

概要版

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



1 観光振興プラン改訂にあたって

1 観光振興プラン改訂の目的

- 新型コロナウイルス感染症による観光をめぐる状況の変化
- 持続可能な社会・観光への関心の高まり、デジタル化・マイクロツーリズムなどの広がり

➡ こうした変化を踏まえ、①北九州市の観光振興に関する基本的な方向性
②宿泊税の活用指針 を示す

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

- 世界遺産、日本遺産、「日本新三大夜景都市」全国一位など、多くの魅力を保有
- 企業、学術研究機関、文化拠点、スタジアム、MICE拠点などの施設
- 全国で初めて選定された「SDGs未来都市」によって生まれる、教育旅行や視察旅行
- 今後の観光資源として期待されている若松区響灘での洋上ウィンドファーム

(2) 関係人口、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の変化
「観光名所を見に行く」⇒「そこで何ができるのか」⇒「現地での交流、体験、学びを楽しむ」
- 北九州市の多様な魅力に惹きつけられた「訪れる人」と「暮らす人」が交流し、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る

2 コロナ禍を経た観光の変化

1 日本国内の観光の状況

- 法務省「出入国管理統計」によると、訪日外国人旅行者数は、令和元(2019)年3,188万人から、令和3(2021)年25万人と大きく減少。
- 観光庁「旅行・観光消費動向調査」によると日本人国内旅行人数は、令和元(2019)年58,710万人から、令和3(2021)年26,821万人と半減以下。

2 北九州市の観光の状況

- 令和2(2020)年の北九州市の観光客(延べ人数)は、令和元(2019)年に比べ約60%減少。
- 令和3(2021)年は底堅いビジネス需要と北九州市独自の支援策などにより、わずかな回復の兆し。
- 分野別では、SDGs修学旅行などの取り込みの結果、修学旅行生数が令和3(2021)年で対前年比123%増加。

図 北九州市の観光客数(延べ人数)の推移

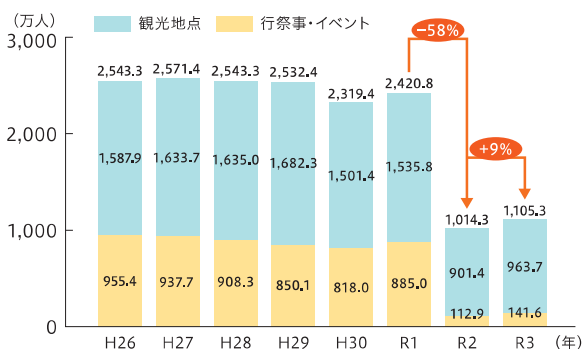
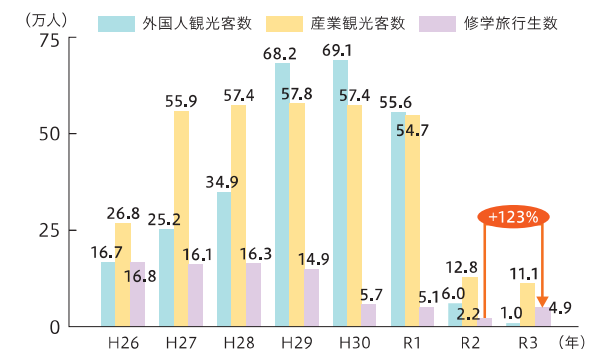


図 分野別観光客数の推移



3 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)

- ◇小倉藩の城下町、国際貿易港の門司港など交流都市としての歴史の蓄積
- ◇工業都市としての歴史から生まれた伝統的な祭りや、豊かな食文化
- ◇「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



小倉城

2 北九州市の海・山の魅力 (自然や景観の美しさ)

- ◇関門海峡や平尾台などの自然景観や、響灘緑地(グリーンパーク)などの自然に触れあえる場所
- ◇豊かな海や郊外に広がる美しい大地から生まれた農水産物などの新鮮な食材



平尾台 カルスト台地

3 北九州市の「学びのまち」としての魅力 (産業観光、環境教育の充実)

- ◇公設・民設を問わず、幅広い分野にわたるミュージアム群など産業観光や修学旅行向けのコンテンツ



いのちのたび博物館

4 北九州市の市場・立地の優位性

- ◇北九州都市圏域と福岡都市圏をあわせ、約400万人のマイクロツーリズム市場
- ◇市内宿泊者の約7割を占める底堅いビジネス需要
- ◇北九州空港、JR小倉駅、新門司港など、国内外とつながる公共交通網



5 北九州市全域に広がる魅力

- ◇歴史・文化、食、ショッピングなどが楽しめる都市型観光から、豊かな自然を活かした体験・滞在型のコンテンツまで、様々な楽しみ方ができる観光資源が市内全域に広がる

多様な魅力があふれる都市型観光拠点～小倉都心部～

- ・グルメとまち歩き
- ・エンタメ、スポーツ観戦
- ・文化関連施設めぐり

海を中心にした自然体験・滞在エリア～若松北海岸～

- ・フィッシング
- ・マリナクティビティ
- ・キャンピング

北九州市のすべてを学び・楽しめる“まちごとミュージアム”～皿倉・東田地区～

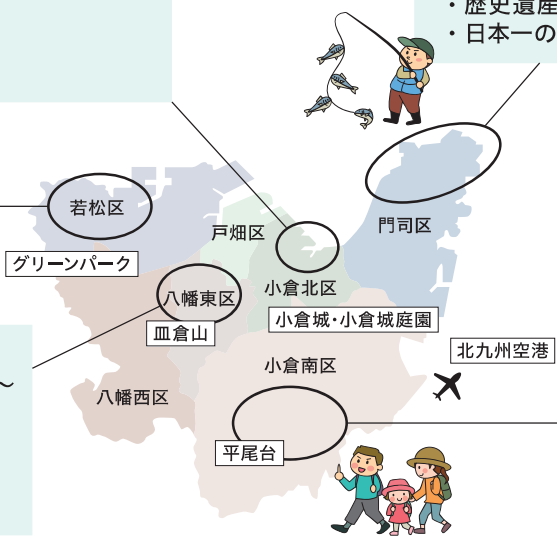
- ・ミュージアム、世界遺産めぐり
- ・ショッピング
- ・日本一の夜景鑑賞
- ・軽登山

九州最北端の港町リゾート～門司港レトロ・和布刈地区～

- ・大正ロマンあふれる街並み散策
- ・関門海峡の景観
- ・歴史遺産、国指定重要文化財めぐり
- ・日本一の夜景鑑賞

山を中心にした自然体験・滞在エリア～平尾台～

- ・グランピング
- ・トレッキング
- ・ハイキング
- ・ケイビング



4 北九州市の観光の課題

モノ消費からコト消費に 対応した観光資源の磨き上げ

- ◇モノ消費に加えて、ここでしか体験できないコト消費に結びつけるための環境づくり
- ◇自然景観を楽しめるエリアにある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

ニーズに対応した 観光情報発信

- ◇多様化する観光ニーズに対応し、ファン・リピーターにつなげるための情報発信の強化
- ◇ビッグデータの活用などを通じた、来訪者の動向やニーズの分析に基づく情報発信の検討

観光による地域経済への 波及効果の拡大

- ◇「もう一か所、もう一泊」を促し、市内での消費促進を図り、より多くの分野への経済波及効果を生み出すための取組の強化