令和6年度第1回福岡県観光審議会 議事概要

1 開催日時・場所

日時 令和6年11月11日（月）15:00～17:00

場所 TKPエルガーラホール 会議室1

2 議題

- (1) 令和6年度における観光振興の取組状況について
- (2) 令和7年度における観光振興施策の方向性について

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「令和6年度第1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。

まず、資料の確認をさせていただきます。お手元の配付資料一覧の上から順に、

「次第」、「委員名簿」、「座席表」、

「【資料1】第二次福岡県観光振興指針の数値目標の達成状況について」

「【資料2】福岡・大分デスティネーションキャンペーンについて」

「【資料3】令和6年度における観光振興の取組状況について」

「【資料4】令和7年度における観光振興施策の方向性について」

となっております。

初めに、観光局長の山北から一言ご挨拶申し上げます。

皆さんこんにちは。福岡県観光局長の山北です。

委員の皆様には、本当にお忙しい中、本審議会にご出席いただき、ありがとうございます。

今年度第1回目の審議会となります。今年度もどうぞよろしく願いいたします。

昨年度は、福岡県第三次観光振興指針を策定するということもあり、8月から計4回開催させていただきました。

委員の皆様には、本当に忌憚のない意見をいただきました。非常に良い指針ができたと思っております。本当にありがとうございます。

本日、指針の1年目の年になります。令和6年度のこれまでの取り組みと、福岡県の観光の現状についてご説明をさせていただきます。

皆様には、昨年度同様、忌憚のないご意見をお願いいたします。そして新しい委員の皆様、この審議会は、会長のお人柄もあり、非常にざっくばらんな会議となっておりますので、どんどんご意見をいただければと思います。

本日はどうぞよろしく願いいたします。

次に、開会にあたりまして、本審議会の会長にご挨拶をお願いいたします。

よろしく願いいたします。

【会長】

皆さんこんにちは。

過分なお褒めのお言葉をいただきまして、恐縮いたしております。

本日は、令和6年度第1回目の審議会ということになります。

前回の審議会では、今年度から始まっております「第三次福岡県観光振興指針」の取りまとめや、令和5年度における観光振興の取り組み状況、及び令和6年度における主な事業について、事務局から報告を受け、皆様からご意見を賜ったところでございます。

本日の審議会では、令和6年度における観光振興の取り組み状況や、現状課題を確認しました上で、令和7年度に向けた観光政策の方向性について意見交換を行って参りたいと考えております。

今年度は4月から6月にかけて、福岡では25年ぶりとなる「福岡・大分デスティネーションキャンペーン」を開催いたしました。

私も観光連盟の会長という立場から、福岡県の実行委員会の副会長としてキャンペーンの成功に向けて力を尽くしてきたところでございます。

キャンペーンの経済効果は、後程事務局からも説明があると思いますが、目標の350億円に対し、実績は502億円と大きく上回っており、キャンペーンとしては一定の成功が見られたと考えております。

今後は、キャンペーンの成果を次に生かしていくことが重要でございまして、皆様のご意見をいただきながら、福岡観光のさらなる発展を目指して参りたいと考えております。

県においては、当審議会での意見を踏まえて策定いたしました「第三次福岡県観光振興指針」に基づき、より一層の観光振興を図っていただきますよう、よろしくお願いいたします。

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をお願いいたします。

【事務局】

ありがとうございました。

それでは、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10名でございますので、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、当審議会は有効に成立していることをご報告いたします。

ここで、委員交代により、本日当審議会に初めてご参加いただいております委員に、簡単に自己紹介をお願いしたいと思います。

【委員】

昨年度から継続した議論についてわかっていない部分もあると思いますが、一生懸命務めさせていただきたいと思っております、よろしくお願いいたします。

【委員】

私も昨年度からの議論につきましては、少し把握ができていない部分もございますけれども、今後のインバウンドの回復や、九州あるいは日本全体の牽引をしていくエリアが福岡県だと思っておりますので、そこに向けて少しでもお力になれるような助言ができればと思っております。今後ともよろしくお願いいたします。

【委員】

私は長年、東京、千葉、神奈川の方で営業してございまして、教育旅行を中心に営業してまいりましたので、この30年間、九州はいつも添乗してきておりましたが、本年度の

4月から、このような形で福岡県の皆様にお世話になることになりました。

まだまだ知識不足でございますけれども、少し皆様のお役に立てるように頑張りますので、ご指導よろしくお願ひします。

【事務局】

ありがとうございました。

それでは、これ以降の進行は会長にお願ひいたします。

議題1 令和6年度における観光振興の取組状況について

【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6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ひいたします。

【事務局】

よろしくお願ひいたします。

令和6年度の取組状況につきまして、資料1から3まで一括してご説明させていただきます。

お手元の資料の1、第二次福岡県観光振興指針の数値目標の達成状況の1ページをお願ひします。

第二次指針の数値目標の達成状況を一覧でお示ししております。

本年3月の審議会で、第三次指針をご審議いただいた際は、速報値でございましたが、確報値がそろいましたので、改めてご報告させていただきます。

表の上から二つ目の延べ宿泊者数、これは日本人と外国人を合わせた数となっております。それとその下の延べ宿泊者数（外国人）、さらにその下の旅行消費単価（通常入国外国人）の三つにつきましては、目標値を達成しております。また、下から二つ目の旅行消費額についても、ほぼ目標値を達成しているといった状況です。

このうち、旅行消費単価（通常入国外国人）については、目標値を大きく上回っておりますが、その要因としては、急激な円安・物価高の影響が大きいものと考えられます。状況を注視しながら、引き続き旅行消費単価の増加に取り組んでいく必要があると考えております。

一番上の外国人入国者数につきましては、目標値を下回りましたが、一方で、延べ宿泊者数が目標値を上回る結果となっております。これは、平均泊数の増加や、関東・関西圏から入国した方が福岡で宿泊している、というケースが増えてきているものと推測されます。

2ページをお願ひします。

各施策に係る個別の成果指標をお示ししております。

第二次指針の期間中はコロナ禍で、観光関連事業者の取組が進みにくかったこともございます。こうしたことで、1の受入環境の充実のインバウンド協力店登録数や、バリアフリーマップ掲載施設数は目標値に届きませんでした。

一方、コロナ禍におきましても地域における観光資源の磨き上げやデジタルを使った情報発信に注力した結果、2の観光資源の魅力向上の上から二つ目、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、右上に参りまして、3の効果的な情報発信の一つ目、SNSフォロワー数につきましては、目標値を大きく上回りました。

同じく、効果的な情報発信の上から二つ目、県ホームページセッション数は目標値には届きませんでした。昨年2月に県の観光ウェブサイトのリニューアルした結果、昨年度から大きく数字を伸ばしているところでございます。

3ページをお願いします。

こちらは、本年度からスタートしております、第三次福岡県観光振興指針の数値目標及び施策に係る成果指標をまとめたものでございます。

第三次指針では新たに目標値(KPI)としまして、リピーター率を設けたほか、施策に係る成果指標でも、1の受け入れ環境の充実の中に、旅行者満足度、また、3の戦略的なプロモーションの中に、福岡の認知度などを新たに設けまして、旅行者の皆様、複数回、福岡を訪問いただく、また、県内各地を周遊してもらうという視点をより重視した目標値の設定を行ったところでございます。資料1の説明は以上です。

続きまして、資料2をご説明いたします。

お手元の資料2、「福岡・大分デスティネーションキャンペーンについて」をご覧ください。

1ページをお願いします。

キャンペーンの実施概要についてです。

開催期間は、今年4月から6月の3ヶ月間、実施主体は福岡県、大分県とJRグループ6社です。

基本方針は、

- ①観光産業の復活と新たなステージへの挑戦
- ②福岡・大分連携による感動の最大化
- ③地域の魅力の再発見と愛着を育むおもてなしの実現

この三つの方針を掲げて取り組んで参りました。

また、キャッチコピーは、一般公募により、「至福の旅！大吉の旅！福岡・大分」に決定し、このキャッチコピーと、梅をモチーフにした、上の方にあります、ロゴマーク、これを活用してPRを行って参りました。

2ページをお願いします。

全国宣伝販売促進会議の開催です。

昨年の5月、ちょうどキャンペーンが始まる1年前に、全国から400名を超える旅行会社の商品造成担当者をお招きし、両県の観光素材やDC期間中の特別企画を紹介する全国宣伝販売促進会議を開催いたしました。

福岡・大分の魅力のプレゼン、県内市町村のPRブースなど、様々な手法を使って、旅行商品造成の参考にしていただいたところです。

会議終了後には、下の方にコース事例を挙げておりますが、計10コースのエクスカッションを実施いたしました。両県の新しい観光コンテンツを紹介することで、参加者からは、「両県の観光に対するイメージが変わった」など、新しい観光のイメージを印

象づけることができました。

3ページをお願いします。

会議では、旅行会社様向けに、「あたらしい旅」、「至福・大吉の旅」など、テーマ別に、両県合わせて約400件の観光コンテンツを紹介した観光素材集を制作し、旅行会社の方々に配布し、商品造成にご活用いただきました。

4ページをお願いします。

旅行会社を対象とした商品説明会・商談会です。

東京・関西以西の商談会を開催し、県内の市町村や観光協会の方々から、商品造成担当者に直接、最新の情報を提供し、旅行商品の造成・販売・誘客強化を図ったところです。

5ページをお願いいたします。

公式ガイドブックです。

地域の情報誌「九州Walker」と連携しまして、両県の魅力を引き出すPR情報誌として刊行し、58万部を全国のJRの主要駅、そして宿泊施設等に配布させていただき、PRしたところです。

6ページをお願いします。

5連貼ポスターです。

おもてなしの気持ちを暖簾のデザインで表現し、福岡の食、大分の温泉、中央には福岡と大分を走る「ゆふいんの森号」で、県境のない旅をイメージしました。

全国のJR主要駅約800駅、その他、両縣市町村の観光協会や観光案内所に掲示し、情報発信を行いました。

7ページをお願いします。

専用サイトによる情報発信です。

観光素材集やガイドブックに加え、ウェブサイトを活用した情報発信を行いました。

紙媒体だけでは紹介できなかった各地域の情報を掲載し、期間中約48万人の方にご利用いただいたところです。

8ページをお願いします。

キャンペーンを記念して運行された「オープニング記念号」のツアー参加者をお迎えして、博多駅前でセレモニーを開催しました。

会場では、博多大吉さんをゲストにお迎えし、鏡開きやトークセッション、JR九州桜燕隊による演舞などを行い、大変盛況でした。

そのほか、新大阪駅や小倉駅でもオープニングイベントを実施したところです。

9ページをお願いいたします。

今回のキャンペーンを契機に開始しました、キャンペーンの目玉企画として実施した「よかバス」です。

キャンペーン期間中、前年比で1.3倍となる219本のツアーを実施しまして、約7000名の方にご利用いただき、大変ご好評をいただきました。

キャンペーン後もこの「よかバス」を継続して運行しておりまして、国内客だけでなく、インバウンド向けの商品造成と販売に向けて取り組みを進めているところでございます。

東京は「はとバス」、福岡は「よかバス」と言われるよう、福岡県の観光の定番にし

ていきたいと考えているところでございます。

10ページをお願いします。

楽天やじゃらんの予約サイトを活用した情報発信や、宿泊クーポンの発行により、本県への誘客を図ったところです。

11ページをお願いします。

おもてなしの取組についてです。

(1) ふくおかの花をフラワースポットとして、JR主要駅に設置いたしました。

(2) 県内のホテルの宿泊客に対して、八女茶のティーバッグを提供しました。

(3) 福岡県内で、福岡の地酒や地魚などを積極的に取り扱う店舗で利用できる「割引クーポン」や「Pay Payクーポン」の発行を実施いたしました。

続いて12ページと13ページです。

こちら12ページ13ページには、市町村が実施しました、DC特別イベントの開催について記載しております。

9つの市町で実施しておりますが、県内各地で市町村のイベントを開催し、夜のイベントを実施したうきは市などでは、宿泊にもつながるイベントになるなど、それぞれのイベントで前年を上回る来場者となり、大変盛況でした。

このほかにも、資料には記載しておりませんが、JR九州では、キャンペーンに合わせて、博多・別府間で新しい列車「かんぱち・いちろく」の運行を開始するなど、新しい旅の楽しみ方を提案されるなど、デスティネーションキャンペーンでは、大分県、JRグループと連携して、様々な取り組みを実施したところです。

最後に14ページお願いいたします。

キャンペーン期間中の経済波及効果です。

502億円となり、内訳は、福岡県が356億円、大分県が146億円となっております。

参考に、4月から6月までの延べ宿泊者数を記載しております。

福岡県は期間中、前年比で13.9%、大分県は16.1%増となり、両県ともに宿泊者数が増加し、目標の350億を大きく上回る結果となりました。

説明は以上です。

資料3、令和6年度における観光振興の取組状況についてご説明します。

1ページをお願いします。

令和6年度に取り組んでおります観光振興事業の主なものを一覧でお示ししています。

番号は、施策の柱で、1の「受入環境の充実」から4の「観光振興の体制強化」までは県が実施する事業で、5の「市町村への財政的支援」につきましては、宿泊税の税収の一部を市町村に交付し、市町村が独自に実施している事業となります。

本日は、1から4の柱の事業について現時点の取り組み状況をご説明させていただきます。

2ページをお願いします。

まず、施策の柱1の「受入環境の充実」です。

多言語翻訳機の設置による旅行動向の分析は、福岡空港国際線、博多駅の多くのインバウンドの方の利用が想定される観光案内所に、6月から多言語翻訳機を設置し、多様

な言語での案内対応を実施しております。会話のログデータから、旅行者のニーズや最新トレンドの把握、分析に取り組んでおりまして、この分析結果につきましては、今後、県内の市町村や、観光案内所にも共有していきたいと考えております。

次に、ユニバーサルデザインタクシーの導入支援は、事業者がユニバーサルデザインタクシーを購入する際の経費を助成しておりまして、現在165台の申し込みがっております。

3ページをお願いします。

宿泊業における生産性向上の取組み支援は、①の宿泊業専門のアドバイザーによる個別支援を行いまして、②は、①のアドバイザーの支援を経て、事業者の生産性向上に資する設備を導入された場合の経費を助成する事業でございます。

今年度は上半期でアドバイザー派遣が30件、設備導入支援は15件となっております。

4ページをお願いします。

施策の柱2「観光資源の魅力向上」です。

新たな観光地域づくりの推進では、県内6つの広域観光エリアでの情報発信拠点の整備を進めております。

県では、令和2年から、「食べる、遊ぶ、泊まる」を一体的に体感できる新たな観光地域づくりに取り組んでおりまして、具体的には資料の下半分に記載をしております。

オレンジ色の表にあたる6つのエリアとなります。

エリアごとに地域の特色を生かしたテーマを設定し、体験プログラムの開発、食のメニュー開発などを進めているところです。

今年度は各エリアの観光拠点となる場所に、「ここに来ればエリア全体の観光情報が入手できる」情報発信コーナーの設置を進めております。上段の青色の表に記載しておりますが、例えば、筑前玄海エリアでは、宗像市の「道の駅むなかた」、岡垣町の「りんりんクラブ岡垣」など、多くの観光客が立ち寄る場所で整備を進めているところです。

5ページをお願いします。

サイクル・トレイルツーリズムの推進です。

県ではこれまで、サイクルスタンドの設置、サイクリストに優しい宿の整備促進、サイクルガイドの育成などに取り組んできたところでございますが、サイクルツーリズムをテーマとした海外からの誘客にも力を入れております。

今年度は、これまでの台湾からのサイクリストの誘致に加え、新たに、オーストラリア・韓国を加えまして、サイクリスト誘客のための旅行商品の造成やプロモーションを実施しております。

現在までの実績としては、台湾は、北九州サイクルフェスへの参加など、83名の誘客を見込んでおり、オーストラリアと韓国は、ファミトリップを実施し、現地旅行会社と商談中でございます。

2つ目でございます。

本県で開催されるサイクルイベントに海外からも参加しやすいよう、大規模サイクリングイベントの多言語化支援を行っております。

3つ目は、先月、全国に先駆けまして、FUKUOKAサイクリングツアーコンシェルジュを開設いたしました。これはサイクリストのニーズに合わせて、ルートの提案、

レンタサイクルやガイドの手配など、初めて本県を訪れる方でも安心してサイクリングツアーを楽しんでいただけるよう、国内外の旅行会社等のツアー造成をワンストップで支援するものでございます。来年1月には、レンタサイクル、サイクリングガイドの手配などができるシステムを運用開始する予定でございます。

6ページをお願いいたします。

施策の柱3「戦略的なプロモーション」です。

先ほどの、デスティネーションキャンペーンの実績でもご報告しました、キャンペーンを契機に開始した「よかバス」事業を引き続き実施して参ります。

今年度上半期のバスツアーへの支援実績は253件でございます。

また、来年度開催されます関西・大阪万博に向けまして、バスツアーを造成する旅行会社や県内観光地での多言語化を支援し、インバウンド向け「よかバス」商品の開発及びプロモーションを実施して参ります。

7ページをお願いいたします。

観光客の県内周遊・宿泊の促進につきましては、閑散期の旅行需要の喚起、都市部に集中する宿泊者の分散化を図るため、昨年引き続き、閑散期の平日における宿泊助成を行います。

12月から2月まで、政令市を除く県内宿泊施設に宿泊された方に対し、宿泊・旅行代金の割引を実施する予定です。

続いて、国・地域別の戦略的なインバウンド誘客の実施でございます。

欧米豪における認知度向上と、各国の旅行傾向や嗜好に合わせた誘客促進では、現在、イギリス、フランス、アメリカ、オーストラリアの4カ国をターゲットに重点的に取組を進めております。

各国に、現地日系旅行会社と連携し、本県の観光誘客の窓口を設置しておりまして、年間を通じた情報発信、誘客の取組を行っています。

国ごとに紹介しますと、まずイギリスでは、本年5月、知事、県議会が参加しましたロンドン・パリ訪問団の派遣に合わせ、現地の旅行会社やメディアなどを対象に、本県の食や観光をPRする観光セミナー・交流会を開催しております。

次のページをお願いします。

フランス向けには、在日のフランス人インフルエンサーを活用したフランス人目線での情報発信や、世界的なフランスのグルメ情報サイト「ラ・リスト」との連携事業として、先月、東京で開催されました、日本国内のトップシェフを表彰する食のイベントにおいて、本県の食などの魅力を来場者へアピールいたしました。

アメリカについては、伝統工芸をテーマに、久留米絣工房の協力のもと、旅マエ・旅アトのオンライン講座と現地での体験を組み合わせたクラフトツーリズム商品の開発を進めております。

次のページをお願いいたします。

オーストラリアは訪日教育旅行の誘致を進めておりまして、現地学校関係者等7名を招請したファムトリップを実施しております。

続いて東アジアの台湾、香港、韓国向けの取り組みです。

各国・地域で人気のある在日インフルエンサーを活用し、県内広域観光エリアの動画を配信いたします。

3つ目のタイ・バンコク都につきましては、本県の友好提携都市ということで、本年は国際局と連携した取組を行います。今月、バンコク都で開催する「福岡フェア」に観光PRブースを出展するとともに、現地旅行会社向けの観光セミナー、現地旅行会社と県内観光事業者との商談会を開催する予定でございます。

10ページをお願いします。

本県には、7つの国指定伝統的工芸品と37の県知事指定民芸品がございます。

こちらは観光資源としてのポテンシャルを有する伝統工芸品に関する取組で、伝統工芸品のファンを増やし、販路拡大を図る事業を行います。

ファンを増やす取り組みとしましては、インスタグラム公式アカウント「福岡伝統工芸ファンクラブ」を7月に開設し、10月末時点で、約900名の方にフォローいただいております。

産地の紹介及びイベント情報の発信を行うほか、実際に産地に足を運んでもらい、工芸品の魅力を体感してもらうために、フォロワーを対象とした生産者と交流する特別感のある産地訪問ツアーなどを実施いたします。

また、日本文化への関心が高いフランス・パリにおきまして、伝統工芸品のテストマーケティングを実施しております。9月から10月にかけて現地での店舗販売を行い、現在はECサイトにて販売を実施中でございます。

11ページをお願いいたします。

施策の柱4「観光振興の体制強化」でございます。

観光業の人材育成・雇用促進では、宿泊業の人材不足解消に向けたインターンシップの導入支援、合同会社説明会を実施しております。

県内各地で、事業者向け、人材確保支援セミナーやインターンシップマッチングイベント、また、東京、福岡、オンラインでの合同会社説明会を行っております。

続いて、地域観光のリーダーの育成では、地域の観光振興を担う中核人材を育成していくために、九州産業大学が実施する「観光地経営リーダー育成プログラム」の受講料を全額助成することとしており、19名が受講をされております。

次のページをお願いいたします。

宿泊施設従業員を対象としたおもてなし研修では、本県に来訪する観光客の満足度向上を目的に、県内各地域やオンラインで宿泊施設、従業員の方を対象とした、おもてなし力の向上を図る研修を実施しております。

10月末現在で延べ180名の従業員の方にご参加いただきました。

観光ビックデータを活用した旅行実態の把握につきましては、金融機関のカード決済データを活用した外国人観光客の国別、業種別の消費動向調査を実施いたします。

駆け足になりましたが、説明は以上でございます。

よろしくをお願いいたします。

【会長】

ただいま事務局から議題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6年度における観光振興の取り組み状況について、委員の皆様からご意見、ご質問があれば、お伺いし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。

オンラインの方もよろしくお願ひいたします。

【委員】

1点質問です。DCや来年は万博もありますが、一定の期間に限られた施策は、一気に誘客を図っていくというところとともにブランドを作っていくというところもあるかと思ひます。

期間が決まっているイベントにおける今後の継続性というところが非常に重要になってくるかと思ひます。今ご説明いただいている施策の中で、どういったところを継続的に推進していこうとされているのかをもう少しお伺ひできればと思ひます。

【事務局】

まず、DCは今年の4月から6月ということで、この時に何をやろうかと私どもで検討しまして、この機会に福岡に来た多くの方々にかに県内周遊してもらおうかということで始めましたのが「よかバス」事業でございます。

バス会社と連携して、福岡都市圏や県内主要駅から発着し、県内のいろいろなところを周遊するバス商品をたくさん作っていただきました。これをDC終了後の7月以降も継続してやろうということで、現在、力を入れて取り組んでいるところでございます。

来年は万博があり、海外からもたくさんお客様が見えられます。この「よかバス」をインバウンドにも対応させていく必要があると考へ、今年度、国の補正予算なども活用しまして、インバウンド向けに少しバージョンアップをさせていこうと、観光局全体で取り組んでいるところでございます。

【委員】

承知しました。ありがとうございます。

我々もいろいろなデータを見ていく中で、福岡県の中でいくと、どうしても福岡市周辺エリアにおける来訪者数が、もう圧倒的に高くなっているという状況の中で、もちろん福岡市も魅力がありますが、それ以外の地域の魅力は、なかなかやっぱり全国的に認知度が低く、本当の深い魅力っていうところを、まだまだ知られていないところもあるのだらうなというところを定量的なデータでも見ていたところがございますので、その中で新しい発見というところですか、再発見っていうところでファンができていく取組になっていくのだらうと感じましたので、すごく勉強になりました。ありがとうございます。

もう1点、新規事業を創出したDMOの数ですが、ここが2026年で10団体というところになっているかと思ひますが、ここに向けて今何か取組をされていらっしゃいますか。

【事務局】

DMOの新規事業創出支援に取り組んでおります。現在、県内に13のDMOがございまして、昨年、それから今年でほぼすべてのDMOに活用いただいております。各DMOにアドバイザーが入りまして、課題や強みは何かというのを一緒に検討し、その強みを事業化していく、少しでもDMOの収入が得られるようにということで、取り組んで

いるところでございます。

【委員】

資料を見る上での参考にご質問ですが、数値目標の達成状況の一番最後の3ページの目標値の2026年というのは、2ページの2023年の目標値よりさらに先の3年後の目標値として前に設定されたものを参考として今書いてくださっているという認識で間違いはないでしょうか。

結構2023年も、すごく素晴らしいことだと思いますがものによってはかなり目標達成がされている状況が見られるので、今後の目標設定KPIの設定みたいところが、もし何かあるのであれば教えていただきたいです。

【事務局】

資料1の3ページについては、第三次観光振興指針の数値目標になっておりまして、昨年の審議会でご審議いただいた数値になります。この後の議題2の方で、今後の事業の方向性などをご審議いただきたいと思っていますので、頭出しという形の資料でご提示させていただきますました。

【委員】

ご説明いただきました資料を見て、特に今年はDCキャンペーンもございまして、施策的にも、福岡を6つのエリアに分けてプロモーションしていこうとされています。

私も宿泊業の方に身を置く人間ですが、インバウンドも含めて着実に数値が大変伸びているなと思っております。

その中で、県の方がいろんな施策をしていただける中で、今「よかバス」の話だとか、県内周遊を促進されています。多分次の資料4の方にも書かれていると思いますが、どうしてもやっぱり福岡市一極集中という状況があります。

今月も福岡市内ではいろいろな催しが予定されていて、なかなかいろんなお客様から、福岡のホテル料金が安いということを言われます。私も、国の方に行って国会議員の先生方と話して、どうにかならんのかと話をしていますが、やや福岡市内がオーバーツーリズム気味だというような形が今、指摘をされています。

東京一極集中のように、福岡一極集中的な状態があり、できる限り筑豊地区、筑後地区含めて、そういったところに宿泊施設がない部分もありますが、その周遊性を高めていく施策を令和7年度は、より一層進めていただきたいと思います。

先ほど、お酒の話が出ましたけれども、我々も宿泊施設ということで、お酒は泊まるということにつながります。まだまだ減らないという飲酒運転というようなことも、先日またテレビにも大きく出て問題視されています。

その中で、東の新潟、西の福岡ということで、八女も喜多屋さんとかいろいろありますが、本当に日本酒が有名ということで、県酒蔵組合さんが、&SAKEという大きなイベントをされて、福岡トヨタ自動車さんも特別協賛としてそこに参加されていました。

そういったことから、この「よかバス」を中心として、蔵元めぐりなど、多くのお客様にお酒と料理を楽しんでもらって、そして泊まってもらって、その暁には宿泊税がど

んどん落ちるといような形をさらに推進していただければと思っております。
意見と要望でございます。

【事務局】

ありがとうございます。

課題認識は、今、委員がおっしゃられたとおりで、できるだけ政令市以外の場所にも訪問していただいて泊まっていたら、そんな施策を考えていきたいと思っております。

この後の議題でまたご意見を頂戴できればと思っております。

【委員】

2点コメントさせていただきます。

1点目が、目標値の立て方ですが、資料1の2ページでご説明いただいた目標値、多くの項目で達成されていて素晴らしいと思ったと同時に、例えばR5年の目標値を大きく上回りましたという項目が一部あると思っておりますが、例えば、情報発信のフォロワー数とかでいくと、R2年時点で達成できている数値がR5年の目標値として置かれ続けている、それが例えば3年も4年も5年も達成できていますという振り返りになっていると思っております。多分当初立てた目標から、毎年思ったよりも伸びていて、それは素晴らしいとは思いますが、今後、目標値を立てられる時に、可能であれば数値達成することができたら、より高い目標を置いて、その目標を達成するための施策を行っていくという進め方ができると、より目標と現状のギャップを見るための施策を、皆さんで知恵を絞って考えるきっかけにもなるかと思っておりました。またこの後、2026年の目標のご紹介もしていただくかと思っておりますが、目標数値の置き方とか、毎年の更新の仕方は、アップデートすることができるような仕組みづくりは、改めてご検討いただく方がいいかと思っておりました。

2点目が、資料3の6ページに書いていただいているプロモーションの部分になります。この「よかバス」事業が、非常にデスティネーションキャンペーンのきっかけにポジティブなインパクトがあったというのは、素晴らしいと思っております。旅行者の方たちの利便性を上げていくっていうところは、ぜひ継続事業として続けていただきたいと思っておりますが、せっかくプロモーションといった枠の中で行われている事業になりますので、この「よかバス」をより多くの人に知ってもらって県に来てもらうことが必要かと思っております。例えば、車を持ってない若者が多いと言われるんですが、福岡に行こうと思っていない人が、これをプロモーションで知り、すごく便利そうだから「こういったバスがあるのであれば旅行しやすいね」といったように、旅行に行ってから知るのではなく、これを知ってから旅行に行くように、プロモーションをかけていく、この「よかバス」をつくるだけではなく、そもそもそれを知ってもらうところに、より力をかけていただいても良いのではないかと思っておりました。

せっかくプロモーションの項目に入れていただくのであれば、つくるだけではなく、知ってもらうってところに来年とか、その次の年度から予算をかけても良いのではないか思ったところです。

【事務局】

まず、1つ目のご質問です。前回の審議会でも同じご指摘いただいております、特にSNSフォロワー数は、すでに第二次指針の期間中に目標達成しているのではというご意見をいただいております。コロナ禍は、特にデジタルでの発信に力を入れた関係で、すごく伸びたという背景もありますので、今後状況を見ながら、安定して、フォロワー数、セッション数が伸びていくのかどうかをしっかりと見ていかなければいけないというお話だったかと思っております。

今回の委員のご指摘は、今後、年度途中でもそういうふうに大きく伸びた場合は見直しをすることも必要ではないかということをございますが、これは成果としてきちんと伸びているもので、一時的なものではないと判断できるということであれば見直しも検討して参りたいと思っております。

続いて、「よかバス」の件で、ご回答申し上げます。

「よかバス」、非常に好調だということでお話申し上げます、そのプロモーションにつきまして、「よかバス」が始まった当初はテレビCM等かなり打っておりますけれども、さすがにやはりコスト面でかなりかかりますので、現時点ではSNS等を活用した「よかバス」の周知、プロモーションに注力しているところです。

また、インバウンド向けの商品の開発と記載しておりますが、これにつきましては海外のOTAサイトに乗せて売り込んでいくなど、様々な手法を使いまして国内外に向けてこの「よかバス」を売り込んでいくというところに注力して参ります。プロモーションの具体例は、今後もこの審議会でご紹介させていただく形になると思っておりますので、いろいろとアドバイスを頂戴できれば非常に幸いだと思っております。よろしく願い申し上げます。

【委員】

お礼も兼ねてなんですが、まずやっぱり、この3つの資料見せていただくと、知事自らのトップセールスがお酒でもお茶でも見えるなというのが、今回のdestinationキャンペーンでも目標達成にもつながっているのかなと思えました。

ただ、先ほど委員も言われましたが、DMOの認定とか支援していただいている中、私も実は、先日から観光庁の方に補助金いただいておりますのでご挨拶に行ったところ、やっぱり実質的な数値、要するにビッグデータとかそういうのを使った事業に今後力を入れていくと、そういう補助金をいっぱい出しますよってというようなこと言われていますので、ぜひ今回、ちょっと面白いなと思ったのが、クレジットカードを使ったやつで、消費額をしているところも、すごく良い数字が出るなと思ったので、やっぱりそういう使えるようなデータを各DMOに渡していただけたらとか、各自治体で使っていただけたらっていうような、そういう取組を、ここ7年度事業に入るかなと思ったんですけど取り組んでいただけたらありがたいなと思う意見でございます。

以上です。

【事務局】

ありがとうございます。

県が集めたいろんな情報やデータを市町村、それから観光関係者の皆様に提供してい

くことは、県の役割だと思っております。

クレジット情報、それから博多駅、福岡空港国際線の案内所等で実施しています事業で、インバウンドの皆様のニーズというのを今、把握分析しております。こうした情報は、積極的に提供させていただきたいと思っております。

【会長】

ありがとうございます。

それでは、欠席をされている委員から、お預かりしているご意見がありましたら事務局から紹介をお願いいたします。

【事務局】

本日、欠席されている委員の方からご質問はお預かりしておりません。

議題2 令和7年度における観光振興施策の方向性について

【会長】

ありがとうございます。

それでは、続いての議題に移らせていただきます。

議題2、令和7年度における観光振興施策の方向性についてであります。

事務局は、観光を取り巻く現状と課題や、それらを踏まえた今後の方向性についてご説明をお願いいたします。

【事務局】

資料4、令和7年度における観光振興施策の方向性についてをお願いいたします。

本資料では、まず先ほど、第三次観光振興指針の数値目標をお示ししましたが、こちらでは第三次観光振興指針の方向性などをおさらいし、次に本県の現状として、宿泊者、インバウンド、宿泊業のそれぞれの現状を説明した後、最後に本県の課題をまとめたものをご提示させていただきます。

委員の皆様には、この課題に対しまして来年度どのような施策に取り組んでいくべきか、ご意見を賜りたいと思います。

よろしく申し上げます。

1ページをお願いします。

第三次観光振興指針の目指す将来像、基本方針、施策の柱と方向性を1枚にまとめております。

昨年度の審議会でご審議いただいたものとなります。

計画期間は令和6年度から8年度までの3年間で、目指す将来像として「”つながる”福岡観光」と設定しております。

基本方針は記載の4つ、

1、ターゲットごとに戦略的なプロモーションを行う、「回復するインバウンド需要

の本県への着実な取り込み」

2、来訪者の満足度向上や各地域の魅力向上による、「リピーターの確保と県内の周遊促進」

3、デジタル技術の活用により、稼げる地域・産業への変革を進める「観光DXの推進」

4、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（観光SDGs）の推進」

を掲げております。

この柱に基づいて施策を推進して参りたいと考えております。

2ページをお願いします。

宿泊者の現状です。左下の棒グラフをご覧ください。

令和元年の2,042万人をピークに、令和2年から3年はコロナにより半減、令和4年から回復し、令和5年はコロナ前を上回って2,112万人となっております。

右下の月別の宿泊者数では、一番右になりますが、令和6年8月の外国人延べ宿泊者数、青色の部分になりますが、令和元年同月比で200%と堅調に増加しているのに対しまして、日本人延べ宿泊者数は横ばいの状態となっております。

3ページをお願いします。

観光客の地域ごとの分布状況です。

左が2021年、右が2022年です。棒グラフの青の部分が福岡市、緑が北九州市となります。依然として来訪者、宿泊者ともに、両政令市、特に福岡市に集中している状況です。

4ページをお願いします。

客室の稼働状況です。表をご覧ください。

一番左が宿泊施設の種類を記載しておりまして、Aが全国、Bが本県、一番下が本県の宿泊施設の稼働率を全国の稼働率と比べた数値を記載しております。

オレンジ色は全国に比べて高く、青が全国よりも低い、ということを示しております。

BマイナスAの欄ですが、本県の令和2年から4年まで、コロナ禍の客室稼働率は全国平均並みでしたが、令和5年から伸び、令和6年に入ってから、全国平均を10ポイント程度上回っております。

一方で、政令市以外の地域に多い旅館やリゾートホテルにつきましては、青で示す部分となります全国平均を下回る稼働率となっております。

5ページをお願いします。

インバウンドの現状です。

円グラフは、全国と本県の国・地域別延べ宿泊者数です。

本県は全国と比較して韓国をはじめとする東アジアが大きく、欧米豪の割合が低くなっています。

右側の横の棒グラフは、国際観光支出の状況でございますが、東アジアや欧米豪以外に加えまして、赤い色で示されております中東地域の国々も一定の国際観光支出があることが見て取れます。

6ページをお願いいたします。

入国者数と周遊率です。

左側の上段の表は、本県の港別の国別・地域別の入国者数を示しており、福岡県の空港や港を利用して入国される外国人は、アジアの方が多数となっています。

その下の表は、成田、羽田、関西空港からの状況でございますが、アジア地域を除く地域のほとんどが、成田、羽田、関空から入国していることがわかります。

右側の表は、東京都を訪問した欧米豪の旅行者の他県への周遊率を示したものです。福岡県は2.4%と、広島、兵庫、岡山県などよりも低くなっているところです。

7ページをお願いします。

宿泊業の労働生産性・雇用状況です。

こちらは全国の指標となりますが、左の折れ線グラフは、労働生産性を示したグラフで、青が全産業、赤が宿泊業です。宿泊業の労働生産性は、コロナ禍から大きく回復しているものの、全産業に比べると低い状態が続いています。

右の表は、雇用人材に関するD I調査です。青が製造業、緑が非製造業、赤が宿泊・飲食サービスです。数値が低いほど人手不足と感じる企業の割合が多いということですが、宿泊・飲食サービス業を見ますと、コロナ後に人手不足と感じている企業の割合が、他業種に比べて高い状況が続いていることがわかります。

8ページをお願いします。

ご説明しました本県を取り巻く状況を踏まえまして、県において課題を整理させていただきます。読み上げます。

①延べ宿泊者数は堅調に推移しているものの、宿泊者・訪問者は福岡市、北九州市に集中している。さらなる宿泊者・訪問者の県内各地への周遊促進に向けた取組が必要ではないか。

②インバウンドに関しては、さらなる欧米豪からの誘客促進が必要ではないか。また、新たなターゲットとして中東などイスラム圏へのプロモーションが考えられるのではないか。

③「よかバス」については、地域に直接観光客を送客するツールとして有効であり、「よかバス」の認知度向上、利便性の向上、ツアーの充実により、更なる県内周遊促進が期待できるのではないか。

④稼働率が低い旅館・リゾートホテルへの対応として、宿泊が期待できる温泉地などへの誘客促進を図る必要があるのではないか。

⑤宿泊業は他業種に比べ生産性の低い状況が続いており、人材不足も課題となっている。さらなる生産性向上や、将来の本県の観光を支える人材の育成・確保への支援が必要ではないか。

こうした課題の解決に向けまして、令和7年度に県がどのようなことに取り組んでいく必要があるのか、本日は委員の皆様からご意見をいただきたいと考えております。

忌憚のないご意見をよろしくお願ひいたします。

以上でございます。

【会長】

事務局から議題2の説明がございました。

事務局の説明を踏まえ、令和7年度における観光振興施策の方向性について、委員の

皆様からご意見、ご質問があれば、お伺いしたいと思います。

最後のページは①から⑤までありますが、どこからでもよろしいかと思ひます。

ご意見のある方は、挙手の上、ご発言をお願いいたします。

【委員】

①延べ宿泊者数の部分で、日本人の需要喚起が必要だという現状認識があったと思ひます。延べ宿泊者数は人数と平均泊数のかけ算ですが、人数に関しては少子高齢化で旅行市場が縮小しています。また、平均泊数を伸ばすという話をよく聞きますが、日本人の休みの取り方は、長い間大きな変化はありません。例えば、韓国のツアーは2泊3日とか3泊4日、ハワイのツアーだと3泊5日とか4泊6日で、少なくともここ20年くらいは販売されてきています。泊数は休みの取り方とか働き方が関係していて、ここを動かすのって実は結構難しいと思ひます。

日本人旅行市場が縮小し、平均泊数を動かしにくい状況で、何をして延べ宿泊者数を増やすかをもう少し突っ込んでみる必要があるかと思ひます。もちろん、今来ている人に泊数を伸ばしてもらおうという取組も考えつつ、もう一方では、既に長期間滞在需要を持っている人をどう呼び込むかという視点も重要だと思ひます。長期間滞在したい人たちがどういう人たちなのか、また、そういう人たちに福岡に来てもらうにはどうしたら良いかというあたりを、掘り下げて考えていけると良いかと思ひました。

あと、②で欧米豪をもう少し増やしていこうというお話がありました。我々日本人がヨーロッパを旅行するときに複数ヶ国訪問することがあるように、日本国内での周遊ルートの大さは、日本までの時間距離・移動距離に比例する関係があると思ひます。そういった理由から、福岡を含む九州一体でやってみるのがよいと思ひます。例えばですが、既に九州観光機構さんがやっているような欧米豪向け九州版ゴールデンルートのような形で進めていくのも一案だと思ひております。

あと①に関連して、政令市以外に分散させる部分ですが、これに関しては「第三次観光振興指針」の方で、高付加価値の旅行商品の販売数という指標で、政令市以外の訪問を含むものに限定していたかと思ひます。個人的にすごく良い施策だなと思ひていて、あのあたりをより深掘りして進めていかれるのが良いかと思ひました。

【委員】

今の意見に近い部分もありますが、資料を拝見すると、どうしても福岡に来た方が福岡を周遊するということが主体であるような気がしますが、現実的にいきますと、前回のDCもそうでしたが、別府に泊まった方が福岡に来るとか、熊本に来た方が福岡に行くというのが普通の旅行の形態となっています。その部分の視点と言いますか、切り口がなかなか見えないなと感じます。福岡に入って福岡から出るという方は多分ほとんどいないと思ひますし、東京から福岡よりも、おそらく熊本から福岡の方が多いいはずだと思ひます。

なので、遠くのところから福岡に呼ぶというのも当然大事ですが、隣県と言いますか、具体的にお金が落ちそうなところからのアプローチというの、もうちょっと力を入れた方が良いかなという意見でございます。

【委員】

皆さんもおっしゃっているように、政令市が8割占めているということですので、やはり県内周遊っていうところはすごく重要なポイントだと思います。まだまだ、私たちが活動している八女でも、宿泊施設に稼働率をお聞きしても、もう少しキャパはあるのかなというところがありますし、まだまだ来ていただきたい、攻めていただきたいというのは当然ありがたいですし、力を入れていただきたいところではあります。

同時に、コロナ禍中に旅館、ホテルが八女もできまして、初めて夜、宿泊されて、市内を見て回られる方達がこの3年ぐらいで、一気に増えているところがありまして、地元にいる身からすると、もうすごく増えたなっていう感覚はあります。同時に受け入れ側から見てみると、まだまだ受け入れ体制が追いついてないというところも結構見受けられるかなと思います。

タクシーを呼んでもすぐ来てくれないとか、朝の時間帯に開いているお店があんまりないとか、そういうところをチャンスと感じて移住して来られて、新しいお店をオープンされるところが増えてくるとか、人が来始めないと商売しようという気にならないので、まずは人が来て、新しい何か生業を起こそうっていう、雇用、移住みたいなところと絡めて、そういう動きも生み出せるのはやっぱり観光だなとすごく思います。

要は、福岡市・北九州とかと比べるとやっぱりまだまだコンテンツとか、地元の受け入れというところでは、もともとの数が少ないですので、そこを持続可能な形で、地元も一緒に成長していけるようなフォローというか、そういう視点もちょっと必要かなと思います。

がんがん観光バスが来て、団体が来ても、そもそも泊まれる宿泊施設ない、みたいなところがありますので、その成長のスピード感っていうのはどうしてもやっぱり福岡と比べると少しゆっくりにはなってしまう。

私としては、とにかくいっぱい来てもらって、地元がそれに対して応えようっていうのは、ものすごく健全なことだとは思っていますが、ちょっとここ最近そういうスピード感というところは気になるなと思っていましたので、意見として言わせていただきました。

【委員】

今の資料の7ページにございました、宿泊業の雇用状況という形で掲載いただいておりますが、これバス会社とかも含めて、我々旅行業界に関わることで、本当に労働者不足、人材確保がすごく中長期的にも大きな課題です。

例えば今の、秋のシーズンでグループ旅行など、お申し込みが非常に殺到する時期ですが、地域によってはやっぱりなかなかドライバーさん不足で、バスが手配できないのでお客様にお断りしているみたいな、そういう状況もあります。やはり観光業全体的に、この人材の確保は中長期に大きな課題ではないかなと思います。

先ほどの資料3の11ページにもございましたけれども、インターンシップの支援ですとか、人材の確保について継続的に取り組んでいただければと思いますので、意見として述べさせていただきます。

【委員】

受け入れ体制について、補助金を出していただいているとは思いますが、委員がおっしゃったとおり、なかなか難しいところがあります。

確かに観光業とかDMOだけじゃなくて、やっぱりそこには交通事業者だったりとか、宿運営される方とか、店舗の方がいらっしゃるし、この5つの項目を出してありますけど、これの中には日本人向けなのか、インバウンド向けなのかというターゲットを決めないとやっぱり事業ができないというか、ぼやけてしまうというところもあると思うので大事なかなと思います。

特に「よかバス」とかは、二次交通のないところについては非常に有効かと思えますから、そういうので周遊してもらおうとか。

先ほど、委員が言われたのが、やはり福岡だけではなくて、福岡空港から来られた方が八女に行ったら次どこ行くかというやっぱり別府とか佐賀とか言われるので、そういう横との連携とかっていうのも今後ツアーとかに入れる必要があるのではないかなと思います。

それこそ先日JRさんが営業にこられて、「いや電車使わんといかんでしょ」と言うと、「いや関係ないですよ」と。バスでも何でも良いから使って周遊させたいというような意見があったと思えますから、そういう事業者同士の連携とか、DMO同士の連携とかっていうのも、今後この事業を進める中で一緒にやっていったらいいかなと思いました。

【委員】

今後のところで、我々が関わっているところからの情報と、ここの資料に書かれている内容とで少し皆さんの参考になれば良いなと思っていくつかお話ししようかと思えます。

我々は飛騨古川でツーリズムサービスを宿も含めてやっております。人数を抑えて単価を上げているので、今年は、人数の方は2019年比1.3倍ぐらいですけども、売り上げの方は1.8倍ぐらいというような感じです。

あと利用者はインバウンドがほぼもうすべてが欧米豪、というような状況になっていまして、アジアの方はほとんどいらっしゃらないという状況ですけども、そういう現場の話と、あとは各地に関わる話があります。

今、この国籍とか、出国エリアで、そこの誘客促進をした方が良いのではないかとということが書かれていますけれども、もう少しそこの解像度を上げて、旅行者属性でターゲットを絞られる方が良いのではないかと思います。

今、全国各地「コロナ前いなかったよね」というところでも多くの外国人の方がいらっしゃる現実があるかと思っています。総量が増えれば、情報感度の高い人たちが、いろんな情報を集めて個人で行き始めるっていうのも既に起こっています。我々がお付き合いしている欧米豪のトラベルエージェンシーさんは、やはり広島以西のところにごく目を向けられていて、福岡にもいっぱい来ていると思うし、私は宮崎とか熊本とか色々な関わりがありますけど、そこにもう既に来ているしやる。西洋系のFIT（海外個人旅行）と呼ばれる人達が来ているという兆候は既に出ています。感覚値として、ゴールドルート以外のところで東北よりも九州の方がその傾向は強いと思えます。先ほども九州全域でというお話がありますけれども、九州はひとかたまりの島とし

て、やはりわかりやすいというか、かつ相対的に見て、良いお宿も結構たくさんあったりするので、そういう意味ではすごくホットデスティネーションになっているという背景がある。その中で、今後福岡県としてどうされますかっていうことで言うと、やはりその出国エリアではなく、要は、国籍にもいろんな旅行スタイルの人がいらっしゃると思いますので、今指標として観光消費額っていうのがありますけども、私は観光者総量ではなくて、1人当たり、もしくは1人当たりの1日当たりの単価を出して、そういう人たちにフォーカスをして誘客をしていく方が良いのではないかなと思っています。欧米豪の人でも、大きなバスに乗っていらっしゃる人もたくさんいらっしゃいますから、そういう意味ではその解像度を上げる必要があるのではないかなと思います。

参考までに、我々はどんどん絞ろうとしています。宿泊施設もやっていますけれど、OTAに出す部屋を1部屋にして、他は全部出さないとかですね。要は皆さんが買いやすいところにあえて出さないということをやぐらい、一事業者としてですが。それぐらい日本にいらっしゃるたくさんの方々がいる、日本に行きたいという力はすごくパワフルなものがあるので、誰でもかれでも良いのか、そうでないのかっていうのは、それぞれのエリアにその選択がゆだねられているので、福岡県として特に八女とか柳川とか、福岡の近くの比較的行きやすいところですが、本当に来て欲しい人たちに来ていただけるようなやり方っていうことをしないと、気がついたら「あれ？」みたいなことが起こりうる可能性は今まで以上に高いと思うので。多分先ほどの九州でもなくて博多でもない、福岡県っていうのはちょうど中間的な細部で、なかなかその議論を深めるところで難しい部分もあるとは思うのですが、その辺を今まで以上に留意しながら進めていく必要があるのではないかなと思います。

【委員】

人手不足の話ということで、私もそれで業界団体の役をしております、ちょうど今、去年からいわゆる宿泊業の技能試験センターというものを設置しまして、いろいろな国、特に東南アジアを中心として技能実習制度とか、その取組を外食産業の方々とともにやっています。

人手不足で、若い方がこういった宿泊、飲食サービス業に来ていただく、あるいは交通事業の方のタクシーとかバスの方に行っていただくというのは、一番大事なことです。今、特に外国人という形で展開しているというのが実情であります。

もう一つは、この筑豊地区、あるいは筑後地区が、どうしても宿泊施設が少ないという中で、参考になるかわかりませんが意見を申しますと、この前九州産業大学で、九州運輸局さんと課長たちも来ていただきましたけれども、その中で特に、JRさんのホテルの事業部長の方が来てらっしゃって、一つは佐賀県の嬉野温泉で、JRさんが宿屋を始めたということで、「和多屋別荘」さんとか、若手の方々も、一緒に嬉野を盛り上げていこうということで、JRさんのホテルを新設されたということです。あるいは西鉄さんは、太宰府の方でそういった宿泊施設を展開されるとかいう形の中で、どうしても先ほど委員の、「儲からないと商売ができません」って話が現実あって、その中でやっぱりこの格差というものを感じています。

私も朝倉の原鶴というところにいまして、と同時に全国いろいろ行きますが、やっぱり宿泊施設の人手不足、コロナの折からの債務超過がもうものすごいと、社会保険も払

えんというぐらひの話の中で、インバウンドが良い状況があるけれども地方によってはその恩恵をこうむっていない。私も国会でも言いましたけれども、はっきり言って、オーバーツーリズムがあって、もうまばらであると。

確かに、足の問題、飛行機の問題、燃油サーチャージの問題など課題はたくさんありますが、その中で、今度は、地方の例えば八女に宿泊施設が足りなければ、西鉄やJRといった大きな企業のお力も借りながら、共有してやるとかそういうことも考えていかないと、多分、個人の資本の限界、債務超過の問題、そういったことが現実的にあるということが今、この観光取り巻く業界、広がらないという部分では少し課題がある。

ただ、観光はそれが当たれば、もう同業者から何から、いろいろな方々に効果がある、裾野が広いということがあります。今能登半島の地震であんなふうになっていますけれども、当時の私どもが尊敬する「加賀谷」の会長が、七尾市の人口がこれだけと、これだけの観光でどれだけの経済波及効果があるかっていうことをよく若いときから聞きました。

本当に観光というのは、そういう意味ではアメーバ式に広がって、地方の経済を立て直してもらおう一つの処方箋になると思っております。

2つ申し上げて、意見として終わらせていただきます。

【委員】

私からも2点ございまして、1点目は、皆様、委員の皆様がおっしゃられたところと重複するところではありますが、県内周遊というところ、福岡市以外のところに、どう周遊していただくのかとなったときに、まず国内というマーケットを見ると、東名阪中心に一定の人口規模の多いところから誘客になってくるところはあると思いますが、一方で、そこの方々からすると、これはちょっと表現の仕方がちょっと難しいところですけども、別府であったりとか、熊本であったり、佐賀・長崎というところが、ともすると競合エリアというか、いろいろ選択肢の中で、福岡市以外の地域となると、そういった他県の地域というところ、もちろん選択肢にはなってくると思います。

となったときに、別府であったりとか、湯布院であったりとか熊本城であったりとか、全国的なブランドを有しているような地域もたくさんある中で、どう勝っていくのかというところを考えるというのはすごく重要ではあるものの、かなり難易度が高いだろうなと思っています。

そうなったときに、この九州というマーケットであったりとか、福岡県っていうマーケットに目を向けると、ここも結構重要ななと思っています。今、じゃらんネット上で見ると、福岡県民の方々が、年間で宿泊旅行をされている方の総人数って、じゃらんネットだけで320万人泊ございます。

この320万人泊の中で、福岡市の中心部、博多であったり、天神エリアのところまで宿泊されている方が大体24万人いらっしゃって、これが大体、福岡県民の方の1年間2023年に宿泊旅行されている方の大体7、8パーセントがこの中心部に宿泊されているというところなんです。

次が別府で、17、8万人ほどいらっしゃって、長崎で14万人ほどいらっしゃって、第4位以降の地域もすべて他県になってくるという状況です。

トップテンの中に北九州が入っているという状況ですが、いずれにしても、もう大都市マーケットというところが、やっぱり牽引しているという状況かなと思いますので、この福岡県のマーケットというところを結構注力をしながら県内周遊を促進していくというところも、結構大きな重要な施策になってくるかなと思っています。

もちろん熊本県であったりとか、大分県であったり、福岡県以外の6県の方々というところももちろんターゲットになってくるかなと思いますが、これちょっと面白いデータがあり、人口規模でいきますと、九州7県の中で、福岡県単体で見たときと、6県で見たときは、もちろん人口規模は6県の方が、多くはなりますが、1年間に宿泊をしている数でいくと、実はその6県の方よりも福岡県の方が年間に宿泊旅行している人泊数の方が多いんですね。

320万人泊は他の6県の方々が、年間で宿泊旅行をしている回数よりもずっと多いというところがですね、これ人口規模以上に、福岡県民の方々は他県の方に比べて旅行する傾向があるというのが出ています。これは一定年収の規模であったりとか、そういうところも影響していると思いますが、それぐらいこの福岡県マーケットというのがいかに大きいかというところをとらえると、県内での宿泊旅行を促進していく施策というところも、すごく重要だなというところがございます。

あともう一つが、宿泊単価というところですけども、ここは先ほどのお話とまた別の施策というところになります。日本国内の方々というところにおいても、非常にこの富裕層というところも、どこのラインにするかというところですが、世界的に見てもまだ日本は、全世界的にはアメリカに次いで富裕層が多い国というところも言われている中でいくと、東京に住んでいらっしゃる方の年収1400万以上のパワーカップルであったりとか、世帯年収を持っている30代の若い方々というのも非常に多いというところもございますので、この方々が海外に旅行するっていうようなところではなくて、福岡に旅行するっていう選択肢ですね。ここでの高付加価値化、特に欧米豪を中心とした方々に対しての高付加価値化をやりながら、国内の方、特に東京に住んでいらっしゃる方であったりとか、東名阪中心としてこういった富裕層の方々にも、同じく情報を届けていくということも重要な施策かなというところで思った次第でございます。

私から一旦以上となります。

【会長】

それでは私から。結構お話を聞いていると、やっぱり九州全体を一つととらえた周遊というか、そういう視点がやっぱり大事だなというのを皆さんすごく感じてらっしゃいました。局長に申し上げたことがあります。観光を推進していく組織が県ごとにあったり、九州観光機構があったり、あと県の中でも、違う集まりがいろいろあったり、何か不思議な組織がたくさんあることを感じます。

それで、これは福岡県さんに申し上げるのではなく、おそらく、できれば、九州の知事さんとあと経済界が集まっての地域戦略会議で観光を題材にしたようなテーマで話す必要があるのかなと思います。九州観光機構はありますが、もしかしたら、いろいろ事業を実施していくことに力を結構注がれていらっしゃるの、先を見据えた大きな企画だとか、戦略めいたところを描くっていう機能が、あんまりきちんとされてないのかなというふうに感じるところもあります。

ですから、せっかく九州は地域トップが集まった良い集まりがあるので、ぜひもう1回そういう枠組みを、少し話をされるような機会があると良いのではないかと感じます。

できればそれに、九州の政令市、福岡・北九州、熊本も少し関わるような形で、何か動きができれば良いのではないかという気はいたしているところでございます。

それと、人口減少の中で、やっぱりどうしても国内の需要ってというのがそんなに膨らむものではないといったところは間違いなくて、合わせて人手不足的なところってというのは、海外からの移民でも受け入れていかないことにはまず解決しない話です。

ただこれだけ円安が進み、相対的に国力が少し弱くなっている段階では、外国人の方も簡単に来てくれない状況があるので、そうになっていくと限られたパイでも成り立つような観光のモデルを作っていくしかないと思っています。

そうなるとやっぱり、単価施策ということになっていきます。同じ100万円を客室100室で稼ぐよりも、10部屋で100万円稼いだら手間はかかりません。手間をかけずに、サービスの質は少ない人員でも上がることができます。ただし、そればかりやっている、もう貧乏人切り捨てか、みたいなこともあるにはありますが。

現実解としてはやっぱりそういったところに力を入れていく、そして福岡ということを考えても、全国、海外からのアクセスってというのはアジア便がメインですけど、新幹線も来ていますし、福岡までは、東京・大阪からも便数が結構ありますので非常にアクセスしやすいです。

であればそこから先、入国者数の話もありましたけども、それ全部にくまなくというわけにもいかないと思いますが、特徴があるエリア、例えば八女とかっていうところはうまく行き始めています。そういったところにやっぱり魅力的な、例えば宿泊施設であればそういったものを、おそらく、西鉄やJRでなくとも素敵なノウハウを持っていらっしゃる方たくさんおられますので、そういったところと組んで施設を作っていくとか、そういったことに対して少しバックアップをされていくとかが必要かと思っています。

課題はどうしても県の立場であると、それぞれの市町村にくまなくということになるんですが、そのエリアに大体5つか6つの市町村の中で一番魅力的と思われるところにそういった施設の一つでも作って、それが魅力的で非常に惹きつけるものだとすれば、おそらく空港まで来てそこからダイレクトで、タクシーで行くとか、タクシーもないって話もありますけど、空港にはまだあると思うので。そういった動きも出てくると思うので、そういったメリハリを、少し考えていく必要があるのかなってというのは感じているところです。

以上です。非常に難しいことわかりましたけど。

その他ご意見ございませんでしょうか。

【委員】

今いろんな組織があるという会長さんのご指摘がありましたけれども、福岡県にも登録DMOを増やしますみたいな話がありました。私は観光庁のDMOの会議の委員もやっていますが、今観光庁の方はDMOが増えすぎて、頭抱えている状況で、それに対してどうするかという議論をしています。

なので、DMOを増やせば地域がよくなるって話じゃないということは、日本全国で

も気づき始めているので、そこも今、その組織数とかがKPIとして上がっていますから、今後見直しても良いかなと思います。

以上です。

【会長】

一通りご意見は出たようでございます。

それでは欠席されている委員からお預かりしている意見がありましたら事務局から紹介をお願いいたします。

【事務局】

欠席されている委員の方からのご意見はお預かりしておりません。

【会長】

それでは、今一連の意見がいろいろたくさん出ましたが、事務局から何かコメントすることございませんでしょうか。

【事務局】

有意義なお話をいただき、大変参考になりました。

委員の皆様のお話を伺って、私がとらえました内容としては、ターゲットをどう考えるかというご意見が多かったと思います。

日本人を増やしたいけれど、一つ一つ工夫が必要だというご意見や、九州・熊本からとか、よりターゲットを絞ってはいかがかというご意見をいただきました。

また、福岡県の人が他県に行くのではなくて、福岡県の人県内の今まで知らないところに行ってもらい、泊まってもらいたいということもやっていきたいということ、私もいろいろ考えて取り組んでいるのですが、そういった意見をいただきました。

受け入れ体制に関しては、委員のご意見にあったように、福岡市は受け入れ施設もたくさんあって、お客様が来ていますけれども、地方部の方は急激にたくさん観光客が来ても、まずお宿がないというのも課題です。

そしてまた、委員がおっしゃった中で心に響いたのが、地方でそこまで受け入れ体制ができてないところは、ゆっくり成長していきたいというご意見です。県としては、どんどん観光客を増やしたいと思っておりますけれども、それぞれの地域の状況に合った受け入れ体制、そして観光のあり方があるのだろうと感じました。

現在、6エリアでの観光地域づくりの取り組みで、私たちも地域に入っておりますけれども、やはりもう少し丁寧に各市町村さんとお話をして、それぞれの地域に合った観光というのをしっかり認識して取り組んでいく必要があると思っております。

周遊方法としましても、知事もよく言っていますが、観光に県境はありませんので、隣県はもちろん、隣県でなくてもローカルトゥローカルで、飛行機で飛んできてもらう方法もあります。特に欧米豪、海外から来た方にとっては、ヨーロッパを旅行することと比べると、九州全体でも全然近く、東京ー福岡は隣町のように感じられると思います。他県との連携をしっかりしていく必要がございます。

今回、DCで大分県さんと一緒にさせていただいたことで、非常に仲良くなり、話が

しやすくなっています。欧米豪の方の受け入れについても、福岡に入ってきてもらって、大分、別府などいろいろ回ってもらおうということで連携が進んでいます。

そしてまた、会長からいただいたご意見ですが、私たちも九州全体のことになる九州観光機構に任せているような状況で、協議会・組織体、それぞれで一長一短あるかと思えます。本県でもいろいろ会議体を持たせていただいています。そういった会議体の中で仲良くなることで、個別に連携したり、情報交換することで各県の状況が分かるといった良い点もございしますが、今後考えなければならない課題も感じました。

人手不足については、本当に非常に深刻な課題で、県としましても労働政策の部門とも話をしながら今回の宿泊に特化した合同商談会、マッチング会を今年から始めています。まだ外国人材まではいっていないのですが、旅館ホテルをはじめ、いろいろな方のご意見も聞きながら、良い方法をしっかり考えていきたいと思っていますところでございます。

本当にありがとうございました。

【委員】

今、私の発言のところを少しだけ誤解のないようにしたいのですが、絞るべしという話を、分けるべしというお話だというふうにご理解いただければと思います。

絞るっていうのは、この県下全部で絞って1ターゲットという話ではなくて、分けてちゃんと。

例えばですけど、よくある観光行政の基本計画とかでマーケットの方を見ているけど、供給の方を見てないケースが結構多いんですね。

例えばこの資料の中に、宿泊施設タイプ別の稼働率がありますが、そうしたらこの稼働率低いところに、いかに集客をするかどうかというそのマッチングは分けて考えるべきじゃないですかということで、絞ってひとつとかという話ではありません。もし私の勘違いだったらいいのですが、そういう形で、さっきの地域もそうですし、宿泊施設のタイプもそうですし。

要はその滞在価値をどうやって作るかっていうのは、供給側と需要側のマッチングで初めて成立するので、そのレイヤーにもう1段下げていただくと成功確率が上がるのではないかなと考えています。

【事務局】

ありがとうございます。

全くその通りだと思います。それぞれに合ったターゲットというのが、地域ごと、事業者さんごとにあると思いますので、本当に良いご意見ありがとうございました。

【会長】

それでは、皆様貴重なご意見ありがとうございました。本日の議題はこれですべて終了ということでございます。

その他、事務局から何かございましたら、よろしく申し上げます。

【事務局】

ありがとうございます。

次回の審議会のスケジュールですけれども、おそらく年度末、2月、3月付近になると思います。事務局の方から改めてご連絡をさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

【会長】

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。

議事進行にご協力いただきましてありがとうございました。

本日、皆様方からいただきましたご意見を参考に、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思います。

それでは進行をお返しいたします。

【事務局】

会長ありがとうございました、本当に皆さんの貴重な良いご意見をいただきました。

皆さんのご意見を、私たちの施策の中にしっかり落とし込んでいきたいと思っております。