

宇城市観光振興戦略

2019—2023

稼げる観光へのギアチェンジ



目次

第1

はじめに	2
1. 観光振興戦略策定の背景と目的	2
2. 実施期間	2
3. 観光振興戦略策定に当たって	2
4. 観光振興戦略の位置づけ	3
5. 観光振興戦略策定の流れ	4

第2

宇城市を取り巻く観光の現状	5
1. 観光政策に関する政府等の動向	5
2. 観光ニーズの動向	7
3. 市の観光に関する現状	11
4. 宇城市の観光課題	21

第3

観光振興に向けた基本方針	25
1. 観光振興に関する基本理念	25
2. 目標	26
3. 優先ターゲット	27
4. 基本戦略	28
5. 観光振興の推進体制	35
6. 取組ロードマップ	36

第 1 はじめに

1. 観光振興戦略策定の背景と目的

観光は、農林水産業や商工業等の幅広い産業に影響を与える総合産業と考えられる。観光振興による交流人口の拡大は、地域経済に広く波及し、雇用創出効果等を期待できることから、地域経済振興の重要な施策である。また、観光振興は、地域経済の活性化だけでなく、地域の伝統や文化の継承、地域住民の活動意欲の創出、シビックプライド¹の醸成等、様々な効果を期待できる。

宇城市（以下、「本市」という。）の観光においては、宿泊場所が少ないことから、来訪客は日帰りが 8 割以上を占めており、世界文化遺産である三角西港を始めとする観光資源の魅力を十分に活かした誘客（交流人口の増加）ができておらず、経済波及効果の享受にまでは至っていない。

くわえて、近年の社会経済情勢の変化により、観光ニーズが多様化し、団体から個人へ、滞在型から体験型・回遊型観光への志向が高まる等、新しい観光スタイルへの転換が求められている。

これらの課題を解決するため、本市では「宇城市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、「稼げる観光」をテーマに掲げ、マーケティング機能の導入、「宇城市版 DMO²」の推進等に取り組んでいる。また、平成 29 年 1 月に、官民連携の下、「三角地区マーケティング委員会」を発足させ、マーケティング調査のデータ分析結果に基づく観光商品の企画開発や実行等に現在取り組んでいる。

そうした「稼げる観光」の実現に向けて更なる加速を図るべく、世界文化遺産である三角西港を核とした観光振興の方向性を明確にし、目指すべき将来像を定め、観光関連事業者や関係団体、地域住民、行政が丸となって観光振興に戦略的に取り組むための指針を整理することが、観光振興戦略（以下、「本戦略」という。）を策定する目的である。

本戦略は、本市の「稼げる観光」に向けた成長のギアチェンジを目指すものであり、持続可能な観光まちづくりへの本気の挑戦である。

2. 実施期間

本戦略の実施期間は、2019 年度から 2023 年度までの 5 年間とする。

3. 観光振興戦略策定に当たって

本戦略を策定するため、観光に関連する地域団体の方、及び、庁内横断部署の市職員をメンバーとした会合（宇城市観光振興戦略策定会合）を組成し、本市の観光振興に係る解決すべき課題や具体的な取組施策を検討した。

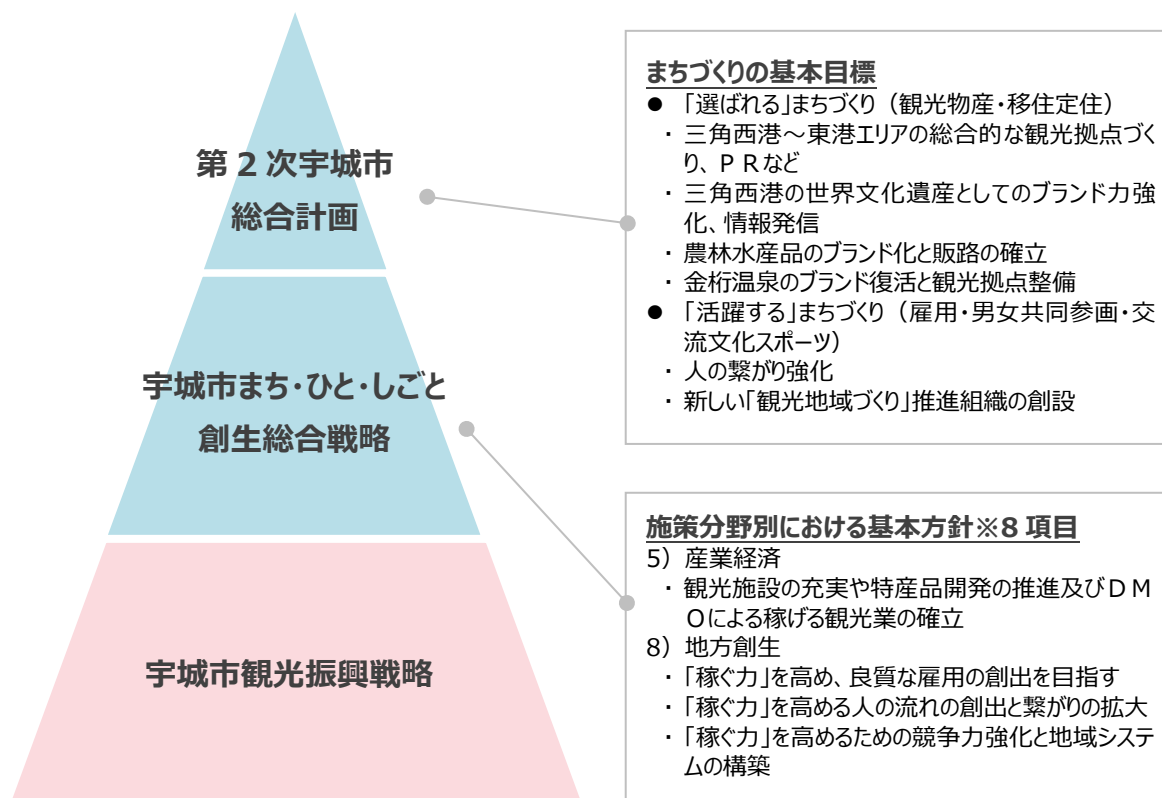
¹ シビックプライド(civic pride)：まちに対する住民の誇りや愛着のこと。

² DMO：Destination Management/Marketing Organization の略。観光地域づくりを実現するための戦略立案、地域合意形成、事業推進等を図る組織のこと。

4. 観光振興戦略の位置づけ

(1) 他計画との関係

本戦略策定に当たっては、「第2次宇城市総合計画」及び「宇城市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を十分に踏まえることとする。



(2) 第2次宇城市総合計画における観光関連の目標値

第2次宇城市総合計画では、「稼げる観光」をテーマに、次の目標達成に向けて観光振興に取り組むことを掲げている。本戦略においても、こうした経緯を踏まえる。

【図表：稼げる観光に向けた成果指標】 ※観光振興に関係する箇所を抜粋

成果指標（KPI ³ ）	現況（2015年）	目標値（2020年）
宇城市版DMO創設による新規雇用者数	0人	5人
宇城地域に関する観光客数	4,092千人	4,250千人
年間郷土資料館来場者数	2,149人	8,000人
広域観光ルート数（近隣自治体連携）	0件	5件

³ KPI:重要業績評価指標。Key Performance Indicator の略。

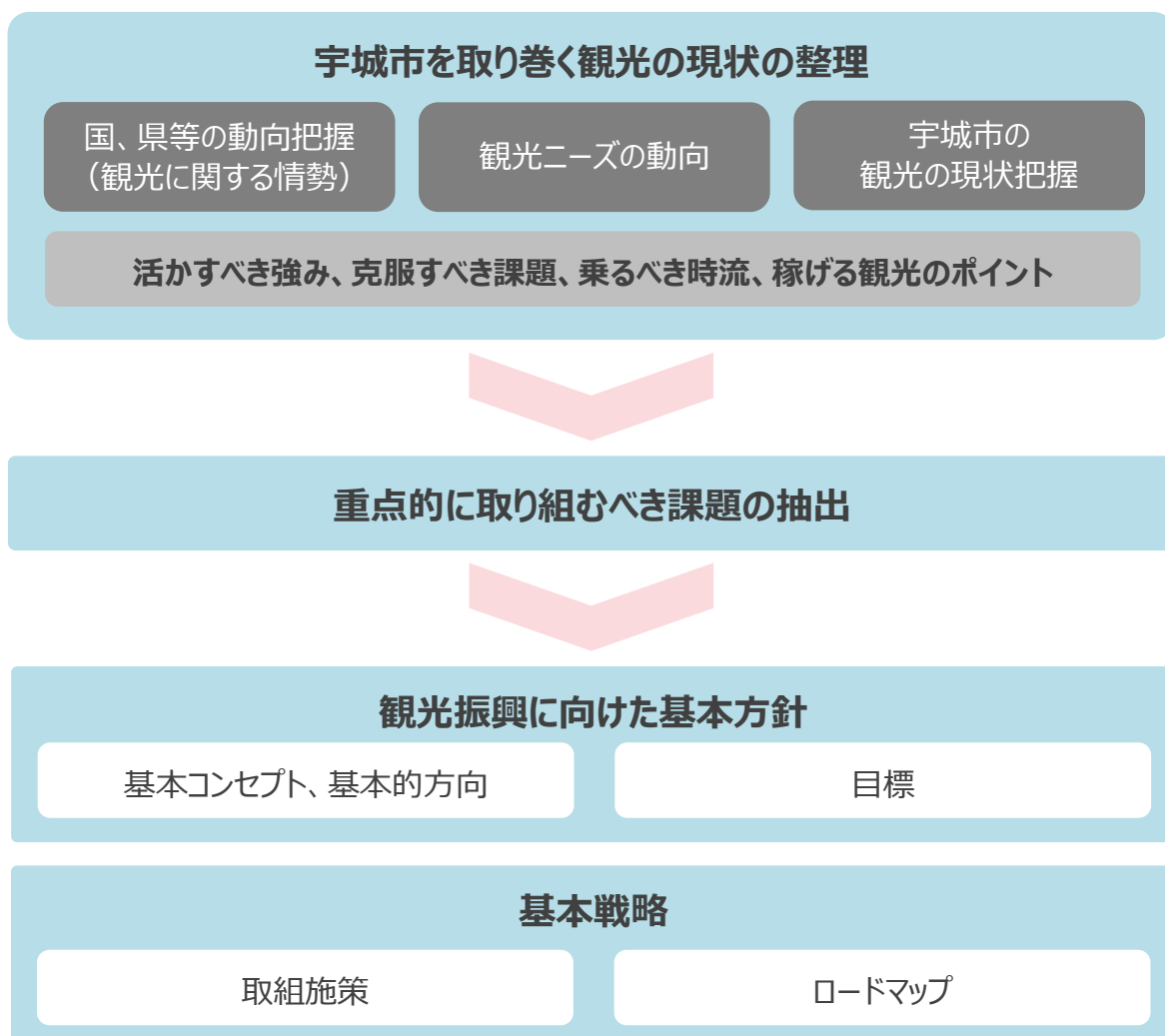
(3) 観光振興戦略策定に当たって踏まえるべき事項

観光振興戦略を策定するに当たって、次の事項を踏まえることで、他計画との整合性を取る。

- ア 「稼げる観光」というテーマは踏襲し、その実現に向けて真剣に取り組むための施策を実行する。そうすることで、地域経済効果を享受する。
- イ 他自治体との連携による広域観光を推進する。
- ウ 地域資源（地域の人々、自然、文化、歴史、農水産物、既存施設等）の磨き上げを軸として方策を検討する。

5. 観光振興戦略策定の流れ

本戦略の検討に当たって、次の流れで策定を進めた。



第 2 宇城市を取り巻く観光の現状

1. 観光政策に関する政府等の動向

(1) 人口減少社会の到来

わが国の総人口は 2008 年をピークに減少を始め、今後加速度的に進行すると言われている（国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成 29 年推計）」）。

本市は、人口減少対策について、これまで取り組んできたものの、歯止めがかかっておらず、2015 年の国勢調査では 59,756 人となり、ついに 60,000 人を下回った。2025 年の人口予測については、国立社会保障・人口問題研究所の推計では 55,459 人、「宇城市人口ビジョン（2015 年）」による推計では 54,750 人と試算されている。

本市では、「第 2 次宇城市総合計画」等においても、そうした人口減少に関する問題意識を基に様々な施策を掲げ、現在取り組んでおり、観光振興もその一つである。

政府（観光庁）によると、定住人口 1 人当たりの年間消費額（124 万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者 8 人分、国内旅行者（宿泊）25 人分、国内旅行者（日帰り）79 人分に相当すると試算されている（観光庁試算「2016 年版」）。裾野の広い総合産業といわれる観光の高付加価値化等による、地域経済の活性化に対する期待は高く、本市では、稼げる観光の具現化を重要な施策と位置づけている。

(2) 観光立国に向けた国の方針、現況

政府は、観光立国の実現に向け、2008 年に「観光庁」を設置し、2012 年には「観光立国推進基本計画」を閣議決定した。また、2015 年には「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」を策定し、6 つの柱を立て、政府一丸、官民一体となった取組を進めた。

更に、官民一体での観光政策が結実し、訪日外国人旅行者数の目標達成が視野に入ってきたため、従来の政府目標を大幅に前倒しする形、かつ、質の高い観光交流が加速されるよう、「明日の日本を支える観光ビジョン」を 2016 年に策定し、同ビジョンで新たな施策と目標値が次のとおり掲げられ、取組が行われている。

【「明日の日本を支える観光ビジョン」における 3 つの視点と 10 の施策】

視点 1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

- ・ 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
- ・ 「文化財」を、「保全優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
- ・ 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
- ・ おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

視点 2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

- ・ 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
- ・ あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
- ・ 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

- ・ ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
- ・ 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
- ・ 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

【図表：「明日の日本を支える観光ビジョン」における目標値】

項目	2015 年	2020 年	2030 年
訪日外国人旅行者数	1,974 万人	4,000 万人	6,000 万人
訪日外国人旅行消費額	3 兆 4,771 億円	8 兆円	15 兆円
地方部での外国人 延べ宿泊者数	2,519 万人泊	7,000 万人泊	1 億 3,000 万人泊
外国人リピーター数	1,162 万人	2,400 万人	3,600 万人
日本人国内旅行消費額	20 兆 4,090 億円	21 兆円	22 兆円

※出所：観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」（2016 年 3 月）

(3) 熊本県の観光振興に関する方針

熊本県は、県の観光資源を最大限に活用した魅力ある観光地の形成や受入環境の整備、国内外からの観光客の誘客促進を行うことで、観光立県くまもとの実現を図るために、2008 年に観光立県推進計画を策定した。

その後、2016 年の熊本地震を受け、熊本復旧・復興 4 カ年戦略を策定し、観光施策に係る取組みを具体化する計画として、観光立県推進計画の 3 期目となる「ようこそくまもと観光立県推進計画（2017－2019）」を策定した。その中で掲げる基本目標、目標値、基本的な考え方は次のとおりである。

【基本目標】

『熊本地震からの観光の創造的復興の実現～つながりを力に～』

熊本地震からの観光の創造的復興を実現するにあたり、熊本地震を経験した県民の絆を力に、県内各地が連携し、また、地域ならではの新たな観光プランの造成など、地域をあげて本計画を推進します。また、計画の実施にあたっては、県を含む各行政機関や各地の観光協会、DMO 等が中心となって、各地域の取組を有機的に連携させ、県全体の動きとして加速化させます。

【目標値】

No	項目	2015 年	2019 年
1	延べ宿泊者数	720 万人	800 万人
2	延べ外国人宿泊者数	64 万人	120 万人
3	観光消費額	3,240 億円	3,800 億円
4	来訪者満足度	74.4%	80.0%

【基本的な考え方】

- ・ 2019 年国際スポーツ大会イヤーを見据えた観光産業の早期復旧・復興の加速化
- ・ DMO の考え方を取り入れたマーケティングによる戦略的アプローチ
- ・ ウェルカムマインドの醸成と観光客の安全・安心の確保
- ・ 九州の中央という立地を活かした九州各県と連携した誘客の推進

※出所：熊本県「ようこそくまもと観光立県推進計画（2017－2019）」

2. 観光ニーズの動向

(1) 旅行目的等のトレンド

公益財団法人日本交通公社「旅行年報 2018」によれば、アンケート調査結果に基づく日本人の国内旅行の傾向等については、次のとおりであった。

■ 日本人の旅行意識

日本人の旅行意識の変化をみると、10 年前との比較では「日常生活から解放されるため」「保養、休養のため」というような癒しを求める旅行動機が減少し、「旅先のおいしいものを求めて」「思い出をつくるため」「家族の親睦のため」といったより積極的な理由が増加した。一方で旅行の阻害要因は、10 年前は 1 位だった「家計の制約がある」が 3 位になり、「仕事などで休暇がとれない」が 1 位、「友人等と休日が重ならない」が 2 位と、上位の顔ぶれは変わっていない。

テレビの旅番組は各地の風光を紹介するだけでなく、ローカル線や路線バス、ミニバイクの旅を通して地域の日常を巡るおもしろさを映し出す。旅先を歩きながら地元の人たちの暮らしぶりに触れたり、専門家とともに当地の成り立ちを探究したりする様子も伝えている。“人とのふれあい”、“予期せぬこと”、そして“知的な探求心”が旅への感心をかき立てている。外国人旅行客が日本の魅力に新鮮な視点を向ける様子も頻繁に見かける。観光旅行者の関心領域はひろがり、観光行動は多様化し、各地の“小さなホンモノ”への注目がいっそう高まってきた。

需要顕在への意識は十分過ぎるほどなので、あと少しの家計の余裕と、休暇取得に工夫が必要だろう。

■ 同行者別の市場シェア

同行者は、年代の移り変わりに伴って変化していく。まず国内旅行についてみると、10 代後半は家族や友人との旅行が中心である。男性はひとり旅行のシェアも多く、以降 60 代まで各年代において 2 割から 3 割程度を占める。20 代になると、夫婦・カップル旅行と友人旅行が中心になる。30 代前半からは友人との旅行は減り始め、家族旅行のシェアが増える。家族旅行が最も多くなるのは男女ともに 30 代から 40 代で、その後、家族旅行のシェアは減少、夫婦・カップル旅行が大きなシェアを占めるようになる。なお 50 代後半以降は、女性より男性で夫婦・カップル旅行のシェアが高く、この年代の女性は、男性と比べて友人との旅行のシェアも比較的高い。

■ 旅行で楽しみにしていたこと

同行者やライフステージによって、旅行での楽しみは異なる。

前年同様、多くのセグメント⁴で『おいしいものを食べること』がトップシェアとなった。特に、「カップルでの旅行」で高い値を示した。

『温泉に入ること』については、「3 世代家族旅行」「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の女性による友人旅行」でトップを占めた。これらのセグメントにはシニアが含まれていることから、この世代にとって温泉は旅行の大きな楽しみのひとつと言える。

『自然景観を見ること』はどのセグメントにおいてもトップシェアにはならないものの、比較的上位を占めた。

『文化的な名所を見ること』は、「子育て中の夫婦での旅行」で全体に比べて高い値となり、特徴的な楽しみとなっている。

⁴ セグメント（マーケットセグメント）：細分化した消費者集団のことを指す。顧客市場を細分化することで、特定の分類に対して集中的なアプローチができる。「旅行年報 2018」では、旅行者の同行者とライフステージで細分化している。

『観光・文化施設（水族館や美術館、テーマパークなど）を訪れること』がトップシェアとなったのは、「18歳未満の子どもと一緒に家族旅行」であった。

『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』は「男性による友人旅行」で、『芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦』は「ひとり旅」で、特徴的な楽しみとなっている。特に、「女性のひとり旅」では『観劇・鑑賞・観戦』がトップシェアとなり、全体の比率より10ポイント以上高い値を示した。

※出所：公益財団法人日本交通公社「旅行年報 2018」から一部抜粋

(2) テーマ別観光等の例

ア テーマ別観光について

政府は、「テーマ別観光による地方誘客事業」として、個別テーマを設定し、新たなツーリズムの促進を図っている。多様なニーズへの対応、体験を重視した観光サービスの人気等が反映されたものと想定される。（例）エコツーリズム⁵、社寺観光、明治日本の産業革命遺産、サイクルツーリズム⁶など

また、本市が有する自然資源の有効活用、取り込みが弱い夜間消費等については、次のイ、ウのとおり、政府（観光庁）からノウハウが公開されている。

イ 地域の自然体験型観光コンテンツの動向

政府（観光庁）が公開している「地域の自然体験型観光コンテンツ」（2019年3月）によれば、『海外のアドベンチャーツーリズム⁷関連のレポートでは、日本は北海道から沖縄まで、多くの山々、火山、川、湖、海の自然資源を有するほか、国立公園や自然保護区も豊富なことから、アドベンチャーアクティビティの成長市場である』、『観光立国として成長するための4要素（文化、食、気候、自然）とも合致し、日本には大きなポテンシャルがあると言える。』とあり、宇城市も同様の地域資源を有することから参考にできる。

なお、自然体験型観光を地域の産業として「持続的に成長」させていくためのルールとして、『安全性の確保』、『品質の担保』、『観光資源・環境の保全』も挙げられている。

【近年のトレンド】

- ・ 《トレイルツーリズム》 サイクリング、ウォーキングを含むトレイルツーリズムは、旅行者の長期滞在やリピーターが多く各国が力を入れている。
- ・ 《スノーコンテンツ》 雪まつり、北極動物ウォッチング、白夜など、スキー以外のスノーアクティビティを目的とする旅行者が増えている。
- ・ 《地元交流、文化体験》 旅行熟度の高い旅行者ほど、地域ならではの本物の文化体験や先住民族との交流体験を求めており、精通したガイドを伴うツアーが人気となっている。
- ・ 《ひとり旅行者》 ひとり旅行者の増加に合わせて、多くの旅行会社はひとり旅行者向けのプランを増やしている。

⁵ エコツーリズム：自然環境や歴史文化を対象とし、それらを体験し、学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全を目指す観光形態のこと。

⁶ サイクルツーリズム：サイクリングと観光を絡めたこと。サイクリング中心の来訪、旅行の中で自転車を体験してもらう形態の両方が該当する。

⁷ アドベンチャーツーリズム：「アクティビティ」、「自然」、「異文化体験」の3つの要素のうち2つ以上で構成される旅行形態のこと。

ウ ナイトタイムエコノミー

政府（観光庁）が公開している「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」（2019 年 3 月）によれば、『ナイトタイムエコノミーの取組みは、宿泊、飲食、体験消費、交通など幅広い波及効果をもたらす。夜間に営業する事業者にとっては、「夜間」という新たな時間市場を開拓することで事業を拡大する機会となる。』『日本においても大都市のみならず、全国各地域やまちにおいても、ナイトタイムエコノミーを推進し、訪日外国人が夜間に楽しめるコンテンツを拡充させることで飲食・宿泊を伴った経済効果が期待できる。』『実際にナイトタイムエコノミーの推進に取り組んでいる海外の都市を見ると、（中略）雇用創出にもナイトタイムエコノミーが大きく寄与』とあり、ナイトタイムエコノミーの推進は、地域経済への効果（稼げる観光）が大きいと想定される。

(3) 熊本県内のクルーズ船客(訪日外国人)の動向

八代市には、国際旅客船(クルーズ船)拠点形成港湾に指定されている八代港が存在する。同港には、年間 20 万人超の外国人観光客（図表「港別 国籍・地域別 船舶観光上陸許可数(2017 年)」参照）が訪れており、そのほとんどが中国からの旅行客である。熊本県「熊本県国際課の事業について」(2018 年 3 月)によれば、国際旅客船(クルーズ船)による観光等の傾向は次のとおりである。

- ・ クルーズ船客の多くは中国系ランドオペレーター⁸が催行する無料バスツアーに参加している。
- ・ ランドオペレーターにキックバックがある免税店で主にショッピングを行っているため、地域経済への波及効果がほとんど見られないのが現状である。
- ・ 近年は、八代市内をシャトルバスで周遊したり、鉄道等で熊本市内を訪れたりといった、バスツアーに参加しない個人旅行客(FIT⁹)も現れてきてはいるが、ごく僅かである(1%未満)。
- ・ 以前は熊本城や阿蘇方面へのツアーが多かったが、熊本地震以降は県南地域の観光施設等を周遊するコースが増えてきている。

図表：【港別 国籍・地域別 船舶観光上陸許可数(2017 年)】

港	国籍・地域	総数	中国	台湾	香港	米国	韓国	その他
総数	100.0%	2,449,301	2,032,296	266,209	48,547	15,501	14,541	72,207
	構成比 (%)	100.0%	83.0%	10.9%	2.0%	0.6%	0.6%	2.9%
博多港	24.9%	609,027	598,563	1,231	1,470	1,577	196	5,990
	構成比 (%)	100.0%	98.3%	0.2%	0.2%	0.3%	0.0%	1.0%
長崎港	24.0%	587,130	556,588	9,260	2,639	4,656	749	13,238
	構成比 (%)	100.0%	94.8%	1.6%	0.4%	0.8%	0.1%	2.3%
那覇港	15.2%	372,422	188,585	114,376	35,619	3,496	1,179	29,167
	構成比 (%)	100.0%	50.6%	30.7%	9.6%	0.9%	0.3%	7.8%
八代港	8.8%	214,361	205,712	701	616	1,278	144	5,910
	構成比 (%)	100.0%	96.0%	0.3%	0.3%	0.6%	0.1%	2.8%
鹿児島港	4.7%	115,210	97,515	13,216	1,657	545	19	2,258
	構成比 (%)	100.0%	84.6%	11.5%	1.4%	0.5%	0.0%	2.0%
その他	22.5%	551,151	385,333	127,425	6,546	3,949	12,254	15,644
	構成比 (%)	100.0%	69.9%	23.1%	1.2%	0.7%	2.2%	2.8%

出所：法務省「平成 29 年における外国人入国者数及び日本人出国者数等について」

8 ランドオペレーター：旅行会社の依頼を受け、現地旅行先のホテルやレストラン、ガイド、バス、鉄道などの手配、予約等を専門に行う会社のこと。

9 FIT：Foreign Independent Tour の略。団体旅行や団体向けパッケージツアーを利用せずに、個人で行く海外旅行。

熊本県では、(1)クルーズ船寄港地ツアー実態調査、(2)関係機関との連携、(3)船社との連携などを行い、ツアー客の取り込みを図るような対策を検討しており、『現在、地元への経済効果が大きい「地元消費型旅行商品」を作るべく、各市町村や観光協会が有する観光情報を熊本県(広域本部・地域振興局)に集約し、これを県内の旅行代理店に提供している。今後、県と県内旅行代理店が連携して船社に対して売込を行っていく予定』とのことである。

これらの状況等を踏まえると、クルーズ船客(訪日外国人)について、本市においては、次の事項がポイントと考えられる。

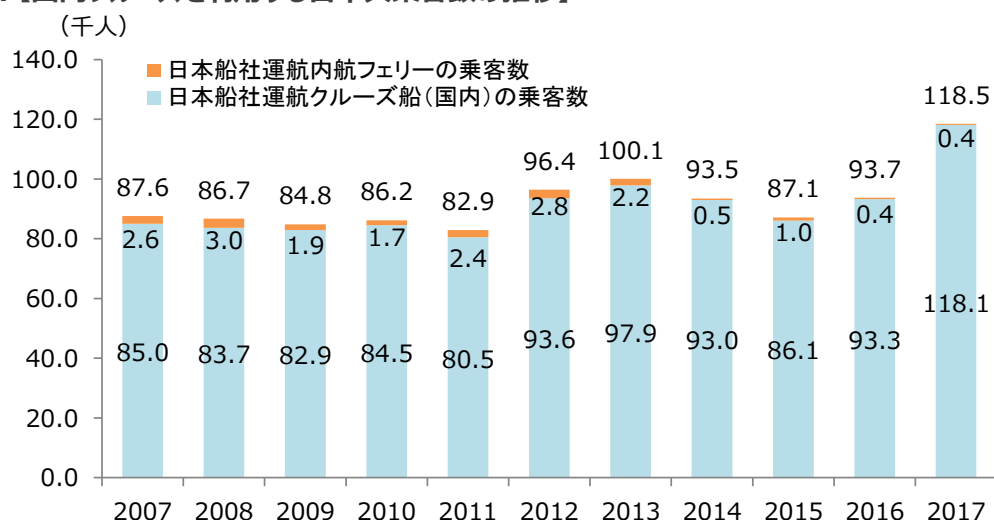
- ・ 限られた日本滞在時間の中で本市に來訪してもらうには、本市に短時間で來訪可能な距離にある港が適していると考えられ、対象は八代港のみである。博多港については、バスによる移動時間を踏まえると取り込みは難しい。
- ・ 大多数を占めるツアー客の取り込みに当たっては、免税店、キャッシュレス対応、多言語化等の環境整備が必要である。また、船社やランドオペレーターへの売込が必要である。
- ・ FIT の割合は僅かであり、戦略的に取り込むかどうかについては議論が必要である。

(4) 国内クルーズの動向

国土交通省「2017 年の我が国のクルーズ等の動向について」によれば、国内クルーズ等の現況は次のとおりである。

- ・ 2017 年の日本人のクルーズ人口は、外国船社の日本発着外航クルーズ数の増加等により、前年に比べ、6.7 万人増加し 31.5 万人（27.0%増）であった。
- ・ 2017 年の国内クルーズ人口は、前年に比べ、乗客数は 2.5 万人増加し 118.1 万人（26.4%増）、人泊数は 8.0 万人泊増加し 31.1 万人泊（34.4%）であった（図表：【国内クルーズを利用する日本人乗客数の推移】参照）。また平均泊数は 2.6 泊であった。

図表：【国内クルーズを利用する日本人乗客数の推移】



出所：国土交通省「2017 年の我が国のクルーズ等の動向について」

また、国内クルーズを本市の観光振興に生かすことを考える場合、国内クルーズ船によるツアーにおいて、三角東港への寄港上陸時の観光サービスの提供、飲食への材料等の納入、土産品販売等が経済効果として期待できる。

一方で、国内船社が有するクルーズ船は3隻（「飛鳥Ⅱ」〔郵船クルーズ株式会社〕、「にっぽん丸」〔商船三井客船株式会社〕、「ばしふいっくびいなす」〔日本クルーズ客船株式会社〕）であり、近年乗客数は増加しているものの、限られた市場といえる。そうした中での誘致においては、寄港の動機付けとなるような魅力的かつ地域消費に結びつく観光サービスの存在が不可欠である。

これらの状況等を踏まえると、国内クルーズについて、本市においては、次の事項がポイントと考えられる。

- ・ 積極的に国内クルーズ客を取り込む場合、他地域と差別化でき、寄港の動機付けとなるような魅力的な観光サービスの強化が求められる。また、並行して旅行事業者等への誘致活動も必要である。
- ・ 成長傾向にあるとはいえ、限られた市場といえる現況では、優先ターゲットとするのか議論が必要である。

3. 市の観光に関する現状

(1) 観光概況

ア 本市の観光現況の概要（まとめ）

本市の観光現況について、ポイントとなる事項は次のとおりである（（2）以降で詳述する）。

- ・ 世界文化遺産（三角西港）、海や山などの豊かな自然、豊富な農水産物がある。
- ・ 熊本地震の影響は一段落しているものの、日帰り観光客数は震災前の水準には戻っていない。
- ・ 近年では、フットパス¹⁰やグランピング¹¹等の自然を生かした体験コンテンツ、「うきモビ¹²」等のハイテク活用、マーケティング委員会立ち上げによる検討とサンカクドライブ等の企画立案実行に取り組む。
- ・ 4つの施設（三角西港、道の駅等）で観光入込客数の8割を占める。
- ・ 三角地区には高齢層（60代が最多）、個人客が多い傾向にある。
- ・ 天草地域訪問者の8割が立ち寄る場所となっている。
- ・ 熊本、福岡等の都市圏から1～2時間の立地にある。
- ・ 自動車での来訪が多い。
- ・ 夏場の来訪客が県全体の傾向に比して少ない。
- ・ 上天草市等との広域連携等、観光振興に取り組んできた。
- ・ JALとの観光や物産活性化の連携、一般社団法人ノトとの松合地区の古民家再生等の連携、地域金融機関との連携等、積極的に様々な企業連携による地域活性化に取り組んでおり、継続する予

¹⁰ フットパス：イギリスを発祥とし、森林や田園地帯、古い街並みなど地域に昔からあるありのままの風景を楽しみながら歩くことができる小径（こみち）を指す。フットパスを歩き、その地域の魅力を楽しむような体験型観光に活用される。

¹¹ グランピング：キャンプ、アウトドア体験の一種。グラマラス（魅惑的な）とキャンピングを掛け合わせた造語であり、自然の中で快適な余暇や食事を楽しむ。

¹² うきモビ：超小型モビリティ（うきモビ）、シェアサイクル、セグウェイの乗車体験の3つのシェアリングサービスを1カ所で体験できるサービスの総称。

定である。

(2) 地勢

ア 市の概要

本市は、2005 年 1 月 15 日に、旧宇土郡三角町、不知火町、下益城郡松橋町、小川町、豊野町の 5 町が合併して誕生した。

九州の経済大動脈である国道 3 号が市内中心部を通っており、また、西は天草・東は宮崎県という地理的状况にもあることから、都市的機能と美しい田園風景や不知火海の文化に彩られた自然景観などを併せ持つバランスの取れた地域である。

2015 年国勢調査時の人口は 59,756 人、15 歳以上の労働力人口は全体の過半数を占めており、産業別の就業割合は、第 1 次産業が 16.1%、第 2 次産業が 21.9%、第 3 次産業が 61.4%、分類不能産業が 0.6%となっている。

宇城市は一年中温暖な気候であり、以前はデコポン・ミカン・水稻・梨・ぶどう・レンコンなどの農作物を中心に栄えた農業地域であったが、近年は、松橋 IC 周辺への工場誘致や交通利便性の向上により、工業地域や住宅地域が増えつつある地域である。

また、市内には貝塚や古墳、中世の城跡などの文化財も数多く発掘されている。貝塚は市内各地に点在しており、宇土半島がもともと単独の島だったのではないかと推測される。さらに小田良古墳（国指定史跡）や宇賀岳古墳（県指定史跡）、桂原古墳（県指定史跡）などの装飾古墳には、船やイルカなどが描かれており、火の国の豪族や村が存在していたと推察できる重要な史跡となっている。

イ 九州の中央、熊本県の中西部

本市は九州のほぼ中央、熊本県の中西部に位置し、熊本県の第一・第二の都市である熊本市と八代市に囲まれている。天草、宮崎県への結束点である熊本空港から車で 30 分、熊本市から 35 分、福岡から松橋まで電車で約 1 時間、車で約 2 時間の距離にある。また、九州自動車道の松橋 IC、JR 鹿児島本線、国道 3 号線など交通インフラが整備されており、県内外からのアクセスがしやすい地域である。

ウ 東西に長く、海あり、山あり、島・半島あり

東西約 31.2km、南北 13.7km と東西に長く、宇城市と宇土市で宇土半島を二分しており、宇城市が宇土半島の南側を、宇土市が北側を占めている。JR 松橋駅から三角東港（JR 三角駅）までの移動距離は、宇土半島の北回りで 31.7Km、南回りで 23.6Km であり、自家用車で移動した場合、それぞれ 42 分、31 分かかる。宇土半島を 1 周した場合の移動距離は約 55.3Km、移動時間は 1 時間 13 分程度である。また、戸馳島という離島も擁しているが、橋で移動可能な距離にある。

エ 歴史を観る、景勝の地

海の文化が残っている地区では、建物も文化財の一つで、不知火町の松合白壁土蔵群では、江戸時代に県内有数の漁港であった面影を残し、町並み保存会が大切に風景と歴史を守っている。世界遺産「明治日本の産業革命遺産」の 1 つに選ばれた三角西港も、明治時代に開港し、一気に県内屈指の港となった背景を残す情緒ある佇まいであり、オランダ人のムルドル氏の指導の下で作られた石積の水路や埠頭（国指定）は日本で唯一現存している明治時代の港湾施設である。

さらに、「不知火（しらぬい）現象」でも有名な地域である。町名としても知られると同時に「ロマンの火」、景行天皇を導いた不思議な火としても知られる。これは、旧暦の八朔の日に夜中～明け方にかけて見える不思議な火（自然現象）であるが、近年は周囲の環境の変化もあって見えづらくなってきている。

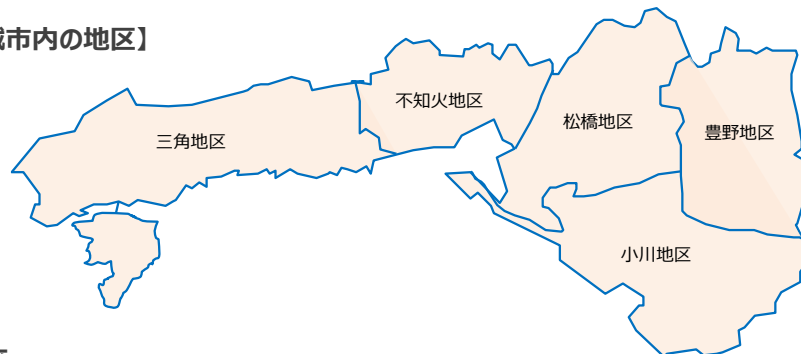
2016 年 4 月に発生した熊本地震において、本市も震度 6 を超える地震の被害を受け、未曾有の災害となった。被害額は、2018 年 3 月時点で 128 億円 1,400 万円と試算された。なお、発生直後から、水や食料品をはじめとする多くの支援物資が全国各地から寄せられたほか、さまざまな形で心温まる支援をいただいた。

【図表：宇城市の位置】（左：九州内での位置、右：熊本県内での位置及び主要な交通）



(3) 主要な地域資源

【図表：宇城市内の地区】



ア 三角地区

宇土半島の西端に位置する町。南北を八代海（不知火海）、有明海に挟まれ、天草の玄関口にもなっている。温暖な気候により自然豊かな風光明媚な地域で、天然の良港三角東港、世界遺産三角西港を中心とする商業/観光地域と、なだらかな丘陵を利用した果樹・ハウス園芸主体の農業地域からなる。また、三角地区の南側に位置する戸馳島は、「蘭の島」としても有名であり、周囲を海に囲まれた、天草諸島に隣接する島である。夏場はリゾート地として賑わう。

食、産業	施設・史跡（歴史・文化）
・サンサンうきっ子みすみ ・観光農園 ・食と農の体験塾 ・【海産物】 このしろ、コウイカ、マガキ ・【農産物】 三角みかん、デコポン、洋蘭、イチジク	・三角西港（世界遺産） ・郡浦神社、郡浦上本庄の天神樟 ・戸馳神社 ・戸馳島灯台 ・海のピラミッド ・三角龍驤太鼓
自然、アクティビティ	イベントほか
・花のがっこう ・若宮海水浴場、キャンプ場 ・金桁温泉（建設中） ・石打ダム（石打ダム資料館） ・大岳山、高野山、三角岳（雲竜台・天翔台） ・スナメリ ・三角 B&G 海洋センター（プール、体育館）	・オールドカーフェスティバル in 三角 ・みすみ港祭り（海の日に開催） ・九州ハワイアンフェスティバル ・熊本ボートショー ・ビール列車、ワイン列車 ・あこうの樹の会

イ 不知火地区

宇土半島の基幹部に位置する。東は松橋町、北は平野地と山稜を隔てて宇土市と接し、西は宇土半島先端の三角町に接している。町の地形は全般的に丘陵によって形づくられ、南北に狭長で起伏に富み、僅かに東部に平坦地を有している。南側の八代海（不知火海）沿岸には、国道 266 号が走り、遠く九州山脈の連峰と彷彿とした天草の島々を望み、風光明媚で温暖な土地である。

食、産業	施設・史跡（歴史・文化）
・道の駅不知火、不知火温泉 ロマンの湯 ・【海産物】 トクアミ（トukkan）、天然車エビ、ワタリガニ、シャク、アラジャク、このしろ ・【農産物】 デコポン、極早生みかん、トマト、メロン、太秋（柿）、モモ	・永尾劔神社 ・松合土蔵白壁群 ・不知火美術館 ・松合郷土資料館、松合ビジターセンター ・下萬屋（したよろずや）

	・塚原向組神楽
自然、アクティビティ	イベントほか
・大見の石畳 ・不知火カントリークラブ ・不知火温水プール、不知火グラウンド	・海の火まつり（不知火観望、花火大会） ・まっちゃ朝市 ・古民家宿 懐水集（五右衛門風呂）

ウ 松橋地区

松橋町は松橋港を中心に栄えた商業地域であった。国道 3 号線、九州自動車道松橋 IC、JR 鹿児島本線松橋駅等、交通の結節点であり、各種官公庁等の出先機関もこの地区に集中している。なお、松橋町は熊本・八代両市から約 20km 内外の距離にあるため、住宅地の開発も盛んに行われている。

食、産業	施設・史跡（歴史・文化）
・宇城彩館（道の駅うき） ・【農産物】 蓮根、恋のぞみ（イチゴ）、メロン	・大塚古墳、宇賀岳古墳 ・曲野神社神楽、栄町獅子舞 ・仲町の茶わん鉢
自然、アクティビティ	イベントほか
・HORSE RIDER ・観光ぶどう園 ・古保山リゾート ・岡岳総合運動公園、ウイングまつばせ	・宇城市フラワーフェスタ（岡岳総合運動公園）

エ 小川地区

小川町は、九州自動車道を境に、東部は山間地、西部は八代平野の一部をなす平坦地が開けている。町内を東から西へ流れる砂川には、山間部から小河川が流れ込み、平野部に広がる水田地帯を潤し、八代海（不知火海）に注いでいる。山間部には美しい棚田も存在する。また、JR 九州鹿児島本線小川駅、九州自動車道の宇城氷川スマート IC 等が存在する。

食、産業	施設・史跡（歴史・文化）
・農産物直売所「すずめのおやど」 ・【農産物】 白玉粉、生姜、メロン、トマト、ポンカン、梨	・舞鳴文殊堂（西の太宰府）、舞鳴棒踊り ・風の館 塩屋 ・三宝寺、塔福寺 ・竹崎季長（鎌倉幕府御家人。『蒙古襲来絵詞』で有名）
自然、アクティビティ	イベントほか
・小川の棚田 ・峠の岩清水、御手洗水源 ・コスモス街道 ・なごみ温泉 やすらぎの湯 ・観音山総合運動公園、ラポート	・宇城市小川町秋桜ジョギング大会

オ 豊野地区

豊野町は、三方を山稜地に囲まれた小盆地を形成する中山間農村地域である。町の南東部からは水晶山が突出し、中央台地が町を東西に二分する。緑川水系に属する浜戸川と小熊野川が台地を挟んで合流し、県央の平野部を潤して有明海に注ぎ、町の南端にある砂川は八代海（不知火海）に流れ込んでいる。

また、町内には農業用水を確保するために、県下最大の人口溜池である萩尾大溜池・燈ヶ池などの溜池が

41 箇所もあり、水稻やメロンのほか、梨、ぶどう、葉たばこなど、一年中さまざまな農作物が作られている。さらに、奈良時代末期の古碑が残る浄水寺跡など、歴史的に貴重な文化遺産も多く存在し、人と豊かな自然、歴史が共存する町である。

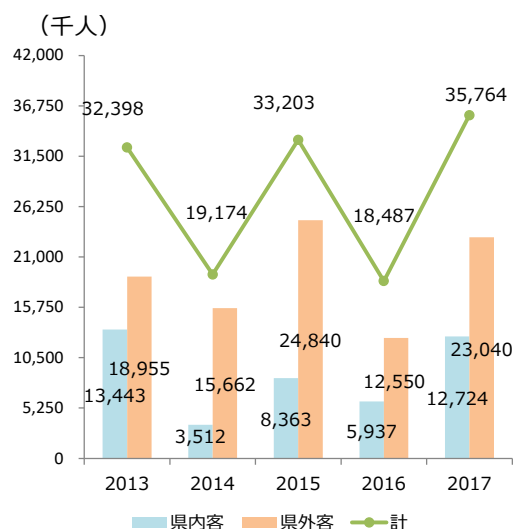
食、産業	施設・史跡（歴史・文化）
・ アグリパーク豊野 ・ 農家バイキング あぶみ野 ・ 【農産物】 梨、ぶどう、ハウス桃、露地桃、みかん、栗、柿、キウイ、メロン、干し柿、すもも、梅、生姜	・ 豊野郷土資料館 ・ 浄水寺跡、響ヶ原古戦場 ・ 薩摩の渡し、山崎橋 ・ 豊野水晶太鼓
自然、アクティビティ	イベントほか
・ 誉ヶ丘公園 ・ 県立豊野少年自然の家どんぐり村キャンプ場	・ 豊野町ふるさと祭り

(4) 各種統計から見る宇城市の現況

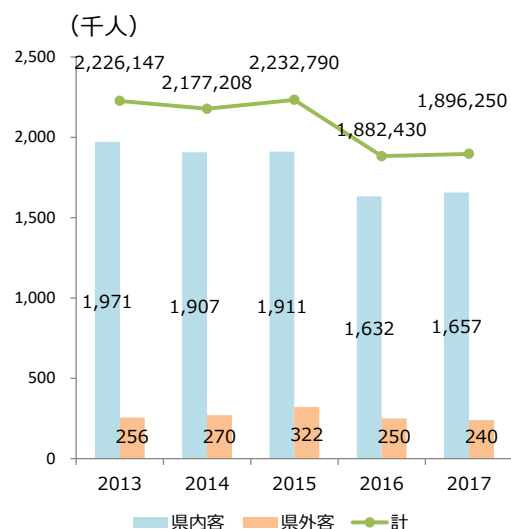
ア 観光入込数（総数）、日帰り・宿泊者数

宿泊客数は、2016 年は熊本地震の影響により減少したが、2017 年には持ち直している。また、日帰り客数は、熊本地震で減少し、その後、横這いで推移している。

【図表：本市の宿泊者数推移】



【図表：本市の日帰り客数推移】

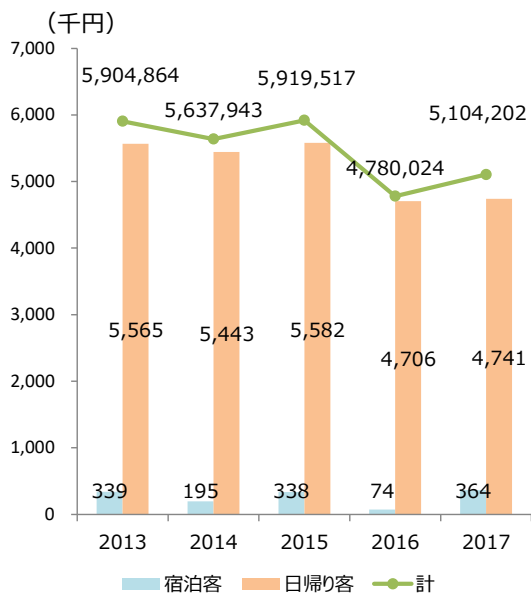


※出所：宇城市保有データ

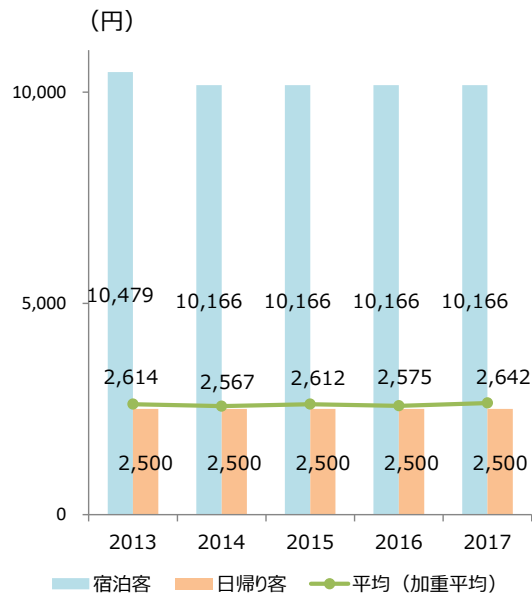
イ 観光消費額

消費額計は、2016 年に減少しているものの、2017 年には少し持ち直している。また、一人当たり消費額は、熊本県平均が宿泊客 19,382 円、日帰り 3,663 円なのに対し、それぞれ宿泊客マイナス 9,216 円、日帰り客マイナス 1,163 円となっている。

【図表：本市の消費額計推移】



【図表：本市の一人当たり消費額推移】



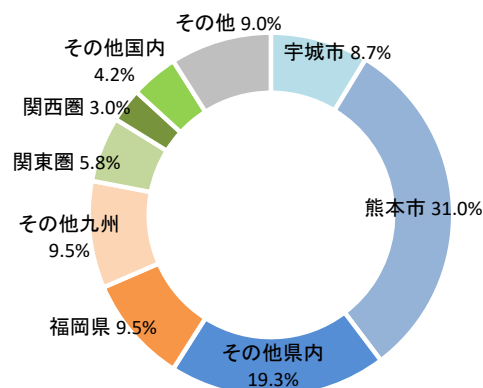
※出所：宇城市保有データ

ウ 来訪者の現状（三角西港）

三角西港で実施したアンケート調査（2017 年）では、三角地区来訪者の現状は次のとおりであった。

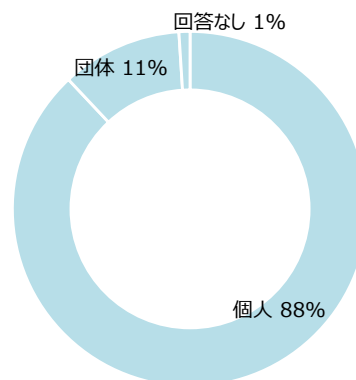
【図表：三角地区来訪者の居住地】

熊本県内の来訪者が約 6 割を占める。



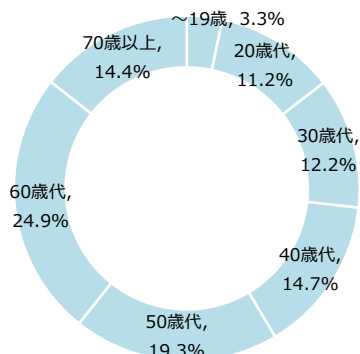
【図表：三角地区の来訪者の形態】

来訪者の約 9 割が個人客である。



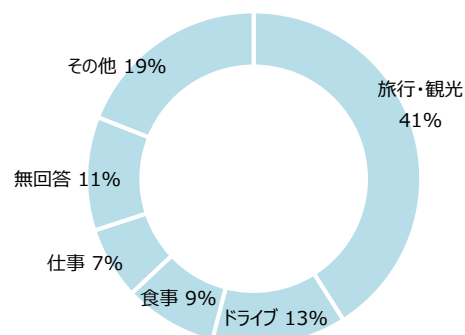
【図表：三角地区来訪者の年代】

来訪者の約 7 割強が 40 代以上となっている。



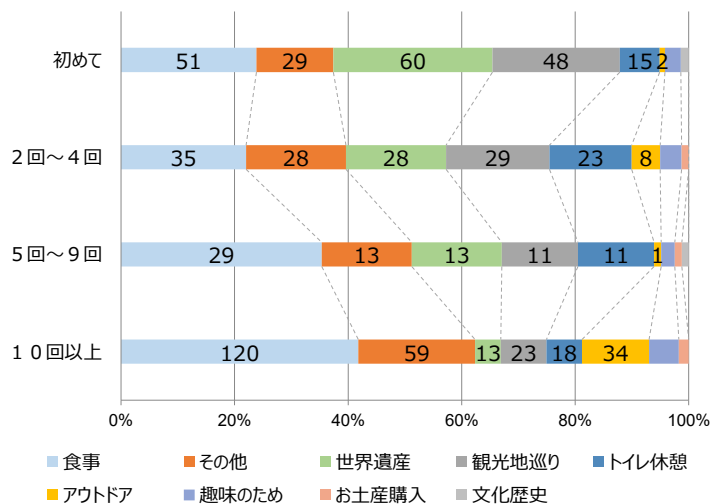
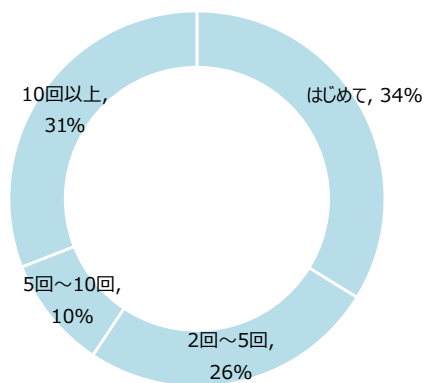
【図表：三角地区来訪者の来訪目的】

旅行・観光、ドライブが約 5 割を占める。



【図表：三角地区来訪者のリピート状況】

一定のリピート層が存在しており、その主な目的は食事である。リピート客の獲得においては、“食”は有効と推察できる。なお、世界遺産はリピート客が極端に少なくなる傾向にあり、魅力強化も課題である。

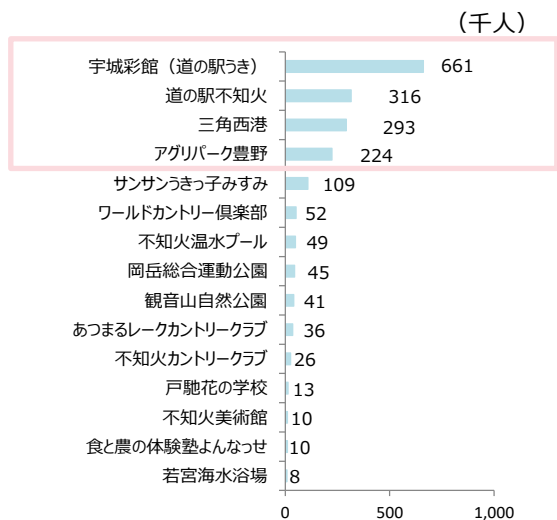


※出所：宇城市保有データ（三角地区アンケート調査〔2018年〕）

Ⅰ 主要施設の利用者

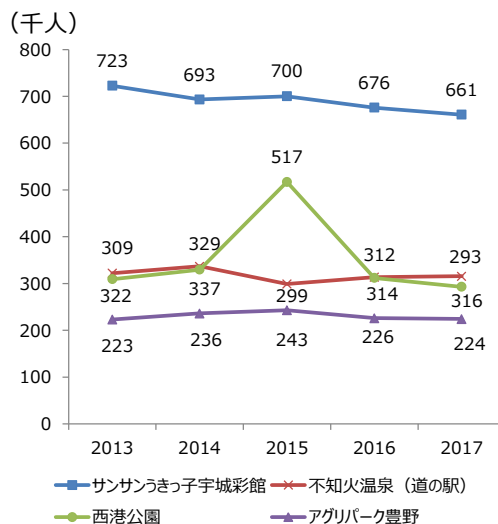
【図表：本市主要施設の客数（2017年）】

上位4施設で約8割を占めている。



【図表：上位4施設の来場者年間推移】

概ね横ばいだが、微減傾向にある。

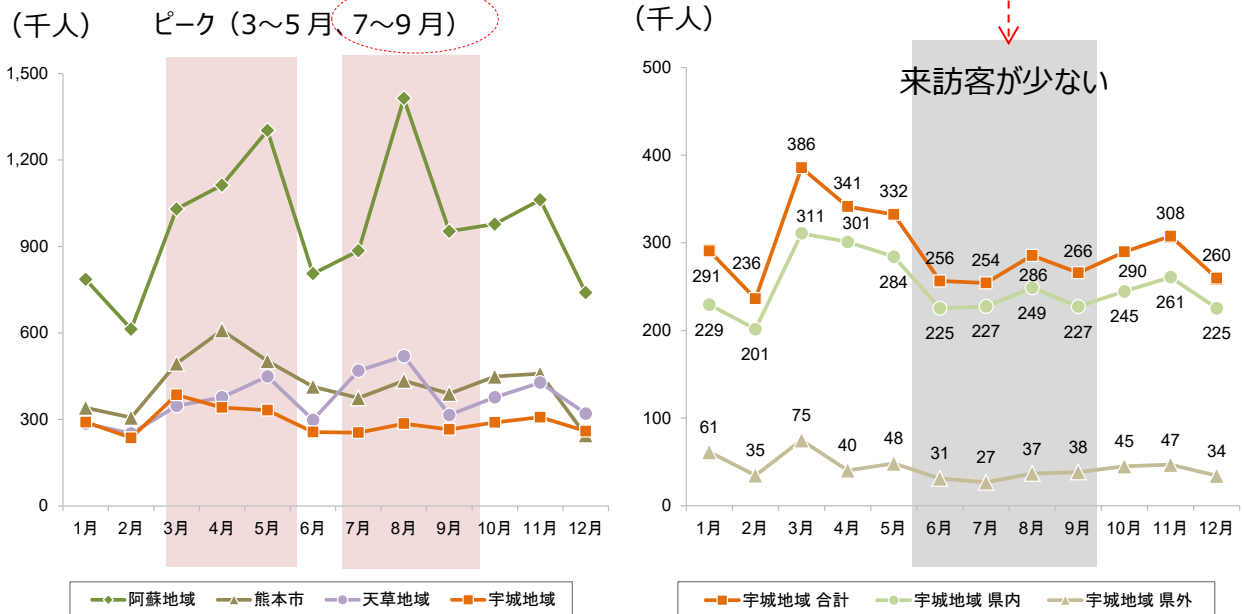


※出所：宇城市保有データ

オ その他

熊本県全体の来訪ピーク時期のうち、7～9月の夏季の来訪客が県全体の傾向に比して少ない。

【図表：熊本県内及び宇城地域の年間来訪動向】



※出所：熊本県「平成 29 年熊本県観光統計表」を基に作成

(5) その他、これまでの観光振興に関する取組

ア これまでの観光振興に関する取組（一部）

- ・ 三角地区でマーケティング委員会を立ち上げ、マーケティング調査分析の実行、そこから企画立案されたサンカグドライブキャンペーンの実行等に取り組む
- ・ ウキモビ、セグウェイ等のハイテク機器を活用した体験コンテンツの組成
- ・ フットパス、グランピング、登山等の自然活用による体験コンテンツの組成
- ・ チラシ、観光マップ、ホームページ等、情報発信に取り組む
- ・ 特産品であるコノシロを生かし、宇城市商工会を中心として、コノシロを食べられる飲食店等の観光マップ（「うきうきコノシロ街道 MAP」）の整備を行い、PR 活動を実施
- ・ マガキの養殖を行い、特産品化を実施

イ 広域連携に関する取組

- ・ 「天草・宇土半島地域広域連携事業実行委員会」による広域連携
宇城市、宇土市、上天草市、天草市、苓北町による観光等に関する連携に向けた推進組織である「天草・宇土半島地域広域連携事業実行委員会」を組成し、次のような事項に取り組んだ。現在も、継続して連携協働による観光振興に取り組む。
 - ✓ PR ポスターの作成、おすすめの旅に関する各種情報発信
 - ✓ トレッキング&スイーツガイドブック、サイクルマップの作成

- ✓ 世界遺産めぐり観光客誘致事業
- ✓ おすすめの旅に関する各種情報発信

ウ 今後の主な取組事業、整備予定等

【環境整備（予定）】※一部

- ・ 戸馳大橋完成〔2019年3月30日～〕
- ・ 市道長崎久具線開通〔2020年3月～〕
- ・ 三角西港物産館（ムルドルハウス）新店舗営業〔2019年4月～〕
- ・ 三角西港公園内街灯LED化〔2019年3月～〕
- ・ 三角西港内トイレ整備〔時期未定〕
- ・ 宇城彩館（道の駅うき）の駐車場拡張〔時期未定〕

【事業（予定）】※一部

- ・ 観光に関する地域おこし協力隊の募集と投入〔2019年3月～〕
- ・ サンカドライブキャンペーン〔2019年3月～4月〕
- ・ 松合地域古民家再生事業〔2019年4月～〕
- ・ 金桁温泉開発事業〔時期未定〕

【企業との連携（予定）】※一部

- ・ 日本航空株式会社との連携
日本航空株式会社（以下、「JAL」という。）と包括連携協定を締結し、観光振興等で連携する予定である。
 - ✓ 明日の宇城市を担う「人づくり」に関すること
（本市内小中学校を対象とした「空育」活動、JAL 仕事講座、阿蘇くまもと空港見学等）
 - ✓ 宇城市の「観光」や「食」の推進に関すること
（ジャルパック及び旅行会社による宇城市への旅行商品造成に向けた取組、情報発信、接遇講座の開催、三角西港エリア等の有効活用検討等）
 - ✓ 「宇城市ブランド」の醸成に関すること
（特産品の開発支援、販売協力、ふるさと納税の返礼品選定・開発等）
- ・ 一般社団法人ノオトとの連携
日本各地で古民家等の有効活用、地域活性化に豊富なノウハウと実績を有する一般社団法人ノオトと連携し、松合地区の白壁土蔵づくりの古民家再生事業等について取り組む予定である。

4. 宇城市の観光課題

(1) 強み、課題等の検討結果

次のア～エの事項について、優先的に検討が求められるものを整理した。

ア 活かすべき強み

（観光に関するトレンド等も踏まえ、ポテンシャルを期待できる地域資源等）

■ アクセス

- ・ JR、九州新幹線等によるアクセスの良さ（福岡、熊本から）、市内を3号線が通る
- ・ クルーズ船が寄港する八代との近接性（八代港から三角西港まで車で50分）

■ 地域資源

- ・ 世界文化遺産の三角西港、三角駅、三角東港の集積
- ・ フラワーフェスタの集客力、花のがっこう、宇城彩館での花販売等、花による個性・魅力
- ・ 魅力ある運動アクティビティ（登山、宇城フットパス等）
- ・ グランピングイベントの実施（グランピングを志向する地域事業者等が存在）
- ・ アートの側面を持った地域人材の存在
- ・ 2つの道の駅〔道の駅不知火、宇城彩館（道の駅うき）〕、とくに宇城彩館（道の駅うき）の集客力
- ・ 不知火温泉、金桁温泉（現在整備中）の存在
- ・ 風光明媚な自然（山、海）、棚田などの里山、不知火現象
- ・ 水産物、果物等の特産品（農水産物）、肉等の豊富な食材
- ・ 戸馳島（橋を渡れば行くことができる離島）
- ・ 以前は別荘地でもあった気候や景観（三角地区）
- ・ 古民家再生等の取組（松合地区）
- ・ ウキモビなどの先進的な取組

■ 地域連携、取組

- ・ 観光体制強化（DMO）等の推進、観光マーケティングに取り組む
- ・ 広域連携の素地がある（天草地域等）

イ 克服すべき課題

（観光に関する市場環境変化等を踏まえた脅威、市内が抱える観光に関する課題等）

■ マーケット等

- ・ 人口減少、少子高齢化による国内旅行需要（日本人観光客）の将来的な減少の危機
- ・ 地域での労働力、担い手不足
- ・ 地震による風評被害（改善されつつあるが、日帰り客は減少から持ち直していない）

■ 競合

- ・ 地方創生（観光振興）による他地域との競争の激化（精力的に観光振興取り組む）
- ・ 他地域における世界遺産、NHK大河ドラマ等の盛り上がり
- ・ 他地域における交通インフラの整備拡充

■ 情報発信、認知

- ・ 観光地としての認知度不足（熊本市や天草と比べて）、市自体の知名度不足
- ・ 域内住民においても、市内他地域のことを十分に知らない

■ 観光全般

- ・ 観光事業者からの三角西港に関する低い評価（魅力強化が求められている）
- ・ 施設の老朽化、遊休化（海のピラミッド、石打ダム、戸馳等）
- ・ 首都圏、関西圏とは距離が遠い
- ・ インバウンド対応の遅れ

- ・ 自然資源を生かしきれていない可能性
- ・ 地域の担い手の減少（少子高齢化）
- **消費**
 - ・ 宿泊機能、宿泊客が少ない
 - ・ 三角東港の賑わい不足（西港等との回遊、A列車・フェリー客等の消費受皿）
 - ・ 飲食消費が弱い、“食”体験不足
- **回遊性**
 - ・ 市内回遊性の低さ（施設等は特定目的のみで来訪）
 - ・ 特定地域や店舗への集中
 - ・ 二次交通アクセスが不十分
 - ・ 回遊を促すプログラム不足、目的地不足
- **地域連携、取組**
 - ・ 観光体制強化、組織化について、本格運用に至っていない

ウ 乗るべき時流、機会

（観光客ニーズのトレンド、政府の施策、参考とすることが有用と考えられるもの等）

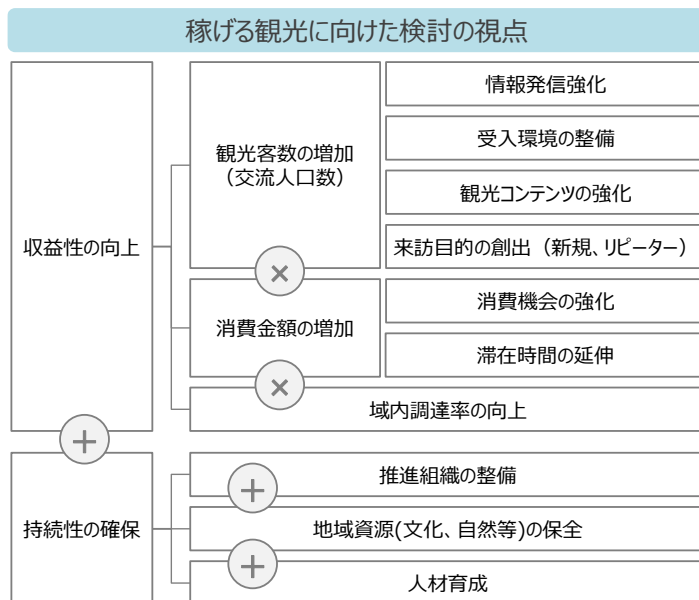
- **旅行、観光ニーズ**
 - ・ 根強い「食」への期待、関心
 - ・ 自然に関連した観光の関心の高まり（スローライフ、エコ、グリーン等）
 - ・ 着地型観光への取組、需要の拡大
 - ・ 民泊や他拠点居住等に対する関心の高まり、民泊法整備
 - ・ アクティブシニア層の観光意欲の増加
 - ・ 働き方改革の推進に伴う余暇、旅行需要増への期待
 - ・ 旅行ニーズの多様化、「コト」消費
- **近隣地域**
 - ・ 福岡都市圏、熊本都市圏等で人口増加地域が存在（福岡市、大野城市、合志市等）
 - ・ 九州内で相次ぐ世界遺産の登録
- **インバウンド**
 - ・ 八代港（クルーズ）、天草等、近隣にゲートウェイや誘客地が存在
 - ・ 福岡都市圏、熊本都市圏への外国人観光、M I C E等の増加
- **観光政策等**
 - ・ 国等が促進するスポーツツーリズム（マラソン、サイクリング等）
 - ・ 祭り、ナイト観光等の稼げる観光の気運の高まり
 - ・ 国の政策強化による外国人観光客の訪日増加（熊本では韓国）
 - ・ 地方創生、DMO等に関する国の支援
 - ・ 外国人労働者の受入に関する議論（国）
- **その他**
 - ・ IT（AI、IoT、ICT等）の活用可能性の拡大
 - ・ 持続性をキーワードにした意識の高まり（文化財保護、SDGs¹³等）

¹³ SDGs: Sustainable Development Goals の略。持続可能な開発目標のこと。

エ 稼げる観光に向けたポイント

(本市が掲げる稼げる観光に向けた検討の視点とポイント)

【図表：検討の視点】



【本市の検討において踏まえるべきポイント】

- ・ 来訪目的の創出 (多様なニーズへの対応、新規とリピーター)
- ・ 消費につながりやすく、ニーズの高い“食”体験の強化
- ・ 消費単価向上に向けて、宿泊機能強化への挑戦の必要性
- ・ 選択と集中による戦略的な取組を推進
- ・ 連携促進 (他地域、企業等) を梃子にした付加価値強化
- ・ 観光関連ビジネスの担い手増とチャレンジ応援の仕組み
- ・ 市全体での取組を適切に推進するための組織・機能の強化 (DMO 等)
- ・ 稼げる観光を持続させるための仕組み

(2) 稼げる観光に向けて取り組むべき重点課題

前述の現状分析結果を踏まえ、次のとおり、重点課題を整理した。

ア 認知度向上の必要性

世界文化遺産である三角西港、道の駅、まっちゃん朝市、フラワーフェスタ等については一定の認知や来訪者があるものの、従来から認知している方や天草地域への訪問者の立ち寄り者等が多いと想定される。今後の稼げる観光に向けた更なる来訪者獲得、競争激化する観光市場においては、更なる認知度向上に向けた効果的な情報発信が求められる。

イ 来訪目的の強化・創出の必要性

多様化するニーズ、競争激化する観光市場、世界文化遺産登録による知名度向上も落ち着いてきている現状においては、見込み客層に対して魅力ある観光サービスを提供しなければ、新規来訪者やリピーター獲得の維持向上は難しい。

稼げる観光の実現に向けても、来訪者増加は重要なテーマであり、地域資源を生かした魅力的な、個

性的な（差別化した）観光サービスの磨き上げと創出が求められる。

また、観光立国の4要素（文化、食、気候、自然）、世界文化遺産等、様々な地域資源が存在するため、個別テーマ観光や広域連携等についても、本市の観光スタイルの個性磨き上げの視点として検討が求められる。

ウ 消費の受皿の強化の必要性

本市の主な観光スタイルは通過型である。また、地域産品を“食”体験できる場所も十分とはいえない状況にある。稼げる観光の実現に向けて、来訪者の消費機会の更なる強化が求められる。

エ 担い手育成

来訪目的強化に向けた観光サービスの磨き上げや創出、消費機会の受皿強化に向けては、地域事業者や住民が活躍の中心となる。また、本戦略による観光振興に向けて、新たな取組も想定されることから、担い手の育成、チャレンジする人の取組を支援する仕組み等が必要と考えられる。

オ 宇城で快適な時間を過ごすための受入環境整備

市内周遊やリピーター獲得に向けては、本市で快適な時間を過ごしてもらい、“旅中”では滞在時間延伸と消費、“旅後”では好意的な情報の発信を来訪者に期待したい。また、そもそも“旅前”の情報収集等の段階も含めて、来訪者の情報アクセスも適切に行う必要がある。

一方で、市内の案内や情報アクセスについては、分かりやすいチラシやホームページ等があるものの、更なる利便性向上に向けて改善の余地がある。本市の魅力（文化、自然等）をより知ってもらうための工夫等（ガイド強化等も含めて）、来訪者の受入環境の強化が求められる。

カ 持続性ある観光振興に向けた取組

観光振興が一過性のものとならないよう、現在取り組んでいる DMO 整備等も含めて、市内に観光振興に関する仕組みや機能が持続するよう検討が求められる。また、観光サービスの基となる地域資源についても、適切に保全し、次の世代に引き継ぐ必要もあるため、そうした保全（まちまもり）についても、あわせて考慮することが求められる。

第3 観光振興に向けた基本方針

1. 観光振興に関する基本理念

稼げる観光の実現に向けて、次の基本理念のもと、観光振興に取り組む。

大切な人と楽しい宇城。

宇城市の人々、美しい自然や豊かな食資源、輝く文化、そして世界文化遺産。

本市が有する豊かな宝を、多様な協働・交流の力によって磨き上げ、新たな付加価値を加えることで、宇城市で過ごす楽しい（たのしい）時間を観光サービスの提供価値とする。

取組に当たっては、「大切な人と楽しい宇城。」を合言葉に、来訪者（顧客）に楽しさを感じる時間を過ごしてもらい、また、大切な人とその楽しさを分かち合いたい、教えたいと感じてもらえることを目指す。また、宇城市の「楽しい」の構成要素を「遊ぶ」「学ぶ」「味わう」「癒される」と定義し、宇城市の地域の宝を生かして、創意工夫で観光サービス化に挑戦する。

そうして、愛され、選ばれる観光都市（まち）となり、継続的な来訪者の獲得と地域消費を結びつけることで、観光振興による地域経済効果の享受や域内経済循環の強化を図り、稼げる観光を実現する。

また、これまで本市が大切にしてきた「人のつながり」を更に発展させ、観光振興に関する連携推進体制を整備し、それを軸に地域のチャンレジを後押しし、伴走することで、観光振興の着実な実行と地域の稼ぐ力の継続的な向上を図る。

これらの取組の中で磨かれた本市の魅力を戦略的に発信し、国内外に宇城市のファンを増やすことで、交流人口の更なる増加に継続して取り組む。くわえて、観光振興による各種取組を通して、本市が受け継いできた様々な宝（自然、文化、人）を次世代に大切につなげ、持続性ある取組とする。

【補足説明】

- ・ 『楽しい（たのしい）』の意味、解説（出所：松村明編「大辞林」第三版〔発行者 株式会社三省堂〕）
 - ア 心が満ち足りて、うきうきするような明るく愉快的気分である。
 - イ 食物などが十分にあって快い。
 - ウ 富んでいる。豊かである。
- ・ 『楽しい』を具現化する宇城市観光サービスの構成要素
 - ア 『遊ぶ』：人間だけが有する機能、コト消費の本質といえる。
 - イ 『学ぶ』：世界文化遺産、受け継がれた文化を有する、また、交流を大切にしてきた、つまり、互いに学びあってきた風土がある。
 - ウ 『味わう』：食は誘客の大きな訴求ポイントである。また、豊かな産品を食というコト消費に繋げて経済効果にもつなげる。
 - エ 『癒される』：宇城市の来訪者から評価されている癒しの景観、そして、宇城市で過ごすことで得られる癒し。この癒しを観光における提供価値として幅広く共有する。

2. 目標

本戦略の実現と着実な成果創出に向けて、取組を計画的に実施するため、次の指標及び目標値を掲げ、適切に進捗管理を行うこととする。

進捗管理に当たっては、指標項目のデータを毎年収集し、達成に向けた取組のチェックと改善を行うことで、着実な成果創出に取り組む。なお、熊本県観光統計調査のデータを活用することを基本とし、不足するものについては、独自のアンケート調査等を行う。

No	指標項目	基準値 (2017 年)	目標値 (2023 年)
1	観光入込客数	1,932 千人	2,125 千人
2	旅行消費額	5,104 百万円	5,615 百万円
3	認知・印象	－	「知っている」：90%以上 「好印象」：90%以上 「他者に勧めたい」：90%以上
4	生涯来訪回数	－	「5 回以上」：50%以上
5	市内チャレンジ件数（累計）	－	100 件以上
6	主要物産施設の合計売上金額	2,127 百万円	2,339 百万円

《補足説明》

ア 認知・印象

独自のアンケート調査によって情報を収集する予定である。

イ 生涯来訪回数

来訪者を本市の観光サービスの顧客と位置づけ、その生涯来訪回数を指標とする。

顧客の生涯において様々な局面において来訪し満足いただけるようなまちを目指すため、設定するのである。

ウ 市内チャレンジ件数

市内で、観光に関連する新たな取組件数を指す。庁内の商工及び観光部署が把握する地域活動等の件数をもって、当該件数とする。

エ 主要物産施設の合計売上金額

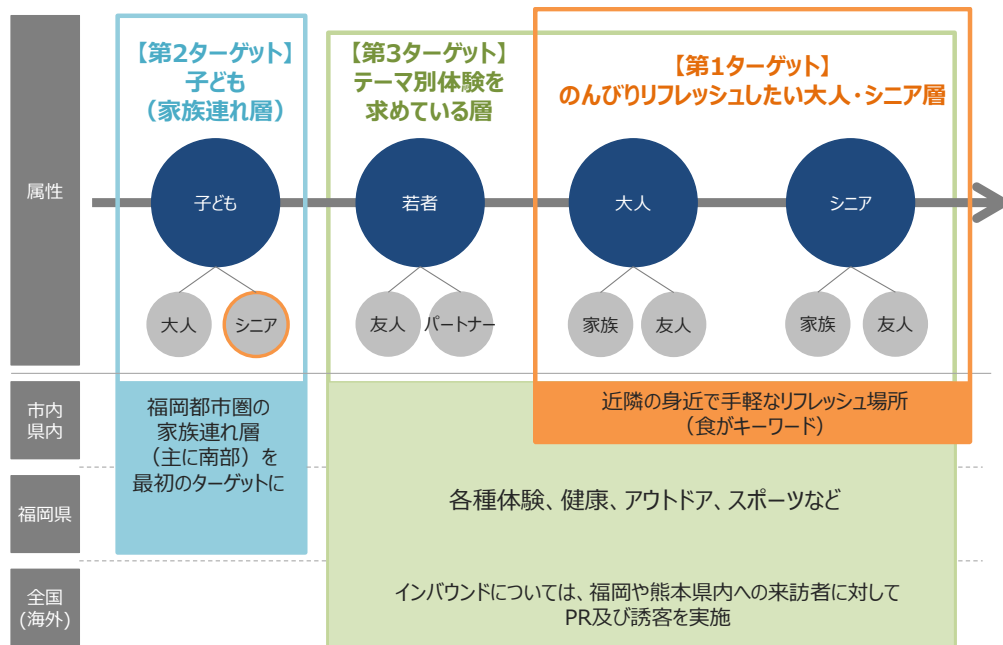
市内に存在する次の施設の年間売上の合計とする。稼げる観光に向けて、物産売上をモニタリングすることで、成果を把握する。

- ・ アグリパーク豊野
- ・ 宇城彩館（道の駅うき）
- ・ サンサンうきっ子みすみ
- ・ 三角西港
- ・ 不知火温泉（道の駅不知火）

3. 優先ターゲット

本戦略による優先ターゲットを次のとおり設定する。なお、生涯に渡って来訪契機を創出できるよう、次の概念図のとおりに、来訪者の一生を横軸に取って整理をした。

【図表：優先ターゲットに関する概念図】



第1ターゲット：のんびりリフレッシュしたい大人、シニア層

- 現状、最も来訪のある大人、シニア層を引き続き重要な優先ターゲットとする。とりわけ、手軽にアクセス可能な日帰り圏内かつ1時間程度で来訪可能な県内地域を狙う。

第2ターゲット：子ども（及び家族連れ層）

- 大人、シニア層を重要な優先ターゲットとしながら、更なる成長を目指すため、子どもを追加の優先ターゲットとし、各種取組を推進する（具体的な施策等については基本施策参照）。
- 子どもと合わせて家族（親、祖父母等）も来訪してもらうことを期待し、入込客増と消費拡大を目指す。また、子どもをターゲットとすることで、生涯に渡って宇城ファンとなってもらうスタートとしたい。
- 家族が「子ども（大切な人）を連れて行きたい」と思うような観光体験コンテンツ、リピートしてもらえるような仕掛けづくりも重要となる。
- 日帰り圏内である熊本県内、及び、ニューファミリー層の来訪獲得が期待できる福岡都市圏（とりわけ、南部）を優先ターゲットとする。

第3ターゲット：テーマ別体験を求めている層

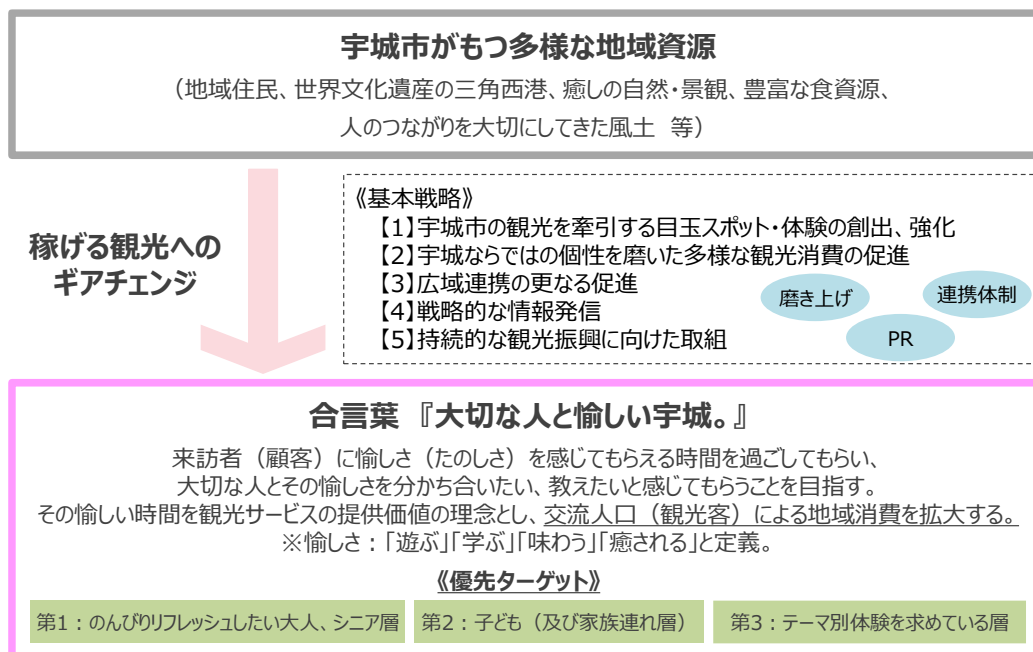
- くわえて、地域資源を生かした体験型観光の振興を図るため、テーマ別観光を軸として、幅広い地域からの来訪を目指す。
- インバウンド観光客については、福岡市や熊本市等への来訪者に対して、「足を伸ばす先」として取り込めるよう、体験コンテンツ個別での展開を図る。

4. 基本戦略

(1) 戦略全体の概要

これまでの内容を踏まえ、基本理念の実現に向けて本市が取り組む観光振興に関する基本戦略項目を次のとおり整理した。また、基本方針の全体概念図は次のとおりである（図表：基本方針全体概念図参照）。

【図表：基本方針全体概念図】



基本戦略 1：宇城市の観光を牽引する目玉スポット・体験の創出、強化

世界遺産である三角西港や三角東港、美しい白壁づくりが魅力の松合地区、2つの道の駅など、一定の誘客と魅力を有する地域資源について、更なる磨き上げや魅力付加を行うことで、域外からの認知と満足度の高い本市の目玉スポットとなるよう推進し、更なる誘客と持続性、市内周遊等への波及につなげる。また、観光ニーズの高い“食”体験の強化も図り、更なる来訪と消費拡大を目指す。

基本戦略 2：宇城ならではの個性を磨いた多様な観光消費の促進

癒しの自然・景観、豊かな食資源、受け継いできた文化等、様々な地域資源があるものの、十分に活かされていない。これらの地域資源の掘り起しと観光サービス化の振興、宿泊機能強化、受入環境の整備等に積極的に取り組む。

基本戦略 3：広域連携の更なる促進

九州を代表する観光地である天草地域、自然資源で知名度の高い美里町等の近接地域と連携事業に取り組んできた。今後も、そうした広域連携を重要視し、連携による新たな魅力創出と誘客を目指す。

基本戦略 4：戦略的な情報発信

観光やお出かけ等の対象地としての知名度は高いとはいえ、更なる誘客に向けて、積極的な PR 等を行う。

基本戦略 5：持続的な観光振興に向けた取組

地域が主体となった観光振興が稼げる観光のゴールである。そのため、地域の担い手の増加、サポート体制、観光振興戦略を推進する組織体制を整備することで、持続性ある取組を目指す。また、観光サービスの源泉となる地域資源を保全し、次の世代に適切に渡すためにも、環境保全の視点も踏まえて、本戦略を推進する。

(2) 施策体系

前述の基本戦略（重点領域）に基づく基本施策の体系は次のとおりである。

基本戦略 1：宇城市の観光を牽引する目玉スポット・体験の創出、強化	
1	三角西港及び東港の魅力強化
2	松合白壁づくりを軸にした魅力強化
3	“食”体験の強化と消費機会の促進
4	主要 4 施設の更なる誘客促進と市内周遊
基本戦略 2：宇城ならではの個性を磨いた多様な観光消費の促進	
5	地域資源を生かした新たなツーリズムの促進
6	受入環境の整備
基本戦略 3：広域連携の更なる促進	
7	広域連携の更なる促進
基本戦略 4：戦略的な情報発信	
8	戦略的な情報発信
基本戦略 5：持続的な観光振興に向けた取組	
9	地域が主役となる観光振興の仕組みづくり
10	地域資源保全等の持続性ある取組

(3) 基本戦略及び施策の展開の方向

本市が取り組む観光振興に関する基本戦略項目について、その内容は次のとおりである。

基本戦略 1：宇城市の観光を牽引する目玉スポット・体験の強化

【展開の方向】

他地域においても、様々な観光振興の取組が行われ、かつ、観光ニーズが多様化している現況においては、域外から十分な認知を受け、競争力のある誘客材料（観光スポット、観光体験）の存在は、持続性ある稼げる観光に向けては重要である。

本市には、世界遺産である三角西港や三角東港、美しい白壁づくりが魅力の松合地区、2つの道の駅など、一定の誘客と魅力を有する地域資源が多数存在するものの、知名度や魅力において成長余地は高いと考えられる。それらの地域資源について、更なる磨き上げや魅力付加を行い、域外からの認知と満足度を獲得できるような目玉スポットにすることで、誘客の維持向上と持続性、市内周遊等への波及につなげる。特に重点的に磨き上げを行う対象として、三角西港及び東港のエリア、松合地区とする。

また、本市の主要な 4 施設（本市の観光入込客数の 80%を占める施設）のうち、三角西港以外の 3 施設についても、更なる誘客に取り組む。そうした観光誘客の目玉スポットを基点として、本市の他の魅力も知ってもらい、市内周遊を図ることで、相乗効果を促進する。

強化に当たっては、各施設や体験等を生かしながら、本市の「楽しい」観光の構成要素とした「遊ぶ」「学ぶ」「味わう」「癒される」を子どもからシニア層まで、より感じることができるものとする。とりわけ、観光ニーズにおいては、“食”体験は根強い人気があり、大きな訴求ポイントとなる。地域消費にもつなげやすいため、“食”体験の強化も図り、更なる来訪と消費拡大を目指す。また、優先ターゲットも踏まえて、とりわけ、子ども向けに教育体験、遊び等の提供に注力し、独自の魅力強化に取り組むことで、現状のシニア層以外の取り込みを図る。

【施策方針】

基本戦略 1	施策 1	三角西港及び東港の魅力強化
--------	------	---------------

- 目玉スポットとして、三角西港及び三角東港について、相乗効果を最終的に創出できるような形で磨き上げ、新たな付加価値の追加に取り組む。現状多数来訪のあるシニア層についても、更なるリピーターとなってもらえるよう取り組み、くわえて、天草地域への来訪者（家族層など）の取り込みも踏まえて、子どもに訴求のある体験メニュー組成に向けて検討する。
- 三角西港の魅力強化に当たっては、JAL との連携により取組予定である「観光拠点の開発支援（三角西港エリア等の施設の有効活用策を協力して検討）」なども踏まえて推進する。また、子どもをメインターゲットとして、三角西港を教育施設に見立て、「三角サンカクキャンパス」事業を企画案とし、実現性等を検討する。その取組例として、子どもをターゲットした創造性育成ワークショップ（レゴブロックや廃材を使ったワークショップの実施、トレーナーも地域で育成等）、職業学習・体験イベントなどを行う。また、市内のフルーツを使ったソフトクリームの開発と販売、柑橘等を使ったスムージー等の健康促進食の開発と販売等も行い、子ども及び家族で楽しめる体験コンテンツの組成について、地域との連携の中で検討し、推進する。
- 三角東港の魅力強化に当たっては、釣り客が多数存在すること、芝生広場の存在、豊富な食材、JR 三角駅等も踏まえて、鉄道会社との連携可能性の検討、家族向けレジャー等を視野に入れた体験メニュー組成を検討する。また、「カキ小屋」（カキ以外の海鮮や肉等も可能な BBQ）の実施、海のピラミッドの図書館化やカフェ化、フィッシング（釣り）を軸にした誘客（グランピング、高級釣具店の誘致と新製品のテストマーケティング場所としての提供等）、地域住民や事業者による軽トラ市とフードトラックの促進等が取組アイデアとして考えられ、地域との連携の中で実現可能性等含めて検討する。

基本戦略 1	施策 2	松合白壁づくりを軸にした魅力強化
--------	------	------------------

- 美しい白壁づくりが魅力の松合地区についても、一般社団法人ノオトとの連携による古民家再生事業等を軸に磨き上げ、新たな付加価値の追加に取り組む。
- セリ市や農園、26 年続く朝市など、松合地区ならではの地域資源を活用し、体験メニューの強化、更なる交流促進や消費拡大に取り組む。既存施設を加工場やチャレンジショップとして活用すること、地域住民の活躍による街並ガイドの育成（歴史・風土の継承にもつながる）、食体験の磨き上げ等が取組アイデアとして考えられ、地域との連携の中で実現可能性等含めて検討する。

基本戦略 1	施策 3	“食”体験の強化と消費機会の促進
--------	------	------------------

- 地域産品を活用した 6 次化や特産品開発等の磨き上げへの取組など、商工連携のもと推進する。特産品開発や販路拡大については、本市が並行して進めている地域商社事業、JAL との連携による「宇城市ブランド」醸成等の取組などを含めて展開を図る。また、幅広い層に知ってもらうためのイベントや情報発信についても積極的に取り組む。

- “食”体験の強化においては、担い手の増加が重要であることから、飲食事業者の育成サポート等を商工連携のもと推進する。地域の様々な住民や事業者が来訪者等の交流人口を消費機会と捉えてチャレンジできる場の創出も行う。
- 店舗や商品等のデザインの洗練化の支援、クラウドファンディング等を活用したテストマーケティングや商品開発の支援、軽トラ市の開催、インターネット経由での宅配（例：三角東港の芝生広場に宅配するなど）等、地域住民や事業者が手軽に参画できるような仕組みを検討する。

基本戦略 1	施策 4	促進主要 4 施設の更なる誘客促進と市内周遊
--------	------	------------------------

- 本市の主要な 4 施設（本市の観光入込客数の 80%を占める施設である「三角西港」、「宇城彩館（道の駅うき）」、「道の駅不知火」、「アグリパーク豊野」）について、有している個性や魅力を更に磨き上げ情報発信することで、強い誘客施設をより強くし、域外からの更なる誘客促進及び宇城の認知度向上を図る。
- 三角西港の磨き上げについては、「施策 1 三角西港及び東港の魅力強化」を参照。他の 3 施設については、各施設が持つ魅力を活かしながら、本市の「楽しい」観光の構成要素とした「遊ぶ」「学ぶ」「味わう」「癒される」を子どもからシニア層まで感じることができる取組の検討を、地域連携のもと検討を開始する。また、優先ターゲットを踏まえた情報発信も積極的に行う。
- 道の駅については、遠方からの来訪も多数あることから、市内周遊の促進に注力する。

基本戦略 2 ： 宇城ならではの個性を磨いた多様な観光消費の促進

【展開の方向】

癒しの自然・景観、豊かな食資源、受け継いできた文化等、様々な地域資源があるものの、十分に活かされていない。これらの地域資源の掘り起しと観光サービス化の振興、宿泊機能強化、受入環境の整備等に積極的に取り組む。

本市には、地域でチャンレジする多様な人、癒しの自然・景観、豊かな食資源、受け継いできた文化、スポーツ施設等の地域資源が存在するものの、交流人口による地域消費に向けては、誘客及び体験コンテンツの組成に課題がある。これらの地域資源について、地域資源の掘り起し、観光サービス化に向けた体験コンテンツ等による新たな楽しみ方の検討等を推進し、地域が主体となって実行することで、わざわざ行きたくなるような“個性”を付加し、更なる誘客獲得を目指す。

個性の強化に当たっては、個別テーマでの観光スタイルを基調とし、本市の「楽しい」観光の構成要素とした「遊ぶ」「学ぶ」「味わう」「癒される」を感じることができるものとする。また、来訪者が、自身の大切な人に本市での体験を語りたい、本市に連れて行きたいと感じてもらえる観光サービス提供をゴールとする。そうすることで、本市のファンを増やし続け、新規来訪者やリピーターを継続獲得する。

また、本市がこれまで課題としてきた宿泊機能の拡充に取り組むことで、更なる観光消費の促進を目指す。

【施策方針】

基本戦略 2	施策 5	地域資源を生かした新たなツーリズムの促進
--------	------	----------------------

- 本市の自然と食を生かし、健康と運動に軸を置いたヘルスツーリズム、スポーツ施設やイベント等を生かしたスポーツツーリズム、自然（山、棚田、海岸）や様々なオープンスペースを活用したグランピングや野外

飲食によるアウトドアツーリズム、トレッキングツーリズム、農業や漁業等のプロセスを体験コンテンツ化したツーリズム、これまで受け継いできた文化や暮らしに触れる旅等、地域と連携協働のうえ推進する。

- 来訪者が宇城ファンとして、生涯に渡って、本市に様々な局面で大切な人（子ども、パートナー、家族、自分自身）と来訪してもらえるよう、アニバーサリー（記念日）や癒しの側面を強調した取組等を検討し推進する。
- 本市の地域資源を活用した取組アイデアは次のとおり考えられ、地域との連携の中で実現可能性等含めて検討する。
 - ・ スポーツ施設やイベント等を生かしたスポーツツーリズム（県体、ラグビーワールドカップ、女子ハンドボール世界選手権大会など）
 - ・ 運動（サイクリング、ジョギング、ウォーキング）と食を楽しめるスポーツイベントの実施
 - ・ 自然と食を生かし、健康と運動に軸を置いたヘルス／ウェルネスツーリズム
 - ・ 医療機関や健保組合と連携した健康診断旅行、リフレッシュ旅行（企業旅行ニーズの取り込み）
 - ・ 自然（山、棚田、海岸）を生かし、三角西港や東港等の様々なオープンスペースを活用したグランピングや野外飲食によるアウトドアツーリズム
 - ・ そこでしか見ることができない宇城の景観（棚田、夕陽等）をまち歩きで見て、地域の食を味わうツーリズム
 - ・ トレッキング、サイクリング、フットパスの強化（道の駅やその他拠点を基点にするなど）
 - ・ 農業や漁業等のプロセスを体験コンテンツ化したツーリズム（漁師 1 週間体験ツアー等）
 - ・ これまで受け継いできた文化や暮らしに触れる旅等
 - ・ 高齢の方向けに、介護士の付帯サービスを行う介護付きツアー 等

基本戦略 2	施策 6	受入環境の整備
--------	------	---------

- 来訪者が本市で過ごす時間を快適にし、愉しさを感じてもらえるよう、案内版や IT を活用した情報アクセスや休憩、通信環境等に関する環境整備を行う。また、市内の様々な地域で、その地域を知ることができる観光ガイドの育成、その地域のファンを増やすうえで効果的と想定される「地域との触れ合い」を増加させるような仕掛け等、地域と連携協働のうえ推進する。くわえて、こうした環境改善については、地域の声をうまく拾い上げ、観光まちづくりに活かすことも重要であり、そうした機能を DMO 等の機能実現の中で検討する。
- また、宿泊機能の拡充に取り組む。なお、宿泊機能の拡充に当たっては、古民家等を活用した宿泊、民泊、オープンスペースでのグランピング等の宿泊等、地域資源を活用した方策及びホテル事業者の誘致等について、その実現可能性等を地域との対話や域内外の企業連携等を踏まえて検討する。なお、「施策 2 松合白壁づくりを軸にした魅力強化」における一般社団法人ノオトとの連携による古民家再生事業、市内で古民家再生と宿泊を行っている事業者のノウハウ等の横展開を軸に、市内の担い手増加や情報発信による誘客増加等を推進する。

基本戦略 3 ： 広域連携の更なる促進

【展開の方向】

九州を代表する観光地である天草地域、自然資源で知名度の高い美里町等の近接地域と、本市はこれまで観光に関する広域連携事業に取り組んできた。今後も、そうした広域連携を重要視し、広域的な魅力や個性の創出、磨き上げによって、誘客と地域消費の増加を目指す。

【施策方針】

基本戦略 3	施策 7	広域連携の更なる促進
--------	------	------------

- 「天草・宇土半島地域広域連携事業実行委員会」による広域連携を継続し、積極的に推進する。とりわけ、熊本都市圏、福岡都市圏からの誘客の拡大を検討し推進する。
- 「明治日本の産業革命遺産」について、他構成遺産保有地域との更なる連携を検討する。
- 他地域についても、連携に関する取組アイデアとして次のとおり考えられ、地域資源の補完や相乗効果を踏まえた広域的な魅力を打ち出す企画や連携可能性を検討する。
 - ・ 天草地域との連携により、子どもの遊ぶ場所・体験の提供（天草は子どもが遊ぶ場所が少ないとの声あり）
 - ・ 八代湾 1 周を活用したスポーツツーリズムの組成（サイクリング、マラソン、ジョギング、ロングトレイル等）
 - ・ 美里町との連携により、自然体験を生かしたコンテンツ組成（森の冒険、自然アクティビティ、子ども向けの自然の中で生命力や判断力を養うような体験等）
 - ・ 宇土半島連携により、ドライブ、トレッキング、フットパス、食とジョギング・マラソン・サイクリングを楽しむ連携イベント等の実施

基本戦略 4 ： 戦略的な情報発信

【展開の方向】

観光やお出かけ等の対象地としての知名度は高いとはいえず、更なる誘客に向けて、積極的な PR 等を行う。

各施設・賑わい拠点、テーマ別の観光サービスのターゲットを整理したうえで、国内の日帰り圏内居住者や本市の通過者向けに、戦略的な PR を行う。

また、市内周遊強化を目指し、来訪者が情報を得やすくなるような工夫、誘客の多い施設での情報発信等に取り組む。

【施策方針】

基本戦略 4	施策 8	戦略的な情報発信
--------	------	----------

- 各施設・賑わい拠点、テーマ別の観光サービスのターゲットを整理したうえで、PR 活動を行う。熊本市や福岡都市圏、大規模商業施設等で、イベントを行うなど、市自体の認知向上にも取り組む（例：福岡都市圏の家族層で賑わう、都市圏南部のショッピングモール等で PR イベントを開催するなど）。また、旅前、旅中での来訪者への情報提供を地域連携のもと組織的に行い、旅後については、来訪者自身が発信者となってもらえるよう、発信しやすい場所や景観等の提案を来訪者に行う（例えば、Instagram 映えスポットリストなど）。
- 情報発信ツールとして、ターゲットを意識した観光マップの作成を検討する（例：高齢者層向けの字の大きなマップ、若者向けの IT 活用によるマップ、子ども向けの分かりやすいマップなど）。また、雑誌や様々な Web サイトへの掲載、SNS 活用、観光大使の VTuber¹⁴活用、独自の動画チャンネルの構築等、IT 活用による取組を検討し推進する。QR コードを活用した情報案内等は IT を活用した案内板の取組アイデアとして考えられる。さらに、インバウンド観光客も情報を入手しやすいように、パンフレットや観光マップ、Web サイトの多言語化も更に推進する。
- 地域からも情報発信できるような仕組み、ドラマロケの誘致等、話題性のある PR につながるような取組

¹⁴ VTuber: 動画サイト「YouTube」のユーチューバーとして動画配信・投稿を行う 3DCG などのキャラクターのこと。

についても検討する。また、来訪者にとって、ゲーム性の高い情報発信（例：GPS を活用し、ランダムに変わる某場所でのみ得られるクーポン、地図の中に地点とそこで感じる感情のみ記載したマップを作成する等）についても、愉しさを演出する環境整備や情報発信の一環として検討する。

- 広域連携の促進に向けた、天草・宇土半島地域連携による情報発信も継続して取り組む。
- 個別テーマの観光サービスについては、テーマ固有のファン層に個別アプローチを行う。例えば、ヘルスツーリズムの場合は、健保組合との連携や高齢者交流施設での PR 等も考えられる。
- また、JAL との連携の中で予定している、機内誌「SKYWARD」や会員誌「AGORA」等への地域紹介記事の掲載等も効果的に活用する。

基本戦略 5：持続的な観光振興に向けた取組

【展開の方向】

地域が主体となった観光振興が稼げる観光のゴールである。そのため、観光関連の様々な事業（食、アクティビティ、宿泊等）について、チャレンジする住民や事業者の育成を促進する。地域の担い手の増加、サポート体制、観光振興戦略を推進する組織体制を整備することで、持続性ある取組を目指す。また、観光サービスの源泉となる地域資源を保全し、次の世代に適切に渡すためにも、環境保全の視点も踏まえて、本戦略を推進する。

- アイデア段階の練り上げ、事業化の伴走、連携協働先とのマッチングなど、域内外のコラボレーション促進を図る中間支援組織も必要と考えられ、在り方を検討し、推進する。現時点では、DMO 機能への取り込みが候補として考えられる。
- 本市が受け継いだ様々な地域資源を活用し観光振興施策に取り組むこととなるが、そうした地域資源を次世代に渡すための保全活動の推進、環境に配慮した適切な観光振興を意識するなど、SDGs の考え方を踏まえた、観光振興に取り組む。
- SDGs の観光による実践に当たっては、これまで受け継いできた地域の文化や暮らし、世界文化遺産等を生かした SDGs を視点とした教育旅行等も企画し、推進する。

【施策方針】

基本戦略 5	施策 9	地域が主役となる観光振興の仕組みづくり
--------	------	---------------------

- 観光関連の様々な事業（食、アクティビティ、宿泊等）について、チャレンジする住民や事業者の育成を促進する。地域の気運醸成に向けて、セミナー開催や地域での対話連携組織の形成、観光関連の地域人材の育成の一環として、行政プロジェクト（外部有識者が関与する事業等）への体験参画等も検討し、推進する。
- アイデア段階の練り上げ、事業化の伴走、連携協働先とのマッチングなど、域内外のコラボレーション促進を図る連携推進組織も必要と考えられ、DMO 機能への取り込みも含めて、その在り方を検討し、推進する。

基本戦略 5	施策 10	地域資源保全等の持続性ある取組
--------	-------	-----------------

- 本市が受け継いだ様々な地域資源を活用し観光振興施策に取り組むこととなるが、そうした地域資源を次世代に渡すための保全活動の推進、環境に配慮した適切な観光振興を意識するなど、SDGs の

考え方を踏まえた、観光振興に取り組む。

- SDGs の観光による実践に当たっては、これまで受け継いできた地域の文化や暮らし、世界文化遺産等を生かした SDGs を視点とした教育旅行等も企画し、推進する。
- 取組アイデアとして、SDGs に関する気運醸成活動、SDGs を軸にした教育旅行の実施（例：これまで受け継いできた地域の文化や暮らし、世界文化遺産等の保全活動の体験参加、地域の生業の体験参加、地域ならではの料理を食べ、民泊を主体とし宇城の暮らしを感じてもらうなど）、地域の教育の一環として、地元学やどう地域を保全してきたのかを学んでもらい、実際にガイドとしても活躍してもらうこと（例：子どもガイド、地域観光ガイドなど）、等が考えられる。

5. 観光振興の推進体制

基本戦略及び基本施策の実現に当たり、観光振興の推進体制に期待する機能は次のとおりである。

(1) 戦略の推進体制、進捗確認等

本戦略に基づく取組は、行政だけで進められるものではなく、また、稼げる観光の真の達成に向けては地域が主体となった取組を推進することが不可欠である。更に、これまでと異なる考え方、取組にチャレンジする必要があることから、地域、観光関連事業者、関係団体、行政が、それぞれの立場でできることを積極的に取り組むとともに、域内外のノウハウ等もうまく取り入れ、連携協働と共創によって推進することが重要となる。

また、本戦略の具体的な実行に当たっては、時流等に合わせた適切な検討も随時必要であり、また、他事例等を学んで、必要に応じて真似ることも効率的であることから、内外のノウハウ保有者とのコラボレーションの促進も望まれる。

そうした適切な推進に向けて、地域事業者や団体、行政、専門家等による「観光戦略推進協議会」を組成し、PDCA サイクルによる進捗確認、連携協働の対話、アイデア共創の場とする。なお、進捗については、2 年目以降に最低年次にて公表する。

(2) 連携推進組織

会議体だけでは、実行に関する部分で手詰まりが生じる。そのため、これまで議論し組成に取り組んでいる DMO を母体として、次の機能の付加を検討する。なお、実現に当たっては、DMO だけではなく、その他の組織（地域商社機能）による機能具現化も考えられる。

- ・ マーケティング分析等による地域リーディングプロジェクトの立案、地域へのフィードバックや情報提供
- ・ 地域の担い手、事業者等の新たなチャレンジに対して、アイデア段階、事業化段階等での検討サポート、連携協働先のマッチング、コラボレーション促進
- ・ 市全体の観光関連情報に関する PR 戦略立案実効、タイムリーな情報発信
- ・ デザインの洗練化の支援
- ・ 観光まちづくりに関する地域との対話、合意形成、及び、市への提言

また、連携推進組織については、法人化を行うことで、取組を加速化させる。

6. 取組ロードマップ

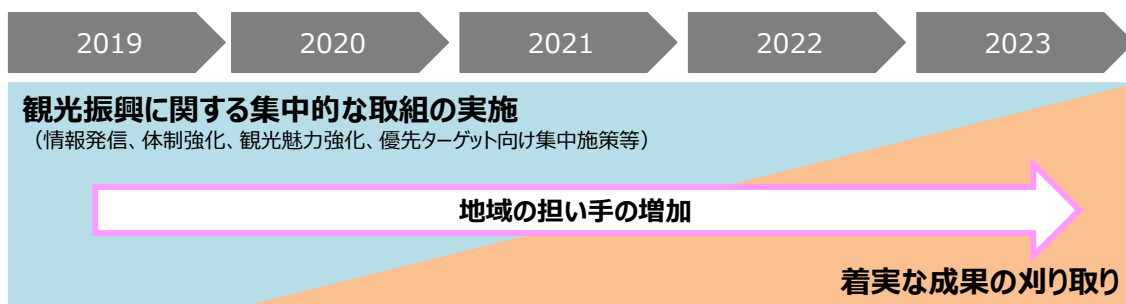
(1) 全体ロードマップ

本戦略の実行に当たっては、着実な成果の刈り取りに向けて、対象期間の前半は環境整備やコンテンツ強化、体制強化等を図り、後半に成果創出を実現できるよう取り組む（図表：全体ロードマップ概念図参照）。

初年度（2019 年度）においては、現在進めている各種事業（地域発案によるサンカクドライブキャンペーン、JAL との連携、松合地区の古民家再生、広域連携等）を着実に推進しながら、観光振興に関する推進体制の強化、更なる観光コンテンツの磨き上げや創出に向けて、集中的に取り組む。

また、稼げる観光の中核となる観光関連産業の担い手の増加についても、庁内各部署、地域等と連携し、推進する。

【図表：全体ロードマップ概念図】



(2) 基本戦略に関する取組ロードマップ（案）

全体ロードマップを踏まえて、各基本戦略について想定する取組ロードマップは次のとおりである（図表：基本戦略に関する取組ロードマップ参照）。

項目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
観光振興に関する集中的な取組の実施					
着実な成果の刈り取り					
基本戦略1：宇城市の観光を牽引する目玉スポット・体験の創出、強化					
《施策1》 三角西港及び東港の魅力強化	事業化に向けた協議 (地域連携、予算化等)	事業化準備 環境整備	段階的实施(一部試行実施、継続したブラッシュアップ)		
	JAL連携事業の 協議、準備	事業の段階的開始(一部試行実施、継続したブラッシュアップ)			
《施策2》 松合白壁づくりを軸にした魅力強化	体験型コンテンツによる交 流促進(地域連携、育成等)	交流促進(移住者も含めた受入体制の更なる強化、情報発信)			
	既存施設活用(チャレンジ ショップ等)	古民家改修による更なる賑わい強化 ガイド等の育成			
《施策3》 ”食”体験の強化と消費機会の促進	事業化に向けた協議 (地域連携、予算化、 育成プログラムの検討等)	事業化準備 段階的实施(一部試行実施、継続したブラッシュアップ)			
	地域商社事業との連携促進				
《施策4》 主要4施設の更なる誘客促進と市内 周遊	事業化に向けた協議 (地域連携予算化等)	事業化準備 段階的实施(一部試行実施、継続したブラッシュアップ)			
	可能なものから協働連携開始(イベント、PR等)				

【図表：基本戦略に関する取組ロードマップ（1/2）】

項目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
観光振興に関する集中的な取組の実施 着実な成果の刈り取り					
基本戦略2：宇域ならではの個性を磨いた多様な観光消費の促進					
《施策5》 地域資源を生かした新たなツアーサービスの促進	事業化に向けた協議 (地域連携、予算化、 企業との連携模索等)	事業化準備 (連携事業準備、 地域へのサポート等)	段階的实施(連携事業、地域サポート)		
	可能なものから試行事業実施(イベント等)				
《施策6》 受入環境の整備	宿泊機能拡充に関する 協議	事業化準備	段階的实施(一部試行実施、継続したオンラインアップ)		
	ガイド育成等の取組、継続した環境改善(地域の声を拾う仕組みなど)				
基本戦略3：広域連携の更なる促進					
《施策7》 広域連携の更なる促進	サンカクドライブイベントの実施				
	天草・宇土半島広域連携事業実行委員会による継続連携				
	連携事業の検討、対話	事業化準備			
	可能なものから随時実施				
基本戦略4：戦略的な情報発信					
《施策8》 戦略的な情報発信	観光マップ等の リニューアル	環境整備 (IT活用等含めて)			
	情報発信に関する 体制等の詳細検討	可能なものから随時実施			
基本戦略5：持続的な観光振興に向けた取組					
《施策9》 地域が主役となる観光振興の仕組みづくり	観光連携推進組織の 法人化	(必要に応じて)人材や機能の拡充			
	観光連携推進組織の 機能強化の協議				
	(商工連携等による)地域のチャレンジを応援する仕組み検討、構築				
《施策10》 地域資源保全等の持続性ある取組	SDGs関連の取組に関 する協議 (地域連携、予算化等)	事業化準備	段階的实施(一部試行実施、継続したオンラインアップ)		

【図表：基本戦略に関する取組ロードマップ（2/2）】



熊本県 宇^う城^き市

宇城市企画部まちづくり観光課

〒869-0592 熊本県宇城市松橋町大野 85
TEL 0964-32-1111 FAX 0964-32-0110
<http://www.city.uki.kumamoto.jp/>