

# 中国地域観光推進協議会 インバウンド誘致強化委員会報告

～5県連携によるインバウンド観光振興の取り組み～

2026年5月25日

- 台湾・香港・タイをターゲット市場に設定し、国内外での商談会（旅行商品拡充）、レンタカー周遊促進、海外旅行博やWeb・SNSでの情報発信（興味・関心の喚起）を中心に実施。

| 区分      | 事業項目                          | 事業内容  |
|---------|-------------------------------|---|
| 旅行会社向け  | 商談会                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>島根県の丸山知事を団長に、高雄（台湾）において、現地旅行会社と中国地域の観光関係者との商談会、交流会を開催（7月）<b>【別紙1参照】</b></li> </ul>   |
|         |                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>台湾の旅行会社を島根県に招請し、「中国地方インバウンドフォーラム」を開催（10月）<b>【別紙2参照】</b></li> </ul>   |
| 個人旅行者向け | レンタカー周遊促進事業<br><b>【別紙3参照】</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>台湾・香港の旅行会社による広島空港を拠点としたレンタカーセット商品の造成・販売を支援。</li> </ul>   |
|         |                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>広島空港でレンタカーを利用した台湾・香港人旅行者に対して、属性や訪問先などのアンケート調査を実施。</li> <li>インフルエンサー（台湾・香港）を招請し、SNSで情報発信。</li> <li>台湾・香港でファンミーティングを開催し、中国地方および商品をPR</li> <li>中国地方をレンタカーで周遊するイメージ動画を作成、配信</li> </ul> |
|         | 海外旅行博                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>台北旅行博（ITF）に出展（11月）<b>【別紙4参照】</b></li> <li>タイ旅行博（FITフェア）に出展(11月)</li> </ul>   |
|         | Web・SNS活用                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>当協議会Webサイト、SNS（Facebook,Instagram,Weibo）により観光情報を継続的に発信</li> <li>FacebookのWeb広告を実施し、当地域への誘客を促進</li> </ul>   |
| 整備環境受入  | 観光案内所支援                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>外国人観光案内所スタッフの研修会を開催（2月）<b>【別紙5参照】</b></li> </ul>   |

・事業KPIについては**別紙6参照**

| 事業環境・現状の課題 |   | 対応の方向性  |
|------------|---|---|
| 直行便        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 直行便の回復にバラつきがある。</li> <li>✓ 台湾・韓国便が拡大傾向にある一方、香港便は回復が遅れており、中国便は中国との関係悪化による減便・運休が継続。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 広域周遊が見込める台湾を重点市場、香港を重点市場に設定。</li> <li>■ 海外旅行会社に対して、最新の観光情報や利用可能な宿泊施設の情報等を提供し、旅行商品の維持・拡大を図る。</li> <li>■ FITに対して、レンタカー利用による広域周遊の促進を図る。（旅行会社を通じた販売からレンタカー会社HPからの直販拡大へシフト）</li> <li>■ 域内観光事業者に対して、幅広い市場での関係を構築する機会を提供。</li> <li>■ 事業拡充に向け、DMO・事業者等との連携強化、国の補助金活用に努める。</li> </ul> |
| 旅行会社       | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 一定の団体旅行ニーズはあるが、当地域の商品造成にあたっての課題も多い。</li> <li>✓ 地域の認知度が低い。</li> <li>✓ 新しい観光スポットがない。</li> <li>✓ 一定規模以上の団体で利用可能な施設が少ない。</li> </ul>                            |   |
| 旅行者        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ FITが増加傾向。</li> <li>■ 台湾、香港、タイはアジア市場の中でも、訪日リピーター率が高く、地方への来訪意欲も強い。</li> <li>■ 香港・台湾はレンタカー利用率が比較的高い。また、当地域でのレンタカー利用者は利用経験が豊富かつレンタカー会社HPからの直接予約が多い。</li> </ul> |   |
| その他        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 当地域内の観光事業者は、台湾、香港市場への関心が高い一方、欧米を含めた幅広い市場での関係構築にも関心あり。</li> <li>■ 予算制約から、事業の拡充が困難。</li> </ul>   |   |

- 台湾を最重点、香港を重点市場に設定。
- 旅行会社向けには、旅行商品の造成促進に向けた各種商談会を実施し、旅行者向けには、実誘客にもつながる旅行博に出展するとともに、今後需要拡大が見込まれるレンタカー利用による広域周遊の促進に向けたプロモーションを行う。
- 事業実施にあたっては、広域連携DMOとの連携強化を図るとともに、事業拡大（予算獲得）に向け、観光関係事業者との連携や国の補助金活用に努める。
- 中国地域広域リージョン連携にかかる観光分野の取り組みに関し、中国地域広域リージョン連携プラットフォーム（中国地域発展推進会議）と連携。

|         | 事業項目                         | 概要  |
|---------|------------------------------|---|
| 旅行会社向け  | 海外商談会                        | ・台北において、旅行会社と中国地域の観光関係者との商談会を開催。(8月)<br>(団長：インバウンドフォーラム開催県の岡山県知事) |
|         | 国内商談会・視察ツアー<br>(インバウンドフォーラム) | ・台湾・香港の旅行会社を招請し、観光地視察・商談会を開催。(開催県：岡山県)                            |
|         | 国内商談会<br>(首都圏のランドオペレーター)     | ・首都圏に拠点を置くランドオペレーターを対象とした観光情報説明会および中国地域の観光関係者との商談会を開催。(開催地：東京)    |
| 個人旅行者向け | 広域ブランドの構築・<br>情報発信           | ・中国地域の認知度向上に向け、地域ブランド（名称）を統一し、ブランドコンセプトを設定したうえで、海外市場に情報発信を行う。     |
|         | レンタカー利用促進                    | ・台湾・香港向けに、航空会社等と連携した事業を実施。  |
|         | 海外旅行博出展                      | ・海外現地で開催される旅行博に出展。  |
|         | Web・SNS                      | ・広域周遊促進に向け、広告を活用した情報発信を強化。  |
| 受入環境整備  | 新たな移動手段による<br>広域周遊促進         | ・民間事業者（JTB、両備HD等）と連携し、バス等を活用した新たなサービスの開発、利用促進を支援。                 |
|         | 観光案内所支援                      | ・外国人観光案内所の機能・連携支援を目的とした研修会を開催。                                    |

| 実施事業                    | 事業内容  |
|-------------------------|---|
| 台湾（高雄）での観光情報説明会・商談会・交流会 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■開催日 [7月9日]</li> <li>・島根県の丸山知事を団長とし、観光情報説明会・商談会・交流会を実施。</li> <li>＜台湾側参加者＞ 66社※104名（旅行会社・航空会社） ※当初30社程度を予定</li> <li>＜日本側参加者＞ 36社 70名（行政、宿泊施設・交通事業者等）</li> </ul> |

### 【事業の成果等】

- 台湾側参加者からは、「高雄に県知事が来ることが少ないので、今回の島根県知事の来訪で、山陰山陽の本気度を感じた」、「新たな行程で商品造成し、お客さまにお勧めしたい」など、開催を評価する声が多かった。
- 日本側参加者からは、「新たな訪問先として商品に組み込んでもらった」、「後日、個別に商談機会を設けることができた」、「商品販売に向けた課題を把握できた」「台北以外の旅行会社と接点があった」などの感想あり。

|                 |  |
|-----------------|--|
| 海外旅行会社へのセールスコール | <ul style="list-style-type: none"> <li>■実施日 [7月10日]</li> <li>・商談会実施に併せ、高雄の主要な旅行会社4社を訪問し、当地域の商品の販売状況の確認および観光情報の提供を行った。</li> </ul> |
|-----------------|--|

### 【旅行会社の反応】（山陰山陽の課題）

- 「バス運転手の走行時間制限強化で、関空から山陰山陽の商品が造成しにくくなった」、「広島、岡山は、リーガロイヤルクラスのホテルが少なく、予約が取りにくい」、「行政の助成金が四国や東北と比べ少なく、商品が高くなりがち」との意見あり。

商談会



交流会



旅行会社へのヒアリング



| 実施事業            | 事業内容   |
|-----------------|--|
| 中国地方インバウンドフォーラム | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 視察ツアー [9月29日～10月1日、3日] <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 台湾の旅行会社を招請し、開催県の島根県を中心とした視察ツアーを実施。</li> </ul> </li> <li>＜海外側参加者＞ 台湾17社（旅行会社）<br/>（主な視察先）唐戸市場、角島大橋、元乃隅神社、雲林寺、津和野町、アクアス、大森の町並み、日御碕灯台、出雲大社、松江城、島根県立美術館、八重垣神社、足立美術館、だいせんホワイトリゾート、水木しげるロード</li> </ul><br><ul style="list-style-type: none"> <li>■ 商談会・交流会 [10月2日] <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 台湾の旅行会社と中国地域の観光関係者等との商談会・交流会を松江市で開催。</li> </ul> </li> <li>＜海外側参加者＞ 台湾17社（旅行会社）</li> <li>＜日本側参加者＞ 65社 約120名（行政、宿泊施設・交通事業者等）</li> </ul> |

### 【事業の成果等】

- 視察ツアーに関し、「写真映えする角島大橋、元乃隅神社は若い人にささる」「しまね海洋館アクアスはファミリー層に合うので、商品に組み入れたい」等、新たな商品造成に向け、前向きなコメントが多く聞かれた。
- 商談会では、日本側参加者から「これをきっかけに旅行商品に組みこんでもらえそう」等の声あり。
- 本フォーラムは、毎年、参加者からの意見等を踏まえ改善に努めており、今回は、商談をより効率的・効果的に進められるよう、事前に台湾側参加者のニーズを聞き取り、日本側参加者に周知したほか、観光事業者と旅行会社との接点を増やすため、視察ツアーの夕食時（萩、出雲）にもミニ交流会（日本側：計28名参加）を開催。

視察ツアー



石見銀山：大森の町並み

商談会

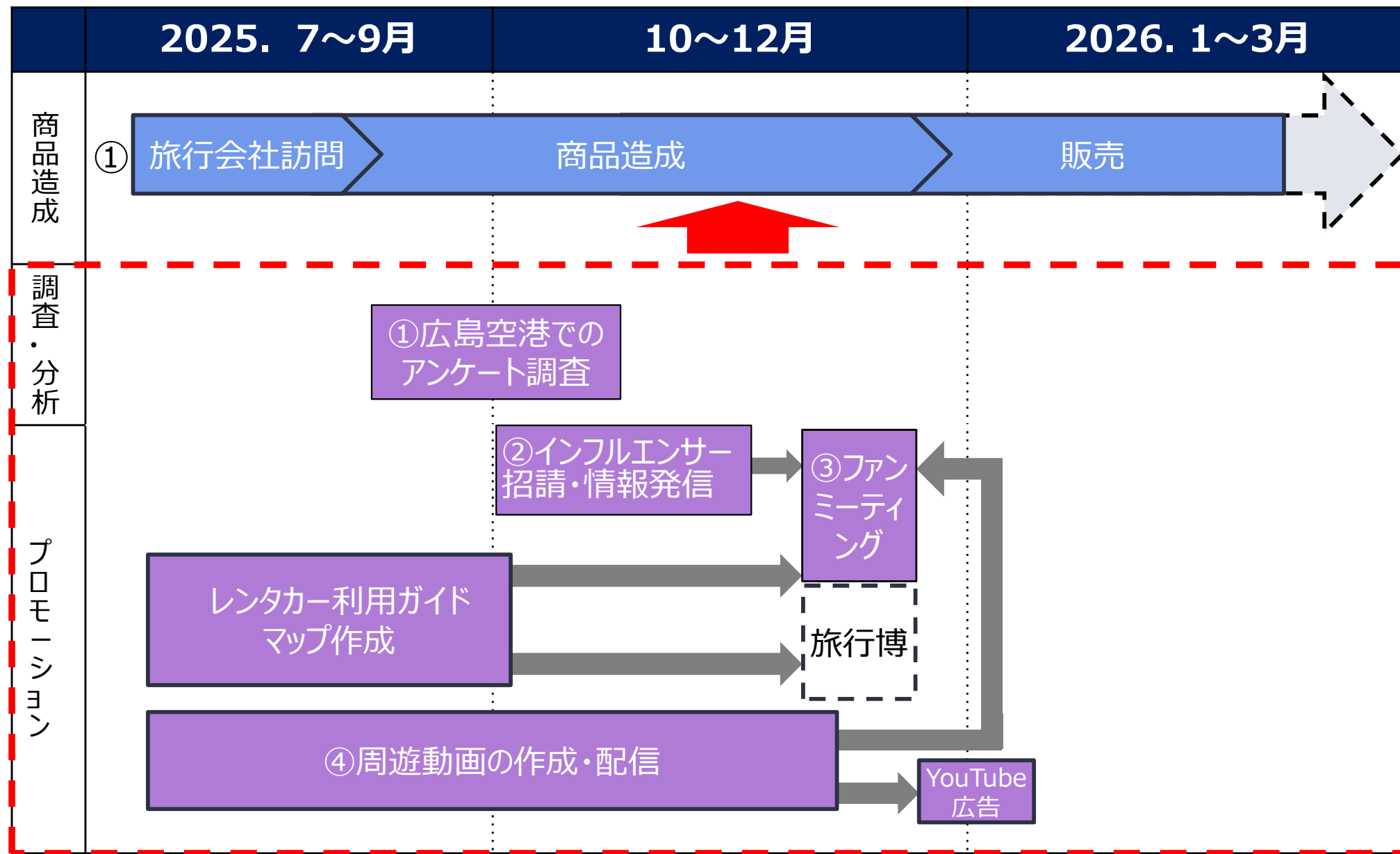


交流会



# レンタカー周遊促進事業 <全体概要>

- 山陰インバウンド機構、広島国際空港、5県市町と連携して実施。
- 観光庁の「地域観光魅力向上事業」補助金を活用。



| 実施事業              | 事業内容  |
|-------------------|---|
| <p>①商品造成・販売支援</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■商品造成・販売                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾と香港の旅行会社を訪問し、広島空港を拠点としたレンタカーセット商品の造成について商談。[台湾：7月11日] [香港：8月20日]</li> <li>・レンタカーと観光アプリのセット商品を造成・販売。[台湾11月～販売開始、香港2月～販売開始]</li> </ul> </li> <li>■アンケート調査の実施 [9～10月]                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行商品造成等に活用するため、広島空港でレンタカーを利用した台湾・香港旅行者に対して、属性や訪問先などのアンケート調査を実施。</li> </ul> </li> </ul> |

**【事業の成果等】**

- 中国地域とレンタカーとの親和性をアピールすることで、商品造成・販売につなげることができた。
- 一方で、台湾では旅行会社と国内レンタカー会社との調整が難航し、旅行会社のレンタカー仕入れが十分できなかったこと、香港では日中関係悪化で旅行会社による商品の造成・プロモーションが中断したこと等により、商品販売は伸び悩んだ。
- 広島空港でのアンケート調査では、広島への訪問は半数以上が「初めて」であった一方、日本でのレンタカー利用については9割以上が「利用経験あり」、レンタカー予約については6割以上が「レンタカー会社のWebサイトから直接予約」。この結果から、当地域の来訪者はレンタカーを使った旅行に比較的慣れている層が多いと推察される。

台湾旅行会社との商談



レンタカー商品



広島空港でのアンケート調査



| 実施事業                 | 事業内容  |
|----------------------|---|
| ②インフルエンサー<br>招請・情報発信 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ インフルエンサー（台湾・香港）招請 [10～11月]                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 5県取材ツアーを通じてレンタカーによる広域周遊を情報発信。</li> </ul> </li> </ul>                       |
| ③ファンミーティング           | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ファンミーティング開催（台湾・香港） [台湾：11月8日、香港：12月13日]                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 台湾、香港において、上記インフルエンサーも参加し、中国地域および商品をPR。</li> </ul> </li> </ul> |
| ④周遊動画の作成・<br>配信      | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 周遊動画（繁体字） [12月完成]                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中国地方をレンタカーで周遊するイメージ動画を2本作成し、YouTubeで配信。</li> </ul> </li> </ul>                      |

**【事業の成果等】**

- ファンミーティングは計145名が来場。来場者からは「雪道での運転」や「高速道路料金」、「運転ルール」など、レンタカー利用に関する具体的な質問があり、中国地方の周遊観光への意欲の高さが感じられた。
- 周遊動画は、YouTube広告等を活用し、プロモーションを行った結果、約29万回再生され、多くの方に中国地域のドライブ周遊の魅力を発信。



| 実施事業           | 事業内容  |
|----------------|---|
| 台湾旅行博を活用した情報発信 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 台北国際旅行博（ITF2025）出展 [11月7日～10日]</li> <li>・台湾最大規模の旅行博に参加し、「山陰山陽」の認知度向上を図った。</li> </ul> |

### 【事業の成果等】

- 当協議会の他、山陰山陽エリアからの出展団体（山陰インバウンド機構、広島空港、岡山県、岡山市）とブース設定等について事前調整。山陰山陽地域の一体感を演出するため、各ブースの横の仕切りを無くしたほか、各ブースを同じ山陰山陽の暖簾と提灯で装飾。
- ブース出展にあわせ、現地旅行会社と連携。山陰山陽ブースに、山陰山陽のいずれかの県がルートに入っている10社の旅行商品が掲載された大型パネルを設置するとともに、同商品を一覧にしたチラシも作成し、ブースで配布するなど商品のPRを実施。山陰山陽ブース内でのPRではあまり効果が感じられなかったため、次回は現地旅行会社ブース内での販売支援を検討。
- ITFは来場者数が台湾最大規模の旅行博であり、「山陰山陽」のさらなる認知度向上に向け、今回の実施結果も踏まえつつ、次回も出展する方向で検討。



| 実施事業        | 事業内容   |
|-------------|--|
| 外国人観光案内所研修会 | <p>■外国人観光案内所研修会開催 [2月12日]</p> <p>・せとうち観光推進機構、山陰インバウンド機構と連携し、観光案内所スタッフの技能向上と相互送客につながる連携強化を目的に、講演会・グループワークを実施。</p> |

### 【事業の成果等】

- 中国5県および兵庫・徳島・香川・愛媛県の外国人観光案内所から、現地会場とオンライン会場あわせて27か所40名が参加。
- 講演会は、福岡空港国際観光案内所の多田所長から観光案内所での実務・取り組みの様子や広域連携強化の必要性についてお話いただいた。
- 各案内所の課題や解決策等の共有や参加者同士の関係づくりを目的にグループワークを実施。「普段話す機会のない他観光案内所の取組状況を聞くことができ有意義な時間になった」、「観光案内所間で意見交換を行うことでモチベーションが上がった」との声をいただいた。
- 研修後に実施したアンケート調査では、研修会全体への満足度は100%であり、特に、対面参加の方からはグループワークについて好評をいただいた。

主催者挨拶の様子



講演の様子

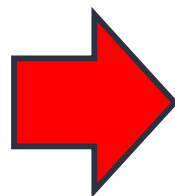


グループワークの様子



KPI：事業全体の総合達成率

※ 90%以上



事業全体の総合達成率

88%

## 【各事業の指標・目標・実績（2025年度）】

は目標未達

|          | 実施事業            | 指標        | 目標値        | 実績値      | 達成率  | ウエイト |
|----------|-----------------|-----------|------------|----------|------|------|
| 旅行会社向け事業 | 台湾での観光情報説明会・商談会 | 商品造成本数    | 20本以上      | 17本      | 93%  | 20%  |
|          |                 | 宿泊人泊数     | 6,000人泊以上  | 7,054人泊  |      |      |
|          | 中国地方インバウンドフォーラム | 商品造成本     | 20本以上      | 29本      | 100% | 20%  |
|          |                 | 宿泊人泊数     | 3,000人泊以上  | 30,463人泊 |      |      |
|          | 広域周遊商品の造成・販売支援  | 宿泊人泊数     | 300人泊以上    | 197人泊    | 66%  | 20%  |
| 旅行者向け事業  | 台湾旅行博を活用した情報発信  | 認知度       | 70%以上      | 56.8%    | 88%  | 10%  |
|          |                 | 来訪意欲      | 55%以上      | 45.1%    |      |      |
|          |                 | 商品販売数     | 200        | 405      |      |      |
|          | タイ旅行博を活用した情報発信  | 認知度       | 60%以上      | 58.9%    | 81%  | 10%  |
|          |                 | 来訪意欲      | 40%以上      | 37.5%    |      |      |
|          |                 | 商品販売数     | 400        | 206      |      |      |
|          | 当協議会Webサイト・SNS  | Web表示回数   | 400,000回以上 | 308,711回 | 89%  | 10%  |
| SNS登録者   |                 | 82,000人以上 | 84,391人    |          |      |      |
| 受入環境整備   | 外国人観光案内所研修会     | 満足度       | 90%以上      | 100%     | 100% | 10%  |

※ 各事業の目標達成率（上限：100%）を事業ごとのウエイトで按分し、総合達成率を算出