

## 令和4年度第2回福岡県観光審議会 議事概要

### 1 開催日時・場所

(1) 令和5年3月22日(水) 10:00~12:00

(2) 福岡県庁 行政棟10階 特1会議室

### 2 議題

(1) 令和4年度における観光振興の取組状況について

(2) 令和5年度における新規重点事業について

(3) その他

### 3 議事概要

別紙のとおり

## 開会

(事務局)

それでは定刻となりましたので、ただいまから「第2回福岡県観光審議会」を開催いたします。

本日は、お忙しい中ご出席いただきましてありがとうございます。

私は本日の進行役を務めさせていただきます観光政策課課長補佐でございます。よろしくお願いいたします。

まず、資料の確認をさせていただきます。お手元の資料、上から順に、「次第」、「委員名簿」、「座席表」、資料「福岡県における観光振興の取組みについて」、附属資料「福岡県における観光の現状と課題」、となっております。不足等ございましたら挙手をお願いします。

(挙手なし)

無いようですので、進めさせていただきます。

初めに、観光局長から一言ご挨拶を申し上げます。

(観光局長)

皆さんおはようございます。

本日は年度末のお忙しい中、この審議会にご参加いただきまして誠にありがとうございます。

また、お時間の許す方につきましては先ほど西鉄サイクルバスの方も見ていただきまして大変ありがとうございます。本当にサイクルツーリズムが盛り上がっていくということを大変期待しております。

さて、前は令和4年度の観光振興の取組状況、それから、令和5年度に向けてどういう取組をするのがいいのか皆さま方からいろいろ御意見を賜ったところでございます。

そういったご意見を踏まえまして、昨日、県議会の方でも議決いただきましたが、来年度の新しい事業につきましても予算化することができております。事業につきましても本日は、ご説明をさせていただきます。事業がより効率効果的に、また、観光誘客に繋がる取組になるように、皆さま方からご意見を賜りたいと考えております。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

(事務局)

次に、開会にあたりまして、本審議会の会長よりご挨拶をお願いいたします。

(会長)

本日は、令和4年度第2回目の審議会ということでございます。

前回の審議会では、令和4年度における観光振興の取組状況、及び令和5年度における観

光振興施策の方向性につきまして、委員の皆様から大変貴重なご意見をいただきました。

本日の審議会では、令和4年度における観光振興の取組状況及び、令和5年度における新規重点事業についてご審議をいただくということになっております。

さて、最近の情勢を見ますと、インバウンドについては韓国や台湾等、指定の国・地域についてビザの免除措置が再開され、また、中国を除くすべての国の帰国者・入国者については入国時検査がなくなり、ワクチンの接種証明、又は陰性証明のみ求められることとなりました。

こうした動きもあり、今年の1月には、福岡県の外国人入国者数はコロナ前の7割程度にまで回復しているというデータもございます。

一方で、急激に戻っているインバウンドの受け皿となるホテル・旅館をはじめ、受け入れるための人材が不足しているという話も耳にしているところです。

今年は7月に世界水泳、10月にはツール・ド・九州といった大型スポーツイベントが行われます。また、来年春には福岡・大分デスティネーションキャンペーンも開催されるなど、福岡の観光にとっては明るい話題も多くございます。

こういった機会を活かし、誘客につなげていくためにどのような施策を実行していくことが良いのか、審議会を通じて県に提案していきたいと思っております。

県においては当審議会での意見を踏まえて、コロナ禍の厳しい状況を乗り越え、第二次福岡県観光振興指針に掲げた「持続可能な観光先進県 福岡」という目指す将来像に一步でも近づくため、より一層の観光振興を図っていただくよう、お願いします。

委員の皆様からは、忌憚のないご意見を賜りたいと存じますので、本日はどうぞよろしくお願ひいたします。

(事務局)

ありがとうございました。ここで定足数についてご報告いたします。

委員総数13名中、本日のご出席はオンラインで出席されている委員の方を含め12名でございます。福岡県観光審議会規則第8条第2項の過半数の出席の要件を満たしておりますので、本審議会は有効に成立していることを報告いたします。

それでは、これ以降の進行は、会長にお願いいたします。よろしく申し上げます。

## 議題1 令和4年度における観光振興の取組状況について（資料1）

(会長)

それではお手元の議事次第に沿って進めて参ります。

まず議題1、「令和4年度における観光振興の取組状況について」でございます。

事務局から説明をお願いいたします。

(事務局)

皆様おはようございます。本日はどうぞよろしくお願い申し上げます。

本日は、お手元の資料と附属資料、この二つ使ってご説明をさせていただければと思っております。どうぞよろしくお願い申し上げます。

それでは、お手元の資料「福岡県における観光振興の取組みについて」をお願いいたします。1枚開いていただきまして1ページをお願いいたします。

資料は、1から4の項目で構成をさせていただいております。

議題1につきましては、項目の2、議題2につきましては、項目の4でご説明をさせていただきたいと思っております。

議題1の説明に入る前に、改めて第二次福岡県観光振興指針及び福岡県総合計画の目標と現状につきまして、ご説明をさせていただければと思います。

1枚おめくりいただきまして、2ページをお願いいたします。

本県では、地方創生の観点から観光を重要な産業と位置付け、県内各地に観光客を呼び込み、消費と雇用を生み出すため、福岡県観光振興指針を策定いたしまして、観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進しているところでございます。

現在の指針である第二次観光振興指針の期間は令和2年から令和5年までの4年間ということでございます。

まず本県観光の目指す将来像といたしましては、「持続可能な観光先進県 福岡」というテーマを設定させていただいております。

また、基本方針といたしまして1点目、各種データに基づいた戦略的なインバウンド誘客による旅行消費額の拡大。2点目、観光資源の磨き上げや活用により、旅行者の県内各地への来訪を促進、3点目、世界的なデジタル化の潮流を踏まえたデジタルマーケティングの推進。4点目、観光産業の成長と地域社会の調和が図られた持続可能な観光の推進という4つの方針に基づきまして、施策を推進しております。

次に、本指針における目標値、KPIにつきましては、外国人入国者数や延べ宿泊者数、旅行消費額などの増加を目指すものとして設定しております。

令和4年度実績につきましては、新型コロナウイルスの影響もあり、外国人入国者数が40万人で、令和5年の目標値の11%。日本人と外国人を合わせた延べ宿泊者数が、速報値で1,419万人、目標値の約7割ということになっております。外国人の延べ宿泊者数は60万で目標値の12%ということになっております。

それぞれ数値は目標値を大きく下回っているところでございますが、令和3年の数値を上回るなど、回復傾向にあります。

附属資料の1ページをご覧くださいければと思います。

右下のグラフは、本県における延べ宿泊者数の推移を月別にあらわしたものでございます。

入国制限が緩和された令和4年10月以降、右から三番目の棒グラフが昨年10月の数

値になりますが、特に青色が示す外国人延べ宿泊者数に回復傾向が見られ、令和4年12月、一番右の棒グラフでございますけれども、単月での外国人延べ宿泊者数は、約25万人ということで、令和元年同月比で85%。という形になっております。

日本人を含めた全体で見ますと、約158万人ということでございまして、全体で97%。2019年、12月比97%ということで、ほぼコロナ前に戻ってきている状況でございます。

4ページをお願いいたします。

右中段に、福岡空港の国際線の状況を掲載させていただいております。

令和5年2月にはですね、8カ国うち13路線、1,163便まで復便をしております。今後もですね、多くの外国人の方が入国されることが期待されているところでございます。

それではですね、最初の資料にお戻りいただきまして、3ページをお願いいたします。

先ほど、ご説明しました基本方針に基づいて実施する施策は、四つの柱に沿って実施をさせていただいております。

まず一つ目の柱は、「受入環境の充実」であります。すべての旅行者が快適に楽しめる環境整備を行うこととしております。

次に、二つ目の柱は、「観光資源の魅力向上」です。食や歴史、文化等の本県ならではの魅力ある観光資源の発掘、磨き上げに取り組むとともに、アクティビティや農林漁業体験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むこととしております。

そして三つ目の柱は、「効果的な情報発信」です。本県の認知度向上や、東南アジア、欧米豪等からの誘客を促進することとしております。

最後に、四つ目の柱は、「観光振興の体制強化」でございます。観光関連事業者や観光ガイドの人材育成、観光まちづくりに取り組む団体の支援、九州全体での広域観光の推進を図る九州観光機構との連携や、宿泊税を活用した市町村への財政的支援を行うこととしております。

また四つの施策の柱についても目標を設定させていただいております。

一つ目の柱、「受入環境の充実」では、外国人宿泊者数や、インバウンド受入れに協力いただける店舗数、福岡バリアフリーマップに掲載された施設の数を増加させるという目標を設定しております。

次に二つ目の柱、「観光資源の魅力向上」では、旅行消費単価や旅行商品として販売した体験プログラム数、サイクルツーリズムのモデルルート数の増加を目標としております。

そして三つ目の柱、「効果的な情報発信」では、SNSフォロワー数や、ホームページのセッション数及び時間の増加を目標としております。

最後に四つ目の柱、「観光振興の体制強化」には、DMOの法人数の増加や、観光人材育成のための研修受講者を増やすことを目標としております。

令和4年度の現状でございますが、例えば1の「受入環境の充実」の中ほどにあります、

インバウンド協力店登録者数は、新型コロナの影響もあり、伸び悩んでいるところでございます。

一方で、2、「観光資源の魅力向上」の二番目の体験プログラム数や、3、「効果的な情報発信」のSNSフォロワー数、4、「観光振興の体制強化」のDMO候補法人数など、令和5年度までの目標値を大きく上回っているところでございます。

1枚おめくりいただき、4ページをお願いします。

次にですね、福岡県総合計画の現状についてご説明をいたします。

本県では令和4年から令和8年にかけて県政を計画的に着実に進めていくため、総合計画を策定しております。

その中に観光関連の数値目標も設定しており、昨年3月の審議会において説明をさせていただいたところです。

各目標値の考え方については、表の右側に記載しております。

現状といたしましては、ほとんどの項目において、当初値である令和2年度より伸びておりますが、下から四番目と三番目、日本人及び外国人の延べ宿泊者数は、新型コロナウイルスの影響により当初値を下回っているところでございます。

1枚おめくりいただきまして、5ページをお願いします。

ここから議題1の中身である、今年度、令和4年度における観光振興の取組状況についてご説明をさせていただきます。

まず、1の「受入環境の充実」といたしまして、宿泊業における生産性向上の取組を支援いたしました。宿泊業専門のアドバイザーを派遣いたしましたして、業務効率化など計37件の個別受入支援を行ったところでございます。

併せまして、個別の受入支援を受けられた方のうち、生産性向上に資する設備の導入を行われる方を対象に補助率2分の1、上限額300万円の補助事業を実施し、計21件、補助を行ったところです。

また、日本政府観光局が製作した英語版の日本のコロナ対策等を伝えるピクトグラムに、本県独自の韓国語、簡体字、繁体字と、日本語を併記したピクトグラムを作成いたしました。その上で、専用のウェブサイトにより、施設ごとの取組に合わせて、自由に組み合わせてダウンロードできるようにしており、下の写真のうち、右から二番目が、その一例であります。

さらに、「福岡の伝統工芸品」を中心としたおもてなし空間の創出支援といたしまして、県内の宿泊施設等のエントランス空間や内装、建築工事における伝統工芸品を組み込んだ部材の使用に対して補助を行っております。

右下の写真が、その一例でございまして、柳川の御花、の入口でございまして、宿泊施設の暖簾に伝統工芸品である久留米緋を使用したものとなっております。

1枚おめくりいただきまして6ページをお願いいたします。

「観光資源の魅力向上」といたしまして、表中にお示ししております通り、県内6地域の各広域観光エリアにおきまして、各エリアの強みを生かした、尖った観光テーマを設定し、

「食べる・遊ぶ・泊まる」を一体的に楽しむことができる新しい観光の核となる地域づくりを支援して参りました。

例えば筑前玄海エリアでは、「イカのまち」、八女・筑後・広川エリアでは、「クラフトのまち」といったテーマを設定しております。

また広域観光エリアにおける資源開発や、商品造成の支援といたしまして、体験プログラムの開発等に23件、古民家の改修やグランピングの整備等に5件、合計28件の補助を行ったところでございます。

6エリアのテーマや開発した体験プログラムについては、一例として写真を下部に掲載しております。八女茶づくりとか、シャワークライミングといったアドベンチャーチャレンジなど、魅力的なプログラムが多数開発されているところでございます。

次、7ページをお願いいたします。

先ほど記者会見が下であってございましたけれども、サイクルツーリズムの推進でございます。

2023年10月6日から9日にかけて、国際サイクルレース「ツール・ド・九州2023」が、福岡、熊本、大分で初めて開催されます。

このレースを機に、九州・山口9県でサイクリング周遊型旅行商品を造成いたしまして、令和5年2月28日に、販売を開始したところでございます。九州では11コース、福岡県内では4商品を造成いたしまして販売をしているところでございます。

またサイクルツーリズムが盛んな台湾から、現在のサイクリング協会や旅行会社の方9名を招聘いたしまして、実際にサイクリングルートを走行していただくモニターツアーを実施いたしました。令和5年4月以降に催行するツアーについて、60人の誘客を目指し、現在商談を進めているところであります。

サイクルツーリズムを通し、新たな旅行需要を創出するため、バス等において自転車を積載して、走行可能とする事業等にかかる費用を補助率2分の1、上限100万で補助を行いました。本日お披露目式がございました「サイクルカーゴ」をはじめ6件の支援を行ったところでございます。

8ページをお願いいたします。

「効果的な情報発信」といたしまして、観光キャンペーンを実施しております。

県では、コロナからの観光需要の回復と地域の活性化を図るため、宿泊助成キャンペーンを実施して参りました。

現在実施しております「新たな福岡の避暑の旅」の助成内容につきましては、表の一番右になりますけれども、県内宿泊・旅行代金の20%、交通付宿泊商品で最大1泊5,000円を助成いたしまして、地域クーポン券が最大2,000円というものも併せまして提供しているところでございます。期間を延長し、令和5年6月30日まで実施することとしております。

9ページをお願いいたします。

令和6年春に大分県と共同で開催を予定しております福岡・大分デスティネーションキャンペーンについてでございます。

この日本最大級の観光キャンペーンで、先ほどご説明した観光資源ですね、磨き上げやおもてなしなどの受入体制を構築するとともに、令和5年5月10日に全国の旅行会社を招聘して実施する「全国宣伝販売促進会議」に向けて、現在準備を進めているところでございます。

また修学旅行の回復に向けたキャンペーンを実施し、バスの借上料を助成しております。これまでにバス626台分の申請をいただいたところでございます。

また広域エリアのプロモーションを強化するため、「じゃらん」サイト内、県内6エリアで体験できるプログラム等の情報をワンストップで提供可能な「新しい「ふくおかあそび」」を開設いたしました。

インバウンドにつきましては、中国向けに現地のSNSである「Wechat」や「Weibo」また、台湾・香港、欧米豪向けには「Facebook」を活用するなど、デジタルプロモーションを実施して参りました。

また東アジア・欧米豪を対象に、メタバースを活用したオンライン観光説明会を実施してきたところでございます。

10ページをお願いいたします。

「観光振興の体制強化」でございます。

観光団体のDMO化を加速するため、DMO本登録に必要な専門人材の育成講座として、「ふくおか観光地域づくり共創塾」を開講し、令和4年度は、観光団体など延べ23名の方が受講をされました。

またDMO登録要件等に関する相談指導を行うワンストップ支援窓口を設置いたしました。課題内容に応じた専門家を派遣いたしました。

今年度は6団体を支援し、5団体がDMO本登録申請、1団体がDMO候補法人の申請を行い、これまでに、福岡県観光連盟がDMOの本登録されたところでございます。残りの5団体については現在審査中ということでございます。

議題1、「令和4年度における観光振興の取組状況について」の説明は以上となります。ご審議のほどよろしくお願ひ申し上げます。

(会長)

はい、事務局から議題1の説明がございました。事務局の説明を踏まえまして、令和4年度における観光局関連事業につきまして、委員の皆様からご意見、ご質問があれば、お伺いをしたいと思います。

ご質問ある方は挙手の上、ご発言をお願いいたします。オンラインの方もよろしくお願ひいたします。



(委員)

ご説明いただきありがとうございます。私の方から3、「効果的な情報発信」について、お話、ご質問をさせていただければと思います。

ご説明いただいた中で、国内観光関連に関しては、補助金を含めたキャンペーンの実施がメインの軸となっていて、インバウンドに関しては、デジタルを活用したプロモーションの実施がされているというところが、軸でお伺いできたところかなと思っています。

国内のところに関しては、まずはしっかりと誘客できるような、インセンティブを付けるというところで、素晴らしいと思うとともに、こういったキャンペーンをやっているという、情報発信をするところが効果的な情報発信っていうところの目的だと思っています、ファーストステップとして、そうしたキャンペーンをやっていることは、伝わっているのか。結果としてはK P I の SNS フォロワー数や、ホームページセッション数っていうところに繋がっていくと思うのですけれど。

国内観光において、設定いただいているようなK P I を達成できるような施策っていうのを具体的にどういったことをされているのか、お伺いできますでしょうか。

(事務局)

観光振興課でございます。ご質問ありがとうございます。

今、委員の方から、国内誘客に向けた情報発信、キャンペーンがどのような形で実施をしているかというご質問いただきました。

資料には説明ございませんでしたけれども、コロナ禍におきまして、「福岡の避密の旅」、宿泊助成のキャンペーンも同じタイトルではございますけれども、観光動画を製作いたしました。避密は密を避けるというふうに書きまして、本県出身の今田美桜さんに登場していただきまして、令和2年度に四つのテーマで、その時には、リベンジ女子旅、そしてハネムーン、そして大人の修学旅行、それと家族旅行っていうのをテーマに、四つの動画を配信させていただきました。これは関東、関西のJ R の駅のデジタルサイネージや、航空機内でも紹介をさせていただきました。

そして、令和3年度につきましては、新たに四つのテーマで動画をつくりまして、この二つの動画を活用して、今年度も、しっかり誘客のP R をさせていただきました。特に10月からは、全国に全国旅行支援が始まりまして、全国に拡大いたしましたので、それから多くの方に来ていただけたのではないかと考えております。以上でございます。

(委員)

理解できました。ありがとうございます。もう一つだけ。

情報発信の方向性としてはデジタルサイネージとかも素晴らしいなと思いつつ、デジタルサイネージってどれくらい人に見てもらっているのかとか、わかりづらくなっている部

分もあると思うので、様々な方法で、例えば、家でネットしか見ていないユーザーや電車の中でスマホしか見てないユーザーに当たるみたいな方法をぜひ検討いただけるといいのかなと思って伺っておりました。ありがとうございます。

(事務局)

若干補足させていただきます。先ほどKPIを達成させるためにというお話ございました。

確かに、KPI、情報発信ですけども、ホームページセッション、セッション数、セッション時間が短く達成してない状況でございます。

これを踏まえまして今年度、観光連盟で運営していただいております「クロスロードふくおか」、これを全面的に改修しております。改修の方向性としては、今までは静的な動画ということで、ウェブページを作り込んだものを載せていたのですが、今回動的なホームページということで、持っている情報を、フォーマットに入れれば、すぐに情報を補修できる、また載っている情報も、それを統合して情報発信できるそういった形で、それにつきましてはスマホの方でもしっかり見られる形で改修しております。

来年度からこの情報をさらに深掘りして良いものを載せていく形で、情報発信の補強をしていきたいと思っております。以上です。

(会長)

その他、お願いします。

(委員)

4ページに旅行消費単価があげられていますけれども、この数字はどこの数字を使われていますか。

(事務局)

質問ありがとうございます。旅行消費単価につきまして、国の調査、旅行・観光消費動向調査から数字を取っています。

(委員)

いろいろデータ見ている委員の方には、ご助言いただければと思うのですが、この令和2年から4年は2万円くらい上がっていますが、この2万円は本当に財布から出ているのかというところですか。

コロナ禍の3年間は、結構いろんな支援が下支えをして、もちろん単価が増えているっていうのは、あるのでしょうか、これそのまま受けとめていいのかな、この後のその目標値令和8年が5万円までいくのが本当に果たしていくのだろうかというところが、目標値

の設定として妥当かどうかというところが若干、僕は答え持っていませんが、その根拠であったり、今までとこれからの違いですよね。その辺を、どれだけ加味できているのかわかるというところが、一つ疑問点として、上がりましたということが一つと、後それでこの消費単価を上げるために施策のところ、これだけだとちょっと上がらないのかなというところ。魅力向上のところですね、28件に支援したところで、結局消費単価を増やすためには、滞在時間を延ばすか、単価を延ばすか、そのどちらしかなくて。宿泊施設の生産性を向上しても、効率性は上がると思うのですが、単価は変わらない。その単価を上げるための施策が、今のこの5万円目指すところで、足りるのか、その整合性がどこまであるのかなって、ちょっと僕が目から見たら疑問として残ったので、もし、先ほど皆さん情報があつたけど、もしこの精度が上がる、もしくはそこは検証済ですということがあれば、そこのお話いただければと思います。以上です。

(会長)

それでは事務局の方から、よろしくをお願いします。

(事務局)

ありがとうございます。まず消費単価でございます。単価を上げるために、今、先ほどご説明させていただいたような数々の施策を打っているというところでございますけれども、まず、滞在時間を延ばすためには魅力ある体験プログラム。そういったものを数多く作るということで、まずはコロナ禍において、県内各エリアの市町村や関係事業者さんたちと一緒に体験プログラムを作ってきた結果、3ページの方になりますけれども、インバウンド向けタイトルと書いてありますが、当然、国内向けにも当然活用できるわけでございまして、現状ですね、2019年の23商品から117商品となり、かなり溜まっています。

コンテンツは充実をさせていけたのかなというふうに思っております。どんどんふやして情報発信しっかりしていくことで、滞在時間を少しでも長くして、旅行消費単価を増やしていくというような施策が指標に結びついていくのかなと。

それから、宿泊税を令和2年から導入してきておりますけれども、宿泊税を活用して、宿泊施設の受入体制の強化にもかなり予算を割いて行ってきました。

そういった形で受け入れる宿泊施設の質を上げることによって、いわゆる「おもてなし」ができる宿泊施設をどんどん作っていくことで、単価を適切に上げるというような施策をこれまで取り組んできました。

目標値ではいろいろ考え方があるかと思えますけれども意欲的な目標値ということで、令和8年、5万円を目指して頑張っているようなところでございます。

先ほど令和2年度の当初値と、令和4年の現状値、かなり違うというようなお話がございました。ここら辺はクルーズ船とか日本人も含めてなんですが、国の統計の考え方が若干変わった節目だったのではないかなと記憶しております、確認させていただければと思っ

ております。

(会長)

その他、お願いします。

(委員)

先ほどの委員からの御意見と重複するかもしれませんが、観光資源の魅力向上の目標指標として販売されたインバウンド向けの体験プログラムの「数」について先程ご説明いただきましたが、単価を上げるためには、「数」に加えて、どれだけお金を支払って体験したいプログラムだったのかという、「質」の部分も見ていく必要があると思います。

それに関して言うと、もしかしたら資料中にあるのかもしれませんが、見当たらなかったもので、インバウンドの旅行消費単価も併せて掲げておいた方が良いと感じました。また、「質」という部分でいうと、旅行消費単価の中でも、費目別にも注目する必要があると思います。具体的には、この体験プログラムは「娯楽サービス費」になりますが、広義では、食事や宿泊も体験になってきますので、「飲食費」や「宿泊費」も含まれるかもしれません。そういった費目別に、どれぐらい質の高いものを提供して単価を上げることができているのかという辺りを、定期的に観測していくことも、必要になってくるのかなと思います。

そうすると、もう少し具体的に、あと何千円増やすためには、もう少しこういう努力が必要だというふうに、具体的な検討が可能になると思います。そういったところを今後、ご検討いただけるとさらに良いものになるかなというふう思います。以上です。

(会長)

それでは事務局の方から。

(事務局)

貴重なご意見ありがとうございます。

まずこの第2次福岡県観光振興指針につきましては来年2023年までという形になっております。

まさに、来年度以降のこの審議会において、2024年度からの指針についてご議論いただきたいというふうに私ども考えておまして、外国人の旅行消費単価っていうのを上げるべきではないかというご意見がございましたけども、そういったところも含めて、次期以降、第三次っていう名前になるかどうかわかりませんが、観光振興指針の方で、そういったことを、検討させていただければというふうに思いますし、この審議会の中で、ご議論いただければというふうに思っております。

それから質を高めると、まさにおっしゃられる通りだというふうに思います。我々も、取組の中で、そういった意識を持って、これまで数を増やすだけではなくて、皆さんが楽しん

でいただける。また、次回も来たくなる、もしくは皆に言いたくなるような体験にするために、日々皆さんと協議をしながら、作り上げてきたところでございます。もちろんまだまだ足りない部分があるかというふうに思いますけども、今からこういう販売していったそのいわゆる声を、聞きながら、さらに改善をしていくというようなことに取り組んでいきたいというふうに思いますし、単価を上げるだけじゃなくて、こういった数が増えていくことによって、県内の周遊というの、我々課題というふうに考えております。

そういったものにつなげることで、旅行消費単価の中には交通費とかも、当然入りますので、そういった部分も含めて、全体的に底上げを図っていきたいというふうに考えております。

(会長)

その他、ご質問ございませんでしょうか。どうぞ。

(委員)

観光ビッグデータ調査についてお伺いします。

一つ目は、福岡県の場合、博多・天神界隈のビジネスホテルに宿泊する方が非常に多いと思うので、ビジネスホテルを除くという状態にするのか、博多・天神界隈というエリアを除くという状態にするのかわかりませんが、それ以外の純粋な観光の推移っていうのを、KPIは設定されているのでそのままがいいと思うのですが、内訳を見ないと観光政策の効果が図れないのではないかと思いますので、そこをお願いしたいと思います。

二つ目は、附属資料の8ページ以降の話ですが、8ページ左の方、観光地の認知度と来訪・体験意向とありまして、いろんなポイントが、施設が書いてあるのですが、ここに太宰府天満宮が入ってないっていうことが、すごく違和感がありまして、ページ進んでいきますと、SNS、インスタグラムで一番投稿されているところは太宰府天満宮であり、キャンセルや福岡タワーの2、3倍の投稿がされていると。

もしかすると、観光地の認知度が一番高いのは、太宰府天満宮なのではないかというふうに、或いは二番目なのかもしれませんが、そうした例えばナンバー1のポイントが抜けているビッグデータを解析するっていうのは非常にミスリードに繋がるというふうに思います。

もしかしたら、太宰府天満宮に行っている人が、その後どこに行ったのかとか、どうやって行ったのかとか、そういうことを、長期調査した方が、もしかしたらいいのかもしれないというのがあるので、ちょっとこのデータの信頼度というのは、来年度に向けて、精査した方がよいのではないかなというふうに思っております。

(会長)

では事務局の方から。

(事務局)

貴重なご意見ありがとうございます。

一つ目は、ビジネスホテルといったビジネスの方が来られるところを除いたデータの分析が必要ではないかというご意見でよろしいでしょうか。ビックデータの中では、ビジネスホテルとか、そこを区分するやり方がなかなかなくて、いわゆる携帯電話の基地局情報で、ある一定の期間の中に2時間以上いたとか、そういった整理になるので、ビジネスを除くというのは建付け上困難かなというふうに思っております。ただエリアを見ていくことは可能です。附属資料の3ページ目でございますけれども、地域別の宿泊の分布を表しております。ここに泊まった人が次どこに行ったのかといった情報を、ここには出しておりませんがデータとして把握しているところでございます。そういったものを次回以降しっかりと整理をしてご報告をできるような形が取ればと思います。

太宰府天満宮についてのご指摘ございました、附属資料8ページ目でございます。これは一応ですね、観光地の認知度と来訪・体験意向につきましてはですね、九州国立博物館というのが、太宰府ニアリーイコールということで書かせていただいておりますけれども、おっしゃられる通り、ちょっとミスリードになりかねないところはあるかというふうに思いますので、次回以降、ちょっと気をつけてデータをとっていきたいと思います。

(会長)

その他、お願いします。

(委員)

よろしく願いいたします。今回から参加ということでちょっと文脈を理解してなかったら申し訳ありません。資料拝見して、来年度の施策等についてかなり網羅されているのではないのかなと思いました。

我々は八女市で、ものづくりとか、伝統工芸を発信するということで、やっております、グループ会社で、ツーリズムの方なり、宿泊業をやっております。まさにこの2、3年の激動を体感しているところではあるのですが、本当にこの12月から特に4月以降にかけては欧米や香港からですね、宿泊や問い合わせ等も結構増えておりますのと、コロナ中はやっぱり体験プログラムとか、事業等で造成してくださったものを販売等、やらせていただいているのですが、やっぱり日本人の方はですね、ちょっと単価が低めで、短時間でできるようなお問い合わせが多いですが、海外の方は特に旅行会社経由の方だと1週間、2週間をかけて、ツアーをコーディネートして欲しいといった話があります。私たちが国内旅行で遊びに2週間も行くことはなくて、旅行の感覚がちょっと違うのは当然とは思いますが、やっぱり海外の方の動きは全然違うなというところを体感しております。

今後、インバウンドをどうやって受けていくかっていうことを考える上で、テーマ性を持ったグループツアーですね。今までのような大型バスっていうのはなかなか、復活の見通しが立たなかったと思うのですけれども、8人から10人くらいまでの小グループでテーマ性を持って、九州にあえて来て回られる方を狙っていったり、増やしていったりってところを考えていく必要があるのではないかなというふうに思った次第です。

なので、情報発信や受入体制の部分で、そういった方たちにとって、いかに効果的に伝えていくのかってところだったりとか、あとやはり各地でそういった場合はガイドや通訳が必要になってくるので、そういったところの人材育成だったりとか、宿泊業においてもやはり人材が不足していると。様々な方々からそういったお声というのはお聞きしますし、そういったところを、今後受入体制を整えていくべきなのではないのかなと思います。

ちょっと大ざっぱな意見になってしまいましたけれども、現状の共有も含めて意見させていただきます。ありがとうございました。

(会長)

事務局、今のご意見に対してございますか。

(事務局)

貴重なご意見ありがとうございます。

テーマ性を持って小グループのツアーと言えば、まさにそういう流れがあるものと我々も認識しておりまして、そういう対応がやはり必要になってくるだろうと思っております。

情報発信、受入対応につきましては、まずは情報発信については、SNS等で、ターゲットをしながら情報発信をしたいということを心がけておりますし、また受入対応につきまして、人材の不足のところございますけれども、例えば、地域の観光人材の育成というものを平成30年からずっと取り組んできておりますし、また宿泊施設等観光事業関係の人材の不足というのを我々課題としてとらえておりまして、私ども観光局の事業ではございませんけれども、労働局というのが別に県の中に組織がございまして、そちらの方で、そういった観光、飲食とか、人材の確保に向けた、取組を昨年の10月補正予算で、予算化をいたしまして、人材育成それから人材の確保に努めているといったような状況でございます。以上でございます。

(委員)

ありがとうございます。あと一つだけ少し追記させていただきますと、インバウンドに関しては個人のお客さんが自分で九州を回るっていうのはかなりハードルが高いのかなと思っております。やはり旅行会社だったり、ツアー企画の方が必ずキーパーソンとしていらっしゃると思うので、ある意味そういった富裕層であったり、欧米豪のお客さんを連れてき

くださるキーパーソンとなるような旅行会社やツアー企画の方が今、視察に来られている段階かなと思いますので、そういう方に向けたアピール等の施策や、支援等があってもよいのかなと思っておりました。以上です。

(事務局)

貴重なご意見ありがとうございました。ご指摘いただきましたご意見も踏まえまして、来年度の取組、また後程説明させていただきますけれども、そのあと少しまた意見交換させていただいてもよろしいでしょうか。

(委員)

ありがとうございます。大丈夫です。

(会長)

随分と色々な意見が出て参りました。令和5年度の話もございますので、以上で進めさせていただきます。

それでは欠席されている委員から、ご質問ありましたら事務局の方から紹介してください。

(事務局)

本日欠席されている委員の方からのご質問は、お預かりしておりません。

## **議題2 令和5年度における新規重点事業について（資料2）**

(会長)

それでは、議題2に移らさせていただきます。

事務局の方から議題2、「令和5年度における新規重点事業について」の説明をお願いします。

(事務局)

それでは、議題2、「令和5年度における新規重点事業について」説明をさせていただきますと思いますが、その前に振り返りの意味も含め、前回の審議会でもいただいた令和5年度における観光振興の施策の方向性についてのご意見を改めて紹介をさせていただきたいと思っております。

資料の11ページをお願いいたします。委員の皆様方からいただいた主なご意見といたしまして、



①観光産業の復興とインバウンド観光の再生におきましては、欧米豪にシフトした政策、施策を行ってはどうかといったご意見、それから観光客が戻ってきても受入体制がまだ整っていないのではないかといったご意見をいただいたところです。

②デスティネーションキャンペーンに向けた選ばれる観光地域づくりでは、デスティネーションキャンペーンをPRの場として体験等を継続していく機会にするといったご意見。それから観光資源やストーリーをコンテンツ化することが重要であるといったご意見などもいただいたところでございます。

③受入体制整備では、デジタルによる旅行体験が進めば居心地のいい旅先と感じやすくなる。個人旅行化が進み、インバウンドを初めとした観光客が、交通手段に悩まされているといったご意見をいただきました。

④観光人材の育成、観光組織体制の強化では、民間と連携した取組の必要性や教育機関を体制に取り入れたらどうか、といったご意見をいただいたところです。

⑤伝統的工芸品等の認知度向上、販路の拡大におきましては、産地ごとに他の成功事例について勉強会を行うことがよいのではないかとご意見や、新領域の開発に取り組むべきといったご意見をいただいたところでございます。

これらいただいたご意見を踏まえまして、企画立案した令和5年度における新規重点事業について、議題2として、ご説明をさせていただきたいと思っております。

12ページをお願いいたします。

まず、1、「受入環境の充実」でございます。第1回の審議会でも、交通手段に関するご意見をいただきましたが、令和5年度は、本県交通政策課が主体となって、福岡Ma a S実行委員会を新たに設置し、Ma a Sを推進していくということになっております。

その中で観光局といたしましては、新たにMa a Sを活用した観光客の周遊を促進するため、観光地へのアクセス向上を図るためのモビリティ等の導入実証実験や、Ma a Sアプリへの観光情報の掲載、企画乗車券の造成に対する支援、こういったものを行って参りたいと思っております。

また、誰もが安心して県内各地を旅行できるようユニバーサルツーリズムを実践する観光関連事業者が抱える課題解決に向けまして、アドバイザー派遣による伴走支援、それから車いす・ベビーカーの貸出実証実験などを実施して参りたいと考えております。

加えまして、関西圏を訪問した外国人旅行客を対象に、新幹線を活用した荷物を福岡県の宿泊施設に当日配送するサービスの実証実験をJR西日本さん、経済団体等と連携して実施して参りたいと思っております。

2、「観光資源の魅力向上」でございます。

デスティネーションキャンペーンの開催に向けまして、複数の市町村が連携して取り組む広域観光ルートの開発や、市町村等が実施するデスティネーションキャンペーン特別イベントの開催を支援するほか、建築都市部など他部局と連携いたしまして、景観・ワンヘルス・自然等を活用した観光資源を開発いたします。

これらにより、ご意見にもありました長期滞在化やデスティネーションキャンペーン以降、体験プログラム実施等にも繋がることを目指しているところでございます。

また、サイクルツーリズムの推進につきましては、令和4年度に開発いたしましたサイクリングツアーの催行を推進するため、資格取得に向けた講習会を開催いたしまして、外部人材を育成していきたいと思っております。

13ページをお願いいたします。

3、「効果的な情報発信」でございます。

福岡・大分デスティネーションキャンペーンに向けた観光事業の強化といたしまして、デスティネーションキャンペーン実行委員会によるプロモーションやキャンペーンに力を入れるほか、ホテルにおける八女茶のティーバッグ提供や、県営公園施設における県内花きの飾花・配布によるおもてなしの強化等によりまして、デスティネーションキャンペーンに向けた機運醸成を図って参りたいと考えております。

また、国内誘客プロモーションといたしまして、観光客の需要の平準化を図るため、閑散期の平日に、県内地方部の宿泊施設に宿泊した旅行者への助成や、SDGsやワンヘルス学習に対応した修学旅行商品の造成を支援していきたいと考えております。

インバウンド需要の開拓といたしまして、ご意見もいただきましたが、特に欧米豪からの誘客を意識しまして、福岡の食文化、歴史等の強みを生かした高付加価値、高単価な旅行商品の造成や、デスティネーションキャンペーンを活用した訪日外国人向けの周遊モデルコースを設定し、PRをして参りたいと考えております。

伝統工芸品等の認知度向上、販路拡大といたしまして、首都圏等で実施する福岡県物産展において新商品のトライアル販売を行います。

併せまして、物産展に足を運ばれる福岡ファンを本県に誘客するために、観光PR特設コーナーを併設したいと思っております。

また、県知事指定特産民工芸品の認知度向上を図るために、ロゴマークなども作成しPRしていきたいと思っております。

最後に4、「観光振興の体制強化」といたしまして、観光ビッグデータを活用し、訪日外国人観光客の推移とリアルタイムな動向の分析に取り組んで参りたいと考えております。

またご意見にもありました民間との連携ということで、県内のDMOと県外の事業者や、または異業種とマッチングによる協業を促進して参りたいというふうと考えております。

加えまして、ハラール、ヴィーガンといった多様な食文化の普及啓発、メニュー開発に向けた個別相談等の支援を実施いたしまして、宿泊、飲食事業の人材育成を支援して参りたいと考えております。

なお、これらの新規事業を含みます令和5年度観光振興事業につきましては、すべて3月20日、今週の月曜日でございますけれども、福岡県議会におきまして議決をいただいたところでございます。また、これらの財源の一部といたしまして、本県では令和2年度から宿泊税を導入しております。条例により令和5年度、来年度でございますけれども、「社会経

済情勢等の変化等を勘案し、この条例の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて、所要の措置を講ずる」ということとなっております。

議題2 令和5年度新規重点事業につきましての説明は以上となります。ご審議をよろしくお願い申し上げます。

(会長)

事務局から議題の説明がございました。事務局からのご説明を踏まえまして、委員の皆様からご意見をいただきたいと思っております。ご意見につきましては、今説明がありました1から、一項目ずつ順番に伺いたいと思っております。

1、「受入環境の充実」です。この関係につきましてご意見をいただきたいと思っております。ご意見のある方は挙手の上、ご発言をよろしくお願いいたします。

(会長)

はい、副会長お願いします。

(副会長)

今、やはりこの近年、Ma a Sを活用した実証実験が行われているかと思っております。

もちろんこれ実証実験段階ではあったと思っておりますけれども、やはりどうしても地域側の目線に立っていてユーザー側の目線に立っていない取組が多いのではないかなというふうな気がいたします。

今回この観光としてもそちらに関わるということをお伺いして、例えば広域観光ルートと合わせたアドバンスのエリアの設定なんかをすると、効果的にユーザーの目線で、実用に近いような周遊促進というものに繋がるのではないかなというふうに思っております、どうしても地域側の目線でエリアを決めてしまっていて動線が離れているっていうのが多い。そういうところと観光戦略と組み合わせて戦略的にできるのではないかなと思っておりました。

(会長)

その他のご意見ございませんでしょうか。事務局から一番最後にまとめてお願いします。

(委員)

「受入環境の充実」というところで、新幹線荷物輸送の実証実験というふうにあるのですが、博多駅で非常に外国のお客様含めてお客様が戻ったなという感じの感覚を受けております。そこで昨今問題だなと思っているのが、ロッカーが非常に不足しております、外国のお客様は大きなスーツケースを抱えたままウロウロされるということで、非常に危ないということ、大変だなというふうに感じております。私どもとしましてもロッカーをできるだけ増やすというようなことはやっているのですが、皆さんどこに行かれたの

かなというふうにはらほら見たりしますと、太宰府行きたいのだとか、やはり福岡県内で動かれる、ホテルはどこに泊まるのと聞くと、ホテルは福岡県にとっているのがこの辺グルグル回るみたいな、もしくは例えば湯布院まで行って日帰りに戻ってきて、宿は福岡なんだよという方も結構いらっしゃいます。

そういう意味で、何か荷物を預かるようなところにも受入環境の充実として一つ施策が必要なんじゃないかなっていうふうに思っていますので、ご検討いただければ幸いです。

(委員)

「受入環境の充実」のM a a Sですが、こちらの方で先ほど副会長からありましたけれども、福岡県のM a a Sということもありますけれども、私は九州のM a a Sプロジェクト研究会に参加していますけれども、ぜひ九州一円と、どうしてもやっぱり福岡が中心になる、福岡がハブになって九州を周られる方が非常に多い。ですので、単体というよりはぜひ九州M a a Sとの接続、十分検討されているかと思えますけれども、こちらもぜひ、どうしても福岡県からというのが、ゲートは福岡なので一番多くなると思っていますので、改めてお願いしたいと思えます。

(委員)

次年度以降の話だと思うのですが、今気づいたことですが、「持続可能な観光先進県 福岡」を目指しているけれども、K P Iは全部消費側の話なのです。要は何かというと住民をまとめるとか、その辺を図るシートが何もなくて、かつ受入環境のところをどちらかというところと来る人の施策が入っているのですが、この住民側のことが何も入ってなくて。

僕も昨日、久しぶりに泊まったら、同じ宿に結構外国人の人が泊まってらっしゃる、戻ってくるってこのタイミングで、またいっぱいこられたときに、住民側に対する影響が出る可能性があるのだけど、それに関するものがないっていうのは若干問題かなっていうふうに、先回りする必要があるのかなって今、この受入環境の充実のところを一つその点だけ指摘させていただきます。

(委員)

M a a Sの件ですが、いま八女市では2次交通の問題が非常に大きくて、公共交通機関のあと、お客様の集客に何をを使うかっていうのは、八女市の中でも課題となっています。特に力を入れていきたいなと思っているのはやっぱり次に書いてあるようなモビリティの導入であったりとか、福岡市内ではたくさん自転車が動いていると思うのですが、こういうところをですね、ちょっと積極的に取り入れていきたいと思っていますので、さっき言われたようなどういうアプリを使われるかとかどういうところに広告出されるかというのを今後検討していられると思うのですが、これについてはぜひ福岡県の田舎の方の観光地の声としてや

っぱり聞いていただきたいと思います。

(会長)

たくさん出て参りましたが、そろそろよろしいですか。

(事務局)

様々なご意見ありがとうございます。

Ma a Sの関係でございます。先ほど委員からもお話ございましたけれども、ここに掲げているのは一応福岡県の施策ということで、予算に伴うものということで令和5年度の新規重点事業として福岡Ma a Sという視点でお話をさせていただいておりますが、福岡Ma a Sを進めつつ当然九州Ma a Sというところの議論にも今研究会が立ち上がっておりまして、交通政策課と私ども観光政策課がその会議の中に入って、いろいろ今議論を続けているところでございます。まさに九州が一体となって取り組んでいくということの九州Ma a Sの象徴的なものになっていくのではなかろうかと思っております。そこも含めてMa a Sに取り組んでいきたいというふうに考えております。

それから委員の方から地域側の目線が多い、得てして行政の施策は消費者目線じゃないものが多いとご指摘を受けるところでございますけれども、そこら辺をしっかりとMa a Sを展開するにあたっては利用者側の、ユーザーの方々の視点に立った使いやすい効果的なものをしっかりと、もちろん地域にも配慮しながら取組を行っていければというふうに思いますし、広域の観光ルートを制作した暁にはしっかりとそういったルートをこういったものにのせていくということで頑張っていきたいというふうに思います。

同じくMa a Sの関係でモビリティ導入の、八女のエリアなんかでもやっぱり必要だということでございます。すでに八女でグリーンモビリティの導入、商工会議所さんがされているというような事例もございますけれども、しっかりそういったものをMa a Sに何かしら取り入れていけるようなことは検討していく必要があるかというふうに思っておりますので、今後とも情報共有、それから地域の方の声を聞くというようなことはしっかり行っていきたいというふうに思います。

それからですね委員からございました、荷物の預かりというようなことでございます。荷物を運ぶのも大切ですが、荷物を預かるということも大切だと思います。私も博多駅歩いておりまして、人が多くてよくスーツケースに足に引っ掛けそうになって怖いなということによく経験しますので、まさにおっしゃられる課題は大きいかというふうに思います。

そういった中で、県の施策そのものではありませんけれども、この間もベンチャー関係とか、観光業関係のいろんな取組をされている展示会とかプレゼンテーションがあった中で、民間企業さんが、500円で空港からとか博多駅からとか、ホテルまで届けますよみたいなサービスを展開されているようなところが新たに出てきておりますので、そういった方達

と情報交換をしながら本当にどれぐらい足りてないのかとか、何が課題なのかとか、いうことはですね情報収集を今からさせていただければというふうに思っております。

それから委員から、持続可能になっていうようなところで住民の満足度とか、そういった視点っていうのがまだまだ足りないというようなご指摘をいただきました。

持続可能な観点っていうのは、当然その住民の方々っていう視点、環境の面とかそういったものもあると思いますし、またその観光事業者自体の持続可能性っていうようなところもあろうかというふうに思っております。

そういった意味ではちょっと事業者さんとかそういったところの、いわゆる持続可能な視点がちょっと強すぎるようなきらいもあるかというふうに思いますので、今後これも2024年度以降、新たな観光指針の中でもしっかりと検討していく必要があるかなというふうに考えております。

(会長)

よろしいでしょうか。委員の皆様から貴重なご意見をいただきました。時間の関係もございますので、2の方に移りたいと思います。

それでは、2、「観光資源の魅力向上」につきましてご意見をいただければというふうに思います。ご意見のある方は挙手の上、ご発言をお願いします。

(委員)

「観光資源の魅力向上」のところで、広域観光ルートの開発の支援というのがございますが、この広域観光ルートの開発を支援するにあたり、先ほどご提示いただいた観光ビッグデータの調査結果とかっていうのは、事業者さんとかに共有されるようなことは検討されているのかなと思っていて、これは非常に有益なデータだなと思ひまして、参考にしながら事業者さんの方もルート開発するとより良いものになるなと思ったので、その確認でした。

(会長)

その他、意見ございましたら。ございませんか、副会長、何かございませんでしょうか。

(副会長)

今回、「福岡・大分DCに向けた観光資源の磨き上げ」ということで、「景観・ワンヘルス」というところが新しいテーマなのかと、このあたりで何か具体的な方向性とか事例などお考えであればお願いします。

(委員)

意見というか、次年度以降というか、観光資源の磨き上げでやっぱりDCというすごく素晴らしいチャンス、福岡と大分をアピールするいいチャンスだと思うのですけれど、ただ作

ったら全部売れるわけではないので、ぜひ来年度はこれで盛り上げていくとして、年度終わりました後には、やっぱり売れなかったところにもちょっと光を当てていただいて、しっかりどうやったら売れるのかっていうことまでご承知いただくことを今後考えていかないと。終わると終わりみたいになってしまうので、売れなかったらそこで終わって消えていくのはせっかく時間かけてされるのもったいないなと思いますので、ぜひその先をご検討いただければと思いました。

(委員)

このDCについてももう少し伺うことができたらと思うのですが、このキャンペーン自体が主に国内に向けて、どんなターゲットでどんな戦略でやっていくのかというところが今から詰めていかれるところ、例えば今回いろんな地域ごとにテーマで今年度開発されていると思うのですがけれども、それぞれが結構中身もターゲットも異なると思うので、食が好きな方なのか、クラフトが好きな方なのか、何をしに来る方なのかというのをざっくりキャンペーンするものなのか、何か戦略をもって、意図があってされているのか。これまでも議論されてきたことかもしれなのではと思うのですが教えていただきたいです。

(会長)

私から。この観光資源っていう意味合いでいうとこの右の写真は産業ツーリズムっていうか、そういうふうな写真だというふうに思うのですがけれども、その他の次の情報発信のここには伝統工芸品とか、そういったものが出てくるのですがけれども、そういう実際のこの伝統工芸だとか、こういった産業の現場そのものも観光資源になるというか、作業しているところ見る、一緒に作業するとか、そういったところも非常に観光資源になるというところが特にインバウンド向けとかあるのかなというふうに思います。

そういったところの観光資源の磨き上げという、例示として景観・ワンヘルス・自然が書いてあるのですがけれども、そういったことも入っているという認識でいいのかなというふうに資料を見ていたところでした。

(事務局)

多くのご意見ありがとうございます。内容が観光政策課からと観光振興課から回答させていただくのとそれぞれありますので、よろしく願いいたします。

まず委員からご意見ございましたビッグデータの関係ですが、ビッグデータの情報は私ども県庁のホームページにも載せておりますし、各県内の市町村さんにも情報を開示しているところでは。おっしゃる通り、事業者の方々に対しても、しっかりと届けていく必要があるかというふうに思いますので、様々な研修の機会等でも情報を共有できるような形で進めていきたいというふうに考えます。

観光振興課でございます。福岡・大分デスティネーションキャンペーンの担当をしております。事務局長を務めております。このデスティネーションキャンペーンは全国のJR6社の方が、3ヶ月ごとに対象地域を決めて行われております国内向けのキャンペーンでございます。

福岡県でも、25年前、平成11年度に一度、単県でチャレンジをさせていただいて多くの方に福岡に来ていただきました。

このときは、旅行会社の方に福岡を目的地にする旅行商品を多く作っていただく、このキャンペーン自体がJRに乗ってその目的地に来ていただいて周遊をしていただくというところが狙いでした。

今回も大分県と連携をして、来年4月から3ヶ月間ですけれども、多くの方に福岡県内、そして大分県内を周遊してもらえるように観光資源の魅力向上ということで各市町村、そしてまた地元の観光協会の皆様と取組を進めているところでございます。

副会長のご意見にありました「景観・ワンヘルス」でございますけれども、この景観につきましては、地域のまちづくりの団体、景観を守っていただける団体の方とも連携をしまして、そういった方に素晴らしい景観の魅力の紹介、そういった形でこのDC期間中、活躍をしていただきたいと、おもてなしの団体となっていただきたいというふうに思っております。

そしてワンヘルスの取組でございますけれども、これはまさに福岡県が今、全国に先駆けて取り組んでいるものでございます。SDGs、全国的に大変有名になっておりましたSDGsを巡る旅や修学旅行というものも今かなり商品が売れているということなわけですけれども、我々としては、福岡が今先頭走っておりますワンヘルス、この取組も、受入環境、今まさに整備をしているところでございますけれども少しずつ整ってまいりました。

今年度は、四王寺の森というのがございます。そこがワンヘルスの森ということで、新たに整備をしてまいりました。そして、福岡市内のワンヘルスパークの準備をしております。こういったものをDCの中で、多くの旅行会社の方を通じて旅行客の方にお伝えできればなと思っております。

そして、委員からアドバイスいただいた、やはり旅行会社の方に買っていただける商品、そして買っていただけない商品、出るかもしれませんが、今まさに地元で磨いております。なのでしっかりと、デスティネーションキャンペーンの前には「全国宣伝販売促進会議」のエクスカージョンでも旅行会社の方に一度回っていただきます。

そういった時にアドバイスをいただくような形で、仮に商品にできなかった場合、どうすればそういうふうに商品化できるのか。我々としてもこの来年の3ヶ月間、デスティネーションキャンペーン、その期間中だけの誘客ではなくて、その後、いかに来てもらうか、リピートしてもらうかという形につなげていきたいと思っておりますので、磨き上げの機会にしていきたいと思っております。

委員の方から、国内がターゲットのキャンペーンでございます。そして、会長にアドバイ



スいただきました産業ツーリズム、産業観光は県の大きな強みだと思っております。これもしっかり5月10日の「全国宣伝販売促進会議」と、それ以降の旅行会社の方へのプロモーションの中でしっかり取り組んでまいりたいと思います。

まさに現場が観光資源ということでございますので、受入対応のところの工夫をすれば、そのまま魅力的な素材になると思いますので、ここもしっかり地元とともに取り組んでまいりたいと考えております。

(会長)

次に、3「効果的な情報発信」にまいります。

(委員)

DCに向けて、宿泊業界の意気込みも大変高まっています。先ほどから施策の方でご説明ございました、国内の誘客のプロモーションにつきましては、福岡県の避密の旅キャンペーンが3月までだったのですが6月末まで延長していただいているということに対しまして県内の旅館事業者にとっては大変ありがたいというふうに思っております。

先ほどから出ています宿泊税につきまして、先日衆議院の予算委員会がありました、国内の旅行はコロナの状況でかなり消失しているという中で、概ね国内の日本人の旅行については戻りつつあるというような発言をしました。

これからインバウンドがどれだけの状況入ってくるかということになります。その中でこの大きな意味を持つ宿泊税という部分、福岡県もかなり落ちてくるというふうに予測しています。それで、今まで失われた国内の需要を取り戻すために、こういったキャンペーンで下支えをいただいているというのは実情でございますけれども、福岡県にもたくさんホテルが建っております。今もご指摘がありました人手不足の問題も抱えている中で、我々宿泊事業者として警戒をしているのが、また観光局様以外に生活衛生の内容である民泊ですね。いわゆる健全な民泊が広がっている部分もあります。農村とかいろいろな形でやられている事業者もいらっしゃいますけれども、そうではなくて、特に福岡市内のホテルの事業者とお話しますと、ホテルで一生懸命頑張っているのだけれども、その辺のマンションがいつの間にか民泊施設になっていると。コロナ禍で届出の取り消しがかなりございましたけれども、こういったお金を取るのだけれども、ややもすれば税金払わないというような事業者が、今後このコロナが収束しつつあり出てくるとも限りません。コロナ禍で大変ありがたいプロモーションキャンペーン、DCキャンペーンを含め、インバウンド誘致にも取り組んでいただいて感謝しております。我々宿泊事業者としては、そういった宿泊税を取り損ねるといいますか、そういうような不法の民泊事業者が出てくることについてここで発言したいと思います。

(委員)

指摘というか情報共有ということで、先々週3年ぶりにロンドンに行ってきました、JNTOのロンドン事務所の方でちょっと情報をいただいたのですけれど、その中で今2019年までの外国人の宿泊者、県別の色塗り図とですね、今イギリスの旅行会社主要数社がツアーに入れているデスティネーションの差分を色分け地図で出してくれたのでご共有いただいたのですが、今までなかった、今まで宿泊者が少なかった九州が結構取り入れられています。なので、まだまだ動きはこれからなのですが、やはりUKの旅行会社さんも九州とかようやく見始めてらっしゃるので、今の話前回も指摘がありましたけど、やはり数だけじゃなくて、今まで東アジアの皆さんが来られる、当然それでいいと思うのですが、それに加えて西欧にアンケートをとるっていうのは戦略的に進めていいのではないかなという状況でもあるかなと思いますし、国も今地方部の宿泊を強化するっていう方針が出てますから、そこをうまく合わせてやっていく、先ほど他の委員のご発言、やはり九州のハブはハブだと思しますので、そこはそういう動きもあるということを加味して動かれたらいいのではないかと思います。

(委員)

国内プロモーションの部分で触れられている平準化は永遠の課題だと思う。以前にある宿泊事業者さんと意見交換させていただいた時に、コロナ禍を経て、テレワークが進んだり、ワーケーションという仕事と観光を組み合わせたような新たな概念が出てきたことによって、労働観が変化しているという話を聞いた。実際に、こういった需要が中心となって、コロナ禍前よりも平日の稼働率を上げているというお話があった。今後、平日の稼働率をどう上げるか、どういうターゲットに絞っていくかを検討する時に、ワーケーションやテレワークができる人たちを念頭においてプロモーションするのも一つなのかなというふうに思いました。

(委員)

インバウンド需要の開拓というところで「DCを活用した訪日外国人向けの周遊モデルコースの作成・PRの実施」というところですが、DCは国内向けなので、国内向けの方々に作った周遊モデルコースを展開するという意味かと思います。このPRをどういうふうにやっていくのかが非常に肝かなというふうに思っておりまして、私ども毎日多くの、500～600人のお客様がレールパスとって乗り放題の切符を引き換えに来られますので、そこでのコミュニケーションをずっとしているわけなのですけれども、いろんな地域々の方で本当に情報のとり方が違うなというふうに思っています。

多くが、結構やっぱり韓国、それから今後戻る中国というところが数的には多いのかなというふうに思っておりまして、そこに対するPR、どうやっていくのかなということをどう考えられているか。ここは個人が多いです。韓国からの旅行も個人旅行がすごく多くなってしまっていて、どちらかというとレールパスを買わずに、私ども日本人と同じネット予約で切符

を買って来られる方が非常に増えています。そういう方々にこういう周遊モデルコースなどをご自身で入手していただいて、そして回っていただくというところにどう繋げていくかというPRが大変だと思うのですが、そのあたり具体的にもしお考えがあれば教えてください。

(委員)

伝統工芸品のことで少しお話させていただきます。福岡県もかなり伝統工芸品、ものづくりを扱う県なので、たくさんPRするものがあると思います。

この項目で気になったのが、ものだけをただ周知するだけとか工芸品の名前を周知する、というのはそれで終わってしまう話だと常々思っておりまして、ものづくりとか工芸品って本当にその土地のストーリーだったりとか、福岡県であれば福岡県の歴史だったり、博多織でもそうですけれども博多がどんな町なのかっていうところにまで話が発展できるとか、結構たくさん魅力が詰まっているものだと思っているので、ものそのものを知ってもらうというところに留まらずある意味、そこから観光客とか、福岡県っていう場所についての知識だったり、歴史、背景、ストーリーみたいなところにまでつなげて上手くある意味観光施策と連動していける要素っていうのはもっともっとあるのではないかなというふうに思っています。

単純に物産展だったり、買い物するっていうところも視点以上の部分の広がりみたいなところを含めていけるとより効果的なのではないかなというふうに思いました。

(事務局)

私の方から委員からご意見ご質問いただいた件について回答いたします。

委員からいただきました課題というのはまさにその通りだと思います。宿泊税に関する部分につきましては、先ほど議題の中でご説明を再度させていただいた際に、来年度そういった社会情勢を踏まえながら施行の状況を検討するというようなことを考えております。

その中で宿泊税では、先ほどの健全な民泊とか、税金が払われないとか、きちっと徴収していくとか、そういったところも含めて現在の施行状況を検討していくというような形になろうかというふうに思っておりますので、ご理解のほどよろしくお願ひ申し上げます。

それから委員から、伝統工芸品に関する「ものを知ってもらうだけでは」というようなお話ございました。まさにおっしゃられる通りだというふうに思います。

ちょっと言葉足らずではございますけれども、観光PR特設コーナーというところで、当然そういった、ものの背景だったり、土地の歴史、文化であったり、そういったものをトータルで情報発信するというのを考えていく必要があるかというふうに思っております。

先ほど委員長のお話ございましたけれども、伝統工芸品の体験とかそういったプログラムなんかも多々開発してきておりますので、その背景にあるものも含めてその体験の魅力とか、そういったものも、しっかりこの観光PR特設コーナー、ただ単なる販売とかそういう

ったことだけではなくて、観光とも繋げながら、しっかりとPRしていきたいというふうに思っております。

貴重なご意見ありがとうございました。

まず委員からいただきました、イギリスの方で九州がリストに入っているということで、大変心強く感じるところでございます。

来年の事業では、ここでも書かせていただいておりますけれども、福岡の食や文化、歴史といった強みを生かした高付加価値、高単価、やはりこう高い商品を買っていただく方というのはやはり、旅行期間が長くて、そして消費額が高い富裕層、特に欧米豪の富裕層の方であると思いますので、そういった方たちに選んでいただけるような観光素材、そこをしっかりとまずは調査をして、そしてそれを地元とともにそれを形にしていく、そういう取組を、来年取り組んで参りたいと思っております。

続きまして委員からアドバイスいただきました、観光需要の平準化を図るための閑散期の平日、の宿泊助成の事業でございますけれども、まさにテレワークであったり、ワーケーションの方々がターゲットになってくるのかなと思いますので、そういった方たちにしっかりと情報が届くようなPRに取り組んで参りたいと思います。

委員からお話いただきました「DCを活用した訪日外国人向けの周遊モデルコース」、DCは国内向けのキャンペーンでありますけれども、これを国内だけにとどまるのはもったいないと。レガシーとして、これは大分県さん、そしてJR九州さんと一緒になって取り組むことを予定しております。

開発した素材の中、そして売れたモデルルート、これをインバウンドの方にも買っていただけのものについては、積極的に売っていこうということで、その売り方については、これから検討して参りますけれども、今想定しておりますのは、専用のサイトを立ち上げたり、SNSへの発信ということでございますけれども、やっぱりエリアの方、それぞれ情報の入手の仕方は異なると思います。

東アジアの方は、先ほど委員おっしゃる通り、個人の方で動いてあると、逆に欧米豪の方は富裕層向けの旅行会社があるとも聞いておりますので、そういったターゲットを見据えて、効果的なあり方っていうのを取り組んでいきたいと思っておりますので、引き続きアドバイスの方お願いいたします。

(会長)

それでは次に、4「観光振興の体制強化」というところになります。ご意見ある方は挙手をお願いいたします。

(委員)

これ先ほどの話の続きにもなるのですが、委員が質的なところのお話を指摘されて

いましたけど、今この附属資料見ていると満足度とかNPSを取られていますよね。NPSは推奨度なのですけれど、これ我々も今、他県は宿単位でやっているのですけれど、宿単位でこのNPSをとる県庁の事業を今年度、弊社がやらせていただいているのですけれど、推奨度のところ、やっぱり大事な指標だだと思いますので、今KPIのところ、質的な資料が入ってないので、このNPSを継続的に計測されて、それを上げてくみたい、そういうKPIとして次年度以降使われたらどうかなっていうのは非常に思いました。

あとは、やはり継続的に取って、やっぱりその推移を見ていくっていうことが大事だと思いますので、これも参考情報ですけれど他県観光連盟の電子マネー、他県は去年から始めていまして、もう60~70万人ぐらい顧客データベースがありまして、そこにアンケート調査をするっていうのをやっているのですけれど、1日で1万人集まりました。なので、非常に簡単に調査ができる。全国旅行支援の仕組みを使うなり、すごくパワフルに、容易に調査ができるプラットフォームかと思っておりますので、せっかく電子マネーで、リテンションできるのであれば、そのプラットフォームを活用するっていうこと自体、マーケの文脈では重要であるのかなと思うので、その辺やられたらどうかなということです。

あともう一つ、二つ目のDMO化のところをちょっと情報共有というか指摘になるかなと思うのですが、ちょうど昨日DMOの公募がされていて、その審査をやって月曜日に一応結果が出たので、そのうち皆さんに届くと思いますけど、今状況としては国の方も今DMOが250ぐらいできていて、要はその取り扱いにちょっと困っている現実があります。

結局、DMOを作ったのだけど、その狙っていた機能をできないっていうのが如実になってきて、観光庁の方もちょっと課題意識されているというところがありますので、ただDMOを作るだけ、例えばこの県内で何個DMO登録できましたっていうのは、あんまり実質的な意味がないものになっちゃうので、計りやすいとは思うのですけども、やはりちゃんと機能する組織を作るっていう方向性に持ってかないと。今、観光庁の方でもあげたから、そこを支援するみたいな話は今後はあまりならないと思いますので、そこを国の方針とあわせて県の方針も整合を立てて本当に実のあるデスティネーションマーケティングマネジメントができる組織をいかに作るかって議論にいったほうが本質的な話になると思うので、そこはぜひ通していただきたいなと思いました。

(委員)

ビッグデータの部分についてコメントできればと思うのですけれども、データを取り続けることは、今発言いただいていたようにすごく重要なことと思いつつ、拡充っていうふうになると、どういった目的のために、どのデータを入手して、何に生かしていくかというところを前提として、しっかりと届けていただくことがすごく重要なことというふうに思っています。

かなりデジタル化の進む中で、DMPみたいところで、そういうデータマーケティングプ

ラットホームを、いろんなDMOさんだったりとか、県レベルで作成される事例が増えてきてはいるものの、たくさんデータは集まったけれど、これってどうしたらいいのだったか、どう解釈したらいいのだったか、お声かけいただくとか、お悩みをお伺いする機会がすごく増えています。

なので、データをまず収集して、何かに生かしていこうっていうところまでは素晴らしいかなと思うので、今すでに実施されているかと思うのですが、拡充するってなった時に、これを何のために生かしていくのだったか、というところは常にもうお考えあるとは思いますが、すけれどもやっぱり再確認いただくほうがいいかなというふうに思います。

その中の一つのアイデアとして、今は満足度調査もやられていますが、結構やっぱり日本人の特性として、良くなかった部分をもっと伸ばしていこうというところで、永遠に磨き上げされているっていうパターンが多分性格上多いかなというふうに思うのですが、良いところは伸ばしていこうというところもすごく重要かなと思うので、例えば高付加価値旅行者っていうところがJNTOをはじめ、かなり大きなキーワードになっている中で、その高付加価値旅行者がどういう形で、どういうところに関心があるのかとか、どういうツアーが好きなのかとか、どういう訴求をしたら彼らに来てもらえるのかというところで、例えばプロモーションに生かすために、そういった分析をしてみましようというような軸を、事前にいくつか持っておくと無駄にデータを買過ぎないとか、取り過ぎて何を見たらいいかわからないという状況にならないかなというふうに思いますので、コメントでした。

(会長)

その他、ご意見ございませんでしょうか。よろしゅうございますか。それでは事務局の方からお願いいたします。

(事務局)

ありがとうございます。まず委員からいただきました質的なところ、満足度、NPSを継続的にというお話をいただきました。

今回、附属資料でそういったNPSとか、そういったものを今年からちょっと取らせていただいておりますので、これで有効活用できるものとできないものを、きちっと整理しながら次年度以降もしっかり継続してデータを取って分析をしてまいりたいというふうに思っております。

それから施策に生かす、委員から軸を置かざることなくということでございます。私どもやはり行政的な立場でおりますと、福岡県の全体的な数値をまず動きを見るというようなところのビッグデータの活用。それから、その中で観光施策を企画立案していく際にターゲットを絞って、しっかりとその部分のニーズなりデータを収集するというこの取組が非常に重要であるというふうに我々も考えておりますので、引き続きそういった視点で取り組んでまいりたいと思っております。

ちなみに、外国人のこの拡充の部分につきましては、今現在、我々ビッグデータをとっているのはNTTドコモさんの基地局データ、モバイル空間統計というものを使ってやっているところがございますけれども、外国人のところ、やっぱりボリューム感っていうのが、他のところと比べると多いのですけれども、なかなかやっぱり全体的な数字としてどうかという部分があって、今、九州経済調査協会と九州大学さん、それから、Near社という外国人の位置情報をたくさん持ってらっしゃるところ、ここが国の事業を活用して今、実証をいろいろとやられています。それをうまく活用できるようであれば、ここでしっかりとリアルタイムな動きをとらえられるように、我々もその一角に入っていきたいなというふうに考えております。

それから観光のデータにつきましては、本来いろいろなところが今いろいろなデータを収集しているというお話もございましたけれども、実は我々国の方に要望しております、やはり各県と横並びできちっと比較ができるようなものを、国においてきちっと整理をして欲しいと、ビッグデータについてですね。そういった国への要望というか、ずっと私ども行ってきております。そういった中でなかなかそこがまだ進まないものですから、我々として独自でこういったデータの収集を今やっているという状況でございますので、ご理解をいただければというふうに思います。

それから、DMOの関係のご意見いただきました。DMOの数が増えて機能を発揮できていないんじゃないかというようなご指摘、その通りの部分も多々あるのではないかというふうに思っています。

そういったことにならないように、今回観光団体、DMOは指標としては数値、件数を掲げておりますけれども、やはり中身を伴わないと意味がないというふうに思っております、今回のこの観光団体のDMO化を加速するこのマッチング協業事業というのは、DMOをとった後に新たな取組をする。DMOっていうのは地域に根づいた、いわゆる観光の旗振り役でありますけれども、その地域だけじゃなくて、外部の人たちともしっかりと繋がってそこで新しい施策を打っていくと、そういうきっかけづくりになるような事業が必要ということで、今回こういった予算を計上し議決いただいたというようなところでございますので、この取組をしっかり進めてまいりたいというふうに思います。

(会長)

よろしいですか。それでは一通りこれで終わりましたけれども、意見を言い忘れたっていったところももしございましたら。はい、ありがとうございます。以上で本日の議題はすべて終了ということになります。

それでは以上をもちまして本日の審議会を終了いたします。議事進行、ご協力いただきましてありがとうございます。本日、皆様からいただきましたご意見を参考にいたしまして、福岡県におかれましてはより一層の観光振興に取り組んでいただければというふうに思っております。それでは進行を事務局にお返しいたします。

(観光局長)

会長、ありがとうございました。委員の皆様、大変ありがとうございました。来年度の事業につきまして私どもが考えていなかったような視点の様々なご意見をいただいております。いただきました意見をしっかりともう一度考えを改めまして、事業の方に生かしていきたいと思っております。

来年春にデスティネーションキャンペーンということで、今準備を進めております。DCというのも委員の先生方からお話がありましたように、これが終わったから終わりではなくて、ここに向けてみんな事業者の方それから市町村の方々と一緒にものを作り上げて誘客していく。そこでできなかったものは何なのかもう一回踏まえた上で翌年度から事業をしていくというふうに考えております。

またインバウンドにつきましても、委員の先生からご指摘ありましたように、東アジアだけではないというところ、それから持続可能なというところで、コロナ前と同じことにならないようにということでございます。

私どももこれからのインバウンド、コロナ前の状態に戻すことをインバウンドの振興として考えておりませんので、そのためにはどうやったらいいのかっていうのを委員の先生方からもご意見賜りながら、しっかりとコロナ前とは違うインバウンドの推進を進めてまいりたいと思っております。

どうもありがとうございました。