

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 7 月 19 日

## 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ <input type="checkbox"/> 地域連携DMO・ <input type="checkbox"/> 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(公社) 福岡県観光連盟	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 福岡県	
所在地	福岡県福岡市	
設立時期	昭和 21 年 8 月 17 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	17 人【常勤 17 人 (役員 2 人・正職員 2 人・出向 5 人・嘱託職員 8 人)、非常勤 0 人】	
代表者 (トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 林田 浩一 (出身組織名) 西日本鉄道 (株)	福岡県観光連盟会長、福岡県観光審議会会長、西日本鉄道 (株) 社長 西鉄ストア副社長、西鉄取締役などを経て、2021 年 4 月から西日本鉄道 (株) の社長に就任。各種関係団体等の繋がりを生かし、福岡県の観光振興に貢献している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者 (CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 山崎 円「専従」 (出身組織名) (株) JTB	(株) JTB からの派遣。観光業界の事情、商品造成、地域開発、観光地域マーケティング等に精通している。
財務責任者 (CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 佃 利之「専従」 (出身組織名) 福岡県	福岡県観光連盟常務理事兼事務局長 福岡県庁にて、事業管理、監査業務などに従事。

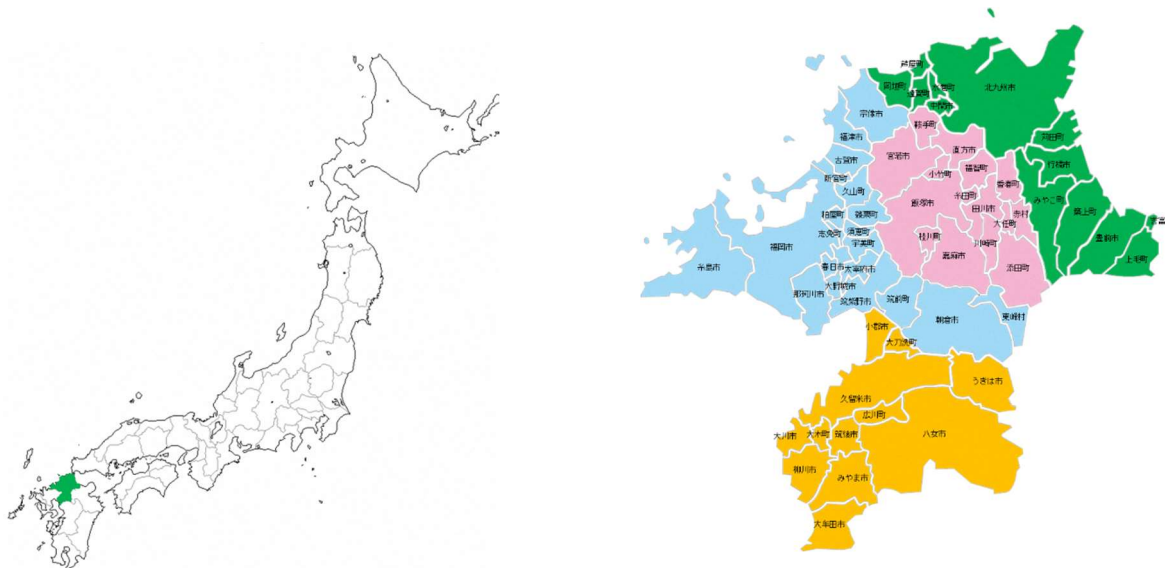
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡県商工部観光局（観光戦略、観光地域づくり、観光振興の体制強化、受入環境整備、プロモーション）</li> <li>・各市町村観光担当課（観光振興全般）</li> </ul>				
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光事業者関係団体（地域内の連絡調整、観光素材の開発、プロモーション等）</li> <li>観光連盟会員団体、県内市町観光協会、福岡県観光温泉地協会、旅館ホテル生活衛生同業組合、福岡県物産振興会</li> <li>【広域地域連携 DMO】（一社）九州観光機構</li> <li>【地域連携 DMO】（一社）田川広域観光協会、（一社）海峽都市関門 DMO</li> <li>【地域 DMO】（一財）FM 八女、（一社）うきは観光みらいづくり公社、（一社）糸島市観光協会、（一社）新宮町おもてなし協会、（協組）北九州イベントスタッフ協会、（一社）柳川市観光協会、（一社）宗像観光協会、（一社）ひかりのみち DMO 福津、（一社）嘉麻市観光まちづくり協会</li> <li>【候補 DMO】（一社）篠栗町観光協会</li> <li>・日本政府観光局 JNTO（プロモーション）</li> <li>・その他県内の宿泊事業者、交通事業者、旅行事業者、神社、文化施設等等</li> </ul>				
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】① （概要）</p> <p>県の観光振興に係る施策・方向性は、「福岡県観光審議会」において議論のうえ策定されており、本審議会の会長は当連盟の会長が務めるなど、当連盟は県の観光振興施策の立案等で中心的な役割を果たしている。そのうえで、策定された観光振興施策や方向性等に基づき、連盟の方針、事業計画等を検討し、連盟会員や外部組織に対して、その内容を諮っている。</p> <p>当連盟は、行政、宿泊施設、交通事業者、旅行会社、神社、文化施設など、地域の多様な関係団体が会員であり、企画委員会、理事会、総会等において、連盟の法人としての意思決定に参画している。</p> <p>また、エリアが重複する観光協会及び DMO とは、「福岡県観光連盟・観光協会・DMO 等連絡協議会」を通じて、事前に協議を行っている。</p> <p>その他、県が実施している「市町村観光担当課長及び市町村観光協会事務局長会議」において、連盟の取り組みについて共有している。</p>				
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>（都道府県の地域連携 DMO の場合は、記載対象外のため省略する。）</p>				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】令和 4 年度の主な活動内容</p> <table border="1" data-bbox="432 1585 1409 1995"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1585 619 1630">事業</th> <th data-bbox="619 1585 1409 1630">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1630 619 1995"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 1630 1409 1995"> <p>1 情報発信・情報提供</p> <p>（1）福岡県観光情報サイト「クロスロードふくおか」による情報提供及びサイトリニューアルによる機能強化</p> <p>（2）グローバルサイト「VISIT FUKUOKA」（英語・韓国語・中国語〔繁体字・簡体字〕による情報提供</p> <p>（3）SNS を活用した情報発信</p> <p>国やエリアごとに発信する媒体や内容を検討する等、SNS を戦略的に活用し情報発信を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内（FB、ツイッター、インスタグラム）</li> <li>・海外（FB〔英語、繁体字〕、WeChat・Weibo〔簡体字〕）</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>1 情報発信・情報提供</p> <p>（1）福岡県観光情報サイト「クロスロードふくおか」による情報提供及びサイトリニューアルによる機能強化</p> <p>（2）グローバルサイト「VISIT FUKUOKA」（英語・韓国語・中国語〔繁体字・簡体字〕による情報提供</p> <p>（3）SNS を活用した情報発信</p> <p>国やエリアごとに発信する媒体や内容を検討する等、SNS を戦略的に活用し情報発信を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内（FB、ツイッター、インスタグラム）</li> <li>・海外（FB〔英語、繁体字〕、WeChat・Weibo〔簡体字〕）</li> </ul>
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>1 情報発信・情報提供</p> <p>（1）福岡県観光情報サイト「クロスロードふくおか」による情報提供及びサイトリニューアルによる機能強化</p> <p>（2）グローバルサイト「VISIT FUKUOKA」（英語・韓国語・中国語〔繁体字・簡体字〕による情報提供</p> <p>（3）SNS を活用した情報発信</p> <p>国やエリアごとに発信する媒体や内容を検討する等、SNS を戦略的に活用し情報発信を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内（FB、ツイッター、インスタグラム）</li> <li>・海外（FB〔英語、繁体字〕、WeChat・Weibo〔簡体字〕）</li> </ul>				

		<p>(4) テーマに特化したサイトや SNS を活用した情報発信・情報提供  サイクルツーリズム (FB、インスタグラム)、トレイルツーリズム (特設サイト)  (5) WEB 観光案内所運営 (英語版 Facebook、インスタグラム)  (6) 観光情報誌の発行  (7) マスメディア等への情報提供</p> <p>2 国内誘客事業  (1) 九州 7 県観光素材説明会・相談会  (2) 九州 7 県修学旅行説明会・相談会  (3) 修学旅行の需要回復に向けたキャンペーン  (4) ツーリズム EXPO ジャパンへの出展、プロモーション  (5) 観光物産展等での観光キャンペーン  (6) 広域観光エリアプロモーション事業  新たな観光地域づくり事業で設定した 6 地域の体験プログラムの販売、SNS 等を活用した情報発信、旅行事業者を対象とした招請事業</p> <p>3 海外誘客事業  (1) 旅行事業者・メディア等の招請事業  (2) 旅行博、商談会等への出展  (3) 現地旅行会社向けセミナーの実施  (4) 豪州マーケティング会社連携事業  現地旅行専門マーケティング会社と連携した BtoB、BtoC に向けたプロモーションを実施  (5) インバウンド県内周遊促進事業  インバウンド向け旅行商品造成事業者に支援を実施</p>
	受入環境の整備	<p>4 観光基盤整備事業  (1) 人材育成  ①観光コンシェルジュ育成事業  観光案内所等の従事者を対象に、スキルアップセミナー、先進地視察研修を実施  ②観光ボランティアガイドリーダー育成事業  ③観光従事者研修会</p> <p>(2) 地域団体への支援  ①県内 4 地区観光協議会、観光温泉地協会等への助成  ②地域の魅力を磨く観光地域づくりモデル事業  魅力ある観光資源の創出に取り組む地域に対し、県と共同で、現地での助言等による観光資源の磨き上げを支援</p>
	観光資源の磨き上げ	<p>5 観光地域づくり支援事業  (1) 新たな観光地域づくり推進事業 (筑前玄海エリア)  テーマ毎に設定された「広域観光エリア※」のうち、「筑前玄海エリア」において、県内で最大の水揚げ量を誇る「イカ」にスポットをあて、イカグルメの開発、フェアの開催</p>

	<p>等、新たな観光素材の開発・モデルルートづくり実施。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>※「広域観光エリア」について 複数市町村にまたがる県内6地域のエリア毎にテーマを設定し、体験プログラムの磨きあげ、旅行商品造成等を県と協働して実施している。 ＜設定エリアとテーマ＞ 「久留米・うきは・朝倉エリア」（ヘルス&amp;ビューティー）、「八女・筑後エリア」（クラフト）、「筑前玄海エリア」（イカ）、「飯塚・嘉麻エリア」（ココロと体の健康）、「京築エリア」（鬼すごい）、「日田英彦山線沿線エリア」（日田英彦山線沿線地域の振興）</p> </div> <p>(2) サイクルツーリズム、トレイルツーリズム推進事業 (3) 九州オルレ支援</p>																									
<p>実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</p>	<p><b>【定量的な評価】</b></p> <table border="1" data-bbox="432 853 1428 1173"> <thead> <tr> <th></th> <th>R1 (2019年)</th> <th>R2 (2020年)</th> <th>R3 (2021年)</th> <th>R4 (2022年)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>外国人入国者数</td> <td>285万人</td> <td>33万人</td> <td>0.6万人</td> <td>40万人</td> </tr> <tr> <td>県内延べ宿泊者数</td> <td>2,042万人泊</td> <td>1,059万人泊</td> <td>962万人泊</td> <td>1,399万人泊</td> </tr> <tr> <td>県内延べ宿泊者数（外国人）</td> <td>426万人泊</td> <td>61万人泊</td> <td>10万人泊</td> <td>61万人泊</td> </tr> <tr> <td>HP アクセス件数</td> <td>191万セッション</td> <td>146万セッション</td> <td>163万セッション</td> <td>260万セッション</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>【実施体制の概要】</b> 当連盟が主体となり、地域の多様な関係団体が参画する企画委員会や、理事会、総会を通じて合意形成を図っている。また、エリアが重複する観光協会及びDMOとは、「福岡県観光連盟・観光協会・DMO等連絡協議会」を通じて、事前に協議を行っている。 その他、県が実施している「市町村観光担当課長及び市町村観光協会事務局長会議」においても、連盟の取り組みについて共有している。</p> <p><b>【実施体制図】</b> 別紙のとおり。</p>		R1 (2019年)	R2 (2020年)	R3 (2021年)	R4 (2022年)	外国人入国者数	285万人	33万人	0.6万人	40万人	県内延べ宿泊者数	2,042万人泊	1,059万人泊	962万人泊	1,399万人泊	県内延べ宿泊者数（外国人）	426万人泊	61万人泊	10万人泊	61万人泊	HP アクセス件数	191万セッション	146万セッション	163万セッション	260万セッション
	R1 (2019年)	R2 (2020年)	R3 (2021年)	R4 (2022年)																						
外国人入国者数	285万人	33万人	0.6万人	40万人																						
県内延べ宿泊者数	2,042万人泊	1,059万人泊	962万人泊	1,399万人泊																						
県内延べ宿泊者数（外国人）	426万人泊	61万人泊	10万人泊	61万人泊																						
HP アクセス件数	191万セッション	146万セッション	163万セッション	260万セッション																						

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

福岡県全域

これまで、県・市町、観光関連団体、観光事業者等で一体となって国内外からの誘客促進に取り組んできており、福岡県全体を対象区域として設定した。

【観光客の実態等】

10月の全国旅行支援の実施及び水際対策の緩和等により、2022年の県内延べ宿泊者数は1,399万人泊で前年比145.4%（2019年比68.5%）、うちインバウンドは61万人泊で前年比610%（2019年比14.3%）と回復傾向が見られた。

コロナ禍前は温泉や食、自然、歴史など、本県の多様な観光資源の魅力を高めるとともに、各種観光キャンペーンやSNSによる発信、九州観光機構と連携した観光PRなどにより着実に増加しており、2019年の旅行消費額は9,934億円で対前年比7.4%増となり、国内旅行者の宿泊者数の増により増加している。

また、コロナ禍前の2016年-2019年の来訪者満足度の平均は71.9%だったが、2021年は81.5%と9.6ポイント増となっている。（2022年は87.5%※注）リピーター率は72.6%で、前年から5.5ポイント増となっている。（2022年は63.8%※注）

※注 「福岡県観光入込客調査」に代えて、2022年から「観光客の周遊等の状況に関する調査」によりデータ収集をしているため、参考値

	H28 (2016年)	H29 (2017年)	H30 (2018年)	R1 (2019年)	R2 (2020年)	R3 (2021年)	R4 (2022年)
延べ宿泊者数	1,648万人泊	1,700万人泊	1,673万人泊	2,042万人泊	1,059万人泊	962万人泊	1,399万人泊
延べ宿泊者数(外国人)	267万人泊	311万人泊	337万人泊	426万人泊	62万人泊	10万人泊	61万人泊
旅行消費額	8,626億円	9,523億円	9,253億円	9,934億円	3,239億円※ <sup>1</sup>	2,692億円※ <sup>2</sup>	5,519億円※ <sup>3</sup>
来訪者満足度	71.3%	71.5%	71.0%	73.8%	80.4%	81.5%	87.5%※ <sup>4</sup>
リピーター率	57.4%	41.5%	53.9%	59.5%	67.1%	72.6%	63.8%※ <sup>4</sup>

※1 新型コロナウイルスの影響により、2020年4-12月期の観光庁「訪日外国人消費動向調査」は中止。そのため、観光庁では、2020年1-3月期の1人当たり旅行支出を用いて年間値を試算。観光庁試算値を参考に、福岡県についても試算値を算定。

※2 新型コロナウイルスの影響により、2021年1-9月期の観光庁「訪日外国人消費動向調査」は中止。2021年10-12月期の調査から再開されたものの、福岡県における1人当たり旅行支出額は公表されておらず、試算値を算出できないため国内旅行者の旅行消費額のみ記載。

※3 新型コロナウイルスの影響により、2022年1-9月期の観光庁「訪日外国人消費動向調査」は特定空港のみで調査。2022年10-12月期の調査から再開されたものの、福岡県における1人当たり旅行支出額は公表されておらず、試算値を算出できないため国内旅行者の旅行消費額のみ記載。

※4 「福岡県観光入込客調査」に代えて、2022年から「観光客の周遊等の状況に関する調査」によりデータ収集。

観光客の戻りに向けて、サイクリングやトレイルなどの体験・交流・滞在型の観光資源の開発や県内各地での観光地域づくりの推進による本県観光の魅力向上、外国人観光客の受入環境整備等への取組を通じて、より一層の満足度、リピーター率の向上を図る必要がある。

**【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】**

※観光資源の活用方法についても記入すること。

地域	商業施設等	自然環境・レジャー	歴史・文化	食・特産品
北九州	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リバーウォーク北九州</li> <li>・巨過市場</li> <li>・ぶどうの樹</li> <li>・道の駅「豊前おこしかけ」</li> <li>・うみてらす豊前</li> <li>・ジ アウトレット北九州</li> <li>・スペースLABO</li> <li>・北九州グローバルゲートウェイ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平尾台</li> <li>・血倉山</li> <li>・関門海峡・門司港レトロ地区</li> <li>・いのちのたび博物館</li> <li>・九州鉄道記念館</li> <li>・河内藤園</li> <li>・遠賀川</li> <li>・はまゆう群生地</li> <li>・千畳敷</li> <li>・波津海水浴場</li> <li>・芦屋海浜公園</li> <li>・求菩提山</li> <li>・森林セラピー基地（求菩提山）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小倉城・小倉城庭園</li> <li>・官営八幡製鐵所関連施設</li> <li>・小倉祇園太鼓</li> <li>・黒崎祇園山笠</li> <li>・戸畑祇園大山笠</li> <li>・北九州市漫画ミュージアム</li> <li>・西日本工業倶楽部</li> <li>・芦屋釜の里</li> <li>・遠賀川水源地ポンプ室</li> <li>・旧蔵内邸</li> <li>・豊前修験道</li> <li>・京築神楽</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・豊前海一粒かき</li> <li>・関門海峡たこ</li> <li>・あしやんいか</li> <li>・豊前ガニ</li> <li>・合馬たけのこ</li> <li>・門司港焼カレー</li> <li>・焼うどん</li> <li>・戸畑ちゃんぽん</li> <li>・小倉織</li> <li>・水巻でかにんにく</li> <li>・ジビエ料理</li> <li>・とよみつひめ（いちじく）</li> <li>・ネジチョコ</li> </ul>
福岡	<ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡タワー</li> <li>・JR博多シティ</li> <li>・チャンネルシティ博多</li> <li>・マリノアシティ福岡</li> <li>・博多リバレイン</li> <li>・ペイサイドプレイス博多</li> <li>・ららぽーと福岡</li> <li>・キッザニア福岡</li> <li>・博多座</li> <li>・柳橋連合市場</li> <li>・長浜鮮魚市場</li> <li>・道の駅むなかた</li> <li>・あんずの里市</li> <li>・JA糸島伊都菜彩</li> <li>・道の駅 小石原</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・脊振山系</li> <li>・油山</li> <li>・志賀島</li> <li>・能古島</li> <li>・海の中道海浜公園</li> <li>・シーサイドもちもち</li> <li>・大濠公園</li> <li>・PayPayドーム</li> <li>・宝満山</li> <li>・二日市温泉</li> <li>・中ノ島公園</li> <li>・五ヶ山クロス</li> <li>・若杉山</li> <li>・森林セラピー基地篠栗</li> <li>・相島</li> <li>・薬王寺温泉</li> <li>・芥屋の大門</li> <li>・二見ヶ浦</li> <li>・白糸の滝</li> <li>・カキ小屋</li> <li>・原鶴温泉</li> <li>・三連水車</li> <li>・かがみの海</li> <li>・博多温泉</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡城跡</li> <li>・香椎宮</li> <li>・博多どんたく港まつり</li> <li>・博多祇園山笠</li> <li>・福岡県立美術館</li> <li>・大濠公園能楽堂</li> <li>・福岡市美術館、博物館</li> <li>・福岡アジア美術館</li> <li>・櫛田神社</li> <li>・宮崎宮</li> <li>・大野城跡、水城跡</li> <li>・太宰府天満宮、大宰府政庁跡</li> <li>・九州国立博物館</li> <li>・四王寺山</li> <li>・宇美八幡宮</li> <li>・南蔵院（釈迦涅槃像）</li> <li>・篠栗四国霊場「八十八か所」</li> <li>・旧志免鉱業所堅抗槽</li> <li>・沖ノ島、宗像大社</li> <li>・宮地嶽神社</li> <li>・新原・奴山古墳群</li> <li>・津屋崎千軒</li> <li>・雷山千如寺大悲王院</li> <li>・櫻井神社</li> <li>・秋月城下町</li> <li>・大刀洗平和記念館</li> <li>・小石原焼伝統産業会館</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・辛子明太子</li> <li>・博多とんこつラーメン</li> <li>・博多うどん</li> <li>・屋台グルメ</li> <li>・もつ鍋</li> <li>・水炊き</li> <li>・梅ヶ枝餅</li> <li>・博多織</li> <li>・博多人形</li> <li>・博多曲物</li> <li>・木うそ</li> <li>・鐘崎天然とらふく</li> <li>・相島真珠</li> <li>・鯛茶漬</li> <li>・津屋崎人形</li> <li>・マルティグラス</li> <li>・博多もずく</li> <li>・ごまさば</li> <li>・スイゼンジノリ</li> <li>・小石原焼</li> <li>・一本槍（イカ）</li> </ul>
筑後	<ul style="list-style-type: none"> <li>・道の駅たちばな</li> <li>・うなぎの寝床</li> <li>・道の駅うきは</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・船小屋温泉</li> <li>・棚田</li> <li>・恋ぼたる（温泉）</li> <li>・池の山荘・星の温泉館きらら</li> <li>・八女中央大茶園</li> <li>・日向神溪</li> <li>・筑後川</li> <li>・耳納連山</li> <li>・筑後川温泉</li> <li>・有明海</li> <li>・柳川川下り</li> <li>・長田鉱泉</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・八女古墳群</li> <li>・水田天満宮（恋木神社）</li> <li>・黒木の大藤</li> <li>・星の文化館</li> <li>・八女伝統工芸館</li> <li>・八女福島・黒木の町並み</li> <li>・筑後川昇開橋</li> <li>・石橋美術館</li> <li>・吉井の白壁の町並み</li> <li>・今村カトリック教会</li> <li>・如意輪寺（かえる寺）</li> <li>・成田山久留米分院</li> <li>・高良大社</li> <li>・清水寺</li> <li>・御花</li> <li>・三池炭鉱跡、三池</li> <li>・さげもんめぐり</li> <li>・おおむた「大蛇山」まつり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・八女茶</li> <li>・久留米餅</li> <li>・八女福島仏壇</li> <li>・八女提灯</li> <li>・大川家具</li> <li>・大川組子</li> <li>・籃胎漆器</li> <li>・焼き鳥</li> <li>・日本酒（城島・三瀬）</li> <li>・とんこつラーメン</li> <li>・ワラスボ等の有明海特産魚</li> <li>・うなぎのせいろ蒸し</li> <li>・有明のり</li> <li>・えつ</li> <li>・あまおう（いちご）</li> <li>・かき、なし、もも、ぶどう</li> </ul>
筑豊	<ul style="list-style-type: none"> <li>・道の駅うすい</li> <li>・道の駅おおう桜街道</li> <li>・道の駅歓遊舎ひこさん</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・遠賀川</li> <li>・福知山</li> <li>・脇田温泉</li> <li>・嘉穂三山（馬見山、屏山、古処山）</li> <li>・K-WALL</li> <li>・英彦山</li> <li>・香春岳</li> <li>・源じいの森</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・直方市石炭記念館</li> <li>・直方歳時館（旧堀三太郎邸）</li> <li>・王塚装飾古墳</li> <li>・旧伊藤伝右衛門邸</li> <li>・嘉穂劇場</li> <li>・英彦山神宮奉幣殿、銅鳥</li> <li>・山本作兵衛炭鉱記録画</li> <li>・田川市石炭・歴史博物館</li> <li>・伊田堅抗槽と二本煙突</li> <li>・採銅所駅舎</li> <li>・藤江氏魚楽園</li> <li>・風治八幡宮川渡り神幸祭</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・成金饅頭</li> <li>・直方焼きスバ</li> <li>・追い出し猫</li> <li>・饅頭・菓子</li> <li>・日本酒</li> <li>・田川ホルモン鍋</li> <li>・上野焼</li> <li>・英彦山がらがら</li> </ul>

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

県内地区別宿泊施設・客室数（令和3年度分（令和4年3月末時点における集計））

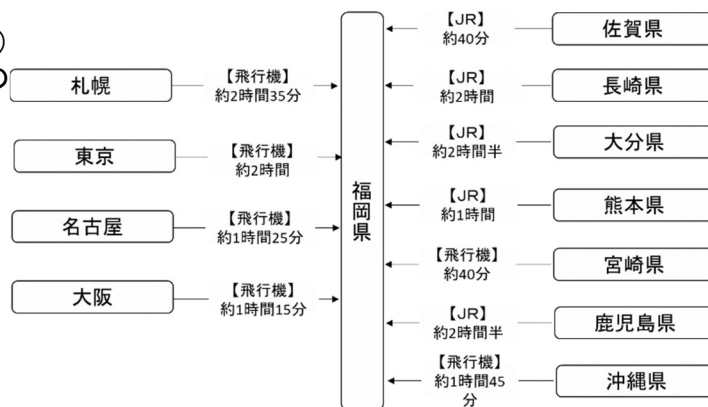
	旅館・ホテル	簡易宿所	下宿	施設数	客室数
福岡地区	790	230	0	1,020	40,836
北九州地区	182	53	0	235	11,081
筑後地区	146	51	1	198	4,939
筑豊地区	68	19	0	87	1,950
福岡県全体	1,186	353	1	1,540	58,806

※厚生労働省「衛政行政報告例」及び福岡県生活衛生課資料を基に福岡県観光局にて作成

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○区域までの交通

国内主要都市（札幌、東京、大阪、名古屋）や九州各県からは、約1～2時間半程度でのアクセスが可能。



○域内交通

各地域へは鉄道やバス等の公共交通機関に加え、九州・東九州自動車道、都市高速などの高速道路も整備されており、比較的容易にアクセスが可能。





## 【外国人観光客への対応】

2019（令和元）年の外国人延べ宿泊者数は 426 万人泊であり、2016（平成 28）年の 267 万人泊から堅調に増加してきた。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2019 年度以降は大幅減となっているが、2022 年は水際対策の緩和により、回復の兆しが見られた。今後加速するインバウンドの観光需要回復を見据えて、グローバルサイト「Visit Fukuoka」や SNS 等での情報発信、及び会員市町村や施設からの翻訳依頼、多言語案内表示への対応等の受入環境整備を実施している。

## 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認	法務省実施「出入国管理統計」、観光庁実施「訪日外国人消費動向調査」に基づき推計
延べ宿泊者数	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認	観光庁実施「宿泊旅行統計調査」
来訪者満足度	県内観光客に関する満足度の把握	福岡県実施「観光客の周遊等の状況に関する調査」
リピーター率	県内観光客に関するリピーター率の把握	福岡県実施「観光客の周遊等の状況に関する調査」
外国人入国者数	旅行・観光施策の基礎資料とするため	毎月発表される「出入国管理統計」（出入国在留管理庁）を集計
外国船籍クルーズ船寄港数	旅行・観光施策の基礎資料とするため	福岡市・北九州市・九州地方整備局から聞き取りし、集計
外国人旅行者の本県認知度	海外プロモーション施策の効果等の把握	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」
定期旅客便の状況	旅行・観光施策の基礎資料とするため	福岡国際空港（FIAC）からの情報提供及び福岡県空港対策局から聞き取りし、集計
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等の把握	グーグルアナリティクスを活用し、集計
住民満足度	旅行・観光施策の基礎資料とするため	福岡県実施「県政モニターアンケート調査」

## 4. 戦略

## (1) 地域における観光を取り巻く背景

福岡県では、2016年に「観光王国九州とともに輝く福岡県観光振興条例」が制定された。この条例の趣旨を踏まえ、県における観光振興を総合的かつ計画的に推進するため、2017年には、「第一次福岡県観光振興指針」が策定され、「観光資源の魅力向上」「受入環境の充実」「効果的な情報発信」「観光振興の体制強化」の4つの基本的考え方の下、観光の振興に取り組んできた。

その結果、2018年の本県への外国人入国者数は約328万人、外国人の県内延べ宿泊者数も約330万人と第一次指針策定前と比較して増加し、観光消費額についても1兆119億円と1兆円を突破するなどの成果が表れている。

一方で、近年の外国人入国者数の増加率の鈍化や外国人入国者の国・地域別割合の偏り、一人当たり旅行消費支出の減少、宿泊客の都市部への集中など、更なる本県観光の振興に向けて取り組むべき課題も明らかになってきた。

2019年には、本県の観光資源の魅力向上、旅行者の受入環境の充実等の施策に要する財源を確保するため、「福岡県宿泊税条例」が制定され、本県観光の更なる振興に向けた基盤が整備されている。

近年は、インターネットやSNSの急速な普及による世界的なデジタル化の進展、旅行者の旅行形態の変化、日韓情勢の変化による韓国からの入国者の急減、持続可能な観光への関心の高まりなど、本県観光を取り巻く環境や社会情勢が大きく変化している。

加えて2019年末からの新型コロナウイルス感染症の拡大により、本県の観光は深刻な打撃を受けたが、2022年10月の全国旅行支援の実施及び水際対策の緩和以降、観光需要の本格的な回復傾向が見られるようになった。

本県では、2023年に世界水泳、ツールド九州等の大型スポーツイベント、2024年に福岡・大分デスティネーションキャンペーンの開催等、大規模イベントが予定されている。こうした機会を捉え、地域との連携を強化しながら、本県の魅力を内外に発信し、観光需要の回復に取り組んでいく。

## (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 空港からの交通アクセスの良さ</li> <li>・ 農林水産物や特産品など魅力的な食が豊富</li> <li>・ 都市と自然との距離が近い</li> <li>・ アジアの玄関口</li> <li>・ 500万人を超える人口があり、その約半数が政令市に集中しているため、政令市を発地とした県内周遊の施策を打ちやすい</li> <li>・ ゴールデンルートである広島からのアクセスの良さ</li> </ul>	<b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 訪問地が政令市など特定の地域に集中</li> <li>・ 訪日外国人の旅行消費額の他地域と比較して低い</li> <li>・ 訪日外国人が特定の国に偏っている</li> <li>・ 認知度が主要国内観光地に比べて低い</li> <li>・ 2次交通が弱い</li> </ul>
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 世界水泳、ツールド九州等の大型スポーツイベントの開催</li> <li>・ 福岡・大分デスティネーションキャンペーンの開催</li> <li>・ 大阪・関西万博の開催</li> <li>・ 国際金融都市構想などの新たなMICEコンテンツ開発</li> <li>・ マイクロツーリズム志向の高まり</li> </ul>	<b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新型コロナ感染症によるビジネス客の需要など来訪者数回復の遅れ</li> <li>・ 国内観光市場が頭打ち</li> <li>・ 国内観光地間での競争の激化</li> </ul>

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

## (3) ターゲット

### ① 日本人旅行者

○第1ターゲット層 県内及び九州各県からの旅行者
○選定の理由 ・ コロナ禍以降、近場を楽しむ観光へとスタイルが変化しているため。 ・ 福岡県の宿泊者の63.5%は、県内を含む九州・山口からの旅行者（「モバイル空間統計」による福岡

<p>県観光ビッグデータ調査) であるため。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まずは、県内及び九州各県の近隣県からの旅行者を対象に、新型コロナウイルス感染症の影響により激減した宿泊者の呼び戻しを図るため。</li> </ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県と連携し、「食べる」、「遊ぶ」、「泊まる」を一体的に楽しめる、新たな観光エリアを創出する。</li> <li>・県内の魅力ある観光地を組み込んだ旅行商品の造成支援を実施し、周遊エリア拡大を図る。</li> <li>・県と連携し、3密を避けた「新しい旅のカたち」を提案する国内向けプロモーション動画や県民を含む九州在住者対象のキャンペーンなど、ホームページや SNS 等を活用し情報発信を行う。</li> </ul>
<p>○第 2 ターゲット層 関東圏及び関西圏からの旅行者</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡県の宿泊者の 25.1%は、関東圏及び関西圏からの旅行者（「モバイル空間統計」による福岡県観光ビッグデータ調査）であるため。</li> <li>・オンライン会議等の普及により減少する関東・関西圏からのビジネス需要を置換する旅行需要の創出を図るため。</li> </ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県と連携し、「食べる」、「遊ぶ」、「泊まる」を一体的に楽しめる、新たな観光エリアを創出する。</li> <li>・県内の魅力ある観光地を組み込んだ旅行商品の造成支援を実施し、周遊エリア拡大を図る。</li> <li>・県と連携し、3密を避けた「新しい旅のカたち」を提案する国内向けプロモーション動画や県民を含む九州在住者対象のキャンペーンなど、ホームページや SNS 等を活用し情報発信を行う。</li> </ul>

## ② 訪日外国人旅行者

<p>○第 1 ターゲット層 東アジア（韓国、台湾、中国、香港）からの旅行者、更に中国に対しては、富裕層</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ感染拡大前に、本県へ訪れる外国人旅行者の 8 割以上を占めていた東アジア（韓国、台湾、中国、香港）からの回復が最優先事項であるため。</li> <li>・直行便が多く就航しており、旅行商品の造成による団体旅行、FIT とともに、更なる増加が期待できるため。</li> </ul> <p>（中国富裕層について）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行単価が高く、消費額の増加が期待できるため。</li> <li>・年々観光客数は伸びており、更なる増加が期待できるため。</li> <li>・直行便が複数都市に就航していること、福岡空港が北京直行便の獲得を計画していることから旅行商品の造成による団体旅行、FIT とともに、更なる増加が期待できるため。</li> <li>・ショッピング、日本食、日本酒を目的にした数多くの中国人旅行者に対して、県内には多くの商業施設があること、ラーメン、もつ鍋など県内の様々な郷土料理が存在すること、本県は、全国 5 位の日本酒の蔵元を有することといった訴求要素が数多くあるため。</li> </ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県と連携し、「食べる」、「遊ぶ」、「泊まる」を一体的に楽しめる、新たな観光エリアを創出する。</li> <li>・県と連携し、リピートを促すため、新たなコンテンツを開発する。</li> <li>・特に台湾からの誘客を促すためサイクルツーリズムを推進する。</li> <li>・県と連携し、高付加価値商品の造成、動画を使ったプロモーションを実施する。</li> <li>・商談会や招請等を活用したプロモーション・セールスを実施する。</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>・県及び広域 DMO（九州観光機構）、他県とも連携し、SNS やグローバルサイトを用いて情報を発信する。</li> </ul>
<p>○ターゲット層 東南アジア（タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア）からの旅行者</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年々観光客数は伸びており、更なる増加が期待できるため。</li> <li>・各国に福岡空港からの直行便が就航（コロナ前）しており、旅行商品の造成による団体旅行、FIT ともに、更なる増加が期待できるため。</li> <li>・本県へ訪れる外国人旅行者の 8 割以上を占める東アジア（韓国、台湾、中国、香港）からの多角化をはかる上で、最も増加が期待できるため。</li> <li>・ショッピング、日本食、日本酒を目的にした数多くの旅行者に対して、県内には多くの商業施設があること、ラーメン、もつ鍋など県内の様々な郷土料理が存在すること、本県は、全国 5 位の日本酒の蔵元を有することといった訴求要素が数多くあるため。</li> </ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県と連携し、「食べる」、「遊ぶ」、「泊まる」を一体的に楽しめる、新たな観光エリアを創出する。</li> <li>・商談会や招請等を活用したプロモーション・セールスを実施する。</li> <li>・県及び広域 DMO（九州観光機構）、他県とも連携し、SNS やグローバルサイトを用いて情報を発信する。</li> </ul>
<p>○ターゲット層 欧米豪（イギリス、フランス、米国、オーストラリア）からの特に富裕層の旅行者</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行単価が高く、宿泊日数も長く、消費額の増加が期待できるため。</li> <li>・RWC2019 により県内への旅行者は増えており、更なるプロモーションにより観光客増加が期待できるため。</li> <li>・歴史・伝統・文化に関心が高い層が多く、小倉（小倉城）、太宰府（大宰府天満宮）など福岡県の誇る観光地を PR できるため。</li> <li>・スポーツへの関心が高いことから、野球（ソフトバンクホークス）や相撲（大相撲九州場所）の観覧や、整備が進むサイクリングロードでのサイクリングなどを訴求できるため。</li> <li>・体験型観光への関心が高く、乗馬体験や川下りなどのコンテンツを訴求できる。</li> <li>・世界的な抹茶ブームの中、日本で最高級の八女茶を訴求できるため。</li> <li>・IWC（イギリス）や Kura Master（フランス）などにより、欧州で日本酒のファンが増える中、全国 5 位の日本酒の蔵元を有する福岡の酒を訴求できるため。</li> </ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県と連携し、「食べる」、「遊ぶ」、「泊まる」を一体的に楽しめる、新たな観光エリアを創出する。</li> <li>・県と連携し、欧米豪の関心が高い体験型観光メニューの開発、サイクリングロードやサイクルツーリズムの環境整備を推進する。</li> <li>・現地レップ（豪州）、商談会や招請等を活用したプロモーション・セールスを実施する。</li> <li>・県と連携し、高付加価値商品の造成、動画を使ったプロモーションを実施する。</li> <li>・県及び広域 DMO（九州観光機構）、他県とも連携し、SNS やグローバルサイトを用いて情報を発信する。</li> <li>・訪日・来県確度の高い外国人へターゲット広告を行い、グローバルサイトへの誘引による情報発信する。</li> </ul>

#### （４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	持続可能な観光先進県 福岡 (「第二次福岡県観光振興指針」(2020 年度 ~2023 年度))
②コンセプトの考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡県は、アジアの玄関口として多くの旅行者を受けて入れており、空港からのアクセスの良さも大きな魅力となっている。また、500 万人を超える人口があり、その約半数が政令市に集中しており、政令市を発地とした県内周遊の施策を打ちやすいという強みがある。</li> <li>・県内各地域のブランドが強くなる取組みを後押しすることで、県内の周遊を促進・県全体の旅行者数を増加・分散させ、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状態を目指す。</li> <li>・連盟は県と協力し、各地域の文化や歴史、工芸品や食材、温泉、宿、サービスなどを組み合わせ、旅行者に素晴らしい体験や学びの機会を提供するとともに、地元産の食材を楽しんでもらう「食べる」「遊ぶ(観る)」「泊まる」が出来る誘引力のある観光地域づくりに取り組み、地域のプロダクト・サービスをプロモーションを通して市場に訴求しマーケットインを目指す。</li> <li>・県と連盟では、観光地域づくりにおいて、旅行者の満足度を高めること、環境問題など観光振興による地域コミュニティへの負荷が可能な限り小さくなることにも同時に取り組み、地域住民にとっても暮らしやすい地域となることを目指す。</li> </ul> <p>以上の観点から、本県の目指すべきあり方を示した上記コンセプトを設定。</p>

**5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション**

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	当連盟が実施する企画委員会(年1回)、理事会(年3回)、総会(年1回)において、多様な関係者や連盟の会員と戦略を共有している。 また、エリアが重複する観光協会及びDMOとは、「福岡県観光連盟・観光協会・DMO等連絡協議会」(各エリア年1回ずつ)を通じて、事前に協議を行っている。 その他、県が実施している「市町村観光担当課長及び市町村観光協会事務局長会議」(年1回)においても、連盟の取り組みについて共有している。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	以下の取組みにより、旅行者に提供するサービスの維持・向上を図る。 ・市町村、観光協会、観光事業者、地元住民等で構成された協議会が行う観光地域づくりに専門家として支援する。 ・当連盟が事務局を担う市町村及び観光協会で構成された「福岡県サイクルーツリズム推進協議会」を通じて、市町村・観光協会によるモデルプランの作成等を支援し、サイクルーツリズム推進に寄与する。 ・観光案内所スタッフ向けのおもてなし力向上などスキルアップ研修や新しい生活様式を取り入れたボランティアガイドマニュアルを活用したボランティアガイドリーダー育成研修、及び広く観光従事者、当連盟会員を対象に、効率的な情報発信や分析、現地視察等の研修を実施する。

	また、参加者アンケート等の結果を元に、県と共に事業の評価・改善等を実施する。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	本県の認知度向上、東南アジアや欧米豪等からの更なる誘客を図るため、県、県内の地域DMO、観光協会等と連携して、県内の情報を集約し、福岡県観光情報サイト「クロスロードふくおか」及びグローバルサイト「VisitFukuoka」、SNS（twitter、Facebook、Instagram）等、それぞれの国や地域で影響力のあるデジタル媒体を活用したプロモーション及び情報発信を行う。合わせて、海外旅行者の興味を引くような魅力的な素材についてJNTO及び、特に九州一体でPRするものは一般社団法人九州観光機構に情報提供を行う。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

### （1）必須KPI

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	943,180 (-)	952,120 (-)	510,600 (81,900)	752,000 (137,900)	993,400 (193,800)	1,037,000 (195,105)
	実績	323,873※1 (25,952)	269,191※2 (-※2)	551,915※3 (-※3)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	18,038 (4,022)	18,692 (4,348)	12,250 (200)	16,130 (2,030)	20,420 (4,260)	21,730 (4,790)
	実績	10,593 (623)	9,621 (104)	13,994 (606)			
●来訪者満足度 (%)	目標	76.0 (-)	78.3 (-)	80.5 (-)	82.8 (-)	85.0 (-)	85.0 ( )
	実績	80.4 (-)	81.5 (-)	87.5※4 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	60.0 (-)	60.0 (-)	61.0 (-)	62.0 (-)	63.0 (-)	64.0 (-)
	実績	67.1 (-)	72.6 (-)	63.8※4 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値、-は、目標値未設定及び実績未収集

※1 新型コロナウイルスの影響により、2020年4-12月期の観光庁「訪日外国人消費動向調査」は中止。そのため、観光庁では、2020年1-3月期の1人当たり旅行支出を用いて年間値を試算。観光庁試算値を参考に、福岡県についても試算値を算定。

※2 新型コロナウイルスの影響により、2021年1-9月期の観光庁「訪日外国人消費動向調査」は中止。2021年10-12月期の調査から再開されたものの、福岡県における1人当たり旅行支出額は公表されておらず、試算値を算出できないため国内旅行者の旅行消費額のみ記載。

※3 新型コロナウイルスの影響により、2022年1-9月期の観光庁「訪日外国人消費動向調査」は特定空港のみで調査。2022年10-12月期の調査から再開されたものの、福岡県における1人当たり旅行支出額は公表されておらず、試算値を算出できないため国内旅行者の旅行消費額のみ記載。

※4 「福岡県観光入込客調査」に代えて、2022年から「観光客の周遊等の状況に関する調査」によりデータ収集。なお、本表記載の目標値は「福岡県観光入込客調査」をもとに設定したもの。(今後新たな調査方法に則った目標値を改めて設定する予定)

## 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

### 【検討の経緯】

福岡県が2019年度に策定した「第2次福岡県観光振興指針」及び2021年度に策定した「福岡県総合計画」の指標の目標値等を元に必須KPIを設定する。なお、「来訪者満足度」については、本計画独自の目標として設ける予定。

なお、「福岡県観光振興指針」「福岡県総合計画」等、県の観光振興に係る施策・方向性は、福岡県観光審議会において議論のうえ策定されており、本審議会の会長は当連盟の会長が務めている。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●旅行消費額

①訪日外国人(通常入国)、②訪日外国人(クルーズ船入国)、③日本人(宿泊客)、④日本人(日帰り)ごとに算出し合計したもの。2024年にコロナ前の2019年の水準に回復・2025年以降は2016年～2019年までの増加ペースと同様に増加すると想定し、目標値を設定している。なお、訪日外国人旅行者の旅行消費額については、2019年に政治的な事情により過去4年間で最も落ち込んだため、2016年～2018年までの増加ペースと同様に増加すると想定し、目標値を設定。

#### ●延べ宿泊者数

①日本人、②訪日外国人ごとに算出したものを合計。2024年にコロナ前の2019年の水準に回復・2025年以降は2016年～2019年までの増加ペースと同様に増加すると想定し、目標値を設定している。

#### ●来訪者満足度

アンケート調査(福岡県観光入込客調査)において、訪れた観光地についての総合満足度について回答した結果のうち、「大変良い」「良い」の回答率。2016年の実績75.8%から約10%増となる「85.0%」に目標値を設定している。

※2022年から「観光客の周遊等の状況に関する調査」でのデータ収集を行うため、新たな調査方法に則った目標値を今後改めて設定する予定。本表記載の目標値は現行の「福岡県入込客推計調査」をもとに設定。

#### ●リピーター率

アンケート調査(福岡県観光入込客調査)において、過去3年間の福岡県の訪問回数を「2回以上」と回答した県外居住者の割合。2016年から2019年までの平均増加ペースをやや上回る1%を、2019年の実績59.5%を起点に、コロナ禍の2020年、2021年を除いた年で毎年増加させ、2024年に63.0%とすることを目標に設定している。

※2022年から「観光客の周遊等の状況に関する調査」でのデータ収集を行うため、新たな調査方法に則った目標値を今後改めて設定する予定。本表記載の目標値は現行の「福岡県入込客推計調査」をもとに設定。

## (2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●WEBサイトへのアクセス数 (万セッション)	目標	520	520	234	306	377	449
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	146	163	260			
		(-)	(-)	(45)			

●住民満足度 (%)	目標	-	-	70.0	70.0	70.0	70.0
		(-)	(-)	( )	( )	( )	( )
	実績	64.5	59.1	58.9			
		(-)	(-)	(-)			

※ 括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値、 -は、目標値未設定及び実績未収集

### 指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

#### 【検討の経緯】

#### 【設定にあたっての考え方】

#### ●WEBサイトへのアクセス数

九州におけるアクセス件数が1位である長崎県をベンチマークとしてそれを目指すこととしているが、2022年に大幅なサイト改修を予定しているため、2021年の結果を当初値とし5か年で改めて520万セッションを目指す。

#### ●住民満足度

→福岡県実施「県政モニターアンケート調査」において、観光振興による福岡県の活気の実感について回答した結果のうち、「実感している」「やや実感している」の回答率。

2020年度から調査開始。コロナから回復していれば、コロナ禍中の数値よりも上がるものの大幅には上がらないと想定し、2026年までに70%超えを目指す。

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

### (1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	145,480,227(円)	【県からの補助金】114,248,000(円) 【県からの受託事業収入】16,274,659(円) 【会費収入】13,270,000(円) 【事業収入】326,779(円) 【事業負担金収入】1,310,000(円) 【その他の収入】50,789(円)
2021(R3) 年度	184,414,012(円)	【国からの受託事業】9,500,000(円) 【県からの補助金】141,594,000(円) 【県からの受託事業収入】15,964,538(円) 【会費収入】13,255,000(円) 【事業収入】350,000(円) 【事業負担金収入】3,750,000(円) 【その他の収入】474(円)
2022(R4) 年度	376,536,308(円)	【国からの補助金】7,249,000(円) 【県からの補助金】210,578,000(円)



		【特定財源（宿泊税）】 132,915,000（円） 【県からの受託事業収入】 1,523,000（円） 【会費収入】 13,120,000（円） 【事業収入】 306,813（円） 【事業負担金収入】 9,411,510（円） 【その他の収入】 1,432,985（円）
2023（R5） 年度	723,260,840（円）	【国からの補助金】 2,835,840（円） 【県からの補助金】 119,029,000（円） 【特定財源（宿泊税）】 587,546,000（円） 【会費収入】 13,640,000（円） 【事業収入】 200,000（円） 【その他の収入】 10,000（円）
2024（R6） 年度	324,170,000（円）	【県からの補助金】 119,029,000（円） 【特定財源（宿泊税）】 191,291,000（円） 【会費収入】 13,640,000（円） 【事業収入】 200,000（円） 【その他の収入】 10,000（円）
2025（R7） 年度	324,170,000（円）	【県からの補助金】 119,029,000（円） 【特定財源（宿泊税）】 191,291,000（円） 【会費収入】 13,640,000（円） 【事業収入】 200,000（円） 【その他の収入】 10,000（円）

## （2）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2020（R2） 年度	138,978,543（円）	【一般管理費】 3,125,960（円） 【情報発信・プロモーション】 89,019,772（円） 割合：国内 52%海外 48% 【受入環境整備等の着地整備】 22,421,123（円） 【研修・セミナー開催費】 23,641,688（円） 【負担金】 770,000（円）
2021（R3） 年度	182,700,963（円）	【一般管理費】 3,371,108（円） 【情報発信・プロモーション】 105,285,196（円） 割合：国内 36%海外 64% 【受入環境整備等の着地整備】 40,073,957（円） 【研修・セミナー開催費】 23,200,702（円） 【負担金】 10,770,000（円）
2022（R4）	376,536,308（円）	【一般管理費】 3,812,273（円）

年度		<p>【情報発信・プロモーション】199,557,885（円） 割合：国内54%海外46%</p> <p>【修学旅行支援】40,752,182（円）</p> <p>【インバウンド周遊支援】48,207,116（円）</p> <p>【受入環境整備等の着地整備】40,388,834（円）</p> <p>【研修・セミナー開催費】24,564,855（円）</p> <p>【コンテンツ開発】18,384,830（円）</p> <p>【負担金】770,000（円）</p>
2023（R5） 年度	723,260,840（円）	<p>【一般管理費】3,790,000（円）</p> <p>【情報発信・プロモーション】199,557,885（円） 割合：国内39%海外61%</p> <p>【修学旅行支援】55,013,181（円）</p> <p>【宿泊支援】337,082,790（円）</p> <p>【受入環境整備等の着地整備】16,670,147（円）</p> <p>【研修・セミナー開催費】16,741,547（円）</p> <p>【コンテンツ開発】99,381,529（円）</p> <p>【外部専門人材の登用】2,835,840（円）</p> <p>【負担金】770,000（円）</p>
2024（R6） 年度	324,170,000（円）	<p>【一般管理費】3,790,000（円）</p> <p>【情報発信・プロモーション】185,365,755（円） 割合：国内47%海外53%</p> <p>【修学旅行支援】62,568,475（円）</p> <p>【受入環境整備等の着地整備】30,511,837（円）</p> <p>【研修・セミナー開催費】28,916,478（円）</p> <p>【コンテンツ開発】12,247,455（円）</p> <p>【負担金】770,000（円）（円）</p>
2025（R7） 年度	324,170,000（円）	<p>【一般管理費】3,790,000（円）</p> <p>【情報発信・プロモーション】185,365,755（円） 割合：国内47%海外53%</p> <p>【修学旅行支援】62,568,475（円）</p> <p>【受入環境整備等の着地整備】30,511,837（円）</p> <p>【研修・セミナー開催費】28,916,478（円）</p> <p>【コンテンツ開発】12,247,455（円）</p> <p>【負担金】770,000（円）（円）</p>

### (3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

当連盟は、県と密接に連携しながら観光振興事業を実施している。

- ①観光振興特定財源としての宿泊税の活用
- ②新規の受託事業の確保
- ③県補助金
- ④会費収入の安定維持
- ⑤WEB サイトの広告収入確保

## 8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

福岡県は、持続可能な観光先進県として、観光地域づくりに注力しているところ。

これを持続的な取組みとし、より専門性を高めた体制で取り組むため、(公社)福岡県観光連盟を本県における地域連携DMOとして登録したいので当該法人とともに申請します。

## 9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

**【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】**

エリアが重複する観光協会及びDMOとは、「福岡県観光連盟・観光協会・DMO等連絡協議会」を通じて、事前に協議を行っている。また、県が実施している「市町村観光担当課長及び市町村観光協会事務局長会議」においても、連盟の取り組みについて共有している。

**【区域が重複する背景】**

当連盟は福岡県全域をマネジメントエリアとしているため、県内の地域連携DMO及び地域DMOとエリアが重複している。

**【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】**

当連盟は、福岡県と緊密に連携し福岡県全域の観光振興に取り組んでおり、戦略に基づきプロモーション（インバウンド、県外居住者、政令市からの県内周遊など）や情報発信、受入環境の整備、観光資源の磨き上げ等を通じて、福岡県の観光地域づくりを行っている。一方、県内のDMOは地域の多様な関係者と連携し、各地域に密着した取り組みを行っているため、役割分担ができています。

**【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】**

前述の「福岡県観光連盟・観光協会・DMO等連絡協議会」等を通じて、県内のDMOとの連携を深め、また事業内容を共有することで、適切な役割分担と効率的・効果的な事業遂行を行い、福岡県の観光振興に寄与していく。

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	中園 久美加
担当部署名（役職）	企画管理部 企画管理課長
郵便番号	812-8577
所在地	福岡県福岡市博多区東公園7-7
電話番号（直通）	092-645-0019
FAX番号	092-645-0020
E-mail	info@visitfukuoka.jp

## 11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	福岡県
担当者氏名	原口 友輔
担当部署名（役職）	福岡県商工部観光局観光政策課（主任主事）
郵便番号	812-8577
所在地	福岡県福岡市博多区東公園7-7
電話番号（直通）	092-643-3456
FAX番号	092-643-3431
E-mail	kanko@pref.fukuoka.lg.jp

記入日: 令和5年 7月 19日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】 福岡県  
 【設立時期】 昭和 21 年 8 月 17 日  
 【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行  
 【代表者】 会長 林田 浩一  
 【マーケティング責任者(CMO)】 プロモーション推進部長 山崎 円  
 【財務責任者(CFO)】 常務理事兼事務局長 佃 利之  
 【職員数】 17人(常勤17人(正職員2人・出向等15人))  
 【主な収入】  
 377百万円(県補助金211百万円、特定財源(宿泊税)133百万円、受取会費13百万円、受託事業収入1百万円等)(令和4年度決算)  
 【総支出】  
 183百万円(事業費180百万円、一般管理費3百万円)(令和4年度決算)  
 【連携する主な事業者】  
 福岡県、各市町村観光担当課、観光連盟会員団体、県内市町観光協会、各観光関連団体

KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R 2)	(R 3)	(R 4)	(R 5)	(R 6)	(R 7)
		年度	年度	年度	年度	年度	年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	943,180	952,120	510,600	752,000	993,400	1,037,000
		(-)	(-)	(81,900)	(137,900)	(193,800)	(195,105)
	実績	323,873※1 (25,952)	269,191※2 (-※2)	551,915※3 (-※3)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	18,038	18,692	12,250	16,130	20,420	21,730
		(4,022)	(4,348)	(200)	(2,030)	(4,260)	(4,790)
	実績	10,593 (623)	9,621 (104)	13,994 (606)			
●来訪者満足度 (%)	目標	76.0	78.3	80.5	82.8	85.0	85.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	( )
	実績	80.4 (-)	81.5 (-)	87.5※4 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	60.0	60.0	61.0	62.0	63.0	64.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	67.1 (-)	72.6 (-)	63.8※4 (-)			

※1 新型コロナウイルスの影響により、2020年4-12月期の観光庁「訪日外国人消費動向調査」は中止。そのため、観光庁では、2020年1-3月期の1人当たり旅行支出を用いて年間値を試算。観光庁試算値を参考に、福岡県についても試算値を算定。 ※2 新型コロナウイルスの影響により、2021年1-9月期の観光庁「訪日外国人消費動向調査」は中止。2021年10-12月期の調査から再開されたものの、福岡県における1人当たり旅行支出額は公表されておらず、試算値を算出できないため国内旅行者の旅行消費額のみ記載。 ※3 新型コロナウイルスの影響により、2022年1-9月期の観光庁「訪日外国人消費動向調査」は特定空港のみで調査。2022年10-12月期の調査から再開されたものの、福岡県における1人当たり旅行支出額は公表されておらず、試算値を算出できないため国内旅行者の旅行消費額のみ記載。 ※4 「福岡県観光入込客調査」に代えて、2022年から「観光客の周遊等の状況に関する調査」によりデータ収集。なお、本表記載の目標値は「福岡県観光入込客調査」をもとに設定したもの。(今後新たな調査方法に則った目標値を改めて設定する予定)

戦略

【主なターゲット】  
 (国内旅行者)  
 ①県内及び九州各県 ②関東圏及び関西圏  
 (外国人旅行者)  
 ①東アジア、更に中国に対しては、富裕層  
 ②東南アジア(タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア)  
 ③欧米豪(イギリス、フランス、米国、オーストラリア)からの特に富裕層  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 県と連携し、「食べる」、「遊ぶ」、「泊まる」を一体的に楽しめる、新たな観光エリアを創出する等  
 【観光地域づくりのコンセプト】  
 持続可能な観光先進県 福岡

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・地域の観光地づくり支援事業

【受入環境整備】

・観光コンシェルジュ育成事業  
 ・観光ボランティアガイドリーダー育成事業  
 ・観光従事者研修会 等

【情報発信・プロモーション】

・九州7県観光素材説明会・相談会  
 ・国内観光・物産展、商談会出展  
 ・国内誘客促進デジタルプロモーション  
 ・海外旅行博覧会出展、商談会等への参加  
 ・招請事業  
 ・デジタルプロモーション推進  
 ・豪州マーケティング連携プロモーション等

