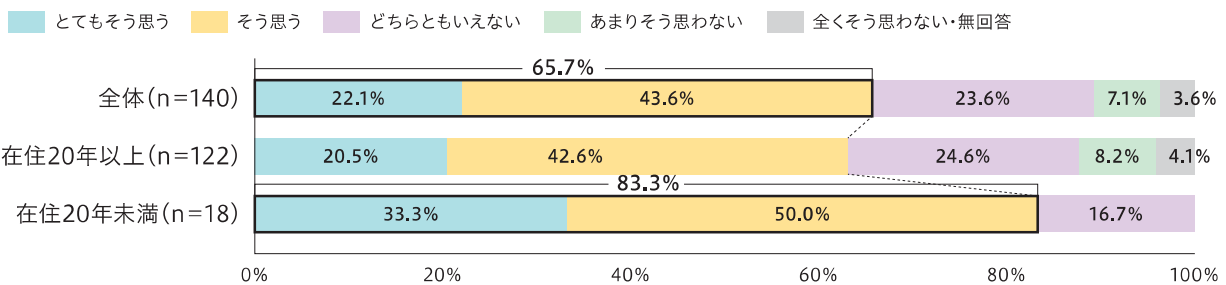


観光振興プランの改訂にあたり、令和4（2022）年7月に市政モニターへのアンケート調査を実施しました。調査結果からは、約66%の市民が北九州市を魅力的な観光地と捉えていること（在住20年未満の方が約83%と高いこと）、多くの市民が観光客に来てほしいと思っていること、観光客が増えることによって、景観整備やまちづくりが進み、にぎわいが生まれると感じていることがわかりました。

※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。

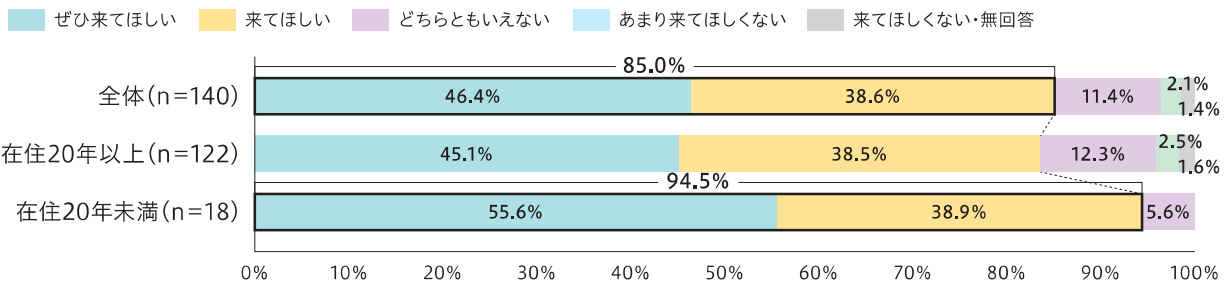
問 あなたの目から見て、北九州市は魅力的な観光地だと思いますか。

⇒「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%。



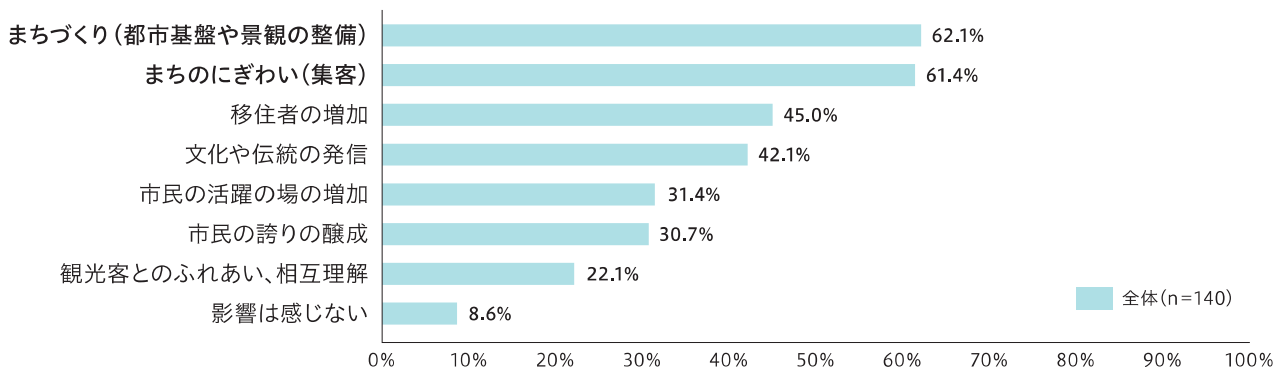
問 観光客の来訪についてどう思いますか。

⇒「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）、まちなぎわい（集客）がトップ2



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持つ北九州市ですが、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上げ

コロナ禍で注目されたマイクロツーリズムは、「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、長く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、市街化調整区域など土地利用に係る開発許可制度の弾力的な運用等により、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使うなど、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、伝えたい人に確実に情報を届けることは、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、来訪者の動向などの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の分析、伝えたい人に確実に情報を伝えることが必要です。

(3) 観光による地域経済への波及効果の拡大

観光は、経済波及効果の高い産業です。北九州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、夜型観光(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。

第3章

北九州市が目指す観光

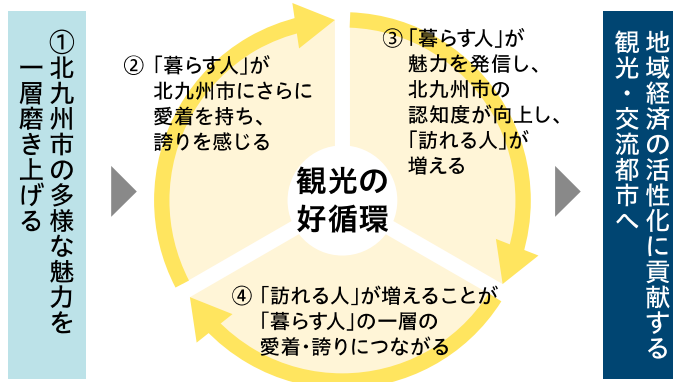
1 観光振興プランで目指す姿、基本方針

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。

北九州市観光振興プランが目指す観光の好循環



(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、各指標がコロナ禍前の水準以上になることを目指します。
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。

	コロナ禍前(R元年)	現時点(R3年)	目標(R7年時点)
観光客数(延べ人数) ※6	2,420.8万人	1,105.3万人	3,000万人
宿泊客数 ※6	192.9万人	124.6万人	240万人
観光消費額 ※6	1,345億円	399億円	1,700億円
市民の満足度 ※7	—	65.7%	75%

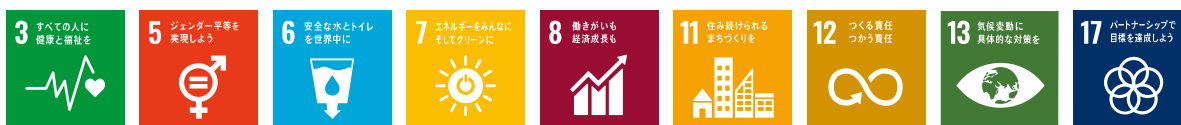
※6 観光客数、宿泊客数、観光消費額は北九州市観光動態調査による

※7 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(「現時点65.7%」は令和4年度調査結果によるもの。)

(3) 観光におけるSDGsの推進

観光振興プランで掲げる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・磨き上げに取り組みます。

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・充実に取り組みます。

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みます。

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

北九州市の観光に携わる人や組織との連携、国や九州観光機構、北九州都市圏域、福岡都市圏域、大分県などとの広域連携、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みます。

(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』
- 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』
- 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』