

熊本市観光マーケティング戦略 に基づく本市の取組状況等

令和6年（2024年）6月27日（木）

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年度以降に必要な取組について

- 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主な取組内容等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、本市が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は、昨年度開催した宿泊税検討委員会でのご意見等にもとづき、観光資源の魅力創出による誘客、宿泊の促進や、快適で安心・安全な滞在環境の構築による旅行者の満足度向上などを中心に、新規事業や既存事業の拡充に活用していきたいと考えております。

【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
			② 熊本城の特色をいかしたさらなる活用の推進
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
			② 豊かな水が育む「食」のブランド化
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
			② 自然をいかした体験型観光の推進
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
			② ニューツーリズムの推進

現状	(1) R5年度は、熊本城来園者数が約135万人（前年度比135%）、桜の馬場城彩苑 熊本城ミュージアムわくわく座は過去最高となる約27万人（前年度比133%）が来場し、コロナ禍後の旅行需要の急激な回復により熊本城周辺は観光客でにぎわいを見せている。 (2) 「第4回アジア・太平洋水サミット」の開催により本市の地下水保全の取組が世界に認知され、国内外から高い評価を得ている。 (3) 本市は、熊本城をはじめとした歴史文化施設や自然、食体験等の魅力的なコンテンツが数多く点在しているが、熊本城の入園が集中している状況が続いている。 (4) 熊本城や桜の馬場城彩苑への来場者が増加している中、R5年度の中心商店街の通行量についても、対R1年度（コロナ前）比で△約13%まで回復してきている。
課題	(1) 天守閣復旧後、今後しばらくは公開エリア・ルートが大きく広がることはないため、文化観光資源としてのさらなる活用等が必要。 (2) 「世界に誇る地下水都市」として認知されつつあるものの、来訪につながる魅力があるとは言えず、強みをいかしきれていないため、地下水で育まれた食や酒の魅力など、訪れてみたくなるストーリー性のある水資源のブランド化の推進が必要。 (3) それぞれの魅力の磨き上げや、歴史背景を踏まえた親和性のあるストーリー化などにより、観光客の興味を引きつける魅力創出が必要。 (4) 熊本城などの観光施設や交通結節点、商業施設などが集積する中心市街地のポテンシャルをいかし、夜間や早朝も楽しめる観光素材の発掘・開発等が必要。

【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 6 年度 of 取組（R 6 予算）
➤ 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			● 熊本城の特別公開（559,800千円） ● 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（197,900千円）観 ● 熊本城の解説板や案内誘導看板の設置、更新（4,950千円）

【主な取組】宇土櫓素屋根内部の特別公開

内 容：熊本地震で被災した宇土櫓の全解体工事を実施するため、櫓周辺に鉄骨にて素屋根を組み立て、令和6年から本格的な解体保存工事を実施している。毎月第2日曜日に宇土櫓素屋根内部の特別公開を行い、解体保存工事の過程を公開していく。

期 間：R6年4月14日～ 毎月第2日曜日に実施(5月のみ3日～5日に実施)

実 績：4月14日2,638人、5月3日3,950人、5月4日5,326人、5月5日4,957人



【主な取組】防災減災プログラム（熊本城ミュージアムわくわく座）

内 容：熊本城を大切に思っている人たちが、地震の体験を通して学んだこと、感じたことを伝え、学生等が自分自身のこととして、防災意識や郷土愛について考えるきっかけとなるプログラム。

期 間：R 6 年 4 月 1 日～ R 7 年 3 月 31 日

実 績：・R 2 年度：95人
・R 3 年度：5,587人
・R 4 年度：8,177人
・R 5 年度：3,470人



【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 6 年度取組（R 6 予算）
➤ 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			● 熊本城をはじめとしたユニークベニユーの整備と利用の促進（18,050千円） ● お城まつり（春・秋）の開催（47,471千円）
➤ 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ユーへの活用など、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			

【主な取組】熊本城天守閣前広場でのレセプション実証実験

内 容：学会等の開催に合わせたレセプション会場として、文化的価値が高い熊本城天守閣前広場の活用を想定した実証実験（※）を実施する。

※利用プラン策定、諸条件の確認など

期 間：R 6 年11月予定



【主な取組】お城まつり（春・秋）の開催

内 容：国内外の多くの方々にご来場いただき、貴重な文化財の理解を含め、次の世代に継承していくとともにその魅力を広く国内外に発信することを目的として実施。イベント内容は、夏休み期間に行う在熊劇団による演劇観賞、秋の熊本城夜間公開に合わせた石垣や櫓のライトアップ、桜の時期に二の丸広場を中心に行う太鼓演奏、薪能や武将隊のステージイベント等。

期 間：R6年8月10日～ R7年3月末日予定（2024年度）

実 績：2019年度 81,796人 2020年度 29,088人 2021年度 129,122人
2022年度 149,633人 2023年度 155,995人



【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			R 6 年度 of 取組 (R 6 予算)
- 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			- 国際会議における地下水保全の取組の発信、くまもと「水」検定の実施など (10,400千円) - 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) - 植木温泉観光旅館組合及び熊本国際観光コンベンション協会と連携した、植木温泉エリアの面的DX化 (3,000千円) (観)

【主な取組】 くまもと水ブランドの発信（「第 1 0 回世界水フォーラム」への出席等）

- 内 容：各国元首・閣僚級をはじめ政府機関、国際機関、企業、NPO等、世界中の水関係者が一堂に集う、水に関する世界最大の国際会議「世界水フォーラム」において、本市の地下水保全の取組等を世界に発信。
- 期 間：R 6 年 5 月18日～ 25日
- 実 績：会議には、160カ国、約 2 万人が参加。フォーラムと同時開催のエキスポ会場には 6 万 4 千人を超える来場があった。



【主な取組】 植木地域の観光振興事業（植木温泉関連）

- 内 容：植木温泉観光旅館組合に対して、広報宣伝活動を展開するための経費を含めた事業費補助金を交付し、観光客誘致を図る。組合においては、県内イベント等へ手湯・足湯の出展等による広報宣伝を行うとともに、ホームページやパンフレット、情報誌掲載等の情報発信事業や植木温泉夜市、竹あかりの実施など集客に繋げるイベントの開催等を行い観光誘致を図る。
- 期 間：R 6 年 4 月 1 日～ R 7 年 3 月31日



【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 6 年度 の 取 組（R 6 予 算）	
➤ 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（32,955千円） ● 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（5,300千円）	

【主な取組】農水産物や加工品の販路拡大

内 容：日本においては少子高齢化により国内需要の低下が懸念される中、消費者所得の向上と、日本食人気の上昇により、更なる訪日意欲の向上が見られる米国及び香港へ食×観光プロモーションを行うことで、販路開拓を推進し、本市の農水産物及び加工品の更なる輸出拡大を図ると同時に、本市観光コンテンツの認知度向上を図る。

期 間：R 6 年10月～ R 7 年 2 月のうち数日間（予定）

【令和 5 年度香港事業写真】



【主な取組】地産地消の推進

内 容：本市が農水産物の一大産地であることを市民に対してアピールするとともに、市民が農水産物や花きに触れ親しむ機会を創出することを目的として、市民と生産者が直接交流できる場としての対面式の販売フェアを開催し、農水産物や花きの地産地消を促進する。
また、会場内等に花の装飾を施すことで花きの魅力を伝える。

期 間：R 6 年11月～R 7 年 3 月のうち2日間のフェアを3回実施予定

実 績：R 3 年度： 5,759人、R 4 年度： 5,906人、 R 5 年度： 12,337 人
(来場者数)

【令和 5 年度地産地消フェア写真】



【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			R 6 年度 の 取 組（R 6 予 算）
▶ 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			● 肥後細川文化等を活かした、水前寺地区における商品開発及び着地型旅行商品の造成（3,229千円） （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			● 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（16,040千円） ● 横井小楠で繋がりのある福井市との姉妹都市30周年記念式典の実施(3,000千円) （観）

【主な取組】肥後細川文化等を活かした商品開発及び着地型旅行商品の造成

内 容：湧水亭リニューアルに併せて肥後細川文にまつわる展示や地域ガイドサービスの実施に加え、伝統文化体験（盆石）を含めたツアーの造成や水前寺菜を活用した商品開発を実施。

期 間：R 6 年 3 月～ R 7 年 3 月



細川流盆石体験



地域ガイドサービス



水前寺菜商品

【主な取組】ジェーンズ邸前公園（水前寺地区）での時期に応じたイベント開催

内 容：ジェーンズ邸前公園を会場に、11月29日から3日間実施されるクリスマスマーケットのスタートに合わせ、ジェーンズ邸外観のイルミネーションと館内のクリスマス装飾や美術施工を行い、記念館への集客と認知度向上を図る。

期 間：R 6 年11月29日～ R 6 年12月25日
 ※ジェーンズ邸前公園は11月29日～ 12月 1 日までの3日間

実 績：9,045人（R5催事期間中の入館者数）




【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	R 6 年度の取組（R 6 予算）
➤ 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	●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） ●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） ●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（82,000千円） ●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に向けた実施設計（22,990千円）

【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：R 6 年10月19日
 ～ R 6 年11月17日
 実 績：約21万人（R 5 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：R 6 年度実施設計
 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 6 年度 の 取 組（R 6 予 算）※R5からの繰越予算を含む
➢ 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（27,200千円） ●中心市街地におけるまちづくりの推進（35,490千円） ●更なる中心市街地の活性化に向けた、人流データ分析等（47,297千円） ●熊本駅白川口駅前広場等の運営及び維持管理（36,700千円） ●熊本駅新幹線口駅前広場の交通対策（90,620千円） ●AR技術の活用による街なかの回遊性向上に向けたスタンプラリー(8,000千円) ●ナイトタイムエコノミー推進に繋がる事業への補助(4,000千円) ●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(285,000千円)
➢ 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	●商店街での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)

【主な取組】 AR式デジタルスタンプラリー事業

内 容：地域資源を活用した街なかの回遊性向上や魅力の再発見に繋げることを目的として、熊本城をはじめとする観光スポット等から中心商店街にかけてデジタルスタンプラリーを実施する。各ラリースポットでは、デジタル技術を駆使した映像体験等を楽しみながら、商店街への誘客による中心商店街のにぎわい創出と地域経済の活性化を図る。

期 間：R 6 年 9 月 14 日～ R 6 年 12 月 1 日（予定）



【主な取組】 ナイトタイムエコノミー支援事業

内 容：昼夜問わない商業振興及び地域経済の活性化を図ることを目的として、商店街団体等が各商店街エリアで実施する夜の消費活動に直接的に繋がる事業や夜の消費活動を促進する事業に対し、助成を行う。

補助対象期間：R 6 年 4 月 1 日 ～ R 7 年 3 月 31 日



【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 6 年度 の 取 組（R 6 予 算）
- 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	● 飲食などを中心としたナイトコンテンツの作成・情報発信(15,000千^〇観) ● 熊本城周辺でのプロジェクションマッピング等による夜間景観の魅力拡大(28,500千円)^〇観 ● 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（49,428千円） ● 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（58,490千円） ● 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) ● 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(299,620千円) ● 国内外の映画・映像作品等の撮影に対する支援及び誘致(1,700千円)^〇観

【主な取組】 ナイトタイムエコノミー推進プロモーションの実施

内 容：滞在・周遊・宿泊喚起施策として、ナイトタイムエコノミーを推進し、飲食店（居酒屋・パブ・スナック等）を中心とした熊本ならではの「夜の魅力」を活用する観光コンテンツとしてガイド付きの夜間体験ツアーなどを造成し実施する。

期 間：R 6 年10月11日～ R 6 年11月 4 日を含む前後 2 か月程度



【主な取組】 熊本城周辺でのプロジェクションマッピング等の実施

内 容：滞在・周遊・宿泊喚起施策として、ナイトタイムエコノミーを推進し、「秋のくまもとお城まつり」の期間に合わせ、熊本城の有料エリアのうち、天守閣及び宇土櫓周辺において、灯り等の演出による熊本城の夜間景観の魅力拡大を行う。

期 間：R 6 年10月11日～ R 6 年11月 4 日（予定）



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
			② 質の高いガイドの提供
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
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
			② 危機事象発生時等における対応強化

現状	(1) 本市を訪れた観光客に対し、熊本駅・桜の馬場城彩苑で常時英語が対応できる観光案内を運営するとともに、多言語対応（8カ国語）した観光ガイドブックや観光webサイト（https://kumamoto-guide.jp/）による情報発信を行っている。また、本市の観光に深い知識を持った質の高いガイド「熊本市地域通訳案内士（英語・中国語）」の育成等に取り組んでいる。 (2) 観光客の市内周遊に利用した交通手段として、市電の割合が特に高く、訪れた観光地についても、市電沿線に集中している傾向が強い。 (3) 本市におけるR 5 年の外国人宿泊者は43.3万人と過去最高を記録し、多様な食習慣や様々な文化・習慣等も持つ外国人が来訪されている。
課題	(1) 旅行者のニーズが多様化していることから、ニーズに応じた効果的な情報発信ツールの活用方法検討が必要。地域通訳案内士については、育成と合わせて旅行者等とのマッチング支援による利用機会拡大が必要。 (2) 市電沿線でない観光施設や施設間での交通アクセスに課題があり、目的地までの最適な交通手段や利用方法、発着時間などの案内や2 次交通の充実が必要。 (3) 本市への旅行に対する満足度は、概ね「満足」との評価を受けているものの、インバウンドの増加によるニーズの更なる多様化も見据え、適切なニーズ把握による対応が求められる。

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 6 年度の取組（R 6 予算）
▶ 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ン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	●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（70千円）（観） ●多言語対応の観光パンフレットの作成(8,904千円)（観） ●商店街団体等の観光客の受入環境整備への補助(3,000千円) ●老朽化した観光案内サインの整備(1,703千円)（観） ●観光案内サインの改修等に向けた調査(5,000千円)（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の多言語化支援(22,330千円) ●観光WEBサイトにおける熊本の観光情報の発信(7,600千円)（観）

【主な取組】商店街団体等の観光客の受入環境整備への補助

内 容：商店街の賑わいや魅力を創出し、商業振興及び地域経済の活性化を図ることを目的に、商店街団体等が実施するインバウンドをはじめとした国内外からの来街者の受入に対応するための環境整備事業等に対し、助成を行う。

補助対象期間：R 6 年 4 月 1 日 ～ R 7 年 3 月 31 日

補助実績：

【実績】	2019	2020	2021	2022	2023	2024
補助件数（件）	3	2	1	2	0	1
補助金額（千円）	1,140	261	1,000	1,090	0	500

※2024の件数・金額は交付決定段階の実績

【主な取組】観光WEBサイトの運営・SNS等による情報発信

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。
R6年度からは、InstagramやYouTube等のSNSによる情報発信を積極的に行い、旅マエからの観光情報の発信に取り組んでいる。

期 間：H29年 4 月 1 日～



【実績】	2020	2021	2022	2023	2024（5末）
サイト表示回数（万回）	316	350	518	545	93

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			R 6 年度の取組（R 6 予算）
▶ 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			●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) 観 ●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(11,514千円) 観

【主な取組】熊本市地域通訳案内士（英語、中国語ガイド）の育成研修

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。

期 間：R 6 年 6 月14日～ R 7 年 1 月31日

実 績：R 5 登録者18名（対象言語：英語）





【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】	2019	2020	2021	2022	2023	2024（5末）
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	7,017

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
戦略プログラム①：利便性の高い交通サービスの提供			R6年度 of 取組 (R6 予算)
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			○九州版MaaSアプリの導入に向けて、県と共に新たな実行組織を設立し、熊本県におけるMaaSの取組を推進(0千円)

【主な取組】九州MaaSの推進

内 容：令和4年（2022年）6月に設立した熊本市M a a S 準備会での取り組みを踏まえ、令和6年7月に新たに設立する熊本県M a a S 実行委員会において交通事業者や地域のニーズ等の集約、九州MaaS協議会への提案・調整や県内におけるMaaSの取組みの共有・推進（各種サービスの情報提供、交通以外のサービスとの連携による利便性向上、観光客に向けてのサービス等）を行う。

期 間：R6年7月（予定）～

五輪書

1. いつでも、どこでも、だれでも、暮らしをもっと自由に

各交通モードをまたいだサービスの展開／スムーズ乗り換え／おでかけをやさしく・安心・安全に

2. 既存サービスをフル活用して、柔軟に連携

今あるサービスを使い尽くす／使い方を提案しサービスを知ってもらう／時代や技術の変化に対応

3. 熊本の人みんなでつながり、地域経済と地域の幸せに貢献

地域事業者が主役／移動と目的の一体化／デジタルで地域コンテンツとモビリティを融合／交通以外の分野とも／ひと・もの・お金を地域で循環

4. 現場、IT技術者の声や知恵をつなぎ、オープンに進化

現場が向き合うニーズを拾う／若手の発想／IT・スマホの技術を柔軟に取り入れる／データを使いこなす人材を育てる・見つける／データも議論もオープンに

5. できるところからスタート、支えあいながら、しなやかに成長

様々なサービスや社会実験が乱立で過渡期／丁寧な議論も合意形成も必要／見える成果も必要／ざっくばらんに話す場も／事業者自らがサービスを利用する

熊本市M a a S 準備会で整理したM a a S のあるべき姿

九州M a a S の推進

熊本県MaaS推進協議会（R6.7設立予定）

○交通事業者や地域のニーズ等の集約、九州MaaS協議会への提案・調整や県内におけるMaaSの取組みの共有・推進

- 具体的なサービスに関する協議・調整
- データ利活用に関する協議・調整
- 独自の PR 等
- 事業者によるフィジカル連携の推進支援

（一社）九州M a a S 協議会組織（R6.4設立）

○デジタル技術を活用したサービス提供のための取り組みを推進

- 九州域内におけるすべての交通モード（鉄道・バス・航空・フェリー）や移動先観光施設等の利用に係る、経路・時刻検索、予約、料金支払い、イベント情報閲覧等を一連で提供するサービス
- 交通機関の利用者の利便を増進するサービス

＜具体的取り組み内容＞

- 公共交通の利用促進
- 情報発信：サービス周知・運行情報・施設情報の提供
- 移動環境の整備：乗り継ぎ利便性の向上・わかりやすい移動環境の整備・好事例の横展開
- 地域消費の拡大：広域交流人口活性化に資するサービス検討
- 他分野との連携等：EBPM実現に向けたデータ利活用推進

連携・協力

-14-

基本施策	(2)目的地までの移動の円滑化	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
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 6 年度の取組（R 6 予算）
➤ 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			●グリーンスローモビリティの導入検討に向け、中心市街地エリアでの実証実験の実施(3,385千円) ●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(23,884千円) 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(890,565千円)

【主な取組】熊本城域内の移動利便性の向上

内 容：熊本城を訪れる観光客等の回遊性向上及び障がい者等へのサービス向上を図ることを目的に、桜の馬場城彩苑と熊本城二の丸広場間のシャトルバスの運行に加え、臨時でシャトルバスの運行を行うことで、サービス水準を維持し、来園者の満足度向上を図る。

期 間：通年

実 績：乗車人数実績は以下のとおり



(単位：人)

【実績】	2019	2020	2021	2022	2023
乗車人数	126,445	62,730	97,375	152,277	119,106

【主な取組】超低床多両編成車両の導入

内 容：朝夕のラッシュ時に車内が満員のため一部の利用者が乗車できない状況が発生していることから、現有車両の平均定員に対し約1.5倍の定員設計でバリアフリーに対応した超低床多両編成車両を導入し、市電の輸送力向上を図る。

期 間：R 6 年度～ R7年度



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			R 6 年度の取組（R 6 予算）
- 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			●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(8,657千円) 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(34,160千円) ●観光施設公衆トイレ等の適正な維持管理(6,890千円) 観 ●昼も夜も歩いて楽しめるウォークブル都市の推進（54,469千円） ●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（2,568千円）観

【主な取組】食の多様性に関するセミナーの開催

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：R 6 年 7 月～ R 7 年 3 月



【主な取組】しろめぐりん・市電における無料Wi-Fiサービスの提供

内 容：観光客がスマートフォンやタブレット機器を用いて手軽に観光情報や地図情報等を入手できるように、無線LANによるインターネット接続サービスを実施することで利便性向上を図る。

期 間：R 6 年 4 月 1 日～ R 7 年 3 月 31 日

実 績：利用者数は以下のとおり （単位：人）

【実績】	2019	2020	2021	2022	2023
しろめぐりん	4,812	5,973	6,069	5,795	8,695
市電	526,979	500,512	579,860	487,459	550,191

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			R 6 年度 の 取 組（R 6 予 算）
▶ 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			●客引き行為等禁止地区における違反行為対策(25,470千円)
▶ 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			●（再掲）観光案内所における観光情報の提供等（39,000千円） 観
▶ 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			●（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（70千円） 観

【主な取組】客引き行為等禁止地区における違反行為対策

内 容：客引き行為等禁止地区において、客引き行為等対策巡回指導員（警察OB）による違法な客引き行為等に対する注意指導等を行った。また、市内のホテル等に対して、宿泊者に対する客引き行為等の注意喚起を促すチラシを配布するなどした。

期 間：H31年4月1日～（指導員等の運用開始）

実 績：《客引き行為実態調査》

年度	平日(人)	週末(人)	計(人)
R元	110	172	282
R2	77	104	181
R3	90	127	217
R4	89	133	222
R5	128	155	283

※数値は延べ人数
※平日は金曜以外、週末は金曜



【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。

期 間：通年



【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)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
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
			② 広域周遊観光の推進
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
			② 熊本を訪れるきっかけの創出や魅力の向上
基本施策	(4)熊本ファンと一体となった誘客促進	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

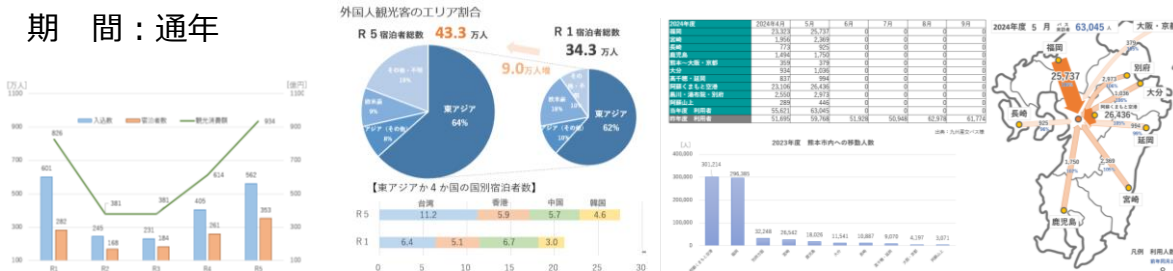
現状	(1) 旅行者のニーズの多様化など観光を取り巻く状況の変化に戦略的に対応するため、観光マーケティング戦略に基づき、関係機関の保有データや来訪者アンケート等の最新の観光関連データを公表し、観光関連事業者等と共有することで、官民連携によるデータの利活用に取り組んでいる。 (2) 国内市場については、九州内及び新幹線沿線の都市をメインターゲットに各種イベント等への出展、海外市場については台湾、香港、タイ、欧米豪をメインターゲットに福岡市をはじめとした九州・西日本管内自治体等との広域的な連携により、ターゲット市場に応じたプロモーションに取り組んでいる。 (3) R5 年の熊本市及びその周辺地域でのコンベンション開催件数は272 件（対前年比115%）と回復傾向にある。また、R 6 年 3 月に第 2 期熊本市MICE 誘致戦略を策定し、本市の特性（水資源、防災等）を踏まえた重点ターゲットの再設定等を行い、誘致に取り組んでいる。 (4) Instagram、Twitter等のSNSや首都圏から本市を応援する組織「TOKYO BASE 096」などを通じた情報発信に取り組んでいる。
課題	(1) 観光動向やデータに基づく施策の検証、検討ができる体制構築を進めていく必要がある。 (2) 旅行者の志向・動向をはじめとした各種データに基づき、より精度の高いターゲティングなど戦略的なプロモーションに取り組む必要がある。 (3) 他都市との観光・MICE市場における競争が過熱する中、市場調査や分析の強化を図るとともに、MICE開催時の受入環境の充実や本市にしかないMICEの 魅力の創造に取り組む必要がある。 (4) 本市への旅行者や本市とつながる企業など（熊本ファン）とのネットワークを構築し、リピーターの拡大や新たな旅行者層の獲得に取り組む必要がある。

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 6 年度 of 取組（R 6 予算）
- 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			●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(1,560千円) 観 ●観光推進協議会の運営(600千円) 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(19,046千円) ●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(27,700千円) ●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 6 年度 of 取組（R 6 予算）
- 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			●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：本市における最新の観光動向やデータを踏まえた観光振興に取り組むため、関係機関の保有データや来訪者アンケート等の活用を進めるほか、人流データ等を活用した観光客の動向の調査・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：現状、本市における観光関連データの公開は観光統計（年1回）のみであり、今後は、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、随時公表することで、官民連携によるデータの利活用を通じた観光振興に取り組む。

期 間：通年（原則、月1回更新）

＜公表する観光関連データ（例）＞
 宿泊関連（市内の主な宿泊施設の客室稼働率等）、主要観光施設等の入込数）、交通関連（空港、鉄道、バス関連の利用状況等）、観光webサイト関連、来訪者アンケート調査結果関連 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 6 年度の取組（R 6 予算）
➢ 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			● Instagram等のSNSを活用した観光情報の発信(12,000千円)観 ● 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(1,500千円)観 ● 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(2,500千円)観 ● 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(17,793千円)観 ● 名古屋市との連携協定に基づく相互交流事業（1,400千円)観 ● 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(39,566千円) ● 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(7,300千円)観 ● 米国・香港市場での認知度獲得及び誘客を図るための食×観光の魅力発信（4,000千円)観

【主な取組】SNSを活用したプロモーション

内 容：効果的な情報発信や広報が可能なWEB、SNSをはじめ、様々な媒体を活用した積極的な広報展開を行い、幅広い世代やニーズに合わせたプロモーションを行うことで、熊本の魅力を発信し、効果的な熊本のPR及び観光促進を図る。

期 間：R 6 年 4 月 1 日～ R 7 年 3 月 31 日

実 績：熊本市観光ガイド（Instagram）フォロワー数

- ・ R6.4月：約3,500人
- ・ R6.5月：約3,600人
- ・ R6.6月：約3,900人



【主な取組】台湾での現地プロモーション

内 容：熊本空港への直行便の就航等により、観光客の増加が続く台湾を本市の最重点市場として、「熊本城おもてなし武将隊」及び「ひごまる」を活用した現地旅行博等での情報発信やPRを行い、本市への誘客促進を図る。

期 間：高雄旅行博

- ・ R 6 年 5 月 23 日～ 5 月 28 日

台北旅行博

- ・ R 6 年 11 月 1 日～ 11 月 4 日



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			R 6 年度の取組（R 6 予算）
➤ 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(14,280千円)（観） ●インバウンド向けの福岡空港を起点とした九州周遊旅行の促進(3,000千円)（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(20,000千円)（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16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。広域的な周遊ルートも複数造成し、情報発信を行う。

期 間：R 6 年 7 月 1 日～ R 7 年 3 月 31 日

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

※令和 6 年 5 月 17 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：R 6 年 4 月 1 日～ R 7 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 6 年度の取組（R 6 予算）
➢ 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(39,980千円) ● 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(31,970千円) ● 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(13,200千円) ● 熊本県民体育祭へ向けた段階的な準備の実施(15,000千円)

【主な取組】国際会議キーパーソン交流会の開催

内 容：国際会議の主催者や開催決定権を有するキーパーソンなどを対象とする意見交換会・交流会を開催することで、本市のPRや情報収集、参加者とのネットワークの構築を図り、国際会議開催件数の増加に繋げる。

期 間：R 6 年10月頃を予定

■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ヵ年熊本での開催が決定。今年が開催2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：R 6 年11月12日（火）～ R 6 年11月17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21カ国から274名の参加があり、観覧者数は6日間で18,388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			R 6 年度 of 取組 (R 6 予算)
- 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) 熊本城をはじめとしたユニークベニューの整備と利用の促進 (18,050千円) (再掲) 国内外の誘致ターゲットに対する誘致活動の実施 (39,980千円) (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 (31,970千円)

【主な取組】ユニークベニュー・エクスカーションツアーの拡充

内 容：熊本城の周辺施設や水前寺等での懇親会プラン、阿蘇・天草などの観光資源を活用したエクスカーションツアーを開発のうえ、PRすることで、MICE誘致を推進する。

期 間：R4年度～

実 績：R4年度 海のピラミッド（三角・天草エリア）、熊本県立美術館など
R5年度 花畑広場、水前寺、阿蘇くまもと空港、山鹿八千代座など
R6年度（予定） 熊本城天守閣前広場、御船街なかギャラリーなど



熊本県立美術館

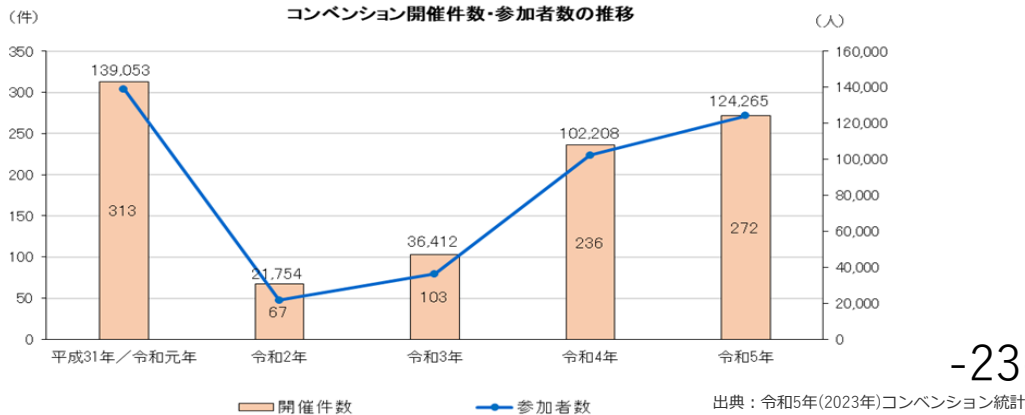


水前寺

【主な取組】大学向けMICEセミナーの開催

内 容：地元大学や関係機関等に対するMICEセミナー及び相談会を開催し、開催支援や各種助成金等の情報提供を行うとともに、大学等とのコンベンション誘致に係る連携強化を図る。

期 間：R 6 年度中 ※大学と調整中



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 6 年度 of 取組 (R 6 予算)
- 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(397,000千円)
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 6 年度 of 取組 (R 6 予算)
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(12,000千円)

【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：R 6 年 4 月 1 日～ R 7 年 3 月 31 日

実 績：TOKYO BASE 096会員数471名（R 6 年6月時点）
SNSフォロワー数6,722名（〃）



【主な取組】熊本ファン獲得のためのふるさと納税の推進

内 容：ふるさと納税を契機として熊本市に関心をもっていただく方々（熊本ファン）を増やしていくため、魅力的な返礼品の開発及びプロモーションを行い、寄附件数を増やしていく。

実績	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5
寄附件数	12,038	10,182	21,923	36,911	50,806

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
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

現状	(1) 市内の景気はゆるやかに回復傾向であり、また、県内の客室稼働率は約60%（全国平均約55%）※ 1 に対し、本市における客室稼働率は約80%※ 2 と高い状況にある。 (2) コロナ禍を経て、世界的にサステナブルな観光への意識の高まりがある中、観光地によっては著しい旅行者の増加により、混雑や渋滞、ごみ問題など、市民生活や自然環境、景観等に対する影響が出ているところがある。 ※ 1：出典：観光庁宿泊旅行統計調査（令和 6 年 3 月分集計結果）、※ 2：本市宿泊施設約30施設（令和 6 年 3 月分集計結果）
課題	(1) 急速に観光需要が回復する中、本市においても宿泊業や飲食サービス業などの観光関連産業に従事する人材不足が深刻となっているため、合同就職説明会やインターンシップ等を通じた求職者や学生が本市を知る機会の創出や、学校等における観光に関する学びを通じた人材育成等による観光産業の担い手づくりに取り組む必要がある。また、観光サービスのデジタル化を促進することで、生産性の向上や旅行者の体験の質向上（高付加価値化）等に取り組む必要がある。 (2) 熊本城や中心市街地等での混雑や渋滞、ごみ問題など、オーバーツーリズムの防止や抑制について対策を検討していく必要がある。また、水の都・熊本を象徴する地下水や自然豊かな水前寺江津湖エリアにおけるサステナブルな観光コンテンツの造成を行うなど、地域の本質に触れる深い価値体験などに取り組んでいく必要がある。

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 6 年度の取組（R 6 予算）
➤ 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（12,000千円） ●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（59,200千円） ●くまもと都市圏内のスタートアップ等に対する支援（43,000千円） ●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（16,072千円） ●総合ビジネス専門学校における観光分野に関する人材育成(0千円) ●市立高等学校における観光分野に関する探究活動の推進(0千円)
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 6 年度の取組（R 6 予算）
➤ 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) 観 ●高付加価値旅行者向けホテル誘致について検討するための、市場調査や事業者ヒアリングの実施（4,600千円）観

【主な取組】観光業界で求められる人材育成・観光分野に関する探究活動の推進

内 容：必由館高等学校では令和6年4月より新たにスタートする「熊本市第8次総合計画」を軸とし、高校生が自分たちの地域である熊本市の状況や政策について知ることにより、地域の課題を自分ごととして捉え、それぞれにテーマを設定し、解決に向けた探究学習「感じる探究！ in必由館」を進めていく。その取組の中で、観光分野に関する探究活動を推進していく。

【主な取組】リサーチデータの活用（共有）

内 容：現状、本市における観光関連データの公開は観光統計（年1回）のみであり、今後は、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、随時公表することで、官民連携によるデータの利活用を行い、データに基づく新たな事業の検討などによる生産性の向上を促進する。

期 間：通年（原則、月1回更新）

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 6 年度 の 取 組 (R 6 予 算)
▶ 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			●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（2,000千円）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 6 年度 の 取 組 (R 6 予 算)
▶ 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			●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（88,111千円） ●記念館の保存や、時期に応じたイベント等への活用（16,040千円） ●夏目漱石の記念年（R8、R9）に向け、新たに取得した第6旧居の活用や漱石に関するTVドラマの制作などを契機に、熊本ならではの新たな漱石文化振興を図る（10,000千円）

【主な取組】持続可能な観光の推進（レスポンスブルツーリズム）

内 容：水前寺江津湖エリアにおけるサステナブルな観光コンテンツ造成の検討など、地域の本質に触れる深い価値体験などを通じた本市の特性等をいかした取組を進めていく。



【主な取組】記念館の保存やイベント等への活用（お化け屋敷等）

内 容：小泉八雲熊本旧居で怪談師が小泉八雲の怪談を披露し、その後にお化けアクターが演出を仕掛け、来場者を驚かせる。期間中は、恐怖度の違う怪談5作品を怪談師やキャストを変えながら公演する。

事前予約制、全60回を予定。

期 間：R 6 年8月7日～ R 6 年8月12日

実 績： 633人（R5催事期間中の入館者数）

