



福岡県における観光振興の取組みについて

福岡県商工部観光局観光政策課

令和4年3月23日



目次

1 第二次福岡県観光振興指針（2020年度～2023年度）の目標と現状

2 令和3年度における観光振興の取組状況について【議題1】

3 前回の福岡県観光審議会（令和3年11月30日開催）

4 令和4年度における主な観光局関連事業について【議題2】

【参考】次期福岡県総合計画に係る数値目標（KPI）一覧

1 第二次福岡県観光振興指針（2020年度～2023年度）の目標と現状 _①

● 目指す将来像 ⇒ 「持続可能な観光先進県 福岡」

基本方針

- | | |
|---------------------------|------------------|
| 1 戦略的なインバウンド誘客による旅行消費額の拡大 | 3 デジタルマーケティングの推進 |
| 2 旅行者の県内各地への来訪促進 | 4 持続可能な観光の推進 |

● 目標値（KPI）

数値目標	2018年(H30)	2019年(R1)	2020年(R2)	現状値		目標値 2023年(R5)
				2021年(R3)	目標 達成率	
外国人入国者数	328万人	285万人	33万人	0.6万人	0.2%	360万人
延べ宿泊者数	1,673万人	2,042万人	1,059万人	(※3)988万人	49.4%	2,000万人
延べ宿泊者数（外国人）	337万人	426万人	62万人	(※3)12万人	2.4%	500万人
旅行消費単価（通常入国外国人）	57,600円	65,700円	(※1)—	(※1)—	—	61,500円
旅行消費額 （日本人） （外国人）	9,253億円 (7,231億円) (2,022億円)	9,934億円 (7,996億円) (1,938億円)	(※1)— (2,979億円) (—)	(※1)(※3)— (2,712億円) (—)	—	9,700億円
観光関連産業の売上金額	7,862億円	(※2)—	(※2)—	(※2)—	—	8,200億円

(※1) 2020・2021年(R2・R3)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)

【出典】・外国人入国者数：法務省「出入国管理統計」

(※2) 令和3年経済センサス-活動調査の調査結果の公表まで不明

・延べ宿泊者数：観光庁「宿泊旅行統計」

(※3) 2021年(R2)の延べ宿泊者数及び旅行消費額は、2021年速報値

・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「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

・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上金額を推計

1 第二次福岡県観光振興指針（2020年度～2023年度）の目標と現状 _②

● 4つの施策に係る目標

- | | |
|-------------|-------------|
| 1 受入環境の充実 | 3 効果的な情報発信 |
| 2 観光資源の魅力向上 | 4 観光振興の体制強化 |

1 受入環境の充実

成果指標	2018年(H30)	2019年(R1)	2020年(R2)	現状 2021年(R3)	目標値 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%	3.4%	2.7%	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	2,000店
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	5,624箇所	9,000箇所

3 効果的な情報発信

成果指標	2018年(H30)	2019年(R1)	2020年(R2)	現状 2021年(R3)	目標値 2023年(R5)
SNSフォロワー数(※)	129,579人	212,259人	293,218人	318,581人	260,000人
県ホームページセッション数(※)	208万セッション	191万セッション	146万セッション	147万セッション	520万セッション
県ホームページ平均セッション時間(※)	1分08秒	1分05秒	1分13秒	1分14秒	2分40秒

2 観光資源の魅力向上

成果指標	2018年(H30)	2019年(R1)	2020年(R2)	現状 2021年(R3)	目標値 2023年(R5)
日本人旅行消費単価(宿泊客)	61,000円	61,500円	49,400円	53,900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	36商品	36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

4 観光振興の体制強化

成果指標	2018年(H30)	2019年(R1)	2020年(R2)	現状 2021年(R3)	目標値 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	9団体
観光人材育成研修受講者数(※)	—	244人	846人	1,510人	累計3,800人

※年度で集計している項目の現状値(2021年)は11ヶ月分(2021年4月～2022年2月)の数値であるため、単純比較できない。

2 令和3年度における観光振興の取組状況について ①

1 受入環境の充実

■ 宿泊事業者が行う受入対応強化を支援

- ・ 旅行者の満足度や利便性の向上・受入対応の強化のため、福岡県内の宿泊施設が実施するバリアフリー化などの施設改修や多言語案内・情報発信、新型コロナウイルス感染症対策、ワーケーション環境整備等の取組みを支援

※ 補助率 3 / 4、上限 7 5 0 万円（政令市は補助率 1 / 2、上限 5 0 0 万円）

※ 支援件数：4 9 0 件

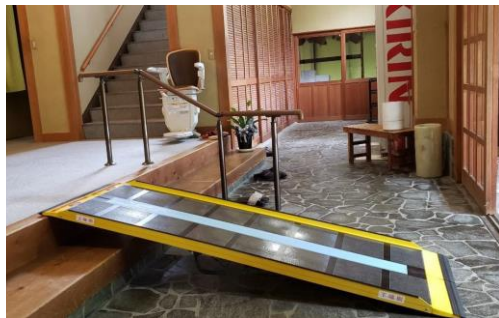
【支援実績(一例)】

ワーケーションスペースの整備



※資料協力：ホテルニューオータニ博多

折りたたみ式の簡易スロープの設置



※資料協力：亀乃屋

デジタルサイネージの設置



※資料協力：大観荘

(左)サーモグラフィー体温計、
(右)空気清浄機】



※資料協力：ホテルニューオータニ博多

2 令和3年度における観光振興の取組状況について ②

2 観光資源の魅力向上

■ 統一的なテーマ設定による資源開発と商品造成を支援

- ・ 県内6地域に設定した広域観光エリアにおいて、各エリアの強みを活かしながら、他地域との差別化を図るための“尖った”観光テーマを設定し、観光客のニーズに沿った体験プログラムの磨き上げ等を行い、「体験する、観る、食べる」をまるごと楽しめる本県の新たな“観光の核”となる地域づくりを推進
- ・ 広域観光エリアにおける体験プログラム開発や受入環境整備、観光消費促進に関する事業を実施する観光関連事業者を支援
 - ※ 補助率3/4、上限300万円
 - ※ 支援件数：14件

【支援実績(一例)】

リョカンピング（岡垣町）



トクトク（宗像市）



古民家改修（朝倉市）



旧図書館を飲食店に活用（久留米市）



2 令和3年度における観光振興の取組状況について ③

3 効果的な情報発信

■ 「福岡の避密の旅」観光キャンペーンの実施

	【第2弾】県民向け前売り宿泊券・旅行券 観光応援キャンペーン	【第3弾】県民向け観光キャンペーン	【第4弾】観光キャンペーン
販売期間	令和3年6月30日～7月20日	令和3年7月26日～ 令和4年4月28日へ延長 ※コンビニ券販売終了	令和3年12月10日～ 令和4年4月28日へ延長
利用期間	令和3年7月12日～ 令和4年4月28日へ延長	令和3年7月26日～ 令和4年4月28日へ延長	令和3年12月10日～ 令和4年4月28日へ延長
※福岡コロナ警報等の実施を受け、令和4年1月28日から販売・利用を一時停止			
目標人数 【販売実績】	7万人 【約30万枚（約3万人分）】	61万人 ※第4弾含む	61万人 ※第3弾含む
利用対象者	福岡県居住者	福岡県居住者	福岡県、山口県、佐賀県、長崎県、熊本県、 大分県居住者 ※条件：ワクチン・検査パッケージの適用
内 容	<ul style="list-style-type: none"> 購入時に指定した県内の宿泊施設や旅行会社で利用可能な前売り割引宿泊券・旅行券（1泊当たり最大5,000円/人、日帰り最大5,000円/人） 県内の飲食店や土産物店等で利用可能な地域クーポン券（1泊当たり最大2,000円/人、日帰り最大1,000円/人） 	<ul style="list-style-type: none"> 県内の宿泊施設を利用する際の宿泊料金を割引（1泊当たり最大5,000円/人） 県内の旅行会社が販売する旅行商品代を割引（1泊当たり最大5,000円/人、日帰り最大3,000円/人） 県内の飲食店や土産物店等で利用可能な地域クーポン券（1泊当たり最大2,000円/人、日帰り最大1,000円/人） 	

■ デジタルプロモーションの推進

- ・ HPによる情報発信（国内向け「クロスロードふくおか」、海外向け「VISIT FUKUOKA」）
- ・ SNSによる情報発信（Facebook、Instagram、WeChat、YouTube）
- ・ 動画による情報発信（国内：避密の旅キャンペーン動画8本、海外：オンラインツアー動画8本）

2 令和3年度における観光振興の取組状況について ④

4 観光振興の体制強化

■ 県内各地域の観光を支える人材の育成

- ・ 多様化する観光ニーズに対応する人材を育成し、観光客が安心・快適に旅行できる環境を整備

コース名	対象者	R3実施内容
観光ガイドコース	県内各地域のガイド等	○ 観光ボランティアガイドリーダー育成 <ul style="list-style-type: none"> ・ 新しい生活様式を取り入れた観光ガイド手法を学び、実践できるボランティアガイドの育成 ・ 講義及び現地でのロールプレイングを中心とした実践研修会を開催 ※ 参加者：42名（計8回）
		○ 地域観光コンシェルジュ育成 <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の魅力を効果的に発信できる観光案内所スタッフの育成 ・ 各地域の観光資源の認知度を高めるため、SNS等を活用した地域の魅力発信方法に関する研修を開催 ※ 参加者：221名（計6回）
観光地域づくりコース	市町村、観光協会等	○ ふくおか観光地域づくり共創塾 <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光地域づくり法人の機能や役割を担うための専門人材の育成 ・ 「データ分析」や「デジタルプロモーション」の専門家による講座を開催 ※ 受講生：32名（計10回）
観光関連産業コース	飲食店、宿泊施設等の観光関連事業者	○ 宿泊施設おもてなし向上研修 <ul style="list-style-type: none"> ・ 県内宿泊施設における受入対応やサービスの向上により、旅行者の満足度向上やリピーター化を図る ・ 航空会社の客室乗務員を講師に迎え、「第一印象の向上」や「コミュニケーション」に関する研修を開催 ※ 参加者数：延べ194名（計5回）
		○ 観光地域飲食店への研修 <ul style="list-style-type: none"> ・ 県内飲食店における受入対応やサービスの向上により、旅行者の満足度向上やリピーター化を図る ・ コロナ禍における飲食店の課題解決に向けたオンラインセミナーを開催 ※ 参加店舗数：51店舗（計4回）

2 令和3年度における観光振興の取組状況について ⑤

● 取組に対する課題

1 受入環境の充実（観光産業の育成）

- ・ 宿泊事業者をはじめとした観光事業者の生産性向上
- ・ コロナ感染症への対応（観光産業への支援）

3 効果的な情報発信（デジタルプロモーション）

- ・ サーロインの法則(※)を念頭に置いたプロモーションの強化
※ 作る（3）：届ける（6）：分析する（1）
- ・ 訴求力の向上（フォロワーの質と量の向上）

2 観光資源の魅力向上（観光地域づくり）

- ・ 旅の目的となりえるコンテンツの造成（商品競争力の向上）
- ・ 地域におけるプレイヤーの確保、掘り起こし

4 観光振興の体制強化（人材育成）

- ・ デジタルマーケティングを担う人材の育成
- ・ 観光推進団体の組織強化

3 前回の福岡県観光審議会（令和3年11月30日開催）

- （議題）①令和3年度における観光振興の取組状況について
②福岡県次期総合計画において展開する観光振興施策の方向性について

<委員からのご意見>

① 施策の方向性、訴求ターゲット等について

- ・ 数年間はインバウンド市場が戻らないため、県の観光市場を支える日本人観光客の誘致を強化すべき
- ・ 政令市を入口に、県内各地の自然や文化を楽しむような、県内周遊を促進するためのプロモーションや情報発信が重要
- ・ 観光需要回復に向けたKPIの設定や、旅行者の傾向把握が重要
- ・ インバウンド誘客について、東アジアのマーケットの中で、どの国をどの配分で誘客していくかの戦略を深掘りすべき

② デジタルマーケティングの強化

- ・ コロナ禍はデジタルヘシフトするチャンス。デジタルマーケティングの結果に基づいた施策を立案し、PDCAサイクルを強化すべき
- ・ デジタルマーケティングの強化のためには、体制づくりや専門人材の登用が重要。また、誰が何をやるのかという方針まで明確にすると、より加速する
- ・ オンラインを通じた魅力発信の中でも、地元の人と触れ合う要素を含めるなど、リアルに繋げていく仕掛けが重要

③ 観光資源の魅力向上、周遊促進

- ・ 地域の民間プレーヤーと連携し、テーマ性を持った地域の観光資源の掘り起こし、磨き上げを図るべき
- ・ 民間プレーヤーの動きを把握し、地域の尖った取組みを県が支援できる仕組みづくりが重要
- ・ コロナ禍でも堅調な体験型旅行商品の造成を強化することにより、県内周遊を促進すべき
- ・ 観光地は一番強いエリアを更に強化し、周辺にあるコンテンツと繋げて波及効果を大きくしていくことが近道

④ 受入環境の充実、観光振興の体制強化

- ・ 地域の魅力をドラマチックに語れる人材など、プロフェッショナルガイドの養成が重要
- ・ 体験商品を販売する事業者のオンライン予約への対応が課題

4 令和4年度における主な観光局関連事業について ①

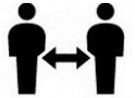
1 受入環境の充実

- 新** ■ 宿泊業における生産性向上の取組みを支援
 - ・ 宿泊業専門アドバイザー等による課題整理及び解決に向けた個別経営支援
 - ・ 宿泊事業者の生産性向上に資する設備導入等を支援
- 新** ■ ピクトグラムの活用促進による観光施設の感染防止の取組みを支援
 - ・ 「新たな旅のエチケット」を外国人旅行客に啓発するため、県内の観光地で統一的に使用できる感染防止ピクトグラム（多言語版）を制作、周知
- 外国人観光客受入環境を整備
 - ・ 多言語対応コールセンターを運営
(外国人観光客の利便性向上、宿泊施設等との円滑なコミュニケーション)



Face Masks
Required

佩戴口罩
マスクの着用



Physical
Distancing

保持安全社交距離
社会的 거리두기
人との距離の確保



受話器のやりとり、
もしくはスピーカーフォンで通訳対応



2 観光資源の魅力向上

- 統一的なテーマ設定による資源開発と商品造成を支援
 - ・ 県内6地域に設定した「広域観光エリア」において、体験プログラムなど旅行商品を造成
 - ・ グリーンツーリズム（魅力あふれる農泊推進事業）
 - ・ 観光素材の開発に取り組む事業者への支援
- 新** ■ 地域の特色を活かした個性ある宿泊施設の整備を支援
- サイクル・トレイルツーリズムを推進
 - ・ サイクリストの受入に係る環境整備に対する助成
 - ・ 広域サイクリングルートのご案内板、路面標示を整備
- 新** ■ 台湾からのサイクリスト誘客促進のため、旅行商品の造成やプロモーションを実施
- 新** ■ トレイルツーリズム推進のため、旅行商品の造成やプロモーションを実施



FUKUOKA
CYCLE
STATION

福岡サイクルステーション



4 令和4年度における主な観光局関連事業について ②

3 効果的な情報発信

■ 新たな「福岡の避密の旅」観光キャンペーンを実施

- ・ 1人1泊当たり宿泊代の20%を助成 <最大5,000円/人>
- ・ 旅行商品代の20%を助成
<交通付宿泊最大8,000円/人（宿泊のみ最大5,000円/人）、日帰り最大2,000円/人>
- ・ 地域の飲食店や土産物店等で利用可能な地域クーポン券を配付 <最大3,000円/人>
〔対象〕全国の旅行者 〔目標人数〕200万人

■ 国内からの誘客プロモーションを推進

- ・ 大都市圏からの誘客を目的とした観光プロモーションを実施
- ・ 修学旅行需要の回復に向けたキャンペーンを実施

- 新** 広域観光エリアのプロモーションを強化
- 新** 観光案内サイト「クロスロードふくおか」の情報発信機能を強化

■ インバウンド需要を開拓

- ・ オンラインツアー動画等によるプロモーションを実施
- 新** 東アジア・欧米豪の現地旅行社に対するオンライン観光説明会を実施



4 観光振興の体制強化

■ 観光ビッグデータを活用した旅行実態を把握

- ・ 携帯基地局情報やSNS情報等を活用し、観光客の旅行実態を把握

■ 観光団体のDMO化を加速

- ・ DMO本登録に必要な専門人材の育成講座を実施
- ・ DMO登録要件等に関する相談・指導を行うワンストップ支援窓口を設置し、課題内容に応じて専門家を派遣

新 ■ 県観光連盟の体制を強化

- ・ 観光資源の磨き上げや受入環境整備に取り組むため、県観光連盟に観光地域づくりの専門部署を設置

- 宿泊、飲食事業の人材育成を支援
- 観光ボランティアガイド等の育成を支援



【参考】次期福岡県総合計画に係る数値目標（KPI）一覧

福岡県次期総合計画 における施策名	数値目標名	現状値 (R2年度)	目標値 (R8年度)	目標値の考え方
ウィズコロナ・ポストコロナを 見据えた観光産業の 高付加価値化	旅行消費単価（日本人）	36,300円 (R2年)	50,800円 (R8年)	R6年度にコロナ前（R1）の値に回復し、 以降順調に続伸
	旅行消費単価（通常入国外国人）	66,000円 (R1年)	78,000円 (R8年)	R6年度にインバウンドがコロナ前（R1）の 水準に戻ると想定
広域ルートの設定・新たな 観光エリアの創出による 旅行消費の拡大	旅行消費単価（日本人） （再掲）	36,300円 (R2年)	50,800円 (R8年)	R6年度にコロナ前（R1）の値に回復し、 以降順調に続伸
	旅行消費単価（通常入国外国人） （再掲）	66,000円 (R1年)	78,000円 (R8年)	R6年度にインバウンドがコロナ前（R1）の 水準に戻ると想定
	リピーター率	59.5% (R1年度（参考値）)	65.0%	毎年1%の増（過去3年間に福岡県を2回 以上訪問したと回答した県外在住者の割合）
デジタルマーケティングの強化	県の観光情報SNSフォロワー数 （国内向け）	85,008人 （累計）	200,000人 （累計）	現状値の約2倍を目指す （Facebook、Twitter、Instagram）
	県の観光情報SNSフォロワー数 （海外向け）	197,570人 （累計）	400,000人 （累計）	現状値の約2倍を目指す （Facebook、Instagram、WeChat）
	県の観光情報SNS記事閲覧数 （国内向け）	217万回	400万回	現状値の約2倍を目指す （Facebook、Twitter、Instagram）
	県の観光情報SNS記事閲覧数 （海外向け）	400万回	800万回	現状値の約2倍を目指す （Facebook、Instagram、WeChat）
マーケティングに基づく 戦略的な国内外からの 誘客・県内周遊の促進	延べ宿泊者数（日本人）	1,616万人泊 (R1年)	1,772万人泊 (R8年)	R6年度にコロナ前（R1）の値に回復し、 以降順調に続伸
	延べ宿泊者数（外国人）	426万人泊 (R1年)	532万人泊 (R8年)	R6年度にインバウンドがコロナ前（R1） の水準に戻ると想定
	リピーター率 （再掲）	59.5% (R1年度（参考値）)	65.0%	毎年1%の増（過去3年間に福岡県を2回 以上訪問したと回答した県外在住者の割合）
観光人材の育成、 観光組織体制の強化	観光地域づくり法人及び観光地域づくり 候補法人の数	11団体 （累計）	17団体 （累計）	県内のDMO数は平均的であるため、 年1件の新規登録を目指す