

ご来福推進宣言

～福岡県観光振興指針～



平成29年7月

福岡県商工部観光局

“ご来福” 推進宣言

県は、指針の目標達成に向け、県民の皆様と一致協力して取り組むことを誓い、次のとおり宣言します。

- 1 歴史を活かして、来福客の
「記憶」にとどめます！
- 2 食を活かして、来福客の
「胃袋」をつかみます！
- 3 価値ある旅で、来福客の
「心」をつかみます！
- 4 「地消地産」で、来福客と
「幸せ」を分かちます！
- 5 心を込めたもてなしで、
またの「ご来福」をお待ちします！

目次

1. 目的	1
(1) 観光の経済規模と重要性	1
(2) 幅広い業種への高い波及効果	3
(3) 大規模国際イベント（「ラグビーワールドカップ2019™」、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」等）は誘客の好機	3
2. 「指針」の性格	4
3. 「指針」の対象期間	4
4. 現状と課題	5
(1) 本県の観光を取り巻く社会情勢	5
① 伸び悩む国内観光市場	5
② 拡大する訪日外国人観光市場	6
③ 多様化する観光需要	7
④ 観光に関わる新ビジネスの出現	9
(2) 本県観光の課題	10
① 観光客の県内各地への訪問・周遊の促進	10
② 国・地域の偏り解消	11
③ ホテル宿泊需要の増加と低い旅館稼働率	13
④ ソフト、ハード両面における受入環境の整備	14
⑤ 観光客の移動手段、情報入手方法等の変化への対応	15
⑥ 観光振興を担う人材の育成	16
(3) 福岡県観光の強み	17
① 恵まれた交通アクセス	17
② 高い人気のショッピング、グルメと歴史	17
③ 世界遺産登録、大規模国際大会等観光振興の追い風	19
④ ものづくり産業やICT等先端産業の集積	19
⑤ 強い九州の一体感と九州観光推進機構の活動	19

5. 施策体系	20
(1) 基本的考え方	20
① 観光資源の魅力向上	20
② 受入環境の充実	20
③ 効果的な情報発信	20
④ 観光振興の体制強化	21
(2) 施策の方向性	22
① 観光資源の魅力向上	22
② 受入環境の充実	25
③ 効果的な情報発信	27
④ 観光振興の体制強化	29
6. 数値目標（全体）2019年	31
7. 推進体制	33
8. 観光振興に向けた宣言	34
<資料集>参考図表1～24、数値目標算出方法	35
<付録1>福岡県総合計画（抜粋）	47
<付録2>観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例	50
<付録3>第二期九州観光戦略（第二次アクションプラン）	54
<付録4>政府の観光振興政策「明日の日本を支える観光ビジョン」の施策	55

1. 目的

人口減少、少子高齢化が進む中、地方創生の観点から、観光を重要な産業として位置づけ、地域の観光資源の魅力を向上させるとともに、心温まるおもてなしで観光客の満足度を高めることにより、県内各地域に一人でも多くの観光客を呼び込み、消費と雇用を生み出すことが重要です。

このため、本県観光産業が直面する現状と課題を明らかにするとともに、県の関係部局一体で観光振興に取り組むことにより、市町村、観光協会や旅館・ホテルなど従来から観光に携わってきた事業者だけでなく、県民の皆さんを含め、あらゆる主体の参画を促し、県を挙げた観光振興の取組みを強力に進めるため本指針を制定するものです。

(1) 観光の経済規模と重要性

観光は、消費、雇用、創業、社会基盤の整備等を促す効果を持ち、社会経済の発展を牽引する重要な役割を果たしています。国連世界観光機関（UNWTO）によれば、観光産業は全世界のGDPの10%、雇用の11人に1人を占めています。

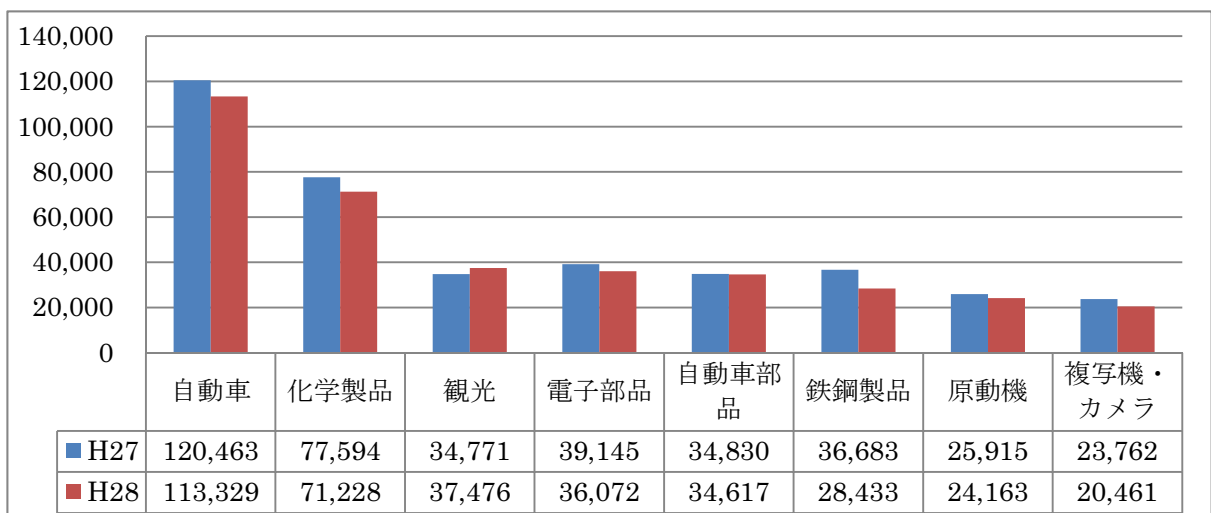
また、観光輸出額は、1.5兆米ドルで、全世界の輸出額の7%、全サービス輸出の30%を占めています。日本においても、2014年の数値をみると、GDPの7.5%を占めています。

このようなことから、観光産業は輸出産業ともいわれ、2016年の訪日外国人旅行消費額は3兆7,476億円であり、我が国の製品輸出額と比較すると、第2位の化学製品に次ぐ規模となっています。（図表1）

図表1 外国人旅行消費額と製品輸出額の比較

（財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」）

（単位：億円）



2014年における本県の観光消費額から、産業連関表を用い、経済波及効果額、波及効果倍率、観光GDP、雇用誘発効果を算定した結果は以下のとおりです。（図表2）

また、観光GDPと県内の他産業GDPを比較すると、自動車などの輸送用機械、鉄鋼を上

回っており、観光は本県にとって重要な位置を占めています。(図表3)

図表2 本県観光による経済波及効果

(単位：億円、人)

	観光消費額	経済波及効果額	波及効果倍率	観光GDP	雇用誘発効果 (就業者数)
2014年(H26)実績	7,644	10,434	1.36	3,320	99,117

※観光庁「観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」をもとに観光消費額を算出し、産業連関表を用い算出

図表3 本県の観光GDPと他産業GDPの比較

(2014年度 県民経済・市町村民経済計算報告書)

(単位：億円)



総務省の家計調査によれば、定住人口1人当たりの年間消費額(除く住居費、自動車購入費等)は約125万円で推移しています。

一方、観光庁が国内観光客、外国人観光客を対象に行う観光消費動向に関する調査によれば、外国人観光客1人1回当たりの消費額は、約15万5千円、国内宿泊客の消費額は、約5万円、日帰り客は約1万5千円です。

これらを比較してみると、定住人口1人の消費額は、外国人観光客8人分、国内宿泊客25人分、国内日帰り客80人分に相当します。観光交流人口を増やし、観光産業を振興することは、地域の経済規模を成長、発展させるために極めて有効です。(図表4)

本県の人口は、福岡都市圏の増加により、全体としては2015年時点で増加を続けていますが、県内の多くの市町村では、既に人口減少が続いており、その規模は毎年約1.4万人に上ります。

このような中で、活力ある地域経済を成長、発展させていくためには、域外からの観光需要を取り込める地域ビジネスを創り出すことが必要です。このような観点から、観光振興の取組みの重要性が高まっています。

図表 4 観光交流人口と経済効果

(観光庁「訪日外国人消費動向調査(平成28年)」、「旅行消費動向調査(平成27年)」)

定住人口=1億2,589万人		1人当たり年間消費額=125万円		⇒	定住人口1人分
	旅行消費額	延べ人数	1人1回当たり		⇕
訪日外国人	3.7兆円	2,404万人	155,896円		外国人旅行者8人分
国内宿泊	16.0兆円	3億2,566万人	49,234円		国内宿泊25人分
国内日帰り	4.9兆円	3億1,542万人	15,602円		国内日帰り80人分

(2) 幅広い業種への高い波及効果

観光産業には、旅行業、宿泊業、旅客運送業、飲食業、卸・小売業などのサービス業まで幅広い業種が含まれます。特に、宿泊業や飲食業は、売上に伴う経済波及効果に占める地産地消費率が80%とされ、これらの業種の売上を拡大することは、農林水産業等の振興につながります(観光庁「平成24年観光地域経済調査」)。また、土産物の購入は、地域の様々な製造業にとっても好影響をもたらします。

近年は、美容・健康、情報通信など様々な異業種の事業者が、観光に関わる機会も広がっています。多様な産業が集積する本県にとって、観光は、大きな波及効果が期待できる産業です。

観光産業の振興は、地域の様々な中小企業が参入し、活躍できる機会を創出します。とりわけ旅行業、宿泊業、旅客運送業、飲食業ほか生活関連のサービス産業や卸・小売業などが集積する本県の強みを活かし、県内中小企業に活力をもたらすことが期待できます。

(3) 大規模国際イベント(「ラグビーワールドカップ2019™」、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」等)は誘客の好機

訪日外国人数は年々増加し、2016年の速報値で2,516万人(対前年比21.2%増)となっています。「ラグビーワールドカップ2019™」、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」の開催を契機に、外国人観光客は今後も増加すると見込まれ、アジアの玄関口である本県にとって更なる誘客の大きなチャンスです。

今こそ、県、市町村、観光協会、観光関連の事業者はもとより、県民の皆さんとともに、地域の観光資源の魅力を最大限に活かし、本県を訪れる国内外からの“来福客”への感謝の気持ちを込めた“おもてなし”で満足度を高め、“福岡ファン”を増やしていくことが必要です。

さらに、県内各地域に観光客をお迎えすることによって、地域住民の皆さん自身の観光地づくりへの参加が促され、改めて地域の魅力を再発見するとともに、誇りと愛着を持てる活力にあふれた地域社会を作っていくことにつながります。

2 「指針」の性格

本指針は、「福岡県総合計画（平成 29 年 3 月）」中の施策「活力にあふれ成長力に富んだ経済と魅力ある雇用の創出」を進めるために重要な観光振興の施策について、基本的な方向性を示すとともに、「観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例（平成 28 年 10 月施行）」の趣旨を踏まえ策定するものです。

さらに、「第二期九州観光戦略 第二次アクションプラン（平成 28 年 10 月策定）」で定めた九州各県、経済界との広域連携を一層強化するための施策についても盛り込み、県の観光振興における施策の方向性、観光振興に携わる各主体の役割及び目標を定めるものです。

3 「指針」の対象期間

観光を取り巻く社会経済情勢はめまぐるしく変化しており、本県観光振興に係る施策については、比較的短期間で検証を行い、臨機応変かつ柔軟に対応していく必要があります。

また、九州一体で取り組む九州観光戦略第 2 次アクションプラン（2017 年度～2019 年度）とも足並みを揃えることにより、相乗効果を生み出すことも重要です。

このため、本指針の対象期間は 2017 年度から 2019 年度までの 3 年間とします。

4. 現状と課題

(1) 本県の観光を取り巻く社会情勢

① 伸び悩む国内観光市場

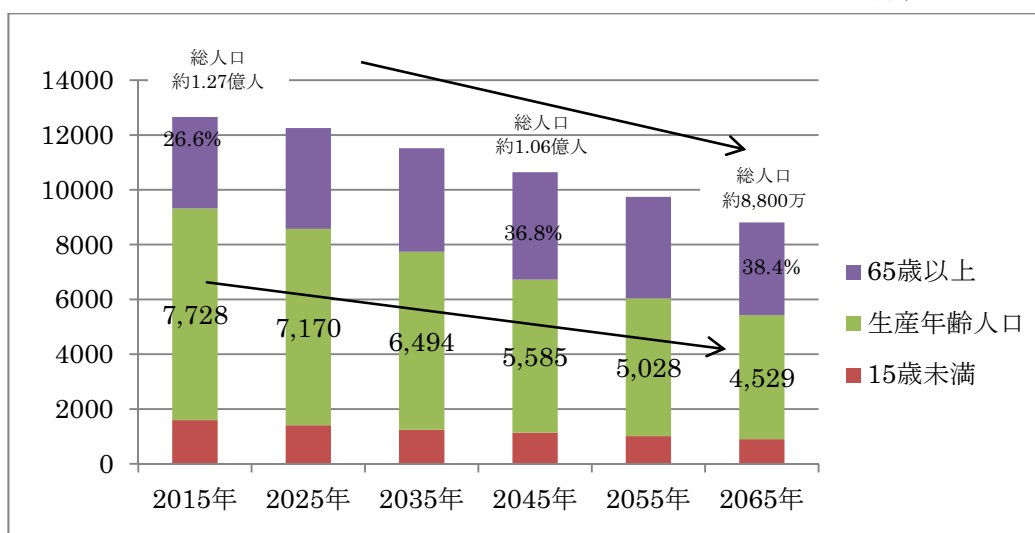
わが国は、少子高齢化、人口減少が進み、国立社会保障・人口問題研究所（以下「社人研」といいます。）の推計によれば、2015年を基準とした場合、30年後の2045年には約1億600万人、50年後の2065年には約8,800万人となり、65歳以上の割合が38.4%、生産年齢人口は約4,500万人に減少することが見込まれています。（図表5）

これら我が国の人口の動きに加え、国民1人当たりの国内旅行平均宿泊数や平均旅行回数が伸び悩んでいるため、日本人の国内旅行回数・宿泊数は徐々に減少していきます。国内市場については、経済状況により一時的な増加の可能性はあるとしても、長期的には大きな伸びが期待できない状況です。（図表6）

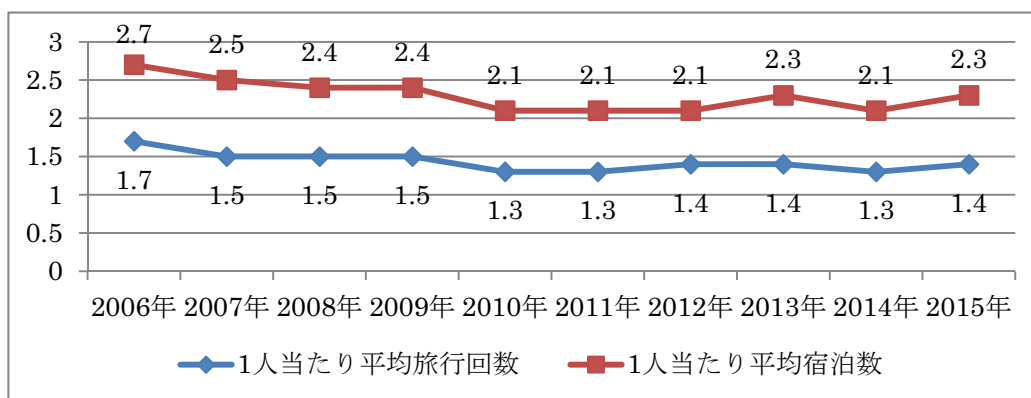
図表 5 わが国の将来人口、年齢3区分別人口の推移

（国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」）

（単位：万人）



図表 6 国内宿泊旅行の回数及び宿泊数の推移（日本旅行業協会「旅行統計」）



② 拡大する訪日外国人観光市場

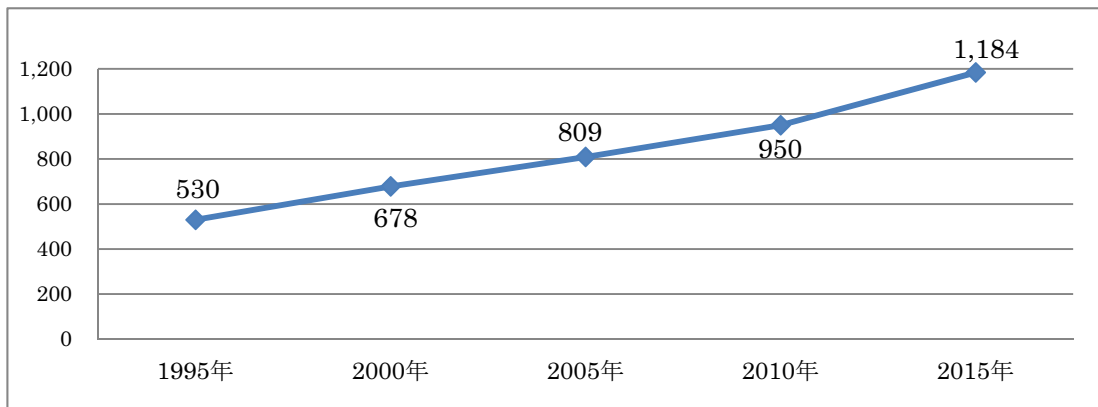
世界の国際観光客到着数は拡大を続け、2015年には約11.8億人(対1995年比2.23倍)となっています(図表7)。今後さらに年平均2.9%の率で増加し、2030年には18億人に達すると予想されています。

入国外国人客数は、2016年には2,516万人となり、2010年の944万人に比べ約2.7倍となっています。(図表8)

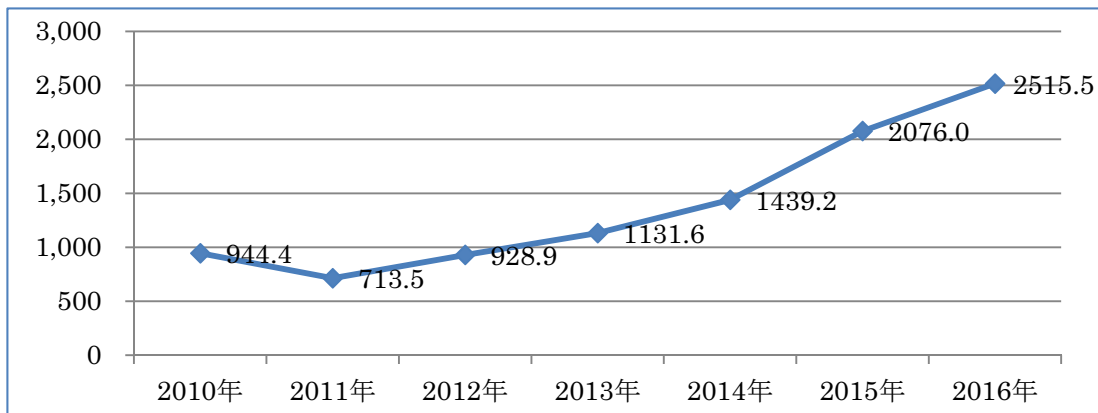
外国人の延べ宿泊者数は、2016年には7,088万人泊となり、2010年の2,751万人泊に比べ約2.6倍となりました。

日本人を含む延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合は、人数ベースで2010年の6.7%から2016年には14.3%と約2倍になり、我が国の観光産業のターゲットとして外国人の重要性が増しています。(図表9)

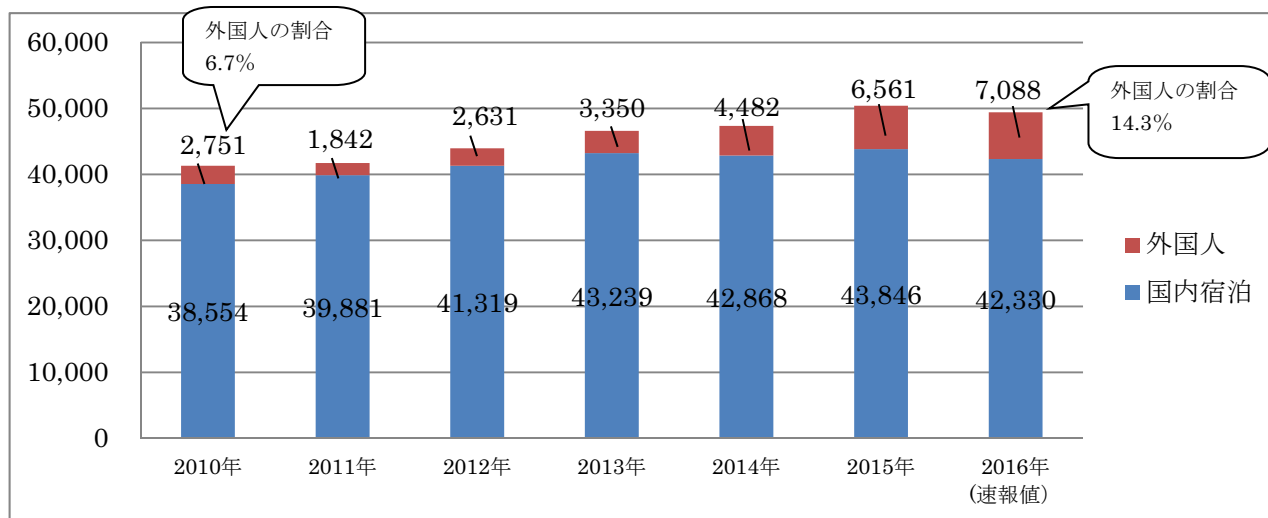
図表 7 世界の国際観光客到着数の推移 (UNWTO「世界観光指標」) (単位:百万人)



図表 8 入国外国人の推移(全国) (法務省「出入国管理統計」) (単位:万人)



図表 9 全国の延べ宿泊数の推移（観光庁「宿泊旅行統計調査」）（単位：万人）



③ 多様化する観光需要

訪日外国人観光客の旅行目的や旅行形態の特徴をみると、訪日経験の少ない中国や東南アジアの市場は、団体ツアーや個人パッケージ旅行が約3割から5割を占めています。一方、欧米豪の市場からの訪日観光客は、個人手配の旅行が多く、旅行者全体の約9割を占めています。（図表10）

またアジアの市場の中でも、韓国、香港、台湾の市場からの訪日観光客は、訪日回数が増えるに連れ、個人旅行が増える傾向にあります。

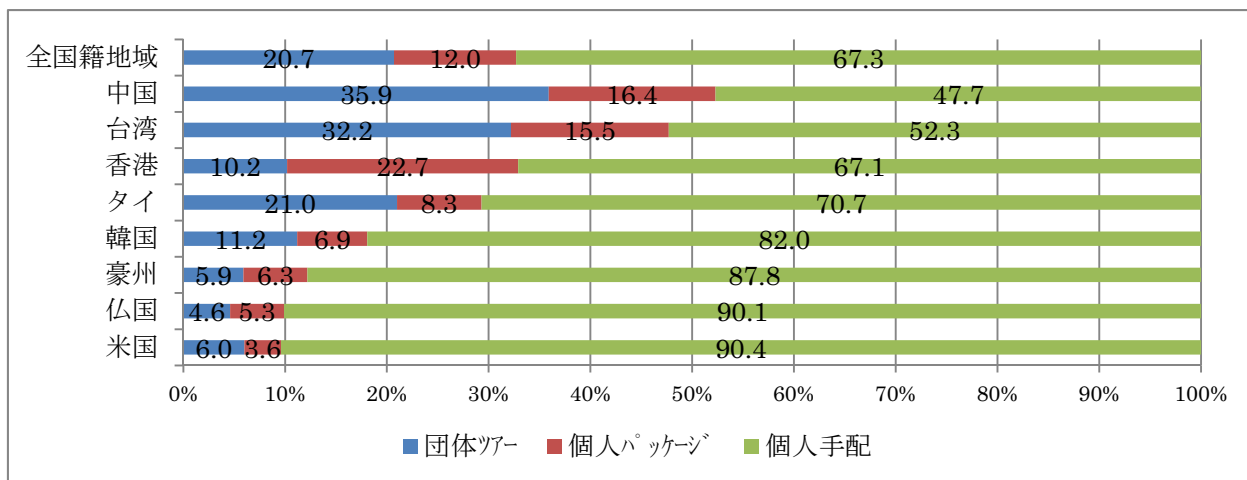
各市場とも、総じて、訪日回数が増えるにつれ、温泉入浴、歴史伝統文化体験など、日本らしさを求める傾向が強くなっています（図表11）。また、日本食の人気が高く、最近では、寿司、魚料理に代わりラーメン、肉料理（すき焼き等）の人気が高まっています。（図表12）

訪日外国人が購入したもののうち、満足度の高い品目をみると、欧米豪からの旅行者では、和服・民芸品、マンガ・アニメ・キャラクター関連商品などの満足度が高く、アジアでは化粧品、菓子類などの満足度が高くなっています。また、服・かばん・靴、電気製品については、全ての国・地域からの旅行者において満足度が高い結果となっています。（図表13）

図表 10 訪日外国人の旅行手配手法

(観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成28年))

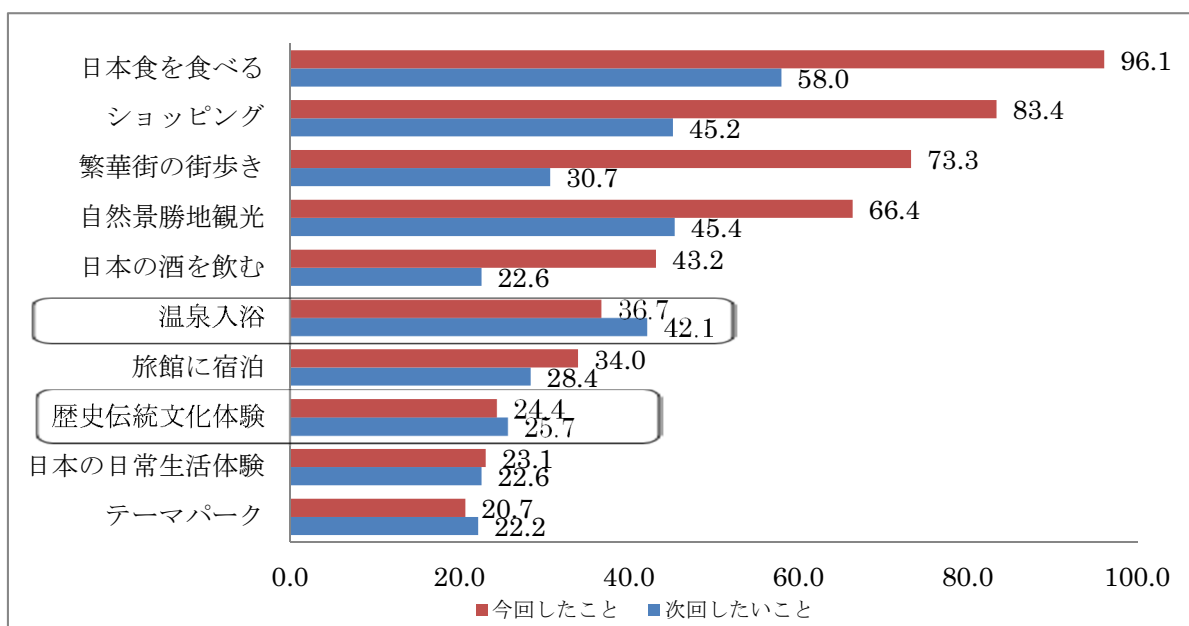
(単位：%)



図表 11 訪日旅行に関する意識 (今回したこと、次回したいこと)

(観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成28年))

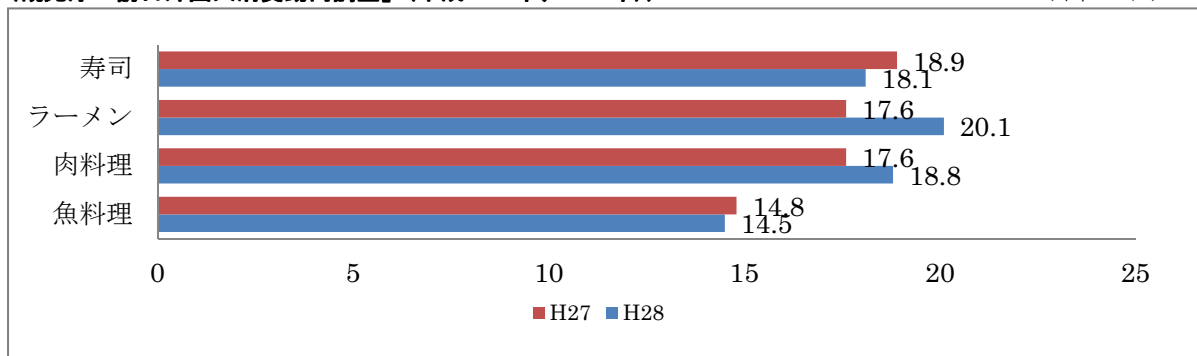
(単位：%)



図表 12 訪日外国人が一番満足した飲食 (比較)

(観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成27年、28年))

(単位：%)



図表 1 3 満足した購入品目（観光庁「訪日外国人消費動向調査」（平成 2 8 年））

韓国		台湾		中国		香港	
菓子類	20.6%	服・かばん等	19.9%	化粧品等	24.6%	服・かばん等	35.4%
医薬品等	16.2%	医薬品等	19.4%	服・かばん等	15.5%	医薬品等	11.8%
服・かばん等	16.0%	電気製品	15.9%	電気製品	13.8%	化粧品等	10.3%
タイ		シンガポール		インドネシア		フィリピン	
服・かばん等	36.1%	服・かばん等	30.7%	服・かばん等	38.6%	服・かばん等	40.5%
化粧品等	22.7%	菓子類	17.5%	菓子類	12.2%	化粧品	12.6%
菓子類	16.5%	マンガ・アニメ等	11.1%	時計	11.6%	菓子類	10.6%
フランス		イタリア		米国		オーストラリア	
和服・民芸品	24.5%	和服・民芸品	28.7%	和服・民芸品	23.3%	服・かばん等	24.3%
服・かばん等	15.2%	服・かばん等	14.7%	服・かばん等	17.4%	和服・民芸品	17.3%
マンガ・アニメ等	11.2%	マンガ・アニメ等	11.3%	マンガ・アニメ等	8.8%	マンガ・アニメ等	10.0%

④ 観光に関わる新ビジネスの出現

情報通信技術の発達・普及は、国内外の観光客の行動に大きな変化をもたらしており、観光の分野においても、事業者に新たなビジネス機会を提供するとともに、地域間や事業者間の競争を激化させています。

2010 年代以降、次に掲げるような新たなサービス等が急速に発達しています。

- ア** スマートフォンや GPS ナビゲータ、デジタルサイネージ等の情報端末
- イ** Facebook、Instagram 等のソーシャルネットワークサービス (SNS)
- ウ** Expedia 等の OTA (Online Travel Agent : インターネット上の旅行商品販売) サービス
- エ** kayak.co.jp 等のメタサーチサービス (複数の OTA 上の旅行商品が比較できるよう一覧化するサービス等)
- オ** 観光客の動向に関するビッグデータを収集・分析する技術やサービス

これらの技術やサービスは、観光客に、旅行計画の段階から旅行中・旅行後までの幅広い段階にわたる情報発信・収集ができる手段を提供しています。

また、旅行業者等、観光関連の事業者には、観光客のニーズに合った情報発信や新たな観光商品を提供する手段を提供しています。

また、Airbnb、Uber 等、余剰資産、時間、能力等を活用したサービスの提供者と利用者との間で情報を共有し、インターネットを介してマッチングを行うシェアリングエコノミー (ビジネス) も世界中に広がりを見せています。

こうした中で、アウトバウンド旅行のみを扱っていた既存の小さな旅行業者でも、着地型の体験商品の開発・販売等が容易となり、新たなビジネスチャンスを得ています。さらに、今まで、観光ビジネスを行っていなかった中小 ICT ベンチャー等異業種の事業者に対して、ガイド・アプリの開発・販売等、観光市場への参入機会を与えています。

(2) 本県観光の課題

① 観光客の県内各地への訪問・周遊の促進

県内における観光入込客の分布状況をみると、福岡地区 49.4%（福岡市 16.7%、福岡市を除く福岡地区 32.7%）、北九州地区 28.2%（北九州市 21.8%、北九州市を除く北九州地区 6.4%）、筑後地区 13.9%、筑豊地区 8.6%です。（図表 1 4）

そのうち、宿泊客の分布状況をみると、福岡市 49%、北九州市 29%と両市で 8 割を占めています。（図表 1 5）

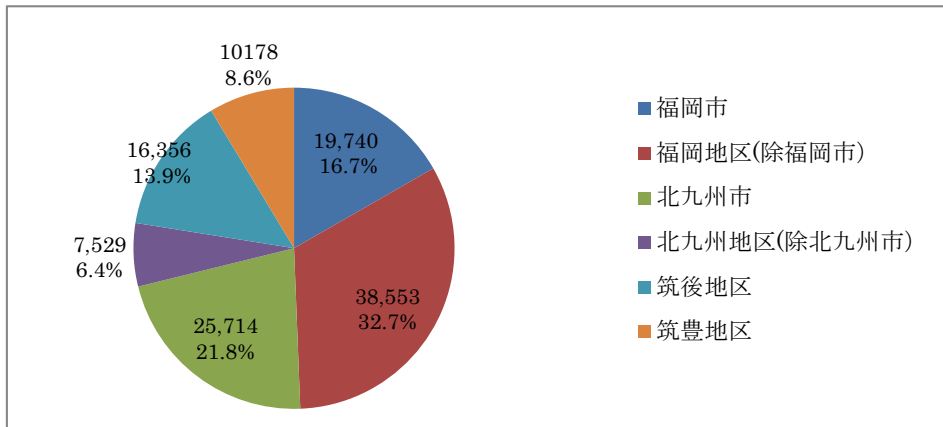
一方、日帰り客の分布状況は、福岡市 12.8%、北九州市 20.9%であり、県内各地へ広く分散して訪れていますが、福岡地区及び北九州市の合計で 7 割を占めています。（図表 1 6）

福岡県は、観光を主産業とする他県と比べると、県内各地に観光地が形成されていないことや、福岡市及び北九州市が国内やアジアの大都市圏からのアクセスが良いことから、観光客が都市部に集中する傾向があります。

県内各地に観光需要を取り込み、地域経済を活性化させるためには、観光客の県内各地への訪問、周遊促進を図る必要があります。

図表 1 4 県内地区別入込客（総数）

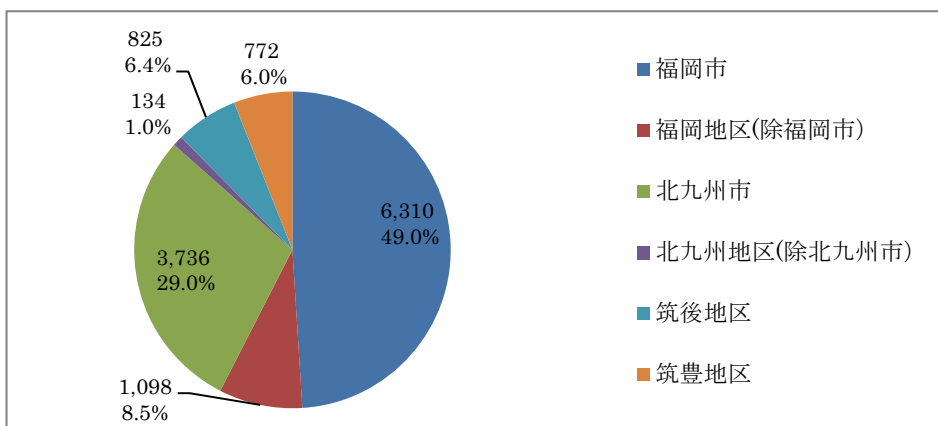
（単位：千人、%）



（平成 27 年福岡県観光入込客推計調査）

図表 1 5 県内地区別宿泊客

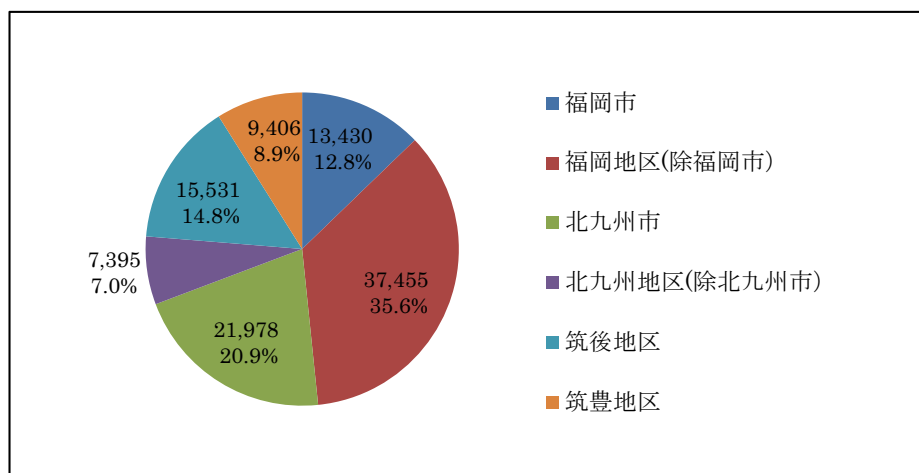
（単位：千人、%）



（平成 27 年福岡県観光入込客推計調査）

図表 1 6 県内地区別日帰り客

(単位：千人、%)



(平成 27 年福岡県観光入込客推計調査)

② 国・地域の偏り解消

本県へ直接入国する外国人数をみると、2016 年は 2010 年の 3.2 倍増の 260 万人となっており、国全体の伸び率の 2.7 倍を上回っています。

このうち、クルーズ船で来訪し、船舶観光上陸許可に基づき一時上陸する外国人観光客が約 80 万人で、全国 1 位となっています。

国・地域別にみると、クルーズ船を除くと、東アジアが約 9 割 (88.2%) を占め、東南アジアは約 6.5%、欧米豪は約 3.7% とまだまだ少ない状況です (図表 1 7)。これは、地理的な要因とともに、直行便の有無が原因の一つと考えられます。

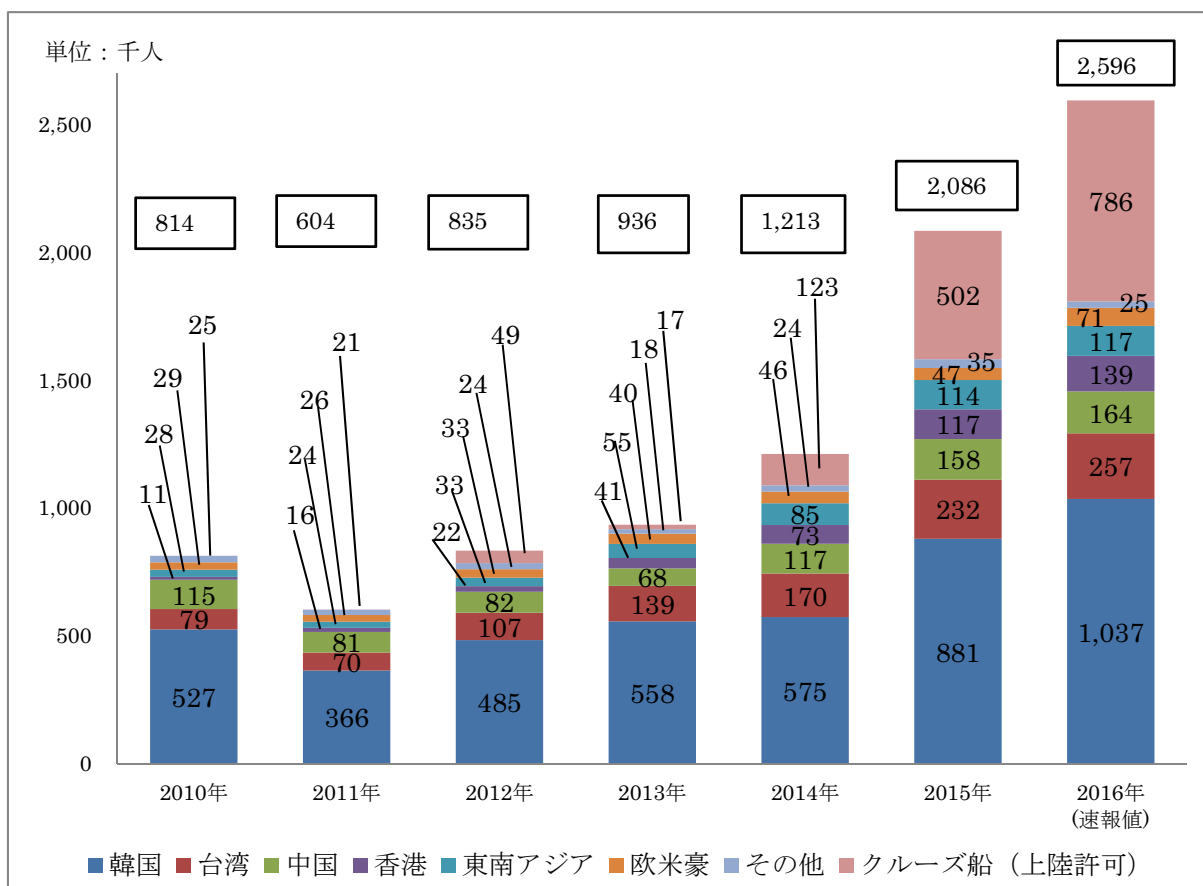
県内に宿泊する外国人の延べ宿泊数も、大幅な伸びを見せており、2016 年は 267 万人泊 (従業員 9 人以下の施設を含む、速報値) で、2010 年の 4.2 倍となっており、これも国全体の伸び率の 2.6 倍を大きく上回っています。

伸び率では、香港が 14.0 倍 (2.2 万人→30.9 万人) で最も高く、東南アジア 5.9 倍 (2.9 万人→17.2 万人)、中国 5.4 倍 (5.9 万人→32.0 万人)、台湾 5.2 倍 (9.5 万人→49.8 万人) と続いています。(図表 1 8)

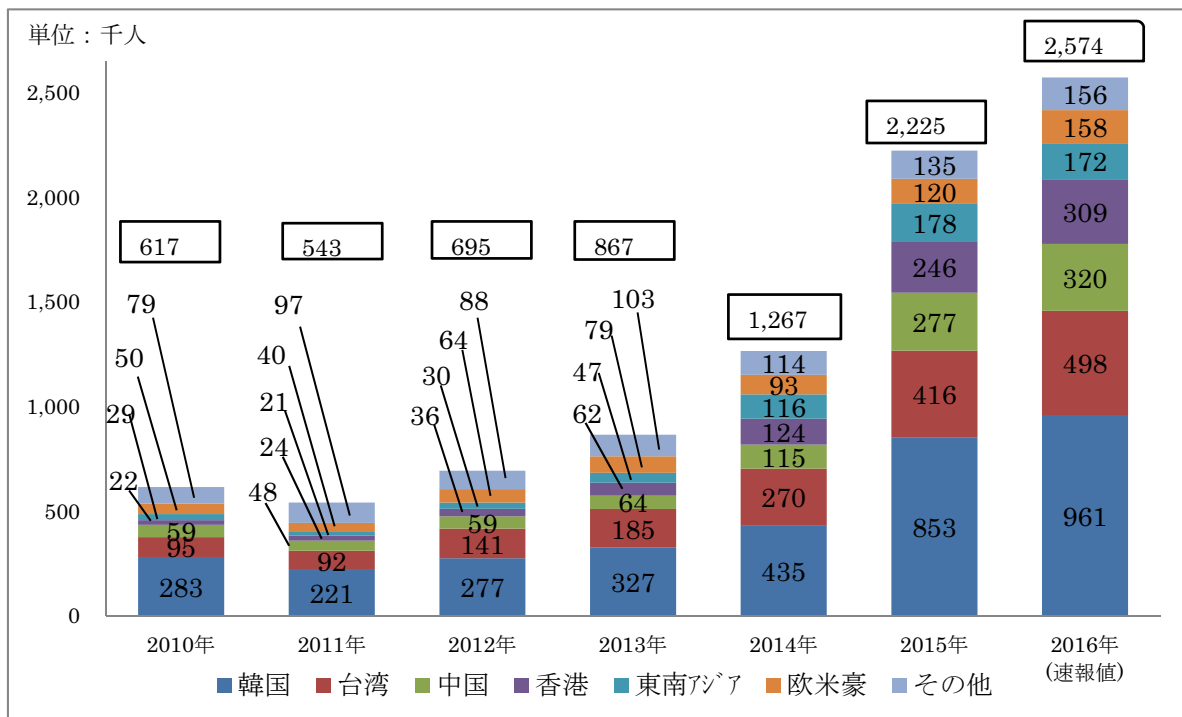
国・地域別の延べ宿泊者数の割合を見ると、入国者数同様に韓国 37.3%、台湾 19.3%、中国 12.4% で、この 3 か国・地域だけで全体の約 70% を占めます。一方、欧米豪からの宿泊者は、全体の 6.1% にとどまっています。

また、全国合計、東京都及び京都府と本県を比較すると、欧米豪や東南アジアからの観光客がいかにかゴールデンルートに集中しているかということがわかります。(図表 1 9、20)

図表 17 福岡県の入国外国人数の推移（法務省「出入国管理統計」）



図表 18 福岡県内の外国人延べ宿泊数の推移（従業員10人以上の施設）（観光庁「宿泊旅行統計調査」）



※「その他」には「国籍不明」を含む

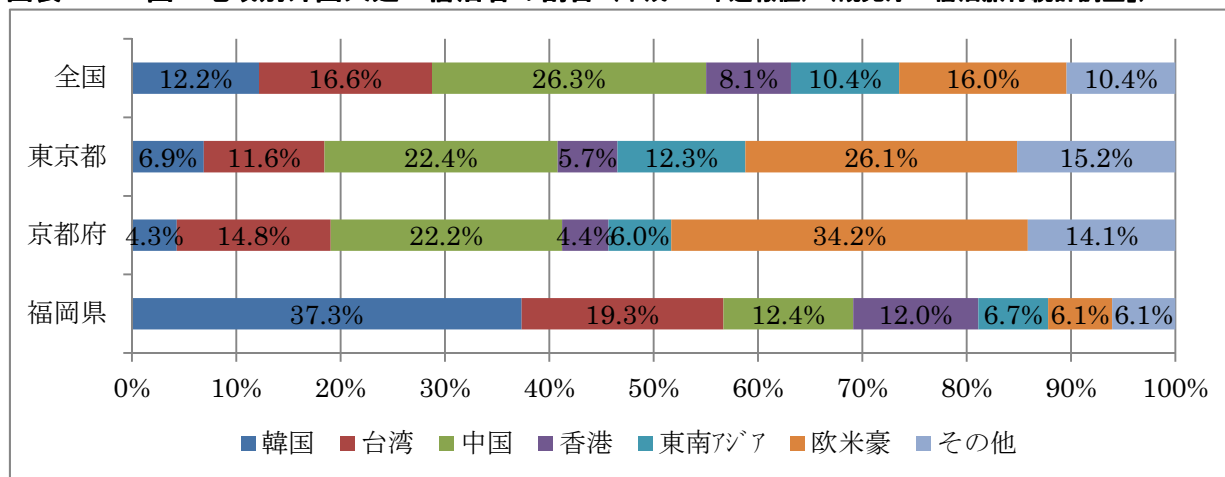
図表 19 国・地域別外国人客延べ宿泊者数（従業員 10 人以上の施設）（平成 28 年速報値）
（観光庁「宿泊旅行統計調査」）

（単位：千人）

	韓国	台湾	中国	香港	東南アジア	欧米豪	その他	計
全国	7,799	10,624	16,835	5,205	6,646	10,273	6,686	64,068
東京都	1,109	1,864	3,604	924	1,975	4,200	2,445	16,121
京都府	190	653	982	197	266	1,513	626	4,427
福岡県	961	498	320	309	172	158	156	2,574

※「その他」には「国籍不明」を含む

図表 20 国・地域別外国人延べ宿泊者の割合（平成 28 年速報値）（観光庁「宿泊旅行統計調査」）



③ ホテル宿泊需要の増加と低い旅館稼働率

国内、海外を合わせた本県の延べ宿泊者数は、約 1,612 万人泊（2016 年速報値）と全国第 11 位、そのうち、日本人は約 1,345 万人泊で全国第 10 位、外国人は、約 267 万人泊で全国第 7 位となっています。

本県内の宿泊施設の稼働率は、全体で 70.9% であり、そのうち、シティホテルが 81.7%、旅館が 29.3% で、他県に比べると、都市圏に集積するシティホテル等は稼働率が高いものの、県内各地に点在する旅館については稼働率が低い状況です。（図表 21）

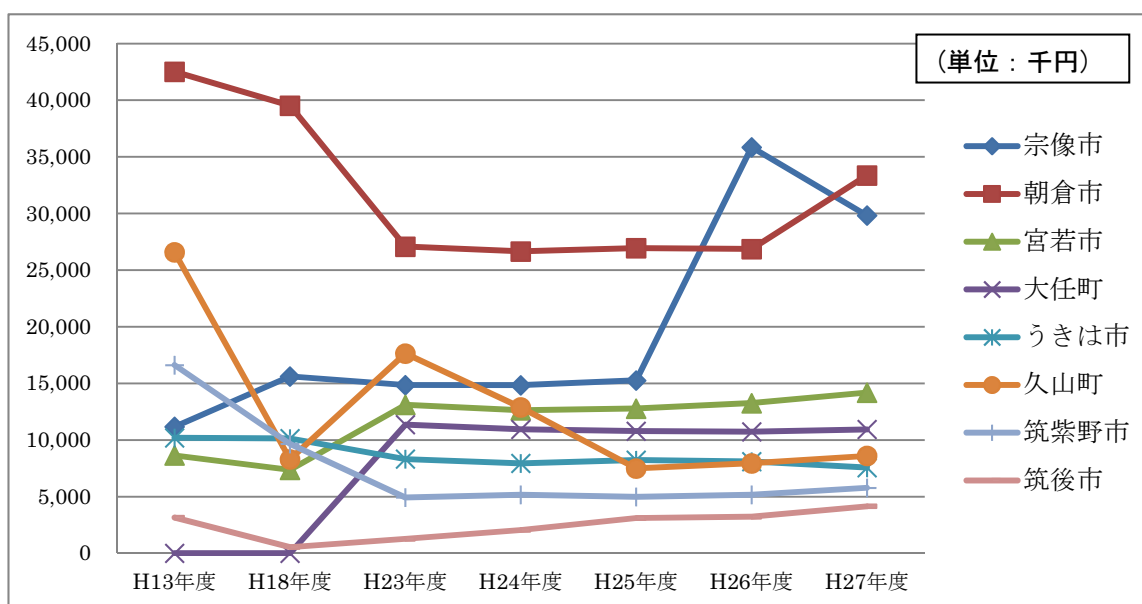
さらに、主な市町村の入湯税徴収実績をみると、いわゆる温泉地は減少又は横ばいと厳しい状況が続いていますが、宗像市及び大任町は、新たに開設された温浴施設や九州オルレなどの影響もあり、急増しています。（図表 22）

観光客の県内各地への訪問、周遊促進のためにも、旅館の魅力向上、稼働率向上は喫緊の課題です。

図表 2 1 宿泊施設の客室稼働率（観光庁「宿泊旅行統計調査」）（平成 28 年速報値）

		全国	九州	福岡県	順位
全施設		60.0%	58.6%	70.9%	3
	旅館	37.9%	38.5%	29.3%	40
	リゾートホテル	57.3%	52.1%	63.6%	9
	ビジネスホテル	74.4%	71.3%	76.3%	10
	シティホテル	78.7%	73.7%	81.7%	5
	簡易宿所	25.8%	17.6%	27.0%	14
	会社・団体の宿泊所	27.5%	21.8%	31.5%	12

図表 2 2 温泉を有する主な市町村の入湯税額推移（市町村税徴収実績（県市町村支援課））



④ ソフト、ハード両面における受入環境の整備

本県を訪れた観光客に対するアンケート調査によれば、観光客の受入環境については、「道路整備」、「案内標識・看板」、「通信状況」などの社会資本のほか、「観光地・宿泊施設の対応」、「地域住民の取組み」などソフト面についての満足度が半数程度であり、更なる改善が求められます（図表 2 3）。中でも宿泊施設、飲食店における多言語対応の充実は、喫緊の課題です。

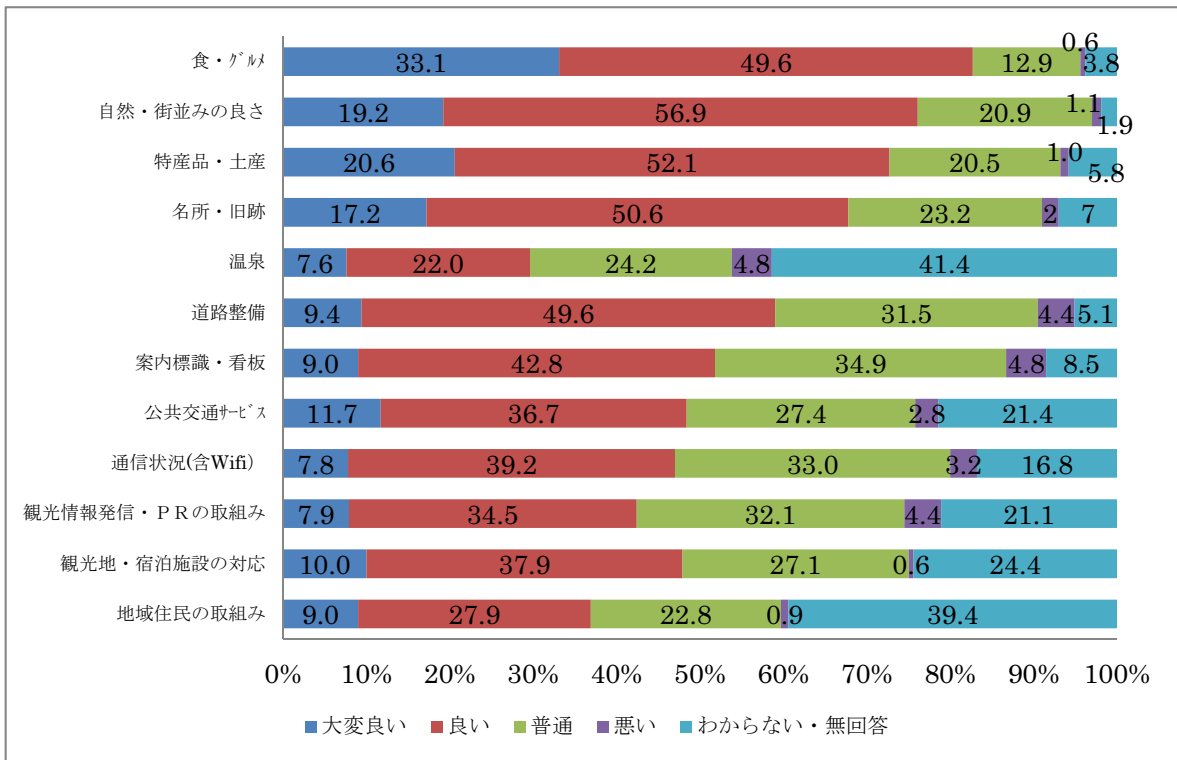
アセアン地域の査証緩和、「ラグビーワールドカップ 2019[™]」、「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」に向け、訪日外国人による観光消費額を増やすためには、キャッシュレス決済や免税店の充実は欠かせませんが、飲食、サービス業には小規模事業所が多いことや手数料などの問題があることから、その導入は十分ではありません。また、ムスリム観光客など宗教上の配慮を必要とする方々への対応も重要です。

観光による経済効果を高めるためには、外国人観光客の誘致に一層力を注ぐ必要がありますが、その重要な拠点である福岡空港については、朝夕のピーク時には航空機の遅延が常態化しており、平成 28（2016）年 3 月には混雑空港に指定されるなど、処理容量の確保が課題となっています。

一方、北九州空港は、24 時間利用が可能な海上空港という特性を有しており、今後、一層の活用が求められます。このため、九州・山口各県と連携し、観光客を効率的に周遊させる取組みも必要です。

さらに、今後も、観光資源開発を進めるとともに、本県観光の魅力向上を図るため、公共施設や観光施設等における案内標識、アクセス道路整備等ハード面の環境整備も必要となってきます。このため、県の各部局間の連携はもとより、国、市町村との連携、協力が一層重要になってきます。

図表 2 3 福岡県観光の印象・満足度（平成 27 年福岡県観光入込客推計調査）



⑤ 観光客の移動手段、情報入手方法等の変化への対応

前述のとおり、スマートフォンの普及、ICT技術の急速な発達等により、観光客の情報入手方法、情報伝達手段は大きく変化しています。

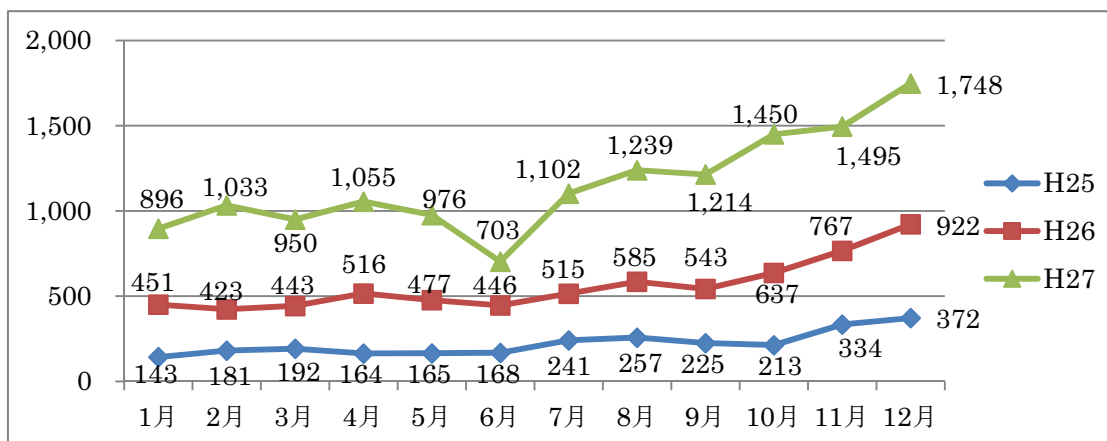
TV、雑誌、新聞等のマスメディアの力は依然として大きいものがありますが、団体旅行から個人旅行へのシフト、リピート率の増加などにより、SNS、旅行予約サイト等の重要性は拡大の一途を辿っています。

このような状況を踏まえ、県の観光案内や情報発信のあり方を見直していく必要があります。また、韓国、香港などからの観光客を中心に、レンタカー利用が急増しており、事故防止など安全対策も必要となっています。（図表 2 4）

図表 2 4 福岡空港周辺のレンタカー営業所における外国人利用件数の推移

(データ提供：一般社団法人福岡県レンタカー協会)

(単位：件数)



⑥ 観光振興を担う人材の育成

本県は、明治の産業革命以来、石炭、製鉄を中心に様々な産業が急速に発展し、近年は、自動車をはじめとする先端成長産業が集積しています。

また、筑後川、矢部川、遠賀川などの水源と肥沃な土壌に恵まれ、さらに筑前海、有明海、豊前海の3つの特色ある海に囲まれ、農林水産業を基幹産業とする地域が広がっています。

近年、人口減少に伴う地域経済の維持発展を支える有力な取組みとして、観光に注目が集まっていますが、その活動を具体化するには、マーケティングやマネジメント能力が必要とされます。これまで比較的恵まれた経済環境にあった本県では、観光に力を入れてきた地域に限られていたため、各地の観光協会等の規模は零細で、地域で観光振興を担う人材や組織が不足しているのが実情です。

平成 22 年度以降の市町村別観光入込客数の推移をみると、新たに観光協会を設立した市町村や、道の駅など新たな観光施設が開業した市町村の増加が目立っています。

国を挙げた観光振興の取組みが進められ、地域間競争が激しさを増す中、地域の様々な関係者を巻き込み、新たな消費と雇用を生み出すDMO(※)の中核を担う人材の育成は喫緊の課題です。

※DMO：Destination Marketing/Management Organizationの略、一貫した観光戦略の下、観光振興のための諸活動をリードし、人や組織を調整する公的または民間の組織。マーケティング調査、プロモーション、商品開発、品質管理、環境整備等を行う。

観光協会の職員数(H27)

団 体 名	職 員 数
市町村等の27協会	1～3人
北九州市、福津市、糸島市、宗像市、行橋市、直方市、小郡市の観光協会	4～8人
久留米観光コンベンション国際交流協会	15人
福岡観光コンベンションビューロー	40人

(3) 福岡県の観光の強み

① 恵まれた交通アクセス

本県は、福岡空港、北九州空港の2空港を有し、博多港、博多駅なども含め、アジアの玄関口として交通基盤が充実しています。

JR新幹線、JR在来線、西日本鉄道の主要鉄道、平成筑豊鉄道、筑豊電鉄等の地域鉄道路線、バス路線が県内各地を通っており、他県に比べて公共交通網は充実しています。また、さらなる観光振興に資するため、福岡・北九州両空港アクセス道路、東九州自動車道、有明海沿岸道路、八丁峠や合瀬耳納のトンネル等のインフラ整備を進めております。



② 高い人気のショッピング、グルメと歴史

本県を訪れる観光客の目的は、「ショッピング」や「グルメ」などが比較的高い傾向を示し、「自然」や「温泉」などが低くなっています。

また、「名所・旧跡」を期待して訪れる観光客の割合も高く、歴史の魅力が評価されていることがわかります。近年では、散策、自然を楽しむツーリング、アウトドアなどと回答した人の割合が伸びています。(図表25)

観光のトレンドは、「コト消費」と言われるように、国の内外を問わず、体験や人との交流が好まれています。

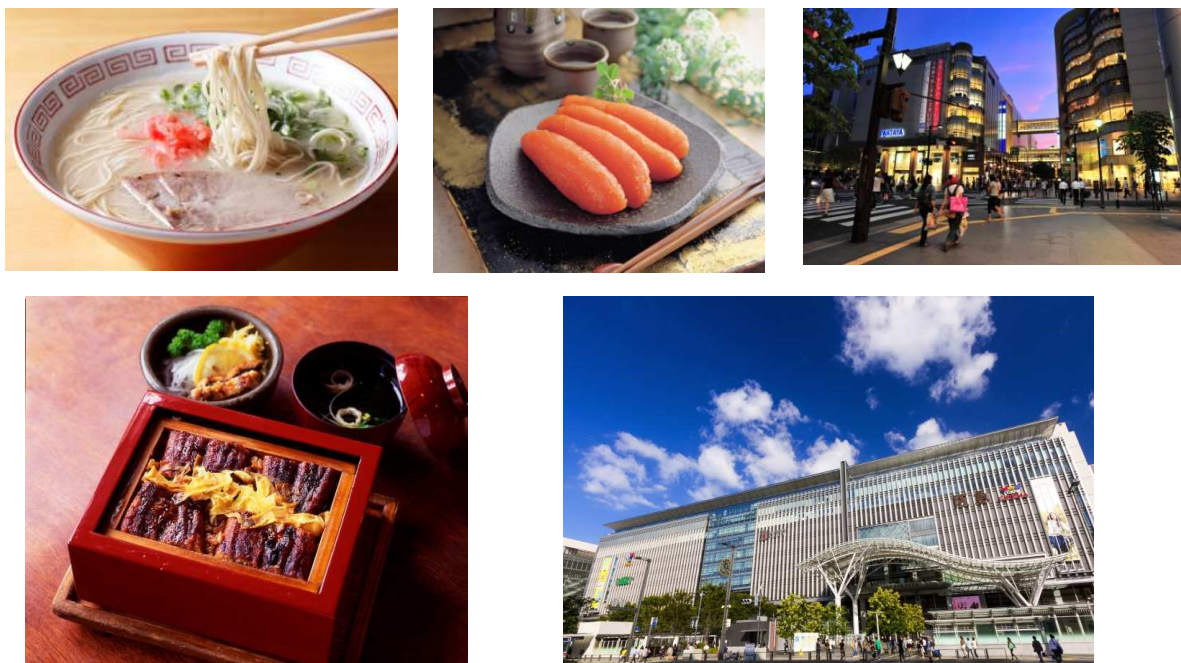
本県には、2000年に及ぶアジア等世界との交流の歴史、伝統に培われた文化、産業等の体験や交流の素材が豊富にあります。

明治日本の産業革命遺産にまつわる石炭、製鉄の歴史文化、博多祇園山笠や戸畑祇園大山笠など地域の伝統ある祭り、世界文化遺産への登録が決定した「『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群」をはじめとする古代の遺跡や文化などの観光素材は、枚挙にいとまがありません。さらに、全国5位の数を誇る酒蔵のほか、陶器、織物、人形、木工、和紙など多様な工芸品の産地、さらには、自動車、ロボットなどの先端成長産業や食品産業関連の工場集積も本県の特徴と言えます。

また、比較的、都市と農山漁村が近接している恵まれた地理環境にあり、あまおう(いちご)、なし、ぶどう、かき、八女茶などの農産物、はかた地どり、博多和牛などの畜産物、鐘崎天然とらふく、福岡有明のり、豊前海一粒かきなど豊富な魚介類といった農林水産物はもとより、世界中でブームとなっているとんこつラーメンをはじめ、中国、台湾などで人気の鰻のせいろ蒸しなど、世界に通じる食の魅力が豊富です。

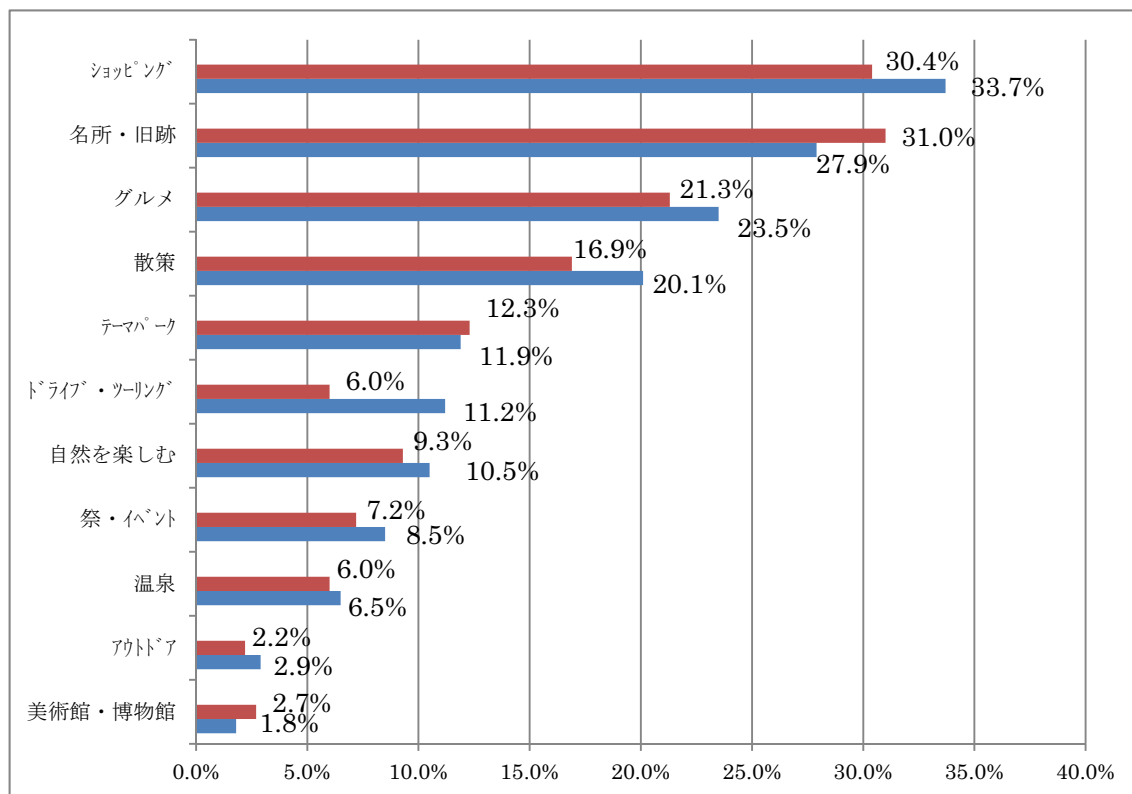
このように、本県ならではの体験・交流プログラムで観光客に訴求できる素材は数多くあ

るものの、必ずしも観光客の需要に応えられる商品やサービスとはなっていません。広域地域振興施策として、県と市町村が連携して作ってきた体験プログラムについても、通年で観光客を受け入れられる商品として育てていくことで、本県観光の魅力は大幅に向上することが見込まれます。



(写真提供：福岡市)

図表 25 福岡県観光の目的 (平成 26 年、平成 27 年福岡県観光入込客推計調査) (単位：%)



※赤(上段)：平成 26 年、青(下段)：平成 27 年

③ 世界遺産登録、大規模国際大会等観光振興の追い風

本県では、近年、世界の記憶（山本作兵衛炭坑記録画・記録文書）、世界文化遺産（明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業）、ユネスコ無形文化遺産（山・鉾・屋台行事）等の登録が相次いでいます。また、NHK大河ドラマや連続テレビ小説の舞台となったゆかりの地など、これまで観光地としては知名度が低かった地域に新たに観光客が訪れるようになっていきます。

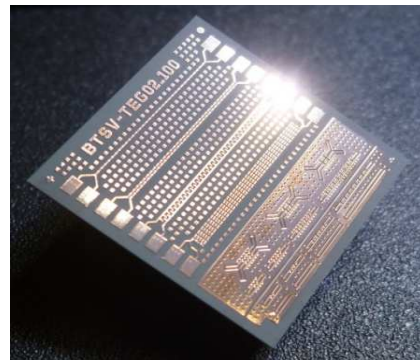
2019年には、「ラグビーワールドカップ2019™」が九州各地で開催（福岡県、熊本県及び大分県）されるため、これまで比較的少なかった欧米や豪州を含むアジア大洋州などから多くの外国人観光客が訪れることが期待されます。



④ ものづくり産業やICT等先端産業の集積

本県には、自動車、ロボット等ものづくりに関する世界的な企業はもとより、サービス産業、ICT技術や情報コンテンツを得意とする事業者が集積しています。県の施策においても、北部九州自動車産業先進拠点プロジェクト、福岡バイオバレープロジェクトのほか福岡県Ruby・コンテンツビジネス振興会議や福岡県ベンチャービジネス支援協議会、福岡県産業デザイン協議会などを通じて様々な分野の企業の創業やビジネスマッチングの支援に力を注いできました。

現段階では、各分野における県の企業支援の取組みにおける観光面での活用は十分とはいえませんが、今後、観光市場への異業種の参入が進めば、観光客のニーズに応じた新たなサービスの提供や、観光関連産業の生産性拡大が大いに期待されます。



⑤ 強い九州の一体感と九州観光推進機構の活動

新たな外国人観光客獲得のチャンスが到来する中であって、九州においては、2005年に設立された九州観光推進機構を中心に、九州各県及び経済界が一致協力して都道府県の区域を超えた広域連携に取り組む基盤が整っています。

5. 施策体系

(1) 基本的考え方

福岡市及び北九州市の都市型観光の魅力を活かし、九州広域観光の拠点としての機能を高めるとともに、県内各地の歴史、文化、食、自然などの観光資源を活かしながら、県外、国外からの観光客を「福岡市から筑後・筑豊へ」、「北九州市から筑豊・京築へ」など、広く県内各地域への周遊を促進します。また、継続的な観光振興につなげることができるよう、県内各地に経済効果をもたらす取組みを進めます。

本県の強みである歴史、食などの魅力を最大限に活かし、「もう一か所、もう一食、もう一泊」「磨く、つなぐ、売る」という本県の観光振興の基本的な考え方を引き継ぐとともに、的確なマーケティング活動を通じ、観光客のニーズを反映した施策を展開します。

このため、次の4つの観光振興施策を積極的に展開します。

① 観光資源の魅力向上

県内各地域への観光客の周遊の促進を図るため、福岡県ならではの「魅力的な観光資源」を活用し、県内各地域の関係者とともに、体験・交流型観光資源の開発とブランド力の強化を進めることにより、「観光客に楽しんでもらい、消費してもらう」工夫をします。

② 受入環境の充実

全ての観光客が安全に安心して県内観光を楽しめる環境の整備を進めるため、「ゲートウェイとしての有利性、可能性」を最大限に活かすとともに、地域の住民も一緒になって「便利で快適な観光、おもてなし」を提供し、地域の魅力を高め、次の世代に引き継ぐ環境づくりに努めます。

このため、鉄道、バス、レンタカー、自転車などの二次交通機関の充実、観光施設や宿泊施設、飲食店等での多言語対応等の充実に取り組みます。さらには交番などとの連携や医療に関する情報の提供により受入対応を充実します。また、観光客が年齢・性別・障がいの有無などに関わりなく、自由かつ円滑に、個人旅行でも安心して県内観光を楽しめる受入環境を整備します。

③ 効果的な情報発信

本県の認知度向上や誘客の促進を図るため、食、温泉、自然、伝統工芸品など、対象となる国や地域の観光客の旅行ニーズを把握し、データ分析に基づくターゲットを明確にした効果的なプロモーション活動を展開します。

このため、旅行会社やマスメディアとの関係づくりにこれまで以上に注力するほか、多様化する情報発信メディアを活用し、個人旅行者を中心に、より効果的・効率的な観光プロモーション活動に取り組みます。また、九州観光推進機構、県観光連盟や市町村観光協会等と連携し、情報発信の総合力を高めます。

④ 観光振興の体制強化

観光人材の育成と観光推進体制を整備するため、地域の観光協会等の担い手育成、DMO化を通じ、県全体として観光資源の底上げを図り、「稼げる人材」、「儲かる仕組み」づくりを応援します。

このため、徹底したマーケティング及びPDCA（計画、実行、評価、改善）により、戦略的な施策展開を進めることができる体制を作ります。

また、旅行業、交通、宿泊事業者など従来の観光事業者だけでなく、農林水産業、小売業、IT関連業界、文化・スポーツ団体、美容健康業界などあらゆる主体の参入を促し、新たな観光産業を創出します。

○施策体系図

①観光資源の魅力向上	歴史を活かした観光資源の発掘、磨き上げ
	食の魅力を活かした観光の推進
	文化・スポーツの集積を活かした観光の推進
	産業観光の推進
	体験、交流、滞在型観光の推進
②受入環境の充実	観光案内の充実
	多言語対応等の充実
	移動しやすい交通基盤の整備
	観光客の安全・安心対策
③効果的な情報発信	国や地域毎の旅行者のニーズをとらえたプロモーション活動
	海外進出企業、飲食業等との連携によるPRの強化
	ゴールデンルートからの誘客拡大
	広域連携による誘客の推進
④観光振興の体制強化	統計情報の収集・分析によるマーケティング
	専門的な人材の育成
	新たな観光ビジネスの創出

(2) 施策の方向性

① 観光資源の魅力向上

ア 歴史を活かした観光資源の発掘、磨き上げ

世界文化遺産「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」と県内各地の石炭関連遺産群、世界の記憶「山本作兵衛の炭坑記録画・記録文書」、ユネスコ無形文化遺産「博多祇園山笠」、「戸畑祇園大山笠」等の伝統的な祭、『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群」や日本遺産「古代日本の「西の都」～東アジアとの交流拠点～」に代表される古代から続く悠久の歴史・文化など豊富な地域の魅力を活かして、本県ならではの観光ブランドの確立に取り組みます。



【主な取組み】

- ・市町村、観光協会と連携した資源の掘り起し
- ・テーマ性やストーリー性のある旅（観光ルート）の開発及び提案
- ・広域地域振興圏域ごとに開発した観光プログラム等の商品化
- ・商工会議所、商工会等と連携した地域ゆかりの特産品開発 など

イ 食の魅力を活かした観光の推進

本県は、筑前海、有明海、豊前海の3つの特徴の異なる海に囲まれ、新鮮な魚介類を活かした郷土料理、鶏肉消費量日本一に象徴される多様な鳥料理をはじめ、品質の高い八女茶や福岡有明のり、海外でも高級ブランドとして確立しているあまおう（いちご）、生産額が全国上位を占めるぶどう、なし、かきといった果樹、国内第5位の酒蔵数を誇る日本酒や本格焼酎など、食材の宝庫です。

このため、飲食店、各地の観光農園、直売所、酒蔵など、食に携わる幅広い分野の事業者、団体との連携を強化し、新たな観光商品、観光ルートの開発を進め、旅の魅力を高めます。



【主な取組み】

- ・魅力ある県産の「食」を体験できる旅（観光ルート）の開発及び提案
- ・外国人観光客に向けた観光農園、農業体験を観光資源として確立
- ・道の駅、農林水産物直売所に関わる関係団体との連携強化
- ・全国酒蔵ツーリズム協議会との連携

など

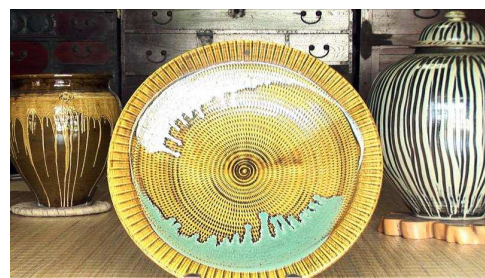
ウ 文化・スポーツの集積を活かした観光の推進

本県には、歌舞伎、能、宝塚歌劇、クラシックや大衆演劇、神楽等の文化、大相撲九州場所、野球、サッカー、バスケットボール、ラグビー、柔道、剣道、マラソン、駅伝、車いすテニスなどプロ、アマを問わずスポーツを楽しむ環境が整っています。こうした文化、スポーツの集積を活かした本県ならではの観光施策に取り組みます。

また、2018年(平成30年)は、博多織が伝来してちょうど777年目に当たります。また、久留米餅の考案者、井上傳の没後150年でもあります。さらに、2019年(平成31年)に開催されるラグビーワールドカップの試合会場として福岡県が選ばれており、日本の歴史、伝統文化に興味を持つ欧米豪から多くの関係者が本県、九州を訪れることが見込まれます。

このため、欧米豪の観光客に人気が高く、観光資源としても大きな魅力を有する地場産業・伝統的工芸品の産地等が行う需要拡大や新商品開発、後継者育成等の取組みを支援します。

さらに、こうした機会に本県の伝統工芸や祭り、伝統芸能などの歴史文化を、国の内外に発信することが重要です。このため、経済産業省及び観光庁の支援事業や文部科学省の文化プログラム等を活用しながら、観光資源としての魅力度向上に取り組みます。



【主な取組み】

- ・各種イベントと組み合わせた魅力ある旅（観光ルート）の開発及び提案
- ・伝統的工芸品産地組合に対する振興計画策定、後継者育成等の支援
- ・首都圏、海外等を対象とした伝統的工芸品、特産民工芸品の情報発信及び販路開拓支援
- ・伝統工芸、伝統芸能等を活用した体験プログラムの造成

など

エ 産業観光の推進

本県には、自動車、ロボットなどの先端成長産業、陶器やゴム産業、めんたいこ、ラーメン、ビール等の食品産業など、様々な製造業の生産工程の見学や製作体験を楽しめる施設が集積しています。

さらに、前述の産業遺産、伝統工芸や地場産業、元寇や戦争の時代を学ぶ学習施設等も含め、幅広い分野にわたる資源を全体として産業観光と位置づけ、本県ならではの産業観光の魅力向上に努めます。



〔 ・産業観光を組み合わせた魅力ある旅（観光ルート）の開発及び提案 など 〕

オ 体験、交流、滞在型観光の推進

都市部と農山漁村が近接している本県の強みを活かし、観光とサイクリングやトレッキング（九州オルレ等）など、健康・スポーツ体験などを組み合わせるとともに、旅館、農家民泊や特別感のあるキャンプ等により、ゆっくりと滞在しながら観光を楽しんでいただけるスローな体験・交流型の旅づくりを進めます。その際、国内観光客はもとより本県最大の顧客である韓国や台湾からのリピーター獲得を目指します。

このような観光資源の魅力向上を図ることによって、政府の進める働き方改革とも歩調を合わせ、休日や週末の観光需要の創出に向けた取組みも進めます。



【主な取組み】

- 〔 ・飲食店、宿泊施設等におけるサイクリスト（自転車愛好家）受入環境の改善
・登山道、遊歩道、自転車道・自転車利用環境の整備
・グリーンツーリズム（農家民泊）等の推進 など 〕

成果指標の内容	基準年 2016年	目標年 2019年
観光客の体験に対する満足度 ※じゃらん宿泊旅行調査（大人が楽しめるスポットや施設・体験が多かった）	25位（37%）	15位

② 受入環境の充実

ア 観光案内の充実

観光案内所の充実、観光ガイドの育成、九州地域限定の通訳案内ガイド「九州アジア観光アイランド特区ガイド」や通訳案内士のスキルアップを図るとともに、県民の積極的な参加を促し、国内外からの観光客が安心、快適に旅行できる環境整備を促進します。



【主な取組み】

- ・ 空港、鉄道駅、道の駅等交通拠点における観光案内の充実及び民間観光案内所との連携強化
 - ・ 特区ガイド育成及び就業機会創出支援
 - ・ ボランティア人材育成に対する支援
- など

イ 多言語対応等の充実

多言語対応、Wi-Fi 環境整備等県内事業者のインバウンド需要獲得を支援するため、国の助成制度活用に係る助言、飲食店や宿泊施設等を対象とする啓発等を進めます。特に、旅館の魅力向上に注力します。

また、交通事業者、観光案内所、道の駅などとの連携により、きめ細かな案内、表示の充実等により、観光客の満足度を高めます。

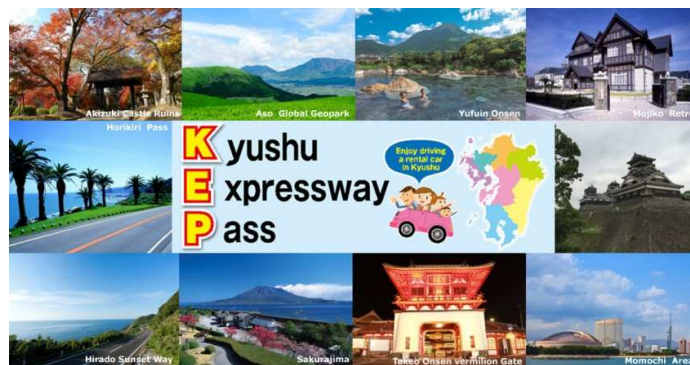


【主な取組み】

- ・外国人観光客受入環境整備促進のための啓発（ムスリム、LGBT 等）
- ・インバウンド協力店の登録推進
- ・多言語案内に関する側面支援（多言語コールセンター） など

ウ 移動しやすい交通基盤の整備

個人旅行者・リピーターの増加に対応し、鉄道・バス等の公共交通機関に加え、レンタカー、タクシー、自転車など多様な移動手段の充実を図るとともに、観光振興に寄与することが期待できる空港機能の強化、路線の誘致、基幹的な道路の整備促進を図ることなどにより、観光客の円滑な周遊を進めます。



【主な取組み】

- ・NEXCO西日本、九州各県と連携したレンタカーの利用促進
- ・タクシーを活用した富裕層向け着地型観光の推進
- ・地域鉄道やバスとの連携強化
- ・基幹的な道路の整備促進
- ・福岡空港及び北九州空港の機能強化、路線の誘致 など

エ 観光客の安全・安心対策

外国人観光客が、良好な治安と安全・安心を体感できる環境の整備に向け、外国語による防犯・防災、事故防止、基本的なマナー、ルール、医療に関する情報の提供やコミュニケーションの円滑化を図るための体制強化に努めます。

外国人観光客を中心に需要が高まっている「民泊」については、旅館業法及び住宅宿泊事業法の適正運用に努めます。

【主な取組み】

- ・県警との連携による多言語案内強化、医療に関する外国語対応コールセンターの設置
- ・災害対応マニュアルの普及促進、県災害情報メールの英語版配信及びFMラジオ局と連携した緊急災害情報の発信
- ・レンタカー利用案内マニュアルの普及促進
- ・国のガイドラインに則った、外国の方々にわかりやすい案内表示の整備 など

成果指標の内容	基準年 2016年	目標年 2019年
通信状況（wifi含む）の満足度 （『大変良い・良い』の割合） ※福岡県観光入込客調査（国基準）	47% (2015年)	60%
県内インバウンド協力店舗数	225店舗	1,000店舗

③ 効果的な情報発信

ア 国や地域毎の旅行者のニーズをとらえたプロモーション活動

九州観光推進機構、九州各県、九州運輸局及び日本政府観光局との連携を一層強化し、国内外の主要都市における旅行業者を対象とした観光素材説明会や商談会、旅行博覧会、テレビや雑誌など観光客に向けた情報提供を通じて、旅行商品の造成、修学旅行と教育旅行の誘致、旅行動機の喚起に努めます。

これに加え、今後は、OTA（オンライン・トラベル・エージェント）、検索エンジン、Webサイト、FacebookやTwitter等のSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）など、ターゲットとなる国・地域で影響力のある媒体を活用し、個人旅行者に直接届く情報発信を推進します。

さらに、マーケティングを重視し、旅行前の情報収集、旅行計画・予約、旅行中の情報入手、旅行後の発信など、観光客の行動過程に応じた効果的なツールを選択し、戦略的な誘客を進めます。

【主な取組み】

- ・海外テレビ局、旅行専門誌等の記者招へいによる県観光情報発信
- ・全国主要都市における観光説明会、商談会、修学旅行説明会の開催
- ・海外市場における旅行博覧会、商談会への参加
- ・世界遺産登録、主要幹線道路の開通等の機会を捉えた誘客キャンペーン
- ・クルーズ船客に対する農園体験、伝統文化体験等の新たな提案
- ・海外旅行予約サイト、主要SNSと連携した県観光情報発信
- ・県独自の観光情報発信の強化（県観光情報Webサイト「クロスロードふくおか」、多言語情報サイト「アジアンビート」など

イ 海外進出企業、飲食業等との連携によるPRの強化

ア) 海外進出企業等との連携強化

海外展開している県内企業や国際路線を持つ航空会社、首都圏でブランド力のある専門小売店など、発信力のある企業と連携した情報発信を推進します。特に、海外でも人気の高い「とんこつラーメン」店など、飲食店との連携により、本県観光の魅力を利用者に直接伝えることに注力します。



【主な取組み】

- ・海外魅力発信応援団登録推進による県観光情報発信
- ・とんこつラーメン発祥の地キャンペーン「THE BIRTHPLACE of TONKOTSU RAMEN」による海外進出企業等との連携強化 など

イ) 食と観光の一体的PR

観光と農林水産物、特産品など「食の魅力」や伝統工芸等を一体的にPRすることにより、相乗効果を高めます。このため、県内外で開催される大規模イベントや国際会議の機会を捉え、効果的な情報発信（MICE、ビジネス客等の県内周遊と消費を促すエクスカーション、観光・物産展示販売など）を実施します。



【主な取組み】

- ・飲食店、食品製造事業者、農林水産団体、商工会議所等との連携による共同プロモーションの推進
- ・友好提携地域、駐日外国公館等へ向けた福岡県観光情報の発信
- ・県内旅行会社等と連携した大規模イベント向け着地型旅行商品の開発 など

ウ ゴールデンルートからの誘客拡大

「ラグビーワールドカップ 2019™」、「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」に向け、欧米豪、東南アジア等からの直行便の路線誘致を継続するとともに、直行便未就航国の観光客を中心に、東京・大阪などのゴールデンルートからの経由便や新幹線を利用した誘客の拡大に取り組みます。

【主な取組み】

- ・成田空港、羽田空港、関西国際空港等における観光情報発信
- ・首都圏ランドオペレーターとの連携による新たな旅行商品開発
- ・国内大手航空会社の国内乗継便割引を活用した広域ルート開発
- ・東京事務所、大阪事務所及び海外事務所による積極的な誘客活動 など

エ 広域連携による誘客の推進

九州観光推進機構及び九州各県と連携し、外国の旅行者に対し、北九州空港や九州の他の空港を活用した多様な商品造成を進めるとともに、中国、四国地方の各県との連携も深め、一層の誘客に繋がります。

【主な取組み】

- ・福岡空港及び北九州空港と九州・中国地方の他空港とのインアウトを組み合わせた多様な新広域ルートを海外旅行会社へ提案
- ・広島県以西、九州各県と連携したサイクリング観光の広域ルート開発
- ・ラグビーワールドカップ 2019TMを契機とした福岡ー熊本ー大分等九州内を結ぶ新広域ルート開発 など

成果指標の内容	基準年 2016年	目標年 2019年
「クロスロードふくおか」SNSフォロワー数	5,690人	15,000人
「クロスロードふくおか」アクセス数	246万セッション	300万セッション

④ 観光振興の体制強化

ア 統計情報の収集、分析によるマーケティング

観光地等の入込客の動向や今後の観光の“きざし”などを市町村や関係団体からタイムリーかつ幅広く集約し、マーケティングに関する効果的な分析（観光統計調査）の手段の確立、施策の点検、評価を充実させます。

また、観光施策の推進に必要な財源について、税や寄付等を含め、情報収集及び研究を行います。

【主な取組み】

- ・IT技術を活用した情報分析の導入
- ・観光プロモーション活動で蓄積された情報の評価、検証手法の確立
- ・市町村観光協会、観光関連業界との情報共有
- ・九州各県、経済界と一体となった観光財源検討
- ・クラウドファンディング活用の普及促進 など

イ 専門的な人材の育成

(公社)福岡県観光連盟の専門能力を高め、福岡県版DMOとしてその機能を強化します。その上で、同連盟と連携し、市町村等の観光行政、市町村観光協会やDMOの運営に対する助言と必要な支援を行い、県下全域において、観光による消費拡大、地域経済の活性化に向けた取組みを進めます。

【主な取組み】

- ・ 県観光連盟の専門性（DMO機能）強化
- ・ 観光地経営人材の育成及び資質向上（企業、大学との連携等）
- ・ 市町村観光協会の設立、観光協会相互の広域連携に対する助言、支援 など

ウ 新たな観光ビジネスの創出

シェアリングエコノミー（インターネットを介した個人間の余剰なモノやサービスのやり取り）やデジタルマーケティング（電子メディアを通じた製品やブランドのプロモーション）の台頭を踏まえた新たな観光ビジネスの創出を促すため、異業種（ICT企業、地場産品メーカー、農林水産業者等）への市場情報の提供やビジネスマッチング等を支援します。

【主な取組み】

- ・ 観光事業者と異業種とのマッチング支援
- ・ 伝統工芸産地と異業種の交流、共同開発、販売等の促進
- ・ 交通事業者に対する観光人材養成に向けた取組みの働きかけ など

成果指標の内容	基準年 2016年	目標年 2019年
日本版DMO候補法人数	2団体	8団体

※日本版DMO法人

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。

6. 数値目標（全体）2019年

数値目標名	現状値 (基準年 2016 年)	目標値 (2019 年)
外国人入国者数	260万人	414万人
県内延べ宿泊者数	1,612万人泊	1,984万人泊
（うち外国人）	267万人泊	588万人泊
観光消費額	9,620億円	12,407億円
旅行者満足度『大変良い・良い』 の割合※福岡県観光入込客調査（国基準）	75.8%	85.0%
再訪意向（是非また来たい） ※福岡県観光入込客調査（国基準）	53.6%	60.0%

○成果指標（再掲）

成果指標の内容	現状値 (基準年 2016 年)	目標値 (2019 年)	算出方法
観光客の体験に対する満足度 ※じゃらん宿泊旅行調査（大人 が楽しめるスポットや施設・体験が多かった）	25位（37%）	15位	10位上昇を目指す
通信状況（Wi-Fi含む） の満足度 （『大変良い・良い』 の割合） ※福岡県観光入込客調査（国基準）	47% (2015年)	60%	現状値の約20%増を目指す
県内インバウンド協力店舗数	225店舗	1,000店舗	現状値の約5倍を目指す
「クロスロードふくおか」SNSフォロワー数	5,690人	15,000人	他県状況を踏まえ、現状の約3倍を目指す
「クロスロードふくおか」アクセス数	246万セッション	300万セッション	他県状況を踏まえ現状の約2割増を目指す
日本版DMO候補法人数	2団体	8団体	県内4地区にそれぞれ2団体以上を目指す

参考＞観光消費がもたらす経済効果

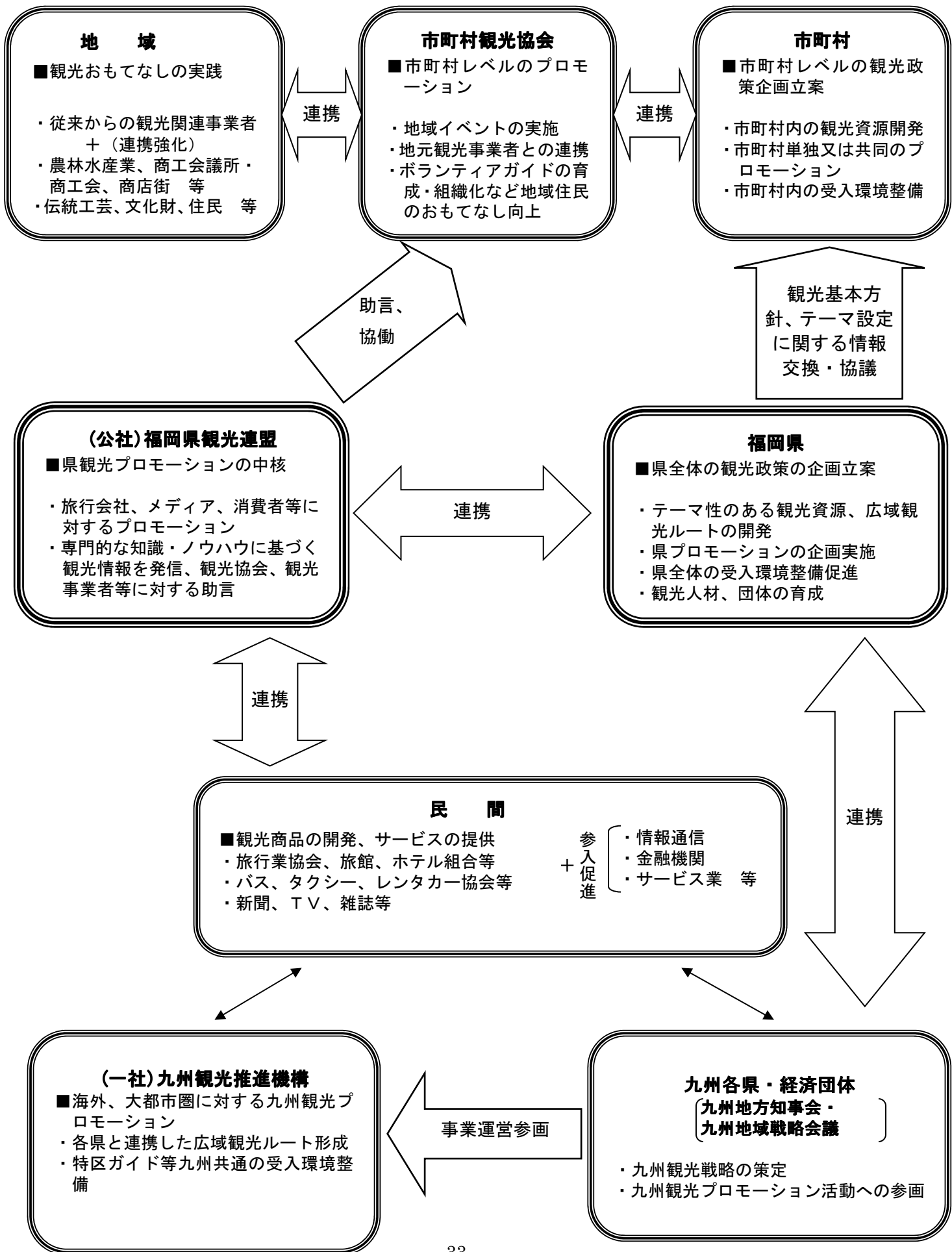
2019年に観光消費額12,407億円を達成すると、その経済波及効果額は、2014年と比べ5,719億円の増、雇用誘発効果（就業者数）は、59,507人の増となると推計される。

観光消費がもたらす本県の経済波及効果

(単位：億円、人)

	観光消費額	経済波及効果額	波及効果倍率	観光GDP	雇用誘発効果 (就業者数)
2014年(H26)実績	7,644	10,434	1.36	3,320	99,117
2019年(H31)目標	12,407	16,153	1.30	5,168	158,624

7. 推進体制



8. 観光振興に向けた宣言

福岡県にお客様をお迎えする際、私たちは、「ご来福」という言葉を日常的に使用しています。

この「ご来福」には、観光客にとっては、福岡県に来れば、素晴らしい体験とおもてなしに出会い「福が来る」という意味と、お迎えする側にとっても、観光客に喜んでいただいた満足感と観光消費の拡大によって地域が潤うことで「福が来る」という2つの素晴らしい意味を持っています。

県は、市町村、観光協会はもとより、県民の皆さんとともに、この指針の目標達成に向け、本県の強みを活かして一致協力して取り組むことを誓い、「ご来福」推進のため、次のとおり宣言します。

“ご来福” 推進宣言

宣言1 歴史を活かして、来福客の「記憶」にとどめます！

古代から脈々と受け継がれた歴史、文化、匠の技の魅力を活かした体験で、旅人の知的好奇心を満たします！

宣言2 食を活かして、来福客の「胃袋」をつかみます！

農林水産業、飲食業の皆さんと力を合わせて、福岡県の「食」の魅力を活かした体験で、旅人の幸福度を高めます！

宣言3 価値ある旅で、来福客の「心」をつかみます！

歩いて、走って、福岡県らしさを感じられるスローな旅を提案し、旅人の心も身体も健康にします！

宣言4 「地消地産」で来福客と「幸せ」を分かちます！

地域で稼げる人材、儲かる仕組みづくりを応援し、住んでよし、訪れてよしの観光地を作ります！

宣言5 心を込めたもてなしで、またの「ご来福」をお待ちします！

旅人第一、心のこもったサービスで、外国人をはじめ、全ての旅人の満足度を高め、福岡ファン、リピーターを増やします！

※地消地産……「地元で生産したものを地元の人が消費する」「作ったものを消費してもらう」プロダクトアウトの「地産地消」に対し、「地元で消費するものは、地元で生産したものにしよう」ということで、観光客も含めて地域外からの消費力を取り込んで金を稼ぐという（移出力）と地域内の循環を高めて域外への流出を防ぐ（循環力）の2つを高めるため、「必要とされるものをその地域で生産する」マーケットインの発想への転換で地域活性化を図るもの。

<資料集>

1. 本県の人口推計

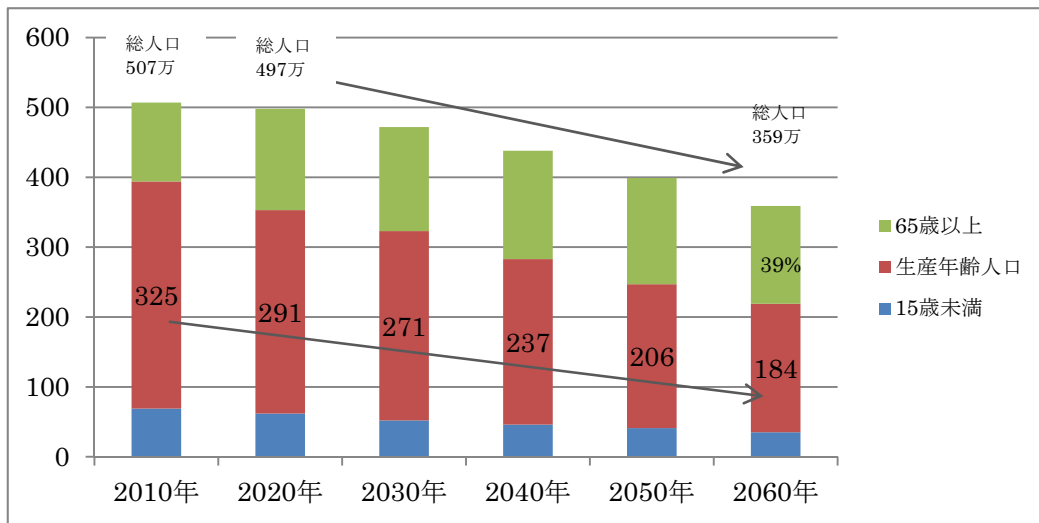
本県の人口について、社人研の推計に準拠して予測すると、2020年には497万人、2060年には359万人と大幅に減少することが見込まれ、65歳以上の割合が39%に増え、生産年齢人口は約184万人に減少することが見込まれています。

また、地域別にみると、さらに減少幅が大きくなるが見込まれています（参考図表1、2）。

参考図表 1 本県の将来人口<年齢区分人口の推移推計>

（国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」）

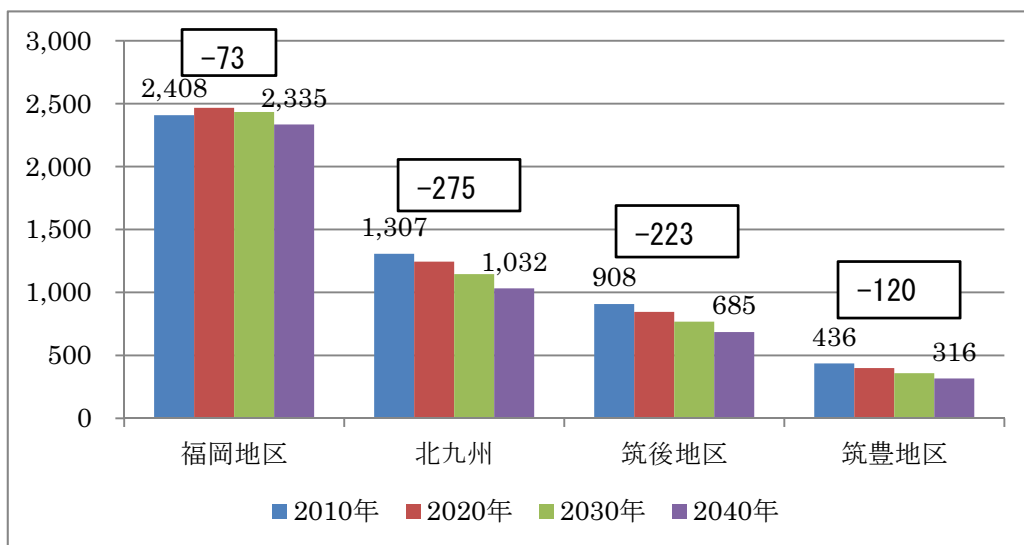
（単位：万人）



参考図表 2 県内地域別将来人口推計

（国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」）

（単位：千人）

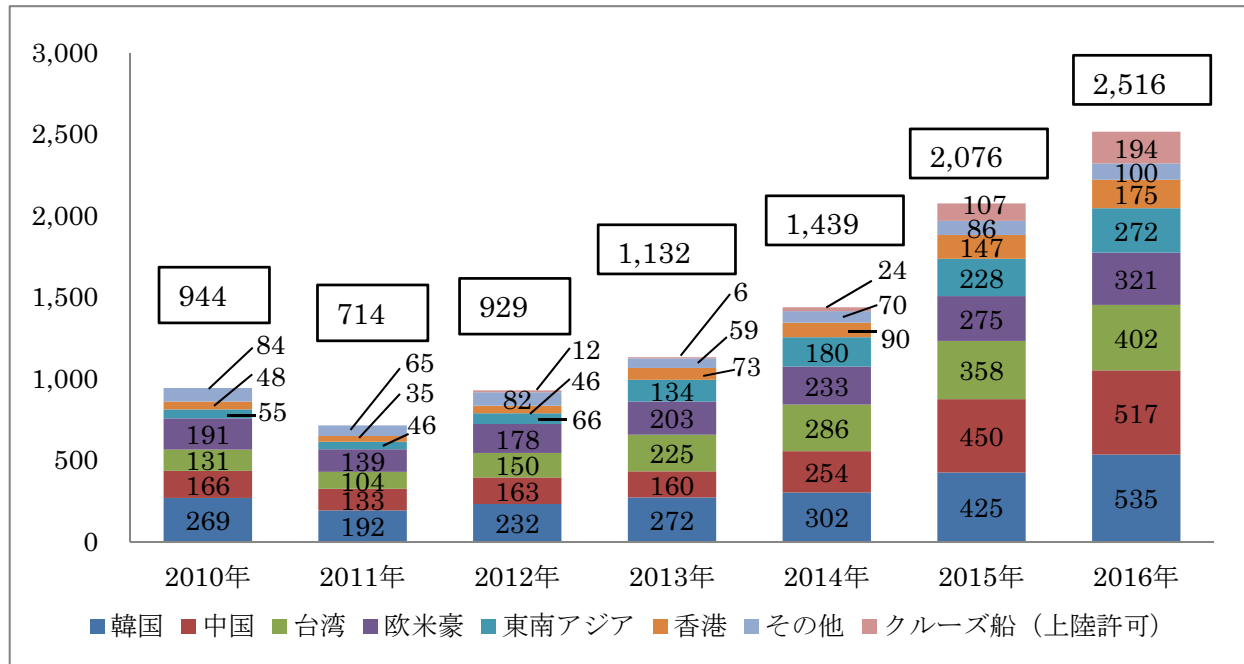


2. わが国への入国外国人数及び外国人延べ宿泊者数

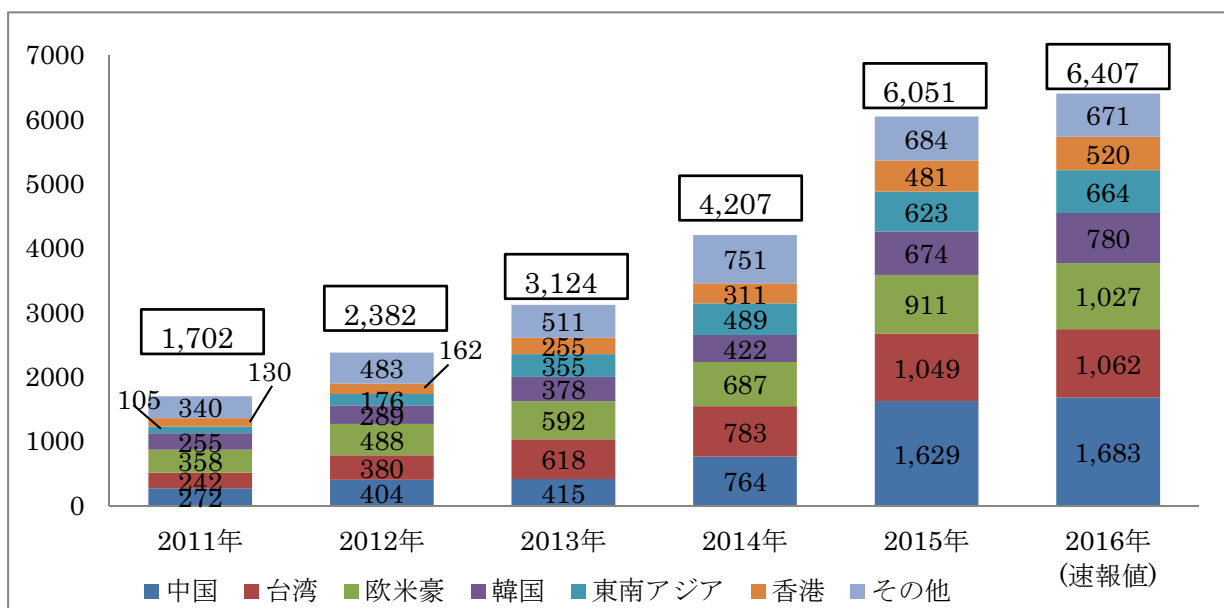
入国外国人数の国・地域別に係る2010年から2016年の増加率をみると、東南アジアの495%が最も高く、香港365%、中国311%、台湾307%、韓国199%、欧米豪168%となっています。(欧米豪の内訳は、英153%、仏166%、独144%、豪191%)。(参考図表3)

外国人延べ宿泊者数の国・地域別の割合をみると、2016年には中国が26.3% (1,683万人泊)、台湾が16.6% (1,062万人泊)、欧米豪が16.0% (1,027万人泊)、韓国が12.2% (780万人泊)となっています(参考図表4)。

参考図表3 国・地域別の入国外国人の推移 (法務省「出入国管理統計」) (単位:万人)



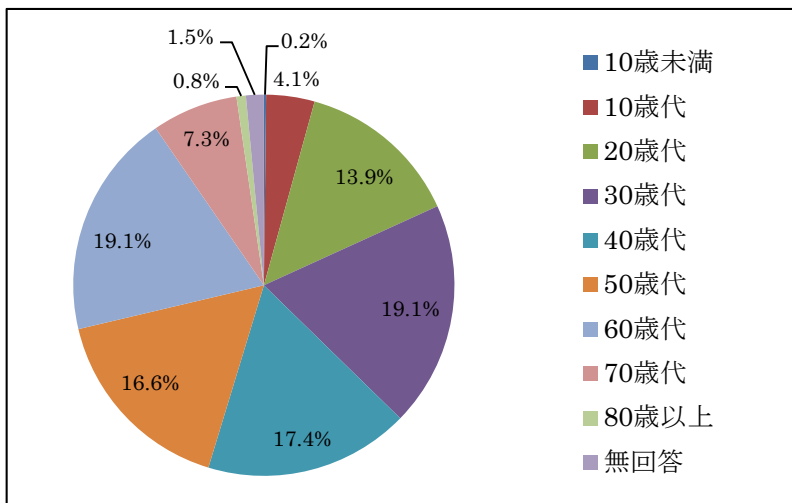
参考図表4 国籍別・外国人延べ宿泊数の推移(従業員10人以上の施設) (観光庁「宿泊旅行統計調査」) (単位:万人)



3. 本県への観光入込客数

本県への観光入込客は、年齢による偏りはあまり見られません（参考図表5）。

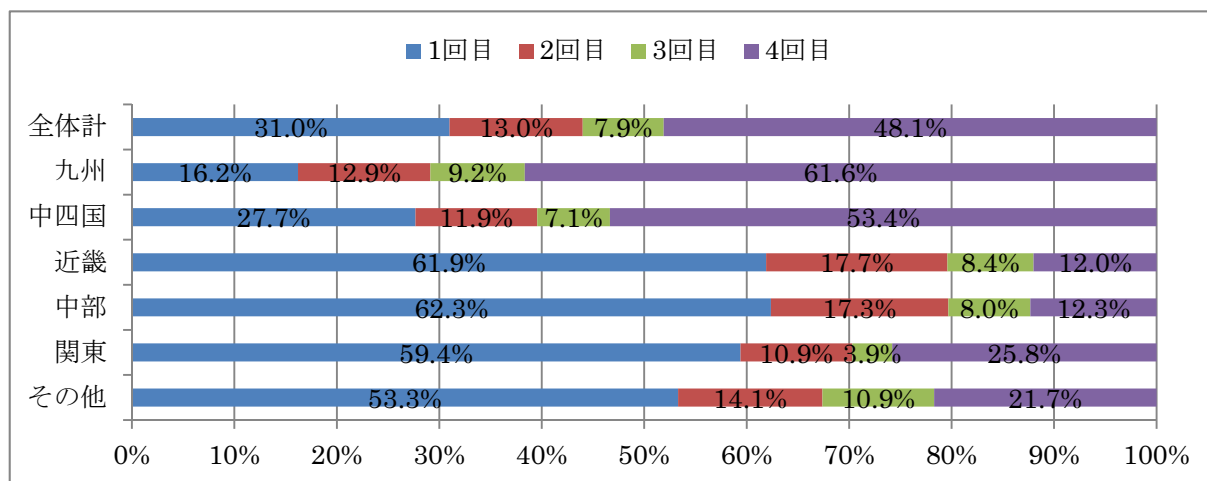
参考図表5 入込客の年代（平成27年福岡県観光入込客推計調査）



県外の居住者の本県への訪問回数は、4回目以上が半数近くを占めています。

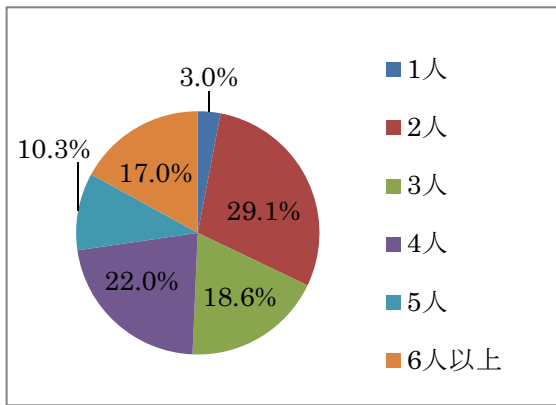
居住地域別にみると、九州、中四国のリピート率が高く、4回目以上が過半数となっています。これに関東が続き、近畿及び中部は概ね同程度です。なお、関東、近畿、中部では、いずれも1回目と回答した人の割合が6割前後となっています（参考図表6）。

参考図表6 県外観光客の福岡県への訪問回数（平成27年福岡県観光入込客推計調査）（単位：%）



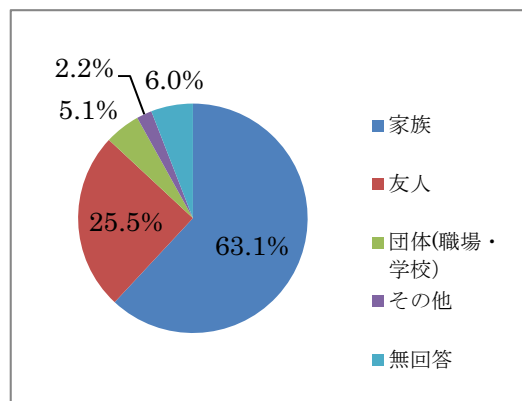
本県への旅行者の同行人数について2人が最多で29.1%、次いで4人が22.0%、3人が18.6%となっており、平均は3.6人となっています。同行者については、家族が63.1%、次いで友人25.5%などとなっています。（参考図表7、8）

参考図表7 同行人数



(平成 27 年福岡県観光入込客推計調査)

参考図表8 同行者



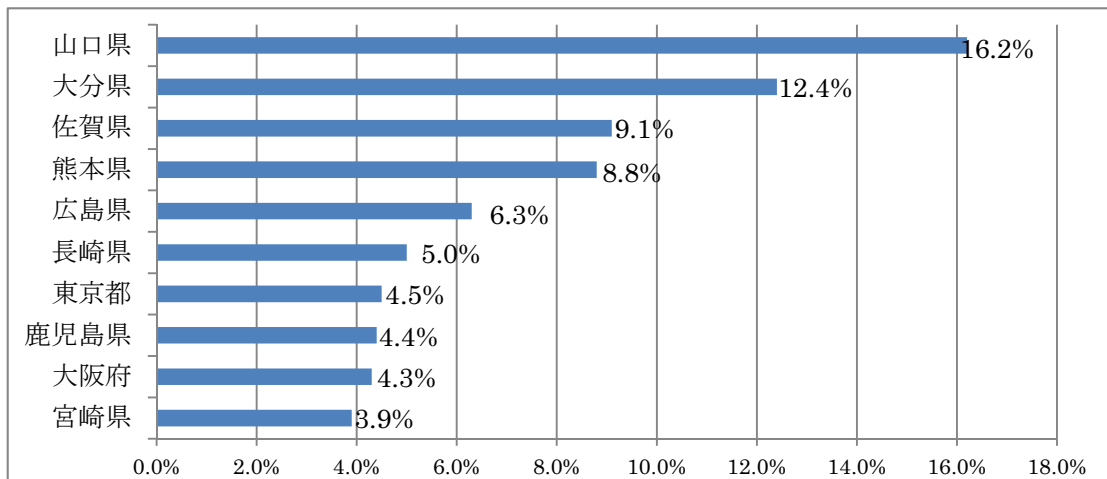
(平成 27 年福岡県観光入込客推計調査)

県外から本県を訪れる観光客（日帰り、宿泊の合計）の出発地（居住地）は、①山口県、②大分県、③佐賀県、④熊本県など、隣県からが上位を占めています。九州以外では、広島県、大阪府、東京都などが10位以内に入っています。（参考図表9）

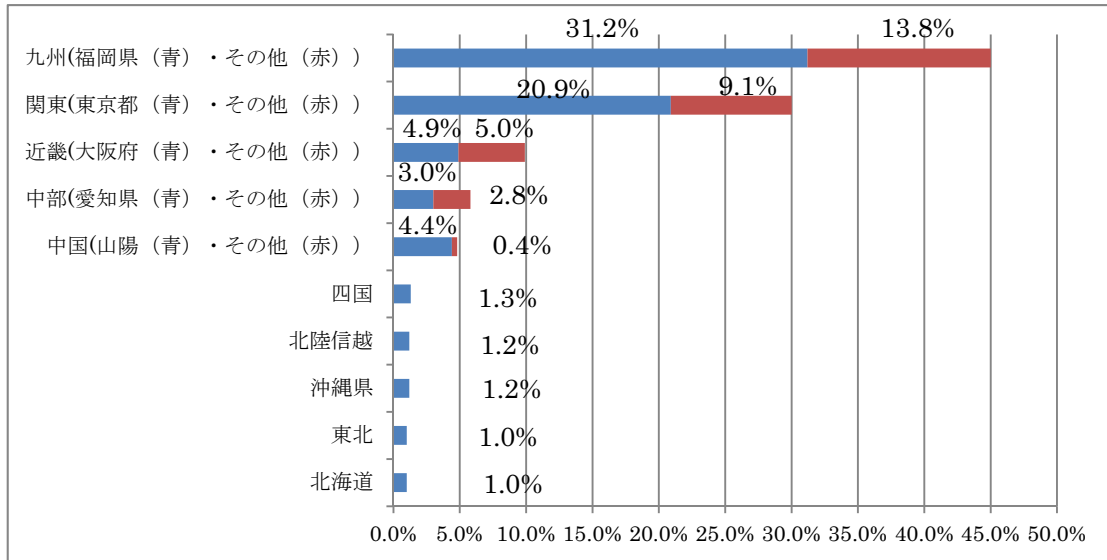
本県居住者を含む宿泊客を居住地域別にみると、①福岡県31.2%、②東京都20.9%、③本県以外の九州13.8%、④近畿9.4%、⑤東京都以外の関東9.3%の順となっています。（参考図表10）

参考図表9 本県の観光入込客（県外客）（日帰り、宿泊計）の居住地割合

(平成 27 年福岡県観光入込客推計調査)



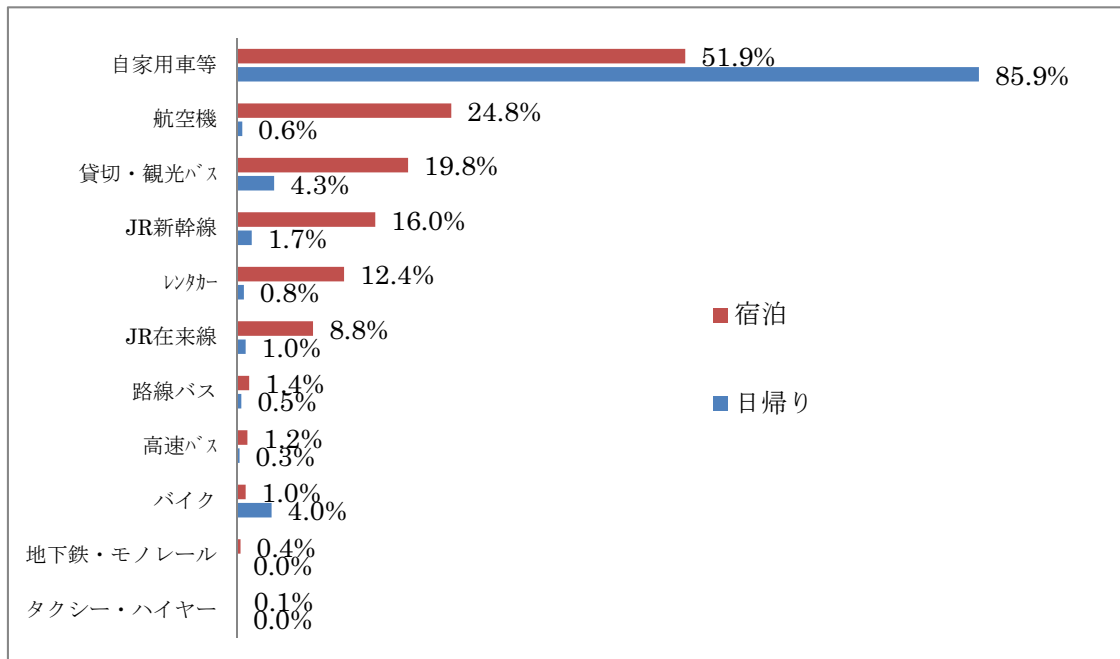
参考図表 10 本県の宿泊客の居住地（観光庁「宿泊旅行統計調査」）（平成 28 年速報値）



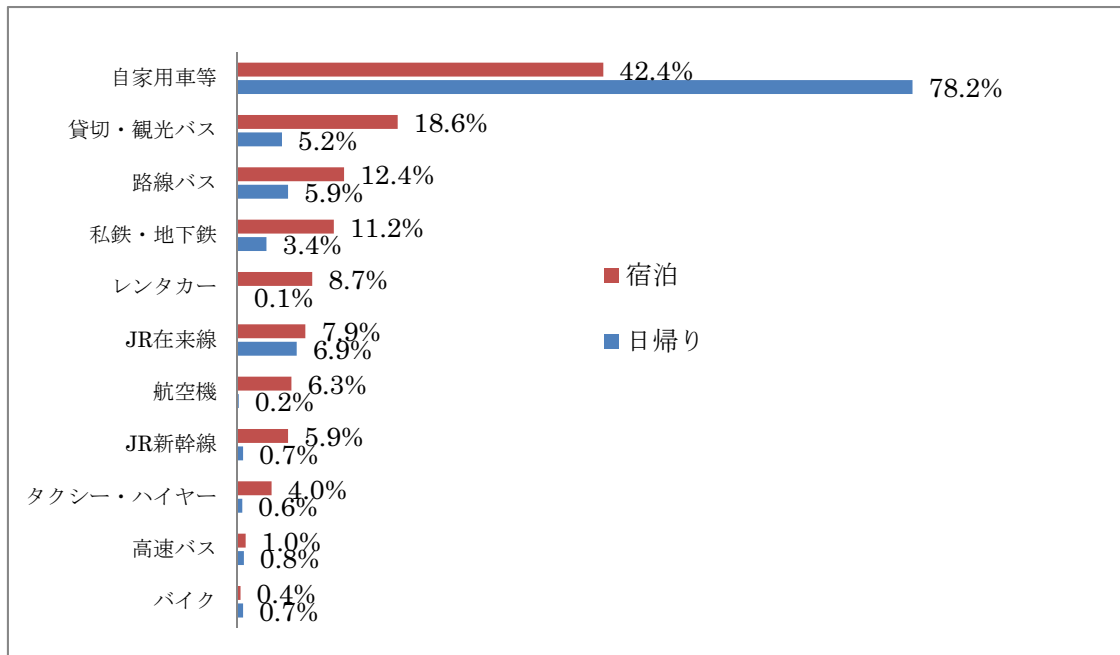
県外から本県までの移動手段については、日帰り客は自家用車等が 85.9%と大半を占めています。一方、宿泊客は、①自家用車等 51.9%、②航空機 24.8%、③貸切・観光バス 19.8%、④ J R 新幹線 16.0%となっています（参考図表 1 1）。

次に、県内の移動手段をみると、日帰り客は前述同様に自家用車等が 78.2%を占めています。一方、宿泊客は、①自家用車等 42.4%、②貸切・観光バス 18.6%、③路線バス 12.4%、④私鉄・地下鉄 11.2%、これにレンタカー 8.7%、 J R 在来線 7.9%などが続きます（参考図表 1 2）。

参考図表 1 1 福岡県への移動手段（平成 27 年福岡県観光入込客推計調査）



参考図表 1 2 福岡県内の移動手段 (平成 27 年福岡県観光入込客推計調査)



県観光入込客推計調査（県基準）により、市町村を比較すると、福岡市は入込客数や伸び率の上位の多くの項目で上位を占めています。

県外客の比率を市町村ごとにみると、県境に当たる市町村又は有力な観光資源のある市町村が上位を占めます(参考図表 1 3)。宿泊客については、旅館・ホテルの立地に左右されることが見て取れます(参考図表 1 4)。

宿泊客数の増加については、北九州市が突出しており、平成 27 年の世界遺産登録等が寄与していると思われます(参考図表 1 5)。

県外客及び日帰り客の増加については、似通った傾向にあり、北九州市の伸びが大きく、外国人観光客の増加が著しい太宰府市などが続きます。さらに、伸び率に着目すると、観光協会設立、道の駅や新たな観光施設の整備等の動きがあった市町村の増加が目立ちます(参考図表 1 6、1 7)。

参考図表 1 3 県外客の多い市町村 (平成 2 7 年福岡県観光入込客推計調査)

順位	市町村名	県外客数	順位	市町村名	県外比率
①	福岡市	11,970 千人	①	大牟田市	73.7%
②	北九州市	11,448 千人	②	福岡市	60.6%
③	太宰府市	2,419 千人	③	大任町	56.9%
④	大牟田市	1,361 千人	④	篠栗町	52.7%
⑤	久留米市	1,274 千人	⑤	柳川市	45.0%
⑥	宗像市	1,174 千人	⑥	北九州市	44.5%
⑦	福津市	1,146 千人	⑦	飯塚市	40.0%
⑧	糸島市	1,023 千人	⑧	吉富町	36.4%
⑨	篠栗町	985 千人	⑨	東峰村	30.7%
⑩	朝倉市	935 千人	⑩	上毛町	30.0%

参考図表 1 4 宿泊客の多い市町村（平成 2 7 年福岡県観光入込客推計調査）

順位	市町村名	県外客数	順位	市町村名	宿泊比率
①	福岡市	6,310 千人	①	福岡市	32.0%
②	北九州市	3,736 千人	②	苅田町	26.4%
③	飯塚市	460 千人	③	飯塚市	22.0%
④	久留米市	435 千人	④	久山町	17.7%
⑤	朝倉市	419 千人	⑤	添田町	15.7%
⑥	宗像市	334 千人	⑥	北九州市	14.5%
⑦	添田町	142 千人	⑦	朝倉市	13.3%
⑧	糸島市	105 千人	⑧	久留米市	8.3%
⑨	八女市	99 千人	⑨	筑後市	6.9%
⑩	大牟田市	91 千人	⑩	桂川町	6.7%

参考図表 1 5 観光入込客数（宿泊）が増加している市町村（H22⇒H27）

（福岡県観光入込客推計調査）

順位	市町村名	県外客数	順位	市町村名	対 22 比率
①	北九州市	+2,797 千人	①	北九州市	397.9%
②	福岡市	+1,210 千人	②	糸島市	283.8%
③	飯塚市	+165 千人	③	田川市	223.5%
④	朝倉市	+133 千人	④	大川市	176.9%
⑤	糸島市	+68 千人	⑤	筑後市	170.7%
⑥	久山町	+59 千人	⑥	太宰府市	169.6%
⑦	筑後市	+29 千人	⑦	飯塚市	155.9%
⑧	田川市	+21 千人	⑧	春日市	150.0%
⑨	大川市	+20 千人	⑨	朝倉市	146.5%
⑩	太宰府市	+16 千人	⑩	那珂川町	128.6%

※増加率の主な理由（北九州市：世界遺産登録等、糸島市、飯塚市、朝倉市：メディア人気等
田川市：世界の記憶登録、大川市：PR施策強化、筑後市：九州新幹線開通等、
太宰府市：外国人需要など）

参考図表 1 6 観光入込客数（県外客）が増加している市町村（H22⇒H27）

（福岡県観光入込客推計調査）

順位	市町村名	県外客数	順位	市町村名	対 22 比率
①	北九州市	+4,086 千人	①	大任町	2,548.3%
②	福岡市	+2,280 千人	②	糸田町	2,200.0%
③	太宰府市	+924 千人	③	岡垣町	400.0%
④	大任町	+710 千人	④	宇美町	220.9%
⑤	宗像市	+497 千人	⑤	広川町	207.1%
⑥	飯塚市	+338 千人	⑥	田川市	200.0%
⑦	福津市	+99 千人	⑦	桂川町	200.0%
⑧	柳川市	+93 千人	⑧	苅田町	191.3%
⑨	みやま市	+66 千人	⑨	宗像市	173.4%
⑩	筑紫野市	+63 千人	⑩	みやま市	169.5%

※増加率の主な理由（大任町・糸田町・みやま市：道の駅開業、岡垣町：フルーツ狩り、宇美町：宇美八幡宮、広川町：産業展示会館、苅田町：観光協会設立、宗像市：神宿る島、道の駅人気など）

参考図表 1 7 観光入込客数（日帰り）が増加している市町村（H22⇒H27）

（福岡県観光入込客推計調査）

順位	市町村名	県外客数	順位	市町村名	対 22 比率
①	北九州市	+6,382 千人	①	糸田町	362.0%
②	福岡市	+1,750 千人	②	大任町	248.4%
③	糸島市	+1,505 千人	③	築上町	168.3%
④	太宰府市	+1,423 千人	④	田川市	161.6%
⑤	大任町	+776 千人	⑤	中間市	154.3%
⑥	豊前市	+521 千人	⑥	北九州市	140.9%
⑦	築上町	+355 千人	⑦	苅田町	139.1%
⑧	柳川市	+304 千人	⑧	筑後市	133.6%
⑨	糸田町	+241 千人	⑨	糸島市	133.2%
⑩	筑後市	+239 千人	⑩	新宮町	130.9%

※増加率の主な理由（築上町：旧藏内邸公開、観光協会NPO法人化、中間市、北九州市：世界遺産登録等、新宮町：観光協会設立、相島の猫など）

参考図表 18 都道府県別延べ宿泊者数比較（観光庁「宿泊旅行統計調査」）（平成 28 年速報値）

	延べ宿泊者数		左のうち国内		左のうち外国人	
	都道府県	千人泊	都道府県	千人泊	都道府県	千人泊
	全国	494,184	全国	423,301	全国	70,883
①	東京都	57,195	東京都	39,136	東京都	18,059
②	北海道	34,476	北海道	27,555	大阪府	10,255
③	大阪府	31,419	大阪府	21,163	北海道	6,921
④	沖縄県	22,199	静岡県	19,536	京都府	4,823
⑤	千葉県	21,558	千葉県	18,101	沖縄県	4,483
⑥	静岡県	21,114	沖縄県	17,716	千葉県	3,456
⑦	神奈川県	19,197	神奈川県	16,931	福岡県	2,671
⑧	京都府	18,040	長野県	16,847	愛知県	2,323
⑨	長野県	18,012	愛知県	14,357	神奈川県	2,266
⑩	愛知県	16,679	福岡県	13,449	静岡県	1,577
⑪	福岡県	16,120	—	—	—	—

本県の観光消費額は、平成 27 年の観光入込客推計調査（国基準）によれば、総額 1 兆 1,541 億円で対前年 2.6%減となっています。このうち宿泊客は 3,372 億円で約 3 割を占め、日帰り客は 8,169 億円で約 7 割を占めています。

日帰り客の消費額総額については、観光目的ではすべて全国 2 位、ビジネス目的では 5～6 位となっています（参考図表 19）。

1 人当たりの消費額単価をみると、観光目的の日帰り客及びビジネス目的の県外客が高く全国で上位です。一方、ビジネス目的の県内客及び観光目的の県内宿泊客の単価は低い傾向にあります（参考図表 20）。

参考図表 19 平成 27 年観光消費額総計（観光庁：共通基準に基づく観光統計）（単位：円）

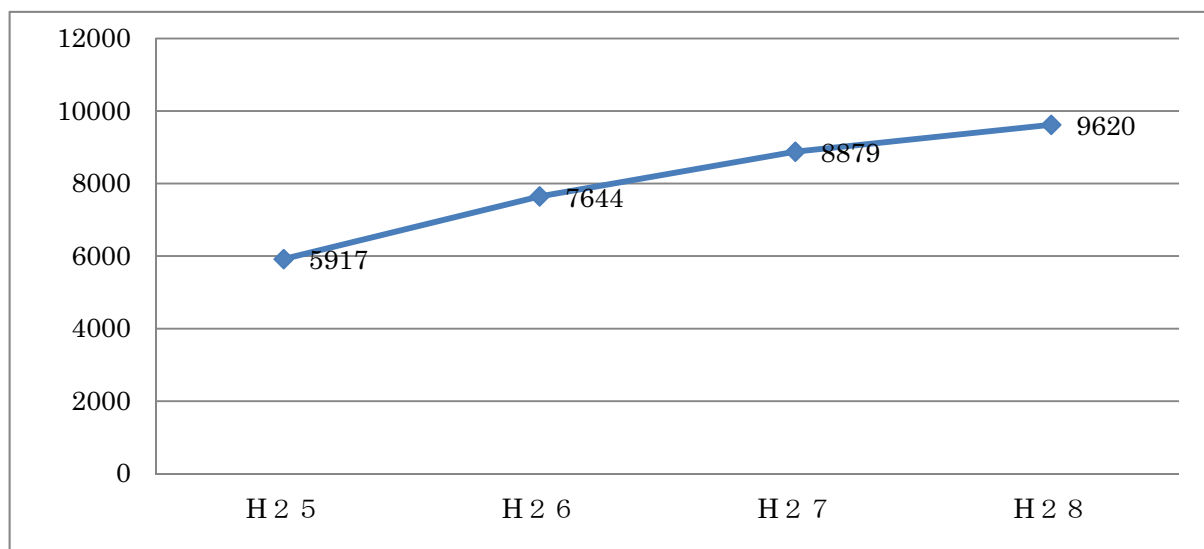
	発地	宿泊		日帰り	
		消費額	順位	消費額	順位
観 光	県内	27,685	10 位	430,673	2 位
	県外	86,599	14 位	348,512	2 位
	小計	114,284	15 位	779,185	2 位
	外国人	16,712	5 位	25,062	2 位
ビジネス	県内	36,173	3 位	2,300	5 位
	県外	117,190	3 位	10,354	6 位
	小計	153,363	3 位	12,654	5 位
	外国人	52,861	3 位	—	—
総計		337,220	7 位	816,901	2 位

参考図表 20 平成 27 年観光消費額単価 (観光庁：共通基準に基づく観光統計) (単位：円)

	発地	宿泊		日帰り	
		消費額	順位	消費額	順位
観光	県内	15,440	27 位	6,589	4 位
	県外	43,282	3 位	14,589	2 位
	外国人	48,536	11 位	17,644	4 位
ビジネス	県内	16,444	34 位	3,393	14 位
	県外	28,909	3 位	6,645	6 位
	外国人	59,048	18 位	—	—

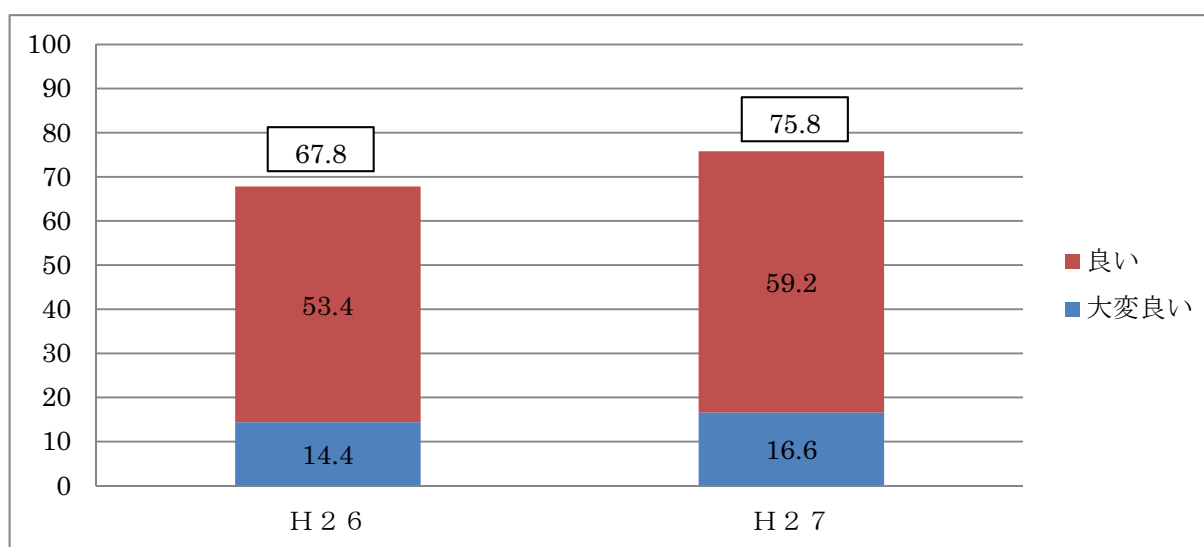
参考図表 21 本県の観光消費額
(訪日外国人消費動向調査、観光消費動向調査等)

(単位：億円)



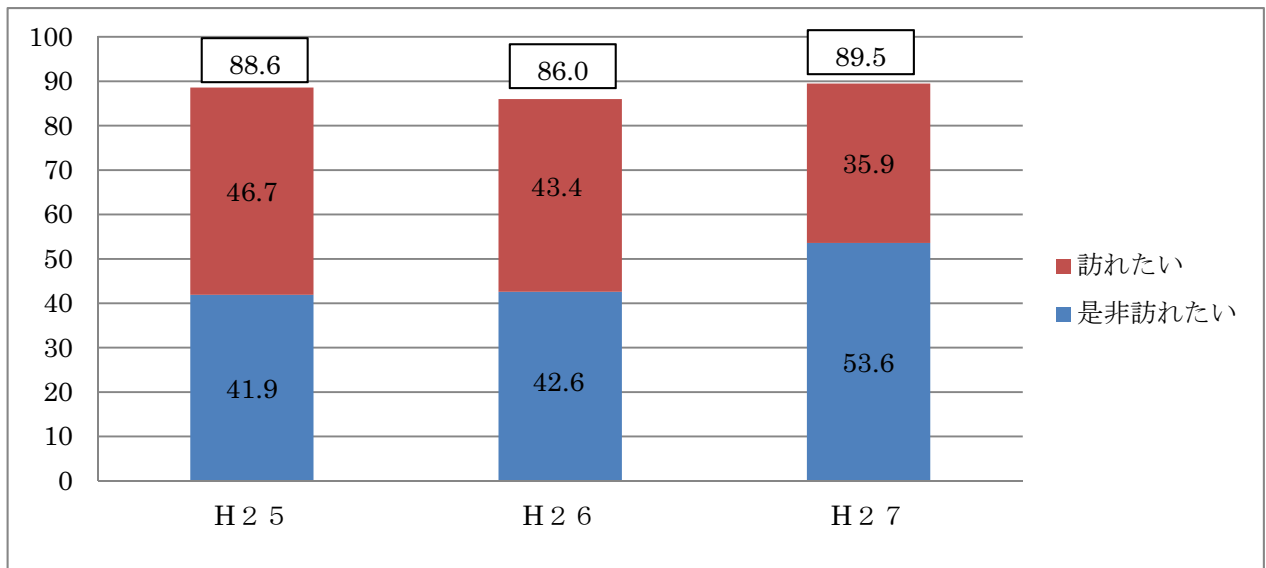
参考図表 22 本県の観光満足度 (福岡県観光入込客推計調査)

(単位：%)



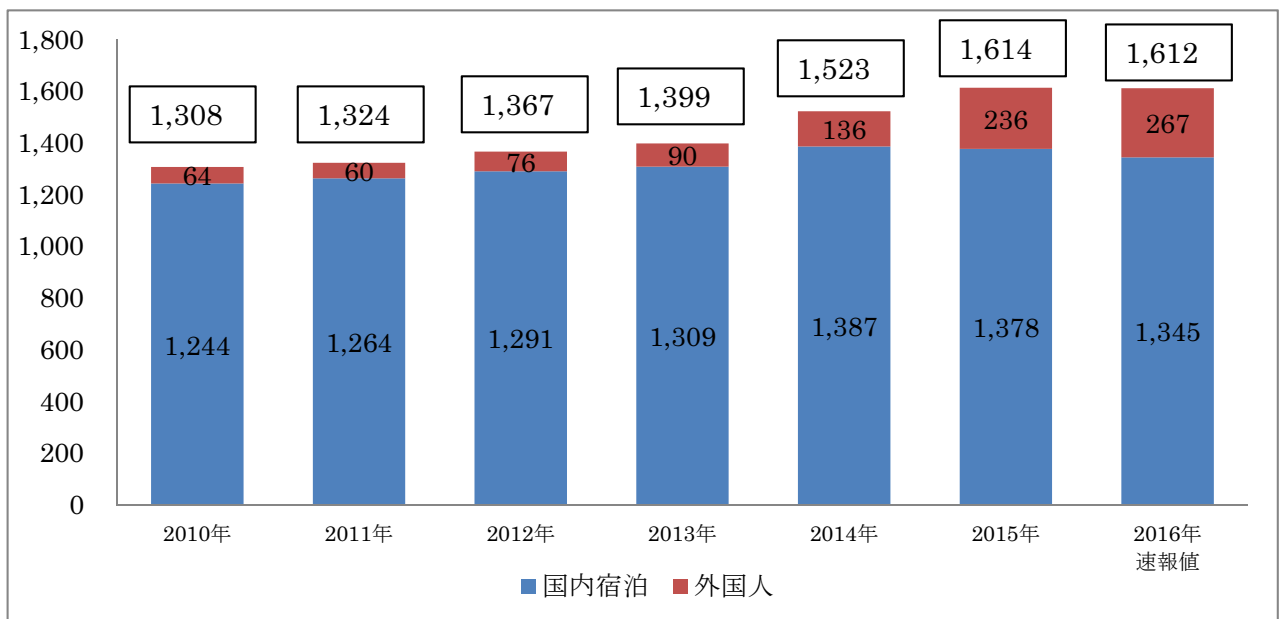
参考図表 2 3 本県への再来意向（福岡県観光入込客推計調査）

（単位：％）



参考図表 2 4 福岡県の延べ宿泊数の推移（観光庁「宿泊旅行統計調査」）

（単位：万人）



○数値目標算出方法

数値目標名	算出方法	備考
外国人入国者数	2016年実績（主要国別） × 主要国別の伸び率	・通常入国とクルーズ船入国は区別して算出
県内延べ宿泊者数	（日本人） 2016年実績 × 年平均伸び率（1.3%）	・年平均伸び率は2011-2016年実績から算出
	（外国人） 2016年実績に基づく年別通常入国者数 × 年別平均泊数	・2016の平均泊数（1.48泊） →2019の平均泊数（2泊）
観光消費額	（外国人） 2016年実績に基づく年別外国人入国者数 × 年別消費単価	・通常入国とクルーズ船入国は区別して算出 ・通常入国の年別消費単価は平均泊数の増加に比例すると仮定 ・クルーズ船入国の年別消費単価は福岡市「平成27年博多港寄港クルーズ船乗客実態調査」から変動なしと仮定
	（国内宿泊） 2016年実績消費単価 × 年別延べ宿泊者数	・年別延べ宿泊者数は2011-2016の実績から算出
	（国内日帰り） 2016実績消費単価 × 年別国内日帰り客数	・年別国内日帰り客数は2011-2016の実績に基づき算出
旅行者満足度『大変良い・良い』の割合	現状値の約10%増を目指す	—
再訪意向（是非また来たい）	現状地の約10%増を目指す	—

※クルーズ入国は、クルーズ船等に乗っている外国人の寄港地上陸の許可による入国をいう。

※通常入国は、入国者全体からクルーズ船入国を除いたもの。

<付録 1> 福岡県総合計画（抜粋）

【活力にあふれ成長力に富んだ経済と魅力ある雇用の創出】

国内外の観光客を呼び込む

- ◆国内外からの観光客が本県の体験・交流型観光の魅力に触れ、再び来訪を希望する地域を目指します。
- ◆外国人観光客が安心して快適に周遊することができる地域を目指します。
- ◆九州一体となった観光振興施策を推進することにより、福岡の魅力を国内外へ発信し、人が活発に行き交う地域を目指します。

○施策の体系

中項目	小項目	施策
国内外の観光客を呼び込む	①観光資源の開発	体験・交流型観光資源開発の促進
		福岡県の強みを活かした観光ブランドの確立
	②外国人観光客等の受入環境整備	誰もが安心・快適に旅行できる環境整備
		多言語案内の充実・強化
	③プロモーション活動の強化	旅行ニーズをとらえたプロモーション活動の充実・強化
	④観光推進体制の整備	観光消費を生むマーケティング機能の強化
		観光を担う中核人材の育成

○現状・課題

- ・ 県内の7割を超える市町村で人口が減少し地域の消費需要が縮小する中、国内外からの交流人口を拡大し、域外からの需要を取り込むことで地域経済の活性化に貢献できるよう観光を重要な産業として育成していく必要があります。
- ・ 国内観光は、市場規模が伸び悩んでいる上、旅行者のニーズが多様化しており、地域間の誘客競争が激化しています。一方、外国人観光客は拡大の一途であり、特に本県は東アジアからの旅行者が大きな割合を占めています。
- ・ 本県への観光客は、訪問先が福岡市など都市部に集中していることから、県内各地への周遊を促進する必要があります。
- ・ 旅行形態は、国内外いずれも団体旅行から個人・少人数グループ旅行へ、観光目的は「見物・

周遊」から「体験・交流」へと変化しています。

- ・ 日本の歴史・文化を感じることでできる地場産業・伝統工芸品産業等については、近年、体験型観光や魅力的な土産品の購入先として外国人観光客からの人気が高まっており、外国人観光客の受け入れに向けた環境整備が求められています。
- ・ 「ラグビーワールドカップ2019TM」、「2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会」など、国内外からの集客が見込まれるイベントが開催される予定であることから、これらを契機とした県内観光誘客の取組みが求められます。
- ・ 本県は、アジアや欧州の各都市と福岡空港を結ぶ航空路線、博多港と釜山港とを結ぶ定期航路、中国から来航する多くのクルーズ船などにより、韓国、台湾、中国などアジアから多くの外国人が訪れ、大陸との交流拠点としての役割を担っています。九州新幹線の全線開通、東九州自動車道の北九州・宮崎間の開通により、本県のアジアの玄関口としての機能がさらに高まっており、九州が一体となった観光戦略を進める上でますます重要な役割を担うことが期待されています。

○施策の方向

【① 観光資源の開発】

(体験・交流型観光資源開発の促進)

- ・ 都市部と農山漁村が近接している本県の強みを活かし、多様な特産品を有する農林水産業や伝統工芸の体験、サイクリングやトレッキングなどの健康・スポーツ体験など、国別・地域別、さらには個人のニーズにも対応できる体験・交流型の観光資源等の開発を支援します。
- ・ 観光資源としても大きな魅力を有する地場産業・伝統工芸品産業の産地等が行う需要拡大や新商品開発、後継者確保・人材育成等の意欲ある取組みを支援することにより、地場産業・伝統工芸品産業の振興を図るとともに、観光資源としての魅力度の向上に取り組めます。

(福岡県の強みを活かした観光ブランドの確立)

- ・ 世界文化遺産に登録された「明治日本の産業革命遺産」やその関連遺産群、世界の記憶に登録された「山本作兵衛コレクション」、ユネスコ無形文化遺産に「山・鉾・屋台行事」として登録された「博多祇園山笠行事」、「戸畑祇園大山笠行事」等の伝統的な祭りをはじめとする歴史・文化、さらには食（グルメ）など本県が有する豊富な地域の魅力を活かして、本県ならではの観光ブランドの確立に取り組めます。

【② 外国人観光客等の受入環境整備】

(誰もが安心・快適に旅行できる環境整備)

- ・ 外国人観光客が良好な治安を体感できる環境の整備に向け、外国語による防犯・防災情報の提供やコミュニケーションを円滑にするための体制強化などに努めます。
- ・ Wi-Fi 環境等の整備促進や九州地域限定の通訳案内ガイド「九州アジア観光アイランド特区ガイド」や通訳案内士のスキルアップを図り、外国人観光客が安心、快適に旅行できる環境整備を促進します。

(多言語案内の充実・強化)

- ・ 飲食店や宿泊施設等を対象に、外国人観光客を受け入れるために有効な多言語対応、Wi-Fi 環

境整備等の取組みを啓発することなどにより、県内事業者のインバウンド需要の取り込みを支援します。

【③ プロモーション活動の強化】

(旅行ニーズをとらえたプロモーション活動の充実・強化)

- ・ Facebook、Twitter 等の SNS など様々なオンライン媒体を活用し、個人旅行者に直接本県の魅力を伝えます。
- ・ 海外展開している飲食店などの県内企業と連携した情報発信を行います。
- ・ 外国の有カメディアや国際路線を持つ航空会社等と連携したプロモーション活動に取り組みます。
- ・ 食、温泉、自然、伝統工芸品など、対象となる国や地域の人々の旅行ニーズに即した情報を発信していきます。

【④ 観光推進体制の整備】

(観光消費を生むマーケティング機能の強化)

- ・ 地域の観光振興を図るため、徹底したマーケティングの実施と PDCA サイクルを通じた戦略的な施策展開を図ることができる体制を整備します。

(観光を担う中核人材の育成)

- ・ 観光による消費拡大、ひいては地域経済の活性化を図るため、県観光連盟や地域の観光協会等との連携強化、地域の観光協会等の担い手育成、DMO (※) 化の促進を通じた観光推進体制の底上げを図ります。

※ 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。

数値目標名	現状値	目標値	設定根拠
外国人入国者数	209 万人 (27 年)	430 万人 (33 年)	現状値の約2 倍を目指す。
県内延べ宿泊者数	1,614 万人泊 (27 年)	2,190 万人泊 (33 年)	現状値の約35% 増を目指す。
観光消費額	9,000 億円 (27 年)	13,500 億円 (33 年)	現状値の約50% 増を目指す。
福岡県への旅行満足度※ ※「大変良い」と回答した 観光客の割合	16.6% (27 年)	20.0% (33 年)	現状値の約 20% 増を目指す。

＜付録2＞観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例

(目的)

第一条 この条例は、観光振興が幅広く地域の産業に波及効果を及ぼすとともに、優れた環境や景観の形成その他社会基盤の整備を促進する等、地域づくりに寄与するものであることを踏まえ、九州各県と連携した福岡県の観光振興政策に関し基本的な事項を定め、その推進を図ることにより、世界に誇れる魅力ある「観光王国九州」とその中で光り輝く福岡県の地域ブランドを確立し、もって九州各県と一体となった福岡県の成長発展を図ることを目的とする。

(定義)

第二条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- 一 地域ブランド 商品若しくはサービスを購入し、又は観光等の目的地を選択する際に考慮され、その判断に多大の影響を及ぼし得る価値であって、当該商品の産地若しくはサービスの提供地又は観光等の目的地の優れた特徴として定着した評価又は印象に関連して形成されるものをいう。
- 二 観光事業者 旅行業、宿泊業、飲食業、公共交通に関する事業その他観光旅行者（会議、研修、大会等を目的とする旅行者を含む。以下同じ。）を対象とする事業を営む者をいう。
- 三 観光振興団体 観光事業者又は行政機関等で構成され、特定の地域の観光振興に関する活動を行う団体をいう。
- 四 観光資源 建造物（遺跡、施設等を含む。）、絵画、彫刻、工芸品、文書等の物件若しくは文化的活動のうち歴史上、芸術上若しくは学術上の価値を有するもの、自然、建造物群若しくは産業関連施設等によって形成される特色のある景観、各種天然記念物、地域固有の風習、生活様式等及びその所産、温泉その他の天然資源等であって観光旅行者が訪問地を選択する際に目的の一つとして考慮するに足りる魅力を有するものをいう。
- 五 民泊 戸建住宅、共同住宅等の全部又は一部を、反復継続し、有償で宿泊の用に供することをいう。

(県及び市町村の役割)

第三条 県は、県の観光振興に関する情報の収集、整理及び必要とする者への提供に努めるとともに、福岡県の地域ブランドを確立し、県内各地域の特性を活かした観光振興を図るための施策を総合的に策定し、実施する責務を有する。

- 2 県は、観光振興による地域づくりにおける市町村の役割の重要性に鑑み、市町村が観光振興に関する施策を積極的に講ずることができるよう、情報の提供、技術的な助言その他の必要な支援を行うものとする。
- 3 市町村は、本条例の趣旨に配慮するとともに必要な範囲において本条例に基づく県の施策を活用し、地域の特性及び観光資源を活かして観光振興を図るよう努めるものとする。

(観光行政の総合的な推進)

第四条 県は、次に掲げる基本方針に基づき、関係部局が横断的かつ一体的に連携して県の観光振興に関する諸施策を総合的かつ計画的に実施することにより、住んで良く、訪れて良い地域づくりを促進するものとする。

- 一 県民が本県の自然、歴史、文化等の魅力に関する認識を深め、観光振興の取組に積極的に参加できるように、情報の提供及び啓発に努めること。

二 良好な景観の形成、由緒ある史跡の整備、文化資源の修復等により本県の観光資源の魅力を一層向上させ、新たな観光資源を開発し、若しくはこれらの観光資源を活用しようとする取組を促進し、又はこれらの取組に対し必要な支援を行うこと。

三 本県の農林水産物、加工食品その他食に関する商品及び食文化の魅力を高め、観光旅行者を惹きつける観光資源とし、ひいては海外への輸出拡大等新たな需要の創出と地域ブランドの確立にも資するため、品質の改良、新商品の開発、市場調査、広報、販売促進策等の実施その他の取組に対し必要な支援を行うこと。

四 本県の伝統的な工芸品の新たな魅力の創出又は新たな特産品の開発、広報、販売促進策等の実施その他の取組に対し必要な支援を行うこと。

五 観光振興に関する施設の整備、道路その他の交通ネットワークの充実、公共交通の利便性の向上等、観光振興に関する施策の推進を支える社会基盤を整備すること。

六 海外からの観光旅行者が安心して観光を楽しむことができるよう、店舗、公共又は民間の各種施設、医療機関等における多言語対応その他の外国人観光旅行者の受入体制の整備に関し、観光事業者、市町村等との連携の下に必要な支援を行うこと。

七 旅行者の増加や海外との往来の増加に伴い犯罪、感染症等に関する課題や生活環境への影響が発生し、又はこれらに対する危惧が観光振興の妨げにもなることを防止するため、観光事業者、関係機関等と情報共有その他幅広い連携を図り、必要な措置を講じること。

八 観光振興に取り組む者が観光振興及び観光資源に関する専門的な知識、知見等を随時利用できるよう、観光振興団体、大学、専門機関等との連携の下に、情報の蓄積その他必要な環境整備を図ること。

九 本県の多種多様な観光資源、農林水産物、工芸品その他の特産品とともに、その総体としての本県の魅力及び地域ブランドを効率的かつ効果的に県内外及び海外に発信するため、観光振興団体、市町村等との連携の下に必要な措置を講ずること。

2 県は、前項の基本方針の下に実施した施策の効果を客観的に評価するため、統計調査その他必要な調査及びその分析を行い、随時、公表するものとする。

(観光事業者の役割)

第五条 観光事業者は、事業活動を通じて観光旅行者に快適な環境と心のこもったサービスを提供し、他の産業と連携して地域の活性化に寄与するよう努めるとともに、自由な競争関係の中で前条の基本方針を踏まえ、県及び市町村の観光振興施策に協力するよう努めるものとする。

(観光振興団体の役割)

第六条 観光振興団体は、他の観光振興団体と相互に連携し、観光に関する情報の発信、観光旅行者の来訪の促進、観光振興に寄与する人材の育成及び観光旅行者の受入体制の整備に取り組むよう努めるとともに、自立的な運営の範囲内で、第四条の基本方針を踏まえ県及び市町村の観光振興施策に協力するよう努めるものとする。

(県民の役割)

第七条 県民は、本条例の趣旨に対する理解を深め、ひとりひとりがおもてなしの心で観光旅行者を温かく迎えるとともに、地域の魅力を高め、次の世代に引き継ぐよう努めるものとする。

(関係団体等の連携)

第八条 県は、県の観光振興に関し必要な施策を講ずるため、国並びに県内の市町村、観光振興団体及び観光事業者と連携するものとする。

2 県は、第一条の目的を達成するため九州各県との連携を深めるとともに、共有する観光資源を開発するため必要なときは、その他の都道府県とも積極的に連携を図るものとする。

3 前二項の連携を継続的なものとするため、県は、それぞれ各項に掲げる関係者間の協議及び調整の場を設けるよう努めるものとする。

(広域観光の振興)

第九条 知事は、九州全体の観光振興を図ることが本県の観光振興に大きく寄与することを踏まえてこれらを一体的に推進するため必要と認めるときは、県の区域を超え、広く九州を活動範囲とする観光振興団体たる法人の運営に参画し、一般社団法人及び一般財団法人に関する法律（平成十八年法律第四十八号）第二十七条に規定する経費その他の経費を負担することができる。

2 知事は、前項の規定によりその運営に参画する法人（以下「特定広域観光振興法人」という。）の事業計画及び収支予算書並びに事業報告及び決算その他その経営状況を説明する書類を作成し、これを次の議会に提出しなければならない。

3 知事は、特定広域観光振興法人が二事業年度以上の期間にわたり実施するべき事業に関する計画を定めるときは、適宜、その内容を議会に報告するものとする。

第十条 知事は、特定広域観光振興法人とともに、広く九州の観光事業者、観光振興団体、各県及び各県議会等とが連携した九州全体の観光振興に向けた取組を推進するよう努めるものとする。

2 知事は、特定広域観光振興法人の自立的な運営等に対し十分に配慮しつつ、その運営に関し前項の趣旨を実現するため必要な助言又は支援を行うものとする。

(広域的魅力情報の発信)

第十一条 知事は、国内外からの観光旅行者の九州への来訪、周遊及び滞在を促進するため、特定広域観光振興法人並びに九州の観光事業者、観光振興団体、各県その他九州の公共団体又は行政機関、大学又は研究機関等と連携し、あらゆる媒体を活用して九州の魅力に関する情報を広く国内外に向けて継続的に発信するよう努めるものとする。

2 知事は、前項の情報発信を一元的に統合し、効率的かつ効果的なものとするため、関係団体又は機関と共同でその拠点整備に取り組むとともに、広報効果に関する調査を行い、成果の活用を努めるものとする。

(観光振興財源の確保)

第十二条 知事は、観光振興に関する施策を安定的かつ継続的に実施するため、新たな税制を含めた財源に関する検討を進め、必要に応じて九州各県との連携も図りつつ、その確保に取り組むものとする。

2 知事は、前項の取組を進めるに当たっては、県内の市町村及び観光事業者その他の関係者と十分に協議し、その意見を踏まえるとともに、地域の実情と公平性に配慮するものとする。

(民泊に関する措置)

第十三条 知事は、海外からの旅行者の増加等に伴い我が国で民泊が事実上果たしている機能又は期待されている役割及び民泊の普及に伴い発生し、又は発生が予想される問題、民泊に関する法制度の状況等を踏まえ、必要な施策の実施その他の措置を講じるよう努めるものとする。

2 知事は、前項の措置を講じるため、本県の各地域の実情を調査し、観光事業者その他の関係者と協議及び検討を進めるものとする。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、公布の日から施行する。ただし、第九条第二項の規定は、平成二十九年四月一日から施行する。

(この条例の見直し)

2 この条例は、その運用状況及びこの条例に基づく観光振興施策の実施状況等を勘案し、この条例の施行後三年以内に必要な見直しを行うものとする。

<付録3>第二期九州観光戦略（第二次アクションプラン）

九州においては、九州地域戦略会議が定める九州観光戦略に基づき、本県を含む九州各県、民間団体、九州観光推進機構が共同で九州一体となった観光振興施策を実施しています。

九州観光戦略では、2023年までに観光を九州の基幹産業とすることを目的として掲げ、九州への訪日外国人観光客数を786万人に、年間観光消費額を4.0兆円とすることを目標としています。目標達成に向けて、外国人観光客の誘致を中心とした4つの戦略と3か年毎のアクションプランに基づき、九州観光推進機構が中心となって、九州一体となった観光振興への取組みを実施しています。

第二期九州観光戦略に基づく第二次アクションプラン（2017～2019）

【基本方針】

- 1 第一次アクションプランで最重点戦略として取り組んだ九州ブランドイメージ戦略の継続した取組み
- 2 観光消費額の増加を目指した旅行消費単価の向上とリピーターの獲得
- 3 戦略ごとに施策成果の目安となる指標の設定

ア 戦略ごとの主な取組み

戦略Ⅰ 九州ブランドイメージ戦略

- ・九州観光広報センターを活用した情報の集約と発信
- ・プロモーションの効果検証 等

戦略Ⅱ 観光インフラ整備戦略

- ・観光案内所の充実、多言語案内の内容と方法の検討、整備
- ・緊急時・災害発生時における情報提供体制の整備
- ・Kyushu Free Wi-Fi プロジェクトの推進 等

戦略Ⅲ 九州への来訪促進戦略

- ・アジア各国に向けた地域別誘致事業の展開
- ・広域観光周遊ルート形成促進事業の活用
- ・文化遺産や自然遺産等の活用 等

戦略Ⅳ 来訪者の滞在・消費促進戦略

- ・福岡発の広域周遊の仕組みづくり、九州内空港の利用促進
- ・二次アクセス環境の整備
- ・観光土産品の購入等による消費拡大 等

イ 目標値

	(2016 実績)		(2019 目標)
訪日外国人数	372.1 万人	⇒	539.8 万人
延べ宿泊者数	4,380 万人泊	⇒	5,136 万人泊
訪日外国人消費額	4,093 億円	⇒	6,659 億円
国内宿泊観光消費額	16,363 億円	⇒	19,760 億円
国内日帰り観光消費額	3,471 億円	⇒	4,763 億円

＜付録４＞政府の観光振興政策「明日の日本を支える観光ビジョン」の施策

政府においては、その成長戦略において、世界の国際観光需要を取り込むことによって日本の力強い経済を取り戻すとし、国を挙げて省庁横断的な施策体系を決定しています。特に、新たな目標値を訪日外国人旅行者数やその消費額を、2020年に4000万人、8兆円、2030年に6000万人、15兆円とする意欲的な目標を定め、観光振興を地方創生の柱とするとしています。

【各視点ごとの施策概要】

視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

- ・ 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放（文化財の観光資源としての開花、国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化）
- ・ 景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上
- ・ 滞在型農山漁村の確立・形成
- ・ 地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大
- ・ 広域観光周遊ルートの世界水準への改善

視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

- ・ 観光関係の規制・制度の総合的な見直し
- ・ 宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供及び民泊サービスへの対応
- ・ 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成強化及び世界水準のDMOの形成・育成
- ・ 「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開及び次世代の観光立国実現のための財源の検討
- ・ インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化及び訪日プロモーションの戦略的高度化
- ・ MICE誘致の促進及びビザの戦略的緩和
- ・ 訪日教育旅行の活性化、観光教育の充実及び若者のアウトバウンド活性化

視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

- ・ 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現
- ・ 民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進
- ・ キャッシュレス環境の飛躍的改善、通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現及び多言語対応による情報発信
- ・ 急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実及び「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備
- ・ 「地方創生回廊」の完備、地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進、クルーズ船受入の更なる拡充及び公共交通利用環境の革新
- ・ 休暇改革、オリパラに向けたユニバーサルデザインの推進



ご来福推進宣言
～福岡県観光振興指針～

平成29年7月

福岡県商工部観光局観光政策課

〒812-8577 福岡市博多区東公園7-7

電話 092-643-3419

FAX 092-643-3431

E-mail kanko@pref.fukuoka.lg.jp