



九州観光戦略と アジアからの誘客推進施策について



2015年11月24日
一般社団法人 九州観光推進機構
Kyushu Tourism Promotion Organization
事業本部長 高橋 誠
Makoto Takahashi



九州観光推進機構とは…設立の経緯

理念
九州はひとつ

九州地域戦略会議 (2003年 10月28日 設立)

※官民一体で具体的な施策を検討し、実践的に取り組む



九州地方知事会と九州の経済団体からなる九州地域戦略会議にて「九州はひとつ」の理念のもと、九州の自立的かつ一体的な発展に向けた取り組みとして九州観光戦略の策定を決議しました。

九州地域戦略会議
検討テーマ第1弾

九州観光戦略委員会 (2004年 1月26日 設立)



九州観光振興のために九州が一体となって取り組む施策「九州観光戦略」が2004年10月取りまとめられ、戦略を展開するうえでの実行組織として官民の協力の下に「九州観光推進機構」が設立されました。

「九州はひとつ」
の試金石

九州観光推進機構 (2005年 4月22日 設立)

■『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

2014年4月機構は一般社団法人九州観光推進機構となりました。

機構の取り組みの一例

旅行会社、メディア
向け素材説明会



九州7県合同で全国大都市にて実施
札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、広島、福岡。

機構の取り組みの一例

ボランティアガイド
九州大会



九州各地の観光ガイドが毎年一同に集まり、
事例共有や研修を実施

機構の取り組みの一例

有事への一体的対応



(街頭PR: 韓国ソウル)



(記者会見: 韓国ソウル)



(記者会見: 中国)

震災時に九州7県合同で海外にて安全・安心情報を提供。

機構の取り組みの一例

九州の空港に離発着する14社が連携して九州をPR

よかよかAIR LINE

九州へ就航する
14の航空会社が
毎日400便以上
運航!

空行け!九州キャンペーン

アンケートに答えて当たる! 飛行機に乗って当たる!

総計400名様以上に「九州への国内往復航空券」「九州各地の特産品など」が当たる!

2015.9.1 → 2016.3.31 詳しくは <http://www.soraike.net> 空行け!九州

九州

九州出身のガールズバンド「たんこぶちゃん」が
空行け!九州キャンペーンソングを歌います!

8/6	羽田空港オープニングイベント
9/26・27	ツーリズムEXPOジャパン
10/10~12	代々木九州観光・物産フェア
1/15~17	羽田空港観光庁イベント

九州への往復航空券や九州の特産品などが総計400名以上に当たる!!

各旅行会社様・航空会社様の旅行商品・個札を利用して九州へ往復した方なら誰でも応募OK!

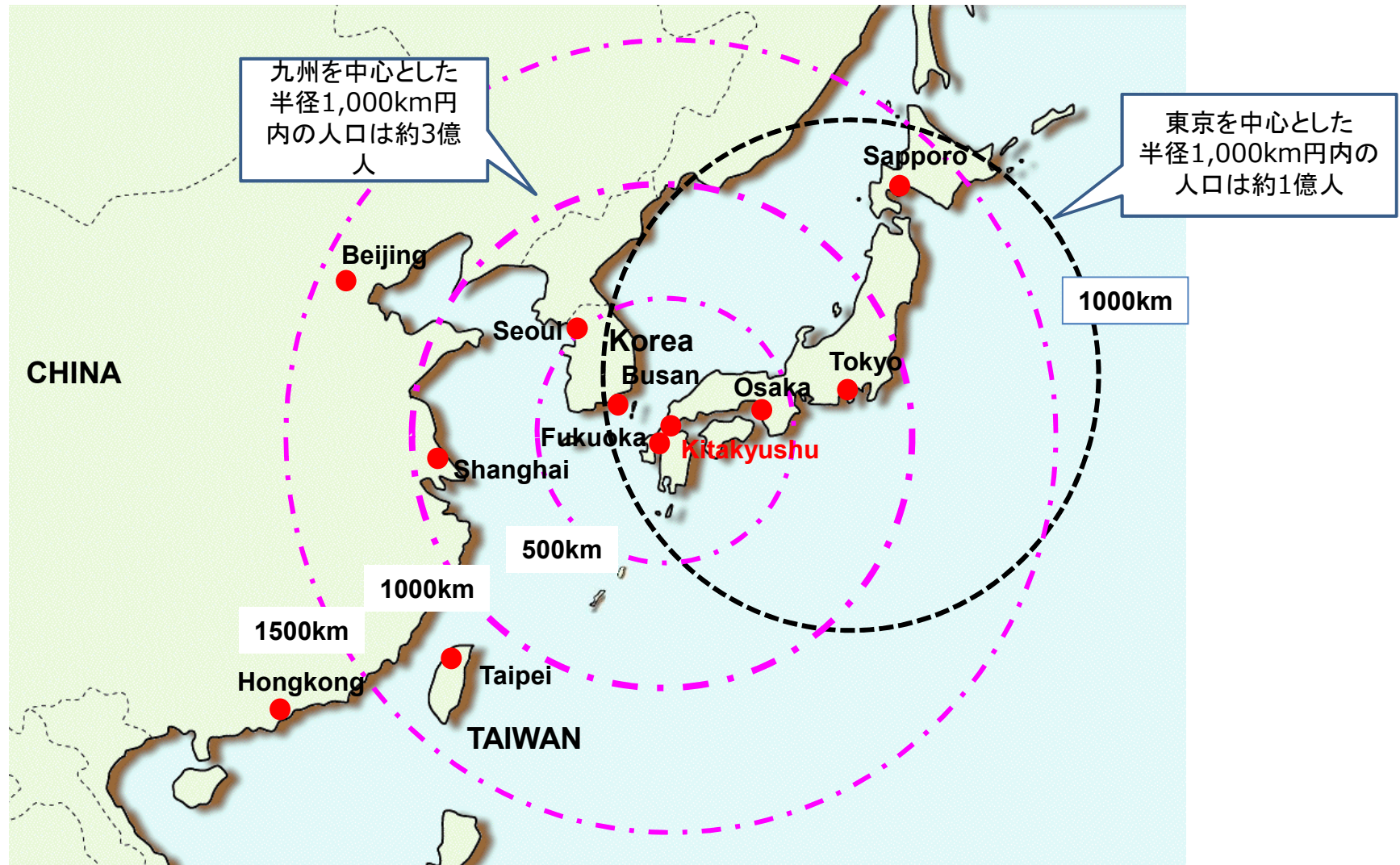
※航空会社によって応募方法が異なります

※詳しくは空行け!九州専用HPまで



九州の特徴～アジアへの玄関口

九州を中心とした半径1,000km円内に3億人が暮らす。



九州の特徴～九州には8つの滑走路がある。

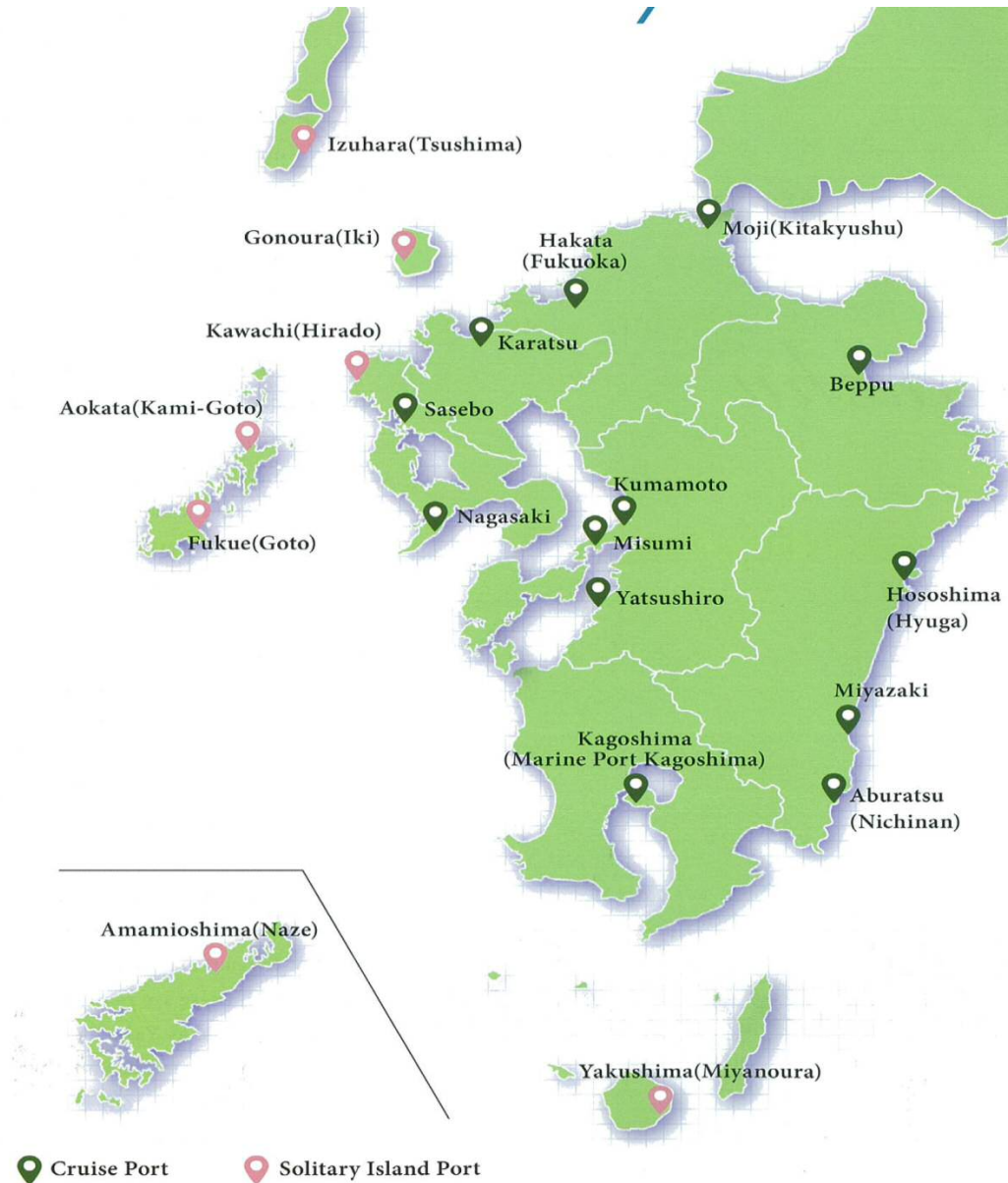
九州はすべての県に空港がある。しかも各県から国際線が飛ぶ。



In seven prefectures in Kyushu,
an international airport is located in all the prefectures.

九州の特徴～クルーズ船寄港可能港が20か所。

九州はすべての県に港湾がある。大型クルーズ船が寄港可能な港も6つ。



大型船が寄港可能な港湾

●16万トンクラス

- ・博多港
- ・長崎港
- ・八代港
- ・油津港

●13万トンクラス

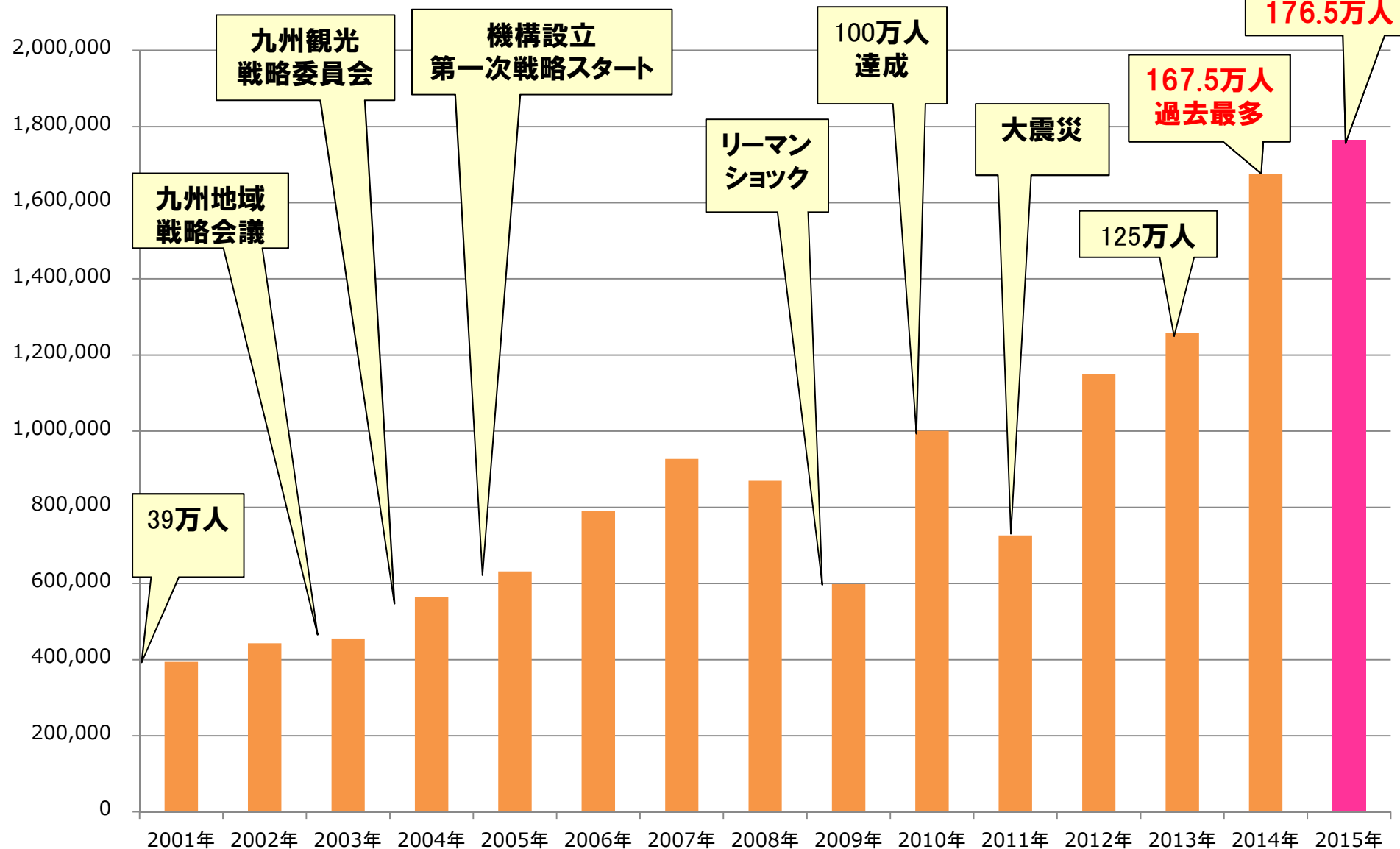
- ・別府港

●11万トンクラス

- ・鹿児島港

(平成27年6月現在)

外国人入国者数推移 九州 港・空港



※法務省出入国管理統計より (単位 人)九州観光推進機構にて集計 2013年は月報計

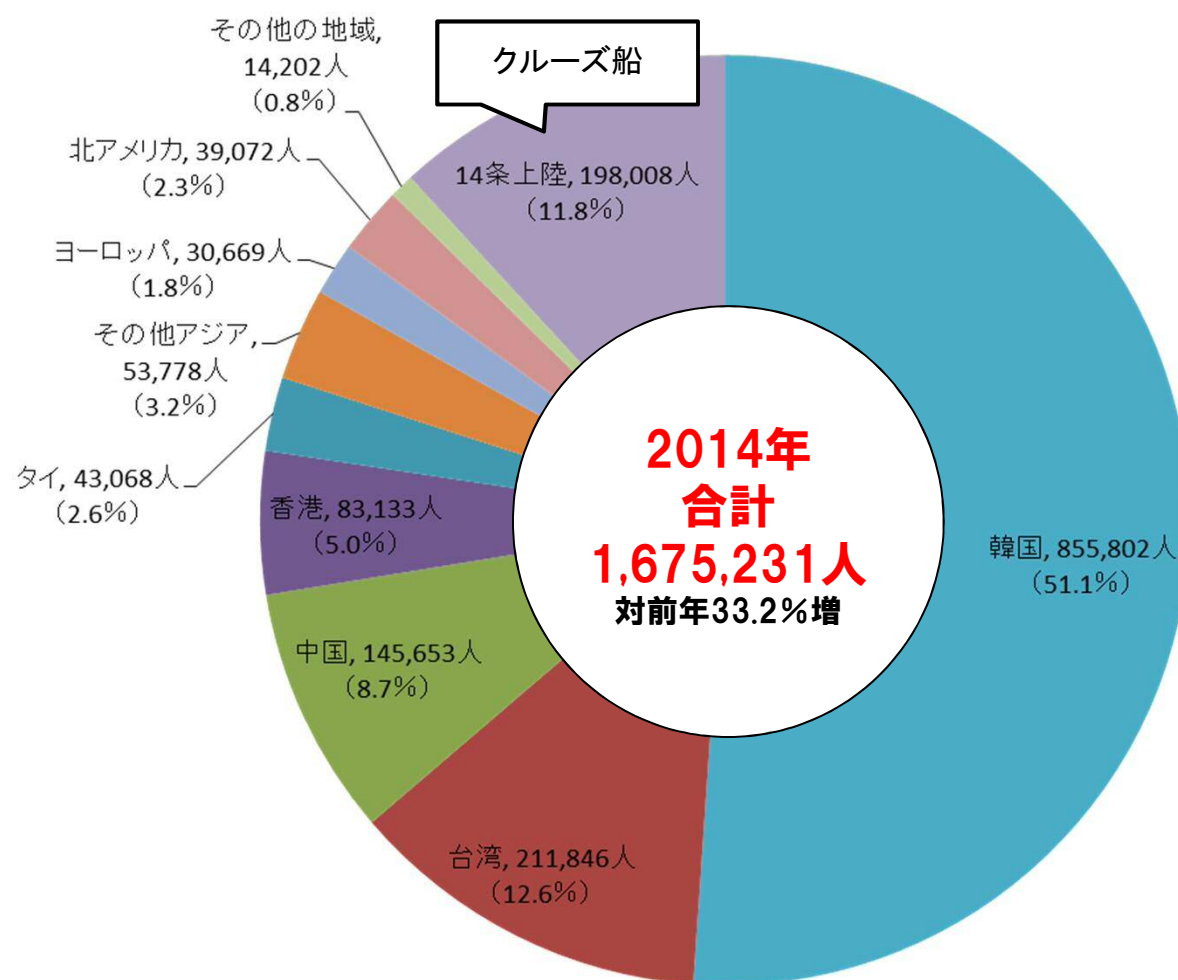
※九州計に14条適用一時上陸者含む※14条適用は、出入国管理及び難民認定法第14条の許可による上陸。2012.6月から一部大型クルーズ上陸許可に適用。※JNTO推計とは異なる

外国人入国者数 国籍別内訳 九州 2014年

九州は、アジアからの入国者が約95%。

韓国からの入国者が5～6割を占める。次いで、台湾、中国。

14条上陸(クルーズ船)も多いことが九州の特徴。



※法務省出入国管理統計より

九州観光推進機構にて集計

※中国の中に中国(その他)を含む。中国(その他)は中国国籍を有する者で、中国及び中国[香港]を除く政府(例えば、シンガポール、マレーシア等)が発給した身分証明書等を所持する者。

※14条一時上陸者含む※14条適用は、出入国管理及び難民認定法第14条の許可による上陸。2012.6月から一部大型クルーズ上陸許可に適用。

※JNTO計とは異なる

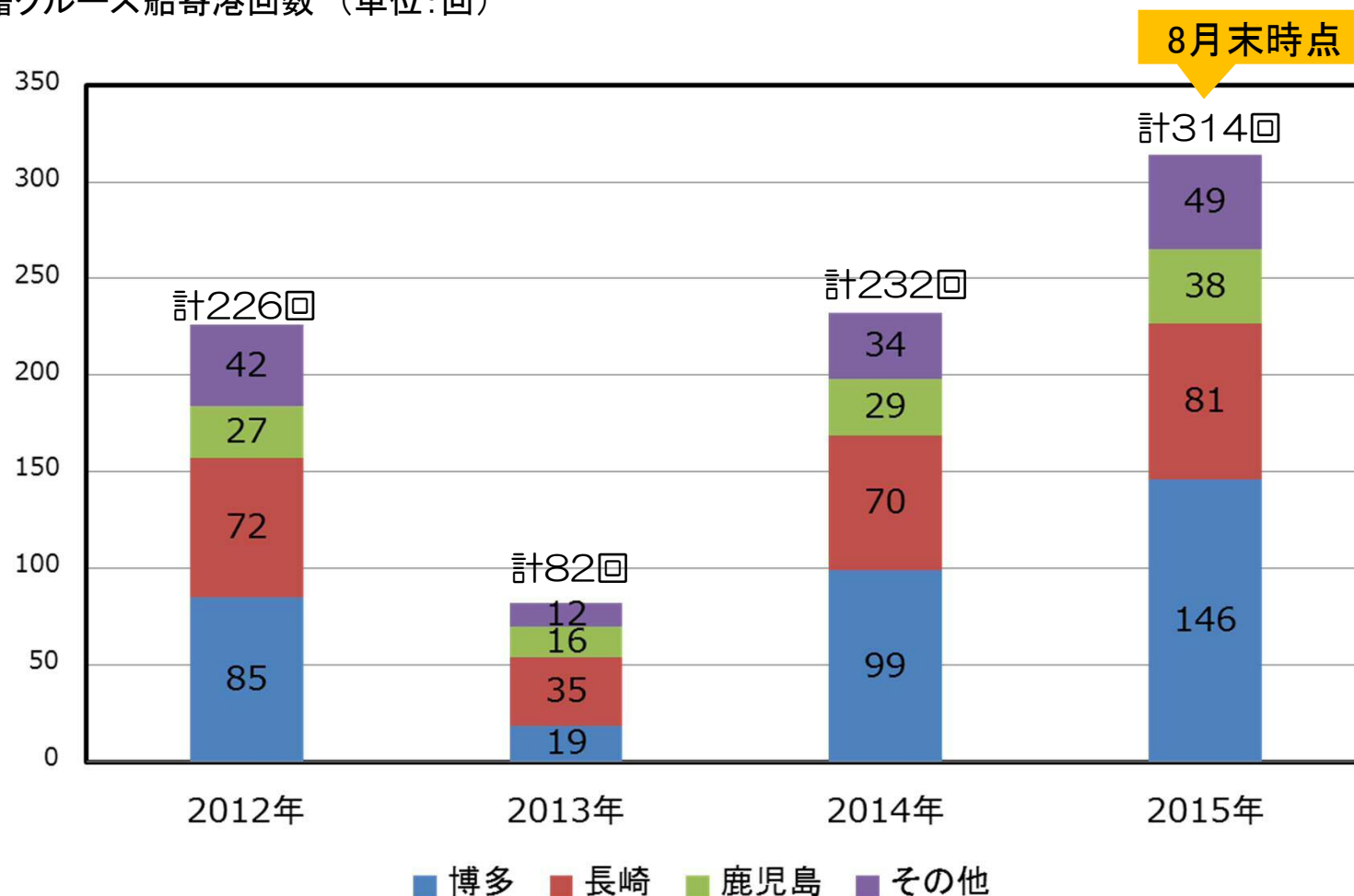
外国船籍クルーズ船寄港実績(九州管内 ※下関除く)

本年のクルーズ船寄港回数は、

博多港、長崎港を中心に昨年の約2～3倍の予約状況。

上陸者数も昨年19.8万人に対し、本年は50～60万人へ増える見込み。

●外国船籍クルーズ船寄港回数 (単位:回)



第2期九州観光戦略骨子 2014年4月～

○2005年～13年 はじめて「九州が一体となって」観光に取り組む

○2014年～23年 **観光産業を九州の基幹産業とする10年**

＜第二期九州観光戦略の中間（2016年）と10年後（2023年）の目標＞

	2010年 (国)	2010年 (九州)	2016年 (国目標)	2016年 (九州目標) 国並みの伸び	2016年 (九州目標) 国以上の伸び 目標	2023年目標 (九州目標)
訪日外国人	1.3兆円	961億円	3兆円	2,142億円	2,301億円	6,406億円
国内宿泊	16.1兆円	16,027億円	18兆円	17,964億円	19,191億円	21,555億円
国内日帰り	5.1兆円	3,989億円	6.5兆円	5,106億円	5,564億円	6,574億円
観光消費計	22.5兆円	2.1兆円	27.5兆円	2.5兆円	2.7兆円	3.5兆円
経済波及効果	49.4兆円	3.3兆円	—	3.9兆円	4.2兆円	5.4兆円
雇用効果	424万人	27.9万人	—	33.6万人	36.1万人	46.6万人
訪日外国人数	861.1万人	100.1万人	—	—	188.7万人	440.6万人
延べ宿泊者数	3億5千万人泊	3,653万人泊	—	—	4,566万人泊	6,510万人泊

＜九州一体で取り組む必須対策＞

- ・訪日インバウンド(海外からのお客様)を飛躍的に拡大させる⇒国の成長戦略の伸びよりも高い目標
- ・組織、人材、財源の強化

第2期九州観光戦略骨子

戦略Ⅰ 九州ブランドイメージ

- 1 九州がはっきりと思い浮かぶイメージづくり
- 2 様々なチャネルを通じた国別のイメージ浸透策



戦略Ⅱ 観光インフラの整備

- 1 ハード・ソフトのインフラ整備実現に向けた活動（LCC誘致、CIQ迅速化）
- 2 規制緩和・制度改定（中国人ビザ、特区ガイド）
- 3 観光人材育成（地域観光ボランティア）
- 4 各地の観光資源・ホスピタリティの強化（景観づくり、6次産業化）

戦略Ⅲ 九州への来訪促進

- 1 海外インバウンド誘客（国別・都市別・マーケット別）
- 2 国内誘客（マーケット別、テーマ別）
- 3 国内・海外誘客共通
 - ・対象市場の明確化、市場把握・分析及び戦略構築
 - ・運輸、旅行事業者等との協力
 - ・広報戦略（特にウェブの活用）、メディア活用
 - ・MICE（企業ミーティング、イベント）の誘致

戦略Ⅳ 来訪者の滞在&消費促進

- 1 広域観光ルート開発（二次交通整備）
- 2 通過型から宿泊滞在へ（地域イベント・夜のイベントの商品化、ナイトメニューの開発）
- 3 単泊から連泊へ（滞在型イベントの誘致）

九州のブランドイメージ戦略～海外への情報発信の課題



膨大な情報が飛び交う現代において、外国人に対して大量で多様な魅力を「九州には色々な魅力があります。」という形で伝えることは得策ではない。

「日本」=「観光目的地として、〇〇て魅力的」
というイメージが、競合国と差別化された形で、
海外の消費者の頭のなかに即座に浮かぶことが重要

九州のブランドイメージ戦略～九州に人を呼び込むために

九州旅行へ … **九州のイメージ発信**

- ex. ・温泉、自然、食
・世界遺産(屋久島、近代化産業遺産)
・鉄道(香港、台湾)



■「九州」、「Kyushu」のブランドイメージの確立

⇒九州がはっきりと思い浮かぶイメージづくり

■ホスピタリティの強化

⇒市民のおもてなし: 挨拶、笑顔、アイコンタクト

九州のブランドイメージ戦略～観光ブランドイメージ

■観光ブランドイメージ

北海道：雪／大自然

沖縄：青い海

フランス：

モンサンミッシェル

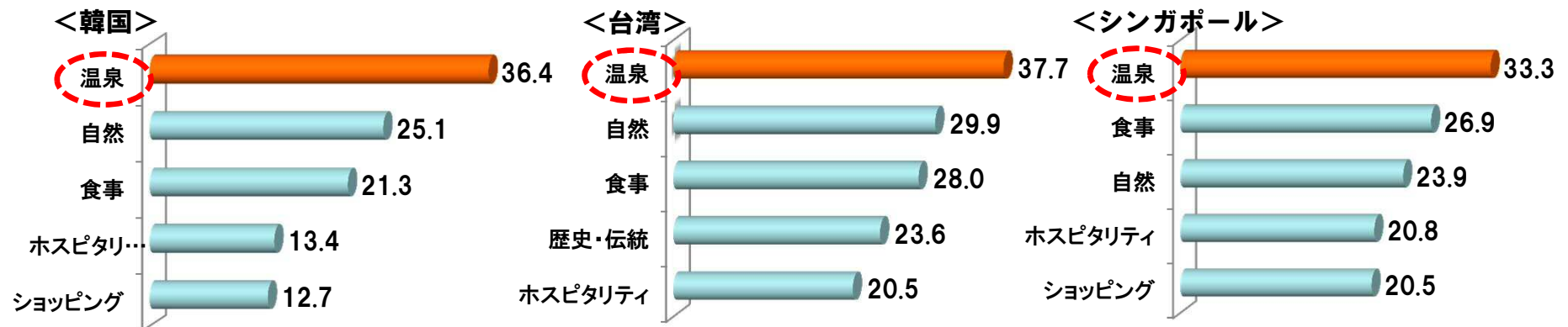


○知名度が高い観光ブランドイメージ

○はっきりと思い浮かぶイメージとして浸透

○強烈的な訴求力で観光客を惹き付ける

＊九州のイメージに対する外国人のアンケート調査(単位：％)＊



資料：九州観光推進機構資料をもとに再構成

⇒アジア各国で「温泉」が上位

ブランドイメージ) 温泉を中心に、自然や食など様々な楽しみがコンパクトに味わえる九州

九州のブランドイメージ戦略 2014年6月～

■戦略の基本概念：温泉を『入り口』に九州を海外に浸透させる

＊九州観光のロゴマーク・キャッチコピー＊



◎九州の温泉資源の強み（情報発信に活かす）◎

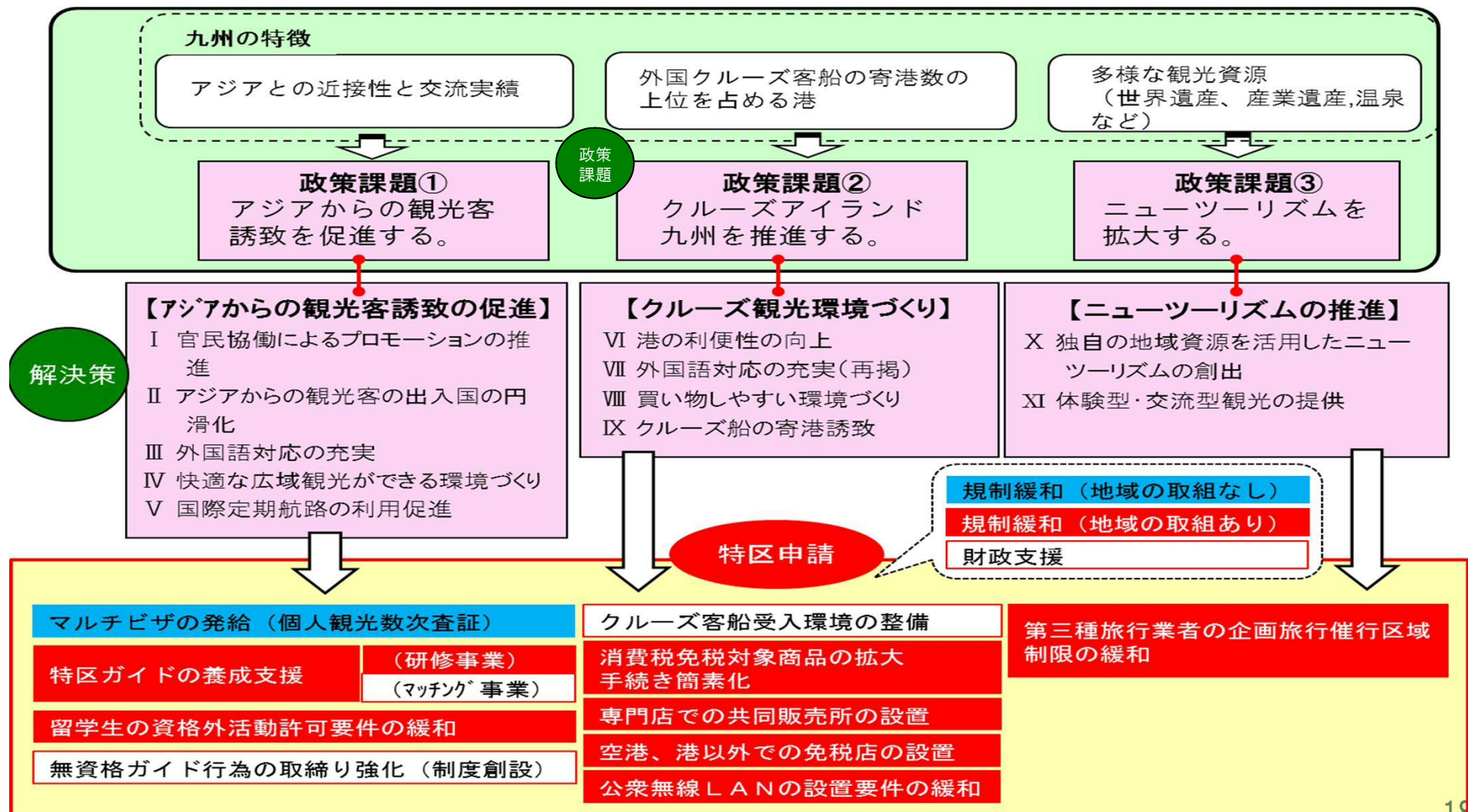
- ・源泉数日本一）日本の温泉源泉数のうち、
3分の1以上が九州にある
- ・湧出量日本一）日本の温泉湧出量のうち、
4分の1以上が九州にある
- ・日本唯一の「天然」砂むし温泉がある
- ・日本で特に人気の高い温泉が多い

- 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

九州アジア観光アイランド総合特区への取り組み

九州の独自性・優位性を活かし、九州を「東アジアの観光客が気軽に何度でも訪れる国際観光地」とする国家戦略により、東アジアの海外旅行客のボリュームゾーンを獲得し、日本の観光立国推進に貢献する。

■2012年9月九州アジア観光アイランド総合特区(地域活性化総合特区)を以下の内容で内閣府に申請。
⇒2013年2月指定 ⇒2013年6月 計画認定された。



受入環境整備～特区ガイド(地域限定特例通訳案内士)の養成

「九州アジア観光アイランド総合特区」の認定により、国家試験を受けることなく、地域活性化総合特別区域の特性に応じた**中国語・韓国語・タイ語**の通訳案内に関する研修を修了し、登録を受けることにより、九州域内で、有償で外国語を用いた通訳案内を行うことができるようになった。

<研修内容>

総合特区計画認定！

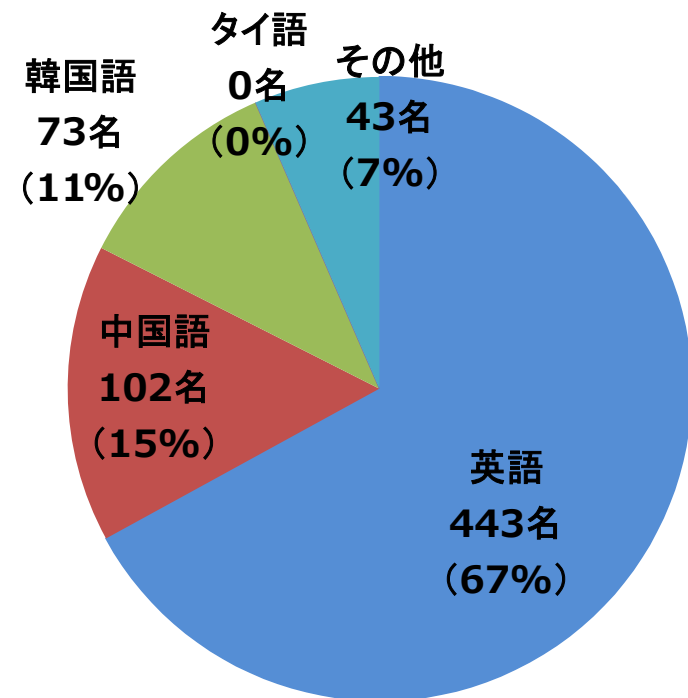
語学研修、九州観光の概要、
実務研修(模擬バスツアー)、
旅程管理、救急救命、ホスピタリティ等
⇒全ての研修を履修した受講生に
対して、口述試験を実施

合格者数182名

内訳: 中国語123名、韓国語48名、タイ語11名

2015年11月11日時点

<九州の通訳案内士の延べ登録者数 言語別>



2012年4月1日時点

受入環境整備～ WiFi

・6月に「Kyushu_Free_WiFi」をサービス開始。九州各県の無料Wi-Fiスポットの接続認証手続きを一元化するアプリをリリース。

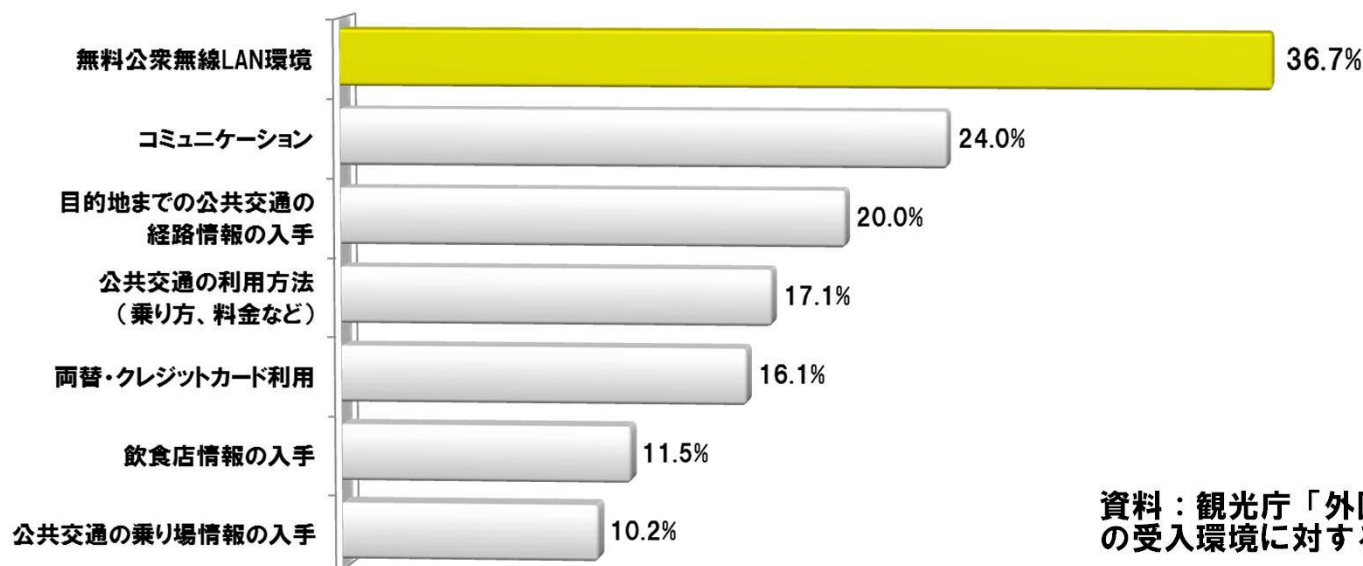
・日本語、英語、韓国語、中国語(繁体字、簡体字)の5言語対応。今後タイ語もリリース予定。



・サービス開始後の九州内の整備状況 ※数字は施設数

	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	計
5月11日	2252	417	601	1098	579	553	797	6297
9月24日	3874	721	938	1569	952	851	1316	10221
シェア	37.9%	7.1%	9.2%	15.4%	9.3%	8.3%	12.9%	—

<外国人旅行者が旅行中に困ったこと>



資料：観光庁「外国人旅行者の日本の受入環境に対する不便・不満」

受入環境整備～ WiFi

WiFi整備の目的は情報発信。

OSNSから火がついた！

河内藤園(北九州市)

欧州・タイの観光客を魅了！



極味や(福岡市)

自分で焼くスタイルの
ハンバーグが韓国人に大人気！

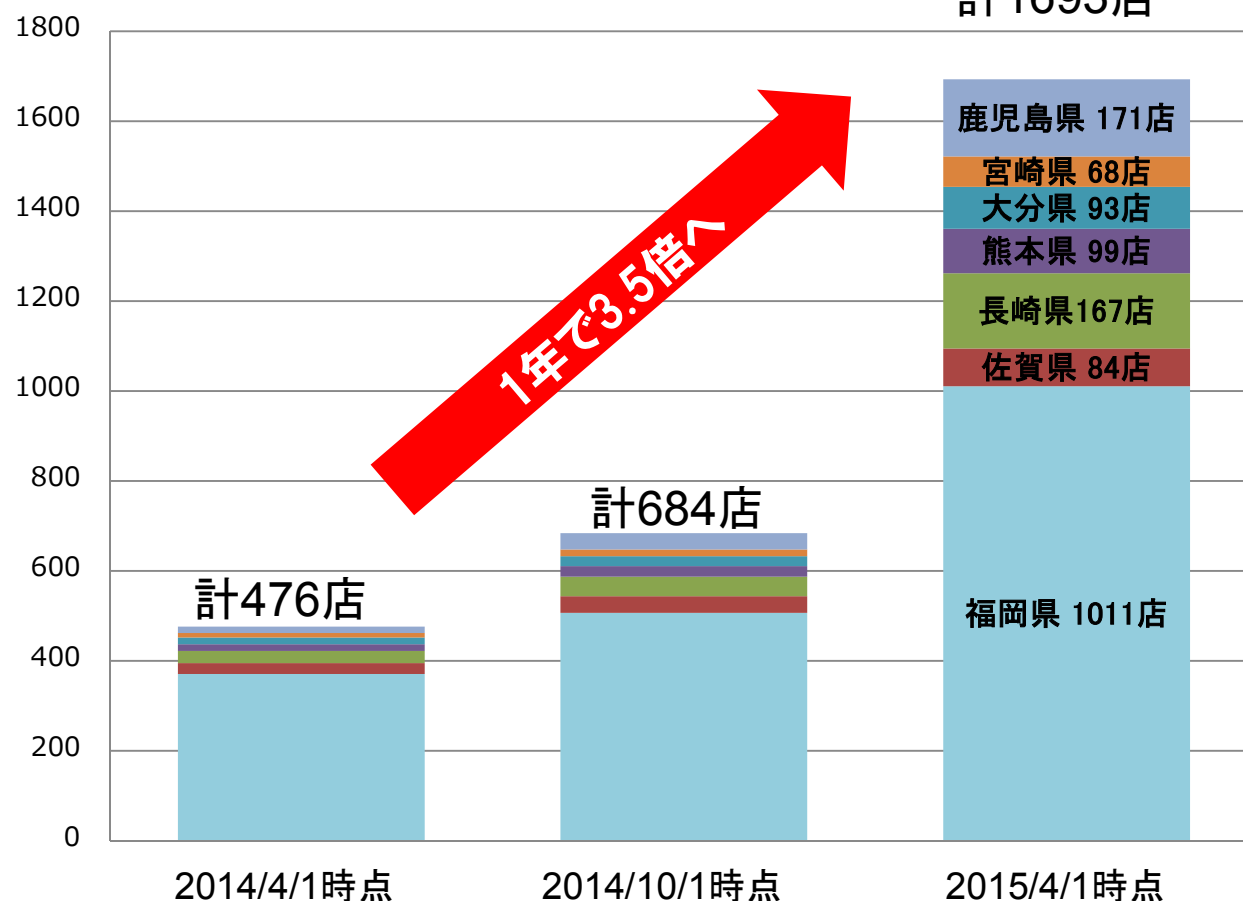


受入環境整備～免税店の拡大

- ・2014年10月～従来の家電やバッグ、衣料品に加え、食品類、飲料類、たばこ、薬品類及び化粧品等まで、免税対象拡大。
- ・免税店も急増中。

■九州の免税店数推移

(単位:店)



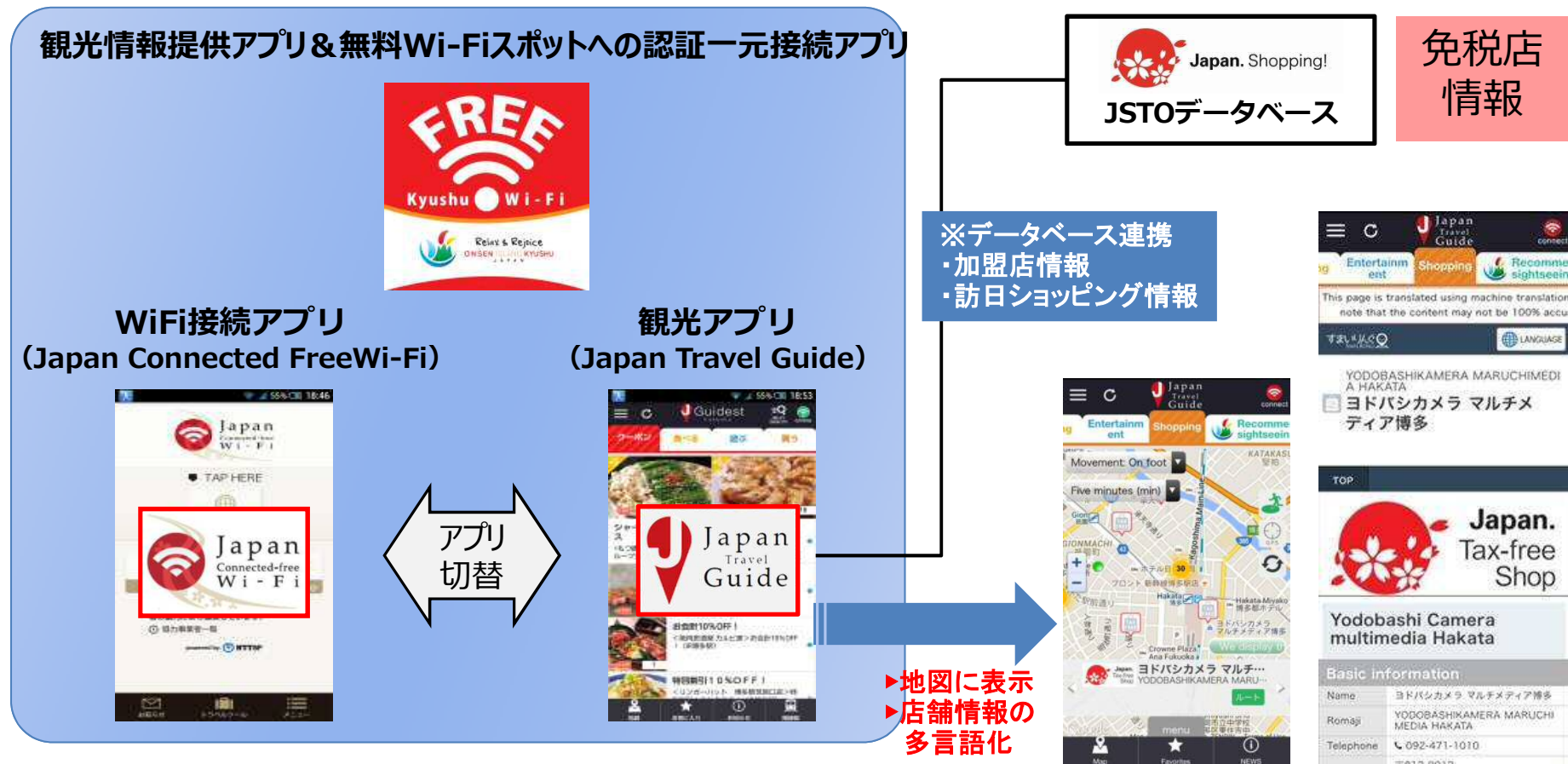
■全国の免税店数推移

- ・2014/4/1時点 5,777店
- ・2014/10/1時点 9,361店 約3.25倍
- ・2015/4/1時点 18,779店

※出典:観光庁資料より

受入環境整備～免税店情報の多言語化対応

JSTO(Japan Shopping Tourism Organization) のデータベースと連携し、
観光アプリにて、免税店情報の多言語化対応を実現！
(来年春節前の1月中旬開始予定)



受入環境整備～九州観光案内所

●事業目的

九州への国内外観光客に、
県境を越える広域的な観光案内、ワンストップサービスの充実を通して
快適な旅をサポートし、九州全体の観光客の増加に寄与すること。

●取組み内容

各観光案内所間での情報交換や
交流を通して、横の連携強化。



▲案内所スタッフ間でのグループ討議 ▲観光スポットの現地研修

●最近、外国人観光客の相談・問い合わせで 増えているもの

- ・県外へのアクセスのお尋ね
- ・お得なチケットの問い合わせ。
- ・地元の人に人気のスポット、地元のお祭り
- ・Wi-Fi、SIMカード、両替、税の還付
- ・ドラッグストアの場所、グルメ情報
- ・ガイド付き観光バス

●外国人観光客の相談・問い合わせで困ったこと たまにある（6件:67%） ほとんどない（3件:33%）

※具体的な内容

- ・時間外外貨両替の希望
- ・「仏像を買いたい」などマニアックなお尋ね
- ・繁忙期の宿の予約

情報発信～BtoBの取り組み

■上海の主要旅行社28社と協力覚書締結（2014年9月1日）

- ・ 九州と上海の双方向型観光交流拡大を目的に
MOUを締結
- ・ インバウンド誘客の最大のターゲット・中国
市場へ積極的に九州をPR



■JNTOと連携して旅行博・商談会に出展

- ・2014年度の出展実績

旅行博

中国市場 3回、 台湾市場 3回

ASEAN市場 5回

商談会

VJトラベルマート(日本)

ベトナム 1回、 フィリピン 1回



情報発信～BtoC、BtoBtoCの取組み

■ SNSの活用

- ブログコンテスト
簡体字、繁体字、英語で実施
- ブLOGGER招請



■ メディア、旅行会社の招請事業

- 韓国、中国、台湾、香港、タイ、欧州の旅行雑誌やその他メディアに九州で情報を発信



中国「行楽」日本の旅行専門の雑誌、20万部発行

情報発信～佐賀県での取組み

映画・ドラマロケ誘致をきっかけにタイ人の観光客が急増！

佐賀県フィルムコミッションが、
2013年タイの映画ロケ誘致に成功。その後もドラマ2本のロケを誘致。

作品名	タイムライン(映画)	きもの秘伝(TVドラマ)	STAY サガ・チャン(ドラマ)
ロケ地	祐徳稲荷神社、唐津くんち、呼子朝市・漁港、虹の松原、唐津城、大川内山	祐徳稲荷神社、嬉野温泉、大川内山、唐津城、替州園	祐徳稲荷神社、唐津駅、呼子朝市、嘉瀬川河川敷、波戸岬、武雄・嬉野温泉、農家民宿
放送時期	2014年2月タイ全土で上映	2014年4月から全12話	2015年2月から全4話
備考	・年間興行収入 タイ映画4位 ・主演女優が最優秀主演女優賞受賞	・水木のゴールデンタイムに放送 ・国民的スター トンチャイ氏の17年ぶりの主演作品として話題	・LINE TV(アプリ) 再生回数 約880万回 (100万回を超えると人気作品)

タイ人 宿泊者数	2013年	2014年	前年比
佐賀県	370人	1530人	414%
九州7県	55,230人	114,040人	206%

宿泊者人数は少ないながらも、
伸び率は4倍で九州でトップ。

佐賀県内のロケ地には、
タイからの観光客が急増。
温泉地だけでなく、
農家民泊などにも問合せが。

魅力的な観光地づくり～九州オルレの立ち上げ

九州オルレ

海外のブランドとの提携例「九州オルレ」事業

オルレ： 済州島の方言で「家に帰る細い道」

済州島の魅力を再発見させるために済州オルレが提案したウォーキングコース

- 2007年から始まった済州オルレの経済波及効果は700億ウォンとも言われている。
- 韓国ではオルレの認知度は非常に高く、現在リピーターも多い。
- 済州オルレは地元ボランティアが400人以上おり、運営を支えている。（ガイド・コース整備・グッズ作成 等）
- 韓国国内の年間済州訪問の700万人中25％程度が済州オルレへの参加が目的である。
- オルレ参加者が富裕層からヤング層まで広範囲に及んでいる。
- 単なるトレッキングではなく、コース毎にテーマ性がある。

2010年の九州への訪日旅行者総数 過去最高の100.1万人

韓国はその約6割を占める



2011年東日本大震災をはじめとする様々な取り巻く環境の変化 大きくダウン

社団法人済州オルレとの協定締結により、「九州オルレ」立ち上げ

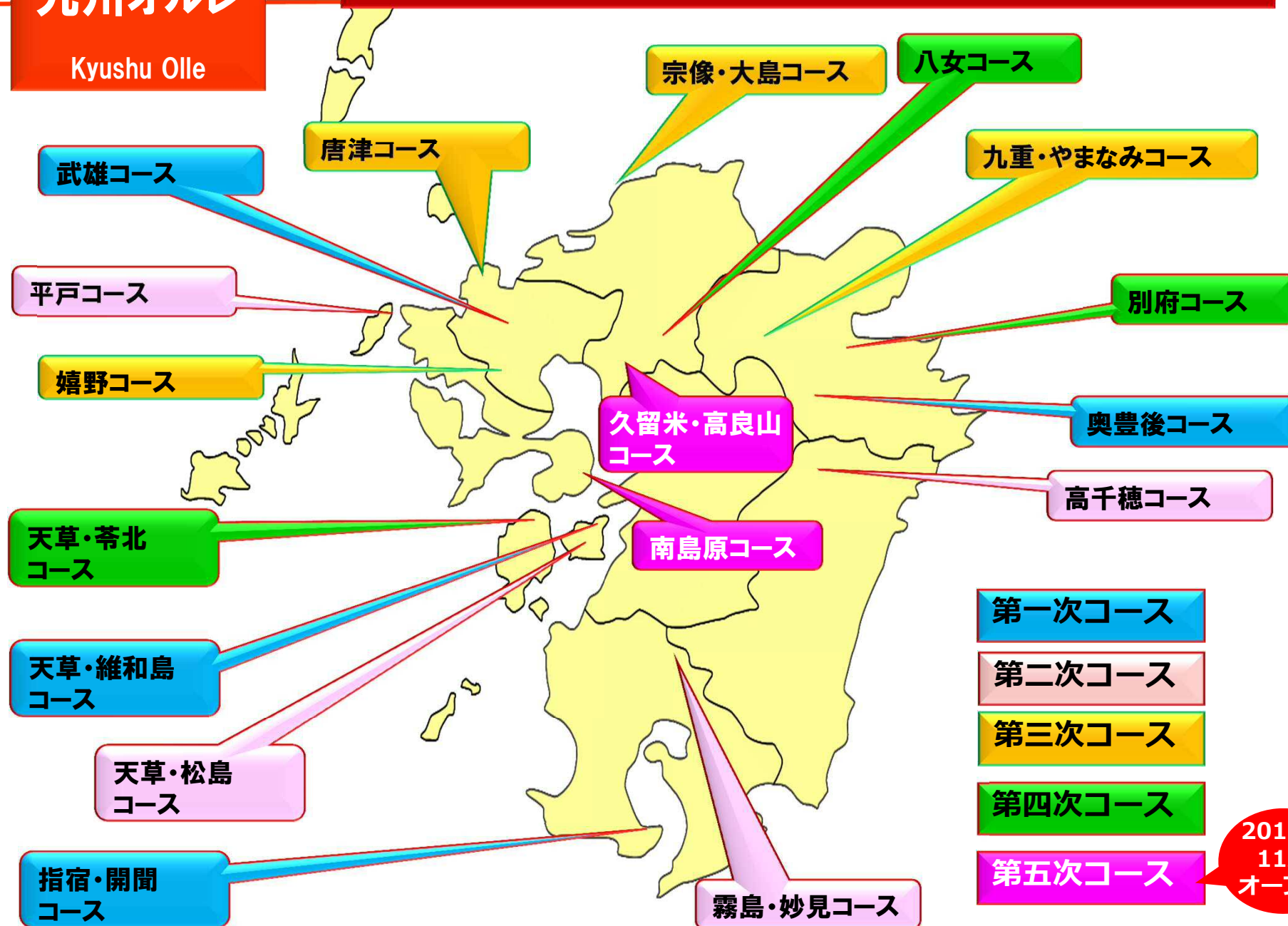
宿泊施設や温泉をはじめとする九州にしかない観光地を組み合わせることにより、
高付加価値な九州トレッキングとしてイメージ定着を図る



九州オルレ

Kyushu Olle

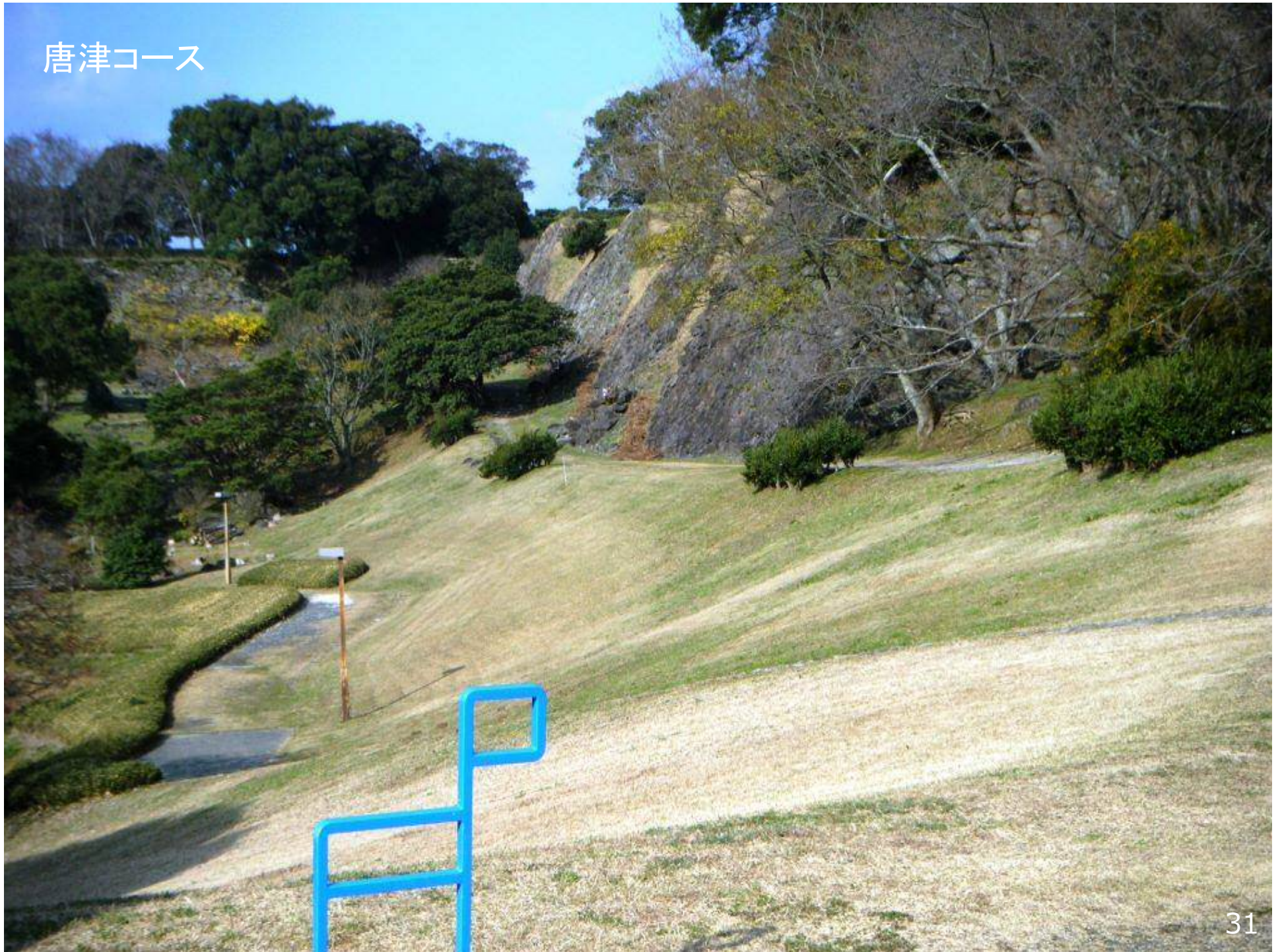
九州全県に拡大！11月には全17コースへ！



武雄コース



唐津コース



福岡県 宗像・大島コース



天草維和島コース



天草・松島コース



霧島・妙見コース



指宿・開聞コース



高千穂コース



奥豊後コース



九重・やまなみコース



平戸コース



参加者が感動する定例イベント



前田利
家陣跡



ごみ拾いしながら歩くオルレイイベント参加者



成果1 日韓で100回以上の報道。九州ブランド浸透に貢献

西日本新聞

朝日新聞

中央日報

每日新聞

朝鮮日報

成果2 16万人を超える誘客実績

九州オルレ訪問者数

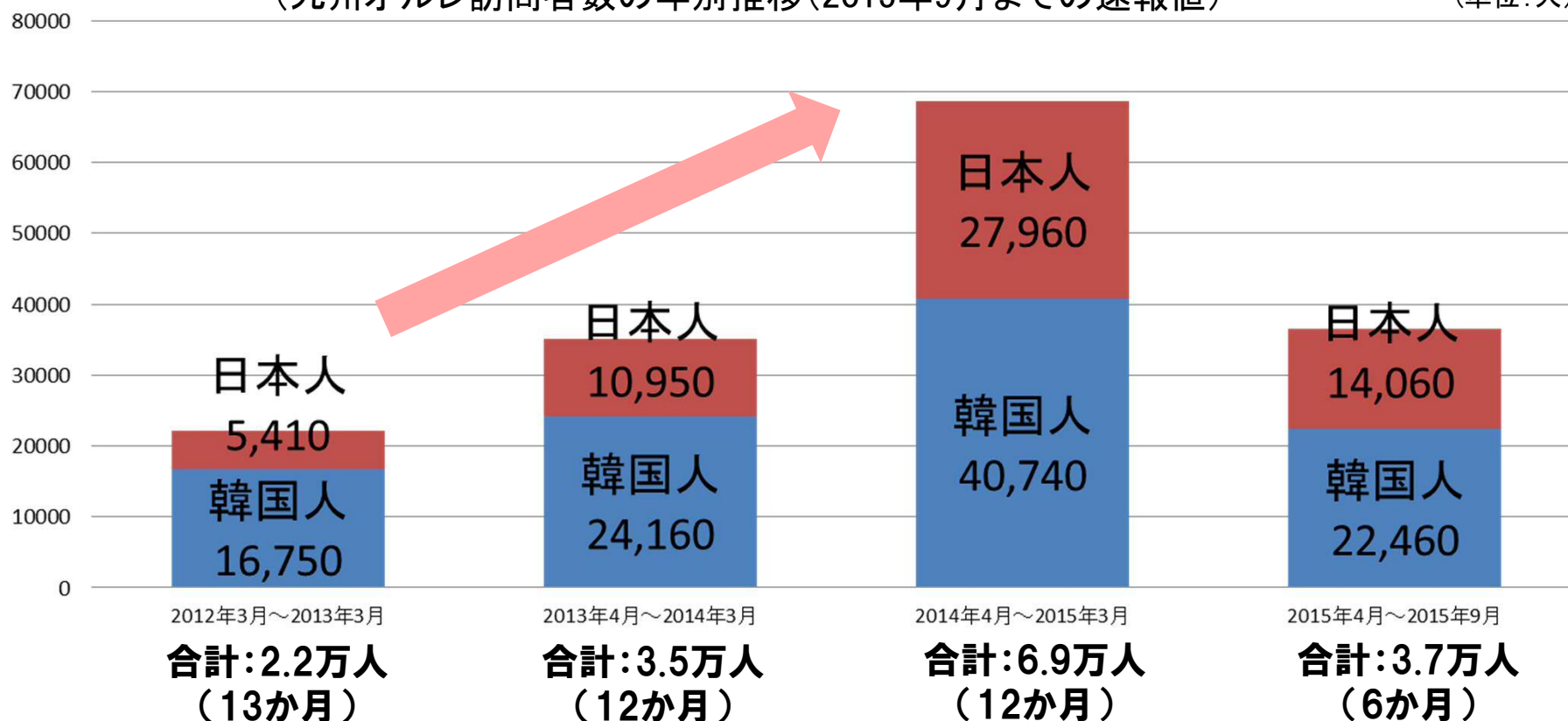
延べ16.2万名

－ 韓国人：10.4万名(64%)

－ 日本人：5.8万名(36%)

(九州オルレ訪問者数の年別推移(2015年9月までの速報値))

(単位：人)



(資料)九州観光推進機構集計

注1)韓国人訪問者数は韓国での九州オルレを販売している旅行社からヒアリングした団体旅行客数に個人旅行客数を加えたもの。日本人訪問者数は各コースの市町村が集計したもの。集計方法は各市町村・コースにより異なる。注2)日本人訪問者数は各コースの市町村が集計したもの。集計方法は各市町村・コースにより異なる。

成果3 観光地以外での観光資源開拓の実現

観光地とわれていなかった場所に(上天草市維和島地区など)たくさんの
韓国人観光客が来訪



成果4 県市町を超えて連携

コースのある市町同士の連携により、合同のプロモーションや交流が増えた。
韓国の来訪者も2コース以上続けて歩いている。



成果5 国を超えて民間レベルでの交流が促進

済州島と九州オルレコースのある地域との民間レベルでの交流が促進。

朝鮮日報

2013년 06월 26일
14면 (사회)

제주올레길 노하우로 얻은 '日전통 모찌의 맛'

(합정박)

"제주올레를 전수해준 게 고마워서 '감글모찌' 요리법을 가르쳐주려 왔습니다."

24일 오전 10시쯤 제주도 서귀포시 대정읍 무릉2리 마을회관 앞 '무릉외갓집 카페'.

일본 규슈 아마쿠사 지역의 유명 요리사이자 아마쿠사시 관광협회장을 맡은 치하라 미쓰아키(55)씨가 감글을 끓여 만든 감글즙을 참발 안에 섞으며 일본 전통 모찌(떡) 요리 과정을 설명했다. 무릉2리 부녀회원들은 치하라 미쓰아키씨의 능숙한 손놀림을 지켜보며 요리법을 꼼꼼히 메모장에 적었다. 이어 치하라 미쓰아키씨가 직접 보여준 모찌 요리 순서에 따라, 접시를 벗겨 낸 감글과 좁 알맹이를 모찌 속 팔과 정성스럽게 혼합하고 삶은 반죽으로 감쌌다.

이날 열린 일본 전통 감글모찌 요리법을 전수하는 자리는 제주올레의 인연으로 마련됐다.

사단법인 제주올레(이사장 서명숙)는 작년 2월부터 일본 규슈 지방에 제주올레를 수출하기 시작한 현재 8개 코스를 개설했다. 규슈 지방에 올레가 개설된 이후 1년 동안 1만

작년 日 규슈에 수출된 '올레' 코스 개설 후 1만4000명 찾아 지역 경제에 활기 불어넣어

규슈, '감글모찌' 傳授로 보답

요리사 치하라씨 제주 찾아 전통 모찌 제조 노하우 선배

제주올레, 특산품으로 개발 예정

"요리체험·현장판매 등으로 올레 대표 상품으로 만들 것"

4000여명이 다녀갈 정도로 관광객이 증가하는 등 침체된 지역 경제에 활기를 불어넣는 역할을 하고 있다는 평가를 받고 있다.

감글 모찌 전수식은 이렇게 고마운 제주올레에 대한 보답인 셈이다.

치하라 미쓰아키 회장은 아마쿠사시에 있는 규슈올레 2개 코스(이와지마올레, 마츠시마올레) 탐사에 직접 참여할 정도로 올레 길에 많은 애정을 갖고 있다. 호텔 쇼센카쿠 로망만의 수석요리사로 활동하며 감글소스를 활용한 간장소스를 개발하는 등 아마



이종현 기자가 일본 규슈 아마쿠사 지역의 유명 요리사인 치하라 미쓰아키(55·왼쪽에서 셋째)씨가 24일 서귀포시 대정읍 무릉2리 '무릉외갓집' 카페에서 서명숙 제주올레 이사장(맨 오른쪽)과 현문숙 무릉2리 부녀회장(왼쪽에서 둘째)에게 감글모찌 요리법을 설명하고 있다.

쿠사 지역의 대표 요리사로 알려졌다.

치하라 미쓰아키씨는 이날 오후에는 제주시 한림읍으로 자리를 옮겨 한림읍주민자치위원들을 대상으로 일본 전통 어묵 요리법을 전수했다. 사단법인 제주올레는 일본식 '감글모찌'와 '전통 어묵'을 제주올레 특산품으로 개발할 예정이다.

'감글모찌'는 제주올레의 대표적 지역활성화 사업인 '1사(社) 1올레'

를 통해 탄생해 농수산물을 직거래 서비스로 활발히 팔리고 있는 '무릉외갓집' (제주올레 11코스, 14-1코스) 이 맞는다. 현문숙(54) 무릉2리 부녀회장은 "올레 길을 걷는 여행객을 대상으로 요리 체험과 현장 판매, 온라인 판매를 통해 현재 영농법인으로 운영 중인 '무릉외갓집'의 대표 상품으로 개발할 계획"이라고 말했다.

'일본식 어묵'은 한림읍 주민자치

위원회가 제주올레 15코스 종점인 한림항 대표소에 판매점을 열어 지역 수익사업으로 운영할 예정이다. 서명숙 제주올레 이사장은 "일본 아마쿠사 지역의 인기 상품인 감글모찌와 일본 전통 어묵이 제주올레길을 타고 규슈에서 무릉과 한림지역으로 전달됐다"며 "전수원 요리법이 제주 마을 수익 창출에 기여할 수 있기를 바란다"고 말했다. 제주=오재을 기자

(25.2×16.1)cm

オルレが縁で熊本県上天草の皆様が済州島の地域婦人会の皆様「みかん餅」の作り方を伝授しているシーンを全国紙である朝鮮日報が報道。

成功要因

- 市場の目線重視(韓国人目線、女性目線、デザイナー目線)
- 安易にコース化しないブランド管理
- 何よりも、お客さんを迎える地元の熱意、おもてなしの気持ち



80歳のおばあさんがアンニョンハセヨと手を振る



地域の皆様が作ってくれた「かかし」記念撮影スポットに。



地元の方がトイレを提供

地域への誇り 地域の良さ再認識

忘れ去られていた古道がよみがえる

民有地を快く通してくださった地域の皆様

次々と生まれるトピックス



済州の中学生と交流
九州オルレを歩く



韓国済州島からの訪問団80名が昨年8/3~7まで「九州オルレを歩く」をテーマに上天草、唐津を訪問。地元 中学生と交流、約170名でオルレコースをいっしょに歩いた。

「スポーツ振興大賞」
を受賞(2015年3月)



(公社)スポーツ健康産業団体連合会並びに(一社)日本スポーツツーリズム推進機構主催の本賞は、スポーツによるまちづくりによって地域に大きく貢献した団体へ送られます。

無人駅にオルレ
案内所



無人駅の朝地駅に
オルレの観光案内
所ができ話題に！

首相夫人とオルレを歩く
賑わう地域

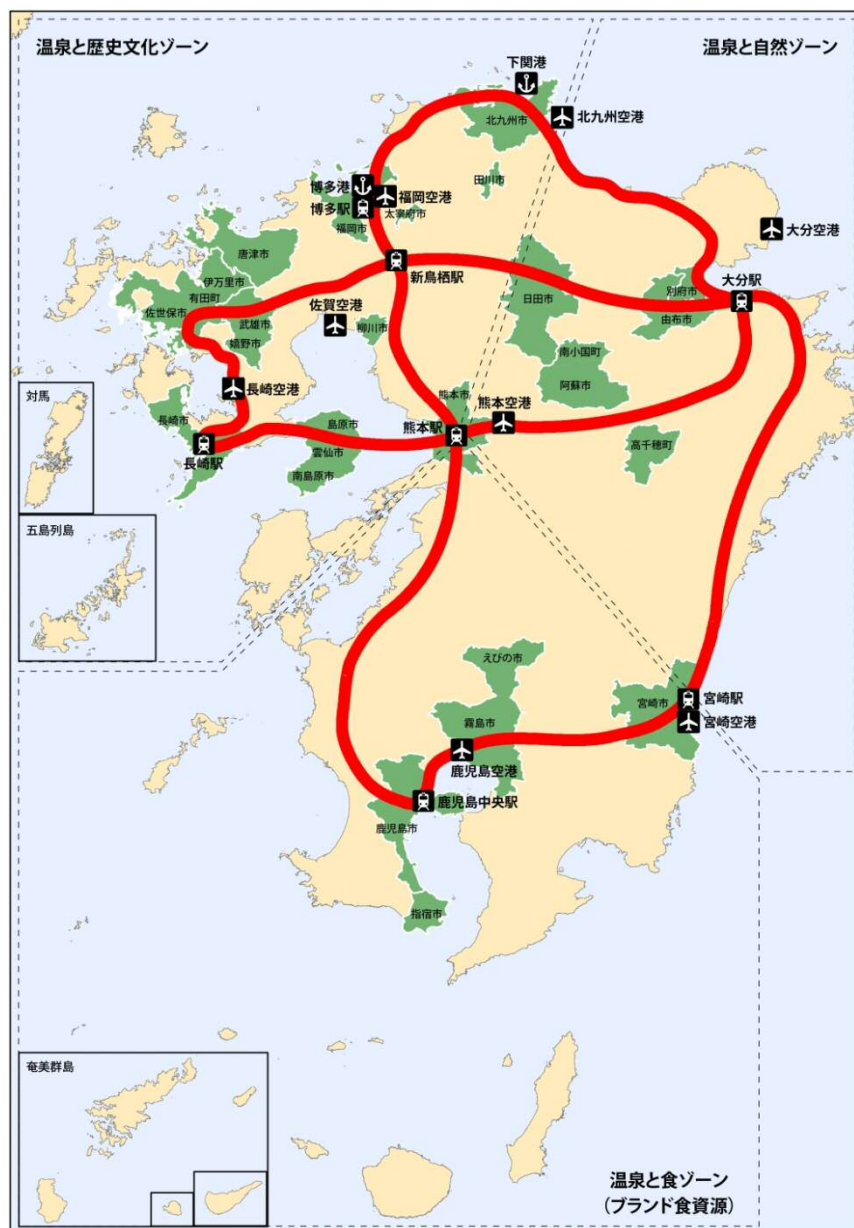


"道"を通じた
両国の交流



楊平の水の音の道と九州オルレ天草コースが友情の道提携。

新たな魅力の発掘～広域観光周遊ルート



広域観光周遊ルート

平成27年6月12日

国土交通大臣より認定

「複数の都道府県を跨って、テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地を、交通アクセスも含めてネットワーク化して、外国人旅行者の滞在日数（平均6日～7日）に見合った、訪日を強く動機づける」観光ルート

事業計画

- 1 マーケティング
- 2 プロモーション
- 3 受入れ環境整備

新たな魅力の発掘 ～世界遺産

広域観光周遊ルートと合わせて 九州内を周遊する流れへ

明治日本の産業革命遺産

<九州・山口地域の遺産群>

●萩の産業化初期時代の遺産群

●官営八幡製鐵所

官営八幡製鐵所
遠賀川水源地ポンプ室

●三津海軍所跡

三重津海軍所跡

●三池炭鉱・三池港

●三角西港

●旧グラバー住宅

●長崎造船所

小菅修船場跡 三菱長崎造船所 第三船渠
同 ジャイアント・カンチレバークレーン
同 旧木型場 同 占勝閣

●高島炭鉱・端島炭坑

●集成館

旧集成館 寺山炭窯跡 関吉の疎水溝



2016年 長崎の教会群とキリスト教関連遺産

2017年 『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群 と続く。

広報戦略(SNSの積極的な活用)

■九州観光推進機構FB:約7万人のファン、1投稿に10万人超のリーチ獲得も!



ターゲットセグメントの写真の質、アップする時間帯などの地道な工夫を重ねた取り組みでファン数増に成功。

台湾、香港在住者が急増。九州の情報も世界に今後発信していきたい。



九州各地の魅力あふれる
美しい写真を通じて共感





投稿の詳細



九州観光旅行情報 (Kyushu Tourism Information)

6月9日 10:00 - 編集済み

【百合ヶ浜】

鹿児島県 与論島の百合ヶ浜は、大金久海岸の沖合い約1.5kmの場所に干潮時だけに姿を現す真っ白な砂浜。年齢の数だけ星砂を拾えば幸せになれる、という伝説のある美しい砂浜です。百合ヶ浜の白砂と辺り一面がエメラルドグリーンに輝く海の色はまさに地球の楽園。... もっと見る



いいね！ - コメントする - シェア 8,682 117 678

195,840人にリーチ

投稿の広告を出す

195,840 リーチした人の数

15,088 いいね！、コメント、シェア

13,746

いいね！

8,682

投稿

5,064

シェア

620

コメント

118

投稿

502

シェア

722

シェア

678

投稿

44

シェア

6,530 投稿クリック数

5,116

写真表示数

1

リンクのクリック

1,413

その他のクリック

否定的な意見

0 投稿を非表示

0 全投稿を非表示

0 スパムとして報告

1 いいね！

リーチ19万5840!!





九州観光旅行情報 (Kyushu Tourism Information)

作成者: Sahori Kuwano [?] - 2014年11月17日 - 編集済み [?] -

【千本イチョウ】

鹿児島県垂水市の名所「千本イチョウ」は、持ち主さんがご夫婦で先代から受け継いだ荒れ果てた山を開墾し、約30年前からイチョウを植え続け、現在は1200本以上のイチョウ並木となっています。

私有地ですがイチョウの見頃の時期のみ一般開放され、垂水市観光協会主催で「千本イチョウ祭り」が開催されます。オープニングセレモニーではイベントショーが行われるほか、地元農産物や加工品、お土産品が並ぶ軽トラ市も催されます。

黄葉のじゅうたん風景を楽しんではいかがでしょうか。... もっと見る



リーチ232,064人

投稿の広告を出す

いいね! 6,954件 コメント57件 シェア754件

いいね! コメント シェア

232,064 リーチした人の数

18,874 いいね!、コメント、シェア

17,791
いいね!6,954
投稿10,837
シェア278
コメント57
投稿221
シェア805
シェア754
投稿51
シェア

11,737 投稿クリック

4,224
写真表示数

246

否

48
0 ス

リーチ
23万2,064!!



投稿の詳細



九州観光旅行情報 (Kyushu Tourism Information)

作成者: 西村 菜穂子 [?] · 10月30日 10:00 · 編集済み ·

【2015佐賀インターナショナルバルーンフェスタ】

- 期間: 2015年10月30日(金)～11月3日(火・祝)
- 会場: 佐賀市嘉瀬川河川敷
- アクセス: JR博多駅から長崎本線・バルーンさが駅下車すぐ... もっと見る



リーチ443,035人

投稿の広告を出す

いいね! 1.2万件 コメント114件 シェア683件

いいね! コメント シェア

報告された統計は、投稿の表示内容よりも遅れている可能性があります ×



現在Facebookページ投稿で「いいね!」や「超いいね!」、「ハハハ!」などのリアクションができる機能のテストを実施中です。このテストは数か国でのみ実施されており、利用者からリアクションがあると、そのリアクションが以下に表示されます。

443,035 リーチした人の数

18,075 Reactions, Comments & Shares

16,950

いいね!

12,259

投稿

4691

シェア

1

いいね!

投稿

シェア

70

いいね!

683

投稿

22

シェア

24,255 投稿クリック

5213

写真表示数

826

リンクのクリック

18,216

その他のクリック

否定的な意見

87 投稿を非表示

90 全投稿を非表示

0 スпамとして報告

1 いいね! 取り消し

皆様の「いいね！」お待ちしております！

九州観光旅 行情報 (Kyushu Tourism Information)
地域社会・政府
カテゴリを追加

タイムライン 基本データ 写真 レビュー もっと見る

ユーザー

★★★★★
いいね! 68,474件
チェックイン 129件

近況 写真・動画 クーポン、イベントなど

九州 最近どんなことがあった?

日時指定の投稿5件

広告を出す

今週
489
ページのいいね!
192,554
投稿のリーチ

最近
2015年
2014年
2013年
2012年
2011年
2010年
設立

広告でページを宣伝

<http://www.welcomekyushu.jp/>

<https://www.facebook.com/visitkyushu>



ご清聴ありがとうございました。