

令和5年度第4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3月6日（水）10：00～12：00

場所 吉塚合同庁舎 特5会議室

2 議題

(1) 第三次福岡県観光振興指針（案）について

(2) 福岡県における観光振興の取組みについて

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、只今から「第4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】 第三次福岡県観光振興指針（案）に係るパブリックコメントについて」、

「【資料2-1】 第三次福岡県観光振興指針【概要版】（素案）」、

「【資料2-2】 第三次福岡県観光振興指針【全体版】（素案）」、

「【資料3】福岡県における観光振興の取組みについて」となっております。

過不足ございましたら、挙手をお願いします。

無いようですので、進めさせていただきます。

はじめに、観光局長の山北から、一言ご挨拶申し上げます。

福岡県観光局長の山北でございます。

委員の皆様には、それぞれの役職でご多忙の中、ご出席いただきまして、誠にありがとうございます。令和5年度4回目の審議会となります。今回も忌憚なきご意見をどうぞよろしくお願い致します。

前回は、第三次福岡県観光振興指針の骨子案に対し、委員の皆様から貴重なご意見をいただき、ありがとうございました。

本日は、第三次福岡県観光振興指針（案）についてご説明の上、委員の皆様にご議論いただきたいと思いますと考えております。

また令和5年度の取組状況や現在県議会で審議中の令和6年度における主な事業について御説明をいたします。

また皆様の方のお手元に、いよいよ4月から始まります、福岡・大分デスティネーションキャンペーン（DC）の公式ガイドブック及び「よかバス」という福岡県独自の事業のチラシを配布しています。「よかバス」では、このDCを機に、福岡県内の周遊を進めていただきたく、バスツアーで県内を回っていただくということを考えております。お時間ある時に内容を見ていただければと思います。

委員の皆様におかれましては、忌憚のないご意見を賜りますよう、よろしくお願いいたします。

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】

皆様おはようございます。

本日は令和5年度第4回目の審議会となります。

委員の皆様におかれましては、お忙しい中ご出席いただき、ありがとうございます。

さて、足元の状況を見ますと、福岡県の2023年の延べ宿泊者数がおよそ2,000万人泊と、ほぼコロナ前と同水準になりました。特にインバウンドは474万人泊で、2019年の426万人泊を10%近く上回っている状況でございます。

一方、宿泊者の多くが都市部に集中している状況が続いております。観光客の皆様、いかに県内各地に周遊していただくかが重要であると考えております。

来月からは、いよいよ福岡・大分デスティネーションキャンペーンが開催されます。キャンペーンでは、県内発着のバスツアー「よかバス」や、県内市町村が実施するDC特別イベント、宿泊・飲食などの割引クーポンの発行等が行われます。

このDCを契機に、より多くのお客様に福岡県を訪れていただき、県内各地の魅力を体感していただけることを期待しております。

前回の審議会では、第三次福岡県観光振興指針（素案）について、委員の皆様から、それぞれのご経験を踏まえ、貴重なご意見をいただきました。

本日の審議会では、前回の審議会でご覧いただいたご意見等を踏まえて修正し、パブリックコメントの結果を踏まえた、第三次福岡県観光振興指針（案）について議論いただき、県に提出する指針案を取りまとめてまいりたいと考えております。

また、事務局から令和5年度の観光振興の取組みや、現在県議会で審議中の令和6年度予算における主な事業についてご説明いただきます。

委員の皆様からは、今回もそれぞれのお立場から忌憚のないご意見をいただきたいと考えております。どうぞよろしくお願いいたします。

【事務局】

ありがとうございました。

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出席されている委員の方を含め9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。

それでは、これ以降の進行は、会長をお願いいたします。

議題1 第三次福岡県観光振興指針（案）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まいります。

議題1「第三次福岡県観光振興指針（案）について」であります。

事務局から説明をお願いします。

【事務局】

それでは、議題1「第三次福岡県観光振興指針（案）について」ご説明します。資料1「第三次福岡県観光振興指針（案）に係るパブリックコメントについて」をご覧ください。

パブリックコメントにつきましては、今年の1月11日に開催した第3回福岡県観光審議会で委員の皆様いただいたご意見を反映した案を委員の皆様にご確認をいただき、パブリックコメントを実施したところです。

パブリックコメントの意見の募集期間については、2月20日から3月4日までの14日間で、意見を募集いたしました。周知方法については、「審議会の答申に係る福岡県意見書提出制度要綱」に基づき、県ホームページへの掲載や、県民情報センターへの配架、県内市町村への通知でございます。

提出された意見については、今回ございませんでした。

続きまして、資料2-2、冊子の「第三次福岡県観光振興指針（案）」をご覧ください。

今回お示しする第三次福岡県観光振興指針（案）につきましては、パブリックコメント実施後に公表された観光統計の反映など、データを一部更新しておりますので、パブリックコメント実施時点からの修正箇所をご説明させていただきます。

6ページをお願いします。

「図表5 第二次指針の数値目標と達成状況」をご覧ください。

表の一番右の欄に、参考として現時点で把握している2023年の数値を記載しておりますが、延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数、通常入国外国人の旅行消費単価、日本人と外国人の旅行消費額を修正しております。いずれの指標につきましても、パブリックコメント実施時点の数値を上回っております。旅行消費額につきましては、パブリックコメント実施時点では8,648億円となっておりますが、今回9,580億円と大幅に増えております。なお、数値の修正に伴いまして、文言の整理を行っております。

15ページの「図表18 延べ宿泊者数の推移（福岡県）（年別）」については、右端に2023年を追加しております。

16ページの「図表19 延べ宿泊者数の推移（福岡県）」については、右端に2023年の11月分および12月分を追加しております。下の「図表20 外国人延べ宿泊者数（国・地域別シェア）」については、パブリックコメント実施時点では2023年の1月～10月としておりましたが、今回2023年の年間値の速報値に修正しております。なお、国・地域別のシェア率については、パブリックコメント実施時点から大きな変動はございません。

17ページの「図表21 旅行消費額の推移（福岡県）」について、2023年の日本人、外国人それぞれの旅行消費額を修正しております。外国人旅行消費額につきましては、パブリックコメント実施時点では2,269億円となっておりますが、今回2,594億円と伸びております。

また、観光庁が「旅行・観光消費動向調査」における、2020年から2022年ま

での公表数値を修正したことを受けまして、2020年から2022年までの日本人旅行消費額が若干修正となりました。この観光庁の公表数値の修正に伴いまして、下の「図表22 旅行消費単価の推移（福岡県）」について、2020年から2022年までの日本人旅行消費単価、日本人宿泊単価が若干修正となりました。なお、数値の修正に伴いまして、文言の整理を行っております。

19ページの「図表25 本県の外国人延べ宿泊者数の全国に占める割合」について、パブリックコメント実施時点では2023年の1月～10月としておりましたが、今回2023年の年間値の速報値に修正しております。なお、パブリックコメント実施時点から大きな変動はございません。また、数値の修正に伴いまして、文言の整理を行っております。

28ページの「図表40 全国・本県の客室稼働率の推移（年間・タイプ別）」について、表の右端に2023年の速報値を追加しております。これによりますと、本県の2023年全体の客室稼働率は65.8%で、全国順位は3位となっており、コロナ前の2019年に近い数値となっております。なお、数値の修正に伴いまして、文言の整理を行っております。

説明は以上です。ご審議の程よろしくお願いいたします。

【会長】

事務局から、議題1の説明がありました。

事務局の説明を踏まえ、第三次福岡県観光振興指針（案）に対し何かご意見等があればお願いいたします。

ご意見のある方は、挙手の上、ご発言をお願いいたします。感想でも結構です。

数値が戻ってきていることを感じました。いろいろな状況の後押しもあり、第二次指針の数値目標はほとんどクリアできているということで、一定の成果があつて良かったのではないかと思います。

他、意見はないでしょうか。

【委員】

（意見無し）

【会長】

次に、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、事務局から紹介してください。

【事務局】

本日欠席されてる委員からのご意見はお預かりしておりません。

【会長】

それでは、第三次指針（案）の内容については委員の皆様から概ねご了解をいただきましたので、当審議会として「第三次福岡県観光振興指針（案）」を県に提出することをご了解いただけますでしょうか。

【委員】

（異議なし）

【会長】

ありがとうございました。

皆様のご協力をいただき、第三次福岡県観光振興指針（案）としてまとめることができたことに深くお礼申し上げます。

福岡県は、この（案）を基に、次期観光振興指針を策定していただき、その指針に基づき、よりいっそうの観光振興に取り組むことにより、地方創生に貢献していただきたいと思っております。

議題2 福岡県における観光振興の取組みについて

それでは続きまして、議題2に移ります。

それでは事務局から、議題2「福岡県における観光振興の取組みについて」の説明をお願いします。

【事務局】

続きまして議題2「福岡県における観光振興の取組みについて」について御説明いたします。資料3「福岡県における観光振興の取組みについて」をお願いいたします。

1 ページ、資料は1 から3 の項目で構成させていただいております。1 として「第二次福岡県観光振興指針及び福岡県総合計画の目標と現状」、2 として「令和5年度における観光振興の取組状況について」、3 として現在議会で審議中であり「令和6年度における主な事業について」ご説明いたします。

2 ページ、項目の1 つ目、第二次福岡県観光振興指針とそのK P I の達成状況でございます。真ん中の目標値（K P I）の表をご覧ください。

一番右に目標値を、その左に令和5年度の速報値ベースでの現状値を記載しております。延べ宿泊者数の総数は目標値の2, 0 0 0 万人を達成、外国人延べ宿泊者数や旅行消費額もほぼ目標値を達成できている状況です。旅行消費単価については、目標値を大幅に上回っていますが、調査期間がコロナ明けの4～6月期、7～9月期の値となっています。

3 ページ、各施策の柱に係る目標値の状況です。各成果指標に※印がついているとこ

ろは、年度で集計しているものであり、2月末で把握している値になりますのでご留意願います。

1 受入環境の充実については、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については目標を上回っておりますが、インバウンド協力店登録数、福岡バリアフリーマップ掲載施設数については目標値を下回っています。コロナ禍により店舗登録数や掲載施設数が伸び悩んだことが主な原因であると考えております。

2 観光資源の魅力向上については、全ての指標について目標値を上回りました。特にコロナ禍において体験プログラムの造成等について積極的に取り組んだ結果、目標値を大幅に上回っております。

3 効果的な情報発信については、SNSのフォロワー数については目標値を上回りましたが、県ホームページセッション数と平均セッション時間は目標値を下回りました。

4 観光振興の体制強化については、DMO及びDMO候補法人数は目標値を上回りました。人材育成研修受講者数はほぼ目標値を達成しています。

4 ページ、こちらは、福岡県総合計画に掲げている目標値と現状値です。指針と重複している項目もございますので、後ほどご覧いただければと思います。

5 ページ、ここからは、項目の2つ目、令和5年度の観光振興の取組状況についてです。取組状況につきましては、昨年8月の第1回審議会においてご説明した内容を更新したのになりますので、主な更新点を中心にご説明いたします。

生産性の向上につきましては、アドバイザーによる支援件数が2月末時点で45件、そのうち設備導入等を支援したものが34件となっています。また、Ma a Sを活用した観光客の周遊促進ということで、日田彦山線、久留米、有明の3つのエリアで企画乗車券を販売いたしました。ユニバーサルツーリズムについては、アドバイザーによる伴走支援が2月末で13件となっています。

6 ページ、観光資源の魅力向上、新たな観光地域づくりについてです。体験プログラムの開発支援等に23件、宿泊施設の新規整備又は改修について5件の支援を行いました。

下のところに、今年度開発した体験プログラムについてお示ししています。八女・筑後・広川エリアでは、織物工場見学とストールの藍染体験、久留米・うきは・朝倉エリアでは、日本酒づくりを体感できる日帰りサウナプラン等の開発を支援しています。

7 ページ、福岡・大分DCに向けた観光資源の磨き上げとして、複数市町村の連携による広域観光ルートの開発を支援いたしました。支援件数は5件で、立花宗茂公と閻千代姫のゆかりの地を巡るバスツアーや八女のシェアサイクルなどを支援いたしました。

8 ページ、サイクルツーリズムの推進です。ディスカバー九州では、2月末で221名の販売実績、台湾のサイクリスト向け旅行商品では、152名を誘客しております。

9 ページは、第1回審議会でお示した全国販売促進会議及びエクスカッションのた

め割愛いたします。

10ページ、2月19日に、福岡・大分デスティネーションキャンペーンに係る共同記者会見を開催しました。先ほど会長からもご紹介いただいた福岡県内発着のバスツアー「よかバス」や特別宿泊プラン・クーポンの発行、経済波及効果の試算等を公表いたしました。

11ページ、昨年10月まで実施していた「新たな福岡の避密の旅」キャンペーン終了後に、閑散期の平日における宿泊促進のため、「福岡平日おトク旅」キャンペーンを実施いたしました。

12ページは、第1回審議会でもお示ししたSNSによるプロモーション及びオーストラリアでのプロモーションのため割愛いたします。

13ページ、タイのアイドルグループによるPR動画については、8月から11月にかけて公開し、約38万回再生していただきました。

県産品の認知度向上、販路拡大については、首都圏を中心に、新商品のトライアル販売を行い、物産展に合わせて観光PR特設コーナーなども設置いたしました。例えばそちらにお示ししているシロヤのサニーパンなどは非常に好評で、新たな定番商品として採用いただける見込です。

14ページ、観光団体のDMO化の加速ということで、「ふくおか観光地域づくり共創塾」を開講し、延べ36名に受講いただきました。また、ワンストップ支援窓口では、篠栗町観光協会に対して相談対応を行い、来年度中の本登録を目指していくとのことです。

15ページ、宿泊、飲食事業の人材育成として、ハラール、ヴィーガンなど食の多様性に対応するため、計4回の講習を行い、149名に参加いただきました。また、メニュー開発や食材・調味料の仕入れ等、19件の支援を行いました。右の写真は、セミナーに参加した寿司屋がヴィーガンの方のために開発したメニュー、「豚骨風ラーメン」で、VIPを含む利用者の方にも大好評で、そこから口コミで広がり、海外からの予約やホテルからの紹介も増えている、というお話をいただいています。

16ページ、ここからは項目の3つ目、令和6年度における主な事業について御説明いたします。なお、冒頭でも申し上げましたが、こちらは現在県議会で審議中の内容となりますのでご留意願います。

また、事業については、第二次指針の時と同様に、第三次福岡県観光振興指針（策定中）の柱に沿って整理しております。

まず1 受入環境の充実でございます。

多言語翻訳機の設置による旅行動向の分析といたしまして、福岡空港国際線や博多駅

の観光案内所に多言語翻訳機を設置し、多様な言語での対応を可能にするとともに、会話のログデータから旅行者のニーズや最新トレンドを把握・分析し、観光振興の企画などにつなげていきます。

次にユニバーサルデザインタクシーの導入支援です。こちらは本県企画・地域振興部の交通政策課による事業となりますが、旅行者を含むタクシー利用者の利便性向上のため、右側にあるようなユニバーサルデザインタクシーの導入支援を行います。

宿泊業における生産性向上の取組み支援については、令和6年度も引き続き行います。

2の観光資源の魅力向上でございます。

新たな観光地域づくりの推進といたしまして、県内の新たな観光地域づくりで取り組んできた6エリアに、エリアの周遊を促進するための情報発信拠点を整備していくための支援を行います。

また、サイクル・トレイルツーリズムの推進では、ツール・ド・九州を契機とした、豪州・韓国からの誘客促進等のほか、サイクリングツアーの企画支援やレンタサイクル、ガイド、サポートカーの手配をワンストップで行う全国初の「FUKUOKAサイクリングツアーコンシェルジュ」開設する予定です。

17ページ、3 戦略的なプロモーションでございます。

福岡・大分デスティネーションキャンペーンは、いよいよ4月から本番となります。オープニングイベントの開催や、宿泊割引の実施、福岡県内発着のバスツアー「よかバス」による旅行商品造成の支援を行います。「よかバス」については、DCの期間が終了した後も、引き続き実施する予定です。

また、閑散期の平日に係る旅行支援も引き続き行っていく予定であり、実施時期は今年度と同様に12月から2月を想定しています。

国・地域別の戦略的なインバウンド誘客の実施については、欧米豪について地域ごとに記載のような戦略的な誘客を行うほか、アジアにはインフルエンサーを活用したプロモーション、タイにおいては現地旅行会社向けの商談会も開催予定です。

伝統工芸品につきましては、新たに「福岡伝統工芸ファンクラブ」を創設し、SNSを通じた情報発信を行うほか、生産者と交流する特別感のある産地訪問ツアーを実施いたします。また、欧州における文化の中心であるフランス・パリにおける伝統工芸品のテストマーケティングを実施する予定です。

4 観光振興の体制強化でございます。

観光業の人材育成・雇用促進といたしまして、宿泊業の人材不足解消に向けたインターンシップや合同会社説明会を行うほか、九州産業大学が実施する人材育成プログラムを受講する地域観光のリーダー候補に対して受講料の助成を行います。また、宿泊施設の従業員を対象としたおもてなし研修を実施いたします。

また、観光ビッグデータを活用した旅行実態の把握といたしまして、金融機関のカード決済データを活用し、外国人観光客の国別・業種別の消費動向を新たに調査いたします。

これらの事業を実施することで、観光振興に努めてまいります。

説明は以上です。よろしくお願いたします。

【会長】

事務局から議題2の説明がありました。

事務局からの説明を踏まえ、福岡県における観光振興の取組みについて委員の皆さまからご意見・ご質問があればお伺いしたいと思います。

ご質問のある方は、挙手の上、ご発言をお願いいたします。

【委員】

2ページの現状値、外国人の消費単価が大分上がっていますよね、通期ではないので一概には言えませんが、これは全国的に上がっているのでしょうか。また、上がった要因を把握されているのでしょうか。

というのが、コロナ前とコロナ後で外国人の消費の動向がどうなっているのか大分気になっていまして、もしお分かりであればお願いしたいと思います。

【事務局】

ご質問ありがとうございます。

いま、ご質問いただいた点につきまして、基本的には全国的に見ても、旅行消費単価が上がっている状況でございます。

内容の分析は、まだしっかりできておりませんが、一つやはり大きな要因は、円安効果による、割安感、お買い得感、そういったものが大きいと考えております。

それからもう1点、これは推測の域を出ませんが、先ほど申し上げた通り、福岡県の本年の外国人の宿泊者数は、2019年を大きく10%ほど上回っています。この10%大きく増えたところもでございます。あとは中国が国別で見るとまだ6割、7割というところまでしか戻って来ていません。中国は、今からまたクルーズ船が増えてくると、団体客も増えて来ると思うのですが、現在は個人の旅行の方達が来られていて、そういった方達の消費が、人数としては少ないけれども、たくさん買い物いただいているのかなというふうに思っております。これはあくまで推測の域を出ませんので、もしかしたらデータに詳しい委員の先生の方がお詳しいかと思いますが、我々としてはそういったところがポイントかなと思っているところでございます。

【会長】

その他、ご質問はございませんでしょうか。

【委員】

うちのDMOでも悩んでいるところでありまして、3ページの「効果的な情報発信」の中で、セッション数がやっぱり低くなっているのですよね。

本市でも、シティプロモーションということで、ホームページの改修と大きく言ってはいるものの、情報の収集としてSNSの方が、数値が上がっているのかなと思っておりますので、ここで県に聞くというよりも、詳しい委員にも伺いたいのですが、今後、まずはホームページを作って、メールマガジンを出してっていう時代から、だんだんSNSに移行している。今から先の情報を出すツールとして、ホームページの担う役割を教えていただきたいなというのと、あとこの数値目標をホームページの閲覧数よりも、

これだけSNSの方が上がっているのであれば、そっちの方を挙げられた方が、今後いいんじゃないかなというふうに思いましたので、どうでしょうか。

【委員】

このセッション数の部分は、人々の検索行動の変化で、徐々に目標とすべきなのかというところは、多くの自治体さんや民間企業でも話題となっています。

もちろんSNSもそうなんですけれども、チャットGPTだったりとか、Geminiに代表されるような、LLM使ったような検索手段もかなり増えてきています。私自身もそうなんですけれども、ホームページに行かなくても、とりあえずチャットGPTに福岡県のおすすめの観光周遊ルート教えてと言うと、ホームページのデータを読み込んだ上で、適切な回答を返してくれるので、ユーザーがSNSに、ホームページに行かなくても、このチャットベースですべて解決してしまうという世界感が既に走り始めているような状況です。

なので、今はSNSからまずは検索しようと、ハッシュタグ検索っていうところは、もちろん増えていっているんで、そこに情報を載せておくっていうのはすごく重要なんですけれども、さらにその先というところ、そういったチャットベースでの会話のみになってしまうので、SNSや、ホームページの流入というよりも、そのデータすべてを読み込んだAIが介在してくれるところに、ユーザーがたどり着いているという次の時代が既に実現し始めている状況であります。

その中で、県や企業がAIの回答を操作することは正直できないですし、どこに何の施策を打てばいいのかというのが次の課題になってくると思いますし、正直そこに対する明確な解はない状態だったりするんですけども、AIだったりとか、何を参考に答えを返しているかっていうと、やっぱりどうしてもホームページのデータになってしまうんですね。

そのホームページ載っているデータの情報を読み取った上で、一番適切だろうと思われたところの回答を返しているという状態でもあるので、セッション数というところに関してはもちろん、数としては下がってしまう可能性があるんですけども、情報を適切にオンラインに載せていくことは今後もかなり必要になってくるかというところは、もちろん見えてきていると思っています。

その中で、もちろんまずは目の前のSNSフォロワー数増やしましょうとか、エンゲージメント率を高めましょうみたいなところを目標としていただければいいとは思いますが、本質的なところの部分で本当にそれが来訪につながっているのか、オンラインでのリーチがどれだけオフラインに効いたのかっていうところの効果計測ができるような、新しい技術が開発されてきていて、オンラインの施策がオフラインにつながったのかというところが計測でき、例えば大分県さんとか、情報発信の結果、オフラインで何人が来訪し、その結果そのオンラインでリーチした人が、どれだけの金額を使ってくれたのかっていうところの可視化までチャレンジされていたりもしますので、まずはオンラインでのコミュニケーションってところは引き続き行っていただければと思います。これは福岡県さんにコメントできればなと思っていましたが、イベントを実施していただいたりとか、インバウンド誘客に向けたインフルエンサープロモーション等をしていただいて、すばらしいなと思いつつ、その先に何人の人が来てくれたのか、どれだけ

の人が行動変容したのかというもう少し来訪率に近い数値の可視化を目指していただくのがいいのかなとは思いますが。

【会長】

今のご意見も踏まえて事務局の方向かございますか。

【事務局】

今、県のホームページ、海外情報サイトを6月にリニューアルしまして、前のホームページが3万くらいのページビューだったんですけど、その倍以上見ていただけるようになっていきます。

まず、海外の方が「日本旅行」とか、日本について何か検索されたときに、その訪日関心層に対してターゲティング広告を今やっております、その方々が県の海外情報サイトを見ていただいて、その方がフライトの予約とか宿泊の予約にどうつながっていくのかっていうところまで、アクセス分析をさせていただいているところです。

それから、言語別にホームページがありますが、どういうページを、どの言語でどの分野がたくさん見られたかというのを分析しながら、その見られたページについてまた記事を増やしていく、などのホームページ対策を今やっております、その点が古いサイトからステップアップしているところかというところがございます。

そういった予約行動にどうつながっていくのかの可視化が一つ回答になるのかなと考えているところですが、さらにいま勉強させていただきましたので、研究していきたいと思っております。

【委員】

情報発信のところがお聞きしたくて、4ページのところのデジタルマーケティングの強化のところ、観光情報のフェイスブック、インスタグラム、ウィーチャット等も記載されているんですけども、ホームページのセッション数は1件のサイトのところでカウントされているのかお聞きしたいのと、このフォロワー数のところは具体的にはどういったサイト、1アカウントなのか、何アカウントかで運営されているのかとか、もうちょっとお聞きしたい。

あと、ご質問ですけども、いま海外の方が動かれる時って検索は結構グーグルマップ上でしているのではないかという感覚がすごくあって、例えば飲食店だったりとか、宿泊施設、訪問先に関してもレビューも写真もそちらで出てきたり、実際個人のお客さんが動かれる時はグーグルマップで検索して移動されていたりすることが多いのかなと思うので、どの程度、どう集計できるのかわからないですが、そういったグーグルマップ上の方が事前に調べている時も、福岡県の中の何を調べているのかだったり、その後その人が実際に来て動いているのかっていうところが、はたしてデータとして出てきたりするものなのかを詳しい委員にお伺いしたいと思いました。

【事務局】

県として公式ホームページのアカウントは一つですが、言語が英語、簡体字、繁体字、それから韓国語で出しています。SNSにつきましては、例えば英語圏でしたら、イン

スタグラム、フェイスブック、それから中国語圏でしたら、ウィーチャット、ウェイボ一、各国でよく使われているSNSを活用して、そこで一つずつアカウントをとって、ネイティブライターを活用しまして福岡県の記事をネイティブ目線で発信をしているところ です。

【委員】

グーグルマップでの検索は本当に増えていて、特に「Near me」っていうのですが「ランチ Near me」とか、「何とか Near me」みたいな検索って、ここ4年で9倍くらいになっていたり、本当にグーグルマップでの検索量は増えています。

それと同時に、グーグル検索だけではなく、YouTube上での検索も本当に増えていて、例えば福岡のおすすめみたいなどころ、検索ではなく、YouTube上で、「福岡 ブイログ」のような形で検索されて、どういうところに個人のマイクロインフルエンサーと言われるような、フォロワー数1万人くらいの、ローカルに特化したようなインフルエンサーがどこに行っているのかというのを、映像で見ていくところの需要もすごく高まっているので、グーグルマップでの検索と同時に、YouTube上での検索もすごく増えている状況です。

なので、情報を適切にマップに登録していただくということと、様々な動画がYouTube上にも上がっているということで、先ほどホームページ上に適切な情報をお載せておくということもありましたが、検索するプラットフォームが多岐にわたってきていますので、その辺りに県や県内の観光関連事業所さんが適切な情報をお載せていただいているような状況が作り込まれているというのはすごく大事なことで、そういったところもあわせて、マップに関しては、ずっと整備を進めていただいているかと思いますが、さらに加速いただくっていうのも、大事なところになります。

どれくらい検索されてグーグルマップが見られているかのデータについては、この場での共有は難しいので、また必要であれば福岡県さんと協議ができればと思います。

【会長】

ありがとうございます。

いろいろ取り組みを進めているということですね。

大分県さんの事例も出ましたけれども、今回DCと一緒にやって縁も深まっていると思うので、良いところをお互いに取り込まれたらいいのではないのでしょうか。

それではその他、ご質問ございませんでしょうか。

【委員】

17ページの伝統工芸品のところをお伺いします。この伝統工芸品ファン獲得・販路拡大っていうのは観光事業の中でのものという位置づけで合っているのかというのが一つお聞きしたい。というのも海外に展開、フランス・パリとかのマーケティングはすごくいい取り組みだなどと思う反面、伝統工芸品をそのまま持って行っても、なかなか現地のニーズとマッチしないことがあります。もちろん綺麗だね、美しいねっていう反応はあるんだけど、それが実際販売につながるということがなかなか厳しいっていうのがずっと繰

り返されている歴史があると思っています。当然、行ったことで新しいコネクションができて、こちらに訪問していただけるような導線にするっていうのは一つ有効な手だと思うので、観光事業と組み合わせてやるっていうのは大きいかなと思うのですが、販路拡大っていうことになってくると実際現地のマーケットに合わせた商品開発の支援など、そういうところと組み合わせていかないと行って終わりっていうケースになることが多いと感じます。その辺りの考えをお聞き出来ればと思います。

【事務局】

ありがとうございます。

基本的に我々観光局の方では、物産振興ということも所管をしております、伝統工芸品の販路拡大などをやっています。この10年の数字を見ても、やはり生産者の方たちも、売り上げも右肩で下がりとなっているという現状でございます。ここに、てこ入れをするために若い方たちを中心に新商品の開発とか、いろんなことに手だてをしながら頑張っていってほしいと思います。

我々も販路拡大とか新商品の開発に対して、それぞれ支援を行っているところでございますが、その一つの出口として、やはり特に若い方たちは国内のマーケットが縮小していく中で、海外をしっかりと見ていきたいというようなことのご意見もありますので、そういったものを踏まえて、海外でのテストマーケティングというのをやっていきたいということで今回予算をお願いしている状況でございます。

今委員のご指摘がございましたとおり、これを伝統工芸のPRとかテストマーケティングだけにとどまらず、以前観光審議会でご議論いただいた中でも、やはり福岡県の現状の課題といたしまして欧米豪での認知度がかなり低いというようなことがございます。これを、やはりいろんな側面からPRをしていかなければ、名前を知っていただかないとならないというようなこともありますので、当然テストマーケティングだけではなくて、福岡の名前、福岡の魅力を同時に発信していく。当然この伝統工芸品を我々福岡県の大切な魅力の一つ、観光資源の一つ、というふうにとらえておりますので、そういった観点から事業を実施していきたいと思っていますところでございます。

【委員】

今のところで産地訪問ツアーを実施ということころがありますが、これはどのようにしてお売りになっていく計画でしょうか。

【事務局】

先ほどの話で、福岡県民ですら、福岡県の伝統的工芸品とは何か、県知事指定の工芸品は何か、そういうものがあることを知られていないというところがあります。

昨年、天神のアクロス福岡のところに、匠ギャラリーというのを1階にリニューアルオープンしました。1階に持ってきて、お店もしっかり作り込んでいるということで、おかげさまでかなりの日本人、外国人の方、ご来店をいただいています。いっぱい人が集まっていたことを機運として、まずファンとしてしっかりとグリップした上で、そういった方たちに、そこのお店のリピーターになっていただく。そのために、ただ単に工芸品を購入するだけではなくて、その作り手の方と交流する、その産地に実

際に足を運んでリアルなところをぜひ感じていただきたいということで、お弁当ぐらいの料金をいただいて、モニターツアー的にまず産地に行ってくださいと交流を図ることを計画しています。当然これを商品にすべきだと思いますが、まずはそういった匠ギャラリーに集まっているような方たちをはじめとして、その方たちに現地に足を運んでいただいて、その方たちは工芸品に対して、何も知らない方たちよりもいろんなこと知ってらっしゃるので、例えば人間国宝と今日会話したとか、こんな作品を作るところを見させてもらったとか、行って感じていただいて、その方たちもSNSをされていると思うので、その情報発信をしてもらって、どんどん認知度を高めて、こういったところでいわゆる体験ツアーができるよっていうのもそれが情報発信になると思いますし、そういったきっかけづくりとしてこの事業をぜひやりたいということで、今回新規事業とさせていただいたところです。

【委員】

私も北陸の方とかで、伝統工芸の人たちと仕事上関わりがあるのですが、跡取り問題の支援とかってやられているんでしょうか。

【事務局】

その生産に携わっている人がどんどん減っていく、後継者育成、後継人材の確保という、大きな問題があります。

平成29年に豪雨災害がありまして、東峰村などが壊滅的なダメージを受けましたが、復興計画の中で、後継人材の確保ということで、我々もまずは小石原焼とか、そういったものを対象に、インターンシップ制度を実施しております。全国のものづくり系の大学に通っている学生さんなどに参加していただいているのですが、結構応募いただいて、絞って10人くらいの方に産地訪問に2泊3日で2回くらい来ていただきました。これまでに東峰村だけで、この3年間で、実際に3人の方が移住して、そこに就職をされているというような状況です。

これを令和5年度から、久留米餅と上野焼が、横展開をし始めているところでございます。そういった形で後継者の人材確保の事業を進めています。

【委員】

八女市も実は後継者育成ということで、国とか県とかの補助事業を使ってやっておりまして、3年ほど前にフランスの学生さんにデザインをしていただいて、伝統工芸品を販売するっていう事業展開をやったのですが、3年後にたまたまコロナで来られなくなって尻すぼみになった事業があります。現在もカトラリーというフォークとナイフを漆塗りするやつとか、そういうのもありますので、ぜひ新規事業については、伝統工芸の町としても、できることがあれば、一緒にやりたいなと思って見させていただいたところです。

ついでに、令和5年度の事業展開を先ほど報告されましたが、実際八女市、DMOの方でもシェアサイクルをさせていただいております、とてもありがたかったのが、うちはやっぱり二次交通ができてなかったということで、西鉄さんの高速バスを降りた後、西鉄のつながるバス停というところからのお客様の流動について、このシェアサイクル

の事業で、筑後市さんと柳川市さんと一緒にできたということが成果となっています。今度、つながるバス停をDMOの方で運営することになっておりますし、来月の4月にダニエルイノウエミュージアムというのもオープンが迫っております、そこにも自転車で行けるというような取り組みとなり感謝したいなと思って今日は発言しました。

もう1点は、3月22日には、筑後市長、八女市長、柳川市長手を取り合って、シェアサイクルができましたというプロモーションと記者会見をやります。補助事業を活用して地域で取り組む、広域で取り組むっていうのを新規事業に入れられているところが大きく見えたので続けていただきたいなと思いました。こういう事業展開ができましたという生の声の報告でした。

【委員】

16ページの「令和6年度における主な事業について」の2「観光資源の魅力向上」で、「新たな観光地域づくりの推進」の県内6エリアにコンテンツ造成をされているかと思うのですが、今回の情報発信拠点の整備のところって、オンライン、リアルみたいな、どこを舞台にどんなかたちをイメージしているみたいなどころはあるのでしょうか。例えば博多駅、天神で流すとか、どのようなイメージでしょうか。

【事務局】

今取り組んでおります6つのエリアの、そこに行くとそのエリアのことがわかるというものを想定してまして、中心地に置くわけじゃなく、そのエリアの拠点となるところに置きたいと思っております。

人がいる時はその人とお話ができるエリアのことがわかり、仮に人がいなくても、どこかとおつないで質問できるなど、カスタマイズをできるような形にしたいと思ってます。

【委員】

17ページの「観光業の人材育成」についてお伺い、意見を述べさせていただきたいと思えます。

今、一般的に観光人材の不足っていうことで、大きな課題になっているかと思えます。最初にもご報告いただいたように数値が戻ってきている中で、そのあたりが追いついていないっていうのが現状なのかと思ひまして、今後のこの辺りの取り組みってすごく重要になってくると思ひます。

宿泊業の対応についてここに書かれていますですけど、交通に関しても、多く言われていると思うのですね、タクシーやバスなどについて、そのあたりについては直接の管轄ではないかと思ひますけれども、観光の交通の人手不足の現状、今後の対応についてもどのようにお考えか、お聞かせいただきたいのと、あとは感想、コメントになりますけど、私どもの観光人材育成プログラムも連携させていただいております、こういった私ども、いい人材を観光局、県に送り込んでいきたいというふうに思っておりますので、そのあたりの連携も今後やらせていただきたいなというふうに思っております。

【事務局】

ご質問ありがとうございます。

人材確保、育成は大変重要な事業だというふうに我々も考えていまして、我々観光局といたしまして宿泊事業者を対象にした事業ということで、今回ここに挙げさせていただいているところですが、基本的には、人材の確保、育成っていうのは、県の労働局という部署が取り組む事業でございます。労働局では幅広く人材のマッチングだったりとか、人材の育成だったりを実施して、その中で例えば運送業の方、あと家具事業者さん、そういう分野ごとでセミナーを開催したりというようなことをやっている現状でございます。ですから、本来であれば県としてこういった人材育成確保っていうのは、労働局が中心になってやるのですが、宿泊事業者は、この審議会の中でもご議論いただいたとおり、他の業種と比べてかなり人材が不足しているというようなことがあります。今回観光局でこういった宿泊事業者に特化した形でさせていただいているということで、県全体としての取り組みはいろいろなセミナーを開催したりマッチングやったりということはさせていただいているということでございます。

【会長】

はい、公共交通の人材確保については、民間も頑張っているところですが、最終的にはやっぱり「公共」交通機関ですので、担当部局は違うとは思いますが、部局横断的に連携しながらやっていただければと思います。

日常の移動を中心に考えると観光客とうまくマッチしませんし、日常の移動で最適化を図ると、どうしてもやっぱり、今が便利すぎる、要するに本当に楽に移動できるっていう時代が続いていて、今後は多様なモードが連携してネットワーク化していくので、乗り継ぎのご不便をあえて甘受していただいたり、そういったところも受け入れてもらう必要が出てくるのですよね、だから日常の移動はそれで何とか我慢してもらう、それで負担も最小限に抑えてってところになっていくのですけれども、そのネットワークにじゃあ果たして観光客を乗せたときは、どうだろかっていう別の視点があるので、もしかしたら、そういった観光需要を運ぶための必要人材確保というところは、観光目線で何らかの対策を考えられてもいいのかなっていう気もします。ご参考までに。

【委員】

それに関連してなんですけど、今いくつかの地域で私、検討しているのが、カーシェアです。カーシェアは、観光だと土日は使われるけれど平日使われなくて、採算が合わないってパターンが必ず出てきます。そこで平日は、市役所の車を一部カーシェアに置き換えてもらって、平日は市役所の予約が全部入っていますが土日は市役所休みなので、それを観光客で使ってくださいという、バスで市役所まで来てくれればカーシェアを使えますっていうパターンで、それを今、地銀さんにも広げようとしています。地銀さんも土日休みで、良い場所に駐車場を持っているので、それを一部切り換えていただくと。実は管理もカーシェアは簡単なんです。

なので、そういった繁閑の差をうまく、平日と休日を埋めるみたいな、足を確保するみたいな動きが今、いくつかの地域で出てきています。ご参考までに。

【事務局】

公共交通とか二次交通的なカーシェアとかそういったお話いただきました。私どもも、今、観光局だけでなく、交通政策課とも一緒になって、それからまた福岡県、それから九州全体で、それこそ交通事業者の方とも一緒に連携をしながら、M a a S事業ということで今まさに走り出したところでございます。

M a a S事業というのは、利用者の方々の利便性もそうですけれども、やはり人材不足の解消の一つのポイントにもなりますし、M a a Sの中には、地域の今ある既存の公共交通だけではなく、二次交通的な新たなサービスというのも当然付加されていかないと、しっかりつながっていかないので、交通部門と我々も一緒になって課題解決に向けて両面から、需要の喚起等を図りたい。地域産業の振興、公共交通の維持というような観点で今取組みをスタートし始めたところでございますので、そういった取組みは、また皆様方のご意見をいただければと思いますのでよろしくお願い致します。ありがとうございます。

【委員】

4ページ、デジタルマーケティング強化の目標値部分でご意見がございます。今、フォロワー数の目標数や、記事の閲覧数を書いていると思います。目標値が相対的に数字として少ないかなというふうに思っていて、例えば国内であっても、20万人を目指していくとありますが、このSNSで発信したときに、20万人の人にしか情報発信できないというのは限定的ですし、海外が40万でありますが、全世界で考えたときに、数としては少ないかなとお見受けします。

ただSNSフォロワー数増やすというのは、県の施策としてコアにやっていくのはお金をかければ伸びるってものでもないもので、なかなか正直難しい部分でもありますし、まずファンの醸成といったところで仕方がないのかなという部分もあると思います。それであれば、せっかく作っていただいているような記事の閲覧数のところ、目標値の国内向け400万と、海外向け800万、現状値ではすでに海外にて2700万となっているようですし、ご変更いただいてもいいかもしれません。2000万再生されて、数パーセントとか0.何パーセントの人が来訪してくれるというような感覚だと思うので、例えば鹿児島県とか、その他の島とかでも、Y o u T u b eの動画って広告再生も含めて当時1000万再生、今とか2000万再生されている動画とかもすごくたくさんあって、そういったかたちでファンを増やしている自治体さんってすごく多いので、福岡県さんのレベルであれば、もう少し高い目標値を置いていただいて、その度に新しい施策を立てる必要になってくるとは思うのですけれど、より多くの人の記事を見てもらって、そこで数パーセントの人がSNSフォロワーになってくれますし0.何パーセントとか数パーセントの人が来訪につながっていくのかなと思いますので、県全体の取り組みとしたら、この記事の閲覧数などの目標値は全然増やしてもいいのかなというふうには思っておりました。

【事務局】

ご意見ありがとうございます。

この2倍というのが、当初値のR2年度の2倍ということで、現在の令和8年度までの総合計画にそう記載されているというものになります。

ポテンシャルがあるので福岡県であればもっと高い数字をとということで今ありがたいお言葉いただきましたので、私ども今後、目標値を立てるときの参考にさせていただきたいと思ひますし、高い数値が出るようにいろいろな施策を考えてまいりたいと思ひます。ありがとうございます。

【会長】

もう目標値を超えているのですが、それでも目標値は修正しないのですか。

【事務局】

上方修正の点につきましては、関係部局と調整します。

【委員】

4 ページの部分、旅行消費単価の目標をクリアして非常に素晴らしいと思うのですが、外国人の旅行消費単価に関しては、最近円安というところがあります。コロナ前と比べると、円で見ると高くなっているけど、実は現地通貨で見ると安くなってしまっている可能性もあります。継続して見ていくにあたっては、現地通貨でも追って行って、本当にちゃんと旅行消費単価が上がっているのかを見ていく必要があると思ひます。

【事務局】

貴重なご意見ありがとうございます。

私ども消費額については、基本的には国の統計をベースに、いろいろ評価させていただいておまして、その部分はどうしても円が出てくるというようなことなので、私ども今円を出しているのですけれども、先ほどご説明しましたとおり、クレジットカードの情報を使ったいわゆる消費のデータ収集というのも令和6年度から実施をしたいと考えておまして、我々円でしか想定をしてなかったのですけれども、その現地通貨の情報まで得るときにこの予算の範囲内でできるかどうか、定かではないので、受託事業者が決まった際には、相談をさせていただき可能な限りそういった視点も、現地通貨の情報ももらえるだろうかと相談をさせていただきたいと思ひます。

【委員】

為替データは過去にさかのぼって確認することができます。そんなにコストはかからないかなと思ひますので、ポイントポイントで確認しておくとういと思ひます。

【事務局】

それは年間の為替レートで単純に割るという感じでいいのでしょうか。レートも結構乱高下する国もあるでしょうし、1ドル、1限何円とかで、ある程度フィックスされているところもありますがそこは年間のいわゆる為替レートの平均レートとかで単純に割って、このぐらいだろうというふうな掴みを持てればいいということでしょうか。

【委員】

調査期間の平均を使うのがよいと思ひます。例えば、4～6月期のデータを対象にし

ているのであれば、4～6月期のデータの平均を使うということになります。

【事務局】

わかりました。ありがとうございます。

【会長】

この消費単価は、月ごとに出ているんですか。

【事務局】

国の統計は、四半期ごとに出ています。

【会長】

はい、ありがとうございます。その他ございませんでしょうか。

それでは欠席されている委員からしている質問がありましたらお願いします。

【事務局】

本日欠席されている委員の方からのご質問は、お預かりしておりません。

【会長】

はい。ありがとうございます。

それでは、本日の議題はこれですべて終了しました。以上を持ちまして審議会を終了いたします、議事進行にご協力いただき、誠にありがとうございました。

皆様から本日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。

【事務局】

本日も、たくさんのご意見をいただきありがとうございました。

今年度は、観光指針の策定年度ということもあり、ご多忙な中、計4回の審議会にご対応いただき、誠にありがとうございます。

委員の皆様にはそれぞれの御専門の立場から様々なご意見をいただきまして事務局としても大変勉強になりました。来年度から新しい観光振興指針に基づきまして、国内外からより多くの方々に福岡に訪れていただく、そしてまた、リピーターになっていただけますよう、今後とも市町村の皆さん、観光関連事業者の皆さん、そして地域の皆さんと一緒に魅力ある福岡県づくりを進めて参ります。新しい指針の進捗状況や、数値目標につきましましては、適宜今後の審議会でご報告させていただきますの、皆様には引き続きアドバイス等よろしくお願ひしたいと思ひます。

本日はどうもありがとうございました。