

令和 8 年度 第 1 回福津市観光産業活性化協議会 次第

日 時	令和 8 年 5 月 2 9 日（金） 午後 3 時 00 分～
会 場	福津市役所本館 2 階 庁議室
委 員	☐ 永松 毅文 ☐ 小役丸 秀一 ☐ 浄見 譲 ☐ 花田 千賀子 ☐ 中川 久美 ☐ 塩川 浩一 ☐ 小島 恵 ☐ 大隈 信彦 ☐ 山口 尚志
事務局	☐ 経済産業部長 高山 康和 ☐ 商工観光課長 梶原 龍生 ☐ 観光振興係長 村上 尚寛 ☐ 観光振興係 熊井 智之

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）

(2) 令和 7 年度福津市観光産業活性化協議会報告書案について（資料 3）

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、市外の人々と観光以上移住未満の「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くなる魅力を磨く(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くなるまちをめざします。

○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
○福津製品の消費拡大
○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	・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 ・「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	約 106 件	・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 ・「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	約 133 件	・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 ・「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	ー ※集計中	R6 から DM0 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。 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。DM0 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・DM0・観光協会の密な情報共有が必要である。	

基本施策		R5 年度 of 取り組み	実績	R6 年度 of 取り組み	実績	R7 年度 of 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 of 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	・「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）	5/10 商談会参加旅行会社から約 400 人	・「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）	福岡県における経済波及効果 356 億円(R6. 4～6 月)	・福岡県観光連盟の一員として国内外の PR 会等へ参加	－	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 of 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。 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。	
		・「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） ・「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） ・九州観光機構（6/15PR ブース出展、8/29 素材相談会）	旅行会社参加者から 18 人 旅行会社参加数延べ 20 社 8/29 旅行会社対応数 6 社	・「よかバス商談会」（7/11 福岡市） ・九州観光機構（8/28 素材相談会）	旅行会社参加数 8 社 －	・「よかバス商談会」（6/3、11/26） ・九州観光機構（8/22 素材相談会）	旅行会社参加数 6/3:11 社、11/26:10 社 旅行会社対応数 3 者	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 of 構築と、観光 PR の手法やノウハウ獲得 of 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る。	

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)	市独自の観光情報発信の強化	・広報ふくつでの定期的発信 ・SNS（市公式インスタグラム、フェイスブック、LINE）での発信 ・定例記者発表での発信	月 1 回 観光関連 LINE 配信 約 20 件 観光関連 14 件	・広報ふくつでの定期的発信 ・SNS（市公式インスタグラム、フェイスブック、LINE）での発信 ・定例記者発表での発信	月 1 回 観光関連 LINE 配信 約 13 件 観光関連 12 件	・広報ふくつでの定期的発信 ・SNS（市公式インスタグラム、フェイスブック、LINE）での発信 ・定例記者発表での発信	月 1 回 観光関連 LINE 配信 約 16 件(4～1 月) 観光関連 12 件(4～2 月)	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 DM0 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。	
(4)	自治体等との連携による情報発信及び誘客促進	・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） ・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）	本市の出食数 663 食 新規商品開発 1 件	・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） ・九州栄養福祉大学との包括連携協定（いいざい）	本市の出食数 5,802 食 —	・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）	本市の出食数 6,165 食	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 1 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。	

令和8年 月 日

福津市長 福井 崇郎 様

福津市観光産業活性化協議会

会長 永松 毅文

令和7年度第2次福津市観光基本計画の中間見直しの結果について（報告）【案】

このことについて、下記のとおり報告します。

記

1. 協議の結果

本協議会では、第2次福津市観光基本計画（以下「観光基本計画」という。）に基づく各種施策の取組状況について、令和4年度に引き続き2回目となる検証を行いました。検証の方法については、観光基本計画に定める基本方針と、それらに関連する基本施策ごとの代表的な取り組みについて、実績や課題を踏まえた協議を行うことで実施しました。協議の結果については、以下のとおり、基本方針ごとにまとめて報告します。

（1）基本方針1「国内外の人が何度も訪れたい魅力を磨く」

- ・各種イベントや商品開発、体験型コンテンツは、本市の観光資源や地域資源を活かした取り組みとして一定の成果が認められ、改善を重ねながら発展的に実施している取り組みであることが確認でき、今後も継続して実施していくべきものであると判断します。
- ・各取り組みの認知度は高いとはいえず、その原因は情報発信方法にあると考えます。ホームページ等からユーザー自らが情報を取得する「プル型」の情報発信と併せて、SNSを活用して積極的に発信する「プッシュ型」の情報発信を行っていくことが必要です。
- ・現在、本市に存在する観光資源を活用して、例えば、単に「いちご狩り」の提供に留まるのではなく、「いちご大福づくり」も組み込んだ体験プログラムの企画・造成や、DMOや観光協会、交通事業者等が連携して市内周遊ツアーを

企画する等、様々な体験プログラムの掛け合わせや事業者間の連携により、新たな魅力が生まれ、より大きな成果につながることを期待されます。

(2) 基本方針2「観光交流施設・地域の機能強化」

- ・「ふっくる」「ビーチハウス」「観光案内所@光の道」は、各観光拠点において来訪者の行動分析により、市内周遊を促進するために観光スポット周辺の観光情報を発信する、あるいは、多くの来訪者に対応できるよう開館時間を柔軟に変更する等の工夫を実施しているものの、更なる市内周遊促進や観光消費額の拡大につながる可能性を有していると考えられ、今後も積極的かつ継続的な改善が期待されます。
- ・既存の取り組みについて、費用をかけずとも、より多くの事業者と連携することと実施方法等を工夫することで、より効果的な地域の賑わいが創出されることが考えられます。
- ・インバウンド誘客のための取り組みとして、インバウンドのニーズを把握し、ニーズに合った情報発信を行うことが必要です。また、近隣自治体間でレンタサイクルの料金統一化を図り、広域で利用しやすい仕組みを構築することでより高いインバウンド誘客効果が期待できます。
- ・新原・奴山古墳群という世界遺産を観光資源として更に活用していくためには、多くの市民に古墳群を認知してもらうための取り組みが必要です。

(3) 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」

※令和8年度第1回協議会后、作成。

2. まとめ

協議の結果、各種取り組みについては、各々改善点はあるものの、本市の豊かな自然環境や歴史的資源、農水産品といった観光資源の魅力を活かしたものであり、今後も改善を行いながら継続して実施すべきものであると考えます。

一方で、各種取り組みに共通する改善点としては、情報発信の手法が挙げられ、今後は、SNSを活用した「プッシュ型」発信を含む積極的かつ戦略的な手法の検討と実践に取り組んでいくことを提言します。

さらに、現在行われている取り組みに対し、「如何に付加価値を付けていくの

か」が重要です。既存の取り組みや観光資源を掛け合わせることや、観光に関わる人や団体等が一層連携・協力することが付加価値を生み出す手法の1つであると言えます。その付加価値が、観光基本計画に定める「滞在時間の延伸」や「観光消費額の拡大」といった効果に繋がるものと考えます。

以上を各種施策の取組状況に対する評価及び協議の結果として報告するとともに、本市における今後の更なる観光振興の発展を期待します。

※令和8年度第1回協議会後にまとめについても加筆予定。