

北九州市観光振興プラン(素案)

「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 ～

目次

第1章 観光振興プラン改訂にあたって	2
1 観光振興プラン改訂の目的	3
2 北九州市の未来に向けた観光・交流の役割	4
第2章 北九州市の観光の現状と課題	5
1 北九州市の観光の現状と強み	6
2 北九州市の観光を取り巻く状況	8
コラム コロナ禍を経た社会環境・観光の変化	10
3 北九州市の観光の課題	11
コラム 市民から見た北九州市の観光 ―市政モニターアンケート結果より―	12
第3章 北九州市が目指す観光	13
1 観光振興プランで目指す姿、基本方針	14
2 取組期間とKPI	14
3 4つの戦略+3つの地区別アクションプラン	15
第4章 プラン実現のための戦略と主な取組	16
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	17
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	19
戦略Ⅲ 「訪れる人」の満足度向上に向けた環境整備	21
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	22
コラム 観光地における「おもてなしトイレ」について	24
第5章 地区別アクションプラン	25
1 地区別アクションプラン策定のねらい	26
2 小倉都心部	27
3 皿倉・東田地区	30
4 門司港レトロ・和布刈地区	33
第6章 プランの推進に向けて	36
1 推進体制	37
2 推進スケジュール	37
3 プランの見直し、評価体制	37
資料編	38
1 統計データ、各種調査の実施・公開	39
2 観光振興プラン検討会名簿	41
3 観光振興プラン検討会の開催状況	41

第1章

観光振興プラン改訂にあたって

Ⅰ 観光振興プラン改訂の目的

(1) 大きな社会変化に対応した、観光振興プラン改訂の必要性

北九州市は、平成18(2006)年に「北九州市観光振興プラン」を策定、その後、平成26(2014)年に改訂し、観光振興に取り組んできました。

しかし、令和2(2020)年以降の新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大によって、観光をめぐる状況は大きく変わりました。多くの国や地域での海外渡航制限などの措置や、国内における旅行控え、外出自粛の影響などにより観光需要が激減し、宿泊、交通・運輸業をはじめ、飲食、小売業など、観光に関わるあらゆる産業が大変厳しい状況に陥りました。

さらに、国内外の社会環境や人々の意識も大きく変化し続けています。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、ワーケーションやマイクロツーリズム(近隣観光)の浸透、インバウンド需要の喪失と回復のきざしなど観光をとりまく環境は、大きな変化の時期を迎えています。

こうした環境の変化を踏まえ、北九州市の魅力とは何か、それを楽しむ人は誰か、北九州市の未来に向けて取り組むべき具体策は何かを改めて考える必要があることから、今回観光振興プランを改訂します。

また、このプランは、北九州市の観光に関わるすべての人々に共有されるべき観光振興に関する基本的な方向性を示すとともに、令和2(2020)年に導入された宿泊税を、これからの社会変化に対応させ、より有効に活用するための指針としていきます。

(2) 観光振興プランの構成

観光振興プランの改訂にあたっては、まず北九州市の観光の現状やコロナ禍を経た社会変化、これからの課題などを整理した上で、観光振興プランで目指す姿、基本方針、その実現に向けた戦略を策定します。さらに、戦略を実現するための具体的な取組、推進体制などを定めます。

図 北九州市観光振興プランの構成



2 北九州市の未来に向けた観光・交流の役割

(1) 観光・交流とともに発展する北九州市

北九州市は、世界遺産(「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」)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-」「砂糖文化を広めた長崎街道~シュガーロード~」)のほか、「日本新三大夜景都市」全国一位に認定された夜景など、多くの魅力を有しています。また、世界的なものづくり企業の拠点や、大学を含めた多くの学術研究機関が立地し、さらに公設・民設のミュージアム(美術館・博物館)など数多くの文化拠点、プロスポーツや国際大会も開催されるスタジアム、国際展示場を有するMICE拠点などの魅力が加わり、年間を通して全国、海外から多くの人が集い、交流しています。

また、市民、企業、行政が一体となり公害を克服してきた歴史や、平成30(2018)年に全国で初めての「SDGs未来都市」に選定され、環境と経済の好循環による「ゼロカーボンシティ」を目指すまちの姿は、教育旅行や視察旅行など、多くの人々を集める魅力の一つとなっています。

加えて、現在、若松区響灘で建設工事が進んでいる洋上ウインドファームは、今後観光資源としても期待されています。

これら北九州市の歴史や暮らし、産業など「暮らす人」が育んだ魅力が、より多くの「訪れる人」が交流するきっかけ作り、賑わいや活気、新しい文化を生み出す原動力になり、「暮らす人」の愛着、誇りへつながっていきます。



北九州市観光情報サイト「ぐるリッチ!北Q州」より
皿倉山からの夜景



「グリーンエネルギーポート事業紹介動画」より
響灘の洋上ウインドファームイメージ図

(2) 関係人口^{※1}、定住人口の創出につながる観光・交流

観光に対するニーズは、「観光名所を見に行く」ことから「そこで何ができるかを重視する」へ、そして「現地での交流、体験、学びを楽しむ」ことへと変化しています。

北九州市はこれまでも都市としての利便性と歴史・文化、豊かな自然が共存する独自の魅力が、多くの「訪れる人」を惹きつけてきました。

今後は、これらの魅力に一層の磨きをかけるとともに、「訪れる人」と「暮らす人」が交流し、ともに楽しみ、より深く北九州市を楽しんでもらえるようにする工夫が必要です。

「訪れる人」が地域の魅力を味わい、満足度の高い観光を楽しむことにより、北九州市のファンを増やし、ひいては、それが関係人口、定住人口の増加につながります。

※1 関係人口…移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々。

第2章

北九州市の観光の現状と課題

1 北九州市の観光の現状と強み

(1) 北九州市の成り立ちと都市としての魅力（歴史・文化の強み）

北九州市は、江戸時代には小倉藩の城下町、長崎街道の起点として、明治以降は国際貿易港の門司港や日本の近代化を支えた工業都市として、個性と活気のあるまちなみを生み出し、多くの人々が行き交う交流都市としても繁栄してきました。

また、蓄積された交流の歴史、工業都市としての歴史は、「暮らす人」「訪れる人」がともに楽しむ伝統的な祭り、ぬかみそ炊きや焼うどん^{※3}などの郷土料理といった豊かな食文化を生み出しました。

さらに、工場夜景や皿倉山からの夜景など「日本新三大夜景都市」に認定されたバラエティ豊かな夜景は、「暮らす人」「訪れる人」を魅了し続けています。



小倉城



JR 門司港駅

(2) 北九州市の海・山の魅力（自然や景観の強み）

北九州市は都市としての利便性もありながら、関門海峡や日本3大カルストの一つで、国指定天然記念物でもある平尾台など、豊かな海と山や、ファミリー層を中心に根強い人気のある市内最大の公園、響灘緑地(グリーンパーク)など自然に触れあえる場所が多くあることも大きな魅力の一つです。

豊かな海は「豊前海一粒かき」や「関門海峡たこ」「関門のふぐ」を、郊外に広がる美しい大地は「合間のたけのこ」や「若松水切りトマト」といった新鮮な食材を生み出し、人々をもてなします。さらに、若松北海岸、河内藤園を含む河内貯水池周辺などの美しい自然景観は、多くの「暮らす人」「訪れる人」にとって癒しとくつろぎの場となっています。



平尾台 カルスト台地



若松北海岸 遠見ヶ鼻(妙見崎灯台)

※3 ぬかみそ炊きと焼うどんは文化庁認定「100年フード(地域で世代を超えて受け継がれてきた食文化を、100年続く食文化として継承していくことを目指す)」に選定されました。

(3) 北九州市の「学びのまち」としての魅力（ミュージアム群、産業観光、環境教育の強み）

建築家磯崎新氏の設計としても知られる「北九州市立美術館」、西日本最大級の規模を誇る「いのちのたび博物館」をはじめ、「安川電機みらい館」「TOTOミュージアム」などの企業ミュージアム、環境に関する展示・体験施設である「環境ミュージアム」など、公設・民設を問わず、幅広い分野にわたり数多くのミュージアムが立地しているのも、北九州市の強みの一つです。

こうしたミュージアム群は、楽しく体験し学ぶ場として、産業観光や修学旅行などでの環境教育の場としても多くの人々を集めています。

(4) 北九州市の市場・立地の優位性

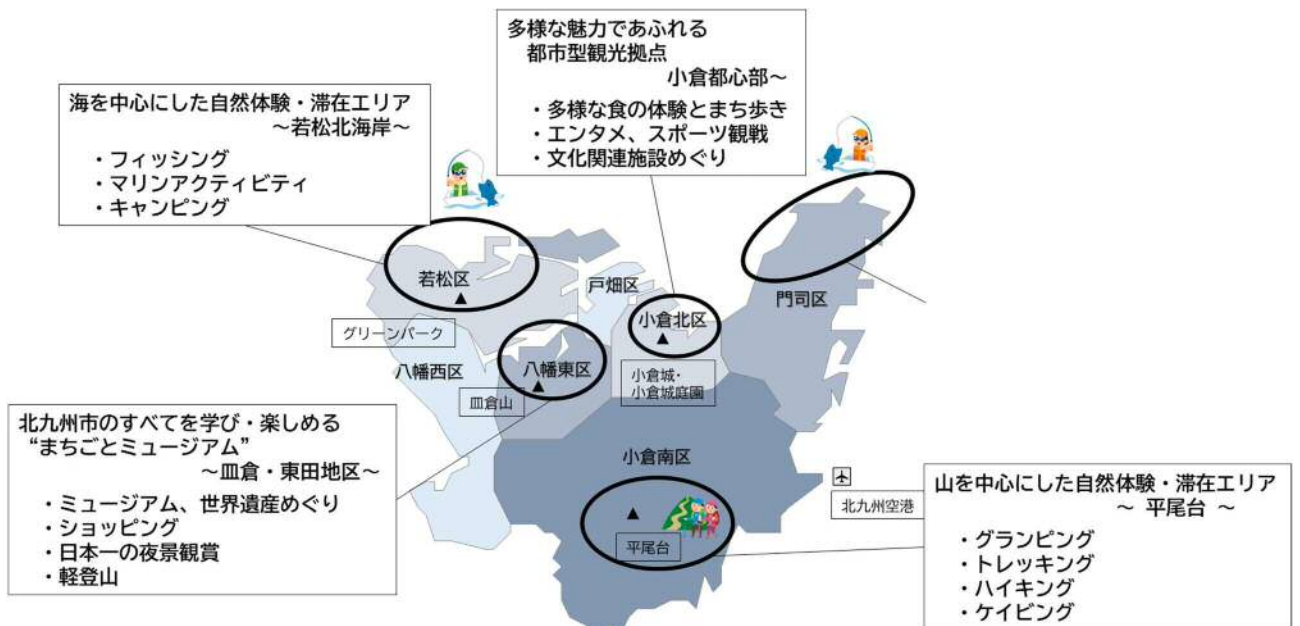
北九州市は、人口約140万人の北九州都市圏域に加え、約260万人の福岡都市圏など、恵まれたマイクロツーリズム市場を有しています。また、出張やMICEでの来訪も盛んで、ビジネス目的での利用者が宿泊客の約7割を占めているのも、本市の特徴の一つです。

また、九州・中国四国で唯一の24時間空港である北九州空港、本州と九州を結ぶ鉄道の起点であるJR小倉駅、九州最大のフェリー基地である新門司港など、国内外とつながる公共交通の結節点でもあります。こうした利便性を活かし、北九州市とは異なる魅力を持つ近隣の福岡県、山口県などとの連携を進めることにより、本市を起点にした広域周遊観光の展開も期待できます。

(5) 北九州市全域に広がる魅力

北九州市は、歴史・文化、食、ショッピングなどが楽しめる都市型観光の拠点であるとともに、海と山に囲まれ、豊富な自然に恵まれるなど体験・滞在型のコンテンツも揃っており、市全域に様々な楽しみ方ができる観光資源が広がっています。

図 北九州市の主な観光資源(エリア別、資源別)



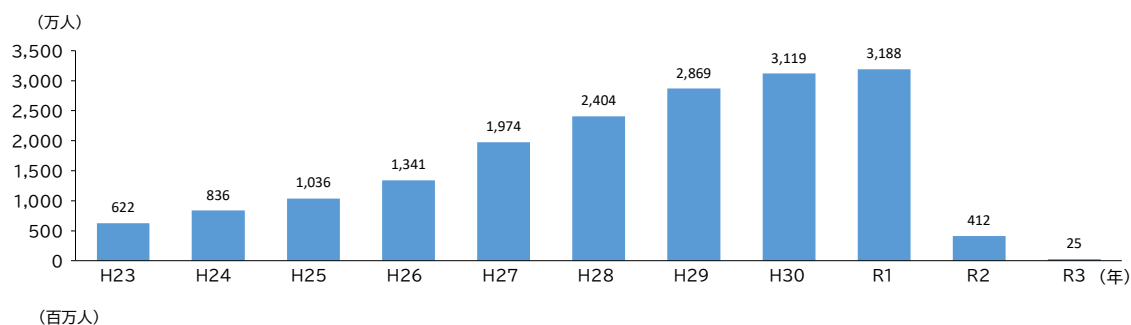
2 北九州市の観光を取り巻く状況

(1) コロナ禍による観光需要の消失

令和元(2019)年末に発生した新型コロナウイルス感染症は、各国や地域での水際対策の強化や移動の制限などにより、訪日外国人旅行者数を大きく減少させました。また、国内においても旅行控えや外出自粛などの影響で国内延べ旅行者数は、令和2(2020)年は前年と比べほぼ半減、令和3(2021)年はさらにそれを下回るなど、厳しい状況が続きました。

しかし、令和4(2022)年は、国などによる国内旅行の需要喚起策や、水際対策の緩和による国境をまたぐ往来の復活などもあり、国内・インバウンドの観光需要の回復への期待が高まっています。また、令和7(2025)年の大阪万博の開催などを契機とした観光立国の復活も期待されます。

図 訪日外国人旅行者数の推移



資料：法務省「出入国管理統計」

図 日本人国内宿泊旅行、国内日帰り旅行(延べ人数)の推移



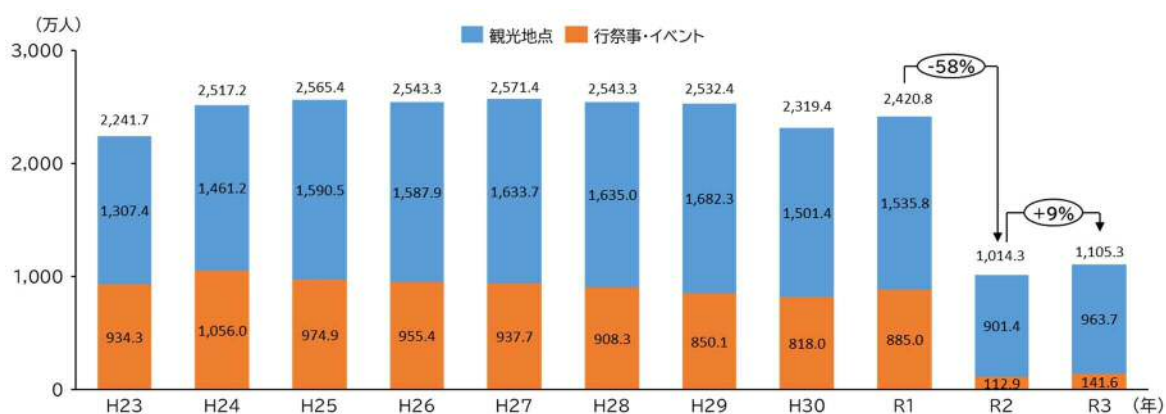
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(2) 北九州市の観光の状況

北九州市の観光客数(延べ人数)は、令和2(2020)年初頭から新型コロナウイルス感染症の拡大により、同年は前年比60%近い減少となりました。令和3(2021)年もその影響は継続していましたが、底堅いビジネス需要に加え、「北九州魅力満喫キャンペーン」をはじめとする北九州市独自の支援策などにより、わずかながら回復の兆しが見えました。

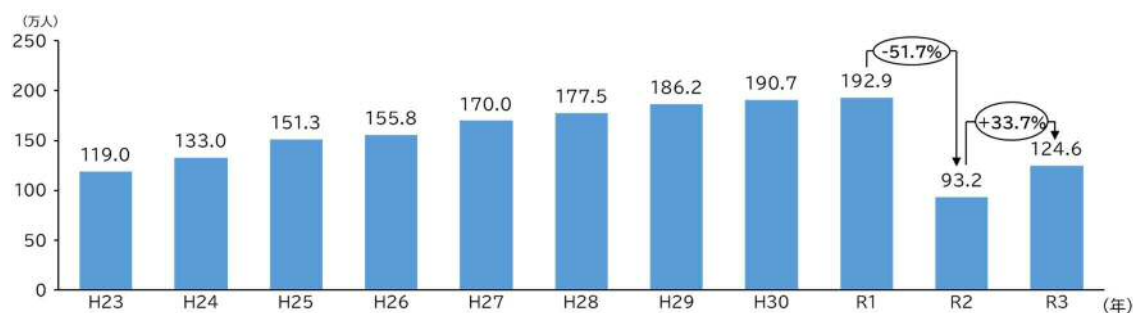
分野別に見ると、修学旅行の回復が顕著となっています。北九州市の魅力を活かし、SDGs修学旅行など教育分野の旅行需要を取り込めた結果、修学旅行生数は令和3(2021)年で対前年123%増加となっています。

図 北九州市の観光客数(延べ人数)の推移



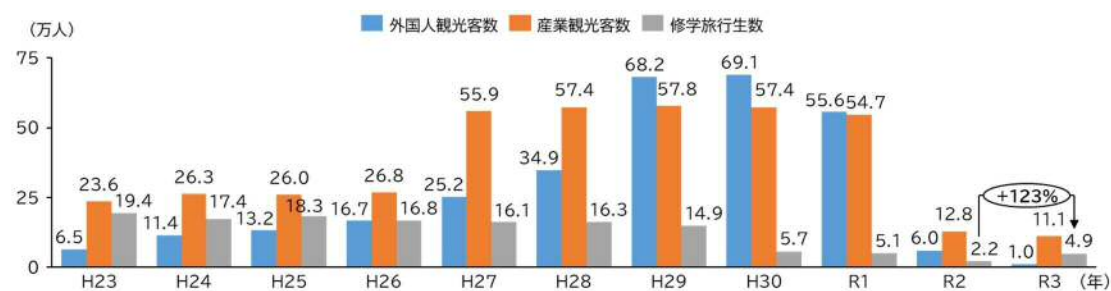
資料:北九州市観光動態調査

図 宿泊観光客数(実人数)の推移



資料:北九州市観光動態調査

図 分野別観光客数の推移



資料:北九州市観光動態調査

コラム コロナ禍を経た社会環境・観光の変化

コロナ禍によって移動や交流が制限される中、観光・交流を取り巻く環境も大きく変化しました。こうした変化は一時的なものではなく、コロナ収束後も続くと言われてしています。

1 訪問先・同行者の変化

コロナ禍においては、混雑する場所・時期の回避とともに、各地域で近隣地域内での観光(マイクロツーリズム)への需要が増加しました。また、団体旅行の制限や感染リスクを避けるため、家族や親しい人との少人数の旅行が拡大しました。

2 新たな観光・交流市場の萌芽

移動の制限や安全・安心な旅を求める中で、ワーケーション(テレワークなどを活用し、Work(仕事)と Vacation(休暇)を組み合わせ、普段とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごす)、親しみのある地域に何度も訪れる旅(第2のふるさと)、自然に親しみ、様々なアクティビティや地域の文化・交流を楽しむアドベンチャーツーリズムといった、新たな観光・交流市場が生まれました。

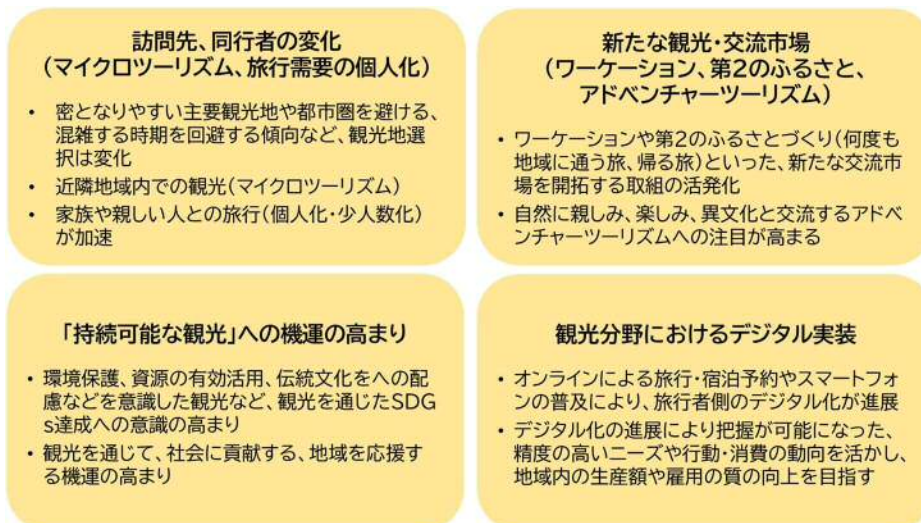
3 「持続可能な観光」への機運の高まり

世界的にSDGsへの関心が高まる中、旅先での文化体験や地場の産品を積極的に消費・購入するなど、地域の自然・文化の理解を深め大事にし地域社会や経済に貢献することや、公共交通を利用するなど二酸化炭素の排出を抑え、環境にやさしく地域の持続的な発展に貢献することなどを重視した観光の機運が高まっています。

4 観光分野におけるデジタル実装

コロナ禍で、オンラインによる旅行予約や非接触で安心なキャッシュレス決済が進みました。また、デジタル化の推進によって、観光客の行動・消費傾向を把握し、観光による地域経済への効果を高める仕組みづくりが進んでいます。

図 コロナ禍で生まれた新たな観光のかたち



資料:観光庁「観光白書2021」より

3 北九州市の観光の課題

観光面において、多くの魅力や強みを有する北九州市ですが、コロナ禍からの一刻も早い観光の回復、さらなる北九州市の活性化に資する観光の復活・発展に向けて、解決していくべき課題もあります。

(1) モノ消費からコト消費に対応した観光資源の磨きあげ

コロナ禍で注目されたマイクロツーリズムは、北九州市や近郊に「暮らす人」が北九州市の観光を支えていること、また「暮らす人」が感じる北九州市の魅力が、「訪れる人」にとっても魅力となっていることを改めて認識するきっかけとなりました。

北九州市の魅力を見る、買う、食べるといったモノ消費に加えて、北九州市でしか体験できないコト消費に結びつくよう磨き上げ、何度も訪れてもらう、長く滞在してもらう、快適に過ごしてもらえる環境づくりに取り組むことが必要です。

また、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、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す。

(2) ニーズに対応した観光情報発信

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費やすなど、多様化しています。こうした多様なニーズを把握し、それを必要とする人、伝えたい人に適切に情報を発信することは、北九州市を楽しむ人の満足度を高め、ファン・リピーターをつくることにつながります。

北九州市では、これまでもアンケート調査などを通じて、データを基にした来訪者の動向やニーズ把握に取り組んできましたが、今後はビッグデータの活用なども含めて、さらに来訪者の動向やニーズを把握し、伝えたい人に確実に情報を伝える取組が必要です。

(3) 観光による地域経済への波及の拡大

観光は、経済波及効果の高い産業です。本市の経済がコロナ禍からの一刻も早い回復を図るためには、北九州市を訪れ、楽しむ人に「もう一か所、もう一泊」を促すことにより、市内での消費促進、ナイトタイムエコノミーの活性化を図り、より多くの分野への経済波及効果を生み出すことが重要です。

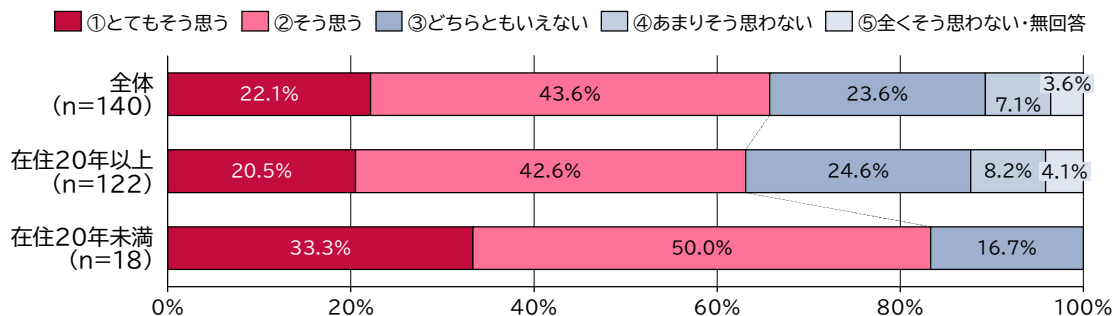
コラム 市民から見た北九州市の観光 —市政モニターアンケート結果より—

観光振興プランの改訂にあたり、令和4(2022)年7月に市政モニターへのアンケート調査を実施しました。調査結果からは、約66%の市民が北九州市を魅力的な観光地と捉えていること(新しい在住者の方が約83%と高いこと)、多くの市民が観光客に「来てほしい」と思っていること、観光客が増えることによって、景観整備やまちづくりが進み、にぎわいが生まれると考えていることがわかりました。

※詳しい調査結果は、令和4年度市政モニターアンケート結果報告書(市のホームページに公表)を参照ください。

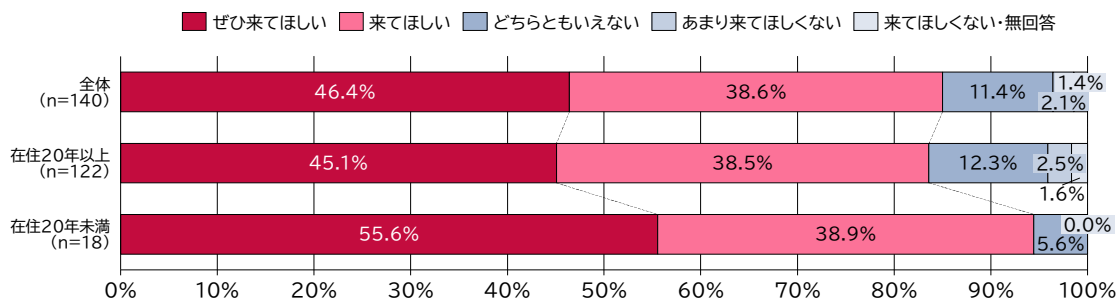
問 あなたの目から見て、北九州市は魅力的な観光地だと思いますか。

⇒「とてもそう思う」「そう思う」は全体では65.7%、在住20年未満では83.3%。



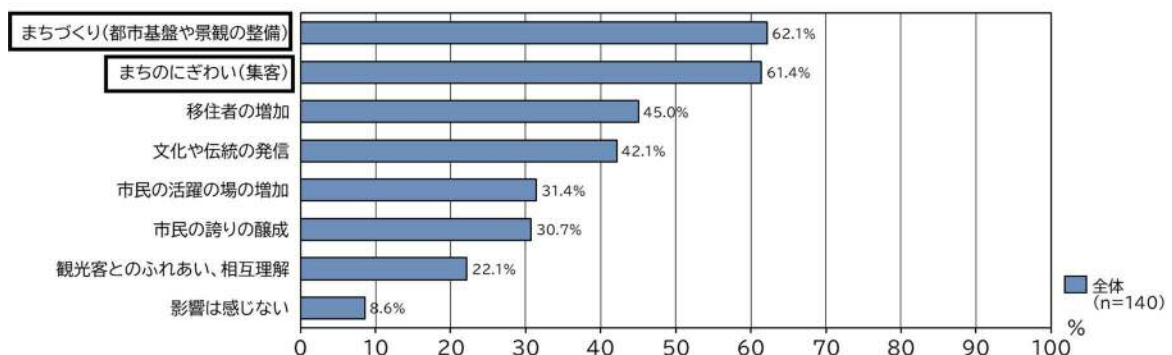
問 観光客の来訪についてどう思いますか。

⇒「ぜひ来てほしい」「来てほしい」は全体では85.0%、在住20年未満では94.5%。



問 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は何ですか。

⇒まちづくり(都市基盤や景観の整備)、まちのにぎわい(集客)がトップ2



第3章

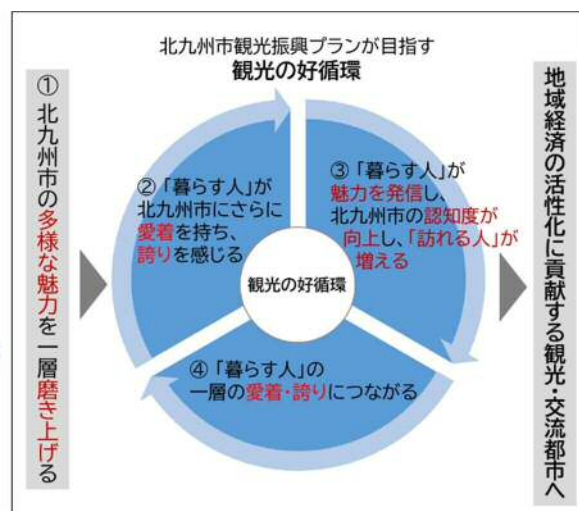
北九州市が目指す観光

I 観光振興プランで目指す姿、基本方針

この観光振興プランは、

- 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、誇りを感じることができる。
- 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・交流都市を目指します。



(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んできた魅力を一層向上させます。
- 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を図ります。
- 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」の魅力を提供します。

2 取組期間とKPI

本プランでは、取組期間とKPI(重要業績評価指標)を次のように定めます。

(1) 取組期間

本プラン取組期間は、令和5(2023)年度から令和9(2027)年度の5年間とします。

(2) KPI

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。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します。

	コロナ禍以前(R元年) ^{※1}	現時点(R3年) ^{※1}	目標(R8年3月時点)
観光客数	2,420.8 万人	1,105.3 万人	2,500 万人
宿泊客数	192.9 万人	124.6 万人	200 万人
消費額	1,345 億円	399 億円	1,400 億円
市民の満足度 ^{※2}	—	65.7%	70%

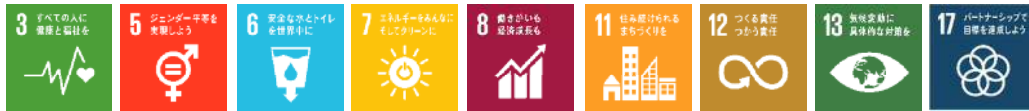
※1 観光客数、宿泊客数、消費額は北九州市観光動態調査による

※2 「あなたの目から見て、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(市政モニターアンケート)

(3) 観光におけるSDGsの推進

観光振興プランで掲げる戦略の実現に向けた個々の取組を通じて、SDGsの推進に取り組んでいきます。

(関連するSDGs)



3 4つの戦略+3つの地区別アクションプラン

観光振興プランでは、目指す姿、基本目標を実現するために、4つの戦略を推進します。

また、戦略を横断的に推進・けん引するリーディングプロジェクトとして、「小倉都心部」「皿倉・東田」「門司港レトロ・和布刈」について、地区別アクションプランを策定します。

(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

「暮らす人」「訪れる人」双方の目線で、夜景を中心とした夜型観光、歴史や文化芸術などの北九州市の魅力、もう一か所、もう一泊を促す「プラスワン観光」につながる北九州市の魅力の発掘・磨き上げに取り組めます。

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

「暮らす人」が愛し、楽しむ北九州市のディープな魅力を、北九州市を訪れる前の段階から触れることができる情報発信、ビジネスやMICE、インバウンド、修学旅行や産業観光につながるプロモーション強化やコンテンツの開拓・充実に取り組めます。

戦略Ⅲ 「訪れる人」の満足度向上に向けた環境整備

公共交通機関や観光案内、ハード面やソフト面のおもてなし環境を改善するとともに、デジタル技術の活用やバリアフリー、ユニバーサルデザインの導入などによって、より便利・快適な環境整備に取り組めます。

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

北九州市の観光に関わる組織や個人との連携、国や九州観光機構、北九州都市圏域、山口県など外部との連携、宿泊税の戦略的な活用に向けた有識者との連携などプラン実現に向けた体制強化を進めます。また、危機管理やSDGs推進、人材育成といった基盤強化に取り組めます。

(2) 3つの地区別アクションプラン

小倉都心部	皿倉・東田地区	門司港レトロ・和布刈地区
歴史・文化から食・エンタメまで、多様な魅力であふれる都市型観光拠点『城下町 小倉』	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』	九州最北端の港町リゾート『門司港レトロ』