

## 観光地域づくり法人形成・確立計画（様式１） 記入にあたっての留意点

- ・ 様式１について、本記入要領に従い、簡潔かつ明瞭に記入すること。
- ・ 各項目に設定された枠内に記載内容が収まらない場合は、枠組みを拡大する等して記入すること。
- ・ 各項目の記載枠については、適宜、行や欄の追加等を行ってよい。
- ・ 記入に当たっては、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を参照すること。
- ・ 記入に当たっては、各項目について構想段階のものであっても可能とする。  
ただし、構想段階の項目は、必ず赤字で記入すること。  
加えて、構想段階の項目については、設定された枠内に、必ず各項目の実現・実行に向けたスケジュール等を明確に赤字で記入すること。

※次ページ以降に記入し、提出すること。

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 6 年 7 月 1 日

## 1. 観光地域づくり法人の組織

|                                    |  |   |
|------------------------------------|--|---|
| 申請区分<br>※該当するものを○で囲むこと             | 広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>                              |   |
| 観光地域づくり法人の名称                       | 協同組合北九州イベントスタッフ協会  |   |
| マネジメント・マーケティング対象とする区域              | 北九州市   |   |
| 所在地                                | 福岡県北九州市小倉北区室町 2-10-4                                       |   |
| 設立時期                               | 1991年5月  |   |
| 事業年度                               | 4月1日から翌年3月31日までの1年間  |   |
| 職員数                                | 11人【常勤4人、非常勤7人】  |   |
| 代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） | 片山 正之<br>（出身組織）<br>協同組合北九州イベントスタッフ協会代表理事/（株）プラスアドグループ代表取締役 | 九州全域で地域創生事業及び総合人材サービスを展開するプラスアドグループの代表者。2011年より協同組合北九州イベントスタッフ協会代表理事を務めており、持続可能な運営基盤を整える。   |
| 副代表者（代表者のサポート及び補佐を行う）              | 岡 秀樹<br>（出身組織）<br>一般社団法人まちはチームだ！代表理事                       | 小倉城及び周辺施設の指定管理業務を行う団体の代表。同エリアの地域DMO候補法人として活動していたが、協同組合北九州イベントスタッフ協会のDMO本登録申請に併せDMOの一体化に同意。持続可能かつ稼げるDMOとして持続可能な運営基盤を整える。   |
|                                    | 内田 崇之<br>（出身組織）<br>（公財）北九州観光コンベンション協会（観光事業部長）              | 様々な展示会の開催やコンベンションの誘致・支援、観光事業などを通じて、地域の産業貿易の振興、国際化の推進及び市民文化の向上を目的に活動する団体の観光事業部門の責任者。魅力ある北九州の観光資源の情報発信により、観光客の誘致及び滞在化促進に取り組んでいるほか、観光に関する人材育成や観光関連施設（観光案内所・北九州おみやげ館・小倉駅JAM広場等）の管理運営を行っている。持続可能なDMOの運営サポートを担う |

|   |  |   |
|---|--|---|
| データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） | 武雄 由美子<br>「専従」/事務局<br>（出身組織名）<br>協同組合北九州イベントスタッフ協会   | ケーブルテレビ局でアナウンサー・取材記者として16年間勤務。地域密着型番組の企画立案に関わり、街づくりイベントも経験。管理職としても従事。データ収集・分析を行い、関係者との調整、連携を実施。 |
| 財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）                    | 長藤 淳二<br>（出身組織名）<br>協同組合北九州イベントスタッフ協会 副代表理事/㈱フロム・ワン 代表取締役  | イベント企画・制作・ホームページ制作・施設管理業務を行う。また、イベント開催により発生する、音響・照明・舞台等制作も併せて行う。持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を担う。  |
| プロモーションの責任者（専門人材）                               | 伊崎 司善<br>（出身組織名）<br>（一社）ベースメント 北九州代表   | 地方創生事業に積極的に取り組み、「小倉城竹あかり」、「関門海峡キャンドルナイト」でも中心的役割を担っている。DMOが持続可能な運営ができるよう国内外のプロモーションを実施。          |
| 旅行商品の造成・販売の責任者（専門人材）                            | 榮 隆志 兼務<br>（出身組織名）<br>名鉄観光サービス(株)<br>北九州支店 課長  | 名鉄観光サービス株式会社にて25年勤務。旅行業のみならず、北九州市地域における地方創生事業に積極的に取り組んでいる。新たな旅行商品、着地型コンテンツの造成を担当。総合旅行業務取扱管理者。   |
| 連携する地方公共団体の担当部署名及び役割                            | 北九州市<br>・観光課：観光振興事業、教育旅行、地域の連携推進、DMOとの連絡調整<br>・MICE・エンターテインメント課：観光振興事業、イベント誘致<br>・サービス産業政策課：産業振興事業、物産振興事業<br>・都市再生企画課：街なか拠点の街づくり事業<br>・Z世代課：若者支援による街の活性化事業<br>・都市交通政策課：公共交通利用促進事業<br>・広報戦略課：シティプロモーション及び戦略的広報事業<br>・水環境課：水辺の賑わいづくり事業<br>・神嶽川旦過地区整備室：旦過地区のまちづくり支援事業<br>・空港企画課：空港利用促進事業  |   |
| 連携する事業者名及び役割                                    | <b>■運営サポート</b><br>・公益財団法人 北九州観光コンベンション協会<br><b>■地域観光振興</b><br>・一般社団法人まちはチームだ・北九州商工会議所観光サービス部会・チームFCK<br>・NPO法人ノースナイン・We Love小倉協議会<br>・NPO法人北九州ゴルフ振興協会<br><b>■コンテンツ造成</b><br>・JATA九州支部北九州地区・㈱JTB北九州支店<br>・名鉄観光サービス(株)・㈱日本旅行<br><b>■地域観光連携</b><br>・北九州ホテル協議会 各宿泊施設<br><b>■交通</b><br>・西日本旅客鉄道株式会社・一般社団法人北九州タクシー協会<br>・西鉄バス北九州株式会社<br>・西日本鉄道株式会社・皿倉登山鉄道株式会社・株式会社スターフライヤー |   |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
|                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本航空株式会社九州支社・関門汽船株式会社・北九州高速鉄道株式会社</li> <li>・平成筑豊鉄道株式会社</li> </ul> <p>■観光プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広域連携DMO（一社）九州観光機構</li> <li>・地域連携DMO（公社）福岡県観光連盟<br/>（一社）海峡都市関門DMO</li> </ul> <p>■その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各マスコミ・福岡銀行・西日本シティ銀行 等</li> </ul>   |
| 官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み | <p>【該当する登録要件】②</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとする意思決定機関を設置</li> </ul>   |
| 地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組   | <p>各事業において北九州DMO連絡会議が事務局となり、準備から実行委員会、総会といった場面において多様な関係者との合意形成を図り、地域観光事業振興を促進。また地域住民への啓発を目的とした意見交換の場として、北九州DMO連絡会議の取り組み紹介や連携先との情報交換を実施。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p style="text-align: center;">北九州DMO連絡会議が主催した意識啓発活動</p> <p style="text-align: center;">【北九州DMO連絡会議 事業報告会】</p> <p>開催日：2023年6月2日</p> <p>参加人数：連携先を中心に約100名</p> <p>第一部：北九州DMO連絡会議の概要と取り組みについて</p> <p>第二部：記念講演会「北九州の観光資源の可能性」</p> <p style="text-align: center;">ディスカッションと情報交換</p>  <p style="text-align: center;">【KITAQ井戸端会議】</p> <p>開催日：2024年3月12日</p> <p>参加人数：一般市民や行政、連携先など約50名</p> </div> |

第一部：3名のゲストスピーカーが、それぞれに取り組んでいる、地域活性化事業を紹介。

第二部：ゲストスピーカーとファシリテーターによるパネルディスカッションと、参加者との意見交換会



法人のこれまでの活動実績

#### 【活動の概要】

| 事業           | 実施概要   |
|--------------|--|
| 情報発信・プロモーション | <p>・<b>竜王戦勝負めしコンテストプロモーション事業</b><br/>市制60周年記念事業として開催された竜王戦七番勝負第3局北九州対局の勝負めしを公募し、メニューブックを作成。北九州らしさを感じるメニューの開発を促し、北九州ならではの食の魅力を全国にPRすることができた。</p> <p>・<b>食のプロモーション事業</b></p> <p>① 【旦過市場再生に向けたプロモーション】<br/>旦過市場のリニューアルを前に、食のプロモーション先進地である「近江町市場」の視察を通して、北九州の台所である旦過市場再開発への提案をすべく、令和5年11月、商工会議所、行政、市場関係者などによる視察団を結成し現地視察。提言を行った。</p> <p>② 【小倉焼肉通りプロモーション】<br/>小倉北区は県内トップの焼肉店集積地であることを観光資源としてとらえ、マップを作成し、広くPRを行った。マップは、英語、繁体・簡体中国語、韓国語、日本語に対応し、動画・ポスターも制作し、メディアにも数多く取り上げられた</p> |

|  |           |   |  |
|--|-----------|---|--|
|  | 受入環境の整備   | <p>・ <b>北九州市コンサート誘致コンソーシアム事業</b><br/>新幹線のぞみの停車駅であるＪＲ小倉駅から徒歩圏内に大規模コンサート会場を有するポテンシャルの高さを活かした、コンサート誘致コンソーシアム（北九州 DMO 連絡会議とＪＲ西日本、北九州市、北九州ホテル協議会、北九州市コンベンション協会の５団体）を発足。コンソーシアムで、地元企業への発注を促す他、地元商店街とのコラボを実現し、市内周遊促進、宿泊率の増加を図る（令和６年５月正式発足）</p> <p>・ <b>キャッシュレス周遊普及促進事業</b><br/>市内１９の観光施設にキャッシュレス決済端末を設置し、観光客の周遊を促す取り組み。協議会を設置し、事務局として設置施設の調整、円滑な事業推進を担った。インバウンドの受け入れ態勢の強化の第一歩として、環境整備と受け入れ側である施設の意識向上を図った。</p> <p>・ <b>北九州市ＳＤＧｓ修学旅行ワンストップ窓口事業</b><br/>北九州市が誇るＳＤＧｓ修学旅行の受け入れをワンストップで行うサポートセンター業務をＤＭＯが運営。現在学習旅行の主流となっている探求型のコンテンツを造成し、北九州市内の企業・団体との調整を行い、受け入れ体制の整備を進めている。</p>   |  |
|  | 観光資源の磨き上げ | <p>・ <b>小倉城下町ナイトタイムエコノミー推進事業</b><br/>北九州市を代表する小倉城とその周辺環境（紫川）エリアでプロジェクションマッピングや期間限定のリバーサイドバー営業でラグジュアリー空間を作り込み、上質なナイトタイムエコノミーの推進に寄与した。期間中およそ１２万人の集客となり、新たな観光コンテンツとして継続して推進することとなった。</p> <p>・ <b>皿倉山スペシャルスカイラウンジ事業</b><br/>北九州市を代表する夜景日本一の皿倉山頂上のレストハウスを期間限定でラグジュアリー空間に仕立て上げ、予約制のビュッフェ営業を行った。厳寒期の観光客低迷を食い止め、新たな魅力の再発見となった。ＳＮＳによる情報発信に注力したことで、ハッシュタグで情報が拡散し、事業に対する高評価が得られた。閑散期であるにも関わらず２８日間の営業で、外国人３９人を含むおよそ４５０人が来店した。</p> <p>・ <b>インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業（観光庁補助）</b><br/>寿司の街北九州の美食と傾奇者体験とし、北九州市ならではの食と文化を現代風にアレンジする。「安価で良質な海鮮（特に寿司）」と、全国的にも知名度の高い「北九州市のド派手成人式」を傾奇者体験として新たなインバウンド向け体験型コンテンツとする。訪れる側も受け入れる側も安心できるインバウンド専用のすしコンシェルジュの育成を行い、寿司のガイディングツアーを組成。</p> |  |



|  | <p>・アクセスのよい名門ゴルフ場を活用したFAMトリップ事業</p> <p>5月8日にソウル線が運航再開になったことを機に、本市が誇る会員制の名門ゴルフ場を観光資源として活用する取り組みを強化。10月実施のファムトリップ（2泊3日）のターゲットは、北九州空港から直行便が就航している韓国のゴルフ客で、近隣地域の比較的安価なゴルフ場から名門ゴルフ場まで、様々なコースを楽しむことができる北九州市ならではの環境をアテンドした。</p> <p>【定量的な評価】</p> <p>令和4年観光消費額 827.3億円（目標976億円）<br/> 延べ宿泊者数 123.0万人（目標130万人）<br/> 来訪者満足度 69.6%（目標70%）</p>   |                             |    |              |    |       |                             |  |
|--|--|-----------------------------|----|--------------|----|-------|-----------------------------|--|
| <p>実施体制<br/>※地域との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）</p> | <p>【実施体制の概要】</p> <p>協同組合北九州イベントスタッフ協会が母体となり、街づくり団体・観光・旅行者、宿泊業者、交通事業者、商工業や行政など観光関連事業者から成る「北九州DMO連絡会議」を結成し、官民が密接に連携した運営を実施。</p> <p>「北九州DMO連絡会議」は、観光に携わる団体・企業から加入を募り、横と横の連携を推進することを目的とする。内部に役員会を設置し、DMOの意思決定機関として、定期または必要に応じて会合を実施。役員会は会長、副会長、役員（数名を会員から選出）、監査役（北九州市都市ブランド創造局観光課長）で構成し、DMOとしての方向性・役割を決め、外部組織である北九州市、福岡県、広域連携DMO・地域連携DMOとの連携を取りながら事業運営を進める。</p> <p>【実施体制図】</p> <p>■北九州 DMO 連絡会議役員構成（DMO 意思決定機関）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>役職</th><th>氏名</th><th>出身組織（出身組織役職）</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>会長</td><td>片山 正之</td><td>協同組合北九州イベントスタッフ協会<br/>（代表理事）</td></tr> </tbody> </table> | 役職                          | 氏名 | 出身組織（出身組織役職） | 会長 | 片山 正之 | 協同組合北九州イベントスタッフ協会<br>（代表理事） |  |
| 役職   | 氏名   | 出身組織（出身組織役職）                |    |              |    |       |                             |  |
| 会長   | 片山 正之  | 協同組合北九州イベントスタッフ協会<br>（代表理事） |    |              |    |       |                             |  |

|             |     |                  |   |
|-------------|-----|------------------|---|
|             | 副会長 | 岡 秀樹             | 一般社団法人まちはチームだ（代表理事）   |
|             | 副会長 | 内田 崇之            | （公財）北九州観光コンベンション協会（観光事業部長）  |
|             | 役員  | 田園 直樹            | （公財）北九州活性化協議会（理事長）  |
|             | 役員  | 稲垣 弦             | JTB 北九州支店支店長<br>（JATA 福岡県支部 副支部長 北九州地区担当）<br>北九州商工会議所観光サービス部会副部会長 |
|             | 役員  | 長藤 淳二（C F O）     | 協同組合北九州イベントスタッフ協会（副代表理事）  |
|             | 監査役 | 大浦 太九馬           | 北九州市都市ブランド創造局観光課（課長）  |
|             | 事務局 | 武雄 由美子（C M O）    | 協同組合北九州イベントスタッフ協会   |
|             |     | 楊 鈞庭             | 協同組合北九州イベントスタッフ協会   |
| 榮 隆志（C M O） |     | 名鉄観光サービス株式会社（課長） |   |

役員人事は、年に１度総会を開催して決定する。事務局は、協同組合北九州イベントスタッフ協会内に設置し、会員同士及び北九州の観光に携わる幅広い業種の方に情報が行きわたる様に情報発信を行う。

## 2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域



当団体は、「北九州市観光振興プラン」と、令和5年度に策定された「北九州市インバウンド誘致アクションプラン」を軸に、民間目線で地域の観光関連事業者と連携しながら、顧客視点での着地型観光の推進に向けて取り組みを展開している。

### ＜北九州市が有する観光資源とコンセプト＞

- ・九州最北端に位置する国際産業貿易都市であり、世界に誇る産業の技術集積地



- ・日本の四大工業地帯のひとつとして近代化を支えてきた歴史と空港や港湾などの都市基盤
- ・長く美しい海岸線や緑豊かな山々など自然環境にも恵まれた街としての魅力
- ・日本新三大夜景都市、産業観光、自然（海・山）など、恵まれた観光資源

### 【観光客の実態等】

#### ●延べ人数

令和4年次（令和4年1～12月）

観光地点を訪れた観光客数・・・1,396万8千人（前年比 45%増）

行祭事・イベントに訪れた観光客・・・388万6千人（前年比174%増）

合計した観光客数・・・1,785万4千人（前年比 62%増）

#### ●実人数

令和4年次（令和4年1～12月）

観光地点を訪れた観光客数・・・1,119万1千人（前年比24.9%増）

宿泊客数・・・172万7千人（前年比38.6%増）

#### ●観光消費額

令和4年次（令和4年1～12月）

観光消費額・・・827億3千万円（前年比108%増）

### 【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

|      |   |
|------|---|
| 観光施設 | <p>【歴 史 資 源】小倉城、小倉城庭園、森鷗外旧居、門司港駅（旧門司駅）本屋（国指定重要文化財）北九州市旧門司三井倶楽部（国指定重要文化財）、北九州市旧大阪商船、北九州市旧門司税関、北九州市大連友好記念館、旧安川邸・旧松本邸（国指定重要文化財）、部埼灯台（国指定重要文化財）、若戸大橋（国指定重要文化財）</p> <p>【神 社 仏 閣】高見神社（県指定有形文化財）、小倉祇園八坂神社、吉祥寺（藤の名所）</p> <p>【展示・体験施設】松本清張記念館、門司港レトロ（門司港駅、海峡プラザ、オルゴールミュージアム門司港、ブルーウィングもじ、関門海峡ミュージアム、九州鉄道記念館、関門海峡、到津の森公園、ひびき動物ワールド、TOTO ミュージアム、ゼンリンミュージアム</p> |
| 商業施設 | <p>【商 店 街】旦過市場、魚町銀天街商店街、</p> <p>【ショッピングモール】アミュプラザ小倉、チャチャタウン小倉、リバーウォーク北九州、セントシティ、イオンモール八幡東、ジ・アウトレット北九州</p> <p>【百 貨 店】井筒屋</p>   |
| 自然   | <p>皿倉山（皿倉山ケーブルカー）、千仏鍾乳洞（国指定天然記念物）、高塔山、北九州市立響灘緑地グリーンパーク、平尾台（国指定天然記念物）（ケイビング体験など）、勝山公園、和布刈公園、菅生の滝、河内藤園、夜宮公園、白野江植物公園、千畳敷、山田緑地、若松北・南海岸通り、北九州市立総合農事センター等</p>   |

|      |   |
|------|---|
| 文化   | 北九州市立いのちのたび博物館、北九州市立美術館、出光美術館（門司）、北九州市漫画ミュージアム等   |
| 民俗   | 横代神楽（国指定重要無形民俗文化財）、小倉祇園祭の小倉祇園太鼓（国指定、国選択無形民俗文化財）、戸畑祇園大山笠行事（ユネスコ無形文化遺産・国指定重要無形民俗文化財）、黒崎祇園山笠（県指定無形民俗文化財） |
| スポーツ | ギラヴァンツ北九州、ボルクバレット北九州、タカギ北九州ウォーターウェーブ、北九州下関フェニックス等   |
| イベント | わっしょい百万夏まつり、黒崎よさこい祭り、まつり起業祭八幡、若松みなと祭り、関門海峡花火大会、小倉城竹あかり、関門海峡キャンドルナイト、小倉イルミネーション等                       |

### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

#### ●域内分布：市内各区

|       | ホテル数 | 収容人数   | 部屋数   |
|-------|------|--------|-------|
| 小倉地区  | 31   | 12,035 | 8,187 |
| 門司港地区 | 6    | 751    | 447   |
| 八幡地区  | 14   | 2,654  | 1,780 |
| 若松地区  | 4    | 844    | 444   |
| その他   | 2    | 363    | 303   |

### 【利便性：区域までの交通、域内交通】

#### ●区域までの交通

##### ・鉄道

JR博多駅（福岡市）からJR小倉駅まで新幹線で15分。またJR小倉駅は新幹線のぞみ停車駅（山陽新幹線・九州新幹線）であり、在来線（鹿児島本線・日豊本線・日田彦山線・山陽本線）と接続し、本州・九州各地への起点となっている

##### ・船舶

**国内定期航路の起点** 新門司地区と小倉地区  
（東京・横須賀・泉大津・神戸・大阪・松山・徳島へのフェリーが就航）

**クルーズ船寄港地** ひびきコンテナターミナル・門司西海岸地区  
2023年実績・・・8回（国内船籍1・海外船籍7）  
2022年実績・・・12回（国内船籍のみ）  
2021年実績・・・4回（国内船籍のみ）  
2020年実績・・・1回（国内船籍のみ）  
2019年実績・・・21回（海外船籍のみ）  
2018年実績・・・27回（国内船籍1・海外船籍26）

##### ・航空

24時間発着可能な北九州空港があり、将来的に国際便の誘致が可能な滑走路延伸が計画されている

羽田空港から北九州空港まで約1時間40分

韓国・仁川空港から北九州空港まで約1時間25分

##### ・高速道路

九州自動車道・東九州自動車道があり、九州各地へのアクセスが可能

●域内交通

- ・北九州高速鉄道（モノレール）、ＪＲ九州在来線、路線バス、皿倉登山鉄道（皿倉山ケーブルカー）、トロッコ列車（門司港レトロ地区）

【外国人観光客への対応】

九州へ入国した外国人観光客のうち、８６．７％が福岡空港から入国している。そのうち北九州市を訪問しているのは２割に留まっている。北九州市インバウンド誘致アクションプランに基づき、外国人観光客の受け入れ環境の整備及び誘致活動・情報発信など、官民連携による取り組みを行った。令和５年度事業については、特にナイトエコノミーの推進に注力しており、多言語の専用ホームページを構築し外国人観光客に向けた情報発信、テーブル予約・キャッシュレス決済を推進し、一定の評価と利用実績を得た。

### ３．各種データ等の継続的な収集・分析

| 収集するデータ   | 収集の目的                                   | 収集方法                        |
|-----------|---|-----------------------------|
| 旅行消費額     | 来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。           | 北九州市や観光庁が発表する統計データなどを活用     |
| 延べ宿泊者数    | 宿泊者数の推移を把握するため。                         | 北九州市や観光庁が発表する統計データなどを活用     |
| 来訪者満足度    | 来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。    | 北九州市の観光動向調査（観光地点パラメータ調査）を活用 |
| リピーター率    | リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。              | 北九州市の観光動向調査（観光地点パラメータ調査）を活用 |
| 外国人観光客数   | 外国人観光客数を把握し、今後のインバウンド策に反映させるため          | 北九州市や観光庁が発表する統計データ等を活用      |
| 修学旅行生徒数   | 北九州市 SDGs 未来都市を広くアピールし、修学旅行来校数の拡大を目指すため | 北九州市や観光庁が発表する統計データ等を活用      |
| 北九州空港利用者数 | 北九州空港の利用者数を把握し、来訪者の空港活用を促進するため          | 北九州市や観光庁が発表する統計データ等を活用      |

### ４．戦略

#### （１）地域における観光を取り巻く背景

北九州市においては、生産年齢人口の減少に伴う消費額の減少が見込まれ、市場の縮小や空き店舗の増加などの課題がある。そのため、交流人口の拡大による観光消費額の増加と、地域外からの人（観光客）の流入による活性化が急務である。ナイトエコノミーの推進による着地型観光、インバウンドの受け入れ強化を軸に継続的な観光地域づくりを進めているが、アジア圏の観光客が伸びている一方で、欧米豪の観光客は圧倒的に少なく、２０２３年度策定の北九州市インバウンド誘致アクションプランに沿って、市内に点在する観光スポットの回遊性の向上などにも取り組みが必要。またDMO主導によるイベント誘致の実現による、新たな雇用の創出、人材育成による担い手不足の解消にも注力していく必要がある。

## (2) 地域の強みと弱み

|      | 好影響  | 悪影響   |
|------|--|---|
| 内部環境 | <b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SDGs 未来都市北九州市</li> <li>・海と山に恵まれた街</li> <li>・日本新三大夜景都市 (1 位)</li> <li>・優れた既存地域インフラ (新幹線停車駅から徒歩 5 分のスタジアム・展示場・会議場など、門司港エリア含めた観光施設、中心地から 30 分以内の市内 4 カ所の名門ゴルフ場)</li> <li>・交通アクセス (新幹線・空港・高速)</li> <li>・刺身盛り合わせ (消費額全国 1 位) に代表される魅力ある食が身近である食文化</li> <li>・観光振興財源となる宿泊税</li> </ul> | <b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡市、大分方面へのアクセスが良好であるが故の通過型 (日帰り観光を含む) 観光</li> <li>・若い世代の流出</li> <li>・地域の魅力情報発信不足</li> <li>・観光資源が市内に散在しており、周遊ルートが確立できていない</li> <li>・案内板や駐車場などにおける地域格差</li> <li>・ナイトタイムの仕掛けがまだまだ不十分</li> <li>・目的に合った宿泊施設の不足</li> <li>・ご当地グルメの発信力の弱さ</li> <li>・北九州空港の国際便の少なさと交通の便の悪さ</li> </ul> |
| 外部環境 | <b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北九州市内での地域内連携</li> <li>・関門地域との連携強化</li> <li>・国内来訪者の増加</li> <li>・水際対策緩和によるインバウンド増加</li> <li>・北九州空港の国際便定期化</li> </ul>   | <b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・少子高齢化</li> <li>・インバウンドの回復率の低さ</li> <li>・施設中心の立ち寄り型観光資源が多く、観光産業という市民の意識が希薄</li> <li>・周辺市町村 (主に福岡市) における宿泊施設の高級化と増加</li> </ul>   |

## (3) ターゲット

|  |
|--|
| ○ターゲット層<br>アジア (韓国・中国・台湾、タイ・シンガポール・香港) の男女リピーター  |
| ○選定の理由<br>北九州市は、九州観光を目的としたアジア圏からの訪問が多く、特に定期直行便のある韓国に加え、台湾、中国が中心であり、現時点での最大の市場となっていることから、今後のリピート客の獲得を目指す。中国においては令和 6 年のクルーズ船の予約が昨年、一昨年に比べ飛躍的に増えている。また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期待ができる国・地域として、タイ・シンガポール・香港がある。北九州市は映画撮影地としても人気があり、特にフィルムコミッションの誘致支援実績では、タイを軸にシンガポールからの撮影誘致が盛んであり、撮影地を訪れるファンツーリズムが実現できているという特徴がある |
| ○取組方針<br>ターゲット層の滞在時間の拡大と宿泊増加につなげるため、観光コンテンツの (市民との交流、ナイトタイムエコノミー) の充実を図り、SNS も活用した継続的な情報発信を行う。   |
| ○ターゲット層<br>米豪 (アメリカ・オーストラリア) の長期旅行滞在者  |
| ○選定の理由<br>日本を訪れる旅行者が多く、滞在日数が長い一人当たりの旅行支出額が高いことと、福岡県や九州観光機構が現地に販売代理店を設置していることから、誘客への期待ができる  |
| ○取組方針<br>西のゴールデンルートアライアンスに加盟し、大阪以西の地域による広域観光周遊ルートの形成による他地域との連携強化を推進し、広域的に移動する外国人旅行者の誘致を図る  |

|  |  |
|--|--|
| <p>○ターゲット層<br/>国内観光客</p> <p>① 国内観光客（MICE・少数旅行を含む）</p> <p>② SNS等で情報発信する世代（特に20～30代）</p> <p>③ 修学旅行学生の受け入れ（北九州市SDGs未来都市への来訪）</p>  |  |
| <p>○選定の理由</p> <p>①MICE誘致に注力しているコンベンションセンターの効果で、ビジネス客については九州の他の地域と比較しても来訪が著しく多く、満足度が高ければ家族旅行・職場旅行・MICE等の旅行の候補地として選択してもらいやすい。また既存の地域観光資源であるゴルフ場と都市部（首都圏・関西圏）との良好なアクセスを活かし、市内名門ゴルフ場を巡るツアーや富裕層向けのゴルフをフックにしたプラン造成（知名度が高まりつつあるすしの都北九州ならではの食をセットにしたプラン）など、他都市よりも魅力あるコンテンツを作り上げる環境がある。</p> <p>②これまでになかったイベントや若者向けに新たに創出するイベントを持続化し、ロコミ（インフルエンサー）による再来訪客増を目指し、SNS等での情報発信してもらえる仕組みを構築する。</p> <p>③SDGsの取組や観光産業など修学旅行として人気のコンテンツを有する北九州市SDGs未来都市を、若い世代に幅広く認知してもらうために、DMOがワンストップ窓口となり修学旅行誘致を目指す。スペースワールド閉園と新型コロナウィルスの影響で、2020年修学旅行生徒数は2万2千人まで落ち込んだ。各関係機関と連携し、若い世代に北九州市SDGs未来都市をPRし、来訪した学生が、将来北九州市を再訪したいと思えるような体験コンテンツを造成する。</p> |  |
| <p>○取組方針</p> <p>①②国内（特に東京～北海道地域）に対しては、インバウンド向けのコンテンツを国内旅行者向けにアレンジしながらプロモーション展開する。若い世代にSNS等で情報発信してもらえる仕組みを作る。</p> <p>③SDGs未来都市北九州として小中高に応じた探求型のSDGs修学旅行プランを組成し、過去に修学旅行を誘致した実績のある地域等へ周知活動を実施する。</p>  |  |

#### （４）観光地域づくりのコンセプト

|             |  |
|-------------|--|
| ①コンセプト      | <p>「わくわくする街・北九州」 観光・交流都市北九州へ！！</p> <p>暮らす人、訪れる人がわくわくする街、安全・安心な街のイメージ定着を目指して「滞在型観光都市」北九州を対外的に発信していく</p>   |
| ③ コンセプトの考え方 | <p>源平・小倉城・武蔵・幕末・近代化などの「歴史遺産」、地域に根付いた安くて美味しい「食の魅力」発掘、環境未来都市・SDGs未来都市北九州としての「SDGs観光や産業観光」のコンテンツ強化、日本一に認定された「夜景」など、北九州の魅力を更に磨き上げ、市内の周遊観光を促進することで、インバウンドを含む訪問客数や消費額の向上につながり、訪問客・事業者・市民が潤う＝「暮らす人」「訪れる人」がわくわくする観光・交流都市へと進化させる。</p> |

#### 5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

| 項目 | 概要 |
|----|----|
|----|----|



|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| 戦略の多様な関係者との共有<br>※頻度が分かるよう記入すること。     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・理事会、総会、セミナーなどの開催（年に1回程度）</li> <li>・事業ごとの実行委員会などを通じた観光振興に関する意見交換（随時）</li> <li>・事務局事業の役員報告（随時）</li> <li>・事業報告を兼ねたニュースレターの配信（月に1回）</li> <li>・DMOが主体となった事業について、活動内容・成果・取り組みによる地域経済効果の分析結果などを記載した事業報告書を作成し、関係者に報告</li> </ul>   |
| 観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築  | <p>北九州市観光課による観光動向調査（観光地点パラメータ調査）による満足度調査について、参画団体や地域が一体となって数値目標や実績を共有し、満足度の向上に繋がる仕組みを構築する。</p> <p>・北九州市観光動向調査（観光地点パラメータ調査）の結果<br/> 2023年・・・「大変良い」26.9%、「良い」42.7%を獲得<br/> 2021年・・・「大変良い」25.1%、「良い」40.1%を獲得<br/> 2016年・・・「大変良い」16.4%、「良い」49.7%を獲得<br/> ＜目標＞<br/> 2016年と2021年を比較した「大変良い」の回答率が5年間で約10%増加していることに着目し、「大変良い」の回答を増やすことでリピーター率の向上に繋げる。</p> |
| 観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション | 一元的な情報発信とプロモーションのため、多様なステークホルダーとの連携を強化し、北九州市の認知度向上、着地型旅行商品の造成、修学旅行誘致、ファンツーリズムを推進する  |

## 6. K P I（実績・目標）

### （1）必須K P I

| 指標項目                     |    | 2021<br>(R3)<br>年度 | 2022<br>(R4)<br>年度 | 2023<br>(R5)<br>年度 | 2024<br>(R6)<br>年度 | 2025<br>(R7)<br>年度 | 2026<br>(R8)<br>年度 |
|--------------------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●旅行消費額<br>(百万円)          | 目標 | 55,080<br>( )      | 97,600<br>( )      | 98,600<br>( )      | 99,600<br>( )      | 170,000<br>( )     | 175,000<br>( )     |
|                          | 実績 | 39,850<br>( )      | 82,730<br>( )      | 集計中<br>( )         |                    |                    |                    |
| ●延べ宿泊者数<br>(千人)          | 目標 | 1,300<br>( )       | 1,300<br>( )       | 1,350<br>( )       | 1,400<br>( )       | 2,400<br>( )       | 2,600<br>( )       |
|                          | 実績 | 932<br>(13)        | 1,225<br>(15)      | 1,359<br>(99)      |                    |                    |                    |
| ●来訪者満足度<br>(%)           | 目標 | 65.7<br>( )        | 70<br>( )          | 72<br>( )          | 74<br>( )          | 75<br>( )          | 77<br>( )          |
|                          | 実績 | 65.2<br>( )        | 69.0<br>( )        | 69.6<br>( )        |                    |                    |                    |
| ●リピーター率<br>(2回以上)<br>(%) | 目標 | 85<br>( )          | 85<br>( )          | 85<br>( )          | 85<br>( )          | 85<br>( )          |                    |
|                          | 実績 | 78.9<br>( )        | 79<br>( )          | 81.4<br>( )        |                    |                    |                    |

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

## 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

### 【検討の経緯】

北九州市観光振興プラン、北九州市観光動態調査、福岡県観光入込推計調査報告実績などから把握している観光入込客数、観光消費額を参考に伸び率及び目標を設定。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●旅行消費額

北九州市観光動態調査による宿泊客、日帰り客の消費単価と観光客数から推計

#### ●延べ宿泊者数

北九州市観光動態調査による宿泊客数、観光客数から推計

#### ●来訪者満足度

北九州市観光動向調査（パラメータ調査）による数値から推計

#### ●リピーター率

北九州市観光動態調査による北九州市への来訪頻度から推計

## (2) その他の目標

| 指標項目                          |    | 2021<br>(R3)<br>年度 | 2022<br>(R4)<br>年度 | 2023<br>(R5)<br>年度 | 2024<br>(R6)<br>年度 | 2025<br>(R7)<br>年度 | 2026<br>(R8)<br>年度 |
|-------------------------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●外国人観光客数<br>(千人)              | 目標 | 50                 | 50                 | 556                | 600                | 690                | 720                |
|                               | 実績 | 10                 | 36                 | 集計中                |                    |                    |                    |
| ●修学旅行生徒数<br>(千人)              | 目標 | 50<br>( )          | 50<br>( )          | 55<br>( )          | 60<br>( )          | 60<br>( )          | 60<br>( )          |
|                               | 実績 | 49<br>( )          | 78<br>( )          | 集計中<br>( )         |                    |                    |                    |
| ●北九州空港<br>利用者数<br>括弧は国際線 (千人) | 目標 | 500<br>(1)         | 500<br>(10)        | 1579<br>(221)      | 1600<br>(300)      | 1800<br>(350)      | 2000<br>(400)      |
|                               | 実績 | 481<br>(0)         | 839<br>(2.1)       | 1175<br>(114)      |                    |                    |                    |

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

## 指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

### 【検討の経緯】

北九州市観光振興プラン、北九州市観光動態調査、福岡県観光入込推計調査報告実績などから把握している観光入込客数、観光消費額を参考に伸び率及び目標を設定。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●外国人観光客数

北九州市観光動態調査による外国人観光客数から推計

#### ●修学旅行生徒数

北九州市観光動態調査による修学旅行生数から推計

#### ●北九州空港利用者数

北九州市港湾空港局空港企画課による利用状況から推計

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

### （１）収入

| 年（年度）          | 総収入（円）         | 内訳（具体的に記入すること）   |
|----------------|----------------|--|
| 2021（Ｒ３）<br>年度 | 183,277,983（円） | 【国からの補助金】 600,000（円）<br>【都道府県からの補助金】 0（円）<br>【市町村からの補助金】 0（円）<br>【収益事業】 182,317,983（円）<br>【会費】 360,000（円）            |
| 2022（Ｒ４）<br>年度 | 166,030,000（円） | 【国からの補助金】 45,012,000（円）<br>【都道府県からの補助金】 0（円）<br>【市町村からの補助金】 23,000,000（円）<br>【収益事業】 97,298,000（円）<br>【会費】 720,000（円） |
| 2023（Ｒ５）<br>年度 | 138,747,925（円） | 【国からの補助金】 7,250,000（円）<br>【都道府県からの補助金】 100,000（円）<br>【市町村からの補助金】 0（円）<br>【収益事業】 130,713,925（円）<br>【会費】 684,000（円）    |
| 2024（Ｒ６）<br>年度 | 151,005,000（円） | 【国からの補助金】 0（円）<br>【都道府県からの補助金】 0（円）<br>【市町村からの補助金】 0（円）<br>【収益事業】 150,321,000（円）<br>【会費】 684,000（円）                  |
| 2025（Ｒ７）<br>年度 | 173,770,000（円） | 【国からの補助金】 0（円）<br>【都道府県からの補助金】 0（円）<br>【市町村からの補助金】 0（円）<br>【収益事業】 172,870,000（円）<br>【会費】 900,000（円）                  |
| 2026（Ｒ８）<br>年度 | 199,900,000（円） | 【国からの補助金】 0（円）<br>【都道府県からの補助金】 0（円）<br>【市町村からの補助金】 0（円）<br>【収益事業】 199,000,000（円）<br>【会費】 900,000（円）                  |

### （２）支出

| 年（年度）          | 総支出            | 内訳（具体的に記入すること）  |
|----------------|----------------|---|
| 2021（Ｒ３）<br>年度 | 181,403,685（円） | 【一般管理費】 2,300,000（円）<br>【情報発信・プロモーション】 5,600,000（円）<br>【受入環境整備等の着地整備】 0（円）<br>【コンテンツ開発】 302,500（円）<br>【マーケティング】 702,500（円）<br>【観光イベントの開催費】 172,498,685（円） |

|                  |                 |   |
|------------------|-----------------|---|
| 2022 (R 4)<br>年度 | 148,930,000 (円) | 【一般管理費】 2,300,000 (円)<br>【情報発信・プロモーション】 9,600,000 (円)<br>【受入環境整備等の着地整備】 880,000 (円)<br>【コンテンツ開発】 10,500,000 (円)<br>【マーケティング】 492,000 (円)<br>【観光イベントの開催費】 125,158,000 (円)      |
| 2023 (R 5)<br>年度 | 137,102,658 (円) | 【一般管理費】 55,380,359 (円)<br>【情報発信・プロモーション】 3,324,658 (円)<br>【受入環境整備等の着地整備】 23,362,169 (円)<br>【コンテンツ開発】 12,588,876 (円)<br>【マーケティング】 1,219,680 (円)<br>【観光イベントの開催費】 41,226,916 (円) |
| 2024 (R 6)<br>年度 | 143,957,791 (円) | 【一般管理費】 58,149,377 (円)<br>【情報発信・プロモーション】 3,490,891 (円)<br>【受入環境整備等の着地整備】 24,530,277 (円)<br>【コンテンツ開発】 13,218,320 (円)<br>【マーケティング】 1,280,664 (円)<br>【観光イベントの開催費】 43,288,262 (円) |
| 2025 (R 7)<br>年度 | 160,517,983 (円) | 【一般管理費】 63,964,315 (円)<br>【情報発信・プロモーション】 3,839,980 (円)<br>【受入環境整備等の着地整備】 26,983,305 (円)<br>【コンテンツ開発】 14,540,152 (円)<br>【マーケティング】 1,408,730 (円)<br>【観光イベントの開催費】 49,781,501 (円) |
| 2026 (R 8)<br>年度 | 181,547,931 (円) | 【一般管理費】 70,360,746 (円)<br>【情報発信・プロモーション】 4,223,978 (円)<br>【受入環境整備等の着地整備】 29,681,636 (円)<br>【コンテンツ開発】 15,994,167 (円)<br>【マーケティング】 1,549,603 (円)<br>【観光イベントの開催費】 59,737,801 (円) |

### (3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・北九州市観光事業の受託事業費
- ・地元イベント関連企業 19 社から会費等により運営資金を調達。
- ・持続的に開催されるイベント業務による手数料収入。
- ・提携団体とのゴルフ旅行商品の販売による手数料収入と販売チャンネル拡大による収入増。
- ・市町村補助金、国、観光庁からの補助金を有効活用。

## 8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

北九州市は、協同組合北九州イベントスタッフ協会を本市における観光地域づくり法人として認めるものであり、今後も地域DMOとして活動していくことを望むものです。

## 9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

地域連携DMOである（一社）海峡都市関門DMOとは九州観光機構や福岡県観光連盟などが主催する会合での意見交換のほか、イベント開催時など随時必要な時に事業内容や、目的などを共有している。

### 【区域が重複する背景】

（一社）海峡都市関門DMOは関門エリア（山口県下関市と北九州市門司）を範囲としているため、北九州市エリアが重複する。

### 【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

（一社）海峡都市関門DMOは関門地域（下関市広域と北九州市広域）における観光戦略を基本とし、当DMOは北九州市域全体での観光戦略・イベント運営を基本とする。双方が得意な分野に力をいれ協同体制を構築し、勉強会の実施などを通して意見交換を行うことで棲み分けを行っている。関門海峡エリアで実施する事業においては（一社）海峡都市関門DMOが中心となって関連事業者の連携を取り、北九州エリアにおける観光戦略は当DMOが中心となる。

### 【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

当DMOは北九州市全体の観光戦略・イベント運営による地域活性化を目指しており、中でも重要な観光エリアの一つである関門海峡（北九州市門司エリア）について、（一社）海峡都市関門DMOが同エリアの観光整備・マーケティングを遂行している。双方が得意な分野に力を入れ、協力体制を構築したうえで事業を棲み分け、重点的に活動することにより相乗効果が期待できる。

## 10. 記入担当者連絡先

|           |                        |
|-----------|------------------------|
| 担当者氏名     | 武雄由美子                  |
| 担当部署名（役職） | CMO                    |
| 郵便番号      | 803-0812               |
| 所在地       | 福岡県北九州市小倉北区室町2-10-4    |
| 電話番号（直通）  | 093-591-1170           |
| FAX番号     | 093-562-0563           |
| E-mail    | info@dmo-kitakyushu.jp |



|                          |
|--------------------------|
| 1 1 . 関係する都道府県・市町村担当者連絡先 |
|--------------------------|

|             |                                     |
|-------------|-------------------------------------|
| 都道府県・市町村名   | 福岡県北九州市                             |
| 担当者氏名       | 大浦 太九馬                              |
| 担当部署名（役職）   | 北九州市都市ブランド創造局観光にぎわい部観光課長            |
| 郵便番号        | 8 0 2 - 0 0 0 1                     |
| 所在地         | 福岡県北九州市小倉北区浅野 3 - 8 - 1 AIM ビル 4 階  |
| 電話番号（直通）    | 0 9 3 - 5 5 1 - 8 1 5 0             |
| F A X 番号    | 0 9 3 - 5 5 1 - 8 1 5 1             |
| E - m a i l | takuma_oura01@city.kitakyushu.lg.jp |

## 基礎情報

## 【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

福岡県北九州市

## 【設立時期】平成3年5月

## 【設立経緯】

区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

## 【代表者】片山 正之

## 【マーケティング責任者(CMO)】武雄 由美子

## 【財務責任者(CFO)】長藤 淳二

## 【職員数】11人(常勤4人、非常勤7人)

## 【主な収入】

(例)収益事業 1億5000万円、(5年度決算)

## 【総支出】

(例)事業費 8580万円、一般管理費 5814万円(5年度決算)

## 【連携する主な事業者】

(公財)北九州観光コンベンション協会・(一社)まちはチームだ  
名鉄観光サービス(株)・JTB北九州支店等

## 戦略

## 【主なターゲット】

- ①アジア(韓国・中国・台湾・タイ・シンガポール・香港)、男女リピーター
- ②アメリカ・オーストラリアの長期旅行滞在者
- ③MICE、修学旅行生、SNS情報発信世代

## 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

インバウンドに対しては、福岡空港利用者の誘客促進を主軸に、ターゲット層の滞在時間の拡大を宿泊増加につなげるためのナイトタイムエコノミーの充実及び広域的に移動する旅行者誘致のため、他地域との連携を強化する。国内旅行者に対しては、MICEや修学旅行、ゴルフなど本市ならではの魅力あるコンテンツを発信する

## 【観光地域づくりのコンセプト】

「わくわくする街・北九州」観光・交流都市北九州へ！

暮らす人、訪れる人がわくわくする街、安全・安心な街のイメージ定着を目指して「滞在型観光都市」北九数を対外的に発信していく。

食の魅力や、夜景観光に代表されるナイトエコノミーの充実、ゴルフ観光やMICE、修学旅行などを主軸に、訪問客・事業者、市民が潤う＝「暮らす人」「訪れる人」がわくわくする観光・交流都市へと進化させる

## KPI(実績・目標)

記入日：令和5年7月1日

※( )内は外国人に関するもの。

| 項目                 |    | 2021<br>(R3)年 | 2022<br>(R4)年 | 2023<br>(R5)年 | 2024<br>(R6)年 | 2025<br>(R7)年  | 2026<br>(R8)年  |
|--------------------|----|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| 旅行<br>消費額<br>(百万円) | 目標 | 55,080<br>( ) | 97,600<br>( ) | 98,600<br>( ) | 99,600<br>( ) | 170,000<br>( ) | 175,000<br>( ) |
|                    | 実績 | 39,850<br>( ) | 82,730<br>( ) | 集計中<br>( )    | —             | —              | —              |
| 延べ<br>宿泊者数<br>(千人) | 目標 | 1,300<br>( )  | 1,300<br>( )  | 1,350<br>( )  | 1,400<br>( )  | 2,400<br>( )   | 2,600<br>( )   |
|                    | 実績 | 932<br>(13)   | 1,225<br>(15) | 1,359<br>(99) | —             | —              | —              |
| 来訪者<br>満足度<br>(%)  | 目標 | 65.7<br>( )   | 70<br>( )     | 72<br>( )     | 74<br>( )     | 75<br>( )      | 77<br>( )      |
|                    | 実績 | 65.2<br>( )   | 69.0<br>( )   | 69.6<br>( )   | —             | —              | —              |
| リピーター率<br>(%)      | 目標 | 85<br>( )     | 85<br>( )     | 85<br>( )     | 85<br>( )     | 85<br>( )      | ( )            |
|                    | 実績 | 78.9<br>( )   | 79<br>( )     | 81.4<br>( )   | —             | —              | —              |

## 具体的な取組

## 【観光資源の磨き上げ】

- ・小倉城下町ナイトタイムエコノミー推進事業
- ・皿倉山スペシャルスカイラウンジ事業
- ・インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成事業
- ・アクセスのよい名門ゴルフ場を活用したFAMトリップ

## 【受入環境整備】

- ・北九州市コンサート誘致コンソーシアム
- ・キャッシュレス周遊普及促進事業
- ・北九州市SDGs修学旅行ワンストップ窓口事業

## 【情報発信・プロモーション】

- ・竜王戦勝負めしコンテストプロモーション事業
- ・食のプロモーション事業

