

ビジョン

観光産業を九州の基幹産業と位置付け、さらに観光が九州経済および地域の持続的な発展を牽引すべく、『「住んでよし、訪れてよし、働いてよし」の九州を実現する』をテーマに掲げ、九州一体となって取組を展開していく。

期間

2024年度～2030年度の7年間

九州観光を取り巻く現状

○コロナ禍による観光産業の疲弊

九州を主目的地とする日本人の旅行者数が半減(20年▲46%、21年▲50% ※いずれも19年比) ※1
海外旅行は渡航制限でインバウンドはほぼ消滅、来航の多かった国際クルーズ観光も催行されず消滅

○少子化・高齢化の急速な進行と人口減少

九州地域の人口は45年時点1056万人で15年比▲19%(全国は45年1億642万人、15年比▲16%) ※2
九州地域の生産年齢人口は45年時点536万人で15年比▲30%と見込まれる ※2

○自然災害/気候変動リスク、感染症リスク、国際情勢変動リスクの増大

九州の地理的特徴(梅雨時集中豪雨、台風常襲地帯、急峻な地形・活火山等)や気候変動での災害激甚化・頻発化
人類を脅かすような感染症のパンデミック、国際紛争などによる国際情勢変動も大きく影響

○世界的な「持続可能な観光」への関心の高まり

観光分野においても、CO2排出量削減への関心が高まっている(COP26におけるグラスゴー宣言等)
コロナ禍を経て、世界の旅行者の約71%がサステナブルな旅行に関心があると回答 ※3

○旅行形態の変化とニーズの多様化

団体旅行(パッケージツアー)から個人旅行(FIT)への移行はコロナ前から緩やかに増加、コロナ禍を契機に加速
観光ニーズも、マイクロツーリズム、アドベンチャーツーリズムなど多様化、アウトドア、アクティビティにも再注目

○DXによる劇的な社会変革

デジタル化の進展に伴い、それを活用した業務プロセスの改善、効率化などの環境整備に取組む企業が増加
会議や商談などがリモートに、観光でもVRを活用した疑似旅行など、移動せずとも可能なものが登場

※1:九州経済調査協会「2023年版九州経済白書」より

※2:国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」「日本の地域別将来推計人口」より

※3:Booking.com“Sustainable Travel Report 2022”より

第二期九州観光戦略までの取組を踏まえた課題

○他地域との競争に勝ち残るための、九州の認知度向上とブランディング強化

海外での九州の認知度は、北海道や沖縄と比べて低い(北海道44%、沖縄38%、九州27%(2022年))※4

○観光資源の創出・魅力向上や、観光消費額向上を図る周遊促進

訪日外国人の九州での消費単価は19年104千円(全国158千円)、平均滞在日数は19年6泊(全国9泊)と全国と比べて大きく下回っている※5

○リピーターの確保・拡大施策の強化

旅行者に何度も訪れていただくことで地域の消費拡大につながる、リピーターの確保・拡大には、旅行者の満足度向上が重要。

○観光素材をつなぐ二次交通の整備・アクセス強化や、誰もが安全・安心・快適に旅を楽しめる仕組みの構築

面(九州一体)としての強みを発揮するためには、各地の観光資源を周遊するための観光インフラの充実が必要。

○デジタル技術を活用したマーケティングの強化

SNSの普及や個人旅行の比率が増加する中、旅行者のニーズ、消費行動の把握や効果的な情報発信のためには、ビッグデータやデジタル技術の活用が不可欠。

○観光産業の労働生産性の向上、担い手確保・育成

宿泊業を例に挙げると、賃金は19年361万円(全産業501万円)、労働生産性は19年428万円(全産業715万円)と全産業と比べて著しく低く、離職率は2%台後半(全産業2%前後)と全産業と比べて高い※6

※4:日本政策投資銀行・日本交通公社「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2022年度版)」より

※5:観光庁「訪日外国人消費動向調査」より

※6:厚生労働省「賃金構造基本統計調査」、財務省「法人企業統計調査」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」より

九州観光にとってのチャンス

【大規模イベントの開催】

- 福岡・大分デスティネーションキャンペーン 24年
- ツール・ド・九州 24年～
- 国際バドミントン大会 24～26年 熊本県
- 国民スポーツ大会 24年 佐賀県、27年 宮崎県
- 日本国際博覧会(大阪・関西万博) 25年
- 国民文化祭 25年 長崎県

【施設・インフラの充実】

- 福岡空港新滑走路のオープン 25年3月
- 高速道路網の更なる充実
- 九州・長崎IR開業 27年

【その他】

- OTSMC熊本工場稼働開始 24年
- 国のデジタル田園都市国家構想による地域のDX化加速
- 国際的機関の設置(FAVAワンヘルス福岡オフィス等)

実現したい2030年の九州の姿

九州ブランドが国内外で定着しており、リピーターが多く、長期滞在化も進み、観光とまちづくりにより域内消費が拡大し、活力に溢れた地域になっている

住んでよし

- ・九州に暮らす人々も観光を通じて、九州の魅力の再発見をすることで、九州に対する誇りと愛着を持って暮らしている
- ・観光産業が地域の消費拡大を牽引し、地域および九州の経済全体が活性化している

訪れてよし

- ・九州ならではの魅力的な観光素材が充実している観光地として認識されている
- ・訪れる人の満足度は高く、何度でも訪れたい観光地になっている
- ・訪れる人が県境を越えて安全・安心な旅を楽しんでいる

働いてよし

- ・観光とまちづくりにより、関連産業を含めて新たな雇用が創造されている
- ・観光産業が従事する人にとって働きやすく魅力的な仕事であるとともに、ホスピタリティの向上につながっている

第三期九州観光戦略(案) ～「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～

●基本方針

- ①世界中から選ばれる「KYUSHU」を目指し、ブランディングを強化する
- ②九州ならではの観光資源の創出・魅力向上や受入環境の整備により、誘客・リピーターを拡大する
- ③デジタル技術の活用による、観光産業の高度化に取り組む
- ④九州に関わるすべての人がひとつとなり、持続可能な観光(観光SDGs)を実現する

●戦略の柱

I 誘客促進戦略

ブランド戦略を再構築したうえで、ターゲットを絞った情報発信をすることで、国内外から九州への誘客を促進する

1 ブランド戦略の再構築

「KYUSHU」ブランドの確立に向けて、新たなブランド戦略を展開する

2 大規模イベント等を活用した九州の魅力発信

大規模イベントや、MICE、IR等、九州観光にとってのチャンスを活かし、九州の魅力を発信する

3 国内外の地域、市場、ターゲットを絞った誘客活動

国内、アジア、欧米豪、富裕層など地域や市場のもつ特色・特長に沿ってターゲットを絞り、ビッグデータやデジタル技術を活用して効果的な誘客を図る

II 観光資源戦略

多様化する旅行者のニーズを踏まえつつ、九州ならではの観光資源の創出・魅力向上を図り、誘客・リピーターを拡大するとともに観光消費額の増加を図る

1 九州内の周遊を促進するルートづくり

九州の「面」としての特性を活かし、テーマやストーリー性に基づく歴史や文化、温泉・火山・離島といった豊かな自然等、多彩な観光資源を結びつけ、県境を越えた周遊を促進する魅力あるルートをつくる

2 高付加価値商品の開発

九州各県の強みを結集し、富裕層の受け皿となる九州ならではの高付加価値・高単価のコンテンツを作り上げる

3 「おもてなし」あふれる地域づくり

最大の観光資源のひとつである「おもてなし」の向上を図り、地域住民も巻き込んだおもてなし風土をつくる

III 受入環境整備戦略

誰もが安全・安心・快適に旅を楽しむことができるよう受入環境を整備し、誘客・リピーターを拡大する

1 サステナブルで快適な周遊を促進する仕組み・システム構築

サステナブルで快適な旅ができるよう、九州MaaS等を活用し、地域公共交通の利便性を高める。

2 安全・安心で快適な旅行環境の整備

誰もが安全・安心・快適に、かつ地域住民の生活と調和した旅を楽しむことができるよう、ユニバーサルツーリズムや緊急時対応の体制構築、オーバーツーリズム対応等、受入環境を整備する

3 来訪促進のための観光インフラ整備

国際直行便や外資系高級ホテルを誘致し、外国人の来訪を促進するための観光インフラを整備する

IV 観光産業活性化戦略

観光産業の担い手確保や生産性向上等により、観光産業を働く場として持続可能で魅力あるものとする

1 担い手の確保・育成・定着

観光産業に興味を持つ人がやりがいや魅力を感じることができる機会を創出し、誇りを持って働く環境づくりを進めることで、観光人材の確保・育成・定着を図る

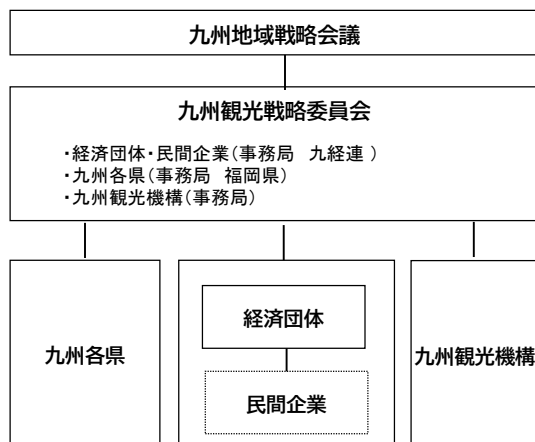
2 観光産業の生産性向上、収益性向上

デジタル技術の活用、多言語対応の充実、多様なニーズに対応した商品提供力の強化等により生産性向上、収益性向上を図る

3 幅広い関連産業との連携強化

農林水産業、飲食業、文化、教育、医療、金融等他関連業種との連携を促進し、裾野の広い産業である観光産業の地域経済への波及効果を最大化する

●実施体制



・九州観光戦略委員会(※)にて、本計画の進捗確認を定期的に実施、必要に応じて計画の見直しを行う
※九州各県、経済団体、民間企業および九州観光機構で構成

・具体的な取組は、3～4年間で計画期間とするアクションプランを策定し、それに則った取組を実施する

●数値目標

	第二期目標	第二期実績			第三期目標	
	2023年	2018年	2019年	2021年	2030年(案)	日本全体2030年
観光消費額 ※1	4兆円	2.57兆円	2.88兆円	1.1兆円	4兆円	37兆円
訪日外国人	1.2兆円	4,040億円	3,739億円	-	1.2兆円	15兆円
日本人	2.8兆円	21,687億円	25,068億円	10,951億円	2.8兆円	22兆円
延べ宿泊者数 ※2	6,800万人泊	5,619万人泊	5,869万人泊	3,283万人泊	7,305万人泊	
訪日外国人	2,010万人泊	823万人泊	868万人泊	31万人泊	2,054万人泊	
日本人	4,790万人泊	4,796万人泊	5,001万人泊	3,252万人泊	5,251万人泊	
九州へのリピーター率						
訪日外国人(アジア)					※3	
訪日外国人(欧米豪)					※3	
日本人					※3	

※1 九州・長崎IRによる効果は含まず

※2 延べ宿泊者数は、第二期目標は従業員数10人以上の施設数値、第二期実績および第三期目標はすべての施設数値

※3 現在指標となる数値がないため、2023年前半にて調査実施、秋頃に設定予定

九州ロゴマーク

