

北九州空港における魅力向上の取組について

1 取組の背景・目的

近年、世界の空港間競争は激化しており、各国・各都市の空港は、航空会社や航空旅客を惹きつけるための施策を強化している。北九州空港においても、現在、強力に進めている利用促進や空港アクセス強化に加え、「空港の魅力向上」にも全力で取り組んでいるところである。

令和 7 年度は、開港 20 周年を迎える機会も捉え、年間を通じたイベントの開催、空港内外でのプロモーション、ターミナルの魅力向上等を推進した。

2 取組のねらい



3 主な取組

(1) イベント・展示によるにぎわいの創出

開港 20 周年記念「空港感謝祭」をはじめ、空港や地域の魅力を発信する「ナイトトリップ」、「滑走路ウォーク」、「サイクリングデイ」等、年間を通じたイベント・展示を実施。

(2) 地域・事業者等との連携強化

福岡県・周辺自治体に加え、航空会社、福岡空港、民間事業者等との連携を拡大し、航空・観光・食・物産等の地域の魅力を発信。

(3) ターミナルの魅力・滞在価値の向上

空港で楽しく時間を過ごせるよう、20 周年の館内装飾や展望デッキのパネルリニューアル、デジタルサイネージ・プリントシール機・フライトシミュレーターを導入。

(4) 情報発信・プロモーションの強化

SNS での北九州空港の魅力発信を大幅に強化し、週 2 回程度の投稿を継続。イベントや空港の日常風景等、北九州空港ならではのバラエティに富んだトピックスを提供。

4 取組の効果

項 目	令和 6 年度と令和 7 年度との比較
(1)空港への来訪 機会の拡大	①旅客ターミナル入館者数 約 173.9 万人 → 約 179.8 万人 (前年度比約 103.4%) ②イベント来場者数等の増加 ・空港まつり 約 5,000 人 → 約 7,500 人 (前年度比約 150%) ・空港感謝祭 約 4,200 人 → 約 8,100 人 (前年度比約 190%) ・ナイトトリップ 応募 250 組 → 800 組 (前年度比約 320%) ・サイクリングデイ 540 人参加 (新規)
(2)自治体等との 連携	①イベント連携自治体数 4 団体 → 12 団体 ②福岡空港との初の共同キャンペーンの実施
(3)情報発信の強化	①Instagram フォロワー数 7,700 人 → 12,700 人 (約 65%増) ②投稿によっては 200 万回超の閲覧

5 今後の取組み

イベントへの来場者増加、自治体等との連携拡大、SNS のフォロワー増加等、空港の認知度向上や来訪機会の創出について一定の効果が現れている。

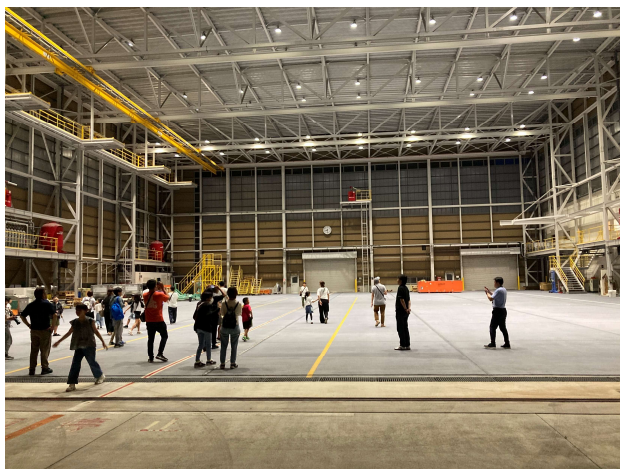
国際線（台湾路線）の復便・新規チャーター就航や令和 9 年 8 月に供用予定の滑走路延長などの機会を確実に捉え、更に加速させていくため、「北九州らしさ」を感じさせる空間を創出する等、北九州空港が空の玄関口として選ばれるよう、引きつづき空港の魅力向上に全力で取り組んでいく。

6 参考：取組状況写真

【空港らしさを感じられるイベント・にぎわいづくり － 来てもらう】

①ナイトトリップ（R7.7、R7.8、R8.7）

普段入ることのできない空港エリアを体験／R7 応募 800 組（前年度比約 320%）



②滑走路ウォーク（R8.8）

開港以来初めての開催で、始発便の見送りも体験／応募 4,000 名超（応募倍率 約 67 倍）



③20 周年記念空港感謝祭（R8.3）

幅広い世代が楽しめる感謝祭を開催／来場者約 8,100 人（前年度比約 190%）



④サイクリングデイ（新規）（R7.11）

空港を発着点に地域を巡るサイクルイベント／540 人が参加



【自治体・事業者との連携 ― 地域とつながる】

⑤自治体 PR イベント

地域の特産品販売や観光 PR を空港で展開／自治体との連携を拡大



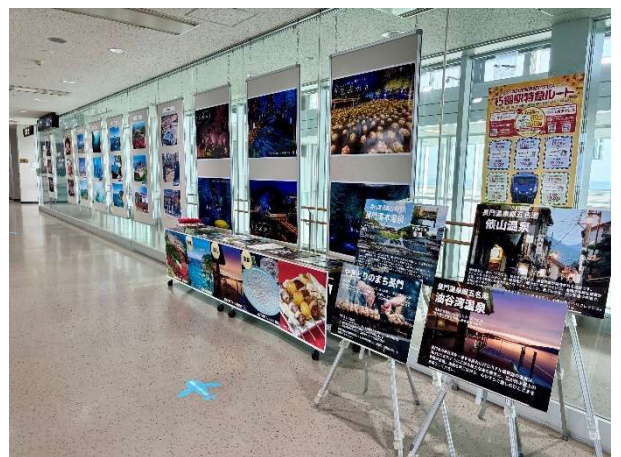
（小倉祇園太鼓の実演／北九州市）



（地域の特産物の販売／香春町）



（京築神楽 PR 展示／苅田町）



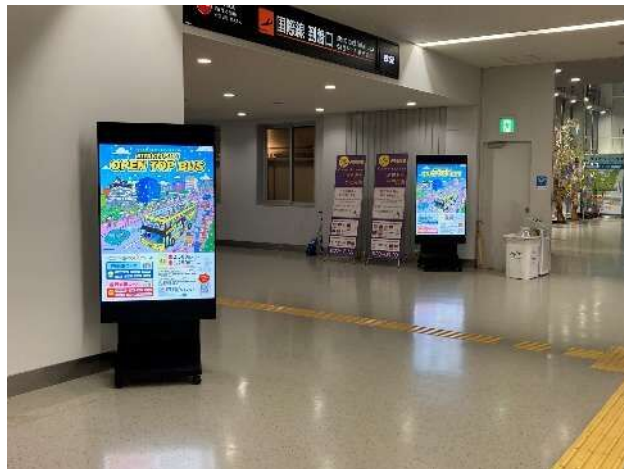
（地域の観光 PR／山口県長門市）

【ターミナルの魅力向上 — 楽しんでもらう】

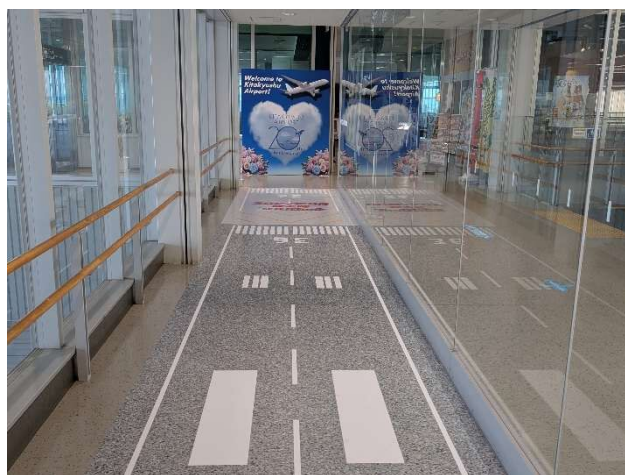
⑥空港で過ごす時間の魅力を向上させる取組



(展望デッキのパネルをリニューアル)



(デジタルサイネージを導入)



(滑走路デザインの装飾)



(プリントシール機・フライトシミュレーターを導入)

【情報発信・プロモーション — 知ってもらう】

⑦空港・航空会社が連携した SNS キャンペーンを展開／相互発信により認知拡大 (左)

⑧SNS を活用して空港内の話題を発信／投稿閲覧数 200 万回超を記録 (右)

