりを図るとともに、観光プログラムやコースの拡充を図る必要がある。
- ◎観光客のニーズや満足度の把握が行われていない。
- ◎多様化する情報発信手法についての十分な検討がなされていない。
- ◎地域資源を活かすユニークベニューやアフターコンベンションの商品づくりにもっと力を入れる必要がある。
- ◎適切な計画の進捗管理が行われなかった。

さまざまな魅力があふれているが、  
まだまだ活かす余地がある

本戦略プランを策定するにあたり、市内各所の団体・事業者へのヒアリング並びに、一般消費者を対象とした認知度・イメージ調査を行っています。

### 【市内の各種団体を対象としたヒアリング調査から抽出した主な課題】

観光振興団体やボランティアガイド団体、校区コミュニティ組織など10団体の皆様にご協力をいただき、活動の現状や課題などについてヒアリング調査を行いました。

- ◎各地域の推進組織では、メンバーの高齢化や若者の参加が少ないことなどが深刻な問題となっている。
- ◎集客交流イベントなどは、地域経済に効果的に波及効果が広がるように、その実施手法などを検討する必要がある。
- ◎来訪者が増えてきた地域では、駐車場やトイレ、観光案内サイン、道路標識などの観光基盤が十分ではない。
- ◎各地域で行われる集客交流イベントでは、告知手法はチラシ・パンフレットなどに限られ、その告知範囲も狭いエリアに限られており、情報発信やプロモーション活動が十分に行われていない。
- ◎各地域の各種団体が相互に連携したり、協働したりする取り組みが少ない。
- ◎市民との協働による観光ボランティアが十分活用されておらず、協働の仕組みを再検討する必要がある。

### 【一般消費者を対象としたGAP調査から抽出した主な課題】

久留米市内のさまざまな観光資源などについて、認知度と興味度のギャップを調査し、今後、より力を入れていくべき資源を洗い出すために、平成26年9月に、インターネットモニター約1,000人（大阪府・広島県・福岡県・熊本県・鹿児島県在住）を対象にGAP調査を実施しました。調査結果では、久留米市の認知度は92%、来訪経験は47%であり、来訪経験がある人のうち、宿泊経験がある人は35%となっています。

- ◎日帰り観光が多くを占め、福岡県でも久留米市以外に行きたい所があったなど、久留米市の魅力が十分に伝わっていないことが課題となっており、市外への情報発信やプロモーションを効果的に展開する必要がある。
- ◎興味度・認知度がともに高い「筑後川」「久留米ラーメン」「筑後川花火大会」は、久留米市の目玉商品であり、これらを活かす情報発信やプロモーションに取り組み、さらなる興味の喚起に結び付ける必要がある。
- ◎「道の駅くるめ」「浅井の一本桜」「久留米焼きとり」「筑後うどん」「フルーツ狩り」など、久留米の食や自然・景観といったものは、興味度は高いが認知度は低いという結果となっており、新たな集客に結び付けるためには、戦略的な商品づくりや情報発信が必要である。

前計画の総括や調査、ヒアリングなどを実施し、市民や有識者などで構成する検討委員会やワーキンググループ、さらに市外の有識者からのアドバイスを聴取し、戦略や施策の検討を行いました。そこで挙げられた課題について類型化します。

### 地域資源の活用

- ・ 日常的な来訪先としての商品化や集客拡大の必要性
- ・ キラーコンテンツである「食」に特化した取り組み
- ・ 自然、景観を楽しむスポーツツーリズムの取り組み
- ・ 地場産業を活かす誘客と土産品の開発
- ・ 青木繁や坂本繁二郎などの芸術家・石橋文化センターの活用
- ・ 文化芸術を活かす取り組み
- ・ 消費や宿泊の拡大につながる取り組み

### 人材活用・育成

- ・ 住民、事業者を巻き込んだ観光案内機能
- ・ 若い世代が参加しやすい観光のまちづくり
- ・ 「久留米まち旅博覧会」のさらなる充実
- ・ 観光ボランティアの発掘と育成、及び活用

### 他地域との連携

- ・ 近隣市町村などと連携した観光の魅力づくり
- ・ 交通関連事業者と連携した観光コースづくり
- ・ 福岡市との連携・補完及び差異化した戦略づくり

### 施設管理・活用

- ・ 既存施設活用方法の拡充と利用者増の取り組み
- ・ 個別の観光案内サインなどの整備
- ・ トイレや駐車場などの観光基盤整備

### 外国人旅行者対応

- ・ 多言語対応や効果的な情報発信の取り組み
- ・ 留学生などの在住外国人の活用
- ・ 友好都市、姉妹都市との交流の活用

### 計画の推進体制

- ・ 具体的な数値目標の設定
- ・ 計画の推進組織の設置
- ・ 計画の定期的な進捗管理

### 情報発信・マーケティング

- ・ WEBや動画などを活用できる人材の育成や情報発信体制の構築
- ・ イベント規模、目的、ターゲットに合わせた情報発信手法の検討
- ・ 来訪者情報やHP情報の集積と分析強化の必要性

### MICE(コンベンション)

- ・ 医療や工業などの分野を活かすMICEの誘致
- ・ 久留米シティプラザや久留米総合スポーツセンター、石橋文化センターの活用
- ・ 地域資源を活かすアフターコンベンションの商品づくり
- ・ MICEに特化した人材育成と推進体制の充実
- ・ 近隣市町村と連携したMICE誘客