

熊本市観光マーケティング戦略に基づく 令和8年度の取組（案）について

令和8年（2026年）3月2日（月）

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8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8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、本年7月に導入する宿泊税の活用もふまえ、各委員が把握している現状、有効と考えられ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	R8年度の取組（R8当初予算案）
<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（653,000千円） ● 熊本城内へのミスト設備増設（11,000千円）(宿) ● 熊本城周辺への案内サインや復旧状況に合わせた解説板等の設置（7,000千円）(宿) ● 熊本城REVIVAL2026開催事業（60,000千円） ● 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） ● 熊本城ミュージアムわくわく座等の運営・維持管理（241,280千円）


【主な取組】熊本城の特別公開 拡充

内 容：多くの方々に熊本城の被災状況や復旧過程を観覧いただけるよう、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、来城者の快適な観覧環境の整備に取り組む。

●令和8年度の主な復旧工事



宇土櫓続櫓石垣復旧(修理)工事(R7.11月末時点)









飯田丸五階櫓復旧工事(被災直後)

【主な取組】熊本城REVIVAL2026開催事業 新規

内 容：熊本地震発生から10年の節目に向けた復興イベントの開催

- 春イベント：「記憶」振り返り
市民の活動や工事関係者などをクローズアップした企画展の開催
- 夏イベント：「鎮魂」追悼
追悼の意を表す、静寂をイメージした音とライトアップの実施
- 秋イベント：「威風堂々」感謝と恩返し
県内被災地や能登半島地震等への応援企画を兼ねた復興応援市場の開催
- 冬イベント：「後の世へ」伝承
熊本城の今後の復興予定や、応援メッセージなどを紹介する企画展の開催



ええられた日つて、
ええ合うかに。 -2-

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	R8年度の取組（R8当初予算案）
<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（49,407千円） ● 【参考】特別版 お城 EXPO in 熊本の開催（熊本国際観光コンベンション協会自主事業）

【主な取組】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」
(R7年10月10日～11月3日)
来場者数 149,520人



【主な取組】特別版 お城EXPO in 熊本 2026 新規

内 容：日本最大級のお城の祭典「お城EXPO」を熊本城ホールで開催し、熊本城の復旧状況などを発信する。

期 間：R8年（2026年）10月3日（土）、4日（日）



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	R8年度 of 取組 (R8当初予算案)
<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」プロモーション (15,000千円) (宿) ● 水資源の磨き上げ (5,781千円) (宿) ● 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)

【主な取組】「くまもと水ブランド」プロモーション 新規

内容：植木温泉の認知度向上と新たな観光誘客に向けたブランディングを進めるとともに、「美肌の湯 植木温泉」の特色を生かした体験イベントや、水資源を核としたストーリー性のある企画等を展開する。









▲UekiArtSpa 植木温泉 湯幻灯
2025年12月12～21日に植木温泉においてライトアップイベント（有料）を開催し、竹あかりと湯けむりによる幻想的な空間を創出した。
来場者数：3,275人

【主な取組】水資源の磨き上げ 拡充

内容：熊本城前の「城見の水」や明八橋前の「城下町の水」などの親水施設のライトアップ等を行い、本市の水資源の魅力を体感できる観光スポットとして活用を促進する。「熊本水遺産」に登録されている湧水地などについて、改修や案内看板設置等を行う「地下水都市熊本空間創出整備事業補助制度」の拡充を図る。

▲城見の水

▲城下町の水

▲湧水地の整備
(落葉堆積防止屋根設置)

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			R8年度の取組（R8当初予算案）
> 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			●熊本食の祭典開催（12,000千円） 宿
> 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			●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（26,750千円） ●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】熊本食の祭典開催 新規

○日曜朝市マルシェ

内 容：中心市街地にて、熊本を代表する農水産物や加工品を販売する日曜朝市マルシェを開催。熊本を代表するすいか、メロン、みかん、海苔を中心とした農水産物の販売やキッチンカーでの食品（馬肉を使った食品など）の販売を実施。

期 間：令和9年3月のうち2日間のマルシェを2回実施予定



○熊本飲食店フェア

内 容：飲食店やホテルにて、日曜朝市マルシェと連動して実施。熊本産農水産物を使った新メニューや目玉メニューを提供する。

期 間：令和9年3月中の1～2週間実施予定



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	R8年度の取組（R8当初予算案）
------------------------------	------------------

- 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
- 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

- 夏目漱石来熊130周年記念事業（10,730千円）(宿)
- 記念館を活用した文化観光の魅力創出（90,700千円）(宿)
- 城下町（新町・古町）地区などにおける観光資源の魅力向上（10,727千円）(宿)
- 城下町や川尻地区の「まち歩き」充実（6,930千円）(宿)
- 熊本の偉人等にスポットをあてたプロモーション（4,000千円）

【主な取組】夏目漱石来熊130周年記念事業 新規

内 容：漱石記念年を迎えるにあたり、広報や関連事業を行うことで「熊本の漱石」の魅力を発信し、漱石文化の更なる振興を図る。

期 間：R8年4月1日～R9年3月31日（予定）



▲ 漱石キービジュアル
(ノベルティ製作使用予定)
漱石文化みらい会議くまもと製作
デザイン協力:熊本デザイン専門学校生



▲ デジタルサイネージ広報イメージ
(熊本市電広告ガイドより)

【主な取組】熊本の偉人等にスポットをあてたプロモーション 拡充

内 容：夏目漱石などの熊本ゆかりの偉人や西南戦争などの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：令和8年度～



夏目漱石大江旧居(第3日居)



夏目漱石内坪井旧居(第5日居)



夏目漱石北千反旧居(第6日居)

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

R8年度の取組（R8当初予算案）

- ▶ 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
- ▶ 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

- 自然をいかした体験型観光の推進（6,000千円）^(宿)
- 熊本市動植物園におけるサバンナエリア（仮称）の整備（859,821千円）
- 熊本市動植物園における全天候型遊戯施設の整備（89,100千円）

【主な取組】自然をいかした体験型観光の推進 **新規**

内容：水前寺江津湖公園周辺をウォーキングや自転車で周遊するルートマップの整備や金峰山における体験コンテンツの造成等により、本市の自然や文化をいかしたアドベンチャーツーリズムを推進する。



▲江津湖



▲金峰山

【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

R8年度 of 取組 (R8当初予算案)

➢ 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

- 花畑広場の運営及び維持管理の実施、5周年事業の実施 (40,900千円) (宿)
- 中心市街地におけるまちづくりの推進 (5,500千円)
- 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 (3,700千円)
- 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 (337,500千円) (宿)
- 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 (305,861千円) (宿)

➢ 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

- 商店街団体が実施するイベントや産官学が連携した取組などに対する補助 (28,700千円)
- 商店街の再生・回復に向けた取組に対する専門家派遣 (5,000千円)

【主な取組】昼夜楽しめるイベントの開催 拡充

内 容：花畑広場5周年を契機とした昼夜楽しめるイベントの開催やくまもと

広場ニスト育成スクールの実施により、更なる賑わいを創出する。

期 間：花畑広場5周年 (R8)、くまもと広場ニスト育成スクール (R5～)



【主な取組】火の国まつりや熊本城マラソンの魅力向上 拡充

内 容：熊本地震10年関連事業として、既存の各イベントに以下の内容を拡充。

【火の国まつり】8月上旬開催予定

これまで復興へ支援をいただいた方々への感謝の気持ちや着実に復興の道を歩んでいる熊本の姿を伝える企画を実施し、誘客促進を図る。



【熊本城マラソン】2月中旬開催予定

ランナー以外の方々にとっても訴求力の高い著名人をゲストとして招聘し、熊本城マラソン及び熊本市の注目度を高め、熊本地震の教訓や復興した熊本市の姿を広く市内外に発信することで、エントリー数の増加や誘客促進を図る。



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

R8年度の取組（R8当初予算案）

- ▶ 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
- ▶ 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
- ▶ 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

- 高付加価値コンテンツの造成（30,000千円）**（宿）**
- 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）
- 観光関連施設（くまもと工芸会館、健軍文化ホール、市民会館、熊本市現代美術館）におけるイベントや企画、ワークショップ等の実施（608,317千円）
- 国内外の映画・映像作品等の撮影に対する支援及び誘致（685千円）

【主な取組】高付加価値コンテンツの造成 **新規**

内 容：観光消費単価の向上を図るため、高付加価値旅行者に訴求力の高い、本市でしか体験できないプログラムを造成する。



▲特別な場所での食体験



▲文化体験（肥後象眼・茶道）

【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：秋のくまもとお城まつり期間中（10月2日～11月1日予定）

実 績：夜間入園者数 R6 36,584人 R7 37,529人



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

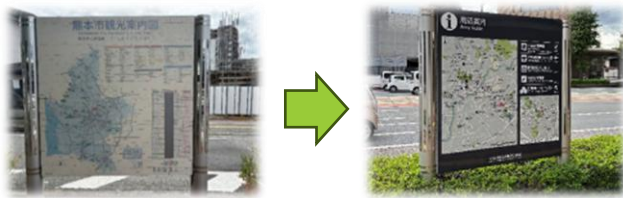
- ▶ 熊本市滞在中の情報発信拠点として、多言語翻訳ツールの活用を含めた多言語対応やおもてなし、旅行者のニーズに沿った情報、サービスの提供など観光案内所の機能強化
- ▶ 観光客が多く訪れる商店街等での受入環境整備やおもてなし講座等の促進
- ▶ パンフレットや各種案内サイン、観光客が多く利用する市電電停のデジタルサイネージ等の内容や外国人観光客にも伝わる分かりやすい表記等の充実
- ▶ 観光施設等の訪問先やモデルコース、イベント、移動手段などの旅行中の観光客に役立つ情報を、SNS や観光サイトなどを活用した情報発信

R8年度の取組（R8当初予算案）

- 観光案内所における観光情報の提供等（39,000千円）
- 西エリアの観光案内機能強化（11,000千円）^宿
- 湧水亭における肥後細川文化の情報発信・受入体制強化（5,162千円）
- デジタルサイネージ（観光案内所・電停）を活用した情報発信（3,643千円）
- 多言語対応の観光パンフレットの作成（6,591千円）
- 観光案内サインの整備及び充実（31,701千円）^宿
- 道路案内標識への観光地情報等掲載（10,000千円）^宿
- 動植物園や現代美術館における解説板や案内表示の多言語化（14,200千円）^宿
- 国際交流員等による観光案内文書等の多言語化支援（34,600千円）
- 観光ウェブサイトのリニューアル及び運用（34,000千円）^宿

【主な取組】観光案内サインの充実 ^{拡充}

内容：観光案内サインの多言語対応の充実や、市電沿線（辛島町・水前寺公園等）を中心とした案内サインの適正配置・維持改修等を実施する。



▲主要電停周辺における観光案内サインの改修（イメージ）

▲老朽化に伴う維持補修

【主な取組】観光ウェブサイトのリニューアル ^{新規}

内容：観光ウェブサイト「熊本市観光ガイド」について、観光・イベント情報をより効果的に発信できるよう、サイトのリニューアルを実施する。

リニューアルの方向性：情報発信力と利用者満足度の向上

- ・情報の更新が容易に行える仕組み（CMS）の構築
- ・検索エンジンで上位表示されるための工夫（SEO対策）
- ・利用者が目的の情報を探しやすいサイト構成
- ・旅行者のニーズにあわせたコンテンツの充実・整理
- ・観光に関連する他サイトの集約による情報の一元化



基本施策

(1) 質の高い観光情報の発信

戦略プログラム

② 質の高いガイドの提供

戦略プログラム②：質の高いガイドの提供

- ▶ 本市の歴史文化、観光スポット等に関する深い知識を持った「熊本市地域通訳案内士」の育成
- ▶ 旅行者と旅行社とのマッチングの支援を推進し、「熊本市地域通訳案内士」の活躍の場を広げ、利用機会の拡大
- ▶ 本市で観光ボランティアガイドを行う団体などへの支援を推進

R8年度の取組（R8当初予算案）

- 新たな人材発掘やガイドの確保及び外国人観光客の満足度向上を図るための熊本市地域通訳案内士の認定及び研修の実施（2,000千円）
- 主要観光スポット（熊本城、水前寺、熊本駅）における観光案内ガイドの実施（5,927千円）

【主な取組】熊本市地域通訳案内士（英語、中国語ガイド）の育成

内容：熊本市に関する歴史や文化についての深い知識を有し、外国人観光客が安心かつ快適で充実した旅行ができるよう、英語または中国語で通訳案内ができる人材を育成する。

実績：R6 新規登録 27名（英語15名・中国語12名）

R7 既登録者へのフォローアップ研修を実施

R8 新規受講者30名・既登録者へのフォローアップ研修を実施予定



【主な取組】観光案内ガイドの実施

内容：熊本国際観光コンベンション協会と連携し、主要観光拠点（熊本城、水前寺、熊本駅）において観光ガイドを行う団体などへの支援を行っている。

水前寺肥後細川文化の発信拠点「湧水亭」については、R6年3月にリニューアルを行い、水前寺周辺の観光施設などを中心に、県内の観光案内や地域ガイドサービス等を実施している。



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

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

- ▶ 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

R8年度の取組（R8当初予算案）

- 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

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

- ▶ 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

R8年度の取組（R8当初予算案）

- バス利用に係る利便性の向上（8,188千円）^(宿)
- 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
- 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（21,746千円）
- 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（958,078千円）

【主な取組】バス利用に係る利便性の向上 **拡充**

内容：観光地周辺のバス停にベンチを設置することで、待合環境の改善を図る。
また、熊本駅前電停モニターへバスの接近情報等を表示することで、市電の積み残し利用者を中心市街地方面のバス乗り場へ誘導する。



▲バス停ベンチ



▲電停モニター

【主な取組】熊本城周辺における二次交通の充実

内容：熊本城無料シャトルバスについて、城彩苑と二の丸駐車場間での運行に加え、酷暑期に、三の丸～二の丸駐車場間で臨時運行を実施。
期間：7～9月の土日祝日



こちらのルートは
毎日運行しています！
是非ご利用ください！！

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

- ▶ 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

R8年度 of 取組 (R8当初予算案)

- 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(8,468千円)
- 昼も夜も歩いて楽しめるウォークブル都市の推進 (66,200千円) (宿)
- 歴史的建造物周辺におけるまちなか舗装の高質化 (91,000千円) (宿)
- (再掲) 熊本駅白川口駅前広場等の運営及び維持管理 (36,000千円)
- (再掲) 熊本駅新幹線口駅前広場の交通対策 (337,500千円) (宿)
- 「手ぶら」で快適に移動できる環境整備 (9,200千円) (宿)
- 観光施設公衆トイレ等の適正な維持管理 (8,853千円)
- 飲食店・宿泊施設等に向けた食の多様性に関するセミナーの実施 (4,000千円)
- 桜の馬場観光交流施設駐車場のキャッシュレス化 (315千円)

【主な取組】まちなか舗装の高質化 拡充

内 容：歩道の老朽化が進み、段差等による安全・快適な歩行に支障が生じている歩行空間について、デザイン性が高く歩きやすい高質な舗装とする。

期 間：R8年度～



▲まちなか舗装の現状



▲舗装高質化のイメージ

【主な取組】「手ぶら」で快適に移動できる環境整備 新規

内 容：熊本駅等から宿泊先または宿泊先から熊本駅等までの手荷物配送サービスと、市電1日乗車券をセット価格で安価に販売する。

期 間：令和8年4月下旬頃から令和9年3月31日まで (予定)



+



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

- ▶ 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

R 8 年度 of 取組 (R 8 当初予算案)

- 客引き行為等禁止地区における違反行為対策(27,362千円)
- 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)
- (再掲) 熊本城内へのミスト設備増設 (11,000千円) **宿**
- (再掲) 観光案内所における観光情報の提供等 (39,000千円)
- (再掲) デジタルサイネージ (観光案内所) を活用した情報発信 (118千円)

【主な取組】熊本城内へのミスト設備設置 **拡充**

内 容：特別見学通路の入口など、観光客が待機する場所にミスト設備を設置し、快適な観光環境の提供と熱中症の予防を図る。



盛夏対策ミストイメージ図
(熊本城ミスト設備設置業務委託(盛夏対策))

【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。

※各観光案内所と連携し、デジタルサイネージを活用した災害関連情報の発信や非常用電源の動作確認等の訓練を実施している。

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

- ▶ 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

R8年度の取組 (R8当初予算案)

- 人流データ等を活用した観光客の動向の調査・分析等 (25,000千円) (宿)
- 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 (387千円)
- 観光振興推進協議会の運営 (400千円)
- 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(21,860千円)
- 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 (15,900千円)

戦略プログラム②：リサーチデータの活用推進

- ▶ 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

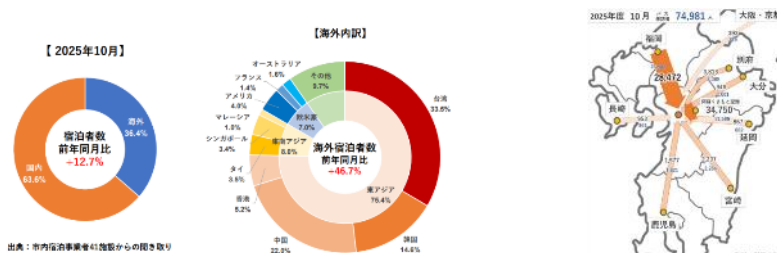
R8年度の取組 (R8当初予算案)

- 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

【主な取組】マーケットリサーチの推進 **拡充**

内容：本市に来訪する国内外観光客の人流データを活用した動態把握・分析を行うとともに、新たに観光客のクレジットカード決済データ等を取得し、観光消費動向についても把握・分析に取り組む。

期間：通年



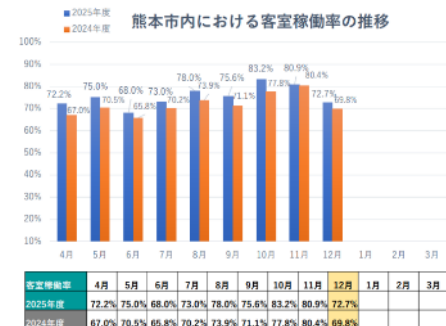
【主な取組】リサーチデータの活用

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>

市内宿泊状況 (客室稼働率、国別宿泊割合、観光施設入込数、公共交通機関利用状況 来訪者アンケート結果等



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

- ▶ 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
- ▶ 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

R8年度の取組（R8当初予算案）

- 海外主要旅行ウェブサイト等を活用した情報発信（10,000千円）^宿
- 国内外への年間を通じた情報発信（44,760千円）^宿
- 中国における主要SNSであるREDを活用した情報発信（2,500千円）^宿
- ツーリズムEXPOジャパン出展（4,000千円）
- 国内市場におけるプロモーション（12,667千円）
- 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（39,994千円）
- 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（37,034千円）
- 宿泊促進事業（30,000千円）^宿
- 教育旅行に係る支援制度の創設（20,000千円）^宿

【主な取組】SNSやデジタルサイネージ等を活用した誘客強化 **拡充**

○SNSの活用

Instagramアカウント「くまもとシティガイド」の運営

（定期的な投稿、ストーリーズ配信、属性等分析による効果測定等）

関係課等との共同投稿によるイベント・観光情報の相互発信

インフルエンサー等を活用した効果的な広報



○デジタルサイネージの活用

市内主要スポット、九州や首都圏の主要都市におけるデジタルサイネージを

活用した、イベント・観光情報の発信

【主な取組】海外主要旅行ウェブサイト等を活用した情報発信 **新規**

内 容：ターゲット市場を対象とした主要旅行ウェブサイト等を活用した情報発信を実施する。

（例）ラーチーゴー、tunagu japan、去趣chic trip（台湾向け）

ジャパンガイド（欧米豪向け） など

ラーチーゴー！日本

樂吃購！日本

- ✓ 年間のユニークユーザー数1,300万人
⇒台湾・香港総人口3,100万人の約42%に相当するアクセス人数
- ✓ ユーザーの97.5%が6か月以内に訪日予定

japan-guide.com

- ✓ 年間のユニークユーザー数2,400万人
- ✓ ユーザーの約75%が訪日予定
- ✓ ユーザーの約30%は訪日回数2回以上のリピーター層

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

- ▶ 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

R8年度の取組（R8当初予算案）

- 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（8,550千円）
- 西日本・九州内の都市と連携した海外へのプロモーション（11,900千円）
- 県や県内市町村と連携した台湾へのプロモーション（8,000千円）

【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・一般財団法人熊本国際観光コンベンション協会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。

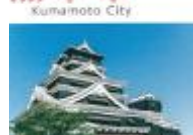
- 実 績：R4 3市を巡るモデルコースの造成
R5 デジタルスタンプラリー実施
R6 多言語翻訳（英・繁）実施
R7 台湾国際旅行博でのPR



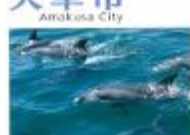
阿蘇市



熊本市



天草市



【主な取組】県や県内市町村と連携した台湾へのプロモーション

内 容：観光PRブースにおけるパンフレット等の配布や、熊本城おもてなし武将隊及びひごまるを活用したプロモーションなどを実施する。

- 県との連携によるKTF（高雄旅行博）への出展
R8年5月15日～18日
 - 県及び県内市町村との連携によるITF（台北旅行博）への出展
R8年11月6日～9日
- 県、阿蘇市、上天草市、天草市、山鹿市と連携



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

- 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、本市の存在感を強めるとともに、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

R8年度の取組（R8当初予算案）

- 国内外の誘致ターゲットに対する誘致活動の実施（102,830千円）^①
- 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（47,170千円）^②
- バドミントン国際大会の開催（R5より継続）（50,000千円）

【主な取組】コンベンション協会の体制強化（国際会議担当、

マーケティング担当の配置）**拡充**

内 容：・国際会議の誘致・開催支援を専門的に担う「国際会議担当」
 ・市場分析・プロモーション戦略を推進する「マーケティング担当」を配置し、組織体制の強化を図る。
 これにより、重点市場への働きかけの強化、効果的な誘致戦略の構築、国際会議の開催拡大を進める。

期 間：R8年度～

KPI	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R9目標
コンベンション経済波及効果	38億円	5億円	6億円	20億円	46億円	60億円	80億円
コンベンション参加者数	139,053人	21,754人	36,412人	102,208人	124,265人	162,197人	170,000人
コンベンション開催件数	313件	67件	103件	236件	272件	344件	400件

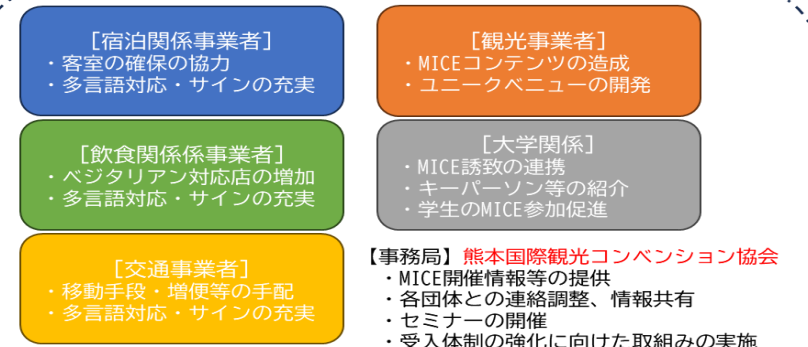
【参考】MICE誘致戦略におけるKPIの状況

【主な取組】官民連携によるMICE誘致・受入体制の強化 **拡充**

内 容：MICE関連事業者・団体と行政が連携し、誘致活動と受入体制を強化するため、（仮称）くまもとMICEネットワークの設立を予定。本ネットワークでは、MICE開催に関する情報・ノウハウの共有や情報発信力の向上、受入環境の整備を体系的に進め、地域一体となった取組みを通じて開催都市としての競争力向上を図る。

期 間：R8年度～

（仮称）くまもとMICEネットワーク



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

- 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

R8年度の取組（R8当初予算案）

- （再掲）国内外の誘致ターゲットに対する誘致活動の実施（102,830千円）宿
- （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（47,170千円）宿

【主な取組】ウォーカブルMICEを軸としたプロモーション 拡充

内容：本市の特性であるウォーカブルMICE（熊本城ホールなどの施設を中心に徒歩で観光・飲食・宿泊を楽しめるMICE開催環境）を前面に打ち出したプロモーションを展開することで、利便性と地域魅力を一体的に訴求し、MICE誘致力の強化を図る。

期間：R8年度～

【主な取組】支援制度（開催助成金等）の拡充 拡充

内容：MICEの誘致促進を一層強化するため、開催助成金等の支援制度について、上限額の引き上げをはじめとする支援内容の拡充を行う。これにより、主催者の開催検討段階における後押しと、競争力の向上を図る。

①上限額を国内最高水準あるいは競合他都市と同水準に引き上げ

- ・コンベンション開催助成金：1,200→1,500万円※予算計上はR9年度以降
- ・インセンティブトラベル助成：10→50万円（1泊）～100万円（2泊）
- ・見本市・展示会開催助成：30万円→120万円

②参加者向けのサービスの拡充

- ・従来の歓迎看板等に加え、市内回遊の促進を図るため、市電1日乗車券や観光施設チケットの提供や、地酒ブース設置など地域PRを兼ねたおもてなしメニューを新たに追加

期間：R8年度～

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

- ①熊本ファンとのネットワークの構築
- ②熊本ファンと連携したプロモーションの推進

戦略プログラム①：熊本ファンとのネットワークの構築

- ▶ 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

R8年度の取組 (R8当初予算案)

- 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 (1,000,000千円)

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

- ▶ 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

R8年度の取組 (R8当初予算案)

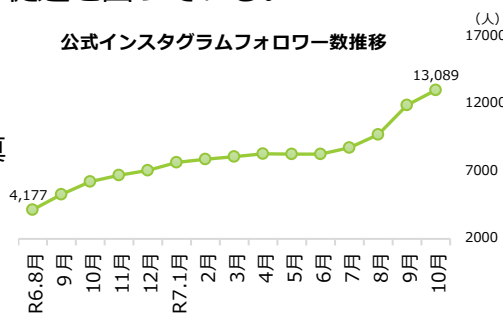
- (再掲) 首都圏から熊本市を応援する組織「TOKYO BASE 096」を中心に、首都圏におけるネットワーク構築や情報発信等 (30,000千円)
- (再掲) 国内外への年間を通じた情報発信 (44,760千円) (宿)

【主な取組】Instagramの活用 拡充

内容：Instagramアカウント「くまもとシティガイド」において、市民や観光客等がハッシュタグを付けて投稿した写真を引用し、いわゆるUGC (※) を活用した情報発信を実施。また、フォトコンテストなどのイベントも定期的に開催し、フォロワーの獲得や交流の促進を図っている。

※UGC (User Generated Content)

自治体や企業が作成したものではなく、一般の利用者が自ら撮影・投稿した写真などのコンテンツを指す。



【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、本市の農水産物や観光、歴史文化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 599名 (R8年1月末時点)
SNSフォロワー数 9,442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

- ▶ 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

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

- ▶ 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

R8年度の取組 (R8当初予算案)

- 観光人材育成事業 (8,100千円) (宿)
- 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 (18,800千円)
- くまもと都市圏内の企業に対するインターンシップ支援 (7,000千円)
- 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)
- スタートアップやグローバル展開等に対する支援 (66,800千円)
- 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 (16,383千円)
- 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

R8年度の取組 (R8当初予算案)

- 宿泊事業者による受入環境充実の支援 (30,000千円) (宿)

【主な取組】観光人材育成事業 (くまもと彩発見講座) 拡充

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

R7年度の講座一覧	参加人数(人)
剣聖 宮本武蔵！ 熊本ゆかりの地を学ぶ	44
熊本時代のハーンとハツ	75
熊本城子どもガイド養成講座(講師:熊本城おもてなし武将隊)	19
400年の歴史がある熊本城下町！ 古町をさるく	29

【主な取組】熊本市宿泊事業者受入環境充実事業 新規

内容：宿泊施設における受入環境の充実を図るため、宿泊事業者による多言語対応やデジタル化等の取組を支援する。

(例)



▲自動チェックイン機



▲人材の確保



▲バリアフリー化



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レスポンスシブルツーリズムの推進
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

- ▶ 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、レスポンスシ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

R8年度の取組 (R8当初予算案)

- 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

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

- ▶ 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
- ▶ 次世代を担う子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

R8年度の取組 (R8当初予算案)

- 工芸文化の魅力発信イベントの開催 (6,700千円) 宿
- 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 (184,218千円)
- 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・活用の支援などを通じた地域活性化及び観光振興 (16,370千円)
- 地域の宝 (観光資源) 探しワークショップの開催 (1,000千円)
- 宿泊税の周知広報 (5,100千円) 宿

【主な取組】工芸文化の魅力発信イベントの開催 新規

内 容：熊本の工芸文化の魅力を発信するため、伝統工芸に触れて実際に使う体験を通じ、五感で楽しめる体験型イベントを開催します。

期 間：R8年8月1日～R9年3月31日の間の数日間開催 (予定)



▲R7年度の工芸イベント

【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：次世代を担う若者を対象としたワークショップを開催し、若者目線で見た地域の宝 (観光資源) の掘り起こしを行うとともに、本取組を通じ、若者が熊本観光の魅力について探求する機会を創出する。



▲R7年度のワークショップ