

### 1 本市のインバウンドの状況

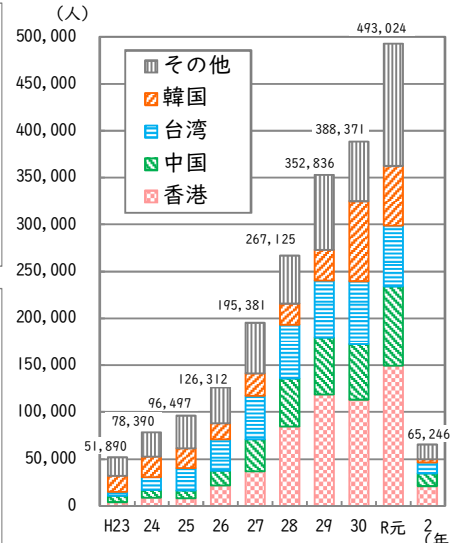
#### 宿泊外国人客観光客数と消費額 (令和元年)

- 外国人宿泊観光客数は49万3千人で前年比27.1%増で過去最高。地域別の内訳では、香港(30.3%)、中国(17.2%)、台湾(13.2%)、韓国(12.7%)。
- 観光消費額は30,700円/泊・人。体験に関する消費額を拡大できる可能性あり。

#### 本市の課題

- 富裕層に好まれる宿泊施設やコンテンツが不足。
- 食の多様性(ベジタリアンやムスリム等)の対応店舗が不足。
- アクティビティ商品や対応できるガイドが少ない。

外国人宿泊観光客数の推移



[出所]鹿児島市観光統計及び観光消費額調査

### 2 本市の特徴

- 強味:** 桜島をはじめとした固有の自然やオンリーワンの資源
- 弱み:** 世界における知名度不足や付加価値の高い商品等の不足

	(+) プラス要素	(-) マイナス要素
	強み (Strength)	弱み (Weakness)
○ 内部環境要因	①特徴的な地形や景観 (桜島、錦江湾) ②オンリーワンの資源 (活火山と人との共生) ③本市の世界文化遺産の他、県内3か所に世界自然遺産あり (屋久島・奄美大島・徳之島) ④新幹線や港等の交通ハブあり	①本市の知名度が低く要ブランド化 ②高額消費(富裕層受入)に対応したプロダクトが少ない ③ターゲットに対応したコンテンツ、ストーリー、受入体制、人材、施設が不足
● 外部環境要因	機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
	①九州他県と異なり、欧米豪市場からの来訪が多い ②市内・県内に良質なホテルや観光資源があり、地域での周遊が促進 ③アドベンチャー・トラベル・ワールド・サミット開催等	①福岡空港インの多くは九州北部の周遊(福岡~大分)までで、九州南部まで訪れない傾向 ②コロナ禍等の国際情勢の変化 ③自然災害等のリスクが比較的高い(台風・噴火)

### 3 本市が目指すターゲットや取組 (案)

コロナ禍後の海外観光客の特性・ニーズの変化

	コロナ禍前 (令和元年以前)	コロナ禍後 (令和4年以降)
香港	FIT 90% 1週間 リピーター多	レンタカー 穴場 和牛/果物
台湾	FIT 70% 4泊~1週間 リピーター多	台湾素食14% 牛肉食べない日 四季の風景
中国	FIT 70% 1週間 自然景観	電子決済 買い物 体験
韓国	FIT 90% 2泊3日 リピーター多	レンタカー ヒーリング ゴルフ
欧米豪	FIT 90% 12~17泊	ベジタリアン サステナブル 自然や文化、住民との交流

**コロナ後の市場変化 (主なキーワード)**

**時流の変化**

- コト消費へのニーズの高まり
- 更なる高付加価値化/高単価化
- 新型の富裕旅行の台頭
- サステナブル意識の高まり
- 健康意識や多様性の認識向上によるベジタリアンやムスリムへの対応ニーズの高まり

**旅行スタイル**

- 個人旅行の拡大

**興味・関心**

- アドベンチャーツーリズム
- よりテーマを掘り下げる傾向

海外観光客の特性・ニーズ、本市の特徴を踏まえた主なターゲット

<b>ターゲット①</b> 流行に捉われないアドベンチャートラベラー [特徴] 地域体験大好き 住民とのふれあいや交流に高い関心	<b>ターゲット②</b> 家族とのんびり過ごす、長期滞在観光客 [特徴] 最もボリュームの多いターゲット のんびり過ごす	<b>ターゲット③</b> 新たな発見・体験を追求する新富裕層 [特徴] 伝統や儀式の真髄を知り、浸る サステナブル視点重視
--	---	--

※ 上記他、コロナ禍前の主要ターゲットである東アジア4市場(香港、台湾、中国、韓国)の「流行に敏感で、自ら情報収集を行い判断する層」に対しても、継続的な誘客が必要。

ターゲット誘客のための具体的取組 (案)

高付加価値ガイドの育成

食の多様性の推進

段階的プロモーション