

# 第三次福岡県観光振興指針（素案）

「つながる」福岡観光を目指して

2024 年度⇒2026 年度  
（令和 6 年度）（令和 8 年度）



# 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 指針策定の期間.....                | 2  |
| 第2章 第二次指針の取組と主な成果.....          | 3  |
| I 各施策の成果.....                   | 3  |
| 1 第二次指針の目指す将来像と基本方針、施策の柱.....   | 3  |
| 2 第二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 世界経済の回復.....                  | 7  |
| 2 コロナ禍を経た旅行需要の変化.....           | 7  |
| II 日本国内の動向.....                 | 9  |
| 1 インバウンド需要の回復.....              | 9  |
| 2 個人旅行の増加.....                  | 9  |
| 3 人口減少の進行.....                  | 11 |
| 4 観光産業におけるコロナ禍の影響.....          | 12 |
| 5 宿泊業における構造的課題.....             | 13 |
| III 本県観光の現状と課題.....             | 15 |
| 1 延べ宿泊者数.....                   | 15 |
| 2 旅行消費額.....                    | 17 |
| 3 福岡県の認知度.....                  | 19 |
| 4 観光客の県内各地への訪問状況.....           | 20 |
| 5 旅行者の満足度.....                  | 21 |
| 6 観光関係インフラ等の状況.....             | 22 |
| 7 観光産業の人的基盤・推進組織.....           | 28 |
| 第4章 目指す姿と基本戦略.....              | 30 |
| I 基本的な考え方.....                  | 30 |
| II 目指す姿.....                    | 30 |
| III 基本戦略.....                   | 30 |
| 1 回復するインバウンド需要の本県への着実な取り込み..... | 30 |
| 2 リピーターの確保と県内の周遊促進.....         | 30 |
| 3 観光DXの推進.....                  | 31 |
| 4 持続可能な観光(観光SDGs)の推進.....       | 31 |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| IV 施策の柱と方向性 .....           | 31 |
| 1 受入環境の充実 .....             | 32 |
| 2 観光資源の魅力向上 .....           | 33 |
| 3 戦略的なプロモーション .....         | 34 |
| 4 観光振興の体制強化 .....           | 35 |
| V 数値目標.....                 | 36 |
| 1 目標値の考え方.....              | 36 |
| 2 目標値(KPI) .....            | 36 |
| 3 目標値(KPI)の算出方法 .....       | 37 |
| 4 成果指標(再掲) .....            | 38 |
| 第5章 施策の推進体制 .....           | 39 |
| I 各主体の役割、連携方法 .....         | 39 |
| II 成果の検証と進捗管理 .....         | 39 |
| 参考資料.....                   | 40 |
| 観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例 ..... | 40 |
| 福岡県宿泊税条例 .....              | 45 |
| 福岡県宿泊税基金条例 .....            | 51 |
| 国の数値目標(第4次観光立国推進基本計画) ..... | 53 |
| 九州の数値目標(第三期九州観光戦略) .....    | 54 |

# 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組により、自らの地域の歴史・文化・自然等の魅力を再認識し、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)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)年7月に「福岡県観光振興指針(以下「第一次指針」という。)」を策定しました。2020(令和2)年3月には、本県観光を取り巻く環境や社会経済情勢の変化を踏まえ、「持続可能な観光先進県 福岡」を目指す「第二次福岡県観光振興指針(以下「第二次指針」という。)」を策定しました。

第二次指針が策定された2020(令和2)年以降、新型コロナウイルス感染症の世界的拡大に伴い、人の移動が大きく制限され、全国的に宿泊業、飲食サービス業など、観光関連産業の経営状況は大きく悪化するなど、観光関連産業を取り巻く状況は大きく変動しました。

本県においては、日本人の宿泊者数は2020(令和2)年から2021(令和3)年は緊急事態宣言やまん延防止等重点措置により、ほぼ半減となり、外国人の宿泊者数が2020(令和2)年から2022(令和4)年は入国制限によりほぼ皆減となりました。

また、旅行者の行動様式も変化しました。団体旅行から個人旅行へのシフトの加速、持続可能な観光に対する意識のさらなる高まり、自然・アクティビティに対する需要の高まりなどが見られます。

加えて現在は、新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着き、観光需要が急速に回復していることに伴い、観光産業における人材・人手不足などがより顕著になっていることに加え、一部の地域では、観光客の集中によるオーバーツーリズムの問題が発生し始めているところです。

こうした本県観光が直面する諸課題や取り巻く環境の変化を踏まえ、コロナ禍を経て本県観光産業のさらなる発展を目指すため、「第三次福岡県観光振興指針(以下「第三次指針」という。)」を策定しました。

## Ⅱ 指針の性格

第三次指針は、観光振興条例第4条に係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「第三期九州観光戦略 第一次アクションプラン（期間：2024（令和6）年度～2026（令和8）年度）における取組とも足並みを揃え、相乗効果を生み出すため、第三次福岡県観光振興指針の期間は2024（令和6）年度～2026（令和8）年度の3年間とします。

## 第2章 第二次指針の取組と主な成果

### I 各施策の成果

#### 1 第二次指針の目指す将来像と基本方針、施策の柱

第二次指針では、「持続可能な観光先進県 福岡」として、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こと、住んでよし、訪れてよしの観光地づくりが実現していること、観光産業と地域生活が調和していること、の3つを将来像としました。

そのもとに、戦略的なインバウンド誘客による旅行消費額の拡大、旅行者の県内各地への来訪の促進、デジタルマーケティングの推進、持続可能な観光の推進を基本方針とし、これに基づき「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ました。

#### 2 第二次指針における各施策の取組状況

##### (1) 受入環境の充実

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の環境整備に取り組みました。具体的には、宿泊事業者が行うバリアフリー化や多言語案内等の受け入れ対応強化の支援や生産性向上の取組に対する支援、24 時間 365 日対応可能な多言語対応コールセンターの運営、外国人旅行者向け災害対応マニュアルの策定などに取り組みました。

成果指標として掲げた「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)」「インバウンド協力店登録数」「ふくおかバリアフリーマップ掲載施設数」については、いずれも当初値より増加しているものの、目標値には届きませんでした。これは新型コロナウイルス感染症の拡大により、インバウンド需要の消失など旅行需要の減少に伴い、観光関連事業者の取組が進みにくかったことが要因であると考えられます。

図表1 「受入環境の充実」に関する成果指標

| 成果指標                            | 当初値        |           |           |           | 現状        |                  |
|---------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------|
|                                 | 2018年(H30) | 2019年(R1) | 2020年(R2) | 2021年(R3) | 2022年(R4) | 目標値<br>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%       | 3.7%      | 3.2%      | 2.6%      | 3.7%      | 4.0%             |
| インバウンド協力店登録数                    | 1,004店舗    | 1,049店舗   | 1,078店舗   | 1,079店舗   | 1,115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    | —         | 5,566箇所   | 5,833箇所   | 5,926箇所   | 9,000箇所          |

## (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みました。具体的には、県内6地域に設定した広域観光エリアにおいて、「食べる、遊ぶ、泊まる」を一体的に楽しめる本県の新たな観光の核となる地域づくりの推進や、広域サイクリングルートの整備等のサイクルツーリズムの推進に取り組みました。

成果指標として掲げた「日本人旅行消費単価(宿泊客)」については、目標値には届きませんでした。これは、全国旅行支援による宿泊助成により旅行者負担額が減少したことが主な原因と考えられます。「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」や「サイクルツーリズムモデルルート数」については、目標値に達しました。

図表2 「観光資源の魅力向上」に関する成果指標

| 成果指標                         | 当初値<br>2018年(H30) | 2019年(R1) | 2020年(R2) | 2021年(R3) | 現状<br>2022年(R4) | 目標値<br>2023年(R5) |
|------------------------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------------|------------------|
| 日本人旅行消費単価(宿泊客)               | 61,000円           | 61,500円   | 49,422円   | 52,818円   | 59,713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              | 23商品      | 51商品      | 84商品      | 117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      | 10箇所      | 10箇所      | 10箇所            | 10箇所             |

## (3) 効果的な情報発信

本県の認知度を向上させるとともに、東南アジアや欧米豪をはじめ、国内外からの更なる誘客を図るため、SNS等を活用し、ターゲットに合わせた効果的な情報発信を行いました。具体的には、本県の観光Webサイト「クロスロードふくおか」や多言語サイト「VISIT FUKUOKA」、SNSを通じた情報発信や、上記(2)の6つの広域観光エリアの情報をワンストップで提供する特設ページ「新しい「ふくおかあそび」」の開設などに取り組みました。

また、2024(令和6)年の4月から6月に開催予定の「福岡・大分デスティネーションキャンペーン<sup>1</sup>」に向けて旅行商品の造成を促進するため、全国の旅行会社を対象に全国宣伝販売促進会議を開催するなどキャンペーンに向けた取組を推進しました。

加えて、県内旅行の際の宿泊代や旅行商品代を割り引く「福岡の避密の旅」観光キャンペーンなどを実施するなど、コロナ禍で落ち込んだ観光需要の喚起にも取り組みました。

成果指標として掲げた「SNSフォロワー数」については、コロナ禍の中でアクセ

<sup>1</sup> デスティネーションキャンペーン: 全国のJR6社(JR北海道・JR東日本・JR東海・JR西日本・JR四国・JR九州)が、現地の自治体や観光会社、旅行会社などと協力し、地域の新たな観光素材をPRし誘客する大型観光キャンペーン。



ス解析やネイティブ目線での情報発信に注力した結果、目標値を上回りました。

「県の観光Webサイトセッション数」は当初値を上回っているものの、目標値には届きませんでした。これは、新型コロナウイルス感染症拡大による旅行機運の低下が影響していると考えられます。また、「県の観光Webサイト平均セッション時間」についても目標値には届きませんでした。これは、セッション数増加が見込めるコンテンツが少ないことによるものと考えられます。なお、2023(令和5)年2月に県の観光Webサイトをリニューアルし、スマートフォンなどの様々な端末に対応するなど、利便性の向上を図ったところであり、今後は観光地情報やモデルコースなどのコンテンツを充実させ、より魅力あるサイトにしていく必要があると考えられます。

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<br>2018年(H30) | 2019年(R1) | 2020年(R2) | 2021年(R3) | 現状<br>2022年(R4) | 目標値<br>2023年(R5) |
|---------------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------------|------------------|
| SNSフォロワー数           | 129,579人          | 212,259人  | 293,218人  | 330,513人  | 460,336人        | 260,000人         |
| 県の観光Webサイトセッション数    | 208万セッション         | 191万セッション | 146万セッション | 161万セッション | 259万セッション       | 520万セッション        |
| 県の観光Webサイト平均セッション時間 | 1分08秒             | 1分05秒     | 1分13秒     | 1分07秒     | 1分00秒           | 2分50秒            |

#### (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<sup>2</sup>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強化を行いました。

成果指標として掲げた「日本版DMO及びDMO候補法人数」は目標値を達成しています。また、「観光人材育成研修受講者数」も順調に増加しています。

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<br>2018年(H30) | 2019年(R1) | 2020年(R2) | 2021年(R3) | 現状<br>2022年(R4) | 目標値<br>2023年(R5) |
|-------------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------------|------------------|
| 日本版DMO及びDMO候補法人の数 | 6団体               | 9団体       | 11団体      | 14団体      | 14団体            | 9団体              |
| 観光人材育成研修受講者数(累計)  | —                 | 244人      | 846人      | 1,731人    | 3,033人          | 3,800人           |

<sup>2</sup> 日本版DMO(観光地域づくり法人):地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、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。

## Ⅱ 数値目標の達成状況

第二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。

2022(令和4)年末時点では、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、「外国人入国者数」「延べ宿泊者数」「延べ宿泊者数(外国人)」の達成率は目標値を大幅に下回っています。また、「旅行消費単価」「旅行消費額」については、数値の根拠となる国の調査が中止されたことにより計測不能となっています。

2023(令和5)年については、5月に新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に変更され、8月には中国からの団体旅行が解禁となったことなどから、現時点での推計では、旅行消費単価は目標値を上回り、その他の指標については目標値の7割~9割台で推移すると考えられます。

図表5 第二次指針の数値目標と達成状況

| 数値目標                      | 当初値<br>2018年(H30)                 | 2019年(R1)                         | 2020年(R2)           | 2021年(R3)           | 現状<br>2022年(R4)       | 目標<br>達成率 | (参考)  |                                   |             | 目標値<br>2023年(R5) |
|---------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|-----------|---|-----------------------------------|-------------|------------------|
|                           |                                   |                                   |                     |                     |                       |           | 2023年(R5)<br>1~9月                             | 2023年(R5)<br>年間推計値                | 達成率<br>(推計) |                  |
| 外国人入国者数                   | 328万人                             | 285万人                             | 33万人                | 0.6万人               | 40万人                  | 11.1%     | 197万人   | 265万人                             | 73.6%       | 360万人            |
| 延べ宿泊者数                    | 1,673万人                           | 2,042万人                           | 1,059万人             | 962万人               | 1,399万人               | 70%       | 1,439万人                                       | 1,967万人                           | 98.4%       | 2,000万人          |
| 延べ宿泊者数<br>(外国人)           | 337万人                             | 426万人                             | 62万人                | 10万人                | 61万人                  | 12%       | 323万人   | 457万人                             | 91.4%       | 500万人            |
| 旅行消費単価<br>(通常入国外国人)       | 57,600円                           | 65,700円                           | (※1) -              | (※1) -              | (※1) -                | -         | 85,500円 <sup>※3</sup>                         | -                                 | 139.0%      | 61,500円          |
| 旅行消費額<br>(日本人)<br>(訪日外国人) | 9,253億円<br>(7,231億円)<br>(2,022億円) | 9,934億円<br>(7,996億円)<br>(1,938億円) | (※1) -<br>(2,979億円) | (※1) -<br>(2,692億円) | (※1) -<br>(5,519億円)   | -         | 5,271億円 <sup>※4</sup><br>(4,655億円)<br>(616億円) | 8,648億円<br>(6,379億円)<br>(2,269億円) | 89.2%       | 9,700億円          |
| 観光関連産業の<br>売上金額           | 7,862億円                           | (※2) -                            | (※2) -              | 6,113億円             | 6,182億円 <sup>※5</sup> | -         | -   | -                                 | -           | 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

(※3) 最新の四半期ベースのもの(2023年4~6月期)

(※4) 日本人は1~9月累計、外国人は2023年4~6月期

(※5) 2022年経済構造実態調査(宿泊業・飲食サービス業)の数値

【出典】

・外国人入国者数:法務省「出入国管理統計」

・延べ宿泊者数:観光庁「宿泊旅行統計」

・旅行消費単価:訪日外国人消費動向調査

・旅行消費額:観光庁「旅行・観光消費動向調査」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

・観光関連産業の売上金額: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、飲食業における観光による売り上げ金額を推計

※(参考)についてはパブリックコメント段階で直近の実績を反映する。

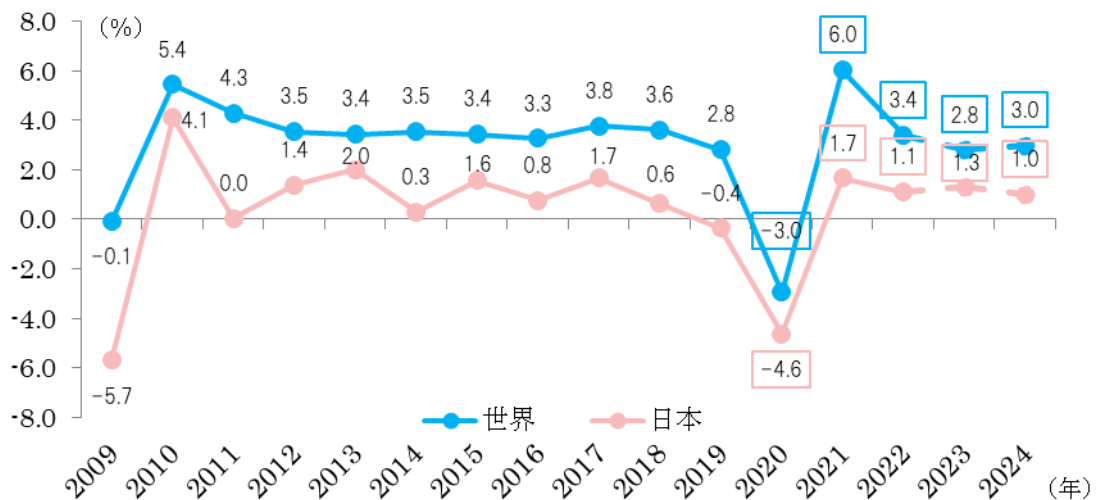
## 第3章 観光を取り巻く環境

### I 世界の動向

#### 1 世界経済の回復

国際通貨基金 (IMF) によると、世界経済の成長率は、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 (令和 2) 年はマイナスとなりましたが、2021 (令和 3) 年、2022 (令和 4) 年はプラスに転じ、2023 (令和 5) 年、2024 (令和 6) 年については、鈍化するものの引き続きプラスになると予測されています。

図表6 世界経済の成長率の推移と見直し



(注) 表中、単位は前年比、%。2023~2024 (令和 6) 年は IMF 予想。

出典：2009 (平成 21) 年~2021 (令和 3) 年…令和 3 年度福岡県中小企業振興基本計画年次報告 (IMF「IMF World Economic Outlook Database October 2022」より作成)

2022 (令和 4) 年~2024 (令和 6) 年… IMF「IMF World Economic Outlook Apr.2023」より作成

#### 2 コロナ禍を経た旅行需要の変化

新型コロナウイルス感染症の拡大以降、世界的に「持続可能な観光 (サステナブルツーリズム<sup>3</sup>)」に対する関心が高まっています。

世界大手のオンライン旅行会社「Booking.com」が 2023 (令和 5) 年に行った調査では、世界の旅行者のうち 76% が「今後 1 年間において、よりサステナブルに旅行したい」、74% が「よりサステナブルな旅行の選択肢を旅行会社に提供してほしい」と回答しています。いずれも 2022 (令和 4) 年の調査結果より上昇しており、サステナブルな旅行を重視する傾向が強まっています。

<sup>3</sup> サステナブルツーリズム：訪問客、産業、環境、受け入れ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のこと。(国連世界観光機関 (UNWTO) による)

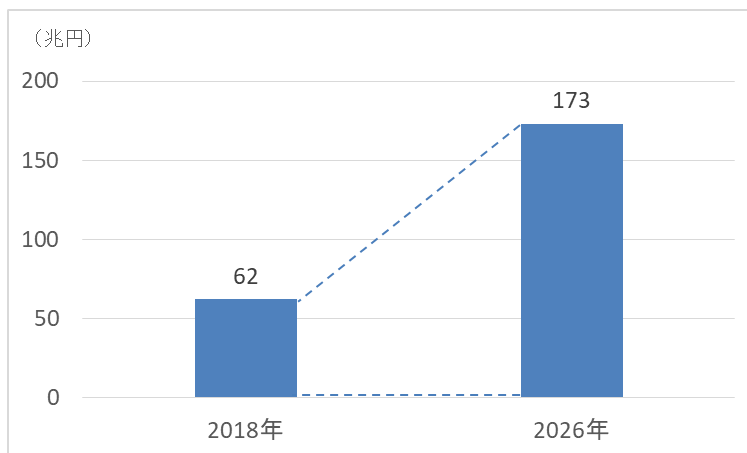
図表7 「持続可能な観光」への関心の高まり



出典：Booking.com「サステナブルトラベルレポート 2023」

また、コロナ禍を経て、密集を回避した旅行形態が求められる中で、自然・文化・アクティビティに対する需要も高まりを見せています。世界のアドベンチャーツーリズム<sup>4</sup>市場は、2018(平成30)年の62兆円から2026年(令和8)年には173兆円まで大きく成長するとの予測もあり、アドベンチャーツーリズムを推進することにより、国内外の観光客の消費額増加や満足度向上に繋がることが期待されています。

図表8 世界のアドベンチャーツーリズム市場の見通し



出典：Allied Market Research の調査を基に株式会社 JTB 総合研究所において試算

<sup>4</sup> アドベンチャーツーリズム(AT):「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」の3要素のうち2つ以上で構成される旅行を指す。(Adventure Travel Trade Association による定義)

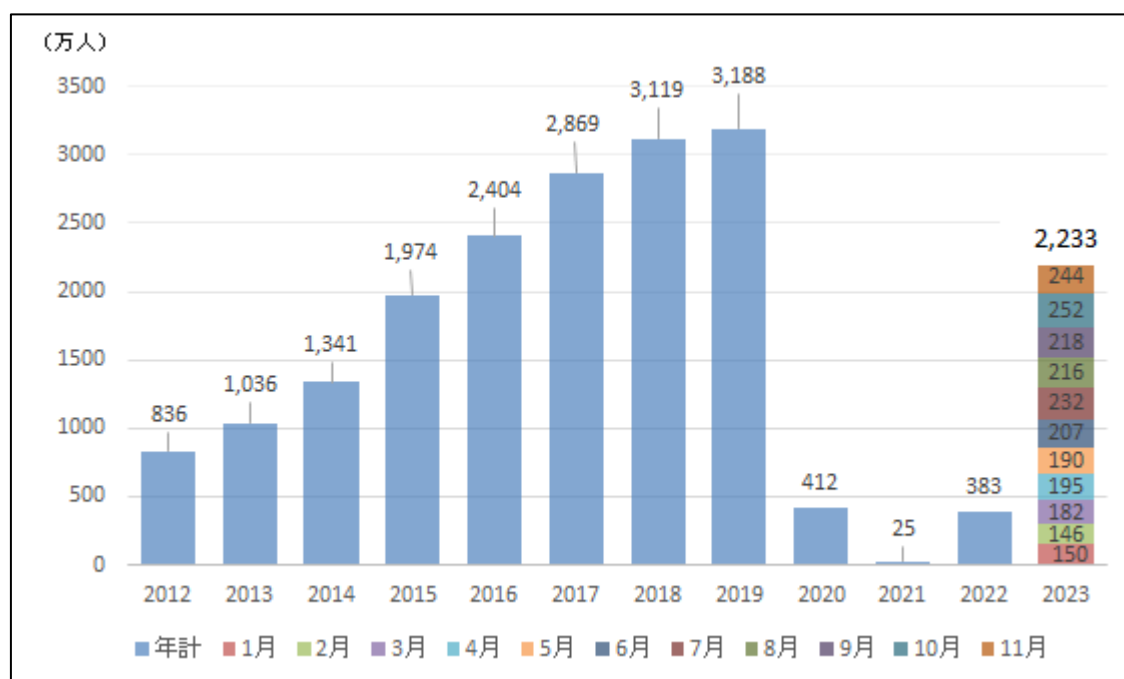
## Ⅱ 日本国内の動向

### 1 インバウンド需要の回復

訪日外国人旅行者数は、2019(令和元)年には過去最高の3,188万人となるなど、増加傾向にありましたが、2020(令和2)年以降は新型コロナウイルス感染症の影響により大幅減となりました。

2022(令和4)年10月の水際措置の緩和以降は、2023(令和5)年10月の旅行者数がコロナ前である2019(令和元)年同月比100.8%となる約252万人となり、新型コロナウイルス感染症拡大後初めて2019(令和元)年同月比を超えるなど、インバウンド需要の回復傾向が見られます。

図表9 訪日外国人旅行者数の推移(2012(平成24)年～2023(令和5)年)



出典：日本政府観光局（JNTO）資料を基に福岡県作成

※端数処理の関係で、2023年の月別と11月までの累計値は一致しない。

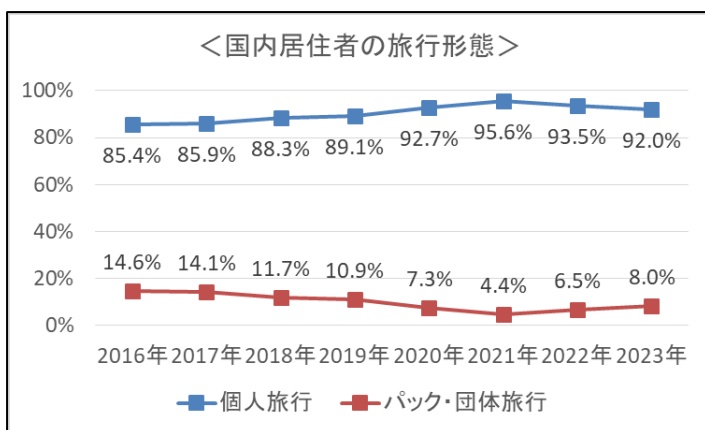
注：2012(平成24年)～2022(令和4)年は年計(確定値)、2023(令和5)年は1～11月までの合計(10月、11月は推計値)

### 2 個人旅行の増加

旅行に関するニーズが多様化していることや、インターネットの普及により誰もが手軽に旅行の手配ができるようになったことに伴い、パック・団体旅行に対する個人旅行の比率は緩やかな増加傾向にありましたが、コロナ禍を契機にその傾向がより強まっています。

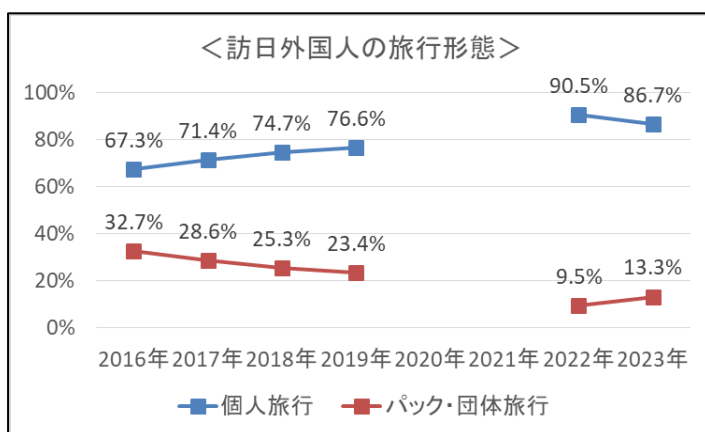
2023(令和5)年上半期は、国内居住者の9割以上、訪日外国人の8割以上を個人旅行が占めている状況です。

図表 10 国内居住者及び訪日外国人の旅行形態の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注：2023（令和5）年は1月～6月の確報値



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

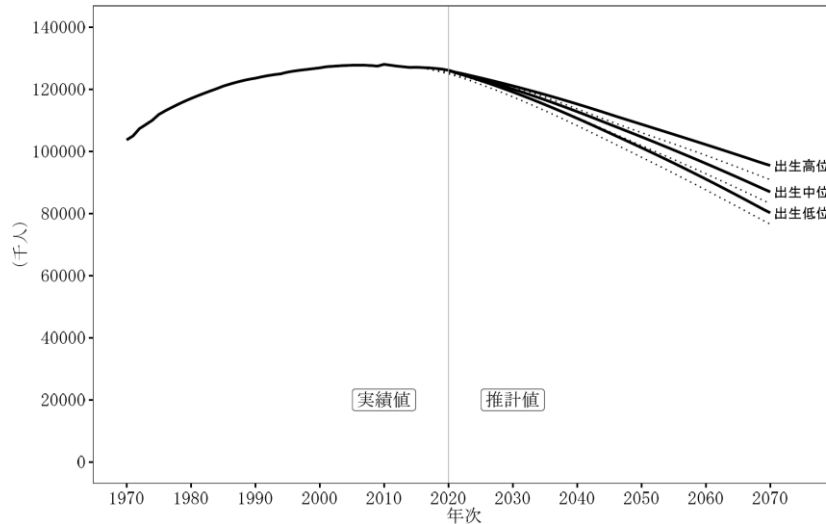
注：2020（令和2）年、2021（令和3）年は調査中止のため不明、2023（令和5）年は1月～6月の2次速報値

### 3 人口減少の進行

国立社会保障・人口問題研究所によると、日本の将来推計人口は 2050 年には 2020 (令和 2) 年比で 17% 減の 1 億 469 万人となっており (出生中位の場合)、人口減少・少子高齢化が進行しています。

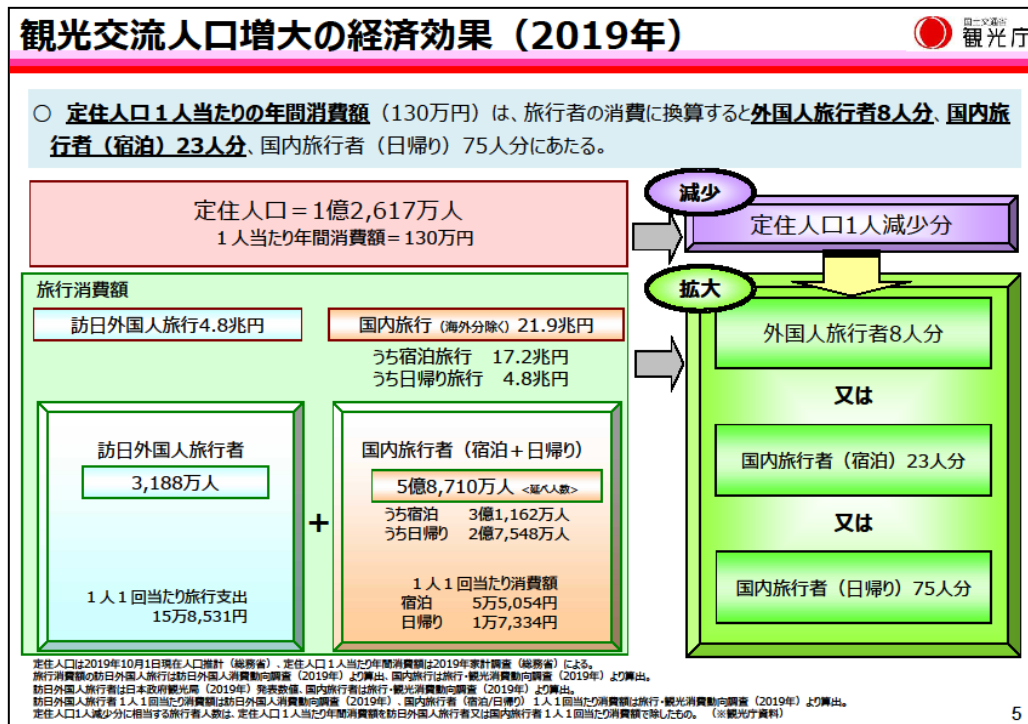
こうした中、観光による国内外からの交流人口の拡大や、旅行消費による地域の活力維持、地域社会の発展は、国においても成長戦略の柱、地方創生の切り札とされています。

図表 11 日本の将来推計人口



出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年度推計）」  
注：破線は前回（2018（平成30）年）の推計

図表 12 観光交流人口増大の経済効果（2019（令和元）年）



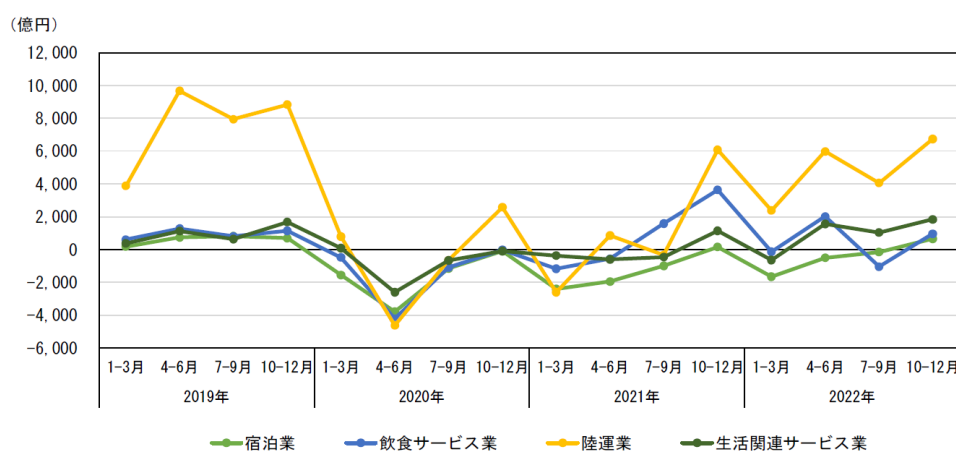
出典：2022（令和4）年4月20日「第4回「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」参考資料（観光庁作成）」

#### 4 観光産業におけるコロナ禍の影響

新型コロナウイルス感染症の拡大による緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等により、観光関連産業は大きな影響を受け、宿泊業においては、2020（令和2）年以降の経常利益はマイナス基調となりました。また、コロナ禍における事業継続のための借入金により、2020（令和2）年から2021（令和3）年にかけて、負債比率が急激に増加しました。

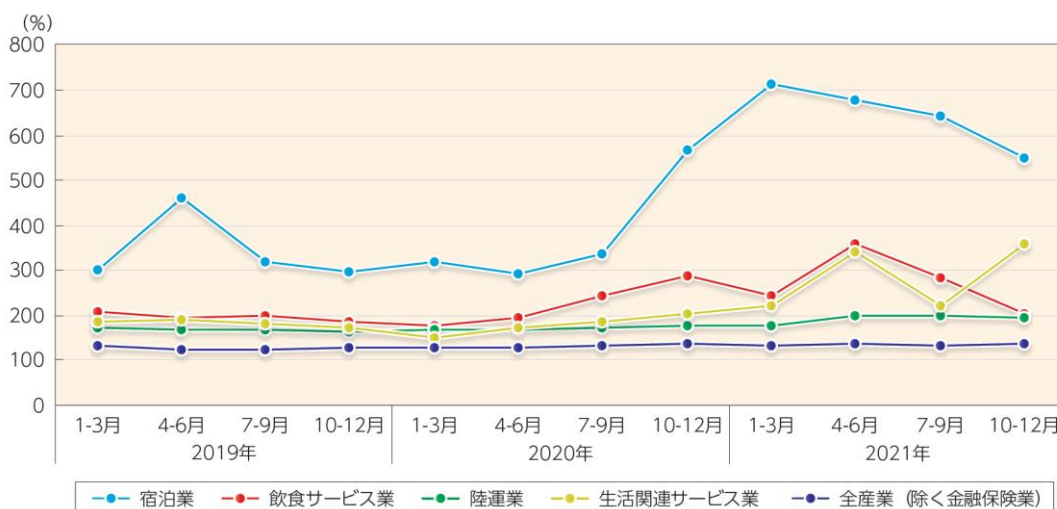
行動制限の緩和に伴い、2022（令和4）年10月以降は宿泊業を含むすべての観光関連産業の経常利益がプラスに転じるなど、回復の兆しは見られますが、借入金の返済などもあり、経営は依然として厳しい状況が続いているところです。

図表 13 観光関連産業の経常利益の状況（全国）



資料：財務省「法人企業統計調査」  
出典：令和5年版観光白書

図表 14 観光関連産業の負債比率の状況（全国）



資料：財務省「法人企業統計調査」  
出典：令和5年版観光白書



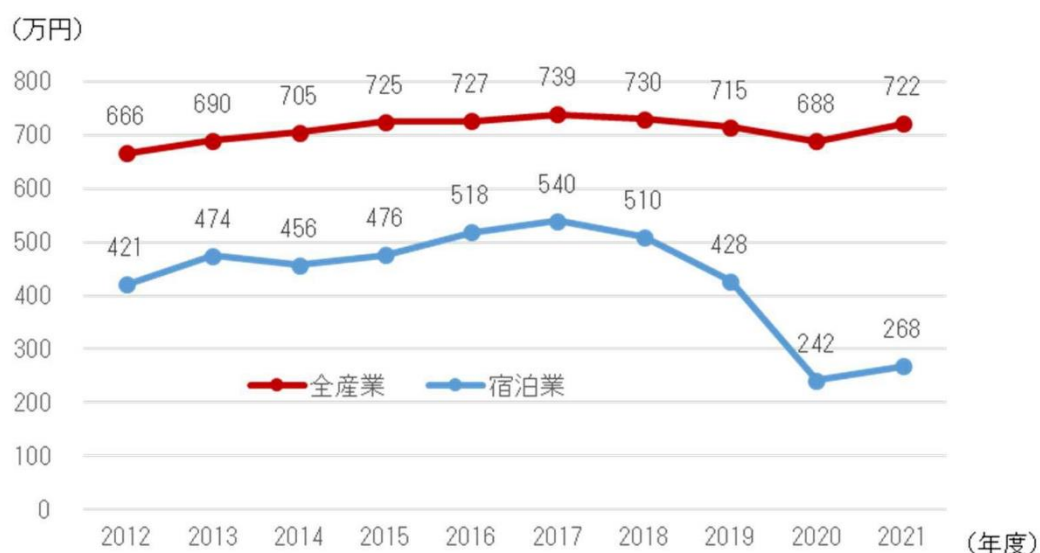
## 5 宿泊業における構造的課題

観光需要が回復に向かう中、宿泊業においては、全国的に生産性や賃金の低さ、人員不足といった、新型コロナウイルス感染症の拡大前からの構造的課題が一層顕在化しました。

生産性については、従来から全産業平均に比べて低い水準にありましたが、コロナ禍による付加価値額の減少や、企業努力に加えて雇用調整助成金を活用するなどして、従業員の雇用を確保した結果、生産性は低下し、全産業平均との差は一層拡大しました。

また、コロナ禍前は人員不足であった宿泊・飲食サービス業は、雇用を守った結果コロナ禍中は逆に人員過剰となり、コロナ後は再び大幅な人員不足となるなど、安定的な雇用が確保しづらい状況となっています。

図表 15 労働生産性の推移（全国）

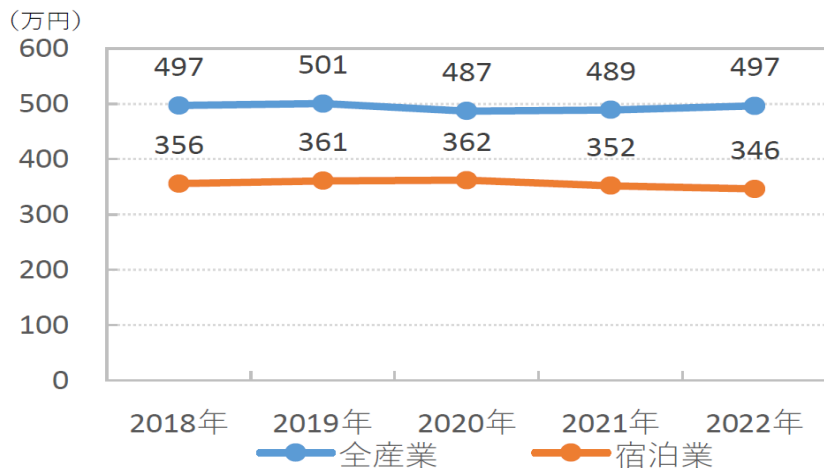


資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：労働生産性は付加価値額÷期中平均従業員数から算出。全産業は、金融保険業を除く値。

出典：令和5年版観光白書

図表 16 賃金（年間賃金総支給額）の推移（全国）



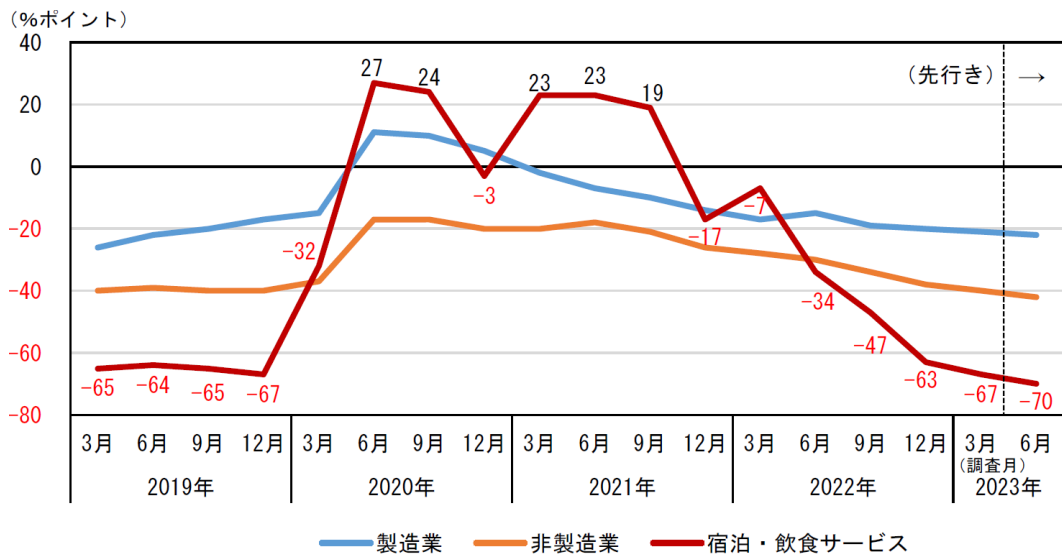
資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：賃金＝一般労働者のきまって支給する現金給与額×12＋年間賞与その他特別給与額から算出。

注2：2020（令和2）年から有効回答率を考慮した推計方法に変更。

出典：令和5年版観光白書

図表 17 企業の雇用人員判断D. Iの推移（全国）



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」に基づき観光庁作成。

注：雇用人員判断 D.I.（「過剰」－「不足」）。全国ベース。2023（令和5）年6月の先行きは2023（令和5）年3月時点の回答。

出典：令和5年版観光白書

### Ⅲ 本県観光の現状と課題

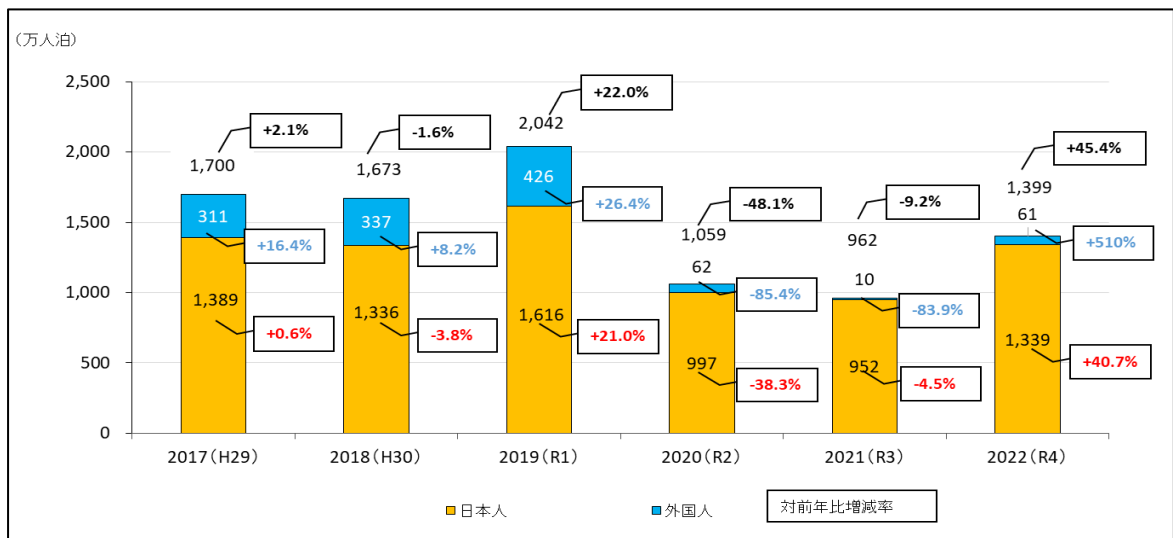
#### Ⅰ 延べ宿泊者数

本県の延べ宿泊者数は、2019(令和元)年は前年比 22.0%増の 2,042 万人泊となり、初めて2,000 万人を突破しましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大により、2020(令和2)年は 1,059 万人泊、2021(令和3)年は 962 万人泊と2年続けて約 1,000 万人泊の需要が失われました。

日本人延べ宿泊者数については、まん延防止等重点措置が解除された 2022(令和4)年 3 月以降、「福岡避密の旅」や「新たな福岡の避密の旅」といった需要喚起のための観光キャンペーンによる効果もあり、徐々に回復してきました。2023(令和5)年に入ってからは、2019(令和元)年同月比で概ね 90%から 100%で推移しており、ほぼコロナ前まで回復しています。

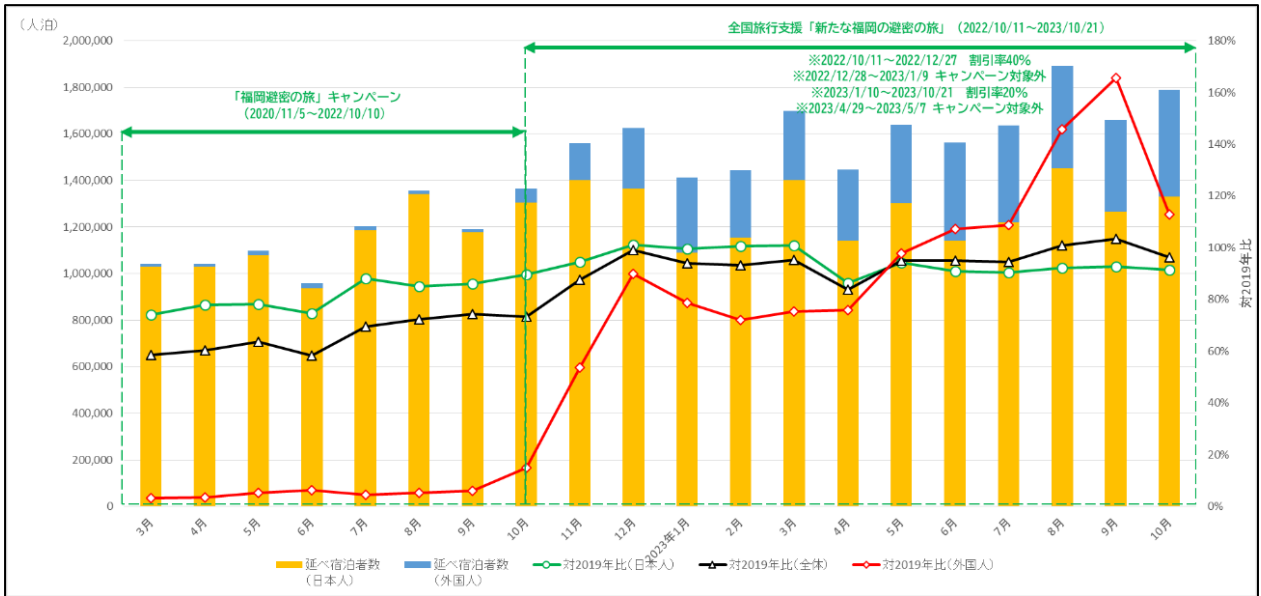
外国人延べ宿泊者数については、2022(令和4)年 10 月の水際措置の緩和以降、急速に回復しています。2023(令和5)年 5 月以降は更なる伸びを見せており、2019(令和元)年同月比で 100%を上回っています。

図表 18 延べ宿泊者数の推移(福岡県)(年別)



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

図表 19 延べ宿泊者数の推移（福岡県）（2022（令和4）年3月～2023（令和5）年10月）

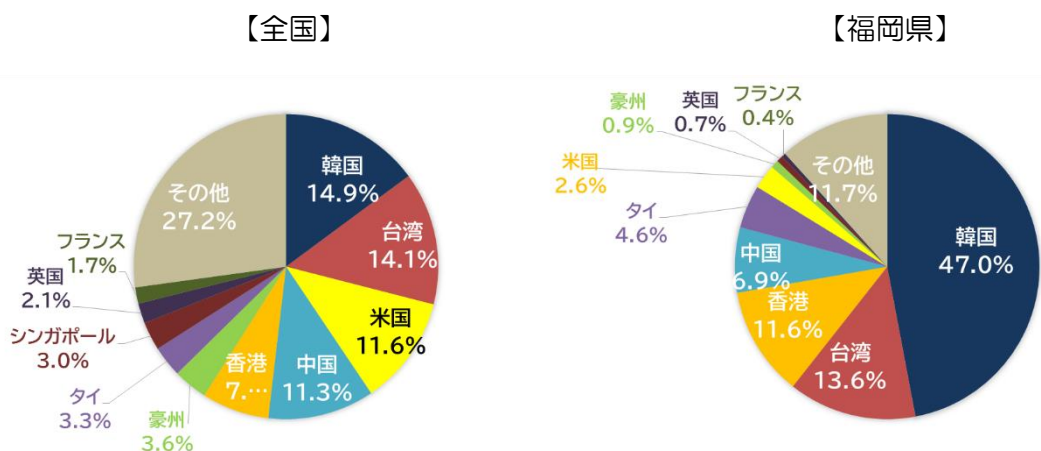


出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（※2023年は速報値）

また、本県の外国人延べ宿泊者数における国・地域別構成比をみると、韓国が約5割となっており、全国と比べて非常に高い割合となっています。韓国、台湾、香港、中国で全体の8割を占めるなど、東アジアの割合が高いのも特徴です。一方、欧米豪については、全国よりも低い割合となっています。

全体の約8割を占める日本人宿泊者や外国人延べ旅行者数の半数を占める韓国からの誘客に引き続き取り組むとともに、東南アジアや欧米豪からの誘客に注力していく必要があります。

図表 20 外国人延べ宿泊者数（国・地域別シェア）（2023（令和5）年1月～10月）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに福岡県作成（従業員数10名以上の宿泊施設が対象）

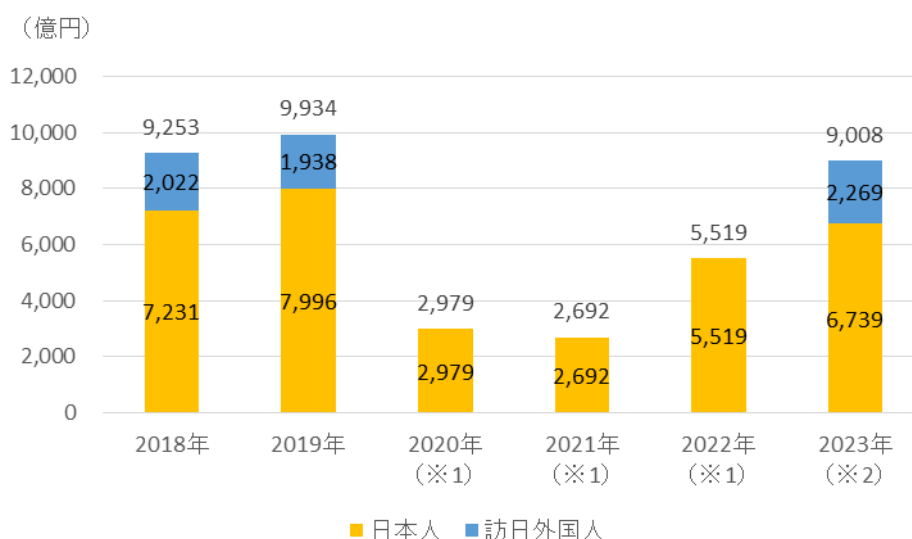
## 2 旅行消費額

本県の旅行消費額は、2019(令和元)年に9,934億円となりましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大により、2020(令和2)年は2,979億円、2021(令和3)年は2,692億円と、約7割減となりました。

2022(令和4)年は緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の解除により、旅行消費額は5,519億円まで回復しました。2023(令和5)年は、訪日外国人の旅行消費額の推計が2,269億円と戻り始め、全体でコロナ前の2019(令和元)年の約9割となる9,008億円まで回復しています。

旅行消費単価については、下表のとおり推移しています。

図表21 旅行消費額の推移(福岡県)(年別)



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

※1：2020(令和2)年～2022(令和4)年は「訪日外国人消費動向調査」中止のため、数値は日本人のみ

※2：2023(令和5)年は推計値

図表22 福岡県の旅行消費単価の推移

|       | 2018年<br>(H30) | 2019年<br>(R1) | 2020年<br>(R2) | 2021年<br>(R3) | 2022年<br>(R4) |
|-------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 訪日外国人 | 56,600円        | 62,800円       | (※1)          | (※1)          | (※1)          |
| 通常入国  | 57,600円        | 65,700円       | (※1)          | (※1)          | (※1)          |
| クルーズ船 | 50,400円        | 45,700円       | (※1)          | (※1)          | (※1)          |
| 日本人   | 42,700円        | 44,600円       | 36,300円       | 37,600円       | 45,200円       |
| 宿泊    | 61,000円        | 61,500円       | 49,400円       | 52,800円       | 59,700円       |
| 日帰り   | 22,300円        | 21,900円       | 17,800円       | 16,700円       | 25,500円       |

出典：訪日外国人…観光庁「訪日外国人消費動向調査」を基に福岡県算出

日本人…観光庁「旅行・観光消費動向調査」を基に福岡県算出

注1：2020(令和2)年～2022(令和4)年は「訪日外国人消費動向調査」中止のため、数値は日本人のみ

注2：100円未満四捨五入

## (1) 訪日外国人

訪日外国人旅行者数が多い主要 20 개국・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ためには、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に取り組むことが必要です。

図表 23 訪日外国人（通常入国）の旅行消費額（2019（令和元）年）

|         | 全国            |              |             | 福岡県           |              |             | 旅行消費額<br>福岡県割合 |
|---------|---------------|--------------|-------------|---------------|--------------|-------------|----------------|
|         | 旅行消費額<br>(億円) | 訪問者数<br>(千人) | 消費単価<br>(円) | 旅行消費額<br>(億円) | 訪問者数<br>(千人) | 消費単価<br>(円) |                |
| 中国      | 17,016        | 7,996        | 212,810     | 361           | 272          | 132,952     | 2.1%           |
| 台湾      | 5,452         | 4,609        | 118,288     | 214           | 360          | 59,454      | 3.9%           |
| 韓国      | 4,240         | 5,569        | 76,138      | 581           | 1,314        | 44,202      | 13.7%          |
| 香港      | 3,512         | 2,252        | 155,951     | 223           | 257          | 87,000      | 6.4%           |
| 米国      | 3,222         | 1,701        | 189,411     | 35            | 51           | 69,392      | 1.1%           |
| タイ      | 1,731         | 1,317        | 131,457     | 61            | 63           | 96,022      | 3.5%           |
| オーストラリア | 1,514         | 611          | 247,868     | 6             | 12           | 49,871      | 0.4%           |
| 英国      | 996           | 413          | 241,264     | 13            | 19           | 68,726      | 1.3%           |
| ベトナム    | 875           | 494          | 177,066     | 63            | 27           | 237,375     | 7.2%           |
| シンガポール  | 851           | 490          | 173,669     | 16            | 25           | 62,422      | 1.9%           |
| フランス    | 797           | 336          | 237,420     | 8             | 12           | 63,050      | 1.0%           |
| カナダ     | 667           | 367          | 181,795     | 4             | 12           | 36,803      | 0.6%           |
| マレーシア   | 663           | 498          | 133,259     | 33            | 41           | 78,787      | 4.9%           |
| フィリピン   | 658           | 610          | 107,915     | 32            | 38           | 84,601      | 4.9%           |
| インドネシア  | 538           | 410          | 131,087     | 4             | 9            | 46,485      | 0.8%           |
| ドイツ     | 462           | 229          | 201,483     | 6             | 9            | 64,720      | 1.3%           |
| イタリア    | 323           | 162          | 199,450     | 2             | 3            | 59,384      | 0.6%           |
| スペイン    | 287           | 130          | 221,331     | 4             | 3            | 134,461     | 1.3%           |
| インド     | 273           | 174          | 157,244     | 0             | 1            | 20,283      | 0.1%           |
| ロシア     | 217           | 119          | 183,015     | 0             | 2            | 16,604      | 0.1%           |
| その他     | 3,035         | 0            | 221,514     | 0             | 0            | 71,043      | 0.0%           |
| 計       | 47,331        | 29,856       | 158,531     | 1,713         | 2,594        | 65,671      | 3.6%           |

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2019（令和元）年）を基に福岡県算出

## (2) 日本人

少子高齢化の進行により、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、コロナ前の2019（令和元）年において全体の約8割を占める重要な市場です。

このため、体験、交流、滞在型観光を推進することなどにより、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。

### 3 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」の認知度は 25%で、ゴールデンルート上の観光地である東京 58%、大阪 51%、京都 47%と比べて低い状況です。

特に、欧米豪からの旅行者からの認知度については6%となっており、上記3都市に加え、広島 29%、長崎 18%と比べても低い状況です。

こうした認知度の差は、実際の旅行行動にも表れており、2023（令和 5）年 1 月から 10 月の本県の外国人延べ宿泊者数の全国に占める割合を見ると、全ての国（全体）では 4.6%であるところ、アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリアの 4 国では 1.1%と低くなっているところです。

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、旅行の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。また、首都圏や関西圏、広島など特に欧米豪からの観光客が多い地域から、本県への誘客を図ることも重要となります。

図表 24 日本の観光地認知度（2022（令和 4）年度）

（単位：％）

| 認知度 | 全体 | （単位：％） |     |
|-----|----|--------|-----|
|     |    | アジア    | 欧米豪 |
| 東京  | 58 | 64     | 47  |
| 京都  | 47 | 58     | 27  |
| 大阪  | 51 | 63     | 28  |
| 広島  | 35 | 38     | 29  |
| 福岡  | 25 | 34     | 6   |
| 長崎  | 27 | 31     | 18  |

出典：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2022（令和 4）年度版）」を基に福岡県作成

図表 25 本県の外国人延べ宿泊者数の全国に占める割合（2023（令和 5）年 1 月～10 月）

（単位：人）

| 2023年1～10月<br>延べ宿泊者数 | 全体         |        | うち米英仏豪     |        |
|----------------------|------------|--------|------------|--------|
|                      | 延べ宿泊者数     | 割合     | 延べ宿泊者数     | 割合     |
| 全国                   | 73,074,600 | 100.0% | 13,936,040 | 100.0% |
| 東京都                  | 26,929,090 | 36.9%  | 6,726,600  | 48.3%  |
| 京都府                  | 7,930,570  | 10.9%  | 2,116,610  | 15.2%  |
| 大阪府                  | 11,764,410 | 16.1%  | 1,366,580  | 9.8%   |
| 広島県                  | 729,260    | 1.0%   | 263,760    | 1.9%   |
| 福岡県                  | 3,385,790  | 4.6%   | 153,700    | 1.1%   |

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に福岡県作成

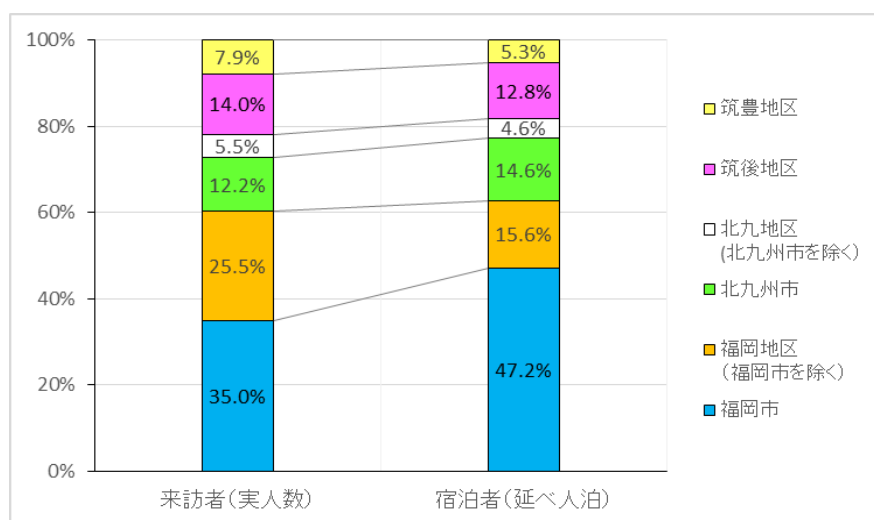
#### 4 観光客の県内各地への訪問状況

県内における観光客の分布状況を地区別で見ると、2021（令和 3）年の来訪者については福岡地区 60.5%（うち福岡市 35.0%、福岡市を除く福岡地区 25.5%）と北九州地区 17.7%（うち北九州市 12.2%、北九州市を除く北九州地区 5.5%）で 78.2%を占めています。

また、宿泊者についても、福岡地区 62.8%（うち福岡市 47.2%、福岡市を除く福岡地区 15.6%）と北九州地区 19.2%（うち北九州市 14.6%、北九州市を除く北九州地区 4.6%）で 82.0%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、来訪者及び宿泊者の県内周遊を促進する取組が必要です。

図表 26 観光客の県内各地における分布状況（2021（令和 3）年）



令和 4 年に  
差替予定

出典：福岡県「観光客の周遊等の状況に関する調査」（2023（令和 5）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 2021（令和 3）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。

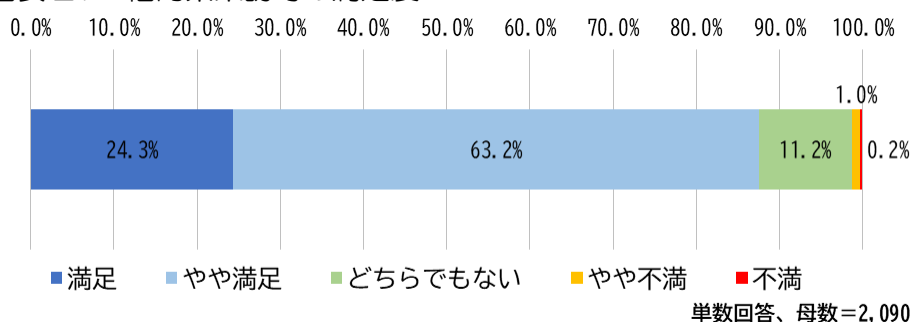


## 5 旅行者の満足度

福岡県が実施したアンケート調査（関東圏、関西圏、九州（福岡県を除く）の日本人 2,090 人を対象）では、福岡県来訪時の満足度は「満足」「やや満足」の合計が 87.5%となり、「やや不満」「不満」の合計は 1.2%にとどまりました。

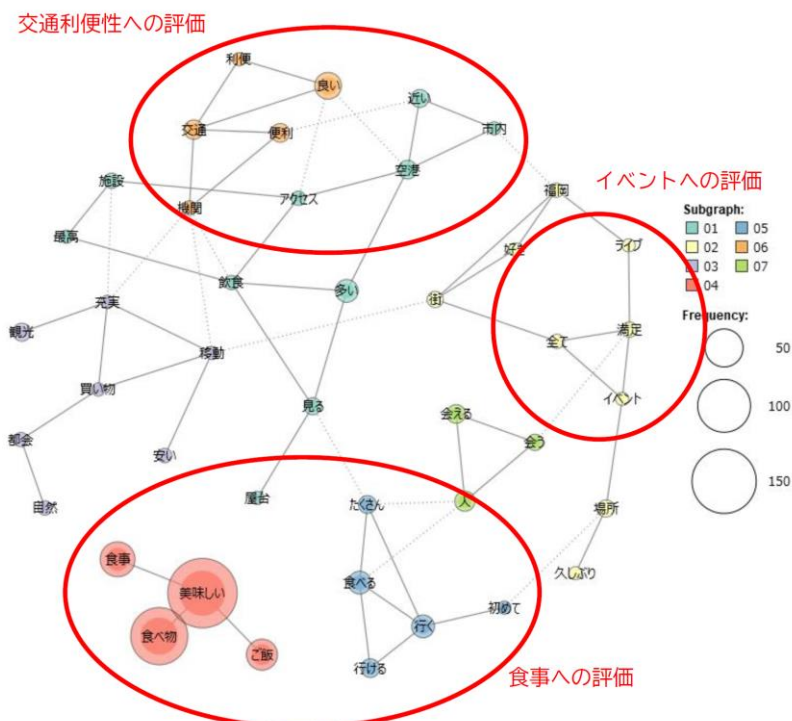
「満足」「やや満足」と回答した人の理由について、自由記載欄の内容を単語ごとに分解し、集約・分析（テキストマイニング<sup>5</sup>）を行った結果、食べ物が美味しい、という評価が最も多く、空港が近いことによる交通利便性に対する評価や、イベントへの評価などが把握できました。

図表 27 福岡県来訪時の満足度



出典：令和5年3月「福岡県観光ビッグデータ調査」（来訪者動線調査）

図表 28 「満足」「やや満足」と回答した人の主な理由



出典：令和5年3月「福岡県観光ビッグデータ調査」（来訪者動線調査）

<sup>5</sup> テキストマイニング:対象の文章データから、有益な情報を取り出すことの総称。文章を単語に分割し、それらの出現頻度や相関関係を分析することで有益な情報を抽出する。

## 6 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い福岡空港、24 時間利用可能な北九州空港という2つの空港があります。

福岡空港は、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<sup>6</sup>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。

インバウンド需要が回復傾向にある中、インバウンド需要を本県に取り込むためには両空港とも一層の国際航空路線の拡大が必要です。

図表 29 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  |     | 2018年度<br>(H30年度) |             | 2019年度<br>(令和元年度) |             | 2020年度<br>(令和2年度) |             |
|-----|-----|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|
|     |     | 路線数<br>(本)        | 旅客数<br>(万人) | 路線数<br>(本)        | 旅客数<br>(万人) | 路線数<br>(本)        | 旅客数<br>(万人) |
| 福岡  | 国内線 | 27                | 1,793       | 27                | 1,757       | 27                | 649         |
|     | 国際線 | 19                | 692         | 16                | 547         | 4                 | 2           |
|     |     | 46                | 2,485       | 43                | 2,304       | 31                | 650         |
| 北九州 | 国内線 | 3                 | 144         | 3                 | 138         | 2                 | 33          |
|     | 国際線 | 6                 | 35          | 0                 | 23          | 0                 | 0           |
|     |     | 9                 | 179         | 3                 | 161         | 2                 | 33          |
| 合計  | 国内線 | 30                | 1,937       | 30                | 1,895       | 29                | 682         |
|     | 国際線 | 26                | 727         | 16                | 570         | 4                 | 2           |
|     |     | 55                | 2,664       | 46                | 2,465       | 33                | 683         |
| 空港  |     | 2021年度<br>(令和3年度) |             | 2022年度<br>(令和4年度) |             | 2023年度<br>(令和5年度) |             |
|     |     | 路線数<br>(本)        | 旅客数<br>(万人) | 路線数<br>(本)        | 旅客数<br>(万人) | 路線数<br>(本)        | 旅客数<br>(万人) |
| 福岡  | 国内線 | 27                | 944         | 27                | 1,571       | 27                | 1,016       |
|     | 国際線 | 4                 | 3           | 13                | 226         | 17                | 375         |
|     |     | 31                | 947         | 40                | 1,797       | 44                | 1,391       |
| 北九州 | 国内線 | 1                 | 49          | 1                 | 85          | 1                 | 61          |
|     | 国際線 | 0                 | 0           | 0                 | 0           | 1                 | 5           |
|     |     | 1                 | 49          | 1                 | 85          | 2                 | 66          |
| 合計  | 国内線 | 28                | 993         | 28                | 1,656       | 28                | 1,077       |
|     | 国際線 | 4                 | 3           | 13                | 226         | 18                | 380         |
|     |     | 32                | 996         | 41                | 1,882       | 46                | 1,457       |

出典：路線数は各空港の時刻表、旅客数は国土交通省「空港管理状況管理調書」及び大阪航空局「管内空港の利用状況概要」を基に福岡県作成。

注1：路線数は運休を含まない。2018（平成30）年度～2022（令和4）年度は3月1日時点、2023（令和5）年度は12月1日時点での路線数。

注2：表示単位未満四捨五入の関係で、合計が一致しない箇所がある。

<sup>6</sup> 2020（令和2）年1月末に完成した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 30 福岡空港の処理容量の推移

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

出典：九州地方整備局「事業評価監視委員会資料」

図表 31 国際線航空路線の就航状況

| 空港     | 国        | 路線            | 2018年度<br>(H30年度) | 2019年度<br>(R1年度) | 2020年度<br>(R2年度) | 2021年度<br>(R3年度) | 2022年度<br>(R4年度) | 2023年度<br>(R5年度) |   |
|--------|----------|---------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---|
| 福岡     | 韓国       | 釜山            | ○                 | ○                | ●                | ●                | ○                | ○                |   |
|        |          | ソウル(仁川)       | ○                 | ○                | ○                | ○                | ○                | ○                |   |
|        |          | 大邱            | ○                 | ●                | ●                | ●                | ○                | ○                |   |
|        |          | 務安            |                   | ●                | ●                | ●                | ●                | ●                |   |
|        |          | 済州            |                   | ●                | ●                | ●                | ●                | ●                |   |
|        |          | 清州            |                   |                  |                  |                  |                  | ○                |   |
|        | 中国       | 寧波            |                   |                  |                  |                  |                  | ●                |   |
|        |          | 煙台-北京         |                   | ●                | ●                | ●                | ●                | ●                |   |
|        |          | 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(スワンナプーム) | ○                 | ○                | ●                | ●                | ○                | ○                |   |
|        | 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            | ○                 | ●                | ●                | ●                | ●                | ●                |   |

※上海止まり(武漢への経由便なし)

出典：各空港の時刻表を基に福岡県作成。

注：「○」は運航、「●」は運休を示す。2018(平成30)年度～2022(令和4)年度は3月1日時点、2023(令和5)年度は12月1日時点。

## (2) 交通

### ① 道路交通網

本県には、九州縦貫自動車道などの高速自動車国道4路線をはじめ、一般国道26路線、県道448路線、市町村道約13万路線<sup>7</sup>があります。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

<sup>7</sup> 2021(令和3)年4月1日現在。

ぶ広域交通網が整備されています。また、車両の内外装を凝らし、食事を楽しみながら旅行ができる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。

また、「太宰府市ライナーバス（旅人）」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 PASS<sup>8</sup>」、「JAPAN RAIL PASS<sup>9</sup>」、「KYUSHU RAIL PASS<sup>10</sup>」、「SUNQパス<sup>11</sup>」といった外国人旅行者が利用しやすい企画きっぷも発行されています。

さらに、平成29年7月九州北部豪雨により被災したJR日田彦山線の添田駅～夜明・日田駅間において、「BRT<sup>12</sup>ひこぼしライン」（正式名称：日田彦山線BRT）が2023（令和5）年8月28日に開業しています。

### ③ レンタカー

「Kyushu Expressway Pass（KEP）<sup>13</sup>」などのサービスの提供が行われており、コロナ禍前は、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<sup>14</sup>。

図表 32 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<br>(H27) | 2016年<br>(H28) | 2017年<br>(H29) | 伸び率<br>(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（平成30）年）

<sup>8</sup> 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。

<sup>9</sup> 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。

<sup>10</sup> 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。

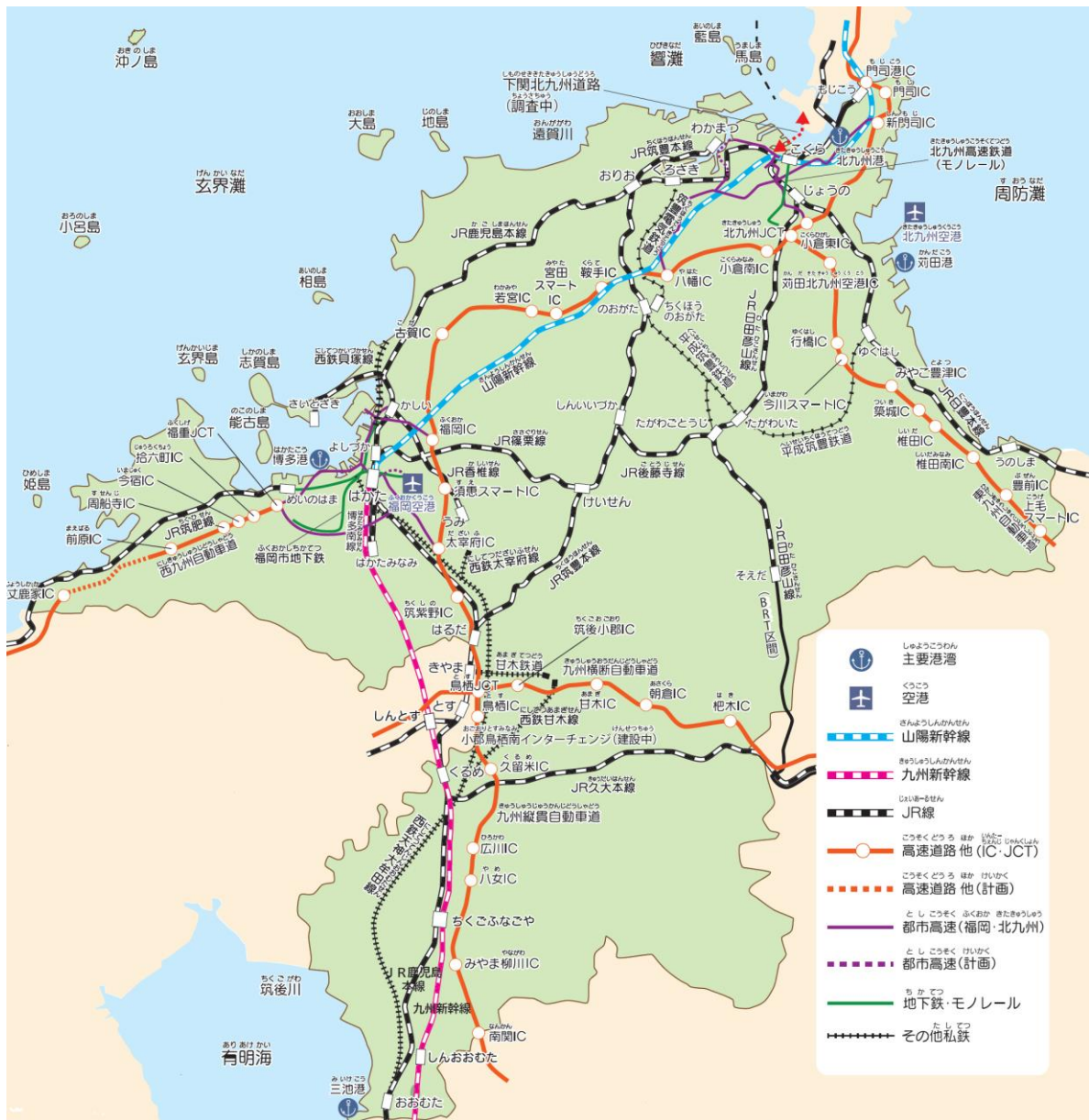
<sup>11</sup> SUNQ パス：九州島内及び山口県下関市周辺の高速バス、一般路線バスのほぼ全線と一部の船舶が乗り放題となるフリーパスチケット。

<sup>12</sup> BRT：バス・ラピッド・トランジット（Bus Rapid Transit）の略で、バス高速輸送システム。走行空間、車両、運行管理等に様々な工夫を施すことにより、速達性、定時性、輸送力について、従来のバスよりも高度な性能を発揮し、他の交通機関との接続性を高めるなど利用者に高い利便性を提供する次世代のバスシステム。

<sup>13</sup> 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。

<sup>14</sup> 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29）年9月～12月）。

図表 33 福岡県の交通網（空港・道路・鉄道）



#### ④ 本県を訪れる観光客の移動手段

本県を訪れる観光客（日本人）の移動手段は、関東地域は航空機、関西地域は新幹線、九州地域は自家用車が主な移動手段となっています。また観光客の本県内の移動手段は関東地域、関西地域は鉄道、九州地域は自家用車が最も多く、レンタカー、路線バスなども利用されています。

また、本県内での移動手段については、政令市外への訪問がある場合には、自家用車やレンタカーなどの車を利用する割合が高く、政令市内の訪問のみの場合は自家用車やレンタカーなどの車を利用する割合が低いという特徴もあります。

図表 34 本県へ来県する際の移動手段

|     |      | 全体    | 自家用車 | レンタカー | 新幹線  | 在来線 | 船舶  | 飛行機  | 高速バス | 路線バス | タクシー | バイク | 自転車 | その他 |
|-----|------|-------|------|-------|------|-----|-----|------|------|------|------|-----|-----|-----|
| 性別  | 全体   | 2,090 | 26.4 | 4.2   | 26.2 | 6.5 | 1.2 | 30.3 | 3.6  | 0.4  | 0.2  | 0.2 | 0.2 | 0.5 |
|     | 男性   | 1,025 | 27.7 | 4.5   | 25.3 | 6.4 | 1.4 | 30.9 | 2.3  | 0.1  | 0.2  | 0.4 | 0.2 | 0.6 |
|     | 女性   | 1,065 | 25.1 | 3.9   | 27.0 | 6.6 | 1.1 | 29.7 | 4.9  | 0.7  | 0.3  | 0.1 | 0.2 | 0.5 |
| 居住地 | 全体   | 2,090 | 26.4 | 4.2   | 26.2 | 6.5 | 1.2 | 30.3 | 3.6  | 0.4  | 0.2  | 0.2 | 0.2 | 0.5 |
|     | 関東地域 | 777   | 5.9  | 6.9   | 12.0 | 6.4 | 0.5 | 65.6 | 0.6  | 0.8  | 0.5  | 0.1 | 0.1 | 0.4 |
|     | 関西地域 | 683   | 12.9 | 4.2   | 57.5 | 3.8 | 2.9 | 15.7 | 1.5  | 0.1  | 0.0  | 0.4 | 0.1 | 0.7 |
|     | 九州地域 | 630   | 66.2 | 0.8   | 9.7  | 9.5 | 0.3 | 2.5  | 9.7  | 0.2  | 0.2  | 0.2 | 0.3 | 0.5 |

出典：令和5年3月「福岡県観光ビッグデータ調査」（来訪者動線調査）

図表 35 本県内での移動手段（複数回答）

|     |      | 全体    | 自家用車 | レンタカー | 新幹線  | 在来線  | 船舶  | 高速バス | 路線バス | タクシー | バイク | 自転車 | その他 |
|-----|------|-------|------|-------|------|------|-----|------|------|------|-----|-----|-----|
| 性別  | 全体   | 2,090 | 31.1 | 15.2  | 11.2 | 44.3 | 0.9 | 5.5  | 19.0 | 10.1 | 0.4 | 0.8 | 6.2 |
|     | 男性   | 1,025 | 31.7 | 16.6  | 13.0 | 45.5 | 0.9 | 4.8  | 16.5 | 9.3  | 0.6 | 0.7 | 4.6 |
|     | 女性   | 1,065 | 30.5 | 13.8  | 9.5  | 43.2 | 0.8 | 6.2  | 21.5 | 11.0 | 0.2 | 0.9 | 7.7 |
| 居住地 | 全体   | 2,090 | 31.1 | 15.2  | 11.2 | 44.3 | 0.9 | 5.5  | 19.0 | 10.1 | 0.4 | 0.8 | 6.2 |
|     | 関東地域 | 777   | 12.6 | 22.9  | 12.5 | 58.6 | 0.8 | 6.3  | 19.2 | 14.2 | 0.1 | 0.9 | 6.9 |
|     | 関西地域 | 683   | 18.9 | 17.9  | 13.9 | 48.2 | 1.5 | 4.8  | 19.8 | 9.8  | 0.3 | 0.9 | 6.9 |
|     | 九州地域 | 630   | 67.1 | 2.7   | 6.7  | 22.5 | 0.3 | 5.2  | 18.1 | 5.6  | 0.8 | 0.6 | 4.4 |

出典：令和5年3月「福岡県観光ビッグデータ調査」（来訪者動線調査）

図表 36 政令市外訪問者の自家用車等利用割合

| 政令市外への訪問 | 割合    | 自家用車等利用(※) | 回答数 | 割合  |       |
|----------|-------|------------|-----|-----|-------|
| あり       | 655   | 31.3%      | あり  | 416 | 63.5% |
|          |       |            | なし  | 239 | 36.5% |
| なし       | 1,435 | 68.7%      | あり  | 551 | 38.4% |
|          |       |            | なし  | 884 | 61.6% |
| 計        | 2,090 |            |     |     |       |

※自家用車等：自家用車、レンタカー、知人・親族等の車

出典：福岡県観光ビッグデータ調査（来訪者動線調査）をもとに作成

### (3) 宿泊施設

#### ① 施設数及び客室数

県内の宿泊施設(旅館・ホテル)は、2021(令和3)年度末時点で1,186施設、63,512室でしたが、2022(令和4)年度には施設数は前年度比29施設減の1,157施設、客室数は同682室増の64,194室となりました。

これは、福岡市の都心部を中心に、客室数が多いホテルが新規開業していることによるものと考えられます。

図表 37 福岡県の旅館・ホテル施設数及び客室数(2021(令和3)年・2022(令和4)年度)

|       | 施設数    |        |      | 客室数    |        |       |
|-------|--------|--------|------|--------|--------|-------|
|       | 2021年度 | 2022年度 | 増減   | 2021年度 | 2022年度 | 増減    |
| 北九州市  | 151    | 142    | △ 9  | 9,512  | 9,145  | △ 367 |
| 福岡市   | 586    | 567    | △ 19 | 39,357 | 40,093 | 736   |
| 政令市以外 | 449    | 448    | △ 1  | 14,643 | 14,956 | 313   |
| 福岡県合計 | 1,186  | 1,157  | △ 29 | 63,512 | 64,194 | 682   |

出典：厚生労働省「衛生行政報告例」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客室稼働率は、2019(令和元)年は71.7%で、東京都、大阪府に次いで全国3位と非常に高い水準にありましたが、2020(令和2)年は全国20位、2021(令和3)年は35位、2022(令和4)年は23位と順位が下がっています。

宿泊タイプ別に見ると、2019(令和元)年と2020(令和2)年の間でビジネスホテル、シティホテルが大きく順位を下げしており、web会議の浸透や、コロナ禍によるイベントの減少等により稼働率が他県に比べて大きく減少したと考えられます。

図表 38 全国・本県の客室稼働率の推移(年間・タイプ別)(2019(令和元)年～2022(令和4)年)

単位：%、位(全国の順位は中央)

|         | 2019<br>(R1) |    | 2020<br>(R2) |    | 2021<br>(R3) |    | 2022<br>(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         |    | 46.6         |    |
| 旅館      | 39.6         |    | 25.0         |    | 22.8         |    | 33.1         |    |
| リゾートホテル | 58.5         | -  | 30.0         | -  | 27.3         | -  | 43.4         | -  |
| ビジネスホテル | 75.8         |    | 42.8         |    | 44.3         |    | 56.7         |    |
| シティホテル  | 79.5         |    | 34.1         |    | 33.6         |    | 50.1         |    |
| 簡易宿所    | 33.4         |    | 15.5         |    | 16.6         |    | 21.2         |    |
| 福岡県     | 71.7         | 3  | 35.9         | 20 | 34.3         | 35 | 46.8         | 23 |
| 旅館      | 30.7         | 41 | 19.4         | 39 | 19.9         | 38 | 25.1         | 43 |
| リゾートホテル | 44.4         | 38 | 21.0         | 43 | 19.3         | 43 | 28.4         | 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 | 58.0         | 17 |
| 簡易宿所    | 40.2         | 7  | 15.6         | 13 | 12.9         | 25 | 22.5         | 10 |

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

## 7 観光産業の人的基盤・推進組織

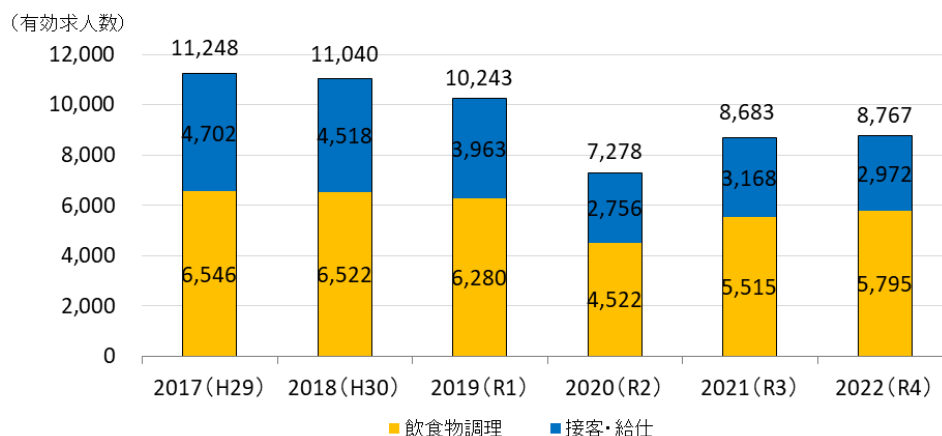
### (1) 観光産業の人的基盤

福岡県内の観光産業の雇用の状況については、観光産業の中心となる「飲食物調理」や「接客・給仕」において、有効求人数はコロナ禍の2020(令和2)年に減少しましたが、2021(令和3)年以降は増加に転じています。

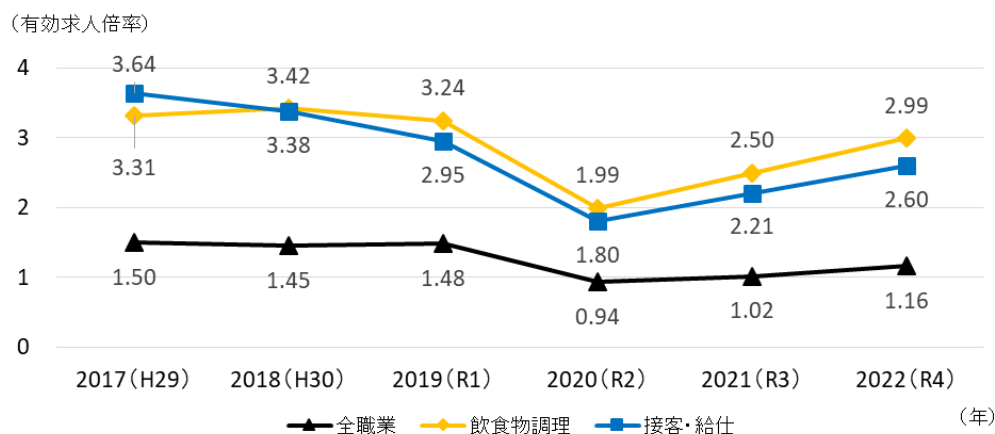
また、有効求人倍率は、コロナ禍の2020(令和2)年に低下しましたが、全職業の平均を大幅に上回る倍率で推移しており、人手不足の状況が続いています。

このような状況を踏まえ、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を促進し、観光産業に携わる人材を安定的に確保することが必要です。

図表 39 福岡県の有効求人数、有効求人倍率  
 <福岡県の飲食物調理、接客・給仕の有効求人数>



<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数は、2023（令和5）年12月末時点で、市町村観光協会が38団体、広域観光協会が2団体、合わせて40団体となっています。

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、2023（令和5）年12月末時点で、日本版DMOが13団体、日本版DMO候補法人が1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ています。

本県観光の更なる振興のため、今後も、地域の多様な関係者と連携して観光地づくりを進めるとともに、DMOによる地域課題の解決を支援していくことが必要です。

図表 40 日本版DMO登録状況

| DMOの区分  | 全国     |            | 福岡県  |              |
|---------|--------|------------|--|--------------|
|         | 日本版DMO | 日本版DMO候補法人 | 日本版DMO   | 日本版DMO候補法人   |
| 広域連携DMO | 10     | 0          | 1<br>九州観光機構  | -            |
| 地域連携DMO | 108    | 10         | 3<br>福岡県観光連盟<br>田川広域観光協会<br>海峡都市関門DMO  | -            |
| 地域DMO   | 164    | 47         | 9<br>北九州イベントスタッフ協会<br>柳川市観光協会<br>FM八女<br>宗像観光協会<br>ひかりのみちDMO福津<br>うきは観光みらいづくり公社<br>嘉麻市観光まちづくり協会<br>糸島市観光協会<br>新宮町おもてなし協会 | 1<br>篠栗町観光協会 |
| 計       | 282    | 57         | 13   | 1            |

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2：2023（令和5）年12月末時点

## 第4章 目指す姿と基本戦略

### I 基本的な考え方

本県の現状・課題を踏まえ、本県の観光産業が持続的に発展していくためには、観光関連事業者、市町村をはじめとする自治体、観光協会、地域住民が連携し、一体となって観光振興に取り組むことで、魅力的で何度でも訪れたい地域となることが重要です。

### II 目指す姿

#### “つながる”福岡観光

- 障がいのある人や高齢者、外国人などすべての人が福岡の観光を快適に楽しめるよう、交通、言語等の壁を越えて「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、新たな観光資源を生み出し、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、誰もが訪れたいと思う地域となっている。
- 地域に誇りや愛着を持って暮らし、学び、働いている人々が観光と「つながる」ことで、地域観光の担い手となっている。

### III 基本戦略

#### 1 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・地域ごと（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ります。

（東アジア：中国・韓国・台湾など、東南アジア：タイ・ベトナムなど、欧米豪：米国・英国・仏国・豪州など）

#### 2 リピーターの確保と県内の周遊促進

国内外からの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、各地域の魅力を高めることで、県内周遊を促進します。

### 3 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」 への変革を進めます。

### 4 持続可能な観光（観光 SDGs）の推進

地球環境への配慮、自然・文化の保全、地域住民の生活と観光の両立を図りながら、観光振興による地域経済の活性化を進め、地域社会に好循環を生む持続的な仕組み作りを進めます。

## IV 施策の柱と方向性

目指す姿を実現するため、「受入環境の充実」「観光資源の魅力向上」「戦略的なプロモーション」「観光振興の体制強化」の4つの施策の柱を定め、施策の柱ごとに4つの基本戦略を踏まえた具体的な施策を展開します。

### 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促進
- (3) 国際航空路線の誘致

### 2 観光資源の魅力向上

- (1) 魅力ある観光地域づくり、観光資源の開発
- (2) 体験、交流、滞在型観光の推進

### 3 戦略的なプロモーション

- (1) デジタルプロモーションの推進
- (2) 本県の強みを活かしたプロモーション
- (3) 九州一体となったプロモーション
- (4) 県内全域における安定的な旅行需要の喚起

### 4 観光振興の体制強化

- (1) 各地域の観光を支える人づくり
- (2) デジタルマーケティングの強化
- (3) 観光関連団体の機能強化
- (4) 市町村が実施する観光振興施策への財政的支援

## 1 受入環境の充実

障がいのある人や高齢者、外国人などすべての人が快適に旅行を楽しめる環境を整備するため、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、オーバーツーリズム対策、違法民泊対策、大規模災害時の安全・安心確保等の取組を推進するとともに、インバウンド需要を本県に着実に取り込むため、国際航空路線の誘致に取り組みます。

### (1) 誰もが快適に観光できる基盤づくり

- ① 旅行者が快適に宿泊できるよう、デジタル技術の活用などによる宿泊施設の生産性向上や施設の充実を図ります。(→基本戦略3)
- ② 県内外の旅行者の県内周遊を促進するため、MaaS<sup>15</sup>等を活用して観光地へのアクセス向上を図ります。(→基本戦略2、3)
- ③ 年齢や障がいの有無、言語の違い等に関わらず、誰もが気兼ねなく旅行を楽しめるよう、ユニバーサルツーリズムの取組を推進します。(→基本戦略2)
- ④ 訪日旅行者が安心して観光を楽しめるよう、「外国人旅行者のための災害対応マニュアル」の宿泊施設や観光案内所等への周知を図ります。(→基本戦略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や違法民泊対策など、観光振興と地域の調和に向けた取組を推進します。(→基本戦略4)
- ② 旅行者の満足度を高め、リピーターを増やすため、地域住民と共につくる「おもてなし」の向上に取り組みます。(→基本戦略2)

### (3) 国際航空路線の誘致

- ① インバウンド需要を本県に着実に取り込むため、福岡空港の滑走路増設(2025(令和7)年3月に供用開始予定)などの機会を活かし、未就航路の戦略的な誘致に取り組みます。(→基本戦略1)

| 成果指標                    | 現状<br>(2022年,R4) | 目標値<br>(2026年,R8) |
|-------------------------|------------------|-------------------|
| 旅行者満足度(日本人)             | 87.5%            | 90.0%             |
| 旅行者満足度(外国人)             | ●●%              | ●●%               |
| 住民満足度(観光振興による福岡県の活気の実感) | 58.9%            | 70.0%             |
| 福岡空港の新規国際路線誘致数          | —                | 累計4路線             |

<sup>15</sup> MaaS:バス、鉄道、タクシー、AIオンデマンド交通などの複数の交通機関を最適に組み合わせ、検索、予約、決済を一括で行うサービス。スマートフォンで行きたい場所まで安心して快適に移動することが可能となるうえ、飲食店や観光施設の割引サービスを組み合わせることで観光振興につながることを期待される。

## 2 観光資源の魅力向上

旅行者の県内周遊を促進し、滞在時間や旅行消費を拡大するため、複数市町村が連携した独自テーマに基づく観光地域づくりなど、魅力ある観光地域づくり、観光資源の開発に取り組むとともに、サイクルツーリズムやアドベンチャーツーリズムといった体験、交流、滞在型観光を推進します。

### (1) 魅力ある観光地域づくり、観光資源の開発

- ① 複数市町村と連携し、県内各地に点在する「この土地ならではの」の観光資源を独自テーマでつなぐことで、魅力ある観光地域づくりに取り組みます。(→基本戦略2、4)
- ② 世界文化遺産や日本遺産など県内の歴史・文化を活かしたコンテンツの造成に取り組みます。(→基本戦略2、4)
- ③ 本県が推進するワンヘルス<sup>16</sup>の取組などを活かした教育旅行コンテンツの造成に取り組みます。(→基本戦略2、4)

### (2) 体験、交流、滞在型観光の推進

- ① ツール・ド・九州 2023 の開催などによりサイクリングの機運が高まっていることを踏まえ、九州・山口とも連携し、サイクルツーリズムを推進します。(→基本戦略2、4)
- ② 本県の豊富な自然や、多彩な文化、サイクリング、トレッキングをはじめとしたアクティビティを組み合わせたアドベンチャーツーリズムなど、高付加価値な旅行商品の造成に取り組みます。(→基本戦略1、2、4)

| 成果指標   | 現 状<br>(2022年,R4) | 目標値<br>(2026年,R8) |
|--|-------------------|-------------------|
| 福岡県広域サイクリングルート <sup>16</sup> の整備数<br>(県管轄区間) | 3ルート              | 7ルート              |
| 高付加価値な旅行商品(※)の参加人数                           | —                 | 120名              |

※特別な体験を提供することなどにより、一般的な旅行商品と比較して単価が2倍以上となる旅行商品

<sup>16</sup> ワンヘルス:「人の健康」「動物の健康」「環境の健全性」を一つの健康と捉え、一体的に守っていくという考え方のこと。2020(令和2)年12月、本県議会において、ワンヘルスの実践に関する条例として全国で初めてとなる「福岡県ワンヘルス推進基本条例」が議員提案により可決成立し、2021(令和3)年1月に施行された。

### 3 戦略的なプロモーション

本県の認知度向上、国内外からの更なる誘客を図るため、デジタルプロモーションや本県の強みを活かしたプロモーション、九州一体となったプロモーションを実施するとともに、県内全域における安定的な旅行需要を喚起するため、平日おける宿泊促進や、県内周遊の促進、教育旅行の誘致強化に取り組みます。

#### (1) デジタルプロモーションの推進

- ① 個人旅行が増加していることを踏まえ、本県の観光 Web サイトやSNS等を活用し、コロナ禍を経て多様化するターゲットのニーズを踏まえた情報発信やデジタル広告を行うことにより、個人旅行者に直接届くプロモーションを実施します。(→基本戦略3)

#### (2) 本県の強みを活かしたプロモーション

- ① 本県が誇る食の魅力やアウトドア、スポーツ、歴史など旅行者の興味を引くテーマを国内外に発信し、本県への誘客を図ります。(→基本戦略1、2)
- ② 全国有数のMICE実績を誇る本県の特徴を活かし、民間事業者や関係自治体と連携しながら、大規模イベント等におけるプロモーションを実施し、本県への誘客を図ります(→基本戦略1、2)。

#### (3) 九州一体となったプロモーション

- ① 九州各県や一般社団法人九州観光機構と連携し、旅行博や商談会の出展等、九州全体の観光振興を図ることで、本県の認知度向上と誘客を図ります。(→基本戦略1、2)

#### (4) 県内全域における安定的な旅行需要の喚起

- ① 両政令市に集中する旅行需要を県内各地に取り込むため、旅行者の県内周遊を促進する取組を強化します。(→基本戦略2、4)
- ② 安定的な旅行需要を確保するため、閑散期の平日における旅行需要の喚起に取り組みます。(→基本戦略2、4)
- ③ 将来的な需要にもつながる教育旅行の誘致を強化します。(→基本戦略2、4)

| 成果指標             | 現 状<br>(2022年,R4) | 目標値<br>(2026年,R8) |
|------------------|-------------------|-------------------|
| アジアにおける福岡の認知度    | 34%               | 35%               |
| 欧米豪における福岡の認知度    | 6%                | 7%                |
| 政令市以外を訪問した旅行者の割合 | ●●%               | ●●%               |

## 4 観光振興の体制強化

観光産業の人材・人手不足に対応するため、各地域の観光を支える人づくりに取り組むとともに、観光振興施策を戦略的に進めるため、デジタルマーケティングを推進します。また、地域が抱える課題を解決するため、観光関連団体の機能強化や市町村が実施する観光振興施策への財政的支援に取り組みます。

### (1) 各地域の観光を支える人づくり

- ① 観光事業者や大学等との連携を通じて、観光産業の経営者・経営層を支える「中核人材」の育成に取り組みます。(→基本戦略3、4)
- ② 観光産業の人材・人手不足に対応するため、学生や転職希望者等を対象とした観光産業への就職促進に取り組みます。(→基本戦略4)
- ③ 来訪者の満足度向上・県内周遊を図るため、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や有償ガイドの育成に取り組みます。(→基本戦略2、4)

### (2) デジタルマーケティングの強化

- ① 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。(→基本戦略3)

### (3) 観光関連団体の機能強化

- ① 観光地域づくりの中核として、新たな視点・発想による事業の創出に取り組むDMOを支援します。(→基本戦略2、4)
- ② 観光連盟が登録DMOとして、観光による地域全体の活性化を戦略的に行うことができるよう支援します。(→基本戦略2、4)

### (4) 市町村が実施する観光振興施策への財政的支援

- ① 市町村がそれぞれの地域の現状と課題を踏まえ、創意工夫を凝らした観光振興施策が実施できるよう自由度の高い交付金を交付します。(→基本戦略2、4)

| 成果指標            | 現状<br>(2022年,R4) | 目標値<br>(2026年,R8) |
|-----------------|------------------|-------------------|
| 観光産業を支える人材の育成人数 | 950人／年           | 累計3,000人          |
| 新規事業を創出したDMOの数  | —                | 10団体              |

## V 数値目標

### I 目標値の考え方

県内旅行消費の拡大を図る観点から、第二次指針の数値目標に掲げた「延べ宿泊者数」、「旅行消費額」、「旅行消費単価」を引き続き設定します。

また、基本方針の2で定めたとおり、本指針ではリピーターを確保する観点から、「リピーター率」を新たな数値目標として設定します。

なお、リピーター率は、現状値が日本人と外国人で乖離があり、外国人の中でもアジアと欧米豪で乖離があるため、「日本人」、「アジア」、「欧米豪」の3つに分けて数値目標を設定します。

### 2 目標値(KPI)

| 数値目標                | 現状<br>(2022年,R4) | 目標値<br>(2026年,R8) | 参考<br>(2019年,R1) | 把握方法                     |
|---------------------|------------------|-------------------|------------------|--------------------------|
| 延べ宿泊者数              | 1,399万人泊         | 2,344万人泊          | 2,042万人泊         | 観光庁「宿泊旅行統計調査」            |
| うち日本人               | 1,339万人泊         | 1,772万人泊          | 1,616万人泊         |                          |
| うち外国人               | 61万人泊            | 572万人泊            | 426万人泊           |                          |
| 旅行消費額               | (※1) -           | 12,200億円          | 9,934億円          | 観光庁「旅行・観光消費動向調査」         |
| うち日本人               | 5,519億円          | 8,800億円           | 7,996億円          |                          |
| うち外国人               | (※1) -           | 3,400億円           | 1,938億円          |                          |
| 旅行消費単価<br>(日本人)     | 45,217円          | 50,800円           | 44,615円          | 観光庁「旅行・観光消費動向調査」         |
| 旅行消費単価<br>(通常入国外国人) | (※1) -           | 85,400円           | 65,700円          | 観光庁「訪日外国人消費動向調査」         |
| リピーター率<br>(日本人)     | ●●%              | ●●%               | —                | 「福岡県観光ビッグデータ調査」(アンケート調査) |
| リピーター率<br>(アジア)     | ●●%              | ●●%               | —                |                          |
| リピーター率<br>(欧米豪)     | ●●%              | ●●%               | —                |                          |

※1 旅行消費額(外国人)、旅行消費単価(通常入国外国人)については、国調査(観光庁「訪日外国人消費動向調査」)が、2022(令和4)年7~9月期まで全国籍・地域のみの公表としているため不明。

※2 旅行消費額(外国人)の把握方法については、以下①+②の合計。

- ① 通常入国分(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 クルーズ船入国分(旅行消費単価(クルーズ客)×クルーズ船入国者数(法務省「出入国管理統計」)



### 3 目標値(KPI)の算出方法

| 数値目標   | 算出方法   | 備考  |
|--------|--|---|
| 延べ宿泊者数 | <p>【日本人】<br/>・コロナ前の過去5か年で最も多かった2019(令和元)年から約10%増加させることを目標とする<br/>(1,616万人泊×110%≒1,772万人泊)。</p>   | <p>※2019(令和元)年 1,616万人泊<br/>2018(平成30)年 1,336万人泊<br/>2017(平成29)年 1,389万人泊<br/>2016(平成28)年 1,380万人泊<br/>2015(平成27)年 1,378万人泊</p> |
|        | <p>【外国人】<br/>第三期九州観光戦略第一次アクションプランに合わせ、2019(令和元)年から約34%増加させることを目標とする<br/>(426万人泊×134%≒572万人泊)。</p>  | <p>※2019(令和元)年 426万人泊(九州は868万人泊)<br/>※第三期九州観光戦略第一次アクションプランの2026(令和8)年目標…1,165万人泊(2019(令和元)年比+34%)</p>                           |
| 旅行消費額  | <p>【日本人】<br/>・コロナ前の過去5か年で最も多かった2019(令和元)年から約10%増加させることを目標とする<br/>(7,996億円×110%≒8,800億円)。<br/>(内訳)<br/>宿泊旅行 7,300億円<br/>日帰り旅行 1,500億円</p>       | <p>※2019(令和元)年 7,996億円<br/>2018(平成30)年 7,231億円<br/>2017(平成29)年 7,522億円<br/>2016(平成28)年 6,630億円<br/>2015(平成27)年 6,283億円</p>      |
|        | <p>【外国人】<br/>第三期九州観光戦略第一次アクションプランに合わせ、2019(令和元)年から約75%増加させることを目標とする<br/>(1,938億円×175%≒3,400億円)。<br/>(内訳)<br/>通常入国 3,005億円<br/>クルーズ船 395億円</p>  | <p>※2019(令和元)年 1,938億円(九州は3,739億円)<br/>※第三期九州観光戦略第一次アクションプランの2026(令和8)年目標…6,574億円(2019(令和元)年比+75%)</p>                          |
| 旅行消費単価 | <p>【日本人】<br/>旅行消費額8,800億円を達成するため、2019(令和元)年から6,200円増加させることを目標とする<br/>(44,600円+6,200円=50,800円)。<br/>(内訳)<br/>宿泊旅行 66,700円<br/>日帰り旅行 23,500円</p> | <p>※2019(令和元)年 44,600円<br/>(内訳)<br/>宿泊旅行 61,500円<br/>日帰り旅行 21,900円</p>  |
|        | <p>【通常入国外国人】<br/>旅行消費額3,005億円を達成するため、2019(令和元)年から19,700円増加させることを目標とする<br/>(65,700円+19,700円=85,400円)。</p>                                       | <p>※2019(令和元)年 65,700円</p>  |

| 数値目標   | 算出方法  | 備考 |
|--------|-------|----|
| リピーター率 | 【日本人】 |    |
|        | 【アジア】 |    |
|        | 【欧米豪】 |    |

#### 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<br>(2022年,R4) | 目標値<br>(2026年,R8) | 算出方法              |
|-------------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| 旅行者満足度(日本人)             | 87.5%            | 90.0%             | 現状値からプラス2.5%を目指す。 |
| 旅行者満足度(外国人)             | ●●%              | ●●%               | 現状値からプラス●●%を目指す。  |
| 住民満足度(観光振興による福岡県の活気の実感) | 58.9%            | 70.0%             | 現状値からプラス約10%を目指す。 |
| 福岡空港の新規国際路線誘致数          | —                | 累計4路線             | 累計4路線を目指す。        |

##### (2) 観光資源の魅力向上

| 成果指標                      | 現状<br>(2022年,R4) | 目標値<br>(2026年,R8) | 算出方法              |
|---------------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| 福岡県広域サイクリングルートの整備数(県管轄区間) | 3ルート             | 7ルート              | 現状値からプラス4ルートを目指す。 |
| 高付加価値な旅行商品(※)の参加人数        | —                | 120名              | 年間約40名を目指す。       |

※特別な体験を提供することなどにより、一般的な旅行商品と比較して単価が2倍以上となる旅行商品

##### (3) 戦略的なプロモーション

| 成果指標             | 現状<br>(2022年,R4) | 目標値<br>(2026年,R8) | 算出方法             |
|------------------|------------------|-------------------|------------------|
| アジアにおける福岡の認知度    | 34%              | 35%               | 現状値からプラス1%を目指す。  |
| 欧米豪における福岡の認知度    | 6%               | 7%                | 現状値からプラス1%を目指す。  |
| 政令市以外を訪問した旅行者の割合 | ●●%              | ●●%               | 現状値からプラス●●%を目指す。 |

##### (4) 観光振興の体制強化

| 成果指標            | 現状<br>(2022年,R4) | 目標値<br>(2026年,R8) | 算出方法           |
|-----------------|------------------|-------------------|----------------|
| 観光産業を支える人材の育成人数 | 950人/年           | 累計3,000人          | 年間約1,000人を目指す。 |
| 新規事業を創出したDMOの数  | —                | 10団体              | 年間約3団体を目指す。    |

## 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、公益社団法人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。

県内日本版DMOにおいては、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地域経営の視点に立った観光地域づくりの旗振り役として、地域の関係者を巻き込み、地域一体となった観光振興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、各施策の実施状況进行评估・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、本指針の期間内であっても柔軟に見直しを行います。

## 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よう努めるとともに、自由な競争関係の中で前条の基本方針を踏まえ、県及び市町村の観光振興施策に協力するよう努めるものとする。

#### （観光振興団体の役割）

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

#### （県民の役割）

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

#### （関係団体等の連携）

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

- 2 県は、第一条の目的を達成するため九州各県との連携を深めるとともに、共有する観光資源を開発するため必要なときは、その他の都道府県とも積極的に連携を図るものとする。
- 3 前二項の連携を継続的なものとするため、県は、それぞれ各項に掲げる関係者間の協議及び調整の場を設けるよう努めるものとする。

#### （広域観光の振興）

第九条 知事は、九州全体の観光振興を図ることが本県の観光振興に大きく寄与することを踏まえてこれらを一体的に推進するため必要と認めるときは、県の区域を超え、広く九州を活動範囲とする観光振興団体たる法人の運営に参画し、（一社）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。



## 福岡県宿泊税条例

令和元年十一月十九日

福岡県条例第二十一号

福岡県宿泊税条例をここに公布する。

### 福岡県宿泊税条例

#### (課税の目的)

第一条 県は、観光資源の魅力向上、旅行者の受入環境の充実その他の観光の振興を図る施策に要する費用に充てるため、地方税法(昭和二十五年法律第二百二十六号。以下「法」という。)第四条第六項の規定に基づき、宿泊税を課する。

#### (納税義務者等)

第二条 宿泊税は、旅館業法(昭和三十二年法律第百三十八号)第二条第一項に規定する旅館業(同条第四項に規定する下宿営業を除く。)、国家戦略特別区域法(平成二十五年法律第百七号)第十三条第五項に規定する認定事業及び住宅宿泊事業法(平成二十九年法律第六十五号)第二条第三項に規定する住宅宿泊事業に係る施設(以下「宿泊施設」という。)における宿泊料金を受けて行われる宿泊に対し、その宿泊者に課する。

(令二条例三三・一部改正)

#### (税率)

第三条 宿泊税の税率は、一人一泊につき二百円とする。ただし、法第五条第三項又は第七項の規定により宿泊に対して税を課す市町村の区域内に所在する宿泊施設における宿泊に係る宿泊税の税率は、一人一泊につき百円とする。

#### (納税地)

第四条 宿泊税の納税地は、宿泊施設の所在地とする。

#### (徴収の方法)

第五条 宿泊税の徴収については、特別徴収の方法による。

#### (特別徴収義務者)

第六条 宿泊税の特別徴収義務者(以下単に「特別徴収義務者」という。)は、宿泊施設の経営者とする。

2 前項の規定にかかわらず、知事は、必要と認める場合には、宿泊税の徴収について便宜を有する者を特別徴収義務者に指定することができる。

3 前二項の特別徴収義務者は、宿泊税を徴収しなければならない。

#### (特別徴収義務者の申告等)

第七条 前条第一項の規定により特別徴収義務者となるべき者は宿泊施設の経営を開始しようと

する日の五日前までに、同条第二項の規定により指定を受けた特別徴収義務者は指定を受けた日から十日以内に、宿泊施設ごとに、規則で定める申告書を知事に提出しなければならない。

2 前項の申告書には、次に掲げる事項を記載しなければならない。

一 特別徴収義務者の住所、氏名又は名称及び個人番号（行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律（平成二十五年法律第二十七号）第二条第五項に規定する個人番号をいう。以下同じ。）又は法人番号（同条第十五項に規定する法人番号をいう。以下同じ。）（個人番号又は法人番号を有しない者にあつては、住所及び氏名又は名称）

二 宿泊施設の所在地及び名称

三 客室数その他設備の概要

四 経営開始予定年月日（申告の日において既に経営を開始している場合にあつては、経営開始年月日）

五 前各号に掲げるもののほか、知事が必要と認める事項

3 特別徴収義務者は、前項各号に掲げる事項に変更を生じた場合には、遅滞なく、その変更に係る事項について届け出なければならない。

4 特別徴収義務者は、当該宿泊施設の経営を一月以上休止しようとするときは、その旨を知事に届け出なければならない。

5 前項の規定による届出をした者であつて、当該届出に係る休止期間を定めなかったものは、当該宿泊施設の経営を再開しようとするときは、その旨を知事に届け出なければならない。

6 特別徴収義務者は、当該宿泊施設の経営を廃止したときは、廃止の日から十日以内に、その旨を知事に届け出なければならない。

（申告納入）

第八条 特別徴収義務者は、毎月末日までに、前月一日から同月末日までの間において徴収すべき宿泊税に係る宿泊の総数、税額その他必要な事項を記載した規則で定める納入申告書を知事に提出するとともに、当該申告に係る納入金を納入しなければならない。

2 特別徴収義務者が、申告納入すべき宿泊税額が規則で定める金額以下であることその他の規則で定める要件に該当するものとして規則で定めるところにより知事の承認を受けた場合には、次の表の上欄に掲げる期間において徴収すべき宿泊税に係る前項の納入申告書を、同表の下欄に掲げる日までに、知事に提出するとともに、当該申告に係る納入金を納入しなければならない。ただし、宿泊施設の経営を一月以上休止しようとする場合又は廃止した場合には、その休止しようとする日又は廃止した日までに徴収すべき宿泊税について、その日から一月以内に、これを申告納入しなければならない。

|               |       |
|---------------|-------|
| 十二月一日から二月末日まで | 三月末日  |
| 三月一日から五月末日まで  | 六月末日  |
| 六月一日から八月末日まで  | 九月末日  |
| 九月一日から十一月末日まで | 十二月末日 |

3 知事は、前項の承認を受けた特別徴収義務者が規則で定める要件に該当しなくなったと認めるときは、同項の規定による承認を取り消すことができる。

(徴収不能額等の還付又は納入義務の免除)

第九条 知事は、特別徴収義務者が宿泊料金及び宿泊税の全部又は一部を受け取ることができなくなったことについて正当な理由があると認める場合又は徴収した宿泊税額を失ったことについて天災その他避けることのできない理由があると認める場合には、当該特別徴収義務者の申請により、その宿泊税額が既に納入されているときはこれに相当する額を還付し、その宿泊税額がまだ納入されていないときはその納入の義務を免除するものとする。

2 特別徴収義務者は、前項の規定により還付又は納入の義務の免除を申請する場合は、規則で定める申請書に当該還付又は納入の義務の免除を必要とする理由を証するに足りる書類を添付して、知事に提出しなければならない。

3 知事は、第一項の規定により宿泊税額に相当する額を還付する場合において、還付を受ける特別徴収義務者の未納に係る徴収金があるときは、当該還付すべき額をこれに充当することができる。

4 知事は、第一項の規定による申請があった場合には、同項又は前項の規定による措置を採るかどうかについて、当該申請があった日から六十日以内に特別徴収義務者に通知しなければならない。

(特別徴収義務者の帳簿の記載義務等)

第十条 特別徴収義務者は、次に掲げる事項を帳簿に記載し、かつ、当該帳簿を第八条第一項又は第二項の規定により納入申告書を提出した日の属する月の末日の翌日から起算して三月を経過した日から五年間保存しなければならない。

- 一 宿泊年月日、宿泊者数、宿泊税の課税対象となる宿泊者数及び宿泊税額
- 二 前号に掲げるもののほか、知事が必要と認める事項

2 特別徴収義務者は、次に掲げる書類を作成し、かつ、当該書類に記載する宿泊が行われた日の属する月の末日の翌日から起算して三月を経過した日から二年間保存しなければならない。

- 一 宿泊の際に作成される売上伝票その他の書類で、宿泊年月日、宿泊者数及び宿泊税額が記載されているもの
- 二 前号に掲げるもののほか、知事が必要と認める書類

3 前二項に定めるもののほか、第一項の帳簿又は前項の書類を電子計算機を使用して作成する

場合については、福岡県税条例（昭和二十五年福岡県条例第三十六号。以下「県税条例」という。）第四章の規定の例による。

（帳簿の記載義務違反等に関する罪）

第十一条 次の各号のいずれかに該当する者は、一年以下の懲役又は五十万円以下の罰金に処する。

- 一 前条第一項の規定により帳簿に記載すべき事項について正当な事由がなくて記載をせず、若しくは虚偽の記載をした者又は同項の帳簿を隠匿した者
- 二 前条第一項の規定に違反して同項の帳簿を同項に定める期間保存しなかった者
- 三 前条第二項の規定により作成すべき書類について正当な事由がなくて作成をせず、若しくは虚偽の書類を作成した者又は同項の書類を隠匿した者
- 四 前条第二項の規定に違反して同項の書類を同項に定める期間保存しなかった者

2 法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者がその法人又は人の業務に関して前項の違反行為をした場合には、その行為者を罰するほか、その法人又は人に対し、同項の罰金刑を科する。

（賦課徴収）

第十二条 宿泊税の賦課徴収については、この条例に定めるもののほか、法令及び県税条例の定めるところによる。この場合において、県税条例第一条中「この条例」とあるのは「この条例及び福岡県宿泊税条例（令和元年福岡県条例第二十一号）」と、県税条例第二条第四号中「福岡県税条例施行規則」とあるのは「福岡県税条例施行規則及び福岡県宿泊税条例施行規則」とする。

（規則への委任）

第十三条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

（施行期日）

第一条 この条例は、公布の日から起算して一年を超えない範囲内において規則で定める日から施行する。ただし、附則第四条の規定は、公布の日から施行する。

（令和元年規則第二八号で令和二年四月一日から施行）

（適用区分）

第二条 この条例は、この条例の施行の日（以下「施行日」という。）以後における宿泊に対して課すべき宿泊税について適用する。

（経過措置）

第三条 施行日において現に宿泊施設を経営している者については、施行日に宿泊施設の経営を開始するものとみなして、第七条第一項の規定を適用する。

（施行のために必要な準備）

第四条 特別徴収義務者の指定、申告及び届出は、施行日前においても、第六条第二項及び第七条（前条の規定により適用される場合を含む。）の規定の例により行うことができる。

（北九州市内及び福岡市内における宿泊税の特例）

第五条 北九州市又は福岡市が法第五条第三項又は第七項の規定により宿泊税を課す場合には、当該宿泊税を課す市の区域内に所在する宿泊施設（以下「市内施設」という。）における宿泊に対する第三条の規定の適用については、第三条ただし書中「百円」とあるのは、「五十円」とする。この場合において、宿泊税は地方税法施行令（昭和二十五年政令第二百四十五号）第六条の十七第二項第九号の法定外目的税とする。

2 前項の規定の適用がある場合の市内施設における宿泊に係る宿泊税（以下「県宿泊税」という。）の賦課徴収は、第六条第二項、第八条第二項及び第三項、第九条第一項、第三項及び第四項並びに第十二条の規定にかかわらず、北九州市又は福岡市が法第五条第三項又は第七項の規定により課する宿泊税（以下「市宿泊税」という。）の賦課徴収の例により市宿泊税の賦課徴収と併せて行うものとする。

3 北九州市長又は福岡市長が市宿泊税の納入期限を延長した場合には、当該市宿泊税が課された宿泊に係る県宿泊税の納入期限についても、同一期間延長されたものとする。

4 北九州市長又は福岡市長が市宿泊税又はその延滞金額を減免した場合には、当該市宿泊税が課された宿泊に係る県宿泊税又はその延滞金額についても当該市宿泊税又は延滞金額に対する減免の割合と同じ割合により減免されたものとする。

5 第一項の規定の適用がある場合には、県宿泊税に関する申告、届出又は申請（以下「申告等」という。）は、第七条、第八条第一項及び第二項並びに第九条第二項の規定にかかわらず、市宿泊税の申告等の例により市宿泊税の申告等と併せて、北九州市長又は福岡市長にしなければならない。

6 第一項の規定の適用がある場合には、特別徴収義務者（市内施設の経営者に限る。）は、第八条第一項及び第二項の規定にかかわらず、市宿泊税に係る徴収金の納入の例により市宿泊税の徴収金と併せて、県宿泊税の徴収金を北九州市又は福岡市に納入しなければならない。

7 北九州市及び福岡市は、県宿泊税に係る徴収金の納入があった場合には、知事が別に定めるところにより、これを県に払い込むものとする。

8 県は、北九州市及び福岡市において第二項及び前項の事務を行うために要する費用を補償するものとする。

9 第二項から前項までに定めるもののほか、県宿泊税を北九州市及び福岡市が賦課徴収することについて必要な事項は、知事が別に定めるところによる。

（令元条例二三・一部改正）

（検討）

第六条 知事は、この条例の施行後三年を経過した場合において、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ものとし、その後においても、五年ごとに同様の検討を行うものとする。

(福岡県税条例の一部改正)

第七条 福岡県税条例の一部を次のように改正する。

[次のよう]略

附 則(令和元年条例第二三号)

この条例は、福岡県宿泊税条例の施行の日から施行する。

附 則(令和二年条例第三三号)

この条例は、国家戦略特別区域法の一部を改正する法律(令和二年法律第三十四号)の施行の日から施行する。

(施行の日=令和二年九月一日)

## 福岡県宿泊税基金条例

令和元年十一月十九日  
福岡県条例第二十二号

福岡県宿泊税基金条例をここに公布する。

### 福岡県宿泊税基金条例

#### (設置)

第一条 福岡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の観光の振興を図る施策に要する費用に充てるため、地方自治法(昭和二十二年法律第六十七号)第二百四十一条第一項の規定に基づき、福岡県宿泊税基金(以下「基金」という。)を設置する。

#### (積立て)

第二条 基金として積み立てる額は、福岡県宿泊税条例(令和元年福岡県条例第二十一号)の規定により県に納入され、又は払い込まれた宿泊税に相当する額から宿泊税の賦課徴収に要する費用を控除した額とし、一般会計歳入歳出予算で定める。

#### (管理)

第三条 基金に属する現金は、金融機関への預金その他最も確実かつ有利な方法により保管しなければならない。

2 基金に属する現金は、必要に応じ、最も確実かつ有利な有価証券に代えることができる。

#### (運用益金の処理)

第四条 基金の運用から生ずる収益は、一般会計歳入歳出予算に計上して、基金に編入するものとする。

#### (繰替運用)

第五条 知事は、財政上必要があると認めるときは、確実な繰戻しの方法、期間及び利率を定めて、基金に属する現金を歳計現金に繰り替えて運用することができる。

#### (処分)

第六条 知事は、次に掲げる事業に要する費用に充てる場合に限り、基金の全部又は一部を処分することができる。

一 市町村(地方税法(昭和二十五年法律第二百二十六号)第五条第三項又は第七項の規定により宿泊に対して税を課す市町村を除く。)が行う観光の振興を図るための事業に対する交付金の交付事業

二 前号に掲げるもののほか、第一条の目的を達成するため、知事が必要と認める事業

#### (委任)

第七条 この条例に定めるもののほか、基金の管理に関し必要な事項は、知事が定める。

## 附 則

この条例は、福岡県宿泊税条例の施行の日から施行する。



## 国の数値目標（第4次観光立国推進基本計画）

政府においては、コロナ禍を経ても観光を通じた国内外との交流人口の拡大の重要性に変わりはなく、観光は今後とも成長戦略の柱、地域活性化の切り札であると位置付け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせるとしています。

### 1 基本的な方針

#### (1) 持続可能な観光地域づくり戦略

- ・観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する
- ・観光産業の収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善にもつなげる
- ・地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる

#### (2) インバウンド回復戦略

- ・消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する
- ・消費額拡大・地方誘客促進を重視する
- ・アウトバウンド復活との相乗効果を目指す

#### (3) 国内交流拡大戦略

- ・国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す
- ・旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る

### 2 数値目標

|                      | 実績値             | 目標値            |
|----------------------|-----------------|----------------|
| 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 | 12地域<br>(R4)    | 100地域<br>(R7)  |
| 訪日外国人旅行消費額           | 4.8兆円<br>(R1)   | 5兆円<br>(早期に)   |
| 訪日外国人旅行消費単価          | 15.9万円<br>(R1)  | 20万円<br>(R7)   |
| 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数  | 1.4泊<br>(R1)    | 2泊<br>(R7)     |
| 訪日外国人旅行者数            | 3,188万人<br>(R1) | R1水準超え<br>(R7) |
| 日本人の海外旅行者数           | 2,008万人<br>(R1) | R1水準超え<br>(R7) |
| 国際会議の開催件数割合          | アジア2位<br>(R1)   | アジア1位<br>(R7)  |
| 日本人の地方部延べ宿泊者数        | 3.0億人泊<br>(R1)  | 3.2億人泊<br>(R7) |
| 国内旅行消費額              | 21.9兆円<br>(R1)  | 22兆円<br>(R7)   |

## 九州の数値目標（第三期九州観光戦略）

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、一般社団法人九州観光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。

第三期九州観光戦略（期間：2024（令和6）年度～2030（令和12）年度）では、2030（令和12）年までに旅行消費額を4兆円とすることを目標に掲げています。目標達成に向けて、第一次アクションプラン（期間：2024（令和6）年度～2026（令和8）年度）に基づき、一般社団法人九州観光機構が中心となって、九州一体となった観光振興の取組を実施しています。

### 1 第三期九州観光戦略の概要

#### (1) ビジョン

「住んでよし、訪れてよし、働いてよし」の九州を実現する

#### (2) 基本方針

- ①世界中から選ばれる「KYUSHU」を目指し、ブランディングを強化する
- ②九州ならではの観光資源の創出・魅力向上や受入環境の整備により、誘客・リピーターを拡大する
- ③デジタル技術の活用による、観光産業の高度化に取り組む
- ④九州に関わるすべての人がひとつとなり、持続可能な観光（観光SDGs）を実現する

#### (3) 戦略の柱

- 戦略Ⅰ 誘客促進戦略
- 戦略Ⅱ 観光資源戦略
- 戦略Ⅲ 受入環境整備戦略
- 戦略Ⅳ 観光産業活性化戦略

### 2 第三期九州観光戦略第一次アクションプランの概要

#### (1) 第一次アクションプランでの取り組み

- ・「九州ならではの」を突き詰めた「選ばれる観光地づくり」を進める。
- ・「ツール・ド・九州」など大規模イベントを活用し、「九州」の認知度を大きく伸ばす。
- ・2020～23年にかけて九州観光機構を中心に九州一体となった「欧米・大洋州からの誘客拡大」について、第一次アクションプランにおいても継続する。

#### (2) 戦略の柱ごとの重点取組項目

- 戦略Ⅰ 誘客促進戦略 大規模イベント等を活用した九州の魅力発信
- 戦略Ⅱ 観光資源戦略 高付加価値商品の開発
- 戦略Ⅲ 受入環境整備戦略 サステナブルで快適な周遊を促進する仕組み・システム構築
- 戦略Ⅳ 観光産業活性化戦略 担い手の確保・育成・定着

### 3 数値目標

|        | 実績値<br>2019年(R1) | 目標値                      |                         |
|--------|------------------|--------------------------|-------------------------|
|        |                  | 第一次アクションプラン<br>2026年(R8) | 第三期九州観光戦略<br>2030年(R12) |
| 旅行消費額  | 2.88兆円           | 3.2兆円                    | 4兆円                     |
| 訪日外国人  | 3,739億円          | 6,574億円                  | 1兆2,000億円               |
| 日本人    | 2兆5,068億円        | 2兆5,500億円                | 2兆8,000億円               |
| 延べ宿泊者数 | 5,869万人泊         | 5,976万人泊                 | 7,305万人泊                |
| 訪日外国人  | 868万人泊           | 1,165万人泊                 | 2,054万人泊                |
| 日本人    | 5,011万人泊         | 4,811万人泊                 | 5,251万人泊                |
| リピーター率 |                  |                          |                         |
| アジア    |                  | ●●%                      | ●●%                     |
| 欧米豪    |                  | ●●%                      | ●●%                     |
| 日本人    |                  | ●●%                      | ●●%                     |

