

# 第三期九州観光戦略 第2次アクションプラン (2027～2030年度)



九州観光戦略委員会

## 第三期九州観光戦略のビジョンと基本方針

### 【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り組みを展開していく。

### 【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、II 観光資源戦略、III 受入環境整備戦略、IV 観光産業活性化戦略  
を定める

# 第1次アクションプラン(2024~2026年)の進捗状況

## ■全体概要

・九州観光はコロナ禍から急回復し、2024年は観光消費額、延べ宿泊者数が目標を大きく上回り、第1次アクションプラン最終年の目標値を越える実績となった。特に訪日外国人は、各地の国際航空路線の復便や円安の追い風もあり、高い実績だった。一方で日本人の延べ宿泊者数は、目標達成はしているが前年および2019年比で悪化。「全国旅行支援」等大型割引施策終了、WEB会議定着でビジネス需要低下、宿泊費高騰など複数の要因が影響していると考えられる。今後は訪日外国人拡大取組継続とともに、国内旅行者増加への取組強化も実施する必要がある。

	実績			目標		
				第1次アクションプラン		
	2019年	2023年	2024年	2024年	2025年	2026年
観光消費額	2.88兆円	2.70兆円	3.27兆円	2.68兆円	3.04兆円	3.20兆円
訪日外国人	3,739億円	4,169億円	6,110億円	3,500億円	4,936億円	6,574億円
日本人	25,068億円	22,825億円	26,583億円	23,300億円	25,500億円	25,500億円
延べ宿泊者数 ※	5,869万人泊	5,870万人泊	6,233万人泊	5,292万人泊	5,822万人泊	5,976万人泊
訪日外国人	868万人泊	844万人泊	1,213万人泊	723万人泊	918万人泊	1,165万人泊
日本人	5,001万人泊	5,025万人泊	5,020万人泊	4,568万人泊	4,903万人泊	4,811万人泊
九州へのリピーター率						
訪日外国人(アジア)		45%	44%	46%	46%	46%
訪日外国人(欧米豪)	調査データ無し	22%	24%	23%	23%	23%
日本人		63%	59%	64%	64%	64%

※数値は、すべての宿泊施設における延べ宿泊者数

## 第2次アクションプランでの取り組み

・第三期九州観光戦略の2030年目標達成に向け、効果が出ている施策を継続発展していくとともに、現状の課題については、以下の取り組みにより対応する。

### 【課題】

- ① 観光資源の魅力向上
- ② 国内需要の低迷
- ③ 消費単価向上不足
- ④ 慢性的な人手・人材不足
- ⑤ 海外市場の認知度不足



### 【対応策】

- ① 観光コンテンツの掘り起こし、創出、磨き上げ
- ② 国内大都市圏・九州域内の双方を対象とした再来訪促進
- ③ 高付加価値商品の開発から販売まで一気通貫でつなぐ体制強化
- ④ DXによる生産性向上と人材の育成・定着
- ⑤ 大規模イベントを活用した情報発信により海外市場への周知および誘客促進

・特に「欧米・大洋州からの誘客拡大」は、第1次アクションプランに続き、九州を一つのパッケージとして売り出し、認知度向上と誘客促進に取り組む。

・第2次アクションプランの重点取組項目は、以上を踏まえ、戦略Ⅰ「大規模イベント等を活用した九州の魅力発信」、戦略Ⅱ「高付加価値商品の開発」、戦略Ⅲ「サステナブルで快適な周遊を促す仕組み・システムの構築」、戦略Ⅳ「担い手の確保・育成・定着」の4点に設定する。これらを通じて、市場競争が激化する中での九州の存在感を高め、九州観光の持続的成長を実現する。

## 第2次アクションプラン 数値目標

	第2次アクションプラン			
	2027年	2028年	2029年	2030年
	目標	目標	目標	目標
観光消費額	3.48兆円	3.65兆円	3.82兆円	4兆円
訪日外国人	7,931億円	9,287億円	10,644億円	1.2兆円
日本人	26,937億円	27,292億円	27,646億円	2.8兆円
延べ宿泊者数 ※	6,501万人泊	6,769万人泊	7,037万人泊	7,305万人泊
訪日外国人	1,423万人泊	1,634万人泊	1,844万人泊	2,054万人泊
日本人	5,078万人泊	5,136万人泊	5,193万人泊	5,251万人泊
九州へのリピーター率				
訪日外国人(アジア)	47%	47%	47%	47%
訪日外国人(欧米豪)	25%	25%	25%	25%
日本人	65%	65%	65%	65%

※数値は、すべての宿泊施設における延べ宿泊者数

# 第2次アクションプラン (2027~2030年度)

## I 誘客促進戦略

K P I	●九州の認知度 (DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査)			●アジアと欧米・大洋州の延べ宿泊者数 (観光庁 宿泊旅行統計調査<従業者数10名以上>)			
		全体	アジア	欧米・大洋州		アジア	欧米・大洋州
	2027年	29%	40%	8%	2027年	1,059万人泊	98万人泊
	2028年				1,212万人泊	101万人泊	
	2029年				1,365万人泊	104万人泊	
	2030年				1,518万人泊	107万人泊	

戦略の柱		取組内容	具体例（各行の黒丸白ヌキ数字は第1次アクションプランより変更されたもの）	役割分担			
				九観構	各県	経済団体	観光関連事業者
I. 誘客促進戦略	1	ブランド戦略の再構築	① 「KYUSHU」ブランド、マーケティング戦略の再確認・再構築	◎	○	○	○
			② 一人一人がセールスマンとなり「KYUSHU」の認知度向上(九州ロゴマークの露出)	◎	◎	◎	◎
			③ 「食」を共通テーマとしたイベントやコンテンツづくり、情報発信	◎	◎	○	◎
			④ 「ユネスコ無形文化遺産への登録(神楽、温泉文化)」に向けた取組みの推進	◎	◎	○	◎
	2	重点取組項目 大規模イベント等を活用した九州の魅力発信	① 国際的イベント、スポーツ大会、事前キャンプ等の誘致・協力およびそれらを活用した誘客促進	◎	◎	◎	◎
			② 学術会議(半導体・ワンハルス等)を活かしたアフターコンベンションの推進	○	◎	○	◎
			③ 企業進出を契機とした関係人口の拡大	○	◎	○	◎
	3	国内外の地域、市場、ターゲットを絞った誘客活動	① 各種マーケティング情報の収集・分析を通じたターゲット設定・マーケティングの実施	◎	◎		
			② 【欧米・大洋州】国・地域別のもつ文化・特色に応じた認知度向上による誘客促進 地域資源を最大限活用した九州ならではの魅力・ストーリーづくり、販売強化	◎	◎		○
			③ 【東アジア】国・地域別のもつ文化・特色に応じた取組みによるリピーターの拡大	◎	◎		○
④ 【東南アジア】国・地域別のもつ文化・特色に応じた取組みによる新規誘客			◎	◎		○	
		⑤ 【東アジア・東南アジア】各県・在九州企業の海外事務所等との連携による誘客拡大	○	◎	○	○	
		⑥ 【国内】大都市圏でのプロモーションによる新規需要獲得・リピーター拡大 九州域内でのプロモーションによる域内往来需要の活性化	◎	◎			
		⑦ 【高付加価値旅行者】富裕層の階層別嗜好の理解と分析、ターゲットの明確化による誘客拡大 市場の特性に合わせたプロモーション実施による誘客拡大	◎	◎		○	

【役割分担】九州観光機構、九州各県、経済団体、観光関連事業者の4者において、主たる実施主体と考えられるものを◎、主たる実施主体をサポートすると考えられるものを○とする。なお、各機関の役割が空白で示されている機関が何もアクションしないことを示したものではない。

# 第2次アクションプラン (2027~2030年度)

## II 観光資源戦略

K P I	●再来訪意向度<必ず行きたい+行きたい >(九州観光機構アンケート調査)		●訪日外国人旅行消費単価 (観光庁 訪日外国人消費動向調査(福岡空港))		
		日本人	訪日外国人		
	2027年	90%以上	90%以上	2027年	151,000円
	2028年			2028年	159,000円
	2029年			2029年	167,000円
2030年	2030年			175,000円	

戦略の柱		取組内容	具体例	役割分担				
				九観構	各県	経済団体	観光関連事業者	
II. 観光資源戦略	4	九州内の周遊を促進するルートづくり	九州の地域特性を活かした周遊を促進させることで、滞在日数・観光消費額の増加につなげる	① テーマやストーリーに沿った観光素材の磨き上げ	◎	◎		○
				② 交通インフラを活用した周遊ルートづくり	◎	◎		○
				③ 旅行者を島たび・島めぐりへと誘引するストーリーづくりや、島内での回遊を促す体験型プログラムづくり	○	○		◎
				④ 世界文化遺産・世界自然遺産を活用した周遊ルートづくり	◎	◎		○
	5	重点取組項目 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	① 高付加価値につながる観光資源の発掘とそれを活用したコンテンツづくりや広域周遊ルートの策定・商品造成・販売	◎	◎		◎
				② 旅行会社連携によるアドベンチャータラベル(AT)商品の販売拡大とATガイド育成強化	◎	○		◎
				③ サイクルルートの策定と商品化による「CYCLING ISLAND KYUSHU」の定着	◎	◎	○	○
				④ 専門知識のあるガイドによる付加価値の高いガイド付きツアーの商品造成・販売				◎
				⑤ 富裕層ニーズに応えられるコンシェルジュの育成・連携づくり	◎			◎
	6	「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	① 住民への観光の魅力の伝達・浸透		◎		
				② 地域住民への地元愛、郷土愛に通ずる取組み		◎		
				③ 地域住民と一緒に観光地域づくり(挨拶、歓迎ムード醸成等でのおもてなし力の向上)		◎		○

【役割分担】九州観光機構、九州各県、経済団体、観光関連事業者の4者において、主たる実施主体と考えられるものを◎、主たる実施主体をサポートと考えられるものを○とする。なお、各機関の役割が空白で示されている機関が何もアクションしないことを示したものではない。

# 第2次アクションプラン (2027～2030年度)

## Ⅲ 受入環境整備戦略

K P I	●九州MaaSデジタルチケット販売枚数(参考目標) (九州MaaSブランドデザイン)		●観光施設における心のバリアフリー認定施設数 (観光庁 観光施設における心のバリアフリー認定制度(九州ブロック))	
	2027年	50,000枚/月平均	2027年	690件
			2028年	780件
			2029年	870件
			2030年	960件

戦略の柱		取組内容	具体例	役割分担			
				九観構	各県	経済団体	観光関連事業者
Ⅲ. 受入環境整備戦略	7	重点取組項目 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	① 交通事業者の連携による利便性向上および持続可能な交通ネットワークづくり		◎	◎	◎
			② 九州MaaSを活用した様々な公共交通の利用促進、販売拡大	◎	◎	◎	◎
			③ エコ車両導入などの環境整備や支援		○	○	◎
	8	安全・安心で快適な旅行環境の整備	① ユニバーサルツーリズムの促進のための観光地・宿泊施設等のバリアフリー化、情報発信	○	◎		◎
			② 緊急時における訪日外国人向け医療サービスの充実・災害等の情報発信	○	◎	○	◎
			③ 日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)を活用した受入環境の整備	○	◎		○
			④ 九州の官民一体となって安心・安全情報の提供、発信によるインバウンドへの対応強化	◎	◎	○	○
			⑤ 観光地・宿泊施設・飲食店等でのインバウンド対応の充実		◎	○	◎
	9	来訪促進のための観光インフラ整備	① 新たな直行便就航のための海外航空会社への誘致活動の強化		◎	○	
② 九州内外の他県空港連携によるIN、OUTの促進			◎	◎		○	
③ 地域資源において優れた景観の創造・保全と活用				◎		○	

【役割分担】九州観光機構、九州各県、経済団体、観光関連事業者の4者において、主たる実施主体と考えられるものを◎、主たる実施主体をサポートすると考えられるものを○とする。なお、各機関の役割が空白で示されている機関が何もアクションしないことを示したものではない。

# 第2次アクションプラン (2027~2030年度)

## IV 観光産業活性化戦略

●観光関連企業の人手不足感  
(帝国データバンク 人手不足に対する動向調査(九州・沖縄県))

	正社員		非正社員	
	旅館・ホテル	飲食店	旅館・ホテル	飲食店
2027年	30%	45%	40%	60%
2028年				
2029年				
2030年				

K  
P  
I

戦略の柱		取組内容	具体例	役割分担				
				九観構	各県	経済団体	観光関連事業者	
IV. 観光産業活性化戦略	10	重点取組項目 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	① 産学官連携による継続的な観光人材育成	○	◎	◎	◎
				② 九州内DMOの人材育成および連携促進	◎	◎		
				③ 専門知識のあるガイドの育成・有効活用(通訳ガイド、宿泊施設コンシェルジュ等)	○	◎		○
				④ DXを活用した通訳ガイド等と旅行事業者、旅行者とのマッチングの促進	◎	○		○
				⑤ 観光産業で働く魅力や就職情報の発信(外国人材含む)		◎	○	◎
	11	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	① 九州一体となったデータ基盤の整備、活用促進	◎	○		○
				② CRM強化を通じたロイヤルカスタマーの獲得	◎	○		◎
				③ デジタル技術を活用した業務の自動化・効率化による観光サービス・質の向上		◎	○	◎
	12	幅広い関連産業との連携強化	関連産業との連携を促進し、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	④ 専門的な技術力や知識を有する人材・デジタル人材の育成		○		◎
				① 地元食材を活用した宿泊施設・飲食店での飲食コンテンツの開発・販売促進	○	◎	◎	◎
				② 九州の食・特産品・農畜水産物の認知度向上を通じた地域の魅力づくり	○	◎	○	◎
				③ 観光に関連する産業と連携したまちづくり	○	◎	◎	◎
			④ 旅行後消費需要の取込み				◎	

【役割分担】九州観光機構、九州各県、経済団体、観光関連事業者の4者において、主たる実施主体と考えられるものを◎、主たる実施主体をサポートすると考えられるものを○とする。なお、各機関の役割が空白で示されている機関が何もアクションしないことを示したのではない。