

「第三次福岡県観光振興指針」【概要版】（2024年度～2026年度）

1. 観光を取り巻く環境

1 世界の動向

- ・世界経済の回復
（2020年はマイナス、2021年、2022年はプラス）
- ・コロナ禍を経た旅行需要の変化
（自然・アクティビティに対する需要の高まりなど）

2 日本国内の動向

- ・インバウンド需要の回復
（水際措置の緩和以降、堅調に増加）
- ・個人旅行の増加
（日本人は9割超、訪日外国人は8割超）
- ・人口減少の進行
（2050年は1億469万人（2020年比▲17.0%））
- ・観光産業におけるコロナ禍の影響など
（人材・人手不足、生産性の低さ、負債比率の増加）

3 本県観光の現状と課題

- ・政令指定都市に集中する旅行者の県内周遊
（日本人宿泊者の約7割、外国人宿泊者の約9割が両政令市）
- ・外国人延べ宿泊者数の国・地域別構成比の偏り
（韓国が全体の約5割）
- ・欧米豪をはじめとする認知度の向上
（アジア31%に対して、欧米豪8%）
- ・二次交通の充実
（政令市外の観光地に至るための二次交通の充実）

2. 第二次観光振興指針の目標と現状

数値目標	当初値 2018年 (H30)	2019年 (R1)	現状値 2022年 (R4)		目標値 2023年 (R5)
				目標 達成率	
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	70.0%	2,000万人
延べ宿泊者数 (外国人)	337万人	426万人	61万人	12.2%	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) 6,182億円	75.4%	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 2022年経済構造実態調査(宿泊業・飲食サービス業)の数値

【基本的な考え方】

本県の現状・課題を踏まえ、観光産業が持続的に発展していくため、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、観光客が何度でも訪れたいとなる地域となる。

3. 目指す姿と基本戦略

① 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。

② 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る。
- 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、各地域の魅力を向上することで、県内周遊を促進する。
- 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」への変革を進める。
- 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。

④ 数値目標(2026年)

- 延べ宿泊者数
2,344万人泊(うち外国人572万人泊)
- 旅行消費額
1兆2,200億円(うち外国人3,400億円)
- 旅行消費単価
日本人 50,800円
通常入国外国人 85,400円
- リピーター率
日本人70%、アジア45%、欧米豪25%

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

- ・SNS等を活用したターゲットのニーズを踏まえた情報発信
- ### (2) 本県の強みを活かしたプロモーション
- ・本県が誇る食の魅力を活かしたプロモーション
 - ・民間事業者や関係自治体と連携した、大規模イベント等における情報発信
- ### (3) 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
- ### (4) 県内全域における安定的な旅行需要の喚起
- ・県内周遊の促進
 - ・平日宿泊の促進
 - ・教育旅行の誘致強化

③ 施策の柱と方向性

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
・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
・ユニバーサルツーリズムの推進
- (2) 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
・地域住民と共につくる「おもてなし」の向上
- (3) 国際航空路線の誘致
・未就航路線の戦略的誘致

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
・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
・世界文化遺産や日本遺産を活かしたコンテンツの造成
・ワンヘルスの取組などを活かした教育旅行コンテンツの造成
- (2) 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・文化・アクティビティを活かしたアドベンチャーツーリズム等の高付加価値な旅行商品の造成

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
・大学や企業等との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、有償ガイドの育成
- (2) デジタルマーケティングの強化
・ビッグデータの活用によるPDCAサイクルの確立
- (3) 観光関連団体の機能強化
・DMOの新事業創出支援
- (4) 市町村が実施する観光振興施策への財政的支援