

(観光戦略部)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
<p>1 令和2年7月豪雨からの創造的復興 【施策1】被災者・被災地域の1日も早い復旧・復興に向けた取組み 施策1-②なりわい(生業)・産業の再生と創出</p>	232,881	84,737	<p>1 被災地域産業再興支援事業 被災地の合意形成を図りながら、より実効性の高いプロモーションや観光客受入環境整備等を実施した。 ・人吉・球磨豪雨被災地観光DX推進事業、小国郷観光リバイバル支援事業及び水俣・芦北豪雨被災地観光復興支援事業の実施</p>	観光費のうち P312
<p>施策1-④地域の魅力の向上と誇りの回復</p>	37,000	29,636	<p>1 コンテンツを活用した活力創造事業(地方創生推進交付金活用) 人吉・球磨地域がモデル地となっているアニメ「夏目友人帳」と連携した魅力発信動画の配信を行うとともに、初の公式となるスタンプラリーを実施し県内外からの誘客促進を行った。 2 Kumaラボ(観光物産分野)先行取組運営事業(地方創生推進交付金活用) 産学官の多様なプレーヤーが集まり意見交換する場として「観光ラボ」及び「コンテンツラボ」を立ち上げ、新たな旅行商品や観光コンテンツ開発に向けた研究・実証等に取り組んだ。</p>	観光費のうち P311～P312
<p>2 新型コロナウイルス感染症を踏まえた対応 【施策1】感染症対策の体制強化 施策1-①感染拡大防止対策及び相談・検査体制等の確保</p>	2,451,647	1,092,369	<p>1 飲食店認証取得促進事業 県認証制度の基準に沿った衛生管理設備導入等に取り組む飲食店を支援するための補助事業を実施した(補助件数:2,902件)。</p>	商業総務費のうち P295
<p>【施策3】持続可能な経済活動の実現 施策3-②新しいビジネスの創出</p>	83,254	69,313	<p>1 県産農林水産物等輸出推進総合支援事業 輸出に取り組む県内事業者等の掘り起こしから輸出に至るまでを総合的に支援した。 ・輸出拡大アドバイザーによる輸出に取り組む生産者等への助言や集合研修等を実施(4回) ・JAグループの輸出展開活動(海外での販促フェア、展示商談会への参加等)を支援 ・輸出促進相談員を設置し輸出に取り組む事業者の掘り起こし等を実施(83件訪問) 2 海外輸出拡大対策事業 農林水産物等の需要回復に向け、現地消費者のニーズに沿った輸出展開等を実施した。 ・「物産」と「観光」を連携させたVR映像を活用した体験型による現地プロモーションを実施 ・海外の飲食店、小売店、イベントで県産農林水産物等の販促PRを展開(7回) ・アジア圏等の新規国や新たな輸出品目の需要開拓に向けた市場調査を実施(2カ国)</p>	農業総務費のうち P232～P233

(観光戦略部)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
(施策3-②新しいビジネスの創出)			<p>3 輸出マーケットイン販路開拓事業 現地ニーズ等に応じた産地形成や販路開拓を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県産青果物の輸出支援としてテスト輸出や残留農薬への対応、現地バイヤーとのオンライン意見交換を実施</li> <li>・県産アリウムの輸出産地支援として国際展示会へ出展し、オンラインでの商談を実施</li> </ul> <p>4 海外展開推進体制整備事業 現地事情に精通し、県内企業の課題解決の支援が可能なスポットアドバイザーを選任し、県内企業の海外進出を支援した（アドバイザー利用可能地域：シンガポール、香港、台湾、フィリピン、タイ）</p>	<p>農業総務費のうち P232～P233</p> <p>商業総務費のうち P294～P295</p>
施策3-③農林水産業の持続的発展	75,186	63,615	<p>1 県産農林水産物等輸出推進総合支援事業（再掲）（P78に記載）</p> <p>2 海外輸出拡大対策事業（再掲）（P78に記載）</p> <p>3 輸出マーケットイン販路開拓事業（再掲）（P79に記載）</p>	<p>農業総務費のうち P232～P233</p>
施策3-④新たな観光スタイルの確立	6,221,380	6,040,820	<p>1 県産農林水産物等輸出推進総合支援事業（再掲）（P78に記載）</p> <p>2 海外輸出拡大対策事業（再掲）（P78に記載）</p> <p>3 海外展開推進体制整備事業（再掲）（P79に記載）</p> <p>4 県産品販路開拓事業 各地域の特産品等を一堂に集めるくまもと物産フェアや県外バイヤーをターゲットとした商談会を開催した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・くまもと物産フェア：リアル（参加企業数：72社、来場者数：6,826人） オンライン（参加企業数：106社）</li> <li>・くまもと逸品オンライン商談会：参加バイヤー：7社、参加事業者数：26社</li> </ul> <p>5 物産振興事業 熊本県物産館において、県産品のPRやマーケティングの場を提供するとともに、百貨店・量販店のバイヤーへ情報発信を行い、県産品製造業者の商品力向上や販路開拓を図った。</p> <p>6 マーケット拡大支援事業 県内事業者に対し農商工連携により新商品を開発しテストマーケティングや商談会等へ出展する際の経費等の一部を支援した。（補助事業者7社）</p> <p>7 県産品販路回復支援事業 くまもと物産フェアオンラインでの送料無料キャンペーンや熊本県物産振興協会のECサイトでの送料無料及びポイント還元キャンペーンを実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・くまもと物産フェア：参加企業数106社、ECサイト販促キャンペーン注文：1,483件</li> </ul>	<p>農業総務費のうち P232～P233</p> <p>商業総務費のうち P294～P295</p>

(観光戦略部)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
<p>(施策3-④新たな観光スタイルの確立)</p>			<p>8 e-コマースの強化による雇用創出事業（新規）                      ウィズコロナに対応した販路の多角化と雇用創出のため、コロナ禍による深刻な打撃を受けた小規模事業者へIT 専門家を派遣し、HP やEC サイトの開設等 e-コマースの導入を支援した。                      ・支援件数：76 件、新規雇用者数：7 人</p> <p>9 宿泊事業者による感染防止対策等支援事業                      新たな観光スタイルをいち早く確立するため、宿泊事業者が行う感染症対策や前向きな投資への助成を実施した。（補助件数 666 件・約 13 億円）</p> <p>10 スポーツツーリズム活性化事業（地方創生推進交付金活用）                      スポーツ大会の開催や合宿誘致のみならず、温泉や健康、IT との相乗効果を狙った、新たなスポーツツーリズムを展開し、継続的な集客に繋げた。                      ・官民一体となってスポーツによる誘客を推進するスポーツコミッションを設立                      ・スポーツツーリズムの商品開発、オンラインマラソン大会の実施                      ・サイクルツーリズムの推進のためのサイクルスタンドの設置</p> <p>11 くまもつ観光地域応援社発展事業（地方創生推進交付金活用）                      観光客の多様なニーズに対応するため、県内 3 地区の観光協会が取り組む着地型旅行商品の造成・販売等の受入環境の整備に対する支援を実施した。</p> <p>12 阿蘇観光未来創造ツアーモデル事業（地方創生推進交付金活用）                      顔認証システムを導入し、ニューノーマルな観光スタイルの実現を目指すため、熊本県観光予約サイト「くまもつ旅行社。」にて旅行商品を販売する実証実験を実施した（3ヶ月間、約 900 名を集客）。また、周遊観光促進や旅行中の観光動態分析のため、レコメンド情報を配信した。</p> <p>13 デジタルマーケティング事業（地方創生推進交付金・企業版ふるさと納税活用）                      デジタルを活用したプロモーションにより本県観光の魅力を効果的に発信するとともに、マーケティングデータの収集・分析を実施した。</p> <p>14 スマート観光提案型システム構築事業（地方創生推進交付金活用）                      旅行会社への営業ツールシステム構築に向け、事業者との協議を実施した。</p> <p>15 スマート観光交通体系構築推進事業（地方創生推進交付金・企業版ふるさと納税活用）                      観光 MaaS に係る地域の関係者の認識の統一を図るとともに、阿蘇地域で実証事業を行い、二次交通や観光消費増加に関する課題を抽出した。</p> <p>16 地域の活性化を牽引する観光産業創造事業（地方創生推進交付金活用）                      地域活性化事業（小国町の宿泊施設の貴賓室（露天風呂）の高質化）を支援した。</p>	<p>商業総務費のうち P295</p> <p>観光費のうち P311～P312</p>

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
(施策3-④新たな観光スタイルの確立)			<p>17 プロスポーツによる地域活性化事業（企業版ふるさと納税活用）          県内プロスポーツ3チーム（ロアッソ熊本・熊本ヴォルターズ・火の国サラマンダーズ）において、ファン獲得のためのホーム試合無料招待、アウェー試合での熊本PR等を行った。</p> <p>18 「がんばろう！熊本」観光復興事業（企業版ふるさと納税活用）          各種媒体を活用した広報及び交通事業者と連携したプロモーション等を実施した。          ・JR熊本駅前及び西鉄天神バスターミナル内のデジタルサイネージを活用した観光情報を発信          ・JR九州、JR西日本、JAL、FDA、NEXCO西日本等と連携した誘客を促進</p> <p>19 国内誘致対策事業（企業版ふるさと納税活用）          県内各地域及び東京・大阪・福岡事務所と連携した観光PRや県内各地域の着地型旅行商品の発掘と磨き上げを行った。          また、本県の地理的優位性を活かし、九州各県と連携した広域的な誘客事業を実施した。          ・着地型旅行商品を観光予約サイト「くまもつと旅行社。」で販売（利用人数：延べ6,307人）          ・県外の飲食店等を「くまもつとうまか応援店」に認定し、観光及び県産品情報を発信          （大阪事務所管内：20店舗、福岡事務所管内：48店舗を認定）          ・九州横断三県（熊本・長崎・大分）及び南九州三県（熊本・宮崎・鹿児島）で連携し、旅行商品の造成・販売への支援及びデジタルスタンプラリーの実施など誘客事業を実施</p> <p>20 教育旅行誘致推進事業（企業版ふるさと納税活用）          熊本地震等で落ち込んだ教育旅行の需要回復を図るため、県外からの新規校の誘致に当たり、宿泊費又はバス費用を支援した。（宿泊費：2,000円/人、バス助成：50,000円/台。交付校数：52校、延べ宿泊者数13,802人）</p> <p>21 震災ミュージアム活用教育旅行誘致事業（地方創生推進交付金活用）          熊本地震を教訓とした教育旅行プログラムを紹介するパンフレットを制作した。          また、全国の学校関係者・旅行社向けオンラインモニターツアーを実施した。（120名参加）</p> <p>22 プログラムコーディネーター事業（地方創生推進交付金活用）          教育旅行のプログラムコーディネーターを配置し、教育旅行素材の情報収集及びプログラム造成のアドバイス、学校や旅行会社等のニーズと地元のマッチング等を実施した。</p> <p>23 観光ビジネスチャレンジ支援事業（地方創生推進交付金・企業版ふるさと納税活用）          令和2年7月豪雨災害の被災地域を対象に、新たな観光商品・メニュー開発を行う民間事業者等に対する支援を実施した。（7事業者を支援）</p>	観光費のうち P311～P312



(観光戦略部)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
3 熊本地震からの創造的復興 <b>【施策2】創造的復興の推進</b> 施策2-②くまもとの誇りの回復と宝の継承	1,246,386	183,095	1 熊本地震震災ミュージアム具体化推進事業（地方創生推進交付金・企業版ふるさと納税活用） 回廊型の震災ミュージアムの具体化を図るため、次の事業を実施した。 (1) 震災遺構（旧東海大学阿蘇校舎1号館・地表地震断層）の一般公開 南阿蘇村の住民を中心としたガイドを配置。令和3年度に約4万5千人が来場 (2) 熊本地震関連の情報発信 熊本地震から5年目の節目を迎える中で、県庁内での展示内容の更新とともに、麦わらの一味「ロビン像」の震災ミュージアム中核拠点（旧東海大学阿蘇キャンパス）への設置に伴う『ONE PIECE』熊本復興プロジェクトと連携した情報発信を強化 2 熊本地震震災ミュージアム中核拠点整備事業（地方創生推進交付金・地方創生拠点整備交付金活用） 震災ミュージアム中核拠点（旧東海大学阿蘇キャンパス）の体験・展示施設の整備に向けて、次の事業を実施した。 (1) 体験・展示施設の実施設計 建築工事及び外構工事並びに展示等コンテンツの制作に関する実施設計を実施 (2) 体験・展示施設の整備工事 既存建屋の解体等関連工事を実施の上、施設の建築工事請負契約の締結及び建築工事に先立って実施する外構工事に着手	防災総務費のうち P150～P151
施策2-③阿蘇地域の振興	150,000	147,713	1 熊本地震からの阿蘇地域の観光創生事業 阿蘇市における「竹あかり」イベントの実施やPR動画の公開のほか、「クレヨンしんちゃん」のスタンプラリーを実施した。 ・「阿蘇竹あかり」の開催：令和3年12月30日～令和4年3月21日開催、計18,017名来場 ・PR動画「阿蘇の不時着」：令和3年10月1日公開、総再生回数約107万回 ・「クレヨンしんちゃん」デジタルスタンプラリー：登録数9,120名、総スタンプ数24,085個	観光費のうち P312

