経済港湾委員会報告書（案）

平成３０年１０月４日

北九州市議会議長　井　上　秀　作　様

経済港湾委員会委員長　中　村　義　雄

本委員会は、次の事件について調査を終了したので、北九州市議会会議規則第101条の規定により報告します。

記

１　調査事件

（１）観光やＭＩＣＥによる来訪者の消費喚起について

政府は「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、訪日外国人観光客数の目標値を2020年（平成32年）までに2015年（平成27年）の約２倍となる4,000万人と掲げて取り組んでいる。

このような中、本市を訪れる外国人は平成26年に16.7万人、同27年25.2万人、同28年34.9万人と、急速な伸びを見せているものの、一時期見られた中国人による“爆買い”は急激に減少しており、順調にふえ続ける外国人観光客からいかに新たな消費を獲得するかが課題となっている。

本委員会では、更なる来訪者の増加と消費拡大の重要性に鑑み、観光やＭＩＣＥを活用した誘客及び来訪者の消費喚起策について調査を行うこととした。

（２）体験型の観光メニューについて（平成30年３月22日追加指定）

外国人観光客による来訪の目的が、消費型から体験型にシフトしているという点を踏まえて、本市における体験型の観光メニューについて調査を行うこととした。

２　調査の経過及び結果

○　平成29年４月21日　経済港湾委員会

平成28年次外国人観光客数について、当局から説明を受けた。

（説明及び答弁要旨）

・　平成28年の訪日外国人観光客数は2,403万人で、前年比21.8％増であった。内訳は中国637万人26.5％、韓国509万人21.2％、台湾416万人17.3％、香港183万人7.7％で、東アジアの４つの国・地域で72％を占めている。

・　旅行消費額は中国１兆4,754億円、台湾5,245億円、韓国3,577億円、香港2,947億円となっており、１泊あたりの消費額は欧米よりやや高い。
・　費目別としては、買い物代38.1％、宿泊代27.1％、飲食費20.2％となっている。購入率が高い品目は、中国が化粧品・香水、韓国が菓子類、台湾、香港が医薬品・健康グッズとなっている。
・　本市独自の集計によれば、本市への来訪者は34万9,000人で、前年比９万7,000人、38％の増加である。国籍別では韓国13.4万人、台湾12万人、中国4.7万人となっている。
・　市内にある外国人に大人気の雑貨店では「外国人への売り上げが３倍に伸びた」、化粧品関係の店舗では「韓国人買い物客に対応するため、新たに韓国人店員を雇用した」といった効果があらわれている。
・　韓国は個人客、中国のクルーズ船利用者については団体客が多い。
・　クルーズ船利用者で市内に宿泊する人はほぼなく、有料の施設にもなかなか入ってもらえない。
・　旅行者へのヒアリング、国の統計により、外国人旅行客のニーズ調査を行う予定である。
・　外国の旅行社への観光セールスについて、昨年度、現地へ４回、34社を訪問した。また、本市への視察ツアーに６回、24社の来訪があった。

（委員からの意見）
・　外国人旅行客のニーズについて、買い物、宿泊、土産、飲食等できるだけ細かくニーズを拾ってもらいたい。
・　旅行社へのセールスについて、より多くの売り込みを実施されたい。

（今後の調査の方向性について）
・　本市への来訪手段の違いによる市内での動き方の違いや国別での違いを調査していくこととした。
・　国内と国外では国外を優先に、国別ではアジアに絞って調査を進めることとした。

○　平成29年６月29日　経済港湾委員会
　外国人観光客の動向、大型クルーズ船観光客の動向、ＭＩＣＥの開催状況及び国際定期航空便観光客の動向について、当局から説明を受けた。
（説明及び答弁要旨）
・　外国人観光客について、韓国はグルメや温泉が好きで短い日程の個人旅行が中心、台湾は４～６日間の旅行が多く日本の流行に敏感、中国は団体旅行で免税店でのショッピングが中心、香港は個人旅行でリピーターが多い、タイは四季を感じられるものを好む、といった各国の特徴がある。

・　2015年のＭＩＣＥの実績で本市は86件、全国で11位となっている。参加者数は５万4,435人であった。参加者の平均消費額は日本人が４万5,062円、外国人が８万6,940円となっている。

・　海外からの旅行者の情報源は、トリップアドバイザー、ＪＮＴＯのホームページなどである。韓国はインスタグラムの影響が強く、本市からは小倉城、門司港レトロ、平尾台などを重点的に宣伝している。

・　外国人旅行者の動向調査の仕組みについては、携帯電話の電波の動きによる調査とアプリによる立ち寄り場所の追跡調査、補完としてアンケート調査を実施する予定。

・　外国人観光客が夜の飲食に出かけるよう、クーポンブックの英語版の製作を考えたい。

・　タイ人の観光客の増加は、フィルム・コミッションの貢献が大きい。

・　本市のＭＩＣＥ受け入れの施設は十分と考えており、コンベンション協会や大学との関係を深めて誘致に取り組みたい。

（委員からの意見）

・　訪日しない中高年外国人の富裕層の旅行の現状や情報源について知りたい。

・　四季折々の花の名所に関する情報を発信してもらいたい。

・　他都市におけるＭＩＣＥのおもてなし事例を民間団体に広報されたい。

・　市長のトップセールスによるＭＩＣＥ誘致に取り組まれたい。

・　夜景や夜の飲食店などの観光資源の更なる広報に取り組まれたい。

○　平成29年７月５～７日　行政視察（北海道函館市）

以下の事業について説明を受け、質疑を行った。

①　夜景グレードアップ事業

歴史的建造物のライトアップやガス灯風街路灯の整備等を行うとともに、ライトアップ施設を活用したソフト事業（まちあるき、ナイトツアー等）の充実や新規施設へのＬＥＤ照明導入の検討を行っている。

②　広域観光

滞在型観光の実現のため、広域的な観光メニューやモデルルートの構築、イベント情報等の一元的発信による来訪者へのサービス向上等、道南圏・青森圏との連携を強化して周遊滞在の促進に取り組んでいる。

③　インバウンドの取り組み

中国、台湾、タイへのトップセールスや、タイ、マレーシア等の旅行会社、メディア関係者等を招へいして積極的な誘致に努めるとともに、市内観光事業者を対象としたインバウンドセミナーを開催し、さらにＷｉ－Ｆｉ環境の整備事業、通訳ガイドの育成等の検討を行っている。

④　歴史観光資源の保存・活用

金森赤レンガ倉庫、箱館奉行所、五稜郭タワーを訪問し、管理者等から観光客の推移や課題等について説明を受けた。

○　平成29年８月17日　経済港湾委員会

平成28年次北九州市観光動態調査について、当局から説明を受けた。

（説明及び答弁要旨）

・　本市の観光入込客の延べ人数は、天候の影響等で対前年比1.1％減の2,543万3,000人となった。
・　観光地点における観光客の実数は、対前年比２％増の1,193万8,000人、そのうち宿泊客が同4.4％増の177万5,000人となった。
・　観光消費額は、対前年比32.9％増の1,418億7,000万円であった。
・　外国人観光客数は、34万9,000人で対前年比38.5％増となっており、過去最高を記録した。訪日意欲の高まりに加え、韓国、台湾へのセールス、国際航空定期便の就航等が奏功したと考えられる。
・　平成29年のわっしょい百万夏まつりは、２日目が雨天で中止になっており、80～90万人が減少の見込みである。

（委員からの意見）

・　観光の本質は、税収が上がってそれが市民に還元されることであり、観光消費の拡大が地元経済につながる仕組みについて検討されたい。
・　外国人観光客数の定点調査が必要と考える。

○　平成29年11月17日　経済港湾委員会

本市の一般的な観光素材とインバウンド分析及びＳＮＳの活用について、当局から説明を受けた。

（説明及び答弁要旨）

・　本市では、近年新たな宿泊施設も開業しており、独自集計で8,593室、1万5,671人の宿泊サービスが提供されている。
・　旅行者の投稿サイト等によると、焼きカレー、寿司の他、資さんうどん、一蘭ラーメンなどの人気も高い。
・　モニターツアーでは、地元商店街のから揚げやパンといった日常的な物も人気があった。
・　お土産は、商業事業者へのヒアリングによれば、国の調査と同様に菓子類、食料品、医薬品、化粧品等の購入率が高く、コンビニやドラッグストアへの立ち寄りも多い。
・　近年、モノ消費から体験や交流の要素を取り入れたコト消費へと変化して

おり、門司港レトロや小倉都心部での着付け体験、小倉城庭園での呈茶体験、皿倉山の夜景鑑賞や登山、平尾台トレッキングなど、旅行客は本市の歴史、文化、自然などの様々な体験を楽しんでいる。

・　クルーズ船などの団体旅行客に加えて個人旅行客も増えている。小倉城の入場者数も大幅に増え、４人に１人が外国人となっている。

・　ハングルのポップ広告など外国人対応を行う店舗では、消費の拡大が図られている。

・　今後、下関市との連携強化、門司港レトロ・小倉城周辺の観光資源の磨き上げ、コト消費の推進、若戸大橋のライトアップ整備などを実施予定。

・　ビッグデータやアンケート調査等を活用し、個人旅行客の移動経路やし好、本市の強み、弱みを分析中であり、分析結果を踏まえ、戦略的なプロモーションを実施予定。

・　メディア広告や宿泊助成による旅行社とのタイアップ、ホームページの作成、ＳＮＳの３つについて、費用対効果、メリット・デメリットを考慮して、効果的な組み合わせで戦略的なインバウンド誘致に取り組みたい。

（委員からの意見）

・　外国人観光客と国内観光客が同時に増加する取り組みを実施されたい。

・　若戸大橋のライトアップについて、広報の専門家と連携して売り込み方を検討されたい。

○　平成29年12月７日　経済港湾委員会

外国人観光客誘致、クルーズ船誘致及び北九州空港における他都市等との連携等について、当局から説明を受けた。

（説明要旨）

《外国人観光客誘致》

・　九州縦断観光ルート協議会

2020年のオリンピック・パラリンピック開催を見据え、新幹線・九州自動車道の利用を想定した連携。オーストラリア、ベトナム等がターゲット。

・　東・中九州観光ルート協議会

東九州自動車道、九州自動車道、大分自動車道のレンタカー利用を想定しており、今後、チャーター便や定期便が実現する可能性が高い国がターゲット。

・　関門海峡観光推進協議会

関門地域の一体的なセールスを行い、滞在時間の延長を図り、消費額の拡大や宿泊につなげることがねらい。

・　九州運輸局との連携事業

東九州自動車道ルートのＰＲが目的。北九州空港、大分空港、宮崎空港に

定期便がある韓国がターゲット。

・　福岡県との連携事業

福岡県のネットワークを活用したイベント等への参加を実施。本市単独では、アプローチが難しい国がターゲット。

・　その他都市との連携事業

各都市の海外ネットワーク等を活用して、新たなルート開発や新規ターゲットへの取組等を行う。

《クルーズ船誘致》

・　関門連携

地方創生推進交付金を活用し、下関市と連携して、中国・上海でクルーズ船誘致セミナーを開催。関門港をＰＲするための動画を作成。

・　日本海・瀬戸内５港連携

青森港、金沢港、境港、神戸港と連携して、各国・都市の在日本総領事公邸等を活用し、クルーズ船社及び旅行会社を対象としたセミナーを開催。

《北九州空港》

・　他自治体との連携

北九州空港の更なる利用促進を図るため、北九州空港を基点とした北九州都市圏域（６市11町）エリアの魅力についての情報発信、プロモーション活動を実施。

（委員からの意見）

・　ラグジュアリー船客のニーズの把握と戦略的な対応に努められたい。

・　外国人観光客の要望（ゴルフ場や中国語が通じるてんぷらのある寿司屋等）とその解決策について民間へ提供されたい。

○　平成30年２月８日　経済港湾委員会

平成29年度のＭＩＣＥの取り組み状況について、当局から説明を受けた。

（説明要旨）

①　北九州市グローバルＭＩＣＥ推進協議会について

観光庁の「グローバルＭＩＣＥ強化都市」事業に選定され、地元ＭＩＣＥ関係者で構成する北九州市グローバルＭＩＣＥ推進協議会を設立し、共同して誘致や開催支援を行っている。

〔構成団体〕

北九州市、北九州観光コンベンション協会、北九州商工会議所、
リーガロイヤルホテル小倉、ステーションホテル小倉、ＪＴＢ九州、西鉄旅行、
ＪＲ九州旅行、第一交通産業、北九州空港アクセス推進協議会、オービット

②　インセンティブツアーについて

近年、中国、韓国からの来訪件数が伸びている。主な誘因は、国内や海外

の商談会への積極的な参加とＰＲ、北九州空港国際定期便の就航、中国・上海事務所との連携による現地旅行社へのアプローチや情報の発信など。

③　今年度のトピックスについて

・　直近の国際会議協会（ＩＣＣＡ）の統計で国内13位、日本政府観光局（ＪＮＴＯ）では10位となっており、上位の都市と比較して伸びは突出している。

・　観光庁のＣＳＲに関するＭＩＣＥ商品の開発事業に応募し、北九州観光コンベンション協会が選定された。

・　ＪＮＴＯは、創意工夫により誘致に成功した会議や、優れた運営、地域社会・経済の発展への貢献等で開催に成功した会議を毎年表彰しており、本市で開催された「第３回アジア未来会議」が開催の部で受賞した。

（委員からの意見）

・　中国、韓国等のゴルフ人口の増加を見据えて、ゴルフ場を活用した誘致活動を実施されたい。

・　インセンティブツアーに対する助成制度の周知と実施企業の業種の把握に努められたい。

○　平成30年３月22日　経済港湾委員会

本市を訪れる外国人個人観光客（韓国、台湾）の動向調査結果について、当局から説明を受けた。

（説明要旨）

《韓国人個人旅行客の動向》

・　九州を訪れている旅行客の平均宿泊日数は2.3泊で、短期旅行が主流である。

・　福岡空港から入国する場合、福岡都心部で完結するものが多い。次いで福岡都心部を拠点に由布院や太宰府を訪れるコース。

・　福岡空港での本市の認知度は、「知らない」が57.5%であった。

・　本市来訪者の性別は男女半々で、20代、30代が多くなっている。

・　福岡空港から入国した場合の本市での宿泊は平均0.65泊であるが、北九州空港の場合1.93泊となっている。

・　市内の観光地では小倉城、門司港レトロの人気が高いが、平尾台、東田地区等も認知されつつある。

・　宿泊客の支出額は45,329円、日帰り客は14,252円となっている。

・　韓国向けプロモーションと受地整備の方向性（下表のとおり）

調査から分かったこと	今後の方向性
北九州空港を利用した観光客の宿泊率が高い。	北九州空港利用者をメインターゲット。航空会社と連携した取組を実施。
北九州市・下関市のみを周遊し	両市内で完結するようなルートを提案し、本市連

ている観光客も多い。	泊の増加を図る。
本市の認知度が低い。 現地において、個人ブログ、ＳＮＳ等により観光情報を入手。	旅行社等の視察ツアーの実施や、効果的な情報発信により、認知度の向上を図る。 （参考）旅行社へのセールス：延べ146社(28～29年度)
北九州市を初めて訪れる観光客が多い。	地域の隠れた魅力を発信し、リピーターの増加を図る。 （例）商店街での買い物情報、イベント情報、ローカルフードや祭りなど、地域を深堀りできるような情報をこまめに発信。
観光施設や飲食店等で多言語対応に不便を感じることが多い。	多言語案内や多言語メニューなどの受け入れ環境の整備

《台湾人個人観光客の動向》

- 九州を訪れている旅行客の平均宿泊日数は5.48泊で、韓国の２倍以上である。
- 福岡市都心部に連泊し、日帰りで九州各都市を巡る客も多い。台湾便が就航している鹿児島県でも連泊して周辺都市を周遊する客が多いと聞いている。このため、本年10月からの台湾便の就航が重要となってくる。
- 福岡空港での本市の認知度は、「知らない」が29.0%であった。
- 本市来訪者は韓国と比較して若干年齢が高くなっている。
- 北九州市・下関市での宿泊は、日帰りが65.2%、１泊が12.2%、複数泊が8.6%となっており、定期便がない現状でも２割以上が宿泊している。
- 韓国よりも、門司港レトロ、小倉城の訪問率が低く、関門橋、九州鉄道記念館、関門トンネル人道の訪問率が高い。
- 宿泊客の支出額は31,358円、日帰り客は9,524円となっている。韓国と比較して滞在時間が短く消費も少なくなっている。
- 台湾向けプロモーションの方向性（下表のとおり）

調査から分かったこと	今後の方向性
北九州市を初めて訪れる観光客が多い。	・台湾人観光客に関心が高いコンテンツをはじめ、本市の多種多様な魅力ある観光資源を情報発信 （関門トンネル人道や九州鉄道記念館など）
旅の主たる目的地になっていない。	
九州での平均宿泊日数5.48泊（韓国の２倍）	・北九州～台湾便の活用 ・交通の結節点である本市の地の利を活かす。 ⇒本市を拠点として、福岡県内をはじめ、大分県、山口県、広島県等を加えた周遊コースを提案。 ⇒旅行日数が長い台湾人観光客を取り込み、宿泊日数の増加を図る。 ⇒観光消費額の増加。
しかしながら、北九州市・下関市では日帰りが多く、滞在が短いため、韓国よりも旅行支出額が少ない。	
直行便の就航都市を拠点として、周辺都市を周遊する傾向がある。	

（委員からの意見）

- 旅行会社や発信力のある個人を活用した情報発信について検討されたい。
- 他都市との関係性を生かした集客対策に努められたい。

・　訪日外国人の動向を踏まえたＷｉ－Ｆｉ整備を実施されたい。
・　皿倉山の夜景観賞を観光ルートに取り込むよう工夫されたい。
・　翻訳ソフトの特徴を踏まえた施策を展開されたい。
・　旅行社への提供など、アンケート結果の有効活用に努められたい。

○　平成30年４月24日　経済港湾委員会

平成29年次外国人観光客数について、当局から説明を受けた。

（説明要旨）

・　平成29年に日本を訪れた外国人旅行者は2,869万人で、前年の2,404万人から19.3％増加している。中国人が735万人と最も多く、全体の25.6％を占めている。韓国が714万人、台湾が456万人、香港が223万人であり、東アジアの４つの国、地域で全体の４分の３を占めている。
・　旅行消費額は中国が最も大きく１兆 6,947 億円、次いで台湾、韓国、香港の順となっている。東アジアの４つの国、地域の１泊当たりの消費額は、欧米に比べやや高い傾向にある。
・　旅行消費の費目別について、買い物代が 37.1％で最大であり、宿泊料金 28.2％、飲食費 20.1％の順となっている。
・　購入率の高い品目について、韓国人観光客は菓子類、台湾や香港からの観光客は医薬品や健康グッズ、中国人観光客は化粧品や香水となっている。
・　平成 29 年に本市を訪れた外国人観光客数は 68 万 2,000 人で過去最高となり、前年より 33 万 3,000 人、95.4％の伸びとなった。国、地域別では韓国が最も多く 33 万 1,000 人、台湾 16 万 8,000 人、中国 13 万 4,000 人の順となっている。
・　平成 28～29 年度のインバウンドへの取り組みとして、海外旅行会社へのセールス活動が延べ 338 社、旅行会社を対象としたモニタリングツアー、いわゆるファムツアーが延べ 200 人など、韓国や台湾などへの継続的なセールスを行った。
・　市内への経済波及効果について、市内商業施設等へのヒアリングで、外国人観光客の増加により、免税対応に伴う売上高が市内百貨店で前年度比58％増、商業施設で48％増、レンタル着物店で外国人観光客の利用者が日本人利用者の３倍となるなど、効果があらわれている。

（委員からの意見）

・　商業施設等へのヒアリングを拡大して実施されたい。
・　町が解決すべき課題について提示されたい。
・　東アジア地域から更に人を呼び込むため、情報発信の方法について検討されたい。

○　平成30年５月９～11日　行政視察（北海道弟子屈町、斜里町及び釧路市）

以下の事業について説明を受け、質疑を行った。

①　てしかがえこまち推進協議会について（北海道弟子屈町）

観光を基軸にまちづくりを進めており、町、教育委員会、観光協会、自治会、商工会、町振興公社、ＪＡ、郷土研究会によって構成された協議会に、小・中学生、高校生、主婦、会社員などが参加している。

８つの専門部会が、それぞれのテーマに基づいて活動を行うほか、協議会全体で、地域の観光振興を担う人材の育成を目的とした「てしかが観光塾」、観光庁の選定する「観光カリスマ」による勉強会などを継続的に実施している。

②　体験交流型の観光プログラム及び羅臼町観光振興ビジョンについて

（北海道斜里町）

知床の世界自然遺産登録以降、更なる観光振興に向けて、羅臼らしい漁業にこだわった体験交流型の観光プログラムの提供に力を注いでいる。

また、観光振興ビジョンを策定し、交流人口の拡大を目的に、通過型観光からの脱却、通年観光の平準化等を観光の課題と捉え、滞在型観光の推進、エコツーリズムの充実等に観光協会を核としたオール羅臼で取り組んでいる。

③　観光立国ショーケースについて（北海道釧路市）

観光庁の「観光立国ショーケース」に選定され、世界に通用する魅力ある観光地域づくりと訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースの確立に取り組んでいる。

国では、日本版ＤＭＯ（地域と協同して観光地域作りを行う法人）の確立、観光資源の磨き上げ、ストレスフリーの環境整備、海外への情報発信の４つの取り組みに対して、関係省庁が連携した施策を集中的に投入している。

○　平成30年５月22日　経済港湾委員会

本市を訪れる外国人個人観光客（香港）の動向調査結果及び大型クルーズ船客へのアンケート調査結果について、当局から説明を受けた。

（説明要旨）

《外国人個人観光客（香港）の動向》

・　九州を訪れている旅行客の平均宿泊日数は4.5泊で、韓国の２倍であるが、台湾よりはやや短い。
・　福岡空港から入国する場合、福岡都心部のみ、または福岡都心部を拠点に大分、熊本、本市など北部九州を訪問している。
・　福岡空港での本市の認知度は73.6％で、韓国、台湾よりも高かった。
・　本市及び下関市を初めて訪れた観光客は84％であった。
・　北九州市・下関市での宿泊は、日帰りが69.2％、１泊が20.2％、複数泊が10.3％となっており、定期便がない現状でも３割以上が宿泊している。

・　市内の観光地では小倉都心地区と門司港地区の人気が高い。
・　宿泊客の支出額は約６万円、日帰り客は２万2,000円となっている。飲食費は韓国、台湾を大きく上回っている。
・　観光情報の入手先は、個人ブログ、掲示板等が多く、ＳＮＳ、家族・友人等の口コミ、新聞・雑誌、ガイドブックの順となっているが、紙媒体も有力な情報の入手先である。
・　香港向けプロモーションの方向性（下表のとおり）

調査から分かったこと	今後の方向性
北九州市を初めて訪れる観光客が多い。	・関心が高いコンテンツをインフルエンサー等を活用して発信するとともに、本市の多種多様な魅力ある観光資源を活字メディアも活用しながら情報発信。
本市の認知度が比較的高い。 インターネット、ＳＮＳ、雑誌等により観光情報を入手。	
九州での平均宿泊日数4.5泊 （韓国の約２倍）	・知名度は高いにもかかわらず日帰り客が多いことから、まだ知られていない市内を含む周辺地域の様々な情報を発信し、宿泊につなげる。 ・消費額が高い飲食の分野で、興味を惹きつけるような情報発信を行う。
北九州市・下関市では日帰りが多く、滞在が短いが、韓国・台湾よりも旅行支出額(特に飲食費)が多い。	
拠点都市に滞在して、周辺都市を周遊する傾向がある。	

《大型クルーズ船客へのアンケート調査結果》
・　ひびきコンテナターミナルへの中国発着クルーズ船乗船客の消費額の把握を目的に調査を実施した。
・　消費額の平均値は３万2,126円であった。
・　購入品目の１位は化粧品・香水、２位は医療品・健康グッズ、３位は食料品・お菓子等となっている。購入場所は、１位免税店、２位コンビニ、３位スーパーであった。
・　昼食は、１位昼食なし、２位ラーメン、３位おにぎりとなっている。
・　クルーズ船での訪日回数は、初来日７割、２回目16%、３回目７%となっている。
・　情報入手ツールは、１位インターネット、２位友人・知人からの紹介、３位ＳＮＳとなっている。
・　印象に残ったことは、１位ショッピング、２位風景、３位サービスとなっている。
・　再訪したいかについては、はいが57%、いいえが27%となっている。

（委員からの意見）
・　クルーズ船客の昼食場所について考える必要がある。
・　再訪したいかという質問で「いいえ」が27%というのは大きな数字である。少しでも減らせるように努められたい。
・　ひびきコンテナターミナルに、クルーズ船が寄港しやすい仕組みを検討さ

れたい。
・　福岡市との更なる観光連携に努められたい。

○　平成30年７月25日　経済港湾委員会

各委員から事前に提案のあった「来訪者の消費喚起に向け予算化すべき消費喚起策」に対する現在の取り組み状況について、当局から説明を受けた後に委員間討議を行った。

委員から提案のあった項目

▶　ナイト観光の充実（インバウンドへの飲食店の対応等）
▶　アリペイモバイル決済サービスシステムの飲食店等への導入補助
▶　和布刈公園等から楽しめる門司港地区の夜景の充実
▶　市内の夜間観光ルートづくり（皿倉山、到津の森公園、門司港レトロ、･･･）
▶　本市のオープンデータを活用した観光関連アプリ開発のためのコンテスト実施
▶　消費喚起に向けた情報発信
・　インバウンドが好む飲食店や店舗を多言語で紹介するサイトやフェイスブックを立ち上げ
・　海外旅行会社やメディア、ブロガーのＰＲツアーの実施
▶　体験メニューの充実（平尾台でのそば打ち、パン焼き、洞窟探検等）
▶　団体客の食事・休憩場所の確保
▶　インバウンド向け化粧品・医薬品の販売専用スペースの確保

（委員間討議における主な発言内容）
・　消費喚起するには、いかに泊まってもらうかが重要。
・　小倉から別府行きのバスを空港経由にできないか。
・　インバウンドを増やすために、クルーズ船に北九州の野菜や魚を積み込んで食べてもらえるように売り込みをしてはどうか。
・　韓国の旅行客は、事前にどの店の何を食べるというところまで決めている人が多いので、メニュー選びでそんなには困っていない。ネットでどう見てもらうかが重要。
・　消費喚起に向けた情報発信は、ブロガーやＳＮＳによる部分がほとんどではないか。
・　ブロガーと北九州市をつなぐ施策が必要。インターネットの強化が１つの柱である。
・　小倉の中心場所に団体客を収容できる食事場所がないのが問題である。

・　クルーズ船客は市内で昼食を食べていない。

○　平成30年８月22日　経済港湾委員会

前回の委員間討議後に正副委員長において取りまとめた項目をもとに委員間討議を行った。

正副委員長において取りまとめた今後予算化すべき項目

■情報発信の充実

○インバウンド向け情報サイトの充実（多言語メニューの作成と掲載が可能なサイト等）

○海外旅行会社やメディア、ブロガーのＰＲツアーの実施継続

■新たなインバウンドの取り込み

○消費単価の高い欧米からの誘客策の実施

○新規国際航空路線の就航促進及び航空会社への助成の拡大

○関門港のクルーズ船誘致

■滞在時間の延長

○観光資源の磨き上げ（インバウンド向け商店街ツアー、到津の森公園、小倉城、皿倉山など）

○ナイト観光の充実（施設の充実と観光ルートづくり）

○体験メニューの充実

■消費の拡大

○アリペイモバイル決済サービスシステムの飲食店等への導入助成

○来訪者のニーズに合わせた商品開発支援

（委員間討議における主な発言内容）

・　長崎市が提供しているような各店舗が多言語メニューを作れるサイトが必要。

・　インバウンド向け情報サイトでは、２次会やバーなどの情報提供も必要。

・　サイトにはどこまで載せるのか。行政主体になると全部載せなければならなくなる。

・　「中国人が働いている」、「中国語を話せる店員がいる」などの情報を入れることも必要。

・　本市の空港と港を生かしてインバウンドや国内の観光客を取り込んでいくためのプロジェクトチームを庁内につくってはどうか。

・　欧米をターゲットにした新たなラグジュアリークルーズの提案と、それができる人材の確保が必要。

3　まとめ

平成29年度の本市決算では、４年連続で義務的経費が増加している。義務的経費比率も前年から5.6％増加して56.7％となっており、収入の拡大が課題となっている。

このような状況の中、国内消費の大幅な伸びが見込めない一方、年間2,800万人以上が海外から来日し、本市にも68万人以上が来訪しているという現状があり、これら外国からの来訪者を取り込み、消費を拡大させることで新たな収入を確保する「観光で稼ぐ」取り組みは、本市にとって大変重要な柱の一つである。

今回本委員会では、観光やＭＩＣＥによって本市を訪れる人々に対して、いかに消費喚起するかをテーマに調査を進めてきた。各委員とも外国人旅行客の動向、消費行動、ニーズ、国内他都市の取り組み等について一様に理解を深めることができたところである。

１年半にわたる調査の成果として、平成30年8月22日の経済港湾委員会で検討した内容を、「今後新たに予算を獲得して取り組むべき項目」として提案したい。あわせて、本委員会の調査の成果として今後可能なものから次年度以降の予算に反映することを強く求めるものである。

なお、調査を進める過程で、現在本市が取り組んでいる観光施策についても調査を行ったが、これらはいずれも有効な取り組みであり十分な成果が認められるため、更なる収入増を図るためにも、現在の予算・施策のレベルを落とすことなく、別途予算を確保して取り組むよう求めるものである。本市のポテンシャルを生かした、今後の大胆で強力な施策の推進に期待したい。