

1. 観光を取り巻く環境

1 世界の動向

- 世界経済の回復
(コロナの影響により、2020年の世界経済の成長率はマイナスとなったが、2021年、2022年はプラス)
- コロナ禍を経た旅行需要の変化
(「持続可能な観光」への関心の高まり、自然・アクティビティに対する需要の高まり)

2 日本国内の動向

- インバウンド需要の回復
(2022年10月の水際措置の緩和以降、堅調に増加)
- 個人旅行の増加
(日本国内居住者の旅行全体に占める個人旅行の割合は9割超、訪日外国人の旅行全体に占める個人旅行の割合は8割超)
- 人口減少の進行
(国立社会保障・人口問題研究所は、2050年には1億469万人(2020年比▲17.0%)と推計)
- 宿泊業における生産性・賃金の低さや、観光産業におけるコロナ禍の影響
(人材・人手不足、旅行需要の一時的な消失、借入増加による経営基盤の悪化)

3 本県観光の現状と課題

- 政令指定都市に集中する宿泊客とオーバーツーリズムの兆候
(県内宿泊者の約6割が両政令市、一部観光スポットにおけるマナー違反等)
- 外国人延べ宿泊者数の国・地域別構成比の偏り
(韓国が全体の5割を占めており、東アジアで見た場合全体の8割を占める)
- 欧米豪における認知度の低さ
(アジア34%に対して、欧米豪6%)
- 脆弱な二次交通
(政令市外の観光地に至るための二次交通が脆弱)

2. 第二次観光振興指針の目標と現状

数値目標	当初値	現状値	目標	目標値	
	2018年 (H30)			2019年 (R1)	2023年 (R5)
外国人入国者数	328万人	285万人	40万人	11.1%	360万人
延べ宿泊者数	1,673万人	2,042万人	1,399万人	70%	2,000万人
延べ宿泊者数 (外国人)	337万人	426万人	61万人	12%	500万人
旅行消費単価 (通常入国外国人)	57,600円	65,700円	(※1) -	-	61,500円
旅行消費額 (日本人)	9,253億円 (7,231億円)	9,934億円 (7,996億円)	(※1) - (5,519億円)	-	9,700億円
旅行消費額 (外国人)	(2,022億円)	(1,938億円)	-	-	-
観光関連産業の 売上金額	7,862億円	-	(※2) -	-	8,200億円

※1 2020年(R2)以降の旅行消費額(単価)は日本人のみ(外国人は調査を中止しているため不明)
※2 経済センサス-活動調査の調査対象年ではないため不明

【現状・課題を踏まえた基本的な考え方】

コロナ禍の影響もあり、個人旅行の増加傾向が強まる中、インターネットを通じた情報収集とその比較による観光地間競争、自然・アクティビティ需要等に代表されるニーズの多様化、観光地へ至るための交通手段の不足、といった傾向が見られる。
また、観光客を受け入れる宿泊施設の人材不足や、オーバーツーリズムやマナー違反などによる地域住民との摩擦も懸念される。
こうした課題を解決し、福岡観光が持続的に発展していくため、観光客はもとより、観光関連事業者や市町村をはじめとする自治体、観光協会と地域住民が連携していくことが重要である。

3. 目指す姿と基本方針

① 目指す姿 ⇒ 「つながる」福岡観光

- ◎ すべての人が福岡観光を楽しめるよう、言語、交通等の壁を越えて「つながる」ことができる環境が整備されている。
- ◎ 市町村、九州、全国と「つながる」ことで、新たな観光資源の開発が実現し、福岡観光の魅力がさらに高まっている。
- ◎ 多様化する観光客のニーズに「つながる」情報発信で、世界中の人に福岡の魅力が伝わり、多くの人が福岡県を訪れている。
- ◎ 地域に住み、学び、働いている人々が観光と「つながる」ことで、地域に誇りを持って楽しく幸せに暮らしており、地域観光の担い手が育成されている。

② 基本方針

- 回復するインバウンド需要の本県への着実な取り込み**
ターゲット国・地域(東アジア、東南アジア、欧米豪)に戦略的なプロモーションを行い誘客することで、旅行消費額の拡大を図る。
- リピーターの確保と県内の周遊促進**
来訪者の満足度向上を図ることでリピーターを確保し、かつ、各地域の魅力を上向することで、県内周遊を促進する。
- 観光DXの推進**
デジタル技術の活用により、観光産業の生産性向上と観光地経営の高度化を図り、「稼げる地域・稼げる産業」への変革を進める。
- 持続可能な観光(観光SDGs)の推進**
観光振興が地域経済の活性化と地域住民の誇りや愛着の醸成を通じて地域社会に好循環を生む持続的な仕組みづくりを進める。

④ 数値目標(2026年)

- 延べ宿泊者数
〇〇万人泊(うち外国人〇〇万人泊)
- 旅行消費単価
日本人〇〇円、外国人〇〇円
- 旅行消費額
〇〇億円(うち外国人〇〇億円)
- リピーター率
日本人〇〇%、アジア〇〇%、欧米豪〇〇%

3 戦略的なプロモーション

- デジタルマーケティングの推進**
・デジタルマーケティングに基づくターゲットの嗜好分析
- 本県の強みを活かしたプロモーション**
・観光地に加え、本県が誇る食、伝統工芸品、自然、文化等の発信
- 大規模イベントを活用したプロモーション**
・ツール・ド・九州、大阪万博等を活用したプロモーション
- 九州一体となったプロモーション**
・九州各県や九州観光機構と連携したプロモーション
- 旅行需要の分散・平準化**
・旅行者の県内各地への周遊促進
・修学旅行の誘致強化や平日宿泊の促進

4 観光振興の体制強化

- 各地域の観光を支える人づくり**
・産学官連携による中核人材の育成
・学生や転職希望者等を対象とした就職促進
・ボランティアガイド、専門知識のあるガイドの育成
- 客観的データに基づく施策立案体制の確立**
・ビックデータの活用による観光行動の分析
- 県内の観光関連団体の機能強化**
・県内DMOの新事業創出支援
- 市町村が実施する観光振興施策への財政的支援**

③ 施策の柱と方向性

1 受入環境の充実

- 誰もが快適に観光できる基盤づくり**
・宿泊施設の生産性向上や施設の充実
・MaaS等を活用した観光地へのアクセス向上
・空港における観光案内機能の強化
・ユニバーサルツーリズムの推進
- 観光振興と地域の調和の促進**
・オーバーツーリズム対策の推進
・民泊の適正な運営の確保
・地域住民と共につくる「おもてなし」の向上
- 国際航空路線の誘致**

2 観光資源の魅力向上

- 体験、交流、滞在型観光の推進**
・九州・山口一体となったサイクルツーリズムの推進
・自然・歴史・文化を活かしたアドベンチャーツーリズムの推進
- 魅力ある観光地域づくり、観光資源の開発**
・統一なテーマによる観光地域づくり・広域ルート設定
・世界文化遺産や日本遺産を活かした観光振興の推進
・ワンヘルスの取組を活かした観光振興の推進