

湖誠会 平成24年度2月 行政調査報告書

久留米市観光振興 施策について

[食文化をまちに活かす久留米]

久留米市観光振興施策について

1、久留米市概況

久留米市は、面積 229.84k m²、人口約 30 万 2 千人、世帯数 12 万 2 千世帯を擁する福岡県で三番目の都市であるとともに中核都市である。

かつて、久留米藩主有馬家が江戸時代から廃藩置県に至るまでの約 250 年もの間、施政を担い歴代藩主が整備に努め発展してきた城下町のまち並が現在の久留米市の基礎となり、今日に至っている。

また市中の多くが筑後平野に属し、その中を筑後川も横断していることから豊かな水と肥沃な土壌に恵まれ、上質かつ豊富な農産物の産地として九州でも広く認知されている。特に良質な米と水に加えて良好な水運にも恵まれていることから京都伏見や神戸灘と並ぶ日本酒三大どころとして酒造業が発展し、感性豊かな酒文化が醸成されている。これら豊富な農産物と酒文化が結びつくことで独自の食文化を育み、「B級グルメの聖地」として発展する多彩な食文化を生み出す大きな誘因となっている。

昭和に入ると、のちに久留米ゴム 3 社と称される「(株)ブリジストン」や「(株)ムーンズター」および「(株)アサヒコーポレーション」によってゴム産業が発展し、中でも「(株)ブリジストン」は世界有数のタイヤメーカーへと成長したのである。その事業で得た利益や私財を公共の福祉と文化教育の向上の為に寄贈し、大学や文化センター、医療機関建設など企業メセナ活動の先駆者として、その功績が市中全域に息づき近代久留米の発展に大きく寄与してきたのである。

平成に入ると 23 年 3 月に九州新幹線開通に伴い久留米駅が開業し、博多から 15 分、北九州小倉から 34 分で結ばれることになり、JR 及第本線の起点として利便性が増し、その価値を高めている。

現在、当市は、「久留米大好き」「キラリ久留米」を掲げ、「すべての季節が美しいまち」「安心・元気な医療のまち」「食通グルメのまち」「文化芸術のまち」「匠の精神を受け継ぐまち」の 5 大施政方針のもと、各施策に取り組んでいる。

財政状況：一般会計 約 1,246 億円

特別会計 約 912 億円

公企会計 約 75 億円

総・合計 約 2,223 億円（平成 24 年度）

5 大施政方針

① のんびり、雄大 すべての季節が美しいまち

筑後川が筑後平野を悠々と流れ、南には「日本風景街道」にも登録される名勝の耳納連山がなだらかな稜線を描いており、変化に富んだ自然の風景と季節ごとに様々な表情を見せている。桜や菜の花、つつじ、コスモス、椿が咲き誇り四季を通じて訪れる人々を迎えている。

② 安心・元気な医療のまち

古くから「医療のまち」と呼ばれてきた久留米は、医師数、病床数ともに国内においてトップクラスである。九州で唯一の高度救急救命センターを始め広域小児救急センターなど高度な技術を持つ医療機関が集積し、国内最先端の医療研究に邁進している。また、地域ぐるみの健康づくりにも盛んであり、笑顔と元気が溢れている。

③ 来たれ、食通グルメのまち

久留米は、豊かな水と肥沃な土壌に恵まれ九州でも有数の納産地である。豊かな農産物は、独自の食文化を育み、「久留米ラーメン・久留米焼きとり・筑後うどん」といった久留米 3 大グルメを生み出し、「B級グルメのまち」として全国でも知られるまでに成長している。また、食材や食文化といった「食」を活かしたまちづくりは、観光の中心的な施策として大きな役割を果たしている。

④ 文化芸術を育むまち

久留米は、日本近代洋画壇を代表する青木繁、坂本繁二郎や古賀春江の出生地であり、くわえて松田聖子や田中麗奈など昭和から平成にかけて活躍する芸能人の出身地でもある。また街中には、史跡や寺社仏閣が数多く点在するとともに美しい風景が溢れており、今も昔と変わらず芸術家の感性を磨いている。

⑤ 匠の精神を受け継ぐまち

昭和初期、ゴム産業を中心とする工業が発展を遂げてきた。その中心にいたのがブリジストン創業者の石橋正二郎であった。彼は久留米の地で自動車用タイヤを完成させ、その礎を確立したのである。それ以前の久留米の産業は、日本 3 大餅でもある久留米餅であった。国の重要無形文化財にも指定され久留米のものづくりの精神と技術を連綿と受け継ぎ、現代へと引き継がれている。

2、調査目的

久留米市における年間観光入込客数は500万人（宿泊40万人）である。

経済については、市中心街における通行量の継続的な減少や九州新幹線開業に伴う自治体間競争の激化により厳しい局面が続き、官民に強い危機感が存在している。特に経済分野における近隣自治体に対する優位性の確保と観光分野における個性ある地域づくりと差別化された観光商品の開発への取り組みが急務であった。

この状況の中、民間の商店主らが久留米の歴史風土の中で育まれてきた独自性が強く多彩な食文化の観光経済への応用にいち早く着目し、その応用を実現し活性化を成功してきたのである。この成功が契機となり、「久留米ラーメン」「久留米焼きとり」「筑後うどん」などのご当地グルメがB級グルメとして内外から高い人気を誇り、久留米市がご当地グルメの聖地として全国に広く認知されるに至ったのである。さらに「B級グルメの聖地宣言」を行い、久留米3大グルメとともに伝統地場産業である酒造業を「酒のまち」として、久留米の夜の情景である「屋台」を含めて豊かな食文化を誇る特色を全国に発信している。

現在は、商店主から始まった取り組みに行政も加わり、互いに果たすべく役割を分担遂行しながら市の観光施策の中核として、久留米の発展に努めている。

わがまち大津市も「滋賀県B級グルメバトル」や「牛肉サミット」などに関わり、食や食文化をテーマにした事業が備える集客の強さを注目し、地域活性化や観光振興に与える可能性に大きく注目しているところである。

我々は、久留米市の「食」を活かした観光振興策の過去と今後の取り組みや成功事例や方向性などを研究することにより、これからの大津市の観光政策を立案する上で、より効果の高い政策が立案できるものと考え、久留米市を調査対象にしたものである。

この事を踏まえ、久留米市の観光振興策の中核を成している「B級グルメの聖地」「久留米まち旅博覧会」の各事業について調査を行ってきたものである。以下、各事業について述べていくこととする。

3、各施策について

3-1 B級グルメの聖地事業について

概要

本事業は、久留米 3 大グルメにちなんだ「イベント開催事業」と久留米の多彩な食文化を活かし地域活性に取り組む「久留米・食の八十八ヶ所巡りの旅事業」で構成されており、地域の食文化を最大限に活かし交流人口の拡大を図る事を目的としている。

本格実施までの取り組みおよび効果

平成 11 年に「ラーメンフェスタ I N 久留米」（平成 18 年まで開催）を各商店主が中心となり開催し、この取り組みを契機として、平成 15 年「焼きとり日本一フェスタ」（現在も継続開催中）を開催し、翌平成 16 年には「筑後うどん協会が」発足され、久留米ご当地 3 大グルメが確立された。また同時期に「とんこつラーメン発祥の地宣言」を行うとともに、焼きとり店が人口あたり日本一にちなんで「焼きとり日本一宣言」を行うなどご当地グルメの育成とブランド化を推進してきたのである。

平成 18 年には、「第 1 回 B1 グランプリ八戸大会」に「久留米焼きとり」が参加し、平成 20 年に「第 3 回 B1 グランプリ久留米大会」を誘致開催された。本大会には、全国より 24 の店と団体が出展し、来場者は 20 万 3 千人を記録し、「B 級グルメの聖地宣言」（別添①）を行ったのである。

平成 21 年には、九州地域のみを対象にした「第 1 回九州 B1 グランプリ」を開催、同時に「くるめ食の八十八ヶ所巡礼の旅」事業を共催し、グランプリに訪れた観光客に「ラーメン」「うどん」「焼きとり」の 3 大グルメのほかに市内各地に点在する「餃子」「ちゃんぽん」「甘味」などの多彩な飲食店を巡り、豊かな食文化に触れてもらうことができるように回遊ルートの提供も行ったのである。

これらの事業への取り組みや成果を踏まえ、久留米市の観光事業として官民が一体となり、本格的に施策展開が行われていくのである。

平成 20 年「第 3 回 B1 グランプリ久留米大会」効果

公共交通機関利用者 (開催日 2 日間合計)	J R 久留米駅利用者前年比 3,509 人増加 (124%増加) 西鉄久留米駅利用者前年比 8,420 人増加 (118%増加)
宿泊効果	宿泊利用者前年比 149%
マスコミ取材効果 (媒体効果約 36 億円)	テレビ 20 社・ラジオ 5 社・新聞雑誌 20 社・その他 9 社 新聞雑誌テレビ掲載 223 件
来場者数	初日 78,000 人二日目 125,000 人合計 203,000 人

平成21年「第1回九州B1グランプリ」効果

公共交通機関利用者 (開催日2日間合計)	J R久留米駅利用者前年比 3,509 人増加 (108%増加) 西鉄久留米駅利用者前年比 8,420 人増加 (116%増加)
宿泊効果	宿泊利用者前年比 149%
マスコミ取材効果 (媒体効果約6億円)	テレビ 11 社・ラジオ 2 社・新聞雑誌 11 社・その他 3 社 新聞雑誌テレビ掲載 166 件
来場者数	初日 80,000 人二日目 100,000 人合計 180,000 人

運営主体

平成 11 年から 16 年までの間は、ラーメン店で組織される団体や焼き鳥店やうどん店など後に久留米 3 大グルメを形成する団体が先導主体となり運営されていたが、平成 20 年からこれらに久留米市商工会議所・久留米市・財団法人久留米観光コンベンション国際交流協会を加えて組織結成された「B 級グルメの聖地久留米実行委員会」が当該事業の主体となり運営されていくことになる。

「B 級グルメの聖地久留米実行委員会」の体制

事務局	事務の総括
情報発信部会	広報
巡礼の旅部会	くるめ食の八十八ヶ所巡礼の旅の企画運営
イベント部会	第 1 回九州 B1 グランプリなどのイベント開催全般

久留米市の支援

財政支援	平成 23 年度約 1,070 万円・平成 24 年度約 450 万円
人的支援	市長：名誉会長 副市長 2 名：副実行委員長 事務局：課長以下 2 名

各事業

- 1、 イベント開催事業
- 2、 久留米・食の八十八ヶ所巡礼の旅事業

1、 イベント開催事業

平成 22 年度

- ① 「B 級グルメの聖地 久留米で満喫 食の巡礼 2010」開催
同時開催 「第 8 回久留米焼きとり日本一フェスタ」
中心商店街連携イベント

会場	西鉄久留米駅東口周辺、東町公園、中心商店街全域
主催者	B 級グルメの聖地久留米実行委員会
出展団体数	11 団体 (久留米初出展が内 2 団体)
来場者数	9 万人 (2 日間)

②ラーメンルネッサンス事業

- ① ラーメンモニュメント屋台石碑設置
- ② とんこつラーメン発祥の地記念石碑設置

平成 23 年度

- ① 「第 5 回全国やきとリンピック I N 久留米」開催
同時開催 「久留米焼きとり日本一フェスタ」

会 場	三本松公園
主 催 者	B級グルメの聖地久留米実行委員会（共催全国やきとり連絡協議会）
出展団体数	7 団体
来 場 者 数	5 万 7 千人（2 日間）

- ② 「九州 B 1 フェスタ I N 久留米 2012」開催

同時開催 「くるめ食の八十八ヶ所巡礼の旅 I N 六角堂」
「六つ門わくわくマルシェ」

会 場	東町公園
主 催 者	B級グルメの聖地久留米実行委員会
出展団体数	11 団体
来 場 者 数	15 万人（2 日間）

2、久留米・食の八十八ヶ所巡礼の旅事業

平成 21 年度

「くるめ・食の八十八ヶ所巡礼の旅」開催

会 場	久留米市中心商店街全域
主 催 者	B級グルメの聖地久留米実行委員会
出展団体数	90 軒
来 場 者 数	2 万人（実施期間平成 21 年 11 月から 2 月）

平成 22 年度

「くるめ・食の八十八ヶ所巡礼の旅 遍路その式」開催

会 場	久留米市中心商店街全域
主 催 者	B級グルメの聖地久留米実行委員会
出展団体数	94 軒
来 場 者 数	3 万 5 千人（実施期間平成 22 年 12 月から 5 月）

平成 23 年度

「くるめ・食の八十八ヶ所巡礼の旅 遍路その参」開催

会 場	久留米市中心商店街全域
主 催 者	B級グルメの聖地久留米実行委員会
出展団体数	101 軒、酒蔵 24 蔵
来 場 者 数	4 万人（実施期間平成 23 年 10 月から 5 月）

「くるめ・食の八十八ヶ所巡礼の旅 遍路その四」開催

会 場	久留米市中心商店街全域
主 催 者	B級グルメの聖地久留米実行委員会
出展団体数	98 軒
来 場 者 数	4 万人（実施期間平成 24 年 10 月から 3 月）

今後の課題

今日までの取り組みにおいて、B級グルメの聖地として久留米市は知名度向上において大きな成果をあげている。しかし一方で各事業において来訪している観光客が一年を通じて安定せず、回遊面積においても広がりを感じない。

この事は、地元商店の経営の安定化と観光入込客数の平準化の面において課題を残すものとする。

今後は、「イベント開催事業」と「くるめ・食の八十八ヶ所巡礼の旅事業」との連携を強化することにより、イベント開催場所と市内に点在する商店を結ぶ面的な導線の強化が必要とする。

3-2 久留米まち旅博覧会について

概要

近年、旅行者の趣向が団体旅行から個人旅行へと大きく変化移行し、その目的も多様化している。この現状の中、久留米市は、九州新幹線の開通による鹿児島や熊本などへの観光客の流出が懸念され、その対策が急務であったのである。

久留米市が備える自然・文化伝統・多彩で豊かな食文化など様々な地域資源の再評価を行い、その結果を新たな観光商品として活かす取り組みを進めるとともに地域の結束と認知度を高めることによる魅力ある久留米を目指したのである。

「まち旅博覧会事業」は、地域リーダーが中心となり、くるめ通ナビゲーターなど久留米に暮らす人々が思いを込めて久留米の魅力をたっぷり詰めた体験型観光商品「手づくり旅プラン」の提供が主であり、地域と観光客を結びながら交流人口の拡大を図ることを目的とするものである。

運営主体

当初は、JTB九州への業務委託であったが、ともに業務に係わりながらノウハウを吸収していき、平成24年度からは、「NPO法人久留米ブランド研究会」が主体となり運営している。また、常に久留米まち旅博覧会連携協議会や久留米観光コンベンション国際交流協会、久留米市と連携を図り、運営を行っている。

久留米市の支援

財政支援	平成20年度約1500万円・平成21年度約1700万円・平成22年度約1700万円・平成23年度約1700万円・平成24年度約900万円
人的支援	総合政策部室長・文化振興課長・文化財保護課長・農政課長・商工課長・観光国際課長・みどりの里づくり推進課長

取り組みの経過

平成18年度：市民10名によるプログラム検討ワーキング（JTB九州委託）

平成20年度～

平成21年度：実行委員会形式による「まち旅」開催（JTB九州委託）

平成22年度～

平成23年度：財団法人 久留米観光コンベンション国際交流協会による「まち旅」開催

平成24年度：NPO法人久留米ブランド研究会による「まち旅」本格開催

効果

平成 20 年度

① 第 1 回 2008 秋の久留米まち旅博覧会

実施期間	平成 20 年 10 月 31 日から 11 月 30 日
参加プログラム	39 (提供総数 64)
参加者数	1065 人 (定員参加率 73%)
運営主体	J T B 九州

平成 21 年度

① 第 2 回 2009 秋の久留米まち旅博覧会

実施期間	平成 21 年 10 月 11 日から 11 月 30 日
参加プログラム	51 (提供総数 115)
参加者数	1714 人 (定員参加率 70%)
運営主体	J T B 九州

② 第 3 回 2009 春の久留米まち旅博覧会

実施期間	平成 22 年 3 月 2 日から 4 月 29 日
参加プログラム	37 (提供総数 69)
参加者数	694 人 (定員参加率 57%)
運営主体	J T B 九州

平成 22 年度

① 第 4 回 2010 秋の久留米まち旅博覧会

実施期間	平成 22 年 10 月 3 日から 12 月 12 日
参加プログラム	74 (提供総数 123)
参加者数	1791 人 (定員参加率 73%)
運営主体	久留米まち旅博覧会実行委員会事務局

② 第 5 回 2010 春の久留米まち旅博覧会

実施期間	平成 23 年 3 月 3 日から 5 月 8 日
参加プログラム	71 (提供総数 113)
参加者数	1104 人 (定員参加率 7378%)
運営主体	久留米まち旅博覧会実行委員会事務局

平成 23 年度

①第 6 回 2011 秋の久留米まち旅博覧会

実施期間	平成 23 年 10 月 1 日から 11 月 30 日
参加プログラム	81 (提供総数 132)
参加者数	1695 人 (定員参加率 86%)
運営主体	久留米まち旅博覧会実行委員会事務局

②第 7 回 2012 春の久留米まち旅博覧会

実施期間	平成 24 年 3 月 1 日から 3 月 31 日
参加プログラム	46 (提供総数 60)
参加者数	714 人 (定員参加率 83%)
運営主体	久留米まち旅博覧会実行委員会事務局

平成 24 年度

①第 8 回 2012 秋の久留米まち旅博覧会

実施期間	平成 24 年 10 月 1 日から 11 月 30 日
参加プログラム	80 (提供総数 106)
参加者数	1547 人 (定員参加率 90%)
運営主体	NPO 法人 久留米ブランド研究会

広報効果

新聞	大手各紙・地元各紙など 20 件
雑誌	旅行情報誌など 20 件
テレビ	NHK や地元民放など 13 件
ラジオ	地元局中心に 7 件

今後の課題

まち旅博覧会については、開催時期における参加者数に差異はあるものの、常に女性に人気が高く、市外からの集客にも成果をあげている。また開催を重ねるたびに新しく魅力あるプログラムが提供されていることも踏まえ、当該事業の当初の目的である『久留米に暮らす人々が思いを込めて久留米の魅力をつぶりと詰めた体験交流型観光商品「手づくり旅プラン」をつくり、地域と観光客を結びながら交流人口の拡大を図ること』について一定の成果をあげているものとする。

一方、実績から対象商圏が久留米市と隣接する周辺の都市に限られていることが推測でき、この点は事業の継続性において懸念材料となる。

当市の至近である福岡県の大都市圏や九州新幹線と連絡している東海道山陽

新幹線沿線に立地している大都市圏に対する更なる広報活動を積極的に展開する必要であると考え。同時に春と秋の観光シーズンを念頭にプログラムされている体験型観光商品の通年化を行うことで、多様化している観光客のニーズに対応できるものとする。

所管

今回の久留米市観光施策に関する行政調査において特筆すべき点は、2点ある。

1点目は、地域住民や商工業団体が抱く、久留米市の現状に対する危機感が地域活性化や観光商品開発といった施策展開における原動力となっている点である。

次いで2点目は、久留米市観光施策における行政が担う主な役割が情報発信や団体間調整などであり、民間団体や住民の取り組みを側面的後方的に支援していることである。

この事は、観光施策展開における中心的な役割を民間団体や住民が主導していることを表し、行政は、これらが活動しやすい環境の周辺整備に努めているのである。

以下、各点について述べていくこととする。

まず、1点目についてであるが、ここで述べている危機感には2つの背景がある。

一つは、久留米経済の一角を担っていた主要会社の更正法申請による景況感の急激な後退に対する危機感である。

二つ目は、九州新幹線全線開通による近隣地域間競争の激化による久留米の相対的地位の低下に伴う埋没に対する危機感である。これらのふたつの危機感が大きな原動力となり、「B級グルメ」が生み出され、そして「まち旅博覧会」が実施されるなど今日に至る久留米の存在感の確立につながったものとする。

また、このふたつの危機感によって、固定化された視点からの脱却が促され新たな視点による「久留米らしさ」の再評価を可能にし、久留米の魅力と一体感を兼ね備えた地域財産を生み出すことに成功し、久留米が備える可能性に多面性を与えることにもつながり、「久留米らしさ」の継続的な発展へとつながっている。

次いで2点目についてであるが、「B級グルメ事業」において行政が本格的な支援に乗り出すまでに約10年の年月を要している。この間、すでに「ラーメン」「焼きとり」「うどん」におけるご当地久留米としての存在感と認知度は高くされている現状であった。

また支援内容は、財政的人的なものであるが、いずれもその規模は小さい内

容となっている。この事は、すでに久留米市の観光を支える素材として「B級グルメ」が確立されていたこともあり、行政に必要とされる支援のあり方が限定されていたもの推測できる。この行政の関与のあり方が企画立案や運営、施策の展開の面において、自由な発想を促し活力ある観光事業を可能にし、今日に至る成果を獲得できたものとする。

例えば、一つの事業で集客した観光客を市内各地への回遊を促す取り組みに成功していることである。このような「一極開催分散回遊」は、旧来のような行政が主催者における視点では、交通渋滞など他に及ぼす外部不経済を極度に懸念し、その実現には難しい側面がある。しかし、民間主体開催における視点では、久留米全体の活性化に対して観光客の市内への回遊がより大きな効果が見込めるチャンスと捉え、一つの事業における効果を最大限引き出すことに重点を置き、結果、相乗効果を得ることに成功しているのである。このように、事業に関わる行政の関与の大小と得られる効果が比例しないことが覗え、行政の関わり方に再検討を促す一つの事例として注目するところである。

今回の調査を通じ大津市の観光政策を立案する際に参考にするべき点は、2点ある。

1点目は、観光施策の展開に対する「行政支援のあり方」の再検討である。

2点目は、「観光都市大津」としての自らの有利不利を的確に把握する「自己分析力の向上」である。

まず、1点目については、補助金や人的支援に傾注している現状や硬直した施策展開が「観光都市大津」として十分な効果と内外からの評価を得られているのかを適切に検証したうえで、現状の行政支援のあり方に対して早急なる再検討を求めるものである。

次いで2点目については、立地環境や経済環境、自らの歴史伝統や食や芸能文化など観光を取り巻く様々な環境から自己を的確に分析できる「自己分析力の向上」が必要と考える。「観光客が何を求め」「市民は大津をどのように認識しているか」「大津は何が提供できるのか」をしっかりと認識したうえで、継続した情報の分析に努め、信用力の高い情報を提供し、確かな情報によって支援を行う行政体制の構築を求めるものである。

最後に、昨今、観光施策の展開において行政支援に依存する観光地が多い中で、「われらのまちを、われらで立て直す」という強い決意と行動を貫く久留米市民や団体の姿勢には深く共感を覚えるものである。

観光や地域活性に対する行政支援の大小がその結果と決して比例するものではなく、観光振興や地域活性において自主自立の精神がいかに重要であるかということを再認識できた調査であったことを述べて終わりとする。