

令和7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8年3月27日(金) 14:30~16:00

場所 福岡県中小企業振興センター 202会議室

2 出席者

別紙のとおり

3 議事概要(●委員発言、→事務局)

(1) 令和7年度の観光振興の取組状況について

資料1「令和7年度の観光振興の取組状況について」事務局から説明を行った。

(2) 令和8年度の主な取組について

資料2「令和8年度の主な取組について」事務局から説明を行った。

- 政令市以外を訪問する日本人の割合が減少している中で、リピーターを確保していくことは非常に大事な観点だと思うが、政令市以外を訪問する日本人旅行者の割合を増やすための今後の施策と、現状についてどのように認識しているか。
 - 福岡・大分デスティネーションキャンペーンを契機に令和6年度から「よかバス」を始めたが、非常に好調である。地域の方々からも、引き続き強化してほしいというお声を多くいただいているため引き続き注力していく。
 - また、平日おトク旅、温泉コンシェルジュによるPRなど、従来から実施している施策に加え、フィッシングツーリズムなどの新たな切り口の取組を実施していくことで、政令市以外の日本人旅行者の割合を上向きにもっていきたいと思っている。
- 福岡県以外の県については、特に福岡県民、あるいは福岡市民をメインのターゲットにしているところが非常に多い印象を持っている。
 - 今年度、来年度に関しては、物価高騰対策への助成や、誘客を促進しようとする中で、非常に競争が厳しくなってくるという印象を持っている。その中で平日おトク旅であったり、様々な助成もあると思うが、まず県民にしっかりと政令市外の魅力を再認識していただく、あるいは中国エリア、関西エリアなど認知が行き届いていないエリアにも、助成をきっかけとして魅力を感じていただける方を1人でも多く増やしていくことが非常に大事かと思う。
- 県は、いかに政令市以外に行ってもらおうかという観点で施策を実施しているので、第四次福岡県観光振興指針では、延べ宿泊者数のうち政令市を除いた宿泊者数など、

施策効果を反映するような、K P I の設定をした方がよいのではないかと思います。

フィッシングツーリズムの施策はよいと思う。福岡はたくさん人が来るが、消費単価があまり高くないというイメージがあり、それをどう上げていくかというときに、高級な海側の施策も検討してもよいのではないかと思います。

→ ご指摘の延べ宿泊者数のうち政令市を除いたK P I については検討中であり、来年度の第四次福岡県観光振興指針策定の協議において助言いただければと思う。フィッシングツーリズムは改めて福岡の魅力を知ってもらおうきっかけになると思う。来年度以降積極的にP R して推進していきたい。

● 現在、観光局と農林水産部で連携し、色々な施策に取り組んでいるところかと思う。福岡県の魅力ある土地、食、お酒、八女茶を代表するたくさんの素晴らしいものがあるため、もっと積極的に取組を進めていただければと思う。

ユニバーサルツーリズムの推進については、特に宿泊施設での整備が十分でない。物価高騰や中東の情勢を踏まえ、欧米豪や中東にプロモーションし、県内の集客、政令市以外の地域への誘客と魅力向上への継続的な取組を今年度もしっかり取り組んでいただければと思う。

→ ユニバーサルツーリズムについて、旅先での不安を考えて、旅行を踏みとどまっている方は多くいらっしゃると思う。県では、バリアフリーマップで全ての方にやさしい施設等の情報を発信している。それらを組み合わせて来年度以降、「こういうツアー、こういう旅行もできますよ」という提案をしていきたいと思っている。

● 高付加価値旅行商品を造成し誘客に取り組まれているということで、福岡県は食が大変魅力的なコンテンツとしてあるので、世界的にみても大変価値の高いものであると思う。産地を見に行き、実際に食べてもらうだけでなく総合的な体験として、来たときだけでなく帰った後も、例えば実際に産地を見てもらったものをサブスクで送るなど継続的な関係や後で思い出してもらうような取組への支援等も、来年度以降検討してもよいのではないかと感じた。

→ ガストロノミーについては、今、地域地域で強みを活かした料理とお酒を提供いただいている。それは各宿泊施設等が、地域の宝として提供していただくことで、また新しい魅力となって、それがきっかけとなり定期的に福岡との関係ができることを目指せばと思っており、地域とも連携しながら考えていきたいと思う。

● エージェントクトラベル（※）が目前にきている中で、それが取り上げられたときに選ばれるためのデジタル基盤を整えるということは、今後観光施策の一つの取組として入れてもよいと思う。

文化や歴史等の情報をP D F や画像データとしてホームページに掲載したとしても、それを基本的にA I が読み込んでいくことは苦手である。今後は様々な情報

をA Iが加工してくれるので、A Iが読み込めるようなデータをデジタル化していくことも今後のプロモーションにおいて検討した方がよいと思う。

(※) 旅行業界におけるA Iの活用を指す。A Iなどの最先端技術を活用し、旅行の計画や、予約運営体験に至るまでさまざまなプロセスにテクノロジーを組み込む取組全般を指す。)

→ 県観光連盟のホームページを通じ、様々なかたちで情報を出しているが、A I活用については追いつけていない部分があるため、今後もアドバイスをいただければと思う。

● 資料2の5ページ目、「Go!Fukuoka」キャンペーンを通じて、7万7千人泊のインバウンドの宿泊需要の創出を見込んでいるとのことであるが、その算出根拠は何か。

→ 本県に来訪されている外国人延べ宿泊者数は、約790万人、少し前のデータでは740万人となっている。この1割ぐらいが政令市以外のところに宿泊されているので、それをさらに1割伸ばそうということで、7万7千人という数字を算出している。

● 日本人向けのプロモーションと同じ感覚でインバウンドに適用しており、どちらかという、「新たにキャンペーンを見て来る」というより、「来ると決めてた人がお得になる」だけじゃないかなと思う。それが政策として合致しているのかどうか検討してもよいのではないかなと思う。

また、フィッシングツーリズムを推進することで、どの目標値にどれだけ寄与するのか。

→ 現段階では具体的に人数を設定する段階ではなく、パッケージツアーのコンテンツ造成を優先させる。福岡県に釣り人が何人来ているかベースのデータが分からない状態で、具体的に目標値がいくつか、どの目標値に寄与するかということは今お答えがしにくい状態である。まずチャレンジをするという段階ということをご理解いただければと思う。

● 目標値と施策の整合性がどこまでとれているのか見えづらいかなと思う。例えば、資料1の3ページ目の4「観光振興の体制強化」に観光産業を支える人材の育成人数の目標値があるが、観光産業を支える人材が育成されたら観光振興指針の4つの施策に係る目標のどこに寄与するのか。どこに寄与するかによって育成の内容が変わってくると思う。どこにどう波及するかが見えないままだと、育成のための育成にしかならず、県が目指すところに繋がっているかどうか検証しきれないと思うので、施策とKPIの整合性をとると更に良くなるのではないかなと思う。

- 資料1の2ページ目だけ見ると、訪問者の人数、宿泊者の人数、旅行消費単価、リピーター率、しか記載されていないので、「とにかく人に来ていただいて、お金を使っていただくことを目指します」という目標になっていないか。
- 今の第三次観光振興指針では、資料に記載しているKPIになっているが、3年前に策定したものであり、ニーズが日々変わってきている状況であるため、来年度の見直しの際は、課題や求められているものをしっかり取り入れながら数値目標を検討する。
- 福岡県の観光振興指針の「受入環境の充実」に係る目標の中に「住民満足度」のKPIはあるが、観光産業従事者のKPIは入っていないため、次回以降はそうした側面も入れてみたらどうかと思う。昇給した人の比率などは、比較的取りやすいし分かりやすいと思う。
- KPIの件で、政令市以外と政令市という分け方に違和感がある。北九州市にそんなに来ているかという感覚があるので、福岡市とそれ以外という分け方をしてもいいのではないかと思う。福岡県の基本的な考え方として、放っておいても人が来るところではなく、そうでないところに送客するという大きな考えのもと、様々な施策を実施していると思うが、個人的に、人が来すぎているのは、博多・天神や太宰府天満宮、糸島の夫婦岩の前ぐらいしかないと思っているので、エリアの区分けの仕方も実態に合わせた分け方があってもよいのではないか。
また、インバウンドに力を入れていくことについて、国や所得、趣味嗜好が多岐にわたる方々をターゲットにされているという印象なので、どこに焦点を当てていくかということ次第で、食をテーマにする際もどういう食なのかということがだいぶ異なってくるのではないかと思う。その辺りも協議できるとよいのではないかと思う。
- ターゲットとしては、アジアについては直行便のあるところを中心に攻める、ヨーロッパ等については、イギリス・フランス・アメリカ・オーストラリアに、観光レップを設置しているので、そこを通じてセールスするというかたちをとっている。かつ、中東についても、情勢等あるが、JNTOもここ数年、力を入れていくという方針もあったので、県でも検討を始め、今年度はインフルエンサーを呼び事業を実施したが、高付加価値な商品で中東の方に受けるものを、令和8年度は仕込んでいこうという動きをとっている。
食については、日本酒と福岡県の農林水産物を中心とした食事、お寿司等を、フランスでもPRしたが、和に限らず、とにかく福岡の生産物を売り込んでいくというところで進めている。
- いわゆる富裕層を狙っているという感じが、マス層を狙っているという感じなの

か、その辺りの国別の整理などはあるか。

→ 欧米豪の方が、どちらかというところではあるが、必ずしも、アジアの方々について、富裕層を排除しているものではない。体験もので料金が安い商品、例えば久留米餅のあるところに行くと、台湾や北欧のスウェーデンなどといった国からも来ているので「アジアだから富裕層ではない」というようなことにはしていない。

● 資料2の7ページに載っている久留米餅の体験を弊社で販売させていただいているが、これが好評である。

最初は富裕層の方がいらっしゃるかと思っていたが、実際は所得的には、いわゆる富裕層というよりは、学校の先生や、デザイナーの方が自分の研鑽であったり、人生を変えるチャンスのようなかたちで参加される方が多く、当初思っていたターゲットと違う方が来ている感覚があったので、一口に欧米と言ったときに、どんな人が来るのかというところの解像度をもう少し上げていくと、事業者の方も行政の方も、よりの射た施策ができると思う。

→ 来年度以降、久留米餅産地で実施した受入体制の構築と事業者による受入環境整備を小石原焼産地に範囲を拡大しようという中で、実際最前線で対応いただいている方のご意見は非常に貴重なご意見になる。そこと我々の分析を重ねていくことによって、より効果的に情報発信、海外への発信力にも繋がるかと思うので、引き続き連携して協力いただきたい。

● 資料1の3ページ目「戦略的なプロモーション」の成果指標のうち政令市以外の訪問者の割合のところについて、滞在時間をモニタリングし、目標設定すればすごくよいと思う。例えば、政令市以外のところで、原鶴温泉等に訪問された方がいらっしゃれば、朝倉市内はもちろんのこと、うきは市や、東峰村、それこそ太宰府などを、いろいろ周って福岡市内とかに帰って来られる方も多いかなと思うので、そういった意味でも滞在を、宿泊を含めて周遊促進するということが非常に重要になってくるかと思う。1回来てぱっと帰るみたいな場合、おそらく数時間になるかと思うが、宿泊を含めた滞在の場合20～30時間というふうになってくるので、もし周遊データで滞在時間がとれるのであれば、それは一つ目標に設定するとよいかと思う。

「Go! Fukuoka」観光キャンペーンについて、海外から来られる方で「3,000円割り引かれるから行こう」というのは結構難しい部分もあるかもしれないが、そのようなときに、「思った予算から増やそう」や、「このキャンペーンがあるから、もっといいところに泊まろう」、「二食付きを楽しもう」などの付加価値の高さというところが非常に重要になってくると思う。人数の目標もあったかと思うが、平均の消費単価がエリアにおいてどれくらい違うのかというところでの目標設

定も高付加価値という観点において非常に重要になってくるかと思うので、そういった点も検討いただければと思う。

→ 「Go!Fukuoka」観光キャンペーンは、ご指摘のとおり、助成が訪問するための完全な動機にはなり得ないというのは承知しており、その情報発信をきっかけに福岡の認知につなげたいと考えている。例えば、日本のどこかに行こうということをしてOTA（オンライン・トラベル・エージェント）で見ている中で、そこで福岡が出たら「福岡って何だろう」と調べてもらい、それをきっかけに来てもらうということが市場開拓になるかと思う。来てもらい、実際泊まってもらったら「こんなにいいところだった。また来よう。これを人にも教えよう。」と相乗効果的に広がればというふうに考えている。

議題3「その他」について事務局説明

- ・ 前回の第1回審議会において、委員の皆様から次期観光振興指針において県内の周遊あるいは分散の促進の状況を把握できる目標設定についてご意見をいただいた。
- ・ ご意見を受けて、現在、宿泊税の実績に基づいた指標の設定を検討中。
- ・ 来年度は次期福岡県観光振興指針の策定年度となる。具体的な目標値の設定について来年度の審議会において指針の全体像と合わせて検討状況を継続して報告し、委員の皆様にご意見をいただきたい。

令和7年度第2回福岡県観光審議会委員名簿

審議会 職名	分野	氏名	よみがな	会社名等	職名	出欠
会長	観光振興団体 (県)	林田 浩一	はやしだ こういち	(公社)福岡県観光連盟	会長	○
副会長	学識経験者 (観光学)	大方 優子	おおかた ゆうこ	九州産業大学	地域共創学部 教授	○
委員	市町村	伊豆 美沙子	いず みさこ	福岡県市長会	宗像市長	欠席
委員	宿泊業者	井上 善博	いのうえ よしひろ	福岡県旅館ホテル 生活衛生同業組合	理事長	○
委員	観光コンサル (研究機関)	柿島 あかね	かきしま あかね	(公財)日本交通公社	観光政策研究部 主任研究員	○
委員	デジタル マーケティング	加藤 杏咲	かとう あず	グーグル合同会社	地域戦略本部 アカウントマネージャー	○ (オンライン)
委員	交通事業者 (鉄道)	加藤 邦忠	かとう くにただ	九州旅客鉄道株式会社	博多駅長	○ (オンライン)
委員	旅行業者	篠崎 和敏	しのざき かずとし	(一社)日本旅行業協会 九州支部	支部長	○
委員	国内誘客	杉岡 亮汰	すぎおか りょうた	株式会社リクルート Division統括本部	旅行Division地域創造部 九州グループ グループマネージャー	○
委員	伝統工芸	田村 あや	たむら あや	株式会社 UNAラボラトリーズ	取締役	○
委員	観光地域づくり	松澤 尚史	まつざわ ひさし	MIRARTHホールディン グス株式会社	グループ事業リーディング 室 担当部長	○
委員	インバウンド誘客	山田 拓	やまだ たく	株式会社美ら地球	代表取締役	○

※50音順