

【議論の経緯】

- 第3次九州観光戦略後の九州の広域観光推進についての検討を行うため、第137回九州地方知事会において、「九州広域観光推進検討委員会」の設置を決定。第138回九州地方知事会では同委員会中間報告を実施。今回はその中間報告を踏まえ、「今後の九州の広域観光施策の方向性について」及び「九州観光推進機構の役割・在り方について」最終報告を行う。

<p>I 九州広域観光へのこれまでの取組と課題</p> <p>1 「九州観光戦略」の策定と「九州観光推進機構」の設立 2004年（平成16年）10月、九州が一体となって取り組むべき観光施策を取りまとめた「九州観光戦略」を策定、翌年4月に「九州観光推進機構」を設立。</p> <ul style="list-style-type: none"> 代表者：会長 石原 進（九州旅客鉄道㈱代表取締役会長） 組織：任意団体（九州各県・民間企業からの派遣職員29名（2012.4.1時点）） 会員：九州七県、各県観光連盟、民間企業等167社（2012.4.1時点） 年間総事業費：約5億円（官民負担割合＝2：1） <p>2 九州観光推進機構の実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ○九州の魅力を磨きブランド化する戦略 <ul style="list-style-type: none"> ・各地域でのボランティアガイドの育成強化と組織化を実現 ・「九州のPR＝機構」という意識が九州各県のなかで醸成 ・特区の取組などにより九州一体となった活動の実施が可能 ○国内大都市圏などからの誘客戦略 <ul style="list-style-type: none"> ・九州新幹線や旅行会社・航空会社等との共同キャンペーンによる旅行客の増加 ・これに併せた二次交通対策など九州が一体となった取組の実施 ○海外からの誘客戦略 <ul style="list-style-type: none"> ・九州という単位での広域的なプロモーションによる認知度向上 ・大震災後の風評被害に対し共同での情報発信など九州一体となった対応を実現 <p>3 九州広域観光を取り巻く状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光環境の変化（個人の趣味・指向による「体験型旅行」、長引く経済不況の影響による「安・近・短」指向など旅行ニーズの多様化、経済成長による東アジアからのクルーズ船等を利用した旅行客の増加等） ○交通利用環境等の動き（九州新幹線の全線開業、九州内高速道路網整備の進展、格安航空会社（LCC）の日本・九州の乗り入れ等） <p>4 九州観光戦略及び九州観光推進機構の課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ○九州観光戦略における課題 <ul style="list-style-type: none"> ・九州の統一的なイメージづくりと国内外への効果的な発信、観光地の魅力向上 ・成熟し、多様化した国内市場のニーズに対応した施策の実行 ・海外における国・地域別、マーケット別のきめ細かな戦略の構築と施策の実行 ○九州観光推進機構における課題 <ul style="list-style-type: none"> ・派遣職員等外部人材依存による機構内部でのノウハウの蓄積や内外の関係者とのネットワークの構築が不十分 ・任意団体という制約もあり、組織の運営・管理の徹底が困難 	<ul style="list-style-type: none"> ○海外や国内遠方からの誘客には、多様な観光資源を持つ九州の強みを一体的にPRすることが効果的 ○他地域との競争を勝ち抜くためには、九州一体となった広域戦略の立案が必要 <p>2 戦略のフレーム</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光地としての九州の魅力向上（九州の統一されたイメージ・ブランドの確立等） ○国内戦略（変化する多様な旅行ニーズに対応するためのマーケット別戦略の重視等） ○海外戦略（国・地域別、マーケット別の戦略を構築等） <p>3 組織の必要性</p> <ul style="list-style-type: none"> ○九州が一体となった広域観光の推進には、各県の個別連携での実施よりも、迅速で統一的な意思決定が可能な推進組織での実施がより適している（予算と人員の集中による効果的・効率的な事業執行） <p>III 九州広域観光の推進組織の役割・在り方</p> <p>1 行政・民間事業者等が担うべき役割</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光インフラ整備（交通インフラ、観光情報発信の基盤整備、観光施設の整備等） ○各地の特徴をより強化する観光地づくり（ホスピタリティ向上、観光素材磨き等） <p>2 推進組織が担うべき役割</p> <ul style="list-style-type: none"> ○人材育成や特区など観光地の魅力向上 ○国内プロモーション（新しいニーズ発掘、魅力ある観光資源の開発・商品化等） ○海外プロモーション（九州のイメージ確立と情報発信、国・地域別の戦略等） <p>3 推進組織の形態</p> <ul style="list-style-type: none"> ○推進組織の在り方 現戦略後の次なる10年を見据えた長期戦略を担い、九州広域観光施策の推進のため、責任と一定規模の事業予算を有する組織とする必要がある ○組織強化の方向性 九州一体となった広域観光の推進のためには、以下の視点を踏まえ、安定的で継続性のある推進組織を確立すべきである。 <ol style="list-style-type: none"> ①指揮命令系統の確立と職員の適正な配置 ②プロパー職員の導入等により、組織内におけるノウハウの蓄積と関係機関との十分なネットワークの構築 ③安定的な財源の確保 このため、法人化を選択肢の一つとして、メリット・デメリットを踏まえた上で、検討を行う。
<p>II 九州広域観光の戦略及び推進組織の必要性</p> <p>1 戦略の必要性</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光を取り巻く環境変化を受け、九州の広域観光を着実に拡大するためには、概ね10年程度を見据えた中長期計画と短期（3年程度）のアクションプランに基づいた施策の展開が必要。 	<p>IV 今後のスケジュール</p> <p>1 官民合同での戦略案の検討及び提言</p> <ul style="list-style-type: none"> ○官民合同の検討会議を立ち上げ、今年度内をメドに次期戦略案及び推進組織の形態等を検討 ○平成26年度からの実施を視野に、官民合同の検討会議で策定された次期戦略案等を、来年6月（予定）に開催される九州地域戦略会議に提言、正式承認を得る

