

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和7年8月1日

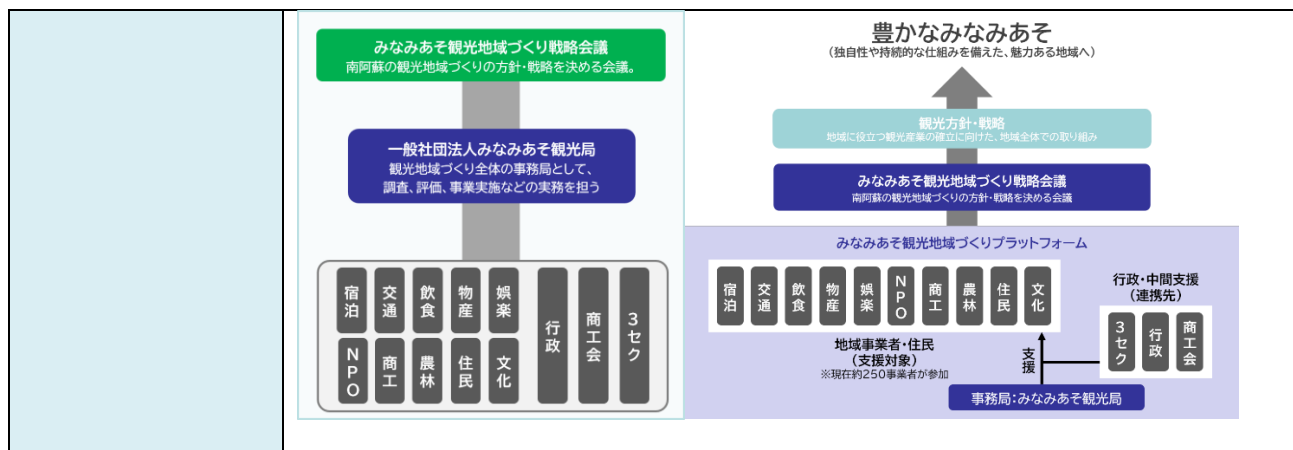
1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) みなみあそ観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 熊本県南阿蘇村	
所在地	熊本県阿蘇郡南阿蘇村大字久石 2807 番地	
設立時期	2019 年 4 月 1 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	13 人【常勤 10 人（正職員 10 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）	丸野 健一郎 (一社) みなみあそ観光局 ／代表理事 みなみあそ観光地域づくり 戦略会議／議長	南阿蘇村商工会会長。2013 年から 2024 年まで南阿蘇村議会議員を務める。豊富な経験や人脈を生かし、様々なパイプ役となり、またリーダーシップ及びマネジメント能力を備え対外的な組織運営の責任を負う。
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）	小笹 和幸（専従） (一社) みなみあそ観光局 ／事務局長	宿泊・観光マーケティングの経験を活かし、事業推進に伴う企画提案、調整に従事。地域素材の磨き上げ、商品造成・販売、情報発信等を統括する。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	久保 堯之（専従） (一社) みなみあそ観光局 ／戦略統括マネジャー	(一社) みなみあそ村観光協会／事務局長、阿蘇広域観光連盟／事務局。 マーケティング調査に基づく合意形成を図り、観光地域づくりの方向性・事業を策定する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	南阿蘇村産業観光課（観光行政、重要施策との連携） 政策企画課（まちづくり施策、観光戦略との連携） 農政課（農林産物、ものづくり、農家民泊） 次世代定住化課（関係人口増施策、地域おこし協力隊との連携）	
連携する事業者名及び役割	(株) あそ望の郷みなみあそ（観光拠点機能強化、連携） 南阿蘇村商工会（経営支援、事業者支援） (株) くまもと DMC（観光案内所運営、旅行商品企画開発・販売） 南阿蘇鉄道株式会社（観光・旅行商品企画開発） 南阿蘇村温泉旅館組合（経営支援、事業者支援）	
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	(該当する要件) ② (概要) 地域住民をはじめ多様な関係者からオープンに意見募集・ヒアリングを行う「意見聴取会」、さらに行政をはじめ観光事業者、宿泊施設、交通事業	

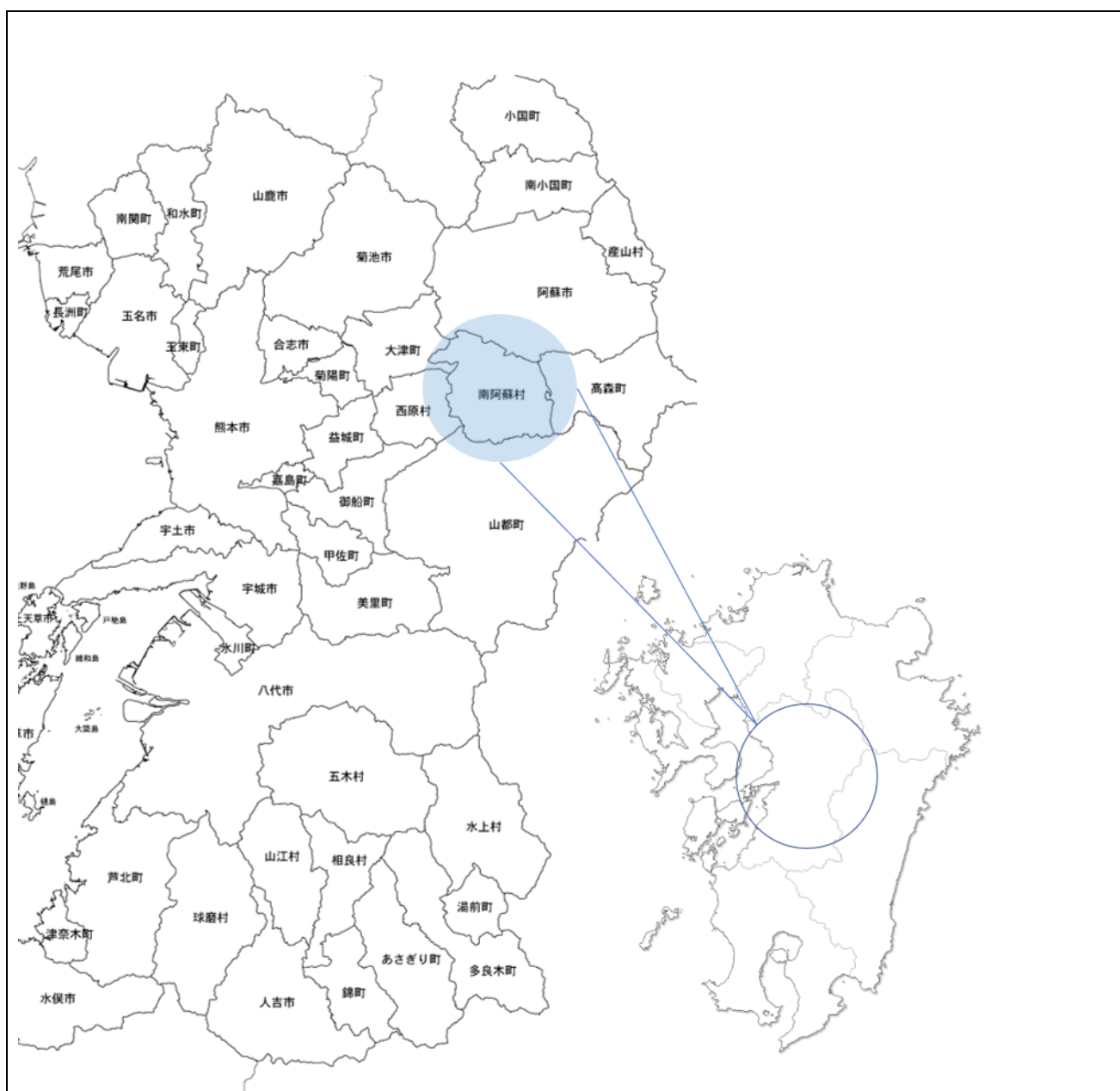
	者、製造業者や生産者な各団体・関係者の代表者や実務者が参加し観光地域づくりに関する議論・意思決定を行う「みなみあそ観光地域づくり戦略会議」をみなみあそ観光局が事務局となり実施している				
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	地域経営組織（DMO）設立準備委員会においては DMO の必要性や管内において組織が果たすべき機能、役割について理解と共通認識を深めた。 地域事業者・住民に対しては準備委員会・観光協会による一般説明会を実施したほか、今後も定期的に住民参加型のワークショップを開催し理解と協力を呼び掛けていく。				
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td><td> <p>■WEB サイト「みなみあそ info」ならびに SNS 運用 当局が管理運営する WEB サイトにてイベント情報や交通アクセス改善情報などを随時掲載、継続的な発信を行っている。また Facebook, Instagram などの各 SNS も活用し定期的に投稿を行っている。</p> <p>■オンラインストア「みなみあそ特設エールストア」の開設（2020 年 5 月） コロナ禍で宿泊、観光施設とともに大きな打撃を受けている物販（主にお土産品）事業者の支援としてオンラインストアを開設。当局が仕入れ販売発送を担い観光消費を促進するとともに各事業者による自社通販（オンライン販売）へのサポートを行った。</p> <p>■新阿蘇大橋開通キャンペーン（2020 年 8 月） 新阿蘇大橋の開通に向け機運醸成を図ることを目的として隣接する大津町、高森町の 3 町村で連携し、新阿蘇大橋活性化協議会を設立。みなみあそ観光局にて事務局を担い、スクラムチャレンジ補助金（熊本県）を活用しながら「新阿蘇大橋開通カウントダウンキャンペーン」を展開し、「新しか旅んエチケット（ポスター等）」「冬のお出かけスタンプラリー」「新春リアルすごろく」を中心に、誘客を実施した。 開通時には各種式典用の記念品の準備、現地でのお出迎え、開通式典や開通カウントダウンのオンライン LIVE 配信などを行った。</p> <p>■南阿蘇鉄道賑わい事業（2020 年度～） 今なお復旧途中にある南阿蘇鉄道の沿線や駅舎の PR を目的として南鉄駅舎缶バッチガチャの開発、駅舎めぐりパンフレットの刷新・増刷などを行った。</p> <p>■JR・国道 57 号線開通キャンペーン（2020 年 8 月） 2020 年 8 月 8 日の JR 豊肥本線全線開通に合わせて立野駅でのお出迎え、手旗や横断幕の準備、記念品の配布、記念スタンプの設置などを行った。10 月 7 日の国道 57 号線開通に合わせて、予告動画の公開（5.5 万回再生）、現地でのお出迎え、記念ノベルティ（通行手形）の配布、沿線環境の整備などを行った。</p> <p>■各メディア、雑誌等の記事校正・素材提供 「じゃらん」や「るるぶ」などの旅行雑誌などへの掲載校正作業や素材提供を都度実施した。</p> <p>■南阿蘇観光案内所の運営（2019 年度～）</p> </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>■WEB サイト「みなみあそ info」ならびに SNS 運用 当局が管理運営する WEB サイトにてイベント情報や交通アクセス改善情報などを随時掲載、継続的な発信を行っている。また Facebook, Instagram などの各 SNS も活用し定期的に投稿を行っている。</p> <p>■オンラインストア「みなみあそ特設エールストア」の開設（2020 年 5 月） コロナ禍で宿泊、観光施設とともに大きな打撃を受けている物販（主にお土産品）事業者の支援としてオンラインストアを開設。当局が仕入れ販売発送を担い観光消費を促進するとともに各事業者による自社通販（オンライン販売）へのサポートを行った。</p> <p>■新阿蘇大橋開通キャンペーン（2020 年 8 月） 新阿蘇大橋の開通に向け機運醸成を図ることを目的として隣接する大津町、高森町の 3 町村で連携し、新阿蘇大橋活性化協議会を設立。みなみあそ観光局にて事務局を担い、スクラムチャレンジ補助金（熊本県）を活用しながら「新阿蘇大橋開通カウントダウンキャンペーン」を展開し、「新しか旅んエチケット（ポスター等）」「冬のお出かけスタンプラリー」「新春リアルすごろく」を中心に、誘客を実施した。 開通時には各種式典用の記念品の準備、現地でのお出迎え、開通式典や開通カウントダウンのオンライン LIVE 配信などを行った。</p> <p>■南阿蘇鉄道賑わい事業（2020 年度～） 今なお復旧途中にある南阿蘇鉄道の沿線や駅舎の PR を目的として南鉄駅舎缶バッチガチャの開発、駅舎めぐりパンフレットの刷新・増刷などを行った。</p> <p>■JR・国道 57 号線開通キャンペーン（2020 年 8 月） 2020 年 8 月 8 日の JR 豊肥本線全線開通に合わせて立野駅でのお出迎え、手旗や横断幕の準備、記念品の配布、記念スタンプの設置などを行った。10 月 7 日の国道 57 号線開通に合わせて、予告動画の公開（5.5 万回再生）、現地でのお出迎え、記念ノベルティ（通行手形）の配布、沿線環境の整備などを行った。</p> <p>■各メディア、雑誌等の記事校正・素材提供 「じゃらん」や「るるぶ」などの旅行雑誌などへの掲載校正作業や素材提供を都度実施した。</p> <p>■南阿蘇観光案内所の運営（2019 年度～）</p>
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<p>■WEB サイト「みなみあそ info」ならびに SNS 運用 当局が管理運営する WEB サイトにてイベント情報や交通アクセス改善情報などを随時掲載、継続的な発信を行っている。また Facebook, Instagram などの各 SNS も活用し定期的に投稿を行っている。</p> <p>■オンラインストア「みなみあそ特設エールストア」の開設（2020 年 5 月） コロナ禍で宿泊、観光施設とともに大きな打撃を受けている物販（主にお土産品）事業者の支援としてオンラインストアを開設。当局が仕入れ販売発送を担い観光消費を促進するとともに各事業者による自社通販（オンライン販売）へのサポートを行った。</p> <p>■新阿蘇大橋開通キャンペーン（2020 年 8 月） 新阿蘇大橋の開通に向け機運醸成を図ることを目的として隣接する大津町、高森町の 3 町村で連携し、新阿蘇大橋活性化協議会を設立。みなみあそ観光局にて事務局を担い、スクラムチャレンジ補助金（熊本県）を活用しながら「新阿蘇大橋開通カウントダウンキャンペーン」を展開し、「新しか旅んエチケット（ポスター等）」「冬のお出かけスタンプラリー」「新春リアルすごろく」を中心に、誘客を実施した。 開通時には各種式典用の記念品の準備、現地でのお出迎え、開通式典や開通カウントダウンのオンライン LIVE 配信などを行った。</p> <p>■南阿蘇鉄道賑わい事業（2020 年度～） 今なお復旧途中にある南阿蘇鉄道の沿線や駅舎の PR を目的として南鉄駅舎缶バッチガチャの開発、駅舎めぐりパンフレットの刷新・増刷などを行った。</p> <p>■JR・国道 57 号線開通キャンペーン（2020 年 8 月） 2020 年 8 月 8 日の JR 豊肥本線全線開通に合わせて立野駅でのお出迎え、手旗や横断幕の準備、記念品の配布、記念スタンプの設置などを行った。10 月 7 日の国道 57 号線開通に合わせて、予告動画の公開（5.5 万回再生）、現地でのお出迎え、記念ノベルティ（通行手形）の配布、沿線環境の整備などを行った。</p> <p>■各メディア、雑誌等の記事校正・素材提供 「じゃらん」や「るるぶ」などの旅行雑誌などへの掲載校正作業や素材提供を都度実施した。</p> <p>■南阿蘇観光案内所の運営（2019 年度～）</p>				

	受入環境の整備	<p>■各種パンフレット、マップの制作 交通アクセスの復旧等を反映し主要観光スポット、飲食など事業者を掲載する「南阿南阿蘇ロードマップ」をはじめ「日帰り温泉マップ」や「かき氷マップ」「パンマップ」「そばマップ」など地域限定の情報を集約し制作する独自の販促ツールを発行、随時更新を行っている。</p> <p>■事業者向け講習会の実施 地域全体でのおもてなし力向上やスキルアップ、他業種間での交流を図る取り組みとして事業者向けの講習会を年3回程度、毎年実施している。（「星空解説講座」「Instagram講座」「写真撮影講座」など）</p> <p>■地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業（2023年度観光庁事業） みなみあそ観光局が地域代表者となり申請・採択され観光局での面的DX事業を含む18事業者が参画。総事業費は1,436,947千円・補助額814,185千円、特に宿泊施設において大規模な改修工事が実施された。</p> <p>■熊本県震災遺構拠点施設「震災ミュージアム KIOKU」運営（指定管理受託・2023年～） 熊本地震の記憶や経験、得られた教訓を後世に伝える回廊型のフィールドミュージアム「熊本地震 記憶の廻廊」。その中核拠点施設として整備された施設の運営を（株）あそ望の郷みなみあそと連携した共同体で指定管理を受託・施設運営を行っている。</p>
	観光資源の磨き上げ	<p>■国立・国定公園、温泉地でのワーケーション推進・誘客促進事業（2020年度環境省事業） 私有地のため事前予約によるガイドツアーでのみ立入可能となっていた「免の石トレッキングルート」を入山料の徴収によって一部を開放し自由登山が可能なスポットへ整備。また温泉旅館と連携しワーケーション需要への対応拡大を図った。</p> <p>■二次交通としてのアクティビティ開発（2021年度事業） 熊本型 MaaS 事業の一環として電動キックボード（Papit）レンタルを行った。</p> <p>■サイクルツーリズムの推進 熊本県による観光商品造成補助事業「くまもっと観光地域応援社発展事業」を活用しレンタルサイクルに付随する新たな体験プログラムの開発を行っている。</p> <p>■インフラツーリズム（2020年～） 南阿蘇村に現在建設中の「立野ダム」を活用したツアープログラムを開発した。立野峡谷ツーリズム推進協議会と連携し、「立野ダムインフラツアー」として催行、2021年度は熊本市内の学校を中心に計6回（557名）を迎えた。また、プログラム造成、運営体制の構築などの一連の活動が評価され、国土交通省より「2021年手づくり郷土賞」を受賞。</p>
		<p>【定量的な評価】</p> <p>・南阿蘇観光案内所 利用者数 2019年度…32,945人 2020年度…26,865人</p>

	<p>2021 年度…21,925 人 2022 年度…17,822 人 2023 年度…18,524 人 2024 年度…23,753 人</p> <p>みなみあそ観光局にてリニューアルを図り、新たに運用を開始した 2019 年度は過去最高の利用者数を記録。2020 年度は新型コロナウイルスの感染拡大、緊急事態宣言やまん延防等重点措置下において観光客数は減少したものの、非対面スマート案内システムを構築し、感染対策を行いながら観光案内を継続。店頭に掲示板や飲食店を紹介するショップカードの制作・配布などによって情報発信を図っている。</p> <p>・サイクルツーリズムの推進（レンタルサイクル貸出数） 2018 年度…124 台（人） 2019 年度…548 台（人） 2020 年度…969 台（人） 2021 年度…1,441 台（人） 2022 年度…1,397 台（人） 2023 年度…1,449 台（人） 2024 年度…1,325 台（人）</p> <p>2019 年より電動スポーツサイクル「e-bike」のレンタルを開始、併せて運営体制の刷新、販促物の制作等により PR 強化を図ってきた。また、ファミリー層の利用が多く子ども用自転車レンタルの需要が高いことから車体や対応車両を拡充、2021 年度にはコロナ禍にも関わらず過去最高の利用者数となった。</p> <p>・免の石トレッキング入山者数 自由登山を開始した 2021 年度の入山者はガイド付きツアー 63 名、自由登山 941 名で計 1,004 名。2020 年度の約 10 倍となる利用者を記録した。</p> <p>・情報発信 WEB サイト「みなみあそ info」…月間平均 36,000PV 公式 Facebook…フォロワー数 7,944、2021 年度は 208 投稿、平均約 3,000 リーチ メールマガジン「みなみあそ便り」…保有アドレス数約 3,000 名 メディア露出 2023 年度…82 件、広告費換算 120,540,333 円 2024 年度…31 件、広告費換算 52,243,067 円</p>
<p>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）。</p>	<p>【実施体制の概要】 南阿蘇村の観光に関係する各種団体・組織の中心となっていた「みなみあそ村観光協会」の機能再編をし、多様な関係者が参画する「みなみあそ観光地域づくりプラットフォーム」を形成し、意思決定のための「戦略会議」、実務をになう「みなみあそ観光局」を設立。官民が密接に連携した運営を実施する。対外的・また旅行者へ向けた観光案内・販売のためのワンストップ窓口機能を持った「南阿蘇観光案内所」を南阿蘇観光の拠点である道の駅あそ望の郷くぎのへ新たに設置、みなみあそ観光局が運営を担っている。</p> <p>【実施体制図】</p>



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



【区域設定】

南阿蘇村

【観光客の実態等】

南阿蘇地域における観光入込客数の推移

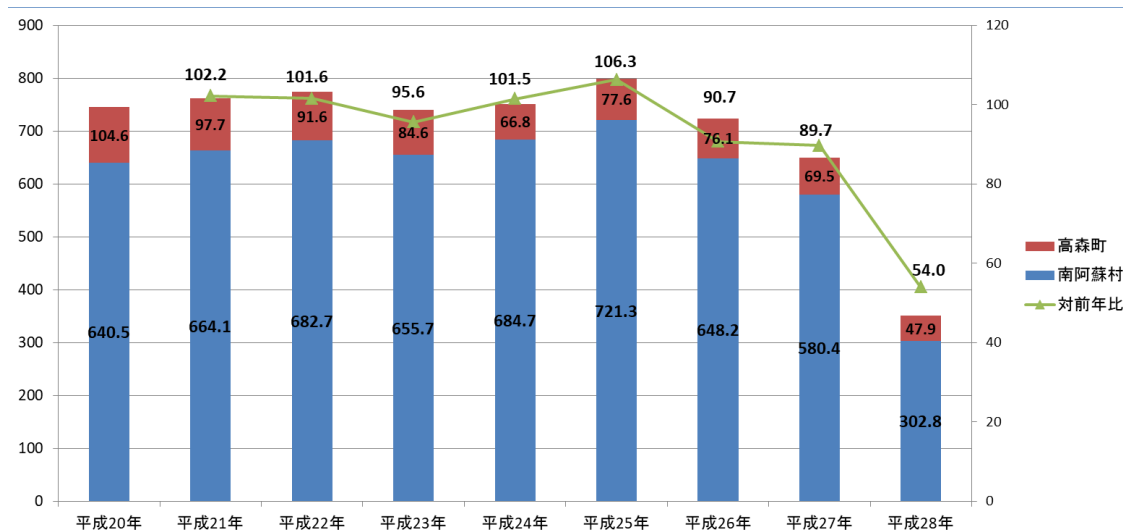
平成 20 年（2008 年）から平成 28 年（2017 年）までの南阿蘇地域（南阿蘇村、高森町）の観光入込客数の推移によると、南阿蘇村は 580 万人～721 万人で推移しており、近年はやや減少傾向にあった。とくに、熊本地震があった平成 28 年は 302 万 8000 人となり、前年の 52.2%にまで減少。また、高森町を含めた南阿蘇地域合計でも平成 28 年は前年比 54.0%にとどまっている。

（図表 10 参照）

図表 10 南阿蘇地域の観光入込客数の推移（単位：万人）

	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年
南阿蘇村	640.5	664.1	682.7	655.7	684.7	721.3	648.2	580.4	302.8
高森町	104.6	97.7	91.6	84.6	66.8	77.6	76.1	69.5	47.9
合 計	745.1	761.8	774.3	740.3	751.5	798.9	724.3	649.9	350.7
対前年比(%)									
南阿蘇村	—	103.7	102.8	96.0	104.4	105.3	89.9	89.5	52.2
高森町	—	93.4	93.8	92.4	79.0	116.2	98.1	91.3	68.9
合 計	—	102.2	101.6	95.6	101.5	106.3	90.7	89.7	54.0

<南阿蘇地域の観光入込客数の推移：南阿蘇・高森町・全体合計の前年比>



出典：南阿蘇鉄道沿線地域公共交通網形成計画

熊本地震（2016 年）の影響

平成 20 年（2008 年）から平成 28 年（2016 年）までの南阿蘇地域（南阿蘇村及び高森町）の観光入込客数の推移によると、熊本地震のあった平成 28 年は前年と比べて大きく落ち込み、宿泊客、日帰り客の合計では対前年比 54.0%になった。そのうち、宿泊客は対前年比 56.1%、外

国人宿泊客は対前年比 60.8%、日帰り客は対前年比 53.8%となり、日帰り客の落ち込みが大きかった。南阿蘇エリアに限定すれば宿泊客は対前年比 51.8%、外国人宿泊客は対前年比 54.4%、日帰り客は対前年比 52.2%となり、いずれも 50%台にまで減少した。(図表 22 参照)

図表 22 南阿蘇地域の平成 20 年～平成 28 年の観光入込客数の対前年比 (単位: %)

区 分		平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年
南阿蘇村	宿泊客数	—	102.5	106.5	88.0	94.8	106.0	101.9	87.1	51.8
	外国人宿泊客数	—	81.5	233.0	66.0	124.2	125.3	100.0	78.5	54.4
	日帰り客数	—	103.8	102.5	96.7	105.2	105.3	89.0	89.7	52.2
	計(総入込客)	—	103.7	102.8	96.0	104.4	105.3	89.9	89.5	52.2
高森町	宿泊客数	—	90.0	95.4	99.8	89.1	126.7	99.0	96.7	82.4
	外国人宿泊客数	—	22.6	343.2	188.2	125.7	304.8	126.0	107.7	99.3
	日帰り客数	—	93.7	93.7	91.7	78.1	115.2	98.0	90.8	67.5
	計(総入込客)	—	93.4	93.8	92.3	79.0	116.2	98.1	91.3	69.0
南阿蘇地域	宿泊客数	—	100.8	105.2	89.3	94.1	108.3	101.5	88.3	56.1
	外国人宿泊客数	—	79.6	234.0	67.6	124.3	132.2	102.3	81.7	60.8
	日帰り客数	—	102.4	101.4	96.1	102.1	106.2	89.9	89.8	53.8
	計(総入込客)	—	102.2	101.7	95.6	101.5	106.3	90.7	89.7	54.0

出典：南阿蘇鉄道沿線地域公共交通網形成計画

インバウンドの推移

南阿蘇地域への宿泊者数・外国人宿泊客数・日帰り客数の推移によると、熊本地震のあった平成 28 年(2016 年)は前年と比べて大きく落ち込んだ。南阿蘇村では、宿泊者数・外国人宿泊客数・日帰り客数とも平成 27 年(2015 年)から半減。高森町を含む南阿蘇地域全体でも半分近くまで低下し、また南阿蘇村について平成 28 年を平成 20 年(2008 年)と比較すると、宿泊者数 44.4%、外国人宿泊者数 83.4%、日帰り客数 47.5%で、総入込客数では 47.3%となり 5 割を下回った。ただし、外国人宿泊者数は 8 割以上を確保しており、インバウンド客については熊本地震の影響は比較的軽かった。(図表 12、図表 13 参照)

図表 13 南阿蘇への平成 28 年の観光入込客数の対平成 20 年比 (単位: %)

区 分		平成28年の平成20年比(%)
南 阿 蘇 村	宿泊客数	44.4
	外国人宿泊客数	83.4
	日帰り客数	47.5
	計(総入込客)	47.3
高 森 町	宿泊客数	76.3
	外国人宿泊客数	755.0
	日帰り客数	43.4
	計(総入込客)	45.8
南 阿 蘇 地 域	宿泊客数	48.6
	外国人宿泊客数	105.2
	日帰り客数	46.9
	計(総入込客)	47.1

出典：南阿蘇鉄道沿線地域公共交通網形成計画

・新型コロナウイルス感染拡大による影響と震災からの復旧

特に訪日外国人の受け入れ数については当初、全体としての伸長率や東京オリンピック（2020年）、大阪万博（2025年）の開催を契機とした大幅な増加を予測していたが2020年以降の新型コロナウイルス感染拡大による影響は現在も継続。熊本県下においても感染拡大の影響は甚大であり、新規就航が予定されていた熊本-ラオス便の定期運航の中止など海外からのアクセスは皆無に近い状況となっている。熊本県下においても緊急事態宣言の発令や複数回のまん延防止適用が行われており、自粛ムードの蔓延にあって国内観光客の入込数も大幅に減少。観光業にとって非常に困難な状況が継続している。

阿蘇エリアにおいては2020年8月に国道57号北側バイパスが開通、JR九州豊肥本線の全線が運転再開・さらに2021年3月には新阿蘇大橋が開通。2016年の熊本地震から約5年を経て主要な交通インフラが復旧した。2022年度には同じく熊本地震で被災し現在も部分運行となっている第3セクター南阿蘇鉄道（高森町）の全線再開が予定されている。

【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】

南阿蘇村は、中心を白川が流れ、雄大な五岳を背景に美しい田園風景が広がり、その中を南阿蘇鉄道の観光トロッコ列車が走る。環境省の名水百選にも選ばれている湧水も多く「水が生まれる郷」として、のどかな農村集落の原風景を楽しめる地域として人気を博してきた。震災により、多くが休業となったが宿泊施設に関しても、栃木温泉や地獄温泉、垂玉温泉など、長年続く趣ある温泉地が存在し、新しさと昔ながらの風情が融合した観光地である。

＜一例＞

エリア	資源名	特徴	シーズン
南阿蘇村	湧水	水の生まれる里として知られる南阿蘇村の湧水群。一級河川・白川の水源である白川水源、塩井社水源、川地後水源、寺坂水源、池の川水源、遊沢津水源、小池水源、明神池名水公園、吉田城献上汲場、竹崎水源、妙見神社の池と全11か所。 特に塩井社水源は、地震によりいったん湧水が止まり、また復活した水源として知られる。	通年



エリア	資源名	特徴	シーズン
-----	-----	----	------

南阿蘇村	阿蘇五岳の眺 み	俵山トンネルを通る県道 28 号、通称「熊本高森線」を走り、南阿蘇村に入ると、阿蘇五岳（中央火口丘群）の見事な眺めが得られる。南阿蘇村は、阿蘇カルデラの南にあるため、南側からの太陽が降り注ぐ阿蘇五岳は非常に美しい。木々のない山頂の荒々しさ、なだらかに広がるすそ野の森、その手前には、南郷谷に広がる規則正しい水田が一望できる。	通年
------	-------------	--	----

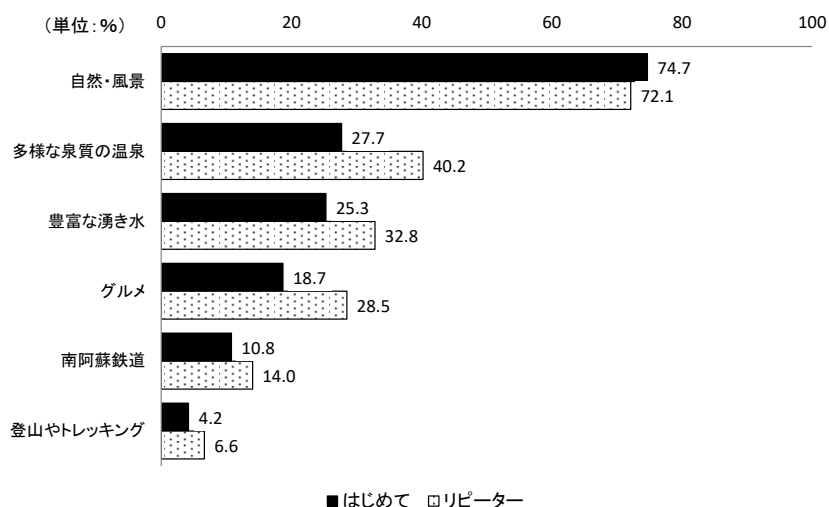


エリア	資源名	特徴	シーズン
南阿蘇村	一心行の大桜	樹齢 400 年を超えるとされるヤマザクラ。高さ約 14m、幹回りは 7.3m、枝は、東西に 21.3m、南北に 26m という巨木。戦火に散った矢崎城城主・伯耆守惟冬の菩提樹で、惟冬と家臣を弔うため一心に行をおさめたといういわれが名前の由来。開花の頃は菜の花も咲き乱れ、多くの観光客でにぎわう。	春



南阿蘇鉄道が実施した平成 29 年（2017 年）度の観光ニーズ調査（複数回答）によると「南阿蘇地域を訪れた観光客が感じる魅力」では、「はじめての観光客」「リピーター」とも「自然・風景」が 70%を超え、南阿蘇の最大の魅力にあげている。次いで「多様な泉質の温泉」「豊富な湧き水」「グルメ」「南阿蘇鉄道」「登山やトレッキング」の順で、阿蘇南郷谷が持つ独特の自然・風土に魅力を感じていることがわかる。（図表 32 参照）

図表 32 観光客が感じる南阿蘇の魅力（複数回答）



※南阿蘇鉄道沿線地域公共交通網形成計画より

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- ・ホテル営業 4施設 客室数 583室（休業中なし）
- ・旅館営業 13施設 客室数 254室（休業中：5施設 136室）
- ・簡易宿所営業 43施設 248室（休業中：4施設 24室）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

益城熊本 IC より車で約 40 分

熊本空港より車で約 30 分

福岡空港より車で約 120 分

【外国人観光客への対応】

行政、旅館組合他による Wi-Fi 整備、多言語対応情報発信

みなみあそ観光局及び関係事業者等が主体となり多言語による観光情報発信、環境整備を実施している

また、みなみあそ観光局が運営する「南阿蘇観光案内所」は JNTO によるカテゴリ2 の認定を受けており、多言語での観光案内を定常的に実施。阿蘇エリアにおける観光拠点としてサービス提供を実施している。

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
観光消費額	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認	観光統計調査による
延べ宿泊者数	観光施策の基礎資料、地域経済波及の確認	統計調査、ならびに宿泊施設へのヒアリング調査
来訪者満足度	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	アンケート調査を自主事業として実施
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	ポータルサイトにおけるPV・アクセス数を google analytics にて計測、検証していく
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	アンケート調査を自主事業として実施

4. 戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

南阿蘇村では人口減・少子高齢化が加速しており基幹産業である農業と観光においても高齢化等の影響で就業者や事業者が減少傾向にある。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることをしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・ ジオサイト、国立公園内に位置し阿蘇カルデラが形成する景観は唯一無二 ・ 阿蘇エリアでも特に湧水が豊富な「水の生まれる郷」 ・ 世界農業遺産 (GIAHS) に認定された農村としての歴史、景観、農産物 ・ 多様で良質な泉質の温泉群が点在 ・ 伝統的な旅館やリゾートホテル、貸別荘・キャンプ場などバリエーション豊富な宿泊施設 ・ 温泉旅館は特に満足度が高く、OTAでの受賞も多数 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊先、温泉郷としての認知不足 ・ コロナ禍によりさらに加速した日帰り通過型の観光地化 ・ 震災からの再建は状態復旧に留まり新たな価値提供には至っていない ・ 高齢化による働き手の不足 ・ 公共交通機関等の二次交通の未整備 ・ 夜の時間帯における飲食店不足 ・ 滞在時間を拡大できる体験コンテンツ、提供プレイヤーの不足
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ 近隣エリア (菊陽町) への台湾半導体メーカー TSMC 進出 ・ 熊本空港国際線ターミナルのリニューアル、際旅客の再開による訪日外国人観光客増加の兆し ・ 阿蘇地域としての世界農業遺産、ユネスコジオパークの認定 ・ キャンプなどアウトドアトレンドの上昇 ・ 旅行トレンドの変化 (大人数から少人数へ) 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ 震災や豪雨、噴火活動などの自然災害、ならびにネガティブ報道による日本人観光客の減少 ・ 人口減少による担い手、人材不足 ・ 物価上昇による国内旅行者の可処分所得の減少 ・ オーバーツーリズム等による景観・雰囲気の乱れ

(3) ターゲット

○第1ターゲット層 九州内、主に熊本市および福岡における国内旅行者
○選定の理由 熊本を訪れる観光客の約6割は九州圏内であり、内福岡（人口増加傾向）が約2割を占めている。今後も拡大するボリュームゾーン（エリア）として期待できる。
○取組方針 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。
○第二ターゲット層 九州を目的地として訪れる訪日外国人（台湾を中心とした東アジア圏）
○選定の理由

<p>熊本県を訪れる訪日外国人、その半数以上を占め今後も増加が予測されるエリアとしては東アジアであり、特に TSMC 工場の稼働後、台湾からの来訪者は増加しており今後も増が期待できる。</p> <p>○取組方針</p> <p>着地型コンテンツを充実させ、海外 AGT、訪日サイトとの連携を通じて情報発信・商品提供を行っていく。</p>
<p>○第三ターゲット層</p> <p>首都圏（東京、大阪）における国内旅行者</p>
<p>○選定の理由</p> <p>国内旅行者のボリュームゾーンは首都圏であり、現在も東京・大阪からの来訪者が約 2 割を占めている。自然滞在型・体験型ニーズが特にコロナ禍を経て首都圏中心に高まっており、南阿蘇はその自然環境と提供する価値観・サービスにおいて強みがある。</p> <p>○取組方針</p> <p>南阿蘇ならではの自然体験や、農村滞在を織り交ぜた商品を造成、満足度の向上を目的とした商品で再訪率を高め（リピーター獲得）、交流・関係人口の増加を図る。</p>

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>南阿蘇ならではの自然・農村文化を生かした、長期滞在＆リピート型の観光地へ</p> <p>「商業的な観光振興」ではなく「観光を用いた持続可能な地域づくり」の実現に向けて、これまでの観光事業者の枠を超えた関係者で、血の通った南阿蘇らしい観光のあり方を模索し、カタチにしていく</p>
②コンセプトの考え方	<p>南阿蘇が持つ価値（強み）は何よりもその自然環境の豊かさであり、農業をはじめとした人の営みが作り出す風景の美しさにある。近隣の人は自分の田舎のように繰り返し足を運び、遠方からは都会の喧騒を離れて長期滞在する。農村文化や自然を活かしたアウトドア・農業・文化コンテンツが充実し、ゆっくりとした時間の流れの中で人との交流、リラックス、心身の充足を提供するサードプレイスのポジションを目指す。</p> <p>また、収益の最大化ではなく、地域に暮らす住民（事業者）の満足度・幸福度の最大化、持続可能性の向上のための活動ならびにその促進を図っていく。</p> <p>ビジョン達成のため実現する目標（状態）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 長期滞在・リピート型旅行用の仕組みが確立し、コンテンツが充実 2. 多様性を受け入れる風土が醸成され、域内事業者が One Team に 3. 南阿蘇らしさ” が確立し、地域の人誇りを持ち、旅行者はブランドを認識 4. 災害を前提としたハード・ソフト面の整備が進み、レジリエンスが向上 5. みなみあその観光業が付加価値の高い産業となり、魅力ある働き口に

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
----	----

<p>戦略の多様な関係者との共有 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</p>	<p>事務局として「みなみあそ観光地域づくり戦略会議」を年2回程度開催し、行政や観光事業者、宿泊施設、交通事業者、製造業者や生産者など多様な関係者の代表者や実務者と協議の場を設け、実施事業の方向性や具体的対策等についてコミュニケーションを図り、戦略を共有する。また、管内観光の課題解決に向け地域での事業を推進するため、商工会や観光案内所と協働し事業者のサポート体制を構築する。</p> <p>観光経済情報や調査レポートについては公表し、観光振興の地域経済への波及効果を可視化ならびに共有する。</p> <p>域内関係者の知識・スキル向上に向け、専門的知見を踏まえた研修やセミナー・ワークショップを開催し、サービスの維持・向上に取り組む。</p>
<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>村内外へ向けての広報、ならびに SNS などのファンサイトを集約し、 統一的かつ効果的なプロモーションを実施する。</p>
<p>戦略の多様な関係者との共有</p>	<p>事務局として「みなみあそ観光地域づくり戦略会議」を年2回程度開催し、行政や観光事業者、宿泊施設、交通事業者、製造業者や生産者など多様な関係者の代表者や実務者と協議の場を設け、実施事業の方向性や具体的対策等についてコミュニケーションを図り、戦略を共有する。また、管内観光の課題解決に向け地域での事業を推進するため、商工会や観光案内所と協働し事業者のサポート体制を構築する。</p> <p>観光経済情報や調査レポートについては公表し、観光振興の地域経済への波及効果を可視化ならびに共有する。</p>

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。

(1) 必須K P I

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	19,869 (524)	31,918 (562)	47,877 (1436)	57,452 (1723)	74,688 (2412)	84,292 (3,618)
	実績	19,925 (420)	29,189 (487)	30,940 (521)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	140 (7)	211 (4)	317 (9)	348 (11)	418 (18)	668 (28)
	実績	105 (1)	112 (9)	150 (18)			
●来訪者満足度 (%)	目標	91.7 (92.0)	93.5 (94.0)	93.7 (95.0)	94.9 (95.4)	95.0 (96.1)	95.0 (96.1)
	実績	88.4 (89.7)	89.5 (87.1)	88.9 (86.9)			
●リピーター率 (%)	目標	81.3 (8.5)	83.7 (9.5)	86.2 (12.0)	88.3 (12.3)	89.0 (12.7)	89.0 (10.5)
	実績	80.7 (2.5)	76.7 (4.3)	77.2 (3.1)			

※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】

南阿蘇における地域 DMO 組織として行政組織と連携し各種観光施策を実現することから、旅行消費額、延べ宿泊者数・外国人宿泊者数については基本計画である「南阿蘇村総合計画」が掲げる K P I を採用。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

熊本県における観光消費額(宿泊、日帰り)の平均単価をベースとして

- ・アフターコロナにおける旅行需要の回復
- ・TSMC 進出に伴う外国人観光客の入込数増加 を想定し算出を行った。

●延べ宿泊者数

南阿蘇村総合計画における 2021 年度観光入込客数目標をベースに算出。

南阿蘇村における観光産業の課題の一つに宿泊者比率の低さが挙げられる。魅力的な体験プログラムや観光商品の開発により滞在時間を延長することで観光入込客数における宿泊者の比率を 2026 年度までに 10%まで引き上げることを目標とする。

●来訪者満足度

阿蘇くじゅう観光圏による年度調査（アンケート形式）をベースに設定するとともに南阿蘇エリア独自でのサンプル抽出等から算出。今後実施または継続する

- ・環境整備、新たな体験アクティビティ開発、プログラム造成事業
- ・各種講習会等の実施による個別事業者のスキルアップ による効果を想定する。

.....

●リピーター率

阿蘇くじゅう観光圏による年度調査（アンケート形式）をベースに設定するとともに南阿蘇エリア独自でのサンプル抽出等から算出。周辺エリアと比較すると再訪率は高く、これをより強化しファン層の構築を図るため

- ・農作体験などの年間を通して来訪が期待できる農家連携の体験プログラム造成
- ・オフシーズン期（冬季）に楽しめる体験、アクティビティの開発

などを行い、目標値の達成を図る。

.....

（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
●（例）住民満足度 （％）	目標	70.0	75.0	80.0	85.0	88.0	90.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	71.2	70.2	74.6			
		(-)	(-)	(-)			
		()	()	()			

※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】

南阿蘇村における「観光」は震災からの復興にとって、また将来的な観点から見て既存の観光関連事業にとどまらず、農業、林業、工業など全ての産業を支える基盤であると同時に、地域と地域住民があるべき姿を実現し、復興するための推進力であると位置づけた。

オーバーツーリズムに代表される観光地や住民の疲弊を伴う指標ではなく、南阿蘇村においてはその発展・維持・継続のために域内住民の生活に根差した指標が消費額や宿泊者数と同時に必要なため。

【設定にあたっての考え方】

熊本県が推進している県民幸福量を測る総合指標としての「県民総幸福量」をベースに管内においてより精度の高い調査を実施し具体的な設定値を定めていく。

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 年度	98,729,801（円）	【受託事業収入】 66,107,743 円 【その他事業収入・補助金】 32,622,058 円
2023 年度	175,391,635（円）	【受託事業収入】 65,430,718 円 【指定管理】 88,006,338 円 【その他事業収入・補助金】 21,954,579 円
2024 年度	178,703,228（円）	【受託事業収入】 51,270,318 円 【指定管理】 119,274,530 円 【その他】 8,158,380 円
2025 年度	179,450,000（円）	【受託事業収入】 43,430,000 円 【指定管理】 122,000,000 円 【その他事業収入・補助金】 14,020,000 円
2026 年度	180,000,000（円）	【受託事業収入】 43,430,000 円 【指定管理】 122,000,000 円 【その他事業収入・補助金】 18,020,000 円

(2) 支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022 年度	98,277,704（円）	【一般管理費】 19,554,664 円 【事業費】 78,723,040 円
2023 年度	165,290,869（円）	【一般管理費】 34,484,648 円 【事業費】 130,806,221 円
2024 年度	160,392,062（円）	【一般管理費】 47,368,900 円 【事業費】 125,386,262 円
2025 年度	179,000,000（円）	【一般管理費】 56,450,000 円 【事業費】 122,550,000 円
2026 年度	179,000,000（円）	【一般管理費】 56,450,000 円 【事業費】 122,550,000 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

南阿蘇村ふるさと納税業務の受託継続と寄付拡大、共通宿泊券をはじめとする商品開発や域内観光商品の開発・販売

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

熊本県南阿蘇村は、一般社団法人みなみあそ観光局を当該都道府県及び市町村における（地域DMO）として登録したいので一般社団法人みなみあそ観光局とともに申請します。

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】

エリアが重複する「公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター（地域連携DMO）」とは定例の会議体は存在しないものの、事業毎の連携や連携のための連絡・相談を事務レベルで行っている。また、より広範囲の観光圏を形成する「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」には共に構成員ならびに観光地域づくりマネージャーとして参加しており、情報共有の体制を構築している。

【区域が重複する背景】

南阿蘇村はおよそ 300 以上の観光事業者（宿泊、飲食など）を有し、年間 300 万人以上が訪れる観光地であり、農業と並び観光が基幹産業となっている。入込客数に対して宿泊率は阿蘇エリアの平均を下回っており、宿泊を誘発するため観光資源の磨き上げ・魅力的なコンテンツ造成を独自で展開する必要がある。また各事業者が抱える課題はその規模やレベルによって細分化しており、伴走型支援を行う中間支援組織として地域DMOの設立に至った。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

みなみあそ観光局が事務局を担う「みなみあそ観光地域づくりプラットフォーム」は地域の事業者と一緒に観光商品を生み出す伴走支援を目的としており、阿蘇デザインセンターが事務局を担う「阿蘇くじゅう高千穂観光圏」はテーマ性をもって既存の観光商品を結び、全体の滞在時間を伸ばしていくことを目的している。

【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】

特にプロモーションの領域においては「阿蘇」としてのPR・認知度獲得が誘客のカギとなる。阿蘇エリア全体のプロモーションは広域DMO・または地域連携DMOが担い、地域DMOであるみなみあそ観光局はより地域に特化した情報発信や更新、整備を行うことで全体として相乗効果を生み効果的なプロモーションが期待できる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	小笹 和幸
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	869-1412

所在地	阿蘇郡南阿蘇村久石 2807 番地
電話番号（直通）	096-767-2222
F A X 番号	096-767-2223
E - m a i l	ozasa@minamiaso.info

1 1 . 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	南阿蘇村
担当者氏名	下田朱美
担当部署名（役職）	南阿蘇村役場企画観光課 課長
郵便番号	869-1404
所在地	熊本県阿蘇郡南阿蘇村大字河陽 1705 番地 1
電話番号（直通）	0967-67-1112
F A X 番号	0967-67-2073
E - m a i l	sangyo@vill.minamiaso.lg.jp

記入日： 令和 7 年 6 月 3 0 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】
熊本県南阿蘇村
【設立時期】2019年4月1日
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 丸野健一郎
【マーケティング責任者（CMO）】 小笹和幸
【財務責任者（CFO）】 久保堯之
【職員数】13人（常勤10人（正職員8人出向等2人）、非常勤3人）
【主な収入】
受託・事業収入51百万円、指定管理119百万円、その他14百万円
（2024年度決算）
【総支出】
事業費 125百万円、管理費 56百万円（2024年度決算）
【連携する主な事業者】
あそ望の郷、南阿蘇村商工会、南阿蘇鉄道ほか

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4) 年	2023 (R5) 年	2024 (R6) 年	2025 (R7) 年	2026 (R8) 年	2027 (R9) 年
旅行 消費額 (百万円)	目標	19,869 (524)	31,918 (562)	47,877 (1436)	57,452 (1723)	74,688 (2412)	84,292 (3,618)
	実績	19,925 (420)	29,189 (487)	30,940 (521)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	140 (7)	211 (4)	317 (9)	348 (11)	418 (18)	668 (28)
	実績	105 (1)	112 (9)	150 (18)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	91.7 (92.0)	93.5 (94.0)	93.7 (95.0)	94.9 (95.4)	95.0 (96.1)	95.0 (96.1)
	実績	88.4 (89.7)	89.5 (87.1)	88.9 (86.9)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	81.3 (8.5)	83.7 (9.5)	86.2 (12.0)	88.3 (12.3)	89.0 (12.7)	89.0 (10.5)
	実績	80.7 (2.5)	76.7 (4.3)	77.2 (3.1)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
国内…福岡、関東、関西エリア在住の旅行者
国外…東アジア、特に台湾を中心とした旅行者
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
自然滞在型・体験型ニーズが高いターゲット層に対してトレッキングやサイクリングなどの自然アクティビティ、また農業体験・農村滞在を織り交ぜた体験プログラムを造成、満足度の向上を図るとともに商品で再訪率を高め（リピーター獲得）、交流・関係人口の増加（ファン獲得）を図る。
【観光地域づくりのコンセプト】
観光の力を、南阿蘇の力に。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
インバウンド向けにアクティビティの環境整備を実施。LPなど多言語ツール（パンフレットやLP）の制作、販路整備を実施

【情報発信・プロモーション】
・WEBサイト「みなみあそinfo」を運営イベント情報や交通アクセス情報など随時掲載、継続的な発信を実施（月間平均33,000PV）

【受入環境整備】
・多言語案内看板の設置
・各種パンフレット、マップの制作
・事業者向け講習会の企画実施

【その他】
・南阿蘇観光案内所を運（JNTO カテゴリー2認定）
・地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業を地域代表として実施

