

観光地域づくり法人形成・確立計画（様式１） 記入にあたっての留意点

- ・ 様式１について、本記入要領に従い、簡潔かつ明瞭に記入すること。
- ・ 各項目に設定された枠内に記載内容が収まらない場合は、枠組みを拡大する等して記入すること。
- ・ 各項目の記載枠については、適宜、行や欄の追加等を行ってよい。
- ・ 記入に当たっては、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を参照すること。
- ・ 記入に当たっては、各項目について構想段階のものであっても可能とする。
ただし、構想段階の項目は、必ず赤字で記入すること。
加えて、構想段階の項目については、設定された枠内に、必ず各項目の実現・実行に向けたスケジュール等を明確に赤字で記入すること。

※次ページ以降に記入し、提出すること。

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 6 年 7 月 2 4 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	株式会社くまもとDMC	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	熊本県全域	
所在地	熊本県熊本市中央区水前寺公園 15-30	
設立時期	2016（平成 28 年）年 12 月 9 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	17 人【常勤 12 人（正職員 6 人・出向等 6 人）、非常勤 5 人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 磯田 淳 「専従」 （出身組織名） （株）肥後銀行	<ul style="list-style-type: none"> ・（株）リクルート勤務後、熊本県庁入庁 ・県庁において、観光振興、広報、国際、地域づくり、企業誘致などを担当 ・外務省出向（在シアトル日本国総領事館）後、知事秘書を経て、初代くまモングループ課長としてくまモンの普及促進を支援 ・商工観光労働部長として県内産業・観光の振興に尽力後、2020 年 4 月 肥後銀行へ入行し地域振興部理事に就任 ・2021 年 4 月、当社代表取締役社長に就任 ・リクルートで学んだビジネス感覚と県庁で培った地域づくりに関する幅広い知識やネットワークを有する
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 熊部 紀衣子「専従」	<ul style="list-style-type: none"> ・大学卒業後、広告制作/編集会社、IoT デバイスメーカー企業において、企画営業やプロジェクトマネジメントを担当 ・2021 年に当社に入社、2024 年より地域活性推進部 マネージャーに就任 ・地域課題解決型の着地型コンテンツ造成を通じた関係人口づくりへの取り組みや、県内の EBPM 推進に向けたデータ活用人材の育成や観光 DX 推進事業を担う

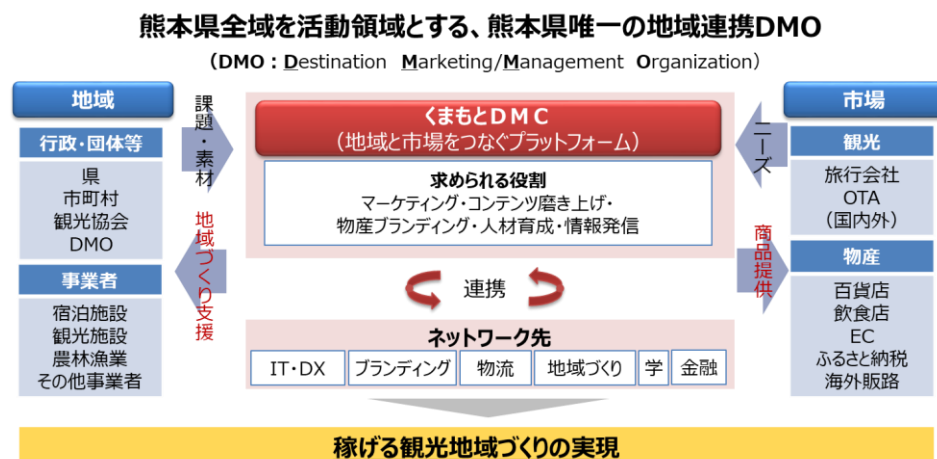
財務責任者 (CFO: チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 羽野 晋之介「専従」 (出身組織名) (株) 肥後銀行	<ul style="list-style-type: none"> ・ (株)肥後銀行に入行後は営業店勤務が永く、うち4年間は東京支店で勤務、主に企業融資、融資管理に携わる ・ 玉名支店副支店長、下南部支店長を歴任し、2019年4月より福岡事務所長を務める。 ・ 福岡事務所では、経済団体、大手企業、外国機関等の人的ネットワーク構築に尽力 ・ 2023年4月、当社常務取締役役に就任 ・ 現在は玉名観光協会理事、上天草市まち・ひと・しごと創生推進会議構成員等を務める ・ ファイナンス、地方創生の双方の知見を有す
地域づくりの責任者(専門人材)	(氏名) 井手 修身 (出身組織名) アイデアパートナーズ(株)	<ul style="list-style-type: none"> ・ (株)リクルート入社後、地域活性事業部統括マネージャーとして各地の地域づくりに参画 ・ 2005年にアイデアパートナーズ(株)、2010年にNPO法人アイデア九州・アジアを設立し、地域活性化に関する事業展開やコンサルティング業務を手掛ける ・ 2022年4月に熊本県の南阿蘇村にIT、観光に関する専門学校を設立し、人材育成にも尽力している ・ 当社の地域づくりの専門人材
IT、EC販売、WEBマーケティングの責任者(専門人材)	(氏名) 増田 一哉 (出身組織名) (株)サイバーレコード	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大手半導体メーカー、食品メーカー勤務 ・ 食品メーカーにおいてWEBを活用した通信販売部門を担当し、爆発的な売り上げに貢献 ・ 2008年、ECの展開やコンサルを行うサイバーレコード(株)を設立 ・ ふるさと納税の運営を主に手掛け、西日本ではNo.1の実績を誇る ・ WEB展開等におけるノウハウを活かし、当社のWEB戦略を支援
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	部署名: 熊本県観光戦略部 役割: 熊本県の観光戦略と(株)くまもとDMCの施策や取組みを共有 連携を強化し、一体的に観光振興を図るため、定期的な情報交換実施	
連携する事業者名及び役割	【マーケティング】 ・ 地方経済総合研究所、談、楽天グループ 他 【観光地域づくり】 ・ 熊本県観光連盟、県内の各観光協会、地域DMO、九州産交ツーリズム、熊本国際空港、JR、JTB、日本旅行、トヨタレンタリース他交通事業者、フットパス研究所、地域ブランディング研究所、九州電力、アイデアパートナーズ、ノハラボ 他 【インバウンド】 ・ くまもと香港事務所、香港アンテナショップ「櫓杏」、日伊経済連合会、インバウンドガイド協会 GO GO FOODS イートジャパン くま台湾 neo 他 【情報、システム、WEB、EC】	

	<ul style="list-style-type: none">・ サイバーレコード、シンク・ガービッジ、DHE、ワクフリ、DESSIN Hub. craft 他 <p>【宿泊】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 熊本県旅行業協同組合、各地域の宿泊施設 他 <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 各マスコミ、肥後銀行グループ、TKUヒューマン 等																																																
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	<ul style="list-style-type: none">・ 県内のDMOや地域で活躍する観光団体等との会議「地域連携会議」を設立し、くまもとDMCの取組の紹介や各地域DMOとの情報交換を実施 <div><p>主 催：株式会社くまもとDMC 開催日：2024 年 7 月 31 日 内 容：第 1 部 セミナー 演題：新しい観光の時代の観光地域づくり 第 2 部 地域連携会議の概要 くまもとDMCの取組について 第 3 部 各地域の取り組み共有 今後のインバウンド戦略について ディスカッション&情報提供</p></div> <p>【参加団体】</p> <table><tr><th>No.</th><th>名称</th><th>組織</th><th>エリア</th></tr><tr><td>1</td><td>熊本県観光戦略部</td><td>熊本県</td><td>全域</td></tr><tr><td>2</td><td>熊本県観光連盟</td><td></td><td>全域</td></tr><tr><td>3</td><td>阿蘇デザインセンター</td><td>地域連携DMO</td><td>阿蘇</td></tr><tr><td>4</td><td>(株)KASSE JAPAN</td><td>地域連携DMO</td><td>県南</td></tr><tr><td>5</td><td>玉名観光協会</td><td>地域DMO</td><td>県北</td></tr><tr><td>6</td><td>SMO南小国</td><td>地域DMO</td><td>阿蘇</td></tr><tr><td>7</td><td>DMOやつしろ</td><td>地域DMO</td><td>八代</td></tr><tr><td>8</td><td>熊本国際観光コンベンション協会</td><td></td><td>熊本市</td></tr><tr><td>9</td><td>人吉球磨観光地域づくり協議会</td><td></td><td>人吉</td></tr><tr><td>10</td><td>天草宝島観光協会</td><td></td><td>天草</td></tr><tr><td>11</td><td>宇城市観光物産協会</td><td></td><td>宇城</td></tr></table>	No.	名称	組織	エリア	1	熊本県観光戦略部	熊本県	全域	2	熊本県観光連盟		全域	3	阿蘇デザインセンター	地域連携DMO	阿蘇	4	(株)KASSE JAPAN	地域連携DMO	県南	5	玉名観光協会	地域DMO	県北	6	SMO南小国	地域DMO	阿蘇	7	DMOやつしろ	地域DMO	八代	8	熊本国際観光コンベンション協会		熊本市	9	人吉球磨観光地域づくり協議会		人吉	10	天草宝島観光協会		天草	11	宇城市観光物産協会		宇城
No.	名称	組織	エリア																																														
1	熊本県観光戦略部	熊本県	全域																																														
2	熊本県観光連盟		全域																																														
3	阿蘇デザインセンター	地域連携DMO	阿蘇																																														
4	(株)KASSE JAPAN	地域連携DMO	県南																																														
5	玉名観光協会	地域DMO	県北																																														
6	SMO南小国	地域DMO	阿蘇																																														
7	DMOやつしろ	地域DMO	八代																																														
8	熊本国際観光コンベンション協会		熊本市																																														
9	人吉球磨観光地域づくり協議会		人吉																																														
10	天草宝島観光協会		天草																																														
11	宇城市観光物産協会		宇城																																														
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	<ul style="list-style-type: none">① 上天草市が実施するデジタル周遊アプリ「ココシル」を活用した「ポイントラリー」「観光ポイント」の参加事業者を募るため、宿泊・飲食店・みやげ店・体験施設に対する案内訪問の実施（対象：186 事業者） 参加事業者への説明会実施（5/28、5/29）② 地域課題解決型の着地型コンテンツ造成（高付加価値コンテンツ、ワーケーション）の為の地域関係者とのミーティング実施<ul style="list-style-type: none">・ 水前寺公園（水前寺成趣園、出水神社）・ 水俣市（湯出地区、袋地区）・ 天草市（高浜・大江地区）・ 山鹿市（岳間地区）・ 水上村（湯山地区）・ 高森町（高森地区） 等																																																

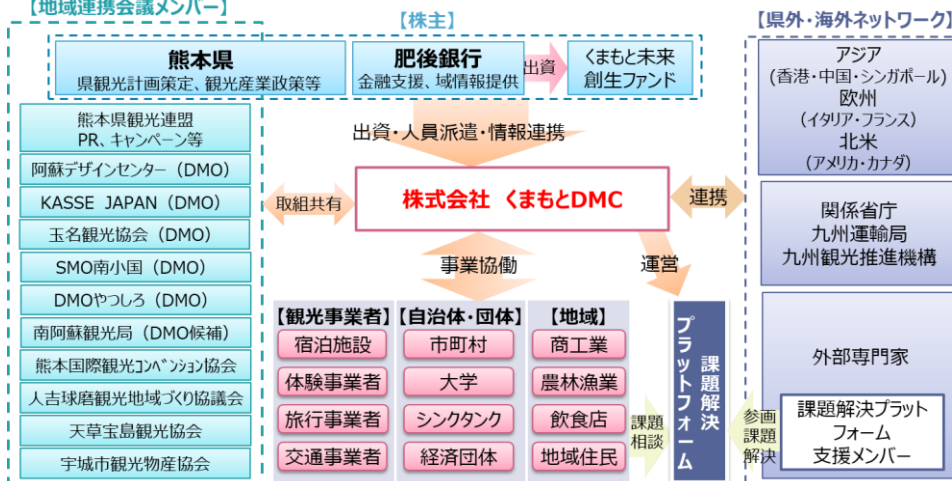
	<p>③ 地域や団体等の各種協議会等に参画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・阿蘇エリアにおける V X ・ D X 推進並びにイノベーション創発協議会 ・上天草市まち・ひと・しごと創生推進会議 ・玉名観光協会 理事会 ・人吉温泉観光協会 理事会 <p>④ N P O 法人熊本マンガミュージアムプロジェクト「マンガを活用した事業」遂行のための伴走調査、ビジネスモデル案づくりを実施</p> <p>⑤ 社長 磯田による熊本大学での「観光地域づくり」の講義</p> <p>⑥ 地元の若者への地域づくりに関する意識醸成を図るため、インターンシップや研修を受入</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東海大学、尚綱大学、熊本県立第二高校 						
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>・ 2023 年度 情報発信事業 具体事業内容</p> <p>① 自社 W E B メディア「おるとくまもと」運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 熊本の様々な偏愛を持つ地域キュレーターを発掘し、よりディープな情報を集約し発信 ・ 社員の S N S 投稿による情報発信 <p>② コーポレートサイトによる事業取組の発信</p> <p>③ 地域産品の国内ブランディング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内大都市での熊本県産品 P R 活動 福岡天神、大阪梅田、東京銀座、札幌 <p>④ 地域産品の海外向けブランディング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 中国・香港での熊本県食材の P R 活動 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 荒尾梨を中心とした荒尾フェアの開催 ➢ 香港の日本料理シェフによる産地訪問・商談会 </td></tr> <tr> <td>受入環境の整備</td><td> <p>・ 2023 年 環境整備事業 具体事業内容</p> <p>⑤ 熊本県多言語コールセンター運営事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 利用事業者の相談窓口、サポート ・ コールセンター運用実績の分析 <p>⑥ インバウンド対策支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 道の駅・飲食店の多言語化支援 店舗の商品 P O P 等を外国人目線で、多言語化を支援 <p>⑦ ワークেশョンプログラム開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域課題の解決と企業の地域貢献を結び、継続的な関わりが出来るプログラムを開発 ・ 自然や地域の人々と触れあることで、企業に勤める社員の Well-Being 向上図られるプログラムを開発 <p>⑧ 妖怪を活用した県南への観光客誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 13 市町村による妖怪スタンプラリーの実施 ・ 妖怪ワークショップ実施 <p>⑨ 球磨川流域の新たなコンテンツの造成、モニター実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ラフティングに次ぐ新たなコンテンツとして、S U P 、 Z o r b を活用したコンテンツ造成、モニター実施 ・ 森林を活用した先行事例の調査 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>・ 2023 年度 情報発信事業 具体事業内容</p> <p>① 自社 W E B メディア「おるとくまもと」運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 熊本の様々な偏愛を持つ地域キュレーターを発掘し、よりディープな情報を集約し発信 ・ 社員の S N S 投稿による情報発信 <p>② コーポレートサイトによる事業取組の発信</p> <p>③ 地域産品の国内ブランディング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内大都市での熊本県産品 P R 活動 福岡天神、大阪梅田、東京銀座、札幌 <p>④ 地域産品の海外向けブランディング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 中国・香港での熊本県食材の P R 活動 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 荒尾梨を中心とした荒尾フェアの開催 ➢ 香港の日本料理シェフによる産地訪問・商談会 	受入環境の整備	<p>・ 2023 年 環境整備事業 具体事業内容</p> <p>⑤ 熊本県多言語コールセンター運営事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 利用事業者の相談窓口、サポート ・ コールセンター運用実績の分析 <p>⑥ インバウンド対策支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 道の駅・飲食店の多言語化支援 店舗の商品 P O P 等を外国人目線で、多言語化を支援 <p>⑦ ワークেশョンプログラム開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域課題の解決と企業の地域貢献を結び、継続的な関わりが出来るプログラムを開発 ・ 自然や地域の人々と触れあることで、企業に勤める社員の Well-Being 向上図られるプログラムを開発 <p>⑧ 妖怪を活用した県南への観光客誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 13 市町村による妖怪スタンプラリーの実施 ・ 妖怪ワークショップ実施 <p>⑨ 球磨川流域の新たなコンテンツの造成、モニター実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ラフティングに次ぐ新たなコンテンツとして、S U P 、 Z o r b を活用したコンテンツ造成、モニター実施 ・ 森林を活用した先行事例の調査
事業	実施概要						
情報発信・プロモーション	<p>・ 2023 年度 情報発信事業 具体事業内容</p> <p>① 自社 W E B メディア「おるとくまもと」運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 熊本の様々な偏愛を持つ地域キュレーターを発掘し、よりディープな情報を集約し発信 ・ 社員の S N S 投稿による情報発信 <p>② コーポレートサイトによる事業取組の発信</p> <p>③ 地域産品の国内ブランディング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内大都市での熊本県産品 P R 活動 福岡天神、大阪梅田、東京銀座、札幌 <p>④ 地域産品の海外向けブランディング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 中国・香港での熊本県食材の P R 活動 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 荒尾梨を中心とした荒尾フェアの開催 ➢ 香港の日本料理シェフによる産地訪問・商談会 						
受入環境の整備	<p>・ 2023 年 環境整備事業 具体事業内容</p> <p>⑤ 熊本県多言語コールセンター運営事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 利用事業者の相談窓口、サポート ・ コールセンター運用実績の分析 <p>⑥ インバウンド対策支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 道の駅・飲食店の多言語化支援 店舗の商品 P O P 等を外国人目線で、多言語化を支援 <p>⑦ ワークেশョンプログラム開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域課題の解決と企業の地域貢献を結び、継続的な関わりが出来るプログラムを開発 ・ 自然や地域の人々と触れあることで、企業に勤める社員の Well-Being 向上図られるプログラムを開発 <p>⑧ 妖怪を活用した県南への観光客誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 13 市町村による妖怪スタンプラリーの実施 ・ 妖怪ワークショップ実施 <p>⑨ 球磨川流域の新たなコンテンツの造成、モニター実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ラフティングに次ぐ新たなコンテンツとして、S U P 、 Z o r b を活用したコンテンツ造成、モニター実施 ・ 森林を活用した先行事例の調査 						

	<p>観光資源の磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2023 年度 コンテンツ造成事業 具体事業内容 ⑩高付加価値な着地型ツアー開発・モニター実証 <ul style="list-style-type: none"> ・ 熊本城天守閣での特別ダイニングモニター実施 <ul style="list-style-type: none"> ➢「殿様御膳」を提供 ・ 熊本城内特別見学通路でのカクテルパーティーのモニター実証 ・ 山鹿八千代座による特別ダイニングモニター実施 <ul style="list-style-type: none"> ➢山鹿和菓をメインとした特別メニューを提供 ⑪地域の特色を活かしたコンテンツ造成 <ul style="list-style-type: none"> ・ 天草御所浦の特別ランチモニター実施 <ul style="list-style-type: none"> ➢水俣市からの海上タクシー活用と地元漁師が作る特別ランチを提供 ・ 荒尾市の小岱山トレッキングと荒尾干潟サンセットウォークを組み合わせたコンテンツ造成・モニター実施 <ul style="list-style-type: none"> ➢荒尾食材を使用したランチを小岱山山頂で提供 ・ 荒尾干潟でのサンセットグランピングのモニター実施 <ul style="list-style-type: none"> ➢熊本県産食材を使用したフランス料理フルコースをテント、焚火を設置した空間で提供
<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>【定量的な評価】 量的な評価】2023 年 4 月 1 日～2024 年 3 月 31 日</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 記事掲載件数：84 件 地域キュレーター累計：49 名 ② 情報発信件数：7 件 ③ 企画参画飲食店：248 店舗 ④ 海外（現地バイヤー等）との商談件数：39 件 ⑤ 導入店舗数：636 先 ⑥ 支援先：4 件 ⑦ プログラム開発数：5 件（エリア） モニター参加者：21 名 ⑧ スタンプラリー配布枚数：4,434 枚 ワークショップ参加者 85 名 ⑨ モニター参加者：39 名 森林を活用した産業のモデルプラン創出：3 件 ⑩ モニター参加者：50 名 ⑪ モニター参加者：48 名 <p>【実施体制の概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 株主として熊本県、肥後銀行、リサパートナーズが入り、業績状況や取組内容について、定期的に報告もしくは審議する ・ 熊本県観光戦略部と、事業の方向性をすり合わせていくため、1 カ月に 1 度のペースで情報交換を実施 ・ 熊本県全域を範囲とする唯一の地域連携 DMO として、他の地域連携 DMO や地域 DMO、観光協会等との意見交換をする「地域連携会議」を創設 ・ 具体的な事業毎に、熊本県をはじめ各自治体、地域の関係者と連携を図り、事業を推進している（熊本県をはじめ各自治体、熊本県観光連盟及び各地の観光協会・地域 DMO、観光関連事業者、交通事業者、経済団体、大学、マスコミ、金融機関等、産官学が連携した運営を実施）

【实施体制図】



【地域連携会議メンバー】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

熊本県全域が対象



【区域設定の考え方】

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

【観光客の実態等】

- ・2023年の県内観光の実態については、国内旅行客及び訪日旅行客ともに増加している。
- ・国内旅行客は、2023年5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行したことにより人流が増加したことや、世界半導体大手の台湾TSMCの熊本工場稼働に伴う半導体関連のビジネス需要により、増加している。
- ・訪日旅行客は、2022年10月の日本への入国規制緩和以降、順調に増加している。特に、福岡空港に到着した台湾や香港から訪日客が、レンタカーを利用し南小国や阿蘇山頂といった阿蘇地域に訪れている。また、阿蘇地域や人吉球磨地域では、ゴルフを楽しむ韓国や台湾からの訪日客も多い。
- ・更に、阿蘇くまもと空港の台湾－熊本線が2社・12便/日と拡充され、台湾からのインバウンド客が伸びている。
- ・又、熊本県内10カ所にある世界的人気漫画「ワンピース」のキャラクター銅像を巡る旅行客は国内、訪日共に多く訪れている。
- ・圧倒的に人気が高い観光地域は阿蘇地域であり、アジアからの訪日客だけではなく、欧米豪の訪日客も増加している。

○主要観光地域の延べ宿泊者数

(単位:千人)

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
熊本市	3,076	2,989	1,732	1,757	2,520	集計中
阿蘇地域	1,849	1,629	885	829	1,283	集計中
天草地域	594	589	484	414	561	集計中
菊池地域	713	673	493	447	506	集計中
人吉球磨地域	305	300	161	221	214	集計中

○観光消費額

総消費額

(単位:億円)

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
合計	3,186	3,220	1,775	1,906	3,172	2,958
宿泊客	1,947	2,130	1,065	1,131	1,720	2,511
日帰り客	1,239	1,090	710	775	1,452	448

総消費額

(単位:億円)

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
日本人	2,785	2,851	1,728	1,906	3,172	2,958
外国人	401	369	47	—	—	—

1人当たり消費額

(単位:円)

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
宿泊客	27,554	31,477	26,110	26,912	33,863	50,285
日帰り客	5,460	6,296	5,103	4,366	7,240	14,594

【出典：熊本県観光統計表】

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

○熊本エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
熊本城 桜の馬場・城彩苑 下通り・上通り商店街 水前寺成趣園 島田美術館 くまモンスクエア 植木温泉 田原坂公園 サントリービール工場見学 湖池屋工場見学 熊本県庁プロムナードルフィー像	江津湖公園 金峰山県立自然公園 立田自然公園	熊本城お城祭り 火の国祭り 藤崎宮秋の例大祭 熊本城マラソン 熊本ラーメン、辛子蓮根 太平燕、植木すいか、馬肉料理 肥後象眼 武士道体験

○荒尾・玉名・山鹿・菊池エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
八千代座 万田坑（世界遺産） グリーンランド 山鹿温泉、平山温泉 玉名温泉、菊池温泉 菊鹿ワイナリー	菊池溪谷 アイラトビカズラ（天然記念物） 荒尾干潟	山鹿燈籠祭り あらお荒炎祭り 米米惣門ツアー イデベンチャー 菊鹿ワイン 南関そうめん、玉名ラーメン 小代焼き

○阿蘇エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
阿蘇神社・門前町（水基めぐり） 阿蘇火山博物館 内牧温泉、黒川温泉 杖立温泉、わいた温泉 上色見熊野座神社 熊本地震震災ミュージアム「K I O K U」 南阿蘇鉄道トロッコ列車	阿蘇くじゅう国立公園 阿蘇ジオパーク 阿蘇五岳、中岳火口 草千里ヶ浜、大観望、仙酔峡 白川水源、池山水源 鍋ヶ滝 瀬ノ本高原 雲海	阿蘇神社火振り神事 体験乗馬 各種トレッキング サイクルイベント パラグライダー、熱気球 あか牛（あか牛丼） 阿蘇高菜

○天草エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
天草五橋 三角西港（世界遺産） リゾラテラス天草 天草キリシタン館 崎津教会・崎津集落（世界遺産） 下田温泉、大矢野温泉 天草エアライン A列車（JR九州）	雲仙天草国立公園 千巖山 天草サンセットライン 御興来海岸 長部田海床路とジンベイ像	天草マラソン 牛深・本渡ハイヤ祭り イルカウォッチング マリンスポーツ 九州オルレ 天草大王 車海老

○県央エリア

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

○八代、人吉球磨エリア

観光施設・文化施設	自然	イベント・体験・食
青井阿蘇神社・国宝記念館 人吉城址、八代城址 焼酎蔵巡り 人吉クラフトパーク 相良三十三観音 石工の郷（日本遺産） 日奈久温泉、人吉温泉	球磨川、川辺川、球泉洞 白水滝 市房千年杉 五家荘の紅葉	八代全国花火競技大会 八代妙見祭 打たせ船 球磨川下り、ラフティング 焼酎蔵ツーリズム、球磨焼酎 鮎、晩白柚

※当社では既存の観光資源にとらわれず、地域に埋もれている豊かな自然や農林水産物、文化資源などあらゆる素材を活かした観光コンテンツを造成している。

また、業務にあたっては以下の2つのポイントに基づき造成等を行っている。

- ①地域との関係性を重視し、課題等を的確に把握し、地域毎のコンテンツをしていくこと
- ②市町村や地域住民、商工農業者の方々と幅広く連携し、持続可能な取組とすること

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	ホテル		旅館		合計	
	施設数	客室数	施設数	客室数	施設数	客室数
総数	132	9,463	1,078	17,643	1,210	27,106
熊本市	25	3,654	176	5,896	201	9,550
阿蘇	17	967	343	4,730	360	5,697
天草	12	507	189	2,126	201	2,633
菊池	21	1,575	56	1,007	77	2,582
八代	16	1,099	54	569	70	1,668
有明	24	950	36	485	60	1,435
人吉	5	151	74	955	79	1,106
山鹿	3	170	53	689	56	859
水俣	2	127	38	520	40	647
宇城	5	170	40	467	45	637
御船	2	93	19	199	21	292

（注）管轄保健所別、熊本県業務衛生課調べ（平成29年度：熊本県公表）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

1. JR

九州新幹線で博多駅から熊本駅まで約35分、大阪駅から最短で2時間59分

2. 航空機

- | | | | |
|------------|---|------|---------|
| (1) 羽田空港 | ⇄ | 熊本空港 | 約1時間50分 |
| (2) 大阪空港 | ⇄ | 熊本空港 | 約1時間10分 |
| (3) 台湾（台北） | ⇄ | 熊本空港 | 約3時間 |
| (4) 韓国（仁川） | ⇄ | 熊本空港 | 約1時間30分 |
| (5) 香港 | ⇄ | 熊本空港 | 約3時間 |

※国際線については、コロナ感染症対策により欠航中

3. 域内交通（自動車）

- | | | | |
|-----|---|-------|---------|
| 熊本駅 | ⇄ | 熊本空港 | 約1時間 |
| 熊本駅 | ⇄ | 阿蘇方面 | 約1時間20分 |
| 熊本駅 | ⇄ | 上天草方面 | 約1時間15分 |
| 熊本駅 | ⇄ | 人吉方面 | 約1時間30分 |

【外国人観光客への対応】

1. インバウンド向けのインフラ整備

- (1) 多言語通訳コールセンター運営
- (2) 道の駅の看板や商品パッケージ、飲食店メニューの多言語化事業
- (3) 自社WEBサイト「おるとくまもと」の英語記事掲載

※英語版「Kumamoto Scoop」

2. 県産品の海外向けブランディング

- (1) 熊本県産「荒尾梨」の香港プロモーション活動
- (2) 香港の日本料理シェフによる熊本県産食材の産地訪問及び商談会実施
- (3) 日本と台湾の文化・習慣の違いをショートエッセイマンガで共有する多文化共生事業実施

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	熊本県観光連盟統計調査
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	熊本県観光連盟統計調査
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	自社運営サイト「おるとくまもと」、コーポレートサイトを活用して実施
SNSのアクセス分析	SNS投稿のエンゲージ率等を分析することにより、関心分野やアクセスエリアを把握	分析ツールの活用

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

- ・ 熊本は自然豊かな地域で、その自然の恵みである水資源が豊富で、温泉を活かした観光業、また農林業、水産業も盛んに営まれ、食の資源にも恵まれている。
- ・ また、歴史・文化の面でも、3つの世界遺産認定地域、3つの日本遺産認定地域を保持し、そうした資源は熊本の観光振興に向けた活用が期待されている。
- ・ 特に、自然資源に関しては、単に景観を見せるだけではなく、「癒し」や「リラックス」「自己探求」といった「個々人の拘り旅行」「継続的な関わり」に繋げていく。
- ・ 現状として、そうした豊富な資源は十分に活かされているとは言えないことから、地域連携DMOと地域DMOや観光推進団体の連携を深めながら、活用に向けた取り組みを展開することで、熊本の観光また地域の活力の向上を進める必要がある。
- ・ 更に、世界半導体製造大手TSMCの熊本工場稼働により、台湾と熊本県との関係が強くなってきており、台湾から赴任する訪日ビジネスマンや訪日観光客に対し、熊本の観光資源や地域の魅力等を伝えていくことも重要となっている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・ 熊本県内特有の歴史・文化(財)・風習(熊本城、水前寺公園等) ・ 魅力的な自然環境(天草、阿蘇/世界ジオパーク、ナショナルパークジャパン認定、水資源) ・ 魅力的な食材(海鮮、あか牛、馬、果物、野菜、米、水) ・ 豊富なマンガコンテンツの存在 ・ 九州の中央という立地、九州全県へのアクセス環境 ・ アジアへの近さ 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 豊かな資源が観光素材として活かされていない ・ 豊かな地域性による地域住民や事業者の現状満足 ・ 富裕層向けホテルがない(観光客の滞在期間が短い) ・ 観光客の消費額が低い ・ 災害多発地域のイメージ ・ 二次交通の不便さ(空港・港の立地、公共交通機関)
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ 震災後、県への注目度・地域の結束向上、観光の再評価 ・ 新しい生活様式による地方移住、定住 ・ 新たな集客施設(熊本城ホールMICE、熊本地震震災ミュージアム「KIOKU」、ONE PIECE麦わら一味像) ・ 被災施設の復旧(南阿蘇鉄道、人吉地区の旅館) ・ 台湾大手企業(TSMC)の進出 ・ スポーツツーリズムの活性化(ツールド九州開催、世界バトミントン「スーパー500」) ・ 熊本国際空港の新築、周辺開発 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ 人材不足、後継者不足(観光関連・宿泊施設) ・ 長期に渡るコロナによる観光関連事業者の廃業 ・ 新型コロナによる観光市場の縮小 ・ 地震、水害等の自然災害・風評被害 ・ 地域間の連携体制不足

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入(様式自由)。

(3) ターゲット

○第1ターゲット層	・国内旅行者（九州一円、特に福岡県、熊本県）、大都市圏の会社員
○選定の理由	・マイクロツーリズムの旅行者に対するPRに注力する。 ・地域課題解決による企業研修型・社員 Well-being 向上型ワーケーションプログラム造成による関係人口の創出を図る。
○取組方針	・食や自然資源等の地域毎の特徴あるコンテンツを発掘し、磨き上げ、情報発信を行う。 ・熊本の「食」と「観光資源」のファンを増やし、継続的に熊本にきてもらう仕組みづくりを行う。 ・ワーケーションプログラムを通し、ワーケーション体験者に対する熊本ファンの増加を図る。
○ターゲット層	・国内旅行者（首都圏、関西圏、名古屋圏のシニア層）
○選定の理由	・大都市圏の首都圏、関西圏、名古屋圏は重要なマーケットである為、第2ターゲット層に据える。 ・三都市圏とは阿蘇くまもと空港との定期便がある。特に、関西圏は新幹線で最短3時間の経済圏。
○取組方針	・主に、時間的余裕があり、これまでと違った観光を行いたい50～60代のシニア層に対し、熊本の文化・自然を織り交ぜた高付加価値なツアー（非日常体験）を造成し訴求していく。 ・また、ふるさと納税や県産品購入者のマーケティングを展開し、熊本ファンに対するアプローチ策を追求していく。
○ターゲット層	・台湾、香港のインバウンド
○選定の理由	・台湾は世界半導体製造大手TSMCが熊本に進出し、阿蘇くまもと空港との航空定期便も就航するため、益々活発な交流が見込まれる。 ・香港には熊本の食材を取り扱う日本料理店「割烹櫓杏」があり、航空定期便が復活するなど、熊本県との繋がりがある。 ・香港、台湾ともに多くの富裕層がいるため、大きなマーケットである。
○取組方針	・外国人の目線で、県内各地域の自然、歴史、文化、食を体験できるコンテンツを調査。 ・観光案内の多言語化を推進し、訪日外国人とのコミュニケーション強化を図る。 ・海外AGT、訪日サイトとの連携を通じてインバウンドへ情報発信・商品提供を行っていく。 ・さらに、旅行者の訪熊～帰国後のSNS等での情報拡散や口コミで観光や食の魅力を伝播させる。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	【当社のコンセプト】 熊本を「食」×「観光資産」＝「旅」というキーワードで世界にマーケティングする会社 ※熊本の魅力ある食と観光資源を融合し、観光地域として磨き上げ、人が来るような仕組みを作り、国内外に向けて発信し、誘客する
②コンセプトの考え方	V i s i o n 住む人・訪れる人・関わる人がともに躍動し、多様性に溢れ持続可能な発展を続ける熊本 M i s s i o n 熊本の可能性を信じ、熊本の真の魅力を発掘しつつ、地域と共に未来へつないでいく V a l u e まずやる/まずおもしろがる/まずはみずから/なにより熊本を愛す

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。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主要な連携先である熊本県観光戦略部と定例ミーティング（1カ月に1度程度）を実施し、当社の取組を報告。熊本県の観光政策の方向性と適宜すり合わせを実施 ・ 年度の事業取組方針、施策、KPIについて事業計画を策定し、熊本県や株主、金融機関と共有。また、成果についても、同様の報告を行う ・ 株主に対する諮問委員会を1か月に1度実施し、株主であるファンドに関して定期的に報告 ・ 主要金融機関（肥後銀行、日本政策金融公庫）に対し、業績および取組事例を6カ月に1度報告
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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地元IT企業と連携して、飲食店や宿泊施設の販売促進に関するWEBコンサルティングを実施 ・ 地方自治体や県内各地の観光協会が主催する組織や会議体の構成メンバーとして関与 熊本新城下町創生会議：委員 玉名観光協会：理事 上天草市まち・ひと・しごと創生推進会議：構成員
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社が運営するWEBサイト「おるとくまもと」とフェイスブック、インスタグラムを連動させて、県下各地域の団体や事業者の情報発信を行っている。また、同サイト内でワーケーション可能な宿泊施設等やガイド可能な地域の団体を取りまとめWEB上で紹介している。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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。

ようこそくまもと観光立県推進計画

次期観光立県推進計画（県で策定中）

（１）必須K P I

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	350,000 (一)	350,000 (一)	350,000 (一)	集計中 (一)	集計中 (一)	集計中 (一)
	実績	190,578 (一)	317,240 (一)	295,849 (一)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	8,000 (一)	8,000 (一)	8,000 (一)	集計中 (一)	集計中 (一)	集計中 (一)
	実績	4,737 (36)	6,301 (100)	8,061 (962)			
●来訪者満足度 (%)	目標	90.5 (一)	90.5 (一)	91.0 (一)	91.5 (一)	91.5 (一)	92.0 (一)
	実績	87.6 (一)	86.8 (一)	集計中 (一)			
●リピーター率 (%)	目標	75.0 (一)	75.0 (一)	78.0 (一)	79.0 (一)	79.0 (一)	79.0 (一)
	実績	74.0 (一)	76.0 (一)	集計中 (一)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

- ・当社は熊本県全域を対象とする地域連携DMOとして、熊本県や熊本県観光連盟と連携して活動するため、観光消費額、延べ宿泊者数、延べ外国人宿泊者数は、熊本県のK P I（ようこそくまもと観光立県推進計画：2021年～2023年）を採用。2024年以降の目標は計画発表後に設定。公表済の2023年度までの観光統計実績（観光庁統計）を入力。
- ・来訪者満足度、リピーター率については当社独自の指標として設定している。

【設定にあたっての考え方】

- 旅行消費額
 - ・2022年までは外国人旅行客の減少により旅行消費額低迷しているが、新型コロナウイルスの弱体化等により水際対策が緩和されたことから、2023年以降はインバウンド増加が見込まれ、旅行消費額はコロナ前までの水準に回復（2019年実績：331,387百万円）。
- 延べ宿泊者数
 - ・新型コロナウイルスの弱体化により移動制限が解除されたことから、2022年から宿泊者数は回復。
 - ・新型コロナウイルスの水際対策緩和から、インバウンドも増加してるものの、2019年の実績9,863千人を勘案すると、新型コロナ前の水準までは回復していない。

●来訪者満足度

- ・熊本旅行における満足度は比較的高い水準で推移している。特に、「食べ物」「特産品」「宿泊施設」では全国平均を超えている。南小国、南阿蘇といった高付加価値な食べ物、宿泊施設等が満足度を上げている。天草、県南、県北の魅力も発信していく必要がある。

●リピーター率

魅力ある宿泊施設や食べ物を求めるリピーターが多い。リピーター自体も増加傾向にあり、更なる品質の向上が不可欠となっている。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
● ツアー造成数 (単位：件)	目標	20	50	50	30	30	40
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	47	44	33			
● 情報発信 (単位：件)	目標	100	100	100	100	100	100
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	120	111	94			
● Web サイトへの アクセス数 (単位：千 PV)	目標	1,000	1,200	1,400	600	700	800
		(－)	(－)	(－)	()	()	()
	実績	735	483	586			
● コールセンタ ー導入店舗数 (単位：件)	目標	700	750	800	650	670	680
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	595	608	636			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

- ・ 当社は熊本県全域を対象とする地域連携DMOとして、地域の様々なコンテンツを発掘し、魅力あるツアーにブラッシュアップすることで、域外を中心とした多くの関係人口創出を図っていくことを目指している。
- ・ 過去の実績や現在の人員等を鑑み、ツアー造成数は年間 50 件を目標値として設定。
- ・ また、各種コンテンツや上記ツアー等について、効果的な発信を行う必要があるため、情報発信や記事投稿件数、WEB サイトへのアクセス数も指標として設定。
- ・ インバウンド誘致のための態勢整備として、コールセンターの導入店舗数も指標として設定。

【設定にあたっての考え方】

● ツアー造成件数

- ・ 2023 年度は、熊本城や山鹿八千代座、三角西港といった文化財を保存から活用する取り組みを行った。更に、球磨川での SUP、Zor b 体験、荒尾干潟でのマジック釣り、サンセットウォークといった自然を活かした特別体験コンテンツも造成した。地方の関係人口創出の為、地域課題解決及び企業社員の Well-being 向上を盛り込んだワーケーションプログラム造成も行っている。

● 情報発信・記事投稿件数

- ・ 2023 年度は、新型コロナウイルスの移動制限が解除され、人流が活発化したこともあり、県内各地の情報発信を積極的に行い、アフターコロナに向けたプロモーションを実施。

● WEB サイトへのアクセス数

- ・ 2023 年度も、自社運営 WEB サイト（おるとくまもと、コーポレートサイト）において、情報発信や記事投稿を積極的に行った。特に、2023 年度は英語による情報発信も開始。今後も、「おるとくまもと」の「おるとー（寄稿者）」との懇親会の開催や寄稿者増加よりアクセス数の拡大を図る。

● コールセンター導入店舗数

- ・ 外国人向けのコールセンター導入を熊本県と連携し進めている。2023 年度は、台湾・香港からのインバウンドが増加し、導入店舗数が増加。インバウンドは急回復しており、今後も導入店舗数は増加見込み。

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）
2021（Ｒ３） 年度	220,878,813（円）	【事業収入】 217,950,572（円） 【観光振興補助金】 2,928,241（円）
2022（Ｒ４） 年度	227,003,718（円）	【事業収入】 225,068,638（円） 【IT導入補助金】 1,935,080（円）
2023（Ｒ５） 年度	374,374,066（円）	【事業収入】 374,374,066（円）
2024（Ｒ６） 年度	234,000,000（円）	【事業収入】 234,000,000（円）
2025（Ｒ７） 年度	277,000,000（円）	【事業収入】 277,000,000（円）
2026（Ｒ８） 年度	330,000,000（円）	【事業収入】 330,000,000（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	172,854,105（円）	【売上原価】 109,516,743（円） 【一般販管費等】 63,337,362（円）
2022（Ｒ４） 年度	182,502,685（円）	【売上原価】 126,368,364（円） 【一般販管費等】 59,134,321（円）
2023（Ｒ５） 年度	297,613,542（円）	【売上原価】 234,537,348（円） 【一般販管費等】 63,076,194（円）
2024（Ｒ６） 年度	214,000,000（円）	【売上原価】 138,000,000（円） 【一般販管費等】 76,000,000（円）
2025（Ｒ７） 年度	254,800,000（円）	【売上原価】 173,000,000（円） 【一般販管費等】 81,800,000（円）
2026（Ｒ８） 年度	303,100,000（円）	【売上原価】 214,000,000（円） 【一般販管費等】 89,100,000（円）

（３）自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・当社は株式会社組織として設立しており、行政等からの補助金・会費等の安定した収入源を保持しておらず、あくまで事業活動対価が活動の源泉となっている。
- ・現状、熊本県、環境省、観光庁、各自治体から、旅行商品造成や観光関連のマーケティング等に係る委託事業を積極的に受注することで、収益基盤の安定を目指している。
- ・但し、上記収入は年度毎の変動が大きく、収益の安定性はないため、熊本県産品の販路拡大や商品開発コンサルティングといった地域商社機能の強化、高付加価値コンテンツやワーケーションプログラムの開発といったコンテンツ機能の強化による、安定的な収益源の拡大を図っている。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

- ・ (株)くまもとDMCは、熊本県全域を管轄とする唯一の地域連携DMOであり、熊本県としては、これまで、(株)くまもとDMCとの様々な観光地域づくり活動を連携して行っており、今後も更にその取り組みを進めてまいりたい。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

- ・ 当社は熊本県全体を活動領域とする唯一のDMOであり、主に熊本県と連携しながら活動を行っている。
- ・ 県内のDMOや地域で活躍する観光団体等との「地域連携会議」を設立し、年1回以上当社の取組みの紹介や各地域DMOとの情報交換や意見交換を全体で行っている。
- ・ また、個別に意見交換を行っており、各々連携して取り組んでいる。

【区域が重複する背景】

- ・ 当社は熊本県全域を対象とする地域連携DMOとして活動。また、熊本県内において特定エリアを対象とする以下のDMOが組成され、各々が連携し活動を行う。

No.	名称	組織	エリア
1	(株)KASSE JAPAN	地域連携DMO	県南
2	(公財)阿蘇地域振興デザインセンター	地域連携DMO	阿蘇
3	(一社)人吉球磨観光地域づくり協議会	地域連携DMO	人吉・球磨
4	(一社)玉名観光協会	地域DMO	玉名市
5	(株)SMO南小国	地域DMO	南小国町
6	(一社)DMOやつしろ	地域DMO	八代市
7	(一社)みなみあそ観光局	地域DMO	南阿蘇村

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

- ・ 各地域のDMOは地域の観光素材や課題を抽出し、当社がその観光素材のブラッシュアップ等を行いツアー造成実施。また、地域課題に対し、当社のネットワーク先と連携し、解決策の立案等を行っている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

- ・ 各地域を対象とするDMOと熊本県全域を対象とする当社の枠組みで、効率的な情報収集および効果的な企画立案や情報発信を行っている。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	羽野 晋之介
担当部署名（役職）	常務取締役 地域活性推進部長
郵便番号	862-0956
所在地	熊本県熊本市中央区水前寺公園15-30
電話番号（直通）	096-276-6655
FAX番号	096-276-6622
E-mail	soumu@k-dmc.co.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	熊本県
担当者氏名	三藤 祥子
担当部署名（役職）	観光戦略部 観光国際政策課 政策・総務班 主任主事
郵便番号	862-8570
所在地	熊本県熊本市中央区水前寺6丁目18-1
電話番号（直通）	096-333-2011
FAX番号	096-381-3343
E-mail	santou-s@pref.kumamoto.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】 熊本県全域

【設立時期】 平成28年12月9日

【設立経緯】 区域に観光協会があるが、役割分担等をした上で
DMO新設

【代表者】 磯田 淳

【マーケティング責任者(CMO)】 熊部 紀衣子

【財務責任者(CFO)】 常務取締役 羽野 晋之介

【職員数】 17人(常勤12人(正職員6人・出向等6人)、非常勤5人)

【主な収入】

収益事業 317百万円、委託事業 57百万円(令和5年度決算)

【総支出】

事業費 234百万円、一般管理費 63百万円(令和5年度決算)

【連携する主な事業者】

熊本県観光連盟、県内DMO、地方経済総合研究所、肥後銀行、
九州産交ツーリズム、熊本国際空港、九州旅客鉄道、JTB、
九州観光機構、九州経済調査協会、等

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年7月24日

		ようこそくまもと観光立県推進計画			次期観光立県推進計画(県で策定中)		
項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	350,000 (一)	350,000 (一)	350,000 (一)	集計中 (一)	集計中 (一)	集計中 (一)
	実績	190,578 (一)	317,240 (一)	295,849 (一)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	8,000 (一)	8,000 (一)	8,000 (一)	集計中 (一)	集計中 (一)	集計中 (一)
	実績	4,737 (36)	6,301 (100)	8,061 (962)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	90.5 (一)	90.5 (一)	91.0 (一)	91.5 (一)	91.5 (一)	92.0 (一)
	実績	87.6 (一)	86.8 (一)	集計中 (一)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	75.0 (一)	75.0 (一)	78.0 (一)	79.0 (一)	79.0 (一)	79.0 (一)
	実績	74.0 (一)	76.0 (一)	集計中 (一)	—	—	—

※(一)内は外国人に関するもの。

戦略

【主なターゲット】

- ①熊本、福岡中心とした九州一円の旅行者
大都市圏の会社員
- ②首都圏、関西圏、名古屋圏のシニア層
- ③台湾・香港のインバウンド

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ①国内外向け情報発信の精度向上
- ②ストーリー性がある、又は、高付加価値
(非日常体験)があるコンテンツ造成
- ③データ分析によるプロモーション活動

【観光地域づくりのコンセプト】

「食」と「観光」による熊本県ブランディング

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・文化財を活用した食事・文化
体験ツアー開発
- ・無人島プレミアムランチ開発
- ・ワーケーションプログラムの造成
- ・侍文化体験ツアー開発
- ・妖怪を活用した県南観光誘客

【受入環境整備】

- ・熊本県多言語コールセンターの
運営事業
- ・道の駅、飲食店の多言語化支援

【情報発信・プロモーション】

- ・情報発信サイト「おるとくまもと」
の運営
- ・熊本県産品のPR活動支援
くまもとモン×〇〇ジャック
- ・香港での熊本県産食材PR活動
- ・楽天グループとの共創による
データに基づく地域づくり開始

【その他】

- ・地域DMO、観光協会との連携を
する「地域連携会議」を実施

