

観光・MICEに係る各種調査等資料

目次

1	現行プログラムの取組みの成果・検証	P3
2	観光・MICEに関連する事業者へのヒアリング調査結果	P9
3	宿泊事業者アンケート調査結果	P17
4	市民観光意識調査結果	P30
5	MICE開催による消費額等調査結果（速報値）	P45
6	PEST分析に基づく観光・MICEの潮流の抽出	P46
7	国内外他都市事例調査結果	P47
8	SWOT分析結果	P53

1 現行プログラムの取組みの成果・検証

方向性1：九州のゲートウェイ都市機能強化

- 主要成果**
- 高付加価値旅行者層などの新たな顧客層を獲得し、**市場の多様化**を推進
 - 西日本・九州の自治体等と連携した西のゴールデンルートの取組みなどにより、**来訪促進**や**広域周遊観光**を推進

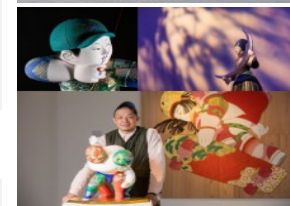
① 観光・MICE施設をはじめとする都市機能強化

実施
施策

- ・国内を代表するMICE拠点の形成
- ・観光案内機能の強化事業

取組
内容

- ・マリンメッセB館を活用した中大型の新規展示会などを開催した
- ・パブリックアート設置によるMICE施設の魅力向上のほか、コンベンションゾーン周辺の**交通渋滞緩和のための道路環境を整備した**



② 新たな誘客の開拓

実施
施策

- ・デジタルマーケティング回遊分析・情報発信
- ・高付加価値旅行の推進による誘客事業
- ・福岡型ワーケーション推進事業

取組
内容

- ・ザ・リッツ・カールトン福岡の開業とあわせて付加価値の高いコンテンツの**造成**や**海外商談会でのプロモーション**を実施した
- ・デジタルノマドを対象とした**国際カンファレンスの開催**により、45カ国、約400名の誘客を実現し、観光消費額の増加（推計約1.1億円）に取り組んだ



③ 市発着の九州周遊観光の推進

実施
施策

- ・広域連携誘客事業
- ・修学旅行による都市圏周遊の推進

取組
内容

- ・欧米豪旅行者をターゲットとした**西のゴールデンルート**の取組みによる**魅力的なルート構築**や**一体的な情報発信**、**大規模イベントに合わせたプロモーション**を実施した
- ・貸切バス費用の支援等を通じて、修学旅行の新規獲得や誘致を実施した



新たなJAPANを開拓せよ。

課題・
取り巻く
環境

- 欧米豪からの来訪者数が依然として少ない
- 高付加価値旅行者が求める特別感のあるサービス提供が十分でない
- 福岡空港ビジネスジェット専用施設の設置により、高付加価値旅行者が求める条件の一つであるスムーズな入国が可能となる

方向性2：MICE都市としてのプレゼンスの向上

主要成果

- 世界観光ガイド連盟総会などの質の高い国際会議の誘致のほか、世界水泳選手権大会などでのおもてなしイベントの実施による来訪者の周遊促進
- 住吉神社能楽殿や博多川の川床などのユニークベニューの新規開拓

① MICE誘致強化とビジネス機会の創出

実施施策

- ・ MICE誘致強化事業
- ・ MICE支援事業

取組内容

- ・ 日本初開催となる世界観光ガイド連盟総会や外国人参加者数の多いアジア・オセアニア地球科学学会などの質の高いMICEを誘致した
- ・ リニューアルした住吉神社能楽殿での国際会議レセプションの開催などユニークベニューの新規開拓等を行った
- ・ 宿泊事業者の約6割がMICE開催が平日の宿泊客の増加につながっていると回答するなど、平日需要の分散化に寄与した



② MICEにおける受入環境の充実

実施施策

- ・ 世界水泳にあわせた受入環境の充実
- ・ 植物園における「Fukuoka Flower Show」の開催等

取組内容

- ・ 世界水泳選手権大会に向け、インバウンド向け情報発信や、企業と連携しながら、多言語化、賑わい創出などを実施した
- ・ 植物園で花をテーマとした市主催の「Fukuoka Flower Show Pre-Event」を開催し、企業と連携しながら、賑わい創出などを実施した



③ SDGsへの貢献と都市競争力の向上

実施施策

- ・ サステナブルツーリズム推進事業
- ・ 食のユニバーサル対応推進事業

取組内容

- ・ ヴィーガン等対応店舗のマップ作成・配布や市民向けイベントの開催、インフルエンサーを活用した情報発信などを実施した
- ・ 宿泊施設のCO2排出量の可視化や、関連事業者とのマッチング支援等を実施した

What is EAT FUKUOKA?



In an effort to accommodate the diverse array of tourists and guests visiting Fukuoka, and to ensure that they have a fulfilling experience during their stay, the city is actively providing information on restaurants that cater to Vegetarian, Vegan, and Muslim diners. These establishments offer carefully prepared meals to meet dietary needs, allowing visitors to enjoy their time in Fukuoka with peace of mind.

継続課題

- 国際会議の開催件数が伸びていないほか、MICEへの伝統文化の活用や市民が関わる機会がまだ少ない

方向性3：地域や市民生活と調和した持続可能な観光振興の推進（1/2）

主要成果

- 無電柱化などの景観整備やイベント開催による地域の魅力向上
- 福岡城「春の天守閣」ライトアップなどナイトタイムエコノミーの推進
- 屋台をはじめとした福岡市の食文化が大手メディアで高い評価

① 地域資源等を活用した観光振興

実施施策

- ・博多旧市街プロジェクト
- ・福岡城・鴻臚館における観光振興事業
- ・文化財を活用した魅力ある観光資源の創出・発信事業
- ・伝統産業によるインバウンド観光消費拡大事業
- ・Fukuoka East & West Coast プロジェクト
- ・魅力ある水辺空間の創出事業
- ・海の中道エリアにおける自転車通行空間整備
- ・文化芸術を活かした観光振興
- ・デジタルマーケティング情報発信
- ・屋台プロモーション事業
- ・「ふくおかさん家のうまかもん」関係施策

取組内容

- ・博多旧市街プロジェクトにおいて、博多通りなどの美装化による受入環境の整備や、イベントの実施による魅力の発信を行った
- ・福岡城・鴻臚館において、春の天守閣ライトアップによる観光集客や、園路照明の整備による夜間も散策できる環境整備を行ったほか、潮見櫓の復元などを行った
- ・Fukuoka East & West Coast プロジェクトにおいて、志賀島・北崎地区の無電柱化や道路の美装化を実施したほか、観光客の滞在促進に繋がるコンテンツ造成支援や立ち寄りスポットを整備した
- ・FaN Weekにおいて福岡城跡の櫓等の観光資源を活用したアートを展示し、市民がアートに触れる機会を創出した
- ・市観光情報サイトよかなびやグローバルサイト、SNSで屋台や福岡のグルメに関して網羅的に情報を発信し、認知向上を図った
- ・市内産農水産物フェアや産地見学ツアー等の実施を通じて市内産農水産物の魅力を発信し、うまかもん認定事業者の着実な増加に繋がった



FaN
Fukuoka Art Next

継続課題

- 都心部の観光客は多いが、郊外の観光客がまだ少ない
- 市民・事業者からの昼間に観光客におすすめできる観光が無いとの意見

方向性3：地域や市民生活と調和した持続可能な観光振興の推進（2/2）

主要成果

- 宿泊事業者の人材確保や生産性の向上
- 「おもてなしサポーター」制度を新設し、市民ガイドのすそ野の拡大
- 宿泊税を活用したDMOによる観光地経営の推進

② 持続可能な観光産業の形成

実施施策

- ・ 宿泊事業者受入環境充実の支援
- ・ デジタルマーケティング回遊分析（方向性1-②から再掲）
- ・ 商店街地域観光連携事業

取組内容

- ・ 宿泊業界を対象とした合同就職説明会を開催し、採用に繋げることができ、人材不足の解消に寄与した
- ・ 宿泊施設のデジタル化・多言語対応や、飲食店のデジタル化への支援に取組み、生産性の向上を図った
- ・ 関係団体等とも連携しながら、商店街の魅力発信などを行い、来訪者数の増加や、回遊性の向上を行い、観光による経済効果の波及に取り組んだ

③ 観光と市民生活の調和

実施施策

- ・ 公衆トイレ環境の向上
- ・ 観光客などの移動円滑化施策の推進
- ・ 安心安全な宿泊環境の確保
- ・ 観光と市民生活の調和に向けたインバウンド受入促進
- ・ 観光への理解促進事業
- ・ まち歩き観光振興事業

取組内容

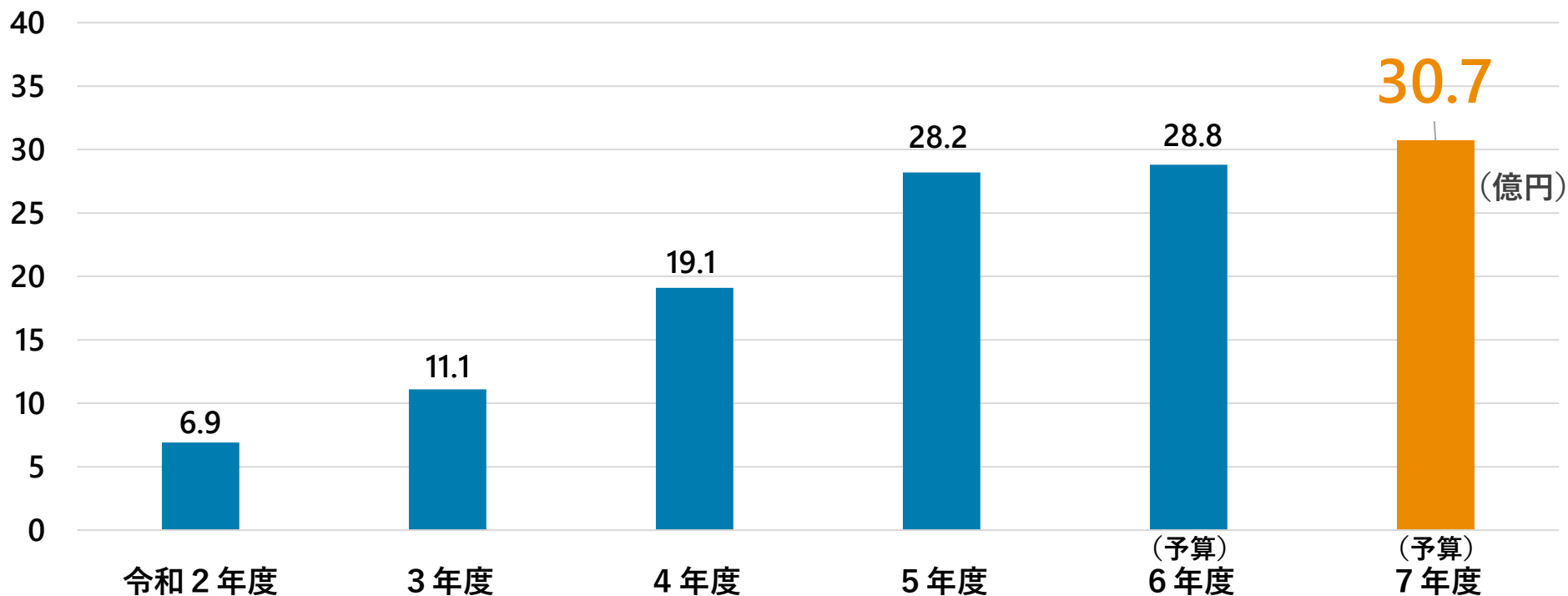
- ・ 観光地周辺の公衆トイレの建替えや福岡空港駅エレベーターを増設し、観光客や市民の利便性の向上を図った
- ・ インバウンド向けマナー啓発動画を交通結節点等で放映したほか、トイレ壁面のマナー啓発ステッカー掲出、クルーズ船観光客に対する船・旅行会社からのマナー周知・指導等を実施した
- ・ 市民・事業者向けに観光・MICEの経済効果を可視化したリーフレットの配布などによる広報を行い、観光・MICE振興への理解促進を図った
- ・ 「福岡市おもてなしサポーター」制度を新設（R7.4時点：約120名の登録。）し、市民がガイドに参画しやすい体制を整えた



継続課題

- 他業種と比較し、観光関連産業の生産性や賃金が低い
- 観光客の増加による観光関連産業全体の人材不足などのキャパシティ不足のほか、従事者の働き続けたいとの気持ちが低い
- インバウンド増加により市民が観光客に来てほしいと思う気持ちが低下

宿泊税収の推移



宿泊税率

宿泊料金 (宿泊者1人1泊)	税率	内訳
2万円未満	200円	福岡市 150円
		福岡県 50円
2万円以上	500円	福岡市 450円
		福岡県 50円

2 観光・MICEに関連する事業者へのヒアリング調査結果

ヒアリング調査の概要

ヒアリングの目的	現行の観光・MICE推進プログラムにおいて、デスクトップ調査（観光統計資料や消費動向調査）では把握できない効果や、継続して対応すべき課題を把握するため、観光やMICE産業に関連が深い業界団体や事業者にはヒアリングを実施した
ヒアリングの実施先	6月12日～26日にかけて、観光に関わる11事業者にはヒアリングを実施した ・ 交通事業者（鉄道・空港）：2社 ・ 宿泊事業者：1社 ・ MICE事業者：3社 ・ 飲食・小売事業者（市内中心地）：1社 ※天神エリアの飲食・小売業界団体 ・ 飲食・小売事業者（郊外）：3社 ・ 商工関係団体：1社
主なヒアリング内容	・ 直近2～3年における観光・MICE関連の動向や関連する課題 ・ 現行プログラムおよび福岡市の観光の取組に対する評価 ・ 今後の福岡市の観光・MICE推進の方向性に関する意見、施策案 等
事業者ヒアリング各回の位置付け	・ 6月に実施した当ヒアリングでは、事業者の現状と課題を把握し、第1回有識者会議での協議結果を踏まえて、次期プログラムの大枠の方向性を決定することを目的としている ・ 7月以降に追加的に実施するヒアリングでは、大枠に基づき想定される取組の方向性や具体的な施策案について、観光関連事業者の意見を踏まえ確度を強化することを目的としている

- ✓ 事業者からは、大規模MICEにおけるおもてなしや地域に配慮した観光の取組みが評価されている
- ✓ インバウンドをはじめとするマナー啓発や交通アクセスの向上、受入環境整備のほか、市民も含めた福岡市の観光の周知などが課題として挙げられた

ヒアリング概要

令和7年6月12日～26日、観光に関わる11事業者に対し、対面またはオンラインでヒアリングを実施
 交通事業者2社 宿泊事業者1社 MICE事業者3社 飲食・小売事業者（天神エリアの業界団体：1社、郊外エリア：3社）
 商工関係団体1社

ヒアリング結果の全体サマリー

評価

- ・大規模MICEの開催による福岡市の知名度向上や、街中での観光案内ボランティアの配置等により、観光客のおもてなしや賑わい創出ができています
- ・歴史や自然、食などの福岡市独自の魅力を活かした観光の取組みのほか、無電柱化や道路の美装化により景観が良くなっている
- ・地域との調和に配慮した観光振興の取組みを進めていることを高く評価している

課題

- ・インバウンドへのマナー啓発だけでなく、ゴミ箱や喫煙所などの受入環境の整備が必要
- ・観光客の増加を見据えて宿泊受入れ能力を高めることが必要
- ・旅ナカでのインバウンドの受入れ先である飲食店に対する受入体制整備の支援が必要
- ・コンベンションゾーンや観光地におけるアクセス性向上や、交通面での多言語化が必要
- ・国外からのアクセス性が低く、欧米豪の取り込みや国際的MICE誘致において、海外からの直行便が必要
- ・博多旧市街など福岡市を象徴するエリアをアフターコンベンションとして活用できておらず、学会主催者への周知強化が必要
- ・観光名所が無いとの声がある一方で、市民を含め観光客が福岡市の観光コンテンツを認知できていないとの意見があった

取り組んで欲しい施策等

- ・インバウンドへのマナー啓発のほか、ゴミ箱や喫煙所、公衆トイレなどの受入環境の整備に取り組んで欲しい
- ・コンベンションゾーンや観光地へのアクセス性向上や、二次交通の拡充対策、他都市と連携した周遊促進に取り組んで欲しい
- ・観光産業における慢性的な人材不足に対する支援のほか、飲食事業者への多言語化や多様な食文化への対応などのインバウンドの受入体制の強化に向けた支援をしてほしい
- ・欧米豪の誘客や国際的MICE誘致に向けた福岡市の知名度向上に加え、海外直行便の就航に向けた取組みの推進や、サステナブルな取組みのパッケージ化などに取り組んでほしい
- ・観光資源の更なる磨き上げや既存観光コンテンツを整理した上で、市民を含むターゲットに応じたプロモーションを強化してほしい

- ✓ 積極的に観光・MICEに取り組んでいるとの評価であった
- ✓ また、オーバーツーリズムの未然防止策や市民向けの観光情報の広報などの取組みをしてほしいとの声があった

ヒアリング結果 -分野：交通（鉄道、空港）

<p>観光・MICE関係の直近の動向</p>	<ul style="list-style-type: none"> • [空港]国際線利用客の割合はインバウンドが8割となっており、欧米豪の旅客数も増加している さらなるインバウンドの受入に向け、VIPやビジネスジェットの受入れ専用施設を整備なども含む国際線ターミナルをリニューアルし、ハード面・ソフト面ともに強化を進めている • [鉄道]旅客数全体はコロナ前に戻っていないが、インバウンドについては周遊券や観光列車を中心に利用客が増加している。リピーターの多い韓国などは、旅の目的に応じて普通券を購入している インバウンドの受入環境の整備として、駅構内では多言語対応が一定対応できているが、列車内での対応は遅れている業務効率化により、少ない人数で業務をこなせるようになっている
<p>現行プログラム、関連する取組の評価</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 積極的に観光・MICEに取り組んでおり評価している • グローバルMICEスクールの取組は、観光事業者間の横連携にも生きており評価している
<p>観光・MICE関係の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 福岡市は市内へのアクセス性は高いが、国外からのアクセス性は低い。 • MICE開催時は混雑がひどく、オーバーツーリズムの未然防止への対策や、ホテルの高稼働に伴い宿泊費が高騰している • 飲食業界は、旅ナカでのインバウンドの受入れ先であるが、多言語対応等インバウンドの受入れ体制が整っていない • 市民が福岡市の観光情報を目にする機会が少ない
<p>福岡市に強化してほしい取組・施策</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 海外直行便の就航に向け、アウトバウンドの増加に取り組んで欲しい • 飲食事業者の受入体制の強化のため、インバウンド受入れセミナーの開催などによる支援に取り組んで欲しい • オーバーツーリズム対策は、住民と観光客が入り混じる二次交通への対策や福岡市単独ではなく他都市と連携した周遊促進の取組みを強化してほしい • 福岡市民向けの観光情報の広報の強化による友人・家族等からの誘客

*MPF：Meeting Place Fukuoka（福岡観光コンベンションビューローのセールス&マーケティング部）

- ✓ 取組みの方向性に異論はなく評価しているとの回答だった
- ✓ 西のゴールデンルートの取組みの強化や観光関連産業の人材不足への支援をしてほしいとの声があった

ヒアリング結果 - 分野：宿泊

<p>観光・MICE関係の直近の動向</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 宿泊客はコロナ前の水準に戻り、約3割がインバウンドである。国籍はアジア圏が多いが、今年度から欧米豪の宿泊客が微増している コロナ前後で団体客から個人客に過半数がシフトしている • MICE客に関してはMICE事業者と連携し、宿泊や宴会などを手配する体制が取れている。ホテルでの会議やイベントの規模はコロナ前と比較し縮小傾向にあるが、取引件数自体はコロナ前の水準に回復している • リピーターや旅行慣れしているインバウンドが多く、文化の違いによるマナー違反等のトラブルは少ない印象である。宿泊客からはおすすめのレストランや、レストランの予約等の問合せが多い
<p>現行プログラム、関連する取組の評価</p>	<ul style="list-style-type: none"> • いずれも方向性に異論はなく評価している
<p>観光・MICE関係の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> • コンベンションゾーンの交通アクセス性の向上や、タクシー等の二次交通の安定的な供給 • インバウンドを誘客する上で、福岡市の知名度が低いのではないかと • 全国的に海外旅行代理店による宿泊予約枠の転売が発生しており、インバウンドを中心に予約情報と異なる方が宿泊する問題が散見されている • 業務効率化が進み、少数で業務に対応できるようになったが、人手不足の状態は慢性的である
<p>福岡市に強化してほしい取組・施策</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 地下鉄呉服町駅からコンベンションゾーンまでの動く歩道等のアクセス向上施策を検討してほしい • また、大型イベント開催時のタクシー供給不足に備え、乗り合いタクシーの規制緩和を検討してほしい • 大阪万博が開催されているが、福岡まで観光客が来ている実感がないため、福岡市の認知度向上に向け、西のゴールデンルートの取組みを強化する必要がある • 観光産業、特に宿泊事業者における慢性的な人材不足に対する支援が必要である

- ✓ 世界水泳でのおもてなしに向けた受入環境の整備などの取組みが評価された
- ✓ 二次交通対策を含むコンベンションゾーンのアクセス性の向上や宿泊費の高騰、既存コンテンツの掘り起こしなどを求める声があった

ヒアリング結果 –分野：MICE事業者

<p>観光・MICE関係の直近の動向</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・MICEの対面開催件数はコロナ禍前水準に戻り、一部でハイブリッド開催が残っている ・MICE来場者の国籍はMICEテーマによって異なり、インバウンドの来場者比率はコロナ前より増加している。傾向として韓国系アーティストのコンサートは韓国人、大相撲九州場所は欧米豪、学術系会議は東南アジアの来場者が多い
<p>現行プログラム、関連する取組の評価</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・世界水泳の誘致については、福岡の知名度向上に繋がった点や、街中での観光案内ボランティアの配置等で受入体制を整備した点を評価している ・地域が観光・MICEを歓迎できる状態がなければさらなる観光の推進は難しいため、地域との調和に配慮している点を高く評価している
<p>観光・MICE関係の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・コンベンションゾーンへのアクセスにおいて、来場者にとって路線バスはハードルが高く、タクシーが多いが、大型イベントが重なるとタクシー供給が追いつかなくなる ・ホテル価格の高騰により、滞在期間を縮小または福岡市近郊への宿泊を余儀なくされる参加者がいるほか、大型イベントと重なるとホテルを確保できない傾向がある ・福岡の知名度向上や欧米豪からの直行便がないこと ・学会の場でお土産の購入ができるといいが、対応できる事業者がない。また、多様な食文化に対応できる事業者が少ない ・福岡市内に観光スポットがなく、中長期滞在する参加者等を聞かない ・博多旧市街などの福岡市を象徴するエリアをアフターコンベンションとして活用できていない 学会の主催者は、そもそも学会と観光を繋げる術を知らない可能性がある
<p>福岡市に強化してほしい取組・施策</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド誘客やMICEの現地参加者増加に向けて、食文化だけでなく福岡市でしか体験・消費出来ない既存コンテンツの掘り起こしが必要なのではないか ・福岡フラワーショーは地域活動である一人一花運動が発展した地域発MICEであり、このような取組を進めるべきである ・欧米豪の誘客のため、欧米豪向けのホテル誘致、高付加価値コンテンツのPR、姉妹都市との交流促進を足掛かりにして福岡市の認知度向上を図るべきではないか ・MICE都市としてのプレゼンス向上のためには、街一体でMICEを歓迎できるよう、地域との調和を図ることが必要ではないか ・地下鉄呉服町駅からのコンベンションゾーンへの誘導のため、サブ駅名や歩道上の案内標識の追加等のほか、海外では主流であるMICE参加者用のICカードを導入すれば、他都市との差別化や交通渋滞緩和にも繋がるのではないか

- ✓ 市からの観光・MICE情報の提供が評価された
- ✓ ゴミ箱などの受入環境の整備や福岡市の観光に対する市民も含めたプロモーションに取り組むべきとの声があった

ヒアリング結果 -分野：飲食・小売事業者（市内中心地）

<p>観光・MICE関係の直近の動向</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・天神エリアの小売は全体的にコロナ後の業績は堅調に向上している。円安の影響によりインバウンドの客層が変わり、高級ブランド品から日用品・必需品に、モノ消費からコト消費にシフトしていると感じる ・インバウンドの半数以上が韓国、それ以外は香港、台湾等からの来訪となっており、徐々に中国本土も増加している ・九州から来福する国内観光客は、大型コンサート・イベント等が目的である場合が多い ・百貨店に関してはDX等の業務効率化に取り組んだ結果、雇用数は減少している
<p>現行プログラム、関連する取組の評価</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・福岡市からの観光・MICEに関する情報提供は、事業者それぞれが主体となって観光誘客の検討が出来るようになるため評価している
<p>観光・MICE関係の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・街中にゴミ箱や喫煙所が少なく、インバウンドの増加によってごみのポイ捨てなどが商業施設や街中で見られる ・多言語対応が出来るスタッフが少ない中で、マナーを守らないインバウンドへの対応や、接客等に時間を要している ・MICEイベント開催時は天神・博多からのバスの発着便が増便されるものの、バス乗り場やバス内が混雑している ・回遊性の向上やエリア滞在時間の増加が必要である ・福岡市は観光名所がないと言われることに対しては、既存コンテンツの発掘・整理と効果的なプロモーションができていないのではないか
<p>福岡市に強化してほしい取組・施策</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・マナー対策として街中にゴミ箱や喫煙所を増やしてほしい ・回遊性の向上のため、休憩用のベンチの設置などの受入れ環境を整備してほしい ・福岡市の既存観光コンテンツ（観光名所）を整理し、市民も含めたターゲットに応じたプロモーションを強化するべきではないか ・消費単価の高い欧米豪の誘客には継続して取り組んでほしい

- ✓ 景観整備や補助金による事業者支援が評価された
- ✓ 交通アクセスの向上やインバウンドのマナーなどに取り組んで欲しいとの声があった

ヒアリング結果 –分野：飲食・小売事業者（郊外）

<p>観光・MICE関係の直近の動向</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 全体として来店客数はコロナ前水準に回復している。平日はインバウンド、週末や長期休みは国内観光客の比率が高い傾向にある • 外国人インフルエンサーによるSNS発信をきっかけに、特定の国の観光客が急増することがある • 各事業者で多言語対応に取り組んでおり、言語では特に困っていない • 欧米豪は自然体験などのアクティビティの需要があると感じている
<p>現行プログラム、関連する取組の評価</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 無電柱化や道路の美装化により景観が良くなったほか、観光事業者向けの補助金は助かったため評価している
<p>観光・MICE関係の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 北崎エリアでは、週末は路線バスの供給不足により乗車できない観光客が出ている。また、バス停の位置が分かりにくく、大型バスの駐車場がなく、公衆トイレも少ない • 志賀島エリアでは、インバウンドの7、8割が市営渡船での来訪であるが、多言語対応ができていない • インバウンドのマナーが問題となっているほか、夜間に迷惑走行をする車があり、住民が迷惑している • 観光地として来訪したい、長時間滞在できるコンテンツが無く、住民や地域に観光の恩恵を還元できていない
<p>福岡市に強化してほしい取組・施策</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ゴミ箱や喫煙所、公衆トイレ、大型バスが停車できる駐車場の整備などの受入環境の整備のほか、ドライバーへのマナー啓発など、市民生活との調和の推進が必要である • 自家用車を持たない観光客のために交通アクセスの向上や二次交通対策のほか、公共交通機関の多言語化を進めてほしい • 空き家を活用したコンテンツを作れるよう市街化調整区域の緩和をしてほしい • 観光業を支える第1・2次産業についても支援してほしい

- ✓ 福岡市独自の観光資源を活かした取組みが評価された
- ✓ サステナブルな取組みのほか、インバウンド誘客に向けた新たな観光資源の創出に取り組んで欲しいとの声があった

ヒアリング結果 -分野：経済界全般

<p>観光・MICE関係の直近の動向</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光関連事業者全体として業績が回復している。福岡市を拠点として九州内を周遊・日帰り旅行する観光客も増加している ・飲食業界では多言語対応や異なる食文化への対応を進め、インバウンドの誘客に成功している事業者とそうでない事業者で業績が二極化している ・宿泊業界は新規開業する施設も増加し、インバウンドからの需要増もあり堅調に業績を伸ばしている。福岡市の宿泊事業にはまだ伸びしろがあると聞いている ・小売業界では大手百貨店等は業績を回復したが、インバウンドの客層は富裕層から大衆層にシフトし、高級品の爆買は少なくなっている
<p>現行プログラム、関連する取組の評価</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史や自然、食などの福岡市独自の魅力を活かした観光の取組みを評価している
<p>観光・MICE関係の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食業界では、インバウンドを取り込む上でのマーケティング対策や接客対応が必要である ・宿泊業界では、富裕層向けのホテルだけでなく、観光客の増加を見据えた宿泊受入れ能力を高める必要がある ・欧米人は体験したいコンテンツから旅先を決定する傾向があるため、誘客のためには福岡市ならではの体験コンテンツを増やし、PRする必要がある ・コンベンションゾーンに関しては交通アクセス性が低い点に加えて、周辺の飲食・宿泊施設、観光コンテンツが少ない点に対して機能拡充を図る必要がある
<p>福岡市に強化してほしい取組・施策</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・サステナブルな取組をパッケージ化し「福岡市モデル」として観光客や旅行・MICE事業者に訴求する等の仕組みが必要ではないか ・インバウンド誘客のために、百道浜から北崎までの浜辺を海外のビーチリゾートのようなエリアとして活用するのはどうか ・MICEに関しては、コンベンションゾーンへの交通アクセス性向上に向けて、交通インフラの整備に業界横断で取組みを進めるべきではないか

3 宿泊事業者アンケート調査結果

アンケート調査の概要

アンケートの目的	現行プログラムの改定にあたっての施策検討の参考とするため、福岡市の取組みに対する評価や今後、取り組んで欲しい施策などについて調査を実施したもの。
調査概要	6月4日～16日にかけて、宿泊税特別徴収義務者に対してWEBアンケートを実施。101件の回答があった。
主な内容	<ul style="list-style-type: none">• 福岡市の観光・MICE施策への取組みに対する評価• 今後、推進が必要と考える取組み• 宿泊税の徴収にあたっての課題

- ✓ 宿泊事業者からは、「広域でのプロモーション」や「大規模MICEの誘致」、
「地域資源の磨き上げ」 が評価された
- ✓ マナー啓発や事業者の生産性向上への支援、市民向けの広報などの施策への要望が多かった

宿泊事業者アンケートの調査結果サマリー（WEBアンケート（R6.6.4～16）、101件）

大項目	結果
1.「九州のゲートウェイ都市機能強化」に対する評価・要望を把握するための設問	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「自治体や企業等と連携した広域での誘客プロモーションの推進」に関する評価が高く、今後、市に取り組みでほしいこととして「マナー啓発などの受入環境の整備や市民理解の促進」や「インバウンドに対応する設備投資に対する支援の充実」との回答が多い
2.「MICE都市としてのプレゼンス向上」に対する評価・要望を把握するための設問	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「大規模MICEにおける賑わい創出や受入環境の整備」に関する評価が高く、今後、市に取り組みでほしいこととして「周辺地域の経済効果が高まるような取組みの実施」、「地域の宣伝効果が高まるような取組みの実施」との回答が多かった。また、MICE開催によって平日の需要増に繋がっていることが分かった
3.「地域や市民生活と調和した持続可能な観光振興の推進」に対する評価・要望を把握するための設問	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「自然や歴史、伝統文化、文化財などの地域資源を活用した魅力向上の取組み」に関する評価が高い ✓ 福岡市の観光スポットがわからない等の意見があった
4.オーバーツーリズム・災害対応に関する現状・要望を把握するための設問	<ul style="list-style-type: none"> ✓ マナー啓発や市民・事業者への理解促進を望む回答が多かった。また、災害対応では、情報発信の充実や配慮が必要な方への対応などの宿泊施設の受入体制の充実への支援を望む回答が多かった
5.人材不足に関する現状を把握するための設問	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 人材不足を理由に運営に支障が出ているとの回答割合は低いものの、外国語人材の確保・支援を望む回答が高く、自動チェックイン機の導入などによる生産性の向上に対する支援を行ってほしいという回答が多い
6.観光・MICE推進プログラム全体に関する評価・要望を把握するための設問	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今後、市に取り組みでほしいこととして「自然や歴史、伝統文化、文化財などの地域資源を活用した魅力向上の取組み」、「インバウンドを含む観光客へのマナー啓発や交通混雑への対応」との回答が多かった。特に取り組んでほしいこととしては「宿泊税の使途や観光・MICEの経済効果などの周知による市民理解の促進」が突出して高かった

宿泊事業者に対して、福岡市が展開する観光・MICE振興に係る施策への評価や影響等をアンケートから把握した

宿泊事業者アンケートで設定した設問一覧_1/3

※「■」で塗りつぶされている調査内容は後続ページにて宿泊事業者アンケート主要結果として取りまとめている

項目	調査内容		回答形式
基礎情報	問1	貴施設名について教えてください。	単一回答
	問2	ご担当者名について教えてください。	単一回答
	問3	ご連絡先について教えてください。	単一回答
	問4	貴施設の種別を教えてください。	単一回答
	問5	貴施設の総客室数を教えてください。	単一回答
	問6	貴施設の令和6年の年間平均客室稼働率を教えてください。	単一回答
九州のゲートウェイ都市機能強化	問7	福岡市が実施している観光施策のうち、『九州のゲートウェイ都市機能強化』について、評価できると思うものを教えてください。	複数回答
	問8	インバウンドの誘客に向け、福岡市に取り組んでもらいたいことはありますか。	複数回答
	問9	福岡市は、多言語対応など、多様な国の文化や習慣への対応はできていると思いますか。	単一回答
MICE都市としてのプレゼンス向上	問10	福岡市が実施している観光施策のうち、『MICE都市としてのプレゼンス向上』について、評価できると思うものを教えてください。	複数回答
	問11	貴施設では、国際会議やコンサートなどのMICE開催によって、平日の宿泊客が増えている実感はありますか。	単一回答
	問12	福岡市に誘致を強化してほしいMICEを教えてください。	複数回答
	問13	MICE開催にあたって福岡市に取り組んで欲しいことがあれば教えてください。	複数回答

宿泊事業者に対して、福岡市が展開する観光・MICE振興に係る施策への評価や影響等をアンケートから把握した

宿泊事業者アンケートで設定した設問一覧_2/3

※「■」で塗りつぶされている調査内容は後続ページにて宿泊事業者アンケート主要結果として取りまとめている

項目	調査内容		回答形式
地域や市民生活と調和した持続可能な観光振興の推進	問14	福岡市が実施している観光施策のうち、『地域や市民生活と調和した持続可能な観光振興の推進』について、評価できると思うものを教えてください。	複数回答
人材不足	問15	貴施設では、人手不足によって運営に支障が出ていると感じますか。	単一回答
	問16	人材不足や定着に向けた新たな取り組みや充実してほしい取り組みはありますか。	複数回答
地域や市民生活と調和した持続可能な観光振興の推進	問17	インバウンドのマナー改善について進んでいると思いますか。	単一回答
	問18	観光・MICE施策を市民や事業者の皆さまに理解していただくにあたってより周知を図っていくべきだと思うものを教えてください。	複数回答
オーバーツーリズム災害対応	問19	観光客が増え、全国的にオーバーツーリズムが課題となっています。福岡市におけるオーバーツーリズムの未然防止のために必要だと思うものを教えてください。	複数回答
	問20	地震や台風などの災害発生に備え、宿泊施設として取り組んでいることはありますか。	複数回答
	問21	観光客への災害対応について、行政から支援してほしい取り組みがあると良いと思いますか。	複数回答
	問22	福岡市では、一時退避施設にご協力いただける宿泊施設と協定を締結しています。貴施設の協定の締結状況やお考えを教えてください。	単一回答
	問23	【問22で「施設としての課題や不安などが解消されれば締結してもよいと考えている」を選択した場合のみ】施設としてのどのような課題や不安などがあるかを教えてください。	単一回答

宿泊事業者に対して、福岡市が展開する観光・MICE振興に係る施策への評価や影響等をアンケートから把握した

宿泊事業者アンケートで設定した設問一覧_3/3

※「■」で塗りつぶされている調査内容は後続ページにて宿泊事業者アンケート主要結果として取りまとめている

項目	調査内容		回答形式
宿泊税	問24	宿泊税を徴収する際の宿泊客の反応を教えてください。	単一回答
	問25	宿泊税の徴収について理解してもらえない状況の具体例を教えてください。	単一回答
	問26	宿泊税の徴収事務についてお困りの点があれば教えてください。	複数回答
	問27	問26で「特にない」以外を選択した場合、その内容を具体的に教えてください。	単一回答
	問28	宿泊税の申告に、eLTAX（エルタックス）を利用していますか。	単一回答
	問29	【問28で「それ以外（スマート申請、郵送）」を選択した場合】eLTAX（エルタックス）を利用しない理由を教えてください。	複数回答
今後の取組み	問30	今後の福岡市における観光・MICEの振興に向けた取組みとして、必要性が高いと思うものを教えてください。	複数回答
	問31	問30でお答えいただいた回答のうち、最も取り組んで欲しいと思う施策を教えてください。	単一回答
	問32	観光・MICE推進プログラムの改定に向けた意見等があれば教えてください。	単一回答

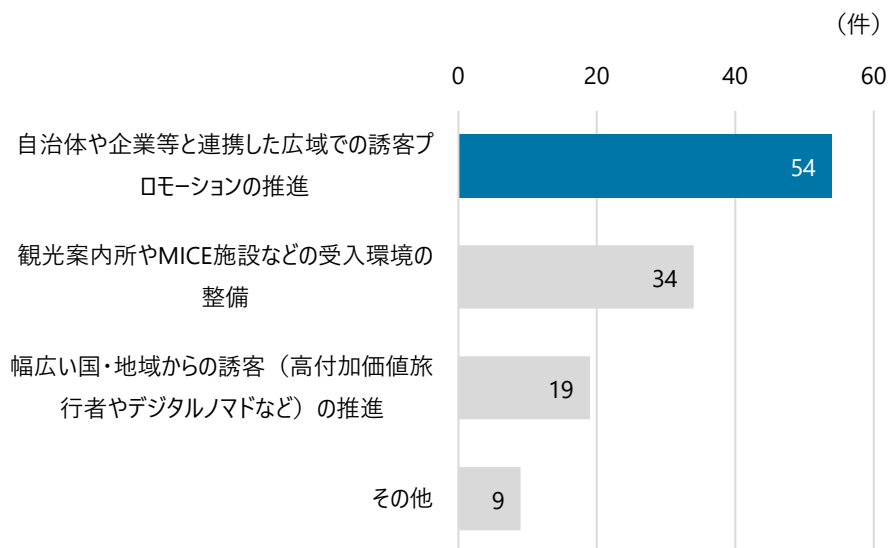
「自治体や企業等と連携した広域での誘客プロモーションの推進」の評価が高い一方で、インバウンドの誘客にあたっては、「マナー啓発などの受入環境の整備や市民理解の促進」や「インバウンドに対応する設備投資に対する支援の充実」などの受入体制の充実に取り組んで欲しいとの回答が多かった

方向性「九州のゲートウェイ都市機能強化」に対する評価・要望に係る回答結果

設問No7：

福岡市が実施している観光施策のうち、『九州のゲートウェイ都市機能強化』について、評価できるものを教えてください

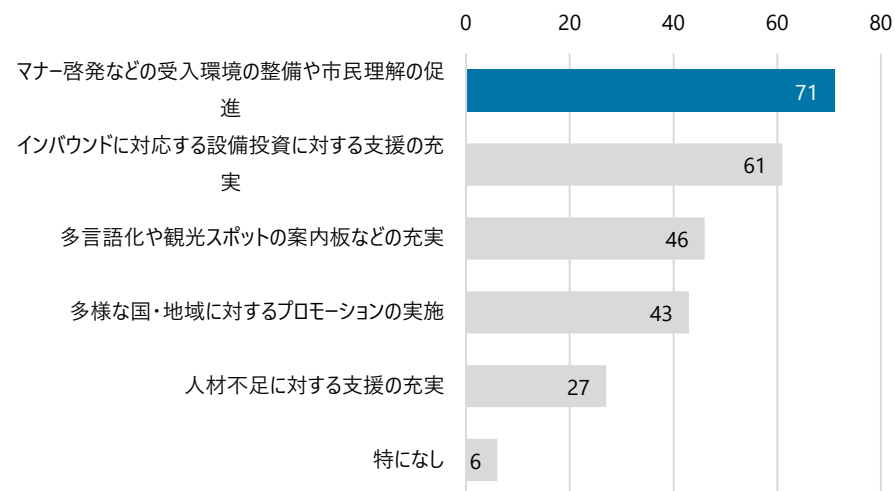
- 「自治体や企業等と連携した広域での誘客プロモーションの推進」との回答が最も多く、54件あった
- 続いて「観光案内所やMICE施設などの受入環境の整備」との回答が多く、34件あった



設問No8：

インバウンドの誘客に向け、福岡市に取り組んでもらいたいことはありますか

- 「マナー啓発などの受入環境の整備や市民理解の促進」との回答が最も多く、71件あった。「インバウンドに対応する設備投資に対する支援の充実」との回答も多く、61件あった
- 続いて、「多言語化や観光スポットの案内板などの充実」、「多様な国・地域に対するプロモーションの実施」との回答が多く、それぞれ46件、43件あった



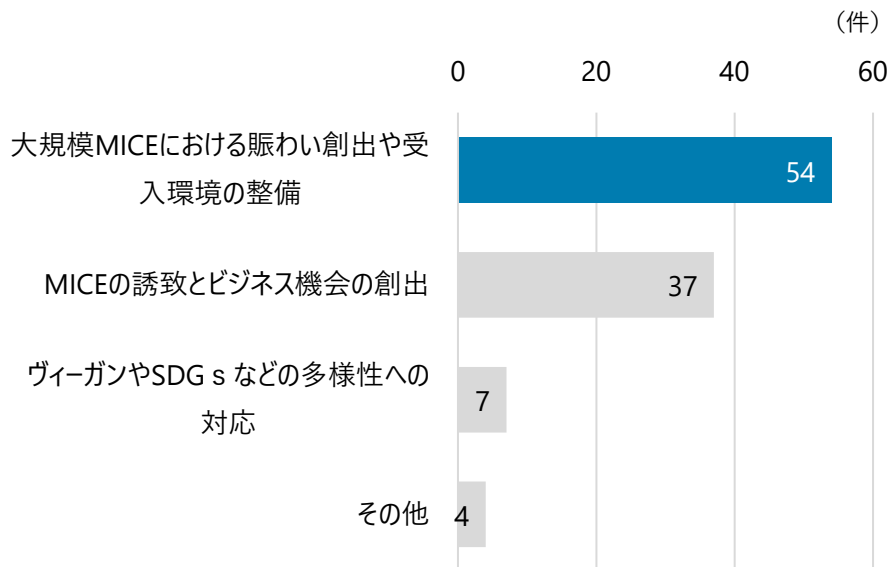
「大規模MICEにおける賑わい創出や受入環境の整備」の評価が高く、「周辺地域の経済効果が高まるような取組みの実施」など、MICE開催効果の向上に取り組んで欲しいとの回答が最も多かった

方向性「MICE都市としてのプレゼンス向上」に対する評価・要望に係る回答結果

設問No10：

福岡市が実施している観光施策のうち、『MICE都市としてのプレゼンス向上』について、評価できると思うものを教えてください

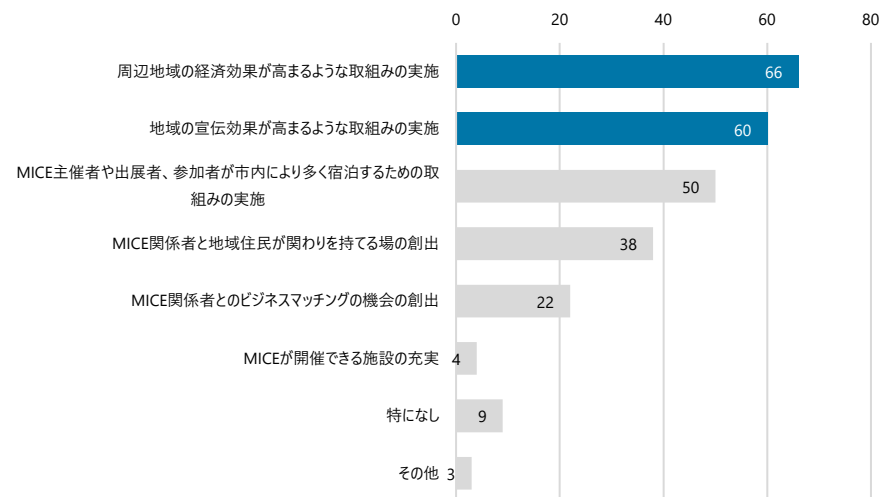
- 「大規模MICEにおける賑わい創出や受入環境の整備」との回答が最も多く、54件あった
- 続いて「MICEの誘致とビジネス機会の創出」との回答が多く、37件あった



設問No13：

MICE開催にあたって福岡市に取り組んで欲しいことがあれば教えてください

- 「周辺地域の経済効果が高まるような取組みの実施」との回答が最も多く、66件あった。「地域の宣伝効果が高まるような取組みの実施」との回答数も同程度であり、60件あった
- 続いて、「MICE主催者や出展者、参加者が市内により多く宿泊するための取組みの実施」との回答が多く、50件あった



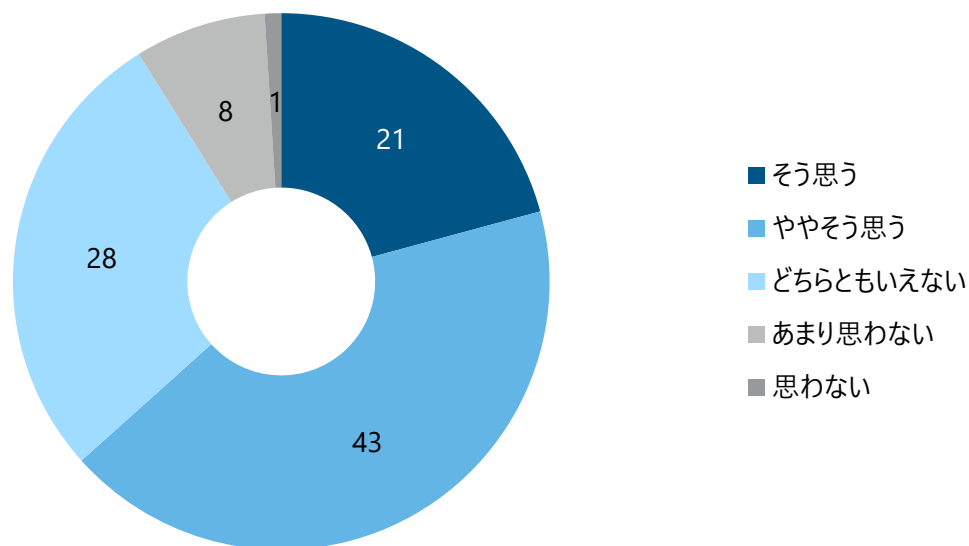
全体の6割がMICE開催によって平日の宿泊客が増えている実感があると回答した

MICE開催による効果実感に係る回答結果

設問No11：

貴施設では、国際会議やコンサートなどのMICE開催によって、平日の宿泊客が増えている実感はありますか

- 「そう思う」、「ややそう思う」との回答が合わせて64件となり、全体の約6割がMICE開催によって平日の宿泊客が増えている実感があると回答した



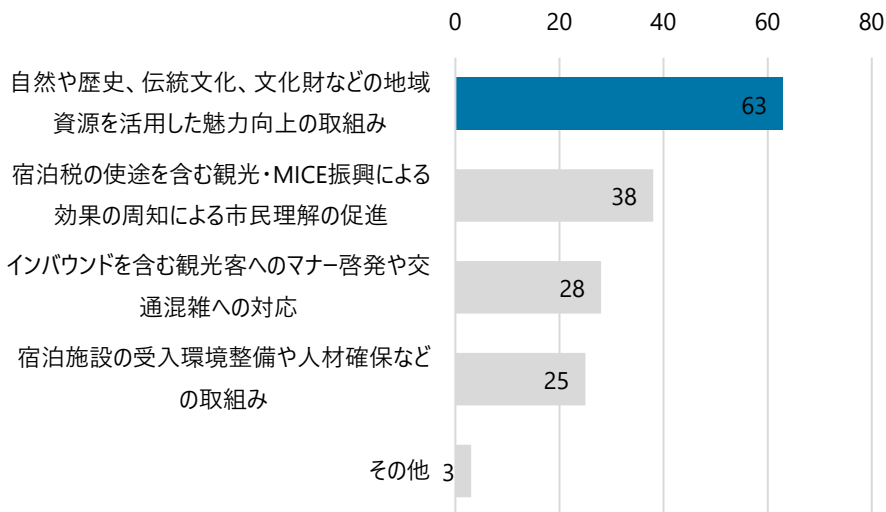
「自然や歴史、伝統文化、文化財などの地域資源を活用した魅力向上の取組み」の評価が高い一方で、市民に向けた観光スポットの周知や郊外への誘客促進に関する意見があった

方向性「地域や市民生活と調和した持続可能な観光振興の推進」に対する評価・要望に係る回答結果

設問No14：

福岡市が実施している観光施策のうち、『地域や市民生活と調和した持続可能な観光振興の推進』について、評価できると思うものを教えてください

- 「自然や歴史、伝統文化、文化財などの地域資源を活用した魅力向上の取組み」との回答が最も多く、63件であった
- 続いて、「宿泊税の用途を含む観光・MICE振興による効果の周知による市民理解の促進」との回答が多く、38件であった



その他の意見

- 「その他」として、「市民向け観光スポットの紹介」という意見があったほか、問32「観光・MICE推進プログラムの改定に向けた意見等があれば教えてください。」においては、「市民向け観光スポットの紹介」や「天神・博多以外にも人が来るようにしてほしい」をはじめ、郊外への周遊促進に係る意見があった

主な意見（抜粋）

市民向け観光スポットの紹介

市内で観光できる場所が知られていない、もっと市民が誇れるようにしてもらえたら

福岡市には、どんな観光地があるのか？をアピールしてほしい

天神博多以外にも人が来るようにしてほしい

ベイサイドプレイスがとても重要な場所だと思います。より施設としての魅力を促進してほしい

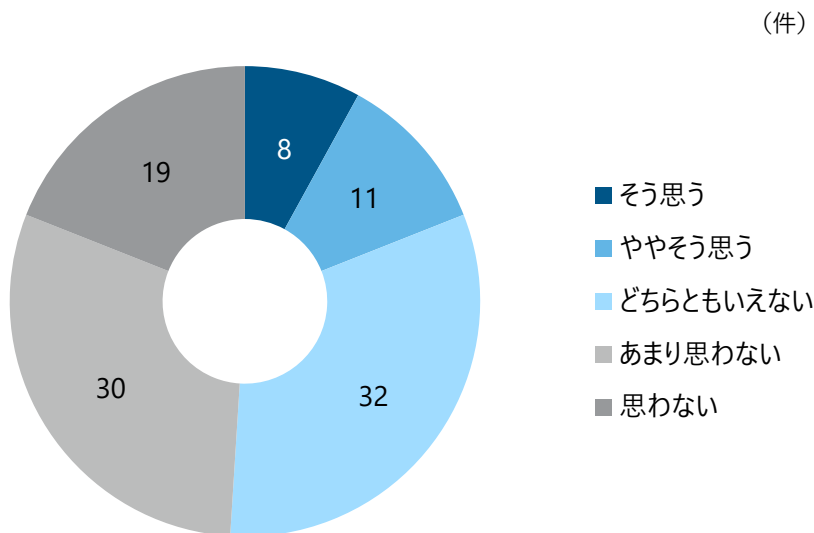
人材不足によって運営に支障を出ているとの回答割合は低い、「自動チェックイン機の導入などによる生産性の向上」や、「外国語人材の確保・育成に向けた支援」との回答が多かった

宿泊施設における人手不足に関する状況・要望に係る回答結果

設問No15：

貴施設では、人手不足によって運営に支障が出ていると感じますか

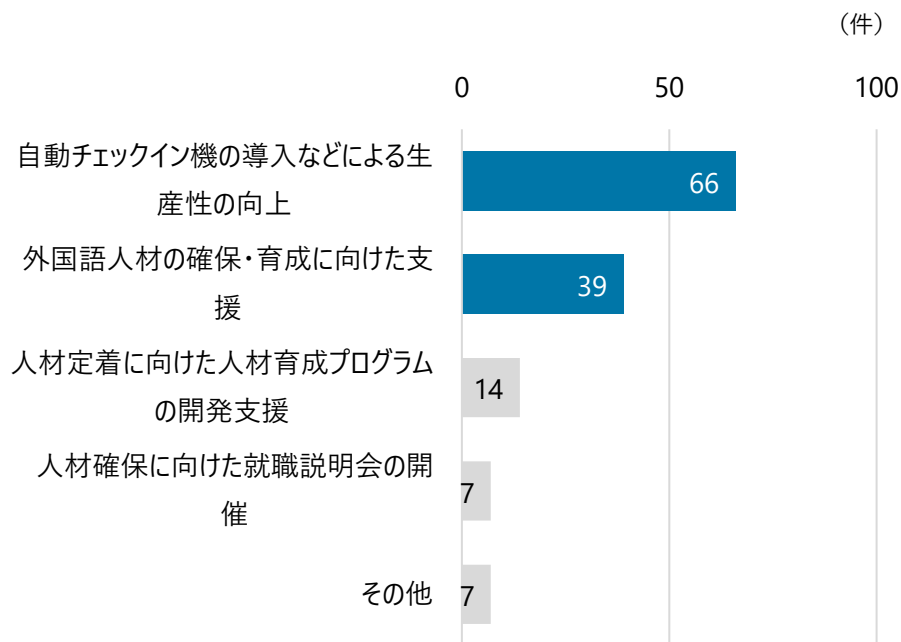
- 「あまり思わない」、「思わない」との回答が合わせて49件であり、約半数が人材不足による運営への支障を感じていない結果となった
- 一方で、「そう思う」、「ややそう思う」との回答が合わせて19件あり、約2割の施設は人材不足による運営への支障を感じている結果となった



設問No16：

人材不足や定着に向けた新たな取組みや充実してほしい取組みはありますか

- 「自動チェックイン機の導入などによる生産性の向上」との回答が最も多く、66件であった
- 続いて、「外国語人材の確保・育成に向けた支援」との回答が多く、39件であった



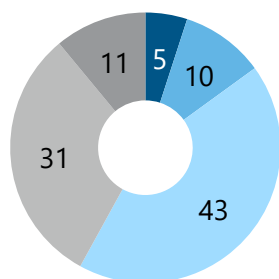
インバウンドのマナー改善が進んでいるとの回答割合が低く、オーバーツーリズムの未然防止のため、マナー啓発や市民・事業者に対する理解促進が必要との声が多かった。また、理解促進にあたっては、観光・MICEの経済効果や市民生活の向上事例の広報が必要との回答が最も多かった

オーバーツーリズムの未然防止に関する現状・要望に係る回答結果

設問No17：

インバウンドのマナー改善について進んでいると思いますか

- 「そう思う」、「ややそう思う」との回答が合わせて15件となり、インバウンドのマナー改善が進んでいるとの回答は全体の2割弱にとどまった
- 「あまり思わない」、「思わない」との回答は合わせて42件、約4割であった

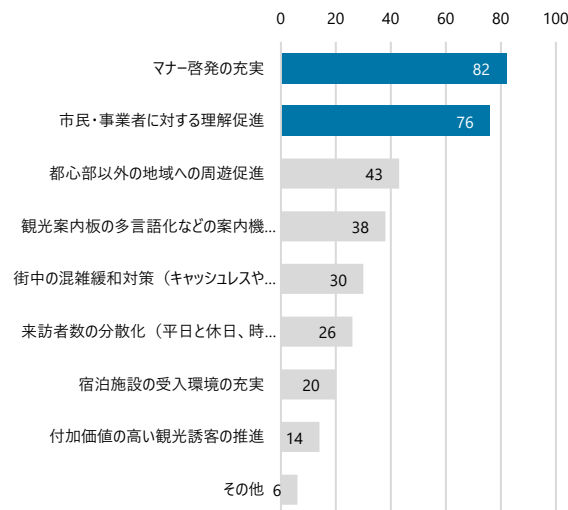


- そう思う
- ややそう思う
- どちらともいえない
- あまり思わない
- 思わない

設問No19：

観光客が増え、全国的にオーバーツーリズムが課題となっています。福岡市におけるオーバーツーリズムの未然防止のために必要だと思うものを教えてください

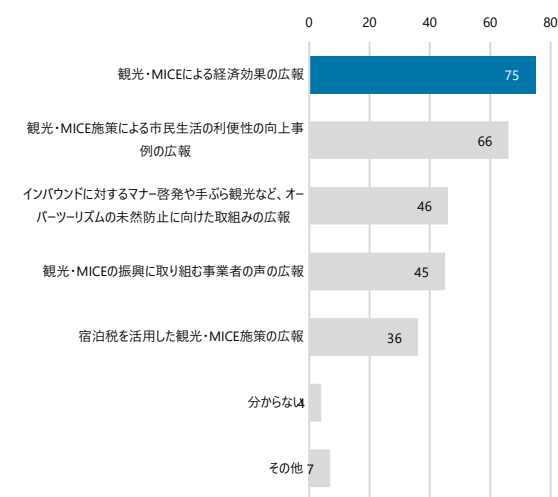
- 「マナー啓発の充実」との回答が最も多く、82件であった。「市民・事業者に対する理解促進」もほぼ同程度であり、76件の回答があった



設問No18：

観光・MICE施策を市民や事業者の皆さまに理解していただくにあたってより周知を図っていきべきだと思ふものを教えてください

- 「観光・MICEによる経済効果の広報」という回答が最も多く、75件であった
- 続いて、「観光・MICE施策による市民生活の利便性の向上事例の広報」との回答が多く、66件であった



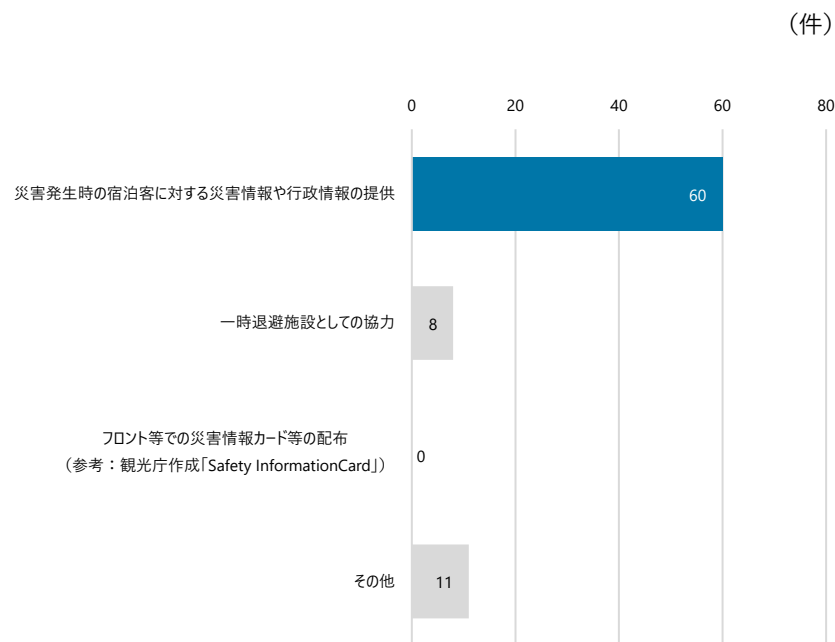
発災時における宿泊施設の対応としては「災害発生時の宿泊客に対する災害情報や行政情報の提供」の回答割合が多く、行政に求める取組みとしては、平常時における防災に関する情報の周知や災害時に必要な備品などの環境整備との回答が多かった

災害対応に係る回答結果

設問No20：

地震や台風などの災害発生に備え、宿泊施設として取り組んでいることはありますか

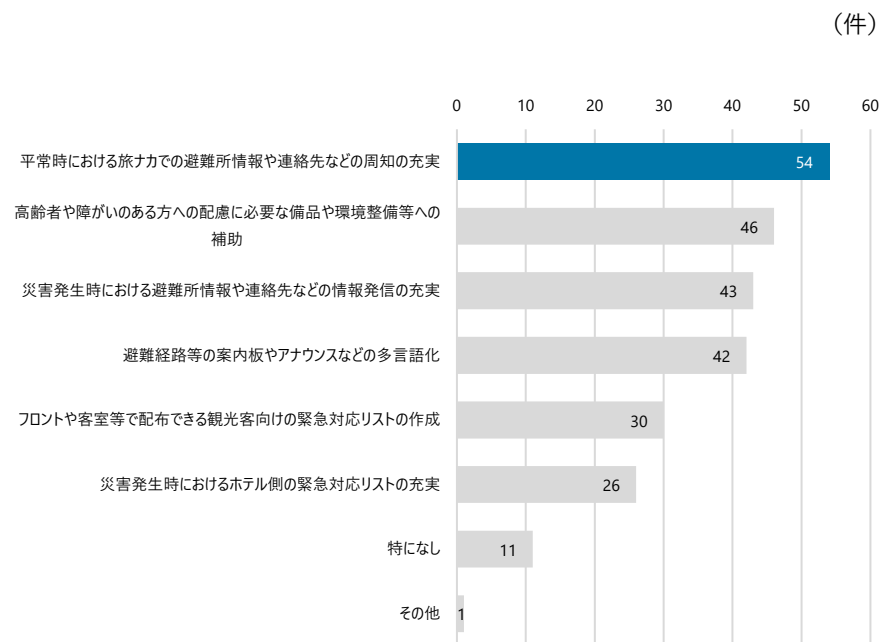
- 「災害発生時の宿泊客に対する災害情報や行政情報の提供」との回答が最も多く、60件であった。



設問No21：

観光客への災害対応について、行政から支援してほしい取組みがあると良いと思いますか

- 「平常時における旅ナカでの避難所情報や連絡先などの周知の充実」との回答が最も多く、54件であった。



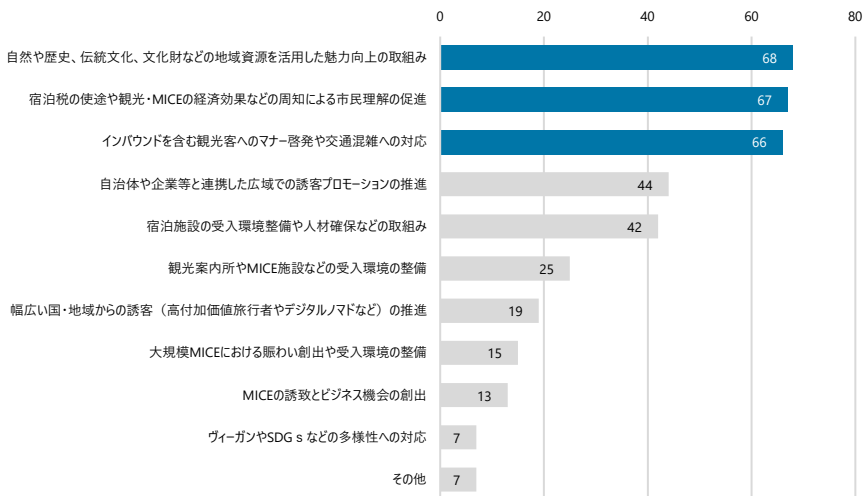
自然や歴史、伝統文化、文化財などの地域資源を活用した魅力向上や市民理解の促進、マナー啓発や混雑緩和に取り組んで欲しいとの回答が多く、最も取り組んで欲しい施策としては「宿泊税の用途や観光・MICEの経済効果などの周知による市民理解の促進」が多かった

観光・MICE推進プログラム全体に関する評価・要望に係る回答結果

設問No30：

今後の福岡市における観光・MICEの振興に向けた取組みとして、必要性が高いと思うものを教えてください

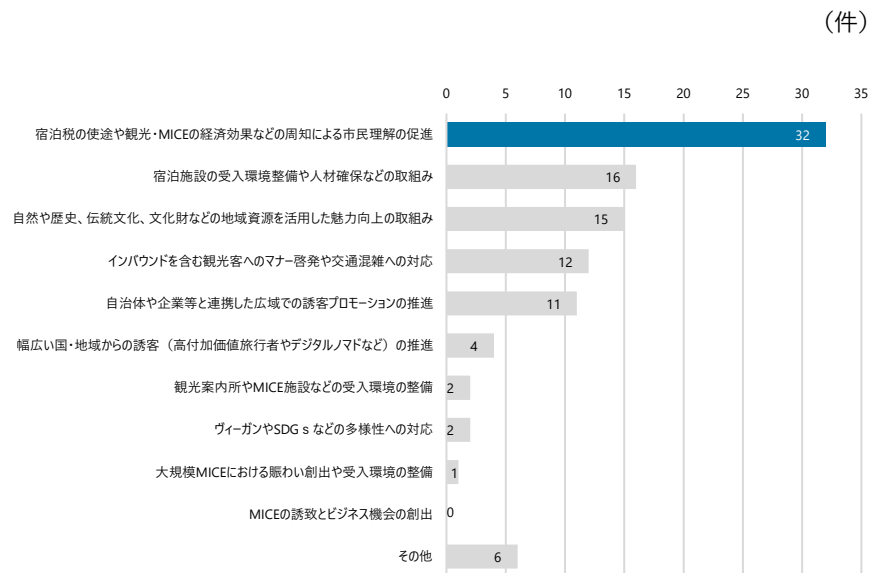
- 「自然や歴史、伝統文化、文化財などの地域資源を活用した魅力向上の取組み」との回答が最も多く、68件であった。
- 「宿泊税の用途や観光・MICEの経済効果などの周知による市民理解の促進」、「インバウンドを含む観光客へのマナー啓発や交通混雑への対応」との回答数もほぼ同程度であり、それぞれ67件、66件であった。



設問No31：

問30でお答えいただいた回答のうち、最も取り組んで欲しいと思う施策を教えてください

- 「宿泊税の用途や観光・MICEの経済効果などの周知による市民理解の促進」との回答が最も多く、32件であった。
- 続いて、「宿泊施設の受入環境整備や人材確保などの取組み」、「自然や歴史、伝統文化、文化財などの地域資源を活用した魅力向上の取組み」との回答が多く、それぞれ16件、15件であった。



(件)

4 市民観光意識調査結果

市民観光意識調査（R7.6.5・6に福岡市在住の1,141名に対してWEB調査を実施）

目的

福岡市民の観光振興に対する意識を把握し、次期プログラムに組み込むべき方向性や視点を抽出する

上記の目的を踏まえて、以下の大項目に紐づくアンケート設問を構成

大項目1：「観光振興に関する施策に対する意識や認知度」を把握するための設問

福岡市の発展に観光振興が重要な役割を果たしていると思っているのか、福岡市で展開されている観光施策に対して現時点どのような理解を示しているのか、今後さらに強化していくべき施策はどのようなものか、福岡市の観光が周りから高い評価を受けることをどのように感じるか 等

大項目2：「観光客の受入意向及び観光が市民生活に与える影響」を把握するための設問

観光客が福岡市へ訪れることをどのように思うか、観光客の増加に伴い市民生活に影響が出ている点や今後影響が出ることが懸念される点はないか 等

大項目3：「市内の観光に対する意識や認知度及び観光客等への市内観光の推奨状況」を把握するための設問

観光地としての福岡市の強みをどのように認識しているのか、観光客や知人・友人の方に市内観光を推奨したいと思っているか 等

大項目4：「観光関連産業従事者による継続的な就業意向や雇用環境の満足度」を把握するための設問

今後も観光関連産業で働き続けたいと思っているか、現在の仕事に対してやりがいを感じているか、所属組織の雇用環境についてどのように感じているか 等

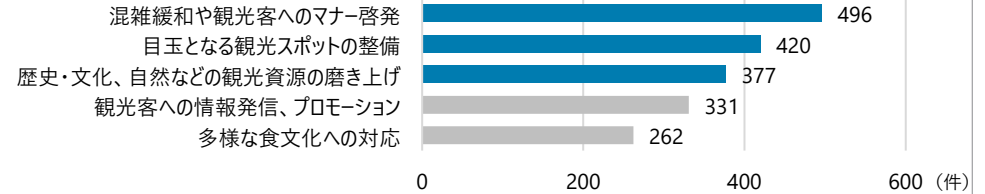
✓ 市民からはマナー啓発や混雑緩和、地域資源の磨き上げに取り組んで欲しいとの意見のほか、観光関連産業従事者からは賃金ややりがいに対する満足度が低い状況となった

市民観光意識調査の調査結果サマリー

市民が実施してほしいと考える施策

- 市民の6割以上が「福岡市の発展に観光が重要な役割を果たしている」、「観光が高い評価を受けることを誇りに思っている」ことが分かった
- 市民が「福岡市の観光施策で実施してほしい施策」は、「混雑緩和や観光客へのマナー啓発」、「目玉となる観光スポットの整備」、「歴史・文化、自然などの観光資源の磨き上げ」の順に多く、最も実施してほしい施策の「混雑緩和や観光客へのマナー啓発」は、2番目に回答が多かった「目玉となる観光スポットの整備」の約2倍と高かった

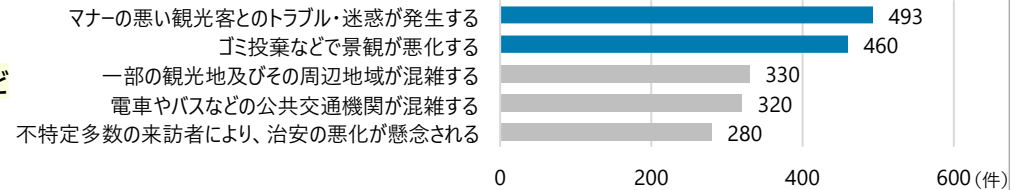
福岡市の観光施策で実施してほしい施策（上位5つ）



観光客の受入意向と観光客増加による市民生活への影響

- 観光客の受入意向は51.3%に留まり、令和5年度と比較すると12.6pt低下した
- 観光客の増加により、多くの市民がマナーの悪い観光客とのトラブルやゴミ投棄などによる景観の悪化を実感・懸念していることが分かった

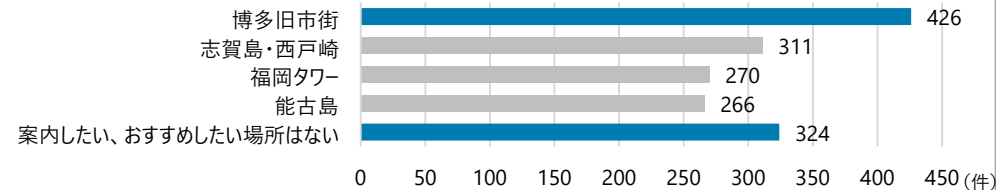
観光客の増加により生活環境にマイナスだと実感した事項（上位5つ）



市内の観光資源に関する観光客への推奨度

- 福岡市の観光資源の中では食文化や博多旧市街、福岡城・鴻臚館などの歴史文化施設が強みとして捉えられている一方で、来訪者に案内・おすすめしたい場所はないとの回答も324件と2番目に多いことが分かった

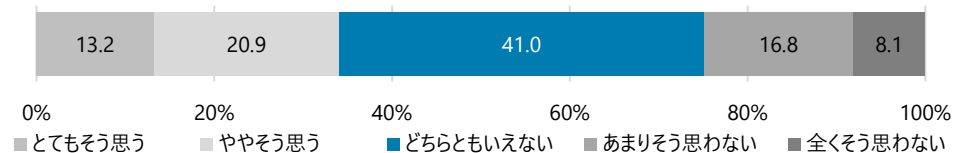
福岡市への来訪者に案内・おすすめしたい場所（上位5つ）



観光関連事業者の雇用環境への満足度

- 今後も観光関連産業で働き続けたいとの回答は34.1%に留まり、やりがいを感じるとの回答は50.9%であった
- 雇用環境に関する満足度は、賃金が25.3%、福利厚生が33%、キャリア形成関連が34%となり、全体的に満足度が低かった

観光関連産業で働き続けたいと思う割合



市民に対して観光に対する意識や福岡市が展開する観光・MICE振興に係る施策の認知度、観光が市民生活に与える影響等をアンケートから把握した

市民意識調査調査で設定した調査設問_1/2

※「 」で塗りつぶされている調査内容は後続ページにて市民アンケート主要結果として取りまとめている

大項目	小項目	調査内容	回答形式
—	基礎情報	Q1 あなたの居住地を教えてください。	単一回答
		Q2 あなたの職業についてあてはまるものをお選びください。	単一回答
		Q3 あなたの福岡市における居住年数をお選びください。	単一回答
1	福岡市の施策	Q4 あなたは、福岡市の発展に、観光が重要な役割を果たしていると思いますか。	単一回答
		Q5 福岡市の観光振興に向けた取組みについて知っているものをすべてお選びください。	複数回答
		Q6 福岡市の観光振興において、重要だと思うものをすべてお選びください。	複数回答
		Q7 福岡市の観光施策について、あなたが実施してほしいと考える施策はどのようなものですか。あなたの考えに近いものをすべてお選びください。	複数回答
		Q8 前の質問の選択肢の中から最も実施してほしいものを1つお選びください。	単一回答
		Q9 福岡市は市内で宿泊する観光客から宿泊税を徴収しています。徴収した宿泊税は、市民生活との調和を図る施策等で活用しています。宿泊税を活用した取組内容についてあなたの考えを教えてください。	単一回答
2	観光客の受入意向	Q10 あなたは、福岡市へ観光客が来訪してほしいと思いますか。	単一回答
	外国人観光客への関心	Q11 また、外国人観光客に来訪してほしいと思いますか。	単一回答
		Q12 外国人観光客のマナーについてどう思いますか。	単一回答
		Q13 外国人観光客を受け入れるために必要だと思うことは何ですか。あなたの考えに近いものをすべてお選びください。	複数回答
	観光が与える影響	Q14 観光客の増加により、あなたの生活環境にプラスになっていると思うことを教えてください。当てはまるものを最大3つまでお選びください。	複数回答
		Q15 観光客の増加により、あなたの生活環境にマイナスになっていると「実感」していることがあれば、教えてください。当てはまるものを最大3つまでお選びください。	複数回答
		Q16 観光客の増加により、あなたの生活環境がマイナスになると「懸念」することは何だと思いますか。当てはまるものを最大3つまでお選びください。	複数回答
Q17 観光客の増加によるプラスな影響とマイナスな影響、どちらの方が大きいと思いますか。		単一回答	

市民に対して観光地としての福岡市の強み等を聞き取ったほか、観光関連産業事業従事者に対して、継続的な就業意向等をアンケートで聞き取った

市民観光意識調査で設定した調査設問_2/2

※「■」で塗りつぶされている調査内容は後続ページにて市民アンケート主要結果として取りまとめている

大項目	小項目	調査内容	回答形式
2	観光客との関わり	Q18 あなたは、普段、福岡市に来訪する観光客との関わりはありますか。	単一回答
		Q19 あなたは、福岡市に来訪する観光客との関わりを持ちたいと思いますか。	単一回答
		Q20 観光客と関わりを持つ場合、どのような関わり方がしたいと思いますか。あなたの考えに近いものをすべてお選びください。	複数回答
		Q21 観光客と関わりを持ちたくない理由としてあなたの考えに近いものをすべてお選びください。	複数回答
3	市民のおすすめ	Q22 観光地としての福岡市の強みについて、あなたの考えに近いものをすべてお選びください。	複数回答
		Q23 あなたの親類、友人、知人等に福岡市への観光をおすすめしたいですか。	単一回答
		Q24 福岡市に来訪する方に案内したい、おすすめしたい場所がありますか。（どの場所をおすすめしていますか。）次の中からあてはまるものをすべてお選びください。	複数回答
	歴史・文化への関わり	Q25 あなたは福岡市の歴史・文化に詳しいと思いますか。	単一回答
		Q26 あなたは仕事（お客さまとの雑談なども含む。）で福岡市の歴史・文化の知識があると良いと感じた場面はありますか。	単一回答
		Q27 あなたが仕事上で福岡市の歴史・文化の知識があると良いと感じた場面について、次の中からあてはまるものをすべてお選びください。	複数回答
		Q28 どれぐらいの頻度で福岡市の歴史・文化の知識があると良いと感じましたか。次の中から近いものをお選びください。	単一回答
		Q29 福岡市の歴史・文化を学びたいと思いますか。	単一回答
	1	全体総括	Q30 福岡市は魅力的な観光地であると思いますか。
Q31 福岡市の観光が周りから高い評価を受けることを誇りに思いますか。			単一回答
4	観光関連産業従事者向け	Q32 観光関連産業（卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業、運輸業・郵便業）で働いている年数を教えてください。	単一回答
		Q33 今後も観光関連産業に従事し続けたいと思いますか。	単一回答
		Q34 現在の仕事に対して、どの程度やりがいを感じていますか。	単一回答
		Q35 観光関連産業で働くことを親族や友人に勧めたいと思いますか。	単一回答
		Q36 所属組織の雇用環境について、以下の項目の満足度を教えてください。 1. 働き方・ワークライフバランス関連 2. キャリア形成関連 3. 賃金 4. 福利厚生 5. 業務内容 6. その他所属組織の独自の取組	単一回答

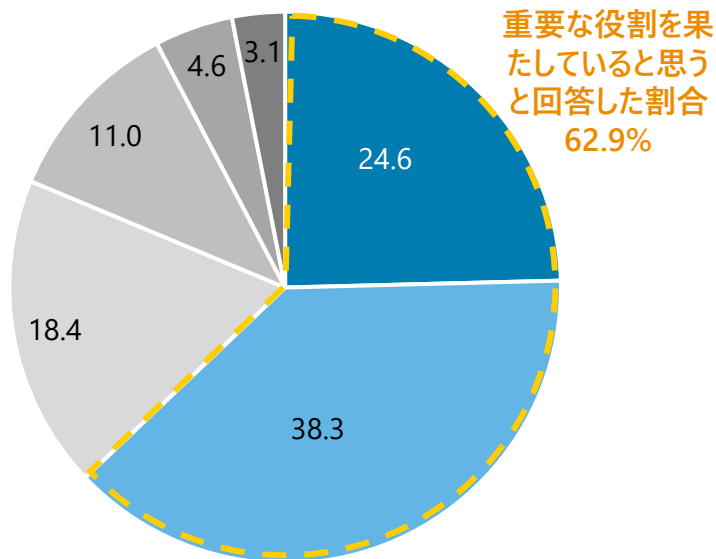
市民の約6割が、観光は市の発展に重要な役割を果たしている、観光によって福岡市が高い評価を受けることを誇りに思うと回答した

市民の観光に対する意識に係る回答結果 (1/2)

結果

- 福岡市の発展に、観光が重要な役割を果たしている、福岡市の観光が高い評価を受けることを誇りに思うと回答した割合はそれぞれ62.9%、61.8%と高い数値となっている

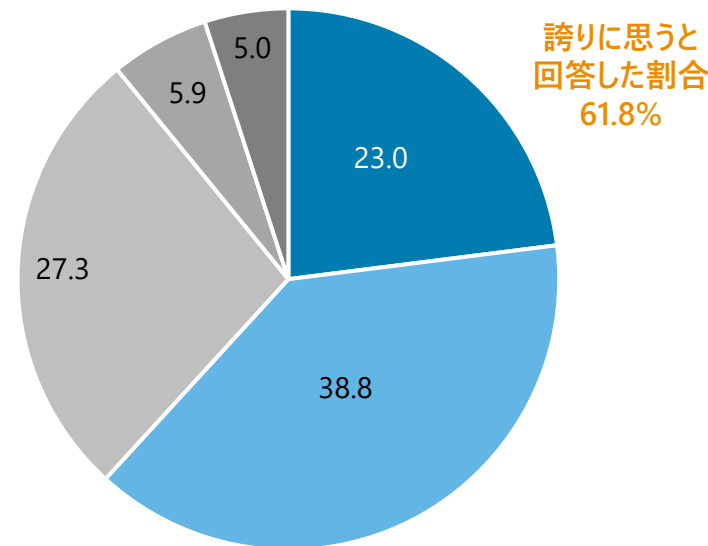
福岡市の発展に、観光が重要な役割を果たしていると思うか (単一回答)



重要な役割を果たしていると思うと回答した割合 62.9%

- そう思う
- ややそう思う
- どちらともいえない
- あまり思わない
- 思わない
- 分からない

福岡市の観光が高い評価を受けることを誇りに思うか (単一回答)



誇りに思うと回答した割合 61.8%

- とてもそう思う
- ややそう思う
- どちらともいえない
- あまりそう思わない
- 全くそう思わない

福岡市の観光施策を認知している市民の方が、観光は市の発展に重要な役割を果たしている、観光によって福岡市が高い評価を受けることを誇りに思うとの回答が多かった

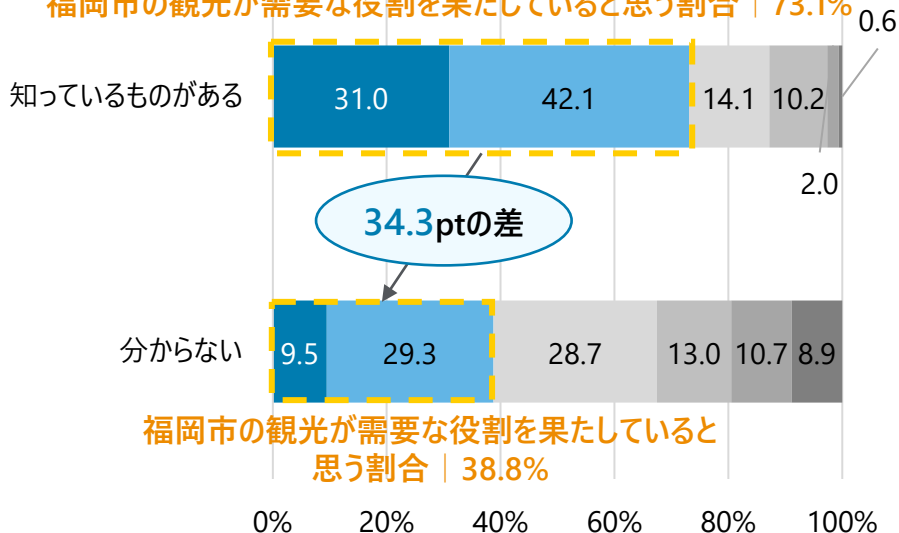
市民の観光に対する意識に係る回答結果 (2/2)

結果

- 福岡市の観光振興に向けた取組みを認知している市民の方が、認知していない市民と比べて、観光は市の発展に重要な役割を果たしている、観光によって福岡市が高い評価を受けることを誇りに思う割合がそれぞれ34.3pt、31.9pt高い結果となった

福岡市の観光振興に向けた取組みについて知っているものの有無×福岡市の発展に、観光が重要な役割を果たしていると思うか (単一回答)

福岡市の観光が必要な役割を果たしていると思う割合 | 73.1%

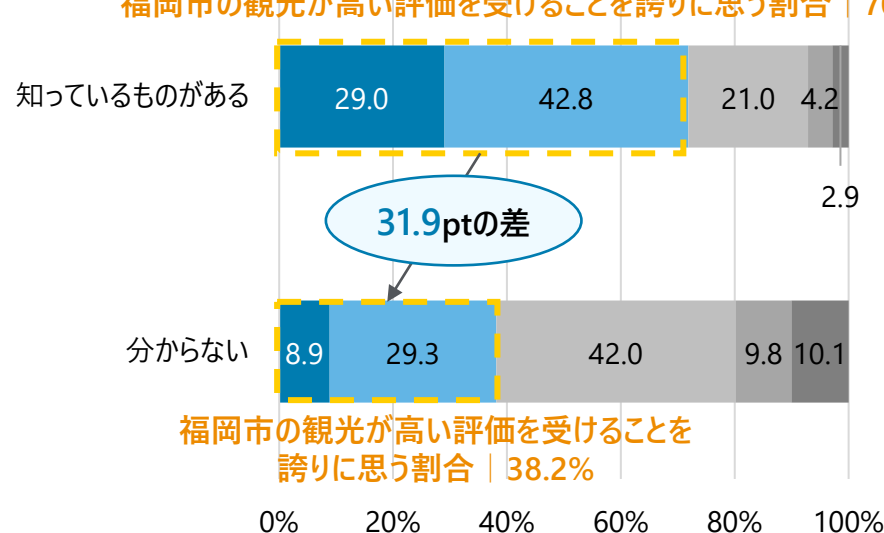


福岡市の観光が必要な役割を果たしていると思う割合 | 38.8%

■ そう思う ■ ややそう思う ■ どちらともいえない
■ あまり思わない ■ 思わない ■ 分からない

福岡市の観光振興に向けた取組みについて知っているものの有無×福岡市の観光が高い評価を受けることを誇りに思うか (単一回答)

福岡市の観光が高い評価を受けることを誇りに思う割合 | 70.1%



福岡市の観光が高い評価を受けることを誇りに思う割合 | 38.2%

■ とてもそう思う ■ ややそう思う ■ どちらともいえない
■ あまりそう思わない ■ 全くそう思わない

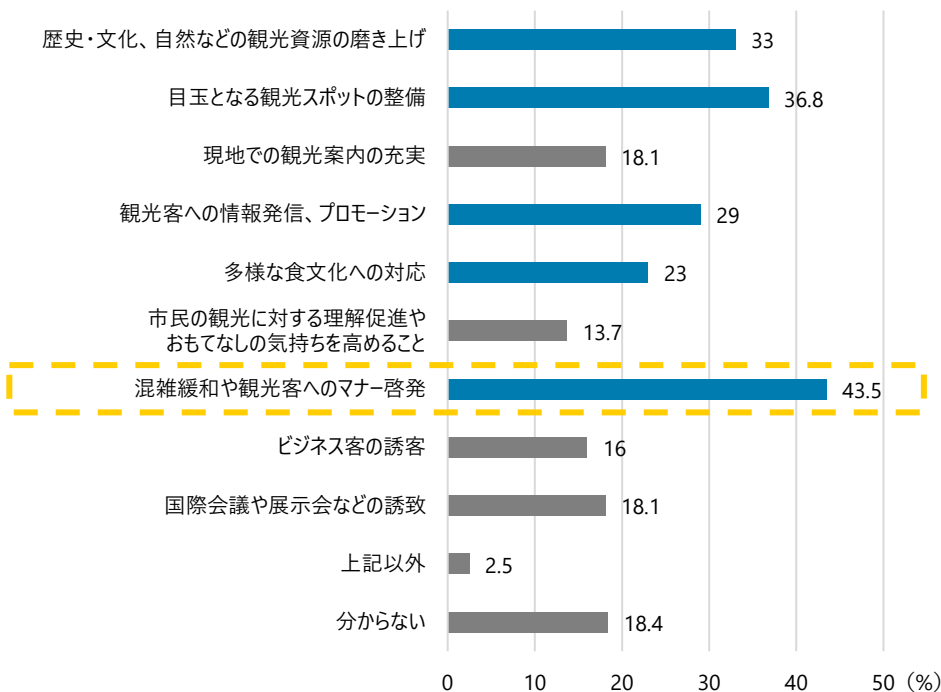
福岡市を更に魅力的な観光地とする取組みの実施の回答が多く見られた一方で、混雑緩和や観光客へのマナー啓発への取組みが最も取り組んで欲しい施策となった

市民が福岡市に実施してほしいと考える施策に係る回答結果

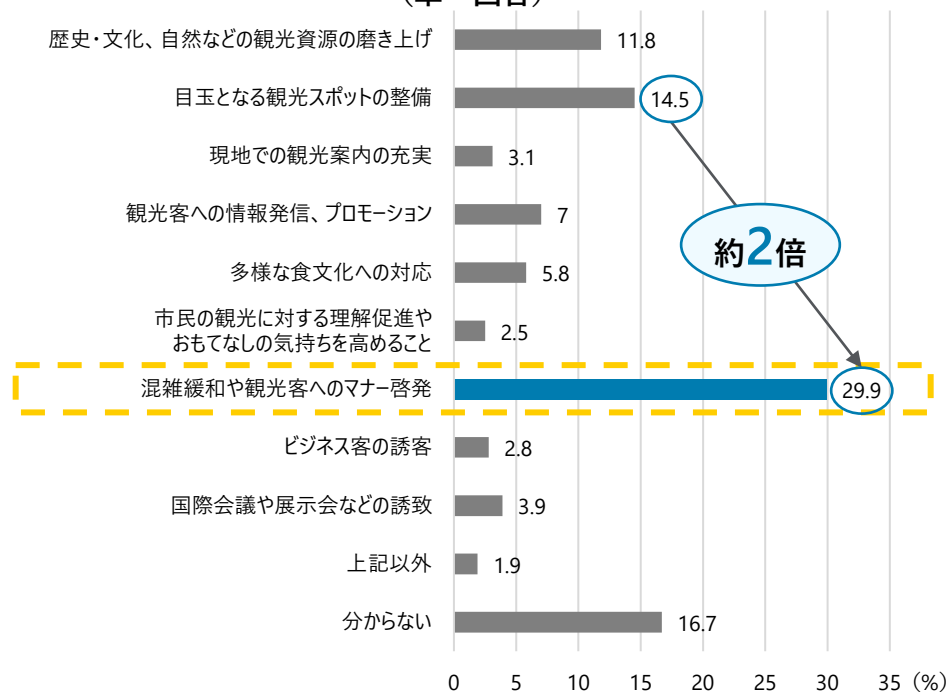
結果

- 「目玉となる観光スポットの整備」や「歴史・文化、自然などの観光資源の磨き上げ」、「観光客への情報発信、プロモーション」といった福岡市を更に魅力的な観光地とする取組みへの意向が一定程度高いが、その一方で「混雑緩和や観光客へのマナー啓発」といった観光振興によるマイナスな影響に対する対策強化は上記の福岡市を更に魅力的な観光地とする取組みの約2倍の結果となっている

福岡市の観光施策について、市民が実施してほしいと考える施策
(複数回答)



福岡市の観光施策について、市民が実施してほしいと考える施策
のなかで最も実施してほしいものを1つお選びください。
(単一回答)



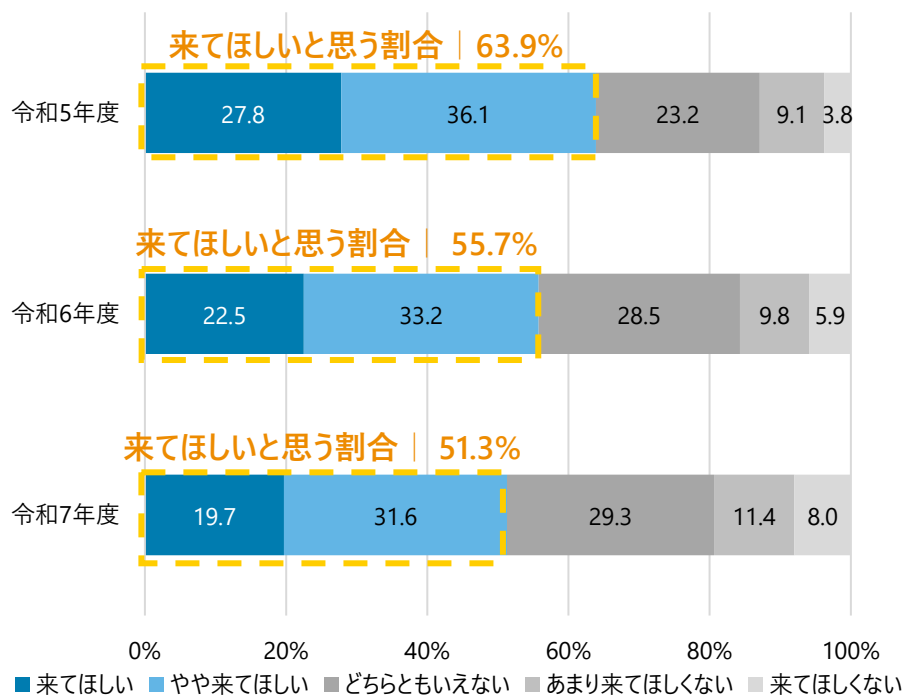
市民の観光客の受入意向は年々低下してきている

観光客増加による市民生活への影響の回答結果

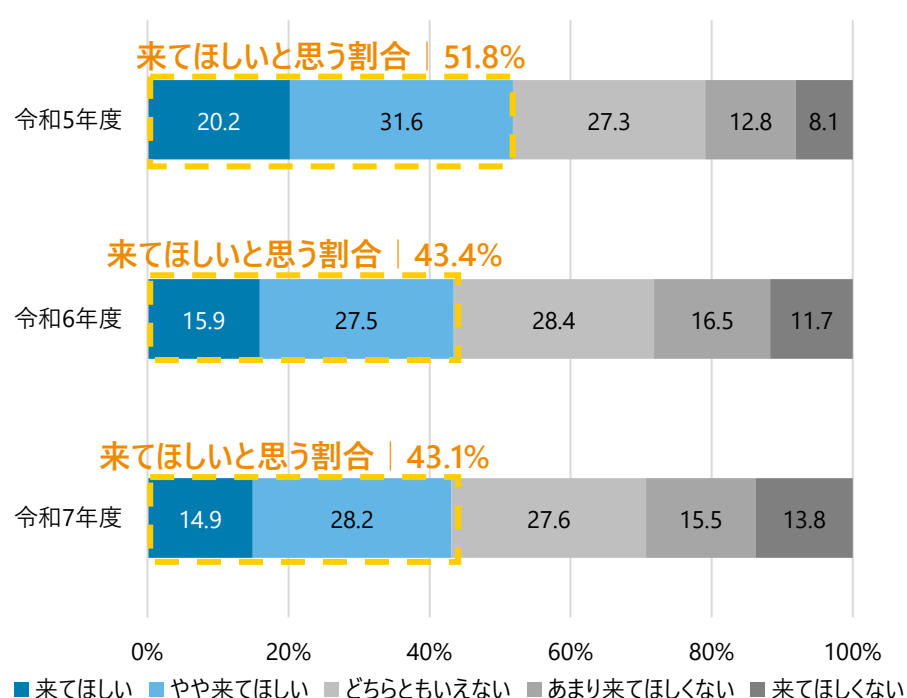
結果

- 市民による観光客の受入意向は現行プログラムの初年度から徐々に低下していることが明らかとなった。令和7年度の調査結果では観光客に来てほしいと思う割合は51.3%と現行プログラムの初年度となる令和5年度と比較して、12.6ptも減少した。外国人観光客に来てほしいと思う割合は令和7年度が43.1%と令和5年度と比較して、8.7ptも減少した

令和5年度～令和7年度の観光客の受入意向の比較
(単一回答)



令和5年度～令和7年度の外国人観光客に対する受入意向の比較
(単一回答)



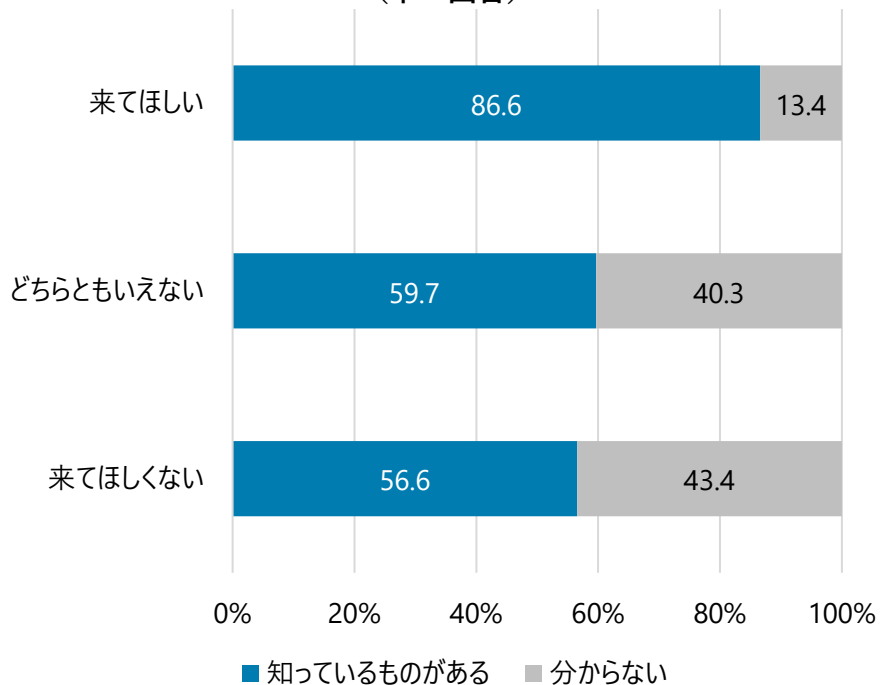
観光施策を知っている市民は、インバウンドの受入意向が高く、また、マナーに対しても良い印象を持っていることが分かった

観光客の受入意向に係る市民からの回答結果（3/3）

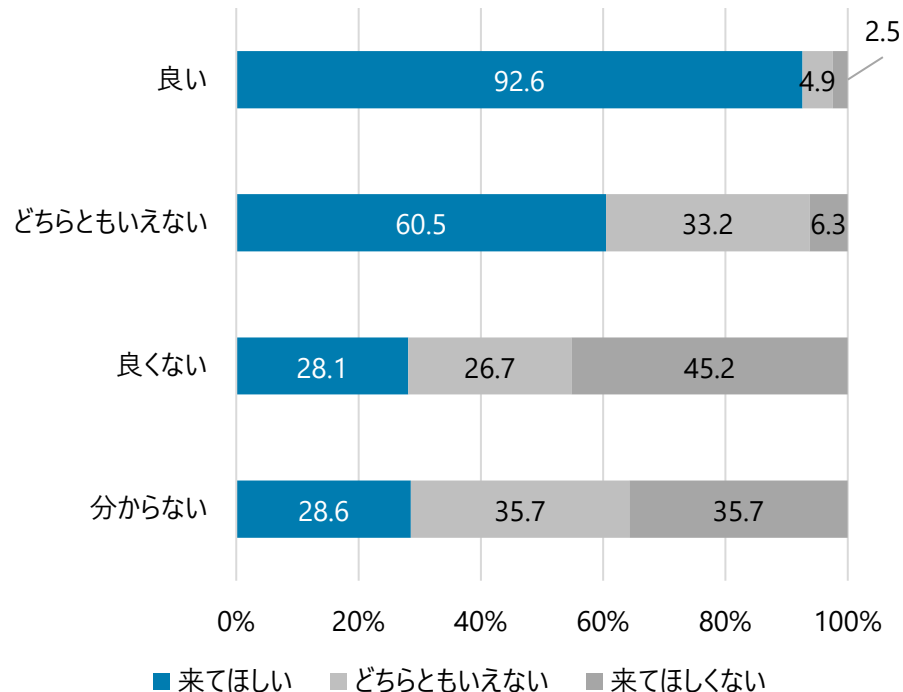
結果

- 福岡市の観光施策を知っている市民は、観光施策を知らない市民と比較するとインバウンドの受入意向が30pt程度高いことが分かった
- 外国人観光客の受入意向が低ければ低いほど、外国人観光客のマナーに対して悪い印象を持っていることが分かった

福岡市の観光振興に向けた取組みについて知っているものの有無×外国人観光客の受入意向（単一回答）



外国人観光客の受入意向×外国人観光客のマナーへの印象（単一回答）

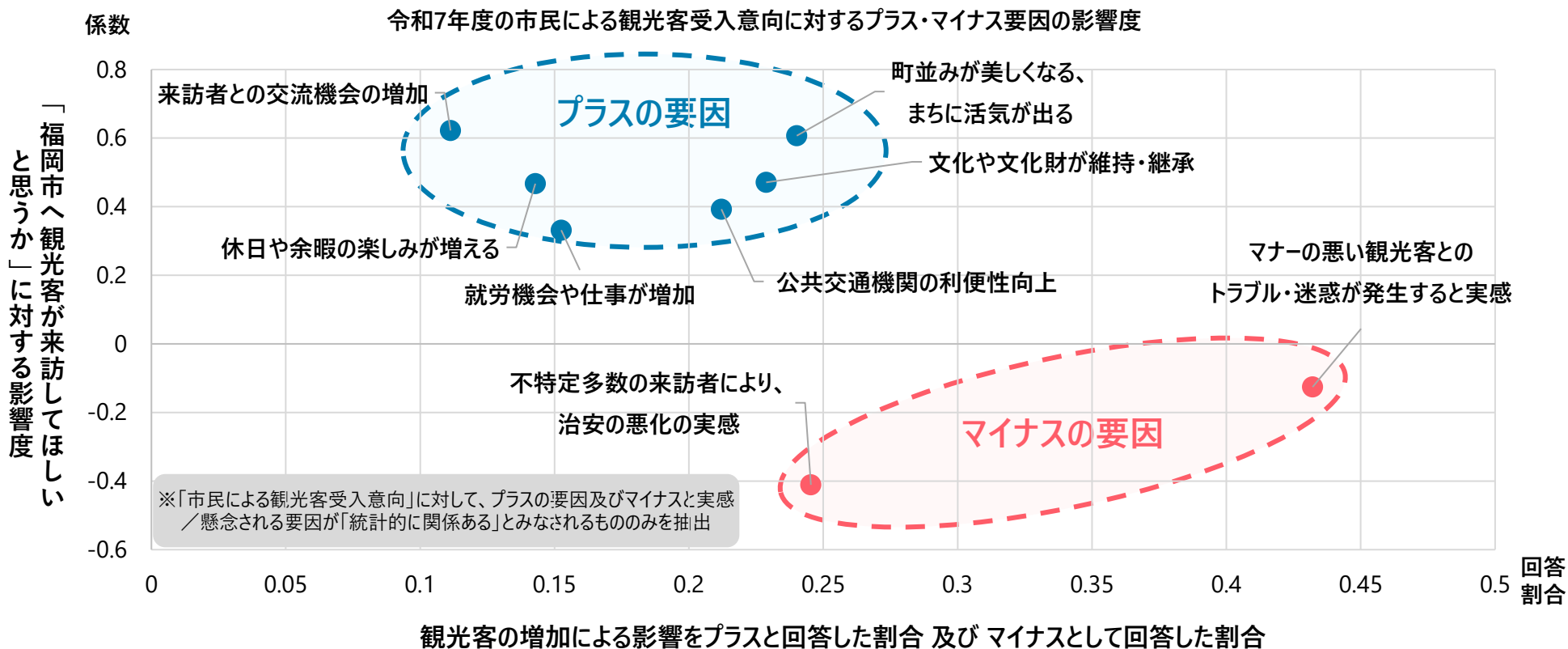


「町並みの美装化、まちに活気」や「文化や文化財が維持・継承」等は正の影響度が大きい一方で、「マナーの悪い観光客とのトラブル・迷惑が発生すると実感」は負の影響度が大きくなった

観光による市民生活への影響と観光客の受入意向の回答結果

結果

- 市民による観光客の受入意向に関して、「町並みが美しくなる、まちに活気が出る」や「文化や文化財が維持・継承」等の生活環境へプラスの要因として選択されたものは正の影響度が大きい一方で、「不特定多数の来訪者により、治安の悪化を実感」、「マナーの悪い観光客とのトラブル・迷惑が発生すると実感」は負の影響度が高くなった



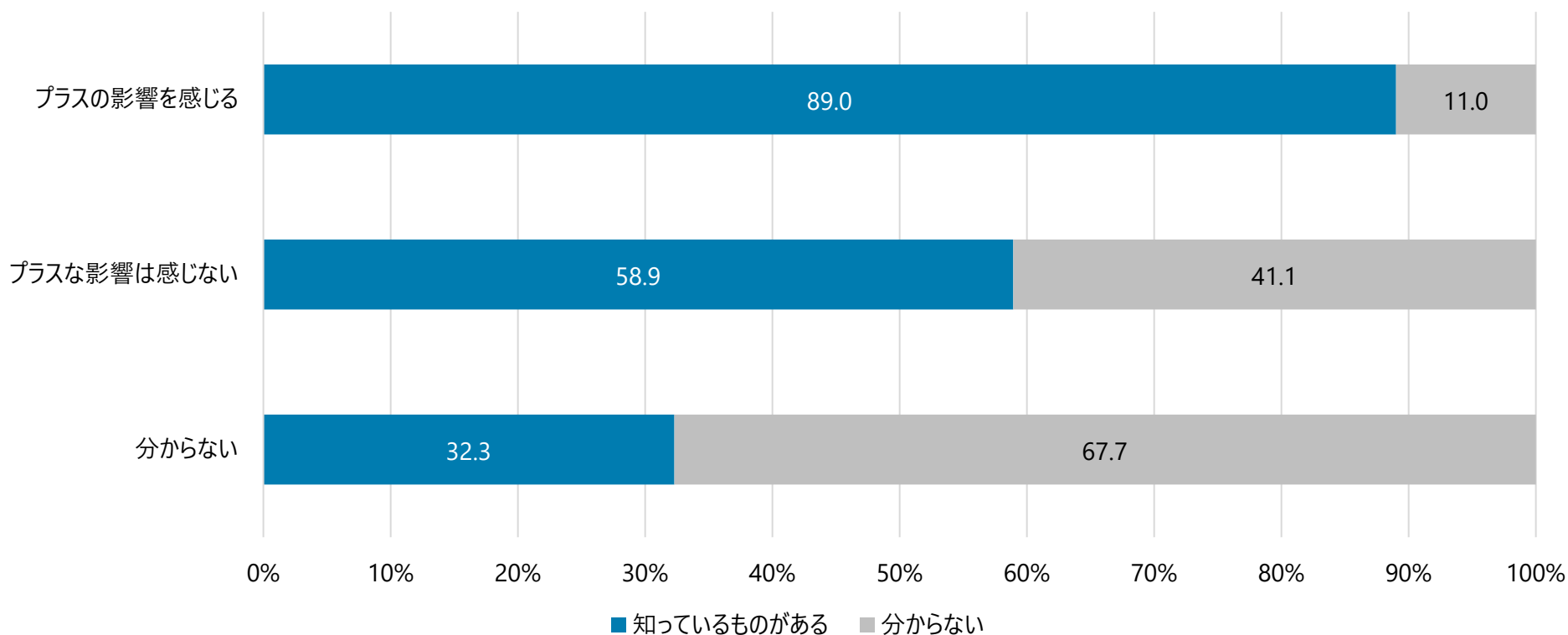
福岡市の観光振興に向けた取組みを知っている市民ほど観光客の増加によるプラスの影響を感じる ことが多かった

観光振興で生活環境にプラスと感じる事項に係る結果

結果

- 福岡市の観光振興に向けた取組みについて知っているものがある市民ほど、観光客の増加により生活環境にプラスとなっていることがあると思うと回答する結果となったことから、福岡市が取り組んでいる観光施策を広く周知することと併せ、観光客が増加することで市民生活にもたらされるプラスの影響に係る周知もあわせて実施することが必要と考える

福岡市の観光振興に向けた取組みについて知っているものの有無×観光客の増加により生活環境にプラスになっていると思う事項（複数回答）



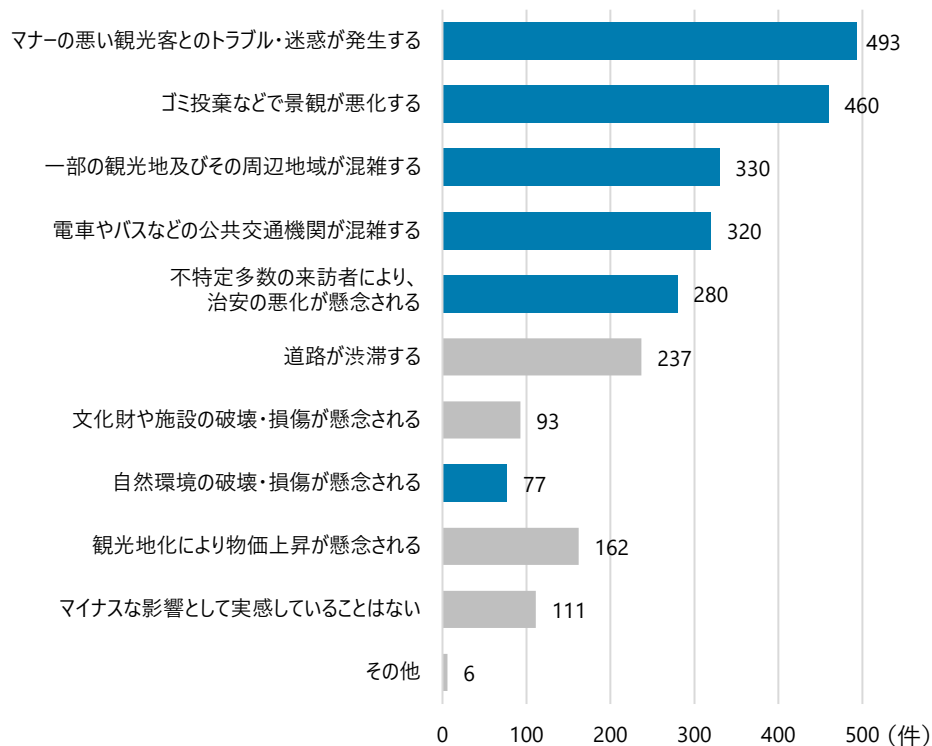
観光客の増加により生活環境にマイナスになっているものとして、マナーの悪い観光客とのトラブル・迷惑の発生やゴミ投棄による景観の悪化との回答が多かった

観光振興で生活環境にマイナスと感じる事項に係る結果

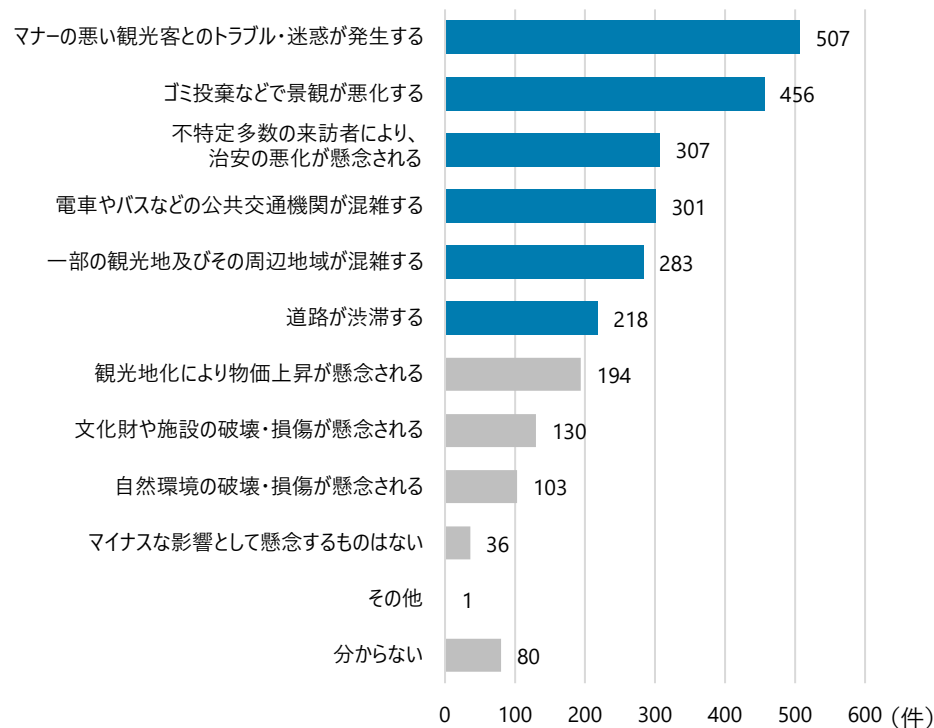
結果

- 観光客が増加することにより生活環境にマイナスとなると「実感」していることと「懸念」していることに大きな差は生じず、「観光客のマナー違反」、「ゴミ投棄による景観悪化」、「観光スポットや交通機関や道路の渋滞」等が問題として顕在化した

観光客の増加により生活環境にマイナスになっていると「実感」している事項（複数回答）



観光客の増加により生活環境にマイナスになっていると「懸念」している事項（複数回答）



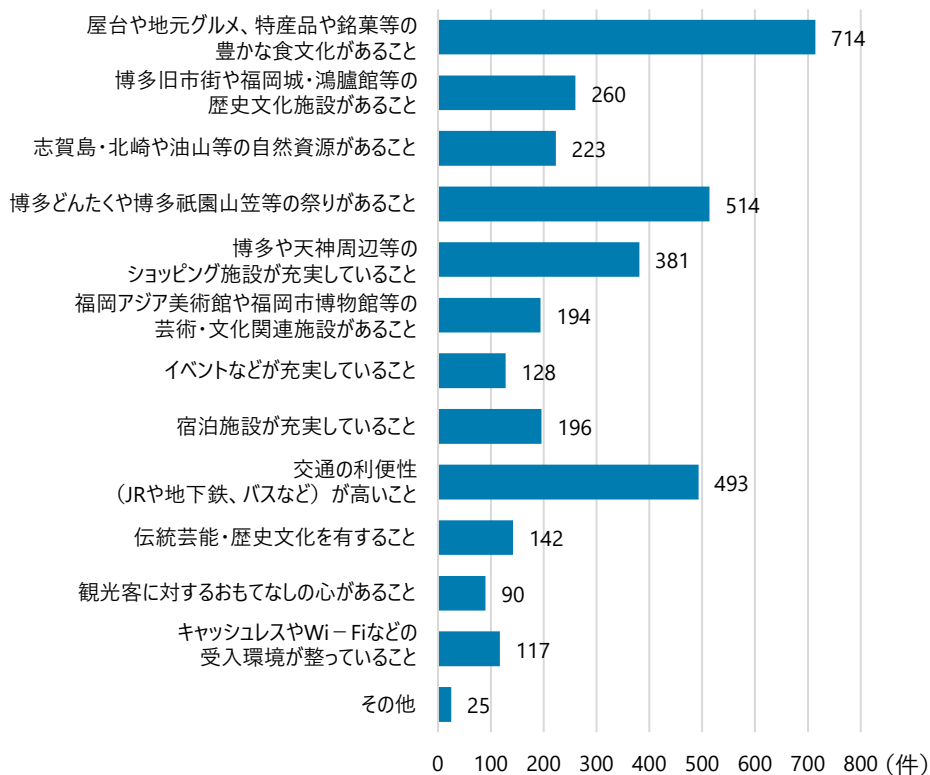
博多旧市街をはじめとする様々な観光地が、観光客に案内・おすすめしたい場所として挙げられている一方で、多くの市民が案内・おすすめしたい場所はないと回答する結果となった

市民が考える観光地としての福岡市の強みに係る結果

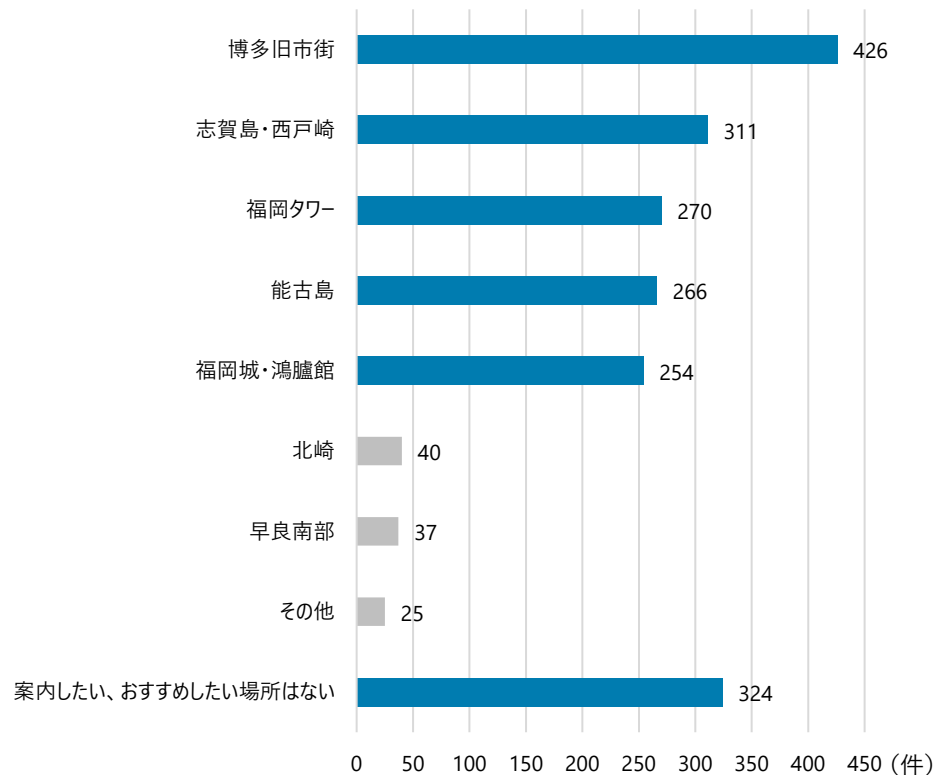
結果

- 福岡市を代表する観光資源である食やまつり、交通利便性、ショッピングなどが強みとして多く挙げられている一方で、博多旧市街や志賀島・西戸崎、北崎などの観光の数値はそれらと比較すると低い数値となった
- 博多旧市街や福岡城・鴻臚館等などの歴史文化、志賀島・西戸崎や能古島等の自然は市民がおすすめする観光地として挙げられている一方で、**多くの市民が案内・おすすめしたい場所はないとの回答が2番目に多かった**

観光地としての福岡市の強みと考える事項（複数回答）



福岡市に来訪する方に案内したい、おすすめしたい場所（複数回答）



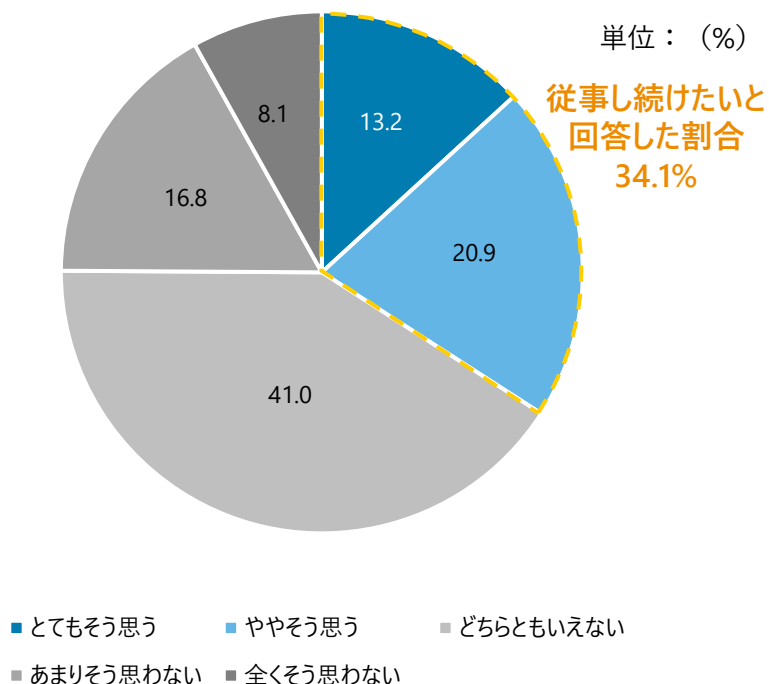
観光関連産業に従事し続けたいとの回答は3人に1人程度、やりがいを感じるとの回答は2人に1人程度となった

観光関連産業従事者による継続的な就業意向等に係る結果

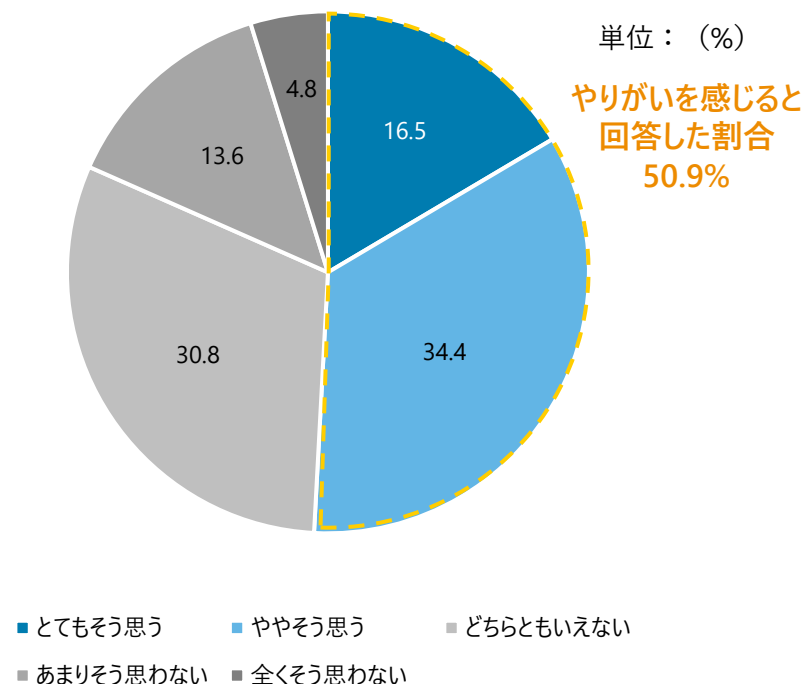
結果

- 観光関連産業従事者が、今後も観光関連産業で従事し続けたいと回答する割合は「とてもそう思う」、「ややそう思う」をあわせても34.1%と高くなく、どちらともいえないとの回答が41.0%で一番多い結果となった。現在の仕事に対するやりがいについては、やりがいを感じるとの回答が「とてもそう思う」、「ややそう思う」をあわせて50.9%であった

観光関連産業従事年数別における
今後も観光関連産業に従事し続けたいと思う従事者の割合（単一回答）



現在の仕事に対してやりがいを感じると思う従事者の割合（単一回答）



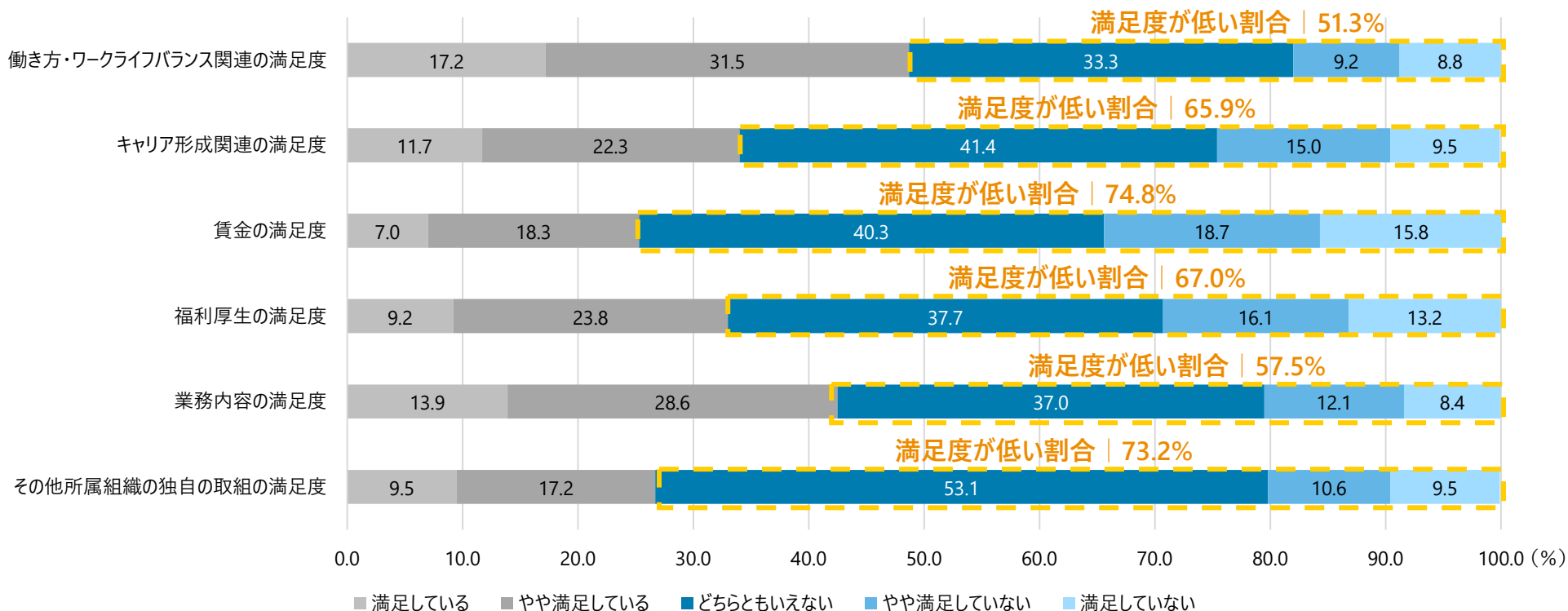
所属組織の雇用環境に関する満足度は全体的に低い傾向となった 特に、賃金の満足度は4人に3人が満足していないとの結果となった

観光関連産業従事者による雇用環境への満足度に係る結果

結果

- 所属組織の雇用環境に関する満足度はすべての項目において満足度が低い結果となった。なかでも「賃金の満足度」は74.8%、次いで「その他所属組織の独自の取組の満足度」は73.2%が満足度が低いとの結果となった

令和7年度の所属組織の雇用環境の満足度の影響度



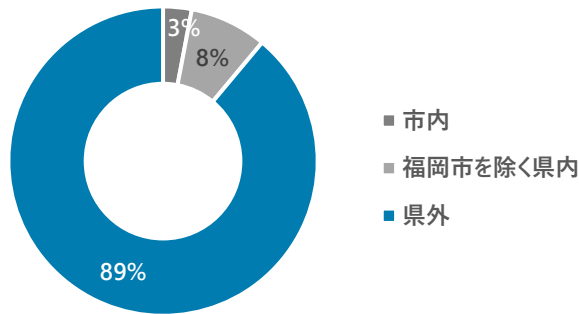
5 MICE開催による消費額等調査結果 ※数値関係は速報値で変更の可能性がある

調査した学会の参加者の約9割が県外からの来訪で、一人当たりの消費額は84,177円となった
 また、県外からの参加者の9割以上が宿泊を伴い、そのうち98%が市内に宿泊した

MICE開催効果調査概要（R7.7.4～5に医療系学会の参加者334名に対してWEB及び対面調査を実施）

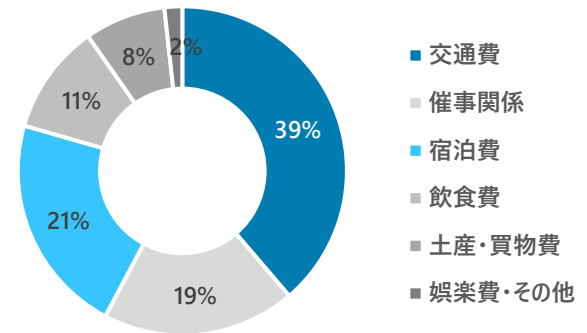
居住地の割合

- 89%が県外から参加者となった



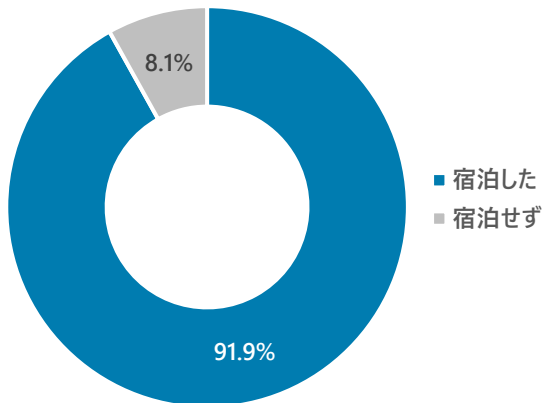
参加者の消費額の割合

- 「交通費」の消費割合が39%と最も多く、続いて宿泊費が21%と多かった



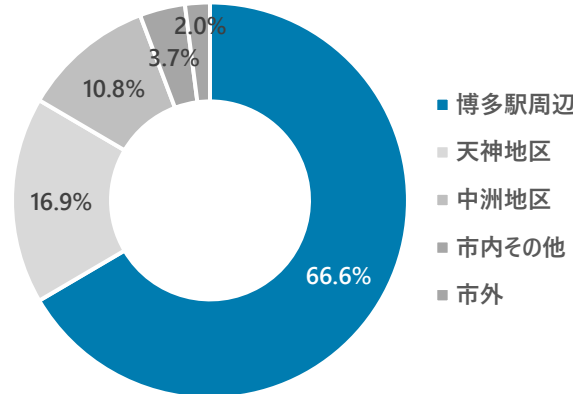
参加者の宿泊割合

- MICE参加者の87%が宿泊し、県外からの参加者では約92%が宿泊している。



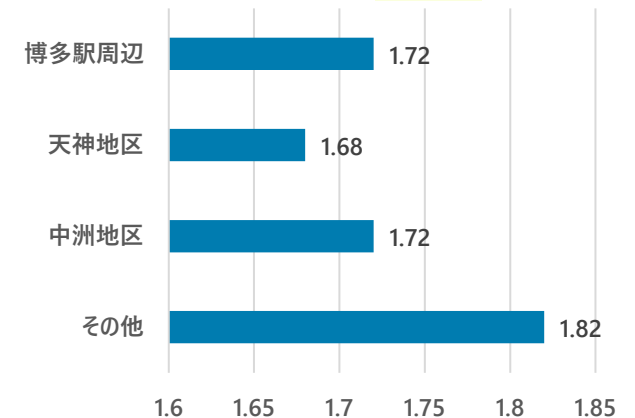
参加者の宿泊した場所

- 宿泊した参加者の約67%が博多駅周辺で宿泊している
- 宿泊した参加者の98%が市内に宿泊している



参加者の平均宿泊数、平均単価

- MICE参加者(市内)平均宿泊数は1.75日となった
- 1日あたりの平均単価(市内)は22,097円となった



6 PEST分析に基づく観光・MICEの潮流の抽出

「近年の政治・経済情勢を踏まえた「危機対応」「コスト上昇」や観光業界における人手不足を踏まえた「教育」「ICT等の環境整備」が近年の新たなキーワードとなっている

関連国際機関の観光に関するキーワードの比較（令和4年度と令和7年度調査の比較）

	共通キーワード (令和4年度調査)	共通キーワード (令和7年度調査)
政治	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 国際協調 ✓ マネジメント ✓ 規制・制限 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 国際協調 ✓ 危機対応・リスクマネジメント
経済	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 雇用 ✓ 観光業の多様化 ✓ 支援・保護 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 雇用 ✓ 観光需要回復 ✓ コスト上昇 ✓ 投資
社会	<ul style="list-style-type: none"> ✓ サステナブル ✓ インクルーシブ ✓ レジリエンス ✓ ワクチン ✓ 観光を取り巻く環境変化 ✓ 旅行者の衛生・安全等 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ サステナブル ✓ インクルーシブ ✓ レジリエンス ✓ 旅行者の衛生・安全等 ✓ 教育
技術	<ul style="list-style-type: none"> ✓ デジタル（DX,VR,データ等） ✓ 情報格差 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ デジタル ✓ データ活用 ✓ ICT等の環境整備

継続的な潮流

国際協調	雇用	サステナブル	インクルーシブ
レジリエンス	旅行者の信頼	デジタル	

→持続可能な観光の推進に関連するサステナブルやインクルーシブ等に加え、デジタル技術の活用は継続的な潮流となっている状況

新しい潮流

危機対応の必要性増大

→近年懸念される地政学的緊張、経済的不確実性、気候変動等を踏まえ、危機管理・リスクマネジメント等の必要性の高まり

観光需要回復

コスト上昇

→観光需要が世界的に回復している一方で、インフレ等により燃料費等のコストや人件費が上昇

投資の必要性増大

→観光需要回復に伴う観光業の経済的インパクト増大や脱炭素化・スマートツーリズム等の観光業の質的变化に伴う新たな投資需要が拡大

教育の必要性増大

→観光業では離職者が戻らず、慢性的な人手不足が発生している中、観光客へのサービスは高度化を求められており、ICTの駆使などの人材育成に向けた教育の必要性・重要性の増加

データ活用の高度化 ICT等の環境整備の必要性増大

→観光客のニーズ多様化への対応やリスク対応等のためのデータ活用の高度化や、人手不足等を踏まえた生産性向上のためのICT環境整備等が重要視

7 国内外他都市事例調査結果

国内外事例調査に関する調査結果サマリー

選定都市（地域）	調査結果のサマリー
京都府京都市	<p>➤ 「令和12年度の持続可能な観光の実現」に向け、オーバーツーリズムの抑制や観光関連産業の担い手確保及び人材定着に向けた育成・やりがい創出等の情報発信に取り組んでいる</p>
アムステルダム	<p>➤ 住民生活の質向上を優先しながら、市が定義する価値ある観光客にとっても魅力的な都市であるために、地域住民と観光客が共存するための都市政策に基づく規制と、市中心部の快適な公共空間の提供施策等により、市民生活と観光振興の調和を目指す観光戦略を実行している</p>
コペンハーゲン	<p>➤ 持続可能な観光地としての発展を目指して、“社会への持続的な価値創出”や“他者への行動喚起”を掲げる戦略に基づき観光振興を推進する中で、観光客が市民等との対話や交流を行う推進体制構築や施策展開を行っている</p>

京都市は、「令和12年度の持続可能な観光の実現」に向け、①オーバーツーリズムの抑制や②観光関連産業の担い手確保及び人材定着に向けた育成・やりがい創出等の情報発信に取り組んでいる

京都府京都市 | オーバーツーリズム対策の取組展開及び観光関連産業の担い手確保・人材育成に係る情報発信

■第1回京都市観光振興審議会における検討状況

持続可能な観光推進に係る背景	持続可能な観光推進に係る検討の方向性
<ul style="list-style-type: none"> 現行計画で目指す姿として掲げた「持続可能な観光」に向けて様々な取組を推進 一定程度の観光課題の抑制や観光関連産業従事者の仕事の満足度向上に貢献 一方で、混雑による市民の利便性や快適性の低下、マナー違反等の市民生活と観光振興の調和に係る問題や観光関連産業の魅力発信の強化をはじめとする様々な課題が改めて顕在化 	<ul style="list-style-type: none"> 次期計画では「持続可能な観光」を実現したうえで観光の力を都市としての魅力・活力の向上につなげることを目指し、観光客、事業者・従業員等及び市民の京都観光に関わるステークホルダーとともに「京都モラル」を踏まえたオーバーツーリズム対策や市民生活の豊かさの向上に寄与する取組みを推進する想定

オーバーツーリズムに関する取組

市内における観光客の分散・平準化及び受入環境の整備・増強等の包括的なオーバーツーリズムの抑制

- 観光客の分散や流入調整を通じた平準化、混雑状況の可視化を通じて、局所的な混雑の緩和を実現。加えて、観光客向けの移動手段の導入を図ることで市民と観光客の利用に係る棲み分けを図った



混雑状況を可視化したマップ
出典：京都観光Naviウェブサイト
(<https://ja.kyoto.travel/comfort/>)

<取組のポイント>

- デジタルマップやライブカメラの活用を通じた混雑状況の可視化**
 - 人気観光スポットで発生する局所的な混雑の解消に向けて、**デジタルマップによる混雑状況の予測やライブカメラによるリアルタイムでの混雑状況を通じて可視化**し、その他魅力的な観光スポットへの誘導を図ることで市内周遊の促進にも貢献
- 市民利用と観光利用の棲み分けを通じた生活路線の混雑解消**
 - 市民の主要な生活路線において、**市民が利用する一般バスとは料金形態が異なる観光特急バスを新設**。WEBやSNSを活用した旅マエ・旅ナカでの積極的な情報発信や市バス“おもてなしコンシェルジュ”の同バスへの添乗による案内活動を通じて利用促進を図り、生活路線の混雑解消に貢献

<引用・参考文献>

- 京都市産業観光局観光MICE推進室, 「京都観光・MICE振興計画2030」(仮称)構成案, (<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000341/341485/2.pdf>) 2025年7月1日閲覧
- (公財)京都市観光協会, “混雑回避に役立つ京都観光快適度マップ”, (<https://ja.kyoto.travel/comfort/>) 2025年7月1日閲覧
- (公財)京都市観光協会, “京都観光はたらくNavi”, (<https://job.kyoto.travel/>) 2025年7月1日閲覧

事業者支援関連の取組

プラットフォームを活用した観光関連産業の担い手確保及び人材育成に向けた情報発信の充実

- 観光関連産業の事業者及び従事者に対して、産業の魅力インタビューし、これから観光関連産業で働きたい人に対する産業の魅力発信に活用
- 加えて、観光事業者が活用できる事業支援メニューや人材育成に活用できる研修素材を「京都観光はたらくNavi」で一元的に管理



情報発信プラットフォーム
出典：京都観光はたらくNaviウェブサイト
(<https://job.kyoto.travel/>)

<取組のポイント>

- 観光関連産業事業者・従事者・将来的な担い手の交流機会創出**
 - 宿泊施設の経営者と従業員、観光等を学ぶ学生が一堂に集まり、宿泊業界での働き方や魅力についてディスカッションを実施**宿泊業界のやりがいや宿泊業界の印象等を率直に議論し、観光関連産業で働く魅力や京都で働く魅力を再発見する貴重な機会を創出**
 - 当該交流機会の取りまとめ、プラットフォームに記事としてアップすることで観光関連事業者及び将来的な担い手の双方に対して広く事例の横展開を図った

アムステルダムでは、住民生活の質向上を優先しながら、市が定義する価値ある観光客にとっても魅力的な都市であるために、データに基づく戦略・実行計画や年次レベルでの施策見直しに注力している

アムステルダム_1/2 | 価値ある観光客の定義と公的規制による、市民生活と観光振興の調和を目指す観光戦略

■コロナ禍（2022年時点）の観光振興

観光を取り巻く状況	考え方の方向性
<p data-bbox="155 364 953 435">積極的に観光プロモーションを行った結果、観光客の急増によりごみ問題や騒音等のオーバーツーリズムが社会問題化</p> <ul data-bbox="93 449 880 578" style="list-style-type: none"> 二次交通の混雑により住民生活の利便性が低下した 宿泊施設や観光客向け店舗増加により住民の「住みにくさ」が発生した 若者が路上でパーティを行うことによる騒音や公共の秩序の乱れや、ごみの投棄による観光資源への負荷が問題視された 	<p data-bbox="1129 364 1885 435">市民生活水準の向上と観光ホスピタリティの両立を目指し、観光産業を大々的に規制</p> <ul data-bbox="1046 449 1958 578" style="list-style-type: none"> オーバーツーリズム対策専門組織「City in Balance」を立ち上げ、市の複数部署と連携しながら課題解決の調整を統括した バランスの取れた観光「TiB規制」を採択し、宿泊者数の制限や観光関連のビジネス・交通・土地利用等の規制施策を展開、市民生活の場を拡充した

■現在の観光振興

観光を取り巻く状況	考え方の方向性
<p data-bbox="134 701 963 772">コロナ後の観光需要回復によって観光客数が過去最高を更新し、市は客観的データに基づいた公的介入による対策を継続</p> <ul data-bbox="93 792 1004 1220" style="list-style-type: none"> 2024年の観光客数は国内日帰り客の増加を受け過去最高を更新した 欧州ではコロナ禍前よりオーバーツーリズムへの対処法として、公的セクターによる観光介入により、観光が与える負の影響を適切に管理・抑制しつつ、観光を望ましい方向に誘導する仕組みを構築する必要性が議論されてきた 観光介入による制限の上では、根拠となるデータや手続き、行動基準を社会に対して明示する必要があるという考えに基づき、市では宿泊数の需要予測や観光収容力のデータを収集し、あらかじめ設定した年間宿泊数の帯域幅の閾値を超える予測が出た場合に、積極的介入を発動することとしている コロナ禍の2020年に策定された観光計画「ビジョン2025 アムステルダムの観光経済のリデザイン」に加え、2022年には2024年の予測値が閾値を超えたことを受け、対策の総和として「観光経済ビジョン2035」を策定し、市が望む観光と望まない観光を明確に区別した 	<p data-bbox="1087 701 1937 772">市民や観光客にとって魅力的な都市であり続けることを確保しつつ、過剰な観光による悪影響の緩和に向けて的を絞った施策を展開</p> <ul data-bbox="1046 778 1978 1235" style="list-style-type: none"> 「観光経済ビジョン2035」では、価値ある観光客に積極的に焦点を当てることに加え、アムステルダムが市民や観光客にとってより魅力的な街であり続けるための制限を選択することが示された 「観光経済ビジョン2035」に基づき、都心部を対象に住民が快適に過ごせる魅力場所とすることを目的とした「シティセンターアプローチ」と、観光産業セクターの変革に焦点を当てた「ビジターエコノミー」の2つの長期的プログラムを設け、毎年対策の調整を行いながら実施している 2022年の予測結果を受け、「バランスの取れた観光条例」に基づく措置として、観光宿泊施設に対する新規建設や収容力拡大を阻止する厳格な措置や、欧州内最高値となる観光税率引き上げを実施している 2023年には「Renew Your View」キャンペーンを打ち出し、訪問者に地元住民の視点からアムステルダムを体験してもらうことを促し、「刺激や低俗な娯楽」を求める観光客の数を減少させることに取り組んでいる

〈引用・参考文献〉

- 後藤 健太郎, “特集3-2 オーバーツーリズム政策の流れと最新の動向”, 日本交通公社, (<https://www.jtb.or.jp/tourism-culture/bunka264/264-14/>) 2025年7月1日閲覧
- Gemeente Amsterdam, “Uitvoeringsprogramma Bezoekerseconomie 2025”, (https://assets.amsterdam.nl/publish/pages/868689/tg_ams032b_uitvoeringsprogramma_bezoekerseconomie_2025_v6.pdf) 2025年7月1日閲覧
- Gemeente Amsterdam, “Vision on Tourism in Amsterdam 2035”, (https://assets.amsterdam.nl/publish/pages/908914/vision_on_tourism_in_amsterdam_2035_wrt.pdf) 2025年7月1日閲覧

アムステルダムの観光地としての印象刷新、既存資源の活用、市中心部の快適な公共空間の創出等により、市民生活と観光振興の調和を目指す観光戦略を実行している

アムステルダム_2/2 | 既存資源の活用と快適な公共空間の創出による地域住民と観光客双方への価値提供

■現在の観光に関する考え方に基づいた施策（一部抜粋）

Renew Your Viewキャンペーン

観光客のアムステルダムに対する価値観を刷新するために、アムステルダムの歴史・文化やコミュニティに焦点を当てたプロモーションの実施

- 観光客に地元住民の視点からアムステルダムを体験してもらうことを促し、「刺激や低俗な娯楽」を求める観光客の数を減少させることで、街の印象を刷新するために「Renew Your View」キャンペーンを通じたプロモーションを実施
- アムステルダムを「実験精神と創造性にあふれ、新しいアイデアや斬新なインスピレーションが生まれる場」と定義し、観光客にとっても既存の価値観を見直し、想像力を広げることが出来る機会を提供するため、以下の施策を実施
 - アムステルダムの歴史、それによって生まれたコミュニティや、アーティストなどの文化的活動を展開する市民のストーリーをオンライン記事として公開
 - 歴史的建築物や運河クルーズ等のアクティビティ、上記ストーリーに関連するショップやイベント、地域のオーガニックフルーツ農園など、既存資源にフォーカスした市民目線に近い街の楽しみ方を提案

<取組のポイント>

価値ある観光客の定義と既存資源の活用による地域活性化

- オーバーツーリズムを抑制するために、街が望む観光客とそうでない観光客の定義に基づいた戦略と実行計画を策定・実施
- 歴史や文化、コミュニティに紐づく既存資源の再発見と観光客へのプロモーションを通じて、歴史・文化の継承や市民生活への利益還元貢献

<引用・参考文献>

- Gemeente Amsterdam, "Policy: City Centre Approach", (<https://www.amsterdam.nl/en/policy/policy-tourism/policy-city-centre-approach/>) 2025年7月1日閲覧
- Gemeente Amsterdam, "Uitvoeringsprogramma Bezoekerseconomie 2025", (https://assets.amsterdam.nl/publish/pages/868689/tg_ams032b_uitvoeringsprogramma_bezoekerseconomie_2025_v6.pdf) 2025年7月1日閲覧
- Gemeente Amsterdam, "Vision on Tourism in Amsterdam 2035", (https://assets.amsterdam.nl/publish/pages/908914/vision_on_tourism_in_amsterdam_2035_wrt.pdf) 2025年7月1日閲覧
- I Amsterdam, "New Image Campaign for Amsterdam", (<https://www.iamsterdam.com/en/amsterdam-and-partners/new-image-campaign-for-amsterdam>) 2025年7月3日閲覧

シティセンターアプローチ2025

市中心部における、より社会的な居住空間と緑豊かな公共空間の創出

- アムステルダム市中心部を、すべての住民にとって「訪れたい」と感じられる場所とすることを目的としたポリシーが「シティセンターアプローチ」であり、7つの新しい変革目標が設定された。その上で、以下の施策等を実施
- 「緑豊かな公共空間の創出」として、人々が憩いの場として利用できる公共空間創出に向け、可能な限り緑を増やし、既存のスペースを賢く活用するため、広場の公園への転換を実施
- また「より社会的な居住空間の創出」として、円滑な交通循環の促進に向け、運河を活用したポートによる店舗等への物資供給や、混雑する自転車専用ルートの改善を実施



公共空間の緑化イメージ
出典：Gemeente Amsterdam
ウェブサイト

(<https://www.amsterdam.nl/en/policy/policy-tourism/policy-city-centre-approach/>)

<取組のポイント>

誰にとっても快適な公共空間の提供

- 限られたスペースの市中心部において、運河や広場等の既存資源を活用しながら、公共空間の快適性を向上させることで、観光客だけでなく市民にとっても都市中心部の魅力を向上

コペンハーゲンでは、オーバーツーリズム状態を踏まえた“負の解消”から発展し、現在は“社会への持続的な価値創出”や“他者への行動喚起”を掲げる戦略に基づき観光振興を推進している

コペンハーゲン_1/2 | 社会への持続的な価値創出・他社への行動喚起に主眼を置いた観光振興の推進

■コロナ禍（2022年時点）の観光振興

観光を取り巻く状況	考え方の方向性
<p>中心部の観光地を強調した観光プロモーション等により 中心部のオーバーツーリズムによる悪影響が顕在化</p>	<p>独自のサステナビリティ戦略に基づき 分散型観光やKPIによるエリアマネジメントを強化</p>
<ul style="list-style-type: none"> オーバーツーリズムの状態にあり、観光客が街の中心部に集中 観光客が集中するエリアでの廃棄物の増加 観光客による公共スペースでの騒音が市民生活に影響 観光客の車両利用により中心部の交通渋滞が増加 	<ul style="list-style-type: none"> コペンハーゲンのDMO「Wonderful Copenhagen」はサステナビリティ戦略「Tourism for Good」を掲げ、中心部以外のエリアへの観光を促進 上記戦略に基づき、持続可能な観光推進にあたっての重点分野及び具体的なKPIを設定し、進捗状況の報告やKPIの見直し等の施策を実施

■現在の観光振興

観光を取り巻く状況	考え方の方向性
<p>オーバーツーリズム状態の緩和・解消は継続課題としてありつつ 観光客における持続可能な社会への貢献に対するニーズが増大</p>	<p>社会への持続的な価値創出・他者への行動喚起に主眼を置いた ミッション・目標等を設定の上、観光施策を推進</p>
<ul style="list-style-type: none"> デンマークでは2023年に観光が大幅に回復し、パンデミック前の水準を超える3,250万人の観光客数を記録し、コペンハーゲンにも多くの観光客が来訪 その中で、コペンハーゲン市はデンマーク政府に観光税の導入を提案するものの却下される等、観光客数の規制には至っていない状況であり、騒音・ゴミ・公共空間の混雑等は継続的な課題となっている状況 他方で、コペンハーゲン市長のアンデルセン氏による「多くの観光客は地元や近隣諸国（ノルウェー・ドイツ・フランス等）から訪れています。これらの観光客の多くは、コペンハーゲンが提供するものを楽しむ一方で、より持続可能な方法で行動したいと望んでいます。」のコメントのように、コペンハーゲンに来訪する観光客における持続可能な社会への貢献に対する行動ニーズが増大しており、そのニーズに応える観光体験の提供が要請されている状況 	<ul style="list-style-type: none"> COPENHAGEN, ALL INCLUSIVE（2024-2030の観光戦略）を策定し、「あなたがコペンハーゲンを訪れることで、家に留まっているよりも良い世界を創り出す」というフレーズのもと、観光を通じて社会に対してポジティブで持続的な変化を生み出し、他者にも同様の取り組みをするようインスピレーションを与えることを目指すミッションを掲示 上記戦略に基づいて以下3つの各主要目標に対して、サブ目標やゴール達成に向けたベンチマークを設定（例. 2030年までに訪問者による地域文化への支出を2023年比で30%増加）した上で、行動計画策定や施策を実施。 <ol style="list-style-type: none"> コペンハーゲンにおける観光による地域的・世界的なGXの加速 観光による豊かな交流と持続的な価値の創出 より多くの人々への社会経済的価値の創出 コロナ禍時の“負の解消”（中心部の集中緩和等）から発展し、“持続的な社会的価値創出”に主眼が置かれている点が観光における考え方の変化と推察

〈引用・参考文献〉

- European Union, “Copenhagen’s 2024-2030 tourism strategy: Balancing growth and sustainability”, (<https://transition-pathways.europa.eu/tourism/policy/copenhagens-2024-2030-tourism-strategy-balancing-growth-and-sustainability>) 2025年7月1日閲覧
- TIME Magazine, “How Copenhagen Is Incentivizing Tourists to Offset Their Climate Impact” (<https://time.com/7008422/copenhagen-climate-tourism/>) 2025年7月1日閲覧
- wonderful copenhagen, “Copenhagen, All inclusive.”, (<https://www.wonderfulcopenhagen.com/wonderful-copenhagen/about-us/strategy>) 2025年7月1日閲覧

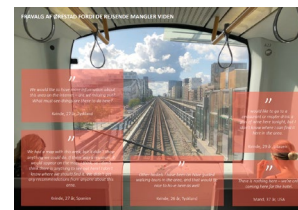
コペンハーゲンでは、観光客が市民等との対話や交流を行いながら、持続可能な観光地としての発展を目指す推進体制を構築し、施策展開を行っている

コペンハーゲン_2/2 | 持続可能な観光地としての発展に向けた市民参加型の推進体制・施策展開

■観光振興の推進体制

Wonderful Copenhagenが媒介し、市民・企業・観光客等との対話を通じて、持続可能な観光地に向けた行動化計画の策定等を実施

- 持続可能な観光地としての発展を目指すためにWonderful Copenhagenは「Tourism Moves」プロジェクトを立ち上げ、市民と観光客の双方にとって魅力的な都市にさせ、市内の様々なエリアへの周遊促進を図るべく、各エリアの**市民・地元企業・観光客との密接な対話を通じた観光開発を推進**
- 具体的には、Wonderful Copenhagenが該当エリアに関連する上記ステークホルダーと対話を行い、都市が抱える課題と今後の可能性を議論・集約の上、ローカルな行動計画策定等を実施



市民・企業・観光客等による声
 出典：Wonderful Copenhagenウェブサイト
<https://www.wonderfulcopenhagen.com/sites/wonderfulcopenhagen.com/files/2021-02/Kvalitativ%20Analyse%20Baf%2B%C3%98restad%20Anonymiseret.pdf>

■現在の観光に関する考え方に基づいた施策（一部抜粋）

CopenPay

観光客の持続可能な行動促進及び意識変容を目的としたインセンティブプログラム

- 「CopenPay」は、先述の観光客における持続可能な行動ニーズの高まりを受けて、**観光客に持続可能な行動を促し、旅行する際の行動選択についての意識を変えることを目的としてWonderful Copenhagenによって導入されたプログラム**
- 観光客が、市内の清掃活動・農場でのボランティアへの参加・車ではなく自転車に乗るといった**サステナブルな行動を取ることで、無料のランチやコーヒー、カヤックツアーへの参加、博物館への無料入場等の様々な特典が得られる施策**
- 右記の取組のポイントに記載のように、先述のCOPENHAGEN, ALL INCLUSIVEの戦略に沿ったプログラム内容となっている



1時間無料のボートクルーズを楽しみながら漁網を使って水路の清掃を行う観光客

出典：やまごころ.jpウェブサイト
<https://yamatogokoro.jp/inboundnews/pickup/54066/>

< 取組のポイント >

- 1 サステナブルな行動喚起による観光客の意識変容の促進**
 - 本施策においては、観光客が「サステナブルな行動」をすることで、「コペンハーゲンならではの体験」が得られる体験設計となっており、**観光客の意識変容を促進しながら、持続可能な社会への貢献が可能なプログラム**となっている
- 2 観光への市民参加・観光客との交流創出による市民調和の促進**
 - COPENHAGEN, ALL INCLUSIVEの戦略の中で、コペンハーゲンの観光地としての発展にあたり、観光への市民参加が重要視されている中、プログラムのインセンティブとして**観光客と市民の交流が生まれる体験を組み込んでいる**（例、農場でのボランティア参加等）
 - 観光客と交流のある住民は、交流のない住民よりも観光客の受入意向が高い傾向にあることから、本施策は**市民調和の促進にも寄与している**と推察される

<引用・参考文献>

- やまごころ, “持続可能な観光に向けた「CopenPay」コペンハーゲンで開始、旅行者の環境に配慮した行動で特典を付与”, (<https://yamatogokoro.jp/inboundnews/pickup/54066/>) 2025年7月1日閲覧
- visit copenhagen, “CopenPay”, (<https://www.visitcopenhagen.com/copenpay>) 2025年7月1日閲覧
- visit copenhagen, “CopenPay rewards 2025”, (<https://www.visitcopenhagen.com/copenpay-attractions/>), 2025年7月1日閲覧

8 SWOT分析結果

グローバル・国の観光・MICEを取り巻く環境整理・分析（SWOT分析）

内部環境

強み

観光関連

- 博多港、博多駅、福岡空港という「海」「陸」「空」の交通機関が集積していることによる九州のゲートウェイとしての集客力及びアジア圏・東京等へのアクセスの利便性
- 歴史的交流都市としての歴史・文化資源の多様性や食文化への高い期待・満足度
- 都市・自然の豊かさコンパクトなまとまりによる暮らしやすさ（2025年時点で全国の政令指定都市で1位の人口増加数）
- 宿泊税の徴収による、観光振興・環境整備等に係る独自財源の保有
- 天神ビックバン等による新たな商業施設・ホテル等のオープンに伴う受入環境の強化

MICE関連

- G20財務大臣・中央銀行総裁会議や世界水泳選手権大会等によるMICE開催地としての高い認知度
- 「金融・資産運用特区」選定に伴う国内外の金融企業の誘致強化による企業系ミーティング開催の機運の高まり
- スタートアップ誘致・支援に係る積極的な取組・高い認知度

弱み

観光関連

- 日本全体の傾向と比較した際の、貴市の外国人観光客の割合における東アジア層（韓国・台湾・香港）への集中及び欧米豪層の観光客数の少なさ
- アジアの玄関口としてアジアからのリピーターが多い反面、消費単価が低い傾向
- 福岡市来訪者の昼過ぎ～夕方にかけての市内滞在時の体験設計・魅力発信不足（2時5時問題）
- 中長期を見据えた観光産業を支える人材確保への対応における課題

MICE関連

- 外資系企業の立地や欧米からの直行便が少ないことによる、企業ミーティング・インセンティブツアーを積極的に行うような欧米系企業のMICE獲得の難しさ
- 他のグローバルMICE戦略都市（東京、横浜等）と比較した、環境に配慮したMICE受入体制構築の後れをとっている可能性（市内事業者向けガイドラインの整備等）

外部環境

機会

観光関連

- 日本政府における「地方誘客のより一層の推進」の方針に伴う、インバウンドの誘客機会の増加
- 大阪・関西万博（2025年）などの大規模イベントの機会を捉えた西のゴールデンルートによる誘客機会の増加
- 円安に伴う外国人観光客による訪日旅行需要の拡大
- 特定の場所や時間に縛られず働くデジタルノマドの台頭及び旅先としての福岡の注目

MICE関連

- 世界観光ガイド連盟会議の日本初開催（2026年）に伴う、福岡市におけるガイド育成機会の到来

脅威

観光関連

- 物価上昇に伴う日本人の旅行控え、出国税増額に伴う低単価訪日観光客の減少
- 地域住民の混雑やマナー違反等の課題に対する懸念の高まり
- 東アジアにおける国際情勢の変化による韓国・台湾・中国・香港といったインバウンド客のボリュームゾーンからの極端な入国減少
- 高い宿泊稼働率の継続に伴う事業者の人材や都市のキャパシティ不足・宿泊料高騰

MICE関連

- 他都市（札幌、横浜、大阪等）との国際MICE誘致競争の激化