

記入にあたっての留意点

- ・ 様式１について、本記入要領に従い、簡潔かつ明瞭に記入すること。
- ・ 各項目に設定された枠内に記載内容が収まらない場合は、枠組みを拡大する等して記入すること。
- ・ 各項目の記載枠については、適宜、行や欄の追加等を行ってよい。
- ・ 記入に当たっては、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を参照すること。
- ・ 記入に当たっては、各項目について構想段階のものであっても可能とする。
ただし、構想段階の項目は、必ず赤字で記入すること。
加えて、構想段階の項目については、設定された枠内に、必ず各項目の実現・実行に向けたスケジュール等を明確に赤字で記入すること。

※次ページ以降に記入し、提出すること。

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 6 年 7 月 18 日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO 地域連携DMO・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人九州観光機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県	
所在地	福岡県福岡市中央区渡辺通2丁目1番82号 電気ビル共創館7階	
設立時期	2005年4月1日設立 2014年4月1日に一般社団法人化 2018年3月30日に日本版DMO法人（広域連携DMO）として登録 2022年6月15日（登記6月30日）に名称変更	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	36人【常勤35人（正職員4人・出向等30人）、非常勤1人】*2024年6月現在	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 唐池 恒二 （出身組織名） 九州旅客鉄道（株）	<ul style="list-style-type: none"> ・2009年6月に九州旅客鉄道代表取締役社長に就任、2013年10月に運行を開始したクルーズトレイン「ななつ星 in 九州」は、その企画から運行まで自ら陣頭指揮を執った。 ・2014年6月九州旅客鉄道代表取締役会長に就任 ・2022年4月九州旅客鉄道取締役相談役に就任 ・2023年6月九州旅客鉄道相談役に就任 ・政財界等の要職も多く務め、観光産業にとどまらない幅広い人脈や経営者としての視点で九州観光産業を牽引している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 濱崎 隆「専従」 （出身組織名） （株）リクルート	（株）リクルートにて、事業企画、営業企画等を歴任後、じゃらんリサーチセンターにて地域のマーケティングやプロモーション事業を担当。地域づくりやマーケティング、デジタルでの情報発信にわたる幅広い実務経験と知見と有している。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 黒木康公「専従」 （出身組織名） 宮崎県庁	宮崎県庁にて、事業執行、予算管理などに従事。当機構の安定的かつ持続可能な運営のため、財務管理や財源確保に関する検討等を行う。

※必ず記入すること		
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 里浦 徹 <専従> （出身組織名） （株）JTB	・ 事業本部長 ・ (株)JTB で佐賀及び鹿児島教育旅行センター所長、佐世保支店長、佐賀支店長を歴任し、2020 年 2 月より現職。主に法人旅行営業の最前線で渉外業務に従事していたことで、旅行商品販売・旅行業界事情に 関する幅広い知識と経験および人脈を有する。
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）		
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	各県において、「観光政策全般」を担当する下記の部局と連携。 ・ 福岡県商工部観光局 ・ 佐賀県地域交流部文化・観光局 ・ 長崎県文化観光国際部 ・ 熊本県観光戦略部 ・ 大分県商工観光労働部観光局 ・ 宮崎県商工観光労働部観光経済交流局 ・ 鹿児島県観光・文化スポーツ部	
連携する事業者名及び役割	九州の主要経済団体 ・ 一般社団法人九州経済連合会 ・ 九州商工会議所連合会 ・ 九州経済同友会 ・ 九州経営者協会 その他、 ・ 交通事業者、観光関連事業者、地域産品事業者、マスコミ各社（情報発信、広報・PR）等。 機構会員企業・団体全 388 会員（県・観光連盟 14 会員、一般 374 会員） ※2023 年 5 月 21 現在	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	①九州の官民連携の仕組み～「九州観光戦略」および「九州観光推進機構」 ・ 九州では、「九州はひとつ」の理念の元、九州地方知事会と九州の経済団体（九州経済連合会、九州商工会議所連合会、九州経済同友会、九州経営者協会）から成る「九州地域戦略会議」が 2003 年 10 月に設立された。 ・ 「九州地域戦略会議」の実行組織である「九州観光戦略委員会」を 2004 年 1 月に発足させ、九州の官民一体で取り組む施策として「九州観光戦略」を 2004 年 10 月に策定した。 （九州観光戦略委員会メンバー：九州各県および各経済団体および交通・金融・観光関係企業・団体・九州観光推進機構※発足後に追加） ・ なお、九州観光推進機構は「九州観光戦略」を中核的に展開する「官民共同」の常設実行組織として 2005 年 4 月 1 日に設立された。 ・ 「九州観光戦略委員会」は、「九州観光戦略」をより具体的な取り組みにするべく、3 か年毎のアクションプランを定め、県、経済団体、民間企業、九州観	

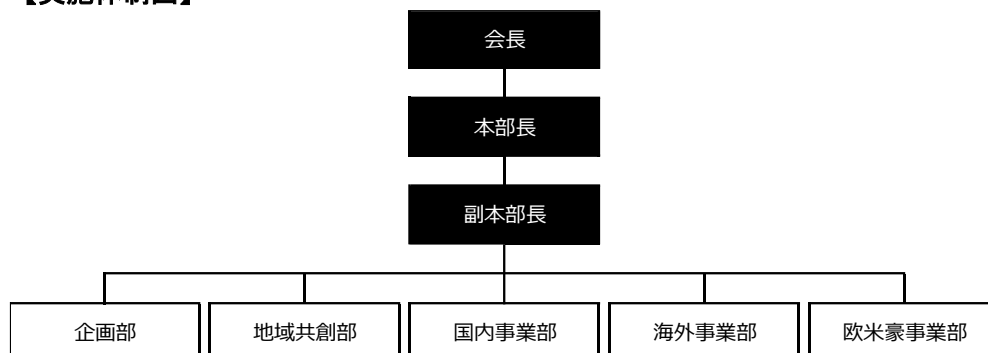
	<p>光推進機構の各々の役割分担を設定し、九州一体となった事業推進を行っている。なお、2023 年 9 月に、2024 年度から 2030 年度を計画期間とした「第三期九州観光戦略」を策定した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2022 年 6 月、観光と地域づくりが一体となった取組みをより主導的に進めていくことを目指すため、名称を「九州観光推進機構」から「九州観光機構」へ変更した。 <p>②九州観光機構の合意形成の仕組み～総会・理事会・運営協議会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・機構の事業計画の内容審議、事業進捗状況の報告・確認、結果の評価等にあたっては、九州 7 県および機構会員企業・団体より選出された役員より構成される理事会（年 4 回程度開催）にて合意形成を行っている。 ・理事会に提出する議案及び事業推進のために必要な事項については、実務者レベルで構成される運営協議会（年 3 回程度開催）にて合意形成を図っている。 ・また、総会を年 1 回開催し、当機構の正会員に対し、事業内容を報告するとともに、幅広く意見を聴取し、事業執行への反映に努めている。 				
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	<p>地域での住民参加のセミナーや大学での講演活動等を通じて、観光や地域づくり等に関する意識啓発を行っている。</p>				
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td><td> <p>■九州のブランドイメージ戦略</p> <p>2014 年より、「温泉を入り口に九州を海外に浸透させる」を基本戦略に、温泉プラス九州各地の自然や食など他の観光素材に広がりを持たせて、魅力あふれる九州の発信を行っている。</p> <p>○九州ならではの価値の言語化</p> <p>2018 年度には、このブランドイメージを元に更なるブランディングを行い、九州独自の価値として「Energy（活きた火山とともに生きる島）」「Fertility（海に囲まれた豊かな大地）」「Gateway（人と文化が融合する日本の玄関口）」を定めるとともに「訪れるたびに、笑顔になれる島 九州」というブランドコンセプトを再構築し（ロゴマーク、キャッチコピーは変更せず）、情報発信を行っている。</p> <p>■九州への来訪促進</p> <p><WEB・SNS を活用した情報発信></p> <p>○SNS を活用した情報発信</p> <p>九州の観光情報の認知向上に向けて、積極的に SNS を活用している。対象市場別の発信メディアは下記の通り。発信内容は、当機構内での組織横断での編集会議を通じて、時期、市場ごとの特性に応じた内容を都度発信している。</p> <p>※発信中の SNS 一覧</p> <p>Facebook：日本語・繁体字・韓国語・英語・タイ語</p> <p>Instagram：日本語・韓国語・英語</p> </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>■九州のブランドイメージ戦略</p> <p>2014 年より、「温泉を入り口に九州を海外に浸透させる」を基本戦略に、温泉プラス九州各地の自然や食など他の観光素材に広がりを持たせて、魅力あふれる九州の発信を行っている。</p> <p>○九州ならではの価値の言語化</p> <p>2018 年度には、このブランドイメージを元に更なるブランディングを行い、九州独自の価値として「Energy（活きた火山とともに生きる島）」「Fertility（海に囲まれた豊かな大地）」「Gateway（人と文化が融合する日本の玄関口）」を定めるとともに「訪れるたびに、笑顔になれる島 九州」というブランドコンセプトを再構築し（ロゴマーク、キャッチコピーは変更せず）、情報発信を行っている。</p> <p>■九州への来訪促進</p> <p><WEB・SNS を活用した情報発信></p> <p>○SNS を活用した情報発信</p> <p>九州の観光情報の認知向上に向けて、積極的に SNS を活用している。対象市場別の発信メディアは下記の通り。発信内容は、当機構内での組織横断での編集会議を通じて、時期、市場ごとの特性に応じた内容を都度発信している。</p> <p>※発信中の SNS 一覧</p> <p>Facebook：日本語・繁体字・韓国語・英語・タイ語</p> <p>Instagram：日本語・韓国語・英語</p>
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<p>■九州のブランドイメージ戦略</p> <p>2014 年より、「温泉を入り口に九州を海外に浸透させる」を基本戦略に、温泉プラス九州各地の自然や食など他の観光素材に広がりを持たせて、魅力あふれる九州の発信を行っている。</p> <p>○九州ならではの価値の言語化</p> <p>2018 年度には、このブランドイメージを元に更なるブランディングを行い、九州独自の価値として「Energy（活きた火山とともに生きる島）」「Fertility（海に囲まれた豊かな大地）」「Gateway（人と文化が融合する日本の玄関口）」を定めるとともに「訪れるたびに、笑顔になれる島 九州」というブランドコンセプトを再構築し（ロゴマーク、キャッチコピーは変更せず）、情報発信を行っている。</p> <p>■九州への来訪促進</p> <p><WEB・SNS を活用した情報発信></p> <p>○SNS を活用した情報発信</p> <p>九州の観光情報の認知向上に向けて、積極的に SNS を活用している。対象市場別の発信メディアは下記の通り。発信内容は、当機構内での組織横断での編集会議を通じて、時期、市場ごとの特性に応じた内容を都度発信している。</p> <p>※発信中の SNS 一覧</p> <p>Facebook：日本語・繁体字・韓国語・英語・タイ語</p> <p>Instagram：日本語・韓国語・英語</p>				

		<p>Weibo：簡体字 YouTube：日本語</p> <p>○WEB サイト 各種プロモーションや SNS での情報発信の受け皿として、言語毎の WEB サイトを運営。認知・関心をより高めるとともに、九州ブランドの発信や記事やモデルコース等の具体的な九州旅行に関する情報提供を通じて、九州旅行への誘致促進を行っている。</p> <p>＜国内向けプロモーション＞ ○国内旅行会社へ向けた観光素材説明会・相談会の開催 国内大都市圏及び中国地方などから九州への旅行促進を図るため、旅行会社・メディア等を対象に観光素材説明会を実施。各県バラバラでなく、九州全体で協働でして取り組むことでより効果的な発信を行っている。</p> <p>○旅行会社・鉄道・航空会社と連携したプロモーション 関東・中部・関西近畿の大都市および他地域の政令指定都市等から九州への旅行を促進するため、旅行会社や旅客運送事業者等と連携し、対象圏域の特性に応じたプロモーションによる九州への入れ込み客（宿泊客）の増加を図っている。</p> <p>○修学旅行誘致拡大に向けたプロモーション事業 大都市圏からの修学旅行の誘致を目的として、修学旅行素材説明会・相談会の開催や教育旅行関係者現地視察研修、教育旅行誘致セールス、モデルルート・教育旅行素材の開発等の活動を行っている。</p> <p>＜海外向けプロモーション＞ ○各国・地域別プロモーション事業 九州の認知度向上および誘客促進を図るため、各国・地域ごとの市場・顧客特性に合わせたマーケティング活動や B t o C、B t o B プロモーション活動を展開している。 （対象国と地域：韓国、台湾、香港、中国、東南アジア、欧米豪） 2020 年度からは、特に予算を増額して「欧米豪からの誘客拡大に向けた新たな取組み」事業を強化。具体的な取組として、海外の現地レップ（2024 年度は米・豪の 2 か所に設置）を通じたメディア・旅行会社への広報活動、デジタルマーケティング等を行っている。</p>
	受入環境の整備	<p>○九州アジア観光アイランド特区ガイド育成支援事業 「九州アジア観光アイランド総合特区」の事業として、2013 年から「特区ガイド（地域限定特例通訳案内士）制度」による中国語・韓国語・タイ語の通訳案内の整備を進め、スキルアップ研修等を実施するなど、ガイドの活用促進に取り組んだ。2021 年 3 月 31 日九州アジア観光アイランド特区指定解除に伴い、新規のガイド育成は終了した。</p>

	<div>観光資源の磨き上げ</div> <div>■来訪者の滞在・消費促進 ○九州オルレの立ち上げ 韓国からの誘客拡大を目指し、社団法人済州オルレとの協定締結により、「九州オルレ」を開始した。2024 年 4 月現在、18 コースが認定。宿泊施設や温泉をはじめとする九州にしかない観光地を組み合わせることにより、高付加価値な九州トレッキングとしてイメージ定着を図り、九州への誘客拡大へつなげている。 ○アドベンチャーツーリズムの推進 欧米豪市場で成長を続けており、消費単価が高く、かつ環境への配慮や地域への経済的貢献などを重視するアドベンチャーツーリズムについて、九州全体への浸透、商談会等を通じた販売促進等の取組を推進している。</div>																																																																																						
	<div>【定量的な評価】</div> <div>・2023 年度までは、「第二期九州観光戦略（2014 年～2023 年）」において、「第3 次アクションプラン（2020 年～2023 年）」を推進。2024 年度より「第三期九州観光戦略（2024 年～2030 年）」において「第1 次アクションプラン」を推進していく。数値目標および現状の進捗状況は下記の通り。</div> <div>○第三期九州観光戦略数値目標（九州一体として取り組む目標）</div> <div>数値目標</div> <table><tr><th rowspan="3"></th><th rowspan="3">第二期</th><th colspan="4">第三期九州観光戦略</th><th rowspan="3">日本全体 2030年 目標</th></tr><tr><th colspan="3">第1次アクションプラン</th><th>第2次アクションプラン</th></tr><tr><th>2019年 実績</th><th>2024年 目標</th><th>2025年 目標</th><th>2026年 目標</th><th>2030年 目標</th></tr><tr><td>観光消費額 ※1</td><td>2.88兆円</td><td>2.68兆円</td><td>3.04兆円</td><td>3.20兆円</td><td>4兆円</td><td>37兆円</td></tr><tr><td>訪日外国人</td><td>3,739億円</td><td>3,500億円</td><td>4,936億円</td><td>6,574億円</td><td>1.2兆円</td><td>15兆円</td></tr><tr><td>日本人</td><td>25,068億円</td><td>23,300億円</td><td>25,500億円</td><td>25,500億円</td><td>2.8兆円</td><td>22兆円</td></tr><tr><td>延べ宿泊者数 ※2</td><td>5,869万人泊</td><td>5,292万人泊</td><td>5,822万人泊</td><td>5,976万人泊</td><td>7,305万人泊</td><td></td></tr><tr><td>訪日外国人</td><td>868万人泊</td><td>723万人泊</td><td>918万人泊</td><td>1,165万人泊</td><td>2,054万人泊</td><td></td></tr><tr><td>日本人</td><td>5,001万人泊</td><td>4,568万人泊</td><td>4,903万人泊</td><td>4,811万人泊</td><td>5,251万人泊</td><td></td></tr><tr><td>九州へのリピーター率</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>訪日外国人（アジア）</td><td></td><td colspan="3">46%</td><td>47%</td><td></td></tr><tr><td>訪日外国人（欧米豪）</td><td></td><td colspan="3">23%</td><td>24%</td><td></td></tr><tr><td>日本人</td><td></td><td colspan="3">64%</td><td>65%</td><td></td></tr></table> <div>※1 九州・長崎IRによる効果は含まず ※2 数値は、すべての宿泊施設における延べ宿泊者数</div>		第二期	第三期九州観光戦略				日本全体 2030年 目標	第1次アクションプラン			第2次アクションプラン	2019年 実績	2024年 目標	2025年 目標	2026年 目標	2030年 目標	観光消費額 ※1	2.88兆円	2.68兆円	3.04兆円	3.20兆円	4兆円	37兆円	訪日外国人	3,739億円	3,500億円	4,936億円	6,574億円	1.2兆円	15兆円	日本人	25,068億円	23,300億円	25,500億円	25,500億円	2.8兆円	22兆円	延べ宿泊者数 ※2	5,869万人泊	5,292万人泊	5,822万人泊	5,976万人泊	7,305万人泊		訪日外国人	868万人泊	723万人泊	918万人泊	1,165万人泊	2,054万人泊		日本人	5,001万人泊	4,568万人泊	4,903万人泊	4,811万人泊	5,251万人泊		九州へのリピーター率							訪日外国人（アジア）		46%			47%		訪日外国人（欧米豪）		23%			24%		日本人		64%			65%	
	第二期			第三期九州観光戦略					日本全体 2030年 目標																																																																														
				第1次アクションプラン			第2次アクションプラン																																																																																
		2019年 実績	2024年 目標	2025年 目標	2026年 目標	2030年 目標																																																																																	
観光消費額 ※1	2.88兆円	2.68兆円	3.04兆円	3.20兆円	4兆円	37兆円																																																																																	
訪日外国人	3,739億円	3,500億円	4,936億円	6,574億円	1.2兆円	15兆円																																																																																	
日本人	25,068億円	23,300億円	25,500億円	25,500億円	2.8兆円	22兆円																																																																																	
延べ宿泊者数 ※2	5,869万人泊	5,292万人泊	5,822万人泊	5,976万人泊	7,305万人泊																																																																																		
訪日外国人	868万人泊	723万人泊	918万人泊	1,165万人泊	2,054万人泊																																																																																		
日本人	5,001万人泊	4,568万人泊	4,903万人泊	4,811万人泊	5,251万人泊																																																																																		
九州へのリピーター率																																																																																							
訪日外国人（アジア）		46%			47%																																																																																		
訪日外国人（欧米豪）		23%			24%																																																																																		
日本人		64%			65%																																																																																		
<div>実施体制</div> <div>※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</div>	<div>【実施体制の概要】</div> <div>九州観光機構は、企画部・地域共創部・国内事業部・海外事業部・欧米豪事業部の 5 部体制である。 ・2020 年 4 月に欧米豪からの誘客促進のため、海外誘致部内に欧米豪プロモーションセンターを新設。また、2022 年には、九州各地の観光素材の収集・磨き上げを強化すべく、企画部内に、地域連携室を新設。2024 年に、欧米豪プロモーションセンターおよび地域連携室の活動を強化すべく、部に再編成を行った。</div>																																																																																						

事業本部の人員は、行政（九州 7 県）、会員企業（運輸、旅行会社、インフラ、情報通信など）からの出向社員およびプロパー職員計 36 名で構成

【実施体制図】



<理事会>

○会長（九州旅客鉄道）

○副会長（JTB、鹿児島県）

○専務理事 事業本部長（JTB）

○その他理事

福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県

いわさきコーポレーション、九州経済連合会、九州旅客鉄道、全日本空輸、西日本鉄道、西日本旅客鉄道、日本航空、日本旅行

○監事（九州電力株式会社、東武トップツアーズ）

<事業本部>

○事業本部長（JTB）

○副本部長（リクルート）

○企画部長（宮崎県）

○地域共創部（ANA あきんど）

○国内事業部長（日本旅行）

○海外事業部長（鹿児島県）

○欧米豪事業部長（日本航空）

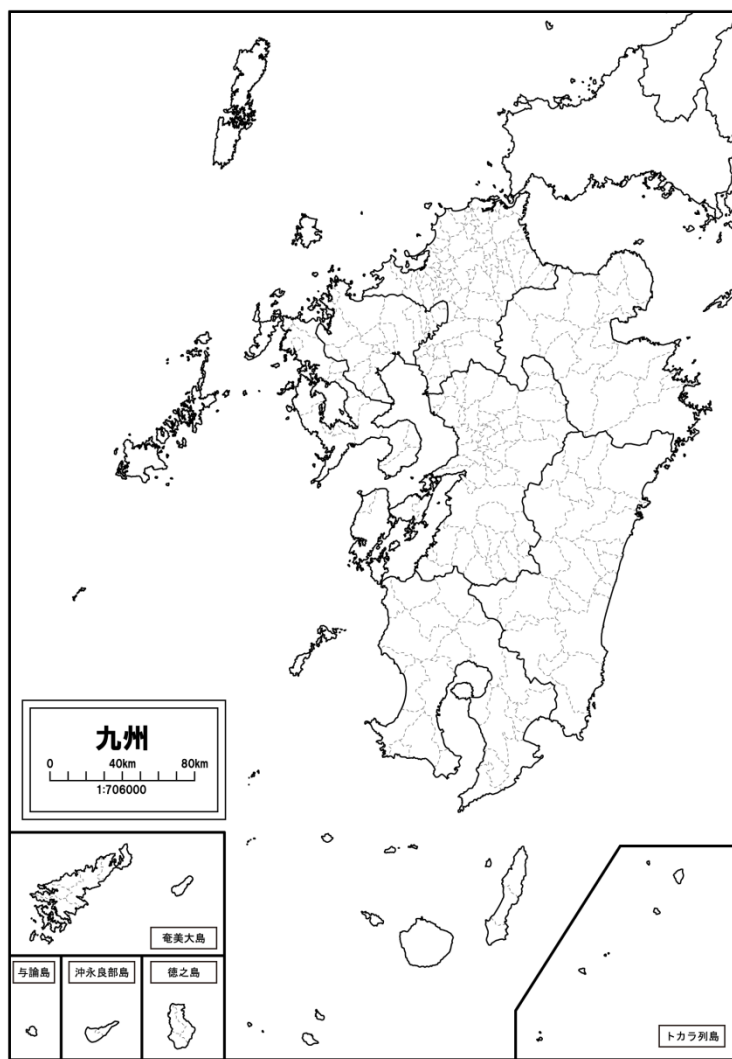
※出向職員派遣元

福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、

JTB、日本旅行、ANA あきんど、九州旅客鉄道、西日本鉄道、日本航空、全日本空輸、九州電力、NTT ドコモ、リクルート、QTmedia、西日本電信電話株式会社

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

九州観光機構は、九州地方知事会と九州経済連合会、九州経済同友会、九州経営者協会からなる九州地域戦略会議で策定された「九州観光戦略」の実行組織として設立されており、そのカバー区域の観点においても九州7県での区域設定となっている。一方で、旅行者から見ても、旅行実施の観点で見ても、「九州」として広域での視点で検討・旅行実施することが多く、当該地方公共団体で連携した区域設定とすることが適切である。

【観光客の実態等】

＜九州への外国人入国者数推移＞

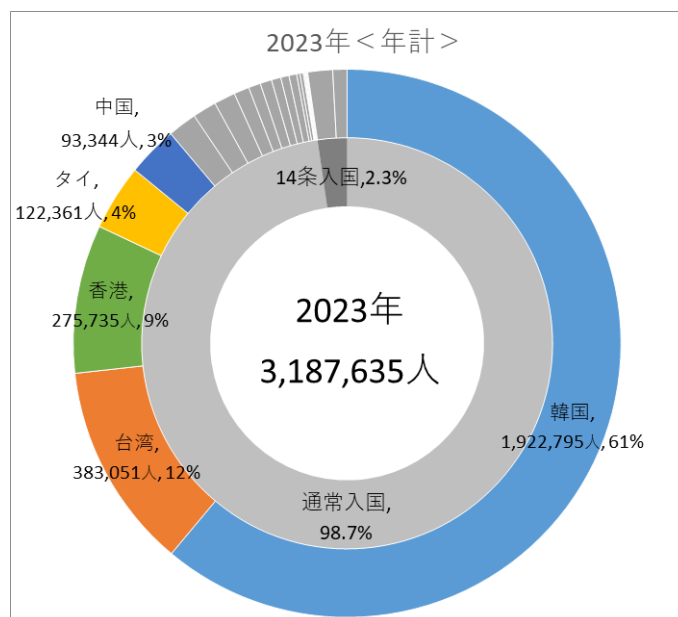
2012年以降入国者数は増加の一途をたどり、2018年は511.6万人と過去最高の入国者数となったが、2019年は韓国および中国からの14条入国（クルーズ）による入国者数が減となったため、422.2万人となった。2020年からCOVID-19（新型コロナウイルス感染症）による影響で入国者数が減少したが、2023年は318.7万人（対2019年比75.5%）まで回復した。

暦年	計（年報）	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019 [14条含む] （対前年比）	4,222,099 (82.5%)	429,268 (95.7%)	389,410 (89.0%)	399,311 (99.7%)	380,770 (89.6%)	369,933 (91.6%)	423,361 (98.9%)	418,878 (92.1%)	330,240 (74.7%)	269,772 (64.0%)	256,633 (60.2%)	276,087 (68.4%)	278,363 (65.6%)
内 通常入国 （対前年比）	3,107,343 (85.8%)	343,560 (107.4%)	332,586 (106.4%)	332,421 (106.6%)	313,208 (98.3%)	298,443 (101.8%)	299,689 (102.2%)	266,205 (93.9%)	192,670 (68.9%)	161,164 (56.2%)	183,043 (61.2%)	187,171 (62.6%)	197,110 (60.4%)
内 14条入国 （対前年比）	1,114,756 (74.7%)	85,708 (66.6%)	56,824 (45.5%)	66,890 (75.4%)	67,562 (63.7%)	71,490 (64.5%)	123,672 (91.7%)	152,673 (89.0%)	137,570 (84.7%)	108,608 (80.4%)	73,590 (57.9%)	88,916 (84.9%)	81,253 (83.1%)
2020 [14条含む] （対前年比）	404,824 (9.6%)	289,487 (67.4%)	100,192 (25.7%)	11,102 (2.8%)	37 (0.0%)	273 (0.1%)	11 (0.0%)	81 (0.0%)	89 (0.0%)	84 (0.0%)	223 (0.1%)	820 (0.3%)	2,414 (0.9%)
内 通常入国 （対前年比）	335,766 (10.8%)	220,429 (64.2%)	100,192 (30.1%)	11,102 (3.3%)	37 (0.0%)	273 (0.1%)	11 (0.0%)	81 (0.0%)	89 (0.0%)	84 (0.1%)	223 (0.1%)	820 (0.4%)	2,414 (1.2%)
内 14条入国 （対前年比）	69,058 (6.2%)	69,058 (80.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
2021 [14条含む] （対前年比）	6,119 (1.5%)	2,129 (0.7%)	191 (0.2%)	349 (3.1%)	352 (951.4%)	264 (96.7%)	261 (2372.7%)	453 (559.3%)	191 (214.6%)	400 (476.2%)	458 (205.4%)	630 (76.8%)	441 (18.3%)
内 通常入国 （対前年比）	6,119 (1.8%)	2,129 (1.0%)	191 (0.2%)	349 (3.1%)	352 (951.4%)	264 (96.7%)	261 (2372.7%)	453 (559.3%)	191 (214.6%)	400 (476.2%)	458 (205.4%)	630 (76.8%)	441 (18.3%)
内 14条入国 （対前年比）	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
2022 [14条含む] （対前年比）	402,197 (6572.9%)	533 (25.0%)	597 (312.6%)	2,144 (614.3%)	5,222 (1483.5%)	6,264 (2372.7%)	5,258 (2014.6%)	8,034 (1773.5%)	11,108 (5815.7%)	13,823 (3455.8%)	49,116 (10724.0%)	123,538 (19609.2%)	176,560 (40036.3%)
内 通常入国 （対前年比）	402,197 (6572.9%)	533 (25.0%)	597 (312.6%)	2,144 (614.3%)	5,222 (1483.5%)	6,264 (2372.7%)	5,258 (2014.6%)	8,034 (1773.5%)	11,108 (5815.7%)	13,823 (3455.8%)	49,116 (10724.0%)	123,538 (19609.2%)	176,560 (40036.3%)
内 14条入国 （対前年比）	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
2023 [14条含む] （対前年比）	3,187,635 (792.6%)	205,477 (38551.0%)	201,758 (33795.3%)	223,239 (10412.3%)	234,552 (4491.6%)	224,506 (3584.1%)	251,307 (4779.5%)	275,142 (3424.7%)	279,453 (2515.8%)	277,730 (2009.2%)	317,407 (646.2%)	338,833 (274.3%)	358,231 (202.9%)
内 通常入国 （対前年比）	3,115,076 (774.5%)	205,477 (38551.0%)	201,758 (33795.3%)	222,494 (10377.5%)	230,332 (4410.8%)	224,215 (3579.4%)	244,777 (4655.3%)	266,019 (3311.2%)	272,036 (2449.0%)	271,816 (1966.4%)	307,817 (626.7%)	326,711 (264.5%)	341,624 (193.5%)
内 14条入国 （対前年比）	72,559 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	745 (0.0%)	4,220 (0.0%)	291 (0.0%)	6,530 (0.0%)	9,123 (0.0%)	7,417 (0.0%)	5,914 (0.0%)	9,590 (0.0%)	12,122 (0.0%)	16,607 (0.0%)

※法務省出入国管理統計より（単位：人）九州観光機構にて集計

<九州への外国人入国者数国籍別内訳（2023年）>

2023年の九州への入国者数は、318.7万人（通常入国311.5万人、14条入国7.3万人）まで回復した。国別では、韓国61%で最も高く、次いで台湾、香港、タイ、中国からの入国者が多く、東アジア・東南アジアからの入国者が94.4%を占める（中国からの14条入国を含む）。



※法務省出入国管理統計より（単位：人）九州観光機構にて集計

<九州の延べ宿泊者数推移>

九州の延べ宿泊者数は、2010年以降、熊本地震の影響があった2016年以外は対前年越えが続き、拡大を続け、2019年は4,963万人泊で過去最高となった。しかし、COVID-19（新型コロナウイルス感染症）による影響で2020年には2,802万人泊、2021年には2,609万人泊まで減少した。その後、2022年には3,664万人、2023年には4,590万人泊（2019年比92.5%）まで回復した。全宿泊者数に占めるシェア（2023年）は、外国人15.2%、日本人84.8%であり、2019年と同程度であった。（2019年：外国人15.2%、日本人84.8%）

・九州の延べ宿泊者数全体(日本人＋外国人)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
2019年	3,614,550	3,809,160	4,518,150	4,194,760	4,359,060	3,736,560	4,081,420	4,835,150	3,798,530	4,263,910	4,434,810	3,983,230	49,629,290
2020年	3,685,640	3,492,500	2,287,510	819,660	658,970	1,327,920	1,963,890	2,050,400	2,346,320	2,949,910	3,521,440	2,915,860	28,020,020
2021年	1,351,300	1,425,620	2,393,030	2,054,880	1,591,040	1,486,920	2,423,820	2,156,370	1,641,290	2,721,400	3,313,130	3,534,760	26,093,560
2022年	2,334,590	1,755,160	2,808,380	2,862,420	3,004,530	2,687,600	3,086,010	3,628,140	3,108,520	3,573,640	3,954,230	3,840,540	36,643,760
2023年	3,140,560	3,394,240	4,104,240	3,459,560	3,900,350	3,451,970	3,772,720	4,361,570	3,713,380	4,201,550	4,330,720	4,069,380	45,900,240

(単位：人泊)

※観光庁「宿泊旅行統計調査」従業員10人以上施設より (単位：人泊)

＜九州の延べ宿泊者数(2023年)県別内訳＞

2022年の九州の延べ宿泊者数の内訳を見ると、全体(日本人＋外国人)では38.4%、外国人では62.7%が福岡県に集中している。宿泊者数全体における外国人宿泊者数シェアは、15.2%と2019年度同程度になった。

・県別延べ宿泊者数全体(日本人＋外国人)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計	
福岡	2019年	1,369,220	1,392,530	1,612,370	1,570,020	1,565,930	1,507,540	1,581,780	1,701,330	1,461,260	1,605,970	1,647,920	1,511,770	18,527,640
	2020年	1,421,750	1,282,320	745,060	251,550	216,020	394,020	583,900	567,090	676,730	866,200	1,028,490	869,320	8,902,450
	2021年	434,390	442,560	746,920	651,720	473,370	479,680	721,990	627,260	541,670	884,560	1,038,210	1,170,630	8,212,960
	2022年	789,790	617,470	948,930	964,150	978,930	900,350	1,064,420	1,214,060	1,074,570	1,239,800	1,378,590	1,439,040	12,610,100
	2023年	1,249,830	1,343,220	1,507,090	1,265,690	1,405,600	1,376,210	1,449,040	1,659,570	1,426,460	1,584,790	1,679,350	1,685,530	17,632,380
佐賀	2019年	187,380	189,410	233,480	218,690	215,170	182,990	204,970	235,650	186,290	196,900	210,280	182,030	2,443,240
	2020年	180,030	153,790	111,440	39,820	27,180	62,820	100,730	116,290	134,860	159,900	188,810	163,650	1,439,320
	2021年	77,650	78,660	121,560	92,180	83,350	79,190	124,010	130,370	95,570	132,930	166,160	166,530	1,348,160
	2022年	127,660	89,360	133,540	161,340	172,840	141,100	149,400	171,570	152,930	159,550	199,570	161,780	1,820,640
	2023年	156,750	159,590	174,080	177,930	190,830	157,150	176,580	171,290	157,250	167,560	186,530	165,200	2,040,740
長崎	2019年	395,670	479,780	596,160	518,180	596,260	442,590	480,470	635,940	444,760	528,010	542,890	478,590	6,139,300
	2020年	396,310	394,620	248,510	95,980	73,620	186,410	316,620	273,520	323,750	419,340	518,530	426,270	3,673,480
	2021年	166,210	165,610	332,140	278,660	194,880	182,950	335,410	290,140	190,450	384,600	493,020	491,430	3,505,500
	2022年	281,660	204,570	384,820	441,120	456,060	358,150	432,020	518,000	420,120	519,460	589,420	537,270	5,142,670
	2023年	372,850	391,980	538,890	454,040	544,490	422,310	465,200	591,150	481,670	553,150	565,130	498,890	5,879,750
熊本	2019年	469,150	464,540	578,520	575,120	604,820	475,250	538,510	706,830	522,980	576,120	606,480	530,620	6,648,940
	2020年	484,120	443,500	312,570	129,960	103,740	192,540	311,130	331,830	351,560	407,430	491,230	410,070	3,969,680
	2021年	202,300	213,370	341,170	338,740	266,090	219,530	352,160	300,610	245,470	384,010	463,240	479,370	3,806,060
	2022年	316,680	232,880	340,280	376,460	395,640	396,510	427,340	519,930	441,680	523,700	545,790	498,340	5,015,230
	2023年	378,690	424,390	588,310	509,740	581,130	478,520	530,740	648,990	547,300	635,120	637,820	553,110	6,513,860
大分	2019年	448,160	459,230	557,370	497,300	498,200	434,210	425,310	551,280	447,330	489,130	530,610	485,200	5,823,330
	2020年	452,300	427,140	336,850	97,460	88,450	183,850	244,850	281,330	323,340	410,280	472,130	362,460	3,680,440
	2021年	162,000	165,050	301,940	249,630	193,690	174,540	297,360	299,010	224,200	341,070	421,320	437,190	3,267,000
	2022年	307,770	223,520	408,000	344,810	364,380	341,710	376,990	469,460	386,580	424,280	504,610	491,070	4,643,180
	2023年	418,500	438,550	519,230	438,290	467,070	393,020	477,020	537,020	447,530	479,750	510,750	487,540	5,614,270
宮崎	2019年	256,680	324,020	337,450	276,050	299,490	234,170	313,270	363,780	258,010	302,350	311,850	280,320	3,557,440
	2020年	277,030	317,310	176,720	72,450	54,090	112,020	166,880	171,730	199,950	256,950	308,820	247,180	2,361,130
	2021年	100,300	145,900	194,580	168,420	122,460	142,260	248,300	182,400	125,880	238,240	289,900	322,320	2,280,960
	2022年	194,530	161,430	207,860	228,360	233,100	209,050	247,730	245,340	245,160	263,100	255,300	256,340	2,747,300
	2023年	207,130	244,350	264,960	226,010	242,470	230,150	210,040	227,350	215,940	247,090	255,770	221,820	2,793,080
鹿児島	2019年	488,280	499,650	602,800	539,390	579,170	459,810	537,110	640,330	477,900	565,440	584,780	514,700	6,489,360
	2020年	474,100	473,820	356,360	132,440	95,860	196,280	239,780	308,620	336,130	429,820	513,430	436,910	3,993,550
	2021年	208,450	214,470	354,730	275,540	257,180	208,760	344,580	326,580	218,060	355,980	441,300	467,300	3,672,930
	2022年	316,500	225,930	384,960	346,180	403,600	340,730	388,110	489,790	387,480	443,750	480,940	456,690	4,664,660
	2023年	356,810	392,160	511,690	387,860	468,760	394,610	464,110	526,200	437,220	534,110	495,380	457,300	5,426,210

・県別延べ宿泊者数(外国人)

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
福岡	2019年	348,610	332,730	338,690	368,070	316,510	357,340	358,840	280,210	220,280	331,750	270,820	264,040	3,787,890
	2020年	290,380	151,780	23,630	4,190	4,730	1,940	2,740	3,800	3,430	4,660	6,230	6,640	504,150
	2021年	10,220	4,810	5,440	4,370	5,130	6,330	7,820	4,260	7,690	18,390	7,820	6,420	88,700
	2022年	5,090	5,160	10,400	11,630	17,180	10,870	12,910	11,300	11,840	56,650	137,570	223,660	514,260
	2023年	281,250	274,510	275,180	282,730	307,360	362,710	388,300	404,180	367,450	442,120	482,340	523,480	4,391,610
佐賀	2019年	37,120	37,960	33,700	33,140	30,220	30,710	30,560	20,480	16,990	20,130	28,400	23,030	342,440
	2020年	25,090	8,230	750	430	150	220	240	300	160	310	400	590	36,870
	2021年	220	450	320	970	140	140	1,760	610	330	220	470	350	5,980
	2022年	140	170	710	630	780	450	600	390	570	1,590	4,690	6,490	17,210
	2023年	8,350	7,520	9,510	12,250	11,640	9,660	10,320	11,170	8,750	13,520	16,630	18,900	138,220
長崎	2019年	44,200	56,690	61,600	64,180	53,550	53,280	50,770	40,380	33,160	41,640	39,900	38,050	577,400
	2020年	37,730	19,340	5,830	2,360	1,630	1,850	4,730	2,000	2,240	3,530	4,400	5,490	91,130
	2021年	2,940	3,100	5,690	7,510	4,680	2,120	2,820	3,270	3,600	3,860	2,870	5,700	48,160
	2022年	2,740	4,200	3,890	5,250	5,910	4,480	6,160	6,280	5,620	7,310	17,870	20,720	90,430
	2023年	17,670	15,090	25,900	31,020	27,940	31,850	33,500	33,320	27,940	36,980	41,160	36,860	359,230
熊本	2019年	66,580	72,280	87,790	82,730	72,670	67,640	70,830	62,560	52,900	85,010	74,900	66,840	862,730
	2020年	56,500	28,620	5,370	1,020	970	950	1,300	1,090	1,510	770	2,140	3,140	103,380
	2021年	1,240	870	1,050	850	1,000	660	1,880	710	990	870	950	5,720	16,790
	2022年	830	310	1,970	1,590	1,150	3,360	3,030	3,770	2,630	7,110	21,050	32,650	79,450
	2023年	37,080	44,470	54,560	72,460	65,580	67,000	59,860	78,650	67,810	105,410	105,180	99,240	857,300
大分	2019年	112,110	116,120	99,900	94,020	78,450	74,210	66,040	48,580	42,100	91,840	49,890	59,930	933,190
	2020年	68,160	28,140	5,020	660	480	2,400	1,240	750	600	1,320	750	1,200	110,720
	2021年	2,460	1,020	1,780	730	610	1,000	2,850	1,540	720	2,090	980	500	16,280
	2022年	1,380	1,530	4,250	2,750	1,550	2,550	2,140	2,920	4,180	12,990	36,060	49,780	122,080
	2023年	55,370	64,700	57,710	71,420	61,580	65,780	65,600	67,160	83,250	91,450	100,390	111,430	895,840
宮崎	2019年	31,000	30,570	36,470	24,840	24,670	21,310	21,290	19,660	20,400	24,940	23,890	27,140	306,180
	2020年	26,730	14,090	2,980	450	360	600	670	760	590	860	710	380	49,180
	2021年	290	430	550	300	270	420	2,190	650	330	350	410	380	6,570
	2022年	260	130	240	600	620	570	2,260	870	1,330	2,110	5,120	4,120	18,230
	2023年	7,700	7,430	7,980	9,390	6,980	6,540	11,890	5,650	6,640	9,920	16,420	11,200	107,740
鹿児島	2019年	71,460	79,690	77,210	62,880	56,280	51,160	48,100	46,210	43,810	64,040	59,810	67,200	727,850
	2020年	55,590	34,770	6,060	860	1,210	990	1,180	770	640	680	900	1,360	105,010
	2021年	730	760	880	630	1,020	460	740	700	440	440	850	1,040	8,690
	2022年	870	390	790	670	970	1,780	900	1,310	1,340	3,140	7,130	7,460	26,750
	2023年	16,020	13,390	22,010	18,920	14,120	17,260	18,990	19,070	19,800	21,900	32,590	34,640	248,710

※観光庁「宿泊旅行統計調査」従業員 10 人以上施設より（単位：人泊）

<九州の観光消費額推移>

2023 年の九州における観光消費額は、2.70 兆円であった。

		観光消費額				
		訪日外国人	日本人			
			宿泊	日帰り		
2018年	実績	2.57兆円	4,040億円	21,687億円	17,184億円	4,503億円
2019年	実績	2.88兆円	3,739億円	25,068億円	20,825億円	4,243億円
2020年	実績	1.11兆円	440億円	10,708億円	8,755億円	1,953億円
2021年	実績	1.1兆円	データ無	10,950億円	8,746億円	2,204億円
2022年	実績	1.73兆円	497億円	16,780億円	13,728億円	3,052億円
2023年	実績	2.70兆円	4169億円	22,825億円	19,897億円	2,928億円

※観光庁「旅行・観光消費動向調査」・「訪日外国人の消費動向調査」より九州観光機構にて算出

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

- ・自然、温泉、食、歴史、文化、世界遺産、アクティビティといった九州内の観光資源をストーリーやテーマでつなぐことで面的な魅力を高める。
- ・国・地域別等に応じた観光資源を活用したプロモーション・情報発信を通じて九州への誘客を増やし、各県への周遊観光を促進する。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

- ・自然、温泉、食、歴史、文化、世界遺産、アクティビティといった九州内の観光資源をストーリーやテーマでつなぐことで面的な魅力を高める。
- ・国・地域別等に応じた観光資源を活用したプロモーション・情報発信を通じて九州への誘客を増やし、各県への周遊観光を促進する。

	福岡県	佐賀県	長崎県
主な 観光 資源	<ul style="list-style-type: none"> ・博多祇園山笠 ・戸畑祇園大山笠 ・博多どんたく ・博多ラーメン ・もつ鍋、水炊き ・柳川 ・北九州産業観光 ・太宰府 ・マリンワールド、海の中道 ・九州国立博物館 ・小倉城 ・門司港レトロ ・官営八幡製鐵所・三池炭鉱・三池港 ・「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群 	<ul style="list-style-type: none"> ・唐津くんち ・唐津城 ・佐賀バルーンフェスタ ・有田焼、伊万里焼 ・呼子活きイカ・朝市 ・嬉野温泉 ・武雄温泉 ・吉野ヶ里歴史公園 ・佐賀城、名護屋城跡並びに陣跡 ・九州陶磁文化館 ・三重津海軍所 ・鳥栖プレミアム・アウトレット ・祐徳稲荷神社 ・天山 ・虹の松原 	<ul style="list-style-type: none"> ・グラバー園 ・軍艦島 ・ハウステンボス ・九十九島パールシーリゾート ・原爆資料館 ・雲仙温泉（雲仙地獄） ・離島（五島、壱岐、対馬） ・稲佐山（夜景） ・長崎くんち ・長崎新地中華街 ・長崎ランタンフェスティバル ・島原城 ・波佐見焼 ・潜伏キリシタン関連遺産 ・長崎ペンギン水族館 ・長崎バイオパーク

熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県
<ul style="list-style-type: none"> ・阿蘇山 ・熊本城 ・天草イルカウォッチング ・山鹿灯籠まつり ・黒川温泉 ・グリーンランド ・日本遺産（人吉球磨地域、菊池川流域） ・球磨焼酎 ・馬刺し、辛子蓮根 ・八代妙見祭 ・万田坑・三角西港、天草 	<ul style="list-style-type: none"> ・別府温泉 ・由布院温泉 ・久住高原（九重夢大吊橋） ・アフリカンサファリ ・ハーモニーランド ・大分マリンパレス「うみたまご」 ・高崎山 ・関サバ、関アジ ・城下カレイ ・六郷満山（国東半島） ・宇佐神宮 ・昭和の町 ・杵築城下町 ・日田祇園・豆田町 	<ul style="list-style-type: none"> ・青島 日南海岸 ・鶴戸神宮 ・サンメッセ日南（モアイ像） ・飫肥 ・高千穂峡 ・西都原古墳群 ・都井岬（野生馬） ・生駒高原 ・神楽 ・スポーツキャンプ ・冷や汁 ・チキン南蛮・地鶏 ・太陽の卵（マンゴー） 	<ul style="list-style-type: none"> ・桜島 ・仙巖園・旧集成館 ・霧島温泉郷 ・霧島神宮 ・指宿温泉（砂蒸し温泉） ・黒豚 ・薩摩焼酎 ・奄美群島 ・屋久島 ・黒酢 ・知覧平和特攻会館 ・佐多岬 ・種子島ロケット基地 ・いおワールドかごしま水族館

国立公園	世界遺産	ジオパーク
<ul style="list-style-type: none"> ・西海国立公園 ・阿蘇くじゅう国立公園 ・雲仙天草国立公園 ・霧島錦江湾国立公園 ・屋久島国立公園 ・奄美群島国立公園 	<ul style="list-style-type: none"> ・屋久島 ・明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業 ・「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群 ・長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産 ・奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島 	<ul style="list-style-type: none"> ユネスコ世界ジオパーク ・島原半島 ・阿蘇 日本ジオパーク ・おおいた姫島 ・おおいた豊後大野 ・霧島 ・桜島・錦江湾

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

＜各県別旅館・ホテル施設数＞

県	施設数	客室数
福岡県	1,157	64,194
佐賀県	338	9,522
長崎県	623	22,055
熊本県	998	28,709
大分県	1,018	25,414
宮崎県	408	15,444
鹿児島県	848	27,573
九州計	5,390	192,911

→九州全体 旅館・ホテル施設数 計 5,390、客室数 計 192,911

※令和4年度（2022年度）衛生行政報告例より

【利便性：区域までの交通、域内交通】

＜九州までの交通＞

○国内から九州へ

- ・山陽新幹線が博多駅まで乗り入れており、関東・関西・中国地方からの移動に便利である。
- ・空路では東京・大阪・中部に加え、福岡空港を中心に北海道から沖縄まで全国各地と結ばれており、日本全国から九州へ旅行できる状況にある。
- ・海路では、四国、関西からの航路も充実しており、修学旅行等での利用も多い。

○海外から九州へ

- ・九州には各県に国際空港があり、九州全体では8つの国際空港がある。

空 港	方面	路 線
		国・地域
福 岡	東アジア	韓国、中国、台湾、香港
	ASEAN	フィリピン、シンガポール、ベトナム、タイ
	アメリカ	米国
北九州	東アジア	韓国
佐 賀	東アジア	韓国、中国、台湾
長 崎	東アジア	中国
熊 本	東アジア	韓国、台湾、香港
大 分	東アジア	韓国
宮 崎	東アジア	韓国
鹿児島	東アジア	韓国、台湾、香港

・九州観光機構調べ 2024 年 6 月就航

- ・定期航路として、韓国釜山と福岡（博多港）、対馬（厳原港、比田勝港）を結ぶ高速船とフェリーが就航している。
- ・九州では全県でクルーズ船寄港が可能である。2023 年外国船社及び日本船社が運航するクルーズ船の我が国港湾への寄港回数の上位 10 港に九州は 3 港（長崎、鹿児島、博多）が入った。

	外国船社・日本船社		外国船社	
	港湾名	回数	港湾名	回数
1	横浜	171	横浜	101
2	長崎	96	長崎	95
3	神戸	91	鹿児島	78
4	一	-	那覇	72
5	鹿児島	82	博多	59
6	那覇	79	広島	58
7	博多	75	神戸	54
8	広島	59	清水	53
9	清水	57	高知	51
10	高知	52	大阪	46
	その他	1000	その他	597

<域内での交通>

- ・九州域内では、九州新幹線が運行しており、九州南北の移動もスムーズに行える。そのほかの県域にも鉄道線が網羅的に整備されており、主要都市間を特急列車で移動できる。2022 年 9 月には、武雄温泉・長崎間の西九州新幹線が開通した。
- ・九州では D&S 列車等の観光列車が多数運行しており、九州観光の目玉の一つとなっている。2024 年 4 月には、新しく「特急 かんぱち・いちろく」が運航開始。
- ・さらに JR 線以外に、10 以上の鉄道会社を有し、各市内の利便性向上に貢献している。また、西日本鉄道、平成筑豊鉄道や松浦鉄道、南阿蘇鉄道、肥薩おれんじ鉄道といった鉄道は、ローカル線ならではの魅力で人気を博している。
- ・高速道路の発展に伴い、各県主要都市を結ぶ高速バス路線も充実しており、比較的安価に利用できることから観光客にとっても九州周遊において重要な交通手段となっている。
- ・離島を多く有するという地理的条件から、航路も多数有している。

【外国人観光客への対応】

- ・九州内の外国人観光客の2次アクセス向上として、新幹線や特急含むJR九州の路線が乗り放題となる定額パス「JR KYUSHU RAIL PASS」や、九州内高速バスを定額で利用できるパス「SunQ パス」を域内事業者が展開しており、機構は利用促進、情報発信にて連携を図っている。
- ・九州への観光客が多いが、通訳案内士の有資格者が少ない言語として、中国語、韓国語、タイ語について「特区ガイド（地域限定特例通訳案内士）制度」による通訳ガイドの整備を進めている。
※特区ガイド合格者数、中国語：200名、韓国語：64名、タイ語：19名の合計283名（2020年12月現在）なお、2021年3月31日九州アジア観光アイランド特区指定解除に伴い、新規のガイド育成は終了した。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
九州への直接入国外国人数	九州への空港別、港別、発地別の外国人の入国者数を把握し、事業成果の測定および戦略策定に活用。	法務省の「出入国管理統計」を活用
宿泊者数（国内・海外）	九州7県における宿泊者数を把握し、事業成果の測定および戦略策定に活用。	観光庁「宿泊旅行統計」を活用
観光消費額（国内・海外）	九州7県における国内宿泊、国内日帰り、外国人の観光消費額を把握し、事業成果の測定および戦略策定に活用。	観光庁「旅行・観光消費動向調査」、観光庁「訪日外国人の消費動向調査」を活用。
観光客満足度・再来訪意向調査（海外）	九州7県への観光客のリピーター率・満足度・再来訪意向度を把握し、事業成果の測定および戦略策定に活用。	2023年度目標値までは、観光庁「訪日外国人の消費動向調査」活用し、当機構にて推計を。 2023年度より独自調査を実施しており、2023年実績値より独自調査の結果を反映予定。なお、国内客の満足度については調査実施しておらず、未収集。

4. 戦略

（1）地域における観光を取り巻く背景

- ・九州においては、観光消費単価の低さが課題（九州の消費単価約9万円で全国平均15.8万円の約6割の水準）となっており、単価増につながる魅力的な観光コンテンツ作り、そして、そのための観光地域づくりが急務になっている。
- ・当機構としては、各県や各地域と連携しながら、消費単価増の取組を強化していく方針である。

（2）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
--	-----	-----

内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・アジアとの距離の近さ ・特色ある各県の個性 ・温泉の種類・量の豊富さ ・特色ある食文化 ・雄大かつ独特な自然景観 ・多様性に富んだ島々 ・魅力ある観光列車の数々 ・九州 7 県すべてに国際空港がある。 (滑走路 8 本) ・九州 7 県すべてにクルーズ船寄港可能港がある。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・九州としてのブランドイメージ ・多言語対応 ・キャッシュレス決済への対応 ・海外からの直行便 ・各観光地への 2 次交通 ・最高級ホテルの品揃え ・DX 対応の遅れ
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・国際スポーツ大会の開催 (ツール・ド・九州他) ・世界遺産の登録 (「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」が 2021 年世界自然遺産登録) ・交通インフラの整備 (福岡空港の滑走路増設、九州一体となった九州 MaaS の取組他) ・TSMC 熊本工場 2024 年稼働開始 ・九州・長崎 IR 開業 (時期未定) 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・コロナ禍からの旅行市場回復の遅れ ・毎年のように発生する豪雨・台風による災害 ・福岡空港の混雑 ・クルーズ船の寄港数の減 ・他地域との競争激化 ・事業者の人手不足

※上記に加え、PEST 分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入 (様式自由)。

(3) ターゲット

○第 1 ターゲット層 ~海外 アジア各国 (中国・韓国・台湾・香港・東南アジア)
<p>○選定の理由 これらの市場は九州を訪れる外国人観光客数全体の 9 割を占める重要市場である。九州から地理的にも近く、九州各県への直行便も多いこと、今後の伸びしろという観点でも魅力的な市場である。</p> <p>○取組方針 中国からの個人旅行客の誘客や、韓国・台湾・香港等からのリピーター獲得のため、市場の成熟度に応じたプロモーション・情報発信を展開する。</p>
○ターゲット層 ~海外 欧米豪

○選定の理由

現状の九州観光の課題「来訪者の国籍・地域の偏っていること」「旅行消費単価が低いこと」を解消すべく、新規市場開拓として、訪日旅行での滞在日数が長く、1回あたりの旅行消費額が高い欧米豪からの旅行者獲得を目指す。

○取組方針

RWC2019、世界水泳 2023、ツール・ド・九州等で九州を訪れた欧米豪からの観光客のリピーター化を図るとともに、新規来訪者を増やすため、国・地域別に応じたプロモーション・情報発信や、ゴールデンルートからの誘客に向けた取組等を実施していく。

○ターゲット層 ～国内 大都市圏からの誘客促進

○選定の理由

九州への宿泊者数の 85%を占める国内市場からの誘客拡大は引き続き重要な課題である。

○取組方針

国内大都市圏（東京・名古屋・大阪等）を中心に、旅行会社・鉄道・航空会社をはじめとする機構会員企業と連携しながら、対象圏域の特性に応じたプロモーションを通じて九州への入込客（宿泊客）の増加を図り、九州各県への周遊観光を促進していく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>●海外市場向け <u>温泉を『入り口』に九州を海外に浸透させる</u></p> <div data-bbox="810 331 1106 600" data-label="Image"> </div> <p>国内市場向け <u>九州の旅の多彩な魅力と感動を伝えていく</u></p> <p>感動がある。物語がある。九州</p> <div data-bbox="810 786 1106 981" data-label="Image"> </div> <p>※国内用ロゴマーク</p>
②コンセプトの考え方	<p>●海外市場向け</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 温泉を入り口に、九州各地の自然や食など他の観光素材に広がりを持たせて発信 ■ ロゴマーク・キャッチコピーは、九州全体で使用し、海外での九州の認知を高める ■ さらに、国別に細かくターゲットを設定し、情報発信 <p>※九州の温泉資源の強み（情報発信に生かす）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 源泉数日本一）日本の温泉源泉数のうち、3分の1以上が九州にある。 ・ 湧出量日本一）日本の温泉湧出量のうち、4分の1以上が九州にある ・ 日本唯一の「天然」砂むし温泉がある ・ 日本で特に人気の高い温泉が多い <p>●国内市場向け</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 九州の旅の「自然」「温泉」「食」「歴史・文化」「人情」といった多彩な魅力を情報発信していく。 ■ ロゴマークは、九州の多彩な魅力と感動を7つのカラーで象徴的に表現したデザイン。

	中央のふたつの柔らかなラインは、山と海をモチーフに九州を表しており、そのものが育んできた多彩な魅力と沸き上がる感動を7つのカラー（自然、歴史、文化、温泉、食、人情、おもてなし）でイメージさせる。
--	---

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>○当機構の会員は、行政、経済団体、運輸・旅行・通信・メディア・インフラ等、多くの組織・団体により構成されており、毎年の総会、年4回程度の理事会および年3回程度の実務者レベルでの運営協議会を通して、情報共有や合意形成を行っている。</p> <p>○その他、各県、旅行会社、九州内DMOとは下記のような会議体を通して、よりきめ細やかな情報共有および合意形成を行っている。</p> <p><観光施策全般></p> <ul style="list-style-type: none"> ・機構・九州7県課長会議（年3・4回程度） ・観光地域づくり法人九州連携会議（年2回程度、九州運輸局との共催） <p><国内市場></p> <ul style="list-style-type: none"> ・機構・各県国内市場担当者による会議（年2回程度） ・機構・各県修学旅行市場担当者による会議（年2回程度） ・会員旅行会社への訪問（随時） <p><海外市場></p> <ul style="list-style-type: none"> ・機構・各県海外担当者会議（年2回程度） <p><WEB／SNSでの情報発信></p> <ul style="list-style-type: none"> ・機構・各県WEB担当者会議（年1回程度）
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>○九州各地の観光案内所スタッフや観光ボランティアガイド向けの研修会を開催。事例共有や意見交換を通して、観光客に対するサービスレベルの向上を推進している。</p>
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<p>○九州各県、民間企業と連携した対外プロモーションの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各県、会員企業と連携しながら、対外への情報発信、プロモーションを実施。九州としての効果最大化をはかっている。 <p>○WEBサイト・SNSによる一元的な情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九州旅ネット（機構WEBサイト）では、九州各県の観光情報WEBサイトとデータ自動連携することで、最新の九州の観光情報発信を一元的に行っている。また、モデルコースを多数掲載することで、九州広域周遊の推進を行っている。（日本語、韓国語、繁体字、簡体字、英語の5か国語で展開）

	<ul style="list-style-type: none"> ・その他、SNS（Facebook、Instagram）を活用した九州観光情報の発信も行っている。（日本語、韓国語、繁体字、簡体字、英語、タイ語の6か国語で展開） <p>○企画部によるメディアへの一元対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・TV・新聞・WEBメディア等の各メディアに対して、企画部がワンストップ窓口となって、九州観光の最新動向・トレンド、旬な九州観光素材、イベント情報の提供等を行っている。
--	---

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（1）必須K P I

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (兆円)	目標	3.5 (0.86)	3.7 (1.0)	4.0 (1.20)	2.68 (0.35)	3.04 (0.49)	3.20 (0.66)
	実績	1.10 データ無	1.73 (0.05)	2.70 (0.42)			
●延べ宿泊者数 (万人)	目標	5,803 (1,310)	6,242 (1,609)	6,800 (2,010)	5,292 (723)	5,822 (918)	5,976 (1,165)
	実績	2,609 (19)	3,664 (87)	4,590 (700)			
●来訪者満足度 (%)	目標	- (95)	- (95)	- (95)	- (95.5)	- (95.7)	- (96)
	実績	- データ無	- データ無	- データ無			
●リピーター率 (%)	目標	- (72)	- (72.5)	- (73)	64 (アジア46、 欧米豪23)	64 (アジア46、 欧米豪23)	64 (アジア46、 欧米豪23)
	実績	- データ無	- データ無	- データ無			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

*2020年度から2023年度の目標値は、第二期九州観光戦略で設定したもの。2020年以降は、新型コロナウイルス感染症の先行き不透明により目標値修正を行わなかった。

*2023年度より九州を来訪した訪日外国人客数に対して満足度およびリピート率をうかがう独自調査を実施。2023年実績値より独自調査の結果を反映する予定（2024年度に調査実施）。

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

現在推進中の第二期九州観光戦略（2014 年～2023 年）において、「旅行消費額（国内宿泊・国内日帰り・外国人）」、「延べ宿泊者数（日本人+外国人）」の目標値を設定している。
「来訪者満足度」「リピーター率」については、「訪日外国人の消費動向調査」の数値を基に算出を行い、当機構独自の目標設定を行っている。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

国内日帰り・国内宿泊・外国人の旅行消費額の合算。国内日帰り・国内宿泊については、観光庁「旅行・観光消費動向調査」を参考に今後の目標値を設計。外国人の観光消費額については、法務省「出入国管理統計（九州への直接）入国者数」と観光庁「訪日外国人の消費動向調査」等を参考に今後の目標値を設計している。

●延べ宿泊者数

日本人と外国人の延べ宿泊数の合算。観光庁「宿泊旅行統計」（従業員 10 人以上施設）を参考に今後の目標値を設計。

●来訪者満足度

2023 年度目標値までは、観光庁「訪日外国人の消費動向調査」において、日本を来訪した外国人旅行者（全目的）の「多変満足」または「満足」と回答した旅行者の割合を基に、九州への直接入国者数（14 条上陸除く）の国別シェア（上位 10 か国の数値を採用）を考慮し、算出。
2023 年度より九州を来訪した訪日外国人客数に対して満足度およびリピート率をうかがう独自調査を実施。2023 年実績値より独自調査の結果を反映する予定（2024 年度に調査実施）。満足度は多変満足」または「満足」と回答した旅行者の割合。なお、国内客の満足度については調査実施しておらず、未収集。

●リピーター率

2023 年度目標値までは、観光庁「訪日外国人の消費動向調査」において、日本を来訪した外国人旅行者の日本を来訪した回数のうち、初めて来訪した数を全体から引いた割合と九州への直接入国者数（14 条上陸除く）の国別シェア（上位 10 か国の数値を採用）を考慮し、算出。
2023 年度より九州を来訪した訪日外国人客数に対して満足度およびリピート率をうかがう独自調査を実施。国内客については、2023 年九州を来訪したことのある方を対象に独自調査を実施。国内客・訪日客ともに 2023 年実績値より独自調査の結果を反映している。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R 2) 年	2021 (R 3) 年	2022 (R 4) 年	2023 (R 5) 年	2024 (R 6) 年	2023 (R 5) 年
●訪日外国人 直接入国者数 (万人)	目標	- (580.0)	- (631.8)	- (698.9)	- (786.4)	- -	- -
	実績	- (40.5)	- (0.6)	- (40.2)	- (318.8)		

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

第二期九州観光戦略（2014～2023 年度）において、「九州への直接入国者数」の目標値を設定していたが、第三期九州観光戦略（2024～2026 年度）においては、直接外国人観光客数は目標値として設定しない。

【設定にあたっての考え方】

●直接入国者数

法務省「出入国管理統計（九州への直接）入国者数」を参考に九州内空港や港への「通常入国」および「14 条入国」（クルーズ船）の合算した目標値を設計。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後 3 年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去 3 年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	626,235（千円）	【会費収入】149,075（千円） 【各県負担金、関連団体、国からの補助金】354,479（千円） 【雑収入】547（千円） 【繰越金】122,134（千円）
2022（Ｒ４） 年度	598,218（千円）	【会費収入】147,675（千円） 【各県負担金、関連団体、国からの補助金】319,859（千円） 【雑収入】2,006（千円） 【繰越金】128,678（千円）
2023（Ｒ５） 年度	589,332（千円）	【会費収入】154,475（千円） 【各県負担金、関連団体、国からの補助金】383,823（千円） 【雑収入】2,674（千円） 【繰越金】48,359（千円）
2024（Ｒ６） 年度 （6 月補正）	552,705（千円）	【会費収入】146,500（千円） 【各県負担金、関連団体、国からの補助金】408,231（千円） 【雑収入、繰越金】60,322（千円）
2025（Ｒ７） 年度（見込）	551,500（千円）	【会費収入】146,500（千円） 【各県負担金、関連団体、国からの補助金】345,000（千円） 【雑収入、繰越金】60,000（千円）
2026（Ｒ８） 年度 （見込）	551,500（千円）	【会費収入】146,500（千円） 【各県負担金、関連団体、国からの補助金】345,000（千円） 【雑収入、繰越金】60,000（千円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度 （実績）	474,471（千円）	【Ⅰ 九州ブランドイメージ戦略】45,817（千円） 【Ⅱ 観光インフラ整備戦略】1,573（千円） 【Ⅲ 九州への来訪促進戦略】311,023（千円） 【Ⅳ 滞在・消費促進戦略】23,983（千円） 【Ⅴ その他】16,562（千円） 【管理運営費】75,513（千円） 【予備費】0（千円）
2022（Ｒ４） 年度（実績）	550,187（千円）	【Ⅰ 九州ブランドイメージ戦略】64,524（千円） 【Ⅱ 観光インフラ整備戦略】1,570（千円） 【Ⅲ 九州への来訪促進戦略】241,791（千円） 【Ⅳ 滞在・消費促進戦略】124,414（千円） 【Ⅴ その他】23,425（千円） 【管理運営費】94,463（千円） 【予備費】0（千円）
2023（Ｒ５） 年度（実績）	531,968（千円）	【Ⅰ 九州ブランドイメージ戦略】62,394（千円） 【Ⅱ 観光インフラ整備戦略】526（千円） 【Ⅲ 九州への来訪促進戦略】203,581（千円） 【Ⅳ 滞在・消費促進戦略】101,133（千円） 【Ⅴ その他】70,308（千円） 【管理運営費】94,026（千円） 【予備費】0（千円）
2024（Ｒ６） 年度 （見込）	552,705（千円）	【事業費】480,369（千円） 【Ⅰ 誘客促進】281,799（千円） 【Ⅱ 観光資源戦略】65,022（千円） 【Ⅲ 受入環境整備戦略】8,000（千円） 【Ⅳ 観光産業活性化戦略】110,348（千円） 【Ⅴ その他】15,200（千円） 【管理運営費】102,325（千円） 【予備費】32,359（千円）
2025（Ｒ７） 年度 （見込）	551,500（千円）	【事業費】419,175（千円） 【管理運営費】102,325（千円） 【予備費】30,000（千円）
2026（Ｒ８） 年度 （見込）	551,500（千円）	【事業費】419,175（千円） 【管理運営費】102,325（千円） 【予備費】30,000（千円）

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

現状は、九州7県からの負担金と会員企業からの会費が中心となっているが、会員企業からの会費増（新規会員の獲得および既存会員からの増額）を進めるとともに、より安定的かつ計画的な取り組みを拡大していくために、自社メディア（WEB/SNS）経由の成約に対する成約報酬（アフィリエイトなど）、自社メディア（WEB/SNS）への広告掲載費、今後マーケティング機能強化にともなう行政・企業へのコンサルフィーなど、自主財源についても検討・実施していく。また、2023年10月16日に第2種旅行業に登録し、旅行商品の販売を行っている。今後は旅行商品の販売等で自主財源の獲得を目指す。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県は、一般社団法人九州観光機構を当該都道府県における広域連携DMOとして登録したいので、一般社団法人九州観光機構とともに申請する。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

エリアが重複する九州内の各DMOとは、年に数回程度会議を開催し、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

一般社団法人九州観光機構は、九州地方知事会と九州経済連合会、九州経済同友会、九州経営者協会からなる九州地域戦略会議で策定された「九州観光戦略」の実行組織として設立されており、そのカバー区域の観点において、九州7県（福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県）での区域設定となっていることに加え、旅行者から見ても、旅行実施の観点で見ても、「九州」として広域での視点で検討・旅行実施することが多く、当該地方公共団体で連携した区域設定とするのが適切であるとの考え方により、九州7県をマーケティング・マネジメント区域とする広域DMOとして登録を行っていることによる。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

一般社団法人九州観光機構は、自治体の枠を超え、九州全域の観光素材を連携させたプロモーションが可能となる唯一の広域DMOである。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

現場を持つ九州内の各地域連携DMOや地域DMOの観光素材を連携させたプロモーションを行うことにより、九州を周遊する旅行者に向けた効率的なプロモーションが期待できる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	野間 恵子
担当部署名（役職）	企画部 次長
郵便番号	〒810-0004
所在地	福岡市中央区渡辺通2丁目1番82号 電気ビル共創館7階
電話番号（直通）	092-751-2943
FAX番号	092-751-2944
E-mail	k-noma@welcomekyushu.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	福岡県
担当者氏名	柳原浩子
担当部署名（役職）	商工部 観光局 観光政策課長
郵便番号	〒812-0045
所在地	福岡県福岡市博多区東公園7番7号
電話番号（直通）	092-643-3419
FAX番号	092-643-3431
E-mail	kanko@pref.fukuoka.lg.jp

都道府県・市町村名	佐賀県
担当者氏名	山口敦子
担当部署名（役職）	地域交流部 文化・観光局 観光課長
郵便番号	〒840-0041
所在地	佐賀県佐賀市城内1丁目1-59
電話番号（直通）	0952-25-7386
FAX番号	0952-25-7304
E-mail	kankou@pref.saga.lg.jp

都道府県・市町村名	長崎県
担当者氏名	長野敦志
担当部署名（役職）	文化観光国際部 観光振興課長

郵便番号	〒850-8570
所在地	長崎県長崎市尾上町 3-1
電話番号（直通）	095-895-2647
F A X 番号	095-826-5767
E - m a i l	s38030@pref.nagasaki.lg.jp

都道府県・市町村名	熊本県
担当者氏名	永田清道
担当部署名（役職）	観光戦略部 観光企画課長
郵便番号	〒862-0950
所在地	熊本県熊本市中央区水前寺 6 丁目 18 番 1 号
電話番号（直通）	096-333-2332
F A X 番号	096-385-7077
E - m a i l	kankokikaku@pref.kumamoto.lg.jp

都道府県・市町村名	大分県
担当者氏名	相本健二
担当部署名（役職）	商工観光労働部 観光局 観光政策課長
郵便番号	〒870-0022
所在地	大分県大分市大手町 3 丁目 1 番 1 号
電話番号（直通）	097-506-2133
F A X 番号	097-506-1729
E - m a i l	a14180@pref.oita.lg.jp

都道府県・市町村名	宮崎県
担当者氏名	北園武彦
担当部署名（役職）	商工観光労働部 観光経済交流局 観光推進課長
郵便番号	〒880-0805
所在地	宮崎県宮崎市橘通東 2 丁目 10 番 1 号
電話番号（直通）	0985-26-7530
F A X 番号	0985-26-7327
E - m a i l	kankosuishin@pref.miyazaki.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県
担当者氏名	鶴田晃紀
担当部署名（役職）	観光・文化スポーツ部 PR 観光課長
郵便番号	〒890-0064
所在地	鹿児島県鹿児島市鴨池新町 10 番 1 号

電話番号（直通）	099-286-2997
F A X 番号	099-286-5580
E - m a i l	kanko@pref.kagoshima.lg.jp

記入日: 令和6年 7月 18日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

【設立時期】 2005年4月1日

【設立経緯】

④その他(確認)

【代表者】 会長 唐池恒二

【マーケティング責任者(CMO)】 濱崎隆

【財務責任者(CFO)】 黒木康公

【職員数】 36人(常勤35人(正職員4人・出向等30人)、非常勤1人)
(2024年6月現在)

【主な収入】
会費、各県負担金等 約552百万円(24年)

【総支出】
531百万円((事業費437百万円、管理費94百万円)※2023年度決算

【連携する主な事業者】
九州7県、九州の経済団体(九州経済連合会・九州商工会議所連合会・九州経済同友会・九州経営者協会)および交通事業者、観光関連事業者、地域産品事業者、メディア各社等の会員事業者等、388会員。(2024年5月現在)

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

指標項目		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
●旅行消費額 (兆円)	目標	3.5 (0.86)	3.7 (1.0)	4.0 (1.20)	2.68 (0.35)	3.04 (0.49)	3.20 (0.66)
	実績	1.10 データ無	1.73 (0.05)	2.70 (0.42)			
●延べ宿泊者数 (万人)	目標	5,803 (1,310)	6,242 (1,609)	6,800 (2,010)	5,292 (723)	5,822 (918)	5,976 (1,165)
	実績	2,609 (19)	3,664 (87)	4,590 (700)			
●来訪者満足度 (%)	目標	- (95)	- (95)	- (95)	- (95.5)	- (95.7)	- (96)
	実績	- データ無	- データ無	- データ無			
●リピーター率 (%)	目標	- (72)	- (72.5)	- (73)	64 (アジア 46、 欧米豪 23)	64 (アジア 46、 欧米豪 23)	64 (アジア 46、 欧米豪 23)
	実績	- データ無	- データ無	- データ無			

* 2021年度から2023年度の目標値は、第二期九州観光戦略で設定したもの。2020年以降は、新型コロナウイルス感染症の先行き不透明により目標値修正を行わなかった。

* 訪日外国人来訪者満足度およびリピーター率は、2023年実績値より独自調査の結果を反映する予定(2024年度に調査実施)

戦略

【主なターゲット】
①海外 アジア各国(中国・韓国・台湾・香港・東南アジア) ②海外 欧米豪 ③国内 大都市圏

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①市場成熟度に応じたプロモーション・情報発信を展開
②国・地域別に応じたプロモーション・情報発信や、ゴールデンルートからの誘客等
③対象圏域の特性に応じたプロモーション

【観光地域づくりのコンセプト】
・海外市場向け
温泉を『入り口』に九州を海外に浸透させる
・国内市場向け
九州の旅の多彩な魅力と感動を伝えていく

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・九州オルレの立ち上げ
・アドベンチャーツーリズムの推進

【受入環境整備】
・九州アジア観光アイランド特区ガイド育成支援事業

【情報発信・プロモーション】
・九州ブランドイメージの発信
・国内・多言語SNS・WEBサイトを活用した情報発信
・国内・海外からの誘客促進に向けたプロモーション

【その他】
・九州ふっこう割を九州7県と推進
・「ツール・ド・九州」と連動したディスカバー九州
・九州観光DX(DMP、CRM等)

