

北九州市  
観光振興  
プラン

「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



## 5 目指す姿・基本方針

### 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～

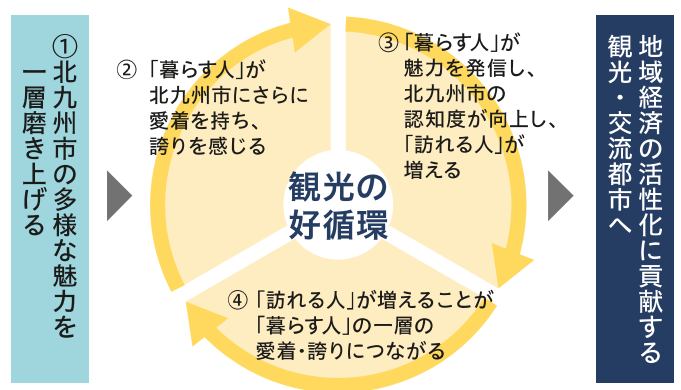
### 2 基本目標

- ① 「夜景」「門司港レトロ・城下町小倉の歴史文化」など北九州市がこれまで育ててきた魅力を一層向上
- ② 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
- ③ 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

#### 〈観光の好循環〉

- ① 北九州市の多様な魅力を一層磨き上げる
- ② 「暮らす人」が北九州市にさらに愛着を持ち、誇りを感じる
- 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、北九州市の認知度が向上し、「訪れる人」が増える
- 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・交流都市を目指す

北九州市観光振興プランが目指す観光の好循環



## 6 取組期間とKPI

### 1 取組期間 5年間(令和5年度～令和9年度)

- 取組期間前半(3年間)で、各指標がコロナ禍前の水準以上になることを目指す
- 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

### 2 KPI (重要業績評価指数)

|              | コロナ禍前(R元年) | 現時点(R3年)  | 目標(R7年時点) | 計画期間満了時(R9年時点)       |
|--------------|------------|-----------|-----------|----------------------|
| 観光客数(延べ人数)※1 | 2,420.8万人  | 1,105.3万人 | 3,000万人   | 取組期間前半の取組状況などを踏まえ再設定 |
| 宿泊客数※1       | 192.9万人    | 124.6万人   | 240万人     |                      |
| 観光消費額※1      | 1,345億円    | 399億円     | 1,700億円   |                      |
| 市民の満足度※2     | ————       | 65.7%     | 75%       |                      |

※1 観光客数、宿泊客数、観光消費額は北九州市観光動態調査による

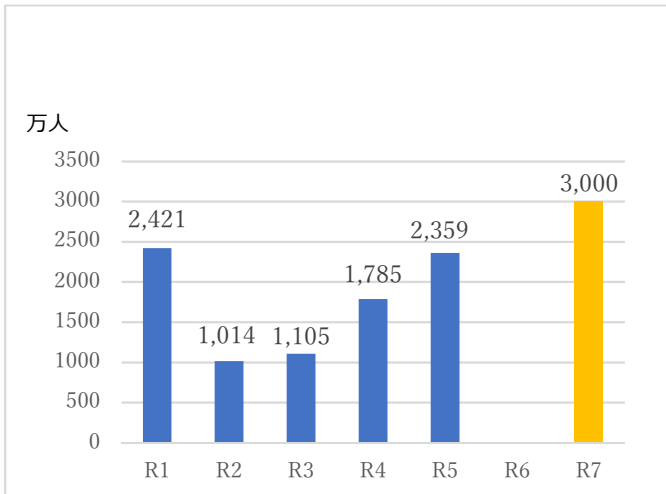
※2 市政モニターアンケートにおいて、「あなたの目から見て、北九州市は魅力的な観光地であると思いますか。」という問いに対して「とてもそう思う」「そう思う」と回答した割合の合計(「現時点65.7%」は令和4年度調査結果によるもの。)

### 観光におけるSDGsの推進 (関連するSDGs)



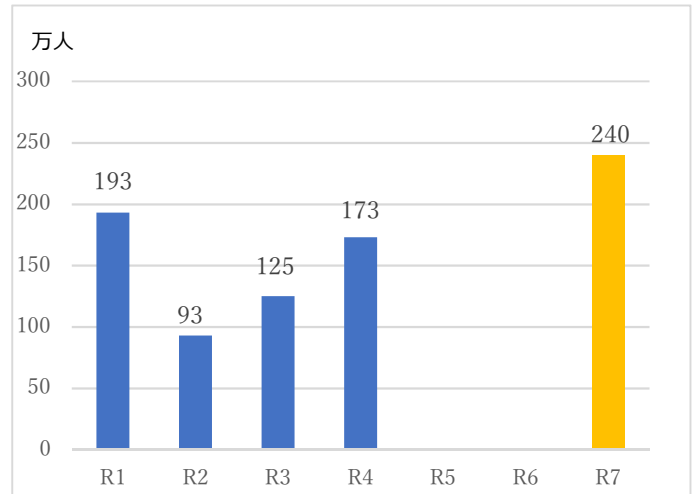
## 6-1 北九州市の観光動態について

### 1 観光客数(延べ人数)



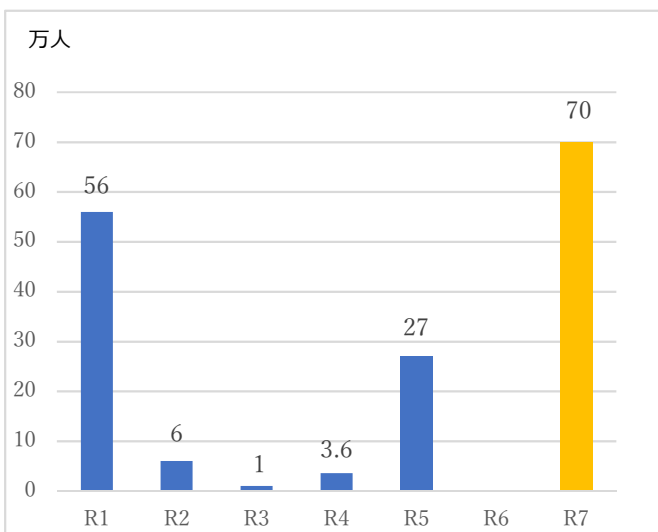
北九州市観光動態調査(※R5は速報値)

### 2 宿泊客数(実人数)



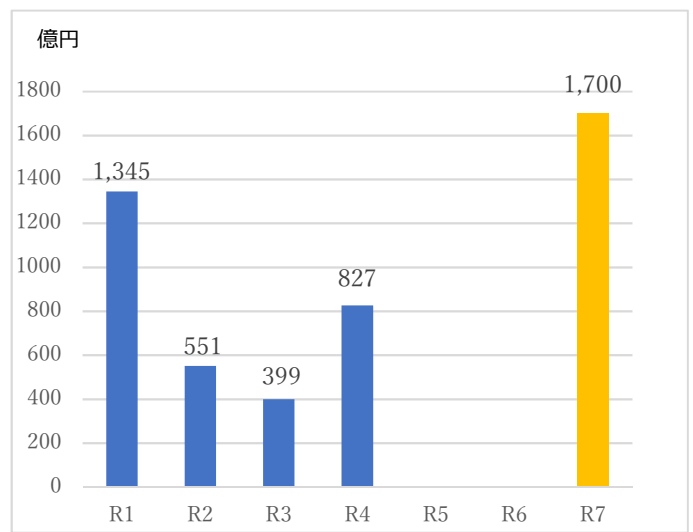
北九州市観光動態調査(※R5は集計中)

### 3 外国人観光客数



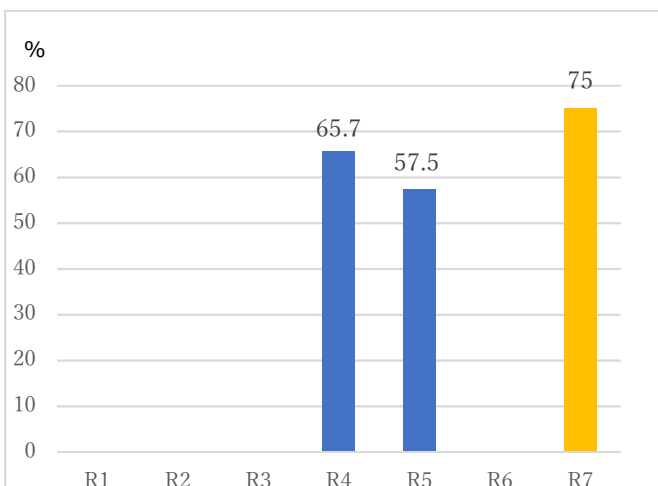
北九州市観光動態調査(※R5は速報値)

### 4 観光消費額



北九州市観光動態調査(※R5は集計中)

### 5 市民の満足度



市政モニターアンケート(R4から調査実施)

市民の満足度：

市政モニターアンケートにおいて、「あなたから見て、北九州市は魅力的な観光地だと思いますか。」という問いに対して、「とてもそう思う」「そう思う」と回答した割合の合計

## 7 4つの戦略+3つの地区別アクションプラン

### 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

- 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
- 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」

#### 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

- パブリック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
- 暮らす人が愛着を持って自ら発信し、訪れる人が旅マエからわくわくする情報発信

#### 戦略Ⅲ 「訪れる人」の満足度向上に向けた環境整備

- インバウンド需要にも対応できる観光施設などのキャッシュレス化
- デジタル技術の活用やユニバーサルツーリズムの推進による、より便利・快適な環境の整備

#### 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

- 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
- 国や九州観光機構、北九州都市圏、福岡都市圏、大分県などとの広域連携

### 2 3つの地区別アクションプラン

#### 小倉都心部

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

- 安全で快適にまち歩きを楽しめる環境整備
- 小倉城・小倉城庭園への誘客と域内周遊の促進 など

#### 皿倉・東田地区

北九州市の「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』

- 皿倉山頂施設の一層の魅力向上
- 東田地区内の回遊性の向上 など

#### 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』

- 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

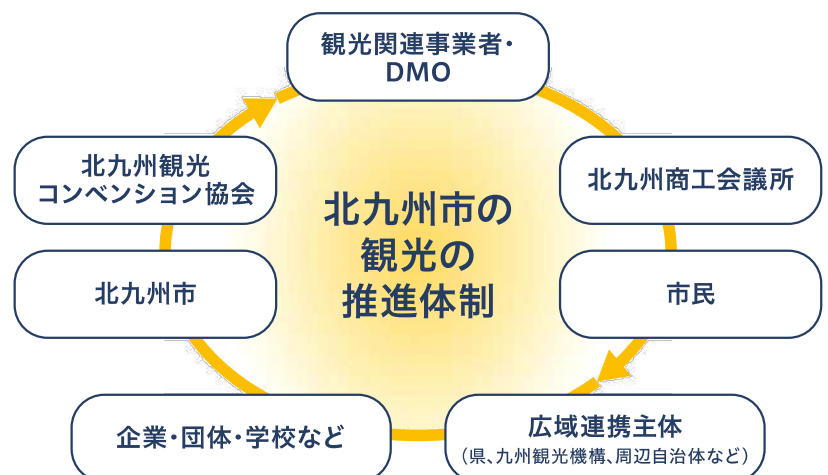
## 8 プランの推進体制、評価体制

#### 【推進体制】

- 観光に関連する様々な主体間の連携
- 市役所関係部局や、広域観光推進のための周辺自治体との連携強化

#### 【評価体制】

- 改善に向けた意見を、有識者などから求めながら、進捗状況の確認・評価、見直しを実施
- インバウンド需要の回復やコロナ禍による社会変化など、必要に応じ見直しなどを検討



9 プラン実現のための戦略と主な取組

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

戦略

取組方針

推進していく主な取組

| 戦略  | 取組方針  | 推進していく主な取組   |
|---|---|--|
| <b>戦略Ⅰ</b><br>「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 | 戦略Ⅰ-1 北九州市が誇る歴史・文化・食の魅力発掘・一層の磨き上げ                     | ・小倉城とその周辺の魅力向上<br>・門司港レトロ・和布刈地区の魅力向上<br>新・市内を一望できる絶景・血倉エリアの魅力向上<br>・「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<br>・北九州市の魅力あふれる食のPRや新たな名物・おみやげものづくりの検討   |
|   | 戦略Ⅰ-2 新しい魅力の発掘・創出                                     | ・若松北海岸など自然を活かした体験型・滞在型観光の促進<br>・都心からアクセスしやすい自然環境(海、山、川など)で楽しめるアウトドアレジャー(アーバンアウトドア)の魅力の発信<br>新・民間活力を活かしたカフェ・グランピング施設などの設置<br>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、コワーキングスペースの利用者などへの観光PR  |
|   | 戦略Ⅰ-3 夜景を中心とした夜型観光の魅力向上                               | 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<br>・夜間、早朝での誘客イベントの実施<br>・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」 | 新・交通事業者などと連携した、北九州市をハブにした周遊プランの検討<br>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<br>・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<br>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、コワーキングスペースの利用者などへの観光PR<br>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                |
| <b>戦略Ⅱ</b><br>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-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                        | 新・パブリック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<br>・写真や動画等のコンテストなど市民や来訪者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市の発信                         | ・観光情報サイト「ぐるリッチ!北Q州」や観光案内所での多様なニーズに合わせた案内機能の強化<br>・市民もメディアも活用できるフリー素材の一層の充実<br>・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<br>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   | ・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<br>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<br>・(再掲)観光情報サイト「ぐるリッチ!北Q州」や観光案内所での多様な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                                   | ・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<br>・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<br>新・観光施設などにおける多言語案内の強化<br>新・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の推進  |
|   | 戦略Ⅱ-5 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                   | ・SDGs未来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<br>・北九州エコタウンや響灘ビオトープなどの修学旅行・産業観光コンテンツのPR<br>・(再掲)「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   |
|   | 戦略Ⅱ-6 MICEやイベントなどの誘致強化                                | ・社会ニーズに対応した産業見本市や大規模集客イベントなどの誘致・開催支援<br>・国際会議、海外インセンティブツアーなど海外MICE誘致の強化<br>・安全安心・快適なMICE開催のための設備・機能強化  |
| <b>戦略Ⅲ</b><br>「訪れる人」の満足度向上に向けた環境整備          | 戦略Ⅲ-1 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等の利用促進              | 新・観光分野でのMaaSの活用、鉄道・モノレール・バス・タクシーなどとの連携強化<br>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<br>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                        | 新・血倉山など観光施設のおもてなし機能の向上<br>新・旅の目的地となるような観光ホテル誘致の検討<br>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<br>・まち歩きがしたくなる居心地のよい空間づくり<br>新・観光施設のトイレの多機能化など計画的な改修、公衆トイレの清掃など管理手法の見直しによる「おもてなしトイレ」化の推進<br>新・(再掲)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             | 新・観光案内機能のデジタル化の検討<br>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<br>・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<br>新・(再掲)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の推進  |
| <b>戦略Ⅳ</b><br>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   | 戦略Ⅳ-1 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        | 新・登録DMO設立への取組と、民間事業者などが主役となった推進体制の構築<br>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<br>新・観光を担う人材の育成・強化   |
|   | 戦略Ⅳ-2 国、九州観光機構、県、北九州都市圏、福岡都市圏、大分県などと連携する広域観光推進の体制づくり  | ・北九州都市圏域(18市町)による協議体の活用<br>・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<br>・北福連携の枠組みを活かした観光プロモーションの強化<br>新・(再掲)交通事業者などと連携した、北九州市をハブにした周遊プランの検討   |
|   | 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                           | 新・宿泊税の使途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                             | 新・危機・災害時におけるウェブや観光案内所などでの情報発信体制の整備<br>新・訪日外国人も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  |
|   | 戦略Ⅳ-5 観光振興を通じたSDGsの取組の推進                              | 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<br>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<br>・(再掲)SDGs未来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                                 | ・観光案内所の充実、スキルの高い観光ガイドの育成強化<br>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<br>新・(再掲)観光を担う人材の育成・強化   |

## 2 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<br>(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<br>(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<br>(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                                     |

## 3 観光振興プラン検討会の開催状況

| 日 程              | 検討内容                                     |
|------------------|--|
| 第1回 (令和4年7月12日)  | ● 観光振興プラン策定にあたっての現状整理                    |
| 第2回 (令和4年8月24日)  | ● 市政モニターアンケート結果の報告<br>● 観光振興プランの概要(案)の検討 |
| 第3回 (令和4年11月22日) | ● 観光振興プラン(素案)の検討                         |
| 第4回 (令和5年3月)     | ● パブリックコメント実施報告<br>● 観光振興プラン(成案)の報告      |