

インバウンドの現状および誘客の取組について

1. 本県におけるインバウンドの現状

- ・本県では、外国人延べ宿泊者数を令和8年までにコロナ前の令和元年を上回る532万人泊とすることを目標に掲げている。
- ・外国人延べ宿泊者数は、コロナ禍で大きく減少したが、直近の7月のデータでは令和元年同月比を上回り、全国よりも回復が早い。
- ・一方、外国人延べ宿泊者数の約8割は東アジアであり、欧米豪からの訪問が少ない。
- ・また、京都、大阪、広島といった西日本の主要府県に比べ、欧米豪での「福岡」や「九州」の認知度が低い。
- ・県内における外国人観光客の訪問先が福岡・北九州の両都市圏に集中している。

表1 <本県における外国人延べ宿泊者数の推移>

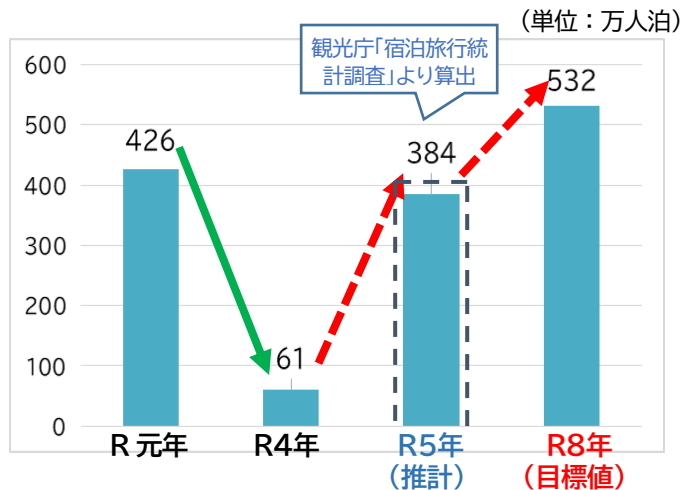


表2 <外国人延べ宿泊者数> (R5年7月)

時点	全国	福岡県
R1年7月	10,801,410	382,280
R5年7月	10,814,130	416,050
R5/R1(7月)	100.1%	108.8%

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

表3 <外国人延べ宿泊者数(国・地域別内訳)> (R5年7月)

(単位：人泊)

国・地域	外国人延べ宿泊者数(R5年7月時点)				
	全国	R1年7月比	福岡県	R1年7月比	
東アジア	韓国	1,210,980	122.0%	175,330	139.1%
	台湾	1,319,860	100.8%	53,920	76.3%
	香港	657,850	97.6%	49,850	108.4%
	中国	1,392,740	42.1%	28,470	53.1%
欧米豪	米国	1,021,570	156.6%	10,120	167.0%
	豪州	221,250	128.5%	5,280	298.3%
	英国	154,160	128.7%	4,120	267.5%
	フランス	152,360	112.5%	4,400	586.7%
東南アジア	タイ	161,750	84.5%	8,590	129.6%
	シンガポール	155,800	136.6%	2,360	140.5%
	フィリピン	120,590	167.0%	1,800	44.6%
	マレーシア	63,000	98.1%	730	25.8%
	インドネシア	107,290	116.6%	590	47.2%
	ベトナム	68,170	93.6%	500	50.0%
その他	1,839,170	123.5%	36,870	153.4%	
合計	8,646,540	91.4%	388,300	108.2%	

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」(※従業員10人以上の施設の調査のため、上記右表の延べ宿泊者数の数字と一致しない)

表4 外国人延べ宿泊者数（国・地域別シェア）＞（R5年7月）

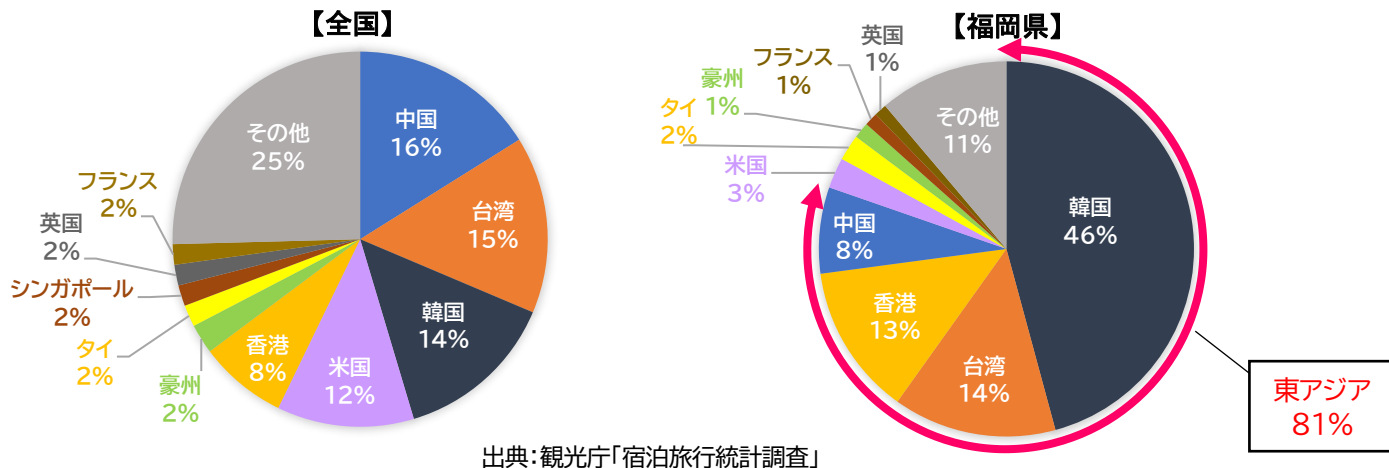


表5 <「福岡」の認知度>（R4年）

認知度	全体		
	アジア	欧米豪	
東京	64%	47%	58%
京都	58%	27%	47%
大阪	63%	28%	51%
広島	38%	29%	35%
福岡	34%	6%	25%
(九州)	38%	6%	27%

出典：日本政策投資銀行・日本交通公社「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2022年度版)」

表6 <外国人観光客の県内各地における分布状況>

	R1年	
	来訪者	宿泊者
福岡都市圏	81.5%	87.7%
北九州都市圏	12.6%	10.0%
その他地域	5.9%	2.3%

出典：「モバイル空間統計」による福岡県観光ビッグデータ調査

2. 本県における取組

(1) 観光資源の開発と魅力向上

①高付加価値な観光コンテンツの開発（R5 新規）

- ・「高付加価値」な体験を求める傾向が強い欧米豪からの観光客を呼び込むため、訪問先の歴史や文化の成り立ち、それらを守り続けてきた人々の取組みを学ぶことができる高付加価値な旅行商品を開発

（例「学問・芸術の神」を祀る太宰府天満宮の現代アートを禰宜が案内するツアー）

②サイクルツーリズムの推進

- ・美しい海岸線や田園風景など地域の特色が感じられる10の広域サイクリングルートを設定し、路面標示・案内板の整備やサイクルスポットの整備等を実施
- ・国際サイクルロードレース「ツール・ド・九州2023」にあわせ、九州各県と連携し、サイクリング周遊型旅行商品「ディスカバー九州」を造成、販売

③新たな観光地域づくり

- ・県内6地域の広域観光エリアにおいて、地域の特色を生かした観光テーマを設定し、「食べる」「遊ぶ」「泊まる」を一体的に楽しめる地域づくりを推進



太宰府天満宮の現代アートツアー



サイクリング周遊型旅行商品「ディスカバー九州」

(2) 海外向けプロモーション

① 現地でのプロモーション

- ・ 福岡の観光の魅力を発信する観光セミナーを開催
(ハワイ (4月)、オーストラリア (8月))
- ・ 海外旅行博へ出展し、来場者に本県の魅力ある観光地を紹介
(韓国・香港・台湾・中国・タイ・シンガポールなど)
- ・ 現地で開催される商談会への参加や県主催商談会を開催
(豪州・英国・仏国・韓国・台湾・中国・タイ・シンガポール・ベトナムなど)



オーストラリアでの観光セミナー



海外旅行博への出展

② 旅行会社の招請

- ・ (一社) 九州観光機構や各県と連携し、海外の旅行会社を招請して、モデルコースや観光スポットを巡るモニターツアーを実施 (米国・中国・シンガポールなど)
- ・ 台湾の訪日教育旅行を誘致するため、台湾の学校関係者を対象としたモニターツアーを実施

③ SNS等を活用したプロモーション

○ 観光情報サイト「VISIT FUKUOKA」(英語、韓国語、中国語(簡)、中国語(繁))

- ・ 外国人ライターによる記事を掲載し、訪日関心層をサイトへ誘導するための広告を配信
- ・ ビッグデータを活用し、サイト訪問後の行動分析(宿泊・フライト予約数等)を実施

○ 観光情報 SNS (英語、中国語(簡)、中国語(繁))

- ・ 各国で利用の多い SNS を活用し、市場の嗜好に合わせた情報を発信

○ 影響力のある海外インフルエンサーの活用

- ・ 現地で高い影響力を持つインフルエンサーを招へいし、現地の媒体で本県の観光情報を発信(タイ)

○ 福岡・大分 DC を活用したインバウンドプロモーション (R5 新規)

- ・ 福岡・大分の写真を Instagram に投稿すると周遊パス等が当たるキャンペーンを実施



インフルエンサーの招へい事例
(タイのアイドルグループ BNK48 を起用した
観光 PR 動画の配信)



観光情報サイト「VISIT FUKUOKA」

(3) 受入環境整備

○ふくおかよかところコールセンターの運営

- ・宿泊施設及び観光関連施設等における外国人旅行者との接客時のコミュニケーションをサポートするため、平成 29 年 6 月「ふくおかよかところコールセンター」を設置し、多言語対応による電話通訳サービスを提供
- ・外国人旅行者に安心して観光周遊していただくため、平成 30 年 4 月より、「九州・山口多言語コールセンター」を新設し、一体的に運用（24 時間 365 日 21 言語対応）

○新幹線を活用した荷物輸送の実証実験の実施（10 月末～3 月）（R5 新規）

- ・関西圏を訪問した外国人旅行者の誘客を促進するため、新幹線を活用し、大阪市内のホテルから福岡市内のホテルに荷物を当日配送する実証実験を実施

○飲食店や宿泊施設等における食の多様性への対応の支援（R5 新規）

（セミナー：全 4 回、メニュー開発支援：20 事業者程度）

- ・ハラール・ヴィーガン等の多様な食文化に対応できる飲食店・宿泊施設等の充実を図るため、食の多様性に関するセミナーを実施するとともに、福岡ならではのメニュー開発を支援

○ユニバーサルツーリズムの推進（R5 新規）

（セミナー：6 月開催、アドバイザー派遣：20 事業者程度）

- ・年齢や性別、国籍、障がいの有無に関わらず、誰もが安心して旅行を楽しめる観光地づくりを目指すため、事業者等に対するセミナーやアドバイザー派遣を実施

○インバウンド協力店の登録

- ・多言語対応や写真付メニューなど、外国人旅行者の受入れに積極的な宿泊施設、飲食店などを「インバウンド協力店」として募集・登録し、協力店の情報を特設ホームページで発信

3. ご議論いただきたいこと

- ・欧米豪から誘客を図るための効果的な取組について
- ・福岡市などの都市部に集中しているインバウンドに県内各地を周遊してもらうために必要な取組について