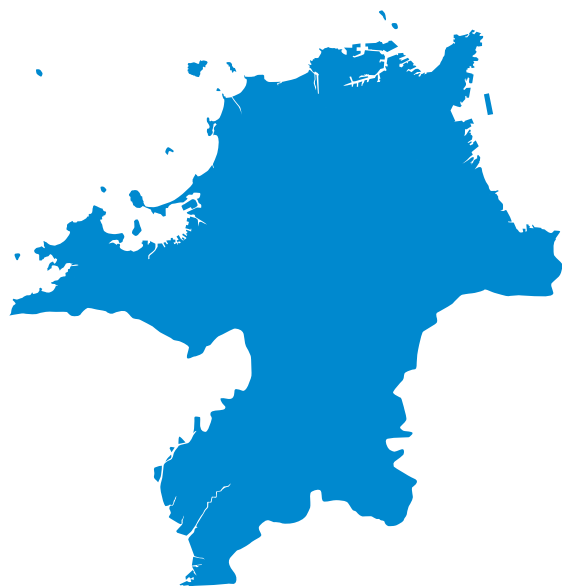


第二次福岡県観光振興指針

（福岡県を持続可能な観光先進県へ）



2020年度 → 2023年度



シーサイドもち(福岡市)



三連水車(朝倉市)



関門海峡(北九州市)



豊前神楽(豊前市)



清水寺本坊庭園(みやま市)



柳川こたつ船(柳川市)



田川市石炭・歴史記念館(田川市)



魚楽園(川崎町)

目次

第1章	はじめに	1
I	指針策定の趣旨	1
II	指針の性格	2
III	指針の期間	2
第2章	これまでの成果	3
I	各施策の成果	3
1	第一次指針の施策体系	3
2	第一次指針における各施策の取組状況	3
II	数値目標の達成状況	6
第3章	観光を取り巻く環境	7
I	世界の動向	7
1	国際観光客数の推移	7
2	デジタル化の進展	7
3	持続可能な観光	9
II	日本国内の動向	11
1	訪日外国人旅行者数	11
2	国内旅行市場の動向	12
III	本県観光の現状と課題	14
1	外国人入国者数	14
2	延べ宿泊者数	16
3	旅行消費額	18
4	福岡県の認知度	20
5	観光客の県内各地への訪問状況	20
6	旅行者の満足度	21
7	観光関係インフラ等の状況	23
8	観光産業の人的基盤・推進組織	29
第4章	目指す将来像と基本方針	31
I	目指す将来像	31
II	基本方針	31
1	戦略的なインバウンド誘客による旅行消費額の拡大	31
2	旅行者の県内各地への来訪促進	31
3	デジタルマーケティングの推進	31
4	持続可能な観光の推進	31

Ⅲ 施策の柱と方向性	32
1 受入環境の充実	33
2 観光資源の魅力向上	35
3 効果的な情報発信	36
4 観光振興の体制強化	38
Ⅳ 数値目標	40
1 目標値の考え方	40
2 目標値（K P I）	40
3 目標値（K P I）の算出方法	41
4 成果指標（再掲）	42
5 事業効果測定指標	42
第5章 施策の推進体制	43
Ⅰ 各主体の役割、連携方法	43
Ⅱ 成果の検証と進捗管理	43
参考資料	44
観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例	44
国の数値目標（明日の日本を支える観光ビジョン）	49
九州の数値目標（第二期九州観光戦略）	50

第1章 はじめに

I 指針策定の趣旨

観光は、関連する産業の裾野が広く、商工業、農林水産業をはじめ幅広い分野にわたって地域経済への波及効果をもたらします。人口減少、少子高齢化が進む中、観光振興に取り組むことにより、交流人口を拡大し、地域に消費と雇用を生み出すことは、地方創生の観点から重要です。

また、県内各地域の様々な観光振興の取り組みにより、自らの地域の歴史・文化・自然などの魅力を再認識し、その魅力を高めることは、地域への誇りと愛着の醸成、そして活力にあふれた地域社会を創造することにもつながります。

本県では、2016（平成28）年10月に「観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例」（以下「観光振興条例」という。）が制定されました。

この観光振興条例の趣旨を踏まえ、県における観光振興を総合的かつ計画的に推進するため、2017（平成29）年7月、「福岡県観光振興指針」（期間：2017（平成29）年7月～2020（令和2）年3月、以下「第一次指針」という。）を策定し、「観光資源の魅力向上」「受入環境の充実」「効果的な情報発信」「観光振興の体制強化」の4つの基本的考え方の下、本県観光の振興に取り組んできました。

その結果、2018（平成30）年における本県への外国人入国者数は約328万人、外国人の県内延べ宿泊者数も約330万人と第一次指針策定前と比較して増加を続けており、観光消費額についても1兆119億円と1兆円を突破するなど、取り組みの成果が上がってきています。

他方で、近年の外国人入国者数の増加率の鈍化や外国人入国者の国・地域別割合の偏り、一人当たり旅行消費支出の減少、宿泊客の都市部への集中など、更なる本県観光の振興に向けて取り組むべき課題が明らかになってきました。

このような状況を踏まえ、2018（平成30）年7月に設置した「福岡県観光振興財源検討会議」では、本県観光の更なる振興に必要な施策やその財源の確保策についてご議論いただき、同会議の報告を踏まえ、2019（令和元）年7月に本県の観光資源の魅力向上、旅行者の受入環境の充実、その他観光の振興を図る施策に要する財源を確保するため、「福岡県宿泊税条例」が制定され、本県観光の更なる振興に向けた基盤が整ってきました。

一方、近年においてはインターネットやSNSの急速な普及による世界的なデジタル化の進展、旅行者の旅行形態の変化、日韓情勢の変化による韓国からの入国者の急減、G20北海道俱知安宣言をはじめとした持続可能な観光への関心の高まりなど、本県観光を取り巻く環境や社会情勢が大きく変化しています。

そのため、これらの本県観光が直面する諸課題や取り巻く環境の変化とこれまでの取組成果を踏まえ、地方創生における重要な原動力となる観光の更なる成長発展

を目指し、第二次福岡県観光振興指針（以下「第二次指針」という。）を策定するものです。

Ⅱ 指針の性格

第二次指針は、観光振興条例第4条に掲げる観光行政の総合的な推進を図るための指針であり、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。

また、「福岡県総合計画」を支える観光分野の部門計画として策定するものです。

Ⅲ 指針の期間

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、臨機応変かつ柔軟に対応していく必要があること、また九州一体で取り組む「第二期九州観光戦略 第三次アクションプラン」（期間：2020（令和2）年度～2023（令和5）年度）における取組みとも足並みを揃え、相乗効果を生み出すことも重要であることから、第二次指針の期間は2020（令和2）年度から2023（令和5）年度までの4年間とします。

第2章 これまでの成果

I 各施策の成果

1 第一次指針の施策体系

第一次指針では、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を目指し、4つの基本的考え方、「観光資源の魅力向上」、「受入環境の充実」、「効果的な情報発信」、「観光振興の体制強化」に基づき取組みを推進してきました。

2 第一次指針における各施策の取組状況

(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てきました。

具体的には、世界遺産である「明治日本の産業革命遺産」や『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群」を活用した観光ルートの提案、欧米豪や台湾、韓国からの誘客を目的としたサイクル・トレイルツーリズムの推進、豊かな自然や歴史、文化など地域資源を活用した体験プログラムの造成・販売促進、「伝統的工芸品月間国民会議全国大会」の開催による伝統工芸品の魅力の国内外への発信などの取組みを実施しました。

成果指標として掲げた「観光客の体験に対する満足度」については、全国順位は上昇し満足した方の割合も上昇していますが、目標達成に向けて更なる取組みが必要です。

今後は、県内各地への観光客の周遊や県内での滞在時間延長による消費拡大に向けて、観光資源の磨き上げや県全体に点在する観光地の魅力をテーマでつなぐ広域観光ルートの整備を行うとともに、ターゲットに応じた魅力的な観光資源の商品化・サービス化を促進し、より一層観光客の満足度を高める必要があります。

図表1 「観光資源の魅力向上」に関する成果指標

成果指標	当初値 (2016年,H28)	(2017年,H29)	現状 (2018年,H30)	目標値 (2019年,R1)
観光客の体験に対する満足度 (大人が楽しめるスポット や施設・体験が多かった)	25位(37%)	23位(37%)	23位(40%)	15位

出典：㈱リクルートライフスタイル「じゃらん宿泊旅行調査」(2017年、2018年、2019年)

(2) 受入環境の充実

国籍・年齢・性別・障がいの有無などに関わりなく、全ての旅行者が県内観光を楽しめるようにするため、受入環境の整備・充実を進めてきました。

具体的には、観光ガイド人材の育成と旅行会社等とのマッチングの推進、観光関連施設や医療施設と外国人観光客とのコミュニケーションを支援する多言語コールセンターの設置・運営、観光案内所の多言語対応やWi-Fi設置等への支援、観光関連事業者向けインバウンド¹対応セミナーの開催やインバウンド協力店舗情報の発信などの取組みを実施しました。

成果指標として掲げた「県内インバウンド協力店舗数」は目標の1,000店舗を超え、飲食店等における外国人観光客の受入環境の充実は進みつつあります。一方、「通信状況（Wi-Fi含む）の満足度」は、当初値の47%から2018（平成30）年の33%に低下しています。これはフリーWi-Fiのスポット箇所数は着実に増加しているものの、都市部や観光地においてフリーWi-Fiへのつながりにくさや通信速度の遅さが発生していることなどが要因と考えられます。

今後は、これらの改善を含め、全ての観光客が楽しむことができる受入環境の充実を図る必要があります。

図表2 「受入環境の充実」に関する成果指標

成果指標	当初値 (2016年,H28)	(2017年,H29)	現状 (2018年,H30)	目標値 (2019年,R1)
通信状況(Wi-Fi含む)の満足度	47% (2015年)	33% (2016年)	33% (2017年)	60% (2018年)
県内インバウンド協力店舗数	225店舗	351店舗	1,004店舗	1,000店舗

出典：福岡県「福岡県観光入込客調査」（2015年、2016年、2017年）（通信状況（Wi-Fi含む）の満足度）、福岡県調べ（県内インバウンド協力店舗数）

(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、様々な情報発信を行いました。

具体的には、福岡県観光情報ホームページ「クロスロードふくおか」やSNSによる情報発信、RWC2019の試合開催県や九州観光推進機構と連携したパリでのプロモーションの実施、「『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群」などをテーマとした観光PR、ゴールデンルートからの誘客に向けた航空会社と連携したプロモーションなどを実施しました。

成果指標として掲げた「『クロスロードふくおか』のSNSフォロワー数」については目標に達していますが、「アクセス数」については当初値の246万セッションから2018（平成30）年の208万セッションに低下しています。

今後は、本県の認知度向上や更なる誘客促進に向けて「クロスロードふくおか」のコンテンツの充実を図るとともに、Society5.0²の時代（デジタル社会）に対応した効果的な情報発信を行う取組みが必要です。

¹ インバウンド：訪日する外国人のこと。訪日外国人旅行者のこと。

² Society5.0:AI、IoTといった「第4次産業革命」の最新技術を取り入れ、地域経済の成長・発展及び様々な社会課題を解決する社会。

図表3 「効果的な情報発信」に関する成果指標

成果指標	当初値 (2016年,H28)	(2017年,H29)	現状 (2018年,H30)	目標値 (2019年,R1)
福岡県観光情報ホームページ 「クロスロードふくおか」 SNSフォロワー数	5,690人	15,956人	35,579人	15,000人
福岡県観光情報ホームページ 「クロスロードふくおか」 アクセス数	246万セッション	223万セッション	208万セッション	300万セッション

出典：(公社) 福岡県観光連盟調べ

(4) 観光振興の体制強化

観光振興に必要な施策とその財源確保策についての検討を進め宿泊税を導入したほか、観光人材の育成と観光推進体制を整備するための「日本版DMO³」を目指す観光協会等への助言・指導、観光に携わる人材を育成する「ふくおか観光地域リーダー共創塾」の開催、ビッグデータを活用した観光客の滞在・周遊状況の調査、市町村等に対する観光振興に係る情報の提供、(一社)九州観光推進機構と連携した取組みなどを実施しました。

成果指標として掲げた「日本版DMO候補法人⁴数」は順調に増加していますが、今後は、地域の多様な関係者と連携して観光地づくりを進めていく主体となる日本版DMOに登録される法人を増やす取組みを引き続き促進していく必要があります。

図表4 「観光振興の体制強化」に関する成果指標

成果指標	当初値 (2016年,H28)	(2017年,H29)	現状 (2018年,H30)	目標値 (2019年,R1)
日本版DMO候補法人数	2団体	3団体 (うち候補法人 2団体 うち日本版DMO 1団体)	6団体 (うち候補法人 4団体 うち日本版DMO 2団体)	8団体

出典：観光庁「『日本版DMO』登録一覧」

³ 日本版DMO: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。

⁴ 日本版DMO候補法人:今後、日本版DMO登録が見込まれる法人。

Ⅱ 数値目標の達成状況

第一次指針で掲げた数値目標と現状については下表のとおりです。

2018（平成30）年末時点で、「再訪意向」は目標を達成、「外国人入国者数」「県内延べ宿泊者数」「観光消費額」「旅行者満足度」の達成率は約8割となっています。

一方、「県内延べ宿泊者数（外国人）」の達成率は約6割であり、特に重点的な取り組みが必要です。

図表5 第一次指針の数値目標と達成状況

数値目標	当初値 (H28, 2016年)	(H29, 2017年)	現 状 (H30, 2018年)	達成率	目標値 (R1, 2019年)
外国人入国者数	260万人	319万人	328万人	79%	414万人
県内延べ宿泊者数	1,612万人泊	1,700万人泊	1,673万人泊	84%	1,984万人泊
県内延べ宿泊者数 (外国人)	267万人泊	311万人泊	337万人泊	57%	588万人泊
観光消費額	9,620億円	1兆627億円	1兆119億円	82%	1兆2,407億円
旅行者満足度 「大変良い・良い」	75.8% (2015年)	71.3% (2016年)	71.5% (2017年)	-	85.0%
再訪意向 「是非また来たい」	53.6% (2015年)	51.4% (2016年)	69.1% (2017年)	-	60.0%

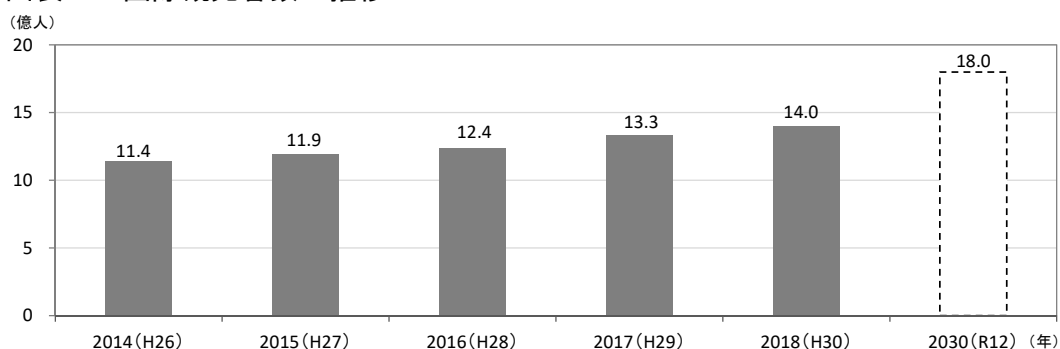
第3章 観光を取り巻く環境

I 世界の動向

1 国際観光客数の推移

2018（平成30）年の世界全体の国際観光客数は前年より約7,400万人増（対前年比6%増）となり14億人に達しました。国連世界観光機構（UNWTO）によれば、国際観光客数は2030（令和12）年には18億人に達すると予想されており、国際観光市場は更なる拡大が見込まれます。

図表6 国際観光客数の推移



出典：国連世界観光機構資料を基に福岡県作成

2 デジタル化の進展

1990年代半ばからのインターネットと携帯電話の急速な普及により、国境を越えた情報通信ネットワークの形成が進み、さらにスマートフォンが世界的に普及した結果、世界中の人々が時間や場所に関係なくつながりをもつことができるようになりました。

このような通信環境の変化に伴い、2018（平成30）年の世界の総広告費に占めるデジタル広告費⁵の割合は39%と、初めてテレビ広告費の35%を上回り、その割合は2019（令和元）年以降も伸長すると見込まれています。

こうしたデジタル化の影響は観光分野にも及び、近年の観光客の個人旅行化の傾向にあわせて、旅行者はスマートフォン等によりインターネット上で旅行情報を手軽に入手できるようになったほか、交通機関や宿泊施設の予約を個人が直接行うケースも増えています。

訪日外国人の旅行情報源をみると、出発前は個人のブログ（31.2%）やSNS（21.4%）などインターネット情報の割合が高く、日本滞在中はインターネット情報の中でもスマートフォンによる情報取得が69.9%と、その大半を占めています。

⁵ デジタル広告費：オンライン動画広告、ソーシャルメディア広告など。

このような状況を踏まえ、デジタル技術を活用した、ターゲットに直接届く情報発信を行うとともに、観光ビッグデータの収集・分析による観光振興施策に係るPDCAサイクル⁶を確立し、客観的データに裏付けられた効果を測定できる戦略的な施策を推進する必要があります。

また、AI⁷、IoT⁸、MaaS⁹等の技術・サービスが飛躍的に進展するSociety 5.0社会の到来を見据え、これらの技術を活用した観光コンテンツの発信や観光情報のタイムリーな発信を推進するとともに、交通手段におけるシェアリングサービス等の活用による混雑緩和、観光関連産業における業務効率化、人材確保に向けた取組みを促進する必要があります。

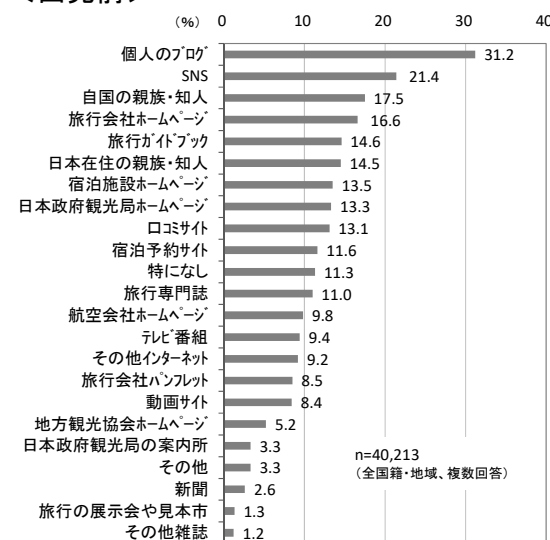
図表7 世界の広告費成長率（媒体別のシェア予測）

	2014年 (H26)	2015年 (H27)	2016年 (H28)	2017年 (H29)	2018年 (H30)	2020年 (R2) 予測
デジタル	25%	28%	32%	35%	39%	45%
テレビ	40%	39%	38%	37%	35%	32%
新聞	14%	12%	10%	9%	8%	6%
雑誌	7%	7%	6%	6%	5%	4%
ラジオ	7%	7%	6%	6%	6%	6%
その他	7%	7%	7%	7%	7%	7%

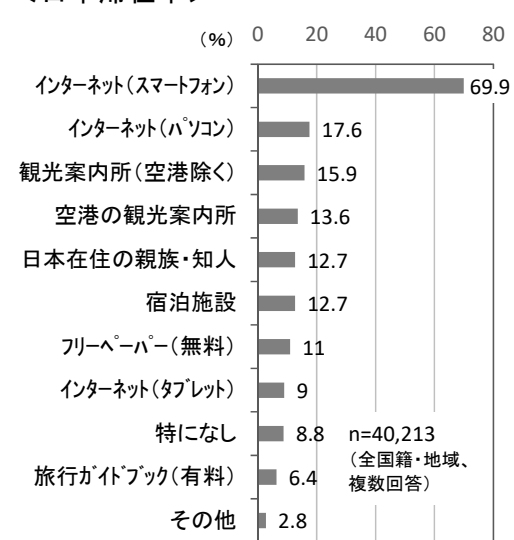
出典：DAN「世界の広告費成長率予測」

図表8 旅行情報源で役に立ったもの（訪日外国人）

<出発前>



<日本滞在中>



出典：観光庁「訪日外国人の消費動向 2017 年次報告書」

⁶ PDCA サイクル: Plan (計画) → Do (実行) → Check (評価) → Action (改善) の 4 段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善する手法のこと。

⁷ AI: 人工知能 (Artificial Intelligence) のこと。言語の理解や推論、問題解決などの知的行動を人間に代わってコンピューターに行わせる技術のこと。

⁸ IoT: Internet of Things の略称。一般的に「モノのインターネット」と呼ばれ、「身の周りのあらゆるモノがインターネットにつながる」仕組みのこと。

⁹ MaaS: Mobility as a Service の略称。スマホアプリにより、移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスのこと。新たな移動手段(シェアサイクル等)や関連サービス(観光チケット購入等)も組み合わせられる。

3 持続可能な観光

観光産業がもたらす世界の経済効果は7兆6千億USドル（823兆円）と世界全体の1割を超えており、観光は雇用や企業の創出、社会基盤の開発を通じて、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。

他方、国際観光客数の増加を一因として、一部の観光地においては、地域住民や訪問する旅行者の間で、観光施設や公共交通機関の混雑のほか、生活様式やルールの違いによる摩擦などオーバーツーリズム¹⁰の問題が顕在化しています。

2015（平成27）年、国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中では「持続可能な開発目標」（SDGs）¹¹が国際目標として掲げられ、2017（平成29）年の総会では国連世界観光機構（UNWTO）が「すべての目標に対して、観光は直接的、または間接的に貢献する力があり、持続可能な開発目標に向けて、重要な役割を担っていると言える」旨を宣言しています。

また、2019（令和元）年10月に北海道で開催されたG20（主要20か国・地域）観光大臣会合では、観光が世界の経済成長を牽引し、SDGsの達成に貢献することが確認され、観光客と地域社会の双方に恩恵をもたらす持続可能な観光¹²マネジメントの推進、観光へのデジタル技術の活用を盛り込んだ「北海道俱知安宣言」が採択されました。

観光産業の成長による経済の拡大や雇用の創出等に向けた取組みを推進するとともに、観光客の増加に伴うオーバーツーリズムによる環境や文化、地域社会に対する悪影響を最小限に抑える「持続可能な観光」の実現については、世界各国における共通の関心事項となっています。

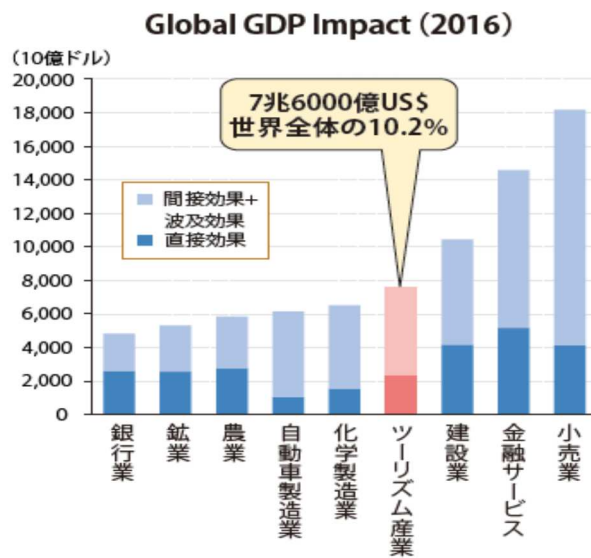
このような状況を踏まえ、観光庁では、今後の持続的な観光の推進に向け、各地方自治体や日本版DMO等が多面的な現状把握の結果に基づき持続可能な観光地経営を行えるよう、国際基準に準拠した「持続可能な観光指標」の開発・普及に向けた取組みが進められています。

¹⁰ オーバーツーリズム：特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらしたり、旅行者にとっても満足度を大幅に低下させたりするような環境の状況は、最近では、「オーバーツーリズム(overtourism)」と呼ばれるようになっている。

¹¹ SDGs:Sustainable Development Goals の略。人々が地球環境や気候変動に配慮しながら、持続可能な暮らしをするために取り組む、世界共通の行動目標。国際連合に加盟する全193カ国が合意し、2015年9月の国連総会で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」で掲げられている。貧困の解消や環境保全、格差の是正など17の目標と、169の関連付けられたターゲットからなる。

¹² 持続可能な観光：国連世界観光機構(UNWTO)は、「訪問客、産業、観光客、受入地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光」と定義している。持続可能な観光を実現するためには、「環境」「社会文化」「経済」の3領域の適切なバランスが求められる。

図表9 観光産業がもたらす経済効果



出典：WTTC「Travel & Tourism Benchmarking Reports 2017」(2017年)



太宰府天満宮(上)、坂本八幡宮(下)(太宰府市)

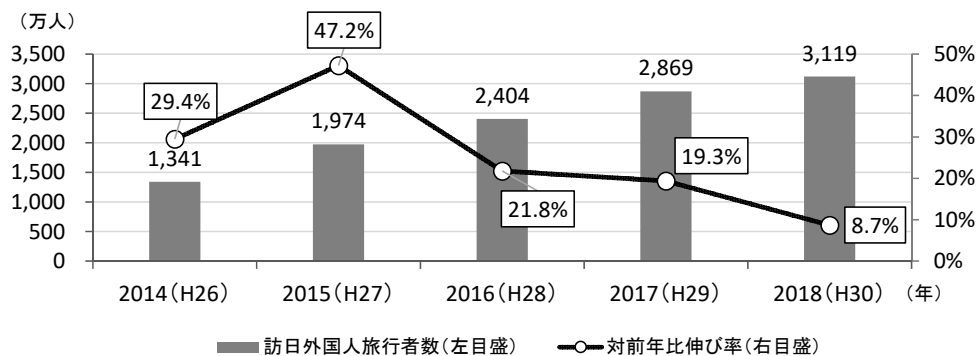
Ⅱ 日本国内の動向

1 訪日外国人旅行者数

訪日外国人旅行者数は堅調に増加し、2018（平成30）年には過去最高の3,119万人となり、初めて3,000万人を突破しました。

増加の背景としては、近隣アジア諸国を中心とした諸外国の海外旅行者が増加していることやビザ発給要件緩和、LCC¹³を中心とする国際航空路線の拡大をはじめとした交通ネットワークの充実などが挙げられます。

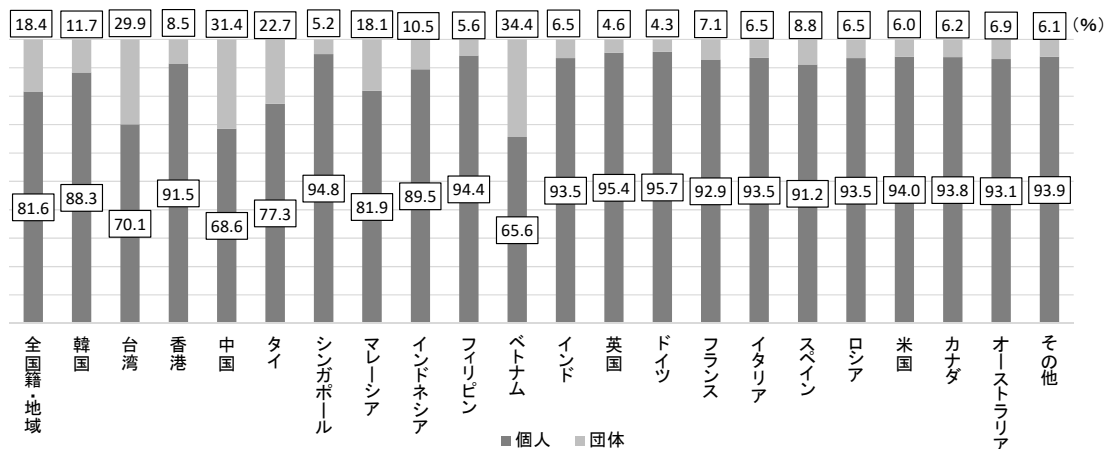
図表10 訪日外国人旅行者数の推移



出典：日本政府観光局資料を基に福岡県作成

また、訪日外国人の旅行形態は、近年、団体旅行から個人旅行（FIT¹⁴）への移行が進んでおり、全国籍・地域の8割超が個人旅行による来訪です。このため、多様化する旅行者ニーズの把握やそのニーズを踏まえた個人に直接届くきめ細やかな情報発信の重要性が高まっています。

図表11 訪日外国人の旅行手配方法（2018年）



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

¹³ LCC:Low Cost Carrier の略称。効率的な運営により低価格の運賃で運航サービスを提供する航空会社。

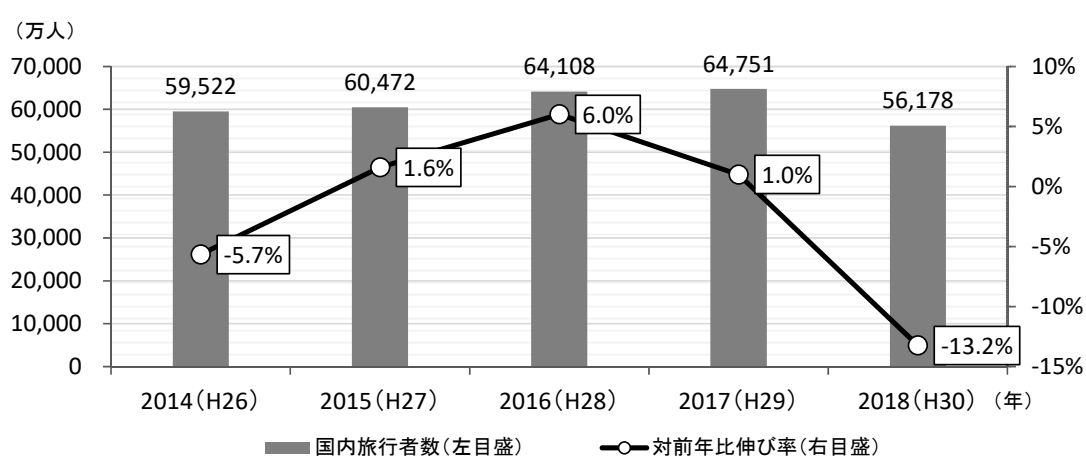
¹⁴ FIT:Foreign Independent Tour の略称。Free Individual(Independent) Traveler ともいう。団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で海外旅行に行くこと。

2 国内旅行市場の動向

国内旅行者数は、2014（平成 26）年以降、約 6 億人から約 6 億 5 千万人で推移してきましたが、2018（平成 30）年は豪雨、地震等の災害が相次いだことや、台風や猛暑等の影響により、約 5 億 6 千万人に減少しました。

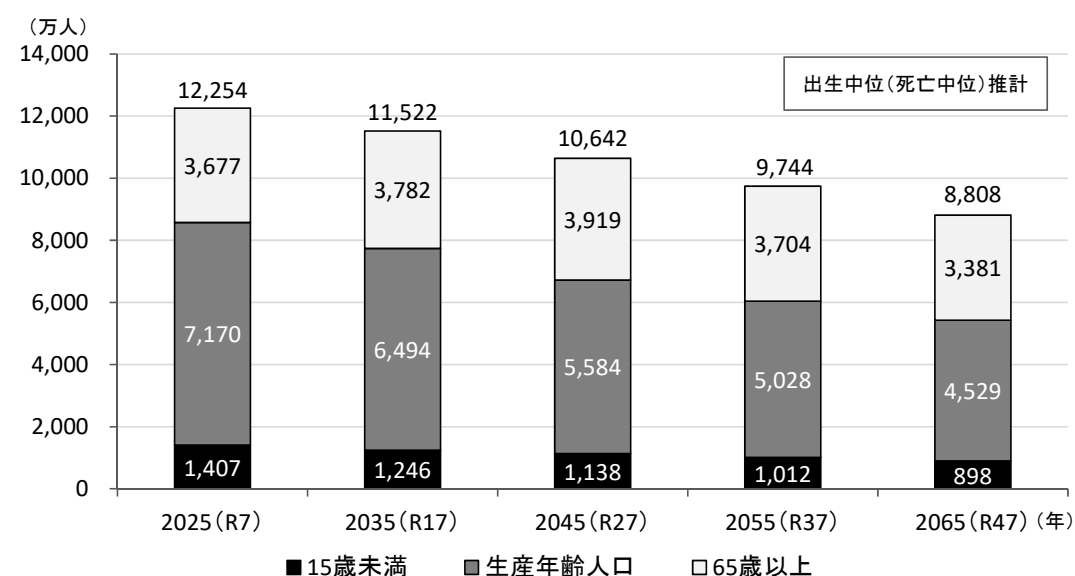
また、日本では人口減少が進み、2018（平成 30）年の 1 億 2,644 万人から、2065（令和 47）年には約 8,800 万人まで減少することが予測されています。こうした人口減少の動きに加え、国民 1 人当たりの国内宿泊観光旅行回数や宿泊数の伸び悩みにより、国内旅行市場については、長期的には大きな伸びが期待できない状況です。

図表 12 国内旅行者数の推移



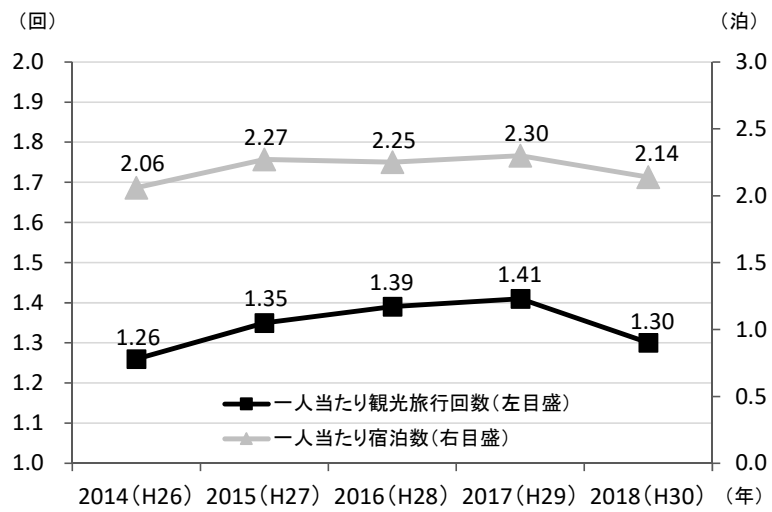
出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

図表 13 日本の人口の将来展望



出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計合計（平成 29 年推計）」

図表 14 日本人国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」



大濠公園(福岡市)

Ⅲ 本県観光の現状と課題

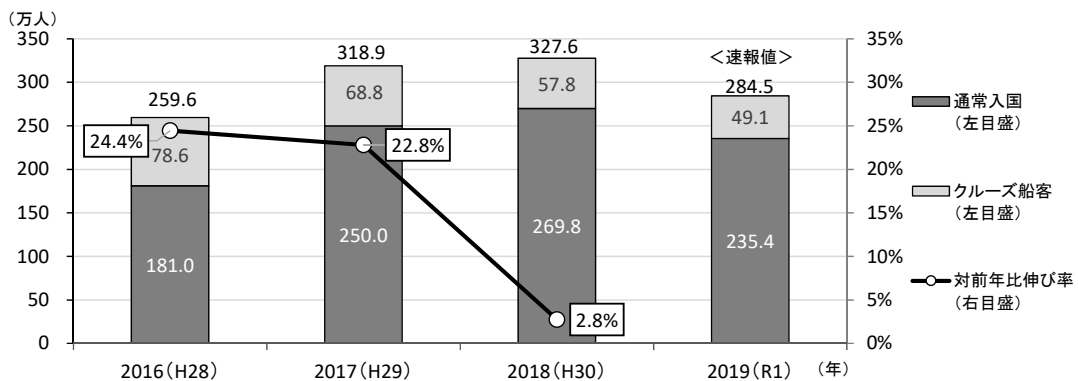
1 外国人入国者数

本県の外国人入国者数については、基準年である2016（平成28）年から2か年は20%超の伸びで順調に拡大してきましたが、2018（平成30）年は前年比2.8%と伸びが鈍化しています。

その主な要因としては、本県の外国人入国者数の半数を占め、これまで堅調に増加してきた韓国からの旅行者数の伸び率が、平成30年7月豪雨等の自然災害や韓国経済の低迷による旅行需要の低下等の影響により鈍化したこと、また中国クルーズマーケットの競争過熱により中国からの格安クルーズ船の寄港数が減少し、クルーズ船客が減少したことと推測されます。

また、2019（令和元）年7月以降、日韓情勢の変化により韓国からの入国者数が大幅に減少しているほか、2020（令和2）年1月以降、新型コロナウイルスの拡大により航空路線の減便等の影響が生じていることから、今後その動向を注視していく必要があります。

図表 15 福岡県への外国人入国者数の推移



出典：法務省「出入国管理統計」

図表 16 福岡県の外国人入国者数 国・地域別推移

国籍・地域	2016年 (H28)	2017年 (H29)	対前年比伸び率	2018年 (H30)	対前年比伸び率	2019年 (R1) 【速報値】	対前年同期比伸び率
韓国	1,036,726	1,649,235	59%	1,707,852	4%	1,217,958	-29%
中国	163,979	182,354	11%	219,031	20%	230,979	5%
台湾	257,107	291,377	13%	327,377	12%	351,510	7%
香港	138,591	156,048	13%	197,222	26%	216,235	10%
インドネシア	4,576	5,224	14%	5,908	13%	8,174	38%
マレーシア	7,515	6,884	-8%	8,562	24%	36,543	327%
フィリピン	24,397	28,460	17%	31,660	11%	45,024	42%
シンガポール	13,389	14,683	10%	16,297	11%	18,890	16%
タイ	49,432	37,813	-24%	38,229	1%	58,584	53%
ベトナム	16,002	21,225	33%	25,330	19%	31,264	23%
フランス	3,258	3,285	1%	4,128	26%	5,917	43%
ドイツ	3,092	3,524	14%	3,761	7%	3,681	-2%
英国	7,372	8,426	14%	9,428	12%	12,686	35%
米国	21,255	23,008	8%	27,380	19%	27,888	2%
オーストラリア	6,846	7,238	6%	8,286	14%	10,533	27%
その他	38,128	41,621	9%	45,618	10%	78,332	72%
クルーズ船	785,910	688,115	-12%	578,058	-16%	491,282	-15%

出典：法務省「出入国管理統計」

図表 17 福岡県の外国籍クルーズ船寄港数及び上陸数の推移

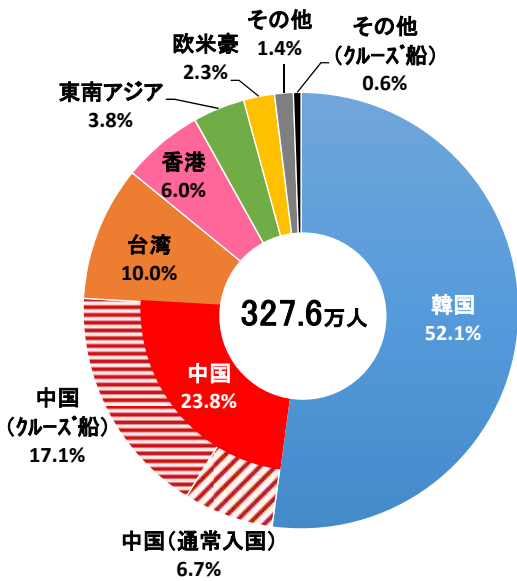
港	2016年(H28)		2017年(H29)		2018年(H30)		2019年(R1)	
	寄港数	上陸数(人)	寄港数	上陸数(人)	寄港数	上陸数(人)	寄港数	上陸数(人)
博 多	312	781,274	309	609,027	263	535,624	205	462,842
北九州	5	4,636	30	79,088	26	42,434	20	28,440
合 計	317	785,910	339	688,115	289	578,058	225	491,282

出典：法務省「出入国管理統計」及び国土交通省「訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港回数」

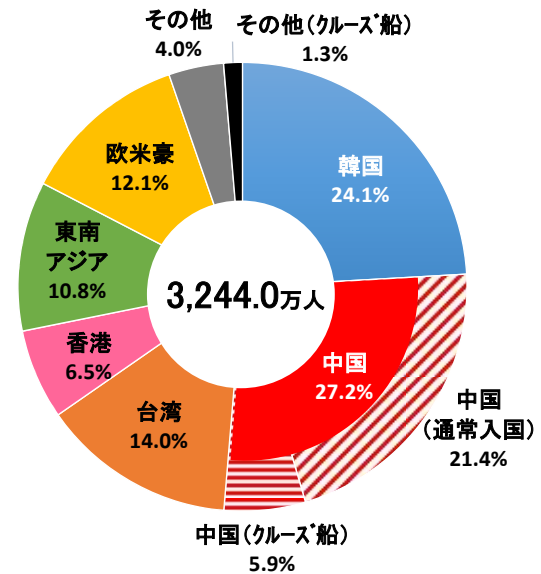
本県への外国人入国者数の国・地域別構成比をみると、上位から韓国 52.1%、中国 23.8%（通常入国 6.7%、クルーズ船 17.1%）、台湾 10.0%、香港 6.0%となっています。本県は全国と比べ、韓国、クルーズ船（14 条入国¹⁵）の割合が高く、中国（通常入国¹⁶）、欧米豪、東南アジアの割合が低い状況です。全国との差が大きいこれらの国・地域については、国際航空路線の誘致、仁川や上海等からの経由便を活用した誘客を促進する必要があります。

図表 18 外国人入国者数 国・地域別内訳（2018 年）

<福岡県>



<全国>



出典：法務省「出入国管理統計」

¹⁵ 14 条入国: 入国管理法第 14 条に基づき、簡易手続きで上陸を認める「船舶観光上陸許可制度」により入国すること。

¹⁶ 通常入国: 空港及び海港から通常の手続きで入国すること。

2 延べ宿泊者数

本県の延べ宿泊者数は、基準年である2016（平成28）年から2か年は2%超の伸びで拡大してきましたが、2018（平成30）年は前年比1.6%減となっています。

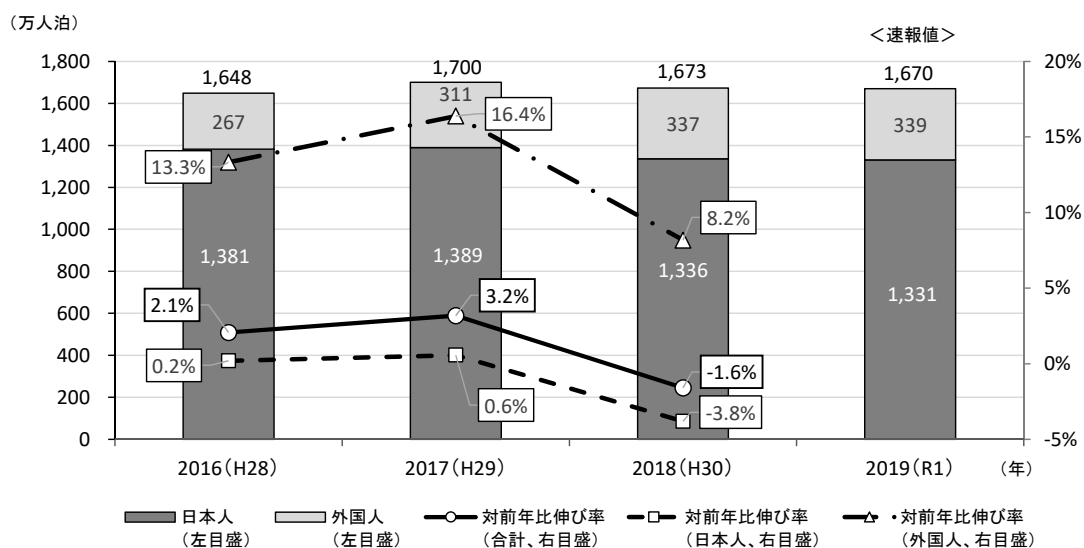
2018（平成30）年の外国人延べ宿泊者数は337万人泊であり、2016（平成28）年の267万人泊から堅調に増加しています。

本県の外国人延べ宿泊者数の国・地域別構成比を見ると、上位から韓国49%、台湾14%、中国12%、香港11%、東南アジア5%、欧米豪4%となっています。全国と比較すると、外国人入国者数と同様、韓国の割合が高く、中国、東南アジア、欧米豪の割合が低い状況です。全国との差が大きいこれらの国・地域については、本県に旅行者を十分に取り込むことができていないと考えられます。

一方、2018（平成30）年の日本人延べ宿泊者数は1,337万人泊であり、過去3年間ほぼ横ばいの1,300万人泊台で推移しています。

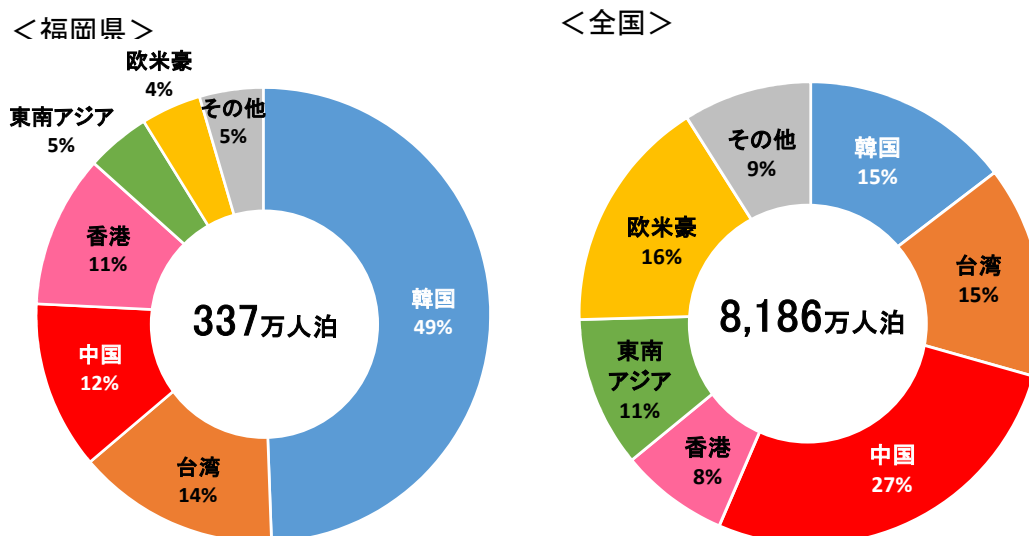
日本人延べ宿泊者数は、延べ宿泊者数全体の約8割を占めており、本県の観光振興にあたって重要な市場であることから、その数の維持・向上に向けた対策が必要です。

図表 19 福岡県における延べ宿泊者数の推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

図表 20 延べ宿泊者数 国・地域別内訳 (2018 年)



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

2018（平成 30）年 6 月に開始された住宅宿泊事業の宿泊者数について見ると、本県の 2018（平成 30）年度（2018（平成 30）年 6 月～2019（平成 31）年 3 月末）の延べ宿泊者数は全国 5 位の 10 万 157 人泊です。宿泊者数全体に占める住宅宿泊事業の割合は少ないですが、住宅宿泊事業の実宿泊者数の国籍別内訳調査が開始された令和元年 6 月以降における本県実宿泊者数 19,220 人のうち、約 7 割が外国人という状況です。

図表 21 住宅宿泊事業の延べ宿泊者累計 (2018 年度)

	人数(人泊)	順位
全国	2,734,073	—
東京都	1,270,254	1
北海道	462,686	2
大阪府	307,937	3
沖縄県	106,524	4
福岡県	100,157	5

出典：観光庁「住宅宿泊事業の宿泊実績について」(2019 年 9 月)

図表 22 住宅宿泊事業の実宿泊者数の国籍別内訳 (2019 年 6～7 月)

地域		日本	韓国	台湾	香港	中国	東南アジア	欧米豪	その他	合計
福岡県	宿泊者数	5,251	6,880	1,209	1,772	1,687	1,241	802	378	19,220
	割合	27%	36%	6%	9%	9%	6%	4%	2%	100%
全国	宿泊者数	80,948	38,436	23,942	20,428	75,767	35,409	56,708	16,933	348,571
	割合	23%	11%	7%	6%	22%	10%	16%	5%	100%

出典：観光庁「住宅宿泊事業の宿泊実績について」(2019 年 9 月)

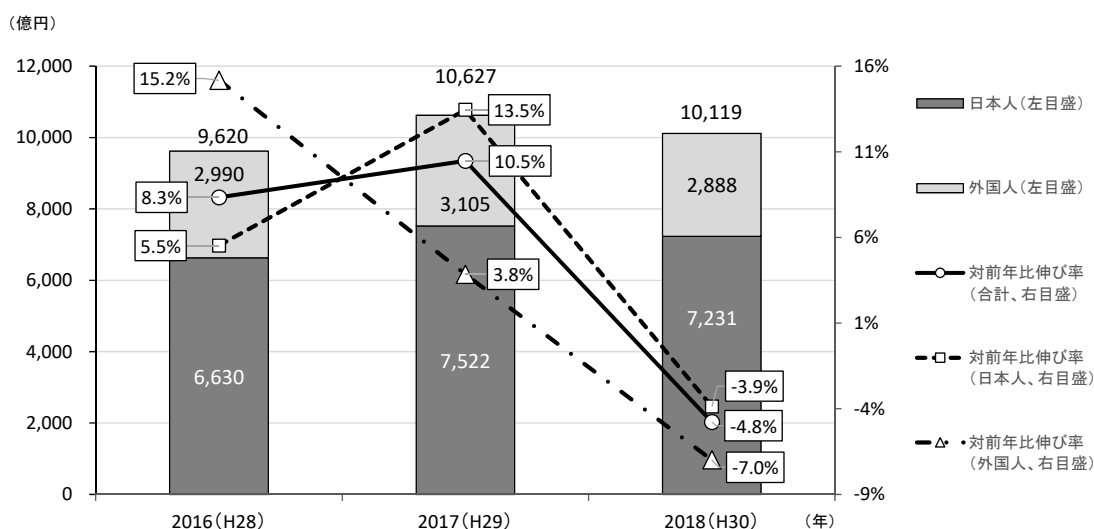
3 旅行消費額

本県の旅行消費額全体は、基準年である 2016（平成 28）年から 2 か年は 10% に近い伸びで拡大してきましたが、2018（平成 30）年は前年比 4.8% 減となりました。

訪日外国人の旅行消費額は 2018（平成 30）年に 2,888 億円となり、クルーズ船客数と消費単価の低下を主な要因として、前年比 7.0% 減となっています。

また、国内宿泊客と国内日帰り客を合わせた日本人の旅行消費額は 2018（平成 30）年に 7,231 億円となり、前年比 3.9% 減となっています。

図表 23 福岡県の旅行消費額の推移



出典：法務省「出入国管理統計」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」を基に福岡県算出（訪日外国人）、観光庁「旅行・観光消費動向調査」（国内）

注：外国人の旅行消費単価は、福岡県の空港及び海港から入国した訪日外国人が県外で消費した金額を含む

図表 24 福岡県の旅行消費単価の推移

		2016年 (H28)	2017年 (H29)	2018年 (H30)	伸び率 (対H28比)
外国人	通常入国	119千円	97千円	96千円	-19.3%
	クルーズ船	107千円	97千円	50千円	-53.3%
日本人	日帰り	15千円	14千円	22千円	46.7%
	宿泊	54千円	61千円	61千円	13.0%

出典：法務省「出入国管理統計」及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」を基に福岡県算出（訪日外国人）、観光庁「旅行・観光消費動向調査」を基に福岡県算出（国内）

注：外国人の旅行消費単価は、福岡県の空港及び海港から入国した訪日外国人が県外で消費した金額を含む

(1) 訪日外国人

訪日外国人旅行者数が多い主要 20 か国・地域の旅行消費額を見ると、全国での旅行消費額は大きいにも関わらず、全国に占める本県での旅行消費額の割合が比較的低い国・地域があることが分かります。これらの国・地域については、日本における市場規模が大きい一方で、本県に旅行者を十分に取り込むことができ

ていないと考えられます。

本県における旅行消費額をさらに増大させるとともに、特定の国・地域からのインバウンドに過度に依存しない構造への転換を図るため、このような客観的データに基づくターゲティングと戦略的な誘客を行うことが必要です。

図表 25 訪日外国人（通常入国）の旅行消費額（2018年）

	全国			福岡県			旅行消費額 福岡県割合
	旅行消費額 (億円)	訪問者数 (千人)	消費単価 (千円)	旅行消費額 (億円)	訪問者数 (千人)	消費単価 (千円)	
中国	11,283	6,477	174	278	229	121	2.5%
韓国	5,218	7,526	69	854	1,899	45	16.4%
台湾	3,925	4,487	87	203	355	57	5.2%
香港	2,643	2,165	122	201	232	87	7.6%
米国	2,517	1,507	167	29	51	57	1.2%
タイ	1,183	1,129	105	28	42	66	2.4%
オーストラリア	1,004	542	185	7	12	57	0.7%
ベトナム	639	387	165	36	22	164	5.6%
シンガポール	633	435	145	14	18	79	2.2%
英国	558	325	172	7	11	61	1.2%
フランス	553	304	182	9	9	99	1.6%
フィリピン	504	473	106	14	25	54	2.7%
マレーシア	486	463	105	1	3	38	0.2%
カナダ	484	322	150	3	7	35	0.5%
インドネシア	479	394	121	6	6	95	1.2%
ドイツ	372	213	175	4	8	56	1.2%
インド	258	152	170	1	2	37	0.3%
イタリア	226	149	152	2	4	46	0.8%
スペイン	218	118	185	0	0	17	0.0%
ロシア	158	94	168	1	2	47	0.7%
その他	1,957	1,190	164	35	56	62	1.8%
計	35,296	28,852	122	1,731	2,993	58	4.9%

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2018年)、JNTO 訪日外客数(2018年)を基に福岡県推計
注：福岡県の旅行消費単価は、訪日外国人（通常入国）が福岡県内で消費した金額

(2) 日本人

国内旅行市場は長期的には大きな伸びが期待できない状況であるものの、本県における日本人の旅行消費額は全体の約7割を占める重要な市場です。

このため、福岡県ならではの体験ができる場所や、県内広域周遊ルートの開発などにより、一人当たりの旅行消費単価の増加につながる「コト消費¹⁷」を拡大し、外国人のみならず日本人の旅行消費額の向上を図る必要があります。

¹⁷ コト消費：商品やサービスを購入したことで得られる体験に価値を見出す消費傾向のこと。

4 福岡県の認知度

日本の観光地の認知度を観光地別にみると、「福岡/博多/小倉」の認知度は25%であり、ゴールデンルート上の観光地である東京62%、大阪54%、京都51%や国内有数の観光地である北海道46%、沖縄40%と比べて低い状況です。

世界各国・地域から本県が認知されることで初めて潜在的な旅行者の興味・関心が喚起され、旅行目的地として選ばれることから、ターゲットとする国・地域における本県の認知度を高めていくことが不可欠です。

図表 26 海外における国内観光地の認知度（2019年度）

	全体	アジア										欧米豪	
		東アジア	韓国	中国	台湾	香港	東南アジア	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		
福岡/博多/小倉	25%	34%	48%	50%	32%	52%	59%	19%	20%	20%	23%	14%	9%
九州	27%	37%	68%	51%	39%	62%	63%	22%	26%	28%	21%	12%	7%
北海道	46%	60%	67%	61%	59%	75%	72%	54%	55%	58%	59%	43%	18%
東京	62%	66%	71%	70%	64%	74%	75%	62%	61%	63%	65%	59%	54%
大阪	54%	62%	70%	68%	60%	75%	76%	55%	53%	60%	59%	47%	38%
京都	51%	59%	68%	66%	58%	75%	73%	50%	53%	56%	48%	43%	35%
沖縄	40%	48%	59%	50%	47%	71%	68%	38%	36%	45%	41%	28%	23%

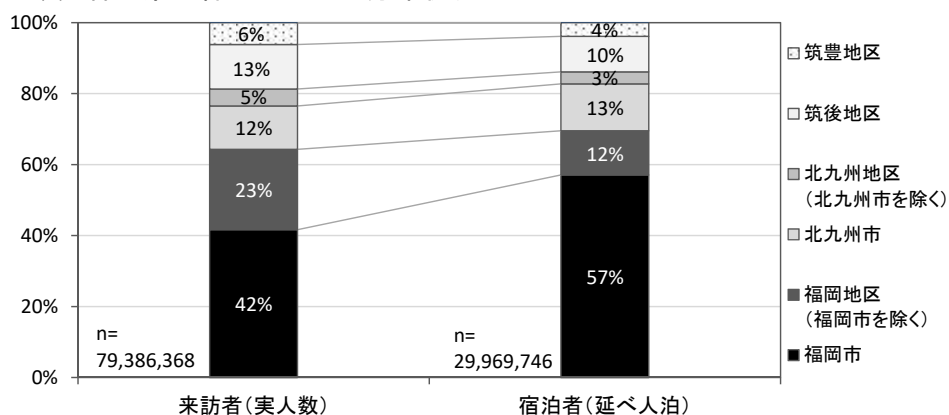
出典：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）」

5 観光客の県内各地への訪問状況

県内における観光客の分布状況を地区別で見ると、来訪者については福岡地区65%（うち福岡市42%、福岡市を除く福岡地区23%）と北九州地区17%（うち北九州市12%、北九州市を除く北九州地区5%）で82%を占めています。また宿泊者についても、福岡地区69%（うち福岡市57%、福岡市を除く福岡地区12%）と北九州地区16%（うち北九州市13%、北九州市を除く北九州地区3%）で85%を占めています。

県内各地域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、来訪者及び宿泊者を県内各地へ誘致する取組みが必要です。

図表 27 観光客の県内各地における分布状況



出典：福岡県「観光客の周遊等の状況に関する調査」（2020年3月）を基に福岡県作成

注：NTTドコモが調査対象とできる端末（計約8,700万台/年）の2018年1月から12月までの携帯電話基地局情報データから、一定条件の下サンプル抽出調査及び拡大推計等をした上で算出。

6 旅行者の満足度

(1) 観光地としての満足度

民間調査によると、本県への日本人宿泊旅行者の総合的な満足度は、2018（平成30）年は84%、全国順位は20位となりました。

項目別の評価を見ると、満足度が高かったのは「地方ならではのおいしい食べ物が多かった」（72%）、「現地へのアクセスが良かった」（59%）、「魅力ある特産品や土産物が多かった」（56%）といった項目となっています。

一方、満足度が低かったのは「現地で良い観光情報を入手できた」（23%）、「地元のホスピタリティを感じた」（25%）といった項目となっています。

本県旅行者の満足度は一定水準を維持していますが、来訪者の満足度を更に高めていく対策が必要です。

図表 28 福岡県来訪時の満足度

項目	2016年度 (H28)	2017年度 (H29)	2018年度 (H30)	全国 順位	全国 平均
地元ならではのおいしい食べ物が多かった	70%	68%	72%	11位	61%
魅力ある特産品や土産物が多かった	54%	53%	56%	18位	51%
魅力的な宿泊施設が多かった	34%	31%	35%	36位	44%
子供が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	18%	15%	18%	34位	25%
若者が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	30%	23%	30%	9位	28%
大人が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	37%	34%	40%	23位	42%
地元の人へのホスピタリティを感じた	25%	24%	25%	24位	25%
現地で良い観光情報を入手できた	26%	23%	23%	36位	27%
現地へのアクセスが良かった	61%	62%	59%	4位	-
総合的な満足度	84%	84%	84%	20位	83%

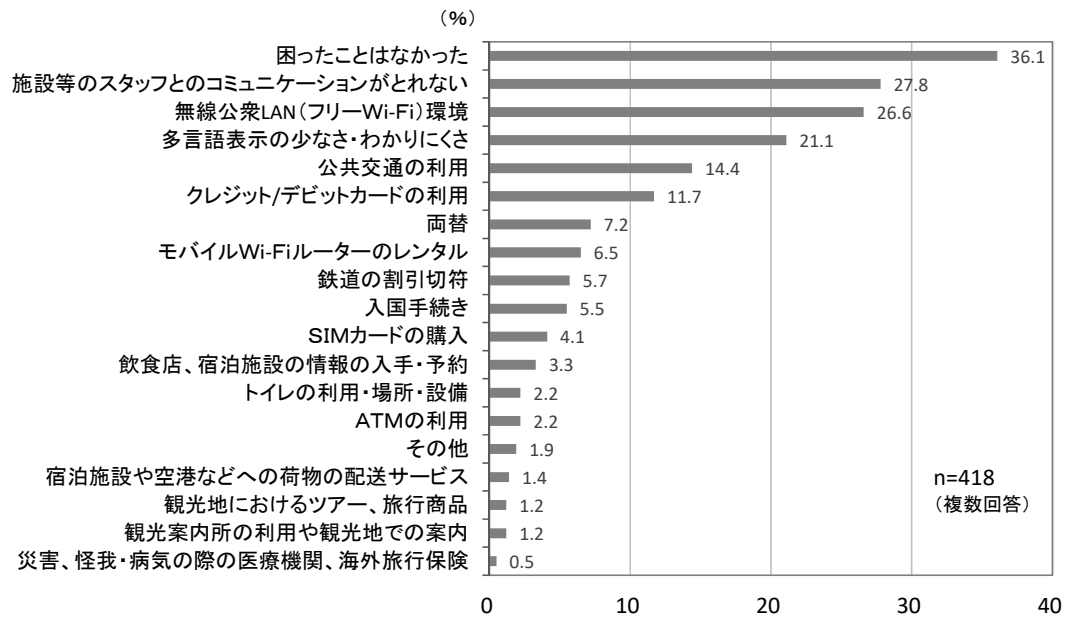
出典：㈱リクルートライフスタイル「じゃらん宿泊旅行調査」（2017年、2018年、2019年）

(2) 外国人旅行者における受入環境に対する満足度

本県に来訪した外国人旅行者を対象にしたアンケート調査によると、旅行中に困ったこととして、「施設スタッフとのコミュニケーションがとれない」（28%）、「無料公衆無線LAN（フリーWi-Fi）環境」（27%）、「多言語表示の少なさ、わかりにくさ」（21%）、「公共交通の利用」（14%）、「クレジット及びデビットカードの利用」（12%）などの割合が高くなっています。

外国人旅行者の満足度を高めることは、SNS等での口コミの拡散によるPR効果や再訪意向の向上にもつながることから、Wi-Fi環境や多言語表示等、外国人旅行者の受入環境の充実を図ることが必要です。

図表 29 外国人旅行者が旅行中に困ったこと



出典：福岡県「福岡県観光振興財源検討会議報告書」(2018年)

(3) オーバーツーリズム

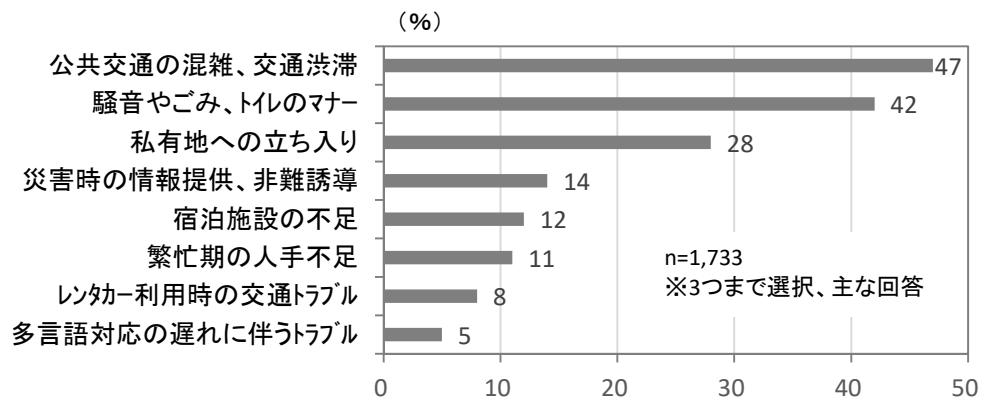
本県では、近年の訪日外国人の急増に伴い、オーバーツーリズムの問題が顕在化しつつあります。民間調査によれば、訪日外国人旅行者の増加による住民生活への影響について、県内複数の自治体が「公共交通の混雑、交通渋滞」、「騒音やごみ、トイレのマナー」、「私有地への立ち入り」といった問題が既に起きているとしています。

また、巨大な釈迦涅槃像で知られる南蔵院（篠栗町）では、団体の外国人旅行者の増加によりマナーの悪い外国人旅行者が増えた結果、一般の方の参拝に支障をきたし、団体の外国人旅行者の訪問を禁止しているほか、「令和」にゆかりのある地として全国的に知られることとなった坂本八幡宮（太宰府市）付近の道路では、観光客が増加した結果、渋滞が発生する等の事例が報告されています。

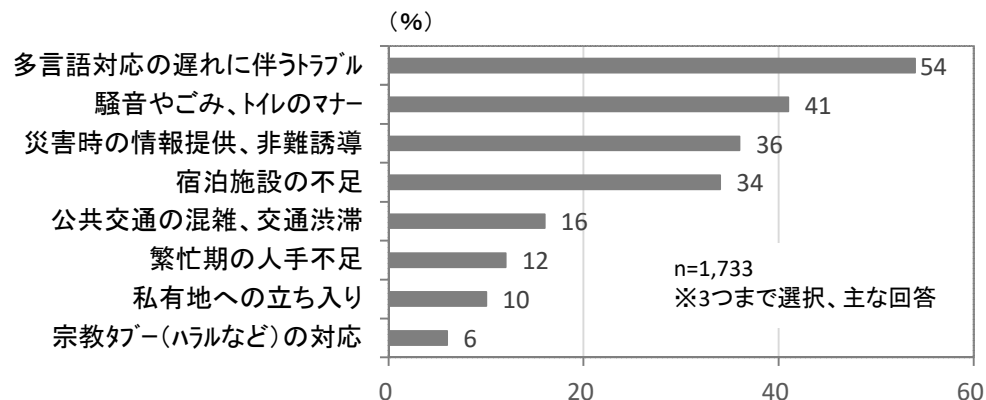
今後、観光客数が急増する地域においては、こうした問題に加え、自然環境の破壊や住民の生活環境の悪化、公共交通機関の混雑による旅行者・住民双方の満足度の低下など、新たな問題が発生する可能性も考えられます。このようなオーバーツーリズムに適切に対応するために、問題の内容や程度、地域特性に応じて、必要な措置を講じていく必要があります。

図表 30 訪日外国人旅行者の増加による住民生活への影響

<既に起きているトラブル>



<今後の懸念>



出典：(株)共同通信社アンケート調査 (2019年5-7月)

7 観光関係インフラ等の状況

(1) 空港

本県には、都心からのアクセスが良く利便性が高い福岡空港、24時間利用可能な北九州空港という性格の異なる空港があります。路線数の増加や発着回数の増加を背景に、両空港の旅客数は増加傾向です。

福岡空港は、2019(平成31)年4月から福岡国際空港(株)による運営が開始されました¹⁸。今後、航空路線誘致などにおいて、民間の創意工夫を活かした空港運営が進められる予定です。

また、現在、航空法に基づく混雑空港に指定される等、容量拡大が喫緊の課題となっており、滑走路増設¹⁹による空港機能の強化が進められています。機能強化に伴い、更なる路線拡大や旅客数の増加が期待されます。

外国人入国者数の増加に向けて、両空港とも一層の国際航空路線の拡大が必要です。

¹⁸ 福岡空港においては、国が行ってきた滑走路運営等の航空系事業及びビル会社等民間事業者が行ってきた非航空系事業が一体化され、福岡国際空港(株)による一体的運営が開始(管制業務は引き続き国が行う)。

¹⁹ 2020(令和2)年1月末完成の東側平行誘導路二重化により、処理容量は35回/時間から38回/時間に拡大され、2025(令和7)年3月末供用開始予定の滑走路増設後の処理容量は40回/時間となる予定。

図表 31 福岡空港及び北九州空港の路線数及び旅客数の推移

空港		2016年度 (H28年度)		2017年度 (H29年度)		2018年度 (H30年度)	
		路線数 (本)	旅客数 (万人)	路線数 (本)	旅客数 (万人)	路線数 (本)	旅客数 (万人)
福岡	国内線	26	1,714	27	1,765	27	1,793
	国際線	19	518	18	633	21	692
		45	2,232	45	2,398	48	2,485
北九州	国内線	2	131	3	137	3	144
	国際線	3	10	3	28	5	35
		5	141	6	165	8	179
合計	国内線	28	1,845	30	1,902	30	1,937
	国際線	22	528	21	661	26	727
		50	2,373	51	2,563	56	2,664

出典：国土交通省「空港管理状況管理調書」及び各空港の時刻表を基に福岡県作成
注：路線数は年度末（3月末）時点

図表 32 福岡空港の処理容量の推移

	2019(H31)年 12月末	2020(R2)年 3月末	2025(R7)年 3月末予定
処理容量	35回／時間	38回／時間	40回／時間

出典：国土交通省「福岡空港滑走路増設事業における新規事業採択時評価について」

図表 33 国際線航空路線の就航状況

空港	国	路線	就航年				
			2015年度 (H27年度)以前	2016年度 (H28年度)	2017年度 (H29年度)	2018年度 (H30年度)	2019年度 (R1年度)
福岡	韓国	釜山	●				
		ソウル(仁川)	●				
		大邱		●			
	中国	煙台				●	
		上海	●				
		大連-北京	●				
		青島-北京	●				
		上海-武漢	●				
	台湾	台北	●				
		高雄	●				
	香港	香港	●				
	マカオ	マカオ	●				
	フィリピン	マニラ	●				
	タイ	バンコク(スワンフーム)	●				
	タイ	バンコク(ドンムアン)				●	
	ベトナム	ハノイ	●				
		ホーチミン	●				
	シンガポール	シンガポール	●				
	マレーシア	クアラルンプール				●	
	米国	グアム	●				
ホノルル		●					
フィンランド	ヘルシンキ		●				
北九州	韓国	釜山		●			
		ソウル(仁川)		●			
		務安				●	
	襄陽				●		
	中国	大連					●
台湾	台北				●		

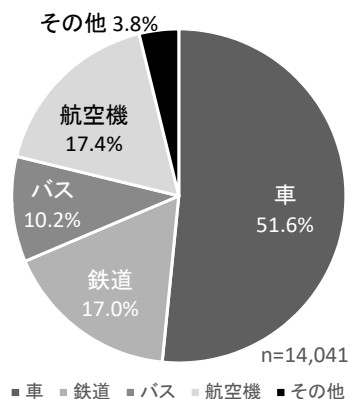
出典：国土交通省「2019 夏ダイヤ 国際定期便（直行便）一覧」を基に福岡県作成
注：「●」は2019年9月時点の就航路線について、新規就航した年度を示すものであり、各年度末時点の路線数とは一致しない。2019年9月時点で廃止となっている路線は含まれない。

(2) 交通

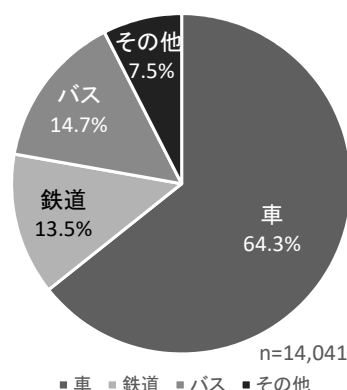
本県を訪れる観光客の移動手段は車が最も多く、次いで鉄道、バス、航空機となっています。また観光客の本県内の移動手段は車、鉄道、バスの順となっています。各移動手段の現状等については次のとおりです。

図表 34

＜本県への移動手段＞



＜本県内の移動に用いた交通手段＞



出典：福岡県「平成 29 年福岡県観光入込客推計調査」

① 道路交通網

本県には、九州縦貫自動車道などをはじめ、一般国道 26 路線、県道 449 路線、市町村道約 13 万路線²⁰があり、2016（平成 28）年には東九州自動車道の北九州市～宮崎市間が開通しました。これらの道路網は互いに効果的に結ばれ、産業や経済の発展に寄与しています。また道の駅の整備が進み、来訪者数増加による観光消費額の増加にもつながっています。

② 鉄道・バス

本県は県内に 5 つの駅を有する新幹線をはじめ、JR 九州、西日本鉄道、平成筑豊鉄道、福岡市営地下鉄、北九州モノレールといった鉄道により主要都市を結ぶ広域交通網が整備されています。また、道中も楽しむことができる内外装を凝らし、味覚を楽しみながら旅行ができるなど、乗ること自体を目的にした観光列車も運行されており、地域の食材を使ったオリジナルコース料理を楽しめる西日本鉄道の「THE RAIL KITCHEN CHIKUGO」や平成筑豊鉄道の「ことこと列車」などが注目を集めています。

「太宰府市ライナーバス（旅人）」、「むなかた号」、「でんえもん号」などの福岡市内から観光地への直行バスの運行のほか、「FUKUOKA TOURIST CITY PASS²¹」、「JAPAN RAIL PASS²²」、「KYUSHU RAIL PASS²³」、

²⁰ 2017(平成 29)年 4 月 1 日現在。

²¹ FUKUOKA TOURIST CITY PASS: 西日本鉄道(株)(バス・鉄道)、九州旅客鉄道(株)(鉄道)、昭和自動車(株)(バス)、福岡市交通局(地下鉄)が、福岡市内で利用可能となる外国人旅行者を対象とした 1 日フリー乗車券。

²² JAPAN RAIL PASS: JR グループ 6 社 (JR 北海道、JR 東日本、JR 東海、JR 西日本、JR 四国、JR 九州) が、日本全国で利用可能となる外国人旅行者を対象とした特別企画乗車券。

²³ KYUSHU RAIL PASS: 九州エリアの新幹線、特急列車が乗り放題となる外国人旅行者を対象とした乗車券。

「SUNQ パス²⁴」といった外国人旅行者が利用しやすい企画きっぷの発行も行われており、外国人旅行者の鉄道やバスによる県内各地への来訪が増加しています。

③ レンタカー

「Kyushu Expressway Pass (KEP)²⁵」などのサービスの提供が行われており、福岡空港周辺のレンタカー営業所における外国人レンタカー利用者は、韓国、香港などからの旅行者を中心に増加しています²⁶。

図表 35 福岡空港周辺のレンタカー営業所における外国人レンタカー利用件数の推移

	2015年 (H27)	2016年 (H28)	2017年 (H29)	伸び率 (対H27比)
利用件数(件)	13,861	19,726	26,683	193%

出典：国土交通省九州運輸局「外国人レンタカー利用実績とりまとめ」(2018年)

図表 36 福岡県の交通網（空港・道路・鉄道）



²⁴ SUNQ パス：九州島内及び山口県下関市周辺の高速バス、一般路線バスのほぼ全線と一部の船舶が乗り放題となるフリーパスチケット。

²⁵ Kyushu Expressway Pass：指定レンタカー会社が提供するETCカード及び自動車(普通車)を用いる場合、九州の高速道路が定額で乗り放題になる訪日外国人を対象としたサービス。

²⁶ 福岡県発のレンタカー利用件数を国・地域別で見ると、韓国 48%、香港 28%、台湾 10%、シンガポール 4%、その他10%となっている(九州運輸局調査、2017(平成 28)年 9月-12月)。

(3) 宿泊施設

① 施設数及び客室数

県内の宿泊施設は、2017（平成 29）年度末時点で 1,355 施設あり、内ホテル 418 施設、旅館 539 施設、簡易宿所 398 施設となっており、外国人の利用が相対的に多いホテル²⁷の 68%が政令市に集中しています。

客室数で見ると、ホテルの 79%が政令市に集中しています。また政令市はホテルと旅館の客室数の比率が 9：1 程度であるのに対し、政令市以外の地域では 6：4 となっています。

図表 37 福岡県の旅館業営業許可施設数及び客室数（2017 年度）

地 域	ホテル				旅館				合 計			
	施設数	構成比	客室数	構成比	施設数	構成比	客室数	構成比	施設数	前年度比	客室数	前年度比
政令市	283	68%	33,657	79%	156	29%	4,116	44%	439	▲ 4	37,773	2,232
北九州市	96	23%	8,730	21%	62	12%	904	10%	158	▲ 11	9,634	334
福岡市	187	45%	24,927	59%	94	17%	3,212	34%	281	7	28,139	1,898
政令市以外	135	32%	8,813	21%	383	71%	5,338	56%	518	▲ 53	14,151	1,532
北九州地区 (北九州市除く)	15	4%	1,119	3%	22	4%	244	3%	37	▲ 3	1,363	137
福岡地区 (福岡市除く)	51	12%	3,558	8%	171	32%	2,486	26%	222	▲ 12	6,044	442
筑後地区	46	11%	2,885	7%	115	21%	1,669	18%	161	▲ 32	4,554	524
筑豊地区	23	6%	1,251	3%	75	14%	939	10%	98	▲ 6	2,190	429
県合計	418	100%	42,470	100%	539	100%	9,454	100%	957	▲ 57	51,924	3,764

出典：厚生労働省「衛生行政報告例」（2017 年、2018 年）を基に福岡県作成

② 客室稼働率

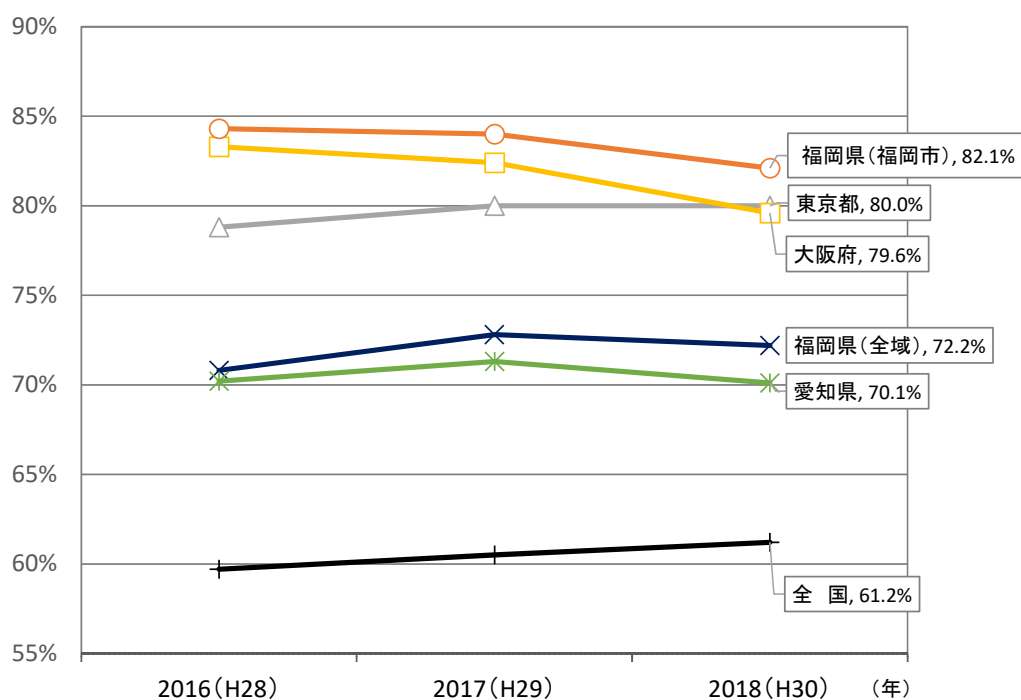
本県の旅館業法営業許可施設における 2018（平成 30）年の客室稼働率は 72.2%であり、東京都 80.0%、大阪府 79.6%に次いで全国 3 位と非常に高い水準にあります。中でも、福岡市の稼働率は 82.1%であり、県全域の稼働率を押し上げていると推測されます。

2018（平成 30）年の本県の客室稼働率を宿泊タイプ別にみると、ビジネスホテルやシティホテルは 80%前後と高水準ですが、旅館は 30%未満と全国と比べて約 11 ポイント低い水準で推移しています。

宿泊産業は地域の雇用や観光産業の基盤を支える重要な産業であることから、特に旅館を中心として外国人旅行者のニーズを満たすハード・ソフト両面の対策や、生産性向上を通じた競争力の強化が必要です。

²⁷ 観光庁「訪日外国人消費動向調査」（平成 29 年 7-9 月期、複数回答）では、ホテル（洋室中心）利用が 75.1%、旅館（和室中心）利用が 18.2%。

図表 38 主要都道府県別の客室稼働率の推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

図表 39 福岡県の宿泊施設タイプ別客室稼働率推移

施設種別		2016年	2017年	2018年	対2016年 (H28)比
		(H28)	(H29)	(H30)	
旅館	福岡県	29.3%	29.9%	27.7%	-1.6%
	全国	37.1%	38.1%	38.8%	1.7%
リゾートホテル	福岡県	62.8%	66.9%	51.6%	-11.2%
	全国	56.9%	57.8%	58.3%	1.4%
ビジネスホテル	福岡県	76.4%	79.1%	80.4%	4.0%
	全国	74.4%	75.4%	75.5%	1.1%
シティホテル	福岡県	81.3%	82.6%	83.4%	2.1%
	全国	78.7%	79.4%	80.2%	1.5%
簡易宿所	福岡県	27.9%	30.1%	31.5%	3.6%
	全国	25.0%	27.6%	30.2%	5.2%

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

8 観光産業の人的基盤・推進組織

(1) 観光産業の人的基盤

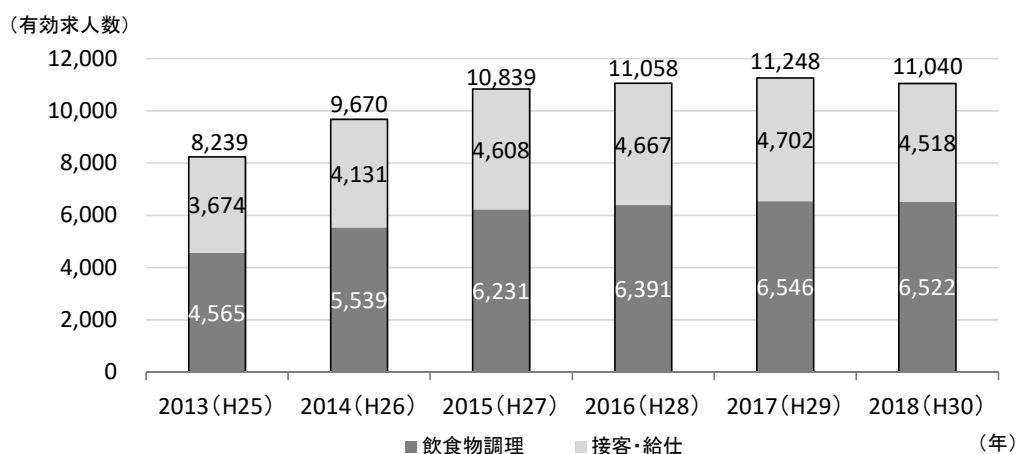
福岡県内の観光関連産業の雇用の状況については、観光関連産業の中心となる「飲食物調理」や「接客・給仕」において、有効求人数は5年前と比較し34%上昇し、有効求人倍率は全職業の平均を大幅に上回る倍率で推移するなど、人手不足の状況が続いています。

一方、2019（平成31）年4月に、改正出入国管理法が施行され、新たな在留資格「特定技能」が創設されたことで、宿泊業や外食等を含む14業種を対象に外国人の就労が認められることとなりました。

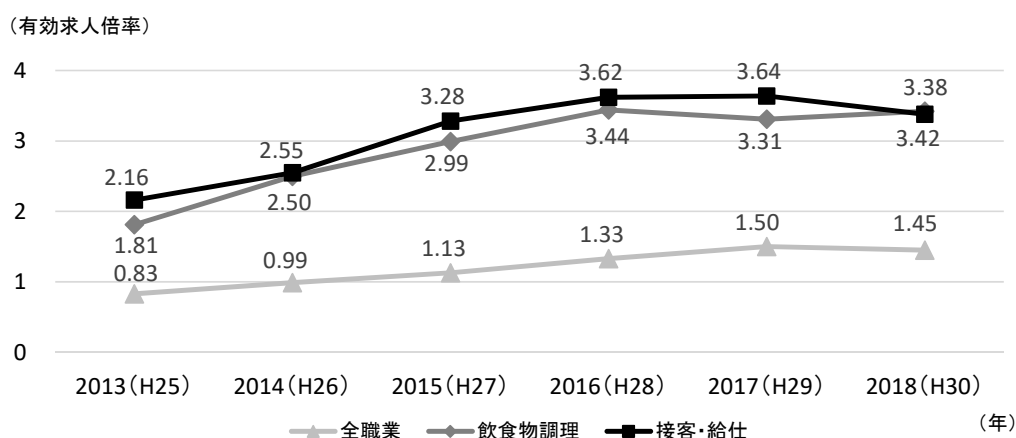
このような状況を踏まえつつ、観光産業に携わる人材を安定的に確保するとともに、働き手がやりがいと誇りをもって働くことができる環境づくりの促進が必要です。

図表 40 福岡県の有効求人数、有効求人倍率

<福岡県の有効求人数>



<福岡県の有効求人倍率>



出典：厚生労働省福岡労働局「職業紹介の状況」

注：各年の12月時点の数値

(2) 観光推進組織

県内各地域の観光振興の中心的な役割を担う観光協会の数は、2016(平成28)年度の36団体から2018(平成30)年度の45団体へと9団体増加しています。

また2016(平成28)年に観光庁が創設した日本版DMO登録制度に基づく県内の登録件数は、2018年度末時点で、日本版DMOが2団体、日本版DMO候補法人が4団体登録されるなど、観光振興体制の強化に取り組む団体が増えつつあります。

今後も、日本版DMO候補法人数を増やすとともに、地域の多様な関係者と連携して観光地づくりを進めていく主体となる日本版DMOに登録される法人を増やす取組みの推進が必要です。

図表 41 日本版DMO登録状況

DMOの区分	全国		福岡県	
	日本版DMO候補法人	日本版DMO	日本版DMO候補法人	日本版DMO
広域連携DMO	0	10	-	1 〔九州観光推進機構〕
地域連携DMO	35	69	1 〔田川広域観光協会〕	-
地域DMO	81	57	3 〔うきは観光みらいづくり公社 新宮町おもてなし協会 糸島市観光協会〕	1 〔FM八女〕
計	116	136	4	2

出典：観光庁『日本版DMO』登録一覧

注1：対象とする観光地域のエリアに応じて、広域連携DMO（複数の都道府県に跨る地方ブロックレベルの区域）、地域連携DMO（複数の地方公共団体に跨る区域）、地域DMO（基礎自治体である単独市町村の区域）の区分がある。

注2：2018年度末時点



八女中央大茶園(八女市)

第4章 目指す将来像と基本方針

I 目指す将来像

「持続可能な観光先進県 福岡」

- 拡大を続ける世界の観光市場の活力を本県に取り込むことにより、旅行消費額が継続的に拡大し、県内各地の観光産業の発展と地域活性化、雇用の創出につながっている。
- 地域に住む人々が、自らの地域社会を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしていることにより、誰しもがその地を訪れたいくなるいわゆる「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりが実現しており、誰もが快適、安全、安心に旅行を楽しむことができる環境が整っている。
- 旅行者の増加による環境や文化、地域社会に対する悪影響が最小限に抑えられ、観光産業の成長と地域社会が調和している。

II 基本方針

1 戦略的なインバウンド誘客による旅行消費額の拡大

「外国人入国者数の国・地域別構成比の偏り」、「外国人旅行消費単価の減少」等の課題を解決するため、中国、台湾、タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア、米国、オーストラリア、イギリス、フランスをターゲットに戦略的な誘客を行い、旅行消費額の拡大を図ります。

2 旅行者の県内各地への来訪促進

県全体に点在する観光資源を俯瞰し市町村域を超えた観光資源の発掘や磨き上げ、活用を行うとともに、全ての方が安心して旅行を楽しめる受入環境の面としての整備を行い、旅行者の県内各地への来訪を促進します。

3 デジタルマーケティングの推進

世界的なデジタル化とモバイル化の潮流を踏まえ、これまでのイベントや紙媒体に加え、スマートフォン等のデジタル媒体を積極的に活用するいわゆる「デジタルファースト」の考え方の下、ターゲットの嗜好にあったテーマを直接届ける情報発信、観光ビッグデータ等の収集、分析により、観光振興施策に係るPDCAサイクルを確立し、デジタルマーケティングを推進します。

4 持続可能な観光の推進

オーバーツーリズムによる県内の環境や文化、地域社会への影響を最小限に抑える取組みを推進し、「持続可能な観光」を実現します。

Ⅲ 施策の柱と方向性

目指す将来像を実現するため、4つの基本方針に基づき「受入環境の充実」「観光資源の魅力向上」「効果的な情報発信」「観光振興の体制強化」の4つの施策の柱を定め、具体的な施策を展開する考え方を「施策の方向性」として整理します。

1 受入環境の充実

- (1) 誰もが快適に観光できる基盤づくり
- (2) 観光振興と地域の調和の推進
- (3) 外国人旅行者の安全・安心な受入環境づくり
- (4) 国際航空路線の誘致

2 観光資源の魅力向上

- (1) 魅力ある観光資源の発掘、磨き上げ及び活用
- (2) 体験、交流、滞在型観光の推進

3 効果的な情報発信

- (1) デジタルプロモーションの推進
- (2) ターゲットに合わせた情報発信
- (3) 各県・市町村等と連携した広域周遊に係る情報発信

4 観光振興の体制強化

- (1) 客観的データに基づくマーケティング体制の確立
- (2) 各地域の観光を支える人づくり
- (3) 県内の観光関連団体の機能強化
- (4) 広域観光の振興に係る九州観光推進機構との連携
- (5) 宿泊税を活用した市町村への支援



沖ノ島(宗像市)

1 受入環境の充実

アジアの玄関口として、全ての旅行者が快適に旅行を楽しめる環境を整備するため、多言語案内、通信環境の充実等の基盤づくり、オーバーツーリズム対策や違法民泊対策等の取組みを推進するとともに、インバウンドの増加に向けた国際航空路線の誘致に取り組めます。

(1) 誰もが快適に観光できる基盤づくり

- ① 外国人旅行者の満足度を高め、リピーター化を促進するため、ICT²⁸等も活用した多言語案内、キャッシュレス、Wi-Fi環境、接客の充実など、ストレスなく旅行を楽しめる環境の整備に取り組めます。(→基本方針2)
- ② 県内全域の集客強化のため、宿泊施設のサービスの向上や施設の充実のための取組みを推進します。(→基本方針2)
- ③ 旅行者が県内各地を訪問しやすい環境の充実に向け、多様な二次交通の情報整備・データ化や利用促進に取り組めます。(→基本方針2、3)
- ④ 全ての方が県内観光を楽しめる環境の充実に向け、観光に係るユニバーサルデザインの取組みを推進します。(→基本方針2)

(2) 観光振興と地域の調和の推進

- ① 持続可能な観光の推進に向けたオーバーツーリズム対策など、観光振興と地域の調和に向けた取組みを推進します。(→基本方針4)
- ② 違法民泊対策など、民泊の適正な運営の確保に向けた取組みを推進します。(→基本方針2、4)

(3) 外国人旅行者の安全・安心な受入環境づくり

- ① 大規模災害等発生時における外国人旅行者の安全・安心確保に係る体制整備に取り組めます。(→基本方針2)
- ② 事故や疾病時における外国人旅行者の安全・安心確保に係る体制整備に取り組めます。(→基本方針2)

(4) 国際航空路線の誘致

- ① 本県及び九州を来訪する外国人旅行者数の増加に向け、国際航空路線の誘致を促します。(→基本方針1)

²⁸ ICT : Information and Communication Technology の略。情報通信技術のこと。

成果指標	現 状 (2018年,H30)	目標値 (2023年,R5)
全国の延べ宿泊者数に占める福岡県の延べ宿泊者数の割合(外国人)	3.6%	4.0%
インバウンド協力店登録数	1,004店舗	2,000店舗
ふくおかバリアフリーマップ掲載施設数	4,619箇所	9,000箇所



三池炭鉱宮原坑(大牟田市)



サイクルツーリズム (Photo by Atsushi Tanno)



九州国立博物館(太宰府市)



旧公会堂貴賓館(福岡市)



久留米紺藍染体験



小石原焼

2 観光資源の魅力向上

旅行者の県内各地域への来訪を促進するため、食や歴史、文化等の福岡県ならではの魅力ある観光資源の発掘、磨き上げ、活用に取り組むとともに、サイクリングをはじめとしたアクティビティ、農林漁業体験、マリンレジャー、スポーツ等と観光を組み合わせた体験、交流、滞在型の観光振興に取り組めます。

(1) 魅力ある観光資源の発掘、磨き上げ及び活用

- ① ユネスコ世界文化遺産・無形文化遺産・世界の記憶や日本遺産、伝統芸能、伝統工芸など県内の歴史・文化等地域の魅力を活かした観光振興に取り組めます。(→基本方針2)
- ② 本県の豊富な農林水産物や特産品など「食の魅力」を活かした観光振興に取り組めます。(→基本方針2)
- ③ 観光資源の魅力向上につながる良好な景観等の形成に向けた取組みを推進します。(→基本方針2、4)

(2) 体験、交流、滞在型観光の推進

- ① 伝統工芸や酒造等の地域資源を活用し、インバウンドのニーズに合った体験プログラムの造成・販売促進に取り組めます。(→基本方針2、3)
- ② 本県の豊富な自然を活用し、サイクリング、トレッキング²⁹をはじめとしたアクティビティと観光を組み合わせた体験・交流型の観光振興に取り組めます。(→基本方針2)
- ③ 古民家や農林漁業体験、マリンレジャーを活かしたグリーンツーリズムやブルーツーリズム、武道を含むスポーツツーリズムなど、観光客のニーズに対応した本県ならではのニューツーリズムを推進します。(→基本方針2)
- ④ 九州・山口一体となったサイクルツーリズムを推進します。(→基本方針2)

成果指標	現 状 (2018年,H30)	目標値 (2023年,R5)
日本人旅行消費単価(宿泊客)	61,000円	62,000円
旅行商品として販売したインバウンド向け体験プログラムの数	15商品	30商品
サイクルツーリズムモデルルート数	5箇所	10箇所

²⁹ 登山ではなく、山の中を歩くこと。

3 効果的な情報発信

本県の認知度向上、東南アジアや欧米豪等からの更なる誘客を図るため、旅行専門WebサイトやSNS等、それぞれの国や地域で影響力のあるデジタル媒体を活用したプロモーションを推進するとともに、県内外の各地域と連携して造成した広域観光ルート等、旅行者の興味を引く情報発信を行います。

(1) SNS等を活用したプロモーションの推進

- ① OTA³⁰、Webサイト、SNSなどターゲットとなる国・地域で影響力のあるデジタル媒体を活用し個人旅行者に直接届く情報発信を行います。(→基本方針1、3)
- ② 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、トラベルライフサイクル(旅行者の購買モデル)の各段階に対応したプロモーションを行います。(→基本方針1、3)
- ③ 民間や個人のSNS等による情報発信の状況を定期的に測定することにより、事業効果やトレンド等を踏まえたプロモーションを行います。(→基本方針1、2、3)

(2) ターゲットに合わせた情報発信

- ① 食、アウトドア、スポーツ、歴史など旅行者の興味を引くテーマをターゲットに合わせて発信することで、旅行動機の効果的な喚起に努めます。(→基本方針1、3)
- ② 旅行者が求めている旬の情報を発信します。(→基本方針3)

(3) 各県・市町村等と連携した広域周遊に係る情報発信

- ① 九州各県をはじめ、本県と関係の深い各県と連携して、県域を越えた広域観光ルートの設定や九州ロゴマークの活用等による協同での情報発信を行います。(→基本方針1、3)
- ② 県内各観光地が有する魅力をテーマでつなぎ、県内市町村への来訪を促す広域観光ルートを造成し、情報発信します。(→基本方針2、3)
- ③ 海外事務所や県外事務所等と連携し、各地域の情報収集を行うとともに、効果的な情報発信を図ります。(→基本方針1)
- ④ 県内市町村と連携したMICE³¹誘致に取り組みます。(→基本方針2)

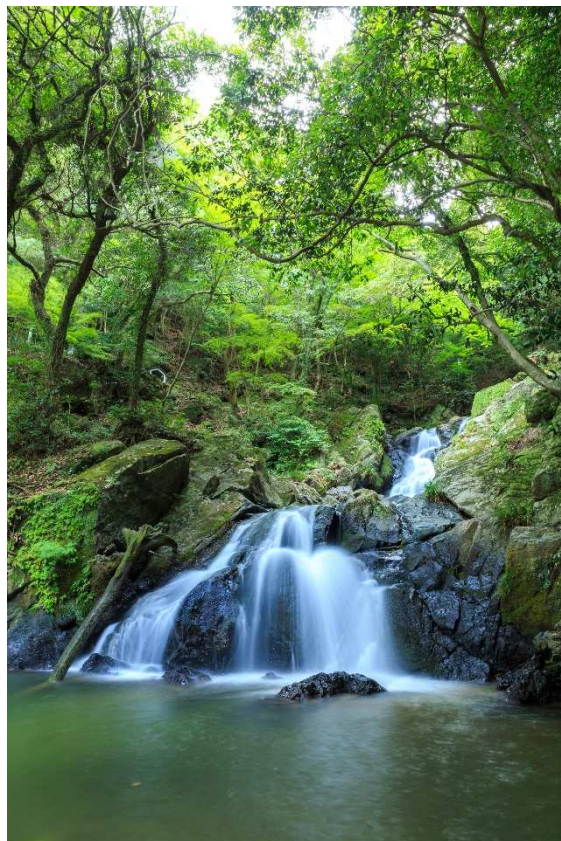
³⁰ OTA:Online Travel Agent の略。インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。

³¹ MICE:企等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字。多くの集客交流が見込まれる行事・催事などの総称。

成果指標	現 状 (2018年,H30)	目標値 (2023年,R5)
SNSフォロワー数	129, 579人	260, 000人
県ホームページセッション数	208万セッション	520万セッション
県ホームページ平均セッション時間	1分08秒	2分50秒



小倉城(北九州市)



五塔の滝(篠栗町)

4 観光振興の体制強化

観光振興施策を戦略的に進めるため、客観的データに基づく施策立案体制を確立するとともに、観光まちづくりに取り組む団体や観光関連事業者の人材育成、日本版DMO登録を目指す観光協会等の機能強化のための支援、宿泊税を活用した市町村の観光振興施策実施への財政的支援、九州全体での観光の推進体制の整備を行います。

(1) 客観的データに基づく施策立案体制の確立

- ① 施策立案に関する客観的データの分析手段の確立、施策の点検・評価を充実させ、戦略的な施策展開を進めることができる体制をつくります。(→基本方針1、3)
- ② 観光による県内全域における消費拡大と観光産業の振興に向け、市町村、観光協会等に対して先進事例や観光ビッグデータ等の情報提供を行います。(→基本方針2、3)

(2) 各地域の観光を支える人づくり

- ① 観光まちづくりを牽引する地域の観光人材を育成します。(→基本方針2、3、4)
- ② 飲食店、宿泊施設等の観光関連事業者の人材育成を支援します。(→基本方針2)
- ③ 地域の観光名所などの解説、案内を行うボランティアガイドの人材育成を支援します。(→基本方針2)

(3) 県内の観光関連団体の機能強化

- ① 観光関連団体の設立等に関する地域からの相談に対して適切な支援を行うとともに、日本版DMO登録を目指す市町村、観光協会等のマーケティング、マネジメント等の個別の課題の解決を支援します。(→基本方針1、2、3、4)
- ② (公社)福岡県観光連盟が県内の観光振興のリーダーとしてのプラットフォーム機能を有し、観光事業の企画・推進ができるよう、組織体制の強化について検討します。(→基本方針1、2、3、4)

(4) 広域観光の振興に係る九州観光推進機構との連携

- ① 九州各県、民間事業者と連携して九州全体の観光振興を図るため、(一社)九州観光推進機構の運営に参画します。(→基本方針1、2、3、4)

(5) 宿泊税を活用した市町村への支援

- ① 自由度の高い交付金を交付し、市町村がそれぞれの地域の現状と課題を踏まえ、それぞれ創意工夫を凝らした観光振興施策が実施できるよう支援します。
(→基本方針2、4)
- ② 交付金により実施しようとする事業に関し、市町村の求めに応じ、情報の提供、専門的又は技術的な助言その他の支援を行います。(→基本方針2、4)

成果指標	現 状 (2018年,H30)	目標値 (2023年,R5)
日本版DMO及びDMO候補法人の数	6団体	9団体
観光人材育成研修受講者数	—	累計3,800人



太原のイチョウ(広川町)



原鶴温泉(朝倉市)

IV 数値目標

1 目標値の考え方

旅行消費額の拡大を図る観点から、第一次指針の数値目標に掲げた「外国人入国者数」、「延べ宿泊者数」、「延べ宿泊者数（外国人）」、「旅行消費額」を設定します。また、持続可能な観光を推進する観点から、「旅行消費単価（通常入国外国人）」、「観光関連産業の売上金額」を新たな数値目標として設定します。

なお2018（平成30）年から、国統計で県内における訪日外国人の旅行消費単価を把握できるようになったことを踏まえ、訪日外国人の旅行消費単価及び旅行消費額については、この単価に基づき数値目標を設定します。

2 目標値（KPI）

数値目標	現状 (2018年,H30)	目標値 (2023年,R5)
外国人入国者数	328万人	360万人
延べ宿泊者数	1,673万人	2,000万人
延べ宿泊者数（外国人）	337万人	500万人
旅行消費単価（通常入国外国人）	57,600円	61,500円
旅行消費額	9,253億円	9,700億円
観光関連産業の売上金額	7,862億円	8,200億円

注1：外国人入国者数は、法務省「出入国管理統計」で把握。

注2：延べ宿泊者数、延べ宿泊者数（外国人）は観光庁「宿泊旅行統計」で把握。

注3：旅行消費単価（通常入国外国人）は観光庁「訪日外国人消費動向調査」で把握。

注4：旅行消費額は、次のとおり把握。

- ① 訪日外国人（通常入国）は、
上記旅行消費単価（通常入国外国人）
×外国人来訪者数（観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき推計）
- ② 訪日外国人（クルーズ船入国）は、
旅行消費単価（クルーズ船入国）（観光庁「訪日外国人消費動向調査」）
×クルーズ船入国者数（法務省「出入国管理統計」）
- ③ 日本人（宿泊客）、日本人（日帰り）は、
観光庁「旅行・観光消費動向調査」で把握。

なお2023年に旅行消費額9,700億円を達成すると、その経済波及効果は約1兆3,000億円、雇用誘発効果（就業者数）は12万6千人余になると推計される（「平成23年福岡県経済波及効果分析ツール」により推計）。

注5：観光関連産業の売上金額は、総務省・経済産業省「経済センサス」、観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」に基づき、宿泊業、飲食業における旅行者に係る売上金額を推計。

3 目標値（KPI）の算出方法

数値目標	算出方法	備考
外国人入国者数	【通常入国者数】 ・直行便が就航している国・地域からの国際線搭乗率の5%の向上 ・国際線搭乗率福岡空港における国際線の新規就航予定 ・韓国は過去3年の平均値 等	※直行便座席数及び搭乗率 ※法務省「出入国管理統計」に基づく入国者数増加率推移 などに基づき算出
	【クルーズ船入国者数】 2018年実績の維持を目指す。	※法務省「出入国管理統計」
延べ宿泊者数	【日本人】 ・福岡市以外は2016年（九州北部豪雨災害前）水準まで戻す ・福岡市はホテル客室増加数を基に算出	※ホテル客室増加数見込6,680室（出典：福岡市「福岡市の観光MICE2018年版」）
	【外国人】 ・福岡市以外は日本人延べ宿泊者数の伸び率と同じ水準で増加 ・福岡市はホテル客室増加数を基に算出	※観光庁「宿泊旅行統計」に基づき推計した地区別延べ宿泊者数、増加率推移などに基づき算出
旅行消費単価 （通常入国外国人）	2018年旅行消費単価実績 ＋ 外国人一人当たり宿泊数増0.41泊 （2018年1.12泊 → 2023年1.53泊） × 1泊毎に増加する消費額	※観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき推計した外国人来訪者数見込330万人 ※上記外国人延べ宿泊者目標 ※1泊毎に増加する消費額9,000円（出典：内閣府「地域の経済2018」）に基づき算出
旅行消費額（注）	【訪日外国人（通常入国）】 2023年旅行消費単価（通常入国外国人） × 2023年外国人来訪者数	※上記旅行消費単価目標 ※観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき推計した外国人来訪者数見込330万人に基づき算出
	【訪日外国人（クルーズ船入国）】 2018年実績の維持を目指す。	※法務省「出入国管理統計」 ※観光庁「訪日外国人消費動向調査」
	【日本人（宿泊客）】 国内延べ宿泊者数の増加人泊数 × 1泊毎に増加する消費額	※上記日本人延べ宿泊者数目標 ※1泊毎に増加する消費額9,000円（出典：内閣府「地域の経済2018」）に基づき算出
	【日本人（日帰り）】 2018年実績の維持を目指す。	※観光庁「旅行・観光消費動向調査」
観光関連産業の売上金額	現状値 × 旅行消費額の増加率	※観光関連産業（宿泊業、飲食業）の売上金額（出典：総務省・経済産業省「経済センサス」） ※上記旅行消費額の目標に基づき算出

注： 第一次指針では、「観光消費額」という用語を用いていたが、第二次指針では、国の「明日の日本を支える観光ビジョン」の用語に合わせて「旅行消費額」と文言を整理した。

また、これまで訪日外国人の消費額については、国が実施する、出国時の訪日外国人に対するアンケート調査で把握された日本国内での旅行消費額の総額に基づき、本県が推計していた（この場合、福岡空港から出国する外国人が、九州各県など他県で消費した額も本県の消費単価に反映される一方、県外空港から出国する外国人の本県内での消費額は本県消費単価には反映されない）。

しかし、2018年以降の観光庁「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人の各県内での消費単価が公表されるため、より実態に近い当該単価を採用した。

4 成果指標（再掲）

4つの施策の柱に係る目標を成果指標として設定します。

（1）受入環境の充実

成果指標	現状 (2018年,H30)	目標値 (2023年,R5)	算出方法
全国の延べ宿泊者数に占める福岡県の延べ宿泊者数の割合(外国人)	3.6%	4.0%	現状値の向上を目指す。
インバウンド協力店登録数	1,004店舗	2,000店舗	現状値の約2倍を目指す。
ふくおかバリアフリーマップ掲載施設数	4,619箇所	9,000箇所	現状値の約2倍を目指す。

（2）観光資源の魅力向上

成果指標	現状 (2018年,H30)	目標値 (2023年,R5)	算出方法
日本人旅行消費単価(宿泊客)	61,000円	62,000円	体験型観光の推進により娯楽等サービス費1,000円増を目指す。
旅行商品として販売したインバウンド向け体験プログラムの数	15商品	30商品	現状値の約2倍を目指す。
サイクルツーリズムモデルルート数	5箇所	10箇所	現状値の約2倍を目指す。

（3）効果的な情報発信

成果指標	現状 (2018年,H30)	目標値 (2023年,R5)	算出方法
SNSフォロワー数	129,579人	260,000人	現状値の約2倍を目指す。
県ホームページセッション数	208万セッション	520万セッション	九州一位の長崎県を目指す。
県ホームページ平均セッション時間	1分08秒	2分40秒	九州一位の鹿児島県を目指す。

（4）観光振興の体制強化

成果指標	現状 (2018年,H30)	目標値 (2023年,R5)	算出方法
日本版DMO及びDMO候補法人の数	6団体	9団体	3団体増を目指す。
観光人材育成研修受講者数	—	累計3,800人	年間950人の受講を目指す。

5 事業効果測定指標

定期的に測定し事業効果を検証するための指標を設定します。

測定指標
韓国、中国(クルーズ船)以外の外国人入国者数割合
外国人来訪者数(通常入国・クルーズ)
両政令市以外の地区への来訪者数
本県の認知度、訪問意向、満足度

注：本県の認知度、訪問意向、満足度については、今後調査を実施した上で、成果指標への設定を検討します。

第5章 施策の推進体制

I 各主体の役割、連携方法

県、市町村、観光事業者、観光振興団体及び県民は、観光振興条例第3条、第5条、第6条及び第7条の規定に基づき、それぞれの役割を果たすことで、県一体となって観光振興に取り組みます。

なお、市町村においては、地域の観光事業者や観光協会、地元商店街などの民間事業者と連携・協力し、地域固有の資源の発掘、磨き上げ、活用による観光のまちづくりや、個々の観光地や観光関連施設における受入環境の整備に取り組むとともに、旅行者が地域住民に与える影響の緩和に努めることが期待されます。

また、(公社)福岡県観光連盟においては、本県観光振興の実行部隊として、県及び県内日本版DMOをはじめ関係団体等と緊密に連携・協力しながら、県全域でのマーケティングや観光情報の発信・プロモーションを行うとともに、地域の観光資源開発や観光人材育成等の支援を行うことが期待されます。

II 成果の検証と進捗管理

本指針を実効あるものとして推進していくため、毎年、本指針に係る事業の進捗状況や成果、課題などについて、福岡県観光審議会に意見を聴取し、各施策の実施状況を評価・検証します。その検証結果を踏まえ、施策の見直しを図ることで実効性を確保します。

なお、社会情勢の変化や国の動向など、観光振興に新たな対応が求められる場合は、対象期間内であっても柔軟に指針の見直しを行います。



志賀島(福岡市)

参考資料

観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例

平成二十八年十月十一日
福岡県条例第四十五号

観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例をここに公布する。

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、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、(一社)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、成果の活用に努めるものとする。

(観光振興財源の活用)

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、福岡県宿泊税基金条例(令和元年福岡県条例第二十二号)に規定する交付金により実施しようとする事業に関し、市町村の求めに応じ、情報の提供、専門的又は技術的な助言その他の必要な支援を行うものとする。

- 2 知事は、前項の規定による支援を行うに当たっては、必要な範囲において特定広域観光振興法人その他の観光振興団体及び観光事業者と連携するものとする。

(民泊に関する協議の場の設置)

第十三条 知事は、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う住民生活環境等への影響並びに住宅宿泊事業法(平成二十九年法律第六十五号)その他の関係法令の趣旨を踏まえ、県の関係部局、国の関係行政機関、市町村及び観光事業者等が情報及び課題を共有し、又は必要な措置及び施策等について協議し、若しくは検討するための場を設けるものとする。

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。

附 則 (令和元年条例第二〇号)

この条例は、福岡県宿泊税基金条例の施行の日から施行する。ただし、第十三条の改正規定は、令和二年四月一日から施行する。

国の数値目標（明日の日本を支える観光ビジョン）

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。

1 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 等

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 等

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 等

2 数値目標

数値目標	2018年(H30)	2020年(R1)	2030年(R12)
訪日外国人旅行者数	3,119万人	4,000万人	6,000万人
訪日外国人旅行消費額	4.5兆円	8兆円	15兆円
地方部での外国人延べ宿泊者数	3,848万人泊	7,000万人泊	1億3,000万人泊
外国人リピーター数	1,938万人	2,400万人	3,600万人
日本人国内旅行消費額	15.8兆円	21兆円	22兆円

九州の数値目標（第二期九州観光戦略）

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、（一社）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。

第二期九州観光戦略（期間：2014（平成26）年度～2023（令和5）年度）では、2023（令和5）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、九州への入国外国人数を786万人に、観光消費額を4兆円とすることを目標としています。目標達成に向けて、中期行動計画である第三次アクションプラン（期間：2020（令和2）年度～2023（令和5）年度）に基づき、4つの戦略（「九州ブランドイメージ戦略」「観光インフラ整備戦略」「九州への来訪促進戦略」「来訪者の滞在・消費促進戦略」）の下、（一社）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。

1 第三次アクションプラン概要

（1）基本方針

- ①世界中の観光客から選ばれる「KYUSHU」の確立
- ②観光の持続的な発展に向けた基盤の強化
- ③欧米・大洋州、中国F I T誘客による観光消費額の拡大

（2）主な実施項目

戦略Ⅰ 九州ブランドイメージ戦略

- ・「KYUSHU」のブランド力の向上

戦略Ⅱ 観光インフラ整備戦略

- ・観光産業の人的基盤の強化
- ・国際航空路線の拡大
- ・宿泊施設の充実・拡充
- ・外国人観光客の安全・安心確保のための緊急時・災害発生時の対応力の向上
- ・ストレスフリーな環境の整備

戦略Ⅲ 九州への来訪促進戦略

- ・九州ならではの価値を持ったコンテンツの磨き上げ
- ・広域周遊の促進
- ・欧米・大洋州からの誘客拡大
- ・東アジア・東南アジアからの誘客拡大
- ・国内からの誘客拡大

戦略Ⅳ 来訪者の滞在・消費促進戦略

- ・外国人観光客の消費拡大
- ・ナイトタイムエコノミーの拡充
- ・クルーズ船寄港地観光の魅力向上
- ・M I C E誘致の強化と経済効果の最大化

(3) 数値目標

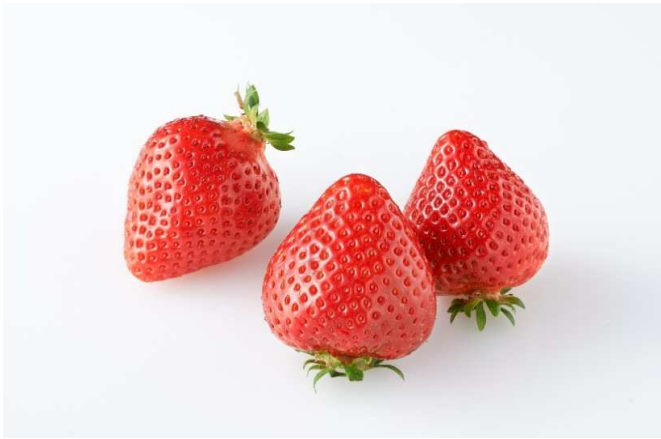
数値目標	2018年(H30)	2023年(R5)
観光消費額	2.6兆円	4.0兆円
訪日外国人	4,040億円	1兆2,000億円
国内宿泊	1兆7,184億円	2兆2,400億円
国内日帰り	4,503億円	5,600億円
入国外国人数	512万人	786万人
延べ宿泊者数	4,613万人泊	6,800万人泊
国内	3,899万人泊	4,790万人泊
外国人	715万人泊	2,010万人泊



福岡の八女茶



福岡県農林水産物ブランド品



あまおう



焼きカキ



はかた地どりの水炊き



福岡有明のり



明太子



とんこつラーメン



第二次福岡県観光振興指針

発行日／2020年3月
編集／福岡県商工部観光局観光政策課

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
TEL 092-643-3419 FAX 092-643-3431
E-mail:kanko@pref.fukuoka.lg.jp

2020年3月発行
福岡県商工部観光局観光政策課

福岡県行政資料

分類記号 KB	所属コード 0621008
登録年度 31	登録番号 0001