

## 事業の目的

【背景】近年、旅行手配を個人で行う訪日外国人観光客（FIT）の増加に伴い、知的欲求を満たす歴史・文化を活かした多様な着地型ツアーの造りが進み、九州においてもOTAなどを利用した「旅ナカ」の予約環境は整いつつあるものの、九州滞在中「旅ナカ」で気軽に申し込める仕組みは十分に整備されておらず、これにより機会損失が生じている可能性がある。また、訪日外国人観光客の多様なニーズに対応し、満足度の高い観光体験を提供するうえでは、質の高い通訳ガイドが継続的に活躍できる環境の整備が重要。

【目的】訪日外国人観光客が集中する九州の玄関口・福岡において、旅ナカにおける「着地型ローカルガイドツアー（以下、「ガイドツアー」という。）」の相談・申込み窓口を試験的に設置し、窓口の利用状況を検証するとともに、訪日外国人観光客が旅ナカで求める体験やガイドに対するニーズ等を調査・分析し、得られたデータを関係者間で共有することを目的とする。

## 事業の内容

## 1. 販売商品・運営体制の構築

（1）販売コンテンツ検討：訪日外国人の志向を基に販売するガイドツアーを検討

## 【販売商品概要】

- ①博多旧市街：短時間・低価格、当日気軽に参加できる内容（グループ）
- ②福岡城址：短時間・低価格、当日気軽に参加できる内容（グループ）
- ③太宰府市：半日程度・中価格、当日午後から参加できる内容（グループ）
- ④宗像市：日帰り・中～高価格、翌日以降参加ができる内容（プライベート）
- ⑤八女市：日帰り・高価格、翌日以降参加ができる内容（プライベート・専用車利用）
- ⑥佐賀県有田町：日帰り・高価格、翌日以降参加ができる内容（プライベート）

（2）欧米豪出身者オンラインインタビュー：旅ナカでのガイドツアーニーズを深掘り

【対象者】欧米豪出身で、日本でのインバウンド業務に携わる者 2名

【聴取内容】ガイドツアー参加経験/旅ナカでのガイドツアーニーズ/九州内でのガイドツアー参加希望

## 【調査結果】

- ・ガイドツアーでは付加価値の提供と「自分が知らないローカルな町」での体験・観光を重視
- ・都市部以外ではガイド・地域とのコミュニケーションが生まれるプライベートツアーが求められる

## 2. 第一回検討会：旅ナカでのガイドツアー販売にあたり検討が必要な事項を協議

【検討事項】旅ナカでの効果的なガイドツアー販売方法（設置場所や案内方法）/旅ナカでの効果的なガイドツアーの商品内容・ガイドアサイン方法

## 3. カウンター実証・アンケート調査：カウンターでのツアー相談及びニーズ調査を実施

【実施日程】令和7年10月20日(月)～10月26日(日)

【実施場所】博多駅総合案内所 及び 福岡市観光案内所（天神）

【実施体制】各場所に英語話者2名を配置

【実施手法】・OTA掲載による予約・決済  
・Webアンケートによる定量調査



## 4. 第二回検討会：実証結果を基に、次年度以降の磨き上げのための取組を検討

【検討議題】旅ナカでの効果的なガイドツアー紹介方法/プライベートツアーとグループツアーの差別化方法/ガイドツアーの旅ナカ販売において効果的な決済方法

## 調査・分析

## 調査結果

アンケート有効回答数：236件

- ・ **ガイドツアーへの興味関心は多い**：80%がいずれかのツアーに興味を示す。旅ナカに知っていた場合の予約希望者は50%以上
- ・ **既存旅程の充足**：70%が滞在中の予定が決定済み。特に博多駅では同日に福岡を離れる人も多く、到着後早めのアプローチが必要
- ・ **短時間ツアーへのニーズ**：希望は2～3時間に集中（54%）。短時間の商品拡充が求められる一方、「抹茶」などテーマが刺されれば1日ツアーも需要あり
- ・ **柔軟なツアーアレンジの必要性**：決められたコース・内容ではなく、要望に応じて内容をアレンジして欲しいという声が多く聞かれた
- ・ **求められるホテルでの情報発信**：旅ナカでのリアルな情報タッチポイントの希望は、ホテルがトップ（29件/126件中）。旅中に必ず訪れ、時間に余裕のあるタイミングでのアプローチが有効

## 明らかとなった課題・必要なアプローチ

- ① **相談カウンターの設置場所** …次の目的地へ移動中の人が多く、じっくりご案内ができない  
→ 街中の設置場所・運営会社の検討、ホテルとの情報連携方法の検討や連携先選定が必要
- ② **相談カウンターの運営体制** …検討中の方への要望ヒアリングやアレンジ提案ができない  
→ その場での商品アレンジの実施を見据えた商品設計・スタッフ選定・対応フローの検討が必要
- ③ **ガイドツアーの商品内容** …滞在中の予定が決まっても気軽に参加できるツアーが不足  
→ 気軽な2～3時間コースの設定・設計、カスタマイズ可能な1日ツアーの設計・検討が必要
- ④ **ガイドの供給体制** …即日出発可能なガイドの事前確保は予約が入らないリスクが発生  
→ ガイドツアー開催の事前周知によるリスク軽減、ガイド確保が可能なスケジュールの検討が必要

## 目指すべき理想の方向性

観光客の嗜好性や日本滞在中の過ごし方を踏まえターゲットを2パターン設定し、それぞれに対して適切な方法で訴求をおこなう必要がある。

【ターゲット①】ライト層…空いた時間を有効活用し、手軽・気軽に参加したい人  
タッチポイント：街中での観光案内や手荷物預け、チケット手配等とのワンストップ展開  
商品設計：今すぐ・短時間で参加できるウォーキングツアーの設計・商品拡充

【ターゲット②】高付加価値層…時間に余裕があり、特別感のある体験をじっくり検討したい人  
タッチポイント：ホテルコンシェルジュへの情報提供や個別での商品提供等、宿泊施設との連携  
商品設計：ストーリーがあり、希望に合わせてカスタマイズ可能な特別感を感じる商品の設計

## 次年度以降の取組

1. ニーズに合わせたガイドツアーの商品設計（短時間ツアーの拡充）の検討（DMO、DMC、ガイド団体等）
2. 観光案内所やホテルと連携した、旅ナカでの情報発信強化の検討（DMO/観光協会、コンシェルジュ、ガイド団体等）
3. 人材確保も含めたガイドの供給体制の整備・運営体制の検討（自治体、DMO等）