



福岡県における観光の現状と課題

福岡県商工部観光局観光政策課

令和5年3月22日

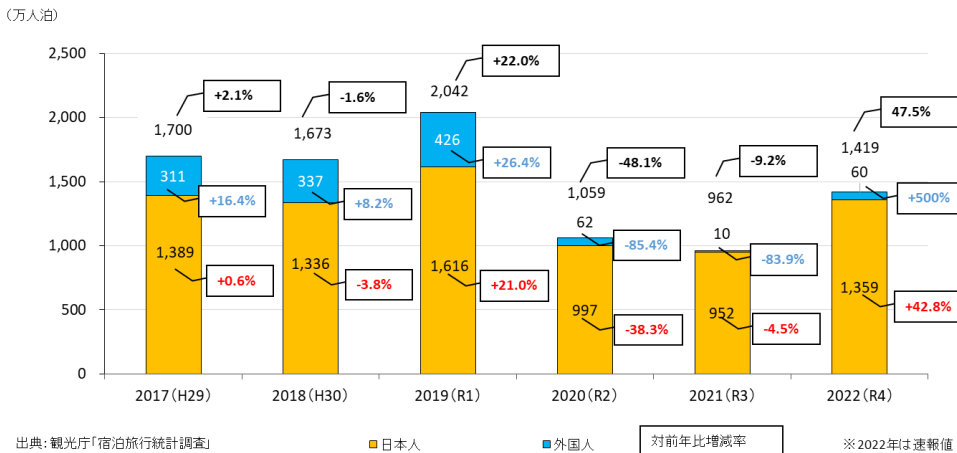


社会経済情勢、本県の状況を踏まえた現状と課題

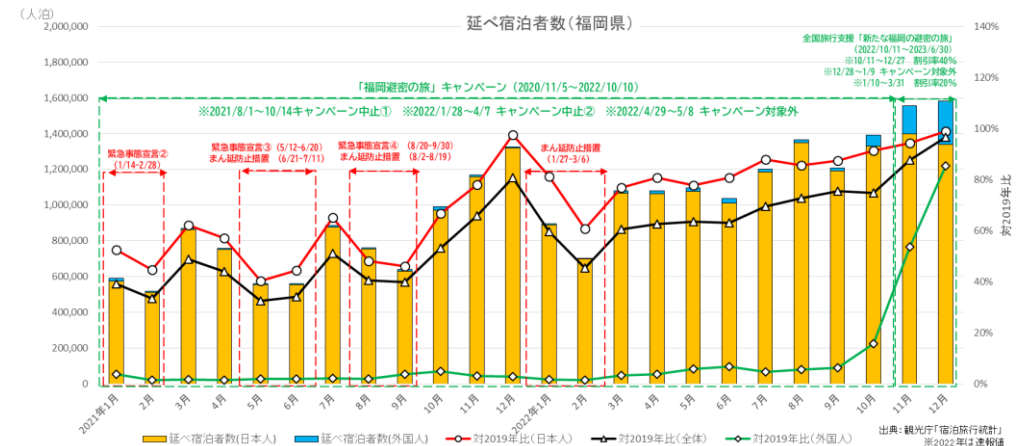
(1) コロナ禍による旅行需要消失_① (延べ宿泊者数の現状)

- 本県の延べ宿泊者数は、2019年は前年比22.0%の2042万人泊となり、初めて2,000万人泊を突破したが、新型コロナウイルス感染症の拡大により、2020年は1,059万人泊、2021年は962万人泊と約1,000万人泊の需要消失。2022年は主に国内需要の回復により、2019年の約7割である1,419万人泊まで回復したが、依然623万人泊の需要消失。
- 外国人の延べ宿泊者数は、2019年まで堅調に増加し、426万人泊となっていたが、コロナにより2020年、2021年はほぼ皆減状態、2022年は2019年比で86.0%減の60万人泊となった。
- 一方、入国制限が緩和された2022年10月以降は特に外国人延べ宿泊者数に回復傾向がみられ、2022年12月の外国人延べ宿泊者数は2019年同月比で85%、日本人を含めた全体では97%とほぼコロナ前まで戻ってきている。
- コロナ禍を乗り越え、本県観光を本格的に復興させていくためにも、更なる需要喚起に向けた取組が必要。

本県における延べ宿泊者数の推移 (年別)



本県における延べ宿泊者数の推移 (月別)



(1) コロナ禍による旅行需要消失_② (客室稼働率の現状)

- ・本県の旅館業法許可施設における2019年の客室稼働率は71.7%であり、東京都79.5%、大阪府79.0%に次いで全国3位と非常に高い水準であったが、2020年に35.9%で20位、2021年に34.3%で35位、2022年には46.7%で23位と低水準。
- ・コロナ前と比較すると、ビジネスホテル、シティホテルが大きく順位を落としている。また、旅館やリゾートホテルも稼働率が低い状態が続いている。
- ・宿泊産業は地域の雇用と観光産業の基盤を支える重要な産業であることから、旅行者のニーズを満たすハード・ソフト両面での対策や、生産性向上を通じた競争力の強化が必要。

客室稼働率の推移 (2019年における上位10都府県)

	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)
全国	61.2%	62.7%	34.3%	34.3%	46.5%
東京都	80.0%	79.5%	33.6%	36.0%	52.5%
大阪府	79.6%	79.0%	27.8%	26.7%	44.6%
福岡県	72.2%	71.7%	35.9%	34.3%	46.7%
千葉県	68.6%	70.6%	36.5%	36.5%	51.9%
神奈川県	65.6%	70.4%	42.8%	41.9%	50.4%
埼玉県	65.4%	70.2%	44.8%	43.7%	54.7%
広島県	66.2%	69.3%	40.8%	38.2%	50.9%
愛知県	70.1%	68.8%	36.8%	38.2%	48.8%
京都府	64.7%	66.3%	27.6%	24.4%	40.7%
沖縄県	63.7%	64.7%	30.2%	25.2%	41.9%

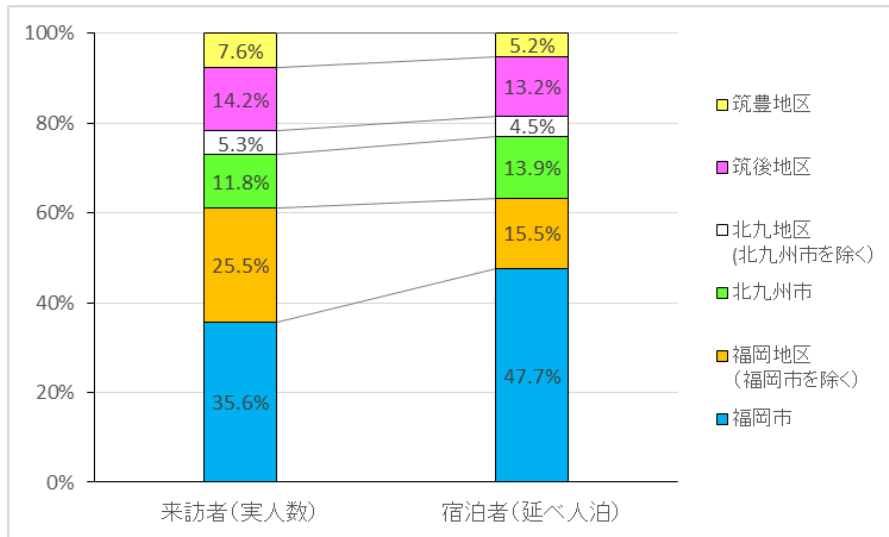
客室稼働率の推移 (都道府県別順位・宿泊施設タイプ別)

	2019 (R1)		2020 (R2)		2021 (R3)		2021 (R4)	
	稼働率	順位	稼働率	順位	稼働率	順位	稼働率	順位
全国	62.7		34.3		34.3		46.5	
旅館	39.6		25.0		22.8		32.8	
リゾートホテル	58.5		30.0		27.3		43.1	
ビジネスホテル	75.8		42.8		44.3		56.8	
シティホテル	79.5		34.1		33.6		50.1	
簡易宿所	33.4		15.5		16.6		21.6	
福岡県	71.7	3	35.9	20	34.3	35	46.7	23
旅館	30.7	41	19.4	39	19.9	38	22.6	47
リゾートホテル	44.4	38	21.0	43	19.3	43	22.6	46
ビジネスホテル	79.5	7	39.0	40	37.4	43	50.4	41
シティホテル	80.2	6	41.0	23	39.8	27	58.8	15
簡易宿所	40.2	7	15.6	13	12.9	25	23.5	11

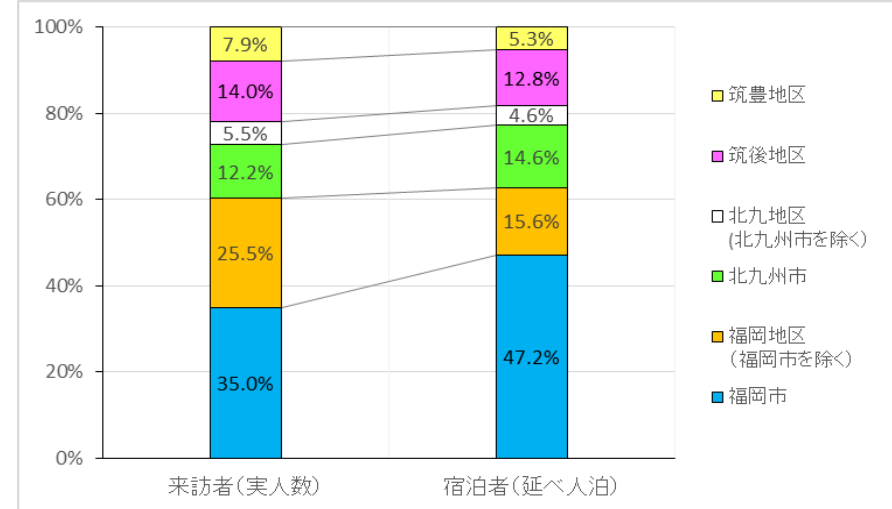
(1) コロナ禍による旅行需要消失_③ (観光客の分布状況)

- ・県内の観光客の分布状況を地区別で見ると、2021年の来訪者については福岡地区60.5%（福岡市35.0%、福岡市を除く福岡地区25.5%）と北九州地区17.7%（北九州市12.2%、北九州市を除く北九州地区5.5%）の両地区で78.2%を占めている。
- ・また、宿泊者についても、福岡地区62.8%（福岡市47.2%、福岡市を除く福岡地区15.6%）と北九州地区19.2%（北九州市14.6%、北九州市を除く北九州地区4.6%）の両地区で82.0%を占めている。
- ・2020年は両地区の来訪者は78.2%、宿泊者は81.6%でありほぼ横ばい。依然として来訪者、宿泊者ともに、両政令市、特に福岡市に集中している状況。
- ・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。

観光客の県内各地における分布状況（2020年）



観光客の県内各地における分布状況（2021年）



出典：「モバイル空間統計」による福岡県観光ビッグデータ調査報告書
 (2021年度福岡県「旅行者の周遊等の状況に関する調査」対象期間：2020.1.1～12.31)

出典：「モバイル空間統計」による福岡県観光ビッグデータ調査
 (2022年度福岡県「旅行者の周遊等の状況に関する調査」対象期間：2021.1.1～12.31)

(2) 経済状況・世界情勢によるインバウンド回復への影響

- ・2022年10月からの入国制限の緩和により、本県への入国外国人数は、2021年の6千人が2022年には40万人と増加している。
- ・令和4年12月の入国者数は18万人、令和5年1月の入国者数は20万人で、コロナ前の2019年1月（28万人）と比較して約7割まで回復。国別では、最新の情報である令和4年12月時点で韓国が約7割で最も多い。
- ・一方、中国・日本間の水際対策の影響により、中国人観光客の回復が見通せないことや、原油高、ウクライナ問題による欧州便の航路変更は、本格的なインバウンド回復への懸念材料である。
- ・インバウンド回復期において、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、高付加価値な旅行商品の開発や客観的なデータに基づくターゲティングと戦略的なプロモーションの強化が必要。

外国人入国者の推移及び構成比（福岡県）

国籍・地域	2016年	2018年	2019年	前年比 伸長率	2022年	対2019年比 伸長率	構成比	参考：月別外国人入国者数(万人)		
	(H28)	(H30)	(R1)		(R4)			2019年 1月	2022年 12月	2023年 1月
合計	260	328	285	-13%	40	-86%	100%	28	18	20
通常入国	181	270	235	-13%	40	-83%	100%	25	18	20
(主な内訳)										
韓国	104	171	122	-29%	26	-79%	65%	17	13	-*
中国	16	22	23	6%	0	-99%	1%	19	0.1	-*
台湾	26	33	35	7%	3	-93%	6%	27	1	-*
香港	14	20	22	10%	2	-91%	5%	14	1	-*
東南アジア	12	13	20	59%	7	-63%	18%	1	2	-*
ヨーロッパ	3	4	5	26%	0.4	-92%	1%	0.2	1	-*
米国	2	3	3	10%	0.4	-86%	1%	0.2	1	-*
オーストラリア	1	1	1	21%	0.1	-89%	0%	0.1	0.1	-*
クルーズ船	79	58	49	85%	0.0	-100%	0%	3	0	0

出典：法務省「出入国管理統計」
※ 未公表のため集計不可

福岡空港国際定期航空路線の状況

	2019.2月	2022.2月	2023.2月
国・地域数	10か国・地域	4か国・地域	8か国・地域
路線数	19路線	4路線	13路線
便数	1,547便	43便	1,163便

その他インバウンドへの影響

- ・JAL燃油サーチャージ料（片道）※北米・欧州・中東・オセアニア
2022年4-5月：20,200円 → 2023年2-3月：47,000円
- ・ウクライナ問題により欧州直行便の復便は不透明
- ・中国・日本間の水際対策や中国との直行便の回復状況は不透明
- ・2022年10月新規外国人の入国制限緩和（韓国など近隣からのリベンジ旅行需要の増）

● 観光ビッグデータを活用した旅行実態把握調査

(1) 観光ビッグデータを活用した旅行実態把握調査

- ・ 携帯の位置情報やSNS情報等を活用し、旅マエ、旅ナカ、旅アトにおける観光客の旅行実態や、観光客の本県での周遊状況等について調査を実施。（令和4年度新規事業）

調査の概要

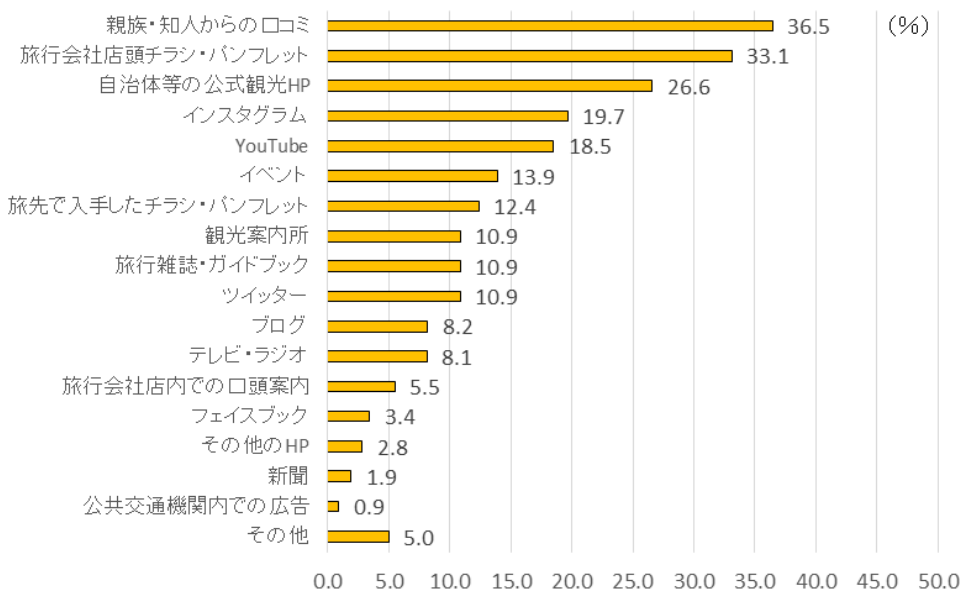
調査項目	調査方法等	対象
認知度・来訪者意向調査	旅マエ、旅ナカの情報入手手段や観光地等の認知度、福岡県への来訪意向等についてアンケート調査を実施	関東、関西、九州（福岡県を除く） 計3,003名
来訪者動線調査	実際に福岡に来訪した観光客を対象に、来訪場所、周遊先、満足度、再訪意向等についてアンケート調査を実施	関東、関西、九州（福岡県を除く）からの福岡県来訪者 計3,009名
SNS調査	トリップアドバイザー及びインスタグラムの投稿から、観光客のトレンドについて分析。インスタグラムについては、#福岡観光、#北九州観光、#筑豊観光、#筑後観光のハッシュタグを用いている投稿を収集。	トリップアドバイザー:20,871件（2017年～2023年） インスタグラム:54,726件（2022年1月～12月） 【内訳】#福岡観光46,545件、#北九州観光8,025件、#筑豊観光94件、#筑後観光62件
GPS情報を用いた来訪者分析（集計中）	県内の観光地等40か所の来訪者属性を分析	来訪者属性、来訪者居住地、観光地間の周遊分析（2022年5月、7月、10月、2023年1月） 来訪者数の推移（2020年1月20日～2023年1月29日）
事業者アンケート調査	県内の観光関連事業者を対象に、現在の売上状況や、施策について満足度及びニーズ等のアンケート調査を実施	480票 （配布数2,737票・回収率17.5%）

(2) 観光ビッグデータ調査の結果_① (認知度・来訪意向調査)

6

- ・旅行先を決める際の情報源として「親族・知人からの口コミ」(36.5%) が最も多く、次いで「旅行会社店頭チラシ・パンフレット」(33.1%)、「自治体等の公式観光HP」(26.6%) が活用されている結果となった。
- ・また、情報源の種別について年代別で見ると20歳代は「Instagram」(44.1%)、「Youtube」(30.1%)といったSNS等を活用しているのに対し、60歳代では「旅行会社店頭チラシ・パンフレット」(46.8%) を多く活用している等、年代によって情報源が大きく異なっていることが分かる。

旅行先を決める際に参考にする情報源



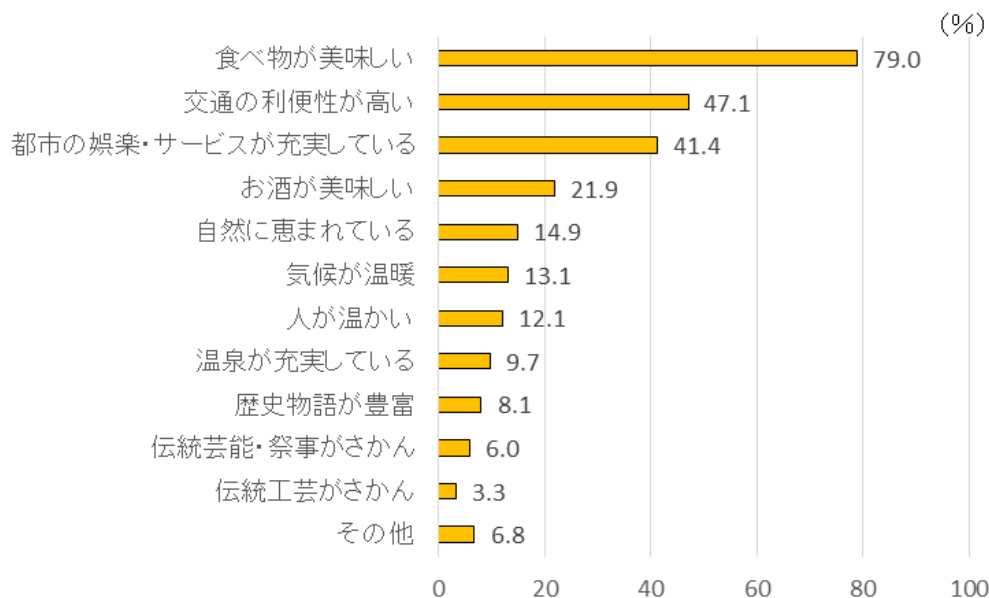
旅行先を決める際に参考にする情報源 (性・年代別)

		自治体等の公式観光HP	その他のHP	ブログ	ツイッター	フェイスブック	Instagram	YouTube	テレビ・ラジオ	新聞
全体		26.6	2.8	8.2	10.9	3.4	19.7	18.5	8.1	1.9
性別	男性	28.6	2.4	9.3	11.3	4.5	12.7	21.4	6.8	2.0
	女性	24.7	3.3	7.0	10.5	2.3	26.8	15.7	9.5	1.9
年代	20代	24.5	1.2	7.7	26.6	3.5	44.1	30.1	4.0	0.3
	30代	25.8	3.8	12.0	14.0	4.3	28.7	21.2	6.5	0.5
	40代	28.0	2.7	9.5	7.2	3.2	12.5	16.2	9.7	1.0
	50代	28.2	2.7	6.0	4.8	2.7	8.6	13.0	11.1	2.2
	60代以上	26.5	3.8	5.7	2.0	3.3	4.8	12.2	9.3	5.7
		旅行雑誌・ガイドブック	旅行会社店頭チラシ・パンフレット	旅先で入手したチラシ・パンフレット	親族・知人からの口コミ	旅行会社店内での店頭案内	観光案内所	イベント	公共交通機関内での広告	その他
全体		10.9	33.1	12.4	36.5	5.5	10.9	13.9	0.9	5.0
性別	男性	9.4	29.0	12.6	31.8	5.6	11.7	14.2	1.1	6.5
	女性	12.5	37.2	12.1	41.2	5.4	10.0	13.6	0.7	3.6
年代	20代	7.5	20.3	10.8	32.6	4.7	10.1	16.0	0.8	3.3
	30代	12.3	23.7	12.2	35.5	5.5	8.5	18.8	0.5	4.5
	40代	12.7	36.8	12.5	38.3	5.2	10.3	15.2	0.8	9.0
	50代	11.3	37.7	14.0	37.5	3.7	12.8	11.0	1.3	5.0
	60代以上	10.8	46.8	12.5	38.7	8.5	12.5	8.7	0.8	3.3

(2) 観光ビッグデータ調査の結果_② (認知度・来訪意向調査)

- ・福岡県のイメージとして、79.0%の人が「食べ物が美味しい」と回答しており、「食」のイメージが定着していることがうかがえる。
- ・また、九州在住者は「食べ物が美味しい」だけでなく、「交通の利便性が高い」、「娯楽・サービスが充実している」といったイメージを持つ人が6割を超えており、九州内では都市機能が充実しているというイメージがある。
- ・一方、「自然に恵まれている」「温泉が充実している」「伝統工芸がさかん」「伝統芸能・祭事がさかん」「歴史物語が豊富」といったイメージを持つ人の割合は低く、県の自然・歴史・文化等に根差した観光資源の発掘・発信が課題。

福岡県のイメージ



福岡県のイメージ (年代・居住地別)

		(%)					
		自然に恵まれている	都市の娯楽・サービスが充実している	交通の利便性が高い	食べ物が美味しい	お酒が美味しい	気候が温暖
全体		14.9	41.4	47.1	79.0	21.9	13.1
年代	20代	16.8	40.6	41.3	72.7	20.3	13.1
	30代	15.7	41.2	42.5	76.7	24.7	13.0
	40代	13.0	45.0	46.3	82.8	24.3	11.5
	50代	13.6	44.2	49.5	83.6	22.1	15.6
	60代以上	15.3	36.0	56.0	79.2	18.2	12.0
居住地	全体	14.9	41.4	47.1	79.0	21.9	13.1
	関東地域	18.0	31.0	37.2	80.3	24.6	16.9
	関西地域	14.3	30.6	37.6	79.7	24.1	14.6
	九州地域	12.4	62.6	66.6	76.9	17.1	7.7
		温泉が充実している	伝統工芸がさかん	伝統芸能・祭事がさかん	歴史物語が豊富	人が温かい	その他
全体		9.7	3.3	6.0	8.1	12.1	6.8
年代	20代	9.7	3.8	5.0	6.7	10.0	9.0
	30代	10.3	3.3	4.8	7.3	8.7	8.2
	40代	6.8	3.3	5.2	6.5	11.8	6.8
	50代	10.3	2.8	6.3	7.3	14.6	4.7
	60代以上	11.5	3.3	8.5	12.8	15.5	5.5
居住地	全体	9.7	3.3	6.0	8.1	12.1	6.8
	関東地域	12.7	3.8	6.1	9.9	12.0	7.7
	関西地域	12.7	3.3	5.3	7.0	13.7	7.5
	九州地域	3.8	2.9	6.5	7.5	10.7	5.3

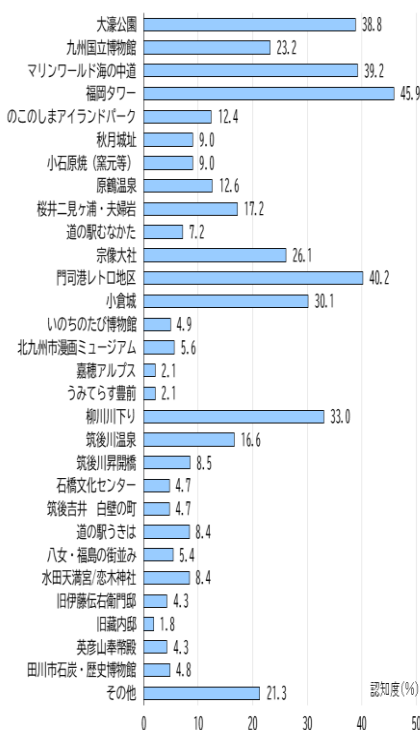
(2) 観光ビッグデータ調査の結果_③ (認知度・来訪意向調査)

・認知度が高い観光資源として、「福岡タワー（45.9%）」「門司港レトロ地区（40.2%）」「マリンワールド海の中道（39.2%）」、来訪・体験意向が高い観光資源として「マリンワールド海の中道（45.9%）」「筑後川温泉（41.7%）」「原鶴温泉（39.3%）」の順で並んでいる。「マリンワールド海の中道」等は、認知度と来訪・体験意向の両方が高いものの、いずれも50%を超えてはいない。

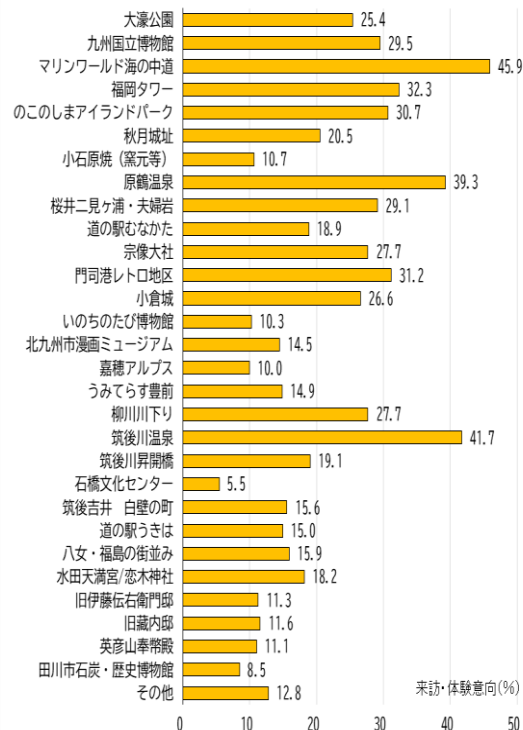
・既存の観光資源の磨き上げや新たな観光資源の発掘により、マストと言えるような核となる主要な観光資源の創出が必要。

観光地の認知度と来訪・体験意向

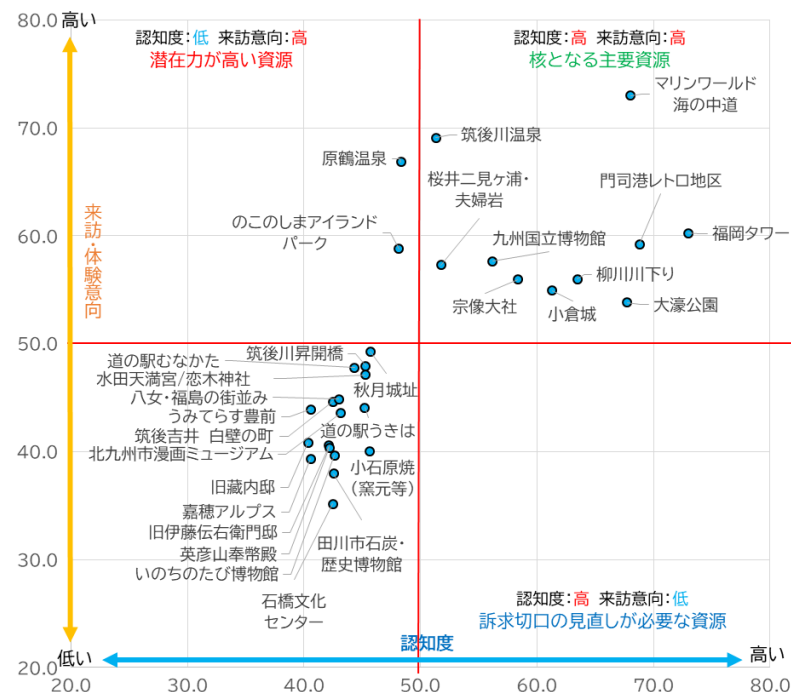
【認知度】



【来訪・体験意向】



観光地の認知度と来訪・体験意向の偏差値 (相関図)



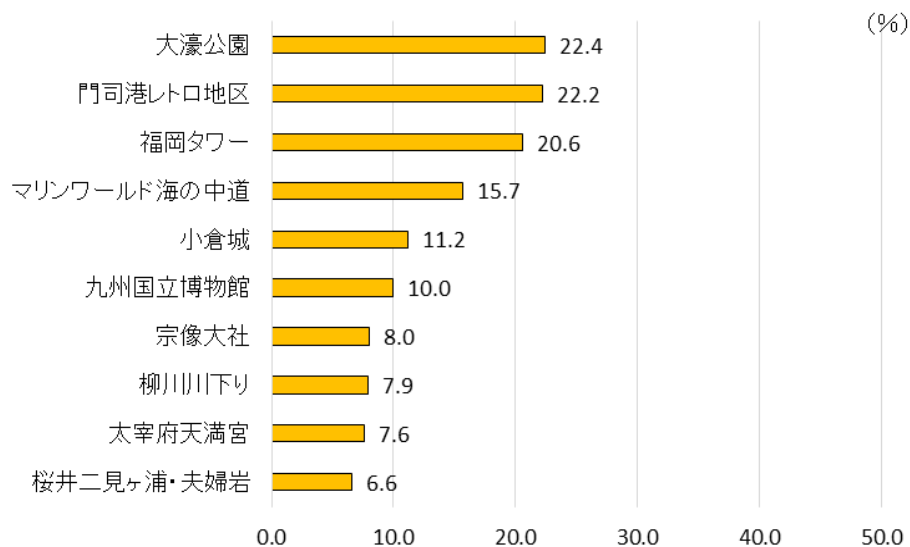
(2) 観光ビッグデータ調査の結果_④ (来訪者の動線調査)

・観光客が訪れている観光資源として、「大濠公園」(22.4%)、「門司湊レトロ地区」(22.2%)、「福岡タワー」(20.6%)等が上位に並んだ。

・観光地間の周遊分析については、「大濠公園と福岡タワー」、「マリンワールドと福岡タワー」、「門司港レトロ地区と小倉城」など、政令市の地域内の周遊が多いが、「大濠公園と門司港レトロ地区」、「福岡タワーと門司港レトロ地区」など、両政令市間を周遊している傾向もみられる。

・一方、最も立ち寄った割合が高い大濠公園でも22.4%と、誰もが立ち寄るような集客力の高い観光資源はない状況。

観光地の来訪者率



※来訪者率5%以上の観光地を抽出

観光地間の周遊分析 (周遊者が多い順)

順位	スポット1	スポット2	順位	スポット1	スポット2
1	大濠公園	福岡タワー	20	福岡タワー	桜井二見ヶ浦・夫婦岩
2	マリンワールド海の中道	福岡タワー	21	桜井二見ヶ浦・夫婦岩	門司港レトロ地区
3	門司港レトロ地区	小倉城	22	マリンワールド海の中道	柳川川下り
4	大濠公園	門司港レトロ地区	22	福岡タワー	柳川川下り
5	福岡タワー	門司港レトロ地区	23	マリンワールド海の中道	宗像大社
6	大濠公園	マリンワールド海の中道	24	マリンワールド海の中道	のこのしまアイランドパーク
7	マリンワールド海の中道	門司港レトロ地区	25	宗像大社	小倉城
8	大濠公園	九州国立博物館	26	マリンワールド海の中道	小倉城
9	宗像大社	門司港レトロ地区	27	マリンワールド海の中道	桜井二見ヶ浦・夫婦岩
10	九州国立博物館	福岡タワー	27	道の駅むなかた	門司港レトロ地区
11	門司港レトロ地区	柳川川下り	28	福岡タワー	のこのしまアイランドパーク
12	九州国立博物館	マリンワールド海の中道	29	大濠公園	のこのしまアイランドパーク
13	大濠公園	小倉城	29	九州国立博物館	小倉城
14	福岡タワー	小倉城	30	小倉城	柳川川下り
15	九州国立博物館	門司港レトロ地区	31	九州国立博物館	宗像大社
16	大濠公園	宗像大社	31	門司港レトロ地区	道の駅うきは
16	福岡タワー	宗像大社	32	九州国立博物館	柳川川下り
17	大濠公園	柳川川下り	32	マリンワールド海の中道	道の駅うきは
18	大濠公園	桜井二見ヶ浦・夫婦岩	33	宗像大社	柳川川下り
19	道の駅むなかた	宗像大社	34	福岡タワー	道の駅むなかた
			34	福岡タワー	道の駅うきは

(2) 観光ビッグデータ調査の結果_⑤ (来訪者の動線調査)

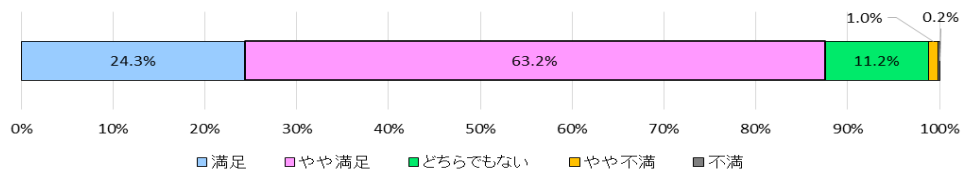
10

・福岡県を来訪した旅行者の87.5%は「満足」または「やや満足」と回答した。年代別に見ると「やや満足」と回答した人の年代に偏りはないが、「満足」と回答した20代（29.1%）と60代以上（19.7%）に約10ポイントの差が生じており、食事やイベントへの満足度が福岡県への満足度に繋がったものと推測される。

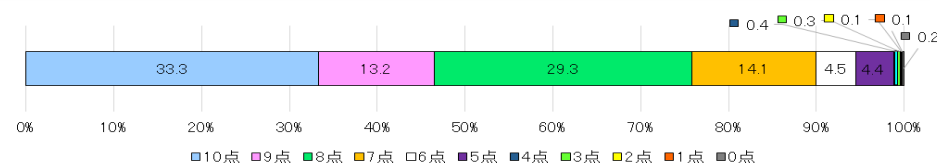
・また、他人への推奨度を10点満点とした評価では、推奨者を示す9～10点の割合が46.5%、中立者を示す7～8点の割合が43.4%、批判者を示す0～6点の割合が10.0%であり、顧客推奨度の指標であるNPS※（ネットプロモータースコア）は36.5と高く、一度福岡に来てもらえば、リピーターや口コミによる新たな観光客獲得も期待できる。

・年代別に見ると、60代以上のNPSは16.9%と他の世代に比べ大きく低い。高年齢層の推奨度を高めていくための取組が必要。

旅行者の満足度



福岡県の推奨度



		満足度 (%)				
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満
全体		24.3	63.2	11.2	1.0	0.2
性別	男性	18.3	66.6	13.8	1.0	0.3
	女性	30.0	59.9	8.8	1.0	0.2
年代	20代	29.1	60.7	8.4	1.8	0.0
	30代	23.1	68.4	7.0	1.0	0.5
	40代	24.4	63.6	11.2	0.5	0.3
	50代	24.8	60.6	13.4	0.9	0.2
	60代以上	19.7	62.9	16.5	0.7	0.2

		推奨度 (%)											NPS
		10点	9点	8点	7点	6点	5点	4点	3点	2点	1点	0点	
全体		33.3	13.2	29.3	14.1	4.5	4.4	0.4	0.3	0.1	0.1	0.2	36.5
性別	男性	29.3	14.3	30.6	14.6	5.5	4.3	0.4	0.2	0.2	0.3	0.3	32.4
	女性	37.1	12	28.1	13.5	3.6	4.6	0.5	0.4	0.1	0.0	0.2	39.7
年代	20代	40.0	17.4	24.4	10.4	3.2	3.4	0.5	0.0	0.0	0.5	0.5	36.5
	30代	38.8	15.2	23.6	11.3	4.6	4.3	1.2	0.2	0.5	0.0	0.2	49.3
	40代	33.8	10.2	31.3	16.3	3.1	4.6	0.0	0.5	0.3	0.0	0.0	43.0
	50代	32.6	12.3	30.1	15.0	4.6	4.9	0.0	0.2	0.0	0.2	0.0	35.5
	60代以上	20.4	10.3	37.8	17.7	7.1	5.2	0.5	0.5	0.0	0.0	0.5	16.9

※NPS = ネットプロモータースコア

推奨者（9～10点）の割合から批判者（0～6点）の割合を引いたもの。顧客推奨度の指標として用いられている。

(2) 観光ビッグデータ調査の結果_⑥ (SNS調査)

・トリップアドバイザーに寄せられた投稿において、「食事がよかった」といった旨の投稿が最も多く全体の30.5%を占め、次いで「アクセスが良い」、「日本・地域の歴史・文化を体験できた」等の内容の投稿が多かった。

・また、Instagramに投稿された観光スポットとして「太宰府天満宮」に関する投稿で期間内（2022年1年間）に1,985件の投稿があったほか、皿倉山、能古島、太原のイチョウ、如意輪寺等、各地域の景色がよいスポットが投稿されている。

トリップアドバイザーに投稿されたコメント

コメント内容(ポジティブ)	割合(%)
食事がよかった	30.5
アクセスが良い	25.5
歴史・文化を体験できた	16.9
体験・展示を楽しむことができた	14.4
歴史・文化的な景観に魅力を感じた	9.6

コメント内容(ネガティブ)	割合(%)
食事がよくなかった	13.0
人が多い	11.3
スタッフの対応が悪い	7.0
施設設備に不満があった	6.6
サービス(制度・仕組み)が悪い	5.7

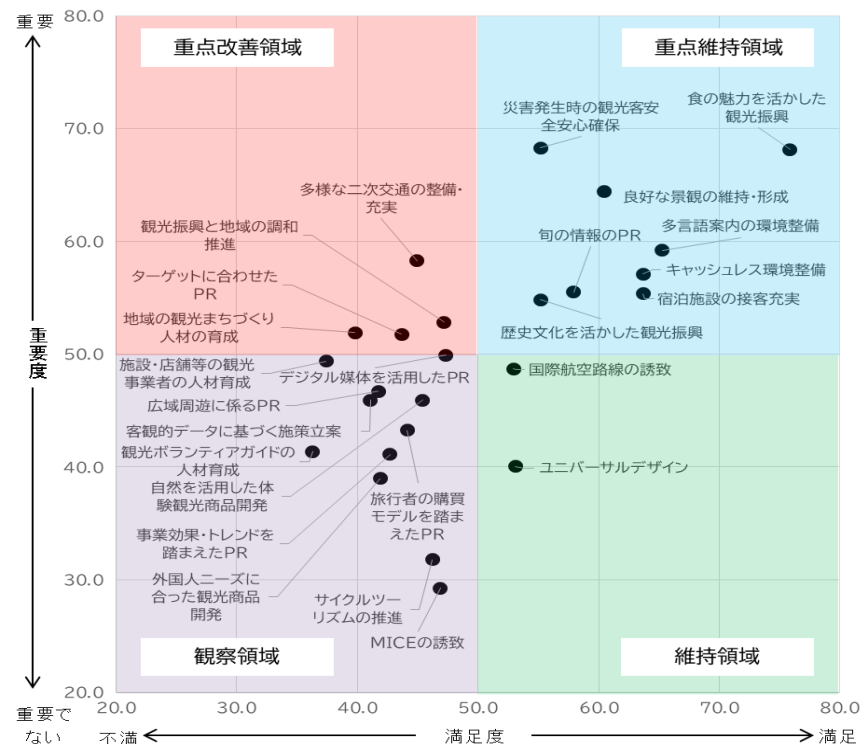
Instagramに投稿された観光スポットのうち主なもの

観光地	投稿数(件)	観光地	投稿数(件)
太宰府天満宮	1,985	博多織	99
キャナルシティ博多	807	太原のイチョウ	84
福岡タワー	660	柳川川下り	71
大濠公園	649	九州鉄道記念館	60
門司港駅	523	如意輪寺	60
小倉城	421	のこのしまアイランドパーク	58
桜井二見ヶ浦・夫婦岩	386	清水寺	56
志賀島	344	いのちのたび博物館	55
マリンワールド海の中道	222	原鶴温泉	54
皿倉山	175	八女・福島の街並み	51
宗像大社	170	上野焼	47
能古島	153	英彦山神宮奉幣殿	46
ベイサイドプレイス博多	146	小石原焼	46
九州国立博物館	106	道の駅むなかた	43
秋月城跡	103	水田天満宮／恋木神社	39

(2) 観光ビッグデータ調査の結果_⑦ (事業者アンケート調査)

- ・県内観光関連事業者に県施策等についてアンケートを取ったところ、重要度が高いと考えるが、満足度は低いもの（重点的に改善が必要なもの）として、「二次交通の整備・充実」、「観光まちづくり人材の育成」等が挙げられた。
- ・多言語案内の整備については観光施策の重要度及び満足度のいずれも高いが、実際の多言語案内の導入状況については約7割の事業者が未だ導入しておらず、更なる普及促進が求められる。

観光施策の満足度×重要度



サービス等導入状況

