

 観光産業の復興について

---

福岡県の目指す将来像 **「持続可能な観光先進県 福岡県」** ○観光産業の成長による経済の拡大や雇用の創出等を推進  
○市民生活や自然環境、景観等への影響を最小限に抑える

## 現状

- ・新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、観光客は激減しており、地域の観光業は深刻な影響を受けている。
- ・堅調に増加していた外国人観光客も、入国制限等の影響により皆減している。
- ・本県を訪れる観光客の多くは都市部に集中している。

## 課題

- ・激減した国内外からの観光客を、コロナ禍以前の状態に戻すための取組が喫緊の課題である。
- ・感染症対策やアフターコロナを見据えた受入環境の充実に取組むとともに、観光産業の生産性向上や収益性向上を図る必要がある。
- ・県内各地域への周遊を促進し、滞在時間や観光消費の拡大を図る必要がある。

## 今後の取組「地域と調和した観光産業の振興」

### 1. ウィズコロナ・ポストコロナを見据えた観光産業の高付加価値化

- ・専門家派遣等による観光産業の生産性向上及び、「新たな旅のスタイル」への対応等による収益性の向上
- ・古民家や宿坊、グランピング等、個性ある宿泊施設の整備・改修支援等、新たな事業展開の支援

### 2. 広域ルートの設定・新たな観光エリアの創出による旅行消費の拡大

- ・「食べる」、「遊ぶ」、「泊まる」を一体的に楽しめる、新たな観光エリアの創出等、魅力ある観光資源の発掘、磨き上げ及び活用
- ・地域資源を活用し、インバウンドのニーズに合った体験プログラムの造成・販売促進に取組む等、体験、交流、滞在型観光の推進

### 3. デジタルマーケティングの強化

- ・ターゲットとなる国・地域で影響力のあるSNS等を活用したプロモーションの推進
- ・デジタル広告接触後の行動分析やビッグデータの調査分析等、デジタルデータの分析・活用

### 4. マーケティングに基づく戦略的な国内外からの誘客・県内周遊の促進

- ・新たな旅のニーズに合わせたプロモーションを推進
- ・観光事業者や県内市町村等と連携し、観光キャンペーンや広域観光ルートを組み込んだ旅行商品の造成、修学旅行の誘致等により誘客・広域周遊を促進
- ・WEBやSNS等を活用し、本県が誇る食、伝統工芸品、自然、文化等の魅力をターゲットに合わせ全国に発信
- ・インバウンドの増加に向けた国際航空路線の誘致



▲「ふくおか 避密の旅」プロモーション

### 5. 観光人材の育成、観光組織体制の強化

- ・観光地域づくりを牽引する人材や飲食店、宿泊施設等の観光関連事業者等、観光を支える人づくりを推進
- ・DMO登録を目指す市町村、観光協会等、県内の観光関連団体の機能強化を支援
- ・地域の資源や魅力をよく知る市町村が、それぞれ創意工夫を凝らした施策が実施できるよう、自由度の高い宿泊税交付金を活用

# 佐賀の空は、広い。

～ 広く澄みわたる青空のもと、 佐賀の様々な魅力を体感 ～

## OPEN-AIR佐賀

(株)スノーピーク  
との連携



フォレストアドベンチャー  
吉野ヶ里

西日本最大級の  
アウトドアパーク



吉野ヶ里歴史公園

日本最大  
弥生時代の環濠集落跡が  
アウトドアの聖地に



大魚神社の海中鳥居

有明海を一望  
サイクリングロードも



波戸岬キャンプ場

年間利用者2万人以上!  
ワーケーションもできる  
キャンプ場

## 現状

- 新型コロナウイルス感染症、R3.8月の大雨災害による観光産業への甚大な影響
- R2年の観光客延べ数は、対前年比▲45.2%  
(34,712千人→19,008千人) ※県観光統計

### 新型コロナウイルス感染症対策への取組

- ・県内旅行キャンペーン
- ・感染拡大防止対策  
(宿泊事業者への支援)
- ・第三者認証制度(チームナガサキセーフティ)の実施
- ・県内観光関係事業者の雇用維持や受入態勢強化のための事業「観光地受入態勢スナップアップ事業」の実施

## 課題

- 新幹線開業やIR誘致等の大型プロジェクトを最大限に活かした「観光まちづくり」の推進が必要
- 人口減少等に伴う国内旅行市場の規模縮小
- 九州平均、全国平均と比べてリピーター割合が低い
- インバウンド及び国際航空路線の誘致等の地域間競争が激化
- 安全・安心対策や高付加価値化が必要

今後の取組 『**選ばれる観光地**』となるために～長崎県の取組～

### 1 観光まちづくりの推進

- ・歴史、文化、食、スポーツなどを活用した魅力ある観光まちづくりの推進
- ・各地域において持続可能な取組となるよう、多様な関係者を巻き込んだ取組を重点的に支援

### 2 「おもてなし」力の向上

- ・長崎コンシェルジュなど質の高いサービスを提供する人材の育成
- ・長崎県総おもてなし運動の推進



### 3 安全・安心対策や高付加価値化の推進

- ・アフターコロナに備えた宿泊施設の前向き投資への支援(ワーケーションへの対応など)
- ・宿泊施設や観光施設における感染症対策の促進

“**team NAGASAKI SAFETY**”  
(宿泊施設の第三者認証制度)



### 4 情報発信、周遊観光の促進

- ・訴求力の高い戦略的プロモーションの展開
- ・2022秋の西九州新幹線開業に合わせた「佐賀・長崎ステーションキャンペーン」の展開



### 5 インバウンド観光の推進

- ・デジタルマーケティングなど情報発信の強化
- ・「世界遺産巡礼の道」や自然体験、スポーツツーリズムなど、コロナ後のニーズ変化を踏まえた誘客
- ・大型プロジェクトによる「まちの変化」を活かした誘客
- ・IR開業を見据えた受入や広域周遊対策の推進

あなたの2022秋のコンニチニ  
佐賀と長崎へ  
出発進行!



## 現状

- ・平成28年熊本地震、新型コロナウイルス感染症、令和2年7月豪雨のトリプルパンチによる観光産業への甚大な被害
- ・県独自の調査※の結果、9月の宿泊客数は令和元年9月と比べてマイナス71%

※県内主要39宿泊施設に対して、宿泊客の状況等についての調査を毎月実施

## 課題

- ・国内及び将来のインバウンド客から「選ばれる熊本」となるため、以下のことに取り組む必要がある。
- ・withコロナ時代に対応した新たな観光スタイルの確立（スマートツーリズムなどのDXへの対応等）
- ・災害に強く、安全・安心・満足度の高い観光地づくり

## “今”を乗り切るための対策

### <感染防止策を組み込んだ需要喚起>

- 感染症対策や前向きな投資への助成    ○県内旅行助成事業・隣接県との相互誘客    ○県産酒消費拡大キャンペーン    等

ピンチをチャンスに

## 「ようこそくまもと観光立県推進計画」(2021年度-2023年度)

くまもと観光イノベーション ～新たな観光スタイルにより観光立県を実現～ ※令和3年6月策定

### ① 誰もがストレスなく旅行できる環境の整備

- ・観光体験と二次交通をICTで組み合わせる熊本型観光MaaS等によるDX推進
- ・観光の満足度を高めるガイド養成

### ② アニメやスポーツ等、熊本の強みであるコンテンツによる新たなターゲット層の開拓

- ・観光素材(自然、温泉、食など)とスポーツを組み合わせたスポーツツーリズムの推進
- ・世界的人気のくまモンをはじめ、世界で熊本にしかない人気漫画『ONE PIECE』の銅像や人吉球磨地域がモデル地の人気アニメ『夏目友人帳』等を活用

### ③ 文化財の活用や防災を取り入れた観光の推進

- ・文化財の活用(アフターコンベンション等の充実)
- ・熊本地震を教訓とした「震災ミュージアム」を活用した教育旅行や防災観光の推進



©尾田栄一郎/集英社

逆境を乗り越え

新しい熊本の観光スタイルの創造！



阿蘇 米塚

1. 安全・安心のもと新たな魅力に挑戦する“おんせん県おおいた”づくり
2. 世界中の観光客から選ばれる「KYUSHU」の確立に貢献

## 3年後の大分県観光の姿

### <旅行者の視点>

繰り返し訪れ、体験と交流を楽しんでいる。

### <観光事業者の視点>

消費額増加により、安定的な収益確保。  
観光産業が県経済を牽引。

### <地域住民の視点>

観光による人的交流や経済的メリットを享受。観光の価値を認める。

## コロナ禍を経て見えてきた課題

- 新たな観光コンテンツの発掘・磨き上げ
- 旅行ニーズに対応したツーリズムの構築
- 旅行者、観光事業者そして地域住民が安全・安心を感じる観光地域づくり
- デジタルによる観光業の経営力強化

## 取組のポイント

インバウンド完全復活への攻めの誘客

多様なニーズを捉えた受入環境整備

国内観光の再認識と活性化

DXや先端技術の活用

## 取組の方向性

- 観光資源の多様化、高度化への対応（宇宙港、ホーバー等）
- 大型キャンペーン等、官民一体での誘客
- 大分の強みと時代の潮流に対応した誘客手法の高度化
- 災害や感染症等に対するリスク回避と旅行者や観光事業者への支援の充実
- 観光産業のDXと観光人材の確保・育成<sub>5</sub>

## 観光産業の現状・課題

### 現状

新型コロナの影響により、令和2年の観光入込客数は前年比35.8%減、宿泊者数は前年比28.9%減となった。国内外の観光需要が激減し、観光関連産業は極めて厳しい状況にある。

### コロナ禍における新しい動き

- ・ 春季プロスポーツキャンプ、東京オリパラ事前合宿を無観客で実施。※事前合宿では8カ国から12チーム、324人を受入⇒本県独自の検査体制の確立により**感染者ゼロ**
- ・ **ゴルフ客**はコロナ禍によるアウトドア需要の高まりを背景に前年と**同水準**
- ・ **県内での教育旅行**の実施校数は、県外との往来自粛や貸切バス等への支援制度の創設等により**前年比大幅増**

	R元年	R2年	対前年比
観光入込客数	15,881千人回	10,197千人回	35.8%減
宿泊客数	4,320千人泊	3,073千人泊	28.9%減
ゴルフ客数	1,076,283人	1,074,593人	0.2%減
県内教育旅行実施校数	57校 (R元年度)	262校 (R2年度)	359.6%増

	R2年春季	R3年春季	対前年比
春季キャンプ・合宿参加人数(1~3月)	7,403人	6,050人	18.3%減

### 課題

- ・ 安全安心な受入体制の整備
- ・ 新たなニーズに対応した国内外からの観光需要の取込み
- ・ 本県の強みである観光素材の更なる磨き上げ
- ・ ポストコロナ時代の強みとなるスポーツランドみやぎきの進化

## 取組内容

### 安全安心な受入体制の整備

#### ○宿泊事業者等による感染拡大防止策等支援

宿泊事業者に加え、ゴルフ場に対する支援(県独自)



#### ○PCR検査サポート体制の構築

来県者や県外往来する県民等が無料又は定額でPCR検査を受けられる環境を整備(全国初)

### 観光需要の積極的な取込み

#### ○県民県内旅行キャンペーン

分散型旅行を推進するため、平日宿泊者には最大2千円を追加付与(県独自)、感染拡大防止のための停止基準の設定(県独自)



#### ○教育旅行の誘致・定着

県内外学校の誘致促進策(貸切バス補助、旅行商品企画開発支援、素材の磨き上げ)

【実績】R2年度の県内教育旅行実施校数は前年比359.6%増

#### ○ニーズの変化に対応した観光地域づくり

本県の観光資源(食、自然、神話、ゴルフ、サーフィン等)の磨き上げ

### スポーツランドみやぎきの進化

#### ○国際水準のスポーツの聖地としてのブランド力向上

屋外型トレーニングセンターの整備(R5.4運用開始予定)

#### ○スポーツ合宿等の全県化、通年化、多種目化

#### ○スポーツを活用した観光誘客の推進

- ・ 県民が県内で行うスポーツ合宿への補助
- ・ プロスポーツキャンプの感染防止体制の整備



サーフィンセンター  
(R4.4供用開始)

## 1 現状

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、本県の観光産業は、これまでに経験したことがない非常に厳しい状況となっている。
- 令和2年の「延べ宿泊者数」「外国人延べ宿泊者数」は大幅な減少となり、延べ宿泊者数については、現在の調査方法となった平成23年以降で最少。
- 令和3年においてもコロナ禍前と比べ宿泊者数は減少。

令和2年の本県の宿泊者数

年	延べ宿泊者数	うち外国人延べ宿泊者数
令和2年	5,126,520人泊	121,380人泊
令和元年	8,366,340人泊	839,900人泊
対前年比	▲38.7%	▲85.5%

【観光庁「宿泊旅行統計調査」】

令和3年8月の観光客の動向

年	延べ宿泊者数	うち外国人延べ宿泊者数
R2年同月比	+20.1%	+19.8%
R元年同月比 (比較推計値)	▲47.9%	▲98.9%

【鹿児島県「観光動向調査」(サンプル調査)】

## 2 コロナ下における取組

### (1) 国の交付金等を活用した取組

#### ① 感染防止対策

- ・ 宿泊事業者等を対象に、感染防止対策に必要な用品・設備等の整備支援
- ・ 宿泊施設に係る感染防止対策の第三者認証制度を創設(R3. 8～) 等

#### ② 観光需要喚起策 ※感染状況に応じて事業の一時停止等あり

- ・ 九州域内や県内向けに県内観光を促す宿泊助成等の実施
- ・ タクシー・レンタカー料金や体験メニューの割引助成 等



### (2) 新型コロナ収束後を見据えた取組

- ・ 地域の多様な関係者が連携した「稼げる」観光地域づくりを推進するための組織づくりや人材育成等に着手
- ・ マーケティング調査の結果に基づいた、戦略的かつ効果的なプロモーション活動の展開等による誘客促進に着手 等



## 3 観光産業の復興に向けた取組の方向性

### (1) 新型コロナで疲弊している観光産業の喫緊の課題に対応した取組

#### ① 切れ目のない需要喚起策の継続(新型コロナ対策)

引き続き、感染拡大の状況・変化に適切に対応し、感染防止対策の徹底を図りつつ、効果的な需要喚起策を切れ目なく展開

#### ② 各種イベント等を活用した切れ目のない誘客促進

★R3.7に登録された奄美大島・徳之島の世界自然遺産を活用した効果的な誘客促進

★大規模イベントを契機とした効果的な誘客

R4.10 全国和牛能力共進会

R5.10 燃ゆる感動かごしま国体・かごしま大会



### (2) 将来を見据えた観光振興策

- ① マーケティングに基づく効果的な誘客
- ② 地域資源の発掘、磨き上げによる滞在コンテンツの開発等
- ③ 観光地の受入環境や景観整備
- ④ 周遊促進に向けた交通ネットワークの形成・充実
- ⑤ 観光地域づくりのリーダーとなる人材育成とDMOなどの組織強化
- ⑥ 観光産業における人材確保・生産性やサービスの付加価値の向上
- ⑦ 地域産業の連携による県内調達率の向上

※ この他、国に対し、九州が一体となって新たな需要喚起策の創設などを要望していくことも必要

## 現状

新型コロナウイルス感染症拡大により、リーディング産業である観光産業は多大な影響（R2年度入域観光客数 対前年度比72.7%減）

## 課題

感染拡大防止の取組とあわせ、ウィズコロナにおける観光需要喚起策等について、感染状況に応じた段階的な戦略を講じることが必要

### 感染拡大防止策

### 戦略的な需要喚起策

## 水際対策

### 旅マエ

#### 出発地検査の推奨

- ワクチン接種
- 旅行前検査



### 空港到着時

#### 出発地で未受検の場合は

- 那覇・離島空港 PCR等検査



### 旅ナカ

ビジネス

観光

帰省

行事

移動

移動

## 感染防止対策認証制度

### 1. 概要

新型コロナウイルス感染症の再拡大を防ぐため、飲食店、宿泊施設に対する感染防止対策認証制度を構築し、安全安心な店舗を「つくる・まもる・ひろめる」の県民運動を推進

### 2. 認証制度の対象店舗

- 食品衛生法の許可を取得した飲食店
- 旅館業法の許可を取得した宿泊施設



## 需要喚起・誘客

①緊急事態措置終了後、県内の感染状況を見極めつつ、「おきなわ観光体験支援事業」や「地域観光事業支援」等により**域内需要**の喚起を図る。

②域内需要喚起を進めつつ、ワクチンの接種状況や県内外の感染状況を見ながら、ワクチン接種者、高齢者を含めたファミリー層、富裕層や修学旅行など、ターゲットを明確化し、**域外(国内)需要**の喚起を図る。

③全国的なワクチンの接種状況や感染状況が総合的に改善された段階で、GoToトラベル再開により高まった旅行マインドを戦略的に獲得するため、「国内需要安定化事業」にて実施するテレビ・WEB・SNS等の周知効果の高い各種メディアを活用したプロモーションを実施し、**積極的な誘客**を行うことで沖縄観光の回復を図る。

## 山口県の観光のV字回復に繋げる反転攻勢に向けた取組

観光産業の活性化に向けた「強力な需要喚起策」を展開するとともに、コロナの時代においても持続可能な観光地づくりを推進！！

### 山口県観光V字回復プラン

コロナの時代にあって取り組むべき施策を短期集中的に実施していく指針

【計画期間】R3～R4

### 需要喚起

行こうよ。やまぐち  
プレミアムキャンペーン



(1) 本県独自の  
大規模な需要喚起策

#### やまぐちプレミアム宿泊券

5,000円の宿泊券を半額で販売  
【販売エリア】中国・四国・九州地方  
【実績】R2年度から合計**100万枚以上販売**

#### やまぐち遊び・体験半額キャンペーン

体験型コンテンツの50%割引キャンペーン

(2) 地域観光事業支援の活用

#### 旅々やまぐち県民割

旅行代金を最大5,000円割引、  
2,000円分の地域限定クーポンの配布 等  
【対象者】山口県民限定

### 選ばれる観光地づくりの推進

#### スポーツフィールドやまぐち

キャンプとアウトドアを結び付け、「手ぶら」で「気軽」に楽しめる「新しいアウトドアスポーツツーリズム」を推進

#### Sports Field Yamaguchi



GROUND・陸



WATERSIDE・水辺



SKY・空

#### 戦略的な着地整備の推進

ビッグデータの分析に基づいた民間事業者による戦略的な取組を支援（観光客向けの付加価値の高い商品・サービスの開発、生産性向上等）



←萩城下町の若い世代への訴求力強化

←元乃隅神社を基軸とした滞在時間延伸

### 安心・安全な旅行の実現

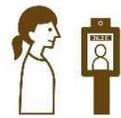
宿泊施設における「新しい生活様式」への対応、感染拡大防止対策、高付加価値化・収益力向上の取組を支援

最大750万円補助（補助率3/4等）

地域観光事業支援活用

県独自に  
上乗せ補助

#### 感染拡大防止



非接触体温計 キャッシュレス 配膳ロボ 自動翻訳機 ワークेशन環境整備

将来を見据えた戦略的な取組を展開し、  
山口県の観光産業のV字回復を図る！

# 九州の観光産業の復興【九観構】

## 1. 新型コロナが九州観光に与えた影響

(ア) 観光はすそ野が広く、旅行宿泊関連業界だけではなく、食材を提供する農林水産や食品関連の事業者などに大打撃を与えている。

(イ) 国内の宿泊者数やインバウンドの動向

	全国実績				九州実績			
	2020年	2019年比	2021年 1-6月	2019年 1-6月比	2020年	2019年比	2021年 1-6月	2019年 1-6月比
観光消費額 (億円)	107,184	40%	34,363	34%	11,148	39%	4,349	30%
延べ宿泊者数 (万人泊)	26,663	53%	10,306	43%	2,802	56%	1,065	44%
入国外国人数 (万人)	443.4	13%	14.1	0.8%	40.5	10%	0.4	0.1%

## 2. 観光の回復の見通し

(ア) 国内旅行

今の感染状況を前提にすると、国内旅行は年内に地域間格差はあるものの動き出す。

(イ) インバウンド

国際便の復便や入出国手続きの簡素化を経て回復するので、国内旅行よりさらに遅れるだろう。

## 3. 九州観光の復興への取り組み

(各県と連携した機構の取り組み)

(ア) 機構の役割の再確認

「魅力ある観光地づくり」「九州への誘客を推進」「旅行したくなる環境づくり」の3本柱。

(イ) 新たな目標と戦略の策定

コロナ禍を受けて、九州観光戦略の目標数値は項目も含めて全面的に見直しを行いたい。

(ウ) リピーター数を目標の項目にくわえる

観光地の魅力度はリピーター数に現れる。リピーターをいかに多く確保するかが重要。

(エ) プロモーション重視から観光資源そのものを磨く・つくることへの力点シフト

これまでのいかに九州へ人を呼び込むかという「営業力」だけでなく、今後は地域の「商品力」を高める仕掛けや環境作りにも取り組みたい。

(オ) 九州域内の観光旅行の促進

九州の宿泊者数の50%は九州在住者。九州外からの旅行者だけでなく、九州域内の移動の促進する。

(カ) 観光とまちづくりを一体に進める

観光は「訪れてよし」だけではなく、「住んでよし、訪れてよし、働いてよしの3方よし」となるまちづくりとして一体として取り組むべき。

## 4. 提言

国への  
要望

・「Go To トラベル」の早期再開  
・県民割を九州広域に拡大

官民一体  
の取り組み

・九州の魅力再発見プロジェクト  
・既存の観光資源を磨き、新たな観光資源をつくる 10