

宮崎市インバウンド誘客戦略

インバウンド誘客の意義

- 訪日外国人旅行者は国内旅行者と比べて消費単価が高く、さらなる単価増により、消費額拡大が見込まれる。
- 全国の訪日外国人旅行者の入込動向は、宮崎市の観光入込の傾向と異なるため、本市における閑散期にも来訪者の増加が見込まれる。

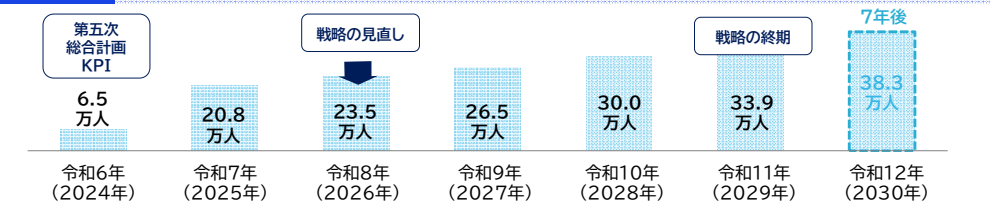
対象期間・目標値

令和6年度から令和11年度までを対象期間とし、以下目標を設定。

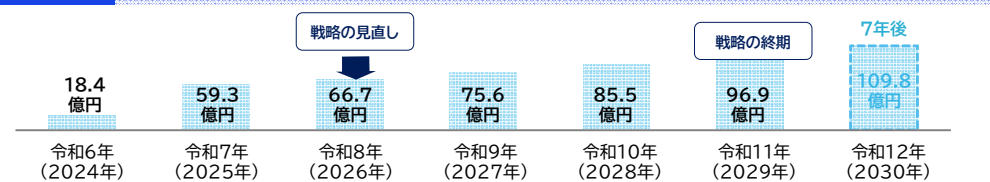
指標 ① 本市の外国人宿泊客数 ② 本市の外国人消費額(総額)

※インバウンドを取り巻く環境は目まぐるしく変化しているため、3力年ごとに見直しを図る。

目標値 1 外国人宿泊客数



目標値 2 外国人消費額(総額)



国・地域別のアプローチ

以下のとおり各市場別にアプローチを行う。

優先市場

台湾・香港

重点アプローチ

韓国・中国

継続アプローチ

新規市場

欧米豪・東南アジア等

新規アプローチ

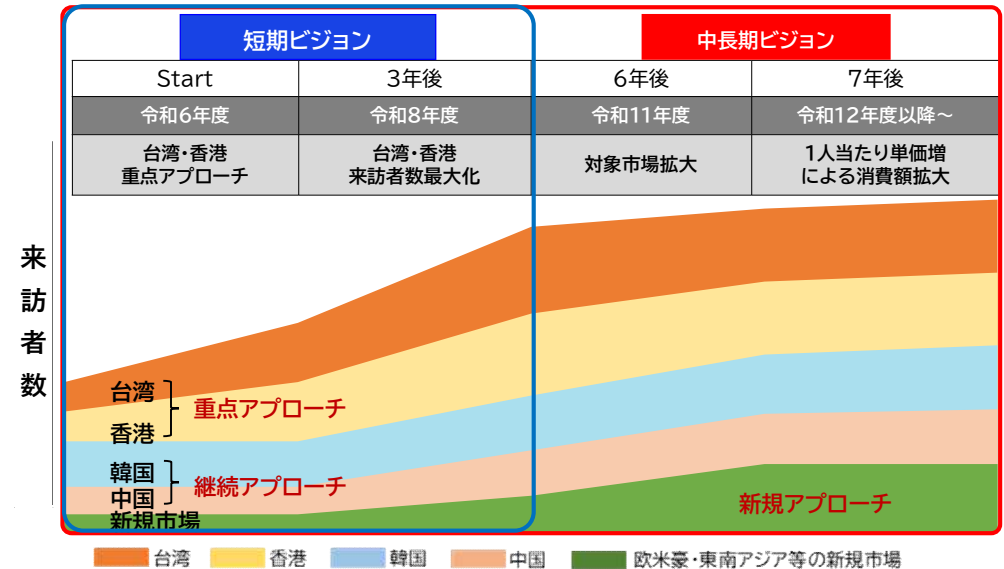
訪日旅行者数が多く、コロナ前の本市への宿泊客も多い。本市への訪問意向度も高いため、重点的にアプローチを行う。

コロナ前も本市への宿泊客が多く、今後も来訪が見込まれる。韓国定期便も活用し、継続的なアプローチを行う。

インバウンドの状況がめまぐるしく変化中、新規市場へのアプローチについては柔軟に検討、実行する。

短期・中長期ビジョン

令和6年度以降の短期・中長期ビジョンを以下のとおりとし、段階的に【来訪者数】および【消費額】の拡大を図る※グラフは宮崎市へ来訪する国・地域による来訪者数の増加イメージ



戦略における4つのポイント

以下の4つのポイントを意識し、施策に取り組む。

ポイント
1

根拠に基づく市場の選定・市場別PR戦略

重点・継続・新規それぞれのアプローチ先に対して、市場別に戦略を実施。特に、重点アプローチである台湾・香港は、ターゲット層を設定し来訪者数最大化を目指す。

ポイント
2

地域の新たな魅力・資源の開発・磨き上げ

外国人からの興味度が高い食資源を誘客のフックとし、「グルメ×観光資源」の組み合わせにより、本市の新たな魅力創出に繋げる。

ポイント
3

利便性・満足度を高める受入環境整備

周遊をイメージしやすい交通情報の整備・発信、および多言語整備を実施。訪日外国人旅行者の利便性・満足度向上に取り組む。

ポイント
4

旅行者目線に立った周遊促進

九州内の他県・他地域と連携し周遊を促進。本市ならではの魅力を活かしたモデルコースの造成やプロモーションにより、来訪者の増加を目指す。