

## 令和6年度第2回福岡県観光審議会 議事概要

### 1 開催日時・場所

日時 令和7年3月14日（金） 14：00～15：30

場所 福岡県庁行政棟 10階 行政特別東（特9）会議室

### 2 議題

- （1）福岡県における観光振興の取組みについて
- （2）第三次福岡県観光振興指針の数値目標について

### 3 議事概要

別紙のとおり

## 開会

### 【事務局】

ただいまから「令和6年度第2回福岡県観光審議会」を開催いたします。

本日はお忙しい中、ご出席いただきましてありがとうございます。

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」

それから資料1といたしまして、「福岡県における観光振興の取り組みについて」

続きまして資料2、「第三次福岡県観光振興指針の数値目標について」

参考資料としまして、「金融機関のカード決済データを利用したインバウンドの消費動向調査速報」となっております。

ご不足等ございましたら挙手の方お願いします。それではないようなので進めさせていただきます。

初めに、観光局長の山北から一言ごあいさつを申し上げます。

皆さんこんにちは。

福岡県観光局長の山北でございます。

委員の皆様には、大変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。

今回が令和6年度第2回目の審議会となります。

前回は令和6年度における観光振興の取組状況や、県の観光を取り巻く現状課題についてご報告、ご議論いただきました。

本来でありましたら、ご議論を踏まえた令和7年度当初予算についてご報告するところでございますが、ご承知の通り知事選に伴いまして暫定予算となっておりますので、令和7年度予算につきましては、次回の審議会でご報告させていただきます。

本日は、令和6年度における観光振興の取組状況や、県の観光を取り巻く現状、課題についてご報告させていただきます。

それぞれの専門的な立場から、忌憚のないご意見を賜りますよう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、会長にご挨拶をお願いいたします。

### 【会長】

本日は、令和6年度の第2回目の審議会でございます。

前回の審議会では、「第二次福岡県観光振興指針」の数値目標の達成状況や、福岡・大分デスティネーションキャンペーンについての報告、令和6年度における観光振興の取り組み状況等について事務局から報告を受け、令和7年度に向けた観光振興施策の方向性について、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組状況や、現行の「第三次福岡県観光振興指針」の数値目標の状況について事務局から報告をいたします。詳細は後程事務局からの説明になりますが、特にインバウンドが想定を上回る勢いで拡大しております、昨年のこの審議会でご議論いたしました福岡県観光指針における令和8年度の目標

値をすでに上回っているものもございます。

今後事務局において、数値の見直しを検討するにあたり委員の皆様からもお知恵をいただき、数値目標として現実的かつ意欲的なものにしたいと考えておりますので、どうぞ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本日も賜りたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

#### 【事務局】

会長ありがとうございました。

ここで定足数についてご報告いたします。

委員総数13名中、本日のご出席はオンラインでご出席されている委員を含め、10名でございます。福岡県観光審議会規則第8条第2項の過半数の出席の要件を満たしており、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。

それではこれ以降の進行は会長にお願いいたします。

### 議題1 福岡県における観光振興の取組みについて

#### 【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、議題の1、福岡県における観光振興の取組についてです。

事務局から説明をお願いいたします。

#### 【事務局】

福岡県における観光振興の取組につきまして、資料1及び参考資料でご説明させていただきます。

まず、資料1「福岡県における観光振興の取組について」をお願いいたします。昨年11月の審議会でご説明しました今年度における観光振興の取組の進捗状況について最新のものに更新したものとなります。

1ページは前回に引き続き、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おります。

本日も、県主体事業である1から4までの柱の事業について、取組状況をご説明いたします。

2ページをご覧ください。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。会話のログデータの1月末までの分析結果については、来週21日に、県内の市町村や観光案内所の皆様を対象に説明会を開催し、情報共有を行う予定です。

3ページをご覧ください。

「宿泊業における生産性向上の取組支援」は、1月末時点で、①の、宿泊業専門のアドバイザーによる個別経営支援の申込実績が33件、②の、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の助成申請実績が35件となっております。

4ページをご覧ください。

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、各エリアの観光拠点となる場所での情報発信コーナーの整備をしております。設置場所については上段の表に記載しているとおりです。基本的には前回お示しした候補地に整備しておりますが、宗像市は道の駅むなかた南側にオープンした「むなたびラボ」に整備することとなりました。

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。

①の「オーストラリア、韓国、台湾からのサイクリスト誘客促進」の実績として、台湾から、「北九州サイクルフェス」への参加など、71名誘客し、オーストラリアと韓国に対しては、ファムトリップを実施し、現地旅行社等と商談を実施しました。

③の、今年度開設した「FUKUOKAサイクリングツアーコンシェルジュ」では、新たに1月に、レンタサイクルや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しました。

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。

県内を周遊するバス旅行商品「よかバス」事業につきましては、1月末の実績で、前年度比108%となる700ツアーが催行され、2万1千人の方にご利用いただいております。新たな観光地域づくりをすすめる6つのエリア、また太宰府を核とする西の都エリアのツアー造成を進めるため、ツアー造成支援も行っておりまして、1月末までに507件の支援をしています。

また、来年度開催される「関西・大阪万博」に向けて、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支援、海外OTAサイトでの特設ページの開設、インフルエンサーを活用したプロモーションなど、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ました。

7ページをお願いします。

「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、昨年度に引き続き、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しました。送客実績は、現在精査中ですが、2月末時点の整理で、目標人数を超えて56,500人となっております。

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。

前回からの進捗として、9ページをお願いいたします。③タイ・バンコク都については、本県の友好提携都市ということで、今年度は、国際部局と連携した取組を行いました。

11月に、バンコク都で開催された「福岡フェア」に観光PRブースを出展するとともに、期間中に現地旅行会社向けの観光セミナー及び現地旅行会社と県内観光事業者との商談会を開催し、約70名にご参加いただきました。

10ページをお願いいたします。

伝統工芸品のファンを増やす取組として、7月に開設した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」につきましては、2月末時点で、2000名以上の方にフォローいただいております。

また、12月から1月にかけて、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、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を計4回実施し、82名の方にご参加いただきました。遠くは海外から参加された方、北海道、大阪、熊本など県外の方にも多数参加いただいております。

②の、日本文化への関心が高いフランス・パリで実施した、伝統工芸品のテストマーケティングにつきましては、今年度は陶器を中心に実施しております。パリ市内のリアル店舗では約96万円、ECサイトでは約12万円の売上があり、現在継続取引に向けて協議中です。

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」などを実施しております。

前回の審議会以降、合同会社説明会を福岡、オンラインでも実施し、のべ54社、230名に参加いただきました。

12ページをお願いいたします。

③の「宿泊施設従業員を対象としたおもてなし研修」は、1月末現在で、のべ262名に参加いただきました。

最後に「観光ビッグ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しています。こちらにつきましては、参考資料にてご説明いたします。

参考資料「金融機関のカード決済データを利用したインバウンドの消費動向調査（速報）」をお願いいたします。

今年度から新たに実施している事業ですが、2024年12月の決済データの詳細分析が3月下旬になることから、今回は速報という形でご説明いたします。

1ページをお願いいたします。

調査目的・項目です。

本事業は、金融機関のカード決済情報を活用し、外国人観光客の国別・地域別の消費動向を調査し、今後の観光資源開発やプロモーションに活用することで、さらなる消費拡大を促すことを目的としています。

調査項目は、カード発行国による利用者属性などの「基礎分析」、2023年と2024年の「時系列比較」、県内及び来県前後の「周遊分析」、県内で20万円以上消費した外国人観光客などの「高単価者（富裕層）分析」の4つでございます。なお、この中の「周遊分析」、「高単価者分析」については、3月中に実施予定でございます。本日は、「基礎分析」、「時系列比較」の速報についてご説明いたします。

2ページをお願いいたします。

分析対象の定義でございます。

福岡県内に所在する対象加盟店でのVISA、Mastercard、iD、銀聯（ぎんれん）の4ブランドの決済データで、外国発行のカードを利用して決済をした人を分析対象としています。日本人の方は対象外となります。ネット販売などの消費所在地が不明となる加盟店の決済データや、公共料金など在住者が行うことを前提とするものは対象外となっています。

地域や市町村ごとの分析、利用金額のほか、利用人数ベースでの分析も実施しています。

3ページをお願いいたします。

利用人数、金額等の実績です。

福岡県の2024年の外国人観光客のカード決済ベースでの消費は、2023年比で加盟店数24%増、利用人数66%増、利用金額82%増と大きく増加しており、外国人観光客の消費全般が増加していることがうかがえます。

利用金額は約450億円で、2024年の外国人旅行消費額約4800億円の約10%となっています。

次ページをお願いいたします。

全国との比較です。2024年1月～11月の消費金額の前年比からの伸び率は、全国が2023年から55%増に対し、福岡県は88%増と大きく上回っており、インバウンド消費の誘引に成功しているとうかがえます。

国別の金額構成比は、全国は1位中国（19.8%）、2位アメリカ（16.1%）に対し、福岡県は1位韓国（41.6%）が圧倒的に多い状況となっています。

5ページをお願いいたします。

国・地域別の人数・金額・一人当たり利用金額（単価）でございます。

表は、利用人数、利用金額、1人当たり利用金額となっており、国・地域別に、利用金額が多い順に並んでいます。

県内の2024年の国・地域別の利用状況は、韓国が、利用人数が約90万人で約60%、利用金額が約186億円で約41%と、ともに最大となっています。

その他、利用人数、利用金額については、中国が前年比で3倍以上、シンガポール、フィリピン、オーストラリアが2倍以上と大きく伸びています。

一人当たり利用金額については、全体で約10%の増となっており、総利用額の上位10か国では、中国が8万円と特に多くなっています。

韓国について、前年比の伸び率は177%と高くなっていますが、利用単価については約2万円と他の国・地域に比べて低くなっています。

6ページをお願いいたします。

国・地域ごとの業種利用率でございます。

利用実績がある業種として、全体的に百貨店・ショッピングセンターや免税店、空港店舗、飲食店・居酒屋の利用率が高くなっています。

国・地域別に業種ごとの利用率を見ると、韓国は免税店が、香港は百貨店・ショッピングセンターが他地域に比べて高くなっています。

中国、オーストラリアは、空港店舗の利用率が低くなっています。また、中国は家電量販店の利用率が他地域に比べて高くなっています。

アメリカ、シンガポール、イギリスはホテル・旅館の利用率が高くなっています。

次ページをお願いいたします。

国・地域ごと、業種ごとの利用単価でございます。

一人当たりの単価が高い中国については、特に百貨店・ショッピングセンター、免税店などでのモノ消費が多い傾向にあることが読み取れます。

アメリカ、シンガポール、フィリピンは、ホテル・旅館の支出単価が高くなっています。

そして、韓国は、全体的に単価は低く、ホテル・旅館については全体平均の半分以下と、特に低い状況です。

貴金属・時計は全体的に単価が高く、中国の単価が高くなっています。人数は6ページにあるとおり、全体の0.5%程度ではありますが、高額消費を行う層が存在しています。

8ページをお願いいたします。

エリアごとの状況でございます。

利用人数、利用金額ともに福岡エリアが9割以上を占めています。

ただし、2024年は、2023年に比べて利用人数の福岡エリア以外の割合がわずかですが上がっており、利用人数の増加に伴い、利用範囲（＝周遊範囲）が拡大してきていることがうかがえます。

一方、利用金額は利用者に比例して拡大してはならず、利用範囲の拡大をさらなる消費拡大につなげていく必要があります。

次ページをお願いいたします。

エリア別の傾向といたしまして、利用人数、利用金額、1人当たり利用金額を前年と比較しています。

エリアの消費のほとんどを占めている福岡エリアをはじめ、全体的に利用者・利用金額ともに伸びていることがわかります。

一方、1人当たり利用金額については、福岡エリアは前年度から伸びていますが、その他のエリアは前年度より下回っています。

観光消費におけるシェアが高い宿泊をはじめ、インバウンドの県域全体での消費を喚起していく必要がございます。

10ページをお願いいたします。

国・地域ごと、月別利用人数の割合です。

全体としては、10月から12月の利用者数の割合が高く、シンガポール、フィリピン、オーストラリアなどで傾向が顕著となっています。また、タイ、イギリスについては春の利用率も高くなっています。

これらは各地の長期休暇となる季節であると考えられます。

韓国については、年間を通して人数の偏りが少なく、大型連休や長期休暇の有無に関係なく消費が行われています。

最後に、11ページをお願いいたします。

これまでの分析総評として4点まとめております。

①2024年の福岡県の外国人のカード決済による消費は、2023年に比べ人数ベースで7割増、金額ベースで8割増と大きく伸びている。

②国・地域別に見ると、韓国が全体の消費の約4割を占め最大であるが、1人当たり単価については2万円程度と低い。利用人数・利用金額については、中国、シンガポール、フィリピン、オーストラリアなど前年から2倍以上と大きく伸びている国・地域がある。

③中国をはじめ、全体的に百貨店、免税店、空港店舗などでのモノ消費が中心。

④消費のほとんどは福岡市を中心とする福岡エリアになっている。観光客の増加に伴い、消費エリアや金額にもわずかながら拡大が見られる。

金融機関のカード決済データを利用したインバウンドの消費動向調査（速報）についての説明は以上です。

なお、例年であれば秋の審議会でご審議いただいた内容を踏まえた、令和7年度当初予算における主な事業をご報告するところですが、令和7年度については、暫定予算でございますので、次回の審議会においてご報告させていただきます。

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】

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、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。

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】

金融機関のカード決済のデータに関して、どのくらいの金額がどのエリアに使われているか興味深く見ました。やはり実感としても福岡市内は、韓国人の方がたくさんいらっしゃっていますが、コーヒーを飲まれたりとか、ドラッグストア行かれたりとかが多く、お土産袋いっぱいといった感じではないなと思います。

今後の取組みとして、やはり高付加価値の付く商品を作らなければならないと思いました。

特に八女も、さっき筑後のデータが0. 何%か消費額となっていましたでしたが、これをもっと上げたいなというのと、あと販売実績にして200%という数字になっておりますから、こういうのを頑張って伸ばしていけたらと思いました。いかに観光客の方を八女に呼んでくるかっていうのがとても大事になると思いました。

### 【委員】

金融機関のカード決済のデータについて宿泊業という観点で拝見しました。

特に6ページで、アメリカ、シンガポール、イギリスは、消費が多いというところで、韓国が、消費が少ないだとか宿泊の方も落としてないというのは、やはりコロナがあけて、いわゆる住宅宿泊事業法による民泊とか、そういったところにお泊まりになられている傾向が大分あるのかと拝察します。

概ね福岡市のホテルについては、単価が結構上がっているし稼働率が上がっています。

その一方で福岡一極集中が観光面でも言われて、どうやって、筑豊・筑後を中心に、県の施策の指定の地域に人を流すかということで、引き続きの形で平日閑散期などの対策をやっているのはありがたいです。

東京は今ビジネスホテルが大体2万円ぐらいの段階です。よく聞くのが出張で東京に行ったら泊まる場所がないというようなことを聞くぐらい単価が上がってきている。福岡もそれに準じて上がってきています。

これはインバウンドのいい部分であるし、日本人にとっては厳しい部分であるというのが、特に宿泊業では言われております。

今AIとかで料金を他のホテルをチェックしてやりますけど、いい時は単価が上がるが、ふとした時に下がるというような、何か極めて人の手以外のところで宿泊料金もコントロールされているなというのが実感でございます。

### 【事務局】

まず、高付加価値商品をもっと作っていくこと。それから、地域にもっと人を呼び込んでいくこと。八女の方でも今、商品開発をされていて利用者の方が伸びておられるということでしたので、各地域でも頑張ってくださいとともに、それを県としてもしっかりアピールして、バス旅行商品など、ツアーに組み込んでいただけるようにしていかなければと思います。

それから、インバウンドが来ることでの良い点、悪い点として、宿泊費が急激に上がってきているところは、非常に顕著かと思っております。一方、DXで料金の比較サイトなども広く利用されている状況でございますので、どのようにお客様に満足いただく形で料金を上げていくかというのは課題だと実感しました。

宿泊事業者様の声も聞きながら、しっかりやっていきたいと思っております。

#### 【委員】

現在、関わっている山梨県身延町の事例です。山梨県は、河口湖の方はかなり人が来ていて、渋滞対策が主な課題になっています。一方、身延町は、日蓮宗の総本山の久遠寺というお寺があります。久遠寺自体はすごいお寺ですが、門前は結構寂れている中、覚林坊という宿坊の女将さんが、アグレッシブに多くの体験を作っています。身延町には、日本で数少ない仏像などの修復をする学校があります。金箔を貼り直したりとか、彫刻を彫り直したりといったいわゆる工場ですが、外国の方が来られると必ずそこに行かれて、1万円ぐらいを払って体験しています。あとその気候にしか合わないおいしいオーガニック大豆の収穫体験や、紙すき体験、泊まると夜はお祭りのようなことをしています。来られる9割が外国人。そのうちの8割が欧米です。一番多いのはフランスです。泊まられる方に聞くと、覚林坊の予約が取れたから日本に来たと言われます。覚林坊は宿坊なので、共同の食堂、風呂、トイレで、結構狭い畳でといった宿に、海外のすごくお金を持った方が泊まりに来ています。試しに、身延から富士山をヘリコプターで見て回って帰ってくる体験ツアーを1人5.5万円でやったところ、すぐに予約が入ったという感じで、1人の力でここまでできる、そういう欧米の方の取り込み方っていうのがあるのだなと感じています。福岡でいうと英彦山はそれに近くて、何か欧米の方を取り込むフックになるような地域ではないかと思いご参考までにご紹介です。

#### 【事務局】

我々6エリア中心に、観光コンテンツの磨き上げに加えて高付加価値の商品を作るということをやっております。今おっしゃられたような、例えば英彦山の宿坊の整備に向けた検討作業を、地元の添田町さん、英彦山神宮さんと、我々もそこに入り込んで進めさせていただいております。尖ったものを作っていくことを我々も重視しております。事例やアドバイスいただきありがとうございます。

#### 【委員】

加えて、旅館も人手不足が課題になっていると思いますが、ワーキングホリデーで来る外国人は、働きたくてしょうがないといい、旅館側はそういった方が来れば多言語対応できてちょうどいいということで働いておられます。また、今泊まるところが少なく、どんどん古い宿を買って改築してという動きが増えています。

#### 【委員】

金融機関のカード決済データについて、4ページ、金額の指数というところが88%伸びているというのが非常にすごい伸び率だと思いました。全国と比べても30%以上というところ。ただ全国といっても、先ほどもお話があった東京だとビジネスホテルでも2万円で、結構地域による差はすごく激しいと思います。福岡は全国の中でもトップク

ラスに都市区の規模が大きくて、人気のある観光地かと思imasるので、福岡県としてのベンチマークすべきエリアと比べた時の伸び率がどの程度なのかというデータも参考にしたいと思ったところです。

さらに福岡県とありますがほぼ福岡市と北九州市で構成されているデータというところになろうかと思imasるので、その2市を除いたエリアにおけるこの消費額の経年での比較データもあると面白いと思imasました。

あとは、6ページ、利用業種というところでこれはすごく面白いデータだと思imasました。業種によって福岡市が中心となる業種も結構あると思imasっておりまして、その中で例えば旅館など、特にここを伸ばすのだというような、この利用業種における重要業種というものを設定した上でのモニタリングが、これから測っていけるとすごく面白くなっっていくのではないかと思imasます。

#### 【事務局】

今、追加の調査部分も含め、委託事業者と協議をしているところで、例えばベンチマークの設定については、少なくとも来年度以降の調査で検討できる部分があるかと思imasますので、参考にさせていただきます。

#### 【委員】

高付加価値旅行者が一種のバズワードになっていて、いろんな自治体さんでそれに向けた取組みをされてして、それをサポートしています。福岡県さんもこの1年間の取組みの中でもいろいろな商品作り、プロモーションをされているかと思imasます。

どういった情報発信の仕方をすれば、高付加価値商品を利用する人たちに情報が届いて、実際に単価が上がるのかというのをチャレンジしている自治体さんが増えていっます。

カード会社のデータでどれだけ消費されているのが可視化できているのと同じように、こういった情報発信、広告配信によって、こういうユーザーに情報を届け、実際にその人がどれくらいのお金を使ってくれたのかを一気通貫して管理し始めている自治体さんも増えてきています。限りある資源を有効に使うといった意味で、まずは観光資源の磨き上げにすでに取り組まれています。磨き上げて、実際に高付加価値のユーザーに情報を届け、その人たちが本当に動いているのかを可視化する。情報が広く誰にでも届けばいいというものではないと思うので、砂漠に水をまくのではなく、意識的に、ピンポイントに届けたい人に届けていくというところをできると良いのではないかと思imasます。

昨年他自治体で面白かったのが、PFS：ペイフォーサクセスという取組みが、自治体だと市町村単位で特にヘルスケアの分野でよく行われているイメージですが、成果連動型で予算を取っていくっていう取組。これだけの成果が上がったらよりお金を払い、そうでなければ既定の金額のみの支払というところで、財源の取り方としてかなりユニークなので、自治体さんがすごく工夫してやられているのをいつも拝見しています。他県の取組で、高付加価値旅行者が来て、観光客の消費額が上がったら、より、事業者さんにお金を払いますよという形で事業運営されて、すごくうまくいったという事例もありました。そうすると、年度中に事業者さんもすごくより頑張りますし、県側として

も、目標値をしっかりと立てて、それをみんなで達成していこうとすごく一致団結して、事業が進んでよかったなと横で見えておりました。そんな取組も、今後チャレンジできると面白そうだと思うので情報の共有でございました。

#### 【事務局】

成果連動型というのは非常に興味深く聞かせていただきました。

高付加価値に限ってではないですが、県では今、インバウンドは、欧米豪に力を入れておまして、今年度からイギリス・フランス・アメリカ・オーストラリアの現地旅行者に観光誘客窓口、レップという形で委託代理人をお願いしています。送客をどのくらいしてもらうか、成果、KPIをどうするか考えているところで、今のお話を聞いて、他県の取組を研究したいと思いました。

#### 【委員】

高付加価値旅行者に関連して、これから分析をされるということですが、1人1回、福岡県で20万円との定義ですが、対象を明らかにするためにも、泊数や滞在日数といった概念も入れた方がいいかと思いました。

このカード決済データは、国内での滞在が4ヶ月以内であれば対象者に入ってくるということで、4ヶ月で20万円使っている人と、2泊で20万円使っている人というのは、旅行者像が違ってくると思います。県が誘致したいのは、両者なのか、もしくは、富裕層とも記載がありましたので、後者なのか。対象にしたい像に合わせて、20万円という支出だけでなく、滞在日数と合わせてお金の使い方がイメージできるよう考慮した方がいいかと思いました。

#### 【事務局】

現状滞在4ヶ月以内のものは一旦データに入れているところでございます。

消費全体としまして、20万円以上消費いただいている方というところでやっておりますが、やはり1日あたりっていうところで、どのくらい見られるかというところを参考にさせていただいて、また委託事業者と協議させていただきたいと思います。

#### 【副会長】

やはり欧米豪に関して、支出のデータなどを見ても、九州、福岡にとって非常にこれからのポテンシャルがあると思っております。

広島と福岡をよく行き来しますが、広島は本当に欧米ですね、英語以外もですが、こんなに来るのだというほど多い。しかし、下りの新幹線に乗る方はほとんどいません。皆さんももちろんご存知だと思いますが、なんとかこの広島まで来ている方々を福岡、九州に連れて来るっていうような、ピンポイントな施策が今後有効になってくると思います。

ですので、欧米のインバウンドがどういう導線で日本に来ているのかっていうところを結構具体的に分析をして、そもそもどこのポイントで福岡をプラスできるのか。また、情報提供、どういうタイミングですればいいのかっていうのが戦略的に見えてくるのかと思いました。

### 【事務局】

まさに欧米豪の方々、いわゆるゴールデンルートが広島までということ、いかに広島以西、九州まで来てもらうか。福岡県も西のゴールデンルートの枠組みに入って、福岡市さんと取り組んでいるところです。

先ほども、海外に観光誘客窓口を設けていると申し上げました。オーストラリアやアメリカの現地旅行会社さんに直接福岡に来ていただいて、県内を回ってもらうというような取組をしております。旅行会社の方にも、九州というところを認識いただいた上で、広島以西に来ていただくツアーを作っていただき、旅行者の増につなげたいと考えています。

加えて、九州各県とも、例えば大分県と連携して大分県と福岡を周遊させるような、ファミツアーも実施しておりますので、そういった取組を続け、欧米豪旅行者を増やすことに注力して参ります。

### 【委員】

カード決済データについて、速報ということ、確報で今後また周遊するルートとかが出てくるのだろうと思いつながりながら聞いていたのですが、消費ということ、数字が上がっています。

一方で、ご旅行される方ってというのはおそらく例えばマリンワールドとか、太宰府とか、例えば韓国の方はゴルフ場がないからゴルフで九州に来ているとか。そういう、いわゆる何のために、福岡に来ているのかというのが、ちょっと見えにくいなと思えました。

6ページの数字のパーセントを足しても100にならないので、どういう割合なのかかなと思って見ている。何を言いたいのかといいますと、「その他」のところは結構割合が大きいので、実はこの「その他」のところにはいろんなヒントが隠れているのではないかなというふうなことも見たところです。

もう少しそのあたり、この国の方はこういうのが嬉しくて、こういうのが響くみたいな、何かストーリー性みたいなものがしっかり出るような数字があればいいなと思えました。

### 【事務局】

例えば総計、合計を足しますと100%を超えております。この理由につきましては、基本的に複数のところで利用されている方は、それぞれがカウントされるということで、1名の方が、例えば百貨店・ショッピングセンターと免税店両方で使った場合はダブルカウントされるということで合計が100%を超えております。

またその他も含めて業種、結構たくさん分類をさせていただいていますが、紙面の都合で今回「その他」ということで多い順から記載をさせていただいております。

おっしゃられるとおり、細かい部分で、ニッチな層の消費傾向がつかめるヒントがあるかもしれませんので、そのあたりについては詳細を分析する中で検討できればと思っております。

**【委員】**

特に場所、どこに行きたいのかというのがちょっと見えにくいなというふうに思いました。

あと、JRは使っているのかなとか。バスで移動しているのかなとか。そうした観光エリアみたいなのが見えるデータが欲しいなと思います。

**【事務局】**

エリアごとの消費に関しても8ページ以降に各4地区エリアを示させていただいているところ です。

詳細については、市町村レベルでの分類などもできる場所でもありますので、そういったところでどういう移動をしているか、どういう目的で来ているかというところにヒントが出るかもしれません。詳細の中で考えさせていただければと思います。

**【会長】**

6ページの確認ですが、例えば韓国の人であれば利用人数が90万人ぐらいおられる。これは、実際のクレジットカードの数、90万枚と等しいですね。その90万枚のうち、例えば百貨店ショッピングセンターだったら29%、約3割で、30万枚のカードが使われたとあっていいでしょうか。

**【事務局】**

基本的な考え方としてはおっしゃるとおりです。

例外として、4ヶ月を超えて、2回来た場合は2カウントということになりますので、1枚のカードが、この中で2回使われているケース、1回の旅行ではなく、2回の旅行で使っているというケースも一応含まれておりますが、基本的には人数ベースと考えていただいて問題ないと思います。

**【委員】**

これから欧米豪の人数をもっと増やしたいというお話もございましたが、この5ページ1人当たりの消費額を見ると、私も今、これを見てびっくりしましたがアジアの方に比べると意外に欧米豪の方の消費額が少ない。

では宿泊をしてないのかなと思いましたが、この6ページを見ると宿泊なさっているみたいなのがあります。

もちろん欧米豪の海外の方を増やすのはいいと思いますが、そういう方たちの消費額を上げていくために何か策はございますか。

**【事務局】**

欧米豪の方々、クラフトツーリズムというようところに興味を持たれるという観点から、久留米緋の織物体験、工房に行ってそこで体験されるだとか。観光だけでなく、体験していただく。実際に県と織物の工場の方々と一緒になってツアーを作るというような取組をやっています。

単純な買い物でなく、そういった体験にお金を落としていただくことで単価を上げてい

こうというのが今、まずもっての取組でございます。

**【会長】**

参考資料7ページ、これは1人頭の単価なので、外国人が持ってらっしゃる1枚のカードでその滞在期間において、その施設でこの金額が総額で使われていますってことですかね。例えば百貨店・ショッピングセンターでは、5品買ってその5品の合計金額という感覚でいいでしょうか。

**【事務局】**

そうです。平均としてこのぐらい使っているというところですよ。

**【会長】**

可能であれば、決済データは多分あるはずですから、いくらぐらいの商品を買ってらっしゃるのか、その辺の様子も見えたら、これぐらいの金額が売れ筋なのだなとか、施設によって色合いがはっきり見えてくるのかなと思いました。

その他のところを見るとこれが安い。ということは、これはゴルフ場とかではないのではないかということも感じてしまいます。1回当たりの決済単価といいますか、点数が掛け算になってしまっているのだから、単価がもしわかるのであれば、意義が高いかなという気がします。

それと、一つの見方として、全体として単価が去年の109%になっているのは、物価が上がっているのですよ。なので、なおさら1品あたりの単価の把握が大事じゃないか、要するに個数は変わってない可能性もあるなという気もします。

それとですね、県の取組の方で、先ほどからもクラフト関係のツアーとか体験のツアーが非常に話題になっている中で、10ページの伝統工芸品のファンの獲得ところ、まさにそこを狙ってやろうとしていると見受けられますが、インスタグラムのアカウントのフォロワー、2000人がどこの国の方とか、属性はわかりますか。

**【事務局】**

今のところ、日本語での公式アカウントですので、まだ日本人しかいらっしゃらないのではないかと思います。

**【会長】**

多分ここが絶好のポータルになるとも考えられます。今インスタグラムも言語は自動変換できるので、この辺の取組を少し、先ほど委員からのアドバイスにもあったように、充実させて研ぎ澄ましていけば活きるのではないのかなという気がします。

当然ツアーの中身についてもご提案もあった事例のようなどころを取り込んでいったら、面白いツアーもできるでしょうし。可能性を感じる取組かなと思って拝見いたしました。

**【事務局】**

しっかり頑張ります。ありがとうございます。

**【委員】**

これから周遊分析のところも、いろいろまとめていかれるのかなと。結構、県外のスポット登録とかもしていらっしゃるのかなと思います。この消費額のところにおいてもそうですが、福岡市に来てから、そのまま県外の例えば嬉野に行くとか、武雄に行って、別府や湯布院に行ってとか、そういう方も結構多いのではないかな。もちろん九州全域の中において福岡はすごく重要なところだと思いますが、県内同じように楽しめるエリアはたくさんあるかなと思っています。

その中でまず滞在いただきたいと考えたときに、どれぐらいの割合で、福岡市から直接他県に行ってしまうのか、その方々にどうやったら認知いただけそうなかというようなどころとか、今後まとめていけると、より県内全体の周遊というところにつながっていくのかなと思いました。そういったところも踏まえての周遊分析が見られるといいなと感じました。

**【事務局】**

現状、金融機関カード決済データでは、周遊分析ということで県内県外、その前後、福岡の次にどこに行ったのかという時に間の市町村を通ったのかというところが取れるかどうかは検討させていただきたいと思います。

もしくは、いわゆる金融機関データではなく、人流データとかで、そういったところが見えるところもございますので、いろんな方法で、県内に留まっていたいただき周遊いただくということができるようにするヒントを得られればなと思っています。

**【会長】**

時間の関係もございますのでそろそろと思います。

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

**【事務局】**

議題1に関しまして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 第三次福岡県観光振興指針の数値目標について**

**【会長】**

それでは続いての議題に移ります。

議題の2、第三次福岡県観光振興指針の数値目標についてであります。

事務局は説明をお願いいたします。

**【事務局】**

資料2「第三次福岡県観光振興指針の数値目標について」をお願いします。

本資料では、まず、今年度からスタートした第三次観光指針の目標値と今年度の実績速報についてご説明したあと、目標値の達成状況などについてご説明し、委員の皆様にご議論いただきたいことをご提示させていただきます。

委員の皆様には、数値目標を現実的かつ意欲的なものにするため、専門的な知見からお知恵をいただきたいと考えております。よろしくお願いいたします。

1 ページをお願いいたします。第三次指針の数値目標を一覧でお示ししております。第三次観光振興指針では、「つながる福岡観光」を目指す姿とし、4つの基本戦略を立て、施策を推進しているところがございます。

令和6年度の目標値、KPIの実績の速報値について、ご説明いたします。「外国人延べ宿泊者数」、「旅行消費額」さらに「旅行消費単価」については、日本人と通常入国外国人ともに令和8年度の目標値を既に達成しております。

また、アンケート結果によるものになりますが、欧米豪のリピーター率つきましても目標値を上回っています。

2 ページをお願いします。各施策に係る個別の成果指標をお示ししています。1の「受入環境の充実」の、「日本人旅行者満足度」は、順調に進捗していますが、「外国人旅行者満足度」は、当初値から下がっています。

観光振興による福岡県の活気の実感を図る住民満足度は、目標値をわずかに上回っています。

2の「観光資源の魅力向上」の「高付加価値な旅行商品の販売数」につきましては、外国人に対する商品が今年度9商品販売されています。

3の「戦略的なプロモーション」の「福岡の認知度」については、アジア、欧米豪ともに当初値から割合は下がっていますが、全体の順位としては、欧米豪は現状維持、アジアについては2位上昇しています。

同じく「戦略的なプロモーション」の日本人の政令市以外を訪問した旅行者の割合については、日本人が当初値から下がっていますが、外国人は上昇し、目標値を達成しています。

最後、4「観光振興の体制強化」は、概ね想定どおりに進捗しているところです。

次ページをお願いいたします。

これらを踏まえた目標値の達成状況について、現状と課題をまとめています。

外国人については、延べ宿泊者数が前年比約37%増の692万人泊、旅行消費額が前年比約78%増の4,821億円、旅行消費単価（通常入国外国人）が前年比14%増の100,000円となり、いずれも指針の数値目標を大きく上回っている状況。

日本人については、旅行消費額が前年比34%増の9,342億円、旅行消費単価が前年比4%増の56,850円となり、指針の数値目標を上回っている状況。

指針期間があと2年残っていることから、現在の動向を踏まえ、これらの数値目標について、見直しの議論をする必要があると考えております。

4 ページをお願いいたします。

外国人関連の現行の数値目標の考え方については、九州知事会と九州経済団体で構成される九州地域戦略会議で策定された第三期九州観光戦略第一次アクションプランと整合

性を取る形で算出しています。

外国人延べ宿泊者数については、令和元年から約34パーセント増加させることを目標としています。

外国人旅行消費額につきましては、令和元年から約75パーセント増加させることを目標としています。

次ページをお願いいたします。

九州観光機構及び九州各県の動向を比較したところ、2024年の宿泊旅行統計における延べ宿泊者数が設定した数値目標を大幅に超えているのは福岡県のみとなっています。

九州各県には、目標値にまだ届いていない県や、外国人延べ宿泊者数を目標値に設定していない県もございます。

ここまでが、本県の指針の目標値の現状のご説明でございます。

6ページをお願いいたします。

ご説明しました第三次福岡県観光指針の目標値の達成状況を踏まえ、県におきまして、課題だと思えるものを整理させていただきました。

①第三次福岡県観光振興指針の数値目標のうち、延べ宿泊者数（外国人）や旅行消費額（日本人・外国人）旅行消費単価（日本人・通常入国外国人）については、2024年時点で目標値を上回っており、目標値を上方修正すべきではないか。

②外国人にかかる数値目標は、九州観光戦略第一次アクションプランと整合性を取る形で設定していたが、九州各県の外国人延べ宿泊者数の状況を踏まえると、九州の平均（＝九州観光機構の目標値）よりも高い目標を設定する必要があるのではないか。一方で、延べ宿泊数が前年比37%増、旅行消費額が78%増、というような大幅な増加が何年も続くとは考えにくいのではないか。

③日本人にかかる数値目標については、旅行消費額、旅行消費単価で目標値を上回っているが、延べ宿泊者数は目標値に達しておらず、数値の上昇は物価上昇の影響等によるものと考えられる。目標値見直しに当たり、どのような視点やデータをもとに検討すべきか。

数値目標を上方修正する場合は、国の確報値や今回ご議論いただいたことを踏まえて数値を設定した上で、次回の観光審議会（令和7年7月下旬予定）にてご審議いただくこととしたいと考えております。

説明は以上です。忌憚のないご意見をよろしくお願いいたします。

#### 【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、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。

ご意見がある方は挙手の上、ご発言をお願いいたします。最後の6ページの①②③、どの項目でも結構でございます。よろしくお願いいたします。

**【委員】**

観光振興の取組についてという資料1では、福岡市以外でこういうことをやっていますということが大半ですが、数値目標に福岡市を含んでしまうと、効果がわからない。福岡市が大きすぎて、福岡市の変動に全部吸収されてしまい傾向が見えなくなってしまうのではないかという気がします。

県庁の役割を考えると、除く福岡市、除く福岡市プラス北九州市、どちらが正しいのかわかりませんが、除いたところでの観光振興をどうすべきかということもK P Iに設定するような考え方の方がいいのではないかと思います。

**【事務局】**

延べ宿泊者数等の国の統計情報が、基本的には都道府県レベルでの公表になりますので、福岡市を除いた数字が出せるかどうかは、現状ではお示しできないところではございます。

福岡市も含めたところで、福岡県全体の観光振興も当然やっているところではございますので、やはりK P Iは県全体で設定するのが基本だと思っております。

**【会長】**

せめて内数でも設定すべきではないかというご意見ですよ。

**【事務局】**

検討させていただきます。

**【副会長】**

今のご意見、なかなかK P Iの数値を出すのは難しいかと思いますが、課題③で、目標設定の見直しの際の視点としては、エリア別、福岡市以外、というところが非常に重要な検討の視点ではないかと思いました。

また、それに加えて、旅行消費額も先ほどのインバウンドの消費動向調査のカードのデータもありましたけれども、消費額も、このあたりも単価だけではなくて、内訳とかおそらくこのあたりは、宿泊費の料金の上昇あたりが結構大きく、消費額の上昇に日本人の場合影響しているのではないかと思いますので、その辺りの内訳も非常に今後の見直しにあたって、ぜひ視点に加えていく必要があると思います。

**【事務局】**

このデータは、国の統計を使っているもので、内訳の数字をいただけるか国に問い合わせてみます。福岡県の立場としては、やはり県域の方に周遊してもらおうという一つ大きな目標がありますので、細かなデータがいただければなど。そしてまたその伸びを見ていくことも大変必要なことだと思っておりますので、その辺勉強いたします。

**【委員】**

③について。人数は目標に達していないけれども旅行消費額が目標に達している背景には、単価が上がっていることが挙げられると思います。これは良いことではないかと思

っています。少子高齢化で旅行市場がどんどん縮小していく中で、単価を上げて、今まで人数でカバーをしていた分をある程度確保できているというところになると思うので、こういう状況であるのであれば、人数を増やすということだけではなくて、旅行消費単価の方の目標値を少し意欲的なものにしてみるとか、そういった考え方も良いかと思います。

#### 【事務局】

今後、高付加価値な旅行商品の造成を進めていくということもありますし、また物価の面も先ほどからご議論いただいているところでございますので、参考にさせていただきたいと思います。

#### 【委員】

K P I の数字を出すのは、かなり大変かと思います。DMOでもK P Iを出すときに、やっぱりこれだけ世の中がコロナだったり、急に元気になったりと変わる中で数値を見直さないといけないのは、確かに書いてあるとおりに思います。

特に、日本人向けのK P Iの指数であるとか目標数と外国人の数値というのは、ちょっと考えを見直された方がいいのかなと。

これだけ物価が上がっているから、消費額が上がるのは当たり前。外国人はそういう形で日本に来られてないような気もするので、コロナ前の数値であるとか、今までの上がり数値を見て設定してもらえればどうかと思います。

それともう一つは、先ほど観光消費額でお金をいくらカードで使いましたよっていうのもありますから、多分今から先、県として欧米豪に力を入れるということで、客単価を高くしていくというならその数字だけをちょっと頑張ってもらって、それを目標にするとか、クラフトツーリズムは1個の単価も高くなりますので、そういうような取組で数値を出だされたいかがかなと思います。

数値を出すのは大変かと思います。指針の期間もあと2年ある中、これだけクリアが大きくなるとは思ってらっしゃらなかったと思います。

#### 【委員】

K P Iの上方修正は必要かというところに関しては、すごく必要かと思います。しないということはありません。なぜなら、目標値を達成するために、事業は組み立てられていくべきであり、達成しているのであれば、実施した事業がどれだけ意味があったのかというのを計測できないので、そういった意味で立てる必要があると思っています。

それが九州の平均を参考にするかどうかというのは、考え直してもいいかと。その他の地域の例えば他の国から飛行機が多く飛んでいる地域とか、ハブとなっているような、より同じような地域、東京とか大阪とか大都市圏の伸び率みたいなのを参考値としてはどうかと思います。ある意味、目標を一度達成している状況なので、チャレンジ的な目標値を設定してみる。そうするとまた新しい施策とかアイデアが浮かんでくると思うので、ここは変えていただく方がいいかと思います。

ただ、ずっとお話があるように、福岡市のものが含まれている中で、大きい目標値をと

ったけど、実際にそれが、自分たちが2年事業をやったもののインパクトとしてどれぐらい跳ね返っているのかわからない状況だと、元も子もないような気がします。もう少し福岡市以外の、他の地方でランダムにいくつかの宿泊事業者さんにご協力いただいて、何割ぐらい外国人の宿泊が増えたのかというようなアンケート取らせていただく代わりに、地方誘客のプロジェクトを一緒にやっていくとか、他の位置情報ベンダーとか、いろいろデータを持っている企業がありますので、そういったところからもらうとかできるのであればいいかと思います。

国のデータを活用するのは大前提かとは思いますが、よりよい事業を、高い目標を持って実施していくというときに、どの目標を持って、そのためにどういった施策を打っているのか、というところの順番が逆にならないように、飾りにならないようにしたほうがいいかと思います。

#### 【事務局】

いくつかの地域のホテルなどにご協力をいただき、モニタリングしていくのは、新しい視点だと思いました。参考にさせていただきます。

#### 【委員】

目標って設定するのもかなり難しいところもあるかと思います。ベンチマークするような県と比べた時の前年比の伸び率がどうなのかというところ、モニタリングしながら上回ることを一つの目標にする事も重要なポイントかと思います。

あとは、特に消費額のところ、物価の問題、政治的な問題も出てきてしまうようなレベルで本当に変動要素が激しく、かつ、これをしたからこうなったという因果が、なかなか特定がしづらい部分というところもあるかと思います。最終的な目標っていうところを見直すっていうこともすごく大事だと思いつつ、どこの、何を、なぜ、どのぐらい伸ばすのか。どこのっていうのが、例えば、エリアだったり、旅館といった業種だったりとか、どこをどれぐらい伸ばすのか、なぜ伸ばすのか。ここのあたりをしっかりと分析をしていけると因果も特定しやすくなるかと思いつつ、そこの部分を改めて見直しに行くっていうところとかは、結構重要になるかと思っています。

#### 【事務局】

具体的にイメージをしながら目標を設定すべきだということをご指摘いただいたかと思っています。

福岡県の参考になるようなベンチマークすべき地域があれば、教えていただけないでしょうか。

#### 【委員】

やはり、インバウンドにおいては、空港の便数が結構重要になると思うので、基本的には東名阪、あと、陸路では欧米豪のゴールデンルートというところで、広島に留まっているという方も結構いらっしゃるかと思います。広島の伸び率と比べた時の福岡の伸び率がわかるといいかと思います。基本的に東名阪プラス広島、あとは、福岡市以外の都

市というところで見ると、九州の各温泉エリアがベンチマークすべきエリアになってくるかと思っています。

#### 【事務局】

ありがとうございました。非常に参考になりました。

#### 【委員】

マーケットの調査をすれば、来訪したことのある方が、どこを合わせて見ているのかっていうのは、わかることもあります。

日本人であれば、東京に住んでいる方が福岡県に来訪されているとなったときに、この方々が他どこと比べているのかとか、他はどこに行っているのかっていうようなところとかも出てくると思います。そういった形で、福岡県以外にどこが選択肢になっているのかっていうところを調査できれば、そこのエリアにあるような特徴を福岡も有しているのであれば、そっちではなくてこっちに来ていただくっていうようなところも出てくるかと思っていますので、本当にベンチマークすべきエリアを特定しようと思うと新たにそういうマーケット分析みたいなのところをしても面白いかと思っています。

#### 【会長】

まずこの①②③の議論いただきたいことで、基本、超えているものは見直さざるをえないと思います。どういう裏付けでもって、どういうふうを設定していくかっていうのが非常に難しいところですが、皆さんもおっしゃっていましたが、一つは九州観光機構の目標値とか九州全県単位の目標から、同じレベルでブレイクダウンするっていうのはまずありえないと思います。

やはり各県によって観光の業界の売り上げだとか、そういったものは全然違うわけですから、せめて、そういったデータをもとに、比例配分して加重平均させて設定するか、そういった理屈での設定が一つあるのかなとは思いますが。

延べ宿泊者数が37%と旅行消費額が78%増、外国人の分ですけど、この伸びがいつ何年も続くとは考えにくいけれども、何かの理屈で設定しなければならないというところが悩みどころであろうと思います。

先ほどから出ている福岡市の力が一つあります。外国人の場合は少し違うかもしれませんが、まず、宿泊者数も福岡市からどんどん高くなっていて、福岡エリアはそんなに伸びていないと思います。なので、あえて、この前年比37%増を続けると、仮に福岡県全域が福岡市と同じぐらいの稼働を示すようになったら、理論的にはこの辺まで行くはずだっていうところが一つの目標になるだろうと思います。

もう宿がないところには泊まれないわけですから、福岡市でパツパツになったら周りのところでしか伸ばしようがない。そういう意味合いで行くと、そういう目標設定にしておく、結果的に政令指定市以外のところを高める目標になるのではないかという気がします。

それで③については、明確なアドバイスはできませんが、日本人のところについても、高付加価値というのがキーワードとしてやってきて、少なくとも物価上昇分ぐらいは乗せたところで、補正をかけていくのが基本であるだろうという気はしています。

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】**

本日欠席されている委員の方からご意見を伺っておりますので、読み上げさせていただきます。

（委員の意見）

「目標とは、当該地域の目指すべき姿であるべきなので、市場環境が伸びているから、上方修正したほうが良いのでは？という議論はあまり歓迎すべき論点ではないと考えます。

市況が伸びているから、それに連動させて伸ばすべき、というより、市況が伸びているうえで、まだまだ伸ばすことが地域にとって必要であるという認識が出て、初めて伸ばすべきという結論になるべきであると考えます。

想定以上の推移が、自らの福岡県観光関連施策の成果なのか、国全体、社会全体の波及なのかを精査すべきです。

では、どういう目標設定をすべきなのか。

持続可能な観光の概念に照らし合わせ、地域の裨益を最大化させるKPIとその目標値を設定すべきであるかと。

一案としては、来訪者数、宿泊者数の伸びが顕著な福岡県においては、全体数を探るのではなく、マーケットごとにブレイクダウンし、顧客単価が高いエリアに絞った誘客施策を打つなど、もう少し解像度の高い戦略立案・施策実行をすべきではないかと考えます。」

というご意見をいただいています。

**【事務局】**

非常に私たちの課題とするところをご指摘いただきました。

今のご意見も踏まえて、見直しを進めていきたいと思っております。

また、個別に委員の皆様にご相談をさせていただくこともございますので、その時はご協力のほどよろしくをお願いいたします。

**【会長】**

皆様貴重なご意見ありがとうございました。

以上で本日の議題はすべて終了いたしました。

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ありがとうございました。

本日、皆様からいただきました意見を参考に、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きたいと思いますと思っております。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。

また、委員の皆様には本当に忌憚のないご意見いただきましてありがとうございました。

我々事務局が思ってもいなかった視点からのご意見をいただき、大変うれしく思っております。

皆様のご意見を聞きながら、目標設定に関して、また新しい施策につきましても検討を進めてまいりたいと思います。

今後ともどうぞよろしく願いいたします。

本日はありがとうございました。