

# 「第二期九州観光戦略 第三次アクションプラン」(案)について

## 1、「第二次アクションプラン」(2017年～2019年)について

### 【現状・課題】

- ・海外において九州のブランドイメージが定着しておらず、認知度が低い。(特に欧米豪) → SNS・WEB 等での多言語による情報発信や現地 PR 等のさらなる強化が必要。
- ・来訪者の国籍・地域に偏りがあり、韓国やクルーズ客が多い一方、欧米豪や中国(クルーズ以外)が少ない。

### 【九州をとりまく環境】

- ・RWC2019 や東京オリ・パラ等の大規模国際大会の開催
- ・熊本地震や九州北部豪雨等の大規模災害の頻発
- ・外国人観光客急増に伴うオーバーツーリズムの発生

### 【その他】

- ・H30 秋の九州地域戦略会議での「九州まるごと“インバウンド立圏”宣言」

### 【数値目標 (KPI) 2018 年実績】

- 観光消費額  
国内市場(国内宿泊+国内日帰り)は伸び悩み。インバウンドでも、韓国やクルーズ船の構成比が高く、消費単価向上に苦戦。
- 訪日外国人数  
過去3か年は30%超の伸びで順調に拡大してきたが、2018年は前年比+4%と伸びが鈍化。特にクルーズ船が大幅に減少している。
- 延べ宿泊者数  
日本人は横ばい。インバウンドは2018年は前年比増だが全体を押し上げるまでには至っていない。

第2次アクションプラン 数値目標と実績	2017年 実績	2018年 実績	目標 達成率	2019年 目標
観光消費額	2.7兆円	2.6兆円	84%	3.1兆円
訪日外国人	4,843億円	4,040億円	61%	6,659億円
国内宿泊	18,234億円	17,184億円	87%	19,760億円
国内日帰り	3,929億円	4,503億円	95%	4,763億円
訪日外国人数	494.1万人	511.6万人	95%	539.8万人
延べ宿泊者数	4,528万人泊	4,531万人泊	88%	5,136万人泊

※観光消費額は観光庁「訪日外国人消費動向調査」の値を基に、九州観光推進機構が推計したもの。また、訪日外国人の観光消費額の算出に用いる14ヶ国(クルーズ客)の旅行消費単価は、2017年までは福岡市調査の値を適用、2018年からは観光庁調査の値を適用。  
※延べ宿泊者数実績は観光庁「宿泊旅行統計」の速報値(従業員10人以上の施設での算出)。

## 2、「第三次アクションプラン」(2020年～2023年)について

### ①基本方針

- 1 世界中の観光客から選ばれる「KYUSHU」の確立**  
「KYUSHU」のブランド力を高め、競争に勝ち抜き、世界のツーリストから選ばれる観光地としての確固たる地位を確立すること。
- 2 観光の持続的な発展に向けた基盤の強化**  
九州の観光が持続的に発展を続けるため、外国人材の活用や観光人材の育成、ストレスフリーに旅行を楽しむための環境整備等の諸課題の解決に取り組むこと。
- 3 欧米・大洋州、中国 FIT 誘客による観光消費額の拡大**  
戦略的なインバウンド誘客により観光消費の拡大を図り、地域に対して大きな経済貢献を果たすこと。

### ②2023年の数値目標 (KPI)

- 観光消費額：4.0兆円
  - ・訪日外国人 12,000億円
  - ・国内宿泊 22,400億円
  - ・国内日帰り 5,600億円
- 訪日外国人数：786万人
- 延べ宿泊者数：6,800万人泊

### ③主な実施項目

#### 戦略Ⅰ：九州ブランドイメージ戦略

- 「KYUSHU」のブランド力の向上【重点】  
(デジタルマーケティング等を強化することにより、国・地域別等の各ターゲットに応じたブランド戦略を構築し、「KYUSHU」ブランドを定着)

#### 戦略Ⅱ：観光インフラ整備戦略

- 観光産業の人的基盤の強化【重点】  
(観光分野における外国人材の活用・確保、観光人材の育成や、観光産業に携わる者がやりがいと誇りをもって働くことができる環境づくりを推進)
- 外国人観光客の安全・安心確保のための緊急時・災害発生時の対応力の向上【重点】  
(緊急時・災害時における円滑・迅速なコミュニケーション、正確な情報の提供)
- 国際航空路線の拡大  
(九州内空港の路線誘致活動と連動した取組みの実施)
- ストレスフリーな環境の整備  
(外国人旅行者をはじめとするすべての旅行者が、快適・安全・便利に旅行を楽しむための通信環境や多言語対応、二次交通等を充実させる)
- 宿泊施設の充実・拡充  
(外資系高級ホテル誘致に向けた取組み、宿泊施設のグローバル対応の促進)
- 地域と調和した受入環境の充実(ほか)

#### 戦略Ⅲ：九州への来訪促進戦略

- 九州ならではの価値を持ったコンテンツの磨き上げ【重点】  
(各県、DMO等が中心となり、九州が選ばれるための競争力のある観光素材の開発・磨き上げを実施)
- 欧米・大洋州からの誘客拡大【重点】  
(RWC2019等で九州を訪れた観光客のリピーター化、新規来訪者を増やすため情報発信等を実施)
- 東アジア・東南アジアからの誘客拡大【重点】  
(中国 FIT、韓国・台湾・香港などからのリピーター獲得に向けて市場の成熟度に応じたプロモーション・情報発信を展開)
- 国内からの誘客拡大

#### 戦略Ⅳ：来訪者の滞在・消費促進戦略

- 外国人観光客の消費拡大【重点】
- MICE 誘致の強化と経済効果の最大化
- ナイトタイムエコノミーの拡充
- 統合型リゾート(IR)創設に向けた誘致等への支援
- クルーズ船寄港地観光の魅力向上

観光を九州の基幹産業へ！

## 【参考】「第二期九州観光戦略 第二次アクションプラン」(2017~2019年)の進捗状況について(その1)

### 【第二次アクションプランの基本方針】

RWC2019、オリパラ2020などの大規模国際大会を契機と捉え、国内外からの観光客を迎えるための受入体制の整備、広域観光周遊の促進などを行い、最終年である2019年には熊本地震からの「創造的復興」を達成し、観光産業が九州の基幹産業となるために進んでいくことを目指すもの。

最終目標を「**観光消費額の増加**」とし、**①来訪者数の増加 ②旅行消費単価の向上 ③リピーターの獲得**の3点の実現に向けた取組み九州一体となって取り組む。

第2次アクションプラン 数値目標と実績	2017年 実績	2018年 実績	2019年 目標
観光消費額	2.7兆円	2.57兆円	3.1兆円
訪日外国人	4,843億円	4,040億円	6,659億円
国内宿泊	18,234億円	17,184億円	19,760億円
国内日帰り	3,929億円	4,503億円	4,763億円
訪日外国人数	494.1万人	511.6万人	539.8万人
延べ宿泊者数	4,528万人泊	4,531万人	5,136万人泊

※観光消費額は観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2019年1月16日発表)の値を基に、九州観光推進機構が推計したもの。また、訪日外国人の観光消費額の算出に用いる14条入国(クルーズ客)の旅行消費単価は、2017年までは福岡市調査の値を適用、2018年からは観光庁調査の値を適用。

### 戦略Ⅰ：九州ブランドイメージ戦略

#### 【主な取組み実績】

- ・多言語WEBサイトを活用した情報発信
- ・各種メディアを活用し、九州の強みである観光素材(観光列車、温泉等)のブランドイメージを発信。ほか

【成果の目安となる指標】訪日外国人訪問者の九州の認知度(アジア)  
2018実績：37%(2019目標：50%)

・他の観光地と比べて、九州の認知度は低い。欧米豪における認知度は10%以下で、特に低い状況。

#### ●訪日外国人の地域別の認知度

「DBJ・JTBF 訪日外国人旅行者の意向調査」(2018年)

	全体	アジア	欧米豪
九州	27%	37%	7%
北海道	46%	60%	19%
沖縄	41%	50%	24%

### 戦略Ⅱ：観光インフラ整備戦略

#### 【主な取組み実績】

- ・「九州・山口多言語コールセンター」の開設・運営
- ・「Kyushu\_Free\_Wi-Fi」の普及・促進による通信環境の改善
- ・観光関連事業者対象のセミナーや勉強会の開催
- ・外国人材の観光関連企業への就職支援
- ・九州内の大学における観光カリキュラムの実施。ほか

#### 【成果の目安となる指標】

- ・九州観光案内所の数  
2017実績：10施設(2019目標：9施設)
- ・「Kyushu\_Free\_Wi-Fi」スポット数  
2018実績：1.5万箇所(2019目標：1.5万箇所)

#### ●頻発する大規模災害

- 2016.4 熊本地震
- 2017.7 九州北部豪雨
- 2018.6 大阪府北部地震
- 2018.7 西日本豪雨災害、台風21号による被害(大阪など)
- 2018.9 北海道胆振東部地震

#### ●外国人旅行者が旅行中に困ったこと 観光庁調査

- |                                 |   |   |
|---------------------------------|---|---|
| 2014年<br>1位:通信環境(Wi-Fi)<br>※46% | → | 2017年<br>1位:スタッフとのコミュニケーション※26%<br>2位:多言語表示 ※21.8%<br>3位:Wi-Fi環境 ※21.2% |
|---------------------------------|---|---|

- ・「Kyushu\_Free\_Wi-Fi」の目標スポット数(1.5万箇所)は前倒しで達成。(つながりやすさの改善などの課題もあり)
- ・熊本地震や西日本豪雨などの大規模災害の頻発により、緊急時・災害時における情報提供体制のさらなる強化が必要。

## 【参考】「第二期九州観光戦略 第二次アクションプラン」(2017~2019)の進捗状況について(その2)

### 戦略Ⅲ：九州への来訪促進戦略

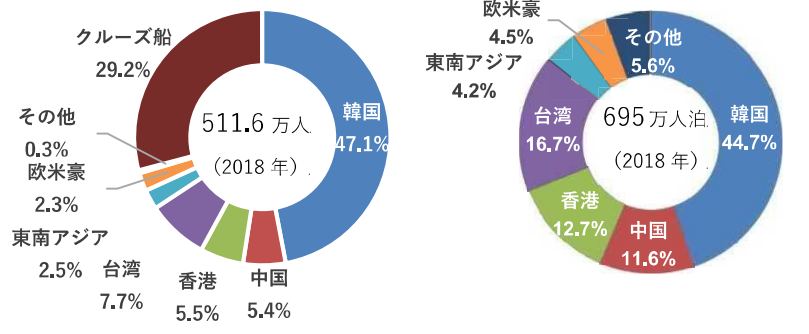
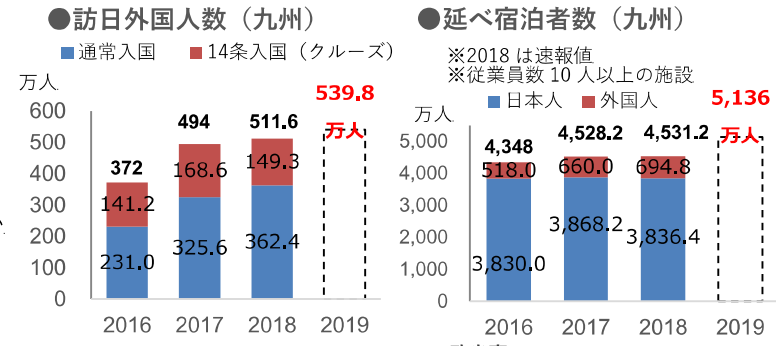
- 【主な取組み実績】**
- 海外**
    - 各団体が連携して、現地旅行博や商談会へ参加
    - 海外メディアやインフルエンサー等の招請 ほか
  - 国内**
    - 熊本地震による需要落ち込み回復に向けた「九州7県合同キャラバン」の実施
    - 旅行事業者に向けた九州の世界遺産のモデルコースや素材の紹介ほか

- 【成果の目安となる指標】**
- 訪日外国人数 2018 実績 511.6 万人 (2019 目標：540 万人)
  - 訪日外国人旅行者の九州への訪問意欲度 2018 実績：11%(2019 目標：25%)
  - 延べ宿泊者数 2018 実績(速報値)：4,531 万人泊(2019 目標：5,136 万人泊)

・訪日外国人数は、過去3か年は30%超の伸びで順調に拡大してきたが、2018年は前年比+4%と伸びが鈍化。特にクルーズ船が大幅に減少している。

・国籍・地域別の訪日外国人数は、韓国とクルーズ客で全体の8割を占める。一方、欧米豪と中国(クルーズ以外)の割合が低い。

・日本人は横ばい。インバウンドについては、2018年は前年比増だが全体を押し上げるまでには至っていない。

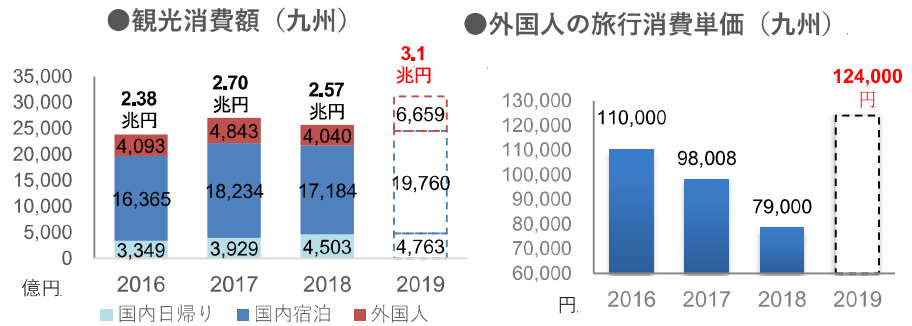


### 戦略Ⅳ：来訪者の滞在・消費促進戦略

- 【主な取組み実績】**
- 着地型の観光素材の磨き上げ・情報発信
  - 外資系高級ホテル誘致に向けた勉強会の開催
  - 交通機関の各種周遊パスの普及・促進 ほか
- 【成果の目安となる指標】**
- 旅行消費単価(外国人) 2018 確報値：79,000 円(2019 目標：124,000 円)
  - 訪日外国人のJR九州レールパス/SUNQパスの利用枚数 2018 実績：40.8 万枚 (2019 目標：36 万枚)

・国内市場(国内宿泊+国内日帰り)の観光消費額が伸び悩み。

・インバウンドも韓国やクルーズ船の構成比が高く、消費単価向上に苦戦。



●国籍・地域別の旅行消費単価(全国) ※2018は確報値、クルーズ船は推測値

韓国 78,084 円、中国 224,870 円、仏 215,786 円、豪 242,041 円

クルーズ船(九州) 約 46,000 円

【参考】第二期九州観光戦略 第三次アクションプラン（案）（2020年～2023年）概要版

「第二期九州観光戦略」の最終プランである「第3次アクションプラン」においては、RWC2019や東京オリンピック・パラリンピック等の大規模国際大会を契機として培われたレガシーを継承するとともに、過去の災害時における教訓や、外国人観光客の急増によるオーバーツーリズムなど九州観光をとりまく環境変化に伴う課題と向き合いつつ、「観光を九州の基幹産業へ」という第二期九州観光戦略のビジョンに向けて、「九州まるごと”インバウンド立国”宣言」を踏まえ、官民一体となって取り組むことが重要である。

その実現のためには、これまでのアクションプランで掲げた3つの目標「来訪者数の増加、旅行消費準備の向上、リピーター獲得に向けた取り組み」については、引き続き着実に推進しつつ、「観光消費額の増加」という最終目標を達成するため、「KYUSHU」のブランド力を高め、競争に勝ち抜き、世界のツーリストから選ばれる観光地としての確固たる地位を確立すること、九州の観光が持続的に発展を続けるため、外国人材の活用や観光人材の育成、ストレスフリーに旅行を楽しむための環境整備等の諸課題に取り組み、そして、戦略的なインバウンド誘客により観光消費の拡大を図り、地域に対して大きな経済貢献を果たすこと、として下記のとおり基本方針を掲げる。

～第3次アクションプラン基本方針～

- ① 世界中の観光客から選ばれる「KYUSHU」の確立
- ② 観光の持続的な発展に向けた基盤の強化
- ③ 欧米・大洋州、中国FIT誘客による観光消費額の拡大

観光を九州の基幹産業へ

第二期九州観光戦略の数値目標と実績（2014年～2023年）

	第一次アクションプラン			第二次アクションプラン			第三次アクションプラン
	2014年実績	2015年実績	2016年実績	2017年実績	2018年実績	2019年目標	2023年目標
観光消費額	2.2兆円	2.6兆円	2.4兆円	2.7兆円	2.57兆円	3.1兆円	4.0兆円
訪日外国人	1,939億円	3,424億円	4,093億円	4,843億円	4,040億円	6,659億円	12,000億円
国内宿泊	16,272億円	18,015億円	16,363億円	18,234億円	17,184億円	19,760億円	22,400億円
国内日帰り	3,698億円	4,197億円	3,349億円	3,929億円	4,503億円	4,763億円	5,600億円
訪日外国人人数	167.5万人	283.2万人	372.1万人	494.1万人	511.6万人	539.8万人	786万人
延べ宿泊者数	4,185万人泊	4,461万人泊	4,380万人泊	4,528万人泊	4,531万人泊	5,136万人泊	6,800万人泊

※2018年の観光消費額は観光庁「訪日外国人消費動向調査」の関連統計値を参考に、九州観光推進機構が推測したものである。また、訪日外国人の観光消費額の算出に用いる14条入国（クルーズ客）の旅行消費単価は、2017年までは福岡市調査の値を適用、2018年からは観光庁調査の値を適用。

戦略	NO	実施項目	取組み内容	具体例	役割分担			関係事業者
					九州	各県	関係団体	
I. 九州ブランドイメージ戦略	1	重点取組項目 「KYUSHU」のブランド力向上	デジタルマーケティング等を強化することにより、国・地域別等の各ターゲットに応じたブランド戦略を構築し、「KYUSHU」ブランドを定着させる。	① 市場別のマーケティング調査・統計等を通じた、ブランドイメージ戦略の策定、PDCAサイクルへの実施	◎			
				② ブランドイメージ構築に向けたビッグデータ等のデジタルテクノロジーの活用（国、JNTO、九州観光推進機構、九州各県等が保有するデータの連携等）	◎	○		
II. 観光インフラ整備戦略	2	観光客が広域周遊しやすい環境の整備	観光客が広域周遊できるような二次交通の整備、移動手段の確保に向けた取組みや、九州の観光案内所が広域連携できるような体制づくりを推進する。	① レンタカー利用に係る利便性向上に対する取組みの促進			○	◎
				② 交通系ICカードおよび各種周遊バスの普及拡大				
				③ タクシー会社による観光案内などの拡大促進			○	◎
				④ 広域周遊観光に向けた観光案内所の情報共有・連携強化	◎	◎		◎
				⑤ 複数県連携によるin-out空港を組み合わせた広域周遊の促進	○	◎		○
	3	国際航空路線の拡大	九州内空港の路線誘致活動と運動した実効力のある取組みを推進する。	① 九州全体を俯瞰し、観光戦略と運動した海外航空会社への誘致活動の促進		◎	◎	○
				② アウトバウンド活性化に向けた取組みの推進		◎	○	◎
				① 外資系高級ホテル誘致に向けた取組みの推進		○	◎	
				② 宿泊施設のグローバル対応の促進（宿泊施設の洋式化、国際的な商慣習に合わせた料金体系の設定等）		○		◎
5	重点取組項目 観光産業の人的基盤の強化	観光分野における外国人材の活用・確保のための取組みを推進する。  階層別（経営人材、中核人材、現場レベルの実務人材）の観光人材の育成のための取組みを実施するとともに、観光産業に携わる者がやりがいと誇りをもって働くことができる環境づくりを推進する。	① 大学と連携した留学生の活用		○	◎		
			② 外国人材獲得に向けた対象国・地域におけるネットワークの構築				◎	○
			③ 外国人材受入れのための環境整備（外国人労働者や受入側企業に対する啓発及び研修の実施）の推進		◎	○	○	
			④ 通訳ガイド（地域通訳案内士等）や有料ガイド等のスキルアップおよび活用促進	◎	◎		◎	
			⑤ 大学・専門学校における観光学科新設等による観光人材の育成の促進			◎	◎	
			⑥ DMOの中核人材の育成・体制強化および九州内のDMOの相互連携の促進	◎	◎		◎	
			⑦ 生産性向上やおもてなし向上に向けた階層別の研修等の実施		○	◎	◎	
6	外国人観光客の安全・安心確保のための緊急時・災害発生時の対応力の向上	外国人観光客の安全・安心確保のため、適切なリスクマネジメントに基づく、緊急時・災害時における円滑・迅速なコミュニケーション、正確な情報の提供を行う。	① 外国人向け多言語コールセンターによる情報提供			◎		
			② 公共交通機関等による多言語での情報提供		○	○	◎	
			③ QRコードやアプリ等を活用した災害情報や観光地の被災状況等の提供		○	◎		
7	ユニバーサルデザインの推進	高齢者や障がいのある方を含むすべての旅行者が安全・快適に旅行を楽しむための環境整備や情報発信を行う。	① 宿泊施設や観光地のバリアフリー化に向けた取組みの促進		○		◎	
			② 宿泊施設や観光地のバリアフリー情報の発信		○	◎	◎	
8	ストレスフリーな環境の整備	外国人旅行者をはじめとするすべての旅行者がストレスを感じることなく、快適・安全・便利に旅行を楽しむための通信環境、多言語対応などの環境を充実させる。	① 観光地へのアクセス改善のための二次交通の整備促進及び情報発信		○	◎	◎	
			② 外国人観光客の交通機関利用時における利便性の向上			○	◎	
			③ 観光地における多言語化の実態および課題の把握			○	◎	
			④ 観光地や飲食店、公共交通機関等における多言語化の促進		○	◎	◎	
			⑤ 通信環境(Wi-Fi、SIM、電源スポットほか)の充実		○	◎	◎	
9	地域と調和した受入環境の充実	地域と観光客の相互理解・共生のため、観光地の環境整備や、外国人旅行者に対するマナー啓発、地域住民の理解を得るための啓発活動等を推進する。	① オーバーツーリズムへの対応の促進		○	◎	◎	
			② 外国人観光客と観光地や地域住民との相互理解の促進		○	◎	◎	

戦略	NO	実施項目	取組み内容	具体例	役割分担			関係事業者
					九州 推進	各県 各団	経済 団体	
Ⅲ.九州への 来訪促進戦略	10	重点取組項目 九州ならではの価値を持ったコンテンツの 磨き上げ	各県、DMO等が中心となり、九州が選ばれるための競争 力のある観光素材を開発し、磨き上げを行う。	① 自然、食、歴史、文化、世界遺産、アクティビティなどの九州の特色を生かした新たな観光資源の開発・磨き 上げの実施	○	○	○	○
		② 九州・山口サイクルツーリズムの推進		○	○	○	○	
		③ 離島観光の推進		○	○	○	○	
	11	重点取組項目 広域周遊の促進	九州の観光資源をストーリーやテーマでつなぎ、九州ま るごとの魅力として売り込む。	① 広域観光促進のための魅力的な観光資源の商品化に向けた取組みの実施	○	○	○	○
		② 広域観光促進のためのターゲット別キラーコンテンツの発信		○	○	○	○	
	12	重点取組項目 欧米・大洋州からの誘客拡大	RWC2019等で九州を訪れた欧米・大洋州からの観光客 のリピーター化を図るとともに、新規来訪者を増やすた めプロモーション・情報発信等の取組みを実施する。	① 国・地域別等に応じたプロモーション・情報発信	○	○	○	○
		② ゴールデンルートに集中している欧米・大洋州からの旅行者誘客に向けた取組みの実施		○	○	○	○	
	13	重点取組項目 東アジア・東南アジアからの誘客拡大	中国からの個人旅行者の誘客や、韓国・台湾・香港等か らのリピーター獲得のため、市場の成熟度に応じたプロ モーション・情報発信を展開する。	① 国・地域別等に応じたプロモーション・情報発信	○	○	○	○
		② 各県・九州企業の海外事務所等との連携		○	○	○	○	
14	国内からの誘客拡大	国内大都市圏（東京・名古屋・大阪等）を中心にプロ モーションを展開し、九州各県への周遊観光を推進す る。  修学旅行の発地別の動態調査を実施・分析し、九州の多 様な素材の情報発信を行う。	① 国内大都市圏（東京・名古屋・大阪等）におけるプロモーション・情報発信	○	○	○	○	
			② ターゲット別にテーマを絞った国内への情報発信	○	○	○	○	
			③ 修学旅行の発地別の動態調査結果に基づいた発地別のプロモーション・情報発信	○	○	○	○	
			④ 「平和学習」「歴史学習」「農家民泊」「防災学習」「体験学習」「アミューズメント」等の素材の構築	○	○	○	○	
Ⅳ.来訪者の滞在・ 消費促進戦略	15	ナイトタイムエコノミーの拡充	今後さらに拡大する外国人観光客の多様性を踏まえ、こ の経済効果や満足度を最大化するために、「夜遊び」メ ニューの拡充を行う。	① ナイトメニューの体系的な商品化と情報発信	○	○	○	○
				② 夜間の飲食エリアのグローバル化の推進	○	○	○	○
				③ インバウンドのナイトライフ観光及び滞在延長につながる取組み(多言語対応、夜景・星空観賞案内等の観光 資源化、夜間開館等)の推進	○	○	○	○
	16	クルーズ船寄港地観光の魅力向上	寄港地観光に多様性を持たせ、各寄港地の魅力体験に よって経済効果を上げ、九州ファンを増やす	① クルーズ船寄港地における消費拡大に向けた取組みの実施	○	○	○	○
				② 各県・市のコンベンションビューローと民間事業者の連携によるMICE推進	○	○	○	○
	17	MICE誘致の強化と経済効果の最大化	需要が拡大するグローバルMICEをターゲットに、他エリ アとの競合に勝ち抜くMICEコンテンツを整備し、九州一 体となったグローバルMICE誘致を強化するとともに、広 域観光を促進することによりその経済効果を九州全体に 波及させる。	① ユニークベニュー(※)の整備および利用促進 ※「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間(庭園・公園、商店街、公道等)」で 会議等を開催することで特別感や地域特性を演出できる会場	○	○	○	○
				② 各県・市のコンベンションビューローと民間事業者の連携によるMICE推進	○	○	○	○
	18	重点取組項目 外国人観光客の消費拡大	外国人観光客の消費拡大やリピーター獲得のための取組 みを展開する。	① 長期滞在に対応した着地型商品の情報発信	○	○	○	○
		② インバウンドに対応した体験型観光や宿泊施設(農家民泊、漁村民泊、寺社宿坊等)の取組みの支援および情 報発信		○	○	○	○	
③ キャッシュレス決済の促進		○		○	○	○		
④ 富裕層誘客のための環境整備(プライベートジェット受入れのための整備等)の推進		○		○	○	○		
19	統合型リゾート(IR)創設に向けた誘致等 への支援	統合型リゾート(IR)の九州での早期の実現に向けた 誘致活動等を支援する。	① 区域整備計画作成への協力、開業に向けた協力・支援	○	○	○	○	
			② 区域認定獲得に向けた要望活動の実施	○	○	○	○	

**【補足】役割分担の考え方について**  
このアクションプランに係る主な実施主体である、九州観光推進機構、九州各県、経済団体の3者の欄において、それぞれの役割分担を明確にするため、主たる実施主体であると考えられるものを○、主たる実施主体をサポートする実施主体であると考えられるものを◎としている。  
一方、九州全体の観光振興を推進していくにあたっては、民間等の関係事業者の役割も非常に大きいことから、別途、関係事業者の欄において、主たる実施主体であると考えられるものについては◎、主たる実施主体をサポートする実施主体であると考えられるものを○としている。  
なお、各機関の役割は、九州が一体となって行うものに係る各機関の役割の役割の度合いを示したものであり、役割が空白で示されている機関が何もアクションをしないことを示したのではない。