観光による地域振興

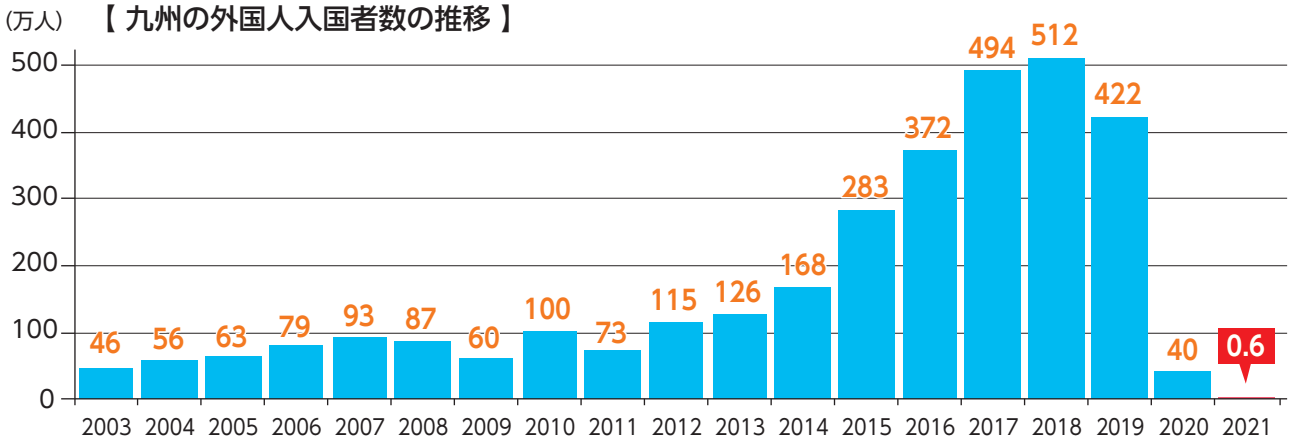
多様な国・地域の人々が訪れたくなる九州を目指して

九州観光の動向

九州は大陸に近いという地理的優位性や温泉・食・自然・文化・歴史など豊かな観光資源に恵まれ、我が国有数の観光地域としての地位を築いてきました。観光は、人口減少・少子高齢化が進むなか、我が国の成長戦略の柱、地方創生への切り札であり、九州の強みを活かした観光地域づくりを通じ、国内外からの観光客誘致や地域活性化に大きな期待が集まっています。

近年、訪日外国人（インバウンド）の増加が九州観光の推進力となっていましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大以降、水際対策により大幅に減少しています。

【 九州の外国人入国者数の推移 】

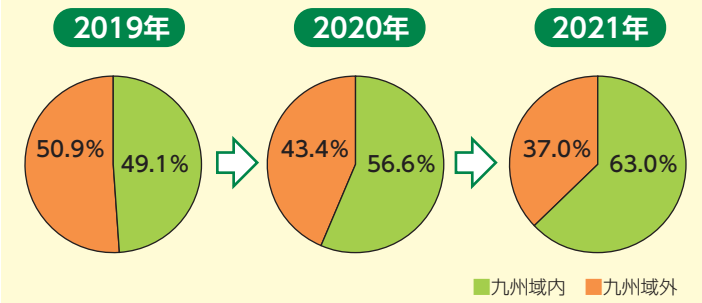


《出典》法務省「出入国管理統計」

一方、日本人旅行者については、コロナ禍における行動制限等の影響を受けつつも、県内旅行を支援する県民割等により、近場を旅行する「マイクロツーリズム」が広がりを見せています。九州で宿泊する日本人旅行者についてみると、コロナ禍以前の 2019 年は九州域内と九州域外でほぼ半々でしたが、コロナ禍では九州域内の割合が高まっています。

今後は、誰もが安全・安心かつ快適に九州観光を楽しめるよう、感染症対策を徹底しつつ、地域に埋もれている観光資源の発掘・磨き上げや、インバウンド再開を見据えた受入環境の整備等、必要な取組を推進していきます。

【 九州に宿泊する日本人旅行者の居住地割合の推移 】



《出典》観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に九州運輸局作成

地域経済を支える観光関連産業への支援

新型コロナウイルス感染症の長期化により深刻な影響を受けている観光地・観光関連産業の存続のため、GoTo トラベル事業等の観光需要喚起策に加え、感染症対策への支援、宿泊施設のリニューアルや景観を損ねている廃屋の撤去等による魅力ある観光地への再生・高付加価値化、デジタル技術の活用による観光関連産業の変革・生産性向上、観光施設のバリアフリー化等に取り組んでいます。

検温・消毒機器の設置

宿泊施設の改修や廃屋の撤去等による観光地としての魅力向上

バリアフリーに対応したトイレの整備

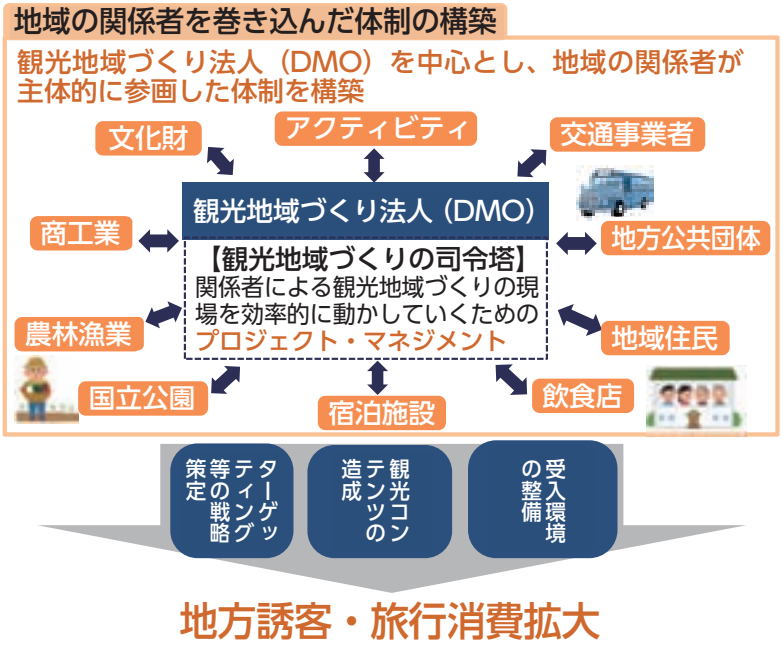
観光による地域振興

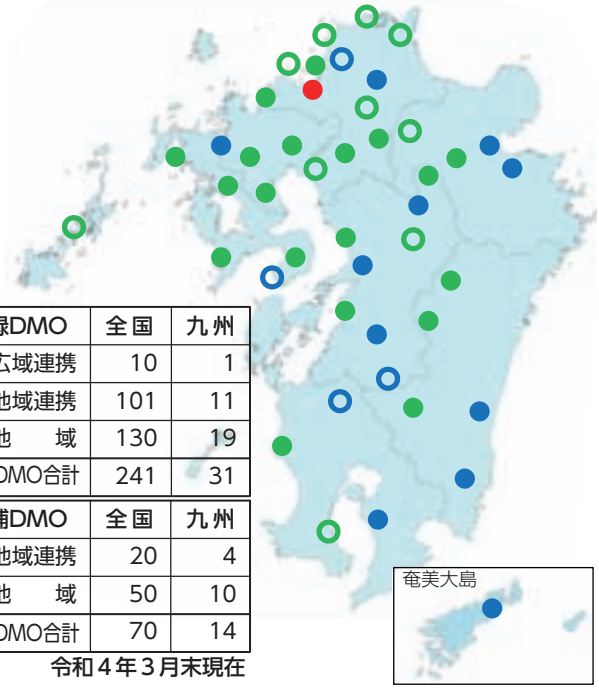
国際競争力の高い魅力ある観光地域づくり

観光地域づくり法人（DMO）の形成・確立

「観光地域づくり法人 (DMO：Destination Management/Marketing Organization)」は、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりの舵取り役です。

観光立国の基本理念である「住んでよし、訪れてよし」を実現するため、九州における DMO の形成・確立を促進し、DMO による戦略策定、観光コンテンツの造成、旅行商品の流通環境整備、情報発信等の取組を支援しています。





登録DMO	全国	九州
広域連携	10	1
地域連携	101	11
地　域	130	19
登録DMO合計	241	31

候補DMO	全国	九州
地域連携	20	4
地　域	50	10
候補DMO合計	70	14

令和４年３月末現在

地域の「稼げる」看板商品の創出促進

地方公共団体、DMO、民間事業者等の地域の関係者が連携して実施する自然、食、歴史、文化、芸術、生業、交通等の地域ならではの観光資源を活用したコンテンツの造成から販路開拓までを一貫して支援しています。

真名井の滝（宮崎県高千穂町）

藍染体験@藍生庵（久留米市）

体験型観光コンテンツの造成

アフターコロナを見据え、密を避け、日本の本質を深く体験・体感する「アドベンチャーツーリズム」（自然・文化・アクティビティ）など、長期滞在・高付加価値の体験型観光コンテンツの造成やガイド人材の育成等を支援しています。

アドベンチャーツーリズム
@大不動岩屋（国東市）

座禅・寺食体験@玉峰寺
（長崎県南島原市）

サステナブルな観光に向けて

世界的に「持続可能な観光（サステナブルツーリズム）」への関心が高まっている中、地域本来の生活（生業）・自然環境・文化等を保全しつつ、それらの魅力を体験してもらうサステナブルな観光を推進していきます。

日本版持続可能な観光
ガイドライン（JSTS-D）

草原の野焼き
（阿蘇地域）

海事観光の推進

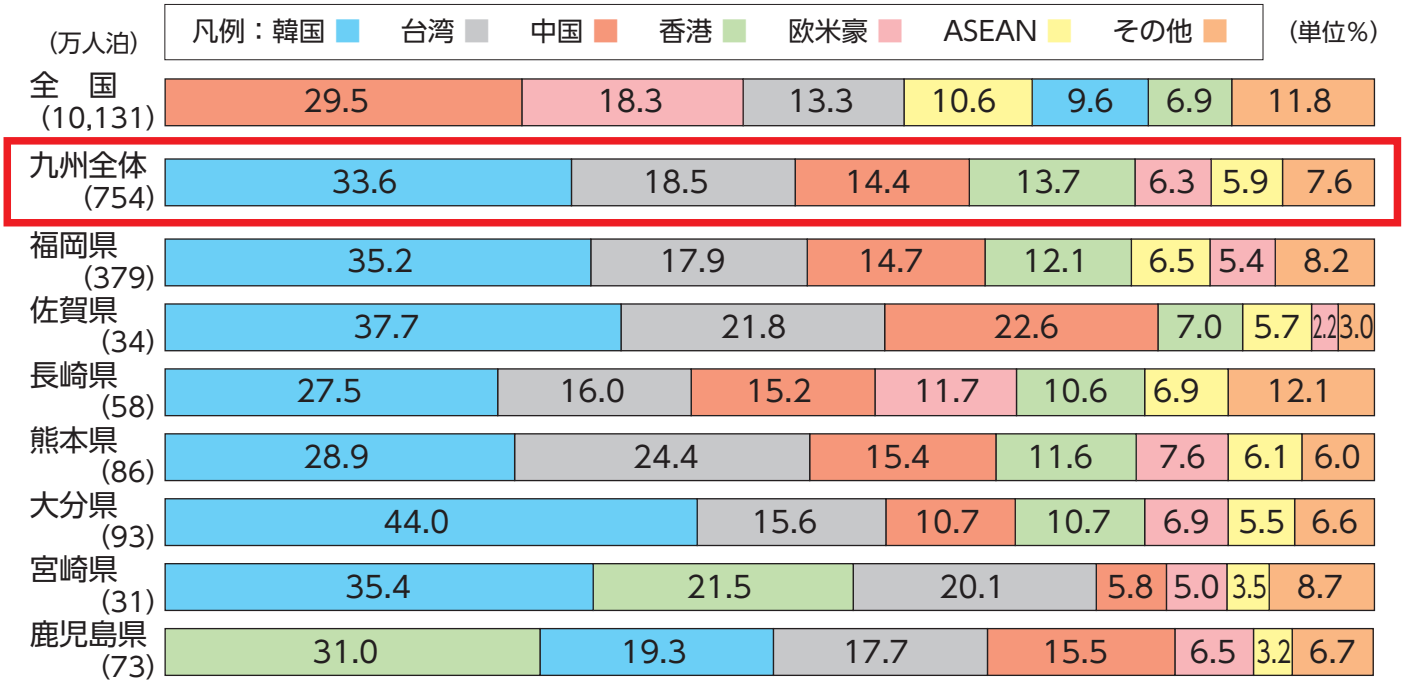
より多くの人々にとって海や船がさらに「楽しく身近な存在」になることを願い、「海に行く」「船に乗る」「海を知る」につながるイベントや魅力的な情報発信、海事観光の充実などを官民一体で推進していきます。

世界新三大夜景へ紡ぐ
長崎トワイライトクルーズ

国際交流の再開に向けた新たなニーズ・市場の開拓

インバウンドの受入環境整備

【 コロナ禍以前の外国人宿泊者の構成比（2019年）】



注）2019 年確定値　県別における宿泊数上位 6 ヶ国（地域）の構成比を表している。
「欧 米 豪」…アメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、フランス、ロシア、オーストラリア、イタリア、スペイン
「ASEAN」…シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン

《出典》観光庁「宿泊旅行統計調査」（従業員数 10 人以上の施設に対する調査）

コロナ禍以前の九州における外国人宿泊者は、韓国、台湾、中国、香港で約８割を占めており、欧米豪や ASEAN 諸国も一定の割合を占める全国平均と比べ、東アジアの割合が高くなっています。

欧米豪からのインバウンドは、一般に、滞在期間が長く、旅行消費額も大きいという特徴があります。九州においてもインバウンドの多様化を図るため、各地方自治体や DMO、JNTO（日本政府観光局）と連携し、誘客のターゲットとする国・客層に応じた訪日プロモーションを実施しています。あわせて、段階的な国際交流の回復に備え、旅行者がストレスフリーで快適に旅行を満喫できるよう、観光施設での多言語化対応、キャッシュレス決済や無料 Wi-Fi 環境の整備等を支援しています。

このように、国内はもとよりアジア、そして欧米豪からの誘客に取り組み、九州への来訪者の増加、さらには滞在期間の長期化やリピーター化、旅行消費額の増大につなげ、観光先進国・九州の実現を目指します。

九州運輸局による海外向け訪日プロモーション

台湾国際旅行博で九州 PR ブースを出展（特に人気の高かったブースに贈られる最優秀人気賞を受賞）

韓国・ソウルで現地旅行会社との商談会やセミナーを開催

コロナ禍では、日本在住のインフルエンサーや海外メディア等を招請し、SNS 等による情報発信を実施