

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

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への出展事業 6,480 千円 (担当部：国内)	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。 ① ツーリズム EXPO ジャパン 2021 出展事業 世界最大規模の観光展示会であるツーリズム EXPO ジャパン 2021 に九州 7 県と共に「九州ブース」を出展し、より効果的に九州の魅力を PR していく。 ツーリズム EXPO ジャパン 2021 は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止。効果的な九州の魅力発信のための代替手段として、日本観光ショーケース in 大阪・関西へ九州 7 県と共に「九州ブース」を出展。(3/25~27) ※出展者数 156、延べ来場者数 4,775 人(速報値)。
[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 500 千円 (担当部：国内)	主要ターゲットである首都圏において、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。 ① 首都圏プロモーション事業 首都圏プロモーション事業については、「コロナ禍からの九州観光復興キャンペーン」(Ⅲ-16-52) に包含して実施するため、九州各県の東京事務所で構成される九州物産観光幹旋連絡協議会と観光施策について連携。東京スカイツリー 9 周年記念のイベント「九州よかフェス」(9/23~26)へブース出展予定であったが、緊急事態宣言延長により、スタッフのブース対応は不可となった。11/26~28 に日比谷公園で実施されたご当地鍋フェスティバルにて九州各県東京事務所と連携し九州各県のパンフレット・ポスターを掲出。(来場者 3 日間で 58,566 名)
[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 4,500 千円 (担当部：国内)	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。 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。昨年 11 月よりスタートした 10 周年記念企画を推進し、参加者の拡大に努める。パンフレットとホームページの連動を図ることで、デジタル化等の検討を行い、参加者の参加し易い環境作りを目指すことで、九州域内周遊施策としての充実を図り、現地での消費拡大を促す。

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

I 九州ブランドイメージ戦略	
	<p>八十八か所の施設を巡った段位の認定者数は、昨年11月から実施している10周年記念企画やパンフレットの早期掲出、7月からの定期的なFacebookによる情報発信の効果もあり対前年120%以上の状況であったが、緊急事態宣言やまん延防止重点措置の適用等の影響もあり大きく減少してきたため、2月に、旅行読売とタイアップした誘客宣伝を行ったが、今年度523名(3月末時点)。対前年73%と前年を下回る結果となった。新しく取り組んだ検索アプリmyrouteへの掲載によって利用者の利便性を図るなど引き続き利用者の積み上げを図っていきたい。</p>
[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 15,000千円 (担当部：広報C)</p>	<p>オウンドメディアを活用し、効果的な情報発信を行う</p> <p>①九州観光総合Webサイト「九州旅ネット」による情報発信を通じて、九州の魅力の向上、浸透を図り、誘客につなげる。九州の観光情報(観光スポット・イベント・旬の情報)については、各県の観光サイトとの連携を行い、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などのカテゴリ毎の発信も行う。</p> <p>②SNS(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認知度向上、露出増を目指す。また、Youtubeチャンネルを利用した動画配信も行いながら、九州の魅力伝えていく。</p> <p>① Webサイト「九州旅ネット」の運用(1年間の累計：316万人のユーザー数、635万ページビュー数)</p> <p>② Facebookの運用(1年間合計366件発信、3月末時点フォロワー数117,379)、Instagramの運用(1年間合計140件発信、3月末時点フォロワー数36,024)、YouTubeの運用(1年間合計31件動画公開、3月末時点チャンネル登録者数1,604) SNSから、Webサイトへの流入(1年間合計29,029)</p>
<p>8) 国内誘客のための効果的情報発信事業 2,390千円 (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、九州の観光の魅力を実効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>①PR媒体の作成(九州旅図・ポスター)</p> <p>① PR媒体の作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「九州旅図」(2021年版)制作(22,000部)：14,880部配済み。(3月末時点) ・3月に在庫残が少なくなった為、8,000部増刷。 ・ポスターはコロナ禍で需要減、在庫で対応。

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

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 21,100 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、デジタルメディア等の各種媒体を活用し、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）</p> <p>②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</p> <p>③SNS（Facebook、Instagram、Weibo、WeChat 等）を活用した情報発信事業</p> <p>④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）については、サイトの保守・管理を行っている。</p> <p>②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については、新型コロナウイルス感染症を受け、最低限の保守・運用を行った。</p> <p>③SNS（Facebook、Instagram、Weibo、WeChat 等）を活用した情報発信事業については、魅力的な画像による情報発信等を通じて認知度向上、露出増を目指す。月に一度クイズキャンペーンを行い、フォロワー獲得に努めた。</p> <p>SNS 取り組み状況（3 月末時点）</p> <p>欧米豪向け英語 Facebook（フォロワー数：88,136 人）</p> <p>欧米豪向け英語 Instagram（フォロワー数：3,449 人）</p> <p>繁体字 Facebook（フォロワー数：85,662 人）</p> <p>韓国語 Facebook（フォロワー数：3,321 人）</p> <p>韓国語 Instagram（フォロワー数：3,452 人）</p> <p>タイ語 Facebook（フォロワー数：87,032 人）</p> <p>タイ語 Instagram（フォロワー数：2,347 人）</p> <p>東南アジア向け英語 Facebook（フォロワー数：25,493 人）</p> <p>簡体字 Weibo（フォロワー数：12,202 人）</p> <p>簡体字 WeChat（フォロワー数：3,103 人）</p> <p>④東京都と九州各県を結ぶモデルルート（動画）を制作。本事業 Web サイトへ掲載するとともに Web 広告にて拡散</p> <p>※OTA を活用したプロモーションは中止</p>
<p>45) マスコミタイアップ・取材誘致事業</p>	<p>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>

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

I 九州ブランドイメージ戦略

4,000 千円 (担当部：広報 C)	<p>2021 年度は感染対策による移動自粛の影響から、在京メディアによる九州地区取材が出来なかったこともあり、例年よりも少ない 6 媒体においてメディアタイアップ（取材協力）を実施、結果、下記媒体にて九州観光情報の掲載に繋がった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 文藝春秋社「CREA Traveller」（春号 日本の手仕事） ・ JTB パブリッシング社「るるぶ情報版」（るるぶ九州' 22） ・ 文藝春秋社「CREA Traveller」（夏号 ISLANDS 2021 年日本の島旅へ） ・ 交友社「鉄道ファン」（2022 年 2 月号 特集：九州駅印帳） ・ 文藝春秋社「CREA Traveller」（冬号 今、行きたい 9 つの旅） ・ 月刊旅行読売「旅行読売」（2022 年 3 月号九州八十八湯巡り） ・ (株) ディスカバー・ジャパン「Discover Japan」（2022 年 4 月号 特集：佐賀・武雄温泉エリア） ・ 文藝春秋社「CREA」（2022 年 春号 特集：糸島の暮らし）
------------------------	---

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	
11) 総合特区活用推進事業 3,000 千円 (担当部：広報 C)	<ul style="list-style-type: none"> ● 2021 年度は、新規育成研修および口述試験は実施しない。 ● 九州限定地域通訳案内士の活用促進に向けた取組みに特化し、以下の施策を実施 <ul style="list-style-type: none"> ①スキルアップ研修（e-learning）の実施 ②稼働状況調査および広域ガイドのニーズ調査を実施 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ● 新型コロナウイルス感染症の影響により <ul style="list-style-type: none"> ①スキルアップ研修に関しては未実施。 ②稼働状況調査実施済。 <p>その他、海外商談会にガイドリストを提供し利活用促進を実施。</p>
[2] 地域観光ガイドの育成と充実	
12) 観光ボランティアガイド育成支援事業 1,670 千円 (担当部：広報 C)	<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> <ul style="list-style-type: none"> ①九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。 ②九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。

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

II 観光インフラ整備戦略	
	<p>①新型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」の開催は来年度以降に延期。 今年度は②の代表者会議にて各団体の取組み等を共有。</p>
[3] 観光人材育成のための社会意識の喚起と基盤整備	
13) 観光人材育成支援事業 2,000 千円 (担当部：企画)	<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。</p> <p>武雄市より 1 名、佐伯市より 1 名受け入れ、国内誘致推進部、九州観光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	
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) 12,100 千円 (担当部：海外)	<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> <p>①タイ中高所得訪日関心層向け情報発信事業 ②シンガポール訪日リピーター向け九州独自の特別なコンテンツを軸にした情報発信事業 ③ASEAN プロモーション</p> <p>新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、渡航を伴わない事業内容に変更の上で実施。</p> <p>①タイ中高所得訪日 FIT リピーター層向け情報発信事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本支社を有するタイ Web メディア及び日本在住インフルエンサー 2 名招請と情報発信 招請：南部コース 12/5～12/10、北部コース 12/13～18 情報発信媒体接触者数：216 万人 ・BtoC セミナー（オンライン形式にて 3 回開催） <ul style="list-style-type: none"> - 九州北部編 2/5 九州南部編 2/19 総合編 2/26 参加人数 計 638 人（北部 235 人/南部 181 人/総合 214 人） ・約 40 万人の会員を有するタイ国内最大のクチコミメディアと連携した情報発信 <ul style="list-style-type: none"> - 2/7 より会員サイトにて情報記事を配信 配信期間 2/10～3/15 媒体接触者数 72.2 万人 <p>②シンガポール訪日リピーター向け九州独自の特別なコンテンツを軸にした情報発信事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本支社を有するメディア 2 社及び日本在住インフルエンサーが、離島の自然、自然の中のアクティビティ等を体験 ・情報発信（11/28～12/2 実施） 媒体接触者数 146 万人 ・BtoC セミナー（オンライン形式）（1/16 開催）参加者数 285 人

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
	<p>③ASEAN プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ASEAN 各地の関係者向け九州観光情報発信
[3] 教育旅行市場の開拓	
<p>18) 市場開拓事業 (招請、学校交流支援)</p> <p>1,100 千円 (担当部：海外)</p>	<p>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。</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響により、交付実績なし。</p>
[5] 欧米豪からの誘客拡大	
<p>20) 誘客拡大事業 (九州観光フェア・招請、プロモーション)</p> <p>48,794 千円 (担当部：欧米豪 C / 広報 C)</p>	<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。 <ol style="list-style-type: none"> ① フランス市場、米英豪市場を対象とした東京経由の誘客促進事業 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 ラグビーワールドカップレガシー事業 ④ 欧州マーケット素材調査事業 ● アドベンチャーツーリズム (AT) を活用した九州への来訪促進 <ol style="list-style-type: none"> ① 2021 年度に北海道で開催予定のアドベンチャーワールドサミットにおいて九州への FAM ツアーや九州の PR 等を実施 ② 九州全体の AT 普及に向けた取組み (人材育成、事業者の発掘育成等) <p>① コロナ禍による海外からの招請ができないため、豪州動画制作、旅行会社向けセールス事業へ変更。制作した動画を題材に 2 月に豪州旅行会社 5 社を対象に、当該旅行会社連携リテラー、商品造成者向けセミナーを実施。</p> <p>② 新型コロナウイルス感染症のため事業中止。</p> <p>③ 10/11~13 に福岡、大分、熊本に現 TOP リーグ所属の元豪州代表選手を招請して動画を制作。制作動画を元に現地旅行会社を対象としたオンラインセミナーを実施。現地旅行会社 4 社にて 4 商品を造成。</p> <p>④ 英国、フランス市場を対象とした旅行会社、メディア、一般旅行者を対象に九州の代表的な 50 のコンテンツを調査。更に 15 コンテンツに絞り込みペルソナ調査を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● アドベンチャーツーリズム (AT) を活用した九州への来訪促進 <ol style="list-style-type: none"> ① 9/20~24 北海道でのアドベンチャーワールドサミット (バーチャル開催) において九州の AT の取り組み状況、コンテンツの紹介を商談会で実施 (商談件数 7 社)。 ② 九州全体の AT 普及に向けた取組み (人材育成、事業者の発掘育

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
	成等)として8~9月にAT研修会を実施(5団体6名の参加)。各地におけるAT完成コースを販売するため「じゃらん」ならびに着地型商品販売システム「BOKUN」を利用して九州旅ネットにて掲載。
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) 86,000千円 (担当部:欧米豪C)	<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充実・活用 <p>②米国九州観光レップ事業</p> <p>③英国九州観光レップ事業</p> <p>④豪州九州観光レップ事業</p> <p>⑤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) ・SNSを活用した情報発信(英語) ・BtoBサイトを活用した九州のコンテンツ発信事業 ・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
	<p>①九州ならではの強みを生かしたテーマ、コンテンツの開発</p> <p>米、英、豪、在日の有力メディアや旅行会社等向けに機構スタッフが観光施設を訪問し、リモートFAMをライブ中継で、5月(高千穂・屋久島)、7月(奄美・八女)、10月(鹿児島・指宿・鹿島)、2月(南小国・杵築・臼杵)の計4回開催</p> <p>②有力メディアが集中するアメリカ東海岸の現地PR会社と契約。世界的に影響のある雑誌を中心に有力メディアへの露出強化を図り、25記事に掲載。また、最有力2雑誌において国内で唯一「2022年に行くべき目的地」として選ばれるなど、着実にアメリカでの九州プレゼンス向上に繋がった。</p> <p>③コロナ禍の影響を勘案し、欧州マーケット素材調査に事業内容を変更。</p> <p>④オーストラリア現地PR会社と契約。</p> <p>現地旅行会社向けに九州観光素材の教育としてウェビナーを初級、上級者向け各1回実施。九州旅行の行程案を5案作成。旅行会社、旅行メディア5,850名以上に隔月でメルマガを配信。旅行会社・メディアを対象とした対面セミナーを2回実施。BtoC向けに記事とBtoC向けコンペを同時に実施し、九州を印象付ける記事広告を掲載した。</p> <p>AU市場に関するBtoC旅行計画動向調査事業を実施。</p> <p>⑤ 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(Visit Kyushu) 広告配信(Google、ADARA等)によるサイトへの誘導(8月~) ・SNS(Facebook、Instagram) <p>※展開内容 P2~3 9) 海外に向けた情報発信事業に記載</p>

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
	<ul style="list-style-type: none"> ・ BtoB 向け Web サイト (Kyushu Online Media Center) <ul style="list-style-type: none"> ※日英対応 国内ランド社、国内外のメディア・旅行社向けにデジタルコンテンツを発信。体験プログラムのタリフ掲載やユーザーにおすすすめ周遊ルートを提案するコンシェルジュ機能の導入。 ・ デジタルツールを活用した KPI マネジメント、Web 来訪者のフライト、ホテル検索 予約等の把握 (ADARA) 欧米豪市場の九州の認知度調査 (Google Surveys) を実施。 ⑥ フランス九州観光レップ事業 (追加) <ul style="list-style-type: none"> 国内マーケティング会社を介在して現地 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、13 記事に掲載。また、旅行会社 20 名以上に九州の認知向上に向けた教育を実施。
[6] 中国からの誘客拡大	
21) 誘客拡大事業 (九州観光説明会・商談会、情報発信、招請、プロモーション) 33,500 千円 (担当部：海外)	中国人 FIT 客の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。 <ul style="list-style-type: none"> 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 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 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 ④中国市場における KOL を活用した FIT 誘客促進事業 ⑤中国プロモーション
	①日本在住中国人 KOL 招請事業へ変更。 事業名：中国市場における KOL を活用した情報発信事業 実施内容 <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本在住中国人 KOL 招請 (1/15~1/19) SNS2 媒体、OTA2 社による情報発信 (2~3 月) 掲載数：SNS (20 記事、2 動画)、OTA (6 記事) 合計閲覧数：19,385,041 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 <ul style="list-style-type: none"> ・ OTA3 社のサイトに掲載するコンテンツの制作 (10~11 月) ・ 同サイト上のプロモーション実施 (12/6~2/7) ・ 九州特設ページ及び関連ページの UU (ユニークユーザー) 数 388 万人 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

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
	<ul style="list-style-type: none"> ・ FIT 向けに九州内全 66 箇所の観光地への路線バスでのアクセス方法や路線図等を掲載したデジタルルートマップを作成。(1～3月) ・ 機構簡体字 HP にて掲載(3月) ④中国市場における KOL を活用した FIT 誘客促進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ ①日本在住中国人 KOL 招聘事業と統合。 ⑤中国プロモーション <ul style="list-style-type: none"> ・ 関係者への定期的な観光情報の提供
[7] 台湾からの誘客拡大	
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) 10,050 千円 (担当部：海外)	台湾人観光客の安定した誘客を図るため、FIT 旅行の目的地としての認知度向上等に取り組む。 ①台湾市場インフルエンサー等情報発信事業 ②台湾大手旅行社タイアップ事業 ③台湾プロモーション ①②台湾旅行会社の招請及び商品造成の実施が困難なため、①の事業へ統合。 事業名：台湾市場におけるインフルエンサー等を活用した情報発信事業 実施内容 <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本在住の台湾人インフルエンサー招請 招請：北部コース：11/23～27 南部コース：12/8～12 情報発信：12～1月 ・ 台湾大手旅行会社 4 社の HP における情報発信 (12～23月) ・ BtoC セミナー(Web)の開催 北部九州：1/8 (最高視聴者数 221 人) 南部九州：1/9 (最高視聴者数 194 人) ③台湾プロモーション <ul style="list-style-type: none"> ・ 台北国際旅行博 (ITF2021) へ出展 (11/5～8) 来場者数：114 千人 機構 FB 新規フォロワー獲得数：429 人 ・ 関係者への定期的な観光情報の提供
[8] 香港からの誘客拡大	
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)	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。 ①香港メディア等による FIT 向け情報発信事業 ②香港プロモーション

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
4,250 千円 (担当部：海外)	<p>①香港現地からのメディア招請が困難なため、日本在住の香港メディア又は現地香港メディアと取材テーマ等調整を行ったライターへの招聘へ変更。</p> <p>○実施内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本支社を有する香港メディア 2 社招請 (南部：12/6～10、北部：12/13～17) ・メディア掲載 (2 月～3 月) ・現地ショッピングビルにおけるパネル展開催 (2/4～13) 来場者アンケート回答者数：636 人 <p>②香港プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関係者への定期的な観光情報の提供
[9] 韓国からの誘客拡大	
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) 9,485 千円 (担当部：海外 / 広報 C)	<p>韓国人観光客の誘客拡大に向けて、更なる九州の旅行商品造成促進に取り組み、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韓国市場における九州旅行商品造成強化対策事業</p> <p>②韓国プロモーション</p> <p>③「九州オルレ」マスコミ・旅行会社等招請事業</p> <p>④九州オルレ第 10 次コース候補地視察事業</p> <p>⑤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</p>
	<p>①韓国旅行会社との連携による商品造成促進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ感染拡大を受けて事業実施見送り。 <p>②韓国プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関係者への定期的な観光情報の提供 ・現地旅行展出展社に対する九州観光ツール提供 ・JNTO 及び在釜山日本国総領事館への観光 PR 原稿・画像提供 <p>④「九州オルレ」マスコミ・旅行会社等招請事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎県松浦市、鹿児島県肝付町より、九州オルレ第 10 次コースの提案を受け、一次審査 (長崎県松浦市：8/6、鹿児島県肝付町：10/8) を実施。その後、鹿児島県肝付町からオルレ応募に関する辞退あり。長崎県松浦市の二次審査については、新型コロナウイルスの影響を受け、済州オルレの入国が難しく未実施。2021 年度中の二次審査および新規コースオープンの際に実施する③「九州オルレ」マスコミ・旅行会社等招請事業は 2022 年度に延期とする。 <p>⑤済州オルレとのオンライン会議を 8 月に実施。その他、情報交換などを行っている。</p>

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
[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 10,530 千円 (担当部：国内)</p>	<p>新しい学習指導要綱に則した観光素材・SDGs 関連プログラムなどを効果的に情報発信する事で、特に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、九州への修学旅行の需要回復を図る。</p> <p>①修学旅行に関するプロモーション事業 ②修学旅行関係者視察助成事業 ③九州合同キャラバン及び担当者会議の開催</p> <p>① 修学旅行素材説明会・相談会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・名古屋（8/4）学校、旅行会社関係 34 名、各県関係 37 名 合計 71 名の参加で開催した。 ・大阪（8/5）については開催で準備していたが緊急事態宣言発令により急遽中止。申込者に対しては修学旅行資料と Web 相談申込を案内し、相談希望の学校と該当県を繋いだ。 ・東京（8/18）も緊急事態宣言発令により中止。再度第 4 四半期の（2/24）開催を準備し 39 名の参加申込があったが、まん延防止重点措置の延長で中止した。申込者には各県資料、モデルコースなどを送付と同時に希望する県との個別 WEB 相談会の機会を作り申込者と各県とを繋いだ。 <p>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」の学習素材を各県へ新素材提供を依頼し、随時情報をリニューアル発信している。 ・サイト内のお役立ち情報に、『休日・時間外診療』、『コロナ感染対策ガイドライン』『避難先』のリンクを貼り付け安全安心の情報が提供できるように改善した。 <p>② 修学旅行関係者視察助成事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・視察助成事業 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。緊急事態発令による視察延期もあり、全国の高等学校を中心に 7 校（16 名）申請有（3 月末現在） ・AGT 招聘事業 関西、中部の AGT を中心に 2 月に南九州現地研修を募集し、18 名の参加申し込みがあったが、「まん延防止等重点措置」の延長で 2 月を中止し 3 月へ延期して開催。関西・中部の修学旅行担当者 13 名の参加で実施。 <p>③ 九州合同キャラバン及び担当者会議の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・6 月に計画していた中部への合同キャラバンはコロナの影響で中止した。グループでの訪問が難しいため、機構単独で 10 月に広島、神戸、京都の AGT、学校訪問。11 月に東京の AGT、日本修学旅行協会、全国修学旅行研究会訪問。1 月に東京の AGT、

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
	<p>カトリック学校連盟等訪問で情報発信とマーケット情報を収集した</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 担当者会議を 6 月は WEB で 12 月はリアルで開催した。
[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</p> <p>109,000 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>①JR 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> <p>①JR プロモーション事業</p> <p>予定していた事業がコロナ禍により、大幅に縮小・中止となる状況となったなか、以下の取組を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 関西・中国地区旅行会社視察研修をコロナの影響により 10 月から 1 月に延期して実施（10 名参加、視察先：福岡県、鹿児島県、D&S「36 ぷらす 3」、「指宿のたまたま箱」） ・ 関東・中部地区旅行会社視察研修を JR 九州東京支社と協力して 3 月に実施（8 名参加、視察先：佐賀県、長崎県、D&S「36 ぷらす 3」） ・ 11 月からリニューアルした「或る列車」と沿線地域の情報を雑誌掲載し九州の魅力をアピールした。3 月には、GOTO トラベル事業再開時の需要獲得を目的として D&S 列車「36 ぷらす 3」についても雑誌掲載を行い九州の魅力を発信した。 ・ 10 月より機構を中心として展開している九州の感動と物語をみつけようプロジェクトの広告展開を九州内各駅及び山陽線に行うことで誘客を行った。 ・ 二次交通施策に対する補助金事業により、九州への誘客拡大及び九州域内の観光周遊促進を行った。 <ul style="list-style-type: none"> ▶山陽九州新幹線相互直通 10 周年記念プロモーション ▶佐賀・長崎プレ DC に伴うプロモーション ▶九州誘客拡大施策 ▶みんなの九州きっぷ販促施策 <p>②航空プロモーション事業</p> <p>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、「空行けキャンペーン」（10/1～3/18）を実施。</p> <p>隣県周遊二次交通対策としてレンタカー乗り捨て無料キャンペーンや誘客強化として DP クーポンなど、各航空会社毎にコロナ禍における九州誘客施策を展開</p>

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
	<p>③旅行会社とのタイアップ事業 旅行会社の取組に対し補助金を交付。申請状況は以下のとおり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九州キャンペーン事業：8社 ・提案型新規誘客事業：6社16事業 ・着地型商品支援事業：4社4事業 ・九州域内及び近隣地区（山陽）販促支援事業：3社3事業 ・現地研修支援事業：2社3事業（3月末現在） <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）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を下記内容にて実施。 実施期間 2021年10月1日～2022年3月31日 ・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
[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 17,275千円 (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> <p>①国内誘客のためのBtoBプロモーション事業 事業者向け九州観光素材情報発信Webサイト運営 九州観光素材相談会の開催</p> <p>②関係機関と観光に関する調査・情報収集・意見交換 九州7県・会員旅行会社担当者会議の開催（各々年2回） 関係機関と観光に関する調査・情報収集</p>
	<p>①BtoBプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者向け「九州のおススメ観光素材発信Webサイト」による素材情報の発信 2022年度上期観光素材情報は先月8/2よりリリース。 →サイト訪問者数13,814人（2020/9/8～2021/9/30） 2022年度下期観光素材情報は1/28よりリリース。 →サイト訪問者数27,301人（2020/9/8～2022/2/28） ※旅行会社の計画休業・テレワークの拡大に対応 ※九州各県の観光素材集、写真素材、動画素材、おすすめの着地型商品等旅行会社の造成に有用な情報等を随時発信 ・2022年度上期観光素材Web相談会の開催（9/6～8） Web形式（9/6）、会場形式（9/7福岡、9/8大阪、9/10東京）で開催を計画していたが、新型コロナウイルス感染症の拡大によりWebに切り替えて3日間開催 参加総数：258人 ・2022年度下期観光素材Web相談会の開催（3/3） Web形式（3/3）、会場形式（2/28東京、3/2大阪、3/4福岡）

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
	<p>で開催を計画していたが、新型コロナウイルス感染症の拡大により会場相談会は中止、WEB のみにて 1 日間開催。参加総数：412 人</p> <ul style="list-style-type: none"> ・素材説明会担当者会議 <ul style="list-style-type: none"> 第 1 回会議 新型コロナ感染拡大に伴い Web で開催 (6/4) 第 2 回会議も同様に Web で開催 (10/27) 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) <ul style="list-style-type: none"> ・第 1 回会議 新型コロナ感染拡大に伴い Web で開催 (5/7) (会員旅行会社担当者会議) ・第 1 回会議 新型コロナ感染拡大に伴い開催中止。訪問ヒアリングを実施。 ・第 2 回会議については 12 月に開催
[16] 新型コロナウイルス感染拡大収束後の誘客促進	
<p>52) コロナ禍からの九州観光復興キャンペーン 61,000 千円 (担当部：広報 C)</p>	<p>新型コロナウイルス感染症拡大により低迷する観光需要の復興を目的として次の取組を行う。</p> <p>①「九州驛印帳」を活用した周遊促進 (30,500 千円) JR 九州や九州内私鉄・3 セク路線の駅を巡る「九州驛印帳」のデジタル展開や、九州内の新たな尖ったコンテンツ特集を Web、SNS、動画を活用し、九州内の周遊を促進する。</p> <p>②温泉・自然をフックとした誘客拡大 (30,500 千円) 「温泉・自然」を切り口に Web を活用したプレゼントキャンペーンや若年層を対象とした体験アプリなどを通じて、九州への誘客を進める。また、九州ファンのデータベースを構築し、将来的なりピートを促進する。</p> <p>「九州の感動と物語をみつけようプロジェクト」をキャッチフレーズにして、10/1 より観光需要復興プロモーション開始。専用のポータルサイトを開設して、九州ならではの魅力と楽しみ方等の情報を多数掲載、九州域内、及び域外からの旅行機運醸成を図るとともに、早期の観光需要回復の促進を行った。</p> <p>新規コンテンツとして「旅の御朱印帳 九州駅印帳」を九州 16 の鉄道で展開を実施、対象の鉄道駅やその周辺への周遊を促進。「泊まって新発見 九州温泉旅」では、プロジェクト参加エントリー宿泊券が抽選で当たるキャンペーンや、人気温泉地での QR コードからのアンケート回答で九州の旬の味覚が抽選で当たるキャンペーン等、九州域内/域外からの誘客拡大を図った。</p> <p>他にも九州の魅力を「深ぼり」する多数のコンテンツ紹介を専用のポータルサイトにて実施、新しい九州観光の魅力発信も行った。</p> <p>(主な実績) ※2022 年 3 月 31 現在</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロジェクトサイト訪問数 94.3 万 PV ・プロジェクトエントリー数 11,411 名

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

Ⅲ 九州への来訪促進戦略	
	<ul style="list-style-type: none"> ・九州駅印帳販売数 1,157 冊 (@2,750 円×1,157=約 318 万円) ・九州温泉旅での宿泊者数 15,310 人泊 (観光消費額約 8.7 億円) ※宿泊者数は、2022 年 2 月末時点

Ⅳ 来訪者の滞在・消費促進戦略	
[2] 外国人対応可能な観光案内所の拡充・ネットワーク化	
33) 観光案内所ネットワーク推進事業 3,500 千円 (担当部：広報 C)	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。 <ul style="list-style-type: none"> ①福岡空港国際観光案内所への支援 <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 ②九州観光案内所の整備支援 <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)
	<ul style="list-style-type: none"> ①福岡空港国際観光案内所への支援 <ul style="list-style-type: none"> ・福岡空港国際観光案内所運営協議会予算案の承認 ・負担金の納入 (負担金 3,000 千円から 750 千円へ減額) ②九州観光案内所の整備支援 <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況を鑑み、今年度のスタッフ研修会は中止とした。
[3] 通過型から宿泊・滞在型への観光魅力づくり	
34) 着地型観光素材開発事業 21,700 千円 (担当部：広報 C /国内)	<ul style="list-style-type: none"> ① 各県、連盟および DMO 等との連携を通じて、九州内の着地型観光素材を集約した Web ページを構築し、一元的な情報発信および販売促進を行う。 ② 各県と連携した着地型観光素材の開発を図る。 <ul style="list-style-type: none"> ・着地型商品発信事業 ・ワンモアステイに寄与する着地型商品を各県と開発。 ・Web での商品情報発信等
	<ul style="list-style-type: none"> ① 着地型観光素材プラットフォーム事業について、公募を実施し、「JTB BÓKUN」を導入することに決定した。次年度以降に商品登録促進を図る。 ② 各県と連携した着地型観光素材の開発を図る <ul style="list-style-type: none"> ・着地型商品造成・展開業務委託事業者を選定し、各県と共同して商品を造成 (28 コース/当初目標 21 コース)。 ・旅行会社を招いてモニターツアーを実施 (10/21~22) ・旅行会社担当者を招いて造成した旅行商品の採用および流通を目的として招聘研修 (3/9~10) を実施した。意見交換や商品

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

IV 来訪者の滞在・消費促進戦略	
	<p>説明および各旅行会社への流通依頼を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 3 月 25 日～27 日に開催された日本観光ショーケース in 大阪において特別ブースを設置して各県の商品ポスターを掲示及び企画カードを来場された旅行会社担当者に 300 部配布し、各旅行会社への商品採用および流通促進を図った。

V その他	
<p>36) 観光関連組織連携事業 9,700 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> <ul style="list-style-type: none"> 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） ⑥自治体・観光協会・DMO 等と連携した地域の観光素材の収集、観光素材の磨き上げ <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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（4～2 月号）作成、毎月 10 日前後に活動レポートを会員に対して発信。 ・ 素材データベースを活用して、各地域と連携して素材の収集を実施。素材データベースへの登録数：25 団体、登録素材数 4805 点（3 月末時点） ・ 九州運輸局と共催で「観光地域づくり法人九州連携会議」を開催（11/1）、13 の九州内観光地域づくり法人が参加し、各地域の取り組みや課題について意見交換を実施。
<p>37) 複数県連携支援事業 9,051 千円 (担当部：海外)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 ③関係機関との協議調整費

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

V その他	
/欧米豪 C)	<p>①複数県連携事業の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 支援件数 10 件（当初想定 12 事業中、2 事業が実施見送り） 1) タイ市場向け 4 県情報発信事業 実施主体：佐賀県、長崎県、◎熊本県、大分県 2) 長崎県・熊本県・大分県 3 県連携台湾市場向け周遊促進事業 実施主体：長崎県、◎熊本県、大分県 3) 台湾サイクリスト向け南九州 3 県サイクルツーリズム情報発信事業 実施主体：熊本県、◎宮崎県、鹿児島県 4) 3 県連携英国 AGT 向け商品造成プロモーション事業 実施主体：福岡県、佐賀県、◎長崎県 5) 中国大手 OTA およびメディアを活用した事業 実施主体：福岡県、長崎県、熊本県、◎大分県 6) 上海事務所をフックとした誘客促進事業 実施主体：熊本県、宮崎県、◎鹿児島県 7) FIT 向け台湾現地プロモーション事業 実施主体：宮崎県、◎鹿児島県 8) マレーシア市場向け情報発信事業 実施主体：◎福岡県、佐賀県 9) 西九州デジタル旅程販促企画事業 実施主体：◎佐賀県、長崎県 10) インフルエンサー招請による韓国向け南九州 3 県情報発信業務 実施主体：◎熊本県、宮崎県、鹿児島県 <p>※◎幹事県</p> <p>②ランド社向け九州観光商談会開催事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 開催日：9/29～10/1（オンライン） ・ 参加者：九州側 52 団体、在京ランド社 44 社
38) 九州観光広報センター事業 5,000 千円 (担当部：広報 C)	<p>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。</p> <p>【プレスリリース発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 広報センターから実施したプレスリリース対応 6 件。主なリリースとしては、「記者会見ご案内「2021 年度九州観光推進機構事業体制について」(6 月)、「九州観光による経済活性化に関する要望について」(10 月)、「合同記者会見のご案内 九州割の実現について」(12 月)の情報を配信、複数の媒体にて取材、掲載された。 <p>【観光ブース出展、関連サイト掲載】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 東京都メディアセンターにおけるメディア向け PR 事業として、8/5・6 にて九州観光ブースを出展。また関連の専用 PR サイト（JAP

2021 年度事業実施報告

戦略項目等	2021 年度事業計画
	2021 年度事業実施報告

V その他	
	<p>AN SHOWCASE/英語版)にて九州観光の魅力を動画と画像で紹介、東京オリパラ取材関連の海外メディアへ九州観光のプロモーションを実施した。</p> <p>【主な記者会見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九州割実現に向けた記者会見（大分県 広瀬知事、福岡県 服部知事、唐池会長が登壇）を12月に実施。在九主要テレビ局、新聞社を始め、マスコミ全18社が参加、各メディアにて大きく掲載、発信となった。
<p>48) 九州観光セミナー・交流会事業 1,000千円 (担当部：企画部)</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通して、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> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、例年6月に実施する総会と合わせたセミナーは見送り。 ・国内市場、海外市場の取り組みと動向に関するセミナーを3/17に実施。