



観光・MICE推進プログラムの主な取組みの成果及び課題

1 九州のゲートウェイ都市機能強化

(1) 観光・MICE施設をはじめとする都市機能強化

マリンメッセB館を活用した中大型の新規展示会の開催のほか、パブリックアートの設置によるMICE施設の魅力向上、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整備等を促進し、都市機能の強化を図った。

(2) 新たな誘客の開拓

ザ・リッツ・カールトン福岡の開業とあわせた付加価値の高い体験型旅行商品の造成や海外商談会でのプロモーションの実施による高付加価値旅行者層の誘客のほか、デジタルノマド（国際的なリモートワーカー）を対象とした国際カンファレンスの開催により、新たな顧客層を獲得し、市場の多様化を推進した。

(3) 市発着の九州周遊観光の推進

欧米豪旅行者客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、来訪促進や広域周遊観光を推進した。また、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。



＜マリンメッセ福岡B館＞



＜西のゴールデンルート＞



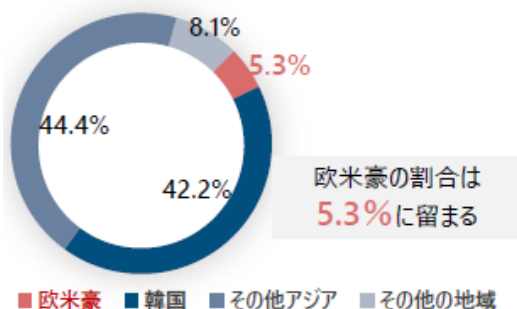
＜デジタルノマド向けイベント＞

➡ 残された課題

令和 6 年時点では、アジア地域からの延べ宿泊者数が86.8%を占め、その半分以上が韓国となっている一方で、欧米豪の割合は5.3%に留まっており、国・地域別の構成比率を注視していく必要がある。

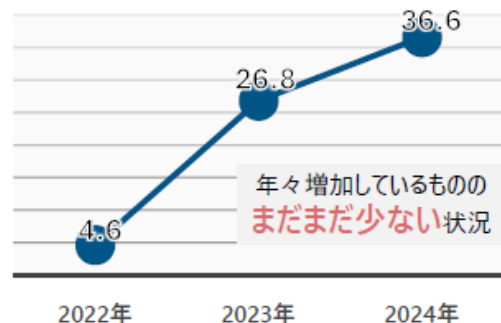
また、欧米豪の延べ宿泊者数については、増加傾向ではあるものの、令和 6 年の欧米豪の延べ宿泊者数は36.6万人であり、伸びしろがある状態となっている。

【図 1】福岡のインバウンドの属性



出典：令和 6 年 観光庁「宿泊旅行統計調査」

【図 2】欧米豪の延べ宿泊者数の推移（万人）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

2 MICE都市としてのプレゼンス向上

(1) MICE誘致強化とビジネス機会の創出

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を誘致したほか、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、ユニークベニユーの新規開拓を行った。

また、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、平日への旅行需要の分散化に寄与した。

(2) MICEにおける受入環境の充実

世界水泳選手権大会におけるインバウンド向け情報発信や企業と連携した多言語化の推進、賑わい創出などを実施した。また、植物園で花をテーマとしたMICEである「Fukuoka Flower Show Pre-Event」を開催し、企業と連携した賑わい創出などを実施し、受入環境の充実を図った。

(3) SDGsへの貢献と都市競争力の向上

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ほか、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、SDGsへの貢献及び都市競争力の向上に寄与した。



<住吉神社能楽殿でのレセプション>



<Fukuoka Flower Show>

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.

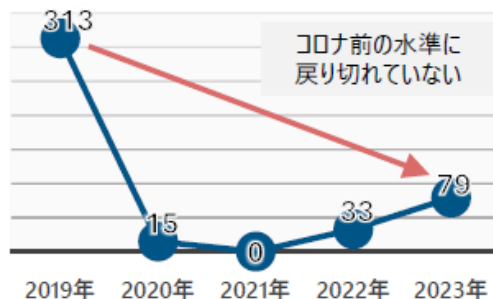
<市内のヴィーガン対応店舗紹介>

➡ 残された課題

国際会議の開催件数（JNTO基準）は、令和5年時点で79件となっているほか、外国人参加者数はコロナ前の約5割程度とまだ少ない状況にある。

また、今後も福岡市ならではの地域資源などを活用したユニークベニユーの充実や、国際会議の開催に合わせた市民向けイベントの開催などにより、MICE誘致に係る福岡市の都市の魅力及び競争力、MICE開催による波及効果を高めていく必要がある。

【図3】国際会議の開催件数（JNTO）



出典：日本政府観光局（JNTO）「国際会議統計」

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) 地域資源等を活用した観光振興

博多旧市街や福岡城・鴻臚館、海辺を活かした「Fukuoka East & West Coast プロジェクト」などにおける受入環境の整備など、自然や歴史、伝統文化などの観光資源の磨き上げ、地域の魅力向上や回遊促進に取り組んだ。

また、観光情報サイトやSNSを活用した情報発信により、屋台や福岡のグルメの認知向上を図り、福岡市の食文化が大手海外メディアで好評価を得た。

(2) 持続可能な観光産業の形成

宿泊業界を対象とした合同就職説明会の開催などにより、人材不足の解消に寄与したほか、宿泊施設の生産性向上や、飲食店のデジタル化への支援に取り組んだ。また、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) 観光と市民生活との調和

福岡空港駅エレベーターの増設に取り組んでいるほか、観光地周辺の公衆トイレの建替えなどを実施し、観光客や市民の利便性の向上を図った。また、インバウンド向けマナー啓発動画の交通結節点等での放映やトイレ壁面のマナー啓発ステッカー掲出などを実施したほか、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。さらに、「福岡市おもてなしサポーター」制度を新設し、市民がガイドに参画しやすい体制を整えた。



＜志賀島地区の無電柱化や歩道の美装化＞



＜福岡城春の天守閣ライトアップ＞



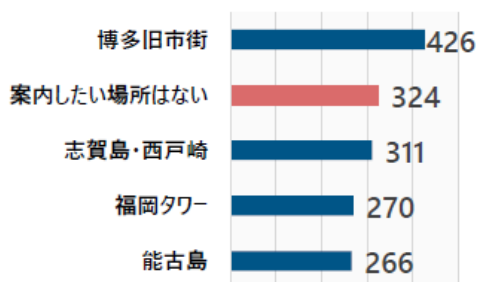
＜マナー啓発動画＞

⇒ 残された課題

観光市民意識調査における「福岡市内で案内したい場所」の設問に対し、博多旧市街が最も回答数が多かったものの「案内したい場所はない」との回答が2番目に多かったほか、事業者からは観光スポットを聞かれるが答えきれない、昼間に観光する場所がない、広報不足ではないか、郊外の魅力をもっと発信してほしいといった声が寄せられている。

また、全国的に宿泊業従事者の年収が低い状況にあり、福岡県では382万円となっている（全産業平均は493万円）。

【図4】福岡市内で案内したい場所（件）



出典：令和7年度 経済観光文化局調べ

【図5】事業者からの意見

- ✓ 観光資源がないと言われるが、市民が知らず、広報不足ではないか
- ✓ おすすめの観光スポットをよく聞かれるが答えきれない
- ✓ 魅力ある観光資源があるが、長期滞在に繋がっていない
- ✓ 志賀島の魅力が伝わっておらず、もっと発信してほしい

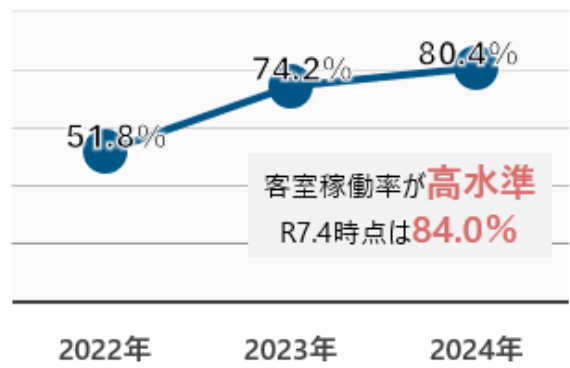
出典：令和7年度 経済観光文化局調べ

4 取り巻く状況の変化や新たな課題

残された課題に対しては継続的に取り組むとともに、以下の新たな課題や取り巻く状況の変化に対応について取り組む必要がある。

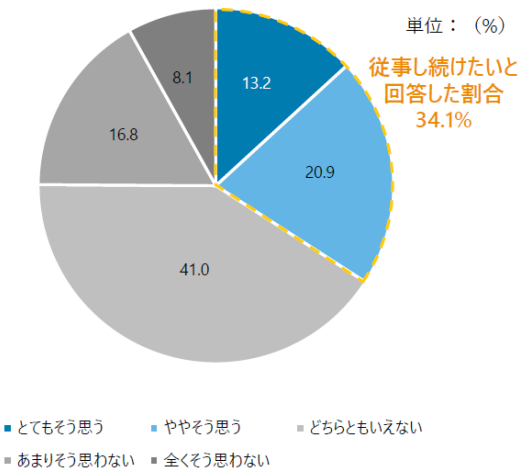
- ① 現在、福岡空港では空港活性化を目的とした設備投資が進められており、令和9年度に予定している福岡空港ビジネスジェット専用施設の設置などにより、高付加価値旅行者が求める条件の一つであるスムーズな入国が可能となる見込みである。
- ② 観光客の増加により宿泊業では、客室稼働率が高い状態が続いているなど、観光関連産業全体の人材不足などの供給力不足のほか、従事者の働き続けたいとの気持ちが低い状況である。
- ③ インバウンドの急激な増加により、市民が観光客を受け入れることへの意向が令和5年度以降、年々低下している状況である。

【図6】福岡市の客室稼働率の推移



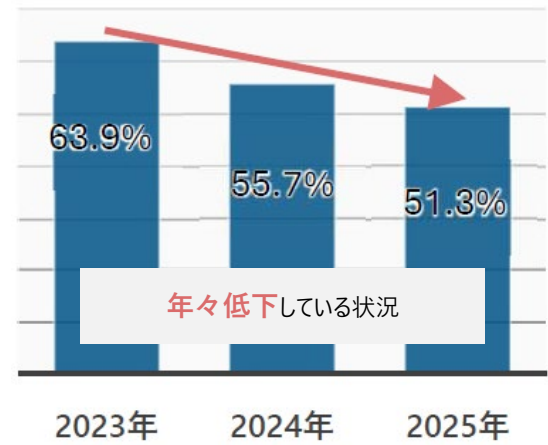
出典：令和7年度 経済観光文化局調べ

【図7】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）



出典：令和7年度 経済観光文化局調べ

【図8】市民が観光客を受け入れる意向



出典：令和7年度 経済観光文化局調べ

第 1 回 観光・MICE推進プログラムの改定に係る有識者会議 議事概要

【観光・MICE推進プログラムの改定に係る有識者会議委員（敬称略、順不同）】

- ・山下 真輝（株式会社JTB総合研究所 研究理事）
- ・原 忠之（セントラルフロリダ大学 テニユア付准教授）
- ・西本 恵子（立命館大学大学院 教授）
- ・竹中 良孝（福岡観光コンベンションビューロー 専務理事）
- ・豊福 辰也（福岡市ホテル旅館協会 会長）

■量から質への更なる転換

- 熊本や長崎で利便性の高い場所に充実した機能を持つ大規模MICE施設を設置している。九州のゲートウェイ都市機能強化に取り組むならば、更なるMICE誘致が必要。
- 仁川空港を経由して欧米豪が来訪するケースもある。福岡空港は羽田空港に次いで便数が多いため、欧米豪の誘客もできると思う。空港そのものをどう活用するかが大事。

■国際会議の開催に係る大学への支援など

- アメリカは、国際学会の開催件数が世界一だったが、今後5年間は、政権の影響で研究者を集められない状況。アメリカで開催されていた国際学会の誘致に向け、シンガポールや韓国が動いているが、観光面で深みが無く、日本は誘致できるチャンスである。
また、福岡市はマリンメッセなどの稼働率が高く、週末はコンサートで会場が埋まってしまい会議が開催できない。今回、試験的に福岡市と札幌市の大学を会場とした国際会議を実施したが大成功だった。大学を会場とした国際会議の開催ができれば更なる誘致ができる。
- 日本は空前絶後の大人気であり、国際会議を通じて日本に行きたいと言う研究者は多いが、国際会議を主催できるノウハウのある研究者が不足し、開催ができていない。主催者になりうる研究者への伴走支援が求められる。
- MICEの中でConventionは助成金の活用などによって行政が支援しやすいセクターである。福岡市がMICE開催を通じて何を成し遂げたいかを明らかにし、その実現に向けた主催者への伴走支援をFCVBが行うことで、福岡市が目指す施策の方向性に沿う動きに誘導できる。

■市民がおすすめできる昼間の観光の充実

- 日本は文化財を守ろうとする意識が強いが、フランスでは文化財を活用して稼ぎ、補修費用に充てている。文化財の活用ができれば、昼間の観光への対応にも繋がると感じる。
- 京都では、京都大学に来訪する海外の研究者が観光コンテンツを英語で発信することで、よりコンテンツが充実していくサイクルがある。福岡ではこのサイクルが始まっていない。
- 来てほしいと思う層のインバウンドに観光コンテンツを英語で発信してもらう仕掛けを作ると良い。一般消費者が情報発信できる話題作り、場づくりをDMOがやっていくと良い。

■観光関連産業の賃金上昇に向けた稼ぐ力の向上支援

- アメリカでは、宿泊業は20%の売り上げの増加で、各個人の年収を50%増加できる。そこを意識した支援ができれば、全国的に見ても先進的な素晴らしい取組みになる。
- 宿泊業では、賃金だけではなく、お客様からいただく感謝など、やりがいや達成感に重きを置いている者も多い。キャリアパスの最後に到達するステージを示すことも非常に重要であり、賃金だけでなくやりがいなども含め、総合的に発信できると良い。
- 客室稼働率が高くなっており、部屋数をもっと必要と感じる。

■観光客の来訪に対する市民満足度の向上

- アメリカでは、DMOが普段から地域住民と継続的に対話をしており、観光産業の重要性を伝えている。フロリダ州では日本の人口以上の観光客が来ているが、市民の不満はほとんどない。DMOが市民向けのプロモーションを行うことが必要。また、観光の目的を「地域住民の生活の質の向上」とすることで、観光を自分にも関係があると思ってもらえるよう工夫している。
- ホテル事業者としては、コロナ禍で苦労したため、オーバーツーリズムという言葉を使わないようにしている。市民満足度の向上に向け、観光効果などの情報発信がもっと必要だと感じる。
- 他都市で公衆トイレを使おうとしたところ「宿泊税が使われています」との記載があった。市民が最も必要とするところに使途を見せていくという手段も必要。