

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

1 事業費

I 九州ブランドイメージ戦略	
[2] 地域別からテーマ・系統ごとのプロモーションへの進化	
2) 各種プロモーションイベントの開催または出展事業 4,400 千円 (担当部：国内)	<p>観光誘客イベントに出展し、九州の魅力を来場者に直接伝えることにより、九州への来訪を促進する。</p> <p>① ツーリズム EXPO ジャパン 2020 出展事業 2020 年度は沖縄（メイン会場：10 月下旬開催）及び東京（商談会中心：9 月中旬開催）の 2 会場で開催されることから、機構は沖縄に出展し、各県は東京を主として出展を行うことで、より効果的に九州の魅力を PR していく。</p> <p>① ツーリズム EXPO ジャパン 2020 出展事業 2020 年度は沖縄（メイン会場）及び東京（商談会中心：1 月に延期し、開催予定であったが中止）の 2 会場で開催予定だったことから、機構は沖縄に出展し、業界日（10/29～30）には各県から職員を派遣してもらい商談を実施。機構ブースにおいて九州全体の魅力 PR を実施。 日程：10/29～11/1 場所：沖縄コンベンションセンターならびに周辺施設 来場者数：24,174 人</p>
3) プロモーションツール作成事業 2,000 千円 (担当部：海外)	<p>現地プロモーション等に活用するため、パンフレットの増刷等を行う。（英語、中国語、韓国語等）</p> <p>・英語版：諸外国での九州の認知向上を目的に英語圏向けブローチャーを増刷。（17,000 部）</p>
[3] 観光・物産一体となったブランドイメージづくり	
4) 主要都市における観光・物産展への出展事業 2,200 千円 (担当部：国内)	<p>主要都市において、メディアと連携した観光 PR を実施することにより、効果的な九州観光情報の発信と九州への観光客誘客を図る。</p> <p>① 大都市圏における九州プロモーション 九州周遊を促す「九州の旅応援キャンペーン」HP 内において、九州を周遊する際に利用可能なコンテンツを掲載し、SNS・WEB を活用した情報発信事業を実施し九州への誘客拡大を図った。</p>
[5] 九州として明確に差別化できるものの検討と戦略の構築	
6) 九州の強みとしてのブランドイメージ発信事業 5,500 千円 (担当部：国内)	<p>九州の強みである温泉を幅広く紹介することにより、九州のブランドイメージの発信を継続していく。</p> <p>① 九州八十八湯めぐり推進事業 九州の魅力ある温泉を巡るスタンプラリーの継続。ホームページへの周辺観光地等情報の充実を図り、現地での消費拡大を促す。11 月に 10 周年を迎えるため、プレスリリース等を行い、話題作りに努める。</p>

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

I 九州ブランドイメージ戦略

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 11/26 より 10 周年企画を開始し、温泉めぐりによる九州周遊を促進。 (温泉施設からのメッセージ動画、思い出投稿、九州八百八十湯めぐり、記念グッズ販売等。) ・ 八十八か所の施設を巡った「泉人」の認定者数は、新型コロナウイルス感染拡大防止のための外出自粛の影響もあり、今年度 112 名 (企画開始時からの累計 2,315 名)。11 月からの 10 周年記念企画で 11 月・12 月の各段位の認定者数は前年を大きく上回る状況であったが、1 月の緊急事態宣言により大きく減少となった。
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

[6] 効果的なイメージ発信の実施

<p>7) IT 活用情報発信事業 11,800 千円 (担当部：広報 C)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 九州観光総合サイト「九州旅ネット」の運営を行い、九州のきめ細やかな情報発信や魅力の向上、その浸透を図る。九州各県の観光サイトとの連携を行い、九州の観光情報 (観光スポット・イベント・旬の情報) の一元的な情報発信を行う。また、多様なツーリズムに対応するため、サイクルやマラソン、酒蔵などのカテゴリ毎に情報を集約した発信も行う。 ・ SNS (Facebook、Instagram 等) については、魅力的な画像による情報発信等を通じて露出増を目指す。 ・ WEB と SNS の発信内容においては、素材のワンソースマルチユース化を通じて、効率的な運用を目指す。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ WEB サイト「九州旅ネット」の運用 (年間の累計：231 万人の訪問数、475 万ページビュー) ・ Facebook の運用 (年間合計 366 件発信、3 月末時点いいね！数 119,492)、Instagram の運用 (年間合計 128 件発信、3 月末時点フォロワー数 31,635) ・ SNS から、WEB サイトへの流入 (年間合計 48,555) ・ 九州観光推進機構の公式 YouTube チャンネル開設 (9/30) 13 本の動画を公開
<p>8) 国内誘客のための効果的情報発信事業 2,300 千円 (担当部：国内)</p>	<p>情報発信ツールの最適化及び他事業との連携を図り、九州の観光の魅力の効果的に発信することにより、幅広いターゲット層に対し九州への関心と旅行需要を喚起する。</p> <p>① PR 媒体の作成</p>
	<p>① PR 媒体の作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「九州旅図」(2020 年版) 制作 (14,000 部)：13,645 部配布済。(3 月末)

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

I 九州ブランドイメージ戦略	
<p>9) 海外に向けた情報発信事業 16,700 千円 (担当部：広報 C / 欧米豪 C)</p>	<p>九州の認知度向上に向けて、各種媒体を活用し、対象市場に向けて情報発信に取り組む。</p> <p>①中国現地サーバーを活用した情報発信コンテンツ作成事業 ②多言語 Web サイトを活用した情報発信事業（英語、繁体字、韓国語等） ③東京オリンピック・パラリンピックを契機とした東京都との連携による九州観光情報発信事業</p> <p>① 中国の現地サーバー上に開設している簡体字 Web サイトの運営 (年間合計 PV 数：632,052) ② 多言語 Web サイトを活用した情報発信事業 (年間合計 PV 数) ・繁体字サイト：28,290 ・簡体字サイト：11,324 ・韓国語サイト：30,652 ・タイ語サイト：2,259 各市場の特性を踏まえ、SNS による情報発信に取り組んでいる。 英 語 (アジア向け)： Facebook (3 月末時点のフォロワー数：16,497) 繁体字：Facebook (3 月末時点のフォロワー数：78,189) 韓国語：Facebook (3 月末時点のフォロワー数：1,508) タイ語：Facebook (3 月末時点のフォロワー数：81,055) 韓国語：Instagram (3 月末時点のフォロワー数：1,312) タイ語：Instagram (3 月末時点のフォロワー数：1,011) 簡体字：Weibo (3 月末時点のフォロワー数：10,096) 簡体字：WeChat (3 月末時点のフォロワー数：2,022) ③新型コロナウイルス感染症の影響で東京オリンピック・パラリンピックの開催が翌年に延期となったため、本年度の事業は中止。</p>
<p>45) マスコミタイアップ・取材誘致事業 5,000 千円 (担当部：広報 C / 欧米豪 C)</p>	<p>・さらなる九州の知名度（九州ブランド）を高めていくため、メディアタイアップ、取材協力を通じ、九州観光の露出拡大を目指す。</p> <p>・在京外国人ライター及び在九外国人との連携を強化し、九州情報の露出を拡大させ、知名度（九州ブランド）を醸成し、観光客誘客力を高めていく。</p> <p>在京ライター及び在九外国人コミュニティーを開拓し、観光情報掲載による九州ブランド認知向上を推進する。 → 東京（2回：上期・下期）、九州（1～2回）</p>

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

I 九州ブランドイメージ戦略

	<p>○新型コロナウイルス感染防止による、2度の緊急事態宣言の影響から、在京メディアによる九州地区取材が困難だったこともあり、例年よりも少ない5媒体となったが、内容の濃い効果的な九州観光情報の掲載に繋がった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・天夢人社「旅と鉄道」(7月号 廃線を歩こう) ・文藝春秋社「CREA Traveller」(秋号 日本の庭園に遊ぶ) ・小学館社「サライ」(11月号 ななつ星と九州名物列車の旅) ・WEBメディア「tsunagu Japan」(Drive Through Kyushu 他) ・KADOKAWA 社「まったく新しい糸島案内 2021」 <p>○在京のジャーナリストを九州に招請し、東京にて招請したジャーナリストによるジャーナリストコミュニティに対するウェビナーを開催。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・12/6～13：在京ジャーナリストFAMトリップを実施 ・3/12：在京メディア向けウェビナー開催
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

II 観光インフラ整備戦略

[1] 九州特区ガイドの育成と普及

<p>11) 総合特区活用推進事業 5,500 千円 (担当部：広報C)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●2020 年度は、新規育成研修および口述試験は実施しない。 ●特区ガイドの活用促進に向けた取組みに特化し、以下の施策を実施する。 <ul style="list-style-type: none"> ①特区ガイドのプロモーション強化 ②特区ガイドの質の向上の研修会実施 ③稼働状況調査および報告書作成 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・新規育成のための口述試験受験希望者が若干名いたため口述試験を実施した。受験希望4名への試験案内を実施し2名が受験。結果は2名とも不合格。 ・特区ガイドおよび九州各地の地域通訳案内士現況調査を実施。スキルアップ研修 (e-learning:九州の観光文化、ガイディングスキル、Hospitality)、コロナ後の活用促進のためのプロモーション (特区ガイドプロフィールリストを旅行事業者に配布) を実施。
--------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅱ 観光インフラ整備戦略	
[2] 地域観光ガイドの育成と充実	
<p>12) 観光ボランティアガイド育成支援事業 170 千円 (担当部：広報 C)</p>	<p>九州各地における観光ボランティアガイドの育成、強化への支援を行い、観光人材の育成・活用を図る。</p> <p>●九州観光ボランティアガイドの「おもてなしの心」の更なる醸成、資質向上、広域連携の促進等を目的とする「九州観光ボランティアガイド研修会」の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施内容について実行委員会の招集及び開催 ・九州観光ボランティアガイド団体の情報交換、広域連携促進等を目的とする「九州各県観光ボランティアガイド連絡協議会代表者会議」の開催 ・開催県および観光連盟との調整 <p>●コロナウイルス感染拡大防止のため各県と協議の上、今年度の「九州観光ボランティアガイド研修会」の開催は見送り中止となった。</p>
[3] 観光人材育成のための社会意識の喚起と基盤整備	
<p>13) 観光人材育成支援事業 2,000 千円 (担当部：企画)</p>	<p>市町村職員研修として 2 名を受け入れ、観光人材を育成する。</p> <p>武雄市より 1 名、佐伯市より 1 名受け入れ、海外誘致推進部、九州広報センターにて研修を実施。</p>

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
[2] ASEANからの誘客拡大	
<p>17) 市場開拓事業 (九州観光説明会・商談会、招請、プロモーション) 21,564 千円 (担当部：海外)</p>	<p>経済発展やビザ緩和等により訪日旅行者が増加し、親日国も多い ASEANからの誘客促進を図る。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①知的好奇心に訴えるような素材をフックにしたタイ中高所得リピーター層向け情報発信事業 ②タイにおける九州未認知層向け情報発信事業 ③マレーシアの旅行会社向け観光セミナー及び商談会の実施と情報発信事業 ④シンガポール市場における九州のユニークな観光素材をテーマとした情報発信事業 ⑤ASEAN プロモーション

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

	<p>コロナ感染拡大を受けて、渡航を伴わない事業内容に変更の上、実施。</p> <p>①知的好奇心に訴えるような素材をフックにしたタイ中高所得リピーター層向け情報発信事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本在住インフルエンサー等招請（12/3～12/8） インフルエンサー1組2名、メディア2名（計3媒体）を招請、九州ならではの離島や文化・体験を取材（福岡、佐賀、長崎、熊本、鹿児島） ・情報発信 〈インフルエンサー〉佐野ヒロ氏 YouTube等：16回、媒体総接触者数：73.3万人 〈メディア〉訪日観光Webメディア「Marumura」他2媒体 掲載回数：44回、媒体総接触者数：11万人 ・BtoC オンラインセミナー（2/20） 佐野ヒロ氏による取材内容に基づくプレゼンテーションや観光情報説明等を実施、271名が参加申込み <p>②タイにおける九州未認知層向け情報発信事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本在住インフルエンサー等招請（12/22～12/26、1/10～1/15） インフルエンサー1組2名、メディア5社5名を招請、九州7県のインスタ映えスポット等を取材 ・情報発信 〈インフルエンサー〉krobkruengjapan YouTube等：31回、媒体総接触者数：20.4万人 〈メディア〉旅行専門Webメディア「Sadoodta」他4媒体 掲載回数：73回、媒体総接触者数：69.9万人 ・会員組織等を活用した情報発信・広告実施（2/4～） タイ現地旅行サイト「Chillpainai」でのランディングページ掲載やWebキャンペーン等実施 媒体総接触者数：52.1万人 <p>③マレーシアの旅行会社向け観光セミナー及び商談会の実施と情報発信事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内所在のランドオペレーター社、日本在住インフルエンサー招請（3/13～3/17） ランドオペレーター4社4名、インフルエンサー1名を招請、南部九州を中心に視察・取材 ・情報発信 SNS掲載回数：14回 総媒体接触者数：9.5万人 <p>④シンガポール市場における九州のユニークな観光素材をテーマとした情報発信事業</p> <p>日本在住インフルエンサー等招請及び BtoC オンラインセミナーを予定していたが、緊急事態宣言の発令を受けて実施見送り</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

[3] 教育旅行市場の開拓

18) 市場開拓事業 (招請、学校交流 支援) 1,010 千円 (担当部：海外)	教育旅行市場の開拓のため、学校交流支援金による受入学校への支援を行う。(上限 50 千円/回) ----- コロナ感染拡大の影響により、今年度は交付申請実績なし。
-------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------

[5] 欧米豪からの誘客拡大

20) 市場開拓事業 (九州観光説明 会・商談会、招請、 プロモーション) 32,713 千円 (担当部：欧米豪 C /広報 C)	<ul style="list-style-type: none"> ●欧米豪における九州の認知度向上を図るため、現地メディアや旅行会社への情報提供を効果的かつ継続的に展開する。 <ul style="list-style-type: none"> ①フランス・オーストラリア市場における誘客促進事業 ②英国 Japan House を活用した「九州」及び「ななつ星 in 九州」展示会の実施による情報発信事業 ③メディア支援 ④欧米豪プロモーション ●2021 年度に北海道にて開催予定のアドベンチャーワールドサミット(ATWS)2021 にむけたコンテンツ開発やアドベンチャーリズムに関する勉強会の開催。 <ul style="list-style-type: none"> ①アドベンチャーリズムを活用した欧米豪来訪者促進事業【補助金】 ②アドベンチャーリズムを含む欧米豪向け観光素材充実化事業【補助金】 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ●欧米豪市場 <ul style="list-style-type: none"> ①フランス市場に対しては国内マーケティング会社を介して現地 PR 会社へ業務を委託。同国のメディア会社へアプローチをかけ、九州の素材に合致する雑誌を予めランクを分け、10~3 月の期間内で雑誌媒体へ 8 回の記事掲載。 オーストラリア市場に対して、事業は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、12 月に在日ジャーナリスト招請事業のみ実施。3 月に在京記者を対象とした九州コンテンツウェビナーを実施。 ②新型コロナウイルス感染症の影響で現地での出展が困難なため次年度に延期。 ③コロナ禍の影響で、現状海外メディアの取材を目的とした招請は未実施。 ④海外への情報発信コンテンツ収集を目的とした有田焼、DRUM TAO、熊本城等現地取材を実施。平戸城、由布市での海外メディアを対象としたライブウェビナー開催。 ●アドベンチャーリズム関連 <ul style="list-style-type: none"> ①アドベンチャーリズムを活用した欧米豪来訪者促進事業 ・九州運輸局訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業「九州におけるアドベンチャートラベル商品造成及び地域コーディネーター育成のモデル事業」と連携。ATTA (Adventure Travel Trade Association) のアドバイザー 2 名
-------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

	<p>による現地視察を 11/8~11/17 に高千穂・阿蘇・屋久島実施。指摘やアドバイスを受け、ATWS (Adventure Travel World Summit) 2021 前に行われる PSA (PreSummitAdventure) 視察のコース確定に至った。コースについては 12 月末に ATWS 実行委員会経由 ATTA にエントリーを行い、3/16 に「阿蘇・高千穂」「屋久島」の両コースともに PSA へ採択決定となった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「九州におけるアドベンチャーツーリズム推進の気運醸成事業」としてアドベンチャーツーリズムの九州全体への浸透を目的とする、「アドベンチャーツーリズム研修会」を当機構主催で第 1 弾 (10 月下旬~11 月) を実施し、九州各地の行政、観光協会、一般企業など 10 名が受講した。第 2 弾 (2 月) は 14 団体 15 名が受講した。 <p>②アドベンチャーツーリズムを含む欧米豪向け観光素材充実化事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・9 月から毎月 1 週間程度外国人フォトライターによる九州ならではの観光素材の撮影およびストーリーの作成を実施。アドベンチャーツーリズムに関連する事業の現地視察 (高千穂・阿蘇・屋久島) に同行し、撮影等も実施。また、収集した素材を活用し、機構 SNS やフォトライター自身の SNS 等を通じて、九州の認知度向上を図るため積極的に情報発信を実施。
<p>49) 欧米豪からの誘客拡大に伴う新たな取組み (コンテンツ開発、レップ、デジタルマーケティング) 84,260 千円 (担当部: 欧米豪 C / 広報 C)</p>	<p>①九州ならではの強力なコンテンツ開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九州ならではの魅力収集・目利き ・素材データベースの構築 ・販路開拓 <p>②英国九州観光情報発信事業</p> <p>③米国九州観光レップ事業</p> <p>④デジタルマーケティングの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・グローバル WEB サイトを活用した情報発信 (英語) ・デジタル広告配信 ・デジタルツールを活用した KPI マネジメント ・九州ブランド動画制作 <hr/> <p>①九州ならではの強力なコンテンツ開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九州ならではの魅力の収集について、アフターコロナ向けの素材の検討や海外メディアからの問い合わせに対する素材の収集を実施。収集した素材は、米国の旅行情報誌 Travel + Leisure をはじめ、複数メディアに掲載された。また毎月編集会議を実施し、レップからの要求素材や今後必要とする素材などの共有を実施。8 月から欧米豪のメディアや旅行会社に向けたメールマガジンに必要な素材の収集し、8 月以降毎月配信を実施。さらに各県欧米豪担当者との連携を深め、より地域に根ざした素材の収集を実施。 ・素材データベースの構築について、旅行会社やメディアを対象

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

		<p>にした BtoB サイトおよび素材データベースの構築を実施。また現在テストページの確認と素材データベースへ格納する 2000 点程度ある観光素材の整理を実施。</p> <p>②英国事業は国内マーケティング会社を介して現地 PR 会社へ業務を委託。同国のメディア会社へアプローチをかけ、九州の素材に合致する雑誌をランク分けし、10～3 月の期間内で最上級ランクを含む雑誌への記事 30 回掲載予定のところ 65 回記事が掲載。また、旅行会社を対象にウェビナー等で認知向上を目的に教育セミナーを実施し、商品造成を目的に九州の知識の慣熟者 37 名を育成。ウェビナーについては 6 回実施。九州の教育実施は 153 社 223 名に対し実施。</p> <p>③米国レップ事業は東海岸、西海岸で展開予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響による事業計画の変更を受け、有カメディアが集中する東海岸を優先して現地 PR 会社と直接契約を締結。九州素材に合致する雑誌をランク分けし、10～3 月の期間内で最上級ランクを含む雑誌への記事 15～20 回掲載予定のところ 20 記事が掲載された。また、3/2 には旅行業界誌トラベルアドバイザー向けセミナー(62 名)やりモート FAM(3/9, 16)を実施。加えて、有カメディアを対象とした広告展開を実施。</p> <p>④デジタルマーケティングの推進として、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・欧米豪市場における九州の認知度の向上と東京オリパラやウィズコロナを見据えた九州への誘客拡大を目指すため、ネイティブの外国人ライターによるテーマに応じた取材・記事作成の上、質の高い九州の情報発信を展開。 ⇒トラベルブログ 20 本、周遊モデルコース 5 本、スポット情報 50 本、シーズナリー 8 本、トレッキング・島旅の特集ページ各 5 本を制作。 ⇒グローバル WEB サイト「Visit Kyushu」(英語) ユーザー数：37.2 万人、ページビュー数：73.6 万回 ・SNS による欧米豪向けの情報発信を展開。 ⇒Facebook：5 回/週、Instagram：4～5 回/週(英語)を投稿。 Facebook のフォロワー数：5.7 万人 Instagram のフォロワー数：2,200 人 ・デジタルツールを活用した九州の認知度調査やホテル、フライト予約率等の定量的な成果把握・分析を実施。 ⇒欧米豪の認知度 6.0%(米国 4.6%、英国 4.8%、豪州 11.4%)、サイト訪問者のホテル予約率 1.0%、フライト予約率 0.1% ・九州ブランド動画制作は予算削減により事業を断念。【中止】
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

[6] 中国からの誘客拡大

<p>21) 誘客拡大事業 (九州観光説明会・商談会、招請、プロモーション) 31,350 千円 (担当部：海外)</p>	<p>中国人 FIT 客の更なる誘客拡大を図るため、北京や上海エリアを中心に各種プロモーションを展開する。</p> <p>①北京からの誘客促進のための中国旅行会社・メディア・KOL 招請事業</p> <p>②OTA を活用した中国市場における九州の認知度向上による誘客促進事業</p> <p>③九州における中国人観光客向けの二次交通情報発信事業</p> <p>④中国市場における KOL を活用した FIT 誘客促進事業</p> <p>⑤中国プロモーション</p> <hr/> <p>コロナ感染拡大を受けて、実施見送りまたは渡航を伴わない事業内容に変更の上、実施。</p> <p>①北京からの誘客促進のための中国旅行会社・メディア・KOL 招請事業</p> <p>日本に支店を有する旅行会社・メディア、日本在住 KOL 等の招請及び情報発信を予定していたが、緊急事態宣言の発令を受けて実施見送り</p> <p>②OTA を活用した中国市場における九州の認知度向上による誘客促進事業</p> <p>OTA サイトにおける Web プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・OTA サイト 3 社 (Ctrip、Qunar、同程旅行) において、ランディングページ掲載、バナー広告、観光コンテンツ登録 ・掲載期間：1/9～3/20 ・媒体総接触者数：365 万人 <p>③九州における中国人観光客向けの二次交通情報発信事業</p> <p>事業規模縮小のうえ、日本在住 KOL 等の招請及び動画等による情報発信を予定していたが、緊急事態宣言の延長を受けて実施見送り</p> <p>④中国市場における KOL を活用した FIT 誘客促進事業</p> <p>日本在住 KOL 等の招請及び情報発信を予定していたが、緊急事態宣言の発令を受けて実施見送り</p>
---------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

[7] 台湾からの誘客拡大

<p>22) 誘客拡大事業 (九州観光説明会・商談会、招請、プロモーション) 6,750 千円 (担当部：海外)</p>	<p>台湾人観光客の引き続き安定した誘客を図るため、インセンティブ旅行の目的地としての認知度向上等に取り組む。</p> <p>①台湾からのインセンティブツアー誘致促進事業</p> <p>②台湾における繁体字 Facebook を活用した BtoC 向けセミナー開催事業</p> <p>③台湾プロモーション</p>
--------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

	<p>コロナ感染拡大を受けて、渡航を伴わない事業内容に変更の上、実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ①台湾からのインセンティブツアー誘致促進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・台湾企業福利厚生担当者向けオンラインセミナー（1/21） 企業参加者：23 社 23 名 九州観光のニーズ把握のためのアンケート実施 ・旅行会社向けオンラインセミナー（2/25） 旅行会社参加者：21 社 30 名 ・観光情報・モデルコース等セールスツールを作製 ②台湾における繁体字 Facebook を活用した BtoC 向けセミナー開催事業 <ul style="list-style-type: none"> ・BtoC セミナー（3/1） JR 九州と連携し現地にて観光セミナーを開催 参加者 171 名 ・特設ページ開設 タイガーエア台湾及び JR 九州と連携し、Web サイトに特設ページ開設・情報発信 掲載期間：1/15～3/31 ・FB キャンペーン 特設ページと連携したプレゼントキャンペーン実施 JR 九州 FB：2/18～2/28 当機構 FB：3/8～3/21
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

[8] 香港からの誘客拡大

<p>23) 誘客拡大事業 （九州観光説明会・商談会、招請、プロモーション） 5,100 千円 （担当部：海外）</p>	<p>香港人観光客の誘客拡大に向けて、九州の魅力発信強化による九州ファンの更なる増大に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①香港インフルエンサーを活用した九州の認知度向上事業 ②OTA と連携した香港 FIT 誘客事業 ③香港プロモーション
	<p>コロナ感染拡大を受けて、中止又は渡航を伴わない事業内容に変更の上、実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ①香港インフルエンサーを活用した九州の認知度向上事業 日本在住インフルエンサー招請・情報発信及び BtoC オンラインセミナーを予定していたが、招請途中で緊急事態宣言発令により、それ以降の事業中止。 <ul style="list-style-type: none"> ・インフルエンサー招請（1 名） 北部九州コース（1/11～1/15）→1/14 以降招請中止 南部九州コース（1/19～1/23）→招請中止 ・BtoC オンラインセミナー→招請事業の中止に伴い、開催中止 ・情報発信回数：27 回 ②OTA と連携した香港 FIT 誘客事業 訪日観光 Web メディア「tsunagu Japan」及び在日外国人向け Web メディア「tsunagu Local」による情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ・掲載記事：6 本 ・掲載期間：2/16～3/22 ・記事 PV 数：4 万 PV

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

[9] 韓国からの誘客拡大	
<p>24) 誘客拡大事業 (九州観光説明会・商談会、招請、プロモーション) 10,385 千円 (担当部：海外/広報C)</p>	<p>日韓関係の悪化により激減した韓国人観光客数の回復を目指し、九州オルレ等を活用した各種プロモーションを展開する。</p> <p>①韓国旅行会社との連携による商品造成促進事業 ②「九州オルレ」マスコミ・旅行会社等招請事業 ③九州オルレ第10次コース候補地視察事業 ④済州オルレ・オルレ協議会と連携したブランド管理・情報発信 ⑤ 韓国プロモーション</p> <hr/> <p>①韓国旅行会社との連携による商品造成促進事業 オンライン九州観光説明会・商談会 ・開催日：1/27 ・参加数：〈韓国旅行会社〉20社 〈九州側〉37団体・企業 ・商談数：128回（自由商談含まず） ②新型コロナウイルスの影響により、韓国からのマスコミ・旅行会社招請事業は中止 ③新型コロナウイルスの影響により、本年度の済州オルレによる二次審査が難しい状況から、第10次コースの審査を中止。（審査は来年度に実施予定） ④九州オルレ認定地域協議会と連携し、九州オルレの情報発信を強化（HPの充実、九州旅ネット内の九州オルレに関する記事充実）。 3/26に九州オルレHPのリニューアル。九州旅ネット内に九州オルレのコース魅力をブログ風に紹介する「九州オルレ日記」を更新。3/31時点で9記事を公開。</p>
[12] 修学旅行誘致の拡大	
<p>27) 修学旅行誘致拡大に向けたプロモーション事業 9,300 千円 (担当部：国内)</p>	<p>九州への修学旅行の需要回復のため、大都市圏を中心とするターゲットエリアにおいて九州7県一体となった誘致活動を展開していく。</p> <p>①修学旅行素材説明会・相談会の開催 ②修学旅行関係者視察助成事業 ③九州修学旅行素材の情報発信 ④九州合同キャラバン及び修学旅行担当者会議の開催</p> <hr/> <p>①修学旅行素材説明会・相談会の開催 名古屋（8/5）大阪（8/6）東京（8/17）にて開催予定であったが新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け中止。 代替案として「九州教育旅行ネット」を利用したWEBでの情報発信の充実を図った。（8/7リリース） ②修学旅行関係者視察助成事業 ・視察助成事業（新規事業） 学校関係者や旅行会社に九州の新しいプログラムを実際に見て</p>

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

		<p>頂き、今後の方面変更や九州の提案の参考にしてもらうために実施。(12校実施済)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社招聘事業 中部・関西地区の旅行会社担当者を対象として2021年2月に南九州エリアを中心とした行程で実施予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて中止。代替案として、九州各県の最新の観光素材などの動画を撮影したDVDを作成し、かつ各種ホームページなどでURLを掲載して広く情報発信を行った。 <p>③九州修学旅行素材の情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「九州教育旅行ネット」をリニューアルし、事例発表・生徒の生の声、モデルコースの提案・新しい観光素材の追加などを行った。同時に首都圏・関西圏・東海圏を中心に全国の学校に向けてDM発送(約5000通)の他、全修協・日修協のHPにも掲載。また、アンケートを活用し学校や旅行会社の要望を吸い上げるなど、九州各県とも連携できるコミュニケーションツールとして活用できるように改善を行った。併せてCMS改修を行い、モデルコースの追加など随時更新できる環境を整えて最新の情報発信ツールとして活用を図った。 <p>④九州合同キャラバン及び修学旅行担当者会議の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九州合同キャラバン 中部地方(静岡・岐阜・三重)と中国地方(岡山・福山・倉敷)を中心に2回実施予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて中止。オンラインでの開催も検討したが、その後、緊急事態宣言も発出され、学校側の事情でオンライン開催も延期となった。 ・修学旅行担当者会議 第1回を6/9に開催。教育旅行アドバイザーを迎え、特に関西地区のマーケット分析およびモデルコース作成に向けたグループ討論会などを行った。 第2回を12/4に開催。キャラバンや担当者研修事業の中止に伴う代案事業の検討を行った。
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

[13] 鉄道・航空・旅行会社の大型キャンペーン対象地指定に向けた働きかけ

<p>28) 鉄道・航空・旅行会社と連携した誘客事業 86,850 千円 (担当部：国内)</p>	<p>大都市圏からの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来訪者数の増加を図る。</p> <p>① J R プロモーション ② 航空プロモーション事業 ③ 旅行会社とのタイアップ事業 ④ 航空タイアップ事業</p> <hr/> <p>① J R プロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 豊肥本線全線開通キャンペーン（7 月～1 月）への協賛及びプロモーション協力 ・ 関西・中国地区の旅行会社を対象とした現地研修 10/9～11：熊本県・大分県・新 D & S 「36 ぷらす 3」 10 名参加 ・ 中国地区への観光列車と沿線の情報発信 テレビ新広島「ひろしま満点ママ！！」内の旅コーナーにて情報発信を 2 回実施。 1 回目：8/28 放送 特急「あそぼーい！」と豊肥本線沿線情報 2 回目：11/13 放送 新 D & S 「36 ぷらす 3」と宮崎 ・ 九州新幹線 10 周年記念プロモーション実施。 <p>② 航空プロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 11 月より当機構会員航空会社 7 社と連携した、コロナ禍における九州誘客強化の取組として、首都圏を中心に大阪・名古屋を起点とした、Go To トラベルキャンペーンを見据えた「TRY 九州！空行け」キャンペーンを実施。 実施期間 2020.11/1～2021.3/19 12 月よりコロナ感染拡大及び 3 月 7 日までの緊急事態宣言発出により、各航空会社プロモーション事業が停滞しており実施期間を従来の 3/19 迄から 3/31 迄期間延長。 <p>※重点項目</p> <ul style="list-style-type: none"> 隣県周遊二次交通対策等（レンタカー施策など） 九州内世界遺産 PR 九州豪雨・台風 10 号被災地観光誘客支援 航空会社からの提案プロモーション事業 <p>③ 旅行会社とのタイアップ事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 九州キャンペーン事業はコロナ禍を配慮し、Go To キャンペーンに対応できるよう修正し、各社が造成し易いよう対処。8 社から申請。 ・ 世界遺産等を活用した商品造成事業またはうんちくの旅 PR 事業は 7 社から申請と現地研修事業はコロナ禍で集合研修が難しく 2 社の申請に留まる。 ・ 提案型新規誘客事業はコロナ禍で当初予定が実施できない事業も想定されたが、36 ぷらす 3 や豊肥本線利用の商品を中心に
-----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

	<p>5社より申請。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍での九州誘客を図るため設定した九州交通周遊パスを利用して首都圏・関西圏からの集客を目的とした支援事業を追加で設定。5社より申請。 <p>④航空会社タイアップ事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象航空会社2社（ANA/JAL） ・各航空会社のプロモーション媒体を活用し、コロナ禍での九州観光誘客強化。 <p>実施期間 2020.9/1～2021.3/31</p> <p>※重点項目</p> <ul style="list-style-type: none"> コロナ禍での九州全県への誘客増を目的としたプロモーション展開 九州豪雨被災地観光誘客支援事業 航空会社九州誘客に係わるプロモーション提案事業 <p>※実施手法</p> <ul style="list-style-type: none"> 各航空会社ホームページを中心とした宣伝媒体活用 SNS 配信・WEB 広告等のデジタルプロモーション展開 ANA・JAL 共に緊急事態宣言発出延長に伴い SNS を含めた WEB プロモーション等の積極的なプロモーションは自粛。
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

[14] プロモーション地域の拡大

<p>29) 全国及び域内での誘客プロモーション事業</p> <p>8,200 千円</p> <p>(担当部：国内)</p>	<p>国内大都市圏等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九州各県の観光素材を効果的に発信していく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①九州観光素材説明会・相談会の開催 ②九州7県・会員旅行会社担当者会議の開催（各々年2回） ③関係機関と観光に関する調査・情報収集
----------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略

		<p>①九州観光素材説明会・相談会の開催</p> <p>新型コロナウイルス感染拡大の影響により説明会は中止</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 5/1「九州旅ネット」による情報発信強化 <ul style="list-style-type: none"> ※各県プレゼンテーション動画、素材集データを掲載 ※WEB サイト訪問者数 858 名（～9/30） ・ 9/8「事業者向け九州のおススメ観光素材発信 WEB サイト」を新設 <ul style="list-style-type: none"> ※旅行会社の計画休業・テレワークの拡大に対応 ※九州のおすすめの着地型商品や写真素材など、旅行会社の造成に有用な情報を随時発信 ・ 2/17「事業社向け九州のおススメ観光素材発信 WEB サイト」に 2021 年度下期情報を追加 ・ 3/3～5「2021 年度下期九州観光素材 WEB 相談会」を開催 <ul style="list-style-type: none"> 3/3 福岡地区相談会 3/4 東京地区相談会 3/5 大阪地区相談会 <p>②九州 7 県・会員旅行会社担当者会議の開催 （九州 7 県担当者会議）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナ感染拡大に伴い開催中止（第 1 回、第 2 回） （会員旅行会社担当者会議） ・ 新型コロナ感染拡大に伴い開催中止（4・12 月開催予定分） ・ 3 月に個別訪問で実施（JTB・KNT・NTA・TTT・HEI） <p>③関係機関と観光に関する調査・情報収集</p> <p>関係機関との情報共有を進めるため、必要な情報収集や会議へ出席。</p>
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

〔16〕 新型コロナウイルス感染拡大収束後の誘客促進		
	<p>50) 旅行者による SNS 等での情報発信促進</p> <p style="text-align: right;">15,000 千円 （担当部：広報 C）</p>	<p>コロナによる観光需要低減の復興を目的に、主に国内旅行を喚起する SNS による九州観光情報拡散キャンペーン、及び複数県宿泊の拡大を推進する WEB キャンペーンを実施。九州観光情報発信強化を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 九州の観光情報を多くの人に知ってもらい、九州の旅を盛り上げる「九州の旅 応援キャンペーン」を実施（8/9～2/28）。第 1 弾は九州で撮影した写真を SNS で投稿して参加する「インスタ投稿で応援」、投稿者の中から抽選で毎月 40 名に九州 7 県の人気宿の宿泊券をプレゼントする企画を実施（8/7～12/19）。第 2 弾として、九州の旅についてアンケートに答えて参加する「周遊アンケートで応援」を実施（9/1～2/28）。10 月からは、九州の複数県が楽しめる、旅ライターのおすすめプランを紹介する「2 泊 3 日九州周遊の旅 10 コース」を掲載。 ・ インスタ投稿で応援の応募は合計 約 1.8 万件、周遊アンケートで応援の応募は合計 473 件。

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
<p>51) エリアの魅力を 出す・宿泊施設等の コロナ対策状況の情 報発信 16,000 千円 (担当部：広報 C)</p>	<p>①九州旅ネット上に専用ランディングページを作成、アフターコロナに適した、九州ならではのスポット情報、及び記事を特集、適切な広告配信等により九州エリアの魅力の発信拡大を実施したい。また、九州旅ネット上に九州地区宿泊施設、観光事業者等によるコロナ感染症防止対策を分かりやすく掲載。九州地区への旅行検討者、及び来九者へ適切に情報提供することにより、更なる誘客拡大・安心感の醸成を図る。</p> <p>②バーチャルで楽しめる「オンラインツアー企画」を実施する。</p> <p>①自治体などが実施しているキャンペーン情報など九州のおトクな旅行情報や各地の安心・安全な取り組みをまとめたサイトを制作。また実際に観光事業者や観光地の取組を取材して、記事や動画を通じて情報発信を行った。</p> <p>②「自宅にいながら九州の旅へ♪ 感動！体感！オンラインツアー」を毎回異なるテーマで全 5 回実施。実際の旅行では体験できない、離れた観光地を同時に楽しんだり、異なる季節の映像を見たり、旅行番組とは違い参加者自身も番組へコメントしたり、ガイドと会話したりと、これまでの旅行概念とは異なるツアーを楽しめる企画で、新たな九州観光ファンの獲得を図った。</p> <p>・第 1～5 回合計で、Zoom 参加者は約 170 名、YouTube は 5,870 名が視聴 (3/31 時点) ・2/13・14 に開催の「九州旅行博 (トラベラーズフェス)」にてブース出展、及びオンライン配信にて、オンラインツアーの告知を実施。オンライン配信は、告知 VTR・対談 PR を実施。約 3,710 名が視聴 (3/31 時点)</p>

Ⅳ 来訪者の滞在・消費促進戦略	
[1] 県境をまたがる二次交通の整備	
<p>32) 既存する二次交通網の活用ルート 開発事業 3,000 千円 (担当部：国内)</p>	<p>九州内の二次交通を充実させるため、二次交通を新規もしくは内容を見直す事業者への補助を実施する。</p> <p>①二次交通網整備促進 新規に二次交通の整備を行った事業者に対し、その事業費の一部を補助する。既存の二次交通の見直しを行った場合も補助の対象に加える。</p> <p>JR が展開するキャンペーンに合わせたレンタカー及び観光タクシーの割引費用補助を実施。</p> <p>〈レンタカー〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅咲ガール：2020 年 5 月～3 月、実績 67 件 ・熊本 ASO キャンペーン：7～11 月、実績 97 件 ・乗り放題きっぷ・みんなの九州キャンペーン：10～12 月 実績 1,721 件

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

IV 来訪者の滞在・消費促進戦略	
	<p>〈観光タクシー〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・豊肥本線全線開通キャンペーン観タクン：2020 年 8 月～2021 年 1 月、実績 60 件
[2] 外国人対応可能な観光案内所の拡充・ネットワーク化	
<p>33) 観光案内所ネットワーク推進事業 3,000 千円 (担当部：広報 C)</p>	<p>福岡空港国際観光案内所等九州の観光案内所の整備支援を図り、国内外の観光客への九州観光情報提供の拠点づくりを行う。</p> <p>①福岡空港国際観光案内所への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・福岡空港国際観光案内所での案内委託業務への支援 <p>②九州観光案内所の整備支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九州観光案内所スタッフ研修会の開催（連携強化、資質向上） <hr/> <p>①福岡空港国際観光案内所への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・福岡空港国際観光案内所運営協議会への支援と負担金を負担 ・負担金の納入 <p>②九州観光案内所の整備支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ感染拡大防止のため今年度のスタッフ研修会は中止。
[3] 通過型から宿泊・滞在型への観光魅力づくり	
<p>34) 着地型観光素材開発事業 17,550 千円 (担当部：国内)</p>	<p>各県と連携した着地型観光素材の発掘、及び利用促進を図る。</p> <p>①「TRY!九州」着地型商品発信事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各県と造成した着地型商品のリバイス ・WEB での商品情報発信等 <p>・旅行会社が設定しやすいコロナ禍に対応した新規コースの造成について各県をサポート。既存コース 100 コース（豪雨で 5 コース催行中止）に追加で 26 コース作成。 977 名の集客</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「TRY!九州」WEB ページでの申込先を明確化した。 ・旅行会社向け促進事業は 8 社 138 件の実績。

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

V その他	
<p>35) 観光統計等調査事業 9,386 千円 (担当部：広報 C)</p>	<p>九州全体のマーケティング強化につながる各種観光統計の集計及び分析を行うとともに、九州観光の実態詳細を調査・把握することで、PDCA の推進および精緻な戦略立案を推進していく。</p> <p>①旅行消費額の集計及び分析 ②延べ宿泊者数集計（宿泊旅行統計）及び分析 ③直接外国人入国者数集計（出入国管理統計）及び分析 ④インバウンド受入環境整備の実態調査【補助金】</p> <hr/> <p>①四半期に一度、②③毎月実施、④9月時点でアンケート調査を実施、10月中に一次速報を取りまとめ、7県と九州運輸局に公表。2月中には全ての回答を受領・分析を実施し、2月に分析結果も含めた報告会を実施。</p>
<p>36) 観光関連組織連携事業 1,565 千円 (担当部：企画 / 広報 C)</p>	<p>会員や九州運輸局等関係機関、さらには他の広域観光組織との連携を強化することにより、持続的な観光推進体制の強化を図るとともに、九州の観光資源を広く周知する。</p> <p>①会員等九州内の連携強化 ②観光団体等との連携 ③機構会員加入促進用パンフレットの作成 ④関連団体支援 ⑤活動レポート作成、送付（毎月）</p> <hr/> <p>・国の機関、県市町等からの要請を受け、観光関連の14の会議体に委員として参加協力。 ・活動レポートを毎月作成、会員に対して発信。</p>
<p>37) 複数県連携支援事業 8,211 千円 (担当部：海外 / 欧米豪 C)</p>	<p>①「九州内複数県が連携して実施する招請事業等への支援制度」による支援（上限1,000千円/事業） ②在京ランド社を対象とする九州観光商談会開催事業</p> <hr/> <p>① 複数県連携事業への支援として、4事業に対し支援実施。（当初想定12事業中、8事業が実施見送り） 1) 中国大手 OTA 及びメディアを活用した複数県連携事業 実施主体：福岡県、長崎県、熊本県、大分県 2) 台北国際旅行博（ITF）2020出展事業 実施主体：長崎県、熊本県、大分県 3) 台湾市場向け情報発信事業 実施主体：熊本県、宮崎県、鹿児島県 4) 英国向け Webiner 事業 実施主体：福岡県、佐賀県、長崎県 ②九州の旅行商品の造成促進のための環境整備を目的として、在京ランド社と九州の観光関係者との商談の場を設定。コロナ禍のため、密集した状況や対面での商談を回避すべくオン</p>

2020 年度事業実施報告

戦略項目等	2020 年度事業計画
	2020 年度事業実施結果

V その他	
	<p>ラインにて実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施期間：11/4～6（3日間） ・参加：九州内事業社約44社、ランド社48社（336回の商談実施）
<p>38) 九州観光広報センター事業 4,330千円 (担当部：広報C)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・九州観光に関する一元的な窓口機能を担い、メディアに対する戦略的な広報活動を通じて、九州観光の認知度向上、ブランドイメージの構築を行う。 ・「九州への訪日外国人旅行者の消費動向分析調査」（4月）、「RWC2019で九州を訪れた外国人旅行者への満足度調査」（4月）、「九州の旅 応援キャンペーンについて【第1弾】インスタ投稿で応援」（8月）、「自宅にしながら九州の旅へ♪感動！体感！オンラインツアー」（8月）「九州におけるインバウンド観光客の受入環境整備の実態調査」（3月）など話題性が高い情報を配信、複数の媒体にて掲載された。 ・「コロナ禍からの九州観光の復興について」と題した石原会長による記者会見を6月に実施。在九主要テレビ局、新聞社を始め、マスコミ全18社28名が参加、九州観光の現状や課題、今後の観光復興についての指針を広く発信。 ・経済紙「財界福岡」、情報誌「九州王国」、日本経済新聞、西日本新聞、RKB毎日放送等にて、コロナ禍における九州観光の現状・課題・取組等を広く情報発信。
<p>48) 九州観光セミナー・交流会事業 800千円 (担当部：広報C)</p>	<p>会員を中心とした地域の観光事業者に対してビジネスサポートとなる情報と場をとして、セミナーやビジネスマッチングを行い、重点戦略である観光消費増につながる商品・サービスの質/量の向上の実現を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染防止の観点から、例年6月に実施する総会と合わせたセミナーは見送り。 ・10月中旬にJNTO主催による「JNTOマーケティング研修会」に協力。 ・2021年3月22日に本年度の主な機構事業を紹介する「九州観光セミナー」をオンラインで実施し、103名が参加。