

# 第3次糸島市観光振興基本計画 (素案)

令和8年 月  
糸島市

# 目次

## 第1章 計画策定の趣旨

1. 背景と目的.....	3
2. 計画の位置づけ.....	4
3. 計画の期間.....	4

## 第2章 糸島市を取り巻く国内外の観光の動向

1. 糸島市を取り巻く観光の動向.....	5
（1）日本人国内旅行の動向.....	5
① 日本の将来推計人口※.....	5
② 日本国内における旅行消費額※.....	5
③ 日本人国内延べ旅行者数及び1人1回あたり旅行支出（旅行単価）.....	6
④ 延べ宿泊者数（日本人・外国人割合）.....	6
⑤ 日本人国内旅行経験率の推移.....	7
⑥ 旅行目的別、宿泊・日帰り別日本人国内延べ旅行者数.....	7
⑦ 宿泊旅行・日帰り旅行の旅行単価.....	8
⑧ 年代別にみた日本人国内旅行経験率.....	8
（2）訪日外国人旅行の動向.....	10
① 訪日外国人旅行消費額.....	10
② 訪日外国人旅行者数.....	10
③ 費目別にみる訪日外国人旅行消費額.....	11
④ 訪日外国人の1人あたり旅行支出.....	11
（3）九州及び福岡県の観光の動向.....	14
① 九州における観光の動向.....	14
② 福岡県における観光の動向.....	17

## 第3章 糸島市の観光の現状と課題

1. 糸島市の観光の現状.....	21
（1）糸島市への観光客（来訪者）の動向.....	21
① 旅行消費額の推移.....	21
② 観光入込客数※の推移.....	21
③ 宿泊客数の推移.....	22
④ 外国人観光客入込客数の推移.....	22
⑤ リピーター率※の推移.....	22
⑥ 基礎調査結果のまとめ.....	23
（2）観光に関する地域住民や事業者等の意向.....	24
① 観光に関する地域住民の意向.....	24
ア. 校区を訪れる観光客数に対する認識について.....	24

イ. 観光客の受け入れに対する認識について.....	25
ウ. 観光客が生活環境に与える良い影響について.....	25
エ. 観光客が生活環境に与える悪い影響について.....	26
② 観光に関する事業者等の意向.....	28
(3) 第2次糸島市観光振興基本計画の振り返り.....	29
① 目標達成状況.....	29
2. 糸島市の観光の課題の整理.....	30
① 本市の観光の現状に関するまとめ.....	30
② 本市の観光の課題に関するまとめ.....	31

## 第4章 糸島市のこれからの観光振興計画

1. 目指す将来像.....	32
(1) 目指す将来像.....	32
(2) 目指す将来像の実現に向けた基本的な考え方.....	32
2. ターゲット戦略.....	34
3. 基本目標、基本施策、主な取組.....	36
4. 計画の目標値（KGI と KPI）.....	39
5. 計画推進のイメージ.....	40

## 第5章 計画の推進と効果検証

1. 計画の推進.....	41
2. 計画の進捗管理と効果検証.....	42

## ■ 資料編

<用語解説>.....	43
<第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査結果>.....	46
① 年間訪問回数.....	46
② 訪問目的.....	46
③ 同行者.....	47
④ 訪問時の宿泊地.....	47
⑤ 訪問時の滞在時間.....	48
⑥ 市内消費額.....	48
⑦ 交通手段.....	50
⑧ 訪問観光地.....	50
⑨ 観光満足度.....	51
⑩ 観光再訪意向.....	51
⑪ 糸島市への期待点.....	52
⑫ 糸島市への不満点.....	52

# 第1章 計画策定の趣旨

## 1 背景と目的

2020年1月以降、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴い、人の移動が大きく制限され、全国的に宿泊業、飲食サービス業などの経営状況が悪化するなど、観光関連産業を取り巻く状況は大きく変動しました。本市においても観光事業者のみならず、関連する産業は甚大な影響を受け、地域のイベントなども自粛を余儀なくされました。コロナ禍<sup>\*</sup>の経験を通じて、いかに観光が本市の経済や雇用、そして地域文化を支えていたかを改めて認識することとなりました。

コロナ禍を経て、観光は大きな転換期を迎えています。旅行者の価値観やニーズ、観光スタイルが大きく変化し、多様化が進んでいます。観光需要が急速に回復していることに伴い、観光関連産業における人材・人手不足などがより顕著になっていることに加え、一部の地域では、観光客の集中によるオーバーツーリズム<sup>\*</sup>の問題が発生し始めているところです。

こうした変化や問題を踏まえ、これからの観光振興においては、地域の環境や暮らしとの調和といった持続可能性の確保がこれまで以上に求められます。そのため、観光による経済効果の最大化を図るとともに、旅行消費額の拡大や満足度の向上といった「質」の高い観光を実現していく必要があります。

本市においても、桜井二見ヶ浦を中心とした多くの魅力ある観光資源により、国内外問わず多くの観光客が訪れています。その一方で、特定地域への観光客の集中によるオーバーツーリズムの懸念も高まっています。こうした状況を踏まえ、観光入込客数といった観光の「量」ではなく「質」の追求、糸島市全体への観光客の分散、そして持続可能な観光地域づくりを推進することが求められます。

本計画は、このような背景のもと、行政をはじめ、地域DMO（観光地域づくり法人）<sup>\*</sup>である糸島市観光協会、観光に関連するあらゆる分野の事業者や団体、市民が連携・協働しながら、本市一丸となって持続可能な観光地域づくりを推進していくための目標や施策を示すために策定するものです。

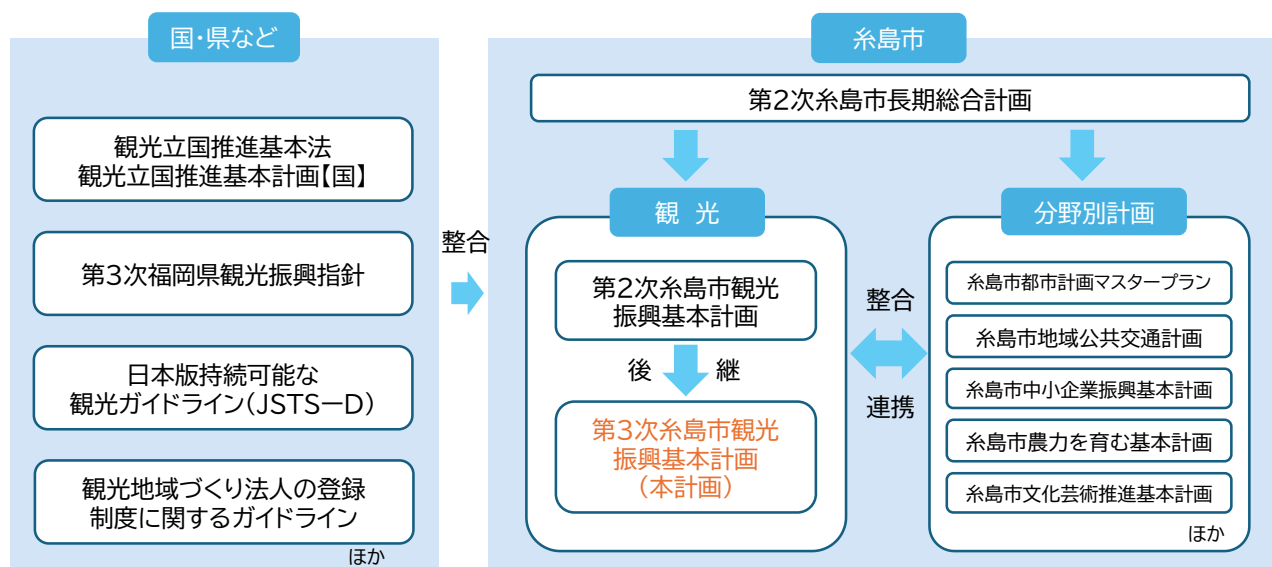
注) 「〇〇〇<sup>\*</sup>」…43頁以降の用語解説で詳しく説明しています。

## 2 計画の位置づけ

本市では、2020年3月に「第2次糸島市観光振興基本計画（以下、「第2次計画」という。）」を策定し、「次の世代に自信を持って引き継ぐことができる糸島市」および「市民が“観光都市”としての意識を持ち、海・山・農・食・歴史・文化といった豊かな地域資源の魅力をさらに磨き上げ、誇りや愛着を持って、国内外からの観光客をもてなすことができる糸島市」の実現を基本理念として、5つの基本方針と18の基本施策で観光振興に取り組んできました。

本計画は、第2次計画の後継計画として、「第2次糸島市長期総合計画」（2021年度～2030年度）や各分野別計画に記載される観光関連施策との整合を図るとともに、国や九州、福岡県の観光関連指針・計画等を踏まえた計画とします。

（図表1）計画の位置づけ



## 3 計画の期間

観光を取り巻く環境・情勢はめまぐるしく変化しており、臨機応変かつ柔軟に対応していく必要があること、また、「第2次糸島市長期総合計画」との整合・連動を踏まえ、2026年度から2030年度までの5年間を計画期間とします。

また、社会情勢の変化等を踏まえ、観光を取り巻く環境の変化に的確に対応するため、必要に応じた見直しを行います。

# 第2章 糸島市を取り巻く国内外の観光の動向

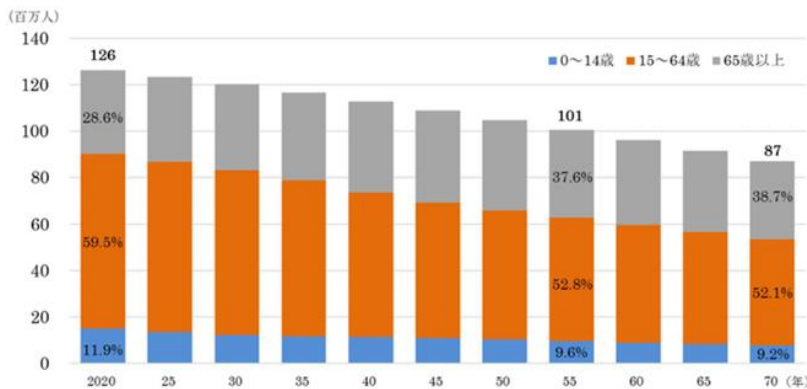
## 1 糸島市を取り巻く観光の動向

### (1) 日本人国内旅行の動向

#### ① 日本の将来推計人口※

- 日本の将来推計人口をみると、総人口は2055年には約1億人、2070年には約8,700万人となり、2020年と比較すると約3割減少するとともに、総人口の約4割が65歳以上になるとの見通しです。今後のさらなる人口減少・少子高齢化による国内旅行市場への影響は避けられない状況にあります。

(図表2) 日本の将来推計人口

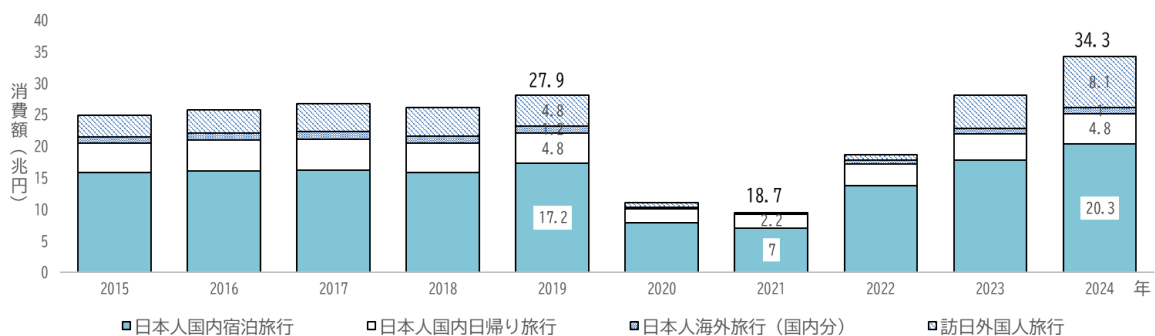


(出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(令和5年推計)」

#### ② 日本国内における旅行消費額※

- 2024年の日本国内における旅行消費額は34.3兆円(前年比+22.1%)となりました。2020年以降は新型コロナウイルス感染症の影響で大幅に減少しましたが、2022年以降、国内旅行需要は徐々に回復し、2024年にはコロナ禍前の水準を上回りました。
- 国内の旅行消費額の内訳をみると、日本人国内宿泊旅行はコロナ禍前の水準を上回って回復しています。日本人国内日帰り旅行もコロナ禍前と同じ水準まで回復しています。

(図表3) 日本国内における旅行消費額の推移

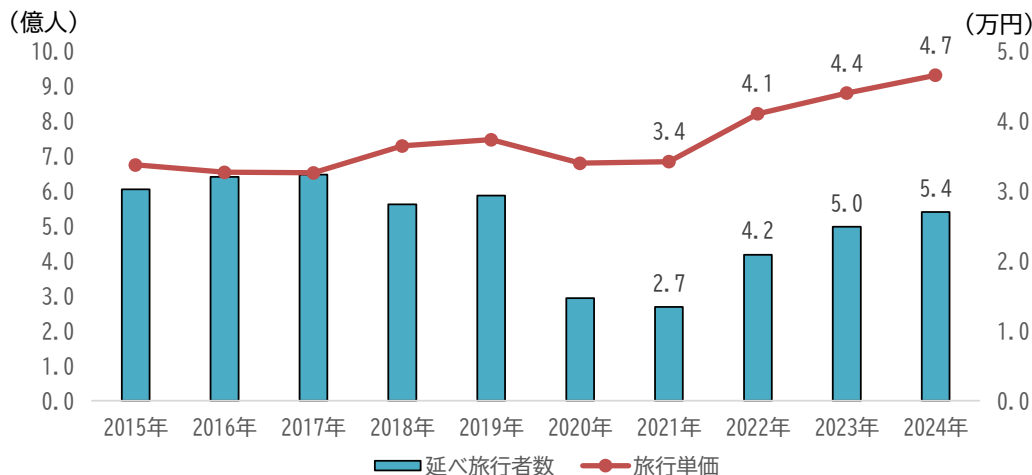


(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

③ 日本人国内延べ旅行者数及び1人1回あたり旅行支出（旅行単価）

- 旅行単価は物価上昇等により上昇傾向にありますが、日本人国内延べ旅行者数は長期的に伸び悩んでいます。

(図表4) 日本人国内延べ旅行者数及び旅行単価の推移

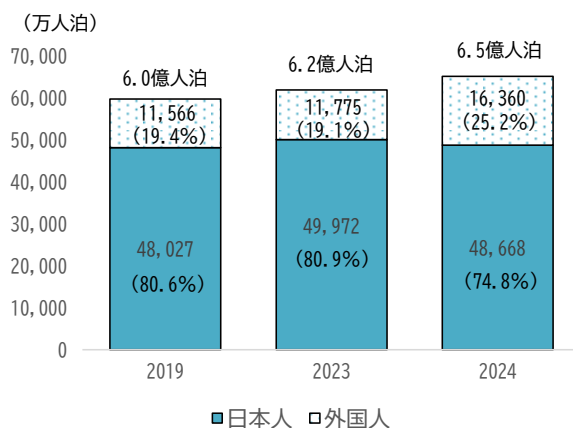


(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

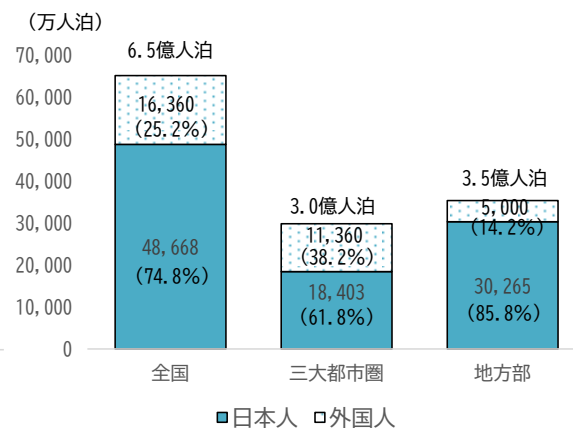
④ 延べ宿泊者数（日本人・外国人割合）

- 日本国内のホテル、旅館等における延べ宿泊者数は、2024年は6.5億人泊（2019年比+9.1%）であり、過去最高となりました。このうち、日本人延べ宿泊者数は4.9億人泊（同+1.3%）、外国人延べ宿泊者数は1.6億人泊（同+41.5%）となりました。また、延べ宿泊者数全体に占める日本人の割合は74.8%でした。
- 都市圏別の延べ宿泊者数の日本人・外国人割合をみると、地方部延べ宿泊者数の日本人割合は85.8%であり、地方部の旅行需要を日本人が下支えしていることがわかります。

(図表5) 延べ宿泊者数の推移



(図表6) 都市圏別延べ宿泊者数（2024年）



注1：速報値

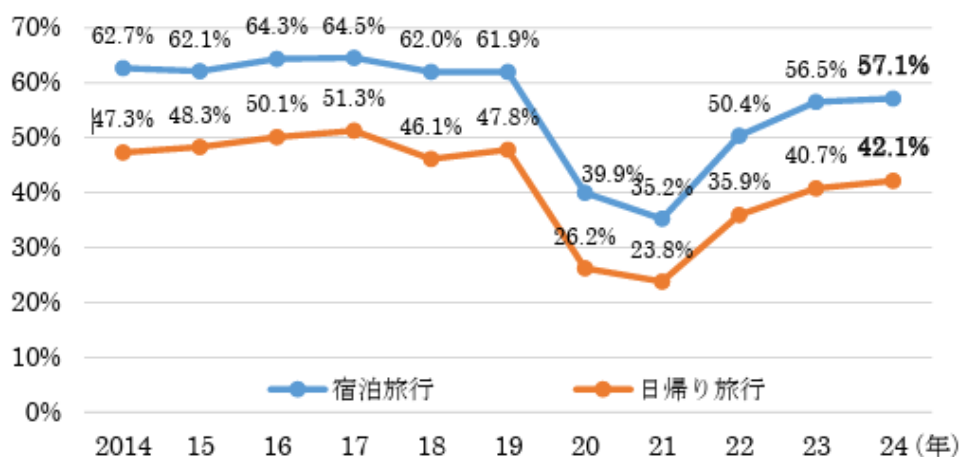
注2：三大都市圏は、東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都及び兵庫の8都府県、地方部は、三大都市圏以外の道県

(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

### ⑤ 日本人国内旅行経験率の推移

- 日本人国内旅行経験率は、宿泊旅行、日帰り旅行ともに停滞しており、長期的に伸び悩んでいます。

(図表7) 日本人国内旅行経験率の推移

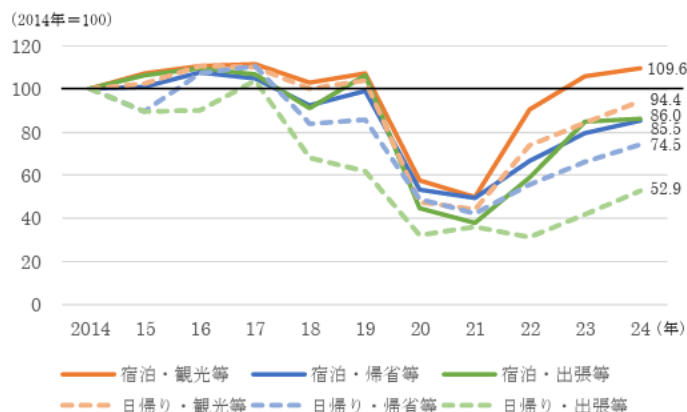
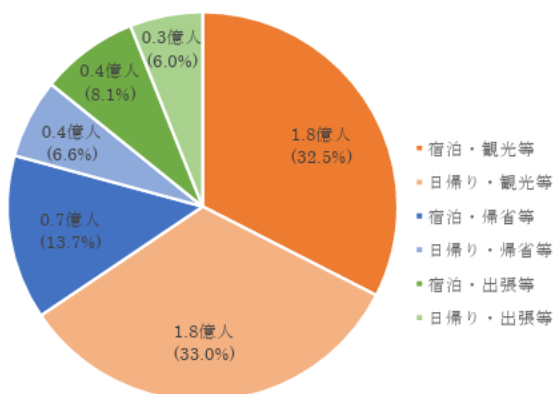


注：旅行経験率は過去1年間に1回以上経験した人の割合を示す  
(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

### ⑥ 旅行目的別、宿泊・日帰り別日本人国内延べ旅行者数

- 2024年の日本人延べ旅行者数を旅行目的別にみると、「観光・レクリエーション目的」の旅行者が全体の約7割、「帰省・知人訪問等目的」は約2割、「出張・業務目的」は約1割です。それぞれの推移をみると、「宿泊」の「観光・レクリエーション目的」の旅行者数はコロナ禍からの回復が早く、2024年時点では10年前の2014年と比較して約1割の増加となっています。

(図表8) 国内延べ旅行者数の旅行目的別内訳(2024年) (図表9) 旅行目的別延べ旅行者数の推移



注1：2024年は速報値  
注2：グラフ中の「観光等」は「観光・レクリエーション」目的、「帰省等」は「帰省・知人訪問等」目的、「出張等」は「出張・業務」目的の旅行者数  
(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

⑦ 宿泊旅行・日帰り旅行の旅行単価

- 2024年の「観光・レクリエーション目的」の国内旅行における旅行単価をみると、宿泊旅行は7.8万円であり、日帰り旅行（2.0万円）を大きく上回っています。地域への経済効果等の観点からは宿泊旅行がより重要です。費目別にみると、宿泊旅行では宿泊費、次いで交通費、飲食費の順に高く、日帰り旅行では交通費、買物代、飲食費の順に高くなっています。

(図表10) 「観光・レクリエーション目的」の国内旅行における宿泊旅行・日帰り旅行の旅行単価（2024年）



注1：速報値

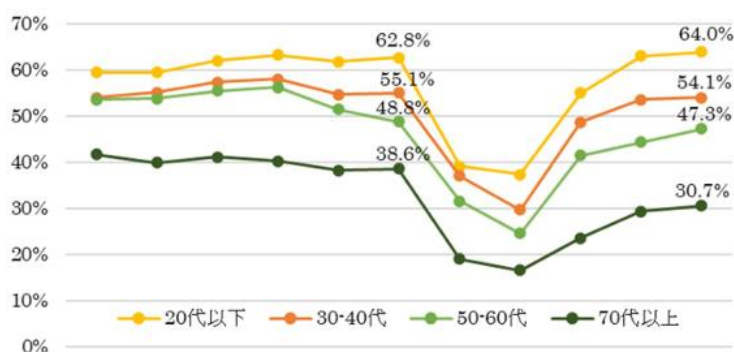
注2：「その他」は「旅行前後支出」、旅行中の「参加費」及び旅行中の「娯楽等サービス費・その他」の合計

(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

⑧ 年代別にみた日本人国内旅行経験率

- 年代別国内旅行経験率をみると、若年層ほど高く、高齢層ほど低くなっています。また、若年層ほどコロナ禍による落ち込みからの回復が堅調ですが、高齢層ほど回復が遅いことがわかります。2024年の旅行経験率は、20代以下では64.0%と2019年水準（62.8%）を上回りましたが、70代以上では30.7%であり2019年水準（38.6%）を大きく下回っています。

(図表11) 年代別国内宿泊旅行経験率の推移



注：観光・レクリエーション目的

(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

○ 日本人国内旅行の動向を踏まえた対策の方向性（図表12）

国内旅行の動向まとめ

- ①人口減少・少子高齢化による国内旅行市場の縮小懸念
- ②コロナ禍以降、旅行消費額、旅行者数ともに回復・増加傾向
- ③国内旅行の旅行消費額は宿泊旅行がけん引
- ④地方部は日本人宿泊旅行者が旅行需要を下支え
- ⑤日本人国内旅行経験率は伸び悩み
- ⑥宿泊・観光・レクリエーション目的旅行の回復・伸びが顕著
- ⑦年代別の旅行実施傾向に差（若年層は高く、高齢層は低い）



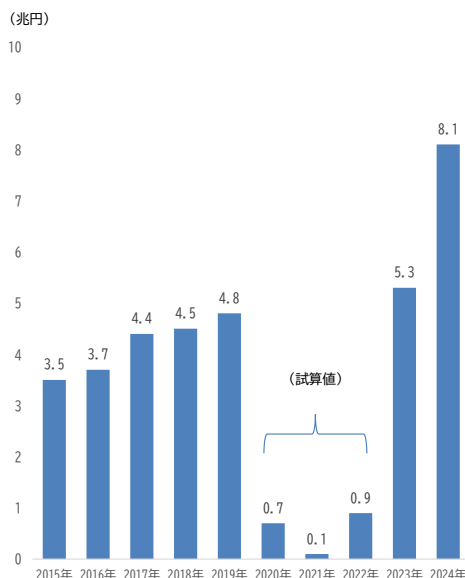
- 国内旅行市場は縮小傾向にあるため、一人あたりの旅行回数の増加に向けて、観光客の満足度、リピート率を高めるための取組が必要です。
- 旅行消費額を増加させるため、周遊行動の仕掛けづくりや民間による宿泊施設の整備促進など、観光客の滞在長期化を図る取組が求められます。
- 年代別など属性に応じた観光客の様々なニーズを把握し、マーケティング※に基づく観光戦略の立案が必要です。

(2) 訪日外国人旅行の動向

① 訪日外国人旅行消費額

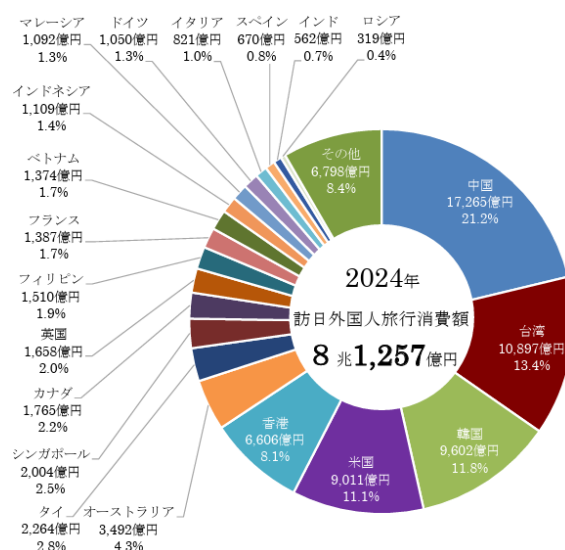
- 2024年の訪日外国人旅行消費額は8.1兆円（2019年比+68.8%）と過去最高になり、2023年以降、コロナ禍前の水準を上回って推移しています。
- 2024年の国籍・地域別の内訳をみると、中国が最も多く、次いで台湾、韓国、米国の順となっています。

(図表13) 訪日外国人旅行者消費額の推移



(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(図表14) 国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額(2024年)

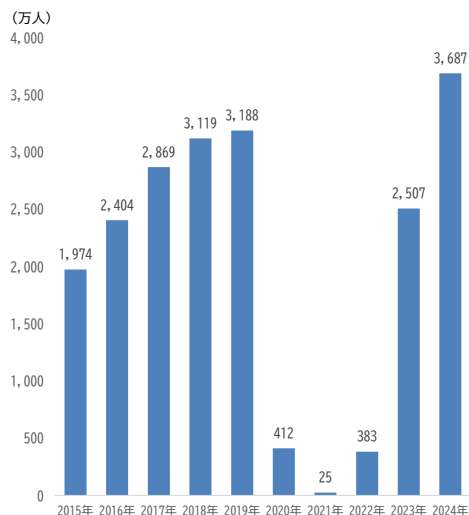


(出所) 観光庁「インバウンド消費動向調査」

② 訪日外国人旅行者数

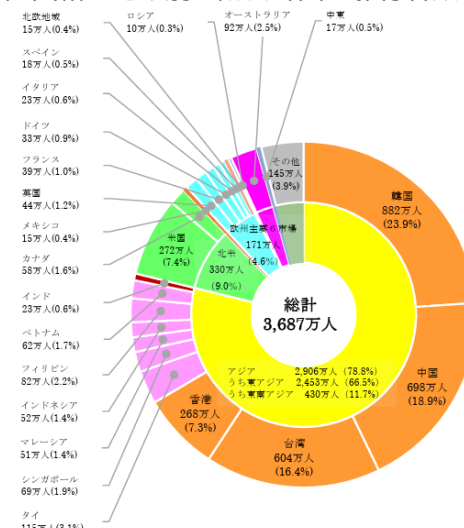
- 2024年の訪日外国人旅行者数は、3,687万人（2019年比+15.7%）と過去最高となりました。
- 2024年の国籍・地域別の内訳をみると、韓国が最も多く、次いで中国、台湾、米国、香港の順となっています。

(図表15) 訪日外国人旅行者数の推移



(出所) 日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客統計」

(図表16) 国籍・地域別の訪日外国人旅行者数(2024年)

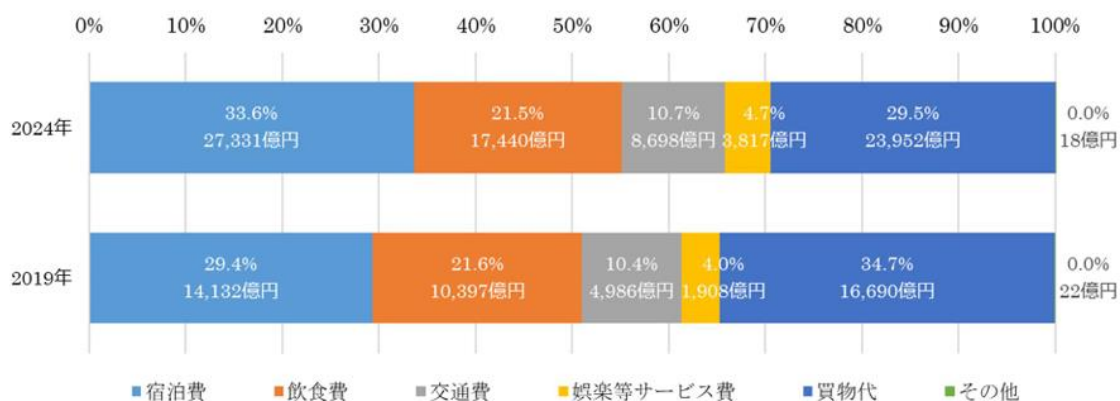


(出所) 日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客統計」

③ 費目別にみる訪日外国人旅行消費額

- 2024年の訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、全体に占める割合では、宿泊費が33.6%と最も高くなり、2019年と比較しても4.2ポイント増加しました。

(図表17) 費目別にみる訪日外国人旅行消費額 (2024年、2019年)

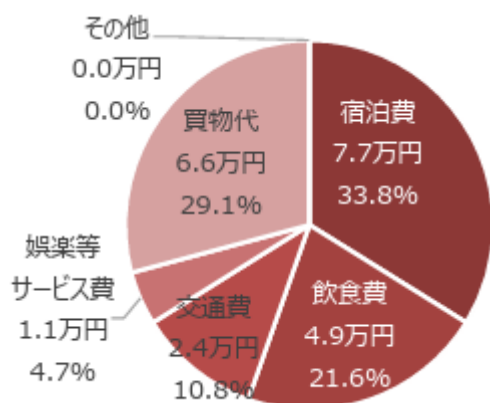


注：上段は旅行消費額の費目別割合。下段は費目別旅行消費額  
(出所) 観光庁「インバウンド消費動向調査」

④ 訪日外国人の1人あたり旅行支出

- 2024年の訪日外国人（一般客）1人あたり旅行支出は22.7万円と推計されています。費目別にみると、宿泊費が7.7万円と最も高く、次いで買物代、飲食費の順で高くなっています。
- 国籍・地域別にみると、訪日外国人旅行者数は、韓国、中国、台湾、米国、香港、タイの順で多くなっているのに対し、1人あたり旅行支出は、米国、中国、香港、タイ、台湾、韓国の順で高くなっています。

(図表18) 費目別にみる一般客1人あたり旅行支出 (2024年)



注：一般客はクルーズ客以外の訪日外国人  
(出所) 観光庁「インバウンド消費動向調査」

## 第2章 糸島市を取り巻く国内外の観光の動向

(図表19) 国籍・地域別にみる訪日外国人1人あたり旅行支出と旅行消費 (2024年)

2024年暦年

国籍・地域	a. 1人あたり旅行支出			b. 訪日外国人旅行者数 <sup>注1</sup>			c. 訪日外国人旅行消費額 (=a×b) (億円)
	(円/人)	前年比	2019年比	(人)	前年比	2019年比	
全国籍・地域	226,851	+6.6%	+43.1%	35,613,630	+43.0%	+19.3%	80,790
韓国	109,103	+2.6%	+43.3%	8,794,372	+26.6%	+57.9%	9,595
台湾	187,512	-0.8%	+58.5%	5,773,161	+39.9%	+25.3%	10,825
香港	248,882	+9.5%	+59.6%	2,651,216	+25.7%	+17.7%	6,598
中国	276,604	-13.6%	+30.0%	6,110,349	+158.6%	-23.6%	16,901
タイ	197,305	+2.0%	+50.1%	1,147,048	+15.2%	-12.9%	2,263
シンガポール	291,047	+0.4%	+67.6%	688,307	+16.4%	+40.5%	2,003
マレーシア	216,437	-3.4%	+62.4%	503,958	+21.3%	+1.3%	1,091
インドネシア	215,034	+8.4%	+64.0%	515,468	+20.1%	+25.6%	1,108
フィリピン	185,518	+4.6%	+71.9%	813,288	+30.7%	+33.4%	1,509
ベトナム	221,401	+4.8%	+25.0%	620,249	+8.1%	+25.5%	1,373
インド	241,590	+4.3%	+53.6%	232,342	+39.6%	+33.8%	561
英国	381,318	+16.4%	+58.1%	434,708	+35.6%	+5.3%	1,658
ドイツ	333,027	+10.4%	+65.3%	314,831	+37.5%	+37.2%	1,048
フランス	360,952	+9.6%	+52.0%	384,145	+38.8%	+14.4%	1,387
イタリア	358,471	+7.2%	+79.7%	229,031	+50.6%	+41.3%	821
スペイン	368,428	+9.6%	+66.5%	181,872	+57.2%	+40.0%	670
ロシア	327,325	+26.5%	+78.9%	97,146	+131.7%	-18.1%	318
米国	331,976	+11.8%	+75.3%	2,713,492	+32.7%	+59.5%	9,008
カナダ	306,272	+10.4%	+68.5%	576,053	+35.4%	+57.1%	1,764
オーストラリア	380,492	+11.7%	+53.5%	917,449	+49.7%	+50.2%	3,491
その他	354,834	+10.5%	+60.2%	1,915,145	+42.6%	+39.8%	6,796
クルーズ客	37,148	-29.2%	-6.5%	1,256,518	+654.8%	-38.0%	467
全体				36,870,148	+47.1%	+15.6%	81,257

注1: 「クルーズ客」は法務省の船舶観光上陸許可数、「一般客」はクルーズ客以外の訪日外国人

注2: クルーズ調査は2023年7-9月期から調査を再開したため、クルーズ客の前年(2023年)比算出に使用している  
2023年暦年値は参考値である

(出所) 観光庁「インバウンド消費動向調査」

○ 訪日外国人旅行の動向を踏まえた対策の方向性（図表20）

訪日外国人旅行の動向まとめ

① コロナ禍以降、旅行消費額、旅行者数ともに過去最高を記録

② 旅行消費額、旅行者数ともにアジアが中心

③ 1人あたり旅行支出額は国・地域差がある

④ 宿泊費にかける割合が高くなっている



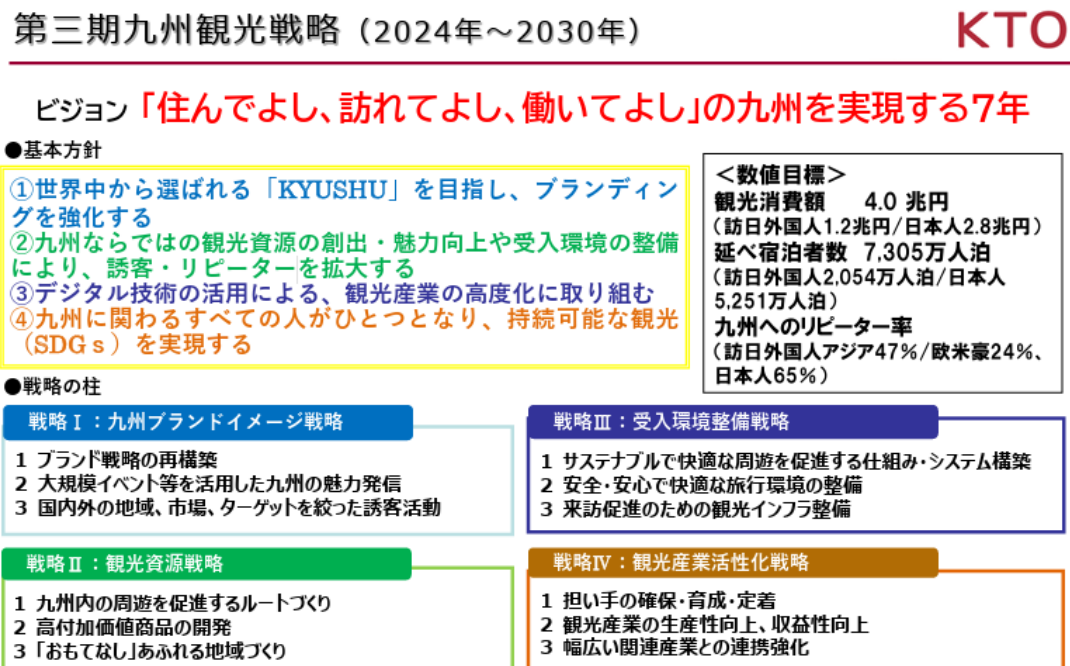
- 旅行消費額を増加させるため、周遊行動の仕掛けづくりや民間による宿泊施設の整備促進など、観光客の滞在長期化を図る取組が必要です。
- 国や地域別などにより異なる観光客の様々なニーズの把握に務め、マーケティングに基づく観光戦略の立案が求められます。

(3) 九州及び福岡県の観光の動向

① 九州における観光の動向

■ 広域連携DMO\*である一般社団法人九州観光機構\*がまとめる「第3期九州観光戦略」（計画期間：2024年～2030年）では、「『住んでよし、訪れてよし、働いてよし』の九州を実現する7年」をビジョンに掲げ、以下の基本方針、戦略、数値目標のもと九州地域の観光活性化に取り組んでいます。

(図表21) 第三期九州観光戦略の概要



(出所) 一般社団法人九州観光機構「一般社団法人九州観光機構について」

(図表22) 第3期九州観光戦略の目標値

	第二期	第三期九州観光戦略				日本全体 2030年 目標
		第1次アクションプラン			第2次アクションプラン	
	2019年 実績	2024年 目標	2025年 目標	2026年 目標	2030年 目標	
観光消費額 ※1	2.88兆円	2.68兆円	3.04兆円	3.20兆円	4兆円	37兆円
訪日外国人	3,739億円	3,500億円	4,936億円	6,574億円	1.2兆円	15兆円
日本人	25,068億円	23,300億円	25,500億円	25,500億円	2.8兆円	22兆円
延べ宿泊者数 ※2	5,869万人泊	5,292万人泊	5,822万人泊	5,976万人泊	7,305万人泊	
訪日外国人	868万人泊	723万人泊	918万人泊	1,165万人泊	2,054万人泊	
日本人	5,001万人泊	4,568万人泊	4,903万人泊	4,811万人泊	5,251万人泊	
九州へのリピーター率						
訪日外国人（アジア）			46%		47%	
訪日外国人（欧米豪）			23%		24%	
日本人			64%		65%	

※1 九州・長崎IRIによる効果は含まず

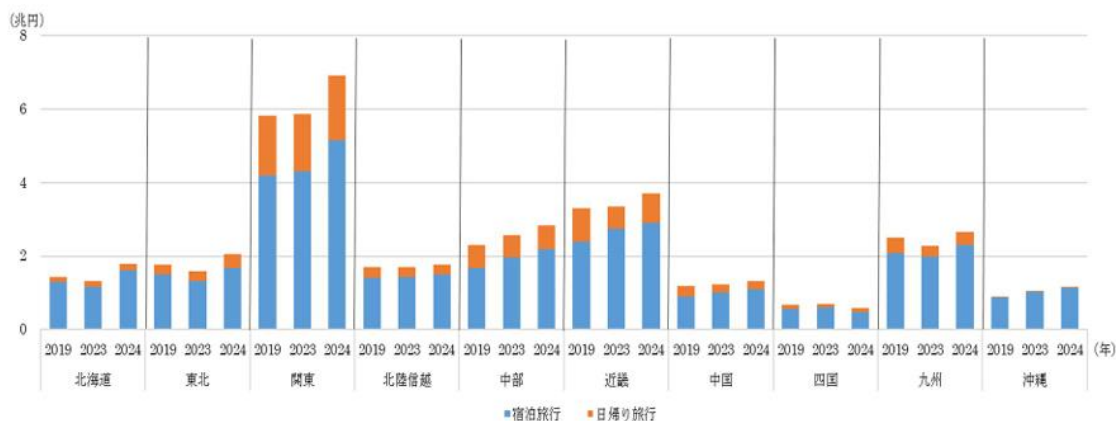
※2 数値は、すべての宿泊施設における延べ宿泊者数

(出所) 一般社団法人九州観光機構「第三期九州観光戦略\_骨子」

○ 九州における日本人国内旅行の動向（旅行消費額、延べ旅行者数、延べ宿泊者数）

- 地域ブロック別に見た九州の日本人旅行者の旅行消費額は、関東、近畿、中部に次いで4番目に多く、コロナ禍前の水準を上回っています。
- 九州においては、旅行消費額に占める宿泊旅行の割合が高くなっています。
- 九州への日本人延べ旅行者数は、関東、近畿、中部に次いで4番目に規模が大きく、コロナ禍で落ち込んだ旅行需要が日帰り旅行を中心に回復しつつあります。
- 九州の日本人延べ宿泊者数は、関東、近畿、中部に次いで4番目に多く、コロナ禍前の水準まで回復しています。

(図表23) 地方ブロック別旅行消費額（日本人）



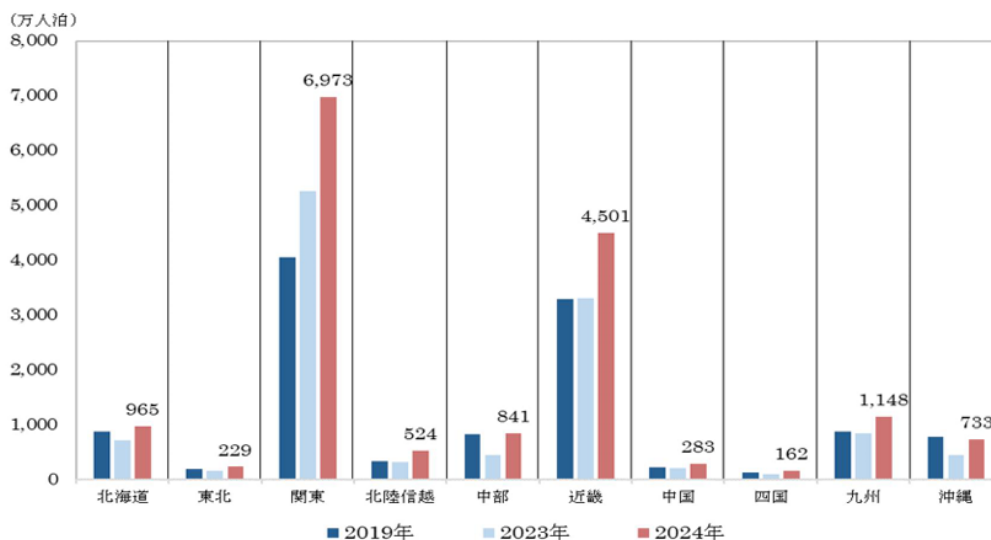
注：2024年は速報値

(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

○ 九州における訪日外国人旅行の動向（延べ宿泊者数、国・地域別シェア）

- 地域ブロック別に見た九州の外国人延べ宿泊者数は、関東、近畿に次いで3番目に多く、コロナ禍前の水準を上回っています。

(図表24) 地方ブロック別延べ宿泊者数（外国人）



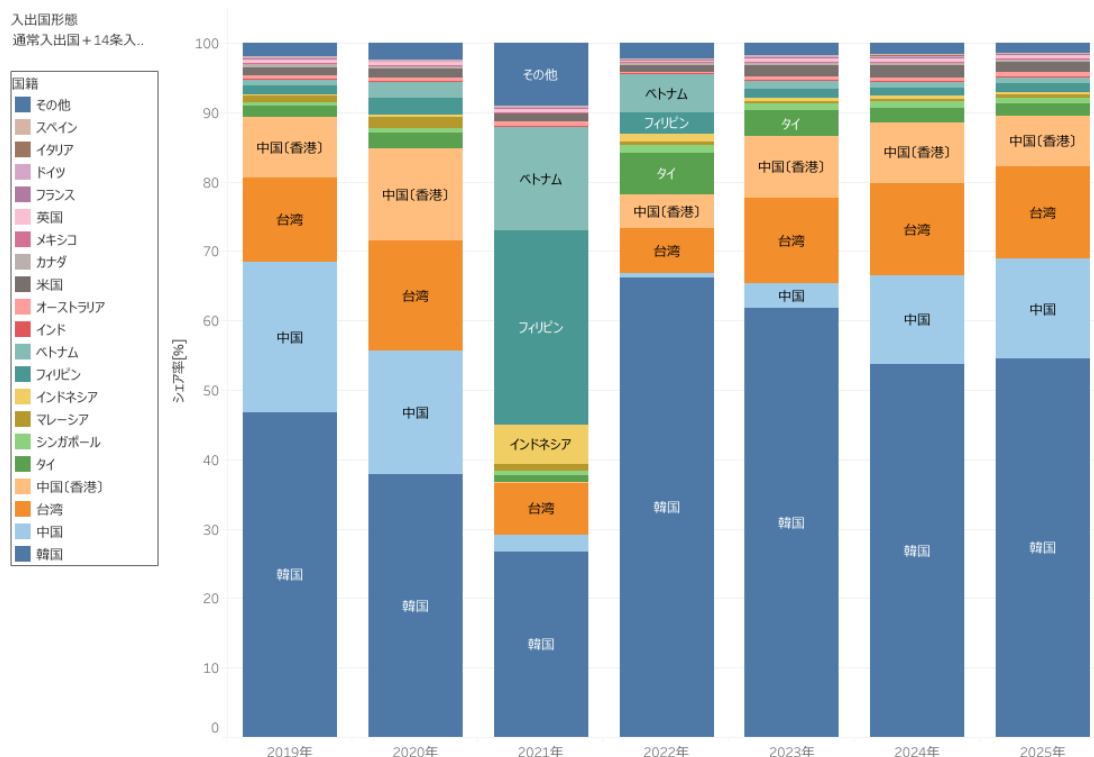
注：2024年は速報値

(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

## 第2章 糸島市を取り巻く国内外の観光の動向

- 九州における訪日外国人観光客の国・地域別シェアをみると、韓国、中国、台湾、香港の順で多く、これら4つの国と地域で約9割を占めています。
- 国・地域別シェアの推移をみると、現状では韓国からの観光客が伸び悩む一方、コロナ禍に急激に落ち込んだ中国からの観光客が回復傾向にあります。

(図表25) 九州における訪日外国人観光客数入出国年間シェアの推移 (国・地域別/入出国形態別)



(出所) 法務省「出入国管理統計表」

## ② 福岡県における観光の動向

- 福岡県がまとめる「第三次福岡県観光振興指針」（計画期間：2024年～2026年）では、「つながる」福岡観光」を目指す姿に掲げ、以下の基本戦略や数値目標のもと、福岡県の観光活性化に取り組んでいます。

(図表26) 第三次福岡県観光振興指針の概要

### ① 目指す姿 ⇒ 「つながる」福岡観光

- ◎ 障がいのある人や高齢者、外国人などすべての人が福岡の観光を快適に楽しめるよう、交通、言語等の壁を越えて「つながる」ことができる環境が整備されている。
- ◎ 市町村、九州、全国と「つながる」ことで、新たな観光資源を生み出し、福岡観光の魅力がさらに高まっている。
- ◎ 多様化する観光客のニーズに「つながる」情報発信で、世界中の人に福岡の魅力が伝わり、誰もが訪れたいと思う地域となっている。
- ◎ 地域に誇りや愛着を持って暮らし、学び、働いている人々が観光と「つながる」ことで、地域観光の担い手となっている。

### ② 基本戦略

- 1 回復するインバウンド需要の本県への着実な取り込み  
ターゲット国・地域ごと(東アジア、東南アジア、欧米豪)に戦略的なプロモーションを行い誘客することで、旅行消費額の拡大を図る。
- 2 リピーターの確保と県内の周遊促進  
国内外からの来訪者の満足度向上を図ることでリピーターを確保し、かつ、各地域の魅力を向上することで、県内周遊を促進する。
- 3 観光DXの推進  
デジタル技術の活用により、観光産業の生産性向上と観光地経営の高度化を図り、「稼げる地域・稼げる産業」への変革を進める。
- 4 持続可能な観光(観光SDGs)の推進  
地球環境への配慮、自然・文化の保全、地域住民の生活と観光の両立を図りながら、観光振興による地域経済の活性化を進め、地域社会に好循環を生む持続的な仕組み作りを進めます。

### ④ 数値目標(2026年)

- 延べ宿泊者数  
2,344万人泊(うち外国人572万人泊)
- 旅行消費額  
1兆2,200億円(うち外国人3,400億円)
- 旅行消費単価  
日本人 50,800円  
通常入国外国人 85,400円
- リピーター率  
日本人70%、アジア45%、欧米豪25%

### 3 戦略的なプロモーション

### ③ 施策の柱と方向性

#### 1 受入環境の充実

- (1) 誰もが快適に観光できる基盤づくり
  - ・宿泊施設の生産性向上や施設の充実
  - ・MaaS等を活用した観光地へのアクセス向上
  - ・ユニバーサルツーリズムの推進
- (2) 観光振興と地域の調和の促進
  - ・オーバーツーリズム対策の推進
  - ・地域住民と共につくる「おもてなし」の向上
- (3) 国際航空路線の誘致
  - ・未就航路線の戦略的誘致

- (1) デジタルプロモーションの推進
  - ・SNS等を活用したターゲットのニーズを踏まえた情報発信
- (2) 本県の強みを活かしたプロモーション
  - ・本県が誇る食の魅力を活かしたプロモーション
  - ・民間事業者や関係自治体と連携した、大規模イベント等における情報発信
- (3) 九州一体となったプロモーション
  - ・九州各県や九州観光機構と連携したプロモーション
- (4) 県内全域における安定的な旅行需要の喚起
  - ・県内周遊の促進
  - ・平日宿泊の促進
  - ・教育旅行の誘致強化

#### 2 観光資源の魅力向上

- (1) 魅力ある観光地域づくり、観光資源の開発
  - ・複数市町村が連携した独自テーマに基づく観光地域づくり
  - ・世界文化遺産や日本遺産を活かしたコンテンツの造成
  - ・ワンヘルスの取組などを活かした教育旅行コンテンツの造成
- (2) 体験、交流、滞在型観光の推進
  - ・九州・山口一体となったサイクルツーリズムの推進
  - ・自然・文化・アクティビティを活かしたアドベンチャーツーリズム等の高付加価値な旅行商品の造成

#### 4 観光振興の体制強化

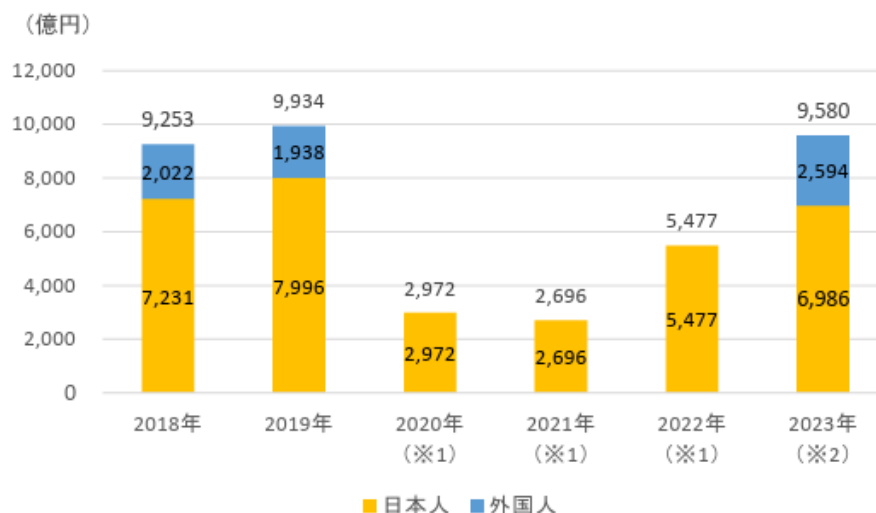
- (1) 各地域の観光を支える人づくり
  - ・大学や企業等との連携による中核人材の育成
  - ・学生や転職希望者等を対象とした就職促進
  - ・ボランティアガイド、有償ガイドの育成
- (2) デジタルマーケティングの強化
  - ・ビッグデータの活用によるPDCAサイクルの確立
- (3) 観光関連団体の機能強化
  - ・DMOの新事業創出支援
- (4) 市町村が実施する観光振興施策への財政的支援

(出所) 福岡県「第三次福岡県観光振興指針【概要版】」

○ 福岡県における日本人及び訪日外国人旅行の動向（旅行消費額、旅行消費単価、宿泊者数、国・地域別シェア）

- 福岡県の旅行消費額はコロナ禍前の水準まで回復しており、特に外国人旅行者については、コロナ禍前の水準を上回っています。

（図表27）福岡県の旅行消費額の推移



注1：2020年～2022年は「訪日外国人消費動向調査」中止のため、数値は日本人のみ  
 注2：2023年の日本人の10～12月期分は速報値、外国人は推計値（1～3月期は調査未実施のため算出不可であり、10～12月期は未公表のため、4～6月期及び7～9月期の合算値の2倍で推計）  
 （出所）福岡県「第三次福岡県観光振興指針」

- 福岡県の旅行消費単価は、コロナ禍前の水準まで回復しています。

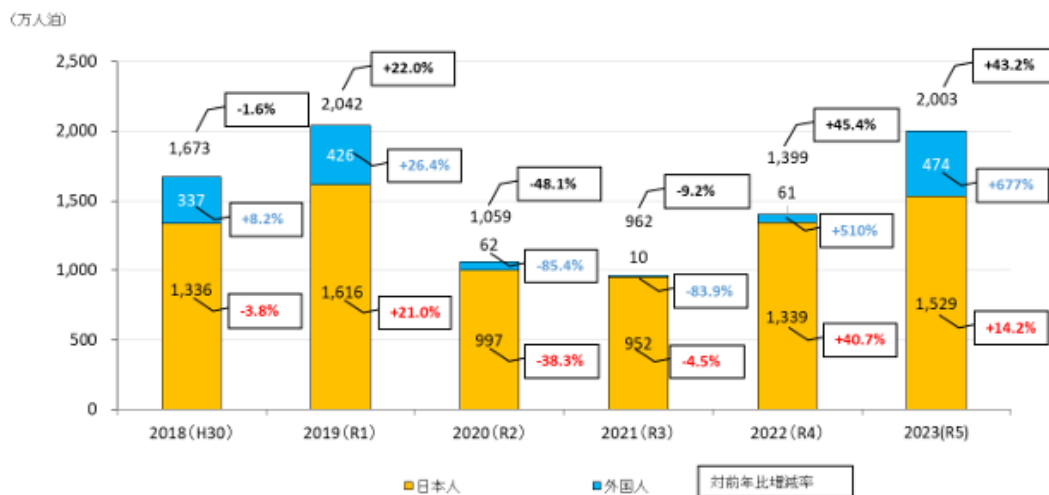
（図表28）福岡県の旅行消費単価の推移

	2018年 (H30)	2019年 (R1)	2020年 (R2)	2021年 (R3)	2022年 (R4)
外国人	56,600円	62,800円	(※1)	(※1)	(※1)
通常入国	57,600円	65,700円	(※1)	(※1)	(※1)
クルーズ船	50,400円	45,700円	(※1)	(※1)	(※1)
日本人	42,700円	44,600円	36,200円	37,600円	44,900円
宿泊	61,000円	61,500円	49,300円	52,900円	59,100円
日帰り	22,300円	21,900円	17,800円	16,700円	25,500円

注：2020年～2022年は「訪日外国人消費動向調査」中止のため、数値は日本人のみ  
 （出所）福岡県「第三次福岡県観光振興指針」

- 福岡県の延べ宿泊者数は、2023年にほぼコロナ禍前の水準まで回復しており、特に外国人旅行者については、コロナ禍前の水準を上回っています。

(図表29) 福岡県の延べ宿泊者数の推移

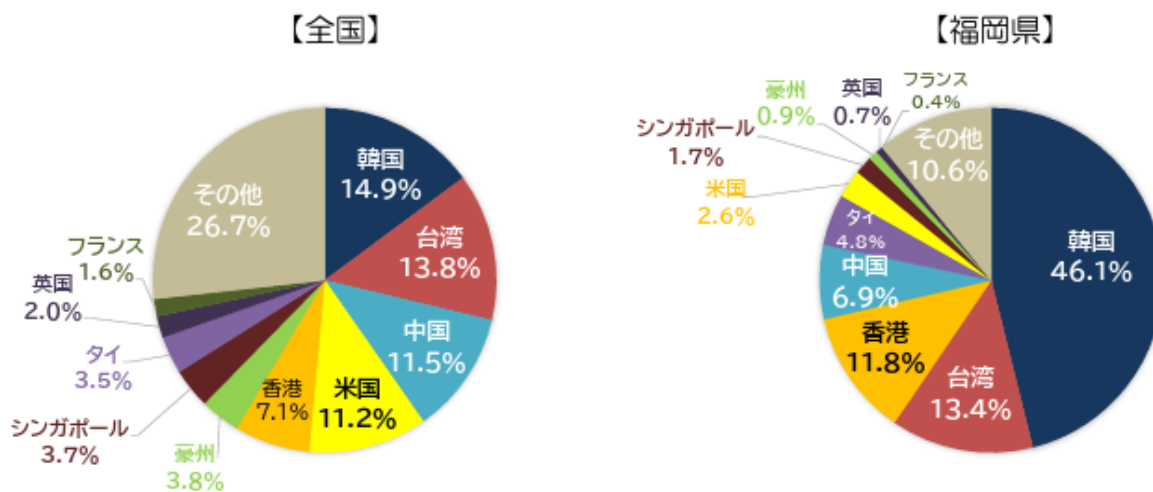


注：2023年は速報値

(出所) 福岡県「第三次福岡県観光振興指針」

- 福岡県の外国人延べ宿泊者数の国・地域別シェアをみると、全国と比較して韓国をはじめとしたアジアの割合が非常に高くなっています。

(図表30) 福岡県の外国人延べ宿泊者数（国・地域別シェア）（2023年）



注：従業員数10名以上の宿泊施設が対象

(出所) 福岡県「第三次福岡県観光振興指針」

○ 九州及び福岡県の動向を踏まえた対策の方向性（図表31）

九州及び福岡県の観光の動向まとめ

- ①日本人国内旅行の旅行消費額、旅行者数、宿泊者数はほぼコロナ禍前の水準まで回復している
- ②現状では訪日外国人の旅行消費額、旅行者数、宿泊者数の伸びが大きい
- ③全国と比較して、韓国を中心としたアジアからの宿泊者の割合が高い

- 九州や福岡県における観光の特性を踏まえた観光施策を立案する必要があります。
- (一社)九州観光機構の定める「第3期九州観光戦略」や福岡県の定める「第三次福岡県観光振興指針」と整合・連動した観光振興に取り組む必要があります。

九州・福岡県の観光戦略に共通する主なキーワード

持続可能性

旅行(観光)消費額

リピーター確保

受入環境の整備・充実

周遊促進

魅力・ブランド向上

インバウンド戦略

観光DX\*

観光人材育成

# 第3章 糸島市の観光の現状と課題

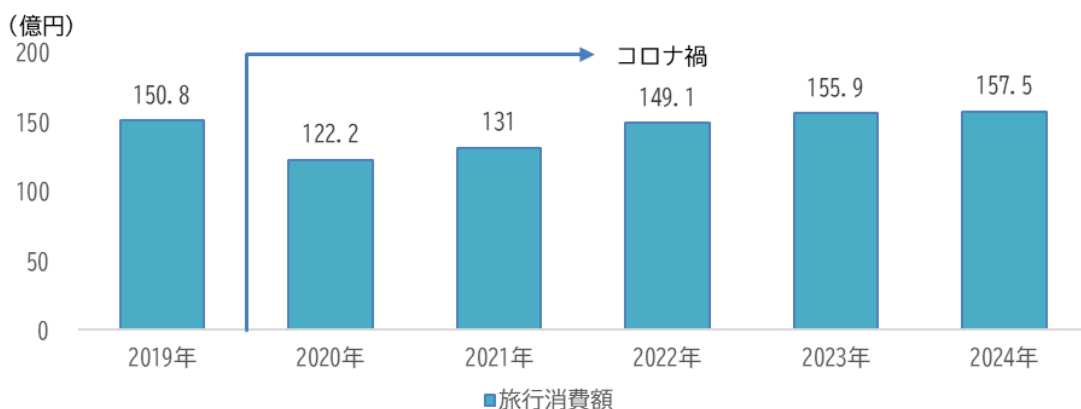
## 1 糸島市の観光の現状

### (1) 糸島市への観光客（来訪者）の動向

#### ① 旅行消費額の推移

- 本市の旅行消費額は2024年に157.5億円となり、4年連続の増加となりました。2020年に新型コロナウイルス感染症の影響で大幅に減少しましたが、2022年以降徐々に回復し、2023年以降はコロナ禍前の水準を上回って推移しています。

(図表32) 糸島市における旅行消費額の推移

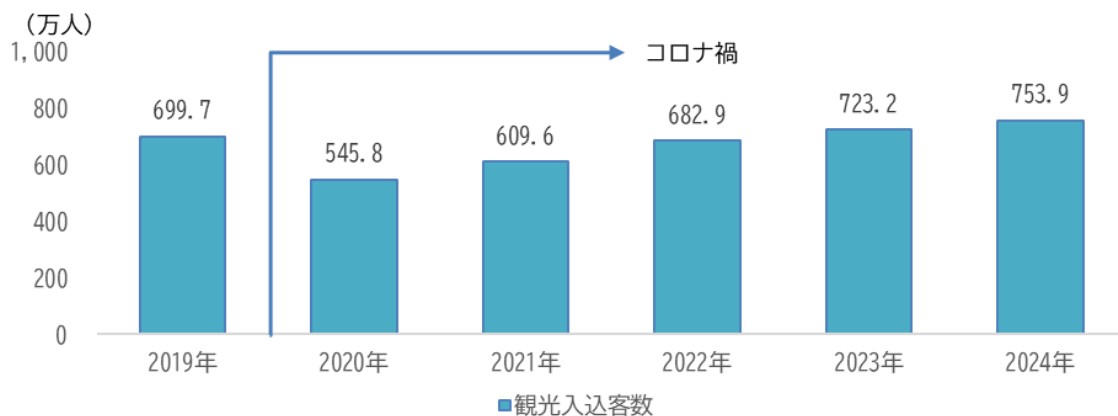


(出所) 糸島市「観光入込客調査」

#### ② 観光入込客数※の推移

- 本市の観光入込客数は2024年に753.9万人となり、4年連続の増加となりました。2020年に新型コロナウイルス感染症の影響で大幅に減少しましたが、2022年以降徐々に回復し、2023年以降はコロナ禍前の水準を上回って推移しています。

(図表33) 糸島市における観光入込客数の推移

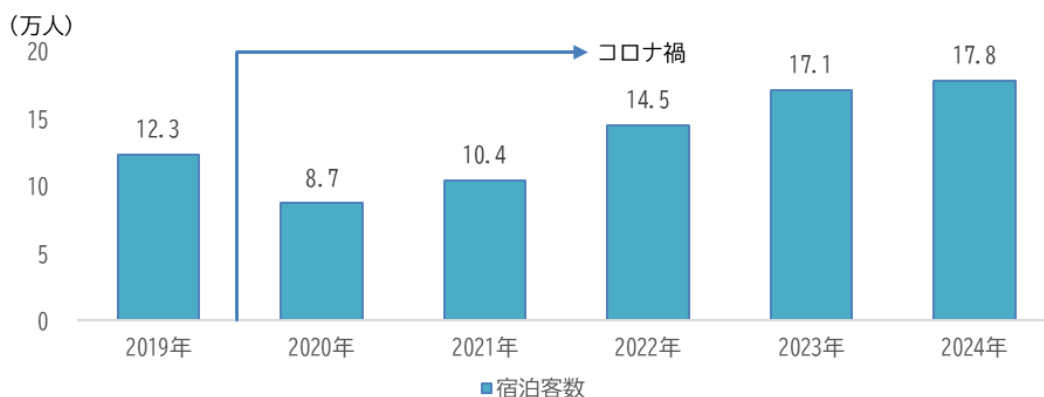


(出所) 糸島市「観光入込客調査」

### ③ 宿泊客数の推移

- 本市の宿泊客数は、2024年に17.8万人となり4年連続の増加となりました。
- 一方で、観光入込客数に占める宿泊者数の割合は約2.4%と低い水準になっています。

(図表34) 糸島市における宿泊客数の推移

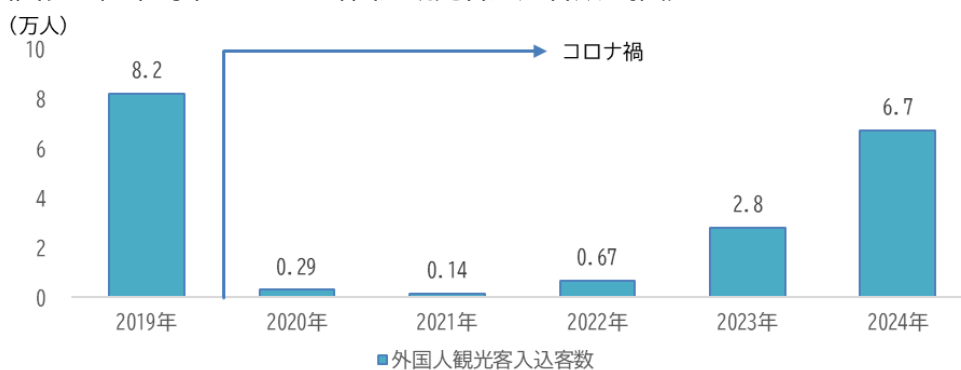


(出所) 糸島市「観光入込客調査」

### ④ 外国人観光客入込客数の推移

- 本市の外国人観光客入込客数は、2024年に6.7万人となりコロナ禍前の水準には満たないものの急速に回復しています。

(図表35) 糸島市における外国人観光客入込客数の推移

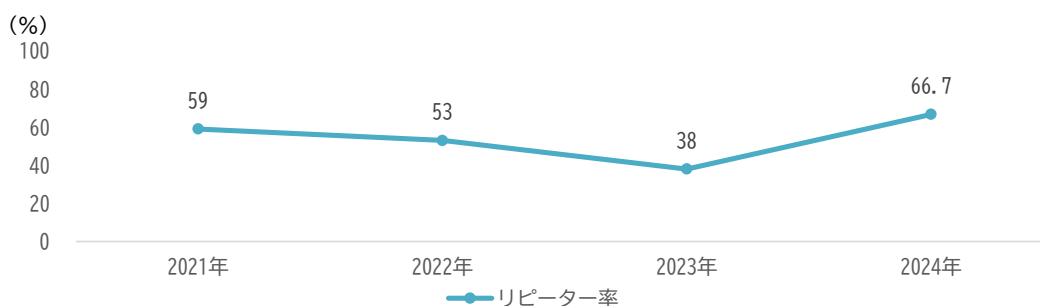


(出所) 糸島市「観光入込客調査」

### ⑤ リピーター率※の推移

- 本市への観光客のリピーター率は、2021年以降低下傾向にありましたが、2024年に66.7%まで上昇しました。

(図表36) 糸島市におけるリピーター率の推移



(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

○ 第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査について（図表37）

- 本計画策定にあたって、以下の通り「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査（以下、「基礎調査」という。）」を実施しました。調査結果をもとに本市の観光の現状を示します。（調査結果の詳細は資料編に掲載しています。）

基礎調査の概要

<p>&lt;調査対象&gt; 以下の場所における観光客 ・桜井二見ヶ浦駐車場 ・JA糸島産直市場 伊都菜彩 ・二丈パーキング</p>	<p>&lt;調査規模&gt; 400サンプル  &lt;調査時期&gt; 2024年10月12日～13日</p>
---	---

⑥ 基礎調査結果のまとめ

- 本市への訪問は日帰りが大半を占め、滞在時間も大半が半日以下となっています。市内消費額の増加のためには、宿泊環境の整備など滞在時間延長の取組が求められます。
- 観光満足度や再訪意向は9割前後と、本市への観光評価は非常に高いといえます。一方、不満点は「交通渋滞」、「駐車場」がトップ2と交通関係に不満が集中しています。本市への交通手段の9割強が車であることから、快適な交通環境整備が課題といえます。
- 訪問地について、桜井二見ヶ浦をはじめとした特定のスポットへの集中が見られるほか、渋滞や混雑などの影響で、飲食店をはじめとした複数のスポットに回遊できていない可能性も考えられます。広域の観光スポット情報の発信による観光客の分散や、効率的かつスムーズにスポットを巡ることができるプランやルートの提案も必要と考えられます。
- 本市へ期待することでは、「飲食店」、「農産物・海産物直売所」、「宿泊施設」が上位となっています。

（図表38）調査結果の比較・まとめ

	平成27、28年間き取り調査	令和6年間き取り調査
性別	男性45%、女性55%	男性54.5%、女性45.5%
年代	60代が20%、20代～50代が各15%前後	60代が25.1%、50代25.8%、40代と20代が各20%前後、30代9.2%
居住地	福岡市34%、糸島市26%、その他40%	福岡市31.9%、糸島市5.1%、その他63.0%
来訪経験	リピーター75%	リピーター66.7%
同行者	友人・グループ31%、家族・親族30%、夫婦・カップル29%	家族・親族34.8%、夫婦・カップル26.3%、友人・グループ23.4%
目的	観光83%（主な目的：グルメ35%）	観光91.5%（主な目的 ドライブ59.9%、そのほかは30%未満）
旅行の日程	日帰り87%、滞在期間は半日52%	日帰り75.2%、滞在期間は半日44.0%、2～3時間43.6%
市内消費額	飲食費2,600円、土産代3,000円、宿泊費10,500円	飲食費2,496円、購入費2,814円、宿泊費13,205円
一次交通	糸島市までの移動：自家用車80%	糸島市までの移動：自家用車63.5%、レンタカー13.4%
市内周遊	二見ヶ浦19%、白糸の滝11%、周遊なし40%	二見ヶ浦56.3%、JA糸島「伊都菜彩」39.5%白糸の滝38.0%
観光満足度	満足96%	満足86.3%
再訪意向	また来たい97%	また来たい90.6%
期待	データなし	飲食店49.8%、農産物・海産物直売所36.0%
不満	データなし	特になし36.0%、交通渋滞26.3%、駐車場の不足24.3%

(2) 観光に関する地域住民や事業者等の意向

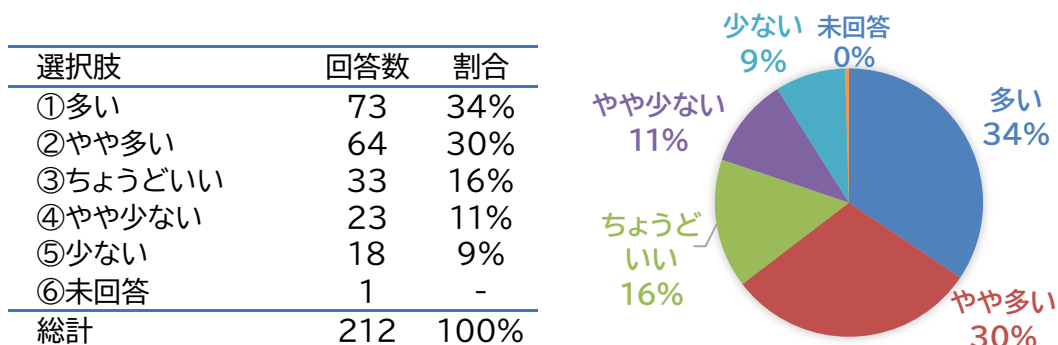
① 観光に関する地域住民の意向

- 2025年7月に、特に観光客が訪れている校区を5つ（長糸校区、雷山校区、福吉校区、桜野校区、引津校区）選定し、「観光の影響に関する地域住民意識調査」を実施しました。
- 本アンケートでは、多くの観光客の来訪が地域住民の生活や環境に与える影響（良い影響、悪い影響）とともに、観光客の受け入れに対する地域住民の認識等について調査しました。（回答総数212名）

ア. 校区を訪れる観光客数に対する認識について

- 自身の校区を訪れる観光客に対する認識について、回答者の64%が「多い」または「やや多い」と回答しました。

(図表39) お住まいの校区を訪れる観光客数についてどのように感じているか



<校区別回答>

選択肢	引津校区	桜野校区	長糸校区	福吉校区	雷山校区
①多い	46%	66%	25%	11%	4%
②やや多い	34%	26%	50%	16%	30%
③ちょうどいい	13%	5%	21%	23%	22%
④やや少ない	5%	3%	0%	27%	22%
⑤少ない	3%	0%	4%	20%	22%
⑥未回答	0%	0%	0%	2%	0%
総計	100%	100%	100%	100%	100%

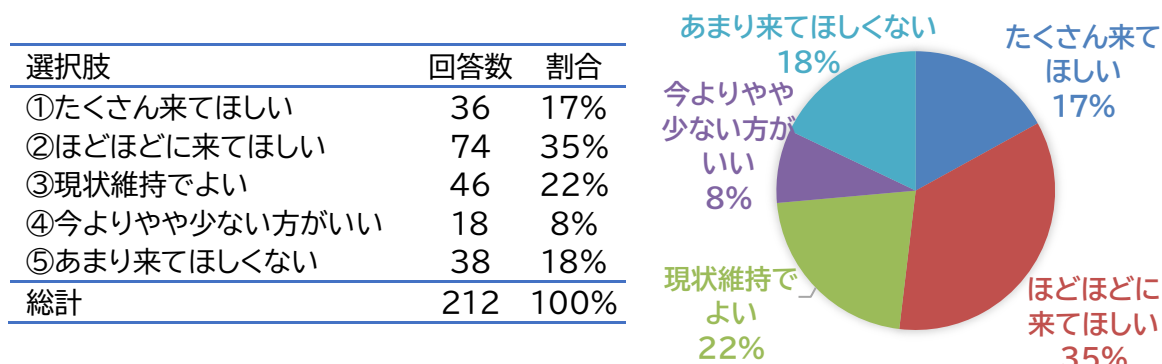
注：校区別に上位3項目を網掛け（以下同様）

(出所) 糸島市「観光の影響に関する地域住民意識調査結果」（以下同様）

イ. 観光客の受け入れに対する認識について

- 自身の校区を訪れる観光客の受け入れに対する認識について、「たくさん来てほしい」と回答した割合は17%にとどまりましたが、35%が「ほどほどに来てほしい」、22%が「現状維持でよい」と回答しました。

(図表40) 今後、お住まいの校区へ観光客が訪れることについて、どう思うか



<校区別回答>

選択肢	引津校区	桜野校区	長糸校区	福吉校区	雷山校区
①たくさん来てほしい	19%	8%	25%	18%	15%
②ほどほどに来てほしい	30%	34%	42%	41%	33%
③現状維持でよい	18%	26%	17%	20%	33%
④今よりやや少ない方がいい	9%	16%	4%	7%	4%
⑤あまり来てほしくない	24%	16%	13%	14%	15%
総計	100%	100%	100%	100%	100%

ウ. 観光客が生活環境に与える良い影響について

- 観光客が生活環境に与える良い影響について、「住んでいる地域が観光地として評価されることで、地域をより誇らしく感じる」が回答数78で最多となりました。

(図表41) 観光客が訪れることにより、あなたの生活環境にどのような良い影響があると感じているか (複数回答)

選択肢	回答数
①住んでいる地域が観光地として評価されることで、地域をより誇らしく感じる	78
②新規出店が増加するなど、地域に活気を感じる	63
③地域の認知度が向上し、移住者が増えた	62
④観光客が訪れることで、地域にお金が行き渡るようになった	49
⑤文化財や地域の祭り等に焦点が当たることで、地域の文化や伝統の維持・継承につながっている	33
⑥その他	17
⑦良い影響はない	55

<校区別回答>

選択肢	引津 校区	桜野 校区	長糸 校区	福吉 校区	雷山 校区	総計
①住んでいる地域が観光地として評価されることで、地域をより誇らしく感じる	32%	50%	38%	37%	33%	37%
②新規出店が増加するなど、地域に活気を感じる	25%	34%	25%	42%	22%	30%
③地域の認知度が向上し、移住者が増えた	29%	29%	13%	35%	37%	29%
④観光客が訪れることで、地域にお金が行き渡るようになった	28%	21%	29%	21%	11%	23%
⑤文化財や地域の祭り等に焦点が当たることで、地域の文化や伝統の維持・継承につながっている	8%	18%	29%	19%	19%	16%
⑥その他	11%	5%	8%	7%	4%	8%
⑦良い影響はない	32%	24%	21%	23%	22%	26%
(参考) 回答者数	79	38	24	43	27	211

注：校区別の回答者数を母数とし、各選択肢の回答率を示した。

Ⅰ. 観光客が生活環境に与える悪い影響について

- 観光客が生活環境に与える悪い影響について、「観光地の周辺道路に渋滞が発生している」との回答が最多となりました。

(図表42) 観光客が訪れることにより、あなたの生活環境にどのような悪い影響があると感じているか (複数回答)

選択肢	回答数
①観光地の周辺道路に渋滞が発生している	157
②観光客のマナー違反(ごみのポイ捨て、食べ歩きなど)によって迷惑している	123
③宿泊施設(民泊※、簡易宿所を含む)が近隣にできたことに伴う悪い影響(騒音、ごみ、車両の出入りなど)がある	48
④路線バスなどの公共交通機関が混雑して乗車できない	21
⑤その他	37
⑥悪い影響はない	17

<校区別回答>

選択肢	引津 校区	桜野 校区	長糸 校区	福吉 校区	雷山 校区	総計
①観光地の周辺道路に渋滞が発生している	75%	95%	83%	58%	63%	74%
②観光客のマナー違反(ごみのポイ捨て、食べ歩きなど)によって迷惑している	62%	84%	38%	58%	30%	58%
③宿泊施設(民泊、簡易宿所を含む)が近隣にできたことに伴う悪い影響(騒音、ごみ、車両の出入りなど)がある	29%	16%	8%	35%	7%	23%
④路線バスなどの公共交通機関が混雑して乗車できない	13%	8%	13%	7%	7%	10%
⑤その他	20%	16%	13%	23%	7%	18%
⑥悪い影響はない	9%	0%	0%	12%	19%	8%
(参考) 回答者数	79	38	24	43	27	211

観光の影響に関する地域住民意識調査結果のまとめ（図表43）

- 校区を訪れる観光客について、大半の住民が「多い」または「やや多い」と感じており、「ちょうどいい」または「少ない」と感じている住民は少ない
- 校区を訪れる観光客について、「ほどほどに来てほしい」、「現状維持でよい」と回答した住民が多いことから、本市における観光客来訪の必要性がある程度理解されている状況がうかがえる
- 観光地として地域が評価されることを誇りに感じている住民が多く、新規出店や移住者の増加、地域へ流れるお金の増加といった観光による好影響も相応に認識されている一方、観光客が訪れることで自身の生活環境に「良い影響はない」と回答する住民も多い
- 観光客が訪れることによる自身の生活環境に与える悪い影響としては、「観光地の周辺道路の渋滞」が圧倒的に多く、「観光客のマナー」に関する懸念の声も多い
- 観光振興による影響や観光客への認識などには校区ごとに偏りがある

## ② 観光に関する事業者等の意向

- 2024年10月に、市内の観光関連事業者を対象に「第2次計画の取組に関する事業者アンケート調査」を実施しました。
- 本アンケートでは、第2次計画における43の施策のうち、事業者に関係する項目を抽出して27の設問を設定し、事業者の声を収集しました。

(図表44) 事業者アンケート調査

### 事業者アンケート調査

<調査方法>  
市内事業者へ郵送によるアンケート調査

<調査規模>  
サンプル数:送付329、回収151(回収率 45.8%)

### 調査結果のまとめ

#### 第2次計画の取組に対して

- 本市の観光に対する取組に対して、「わからない」との回答が全体的に多く、観光振興計画の存在や内容について、事業者には認知されていない実態がある。
- 観光パンフレット、観光マップ、観光協会ホームページ等の目に見える成果物に対しては、事業者の認知は得られている。
- 各施策の主体が行政と理解されており、事業者と一体となった施策の推進ができていない。

#### 本市の観光に対する自由意見

- オーバーツーリズムへの対応として、交通インフラやトイレ、自転車道や歩道の整備の必要性に関する意見が多い。
- 行政や観光協会の取組が十分に浸透していないと推察される意見が多い。
- 特定の観光地への偏りを指摘する意見や宿泊施設不足などの意見がある。

(3) 第2次糸島市観光振興基本計画の振り返り

① 目標達成状況

■ 第2次計画で掲げた5つの目標に対する実績及び達成率は、宿泊客数を除く4つの項目が2024年実績において目標未達の状況ですが、いずれも達成率9割前後と、目標達成が見込める水準となっています。

(図表45) 第2次計画の目標値の達成状況

		単位	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
観光入込客数	目標値	万人	682.7	682.7	701.1	719.5	737.9	756.3	774.7
	実績値	万人	-	699.7	545.8	609.6	682.9	723.2	753.9
	達成率	%	-	102.5	77.8	84.7	92.5	95.6	97.3
宿泊客数	目標値	万人	12.2	12.2	13.1	14	14.9	15.8	16.7
	実績値	万人	-	12.3	8.7	10.4	14.5	17.1	17.8
	達成率	%	-	100.8	66.4	74.3	97.3	108.2	106.6
外国人観光客入込客数	目標値	万人	6.8	6.8	7	7.2	7.3	7.52	7.7
	実績値	万人	-	8.2	0.3	0.1	0.7	2.8	6.7
	達成率	%	-	120.6	4.1	1.9	9.2	37.2	87.0
旅行消費額	目標値	億円	145.8	148.6	153.2	156.1	161.3	167	171.6
	実績値	億円	-	150.8	122.2	131.0	149.1	155.9	157.5
	達成率	%	-	101.5	79.8	83.9	92.4	93.4	91.8
リピーター率	目標値	%	75	75	76	78	78	79	80
	実績値	%	-	-	-	59.0	53.0	38.0	67.0
	達成率	%	-	-	-	75.6	67.9	48.1	83.8

## 2 糸島市の観光の課題の整理

### ① 本市の観光の現状に関するまとめ

- 桜井二見ヶ浦をはじめとした自然景勝地、農産物直売所や飲食店・カフェ、伊都国をはじめとした歴史や史跡など、魅力ある地域資源を数多く有しており、県内外から幅広い世代の観光客が訪れています。
- 主な観光スタイルはドライブ観光（日帰り）であり、友人や家族と車で訪れ、食事や買い物、自然観賞を楽しむ観光客が多い状況です。
- 宿泊施設が少ないことや福岡市に近接していることなどから宿泊者が少なく、観光客の滞在時間が短くなっているため、市内での観光による消費額も高くありません。
- 本市を訪れる観光客の満足度は高く、再訪意向も高い状況です。
- 観光客の増加によるオーバーツーリズム（交通渋滞やごみ、騒音など）に対する不満の声も増加しており、市民生活への影響が懸念されます。
- 観光客の特定の訪問地への集中、周遊行動の欠如が見られることから、事業者からは分散型観光<sup>\*</sup>の推進や地域への受益拡大が期待されています。

（図表46）糸島市の観光面の強み、弱み

糸島市の観光面の強み、弱み	
<p><b>■ 観光面の強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 自然、景観                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・桜井二見ヶ浦に代表される海辺の景観、海岸線</li> <li>・海拔0mから1,000mまでの多様な自然資源</li> <li>・里山、平野部の農村風景(田園、花、紅葉など)</li> </ul> </li> <li>● 産業                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・1次産業(農林畜産業、漁業)の継続経営</li> <li>・カキ小屋、観光いちご園などの資源活用</li> <li>・1次産業による商品の加工による商品化</li> <li>・農林水産物による直売所の集客力</li> </ul> </li> <li>● 歴史                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・伊都国に関する歴史資源</li> <li>・寺社仏閣と行事</li> </ul> </li> <li>● 糸島ブランド                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・農林水産物の競争力、販売力</li> <li>・国内での「糸島」の浸透</li> <li>・移住希望者の増加</li> </ul> </li> <li>● 大消費地に隣接                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡都市圏に隣接し、福岡市を訪れる国内外の観光客へのアプローチが容易</li> </ul> </li> <li>● 九州大学                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・若者層の居住</li> <li>・学術研究都市のイメージ醸成</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>■ 観光面の弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 交通                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ドライブを目的としている観光客が多いため、自動車の混雑、渋滞、駐車場不足等が発生</li> <li>・二次交通による移動が不便なため、レンタサイクル頼りとなっている</li> </ul> </li> <li>● 情報発信                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客の大半が桜井二見ヶ浦＝糸島と認識している</li> <li>・旅マエ、旅ナカで観光客が観光情報に接触できていない</li> </ul> </li> <li>● 観光コンテンツ                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・体験プログラム等の造成は行っているが、継続的なマーケティング活動ができていない</li> </ul> </li> <li>● マネジメント                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・課題解決の主体となる人と組織が構築されていない</li> <li>・街エリア、海エリア、里エリア、山エリアなど観光事業に対する意識に温度差がある</li> </ul> </li> <li>● 地域への受益(市内消費額)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・日帰り客が多く、観光客の滞在時間が短い</li> <li>・宿泊施設が少なく、宿泊費が見込みづらい</li> </ul> </li> </ul>

## ② 本市の観光の課題に関するまとめ

- 国内外の観光の動向、本市の観光の現状を踏まえ、本市では観光に関する課題を以下のとおり認識しています。

(図表47) 糸島市の観光課題

### 一部地域でのオーバーツーリズムへの対応

市民の快適な生活環境と観光振興の調和を図る必要があります

<具体的な課題>

- 観光地（桜井二見ヶ浦、芥屋の大門、白糸の滝など）の周辺道路の交通渋滞や混雑解消に向けた取組の強化
- 混雑状況等に関する情報発信の強化
- 観光客に対するマナー啓発の強化 ほか

### 分散型観光の推進

特定のスポットへの過度な集中を回避し、地域全体での周遊と多様な観光資源へのアクセスを促すため、快適で質の高い観光体験を提供する必要があります

<具体的な課題>

- 特定スポットや特定季節・時間帯に依存しない多様な過ごし方・訪問先の提示
- 地域全体の観光資源をつなぐ周遊行動の仕掛けづくり
- 二次交通\*（レンタサイクル等）の整備
- 新たな観光資源の魅力・観光情報の発信強化
- 旅マエ\*、旅ナカ\*における観光情報の発信強化 ほか

### 地域への受益の拡大

持続可能な観光地域を実現するために、観光を通じて得られる経済的・社会的効果を地域全体に広く波及させる必要があります

<具体的な課題>

- 滞在時間延長の仕掛けづくりによる旅行消費額の拡大
- 民間による宿泊施設の整備促進や宿泊プラン開発
- 新たな観光資源の魅力・観光情報の発信強化
- 地域全体の観光資源をつなぐ周遊行動の仕掛けづくり
- 体験型観光\*など高付加価値な観光コンテンツの造成
- 観光客との交流を通じた関係人口\*の創出
- 観光振興による成果の地域への還元 ほか

# 第4章 糸島市のこれからの観光振興計画

## 1 目指す将来像

### (1) 目指す将来像

これからの観光振興を通して本市が実現したい姿を「目指す将来像」として、以下の通り設定します。本市が永きにわたり観光都市として親しまれ、観光を軸に地域を活性化させるため、本市の恵まれた地域資源や魅力を磨き・守ることを通して、観光振興と市民生活が調和する持続可能な観光都市をつくり上げ、責任をもって未来（次世代）へ承継していきます。

(図表48) 目指す将来像

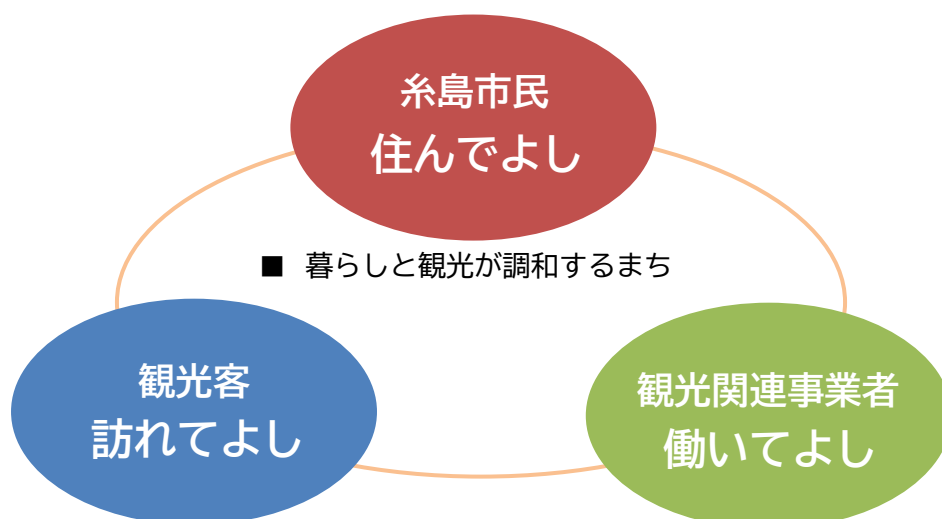
目指す将来像  
未来へつなぐ持続可能な観光都市“糸島”

### (2) 目指す将来像の実現に向けた基本的な考え方

観光の現状や課題を踏まえ、本市では、市民や観光客、観光関連事業者等の全てが幸せや満足を実感できる持続可能な観光地域づくりを進めるため、「住んでよし、訪れてよし、働いてよしのまち“糸島”」を目指す将来像の実現に向けた基本的な考え方として、観光振興に関わる全ての関係者が共有します。

(図表49) 目指す将来像の実現に向けた基本的な考え方

目指す将来像の実現に向けた基本的な考え方  
住んでよし、訪れてよし、働いてよしのまち“糸島”



■ 誰もが来訪しやすく、快適に滞在できるまち

■ 誇りをもって質の高いサービスを提供し、稼ぐことができるまち

(図表50) 3つの主体に関して本計画を通して目指す姿

- 市民生活との調和を図り、観光による受益を地域経済へ幅広く波及させるため、「糸島市民」、「観光客」及び「観光関連事業者」すべてに対する満足を重視した持続可能な観光地域づくりを目指します。

### 糸島市民

暮らしと観光が調和するまちを目指します

#### 具体的に目指す姿

- 糸島市民の満足度の向上、市民福祉の向上
- 市民が本市の地域資源や魅力を正しく理解し、自信と誇りを持てる
- 観光における恩恵を市民が実感できる
- 多くの市民が観光客を歓迎し、おもてなしする
- 本市の地域資源・魅力が未来（次世代）へ承継されていく

### 観光客

誰もが来訪しやすく、快適に滞在できるまちを目指します

#### 具体的に目指す姿

- 観光客の満足度、リピーター率の向上
- 本市の地域資源や魅力が観光客に正しく理解され、尊重される
- 観光客が迷わず・困らず・不安なく・楽しめる
- 観光客が、市民や事業者からの歓迎の気持ちやおもてなしを感じられる
- 滞在を通じて本市の魅力に共感し、自ら積極的な情報発信や、地域資源の承継を支援してくれる「糸島サポーター」となる

### 観光関連事業者

誇りをもって質の高いサービスを提供し、稼ぐことができるまちを目指します

#### 具体的に目指す姿

- 観光による地域事業者への受益が拡大する
- 観光関連事業者の「稼ぐ力（収益力）」が向上する
- 観光関連事業者が本市の地域資源や魅力を正しく理解し、自信と誇りをもって事業活動に取り組むことができる
- これからの観光を担う人材が育つ
- 観光に関わる多様な関係者が支えあい、地域と事業者が一体となって観光を推進する

## 2 ターゲット戦略

観光振興を効果的に推進するためには、観光客の動向や特性、保有する地域資源に応じて、重点的に誘客を図るべきターゲット層を明確化することが重要です。本計画においても、本市を訪れる観光客の動向やニーズを踏まえ、重点的に施策展開を図る主なターゲット層を以下のとおり設定します。

(図表51) ターゲット戦略

<主にリピーター率向上及び旅行消費額の増加に向けた国内ターゲット層>

### 福岡市及び福岡都市圏からの個人・団体客（福岡都市圏の居住者）

#### 選定理由

- 本市への来訪者の大半が福岡都市圏からの自家用車×日帰り客である
- 人口が集中していることから、年代別などターゲットに応じた効果的かつ積極的な情報発信を行うことにより、多くの誘客が期待できる
- 自家用車やJR利用で、日帰りであっても度々の来訪が可能
- 市外からの移住者・定住者（転勤族、学生等）も多く、本市の認知度を口コミで高めていくことに期待ができる
- 企業や各種団体の研修（社員旅行）のニーズも見込める

<主に宿泊観光者数及び旅行消費額の増加に向けた国内ターゲット層>

### 首都圏・関西圏などの大都市圏の個人客

#### 選定理由

- 本市への来訪者のうち福岡都市圏に次いでボリュームの多い層であり、宿泊を伴って来訪する観光客が多いため、旅行消費額の拡大が見込める
- 観光協会のレンタサイクル国内利用者の内訳においても首都圏36%、関西圏18%と高く、レンタサイクルを利用したサイクルツーリズム<sup>\*</sup>の推進も見込める
- 若年層の来訪も多く、幅広い年齢層の取り込みができる
- 特に若年層をはじめ、個人のSNS<sup>\*</sup>による情報発信意欲が旺盛（口コミ力に効果あり）

<主に宿泊観光者数及び旅行消費額の増加に向けたインバウンド\*ターゲット層①>

### 香港・韓国・台湾・中国をはじめとした東アジア圏の個人旅行者

#### 選定理由

- 本市を含め、福岡県を訪れるインバウンドのボリューム層である
- 福岡空港からの直行便やクルーズ船などアクセスが便利
- 地理的な近さから九州への観光客数が安定的に多く、リピーターも多い
- 自然景観、グルメ、SNS映え\*スポットなど、糸島の観光資源が東アジア旅行者のニーズ（短期旅行・写真映え・食体験）と合致
- 福岡市を訪れる旅行者が多いため、糸島を組み合わせた日帰り・宿泊周遊のポテンシャルが高い

<主に宿泊観光者数及び旅行消費額の増加に向けたインバウンドターゲット層②>

### 英語圏（欧米豪など）と英語に親しみのあるアジア圏の個人旅行者

#### 選定理由

- 本市への来訪者数が増加している
- 九州観光推進機構、福岡県等が重点施策としており、広域による推進体制を構築できる
- 福岡空港やJR博多駅が玄関口となっており、鉄道やバスでの誘客がしやすい
- 消費行動が活発であり、自然や芸術、食文化への興味度が高い
- 口コミ力が高い（SNS等）

# 3

## 基本目標、基本施策、主な取組

### 基本目標1.市民の暮らしを大切にしたい観光地の形成(住んでよし)

観光振興にあたっては、市民の生活の質を守りつつ、観光客に快適で充実した滞在環境を提供することが重要です。交通渋滞や騒音、ごみ問題といった課題に対応し、受入基盤の整備を進めることで、市民が安心して暮らせる環境と観光客の利便性を両立させます。

さらに、持続可能な観光地域づくりには、市民の観光に対する理解や観光施策への参画が必要不可欠です。地域への愛着と誇りを醸成し、市民自らが観光客をおもてなしする姿の実現に向けた取り組みを進めるとともに、観光振興による成果を地域に還元する仕組みづくりに取り組みます。

(図表52) 基本目標1に関する基本施策と主な取組

#### 基本施策① 交通渋滞や混雑解消に向けた公共交通環境の整備

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ICTを活用した交通渋滞や混雑状況の可視化及び最適ルートの提案</li> <li>・ 観光施設における駐車場有料化の検討</li> <li>・ 公共交通機関の利用促進</li> </ul>
------	---

#### 基本施策② 騒音・ごみ問題解消など観光客受入基盤の整備

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多言語やイラストによるマナー啓発</li> <li>・ 観光施設におけるごみのポイ捨ての抑制</li> <li>・ 住宅等を利用した宿泊施設（民泊等）と近隣住民との調和</li> </ul>
------	--

#### 基本施策③ 観光振興による成果の地域への還元

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光振興による経済効果等の発信（出前講座、広報いとしま）</li> <li>・ 交通環境整備や環境保全、観光インフラ整備への宿泊税交付金の活用</li> </ul>
------	---

#### 基本施策④ 豊かな観光資源の次世代への継承

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自然環境や文化財等の保全</li> <li>・ 観光振興基本計画の理解促進（出前講座、広報いとしま）</li> <li>・ 観光を支える人材の育成</li> </ul>
------	---

## 基本目標2. 観光客の滞在価値の向上と市内周遊の促進(訪れてよし)

観光客の滞在時間を延ばし、旅行消費額を拡大することは観光による受益を地域へ拡大していくための重要課題です。そのため、周遊コースや長期滞在型観光商品、体験型観光メニューなどの多様なコンテンツを造成します。

また、モーニングタイム・エコノミー※、ナイトタイム・エコノミー※といった観光地の時間的な分散を展開し、昼夜を通じた消費機会を創出し、観光客の滞在時間や消費行動の拡大に取り組みます。

さらに、観光地におけるユニバーサルデザイン※の推進により、誰もが安心して訪れることができる観光地を目指します。

(図表53) 基本目標2に関する基本施策と主な取組

### 基本施策① 観光客の利便性の向上

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光施設の整備（公衆トイレ、遊歩道、観光地の整備）</li> <li>・観光DXの推進</li> <li>・観光客の安全、安心を担う防災対策の推進</li> </ul>
------	--

### 基本施策② 観光コンテンツの造成・商品開発

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・周遊コースの造成、周遊マップ等の作成</li> <li>・体験型観光コンテンツ（グリーンツーリズム※、ブルーツーリズム※、エコツーリズム※、ヘルスツーリズム※、サイクルツーリズム等）の造成</li> <li>・「長期滞在型旅行商品」の開発（農漁村での体験、宿泊など）</li> </ul>
------	--

### 基本施策③ 観光地におけるユニバーサルデザインの推進

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・段差解消、点字・音声案内、バリアフリートイレ、貸出用車椅子等の設置</li> <li>・ピクトグラム※対応サインの設置</li> </ul>
------	--

### 基本施策④ 宿泊の促進

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・モーニングタイム・エコノミー、ナイトタイム・エコノミーの推進</li> </ul>
------	---

### 基本目標3. 観光地経営による稼ぐ力の向上(働いてよし)

市内で観光業に携わる人々が誇りをもって質の高いサービスを提供できるよう、稼ぐ力の向上に向け、DMOを中心とした戦略的な観光地経営を展開し、マーケティングに基づいた情報発信や観光事業者への支援を充実します。

また、事業者間の連携や地域住民との協働を図ることで、地域内での経済循環の強化や事業活動の成果が地域に還元される仕組みづくりに取り組み、地域が一体となった観光地域づくりを目指します。

(図表54) 基本目標3に関する基本施策と主な取組

#### 基本施策① 地域経済への受益拡大

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者間の連携による地域内での経済循環の強化</li> <li>・事業者と地域住民が協働し、事業活動の成果が地域に還元される仕組みづくりの推進</li> </ul>
------	--

#### 基本施策② DMOを中心とした観光の推進

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光マーケティングに基づく戦略的な観光の推進及び情報発信</li> <li>・DMOと連携した観光振興に係る取り組みの実施</li> <li>・DMO（観光協会）機能強化に向けた支援</li> </ul>
------	--

#### 基本施策③ おもてなし力の向上

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・接客スキル、多文化理解、語学、デジタル活用等のセミナー実施</li> <li>・観光客に起因する課題等に対応するための啓発ツールの提供</li> </ul>
------	--

#### 基本施策④ 観光事業者への支援

主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第3次糸島市観光振興基本計画の周知及び理解促進</li> <li>・市、県、国（観光庁等）が実施する補助事業の活用促進</li> <li>・ホテル及び旅館に係る固定資産税の優遇措置等による宿泊施設の整備促進</li> <li>・糸島市を取り巻く観光トレンドや行政の観光施策等、「稼ぐ」に繋がる情報の提供</li> </ul>
------	--

## 4 計画の目標値（KGIとKPI）

本計画を着実に推進するためには、明確な成果目標を設定し、その進捗を適切に把握する仕組みが不可欠です。本計画に基づく観光振興の最終的な到達点を示す「KGI(Key Goal Indicator/重要目標達成指標)」\*と、その実現に向けた具体的な行動指標である「KPI (Key Performance Indicator/重要業績評価指標)」\*を以下の通り設定します。本計画のKGIは、観光客と市民、観光事業者全ての目線から、「旅行消費額」と「観光客を歓迎する市民の割合」として設定します。KPIは施策ごとに進捗を定量的に評価できる指標とします。これにより、観光振興の効果を客観的に検証し、必要に応じて施策を改善することで、持続可能な観光地域づくりに取り組みます。

(図表55) KGIとKPI

KGI	測定方法	R6 現状値	R12 目標値
① 旅行消費額	糸島市観光入込客調査	157.5 億円	172.5 億円
② 観光客を歓迎する市民の割合	観光客が多く訪れる 5 校区に住む市民に対するアンケート調査	52%	60%

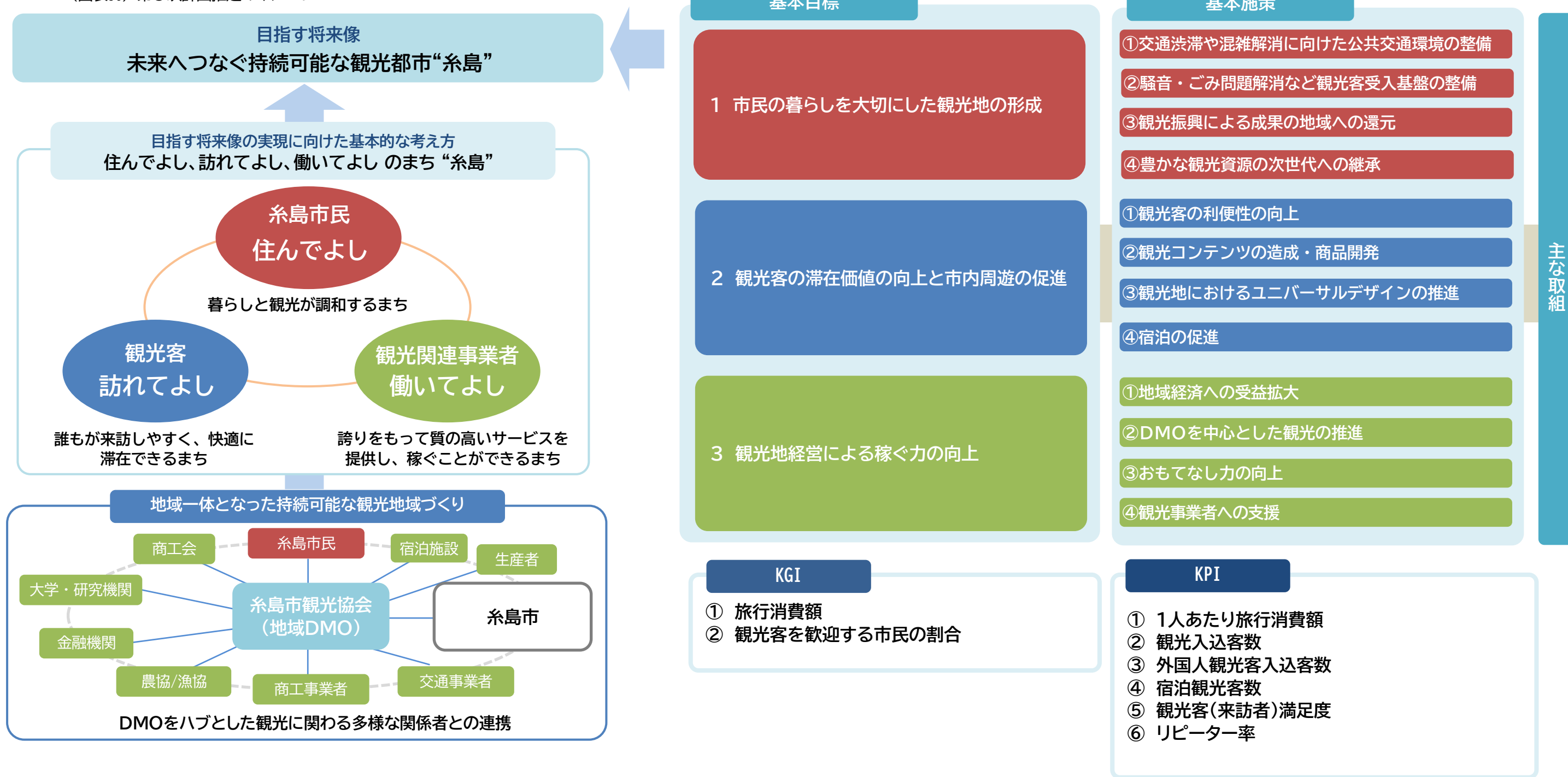
注：5校区(長糸校区、雷山校区、福吉校区、桜野校区、引津校区)に住む地域住民へのアンケート調査のうち、『観光客の受け入れに対する認識』に関する設問の「たくさん来てほしい・ほどほどに来てほしい」と回答した市民の割合

KPI	測定方法	R6 現状値	R12 目標値
① 1人あたり旅行消費額	糸島市観光入込客調査	2,087円	2,208円
② 観光入込客数	糸島市観光入込客調査	753.9万人	781.4万人
③ 外国人観光客入込客数	糸島市観光入込客調査	66,910人	69,350人
④ 宿泊観光客数	糸島市観光入込客調査	17.8万人	24.6万人
⑤ 観光客(来訪者)満足度	DMOで実施するアンケート調査にて把握	94.6%	95.0%
⑥ リピーター率	DMOで実施するアンケート調査にて把握	66.7%	75.0%

# 5 計画推進のイメージ

これからの本市の観光振興は、市民や観光客、観光関連事業者の全てが幸せや満足を実感できる持続可能な観光地域づくりを目指します。観光振興を通して目指す将来像を達成するため、本市の観光に関わる全ての関係者は「住んでよし、訪れてよし、働いてよし のまち “糸島” 」という基本的な考え方を共有し、基本目標、基本施策といった体系に沿って取組を実行し、糸島市の地域DMOである糸島市観光協会をハブとした地域一体となった観光地域づくりを推進していきます。以下に本計画推進のイメージを示します。

(図表56) 第3次計画推進のイメージ



# 第5章 計画の推進と効果検証

## 1 計画の推進

本計画の推進にあたって、行政内部では、経済振興部ブランド政策課が中心となって関係部署との調整を行うとともに、地域DMOである糸島市観光協会が中心となって市内の観光関連事業者をはじめとする多様な関係各所と連携・協力しながら計画を進めていきます。

また、行政と観光協会とで定期的に情報共有や意見交換を行いながら進行管理を行うとともに、観光協会が策定した日本版DMO形成・確立計画及び観光地経営戦略（DMO戦略）が着実に実行されるよう、連携事業の実施や支援等に取り組みます。

（図表57）第3次計画推進の主な主体と役割分担

### 行政

観光行政の全体調整を図り、ハード面を中心としたインフラ、仕組み・法整備等による観光客受入基盤の整備を行う

### 地域DMO（糸島市観光協会）

持続可能な観光地域づくりの舵取り役として、行政及び観光関連事業者をつなぎ、DMO戦略に基づくソフト面を中心とした観光推進を担い、地域全体の稼ぐ力の向上、誘客促進を図る

### 観光関連事業者

観光サービスを提供する現場の主役であり、観光客に地域の魅力や旅の楽しさといった様々な価値を届けるとともに、旅行消費や雇用を生み出すことで地域を支える

### 市民

地域の魅力を理解し、郷土愛を育むことで、観光の基盤となる地域資源を継承・保全していくとともに、観光客を迎え入れる

## 2 計画の進捗管理と効果検証

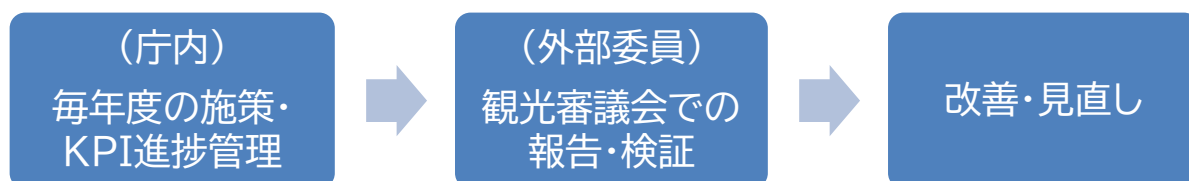
本計画の実効性を確保するためには、定期的かつ的確な進捗管理と効果検証が不可欠です。

計画の着実な実行に向け、毎年度、市職員で組織する「糸島市観光振興基本計画連絡調整会議」において、施策に基づく取組の進捗状況や指標の達成度、取組を進めるにあたっての課題等を整理し、計画の進捗状況を客観的に把握したうえで内部評価を行います。

その後、市の附属機関である糸島市観光審議会に対して内部評価の結果等を報告し、外部有識者や関係者からの意見を踏まえて効果検証を行います。

その結果に基づき、取組の改善・見直しを行うことで、計画の透明性と実効性を高め、持続可能な観光地域づくりにつなげていきます。

(図表58) 計画の進捗管理



## &lt;用語解説&gt;

	用語(五十音順)	解説
あ 行	一般社団法人九州観光機構	九州地方知事会や九州経済連合会などの経済団体からなる九州地域戦略会議で策定された「九州観光戦略」の実行組織として2005年4月に設立。九州における魅力ある観光地づくりと国内・海外観光客等の九州への誘客を推進し、観光産業の振興と九州経済の発展に寄与することを目的とした機関
	インバウンド	本計画においては、本市に外国人観光客が訪れてくことや、本市を訪れる訪日外国人観光客そのものを指す言葉
	エコツーリズム	自然観光資源について知識を有する者から案内又は助言を受け、当該自然観光資源の保護に配慮しつつ、自然と触れ合い、その価値を体感したり、知識や理解を深めたりすることを目的とする観光
	SNS	Social Networking Service(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)のことで、登録者同士がつながって、文章や写真、動画などで自分を表現したり、コミュニケーションしたりするインターネット・サービスのこと。代表的なSNSサービスとして、Instagram、X、Facebook、LINE、TikTokなどが挙げられる
	SNS映え	SNSに写真をアップロードし、公開した際に、ひととき見栄え良くステキに見える(映える)、という意味で用いられる表現
	オーバーツーリズム	特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、地域住民の生活や自然環境、景観等に対して受忍限度を超える負の影響をもたらしたり、観光客の満足度を著しく低下させたりするような状況
か 行	関係人口	移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと。地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面しており、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されている
	観光入込客数	糸島市「観光入込客調査」において、設定した観光地点を訪れた観光客数のこと。例えば、1人の観光客が市内複数の観光地点を訪れた場合は、複数回と数える(延べ人数)
	観光DX	デジタル技術を活用して観光業の業務効率化や、データ分析による新しい戦略・ビジネスモデルの創出など、観光産業を抜本的に変革する取組
	グリーンツーリズム	緑豊かな農村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ、滞在型の観光
	KGI	KGI:Key Goal Indicatorの略で「重要目標達成指標」と訳され、最終的な目標となる指標
	KPI	KPI:Key Performance Indicatorの略で「重要業績評価指標」と訳され、最終的な目標達成までのプロセスにおける中間目標を数値で示した指標

	用語(五十音順)	解説
か行	ゲストハウス	旅館業法における4分類(ホテル、旅館、簡易宿所、下宿)のうち、簡易宿所に分類される宿泊施設。宿泊する場所を多数人で共用する構造及び設備を主とする施設を設け、宿泊料を受けて、人を宿泊させる営業
	広域連携DMO	地方ブロックレベルの区域を一体とした観光地域において、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う組織
	コロナ禍	2019年末から2022年まで続いた新型コロナウイルス感染症が招いた危機的・災厄的な状況のこと。社会的・政治的・経済的な混乱・不安・損失などの総称
さ行	サイクルツーリズム	自転車を楽しむことを目的とした、または現地での移動手段として自転車を活用して楽しむ観光
	将来推計人口	出生、死亡、国際人口移動について、実績値の動向をもとに仮定を設け、日本全域の将来の人口規模、男女・年齢構成の推移について推計を行ったもの
た行	体験型観光	見学を中心とした観光ではなく、その地域でしかできない体験を組み込んだ観光形態
	旅マエ・旅ナカ	「旅マエ」は旅行実施前の計画や情報収集段階、「旅ナカ」は実際に現地を訪れて食事や観光を楽しむ旅行中の段階を指す言葉
	地域DMO(観光地域づくり法人)	DMO: Destination Management/Marketing Organization 単一市区町村の区域並びに複数市区町村にまたがる区域を一体とした観光地域において、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う組織
な行	ナイトタイム・エコノミー	夜間(一般には、日没から日の出まで)における経済活動(観光、娯楽、飲食など)のこと。夜間の様々な経済活動を通じて、地域の魅力や文化を発信し、消費拡大などにつなげる考え方
	二次交通	拠点となる主要な空港や鉄道の駅から最終的な観光地までの交通手段を指す言葉。本計画においては、市内の鉄道の駅から観光地までの交通手段を想定
は行	ピクトグラム	不特定多数の人々が利用する公共交通機関や公共施設、観光施設等において、文字・言語によらず対象物、概念または状態に関する情報を提供する図形
	ブルーツーリズム	漁業体験、漁村の生活体験、海の自然観察など海の魅力を体験する海洋レジャー等を目的とする観光
	分散型観光	混雑を避けるために時間や場所を分散させて行う観光。具体的には、早朝や夜間など混雑する時間帯以外に観光地を訪れたり、土日や連休を避けたり、特定の観光地だけでなく周辺の観光資源を巡ったりすること
	ヘルスツーリズム	旅先での自然体験や運動、温泉、食事、リラクゼーションなどを通じて、心身の健康回復や健康増進を図ること等を目的とする観光

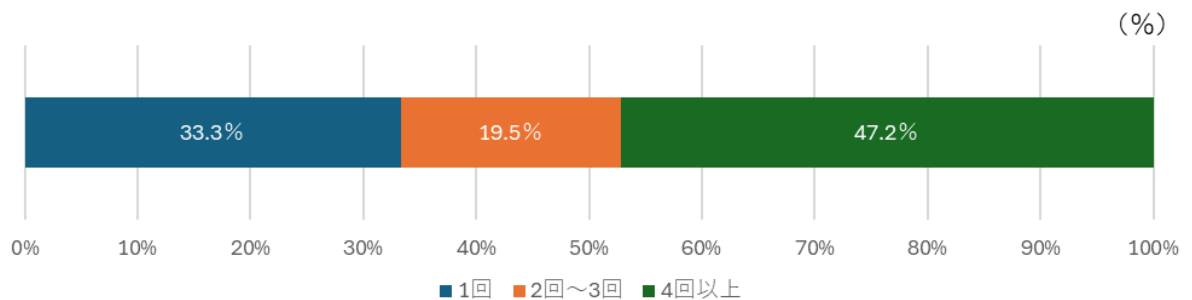
	用語(五十音順)	解説
ま 行	マーケティング	本計画におけるマーケティングとは、自地域を初めて訪れる人や、繰り返し訪問する人(=リピーター)、ひいては地域のファン(= 関係人口)を増やし、地域の経済効果や住民満足度を向上させる好循環を構築するための仕組みづくり
	民泊	住宅(戸建住宅やマンションなどの共同住宅等)の全部又は一部を活用して、旅行者等に宿泊サービスを提供すること
	モーニングタイム・エコノミー	朝の時間帯における経済活動(観光、娯楽、飲食など)のこと。朝の様々な経済活動を通じて、地域の魅力や文化を発信し、消費拡大などにつなげる考え方
や 行	ユニバーサルデザイン	あらかじめ、障害の有無、年齢、性別、人種等にかかわらず多様な人々が利用しやすいよう都市や生活環境をデザインする考え方
ら 行	リピーター率	糸島市への来訪回数が2回以上の人が全体に占める割合
	旅行消費額	観光入込客の消費の総額

## <第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査結果>

### ① 年間訪問回数

- 本市を年4回以上訪れる人が47.2%と多くなっています。居住地別の内訳をみると福岡市在住者が71.8%と割合が高く、立地的な強みが見られます。福岡県外からは半数以上が初めての来訪となっています。
- 「年4回以上」の割合が比較的高いのは、男性や50代以上、福岡市内居住層、ドライブ・買い物目的での訪問層となっています。

(図表59) 糸島市年間訪問回数【単一回答】

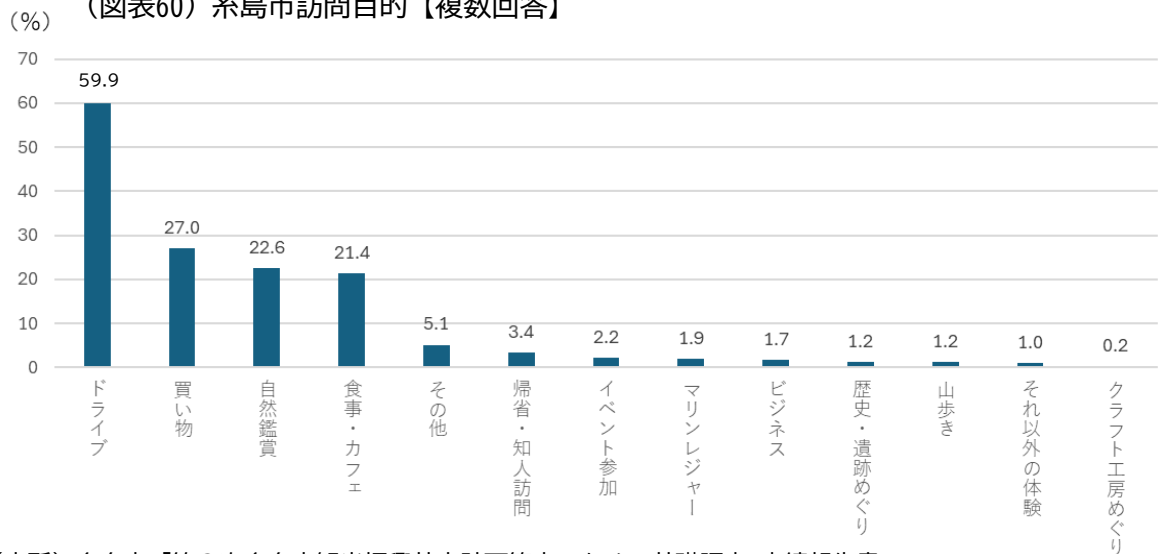


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

### ② 訪問目的

- 「ドライブ」目的が約6割で突出しています。休日にドライブがてら、食事や買い物を楽しむ観光客が多いことが推察されます。その他の目的は1割に届かず、本市への訪問目的は特定の項目に集中しています。
- 「自然鑑賞」は居住地別の福岡県外からが38.2%、年代別には20代が33.3%と高くなっています。これらの層の多くが白糸の滝、桜井二見ヶ浦を訪れていると推察されます。

(図表60) 糸島市訪問目的【複数回答】

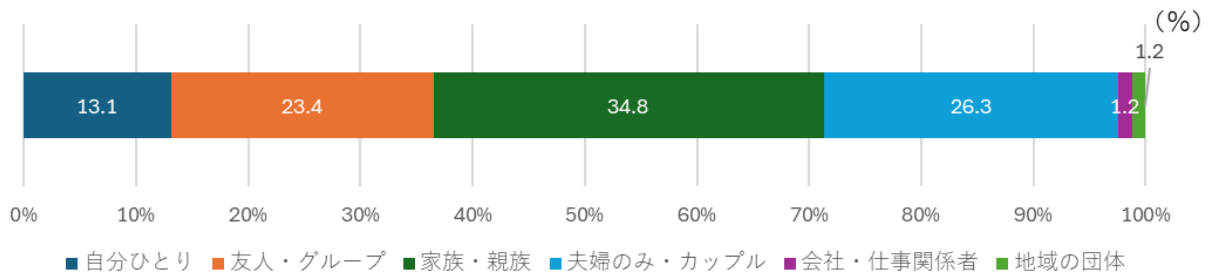


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

## ③ 同行者

- 本市訪問時の同行者は、「家族・親族」が最も多く、「夫婦のみ・カップル」、「友人・グループ」と続きます。団体客は極めて少なくなっています。
- 年代別にみると、20代の「友人・グループ」が45.7%と突出しています。
- 目的別にみると、買い物目的で「家族・親族」と訪れる層が57.5%と高くなっています。

(図表61) 糸島市への同行者【単一回答】

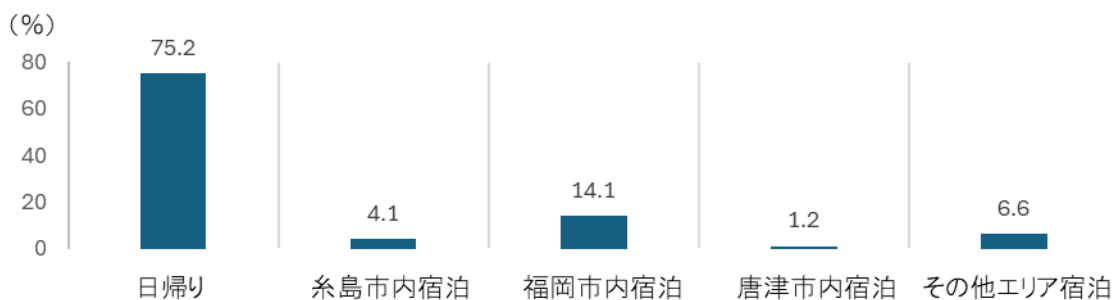


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

## ④ 訪問時の宿泊地

- 訪問時の宿泊地は「日帰り」が75.2%となりました。聞き取り調査は土日に調査を行ったことから福岡県外からの来訪者の割合が53.4%と高く、「宿泊」も24.8%と比較的高くなりました。
- 宿泊地は、福岡市内で宿泊が14.1%と高く、糸島市内での宿泊は4.1%にとどまっています。

(図表62) 糸島市への訪問時の宿泊地【単一回答】

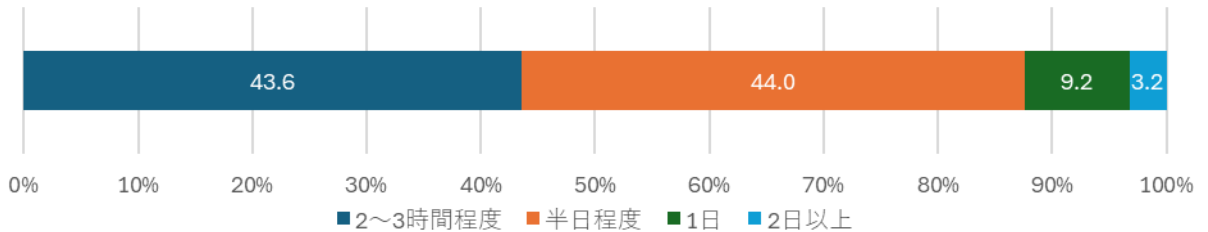


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

### ⑤ 訪問時の滞在時間

- 「2～3時間程度」、「半日程度」を合わせると87.6%となり、本市での滞在時間は9割近くが半日以下となっています。この傾向は居住地別、目的別で見ても同様です。

(図表63) 糸島市訪問時の滞在時間【単一回答】



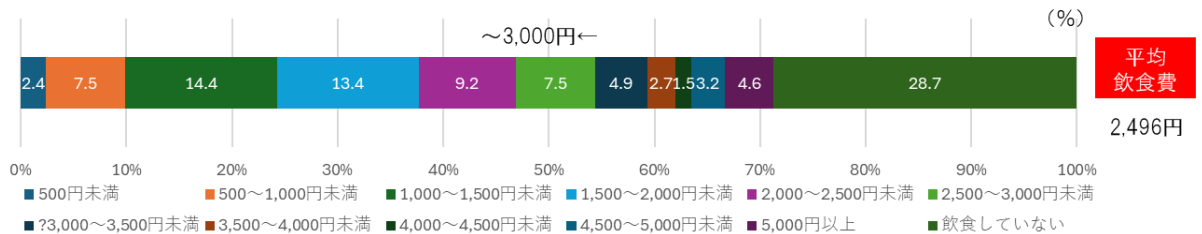
(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

### ⑥ 市内消費額

#### 一人あたり飲食費

- 市内消費額のうち一人あたり飲食費は、平均2,496円となり、54.4%が3,000円未満となりました。また、28.7%が「飲食していない」と回答しています。
- 聞き取り場所別の一人あたり平均飲食費では、桜井二見ヶ浦が3,183円、伊都菜彩が2,415円、二丈パーキングエリアが2,107円と桜井二見ヶ浦の利用者の平均飲食費が高くなりました。

(図表64) 糸島市内消費額（一人あたり飲食費）

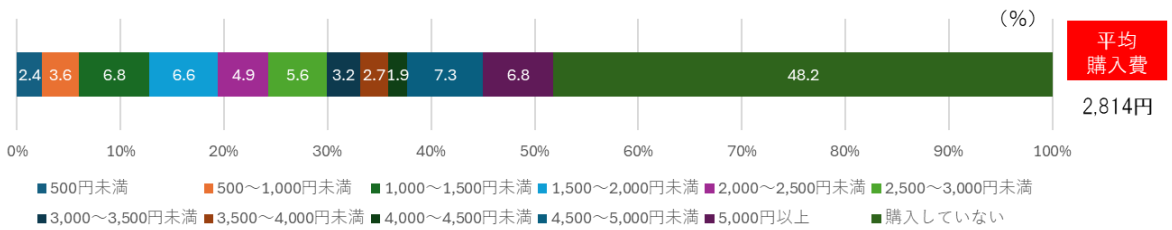


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

一人あたり商品購入費

- 一人あたり平均商品購入費は2,814円となりました。「購入していない」が48.2%で、約半数となっています。目的別にみると、特に「ドライブ」、「自然鑑賞」を目的とした人は何も購入しない傾向が強くなっています。
- 聞き取り場所別の一人あたり商品購入費では、桜井二見ヶ浦が2,242円、伊都菜彩が4,159円、二丈パーキングエリアが1,967円と伊都菜彩の利用者の平均商品購入費が高くなりました。

(図表65) 糸島市内消費額（一人あたり商品購入費）

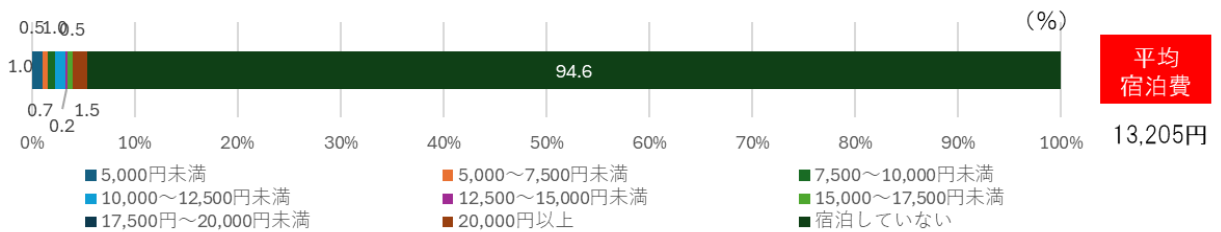


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

一人あたり宿泊費

- 一人あたり平均宿泊費は13,205円となり、前回調査（平成27、28年）より約25%増加しています。物価高による宿泊単価の上昇が、平均宿泊費に大きく影響していると推察されます。

(図表66) 糸島市内消費額（一人あたり宿泊費）

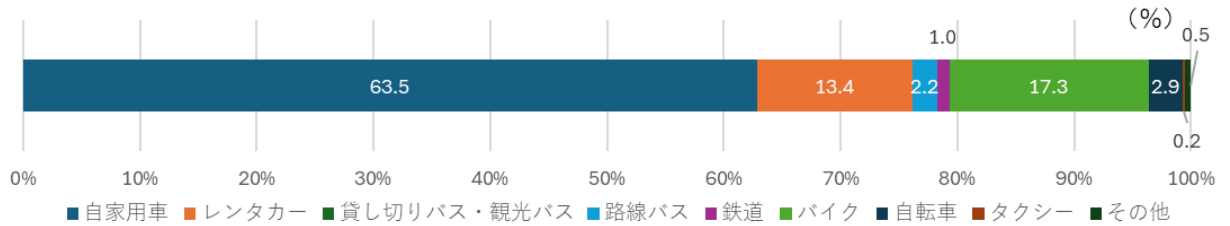


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

⑦ 交通手段

- 糸島市への交通手段は、「自家用車」が63.5%と最も多く、「レンタカー」、「バイク」を合わせると9割強となっています。「自転車」は2.9%にとどまりました。
- 年代別にみると、20代は「レンタカー」が32.1%と突出しています。

(図表67) 糸島市への交通手段【単一回答】

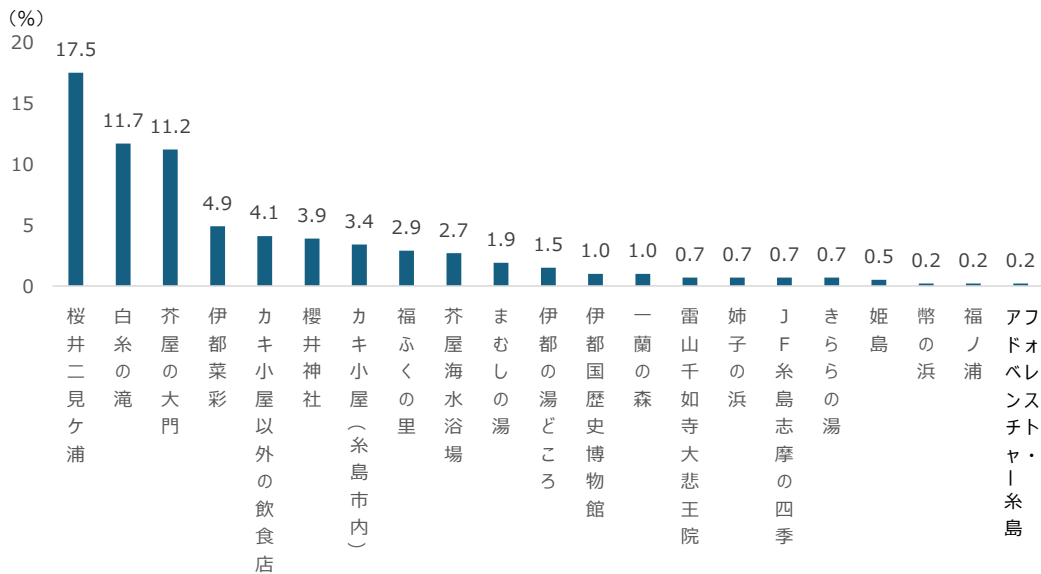


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

⑧ 訪問観光地

- 実際に立ち寄ったあるいは立ち寄る予定にしている観光地は「桜井二見ヶ浦」で17.5%、「白糸の滝」、「芥屋の大門」がそれぞれ10%程度となっています。「桜井二見ヶ浦」が糸島を代表するビジュアルであり、代名詞となっている実態がうかがえます。

(図表68) 糸島市内訪問観光地【複数回答】

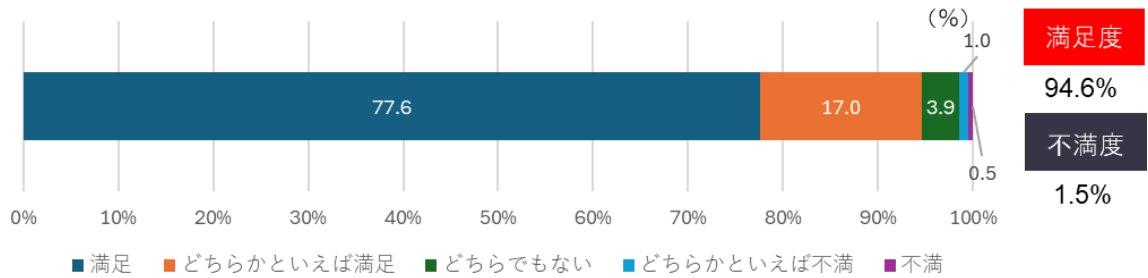


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

## ⑨ 観光満足度

- 94.6%が「満足」、「どちらかといえば満足」と回答し、観光満足度は非常に高くなっています。
- 年代別にみると、20代で「満足」が88.9%と他世代より高くなっています。また、60代の4.9%が最も不満の高い層となりますが、比較的低い水準に抑えられています。

(図表69) 糸島市内観光満足度【複数回答】

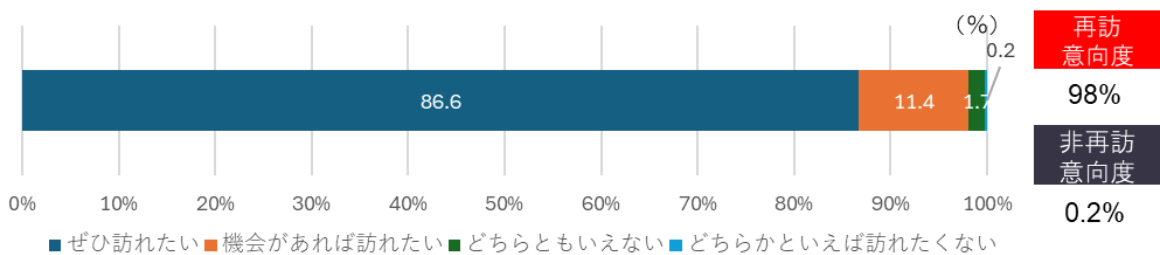


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

## ⑩ 観光再訪意向

- 再訪意向層は98%となり、「訪れたくない」、「どちらかといえば訪れたくない」を合計した非再訪意向層はわずか0.2%となりました。再訪意向は極めて高くなっています。

(図表70) 糸島市再訪意向【単一回答】

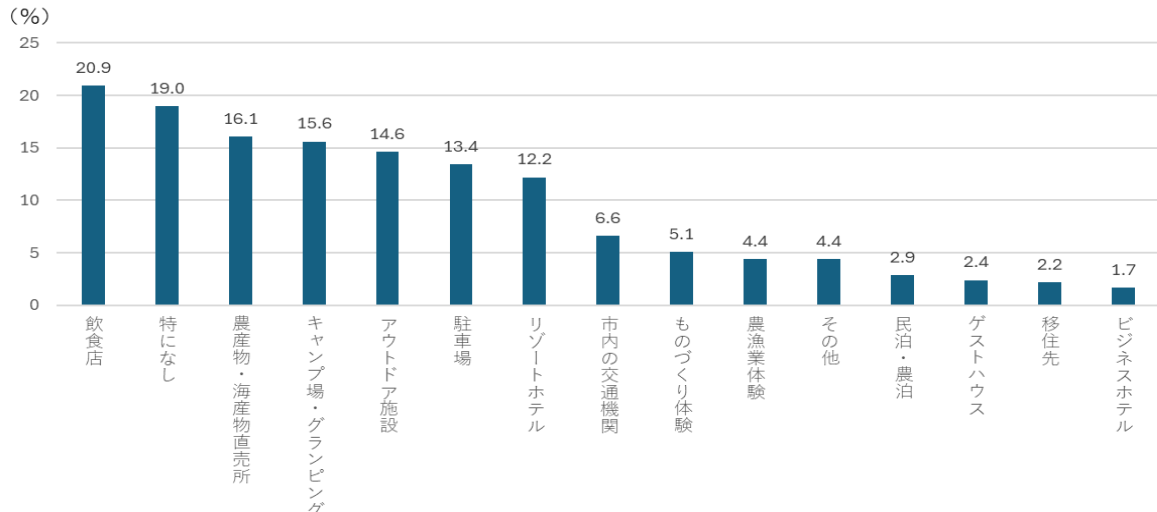


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

## ⑪ 糸島市への期待点

- 「飲食店」への期待が20.9%と最も多く、次いで「特になし」が19.0%となりましたが、「農産物・海産物直売所」が16.1%とつづき、食に対する関心の高さがうかがえます。
- 宿泊施設（リゾートホテル、民泊・農泊、ゲストハウス※、ビジネスホテル）への回答をまとめると19.2%となり、宿泊施設への期待の高さもうかがえます。

(図表71) 糸島市へ期待すること【複数回答】

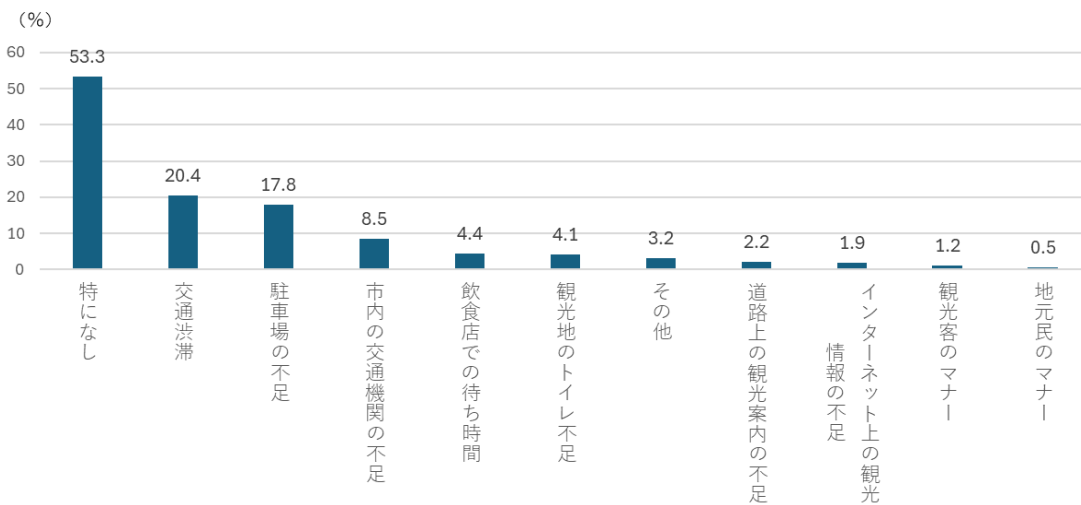


(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」

## ⑫ 糸島市への不満点

- 53.3%が不満点は「特になし」と回答しました。次いで、「交通渋滞」、「駐車場の不足」、「市内の交通機関の不足」と交通環境に対する不満が多くなっています。

(図表72) 糸島市への不満点【複数回答】



(出所) 糸島市「第3次糸島市観光振興基本計画策定のための基礎調査 実績報告書」