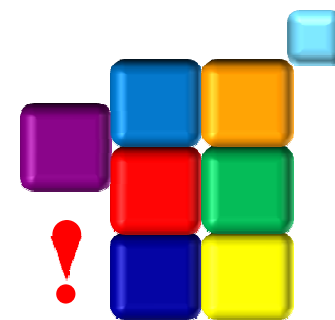


九州インバウンド事業方針説明会(抜粋)

平成27年8月31日

国土交通省九州運輸局 観光部



1. 九州運輸局インバウンド事業の中長期戦略

2. 平成28年度インバウンド事業方針(重点施策)

3. 平成28年度ビジット・ジャパン地方連携事業

(1) 事業分類と採択方針

(2) スケジュール、提案方法

観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015(抜粋)(平成27年6月5日観光立国推進閣僚会議決定)

- はじめに(前文)
- 「2000万人時代」への受入環境整備
 - 訪日外国人「旅行消費額4兆円」(2014年2兆円)
 - ・インバウンド産業の領域拡大
 - ・新たなサービス・商品創造、「稼ぐ力」向上
 - これからの観光政策
 - ・「稼ぐこと」を明確に意識して推進
 - ・観光を日本経済を牽引する基幹産業に飛躍

- 各論(6項目)
1. **インバウンド新時代**に向けた戦略的取組
 - (1) 広域観光周遊ルート、地方への誘客
 - (2) 欧米からの取り込み 等
 2. 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み
 - (1) 「**観光消費拡大・地域活性化プログラム**」
 - (2) 幅広い産業のインバウンドビジネス参入促進

九州運輸局インバウンド事業の中長期戦略

(1) 観光消費拡大

- 多様なインバウンド産業が参画したVJ先導的事業
- 「観光消費拡大・リピーター創造」施策

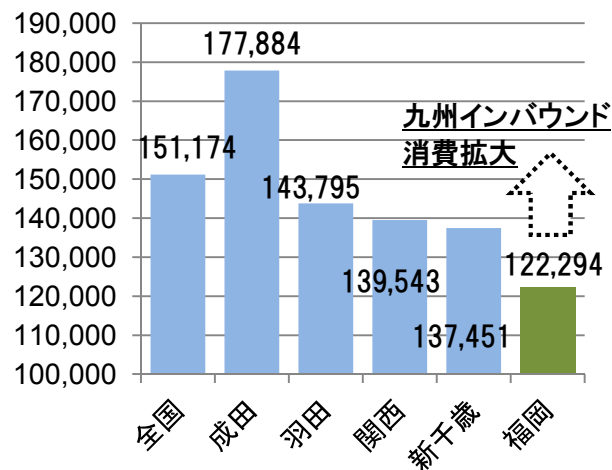
(2) 2023年440万人達成

- 「第二期九州観光戦略」の一員
- 市場の中長期変化を先取りするVJ事業 (FIT広域交通、中国クルーズ高品質化等)

(3) 広域観光連携の深度化

- 九州観光推進機構と共同事業推進
- 「**温泉アイランド九州広域観光周遊ルート**」構築 (2015年度～18年度)

入国空港別訪日外国人旅行支出額 (2014年)(円) ※詳細p40



海外プロモーション事業の高度化

外国人旅行者受入環境の検証・改善



両輪の重点課題

広域観光魅力発信

- 観光資源
- テーマ設定

観光消費拡大

・リピーター創造施策

- FIT広域交通商品の利用促進(公共交通パス・レンタカー等)
- 多様なインバウンド産業の参画による観光付加価値(道の駅、商店街、決済等)

商品・サービスと地域資源との一体的な官民連携プロモーション

〈例〉ドライブ&お土産農水産物販売、九州バス旅、ローカル鉄道車窓の旅 等

①VJ事業手続 (受託者選定)

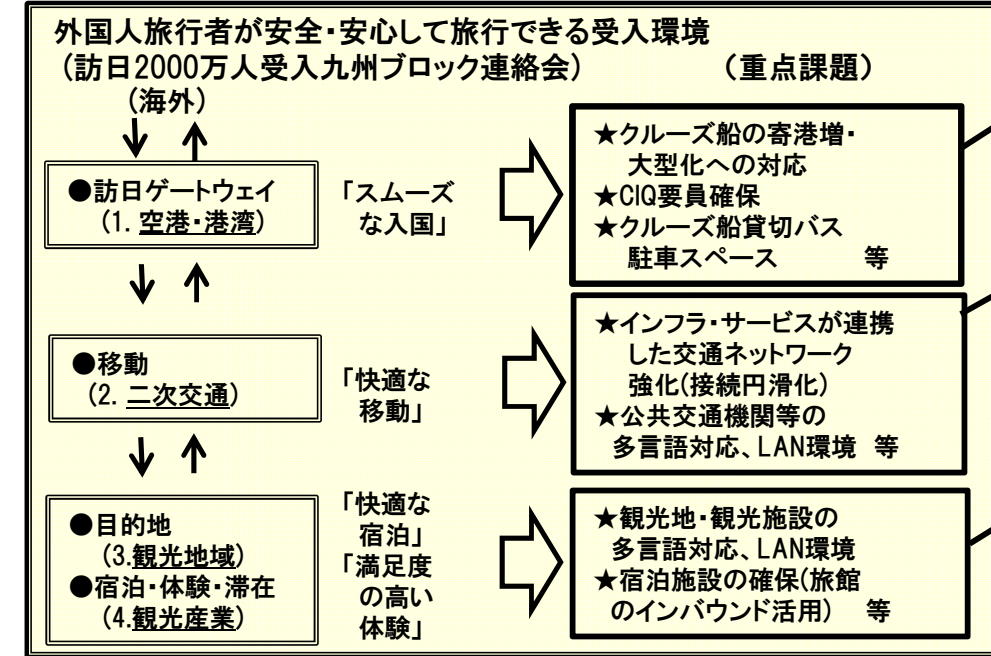
②関係者勉強会 (例)p36
○民間事業者 ○自治体
○事務局(運輸局・受託者)

③発信手法検討 (BtoB/BtoC)

④プロモーション実施

- I) 今年度「訪日2000万人九州ブロック連絡会」を通じて、空港等ゲートウェイ円滑化や公共交通機関多言語化等、外国人旅行者受入環境改善を重点的・継続的に推進。「九州広域インバウンド受入プラットフォーム(基盤)」を構築。
- II) これら受入基盤を発展させ、多様な領域のインバウンド産業が参画し「稼ぐ力」の九州モデルを目指す。一次・二次交通商品、道の駅や商店街、金融決済サービス等、民間の創意を活かした商品・サービスの参画による付加価値拡大を期待。
- III) 運輸局は、VJ事業を活用し「観光消費拡大・リピーター創造施策」への先導的事業を企画。プラットフォームを担う交通・観光事業者など民間事業者へ参画を働きかけ、商品・サービスと、地域観光資源とが一体となった「官民連携プロモーション」手法で海外発信。
 <例>「ドライブ&お土産農水産物販売」「地域ローカル鉄道」「九州バス旅」等

I) 外国人旅行者受入環境(検証・改善)



III) 観光消費拡大・リピーター創造施策(素案)

1. 一次交通の多様化
 - (1) 国内航空便活用広域周遊旅行
2. 個人旅行者(FIT)向け二次交通の利用促進
 - (1) ドライブ 環境充実(ドライブキャンペーンの継続発展)
 - (2) 九州・山陽鉄道周遊旅行 (欧米長期周遊旅行)
 - (3) 地域ローカル鉄道「車窓の旅」
 - (4) 九州バス旅(SUNQ Pass + 共同情報システム活用)
 - (5) 海陸一貫広域周遊ルート(例)長崎・島原～熊本・阿蘇
3. 観光地域・産業の付加価値、消費拡大
 - (1) ドライブ「お土産農水産物」(道の駅/SA)
 - (2) 欧米向け文化体験プログラム(プレミアムツアー)
 - (3) 免税商店街・ショッピング環境充実
 - (4) 旅館の魅力発信(和のおもてなし) (温泉アイランド九州ブランド構築)
 - (5) クルーズ商品の多様化
 - ① 欧米発世界遺産クルーズ
 - ② 中国発高品質クルーズ

九州広域インバウンド受入プラットフォーム(仮称)



II) 多様なインバウンド産業参画による付加価値

- FIT向け 広域交通商品
- 他産業と連携した 観光魅力創造
- 広域観光周遊ルート 具体化(テーマ・モデルコース)

ビジット・ジャパン事業による展開支援

- 海外プロモーション
- ・販売チャネル開拓(BtoB)
 - ・九州の知名度向上(BtoC)

「九州インバウンド観光消費拡大・リピーター創造施策」のイメージ

1. 一次交通の多様化

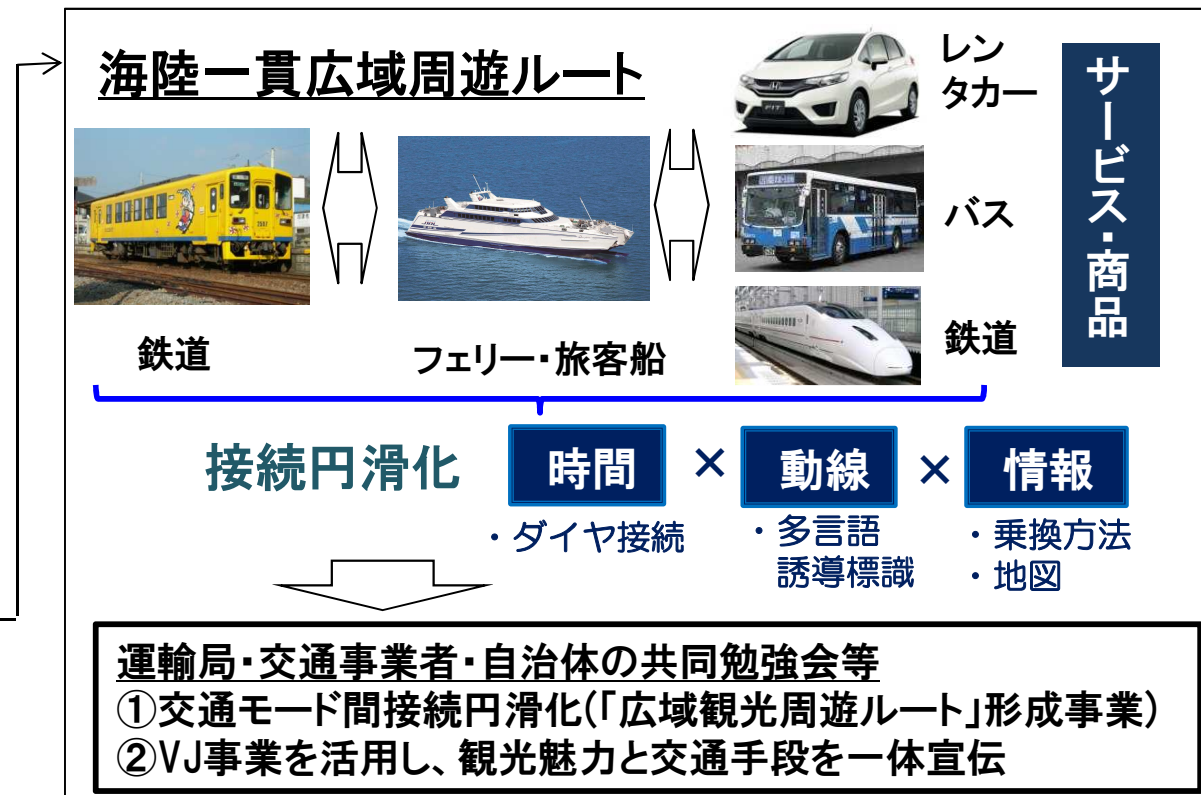
- (1) 国内航空便活用広域周遊旅行 <新規>
(例) 東京・南九州周遊旅行

2. 個人旅行者(FIT)向け二次交通の利用促進

- (1) ドライブ 環境充実(ドライブキャンペーンの継続発展)
<継続>p23-25
- (2) 九州・山陽鉄道周遊旅行 (欧米長期周遊旅行)
<継続>p33
- (3) 地域ローカル鉄道「車窓の旅」 <新規>
- (4) 九州バス旅 (SUNQ Pass + 共同情報システム活用)
<新規>
- (5) 海陸一貫広域周遊ルート(例)長崎・島原～熊本・阿蘇
<新規>本頁右欄

3. 観光地域・産業の付加価値、消費拡大

- (1) ドライブ「お土産農水産物」(道の駅/SA)
<新規>p8、p31-32
- (2) 欧米向け文化体験プログラム <継続>p12
- (3) 免税商店街・ショッピング環境充実 <継続>p48
- (4) 旅館の魅力発信(和のおもてなし) <新規>p34
(温泉アイランド九州ブランド構築)
- (5) 外航クルーズ船誘致の多様化 <継続>p35-37
- ① 欧米発世界遺産クルーズ <p35-36>
- ② 中国発高品質クルーズ <p11、p37>



観光立国アクションプログラム2015

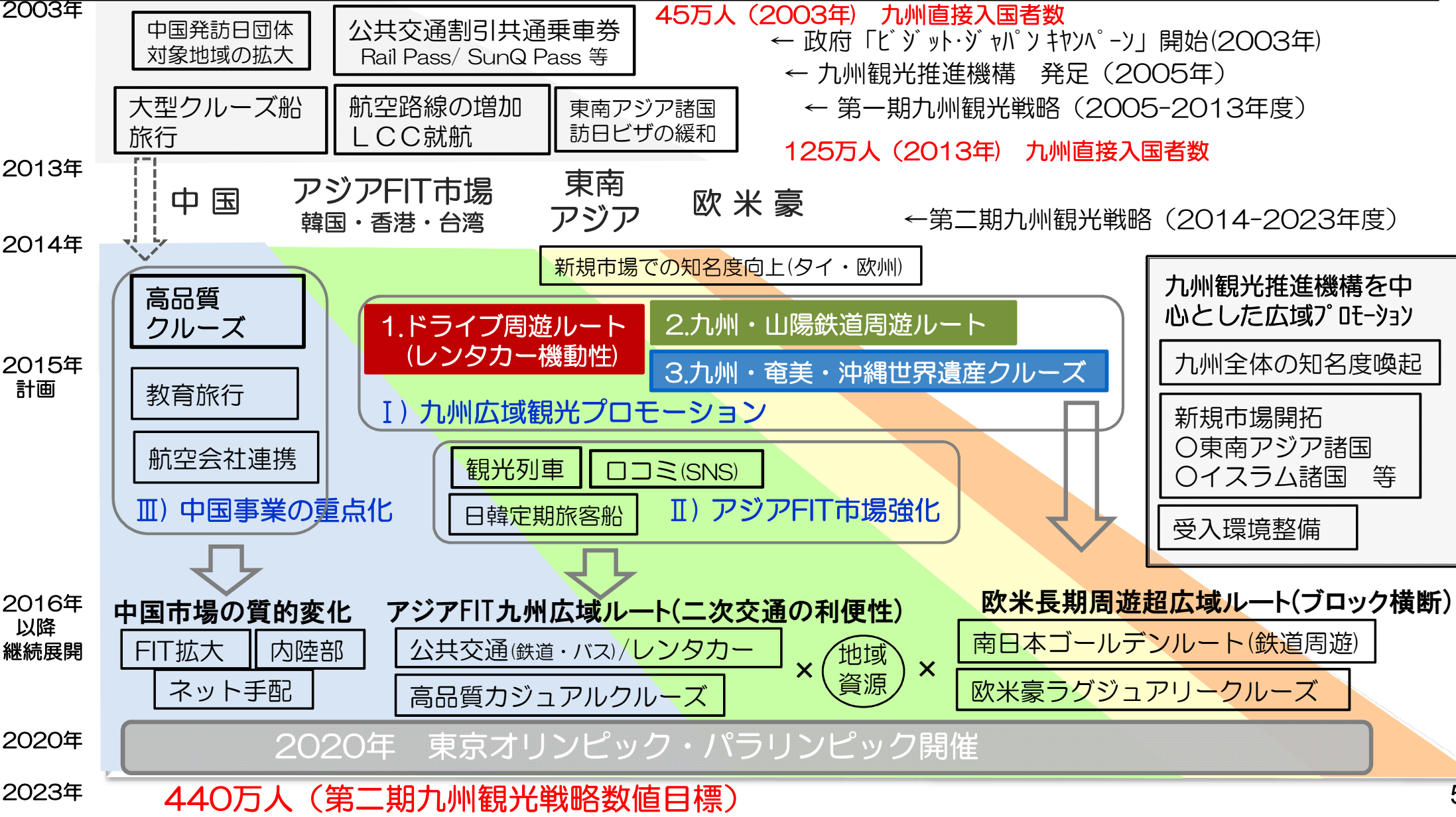
→「観光消費拡大・地域活性化プログラム」から、

- 九州におけるインバウンド受入基盤が進展しており、
- 観光消費拡大に向けた官民連携が期待される、重点推進項目を設定(p27-30)。

九州運輸局インバウンド事業中長期戦略(2) 2023年440万人達成

[平成27年度事業計画説明会資料(3月25日)]

- 国土交通省の交通・観光行政の一体性を活かし、海陸空交通事業者との連携を推進。
- 2015年度は、「二次交通の利便性・選択性」を主眼に広域プロモーションを九州観光推進機構とともに推進。2016年度以降も、自治体の地域資源と連携し広域ルートを深度化。2020年オリンピック・パラリンピックに向け、地方観光への関心を喚起。



九州運輸局インバウンド事業中長期戦略 (3) 広域観光連携の深度化

[平成27年度事業計画説明会資料(3月25日)]

- 2015年度VJ地方連携事業計画策定では、九州観光推進機構を事業提案者でなく、最優先のパートナーとして位置付け。
- 重点事業(観光消費拡大・リピータ創造等)について、両者共同で検討し、沿線自治体や交通事業者に対して参画を要請。

1. 広域観光の基盤となる九州の国土交通環境

- 南北850kmの陸海空交通ネットワーク(対馬～与論島)
※東京～札幌(830km)、東京～北九州(840km)と同程度
- 東西沿岸部の大動脈(九州新幹線・東九州自動車道)
- 中央部を貫く九州山地の交通不便地域

各交通モードの特性を活かした広域観光基盤の構築

2. 広域観光に向けた政策課題(九州運輸局)

1. 所管行政分野を活かした交通と観光の一体的推進

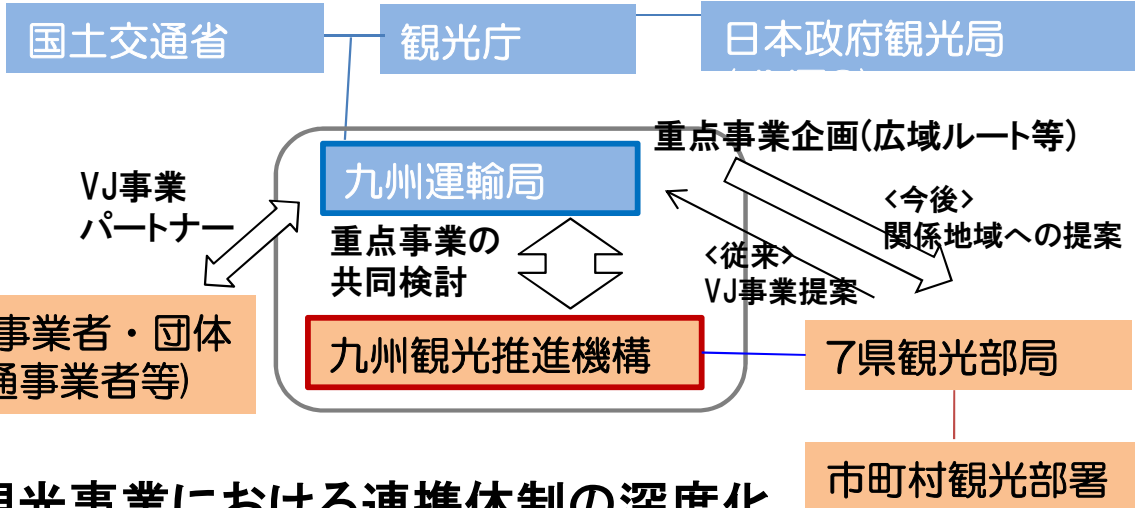
- 交通事業者と連携し広域観光ルート構築
- 利便性・選択性ある広域二次交通

2. 観光振興による地方創生の推進

- 九州東西・南北の均衡ある観光発展

3. 2020年オリンピック・パラリンピックに向けた地方部誘客

- 欧米豪発訪日長期周遊旅行の訴求
 - ・南日本ゴールデンルート(九州・山陽周遊)
 - ・広域クルーズ(九州・奄美・沖縄世界遺産)
- アジアFIT広域ルート、中国市場の変化



3. 広域観光事業における連携体制の深度化

◎ 国(観光庁・九州運輸局)における観光政策の立案

- ・訪日観光推進に向けた九州広域ルート等重点推進
- ・観光地域づくりや観光産業の先駆モデルの水平展開

◎ 九州運輸局と九州観光推進機構との重点事業の共同企画・実施

- ・広域観光ルート等の重点事業は、運輸局と機構が共同で企画
- ・機構の持つプロモーション実務ノウハウとの連携

◎ 自治体への説明と役割分担

- ・運輸局と機構合同による事業計画の整理、自治体等への説明
(現地ミッション等における九州関係事業の重複を回避)
- ・複数県連携も、自治体協議会等で可能な事業は地域に任せる

1. 九州運輸局インバウンド事業の中長期戦略

2. 平成28年度インバウンド事業方針(重点施策)

3. 平成28年度ビジット・ジャパン地方連携事業

(1) 事業分類と採択方針

(2) スケジュール、提案方法

訪日観光消費拡大に向けた九州での重点推進項目(案)

①「お土産農水産物」の販売促進 (九州ドライブキャンペーン2015と連携)

観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015(抜粋)
(平成27年6月5日観光立国推進閣僚会議決定)

2. 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化

(1)「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム

<地方の農林水産物・食品の販売促進>

- 農林水産物・食品の輸出拡大策とも連携して、外国人旅行者が安心して円滑に地域の農林水産物・食品を購入し、持ち帰ることができる環境・体制を整備する。
 - ・ 国・地域別に、植物検疫上、持ち出しが可能となっている品目や免税制度の周知を行うため、パンフレットの作成・配布、小売事業者向け説明会を開催する。【新規】
 - ・ 成田空港、羽田空港、関西空港、福岡空港の旅客ターミナルに輸出植物検疫カウンターを設置して、円滑に植物検疫証明書を発行する体制を構築する。【新規】
 - ・ 外国人旅行者に農産物を販売する事業者が取り組みやすい植物検疫の受検方法・体制を構築するとともに、旅行業者、小売・物流事業者等が連携して、免税制度を利用して販売促進につなげる事業モデルの構築を進める。【新規】
 - ・ クルーズ埠頭における臨時の免税店で、植物検疫等と連携を図りつつ、地域の農林水産物・食品のまとめ買いを促進する。【新規】
 - ・ 地域の集客機能を強化するため、「道の駅」を核として、周辺の農林漁業者等と連携し、農林水産物や、地域の特色を活かして開発された6次産業化商品の販売を促進する。【新規】

訪日観光消費拡大に向けた九州での重点推進項目(案)

② 高品質な日本文化・九州生活文化体験プログラム

観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015(抜粋)
(平成27年6月5日観光立国推進閣僚会議決定)

2. 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化

(1) 「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム

○ 訪日外国人による観光消費額は急激に増加しつつあり、直近の2015年第1四半期には、7000億円を超えるに至った。これを更に加速させるため、消費税免税制度拡充を契機としたショッピング・ツーリズムの振興と地方への浸透、外国人観光客に訴求するサービス・商品についての「地域ブランド」認定、質の高い日本文化体験プログラムへの参加促進、また、それによる滞在期間の長期化等により、旅行者一人あたりの消費額を伸ばして行く。数多くの外国人旅行者を地方に力強く呼び込むことと併せ、地方での訪日外国人による観光消費を一層拡大させることにより、急成長するインバウンド観光の経済効果を全国津々浦々に波及させて行くことが重要である。

(中略)

<質の高い日本文化体験プログラムへの参加促進及び滞在期間の長期化>

・ 能や歌舞伎、茶道体験、社寺観光、また、地域の伝統工芸体験や伝統芸能など各地の特色ある地域文化を観光資源化し、日本の歴史・文化に関心の高い欧米等からの旅行者に訴求する質の高い日本文化体験プログラムとして充実させ、体験プログラムへの参加を促進するとともに、滞在期間の長期化を図る。【新規】

(以下略)

訪日観光消費拡大に向けた九州での重点推進項目(案)

③ 免税商店街実現・カード決済等のショッピング環境整備

観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015(抜粋)
(平成27年6月5日観光立国推進閣僚会議決定)

2. 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、 観光産業の強化

(1)「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム

<消費税免税制度拡充を契機としたショッピング・ツーリズムの振興と地方における消費拡大> (中略)

- ・ 商店街・物産センター等での免税手続きカウンターの活用を促し、約6,600店(2015年4月)の地方の免税店数を、2017年に12,000店規模、2020年に20,000店規模へと増加させる。【新規】
- ・ 地方運輸局・地方経済産業局が連携して、免税手続きカウンターを活用した「免税商店街」の実現に向けて、自治体、商工会議所、商店街関係者に強く働きかけを行う。【新規】
- ・ いち早く免税手続きカウンターを活用して、まちぐるみで免税店化を進める商店街を、モデル商店街としてJNTOにより海外に強かにプロモーションする。【新規】
- ・ 商店街が、「免税商店街」化にあわせて行う、キャッシュレス決済に必要な端末、免税システム、Wi-Fi機器の導入等への支援を拡充し、地方において外国人旅行者が快適に買い物できる環境づくりを進める。【改善・強化】
- ・ 海外発行クレジットカード等で現金が引き出せるATMの設置を促進するほか、海外発行クレジットカード等が利用可能なATMの情報を、JNTOのHPや海外ガイドブック等で提供する。【改善・強化】

(以下略)

訪日観光消費拡大に向けた九州での重点推進項目(案)

④「旅館」の魅力発信による「温泉アイランド九州」ブランド構築

観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015(抜粋)
(平成27年6月5日観光立国推進閣僚会議決定)

2. 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化

訪日外国人旅行者による日本国内での消費は、昨年初めて2兆円を超え、インバウンドによる観光消費は、いまや日本経済を下支えするに至っている。特に、免税店(輸出物品販売場)における全品目免税対象化(昨年10月)を契機として、日本でのショッピングの魅力が急速に世界の注目を集めつつある。

この好機を逃さず、免税手続きカウンター制度やクルーズ埠頭における臨時の免税店届出制度(ともに本年4月開始)を活用した地域産品・農産品の販売拡大や、外国人に訴求する「地域ブランド」の認定による販売促進等、インバウンド消費の経済効果を、都市のみならず、全国津々浦々、地域に波及させるための取り組みを強力に進めて行く。

インバウンド消費の拡大は、国内での投資や地域の雇用を生み出す原動力となりつつあり、今後は、インバウンドに関わる産業の裾野を一層拡大させる。幅広い産業を観光関連産業として取り込みつつ、業種を超えて横の連携を深めるとともに、観光産業における人材育成や規制制度改革を進めることにより、オールジャパンでサービスの充実・高度化を図り、訪日外国人旅行者の高い期待に応えていく。

(中略)

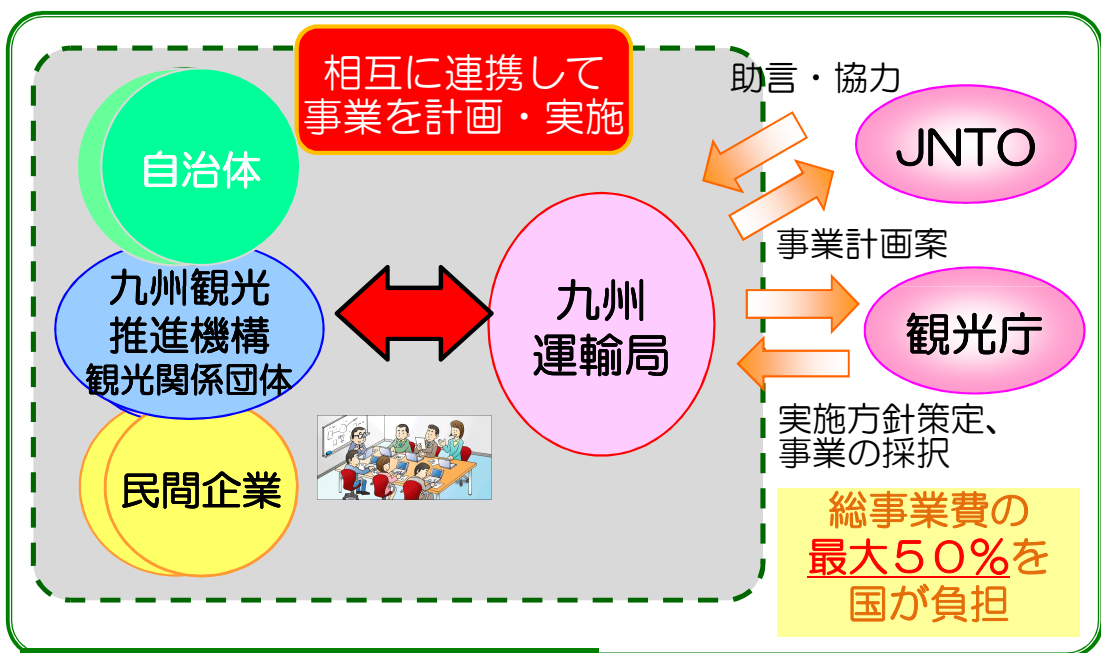
(3) 観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等 (抜粋)

- ・ 旅館(RYOKAN)のブランディングと情報発信を強化することにより、外国人旅行者の旅館への誘客を促進する。また、経営の効率化・収益拡大を図るため、産学官連携による教育プログラムを構築するとともに、今後、産学のみで自立的かつ継続的实施が可能となる仕組みづくりを支援する。【新規】
- ・ 観光産業の現場を支える人材から、高度マネジメント人材まで、多様なニーズに応える人材を育成するため、専門学校、大学、大学院等の教育機関と連携し、教育プログラムの改善・向上を図り、観光産業全体の質の向上・人材の高度化を図る。【改善・強化】

1. 九州運輸局インバウンド事業の中長期戦略
2. 平成28年度インバウンド事業方針(重点施策)
3. 平成28年度ビジット・ジャパン地方連携事業
 - (1) 事業分類と採択方針
 - (2) スケジュール、提案方法

VJ地方連携事業

- 国と地方（自治体及び観光関係団体等）が都道府県の枠を越え広域に連携して取り組む **訪日プロモーション事業**
- インバウンドに取り組む地域の連携を促し、訪問地の多様化や滞在日数の増加を図ることにより、訪日リピーター需要の拡大に対応するとともに、多様なニーズに即した誘客を実現



- Point**
- ◎ 都道府県の枠を越え広域で協働
 - ◎ 連携・協働による事業規模拡大で、プロモーションの効率・効果を大幅に向上
 - ◎ 滞在日数の長い外国人旅行者のニーズに対応した広域誘客を実現
 - ◎ クールジャパンと連携した事業等へ重点化

- 【事業内容の例】**
- 旅行会社関係者等の招請
 - 海外旅行博への出展
 - 海外新聞・雑誌等への広告掲載
 - メディア関係者等の招請
 - 外国人向けパンフレット作成
 - 教育関係者等の招請 等

訪日外国人旅行者の拡大

増加するFITへの対応

・FITは公共交通機関の利用率が高い
 → FITの誘客には交通情報が不可欠
観光情報
 + **目的地までの交通情報**



九州オルレ・韓国ブログ招請



香港・広州ウエディングフォトツアー招請



欧州海外プロモーション



九州ドライブマップ（英語、韓国語・中国（繁））



<p>①対象市場 (20市場)</p>	<p>韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、英国、フランス、ドイツ、インド、米国、カナダ、豪州、ロシア、イタリア、スペイン</p>
<p>②広域要件</p>	<p>広域での事業構築・連携が行われていること。ただし「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」(平成27年6月観光立国推進閣僚会議決定)の趣旨に沿う事業であって広域波及効果が期待される事業は、この限りでない。</p>
<p>③費用負担</p>	<p>国は総費用の2分の1を上限に負担する。</p>
<p>④重点事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ブロックごとに設定するメリハリのある方針に沿うものであること。 ・訪日需要の分散化を図るもの。 ・関係省庁が実施する観光振興に資する取組と連携するもの。
<p>⑤事業計画 (訴求内容と ターゲットの合致)</p>	<p>分析が明確で高い効果が期待できる事業計画であること。事業計画の策定に当たっては、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」や平成27年度市場別プロモーション方針(平成27年5月マーケティング戦略本部決定)及び日本政府観光局(JNTO)からの意見を勘案する。</p>
<p>⑥事業成果</p>	<p>全ての事業について成果指標を把握。旅行会社やメディアの招請事業については、被招請者に対し訪問した観光地の評価等を内容とするアンケート調査を実施し分析する。 ※成果指標については後述 ※連携先が単独発注する事業と連携する場合も、成果指標を共有する。</p>
<p>⑦広域観光周遊ルート 形成促進事業との関係</p>	<p>広域観光周遊ルート形成促進事業における「主要広域観光ルート全体」を対象にする事業については、VJ地方連携事業では実施しない。</p>

- ・ 28年度VJ地方連携事業は、大きく以下の3つに分類し、計画を策定する。
- ・ 厳しい予算制約を鑑み、特に①②に重点を置くこととし、③については市場の特性を踏まえたテーマや新規性の有無等により、案件を絞り込み限定的に採択する。

①観光消費拡大・リピータ創造施策

交通事業者、旅館等の宿泊事業者の優れた創意工夫と一体になった官民連携プロジェクト（7ページのイメージを参照）を想定。併せて、沿線地域の観光資源をPRし、個人旅行者層（FIT）の消費拡大やリピーター層の獲得を図る。

②広域プロモーション

九州観光推進機構と共同で企画実施する事業

③テーマ型広域事業

複数の自治体が連携し地域魅力を発信する事業で、明確化されたテーマや新規性のある事業

1. 九州運輸局インバウンド事業の中長期戦略
2. 平成28年度インバウンド事業方針(重点施策)
3. 平成28年度ビジット・ジャパン地方連携事業
 - (1) 事業分類と採択方針
 - (2) スケジュール、提案方法

九州ブロックにおける事業提案方法及びスケジュール

事業提案方法

九州運輸局HP（トップページ→お知らせ）にて公開する様式を使用。
メールにて九州運輸局企画観光部国際観光課あてに、提案書を提出する。

10月15日（木）18時必着 gst-kf-kikaku@ml.mlit.go.jp

提案を求める主な項目と注意点

○事業名	プロモーションターゲットと訴求内容等が明確な事業名とする。 例：○：香港市場におけるF I T向けレール&ドライブ推進事業 ×：タイ旅行会社招請事業
○誘客対象（ターゲット）	観光庁の訪日プロモ方針、ブロック方針等を参考にしつつターゲットを設定する。設定理由を明記する。
○事業概要	提案に至った背景・目的、平成28年度重点施策、プロモーション方針との合致等について、昨今の市場状況・トピック・データ等を用いて説明する。
○個別事業	事業計画欄は、個別事業名、具体的内容、訴求コンテンツ、実施時期の設定理由等を記載する。招請事業の場合は具体名（例）・人数・期間・ルートを記載する。
○定量目標	アウトプット、アウトカムについて目標を設定。数値根拠と確認方法を明記する。
○その他	提案にあたり工夫した点、地域の方針・計画との関係、今後想定する取組の継続性、発展性を記載する。

V J 地方連携事業における成果指標

区分		アウトプット成果指標	アウトカム成果指標	
現地旅行会社向け事業 (B to B)	旅行会社招請	招請人数	造成ツアー本数、造成ツアー送客数	
	海外現地商談会	商談件数、参加人数	造成ツアー本数、造成ツアー送客数	
	トラベルマート	商談件数、参加人数	造成ツアー本数、造成ツアー送客数	
	共同広告	掲載本数・放送回数、媒体接触者数	造成ツアー本数、造成ツアー送客数	
	セミナー	参加人数、日本側の参加組織・団体等	—	
	旅行会社等セールスコール	商談・訪問件数	造成ツアー本数、造成ツアー送客数	
現地消費者向け事業 (B to C)	純広告	掲載本数・放送回数、媒体接触者数	—	
	メディア招請	招請人数、掲載本数・放送回数	媒体接触者数、メディア費用換算	
	海外現地メディア説明会	参加人数、掲載本数・放送回数、掲載量	媒体接触者数、メディア費用換算	
	旅行情報提供	インターネット (WEB)	ページビュー総数、ユニークユーザー総数	—
		インターネット (SNS)	フォロワー総数、投稿回数、「いいね！」獲得数	—
		印刷物・映像等	—	—
	イベント・旅行博等出展	ブース来場者数 (業者・プレス、一般客)	—	

スケジュール

時期	内容
随 時	検討開始
09月上旬	事業提案の受付開始 ※提案書様式を、九州運輸局HPに掲載(8日頃を予定)
10月15日(木)	提案〆切 18時必着(提案はメールにて)
随 時	内容確認、必要に応じヒアリング、JNTOとの調整
11月下旬	最終とりまとめ、観光庁へ事業計画案の提出
12月上旬～1月上旬	観光庁・JNTOヒアリング

(以下は、現時点での想定)

01月下旬	修正計画の提出
02月下旬	予算額決定通知(観光庁より)
03月	実施決定及び事業別予算通知(九州運輸局より)
03月	実施に向けた個別調整、公示等の手続き開始
04月	事業実施(予算成立後)

観光庁の査定