

平成29年11月17日

産業経済局観光課

所管事務の調査

観光やMICEによる来訪者の消費喚起について

資料1 本市の一般的な観光素材とインバウンド分析

資料2 若戸大橋ライトアップ イメージ図

資料3 観光客を「行動」に導くメディア戦略

資料4 SNS（ソーシャル ネットワーキング サービス）について

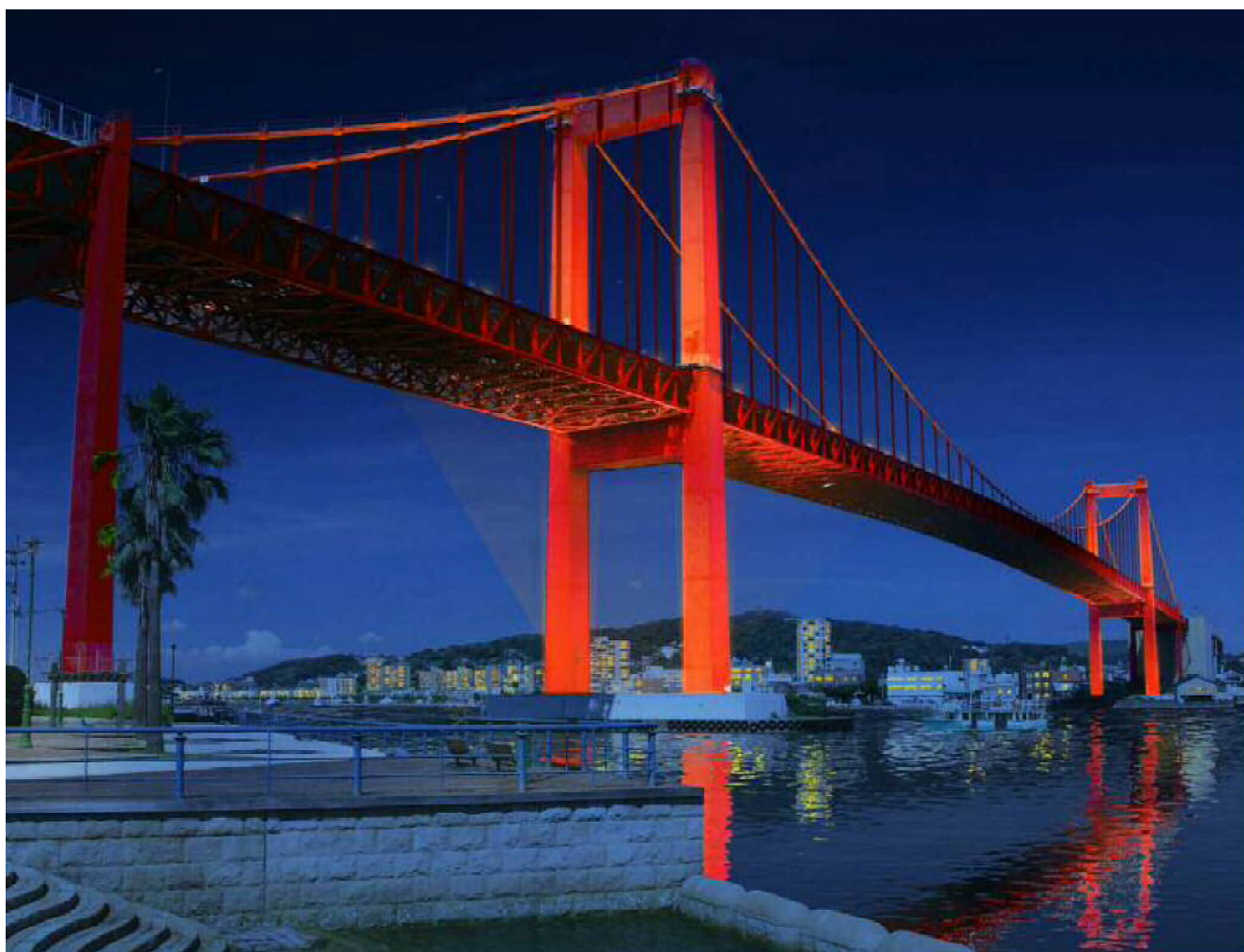
資料5 北九州市で様々な体験を楽しんだ外国人観光客のSNS

本市の一般的な観光素材とインバウンド分析

(所管事務調査：観光やMICEによる来訪者への消費喚起について)

	一般的な観光素材					インバウンド分析
	門司地区 (門司港・和布刈)	小倉都心部	八幡地区 (東田ほか)	小倉南地区 (平尾台ほか)	若松・戸畑地区	
宿泊	541室 1,208人	5,035室 7,982人	2,029室 4,069人	278室 774人	710室 1,638人	市内計 8,593室 15,671人
グルメ ・ お土産	<ul style="list-style-type: none"> ・ふぐ ・寿司 ・焼きカレー ・関門海峡たこ 	<ul style="list-style-type: none"> ・寿司 ・焼きうどん ・抹茶スイーツ ・ぬかみそ炊き、大學井 ・小倉織 	<ul style="list-style-type: none"> ・八幡ぎょうざ ・堅パン ・ネジチョコ 	<ul style="list-style-type: none"> ・カニ・カキ ・合馬たけのこ 	<ul style="list-style-type: none"> ・響灘の海の幸 ・戸畑ちゃんぼん ・ぺったん若松焼き 	<ul style="list-style-type: none"> ・グルメは、旅行者の投稿サイト等によると、焼きカレー、寿司、うどん、ラーメンなどの人気が高い。 ・地元商店街のから揚げやパンといった日常的な物も人気。 ・お土産は、商業事業者へのヒアリングによれば、国の調査と同様に菓子類、食料品、医薬品、化粧品を購入率が高く、コンビニやドラッグストアへの立ち寄りも。
体験	<ul style="list-style-type: none"> ・大正袴着付け ・人力車 ・レンタサイクル ・海峡散策 	<ul style="list-style-type: none"> ・着物着付け ・人力車 ・呈茶体験（庭園など） ・到津の森公園エサやり ・工場夜景クルーズ 	<ul style="list-style-type: none"> ・皿倉山夜景鑑賞 ・皿倉山登山 ・あじさいの湯 	<ul style="list-style-type: none"> ・平尾台トレッキング ・平尾台ケイビング 	<ul style="list-style-type: none"> ・若戸渡船 ・サイクリング 	<ul style="list-style-type: none"> ・「モノ消費」から「コト消費」へ ・門司港レトロや小倉都心部での着付け体験、小倉城庭園での呈茶体験、皿倉山の夜景鑑賞や登山、平尾台トレッキングなど、本市の歴史、文化、自然などの様々な体験を楽しんでいる。
代表的な 観光施設	<ul style="list-style-type: none"> ・関門トンネル人道 ・門司港レトロ展望室 ・関門海峡ミュージアム ・九州鉄道記念館 	<ul style="list-style-type: none"> ・小倉城、小倉城庭園 ・あるあるシティ ・旦過市場 ・TOTOミュージアム ・到津の森公園 	<ul style="list-style-type: none"> ・いのちのたび博物館 ・世界文化遺産 ・皿倉山 ・河内藤園 ・安川電機みらい館 	<ul style="list-style-type: none"> ・平尾台 ・平尾台自然の郷 ・平尾台自然観察センター ・鍾乳洞 	<ul style="list-style-type: none"> ・グリーンパーク（バラ園） ・若松北海岸 ・若松南海岸 ・若戸大橋 	
インバウンド の現状	<ul style="list-style-type: none"> ・韓国、台湾、クルーズ船の団体旅行が多いが、個人客も増加中 	<ul style="list-style-type: none"> ・小倉城では、4人に1人が外国人 ・ハングルのポップ広告など外国人対応を行う店舗では集客増 	<ul style="list-style-type: none"> ・ジンエアー就航後、皿倉山への団体ツアーも増加 ・産業観光も増加 ・河内藤園の人気は高いが季節が限定的 	<ul style="list-style-type: none"> ・平尾台での韓国人個人客のトレッキング見受けられる 	<ul style="list-style-type: none"> ・クルーズ客が多数上陸 ・グリーンパークで増加傾向 ・クルーズ船乗務員向けツアー実施中 	
今後の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・下関市との連携強化 ・観光資源の磨き上げ（門司港ライトアップ、関門海峡ミュージアムのリニューアル など） 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源の磨き上げ（展示リニューアルなど小倉城周辺魅力向上事業の推進） ・地元グルメや体験などのコト消費の推進（受入店舗の拡大） 	<ul style="list-style-type: none"> ・域内観光資源相互の連携強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・韓国人向けのトレッキングPRなど、ターゲットを絞った戦略的取組みを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・クルーズ船寄港による体験ツアーの実施 ・若戸大橋ライトアップ等を活用した工場夜景クルーズ 	<ul style="list-style-type: none"> ・今年度、ビッグデータやアンケート調査等を活用し、個人旅行客の移動経路や嗜好、本市の強み、弱みを分析中。 ・今後、分析結果を踏まえ、戦略的なプロモーションを実施。

若戸大橋ライトアップ イメージ図



観光客を「行動」に導くメディア戦略

	行動モデル	SNSユーザーの行動例	行政等の取組み（3つの方法）		
			広告・タイアップ	サイト (ホームページ)	SNS
Attention 認知	観光地（体験）を 知る	◇SNSでつながっている友人等の 知らなかった観光地（体験）にか んする投稿を読み、「へー、そん な観光地（体験）があるんだ」と 思う。	雑誌掲載やTV 番組で観光地（ 体験）を認知す る	観光地やグルメな どの体験について 詳細な情報が掲載 されたサイト（ホ ームページ）で、 ユーザーが情報収 集する	観光地、グルメや 様々な体験メニュ ーの写真、興味、 質問や回答、感想 、体験談などが SNSで共有され ユーザーの目に入 る
Interest 興味	観光地（体験）に 興味を持つ	◇「彼（彼女）がオススメしている のだから、よい観光地（体験）な のかもしれない」と興味を持つ。			※SNSについて は、実際に訪れ たユーザーから の発信も含む
Search 検索	検索などで 情報収集する	◇「もっと情報を知りたいから調べ てみよう」SNSで観光地（体験 ）をハッシュタグ（#）を使って 検索し、他のユーザーの投稿を調 べる。			
Action 行動	観光地を 訪れる（体験をする）	◇「他の人の声も見たところ結構よ さそうだな」と考え、実際に訪れ たり、体験してみる。	旅行社と行政等 のタイアップ企 画等を活用し、 観光地を訪れる		
Share 共有	観光地（体験）の 情報を共有する	◇観光地（体験）が気に入ったので、 SNSに自分の感想を投稿する。		感想やレビュー、 体験などをSNS に投稿する	

※参考著書：Instagramマーケティング(インプレス)

SNS（ソーシャル ネットワーキング サービス）について

◇ SNS とは

SNSとは「Social Networking Service」の略で、ネット上で社会的なつながりを持つことができるサービス。





SNSに登録すると、知らない誰かとつながりを持ったり、日記を書いたり、誰かの日記を読んで共感したり、知らなかった世界を知ったりすることが可能となる。

◇ 基本的な SNS の機能

プロフィールの公開、メッセージ送受信、友だちとの相互リンク、友だちの検索、ブログ（継続して更新される個人の日記形式のようなもの）

◇ 主な SNS

	Facebook（フェイスブック）	Twitter（ツイッター）	Instagram（インスタグラム）
利用者数	約20億人（29年10月現在）	約3.2億人（29年4月現在）	約8億人（29年9月現在）
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・投稿が時系列で表示されない ・友達の投稿に加え、友達が「いいね！・コメント・シェア」した情報がよく流れてくる ・実際の友達だけでなく、仕事上の関係の人とも繋がる 	<ul style="list-style-type: none"> ・文字制限がある（140字まで） ・投稿がタイムリーに時系列に並ぶ ・投稿はフォロワー全員に届く ・リツイート（転送のイメージ）がどんどんされて不特定多数に情報が届く可能性がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・おしゃれな写真投稿が多い ・ハッシュタグ（#）が多い ・仲の良い人とだけ繋がるコミュニティ ・「いいね」で拡散しないので、ユーザーが積極的にハッシュタグを辿ってコミュニケーションを起こす ・若者の間では検索エンジンよりも、ハッシュタグやユーザー名検索を活用して情報収集する人も多い
イメージ			

門司地区 (関門)	小倉都心部	八幡地区	小倉南地区	若松・戸畑地区	
 <p>いいね! 56件 #golf #nature #beautiful</p> <p>comet_99_movie @comet_99_movie ... #nature #beautiful #beautiful #beautiful #beautiful</p> <p>巖流島</p>	 <p>いいね! 52件 #kokuracastle #travel #beautiful</p> <p>warinhippy @warinhippy ... #kokuracastle #travel #beautiful #beautiful #beautiful</p> <p>小倉城</p>	 <p>いいね! 8件 #sukeshan #food #delicious</p> <p>tongbari @tongbari ... #sukeshan #food #delicious #delicious #delicious</p> <p>グルメ (資さんうどん)</p>	 <p>いいね! 77件 #kawachifujigardens #nature #beautiful</p> <p>mzhils @mzhils ... #kawachifujigardens #nature #beautiful #beautiful #beautiful</p> <p>河内藤園</p>	 <p>いいね! 41件 #wakato #nighshoot #wakamatsu #fukuoka #japan</p> <p>vandictino @vandictino ... #wakato #nighshoot #wakamatsu #fukuoka #japan</p> <p>平尾台</p>	 <p>いいね! 150件 #wakamatsu #nighshoot #fukuoka #japan</p> <p>iandpongy @iandpongy ... #wakamatsu #nighshoot #fukuoka #japan</p> <p>若戸大橋</p>
 <p>いいね! 16件 #kyushu #travel #beautiful</p> <p>blog @blog ... #kyushu #travel #beautiful #beautiful #beautiful</p> <p>関門トンネル人道</p>	 <p>いいね! 43件 #mangamuseum #anime #beautiful</p> <p>iloveminimundos @iloveminimundos ... #mangamuseum #anime #beautiful #beautiful #beautiful</p> <p>漫画ミュージアム</p>	 <p>いいね! 53件 #aruaruaru #shopping #beautiful</p> <p>sujin9527294 @sujin9527294 ... #aruaruaru #shopping #beautiful #beautiful #beautiful</p> <p>あるあるCITY</p>	 <p>いいね! 102件 #sanayama #nature #beautiful</p> <p>sana.1019 @sana.1019 ... #sanayama #nature #beautiful #beautiful #beautiful</p> <p>血倉山</p>	 <p>いいね! 162件 #kitakyushu #hibikino #japan</p> <p>amieami18 @amieami18 ... #kitakyushu #hibikino #japan</p> <p>千仏鍾乳洞</p>	 <p>いいね! 162件 #greenpark #hibikino #japan</p> <p>amieami18 @amieami18 ... #greenpark #hibikino #japan</p> <p>グリーンパーク</p>