

【概要】菊池市観光振興ビジョン（改定版）

I 基本的な考え方

1 策定趣旨

- 観光は裾野の広い産業であり、地方創生への切り札として期待
- 観光を取り巻く環境・社会情勢が急速に変化し、観光のニーズも多様化
- 観光の持つ経済波及効果を最大限に引き出すためには、地域資源を有効活用し、観光によるまちづくりを着実に進め、ブランド力を高めることが重要
- 観光による魅力あふれるまちづくりに向け、全市一体となって取り組むことができるよう、本市独自の観光振興の方向性を示すものとして策定

2 取組期間

令和4年度～令和11年（8年間）

II 現状と課題

1 観光を取り巻く環境・社会情勢の変化

観光に取り組む意義	コロナ禍における観光
定住人口1人あたり消費額 127万円/年	「遠出」や「密」を回避 マイクロツーリズム・少人数旅行
旅行者の消費額で換算すると… 国内宿泊旅行者 → 23人分 訪日外国人旅行者 → 8人分	世界的に 「自然回帰・健康志向」 の潮流
SDGsと観光	デジタル環境の変化
観光はSDGsの達成に向けて 重要な役割を担っている	デジタル技術の活用により誘客 の在り方等に変革をもたらす 「DX」 等も広がりを見せる
「住んでよし、訪れてよし」 地域住民と来訪者がともに満足 できる観光によるまちづくり	旅行者の体験の質の向上 資源効率の高い消費・生産活動

2 本市における観光の現状と課題

現状	◆ 観光入込客数・宿泊客数 約397.8万人(H19ピーク) → 約 242.6万人 (R3コロナ禍) 約22.7万人(H19ピーク) → 約 7.3万人 (R3コロナ禍)
課題	◆ 本市の観光ニーズ（旅行動機・満足度） 旅行動機では「温泉」「自然景観」「癒し」が上位 満足度が高いのは「溪谷」「温泉」「メロンドーム」
課題	◆ 観光のブランドイメージの確立・向上 「菊池らしさ」の磨き上げ等によるブランドイメージの確立 ◆ 観光の高付加価値化による観光消費額の増加 食を通じた滞在時間の延伸等による観光消費額の増加 ◆ 環境変化にも柔軟に適應できる観光基盤の強化 全市的なおもてなし体制の整備等による観光基盤の強化

III 観光振興ビジョン ※詳細は次頁

将来像

自然と歴史が紡ぐ「癒しの里山」きくち
 ～ 今日も明日もその先も、アナタと創るキュンなまち～

IV 推進体制

1 役割分担

- 各主体が、自らの役割を認識し、互いに連携、協働しながら責任を持って取り組むことが必要
- 市民、観光関連事業者、農林畜産事業者等、観光関連団体、商工会等、行政（菊池市）に期待される役割

2 PDCAに沿った進行管理

- PDCAサイクルの考え方にに基づき、適切な進行管理を実施
- 全体の取組状況等の検証作業を「菊池市観光戦略会議」において定期的に実施



1 目指す将来像

ありたい姿

自然と歴史が紡ぐ「癒しの里山」きくち ～ 今日も明日もその先も、アナタと創るキュンなまち～

＜ありたい姿に込めたメッセージ＞

「菊池らしさ」そのものである「自然」と「歴史」、それらが織りなす「癒しの里山」を生かし、市民と来訪者それぞれが主体となって、将来にわたって皆が、菊池市のことを知って、感じて、心躍る、キュンとするような、持続的に経済発展していくまちを創り上げていく

評価指標

➢ ありたい姿の実現に向けて、定量的評価指標を設定し、適時適切に評価・検証を実施

- ① 観光入込客数（目標値：4,050,000人）
- ② 宿泊者数（目標値：200,000人（うち訪日外国人48,000人））
- ③ 観光消費額（目標値：177.3億円）

2 ターゲット

ターゲティング

来訪者・菊池ファンを増やし、観光入込客数・観光消費額を維持・拡大するため、**優先すべきターゲット**を明確化

国内旅行者メインターゲット

福岡都市圏×ミドル世代×ファミリー（子ども）

訪日外国人旅行者メインターゲット

台湾×ミドル世代×ファミリー（子ども）

国内旅行者サブターゲット

- ① 熊本・福岡都市圏 × ヤング世代 × パートナー
- ② 福岡都市圏 × ミドル世代 × パートナー

訪日外国人旅行者サブターゲット

- ① 香港 × ミドル世代 × ファミリー
- ② 台湾・香港 × ヤング世代 × パートナー

3 取組の方針

引き込む力

- 多くの人たちに「菊池に行ってみよう」と思わせるためには、本市へと「**引き込む力**」が必要不可欠
- ブランドイメージの確立等により、「**引き込む力**」を高める

- ◆ ブランドイメージの確立・向上
- ◆ マーケティングの強化・活用
- ◆ プロモーションの強化

【関連する取組の例】
 ・「菊池温泉郷」として全市的なブランドイメージづくり
 ・市内観光施設における来訪者等アンケート調査・分析
 ・観光・イベント情報の一元化など

稼ぐ力

- 観光を持続的な地域経済の発展につなげていくためには「**稼ぐ力**」が必要不可欠
- 観光資源の発掘・磨き上げ等により、「**稼ぐ力**」を高める

- ◆ 観光資源の発掘と磨き上げ
- ◆ 回遊性を高め滞在時間の延伸を図る
- ◆ 本市観光を支える担い手の育成

【関連する取組の例】
 ・観光分野における農業の活用（農泊・農業体験）
 ・食（酒含む）・温泉を組み合わせたイベントの開催
 ・市民ガイドの発掘・育成など

継続する力

- 将来にわたって、本市に関心を持ち、また訪れたい、交流したいと思う人々を増やし、地方創生へつなげていくためには、「**継続する力**」が必要不可欠
- シビックプライドの醸成等により、「**継続する力**」を高める

- ◆ シビックプライドの醸成
- ◆ 受入環境の整備
- ◆ 観光推進体制づくり

【関連する取組の例】
 ・まち全体でもてなす機運の醸成（観光について学ぶ機会の創出等）
 ・観光案内板の整備（ピクトグラムの活用等）
 ・DMO設立の検討など