

北九州市観光振興プラン(素案)

『「暮らす人」「訪れる人」がともにわくわくする観光・交流都市』

～ ゲストとして迎え、友人として送り出そう ～

令和 5 年 4 月
北九州市

目次

第1章 観光振興プラン改訂にあたって	2
1 観光振興プラン改訂の目的	3
2 北九州の未来に向けた観光・交流の役割	4
第2章 北九州観光の現状と課題	5
1 北九州観光の現状と強み	6
2 北九州観光を取り巻く状況	8
3 北九州観光の課題	11
第3章 北九州市が目指す観光.....	13
1 観光振興プランで目指す姿、基本方針	14
2 取組期間とKPI.....	14
3 4つの戦略+3つの地区別アクションプラン	15
第4章 戦略を実現するための取組.....	16
戦略Ⅰ「暮らす人・訪れる人がともに楽しめる観光資源の磨き上げ」	17
戦略Ⅱ「ファン・リピーターづくりのための戦略的なプロモーション」	19
戦略Ⅲ「訪れる人の満足度向上に向けた環境整備」.....	21
戦略Ⅳ「何度も訪れ、楽しんでもらうための維持可能な観光地づくり」.....	22
第5章 プランの推進に向けて	24
1 推進体制	25
2 推進スケジュール	25
3 計画の見直し、評価体制	25
資料編	26
1 地区別アクションプラン	27
2 統計データ、各種調査の実施・公開	32
3 観光振興プラン検討会名簿.....	34
4 観光振興プラン検討会スケジュール.....	34

第1章

観光振興プラン改訂にあたって

1 観光振興プラン改訂の目的

(1) 大きな社会変化に対応した、新たな観光振興プランの必要性

北九州市は、平成18(2006)年に「北九州市観光プラン(第1次プラン)」、平成26(2014)年に「北九州市観光プラン(第2次プラン)」を策定し、観光振興に取り組んできました。

しかし、令和2(2020)年以降の新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大によって観光をめぐる状況は大きく変わりました。多くの国や地域で海外渡航制限などの措置が取られ、国内においても旅行控えや外出自粛の影響などにより観光需要が激減し、宿泊、交通・運輸業をはじめ、飲食、小売など、観光に関わるあらゆる産業が大変厳しい状況に陥りました。さらに、国内外の社会環境や人々の意識は大きく変化し続けています。観光を取り巻く環境も、持続可能な社会・観光への関心の高まり、急速なデジタル化、ワーケーションやマイクロツーリズム(近隣観光)の浸透、インバウンド需要の喪失と回復のきざしなど、大きな変化の時期を迎えています。

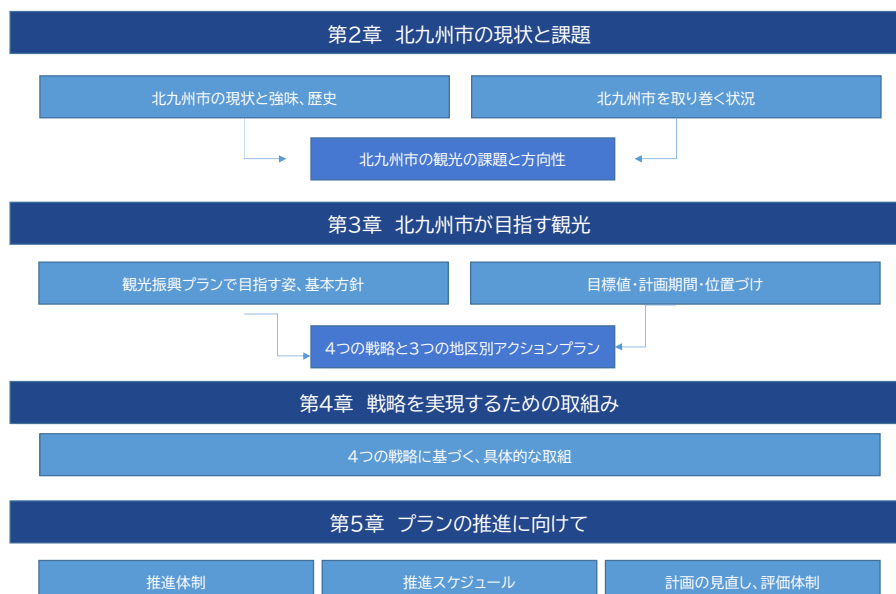
こうした変化の時期において、北九州の魅力とは何か、それを楽しむ人は誰か、北九州の未来に向けて取り組むべき具体策は何かを改めて考える必要があります。

また、今回改訂する観光振興プランは、これからの社会変化に対応し、令和2(2020)年に導入された宿泊税を有効に活用するための指針としても位置付けていきます。

(2) 観光振興プランの構成

観光振興プランの改訂にあたって、北九州の観光の現状やコロナ禍を経た社会変化、これからの課題などを整理し、目指す観光の将来像や今後の柱となる戦略を策定します。さらに、戦略を実現するための具体的な取組、推進するための体制やスケジュールを定めます。

図 北九州市観光振興プランの構成



2 北九州の未来に向けた観光・交流の役割

(1)観光・交流とともに発展してきた北九州

北九州は、世界遺産(「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」)や、日本遺産(「関門ノスタルジック海峡-時の停車場、近代化の記憶-」「砂糖文化を広めた長崎街道・シュガーロード」)の他、工場やまちの光が、「日本新三大夜景都市」全国一位に認定されるなど、多くの魅力を有しています。また、世界的な企業の拠点や、大学を含めた多くの学術・研究機関が立地し、さらに公設・民設のミュージアム(美術館・博物館)が数多く立地する文化拠点、プロスポーツや国際大会も開催されるスタジアム、国際展示場を有するMI CE拠点などの魅力が加わり、年間を通して全国、海外から多くのが集い、暮らす人とともに楽しむ観光・交流都市を形成しています。

また、かつて市民、企業、行政の一体となり公害を克服してきた歴史や、平成30(2018)年には全国で初めての「SDGs未来都市」に選定され、環境と経済の好循環による「ゼロカーボンシティを目指すまち」を目指す市の姿は、教育旅行や視察旅行など、多くの人々を集める魅力の一つとなっています。

また、現在、若松区響灘で建設工事が進んでいる洋上ウインドファームは、今後観光資源として期待されています。

北九州の歴史や暮らし、産業の中から生まれた魅力は、多くの人々が集まり、交流することによって、賑わいや活気、新しい文化を生み出す原動力、さらには愛着、誇りを持てる北九州につながっています。

皿倉山からの夜景	響灘の洋上ウインドファームイメージ図
	
写真:公益財団法人日本交通公社	写真:「グリーンエネルギーポート事業紹介動画」より

(2)関係人口、移住・定住人口の創出につながる観光・交流

観光・交流によって訪れることをきっかけに、北九州ファンやリピーターを生み出すことは、関係人口¹の創出、さらには移住・定住人口の拡大にもつながります。

北九州は、都会の利便性と豊かな自然、訪れる人を温かく迎え入れるホスピタリティ溢れる市民によって、多くの関係人口、移住・定住者を惹きつけています。

観光振興プランでは、「暮らす人」「訪れる人」の双方にとっての北九州の魅力をさらに高めること、「暮らす人」の目線からの魅力を「訪れる人」に伝えること、「暮らす人」が「訪れる人」を友人のように迎え入れることなどによって、関係人口、移住・定住人口の拡大の役割を果たします。

¹ 関係人口…移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々。

第2章

北九州観光の現状と課題

1 北九州観光の現状と強み

(1)北九州の成り立ちと都市としての魅力(歴史・文化の強み)

北九州は、江戸時代には小倉藩の城下町、長崎街道の起点として、明治以降は国際貿易港・門司港や日本の近代化を支えた商業・工業都市として、個性と活気のあるまち並みを生み出し、多くの人々が行き交う観光・交流都市としても繁栄してきました。

また、蓄積された観光・交流の歴史、商業・工業都市としての歴史は、「暮らす人」「訪れる人」がともに楽しむ伝統的な祭り、人々をもてなす茶道や料亭文化、ぬかみそ炊きや焼うどん²などの郷土料理といった豊かな食文化を生み出しました。産業や暮らしを照らす明かりは、同時に日本新三大夜景都市として「暮らす人」「訪れる人」を魅了し続けています。

小倉城天守から見る小倉城庭園と紫川	市民の台所 旦過市場
	
写真:公益財団法人日本交通公社	写真:公益財団法人日本交通公社

(2)北九州の海・山の魅力(自然や景観の強み)

北九州は九州第2の都市でありながら、関門海峡や日本三大カルストの一つでもある「平尾台」など、隣接した豊かな海と山に恵まれていることも、大きな魅力の一つです。

豊かな海は「豊前海一粒かき」や「関門海峡たこ」「関門のふぐ」など、郊外に広がる美しい緑は「合間のたけのこ」や「若松水切りトマト」といった新鮮な食材を生み出し、人々をもてなします。さらに、若松北海岸、平尾台、河内藤園を含む河内貯水池周辺などの美しい自然景観は、「暮らす人」「訪れる人」が憩う場となっています。

平尾台 自然の郷	若松北海岸 遠見ヶ鼻(妙見崎灯台)
	
写真:北九州市観光情報サイト	写真:北九州市観光情報サイト

² ぬかみそ炊きと焼うどんは文化庁認定「100年フード」に選定されました。

(3)北九州の学ぶまちとしての魅力(ミュージアム群、産業観光、環境教育の強み)

北九州には、世界的な建築家磯崎新氏設計としても知られ、魅力的な展覧会が多くの人に愛され続ける「北九州市立美術館」、西日本最大級の規模を誇る「いのちのたび博物館」をはじめ、ものづくりのまちとして「安川電機みらい館」「TOTOミュージアム」といった企業ミュージアム、環境の大切さを体感できる「環境ミュージアム」や「北九州エコタウンセンター」など、数多くのミュージアムが立地しています。

こうしたミュージアム群は、楽しく学ぶ場として、産業観光や環境教育の場としても多くの人々を集めています。

(4)北九州の市場・立地の優位性

北九州は、人口約140万人の北九州市都市圏域、260万人の福岡都市圏をはじめとした、恵まれたマイクロツーリズム市場を有しています。また、出張やMICEでの来訪も盛んで、ビジネス目的での利用者が宿泊客の約7割を占めています。

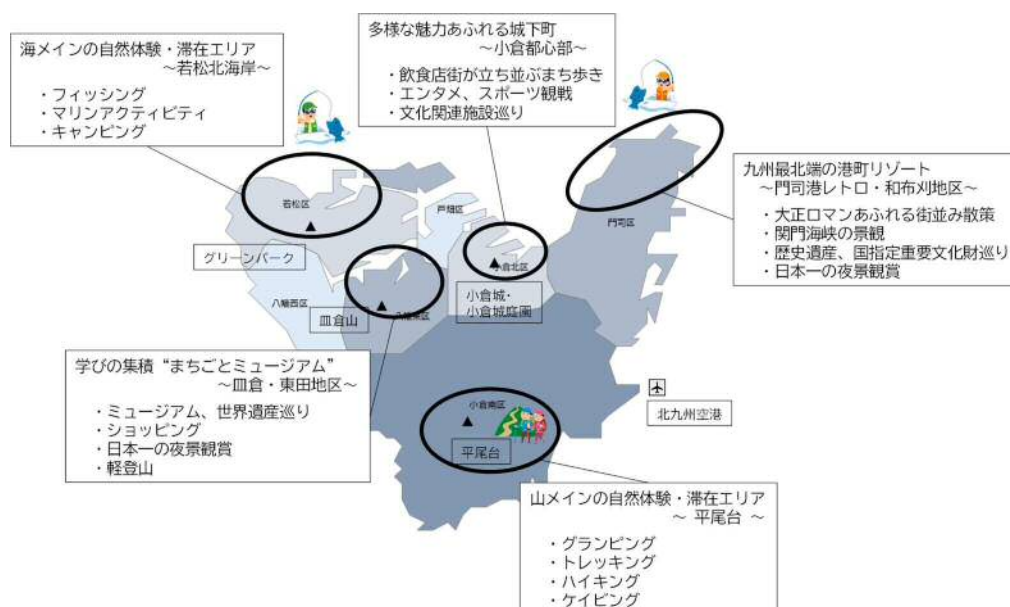
また、九州唯一の24時間空港である北九州空港、鉄道の結節点であるJR小倉駅、九州最大のフェリー基地である新門司港を中心に、世界・全国へとつながる公共交通の結節点となっています。こうした交通の利便性を活かし、北九州とは異なる魅力を持つ近隣の大大分県、山口県などとの連携を進めることにより、北九州を起点にした広域周遊観光の展開も期待できます。

(5)北九州全域に広がる魅力

北九州は、歴史・文化、食、ショッピングなどが楽しめる都市型観光の拠点であるとともに、海と山に囲まれ、豊富な自然に恵まれるなど体験・滞在型のコンテンツも揃っており、様々な楽しみ方ができる観光資源が市全域に広がっています。

一方で、北九州の海や山などの集落の観光振興等や地域再生を目的に、既存の建築物を宿泊施設や飲食等の提供する場に活用する取組の検討も今後重要です。

図 北九州の主な観光資源(エリア別、資源別)



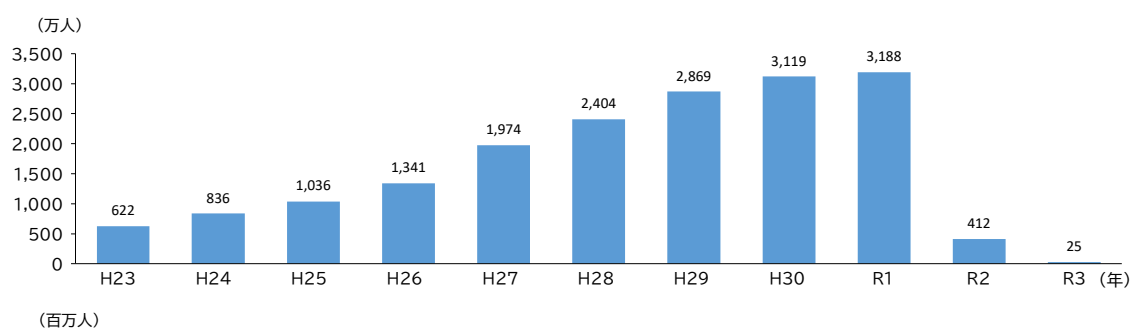
2 北九州観光を取り巻く状況

(1) コロナ禍による観光需要の消失

令和元(2019)年末から始まったコロナ禍は、各国や地域での入国規制や行動制限などにより、国際観光客数を大きく減少させました。また、国内の延べ旅行者数においても、令和3(2021)年は前年と比べほぼ半減、令和2(2020)年はさらにそれを下回るなど、厳しい状況が続きました。

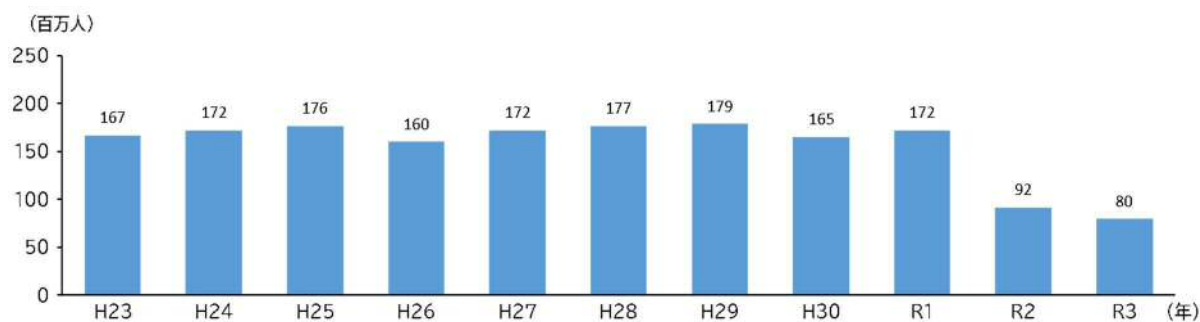
しかし、令和4(2022)年は、水際対策緩和などによる国境をまたぐ往来の復活、国などによる国内旅行の支援などにより、国内・インバウンドの観光需要の回復への期待が高まっています。また、令和7(2025)年の大阪万博の開催などを契機とした観光立国の復活も期待されます。

図 日本にきた外国人客数の推移



出典:法務省「出入国管理統計」

図 国内宿泊観光旅行者数(延べ旅行者数)の推移



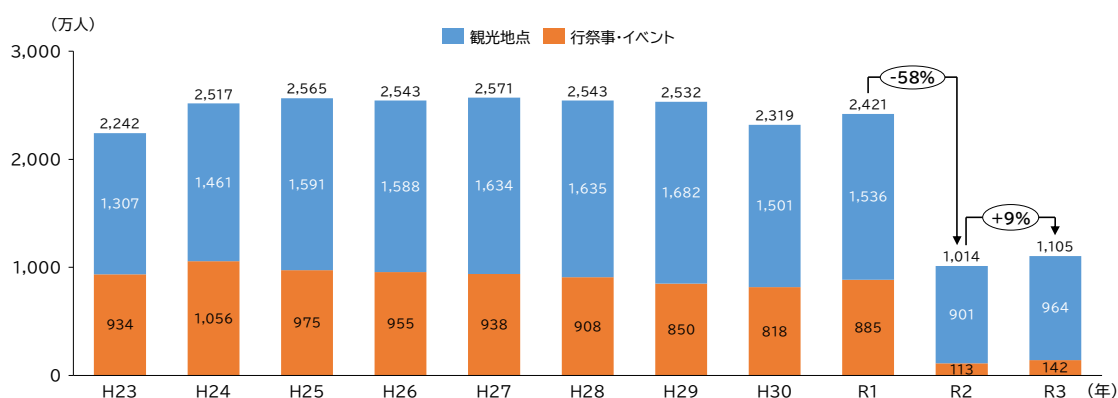
出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(2)北九州の観光の状況

北九州市の観光客数(延べ数)は、令和2(2020)年初頭からのコロナ禍拡大により、同年は前年比60%近い減少となりました。令和3(2021年)もコロナ禍の影響は継続していましたが、底堅いビジネス需要に加え、「北九州の魅力満喫キャンペーン」をはじめとする北九州市独自のコロナ禍での支援策により、わずかながら回復の兆しが見えました。

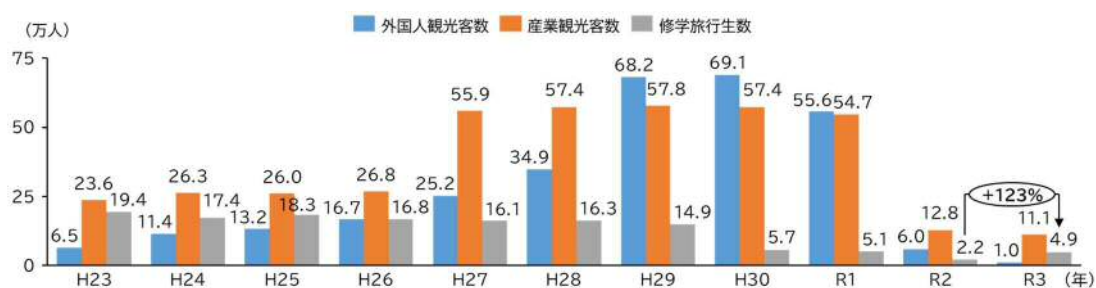
分野別に見ると、修学旅行の回復が顕著となっています。修学旅行生数は対前年123%増加となり、北九州の魅力を活かして、SDGs修学旅行など教育分野の旅行需要を取り込めたことがうかがえます。

図 北九州市の延べ観光客数の推移



出典:北九州市観光動態調査

図 分野別観光客数の推移



出典:北九州市観光動態調査

コラム コロナ禍を経た社会環境・観光の変化

コロナ禍によって、移動や交流が制限される中で、観光・交流を取り巻く環境も大きく変化しました。こうした変化は一時のものではなく、コロナ収束後も続くものと言われています。

① 訪問先・同行者の変化

コロナ禍においては、各地域で近隣地域からの旅行者が増加しました。また、団体旅行の制限や感染リスクを避けるため、家族や親しい人との少人数の旅行が拡大しました。

② 新たな交流市場の萌芽

移動の制限や安全・安心な旅を求める中で、「ワーケーション(テレワークなどを活用し、Work(仕事)と Vacation(休暇)を組み合わせ、普段とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごす)、親しみのある地域に何度も訪れる旅(第2のふるさと)、自然に親しみ、アクティビティや地域の文化・交流を楽しむアドベンチャーツーリズム、といった、新たな交流市場が生まれました。

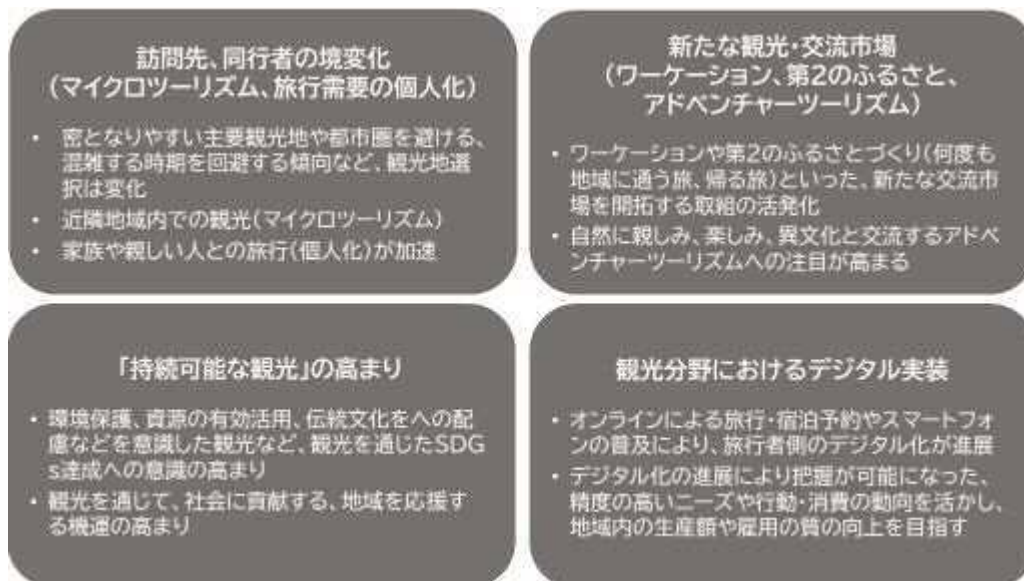
③ 「持続可能な観光」の高まり

世界的にSDGsが推進される中で、地域の自然・文化の理解を深め大事にする、地元の産品や文化を求め、地域社会や経済に貢献する、二酸化炭素の排出を抑え、公共交通を利用するなど、環境にやさしく、地域の持続に貢献する観光の機運が高まっています。

④ 観光分野におけるデジタル実装

コロナ禍では、非接触で可能なオンラインによる旅行予約や決済が進みました。また、デジタル化の推進によって、観光客の行動・消費傾向を把握し、観光による地域経済への効果を高める仕組みづくりが進んでいます。

図 コロナ禍で生まれた新たな観光のかたち



出典:観光庁「観光白書2021」より、公益財団法人日本交通公社作成

3 北九州観光の課題

観光面において、多くの魅力や強みを有する北九州ですが、コロナ禍からの一刻も早い観光の回復、さらなる北九州の活性化に資する観光の復活・発展に向けて、解決していくべき課題もあります。

(1)モノ消費からコト消費に対応した観光資源の磨きあげ

コロナ禍で注目されたマイクロツーリズムは、北九州や近郊に「暮らす人」が北九州の観光を支えていること、そうした「暮らす人」が楽しむ北九州の魅力が、「訪れる人」にとっても魅力となっていることに改めて認識するきっかけとなりました。

こうした「暮らす人」の目線での北九州の魅力は、見る、買う、食べるといったモノ消費に加えて、北九州でしか体験できない「コト」を磨き上げ、何度も訪れてもらう、長く滞在してもらう、快適に過ごしてもらえる環境づくりに取り組むことが重要になります。

(2)ニーズに対応した観光情報発信

観光客のニーズは、家族やパートナー、友人達と過ごす、ビジネスの合間に楽しむ、自分の好きなことに時間を費やすなど、多様化しています。こうした多様なニーズを把握し、それを必要とする人、伝えたい人に適切に情報を発信することは、観光客の満足度を高め、ファン・リピーターをつくることにつながります。

北九州市では、これまでもアンケート調査などを通じて、データを基にした来訪者の動向やニーズ把握に取り組んできましたが、今後はビックデータの活用なども含めて、さらに来訪者の動向やニーズを把握し、伝えたい人に確実に情報を伝える取組が必要です。

(3)観光による地域経済への波及の拡大

観光は、経済波及効果の高い産業です。観光産業はもとより、北九州市経済のコロナ禍からの回復を図るために、飲食・物販・体験・宿泊などを通じた市内での消費促進、タイムエコノミーの活性化もう一泊といった滞在の長時間化、地元産品を活用した商品づくり、地元産業の観光への関わりの強化などにより、より多くへの波及効果を生み出すことが重要です。

また、北九州の観光は「暮らす人」も多くを占めます。「暮らす人」が北九州を楽しむとともに、観光が地域経済の活性化につながることで、観光による豊かさを享受していることが実感できることは、市民の観光に対する満足度の向上、ひいては北九州への愛着、誇りの醸成へと繋がっていきます。

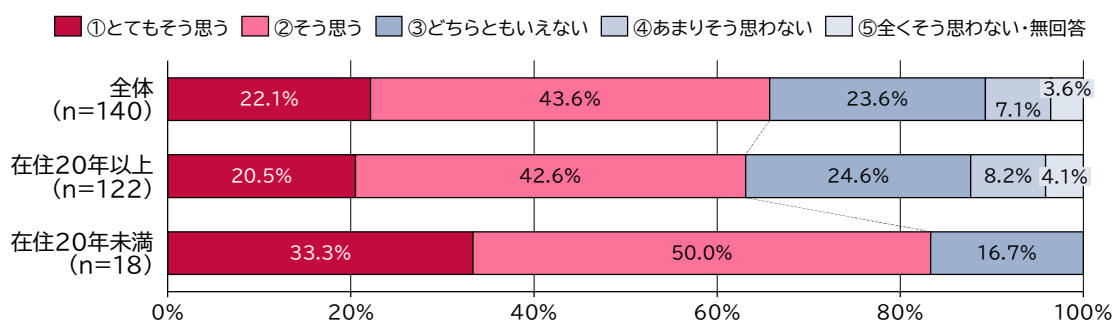
コラム 市民の考える北九州市の観光振興 市政モニターアンケート結果の紹介

観光振興プランの改訂にあたり、令和4(2022)年7月に市政モニターによるアンケート調査を実施しました。調査結果からは、66%の市民が北九州市を魅力的な観光地と捉えていること(新しい在住者の方が83%と高いこと)、多くの市民が観光客に「来てほしい」と思っていること、観光客が増えることによって、景観整備やまちづくりが進み、賑わいが生まれると考えていることがわかりました。

※詳しい調査結果は、令和4年度市政モニターアンケート結果報告書を参照ください。

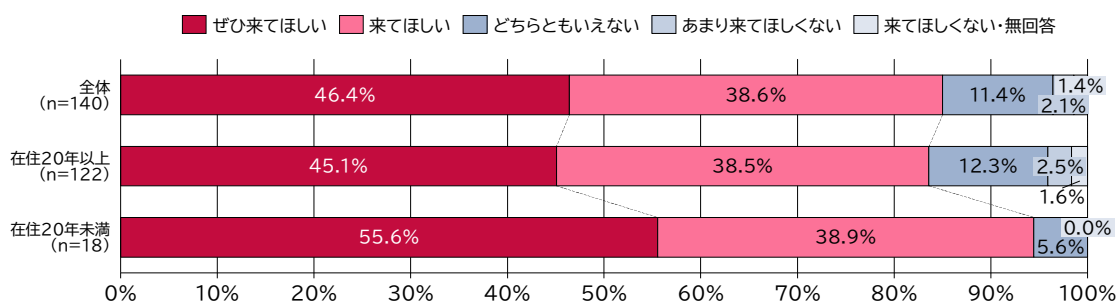
問 あなたの目から見て、北九州市は魅力的な観光地だと思いますか。

⇒「とてもそう思う」「そう思う」は全体では65.7%だが、在住20年未満では83.3%。



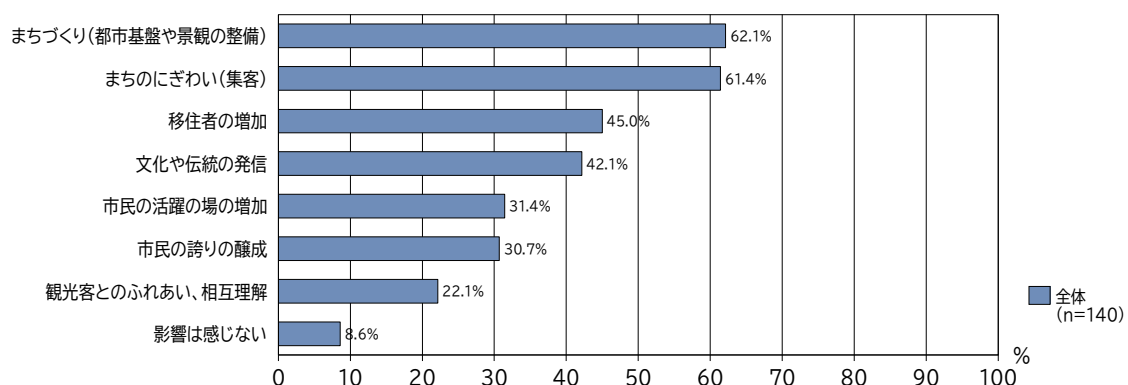
問 観光客の来訪についてどう思いますか。

⇒「ぜひ来てほしい」「来てほしい」は全体では85%、在住20年未満では95%。



問 観光客の増加による生活環境へのプラスの変化として一番感じていることは。

⇒まちづくり(都市基盤や景観の整備)、まちのにぎわい(集客)がトップ2



第3章

北九州市が目指す観光

1 観光振興プランで目指す姿、基本方針

この観光振興プランは、

- ① 北九州の多様な魅力を一層磨き上げる
- ② 「暮らす人」が北九州にさらに愛着を持ち、誇りを感じることができる
- ③ 「暮らす人」が誇りに感じたその魅力を発信し続けることで、北九州の認知度が向上し、「訪れる人」が増加する
- ④ 「訪れる人」が増えることが「暮らす人」の一層の愛着・誇りにつながる

という「観光の好循環」をつくり、地域経済の活性化に貢献する観光・交流都市を目指します。

(1) 目指す姿

**「暮らす人」「訪れる人」がともにわくわくする観光・交流都市
～ゲストとして迎え、友人として送り出そう～**

(2) 基本目標

- ① 「夜景」「門司港レトロ・城下町小倉の歴史文化」など北九州がこれまで育んできた魅力を一層向上させ、
- ② 周辺都市圏域約400万人を取り込むマイクロツーリズムを促進します。
- ③ 宿泊客の約7割を占めるビジネス客が、もう一か所、もう一泊を楽しむ「プラスワン観光」の魅力を提供します。

2 取組期間とKPI

本計画では、取組期間とKPI(重要業績評価指標)を次のように定めます。

(1) 取組期間

本プラン取組期間は、令和5(2023)年度～令和9(2027)年度の5年間とします。

取組期間の前半(3年)では、主にコロナ前の水準に戻すことを目指します。後半(2年)では、コロナ前の水準を超えた観光の発展を目指します。

(2) KPI

KPIについては、前半3年の取組状況を踏まえ、後半2年に再設定します。

	コロナ禍以前(R元年)	現時点(R3年)	目標(R8年3月時点)
観光客数	2,420.8 万人	1,105.3 万人	2,500 万人
宿泊客数	192.9 万人	124.6 万人	200 万人
消費額	1,345 億円	399 億円	1,400 億円
市民の満足度※	—	65.7%	75%

※「あなたの目から見て、北九州市は魅力的な観光地だと思いますか。」に対して「とてもそう思う」「そう思う」と回答した割合の合計

3 4つの戦略+3つの地区別アクションプラン

観光振興プランでは、目指す姿、基本目標を実現するために、4つの戦略を推進します。

また、戦略を横断的に推進・けん引するリーディングプロジェクトとして、「小倉都心部」「皿倉・東田」「門司港レトロ・和布刈」について、地区別アクションプランを策定します。

(1)4つの戦略

戦略Ⅰ 暮らす人・訪れる人がともに楽しめる観光資源の磨き上げ

- 「暮らす人」「訪れる人」双方の目線で、夜景を中心とした夜型観光の強化、文化芸術などの北九州の魅力を活かしながら、もう一か所、もう一泊を促す「プラスワン観光」につながる北九州の魅力の発掘・磨きあげに取り組みます。

戦略Ⅱ ファン・リピーターづくりのための戦略的なプロモーション

- 「暮らす人」が愛し、楽しむ北九州のディープな魅力を、北九州を訪れる前の段階から触れることができる情報発信、ビジネスや MICE、インバウンド、修学旅行や産業観光につながるプロモーション強化やコンテンツの開拓・充実に取り組みます。

戦略Ⅲ 訪れる人の満足度向上に向けた環境整備

- 公共交通機関や観光案内、ハード面やソフト面のおもてなし環境を改善するとともに、デジタル技術の活用やバリアフリー、ユニバーサルデザインの導入などによって、より便利・快適な環境整備に取り組みます。

戦略Ⅳ 何度も訪れ、楽しんでもらうための持続可能な観光地づくり

- 北九州の観光に関わる組織や個人との連携、国や九州観光機構、北九州都市圏、山口県など外部との連携、宿泊税の戦略的な活用に向けた有識者との連携など体制強化を進めます。また、危機管理や SDGs推進、人材育成といった基盤強化に取り組みます。

(2)3つの地区別アクションプログラム(別途策定)

小倉都心部	皿倉・東田	門司港レトロ・和布刈
歴史・文化から食・エンタメまで、 多様な魅力であふれる 都市型観光拠点 『城下町 小倉』	北九州の「現在」「過去」「未来」を すべて学び、楽しめる “まちごとミュージアム” 『皿倉・東田地区』	九州最北端の港町リゾート 『門司港レトロ』

第4章

戦略を実現するための取組

戦略Ⅰ「暮らす人・訪れる人がともに楽しめる観光資源の磨き上げ」

基本的な考え方

「暮らす人」「訪れる人」の双方の目線から、北九州の歴史・文化・食、夜景、スポーツ、自然、産品などを改めて発掘し、磨き上げる、それを「ストーリー」として滞在・周遊を促進するための施策に取り組みます。

今後の取組方針

戦略Ⅰ－１ 北九州が誇る歴史・文化・食の魅力発掘・一層の磨き上げ

北九州は、多くの観光客を惹きつける魅力的な観光資源を有しています。その中でも、歴史・文化・食は代表的な観光資源です。こうした代表的な観光資源の発掘、磨き上げに取り組むとともに、北九州の観光の顔となる地区を「重点エリア」と定め、積極的な魅力発掘・一層の磨き上げに取り組みます。

【推進していく主な取組】

- ・ 小倉城とその周辺の魅力向上
- ・ 門司港レトロ・和布刈地区の魅力向上
- ・ 市内を一望できる絶景・皿倉エリアの魅力向上
- ・ 「ものづくりのまち」北九州の魅力を体験できる産業観光コンテンツの開拓
- ・ 北九州の魅力あふれる食のPR、新たな名物・おみやげものづくりの検討

<地区別アクションプラン>

「小倉都心部」「皿倉・東田地区」「門司港レトロ・和布刈地区」の3地区を重点エリアと定め、観光振興プランのリーディングプロジェクトとします。また、北九州への来訪者の増加とともに、3地区以外のエリアの魅力を訴求し、来訪者の市内全体への周遊促進、もう一か所、もう一泊の「プラスワン観光」へと結びつけることを目指します。

小倉都心部

『歴史・文化から食・エンタメまで、多様な魅力であふれる都市型観光拠点』

- 1日を通していつでもまち歩きを楽しめる環境整備
- 小倉城・小倉城庭園の集客力向上による域内周遊の促進 など

皿倉・東田

『北九州の「現在」「過去」「未来」をすべて学び、楽しめる“まちごとミュージアム”』

- 皿倉山頂施設の魅力の一層の向上
- 東田大通り公園などを含めたエリア一体の回遊性向上 など

門司港レトロ・和布刈

『九州最北端の港町リゾート』

- ガイドライン策定やターゲットの明確化によるブランディング構築
- 観光DXやパブリックアートを活かした集客 など

戦略Ⅰ－２ 新しい魅力の発掘・創出

「暮らす人」の目線から見ると、観光資源としては気づいていなかった魅力が、北九州にはまだまだあります。また、これまでなかった切り口や新たな技術とのコラボレーションによって、新しいコンテンツを創出することも可能です。

例えば、若松北海岸、河内、平尾台に代表される自然景観など、北九州の魅力を改めて観光資源として見つめ直し、社会環境の変化や観光のトレンドを意識しながら、観光資源として活かす取組を進めます。

【推進していく主な取組】

- ・【新】観る・応援する・参加するスポーツツーリズムの振興、ワーケーション、コワーキング利用者などへの観光PR
- ・（若松北海岸や平尾台など）自然を活かした体験型、滞在型観光の促進
- ・ポップカルチャー、映画やドラマ等のロケ地など、文化芸術を活かした誘客促進
- ・思わずまち歩きがしたくなる居心地のよい空間づくり

戦略Ⅰ－３ 夜景を中心とした夜型観光の魅力向上

北九州は、「日本新三大夜景都市」全国一位に認定されており、8つの「日本夜景遺産」や「工場夜景」などバラエティー豊かな夜景が高く評価されています。この夜景を中心に、夜間、早朝の魅力を体験できる環境整備やイベントの実施、情報発信などによって、新たな魅力の創出、滞在時間や宿泊客数の拡大、地元飲食店への経済効果を生み出します。

【推進していく主な取組】

- ・【新】宿泊施設と連携した地元飲食店などへの誘導によるナイトタイムエコノミーの促進
- ・夜間、早朝での誘客イベントの実施
- ・ライトアップによる夜間景観の向上や安全安心な夜景観賞のための環境整備

戦略Ⅰ－４ もう一か所、もう一泊を促す「プラスワン観光」につなげる観光資源、文化関連施設の「ストーリー化」

個々の観光資源の魅力向上とともに、それらを歴史や文化、人、食、まちなどのストーリーでつなぐことによって、よりディープな魅力が生まれます。ビジネスやスポーツ観戦客が立ち寄りたくなる魅力、便利に市内を周遊できる環境の整備などにより、もう一か所、もう一泊につながるコンテンツや観光施設間の連携強化を図ります。

【推進していく主な取組】

- ・【新】歴史や文化などのストーリーを意識した観光モデルコースの磨き上げ
- ・【新】（再掲）宿泊施設と連携した地元飲食店などへの誘導によるナイトタイムエコノミーの促進
- ・【新】（再掲）観る・応援する・参加するスポーツツーリズムの振興、ワーケーション、コワーキング利用者などへの観光PR

戦略Ⅱ「ファン・リピーターづくりのための戦略的なプロモーション」

基本的な考え方

人口減少などによって国内観光市場が縮小する中で、北九州のファンやリピーターを生み出し続ける重要性が高まっています。

ファンやリピーターを生み出し続けるためには、まず「暮らす人」が北九州を深く知り、愛着や親しみを持つディープな魅力を発信することが重要です。また、そうした情報を、個人観光客、ビジネス、MICE、インバウンド、修学旅行や産業観光などの分野別に、効果的な方法で発信することに取り組みます。

今後の取組方針

戦略Ⅱ－１ 市民や近郊在住者が自ら発信したくなる仕組みづくり

「暮らす人」が自ら北九州の魅力を発掘し、SNSなどを活用して発信するきっかけとなる仕組みを構築します。

【推進していく主な取組】

- ・【新】屋外アートなど気軽に発信できるフォトスポットづくりの検討
- ・ フォトコンテストなど市民や来訪者自身による発信を促す仕組みづくり

戦略Ⅱ－２ 旅マエからわくわくするディープな北九州の発信

戦略Ⅱ-1などで得られるディープな(わくわくする)北九州の魅力を集約、活用し発信する仕組みを整えます。

【推進していく主な取組】

- ・ ぐるリッチ北九州や観光案内所での個々のニーズに合わせた案内機能の強化
- ・ 市民もメディアも活用できるフリー素材の一層の充実
- ・ 地域の魅力を伝える地元ウェブメディアなどとの連携強化
- ・ 【新】市民が自ら体験し、魅力を発信する「クチコミ」を活かす仕組みの検討

戦略Ⅱ－３ ビジネス・MICEなど様々な目的で訪れる方への「プラスワン観光」を促すプロモーションの強化

ビジネス・MICEで訪れる来訪者も、北九州の重要なゲストです。業務や会議が終わった後、北九州の魅力を楽しんでもらう「プラスワン観光」を積極的に生み出します。

【推進していく主な取組】

- ・ アフターコンベンションなどで楽しめる観光資源の一層の強化とその発信
- ・ 【新】(再掲)宿泊施設と連携した地元飲食店などへの誘導によるナイトタイムエコノミーの促進
- ・ (再掲)ぐるリッチ北九州や観光案内所での個々のニーズに合わせた案内機能の強化

戦略Ⅱ－4 インバウンドへの戦略的対応

インバウンド市場はこれからも拡大が期待できる重要市場であり、北九州空港を有する北九州は、その玄関口としての機能を有しています。北九州を訪れる外国人観光客の8割を占める韓国・台湾・中国・香港の方々の中には、日本リピーターも多いことから、「暮らす人」とともに楽しむディープな北九州の情報や快適で楽しい体験を提供することによって、さらなる集客の拡大に取り組めます。

【推進していく主な取組】

- ・ 北九州空港・福岡空港を軸にした多角的な誘客プロモーション
- ・ 大規模イベント・スポーツ大会などの機会を活かした情報発信
- ・ 【新】観光施設や商店街などの多言語案内の強化

戦略Ⅱ－5 北九州の強みを活かした修学旅行・産業観光のコンテンツ強化

北九州は文化施設の集約、公害を克服した歴史、先進的な環境関連技術、近代から現在まで学べる産業観光といった、SDGs教育に適したコンテンツが充実しています。こうした強みをさらに活かし、体験メニュー、学習プログラムをさらに充実、開拓していくことで、修学旅行や産業観光の拡大に取り組めます。

【推進していく主な取組】

- ・ SDGs先進都市北九州ならではの修学旅行用メニュー、体験学習プログラムの充実
- ・ 「ものづくりのまち」北九州の魅力を体験できる産業観光コンテンツの開拓

戦略Ⅱ－6 MICE やイベントなどの誘致強化

北九州は、グローバルMICE都市として、大規模集客イベントや国際会議、学会などを積極的に誘致しています。今後は、脱炭素、DXなど社会ニーズを的確に捉え、市内産業の振興や集客に資する誘致活動と開催環境の高度化を推進します。

【推進していく主な取組】

- ・ 社会ニーズに対応した大規模集客イベントなどの誘致
- ・ 安全安心・快適なMICE開催のための設備・機能強化

戦略Ⅲ「訪れる人の満足度向上に向けた環境整備」

基本的な考え方

北九州のファンやリピーターを生み出し続けるためには、ストレスのない快適な移動、滞在といった観光を楽しむための基盤整備が不可欠です。また世界的に進展する観光DXを推進することは、環境にやさしい観光やマーケティングデータの収集・分析の容易化につながり、満足度の向上につながります。

今後の取組方針

戦略Ⅲ－１ 誰もが快適かつスマートに北九州観光を楽しめる公共交通の利用促進

インバウンドなど遠方から「訪れる人」や若年、高齢の「暮らす人」、今後の拡大が予想される「環境意識の高い層」などにとって、公共交通での移動は不可欠です。北九州の公共交通網を、デジタル技術を積極的に活用し、快適かつスマートに移動できる環境を整備します。

【推進していく主な取組】

- ・【新】観光分野でのMaaSの活用、西鉄バス・JR・タクシーなどとの連携
- ・【新】市内周遊パスの発行など、公共交通機関を利用した周遊促進策の検討
- ・【新】環境にも利用者にも優しいグリーンスローモビリティなど新たな移動手段の検討

戦略Ⅲ－２ 訪れる人がストレスなく観光を満喫できる環境づくり

観光を楽しむ場面や宿泊の場面で、ハード面・ソフト面双方でバリアフリーやユニバーサルツーリズムを進めることは、北九州のおもてなしの心を形にする方法の一つです。

北九州の観光の顔の一つである皿倉山頂施設のリニューアルなど、訪れる人がストレスなく観光を楽しめる環境の整備を積極的に進めます。

【推進していく主な取組】

- ・【新】皿倉山など観光施設のおもてなし機能の向上
- ・【新】観光拠点となるような観光ホテル誘致の検討
- ・【新】観光庁「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の宿泊施設や観光施設での普及促進などユニバーサルツーリズムの推進
- ・【新】観光施設におけるキャッシュレス対応やデジタルチケットの導入の推進

戦略Ⅲ－３ 観光DXの推進による利用者の利便性・満足度の向上や、事業者の生産性向上

観光DXは、情報、移動・まち歩き、宿泊、体験などあらゆる分野で活用が期待されています。情報のデジタル化やキャッシュレス対応、デジタルチケットといった基盤整備とともに、ビッグデータや仮想空間(XR(クロスリアリティ))といった、新しい技術も積極的に活用して、観光客の利便性や満足度の向上、観光産業の生産性向上に取組んでいきます。

【推進していく主な取組】

- ・【新】観光案内機能のデジタル化
- ・【新】XR(クロスリアリティ)を活用した観光コンテンツの検討
- ・ビッグデータなどデジタルテクノロジーを活用したマーケティングの強化
- ・【新】(再掲)観光施設におけるキャッシュレス対応やデジタルチケットの導入の推進

戦略Ⅳ「何度も訪れ、楽しんでもらうための持続可能な観光地づくり」

基本的な考え方

「暮らす人」「訪れる人」の双方に「何度も訪れ、楽しんでもらう北九州」を持続し続けていくためには、市内外の関係機関や個人との連携、さらにコロナ禍を経て高まった危機管理やSDGsの必要性、北九州の観光の最前線に立って訪れる人をもてなす役割を担う人材の育成が重要です。

こうした観光振興プランの推進を担う体制や仕組みを構築し、プランの確実な推進と見直し、改善を進めていきます。

今後の取組方針

戦略Ⅳ－１ 観光関係の組織や企業・個人など、北九州の多様な主体と連携し、推進する体制の構築

観光振興プランの推進には、行政、観光コンベンション協会、宿泊施設や飲食店、小売店、交通機関といった産業界など、あらゆる組織、熱意ある個人の参画が不可欠です。

北九州の観光地域づくり法人(DMO)の登録の取組などを通して、こうした推進体制を強化するとともに、これまで以上に企業が観光に取組む機会の拡大、環境づくりに取り組めます。

【推進していく主な取組】

- ・【新】企業が観光分野の担い手として挑戦・投資・参入しやすい環境づくり
- ・【新】登録DMOの設立に向けた、民間事業者などが主役となった推進体制の構築

戦略Ⅳ－２ 国、九州観光機構、県、北九州都市圏、山口県などと連携する広域観光推進の体制づくり

広域観光の推進は、特にインバウンドなど遠方からの「訪れる人」に対する情報発信や周遊ルート構築に効果があります。また、県内市町村や隣県と連携することは、互いにあるものを高め合う、あるいはないものを補い合い、魅力を高め、滞在・宿泊を拡大することも期待できます。

今後、既存の協議体の存在などを活用しつつ、北九州を起点、あるいは終点とした広域観光の推進などに積極的に取り組みます。

【推進していく主な取組】

- ・北九州都市圏域(18市町)による協議体の活用
- ・宿泊観光・滞在時間延長につながる九州内や周辺地域との連携の充実

戦略Ⅳ－３ 宿泊税の使途を戦略的に検討できる体制づくり

宿泊税は、観光振興に活用できる財源であり、観光客の快適で満足のできる観光の施策に、戦略的・効果的に活用する必要があります。

今後の観光の方向性などについて、地元観光事業者や有識者などの意見を集約しつつ、宿泊税の活用方法(使途)をチェック・検討する体制を構築します。

【推進していく主な取組】

- ・【新】宿泊税の使途などを検討する外部有識者などによる会議体の設置

戦略Ⅳ－４ 災害や感染症などへの危機管理体制の強化

災害や感染症に対する危機管理は、持続可能な、変化に強い観光を生み出すために重要であり、インバウンドを含めたあらゆる「訪れる人」に対して、正確な情報を迅速に発信する体制を整えます。

【推進していく主な取組】

- ・【新】危機事象におけるウェブや観光案内所などでの情報発信
- ・【新】訪日外国人も災害時などに必要な情報が入手できる体制づくりの検討

戦略Ⅳ－５ 観光振興を通じたSDGsの取組の推進

環境にやさしい観光は、世界的に広がる環境意識の高まりの中で、若い世代やインバウンドの満足度、再来訪意向にもつながる重要な要素になります。北九州に「暮らす人」の日常での「環境にやさしい取り組み」を、「訪れる人」も滞在中に自ずと取組むことができる環境整備など、観光振興を通じたSDGs未来都市の発信・発展に取り組めます。

【推進していく主な取組】

- ・【新】観光におけるEVバスへの移行など脱炭素に向けた取組の検討
- ・【新】観光事業者や観光客による脱プラスチックやフードロス削減など自然環境への負荷が少ない観光の取組の推進
- ・(再掲)SDGs先進都市北九州ならではの修学旅行用メニュー、体験学習プログラムの充実

戦略Ⅳ－６ おもてなしの機能強化・人材育成

「訪れる人」に北九州の広く深い魅力を楽しんでいただくためには、充実した観光案内やスキルの高いガイドの存在が欠かせません。北九州市では、観光について学んだ市民約100名が「北九州市観光ボランティア」として活動していただいています。観光ガイドは情報を伝えること以上に、訪れる人をゲストとして迎え、ガイドを通してともに楽しみ、最後には友人として送り出す、といった北九州の観光が目指すおもてなしの最前線に立つ人材となります。

観光案内所の充実や、友人として送り出すことができるガイドの一層のスキル向上など人材育成に取り組めます。

【推進していく主な取組】

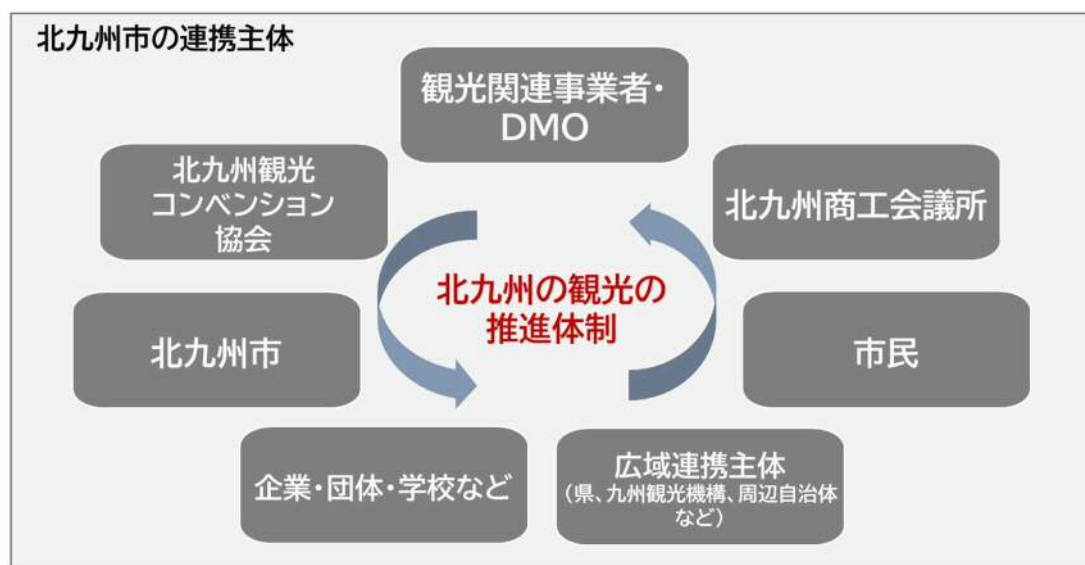
- ・観光案内所の充実、スキルの高い観光ガイドの育成強化
- ・【新】趣味や嗜好で観光客とガイドがつながる新たな観光ガイドの検討

第5章 プランの推進に向けて

1 推進体制

観光振興プランは、「暮らす人」「訪れる人」がともにわくわくする観光・交流都市を目指すものです。それを実現するために、観光関連事業者・DMO、北九州観光コンベンション協会、北九州商工会議所、企業・団体・学校、市民といった、観光に関連する様々な主体と連携しながら推進します。

また、市内部での関係部局との連携や、広域観光振興推進のための近隣自治体との連携など、体制を強化しながら推進します。



2 推進スケジュール

観光振興プランは、令和5(2023)年度から令和9(2027)年度の5年間のプランです。

取組の前半となる令和 7(2025)年度までは、北九州観光をコロナ禍前(令和元(2019)年度)の水準に戻すことを目指します。後半の令和 9(2027)年度までは、前半の取組状況、KPI の達成状況などを踏まえながら、目標達成に向けて取り組みます。

3 計画の見直し、評価体制

観光振興プランの進捗状況の確認・評価や見直し・改善に向けて、有識者などから意見を求めます。特に、コロナ禍からの回復、インバウンドの回復、コロナ禍による社会変化など、まだ不透明な状況が続くことが予想されます。こうした予測が困難な状況に対応するため、必要に応じて戦略などの見直しや追加も検討します。

資料編

1 地区別アクションプラン

地区別アクションプラン策定のねらい

今回策定する北九州市観光振興プランでは、過去5年間で最も多くの観光客が訪れ、北九州の観光の顔と言える「小倉都心部」「皿倉・東田地区」「門司港レトロ・和布刈地区」の3地区を重点エリアと定め、観光振興プランのリーディングプロジェクトとして、その魅力向上・魅力発信に取り組めます。

リーディングプロジェクトの推進による北九州市への来訪者の増加とともに、3地区以外の観光地としての魅力を訴求し、来訪者の市内全体への周遊促進・もう一か所、もう一泊の「プラスワン観光」へと結びつけることを目指します。



3

地区別アクションプラン①小倉都心部

歴史・文化から食・エンタメまで、多様な魅力であふれる都市型観光拠点『城下町 小倉』

1 地域の強み

《まちの魅力》

◆地域に根ざした歴史・食・伝統文化の集積

- ✓ 駅から徒歩10分で江戸期の城下町文化を体感できる小倉城・小倉城庭園
- ✓ 市民が愛し、育んできた豊かな食文化とそれを楽しむ飲食店街
- ✓ 小倉祇園太鼓やわっしょい百万夏まつりを中心としたお祭り

◆文化芸術・エンタメ拠点の集積

- ✓ 演劇・コンサートやイベントを楽しめる施設(北九州芸術劇場、北九州ソレイユホール、西日本総合展示場)
- ✓ 公営民営問わずバリエーション豊かな文化関連施設(市立美術館分館、松本清張記念館、ゼンリンミュージアム、あるあるcity・漫画ミュージアム、森鷗外旧居など)
- ✓ アクセス抜群のミクニワールドスタジアム

◆利便性の高いMICE拠点

- ✓ JR小倉駅やレセプションの開催も可能な大型ホテルに隣接するMICE施設(西日本総合展示場、国際会議場など)

《アクセス・市場》

- ◆市外からのアクセスの良さ(JR、空港・フェリーからの直行バス、高速道路網)
- ◆域内周遊の拠点となる豊富な交通手段(JR・バス・モノレール・都市高速網・シェアサイクルなど)
- ◆ビジネス客から観光客まで幅広い層に満足してもらえるバラエティ豊かな宿泊施設群・飲食店街

4

地区別アクションプラン①小倉都心部

2 取組内容

- (1) 北九州の玄関口・小倉の情報発信力の一層の強化
 - ✓ 小倉駅観光案内所の案内機能・情報発信機能の一層の強化
 - ✓ 小倉駅JAM広場の一層の活用
 - ✓ 商店街などと共同した食のイベントの開催
 - ✓ 北九州ならこれ！と言える新たな名物・おみやげものづくり
- (2) 小倉駅を挟んで南北の回遊性の一層の向上
 - ✓ 小倉城周辺、あさの汐風公園などで連動したイベントなどの実施
 - ✓ MICEや大型イベントへの来訪客に対するAIを活用した隙間時間に合わせた過ごし方の提案の検討
- (3) 小倉駅に降り立った観光客の小倉城周辺まで足を伸ばしてもらうための一層の工夫
 - ✓ 小倉城・小倉城庭園の魅力の一層の強化(小倉城武将隊などを活用した集客イベント、XRを活かした天守閣からの城下町再現など)
 - ✓ 駅周辺のデジタルサイネージ広告での小倉城の露出強化
 - ✓ 駅から小倉城までの夜間景観などの整備
- (4) 歴史・文化を体感できる、小倉のまち歩きの魅力の一層の訴求
 - ✓ まち歩きマップの更新
 - ✓ 小倉のまちの歴史に精通する専門市民ガイドの育成・登録の検討

5

地区別アクションプラン①小倉都心部

3 取組内容



6

地区別アクションプラン②皿倉・東田地区

北九州の「現在」「過去」「未来」をすべて学び、楽しめる“まちごとミュージアム”『皿倉・東田地区』

1 地域の強み

《まちの魅力(皿倉地区)》

- ◆ 昼は市街地を一望、夜は日本一の夜景を堪能できる好立地
- ◆ バリアフリーで山頂からの眺望を楽しむことができる
- ◆ 自然林が多く、軽登山や癒しの空間としてのポテンシャル
- ◆ 利用者満足度の高い西日本最大級のケーブルカー

《まちの魅力(東田地区)》

- ◆ 幅広い層に愛され、学びの拠点としても活用可能な質の高いミュージアム群(いのちのたび博物館、スペースLABO、環境ミュージアムなど)
- ◆ 世界遺産「官営八幡製鐵所関連施設」、東田第一高炉跡などの産業革命遺産群
- ◆ 西日本最大級のアウトレットモール「ジ アウトレット北九州」の集客力

《アクセス・市場》

- ◆ 東田地区は全施設ともJR駅徒歩圏内のコンパクトさ、皿倉地区も駅からの無料シャトルバスを利用し手軽に行ける
- ◆ 車で20分程度で、河内藤園など自然に親しむことができる

7

地区別アクションプラン②皿倉・東田地区

2 取組内容

(皿倉地区)

- (1) 小倉都心部からのアクセスの向上
 - ✓ 東田からのバスの運行体制の再検討を含む、小倉や東田などからのアクセス向上
- (2) 山頂周辺施設等の快適性の向上
 - ✓ (トイレ、レストランを含む)施設・設備のリニューアル計画の推進
- (3) 山麓駅から山頂まで観光地としてのわくわく感の醸成
 - ✓ 皿倉山全体のブランド力の強化(案内サインやロゴ、キャッチコピーなど)
 - ✓ 山頂での遊び場や展望休憩所の設置による自然を感じらる空間づくり

(東田地区)

- (1) 各ミュージアム施設の魅力の一層の訴求・域内施設どうしを繋ぐストーリー化・発信力の一層の強化
 - ✓ 地区内のミュージアム施設(いのちのたび博物館、スペースLABO、環境ミュージアム、世界遺産関連施設)のPR、案内機能の一元化の検討
 - ✓ エリア内の共通入場券(電子チケット)の発売の検討
 - ✓ 市立美術館や旧安川邸など近隣スポットとの連携の検討
- (2) 東田地区来訪者の皿倉地区周遊促進に向けた一層の工夫
 - ✓ エリア全体の発信力向上(ポータルサイト「ぐるリッチ北九州」での皿倉・東田地区の特設ページの作成、分かりやすいエリア内マップの作成など)
- (3) 東田地区内の回遊性の向上
 - ✓ 東田大通り公園などを中心とした、まち歩き空間やにぎわいの創出

8

地区別アクションプラン②皿倉・東田地区

3 取組内容



9

地区別アクションプラン③門司港レトロ・和布刈地区

九州最北端の港町リゾート『門司港レトロ』

1 地域の強み

《まちの魅力》

- ◆美しく雄大な関門海峡の景観
- ◆歴史的建造物が多く現存する大正ロマンあふれる街並み
- ◆日本夜景遺産に登録されている和布刈公園第二展望台や門司港レトロ展望室
- ◆大自然と豊富な歴史遺産のある和布刈公園
- ◆世界的にも珍しい歩行者専用の「関門海底トンネル」
- ◆豪華クルーズ船など国内外の船舶が寄港し、多種多様な人々が交流

- ◆出光美術館や門司港美術工芸研究会などアートや文化施設が集積

- ◆若者に人気がある清滝地区の路地裏探索

《アクセス》

- ◆国指定重要文化財「門司港駅」から徒歩圏内
- ◆対岸の下関市までアクセス路が多様（連絡船、人道トンネル、関門橋、JR）
- ◆門司港レトロから和布刈公園まで観光列車「潮風号」が運行

10

地区別アクションプラン③門司港レトロ・和布刈地区

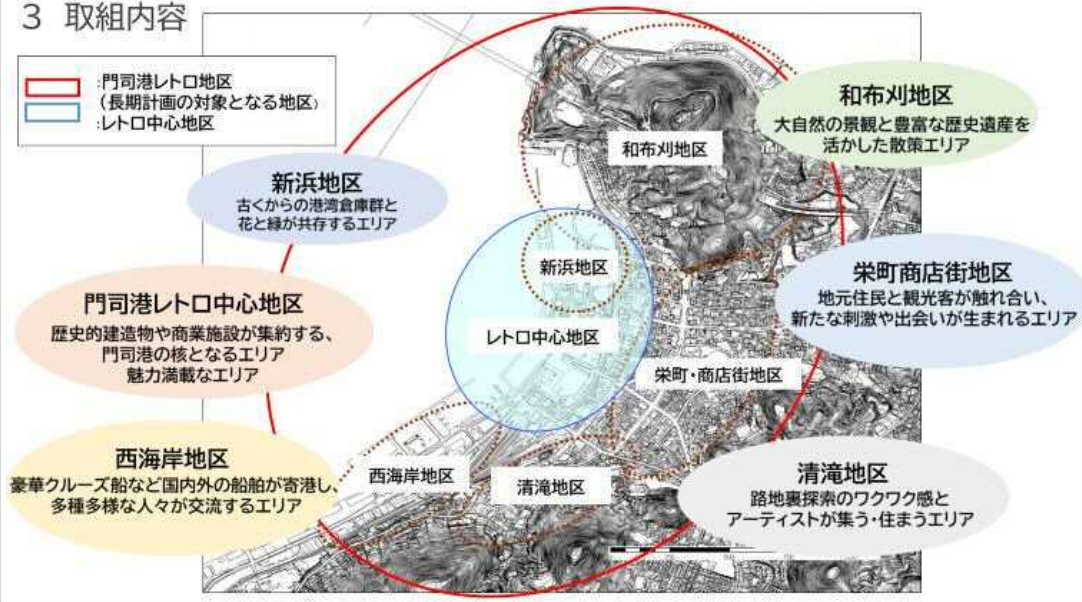
2 取組内容

- (1) 門司港の特色を生かしたブランディングの構築
 - ✓ 新たなキャッチフレーズ“九州最北端の港町リゾート”の打ち出し
 - ✓ “港町リゾート”に似合う高級感のあるブランドデザイン(統一感のある案内標識、イベントのあり方)
- (2) 魅力的な地元資源の発掘・磨き上げ
 - ✓ リゾートの雰囲気を醸成する街づくり(トロッコ列車沿線の植栽など)
 - ✓ 集客力のあるパブリックアート等の整備(新浜地区の倉庫群を活用した壁画アートなど)
- (3) 属性に応じた戦略的なプロモーションの強化
 - ✓ 観光DXを活用したプロモーション戦略(IoTセンサー活用による行動実態データの把握など)
 - ✓ 清滝地区でアーティストが集う・住まう取り組みの促進
- (4) 滞在時間の長時間化
 - ✓ 門司港レトロ～和布刈地区の水上交通の導入
 - ✓ 不足している休憩所やベンチの新設による周遊導線の拡張
 - ✓ 関門連携による新たな周遊ルートやイベントの開発
- (5) 多様なニーズに対応できる人材の育成・登用
 - ✓ 民間企業、DMO等と行政との人事交流
 - ✓ 来訪者のニーズに一貫して対応できる地域ガイドの育成
- (6) インバンドの取り組み
 - ✓ 韓国、台湾の団体客以外の誘致強化
 - ✓ 複数の地域資源の掛け算による商品開発(トロッコ列車での日本酒の利き酒など)

11

地区別アクションプラン③門司港レトロ・和布刈地区

3 取組内容



12

2 統計データ、各種調査の実施・公開

使用データ

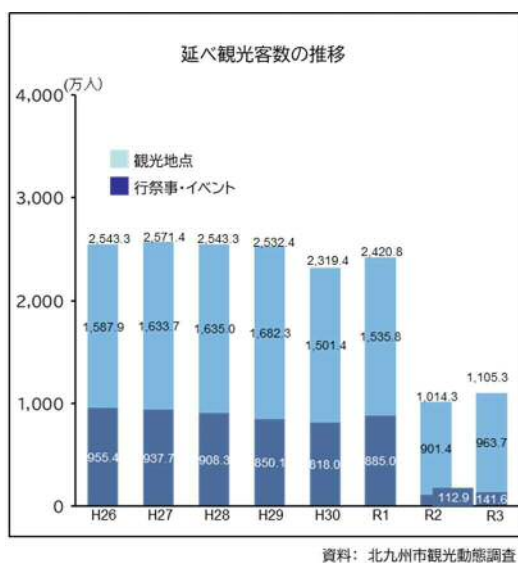
北九州市

- 北九州市観光動向調査
- 北九州市パラメータ調査

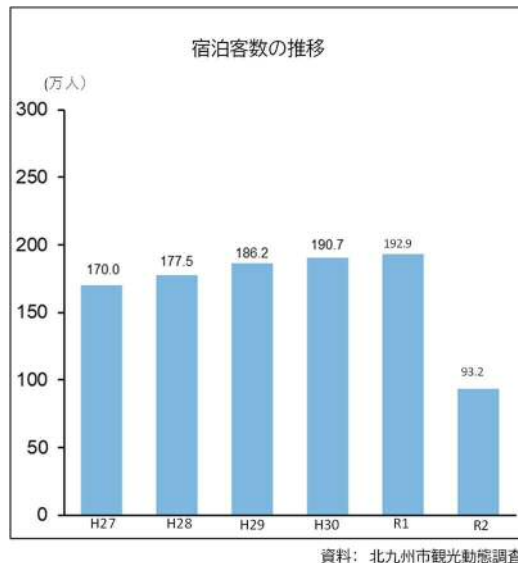
全国・福岡県

- 観光庁全国観光入込客統計に関する共通基準報告書
- 観光庁宿泊旅行統計調査

延べ観光客数



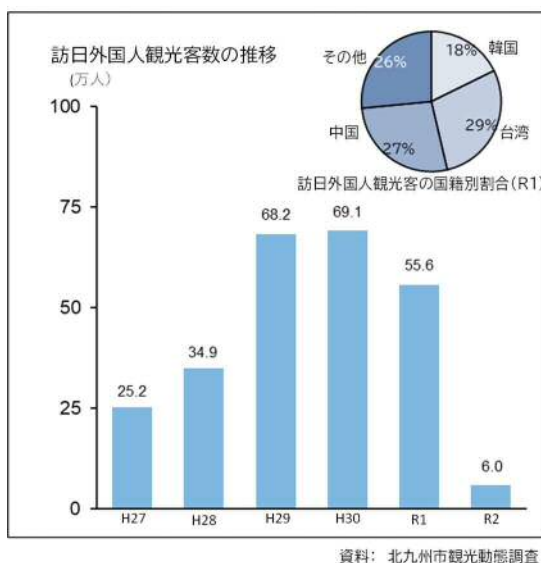
実観光客数



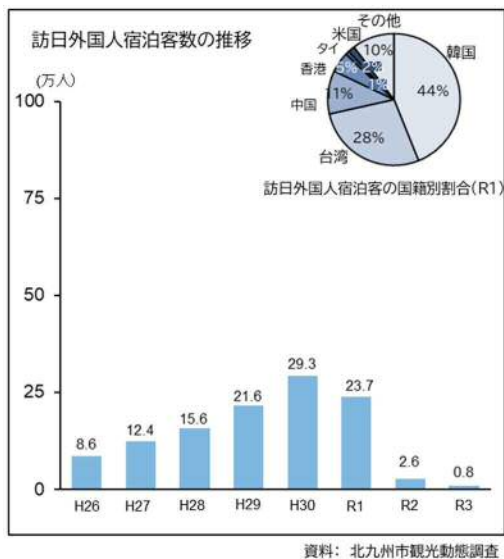
※観光地点(観光客を集客する施設・拠点等)と行催事・イベントの入込客・参加者数の合計

※観光地点と行催事・イベントの入込客・参加者数を、観光地点の重複入場率等を基に推計

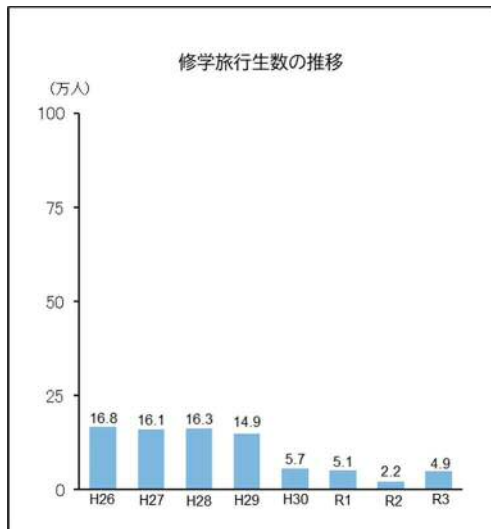
訪日外国人観光客数



訪日外国人宿泊客数

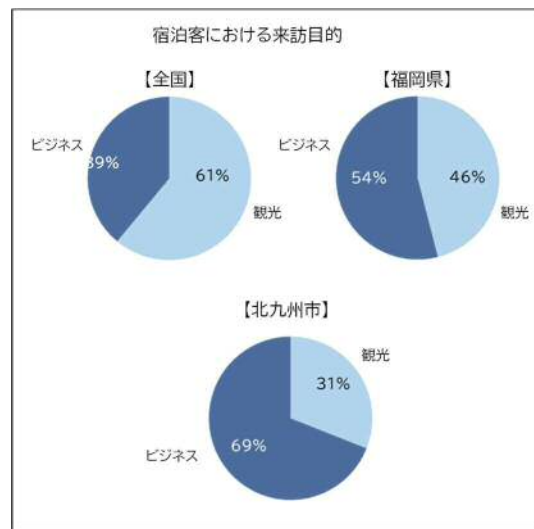


修学旅行数



資料：北九州市観光動態調査

来訪目的



資料：【全国、福岡県】令和元年観光庁全国観光入込客統計に関する共通基準報告書
【北九州市】令和元年年次北九州市観光動態調査

消費額単価



資料：北九州市観光動態調査

観光客の居住地



資料：【観光客の居住地】北九州市パラメータ調査
【宿泊客の居住地】観光庁 宿泊旅行統計調査

3 観光振興プラン検討会名簿

(8名、五十音順、敬称略)

No.	氏名	所属・役職
1	入江 昭彦	北九州ホテル協議会 会長、 (JR九州ステーションホテル小倉(株) 顧問)
2	植田 詩生	北九州ノコト 編集長
3	後小路 雅弘	北九州市立美術館 館長
4	加倉井 良多	日本旅行業協会 九州支部 北九州地区委員長 (株)JTB 北九州支店長)
5	菅本 美空	西南女学院大学 学生
6	福島 規子	九州国際大学 現代ビジネス学部教授(観光学博士)
7	マッコームズ 夏野	北九州商工会議所 運輸交通部会企業 (株)スターフライヤー 営業本部マーケティング部 シニアマネージャー)
8	南 博	北九州市立大学 地域戦略研究所 副所長

4 観光振興プラン検討会スケジュール

