

# 「第二次福岡県観光振興指針」(2020年度～2023年度)

## 1. 観光を取り巻く環境

- 1 世界の動向
  - ・ 拡大を続ける国際観光市場  
(世界の国際観光客数は2030年に18億人に達する見込み)
  - ・ デジタル化の急速な進展  
(スマートフォン、AI等の技術が飛躍的に発展するSociety5.0社会の到来)
  - ・ 持続可能な観光への注目  
(環境や文化等への影響に十分配慮した観光産業の成長を目指す動き)
- 2 日本国内の動向
  - ・ 拡大を続ける訪日外国人旅行者数
  - ・ 長期的な伸びが見込めない国内旅行市場
- 3 本県観光の現状と課題
  - ・ 外国人入国者数伸び率の鈍化  
(2016-2018年伸び率は26%と高いが、2017-2018年伸び率は2.8%と鈍化)
  - ・ 外国人入国者数の国・地域別構成比の偏り  
(韓国が約5割、中国(クルーズ船)が約2割)
  - ・ 延べ宿泊者数の減少  
(2016-2018年伸び率は1.5%増加し、2017-2018年伸び率は▲1.6%減少。  
日本人は全体の約8割を占める重要な市場)
  - ・ 外国人延べ宿泊者数の国・地域別構成比の偏り  
(韓国が5割)
  - ・ 政令指定都市に集中する宿泊旅行者  
(両政令市70%、その他30%)
  - ・ 旅行消費額の減少  
(2016-2018年伸び率は5.2%と増加しているが、2017-2018年伸び率は▲4.8%と減少)
  - ・ 外国人旅行消費単価の減少  
(2016-2018年伸び率は▲18.9%と減少)

## 2. 第一次観光振興指針の目標と現状

指標	当初値 (H28. 2016年)	(H29. 2017年)	現状 (H30. 2018年)	達成率	目標値 (R1. 2019年)
外国人入国者数	260万人	319万人	328万人	79%	414万人
県内延べ宿泊者数	1,612万人泊	1,700万人泊	1,673万人泊	84%	1,984万人泊
県内延べ宿泊者数 (外国人)	267万人泊	311万人泊	337万人泊	57%	588万人泊
観光消費額 (旅行消費額)	9,620億円 (—)	1兆627億円 (—)	1兆119億円 (9,253億円)	82% (—)	1兆2,407億円 (—)
旅行者満足度 「大変良い・良い」	75.8% (2015年)	71.3% (2016年)	71.5% (2017年)	—	85.0%
再訪意向 「是非また来たい」	53.6% (2015年)	51.4% (2016年)	69.1% (2017年)	—	60.0%

## 3. 目指す将来像と基本方針

### ① 目指す将来像 ⇒ 「持続可能な観光先進県 福岡」

- ◎ 拡大を続ける世界の観光市場の活力を本県に取り込むことにより、旅行消費額が継続的に拡大し、県内各地の観光産業の発展と地域活性化、雇用の創出につながっている。
- ◎ 地域に住む人々が、自らの地域社会を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしていることにより、誰しもがその地を訪れたいとなるいわゆる「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりが実現しており、誰もが快適、安全、安心に旅行を楽しむことができる環境が整っている。
- ◎ 旅行者の増加による環境や文化、地域社会に対する悪影響が最小限に抑えられ、観光産業の成長と地域社会が調和している。

### ② 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  
「外国人入国者数の国・地域別構成比の偏り」、「外国人旅行消費単価の減少」等の課題を解決するため、中国、台湾、タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア、米国、オーストラリア、イギリス、フランスをターゲットに戦略的な誘客を行い、旅行消費額の拡大を図る。
- 2 旅行者の県内各地への来訪促進  
県全体に点在する観光資源を俯瞰し市町村域を超えた観光資源の発掘や磨き上げ、活用を行うとともに、全ての方が安心して旅行を楽しめる受入環境の面としての整備を行い、旅行者の県内各地への来訪を促進する。
- 3 デジタルマーケティングの推進  
世界的なデジタル化やモバイル化の潮流を踏まえ、これまでのイベントや紙媒体に加え、スマートフォン等のデジタル媒体を積極的に活用するいわゆる「デジタルファースト」の考え方の下、ターゲットの嗜好にあったテーマを直接届ける情報発信、観光ビッグデータ等の収集、分析により、観光振興施策に係るPDCAサイクルを確立し、デジタルマーケティングを推進する。
- 4 持続可能な観光の推進  
オーバーツーリズムによる県内の環境や文化、地域社会への影響を最小限に抑える取組みを推進し、「持続可能な観光」を実現する。

### ④ 数値目標 (2023年)

- 外国人入国者数 360万人
- 延べ宿泊者数 2,000万人泊
- 延べ宿泊者数(外国人) 500万人泊
- 旅行消費単価(外国人) 61,500円
- 旅行消費額 9,700億円
- 観光関連産業の売上金額 8,200億円

### 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
  - ① インバウンドがストレスなく旅行を楽しめる環境の充実  
(多言語案内、通信環境、支払環境、接客) (→基本方針2)
  - ② 宿泊施設のサービス向上や施設充実 (→基本方針2)
  - ③ 多様な二次交通の情報整備・発信や利用促進 (→基本方針2、3)
  - ④ 全ての方が県内観光を楽しめる環境の充実に向けたユニバーサルデザインの推進 (→基本方針2)
- (2) 観光振興と地域の調和の推進
  - ① オーバーツーリズム対策や民泊の適正な運営の確保に向けた取組みの推進 (→基本方針2、4)
- (3) 外国人旅行者の安全・安心な受入環境づくり
  - ① 大規模災害発生時や事故・疾病時の外国人旅行者の安全・安心確保 (→基本方針2)
- (4) 国際航空路線の誘致 (→基本方針1)

#### 2 観光資源の魅力向上

- (1) 魅力ある観光資源の発掘、磨き上げ及び活用
  - ① 世界文化遺産や伝統芸能など歴史・文化の魅力や食の魅力を活かした観光振興の推進 (→基本方針2)
  - ② 良好な景観等の形成に向けた取組みの推進 (→基本方針2、4)
- (2) 体験、交流、滞在型観光の推進
  - ① 伝統工芸や酒蔵等を活用したインバウンド向けの体験プログラム・観光ルートの造成・販売促進 (→基本方針2、3)
  - ② 自然を活用したアクティビティと観光を組み合わせた体験・交流型観光の推進 (→基本方針2)
  - ③ 古民家や農林漁業体験、マリッジを活かしたグリーンツーリズムやブルーツーリズム、武道を含むスポーツツーリズム等ニューツーリズムの推進 (→基本方針2)
  - ④ 九州・山口一体となったサイクルツーリズムの推進 (→基本方針2)

#### 3 効果的な情報発信

- (1) SNS等を活用したプロモーションの推進
  - ① ターゲットの国・地域で影響力のあるSNS等を活用した個人に直接届く情報発信 (→基本方針1、3)
  - ② 旅行前の旅行計画・予約、旅行中の情報入手、旅行後の発信など一連の旅行サイクルの各段階に対応した情報発信 (→基本方針1、3)
- (2) ターゲットに合わせた情報発信
  - ① 旅行者の興味を引くテーマ(食、アウトドア、スポーツ、歴史等)の発信 (→基本方針1、3)
- (3) 各県・市町村と連携した広域周遊に係る情報発信
  - ① 九州各県等と連携した広域観光ルートや九州ロゴマーク等を活用した情報発信 (→基本方針1、3)
  - ② 県内観光地をテーマでつなぎ県内周遊を促す観光ルート造成、情報発信 (→基本方針2、3)
  - ③ 海外や県外事務所と連携した情報収集、情報発信 (→基本方針1、2)

#### 4 観光振興の体制強化

- (1) 客観的データに基づく施策立案体制の確立
  - ① 施策立案に関する客観的データの分析手段の確立、施策の点検・評価を充実させ、戦略的な施策展開を進める体制を整備 (→基本方針1、2、3)
- (2) 各地域の観光を支える人づくり
  - ① 観光まちづくりに取り組む団体や飲食、宿泊業等観光関連事業者の人材育成支援 (→基本方針2、3、4)
- (3) 県内の観光関連団体の機能強化
  - ① 日本版DMO登録を目指す団体の支援 (→基本方針1、2、3、4)
  - ② 福岡県観光連盟の組織体制強化の検討 (→基本方針1、2、3、4)
- (4) 広域観光の振興に係る九州観光推進機構との連携
  - ① 九州各県や民間企業と連携した九州全体の観光振興の推進を図るため、九州観光推進機構の運営に参画 (→基本方針1、2、3、4)
- (5) 宿泊税を活用した市町村への支援
  - ① 市町村の観光振興施策推進のための財政的支援 (→基本方針2、4)