

概要版

北九州市インバウンド 誘致アクションプラン

2024 - 2027



令和6年3月 北九州市

1 アクションプランの位置づけ

アクションプラン策定の目的

歴史・文化・自然・食などのポテンシャル



開花



「インバウンド観光都市」としてのプレゼンスを高める

取組期間

「北九州市観光振興プラン」に合わせ、

4年間(2024(令和6)年度～2027(令和9)年度)

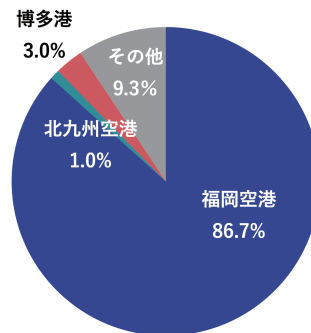
2 プラン策定の背景 (1) 全国・九州の現状とコロナ禍後の変化

全国・九州の現状

- 1 全国的にコロナ禍後の外国人旅行者数が急速に回復
- 2
 - 九州への入国者の割合はアジア圏が9割超
 - 全国的には欧米豪が2割弱の入国(九州の4倍)※2023.9月時点
- 3 九州への入国者の約9割が福岡空港から入国
※2023.1~9月合計

九州の主な空港・ 港湾別入国者数内訳 (2023.1~9)

N=2,173,164



資料:国土交通省 九州運輸局
「九州内の主な空港・港湾における外国人入国者数の推移」

コロナ禍後の観光動向の変化(全国)

- 1 外国人旅行者一人当たりの支出額の増加
2019年 15.9万円 → 2023年 21.2万円
- 2 外国人旅行者の平均滞在日数の増加
2019年 8.8日 → 2023年 10.2日
- 3 訪問先の地方分散化
- 4 観光分野におけるデジタル化の推進
- 5 観光のニーズ・志向の多様化
①モノ消費 → コト消費 ②団体旅行 → 個人旅行

現 状

1

北九州市の外国人宿泊者数の回復の遅れ

2

九州観光を目的としたアジア圏の旅行者が多く（約98%※）、欧米豪の旅行者が少ない

※2023年ウェルカム北九州キャンペーン実績

3

福岡空港からの入国者のうち、北九州市への訪問は2割

※2023年アンケート結果

4

九州への入国者のうち、北九州市への訪問は1割

※2018年時点

課 題

北九州市はポテンシャルがあるにも関わらず…

1

北九州市の魅力が届いておらず、アテンションが集まっていない

2

外国人に刺さるコンテンツとして開花できていない

3

市内に点在する観光スポットの回遊性が低い

4

九州の一角を成す観光都市となっていない

場

●立地の優位性

～交通の結節点～

●北九州市全域に広がるリソース

～都市型観光と豊かな自然～



文化

●培われた歴史・文化の強み

～城や祭り、文化・学習施設の充実、ポップカルチャー～



人

●人々の暮らしに根差した日常や食の魅力

～人情味あふれる市民との触れ合い、
寿司などの食文化や商店街・市場での買い物～

つながり

●海外とのコネクション

～FC、国際スポーツ大会の誘致のほか、グローバル企業の海外進出、現地旅行会社・航空会社等とのつながり～

●広域連携の推進

～九州・山口エリアの自治体との連携や西のゴールデンルートの構築～

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

視点 1

届ける

北九州市の魅力を
しっかりと届ける

視点 2

磨く

観光資源を発掘し
磨き上げる

視点 3

つなぐ

回遊性向上を図るため
「線」でつなぐ

視点 4

売り込む

広域で連携して
「面」で売り込む

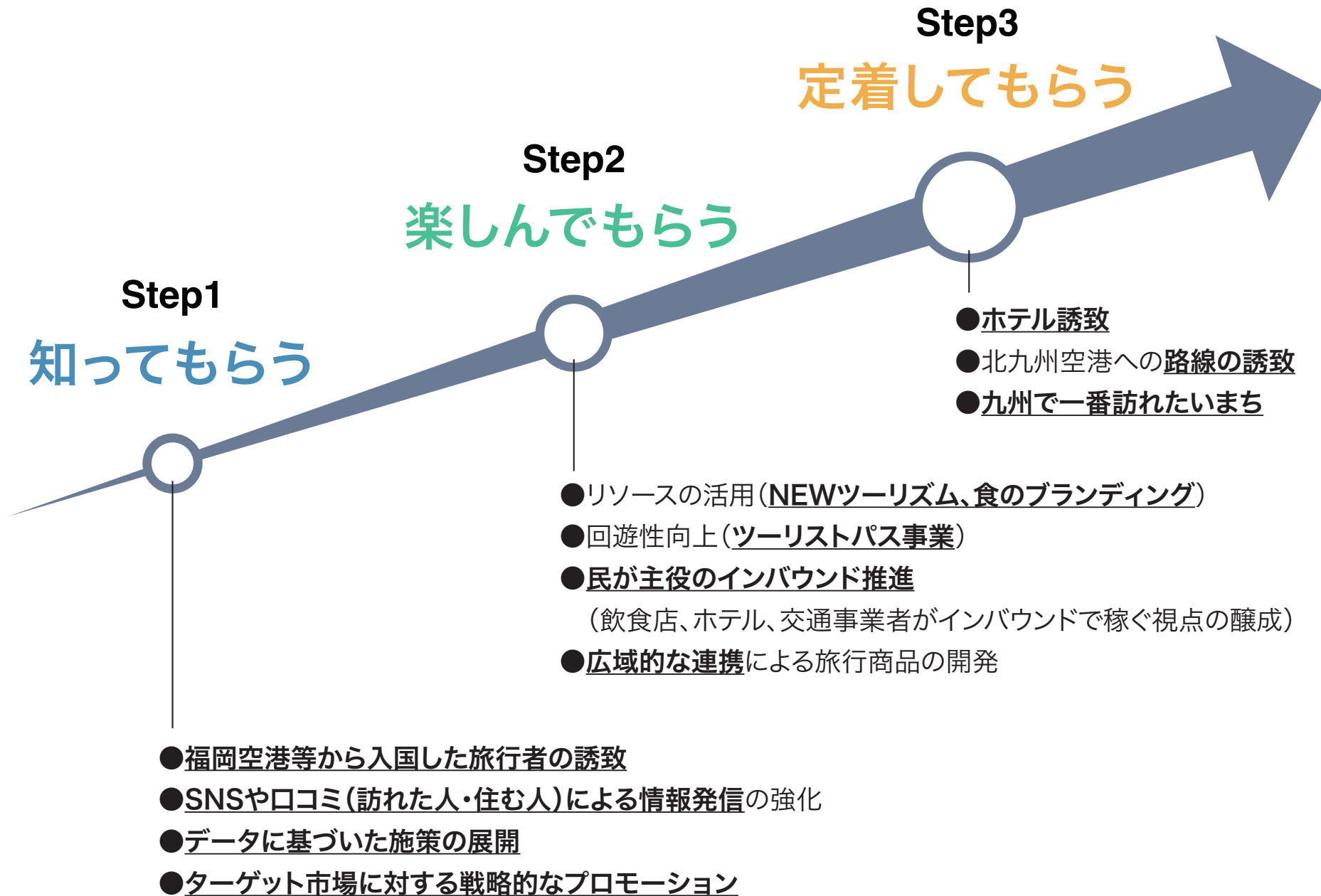
解決

認知度が低い

コンテンツが
活かされていない

回遊性が低い

「点」の視点と
なっている



●観光消費額や宿泊者数の増加

楽しんでもらう

2

北九州市の
インバウンドの現状

知って
もらう

1

定着して
もらう

3

●観光客数の増加

●プレゼンスの向上

(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"> ●北九州空港への直行便運航中（予定含む） ●福岡空港の直行便数の多さ ●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）
台湾	
中国	

◆戦略的重点市場

福岡空港に直行便があり、今後戦略的に誘客をしていく市場

国・地域	選定理由
タイ	<ul style="list-style-type: none"> ●フィルム・コミッションでの誘致実績など北九州市との関係性が深い。 ●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。 ●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。
シンガポール	
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"> ●日本を訪れる旅行者が多く、また、滞在日数も長いいため、一人当たりの旅行支出額が高い。 ●「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。 ●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。
オーストラリア	

視点	方策	アクション
視点 1 届ける 北九州市の魅力を しっかりと届ける	① 認知度向上の為の戦略的なプロモーション ② 口コミやSNS・WEBを活用した情報発信の強化	① データに基づいたターゲットの設定 ② 北九州市のつながりを活かしたプロモーション ① 訪れた人・住む人による情報発信
視点 2 磨く 観光資源を発掘し 磨き上げる	① 旅の目的となる観光資源の磨き上げ ② 外国人旅行者に対するホスピタリティの充実 ③ 受入環境の整備促進	① 外国人目線に立ったコンテンツの発掘・磨き上げ ② 歴史、文化、自然などのストーリー化 ① 民間事業者等と一体になったおもてなしの強化 ② 市民への理解促進 ① 宿泊者増加に向けたホテルの誘致 ② 多言語対応 ③ その他環境整備
視点 3 つなぐ 回遊性向上を図るため 「線」でつなぐ	① 外国人旅行者が周遊しやすい環境づくり	① 移動手段の利便性向上 ② プラスワン観光を促す仕組みづくり
視点 4 売り込む 広域で連携して 「面」で売り込む	① 広域で連携した誘客 ② 立地の優位性を活かした広域誘客	① 「西のゴールデンルート」の推進 ② 九州・山口エリアの自治体との連携 ① 福岡空港等からの外国人旅行者の誘致 ② 航空路線やクルーズ船の誘致 ③ 交通事業者と連携した誘客

	項目	現状(2022(令和4)年)	目標値(2025(令和7)年)
KGI	外国人観光消費額	—	400億円以上
KPI	外国人日帰り観光客数	2.1万人	40万人以上
KPI	外国人宿泊客数	1.5万人	30万人以上

※取組期間前半(2024年~2025年)で、各指標が北九州市の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。

観光振興団体、民間事業者、市民及び北九州市などが連携することはもとより、それぞれの役割を果たしながら、まちぐるみでインバウンド観光の振興に取り組みます。

