

熊本市観光マーケティング戦略に基づく 令和7年度の取組（案）について

令和7年（2025年）3月4日（火）

熊本市経済観光局観光交流部 観光政策課



はじめに

論 点

令和7年度以降の取組について

- 本資料は、観光マーケティング戦略の4つの基本方針ごとに現状と課題をまとめ、26の戦略プログラムごとに令和7年度の主な取組内容（案）を掲載しております。
- 中長期的な目線も含めた課題や必要な取組について、令和8年7月の導入を目指している宿泊税の活用も視野に、各委員が把握している現状、有効と考える取組等をご教示ください。

宿泊税の使途についての考え方

- 宿泊税は、熊本市観光マーケティング戦略に基づく事業に優先順位を設けて充当する。
- **熊本市への来訪や滞在の促進と、旅行者の満足度向上を図る観点に留意**し、観光資源の魅力づくり、旅行者に優しい滞在環境づくり、誘客プロモーションなどを中心とした**新規事業や既存事業の拡充を中心に充当**する。

【基本方針 1】 世界に選ばれる観光都市・熊本の創造	【基本方針 2】 訪れる人にやさしい滞在環境の構築	【基本方針 3】 強みをいかした戦略的な誘客促進	【基本方針 4】 観光振興を通じた熊本市の活性化
-------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

基本施策	(1)熊本城の魅力の最大化	戦略プログラム	① 復旧過程の公開も含めた熊本城の価値向上
戦略プログラム①：復旧過程の公開も含めた熊本城の価値向上			R 7 年度 of 取組（R 7 予算案）
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 熊本城の効率的・計画的な復旧と復旧過程の段階的な公開 ➤ 特別見学通路や宇土櫓の素屋根内部の公開等、熊本城の復旧過程を歴史・文化学習、防災学習の教育プログラムとして活用 ➤ 「桜の馬場 城彩苑」や周辺施設との連携により、本市の歴史文化や食、お土産等を知り、楽しむことができる観光施設としての機能向上 ➤ 城内での質の高いガイドの実施や、多言語に対応した解説板等の充実、熊本城ならではのおもてなしや歴史文化体験などを通じて、熊本城が持つ価値に対する認知を高める ➤ 熊本城の解説板や案内誘導看板の設置、更新 			<ul style="list-style-type: none"> ● 熊本城の復旧過程の段階的な公開を目的とした特別公開（592,800千円） ● 熊本城と城彩苑等での武将隊・ひごまる隊によるおもてなし活動（60,000千円）（観） ● 熊本城ミュージアムわくわく座等の運営・維持管理（252,905千円）（観） ● 熊本城の解説板や案内誘導看板の設置、更新（5,000千円） ● 熊本城の復旧工事に関する情報発信の強化（2,000千円）（観）

【主な取組】熊本城の特別公開

内 容：熊本城の復旧を行うとともに、多くの方々に熊本城の被災状況や復旧過程を御覧いただけるよう、全体の復旧手順の進捗に合わせた公開エリアを設定するとともに、来場者の快適な観覧環境の整備に取り組む。

●令和7年度の主な復旧工事



国指定重要文化財熊本城田子櫓ほか4棟復旧工事



熊本城宇土櫓続櫓石垣復旧(解体)工事

【主な取組】熊本城の復旧工事に関する情報発信の強化

内 容：熊本地震の復旧工事の過程や職人等へのインタビュー動画等の作成・発信を行うことで、「熊本城の今とこれから」について広くPRを行う。

期 間：R 7 年 4 月 1 日～ R 8 年 3 月 3 1 日（予定）

動画内容：熊本城総合事務所職員及び工事に関わる職人等へのインタビューや熊本地震からの復旧に向けた工事などの風景、復旧後のイメージや次年度の工事等につながる映像など。

【基本方針 1】 世界に選ばれる観光都市・熊本の創造	【基本方針 2】 訪れる人にやさしい滞在環境の構築	【基本方針 3】 強みをいかした戦略的な誘客促進	【基本方針 4】 観光振興を通じた熊本市の活性化
-------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

基本施策	(1)熊本城の魅力の最大化	戦略プログラム	②熊本城の特色をいかしたさらなる活用の推進
------	-----------------	---------	-----------------------

戦略プログラム②：熊本城の特色をいかしたさらなる活用の推進	R 7 年度の取組（R 7 予算案）
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 幻想的なライトアップや夜間開園等をいかした新たな時間軸での魅力創出 ➤ 人数・期間等を絞った特別な体験ができる高付加価値コンテンツの造成や、MICE開催時のユニークベニューへの活用など、熊本城の特色や文化的価値をいかした積極的な活用 ➤ 話題性のあるイベント等の開催による、新たな魅力の創出 ➤ 中心商店街や新町・古町エリア、熊本駅周辺で開催されるイベント等との連携による、回遊性向上と城下町としての魅力向上 	<ul style="list-style-type: none"> ●お城まつり（春・秋）の開催（49,068千円）

【主な取組】高付加価値コンテンツの造成（雲上の熊本城）

内 容：ミスト設備を活用した雲海の演出を行うなど、熊本城特別公開へのさらなる入園者数増加を図る。

実 績：特別公開「雲上の熊本城」
(R6年10月11日～11月 4 日)
来場者数 154,326人



【主な取組】熊本城のMICE等への活用 新規

内 容：熊本城の一部区域をレセプションや展示会等のユニークベニュー及び民間のアイデアを活かしたイベントの会場として活用することにより、熊本城の価値や魅力の周知・向上を図る。

対象区域：天守閣内、天守閣前広場、平左衛門丸、特別見学通路、二の丸芝生広場



【基本方針 1】 世界に選ばれる観光都市・熊本の創造	【基本方針 2】 訪れる人にやさしい滞在環境の構築	【基本方針 3】 強みをいかした戦略的な誘客促進	【基本方針 4】 観光振興を通じた熊本市の活性化
-------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

基本施策	(2)世界に誇る水資源のブランディング	戦略プログラム	①国際的な地下水都市としての地位確立
戦略プログラム①：国際的な地下水都市としての地位確立			R7年度 of 取組 (R7 予算案)
<ul style="list-style-type: none"> 水前寺・江津湖エリアや金峰山湧水群、植木温泉エリアなどの観光資源と結びつけながら「くまもと水ブランド」を国内外に広く発信 第4回アジア・太平洋水サミットの実績をいかし、世界に認められた本市の地下水保全の取組の国内外への発信と国際会議等の誘致 「熊本市の奥座敷」として知られる植木温泉の高付加価値化の推進 水資源をいかしたテーマ性のある体験・交流型の観光の推進 			<ul style="list-style-type: none"> くまもと水ブランド情報発信 (4,550千円) 植木地域の観光振興事業を実施する植木温泉観光旅館組合への事業費補助金交付 (5,045千円) (観) 水資源のブランド化 (6,000千円) (観) 水資源を体感できるツアー造成 (3,000千円) (観)

新規


【主な取組】水資源のブランド化に向けたプロモーションやツアー造成

内 容


「サウナ」など、熊本の地下水との親和性が高く、誘客や周遊につながるイベント等を開催するとともに、水資源を体感できるツアー造成を行うことで、熊本の水資源の魅力を創出する。また、イベント等を契機に、サウナ、温泉、家族湯等を活用し、各種媒体を通じて水の豊かさについて広く情報発信を行う。

期 間

R7年9月1日～R8年3月31日 (予定)



▲熊本市観光PRポスター



▲植木温泉 出張手湯・足湯


【主な取組】くまもと「水」検定

内 容

平成20年度（2008年度）から開始した全国初の「水」に関するご当地検定。1級から3級を設定しており、誰でも受験可能。合格者には認定証を交付している。

期 間

1級・2級（会場試験 12月第1日曜日）
3級（通信受験（郵送・Web 7月から10月）






【参考】KUMAMOTO CITY・MUJI MIZU PROJECT

内 容

熊本の清冽な地下水（水道水）を体感できる「地下水スポット」の面的な整備に向け、水前寺地区の湧水亭に加え、桜の馬場城彩苑（総合観光案内所内）に新たな給水スポットを設置（スポットではオリジナルボトルを販売）

利用開始

令和7年（2025年）3月1日～

-4-

【基本方針 1】 世界に選ばれる観光都市・熊本の創造	【基本方針 2】 訪れる人にやさしい滞在環境の構築	【基本方針 3】 強みをいかした戦略的な誘客促進	【基本方針 4】 観光振興を通じた熊本市の活性化
-------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

基本施策	(2)世界に誇る水資源のブランディング	戦略プログラム	②豊かな水が育む「食」のブランド化
------	---------------------	---------	-------------------

戦略プログラム②：豊かな水が育む「食」のブランド化	R 7年度の取組（R 7 予算案）
<p>➤ 熊本の豊かな水に育まれた農水産物のブランド化の推進と魅力向上</p> <p>➤ 熊本の農水産物を用いた熊本の食の魅力についての、豊かな水資源の仕組みや成り立ちなどのストーリー性をいかした情報発信等による価値向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 農水産物や加工品の新たな販路開拓や、民間企業とのマッチング等による国内外における販路の拡大（31,500千円） ● 市民と生産者が直接交流できる場としての、農水産物・加工品の地産地消フェアの開催（3,000千円）

【主な取組】食の魅力発信（海外）新規

内 容：半導体関連企業の熊本県進出を契機とした台湾をはじめとする諸外国からの本市移住やインバウンド等人的交流の拡大に伴い、熊本への食の関心が高まりつつあることから、熊本の生産者や加工業者の間で輸出による販路拡大を目指す動きが活発化している。こうしたことから、県や連携中枢都市圏と連携し、生産者や加工業者の輸出拡大を総合的に支援するほか、台湾等をターゲットとした販路拡大事業も実施する。

【令和 6 年度の食の魅力発信事業（海外）の写真】



【主な取組】食の魅力発信（国内）拡充

内 容：熊本の豊富で高品質な農水産物や加工品の高付加価値化、ブランド化により、販路拡大を推進し、農漁業者等の所得向上を通じた地域経済の活性化を図る。また、年間を通したプロモーションを実施することで、大消費地に向けてくまもとの農と食の魅力を効果的に発信し、事業終了後も継続的な取引や支援に繋がるような施策を実施する。

期 間：年間を通したプロモーションの実施

【令和 6 年度食の魅力発信事業写真】



【基本方針 1】 世界に選ばれる観光都市・熊本の創造	【基本方針 2】 訪れる人にやさしい滞在環境の構築	【基本方針 3】 強みをいかした戦略的な誘客促進	【基本方針 4】 観光振興を通じた熊本市の活性化
-------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

基本施策	(3)観光資源の魅力創出	戦略プログラム	①歴史文化のストーリー化による回遊性向上
戦略プログラム①：歴史文化のストーリー化による回遊性向上			R7年度 of 取組 (R7 予算案)
▶ 肥後細川文化、宮本武蔵、西南戦争等の歴史背景を踏まえ、親和性のある施設やコンテンツをストーリーで結びつける「くまもと魅力ストーリー(仮称)」の作成			● 熊本ゆかりの人物にスポットをあてたプロモーション (4,000千円) ●観
▶ 熊本城に近接する新町・古町地区の城下町や、水前寺成趣園に近接するジェーンズ邸や夏目漱石旧居など、各エリアの主要観光施設における一体的なイベント開催や情報発信と、コンテンツやエリアの魅力・回遊性の向上			● ドラマ放送に合わせた小泉八雲熊本旧居PRイベントの開催や展示の充実、水前寺地区のジェーンズ邸前公園における、時期に応じたイベント (クリスマスイベントなど) の開催 (21,500千円) ● 夏目漱石の記念年 (R8、R9) に向けた関係機関との連携 (0千円)

【主な取組】熊本ゆかりの人物にスポットをあてたプロモーション 新規

内 容：小泉八雲や夏目漱石など熊本にゆかりのある人物や歴史文化のトピックスに連動し、関連観光施設やイベント情報等をストーリーで結び付け、各種媒体を通じた情報発信を行う。

期 間：R7年4月1日～ R8年3月31日 (予定)



▲小泉八雲旧居



▲夏目漱石内坪井旧居

【主な取組】記念館の活用・魅力発信 (小泉八雲旧居・ジェーンズ邸) 拡充

内 容：小泉八雲熊本旧居を会場に、八雲作品をテーマにしたお化け屋敷イベントや、クリスマスマーケットと連携したジェーンズ邸外観のイルミネーションと館内装飾によるクリスマスイベントを行い、記念館への集客と認知度向上を図る。

期 間：小泉八雲熊本旧居お化け屋敷イベント 8月中旬
ジェーンズ邸クリスマスイベント 11月末～12月25日

実 績：お化け屋敷 1,051人 クリスマスイベント 2,914人 (R6入館者数)



▲小泉八雲旧居



▲ジェーンズ邸

【基本方針 1】 世界に選ばれる観光都市・熊本の創造	【基本方針 2】 訪れる人にやさしい滞在環境の構築	【基本方針 3】 強みをいかした戦略的な誘客促進	【基本方針 4】 観光振興を通じた熊本市の活性化
-------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

基本施策	(3)観光資源の魅力創出	戦略プログラム	②自然をいかした体験型観光の推進
戦略プログラム②：自然をいかした体験型観光の推進			R7年度の取組（R7予算案）
<p>➢ 水前寺江津湖公園や金峰山等の自然をいかした、果物や農産物の収穫、アウトドア体験などのアドベンチャーツーリズムや自然に配慮したサステナブルツーリズムの推進</p>			<p>● 水前寺江津湖公園一帯の施設や見どころ等の情報を提供するデジタルガイドシステム（名称：Ezukoナビ）による公園内外の回遊性向上（140千円）</p> <p>● 花とみどりに関するイベント「くまもと花博」の水前寺江津湖公園や中心市街地、まち山等における開催（73,400千円）</p>
<p>➢ 熊本市動植物園について、水前寺江津湖公園との調和や回遊性を図るとともに、動植物の迫力や美しさを体験できる「いきものミュージアム」を目指し、自然や動植物を体感、学習できる拠点としての魅力向上</p>			<p>● 熊本市動植物園におけるサバンナエリア（仮称）の整備にむけた実施設計（350,000千円）</p> <p>● 熊本市動植物園におけるいきもの学習センター内の展示改修（297,800千円）</p>

【主な取組】くまもと花博の開催

内 容：街なかエリア（中心市街地）、水辺エリア（江津湖周辺・動植物園）、まち山エリア（雁回山周辺）の3エリアでフラワーアートの展示や体験会など、自然とのふれあいを通じた花緑の体感や学びにより、花緑が身近に感じられる日常の暮らしを目指す。

期 間：R6年10月19日
～ R6年11月17日

実 績：約21万人（R5年度来場者数）



【主な取組】熊本市動植物園におけるサバンナエリア（仮称）の整備

内 容：現在の草食獣舎エリアに広大なサバンナと低木林を再現し、動物本来の生息環境に近づけた展示を行い、サバンナの先には江津湖が望める景観を創出する整備を行うもの。

期 間：R7～R10年度工事
R11年度展示開始予定



【基本方針 1】 世界に選ばれる観光都市・熊本の創造	【基本方針 2】 訪れる人にやさしい滞在環境の構築	【基本方針 3】 強みをいかした戦略的な誘客促進	【基本方針 4】 観光振興を通じた熊本市の活性化
-------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

基本施策	(4) “まち”の魅力の発揮	戦略プログラム	①中心市街地の賑わいの創出
------	----------------	---------	---------------

戦略プログラム①：中心市街地の賑わいの創出	R 7年度の取組（R 7 予算案）
<p>➤ 熊本城、中心商店街、新町・古町エリア、桜町バスターミナル、熊本駅など、観光施設や交通結節点、商業施設等が集積し、熊本観光の拠点である中心市街地のさらなる賑わい創出</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●花畑広場の運営及び維持管理（25,000千円） ●中心市街地におけるまちづくりの推進（6,000千円） ●更なる中心市街地の活性化に向けた公共空間の利活用促進等（4,000千円） ●熊本駅白川口駅前広場等の運営及び維持管理（36,000千円） ●熊本駅新幹線口駅前広場の交通対策（318,900千円） ●商店街回遊促進につながるイベントの実施(8,000千円) ●中心商店街における音楽などのイベント等の開催(5,000千円) ●大型イベント（火の国まつり、江津湖花火大会、熊本城マラソン）の開催による賑わいの創出（277,300千円）
<p>➤ 商店街団体等が実施する賑わいづくりのためのイベントや消費拡大に資する取組等の支援推進による、昼夜問わず楽しめる商店街としての魅力向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●商店街における産官学が連携した先進的な取組みに対する補助(1,000千円) ●商店街団体が実施するイベント・研修に対する補助(23,700千円) ●商店街の再生・回復に向けた取組に対する専門家派遣（4,000千円）

【主な取組】 中心市街地の活性化推進

内 容：広場等の公共空間に新しい価値を生み出すイベント等を企画・運営する人材を育成し、更なる賑わい創出を目的として、令和5年度から、くまもと広場ニスト育成スクールを行っている。

実 績：くまもと広場ニスト認定者数27名（令和6年度末見込み）
こども向けスポーツイベント(花畑広場)、セタイイベント(アミュ広場)




【主な取組】 商店街の魅力向上と来街者拡大への取組 新規 拡充

内 容：商店街が主体的に取り組むイベントや研修事業に対する支援をはじめ、集客と回遊性向上を目的に産官学と連携した街歩きイベントの実施や地域課題の解決に向けた専門家派遣等に取り組む。

期 間：R 7年 4月 1日 ～ R 8年 3月 31日

実 績：イベント事業 22件、研修事業 1件、産官学連携事業 1件（R 6）




【基本方針１】 世界に選ばれる観光都市・熊本の創造	【基本方針２】 訪れる人にやさしい滞在環境の構築	【基本方針３】 強みをいかした戦略的な誘客促進	【基本方針４】 観光振興を通じた熊本市の活性化
------------------------------	-----------------------------	----------------------------	----------------------------

基本施策	(４) “まち”の魅力の発揮	戦略プログラム	②ニューツーリズムの推進
------	----------------	---------	--------------

戦略プログラム②：ニューツーリズムの推進	R 7年度の取組（R 7予算案）
<p>➤ 食や酒、文化体験、くまモンやワンピース等の人気コンテンツなどの幅広いコンテンツをいかした、夜間や早朝にも楽しめる観光素材の発掘・開発</p>	<p>●夜の灯りイベントなどの実施によるナイトタイムエコノミーの推進(43,500千円) 観</p> <p>●くまもと工芸会館にて工芸の実演や体験、工芸教室等を実施（55,220千円）</p> <p>●健軍文化ホールにてコンサートの開催や料理教室等を実施（57,557千円）</p> <p>●熊本市民会館にてコンサートや演劇、ワークショップ等を実施(136,796千円)</p> <p>●熊本市現代美術館での企画展や映画の上映、ワークショップ 開催(278,831千円)</p>
<p>➤ テレワーク等の働き方の多様化を踏まえ、旅行機会の創出や需要の平準化につながるワーケーションやブレッジャーの普及</p>	
<p>➤ 映画やアニメ等のロケ誘致とともに、ロケ地等を「聖地巡礼」するロケツーリズムの推進</p>	<p>●国内外の映画・映像作品等の撮影に対する支援及び誘致(1,200千円) 観</p>

【主な取組】熊本城・熊本城周辺における灯りのイベント等の実施

内 容：熊本城など、熊本ならではの施設や地域等において、灯りのイベントなどを実施することで、エンターテインメントの充実を図り、熊本ならではの観光資源を活かした夜間景観の魅力拡大を行う。

期 間：R 7年1 0月1 0日～ R 7年1 1月3日（予定）



【参考】くまもと体験プログラム

内 容：熊本国際観光コンベンション協会で、熊本市内の体験メニュー（フルーツ狩りや銘酒試飲、肥後象嵌づくりなど）をウェブサイト等で紹介している。



食べる…フルーツ狩り、和菓子づくり、いきなり団子づくり、熊本ワインの魅力発見、銘酒試飲、酒蔵ツアー 等

作 る…肥後象嵌づくり、工芸会館の日替わり体験、勾玉づくり 等

遊 ぶ…江津湖カヤック・SUP、きもの散策、熊本城VRみどころガイド 等

見 る…水前寺成趣園「古今伝授の間」見学、くまもとの“水”について学ぼう 等
聞 く…観光ボランティアガイド、温泉ソムリエによる温泉談話 等




基本施策	(1)質の高い観光情報の発信	戦略プログラム	①観光案内機能の強化
------	------------------	---------	------------

戦略プログラム①：観光案内機能の強化	R 7 年度 の 取 組（R 7 予 算 案）
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 熊本市滞在中の情報発信拠点として、多言語翻訳ツールの活用を含めた多言語対応やおもてなし、旅行者のニーズに沿った情報、サービスの提供など観光案内所の機能強化 ▶ 観光客が多く訪れる商店街等での受入環境整備やおもてなし講座等の促進 ▶ パンフレットや各種案内サイン、観光客が多く利用する市電電停のデジタルサイネージ等の内容や外国人観光客にも伝わる分かりやすい表記等の充実 ▶ 観光施設等の訪問先やモデルコース、イベント、移動手段などの旅行中の観光客に役立つ情報を、SNS や観光サイトなどを活用した情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ●観光案内所における観光情報の提供等（39,000千円）観 ●観光案内所に設置のデジタルサイネージを活用した情報発信（118千円）観 ●多言語対応の観光パンフレットの作成(9,735千円)観 ●商店街団体等の観光客の受入環境整備への補助(1,000千円) ●老朽化した観光案内サインの整備(1,701千円)観 ●観光案内標識の状況把握および整備計画の検討(11,300千円)観 ●デジタルサイネージ設置電停における多言語による情報発信(3,426千円) ●国際交流員等による観光案内文書等の多言語化支援(25,600千円) ●観光WEBサイトにおける熊本の観光情報の発信(7,200千円)観 ●湧水亭における肥後細川文化の情報発信・受入体制強化（3,790千円）観

【主な取組】効果的な旅ナカ情報の発信

内 容：効果的な旅ナカ情報発信に向け、全体的な調整や見直し等を行う。


- 紙媒体（パンフレット、MAP等）
利用シーン（旅マエ・旅ナカなど）に適した内容や紙面構成や、電子版への誘導について検討する。
- デジタルサイネージ
総合観光案内所のデジタルサイネージへの投影内容について、時期やイベントにあわせた随時更新や、関係機関との連携による内容充実等を図る。
- 観光案内サイン等
市内一円に点在する約850箇所の観光案内サイン等について、順次調査点検を実施する。


【主な取組】観光WEBサイトの運営

内 容：観光WEBサイト「熊本市観光ガイド」において、観光地情報やモデルコース、イベント等、旅ナカに役立つ観光情報を発信している。

【今後の取組について】



◀トップページの内容（バナー写真など）を、季節やイベントなどにあわせて随時更新していくことにより、より効果的に情報発信を行う。



◀夜間イベントに特化したものなど、旅行者のニーズにあわせたページを作成し、利便性の向上や周遊の促進を図る。

-10-

【実績】	2019	2020	2021	2022	2023	2024
観光ボランティア ガイド案内人数(人)	56,056	16,270	23,866	37,981	38,311	35,676_1

基本施策	(2)目的地までの移動の円滑化	戦略プログラム	①利便性の高い交通サービスの提供、②移動手段の多様化などによる二次交通の充実
戦略プログラム①：利便性の高い交通サービスの提供			R 7年度 の取組 (R 7 予算案)
<ul style="list-style-type: none"> 観光施設間の交通アクセスについて、目的地までの最適な交通手段や利用方法、発着時刻などの案内の充実 複数の公共交通機関を最適に組み合わせてスムーズに目的地に到着できる環境を目指し、MaaSアプリを活用したデジタルチケットの販売等のサービス提供を行うなど、MaaS の普及を推進 			<ul style="list-style-type: none"> 熊本県MaaS推進協議会の枠組みの中で、県内事業者等の九州MaaSへの参画促進、県全体及び本市の独自施策の検討等に取り組み、熊本県における九州MaaSを推進(0千円)
戦略プログラム②：移動手段の多様化などによる二次交通の充実			R 7年度 の取組 (R 7 予算案)
<ul style="list-style-type: none"> 市電の超低床多両編成車両の導入や、シェアサイクルの普及・拡大、グリーンスローモビリティの導入検討、熊本城シャトルバスのルート検討など、移動手段の多様化・二次交通の充実 			<ul style="list-style-type: none"> グリーンスローモビリティについて、熊本城エリアを中心に検討(0千円) 自動車から公共交通への転換促進や街なかの回遊性の向上に向けたシェアサイクルの導入(継続) 熊本城無料シャトルバスの運行、旅行ハイシーズンの増便対応(21,752千円)●観 市電の輸送力向上のため、現行よりも収容人員の多い車両導入(934,506千円)

【主な取組】観光施設間等の分かりやすい交通案内

内 容：観光施設間等の分かりやすい交通案内

・観光施設間の最適な交通手段や利用方法、発着時間などを観光ウェブサイト特集ページで紹介、併せて同ページでMaaSアプリの周知を行い普及を推進、交通結節点における交通情報の充実の検討

【主な取組】2次交通の充実に向けた検討

内 容：三の丸駐車場からの移動や熊本城と街なかの回遊向上など、無料シャトルバス、グリスロ等、目的地までの移動の円滑化に向けた検討



基本施策	(3)快適で安心・安全な滞在環境の構築	戦略プログラム	①多様なニーズに応じた受入体制の充実
戦略プログラム①：多様なニーズに応じた受入体制の充実			R7年度 of 取組 (R7 予算案)
<ul style="list-style-type: none"> 本市内の観光施設や公共交通機関等において、多様な利用者に対応するためのバリアフリー化を進めるなど、すべての旅行者が快適に観光を楽しめるユニバーサルツーリズムを推進 歩行空間の整備や魅力的な景観資源の発掘、公共空間の利活用促進などにより、歩いて楽しめる都市空間の創出 ベジタリアン、ヴィーガン、ハラール等の多様な食習慣や様々な文化・習慣等を持つ方への対応を促進 国内外の観光客が円滑かつ安全に支払いが行えるよう、観光施設や公共交通機関等へのキャッシュレス決済の導入、普及を推進 国際会議の誘致可能性の高まりも意識した、MICE 開催に係るサステナブル対応の推進 			<ul style="list-style-type: none"> ●熊本城周遊バス「しろめぐりん」及び熊本市電においての無料Wi-Fiサービスの提供(8,881千円) 観 ●建築物や道路等の連続性を確保した面的・一体的なバリアフリー化の推進やバス停ベンチの設置(20,550千円) ●観光施設公衆トイレ等の適正な維持管理(7,454千円) 観 ●昼も夜も歩いて楽しめるウォーカブル都市の推進 (40,000千円) ●飲食店・宿泊施設等に向けて食の多様性に関するセミナー（座学、実演）及びメニュー開発支援の実施(4,000千円) 観 ●桜の馬場観光交流施設駐車場のキャッシュレス化 (371千円) 観

【主な取組】食の多様性に関するセミナー開催・パンフレット

内 容：多様な食習慣を持つ外国人が多く訪日している現状を受け、ベジタリアン・ヴィーガン等への理解を深めるため、市内飲食店や宿泊施設等を対象としたセミナーを実施することで、対応店舗の充実を図る。

期 間：R7年7月～ R8年3月

実 績：セミナー参加者 43名（リアル31名・オンライン12名）
個別支援 2事業者





【主な取組】ウォーカブル都市の推進

内 容：「居心地が良く歩きたくなる」まちなかづくりに向けて、中長期的な視点で目指すまちの姿を示した熊本市中心市街地ウォーカブルビジョンを令和6年度中に策定予定。R7年度については、ビジョン実現に向けた施策の検討を実施する。

目指すまちの姿

『多様な人々が 開かれた空間で
居心地よく快適に過ごせるまち』



-13-

基本施策	(3)快適で安心・安全な滞在環境の構築	戦略プログラム	②危機事象発生時等における対応強化
戦略プログラム②：危機事象発生時等における対応強化			R7年度の取組（R7予算案）
<ul style="list-style-type: none"> 災害やパンデミックなどの危機事象発生時等の旅行者の安心・安全確保のため、正確な情報の入手及び観光客への発信ができる体制整備 地域事業者と連携して危機事象発生時における対応強化を図り、災害に強い観光都市の推進 関係機関、施設との連携による、観光客のトラブルの防止や相談対応の推進 			<ul style="list-style-type: none"> ユニバーサルツーリズムコンシェルジュデスクの設置（400千円）（観） 客引き行為等禁止地区における違反行為対策(26,100千円) 熊本城城彩苑周辺へのミスト噴霧装置設置による猛暑対策（3,000千円）（観） （再掲）観光案内所における観光情報の提供等（39,000千円）（観） （再掲）観光案内所に設置のデジタルサイネージを活用した情報発信（118千円）（観）

【主な取組】熊本城城彩苑周辺における猛暑対策 拡充

内 容：地球温暖化に伴う顕著な高温のリスクが高まる中、城彩苑を訪れる観光客の安全確保のため、城彩苑の南門入口付近や親水空間周辺にミスト噴霧装置等やその他猛暑対策を実施する。

期 間：R7年7月～ R7年9月





【主な取組】観光案内所における災害時対応機能の強化

内 容：災害時等に備え観光案内所に非常用電源を設置しており、スマートフォン約100台分の充電が可能。また、災害時には、被害状況、避難情報、交通や宿泊に関する情報等について、デジタルサイネージを活用して発信を行う。

※各協力団体と連携した非常事態対応マニュアルを定めており、案内所職員が避難訓練等に参加している（R7年度は7月、12月に実施）。

期 間：通年

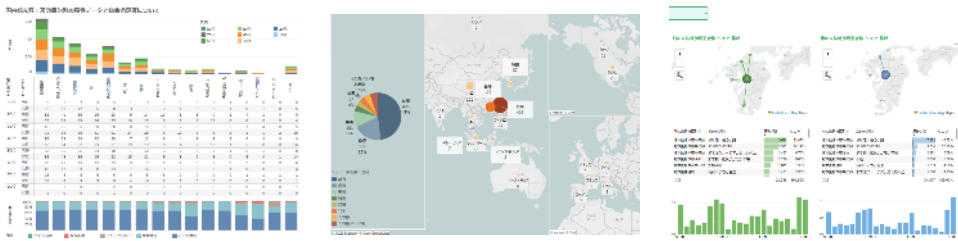


基本施策	(1)市場調査に基づく施策の検討・検証	戦略プログラム	①継続的なマーケットリサーチ・②リサーチデータの活用推進
戦略プログラム①：継続的なマーケットリサーチ			R 7 年度の取組（R 7 予算案）
<ul style="list-style-type: none"> 関係機関が公表する各種情報、データ等の活用も含め、マーケットリサーチを継続的に実施し、国内外の市場毎の旅行動向等の把握 上海事務所や海外観光レップなどを通じて、各市場の最新情報の把握 旅行のデジタル化により取得できるようになった人流データ等の各種情報を活用した施策の検討・検証 			<ul style="list-style-type: none"> ●主要観光スポットにおける来訪者の観光満足度調査の実施(340千円) 観 ●観光推進協議会の運営(400千円) 観 ●熊本上海事務所を拠点に、観光客誘致・ビジネス支援・PR等を実施(22,950千円) ●海外駐在職員の派遣、海外との交流促進や国際情報収集等の実施(29,900千円) ●人流データ等を活用した観光客の動向の調査・分析等(8,000千円) 観
戦略プログラム②：リサーチデータの活用推進			R 7 年度の取組（R 7 予算案）
<ul style="list-style-type: none"> リサーチデータを基にした誘客施策のターゲット設定やプロモーション手法の検討、ニューマーケットの開拓、プロモーション実施後の効果検証 関係各所とリサーチ情報等を共有し、官民によるリサーチデータの利活用を検討 			<ul style="list-style-type: none"> ●関係機関の保有データや来訪者アンケート等の最新の観光関連データを取りまとめ、随時公表(0千円)

【主な取組】観光戦略の検討・検証のためのマーケットリサーチ

内 容：宿泊施設の稼働率や公共交通機関等の関係機関の保有データ、来訪者アンケートをはじめ、人流データ等を活用し、観光客の動向把握・分析に取り組んでいく。

期 間：通年



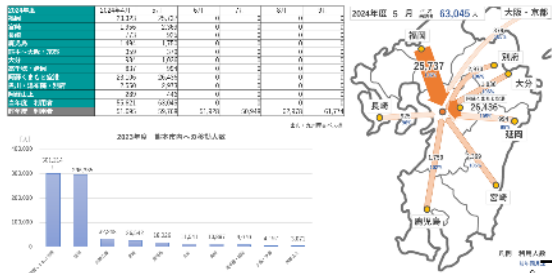
【主な取組】リサーチデータの活用

内 容：関係機関の保有データや来訪者アンケート、人流データ等を取りまとめ、観光関係事業者などへ公表することで、官民連携によるデータの利活用を進めていく。

期 間：通年

<公表する観光関連データ（例）>

宿泊の稼働率、主要観光施設入込数、公共交通機関の利用状況、来訪者アンケート調査結果等



基本施策	(2)戦略的なプロモーション	戦略プログラム	①国内外からの誘客につながるプロモーションの展開
戦略プログラム①：国内外からの誘客につながるプロモーションの展開			R 7年度の取組（R 7 予算案）
<div> <div> ➢ ターゲット層や旅マエ、旅ナカ、旅アトでの旅行に関する行動ごとに適した媒体（SNS やWEB、テレビ、新聞等のマスメディアなど）、手法（旅行博等への出展、熊本上海事務所や海外観光レップの活用、KOL※や親善大使、旅行会社への情報発信、FAMツアーなど）による効果的な広報を展開し、国内外からの誘客 </div> <div> ➢ 熊本空港や熊本駅、桜町バスターミナルなどの交通結節点と連携したプロモーション展開を推進し、公共交通機関を利用した誘客 </div> </div>			<div> <div> ● Instagram等のSNSを活用した観光情報の発信(8,000千円) </div> <div> ● 台湾市場でのInstagram（繁体字）での情報発信や観光レップの活用(1,000千円) </div> <div> ● 熊本城おもてなし武将隊・ひごまるを活用した国内・海外プロモーション(7,900千円) </div> <div> ● CV協会と連携した国内外からの誘客及び修学旅行の誘致(21,121千円) </div> <div> ● ツーリズムEXPOジャパン出展（3,000千円) </div> <div> ● 名古屋市との連携協定に基づく相互交流事業（1,400千円) </div> <div> ● 友好姉妹都市等との交流を活用した国内・海外プロモーション(35,621千円) </div> <div> ● 海外市場での認知向上のための情報発信、現地プロモーション、パンフレットの制作、現地旅行博出展、旅行会社との商談(26,350千円) </div> </div>

【主な取組】SNS等を活用したプロモーション

内 容：Instagramアカウントの運営（定期的な投稿、ストーリーズ配信）

フォロワー獲得に向けたイベントの開催（フォトコンテストなど）

閲覧時間や属性等の分析による効果測定

各SNSやデジタルサイネージ等で配信する動画の制作

（熊本城の復旧過程や水資源など）

既存オンラインメディア等も活用し、

効果的な情報発信を行う。

公式Instagramフォロワー数推移

月	フォロワー数
8月	4177
9月	5310
10月	6262
11月	6747
12月	7112
1月	7930

【主な取組】ツーリズムEXPOジャパン出展

内 容：世界最大級の国内の旅行博である「ツーリズムEXPOジャパン」※へ出展し、本市観光のプロモーションや商談に取り組み、本市の認知度向上や誘客を促進する。

期 間：R 7年 9月 2 5 日～ R 7年 9月 2 8 日（予定）

※日本観光振興協会、日本旅行業協会（JATA）、日本政府観光局（JNTO）が共催するイベント。海外80カ国の国と地域から企業や団体が出展。

-16-

基本施策	(2)戦略的なプロモーション	戦略プログラム	②広域周遊観光の推進
戦略プログラム②：広域周遊観光の推進			R7年度の実施(11,000千円) 観
➤ 阿蘇や天草地域等との連携による県内周遊や、国や広域DMO※、県、九州各都市、民間事業者等との連携による、スケールメリット※をいかした訴求力強化や新たな観光周遊ルートの提案など、広域周遊観光の推進			●九州内主要都市や阿蘇、天草地域と連携した協議会を通じた広域観光プロモーション(13,400千円) 観 ●西日本・九州の広域的周遊ルートGRAとして旅マエ、旅ナカプロモーションの実施(11,000千円) 観

【主な取組】西のゴールデンルート

内 容：メインターゲットとする欧米豪旅行客や高付加価値旅行者の多くが東日本を訪問しているという状況をふまえ、大阪より西側にある19の自治体が「西のゴールデンルート」として共同で認知拡大や誘客の促進につながる効果的なプロモーションを実施。

期 間：R6年7月1日

参加自治体：神戸市、姫路市、鳥取県、岡山県、岡山市、広島県、下関市、高松市、松山市、北九州市、福岡市、武雄市、由布市、別府市、熊本市、長崎市、壱岐市、宮崎市、鹿児島市

※令和7年2月14日時点



【主な取組】阿蘇、天草と連携した広域観光プロモーション

内 容：阿蘇市・阿蘇市観光協会・天草市・一般社団法人天草宝島観光協会・熊本市・熊本国際観光コンベンション協会で構成する阿蘇熊本天草観光推進協議会等において、相互連携による共同プロモーションや観光ルートの開発などにより、本市を含む九州地域への観光客誘致の促進を図る。

期 間：R7年4月1日～R8年3月31日



基本施策	(3)熊本ならではのMICEの推進	戦略プログラム	①戦略的なMICEの誘致
戦略プログラム①：戦略的なMICEの誘致			R 7年度の取組（R 7 予算案）
➤ MICE 誘致に関する基盤データを整理し、市場調査・分析の強化 ➤ 医療系や半導体を含む理工学部系の国内学会や熊本の特性（水資源、防災等）をいかした国際会議の誘致を推進 ➤ 芸術や文化、エンターテインメント、スポーツなど、本市の存在感を高めるとともに、今後成長が見込まれる業界、分野に関するイベントの誘致を推進			●国内外の誘致ターゲットに対する誘致活動の実施(63,630千円) ●コンベンション主催者の負担軽減のための助成金の交付(33,970千円) ●バドミントン国際大会の開催（R5より継続）(50,000千円) ●ハイデルベルグ市とのスポーツ交流事業の実施(13,100千円) ●熊本県民体育祭へ向けた段階的な準備の実施及び開催(33,000千円)

【主な取組】国際会議誘致プロモーションの拡充
拡充

内 容：継続的な誘致活動に加え、GDSアワードの受賞の効果を活用した国際会議誘致プロモーションを実施し、国際会議開催件数の増加に繋げる。
 ・多言語誘致資料（動画・パンフレット等）の作成
 ・国際会議キーパーソンとの交流会の開催 など

期 間：R7年度を通して実施予定

■大会規模別開催件数の推移 （単位：件）

	平成31年／令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年			
	件数	件数	件数	件数	件数	構成比 （%）	前年比 （%）	増減
国際	14	0	2	1	17	6.3%	1700.0%	16
全国	136	36	66	128	126	46.3%	98.4%	▲ 2
西日本	25	3	3	9	17	6.3%	188.9%	8
九州	138	28	32	98	112	41.2%	114.3%	14
計	313	67	103	236	272	100.0%	115.3%	36

出典：令和5年(2023年)コンベンション統計

【主な取組】バドミントン国際大会の開催

内 容：BWF（世界バドミントン連盟）が公認するワールドツアーsuper500シリーズ（世界9カ国で開催）の1つであり、2023年から2026年まで4カ年熊本での開催が決定。今年は開催3年目であり、県内外から更なる誘客に向けて取り組みます。

期 間：R7年11月11日（火）～ R7年11月16日（日）

場 所：熊本県立総合体育館 （練習）熊本市総合体育館

実 績：選手は18カ国から296名の参加があり、観覧者数は6日間で19,075名



基本施策	(3)熊本ならではのMICEの推進	戦略プログラム	②熊本を訪れるきっかけの創出や魅力の向上
戦略プログラム②：熊本を訪れるきっかけの創出や魅力の向上			R7年度の取組（R7予算案）
➤ 熊本の特性をいかした魅力的なユニークベニューやエクスカーションツアーの開発と利用促進 ➤ MICE の主催者及び参加者の満足度調査を実施し、把握した課題の解消や各種支援策の拡充			●（再掲）国内外の誘致ターゲットに対する誘致活動の実施（63,630千円） ●（再掲）コンベンション主催者の負担軽減のための助成金の交付（33,970千円）

【主な取組】ユニークベニュー利用促進助成金の創設
拡充

内 容：熊本城や水前寺成趣園などの本市観光・文化施設などをコンベンション開催時にユニークベニューとして活用する場合に対象経費の1/2（上限500千円）を交付し、ユニークベニューの利用促進を図るとともに、MICEの誘致を推進する。

期 間：R7年度～



城彩苑



水前寺成趣園

【主な取組】国際会議キーパーソンとの交流会の開催

内 容：国際会議を主催する首都圏学会事務局や国際会議キーパーソンなどを対象に、誘致プロモーション、及び意見交換会を開催し、ネットワークの構築や主催者のニーズの把握を行い、誘致につなげる。
 今年度初めて開催し、参加者から国際会議の問い合わせが数件、実際に本市開催が決まった案件もあった。

期 間：R7年度中



R6年度開催時の様子 -19-

基本施策	(4)熊本ファンと一体となった誘客推進	戦略プログラム	
戦略プログラム①：熊本ファンとのネットワークの構築			R 7 年度 の 取 組（R 7 予 算 案）
▶ 本市とつながる旅行者や企業などと地域や市民との交流を推進するためのプラットフォームとして「（仮称）くまもとファンベース」の創設の検討 ▶ 首都圏プロモーションやふるさと納税の推進などを通じた熊本ファンとの関係づくり			● 首都圏から熊本市を応援する組織「TOKYO BASE 096」を中心に、首都圏におけるネットワーク構築や情報発信等(30,000千円) ● ふるさと納税の推進による熊本ファンの獲得(675,000千円)
戦略プログラム②：熊本ファンと連携したプロモーションの推進			R 7 年度 の 取 組（R 7 予 算 案）
▶ 熊本ファンが発信したくなる、最新の観光・イベント等の情報、SNS やブログによる観光情報の発信など、熊本ファンと連携したプロモーションの推進			●（再掲）首都圏から熊本市を応援する組織「TOKYO BASE 096」を中心に、首都圏におけるネットワーク構築や情報発信等(30,000千円) ●（再掲）Instagram等のSNSを活用した観光情報の発信(8,000千円)

【主な取組】InstagramのUGC投稿

内 容：既存の観光サイトやSNS、TOKYO BASE 096（東京在住の主に熊本市出身による応援サイト）による情報発信を実施に加え、R6年度より、本市の観光情報を発信するInstagram「くまもとシティガイド」において、市民や観光客等がタグ付けして投稿したものを引用する、いわゆるUGC（※）投稿による情報発信を行うなど、ファンの投稿を熊本のPRに活用している。

実 績：Instagramフォロワー数7,930名（R 7 年 1 月末時点）

※UGC：「User Generated Content」の略で、企業等によって作られたコンテンツではなく、ユーザーによって作られたコンテンツを指す。



【主な取組】「TOKYO BASE 096」を中心とした首都圏におけるネットワーク構築や情報発信等

内 容：TOKYO BASE 096会員と連携し、活動の意見交換を行う幹事会やサロンをはじめ、交流促進やネットワーク強化を図る交流会の開催、本市の食や歴史等のプロモーション、SNSでの情報発信等に取り組む。

期 間：通年

実 績：TOKYO BASE 096会員数453名（R 7 年 1 月末時点）
SNSフォロワー数7,193名（〃）



基本施策	(1)観光産業の経営基盤強化	戦略プログラム	①観光産業の担い手づくり・②観光サービスの高付加価値化や生産性の向上
戦略プログラム①：観光産業の担い手づくり			R 7 年度 の 取 組 （ R 7 予 算 案 ）
▶ 地域資源の発掘や付加価値の高い観光コンテンツの造成などを行う人材の育成支援の推進 ▶ 合同就職説明会やインターンシップ等を通じて求職者や学生が本市の観光産業を知る機会を創出することにより、幅広い人材の就職促進 ▶ 観光産業における起業や新たな事業創出等の支援を推進し、観光産業全体の活性化や、幅広い分野の事業者がつながる機会を創出 ▶ 総合ビジネス専門学校において、観光業界で求められる専門的知識、語学習得のための履修科目を通じた人材育成 ▶ 市立高等学校において、総合的な探究の時間や課題研究の授業における観光分野に関する探究活動の推進			●くまもと都市圏内の小中学生向けオンライン授業の実施（10,000千円） ●くまもと都市圏内の地場企業の合同就職説明会や大学生向けインターンシップ開催（34,000千円） ●くまもと都市圏内のスタートアップ等に対する支援（64,300千円） ●成長産業創出のための産学マッチングの促進や研究開発の支援（16,152千円） ●総合ビジネス専門学校や市立高等学校における、観光分野に関する学び(0千円) ●観光人材育成事業(490千円)
戦略プログラム②：観光サービスの高付加価値化や生産性の向上			R 7 年度 の 取 組 （ R 7 予 算 案 ）
▶ 観光サービスの高付加価値化や生産性向上に向けて、観光DX やキャッシュレス化、商品開発等とともに、各種サービスの域内調達率の向上 ▶ 地域事業者との情報共有や連携を図り、共同で観光施策に取り組む体制の構築に関する検討 ▶ 高付加価値の旅行や国際会議等の誘致促進のためのホテル誘致の検討			●（再掲）関係機関の保有データや来訪者アンケート等の最新の観光関連データを取りまとめ、随時公表(0千円)

【主な取組】観光人材育成事業（くまもと彩発見講座）

内 容：観光に携わる関係者を対象とした、熊本の歴史文化などの講座の開催

内容	参加人数(人)
新紙幣！北里柴三郎が学んだ、熊本医学校と洋学校	30
歴史の宝庫！ 城内町・新町をさるく	24
子どもボランティアガイド養成講座(水前寺成趣園と細川文化)	16
国の重要文化財！五高記念館について学ぼう！	33

【主な取組】観光産業の経営基盤強化に向けた支援策の検討

内 容：観光産業に携わる事業者による、高付加価値化や生産性向上等に対する取組に対する支援※について検討を行う。

※他都市における事例
 外国人観光客の受入環境強化（多言語化、翻訳機の導入等）
 デジタル対応（キャッシュレス化、Wi-Fiの導入等）
 人材確保及び育成 など

【基本方針 1】 世界に選ばれる観光都市・熊本の創造	【基本方針 2】 訪れる人にやさしい滞在環境の構築	【基本方針 3】 強みをいかした戦略的な誘客促進	【基本方針 4】 観光振興を通じた熊本市の活性化
-------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

基本施策	(2)持続可能な観光まちづくりの推進	戦略プログラム	①レスポンスツーリズムの推進・②観光資源の保全、継承への市民意識の醸成
------	--------------------	---------	-------------------------------------

戦略プログラム①：レスポンスツーリズムの推進		R 7年度の実施（R 7 予算案）	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 旅行者に対して、地域の文化や自然等の価値を伝え、体感できる機会を創出するなど、地域や観光資源、自然環境への配慮や理解を促す、レスポンスブルツーリズムを推進 ▶ 熊本城や中心市街地等での混雑や渋滞、ごみの問題など、地域住民の生活や観光資源、自然環境への負の影響をもたらす、オーバーツーリズムの防止や抑制について対策・検討 		<ul style="list-style-type: none"> ●持続可能な観光の推進に向けた、本市の歴史や文化、自然等の魅力発信や、保全への理解促進を図るための情報発信等（0千円）（観） 	
戦略プログラム②：観光資源の保全、継承への市民意識の醸成		R 7年度の実施（R 7 予算案）	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 本市の観光振興がもたらす、地域経済への影響や市民の利便性向上にもつながる取組について、情報発信等を通じた理解促進 ▶ 次世代を担うこどもや若者をはじめとする市民が、本市観光の魅力に触れ、理解する機会を増やし、地域への愛着や誇りを持つきっかけづくりの推進 ▶ 観光や国際関係のボランティア、多文化共生の取組などを通じた、市民と旅行者の交流機会の創出や相互理解の促進 ▶ 町屋等の歴史的建造物の保存・活用や道路等の公共空間や民有地の活用などにより、歴史的文化遺産の魅力・価値の後世への継承 		<ul style="list-style-type: none"> ●熊本市国際交流会館を拠点とした国際関係ボランティア活動の推進による、市民と旅行者の交流機会の創出、相互理解の促進（165,200千円） ●くまもと歴史まちづくり計画の重点区域における町屋等の歴史的建造物の保存・活用や道路空間の整備、民有地の活用誘導（99,300千円） ●地域の宝（観光資源）探しワークショップの開催（1,000千円） ●宿泊税の導入に係る宿泊事業者等の負担軽減、周知広報（113,000千円） 	

【主な取組】レスポンスブルツーリズム

内 容：令和6年度に観光webサイトにレスポンスブルツーリズムの特設ページを作成し、くまもと観光を楽しむためのルールやマナーについて、熊本城や水資源、市電などに関連した動画（多言語）を配信する。引き続き、旅行者と市民が交流し、共に楽しみながら互いのことを理解できる持続可能な観光まちづくりに取り組んでいく。



【主な取組】地域の宝（観光資源）探しワークショップの開催

内 容：市民を対象としたワークショップを開催し、地域の宝（観光資源）の掘り起こしを行う。

○ワークショップの内容

地域の宝（観光資源）の掘り起こし
季節や時間軸、エリアやジャンルなどによる情報の整理
今後、観光ガイド体験なども想定

開催方法：市主催によるワークショップなど

※ワークショップの結果については、観光ウェブサイトへの掲載等も検討。