



平成21年3月18日

## 平成21年度ビジット・ジャパン・キャンペーン地方連携事業(九州運輸局分)

### ～外国人観光客の九州への更なる誘致に取り組みます！～

観光立国推進基本法の制定を受けて、平成19年6月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」では、観光立国の実現に向けて、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策の柱の一つに「国際観光の振興」が挙げられ、訪日外国人旅行者数を平成22年までに1,000万人にする目標を達成するため、ビジット・ジャパン・キャンペーンの強化、高度化を図ることとされています。

九州運輸局においても、こうした趣旨を踏まえ、外国人観光旅客の九州への更なる誘致に向けて、平成21年度も引き続き、ビジット・ジャパン・キャンペーン地方連携事業を強力に推進して参ります。

平成21年度の九州におけるビジット・ジャパン・キャンペーン地方連携事業では、昨年後半からの世界経済不況や円高の影響により減少した外国人観光旅客を、再び九州へ呼び戻すために、より効果的な事業の実施、より積極的な情報発信、より大きな成果の獲得を念頭に置きつつ、九州観光推進機構、地方公共団体等との連携を強めて、別紙1に示した「重点市場及び事業戦略」の下、別紙2に示した重点事業をはじめ、別紙3に示した5分類、7事業を積極的に展開していくこととしています。

#### 【 連絡先 】

九州運輸局 企画観光部 国際観光課  
織田、宮野、井浦

電話：092-472-2335

FAX：092-472-2334

# 平成21年度 重点市場及び事業戦略

優先度	国・地域名
最重点市場	中国、韓国、台湾、香港
重点市場	タイ、シンガポール
その他対象市場	米、加、豪、仏、独、英

九州は東アジアに近い(地理的優位性)  
九州への外国人入国者数の約9割が東アジアから

官民で策定された「九州観光戦略」に基づき、東アジアを主要なターゲットとする事業を展開  
「第二次九州観光戦略」(2007年10月)において、「東アジアなど」にターゲットを拡大

## 最重点市場

## 重点市場

中国

韓国

台湾

香港

タイ

シンガポール

九州への入国者数
H19 : 6.6万人 前年比 + 2.4%

九州への入国者数
H19 : 64万人 前年比 + 23.9%

九州への入国者数
H19 : 10.4万人 前年比 - 6.1%

九州への入国者数
H19 : 2.0万人 前年比 + 77.6%

九州への入国者数
H19 : 1.1万人 前年比 + 69.0%

九州への入国者数
九州への入国者は不明 全国でH19 : 15.0万人 前年比 + 1.5% (JNTO調)

- 定期航空路線の約3分の1が九州～中国(6都市)の間
- 九州への入国者数の大きな伸びが期待できる最有望市場

- 定期航空路線の約5分の2が九州～韓国(3都市)間の他、海上定期航路あり
- 九州への入国者数の約69%を占める最大市場

高級旅館、高級スパ、自然食等ワンクラス上の旅「ロハス九州」

- 平成20年6月に宮崎～台湾間の直行定期便が就航
- 九州への入国者数は、平成18年には過去の九州ブーム期とほぼ同数まで盛り返したが平成19年は減少

- 平成19年10月に福岡～香港間の直行定期便が就航、平成20年4月に鹿児島～香港間の直行便が就航したが、平成21年3月29日から運休
- 1998年をピークに、九州への入国者数は減少傾向にあったが、平成18年より増加傾向

- 週4便の定期航空路線あり  
平成21年3月29日から5便へ増便
- 九州への入国者数の大きな伸びが期待できる有望市場
- これまでの招聘事業や平成20年11月現地セミナー開催により旅行商品が造成され、誘客増が期待される

- 週5便の定期航空路線あり  
平成21年3月29日から4便へ減便  
(平成20年に就航20周年を迎えた)
- 教育旅行を中心に入国者数の伸びが期待できる市場

定期航路のさらなる活用

定期航空路線のさらなる活用

個人旅行(広域周遊型・体験型観光)

教育旅行・インセンティブ旅行(環境施設・先端工場視察)

教育旅行

一般(団体向け)「歴史・文化」、「自然風景」、「温泉」、「食」を核とする九州の多彩な観光資源

平成21年度 重点事業の概要

基本的な考え方

ゴールデンルートと比較して認知度が低い九州では、その認知度向上を図る事業と、観光説明会・商談会、旅行商品広告支援、旅行会社担当者、教育関係者等のキーパーソンの招請などによる誘客事業を2本柱として事業を展開

認知度向上事業

海外で九州の観光情報を発信

「歴史・文化」、「自然風景」、「温泉」、「グルメ」を核とする九州の多彩な観光資源を、各種メディアによる情報発信及び、主要駅の広告スペースを活用した宣伝やオフィスビルにおいてのプロモーションなど、各市場ごとに最も適した手法を用いて、継続的に事業を展開することで、九州の認知度の飛躍的向上を目指す。



メディア関係者の招請

海外のテレビ、新聞、雑誌などの編集スタッフ等を招請し、九州各地の取材を通して、テレビ番組・新聞記事・雑誌記事などにより情報発信を行うことで、九州が誇る魅力的観光素材を一般消費者に対し紹介することで、観光情報発信との相乗効果を狙う。



誘客事業

説明会・商談会の開催

訪日旅行を取り扱う旅行会社を対象に、現地において観光説明会・商談会を開催し、九州向け旅行商品の早期造成を目指す。



旅行エージェント招請・広告支援の実施

訪日旅行に意欲的な旅行エージェントを九州へ招請し、視察を行ってもらうとともに、九州向け商品の共同広告を行うことで、九州の多彩な観光資源を一般消費者に幅広く情報発信し、訪日旅行の目的地として九州を強く意識付ける。



教育旅行の誘致促進

「九州訪日教育旅行促進協議会」の学校交流促進の取組みと併せ、「教育」に相応しい視察メニューをPRすることで、青少年の国際交流の活性化と教育旅行の誘致を図る。



個別テーマに基づく交流促進

スポーツ、文化等のテーマの下、中高年層・青少年をターゲットに国際交流と誘客促進を図る。



平成21年度ビジット・ジャパン・キャンペーン地方連携事業(九州運輸局分) 一覧

事業の分類及び名称			概 要	実施時期	対象マーケット	実施主体(協力者)
番号	分類	名称				
1	ブランド「九州」発信事業		「九州」という観光地ブランドの認知度向上を図るため、各種媒体(テレビ、雑誌、Web等)を活用し、各市場の特性を踏まえた、ブランド「九州」の情報発信及びそのためのマスコミ招請を実施	通年	中国、韓国、台湾、香港、タイ	九州観光推進機構
2	ウェルカム九州フェア等実施事業		九州に直行便を有する各市場における現地での観光説明会・商談会の開催、商品造成に意欲的な旅行会社のファムツアーの実施、九州向け旅行商品の広告タイアップなど、総合的な事業を展開	通年	中国、韓国、台湾、香港、タイ	九州観光推進機構
3	フレンドシップ九州促進事業		修学旅行誘致促進に向けた、学校長等教育関係キーパーソンの招請を実施し、九州への安定した誘客と長期的視野に立ったリピーター育成を目指す	4月～12月	中国、韓国、台湾、シンガポール	九州観光推進機構
4	交流テーマを活用した中国からの誘客促進事業	中国老人団体誘致促進事業	中高年層(団体)をターゲットに、知名度の低さがあまりハンデとならない「スポーツ」・「文化」をテーマに、ツアーの催行に影響を持つ、老年大学等のキーパーソンの招請を実施	5月・11月	中国	佐賀県、長崎県、大分県、宮崎県、鹿児島県 福岡市、北九州市、佐世保市、下関市 (予定)
		中国青少年団体誘致促進事業	フレンドシップ九州促進事業の補完事業として、山東省・江蘇省の青少年団体教育旅行誘致に向けた、教育局や学校長等キーパーソンの招請を実施。また、中国全土に広がる小主人報新聞学校の教育旅行誘致についても同様にキーパーソンの招請を実施	4月・7月	中国	佐賀県、長崎県、大分県、宮崎県、鹿児島県 福岡市、北九州市、佐世保市、下関市 (予定)
		VIP(高級)ツアー誘致促進事業	中国では「健康」に対して非常に関心が高いことから、富裕層をターゲットに、中国ではまだ普及していない「PET(癌)健診」を核に、「高級旅館」・「温泉」等と組み合わせ、新たなVIPツアーへの誘客のためのキーパーソン招請を実施	4月	中国	佐賀県、長崎県、大分県、宮崎県、鹿児島県 福岡市、北九州市、佐世保市、下関市 (予定)
5	西九州ルートへの誘客促進のための体験型観光促進事業		佐世保市との双方向チャーターの実績がある遼寧省の省都瀋陽市の教育関係者、旅行エージェント、マスコミ関係者を招請し、西九州地域の「海」「環境」「グリーンツーリズム」の体験を通じて、西九州地域の魅力を伝え、青少年向けツアー造成促進を図る	11月	中国	佐世保市、西九州国際観光ルート協議会

事業総数 5分類、7事業

中国対象事業・・・7件      韓国対象事業・・・3件      台湾対象事業・・・3件  
 香港対象事業・・・2件      タイ対象事業・・・2件      シンガポール対象事業・・・1件

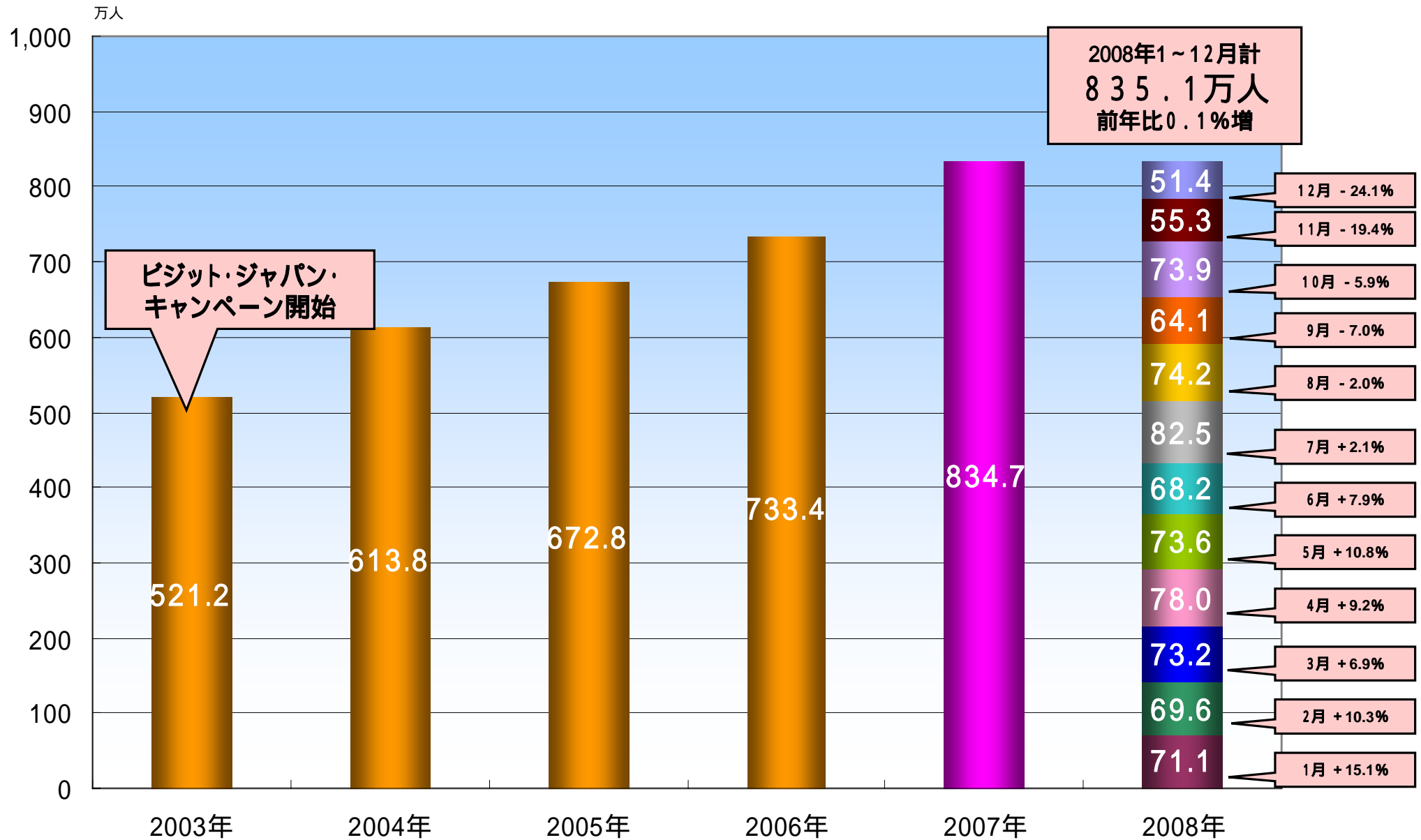
1つの事業で複数国・地域を対象とするものがあるため、事業総数と市場別事業数の合計は異なる。

(注) 事業内容、実施時期等については今後変更等あり得る。



# 訪日外国人旅行者数の推移

参考



注) 2008年12月の値は推計値