

【目的】

- 観光を重要な産業として位置づけ、地域の観光資源の魅力向上と心温まるおもてなしにより観光客の満足度を高め、県内各地域に観光客を呼び込み、消費と雇用を生み出す。
- 市町村、企業、民間団体、県民の皆さんと協力し、県を挙げた観光振興の取組みを強力に進める。

<背景>

(1) 観光の経済規模と重要性

- ・観光産業は世界のGDPの10%、輸出額の7%
- ・外国人観光消費額は化学製品の輸出額に次ぐ規模
- ・外国人8人分、国内宿泊2.5人分の観光消費額は、定住人口1人当たり年間消費額に匹敵

(2) 幅広い業種への高い波及効果

- (3) ラグビーワールドカップ2019TM、東京2020オリンピック・パラリンピック等は誘客の好機

現状と課題

(1) 本県の観光を取り巻く社会情勢

- ① 伸び悩む国内観光市場（少子高齢化、人口減少）
（日本の人口2015年→2065年：69%に減少）
- ② 拡大する訪日外国人観光市場
（全国の入国外国人2010年→2016年：2.7倍に増加）
- ③ 多様化する観光需要（日本の伝統文化、日本食が人気）
- ④ 観光に関わる新ビジネスの出現
（ITを活用した情報・サービス）

(2) 本県観光の課題

- ① 観光客の県内各地への訪問・周遊の促進
- ② 国・地域の偏り（多い東アジア、少ない欧米豪）解消
- ③ ホテル宿泊需要の増加と低い旅館稼働率
- ④ ソフト、ハード両面における受入環境の整備
- ⑤ 観光客の移動手段、情報入手方法等の変化への対応
- ⑥ 観光振興を担う人材の育成

(3) 福岡県観光の強み

- ① 恵まれた交通アクセス
- ② 高い人気のショッピング、グルメと歴史
- ③ 世界遺産登録、大規模国際大会等観光振興の追い風
- ④ ものづくり産業やICT等先端産業の集積
- ⑤ 強い九州の一体感と九州観光推進機構の活動

【数値目標】

| | 2016 (H28) 年実績 | 2019 (H31) 年目標 |
|--------------------|--------------------|--------------------|
| 外国人入国者数 | 260万人 | 414万人 |
| 県内延べ宿泊数 (うち外国人) | 1,612万人泊 267万人泊 | 1,984万人泊 588万人泊 |
| 観光消費額 | 9,620億円 | 12,407億円 |
| 旅行者満足度(良い+大変良い) | 75.8% | 85.0% |
| 再訪意向(是非また来たい) | 53.6% | 60.0% |

“ご来福”推進宣言

- 県は、指針の目標達成に向け、県民の皆様と一致協力して取り組むことを誓い、次のとおり宣言します。
- 1 歴史を活かして、来福客の「記憶」にとどめます！
 - 2 食を活かして、来福客の「胃袋」をつかみます！
 - 3 価値ある旅で、来福客の「心」をつかみます！
 - 4 「地消地産」で、来福客と「幸せ」を分かちます！
 - 5 心を込めたおもてなしで、またの「ご来福」をお待ちします！

基本的考え方

- 1 観光資源の魅力向上
体験・交流型観光資源の開発とブランド力の強化

- 2 受入環境の充実
全ての観光客が安全に安心して県内観光を楽しめる環境の整備

- 3 効果的な情報発信
旅行ニーズやデータ分析に基づくプロモーション活動の展開

- 4 観光振興の体制強化
観光人材の育成と観光推進体制の整備

施策の方向性

- (ア) 歴史を活かした観光資源の発掘、磨き上げ
・世界遺産等歴史の魅力を活かしたストーリー性のある旅の提案
- (イ) 食の魅力を活かした観光の推進
・魅力ある県産の「食」を体験できる観光商品の提案（観光農園、酒蔵等）
- (ウ) 文化・スポーツの集積を活かした観光の推進
・歌舞伎や大相撲等のイベントを活かした観光商品の提案
・伝統文化や伝統工芸を体験できる観光商品の提案
- (エ) 産業観光の推進
・自動車、ロボット、陶器、食品等の産業集積を活かした産業観光の提案
- (オ) 体験、交流、滞在型観光の推進
・サイクリング、トレッキング等を組み込んだ旅の提案

- (ア) 観光案内の充実
・観光案内所の充実、特区ガイド・ボランティア等の育成
- (イ) 多言語対応等の充実
・飲食店、宿泊施設、交通機関等での多言語表示、Wi-Fi環境、多言語コールセンター等の整備促進
- (ウ) 移動しやすい交通基盤の整備
・多様な移動手段の充実、空港機能の強化、航空路線の誘致、道路整備の促進
- (エ) 観光客の安全・安心対策
・警察等と連携した緊急時対応や防犯、防災、事故防止等の情報提供
・医療における受入対応の充実

- (ア) 国や地域毎の旅行者のニーズをとらえたプロモーション活動
・旅行会社向け説明会、修学旅行説明会、テレビ、雑誌等のメディア、OTA、検索エンジン、Webサイト、SNS等を活用した効果的な情報発信
- (イ) 海外進出企業、飲食業等との連携によるPRの強化
・海外に進出している県内企業や航空会社等との連携による情報発信、県内外での食と観光の一体的PR
- (ウ) ゴールデンルートからの誘客拡大
・ラグビーワールドカップ2019、東京2020オリンピック・パラリンピック等に向け、ゴールデンルートからの誘客拡大に向けた取組み
- (エ) 広域連携による誘客の推進
・九州観光推進機構、九州各県、中四国各県との連携による新たな広域ルートの開発及び情報発信

- (ア) 統計情報の収集・分析によるマーケティング
・IT技術を活用した情報収集・効果的な分析、市町村や観光協会との情報共有
- (イ) 専門的な人材の育成
・県観光連盟のDMO機能強化、市町村観光協会等の体制強化
・観光地経営の視点に立った人材の育成（企業、大学との連携）
- (ウ) 新たな観光ビジネスの創出
・観光事業者と異業種（ICT企業等）とのマッチング支援

成果指標

| 基準年 2016年 | ⇒ | 目標年 2019年 |
|--|---|--------------|
| ◎観光客の体験に対する満足度 (大人が楽しめるスポット・施設・体験) 25位 ⇒ 15位 | | |

| 基準年 2016年 | ⇒ | 目標年 2019年 |
|-----------------------------------|---|--------------|
| ◎通信状況(Wi-Fi含む)の満足度 47% ⇒ 60% | | |
| ◎県内インバウンド協力店舗数 225店舗 ⇒ 1,000店舗 | | |

| 基準年 2016年 | ⇒ | 目標年 2019年 |
|--|---|--------------|
| ◎「クロスロード 福岡」SNSフォロワー数 5,690人 ⇒ 15,000人 | | |
| ◎「クロスロード 福岡」アクセス数 246万セッション ⇒ 300万セッション | | |

| 基準年 2016年 | ⇒ | 目標年 2019年 |
|---------------------------|---|--------------|
| ◎日本版DMO候補法人数 2団体 ⇒ 8団体 | | |