

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和7年7月31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	公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター	
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：阿蘇市、南小国町、小国町、産山村、高森町、西原村、南阿蘇村、山都町 大分県：竹田市 宮崎県：高千穂町	
所在地	熊本県阿蘇市一の宮町宮地4607-1	
設立時期	1990年5月30日（2013年4月、財団法人から公益財団法人へ移行）	
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5人（正職員2人・派遣職員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）	渡邊 誠次 （公財）阿蘇地域振興デザインセンター 理事長	（公財）阿蘇地域振興デザインセンター理事長。 行政、事業者、地域、学術機関との様々な繋ぎ役を担っている。熊本県阿蘇郡小国町の町長。
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	田端 文一「専従」 （西原村）	熊本市役所に39年間勤務。 シティプロモーション課政策審議員、まちづくりセンター所長、熊本博物館長、熊本城総合事務所長などを歴任。

財務責任者 (CFO: チーフ・フィナンシャル・オフィサー)	田端 文一 (西原村)	熊本市役所に39年間勤務。 シティプロモーション課政策審議員、まちづくりセンター所長、熊本博物館長、熊本城総合事務所長などを歴任。
事務局員 (企画担当)	井芹 太一 (高森町)	派遣元の高森町役場で観光分野に携わった経験を活かし、観光庁事業(インバウンド)、熊本県事業、各種イベント(PR、移住定住)、セミナー開催などを担当。 2024年に高森町から派遣。
事務局員 (マーケティング担当)	渡邊 修一郎 (南阿蘇村)	企業のビジネスで地域課題を解決し、地域に生きるカッコいいイノベーターを育成する人材育成事業「あそ未来創造塾」、移住定住施策、広域連携による観光まちづくりなどを担当する。 2024年に南阿蘇村から派遣。
事務局員 (誘致・広報担当)	園田 彩乃 (西原村)	総務担当・阿蘇DC幹事会、理事会、評議員会事務などを担当する。全国観光圏事業で取り組んでいる、来訪者満足度調査を実施し、「一人当たり旅行消費額、延べ宿泊者数(日本人・外国人)、リピーター率、来訪者満足度、WEBサイトアクセス数、滞在プログラム参加者数、県民総幸福量(AKH)」などを分析する 2025年度に西原村から派遣。
事務局員 (企画・総務経理担当)	園田 恵美子「専従」	経理部門の責任者。 阿蘇くじゅう観光圏の実務を担当。 会議等の全体管理。 阿蘇くじゅう観光圏地域づくりマネージャー。
連携する 地方公共 団体の担 当部署名 及び役割	○熊本県 阿蘇市 経済部観光課(観光振興) 経済部まちづくり課(地域づくり・環境整備・移住定住・グリーンツーリズム) ○熊本県阿蘇郡 南小国町 まちづくり課(観光振興・移住定住・グリーンツーリズム) ○熊本県阿蘇郡 小国町 産業課(観光振興・商店街関係者との協議) 情報政策課(地域づくり団体等との調整・移住定住・グリーンツーリズム) ○熊本県阿蘇郡 産山村 企画振興課(観光振興・地域づくり団体等との協議・移住定住・グリーンツーリズム) ○熊本県阿蘇郡 高森町 政策推進課(観光振興・地域づくり団体等との協議・移住定住・グリーンツーリズム) ○熊本県阿蘇郡 南阿蘇村 企画観光課(観光振興・地域づくり団体等との協議・グリーンツーリズム) 定住促進課(移住定住) ○熊本県阿蘇郡 西原村 商工観光課(観光振興・グリーンツーリズム) 総合政策課(地域づくり団体等との協議・移住定住) ○熊本県上益城郡 山都町	

	商工観光課（観光振興・グリーンツーリズム） 企画政策課（地域づくり団体等との協議） 山の都創造課（移住定住） ○大分県 竹田市 商工観光課（観光振興・地域づくり団体等との協議・移住定住・グリーンツーリズム） ○宮崎県西臼杵郡 高千穂町 企画観光課（観光振興・地域づくり団体等との協議・移住定住・グリーンツーリズム） ○熊本県 企画振興部（地域振興） 観光文化部（観光振興・地域づくり団体等との協議・移住定住） 阿蘇地域振興局総務振興課（観光振興・地域づくり団体等との協議・移住定住） ○大分県 商工観光労働部（観光振興） 豊肥振興局地域振興部（地域振興・観光振興） ○宮崎県 商工観光労働部（観光振興） 西臼杵支庁総務課（観光振興・地域振興）
連携する事業者名及び役割	○観光振興事業者（観光協会、DMO） ・阿蘇市観光協会 ・南小国町観光協会 ・ASOおぐに観光協会 ・産山村観光協会 ・高森町観光推進機構 ・（一社）みなみあそ観光局 ・（一社）山都町観光協会 ・NPO法人 竹田市観光ツーリズム協会 ・（一社）高千穂町観光協会 ・（株）くまもとDMC ・（一社）西原村観光協会 ・阿蘇広域観光連盟（AATA） ・株式会社SMO南小国 ○宿泊事業者 ・阿蘇温泉観光旅館協同組合（阿蘇市） ・黒川温泉観光旅館協同組合（南小国町） ・杖立温泉観光旅館協同組合（小国町） ・わいた温泉組合（小国町） ・南阿蘇村温泉旅館組合（南阿蘇村） ・長湯温泉旅館組合（竹田市） ・高千穂町旅館業組合（高千穂町） ○交通事業者 ・全日本空輸（株）熊本支店 ・日本航空（株）熊本支店 ・熊本空港ビルディング（株） ・九州旅客鉄道（株） ・南阿蘇鉄道（株） ・産交バス（株）阿蘇事業部 ・九州産交ツーリズム（株） ・大野竹田バス（株） ・宮崎交通（株） ・日田バス（株）

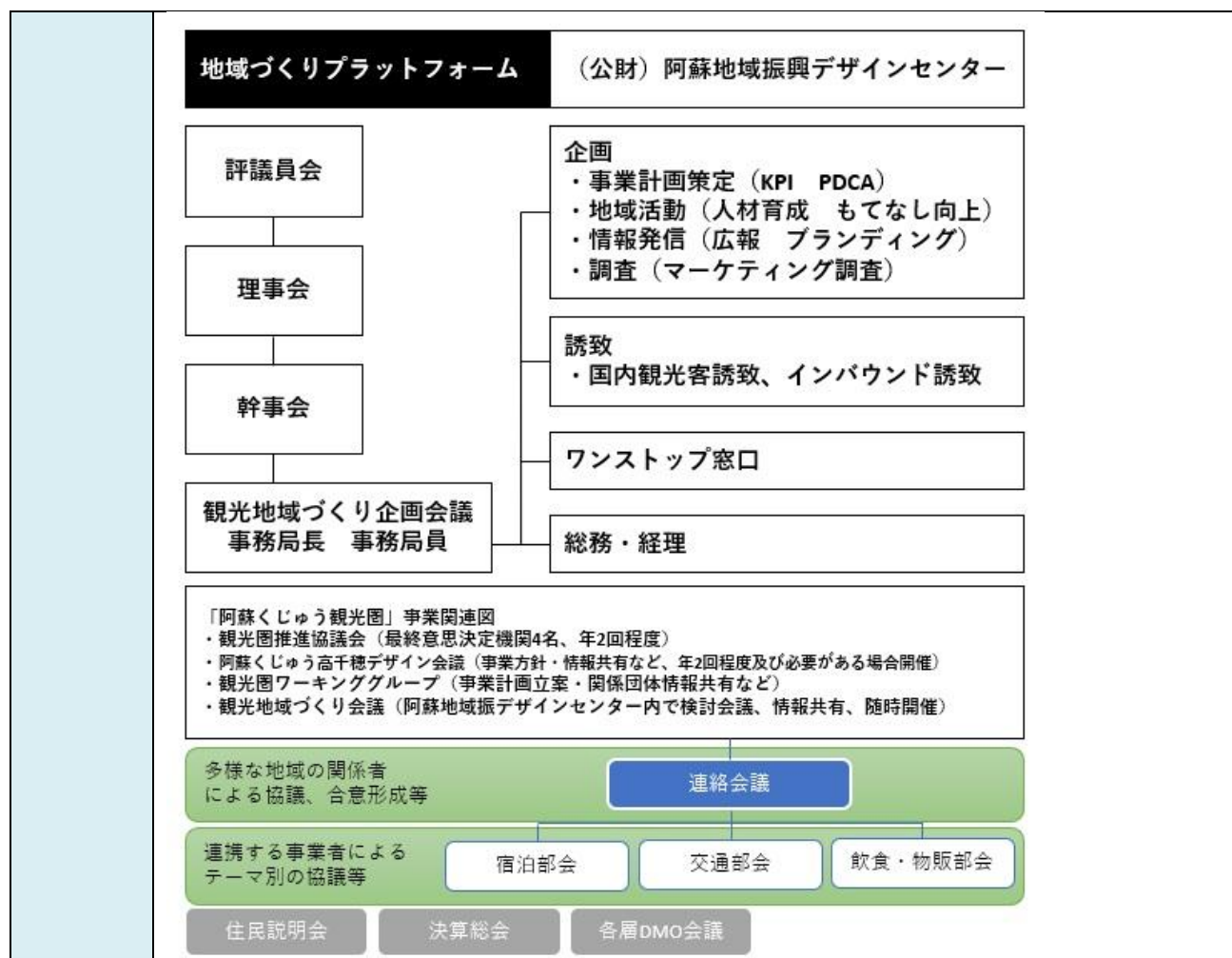
- 観光施設事業者
 - ・阿蘇カドリー・ドミニオン
 - ・阿蘇ファームランド
 - ・阿蘇火山博物館
 - ・らくのうマザーズ阿蘇ミルク牧場
 - ・阿蘇お猿の里 阿蘇猿まわし劇場
 - ・くじゅう花公園
- 商工農林事業者
 - ・阿蘇市商工会
 - ・南小国町商工会
 - ・小国町商工会
 - ・産山村商工会
 - ・高森町商工会
 - ・西原村商工会
 - ・南阿蘇村商工会
 - ・山都町商工会
 - ・竹田市商工会議所
 - ・高千穂町商工会
 - ・阿蘇青年会議所
 - ・J A 阿蘇
 - ・阿蘇森林組合
 - ・小国町森林組合
 - ・竹田市森林組合
 - ・西臼杵森林組合
- 教育機関
 - ・熊本大学
 - ・東海大学
- 地域金融機関
 - ・肥後銀行
 - ・熊本銀行
- 公益法人など
 - ・（公財）阿蘇グリーンストック
 - ・（公財）阿蘇火山博物館
 - ・（一財）阿蘇テレワークセンター
 - ・（一財）学びやの里
 - ・（一社）TAKAraMORI
 - ・NPO法人 押戸石の丘
 - ・NPO法人 ASO田園空間博物館
 - ・NPO法人 九州バイオマスフォーラム
 - ・NPO法人 阿蘇ミュージアム
 - ・（株）まちづくり阿蘇一の宮
- 道の駅
 - ・阿蘇（ASO田園空間博物館）
 - ・波野（神楽苑／阿蘇市）
 - ・小国（ゆうステーション／小国町）
 - ・あそ望の郷くぎの（南阿蘇村）
 - ・そよ風パーク（山都町）
 - ・清和文楽邑（山都町）
 - ・通潤橋（山都町）
 - ・竹田（竹田市）

	・すごう（竹田市） ・ながゆ温泉（竹田市） ○物産館など ・四季彩いちのみや（阿蘇市） ・はな阿蘇美（阿蘇市） ・ふれあい市場赤水（阿蘇市） ・南小国町総合物産館 きよらかァサ（南小国町） ・(株)うぶやま（産山村） ・奥阿蘇物産館（高森町） ・WATERFOREST（高森町） ・俵山交流館 萌の里（西原村） ・里の駅 荻の里温泉（竹田市） ○その他 ・阿蘇ジオパーク推進協議会 ・阿蘇地域世界農業遺産推進協会 ・阿蘇世界文化遺産推進協議会 ・阿蘇草原再生協議会 ・阿蘇草原再生千年委員会 ・国立公園満喫プロジェクト（環境省） ・祖母傾ユネスコエコパーク大分・宮崎推進協議会 ・高千穂郷・椎葉山世界農業遺産推進協議会（高千穂町） ・阿蘇グリーンツーリズム協議会 ・来ちよくれ竹田研究会 ・高千穂ムラたび活性化協議会 ・阿蘇エコツーリズム協会 ・阿蘇ジオパークガイド協会 ・阿蘇地域観光推進協議会
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） （概要）登録①② ・最高意思決定機関として、（公財）阿蘇地域振興デザインセンター理事会 （理事会メンバーは管轄市町村の首長、県庁、町議会代表で構成している。） ・同協議会の決定を推進するために、官民多様の関係者が参加する「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」を設置。 （メンバーは行政、観光協会、観光業者、交通業者で構成している。） ・同デザイン会議の活動を具体的に協議し、実務的な調整を行うワーキンググループ （観光地域づくりマネージャーや市町村担当者などを核として）を設置。 ※・観光協会連携WG ・二次交通WG ・食文化WG ・インバウンド&プロモーションWG

	(公財) 阿蘇地域振興デザインセンター理事会 (最高意思決定機関) 阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議 (多様な主体) ・ 行政・観光協会・交通事業者・旅館組合 ・ 交通事業者・民間事業者 観光圏ワーキンググループ (阿蘇くじゅう観光圏の構成団体及び 観光地域づくりマネージャー) 観光協会連携 WG 人材育成 WG 食文化 WG インバウンド プロモーション WG ↑ ↓ 連携 阿蘇エコツーリズム協会 阿蘇グリーンツーリズム協議会 九州3観光圏連携事業 中九州DMO連携事業						
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	観光地域づくりマネージャーの定例会開催 阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議の開催（多様な主体による会議の開催） 観光地域づくりセミナーの開催（年1回）						
法人のこれまでの活動実績	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left; padding: 5px;">【活動の概要】</th></tr> <tr> <th style="width: 20%; padding: 5px;">事業</th><th style="padding: 5px;">実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top; padding: 5px;">情報発信・プロモーション</td><td style="padding: 5px;"> ・ 阿蘇くじゅう観光圏のブランドイメージ「阿蘇カルデラ 命きらめく草原の王冠」のもと統一した情報発信をおこなっている。 ・ 令和元年度訪日外国人周遊事業でインバウンド向けの阿蘇くじゅう観光圏のPR動画を作成した。 ・ 新型コロナウイルス対策事業として、阿蘇の魅力を発信する動画「新阿蘇紀行」を作成し（YouTube 動画制作数 85件）新たな国内旅行客の創出に力をいれている。 ・ 阿蘇地域の花を題材にした「あそ花旅シリーズ」として阿蘇地域の様々な魅力を Instagram フォトコンテストとして </td></tr> </tbody> </table>	【活動の概要】		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	・ 阿蘇くじゅう観光圏のブランドイメージ「阿蘇カルデラ 命きらめく草原の王冠」のもと統一した情報発信をおこなっている。 ・ 令和元年度訪日外国人周遊事業でインバウンド向けの阿蘇くじゅう観光圏のPR動画を作成した。 ・ 新型コロナウイルス対策事業として、阿蘇の魅力を発信する動画「新阿蘇紀行」を作成し（YouTube 動画制作数 85件）新たな国内旅行客の創出に力をいれている。 ・ 阿蘇地域の花を題材にした「あそ花旅シリーズ」として阿蘇地域の様々な魅力を Instagram フォトコンテストとして
【活動の概要】							
事業	実施概要						
情報発信・プロモーション	・ 阿蘇くじゅう観光圏のブランドイメージ「阿蘇カルデラ 命きらめく草原の王冠」のもと統一した情報発信をおこなっている。 ・ 令和元年度訪日外国人周遊事業でインバウンド向けの阿蘇くじゅう観光圏のPR動画を作成した。 ・ 新型コロナウイルス対策事業として、阿蘇の魅力を発信する動画「新阿蘇紀行」を作成し（YouTube 動画制作数 85件）新たな国内旅行客の創出に力をいれている。 ・ 阿蘇地域の花を題材にした「あそ花旅シリーズ」として阿蘇地域の様々な魅力を Instagram フォトコンテストとして						

		発信している。優秀な作品を投稿されたかたには、阿蘇地域の特産品を贈呈し、さらに受賞作品は阿蘇管内にて写真展として展覧している。 ・ 例年ツーリズムエキスポ EXPIO ジャパンに参加して、阿蘇くじゅう観光圏のタリフ集やパンフレットを配布し、阿蘇の魅力を発信している。 ・ 令和4年度から熊本空港新ターミナル到着ロビーのデジタルサイネージに阿蘇地域の観光情報を放映している。 ・ 令和5年度から台湾現地のフェイスブックに阿蘇地域の観光情報を発信している。	
	受入環境の整備	・ 令和2年度の訪日外国人周遊事業として阿蘇くじゅう観光圏のツーリストマップの英語版MAPを作成した。 - また、同事業を活用して阿蘇くじゅう観光圏内の無料Wi-Fiが利用できる施設のMAPを作成した。 ・ 阿蘇地域は、令和元年6月に観光庁から地域通訳案内士育成計画の同意を得て、地域通訳案内士育成研修を開催し令和2年2月に11名の地域通訳案内士が誕生している。 ・ 令和4年度の広域周遊事業を活用して阿蘇くじゅう観光圏、豊の国千年ロマン観光圏を周遊する情報をまとめた「時の旅、風の旅」パンフレットの英語版、繁体字版を制作済。 ・ 令和4年度に阿蘇くじゅう観光圏のツーリストマップの英語版繁体字版MAPを作成した。 ・ 令和5年度に阿蘇くじゅう観光圏のツーリストマップの日本語版、日本語/英語版のMAPを改定・増刷した。 ・ 令和6年度は阿蘇くじゅう観光圏、豊の国千年ロマン観光圏を周遊する情報をまとめた「時の旅、風の旅」パンフレットの英語版を改定・増刷した。	
	観光資源の磨き上げ	・ 令和元年度には訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業「阿蘇中岳第4火口ジオツアー開発プロジェクト」を行っている。 ・ 令和2年度訪日外国人周遊事業としてJR阿蘇駅周辺の麓坊中を歩くツアーを体験コンテンツとして開発している。 - また、同事業を活用して阿蘇旅を満喫するツールと旅づくりとして①門前町商店街グルメマップ②手野集落巡りマップ③田子山トレッキングマップを作成している。 ・ 令和2年度ナイトタイムエコノミー推進に係るコンテンツ造成事業として、九州運輸局観光地域振興課を事業主体として、夜間・早朝の観光コンテンツづくりをおこなっている。 ・ 令和3年度事業として阿蘇アドベンチャー&ウエルネス長期滞在プラン事業を行った。 ・ 令和4年度事業として阿蘇寺泊コンテンツ造成事業、素敵女子の阿蘇たびコンテンツ造成事業に取り組んでいる。 ・ 令和5年度事業として昨年度の素敵女子の阿蘇たびコンテンツをインバウンド向けに磨き上げ、台湾をターゲットにミニツアーの需要に応えられるコンテンツにした。	

	・令和5年度事業として欧米人観光客をターゲットにしたウォーキング、サイクリング、バギーと3地域で楽しめるアクティビティコンテンツを造成した。 ・令和6年度事業として、熊本県に進出してきた世界的半導体メーカーTSMC 社員・家族と来訪する親戚、第2にリピーター訪日台湾人をターゲットに「キッズが喜ぶ阿蘇」の要素を加え、ファミリー層向けのミニツアーを造成した。 【定量的な評価】 H30 観光客数 17,437,529 人 対前年比 115.1% (宿泊数 1,963,663 人 対前年比 103.3%) R1 観光客数 16,612,813 人 対前年比 95.2% (宿泊数 1,888,114 人 対前年比 96.1%) R2 観光客数 12,735,323 人 対前年比 76.6% (宿泊数 1,035,287 人 対前年比 54.8%) R3 観光客数 11,729,658 人 対前年比 92.1% (宿泊数 1,001,557 人 対前年比 96.7%) R4 観光客数 14,545,750 人 対前年比 124.0% (宿泊数 1,329,460 人 対前年比 132.7%) R5 観光客数 16,177,894 人 対前年比 111.2% (宿泊数 1,703,813 人 対前年比 128.2%)										
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】 （公財）阿蘇地域振興デザインセンターを事務局に、市町村、宿泊事業者、交通事業者、商工、農林事業者、教育機関などが多様な関係者が参画し、地域全体が密接に連携した運営を実施。 【実施体制図】 （最高意思決定機関） （公財）阿蘇地域振興デザインセンター理事会 ・熊本県 ・阿蘇市 ・南小国町 ・小国町 ・産山村 ・高森町 ・西原村 ・南阿蘇村 ・山都町 ・大分県 ・竹田市 ・宮崎県 ・高千穂町 阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議 （執行機関約56名） <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>行政機関・観光関係者</td> <td>民間事業者など</td> </tr> <tr> <td>阿蘇地域振興局担当課代表</td> <td>九州旅客鉄道(株)・南阿蘇鉄道(株)</td> </tr> <tr> <td>観光圏市町村担当課代表</td> <td>産交バス(株)・JTB九州</td> </tr> <tr> <td>観光圏県関係担当課代表</td> <td>全日本空輸(株)熊本支店</td> </tr> <tr> <td>観光圏観光旅館組合代表</td> <td>阿蘇草原再生協議会 阿蘇ジオパーク推進協議会</td> </tr> </table> 連携 阿蘇地域世界農業遺産推進協会 阿蘇世界文化遺産推進室、熊本大学 観光圏アドバイザー 柏木 千春 大正大学地域創生学部 公共政策学科教授 観光協会連携 WG 人材育成 WG 食文化 WG インバウンド プロモーション WG 観光圏ワーキンググループ 阿蘇くじゅう観光会議の構成 団体職員及び観光地域づくり マネージャー（11名） ← 連携 → 阿蘇エコツーリズム協会 阿蘇グリーンツーリズム協議会 九州3観光圏連携事業 中九州DMO連携事業	行政機関・観光関係者	民間事業者など	阿蘇地域振興局担当課代表	九州旅客鉄道(株)・南阿蘇鉄道(株)	観光圏市町村担当課代表	産交バス(株)・JTB九州	観光圏県関係担当課代表	全日本空輸(株)熊本支店	観光圏観光旅館組合代表	阿蘇草原再生協議会 阿蘇ジオパーク推進協議会
行政機関・観光関係者	民間事業者など										
阿蘇地域振興局担当課代表	九州旅客鉄道(株)・南阿蘇鉄道(株)										
観光圏市町村担当課代表	産交バス(株)・JTB九州										
観光圏県関係担当課代表	全日本空輸(株)熊本支店										
観光圏観光旅館組合代表	阿蘇草原再生協議会 阿蘇ジオパーク推進協議会										



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】

阿蘇地域 8 市町村と大分県竹田市、宮崎県高千穂町による「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」を設置し、顧客視点に立って、観光エリアマーケティングに基づく旅行商品の開発、広報・PR、人材育成を始め、地域づくりなどと連携した取り組みを行ってきた。

このエリアは、自然、歴史、文化の流れや物流および観光資源の面から一体性を持ち、共通のコンセプトを有することから、平成 20 年度から、一体となって「阿蘇くじゅう観光圏」事業に取り組んでいる。

【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。

令和 2 年						
	総入込客数（人）	対前年比	日帰り客数（人）	対前年比	宿泊者数（人）	対前年比
阿蘇地域	12, 101, 448	91. 6%	10, 646, 275	91. 1%	1, 455, 173	95. 2%
竹田市	2, 923, 679	103. 1%	2, 700, 538	103. 8%	223, 141	94. 8%
高千穂町	1, 368, 400	97. 6%	1, 158, 600	96. 5%	209, 800	104. 1%
合 計	16, 612, 813	95. 2%	14, 724, 699	95. 1%	1, 888, 114	96. 1%
令和 3 年						
	総入込客数（人）	対前年比	日帰り客数（人）	対前年比	宿泊者数（人）	対前年比
阿蘇地域	9, 753, 539	80. 5%	8, 958, 303	84. 1%	795, 236	54. 6%
竹田市	2, 222, 984	76%	2, 097, 633	77. 6%	125, 351	56. 1%
高千穂町	758, 800	55. 4%	644, 100	55. 5%	114, 700	54. 6%
合 計	12, 735, 323	76. 6%	11, 700, 036	79. 4%	1, 035, 287	54. 8%

令和 4 年						
	総入込客数（人）	対前年比	日帰り客数（人）	対前年比	宿泊者数（人）	対前年比
阿蘇地域	8,644,321	88.6%	7,877,909	87.9%	766,412	96.3%
竹田市	2,251,437	101.2%	2,130,992	101.5%	120,445	96%
高千穂町	833,900	109.8%	704,900	109.4%	129,000	112.5%
合 計	11,729,658	92.1%	10,728,101	91.6%	1,001,557	96.7%
令和 5 年						
	総入込客数（人）	対前年比	日帰り客数（人）	対前年比	宿泊者数（人）	対前年比
阿蘇地域	10,718,344	124.0%	9,737,639	123.6%	980,705	124.7%
竹田市	2,688,306	119.4%	2,511,051	117.8%	177,255	97.4%
高千穂町	1,139,100	136.6%	967,600	134.5%	171,500	132.9%
合 計	14,545,750	124.0%	13,216,290	123.2%	1,329,460	132.7%

※参考資料・・外国人宿泊

	総入込客数 （人）	宿泊者数 （人）	内・宿泊者数 （外国人）（人）	外国人宿泊割合	観光消費額（千円）
令和 2 年	16,612,813	1,888,114	386,491	20.5%	49,719,533
令和 3 年	12,735,323	1,035,287	41,078	3.9%	49,066,240
令和 4 年	11,729,658	1,001,557	6,408	6.0%	51,263,300
令和 5 年	14,545,750	1,329,460	71,927	5.4%	87,986,174

※当該観光圏における観光圏整備実施計画の目標について、達成状況を把握し、効果的な事業推進及び滞在交流型の観光地域づくりの指標とすることを目的として実施。当観光圏が掲げる「住んでよし、訪れてよし」の滞在交流型の観光地域づくりが着実に進展し、特にコロナ禍からの観光需要回復の波を捉え、国際競争力の高い魅力ある観光地として再評価されつつある状況。

【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。

（観光施設・商業施設）

- ・阿蘇ファームランド
- ・阿蘇カドリー・ドミノン
- ・らくのうマザーズ阿蘇ミルク牧場
- ・阿蘇お猿の里 猿まわし劇場
- ・阿蘇火山博物館
- ・くじゅう花公園

（自然）

- ・阿蘇くじゅう国立公園（阿蘇五岳、カルデラ、草千里、大観峰、ジオサイト）

（文化）

- ・世界農業遺産（2013年5月認定）
草原の持続的活用を通じた農業
- ・阿蘇ユネスコ世界ジオパーク認定（2014年9月）
科学的に貴重な地質や地形とそれに由来する生態系や文化を維持する生産活動
- ・世界文化遺産登録推進事業

重要な文化的な景観を世界文化遺産の登録に向けて推進中
(イベント等)

- ・阿蘇の四季と巡る「農耕祭事」
卯の祭、田作祭、おんだ祭、火焚き神事、田実祭、流鏑馬
- ・岡城桜まつり
- ・南阿蘇桜さくら植木まつり
- ・高森峠千本桜“桜まつり”
- ・鍋ヶ滝ライトアップ
- ・杖立温泉鯉のぼり祭り
- ・高森湧水トンネル七夕まつり
- ・高森湧水トンネルクリスマスファンタジー
- ・風鎮祭
- ・長湯炭酸泉まつり
- ・阿蘇瀬の本高原マラソン大会
- ・ヒゴタイ&コスモス祭り
- ・阿蘇アスペクタ カントリゴールド
- ・下城大イチョウライトアップ
- ・古閑の滝ライトアップ
- ・冬あかり（西原村）
- ・黒川温泉湯あかり
- ・新酒とふるさとの味まつり（高森町）
- ・新酒まつり（小国町）
- ・みなみあそ復興マラソン（南阿蘇村）
- ・大阿蘇元気ウォーク
- ・神楽フェスティバル

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- ・阿蘇市、南小国町、小国町、産山村、高森町、西原村、南阿蘇村、山都町、竹田市、高千穂町
- ・施設数及び収容力

	阿蘇DMO 宿泊施設数等										
	～99 人	～299 人	300 人以上	～99 人	～299 人	300 人以上					
	ホテル ①	ホテル ②	ホテル ③	旅 館 ①	旅 館 ②	旅 館 ③	民宿	その他	民泊	合計	収容 人員
阿蘇市	1	4	6	14	1	1	41	9	8	85	6,587
南小国町		1		40	3		2	16	0	62	2,837
小国町			1	25	1			1	1	29	1,890
産山村	1	1	1	1	1	1	1	1		8	460
高森町		2		4			5	9		20	712
西原村							1	4	1	6	107
南阿蘇村	3	2	1	10			36			52	3,762
山都町	1	1		6			2	7	3	20	601
高千穂	2	3		10			10	5		30	986

竹田市	6	3		13			18	4		44	2,251
										356	20,193

【利便性：区域までの交通、域内交通】

阿蘇地域

・鉄道

【ＪＲ九州】豊肥本線（竹田市を含む）
九州横断特急（阿蘇～別府間）上り１本

【私鉄】南阿蘇鉄道

・航空

【熊本空港】熊本空港～肥後大津駅まで空港ライナーが運行（基本的に３０分に１本、５０便以上）

・バス

【九州産交】阿蘇方面 熊本駅→阿蘇→大分 特急やまびこ号（竹田市を含む）
熊本駅→阿蘇→別府 九州横断バス（久住エリアを含む）
福岡 ⇄阿蘇直行バス（西鉄バス九州産交バス共同運航）
北部方面 福岡 →黒川温泉 高速福岡 - 黒川（西鉄、日田バスを含む）
福岡 →杖立温泉（西鉄、日田バスを含む）
福岡 →ゆうステーション（西鉄、日田バスを含む）
南阿蘇方面 熊本駅→高森町 快速たかもり号（１日２往復）
熊本駅→高森町 快速南郷ライナー（平日５便、土日祝４便）

【域内】各地域にて路線バスを運行している。
また、タクシー等も運行している。
（阿蘇地域、竹田市、高千穂町共通）

・道路（自動車）

【高速】熊本ＩＣ、益城熊本空港ＩＣから１時間３０分（阿蘇駅）
日田ＩＣから４０分（小国ゆうステーション）
玖珠ＩＣから３０分（小国ゆうステーション）

【レンタカー】熊本空港周辺に複数店舗あり。
阿蘇駅周辺に１店舗。

竹田市

主要都市からのアクセス

飛行機後アクセス
(大分空港から)車でのアクセス
(県内)車でのアクセス
(県外)

飛行機利用の場合

熊本空港（阿蘇くまもと空港着）

熊本空港（阿蘇くまもと空港着）

バス（特急やまびこ号） 約130分

竹田温泉花水月

徒歩 約2分

JR豊後竹田駅

大分空港着

大分空港

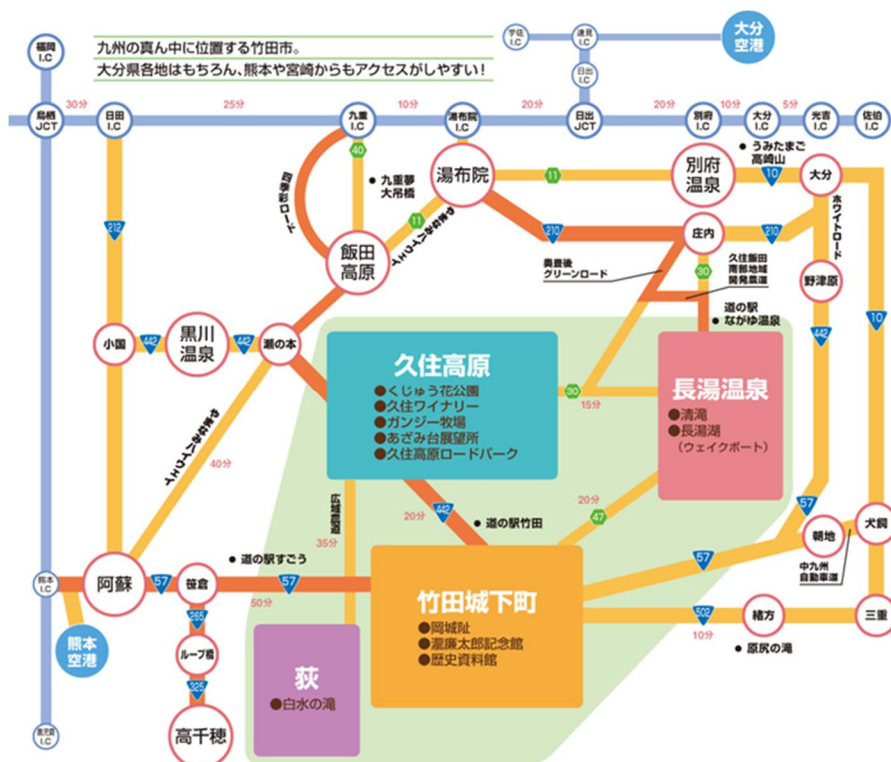
バス（エアライナー） 約65分

JR大分駅

電車 60～70分

JR豊後竹田駅

【竹田市の域内交通】



市内の路線バス（大分バス、豊後大野氏コミュニティバス）
市が運行するコミュニティバス

高千穂町



【高千穂町の域内交通】

宮交タクシー、ふれあいバス、宮崎交通バス、神和交通（タクシー）、E-BIKE レンタル、レンタサイクル、レンタルスクーター

【外国人観光客への対応】

① 外国人観光客への案内所

- ・阿蘇インフォメーションセンター J N T O 認定 カテゴリーⅡ
- ・道の駅阿蘇（ASO田園空間博物館） J N T O 認定 カテゴリーⅡ
- ・黒川温泉観光旅館協同組合「風の舎」
- ・竹田市観光ツーリズム協会 J N T O 認定 カテゴリーⅠ
- ・高千穂観光協会（日本版DMO候補法人） J N T O 認定 カテゴリーⅡ
- ・阿蘇ジオパーク推進協議会

② 観光情報

- ・ホームページ
- ・阿蘇ジオパーク推進協議会パンフレット

③ 観光施設

- ・阿蘇火山博物館（多言語ガイド） J N T O 認定 カテゴリーⅡ
- ・阿蘇カドリー・ドミニオン（多言語ガイド）
- ・阿蘇ファームランド（多言語ガイド） J N T O 認定 カテゴリーⅡ

④ 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 W i - F i （圏域の大半で対応可）
- ・衛星放送テレビ（一部）

⑤ 交通機関

- ・産交バス(株) 高速バスで多言語アナウンス
- ・宮崎交通(株) 高速バスで多言語アナウンス
- ・日田バス(株) 高速バスで多言語アナウンス

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。	アンケート調査を全国観光圏事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	アンケート調査を全国観光圏事業として実施。
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。	アンケート調査を全国観光圏事業として実施。
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。	アンケート調査を全国観光圏事業として実施。
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。	阿蘇 DC ホームページや阿蘇ナビへの PV 数を活用。
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。	熊本県の調査データを活用。
県民総幸福量（AKH：阿蘇地域）	地域に対する住民の満足度を分析し、戦略立案に繋げるため。	熊本県の調査データを活用。

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

当観光圏では、人口減少が進み、特に観光関連産業において宿泊施設や体験プログラムの担い手不足、タクシー運転手等の高齢化といった深刻な人材不足が課題となっている。また、平成28年の熊本地震やその後の阿蘇中岳の噴火、そして新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、交通インフラの甚大な被害や国内外からの観光客の激減といった影響を受け、観光産業は依然として厳しい状況に直面した。さらに、夜間や冬季の観光コンテンツが不足しており、観光消費額の拡大や滞在時間の延長が課題とされている。

こうした地域の課題に対し、(公財)阿蘇地域振興デザインセンターが「日本版DMO」として登録され、数十万年にわたる火山活動で作り出された世界有数の巨大なカルデラや雄大な自然、豊富な温泉群、ユネスコ世界ジオパークや世界農業遺産に認定された地域ならではの文化といった地域に根ざした固有の観光資源を最大限に活用した観光地域づくりを進めている。

この取り組みは、「住んでよし、訪れてよし」という基本理念のもと、新たな雇用の創出や労働環境の改善を通じた担い手不足の解消、国内外からの交流人口の増加、高付加価値なコンテンツ形成による旅行消費額の拡大、そして来訪者満足度の向上を目指すもの。

令和5年度は、当初設定された目標値を大幅に上回って達成され、観光客誘致と消費促進において顕著な回復を見せている。また、災害からのレジリエンス向上や自然と共生する持続可能なツーリズムの推進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) ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ① 世界有数のカルデラ式火山～阿蘇五岳と外輪山 ② 千年の草原景観（国選定重要文化的景観） ・阿蘇山麓やくじゅう高原に広がる草原 ③ 阿蘇くじゅう国立公園に指定された景観・自然環境 ・九州の中央に位置する広大な国立公園 ④ 世界文化遺産候補 ・カルデラに暮らす人々と草原景観 ⑤ 阿蘇ジオパーク ・世界ジオパークとしてユネスコが認定 ⑥ 祖母傾ユネスコエコパーク～大分・宮崎 ・ユネスコ・エコパーク ⑦ 世界農業遺産（阿蘇） ・草原に育まれる多様な農畜産業 ⑧ 世界農業遺産（高千穂郷） ・森林管理と棚田保全 ⑨ 国立公園満喫プロジェクト ・阿蘇くじゅうがナショナルパークに選定（全国8か所の国立公園のひとつ） ⑩ 豊富な温泉群（内牧、黒川、杖立温泉、わいた温泉、地獄温泉、長湯温泉等） ⑪ 豊かな農畜産品 ・あか牛 牛乳、高冷地野菜など ・野草堆肥で育てられた野菜地域ならではの食・グルメ ・あか牛料理・田楽・酪農製品 ・阿蘇高菜漬け ⑫ 伝統芸能・神話 ・神楽 御田植え祭り・高千穂の神話 ⑬ 神社・城など ・阿蘇神社 高千穂神社 岡城 ⑭ 豊富な湧水・水源	弱み (Weaknesses) ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ① 交通アクセス 二次交通 ・熊本空港からのアクセス ・エリア内の周遊 ・バスと公共交通機関 ② 外国人観光客受け入れ環境 ・無料LANサービスの未整備（一部地域） ・キャッシュレス化への対応 ③ 観光客受け入れ体制の差異 ・滞在交流プログラムの充実 ・宿泊施設の老朽化 ・ガイドの高齢化 ④ 耕作放棄地の拡大 空き家の増加 ・人口減少、少子高齢化 ・観光産業の担い手不足 ⑤ 阿蘇山上の復興

外部環境	機会 (Opportunity) ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ① 世界文化遺産登録 ② 国立公園「満喫プロジェクト」 (令和3年～令和7年) ③ 東京オリンピックの開催 (令和3年) ④ 半導体製造企業 TSMC 進出 ⑤ 大阪万博の開催 (令和7年)	脅威 (Threat) ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ① 少子高齢化、人口減少による旅行規模・観光消費額の縮小 ② 北朝鮮問題 ③ 世界的な経済情勢等の不安定化 ・中国・東アジアの経済成長の鈍化 ・英国の離脱による欧州経済の不安定化 ・テロ ・地震・噴火・水害などの自然災害。加えて温暖化による異常気象など。 ・新型コロナウイルスへの対応 ・ウクライナ紛争
------	--	---

※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 ※ターゲット層については、地域だけでなく、国・地域・世代・誘客のテーマ等の顧客の属性による設定が考えられる。 (例) 香港・台湾を中心とした東南アジア、30～50代のリピーター
○選定の理由 ※4. 戦略(1)・(2)の分析を踏まえたターゲット層の設定であることを説明すること。 (例) 他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が著しく多く、また市場としても今後拡大傾向にあるため。 ○取組方針 (例) 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。
○ターゲット層 <u>国内(主に首都圏) 40代～60代の女性</u>
○選定の理由 ① 少子高齢化、人口減少と、我が国の観光を取り巻く状況は厳しいものがあります。首都圏を中心に広域関東圏の11都県には5000万人が在住しており、我が国の半数近くの大きな市場がある。 ② 若い世代の旅行離れが進んでいるなか、広域関東圏では40代～60代の女性が、推定で1500万人ほどおり、国内旅行を牽引するターゲット世代として位置付ける。 ③ 阿蘇くじゅうは、九州の中でも知名度が高く、特に阿蘇は修学旅行で訪れたことの経験値が高い。広域関東圏が持つ、人口規模ばかりでなく、その所得の高さも魅力であり、経済的価値が高い。 ○取組方針 ① 顧客満足度調査の結果などを分析し、再来訪につながるコンテンツを磨き上げる。
○ターゲット層 第2ターゲット層 <u>九州全域(主に福岡都市圏)と広島以西の30代～50代の女性グループの再来訪者</u>

○選定の理由

- ① 福岡都市圏在住の女性の割合は、九州のなかでもとびぬけて多く、当エリアへの来訪者も多く安定的な入り込みが見込める。また、新幹線を利用して訪れる来訪者として広島圏域からも多い。
- ② 若い世代の旅行離れが進んでいるなか、福岡都市圏の30代～50代の女性が、国内旅行を牽引するターゲット世代として位置付けている。

○取組方針

- ① 顧客満足度調査の結果などを分析し、再来訪につながるコンテンツを磨き上げる。
- ② エリア内の観光客受け入れ体制の整備と豊富にある温泉地の魅力向上を図り、このターゲット層に合うコンテンツやストーリー性及び体験プログラムなどの磨き上げを行い、滞在時間の延長による宿泊を高め、消費額の増額による地域振興及び経済効果の上昇を目論む、同時にWEBやSNSを活用した発信を行う。

○ターゲット層

第3ターゲット層

訪日外国人（中国、台湾、東アジア）のファミリー層

○選定の理由

- ① 本エリアは、九州を代表する一大観光地であり、国際的に知名度の高い阿蘇やくじゅうを有しており、特にエリア内に広がる草原景観の人気は高い。また、近年、エリア内の温泉地である黒川温泉や内牧温泉、長湯温泉などには、クオリティーの高い宿泊施設の整備が進んでおり、中国や台湾を含む東アジアのファミリー層の利用度が高くなっている背景がある。加えて、現在、エリア内の宿泊施設を対象にインバウンド対応の品質認証制度（サクラクオリティ）を推進しており、東アジア圏のファミリー層もターゲットとした活動を加速する。

○取組方針

- ① 満足度調査の分析も含め、再来訪につながる要因を迫及し、その結果に基づいたターゲット層の訪日の理由に沿った魅力あるコンテンツのブラッシュアップを図る。また、固有のアクティビティや健康志向に対するコンテンツの充実を進める。
- ② 海外のインバウンド会社との連携やプロモーションの強化を推進。
- ③ 宿泊施設への品質認証制度（サクラクオリティ）の推進を図り、安全・安心を担保とする選ばれる観光地を目指す。

○ターゲット層

第4ターゲット層

欧米豪の富裕層

○選定の理由

- ① 欧米豪からの来訪者をターゲットとした満喫プロジェクトやジオパークやエコパーク、世界農業遺産などのプロジェクトが動いていること。
- ② 豪州からのエコツーリストなどの関心も高い。

○取組方針

- ① 顧客満足度調査の結果などを分析し、再来訪につながるコンテンツを磨き上げる。
- ② エリア内の観光客受け入れ体制の整備と豊富にある温泉地の魅力向上を図り、このターゲット層に合うコンテンツやストーリー性及び体験プログラムなどの磨き上げを行い、滞在時間の延長による宿泊を高め、消費額の増額による地域振興及び経済効果の上昇を目論む。同時に、WEBやSNSを活用した発信を行う。
- ③ 「UNDISCOVERED JAPAN」の活動により、販路の拡大を推進。
- ④ 宿泊施設への品質認証制度（サクラクオリティ）の推進を図り、安全・安心を担保とする選ばれる観光地を目指す。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	“阿蘇カルデラ”～命きらめく草原の王冠～ 阿蘇の外輪山を柔らかに覆う草原。 そこから見はるかす幽玄のカルデラ光景。
②コンセプトの考え方	阿蘇の外輪山を柔らかに覆う草原。 そこから見はるかす幽玄のカルデラ光景。 緑のベルベットを吹きわたる風の音に、永らく営まれてきた人々の暮らしが徐々に色彩を帯びていく。 草の香りが記憶のひだをなで、身魂はにわかに居ずまいを正す。 そこに住まう人、旅路に訪れる人、だれもが人生の来し方行く末にしばし思いを馳せる。 阿蘇の外輪山は、カルデラに暮らす人々にとって自らの矜持を渡し固める紗幕であり、旅人にとって日常世界を転換させる結界線である。その外輪山を際立たせるのが稜線に広がる草原、そして悠久の時間である。大気はそよぎ、草は芽吹き、水は循環し、そして人々の希望がきらめく。 人々はその緑香る高みに身を置くと、心を鎮め、人生を遠望する。まるで大きな力に抱擁されるよう、安寧の心持ちから新たな光明、澄みわたる救済を得ることができる。 人生観あるいは死生観。阿蘇カルデラもまた巡りゆく時間の一断面をなす。比類なき自然と人々が折り合いをつけてきた阿蘇カルデラは、単に景勝地であることを超え、命魂の蘇生をことごとく別天地であることを世界へ訴求する。

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 (例) 部会、ワーキンググループ、HP、事業報告書の説明会 DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を年2回程度設ける。 阿蘇くじゅう観光圏と連携する多様な主体(自治体・宿泊・商工・交通・農林、教育機関など)が参画する「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」を中心にワーキンググループにより事業進捗状況を共有する。 予定されるワーキンググループ。 1. 観光協会連携 2. 食文化 3. 二次交通 4. インバウンド&プロモーション
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	①有償及びボランティア団体などで構成される(仮)阿蘇ガイド協会へ、エリア内の歴史や自然を学ぶ機会や活動の創出の情報提供・共有により、サービス向上や受け入れ体制の拡充を図る。

	②宿泊施設など、地域が提供する観光サービスに係る品質認証制度（サクラクオリティ）を促進する。
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情報発信の一元化 ②地域の資源や特性を生かした商品づくり ③マーケティングに基づく、プロモーション戦略の構築

※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。

（1）必須K P I

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	95,045 (46,206)	43,400 (12,000)	51,200 (12,200)	57,750 (21,700)	63,920 (23,940)	70,000 (25,600)
	実 績	52,819 (0)	87,986 (0)	106,222 (28,005)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目 標	3,030 (755)	1,400 (200)	1,600 (300)	1,750 (350)	1,880 (380)	2,000 (400)
	実 績	1014 (6)	1,329 (78)	1,618 (379)			
●来訪者満足度 (%)	目 標	33 (24)	35 (40)	36 (40)	37 (40)	38 (40)	39 (40)
	実 績	42 (6)	39 (47)	44.3 (40.7)			
●リピーター率 (%)	目 標	65 (20)	69 (25)	70 (25)	71 (25)	72 (25)	73 (25)
	実 績	70 (56)	68 (22)	59.2 (23.6)			

※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】

阿蘇くじゅう観光圏に対するKPI（実績・目標）設定においては、来訪者満足度やリピーター率の向上を図るとともに、平成28年熊本地震の影響を考慮し、平成31年度に震災前の水準以上に回復することを目標として設定。設定したKPIについては、阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議において協議し、年度ごとに目標値を設定している。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

令和1年度から令和3年度までの実績から一人当たり旅行消費額を31,000円としている。その後毎年1,000円ずつ上昇することを目標とする。外国人一人当たり旅行消費額は令和1年度を基準に60,000円とする。その後毎年1,000円ずつ上昇することを目標とする。

●延べ宿泊者数

令和1年度から令和3年度までの日本人延べ宿泊者数を1,100,000人としている。その後毎年10万人ずつ上昇することを目標とする。レイア9年度には新型コロナウイルス感染症前に水準に戻るよう目標を設定した。外国人の延べ宿泊者数は100,000人を基準とし、令和9年度には新型コロナウイルス感染症前の水準に戻るよう目標を設定した。

●来訪者満足度

令和1年度から令和3年度までの実勢から35としている。その後毎年1ずつポイントが上昇することを目標とする。外国人来訪者満足度は令和1年度を基準に40とする。

●リピーター率

令和1年度から令和3年度までの実績から69%としている。その後毎年1%ずつ上昇することを目標とする。外国人リピーター率は令和1年度を基準に25%とする。

(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
●WEBサイトのアクセス数(PV)	目標	100,000 (10,000)	20,000 (2,000)	21,000 (2,100)	22,000 (2,200)	23,000 (2,300)	24,000 (2,400)
	実績	16,332 (1,600)	9,873 (900)	11,466 (2,390)			
●一人あたりの旅行消費額(円)	目標	31,368 (61,200)	31,000 (60,000)	32,000 (61,000)	33,000 (62,000)	34,000 (63,000)	35,000 (64,000)
	実績	31,368 (168,243)	33,406 (47,779)	36,770 (73,926)			
●熊本県民総幸福量(AKH)	目標	69 (-)	69 (-)	69 (-)	69 (-)	70 (-)	70 (-)
	実績	69.6 (-)	68.8 (-)	68.8 (-)			
●体験プログラムガイドツアー参加者数(人)	目標	30 (16)	9 (5)	10 (5)	11 (5)	12 (6)	13 (6)
	実績	8 (0)	6 (26)	8.2 (24.1)			

※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】

その他目標の数値目標については、全国観光圏推進協議会の実施する阿蘇くじゅう観光圏来訪者満足度調査を参考に設定。その値を「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」にて検討し、年次ごとに目標値を設定している。

【設定にあたっての考え方】

●WEBサイトのアクセス数

令和1年度から令和3年度までの実績から20,000PVを基準として、1年ごとに1,000PVずつ増加していくことを目標とした。

●一人あたりの旅行消費額

令和1年度から令和3年度までの実績から一人あたり旅行消費額を31,000円としている。その後、毎年1,000円ずつ上昇することを目標とする。外国人一人当たり旅行消費額は令和1年度を基準に60,000円とする。その後、毎年1,000円ずつ上昇することを目標とする。

●熊本県県民総幸福量（AKH）

熊本県が実施する県民総幸福量（AKH）に関する調査結果（阿蘇地域）は、令和4年度は69.6ポイントとなっている。令和1年度から令和3年度の実績から69を基準として70までの上昇を目標に設定した。

●体験プログラム・ガイドツアー参加者数

当該観光圏・満足度調査（体験プログラム・ガイドツアー調査）の全回答数を100とし、その内の「参加あり」と回答した数を%で表している。当観光圏では、雄大な自然を活用したアクティビティ（サイクリング・乗馬・温泉浴・気球など）のプログラムが充実して来っており、その参加者数を伸ばすことが、滞在時間の延長に繋がり、経済効果を生むことから、推進項目として毎年ごとの目標値を2%増とした。

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	88,083,674（円）	【基本財産運用益】 74,442,223 円 【国からの補助金】 10,404,463 円 【県からの補助金】 2,250,000 円 【市町村等負担金】 565,217 円 【その他】 421,771 円
2023（R5） 年度	93,341,690（円）	【基本財産運用益】 79,054,305 円 【国からの補助金】 10,711,501 円 【県からの補助金】 2,150,000 円 【市町村等負担金】 984,602 円 【その他】 441,282 円

2024 (R 6) 年度	88,506,970 (円)	【基本財産運用益】 78,804,522 円 【国からの補助金】 6,074,718 円 【県からの補助金】 2,000,000 円 【市町村等負担金】 1,192,485 円 【その他】 435,245 円
2025 (R 7) 年度	88,506,970 (円)	【基本財産運用益】 78,804,522 円 【補助金・負担金】 9,702,448 円
2026 (R 8) 年度	88,506,970 (円)	【基本財産運用益】 78,804,522 円 【補助金・負担金】 9,702,448 円
2027 (R 9) 年度	88,506,970 (円)	【基本財産運用益】 78,804,522 円 【補助金・負担金】 9,702,448 円

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2022 (R 4) 年度	93,691,505 (円)	【事業費】 80,629,901 円 (公益目的事業 1) 豊かな自然による世界ブランドの確立 ～阿蘇草原の維持・再生～ (24,735,518 円) (公益目的事業 2) 地域の元気再生による地域力向上(19,204,944 円) (公益目的事業 3) 広域連携による競争力のある観光地づくり (36,689,439 円) 【一般管理費】 13,061,604 円
2023 (R 5) 年度	87,743,701 (円)	【事業費】 73,451,816 円 (公益目的事業 1) 豊かな自然による世界ブランドの確立 ～阿蘇草原の維持・再生～ (21,257,286 円) (公益目的事業 2) 地域の元気再生による地域力向上(18,511,893 円) (公益目的事業 3) 広域連携による競争力のある観光地づくり (33,682,637 円) 【一般管理費】 14,291,885 円
2024 (R 6) 年度	89,099,557 (円)	【事業費】 74,334,589 円 (公益目的事業 1) 豊かな自然による世界ブランドの確立 ～阿蘇草原の維持・再生～ (21,885,530 円) (公益目的事業 2) 地域の元気再生による地域力向上(18,029,830 円) (公益目的事業 3) 広域連携による競争力のある観光地づくり (34,419,229 円) 【一般管理費】 14,764,968 円

2025（Ｒ７） 年度	89,099,557（円）	【事業費】 74,334,589 円 【一般管理費】 14,764,968 円
2026（Ｒ８） 年度	89,099,557（円）	【事業費】 74,334,589 円 【一般管理費】 14,764,968 円
2027（Ｒ９） 年度	89,099,557（円）	【事業費】 74,334,589 円 【一般管理費】 14,764,968 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

観光地域づくりプラットフォームである（公財）阿蘇地域振興デザインセンターは、平成 14 年に熊本県及び当時の阿蘇地域 12 町村による出捐金（30 億円）を基本財産として、その運用で得た利金によって運営されている。また、阿蘇くじゅう観光圏を構成する現在の阿蘇地域（山都町を含む）8 市町村以外の高千穂町及び竹田市からは事業に応じた負担を求めている。

国、県や NPO 等ふるさと納税などを活用して各種事業を行っている。

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

熊本県

公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターは、その設立目的において「阿蘇」という資源を生かした観光地域の形成を掲げている。このため従来から、阿蘇くじゅう観光圏のブランド化、競争力強化に向け、阿蘇を中心とした市町村を巻き込みながら、広域的な取組みに関する関係者による検討協議を主導するほか、調査資料収集や情報発信などを行ってきた。

今後、当該法人が日本版 DMO として登録され、引き続き多様な関係者による密接な連携の中で取組みを進めることによって、当観光圏の更なる発展につながることを期待する。

阿蘇市

阿蘇市は、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターを本市及び阿蘇くじゅう観光圏における地域連携 DMO として登録したいので、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターとともに申請します。

南小国町

公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターを本町及び阿蘇くじゅう観光圏における地域連携 DMO として登録したいので、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターとともに申請します。

小国町

小国町は、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターを本町及び阿蘇くじゅう観光圏における地域連携 DMO として登録したいので、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターとともに申請します。

産山村

熊本県産山村村は、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターを当該都道府県及び市町村における（広域連携 DMO・地域連携 DMO・地域 DMO）として登録したいので公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターとともに申請します。

高森町

熊本県阿蘇郡高森町は公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターを本町及び阿蘇くじゅう観光圏における地域連携DMOとして登録したいので、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターとともに申請します。

西原村

公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターを本村及びマーケティング・マネジメント対象区域の地方公共団体における地域連携DMOとして登録したいので、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターとともに申請します。

南阿蘇村

公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターを本村及び阿蘇くじゅう観光圏における地域連携DMOとして登録したいので、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターとともに申請します。

山都町

公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターを山都町における地域連携DMOとして登録したいので、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターとともに申請します。

竹田市

公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターを本町及び阿蘇くじゅう観光圏における地域連携DMOとして登録したいので、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターとともに申請します。

宮崎県

公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターでは、阿蘇くじゅう観光圏を核とした滞在型の広域的な観光地づくりに取り組まれており、宮崎県においても、西臼杵郡高千穂町がその観光圏に含まれ、県内有数の観光地として、阿蘇くじゅう観光圏と連携し、魅力ある観光地づくりに取り組んでいる。

多様な観光客のニーズに対応するためには、更なる観光資源の磨き上げに加え、商品開発のためのマーケティングや人材育成が不可欠であり、当該法人が日本版DMOとして登録されることにより、阿蘇くじゅう観光圏の広域的な取組の向上や連携強化が期待できる。

高千穂町

高千穂町は、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターを本町及び阿蘇くじゅう観光圏における地域連携DMOとして登録したいので、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター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】

（例）エリアが重複する●●DMOとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

登録DMO 高千穂町観光協会は公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターと対象地域が重複している。エリアが重複している地域連携DMO 阿蘇地域振興デザインセンターとは「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」のメンバーとして年1回の総会で意見の交換をおこなっている。

【区域が重複する背景】

熊本県阿蘇地域を管轄する阿蘇地域振興デザインセンターと宮崎県西臼杵郡高千穂町を管轄する地域 DM0 高千穂観光協会が阿蘇くじゅう観光圏の構成メンバーとなっている。阿蘇くじゅう観光圏としてマーケティング・マネジメントをおこなっているため。

【重複区域における、それぞれの DM0 の役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」は公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンターないに事務局を置いている。地域 DM0 高千穂観光協会は、独自の事業計画に沿ってマネジメント対象地域である高千穂町で経常的な活動を行う。地域連携 DM0 阿蘇地域 DM0 阿蘇地域振興デザインセンターは「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」で事業計画を示し、広域マップの作成や満足度調査などの事業を地域連携 DM0、各市町村と連携しながら行っている。

【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】

阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議において、地域 DM0 との意見交換を行い、事業計画に反映し、個別の事業を連携しながらおこなっていくことで効率的、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	井芹 太一
担当部署名（役職）	事務局員
郵便番号	869-2612
所在地	熊本県阿蘇市一の宮町宮地4607-1
電話番号（直通）	0967-22-4801
FAX番号	0967-22-4802
E-mail	iseri@asodc.or.jp

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	熊本県
担当者氏名	平川 諒
担当部署名（役職）	県北広域本部 阿蘇地域振興局 総務振興課 地域振興班
郵便番号	869-2612
所在地	熊本県阿蘇市一の宮町宮地2402
電話番号（直通）	0967-22-3903
FAX番号	0967-22-4103
E-mail	Hirakawa-r@pref.kumamoto.lg.jp

都道府県・市町村名	熊本県 阿蘇市
担当者氏名	佐藤 容子
担当部署名（役職）	経済部観光課
郵便番号	869-2612
所在地	熊本県阿蘇市一の宮町宮地540-1
電話番号（直通）	0967-22-3174
FAX番号	0967-22-4566
E-mail	youko-s@city.aso.lg.jp

都道府県・市町村名	熊本県 南小国町
担当者氏名	佐伯 奏歌
担当部署名（役職）	まちづくり課
郵便番号	869-2492
所在地	熊本県阿蘇郡南小国町大字赤馬場143
電話番号（直通）	0967-42-1112
FAX番号	0967-42-1122
E-mail	saeki-s@town.minamioguni.lg.jp

都道府県・市町村名	熊本県 小国町
担当者氏名	新家 龍太郎
担当部署名（役職）	産業課 商工観光係
郵便番号	869-2592
所在地	熊本県阿蘇郡小国町宮原1567-1
電話番号（直通）	0967-46-2113
FAX番号	0967-46-2368
E-mail	r_sinya@town.kumamoto-oguni.lg.jp

都道府県・市町村名	熊本県 産山村
担当者氏名	光永 幸平
担当部署名（役職）	企画振興課
郵便番号	869-2703
所在地	熊本県阿蘇郡産山村山鹿488-3
電話番号（直通）	0967-25-2211
FAX番号	0967-25-2864
E-mail	Kouhei-m@ubuyama-v.jp

都道府県・市町村名	熊本県 高森町
担当者氏名	本田 享士朗
担当部署名（役職）	政策推進課 商工観光係
郵便番号	869-1602
所在地	熊本県阿蘇郡高森町大字高森2168
電話番号（直通）	0967-62-1111
FAX番号	0967-62-1174
E-mail	k-honda@town.kumamoto-takamori.lg.jp

都道府県・市町村名	熊本県 西原村
担当者氏名	大谷 健介
担当部署名（役職）	商工観光課
郵便番号	861-2492
所在地	熊本県阿蘇郡西原村大字小森3259
電話番号（直通）	096-279-3112
FAX番号	096-279-3506
E-mail	ootani-ke@vill.nishihara.lg.jp

都道府県・市町村名	熊本県 南阿蘇村
担当者氏名	藤本 華穂
担当部署名（役職）	企画観光課
郵便番号	869-1404
所在地	熊本県阿蘇郡南阿蘇村河陽1705-1
電話番号（直通）	0967-67-1112
FAX番号	0967-67-2073
E-mail	f-kaho@vill.minamiaso.lg.jp

都道府県・市町村名	熊本県 山都町
担当者氏名	木野 貴之
担当部署名（役職）	商工観光課（係長）
郵便番号	8 6 1－3 5 9 2
所在地	熊本県上益城郡山都町浜町 6
電話番号（直通）	0 9 6 7－7 2－1 1 5 8
F A X 番号	0 9 6 7－7 2－1 0 8 0
E－m a i l	kino.akayuki@town.kumamoto-yamato.lg.jp

都道府県・市町村名	大分県 竹田市
担当者氏名	佐藤 淳一
担当部署名（役職）	商工観光課
郵便番号	8 7 8－0 0 1 1
所在地	大分県竹田市大字会々 2 2 5 0－1
電話番号（直通）	0 9 7 4－6 3－4 8 0 7
F A X 番号	0 9 7 4－6 3－0 7 0 1
E－m a i l	jun-sato@city.taketa.lg.jp

都道府県・市町村名	宮崎県 高千穂町
担当者氏名	安在 浩
担当部署名（役職）	企画観光課（課長）
郵便番号	8 8 2－1 1 9 2
所在地	宮崎県西臼杵郡高千穂町大字三田井 1 3
電話番号（直通）	0 9 8 2－7 3－1 2 1 2
F A X 番号	0 9 8 2－7 3－1 2 3 4
E－m a i l	kikaku@town-takachiho.jp

都道府県・市町村名	宮崎県 高千穂町観光協会
担当者氏名	有藤 寿満
担当部署名（役職）	総務課（事務局長）
郵便番号	8 8 2－1 1 9 2
所在地	宮崎県西臼杵郡高千穂町大字三田井 8 0 9－1
電話番号（直通）	0 9 8 2－7 3－1 2 1 3
F A X 番号	0 9 8 2－7 3－1 2 3 9
E－m a i l	utou@takachiho-kanko.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】

熊本県阿蘇地域、上益城郡山都町、大分県竹田市、
宮崎県西臼杵郡高千穂町

【設立時期】1990年5月30日

【設立経緯】

区域に観光協会があるが、役割分担(広域周遊)等をした上でDMO新設

【代表者】理事長 渡邊 誠次

【マーケティング責任者(CMO)】田端 文一

【財務責任者(CFO)】田端 文一

【職員数】5人(常勤5人(正職員2人・出向等3人))

【主な収入】

収益事業88百万円(R6年度決算)

【総支出】

89百万円(一般管理費15百万円 事業費74百万円)(R6年度決算)

【連携する主な事業者】

阿蘇市観光協会、南小国観光協会等

KPI(実績・目標)

記入日: 令和7年7月31日

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	95,045 (46,206)	43,400 (12,000)	51,200 (12,200)	57,750 (21,700)	63,920 (23,940)	70,000 (25,600)
	実績	52,819 (0)	87,986 (0)	106,222 (28,005)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	3,030 (755)	1,400 (200)	1,600 (300)	1,750 (350)	1,880 (380)	2,000 (400)
	実績	1014 (6)	1,329 (78)	1,618 (379)			
●来訪者満足度 (%)	目標	33 (24)	35 (40)	36 (40)	37 (40)	38 (40)	39 (40)
	実績	42 (6)	39 (47)	44.3 (40.7)			
●リピーター率 (%)	目標	65 (20)	69 (25)	70 (25)	71 (25)	72 (25)	73 (25)
	実績	70 (56)	68 (22)	59.2 (23.6)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

戦略

【主なターゲット】

メインターゲット:台湾、香港等、東アジアの
ファミリー層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

阿蘇くじゅう観光圏満足度調査により、来訪者の
ニーズ、満足度を把握、分析しその結果に応じた
事業を実施。

【観光地域づくりのコンセプト】

(「阿蘇カルデラ」命きらめく草原の王冠)を阿蘇く
じゅう観光圏のコンセプトとして、コンテンツや広告
を制作する場合、このブランドイメージを基に制作

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・熊本県に進出してきた世界的半
導体メーカーTSMC社員・家族と
来訪する親戚、第2にリピーター訪
日台湾人をターゲットに「キッズが
喜ぶ阿蘇」の要素を加え、ミニツ
アーを造成。

【受入環境整備】

・阿蘇くじゅう観光圏ツーリストマッ
プの日本語版、日本語/英語版を
増刷

【情報発信・プロモーション】

・全国観光圏事業プロモーション
事業へ参加
・インバウンド対応動画作成
YouTubeで公開
・情報ポータルサイト「阿蘇ナビ」整
備
・HP、Facebook、Instagram
による情報発信

【その他】

・阿蘇地域観光リーダー育成講
座を開講(4期、11名修了)



台湾旅游博