観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月２９日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･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	19 人【常勤 14 人（正職員 7 人・出向等 7 人）、非常勤 5 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） （株）肥後銀行	・㈱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 ・初代くまモングループ課長として「くまモン」の普及を促進し、その後、商工観光労働部長として県内産業・観光の振興に尽力 ・県退職後、2020 年 4 月より肥後銀行に入行 ・2021 年 4 月、当社代表取締役社長に就任 ・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） 熊部　紀衣子「専従」	・大学卒業後、広告制作/編集会社、IoT デバイスメーカー企業において、企画営業やプロジェクトマネジメントを担当 ・2021 年に当社入社、2025 年 4 月より地域活性推進部 執行役員兼シニアマネージャーに就任 ・着地型コンテンツ造成による関係人口づくりへの取り組みや、県内の EBPM 推進に向けたデータ活用人材の育成、観光 DX 推進事業を担う
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 羽野　晋之介「専従」 （出身組織名） （株）肥後銀行	・㈱肥後銀行入行後、数々の営業店で勤務。うち 4 年間は東京支店で勤務し、主に企業融資、融資管理に携わる ・2019 年 4 月より福岡事務所長を務め、経済団体、大手企業等の人的ネットワーク構築に尽力 ・2023 年 4 月より当社常務取締役に就任。 ・玉名観光協会、上天草市まち/ひと/しごと創生推進会議等、各種県内会議体の構成員を務める ・ファイナンス、地方創生の双方の知見を有する
行政担当の責任者	（氏名） 小金丸　健　「専従」	・熊本県庁入庁後、人事、観光振興、環境保全対策、交通政策等を担当

様式１

	（出身組織名） （株）肥後銀行	・国際課長、くまモングループ課長、デジタル推進局長などを歴任し、その後は総務部長として、県庁全体の組織運営・管理を統括 ・県退職後、2025 年 4 月より肥後銀行に入行し、2025 年 6 月に当社常務取締役に就任 ・熊本県庁や熊本県内の自治体との幅広いネットワークと、行政の知見を有する
地域づくりの責任者（専門人材）	（氏名） 井手　修身 （出身組織名） イデアパートナーズ（株）	・㈱リクルート入社し、地域活性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 年にイデアパートナーズ㈱、2010 年に NPO 法人イデア九州・アジアを設立。地域活性化事業の企画・実施サポート等を手掛ける ・2022 年 4 月に熊本県南阿蘇村に IT と観光の専門学校を設立し、人材育成にも尽力している ・当社の地域づくりの専門人材
ＩＴ、ＥＣ販売、ＷＥＢマーケティングの責任者（専門人材）	（氏名） 増田　一哉 （出身組織名） （株）サイバーレコード	・大手機械製造企業、食品製造企業に勤務 ・食品製造企業にて Web を活用した通信販売部門を担当し、売上躍進に貢献 ・2008 年に EC サイト運営代行やネット販売コンサルティングを行う㈱サイバーレコードを設立 ・ふるさと納税の運営代行も手掛け、運営代行においては九州トップクラスの実績を誇る ・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
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	部署名：熊本県観光文化部 役　割：熊本県の観光戦略と㈱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	
連携する事業者名及び役割	【マーケティング】 ・地方経済総合研究所、談、楽天グループ、じもとビークル研究所、 ＴＡＳＵＫＩ、九州経済研究所　他 【観光地域づくり】 ・熊本県観光連盟、県内の各ＤＭＯ・各観光協会、、九州産交ツーリズム、熊本国際空港、ＪＲ九州、ＪＴＢ、日本旅行、トヨタレンタリース他交通事業者、フットパス研究所、地域ブランディング研究所、イデアパートナーズ、ノハラボ、カッセジャパン、のあそびラボ　他 【インバウンド】 ・くまもと香港事務所、香港アンテナショップ「檜杏」、ＧＯ ＧＯ ＦＯＯＤＳ イートジャパン、くま台湾 ｎｅｏ、アドアストラ、ビーボーン　他 【情報、システム、ＷＥＢ、ＥＣ】 ・サイバーレコード、シンク・ガービッジ、ワクフリ、ＤＥＳＳＩＮ Ｈｕｂ．ｃｒａｆｔ、レイメイ藤井、九州デジタルソリューションズ　他 【宿泊】 ・熊本県旅行業協同組合、各地域の宿泊施設　他 【その他】 ・各マスコミ、肥後銀行グループ、ＴＫＵヒューマン　等	

様式１

<table>
<tr>
<td>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</td>
<td>
① 取締役会・株主総会
・肥後銀行グループ、投資会社、IT 企業、地域活性化プランニング企業、税理士法人、熊本県が参画し、観光地域づくりに関する方針を決定

② 地域連携会議
・県内の地域連携ＤＭＯ、地域ＤＭＯと各地域の観光団体、熊本県が参画し、当社がファシリテーターとなり、各団体及び熊本県の取り組みを共有し、観光地域づくりの足掛かりを築く
【参加団体】
<table>
<tr><th>No.</th><th>名称</th><th>組織</th><th>エリア</th></tr>
<tr><td>1</td><td>熊本県観光戦文化部</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>ＫＡＳＳＥ　ＪＡＰＡＮ</td><td>地域連携ＤＭＯ</td><td>県南</td></tr>
<tr><td>4</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>5</td><td>人吉球磨観光地域づくり協議会</td><td>地域連携ＤＭＯ</td><td>人吉球磨</td></tr>
<tr><td>6</td><td>ＤＭＯやつしろ</td><td>地域ＤＭＯ</td><td>八代</td></tr>
<tr><td>7</td><td>玉名観光協会</td><td>地域ＤＭＯ</td><td>玉名</td></tr>
<tr><td>8</td><td>ＳＭＯ南小国</td><td>地域ＤＭＯ</td><td>南小国</td></tr>
<tr><td>9</td><td>みなみあそ観光局</td><td>地域ＤＭＯ</td><td>南阿蘇</td></tr>
<tr><td>10</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>11</td><td>天草宝島観光協会</td><td></td><td>天草</td></tr>
<tr><td>12</td><td>宇城市観光物産協会</td><td></td><td>宇城</td></tr>
</table>
※今後、旅館ホテル生活衛生同業組合、熊本国際空港等の参画を呼び掛ける予定

③ 各事業での事業者間連携
・熊本県や各自治体の各受託事業において、交通事業者、宿泊事業者、食品生産者、デザイナー等と会議を繰り返し、合意形成を行う。
（例：令和 6 年度事業）
・地域資源を活用した体験型観光推進業務
参画メンバー：旅行代理店、宿泊事業者、レストラン、グランピング企画会社等
</td>
</tr>
<tr>
<td>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</td>
<td>
① 地域課題解決型の着地型コンテンツ造成（高付加価値コンテンツ、ワーケーション）に伴う地域関係者とのミーティング実施
・水前寺公園（水前寺成趣園、出水神社）
・水俣市（湯出地区、袋地区）
・天草市（高浜・大江地区）
・山鹿市（菊鹿地区）
・水上村（湯山地区）
・高森町（高森地区）　　等
② 地域や団体等の各種協議会等に参画
・阿蘇エリアにおける VX・DX 推進並びにイノベーション創発協議会
・上天草市まち・ひと・しごと創生推進会議
</td>
</tr>
</table>

様式１

<table>
<tr><td></td><td>・玉名観光協会　理事会
・やまなみハイウエイつながる・ひろがる実行委員会
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
④　大学、専門学校、地域づくり団体等での当社社員による「観光地域づくり」の講義実施
⑤　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、インターンシップや研修を受入</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・2024 年度 情報発信事業
具体事業内容
① 自社 Web メディア「おるとくまもと」運営
・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
・英語、中国語（繁体字）での情報発信
英　語：Kumamoto Scoop
中国語：熊本趣聞社
② コーポレートサイトによる事業取組の発信
③ 熊本県産品の国内ブランディング
・福岡、大阪、東京での熊本県産品プロモーション活動
・飲食店による熊本県産食材を使ったメニュー提供
・東京での伝統工芸品のＰＲ
④ 球磨焼酎ブランディング
・福岡屋台での球磨焼酎フェア</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・2024 年　観光地域づくりに関連する受託事業
具体事業内容
⑤ 熊本県多言語コールセンター運営事業
・新規登録の促進と登録事業者への利用促進
・コールセンター運用実績の分析
⑥ インバウンド対策支援事業
・道の駅・飲食店の多言語化支援（山都町）
店舗の商品 POP 等を外国人目線で、多言語化を支援
⑦　ワーケーションプログラム開発
・地域課題の解決と企業を結ぶ「熊本ワーケーション」のメニュー化とブラッシュアップ（水俣）
・企業と地域の関係人口創出に関する意識を醸成するセミナーを開催（東京・水俣）
⑧ 妖怪を活用した県南への観光客誘致
・13 市町村による妖怪スタンプラリーの実施
・妖怪キャラクター制作のワークショップ実施
⑨ デジタル周遊アプリを活用した周遊・宿泊促進事業
・施設・店舗等で特典（クーポン）を獲得できるポイントラリー制度により周遊・宿泊を促進
・実施エリア：上天草市</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

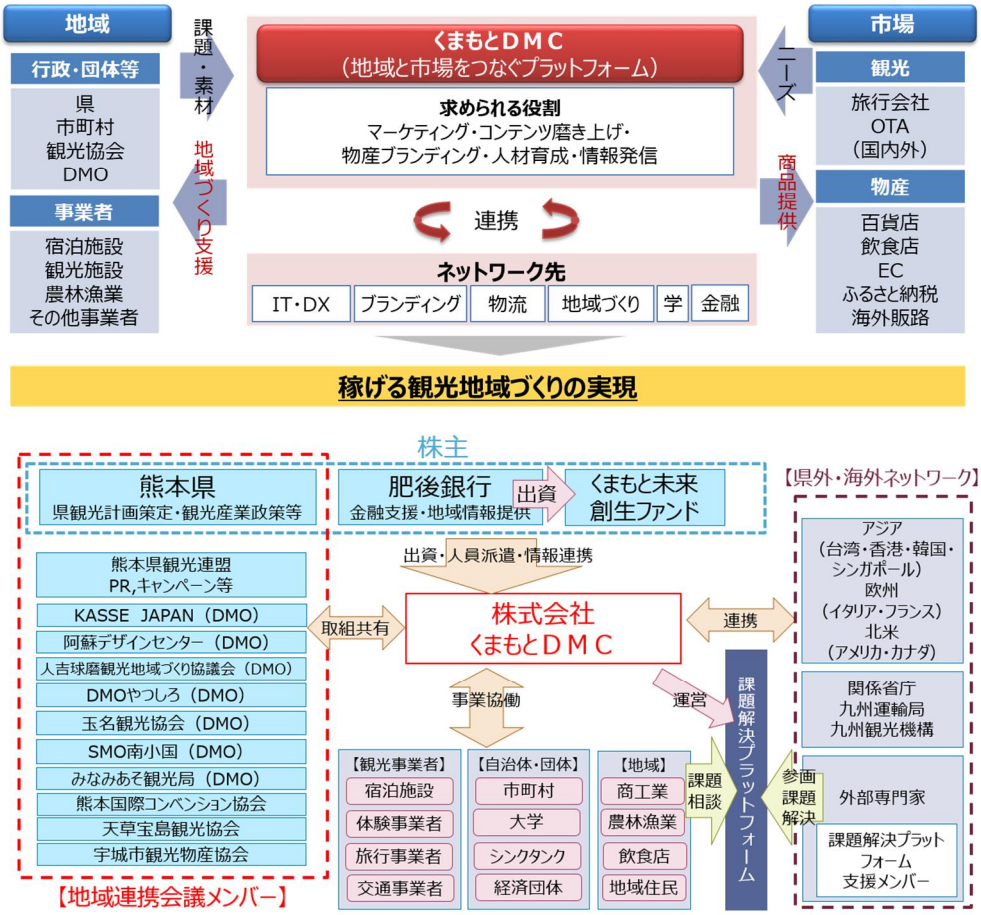
	観光資源の磨き上げ	・2024 年度　コンテンツ造成事業 具体事業内容 ⑩ 高付加価値なコンテンツ開発・モニター実証 ➢出水神社での神聖なる朝の儀式と水前寺成趣園プライベートツアーのモニターツアー実施 ・出水神社の清掃と神饌の体験ができるツアー開催 ・早朝の水前寺成趣園独り占めガイドツアー開催 ➢お点前体験コンテンツ実施 ・熊本市中心部にある茶室を舞台にお点前体験ができるコンテンツを開催 ⑪ 地域の特色を活かしたコンテンツ造成 ➢オリーブ園でのグランピング実証 ・荒尾市のオリーブ園で、荒尾産オリーブを使用したフランス料理をキャンプスタイルで提供するアウトドアダイニングを実施 ・ナイトコンテンツとして、食事後は荒尾市内に宿泊

【定量的な評価】

2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日

① 記事掲載件数：78 件
　地域キュレーター累計：57 名
② 情報発信件数：7 件
③ 企画参画飲食店：209 店舗
④ 企画参画屋台：41 店舗
⑤ 導入店舗数：610 先
⑥ 商品 POP 作成：4 件（お菓子、お茶、米、調味料）
　メニューの多言語化：48 品
⑦ ワーケーション申込：1 企業
　セミナー参加者：112 名
⑧ スタンプラリー配布枚数：4,297 枚
　ワークショップ参加者 18 名
⑨ ポイントラリー用 QR コード設置：111 施設
　アプリ利用者数 345 名
⑩ モニターお点前体験参加者：9 名
⑪ モニター参加者:16 名

様式１

実施体制 ※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）。	**【実施体制の概要】** ・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 ・熊本県観光文化部と事業の方向性をすり合わせていくため、月１回程度の情報交換を実施 ・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」を開催 ・具体的な事業毎に、熊本県をはじめ各自治体、地域の関係者と連携を図り、事業を推進している（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） 

様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

熊本県全域が対象

【区域設定の考え方】

・当社は、熊本地震直後の 2016 年 12 月に、熊本県と熊本の地方銀行である肥後銀行が主導し設立した。熊本地震からの復旧・復興を支援する「くまもと未来創生ファンド」らの出資も受けている。
・当社は、熊本県全域を対象エリアとして、広域的な観光地域づくり機能を担っている。
・熊本県、各市町村、県観光連盟、地域ＤＭＯ等の熊本県全域の関係機関との連携を図っており、自然、歴史、文化等の地域資源を最大限に生かした効果的な施策展開が可能となっている。

【観光客の実態等】

・コロナ後、熊本県内の延べ宿泊者数は順調に回復してきたが、2024 年は訪日旅行客が増加したものの、国内旅行客が減少し、全体としては減少している。
・熊本県の県北地域については、2024 年 12 月より量産を開始した台湾ＴＳＭＣ熊本工場に象徴されるよう、出張ビジネス客が増加している。さらに、ソニーセミコンダクタソリューションズがイメージセンサー第２工場建設に着手するなど、今後も出張ビジネス客の増加が見込まれる。
・訪日旅行客は、阿蘇くまもと空港の国際線が 5 路線週 43 便と増加したことにより、台湾、香港、韓国からの訪日旅行客が増加している。台湾、香港の訪日旅行客の「くまモン」人気は高く、熊本市内にある「くまモンスクエア」に訪れる訪日旅行客が多い。又、アクティビティでは、阿蘇地域や人吉球磨地域でのゴルフに人気がある。
・更に、大阪万博開催に伴い、訪日旅行客のモデルルート「Roots of Samurai」を構成するスポットとして、熊本城や霊巌洞を訪れる欧米豪の訪日旅行客が増加している。
・又、熊本県内 10 カ所にある世界的人気漫画「ワンピース」のキャラクター銅像を巡る旅行客は国内、訪日共に多く訪れている。

○主要観光地域の延べ宿泊者数

（単位:千人）

	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
熊本市	2,989	1,732	1,757	2,520	3,624	3,493
阿蘇地域	1,629	885	829	1,283	1,741	1,697
天草地域	589	484	414	561	591	565
菊池地域	673	493	447	506	702	673
人吉球磨地域	300	161	221	214	275	273

○観光消費額

総消費額　（単位:億円）

	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
合計	3,220	1,775	1,906	3,172	3,733	3,796
宿泊客	2,130	1,065	1,131	1,720	2,649	2,775
日帰り客	1,090	710	775	1,452	1,084	1,021

総消費額　（単位:億円）

	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
日本人	2,851	1,728	1,906	3,172	3,224	2,890
外国人	369	47	―	―	508	904

1 人当たり消費額　（単位:円）

	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
宿泊客	31,477	26,110	26,912	33,863	36,770	38,656
日帰り客	6,296	5,103	4,366	7,240	5,787	5,209

【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 田原坂公園 サントリービール工場見学 湖池屋工場見学 熊本県庁プロムナードルフィ一像	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

様式１

○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 熊本地震震災ミュージアム「ＫＩＯＫＵ」 南阿蘇鉄道トロッコ列車	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 草千里ケ浜、大観望、仙酔峡 白川水源、池山水源 鍋ケ滝 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 天草エアライン Ａ列車（ＪＲ九州）	雲仙天草国立公園 千厳山 天草サンセットライン 倉岳	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

○県央エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
通潤橋 清和文楽館 清和高原天文台 御船恐竜博物館 幣立神社 フォレストアドベンチャー 石橋群	吉無田高原 六嘉湧水群 キャンプ場 白石野の棚田 御興来海岸 長部田海床路とジンベイ像	日本一三千三百三十三段の石段 美里町フットパス 甲佐やな場 各種フルーツ

○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・国宝記念館 人吉城址、八代城址 焼酎蔵巡り 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、川辺川、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。
①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】

	令和３年度		令和４年度		令和５年度	
	施設数	客室数	施設数	客室数	施設数	客室数
総数	1,014	26,159	1,005	26,768	974	26,770
熊本市	191	10,621	194	11,354	194	11,504
阿蘇	257	4,358	252	4,307	242	4,256
天草	172	2,419	158	2,298	160	2,319
菊池	66	2,421	66	2,391	64	2,425
八代	66	1,782	68	1,751	62	1,705
有明	52	1,319	53	1,337	49	1,326
人吉	78	1,105	82	1,132	76	1,108
山鹿	52	774	53	782	49	742
水俣	32	563	32	559	33	560
宇城	28	503	26	514	26	504
御船	20	294	21	343	19	321

（注）令和６年（2024 年）熊本県統計年鑑より（旅館・ホテル数）

【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（台北）　⇔　熊本空港 約３時間
（４）　台湾（高雄）　⇔　熊本空港 約３時間
（５）　韓国（仁川）　⇔　熊本空港 約１時間３０分
（６）　韓国（釜山）　⇔　熊本空港 約１時間１０分
（７）　中国（香港）　⇔　熊本空港 約３時間
（８）　中国（上海）　⇔　熊本空港 約１時間１０分

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、飲食店メニューの多言語化事業
（３）自社ＷＥＢサイト「おるとくまもと」の英語記事掲載
※英語版「Ｋｕｍａｍｏｔｏ　Ｓｃｏｏｐ」
※中国語版（繁体字）「熊本趣聞社」
２．県産品の海外向けブランディング
（１）球磨焼酎の海外プロモーション
香港の「割烹櫓杏」での商談会実施

様式１

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。	じゃらん観光国内宿泊旅行調査
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。	じゃらん観光国内宿泊旅行調査
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
ＳＮＳのアクセス分析	ＳＮＳ投稿のエンゲージ率等を分析することにより、関心分野やアクセスエリアを把握	分析ツールの活用（テテマーチ）

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

・ 熊本県は農業産出額が全国５位と食が豊かな県である。トマト、スイカ、なす、みかん等、野菜や果物だけでなく、酪農や畜産も盛んである。又、東シナ海、有明海、不知火海と３つの海に囲まれ、豊富な水産資源も有する。その食の恵みは、「九州の水がめ」と称される阿蘇山によって蓄えられた豊富な地下水により、もたらされたものである。又、阿蘇の火山活動は数々の温泉地を創り、温泉を活かした観光業を創出している

・ 歴史・文化の面では、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、熊本城、肥後細川文化、西南戦争等、歴史的に価値ある資産も有する。更に、全国で希少なキリシタン文化もある。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。

・ 自然資源に関しては、阿蘇山、五家荘、球磨川、天草諸島等、風光明媚な景観も有し、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「個々人の拘り旅行」「継続的な関わり」に繋がっている。

・ 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、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。

・ 更に、世界半導体製造大手ＴＳＭＣ熊本工場での量産開始により、台湾と熊本県との関係が強くなってきており、台湾から赴任する訪日ビジネスマンや訪日観光客に対し、熊本の観光資源や地域の魅力等を伝えていくことも重要となっている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・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、地下水資源） ・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 ・九州の中央に位置する立地 ・アジアへの近さ ・くまモン	弱み（Weaknesses） ・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） ・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（人吉地区） ・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 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） ・人材不足、後継者不足（観光関連・宿泊施設） ・少子高齢化、物価高の影響による国内旅行客の観光市場の縮小 ・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 ・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 ・出張ビジネス客から家族旅行へ繋げる ・継続的に熊本県内の観光地域を訪れる人々を増やす（熊本のファンを増やす） ○取組方針 ・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。 ・地域課題型ワーケーションプログラムを通し、関係人口増加を図る。
○ターゲット層 ・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 ・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。 ・特に、関西圏は新幹線で最短 3 時間の経済圏である。 ○取組方針 ・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・食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。
○ターゲット層 ・台湾、香港のインバウンド
○選定の理由 ・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しているため、益々活発な交流が見込まれる。 ・香港は航空定期便が復活するなど、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 ・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	【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
②コンセプトの考え方	Ｖｉｓｉｏｎ 住む人・訪れる人・関わる人がともに躍動し、多様性に溢れ持続可能な発展を続ける熊本 Ｍｉｓｓｉｏｎ 熊本の可能性を信じ、熊本の真の魅力を発掘しつづけ、地域と共に未来へつないでいく Ｖａｌｕｅ まずやる/まずおもしろがる/まずはみずから/なにより熊本を愛す

様式１

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。	※戦略の共有方法について記入すること ・主要な連携先である熊本県観光文化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
	・県内ＤＭＯ組織や主要観光団体を集めた「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	・道の駅、飲食店に対する商品 POP やメニューの多言語化支援 ・熊本県内の特徴ある食品、製品を発掘し、ふるさと納税返礼品による販路拡大を支援 ・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 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
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	・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。

様式１

６．ＫＰＩ（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。

（１）必須ＫＰＩ

ようこそくまもと観光立県推進計画（2021 年～2023 年）

ようこそくまもと観光立県推進計画（2024 年～2027 年）

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	350,000	350,000	375,000	375,000	375,000	375,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	317,240	373,251	379,589			
		（－）	（50,818）	（90,540）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	8,000	8,000	－	－	－	－
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	6,301	8,400	8,080			
		（100）	（1,000）	（1,472）			
●来訪者満足度（%）	目標	90.5	91.0	91.0	91.0	91.0	91.0
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	86.8	87.8	88.0			
		（－）	（－）	（－）			
●リピーター率（%）	目標	75.0	78.0	78.0	78.0	78.0	78.0
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	76.0	73.2	70.6			
		（－）	（－）	（－）			

※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、観光消費額は、熊本県のＫＰＩ（ようこそくまもと観光立県推進計画：2024 年～2027 年）を採用（新計画のＫＰＩは観光消費額のみ）。延べ宿泊者数については実績把握を継続。
・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（じゃらん観光国内宿泊旅行調査にて確認）。

【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客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 年以降は訪日旅行客が増加。旅行消費額はコロナ前までの水準に回復（2019 年実績：331,387 百万円）。

●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 年から宿泊者数は回復。
・新型コロナウイルスの水際対策緩和から、訪日旅行客も増加しているものの、2019 年の実績 9,863 千人を勘案すると、新型コロナ前の水準までは回復していない。

●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事、宿泊施設等が満足度を上げている。最近では、上天草にてハイブランドホテルが開業し注目を浴びている。

●リピーター率
・魅力ある宿泊施設や食事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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●ツアー造成数（単位：件）	目標	50	50	30	30	40	40
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	44	33	8			
		(－)	(－)	(1)			
●情報発信（単位：件）	目標	100	100	100	100	100	100
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	111	84	101			
		(－)	(－)	(23)			
●Web サイトへのアクセス数（単位：千 PV）	目標	1,200	1,400	600	700	800	900
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	483	586	397			
		(－)	(－)	(28)			
●コールセンター導入店舗数（単位：件）	目標	750	800	650	670	680	690
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	608	596	610			
		(－)	(－)	(－)			

※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ＤＭＯとして、地域の様々なコンテンツを発掘し、魅力あるツアーに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 30 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。
・インバウンド誘致のための態勢整備として、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
・熊本県内の自然、文化、歴史、食を活かした高付加価値（非日常体験）コンテンツ造成を目標としている。繰り返し、熊本県内を繰り返し訪れたくなるような、地域の魅力発掘を行っていく。又、ふるさと納税返礼品において、体験型コンテンツ造成にも注力していく。

●情報発信・記事投稿件数、WEB サイトへのアクセス数
・ 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実施していく。英語、中国語（繁体字）による情報発信も開始。「おるとくまもと」の運営は地域キュレーター制度を導入しており、地域キュレーターが地域愛溢れる情報を発信している。年 2 階のキュレーター交流会を実施しており、キュレーターを増やすことに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 24 時間コールセンター導入を熊本県と連携し進めている。台湾・香港・韓国からのインバウンドが増加しており、飲食店、宿泊施設、医療機関等のサポートを行う。

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）
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	374,374,066（円）	【事業収入】 374,374,066（円）
2024（Ｒ６）年度	256,400,984（円）	【事業収入】 256,400,984（円）
2025（Ｒ７）年度	241,000,000（円）	【事業収入】 241,000,000（円）
2026（Ｒ８）年度	334,000,000（円）	【事業収入】 334,000,000（円）
2027（Ｒ９）年度	350,000,000（円）	【事業収入】 350,000,000（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
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	297,613,542（円）	【売上原価】 234,537,348（円） 【一般販管費等】 63,076,194（円）
2024（Ｒ６）年度	220,744,556（円）	【売上原価】 144,104,876（円） 【一般販管費等】 76,639,680（円）
2025（Ｒ７）年度	230,400,000（円）	【売上原価】 146,000,000（円） 【一般販管費等】 84,400,000（円）
2026（Ｒ８）年度	311,600,000（円）	【売上原価】 224,000,000（円） 【一般販管費等】 87,600,000（円）
2027（Ｒ９）年度	325,500,000（円）	【売上原価】 234,000,000（円） 【一般販管費等】 91,500,000（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、収益の安定性はないため、熊本県産品の販路拡大や商品開発コンサルティングといった地域商社機能の強化、高付加価値コンテンツやワーケーションプログラムの開発といったコンテンツ機能の強化による、安定的な収益源の拡大を図っている。

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

・㈱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、㈱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	㈱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	地域連携ＤＭＯ	人吉・球磨
4	（一社）ＤＭＯやつしろ	地域ＤＭＯ	八代市
5	（一社）玉名観光協会	地域ＤＭＯ	玉名市
6	㈱ＳＭＯ南小国	地域ＤＭＯ	南小国町
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
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	三藤　祥子
担当部署名（役職）	観光文化部　観光文化政策課　政策・総務班　主任主事
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）	096-333-2011
ＦＡＸ番号	096-381-3343
Ｅ－ｍａｉｌ	santou-s@pref.kumamoto.lg.jp

（登録）【地域連携】（株式会社くまもとDMC）

様式２

記入日：　令和7年7月29日

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、それぞれの役割分担を明確にした上でDMO新設
【代表者】 代表取締役　磯田　淳
【マーケティング責任者（CMO）】 執行役員　熊部　紀衣子
【財務責任者（CFO）】 常務取締役　羽野　晋之介
【職員数】 19人（常勤14人（正職員7人・出向等7人）、非常勤5人）
【主な収入】
　収益事業　199百万円、委託事業　57百万円（令和6年度決算）
【総支出】
　事業費　144百万円、一般管理費　77百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
　熊本県観光連盟、県内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、日本旅行、九州観光機構、等

KPI（実績・目標）

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
		ようこそくまもと観光立県推進計画（2021年～2023年）		ようこそくまもと観光立県推進計画（2024年～2027年）			
旅行消費額（百万円）	目標	350,000（—）	350,000（—）	375,000（—）	375,000（—）	375,000（—）	375,000（—）
	実績	317,240（—）	373,251（50,818）	379,589（90,540）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	8,000（—）	8,000（—）	—（—）	—（—）	—（—）	—（—）
	実績	6,301（100）	8,400（1,000）	8,080（1,472）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	90.5（—）	91.0（—）	91.0（—）	91.0（—）	91.0（—）	91.0（—）
	実績	86.8（—）	87.8（—）	88.0（—）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	75.0（—）	78.0（—）	78.0（—）	78.0（—）	78.0（—）	78.0（—）
	実績	76.0（—）	73.0（—）	70.6（—）	—	—	—

※（　）内は外国人に関するもの。

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自然、文化、歴史、食を活用した高付加価値（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】
・神道の儀式と水前寺公園を活用したコンテンツ造成
・オリーブ園でのグランピング実施
・地域課題解決型ワーケーションプログラムの造成
・妖怪を活用した県南観光誘客
【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、飲食店の多言語化支援
【情報発信・プロモーション】
・情報サイト「おるとくまもと」の運営による食・観光の情報発信
・熊本県産品のPR活動支援
　くまもとモン×福岡天神、大阪梅田
　東京銀座ジャック
・熊本県食材のプロモーション
　首都圏トップシェフへの紹介
【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