

観光データの収集について (KTAS)

資料3



人流データでみる北九州市の観光





観光客数
R6年 2,531万人 (延べ人数)



外国人観光客数
R6年 36.7万人



観光消費額
R6年 980億円



人流データで見る北九州市の観光



宿泊旅行統計調査 (他都市との比較)



北九州市観光客アンケート調査



北九州市観光動態調査

北九州観光データサイト「KTAS」 (R7年3月公開) (Kitakyushu Tourism Data Analysis Site)

北九州市を訪れる観光客の動き、消費動向など観光に関わるデータを集約したウェブサイト運営

市内主要観光地の利用者の状況

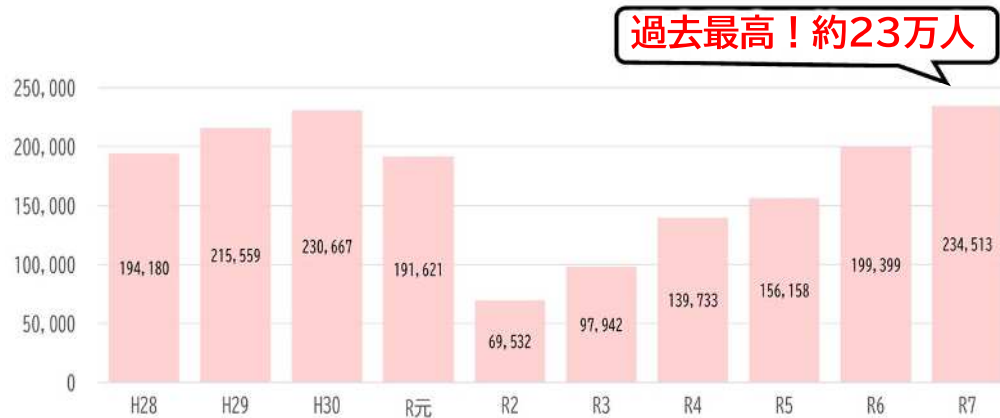
- 小倉城は再建期を除いて過去最多を記録し、小倉城庭園も開園以来最多
- 皿倉山ケーブルカーや門司港レトロ展望台も利用者が増加している



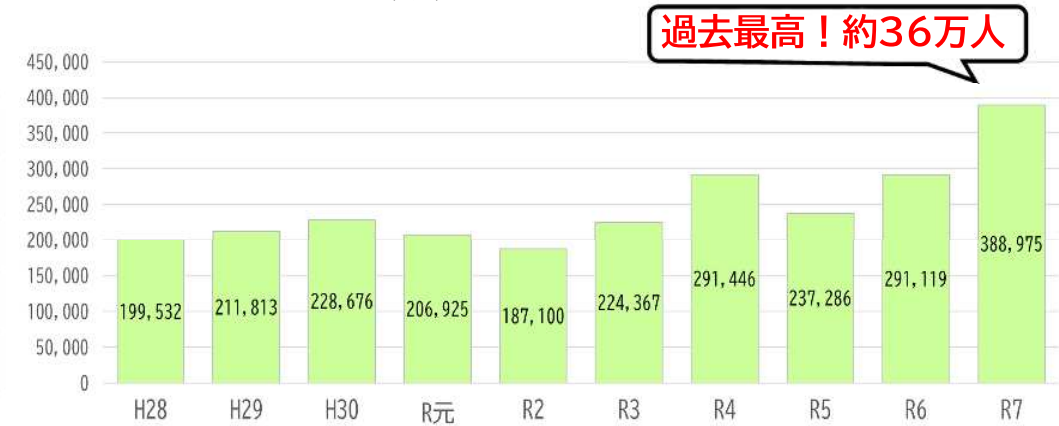
小倉城来場者数



門司港レトロ展望台



皿倉山ケーブルカー



令和7年度：「日本一おもしろき城」への主な取組

小倉城	
小倉城オペラ	天守閣前広場で「小倉城オペラプレミアムコンサート2025」を開催し、小倉城の荘厳な景観の中で、照明と歌声が響き合う特別な空間を演出
1,000万人達成記念城主パスポートの発行	累計来場者1,000万人達成を記念し、小倉城・小倉城庭園に1年間何度でも入場できる「城主パスポート」を発行
RALLY NIPPON	クラシックカーイベント「RALLY NIPPON 2025 in 九州」において、小倉城が公式訪問地となり、クラシックカーと天守閣が織りなす特別な空間を演出
小倉城VRコンテンツ	1837年の小倉城焼失を題材に、炎に包まれた天守からの脱出を目指す没入型体験を提供
ゼンリンとのコラボ	天守閣5階にポップアップストアを開設し、オリジナルコラボ商品の販売やスタンプラリーなど多彩な企画を展開
小倉城庭園	
茶道体験	立礼席で親しまれてきたお茶を、予約不要でお点前の鑑賞に加え自ら抹茶を点てて楽しめる体験型コンテンツへ発展
表千家同門会全国大会	表千家同門会全国大会会場として小倉城庭園を活用し、家元席など格式ある茶会の開催を通じ、小倉城庭園の魅力を発信
レーザーライトアップショー	昼とは異なる幻想的な空間が広がり、レーザーと庭園の光が織りなす美しい夜景を堪能できる、全国でも珍しい演出
伝統文化とすし文化の体験発信	小笠原流礼法や茶道等の文化講座に加え、すし職人による講話や体験型セミナーを通じ、伝統文化とすし文化を体感する企画を展開

令和8年度：「日本一おもしろき城」をさらに前へ！新たな展開

小倉織体験コーナーの設置（実施済）	小倉城庭園に小倉織の体験コーナーを設置し、小倉の魅力を体験できるコンテンツを展開
歴史ストーリーの舞台化（7月実施予定）	小倉城武将隊による劇場公演を通じ、細川忠興を題材とした戦国の物語を舞台化し、歴史を体感できる新たな魅力を創出
屋外エレベーター整備（年度内完成予定）	天守閣につながる屋外エレベーターを整備し、小倉城のバリアフリー化を進め、ユニバーサルツーリズムを推進
多言語対応の自動券売機導入（年度内導入予定）	多言語対応の自動券売機を導入し、インバウンドを含めた受入環境を整備

プロモーションの強化 ~観光情報サイトのリニューアル~

アクセスランキング

スポット

グルメ

おみやげ

宿泊

特集

1



河内藤園

2



平尾台

3



関門トンネル人道

4



皿倉山

5



THE OUTLETS
KITAKYUSHU (ジアウトレ
ット北九州)



今の時間のおすすめ

これから何する？



平尾台



美術の森公園



高塔山公園



飯島



勝山公園

もっとスポットを探す

みんなの北九州体験

#北九州観光 #北九州パレット で投稿しよう！

「#北九州パレット」が付いた、素敵なインスタ投稿をホームページでご紹介させていただきます。



@ shizukuishigosyo_

2025/6/19 (金)

SAKE terrace
MOJIKO
福岡県北九州市門司区



@ kitakita_kitakyu

2026/6/14 (日)

門司港レトロ観光
列車「潮風号」



@ kitakita_kitakyu

2025/6/12 (金)

関門橋定番のレー
ザービーム
2枚目は今月の天体シ



@ nobunobu_55dacc

2026/6/9 (火)

紫陽花の季節。
夜勤前にリパウォーク
北九州から少し歩い

THEME

旅のテーマ
から探す

春におすすめ！桜・藤の名所

雨でも楽しめる

夏を楽しむ！祭りや花火、海水浴

旅のテーマをもっと見る

プロモーションの強化 ~ SNS等による戦略的広報の強化~



Facebook (1.5万人)
H26年9月開設



X (2.1万人)
H25年7月開設



Instagram (3.4万人)
H29年7月開設



YouTube (94.3万人)
H27年6月開設

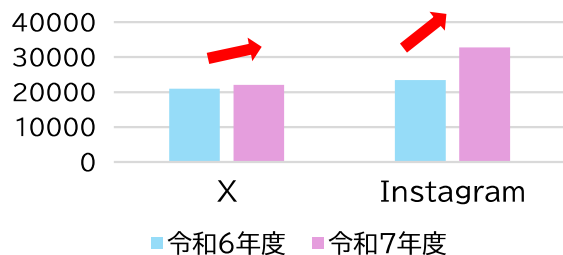


TikTok (1,800人)
R8年3月開設



フォロワーの推移

実績



■ フォロワー

Instagram・・・**32,834人**(R7年度末)
前年度比: +9,394人
X・・・**22,059人**(R7年度末)
前年度比: +1,049人
TikTok・・・R7年度開設

■ 投稿数およびビュー数(Instagram)

R6年度
214投稿 3,231,466ビュー
R7年度
153投稿 **6,650,576ビュー**

産学官連携による戦略的デジタルマーケティングの推進

～SNS動画と地域資源の掛け合わせによる「選ばれる観光地」への転換～

取組・施策

ポイント①: SNS動画による直感的な魅力発信

Instagramリール・TikTokの活用:

30秒程度のショート動画で、地域の食(例: 寿司)・夜景・体験型観光等を視覚的に訴求。

職員のクリエイター化:

総務省の地域活性化起業人制度を活用した指導、研修等を通じ、市職員自らが企画・撮影・編集を行うことで機動力のある発信を実現。



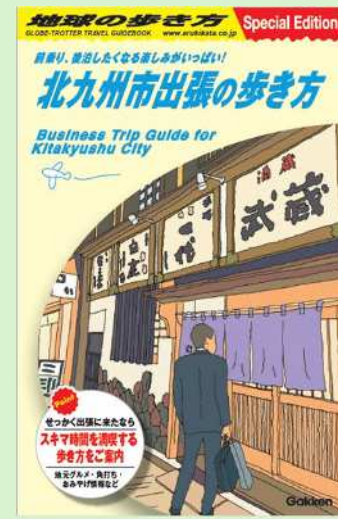
ポイント②: Z世代・民間との連携

市内大学生とのコラボ:

若者視点でのスポット発掘と、大学生自らが撮影・編集に携わることによるトレンドを意識した情報の拡散。

メディアミックス:

定評のある「地球の歩き方」特別編集版や、ショートドラマ制作など多角的なプロモーションを実施。



プロモーションの強化 ～SNS等による戦略的広報の強化～

○専門人材の活用による情報発信（観光分野）

令和7年度に、北九州市の観光・イベント情報の発信力強化のため、にぎわい担当課長として民間から受入（R8年3月末で終了）

観光課にぎわい担当課長
亀井 裕太 氏

株式会社テレビ西日本 | TNC 8ch
2011年～ 広報・宣伝
2016年～ 番組制作

令和6年度から、北九州市のSNSを活用した情報発信力強化のため、国の地域活性化起業人制度を活用し、SNSクリエイティブディレクターとして民間から受入

SNSクリエイティブディレクター
日吉 友珠 氏

株式会社move l
2020年～ 企業SNSコンテンツ制作
2022年～ ディレクション業務など



■ きのうの結論

プレスリリースは**3秒勝負**
だから言葉を強くしましょう！



すみません。何度も言いますが、
たぶん、どのメディアも
まずは「ハッと見て」取材候補を決めています（※市職記者を除く）
取材決めたあとにじっくり読んでいます。

