

(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
1 令和2年7月豪雨からの創造的復興 <b>【施策1】</b> 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	148,027	132,701	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、球磨川や特産品等豊かな地域資源を活用した観光コンテンツの充実、“まち灯り”の整備等、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。	観光費のうち P318
施策1-④地域の魅力の向上と誇りの回復	48,572	34,521	1 「マンガ県くまもと」構想推進事業(デジタル田園都市国家構想交付金活用) 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」と連携してモデル地や令和3年度から配信しているコラボ動画の場所等を周遊するタクシープランを造成し、県内外からの誘客・周遊促進を行った。 2 Kumaラボ(観光物産分野)先行取組運営事業(デジタル田園都市国家構想交付金活用) 産学官の多様なプレーヤーが集まり意見交換をする場である「観光ラボ」及び「コンテンツラボ」において、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。 3 豪雨被災地送客促進事業 令和2年7月豪雨被災地域への旅行者の送客促進を目的に、観光バス及びレンタカー等の利用に対する助成を実施した。 ・実績 観光バス：49台(令和4年10月11日(火)～令和5年3月19日(日)) レンタカー：144台(令和4年11月1日(火)～令和5年3月19日(日))	観光費のうち P317～P318
2 新型コロナウイルス感染症を踏まえた対応 <b>【施策1】</b> 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	1,359,277	1,127,861	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。 ・実績 補助件数：6,193件	商業総務費のうち P301

(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】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	96,355	84,112	<p>1 県産農林水産物等輸出推進総合支援事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 農林水産物等の輸出拡大に向け、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。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県産農林水産物等の海外展開に取り組む事業者への支援（19事業者）</li> <li>・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</li> <li>・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（延べ76件訪問）</li> <li>・県内事業者の海外進出を支援するため、アジア各国・地域にスポットアドバイザーを設置 【スポット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</li> </ul> <p>2 海外輸出拡大対策事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 台湾における知事のトップセールスをはじめ、アジア各国等において海外小売店等と連携した県産品プロモーション等を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾のDON DON DONKIにおける知事のトップセールスを実施</li> <li>・台湾からの現地バイヤー招へいや、八代港を活用した輸送試験を実施</li> <li>・アジアを中心とした海外飲食店・小売店等で県産農林水産物等の販促PRを展開（11回）</li> </ul> <p>3 輸出マーケットイン販路開拓事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 輸出先国の規制やニーズ等に対応した産地形成や、新規国への輸出拡大を図るための現地での規制や製造施設登録の調査等を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県産青果物・花きの輸出支援として残留農薬への対応や輸送資材の検討、海外バイヤー招へい、現地及び国内での商談会を実施</li> <li>・米国への販路拡大に向けた輸出規制等の調査や製造施設登録マニュアルを作成</li> </ul>	農業総務費のうち P236～P237
施策3-③農林水産業の持続的発展	96,355	84,112	<p>1 県産農林水産物等輸出推進総合支援事業（再掲）（P76に記載）</p> <p>2 海外輸出拡大対策事業（再掲）（P76に記載）</p> <p>3 輸出マーケットイン販路開拓事業（再掲）（P76に記載）</p>	農業総務費のうち P236～P237
施策3-④新たな観光スタイルの確立	6,366,883	5,987,712	<p>1 宿泊事業者受入環境整備支援事業 感染症対策や環境に配慮した持続可能な観光の推進を図る取組みへの支援を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実績 補助件数522件 補助額400,002千円</li> </ul>	観光費のうち P317～P318

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>2 スポーツツーリズム活性化事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 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、継続的な集客につなげた。 ・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、ロゲイニングイベントの実施 ・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>3 くまもつ観光地域応援社発展事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 観光客の多様なニーズに対応するため、県内2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>4 阿蘇観光未来創造事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 密を避けるニューノーマルな観光スタイルの実現を目指すため、周遊促進型アプリに関する実証事業を行った。また、デジタルサイネージを阿蘇地域に設置し、タビナカにおけるレコメンド情報の発信を行い、周遊促進を促した。</p> <p>5 デジタルマーケティング事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 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、動画やSNS等の広告配信データ等を分析し、より効率的な次回広告配信に活用した。</p> <p>6 スマート観光提案型システム構築事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 旅行会社への営業ツールシステム構築に向け、事業者と協議しながら、機能の基本設計及び要件定義を行った。</p> <p>7 スマート観光交通体系構築推進事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 観光Ma a Sに係る地域の関係者の合意を形成しながら、阿蘇地域で観光交通とウェブ情報提供に関する実証事業を10月～11月に行った。</p> <p>8 域内周遊・滞在促進のための観光地域づくり事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 観光Ma a Sによる観光二次交通網の構築と組み合わせ、阿蘇地域内を効率的に行動・周遊できる観光スタイルを推進するため、観光の目的地である個々の観光資源の受入環境強化のための取組みを支援した。</p> <p>9 国内誘致対策事業 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。 ・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8,182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：2店舗、福岡事務所管内：4店舗を認定）</p>	観光費のうち P317～P318

(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3-④新たな観光スタイルの確立)			<p>10 教育旅行誘致推進事業 熊本地震等で落ち込んだ教育旅行の需要回復を図ることを目的に、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：93校、延べ宿泊者数10,078人)</p> <p>11 震災ミュージアム活用教育旅行誘致事業(デジタル田園都市国家構想交付金活用) 旧東海大学阿蘇キャンパスに震災ミュージアム中核拠点が新たにオープンすることを契機に、教育旅行の更なる誘致を目指して、防災分野や教育分野に精通した専門家を招聘し、プログラムのブラッシュアップのヒントとなる講話と助言を得た。(58名参加)</p> <p>12 プログラムコーディネーター事業(デジタル田園都市国家構想交付金活用) 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>13 観光ビジネスチャレンジ支援事業(デジタル田園都市国家構想交付金活用) 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> <p>14 「くまもと再発見の旅」事業(県民割・ブロック割) 新型コロナウイルス感染症により甚大な影響を受けている宿泊事業者等を支援し、県経済の早期回復を後押しするため、10月10日まで県内及び九州ブロック内居住者を対象に宿泊・日帰り旅行の助成の実施及び地域限定クーポンを配布した。(実績：延べ848,163人)</p> <p>15 「くまもと再発見の旅(全国版)」事業 新型コロナウイルス感染症により甚大な影響を受けている宿泊事業者等を支援し、県経済の早期回復を後押しするため、10月10日まで実施した「くまもと再発見の旅」を11日から対象を全国に拡大して実施した。(実績：延べ1,095,278人)</p> <p>16 くまモンクーポン事業 令和4年8月に非接触型のデジタルクーポン「旅するくまモンパスポート」を運用開始し、令和4年度末の登録者数は4.5万人を超えた。</p> <p>17 豪雨被災地送客促進事業(再掲)(P75に記載)</p>	観光費のうち P317～P318

(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3-④新たな観光スタイルの確立)			<p>18 インバウンド誘致推進事業 海外旅行会社向けのセミナー、現地旅行会社と県内観光事業者との商談会の開催、旅行博、ファムトリップ、現地セールス及びSNSを活用した情報発信等を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・香港旅行会社 18 社に対しオンラインセミナーを実施</li> <li>・台湾旅行会社 60 社と県内観光事業者 17 団体による台北現地での商談会を開催</li> <li>・台湾、香港、東南アジア諸国における旅行博へ出展</li> <li>・5 言語の公式フェイスブック（フォロワー計 9.5 万人）により県内情報を発信</li> </ul> <p>19 インバウンド・リスタート事業 熊本への旅行商品の造成を促進するため、県内宿泊事業者が、海外の旅行会社等に対し、通常の宿泊に上乗せして戦略的に提案するインセンティブに係る費用を支援した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外旅行会社等からの誘客 1 人 1 泊当たり 2 千円を支援</li> <li>・実績 支援事業者数 15 事業者、誘客実績：9,755 人</li> </ul> <p>20 ワークーション導入支援事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 新たに人吉・球磨地域において、県内外の企業を対象としたモニターツアーを実施。1 月～2 月に 2 回実施（4 社 11 人が参加）。参加者の意見を踏まえ、人吉・球磨地域のモデルコースを掲載した企業向けのセールスツールを作成した。</p> <p>21 新たな旅のスタイル（コーディネート）事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） ワークーションセミナーの開催や、専門的知識を有するアドバイザーを各地域に派遣した。また、県内 6 地域において、企業向け研修プログラムの造成を行った。</p> <p>22 クルーズ船寄港による経済効果促進事業 船会社等訪問によるくまモンポート八代や県内観光地の PR、キーパーソン招請による視察ツアーなどを実施。特に、運航再開した日本船及び富裕層向けラグジュアリー船の誘致に注力した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和 4 年 5 月「にっぽん丸」発着クルーズ</li> <li>・令和 4 年 10 月「ばしふいっくびいなす」寄港</li> <li>・フランスの富裕層向けクルーズ船社「ボナン」のクルーズ船の寄港が決定。（令和 6 年春に天草に 3 回寄港予定）</li> </ul> <p>23 県産農林水産物等輸出推進総合支援事業（再掲）（P76 に記載）</p> <p>24 海外輸出拡大対策事業（再掲）（P76 に記載）</p>	<p>観光費のうち P317 ～ P318</p> <p>農業総務費のうち P236 ～ P237</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
(施策3-④新たな観光スタイルの確立)			<p>25 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る新商品の開発やテストマーケティング、商談会等へ出展する際の経費等の一部の支援を実施した。 ・補助事業者6社</p> <p>26 県産品販路開拓事業 県産品の販路開拓・拡大を図るため、各地域の特産品等を一堂に集めるくまもと物産フェアの開催や、大阪圏販路拡大専門スタッフを配置した。 ・くまもと物産フェア：リアル（参加企業数：85社、来場者数：73,115人） オンライン（出品数：85商品） ・大阪専門スタッフの配置：大阪熊本よかもんSHOPでのフェア開催13回 関西圏物産展出演等16回</p> <p>27 eコマースの強化による雇用創出事業 ウィズコロナに対応した販路の多角化と雇用創出を目指すため、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：282件、新規雇用者数：3人</p> <p>28 首都圏等県産品販路拡大事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） オンライン商談会や都市圏百貨店等でのフェア、首都圏アンテナショップを軸とした県産品の販路拡大のための取組みを実施。 ・大阪梅田エリアの6商業施設のレストランを中心とした熊本フェアを実施。さらに、アンテナショップの機能を活用した百貨店等催事への出展（57回）、県産品事業者との面談及び小売業者へのあっせん、福岡空港売店内の県産品販売箇所の新規開拓を実施。</p> <p>29 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>商業総務費のうち P300～P301</p>
<p>3 熊本地震からの創造的復興 【施策2】創造的復興の推進 施策2-②くまもとの誇りの回復と宝の継承</p>	<p>1,435,067</p>	<p>1,105,484</p>	<p>1 熊本地震震災ミュージアム具体化推進事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 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）見学者の受入 南阿蘇村の住民を中心としたガイドを配置。令和4年度に約11万7千人が来場。</p>	<p>防災総務費のうち P155</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
(施策2-②くまもとの誇りの回復と宝の継承)			<p>(2) 熊本地震関連の情報発信 市町村及び関係機関と連携した取組みとして、熊本大学と震災ミュージアム県・市町村連携会議との共催で、御船町において「熊大TERADA×熊本地震 記憶の廻廊 災害アーカイブ展」を令和4年10月に実施した。</p> <p>(3) 中核拠点施設の管理運営 熊本地震災ミュージアム中核拠点施設条例の制定と指定管理者の選定を行った。</p> <p>2 熊本地震災ミュージアム中核拠点整備事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 震災ミュージアム中核拠点施設（旧東海大学阿蘇キャンパス）の体験・展示施設の整備に関し、次の事業を実施した。</p> <p>(1) 体験・展示施設の整備工事 体験・展示施設に係る建築工事、電気工事及び機械設備工事並びに造園等工事を実施した。</p> <p>(2) 体験・展示施設の展示等コンテンツ制作 研究者等専門家による監修の下、施設内で展示する映像コンテンツ及び各種グラフィックの制作を実施した。</p>	防災総務費のうち P155
<p>4 将来に向けた地方創生の取組み</p> <p>【施策4】魅力ある地域づくり</p> <p>施策4-②持続可能な地域づくり</p>	174,981	168,009	<p>1 広域的な観光地域づくり支援事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 民間団体（DMO）の活力を最大限に生かし、コロナ禍を踏まえた広域的な観光地域づくりの継続的展開を支援するための補助事業を実施した。</p> <p>2 くまもとで乾杯！県産酒推進事業 熊本酒造組合が実施したくまもと県産酒の知名度を向上させるための、SNSを活用したWEBサイトでの記事配信や、若い世代を対象とした「くまもとの日本酒に興味をわくような販促アイデアコンテスト」に対して支援した。 ・記事配信6回、コンテスト参加者6大学12チーム</p> <p>3 球磨焼酎リブランディング事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用） 令和2年7月の豪雨災害により被害を受けた蔵元が、球磨焼酎を持続可能な地域産品として復興するため、球磨焼酎酒造組合等の関係団体と連携して、取組みを実施した。 ・蔵元との連携 球磨焼酎案内人講座の開催支援（5回）、人材育成セミナー実施 ・誘客促進 球磨焼酎販売促進イベント（6回）、球磨焼酎紹介パンフレットの作成、旅行会社向けの商談会等の参加等 ・蔵元への補助 商品開発、コンペティションへの出展に係る補助：11社</p>	観光費のうち P318  商業総務費のうち P300～P301

(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4-②持続可能な地域づくり)			<p>4 伝統工芸情報発信事業                      伝統工芸産業の維持発展と認知度向上を図るため、工芸家と技術に焦点を当てた映像を制作し、YouTube等で情報発信を行った。                      ・映像を制作した伝統工芸品：鋸・刃物鍛冶、五月節句幟、おぼけの金太、屋根鬼瓦</p> <p>5 伝統工芸品販路開拓支援事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用）                      顧客ニーズ等を取り入れた新商品開発やECサイトを通じた販路拡大、学生等によるインターンシップツアーを実施した。                      ・新商品開発：5事業者、ECサイト活用：5事業者                      ・インターンシップ事業 参加事業者：2事業者、参加者：10名（応募50名）、内定者：4名</p> <p>6 くまもと県産品魅力発信緊急支援事業                      アンテナショップや熊本県物産振興協会のECサイトにおけるポイント還元や送料無料キャンペーン、酒販店における消費拡大キャンペーンを実施した。                      ・アンテナショップポイント還元キャンペーン事業対象件数：11,842件                      ・ECサイト販促キャンペーン注文件数：1,037件                      ・参加酒販店数：約300店舗、応募総数：約79,000件</p>	商業総務費のうち P300～P301
施策4-③スポーツ・文化による地域活性化	128,083	122,135	<p>1 プロスポーツによる地域活性化事業                      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>2 国際バドミントン大会誘致促進事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用）                      熊本県・熊本市が連携して、バドミントン国際大会（Super500）を誘致し、開催に向けた準備を行った。</p> <p>3 ツール・ド・九州受入環境整備事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用）                      マイナビ ツール・ド・九州 2023 のプレイベントとしてジュニアロードレースや一般の方を対象としたアンバサダーライドを実施した。</p> <p>4 アーバンスポーツ展開実証事業（デジタル田園都市国家構想交付金活用）                      アーバンスポーツモニターイベントを開催し、アーバンスポーツを活用した誘客を行った。</p>	観光費のうち P317～P318