

1. 地域概要

計画名	「サステナブルな阿蘇」で旅行者も地域も潤う環境 トライアル
対象エリア	阿蘇市
実施主体	熊本県阿蘇市
年間観光客入込数	約650万人（令和5年度）
年間宿泊者総数	約60万人（令和5年度）
主な観光資源	5大観光スポット：阿蘇神社・阿蘇山上・内牧温泉・大観峰・阿蘇駅周辺



阿蘇カルデラ（大観峰）



草千里ヶ浜

● 観光ビジョン

自然、地域、旅行者の「三方よし」の循環モデルで、
サステナブルな観光地域づくり

- 「住んでよし、訪れてよし」の旅行者・事業者・住民の共存共栄「三方よし」の関係性を構築し、名実ともに持続可能な観光地「阿蘇」となる

● 推進体制（協議の場）

阿蘇カルデラツーリズム推進協議会

- 令和2年7月より阿蘇のサステナブルな観光地域づくりに取り組んでいる本協議会が、関係者との協議の場として機能

行政機関

阿蘇市	(一社) 阿蘇門前町 商店街振興協会	阿蘇山上職域 防災防犯協会
熊本県	大観峯観光株式会社	内牧温泉街繁栄会
環境省	坊中商店街名店会	

事業者

観光協会、商工会、観光事業者、交通事業者等（20者・団体）

2. 課題

● 主な課題

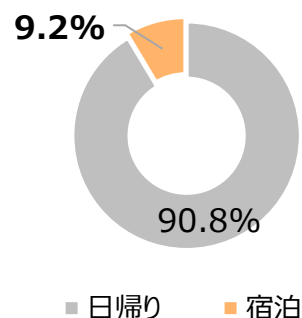
	主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1. 特定スポットの混雑や交通渋滞	- 大観峰や草千里ヶ浜など、人気の5大観光スポットに人や車が集中し、混雑や交通渋滞が発生している - 列車やフライトに間に合わない、予約した次のアクセシビリティに参加できないなど観光客のクレームが発生するほか、無理に引き返そうとして逆走する危険な車も発生している	観光客
2. 増加する観光客の受け入れ負担の増加	- 景色を眺望するだけの日帰り観光客が多く、エリア内の周遊や滞在が弱いため、場所や時間が分散しない - 地域にお金は落ちない一方、地域の観光客受入れ負担が増え続けている状態	観光客 地域経済
3. マナー違反	草原への無断立ち入りや放牧牛・馬に勝手に触れるなどマナー違反により、阿蘇の守り続けてきた草原景観などの観光資源が維持できなくなる懸念がある	地域資源

1.5 大人気スポットの混雑



- 大型連休中、阿蘇山上への上りで約3.5キロ、下りで約1.5キロの渋滞が発生
- JR阿蘇駅から阿蘇山上ターミナルを結ぶ産交バスの定期便は、最長143分の遅延が発生

2. 地域の負担



- 観光客の9割以上が日帰りであり、経済効果は限定的
- また、昼間と夜間との需要ギャップが激しい

3. マナー違反



- 阿蘇の草原は、地元農家などが野焼き・放牧・採草を行い、維持管理されてきた半自然資源
- 特に、外国人旅行者による草原への無断立ち入りや放牧されているあか牛への接触は見られる

3. 背景・要因

● 課題の背景・要因

主な背景・要因

1. 一本道へのマイカー集中

- ・ 山岳地域のため複数の道路を設けることが難しく、**観光スポットまでは基本的に一本道**となっている
- ・ 個人旅行が主流となり、**マイカー・レンタカーでのドライブが増加**したことで渋滞が悪化している

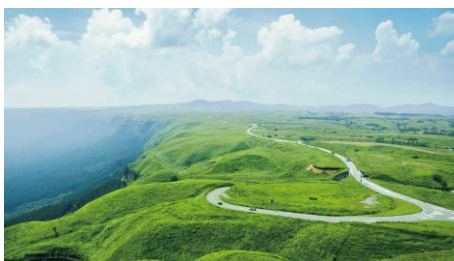
2. 観光スポット・観光スタイルが限定的

- ・ 阿蘇市には年間650万人もの観光客が訪れるが、大観峰や草千里など**定番スポットで草原を見て帰る観光スタイルが定着**。そのため、**場所の集中・昼間への集中が起こりやすい**
- ・ また、物見遊山の観光スタイルのため**地域に消費が落ちにくい**

3. 阿蘇の資源保全への理解が不足

- ・ 観光客急増により、阿蘇が守ってきた草原の景観などの**自然保全への理解が不足している観光客も増えている**

1. 観光地への一本道



- ・ 山岳地帯のため道路が一本・一車線であり混雑しやすい

2. 目的地の駐車場が満車



- ・ 道路が一本・一車線の先の目的地となる観光地の駐車場が満車状態



2. 観光スポットが限定的



- ・ 5つの観光スポットに観光客が集中し、それに向かう道路が混雑しやすい

3. 阿蘇の資源への理解不足



- ・ 観光客急増とともに、阿蘇が大切にしてきた資源を理解していない観光客の増加が懸念

4. 対策の概要

- 山岳地形であることから渋滞が起きやすく、観光スポットも限られることから局所到人・車が集中しやすい構造。そのため、受入環境整備を行いつつ、場所や時間の分散化を図る
- 具体的には、駐車場混雑可視化や夜間店舗の充実化、草原を活用した滞在型コンテンツ造成などを実施する
- 滞在型コンテンツ造成により、経済波及効果の拡大も図り、地域の観光客受け入れ負担の軽減にもつなげる

エリアマップ



観光客の分散・平準化

- | | |
|------------|--|
| 取組み | ①大観峰周辺の草原でのコンテンツ造成及びアクティビティ受付拠点整備 |
| 内容 | ・ 地元消費の向上につながる草原での体験コンテンツを3種類造成することで、5大スポットへの観光客集中を分散し、収益の上げにくい自然資源型地域での持続可能な観光地域づくりを目指す |
| 取組み | ②夜間店舗の充実・非混雑エリアのコンテンツ磨き上げ |
| 内容 | ・ 内牧温泉は昼間の商店街に観光客が集中する。宿から夜間店舗への送客や、非混雑エリアにおける特産品の食べ歩きや飲食可能な拠点を充実させることで、時間と場所の分散化を図る |

受入環境の整備・増強

- | | |
|------------|--|
| 取組み | ③ICT等を活用した駐車場の混雑状況可視化等（阿蘇神社・阿蘇市） |
| 内容 | ・ AIカメラ分析等により駐車場の空き状況を見える化し、利用効率を向上するとともに、駐車場整備を行うことで、渋滞緩和を図る |
| 取組み | ④多言語モニター設置による観光施設の混雑状況の見える化 |
| 内容 | ・ 外国語表記のインフォメーションモニターにより、待ち時間をリアルタイムに周知し、外国人観光客にもスムーズな案内を可能とすることで、混雑の解消を図る |
| 取組み | ⑤宿への荷物搬送・ツアー専用車導入 |
| 内容 | ・ 荷物搬送を効率化するとともに、使っていない時間はツアー客の搬送を行うことで観光客の分散化も図る |
| 取組み | ⑥内牧商店街の歩行者天国化の実証 |
| 内容 | ・ 車道の一部を歩行者天国にすることで観光客と車両の接触事故防止を図る |
| 取組み | ⑦バス停周辺の環境整備 |
| 内容 | ・ バス停を改修することで、渋滞や安全面の課題を解消する |



4. 対策の概要

- 阿蘇の重要な資源である草原や放牧馬・牛を保全するため、マナー啓発を実施
- 持続可能な観光の推進のためには、観光客・住民双方の満足する観光地を目指す必要がある。そのため、阿蘇の観光やビジョンに対する住民・事業者の理解を促進も図る

エリアマップ



調査・分析

取組み

⑧ AIカメラ設置による施設の利用者数及び駐車場の満空状況の計測

内容

- 駐車場の混雑状況についてリアルタイムに情報発信を行い、混雑軽減を図る
- 時間帯別の施設利用者データを可視化し、レジの稼働数や清掃タイミング、施設内動線の最適化を図る
- 崇城大学IOT・AIセンター並びにDXfromKUMAMOTOと連携することにより、AIカメラ画像分析からのマーケティング利用を行う

取組み

⑨ 将来的なEV自動運転導入に向けた調査・検討

内容

- 草千里駐車場の混雑による渋滞が発生しており、空いている古坊中駐車場への分散化が必要。草千里と古坊中駐車場間を環境に配慮したEVバスで繋ぐことで、古坊中駐車場利用を促進する

マナー啓発

取組み

⑩ 草原や放牧場でのマナー啓発のためのツール作成・配布

内容

- 観光客の増加により、草原への無断立ち入り、牛・馬に無断で触れるなどの事象が発生しており、草原踏み荒らしや口蹄疫発生への懸念がある
- 阿蘇の重要な資源である自然への理解を促進させ、自然に配慮した観光を推進するため、ガイドラインをわかりやすく伝え、草原への無断立ち入りや牛馬への接触等を抑制する

住民と協業した観光振興

取組み

⑪ 地域住民の体験会の実施

内容

- 阿蘇市の観光コンテンツを、住民や事業者等にも体験してもらい、その魅力を五感で感じてもらうことで、「自分ごと」として阿蘇市の魅力を捉え、おもてなしや観光地域づくりに取り組む機運を醸成する
- 併せて、双方向の観光地域づくりについての意見交換会を開催し、「住民・来訪者・環境」の三方良しの取組みを推進する

5. 主な取組み（詳細）

課題

- “5大観光スポット”で“草原を見るだけ”の観光となっており、場所や時間の集中が発生
- 地域への経済効果も限定的

取組み

草原でのコンテンツ造成及びアクティビティ受付拠点整備

- 実施期間：令和6年10月～令和7年2月
- 実施主体：あそBe隊、梅木観光、阿蘇ネイチャーランド、日航観光社

事業内容

①：コンテンツ造成

- 大観峰以外でも楽しめる草原を活用したコンテンツ（以下、三種類）を造成する
 - E-MTBによるカルデラ草原ライドツアー
 - 北外輪山をフィールドした本格4輪バギーアドベンチャー
 - 引き馬乗馬ユニバーサルコンテンツ

②：アクティビティ受付拠点の整備

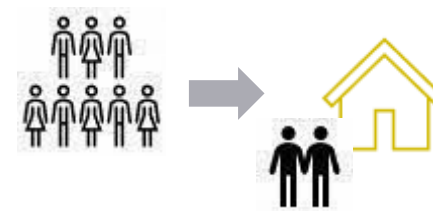
- 新たなコンテンツに誘導するための受付拠点を整備する

【目的】

- 人気スポット周辺に新たなコンテンツを造成することで、観光客の分散化を図る
- “見る”から“体験する”観光コンテンツとすることで、滞在時間の延長や経済効果の向上を図る

②：アクティビティ受付拠点

昼間に大観峰や草千里に集中する観光客を分散化



大観峰や草千里に集中する観光客をコンテンツに誘導するための拠点を整備



大観峰からの分散化

①：コンテンツ造成



E-MTBによるカルデラ草原ライドツアー



北外輪山をフィールドした本格4輪バギーアドベンチャー



引き馬乗馬ユニバーサルコンテンツ

令和 6 年度事業の目標

- 阿蘇の草原コンテンツ及びアクセシビリティ受付拠点を新規に造成し、大観峰など人気スポットからの分散を促せるコンテンツとして有効な手段となるか検証

事業の成果／目標の検証結果

- 分散化への有効性を確認。令和 7 年度から、定番商品として販売する
 - 3 つの新たなコンテンツについて、計225人が参加し。大観峰などに集中する観光客の分散に有効となり得ることが確認できた
 - 満足度が高いこと、また収益化の見通しが立ったことから、令和 7 年度から定番商品として販売する見込み

成果詳細

■ 草原コンテンツ造成による場所の分散

- E-MTBライド体験以外は当日予約でも参加することができ、大観峰に多いドライブ客等が気軽に参加できる体験機会の創出となっている。
- コンテンツ参加を通し、景観だけではない草原の価値についての理解も深められている
- 収益確保の見通しも立ったため、今後定番商品として継続させる

	E-MTBライド体験	バギー体験	引馬体験
人数	12回 34人	164人	89人
年齢	20歳代～70歳代 - 外国人3割、日本人7割	30～40歳代の参加が多い - 外国人1割、日本人9割 - 福岡3割、関東圏3割、熊本2割、その他	- ファミリー（5歳～30歳代）の参加が多い - 外国人1割、日本人9割
単価	8,500円～	7,700円～	1,100円～
意見	- 満足度は高い。思ったよりやり甲斐・アドベンチャー感があった。 - 野焼きや輪地切り等の意義について、アクティビティをしながら理解を深められた。 - 草原を維持する人々の苦労や、昔カルデラが湖だったころの話に関心が高い。	- 草原景観の中で楽しめるアクティビティとして、満足度は高い。 - アクティビティ体験をしながら草原の話をすると理解しやすい。 - 草原の話は、特に40歳代以上に反響が良い。	- 子どもが喜んでおり、ファミリー層に好評 - 普段の目線より高くなり、非日常感を体感できる。 - 馬の対応（反応）が温かい（気質も体温も）

成果詳細



- これまで眺めるが中心だった阿蘇の草原の中で、様々なアクティビティを体験できるようになった

令和6年度の実証から見てきた課題

- 令和6年度の実証を踏まえ、草原コンテンツの観光客ニーズや属性を把握。商品価値は十分にあり、今後の本格実施の見込みが立った
- 大観峰等からの分散化及び実施事業者のビジネス安定のためには、利用者の拡大が大きな課題

1 ツアー客の取り込み

- 大型バスで来訪する旅行者については、予め行程が決まっているため、コンテンツに興味をもってもらっても参加いただけない
- 旅行前段階から、行程として組み込んでもらう必要がある

2 他集中スポットへの分散コンテンツの展開

- 本事業では、大観峰からの分散を見込んだコンテンツを造成。大観峰の取組を踏まえ、阿蘇駅、山上など他4集中スポットについても分散化の取組を拡大していく必要

令和7年度以降に取り組むべきと考えること

- 利用者の拡大に向け、旅行会社との連携によるツアー客の取り込み、大観峰以外でのコンテンツ拡大を図る

1 旅行会社との連携によるツアーへの組み込み

- 北外輪山の大観峰周辺エリアで気軽に楽しめるアクティビティを旅行会社に紹介し、ツアーに組み込んでもらう
- 令和7年度の実施に向け、旅行会社との協議を開始している

2 子どもやお年寄りも楽しめるコンテンツの造成

- 阿蘇駅ではE-MTBライド、阿蘇山上ではグリーンスローモビリティによる草原ライドの造成に取り組む
- 体力のない人でも楽しめるコンテンツの要望があったことから、グリーンスローモビリティによる草原ライドを導入する

5. 主な取組み（詳細）

課題

持続可能な観光地づくりに向け、住民の巻き込みや阿蘇観光に対する理解・機運醸成を図る必要がある

取組み

地域住民の体験会の実施

- ・ 実施期間：体験会（令和6年10月～令和7年2月）、意見交換会（令和6年10月、令和7年2月）
- ・ 実施主体：阿蘇カルデラツーリズム推進協議会

事業内容

■ 住民体験会の実施

- ・ 阿蘇市の観光コンテンツを、宿泊事業者や観光事業者等、観光客と直接接点がある地域の方にも体験してもらい、その魅力を五感で感じてもらう
 - 体験の実施（4種類）
 - 体験したコンテンツ及び阿蘇市オーバーツーリズムに関するアンケート調査
 - 地域住民向けサステナブル講習会の開催

【目的】

- ・ 持続可能な観光地づくりを目指すため、地域の方に対し、**阿蘇の魅力の理解や観光客からの視点を育成**し、阿蘇観光を「自分ごと」として捉え、おもてなしや観光地域づくりに取り組む機運醸成する

【背景】

- ・ 地域の方が阿蘇の魅力について自ら観光客に伝えることは、知られざる魅力発信や地域と観光客の交流や繋がり創出、地域と観光客の相互理解の促進にもつながる
- ・ しかし、**地元の人々は地元を観光しないため、既知の人気スポット以外の魅力が伝わらず、結果として人気スポットに観光客が集中しやすい**
- ・ 体験会・意見交換会を開催することで、阿蘇の魅力への理解や観光客からの視点を育成し「住民・来訪者・環境」の三方良しの取組みを推進する

意見交換会・アンケート調査

- ・ 体験会、アクティビティに対するアンケート、オーバーツーリズムに関するアンケート、講習会を実施
- ・ 阿蘇の魅力理解・観光客視点の育成、アクティビティのモニターを含めた地域協議の新しいスタイル



成果及び今後に向けて

令和6年度事業の目標

- 阿蘇の草原コンテンツに対する**住民の満足度**や、**地域の魅力・価値**を**来訪者に伝える役割を担うこと**についての意向などを調査し、**体験会の有効性を検証**する
- その他分散化や観光地域づくりの課題を調査し、対策を検討する

事業の成果／目標の検証結果

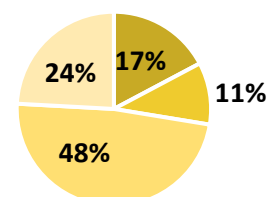
- 実体験に基づき、阿蘇の魅力を自ら発信していける人材の育成の第一歩を踏み出すことができた
 - 計**76人**が参加
 - 体験会の満足度（目標80%以上） **約8割**
 - 観光客への紹介意向（目標80%以上） **約9割**

成果詳細

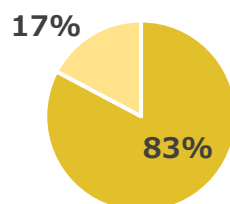
体験会の概要

実施期間：令和6年11月～12月
参加者数：76人
内容：4つの草原コンテンツの体験
回数：24回

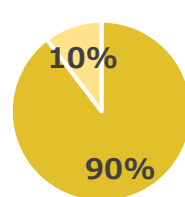
参加者年齢



満足度



観光客への紹介意向



■ 20代 ■ 30代
■ 40代 ■ 50代

■ 80%以上 ■ 80%未満

- ✓ **地域の魅力・価値を来訪者に伝えることができる人材を育成**するという目的から、参加者の大半は、普段から観光客との接点がある**観光事業者、宿泊事業者**
- ✓ **体験会の満足度：80%以上 約8割**
- ✓ **観光客への紹介意向：80%以上 約9割**

アンケート結果・分析

- ✓ **地域に住みながらも阿蘇を知らない人が多く、阿蘇の魅力に感動し、観光客にも紹介するとの意見が多かった**

- 地域に暮らしていても知らない情報、埋もれてしまっているような情報を、体験しながら知り、学ぶことが大変素晴らしかった
- 馬が愛情を持って飼育・調教されており、穏やかで賢くて感動した
- 阿蘇の風景に感動しながらの最高の体験。たくさんの方に感動を味わっていただきたい
- 訪日客だけでなく、特別な旅(高単価な旅)を希望の方へアピールする発信ができればと思う

- ✓ **一方、体験コンテンツの価格については、地域が適性と思う額と実際の販売額に乖離があった**

- バラグライダー、E-MTB、アウトドアダイニングの3つは実際の価格よりも、地元の方の想定価格が2割程度低かった
- 乗馬については、想定価格のほうが高い特徴が見られた。また、コメントについても乗馬に対する評価が高かった。

→ 価格に見合った付加価値の高いコンテンツへの改善とともに、地元の人には草原の存在が当たり前となっていることも価格に表れていると考えられ、阿蘇の魅力や価値を引き続き伝えていく必要

成果詳細



- 意見交換会、協議会だけでなく、実際に阿蘇の魅力を体験する機会も設けることで、持続的な観光の推進を自分ごととして捉えやすくなる
- 観光事業者や宿泊事業者は、阿蘇を観光したことがない方も多く、観光客視点から阿蘇を考える機会ともなった

令和6年度取り組みから見てきた課題

- 阿蘇の人が阿蘇を知らないということは従前からの課題であったが、本事業を機に、実体験に基づき、阿蘇の魅力を自ら発信していける人材の育成の第一歩を踏み出すことができた
- 多くの人に満足いただくことができたが、体験者数が限られていることが課題である

参加者の拡大

- 計76名に参加いただき一定の成果が得られたが、阿蘇市の人口や事業者数を踏まえると、参加者が限定的
- 地域全体で、阿蘇の魅力を伝えていく機運を醸成するには、参加者のさらなる拡大が必要

令和7年度以降に取り組むべきと考えること

- 阿蘇の魅力や価値を来訪者に伝えていくことができる地元人材を増やしていくため、一般住民向けの体験会の開催など、参加者を拡大していく

一般住民向けの体験会の開催

- 今回は観光客との接点の多い観光事業者・宿泊事業者向けに開催したが、阿蘇への理解や誇りの醸成、将来の観光人材の育成に向け、主婦や子どもなど多様な方々への機会提供も提供する

5. 主な取組（詳細）

課題

園内の混雑状況がわからない、外国人観光客への説明時間を要することにより、発券所付近に人混みが発生

取組み

多言語モニター設置による観光施設の混雑状況の見える化

- 実施期間：令和6年10月～令和7年2月
- 実施主体：阿蘇熊牧場

事業内容

■ 入園前の発券機付近への多言語モニター設置

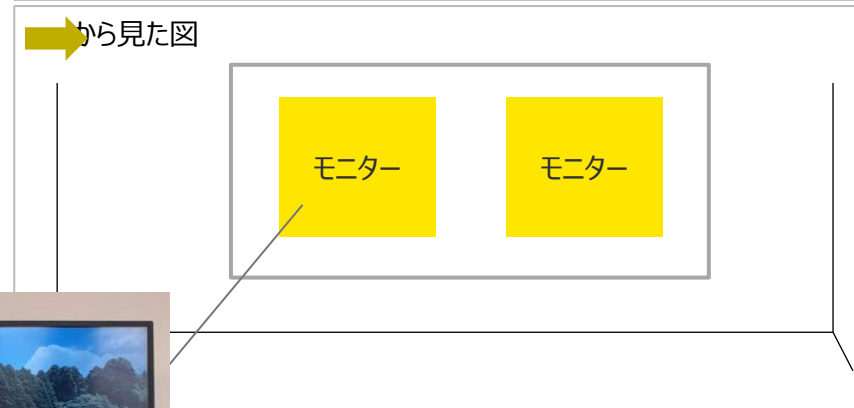
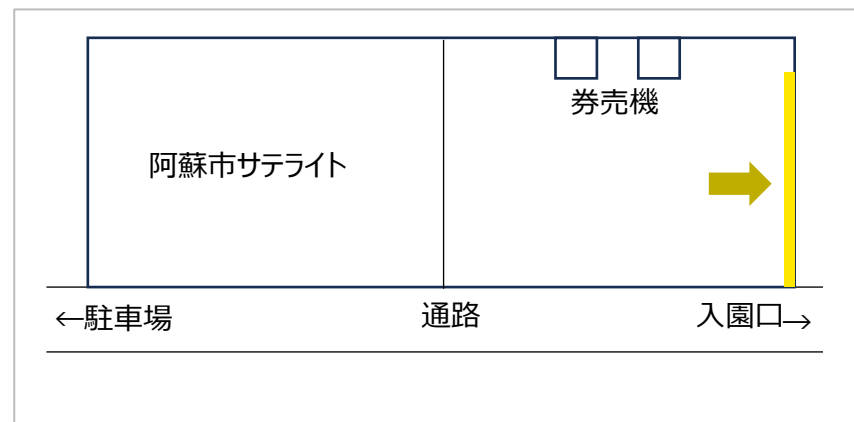
- 発券機付近を中心に、リアルタイムの予約状況を確認できるモニターを設置
- 外国人向けに3～4か国語（日本語・英語・中国語(繁体・簡体)・韓国語にて表記）対応の案内を実施

【目的】

- 券売機付近に園内施設の受付状況を確認できるモニターを設置することで、入口での受付状況の問い合わせ対応に関する混雑や返金トラブルを解消する

【背景】

- 園内の人気アクティビティこぐまのふれあいやヘリコプター遊覧について、これまで受付状況が見える化されておらず、先着順であった
- そのため、入園券購入後窓口に並んで空き状況を確認する観光客が多く、待ち時間や入園口の混雑、空きがないことによる返金トラブルが発生していた



入園口前にモニターを設置

成果及び今後に向けて

令和6年度事業の目標

- 受付状況の見える化による入園口混雑及び返金トラブルの解消

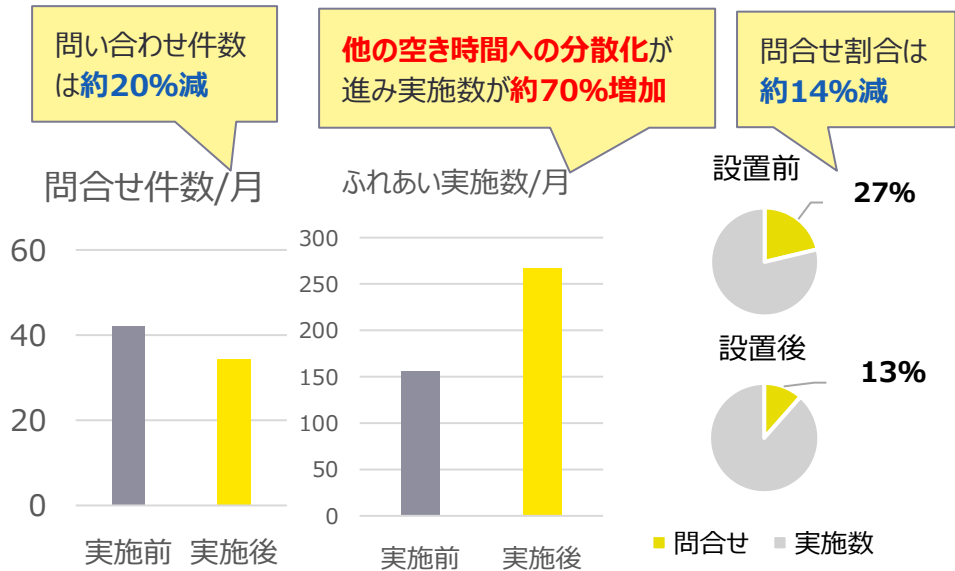
事業の成果／目標の検証結果

- 問い合わせ件数減による混雑緩和、返金トラブルの減少
 - 問い合わせ件数 こぐまのふれあい **約253件→約138件**
ヘリコプター遊覧体験 **約145件→約49件**
 - キャンセル件数 ヘリコプター遊覧体験 **8件→5件**
- ※実施前：5～10月 実施後：11～2月の実績

成果詳細

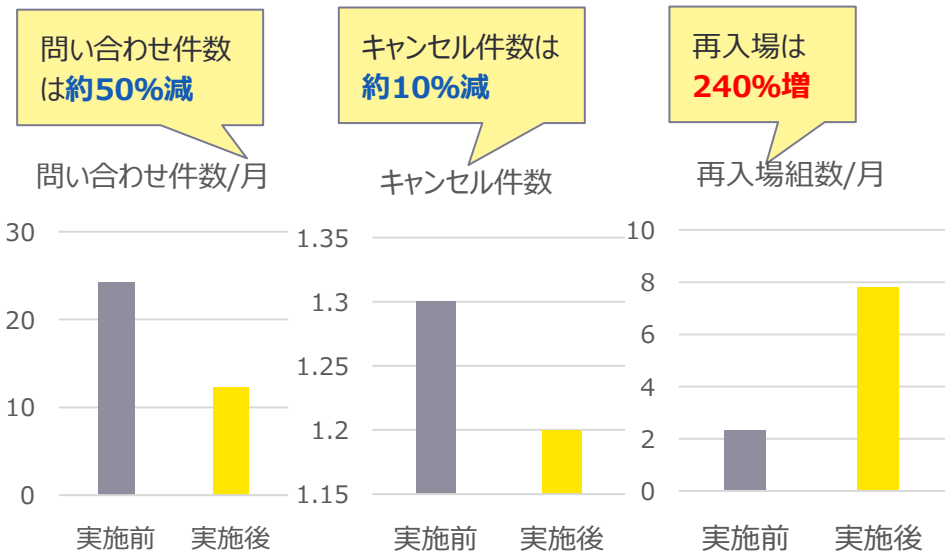
こぐまのふれあい

- ✓ 予約状況の見える化により、問い合わせ件数の減少に伴う混雑解消、他の空き時間への分散化への効果が見られた
 - 問い合わせ件数：約42.1件/月→約34.5件/月
 - ふれあい実施数：約156件/月→約267件/月



ヘリコプター遊覧体験

- ✓ 混雑解消などに一定以上の効果が出るとともに、受付状況が見える化されたことで、混んでいる時間は周辺の観光等を楽しみ、モニターで状況を見て再入場してくる観光客が増えたと想定される
 - 問い合わせ件数：24.2件/月→12.3件/月
 - キャンセル件数：1.3件/月→1.2件/月
 - 再入場組数：2.3件/月→7.8件/月



令和6年度取り組みから見てきた課題

- モニター設置後、口頭での問い合わせは格段に減少しているが、新たな滞留発生などへの対応が課題となっている

1 入園口付近の滞留への対応

- モニターで満席及び天候不良による受入不可を確認した後に、その後の観光コースをその場でスマホ等で探される方が多く見受けられる
- そのため、入園口付近に一定時間滞留が発生し、混雑が発生する場合がある

2

ごみ分別やトイレ利用方法の改善

- 外国人観光客を始めとした観光客の急増により、トイレの利用やごみ分別のマナー悪化が目立つようになっている
- 混雑対応と併せて、マナー問題への対応も必要

令和7年度以降に取り組むべきと考えること

- モニター設置後、口頭での問い合わせは格段に減少しているが、新たな滞留発生などへの対応が課題となっている

1

受入れ状況の事前発信

- 観光客が来園前に受入状況を把握が可能なツールを検討
- 人員も限られているため、スタッフによるHPやSNS発信ではなく、受入状況をリアルタイムでの周知方法を検討する

2

マナー啓発の強化

- トイレ利用やごみ分別などのマナー啓発を実施
- 外国語観光客が急増していることから、多言語による案内を実施する