取扱注意

※ 本資料に記載する各取組は、現時点での案であり、変更となる場合があります。

令和９年度 宿泊税使途の取組（案）

令和８年（2026年）１０月
熊本市経済観光局観光交流部 観光政策課

令和９年度　宿泊税使途の概要

【1】使途の考え方

○　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の新規事業や既存事業の拡充を中心に充当する

【2】税収見込み

令和9年度税収見込み：約8億円

※令和６年観光統計延べ宿泊者数を元にした概算

熊本市観光マーケティング戦略

【基本方針1】世界に選ばれる観光都市・熊本の創造

熊本城や熊本の誇る水資源、地元に残る文化などを活用した
魅力的な観光資源の創出など

約2.5億円

【基本方針2】訪れる人にやさしい滞在環境の構築

案内機能の強化や多言語化、二次交通の充実など

約1.3億円

【基本方針3】強みをいかした戦略的な誘客促進

マーケットリサーチや国内外における戦略的なプロモーション・
MICE推進体制の強化など

約3.7億円

【基本方針4】観光振興を通じた熊本市の活性化

観光サービスの高付加価値化や文化継承など

約0.5億円

※ 金額は、現時点での案であり、変更となる場合があります。

令和９年度 宿泊税使途の取組（案）

【基本方針1】世界に選ばれる観光都市・熊本の創造（現状・課題）

〇令和７年度の統計においては、熊本城入園者数及び観光客入込数はいずれも増加傾向を示した。令和８年熊本地震直後は、一時休園等の影響により減少が見られたものの、現在は着実に回復している。
〇今後は、震災からの復興の歩みを積極的に発信し、更なる誘客促進を図るとともに、本市ならではの魅力ある観光資源の磨き上げ及び観光コンテンツの充実に継続して取り組む必要がある。
〇第１回協議会においては、江津湖や地下水といった地域資源の活用をはじめ、食や歴史文化を生かした観光コンテンツの充実を求める意見が出された。

【基本方針1　KPIの進捗状況】

指標	基準値	Ｒ７実績	目標値（R9(2027)）	目標値（R13(2031)）
熊本城入園者数	1,303,929人（R5年）	1,416,585人【上昇↑】	1,660,000人	1,800,000人
観光客の推奨意向	43.1%（R5年）	69.0%【上昇↑】	50%	60%

Ｒ９宿泊税使途の方針（基本方針１）

Ⅰ　熊本城を核とした魅力向上と復旧過程を活かした情報発信の推進
Ⅱ　地下水都市熊本のブランド力向上と水資源を活かした魅力創出
Ⅲ　歴史・文化・自然資源を活かした滞在型観光の推進
Ⅳ　高付加価値化や朝活等による観光消費の拡大

基本施策(1)熊本城の魅力の最大化

① 熊本城復旧過程の公開・情報発信強化 【新規】
・デジタルサイネージや、復旧中の飯田丸五階櫓素屋根内部のライトアップをおこない、来城者の理解促進及び満足度向上を図る。

②早朝の熊本城解放実証事業【新規】
・熊本城を早朝開放することで、宿泊施設のチェックアウト前に熊本城を訪問できる時間帯の創出による宿泊客の満足度向上および熊本城の魅力に直接触れる機会の増加による市民の熊本城への愛着醸成を図る。





基本施策(2)世界に誇る水資源のブランディング

①熊本の水(仮称)製作事業【新規】
・紙製飲料容器を活用したオリジナル商品を製造・配付し、世界に誇る地下水都市・熊本や地下水保全の取組など、熊本市の魅力を発信する広報媒体として活用する。

② 熊本食の祭典開催事業【拡充】
・熊本市内におけるマルシェ及び飲食店フェアによる食の体験機会の創出と、大都市圏における食を活用した認知拡大及び誘客プロモーションを一体的に実施することで、熊本の農水産物等及び食の魅力を全国へ発信し、食をフックとした観光客の誘客、滞在促進及び観光消費の拡大につなげる。





基本施策(3)観光資源の魅力創出

①肥後細川文化を核とした地域計画の推進に係る事業 【新規・拡充】
・熊本城エリア・水前寺エリアなどで肥後細川文化を核とした観光誘客促進を行うため、伝統文化の保存継承や関連施設の共通パスの導入などに取り組み、高品質な日本文化体験の提供を目指す。

②首都圏における熊本の文化体験等の提供【新規】
・訪日外国人が多く訪問する首都圏において、熊本の歴史文化等を体験する場を提供し熊本の魅力を発信、誘客を図る。

③ 高付加価値コンテンツの造成など体験型観光の推進 【継続】
・歴史文化やガストロノミー等の地域資源を活用し、高付加価値旅行者をターゲットとした本市独自の体験コンテンツの造成・販売を推進することで、観光客の観光消費額の拡大を図る。





基本施策(4)“まち”の魅力の発揮

① 観光朝活の促進 【新規】
・観光客の朝の活動に資する体験等のコンテンツの造成に取り組む事業者に助成金を交付することで、宿泊や消費の促進を図る。

②花畑広場を活用した周辺地区の魅力向上【継続】
・花畑広場における朝市等定期開催イベントの実施などにより、中心市街地の賑わい創出し”まち”の魅力を発揮させる。







【基本方針2】訪れる人にやさしい滞在環境の構築（現状・課題）

〇令和7年の外国人延べ宿泊者数は約115万人となり、過去最高を更新した。今後さらなる訪日客増加が見込まれる中、多言語対応や案内機能の強化が必要である。

〇第1回協議会では、多言語対応、快適な移動環境など受入環境整備の必要性について意見が出された。

【基本方針2　KPIの進捗状況】

指標	基準値	R７実績	目標値（R9(2027)）	目標値（R13(2031)）
延べ宿泊者数	2,819,249人（R1年）	4,180,261人【上昇↑】	3,300,000人	3,600,000人
延べ宿泊者数（国内客）	2,476,600人（R1年）	3,026,014人【上昇↑】	2,700,000人	2,800,000人
延べ宿泊者数（海外客）	342,649人（R1年）	1,154,247人【上昇↑】	600,000人	800,000人
観光客の満足度	62.5%（R5年）	69.8%【上昇↑】	70%	80%

R９宿泊税使途の方針（基本方針２）

Ⅰ　外国人観光客の増加を見据えた受入環境の充実

Ⅱ　デジタル技術等を活用した観光情報・案内機能の強化

Ⅲ　快適で円滑な移動環境の整備

Ⅳ　安全・安心に観光を楽しめる環境づくり

基本施策（1）質の高い観光情報の発信

① 熊本城における多言語対応の強化 【新規】

・熊本城の歴史を学ぶパンフレットの多言語化や、外国人からニーズが高いものの対応が追い付いていなかった復興城主窓口の多言語対応の強化に取り組み、熊本城にきた外国人の満足度を向上させる。

② 観光DX【新規】

・旅行者が観光地、飲食店、宿泊施設、イベント及び公共交通等の情報を多言語で容易に取得できる環境を整備するとともに、災害時における迅速な情報発信・避難誘導にも活用し、観光案内に係る業務負担の軽減及び利用データに基づく観光施策の高度化を図る。

③観光ガイド人材育成・活用経費【拡充】

・従来の地域通訳案内士のような資格取得を中心とした事業から発展させ、熊本の歴史、文化、自然、食及び暮らしの本質的な価値を、旅行者の関心に応じて伝えることができる観光ガイドの育成・活用を行う。

基本施策（2）目的地までの移動の円滑化

①「手ぶら」で快適に移動できる環境の整備【継続】

・手荷物配送サービスと24時間乗車券を組み合わせたセット商品の販売により、旅行者の利便性向上と公共交通機関利用時の快適性の確保を図る。

② バス利用に係る利便性の向上【継続】

・主要交通結節点において、目的地までのバスに乗車できる停留所までの適切な案内を行い、旅行者のスムーズなアクセスを促す。

基本施策（3）快適で安心・安全な滞在環境の構築

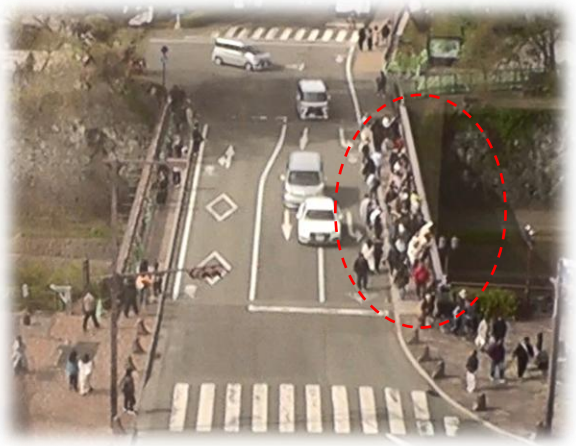
①観光危機管理体制構築事業【新規】

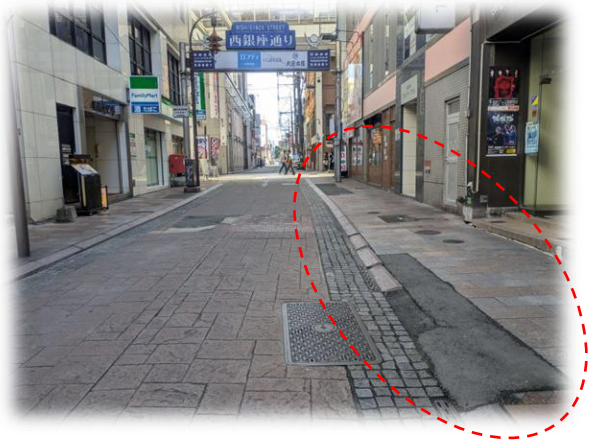
・地震水害などの有事の対応において、観光事業者と一体となった危機管理モデルを構築することにより、「安心して観光できるまち」としてのブランドを守り経済損失を最小化する。

②観光施設周辺における歩行環境の改善や舗装の高質化【継続】

・行幸橋の歩道拡幅やまちなか舗装高質化などにより、歩いて熊本市中心部をめぐる観光者が安全・安心に回遊・滞在することのできる魅力的な都市空間の創出を図る。







【基本方針3】強みをいかした戦略的な誘客促進（現状・課題）

〇観光入込客数及び外国人観光客は増加している一方で、市場の偏在リスクへの対応や宿泊者数の更なる増加が必要である。

〇また、コンベンション開催件数は過去最多の401件となるなど成果が見られた一方、大規模学会の開催が少なかったことから、コンベンション参加者数の目標達成には至らず、更なる参加者数の増加に向けたMICE誘致の強化が必要である。

【基本方針３　KPIの進捗状況】

指標	基準値	Ｒ７実績	目標値（R9(2027)）	目標値（R13(2031)）
観光客入込数	6,014,000人（R1年）	6,547,042人【上昇↑】	6,500,000人	7,000,000人
コンベンション参加者数	139,053人（R1年）	132,356人【下降↓】	170,000人	190,000人
観光客の再訪意欲	63.4%（R5年）	69.6%【上昇↑】	70%	80%

Ｒ９宿泊税使途の方針（基本方針３）

Ⅰ　観光客の動態や消費動向のデータ収集・分析等によるマーケットリサーチの充実

Ⅱ　ターゲット市場単位での主要旅行ウェブサイトやSNS等を活用したプロモーションの強化

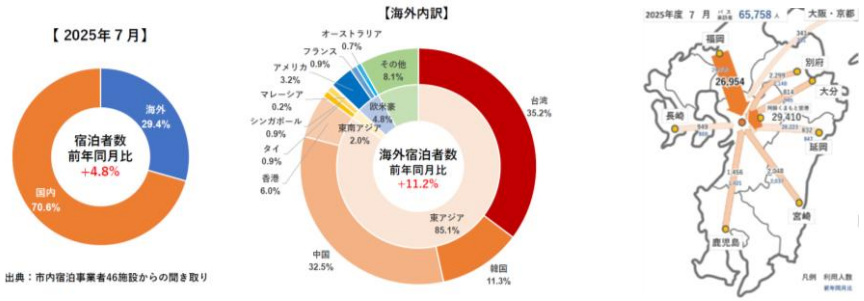
Ⅲ　延泊促進や教育旅行誘致による宿泊需要の創出

Ⅳ　MICE誘致・開催支援の強化による交流人口の拡大

基本施策(1)市場調査に基づく施策の検討・検証

① 各種データに基づく観光施策の推進【継続】

・国内外旅行者の動態や消費動向のデータ収集・分析を行うことで、観光施策の検討・検証に活用する。
・熊本市観光統計の精度向上を図り、本市における観光動向を的確に把握する。



出典：市内宿泊事業者46施設からの聞き取り

基本施策(2)戦略的なプロモーション

①くまもと秋冬夜間イベントプロモーション・消費喚起事業【新規】

・本市の秋冬の定番となった夜間イベントについて、プロモーション強化及び期間中の宿泊、消費喚起を図る。

②欧米豪向けプロモーションの強化【拡充】

・現地旅行会社やランドオペレーターへのアプローチを強化することで、高い観光消費額と長期滞在が期待できる欧米豪市場の誘客拡大を図る。

③ 国内外への年間を通じた情報発信【継続】

・各種媒体、観光ウェブサイト、SNS等を活用し、年間を通じてイベント開催等の機会をとらえた情報発信に取り組む。
・情報発信やフィルムコミッションによるロケ誘致等に係る体制強化を図り、継続的かつ効果的なプロモーションを推進する。

基本施策（3）熊本ならではのMICEの推進

①宿泊を伴うイベント開催支援事業【新規】

県外から多くの参加が見込まれる著名アーティストによるコンサートや長期イベントなど、経済効果の強いイベントの実施を促進する。

② MICE推進体制の強化【継続】

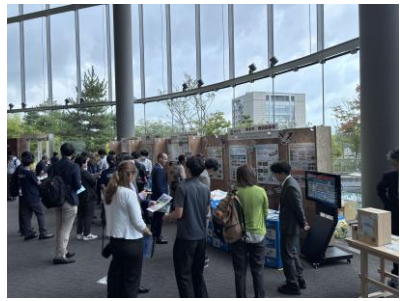
・MICE推進に係る官民連携体制を整備し、MICE誘致や地域事業者向け研修会の開催等に取り組む。
・開催状況等のデータ分析やマーケティング、国際会議の誘致に係る体制強化を図り、MICE誘致における競争力の向上を図る。
・海外見本市への出展や国内外学会へのセールス活動など戦略的なMICE誘致を推進するとともに、おもてなし支援やMICEネットワークの強化等により受入環境の充実を図る。
・コンベンション統計調査の精度向上やデータ分析基盤の整備を通じて、根拠に基づく効果的な誘致活動を推進する。

③ 教育旅行に係る支援制度の創設【継続】

・本市宿泊を伴う教育旅行への支援制度を行い、教育旅行誘致における競争力の向上を図る。







【基本方針4】観光振興を通じた熊本市の活性化（現状・課題）

〇観光産業の人手不足や外国人観光客対応への課題がある中、受入体制の強化や人材育成が必要である。

〇市民アンケートでは観光振興の地域経済への寄与に対する評価が伸び悩んでおり、市民と観光の好循環を生み出す取組が求められる。

【基本方針4　KPIの進捗状況】

指標	基準値	R７実績	目標値（R9(2027)）	目標値（R13(2031)）
観光消費単価（国内宿泊客）	19,069円/人・日（R1年）	21,142円/人・日【上昇↑】	21,000円/人・日	23,000円/人・日
観光消費単価（海外宿泊客）	33,305円/人・日（R1年）	36,928円/人・日【上昇↑】	37,000円/人・日	40,000円/人・日
観光振興の取組が地域経済の活性化や市民生活の向上に役立っていると感じる市民の割合	57.3%（R5年）	55.9%【下降↓】	65%	70%
観光振興の取組が観光資源の保全、継承に役立っていると感じる市民の割合	53.0%（R5年）	56.6%【上昇↑】	60%	70%

Ｒ９宿泊税使途の方針（基本方針４）

Ⅰ　観光産業を支える人材育成と受入体制の強化

Ⅱ　宿泊施設等におけるサービスの高付加価値化と生産性向上

Ⅲ　伝統文化等の保全・継承と地域の魅力発信の推進

基本施策(1)観光産業の経営基盤強化

① 観光人材育成講座【継続】
・観光関連事業者を対象に、熊本の文化等について学ぶ講座を開催し、観光客に熊本の魅力を伝えることができる人材の育成を図る。

② 宿泊施設における受入環境強化【継続】
・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ことで、宿泊施設における外国人観光客の受入環境の強化を促進する。





基本施策（2)持続可能な観光まちづくりの推進

①観光バス乗降場の実態調査【新規】
・増加する観光需要に対応するため、中心市街地における観光バス乗降場所等の実態調査を行い、課題の設定を行うとともに、施策の検討につなげる。

② 伝統芸能の保存継承【継続】
・熊本における伝統芸能の周知広報や実演・体験イベント、工芸文化の魅力発信イベントの開催などを通じて、本市観光文化資源の継承に向けた市民意識の醸成を図る。





