

【施策番号 - 3 - 06】

分野	戦略	「記憶に残る観光地」歴史回廊くまもと
経済上昇くまもと	重点的に取り組む施策	歴史回廊くまもと観光立県の推進

1 施策の概要 (PLAN)

(1)背景	取組みの概要
<p>近年の観光宿泊客数は、熊本城築城400年関連イベントや外国人宿泊客数の増加等により平成18年、19年と連続して増加したものの、平成20年は原油高や世界同時不況の影響、21年は同時不況の長期化と新型インフルエンザ等により減少した。</p> <p>外国人宿泊客数は、韓国、台湾等アジア諸国を中心に平成13年以降増加傾向にあったが、平成20年、21年は世界同時不況等の影響により減少した。</p>	<p>【歴史と文化の薫り高い観光地熊本を形成する戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本県固有の歴史遺産、自然風土、伝統文化等の観光資源を「歴史回廊」として結びつけ、競争力の高い観光地を形成する。 ・歴史回廊を形成する地域固有の観光資源を素材とした新たな旅行ルートの開発。
(2)めざす姿	<p>【訪ねてよし住んでよしの熊本おもてなし戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・来訪者の満足度向上を図るため、県民一人ひとりが来訪者を温かく迎える県民参加によるおもてなし運動の展開支援や人材の育成を行う。 ・来訪者にやさしい案内表示等の整備
(3)解決すべき課題	<p>【発信力を強化し国内外から熊本に人を招く戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・様々な媒体を活用した恒常的な情報発信による認知度向上と、KANSAI戦略をふまえた誘客戦略の展開 ・東アジアを中心としたインバウンドの促進に向けたセールスプロモーションの強化

2 施策の主な構成事業 (DO)

取組みの概要	担当課	平成22年度事業 / 決算 (千円)	平成23年度事業 / 当初予算 (千円)
歴史と文化の薫り高い観光地熊本を形成する戦略	観光課	ようこそくまもと観光立県推進計画展開事業(歴史回廊くまもと魅力発見事業ほか)	25,000
	港湾課	三角港みなと振興交付金事業	47,920
訪ねてよし住んでよしの熊本おもてなし戦略	観光課	ようこそくまもと観光立県推進計画展開事業(観光立県県民運動展開事業ほか)	17,628
	自然保護課	自然公園(観光)施設UD整備事業	1,458
	情報企画課	-	-
発信力を強化し、国内外から熊本に人を招く戦略	観光課	ようこそくまもと観光立県推進計画展開事業(新幹線開業直前及び開業キャンペーンほか)	202,770
	観光課	ようこそくまもと観光立県推進計画展開事業(東アジア集中プロモーション事業ほか)	32,034
	国際課	中国・広西トップセールス事業	6,293
	国際課	忠清南道・大百済典トップセールス事業	10,439

3 施策の評価 (CHECK)

(1)指標の推移						
指標(単位)	策定時	H21	H22	H23	目標値	目標値の説明
1 観光宿泊客数(万人/年) [熊本県観光統計]	691 (H19) 達成度	691 (H19) 92.1%	680 (H20) 90.7%	641 (H21) 85.5%	750	「ようこそくまもと観光立県推進行動計画(2008-2011)」に掲げる数値
2 外国人宿泊客数(万人/年) [熊本県観光統計]	40 (H19) 達成度	40 (H19) 72.7%	36 (H20) 65.5%	20 (H21) 36.4%	55	「ようこそくまもと観光立県推進行動計画(2008-2011)」に掲げる数値
(参考) 外国人宿泊者数 [観光庁宿泊旅行統計調査]		37 (H20)	19 (H21)	31 (H22)		

(2)指標の分析

・21年は、世界的な不況や新型インフルエンザの影響等により、全国的な宿泊客数の落ち込みが続き、本県においても、外国人客の大幅な減少(対前年比44.1%減)等により、宿泊客数は減少した(対前年比5.7%減)。(参考)観光庁宿泊旅行統計における22年外国人宿泊者数は31万人(対前年比62.7%増)まで回復した。

(3)平成22年度の取組みの主な成果

【歴史と文化の薫り高い観光地熊本を形成する戦略】

- ・本県の歴史遺産を巡る周遊バスツアーの企画立案を支援。78本のツアーが造成された。また、全国初の路線バス網を活用した旅行商品の造成や販売システムの構築、歴史回廊くまもとマップの配布により、新たな旅行ルートの開発・周知が進んだ。
- ・「九州・山口の近代化産業遺産群」の一つである三角西港について、遊覧船が発着する浮棧橋本体・連絡橋及び係留杭を製作し、観光や交流の拠点に向けた整備が進んだ。

【訪ねてよし住んでよしの熊本おもてなし戦略】

- ・各地域観光推進協議会が主催する地域の実情に即した接遇研修を支援し、延べ790人の参加により、おもてなしの人材育成が進んだ。また、地域づくり団体や観光関連団体が行う景観保全や環境美化等を支援し、81件(助成総額9,420千円)のおもてなし活動が県内各地で展開された。
- ・県有自然公園施設内の看板の記載を4ヶ国語表記(日・英・韓・中)に改め、外国人観光客対応が進んだ。

【発信力を強化し国内外から熊本に人を招く戦略】

- ・スザンヌ宣伝部長を起用したJR西日本とのタイアップ・キャンペーン「くまもとサブライズザンス観光キャンペーン」の展開、着地型観光情報サイト(「体験!くまナビ」)の開設などにより、情報発信力が強化された。
- ・上海万博、中国-アセアン博覧会(中国)、大百済典(韓国)出展に併せた知事トップセールスや、九州観光推進機構等と連携した海外エージェントへの説明会や現地セールスを実施し、インバウンド促進に繋がった。

(4)平成23年度の取組方針、取組状況

【歴史と文化の薫り高い観光地熊本を形成する戦略】

- ・「我がまちの宝」の旅行商品化や、個人、小グループが楽しめる地域性の高い観光素材(着地型観光素材)を活用した旅行商品の造成を継続する。
- ・三角西港に、必要な用地を確保したうえで浮棧橋を設置する。

【訪ねてよし住んでよしの熊本おもてなし戦略】

- ・地域づくり団体や観光関係団体によるおもてなし活動への支援、接遇研修など、県民総参加のおもてなし運動を継続する。
- ・観光や交通情報を配信するKタッチナビの機能拡張(多言語対応、イベント機能付加等)及びパネル新設を行う。

【発信力を強化し国内外から熊本に人を招く戦略】

- ・JR6社及び鹿児島、宮崎両県と連携した「デスティネーションキャンペーン」を10月から展開する。
- ・東アジア(韓国、中国、台湾、香港、シンガポール等)をターゲットとした知事トップセールスをはじめ、現地セールスや旅行会社招聘事業等を実施する。

(5)施策の進捗に関する総合評価

・21年は、前年のリーマンショック以降の世界同時不況や新型インフルエンザの影響等により全国的に宿泊客数が落ち込んだものの、H22年は回復の兆しが見られた。なお、現時点では、東日本大震災や新幹線全線開業等によるプラス、マイナス双方の影響の見極めが難しい状況にある。

(6)施策を推進していく場合の課題

- ・東日本大震災に伴う風評被害を最小限に抑えるため、九州観光推進機構や各県と連携し、「安心・安全」を強くアピールするとともに、言語バリアフリー化の推進等による受入体制の充実を図る必要がある。
- ・国内の景気後退や震災後の旅行ニーズ、ライフスタイルの変化等への対応を図る必要がある。
- ・三角西港の整備については、地元との連携・協力関係を維持しながら継続して推進していく必要がある。
- ・九州新幹線の全線開業を契機とした交流人口の拡大に対応した情報発信や受入体制の充実を図る必要がある。

4 今後の方向性 (ACTION)

- ・次期観光立県推進計画(H24~H27年度)を、新幹線開業に伴う交流圏の拡大や、東日本大震災による価値観やライフスタイルの変化の兆し、福島第一原発事故による外国人観光客の激減等、本県観光を取り巻く社会状況と課題を踏まえながら策定し、継続して観光立県の実現を図っていく。
- ・何度も訪れなくなる観光地くまもとを目指し、おもてなしや案内表示の充実等による来訪者満足度の向上を図るとともに、認知度向上による関西以西を中心とした交流人口の拡大を促進する。
- ・引き続き、宇城市と連携した各種施設整備を進め、三角西港の観光拠点化をめざす。
- ・九州観光推進機構や各県と連携し、旅行社・メディアへのプロモーション活動や、HP、在外事務所等の様々なチャンネルを活用した情報発信などを通じ、海外からの誘客を促進する。
- ・特に、JRグループ及び鹿児島県、宮崎県との協働によるデスティネーションキャンペーン(平成23年10~12月)や、主に関西以西をターゲットとした冬季観光キャンペーンの展開等に力を注いでいく。