

---

## VII 4つの視点と8つの方策と17のアクション

---

## 【視点】

### 視点1

#### 届ける

北九州市の魅力  
をしっかりと  
届ける

【1】認知度向上の為の  
戦略的なプロモーション

【2】口コミやSNS・WEBを  
活用した情報発信の強化

### 視点2

#### 磨く

観光資源を  
発掘し  
磨き上げる

【1】旅の目的となる  
観光資源の磨き上げ

【2】外国人旅行者に対する  
ホスピタリティの充実

【3】受入環境の整備促進

### 視点3

#### つなぐ

回遊性向上を  
図るため  
「線」でつなぐ

【1】外国人旅行者が周遊しやすい  
環境づくり

### 視点4

#### 売り込む

広域で連携して  
「面」で  
売り込む

【1】広域で連携した誘客

【2】立地の優位性を活かした  
広域誘客

## 方策と 17のアクション

### 【アクション】

- 01 データに基づいたターゲットの設定
- 02 北九州市のつながりを活かしたプロモーション

- 01 訪れた人・住む人による情報発信

- 01 外国人目線に立ったコンテンツの発掘・磨き上げ
- 02 歴史、文化、自然などのストーリー化

- 01 民間事業者等と一体になったおもてなしの強化
- 02 市民への理解促進

- 01 宿泊者増加に向けたホテルの誘致
- 02 多言語対応
- 03 その他環境整備

- 01 移動手段の利便性向上
- 02 プラスワン観光を促す仕組みづくり

- 01 「西のゴールデンルート」の推進
- 02 九州・山口エリアの自治体との連携

- 01 福岡空港等からの外国人旅行者の誘致
- 02 航空路線やクルーズ船の誘致
- 03 交通事業者と連携した誘客

## 視点1 北九州市の魅力をしっかりと届ける

### 【1】認知度向上の為の戦略的なプロモーション

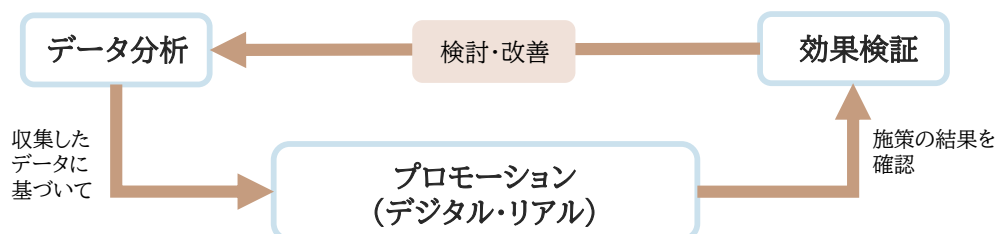
北九州市の認知度を向上させるためには、効率的・効果的なプロモーションを行う必要があります。そのために、データに基づいたターゲットの設定や、北九州市ならではの関係性を活かしたプロモーションを行います。

#### 01 データに基づいたターゲットの設定

北九州市はこれまで、インフルエンサーやメディア等を招へいた視察ツアーや旅行博等のイベントへの出展、旅行会社へのセールス等、幅広くプロモーションを行ってきました。今後は、デジタル技術の活用やアンケート調査などのデータを収集・分析し、国、地域、年代、旅行形態、志向等、具体的なターゲットを設定したうえでプロモーションを実施します。

##### 主な事業等

- ▶ デジタル技術を活用した旅行者の移動や消費動向などのデータ収集・分析
- ▶ SNS分析、市内周遊促進キャンペーンでのアンケート調査結果の分析
- ▶ マーケティング戦略の検討と具体的なプロモーションターゲットの設定



#### 02 北九州市のつながりを活かしたプロモーション

北九州市は、フィルム・コミッションによる映画等の撮影、国際スポーツ大会およびナショナルチームのキャンプの誘致など、他都市にはない北九州市独自の海外とのつながりを構築してきました。また、民間事業者等とも連携し、海外へのセールス活動を行っています。北九州市の強みであるこれらの有機的なつながりを活かし、プロモーション活動を行っていきます。

##### 主な事業等

- ▶ 映像作品や国際スポーツ大会、グローバルMICE等の誘致強化とそれに伴う海外メディア等による情報発信の促進
- ▶ 旅行博の出展やSNS等での情報発信など、民間事業者等と連携したプロモーションの実施

## 【2】 口コミやSNS・WEBを活用した情報発信の強化

旅行形態が変化してきているコロナ禍後においては、オンライン上での情報発信がより重要になってきており、SNSやWEBサイトを活用し、積極的に観光情報などを発信する必要があります。

さらに、北九州市の認知度向上に向けて、観光情報など北九州市の魅力を旅行者のみならず、中長期に滞在している外国人から、母国の家族や知人に発信していただけるような取組を行います。

### 01 訪れた人・住む人による情報発信

北九州市に訪れた外国人旅行者に対するアンケートでは、北九州市を知ったきっかけは、「家族・知人」が25.1%、「SNS」は18.7%でした。北九州市の認知度を高め、旅の目的地として選ばれるためには、家族・知人やSNSでの情報発信が最も有効な手段と言えます。

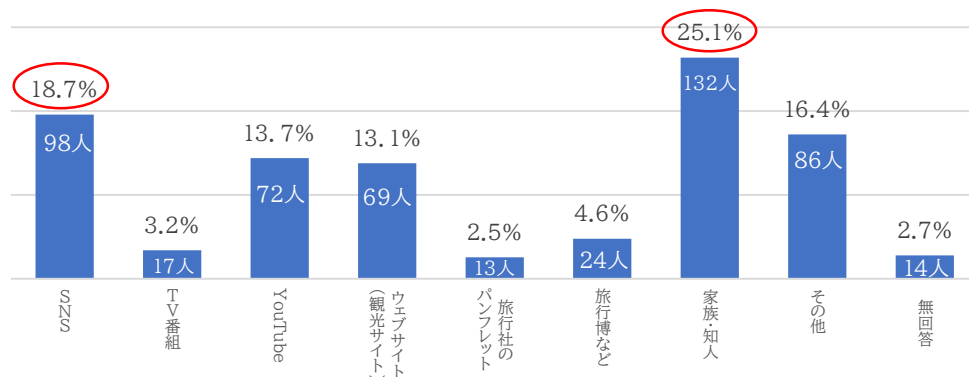
これまで北九州市では、多言語によるホームページ等により観光情報を定期的に発信しているほか、インフルエンサーを活用した情報発信など、様々な手法を取り入れてきました。これらを継続するとともに、MICEやスポーツ大会などの国際イベント等に訪れる選手や観客などに発信を促すことはもとより、市内に中長期に滞在する外国人から北九州市の魅力を発信してもらう仕組みづくりに取り組めます。

#### 主な事業等

- 映像作品出演者等や国際スポーツ大会、ナショナルチームのキャンプ、グローバルMICEへの参加者等による情報発信（エクスカッションや観光情報の発信など訪れた人が北九州市の魅力を体感できるような仕組みづくり）
- JICAの研修生や留学生、市内で働く外国人への観光情報の発信やモニターツアーなどの実施

北九州市を知ったきっかけ

N=525



資料：小倉駅アンケート調査(2023年10月11日～15日実施)

## 視点2 観光資源を発掘し磨き上げる

### 【1】旅の目的となる観光資源の磨き上げ

北九州市は、歴史・文化、自然、食などバラエティ豊かな観光資源を有しており、それらを磨き上げることで、北九州市独自の魅力を高めていきます。

また、多様化する外国人旅行者のニーズ・志向に対応するため、外国人目線でのコンテンツの発掘・磨き上げを行うことはもとより、コンテンツをストーリー化し、旅の目的地となるよう取組を進めます。

### 01 外国人目線に立ったコンテンツの発掘・磨き上げ

外国人旅行者へのアンケートやSNS分析等により、外国人目線に立った観光コンテンツの発掘・磨き上げを行います。また、北九州市ならではの文化などを体験できる「コト」消費の促進を図ります。

#### 主な事業等

- 祭り体験などのNEWツーリズムの創生
- インバウンドに人気の高い寿司や焼肉など食の新たなブランディング戦略
- 夜景やイベントなどを活用したナイトタイムエコノミーの推進
- 北九州市の魅力・旅の思い出を伝えるお土産品の開発



## 02 歴史、文化、自然などのストーリー化

北九州市の魅力を組み合わせて、外国人旅行者に感動的で記憶に残る体験を提供することを目指し、これまで個々に存在していた観光コンテンツを歴史、文化、自然などの切り口からストーリーとして繋げ、ワンデイトリップなどのパッケージとしての商品造成を促進します。

## 主な事業等

- 城や祭り、寿司などの観光コンテンツを繋げた旅行商品の造成
- 小倉城の桜や河内藤園など四季折々の観光地を繋げた旅行商品の造成
- 自然・アクティビティ・文化体験で構成されるアドベンチャーツーリズム商品の造成



## TOPICS 「北九州市といえば『コレ!』」という差別化の重要性

アクションプランの策定にあたり、様々な方からの意見聴取を行ったところ、旅の目的地として選ばれるために、他都市との差別化が重要であるとの意見がありました。

## 外国人旅行者の声

- ☐ 魅力があるまちなのに混雑していない
- ☐ 快適で清潔、静かでリラックスできる
- ☐ 旅行者に優しいウォークアブルなまちだ
- ☐ 北九州市で寿司が食べたい
- ☐ 福岡市から近い など

## Sushi & Castle

Comfortable city

## Walkable city

今後、アンケート調査などのデータ分析を行い、  
市内プロジェクト会議やアドバイザリー会議などにおいて、  
「北九州市といえば『コレ！』」といったプロモーション  
の方向性について議論していきます。





北九州市では、既存の体験型コンテンツの磨き上げを行うことに加え、北九州市ならではのコンテンツを新規で造成し、来訪者の消費額増加に繋げる取組を進めています。

(参考：令和5年度新規造成コンテンツ)

### 【特別体験：小倉城】

#### 日本唯一の天守閣常設バーカウンターを設置

夜はお酒や食事、音楽が楽しめるナイトキャスルやナイトクラブ、昼はカフェタイムを楽しめるキャスルカフェを開催。他では味わえない唯一無二の体験価値を提供します。



### 【日本文化体験：小倉城庭園】

#### 小倉織技法で作るストラップづくりと自分で点てる

##### 抹茶アフォガード体験

江戸の風情溢れる小倉城庭園にて、織機を使用して小倉織体験ができます。自分が気に入った色を選び、オリジナルの小倉織ストラップを製作します。その後、小倉城庭園オリジナルのミルクアイスに自分で点てた抹茶をかけたスイーツ「抹茶アフォガード」を味わうことができます。



### 【登山体験：福智山】

#### 多言語対応ガイド付き！山頂で地元の食材を使ったおにぎりとお味噌汁を味わうアクティビティ

九州百名山、日本の水源の森百選にも選ばれる名峰「福智山」を様々な国籍の方たちと登るアクティビティ。山頂では地元の味噌や食材を使った味噌汁とおにぎりを参加者全員で味わいます。国際色豊かなメンバーと一緒にハイキングを楽しむことができます。



### 【漫画体験：漫画ミュージアム】

#### プロの道具を使った漫画作画体験

漫画を描いたことがない人でも楽しめる、漫画の模写や漫画のアシスタント体験。

漫画のプロから直接指導を受けながら、プロの道具を使用して作画します。





## 【2】外国人旅行者に対するホスピタリティの充実

外国人旅行者と直接接するのは、民間事業者や市民の皆様です。北九州市を訪れた外国人旅行者が、安心して快適に周遊、滞在ができるようにホスピタリティを高め、北九州市における旅の満足度を向上させ、リピーターの獲得を図ります。

### 01 | 民間事業者等と一体になったおもてなしの強化

外国人旅行者の旅の満足度を高め、リピーターを増やすとともに、口コミによる誘客促進に繋げるため、民間事業者等と一体になって、外国人旅行者に対するおもてなしを強化していきます。

#### 主な事業等

- 民間事業者によるホスピタリティ向上のための勉強会の開催
- 観光事業者・商店街・商業施設等とのインバウンド関連情報の共有（個店の成功事例、データに基づいたマーケティング戦略等）
- 吹奏楽の演奏や着物着付け体験など、クルーズ船乗客をターゲットとしたおもてなし強化
- 宿泊施設や交通事業者等で構成される国際観光推進協議会を通じた、民間事業者によるおもてなしの推進

### 02 | 市民への理解促進

まちぐるみで外国人を受け入れる機運を醸成するため、市民に対しても、インバウンド受入への理解促進を図ります。

#### 主な事業等

- インバウンドの現状や取組内容等の情報発信

## 【3】受入環境の整備促進

日本を訪れた外国人旅行者の旅の利便性を高め、北九州市で快適に過ごせるよう受入環境の整備を促進します。

### 01 宿泊者増加に向けたホテルの誘致

2019(令和元)年度末の北九州市内の宿泊施設数(※)は183施設でしたが、2022(令和4)年度末では169施設まで減少しています。北九州市を訪れる外国人旅行者を増やすためには、その受け皿となるホテルの誘致は大変重要です。そのため、ホテルの誘致や整備促進を行い、外国人宿泊者の増加に繋がります。

(※)北九州市旅館施設一覧(保健福祉局)

#### 主な事業等

- 高付加価値ホテルの誘致
- ビジネスホテル等の整備促進
- 旧J R九州本社ビルの活用事業(宿泊施設等)



### 02 多言語対応

観光案内板や、観光パンフレット、観光関連WEBサイトのさらなる多言語化等により、外国人旅行者の旅の利便性を高めます。また、災害時など多言語に対応した危機管理体制の強化を図ります。

#### 主な事業等

- 観光案内板の多言語化やQRコード表示
- 観光パンフレットや観光関連HPの多言語化
- 観光案内所での多言語対応
- 災害時などに必要な支援策や情報が入手できる体制づくりの強化



## 03 | その他環境整備

外国人旅行者の買い物や飲食の需要に対応するためのキャッシュレス決済や免税システムの導入、専門性の高いガイドの育成のほか、今後想定されるオーバーツーリズム対策の検討にも取り組めます。

### 主な事業等

- 観光・文化・商業施設等におけるキャッシュレス決済や免税システム等の導入促進
- W i - F i の整備促進
- 専門性の高いガイドの育成
- オーバーツーリズム対策の検討

### TOPICS 魚町銀天街に免税一括カウンターを導入（令和5年11月）

小倉駅や小倉城に近く、インバウンドでにぎわう「魚町銀天街」では、観光DXを進めるためデジタル免税一括カウンター（Pie Systems）を開設し、外国人旅行者の利便性向上と消費拡大に努めています。



## 視点3 回遊性向上を図るため「線」でつなぐ

### 【1】 外国人旅行者が周遊しやすい環境づくり

北九州市には、多くの観光スポットが点在していますが、外国人旅行者が快適に周遊しやすい環境となっていないため、観光スポットをつなぐ移動手段の確保など、外国人旅行者が周遊しやすい環境づくりに取り組みます。

こうして、市内観光スポット間の回遊性を高めることにより、滞在時間を延ばすとともに、宿泊者の増加や消費拡大に繋がります。

#### 01 移動手段の利便性向上

市内に点在する観光スポット間の移動手段を確保するだけでなく、交通事業者等と連携し、外国人旅行者に向けたツーリストパス事業や公共交通のDX化推進等を行うことで、利用者の利便性向上に取り組みます。

##### 主な事業等

- 外国人旅行者に向けたツーリストパス事業
- 外国人旅行者が使いやすい北九州空港アクセスの強化
- タクシーを含む公共交通事業者のDX化推進

#### TOPICS 在住外国人による座談会の開催

外国人の誘致促進と受入体制の課題を探るため、北九州市及び近隣市町村に在住する外国人による座談会を開催。（計3回）

##### 【周遊に関する意見】

- ①北九州市の不便なところ、困ると感じたところ
  - ・公共交通機関の乗り方が分かりにくい（切符の買い方、バスの乗り方等）
  - ・観光地が点在しているのでそこを周遊することが難しい
- ②他地域と比較し、北九州市のここがいいと思う！ところとその理由
  - ・交通に関しては利便性が高いと感じた（新幹線があって空港もある）

#### 02 プラスワン観光を促す仕組みづくり

コロナ禍後、日本を訪れた外国人旅行者の新たな旅の傾向として、①滞在日数の増加や、②「モノ消費」から「コト消費」へ、③「団体旅行」から「個人旅行」へとシフトしています。北九州市での楽しみ方を、訪日旅行サイト等を活用した「旅マエ」でプロモーションするほか、「旅ナカ」でも旅の途中の空いた時間に、もう一か所多く観光スポットや飲食店、商業施設などを訪れてもらえるよう取り組みます。

##### 主な事業等

- 所要時間別モデルコースの造成
- 観光施設や飲食店、宿泊施設への観光情報QRコードの設置依頼

# 視点4 広域で連携して「面」で売り込む

## 【1】広域で連携した誘客

外国人旅行者は、北九州市、熊本市、大分市といった点ではなく、北部九州や九州など広域(面)を周遊しながら日本での旅を楽しんでいます。そのため、北九州市単独での誘客ではなく、周辺都市と連携し、周遊ルート of 構築や旅行商品の造成、プロモーションの強化を行います。

### 01 「西のゴールデンルート」の推進

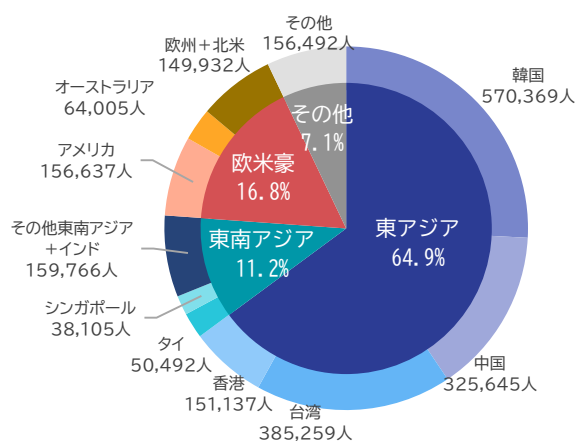
九州へ入国した外国人旅行者数を地域別で見ると、アジア圏の比率は94.1%となっており、日本全体の比率76.1%より高い傾向となっています。

そこで、ゴールデンルートに多く訪れている欧米豪の外国人旅行者を取り込むため、西日本・九州の自治体等と連携し、広域的な周遊ルート「西のゴールデンルート」の構築や旅行商品の造成、プロモーションの強化を行います。

#### 主な事業等

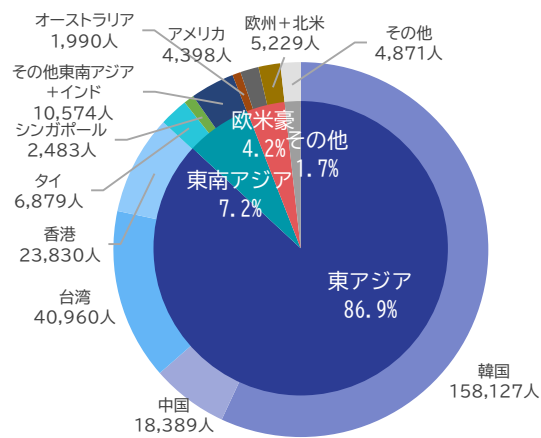
- 西日本～九州の広域周遊ルート構築や旅行商品造成促進
- 欧米豪に訴求するWEB媒体等を活用した旅マエ・旅ナカのプロモーション
- 万博や旅行博など欧米豪の外国人が多く訪れるイベントを活用したプロモーション

2023(令和5)年9月の  
各国・地域別の内訳(全国)



資料: 日本政府観光局(JNTO)  
「訪日外客数」

2023(令和5)年9月の  
各国・地域別の内訳(九州)



資料: 国土交通省 九州運輸局  
「九州への外国人入国者数」

## 02 九州・山口エリアの自治体との連携

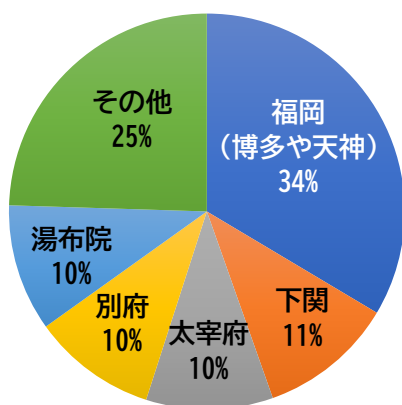
北九州市を訪れる外国人旅行者の多くは、福岡市や別府市、下関市など、九州・山口県内の主要な都市を周遊しています。そこで、九州内や山口県内の自治体等と連携し、周遊ルートの構築や旅行商品の造成、プロモーションの強化を行います。

### 主な事業等

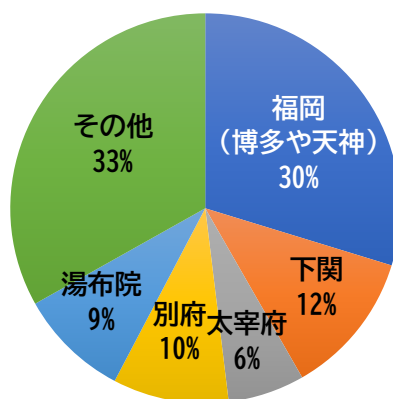
- 周辺自治体と連携した周遊観光ルートの構築や旅行商品の造成、プロモーション
- 関門連携でのクルーズ船誘致や、日本遺産「関門”ノスタルジック”海峡～時の停車場、近代化の記憶～」を巡るための環境整備や旅行商品の造成、プロモーション

### 北九州市を訪問する前後の訪問予定先

#### 北九州市に訪問する前の訪問先



#### 北九州訪問後の訪問予定先



資料：小倉駅アンケート調査(2023年10月11日～15日実施)



## 【2】立地の優位性を活かした広域誘客

北九州市は、九州・中国・四国地方で唯一24時間利用可能な北九州空港や、本州と九州を結ぶ鉄道の玄関口である小倉駅があります。また、九州で最も外国人旅行者が多く訪れている福岡市から新幹線で約15分、特急で約40分の距離にあります。このような交通の結節点である北九州市の地の利を活かした誘客を促進します。

### 01 福岡空港等からの外国人旅行者の誘致

九州へ入国した外国人の86.7%（2023年1月～9月）を占める福岡空港からの誘客はもとより、外国人旅行者が多く訪れている大阪府や広島県からの誘客も重要です。そのため、市内宿泊費の助成や市内周遊電子クーポンの活用、外国人旅行者に向けたツーリストパス事業等を行います。

#### 主な事業等

- 福岡空港や関西空港等を窓口とした市内周遊電子クーポンの活用
- 全ての新幹線が停車する強みを活かす観点での交通事業者との連携強化
- （再掲）外国人旅行者に向けたツーリストパス事業

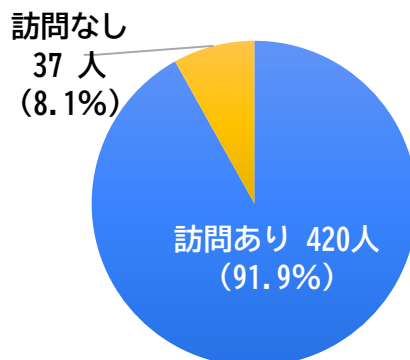
### 02 航空路線やクルーズ船の誘致

北九州空港から入国した外国人旅行者のうち、9割超の方が北九州市を訪問しています。また、北九州港に寄港したクルーズ船客は、市内の飲食店や小売店で消費を行っています。さらなる外国人旅行者の増加、消費拡大に直接的に繋げるため、北九州空港の国際路線やクルーズ船の誘致に取り組みます。

#### 主な事業等

- 北九州空港における国際線の路線再開、新規路線の誘致
- 下関市と連携した北九州港に寄港するクルーズ船の誘致

#### 北九州空港から入国した 外国人旅行者の市内訪問者数



資料：北九州空港アンケート調査（2023年8月1日～7日実施）

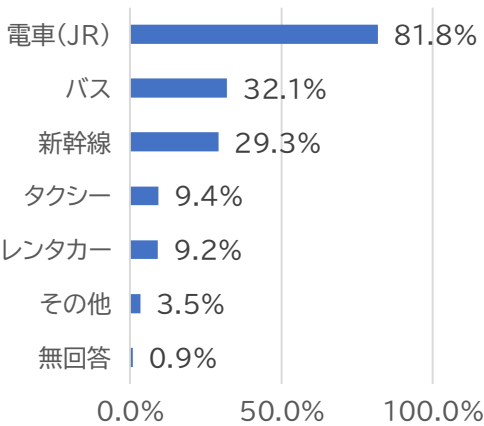
# 03 交通事業者と連携した誘客

北九州市に訪れた外国人旅行者が移動する交通手段としては、電車（JR）が81.8%、バスが32.1%、新幹線が29.3%となっています。このような状況を踏まえ、多くの外国人旅行者が利用する交通事業者と連携したキャンペーンの実施等を検討します。

## 主な事業等

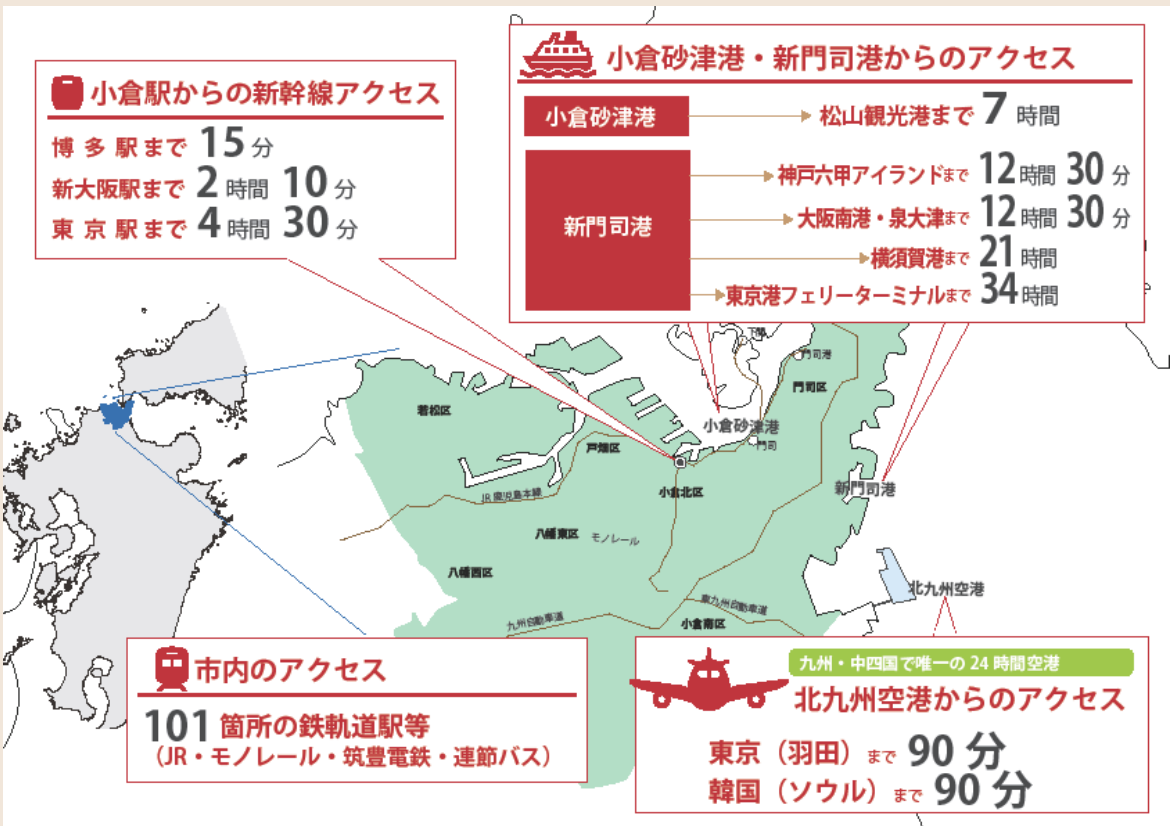
- 外国人旅行者向けレールパスと連携した商品造成
- 航空チケット等提示による商業施設割引キャンペーンの実施
- 九州MaaSの活用
- （再掲）外国人旅行者に向けたツーリストパス事業
- （再掲）旅行博の出展やSNS等での情報発信など、民間事業者等と連携したプロモーションの実施

## 移動手段の内訳（複数回答）



資料：R5ウェルカム北九州！キャンペーンアンケート調査（2024年2月20日、21日、27日、28日実施）

## TOPICS 陸・海・空の充実した交通拠点・北九州市







## 北九州市インバウンド誘致 アクションプラン（案）

＜発行＞北九州市産業経済局観光課  
住所：北九州市小倉北区浅野3丁目8番1号  
電話：093-551-8150 FAX：093-551-8151