

## 北九州市観光振興プラン（素案）に対する 市民意見募集の結果について

### 1 意見募集期間

令和4年12月23日（金）から令和5年1月23日（月）

### 2 意見提出状況

(1) 提出者 25人

(2) 提出意見 101件

(3) 提出方法 電子回答：8人 電子メール：17人

### 3 提出された意見の内訳

項 目	件数
プラン全般に関するもの	14件
「第1章 観光振興プランの改訂にあたって」に関するもの	6件
「第2章 北九州市の観光の現状と課題」に関するもの	21件
「第3章 北九州市が目指す観光」に関するもの	10件
「第4章 プラン実現のための戦略と主な取組」に関するもの	37件
・「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」に関するもの	(6)件
・「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」に関するもの	(15)件
・「戦略Ⅲ 「訪れる人」の満足度向上に向けた環境整備」に関するもの	(7)件
・「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」、「コラム 観光地における「おもてなしトイレ」について」に関するもの	(9)件
「第5章 地区別アクションプラン」に関するもの	8件
「第6章 プランの推進に向けて」に関するもの	5件
合 計	101件

### 4 プランへの反映状況

意見への対応	件数
①既にプランで対応済み	46件
②プランに反映する（追加・修正）	8件
③プランの推進の際に参考とする	47件
合 計	101件

## 市民意見を受けて修正した箇所

No.	意見の概要	修正箇所
1	コラム（市民から見た北九州市の観光）に関して、団体旅行が減ったのはコロナのせいではない。コロナ以前からその傾向があり、コロナによって拍車をかけたと言えるが、そもそも旅行自体が壊滅したのではないか。	P 7 第2章 北九州市の観光の現状と課題 2 コロナ禍を経た社会環境・観光の変化 (1) コロナ禍で生まれた新たな観光のかたち ア 訪問先・同行者の変化  「団体旅行が減少し」を 「コロナ禍以前から進んでいた団体旅行の減少が加速し」に変更
2	観光を取り巻く状況について、「コロナ禍による観光需要の『消失』」は言い過ぎではないか。また、このタイトルは、この節の内容と整合していないと思う。	P 8 第2章 北九州市の観光の現状と課題 2 コロナ禍を経た社会環境・観光の変化 (2) のタイトル  「コロナ禍による観光需要の消失」を 「日本国内の観光の状況」に変更
3	北九州市はいいところが沢山あるため、地元福岡近辺で活動されている人気ユーチューバーや、海外の旅行系ユーチューバーを使って、もっとその魅力を広く発信していけば良いと思う。	P 19 第4章 プラン実現のための戦略と主な取組 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 戦略Ⅱ-2 旅マエからワクワクするディープな北九州市の発信 【推進していく主な取組】
4	血倉山や門司港レトロなど今あるものを魅力的にした後の情報発信について、北九州市観光情報サイトなどの他に、SNS（Instagram、TikTok、YouTubeなど）の配信が重要であると考え。今は若者のみならず、高齢者や障害のある方なども、SNSで情報収集している。そのため、SNSを活用することで、北九州市を全く知らない方にも知ってもらい観光に来てもらうきっかけとなると考える。	「・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」を 「・地域の魅力を伝える地元ウェブメディアなどとの連携やSNSを活用した情報発信の強化」に変更
5	「日本三大夜景」は、特にSNSを多く利用する若者が、「映え」を目的として訪れ、発信することが、それを見た人の来訪のきっかけとなると思う。そのため、特に若者向けに認知されることも重要なのではないかと考える。国内の観光客はもちろん、訪日外国人も減少していることから、キャンペーンなどの北九州市独自の支援策や情報発信はますます重要だと思ふ。	
6	旅マエからワクワクするディープな北九州市の発信について、「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」について。旅行者（および市民）が気軽に観光・グルメ情報をリサーチできる情報源（SNS上での相互交流を含め）をもっと増やしてほしい	
7	もっと車いすユーザーに勧めるようにすればよいと思う。北九州市には多くのバリアフリー施設が存在し、一部の博物館などの展示品も低く設置していることから車いすユーザーも鑑賞しやすい。そのため、北九州市の施設を、車いすユーザーにも強く勧めることができるのではないかとと思う。	P 22 第4章 プラン実現のための戦略と主な取組 戦略Ⅲ 「訪れる人」の満足度向上に向けた環境整備 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 【推進していく主な取組】  「・【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を通じたユニバーサルツーリズムの推進」を 「・【新】観光庁「観光施設における心のバリアフリー認定制度」などの宿泊施設や観光施設でのユニバーサルツーリズムの推進」に変更
8	最も有効なことは、食であると思う。食なら博多に引けを取らない。ただし、「九州前寿司」という表現は一般的な表現ではないと考えるので表記を改めていただきたい。	P 29 第5章 地区別アクションプラン 2 小倉都心部 (1) 地域の強み ア 小倉のまちについて  「豊富な地魚を活かした「九州前寿司」」を 「豊富な地魚を活かした寿司などの海の幸」に変更

## 【反映結果】

- 1：既にプランで対応済み  
2：プランに反映する（追加・修正）  
3：プランの推進の際に参考とする

## 北九州市観光振興プラン（素案）に対する市民意見の概要及び本市の考え方

No.	意見の概要	市の考え方	反映結果
プラン全般に関するもの			
1	前回のプランは平成26年5月に、計画期間6年間で「策定」されており、既に計画期間が終了している。「改訂」という表現が適切であるか。	前回プランの計画期間（6年間）を経過した後も、コロナ禍の影響により、先行きが不透明な中で新たな戦略を策定することが困難であったことから、対象期間を延長し、令和4年度まで引き続き前回プランの方針を踏襲しました。 今回のプランはこれまでの取組を踏まえつつ、国内外の社会環境などの変化に対応する必要があるため、前回プランの「改訂」と位置付けています。	1
2	北九州市に観光に来る目的、他都市に比べビジネス客の割合が高い理由、北九州市が旅行先として選ばれない理由など、本質的なところを深掘することで、今後整備すべき「コンテンツ」が浮かび上がると思う。	市内に製造業をはじめ、多くの企業が立地していることがビジネスでの来訪者が多い理由だと考えます。また、来訪者のうち、近隣からお越しいただく方が多いことも特徴の一つだと考えています。本プランでは、「夜景」「門司港レトロ・城下町小倉の歴史文化」など本市がこれまで育んできた魅力を一層磨き上げ、まずは近隣からお越しいただくビジネスでの来訪者、本市への来訪者に、もう一か所、もう一泊を楽しむ「プラスワン観光」の魅力の提供を目指しています。	1
3	今後プランを改訂する場合、北九州を中心とする北部九州地域における観光行動、あるいは来訪者に対する調査を継続的に行い、その結果に基づいて基本的な方向性を検討する必要があるのではないかと。	本市における観光客の動向については「北九州市観光動態調査」を毎年実施・公表しています。その他にも、観光庁や福岡県などが公表している情報など、引き続きより広域での観光動向を情報収集・活用してまいります。	3
4	国内外の訪問客を惹きつけるために、北九州空港を活かした交通インフラ整備の視点もこのプランに必要。滑走路が3,000mに延伸されれば、欧米向けの発着も可能となるため、バス、JR等の北九州空港へのアクセス整備促進をはかることにより、国内外からのビジネス客に加えて観光客を多く取り込むことができる。	北九州空港を起点にした国内外からの誘客は本市の観光振興とともに、北九州空港の振興にとっても重要な課題だと認識しており、今後の国際便就航状況や利用客数などによっては、空港からのアクセス方法の見直しが必要になってくると考えております。 また、本プランでは、インバウンド市場を今後も拡大が期待できる重要市場と位置付けており、引き続き北九州空港を軸にした多角的な誘客プロモーションを進めてまいります。	3
5	北九州空港は九州・中国・四国地域の唯一の24時間物流空港として、北九州の今後の経済成長に大きく貢献すると期待されている。北九州の観光振興プランでは、北九州空港の発展を応援するためにも、成長性の高いインバウンド観光について、より重視すべきではないか。		3
6	今回、北九州市観光振興プランでは、北九州市にある有名な施設、自然をもっと魅力的にしてSDGsやDXを駆使して、プラスワン観光を増やすなどとても良い案だと思った。	本プランでは、まずは「暮らす人」を含む周辺都市圏域約400万人のマイクロツーリズム需要の取り込みを図り、加えて本市宿泊客の約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」の魅力を提供していくことを基本目標としております。	1
7	観光振興プランを改訂するために、北九州市の観光の現状やコロナ禍を経た社会変化、今後の課題を整理することはとても重要だと考える。関係人口、定住人口の増加のため、「訪れる人」と「暮らす人」が交流する案は、コロナ禍の今は、なかなか実現が難しいが、コロナの感染予防が今後、ますます進んでいくことで、現実的になるのではないだろうか。	行政のみならず、観光に関連する様々な主体が連携し、本プランに基づき具体的な施策を進めることで、「暮らす人」「訪れる人」がともにわくわくする観光・交流都市を目指します。 なお、サブタイトルの「ゲストとして迎え、友人として送り出そう」は、タイトルで伝えきれない内容を補足するとともに、受け手によって解釈が異なることなく、一目で全容を理解していただけるよう掲げました。	1
8	北九州市は魅力が詰まった街であると同時に、今後ますます発展する可能性を秘めた街であると感じた。「暮らす人」「訪れる人」がともにわくわくする観光・交流都市になれば、シビックプライドの醸成と関係人口の増加が重なり合うなど、大きなメリットが生まれると考える。		1
9	北九州を訪れる観光客だけではなく、北九州に暮らす人も共にスポットを当てていることがとても興味深かった。高い満足度を与えることでリピーターを獲得することが重要だと考える。観光客の方々にも魅力を再発見してもらえれば、より北九州の観光が盛り上がるのではないかと思う。		1
10	北九州市の独特な文化・観光資源を活かして、他地域と差別化できる、良い観光振興プランを立ててくださったのではないかと思う。		1
11	暮らす人が北九州市に愛着を持ち、誇りを感じ、それを発信することで認知度が向上し、訪れる人が増加する。さらにリピーターになってもらう。このサイクルはとても良いと考える。		1
12	プラスワン観光に繋げる観光資源については、ビジネスやスポーツ観戦客などを巻き込むことも新たな視点であると感じた。		1
13	目指す姿の「ゲストとして迎え、友人として送り出そう」はそうだ！それが目指す姿だ！とは到底思えない。		1
14	宿泊税の使途を戦略的に検討できる体制づくりについて、コラム（市民から見た北九州市の観光）の「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」のトップは「都市基盤の整備や景観の整備などまちづくりが進む」だったので、観光交流都市北九州のまちづくりに大いに役立ててほしい。	宿泊税は、持続的な観光振興のための大切な財源であり、観光資源の魅力向上および情報発信、受入環境の充実などのために、戦略的・効果的に活用してまいります。なお、本プランにおいては、その使途などについて外部有識者などによる会議体の設置するなどして、慎重に検討していくこととしています。	3

# 北九州市観光振興プラン（素案）に対する市民意見の概要及び本市の考え方

## 【反映結果】

- 1：既にプランで対応済み
- 2：プランに反映する（追加・修正）
- 3：プランの推進の際に参考とする

No.	意見の概要	市の考え方	反映結果
<b>第1章 観光振興プラン改訂にあたって</b>			
15	北九州市の未来に向けた観光・交流の役割の（2）関係人口、定住人口の創出につながる観光・交流での整理は少し単純化され過ぎている。少なくとも、国内客と海外客、およびビジネス客とその他と客を分けて、それぞれの観光ニーズの変化を考える必要がある。「観光ニーズが多様化している」というトレンドを把握した上で、議論してほしい。	今回、コロナ禍の影響のみならず、持続可能な社会・観光への関心の高まり、急速なデジタル化やマイクロツーリズム（近隣観光）の広がりなど観光をとりまく環境が多様化する観光へのニーズを分析した上で、北九州市の魅力とは何か、未来に向けて取り組むべき具体策は何かを改めて考え、プランの改訂に取り組んでいます。具体的には、国内需要については、まずは周辺都市圏域約400万人のマイクロツーリズム需要の取り込みを図るとともに、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」の魅力を提供することとしています。	3
16	観光を取り巻く環境の変化（少子高齢化・国内の低成長・所得水準の低迷に伴う国内観光客の減少トレンド、アジア客の増加トレンド、オンラインツアーなど新しい観光形態の成長可能性、など）を踏まえて北九州市の観光の課題を解説してほしい。	また、海外からの観光客についても、本市を訪れる外国人観光客の約8割を占める韓国・台湾・中国・香港の方々は、日本のリピーターも多いことから、本市ならではの観光情報や快適で楽しい体験を提供すること等に取り組むなど、旅行の個人化、ニーズ・嗜好の多様化はもちろん、DXやGXの進展などを意識しながら、それぞれの観光ニーズに対応した、きめ細かな戦略的なプロモーションに取り組んで行くこととしています。	3
17	北九州の観光に対してより長期的影響を与える経済・社会的要因は、新型コロナウイルス感染症の流行以外に、国内観光客（ビジネス客を含む）の減少、モノ消費からコト消費へという一部の観光ニーズの変化、海外への観光需要の急速な上昇、デジタル化に伴うオンラインツアーなどの出現などが挙げられる。新型コロナウイルス感染症の影響を強調し過ぎると、観光振興の方向性を見失う恐れがある。		3
18	北九州市の観光・交流の役割は「訪れる人（交流人口）」を増やすことで「暮らす人（関係人口・市民）」にこの街の魅力を再認識してもらい、シビックプライドを醸成し関係人口・定住人口の増加につながるという事なのか。役割というより北九州の観光の目的というものをもっと明確に出した方がいいのではと思う。	観光振興の目的は、地域経済の活性化に他なりません。観光客にとって、その地域が「訪れたい場所」になるためには、まずは「暮らす人」が自分たちの住むまちに誇りや愛着を持ち、その魅力を国内外に積極的に発信することが必要です。「暮らす人」との交流などを通じて、北九州市のファンが増え、交流人口に加え、関係人口が創出・拡大されて質の高い持続的な観光地域づくりに繋がっていくと考えます。本プランでは、このような「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・交流都市を目指すこととしています。	1
19	観光振興プランの改訂において、大きな社会変化じゃなく小さなマーケットの変化にも対応できることが大事ではないか。	本プランは、北九州市の観光振興に関する基本的な方向性を示すもので、具体的な施策などについては、その方針に沿って行政のみならず、観光に関連する様々な主体が連携しながら、柔軟に対応してまいります。	3
20	今年は市政60周年を迎える、人と言えば選歴であるリスタートの年だ、また関門海峡も50周年を迎える。それらの事も考慮されていない。今年は市長選挙の年、首長が変われば多くの市政の方針が変わる。この振興プランも形骸化されたものになりかねない。		3
<b>第2章 北九州市の観光の現状と課題</b>			
22	「コロナ禍で生まれた新たな観光のかたち」に関して、団体旅行が減ったのはコロナのせいではない。コロナ以前からその傾向があり、コロナによって拍車をかけたと言えるが、そもそも旅行自体が壊滅したのではないか。	ご指摘の通り、団体旅行の減少の原因はコロナ禍だけではなく、社会環境や人々の意識の変化、それに伴う観光ニーズの多様化など様々な要因が考えられます。については、プラン本文7ページの「（1）コロナ禍で生まれた新たな観光のかたち ア 訪問先・同行者の変化」文中の「 <b>団体旅行が減少し</b> 」を「 <b>コロナ禍以前から進んでいた団体旅行の減少が加速し</b> 」に変更します。	2
21	観光を取り巻く状況について、「コロナ禍による観光需要の『消失』」は言い過ぎではないか。また、このタイトルは、この節の内容と整合していないと思う。	本プランの「第2章 北九州市の観光の現状と課題」の「2 コロナ禍を経た社会環境・観光の変化」では、「（1）でコロナ禍で生まれた観光のかたちを（2）で日本国内の観光の状況を、（3）で本市の観光の状況を整理しています。ご指摘の「消失」という表現は、地元の観光関連事業に携わっている方々から、コロナ禍においては、まさに観光需要の「消失」だという切実な声に基づいたものですが、タイトルが文章の内容と整合していないというご意見を踏まえ、プラン本文8ページの「第2章2（2）」のタイトル「 <b>コロナ禍による観光需要の消失</b> 」を「 <b>日本国内の観光の状況</b> 」に変更します。	2
23	北九州の観光の課題にあるマイクロツーリズムは、その概念を北九州に当てはめた際のメリットは感じられるが、それが100%正しいとは思えない。暮らす人の魅力が訪れる人の魅力というのも北九州では当てはまるとは思えない。	本市の優位性の一つとして、人口約140万人の北九州都市圏域に加え、約260万人の福岡都市圏など、恵まれたマイクロツーリズム市場を有しているという点が挙げられます。したがって、本プランではまずはそのマイクロツーリズム需要の取り込みを図ることとしています。また、観光コンテンツとしての「体験」が重視される中、市民にとっては当たり前の日常が、訪れる人にとっては、非日常的な魅力となりサプライズに繋がることもあります。本プランの推進を通じて、そのような事例を多く発掘していきたいと考えます。	3

# 北九州市観光振興プラン（素案）に対する市民意見の概要及び本市の考え方

【反映結果】  
 1：既にプランで対応済み  
 2：プランに反映する（追加・修正）  
 3：プランの推進の際に参考とする

No.	意見の概要	市の考え方	反映結果	
24	以前から若松区の北海岸にある飲食店に食事に行っていて、バラ園や大型スーパーに寄って帰ったりしている。北九州の別の場所にも足を延ばすためにも、食事の後にそのまま宿泊ができる宿泊施設があれば良いと思う。	若松北海岸など本市の海岸沿いの眺望が美しい場所や四季折々の風情を楽しめるエリアなどについて、観光振興等による地域再生を目的に、市街化調整区域など土地利用に係る開発許可制度の弾力的な運用等により、既存の建築物を宿泊施設や飲食などを提供する場に活用する取組の検討も、今後重要であると認識しています。民間事業者などから具体的な動きがあれば、しっかり支援をしていく予定です。	1	
25	若松の北海岸、とくに千畳敷にて上海の企業の幹部を接待した時に、宿泊施設がないことについて指摘を受けた。夕日の沈む海岸を見ることができない大陸の方々のおもてなしには最高の立地であるため、宿泊施設を作るべき。		1	
26	転勤で引越してきて、そのまま移住に繋がった点として「北海岸」の魅力は大きな要素である。しかし、その美しい景観を楽しめる場所は少なく、海の幸・山の幸が豊富なエリアなのにも関わらず、海岸線を楽しめる食事場所や宿泊施設が非常に少ない。点ではなく、エリアとしての活用方法・条例の改正も含めそろそろ検討をする必要があるのではないかな。		1	
27	若松の脇田海岸から岩屋海岸付近までの海岸にこれといったスポットがないのが寂しい気がする。もちろん、遠見ヶ鼻の絶景や千畳敷など素晴らしい景勝地もあるが、それぞれが単独で存在しているに過ぎない。もう少し玄海国定公園の玄関口として大きな視野で一体化できないものか。最近ではグランピングなども流行っているし、宿泊できる施設をつくることでより深く観光しやすいスポットになるのではないかと感じている。場合によっては、近隣自治体と協働して再整備するのも地域活性化につながるのではないかなと思う。		1	
28	より広範囲からの集客につなげるための施設を建設する計画が以前若松であったが、農地であることや隣接する敷地が市街化調整区域であるため、商用施設などを造ることができず、断念せざるを得なかった。特に若松区はそのようなエリアが多く、農家として六次産業化や新たなチャレンジにエネルギーを注ごうとしても、そのやる気の芽が摘まれることが多いように感じる。北九州でも若松を含め、小倉南区、八幡西区南部など、自然豊かで農業や食が充実した場所が多く眠っていると感じる。それら土地を活かし、仕掛け方や訴求発信を創意工夫することで、この街の観光が活性化すると思う。		1	
29	若松区から芦屋町～宗像・福岡に向かう広域の海岸線は、糸島エリアの様な観光エリアになる可能性があるのではないかと感じている。どの様に考えられているのか教えていただきたい。		1	
30	情報の発信の必要性は重要であるが、どこが課題なのか分からないため、明確にすべき。		観光に対するニーズは、家族やパートナー、友人と過ごす、ビジネスの合間に楽しむ、自分の好きなことに時間を使うなど、多様化しています。こうした多様なニーズを把握した上で、それに応じた情報を届けることが、これからの情報発信には必要であると考えます。その実現に向け、本プランでは、市民や近郊に在住者が自ら発信したくなる仕組みづくりや、旅マエからわくわくするディープな北九州市の発信に取り組むこととしています。	1
31	経済波及効果を図るために「もう一か所、もう一泊」を促すとの記述があるが、経済波及効果を生むのは宿泊客だけではないため、この記述だとそのような誤解を与えかねない。確かに日帰り観光客より宿泊観光客による消費の経済波及効果は大きいのは間違いないが、だからといって、宿泊観光客を獲得するのは容易でない。そこで、北九州市ではむしろこの状況を逆手にとって”日帰り客を取り込む”という発想を一部取り入れるのはどうか。せっかくマイクロツーリズムに言及されているので、その具現化という意味でも十分に整合性は図れるのではないかなと思う。		本プランの基本目標として、まずは周辺都市圏域約400万人のマイクロツーリズム需要の取り込みを図り、加えて本市宿泊客の約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」の魅力を提供することとしています。来訪者の満足度を高め、宿泊客数の増加に加え、日帰り客を含めた来訪者がもう一か所、もう一泊を楽しんでいただけるよう、本プランに基づいた取組を進めてまいります。	1
32	基本目標は数値化するなど明確にすべき。また、ビジネス客のプラスワンより消費額の大きい観光客の推進の方が有効なのは。		1	
33	観光による地域経済への波及の拡大は、一番大きな課題ではないかなと思う。通過型観光から滞在型観光へこれこそ明確にすべきだ。	1		

# 北九州市観光振興プラン（素案）に対する市民意見の概要及び本市の考え方

【反映結果】  
 1：既にプランで対応済み  
 2：プランに反映する（追加・修正）  
 3：プランの推進の際に参考とする

No.	意見の概要	市の考え方	反映結果
34	観光協会や産業観光センターなどがうまく機能しているとは言えない。	観光振興には、観光関連事業者・DMO、行政、企業・団体・学校、市民といった、観光に関連する様々な主体の連携が必要だと考えます。 本プランの実現に向けては、市役所の関係部局や、広域観光振興のため近隣自治体などとの連携も強化しながら各取組を進めてまいります。	3
35	点在する観光施設の連動性をもたせ、点から線、線から面にしていくべき。		3
36	縦割り区割りの弊害により、同じような事業が行われ無駄が生じたり、既得権益の奪い合いになっているケースがある。		3
37	公平性の原理の元強みを打ち出せていない。護衛船団方式では観光は成り立たない。		3
38	観光の受け皿となるべき各施設も所管がバラバラなため方向性も事業内容もバラバラである。また、いい加減な指定管理制度による安かろう悪かろうといった受託者になる。		3
39	民間サイドもまともなDMOが成長しておらず、観光に対して意識の高い積極的な事業者も少ない。		3
40	市民サイド（ここで言う暮らし人）も観光に対しての意識も低く交流人口に対してのおもてなしの精神も高いとは言えない。		3
41	明確に「北九州の観光といえばこれだ！」というストロングポイントが打ち出せていない。		3
<b>第3章 北九州市が目指す観光</b>			
42	(2) 基本目標③のビジネス客の「プラスワン観光」の魅力提供について、ビジネス客の出張スケジュールに、観光目的の内容を加えることは、若干無理がないか（どの程度実現性があるのか）。他の成長ポテンシャルのより高い客層をターゲットにすべきかもしれない。	出張やMICEでの来訪も盛んで、宿泊客のうちビジネス目的の割合が約7割と高いことは本市の特徴の一つです。今後の本市の観光振興を考える上で、その強みを活かすことは重要だと考えます。実際の事業立案にあたっては、実際のビジネス来訪者の実態などに即したものとなるよう取り組んでまいります。	3
43	KPI目標と本プランの各戦略の繋がりが曖昧に感じられる。本プランの各戦略がどのような効果を生み、相乗効果等を通じて、どのようにKPI目標を達成していくのか、ロードマップ等で見える化が可能ならば、記載してはどうか。	本プランに掲げる各戦略を進めることを通じて、取組期間前半でまずは各指標をコロナ禍前の水準に戻すことを目指すべくKPIを設定しました。KPIの達成は、観光関連事業者・DMO、企業・団体・学校、市民、行政といった、観光に関連する様々な主体の個々の活動の結果となるため、個々の取組についてのロードマップを作成することは困難です。 しかし、本プランの進捗状況の確認・評価や見直し・改善については、継続的に有識者などに意見を求めるなどを行いながら、必要に応じて戦略などの見直しや追加も検討していきます。 また、ご意見にある、KPIの消費額の達成に向けた具体的な取組については、今後の事業の参考にさせていただきます。	3
44	KPIに「消費額」の目標値を設定するのであれば、「観光客に対する消費刺激策」等、主体的な取組などを記載されてはどうか。具体例として、ぐるリッチ！北九州などの観光アプリ内に、観光での支払に連動してポイントを還元する機能を付与するなど。		3
45	経済波及効果を謳うのであれば、消費額だけで政策の効果を測るのは十分ではないと思う。ただ、そうは言っても経済波及効果を測定するのはかなりハードルが高いのも事実である。しかし、KPIの一つに経済波及効果（生産波及誘発額、雇用者所得誘発額、粗付加価値誘発額）を取り入れ、学者、シンクタンクと連携してその計測までされると、全国にここまでやっている自治体は私の知る限りないので、注目を浴びるのではないかと考える。	何らかの形で経済波及効果の測定については、必要だと考えています。 しかし、観光における正確な経済波及効果の測定は、調査範囲が広範に渡るなどの理由から実務上困難であるのが現状であるため、本プランでは、コロナ禍前、現時点との比較が可能である観光客による消費額をKPIに置き、観光による地域経済への波及の拡大を測っていくこととします。 併せて、今後のDXの進展などを見据えながら、より適切な効果測定の方法などについて研究を続けてまいります。	3
46	「市政モニターアンケート」はサンプル数が少なく、「市民の満足度」の誤差が大きくなるため、評価指標として不適切である。令和4年7月の調査では、「市民の満足度」の95%信頼区間は57.2%～73.5%になる。つまり、北九州市の観光を取り巻く状況が何も変わらないまま、別のモニター150人程度を募って再度アンケート調査を実施すれば、肯定的回答の割合が70%を超える可能性は十分にある（逆に60%を切る可能性も十分にある）。このような誤差の大きい数値を評価指標に設定して、その値の大小を議論することには、ほとんど意味がない（仮に次回の調査で市民の満足度が70%になったとしても、2つのアンケート調査による市民満足度には統計的に有意な差があるとは言えない、という結論になる）。別のKPIを設定するか、どうしても「市民の満足度」を指標にしたいならば、「市民意識調査（対象：3,000人）」や「行政評価に係る市民アンケート調査（対象：3,000人）」など規模が大きな調査の中で観光に関する満足度を質問し、調査の誤差を小さくすべきである。	本プランでは、「暮らし人」「訪れる人」がともにわくわくする観光・交流都市を目指す姿としていることから、市民の満足度については継続的に把握していく必要があり、KPIとして市政モニターアンケートの実施・分析を続けていきたいと考えます。一方、ご意見の通り、KPIで採用される数値は、より信頼性の高いものを採用すべきであることから、より適切な効果測定の方法などについて検討してまいります。	3

# 北九州市観光振興プラン（素案）に対する市民意見の概要及び本市の考え方

【反映結果】  
 1：既にプランで対応済み  
 2：プランに反映する（追加・修正）  
 3：プランの推進の際に参考とする

No.	意見の概要	市の考え方	反映結果
47	取組期間について、5年とか中途半端な区切りにせず、短期中期長期に分けてプランを練るべき。また、社会状況に応じて改善する仕組みをつくるべき。	本プランでは、コロナ禍など大きな環境変化に対応するため、5年間の目指す姿を設定し、取組期間前半（3年間）で、まずは各指標をコロナ前の水準に戻すことを目指します。また、取組期間後半（2年間）のKPIは、前半の取組状況などを踏まえて再設定することとしております。	1
48	SDGsの項目は必要ないのでは。	本市のこれまでのSDGsに関する取組は、内外から評価されており、修学旅行・産業観光のコンテンツとして、これを是非活用すべきという意見が、検討会においても大勢を占めました。今後もSDGsを意識した観光振興については、しっかりと進めていきたいと考えます。	3
49	観光振興を通じたSDGsの取組の推進について、SDGsの推進を図ることが観光振興プランの目的ではない。このような誤解を招くような表記こそがSDGs推進の妨げにもなりかねない。		3
50	コラム（コロナ禍を経た社会環境・観光の変化）内の「持続可能な観光」への機運の高まりなどは無く、官公庁の妄想である。		3
51	前の平成26（2014）年版の観光振興プランで描かれた、北九州が目指す観光（観光振興目標）及び主な観光戦略について、表を使って紹介してはどうか。比較表があると、改訂の内容や目的が分かりやすくなる。	平成26年策定時とは、観光をめぐる外部環境など前提条件が大きく変わるため、図表などで本プランを整理することは困難ですが、前回プランで課題として残った本市の観光地としての知名度不足を克服するため、本プランでは、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に取り組んでいくこととしています。	3
第4章 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			
52	新たな名物・お土産物づくりの検討はやめてほしい。	お土産品は、観光客の地域内での消費を増加させるだけでなく、観光客自体を誘引する効果があることから、まちを活性化させるために重要なものとなっています。地元・観光客双方からの要望もよく耳にするため、今後も検討・研究を続けていきたいと考えます。	3
53	現在北九州の食の魅力伝えるものが、「焼うどん（小倉北区周辺）」・「焼きカレー（門司港）」に限られている。一部鮎店なども全国的には有名だが、予約困難な店も多く「食の魅力」が観光振興に繋がっていない。もっと地域性を活かした「食」の魅力をPRいただきたい。刺身の盛り合わせが、消費額全国1位都市など、周辺に恵まれた漁場に囲まれた地域性を活かし、安価で美味しい刺身の魅力を飲食店などで打ち出すだけでなく、北九州中央海産市場や市場の魚屋等が整備・観光地化するよう様な施策を市全体で打ち出していきたい。	本市の食の魅力については、「焼うどん」や「焼きカレー」は例示です。「豊前海一粒かき」や「関門海峡たこ」「関門のふぐ」などのブランドになっているものも含め、豊かな海から生まれる「刺身・海鮮」についても、本市の食の魅力の一つとして、PRに取り組んでまいります。	3
54	暮らす人の目線から見る必要はない。訪れる人のニーズを尊重すればいい。	訪れる人のニーズは単なる名所旧跡めぐりから、その地域でしかできない体験へと移ってきています。この点から、暮らす人が楽しみ、自信を持っておすすめできるものの中に、訪れる人のニーズに合致するものがあると考えます。	3
55	夜景を売り込むことは滞在時間を延ばす手段である。夜景を活かした商品開発、魅力ある宿泊施設・魅力ある食の提供が必要不可欠である。	本プランでは、夜景観賞を中心に、地元商店街や飲食店などとの連携強化、夜間、早朝の魅力を体験できるイベントや快適な夜型観光を楽しめる環境整備などに取り組むこととしております。	1
56	地区別アクションプランについて、点在している観光コンテンツが連動してないことが北九州の観光の弱みだと考えるため、横ぐしとなるようなものが必要であるという目線を持っていただきたい。というより地区別のアクションプラン作ることで自体がマイナスである。	今回改訂する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、北九州市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、リーディングプロジェクトとして地区別アクションプランを策定することとしています。	1
57	【もう一か所、もう一泊】を促すのであれば、地区別のアクションプランとは別に、他の地区を周遊するプランも欲しい。旅行者像を明確にすることで、地域が一体となれる観光資源の魅力を再構築してほしい。	この地区への来訪者の増加とともに、市内全域への周遊促進、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すこととしています。	1
第4章 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			
58	92万人の人口を有し福岡で最も広い面積の北九州は、自治体旅行（セルフマイクロツーリズム）の可能性の高い街である。また、観光消費額の多くを既存イベントや祭りが占めている。各区ごとの市内キャンペーン事業など市民に楽しんでもらうなどの案がある。	本プランでは、大規模イベントなどで本市を訪れた方にも、本市の魅力を楽しんでもらう「プラスワン観光」を積極的に生み出すべく、イベント後などでも楽しめる観光資源の一層の強化とその発信に取り組んでまいります。また、市民も観光客とともにわくわくできるような仕掛けを今後も検討していきたいと考えています。	3

# 北九州市観光振興プラン（素案）に対する市民意見の概要及び本市の考え方

【反映結果】  
 1：既にプランで対応済み  
 2：プランに反映する（追加・修正）  
 3：プランの推進の際に参考とする

No.	意見の概要	市の考え方	反映結果
59	北九州市はいいところが沢山あるため、地元福岡近辺で活動されている人気ユーチューバーや、海外の旅行系ユーチューバーを使って、もっとその魅力を広く発信していけば良いと思う。	本プランでは、ディープな本市の魅力を集約し、気軽に行きたくするような情報発信ができる仕組みを整えることとしています。その中で、ご指摘の実績のあるインフルエンサーやSNSの活用も重要であると考えます。	2
60	皿倉山や門司港レトロなど今あるものを魅力的にした後の情報発信について、北九州市観光情報サイトなどの他に、SNS（Instagram、TikTok、YouTubeなど）の配信が重要であると考え。今は若者のみならず、高齢者や障害のある方なども、SNSで情報収集している。そのため、SNSを活用することで、北九州市を全く知らない方にも知ってもらい観光に来てもらうきっかけとなると考える。	については、 プラン本文19ページの本文の「今後の取組方針 戦略Ⅱ-2 旅マエからわくわくするディープな北九州市の発信【推進していく主な取組】」のうち、「 <b>「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」</b> を <b>「地域の魅力を伝える地元ウェブメディアなどとの連携やSNSを活用した情報発信の強化」に変更</b> します。	2
61	「日本三大夜景」は、特にSNSを多く利用する若者が、「映え」を目的として訪れ、発信することが、それを見た人の来訪のきっかけとなると思う。そのため、特に若者向けに認知されることも重要なのではないかと考える。国内の観光客はもちろん、訪日外国人も減少していることから、キャンペーンなどの北九州市独自の支援策や情報発信はますます重要だと思う。		2
62	旅マエからワクワクするディープな北九州市の発信について、「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」について。旅行者（および市民）が気軽に観光・グルメ情報をリサーチできる情報源（SNS上での相互交流を含め）をもっと増やしてほしい		2
63	旅マエからわくわくするディープな北九州市の発信について、わかるが、絶対しないだろう。と思える取り組み、するのであればこのくらい今すぐにも取り組めるはず。	早急に取り組んでまいります。	3
64	インバウンドへの戦略的対応について、これはもっと深く真剣に行うべき取り組み。特に富裕層に対してニーズに対応した商品開発が重要である。	インバウンドは今後も拡大が期待できる重要な市場であると認識しています。特に、本市を訪れる外国人観光客の約8割を占める韓国・台湾・中国・香港の方々は日本のリピーターも多いことから、富裕層のニーズへの対応も含め、本市の情報や快適で楽しい体験を提供することによりさらなる集客に取り組んでまいります。	3
65	以前、下関行き電車で乗車中、アジア系の観光客の女性2人組に、この電車は門司港行きかと尋ねられたことがある。外国の観光客が公共機関を利用して、北九州市の観光をする場合、迷うポイントがあるのではないかと考える。そこで、外国人等の観光客をモニター調査して、どこがわかりにくいのか、問題点を洗い出す作業をしてはどうか。	外国人観光客の個人旅行化の加速に伴い、外国人による公共交通機関の利用が今後増えてくると考えます。そこで、本プランでは、外国人を含め誰もが快適かつスマートに北九州市の観光を楽しめる公共交通の利用促進、訪れる人がストレスなく観光を満喫できる環境づくりを基本方針に掲げております。より分かりやすい観光案内の表示などについては、市内の観光事業者などと引き続き協議をしていきたいと考えております。また、Maasの活用、観光案内機能のデジタル化の検討など、観光DXの推進により、観光客の利便性や満足度向上にも取り組んでまいります。	1
66	長期に滞在しお金を多く落としてもらえる観光客層にも選ばれるよう観光コンテンツの多様化、情報発信の在り方や現地ガイドなど多言語対応に積極的に取り組んでいく必要がある。	観光客の滞在時間の延長や飲食・買い物に繋がる周遊性の向上は、市内での消費促進、地域経済の波及の観点からも重要です。その点から、本プランでは、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」を今後の取組方針のひとつに掲げ、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、食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を生み出すこととしています。また、いわゆる「旅ナカ」での満足度向上という観点からは、観光案内所の充実やボランティアガイドのスキルアップなど人材育成に取り組むこととしております。	1
67	インバウンドへの戦略的対応について、北九州空港からのアクセスの良さを生かした誘客プロモーションに期待したい。また北九州エリアには、名門倶楽部も多く、海外の富裕層の個人旅行をターゲットに誘致できる可能性がある。その為にも、市内に高級外資系ホテルの誘致をすすめていただきたい。	外資系ホテルに限らず、様々なグレード・形態の宿泊施設が存在することは、重要だと考えております。特に、本プランにおいては、旅の目的地となるような観光ホテル誘致の検討を進めていくこととしております。	1
68	インバウンドへの戦略的対応について、「北九州空港を有する北九州市」に『北九州港』を追加、また、取組では、クルーズ船の受け入れ改善に向けた取組、医療目的での訪日（ウェルネスツーリズム）の開発を入れていただきたい。上海からの修学旅行とインセンティブツアーの誘致	クルーズでの来訪者へのおもてなしについては、従来から行っているところです。 また、ご指摘の、医療目的での訪日（ウェルネスツーリズム）の開発や、上海からの修学旅行とインセンティブツアーの誘致など、多様化するインバウンド市場への対応については、今後の事業の参考とさせていただきます。	3
69	北九州市の強みを活かした修学旅行・産業観光のコンテンツ強化について、産業観光こそが北九州のストロングポイントになりえる。抜本的な改革が必要である。	産業観光は、本市の歴史、文化を代表する本市ならではのコンテンツであると認識しています。今後も、商工会議所などとも連携しながら、「ものづくりのまち」北九州の魅力体験できる産業観光コンテンツの開拓に取り組んでまいります。	1



# 北九州市観光振興プラン（素案）に対する市民意見の概要及び本市の考え方

【反映結果】

- 1：既にプランで対応済み
- 2：プランに反映する（追加・修正）
- 3：プランの推進の際に参考とする

No.	意見の概要	市の考え方	反映結果
70	鹿児島県内の中学校は8割以上が福岡市を中心に北部九州に修学旅行に来ていて、そのほとんどが福岡市の商業施設に来ている。以前はスペースワールドにも多くの学校が来ていたが、なくなった現在は誘致が困難になっているようだ。 鹿児島は重工業があまりないため、集合煙突、製鉄所の溶鉱炉、洞海湾夜景クルーズ船は新鮮で、中学生に北九州のいい印象を持ってもらうことにより、進学就職で来北する機会も増えるはず。旅行会社とも連携して誘致活動することで充分観光促進できると思う。	本市にとっては、産業観光は、SDGsを学べるプログラムに加え、修学旅行の誘致に向けた強みのひとつであると考えています。鹿児島県内に限らず、これらの強みを活かし、修学旅行誘致に取り組んでまいります。	3
71	MICEの誘致の強化よりMICEでの来訪者いかにこの街で消費してもらうかが大事である。誘致したことで自己満足しているきらいがある。その点をまず改善すべき。	本プランにおいては、今後の取組方針の一つとして、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の磨き上げや、文化関連施設の「ストーリー化」を掲げています。また、MICEやビジネスで訪れた人などが立ち寄りたくなる魅力の発信、効率的に市内を周遊できる環境の整備、観光施設間の連携強化などを図ることとしております。	1
72	地域の情報が集約された媒体があることは、暮らす人にとっても、訪れる人にとっても便利だと思う。	本プランでは、「暮らす人」「訪れる人」がともにわくわくする観光・交流都市を目指し、旅マエからわくわくするディーブな北九州市の発信に取り組むこととしています。 その取組の中で、観光情報サイト「ぐるリッチ！北Q州」などで観光情報などを集約し、訪れる人はもちろん、暮らす人も楽しめる情報発信に取り組んでまいります。	1
第4章 戦略Ⅲ 「訪れる人」の満足度向上に向けた環境整備			
73	小倉駅の観光インフォメーションはわかりづらい、入りづらい、入ってもメリットがない、求めた情報が得られない。自分が観光客なら地元の人言葉で地元の魅力を伝えてほしい。観光案内所は、箱を見て一目でこの街の魅力が伝わる視認性が重要である。現状何にも伝わらない。	総合観光案内所は、JR小倉駅改札口からも近く、室内にはくつろぎのスペースもあるため、海外からの観光客も含め、顧客満足度が高いと認識しています。今後も、「ゲストとして迎え、友人として送り出す」という北九州市の観光が目指すおもてなしの最前線として、一層のサービス向上に取り組んでまいります。	3
74	宿泊施設の充実が必要と思う。特に観光地の宿泊施設については特にこれといったものが思い浮かばないのも北九州市の弱点だと思う。	本プランでは、取組方針のひとつとして、訪れる人がストレスなく観光を満喫できる環境づくりを掲げており、その中で、旅の目的地となるような観光ホテルの誘致を検討してまいります。	1
75	せっかく北九州市の魅力的な観光地が紹介されても、現状では宿泊地としてより魅力的な博多方面が選ばれる可能性は高い。そのような観点から、北九州周辺の観光地・宿泊地の現状について整理しておく必要があるのではないか。		1
76	もっと車いすユーザーに勧めるようにすればよいと思う。北九州市には多くのバリアフリー施設が存在し、一部の博物館などの展示品も低く設置していることから車いすユーザーも鑑賞しやすい。そのため、北九州市の施設を、車いすユーザーにも強く勧めることができるのではないかと考える。	本プランの取組方針の一つとして「訪れる人がストレスなく観光を満喫できる環境づくり」を掲げ、その主な取組として、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のユニバーサルツーリズムの推進を挙げています。 ご指摘の通り、車いす利用者など多くの方々に楽しんでいただくためには、ハードソフト両面でのユニバーサルツーリズムへの対応が必要であることから、 プラン本文22ページの本文の「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【推進していく主な取組】」のうち、 「・【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を通じたユニバーサルツーリズムの推進」を 「・【新】観光庁「観光施設における心のバリアフリー認定制度」などの宿泊施設や観光施設でのユニバーサルツーリズムの推進」に変更します。	2
77	外国人観光客対応として、観光施設以外においてもキャッシュレスによる対応がこれからは必然となってくる。	本プランの戦略「訪れる人がストレスなく観光を満喫できる環境づくり」の推進していく主な取組の中で、観光施設などのキャッシュレス対応やデジタルチケットの導入を推進してまいります。	1
78	「訪れる人」の満足度向上に向けた環境整備について、満足度を上げるためのハード面の改善は予算の許す限り積極的にすべき。それぞれの施設が観光と連動していない。	本プランにおいては、今後の取組方針の一つとして、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」を掲げ、効率的に市内を周遊できる環境の整備、観光施設間の連携強化を図ることとしております。また、市内観光施設についてのハード整備については、これまで以上に、民間のノウハウや資金、経営能力などを取り込む機会の拡大、環境づくりに取り組んでまいります。	1
79	観光DXの一例として、GISを活用したWEBアプリシステムを構築し、それを活用したまち歩きイベントの実施なども可能であると考えます。	本プランにおいては、観光客の利便性や満足度向上、観光産業の生産性向上などに向け、観光DXに取り組むこととしています。ご提案のGISの活用などについては、今後の事業の参考にさせていただきます。	3

# 北九州市観光振興プラン（素案）に対する市民意見の概要及び本市の考え方

【反映結果】  
 1：既にプランで対応済み  
 2：プランに反映する（追加・修正）  
 3：プランの推進の際に参考とする

No.	意見の概要	市の考え方	反映結果
第4章 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及び、コラム 観光地における「おもてなしトイレ」について			
80	観光を学ぶ私たち学生が参加できるような機会があれば良いと感じた。例えば、観光プランや観光資源開発のコンテストなど。そして、それがカタチにできる機会を作れたら、若い世代の人たちの共感を得ることができ、また北九州市に愛着を持ってもらえるきっかけになるのではないかと考える。	多くの「暮らす人」が北九州市を深く知り、地域への愛着や親しみを抱いて、本市の魅力を発信することが重要であると考え、本プランにおいても、市民や近郊在住者が自ら発信したくなる仕組みづくりに取り組むこととしています。ご意見の、観光プランや観光資源開発のコンテストなどについても、今後の事業の参考とさせていただきます。	3
81	「暮らす人」と「訪れる人」双方の視線を大切に観光資源を築き上げていく目指すべき姿を見て率直に素敵だなと感じた。 大学生や組織・団体とマッチングした活動が増えれば、より住むまちの歴史や文化、そして観光資源についての理解を深めることができると北九州市にある大学に通うひとりとして考える。		3
82	観光DXの推進による利用者の利便性・満足度の向上や生産性向上について、素案にあるように、あらゆる旅行者の動向がデータとして観光産業に関わる事業者これまで以上に提供されるようになれば、旅行者像のターゲットにも活用できるので、非常に期待したい施策の一つである。	本プランでは、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に取り組むこととしており、これらの情報は、観光客の利便性や満足度向上、観光産業の生産性向上に資するよう、DMOははじめ観光に関連する様々な主体と共有してまいります。	1
83	広域観光という意識は発地サイドにはない。特にインバウンドからすれば、北九州も別府も博多も同じ九州である。県に働きかけ福岡ブランドを内外にアピールするべきである。	広域観光の取組は、各市町村の特性を活かし、機能や魅力を補完することで、訪問箇所の増加、滞在時間の長期化に繋がるため、観光客数の増加だけでなく、宿泊客数の増加を図るうえでも効果的であると考えます。 引き続き、九州観光機構や北九州都市圏域を構成する周辺市町などと連携しつつ、北九州市の魅力を含めて楽しんでいただく広域観光の推進に積極的に取り組みます。	3
84	宿泊税について財源の安定は大事である。もっと大事なことは有用な財源の活用である。今の状況では有用な活用ができるとは思えない。	本プランにおいて、外部有識者などによる会議体を設置するなど、観光事業者や宿泊事業者・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ていくこととします。	1
85	観光ガイドの見識の広さとモチベーションの高さには敬服する。その高いスキルが生かされていない。	現在、本市では観光について学んだ市民約100名が「北九州市観光案内ボランティア」として活動しています。	1
86	北九州市観光案内ボランティアの方が『訪れる人』にただ情報を伝えるだけでなく、訪れる人をゲストとして迎え、ガイドを通すことでどんどん距離を縮めて最終的に友人として送り出すという内容にとっても魅力を感じた。	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市の観光が目指すおもてなしの最前線に立つキーパーソンとなるため、ボランティアガイドの一層のスキルアップに取り組むこととしております。	1
87	コラム（おもてなしトイレについて）当たり前のことである。TOTOを抱える自治体としての優位性をもっと積極的にプロモーションすべきである。予算をかけないでこの強みを活かす方法はいくらかでもあるはず。	本市としては、観光地や観光施設のイメージアップに向けたトイレの改修などを進めつつ、TOTOミュージアムや同社内の工場見学など、本市ならではのコンテンツを産業観光や修学旅行誘致に活かしてまいります。	3
88	「おもてなしトイレ」の存在を初めて知った。周辺の設備・環境を整えられていることで暮らす人と訪れる人の双方が安心して利用できるのではないかとと思う。		3
第5章 地区別アクションプラン及び、第6章 プランの推進に向けて			
89	小倉城周辺からリバーウォーク1階までを歴史エリアとして城下町をイメージした外観に統一する。（リバーウォーク2階には小倉城武将隊の演目やキッズダンスなどができるステージを設ける。周辺地域には小倉織や北九州のアンテナショップ、散策に適した軽食関係を並べ、小倉城武将隊はその地域一体を闊歩してまわる）	小倉城周辺は、本市の歴史・文化を体験できる貴重なエリアであると考えております。ご意見については、小倉城およびその周辺施設への集客に向けた今後の施策の参考とさせていただきます。	3
90	最も有効なことは、食であると思う。食なら博多に引けを取らない。ただし、「九州前寿司」という表現は一般的な表現ではないと考えるので表記を改めていただきたい。	食の魅力は観光の重要な要素の一つであるため、本プランにおいても、北九州市の魅力あふれる食のPRに取り組んでまいります。本市が誇る食は、必ずしも「九州前寿司」ばかりではないため、 プラン本文29ページの本文の「（1）地域の強み ア 小倉のまちについて」の「豊富な地魚を活かした「九州前寿司」を、 「豊富な地魚を活かした寿司などの海の幸」に変更します。	2
91	公共交通あるいは新たな移動手段の中に、自転車やシェアサイクルを位置付けてはどうか。	シェアサイクルについて、本プランの「地区別アクションプラン 2 小倉都心部 ウ アクセスなど」に位置付け、その活用に取り組むこととしております。	1

# 北九州市観光振興プラン（素案）に対する市民意見の概要及び本市の考え方

## 【反映結果】

- 1：既にプランで対応済み
- 2：プランに反映する（追加・修正）
- 3：プランの推進の際に参考とする

No.	意見の概要	市の考え方	反映結果
92	ミュージアムや公園、道路、中央商店街で一貫性のある展開ができていない。	東田地区内の回遊性向上については、本プランの「地区別アクションプラン 3 血倉・東田地区（2）課題と主な取組 ウ 東田地区内の回遊性の向上」の中で、東田大通り公園などを中心とした、歩いて楽しいウォークアブル空間の創出として取り組むこととしております。	1
93	まちづくりの分野では近年「ウォークアブルなまちづくり」が注目されており、まちが歩きやすいことは観光においても重要である。観光における、歩きやすい歩道やオープンスペース、休憩できるベンチやカフェなどの必要性等について記述できないか。	休憩できるベンチやカフェなどの設置については、「戦略Ⅰ-2 新しい魅力の発見・創出」の中で「民間活力を活かしたカフェの設置など」、「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」の中で「まち歩きがしたくなる居心地のよい空間づくり」として取り組むこととしております。	1
94	スペースワールド駅周辺を、近未来的な宇宙都市として押し出す。 例えば、スペースワールド近郊を宇宙をテーマにした街づくりに特化する。ガンダムベースの誘致。北九州限定のアイテムを陳列し、ららぽーとからの顧客を小倉まで誘導する。ららぽーとは違う機体のモニュメントを置く。マリンメッセ福岡クラスの大型ライブイベント会場などを整備すれば、県外からの顧客誘致につながり、イベント後の食事や宿泊や交通機関の利用が期待できる。	JRスペースワールド駅周辺については、世界遺産や西日本最大級の博物館である「いのちのたび博物館」、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」など、徒歩圏内に文化施設や商業施設を中心に、多くのお客様に楽しんでいただけるエリアになるものと考えます。ご意見については、今後の事業の参考にさせていただきます。	3
95	夜景を中心とした夜型観光の魅力向上、プラスワン観光とストーリー化に関連して、日本新三大夜景都市全国1位である今こそ血倉山周辺施設の充実を図ってほしい。また、周辺地域の方からもっと気軽に訪れていただけるように、23時ごろまでの時間帯は、長崎・稲佐山のように自家用車で山頂付近まで行けるように整備いただきたい。	現時点では、西日本最大級のケーブル・スロープカーを使って、血倉山頂からの景色を楽しんでいただくこととしています。また、今後の需要などによって、ケーブル・スロープカーの運行時間の検討など、多くの来訪者楽しんでいただける観光地となるよう取り組んでまいります。	3
96	イベントに頼ることなく、このためにレトロに行く！と確固たるものの確立が必要である。近代化遺産を活かした観光、風景・雰囲気を楽しむ観光はその核になりうると思う。	門司港レトロ・和布刈地区には、関門海峡や歴史的建造物の街並みなどの魅力を求めて現在でも多くの観光客が訪れています。これからもより多くの観光客を魅了し続け、ファン・リピーターを作るためにも、新たな魅力の発掘や観光資源の磨き上げ、快適な滞在環境の整備などに取り組み、この地区全体の魅力向上を図ってまいります。	3
第6章 プランの推進に向けて			
97	この文章は誰に読んでもらうためのものなのかがよくわからない。それぞれのステークホルダーを整理し、それぞれのメッセージの対象をある程度明確にする必要があるのではないか。	本プランは、観光関連事業者・DMO、企業・団体・学校、市民など観光に関連する様々な主体による観光振興に関する基本的な方向性を示すものです。それぞれの主体がこの方向性に沿って活動し、その結果として「暮らす人」「訪れる人」がともにわくわくする観光・交流都市を目指すこととしています。それぞれの主体の推進状況の確認・評価については、有識者など幅広い方の意見を求めながら、多くの方に理解していただけるものとなるものになるよう取り組んでまいります。	3
98	観光振興プランを効果的に推進するためには北九州市の観光推進体制の構築について、人材育成機構（関連大学、短大・高専など）または関連研究機構の参加をより重視する必要がある。	本プランの実現に向けては、観光関連事業者・DMO、北九州商工会議所、北九州観光コンベンション協会、企業・団体・学校、市民、行政といった、観光に関連する様々な主体の連携が必要であると位置付けております。また、プランの推進にあたっては、進捗状況の確認・評価や見直し・改善に向けて、学識経験者などの有識者などに意見を求めていくこととしております。	1
99	観光関係の組織や企業・個人など、北九州市の多様な主体と連携し、推進する体制の構築について、連携が必要なのは前提。要はどのように推進強化を図るかである。		1
100	新しい魅力の発掘・創出について、「暮らす人」の目線から見た『観光資源としては気づいていなかった北九州市の魅力』について、まだまだ市民自身が楽しみ、味わい尽くせていない『北九州の魅力』を観光資源として再構築・再発見、創出することに期待したい。また観光はこれからの北九州を牽引する産業になるということを市内民間業者にPRし、官民挙げて観光に取り組む機運を高めていただくことに期待したい。		1
101	推進体制についてプロの存在が必要で、当事者がプロとなる必要がある。特に観光課は、当事者意識をもって自らがプロとして変わっていく自覚が必要なのではないか。		1