令和８年度（2026 年度）熊本市観光振興推進協議会

■開催年月日：令和８年（2026 年）10 月９日（金）

■開 催 時 間：15 時～17 時

■開 催 場 所：熊本市役所議会棟　２階　総務委員会室

■委員

（敬称略・五十音順）

所属	氏名	備考
九州旅客鉄道株式会社　執行役員　熊本支社長	海老原　毅	
株式会社ON-do　代表取締役	岡村　政志	副会長
九州産業交通ホールディングス株式会社　代表取締役社長	織田 正幸	欠席
熊本経済同友会　幹事	尾道　早織	
(公社)熊本県観光連盟　専務理事	倉光　麻里子	
Webサイト「けんさむの熊本紹介」　運営	けんさむ	
東海大学 文理融合学部　地域社会学科　客員教授	小林　寛子	会長
熊本市観光旅館ホテル協同組合　理事長	鶴山　敏哉	
熊本国際空港株式会社 営業推進部　課長	中野　諭	欠席
熊本県旅連女将の会 熊本支部 肥後椿会　会長	西上　真理子	
株式会社アドアストラ　代表取締役	モーガン ジェイソン デイビット	

■事務局：熊本市・(一財）熊本国際観光コンベンション協会

【会議資料】

- ■　次第
- ■　座席表
- ■　資料　　令和９年度 宿泊税の使途項目（案）

【議事】

1. 開会

- 令和８年度熊本市観光振興推進協議会を開催いたします。
  本日は、戦略に基づく令和９年度の取組案につきまして、宿泊税使途案をご報告いたしました後、令和９年度以降の取組について皆さまのご意見をいただければと思います。（事務局）

2. 議事

■ 事務局説明

- 資料　令和９年度 宿泊税使途の取組（案）について説明

■ 意見交換

基本方針１　世界に選ばれる観光都市・熊本の創造

【熊本城の魅力の最大化】

- 熊本城復旧への寄附について、外国人観光客も利用しやすい寄附環境を整えるべきである。オンライン決済やクレジットカード決済などの導入を進めてほしい。
  （担当課回答）海外からの寄附も可能となるオンライン寄附システムの構築を進めており、今年度中の導入を目指している。
- 熊本城の早朝開放は良い取組だが、単に開放するだけでは集客につながらない。朝限定ガイドツアーや朝食企画、ランニングイベントなどと組み合わせて宿泊の動機につながるような付加価値が必要である。
  （担当課回答）夜間公開事業等の実績も踏まえながら、関係機関と連携し魅力的なコンテンツづくりを検討したい。
- 熊本城の早朝開放は暑い夏に熊本を楽しんでもらうという意味でも魅力的な取組である。一方、市民の愛着醸成を目的とするのであれば、熊本城について市民が利用しやすい料金設定や仕組みも検討すべきである。また、インバウンドと市民とでは価格感覚も異なるため、その点も考慮してほしい。
  （担当課回答）料金設定については、特別史跡熊本城跡保存活用委員会においても若年層の利用促進や利用料金のあり方について意見をいただいているところである。今年度、市民等の利用実態に関する調査を実施しており、その結果も踏まえながら、今後の利用促進策について検討していきたい。
- 観光施策は常に来訪者目線で検討する必要がある。熊本城早朝開放については、実際の観光客ニーズに即した取組として期待している。一方で、満足度調査については満足している人だけでなく、不満を感じた人の意見を分析することが重要である。駅や空港などでレビューを収集する仕組みも検討すべきではないか。

（担当課回答）既存調査の活用に加え、今後の施策改善に活用できる調査方法について検討していきたい。

【世界に誇る水資源のブランディング】

- 食の祭典については県事業との違いを明確にし、熊本市としての特色を打ち出すべきである。また、プロモーション事業については効果検証を行い、次年度以降の施策につなげてほしい。

【観光資源の魅力創出】

- 首都圏での文化体験事業について、どのようなターゲットを想定し、どのように熊本への誘客につなげるのか。

（事務局回答）首都圏在住者や訪日外国人等を対象に、肥後細川文化をはじめとした熊本の文化や食、伝統工芸等を体験できるイベントを実施する。また、メディア向け体験会や熊本事業者による出展などを通じて情報発信を行い、その後の熊本での体験ツアーや来訪につなげていきたいと考えている。

【”まち”の魅力の発揮】

- 観光消費の拡大という観点では、チェックイン後やチェックアウト前の時間帯にいかに市内で消費してもらうかが重要である。熊本は無料で楽しめるコンテンツも多いが、朝活コンテンツなどを充実させることで、観光客の滞在時間の延長や消費拡大につなげてほしい。

基本方針２　訪れる人にやさしい滞在環境の構築

【質の高い観光情報の発信】

- 熊本城や文化施設の魅力を十分に伝えるためにはガイドの存在が重要である。熊本市独自の認定ガイド制度を設け、一定水準の研修や認定を行うことでサービス向上につながるのではないか。また、個人旅行客向けには多言語オーディオガイドや QR コード等による案内の充実も必要である。

【快適で安心・安全な滞在環境の構築】

- 観光危機管理体制構築事業について、事業内容が分かりにくい。ハード整備なのか、ソフト面の対応なのか、あるいは連絡体制の構築なのか。また、災害発生時には宿泊施設単独では対応できないことも多く、行政を含めた広域的な連携体制の構築が必要ではないか。

（担当課回答）宿泊施設や観光事業者等と連携しながら、外国人観光客を含めた避難誘導、多言語対応、事業継続、復旧・復興段階での情報発信などを含めた観光危機管理モデルの構築を進めたいと考えている。

- 今回の地震では、多くのキャンセルが発生した。特に、復興割の実施期間中には通常時を上回る規模のキャンセルが発生した。宿泊需要だけでなく、宴会や飲食需要にも

大きな影響が出ている。宿泊施設では、宿泊部門以上に宴会や飲食部門のために多くの雇用を抱えているケースもあり、これらの需要回復は重要な課題である。

- 今回の地震では物理的被害だけではなく、風評被害による影響が非常に大きかった。ホテル業界では大規模なキャンセルが発生し、学会や大会の開催地変更なども見られた。観光客や主催者が安心して判断できるよう、平時から情報発信の仕組みを整備しておく必要がある。
- 宿泊施設では避難誘導等の訓練を行っているが、施設外への避難が必要となった場合は個々の施設だけでは対応できない。行政や関係機関を含めた広域的な危機管理体制の構築をお願いしたい。できれば今年度から検討に着手し、令和９年度には具体的な仕組みとして運用できるようなスピード感で進めていただきたい。
- 地震により歩道等の損傷が見受けられるが、復旧はどのように進めるのか。
  （事務局回答）地震を原因として損壊した道路等の復旧については宿泊税ではなく災害復旧事業等を活用し対応していく。

基本方針３　強みをいかした戦略的な誘客促進

【戦略的なプロモーション】

- 「熊本秋冬プロモーション事業」について、新規事業としてどのような取組を想定しているのか。
  （担当課回答）これまでも滞在期間の長期化や消費拡大を目的として、ナイトタイムエコノミーの推進などに取り組んできたところであるが、既存のイベント実施に加え、プロモーションを強化することを考えている。イベント開催と情報発信を一体的に実施することで、より高い誘客効果につなげたい。また、これまで個別に実施してきた取組についても、「秋冬プロモーション」として打ち出しながら、集中的な情報発信を行っていきたいと考えている。
- 誘客については欧米豪だけでなく、韓国、台湾、香港、シンガポールなど福岡空港経由を含めて来訪が見込まれるアジア市場への対応も重要である。

【熊本ならではの MICE の推進】

- P７に記載の MICE 戦略内で「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」とあるが、有名アーティストが公演を行うことが観光戦略内の「熊本ならではの MICE の推進」とどのように結びつくのか。
  （担当課回答）現在、コンサートやイベントは福岡に流れる傾向があるが、プロモーター協会の統計では福岡が九州１位、熊本が２位となっている。熊本城ホールでは様々なコンサート等が開催されており認知度も向上している。一方、全国的にはホールの老朽化が進んでいることから、そのような状況を好機と捉え、熊本城ホールを活

用した誘致を進めていきたいと考えている。具体的には、具体的には、全国ツアー前のリハーサル期間から初回公演までを熊本で実施する「ゲネプロツアー」の誘致や、大規模イベント開催への支援、九州内から人を呼び込めるような長期間開催型イベントの誘致を検討している。

- MICE に関連して、以前の協議会で意見のあったユニークベニューの活用について資料にないが、実施は行わないのか。

（担当課回答）ユニークベニューについては今年度より実証事業を実施している。今後も熊本城ホールなどと合わせてパッケージ化し、MICE 誘致の強化を図りたい。

【教育旅行】

- 熊本地震の経験は全国的にも貴重な学習資源である。防災・減災教育旅行として磨き上げることで他地域との差別化につながるのではないか。また、中学生等の職場体験を通じて観光人材の育成にも取り組んでほしい。

基本方針４　観光振興を通じた熊本市の活性化

【観光バス】

- 観光バスの乗降場所については県にも問い合わせが多い。実態調査を実施することは有意義であり、今後の対策につなげていただきたい。

【市民の満足度】

- 観光振興を進めるためには、まず熊本市民自身が関心を持ち、参加することが重要である。そのためにも、より積極的な情報発信や広報が必要である。あわせて、宿泊税を活用した取組については、市民や事業者に効果が伝わるよう可視化を進めるとともに、県との連携も図りながら取り組んでいただきたい。
- 観光振興の効果については、観光事業者だけでなく、市民にも伝わることが重要である。観光によって地域経済が活性化し、まちが賑わうことが市民に実感として伝われば、地域全体で観光を盛り上げていこうという機運の醸成につながると思う。そのため、事業を実施するだけでなく、その成果や効果を市民へ分かりやすく発信していくための PR も重要である。また、市民アンケートの結果を見ると、観光振興に対する評価や理解が十分に高いとは言えない状況も見受けられるため、どのように市民へ伝えていくかについて、行政だけでなく関係者全体で考えていく必要がある。

その他（資料全体について）

- 予算配分について、誘客促進に大きく予算を配分することも理解できるが、長期的には観光資源の磨き上げやまちづくりへの投資も重要である。

（事務局回答）まずは熊本を訪れていただくための施策を進めつつ、観光資源の魅力

向上にも継続して取り組みたい。

- 今回の令和９年度の取組案については幅広い事業が盛り込まれているが、限られた財源の中で何を重点的に進めるのかを明確にしたほうがよいのではないか。
- KPI についても単なる数値目標ではなく、市民利用や体験プログラムへの参加状況、消費行動、不満要因など、施策改善につながる指標を設定すべきである。