

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月24日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	株式会社くまもとDMC	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	熊本県全域	
所在地	熊本県熊本市中央区水前寺公園 15-30	
設立時期	2016（平成28年）年12月9日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	15人【常勤12人（正職員5人・出向等7人）、非常勤3人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 磯田 淳 「専従」 （出身組織名） 熊本県	<ul style="list-style-type: none"> ・（株）リクルート勤務後、熊本県庁入庁 ・県庁において、観光振興、広報、国際、地域づくり、企業誘致などを担当 ・外務省出向（在シアトル日本国総領事館）後、知事秘書を経て、初代くまモングループ課長としてくまモンの普及促進を支援 ・商工観光労働部長として県内産業・観光の振興に尽力後、肥後銀行へ入行し地域振興部理事に就任 ・2021年4月、当社代表取締役社長に就任 リクルートで学んだビジネス感覚と県庁で培った地域づくりに関する幅広い知識やネットワークを有する
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 外山 由恵 「専従」 （出身組織名） （株）リクルート	<ul style="list-style-type: none"> ・（株）リクルートにて勤務。九州じゃらん立上げ後、じゃらんリサーチセンターに異動し、熊本県内の観光マーケティング・企画等を20年に亘り担当 ・2016年12月の当社設立時からのメンバー ・現在は、熊本県観光審議員、くまもん特任フェローほか、宇土市の まち・ひと・仕事創生総合戦略審議委員等を務める 観光関連マーケティングに高い知見と能力を有し、自治体や事業者と豊富なネットワークを持つ
財務責任者	（氏名） 羽野 晋之介 「専従」 （出身組織名）	<ul style="list-style-type: none"> ・肥後銀行で支店勤務の経験が長く、玉名支店副支店長、下南部支店長を歴任。主に企業融資に携わる

<p>(CFO: チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること</p>	<p>(株) 肥後銀行</p>	<ul style="list-style-type: none"> 福岡事務所長を務め、経済団体、大手企業、外国機関等の人的ネットワーク構築に尽力 2023年4月、当社常務取締役就任 現在は、くまもと新城下町創生会議委員、玉名観光協会理事を務める ファイナンス、地方創生の双方の知見を有す
<p>地域づくりの責任者(専門人材)</p>	<p>(氏名) 井手 修身 (出身組織名) アイデアパートナーズ(株)</p>	<ul style="list-style-type: none"> (株)リクルート入社後、地域活性化事業部統括マネージャーとして各地の地域づくりに参画 2005年にアイデアパートナーズ(株)、2010年にNPO法人アイデア九州・アジアを設立し、地域活性化に関する事業展開やコンサルティング業務を手掛ける 2022年4月に熊本県の南阿蘇村にIT、観光に関する専門学校を設立し、人材育成にも尽力している <p>当社の地域づくりの専門人材</p>
<p>IT、EC販売、WEBマーケティングの責任者(専門人材)</p>	<p>(氏名) 増田 一哉 (出身組織名) (株)サイバーレコード</p>	<ul style="list-style-type: none"> 大手半導体メーカー、食品メーカー勤務 食品メーカーにおいてWEBを活用した通信販売部門を担当し、爆発的な売り上げに貢献 2008年、ECの展開やコンサルを行うサイバーレコード(株)を設立 ふるさと納税の運営を主に手掛け、西日本ではNo.1の実績を誇る <p>WEB展開等におけるノウハウを活かし、当社のWEB戦略を支援</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>部署名: 熊本県観光戦略部 役割: 熊本県の観光戦略と(株)くまもとDMCの施策や取組みを共有 連携を強化し、一体的に観光振興を図るため、定期的な情報交換実施</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>【マーケティング】</p> <ul style="list-style-type: none"> 地方経済総合研究所、クロス・マーケティング、談 他 <p>【観光地域づくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 熊本県観光連盟、県内の各観光協会、地域DMO、九州産交ツーリズム、熊本国際空港、JR、JTB、日本旅行、トヨタレンタリース他交通事業者、インバウンドガイド協会、フットパス研究所、地域ブランディング研究所、古民家再生協会、九州電力、マインド シェア、アイデアパートナーズ、ノハラボ 他 <p>【インバウンド】</p> <ul style="list-style-type: none"> くまもと香港事務所、香港アンテナショップ「櫨杏」、日伊経済連合会、インバウンドガイド協会 イートジャパン 他 <p>【情報、システム、WEB、EC】</p> <ul style="list-style-type: none"> サイバーレコード、シンク・ガービッジ、DHE、ワクフリ、DESSIN 他 <p>【宿泊】</p> <ul style="list-style-type: none"> 熊本県旅行業協同組合、各地域の宿泊施設 他 <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> 各マスコミ、肥後銀行グループ 等 	

<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>・ 県内のDMOや地域で活躍する観光団体等との会議「地域連携会議」を設立し、くまもとDMCの取組の紹介や各地域DMOとの情報交換を実施</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>主 催：くまもとDMC 開催日：2022年7月26日 内 容：第1部 地域連携会議の概要 くまもとDMCの取組について 第2部 各地域の取り組み共有 今後のインバウンド戦略について ディスカッション&情報提供</p> </div> <p>【参加団体】</p> <table border="1" data-bbox="459 595 1417 1182"> <thead> <tr> <th>No.</th> <th>名称</th> <th>組織</th> <th>エリア</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>熊本県観光戦略部</td><td>熊本県</td><td>全域</td></tr> <tr><td>2</td><td>熊本県観光連盟</td><td></td><td>全域</td></tr> <tr><td>3</td><td>阿蘇デザインセンター</td><td>地域連携DMO</td><td>阿蘇</td></tr> <tr><td>4</td><td>(株)KASSE JAPAN</td><td>地域連携DMO</td><td>県南</td></tr> <tr><td>5</td><td>玉名観光協会</td><td>地域DMO</td><td>県北</td></tr> <tr><td>6</td><td>SMO南小国</td><td>地域DMO</td><td>阿蘇</td></tr> <tr><td>7</td><td>DMOやつしろ</td><td>地域DMO</td><td>八代</td></tr> <tr><td>8</td><td>熊本国際観光コンベンション協会</td><td></td><td>熊本市</td></tr> <tr><td>9</td><td>人吉球磨観光地域づくり協議会</td><td></td><td>人吉</td></tr> <tr><td>10</td><td>天草宝島観光協会</td><td></td><td>天草</td></tr> <tr><td>11</td><td>宇城市観光物産協会</td><td></td><td>宇城</td></tr> </tbody> </table>	No.	名称	組織	エリア	1	熊本県観光戦略部	熊本県	全域	2	熊本県観光連盟		全域	3	阿蘇デザインセンター	地域連携DMO	阿蘇	4	(株)KASSE JAPAN	地域連携DMO	県南	5	玉名観光協会	地域DMO	県北	6	SMO南小国	地域DMO	阿蘇	7	DMOやつしろ	地域DMO	八代	8	熊本国際観光コンベンション協会		熊本市	9	人吉球磨観光地域づくり協議会		人吉	10	天草宝島観光協会		天草	11	宇城市観光物産協会		宇城
No.	名称	組織	エリア																																														
1	熊本県観光戦略部	熊本県	全域																																														
2	熊本県観光連盟		全域																																														
3	阿蘇デザインセンター	地域連携DMO	阿蘇																																														
4	(株)KASSE JAPAN	地域連携DMO	県南																																														
5	玉名観光協会	地域DMO	県北																																														
6	SMO南小国	地域DMO	阿蘇																																														
7	DMOやつしろ	地域DMO	八代																																														
8	熊本国際観光コンベンション協会		熊本市																																														
9	人吉球磨観光地域づくり協議会		人吉																																														
10	天草宝島観光協会		天草																																														
11	宇城市観光物産協会		宇城																																														
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>① 阿蘇地域におけるサイクルを活用した観光地域づくりを行う「サイクルツーリズムの創出による南阿蘇鉄道沿線の観光客増加と地域の賑わいづくりプロジェクト実行委員会（くまもとDMC、高森町、南阿蘇鉄道、地元事業者等8団体）」を設立。地域住民や事業者を巻き込んだ一体的な地域づくりに取組む</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>高森町宿泊者向けのキャンペーン実施 ○高森町×サイクルによるフォトコンテスト 2022年12月12日～2023年3月3日 ○サイクルガレージ付き宿泊施設への宿泊促進 2023年1月16日～2023年3月3日</p> </div> <p>② 阿蘇（熊本）、くじゅう（大分）と一体となり阿蘇くじゅう国立公園の魅力を発信していくため「阿蘇くじゅうサイクルツーリズム推進協議会」（くまもとDMC、肥後銀行、大分銀行、O i t a M a i d）を設立</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Aso Kuju Cycle Festival実施 2022年11月26～11月27日の2日間</p> </div> <p>③ NPO法人熊本マンガミュージアムプロジェクト「マンガを活用した事業」遂行のための伴走調査、ビジネスモデル案づくりを実施</p>																																																

	<p>④ 社長 磯田による、各種団体での講演(観光地域づくりで熊本を元気にする！くまもとDMCの取組み紹介)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2022年 6月 21日 くまもと創造プラザ例会 ・ 2022年 8月 28日 日本ホスピタリティ・マネジメント学会熊本大会 ・ 2022年 10月 21日 熊本ロータリークラブ例会 ・ 2022年 11月 10日 アイデアITカレッジ ・ 2022年 11月 17日 熊本大学HIGOプログラム ・ 2022年 11月 28日 山江村復興むらづくりフォーラム ・ 2023年 01月 20日 熊本県観光ボランティア連絡協議会 ・ 2023年 02月 15日 高森町観光コーディネーター養成講座 <p>⑤ シンク・ガービッジ、アゴダと連携して、ITを活用したインバウンド戦略セミナーを実施</p> <p>⑥ 地域や団体等の各種協議会等に参画(くまもと新城下町創生会議、上天草市まち・ひと・しごと創生推進会議、玉名観光協会 等)</p> <p>⑦ 地元の若者への地域づくりに関する意識醸成を図るため、インターンや研修を受入(東海大学、熊本県立大学、尚綱大学、学園大付属高校、千原台高校)</p>
--	--

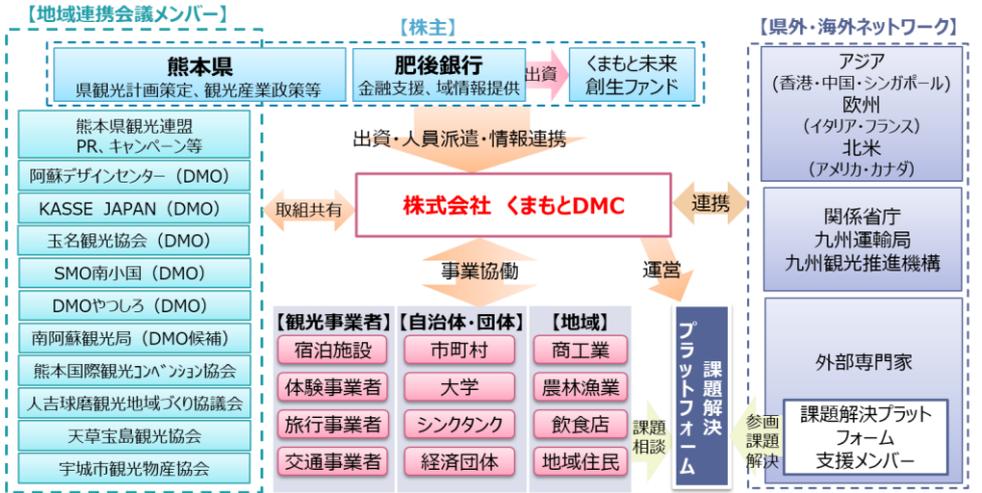
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】	
	事業	実施概要
	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>①自社WEBメディア「おるとくまもと」刷新 事業内容：熊本の様々な偏愛を持つ地域キュレーターを発掘し、よりディープな情報を集約し発信</p> <p>②自社ホームページによる取組の発信 事業内容：自社取組の情報発信</p> <p>③地域産品の国内ブランディング 事業内容：球磨焼酎を中心とした県産品フェア開催支援</p> <p>④地域産品の海外向けブランディング 事業内容：球磨焼酎等の海外向け販売展支援</p>
受入環境の整備	<p>⑤熊本県多言語コールセンター運営事業 事業内容：利用事業者のサポート、運用実績分析</p> <p>⑥インバウンド回復に向けた道の駅の多言語化支援 事業内容：インバウンド回復を見据えて、店舗の商品POP等に関する外国人目線での多言語化支援を実施</p> <p>⑦アーティスト版ワーケーションの実証 事業内容：阿蘇地域において自然の中で創作活動を行うアーティスト版ワーケーションモデルを構築</p> <p>⑧地域における独自性のあるワーケーション開発 事業内容：地域の特性や自然を活用した独自性のあるワーケーションプログラムを開発</p> <p>⑨地域課題に基づく地域周遊コンテンツの造成およびモニター実施 事業内容：人吉球磨地域の地域課題(回遊性)を解決するための観光コンテンツを造成</p>	

	<p>観光資源の磨き上げ</p> <p>⑩高付加価値な着地型ツアー開発・モニター実証 事業内容：阿蘇小国地域での豪華バス活用、水俣地域での海上タクシーを活用したプレミアムツアーを開発し、閉園後の熊本城の特別見学通路にて、プレミアムなディナーを味わうツアーを造成し、モニター実証</p> <p>⑪サイクルツーリズム推進 事業内容：長期間に渡るライドアラウンドイベント実施</p> <p>⑫SDGs をテーマとしたプレミアムな「食」企画の実施環境配慮型体験メニューの開発 事業内容：一流シェフらとの連携によるフードロス食材を使用した1日だけの特別レストランを実施 阿蘇の草原維持について、課題解決ワークショップを盛り込んだワーケーションを実施</p> <p>【定量的な評価】2022年4月1日～2023年3月31日</p> <p>① 記事掲載件数：111件 地域キュレーター発掘人数：20名</p> <p>② 情報発信件数：10件</p> <p>③ 企画参画飲食店：122店舗</p> <p>④ 海外（現地バイヤー等）との商談件数：33件</p> <p>⑤ 導入店舗数：608先</p> <p>⑥ 支援した商品数：685件</p> <p>⑦ アーティスト誘致人数：2名</p> <p>⑧ プログラム開発数：7件（6エリア） モニター参加者：17名</p> <p>⑨ モニター参加者：22名</p> <p>⑩ モニター参加者：16名</p> <p>⑪ イベント参加人数：95名</p>
<p>実施体制</p> <p>※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</p>	<p>【実施体制の概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・株主として熊本県、肥後銀行、リサパートナーズが入り、業績状況や取組内容について、定期的に報告もしくは審議する ・熊本県観光戦略部と、事業の方向性をすり合わせていくため、1カ月に1度のペースで情報交換を実施 ・熊本県全域を範囲とする唯一の地域連携DMOとして、他の地域連携DMOや地域DMO、観光協会等との意見交換をする「地域連携会議」を創設 ・地域の観光関連事業者の課題解決を具体的に実施していくため、首都圏等の専門家と連営した「Think To Doラボ」を創設 ・熊本県をはじめ各自治体、熊本県観光連盟及び各地の観光協会・地域DMO、観光関連事業者、交通事業者、経済団体、大学、マスコミ、金融機関等、産官学が連携した運営を実施

【実施体制図】

熊本県全域を活動領域とする、熊本県唯一の地域連携DMO

(DMO: Destination Marketing/Management Organization)



○主要観光地域の延べ宿泊者数

(単位:千人)

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年※
熊本市	3,067	3,076	2,989	1,732	1,757	1,713
阿蘇地域	1,735	1,849	1,629	885	829	861
天草地域	515	594	589	484	414	404
菊池地域	670	713	673	493	447	356
人吉球磨地域	337	305	300	161	221	162

(※2022年の地域別実績は9月までの9ヶ月間の実績)

○観光消費額

総消費額

(単位:億円)

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
合計	3,050	3,186	3,220	1,775	1,906	集計中
宿泊客	1,404	1,947	2,130	1,065	1,131	集計中
日帰り客	1,647	1,239	1,090	710	775	集計中

総消費額

(単位:億円)

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本人	2,942	2,785	2,851	1,728	1,906	集計中
外国人	251	401	369	47	—	集計中

1人当たり消費額

(単位:円)

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
宿泊客	19,3982	27,554	31,477	26,110	26,912	集計中
日帰り客	3,664	5,460	6,296	5,103	4,366	集計中

【出典：熊本県観光統計表】

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

○熊本エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
熊本城 桜の馬場・城彩苑 下通り・上通り商店街 水前寺成趣園 島田美術館 くまモンスクエア 植木温泉　ワンピース銅像 田原坂公園 サントリービール工場見学 湖池屋工場見学	江津湖公園 金峰山県立自然公園 立田自然公園	熊本城お城祭り 火の国祭り 藤崎宮秋の例大祭 熊本城マラソン 熊本ラーメン、辛子蓮根 太平燕、植木すいか、馬肉料理 肥後象眼 武士道体験

○荒尾・玉名・山鹿・菊池エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
八千代座 万田坑（世界遺産） グリーンランド 山鹿温泉、平山温泉 玉名温泉、菊池温泉 菊鹿ワイナリー	菊池渓谷 アイラトビカズラ（天然記念物） 荒尾干潟	山鹿燈籠祭り あらお荒炎祭り 米米惣門ツアー イデベンチャー 菊鹿ワイン 南関そうめん、玉名ラーメン 小代焼き

○阿蘇エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
阿蘇神社・門前町（水基めぐり） 阿蘇火山博物館 内牧温泉、黒川温泉 杖立温泉、わいた温泉 上色見熊野座神社	阿蘇くじゅう国立公園 阿蘇ジオパーク 阿蘇五岳、中岳火口 草千里ヶ浜、大観望、仙酔峡 白川水源、池山水源 鍋ヶ滝 瀬ノ本高原 雲海	阿蘇神社火振り神事 体験乗馬 各種トレッキング サイクルイベント パラグライダー、熱気球 あか牛（あか牛丼） 阿蘇高菜

○天草エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
天草五橋 三角西港（世界遺産） リゾラテラス天草 天草キリシタン館 崎津教会・崎津集落（世界遺産） 下田温泉、大矢野温泉	雲仙天草国立公園 千巖山 天草サンセットライン 御興来海岸	天草マラソン 牛深・本渡ハイヤ祭り イルカウォッチング マリンスポーツ 九州オルレ 天草大王 車海老

○八代、人吉球磨エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
青井阿蘇神社 人吉城址、八代城址 焼酎蔵 人吉クラフトパーク 相良三十三観音 石工の郷（日本遺産） 日奈久温泉、人吉温泉	球磨川、球泉洞 白水滝 市房千年杉 五家荘の紅葉	八代全国花火競技大会 八代妙見祭 打たせ船 球磨川下り、ラフティング 焼酎蔵ツーリズム、球磨焼酎 鮎、晩白柚

※当社では既存の観光資源にとらわれず、地域に埋もれている豊かな自然や農林水産物、文化資源などあらゆる素材を活かした観光コンテンツを造成している。

また、業務にあたっては以下の2つのポイントに基づき造成等を行っている。

- ② 地域との関係性を重視し、課題等を的確に把握し、地域毎のコンテンツをしていくこと
- ② 市町村や地域住民、商工農業者の方々と幅広く連携し、持続可能な取組とすること

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	ホテル		旅館		合計	
	施設数	客室数	施設数	客室数	施設数	客室数
総数	132	9,463	1,078	17,643	1,210	27,106
熊本市	25	3,654	176	5,896	201	9,550
阿蘇	17	967	343	4,730	360	5,697
天草	12	507	189	2,126	201	2,633
菊池	21	1,575	56	1,007	77	2,582
八代	16	1,099	54	569	70	1,668
有明	24	950	36	485	60	1,435
人吉	5	151	74	955	79	1,106
山鹿	3	170	53	689	56	859
水俣	2	127	38	520	40	647
宇城	5	170	40	467	45	637
御船	2	93	19	199	21	292

(注) 管轄保健所別、熊本県薬務衛生課調べ(平成29年度)

【利便性：区域までの交通、域内交通】

1. JR

九州新幹線で博多駅から熊本駅まで約35分、大阪駅から最短で2時間59分

2. 航空機

- | | | | |
|------------|---|------|---------|
| (1) 羽田空港 | ⇔ | 熊本空港 | 約1時間50分 |
| (2) 大阪空港 | ⇔ | 熊本空港 | 約1時間10分 |
| (3) 台湾(高雄) | ⇔ | 熊本空港 | 約3時間 |
| (4) 韓国(仁川) | ⇔ | 熊本空港 | 約1時間30分 |
| (5) 香港 | ⇔ | 熊本空港 | 約3時間 |

※国際線については、コロナ感染症対策により欠航中

3. 域内交通(自動車)

- | | | | |
|-----|---|-------|---------|
| 熊本駅 | ⇔ | 熊本空港 | 約1時間 |
| 熊本駅 | ⇔ | 阿蘇方面 | 約1時間20分 |
| 熊本駅 | ⇔ | 上天草方面 | 約1時間15分 |
| 熊本駅 | ⇔ | 人吉方面 | 約1時間30分 |

【外国人観光客への対応】

1. インバウンド向けのインフラ整備

- (1) 多言語通訳コールセンター運営
- (2) 道の駅の看板や商品パッケージ等の多言語化事業
- (3) 宿泊事業者向けインバウンド戦略セミナー開催

2. 旅行商品の造成

- (1) サイクルツーリズム

・阿蘇くじゅう国立公園で行った「Aso Kuju Cycle Festival」で阿蘇をサイクリングの聖地として定着すべく台湾の人気ユーチューバーを招待。

3. 県産品の海外向けブランディング

- (1) 熊本県産和牛の台湾プロモーション活動
- (2) 熊本県産トマトの香港プロモーション活動

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	熊本県観光連盟統計調査
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	熊本県観光連盟統計調査
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	自社運営サイト「おるとくまもと」、コーポレートサイトを活用して実施
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

- ・ 熊本は自然豊かな地域で、その自然の恵みである水資源が豊富で、温泉を活かした観光業、また農林業、水産業も盛んに営まれ、食の資源にも恵まれている。
- ・ また、歴史・文化の面でも、3つの世界遺産認定地域、3つの日本遺産認定地域を保持し、そうした資源は熊本の観光振興に向けた活用が期待されている。
- ・ 特に、自然資源に関しては、単に景観を見せるだけではなく、「癒し」や「リラックス」「自己探求」といったものに繋げていく。
- ・ 現状として、そうした豊富な資源は十分に活かされているとは言えないことから、今後、地域連携DMOと地域DMOや観光推進団体の連携を深めながら、活用に向けた取り組みを展開することで、熊本の観光また地域の活力の向上を進める必要がある。
- ・ 世界半導体製造大手TSMCの熊本工場建設により、台湾と熊本県との関係が強くなることから、台湾の方々に対する観光誘致も強化する必要がある。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・ 熊本県内特有の歴史・文化（財）・風習（熊本城、水前寺公園等） ・ 魅力的な自然環境（天草、阿蘇/世界ジオパーク、ナショナルパークジャパン認定、水資源） ・ 魅力的な食材（海鮮、あか牛、馬、果物、野菜、米、水） ・ 豊富なマンガコンテンツの存在 ・ 九州の中央という立地、九州全県へのアクセス環境 ・ アジアへの近さ 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 豊かな資源が観光素材として活かされていない ・ 豊かな地域性による地域住民や事業者の現状満足 ・ 富裕層向けホテルがない（観光客の滞在期間が短い） ・ 観光客の消費額が低い ・ 災害多発地域のイメージ ・ 二次交通の不便さ（空港・港の立地、公共交通機関）

外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・震災後、県への注目度・地域の結束向上、観光の再評価 ・新しい生活様式による地方移住、定住 ・新たな集客施設（熊本城ホールMICE、熊本地震震災ミュージアム「KIOKU」、ONEPIECE麦わら一味像） ・被災施設の復旧（南阿蘇鉄道、人吉地区の旅館） ・台湾大手企業（TSMC）の進出 ・スポーツツーリズムの活性化（ツールド九州開催、世界バトミントン「スーパー500」） ・熊本国際空港の新築、周辺開発 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・人材不足、後継者不足（観光関連・宿泊施設） ・長期に渡るコロナによる観光関連事業者の廃業 ・新型コロナによる観光市場の縮小 ・地震、水害等の自然災害・風評被害 ・地域間の連携体制不足
------	---	---

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

(3) ターゲット

○第1ターゲット層 <ul style="list-style-type: none"> ・国内旅行者（九州一円、特に福岡県、熊本県）、大都市圏の会社員
○選定の理由 <ul style="list-style-type: none"> ・マイクロツーリズムの旅行者に対するPRに注力する。 ・地域課題解決による教育プログラム型ワーケーション造成による関係人口の創出を図る。 ○取組方針 <ul style="list-style-type: none"> ・食や自然資源等の地域毎の特徴あるコンテンツを発掘し、磨き上げ、情報発信を行う。 ・熊本の「食」と「観光資源」のファンを増やし、継続的に熊本にきてもらう仕組みづくりを行う。 ・課題解決力を培う社員教育の場としてワーケーションプログラム造成を強化し、ワーケーション体験者に対する熊本ファンの増加を図る。
○第2ターゲット層 <ul style="list-style-type: none"> ・国内旅行者（首都圏、関西圏、名古屋圏のシニア層）
○選定の理由 <ul style="list-style-type: none"> ・大都市圏の首都圏、関西圏、名古屋圏は重要なマーケットである為、第2ターゲット層に据える。 ・三都市圏とは阿蘇くまもと空港との定期便がある。特に、関西圏は新幹線で最短3時間の経済圏。 ○取組方針 <ul style="list-style-type: none"> ・主に、時間的余裕があり、これまでと違った観光を行いたい50～60代のシニア層に対し、熊本の文化・自然を織り交ぜた高付加価値なツアー（非日常体験）を造成し訴求していく。 ・また、ふるさと納税や県産品購入者のマーケティングを展開し、熊本ファンに対するアプローチ策を追求していく。
○第3ターゲット層 <ul style="list-style-type: none"> ・台湾、香港のインバウンド
○選定の理由 <ul style="list-style-type: none"> ・台湾は世界半導体製造大手TSMCが熊本に進出し、阿蘇くまもと空港との航空定期便も就航するため、益々活発な交流が見込まれる。 ・香港には熊本の食材を取り扱う日本料理店「割烹櫓杏」があるなど、熊本県との繋がりがある。 ・香港、台湾ともに多くの富裕層がいるため、大きなマーケットである。 ○取組方針 <ul style="list-style-type: none"> ・外国人の目線で、県内各地域の自然、歴史、文化、食を体験できるコンテンツを調査。 ・観光案内の多言語化を推進し、訪日外国人とのコミュニケーション強化を図る。 ・海外AGT、訪日サイトとの連携を通じてインバウンドへ情報発信・商品提供を行っていく。

・ さらに、旅行者の訪熊～帰国後のSNS等での情報拡散や口コミで観光や食の魅力を伝播させる。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>【当社のコンセプト】 熊本を「食」×「観光資産」＝「旅」というキーワードで世界にマーケティングする会社 ※熊本の魅力ある食と観光資源を融合し、観光地域として磨き上げ、人が来るような仕組みを作り、国内外に向けて発信し、誘客する</p>
②コンセプトの考え方	<p>Our vision mission 熊本の強みである「食」と「観光」をブランディングし、地域活性をリードします。</p> <p>Vision 熊本の魅力を一人でも多くの人に伝え、体感してもらうことで、豊かな熊本の未来を創造します。</p> <p>Value マーケティングに基づき、地域経済の好循環をデザインします。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主要な連携先である熊本県観光戦略部と定例ミーティング（1カ月に1度程度）を実施し、当社の取組を報告。熊本県の観光政策の方向性と適宜すり合わせを実施 ・ 年度の事業取組方針、施策、KPIについて事業計画を策定し、熊本県や株主、金融機関と共有。また、成果についても、同様の報告を行う ・ 株主に対する諮問委員会を1か月に1度実施し、株主であるファンドに関して定期的に報告 ・ 主要金融機関（肥後銀行、日本政策金融公庫）に対し、業績および取組事例を6カ月に1度報告 <ul style="list-style-type: none"> ・ 県内DMO組織を集い「地域連携会議」を実施。くまもとDMCの取組事例や各地域の取組の共有、協業の可能性についてディスカッションを実施
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地元IT企業と連携して、飲食店や宿泊施設の販売促進に関するWEBコンサルティングを実施 ・ 地域ガイドを組織化、育成、ガイド商品化する枠組みを構築（熊本市、阿蘇地域） ・ 地方自治体や県内各地の観光協会が主催する組織や会議体の構成メンバーとして関与 <ul style="list-style-type: none"> 熊本新城下町創生会議：委員 玉名観光協会：理事 上天草市まち・ひと・しごと創生推進会議：構成員 上天草市指定管理候補者選定委員会：委員
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社が運営するWEBサイト「おるとくまもと」とフェイスブック、インスタグラムを連動させて、県下各地域の団体や事業者の情報発信を行っている。また、同サイト内でワーケーション可能な宿泊施設等やガイド可能な地域の団体を取りまとめWEB上で紹介している。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I (実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

ようこそくまもと観光立県推進計画

(1) 必須K P I

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	380,000 (-)	350,000 (-)	350,000 (-)	350,000 (-)	350,000 (-)	350,000 (-)
	実績	177,490 (4,730)	190,590 (-)	集計中 (集計中)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	8,000 (1,200)	8,000 (-)	8,000 (-)	8,000 (-)	8,000 (-)	8,000 (-)
	実績	4,732 (140)	4,737 (36)	6,266 (99)			
●来訪者満足度 (%)	目標	90.0 (-)	90.5 (-)	90.5 (-)	91.0 (-)	91.0 (-)	91.0 (-)
	実績	86.6 (-)	87.6 (-)	86.8 ()			
●リピーター率 (%)	目標	75.0 (-)	75.0 (-)	75.0 (-)	78.0 (-)	78.0 (-)	78.0 (-)
	実績	66.0 (-)	74.0 (-)	76.0 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

- ・当社は熊本県全域を対象とする地域連携DMOとして、熊本県や熊本県観光連盟と連携して活動するため、観光消費額、延べ宿泊者数、延べ外国人宿泊者数は、熊本県のK P I (ようこそくまもと観光立県推進計画：2021年～2023年)を採用。
- ・前回の熊本県計画は2017年～2019年であるため、2020年の目標値は2019年目標値を入力。
- ・公表済の2022年度までの観光統計実績を入力。
- ・来訪者満足度、リピーター率については当社独自の指標として設定している。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

- ・2022年までは外国人旅行者の減少により旅行消費額低迷しているが、新型コロナウイルスの弱体化等により水際対策が緩和されたことから、2023年以降はインバウンド増加が見込まれ、旅行消費額はコロナ前までの水準に回復見込み。

●延べ宿泊者数

- ・新型コロナウイルスの弱体化により移動制限が解除されたことから、2022年から宿泊者数が回復の兆しを見せている。
- ・新型コロナウイルスの水際対策緩和から、インバウンドも増加しており、2023年度以降はコロナ前の水準まで戻ると予想。

●来訪者満足度

- 熊本旅行における満足度は比較的高い水準で推移している。特に、「食べ物」「特産品」「宿泊施設」では全国平均を超えている。南小国、南阿蘇といった高付加価値な食べ物、宿泊施設等が満足度を上げている。天草、県南、県北の魅力も発信していく必要がある。

●リピーター率

- 魅力ある宿泊施設や食べ物を求めるリピーターが多い。リピーター自体も増加傾向にあり、更なる品質の向上が不可欠となっている。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●ツアー造成数 (単位：件)	目標	20 (-)	20 (-)	50 (-)	50 (-)	50 (-)	50 (-)
	実績	42 (-)	47 (-)	44 (-)			
●情報発信 (単位：件)	目標	100 (-)	100 (-)	100 (-)	100 (-)	100 (-)	100 (-)
	実績	113 (-)	120 (-)	111 (-)			
●Web サイトへの アクセス数 (単位：千PV)	目標	800 (-)	1,000 (-)	1,200 (-)	1,400 (-)	1,400 (-)	1,400 (-)
	実績	634 (-)	735 (-)	483 (-)			
●コールセンタ ー導入店舗数 (単位：件)	目標	650 (-)	700 (-)	750 (-)	800 (-)	800 (-)	800 (-)
	実績	591 (-)	595 (-)	608 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

- 当社は熊本県全域を対象とする地域連携DMCとして、地域の様々なコンテンツを発掘し、魅力あるツアーとしてブラッシュアップすることで、域外を中心とした多くの関係人口創出を図っていくことを目指している。
- 過去の実績や現在の人員等を鑑み、ツアー造成数は年間50件を目標値として設定。
- また、各種コンテンツや上記ツアー等について、効果的な発信を行う必要があるため、情報発信や記事投稿件数、WEBサイトへのアクセス数も指標として設定。
- 新型コロナ収束後のインバウンド回帰のための態勢整備として、引き続きコールセンターの導入店舗数も指標として設定。

【設定にあたっての考え方】**● ツアー造成件数**

- ・ 2022 年度は、新型コロナウイルスの移動制限も解除されたこともあり、阿蘇でのサイクルイベントやワーケーションプログラムなど、人が多く募るツアー造成を行うことができた。また、熊本城、赤松館、三角西港などの文化財を活用したツアーを造成し、三角半島にて魚のさばき方体験やミカン狩り体験など家族参加型のツアーも造成した。2023 年度以降も地域の様々なコンテンツを活用し、50 件のツアー造成を目指していく。

● 情報発信・記事投稿件数

- ・ 2022 年度は、新型コロナウイルスの移動制限が解除され、人流が活発化したこともあり、県内各地の情報発信を積極的に行い、アフターコロナに向けたプロモーションを実施。

● WEB サイトへのアクセス数

- ・ 2022 年度も、自社運営 WEB サイト（おるとくまもと、コーポレートサイト）において、情報発信や記事投稿を積極的に行った。2022 年度以降も、「おるとくまもと」の「おるとー（寄稿者）」との懇親会の開催や寄稿者増加よりアクセス数の拡大を図る。

● コールセンター導入店舗数

- ・ 外国人向けのコールセンター導入を熊本県と連携し進めている。2022 年度は、韓国・香港からのインバウンド増加に伴い、導入店舗数が増加。インバウンドは急回復しており、今後も導入店舗数は増加見込み。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。
 ※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2020（R2） 年度	226,266,742（円）	【事業収入】 222,337,218（円） 【持続化給付金等】 3,929,524（円）
2021（R3） 年度	220,878,813（円）	【事業収入】 217,950,572（円） 【観光振興補助金】 2,928,241（円）
2022（R4） 年度	227,003,718（円）	【事業収入】 225,068,638（円） 【IT導入補助金】 1,935,080（円）
2023（R5） 年度	234,722,727（円）	【事業収入】 234,722,727（円）
2024（R6） 年度	250,000,000（円）	【事業収入】 250,000,000（円）
2025（R7） 年度	250,000,000（円）	【事業収入】 250,000,000（円）

（2）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2020（R2） 年度	231,825,274（円）	【売上原価】 123,711,843（円） 【一般販管費等】 108,113,431（円）
2021（R3） 年度	172,854,105（円）	【売上原価】 109,516,743（円） 【一般販管費等】 63,337,362（円）
2022（R4） 年度	182,502,685（円）	【売上原価】 126,368,364（円） 【一般販管費等】 59,134,321（円）
2023（R5） 年度	192,789,818（円）	【売上原価】 127,100,000（円） 【一般販管費等】 65,389,818（円）
2024（R6） 年度	205,000,000（円）	【売上原価】 135,000,000（円） 【一般販管費等】 70,000,000（円）
2025（R7） 年度	205,000,000（円）	売上原価】 135,000,000（円） 【一般販管費等】 70,000,000（円）

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・当社は株式会社組織として設立しており、行政等からの補助金・会費等の安定した収入源を保持しておらず、あくまで事業活動対価が活動の源泉となっている。
- ・現状、熊本県、環境省、観光庁、各自治体から、旅行商品造成や観光関連のマーケティング等に係る委託事業を積極的に受注することで、収益基盤の安定を目指している。
- ・但し、上記収入は年度毎の変動が大きく、収益の安定性に不安があるため、熊本県産品の地域商社機能や商品開発コンサルティング等、事業活動の基盤となるような新たな収益源拡大を図っている。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

(株)くまもとDMCは、熊本県全域を管轄とする唯一の地域連携DMOであり、熊本県としては、これまで、(株)くまもとDMCとの様々な観光地域づくり活動を連携して行ってきており、今後も更にその取り組みを進めてまいりたい。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

- ・当社は熊本県全体を活動領域とする唯一のDMOであり、主に熊本県と連携しながら活動を行っている。
- ・県内のDMOや地域で活躍する観光団体等との「地域連携会議」を設立し、年1回以上当社の取組みの紹介や各地域DMOとの情報交換や意見交換を全体で行っている。
- ・また、個別に意見交換を行っており、各々連携して取り組んでいる。

【区域が重複する背景】

- ・当社は熊本県全域を対象とする地域連携DMOとして活動。また、熊本県内において特定エリアを対象とする以下のDMOが組成され、各々が連携し活動を行う。

No.	名称	組織	エリア
1	(株)KASSE JAPAN	地域連携DMO	県南
2	(公財)阿蘇地域振興デザインセンター	地域連携DMO	阿蘇
3	(一社)人吉球磨観光地域づくり協議会	地域DMO	人吉・球磨
4	(一社)玉名観光協会	地域DMO	玉名市
5	(株)SMO南小国	地域DMO	南小国町
6	(一社)DMOやつしろ	地域DMO	八代市
7	(一社)みなみあそ観光局	地域DMO	南阿蘇村

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

- ・各地域のDMOは地域の観光素材や課題を抽出し、当社がその観光素材のブラッシュアップ等を行いツアー造成実施。また、地域課題に対し、当社のネットワーク先と連携し、解決策の立案等を行っている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

- ・各地域を対象とするDMOと熊本県全域を対象とする当社の枠組みで、効率的な情報収集および効果的な企画立案や情報発信を行っている。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	羽野 晋之介
担当部署名（役職）	常務取締役 地域活性推進部長
郵便番号	862-0956
所在地	熊本県熊本市中央区水前寺公園15-30
電話番号（直通）	096-276-6655
FAX番号	096-276-6622
E-mail	soumu@k-dmc.co.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	熊本県
担当者氏名	上村 龍成
担当部署名（役職）	観光戦略部 観光国際政策課 政策・総務班 参事
郵便番号	862-8570
所在地	熊本県熊本市中央区水前寺6丁目18-1
電話番号（直通）	096-333-2754
FAX番号	096-381-3343
E-mail	kamimura-ry@pref.kumamoto.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】 熊本県全域
 【設立時期】 平成28年12月9日
 【設立経緯】 区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
 【代表者】 磯田 淳
 【マーケティング責任者(CMO)】 執行役員 外山 由恵
 【財務責任者(CFO)】 常務取締役 羽野 晋之介
 【職員数】 16人(常勤14人(正職員6人・出向等8人)、非常勤2人)
 【主な収入】
 収益事業 179百万円、委託事業 48百万円(令和4年度決算)
 【総支出】
 事業費 126百万円、一般管理費 59百万円(令和4年度決算)
 【連携する主な事業者】
 熊本県観光連盟、地域DMO、地方経済総合研究所、肥後銀行、九州産交ツーリズム、熊本国際空港、九州旅客鉄道、JTB、九州観光機構、九州経済調査協会、等

KPI(実績・目標)

記入日: 令和5年7月24日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	380,000 (-)	350,000 (-)	350,000 (-)	350,000 (-)	350,000 (-)	350,000 (-)
	実績	177,490 (4,730)	190,580 (-)	集計中 (集計中)	-	-	-
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	8,000 (1,200)	8,000 (-)	8,000 (-)	8,000 (-)	8,000 (-)	8,000 (-)
	実績	4,732 (140)	4,737 (36)	6,266 (99)	-	-	-
来訪者 満足度 (%)	目標	90.0 (-)	90.5 (-)	90.5 (-)	91.0 (-)	91.0 (-)	91.0 (-)
	実績	86.6 (-)	87.6 (-)	86.8 (-)	-	-	-
リピーター率 (%)	目標	75.0 (-)	75.0 (-)	75.0 (-)	78.0 (-)	78.0 (-)	78.0 (-)
	実績	66.0 (-)	74.0 (-)	76.0 (-)	-	-	-

戦略

【主なターゲット】
 ①熊本、福岡中心とした九州一円の旅行者
 大都市圏の会社員
 ②首都圏、関西圏、名古屋圏のシニア層
 ③台湾・香港のインバウンド
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 ①国内外向け情報発信の精度向上
 ②ストーリー性がある、又は、高付加価値
 (非日常体験)があるコンテンツ造成
 ③データ分析によるプロモーション活動
 【観光地域づくりのコンセプト】
 「食」と「観光」による熊本県ブランディング

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
 ・文化財を活用した食事・文化
 体験ツアー開発
 ・無人島プレミアムランチ開発
 ・ワーケーションプログラムの造成
 ・侍文化体験ツアー開発
 【受入環境整備】
 ・熊本県多言語コールセンターの
 運営事業
 ・道の駅の多言語化
 ・宿泊事業者向けインバウンド
 視点のセミナー開催

【情報発信・プロモーション】
 ・情報発信サイト「おるとくまもと」
 の運営
 ・LINEスタンプキャラクターを活用
 した物産、観光地のPR活動
 ・楽天グループとの共創による
 データに基づく地域づくり開始
 【その他】
 ・地域DMO、観光協会との連携を
 する「地域連携会議」を実施
 ・地元高校生と取り組みフードロス
 食材を活用したレストラン企画実施

