様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月　　日

１．観光地域づくり法人の組織

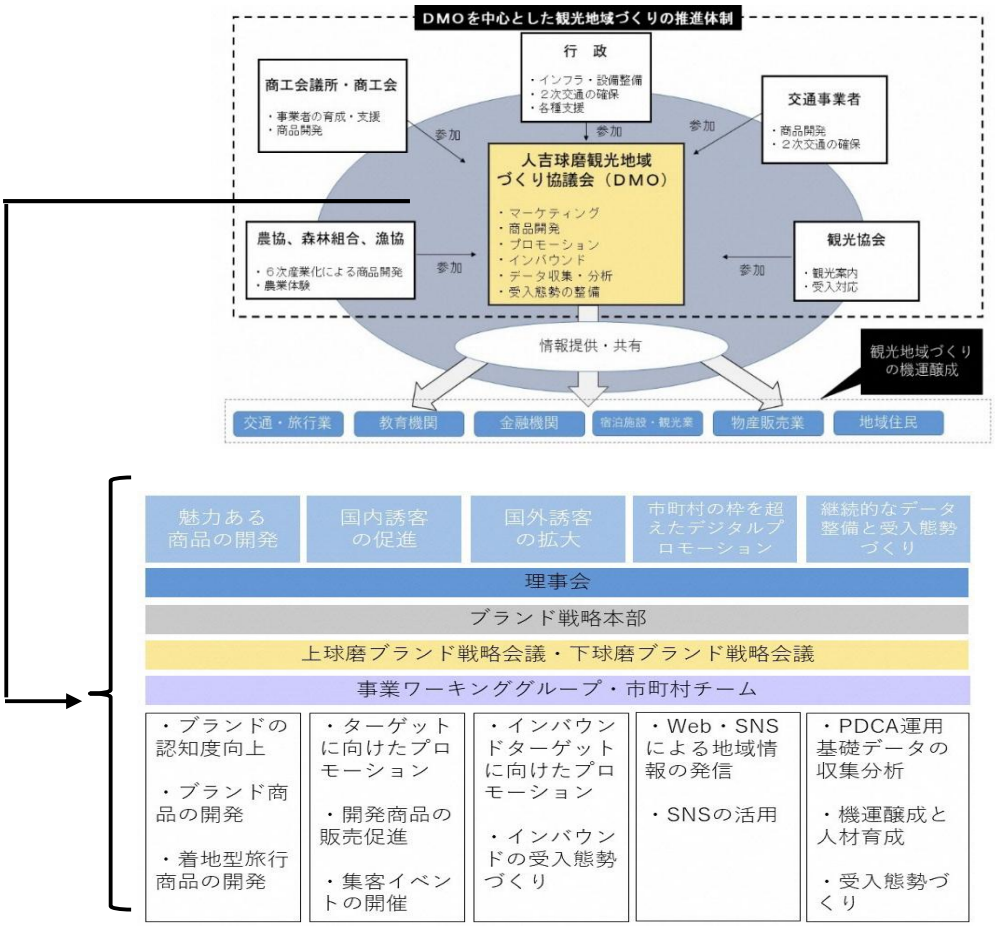
申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 熊本県あさぎり町、人吉市、錦町、多良木町、湯前町、水上村、相良村、五木村、山江村、球磨村	
所在地	熊本県球磨郡あさぎり町免田東１７７４番地	
設立時期	平成３０年３月３０日（令和３年６月１５日法人化）	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	５人【常勤３人（正職員２人・出向等１人）、非常勤２人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 松岡　隼人 （出身組織名） 人吉市長	人吉市長であり、「(一社）人吉球磨観光地域づくり協議会」（以下「観地協」という。）の代表理事（会長）として、区域内 10 市町村及び関係団体等をとりまとめる役割を果たしている。ＤＭＯ登録後も引き続き代表理事として就任中
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） 河野　靖「専従」 （出身組織名） 熊本県、(公社）熊本県観光連盟、(株)くまもとＤＭＣ	本ＤＭＯの専務理事（兼業務執行理事)。熊本県を退職後、平成２８年から（公社）熊本県観光連盟に専務理事兼事務局長として従事、また令和元年からは(株)くまもとＤＭＣに入社（専務取締役兼理事)。熊本県全域で地域活性化に取り組んだ実績を経て、令和４年４月より現職。 行政及び民間、特に地域連携ＤＭＯでの従事経験を持つ希少な存在であり、ＣＭＯ業務に加え、自主財源確保策、構成市町村の各首長との折衝など今後のＤＭＯ運営の基盤を構築していく上でのキーマン。県全体レベルで培った視点と視野の広さを活かし、人吉球磨地域の経済活性及び観光地域づくりに取り組む。

様式１

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） 田原　康司「専従」 （出身組織名） 人吉市	人吉市からの派遣職員。事務局長として、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行っている。観光分野においては、経済産業省（地域経済産業グループ）への出向時に、観光を通じた地域経済活性化のため、地域資源を組み合わせた魅力的なストーリー作りの手法を検討する事業等に従事。帰任後は、企業がきくらげ菌床の製造工場を増設するに当たり、産業観光の視点から、製造過程を見学できる施設を併設するため、総務省補助事業を活用するなど、行政の側面から財源確保に携わる。そのほか、内閣府、デジタル庁など、国の補助事業等の活用実績を有する。
各部門（マーケティング）の責任者（専門人材）	（氏名） 佐藤　圭／業務執行理事 （出身組織名） （一社）人吉球磨ブランディング研究所代表理事兼所長	（一社）人吉球磨ブランディング研究所の代表理事兼所長であり、観光地域づくりによる地域全体の活性化に尽力している。また、自ら経営するカフェにおいて、地域の農産物を活用した様々な商品開発・販売を行っている。観地協の「観光地域づくり戦略」やブランドコンセプト「風水・祈りの浄化町」の策定に関わっており、観地協のマーケティング戦略チームリーダーとして中心的な役割を果たしている。
各部門（上球磨地区）の責任者（専門人材）	（氏名） 藤岡　教顯／業務執行理事 （出身組織名） 浄土真宗本願寺派明導寺	浄土真宗本願寺派明導寺の住職であり、寺の本堂内でヨガや朗読劇、コンサート等の活動を継続的に実施するなど、地域と連携した活動を長年行っている。また、国指定重要文化財である阿弥陀如来坐像などがある城泉寺（別名浄心寺）阿弥陀堂の管理を行っており、観地協のマーケティング戦略チームメンバーとして神社仏閣を観光地域づくりに活かす取組みを行うなど中心的な役割を果たしている。
各部門（下球磨地区）の責任者（専門人材）	（氏名） 鳥越　英夫／副会長兼業務執行理事 （出身組織名） （一社）人吉温泉観光協会代表理事	（一社）人吉温泉観光協会の代表理事。（一社）ひとよし球磨青年会議所理事長や日本青年会議所の熊本ブロック会長を歴任するなど広く社会貢献活動に取り組んでいる。また、合資会社鳥越商店代表として、地域の特産品である球磨焼酎の全 27 蔵元の銘柄を取り扱う唯一の卸業者を営んでおり、自ら経営する球磨焼酎専門店において、商品開発に取り組んでいる。また、観地協のマーケティング戦略チームのメンバーとして、各種ツーリズムに関する事業を展開するなど中心的な役割を果たしている。
各部門（インバウンド）の責任者（専門人材）	（氏名） 堤　純子／業務執行理事 （出身組織名） ㈱繊月酒造代表取締役社長	繊月酒造（株）代表取締役社長。（一社）人吉温泉観光協会の理事を務めるほか、球磨焼酎蔵ツーリズム協議会では会長として焼酎の蔵見学を素材とした観光商品づくりに取り組むなど、地域の観光振興にも尽力している。また、自社商品の海外展開においては、球磨焼酎の地域性も重視した現地セールスを行うなど外国人向けのＰＲにも精通し、協議会ではインバウンド部門の事業マネージャーとして国外誘客拡大事業に取り組んでいる。また、繊月酒造（株）は球磨焼酎の製造販売に携わりながら、焼酎蔵観光施設として約 40 年前から観光に取り組み、国内外から広く観光客を受け入れている。

様式１

各部門（復興）の責任者（専門人材）	（氏名） 有村　充広／業務執行理事 （出身組織名） ㈱鮎里ホテル「清流山水花あゆの里」代表取締役社長	人吉球磨地域最大規模の旅館を営む傍ら、（一社）人吉温泉観光協会、人吉温泉旅館組合等に所属し、行政や旅行会社等と連携し地域の観光振興に取り組んでいる。また、これまでに大手旅行会社主催の協議会役員を務めるほか、全国の旅館経営者との繋がりにより各地の観光地域づくりの視察を重ねるなど、観光に関する知見も豊富である。令和２年７月豪雨による被災以降、観光関連事業者や行政を集めた「人吉球磨観光復興会議」を熊本県と共同で開催し、熊本県の人吉球磨豪雨被災地観光復興戦略の策定に尽力するなど、当地域の観光復興において先導的役割を果たしている。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 田原　康司／業務執行理事 （出身組織名） 人吉市	※財務責任者（ＣＦＯ）と兼務する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・熊本県観光文化部（観光全般） ・熊本県県南広域本部球磨地域振興局（事業実施支援等） ・人吉市商工観光課、錦町企画観光課、多良木町企画観光課、湯前町企画観光課、水上村産業振興課、相良村企画商工課、五木村産業振興課、山江村企画調整課、球磨村復興推進課、あさぎり町商工観光課（人的・財政支援、事業実施支援等） ・人吉球磨広域行政組合（人的・財政支援、事業実施支援等）	
連携する事業者名及び役割	・一般社団法人人吉温泉観光協会、一般社団法人錦まち観光協会、多良木町観光協会、湯前町観光物産協会、株式会社みずかみ地方創生推進部、相良村観光協会、五木村観光情報センター、山江村観光交流促進協議会、球磨村観光協会、株式会社あさぎり商社等（観光振興） ・人吉球磨地区商工連絡協議会、人吉商工会議所、錦町商工会、多良木町商工会、湯前町商工会、水上村商工会、相良村商工会、五木村商工会、山江村商工会、球磨村商工会、あさぎり町商工会（観光振興、飲食事業） ・くま川鉄道株式会社ほか各種交通旅行業（交通アクセス、旅行商品販売） ・球磨地域農業協同組合、森林組合、球磨川漁業協同組合ほか農林水産業（農商連携） ・肥後銀行、熊本銀行（監事） ・人吉温泉旅館組合ほか宿泊施設団体（事業協力） ・球磨川くだり株式会社、球磨川ラフティング協会等（事業協力） ・人吉球磨物産販売施設連絡協議会（商品開発・販売） ・県立学校、専門学校、中小企業大学校人吉校ほか教育機関（事業協力） 等全 71 事業者（サポーター数）	
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】① （概要）（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会は、2020 年 3 月に 10 市町村が策定した人吉球磨定住自立圏共生ビジョンにおいて位置付けられている「広域連携による観光地域づくり」を推進する団体として事業を実施している。 　なお、連携市町村は本協議会の運営に必要な経費を負担するとともに職員を派遣している。 　また、最高決定機関として位置付けられている理事会（年４回開催）は、区域内 10 市町村長、人吉球磨広域行政組合、観光協会、商工会議所、商工会、農業協同組合、くま川鉄道㈱等、観光地域づくりに関わる地域の幅広い分野の代表者から構成されてお	

	り、事業計画の承認やＫＰＩの達成状況の評価などについて、これら多様な関係者の合意形成を得て事業を実施する体制となっている。 【該当する要件】② （概要）本協議会においては、民間事業者、市町村職員等で構成し、事業の企画・実施を担任する「事業ワーキンググループ」（月１回程度開催）等を設置している。 なお、必要に応じて民間事業者や市町村職員等で組織する「検討会」を設置し、事務局事業の企画・実施に係る意見を聴取することとしている。 
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	地域住民等を対象に観光地域づくり戦略とその取組み状況を周知することを目的としたフォーラムを年１回程度開催し、関係者に限らず地域住民が一体で観光地域づくりに取り組む機運を醸成している。（2018 年度は２回、2019 年度は１回開催。2021 年度以降は、令和２年７月豪雨災害及びコロナ禍の影響により開催していない。） また、個別テーマに係るセミナー（例えば、「リスク管理」や「おもてなし」等）も定期的に開催し、関係者の観光地域づくりに対する意識の向上や活動の活性化を図っている。 これら上記の取組みに加え、インバウンドへの理解促進セミナーや食の多様性、また、キャッシュレス決済の普及を目的とするセミナーも開催している。
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** **※2018 年度～2021 年 6 月までは任意団体** 事業 ／ 実施概要

	情報発信・プロモーション	○2018 年度 ・本協議会の「観光地域づくり戦略」及びブランドコンセプトである「風水・祈りの浄化町」（傘ブランド）の策定 ・本地域の観光に係る情報発信を目的としたポータルサイトの開設 ・広域的な観光情報の広報、宣伝を目的とした「ガイドマップ」の作成 ・国内、台湾及び香港における商談会等への参加 ・フランス観光開発機構視察の受入れ、ＪＲ全社と連携した観光キャンペーンへの参加 ・冬季の誘客を促進するための「人吉球磨はひなまつり事業」、地域内の温泉利用を促すための「球磨川温泉郷スタンプラリー」の実施 ○2019 年度 ・冬季の誘客を促進するための「人吉球磨はひなまつり事業」、地域内の温泉利用を促すための「球磨川温泉郷スタンプラリー」の実施 ・「観光ガイドアプリ」やホームページの開発・運用 ・春節イベントの開催 ・商談会への参加（香港、台湾、上海） ・相良三十三観音めぐりポスターの製作 ○2020 年度 ・情報サイト及び観光アプリを用いた新たな観光商品やイベント等を紹介する WEB 作成 ・地域ブランド（三日月）を付加した地域資源等の写真や動画を SNS で発信するための WEB 作成 ・本地域を舞台とするアニメのロケ地巡りのためのパンフレット製作 ○2021 年度 ・地域内でのブランド認知度向上を図るための市町村広報誌への記事掲載、傘ブランド説明動画の配信、地元情報誌への広告掲載等 ・（インバウンド事業）ベジタリアン・ヴィーガン向け受入環境整備のためコミュニティサイト「HappyCow」への飲食店情報掲載、PR 動画製作、多言語 WEB サイト製作 ・（球磨焼酎関連）観光関連団体への PR 活動のためのオンラインツーリズムを活用したプロモーション実施（HIS 災害復興酒蔵ツアー） ・「Travel Guide Book 人吉球磨総合ガイド（1,000 冊）」、「人吉球磨ガイドマップ（5,000 部）」製作	

		・インフルエンサー事業 〇2022 年度 ・ベジタリアン・ヴィーガン情報発信サイトへの登録店舗拡大及び記事掲載 ・傘ブランド認知獲得のためのＷＥＢプロモーション ・南九州在住インフルエンサー活用による情報発信 〇2023 年度 ・ＨＰ「人吉球磨ガイド」リニューアル（市町村からの要望を受け飲食・温泉・キャンプ場当のコンテンツページを新規制作） ・球磨焼酎蔵体験ツアー商品の開発に併せた予約サイトへの商品掲載及びインフルエンサーを活用したプロモーション ・ベジタリアン・ヴィーガンに加え、ハラール対応店舗メディア紹介 ・インバウンド向け体験型コンテンツやモデルルートの発信（メディア記者を招請したモニターツアー、アウトドアジャパンへの記事掲載、プロモーション動画制作） ・傘ブランド認知拡大のための各種イベント、ツアー開催及び Instagram によるＰＲ実施 ・くまもと産業復興ＥＸＰＯへの出展（「風水・祈りの城下町」ブランド商品の展示、動画上映、日本遺産ＶＴＲ体験等） ・台湾高雄観光圏との包括連携協定締結及び日本遺産サイクリング大会（高雄サイクリング協会から参加）のメディア発信 〇2024 年度 ・自社 HP において、開発したツアー商品の紹介と予約窓口を整備し、ツアー販売や手配のための窓口を一本化するとともに、欧米向けの SNS 広告を打ち、ツアーへの問合せが増え、送客に繋げた。 ・傘ブランド認知拡大のための各種イベント、ツアー開催。Instagram によるＰＲ実施に加え、鹿児島の TV 番組「ナマ・イキ VOICE」放送、鹿児島の情報誌「リビングかごしま」「リビングきりしま」への掲載、全国誌の WEB 版「婦人画報デジタル」「25ans オンライン」「おとなの週末 WEB 版」に掲載 ・HP「人吉球磨ガイド」を英語版に改修し、体験ツアー商品の紹介、予約・問合せ窓口を整備。	

		・SNS での広告プロモーション。 ・球磨焼酎ツーリズムにおける体験プラン獲得のための出展PR（本格焼酎と泡盛うまいもん市、オーストラリア酒フェスティバル、ツーリズム EXPO２０２４、２０２４台北国際旅行博、中国上海 BtoB 商談会）	
	受入環境の整備	○2018 年度 ・民間事業者等で構成する「ワーキング会議」の開催、「観光地域づくり戦略」の策定 ・人材の発掘・育成を目的とするエリアミーティングの開催 ・観光地域づくりに関する周知等を図るためのセミナー及びフォーラムの開催 ○2019 年度 ・マーケティング戦略チーム及びワーキンググループ会議の開催 ・サイクルツーリズム推進事業の実施 ・ＤＭＯ設立に向けたセミナーとフォーラムの開催 ・宿泊客、日帰客及び住民向けアンケート調査の実施 ・旅行者回遊ルート調査の実施 ・グーグルを活用した店舗等登録支援セミナーの開催 ・レンタサイクルの乗り捨てサービス事業の開始（災害後休止中） ○2020 年度 ・球磨焼酎の魅力を生かした有料体験を組み込んだ旅行商品の開発 ・相良三十三観音の会場環境整備に伴う管理業務の委託 ○2021 年度 ・レンタサイクル開始（球磨川サイクリングロードでの利用を見込み、タンデム（２人乗り）自転車３台を導入し貸出しを開始） ・ワーケーションモニターツアー実施（全３回実施） ○2022 年度 ・食の多様性の地域整備として、ヴィーガン料理提供事業者向けセミナー、多言語メニュー作成等を実施 ・E-BIKE、タンデム自転車レンタサイクルの配備 ○2023 年度 ・インバウンド向け焼酎蔵体験ツアーの通訳ガイド養成研修 ○2024 年度 ・ＯＴＡとの連携（開発した商品を熊本県「くまもっと旅行社」予約サイトに掲載） ・インバウンド向け焼酎蔵体験ツアーの通訳ガイド養成研修	
	観光資源の磨き上げ	○2018 年度 ・様々な媒体で活用するための地域資源を収集・分類 ○2019 年度 ・人吉球磨ブランド商品の開発 ・相良三十三観音一斉開帳支援事業として、相良三十三観音協議会の負担軽減のため運営費を一部助成 ○2020 年度	

		・地域ブランド新商品開発補助（傘ブランドに沿った商品開発助成） 〇2021 年度 ・地域ブランド新商品開発補助（傘ブランドに沿った商品開発助成） ・（球磨焼酎関連）有料体験を組み込んだ旅行商品を造成販売するための宿泊パッケージプランと蔵体験のバウチャー発行 ・（アニメツーリズム）レンタサイクルを利用したサイクリングプランやタクシーを利用したロケ地散策コースの造成 ・（旅行商品開発）異業種の既存商品を組み合わせたタクシープラン、青井阿蘇神社プラン、ルーシーダットンプラン、蔵ツーリズムプラン等観光商品造成 ・集客イベントとして、「三日月詣」を企画。人吉球磨地域の新たな参拝モデルの浸透を図るために、浄化を目に見えるコンテンツとした“ミカヅキノカケラ”“(三日月型の）絵馬”“御朱印帳”を製作（※ただしイベント自体は新型コロナウイルス感染拡大の影響で中止） ・（インバウンド向けモデルルート開発）フードダイバーシティ・ウェルネス・サステナブルを軸としたモデルコースの造成 〇2022 年度 ・様々な地域資源を傘ブランドに統合した商品（食、土産、アクティビティ、宿）開発及び売り場の拡大 ・神社仏閣との連携による独自性の高いイベント開催（「花フェス＆マルシェ」、「三日月詣」） ・球磨焼酎有料体験のブラッシュアップ ・防災、アニメ、球磨焼酎等をテーマとした着地型旅行商品開発 ・インバウンド向けモデルルートのブラッシュアップとして構成コンテンツ及びルートの改良、ガイド育成等 〇2023 年度 ・国内誘客に向けた球磨焼酎蔵ツーリズムの商品化及び販売体制の整備 ・インバウンド向け体験型コンテンツやモデルルートの造成（サイクルツアー、焼酎蔵体験、ハラール対応の店舗開拓） ・人吉球磨×アニメ「夏目友人帳」15 周年記念事業（夏・秋・冬・春と季節に応じた各市町村イベントとのコラボ事業） 〇2024 年度 ・インバウンド向け体験型ツアーの販売促進に向け、地域のランドオペレーターと連携し、手配の体制を整備した。同時に、海外旅行会社との連携を進め、欧米からの誘客に繋がった。 ・台湾からの誘客に資するため、当社 HP の多言語化として繁体字版の整備を行った（台湾からのアクセスの増に繋がっている。）。 ・人吉球磨×アニメ「夏目友人帳」15 周年記念事業（１０市町村を巡るギフトラリー）を実施した。

様式１

【定量的な評価】

2018 年度から人吉球磨観光地域づくり協議会が圏域全体の事業展開を開始

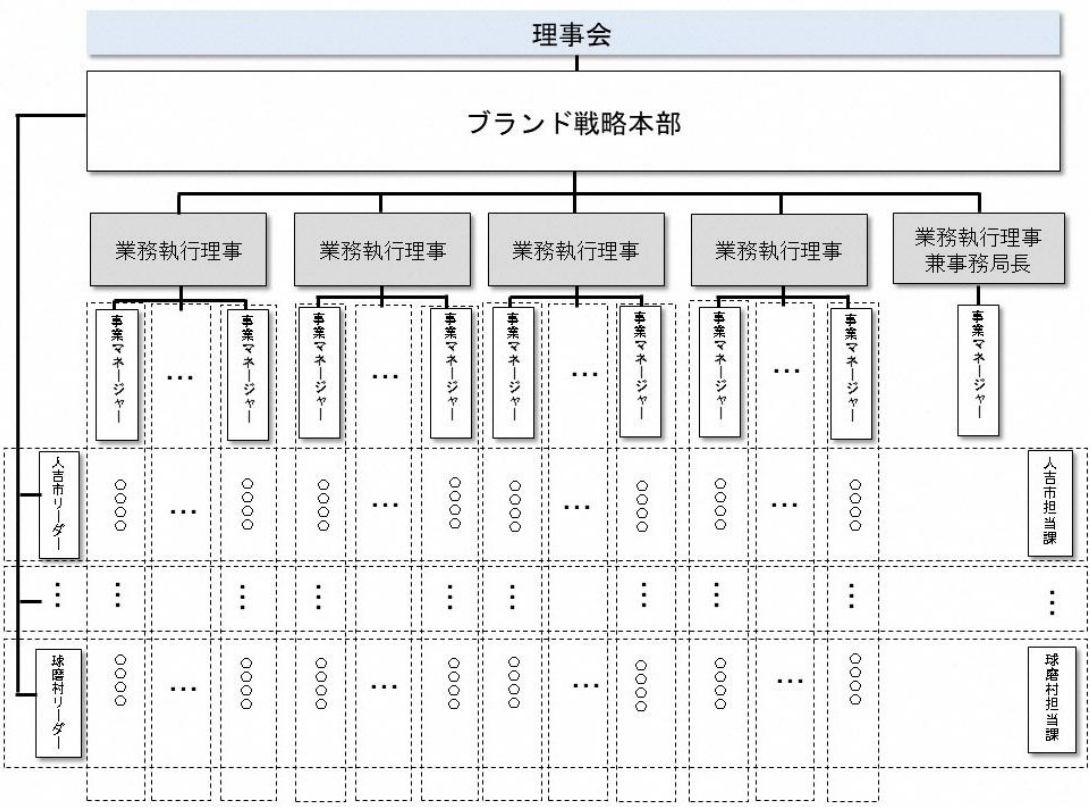
	単位	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
延べ宿泊者数	千人	233	66.6	103.5	128	196.7	204.7
外国人延べ宿泊者数	千人	12	0.2	0.2	0.4	14.1	16.5

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】

（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会は、2020 年 3 月に 10 市町村が策定した人吉球磨定住自立圏共生ビジョンにおいて位置付けられている「広域連携による観光地域づくり」を推進する団体として事業を実施している。連携市町村は、本協議会の運営に必要な経費を負担するとともに職員を派遣している。
また、最高決定機関として位置付けられている理事会は、区域内 10 市町村長、人吉球磨広域行政組合、観光協会、商工会議所、商工会、農業協同組合、くま川鉄道(株)等、観光地域づくりに関わる地域の幅広い分野の代表者から構成されており、事業計画の承認やＫＰＩの達成状況の評価などについて、これら多様な関係者の合意形成を得て事業を実施する体制となっている。

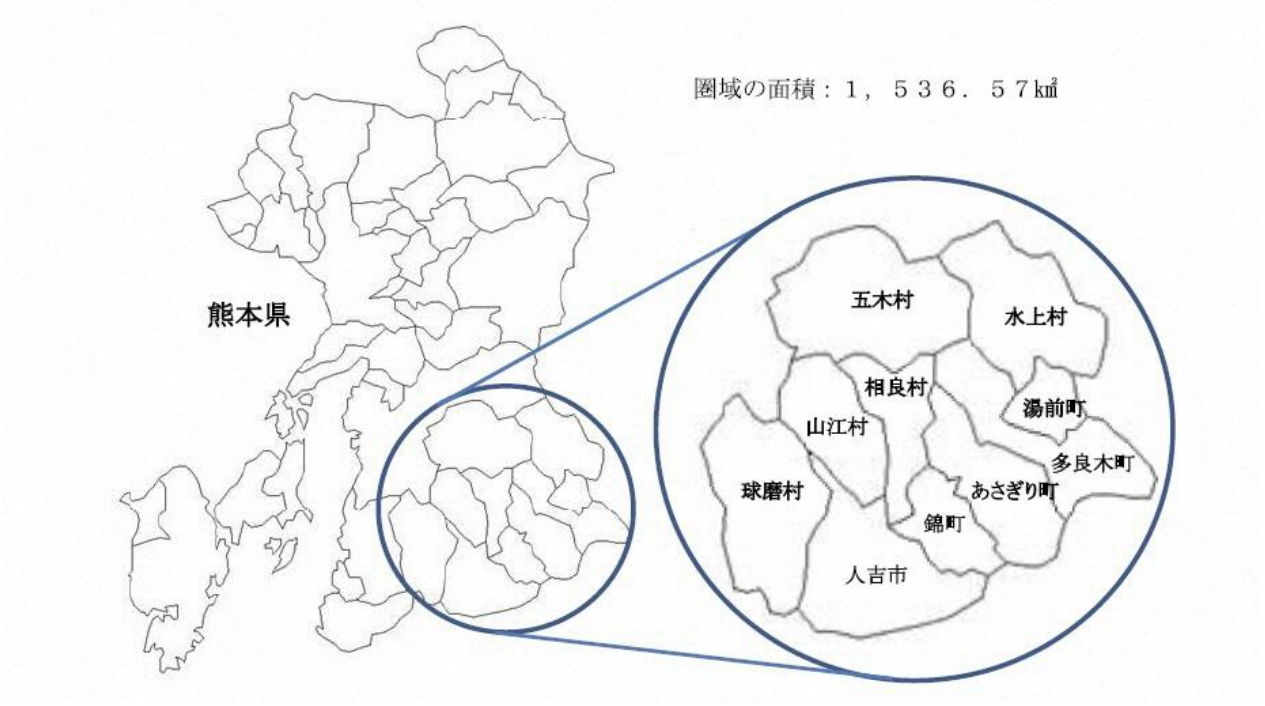
【実施体制図】



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】



【区域設定の考え方】

人吉球磨地域の 10 市町村で構成される本地域は、地理的に熊本県の東南端に位置し、九州中央山地の脊梁をなす山々と球磨川水系が作り出した平地とによる典型的な盆地を成しており、歴史的には鎌倉時代初期から明治維新まで 700 年余に亘り相良氏が統治した全国でも極めて稀な地域である。この「相良 700 年」の歴史が育んだ歴史文化遺産は、本地域に暮らす地域住民の誇りであるとともに、地域振興、観光振興においても貴重な資源であり、2015 年度に「相良 700 年が生んだ保守と進取の文化～日本でもっとも豊かな隠れ里－人吉球磨」として、日本遺産に認定された。

観光面においては、1995 年の九州縦貫自動車道人吉－えびの間開業により青森から鹿児島まで全線開通となったことで「通過地域」となってしまう懸念から広域観光連携の機運が高まり、「ひとよし・くま旬夏秋冬キャンペーン実行委員会」を設立した。その後、10 市町村で一部事務組合を組織し広域連携による観光事業を行っており、さらに、2015 年から 10 市町村で定住自立圏形成協定を締結のうえ、「第 1 次人吉球磨定住自立圏共生ビジョン」を策定し、観光をはじめ様々な分野で協力連携体制を構築するなど、地域の結び付きは強い。

また、2018 年 3 月に行政や観光事業者に限らず、交通事業者、商工関係者、農林漁業者等が連携し、地域産業全体の振興を視野に入れた「観光地域づくり」に一体となって取り組むための推進組織「人吉球磨観光地域づくり協議会」を設立し、「観光地域づくり戦略」を策定して国内外からの誘客、各種情報の発信、データの収集・分析などの取組みを 2 年間にわたり進めてきた。

2020 年 3 月に「第 2 次人吉球磨定住自立圏共生ビジョン」を策定し、「広域連携による観光地域づくり」を計画の柱に位置づけ、今後 5 年間にわたって 10 市町村が一体となった観光地域づくりに取り組むこととし、また市町村が新たに策定した「第 2 期まち・ひと・しごと創生総合戦略（又は第 1 期まち・ひと・しごと創生総合戦略の延伸）」においても、「広域連携による観光地域づくり」を重要な戦略の一つとして位置づけて、地域再生計画を策定のうえ、国の地方創生推進交付金等を活用し、より効果的な観光地域づくりを進めている。

そして、協議会を法人化することで、さらに地域が一体となった観光地域づくりを加速化させるため、2021 年 6 月に（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会を設立した。
これらのとおり、本地域は一体となって観光地域づくりに取り組んでおり、10 市町村の区域をマーケティング・マネジメントする区域として設定することが適切と考える。

【観光客の実態等】
※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。
１　延べ宿泊者数　　204.7 千人(2024 年)
２　外国人延べ宿泊者数　16.5 千人(2024 年)

【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】
※観光資源の活用方法についても記入すること。

市町村名	カテゴリ	名称
人吉市	観光施設	青井阿蘇神社、ＭＯＺＯＣＡステーション８６８、くまりば（人吉市まち・ひと・しごと総合交流館)、繊月酒造焼酎蔵、球磨焼酎ミュージアム（白岳伝承蔵)、ＨＡＳＳＥＮＢＡ、鍛冶屋町通り、武家屋敷、大村横穴群、ＳＬ人吉
	商業施設	人吉温泉物産館、道の駅人吉（人吉クラフトパーク石野公園）
	自然	人吉温泉、球磨川リバーアクティビティ、人吉梅園、鹿目の滝、布の滝、田野高原
	文化	人吉城跡、相良三十三観音、願成寺と相良家墓地、老神神社、大信寺、井ノ口八幡神社、岩屋熊野座神社、ウンスンカルタ、球磨焼酎、永国寺
	スポーツ	ラフティング、ＳＵＰ、レンタサイクル
	イベント	人吉球磨のひなまつり、ひとよし温泉マラソン、相良三十三観音開帳（春・秋)、人吉温泉まつり、人吉花火大会、おくんち祭り、人吉梅まつり、ＳＬ人吉鉄道フェス
錦町	観光施設	にしきひみつ基地ミュージアム、六調子酒造、常楽酒造
	商業施設	道の駅錦くらんど市、錦町温泉センター、神城文化の森、錦ヒルトップ通天の湯
	自然	観光梨狩り、ツクシイバラ群生地、観光ブルーベリー狩り
	文化	相良三十三観音、新宮禅寺、桑原家住宅、一武八幡宮、木本神宮、木上加茂神社、土屋観音、球磨焼酎
	スポーツ	球磨カントリー倶楽部、レンタサイクル
	イベント	人吉球磨のひなまつり、相良三十三観音開帳（春・秋)、錦町ふるさと祭り、にしき産業フェスタ、にしき夏祭り、ひみつ基地ミュージアム企画展
多良木町	観光施設	ブルートレインたらぎ、悠久石、旧白濱旅館、宮本酒造、抜群酒造、那須酒造、恒松酒造、高橋酒造、房の霧、木下醸造
	商業施設	多良木えびす物産館、えびすの湯
	自然	妙見野自然の森展望公園、百太郎公園、田代ヶ丘公園、アポロ峠
	文化	相良三十三観音、太田家住宅、青蓮寺、黒の蔵、王宮神社、交流館石倉
	スポーツ	300m4 種公認トラック多良木町多目的総合グラウンド
	イベント	人吉球磨のひなまつり、相良三十三観音開帳（春・秋)、サイクリング in 人吉球磨、たらぎひなまつり散歩道、ゑびす夏祭り、たらぎ農林商工祭、恵比須神社秋季例大祭
湯前町	観光施設	湯前まんが図書館、湯前駅レールウイング複合施設

様式１

	商業施設	ゆのまえ温泉湯楽里、湯～とぴあ物産販売所
	自然	ゆのまえグリーンパレスキャンプ場
	文化	相良三十三観音、湯前まんが美術館、城泉寺（浄心寺）、八勝寺、御大師堂、里宮神社、潮神社、明導寺、塞神社、龍神ハナグリ神社、下町橋
	スポーツ	B&G 海洋センター
	イベント	人吉球磨のひなまつり、相良三十三観音開帳（春・秋）、サイクリング in 人吉球磨、ゆのまえ漫画フェスタ、ゆのまえロゲイニング、ツアーオブキュウシュウ、アニメ「夏目友人帳」15 周年記念トークショー、奥球磨駅伝競走大会
水上村	観光施設	
	商業施設	物産館水の上の市場
	自然	市房山キャンプ場、あめんぼ一館
	文化	相良三十三観音
	スポーツ	水上スカイヴィレッジ、水上サクラヴィレッジ
	イベント	人吉球磨のひなまつり、相良三十三観音開帳（春・秋）、サイクリング in 人吉球磨、湯山温泉桜まつり、奥球磨駅伝競走大会、水上マウンテンパーティー
相良村	観光施設	レールサイクルくまチャリ（くま川鉄道全線開通までの期間限定運行）
	商業施設	さがら温泉茶湯里
	自然	川辺川、かすみ桜、仰烏帽子山、上園地区のホタル
	文化	相良三十三観音、北嶽神社、十島菅原神社、雨宮神社
	スポーツ	チェリーゴルフ人吉コース
	イベント	人吉球磨のひなまつり、相良三十三観音開帳（春・秋）、サイクリング in 人吉球磨、サガラッパ祭り、さがら産業文化祭
五木村	観光施設	森と渓流 ITSUKI STAY
	商業施設	道の駅子守唄の里五木（五木物産館山の幸・五木温泉夢唄）、五木久領庵、子守茶屋
	自然	カヤック、五木バンジー、大滝、仰烏帽子山、端海野キャンプ場、SUP、ペダル SUP、E-BIKE
	文化	ヒストリアテラス五木谷、阿蘇神社、かやぶき民家
	スポーツ	五木源パーク
	イベント	人吉球磨のひなまつり、五木の祭り（春・秋・冬）、五木村フェア
山江村	観光施設	
	商業施設	山江温泉ほたる、山江村物産館ゆっくり、時代の駅むらやくば
	自然	つりぼり山ほたる
	文化	相良三十三観音、高寺院、淡島神社、山江村歴史民俗資料館、大王神社、丸岡公園
	スポーツ	
	イベント	人吉球磨のひなまつり、相良三十三観音開帳（春・秋）、サイクリング in 人吉球磨、やまえつつじ祭、やまえ栗まつり、やまえ宝物収穫祭、各フットパスイベント
球磨村	観光施設	田舎の体験交流館さんがうら
	商業施設	一勝地交流センターかわせみ
	自然	球磨川ラフティング、球泉洞、観光梨狩り
	文化	相良三十三観音

	スポーツ	
	イベント	人吉球磨のひなまつり、相良三十三観音開帳（春・秋）、さんがうら夏祭り、日本一の大鮎釣り選手権大会、ふれあいまつり球磨村
あさぎり町	観光施設	
	商業施設	ヘルシーランド薬師温泉、おかどめ幸福駅売店
	自然	観光ブルーベリー狩り、観光いちご狩り、森園カントリーパーク
	文化	相良三十三観音
	スポーツ	熊本クラウンゴルフ倶楽部、B&G 海洋センター
	イベント	人吉球磨のひなまつり、相良三十三観音開帳（春・秋）、サイクリング in 人吉球磨、天子の水公園花菖蒲まつり、夏祭り、ウィンターライトフェスティバル

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

① 域内分布(全域)

（１）人吉市　　43 宿泊施設
（内訳：ホテル 10/ビジネスホテル 19/簡易宿 11/民宿 1/農家民宿 2）
（２）錦町　　10 宿泊施設
（内訳：ホテル 1/民宿 1/ペンション 1/キャンプ場 3/農家民宿 1/コンテナハウス 1/その他 2）
（３）多良木町　13 宿泊施設
（内訳：ホテル 1/ビジネスホテル 1/公共宿泊施設 2/キャンプ場 2/農家民宿 3/その他 4）
（４）湯前町　　2 宿泊施設
（内訳：公共宿泊施設 1、キャンプ場 1）
（５）水上村　　15 宿泊施設
（内訳：ホテル 3/民宿 9/キャンプ場 1/農家民宿 2）
（６）相良村　　2 宿泊施設
（内訳：公共宿泊施設 1/農家民宿 1）
（７）五木村　　8 宿泊施設
（内訳：民宿 5/公共宿泊施設 1/キャンプ場 1/その他 1）
（８）山江村　　6 宿泊施設
（内訳：公共宿泊施設 3/キャンプ場 2/農家民宿 1）
（９）球磨村　　1 宿泊施設
（内訳：公共宿泊施設 1）
（10）あさぎり町 7 宿泊施設
（内訳：ホテル 1/ビジネスホテル 2/農家民宿 3/その他 1）

② 施設数 91
（内訳：ホテル 15/ビジネスホテル 25/民宿 17/ペンション 1/公共宿泊施設 9/キャンプ場 6/農家民宿 15/その他 3）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

・鉄道
＜ＪＲ九州肥薩線＞
※現在は被災により運行休止中。
＜第三セクターくま川鉄道＞
※令和２年７月豪雨災害後、全線において代替バス輸送を実施。令和３年１２月から部分運行再開（肥後西村駅～湯前駅間）、残り区間を代替バスにて運行（人吉温泉駅～肥後西村駅間）
平日運行 13 往復、土曜運行 17 往復

・航空

＜熊本空港＞熊本空港から車で約 1 時間 20 分
＜鹿児島空港＞鹿児島空港から高速バスきりしま号で約 50 分

・バス
九州産交：Ｂ＆Ｓみやざき号　新八代駅～人吉ＩＣ～宮崎駅（宮崎～人吉間約 1 時間半）
九州産交、西日本鉄道、宮崎交通：フェニックス号　福岡～人吉～宮崎（福岡～人吉間約 2 時間）
鹿児島交通、南国交通：きりしま号　熊本～人吉～鹿児島（鹿児島～人吉間約 1 時間 50 分）
域 内：各地域にて路線バスを運行。その他、タクシー等も運行。

・道路（自動車）
高 速：益城熊本空港ＩＣから約 70 分
域 内：国道 219 号、445 号等、レンタカーは人吉市内に複数店舗あり。

【外国人観光客への対応】
① 外国人観光客への案内所
・人吉市観光案内所ＪＮＴＯ認定 カテゴリーⅠ
・道の駅人吉（石野公園） ＪＮＴＯ認定 カテゴリーⅠ
② 観光情報
・ホームページ（英語、中国語（繁体字））※今後、仏語、韓国語の翻訳検討
・パンフレット（同上）
③ 宿泊施設
・4 か国語表示（一部）
・インターネット環境整備 有線又はＷｉ－Ｆｉ（地域の大半で対応可）
・衛星放送テレビ（一部）

④ 交通機関
・九州産交バス　高速バスで多言語アナウンス（福岡～人吉～宮崎）
・西鉄バス　高速バスで多言語アナウンス（福岡～人吉～宮崎）
・宮崎交通バス　高速バスで多言語アナウンス（福岡～人吉～宮崎）
・鹿児島交通バス　高速バスで多言語アナウンス（熊本～人吉～鹿児島）
・南国交通バス　高速バスで多言語アナウンス（熊本～人吉～鹿児島）

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
国内及び県内の旅行・観光動向	旅行・観光施策の基礎資料	観光庁が実施する「宿泊旅行統計調査」や熊本県が実施する「熊本県観光統計表」「観光入込客統計調査」により把握。
地域住民の誇りと愛着	地域住民の誇りと愛着の高揚の度合いの把握	地域内の物産販売施設におけるアンケートにより把握。
旅行消費額	観光による経済効果の把握 必須ＫＰＩの設定	地域内の主要宿泊施設と物産販売施設におけるアンケートにより把握。
延べ宿泊者数	地域全体の宿泊者数動向の把握 必須ＫＰＩの設定	地域内の宿泊施設に対する調査により把握。
来訪者満足度	来訪者満足度の分析に基づくニーズや傾向の把握	地域内の主要宿泊施設と物産販売施設におけるアンケートにより把握。

	必須ＫＰＩの設定	
リピーター率	観光施設やコンテンツごとのリピーター率の把握 必須ＫＰＩの設定	地域内の主要宿泊施設と物産販売施設におけるアンケートにより把握。
外国人延べ宿泊者数	地域全体の外国人延べ宿泊者数の動向の把握	地域内の宿泊施設に対する調査により把握。
延べ日帰り者数	地域全体の延べ日帰り者数の動向の把握	地域内の物産販売施設等に対する調査により把握。
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する関心度、施策の効果及び閲覧者の傾向の把握	現在運営しているサイトを活用して把握。
公式フェイスブックのファン数（いいね！）	地域に対する顧客の関心度やニーズの傾向等の把握	現在運営している公式フェイスブックにより把握。

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

（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会において、観光地域づくりを推進するに当たっては、担い手となる民間事業者等で構成するワーキング会議を組織し、基本となる考え方や取組みの方向性を示す「観光地域づくり戦略」を 2019 年（平成 31 年）3 月に、以下のとおり策定している。

１．基本理念

「人吉球磨を日本を代表する地方にする。」

人吉球磨は、若者の人口流出などによって基幹産業である１次産業の高齢化が進み、担い手不足の結果、耕作放棄地が拡大する等、地方特有の課題を抱えている。

また、これまで様々な地域活性化策が講じられてきたが、１０市町村のうち人口１万人未満の自治体が７町村と小規模であり取組の限界もある。

しかし、幸いにも長い年月の中で先人達が築き上げた豊かな文化が日本遺産の構成文化財をはじめとして、脈々と受け継がれており、この地域そのものが誇りと愛着が持てる観光資源として大きな価値となっている。

この価値を活かして、マーケティングを組み合わせた観光に民間事業者主体で地域が一体となって取り組むことにより、地域経済の活性化や雇用の拡大につながり人吉球磨全体に短期的、長期的にインパクトを与え続けられる解決策となる。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の世界的流行に加え、令和２年７月豪雨災害により本地域は甚大な被害が生じていることから、豪雨災害からの復旧・復興を見据えつつ、地域が一体となって観光地域づくりに取り組むことにより、日本有数の観光地として活気と潤いのある地域となり、人吉球磨を日本を代表する地方にすることを目指す。

２．目指す姿（ビジョン）

「人吉球磨への誇りと愛着を持ち共創による稼ぐ力」

基本理念を実現するためには、地域の人々が人吉球磨に誇りと愛着を持ち、自らが行動して「共創」をつくらなければならない。

また、日本有数の観光地を目指して、国内観光需要縮小等の環境変化に対応し、マーケットニーズを捉えた戦略により差別化を図り、競争力を高め、稼ぐ力により人吉球磨の経済発展、雇用の促進につなげていく。

一人一人が人吉球磨を変えていくという志のもと、自分達が人吉球磨を創り、共に動かしているという誇りと愛着「Ｐｒｉｄｅ」を持ち、観光を持続的発展を支える産業として位置づけて、人吉球磨が一体となった観光地域づくりを推進していく。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ●観光になり得る資源が豊富。歴史・自然・食・温泉が揃っている。球磨川、川辺川、相良 700 年、日本遺産、トレッキング、アウトドア、豊かな土地（農林水産業）、温泉などの資源が豊富。 ●地域の人が、自分たちの地域に誇りを感じている。 ●グリーンツーリズムなど地域での積極的な取組みが行われている。農家民泊等の取組がなされている。 ●地元ガイドが存在し、ボランティア活動を行っている。 ●人吉市を中心に県外・県内からの集客がある。 ●九州道、バス等による域外からのアクセスが良い。 ●外国人観光者の来訪がある。	弱み（Weaknesses） ●観光客の人吉市への集客はあるが、そこで留まっており、地域内への周遊波及効果がない。 ●地域内の 2 次交通アクセスが不便。 ●各市町村それぞれ特徴はあるものの、地域全体の方向性が描けていない。 ●情報発信・客観的な分析が不足。地域のデータ分析がない。 ●認知は高いが、興味・行動に繋がっていない。ＰＤＣＡ不足。 ●観光の稼ぐ力が不足している。宿泊者一人１日当たりの観光消費額（H29：15,554 円）が県平均（H29：19,382 円）より低い。 ●観光地域づくりを推進する行政・民間の人材の発掘・育成不足。 ●令和 2 年 7 月豪雨災害により、域外からの鉄道網が被災し不通となっている。また、多くの旅館や店舗等が被災し、復旧半ばの状況である。
外部環境	機会（Opportunity） ●消費者ニーズの多様化により、自然や歴史文化を持つ地域への観光が増加している。 ●周遊型観光から着地型観光への変化により、体験型の旅行が求められている。 ●近隣（鹿児島、宮崎）マーケット約 140 万人の商圏がある。 ●鹿児島空港へ１時間圏内へのアクセス。 ●アニメのロケ地としての知名度。夏目友人帳等アニメブームによるアニメファンのロケ地めぐり。 ●外国人観光客が増加傾向にある。	脅威（Threat） ●少子高齢化等により国内観光の大幅な増加は見込めない。 ●周遊型から滞在型観光への変化により滞在型のプログラムや宿泊が求められている。 ●1 泊 2 食型の宿泊から泊食分離や滞在型の受入整備が求められている。 ●他地域との差別化・競争の激化。 ●天草・長崎の世界遺産登録等の地域や、鹿児島県・宮崎県エリア等他地域との競争が起こることで、観光客の流出が想定される。

※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
鹿児島・宮崎、熊本市、福岡在住の 20～40 代女性、シニアカップル、ファミリー

様式１

〇選定の理由
　ターゲットの選定に当たって、ターゲットエリアについては、熊本県をはじめ九州各県の観光統計データや地元自治体、観光施設等における収集データを総合的に分析して選定した。また、ターゲット層については、大手旅行会社の旅行関係調査データによる年齢層毎の旅行指向や期待度などの把握とともに地元自治体や観光施設等における収集データをもとに選定を行った。
　人吉球磨地域の商圏を見ると、福岡都市圏が人口約 252 万人で最大のマーケットであり、九州縦貫自動車道経由で約 2 時間 20 分とアクセスも良い。しかしながら、福岡都市圏のマーケットは他地域との競争が激しい市場とされる。人吉球磨地域の位置的優位性として近隣（鹿児島、宮崎）に約 139.5 万人のマーケットが存在し、熊本市（約 74 万人）も九州縦貫自動車道経由で約 1 時間 20 分であるため、鹿児島・宮崎、熊本市、福岡を第 1 ターゲット層とする。
　また、本地域には歴史を物語る数多くの重要文化財等があることから、パワースポットや歴史、温泉に興味が高いと思われる 20～40 代女性や 40～50 代夫婦、また、アクティビティに興味が高いファミリーをターゲット層として選定した。
※（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会令和 3 年度調査結果（いずれも上位順）
宿泊客：熊本県 43.6%、福岡県 20.7%、鹿児島県 6.8%、宮崎県 4.9%
年齢層（全体）：40 代 24.9%、30 代 21.6%、20 代 20.0%、50 代 19.3%
※熊本県観光統計 2019 年（コロナ前、水害前）より
発地別延べ宿泊客数（九州内上位順）：福岡県 110,674 人、熊本県 65,488 人、鹿児島県 27,554 人、宮崎県 12,916 人
※宮崎県観光統計 2019 年（コロナ前、水害前）より
発地別入込み状況（「乗用車」上位順）：鹿児島県 41.7%、福岡県 17.0%、大分県 12.7%、熊本県 11.2%（当地域は宮崎県と隣接しており往来が盛んであるため、熊本県内訳中、相当数を占めるものと推測）
※その他参考データ
・観光庁 2020 年旅行・観光消費動向調査年報①、②
・日本交通公社旅行年報 2019（日本人の旅行に対する意識、P22 旅行先別の最も楽しみにしていること、P28～29 旅行先の現地活動、P34 目的地までの交通手段、P36 マーケットセグメントと旅行で楽しみにしていること）

〇取組方針
　人吉球磨全体における歴史的建造物・神社仏閣群、相良家の歴史、自然、温泉、食、球磨焼酎等の地域資源を活用し、パワースポットやスピリチュアル体験、歴史・宗教的学び、サイクリングやラフティング等のアクティビティ、本地域を舞台とするアニメのロケ地巡りなど多様なツーリズムを連携させ、テーマ性を持った着地型の旅行商品を開発し、誘客を図る。

〇ターゲット層
　台湾、香港、上海、韓国、東南アジア（シンガポール、タイ、マレーシア）在住で、年収が高く日本を何度も訪れている女性二人組（20～30 代）、夫婦（40～50 代）

〇選定の理由
　最寄りの空港である鹿児島空港から直行便がある国を主なターゲットとする。短期的には東アジア（台湾、香港、上海）を主なターゲットとし、中期的には東南アジア（シンガポール、タイ、マレーシア）、並行して欧米豪も視野に入れた取組を進めながら、段階的にターゲットを広げていく予定。

〇取組方針
　年収が高く日本を何度も訪れているインバウンドを主なターゲットとして選定しており、人吉球磨全体における歴史的建造物・神社仏閣群、相良家の歴史、自然、温泉、食、球磨焼酎等の地

域資源を活用し、自然体験アクティビティや食事、宿等を組み合わせた滞在型商品を開発し、誘客を図る。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「人吉・球磨　風水・祈りの浄化町」
②コンセプトの考え方	※人吉城を想起させる石垣をモチーフに、その城壁に浮かび上がる三日月をシンボライズした。三日月の中にある城の地図記号は、三日月の形をした人吉盆地の中での人吉城の場所を表している。 人吉球磨地域には国宝青井阿蘇神社をはじめ歴史を物語る数多くの重要文化財等や日本三大急流の球磨川、18 年連続水質日本一を誇る清流川辺川、球磨川沿いを中心に数多く点在する温泉、米を原料とする球磨焼酎等の地域資源がある。 このような長い年月の中で先人達が築き上げた豊かな文化が、日本遺産の構成文化財をはじめとして、脈々と受け継がれており、この地域そのものが誇りと愛着が持てる観光資源として大きな価値となっている。 観光客が「人吉・球磨」と聞いて、頭の中に「人吉・球磨　風水・祈りの浄化町」というイメージを持ってもらうためのブランドコンセプトがある。「風水」とは風水都市である人吉城を中心とした「人吉市」を、「祈り」とは神社仏閣が多数存在する「球磨郡」を象徴的に示したもので、人吉・球磨を訪れた観光客が神社仏閣や清流、温泉等に触れて、心と体が清められ喜んで帰ってほしいという意味が込められている。 本地域では、現在、サイクルツーリズムやアニメツーリズム、蔵ツーリズムに取り組んでおり、これらの誘客コンテンツをさらに磨き上げることで、より多くの観光客の来訪につなげることも重要と考えている。 これらの価値を活かして、「風水・祈りの浄化町」をコンセプトに食、お土産、アクティビティ、宿を展開するなどして、マーケティングを組み合わせた観光に民間事業者主体で地域が一体となって取り組み、地域経済の活性化や雇用の拡大を図る。 また、令和２年７月豪雨災害により甚大な被害を受けた本地域に賑わいを取り戻すべく、観光地域の創造的復興として、本地域が誇る豊かな観光資源を活かしつつ、サイクルツーリズムなどのアクティビティ開発等、コロナ禍における新たな観光スタイルの創出を図り、誰もが安心して楽しめる観光地域づくりを目指す。

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

様式１

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。	人吉球磨の 10 市町村は、観光事業者をはじめ多様な民間事業者等と連携して観光を基軸とした地域産業全体の振興を図るため、2018 年 3 月に「人吉球磨観光地域づくり協議会」を設立し、「観光地域づくり戦略」を策定して国内外からの誘客、各種情報の発信、データの収集・分析など、2 年間にわたり取組みを進めてきた。これらの取組みを背景に、2020 年 3 月に 10 市町村が共同で策定した「第 2 次人吉球磨定住自立圏共生ビジョン」において「広域連携による観光地域づくり」を位置づけ、今後 5 年間にわたって 10 市町村が一体となった観光地域づくりに取り組むこととした。
	10 市町村が新たに策定する「第 2 期まち・ひと・しごと創生総合戦略（又は第 1 期まち・ひと・しごと創生総合戦略の延伸）」においても、「広域連携による観光地域づくり」を重要な戦略の一つとして位置づけて、地域再生計画を策定のうえ、国の地方創生推進交付金等を活用し、より効果的に観光地域づくりを進めている。
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	宿泊者、日帰り客及び地域住民向けにアンケートを実施・分析し、その結果について、行政、関連団体、民間業者等の関係者で情報を共有・評価し、改善すべき点を反映させたサービスを提供することで、サービスの質の維持・向上につなげる体制を構築している。
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	①本協議会が運営する公式情報サイト・観光アプリ・公式フェイスブック・公式インスタグラムを用いて、10市町村の情報を集約し、一元的に情報の発信を行っている。 ②マーケティング戦略に基づき、紙媒体や動画を用いたプロモーション戦略の構築を行っている。

※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

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	12,822	13,463	14,137	14,844	15,586	16,365
		(120)	(126)	(132)	(138)	(145)	(152)
	実績	15,056	18,765	15,312			
		(48)	(2,309)	(1,907)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	248	254	260	266	272	279
		(14.2)	(14.5)	(14.8)	(15.2)	(15.6)	(16)
	実績	128.4	196.7	204.7			
		(0.4)	(14.1)	(16.5)			
●来訪者満足度（%）	目標	89.7	90.0	90.3	90.6	90.9	91.2
		(　)	(90.0)	(90.3)	(90.6)	(90.9)	(91.2)
	実績	97.4	95.7	96.0			
		(100.0)	(96.5)	(99.0)			
●リピーター率（%）	目標	68.4	69.4	70.4	71.4	72.4	73.4
		(　)	(6.9)	(7.3)	(7.7)	(8.0)	(8.4)
	実績	54.2	54.1	53.4			
		(33.3)	(10.0)	(16.0)			

※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】

本地域は、2016 年の熊本地震を契機に、観光客数は一時的に減少したものの、その後回復し、さらにインバウンド観光客が急増した状況となった。

このような背景のもと、魅力ある商品の開発、国内誘客の促進、国外誘客の拡大、市町村の枠を超えたデジタルプロモーション、継続的なデータ整備と受入態勢づくり等により、宿泊者数をはじめとする旅行客数を地域全体で増加させ、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率の向上を目指す。

なお、目標値については、2018 年度から実施している独自調査による調査結果を基に、行政、関係団体等から構成される調整会議及び理事会において協議を重ね、決定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

2020 年度に実施した独自調査の数値を基準として、平均消費額、延べ日帰り客数及び延べ宿泊客数の増加率等を踏まえて設定する。

●延べ宿泊者数

2019 年度に実施した独自調査の数値 229,991 人を基準として、対前年 2.4%の目標伸び率を目標として設定し、2024 年に 2009 年熊本県観光統計にある人吉球磨地域の数値（直近 10 年間の最多）260,793 人を上回る 265 千人を、2026 年度に 277 千人を目指す。

●来訪者満足度

様式１

2019 年度に実施した独自調査結果において、「やや満足」と「とても満足」の合計の割合が 88.8%と高い水準にあることから、現状維持以上を目標とするため、毎年 0.3%増とするよう目標値を設定し、2026 年度に 90.9%以上を目指す。

●リピーター率
2019 年度に実施した独自調査結果において、2 回以上本地域を訪問した経験のある割合が 65.4%であることから、以後年 1%増となるよう設定。

（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
●住民満足度（地域住民の誇りと愛着）（%）	目標	62.5	65.0	67.6	70.2	73.0	73.5
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	64.9	64.9	69.0			
		(－)	(－)	(－)			
●外国人延べ宿泊者数（人）	目標	14,200	14,500	14,800	15,200	15,600	16,000
		(14,200)	(14,500)	(14,800)	(15,200)	(15,600)	(16,000)
	実績	408	14,143	16,469			
		(408)	(14,143)	(16,469)			
●延べ日帰り者数（千人）	目標	944	991	1,041	1,093	1,147	1,205
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績	1,218	1,326	1,367			
		(　)	(　)	(　)			
●公式サイトのアクセス数（ＰＶ）（回／月）	目標	39,200	41,200	49,000	59,000	70,000	84,000
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績	32,500	35,000	40,300			
		(　)	(　)	(　)			
●公式フェイスブックのファン数（いいね！）	目標	8,500	8,500	8,600	8,700	8,800	8,900
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績	8,168	8,129	8,372			
		(　)」	(　)	(　)			

※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】
本地域は、2016 年の熊本地震以降、観光客数は一時的に減少したがその後回復し、さらにインバウンド観光客が急増した状況となった。
このような背景のもと、魅力ある商品の開発、国内誘客の促進、国外誘客の拡大、市町村の枠を超えたデジタルプロモーション、継続的なデータ整備と受入態勢づくり等により、WEB サイトのアクセス数、傘ブランドの認知度の向上等を図り、宿泊者数をはじめとする旅行客数の増加を目指す。
なお、目標値については、2018 年度から実施している独自調査による調査結果を基に、行政、関係団体等から構成される理事会及び調整会議において、協議・検討のうえ設定したもの。

【設定にあたっての考え方】

●地域住民の誇りと愛着

2019年度の調査において、「地域に誇りと愛着がある」と回答した割合55.6%を基準に、2026年度に同割合73%超を目指す。

●外国人延べ宿泊者数

2019年度の調査の13,070人を基準に、延べ宿泊者数で設定した伸び率対（前年2.4%）と同じ伸び率を目標とし、2026年に16,400人を目指す。

●延べ日帰り者数

2021年の調査結果である898.9千人を基準に、前年比５%ずつ増加させ、2026年度に1,147千人を目指す。

●公式サイトのアクセス数（ＰＶ）

2022年度結果である33千回／月を踏まえ、対前年20%の伸び率で、2026年度に70千回／月を目指す。

●公式フェイスブックのファン数（いいね！）

現状値8,168人を基準に、2023年度は2021年度目標値であった8,500人を達成すると見込み、以後前年比100人増とし、2025年度8,700人を目指す。

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	（円） 75,406,623	【市町村負担金（地方創生推進交付金含む）】 52,702,640 円 【民間団体負担金】240,000 円 【自主財源事業】2,713,860 円 【雑収入】316,422 円 【繰越金】19,293,701 円 【寄付金】140,000 円

様式１

2023（Ｒ５） 年度	（円） 91,234,933	【市町村負担金（地方創生推進交付金含む）】 74,023,410 円 【民間団体負担金】240,000 円 【県補助金（スクラムチャレンジ、インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業）】 9,279,000 円 【自主財源事業】2,612,930 円 【寄付金】68,740 円 【繰越金】4,712,949 円 【雑収入】297,904 円
2024（Ｒ６） 年度	（円） 90,109,967	（円） 【市町村負担金（デジタル田園都市国家構想交付金含む）】6,444,000 円 【民間団体負担金】240,000 円 【県補助金（観光客受入整備費補助金）】 307,000 円 【自主財源事業】4,656,389 円 【寄付金】631,160 円 【繰越金】20,045,355 円 【雑収入】26,063 円
2025（Ｒ７） 年度	（円） 60,807,000	（円） 【市町村負担金】25,403,000 円 【国等補助金】19,900,000 円 【自主財源事業（レンタサイクル他）】 2,400,000 円 【繰越金】13,102,776 円 【雑収入】1,224 円
2026（Ｒ８） 年度	（円） 60,807,000	（円） 【市町村負担金】25,403,000 円 【国等補助金】19,900,000 円 【自主財源事業（レンタサイクル他）】 2,400,000 円 【繰越金】13,102,776 円 【雑収入】1,224 円
2027（Ｒ９） 年度	（円） 60,807,000	（円） 【市町村負担金】25,403,000 円 【国等補助金】19,900,000 円 【自主財源事業（レンタサイクル他）】

		2,400,000 円 【繰越金】13,102,776 円 【雑収入】1,224 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	（円） 70,693,674	【魅力ある商品開発事】31,816,680 円 【国内誘客促進事】926,060 円 【国外誘客拡大事業】5,633,650 円 【デジタルプロモーション事業】819,323 円 【データ整備及び受入態勢づくり事業】5,153,013 円 【一般管理費】13,801,930 円 【市町村への業務連携支援金】10,000,000 円 【自主財源事業】2,543,018 円
2023（Ｒ５） 年度	（円） 71,189,578	【地域の稼ぐ力強化事業】30,558,984 円 【地域の推進体制確立事業】9,451,696 円 【アニメ事業】5,706,880 円 【その他一般事業】8,476,739 円 【自主財源事業】1,829,339 円 【職員人件費】10,105,416 円 【事務局運営費】5,060,524 円
2024（Ｒ６） 年度	（円） 77,007,191	【地域の稼ぐ力強化事業】31,461,335 円 【地域の推進体制確立事業】8,546,475 円 【その他一般事業】14,899,172 円 【自主財源事業】2,371,448 円 【職員人件費】15,601,878 円 【事務局運営費】4,126,883 円
2025（Ｒ７） 年度	（円） 60,807,000	【日本遺産を活用した誘客推進事業】24,500,000 円 【観光実態調査・分析事業】1,500,000 円 【その他の広域交流事業】4,600,000 円 【自主財源事業】1,900,000 円 【職員人件費】16,463,000 円 【事務局運営費】4,000,000 円 【予備費】7,844,000 円
2026（Ｒ８） 年度	（円） 60,807,000	【日本遺産を活用した誘客推進事業】24,500,000 円 【観光実態調査・分析事業】1,500,000 円 【その他の広域交流事業】4,600,000 円

		【自主財源事業】1,900,000 円 【職員人件費】16,463,000 円 【事務局運営費】4,000,000 円 【予備費】7,844,000 円
2027（Ｒ９） 年度	（円） 60,807,000	【日本遺産を活用した誘客推進事業】24,500,000 円 【観光実態調査・分析事業】1,500,000 円 【その他の広域交流事業】4,600,000 円 【自主財源事業】1,900,000 円 【職員人件費】16,463,000 円 【事務局運営費】4,000,000 円 【予備費】7,844,000 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

（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会の自立的な事業を推進するため、個別市町村の枠を超えた一元的な情報発信や広域的なデータ収集分析等を行うための共通経費として市町村は負担金を支出するほか、法人の独自事業として、着地型商品の販売・手配を行うランドオペレーター業務、地域特産品の開発・販売の支援を行う地域商社業務及び観光客の域内周遊の利便性を高める自転車のレンタルサービス業務などの収益事業に取り組む方針。

まずは、2021 年度から開始したレンタサイクルサービス業務、その後も段階的に安定した自主財源を確保し、地方創生推進交付金に限らず、市町村負担金及び自主財源により法人運営の自立化を見込む。

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、人吉市、錦町、多良木町、湯前町、水上村、相良村、五木村、山江村、球磨村及びあさぎり町は（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会を当該都道府県及び市町村における地域連携ＤＭＯとして登録したいため、（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会とともに申請する。

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】

重複するＤＭＯとして、（株）くまもとＤＭＣと（株）ＫＡＳＳＥ　ＪＡＰＡＮがある。

（株）くまもとＤＭＣ及び（株）ＫＡＳＳＥ　ＪＡＰＡＮとは、適宜、情報交換を行い、取組状況についての意見交換を行っており、両者の強みを生かした観光地域づくりを進めていくこととしている。

今回、（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会（以下「観地協」という。）の登録ＤＭＯ申請にあたって、両者と重複区域に関する連携方法や役割分担等について協議し、次のような内容で合意している。

【区域が重複する背景】

（株）くまもとＤＭＣは、熊本県全域を対象エリアとしており、本県の観光地域づくりにおける広域的な推進体制のブレーン機能を担うべく、熊本県及び熊本の地方銀行である肥後銀行及び熊本未来創生ファンドの出資により設立され、県全域の観光関係機関と連携し、熊本県の観光地域づくりを広域的に推進及び実践する役割を担っている。

また、（株）ＫＡＳＳＥ　ＪＡＰＡＮは、2013 年に熊本県により策定された熊本県南の農林水産業の産業集積を狙った「くまもと県南フードバレー構想」の実現に向けて、県南エリアの八代、水俣芦北、人吉球磨地域での地域商流基盤の整備を進めながら、同構想と同じ方向性で「食」を切り口とした商品開発や流通基盤整備の役割を担っている。

なお、人吉球磨地域（10 市町村）は地形的にも歴史的にも繋がりが深く、観光面では「ひとよし・くま旬夏秋冬キャンペーン」など、広域連携事業が展開されてきた。観地協はその流れを継承し、さらに連携を強化して観光地域づくりに取り組む目的で設立され、広域的な着地型商品開発等を行うなど地域産業全体の振興を視野に入れた観光地域づくりに地域一体となって取り組んでいる。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

（株）くまもとＤＭＣは、県下各地域の観光団体で構成する「地域連携会議」を主宰するなど、全県的な関係者との連携と合意形成を図りながら、ブランド戦略、マーケティングの視点を基に個別エリアの観光地域づくりの推進・支援を展開している。

具体的には、（株）くまもとＤＭＣは、熊本県と連携した観光ブランディングを基にマーケットインやターゲティングを熊本県全域の視点から捉え、観光コンテンツの高付加価値化を推進する役割を担っており、観地協は人吉球磨地域の歴史・文化を掘り下げた観光ブランドを構築するとともに観地協は人吉球磨地域の観光コンテンツホルダーと繋がった観光資源の開発・旅行商品造成を進める。

また、（株）ＫＡＳＳＥ　ＪＡＰＡＮは、地元の交通事業者を発端とする地域商社＋ＤＭＣとして、「くまもと県南フードバレー構想」の推進役として県南エリアの八代、水俣芦北、人吉球磨地域を中心とした開発商品流通を図る役割に対し、観地協は人吉球磨地域の商品開発を支援し、地域ブランドに繋げる役割を担う。

また、熊本県の旅行商品販売サイト「くまもっと旅行社」を運営する（株）ＫＡＳＳＥ　ＪＡＰＡＮに対し、観地協は熊本県が進める「くまもっと地域応援社」の登録機関として、人吉球磨地域の観光素材を旅行商品化し、売り出す役割を担っている。

【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】

人吉球磨地域には、区域内の 10 市町村の同意を得て観地協が策定した「観光地域づくり戦略」があることから、観地協の十全なリーダーシップの下、各ＤＭＯは本戦略に基づいて、３者で連携しながら、本地域内での観光地域づくり事業を実施する旨、了解している。両者との役割分担等の詳細は以下のとおり。

①（株）くまもとＤＭＣ×（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会

・観地協は、人吉球磨地域のブランド戦略「人吉・球磨　風水・祈りの浄化町」を推進し、（株）くまもとＤＭＣは、全県的な観光マーケティングの視点を踏まえ、人吉球磨地域のブランド戦略を支援する。
・観地協が素材の発掘・商品造成を行うにあたり、必要に応じて、（株）くまもとＤＭＣの専門的知見を活かし、旅行商品のブラッシュアップに取り組む。また、（株）くまもとＤＭＣは旅行商品化に向けて、観地協の着地整備や管内の関係機関と連携したランドオペレーション機能を生かした商品を造成し、販売・催行での連携を図っていく。このように観光誘客に向けて双方が連携及び役割分担を図りながら人吉球磨の観光誘客を図っていく。
②（株）ＫＡＳＳＥ　ＪＡＰＡＮ×（一社）人吉球磨観光地域づくり協議会
・観光素材の旅行商品化に向けて、観地協が素材の発掘・商品造成を行い、（株）ＫＡＳＳＥ　ＪＡＰＡＮはその商品販売やＰＲ・プロモーションの役割を担う。また、ツアー催行時、観地協は着地整備や管内の関係機関と連携したランドオペレーション機能を担っていく。このように観光誘客に向けて双方が連携及び役割分担を図りながら人吉球磨の観光誘客を図っていく。
・地域産品の開発・販売促進においては、観地協は地域ブランド構築の一環として地域産品の開発を行う。一方、（株）ＫＡＳＳＥ　ＪＡＰＡＮは独自の産品販売サイトを提供すると同時に販売プロモーションを実施する。このように人吉球磨地域の産品の開発・販売促進において、双方が連携及び役割分担を図りながら、産品を活かした地域活性を図っていく。
以上のことから、各ＤＭＯが持つ強みや立ち位置の違いによる役割分担を踏まえて連携しながら事業を実施することにより、相乗効果を出すことができ、効率的、効果的な活動の遂行が期待できる。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	田原　康司
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	868-0408
所在地	熊本県球磨郡あさぎり町免田東 1774
電話番号（直通）	0966-49-9010
ＦＡＸ番号	0966-49-9011
Ｅ－ｍａｉｌ	Kanchikyo01@gmail.com

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	竹田　親治
担当部署名（役職）	県南広域本部球磨地域振興局総務振興課（参事）
郵便番号	868-8503
所在地	熊本県人吉市西間下町 86-1

電話番号（直通）	0966-24-4113
ＦＡＸ番号	0966-24-5761
Ｅ－ｍａｉｌ	takeda-c-dz@pref.kumamoto.lg.jp

都道府県･市町村名	あさぎり町
担当者氏名	沖松　勝彦
担当部署名（役職）	商工観光課（課長）
郵便番号	868-0408
所在地	熊本県球磨郡あさぎり町免田東１１９９
電話番号（直通）	0966-45-7220
ＦＡＸ番号	0966-45-5110
Ｅ－ｍａｉｌ	k-okimatsu@asagiri.kumamoto.jp

都道府県･市町村名	人吉市
担当者氏名	上村　英明
担当部署名（役職）	商工観光課（課長）
郵便番号	868-8601
所在地	熊本県人吉市西間下町７－１
電話番号（直通）	0966-22-5610
ＦＡＸ番号	0966-32-8786
Ｅ－ｍａｉｌ	hs647@hitoyoshi.kumamoto.jp

都道府県･市町村名	錦町
担当者氏名	中村　裕二
担当部署名（役職）	企画観光課（課長）
郵便番号	868-0392
所在地	熊本県球磨郡錦町大字一武１５８７
電話番号（直通）	0966-38-4419
ＦＡＸ番号	0966-38-1575
Ｅ－ｍａｉｌ	Yu2-nakamura@nishiki.kumamoto.jp

都道府県･市町村名	多良木町
担当者氏名	浅川　英司
担当部署名（役職）	企画観光課（課長）
郵便番号	868-0595
所在地	熊本県球磨郡多良木町大字多良木１６４８
電話番号（直通）	0966-42-1257
ＦＡＸ番号	0966-42-2293

Ｅ－ｍａｉｌ	kikaku@town.taragi.lg.jp

都道府県･市町村名	湯前町
担当者氏名	伊藤　賢一郎
担当部署名（役職）	企画観光課（課長）
郵便番号	868-0621
所在地	熊本県球磨郡湯前町１９８９－１
電話番号（直通）	0966-43-4111
ＦＡＸ番号	0966-43-3013
Ｅ－ｍａｉｌ	itou@yunomae.kumamoto.jp

都道府県･市町村名	水上村
担当者氏名	田代　浩幸
担当部署名（役職）	産業振興課（課長）
郵便番号	868-0795
所在地	熊本県球磨郡水上村大字岩野９０
電話番号（直通）	0966-44-0312
ＦＡＸ番号	0966-44-0662
Ｅ－ｍａｉｌ	h_tashiro@mizukami.kumamoto.jp

都道府県･市町村名	相良村
担当者氏名	佐竹　淑子
担当部署名（役職）	企画商工課（課長）
郵便番号	868-8501
所在地	熊本県球磨郡相良村大字深水２５００－１
電話番号（直通）	0966-35-1036
ＦＡＸ番号	0966-35-0011
Ｅ－ｍａｉｌ	Satake-y@sagara.kumamoto.jp

都道府県･市町村名	五木村
担当者氏名	土肥　博司
担当部署名（役職）	産業振興課（課長）
郵便番号	868-0201
所在地	熊本県球磨郡五木村甲２６７２－７
電話番号（直通）	0966-37-2247
ＦＡＸ番号	0966-37-2215
Ｅ－ｍａｉｌ	h-doi@itsuki.kumamoto.jp

様式１

都道府県･市町村名	山江村
担当者氏名	清永　弘文
担当部署名（役職）	企画調整課（課長）
郵便番号	868-8502
所在地	熊本県球磨郡山江村大字山田甲１３５６－１
電話番号（直通）	0966-23-3112
ＦＡＸ番号	0966-24-5669
Ｅ－ｍａｉｌ	kikaku@yamae.kumamoto.jp

都道府県･市町村名	球磨村
担当者氏名	蔵谷　健
担当部署名（役職）	復興推進課（課長）
郵便番号	869-6401
所在地	熊本県球磨郡球磨村大字渡丙１７３０
電話番号（直通）	0966-32-1114
ＦＡＸ番号	0966-32-1141
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@vill.kuma.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人　人吉球磨観光地域づくり協議会

様式２

記入日：　令和7年7月　　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、あさぎり町、人吉市、錦町、多良木町、湯前町、水上村、相良村、五木村、山江村、球磨村
【設立時期】　平成30年3月30日
【設立経緯】
①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】　会長　松岡　隼人（人吉市長）
【マーケティング責任者（CMO）】　専務理事　河野　靖
【財務責任者（CFO）】　事務局長　田原　康司
【職員数】　５人（常勤3人（正職員2人・出向等1人）、非常勤2人）
【主な収入】　市町村（国交付金含む）・民間団体負担金64百万円、物品販売5百万円（R6年度決算）
【総支出】　事業費　57百万円、職員人件費15百万円、事務局運営費4百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
　熊本県、人吉球磨10市町村、広域行政組合、各観光協会、商工会議所、商工会、くま川鉄道㈱、農業協同組合

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

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	12,822（120）	13,463（126）	14,137（132）	14,844（138）	15,586（145）	16,365（152）
	実績	15,056（48）	18,765（2,309）	15,312（1,907）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	248（14.2）	254（14.5）	260（14.8）	266（15.2）	272（15.6）	279（16）
	実績	128.4（0.4）	196.7（14.1）	204.7（16.5）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	89.7（　）	90.0（90.0）	90.3（90.3）	90.6（90.6）	90.9（90.9）	91.2（91.2）
	実績	97.4（100.0）	95.7（96.5）	96.0（99.0）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	68.4（　）	69.4（6.9）	70.4（7.3）	71.4（7.7）	72.4（~~8~~18.0）	73.4（8.4）
	実績	54.2（33.3）	54.1（10.0）	53.4（16.0）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①鹿児島・宮崎、熊本市、福岡在住の20～40代女性、シニアカップル、ファミリー
②台湾、香港、上海等、東南アジア在住で高年収の20～30代女性、40～50代夫婦
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　域内の歴史的建造物や自然、温泉、食、球磨焼酎等の地域資源を活用し、パワースポットやスピリチュアル体験、歴史・宗教的学び、サイクリング等のアクティビティ、アニメのロケ地巡りなど多様なツーリズムを連携させ、テーマ性を持った着地型の旅行商品を開発し、誘客を図る。
【観光地域づくりのコンセプト】
「人吉・球磨　風水・祈りの浄化町」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・インバウンド向け体験型ツアーの販売促進に向け、地域のランドオペレーターと連携し、手配体制を整備するとともに、海外旅行会社との連携を進め、欧米からの誘客に繋げた。
・人吉球磨×アニメ「夏目友人帳」15周年記念事業（10市町村を巡るギフトラリー）
【受入環境整備】
・OTAとの連携（開発した商品を熊本県「くまもっと旅行社」予約サイトに掲載）
・インバウンド向け焼酎蔵体験ツアーの通訳ガイド養成研修

【情報発信・プロモーション】
・台湾からの誘客に資するため、HPに繁体字版を整備
・ベジタリアン・ヴィーガンに加え、ハラール対応店舗メディア紹介
・インバウンド向け体験型コンテンツやモデルルートの発信
【その他】
・地域の理解促進、支援拡大を図るための活動（高校生の活動「人吉球磨ライジング構想」事業の中で行われた「人吉観光における外国人の不便さとその要因」の発表会に参加。若い年代の観光の視点を共有）

HITOYOSHI KUMA
人吉・球磨
風水・祈りの浄化町