

## 2 「文化」のポテンシャル

### ●培われた歴史・文化の強み

歴史や文化を感じる小倉城周辺、大正ロマンあふれる港町・門司港レトロは、外国人旅行者に人気の観光エリアとなっています。

また、ユネスコ無形文化遺産に登録されている「戸畑祇園大山笠」や、国指定重要無形民俗文化財に指定されている「小倉祇園太鼓」など、市内各所で行われているバラエティ豊かな祭りは国内外を問わず、旅行者を魅了する観光資源の一つです。

さらに、北九州市には、「いのちのたび博物館」や「スペースLABO」などの学習施設のほか、「TOTOミュージアム」や「安川電機ロボット村」などの企業ミュージアムもあり、公設・民設を問わず、幅広い分野にわたるミュージアムが立地していることも大きな魅力です。

加えて、海外でも人気が高い、漫画・アニメなどのポップカルチャーもインバウンド誘致が期待できるコンテンツの一つです。



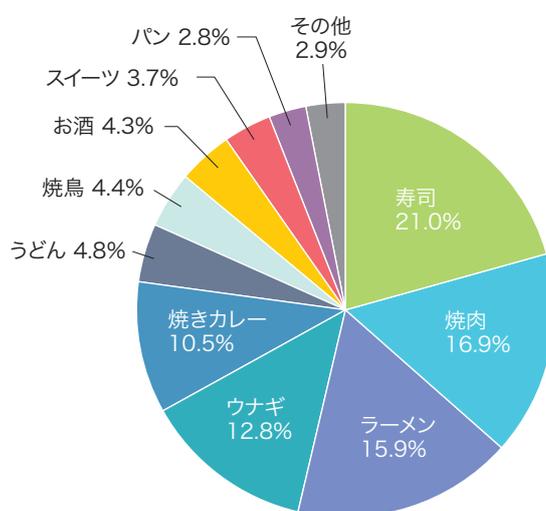
## 3 「人」のポテンシャル

### ●人々の暮らしに根差した日常や食の魅力

北九州市を訪れた外国人旅行者に対するアンケート結果によると、寿司、焼肉、ラーメン、焼きカレーなどの食文化体験、昭和にタイムスリップしたかのような風情と人情が味わえる市民の台所である旦過市場や商店街での買い物など、我々、市民の日常の暮らしを体感することが旅の楽しみになっています。

また、「外国人を受け入れる文化がある」、「人が温かい」などの声もあり、人情味あふれるこのまちの人々との触れ合いが外国人旅行者にとって魅力の一つとなっています。

食べたいグルメ



資料：R5年度ウェルカム北九州！キャンペーン  
電子クーポンアンケート調査  
(2023年11月20日～2024年2月21日実施)

## 4 「つながり」のポテンシャル

### ●海外とのコネクション

- (1) 国際協力や海外とのビジネス交流を通じて、多くの国や地域との関係を深めています。
- (2) フィルム・コミッションによる映画等の撮影の誘致、国際スポーツ大会やナショナルチームのキャンプの誘致、グローバルMICEの推進について、数多くの実績を有しています。
- (3) 北九州市には、TOTO株式会社、株式会社安川電機をはじめ、海外で活躍する多くのグローバル企業の存在があります。
- (4) 海外の6都市と姉妹・友好都市の締結を行っています。
- (5) 中国・大連事務所や自治体国際化協会シンガポール事務所などへの職員配置をしており、現地との連携を図ることができます。
- (6) 観光分野においても、現地旅行会社やランドオペレーター(※)、航空会社等とのつながりを有しています。

このようなネットワークを活かし、効率的・効果的にプロモーションを行うことができます。

(※)ランドオペレーター：現地の旅行会社の依頼を受け、国内のホテルやレストラン、バス等の手配を行う会社。

#### フィルム・コミッション誘致・支援実績

2018 (平成30) 年 : 54作品 (タイ、台湾、中国、シンガポール)

2019 (令和元) 年 : 33作品 (タイ、台湾、フィリピン)

2022 (令和4) 年 : 9作品 (タイ、台湾、フィリピン)

2023 (令和5) 年 : 2作品 (タイ、韓国)

※2020 (令和2) 年、2021 (令和3) 年は新型コロナウイルス感染症の影響により支援実績なし

#### 姉妹・友好都市 ※締結順

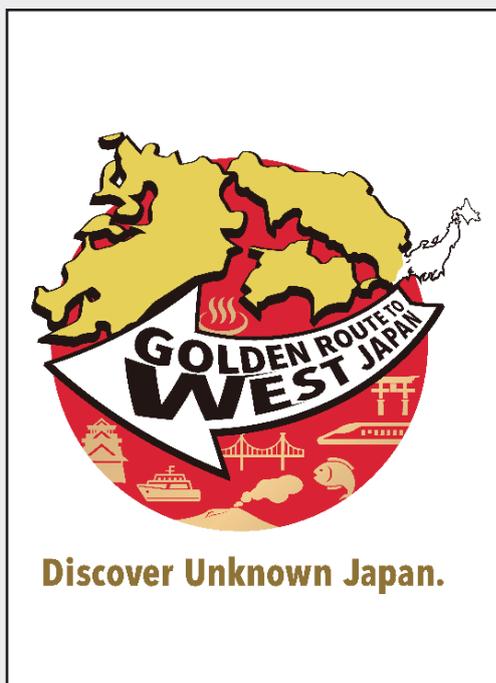
- タコマ市(アメリカ)
- ノーフォーク市(アメリカ)
- 大連市(中国)
- 仁川広域市(韓国)
- ハイフォン市(ベトナム)
- プノンペン都(カンボジア)

## ●広域連携の推進

これまで北九州市では、下関市や福岡市のほか、熊本市、別府市、鹿児島市などの九州・山口エリアの自治体と連携し、インバウンド誘致に向けた取組を推進してきました。また、近隣の18市町で構成する「北九州都市圏域」による連携も行っています。2023(令和5)年度には、西日本・九州ゴールデンルートアライアンスが設立され、より広範囲な自治体との連携体制を構築しています。

これまで説明してきた北九州市のポテンシャルを活かし、北九州市とは異なる魅力を持つ地域と連携を強めることにより、広域的な視点で外国人旅行者の誘致を図ることができます。

### 西日本・九州ゴールデンルートアライアンス



大阪以西の地域において、陸・海・空でつながる広域観光周遊ルートの創設・形成に賛同する自治体や民間事業者等で構成。

#### 【アライアンス設立日】

2023(令和5)年9月24日

#### 【アライアンス加盟14自治体】

※2024(令和6)年3月7日時点

北九州市、福岡市、神戸市、姫路市、岡山県、広島県、下関市、高松市、武雄市、長崎市、熊本市、別府市、宮崎市、鹿児島市

# VI

---

## 目指す姿と戦略

---

## 01 目指す姿

インバウンド観光における北九州市の課題、ポテンシャルを踏まえ、4つの視点に整理し、「インバウンドで稼げるまち」を目指します。

# 目指す姿

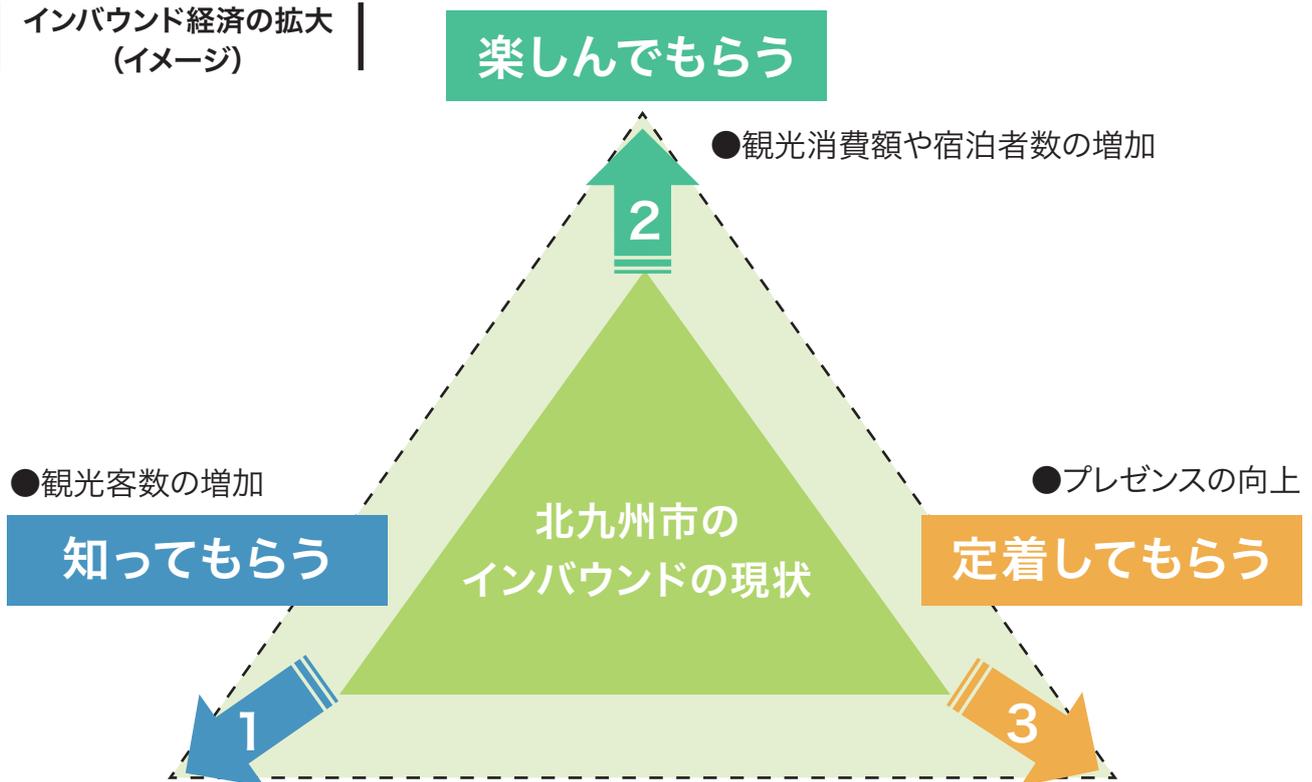
## インバウンドで稼げるまち

～ポテンシャルを開花させ、九州で一番訪れたいまちへ～

### 実現のための4つの視点



### インバウンド経済の拡大 (イメージ)



## 視点 1

## 届ける

北九州市の  
魅力をしっかりと  
届ける

北九州市は、歴史・文化・自然・産業・食などバラエティ豊かな観光資源を有しているにもかかわらず、認知度が不足しています。

そのため、SNS・口コミによる情報発信の強化やデータに基づいたターゲットの設定など、効率的・効果的に魅力を発信することが必要です。

## 視点 2

## 磨く

観光資源を  
発掘し  
磨き上げる

北九州市の観光資源は、外国人目線による発掘・磨き上げが不十分など、魅力があるにもかかわらず、ポテンシャルが開花されていません。

そのため、外国人旅行者へのアンケート結果やSNS分析結果等を踏まえ、NEWツーリズムや食のブランディング等を通じたリソースの活用、また、民間事業者等と一体となったおもてなしの強化など、ニーズ・志向に合わせた観光資源の発掘・磨き上げが必要です。

## 視点 3

## つなぐ

回遊性向上を  
図るため  
「線」でつなぐ

北九州市は、数多くの観光スポットを有していますが、市内に点在しており、外国人旅行者が快適に周遊できる環境となっていません。

そのため、外国人旅行者に向けたツーリストパス事業やモデルコースの造成など、市内にある観光スポットの回遊性を高め、外国人旅行者が周遊したくなるような環境づくりが必要です。

## 視点 4

## 売り込む

広域で連携して  
「面」で  
売り込む

北九州市には、空港や全ての新幹線が停車する小倉駅があります。また、九州で最も外国人旅行者が多い福岡市からも新幹線で約15分など、立地の優位性があるにもかかわらず、九州の一角を成す観光都市とは言えないのが現状です。

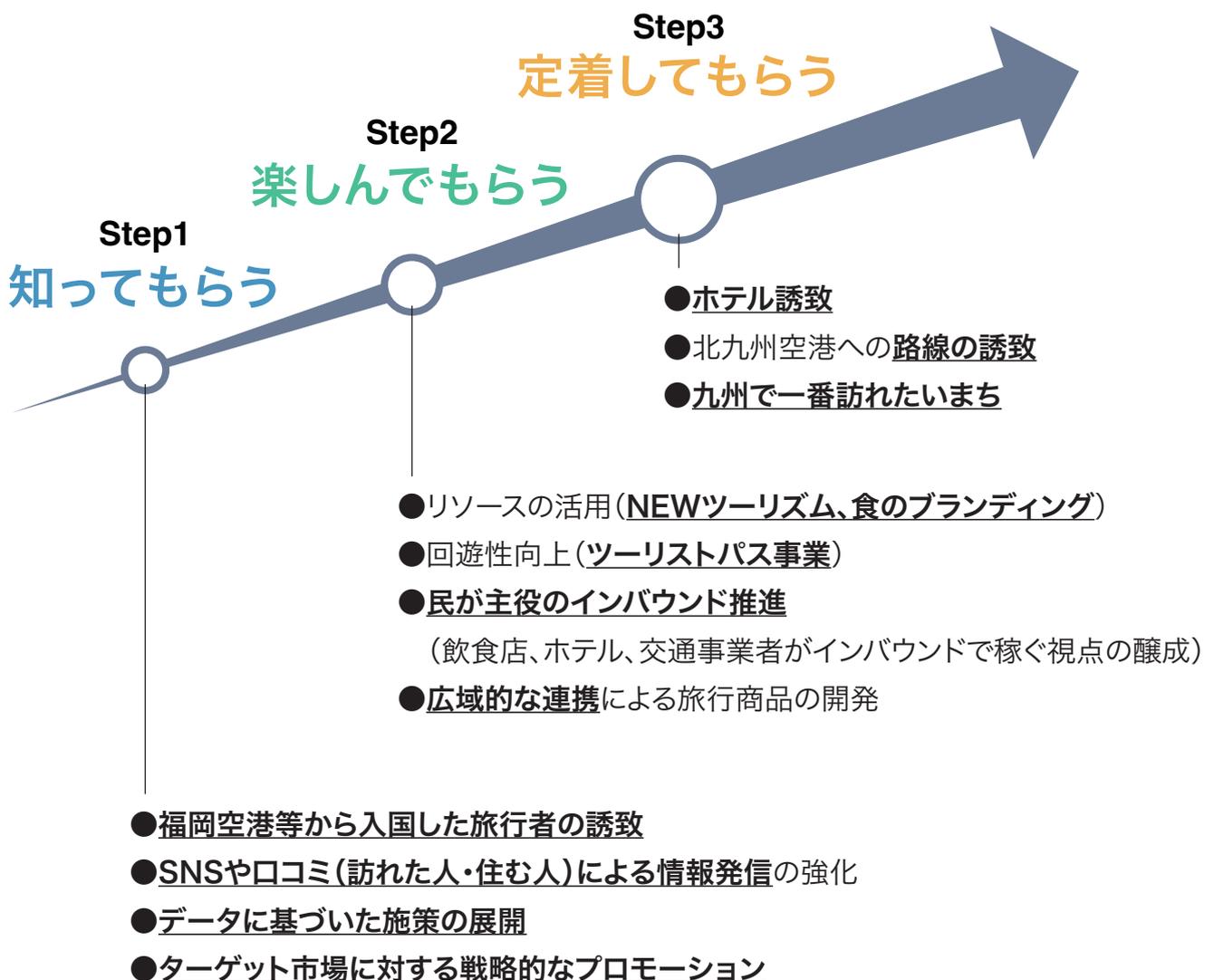
そのため、立地のポテンシャルを十分に発揮するとともに、周辺都市などと広域で連携した誘客に取り組み、九州の観光都市としてのプレゼンスを高めていくことが必要です。

本アクションプランの推進にあたっては、短期・中期・長期という時間軸を意識した観点も重要です。

短期的には、福岡空港等から入国した外国人旅行者の誘致やSNS・口コミによる情報発信の強化、データに基づいた施策の展開等を行い、北九州市を「知ってもらう」ことが必要です。

また、次のステップとしては、リソースの活用や回遊性向上のための取組、民が主役のインバウンド推進、広域的な連携等を行い、北九州市を「楽しんでもらう」ことにつなげていきます。

そして、このような取組等を積み重ねることで、中長期的にはホテルの誘致や北九州空港への路線誘致を実現することによって、本市に「定着してもらう」こと、そして、「九州で一番訪れたいまち」を目指します。



## 04 目標値

### ■KGI(最終目標)

外国人観光消費額を最終目標であるKGIに設定します。消費額は、北九州市を訪れる外国人旅行者の滞在時間延長、観光消費額の増加等により、2025(令和7)年に400億円以上を目標とします。

項目	現状 (2022(令和4)年)	目標値 (2025(令和7)年)
外国人観光消費額	————	400億円以上

※KGIの指標である観光消費額算定の際の一人当たり観光消費額については、2023(令和5)年に実施した小倉駅でのインバウンド消費動向調査、また、国の「観光立国推進基本計画」を参考に算出。

### ■KPI(KGIを達成するための指標)

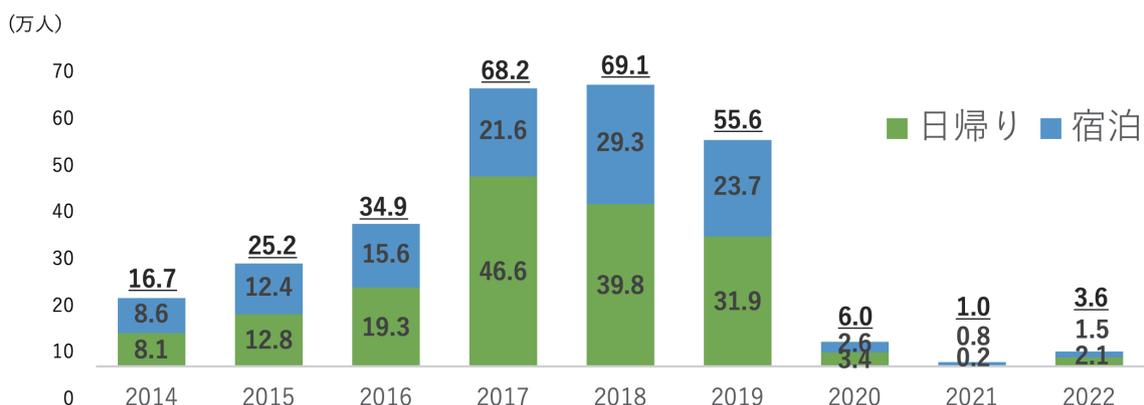
福岡空港等から入国した外国人旅行者の誘致等により、2025(令和7)年における外国人日帰り観光客数40万人以上、外国人宿泊客数30万人以上を目標とします。

項目	現状 (2022(令和4)年)	目標値 (2025(令和7)年)
外国人日帰り観光客数	2.1万人	40万人以上
外国人宿泊客数	1.5万人	30万人以上

※KPIの指標である外国人日帰り観光客数、外国人宿泊客数に関しては、北九州市観光動態調査の結果に基づき算出。

- 取組期間前半(2024年~2025年)で、各指標が北九州市外国人観光客数がピークであった2018(平成30)年水準以上となることを目指します。
- 取組期間後半(2026年~2027年)のKGI、KPIは、前半の取組状況や国際情勢などを踏まえ、北九州市観光振興プランのKPI再設定時期に合わせて検討します。

北九州市を訪れた外国人観光客数の推移



資料:北九州市観光動態調査

## (1) アジア

## ◆重点市場

これまでも重点市場として誘客に取り組んできた市場

国・地域	選定理由
韓国	<ul style="list-style-type: none"> <li>●北九州空港への直行便運航中(予定含む)</li> <li>●福岡空港の直行便数の多さ</li> <li>●コロナ禍前の2018年の九州への入国者数及び北九州市を訪れた外国人観光客数の上位3か国(地域含む)</li> </ul>
台湾	
中国	

## ◆戦略的重点市場

福岡空港に直行便がある市場のうち、戦略的に誘客することで、北九州市へのさらなる誘客が期待できる市場

国・地域	選定理由
タイ	<ul style="list-style-type: none"> <li>●フィルム・コミッションでの誘致実績やスポーツによる交流など北九州市との関係性が深く、これまでの取組を活かした誘客促進が図れる。</li> </ul>
シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> <li>●個人旅行の比率が高く、アジア市場の中で一人当たりの旅行支出額が高い。</li> <li>●2019年の福岡県内の宿泊者数が全国10位以内であり、北九州市への誘客促進の可能性が高い。</li> <li>●シンガポールは、対日投資事業での取組や自治体国際化協会への職員派遣など関係性が深く、また、アジア市場の中で一人当たりの旅行支出額が最も高い。</li> </ul>
香港	

## (2) 欧米豪

### ◆新規開拓市場

国・地域	選定理由
アメリカ	<ul style="list-style-type: none"> <li>●日本を訪れる旅行者が多く、また、滞在日数も長いため、一人当たりの旅行支出額が高い。</li> <li>●「西のゴールデンルート」の関係自治体等と連携した広域周遊ルートを構築し、北九州市への来訪が期待できる。</li> <li>●福岡県や九州観光機構が現地に販売代理店を設置しており、その拠点を活用した誘客が期待できる。</li> </ul>
オーストラリア	

【参考】令和5年度「ウェルカム北九州!キャンペーン」による電子クーポンの国・地域別利用状況(人数順)

順位	国・地域	人数	区分
1位	台湾	17,672人	重点市場
2位	韓国	16,332人	重点市場
3位	香港	10,116人	戦略的重点市場
4位	タイ	4,124人	戦略的重点市場
5位	中国	1,395人	重点市場
6位	シンガポール	284人	戦略的重点市場
7位	オーストラリア	170人	新規開拓市場
8位	アメリカ	122人	新規開拓市場
—	その他	799人	—