

第2次飯塚市観光振興基本計画  
(2024年～2027年)  
【改訂版】  
(素案)



2024年3月

飯塚市

# 目次

---

## 第1章 第2次飯塚市観光振興基本計画の改訂

1-1	計画改訂の必要性.....	1
1-2	計画の位置づけ.....	1
1-3	計画の期間.....	1
1-4	計画の進捗管理.....	1
1-5	観光振興の背景と役割.....	2

## 第2章 飯塚市観光の現状

2-1	第2次計画の進捗の状況.....	3
2-2	第2次計画策定後の観光入込客数の推移.....	4
2-3	目的別観光入込客数の推移.....	5
2-4	飯塚市主要観光施設の観光入込客数の動向.....	6

## 第3章 観光の現状と飯塚市の課題

3-1	観光の現状.....	7
3-2	飯塚市における観光の課題.....	10
3-3	飯塚市の強み.....	12
3-4	飯塚市の観光について.....	13
3-5	飯塚市内の観光の動向.....	15

## 第4章 観光振興の目的・基本方針

4-1	飯塚市における観光振興の目的.....	17
4-2	基本方針.....	18

## 第5章 基本方針における具体的取り組み..... 22

# 第1章 第2次飯塚市観光振興基本計画の改訂

---

## 1-1 計画改訂の必要性

飯塚市では、2008年（平成20年）3月に『飯塚市観光振興基本計画』を、その後、2018年（平成30年）9月に『第2次飯塚市観光振興基本計画』を策定し、様々な観光施策に取り組んできました。

しかし、令和2（2020）年以降の新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、観光をめぐる状況は大きく変わりました。

海外渡航制限や、国内における旅行控え、外出自粛の影響などにより観光需要が激減し、宿泊、交通・運輸業をはじめ、飲食、小売業など、観光に関わる産業が大変厳しい状況に陥りました。

さらに、国内外の社会環境や人々の意識も大きく変化し続けており、令和5年度に中間年を迎え、コロナ収束に向かう観光需要回復期に持続可能な観光を目指し、社会情勢やニーズに対応するため、計画の見直しを行います。

## 1-2 計画の位置づけ

この計画は、第2次飯塚市総合計画に掲げる都市目標像「人が輝き まちが飛躍する住みたいまち 住みつづけたいまち ～共に創り 未来につなぐ 幸せ実感都市 いいづか～」の実現に向けた観光分野の個別計画として位置づけられるものです。このため、本市の観光振興を目指し、今後の観光まちづくりを図るうえで、関連する諸計画との整合性を図りながら進めるものとします。

## 1-3 計画の期間

改訂後の計画の期間は2024年度（令和6年度）から2027年度（令和9年度）までの4年間とします。

## 1-4 計画の進捗管理

社会情勢などの変化を踏まえ、毎年度点検・評価を行い必要に応じて見直し改善を行うものとします。

## 1-5 観光振興の背景と役割

観光を巡る近年の情勢の変化を踏まえた観光振興の役割は、成長戦略の柱、地域活性化の切り札とされ、観光立国推進基本計画（令和5年3月31日閣議決定）の基本的な方針に記載されています。

### 観光立国推進基本計画 2023年3月31日閣議決定 抜粋

#### 第1 観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針

人口が減り、少子高齢化が進む中、交流人口・関係人口の拡大は地域の活力の維持・発展に不可欠である。

（中略）

ウィズコロナ・ポストコロナにおいても、観光を通じた国内外との交流人口の拡大の重要性に変わりはなく、観光は今後とも成長戦略の柱、地域活性化の切り札である。旅のもたらす感動と満足感、誰もが豊かな人生を生きるための活力を生み出す。

観光は学習・社会貢献・地域交流の機会でもあり、観光により地域の魅力を発見し、楽しみ、家族の絆を育むことは、ワーク・ライフ・バランスの充実にもつながる。観光を通じて住民が自らの地域に誇りと愛着を感じることは、活力に満ちた地域社会の持続可能な発展を可能にする。

（中略）

世界的にも関心の高まっている「持続可能な観光」とは、単に環境にやさしい旅行形態ではなく、いわば「観光SDGs<sup>※1</sup>」であり、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに重要な、経済・社会・環境の正の循環の仕組みにつながる観光の基本的な在り方である。地球環境に配慮した旅行を推進していくことに加え、地域において、自然、文化の保全と観光とが両立し、観光地・観光産業が付加価値を上げ収益力を高め、観光振興が地域経済への裨益と地域住民の誇りや愛着の醸成を通じて地域社会に好循環を生む仕組みにより、地域と観光旅行者の双方が観光のメリットを実感できる観光地を持続可能な形で実現していくことが、従前にも増して重要となっている。

今後の我が国の観光の復活に向けては、以上のようなコロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、単なるコロナ前への復旧ではなく、コロナ前とは少し違った、持続可能な形での復活を図ることが求められる。そのためには、「持続可能な観光」、「消費額拡大」及び「地方誘客促進」をキーワードに、これまで以上に質の向上を重視した観光へと転換していくことが必要である。

※1 持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals の略。

## 第2章 飯塚市観光の現状

### 2-1 第2次計画の進捗の状況

本市では「第2次飯塚市観光振興基本計画」を2018年（平成30年9月）に策定し、6つの基本方針をもとに32の具体的な取組を設定しております。

各施策の具体的な取り組み状況について、第2次計画に掲げている32の項目について5年間の取り組みの成果について評価を行いました。評価を行った結果、全体32項目（1項目対象外）のうち26項目では取り組みに着手していますが、5項目は未着手でした。また、着手した26項目のうち20項目については概ね計画に沿って推進していますが、6項目については取り組み状況が不十分でした。

コロナ禍を経た変化を踏まえ、「持続可能な観光」、「消費額拡大」及び「地方誘客促進」をキーワードに、観光振興が地域社会・経済に好循環をもたらす仕組みづくりを展開することにより、「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光地域づくりを目指し、計画の見直しが必要となっております。

＜取り組み状況評価の基準＞ 5年間の取り組み状況を下記の3段階で評価

○・・・目標を達成及び概ね達成している取り組み状況

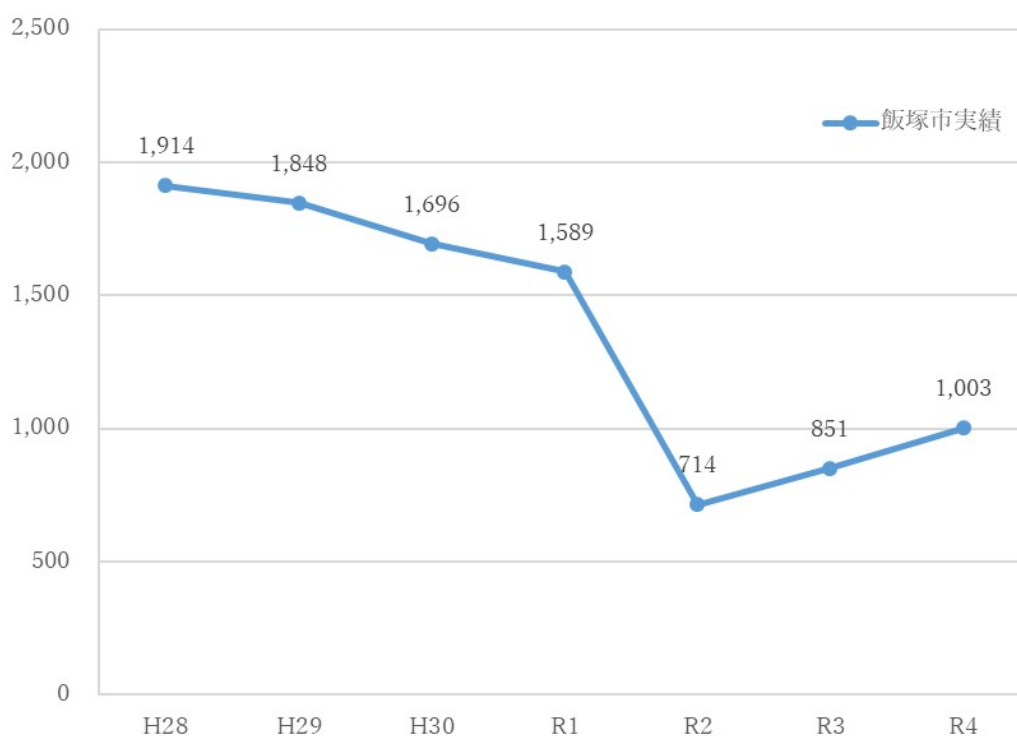
施策	項目数	○	△	×	対象外
(1) 観光推進体制の確立・強化	8	5	1	2	0
(2) 既存資源の活用・観光資源の発掘	5	2	2	1	0
(3) 情報発信の強化	4	2	1	1	0
(4) インバウンド観光客誘客の促進	5	4	1	0	0
(5) 広域連携の推進	4	4	0	0	0
(6) 受入環境の充実	6	3	1	1	1
合計	32	20	6	5	1

## 2-2 第2次計画策定後の観光入込客数の推移

本計画の見直しにあたり、各観光施設に第2次計画策定後の観光入込客数の調査を実施しました。

新型コロナウイルス感染症の拡大の影響は顕著に現れている一方で、コロナ後の回復傾向が見られます。

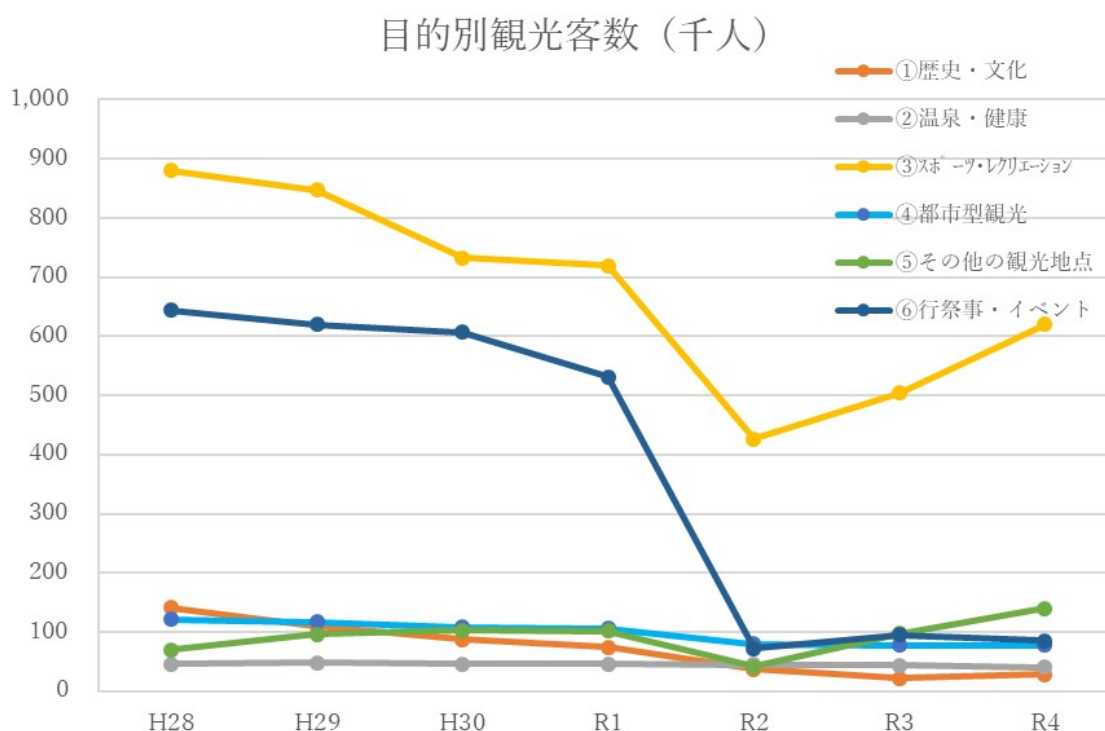
観光入込客数推移（千人）



飯塚市観光入込客数調査（令和5年度）

これまで、なだらかに減少傾向であった観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症の拡大により大きく減少しています。その後、令和4年にかけて徐々に増加傾向がみられますが、コロナ禍前である平成30年と比較しても、依然として約60%程度しか回復していない状況となっています。

## 2-3 目的別観光入込客数の推移



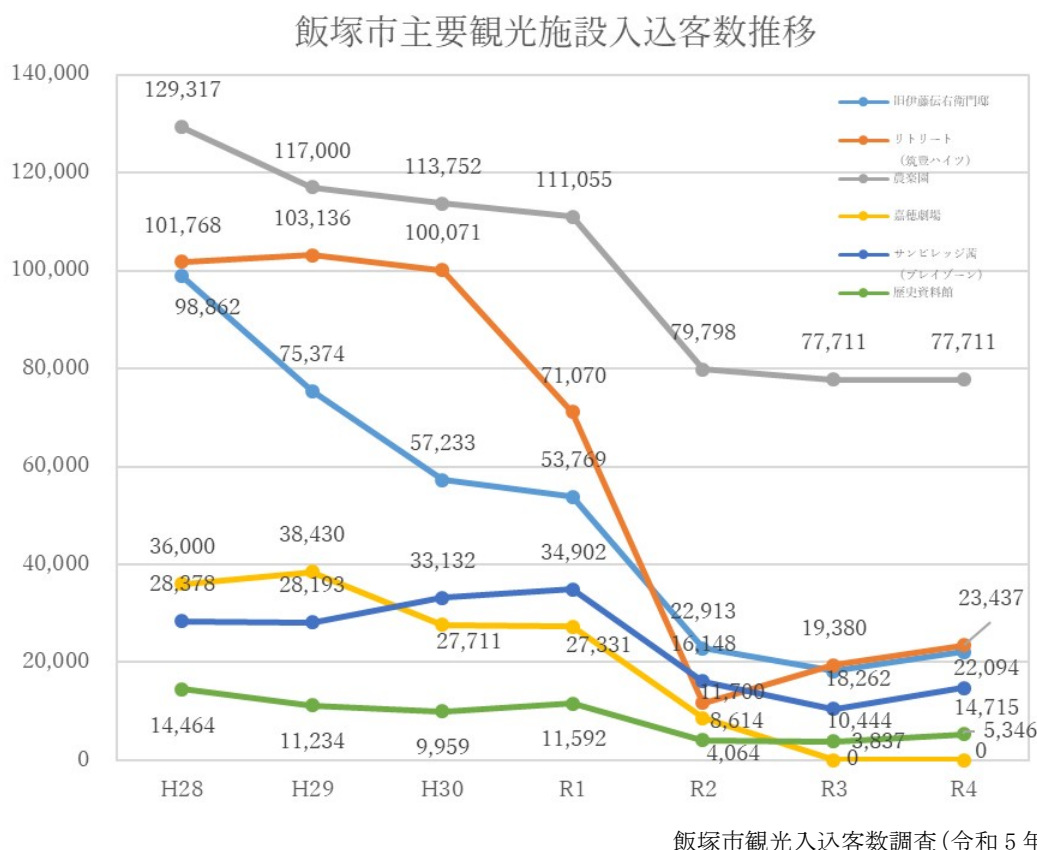
飯塚市観光入込客数調査(令和5年度)

本市の観光客数を目的別に分類すると、本市を訪問する目的として「スポーツ・レクリエーション」が多くなっています。これは、本市には6か所のゴルフ場があり、また全国に5カ所しかないオートレース場の1つである「飯塚オート」があることが、要因のひとつであると推察されます。

また、観光客数の多い「行祭事・イベント」については、「飯塚山笠」、「飯塚納涼花火大会」、「筑前の國いづか街道まつり」の飯塚3大祭りや、市内各所がひな飾りで彩られる「いづか雛のまつり」などへの来場者が多いことが要因であることが推察されます。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の拡大により、ほぼすべての「行祭事・イベント」が中止を余儀なくされ、令和2年から令和4年にかけては観光客数が大きく減少しています。

## 2-4 飯塚市主要観光施設の観光入込客数の動向



本市の主要な観光施設である6施設についても観光客数は減少傾向が見られ、特に令和2年は、新型コロナウイルス感染症の拡大により大きく減少しています。

「旧伊藤伝右衛門邸」については、平成24年のNHK朝の連続テレビ小説の効果による来館者数の爆発的な増加は一服し、その後、年々減少傾向が続いていたところ、さらに新型コロナウイルス感染症拡大の影響で大きく減少しています。そして、ようやくコロナ禍から徐々に回復してきてはいますが、令和4年では約2万2千人となっています。

「いづかスポーツリゾート ザ・リトリート」は、筑豊ハイツの老朽化に伴い、建て替えが行われたグランピング施設で、建て替えや新型コロナウイルス感染症の拡大により観光客数が大幅に減少しましたが、その後は年々利用者が増加傾向にあり、令和2年と令和4年の来場者数の比較では倍増している状況となっています。

「嘉穂劇場」については、令和2年に施設を運営するNPO団体が解散しことから閉館しており、その後、令和3年には本市に譲渡されたものの、再開に向けた耐震化等の課題への対応により、開館に至っていません。(令和6年3月時点)

「サンビレッジ茜」についても、イベントの中止などにより来場者数は減少傾向にあり、施設老朽化等の課題も発生しています。



## 第3章 観光の現状と飯塚市の課題

### 3-1 観光の現状

#### (1) 訪日観光の状況

訪日外国人旅行者数は、2019年（令和元年）までは、ビザの戦略的緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充等の施策を進め、航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備、魅力的なコンテンツの造成、日本政府観光局等による対外プロモーション等により、過去最高を更新していましたが、2020年（令和2年）及び2021年（令和3年）の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、水際措置の強化の継続などにより、年間を通じて大きく減少しました。

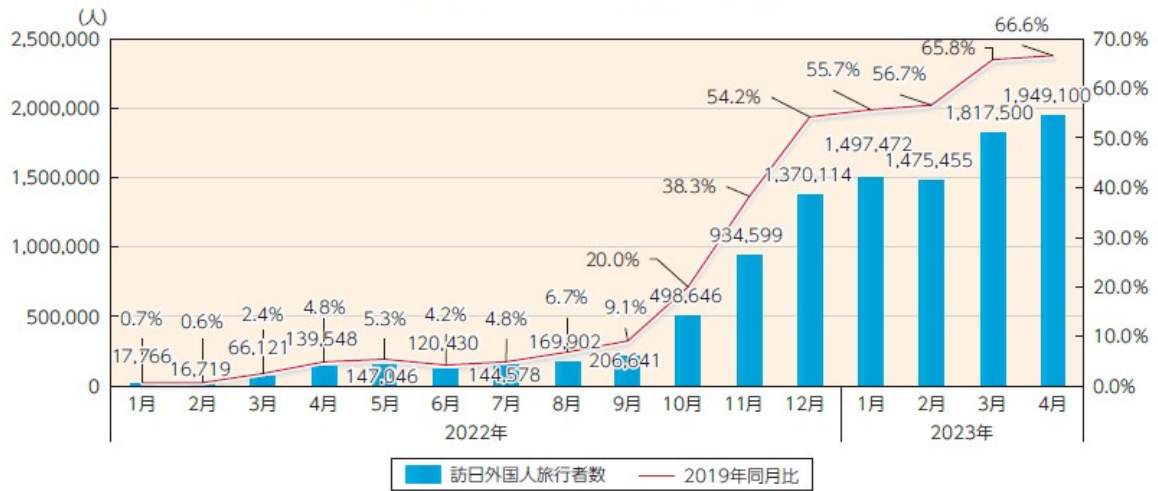
2022年（令和4年）の訪日外国人旅行者数は、6月の外国人観光客の受入再開後、10月の入国者数の上限撤廃、個人旅行の解禁、ビザなし渡航の解禁等の水際措置の大幅緩和等により大きく増加し、同年12月には2019年同月比で54.2%まで回復、年間では約383万人（2019年比88.0%減）となった。2023年（令和5年）も回復傾向が続き、4月は、2022年（令和4年）10月以降単月では最多の194.9万人となり、2019年同月比で66.6%まで回復しています（図表I-8）。

図表I-8 訪日外国人旅行者の推移



出展：観光白書（令和5年度版）

直近の訪日外国人旅行者の推移 (月別)



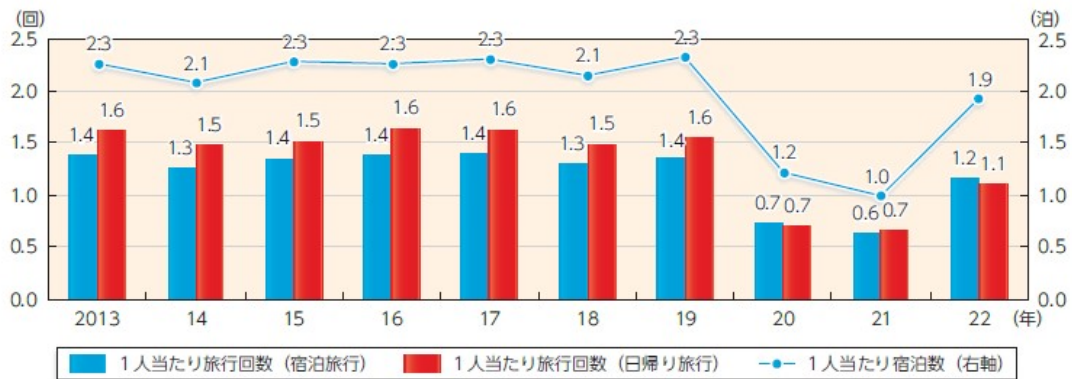
資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成。

出展：観光白書（令和5年度版）

(2) 日本人国内旅行の状況

2022年（令和4年）の日本人一人当たりの国内宿泊旅行の回数は1.2回、日帰り旅行回数は1.1回、一人当たり宿泊数は1.9泊と、前年を上回っています(図表I-19)。

図表I-19 日本人一人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移

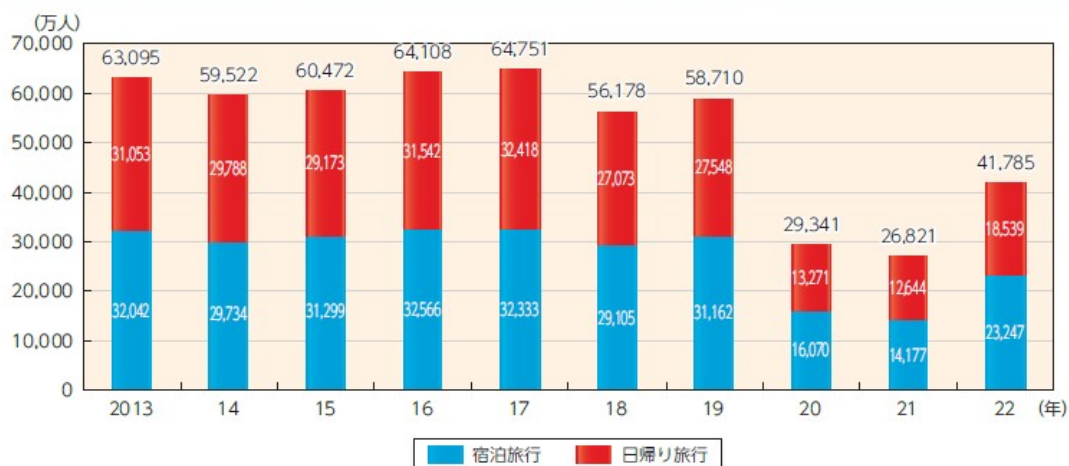


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的

出展：観光白書（令和5年度版）

2022 年(令和4年)の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ2億3,247 万人(2019 年比 25.4%減)、国内日帰り旅行者数は延べ1億8,539 万人(2019 年比 32.7%減)となっています。(図表 I -20)。

図表I-20 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

出展：観光白書（令和5年度版）

### (3) 日本の観光GDPの現状

2019 年(令和元年)の日本の観光GDPは11.2兆円であり、その8割を観光産業が占めています。観光産業のなかで割合が高いのは宿泊業、次いで、鉄道旅客輸送、飲食業が続いています(図表 I -50)。

図表I-50 日本の観光GDPの産業別構成(2019年)

(単位：10億円)

産業	観光GDP	
	金額	構成比
観光産業	9,079	80.8%
宿泊業	2,459	21.9%
別荘(帰属計算)	406	3.6%
飲食業	1,601	14.3%
鉄道旅客輸送	1,807	16.1%
道路旅客輸送	501	4.5%
水運	30	0.3%
航空輸送	572	5.1%
その他の運輸業	929	8.3%
スポーツ・娯楽業	774	6.9%
その他の産業	2,158	19.2%
合計	11,237	100.0%

資料：観光庁「旅行・観光サテライト勘定」(TSA：Tourism Satellite Account)

出展：観光白書（令和5年度版）

## 3-2 飯塚市における観光の課題

第2次計画の検証結果や観光を取り巻く現状及びアンケート調査から考えられる本市における観光の課題は以下のとおりです。

### ① 観光推進体制

観光推進体制の確立・強化として、飯塚版DMO設立の検討については、設立に向けた情報収集は行っているものの、具体的な検討までには至っていません。推進体制の確立が不十分であったことが第2次計画の取り組み不足の要因でもあり、今後は地域や民間事業者、観光関係団体が連携するための仕組み作りや観光素材を活かすための地域の人材の育成が必要となっています。

また、第2次計画の具体的施策「観光案内所の機能をもつ拠点づくり」については、観光協会の移転及び主要施設と連携し、観光案内所の機能を持った拠点づくりを検討していく必要があります。

### ② 情報発信

令和4年度の戦略的広域観光振興事業アンケート結果から、情報不足であると感じている人も一定数いることから、今後はビックデータなどの活用も含め、来訪者の動向やニーズの分析を行い、情報発信に積極的に取り組む必要があります。

また、第2次計画の具体的施策として、「大学生向けの情報提供の仕組みづくり」についても、大学内でも情報発信をしていけるような仕組み作りを構築するまでには至っておらず、引き続きSNS等を活用した情報発信の制度導入を検討していく必要があります。

### ③ 持続可能な観光

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに向けて、地域において、自然、文化の保全と観光とが両立し、観光地・観光産業が付加価値を上げ収益力を高め、観光振興が地域経済へ経済波及効果を生み出すことが重要です。

地域社会に好循環を生む仕組みにより、地域と観光旅行者の双方が観光のメリットを実感できる観光地を持続可能な形で実現していくことが、従前にも増して重要となっており、質の向上を重視した観光へと転換していくことが必要です。

#### ④ 広域連携

平成 30 年 3 月 26 日に飯塚市と嘉麻市、桂川町が 1 対 1 で締結した定住自立圏形成協定の内容を踏まえ、平成 30 年 8 月に「嘉飯圏域定住自立圏共生ビジョン」が策定され、圏域としてめざすべき将来像の実現に向けて取り組みを進めてきました。このひとつの事業として実施している 2 市 1 町広域観光連携事業の中で広域観光ルートとして、令和元年度には日帰りツアーの 5 ルート、令和 2 年度には 3 ルート、令和 3 年度には 4 ルートの宿泊を伴うルートを設定しています。しかしながら、それら観光ルートの周知は必ずしも広がっているとは言えず、令和 4 年度からは、ルートを踏まえた嘉飯圏域を積極的に P R するための動画等を作製し情報発信していき、今後も継続した情報の発信が必要です。

その他、筑豊地域全体での観光客を取り込むために「筑豊地区観光協議会」を始め、「シュガーロード連絡協議会」、「九州のひなまつり広域推進協議会」におきましても、S N S 等を活用した積極的な情報発信を行うことが必要です。

### 3-3 飯塚市の強み

#### ① 交通アクセス

本市は、福岡県のほぼ中央に位置し、北九州市と筑紫野市を結ぶ国道200号、福岡市と苅田町を結ぶ国道201号及び大分県日田市と北九州市を結ぶ国道211号が通るとともに、黒崎駅と博多駅を結ぶJR福北ゆたか線、田川後藤寺駅と新飯塚駅を結ぶ田川後藤寺線及び桂川駅と原田駅を結ぶJR原田線が通っており、交通の要衝となっています。また、新飯塚駅から博多駅まで快速電車で約40分、小倉駅まで約60分の距離にあり、九州の2大都市圏である福岡都市圏、北九州都市圏とのアクセスに恵まれています。

#### ② 観光資源

飯塚では原始時代から人が生活を始め、弥生時代には既に中国などの大陸文化が伝わり、遠賀川流域の穀倉地帯の中心として栄えた当時の遺跡も数多く残っています。

江戸時代には唯一の外国との貿易を認められていた長崎と小倉を結ぶ長崎街道が整備され、飯塚宿・内野宿は筑前六宿と呼ばれる宿場町として栄えていました。長崎街道は諸大名の参勤交代のほか、交易・献上品の運搬に重要な役割を果たしており、長崎街道沿いには、さまざまな甘いものが生み出されてきたことから長崎街道は別名「シュガーロード」とも呼ばれ、本市でも菓子文化が発展しました。飯塚宿には宿場の面影は残っていませんが、内野宿は現在も宿場の面影をとどめ、市内にはお菓子店舗が数多く存在しています。

明治時代以降は、日本の近代化を支えた筑豊炭田の中心都市として栄え、娯楽の文化、ホルモンやお菓子などの食文化が発展し、国の重要文化財「旧伊藤家住宅(旧伊藤伝右衛門邸)」や国の登録有形文化財「嘉徳劇場」などの近代化産業遺産が存在しています。

現在は、歴史的な観光資源に加え、自然やスポーツ関連施設が多く存在しており、飯塚国際車いすテニス大会では「イイツカ方式」と呼ばれるおもてなしの心が生まれ、その他飯塚新人音楽コンクールなど全国に誇るイベントも開催しています。

#### ③ 人材・組織

本市には、近畿大学産業理工学部、近畿大学九州短期大学、九州工業大学情報工学部の3つの大学が立地しており、市内には多くの大学生や留学生が在籍しています。

既に大学生と地域や企業を繋ぐ取り組みが始まっており、インターネットを活用した情報発信やSNSの活用、イベントへの参画、特産品の開発など、若者や留学生のアイデアや情報発信力を観光分野に活かせる可能性があります。

### 3-4 飯塚市の観光について

飯塚市における観光客とは、通勤や通学以外で目的をもって本市を訪れる人と位置付けます。それら観光客を増やしていくためには、来訪者の動向やニーズを検証し、人をつなげていくことが重要です。そのため、次のような観光キャッチフレーズを掲げ、観光の推進に取り組んでいきます。

#### 観光キャッチフレーズ

ヒトトコネクト!!

近年、若者を中心に特定の人物やモノ・コトを熱心に支持する「推し」というワードが急速に浸透しており、自分の推しが訪れた場所や好きなモノ、またそこでしか味わうことができない特別な体験に旅行者の満足度も高い傾向にあります。

これまで知られていない、もっと知ってほしい施設や自然、イベントなどの観光資源を活用し、スポーツ・ヘルス・ファン・アドベンチャーといった様々なコンテンツでのツーリズム等、人を惹きつける魅力的な資源と観光客をつなぐことで、訪れた人が、新たに自分の好きなコトや好きなモノを見つけ、何度も訪れたい楽しみることができる「いづか推し」の観光客を増やしていく必要があります。

#### ■飯塚市の主な観光資源

##### ① 推しのイベント

1	イベント	4月	端午の節句展（旧伊藤伝右衛門邸他） 飯塚国際車いすテニス大会
		6月	飯塚新人音楽コンクール
		7月	飯塚山笠
		8月	飯塚納涼花火大会
		10月	筑前の國いづか街道まつり
		11月	あいあいフェスティバル（旧産業まつり） 麻生大浦荘特別公開 イルミネーション大作戦（～1月）
		2月～3月	いづか雛のまつり（市内全域）

※2 推し（おし）とは、特定の人物やキャラクター、作品、商品などに対し、熱心な支持や愛情を示す行為やその対象を指す言葉。最近ではその概念は多様化し、応援している人物等だけではなく、愛好する物事、熱意を持って取り組んでいることはすべて推しに該当するとも考えられる。

② 推しのスポーツ・カルチャー

1	スポーツ	4月	国際車いすテニス大会 飯塚カップ（バスケ）
2	カルチャー	5月	女流王位戦（将棋）

③ 推しの自然、アクティビティ

1	自然	2月	梅 八木山花木園
		3月	桜 勝盛公園・大将陣公園等
		11月	内野の大イチョウ
2	キャンプ	4月～	八木山溪流公園
		8月	サンビレッジ茜

④ 推しの日本遺産

1	シュガーロード	ひよ子、千鳥饅頭、さかえ屋南蛮往来等
---	---------	--------------------

⑤ 推しの観光資源

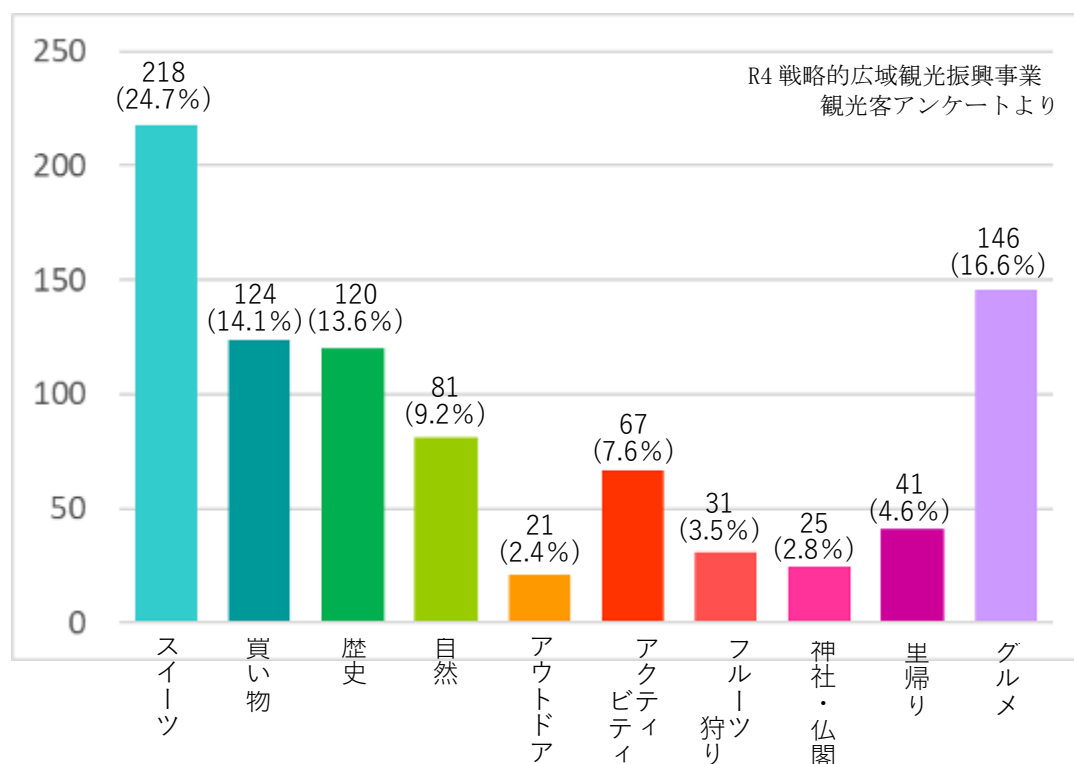
	テーマ	主な観光資源
1	近代化産業遺産	旧伊藤伝右衛門邸、嘉徳劇場（R6.3時点休館中）、ボタ山、麻生大浦荘、川ひらた
2	長崎街道	内野宿（R6.3時点休館中）、冷水峠、飯塚宿、旧松喜醬油屋（周辺史跡）、シュガーロード（お菓子）、筑前の國いづか街道まつり（イベント）
3	古代関連	飯塚市歴史資料館、川島古墳、小正西古墳、鹿毛馬神籠石、大分廃寺塔跡、大分八幡宮、綱分八幡宮、曩祖八幡宮、椿八幡宮
4	スポーツ	サンビレッジ茜、ザ・リトリート、筑豊緑地、飯塚オートレース場、アイスパレス、福岡キングス、飯塚国際車いすテニス大会（イベント）、ゴルフ場（茜ゴルフクラブ、かほゴルフクラブ、北九州カントリー倶楽部、皐月ゴルフ倶楽部竜王コース、JR内野カントリークラブ、福岡レイクサイドカントリークラブ）
5	自然・温泉	八木山花木園、八木山溪流公園、八木山ハイキングコース、龍王山、三郡山、桜の名所（八木山、勝盛公園、大将陣公園、鳥羽公園）、伊川温泉
6	特産品・食	ホルモン、筑穂牛、たまご、お菓子、お酒、農楽園八木山、庄四季物、カホテラス（農産物直売所）



### 3-5 飯塚市内の観光の動向

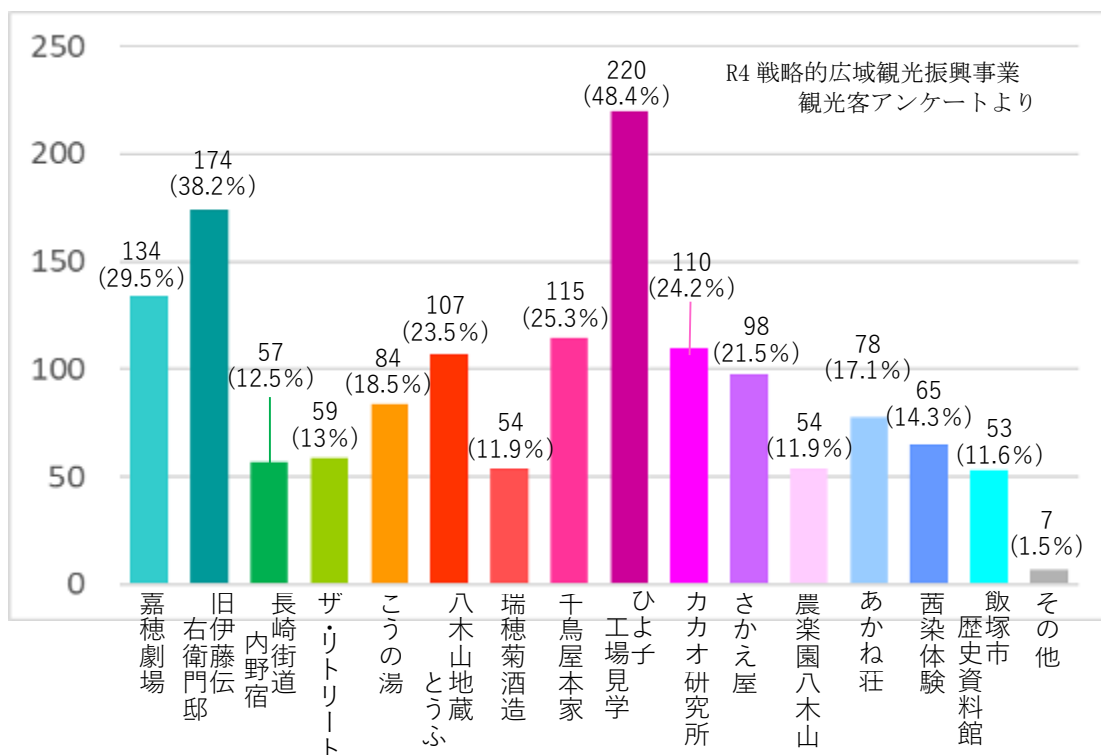
令和4年度の戦略的広域観光振興事業アンケート結果の中で、飯塚市に行ってみたい、行ったことがあると回答した人に対する『飯塚市の何に興味・魅力を感じましたか?』という問いについては、「スイーツ」が24.7%と最も高く、次いで「グルメ」が16.6%、「買い物」が14.1%という結果になっています。

シュガーロードや炭鉱を背景とする飯塚市を代表する銘菓や地元根づくスイーツショップが多く点在し、「スイーツのまち」のイメージがあると推察されます。また、筑穂牛などの地元ブランド牛を使用したレストランも多いほか、卸売り市場もあり、まち全体を通して「食」のイメージが強く印象付けられていると推察されます。

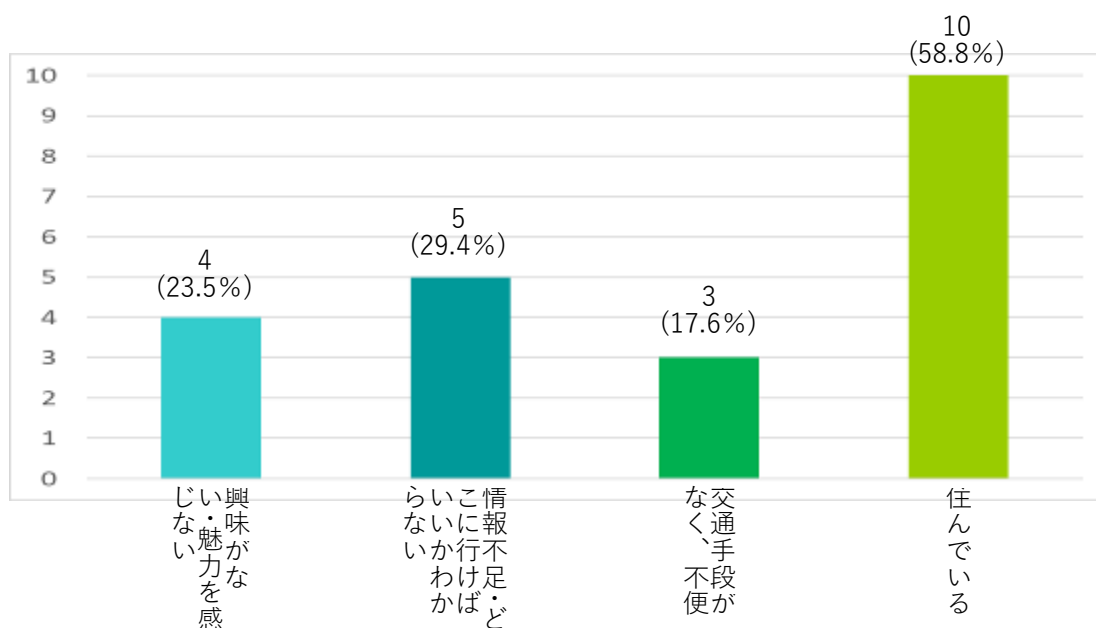


次に、同じく飯塚市に行ってみたい、行ったことがあると回答した人に対する『飯塚市の中で行ってみたいスポット・やってみたい体験はありますか?』という問いには、「ひよこ工場見学」が48.4%と全体の約半数を占めており、認知度と注目度は高くなっています。

次いで「旧伊藤伝右衛門邸」が38.2%、「嘉穂劇場」が29.5%とこちらも飯塚市内で認知度の高い施設が上位を占めています。その他施設もまんべんなく注目されている印象で、特に「スイーツショップ・銘菓」関連は注目度が高いと推察されます。



しかし、一方で、飯塚市に行ってみたくないと回答した人の「住んでいる」を除く回答を見てみると、「情報不足・どこに行けばいいかわからない」が29.4%と最も多く、次いで「興味が無い・魅力を感じない」が23.5%、「交通手段がなく、不便」が17.6%という結果になっていました。



R4 戦略的広域観光振興事業 観光客アンケートより

## 第4章 観光振興の目的・基本方針

### 4-1 飯塚市における観光振興の目的

本市の最上位計画である第2次飯塚市総合計画では都市目標像を「人が輝き まちが飛躍する 住みたいまち 住みつづけたいまち ～共に創り 未来につなぐ 幸せ実感都市 いいづか～」と定め、その実現に向けて各種施策や事業を展開することとしています。

- ・本市の地域資源や強みを市内外に積極的に情報発信することで、まちのブランド化に取り組み、産業の振興、交流人口の拡大や定住人口の増加を図る。
- ・市民、各種団体、NPO、事業者等と行政が協力・連携しながら、主体的な参画のもと、すべての人の人権が尊重され、夢や希望を持てる愛されるまちを築き上げる。
- ・近隣の市町村と連携し、共同体の構築を図り、筑豊の中心都市として、福岡県を牽引するリーダーのひとつとなる。

上記の第2次飯塚市総合計画に定めた都市目標像の実現に向けて現状及びコロナ禍を経た変化を踏まえ、以下の3点を本市における「観光振興」の目的とします。

#### 【地域経済の活性化】

第2次飯塚市総合計画策定のために平成27年7月に実施した市民アンケートでは、飯塚市の住みにくい点として「働く場所が少ない」が上位に挙げられており、解決に向けてより一層の取り組みが求められています。そのため、観光により多くの人を呼び込み、長時間滞在してもらうことで市内の消費拡大に繋げ、産業・雇用の創出を目指します。観光振興が地域社会・経済に好循環を生み、インバウンド回復と国内交流拡大の双方を支える、持続可能な観光地域づくりを推進し、新型コロナウイルス感染症の拡大によって大きな打撃を受けた観光産業の再生・高付加価値化を図ります。

#### 【イメージアップ】

本市はかつて石炭産業の発展により繁栄してきましたが、石炭産業はマイナスイメージを与えるものでもありました。本市のあらゆる分野での発展にはイメージアップは非常に重要であることから、この地が栄えた背景や生まれた文化、魅力を十分に整理し、「観光」による本市のイメージアップを目指します。また、来訪者の動向やニーズの分析を行い、情報発信に積極的に取り組みます。

#### 【筑豊地域の発展】

本市は筑豊の中心的都市として、観光分野での自治体間の連携・強化を図り、筑豊地域全体の発展を目指します。嘉飯圏域をはじめその他筑豊地域全体での観光客を取り込むため、連携強化に努めます。

## 4-2 基本方針

本市における観光の現状や課題・動向を踏まえ、幅広い年齢層の観光客を取り込むために代表的な観光施設である旧伊藤伝右衛門邸や若い年代やファミリー層が多く訪れるスポーツ関連の観光資源を中心・起点として、市内の周遊を促進する取り組みを推進します。また、本市の強みである大学生や留学生のアイデアや情報発信力を積極的に活用した観光振興施策を展開します。

<飯塚市の観光キーワード>

人と想い「つなぐ つなげる つながる」いづくか

### 基本方針1 観光推進体制の確立・強化

本市の観光振興を図るためには、市民や観光事業者、観光に関わる団体、行政等のそれぞれの役割を明確にし、具体的な取り組みを推進することが重要であるため、官民一体となった観光推進体制を構築します。

また、観光推進体制の強化を図るために観光に関わる人材の育成や観光協会の機能強化を図るとともにマーケティングや戦略的なプロモーションを行うためのDMO<sup>※3</sup>組織の設立を検討します。

### 基本方針2 既存資源の活用・観光資源の発掘

本市の観光の中心・起点となる旧伊藤伝右衛門邸やスポーツ関連施設等から観光客の周遊を促進するため、様々な観光資源を活用した「体験できる」機会の充実を図るとともに飯塚ならではの「食・特産品」の開発を行います。

### 基本方針3 情報発信の強化

本市をより魅力的に見せるため、既存のパンフレットやポータルサイトでの情報発信に加え、ICT<sup>※4</sup>を活用した効果的な情報発信を行います。

※3 DMO : Destination Management / Marketing Organization の略。観光に関する各種データ等の収集・分析に基づくマーケティング戦略を策定し、観光地域づくりを推進するための地域内の合意形成を促すなど、マネジメント機能を備えた組織。

※4 ICT : Information and Communication Technology (情報通信技術) の略。

## 基本方針4 インバウンド観光客誘客の促進

消費額の拡大や地方誘客の促進を図りつつインバウンドを本格的に回復させていくため、観光消費の旺盛な高付加価値旅行者の誘客、消費額拡大に向けた高付加価値のあるコンテンツの充実に取り組みます。

コンテンツについては、文化財の活用や、アクティビティ、アート、食、公園、農泊等、環境負荷が少ない形で、地域における自然や文化への理解増進と消費額拡大が期待できる分野の取組を強化する。観光の質を重視し、きめ細かい訪日プロモーションを行います。また、外国人観光客が快適に過ごせるような環境整備や受入体制の整備を推進します。

## 基本方針5 広域連携の推進

国内や海外からの誘客を図るためには、地域の魅力ある観光資源を広域的にネットワーク化することが重要なことから、テーマ別の広域観光モデルルートの開発や広域連携によるプロモーションを展開します。特に筑豊地域では本市が中心となって連携強化を図り、筑豊地域全体の観光広域化を推進します。

## 基本方針6 受入環境の充実

本市への来訪者に楽しさや快適さを感じてもらえるよう、分かりやすい案内標識の設置や市民全体のおもてなしの機運の醸成を図るとともに物産館等を活用し、観光案内所の機能を持つ観光拠点づくりを推進します。また主要駅やバスターミナル、観光施設等を結ぶ二次交通手段として、様々な交通手段についての検討を行います。

< 第2次飯塚市総合計画における観光振興施策の方針・目標 >

### ❁ 施策の方針

飯塚観光協会を中心とした観光プラットフォームの構築や広域連携の形成による観光資源の活性化を推進するとともに、他産業との連携による新たな観光資源の開発など観光振興に努めます。

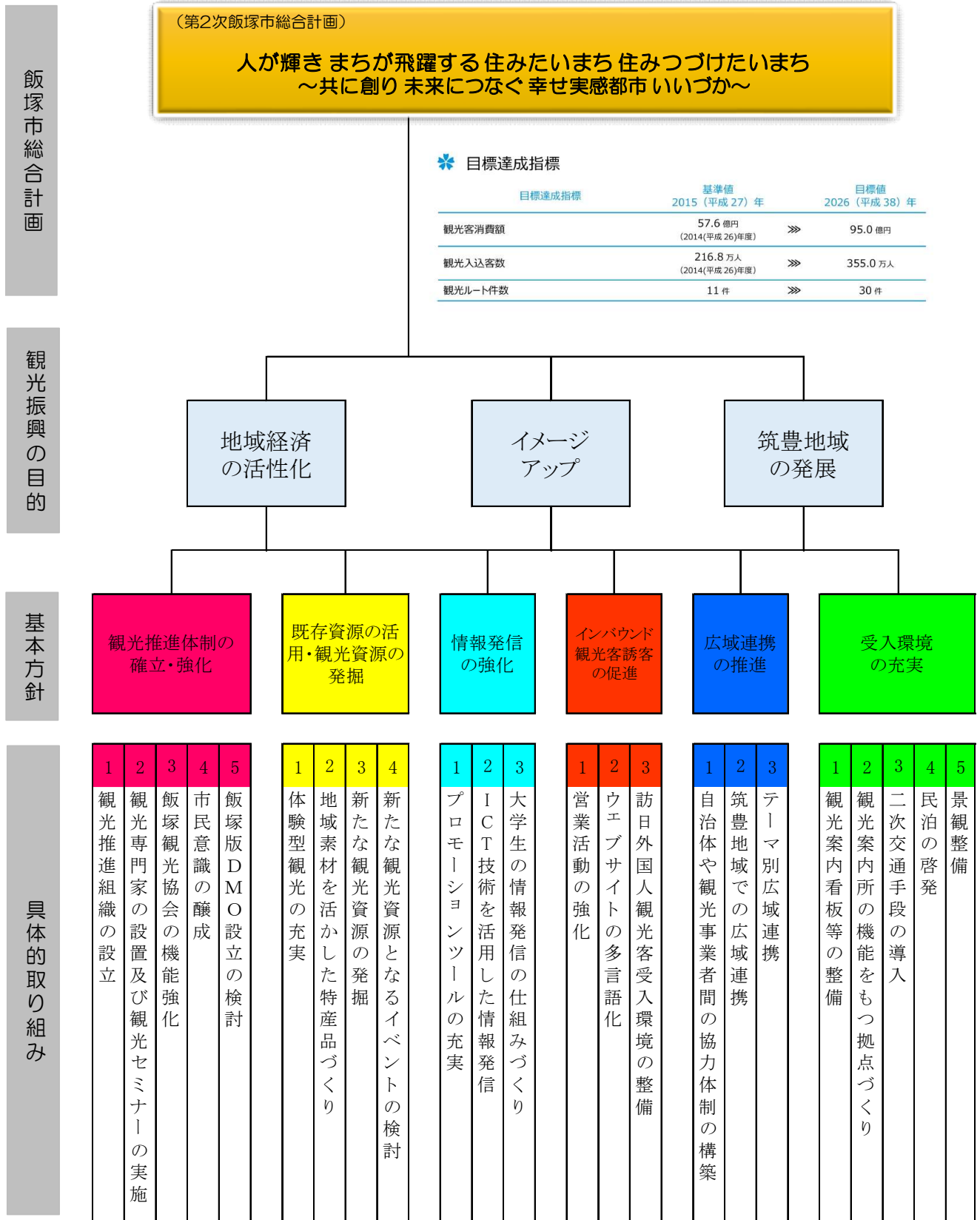
### ❁ 目標達成指標

目標達成指標	基準値 2015（平成27）年		目標値 2026（平成38）年
観光客消費額	57.6億円 (2014(平成26)年度)	≫	95.0億円
観光入込客数	216.8万人 (2014(平成26)年度)	≫	355.0万人
観光ルート件数	11件	≫	30件

## 第2次飯塚市観光振興基本計画イメージ図



第2次飯塚市観光振興基本計画（改訂）体系図



## 第5章 基本方針における具体的取り組み

第5章では、「4-2 基本方針」に基づく各主体の具体的取り組み内容を以下のとおり設定します。

### 基本方針1 観光推進体制の確立・強化

#### 1-1 観光推進組織の設立

本計画の進捗状況の点検・評価を行うとともに、必要に応じて見直し・改善を行う組織を設立して適切に計画管理を行います。

項目名	観光推進組織の設立及び計画の点検・評価				
現状			目標		
組織設立、毎年度評価			毎年度評価		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
設立・実施済	→	→	→	→	→
実施主体	主体：行政 連携：観光協会、商工会議所、商工会、関係団体、事業者、大学、市民				

#### 1-2 観光専門家の設置及び観光セミナーの実施

本市における観光客誘客戦略の立案やマーケティング、営業、観光事業者支援を行う専門家を設置し、観光振興を図る上での課題解決を行います。また、市内の事業者向けの観光セミナーを実施して観光推進体制の充実を図ります。

項目名	戦略立案、マーケティング、営業、観光事業者支援を行う専門家の設置				
現状			目標		
2019年度から専門職として配置			専門職配置		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
実施済	→	→	→	→	→
実施主体	主体：行政、観光協会				



項目名	市内の事業者向けの観光セミナーの実施				
現状			目標		
2019年度からセミナーを開催			セミナー開催		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
検討・実施	→	→	→	→	→
実施主体	主体：行政、観光協会、商工会議所、商工会				

### 1-3 飯塚観光協会の機能強化

飯塚観光協会は、平成31年に法人格を取得、組織力を強化してきました。今後は自主事業や受託事業等にも力を入れ、財政基盤の強化を行い、自立化を図ります。また、観光協会の事務所については来訪者に利便性のある場所への移転に関して、メリットとデメリット、費用対効果等を含めて、総合的に検討を行います。

項目名	観光協会の法人化及び組織力強化				
現状			目標		
2019年度に法人化			収益事業の増加		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
法人化済	検討	→	→	→	実施
実施主体	主体：観光協会 支援：行政				

項目名	観光協会の事務所を利便性のある場所へ移転				
現状			目標		
あいタウン2階			2027年度までに方針決定		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
検討	移転検討	→	→	→	方針決定
実施主体	主体：観光協会 支援：行政				

#### 1-4 市民意識の醸成

市民一人ひとりが観光客を温かく迎え、わかりやすく案内し、心からもてなす心を持つよう意識の向上を図るため、市民向けに観光情報の発信を行うことで意識啓発を行います。また、教育委員会と連携し、観光に関する巡回展や課外授業、出前講座など本市の歴史的な観光資源を次世代へ伝承する取り組みを実施していきます。

項目名	市民向けの観光情報の発信				
現状			目標		
市報掲載（イベント情報）、市ホームページ、観光ポータルサイト、観光協会 Facebook、Instagram			市報観光特集掲載、観光に関するポータルサイトの一元化、観光協会各種 SNS 開設、TikTok		
実施時期					
2018～2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
実施済	継続実施	→	→	→	→
実施主体	主体：行政、観光協会				

項目名	観光資源を次世代へ伝承する取り組み				
現状			目標		
巡回展や課外授業、出前講座の実施			巡回展や課外授業、出前講座の実施		
実施時期					
2018～2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
実施済	継続実施	→	→	→	→
実施主体	主体：行政、観光協会 連携：商工会議所、商工会、関係団体、事業者、大学、市民				



## 1-5 飯塚版DMO設立の検討

DMO設立に向けて飯塚観光協会等の既存組織の拡充案、新組織設立案及び広域観光を目的とした組織など比較・検討をし、方針の決定を行います。

項目名	飯塚版DMO設立				
現状			目標		
—			2027年度までに方針決定		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
検討	→	→	→	→	方針決定
実施主体	主体：行政、観光協会 連携：商工会議所、商工会、関係団体、事業者、大学、市民				



### 2-1 体験型観光の充実

飯塚市、嘉麻市、桂川町による広域連携事業において、地域の特性、ポテンシャルを活用した新たな観光地域づくりにおいて、体験型のプログラムが造成されています。今後は、それらプログラムについて、他地域との差別化を図り、利用に繋げていきます。

特に、グランピング施設「ザ・リトリート」や人工芝スキー場「サンビレッジ茜」を中心に、アウトドアの観光分野及び宿泊を伴う観光施設において、スポーツ関係団体をはじめ各種関係者等へのPRを含めた情報発信を行っていきます。

また、他地域との差別化を図るため、商店街などの空き店舗を利用した体験型観光の検討を行っていきます。

項目名	体験型観光の充実				
現状			目標		
18プログラム			商品化及び情報発信		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
12プログラム造成	検討	実施	→	→	→
実施主体	主体：観光協会 連携：行政、商工会議所、商工会、関係団体、事業者				

### 2-2 地域素材を活かした特産品づくり

本市の優れた地域資源又は製品を発掘し、「いづかブランド」として認定することで、本市の知名度の向上と特産品の創出を推進し、地域経済の活性化を図ります。

項目名	地域資源・製品の「いづかブランド」認定				
現状			目標		
いづかブランド認定審査会での認定			毎年度ブランド認定		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
26	5	5	5	5	5
実施主体	主体：行政 連携：事業者、商工会議所、商工会、関係団体、大学				

### 2-3 新たな観光資源の発掘

市内の3大学の学生向けモニターツアーを定期的実施し、若者目線でのモデルコースの設定など、観光資源発掘を行うとともに、大学生と連携しSNSを利用した情報発信を行います。

また、本市の観光資源をテーマとして、フォトコンテストを開催して、観光客が訪れてみたくなるような新たな観光スポットを発掘します。

項目名	3大学の学生向けモニターツアーの実施				
現状			目標		
2023年度モニターツアー開催			3大学でのモニターツアー開催		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
実施済	継続実施	→	→	→	→
実施主体	主体：観光協会、行政 連携：大学、商工会議所、商工会、関係団体、事業者				

項目名	フォトコンテストの開催				
現状			目標		
動画コンテスト開催			2024年度から実施		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
動画実施済	検討	フォトコンテスト実施	→	→	→
実施主体	主体：観光協会 連携：行政、商工会議所、商工会、関係団体、事業者、大学				



## 2-4 新たな観光資源となるイベントの検討

花火大会などのイベント開催時には、市外からも多数集客していることを鑑み、新たな観光資源となる集客の見込めるイベントを検討・実施していきます。

本市の特色である市内3大学の大学生をはじめとした若者等の意見も取り入れながら、集客力があり、かつ継続性のあるイベントを目指します。

項目名	新規イベントの検討・実施				
現状			目標		
—			2024年度から実施		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
—	検討	実施	継続	→	→
実施主体		主体：行政、観光協会 連携：大学、企業			



## 基本方針 3 情報発信の強化

### 3-1 プロモーションツールの充実

SNSや飯塚市観光ポータルサイトを活用して観光情報を効果的に発信するとともに、観光パンフレットのリニューアルも含めてプロモーションツールの充実を図ります。

項目名	プロモーションツールの充実				
現状			目標		
観光ポータルサイト拡充、観光協会各種 SNS 開設、観光パンフレットのリニューアル			観光ポータルサイト拡充、観光協会各種 SNS 開設、観光パンフレットのリニューアル		
実施時期					
2018～2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
実施済	継続実施	→	→	→	→
実施主体	主体：観光協会 連携・支援：行政				

### 3-2 ICT技術を活用した情報発信

ICT技術を活用し、観光情報や食の情報、旬な情報の提供、多言語化など幅広い観光客のニーズに対応できるような効果的な情報発信を定期的に行っていきます。

項目名	ICT技術を活用した定期的な情報発信				
現状			目標		
各種イベント毎に不定期に情報発信			定期的な情報の発信		
実施時期					
2018～2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
検討	→	実施	→	→	→
実施主体	主体：行政、観光協会 連携：大学、企業				

### 3-3 大学生の情報発信の仕組みづくり

市内3大学の学生と定期的に情報交換する場を設定し、観光情報やイベント情報について、市内大学生と連携し、SNS等を活用した情報発信を条件に特典を設けるなどの制度導入を検討するとともに、Instagram、TikTok等の大学生に効果的なSNSでの情報発信を行います。

項目名	大学生の情報発信の仕組みづくり				
現状			目標		
—			2025年度までに実施		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
検討	→	協議	実施	→	→
実施主体	主体：行政、観光協会 連携：大学				





## 基本方針4 インバウンド観光客誘客の促進

### 4-1 営業活動の強化

これまで実施してきた韓国・台湾での旅行会社への営業は継続し、九州観光推進機構や福岡県、観光関係団体と連携し、中国旅行会社への観光素材の情報提供を行います。また、外国人観光客の到着地である福岡空港国際線ターミナルや博多港国際ターミナル、博多駅総合案内所など、外国語版パンフレットを効果的に設置します。

項目名	営業活動の強化				
現状			目標		
韓国・台湾旅行会社へ営業			関係団体との連携強化		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
実施済	継続実施	→	→	→	→
実施主体	主体：観光協会 連携：行政、商工会議所、商工会、関係団体、事業者				

### 4-2 ウェブサイトの多言語化

本市の魅力外国人観光客に十分に発信するため、飯塚市観光ポータルサイトを多言語化します。

項目名	ウェブサイトの多言語化				
現状			目標		
2020年度に多言語化			多言語化の推進		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
実施済	→	→	→	→	→
実施主体	主体：観光協会    支援：行政				

### 4-3 訪日外国人観光客受入環境の整備

訪日外国人観光客の動線等を考慮した整備範囲や整備手法を検討し、観光客の利便性を向上させるため、主要な観光施設に無料公衆無線LANを整備します。また、消費税免税店の拡大及び決済システムの導入に向けて市内事業者向けに説明会や研修会を開催して受入環境の整備を推進します。

項目名	無料公衆無線LANの整備				
現状			目標		
2020年度から実施し			市内全域に拡大		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
実施済	→	→	→	→	→
実施主体	主体：行政、事業者 連携：商工会議所、商工会、関係団体				

項目名	市内事業者向け説明会・研修会の開催				
現状			目標		
毎年度開催			毎年度開催		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
実施済	継続実施	→	→	→	→
実施主体	主体：商工会議所、商工会 連携：行政、観光協会				



## 基本方針5 広域連携の推進

### 5-1 自治体や観光事業者間の協力体制の構築

各種観光会議等において自治体や観光事業者との連携を図り、パンフレットの設置やウェブサイトの相互リンクの働きかけを行います。

項目名	自治体や観光事業者間の協力体制の構築				
現状			目標		
各種観光会議等において働きかけ			各種観光会議等において働きかけ		
実施時期					
2018～2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
実施済	継続実施	→	→	→	→
実施主体	主体：行政、観光協会、商工会議所、商工会、事業者				

### 5-2 筑豊地域での広域連携

筑豊地域の連携強化のため、筑豊地区観光協議会においてテーマ別の広域観光モデルルートを開発し、商品化を図ります。また、筑豊地域の認知度向上のため観光プロモーション動画や共通パンフレットを制作して情報発信を行います。

項目名	モデルルート開発				
現状			目標		
4 ルート			商品化及び情報発信		
実施時期					
2018～2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
4 ルート造成	検討	実施	→	→	→
実施主体	主体：観光協会、行政 連携：事業者				

項目名	プロモーション動画・共通パンフレット制作				
現状			目標		
プロモーション動画、共通パンフレット制作			PR活動及び情報発信		
実施時期					
2018～2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
実施済	継続実施	→	→	→	→
実施主体	主体：行政、観光協会 連携：事業者				

### 5-3 テーマ別広域連携

九州3県8自治体が加盟するシュガーロード連絡協議会や九州のひなまつり広域振興協議会におけるPRを更に充実させるとともに、本市における近代化産業遺産等、テーマ別による他自治体との連携を図ります。

項目名		テーマ別広域連携			
現状			目標		
シュガーロード連絡協議会、九州のひなまつり広域振興協議会で連携			近代化産業遺産、スポーツ関連で他自治体と新たに連携		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
連携	→	→	→	→	→
実施主体		主体：行政、観光協会		連携：関係団体、事業者	



## 基本方針6 受入環境の充実

### 6-1 観光案内看板等の整備

国内外の観光客の利便性を向上させるため、観光案内看板の整備・リニューアルを進めます。また、看板については、多言語化を進めるとともにピクトグラム※5を活用し、外国人に分かりやすい表示を行います。

項目名	観光案内看板等の整備				
現状			目標		
観光案内看板の整備・リニューアル			観光案内看板の整備・リニューアル		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
実施済	→	→	→	→	→
実施主体	主体：行政 連携：事業者、大学				

### 6-2 観光案内所の機能をもつ拠点づくり

観光客の利便性向上や観光産業における生産性向上に取り組むため、観光案内所の機能を持った拠点づくりについて、無人化を含めた検討を行います。

項目名	観光案内所の設置				
現状			目標		
1箇所（観光協会）			2027年度までに実施		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
検討	→	協議	→	→	実施
実施主体	主体：観光協会、行政 連携：商工会議所、商工会、関係団体、事業者				

※5 ピクトグラム：非常口サインや道路標識など、文章ではなくイラストや絵など視覚的に意味を伝えることを目的とした図記号。

### 6-3 二次交通手段の導入

主要駅やバスターミナル、観光施設、宿泊施設等を結ぶ二次交通手段として、観光タクシーによる観光コース・割引プランの設定、観光地を周遊するバスの運行、シェアサイクル等を含め、様々な交通手段について検討を行います。

項目名	二次交通手段の検討				
現状			目標		
-			2027年度までに方針決定		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
インバウンド実証事業	検討	→	→	→	方針決定
実施主体	主体：行政 連携：事業者				

### 6-4 民泊の啓発

住宅宿泊事業法による「民泊」が適法・適正に運営されるために、制度の趣旨や注意点、手続きの周知を行い、県と連携して民泊の適正な運営に対する啓発に取り組みます。

項目名	民泊の啓発				
現状			目標		
ホームページ等による周知			周知の継続		
実施時期					
2018～2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
実施済	→	→	→	→	→
実施主体	主体：行政				

## 6-5 景観整備

観光資源別に看板やのぼり等の色や形などのルールを協議・設定し、継続して実施していくことで観光地としての雰囲気や統一感の醸成を図ります。また、本市の代表的な観光施設である旧伊藤伝右衛門邸や嘉徳劇場周辺のハード面の景観整備を検討・推進します。

項目名	景観整備				
現状			目標		
看板やのぼり等のルール設定・実施			看板やのぼり等のルール設定・実施		
実施時期					
2018～2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
実施済	→	→	→	→	→
実施主体	主体：行政、観光協会、商工会議所、商工会、事業者				