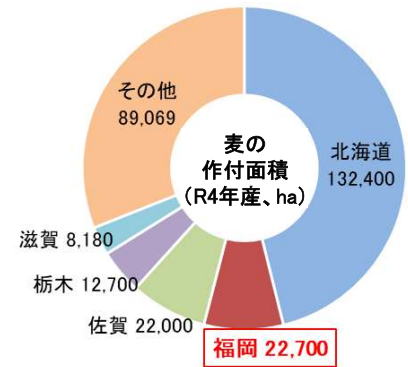


1. 海外依存の高い品目の生産拡大、水田フル活用の推進

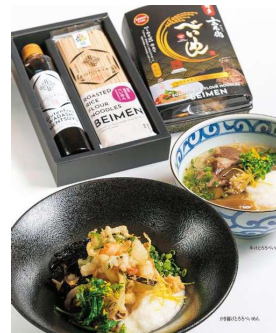
- 福岡県は、小麦が全国2位、大豆が全国4位の作付面積を誇る有数の産地。水田農業における省力化・効率化を図るため、スマート農業機械の導入や農地の団地化を支援し、水田フル活用を推進。
- 消費者ニーズに対応した、競争力のある県独自品種を開発。小麦ではラーメン用小麦「ラー麦」、大豆では現行品種より収量が1割程度多い、新品种「ふくよかまる」を開発し、品種の切り替えを推進。
- 輸入小麦の代替となる米粉の利用拡大を図るため、米粉を使用した商品の開発を支援。



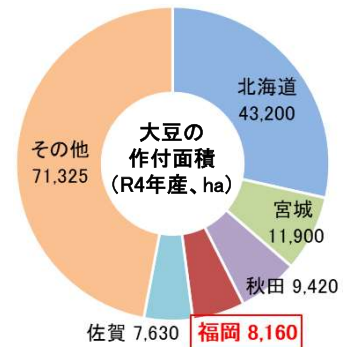
ラーメン用小麦「ラー麦」



大豆新品种「ふくよかまる」



県産米粉を使った商品「べいめん」



1

2. 持続性の高い農業生産の推進

- 福岡県では、「人の健康」、「動物の健康」、「環境の健全性」を一つの健康と捉え、一体的に守っていく「ワンヘルス(One Health)」を推進。
- 農林水産分野においても、生態系の保全や環境負荷の低減など、ワンヘルスの理念に沿って生産される農林水産物等を認証する「福岡県ワンヘルス認証制度」を全国で初めて創設。
- この取組の推進にも繋がるよう、化学肥料の低減に積極的に取り組む農業者に対して、国の肥料価格高騰対策に県独自の支援を上乗せ。さらに、堆肥の供給・利用拡大に必要な機械の導入を支援。



「福岡県ワンヘルス認証制度」
ロゴマーク



大手量販店での「福岡県ワンヘルス認証フェア」



攪拌機による堆肥化



利用しやすいようペレット化した堆肥

2

3. 食料の安定供給を担う多様な担い手の育成・確保

○ 新規就農者は5年連続で約400人を確保。農業法人数は10年間で約2倍。

【経営力・技術力のある担い手の育成・確保に向けた取組】

就業支援	新規就農者の育成	熟練生産者の技術を、先端機材を活用して、きめ細かに指導
	雇用就農者の確保	雇用就農希望者と法人とのマッチングや、複数の農業法人で農作業を体験できる「トライアル就農」を実施
経営力強化	高品質・高収量、省力化	スマート技術の導入を推進
	法人化・雇用導入	法人化や雇用導入、先端技術などを習得する「リカレント教育」を実施
	生産基盤強化	農地の集積・集約化、大区画化を支援



スマートグラスを活用した栽培技術の遠隔指導



トライアル就農説明会

4. 県産農産物の輸出拡大

- あまおうや八女茶、博多和牛、県産酒などを香港、タイ、米国などに輸出。
- 令和4年度の農林水産物輸出額は、54.3億円で、過去最高を更新。

【更なる輸出拡大に向けた取組】

- 八女茶： NYのミシュラン星付きレストランでのペアリング試食会、日本茶専門店での販売を促進
- みかん： 令和3年10月に輸出解禁されたベトナムで販促フェア JA、九州農産物通商㈱と連携し、東南アジアを中心に拡大
- 九州・山口各県と連携した販売促進活動の実施（九州地域戦略会議 輸出分科会）



NYでの八女茶ペアリング試食会 3

✓新たな担い手が活躍

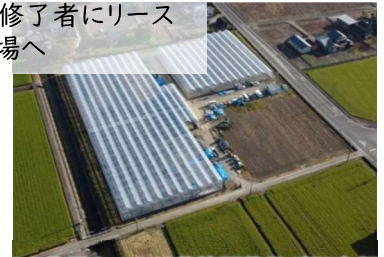
トレーニングファーム(TF)

- ✓拠点での集合研修
- ✓専任の講師が指導



園芸団地

- ✓トレーニングファーム修了者にリース
- ✓園芸農業スタートの場へ



杵藤地区の施設きゅうり栽培面積及び販売額

NEW ミニトレーニングファーム

- ✓トレーナーの営農地近くに研修ハウスを整備
- ✓トレーナーが営農の傍らで指導



TF修了生
県野菜生産共進会
6区分中4席を受賞



- ・データ化された匠の環境制御技術を習得
- ・就農わずか数年で平均をはるかに上回る収量



- ・技術習得から就農まで切れ目なく支援
- ・2年間の研修を修了し累計**46人**が就農 (R5.6現在)

20人 就農



8人 就農



「佐賀生まれ、佐賀育ちの佐賀牛」を一気通貫で佐賀から世界へ

肥育素牛の生産基盤を強化

23年6月稼働

高性能食肉センター「KAKEHASHI」

EU、米国等への輸出に対応



【新たな市場、EUへの挑戦】



これまで 主にアジアの市場に輸出

今後 佐賀県を代表する「佐賀牛」を牽引役として、ブランド化に有効なEU市場へ

✓伝統工芸品や日本酒等の県産品をトータルで売り込み

食料自給率(カロリーベース)
R3年概算値

順位	名称	%
1	北海道	223
2	秋田県	204
3	山形県	147
4	青森県	120
5	新潟県	109
6	岩手県	108
7	佐賀県	95
8	鹿児島県	79
9	富山県	77
10	福島県	75
11	宮城県	72
15	宮崎県	64
18	熊本県	58
23	大分県	46
24	長崎県	41

31	沖縄県	32
32	山口県	31
37	福岡県	20
43	京都府	12
44	埼玉県	10
45	神奈川県	2
46	大阪府	1
47	東京都	0

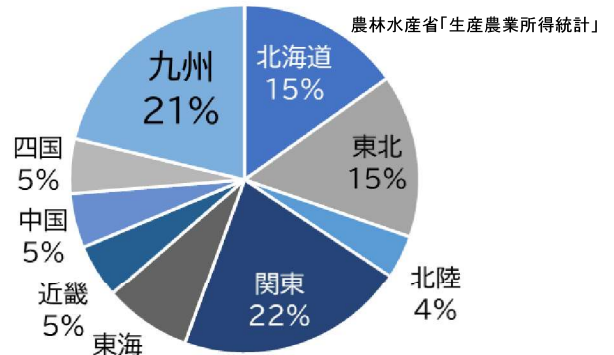
※ 全国平均38%

食料安全保障の面で、北海道、東北、九州は国土全体に貢献

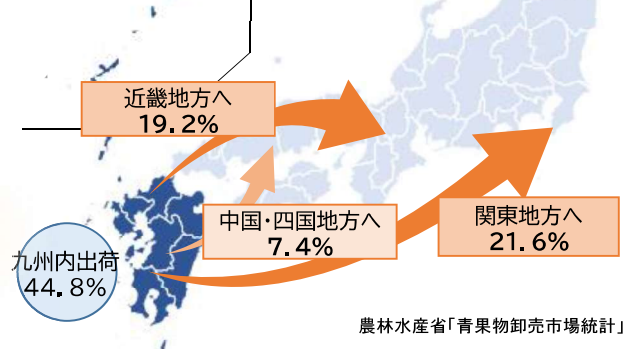
農林水産省「カロリーベースの都道府県別食料自給率」
Copyright © 2023 Saga Prefecture. All Rights Reserved.

食料供給基地としての九州の貢献

農業産出額の全国シェア(令和3年)



九州産野菜の出荷先(令和3年)

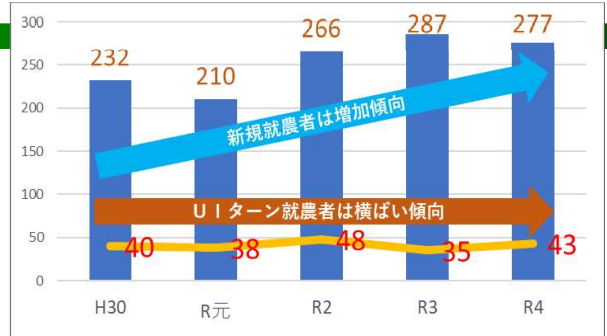


農林水産省「青果物卸売市場統計」 7

【現状・課題】

- 新規就農者数は増加、UIターン就農者数は横ばい傾向にあり、県からの移住就農促進が必要
- 移住就農は、農地の確保やハウス等導入費用負担の軽減、技術習得が課題

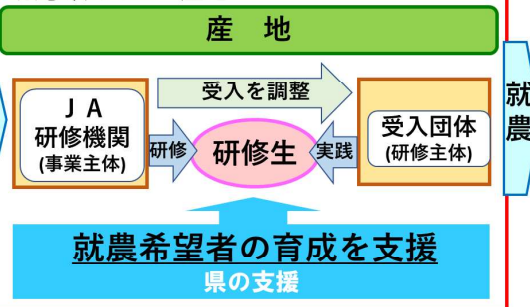
【取組内容】



就農希望者

産地主導型就農ルート (R3~)

※意欲あるJA・産地



就農希望者の育成を支援
県の支援

「産地主導型就農ルート」の推進

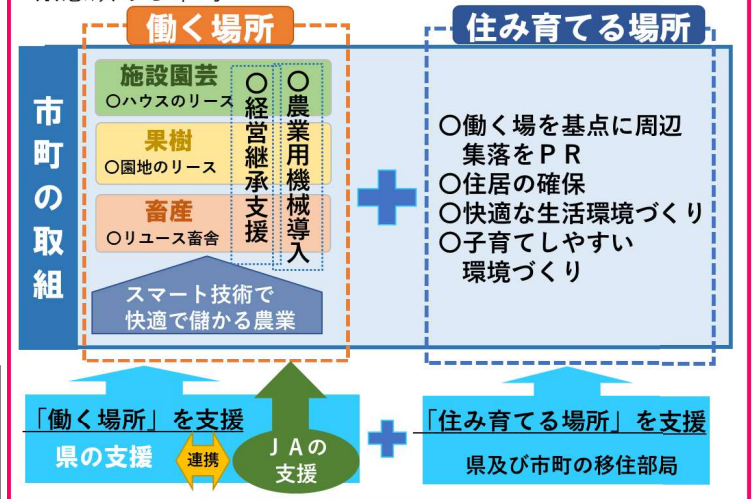
☆産地主導による新規就農者の育成・確保

JA長崎せいひが担い手支援センターを設立し、就農希望者を支援。

・いちご部会員数 H27:10戸⇒R4:21戸 11戸増
【内訳】新規参入10名、親元就農1名

農業版長崎移住パッケージ (R5~)

※意欲ある市町



「働く場所」を支援
県の支援

「住み育てる場所」を支援
県及び市町の移住部局

「農業版長崎移住パッケージ」の推進

【現状・課題】

○農業就業人口が減少傾向にある中、認定農業者等担い手の規模拡大意欲は高いものの、従来の地域内人材だけでは必要な労働力の確保が困難。

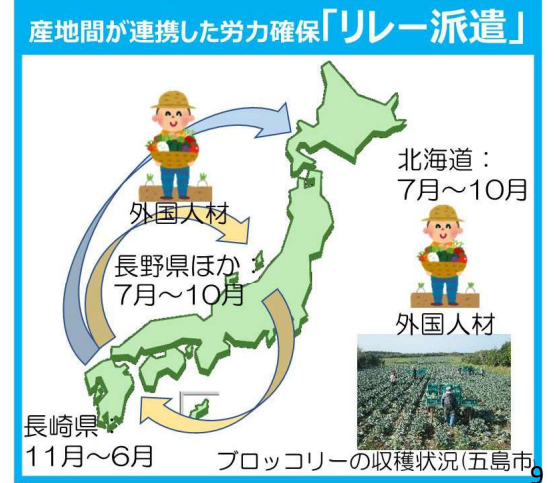
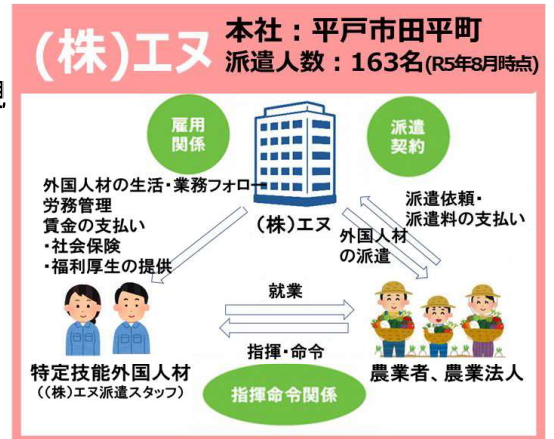
【取組内容】

1. 特定技能外国人材の派遣会社「(株)エヌ」の設立

○平成31年2月、労働力不足を解消するため、農業現場へ特定技能外国人材の派遣等を行う農業サービス事業者「(株)エヌ」を設立(県、民間派遣会社、JAグループの共同出資)
 ○カンボジア人、インドネシア人を中心に8月時点で163名の特定技能外国人材が県内外で就労し、農業経営の維持・規模拡大に貢献。

2. リレー派遣の推進

○令和2年度から本県農閑期の7月から10月に長野県や北海道で就労する「リレー派遣」の取組を開始。
 (令和4年度実績:長野県53名、北海道32名を派遣。)
 ○これにより、外国人材の通年雇用を図りつつ、農家が必要な時期だけの人材派遣も可能となっている。



1. 輸出産地の育成

南島原市「いちご」産地の事例 ～1億円超の輸出産地に成長～

	H29	R2	R5
輸出の取組	<ul style="list-style-type: none"> ・香港、シンガポールの量販店へ輸出開始 <p>バイヤー招へい</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・栽培園地登録や出荷施設認証を取得し、タイ向けの輸出を開始 <p>タイでのいちごフェア</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・定温管理を備えたパッケージセンター整備(8月竣工) ・マレーシア向け輸出を開始予定 <p>新設のパッケージセンター</p>
県の支援	輸出会社とのマッチング、バイヤー招へい	出荷施設の認証、フェア開催	国庫事業を活用した集出荷施設整備を支援

(輸出実績) H29年度:約2,000万円 R2年度:約7,200万円 R4年度:約1億3,500万円 R7年度目標:1億7,000万円

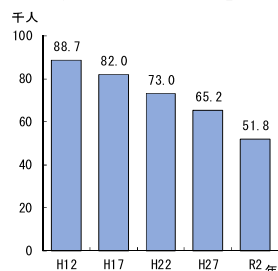
2. さらなる輸出拡大に向けた取組(県全体)

- ・県内卸売業者(青果物・和牛)を通じた東南アジア等の新規ルート開拓(R4～)
- ・新規ルートの定着・拡大に向けた現地輸入商社等に対するトップセールス(R5～)
- ・現地インフルエンサーを活用した認知度向上、需要創出(R5～)
- ・九州・山口各県と連携した海外における販促フェア(九州地域戦略会議 輸出分科会)

現状・課題

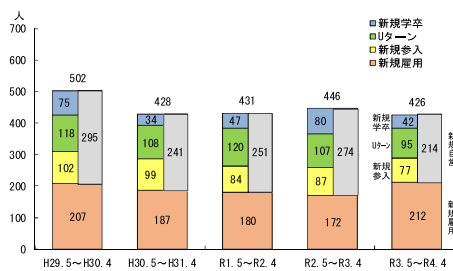
- ・本県では、基幹的農業従事者数は高齢化等により減少傾向にある。
- ・後継者がいない農業者の資産や技術の継承、他産業との人材獲得競争への対応が急務の課題となっている。
- ・就農時の施設・機械等の初期投資負担が大きく就農を躊躇する場合がある。

【基幹的農業従事者の推移】



(資料)農林水産省「農林業センサス」「農業構造動態調査」

【新規就農者数の推移】



(資料)県農林水産部、県農業会議「青年農業者・新規就農者実態補充調査」

取組み1 ステージごとのきめ細かな支援による新規就農者の確保・育成

- ・支援策拡充を行い、新規就農者確保の推進及び「教育・啓発・相談対応」「長期研修」「就農」「定着」の各ステージに応じたきめ細やかな支援を実施。

【就農前の啓発・技術等の習得支援】

教育・啓発・相談対応

- 中学生向けの農業体験ツアーを開催
 - 新規就農支援センターによるワンストップ相談対応 等
- センターへの相談件数 R1:539件 → R4:805件

長期研修

- 認定研修機関(20機関)における実践的な研修を実施
 - 就農前の技術習得を後押しする研修資金を支援 等
- (【県独自】中高年移住就農研修支援、研修機関活動支援)

【就農後の施設整備及び定着支援】

就農

- 独立自営就農者の就農直後の経営資金を支援
 - 就農に必要な機械・中古ハウス導入を支援 等
- (【県独自】中高年移住就農初期投資支援、中古ハウス整備支援)

定着

- 優れた経営者育成の「くまもと農業経営塾」を開講
- 農業のリカレント教育、地域リーダー養成を実施 等

くまもと農業経営塾ゼミ講座修了生 271名(H22~R4計)

+ 農業外国人材育成支援、農福連携マッチング支援 等

取組み2 経営継承の取組み拡大

- ・県やJA中央会、県農業会議など12団体が一体となって、令和3年6月に「くまもと農業経営継承支援センター」を設立。移譲希望資産情報をリスト化し、新規就農者等の継承希望者との円滑な経営継承に向けた取組みを支援。
- ・令和5年2月には、水俣市のかんきつ農家と熊本市から移住した就農者において、支援センターを介した第一号となる継承が成立。

【移譲希望者・継承希望者への支援】

経営継承支援センターの活動強化

- ・研修会・セミナー等の開催による啓発
- ・認定農業者組織との連携による移譲希望者の掘り起こし
- ・移譲希望者情報のデータベース登録
- ・関係機関向けの支援手引きの作成

マッチング支援の強化

- ・各地域にモデル地区を設置し、関係機関で重点的に支援
- ・専門家等の支援チームによる助言
- ・移譲希望者向け継承手続き支援
- ・インターンシップ事業を活用したお試し研修の実施

【課題】・農業者(移譲希望者)の計画的取組みに向けた意識醸成が不十分

九州・山口地域の複数県・経済界の連携により効果が見込まれる取組(案)「多様な担い手の確保」

非農家

(会社員等)

<大都市圏等>

コロナ禍で地方移住への関心、テレワークでの勤務 → 暮らし方、働き方の見直し(個人も会社も)

農業

<九州・山口各県>

慢性的な担い手不足

→ 基幹的農業従事者のみならず 多様な担い手の育成・確保の必要性

九州・山口各県×経済界

- ・企業の研修旅行での農業や農泊
- ・週末、休暇時の農業や農泊
- ・副業、兼業、ギグワークで農業 等

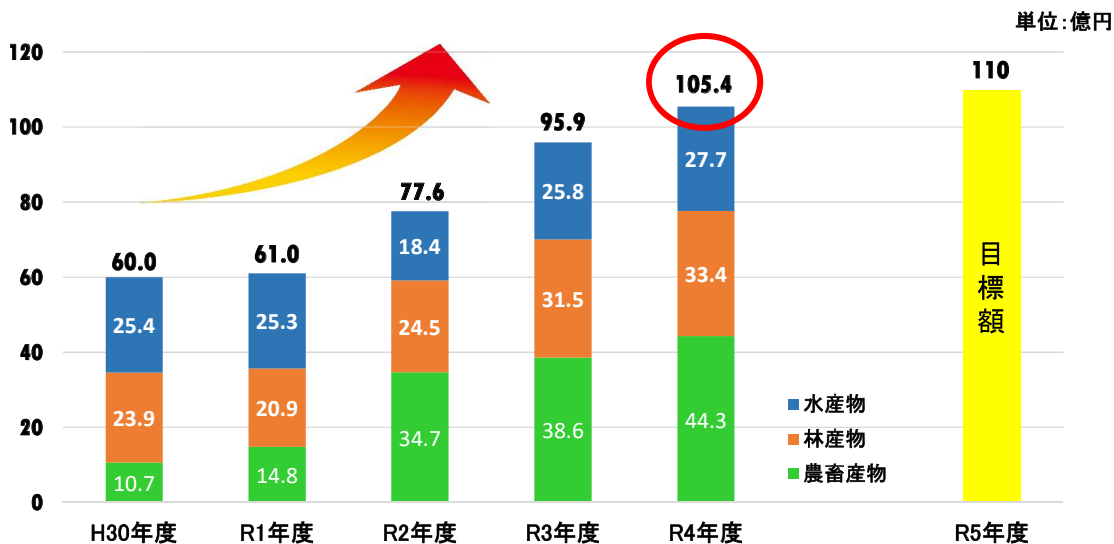
心身リフレッシュ、非日常体験 農業・農村の維持、農業への理解促進 Win-Win

熊本県における農林水産物の輸出実績

- ☑ 本県農林水産物の輸出は順調に拡大
- ☑ 令和4年度の輸出額は105億4千万円
初めて100億円を突破するとともに10年連続過去最高を更新中
- ☑ 農畜産物においては、国・地域別輸出額で台湾が1位(牛肉の輸出が好調)



©2010 熊本県くまモン



©2010 熊本県くまモン

輸出のすそ野を拡大させるための取組み

(1) 事業者に対する支援 (点に対する支援)

- ☑ 輸出事業者に伴走し、輸出のステージに応じたアドバイスやサポートを行う
「輸出支援スペシャリスト」を設置
- ☑ 輸出初心者向けのガイドブックを作成



(2) 輸出産地形成に対する支援 (面に対する支援)

- ☑ 農業団体等と連携した輸出推進体制 (県版GFP) の構築
- ☑ 大規模な輸出産地のモデル構築
 - 青肉メロンから海外ニーズの高い赤肉メロンへの転換
 - 輸出先国の残留農薬基準に対応した防除暦の策定 (いちご) 等



マーケットインの考え方による事業展開

(1) 外食市場向けの取組み

- ☑ 現地料理人等を熊本へ招へいし産地視察等を通じて海外ニーズを把握
- ↳ 生産現場へのニーズ反映やテスト販売で外食向け県産食材の輸出拡大



(2) 小売市場向けの取組み

- ☑ 現地バイヤーを熊本に招へいし海外ニーズを踏まえた小ロット商品の発掘や磨き上げ
- ↳ フェア等を通じて新アイテムの取引を促進し、通年での継続的な取引量の拡大



オール九州・山口による輸出促進の取組(案)

< 既存プラットフォームを活用した更なる取組みの推進 >

- 「九州の食輸出協議会(※1)」を活用し、経済界(地域商社等)と各県が連携した商談会の開催
- 「九州地域戦略会議 輸出分科会(※2)」等を活用し、展示会出展やブランド力強化のための販促グッズ作成 等

※1: 九州経済連合会が2020年に設立した、九州の地域商社や銀行を会員とする九州の食品輸出推進のためのプラットフォーム。生産者からの輸出相談や、商社の紹介等の活動を実施。

※2: 九州・山口各県と九州経済連合会で組織。九州地域戦略会議のアクションプランに基づき、九州・山口県産の農林水産物・食品の海外での認知度向上と輸出拡大を図るため、一体となった輸出体制の構築が目的。海外展示会等への出展や海外小売店でのフェア等を実施。

令和4年7月に、「産地担い手ビジョン」を16市町51産地で策定(現在は16市町53産地)
 「産地担い手ビジョン」とは、**産地(=生産部会)の5年後に向けた行動計画をまとめたもの**

産地自らが求める担い手を提案・育成
 就農学校 ; 16名(6市町1広域/4品目)
 ファーマーズスクール; 32名(15市町/30品目)

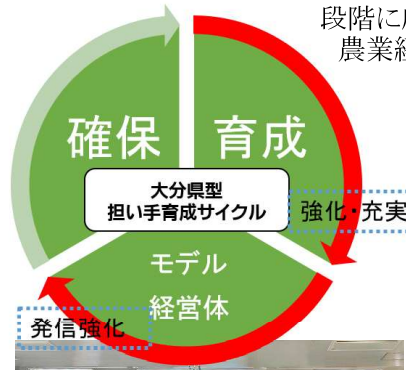


《豊後大野市インキュベーションファーム》

学び続ける経営体の育成
 段階に応じた学ぶ場の提供
 農業経営塾、女性農業経営士養成講座等



《幅広い層に経営発展研修を実施》



農業ビジネスの魅力発信
 農業法人協会会員による特別講義の実施

農業の担い手育成に関するパートナーシップ協定(R4.3締結)
 大分県農業法人協会、農業大学校



《モデル経営体による特別講義の様子》

生産者、農協、市町・県が、技術・経営・生活等に対し、一体となって総合的に支援することで、担い手の確保・育成に取り組む

次なる課題の発生

【課題】経営体を支える雇用人材の不足(農大生の有効求人倍率; 1.86倍)

【事業提案】民間企業における従業員の農業分野での副業容認の促進

【現状・課題】

- 農林水産物のR4年度輸出額43.3億円(前年比+21%) > 主要品目: 丸太、養殖ブリ、牛肉、梨など
- 海外の需要期に対応するため、輸出期間の長期化が必要
- 新しい輸出品目の取組を進めることが必要

【取組】

○梨

- 台湾等で贈答用として人気の高い大玉品種を中心に輸出
- 贈答需要に対応した輸出用の栽培変更
 ハウス栽培による早期出荷(中秋節:9月: R5.9.29)
 貯蔵施設を活用した年明け出荷(春節:2月: R6.2.10)
- 輸出先国の農業規制等へ対応した栽培技術の確立



台湾での販売状況

ハウス栽培・貯蔵による出荷時期長期化のイメージ

	2~5月	6~7月	8月	9月	10月	11月	12月	1~2月
通常栽培				中秋節				春節
中秋節向け	ハウス栽培			収穫・出荷				
春節向け			露地栽培		収穫		貯蔵・出荷	

> 今後の方針

四季を通して輸出できるメリットを生かした品種のリレー出荷ブランドが定着した台湾・香港に加え東南アジアへの販路開拓

○シャインマスカット

- 輸出産地にリスト化(九州唯一)され、R3年度から新たに輸出の取組開始
- 贈答需要に対応した長期貯蔵技術を開発
 長期貯蔵により、年明け出荷(春節:2月)
- 輸出先国の農業規制等へ対応した栽培技術の確立



香港バイヤーの産地招へい

貯蔵による出荷時期長期化のイメージ

7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
							春節
通常の出荷時期						貯蔵により長期化	

> 今後の方針

ブランドが定着している梨の販路を活用し、梨とセットにした商談等により、輸出を本格化

【現状・課題】

- 本県における外国人材数は年々増加し、国籍別では、**ベトナムが最多**の4割
- 円安の影響や賃金面で、周辺諸国をはじめ、**国内外で人材確保競争**となる恐れ
- 技能実習制度等の課題や見直し状況を踏まえ、**新たな受入れ体制づくり**が必要
- 海外の若者等の日本のイメージに対して、**九州(宮崎)の認知度の低さ**が課題

【宮崎県の取組】

海外教育機関等と連携した外国人材の受入れ体制の構築

- ベトナム国立農業大学等との**人材確保・育成に向けた連携強化**
- 現地での「**宮崎クラス**」の創設や**本県農業等のPR活動**の実施
- **監理団体の県内誘致**や**県営住宅を活用した住居確保対策**の実施



ベトナム国立農業大学への表敬訪問

【今後の連携】

- 外国人材確保に向けた送出国に対するフードアイランド九州の魅力発信
例) 農産物等の輸出PRと併せ、現地での九州各県の情報発信や交流促進等



ベトナム国立農業大学における宮崎クラス創設



知事講義による現地でのPR活動



県職員派遣による宮崎授業の実施 17

【現状・課題】

- 農林水産物の令和4年度輸出額は約188億円(前年比8%増)を記録
(主要品目:牛肉、木材、水産物、青果物)
- 継続的な輸出拡大のため、海外のニーズや規制への的確な対応が必要
- 国際市場における、各県(九州)輸出物の知名度の向上が必要

【宮崎県の取組】

<牛肉>

- 輸出先国の基準(HACCP等)に対応した食肉処理施設の整備
- 地理的表示(GI)登録によるブランドの保護とPRに活用

➤ 今後、米国、香港、台湾等の重要市場におけるPRと販路拡大



スペインでのレセプション

<きんかん>

- 輸出先国の残留農薬規制に対応した生産
- 中華圏の春節時期に合わせたフェア開催
- 全国輸出団体との共同による商談会の開催やPR動画作成



きんかんの現地検討会



シンガポールでの春節フェア

➤ 今後、香港、台湾、シンガポールに加え、UAEに新たな販路を開拓

<本格焼酎>

- 鹿児島県と共同で米国向け焼酎PR動画制作・情報発信(R2)
 - 南九州4県連携による米国での焼酎カクテルコンペ実施(R3)
 - 熊本国税局と連携したロサンゼルス現地レストラン等バイヤーテイasting会及び宮崎県産酒類商談会(R4)
 - 九州経済産業局と共催により、フランスの本格焼酎・泡盛コンクール「Kura master」審査員招へい事業の実施(8月.3月)(R4)
- 柳田酒造「青鹿毛」が、Kura master 2023 本格焼酎・泡盛部門 プレジデント賞(最高賞)を受賞**

➤ 今年度は、米国、欧州に加えて、中国、香港もターゲットに、世界4地域で宮崎の焼酎の認知度向上や販路拡大の取組を推進



Kura Master 招へい



審査員との意見交換



「青鹿毛」
柳田酒造合名会社 柳田正 代表

【今後の連携】

- 九州・山口各県の関係機関が一体となった輸出対応力向上のための人材育成の強化

1 現状と課題

- ◇高齢化等により、基幹的農業従事者は減少傾向
- ◇認定新規就農者や法人である認定農業者は増加傾向
- ◇担い手の確保・育成や労働力の確保が必要

【担い手の推移】

(単位：経営体)

区分	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度	R3/H28	目標 (R7)
担い手	10,600	10,704	10,826	10,782	11,101	11,093	104.7%	10,000
認定農業者	8,191	8,116	8,075	7,914	7,866	7,644	93.3%	
うち個人	7,105	6,992	6,883	6,688	6,613	6,379	89.8%	
うち法人	1,086	1,124	1,192	1,226	1,253	1,265	116.5%	
認定新規就農者	433	537	625	563	532	511	118.0%	
集落営農経営	35	37	35	33	31	30	85.7%	
基本構想水準到達者	1,941	2,014	2,091	2,272	2,672	2,908	149.8%	

2 担い手の確保・育成に向けた取組

◇新規就農者の確保

- ・県内外における就農・就業相談会の開催
- ・補助事業等を活用した施設・機械の導入支援
- ・先輩農業者等による技術・経営に係る助言・指導など

◇認定農業者等の担い手の育成

- ・「かごしま農業経営・就農支援センター」による税理士等の専門家派遣や個別相談会の開催
- ・企業的農業法人の育成を目指す「経営革新ビジネスプラン作成講座」の開催など

【農業経営・就農支援センターを中心とした経営発展段階に応じた支援】



3 労働力確保に向けた取組

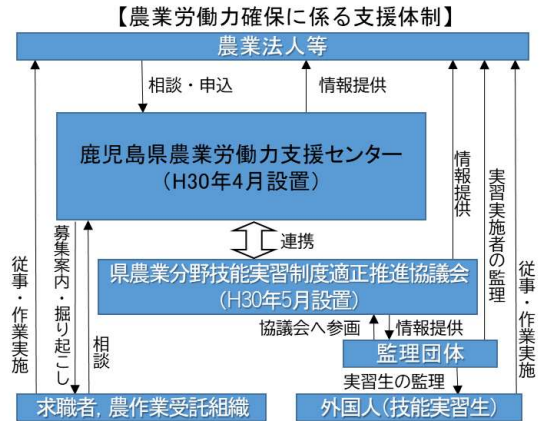
◇「鹿児島県農業労働力支援センター」による労働力確保に関する相談対応や情報提供、求人・求職者のマッチング支援

◇外国人材の受入支援

- ・「鹿児島県農業分野技能実習制度適正推進協議会」による外国人技能実習制度の普及・啓発や農業法人と監理団体との意見交換会の開催
- ・県単事業による外国人材の就業・生活環境の整備支援（ほ場のトイレ、冷暖房の整備等に係る経費の補助）
- ・ベトナム（ハイズオン省、国立農業大学）との連携協定に基づく人材確保・育成に向けた取組の実施 など

◇農福連携の推進

- ・農業法人等による障害者の農業体験等の受入支援
- ・障害者が取り組める作業等を整理した「農福連携品目別ガイドブック」の作成・配布
- ・農福連携を実践・支援する人材育成のための研修会の開催 など



【ベトナム国立農業大学との連携協定締結 (R5. 7. 13)】



◆令和4年度県産農林水産物輸出額

- 平成30年3月に策定した鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョンに定めた、令和7年度輸出目標額約300億円の実現に向けて、これまで戦略的取組を展開してきたところ。
- 令和3年度の県産農林水産物の輸出額は、約311億円となり、目標額を4年前倒しで達成したことから、ビジョンに掲げる令和7年度輸出目標額を約500億円に設定したところ。
- 令和4年度の県産農林水産物の輸出額は、約327億円（前年度比5%増）。農・畜・林・水産物全ての輸出額が増加し、公表開始以降、最高額を更新。



【品目別内訳(億円, %)】





品目	輸出額	前年度比
畜産	124.06	109
豚肉	3.14	119
鶏肉	2.69	94
鶏卵	4.27	117
小計	134.16	109
農産	13.36	117
お茶	7.73	120
さつまいも	2.01	163
その他	23.09	121
小計	33.82	102
林産	111.85	106
養殖ブリ	3.90	137
養殖カバチ	20.63	79
その他	136.38	101
小計	327.45	105

【国・地域別内訳(億円, %)】

国・地域	輸出額	前年度比
米国	137.98	95
香港	46.55	113
中国	37.46	118
EU	28.44	127
台湾	26.84	103
シンガポール	13.71	111
タイ	6.96	136
その他	29.50	108
合計	327.45	105

○令和4年度の輸出額が増加した主な要因として、輸出先国・地域において、外食向け需要がコロナによる落ち込みから回復していることや、小売店における販売が引き続き堅調だったことが考えられる。

〇ビジョン実現に向けた今後の取組

品目	現状・課題	取組内容	輸出目標 (R7)
牛肉	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出額約124億円(香港・米国・EU等) ・生産基盤の縮小が危惧(飼養戸数の減少等) ・鹿児島和牛の知名度向上や、ウデやモモなど、ロース・ヒレ以外の多様な部位の販路拡大が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産基盤の維持・拡大に向けた畜舎の整備 ・海外展示会におけるPR・商談、海外の販売指定店制度を活用した販路拡大の推進 ・専門家の派遣による調理・カット技術の指導 <p style="text-align: right;">展示会への出展</p>	<p>約210億円</p> 
お茶	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出額約13億円(米国・台湾・EU等) ・日本食ブームや健康志向を背景に、ニーズの高い米国向け抹茶やEU向け有機栽培茶のロットの確保や、てん茶加工施設等の整備が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・抹茶や有機栽培に適した品種への新・改植の推進 ・てん茶加工施設及び貯蔵施設の整備 ・海外商談会やコンクールへの出展 <p style="text-align: right;">輸出に向けた施設整備の支援</p>	<p>約20億円</p> 
さつまいも	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出額約7.7億円(香港、シンガポール、タイ等) ・焼芋需要が継続していることから、輸出向け生産量を確保するとともに、認知度向上に加え、焼芋以外の需要開拓が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出先国等からニーズの高い有機さつまいもの産地拡大(有機栽培農家・ほ場の確保) ・さつまいもフェアの開催や新たな食べ方の提案による販路拡大 <p style="text-align: right;">さつまいもフェアの開催</p>	<p>約11億円</p> 
きんかん	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出額約2,100万円(香港、台湾、シンガポール) ・春節時の贈答用需要に対応するため輸出向け生産量の確保や輸入規制の厳しい台湾向け輸出産地の形成が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・台湾向け輸出産地形成のため、従来の栽培層を残留農薬基準に対応した防除体系にアップデート ・新たな産地の確保・育成 <p style="text-align: right;">産地育成に向けた研修会</p>	<p>約2,800万円</p> 

〇「GFP鹿児島」の組織化

- ・輸出商社やコンサル等の専門家が参画し、官民一体となった輸出推進体制を構築
- ・新たな輸出プレイヤーの掘り起こし等のため、輸出促進セミナーや輸出商社とのマッチングイベント等を開催

輸出促進セミナーの様子



【主な取組・成果など】

<新規就農者の育成・確保>

- 幅広い人材に対する就農啓発活動による就農促進(農業大学のオープンキャンパス、出前講座等)
- 独立自営就農や雇用就農希望者を対象とした就農相談、農業生産法人等とのマッチングの実施等
- 農業施設や機械の導入等、初期投資に係る負担軽減支援
- 就農準備資金、経営開始資金の交付等支援
 - ⇒ 年間新規就農者数303人/年(3,026名(累計)H25~R4実績)
 - (新規就農関連事業導入前(H22年 244人/年)比、24%増)

<外国人材の確保>

- 適正かつ積極的な外国人材の受入れに関する関係団体等との情報交換
 - ⇒ 農業分野の外国人労働者数510人(R4年10月末時点)
 - (特定技能361人(R4年12月末時点)、技能実習149人(推計))

【今後の取組方針】

- 新規参入者を含む幅広い新規就農者の確保に向けた農地確保、マッチング支援の強化や技術習得・経営管理支援等の充実
- 雇用就農の受け皿となる法人組織等の支援強化、経験豊富な生産者の技術やノウハウの伝承・共有体制の構築
- 技能実習及び特定技能制度の在り方に関する国の検討状況を注視し、沖縄地域農業特定技能協議会や登録支援機関、監理団体等との情報共有
- 外国人材の確保に向けた受入体制支援
- スマート技術の活用によるさとうきび等の省力化、生産性向上などの取組推進



就農相談会実施状況



強化型パイプハウス整備状況



多様な担い手の定着
食料生産基盤の維持

＜認定農業者の育成・確保＞

○認定農業者に対する支援

①経営相談等・研修支援等

農業経営簿記記帳に基づく経営分析、新技術導入等の農業経営改善に向けたフォローアップ

②農地集積による支援

農地中間管理事業、農地売買等事業により、認定農業者等への農地集積、農業経営規模拡大の支援

③長期・低利農業制度資金による支援

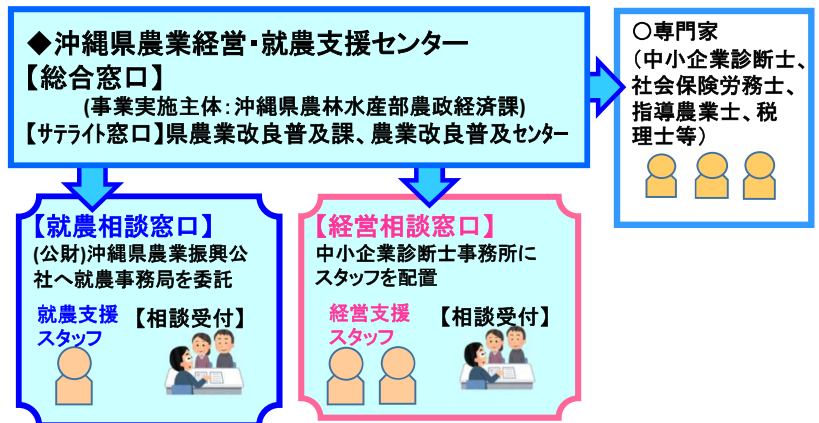
認定農業者向けの低利の農業制度資金の活用を促し、農地や機械設備取得、長期運転資金等の調達支援

沖縄県の認定農業者数(累計) : 656人 → 4197人
(平成7年度) (令和2年度)

＜農業経営・就農支援センターの取組＞

農業経営者の多様な経営課題に対応するため「農業経営・就農支援センター」を設置し、就農希望者の相談対応や、経営相談体制を整備し、経営診断、専門家派遣等による個別経営支援、経営セミナー開催等の取組を実施している。

令和4年度実績: 就農相談件数: 128件
重点指導農業者数: 44件



【現状】

- 沖縄からの農林水産物・食品のR4年輸出額(実績): 48.0億円(前年比18.3%増)
- 主要輸出先国・地域: 香港、台湾、シンガポール(上位3カ国で全体の6割)
- 主な農林水産物の品目別内訳: 畜産品21.4億円、野菜・果実等2.0億円、水産物等1.4億円
 - ・牛肉
令和4年に八重山食肉センター(石垣市)がタイ・マカオ向けの輸出認定を受け、県内から直接輸出が可能となった(令和5年3月に初輸出)。
 - ・鶏卵
令和3年度までは、輸出量が増加傾向であったが、高病原性鳥インフルエンザの影響により、令和4年度の輸出量は減少。
 - ・水産物
令和4年度にHACCPに対応可能な高度衛生管理型荷捌施設(愛称: イマイユ市場(糸満市))及び高度衛生一次加工処理施設が整備され、輸出に向けた取組強化。



八重山食肉センター初輸出出発式



高度衛生管理型荷捌施設でのセリ状況

【販売促進の取組等】

- 主な対象品目: 畜産物、シークワーサー果汁、黒糖、もずく、紅いも等
- 主な取組: プロモーション等により沖縄県産品の認知度向上を図り販路開拓を行う。
 - ・海外シェフやバイヤー等の沖縄県招聘
 - ・海外量販店における沖縄コーナーの設置
 - ・海外飲食店への沖縄県産食材提案会の実施
 - ・海外ホテルや飲食店でのテストマーケティング
 - ・海外ECサイトタイアッププロモーション
 - ・現地インフルエンサーによる情報発信



海外飲食店での県産食材提案会



海外量販店での沖縄コーナー

【九州・山口と連携した取組】

- 九州地域戦略会議輸出分科会の取組による海外での販売促進活動や、販促グッズ作成等によるブランド化

農林業の知と技の拠点(令和5年4月1日供用開始)

本館

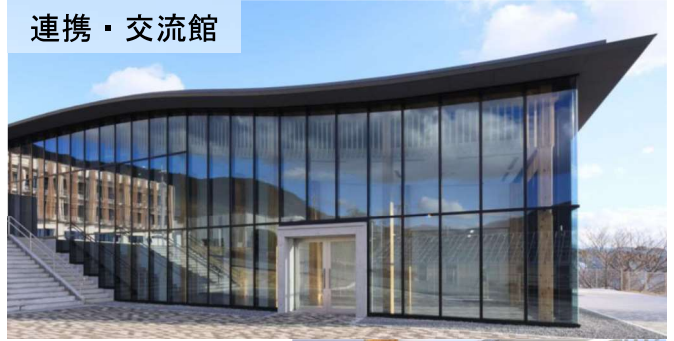


「研修部門」と「研究部門」が有機的に連携する拠点の本部



職員の連携を促すDXオフィス

連携・交流館



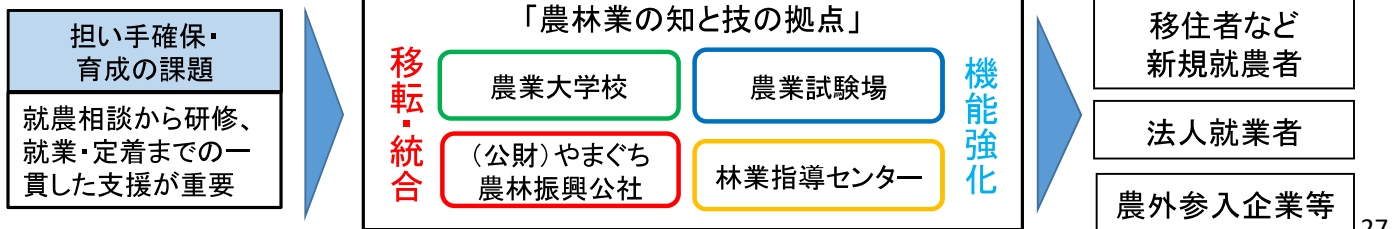
「オープンラボ」等を備える交流拠点施設



新商品開発を支援するラボ

「農林業の知と技の拠点」を核とした就農支援のワンストップ化

多様な担い手の確保・育成



就農相談を受け、就農先とのマッチング、実践的な研修、先端技術の習得など一貫して支援

相談窓口



経営継承のマッチング支援



県内外からの就農相談

研修部門



全国初！

★農大生による会社設立

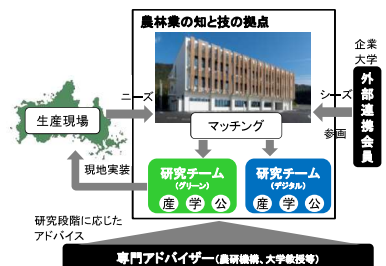


実践的なデジタル研修

研究部門

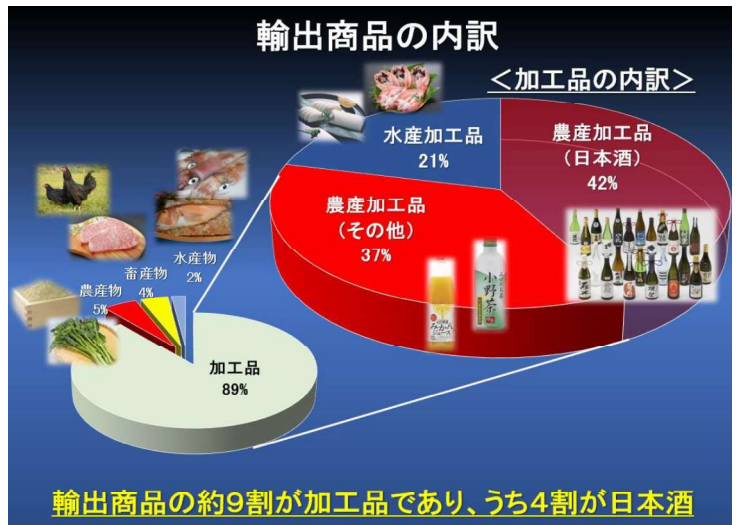


開発技術の実装施設



農林業産学公連携プラットフォーム

「やまぐち海外展開方針」に基づき、東アジアやASEAN地域を重点地域として、「やまぐちフェア」の開催や現地商談会、バイヤーの産地招へい等を展開し、その結果、輸出商品数は直近5年で4倍に増加



- コロナ禍で海外渡航が制限され、現地での商談会や情報発信の機会が減少
- 本県の農林水産物等は、品質に優れているものの、生産量が少なく、輸出も小ロット
- 加工品の輸出を行う食品製造業者等への支援強化が必要

コロナ後の反転攻勢のための戦略的な海外展開

国際交流や観光イベント等を活用した県産農林水産物等のトップセールス(R5～)



輸出拡大に向けた新たな推進体制

海外展開推進室の設置 (R5.4.1)

各部署で実施する多岐にわたる海外展開の取組を戦略的・効率的に推進するため、総括的なマネジメントを行う海外展開推進室を新設



輸出支援プラットフォームによる新たな支援体制の構築

輸出支援プラットフォーム (PF)

やまぐちの農林水産物等輸出推進会議
県農協、県漁協、JETRO山口、やまぐち産業振興財団、県事務局：ぶちうまやまぐち推進課



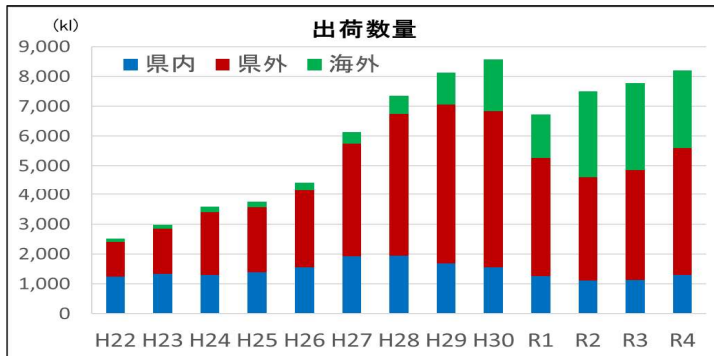
やまぐちの農林水産物等輸出コミュニティ

品目別、輸出先国別に様々な事業者が連携して「輸出ユニット」を構成

複数の多様な事業者が連携することで、商品の大量化や多品目化、輸送コストの低減など、様々な効果が期待できる。

- 山口県の日本酒輸出量は年々増加
- 県酒造組合と連携し、新たに日本酒輸出ブランド「Hikaru(ひかる)」を立ち上げ【R4】
- 日本酒輸出拡大に伴い、酒造組合や生産団体が連携した酒米の生産拡大や高品質化の取組も加速

山口県の日本酒輸出量は年々増加！



酒造組合と酒米生産部会の現地交流会



日本酒輸出ブランド Hikaru(ひかる)



酒米生産拡大及び高品質化に向けた現地指導 ³¹

第162回九州地方知事会議
第44回九州地域戦略会議

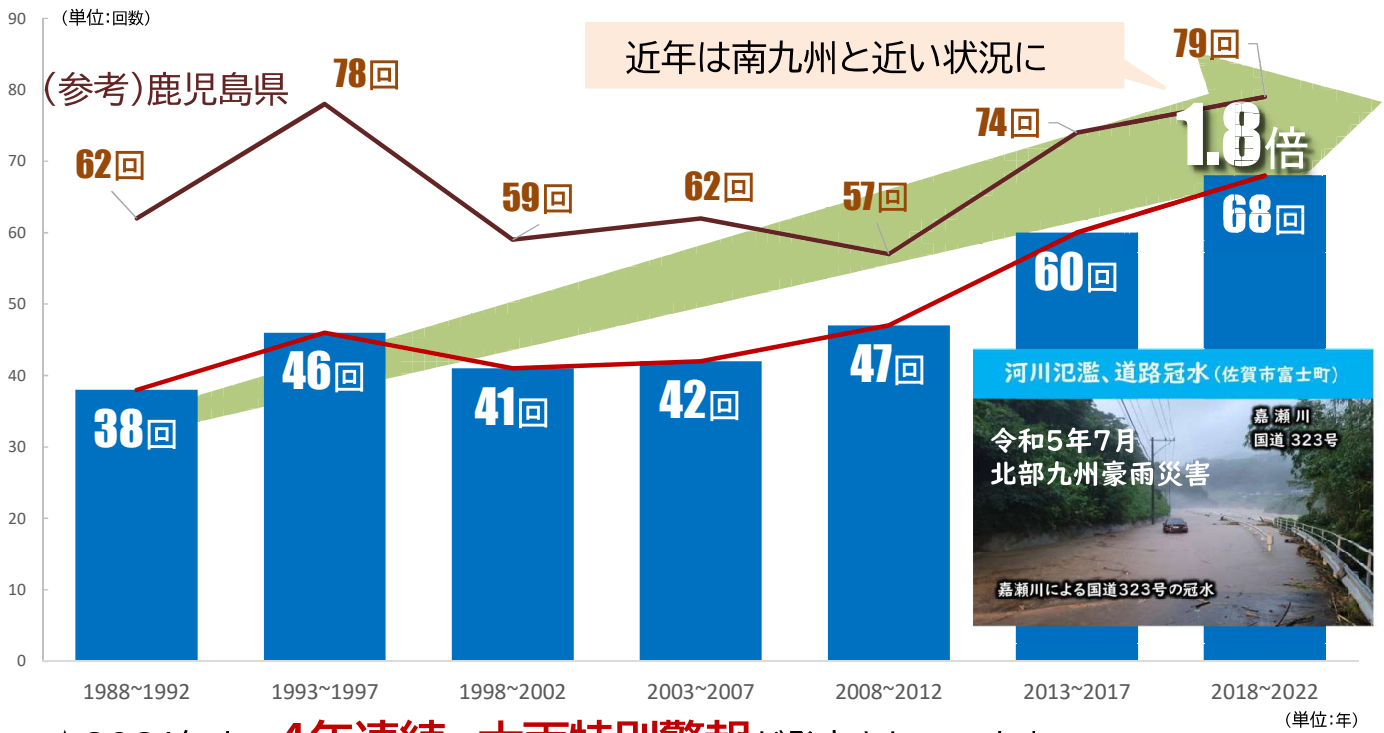
資料7

安全・安心な暮らしを基盤とした九州創生
～脱炭素社会の実現に向けて～

気候変動の影響で、気象条件がこれまでとは全く異なるものに変化

「どしゃ降り」で「ワイパーを速くしても見づらい」状態

佐賀県の1時間20ミリ以上の降雨の回数(5年ごと)



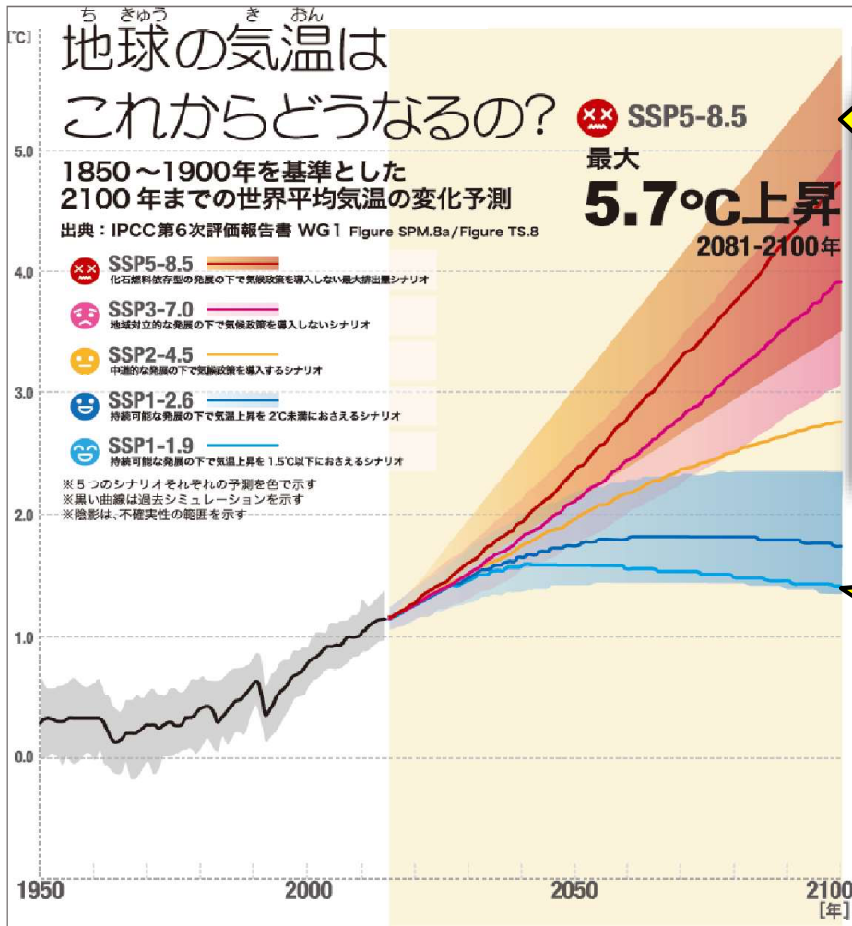
★2021年まで**4年連続**で**大雨特別警報**が発表されています

Copyright © 2023 Saga Prefecture. All Rights Reserved.

世界の異常気象

- ダム決壊による洪水(リビア)
- サイクロン(ミャンマー)
- 相次ぐ森林火災(カナダ) 170
- 記録的洪水(南スーダン)
- マウイ島山火事(ハワイ)

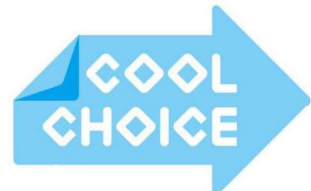
Copyright © 2023 Saga Prefecture. All Rights Reserved.



気温の上昇に伴って、世界中で異常気象が相次いで発生！



ここを目指して、できることから始めよう！

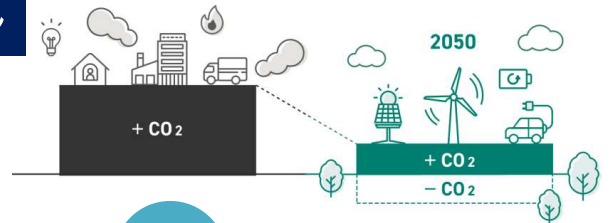


未来のために、いま選ぼう。
Copyright © 2023 Saga Prefecture. All Rights Reserved.

我々は、“いま”何をすべきか

国 2050年までに実現を目指すカーボンニュートラル

- ・温室効果ガスの「排出量」から、植林、森林管理などによる「吸収量」を差し引いて、合計を実質的にゼロに。
- ・排出量削減と吸収作用の保全・強化が必要。



県 できる取組を着実に

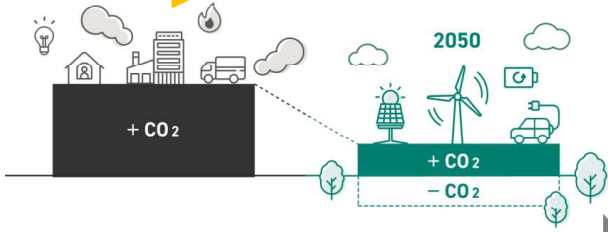
- 森川海人プロジェクト
 - 歩くライフスタイル
 - さがバスまるっとフリーDay
- 再生可能エネルギーの導入促進
 - エネルギー効率の高い住宅・設備・機器の導入
- 県民運動推進会議
 - 次世代自動車の普及
 - 環境保全型農業
 - 漁業における省エネ
 - 藻場の維持・回復

国民 意識・行動

- 脱炭素という言葉を知っている **89.6%**
 - 脱炭素社会に向けた行動を意識している **30.8%**
- 大半は行動変容に至っていない

博報堂「第三回 生活者の脱炭素意識&アクション調査」～2022年9月調査結果～

「地球規模の課題」



佐賀県「2つの課題」

自家用車への
過度な依存

・糖尿病(及び予備軍)
・骨折患者数(人口当たり)
全国ワースト

歩くライフスタイルへの転換

歩こう。
佐賀県。

SAGA
TOCO

佐賀県公式!
ウォーキングアプリ
「SAGATOCO」配信信中!

100,000
ダウンロード
突破!

自転車

徒歩

公共
交通



健康増進
疾病コントロール

CO₂
排出量の
削減

生活の
質の向上

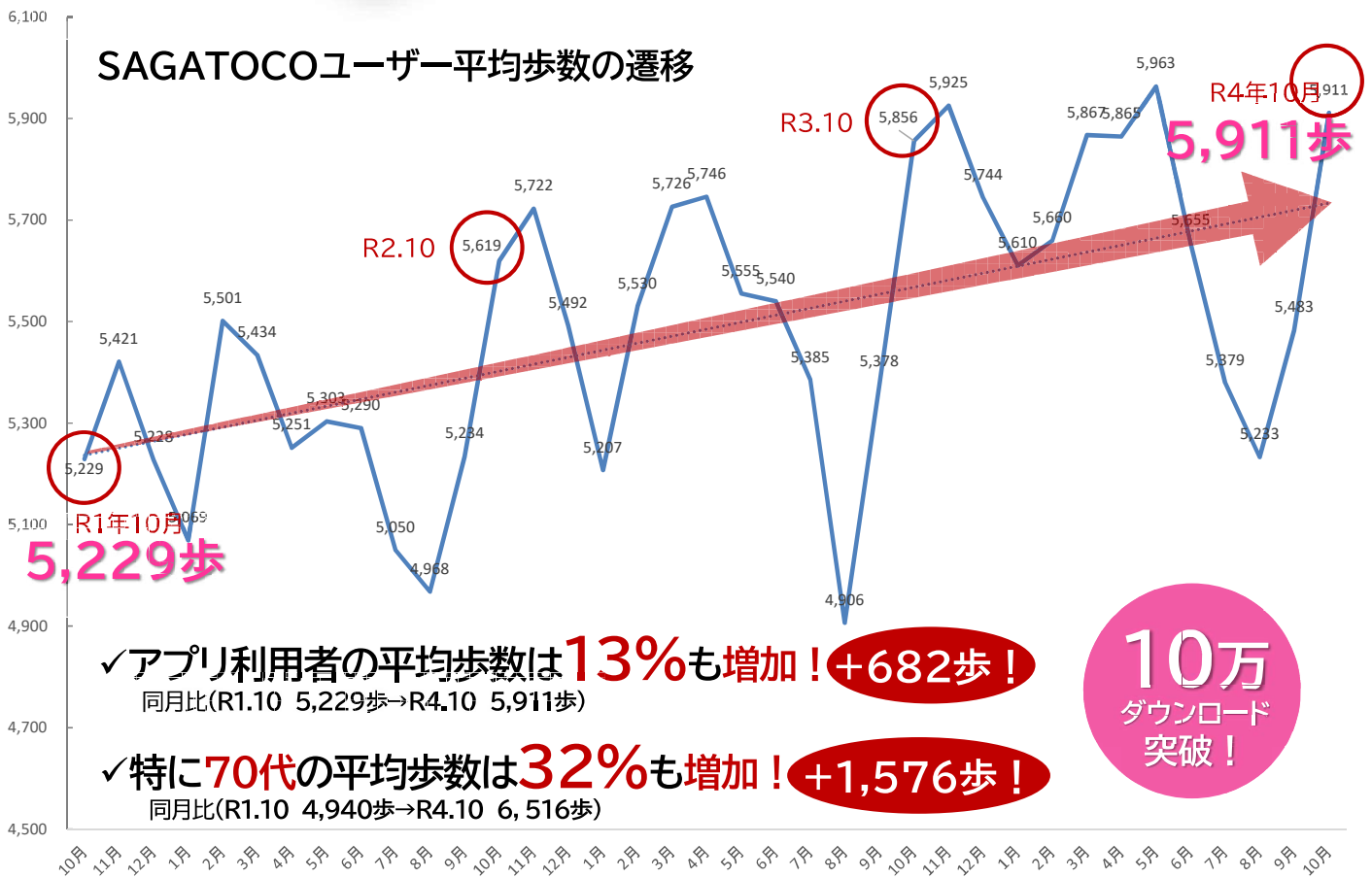
医療費
抑制

持続可能な
地域交通



SAGATOCOで始めよう！健康づくり

SAGATOCOユーザー平均歩数の遷移



✓アプリ利用者の平均歩数は**13%も増加!** **+682歩!**
同月比(R1.10 5,229歩→R4.10 5,911歩)

✓特に**70代**の平均歩数は**32%も増加!** **+1,576歩!**
同月比(R1.10 4,940歩→R4.10 6,516歩)

10万
ダウンロード
突破!

フィンランド

MaaS(公共交通を利用しやすい環境づくり) バスや電車、地下鉄などが定額で乗り放題となるシステム「MaaS」を2016年からスタート



フィンランドは首都ヘルシンキにおいて
自家用車を2025年までにゼロに!



公共交通は
エコでクール!

オーストラリア

佐賀合宿のオーストラリア代表
“ドルフィンズ”

SAGAアクアまでは歩こう!



Copyright © 2023 Saga Prefecture. All Rights Reserved.

公共交通で移動するきっかけに

さがバスまるっとフリーDAY

今年も やります♪
令和6年1月の
1か月間(予定)

2023年 1月・2月の 水・日 曜日
バス運賃 無料

バスを丸っと乗って
フリーDAY

歩こう。佐賀県

さがMaaS

佐賀を楽しく、快適に。

おでかけアプリ「my route」

最適な経路・手段を確認

お得なデジタルチケット

ふなやま
Idea ぬる湯 フリーパス

対象 佐賀線 バスセンター - 鷹の川温泉 - 古瀬温泉
エリア 佐賀 - 鷹の川エリアで使えるクーポン

my route

車に乗る人も、乗らない人も。
佐賀の人も、県外の人も。
誰にとっても移動しやすい、親切な街をめざして。

「歩く」をもっと楽しく サンライズストリート

スポーツ・MICEエリア

SAGAサンライズパーク

SAGAプラザ(県総合体育館)

サンライズストリート

JR佐賀駅

佐賀駅 西口エリア「サガハツ」

佐賀城内・文化エリア

佐賀駅 佐賀城口(南口)

県立図書館・市村記念体育館

県立博物館・美術館

佐賀城本丸歴史館

「ARKS(アルクス)」

上昇率 県内2位

令和5年公示地価
前年から13.1%上昇

サンライズストリートは
楽しく歩ける空間へ

『さが発』『さが初』の
魅力あふれる14店舗が出店!

意識
変革

行動
変容

9/30実施

SAGANゼロカーボン チャレンジマッチ

- 意識変革・行動変容を促進
 - ✓リユーズブルカップの導入
 - ✓パーク&ライド
 - ✓バス無料運行

リユーズブルカップ

啓発メッセージ上映

Copyright © 2023 Saga Prefecture. All Rights Reserved.

人材
育成

JEWELS+
次世代育成PT

卍
KYUSHU

次世代環境リーダー育成プロジェクト

アースバトン

10/21-22実施

- 九州各県高校生の合同研修
 - @唐津市 波戸岬海浜公園ほか
 - ✓セミナー
 - ✓グループワーク
 - ✓海岸清掃

第1回 開催内容

- ・九州山口各県から高校生が**43**人参加
- ・グローバルに活躍する環境リーダーと地域で活躍する環境リーダーを招へい
 - ✓ **世界**の動向
 - ✓ **身近な環境**の現状 を学習
- ・交流を通して、幅広い視点から様々な気付き

九州から、はじめよう。

2022/令和4年度 九州地域戦略会議 決算(案)

資料 9

(2022/令和4年 4月1日から 2023/令和5年 3月31日まで)

(歳入)

(単位:円)

科 目	2022/令和4年度 補正予算額	決 算 額	比 較 増 減	備 考	
分 担 金	3,593,000	3,593,000	0		
内 訳	九州地方知事会	1,711,643	1,711,643	0	
	九 経 連	1,411,020	1,411,020	0	
	九 商 連	156,779	156,779	0	
	九 同 友	156,779	156,779	0	
	九 経 協	156,779	156,779	0	
負 担 金	2,580,000	2,580,000	0	夏季セミナー参加費(1人/3万円) 補正予算:120名 ⇒ 実績:88名	
前 年 度 繰 越 金	7,280,028	7,280,028	0		
内 訳	会 議 費 繰 越 金	1,453,537	1,453,537	0	
	調 査 研 究 費 繰 越 金	5,826,491	5,826,491	0	
雑 収 入	1,000	51	▲ 949	受取利息	
合 計	13,454,028	13,453,079	▲ 949		

(歳出)

(単位:円)

科 目	2022/令和4年度 補正予算額	決 算 額	比 較 増 減	備 考	
事 業 費	13,454,028	6,431,302	▲ 7,022,726		
内 訳	会 議 費	7,222,537	3,506,916	▲ 3,715,621	内訳 報酬金:708,464円 夏季セミナー:4,198,452円 調査研究費から充当▲2,000,000円
	調 査 研 究 費	6,231,491	2,924,386	▲ 3,307,105	内訳 再生可能エネルギー:338,843円 九州・沖縄文化庁推進会議:356,543円 会議費へ充当:2,000,000円
次年度繰越金額	0	7,021,777	7,021,777		
内 訳	会 議 費	0	1,714,672	1,714,672	
	調 査 研 究 費	0	5,307,105	5,307,105	
合 計	13,454,028	13,453,079	▲ 949		

会 計 監 査 報 告 書

2022/令和4年度における九州地域戦略会議の予算執行状況について、
会計監査を実施した結果、適正な執行がなされている、と認められました。

歳入面では、各団体からの分担金の納入は適正に完了し、歳出面についても、
事務の効率的運営と相まって、適正な支出がなされています。

関係証憑書類も的確に処理されています。

以上、監査結果を報告します。

2023年10月26日

沖縄県知事

株式会社福岡銀行 取締役会長

玉城 デニー

柴戸 隆成

2023/令和5年度 九州地域戦略会議 補正予算(案)
(2023/令和5年 4月1日から 2024/令和6年 3月31日まで)

(単位:円)

科 目		2023年度 当初予算	補正額	2023年度 補正予算案	備 考
分	担 金	3,593,000	0	3,593,000	
内	九州地方知事会	1,711,643	0	1,711,643	
	九 経 連	1,411,020	0	1,411,020	
	九 商 連	156,779	0	156,779	
	九 同 友	156,779	0	156,779	
	九 経 協	156,779	0	156,779	
負	担 金	3,600,000	▲ 210,000	3,390,000	夏季セミナー開催実額 (予算:120名、実績:113名)
前	年 度 繰 越 金	7,054,028	▲ 32,251	7,021,777	決算により金額確定
内	会 議 費 繰 越 金	1,722,537	▲ 7,865	1,714,672	
訳	調 査 研 究 費 繰 越 金	5,331,491	▲ 24,386	5,307,105	
雑	収 入	1,000	0	1,000	
合	計	14,248,028	▲ 242,251	14,005,777	

(単位:円)

科 目		2023年度 当初予算	補正額	2023年度 補正予算案	備 考
事	業 費	14,248,028	▲ 242,251	14,005,777	
内	会 議 費	6,511,537	1,782,135	8,293,672	夏季セミナー費用 戦略会議関係費用
訳	調 査 研 究 費	7,736,491	▲ 2,024,386	5,712,105	再生可能エネルギー、九州・沖縄文化力推 進会議 等関係費用
合	計	14,248,028	▲ 242,251	14,005,777	

【参考】期末時の歳出および次年度繰越金見込額
(今年度歳出見込額)

事業費	8,090,000円
内 会議費	7,080,000円
訳 調査研究費	1,010,000円

(次年度繰越金見込額)

事業費	5,915,777円
内 会議費	1,213,672円
訳 調査研究費	4,702,105円

2024/令和6年度 九州地域戦略会議 当初予算(案)
(2024/令和6年 4月1日から 2025/令和7年 3月31日まで)

(単位:円)

科 目		2024/令和6年度 当初予算額	2023/令和5年度 当初予算額	比較増減	備 考
分	担 金	3,593,000	3,593,000	0	
内	九州地方知事会	1,711,643	1,711,643	0	
	九 経 連	1,411,020	1,411,020	0	
	九 商 連	156,779	156,779	0	
	九 同 友	156,779	156,779	0	
	九 経 協	156,779	156,779	0	
負	担 金	3,600,000	3,600,000	0	夏季セミナー参加費用 (30,000円×120名)
前	年 度 繰 越 金	5,915,777	7,054,028	▲ 1,138,251	2023/令和5年度補正予算で算出 した見込み金額
内	会 議 費 繰 越 金	1,213,672	1,722,537	▲ 508,865	
訳	調 査 研 究 費 繰 越 金	4,702,105	5,331,491	▲ 629,386	
雑	収 入	1,000	1,000	0	
合	計	13,109,777	14,248,028	▲ 1,138,251	

(単位:円)

科 目		2024/令和6年度 当初予算額	2023/令和5年度 当初予算額	比較増減	備 考
事	業 費	13,109,777	14,248,028	▲ 1,138,251	
内	会 議 費	6,002,672	6,511,537	▲ 508,865	
訳	調 査 研 究 費	7,107,105	7,736,491	▲ 629,386	
合	計	13,109,777	14,248,028	▲ 1,138,251	

【参考】歳出(事業費)予算内訳

科目	概算	備考	
会 議 費	6,002,672	夏季セミナー等開催経費	
調 査 研 究 費	7,107,105		
内 訳	再生可能エネルギー関係	300,000	産業化推進組織活動費
	九州・沖縄文化力推進会議	700,000	国内外への文化情報発信、ミュージアム バス作成費(増刷、翻訳)等
	新規課題検討費	6,107,105	
合 計	13,109,777		

役員選任について

規約（第8条）による役員任期満了に伴い、選任をお願いいたします。

（候補者）

〔監事〕 玉城 デニー 沖縄県知事（再任）

〔監事〕 柴戸 隆成（一社）九州経済連合会副会長（再任）

任期：2023年11月1日から2年間

以上

第44回九州地域戦略会議(ツール・ド・九州) (報告)

資料10-1

184

1 2023大会の開催報告

TOUR de KYUSHU 2023 卅

UCI（国際自転車競技連合）公認サイクルロードレース
アジアツアー2.1（ステージレースクラス1）

主催：ツール・ド・九州2023実行委員会

一般社団法人ツール・ド・九州

日程：2023年10月6日（金）～9日（月）



小倉城クリテリウム
KOKURA CASTLE CRITERIUM
10月6日（金）

小倉城の周囲1.7kmを25周するエキシビジョンレース



福岡
FUKUOKA

10月7日（土）

競輪発祥の地「北九州メディアドーム」から豪雨被災地を巡り、大牟田まで福岡県を縦断



熊本阿蘇
KUMAMOTO ASO

10月8日（日）

瀬の本から阿蘇の外輪山を越え南阿蘇へ、国内屈指の景観を誇る



大分
OITA

10月9日（月・祝）

オートボリスから標高差700mを下り日田市中心部でフィナーレを飾る





① 地域貢献・復興

- ・ 地域企業と高校生による地域課題の解決
「マイナビツール・ド・九州 I o c u s プログラム」15校594名参加
- ・ ブリヂストンによる小学校訪問授業11校1,207名参加
- ・ LINEヤフーコミュニケーションズ「九州デジタル防災ワークショップ」
大分県立日田高等学校・福岡県立浮羽究真館高等学校にて実施

② 環境

- ・ 環境負荷を軽減した大会運営
トヨタMIRAI等のFCEV（燃料電池車）8台・EV（電気自動車）4台を活用
- ・ 地産地消・水資源保護
サントリー天然水阿蘇を大会公式ドリンクに採用

③ 健康

- ・ 第一生命保険・V C福岡の共催による子供自転車教室

④ 先端技術の実証

- ・ k-robot開発のデジタル地図情報を活用した大会運営

6

2023大会総括

190

開催地：3県（福岡・熊本・大分）18市町村

コース：走行距離426km 獲得標高8,211m

沿道事業所：約900社

参加者：18チーム（国内10・海外8） 選手104人（17ヶ国）・スタッフ54人

スタッフ：約7,000人（警備員2,200人 セーフティーマーシャル2,700人）

使用車両：4輪94台（FCEV8台・EV4台）2輪35台

協賛企業：87社

<累計・概算>

観客（速報値）：88,300（小倉城16,000/福岡33,300/熊本阿蘇12,000/大分27,000）

パブリックビューイング：55,020

福岡市（ソラリアステージ）25,000

北九州市（チャチャタウン小倉・リバーウォーク北九州）13,540

熊本市（花畑広場）11,250

阿蘇市（道の駅阿蘇・門前町広場・熊本NOK）5,230

YouTube：26.7万回

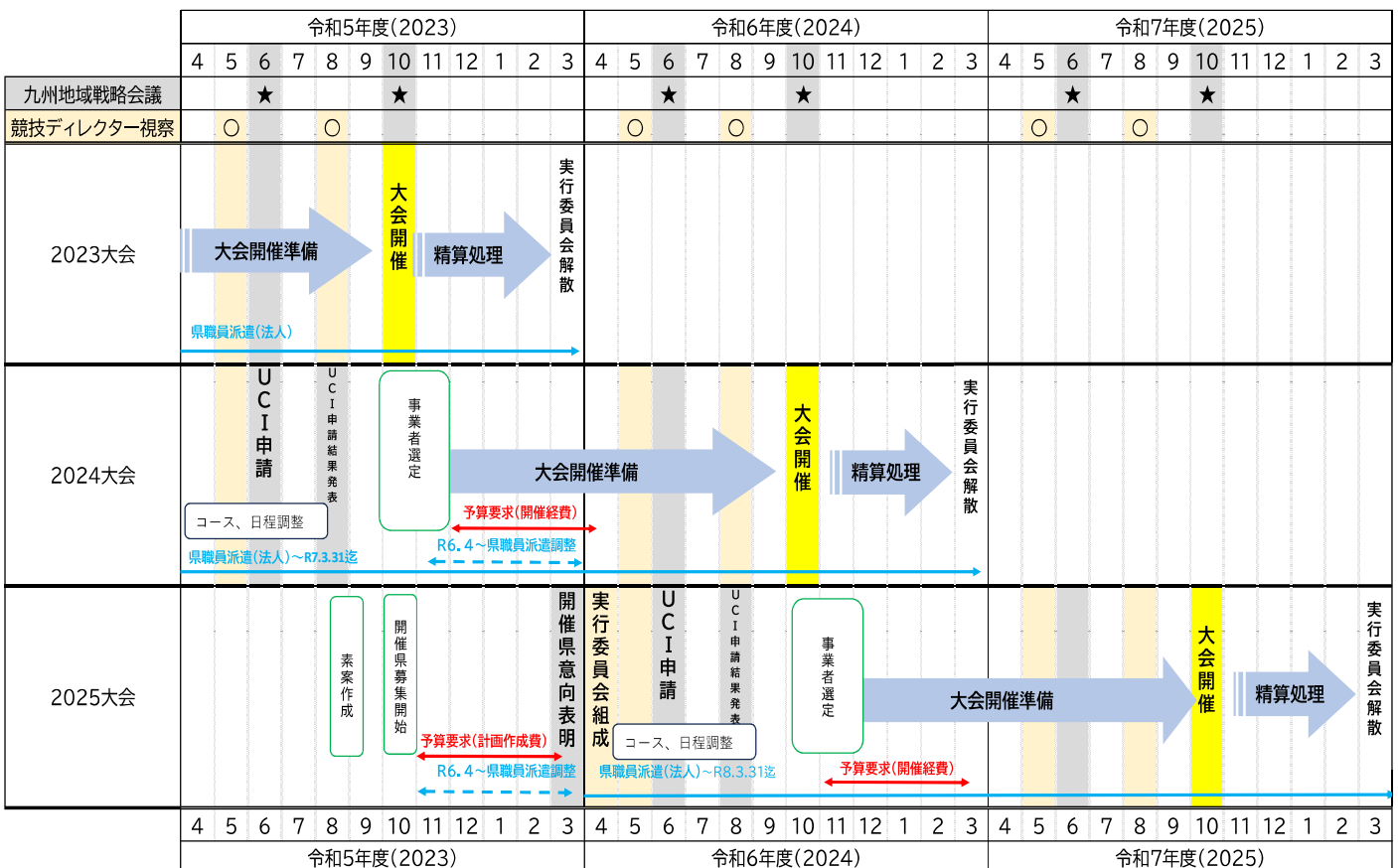
7

2 2024大会の進捗状況

名称/Name	ツール・ド・九州 / Tour de Kyushu
日程	令和6年10月11日～14日
クラス	2.1(ステージレース・Class1)

- 福岡ステージ (宗像市・岡垣町)
- 熊本阿蘇ステージ
- 大分ステージ

3 2025大会に向けた準備

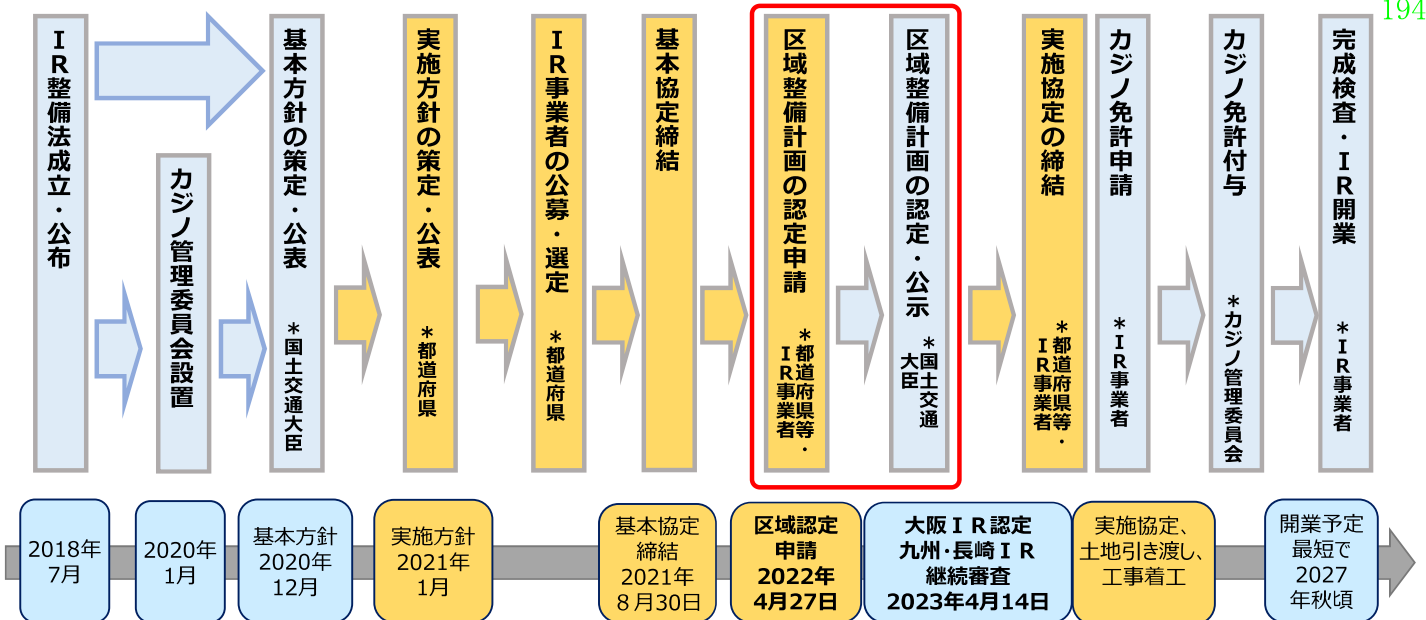


九州・長崎IRの進捗状況等の報告について

1. 九州・長崎 I Rの開業までのスケジュールについて
2. 九州 I R 推進協議会の活動状況について
3. 九州地方依存症対策ネットワーク協議会の活動状況について

長 崎 県

九州・長崎 I Rの開業までのスケジュール



特定複合観光施設区域整備計画審査委員会の開催状況 (観光庁HP抜粋)

- ・第1回 令和3年7月20日
委員会の設置等について
- ・第7回 令和4年5月27日
申請された区域整備計画の審査、関連の取扱いについて
- ・第35回 令和5年10月12日
事務局からの説明（認定された区域整備計画の状況）、今後の進め方について

令和5年4月14日 齋藤国交大臣閣議後記者会見

- ・大阪IR区域整備計画の認定について、本日IR推進本部が開催され、そののち、大臣として認定をした。
- ・長崎の計画については審査委員会において引き続き審査を行っているところ。審査を継続している具体的な理由については、審査中のため答えを控える。
- ・認定審査は期限を区切ることなくやっている。長崎については認定の時期を示せないが、引き続き審査を行う。

九州 I R 推進協議会の活動状況について

195

1. 組織の概要

九州 I R 推進協議会（K I R C）は、九州への I R 誘致を実現し、高い経済効果を広く九州全域に波及させるため、九州及び長崎県の経済界、行政、議会が一体となった活動を行う目的で、令和 3 年 4 月に発足。活動内容は、セミナー等の開催のほか、地元調達と九州の広域周遊観光の促進に向け 2 つの専門のワーキンググループ（WG）を設置し、I R 事業者と対話を行いながら、具体的な検討を進めている。

2. 令和 5 年度活動状況（ビジネスネットワークWG）

① M I C E ビジネスセミナー

- ・実施時期 R5.6.7（水）
- ・参加者数 103名
- ・講演内容 ■九州・長崎 I R の経済効果を地元に取り込むために
■ M I C E ビジネスについて

【参考】R5.9.5 I R ビジネスセミナーの様様



② I R ビジネスセミナー

- ・実施時期 R5.9.5（火）
- ・参加者数 87名
- ・講演内容 ■ I R がもたらすビジネスチャンスとは？
～地元調達促進と街の変化～

3. これまでの経過及び今後の活動スケジュール



九州地方依存症対策ネットワーク協議会の活動状況について

196

1. 概要

依存症には、アルコール、薬物、ギャンブル等の様々な分野があるが、専門家及び専門医療機関に限られていることから、九州一円が協力・連携して、依存症対策の促進を図ることが効率的かつ効果的である。また、九州・長崎 I R の誘致が実現された際には、ギャンブル依存症等の対策の充実が必要であることから、I R を契機として、行政・医療・相談機関等で構成する「九州地方依存症対策ネットワーク協議会」を令和 3 年 8 月に設立し、様々な依存症対策の質の向上を目指す。

【参考】e-ラーニング研修事例 ※出典「ギャンブル等依存」「依存症総論」

2. 組織等

- ① 構成メンバー：九州・山口各県の以下の機関
 - ・依存症治療拠点・依存症専門医療機関の代表
 - ・相談拠点機関
 - ・依存症対策担当当局
- ② 事務局：長崎県福祉保健部

3. 令和 5 年度の取組

① 第 3 回協議会 R5.7.26

（主な内容）

- ・各県の依存症対策の情報共有
- ・R6年以降の3カ年についても長崎県が事務局として、協議会を運営することを決定。

② e-ラーニングによる依存症対策研修の実施

R5.9.15～R6.2.15

（e-ラーニング研修の構成）

- ・依存症総論 ・アルコール健康障害 ・薬物依存
- ・ギャンブル等依存 ・ゲーム依存の実態と治療

（受講者職種）

- ・医師 ・医療従事者（医師以外） ・保健福祉関係者
- ・医学部生 ・その他（自治体職員など）

ギャンブル障害になりやすい人

- 年齢：40代中心だが、若いうちに発症するケースもある。
- 性別：男性＞女性と9割以上が男性である。
- 性格：負けず嫌い、落ち着きがない、強迫的な性格が多い。
- 行動：刺激を求めたり、反社会的、衝動的な行動をとる。
- 環境：時間やお金の調整がしやすい環境。養育環境も影響。
- 持病：精神疾患（特にギャンブル以外の依存症がある人）

依存症からの回復のステップ

依存症を学ぶ（学習）

- 自己の依存症問題を振り返る（内省）
- 依存症を認める（気づき）
- 断酒等の必要性を認める
- 断酒等の難しさを知る（体験）
- 共感できる仲間を見つける（癒し）
- 断酒等の喜びを知る
- 新たな自分を見出す（新生）

第三期九州観光戦略 第1次アクションプラン (2024～2026年度)



九州観光戦略委員会

第三期九州観光戦略のビジョンと基本方針

198

【ビジョン】

観光産業を九州の基幹産業と位置付け、さらに観光が九州経済および地域の持続的な発展を牽引すべく、「『住んでよし、訪れてよし、働いてよし』の九州を実現する」をテーマに掲げ、九州一体となって取り組みを展開していく。

【基本方針】

- ①世界中から選ばれる「KYUSHU」を目指し、ブランディングを強化する、
- ②九州ならではの観光資源の創出・魅力向上や受入環境の整備により、誘客・リピーターを拡大する、
- ③デジタル技術の活用による、観光産業の高度化に取り組む、
- ④九州に関わるすべての人がひとつとなり、持続可能な観光(観光SDGs)を実現するを掲げ、戦略の柱として「誘客促進戦略」、「観光資源戦略」、「受入環境整備戦略」、「観光産業活性化戦略」を定めた。

第1次アクションプランでの取り組み

・コロナ禍を経て、九州の観光産業は急速な回復をみせているが、世界中を含めた他地域との競争が極めて激しくなっている。また旅行者の求める観光ニーズもコロナ禍を経て大きく変化をしている。その中で、九州観光が持続的な成長を実現するためには、より「九州ならではの」を突き詰めた「選ばれる観光地づくり」をしていく必要がある。そして、それらを線でつなぎ、九州内を周遊していただくことで、観光消費額向上を目指す。

・また本取組期間中には、「ツール・ド・九州」「大阪・関西万博」他、大規模イベントが多く予定され、「九州」の認知度を大きく伸ばす絶好の機会である。

・上記を踏まえ、第1次アクションプランでは、①「大規模イベント等を活用した誘客促進」、②「九州ならではの付加価値商品の開発」、③「サステナブルで快適な周遊を促進する仕組み・システム構築」またそれらを支える④「観光産業の担い手の確保・育成・定着」を特に重点取組項目と定めた。これら取組を中心に、九州各県、経済団体、九州観光機構、関係事業者の「オール九州」での一体となった取組を通じて、九州観光の力強い復興を目指す。

・「欧米・大洋州からの誘客拡大」に向けて、2020年～23年にかけて九州観光機構を中心に九州一体となった取組を行い、海外有力メディアに取り上げられるなど、成果が出てきている。欧米・大洋州市場は引き続き重要市場であることから、第1次アクションプランにおいても本スキームを継続して取り組んでいく。(年限は第1次アクションプランと同じ2026年まで)

2

第三期九州観光戦略 数値目標

	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	
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)		※3	※3	※3	※3	
訪日外国人 (欧米豪)		※3	※3	※3	※3	
日本人		64%			65%	

※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

※3 現状値を調査中のため、2024年春頃に設定予定

3

第1次アクションプラン (2024~2026年度)

I 誘客促進戦略

K P I	●九州の認知度(DBJ・JTB アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査)			●欧米・大洋州と東南アジアの延べ宿泊者数 (観光庁 宿泊旅行統計調査)		
		全体	アジア	欧米・大洋州	アジア	欧米・大洋州
	2024年				2024年	529万人泊
	2025年	28%	39%	7%	2025年	673万人泊
2026年				2026年	855万人泊	
※参考(2022):全体27%、アジア38%、欧米・大洋州6%				※参考(2019):アジア650万人泊、欧米・大洋州47万人泊 ※国別別は、従業者数10名以上の宿泊施設における延べ宿泊者数		

戦略の柱	取組内容	具体案	役割分担			
			九観構	各県	経済団体	観光関連事業者
1	ブランド戦略の再構築	① 「KYUSHU」ブランド、マーケティング戦略の再確認・再構築	◎	○	○	○
		② 「KYUSHU」ブランドの観光関連事業者への意識浸透	○	○	○	◎
		③ 九州一体となった「KYUSHU」ブランドの発信	◎	○	○	○
2	重点取組項目 大規模イベント等を活用した九州の魅力発信	① 国際的イベント(ツールド・九州、日本国際博覧会等)を活用した九州への誘客促進	◎	○	○	
		② 国際的イベントに関連した着地型商品、周遊商品の発信	○	◎		
		③ 国際スポーツ大会、事前キャンプ等大規模イベントの誘致、開催および積極的な協力	○	◎	◎	◎
		④ 学術会議(半導体・ワンヘルス等)を活かしたアフターコンベンションの推進	○	◎	◎	◎
		⑤ 企業進出を契機とした関係人口の拡大	○	◎	◎	◎
3	国内外の地域、市場、ターゲットを絞った誘客活動	① 各種マーケティング情報の収集・分析を通じたターゲット設定・マーケティングの実施	◎	○		
		② 【欧米・大洋州】国・地域別のもつ文化・特色に応じた認知度向上による誘客促進 地域資源を最大限活用した九州ならではの魅力・ストーリーづくり	◎	○		
		③ 【東アジア】国・地域別のもつ文化・特色に応じた取組みによるリピーターの拡大	◎	○		
		④ 【東南アジア】国・地域別のもつ文化・特色に応じた取組みによる新規誘客	◎	○		
		⑤ 【東アジア・東南アジア】各県、在九州企業の海外事務所等との連携による誘客拡大		◎	◎	○
		⑥ 【国内】大都市圏(関東、中部、関西地区)でのプロモーション・情報発信によるリピーターの拡大 九州域内でのプロモーション・情報発信による域内周遊、マイクロツーリズムの拡大	◎	◎		
		⑦ 【高付加価値な旅行者】富裕層の階層別嗜好の理解と分析、ターゲットの明確化による誘客拡大 市場の特性に合わせたプロモーション実施による誘客拡大	◎	◎		
		⑧ 大学等と連携した留学生ネットワークの活用			○	◎

【役割分担】九州観光機構、九州各県、経済団体、観光関連事業者の4者において、主たる実施主体と考えられるものを◎、主たる実施主体をサポートすると考えられるものを○とする。なお、各機関の役割が空白で示されている機関が何もアクションしないことを示したのものではない。

4

第1次アクションプラン (2024~2026年度)

II 観光資源戦略

K P I	●再来訪意欲度<必ず行きたい+行きたい> (九州観光機構アンケート調査)			●訪日外国人旅行消費単価 (観光庁 訪日外国人消費動向調査(福岡空港))		
		国内	インバウンド	2024年	137,000円	
	2024年	93%	90%	2025年	140,000円	
	2025年	94%	91%	2026年	143,000円	
	2026年	95%	92%	※参考(2022):134,882円		
※参考(2023):国内92%、インバウンド89%						

戦略の柱	取組内容	具体案	役割分担			
			九観構	各県	経済団体	観光関連事業者
4	九州内の周遊を促進するルートづくり	① テーマやストーリーに沿った観光素材の磨き上げ	◎	◎		
		② 周遊ルートをつなぐ2次交通(鉄道、バス、船舶等)と連携した利便性の向上	◎	◎		
		③ 九州内外の国際定期路線を活用した周遊ルートづくり	◎	○		
		④ 旅行者を島たび・島めぐりへと誘引するストーリーづくりや、島内での回遊を促す体験型プログラムづくり		○	○	◎
5	重点取組項目 高付加価値商品の開発	① 高付加価値につながる観光資源の発掘とそれを活用したコンテンツづくりや広域周遊ルートの策定・商品造成	○	◎		○
		② アドベンチャーツーリズムの推進に向けた商品造成、販売体制の構築	◎	○		○
		③ サイクルルートの策定と商品化による「CYCLING ISLAND KYUSHU」の定着	◎	◎	○	○
		④ 専門知識のあるガイドによる付加価値の高いガイド付きツアーの商品造成				◎
6	「おもてなし」あふれる地域づくり	① 住民への観光の魅力の伝達・浸透		◎		○
		② 地域住民への地元愛、郷土愛に通ずる取組み		◎		○
		③ 地域住民と一緒に観光地域づくり		◎		○
		④ 地域住民による観光客への挨拶、歓迎ムードの醸成等によるおもてなし力の向上		◎		○

【役割分担】九州観光機構、九州各県、経済団体、観光関連事業者の4者において、主たる実施主体と考えられるものを◎、主たる実施主体をサポートすると考えられるものを○とする。なお、各機関の役割が空白で示されている機関が何もアクションしないことを示したのものではない。

5

第1次アクションプラン (2024～2026年度)

203

K P I	●九州MaaSへの参画数(参考目標) (九州MaaSグランドデザイン)	2027年	60社
	●九州への国際航空路線数 (各空港運航状況より九州観光機構まとめ)	2024年	480便/週
		2025年	530便/週
		2026年	580便/週
※参考:2019年8月 533便/週 2023年9月 431便/週			

Ⅲ 受入環境整備戦略

戦略の柱	取組内容	具体案	役割分担			
			九観構	各県	経済団体	観光関連事業者
7	重点取組項目 サステナブルで快適な周遊を促進する仕組み・システム構築	① 交通事業者の連携による利便性向上および持続可能な交通ネットワークづくり		◎	◎	◎
		② 九州MaaSを活用した様々な交通手段利用促進のための情報発信	◎	◎	◎	◎
		③ 新たな移動手段(エコモビリティ等)として車両導入などの環境整備		○	○	◎
8	安全・安心で快適な旅行環境の整備	① ユニバーサルツーリズムの促進のための観光地・宿泊施設等のバリアフリー化、情報発信	○	◎		◎
		② 緊急時における訪日外国人向け医療サービスの充実・災害等の情報発信(多言語コールセンター・アプリの活用等)	○	○	○	◎
		③ 日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)を活用した受入環境の整備	○	◎		○
		④ 九州の官民一体となって安心・安全情報の提供、発信によるインバウンドへの対応強化	◎	○		
		⑤ 観光地・宿泊施設・飲食店等での多言語対応促進による受入環境の整備		○	○	◎
9	来訪促進のための観光インフラ整備	① 新たな直行便就航のための海外航空会社への誘致活動の強化		◎	○	
		② 九州内外の他県空港連携によるIN、OUTの促進		◎		○
		③ 多様なニーズへの対応や快適性の向上のための、宿泊施設のインバウンド対応の充実		○	○	◎
		④ 地域資源において優れた景観の創造・保全と活用		◎		○
		⑤ 世界文化遺産・世界自然遺産の保全・活用		◎		○

【役割分担】九州観光機構、九州各県、経済団体、観光関連事業者の4者において、主たる実施主体と考えられるものを◎、主たる実施主体をサポートと考えられるものを○とする。なお、各機関の役割が空白で示されている機関が何もアクションしないことを示したのではない。

6

第1次アクションプラン (2024～2026年度)

204

K P I	●観光関連企業の人手不足感 (帝国データバンク 人手不足に対する動向調査 (九州・沖縄県))	旅館・ホテル	飲食店	
		2024年	70%	83%
		2025年	60%	66%
		2026年	50%	50%
※参考:2019年 旅館・ホテル50%、飲食店50% 2023年 旅館・ホテル80%、飲食店100%				

Ⅳ 観光産業活性化戦略

戦略の柱	取組内容	具体案	役割分担			
			九観構	各県	経済団体	観光関連事業者
10	重点取組項目 担い手の確保・育成・定着	① 産学官連携による継続的な観光人材育成	○	◎	◎	○
		② 九州内DMOの人材育成および連携促進	◎	◎		
		③ 専門知識のあるガイドの育成・有効活用(通訳ガイド、宿泊施設コンシェルジュ等)	○	◎		
		④ DXを活用した通訳ガイド等と旅行事業者、旅行者とのマッチングの促進	◎	○		○
		⑤ 観光産業で働く魅力の発信・就職情報の提供			○	◎
		⑥ 九州一体となった観光産業の外国人材確保		○	◎	
11	観光産業の生産性向上、収益性向上	① 九州一体となったデータ基盤の整備、活用促進	◎	○		○
		② CRM強化を通じたロイヤルカスタマーの獲得	◎	○		
		③ 観光地のインバウンド対応環境の充実		○	○	◎
		④ DXデータ活用による観光事業者へのマーケティング支援	◎	○	○	○
		⑤ 専門的な技術力や知識を有する人材・デジタル人材の育成		○	○	◎
12	幅広い関連産業との連携強化	① 地元食材を活用した宿泊施設・飲食店での飲食コンテンツの開発・販売促進による九州内調達率の向上	○	◎	◎	◎
		② 九州の食・特産品・農畜水産物の認知度向上を通じた地域の魅力づくり	○	◎		
		③ 観光に関連する産業と連携したまちづくり	○	○	◎	
		④ 旅行後消費需要の取込み		○		◎

【役割分担】九州観光機構、九州各県、経済団体、観光関連事業者の4者において、主たる実施主体と考えられるものを◎、主たる実施主体をサポートと考えられるものを○とする。なお、各機関の役割が空白で示されている機関が何もアクションしないことを示したのではない。

7

「第二期九州観光戦略(2014~2023年)」の評価と課題について

【第二期九州観光戦略の概要】

第二期九州観光戦略では、「観光産業を九州の基幹産業にする10年」と位置づけ、戦略として以下の4本の柱を定めた。

- 戦略Ⅰ「九州ブランドイメージ戦略」
- 戦略Ⅱ「観光インフラ整備戦略」
- 戦略Ⅲ「九州への来訪促進戦略」
- 戦略Ⅳ「来訪者の滞在・消費促進戦略」

また、本戦略に相応しい目標数値として、国が「観光立国推進基本計画」(2012年3月閣議決定)で掲げた目標数値の伸びを上回る数値を掲げた。

その後、外国クルーズ客船をはじめとしたインバウンド観光の状況を背景に、2017年5月に目標数値の見直しを行い、「観光消費額4.0兆円」「訪日外国人数786万人」「延べ宿泊者数6,800万人泊」へと上方修正した。

2020年からの新型コロナウイルスの影響を受けて、2023年の目標値を下方修正することが、2021年5月の九州地域戦略会議にて承認された。(新型コロナウイルス収束の見通しがたつたため、具体的な数値については変更していない)

■第二期九州観光戦略の数値目標と実績

	第1次アクションプラン			第2次アクションプラン			第3次アクションプラン			
	2014年実績	2015年実績	2016年実績	2017年実績	2018年実績	2019年実績	2020年実績	2021年実績	2022年実績(速報値)	2023年目標
観光消費額	2.19兆円	2.56兆円	2.38兆円	2.70兆円	2.57兆円	2.88兆円	1.11兆円	1.10兆円	1.73兆円	4.0兆円
訪日外国人	1,939万人	3,424万人	4,093万人	4,843万人	4,040万人	3,739万人	440万人	-	497万人	12,000万人
日本人	19,970万人	22,212万人	19,714万人	22,163万人	21,687万人	25,068万人	10,708万人	10,950万人	16,765万人	28,000万人
延べ宿泊者数	4,185万人泊	4,461万人泊	4,348万人泊	4,528万人泊	4,613万人泊	4,963万人泊	2,802万人泊	2,609万人泊	3,664万人泊	6,800万人泊
訪日外国人	306万人泊	504万人泊	518万人泊	660万人泊	715万人泊	754万人泊	100万人泊	19万人泊	87万人泊	2,010万人泊
日本人	3,879万人泊	3,957万人泊	3,830万人泊	3,868万人泊	3,899万人泊	4,209万人泊	2,702万人泊	2,590万人泊	3,576万人泊	4,790万人泊
九州内外国人人数	167.5万人	283.2万人	372.1万人	494.1万人	511.6万人	422.2万人	40.5万人	0.6万人	40.2万人	786万人

※観光消費額は観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2019年1月16日発表)の値を基に、九州観光機構が推計したものの、また、訪日外国人の観光消費額の算出に用いる14条入国(クルーズ)の旅行消費単価は、2017年までは福岡市調査の値を適用、2018年からは観光庁調査の値を適用。

戦略Ⅰ：九州ブランドイメージ戦略

【主な取組実績】

- 「温泉アイランド九州」ロゴの選定・活用
- 「Kyushu Brand Book」の制作、九州観光関係者への配布
- 多言語SNS/WEBサイトを活用した情報発信
- 動画を活用した九州ブランドの発信
- 各種メディアを活用し、九州の強みである観光素材のブランドイメージを発信

- 海外レップ(代理事業者)との取組みを通じて、海外主要メディアで「KYUSHU」が取り上げられるようになってきた。
- 他の観光地と比べて、九州の認知度は低いため、引き続き、認知度向上につながる九州一体となった取組が必要。

●「温泉アイランド九州」ロゴマーク・キャッチコピー(2014年6月～)



●訪日外国人の地域別の認知度「DBJ・JTBF 訪日外国人旅行者の意向調査」(2022年)

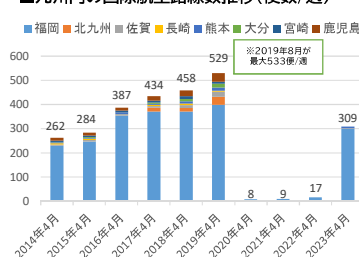
	全体	アジア	欧米豪
九州	27%	38%	6%
北海道	44%	59%	14%
沖縄	38%	48%	19%
東京	58%	64%	47%
大阪	51%	63%	28%
広島	35%	38%	29%

戦略Ⅱ：観光インフラ整備戦略

【主な取組実績】

- 九州アジア観光アイランド総合特区に基づいた九州特区ガイドの育成
- 九州・山口多言語コールセンターの開設・運営
- Kyushu Free Wi-Fiの普及・促進による通信環境の改善
- 国際航空路線の拡大
- 外資系ブランドホテルの誘致
- 観光関連事業者対象のセミナーや勉強会の開催
- 外国人材の観光関連企業への就職支援
- 九州内の大学における観光カリキュラムの実施 ほか

■九州内の国際航空路線数推移(便数/週)



■九州内の外資系ブランドホテル開業(計画含む)

- ANAインターコンチネンタル別府リゾート&スパ (19年8月 大分県)
- ヒルトン長崎 (21年11月 長崎県)
- フェアフィールド・バイ・マリオット・鹿児島たるみず桜島 (23年4月 鹿児島県)
- シェラトン鹿児島 (23年5月 鹿児島県)
- ザ・リッツ・カールトン福岡 (23年6月 福岡県)
- フェアフィールド・バイ・マリオット・佐賀嬉野温泉 (23年7月 佐賀県)
- フェアフィールド・バイ・マリオット・福岡うきは (23年8月 福岡県)
- フェアフィールド・バイ・マリオット・熊本阿蘇 (23年秋 熊本県)
- 長崎マリオットホテル (24年初頭 長崎県)
- ホテルインディゴ長崎グラバーストリート (24年冬 長崎県)

- 九州への国際航空路線は週最大533便(2019年8月)と順調に拡大していたが、コロナ禍で激減。早急にコロナ前を越える便数回復を図りたい。
- 九州内の外資系ブランドホテルは、ヒルトン、リッツ・カールトン、マリオット等、順調に増加している。
- 大規模災害の頻発により、緊急時・災害時における情報提供体制のさらなる強化が必要。

「第二期九州観光戦略(2014~2023年)」の評価と課題について

戦略Ⅲ：九州への来訪促進戦略

海外

【主な取組実績】

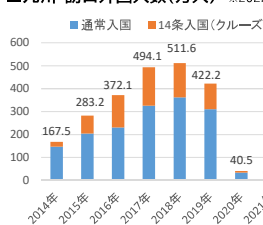
- 広域観光周遊ルートの形成・活用
- 各団体が連携して、現地旅行博や商談会へ参加
- 海外メディアやインフルエンサー等の招請 ほか
- 海外レップを活用した海外メディアを活用した広報活動
- RWC・東京オリパラを活用した欧米・大洋州への情報発信

国内

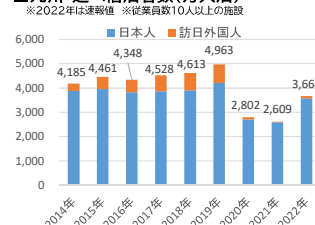
- 各団体が連携して、国内大都市圏での商談会、旅行博への参加
- 九州一体となった修学旅行の誘致
- 「九州ふっこう割」を活用した熊本地震からの復興キャンペーン
- コロナ禍からの復興に向けた「九州割」等の観光需要喚起キャンペーン
- 交通機関(鉄道・航空)と連携した九州への誘客キャンペーン
- 旅行事業者に向けた九州の世界遺産のモデルコースや素材の紹介ほか

- 訪日外国人数は、順調に拡大し、2018年は過去最高となる511.6万人となった。一方、国際情勢の変化やクルーズ船の九州への寄港数減により、2019年は2018年から90万人減となった。さらに、コロナ禍により入国者数は激減、2021年には過去最低となる0.6万人の入国者数となった。
- 国籍・地域別の訪日外国人数は、韓国とクルーズ客で全体の7割弱を占める。一方、欧米豪の割合が低い。カントリーリスク軽減のためにも欧米豪からの誘客拡大が必要。
- 九州の延べ宿泊者数は、日本人は横ばい~微増。インバウンドについては増加傾向にあったが、全体を大きく押し上げるまでには至っていない。

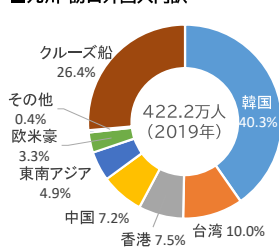
■九州・訪日外国人人数(万人) ※2022年は速報値



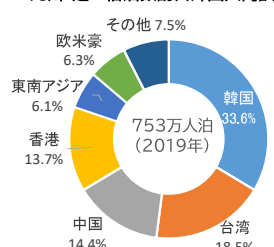
■九州・延べ宿泊者数(万人泊) ※2022年は速報値 ※従業員数10人以上の施設



■九州・訪日外国人内訳



■九州・延べ宿泊者訪日外国人内訳



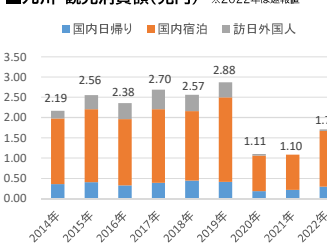
戦略Ⅳ：来訪者の滞在・消費促進戦略

【主な取組実績】

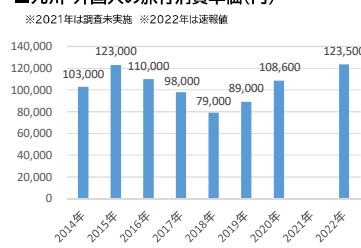
- 九州オルレを活用した地域への誘客
- 着地型の観光素材の磨き上げ・情報発信
- 交通機関の各種周遊バスの普及・促進
- 「祭りアイランド九州」を通じた九州内の周遊促進
- アドベンチャーツーリズムの普及・商品開発
- 「ツール・ド・九州」を通じたサイクルツーリズム開発

- 国内市場(国内宿泊+国内日帰り)の観光消費額が伸び悩み。
- インバウンドも韓国やクルーズ船の構成比が高く、消費単価向上に苦戦。九州の旅行消費単価向上のためには、欧米豪や富裕層等の高付加価値な旅行者の誘客や滞在日数の増加が必要。

■九州・観光消費額(兆円) ※2022年は速報値



■九州・外国人の旅行消費単価(円) ※2021年は調査未実施 ※2022年は速報値



■国籍・地域別の旅行消費単価(全国・2019年) ※クルーズ船は推定値

韓国 76,138円、中国 212,810円、イギリス 241,264円、アメリカ 189,411円、オーストラリア 247,868円、クルーズ船(九州) 43,000円

ビジョン	観光産業を九州の基幹産業と位置付け、さらに観光が九州経済および地域の持続的な発展を牽引すべく、「住んでよし、訪れてよし、働いてよし」の九州を実現する』をテーマに掲げ、九州一体となって取組を展開していく。	期間	2024年度～2030年度の7年間
九州観光を取り巻く現状		第二期九州観光戦略までの取組を踏まえた課題	
<p>○コロナ禍による観光産業の疲弊 九州を主目的地とする日本人の旅行者数が半減(20年▲46%、21年▲50% ※いずれも19年比)※1 海外旅行は渡航制限でインバウンドはほぼ消滅、来航の多かった国際クルーズ観光も催行されず消滅</p> <p>○少子化・高齢化の急速な進行と人口減少 九州地域の人口は45年時点1056万人で15年比▲19%(全国は45年1億642万人、15年比▲16%)※2 九州地域の生産年齢人口は45年時点536万人で15年比▲30%と見込まれる ※2</p> <p>○自然災害/気候変動リスク、感染症リスク、国際情勢変動リスクの増大 九州の地理的特徴(梅雨時集中豪雨、台風常襲地帯、急峻な地形・活火山等)や気候変動での災害激甚化・頻発化 人類を脅かすような感染症のパンデミック、国際紛争などによる国際情勢変動も大きく影響</p> <p>○世界的な「持続可能な観光」への関心の高まり 観光分野においても、CO2排出削減への関心が高まっている(COP26におけるグラスゴ宣言等) コロナ禍を経て、世界の旅行者の約71%がサステナブルな旅行に関心があると回答 ※3</p> <p>○旅行形態の変化とニーズの多様化 団体旅行(パッケージツアー)から個人旅行(FIT)への移行はコロナ前から緩やかに増加、コロナ禍を契機に加速 観光ニーズも、マイクロツーリズム、アドベンチャーツーリズムなど多様化、アウトドア、アクティビティにも再注目</p> <p>○DXによる劇的な社会変革 デジタル化の進展に伴い、それを活用した業務プロセスの改善、効率化などの環境整備に取組む企業が増加 会議や商談などがリモートに、観光でもVRを活用した疑似旅行など、移動せずとも可能なものが登場</p> <p>※1:九州経済調査協会「2023年版九州経済白書」より ※2:国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」「日本の地域別将来推計人口」より ※3:Booking.com「Sustainable Travel Report 2022」より</p>		<p>○他地域との競争に勝ち残るための、九州の認知度向上とブランディング強化 海外での九州の認知度は、北海道や沖縄と比べて低い(北海道44%、沖縄38%、九州27%(2022年))※4</p> <p>○観光資源の創出・魅力向上や、観光消費額向上を図る周遊促進 訪日外国人の九州での消費単価は19年104千円(全国158千円)、平均滞在日数は19年6泊(全国9泊)と全国と比べて大きく下回っている※5</p> <p>○リピーターの確保・拡大施策の強化 旅行者に何度も訪れていただくことで地域の消費拡大につながる、リピーターの確保・拡大には、旅行者の満足度向上が重要。</p> <p>○観光素材をつなぐ二次交通の整備・アクセス強化や、誰もが安全・安心・快適に旅を楽しめる仕組みの構築 面(九州一体)としての強みを発揮するためには、各地の観光資源を周遊するための観光インフラの充実が必要。</p> <p>○デジタル技術を活用したマーケティングの強化 SNSの普及や個人旅行の比率が増加する中、旅行者のニーズ、消費行動の把握や効果的な情報発信のためには、ビッグデータやデジタル技術の活用が不可欠。</p> <p>○観光産業の労働生産性の向上、担い手確保・育成 宿泊業を例に挙げると、資金は19年361万円(全産業501万円)、労働生産性は19年428万円(全産業715万円)と全産業と比べて著しく低く、離職率は2%台後半(全産業2%前後)と全産業と比べて高い※6</p> <p>※4:日本政策投資銀行・日本交通公社「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2022年度版)」より ※5:観光庁「訪日外国人消費動向調査」より ※6:厚生労働省「賃金構造基本統計調査」、財務省「法人企業統計調査」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」より</p>	

九州観光にとってのチャンス		
<p>【大規模イベントの開催】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○福岡・大分ステイネーションキャンペーン 24年 ○ツール・ド・九州 24年～ ○国際パドミントン大会 24～26年 熊本県 ○国民スポーツ大会 24年 佐賀県、27年 宮崎県 ○日本国際博覧会(大阪・関西万博) 25年 ○国民文化祭 25年 長崎県 	<p>【施設・インフラの充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○福岡空港新滑走路のオープン 25年3月 ○高速道路網の更なる充実 ○九州・長崎IR開業 27年 	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○OTSMC熊本工場稼働開始 24年 ○国のデジタル田園都市国家構想による地域のDX化加速 ○国際的機関の設置(FAVAワンハルス福岡オフィス等)

実現したい2030年の九州の姿	
九州ブランドが国内外で定着しており、リピーターが多く、長期滞在化も進み、観光とまちづくりにより域内消費が拡大し、活気に溢れた地域になっている	
<p>住んでよし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九州に暮らす人々も観光を通じて、九州の魅力の再発見をすることで、九州に対する誇りと愛着を持って暮らしている ・観光産業が地域の消費拡大を牽引し、地域および九州の経済全体が活性化している 	<p>訪れてよし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九州ならではの魅力的な観光素材が充実している観光地として認識されている ・訪れる人の満足度は高く、何でも訪れたい観光地になっている ・訪れる人が県境を越えて安全・安心な旅を楽しんでいる
<p>働いてよし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光とまちづくりにより、関連産業を含めて新たな雇用が創出されている ・観光産業が従事する人にとって働きやすく魅力的な仕事であるとともに、ホスピタリティの向上につながっている 	

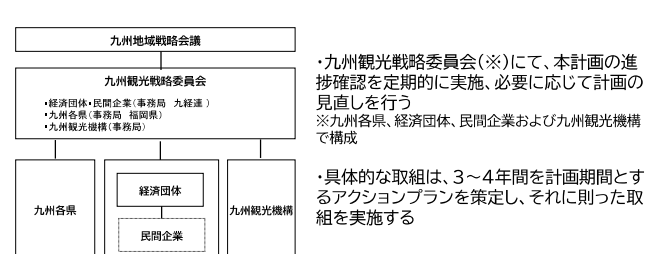
●基本方針

- ①世界中から選ばれる「KYUSHU」を目指し、ブランディングを強化する
- ②九州ならではの観光資源の創出・魅力向上や受入環境の整備により、誘客・リピーターを拡大する
- ③デジタル技術の活用による、観光産業の高度化に取り組む
- ④九州に関わるすべての人がひとつとなり、持続可能な観光(観光SDGs)を実現する

●戦略の柱

<p>I 誘客促進戦略</p> <p>ブランド戦略を再構築したうえで、ターゲットを絞った情報発信をすることで、国内外から九州への誘客を促進する</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ブランド戦略の再構築 「KYUSHU」ブランドの確立に向けて、新たなブランド戦略を展開する 2 大規模イベント等を活用した九州の魅力発信 大規模イベントや、MICE、IR等、九州観光にとってのチャンスを活用し、九州の魅力を発信する 3 国内外の地域、市場、ターゲットを絞った誘客活動 国内、アジア、欧米豪、富裕層など地域や市場のもつ特色・特長に沿ってターゲットを絞り、ビッグデータやデジタル技術を活用して効果的な誘客を図る 	<p>III 受入環境整備戦略</p> <p>誰もが安全・安心・快適に旅を楽しむことができるよう受入環境を整備し、誘客・リピーターを拡大する</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 サステナブルで快適な周遊を促進する仕組み・システム構築 サステナブルで快適な旅ができるよう、九州Maas等を活用し、地域公共交通の利便性を高める。 2 安全・安心で快適な旅行環境の整備 誰もが安全・安心・快適に、かつ地域住民の生活と調和した旅を楽しむことができるよう、ユニバーサルツーリズムや緊急時対応の体制構築、オーバートゥーリズム対応等、受入環境を整備する 3 来訪促進のための観光インフラ整備 国際直行便や外資系高級ホテルを誘致し、外国人の来訪を促進するための観光インフラを整備する
<p>II 観光資源戦略</p> <p>多様化する旅行者のニーズを踏まえつつ、九州ならではの観光資源の創出・魅力向上を図り、誘客・リピーターを拡大するとともに観光消費額の増加を図る</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 九州内の周遊を促進するルートづくり 九州の「面」としての特性を活かし、テーマやストーリー性に基づき歴史や文化、温泉・火山・離島といった豊かな自然等、多彩な観光資源を結びつけ、県境を越えた周遊を促進する魅力的なルートをつくる 2 高付加価値商品の開発 九州各県の強みを結集し、富裕層の受け皿となる九州ならではの高付加価値・高単価のコンテンツを向上させる 3 「おもてなし」あふれる地域づくり 最大の観光資源のひとつである「おもてなし」の向上を図り、地域住民も巻き込んだおもてなし風土をつくる 	<p>IV 観光産業活性化戦略</p> <p>観光産業の担い手確保や生産性向上等により、観光産業を働く場として持続可能で魅力あるものとする</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 担い手の確保・育成・定着 観光産業に興味を持ちやすい魅力を感じることができる機会を創出し、誇りを持って働く環境づくりを進めることで、観光人材の確保・育成・定着を図る 2 観光産業の生産性向上、収益性向上 デジタル技術の活用、多言語対応の充実、多様なニーズに対応した商品提供力の強化等により生産性向上、収益性向上を図る 3 幅広い関連産業との連携強化 農林水産業、飲食業、文化、教育、医療、金融等他関連業種との連携を促進し、裾野の広い産業である観光産業の地域経済への波及効果を最大化する

●実施体制



●数値目標

	第二期 2019年 実績	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				
		2024年 目標	2025年 目標	2026年 目標	第2次アクションプラン 2030年 目標	
観光消費額 ※1	2,889億円	2,699億円	3,049億円	3,209億円	499億円	379億円
訪日外国人	3,739億円	3,500億円	4,936億円	6,574億円	1,239億円	159億円
日本人	25,068億円	23,300億円	25,500億円	25,500億円	2,899億円	229億円
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	
九州人のリピーター率		※3	※3	※3	※3	
訪日外国人(7ツブ)		※3	※3	※3	※3	
訪日外国人(欧米豪)		※3	※3	※3	※3	
日本人			64%		65%	

※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
※3 現状値を調査中のため、2024年春頃に設定予定



■第三期九州観光戦略 第1次アクションプラン(2024~2026年度)

第三期九州観光戦略のビジョンと基本方針

【ビジョン】観光産業を九州の基幹産業と位置づけ、さらに観光が九州経済および地域の持続的な発展を牽引すべく、「住んでよし、訪れてよし、働いてよしの九州を実現する」をテーマに掲げ、九州一体となって取り組みを展開していく。

【基本方針】①世界中から選ばれる「KYUSHU」を目指し、ブランディングを強化する。②九州ならではの観光資源の創出・魅力向上や受入環境の整備により、誘客・リピーターを拡大する。③デジタル技術の活用による、観光産業の高度化に取り組み、④九州に関するすべての人がひとつとなり、持続可能な観光(観光SDGs)を実現するを掲げ、戦略の柱として「誘客促進戦略」、「観光資源戦略」、「受入環境整備戦略」、「観光産業活性化戦略」を定めた。

数値目標

	第二期 2019年 実績	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		
		2024年 目標	2025年 目標	2026年 目標	2030年 目標	
観光消費額 ※1	2,889億円	2,689億円	3,043億円	3,209億円	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)		※3	※3	※3	※3	
訪日外国人 (欧米系)		※3	※3	※3	※3	
日本人			64%		65%	

第1次アクションプランでの取り組み

・コロナ禍を経て、九州の観光産業は急速な回復をみせているが、世界中を含めた他地域との競争が極めて激しくなっている。また旅行者の求める観光ニーズもコロナ禍を経て大きく変化を遂げている。その中で、九州観光が持続的な成長を実現するためには、より「九州ならではの」を突き詰めた「選ばれた観光地づくり」をしていく必要がある。そして、それらを縁でつなぎ、九州内を周遊していただくことで、観光消費額向上を目指す。

・また本取組期間中には、「ツールド・九州」「大阪・関西周遊」他、大規模イベントが多く予定され、「九州」の認知度を大きく伸ばす絶好の機会である。

・上記を踏まえ、第1次アクションプランでは、①「大規模イベント等を活用した誘客促進」、②「九州ならではの高付加価値商品の開発」、③「サステナブルで快適な周遊を促進する仕組み・システム構築」またそれらを支える④「観光産業の担い手の確保・育成・定着」を特に重点取組項目と定めた。これら取組を中心に、九州各県、経済団体、九州観光機構、関係事業者の「オール九州」での一体となった取組を通じて、九州観光の強い復興を目指す。

・「欧米・大洋州からの誘客拡大」に向けて、2020年～23年にかけて九州観光機構を中心に九州一体となった取組を行い、海外有力メディアに取り上げられるなど、成果が出てきている。欧米・大洋州市場は引き続き重要市場であることから、第1次アクションプランにおいても本スキームを継続して取り組んでいく。(年限は第1次アクションプランと同じ2026年まで)

※1 九州・長崎県による効果は含まず ※2 数値は、すべての宿泊施設に絞る延べ宿泊者数
 ※3 現状を調査中のため、2024年春頃に設定予定

【役割分担の考え方について】
 このアクションプランに係る主要実施主体である九州観光機構、九州各県、経済団体に加え、大きな役割を担う民間等観光事業者も入れた4者の協力を、その役割を担うため、また、主要実施主体と連携するものも含め、主要実施主体を「実行」すると考えられるものを「実行」とし、その他、各機関の役割は、九州が一体となって行うものに係る各機関の役割の割合を示したものであり、役割が空白と示されている機関は本アクションプランに示した役割ではない。

戦略の柱	取組内容	具体案	KPI	役割分担			
				九州	各県	経済団体	観光事業者
I. 誘客促進戦略	1 ブランド戦略の再構築	①「KYUSHU」ブランド、マーケティング戦略の再確認・再構築 ②「KYUSHU」ブランドの観光関連事業者への意識浸透 ③九州一体となった「KYUSHU」ブランドの発信	●九州の認知度 (DBJ・JTB・アジア・欧米系 訪日外国人旅行者の意向調査)	◎	◎	◎	◎
	2 大規模イベント等を活用した九州の魅力発信	① 国際的イベント(ツールド・九州、日本国際博覧会等)を活用した九州への誘客促進 ② 国際的イベントに関連した着地型商品、周遊商品の発信 ③ 国際スポーツ大会、事前キャンプ等大規模イベントの誘致、開催および積極的な協力 ④ 学術会議(半導体・ワンヘルス等)を活かしたアフターコンベンションの推進 ⑤ 企業進出を契機とした関係人口の拡大	●九州の認知度 (DBJ・JTB・アジア・欧米系 訪日外国人旅行者の意向調査)	◎	◎	◎	◎
	3 国内外の地域、市場、ターゲットを絞った誘客活動	① 各種マーケティング情報の収集・分析を通じたターゲット設定・マーケティングの実施 ② 【欧米・大洋州】国・地域別の文化・特色に応じた認知度向上による誘客促進 地域資源を最大限活用した九州ならではの魅力・ストーリーづくり ③ 【東アジア】国・地域別の文化・特色に応じた取組みによるリピーターの拡大 ④ 【東南アジア】国・地域別の文化・特色に応じた取組みによる新規誘客 ⑤ 【東アジア・東南アジア】各県・在九州企業の海外事務所等との連携による誘客拡大 ⑥ 【国内】大都市圏(関東、中部、関西地区)でのプロモーション/情報発信によるリピーターの拡大 九州域内でのプロモーション・情報発信による域内周遊、マイクツーリズムの拡大 ⑦ 【高付加価値な旅行者】富裕層の階層別嗜好の理解と分析、ターゲットの明確化による誘客拡大 市場の特性に合わせたプロモーション実施による誘客拡大 ⑧ 大学等と連携した留学生ネットワークの活用	●九州の認知度 (DBJ・JTB・アジア・欧米系 訪日外国人旅行者の意向調査)	◎	◎	◎	◎

戦略の柱	取組内容	具体案	KPI	役割分担			
				九州	各県	経済団体	観光事業者
II. 観光資源戦略	4 九州内の周遊を促進するルートづくり	① テーマやストーリーに沿った観光素材の磨き上げ ② 周遊ルートをつなぐ2次交通(鉄道、バス、船舶等)と連携した利便性の向上 ③ 九州内外の国際定期路線を活用した周遊ルートづくり ④ 旅行者を鳥たひ・島めぐりへと誘引するストーリーづくりや、島内での回遊を促す体験型プログラムづくり	●再来訪意向度<<必ず訪りたい+行きたい>>(九州観光機構アンケート調査)	◎	◎	◎	◎
	5 高付加価値商品の開発	① 高付加価値につながる観光資源の発掘とそれを活用したコンテンツづくりや広域周遊ルートの策定・商品造成 ② アドベンチャーツーリズムの推進に向けた商品造成、販賣体制の構築 ③ サイクルツーリズムの策定と商品化による「CYCLING ISLAND KYUSHU」の定着 ④ 専門知識のあるガイドによる付加価値の高いガイド付きツアーの商品造成	●再来訪意向度<<必ず訪りたい+行きたい>>(九州観光機構アンケート調査)	◎	◎	◎	◎
	6 「おもてなし」あふれる地域づくり	① 住民への観光の魅力を伝達・浸透 ② 地域住民への地元愛、郷土愛に訴える取組み ③ 地域住民と一緒になった観光地域づくり ④ 地域住民による観光客への挨拶、歓迎ムードの醸成等によるおもてなし力の向上	●再来訪意向度<<必ず訪りたい+行きたい>>(九州観光機構アンケート調査)	◎	◎	◎	◎
III. 受入環境整備戦略	7 サステナブルで快適な周遊を促進する仕組み・システム構築	① 交通事業者の連携による利便性向上および持続可能な交通ネットワークづくり ② 九州MaaSを活用した様々な交通手段利用促進のための情報発信 ③ 新たな移動手段(エコモビリティ等)として車両導入などの環境整備 ④ ユニバーサルツーリズムの促進のための観光地・宿泊施設等のバリアフリー化、情報発信 ⑤ 緊急時における訪日外国人向け医療サービスの充実・災害等の情報発信(多言語コールセンターアプリの活用等)	●九州MaaSへの参画数(参考目標)(九州MaaSプラットフォーム)	◎	◎	◎	◎
	8 安全・安心で快適な旅行環境の整備	① 日本板持持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)を活用した受入環境の整備 ② 九州の官民一体となって安心・安全情報の提供、発信によるインバウンドへの対応強化 ③ 観光地・宿泊施設・飲食店等での多言語対応促進による受入環境の整備 ④ 新たな直行便就航のための海外航空会社への誘致活動の強化 ⑤ 九州内外の他県空港連携によるIN、OUTの促進 ⑥ 多様なニーズへの対応や快適性の向上のための、宿泊施設のインバウンド対応の充実 ⑦ 地域資源において優れた景観の創出・保全と活用 ⑧ 世界文化遺産・世界自然遺産の保全・活用	●訪日外国人旅行消費単価(観光庁 訪日外国人消費動向調査(福岡空港))	◎	◎	◎	◎
	9 来訪促進のための観光インフラ整備	① 新たな直行便就航のための海外航空会社への誘致活動の強化 ② 九州内外の他県空港連携によるIN、OUTの促進 ③ 多様なニーズへの対応や快適性の向上のための、宿泊施設のインバウンド対応の充実 ④ 地域資源において優れた景観の創出・保全と活用 ⑤ 世界文化遺産・世界自然遺産の保全・活用	●九州MaaSへの参画数(参考目標)(九州MaaSプラットフォーム)	◎	◎	◎	◎
IV. 観光産業活性化戦略	10 担い手の確保・育成・定着	① 産学官連携による継続的な観光人材育成 ② 九州内DMOの人材育成および連携促進 ③ 専門知識のあるガイドの育成・有効活用(通訳ガイド、宿泊施設コンシェルジュ等) ④ DXを活用した通訳ガイド等と旅行事業者、旅行者とのマッチングの促進 ⑤ 観光産業で働く魅力の発信・就職情報の提供 ⑥ 九州一体となった観光産業の外国人人材確保	●観光関連企業の人手不足感(帝國データバンク 人手不足に対する動向調査(九州・沖縄県))	◎	◎	◎	◎
	11 観光産業の生産性向上、収益性向上	① 産学官連携による継続的な観光人材育成 ② 九州内DMOの人材育成および連携促進 ③ 専門知識のあるガイドの育成・有効活用(通訳ガイド、宿泊施設コンシェルジュ等) ④ DXを活用した通訳ガイド等と旅行事業者、旅行者とのマッチングの促進 ⑤ 観光産業で働く魅力の発信・就職情報の提供 ⑥ 九州一体となった観光産業の外国人人材確保	●観光関連企業の人手不足感(帝國データバンク 人手不足に対する動向調査(九州・沖縄県))	◎	◎	◎	◎
	12 幅広い関連産業との連携強化	① 地元食材を活用した宿泊施設・飲食店での飲食コンテンツの開発・販売促進による九州内誘客率の向上 ② 九州の食・特産品・農畜水産物の認知度向上を通じた地域の魅力づくり ③ 観光に関連する産業と連携したまちづくり ④ 旅行後消費需要の取組み	●観光関連企業の人手不足感(帝國データバンク 人手不足に対する動向調査(九州・沖縄県))	◎	◎	◎	◎

再生可能エネルギー産業化推進委員会の活動報告と2024年度事業計画

1. 活動実績

1-1. 委員会活動他

- 「再生可能エネルギー産業化推進委員会」（幹事：九経連、長崎県）の開催
各実務者会議の報告・審議並びにアクションプランの推進・フォロー・改定検討
第1回 2023.10.2（福岡市）
講演：①洋上風力発電事業の取組みについて
九電みらいエナジー株式会社 事業企画本部 事業企画第1部
担当部長 中 伸介 氏

○各実務者会議の開催

各実務者会議でアクションプラン、KPI状況等フォロー及びアクションプランの見直し検討

- ・地熱・温泉熱エネルギー産業化実務者会議（幹事県 大分県）

第1回 2023.8.30～31（指宿市）

視察：メディポリス指宿発電所、九州電力株式会社山川発電所

- ・海洋エネルギー産業化実務者会議（幹事県 長崎県）

第1回 2023.8.31（鹿児島市）

- ・水素エネルギー産業化実務者会議（幹事県 福岡県）

第1回 2023.7.14（WEB）

講演：①燃料電池小型トラック取組み（株式会社ローソン）

1-2. 展示会

- プロジェクト誘致、産業集積を目指して展示会出展を計画・実施。
2023.7.5～7 エコテクノ2023（西日本総合展示場）出展。

2. 2024年度の事業計画

- 上記委員会活動に加え、アクションプランの推進並びに国の計画見直し等を反映したアクションプランの今後の取組を検討。
- 九州へのプロジェクト誘致、産業集積を目指す取り組みとして、引き続き展示会出展、セミナー等のイベントを検討・計画・実施。
- 2024年度活動経費（謝金、旅費、運営費等） 予算 50万円

九州・沖縄文化力推進会議 令和6年度事業計画（案）

— デジタルを活用した九州・沖縄・山口文化力の発信 —



1 方針

九州・沖縄文化力推進会議では、文化は地域の観光や経済活動に刺激を与え社会を活性化させるものとして、「九州・沖縄文化力」ロゴマークの利用促進、文化イベントの情報発信等を図ってきた。

令和6年度は、文化芸術及びその活動を SNS 等国内外の幅広い層の利用が高いツールを活用しながら、九州・沖縄・山口地域の各県が連携して、魅力ある、効果的な情報発信を行うとともに、多くの人々が本地域の文化芸術に接する機会を創出する。

2 事業実施計画

(1) 文化資源を活用した取組

①ミュージアム周遊パスの作成

九州・沖縄・山口の美術館・博物館等の特典クーポン付案内パスを作成し、文化施設への誘客を図るとともにエリア内周遊の促進に寄与する。

- ・ 全県共通のPRツールを活用した各種媒体による一体的なPR
- ・ 外国人観光客の誘客を図るため、日本語・英語併記の冊子を外国人案内所等へ設置
- ・ 多言語対応を図るため、日本語・韓国語併記、日本語・中国語併記のWEB版を作成し、各県HP等に掲載

②各県が連携した伝統文化の情報発信

各県が連携して国内外にアピールできる共通的な伝統文化を情報発信する。

③観光分野との連携による情報発信

各県の観光団体を通じて、文化イベント情報を発信する。

(2) 文化庁等との連携

文化活動の充実や情報発信に向けた文化庁等の取組を踏まえ、各種文化イベントを文化プログラム（「九州・沖縄から文化力プロジェクト」など）に登録し、文化活動の更なる活性化を図る。

(3) 博物館連携部会（九州・山口ミュージアム連携事業）

①文化財の防災・危機管理に関する取組

大規模災害時の文化財関係専門職員や大学・民間の文化財専門家による文化財のレスキューに係る体制整備の検討。

②九州博物館協議会との研修の共催

3 予算額

国内外への文化情報の発信	540千円
ミュージアム周遊パス作成・広報経費	500千円

【参 考】

＜九州・沖縄文化力推進会議の概要＞

文化の力による地域の一体化・活性化を目的とする文化庁の文化力構想[※]に基づき、平成18年9月14日九州・沖縄文化力推進会議を設立。

- ・ 目的：九州・沖縄・山口圏域の文化活動の活発化を通じた地域の活性化、文化情報の発信
- ・ 議長：福岡県と一般社団法人九州経済連合会が1年交代で務める
- ・ 組織：九州・沖縄・山口各県の部長、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）の役職者を会員として、その下に幹事会、部会、顧問（文化庁）、アドバイザーを置く

※ 文化力構想：文化の持つ、人々に元気を与え地域社会全体を活性化させて、魅力ある社会づくりを推進する力を「文化力」と位置付け、地域の文化力を発揮することで日本の社会を元気にしようという文化庁の構想