

# 「SAMURAI KYUSHU」の取り組み



**JAPAN AIRLINES**

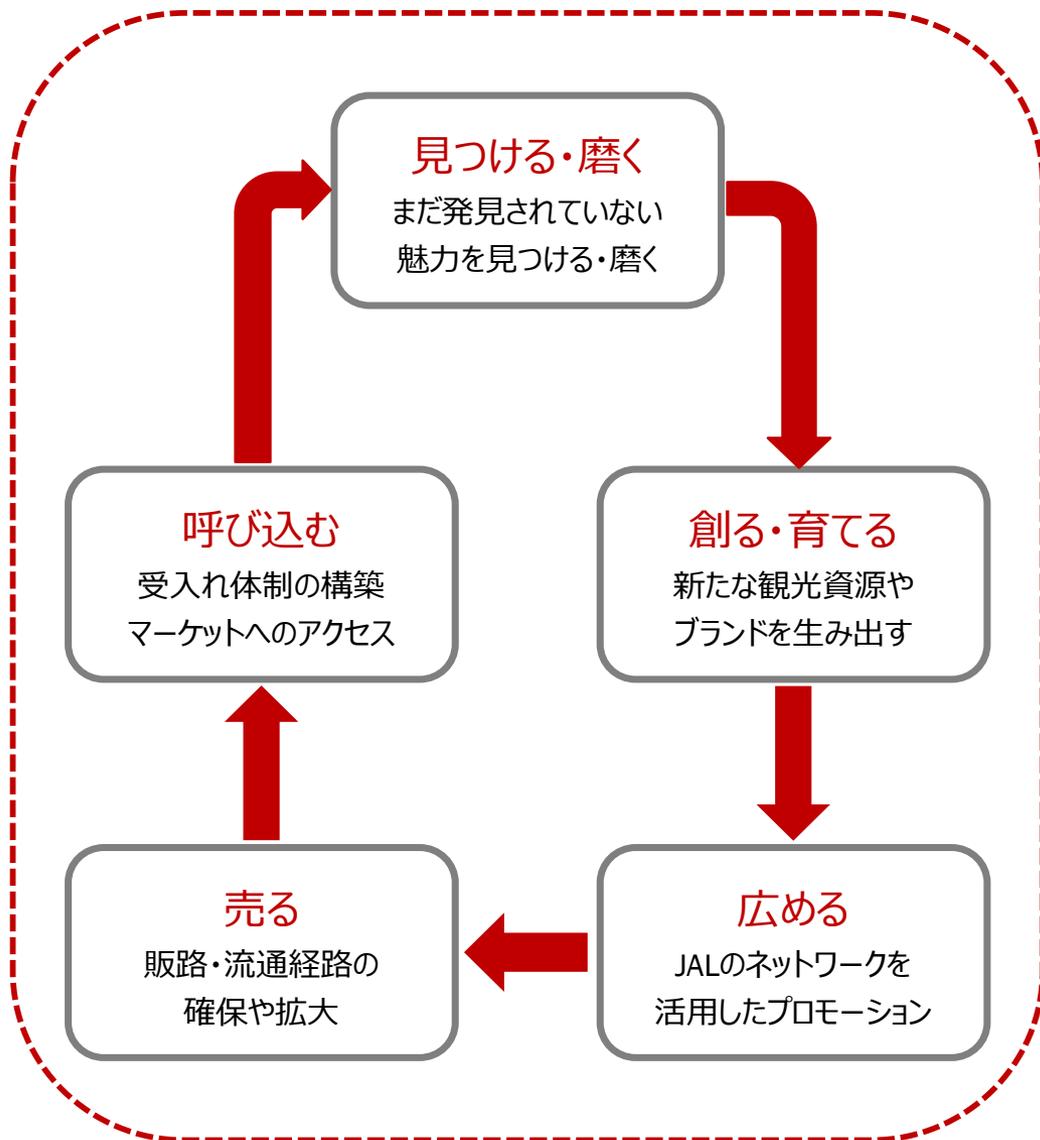
2019年9月2日

**日本航空 地域活性化推進部**

# I. 当社の地域活性化への取り組み



## 新 JAPAN PROJECT



**交流人口の拡大**

**物流の活性化**

- **地域の持続的な発展に貢献。**
- **本業へ貢献。**

[http://japan.jal.co.jp/index.html?\\_ga=2.157228091.103802868.4.1567297065-1914317869.1497422756](http://japan.jal.co.jp/index.html?_ga=2.157228091.103802868.4.1567297065-1914317869.1497422756)

## II. 「SAMURAI KYUSHU」の狙い

訪日外国人、特に欧米豪をターゲットとし、日本の伝統的な武道の体験や武家屋敷等への宿泊を通じ、本当の日本の心を知ってもらい、永続的な日本のファンを創る。

中でも武道の伝統が多く残る九州において、多種のコンテンツを有機的に連携、活用することで相乗効果を創出し、訪日需要の喚起による地域活性化を目指す。

連携事業者：一般社団法人九州観光推進機構

### 1. 九州で実施する長所と課題

#### A) 長所

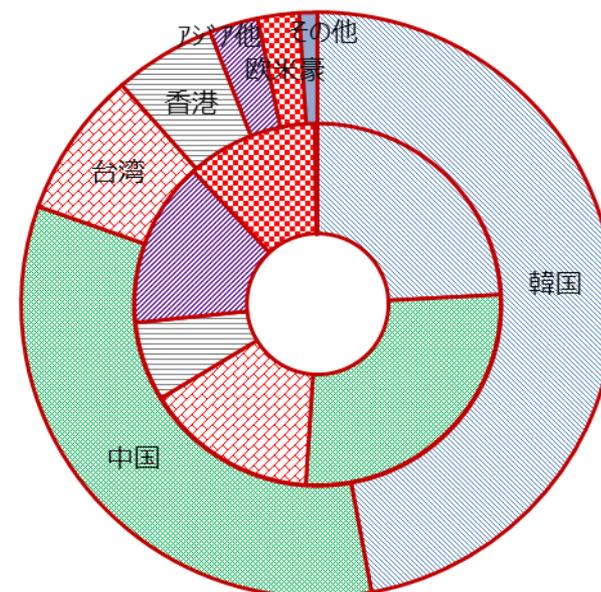
<容易性と深度> 歴史的経緯から武道、特に剣道人口・道場が多く、著名な指導者や大学等が多い。

<広域波及効果> 九州各地に城下町が点在し、多くの伝統文化が継承されている。

#### B) 課題

- ◆ 消費力が非確定高く、文化や精神性に高い関心のある欧米豪の旅行者の獲得が進んでいない。
- ◆ 個々のコンテンツは素晴らしいが、連携による相乗効果が出ていない。

訪日外国人国別シェア  
(2018年度、外円：九州、内円：全国)



### III. 「SAMURAI KYUSHU」のコンテンツ

#### <課題解決：仮説>

- ① 各地に点在するコンテンツを「SAMURAI KYUSHU」のブランドで統一する。
- ② デジタルマーケティングを活用し、ターゲットへの発信力を強化する。
- ③ 体験プログラムの磨き上げを行う。
- ④ 城や武家屋敷を活用し、宿泊施設不足を補うと共に宿泊自体をコンテンツ化する。

#### 1. 情報発信

##### A) WEBの作成と発信

- ◆ 九州観光推進機構が今年度事業として「SAMURAI-KYUSHU」のHPを作成し、情報を発信。
- ◆ 作成後、デジタルマーケティング等を活用し、対象国への告知を強化する。

##### B) 世界各地の剣道大会への協賛

- ◆ 各国、各地域の剣道大会、フランス、北米、ASEAN、アジア等へ協賛し、プレゼンを行い直接剣道有段者へ発信する。



# III. 「SAMURAI KYUSHU」のコンテンツ

## 2. 着地型体験の発掘と磨き

<日本刀試し斬り：大津町>



<鼓動（光月流太鼓）：朝倉市>



<刀鍛冶：荒尾市>



## 3. 歴史的建築物への宿泊

<城泊（平戸城）：平戸市>



<武家屋敷：朝倉市>



### III.「SAMURAI KYUSHU」のコンテンツ

#### 4. 計画（案）

	2019年度	2020年度	2021年度
発信	HP作成	マーケティング	
体験	日本刀試し斬り 光月流鼓道 弓道 剣道	梅花作り 和歌	座禅
宿泊	飫肥（宮崎） 秋月（福岡） 大津（熊本）	杵築（大分） 島原（長崎） 平戸（長崎）	人吉（熊本）

## IV. 剣道クリニック

素晴らしい指導者がいる大学と連携することで、実技だけでなく、理論なども習得できる。大学側も学生と外国人剣士との交流が広がることで、海外への学生の関心が高まる。

### ◆ 第1回

- 大学 鹿屋体育大学
- 月日 2018/11/20 ~ 23
- 参加 シンガポール、韓国、ロシア（ただし、前日に怪我で不参加）
- 目的 剣道クリニックに参加してもらい、着地型の商品検証を行う。

### ◆ 第2回

- 大学 福岡教育大学
- 月日 2019/04/20 ~ 23
- 参加 フィリピン、マレーシア、香港、上海、フランス
- 目的 剣道の技量向上とGWにある昇段審査への対応。

### <継続にあたってのスポーツ庁への要望>

日本政府をあげての取り組みを周知し、クリニックに参加しやすい環境を整え、指導者の方々の理解を深めるために日本政府（スポーツ庁）からの後援をいただきたい。

