

令和7年度 第3回福津市観光産業活性化協議会 次第

日時	令和8年3月27日(金) 午後3時00分～
会場	福津市役所本館2階 大会議室
委員	<input type="checkbox"/> 永松 毅文 <input type="checkbox"/> 小役丸 秀一 <input type="checkbox"/> 浄見 譲 <input type="checkbox"/> 花田 千賀子 <input type="checkbox"/> 紺屋 良治 <input type="checkbox"/> 塩川 浩一 <input type="checkbox"/> 小島 恵 <input type="checkbox"/> 大隈 信彦 <input type="checkbox"/> 山口 尚志
事務局	<input type="checkbox"/> 経済産業部長 高山 康和 <input type="checkbox"/> 観光振興課長 波多野 哲平 <input type="checkbox"/> 観光振興係長 緒方 康裕 <input type="checkbox"/> 観光振興係長 村上 尚寛

1. 開会

- ・会議録の作成方針の決定

2. 議事

- (1) 観光基本計画に基づく取り組み状況について (資料1・2)

3. その他報告

- ・「夕陽館の活用」及び「乗馬クラブの意見収集」について

3. 閉会

■次回開催日      令和8年      月頃  
会場   福津市役所

## 第2次福津市観光基本計画 概要 (計画期間：令和2(2020)年度～令和11(2029)年度)

### ●策定の目的

・第1次福津市観光基本計画(2010年度～2019年度)の考え方を引き継ぐとともに、変化し続ける社会情勢に対応するため、福津市における観光分野の総合的・計画的な指針、及び市民・事業者・団体・行政が福津市の観光振興に取り組む際の基本的な方向を示し、観光客の誘致を促進するとともに、市内の多彩な観光資源の高付加価値化や連携を図って回遊性を高め、観光事業を充実させて消費、雇用、創業、社会基盤の整備等を生み出し、地域産業の活性化を図ることを目指し策定します。

### ●背景

・福岡・北九州両政令指定都市に近接し地理的条件・交通アクセスにも恵まれて、年間で570万人という決して少なくはない観光客を迎えながら、それが直ちに地域経済の浮揚やまちの活性化に結びついていない。

### 観光振興の成果と課題

#### ●観光振興の成果

H22年、福津市観光産業活性化協議会を市・商工会・観光協会・市民代表・学識経験者で組織。「もてなし力の開発」では鯛茶づけフェアをはじめとする11事業を展開。「発信力の向上」では事業に伴う広報・広告を積極的に行うとともに独自事業として観光PR動画を作成。観光入込客数は570万人超(H30現在)。

#### ●課題

##### 【観光客の周遊】

宮地嶽神社を中心に観光地を周遊できる対策

##### 【PR・宣伝】

観光地の露出やPR、特産物等の宣伝。若い世代や女性に向けた情報発信

##### 【案内・看板】

目に入りやすく分かりやすい案内や看板、商品の説明等

##### 【交通アクセス】

バスの本数を増やす以外での交通アクセスの改善

##### 【宿泊】

宿泊施設の整備や施設の情報の発信

##### 【体験・イベント】

体験できる場や他地域と重複しないイベントの内容等の工夫

##### 【インバウンド】

外国語の案内標識やメニュー等の外国人観光客への対策

##### 【連携・体制】

団体や事業者間の連携を強化、受入れ態勢を整備

### 視点・目標像

#### 【目標像】福津の魅力を生かした持続可能な観光のまち

地域活性化のためには、市外の人々との観光以上移住未滿の「関係人口」をつくることが重要だと言われています。観光を産業の柱のひとつとしてとらえ直し、福津の魅力を生かした持続可能な観光という新たな経済基盤をつくりまします。

#### 【視点】地域総体産業として取り組む(地域産業の活性化、波及効果) ※継続

観光振興へ取り組むことにより、宿泊、飲食、物販、交通等の地域の観光関連産業の活性化だけではなく、地域社会全体の産業への波及効果が期待されます。具体的には、物産、飲食のための原材料を生産する農林水産業、これを加工流通するための製造業、運輸業、商品をデザイン開発する対事業所サービス業などは、観光関連産業の周辺に位置し、さらにこれらの事業所で働く人々のための生活サービスをはじめとした地域のサービス産業などへの波及もあることから、観光振興は、地域総体産業として位置づけられます。

### 基本方針

#### ○基本方針1

##### 国内外の人が何度も訪れたい魅力 を磨く(観光資源の魅力向上)

本市の財産である自然資源・歴史資源・景観資源等をしっかりと守りつつ生かして、国内外の人が何度も訪れたいまちをめざします。

#### ○基本方針2

##### 観光拠点を整備し、観光消費額を拡大 する(受入環境の充実)

市内中心部に位置する宮地嶽神社エリア、海岸エリア、津屋崎千軒エリアの主要拠点の整備と、市内に点在する世界遺産の古墳群エリア、畦町エリア、自然公園やキャンプ場、直販施設への誘導を促進します。

#### ○基本方針3

##### ブランドの構築や管理、販売促進のた めの活動を強化する(効果的な情報発信)

「福津」のブランド・イメージを効果的に伝え、市内外の方々が福津に関心を持ち、愛着を感じてもらえるように、ブランドの構築や管理、販売促進のための活動を強化します。

### 基本施策

○地場産食材を使った福津らしい食の開発・普及  
○福津の目玉となる特産品の発掘・磨き上げ  
○自然環境資源や歴史・文化資源の魅力発掘・磨き上げ  
○自然環境、歴史・文化、産業等の資源を生かした体験、交流型観光の推進  
○異分野との連携・組み合わせ等による新たな観光資源の創出

○観光案内の充実  
○観光交流施設・地域の機能強化  
○移動しやすい交通基盤の整備  
○市内宿泊環境の向上と改善  
○福津産品の消費拡大  
○多言語対応等の促進  
○観光人材の発掘と市民意識の向上

○各種媒体を通じた広告・パブリシティの強化  
○市内観光関係機関・団体との連携による共同プロモーション  
○市独自の観光情報発信の強化  
○自治体等との連携による情報発信及び誘客推進

### 推進体制

○福津市観光産業活性化協議会の再編  
○(一社)ふくつ観光協会の機能強化と日本版DMOに相当する組織・事業実施体制の確立

### 成果指標

#### ○観光入込客数

※福岡県観光入込客数推計調査報告分

5,733千人 ⇒ 6,703千人  
(2018年度 ⇒ 2029年度)

#### ○観光消費額

※1人あたり旅行消費額×観光入込客数

14,378百万円 ⇒  
18,054百万円  
(2018年度 ⇒ 2029年度)

#### ○延べ宿泊者数

※福岡県観光入込客数推計調査報告分

14千人 ⇒ 100千人  
(2018年度 ⇒ 2029年度)

#### ○満足度

※基礎調査結果

81.6% ⇒ 86.6%  
(2018年度 ⇒ 2029年度)

#### ○リピーター率

※基礎調査結果

64.4% ⇒ 69.4%  
(2018年度 ⇒ 2029年度)

基本方針	基本施策	R5 年度の取組み	実績	R6 年度の取組み	実績	R7 年度の取組み (参考)	実績	観光入込客数・観光消費額・延べ宿泊者数・満足度・リピーター率（成果指標）への効果【R5・R6 比較評価】	基本方針に対する協議会の評価・意見
2 観光拠点を整備し、観光消費額を拡大する	(1) 観光案内の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>ボランティアガイド養成講座の実施</li> <li>JNTO 外国人観光案内所として「ふっくる」の登録更新</li> <li>JNTO 外国人観光案内所として「津屋崎千軒なごみ」の登録更新 (DMO)</li> <li>「観光案内所@光の道」開業 (DMO)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規 2 人</li> <li>年間来館者数 56,961 人</li> <li>年間来館者数 40,707 人来館</li> <li>— (R5.12.31 開業)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ボランティアガイド養成講座の実施</li> <li>JNTO 外国人観光案内所として「ふっくる」運営</li> <li>JNTO 外国人観光案内所として「津屋崎千軒なごみ」運営</li> <li>「観光案内所@光の道」運営 (DMO)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規 10 人</li> <li>年間来館者数 61,896 人</li> <li>年間来館者数 46,445 人来館</li> <li>年間来館者数 15,256 人来館</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ボランティアガイド養成講座の実施</li> <li>JNTO 外国人観光案内所として「ふっくる」運営</li> <li>JNTO 外国人観光案内所として「津屋崎千軒なごみ」運営</li> <li>「観光案内所@光の道」運営 (DMO)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>—</li> <li>来館者数 47,989 人 (4~12 月)</li> <li>来館者数 35,543 人 (4~11 月)</li> <li>来館者数 16,602 人 (4~1 月)</li> </ul>	<p>ボランティアガイドは毎年着実に新規登録者数を確保しており、来訪者の満足度向上に繋がる持続可能な観光案内を実施できる体制整備に寄与している。</p> <p>観光協会に運営を委託している福間駅構内の「ふっくる」や福間海岸にあるビーチハウス、DMO が運営する「なごみ」と「観光案内所@光の道」は、市内観光スポットや飲食店等の情報を発信する観光拠点としての機能を果たしながら、自主事業の実施により観光入込客数や観光消費額に寄与していると考えられる。「ふっくる」や「ビーチハウス」、「なごみ」「観光案内所@光の道」といった各拠点間がさらに連携し、周遊性の促進に繋げていく必要がある。</p>	

基本施策	R5 年度の取組み	実績	R6 年度の取組み	実績	R7 年度の取組み (参考)	実績	観光入込客数・観光消費額・延べ宿泊者数・満足度・リピーター率(成果指標)への効果【R5・R6 比較評価】	基本方針に対する協議会の評価・意見
(2) 観光交流施設・地域の機能強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「小さな灯り展」(津屋崎地区) (R5.12.16)</li> <li>・「山笠展」(津屋崎地区) (R5.7.1~7.31)</li> <li>・古民家の利活用 (R5.4.1~Ekadbo「」)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>なごみ来館者数 570 人(参考)</li> <li>なごみ来館者数 4,642 人(参考)</li> <li>年間来館者数 585 人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「小さな灯り展」(津屋崎地区) (R6.12.21)</li> <li>・「山笠展」(津屋崎地区) (R6.6.23~7.28)</li> <li>・古民家の利活用 (R5/4/1~Ekadbo「」)</li> <li>・津屋崎豊村喜三郎記念財団から受託した観光庁地域観光新発見事業(豊村財団から DM0 受託)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>なごみ来館者数 550 人(参考)</li> <li>なごみ来館者数 4,943 人(参考)</li> <li>年間来館者数 965 人</li> <li>豊村酒造公認ガイド 11 人養成、フォトスポット製作、豊村酒造来訪者案内看板製作他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「小さな灯り展」(津屋崎地区) (R7.12.6)</li> <li>・「山笠展」(津屋崎地区) (R7.6.23~7.26)</li> <li>・古民家の利活用 (R5/4/1~Ekadbo「」)</li> <li>・津屋崎豊村喜三郎記念財団から受託した観光庁地域観光新発見事業(豊村財団から DM0 受託)</li> <li>・風鈴祭り門前町ナイト(門前町地区) (DM0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>なごみ来館者数 950 人(参考)</li> <li>なごみ来館者数 7,431 人(参考)</li> <li>—</li> <li>文化財巡りモニターツアー開催 1 回 20 人参加(満員)</li> <li>荒天により計測不能</li> </ul>	<p>門前町エリアや津屋崎千軒エリアは、観光基本計画において観光施策を推進すべきエリアとして位置付けている。地域住民の方による「小さな灯り展」や DM0 による「山笠展」、古民家運営事業といった活動は着実に地域の賑わいづくりに寄与していると考えられる。</p> <p>また、豊村記念財団は重要文化財を観光資源として磨き上げるための事業を DM0 と連携・協力して行った。事業により、体験メニューの造成や津屋崎エリアのモニターツアーの実施、バスツアー造成と誘致、専門ガイド員の養成等を行い、津屋崎地域のさらなる活性化に向けて歩み出している。さらに、門前町エリアでは、R7 に DM0 が県補助金を活用し、宮地嶽神社の風鈴祭りと連動したイベントを企画、実施した。天候不良により完遂はできなかったが、門前町エリアの賑わいづくりの契機となり、今後のさらなる発展に期待している。</p>	

基本施策		R5 年度の取組み	実績	R6 年度の取組み	実績	R7 年度の取組み (参考)	実績	観光入込客数・観光消費額・延べ宿泊者数・満足度・リピーター率（成果指標）への効果【R5・R6 比較評価】	基本方針に対する協議会の評価・意見
(3)	移動しやすい交通基盤の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新原・奴山古墳群や歴史資料館を周遊するためのタクシー代を補助する事業を継続実施</li> <li>・レンタサイクルの実施（DMO、観光協会）</li> <li>・サイクルマップ作成（DMO）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>クーポン 128 枚発行</li> <li>492 件利用</li> <li>—</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新原・奴山古墳群や歴史資料館を周遊するためのタクシー代を補助する事業を継続実施</li> <li>・レンタサイクルの実施（DMO、観光協会）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>クーポン 30 枚発行</li> <li>586 件利用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新原・奴山古墳群や歴史資料館を周遊するためのタクシー代を補助する事業を継続実施</li> <li>・レンタサイクルの実施（DMO、観光協会）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>クーポン 5 枚発行（4～12 月）</li> <li>434 件利用（4～11 月）</li> </ul>	<p>市のタクシー助成事業は、古墳群等を含めた市内観光の周遊促進のため実施しているが期待している事業効果は出ていない状況であり、より周遊性を向上させる事業手法を検討している。</p> <p>一方、DMO と観光協会が実施するレンタサイクルは利用件数が増加傾向にあり、本市の 2 次交通が弱いという課題を補い、周遊性の向上に寄与しているものと考えられる。</p>	
(4)	市内宿泊環境の向上と改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国及び県などからの宿泊施設改善補助金等の情報の共有</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国及び県などからの宿泊施設改善補助金等の情報の共有</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国及び県などからの宿泊施設改善補助金等の情報の共有</li> <li>・民間事業者への大峰山キャンプ場貸与・運営再開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>—</li> <li>—</li> </ul>	<p>宿泊施設が少ない現状に対し、打開策が見つかっておらず、課題として残ったままである。</p> <p>そうした本市の現状の中、コロナ禍から閉園し続けていた大峰山キャンプ場が民間事業者による運営形態で再開したことは、滞在時間の延長とそれに伴う観光消費額の向上に寄与するものであり、今後の経過に期待できるものと考えられる。</p>	
(5)	福津産品の消費拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税寄付促進</li> <li>・地域資源認知拡大業務（商工振興課）</li> <li>・農水産物生産者支援事業（いいざい）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>寄付額 約 5.2 億円</li> <li>—</li> <li>—</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税寄付促進</li> <li>・福津産品流通促進業務（いいざい）</li> <li>・新たな魅力開発発信事業（DMO）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>寄付額 約 2.5 億円</li> <li>—</li> <li>—</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税寄付促進</li> <li>・福津産品流通促進業務（いいざい）</li> <li>・新たな魅力開発発信事業（DMO）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>—</li> <li>—</li> <li>—</li> </ul>	<p>商工物産部門は様々な手法により販路拡大・商品開発等に取り組み、観光部門では福津産品を切り口とした PR の実施を図っている。これらの取り組みが観光誘客と消費拡大につながり、さらには商品を生かしたふるさと納税寄付促進に間接的に貢献するものと考えられる。観光施策の展開には、今後もさらに商工物産部門と連携を図っていく必要がある。</p>	

基本施策		R5 年度の取り組み	実績	R6 年度の取り組み	実績	R7 年度の取り組み (参考)	実績	観光入込客数・観光消費額・延べ宿泊者数・満足度・リピーター率（成果指標）への効果【R5・R6 比較評価】	基本方針に対する協議会の評価・意見
(6)	多言語対応等の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多言語マップ改訂、増刷（DMO）</li> <li>・海外 PR 会またはインバウンド向き国内 PR 会等への出店やガイドブックへの出稿、取材協力、インフルエンサー招致事業への協力等（DMO）</li> <li>・観光庁支援メニューによるインバウンド体験型メニューのコンテンツ作成、予約システムの構築、事業者セミナーの開催（DMO）</li> </ul>	<p>－</p> <p>インバウンドインフルエンサー取材 4 組(参考)</p> <p>インバウンド向け体験コンテンツ作成 1 件 (20 人参加×3 回)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多言語マップ新規作成・改訂・増刷（DMO）</li> <li>・海外 PR 会またはインバウンド向け国内 PR 会等への出店やガイドブックへの出稿、取材協力、インフルエンサー招致事業への協力等（DMO）</li> <li>・インバウンド向け体験型メニューのモニター実証、事業者セミナーの開催（DMO）</li> </ul>	<p>新規 2 種類</p> <p>インバウンドインフルエンサー取材 6 組(参考)</p> <p>R5 作成体験コンテンツ磨き上げ (16 人参加×2 回)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多言語マップ改訂、増刷（DMO）</li> <li>・海外 PR 会またはインバウンド向き国内 PR 会等への出店やガイドブックへの出稿、取材協力、インフルエンサー招致事業への協力等（DMO）</li> <li>・観光庁補助事業による「豊村酒造旧醸造所施設」「旧玉乃井旅館」「藍の家」を活用したインバウンド向け体験型コンテンツモニター実証、事業者セミナーの開催（DMO）</li> </ul>	<p>－</p> <p>インバウンドインフルエンサー取材 8 件(4～1 月)(参考)</p> <p>モニターツアー 20 人参加(満員)</p>	<p>観光消費額拡大を狙い、消費単価の高いといわれるインバウンドを誘客促進するための取り組みを DMO が中心となって推進している。福岡県観光連盟と連携、協力する形でインバウンド向けの PR 会や商談会に参加し、本市の魅力を海外へ発信する機会を創出している。これらの取り組みは、インバウンド誘客とそれに伴う観光消費額の拡大に大きく寄与していると考ええる。</p>	
	観光人材の発掘と市民意識の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ボランティアガイド養成講座の実施</li> </ul>	<p>新規 2 人</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ボランティアガイド養成講座の実施</li> </ul>	<p>新規 10 人</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ボランティアガイド養成講座の実施</li> </ul>	<p>－</p>	<p>先述のとおり、毎年新規ガイド員を掘り起こし、少しずつ着実に観光人材の確保している。</p> <p>また、ボランティアガイド会は、市内小学校の総合学習を通じて、文化財や世界遺産の文化的、歴史的価値に関する子どもたちの理解を深めるとともにシビックプライドの醸成にも寄与しているものと考ええる。</p>	

	基本施策	R5 年度の取り組み	実績	R6 年度の取り組み	実績	R7 年度の取り組み (参考)	実績	観光入込客数・観光消費額・延べ宿泊者数・満足度・リピーター率（成果指標）への効果【R5・R6 比較評価】	基本方針に対する協議会の評価・意見
3 ブランドの構築や管理、販売促進のための活動を強化する	(1) 各種媒体を通じた広告・パブリシティの強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレビ番組やラジオ、情報誌（「むなふ」「サンデー」等のフリーペーパー含む）、ネット媒体等で紹介</li> <li>「福津ウェーブ」による福津市観光情報の一体的情報の発信、各媒体への情報の提供</li> </ul>	<p>約 106 件</p> <p>福津ウェーブ 93, 147PV</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレビ番組やラジオ、情報誌（「むなふ」「サンデー」等のフリーペーパー含む）、ネット媒体等で紹介</li> <li>「福津ウェーブ」や SNS による福津市観光情報の一体的情報の発信、各媒体への情報の提供</li> </ul>	<p>約 133 件</p> <p>福津ウェーブ 197, 378PV</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレビ番組やラジオ、情報誌（「むなふ」「サンデー」等のフリーペーパー含む）、ネット媒体等で紹介</li> <li>「福津ウェーブ」や SNS による福津市観光情報の一体的情報の発信、各媒体への情報の提供</li> </ul>	<p>—</p> <p>—</p>	<p>R6 から DMO が運営する公式サイト「福津ウェーブ」に本市の観光情報を集約し一元化したことで、情報の取得し易さにつながり、その成果が PV 数の増加に表れていると考える。</p> <p>観光協会も SNS を活用し、独自のイベントや会員事業者に関する情報を発信するなど、会員事業者に資することを意識した情報発信を行っている。DMO と観光協会による積極的な情報発信は、観光入込客数に寄与する取り組みであると考え。今後もより多くの情報を発信し続けることが重要であり、市・DMO・観光協会の密な情報共有が必要である。</p>	

基本施策	R5 年度の取組み	実績	R6 年度の取組み	実績	R7 年度の取組み (参考)	実績	観光入込客数・観光消費額・延べ宿泊者数・満足度・リピーター率（成果指標）への効果【R5・R6 比較評価】	基本方針に対する協議会の評価・意見
(2) 市内観光関係機関・団体との連携による共同プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>「福岡・大分ディスティネーションキャンペーン」（5/10 別府市、3/3 広島市）</li> <li>「福岡・大分ディスティネーションエクスカーション」（バス移動中に案内、5/11 福津市、宗像市）</li> <li>「福岡・大分ディスティネーションキャンペーン商談会」（10/30 大阪市、11/15 福岡市、1/12 福岡市）</li> <li>九州観光機構（6/15PR ブース出展、8/29 素材相談会）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5/10 商談会参加旅行会社から約 400 人</li> <li>旅行会社参加者から 18 人</li> <li>旅行会社参加数延べ 20 社</li> <li>8/29 旅行会社対応数 6 社</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「福岡・大分ディスティネーションキャンペーン」（4/5-4/6 博多駅、4/20 門司港駅、5/19 大阪駅）</li> <li>「よかバス商談会」（7/11 福岡市）</li> <li>九州観光機構（8/28 素材相談会）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>福岡県における経済波及効果 356 億円(R6. 4~6 月)</li> <li>旅行会社参加数 8 社</li> <li>—</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>福岡県観光連盟の一員として国内外の PR 会等へ参加</li> <li>「よかバス商談会」（6/3、11/26）</li> <li>九州観光機構（8/22 素材相談会）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>—</li> <li>旅行会社参加数 6/3:11 社、11/26:10 社</li> <li>旅行会社対応数 3 者</li> </ul>	<p>福岡県・大分県・JR グループを主催とする観光プロモーションキャンペーンに本市も参加した。本市における経済波及効果の具体的な数値は不明だが、その恩恵はあったものと予想する。</p> <p>また、DMO は県や各種団体が開催する観光関係商談会や PR 会に積極的に参加している。特に、福岡県観光連盟からは DMO に対し、個別に協力依頼があるなど良好な関係、連携ができており、本市を PR する機会を創出している。商談会へ参加した結果、R6 の津屋崎地区への観光バス誘致数は 38 本、延参加者数 1,071 名という結果に結びついている。</p> <p>DMO が中心となって様々な企画や商談会等へ参加することで、観光関連団体やメディアとの新たなネットワークの構築と、観光 PR の手法やノウハウ獲得の契機となっている。このような取り組みは観光入込客数や観光消費額に寄与していると考えられる。</p>	

基本施策		R5 年度の取組み	実績	R6 年度の取組み	実績	R7 年度の取組み (参考)	実績	観光入込客数・観光消費額・延べ宿泊者数・満足度・リピーター率（成果指標）への効果【R5・R6 比較評価】	基本方針に対する協議会の評価・意見
(3)	市独自の観光情報発信の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報ふくつでの定期的発信</li> <li>・SNS（市公式インスタグラム、フェイスブック、LINE）での発信</li> <li>・定例記者発表での発信</li> </ul>	<p>月 1 回</p> <p>観光関連 LINE 配信 約 20 件</p> <p>観光関連 14 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報ふくつでの定期的発信</li> <li>・SNS（市公式インスタグラム、フェイスブック、LINE）での発信</li> <li>・定例記者発表での発信</li> </ul>	<p>月 1 回</p> <p>観光関連 LINE 配信 約 13 件</p> <p>観光関連 12 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報ふくつでの定期的発信</li> <li>・SNS（市公式インスタグラム、フェイスブック、LINE）での発信</li> <li>・定例記者発表での発信</li> </ul>	<p>月 1 回</p> <p>観光関連 LINE 配信 約 16 件(4～1月)</p> <p>観光関連 12 件(4～2月)</p>	<p>市の媒体を活用した情報発信は、発信できる時期や情報拡散範囲が限定的になるが、活用できる媒体が多い方がより発信力の向上を期待できる。市の媒体はDMOや観光協会の情報発信の補助役として、両団体等の取り組みを支援しているものとする。</p>	
(4)	自治体等との連携による情報発信及び誘客促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・筑前玄海観光推進協議会事業（筑前玄海イカフェアの開催、10/1～11/30）</li> <li>・新たな観光地域づくり事業「看板商品の創出事業（玄界灘イカ）」（福岡県）</li> </ul>	<p>本市の出食数 663 食</p> <p>新規商品開発 1 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・筑前玄海観光推進協議会事業（筑前玄海イカフェアの開催、9/17～11/10）</li> <li>・九州栄養福祉大学との包括連携協定（いいざい）</li> </ul>	<p>本市の出食数 5,802 食</p> <p>—</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・筑前玄海観光推進協議会事業（筑前玄海イカフェアの開催、9/14～11/10）</li> </ul>	<p>本市の出食数 6,165 食</p>	<p>広域で自治体が連携することで発信力が増すことはメリットの一つである。さらに、インバウンドを誘客する観光施策を展開するためには広域的な取り組みを拡充すべきと考える。特に、古賀市、福津市、宗像市、岡垣町、芦屋町で構成する筑前玄海観光推進協議会は、エリアとしてインバウンド誘客をする上で重要な基盤であると考え、取り組みの充実化が必要である。</p>	