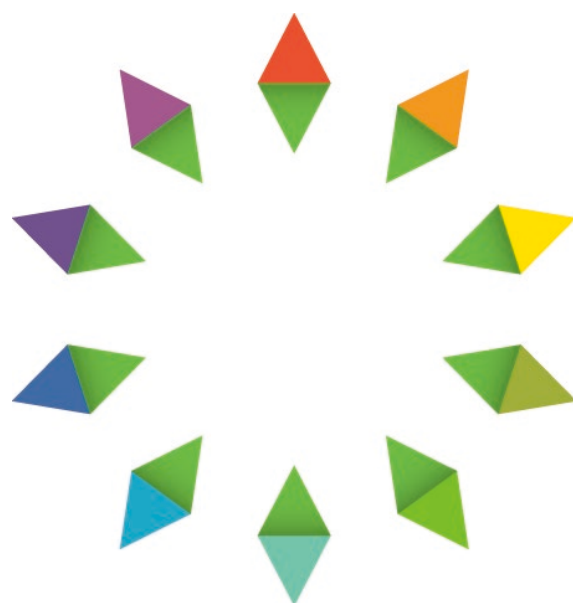


阿蘇くじゅう観光圏整備計画

令和5年度～令和9年度



ASO Caldera volcano

Grassland Crown filled with soul

令和5年3月

熊本県阿蘇市、阿蘇郡南小国町・小国町・産山村・高森町・南阿蘇村・西原村、
上益城郡山都町、大分県竹田市、宮崎県西臼杵郡高千穂町

目次

| | |
|---|----|
| 1. 計画策定の経緯と目的 | 1 |
| 2. 観光地域づくりの現状と課題 | |
| (1) 観光圏を取り巻く状況の変化 | 2 |
| (2) 前期計画に基づく事業の取組み状況 | 3 |
| (3) KPI の達成状況 | 10 |
| (4) 来訪者の状況 | 12 |
| (5) 阿蘇くじゅう観光圏を取り巻く観光の動向 | 15 |
| (6) 上位・関連計画 | 16 |
| ①上位計画 | |
| ②各市町村の観光の方向性 | |
| ③関連計画 | |
| (7) 課題把握 | 24 |
| 3. 基本的事項 | |
| (1) 観光圏の区域 | 25 |
| ①区域の地理的範囲、観光圏を構成する都道府県及び市町村名 | |
| ②設定理由 | |
| ③エリア毎の観光の概要 | |
| (2) 滞在促進地区の区域 | 37 |
| ①滞在促進地区 | |
| ②交流地区 | |
| 4. 観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本的な方針 | |
| (1) 地域に根差した固有の魅力 | 41 |
| (2) ブランドコンセプト | 42 |
| (3) 基本方針 | 43 |
| ①基本理念 | |
| ②基本方針 | |
| (4) ターゲットの設定 | 45 |
| 5. 観光圏整備事業 | |
| (1) 整備事業の概要 | 48 |
| (2) 計画期間等 | 53 |
| (3) 観光圏整備事業の実施体制 | 54 |
| (4) 観光圏整備計画の目標 (KPI) | 55 |
| (5) 住民その他の利害関係者の意見を反映させるための措置及び反映内容 | 59 |
| (6) 地域住民の観光地域づくりに対する意識啓発と参加促進を目指すための取組み | 61 |
| 6. 協議会に関する資料等 | 62 |

1. 計画策定の経緯と目的

阿蘇くじゅう観光圏は、数十万年にわたる火山活動で作り出された世界有数の巨大なカルデラや、多くの火山体で構成される火山群、草原によって連なるくじゅう山群、火山活動によって形成された高千穂峡など、雄大な自然と豊かな歴史を誇る九州を代表する観光地である。また、ユネスコ世界ジオパーク、世界農業遺産、ユネスコエコパーク等の認定を受けており、今後の世界文化遺産登録へ向けた動きも進められている。このほか、環境省が推進する国立公園満喫プロジェクトにおいて、先行的・集中的に取り組むを実施する国立公園にも選定されている。

当観光圏においては、平成 20 年制定の「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」（観光圏整備法）に基づき、同年 10 月に法整備後初めてとなる観光圏整備実施計画の認定を受け、上記の取組みと連携し、国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりに取り組んできた。その後、5年に一度の計画の見直しを行いながら、平成 30 年 4 月に、観光庁より引き続き令和 4 年度までの観光圏整備計画の認定を受けた。

現在、策定から 5 年が経過し、「住んでよし、訪れてよし」の当観光圏が一体となった滞在交流型の観光地域づくりの取組みが進む一方で、社会環境の変化から新たな課題等も発生している。特に、平成 28 年に発生した熊本地震では、当観光圏の大部分が甚大な被害を受けたが、その後復興が進み、令和 5 年度の南阿蘇鉄道全面開通や阿蘇神社楼門の復旧を残すのみである。そのような現状のなか、世界的な新型コロナウイルス感染拡大により、順調に伸びて来た訪日外国人の入り込みの回復できない状態が続いており、観光産業はもとよりその他の関連産業にも大きな影響が生じている。

本計画は平成 30 年度から令和 4 年度の「阿蘇くじゅう観光圏整備計画」の次期計画であり、令和 5 年度から令和 9 年度の 5 年間を区切りとし、前期計画を踏まえながら、より現状に即した事業を実施することを目的として策定する。「住んでよし、訪れてよし」の当観光圏が一体となった滞在交流型の観光地域づくりを推進することを目指すものである。



2. 観光地域づくりの現状と課題

(1) 観光圏を取り巻く状況の変化

①創造的復興の進捗

熊本県は平成 28 年の熊本地震からの「創造的復興」を掲げ、単に地震の前の姿に戻すのではなく、より良い状態にするための取組みが進められてきた。被害を受けた交通インフラについては、令和 2 年 8 月に JR 豊肥本線（肥後大津～阿蘇間）が全面開通、令和 2 年 10 月に阿蘇市の国道 57 号北側復旧ルート（二重峠トンネル）および南阿蘇村の国道 57 号現道ルートが開通、令和 3 年 3 月に新阿蘇大橋が開通し、令和 5 年度の南阿蘇鉄道の全面開通を残すのみである。

また、熊本地震や阿蘇中岳の噴火で被災した阿蘇山ロープウェイについては、火山活動の終息の見通しが見つからないことなどから復旧が断念されている。

②新型コロナウイルスの拡大

令和 2 年からは新型コロナウイルスの世界的な感染拡大の影響により国内外からの観光客が大きく減少し、コロナ禍以前と比べ観光業や飲食業、農業にも深刻な影響を及ぼしている。特にインバウンドについては海外からの渡航制限等の徹底した水際対策が続いたことが影響し、外国人宿泊者数が大きく減少した。国内においても遠方からの観光客が激減する中、宿泊施設や観光施設での感染拡大防止策の徹底や、県内・隣県在住者を対象とした旅行助成事業「熊本県民割」や対象を全国へと広げた「GoTo トラベル」、「全国旅行支援」などの旅行需要の喚起により、宿泊施設の稼働率や旅行消費額の回復を目指している。

③地域の人材育成の事業実施

（公財）阿蘇地域振興デザインセンターは、復興に向けた住民主体の活動の支援や、人材の発掘と育成に注力するための人材育成事業を、市町村を横断しながら実施した。「あそ未来創造塾」は、熊本大学や企業と連携し地域課題に対してビジネスを通じて解決策を探求するため、「阿蘇地域観光リーダー養成講座」は観光に関してマーケティングや課題解決・企画作成能力の向上のため、「素敵女子のおしゃべり時間」は地域の女性もつ資質を観光地域づくりの場で活かすつながりづくりのためにそれぞれ実施した。

④日本版DMO（地域連携）法人としての活動

平成 30 年 3 月には（公財）阿蘇地域振興デザインセンターが「日本版 DMO」として登録され、観光客と地域住民双方に配慮しながら、広域周遊型・持続可能な観光地域づくりを目指した取組みを進めてきた。

また、観光地域づくりマネージャーの育成研修により新たな認定者を増やし、すでに活動しているマネージャーは令和 4 年 3 月時点で 12 人となり、観光圏内すべての市町村に配置された。行政職員だけでなく観光協会や事業者等、多様な職種の人材が在籍しており、全国観光圏でのレベルアップ研修への参加や全国観光圏共通事業の実施等の取組みを行った。

(2) 前期計画に基づく事業の取組み状況

前期計画方針に基づく主な取組みと成果、それを踏まえた今後の方向性を以下に示す。

方針①世界ブランド“阿蘇カルデラ”のさらなる推進

【成果】

ボランティアによる草原再生の取組みへの支援が継続され、観光圏の代表的な草原の景観保全につながっている。また、ユネスコ世界ジオパークや世界農業遺産のブランド力を活用した食の魅力発信や販売促進が行われてきた。

【課題】

草原維持のためのボランティア定着率向上など、草原再生の担い手確保は継続課題である。ユネスコ世界ジオパークやエコパーク、世界農業遺産、重要文化的景観など、広域で認められている価値を活用し、観光誘客や滞在へつなげる取組みが必要である。

| 番号 | 前期計画の基本的な方針 | 主な取組み | 成果及び今後の方向性 |
|----|---|-------------------------------|--|
| a | 阿蘇くじゅう高千穂らしい景観や地域資源の保全・創出とブランドマネジメントの推進 | 草原再生に向けた取組み | 高齢化や人口減少による担い手不足のため、支援を望む地元牧野ではボランティアによる輪地切り・野焼き支援が継続され、平成30年には、144haの野焼きが再開された。（ボランティアの延べ参加人数：平成30年度2,707名 → 令和元年度2,300名 → 令和2年度2,212名 → 令和3年度2,351名） ボランティア活動の安全管理や、定着率を高める施策の検討が必要となる。 |
| | | ユネスコ世界ジオパーク、ユネスコエコパークの推進 | 地域内外で阿蘇ユネスコ世界ジオパークの理解を促進し、商品の販売促進に貢献するため、平成30年に「阿蘇ジオパーク認定品」として、スイーツ、あか牛料理、漬物などの71品を認定した。認定品増加のために、認定品の認知度向上に努力していく必要がある。 |
| | | 日本で最も美しい村連合の活動 | 日本で最も美しい村連合阿蘇支部を設立し、高森町と南小国町によるプロモーションや周遊イベントなどが実施されている。 |
| b | 地域ならではの「食」を活用した取組み | 阿蘇グリーンツーリズムや温泉ガストロノミーツーリズムの推進 | 平成29年度から阿蘇内牧温泉を拠点として、食・自然・文化・歴史を体感しながら巡るイベント「ONSEN・ガストロノミーウォーキング」が継続して開催されている。（参加者数：例年300人程度） |
| | | 世界農業遺産関連の取組み | 「阿蘇の食卓（阿蘇地域世界農業遺産特別編集号）」として冊子を発行した。阿蘇地域固有の農産品や食材を使用した食文化の魅力を発信し、食を通じた関係人口を創出するため、農・畜産物とその生産者、飲食店等を紹介している。 フットパスコースの開発やアプリとの連動、サイクリングのための整備、草原を観光資源として利用するための地元との協議などが市町村にとらわれず広域的に進められた。 |
| | | 各地域におけるマルシェの開催 | 平成30～令和元年度には、阿蘇ジオパーク認定品のPRと販売促進の一環として、島原半島ジオマルシェ、熊本市びぶれす広場でのASOカルデラマルシェの出店や、熊本市鶴屋百貨店にてジオパークフェアを開催した。 |

方針②阿蘇くじゅう高千穂地域全体の広域的なつながりや地域独自の魅力向上

【成果】

観光圏内で、地域通訳案内士やジオパークガイド、牧野ガイドなど、多様なガイドを育成している。またフットパスやサイクリング環境の整備、地域資源を活かした滞在交流型プログラムの提供など、各地域でのコンテンツの強化を図っている。併せて、観光圏のポータルサイト「阿蘇ナビ」や SNS、配布用のマップの充実など、観光圏全体での情報発信に取り組んできた。

【課題】

ガイドの人材育成が進む中で、地域の観光の担い手は少子高齢化やコロナ禍で不足しており、感染症対策に配慮した企画の検討や運営体制の充実が求められる。また、滞在促進地区間の連携は阿蘇郡市内ではみられるが、山都町や竹田市・高千穂町と連携したものはなく、今後はエリア内、観光圏全体での連携の強化が必要となる。

| 番号 | 前期計画の基本的な方針 | 主な取組み | 成果及び今後の方向性 |
|----|--|------------------------|--|
| c | 滞在交流型の観光地域づくりを推進するための滞在コンテンツ・プログラムの創出と提供 | 「阿蘇ガイド」の養成 | 阿蘇ガイド、地域通訳案内士、阿蘇ジオガイドなどの登録者を増やしている。コロナウイルスの影響による活躍の場の減少は余儀なくされているが、体制の強化は進められている。 |
| | | 農泊等、各地域における体験型観光の推進 | 主たる滞在促進地区（内牧温泉）では、海外からの長期滞在客やリピーターの増加を目的に、温泉とアドベンチャー、ウェルネスを活用したコンテンツの磨き上げと販売体制の強化を図った。 観光圏内では「ジャパンエコトラック」などアウトドアイベントも活発に開催され、遠方からの参加者の宿泊にもつながった。 各地域では、「ASO 絶景満喫ライド」「高森じかん」「カルデラツアー」「夜の山散歩」「竹田式湯治」などの取組みが継続されている。 コンテンツの充実が見られる一方で、地域の案内人や担い手不足や、コロナウイルス感染症によって食・農泊関連のコンテンツが難しくなっている。個人客が増えたことで受付の負担が増えている。 |
| d | 阿蘇くじゅう高千穂地域全体のワンストップ窓口の設置 | 既存 Web サイト（阿蘇ナビ）の継続・強化 | 平成 30 年度に阿蘇くじゅう観光圏のポータルサイト阿蘇ナビをリニューアルし、多言語への対応、検索機能の強化を行った。令和 2 年度に管理者を変更し、令和 3 年度には阿蘇くじゅう観光圏 HP との統合を完了し、さらにコンテンツを追加して、「阿蘇の食卓」「阿蘇フットパスコース」「サクラクオリティ」「阿蘇くじゅうフリーWi-Fi マップ」の内容を充実させた。 |
| | | 阿蘇地域内外への窓口又は情報発信ツールの設置 | 観光圏内をまとめた「阿蘇くじゅう高千穂ツーリストマップ」の日本語版の増版および英語版を追加で作成し WEB 公開をした。また、Wi-Fi スポットのマップも作成し WEB 公開をはじめた。 WEB の内容充実に加え、SNS などを活用し最新情報を発信していく必要性から、（公財）阿蘇地域振興デザインセンターHP、インスタグラム、Facebook を活用し情報発信を積極的に行った。インスタグラムのフォロワーが順調に増加している。（フォロワー数：令和元年 1,023 → 令和 2 年 1,811 → 令和 3 年 2,024） |

方針③観光顧客のニーズに着実に応える施策の実施による国際競争力の向上

【成果】

サクラクオリティ認定施設数は全国トップクラスとなり、あわせてHP「阿蘇ナビ」の多言語化、Wi-Fi スポットの整備とマップの作成、地元事業者向けのキャッシュレス説明会を行うなど、外国人を含めた旅行者のニーズに応えるための取組みを進めてきた。また、来訪者のニーズを把握するために、観光圏内でのマーケティング調査も継続して行ってきた。

【課題】

来訪者のニーズを適切に把握するために、アンケートのサンプル数を増やす工夫や、新規顧客獲得のために観光圏外でのマーケティングも考えられる。また外国人受入環境整備については、ニーズの適切な把握とともに、Wi-Fi スポットの利用促進やキャッシュレスのさらなる普及等に取り組む必要がある。

| 番号 | 前期計画の基本的な方針 | 主な取組み | 成果及び今後の方向性 |
|----|--------------------------|-------------------------|---|
| e | 宿泊施設の魅力向上への取組み | サクラクオリティの認定及び情報発信 | <p>観光品質認証制度「サクラクオリティ」の約300ある調査項目をすべて精査し、より高い精度の調査になるよう調査項目を改定した。また、改定版における調査員研修及び施設認証を行った。サクラクオリティの認定施設数は23となり、全国でトップクラスとなった。今後は、アフターコロナを見据え、衛生面での周知を図るなど広報を徹底する必要がある。</p> <p>(サクラクオリティ新規登録施設数：平成30年度7件 → 令和元年度1件 → 令和2年度以降0件)</p> <p>(導入施設の外国人の延べ宿泊者数：平成30年度12,321名 → 令和元年度25,451名 → 令和2年度0名 → 令和3年度68名)</p> |
| f | マーケティング等によるサービス品質・安全性の確保 | 全国観光圏共通マーケティング調査 | <p>来訪者の満足度やニーズを把握することを目的とし、全国の観光圏で共通の満足度調査を実施した。「対面聞き取り」「宿泊施設留置き」の方法に加え、WEBアンケートツールの仕組みの構築や、多言語調査票を用いて来訪する外国人の属性・消費額等の調査に取り組んだ。令和元年度から令和4年度はノベルティを渡す等の回収数増の工夫を行い、収集サンプル数の増加につながった。</p> |
| | | 各滞在促進地区における詳細なマーケティング調査 | <p>令和3年度は、3箇所1日間で対面聞き取り方式を行った。(収集サンプル数：平成30年度315件 → 令和元年度436件 → 令和2年度129件 → 令和3年度326件)</p> <p>サンプル数が目標に達していない状況であり、今後も、回収数を伸ばしてデータの精度を上げていくとともに、対面聞き取り方式による調査や訪日外国人向けのヒアリングを強化していく必要がある。</p> |

| 番号 | 前期計画の基本的な方針 | 主な取組み | 成果及び今後の方向性 |
|----|-------------|-------------------------|--|
| gg | 外国人受入環境の整備 | 外国人旅行者のニーズ調査 | 令和4年度は、阿蘇地域の数箇所では対面聞き取り方式による調査や訪日外国人向けのヒアリングを実施した。 |
| | | パンフレット、Web サイト等の多言語化 | 平成30年度にはHP「阿蘇ナビ」をリニューアルし、「サクラクオリティ」のページとあわせて多言語への対応を行った。 「阿蘇くじゅう高千穂ツーリストマップ」の英語版を作成・WEB公開した。 令和4年度には観光庁広域周遊事業を活用して、阿蘇くじゅう高千穂・豊の国千年ロマン観光圏パンフレットの英語版・繁体字版の制作を行った。 |
| | | スマートフォン等を活用した外国人受入体制の強化 | Wi-Fi環境整備の促進のため、平成30年度に熊本県が推奨するくまもとフリーWi-Fiを活用したWi-Fiスポットを、道の駅3箇所、キャンプ場7箇所、町の交流広場1箇所に配置した。また、無料Wi-Fiスポットのマップを作成した。Wi-Fiの利用者数の増加や、維持・メンテナンスが今後の課題となる。 令和元年に観光庁から地域通訳案内士育成等計画の同意が得られ、同年より案内士の認定を継続している。 外国人旅行者受入強化のため、平成30年度～令和元年度は事業者向けキャッシュレス説明会を年5回ずつ行い、平成30年度は50件、令和元年度は122件の加入店舗を増やした。令和元年度は目標値に達成した。 令和2～3年はキャッシュレス説明会を実施できず、加入店舗も得られなかった。今後も引き続き、外国人観光旅客受入強化のためのキャッシュレスの広報・普及に努めていく。 |
| | | おもてなしセミナーの開催 | 観光地域づくりセミナーにて、外国人旅行者の価値観や需要に関する理解を深めることを目的とし、阿蘇くじゅう観光圏の観光関係者、行政、一般住民などを対象にセミナーを開催した。 |

方針④観光地域づくりによる災害からの創造的復興

【成果】

地震により不通となっていた道路や鉄道、各施設の復旧復興が進み、令和5年度の南阿蘇鉄道の開通や阿蘇神社楼門の復旧を残すのみとなった。災害遺構等については、被災した建物や農地等の登録やサイン整備が進んだほか、南阿蘇村では旧東海大学阿蘇キャンパス校舎を活用した災害学習拠点の整備と教育旅行プログラムの受入れを進めた。

【課題】

交通網の復興を受けて、観光圏内の周遊を促進させるため、移動手段の確保等については、行政や交通事業者等との連携強化等が必要となる。また、観光圏内に分布する災害遺構等を活用した新たなツーリズムの企画を推進していく必要がある。阿蘇山上の旅行者の回復に向けても、効果的な情報発信と取組みが必要となる。

| 番号 | 前期計画の基本的な方針 | 主な取組み | 成果及び今後の方向性 |
|----|-----------------------|-------------------------|--|
| h | 移動手段（二次交通）の確保等 | 南阿蘇鉄道の復興 | 令和2年3月の阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議書面会議の中で、南阿蘇鉄道高森駅周辺再開発事業・立野駅周辺整備事業の事業承認について諮り、決議を得た。この議決をもとに、高森駅や立野駅の再開発事業が行われる予定であり、鉄道の復旧は令和5年7月15日を予定している。 |
| | | 交通関係者との合意形成の場の創出 | 復旧した国道57号線代替ルート（二重の峠トンネルルート）、国道325号（阿蘇大橋ルート）、JR豊肥線などについて、二次交通の会議などを行い、対応を検討する必要がある。 |
| | | 観光圏内への移動支援実証 | 観光圏内の二次交通手段の確保のため、直行バスの要望を行った。平成30年度にバスの時刻表を集約したパンフレットを作成した。 |
| i | 災害遺構等の活用による学習の場としての整備 | ジオサイト等における災害学習の推進 | 熊本県観光連盟、熊本県ならびに2市1町2村（熊本市、阿蘇市、益城町、南阿蘇村、西原村）の連携による「防災・減災」をテーマとした教育旅行プログラムを造成し、熊本地震により、減少した修学旅行生の需要回復に向け取組みを行っている。その一環として、阿蘇火山博物館にて平成30年度より受入れを開始している。 |
| | | 震災遺構の保存活用及びガイドに対する研修の実施 | 南阿蘇村では、東海大学阿蘇キャンパスの校舎を震災遺構として整備した。地震後の建築や家具等がそのまま見学できるように保存し、講話等を組み込んだ教育旅行プログラムとしての受け入れも開始した。 現地にてガイドを行う「震災・防災ガイド」は、5回以上の研修を実施し認定している。 県内の他市町村と連携し、回廊型フィールドミュージアム「記憶の廻廊」としての整備を進めている。南阿蘇村は地すべり箇所など全10箇所、西原村は断層のずれのある農地や仮設住宅など12箇所を登録し、サインの整備等の整備が行われている。 |
| | | その他 | 阿蘇山上観光復興推進会議を平成30年度から年2回を基本として開催した。令和2年度以降はアドバイザーとして慶応義塾大学特任教授の米田雅子氏を招へいし、阿蘇山上観光復興ビジョンの再整理や意見の集約を行い、今後の展開を協議・調整した。 観光事業者は未だ厳しい状況であり、今後も継続して情報共有と山上観光の復興につなげたい。 |

方針⑤地域住民による「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり

【成果】

地域内外への統合的な情報共有・発信については、全国観光圏推進協議会や九州3観光圏連携による情報発信事業やプロモーション動画作成、移住定住のフェア・相談会への出展を継続してきた。また、観光地域づくりマネージャーの増員や能力向上の取組みを行ってきた。大学や企業とも協働したセミナーの開催や専門的なノウハウの提供など、実践的な人材の育成を行ってきた。

【課題】

移住定住に関しては担当の人材育成やネットワークづくり、情報発信の強化が必要となる。外国人向けのPRのためには、JNTOやOTAの活用も視野に入れる必要がある。

| 番号 | 前期計画の基本的な方針 | 主な取組み | 成果及び今後の方向性 |
|----|--------------------------------|---------------------|---|
| j | ブランドコンセプトに基づく地域内外への統合的な情報共有・発信 | 国内外における阿蘇くじゅう観光圏のPR | <p>来訪者や旅行者の集客・誘客の促進、移住定住者を増加させることを目的として、令和元年度に動画を作成し、令和2年度にブラッシュアップした。令和3年度には地元劇団とコラボしたVR動画や外国語版の動画を作成した。今後は動画の観光イベント等での上映やYouTube等での発信を行っていく。</p> <p>特に小国ブランドに関しては、小国杉のPR動画や映画制作、小国ジャージーのデザイナー新や、新千円札の肖像画に決定した北里柴三郎氏に関する展示やイベントを開催し、ブランド力の向上につなげた。</p> |
| | | 移住定住の促進 | <p>阿蘇地域における移住定住のPRを行った。令和元年度までは、「ふるさと回帰フェア」（東京都）、「くまもと暮らしセミナーUIJターンお仕事編 in 名古屋」など遠方でのPRを行った。福岡市のショッピングセンターでの移住定住相談会は継続して行った。</p> <p>今後も引き続き、観光圏内移住定住担当者の人材育成や先進地研修、ネットワークづくり、情報発信に力を入れていく。</p> |
| k | 官民・産業間・地域間との連携による地域一体の取組み | 民間企業や教育機関との包括協定の締結 | <p>熊本大学とは、フットパス整備事業等の報告書作成業務や、動画作成事業、マーケティング調査員業務、イベントスタッフ等で連携を継続している。令和3年度に熊本大学熊本創生推進機構岡省吾教授が当DMOの理事に就任した。同年より産、官、学、金融が連携した「あそみらい創造塾」を開講し、大学と共催している。</p> <p>阿蘇地域の高校存続のため地域留学等の提唱を目的として、令和2年度に出前事業「阿蘇ジオパーク学」を行った。令和5年度に熊本県立高森高校に民間と連携した国際マンガ学科が誕生することとなり、注目が高まっている。</p> |

| 番号 | 前期計画の基本的な方針 | 主な取組み | 成果及び今後の方向性 |
|----|------------------------------------|-------------------------|--|
| k | 官民・産業間・地域間との連携による地域一体の取組み(続き) | 全国観光圏推進協議会に関する取組み | <p>全国観光圏推進協議会と連携し、観光圏へのインバウンド誘客のための「Undiscovered Japan」の情報発信を行った。WEB や SNS に加え、ツーリズム EXPO ジャパンへの出展など幅広く活動を行った。</p> <p>今後外国人向け PR を行うためには、JNTO（日本政府観光局）との連携を図り、また、OTA（Online Travel Agent）の活用も視野に入れ活動を行う必要がある。</p> |
| | | 九州3観光圏との連携 | 九州3観光圏連携事業として、台湾・香港向けのウェビナー、中九州 DMO 連携事業として欧米豪向けの情報発信事業を計画している。 |
| | | 各日本版DMOとの連携 | 阿蘇地域管内の地域 DMO みなみあそ観光局や SMO 南小国と様々な事業で連携、情報交換をしている。また、観光圏内の地域 DMO 高千穂観光協会とは、情報発信についての連携について協議を重ねている。 |
| l | 地域住民及び関係者の理解と関与によるおもてなしの推進とリーダーの確保 | 観光地域づくりセミナーの開催 | 阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議の一環で、年2回のペースで観光地域づくりセミナーを開催してきた。令和2年度以降は女性の活躍についての活動発表や女性のネットワークづくりのためのセミナーを開催した。今後も現場で女性の活躍を実現するセミナーを実施していく。 |
| | | 観光地域づくりリーダー等、観光を担う人材の育成 | <p>観光地域づくりマネージャーに関しては、全国の観光圏が連携したオンラインでのステップアップ研修への参加や、育成セミナーにより新たなマネージャーの登録などを行った。現在、すべての構成市町村に観光地域づくりマネージャーが配置されている。</p> <p>令和3年度より熊本大学や企業と連携した「あそみらい創造塾」を開講し、地域課題に対してビジネスを通じて解決策を探求するカリキュラムを実施した。11名の受講者は7回の講義と3回の演習を行い、修了式後もビジネスプランの実行に向けた動きがみられている。</p> <p>阿蘇地域の観光人材の育成・ネットワークづくりを目的に令和3年度より阿蘇地域観光リーダー育成講座を開催した。1期生10名2期生12名が阿蘇地域の観光資源を活かしたプランを発表し修了している。</p> |
| | | 地域住民への啓発活動 | 年2回程度、地域づくりセミナーとして、地域づくりや人口減少社会、過疎問題をテーマに開催した。また、女性の社会進出などをテーマに「素敵女子のおしゃべり時間」イベントを地域住民への啓発活動を目的に開催している。 |

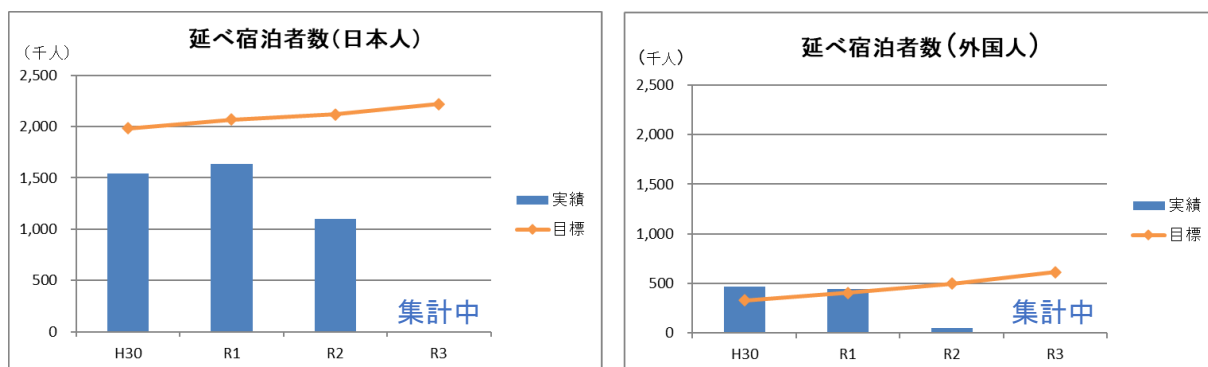
(3) KPI の達成状況

下記に KPI の達成状況を示す。新型コロナウイルス感染症の流行に伴う行動制限などにより、令和 2 年度以降の延べ宿泊者数、旅行消費額が大きく減少する結果となった。今後の観光動向を踏まえ、目標値を見直すとともに、旅行者の回復に向け取組みを進めていく必要がある。

KPI のデータについては、当観光圏を対象範囲とした（公財）阿蘇地域振興デザインセンターが実施する調査及び構成市町村で実施する観光統計により取得した。

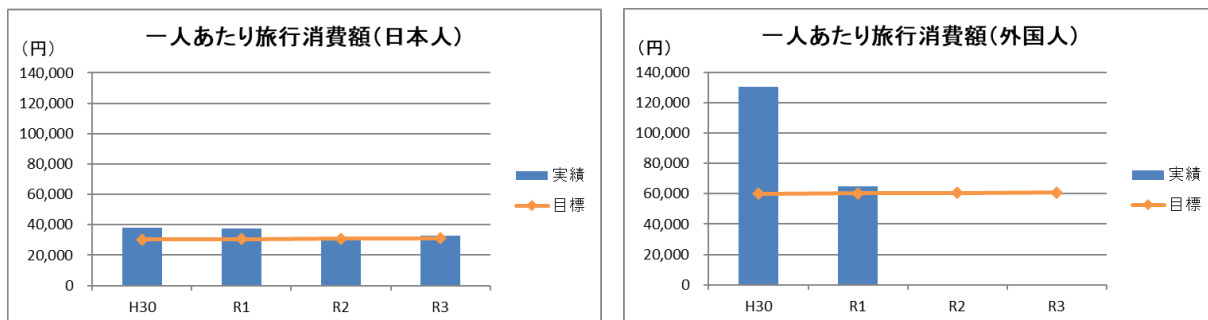
①延べ宿泊者数

令和元年度までは増加傾向であったが、令和 2 年度以降は国内・国外の両方において宿泊者は減少している。



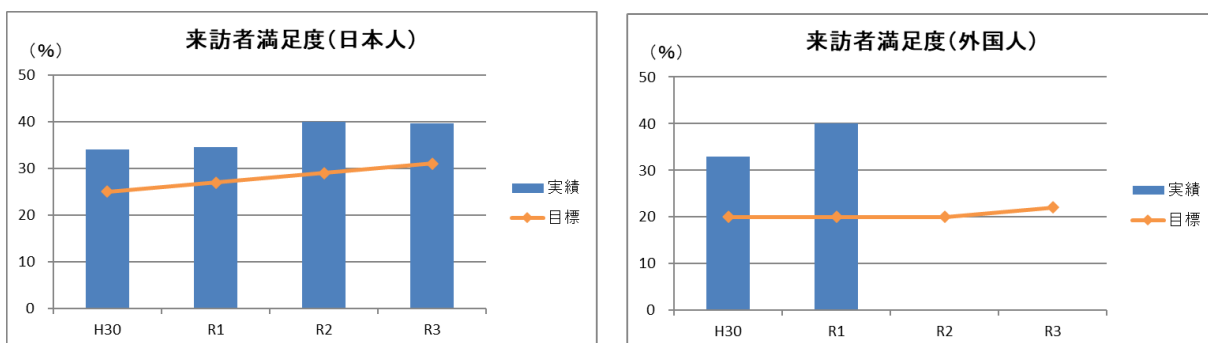
②一人あたりの旅行消費額

令和元年度までは目標を上回る消費額となり、特に外国人の平成 30 年度の消費額は目標を大幅に上回った。令和 2 年度以降はやや減少傾向となり、外国人の旅行消費額は宿泊者数とも相まって 0 になっているが、日本人の消費額は若干の減少にとどまっている。



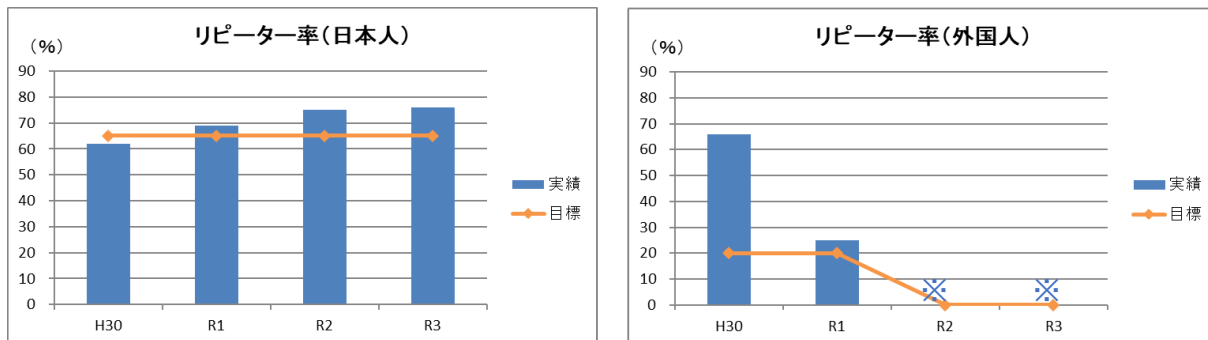
③来訪者満足度

来訪者満足度は、日本人・外国人ともに全体として高い傾向にあり、目標値を上回っている。コロナ渦により外国人の満足度はデータが計測できていないが、日本人は目標より高い割合を維持している。



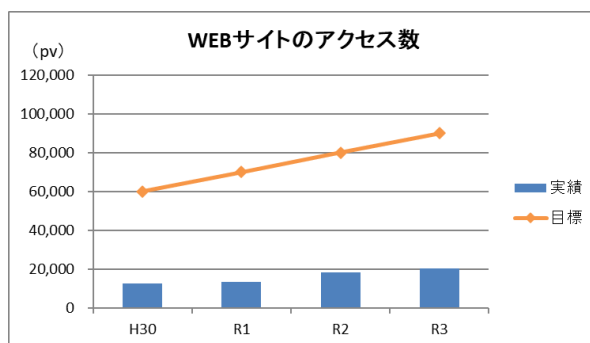
④リピーター率

日本人についてはコロナ禍においても増加傾向にあり、目標値を上回っている。一方で、外国人は平成30年度のリピーター率が65%を超えており、令和元年度においても25%がリピーターであった。(※外国人リピーター率について、前期計画時点では平成30年を基準に対前年2%増を目標値としていたが、コロナウイルス流行の影響を受けて目標値を変更した。)



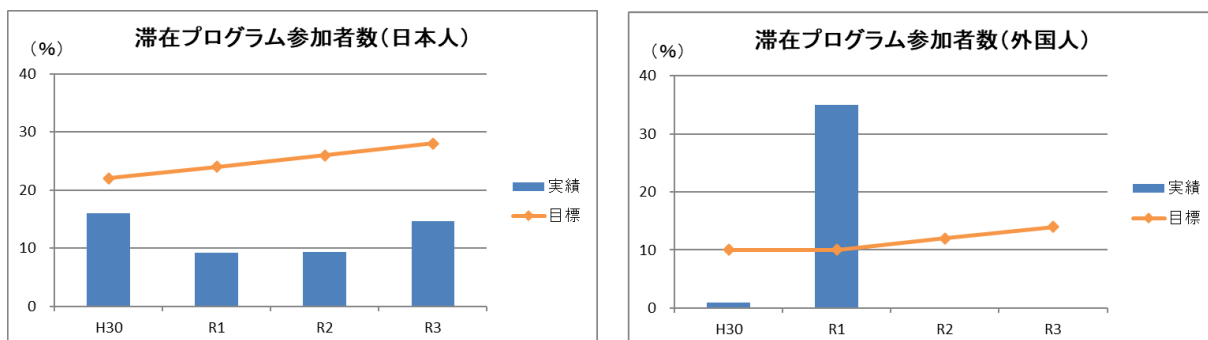
⑤WEBサイトのアクセス数

平成30年度にHP「阿蘇ナビ」をリニューアルし、増加傾向にあるが、目標値には達していない。



⑥滞在プログラム参加者数

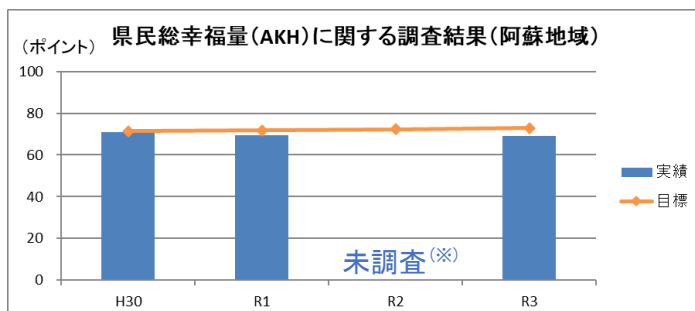
日本人の参加者数はコロナ禍でやや減少したが、令和3年度以降は回復傾向にある。外国人の参加者数は、令和元年度に飛躍的に増加したが、令和2年度以降は実績値がない。



数値の取得方法:(公財)阿蘇地域振興デザインセンターが実施する調査において、「参加しなかった」等の回答を差し引いた数値により取得する。

⑦県民総幸福量(AKH)に関する調査結果(阿蘇地域)

令和3年度には増加傾向にあるが、目標値には達していない。(※令和2年7月豪雨のため調査を実施していない)

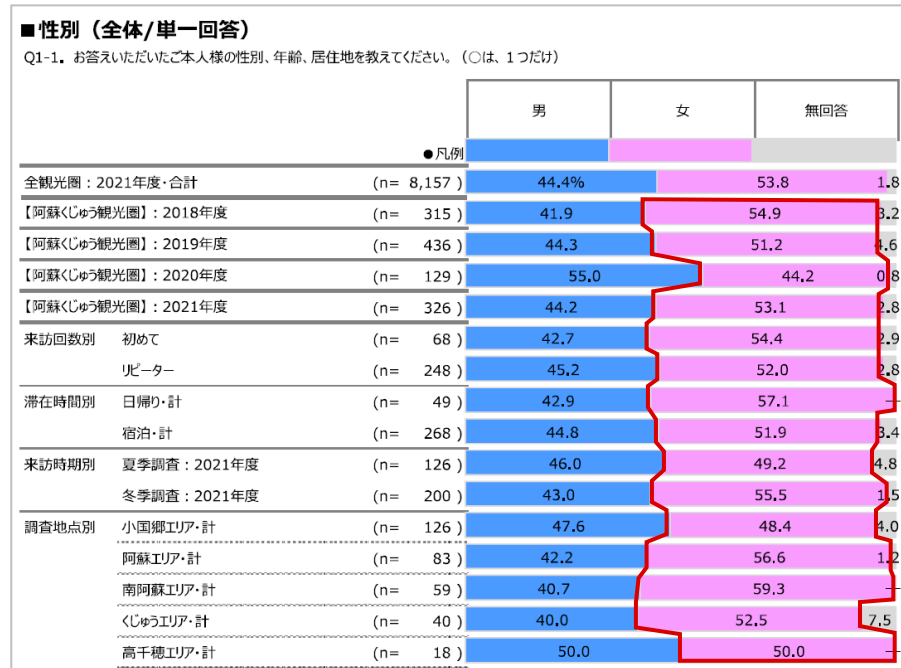


(4) 来訪者の状況

阿蘇くじゅう観光圏の来訪者の状況を来訪者満足度調査の結果より示す。(引用：【2021年度】来訪者満足度調査 阿蘇くじゅう観光圏 報告書)

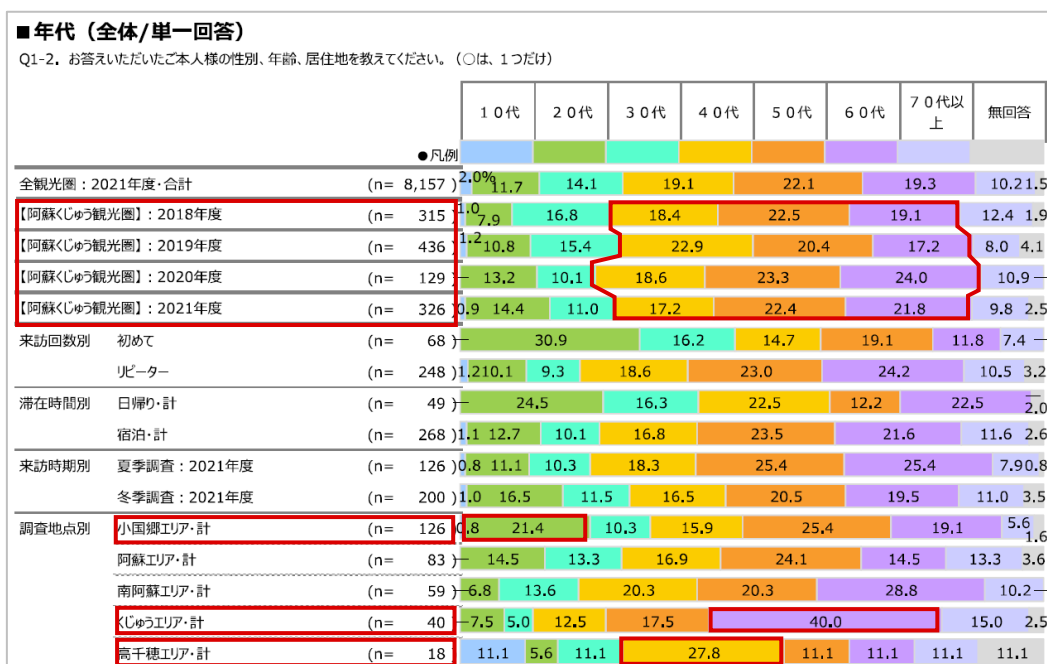
①性別

全体的に女性の割合がやや高くなっている。



②年代

全体では40～60代がボリュームゾーンであり、リピーターの割合も高い。初めて層は20代・30代が高い。調査地点別では、小国郷エリアは20代、くじゅうエリアは60代、高千穂エリアは40代の割合が高く、各エリアによって年代構成が異なる。



③居住地

九州・沖縄の割合が最も高く、次いで関東の割合が高い。2020年度以降は九州・沖縄の割合が7割と高く、リピーター層では8割近くを占める。調査地点別にみると、くじゅうエリアは九州・沖縄の割合が最も高く、高千穂エリアは北海道や中国・四国の割合が、他地点に比べ高い。

■居住地 (全体/単一回答)

Q1-3. お答えいただいたご本人様の性別、年齢、居住地を教えてください。(〇は、1つだけ)

| 凡例 | 北海道 | 東北 | 関東 | 甲信越 | 東海 | 北陸 | 関西 | 中国・四国 | 九州・沖縄 | 海外 | 無回答 |
|-----------------------------|-------|------|------|------|-----|------|-----|-------|-------|-----|------|
| 全観光圏：2021年度・合計 (n= 8,157) | 13.9% | 1.5 | 29.5 | | | 13.5 | 7.9 | 5 | 17.0 | 4.6 | 10.1 |
| 【阿蘇くじゅう観光圏】：2018年度 (n= 315) | 0.6 | 18.4 | 0.3 | 1.0 | | | | | 55.9 | | 4.8 |
| 【阿蘇くじゅう観光圏】：2019年度 (n= 436) | 1.2 | 14.2 | 3.4 | 0.8 | | | | | 55.1 | | 0.5 |
| 【阿蘇くじゅう観光圏】：2020年度 (n= 129) | 0.8 | 10.9 | 8.6 | 2.2 | | | | | 71.3 | | 0.8 |
| 【阿蘇くじゅう観光圏】：2021年度 (n= 326) | 0.9 | 11.7 | 3.0 | 3.3 | | | | | 70.6 | | 1.2 |
| 来訪回数別 | | | | | | | | | | | |
| 初めて (n= 68) | 4.4 | | 20.6 | 1.5 | 1.5 | | | | 45.6 | | — |
| リピーター (n= 248) | 9.3 | 1.6 | 5.2 | 4.4 | | | | | 77.0 | | 1.4 |
| 滞在時間別 | | | | | | | | | | | |
| 日帰り・計 (n= 49) | 10.2 | | 8.2 | | | | | | 77.6 | | 4.1 |
| 宿泊・計 (n= 268) | 1.1 | 11.9 | 0.4 | 0.4 | 6.3 | | | | 68.7 | | 1.9 |
| 来訪時期別 | | | | | | | | | | | |
| 夏季調査：2021年度 (n= 126) | 10.3 | 1.6 | 7.9 | 9.5 | | | | | 69.1 | | 1.6 |
| 冬季調査：2021年度 (n= 200) | 1.5 | 12.5 | 0.5 | 0.5 | 2.5 | | | | 71.5 | | 2.5 |
| 調査地点別 | | | | | | | | | | | |
| 小国郷エリア・計 (n= 126) | 1.6 | 11.9 | 2.4 | 5.9 | 4.8 | | | | 70.6 | | 2.4 |
| 阿蘇エリア・計 (n= 83) | 10.8 | 1.2 | 3.6 | 10.8 | 3.6 | | | | 69.9 | | — |
| 南阿蘇エリア・計 (n= 59) | 13.6 | 1.7 | 8.5 | 3.4 | | | | | 71.2 | | 1.7 |
| くじゅうエリア・計 (n= 40) | 12.5 | | 7.5 | | | | | | 77.5 | | 2.5 |
| 高千穂エリア・計 (n= 18) | 5.6 | 5.6 | 5.6 | 16.7 | | | | | 55.6 | | 11.1 |

<エリア内訳>

東北：青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島
 甲信越：新潟、長野、山梨
 東海：岐阜、静岡、愛知、三重
 中国・四国：鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知
 九州：福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄
 関東：埼玉、千葉、東京、神奈川、茨城、栃木、群馬
 北陸：富山、石川、福井
 関西：滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山

④認知されたサービス品質・価値

「自然景観や雰囲気が感じられた」「宿泊施設での従業員の対応がよかった」の割合が高く、全観光圏と比較しても差が大きい。一方で、「体験プログラムやツアーの内容がよかった」、「体験プログラムやツアーのガイドがよかった」は全観光圏と比較し割合がやや低くなっている。

■認知されたサービス品質・価値 (全体/各単一回答)

Q11_1~12. 本地域での景観や食事、体験、宿泊、移動・情報収集などについては、どのように感じられましたか？(〇は、それぞれ1つ)：1~12=7「大変そう思う」のスコア一覧

| 調査数 | 自然景観や雰囲気が感じられた | 街並みの景観や雰囲気が感じられた | 宿泊施設のコストパフォーマンスがよい | 宿泊施設での従業員の対応がよかった | 食事の味やボリュームがよかった | 飲食店従業員の対応がよかった | この地域ならではの土産品が手に入った | 土産店従業員の対応がよかった | 体験プログラムやツアーの内容がよかった | 体験プログラムやツアーのガイドがよかった | 地域内の移動が快適だと感じた | 地域内で行ってからの情報収集ができた |
|-----------------------------|----------------|------------------|--------------------|-------------------|-----------------|----------------|--------------------|----------------|---------------------|----------------------|----------------|--------------------|
| 全観光圏：2021年度・合計 (n= 8,157) | 43.2 | 26.0 | 21.9 | 31.1 | 30.1 | 27.3 | 20.4 | 18.5 | 8.3 | 8.0 | 13.8 | 13.5 |
| 【阿蘇くじゅう観光圏】：2018年度 (n= 315) | 47.3 | 22.5 | 36.2 | 53.7 | 43.2 | 37.5 | 14.9 | 14.0 | 4.1 | 3.5 | 11.4 | 8.9 |
| 【阿蘇くじゅう観光圏】：2019年度 (n= 436) | 52.3 | 31.7 | 25.5 | 38.1 | 36.2 | 31.4 | 20.9 | 18.4 | 3.4 | 3.2 | 15.4 | 14.2 |
| 【阿蘇くじゅう観光圏】：2020年度 (n= 129) | 48.8 | 22.5 | 41.1 | 54.3 | 48.8 | 45.0 | 19.4 | 20.2 | 3.1 | 3.1 | * | * |
| 【阿蘇くじゅう観光圏】：2021年度 (n= 326) | 58.0 | 35.6 | 31.0 | 41.1 | 33.4 | 32.2 | 24.2 | 18.1 | 6.8 | 5.8 | 20.9 | 18.1 |
| 来訪回数別 | | | | | | | | | | | | |
| 初めて (n= 68) | 75.0 | 42.7 | 26.5 | 42.7 | 33.8 | 35.3 | 23.5 | 17.7 | 7.4 | 5.9 | 14.7 | 14.7 |
| リピーター (n= 248) | 55.2 | 35.1 | 33.1 | 41.9 | 33.9 | 32.3 | 25.4 | 19.0 | 6.9 | 6.1 | 23.4 | 19.8 |
| 滞在時間別 | | | | | | | | | | | | |
| 日帰り・計 (n= 49) | 55.1 | 44.9 | 10.2 | 14.3 | 18.4 | 20.4 | 32.7 | 28.6 | 6.1 | 6.1 | 24.5 | 22.5 |
| 宿泊・計 (n= 268) | 60.5 | 35.1 | 35.5 | 47.4 | 37.3 | 35.5 | 23.5 | 16.8 | 7.1 | 6.0 | 20.9 | 17.9 |
| 来訪時期別 | | | | | | | | | | | | |
| 夏季調査：2021年度 (n= 126) | 64.3 | 33.3 | 32.5 | 50.8 | 42.1 | 35.7 | 24.6 | 15.1 | 7.1 | 6.4 | 19.1 | 17.5 |
| 冬季調査：2021年度 (n= 200) | 54.0 | 37.0 | 30.0 | 35.0 | 28.0 | 30.0 | 24.0 | 20.0 | 6.5 | 5.5 | 22.0 | 18.5 |
| 調査地点別 | | | | | | | | | | | | |
| 小国郷エリア・計 (n= 126) | 65.9 | 43.7 | 34.9 | 50.0 | 42.9 | 39.7 | 20.6 | 16.7 | 5.6 | 5.6 | 19.8 | 18.3 |
| 阿蘇エリア・計 (n= 83) | 43.4 | 27.7 | 21.7 | 22.9 | 18.1 | 15.7 | 24.1 | 19.3 | 4.8 | 3.6 | 14.5 | 13.3 |
| 南阿蘇エリア・計 (n= 59) | 71.2 | 37.3 | 23.7 | 37.3 | 27.1 | 37.3 | 35.6 | 22.0 | 13.6 | 11.9 | 32.2 | 27.1 |
| くじゅうエリア・計 (n= 40) | 45.0 | 25.0 | 52.5 | 62.5 | 50.0 | 40.0 | 20.0 | 15.0 | 2.5 | 2.5 | 20.0 | 12.5 |
| 高千穂エリア・計 (n= 18) | 55.6 | 33.3 | 22.2 | 27.8 | 22.2 | 22.2 | 22.2 | 16.7 | 11.1 | 5.6 | 22.2 | 22.2 |
| WEB回答 | 0 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| 地点不明 | 0 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |

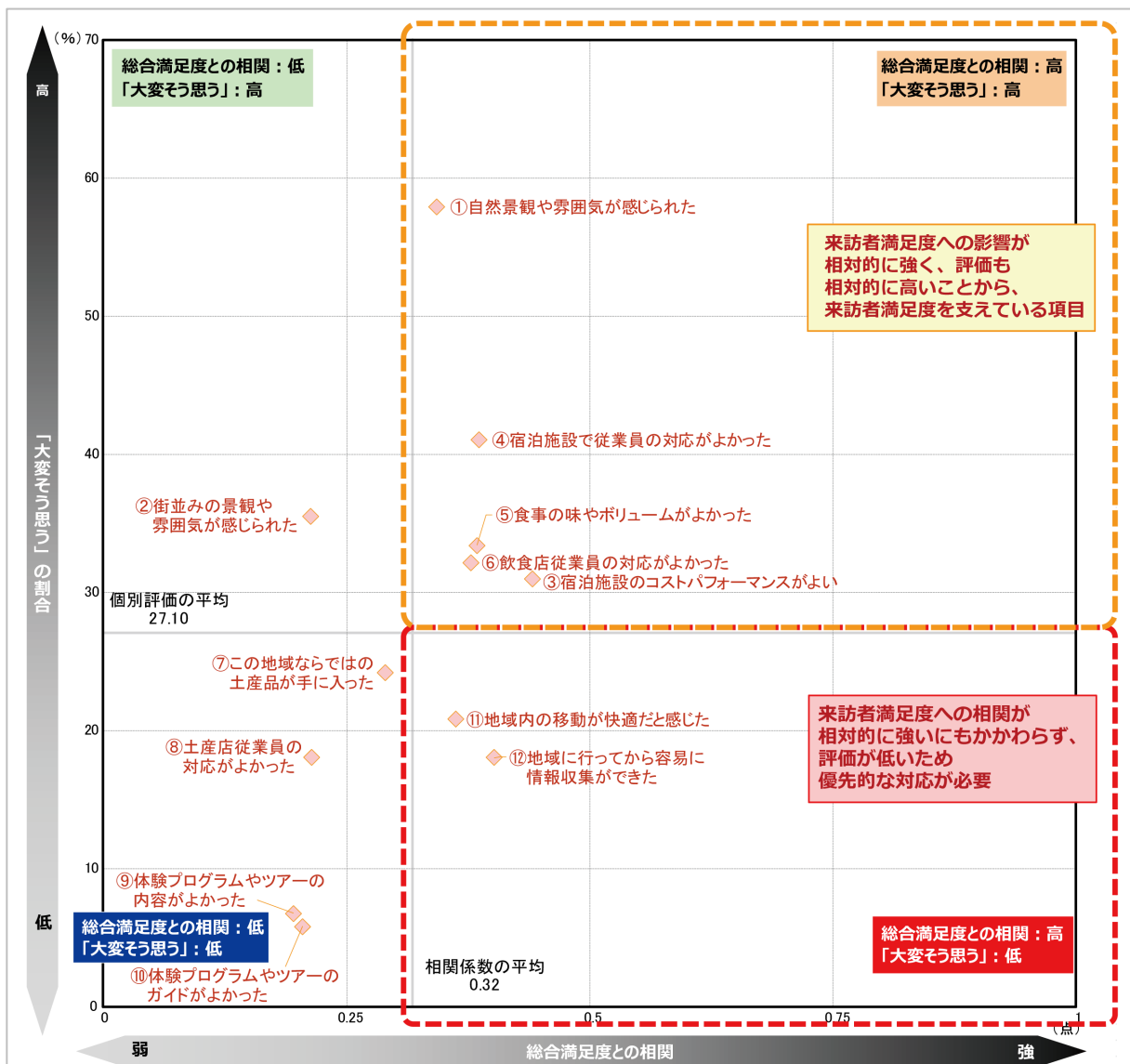
【*】は該当目なし

+10：『全観光圏：2021年度・合計』より10ポイント以上高い数値に網掛け
 +5：『全観光圏：2021年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値に網掛け
 -5：『全観光圏：2021年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値に網掛け
 -10：『全観光圏：2021年度・合計』より10ポイント以上低い数値に網掛け

⑤ 来訪者満足度に影響のある要素

来訪者満足度調査の分析結果によると、阿蘇くじゅう観光圏の満足度を支えている要素は、「自然景観や雰囲気」、「宿泊施設」、「食事・飲食店」であった。今後、満足度を高めるために対応が必要な要素は、「移動・情報収集」であった。

| | | 【阿蘇くじゅう観光圏】：2021年度 (n= 326) | | | |
|---|-------------|--------------------------------|-----------------|--------------|------|
| | | 総合満足度との相関 横軸 | 個別評価 縦軸 | | |
| | | | 「大変そう思う」 (%) | 加重平均値 (点) | |
| 本地域での 景観や食事、 体験、宿泊 などの評価 について | 景観や雰囲気 | ①自然景観や雰囲気が感じられた | 高 0.34 | 高 58.0 | 6.47 |
| | | ②街並みの景観や雰囲気が感じられた | 低 0.21 | 高 35.6 | 5.91 |
| | 宿泊施設 | ③宿泊施設のコストパフォーマンスがよい | 高 0.44 | 高 31.0 | 5.87 |
| | | ④宿泊施設で従業員の対応がよかった | 高 0.39 | 高 41.1 | 6.18 |
| | 食事・飲食店 | ⑤食事の味やボリュームがよかった | 高 0.38 | 高 33.4 | 6.01 |
| | | ⑥飲食店従業員の対応がよかった | 高 0.38 | 高 32.2 | 5.96 |
| | 物販・土産施設 | ⑦この地域ならではの土産品が手に入った | 低 0.29 | 低 24.2 | 5.67 |
| | | ⑧土産店従業員の対応がよかった | 低 0.21 | 低 18.1 | 5.51 |
| | 体験プログラム・ツアー | ⑨体験プログラムやツアーの内容がよかった | 低 0.20 | 低 6.8 | 5.54 |
| | | ⑩体験プログラムやツアーのガイドがよかった | 低 0.20 | 低 5.8 | 5.49 |
| | 移動・情報収集 | ⑪地域内の移動が快適だと感じた | 高 0.36 | 低 20.9 | 5.36 |
| | | ⑫地域に行ってから容易に情報収集ができた | 高 0.40 | 低 18.1 | 5.37 |
| 平均値 | | 0.32 | 27.10 | 5.78 | |



(5) 阿蘇くじゅう観光圏を取り巻く観光の動向

①災害からの創造的復興と記憶の継承

熊本県では平成 28 年に発生した熊本地震の復旧・復興の総仕上げ段階に入り、創造的復興を契機とした効果的・魅力的なイベントやプロモーションを実施することとしている。阿蘇エリアでも来訪者が徐々に来訪者は戻り、地震で被災した阿蘇神社楼門の修復が令和 5 年 12 月に完了する予定である。

また令和 5 年度には、震災遺構である旧東海大学阿蘇キャンパスを震災ミュージアムとして整備予定であり、教育旅行や防災ツーリズムの拠点となると考えられる。

②観光圏へのアクセス性の向上

令和 5 年度に九州中央自動車道の山都中島西 IC～矢部 IC 間が開通予定であり、熊本市内から山都町・高千穂町方面への移動が短縮される見込みである。また阿蘇くまもと空港では、令和 5 年春に国内線・国際線一体型のターミナルビルがオープンする予定となっている。

熊本地震で被災した南阿蘇鉄道が令和 5 年夏に全線運行再開を予定しており、それに合わせ立野駅を経由して肥後大津駅まで鉄道が乗り入れることが計画されている。立野駅周辺は重要な交通拠点として、阿蘇くじゅう観光圏の周遊を促進することが期待される。

③インバウンド需要の高まり

「DBJ・JTBF*アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年度版」によると、世界的にインバウンド観光が再開しつつある状況下で、外国人旅行者の次の観光旅行先として、日本は人気一位となっている。世界的なイベントとして、令和 5 年 10 月に、UCI（国際自転車競技連合）認定のプロ自転車ロードレース「ツール・ド・九州 2023」、令和 7 年 4 月から 10 月に、日本国際博覧会（略称「大阪・関西万博」）等も開催予定であり、九州のインバウンド回復の契機となることが期待される。

また熊本県菊陽町では、台湾の半導体大手企業 TSMC の工場が令和 6 年度に稼働予定である。阿蘇くまもと空港では、台湾の台北とのチャーター便の誘致方針を示しており、TSMC がもたらす交流人口増加への取組み推進が予想される。 ※DBJ・JTBF…日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社の略。

④観光のトレンドの変化

新型コロナウイルス感染症の流行を契機として、密を避けた自然環境に触れる旅行への意識が世界的に高まっている。日本政府観光局（JNTO）は、今後の旅行者受入再開の状況やコロナ禍の旅行者の意識変化等を踏まえ、高付加価値旅行、サステナブルツーリズム、アドベンチャートラベルの 3 分野に重点的に取り組むこととしている。国内でも地方志向の高まりやテレワーク普及により、ワーケーションや第 2 のふるさとづくりといった新たな交流市場を開拓する取組みが進んでいる。

⑤日本型 IR 整備の推進

総合型リゾート（IR）とは、民間事業者が一体として設置及び運営する「観光振興に寄与する諸施設」と「カジノ施設」から構成される一群の施設である。日本では、国内各地の観光地や観光ルートを紹介し、来訪客を国内各地に送り出すことにより、国内各地の観光地への訪日外国人旅行者や日本人国内旅行者の訪問の増加に貢献する「日本型 IR」の整備を掲げている。令和 4 年 4 月時点で、大阪府と長崎県が誘致を目指しており、今後認定審査が行われることとなっている。長崎県は佐世保市ハウステンボスを候補地として、計画では令和 9 年度の開業予定としている。

(6) 上位・関連計画

①上位計画

明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたい日本へー

(平成 28 年、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議)

近年の訪日外国人旅行者の増加を背景に、観光は我が国にとって「地方創生」の切り札となりうる。観光によって、地域に雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくため、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」を目指すことが必要となる。これを達成するために、3つの視点と10の改革を取りまとめ、観光客数を具体的に目標値として設定した計画を策定している。

【3つの視点と10の改革】

視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

- ・「魅力ある公共施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
- ・「文化財」を、「保存優先」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
- ・主な観光地で「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

観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本方針

(平成 30 年一部改正、農林水産省・国土交通省告示第 1 号)

「明日の日本を支える観光ビジョン」の目標達成に寄与することを目指し、地域の観光地を相互に戦略的に連携させた観光圏を整備し、国内外からの観光旅客を対象とする二泊三日以上の滞在に対応可能なエリアを国内に形成し、国際競争力の高い魅力ある観光地とするための基本方針を定めている。地域の幅広い産業の活性化や、交流人口の拡大による相互理解の増進、地域の活性化が図られ、我が国固有の自然、文化、歴史等に関する理解を深めるものとして観光の意義を一層高めるとともに、豊かな国民生活を実現する「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを図ることが期待されている。

【観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進の目標】

- ・「明日の日本を支える観光ビジョン」に掲げた目標の達成への寄与
- ・観光地間の連携、地域の幅広い産業間の連携及び国・地方公共団体と民間主体間の連携という三つの連携を促進することで、観光圏整備事業の着実な実施と地域の活性化を図る

②各市町村の観光の方向性

第2次阿蘇市総合計画 後期基本計画

(令和3年、阿蘇市)

観光資源の磨き上げや観光客の受入れ態勢の強化及び誘致活動、併せて新型コロナウイルス感染症予防対策を進め、国や県、関係機関等との連携により、国内外から選好される魅力ある滞在交流型の観光地域づくりを推進し、阿蘇ブランドを活かした新たな観光需要の喚起と長期滞在客や観光消費額の増加を図る。

第6次小国町総合計画 前期基本計画

(令和2年、小国町)

地域資源の整備やネットワーク化した広域観光ルートの設定による観光資源の活性化を図るとともに、推進体制の充実、地域特産品等を活用した商品開発や販売ルートの確保、イベントの充実等による観光の振興を図る。また、地域おこし協力隊の雇用による積極的な人材活用を行い、地域力の活性化に努める。令和2年から発生した新型コロナウイルス感染症への対策による経済活動をニューノーマルな生活スタイルとして、小国町の観光に係るガイドラインをしっかりと確立させる。そのために観光関連の組織強化を図る。

第4次南小国町総合計画

(令和元年、南小国町)

新規観光客及びリピーター観光客の数を着実に増やしていくとともに、彼らの滞在時間、観光消費を増大させていくために、地域DMOであるSMO及び南小国町観光協会を始めとした関係団体と連携して、地域資源を活用した新たな需要の取込み強化及びソフト・ハード両面での受入環境の整備推進に取り組む。また地域資源の発掘やこれまでと違った形や内容での情報発信に取り組んでいく。

満足度を高めリピーターを増やすための受入環境の整備として、ソフト面では、おもてなし向上、多言語対応、クレジットカードや電子マネー等キャッシュレス決済の促進等、ハード面では、トイレ整備、通路・施設のバリアフリー化等を推進する。

産山村過疎地域持続的発展計画

(令和2年、産山村)

観る観光から、体感する観光への転換を図るため、産山村観光協会を中心に官民一体となった情報発信やイベント等による観光客の誘致を展開する。村内の自然や文化を活用した“産山村ならではの”体験メニューの掘り越しを行うとともに、過密の回避やキャッシュレス化を図りながらサステイナブルツーリズムを推進する。またマイクロツーリズムに関しても、県内や近隣地域をターゲットに定め、誘客やコンテンツの造成を行う。併せて、阿蘇地域における平成25年5月の世界農業遺産の認定、平成26年9月の世界ジオパーク認定を契機とし、観光協会と連携した取組みを展開する。

第2次南阿蘇村総合計画 後期基本計画(改訂版)

(令和3年、南阿蘇村)

- ①熊本地震を教訓とした防災観光の推進
- ②with コロナ時代に対応した新たな観光スタイルの確立
- ③ナイトタイムエコノミーの推進による観光消費の拡大
- ④観光地域づくり法人(DMO)の推進
- ⑤地域を担う観光人材の育成

第2期高森町観光立町推進計画 (令和2年、高森町)

- 目標1 選ばれる！ 新たな観光地・観光資源の創出形成
- 目標2 地域団体・観光事業者等との連携強化及び組織の充実
- 目標3 官民連携の観光人材育成
- 目標4 景観の保全とリンクする新たな取り組み
- 目標5 国際観光の振興
- 目標6 観光旅行者・来町者の利便性向上
- 目標7 観光旅行者・来町者の安全確保
- 目標8 町民への理解促進と広報宣伝

第5次西原村総合計画 後期基本計画 (平成31年、西原村)

関係団体と連携し、豊富な観光資源やイベントの魅力向上を図り、ホームページをはじめとした多様な方法で積極的なPRを推進するとともに、近隣市町村と連携し広域的観光ルートの開発等に取り組む。2020年度からの阿蘇くまもと空港の民営化を契機とした、本村への来訪客増加につながる施策の検討を行う。

第2次山都町総合計画 後期基本計画 (令和元年、山都町)

訪れた人が、ありのままの自然や人、文化に触れ、おのずと応援者・愛好者となる「山の都」を目指す。

- 基本施策1 観光受入体制の強化
- 基本施策2 観光メニューづくりの推進

竹田市総合計画 基本計画 (平成18年(令和5年策定予定)、竹田市)

- 1. 広域的な周遊型観光ネットワークの確立
- 2. イベントの充実や観光資源の付加価値化の促進
- 3. 効果的な観光情報の発信
- 4. 地域資源の有効活用
- 5. ツーリズムによる都市住民との交流促進
- 6. 地域イメージの確立と保養温泉地環境の整備
- 7. 稲葉ダム周辺整備による観光振興
- 8. 観光の担い手育成

第6次高千穂町総合長期計画 (令和2年、高千穂町)

- (a) 地域経済の活性化や地元観光関連事業所の収益向上のため、観光客の増加につながる観光資源の有効活用と魅力向上を図る。
- (b) 多様な旅行形態に対応していくため、観光客の受け入れ体制の整備を促進する。
- (c) 国内外の幅広いターゲットの誘客を図るため、観光情報の効果的な情報発信を行う。

③関連計画

熊本地震からの観光の創造的な復興の実現に向けて～熊本観光復興会議の意見集約～

(平成 28 年、熊本観光復興会議)

熊本地震発生以前の熊本県の観光振興策は、阿蘇と熊本城のブランド力をさらに強化し、けん引役としてその効果を県内各地に波及することとしていた。しかし、熊本地震により大きな被害を受けたこと、さらに人口減少が進む中で今後の成長が見込まれる産業の一つとして観光分野が挙げられることから、今後の熊本県の観光戦略に向けて、「熊本観光復興会議」を開催し、委員の提言をまとめた。

【観光復興の実現に向けた提言】

1. 基幹産業として県観光の基盤を整える
2. チャンスを引き寄せて地元消費を拡大するようなインバウンド対応
3. 熊本の「食」で攻める～食をテーマにした地域資源の再構築～三ツ星からB級グルメまで
4. 熊本城、阿蘇観光の再生に向けたストーリーづくり

阿蘇山上観光復興ビジョン

(平成 29 年、阿蘇市)

関係者への意見聴取や、関連する計画・提言をもとに、今後の阿蘇山上のあり方について、より上質な観光地となるための課題と、観光客の滞在時間を延ばすためのアイデアを検討し、将来像及び取組のイメージを描いている。

【目標】

「より上質な観光地としての阿蘇山上へ」

【短・中・長期的な取組の具体イメージ】

1. 第1期 短期的取組 「世界一安全に配慮された火口観光地を目指す」
 - ・ 山上事業者の早期営業再開と、わかりやすく安全な山上環境の整備
 - ・ 語り部観光／地震・噴火被災の商品化
 - ・ 海外マーケティング戦略の立案／アジア向け、EU向け等
 - ・ キーパーソンや推進母体の設立
2. 第2期 中期的取組 「阿蘇山上に地域の力を結集する」
 - ・ 未活用資源の活用検討や、体験プログラムの充実
 - ・ 地域内連携ビジネスモデルの具体化
 - ・ 山上公的施設経営の一元化の検討や、山上駐車システムの検討
3. 長期的取組 「世界へ阿蘇を発信する」
 - ・ 国内外からの来訪者の増加と満足度の向上
 - ・ 山上の環境保全及び施設運営のための財源確保
 - ・ 様々なプログラムメニューの派生による地域参画の増加

阿蘇くじゅう国立公園ステップアッププログラム 2025

(令和3年、国立公園満喫プロジェクト/阿蘇くじゅう国立公園地域協議会)

2016年にとりまとめられた「明日の日本を支える観光ビジョン」の柱の一つとして、先行的・集中的に取り組むを行う8ヶ所の国立公園で策定した「国立公園ステップアッププログラム2020」の実施期間を2020年から2025年に延長し、「ウィズコロナ、ポストコロナの時代への対応」を新たに盛り込んだ阿蘇くじゅうステップアッププログラム2025をとりまとめている。

【計画のコンセプトとターゲット】

「草原のかほり、火山の呼吸。風と水の恵みを人が継ぎ人が繋ぐ、感動の大地」をコンセプトに、特定の国や旅行形態に偏ったターゲットを設定せず、各ニーズに対応した多彩なプロモーション展開等を検討する。

【計画の目標】

- ・訪日外国人来訪者…140万人
- ・公園利用者数…2,300万人
- ・公園利用の質の向上（リピーター数、満足度、公園内の支出額の向上）

【プロジェクトの取組方針と実施事項】

1. ウィズコロナ・ポストコロナの時代への対応
 - ①安心安全な受入環境づくり
 - ②国内誘客の強化
 - ③ワーケーション等の新たな公園利用の提供
 - ④キャパシティコントロールの推進
2. 8公園から全国展開・さらなる高みへ
 - ①保護と利用の好循環化
 - ②上質なサービスの提供
 - ③キラーコンテンツづくり
 - ④広域周遊の促進
 - ⑤SDGsの推進
3. これまでの取組の継続
 - ①景観保全の強化
 - ②利用環境の向上
 - ③熊本地震からの創造的復興
 - ④産官学金等の連携の強化
 - ⑤国立公園への誘導策・プロモーションの推進

千年の草原の継承と創造的活用総合特区地域活性化方針

(令和5年更新(第3期)、阿蘇市、南小国町、小国町、産山村、高森町、南阿蘇村、西原村、山都町)

世界的遺産であり、地域にとって誇りである「阿蘇草原」を守り次世代に伝えていくとともに、草原の新たな活用を進め、草原とつながる観光スタイルの創造と資金還流の仕組みづくりによる地域の活性化、ひいては観光立国の推進に貢献することを目指す。

【取組の概要】

- ①草原（自然環境）の維持・活用
 - ・自然空間の維持管理作業における支援ボランティア派遣の拡大
 - ・土地利用形状の整理、恒久防火帯整備の導入
 - ・多様な受益者等からの資金提供による継続的な維持管理の仕組みづくり 等
- ②観光消費や食料生産基盤の確保
 - ア) 草原由来製品の販売拡大
 - イ) 草原案内システム構築
 - ウ) 草原利活用連携促進

阿蘇ジオパーク基本計画書

(令和3年、阿蘇ジオパーク推進協議会)

2014年9月に認定された、阿蘇ユネスコ世界ジオパークのあり方を示すビジョンや基本的な取組みの方向性を明確化するとともに、地域に貢献できる阿蘇ユネスコ世界ジオパーク活動の活性化を図ることを目的に策定された。

【阿蘇ジオパークのあるべき姿 (ASO ビジョン)】

「大地の成り立ちと人々の関わりで感動をもって、阿蘇の誇りを未来につなぐ」

【ASO ビジョンを実現するための活動方針】

1. 学術研究による地質資源等の科学的知見の収集・蓄積
2. 地質資源等を活用した住民が地域を誇りに思う教育普及
3. 地質資源等の魅力を活かした観光等による経済活性化
4. 地質資源等を未来に引き継ぐ保全活動
5. 国内外とのネットワークを活かした活動の活性化

阿蘇ジオパークの拠点施設を中核とした文化観光の推進に係る地域計画

(令和2年、阿蘇ジオパーク推進協議会)

阿蘇火山博物館を文化観光推進法に基づく文化観光拠点施設と設定し、持続可能な運営体制の確立と拠点施設である阿蘇火山博物館の機能を強化し、阿蘇地域の文化及び観光の振興並びに個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現を図ることとしている。計画では、以下の基本的な方向性に沿って目標数値や事業を定めている。

【文化観光拠点施設を中核とした文化観光の総合的かつ一体的な推進のため取組を強化すべき事項及び基本的な方向性】

- 1) 文化観光拠点施設における多言語化の推進と最新情報技術を駆使した展示改修による魅力の増進を図る
- 2) ストレスなく文化観光拠点施設等を体験できるためのキャッシュレス化やバリアフリー化などの整備、交通アクセスの整備を施し、誰もが楽しめる環境づくりを推進する
- 3) ガイド窓口の一元化による来訪者への利便性向上及び多言語による文化観光ガイドの育成・確保を図る
- 4) 10年以上継続して取り組んできたジオパーク活動に文化観光の視点を取り入れた一体的な推進を図る

阿蘇エコツアーリズム推進全体構想

(令和元年、阿蘇ジオパーク推進協議会)

阿蘇地域の自然環境を保全・活用し、地域固有の魅力を伝えることで、地震からの復興と活力ある持続的な地域づくりを実現することを目的に策定された。「カルデラと阿蘇五岳を中心とする地域ならではの自然」に関連する自然資源や、関連して利用される周辺地域の観光名所、史跡等が挙げられており、エコツアーリズム実施にあたってのルールや配慮事項が示されている。

【推進の基本的な方針】

- ①阿蘇ならではの「人」と「自然」がまじわる体験
- ②悠久の自然と歴史を継承する
- ③8市町村が連携・協働する場づくり

**阿蘇地域通訳案内士育成等計画（令和元年、阿蘇8市町村）、
竹田市地域通訳案内士育成等計画（令和元年、竹田市）**

平成30年1月4日に施行された改正通訳案内士法により、各地域の観光資源の魅力を伝えるガイド人材を育成し、訪日外国人旅行者の地方誘客や滞在満足度向上に努めるため、地域通訳案内士制度が導入され、阿蘇地域8市町村、竹田市を含む全国5地域で育成等計画が策定されている。

地域通訳案内士とは、特定の地域内において、「報酬を得て、通訳案内（外国人に付き添い、外国語を用いて、旅行に関する案内をすることをいう。）を業とする。」者を言い、地域の固有の歴史・地理・文化等の現地情報に精通した者であり、各自治体が行う研修受講を通じて「地域通訳案内士」として登録を受けた方々が活躍する。阿蘇8市町村、竹田市では英語を対応言語としている。

阿蘇の草原の維持と持続的農業【GIAHS イニシアティブアクションプラン】

（平成30年、阿蘇地域世界農業遺産推進協議会）

国連食糧農業機関（FAO）が行う世界農業遺産（GIAHS）の対象として申請した「阿蘇の草原の維持と持続的農業」を保全し推進していくため、長年の農林業の営みにより維持されてきた草原や農耕文化、景観、生物多様性をどのようにして将来世代へ継承していくのか、課題と現状を整理し、具体的な取り組み内容を記している。

【関連する主な取り組み】

- （4）市民参加の拡大による阿蘇草原への理解醸成
- 8）地域資源を生かした農林業と商工業、観光業との連携による付加価値向上
 - ・グリーンツーリズムを通じた都市との交流拡大

祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク管理運営計画書 2017-2026

（平成29年、祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク推進協議会）

平成29年6月にユネスコエコパークに登録された「祖母・傾・大崩ユネスコエコパーク」の管理運営における最上位の計画として、祖母・傾・大崩ユネスコエコパークの活動理念や基本方針、取り組みの方向性を示し、各実施主体によって行われる具体的な取り組みの指針として策定されている。

【活動理念】

尖峰と溪谷が育む森と水、いのちの営みを次世代へ～自然への畏敬をこめて～

【ユネスコエコパークに求められる3つの機能】

- 1 保存機能 — 景観、生態系、種及び遺伝的多様性の保全に寄与する
- 2 学術的研究支援 — 地域レベル、国レベル、世界レベルでの保全や持続可能な発展に関する広報活動、環境教育・研修、調査研究、モニタリング活動を支援する
- 3 経済と社会の発展 — 社会文化的にも生態学的にも持続可能な、経済及び人間の暮らしにおける発展を助長している

【基本方針】

- 1. 貴重な生態系の持続的な保全を図る
- 2. 学術的研究や調査・研修への支援を図る
- 3. 自然と共生した持続可能な発展を図る

南阿蘇鉄道沿線地域公共交通計画

(令和4年、高森町・南阿蘇村・熊本県)

熊本地震で失ったこの地域の“宝”「南阿蘇鉄道」を一日も早く全線復旧し、また未来に残し続けることが必要であり、南阿蘇鉄道を軸とした持続可能な公共交通網の構築を目指している。

【関連する基本方針と取組】

基本方針5. 観光振興と一体となった公共交通網の構築

- ・交通結節拠点から各観光施設への二次交通アクセスの向上
- ・阿蘇くじゅう観光圏や熊本都市圏等との広域観光ルートの整備
- ・南阿蘇鉄道を観光資源として最大限活用した新たな誘客策
- ・外国人観光客の受入環境整備

阿蘇立野ダム仮設備ヤード整備計画

(令和2年、南阿蘇村)

阿蘇の玄関口として、観光客や移住者の集客向上に寄与し地域内外での交流促進を図る。

【基本方針】

- ・大規模災害発生時の迅速な救援・救護を可能にし、長期にわたる避難場所としての機能も兼ね備える防災公園整備を行う。
- ・立野ダムや自然環境等周辺の地域資源を活かした体験型レジャーを提供するとともに、滞在型観光を促進する宿泊機能を兼ね備える施設整備を行う。
- ・地域住民を中心とする団体等が各種の活動に利用することができ、またこれらの活動を通し交流人口の拡大を積極的に図ることのできる施設整備を行う。

公益財団法人 阿蘇地域振興デザインセンター中期計画 令和4～8年度

(令和4年、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター)

令和4年から8年の5年間は、人や地域との関係づくりに重点を置き、「人や地域がつながり、世界とつながり、次世代へとつながる阿蘇」を目指し、新たなコンセプトとして「阿蘇リレーション～つながる阿蘇～」を掲げている。具体的な取組みを進める上でのキーワードとして「人材育成」「関係人口」「伴走支援」を柱として、活動を行うための計画として策定している。

【取組内容】

1. 地域資源を磨きあげる
 - ①草原再生保全支援事業（阿蘇の草原保全に向けた機運醸成）
 - ②野焼き支援事業（草原の維持・再生のための取組み支援）
 - ③阿蘇資源の発掘とブランドマネジメント
 - ④世界ブランド事業の推進
2. 人を育て活動を支える
 - ①住民主体による地域づくり活動の支援
 - ②地域づくりを担う人材の育成
 - ③阿蘇ファン拡大に向けた取組み
 - ④情報の一元化と戦略的な情報発信
3. 人や資源をつなげ新たな価値を生み出す
 - ①付加価値の高い新たな阿蘇資産の創出
 - ②何度も訪れたい観光地域づくりの推進
 - ③市町村連携による観光地域づくりの推進
4. DC本来の役割を発揮する
 - ①コーディネート機能と牽引力の強化
 - ②選択と集中によるメリハリのある事業展開
 - ③運営体制の強化

(7) 課題把握

①観光圏の効果的な情報発信

阿蘇郡市内で連携したイベントやコンテンツ等は多くみられるが、山都町・竹田市・高千穂町との連携は十分でない。また3県にまたがる10市町村の特徴を捉え、一体的にPRしていくためのブランドイメージの確立が必要である。

今後は、ポストコロナの観光需要や大阪・関西万博等の契機を捉え、国内外の旅行市場において訴求力を高め、誘客・滞在につなげる情報発信を行っていく必要がある。併せて、各地域や施設が戦略的にターゲットを据え、PRに活用できるような情報収集・分析や、潜在需要の発掘も求められる。

②周遊促進のための受入環境の整備

JRや南阿蘇鉄道、阿蘇くまもと空港などの交通結節点から、観光圏を周遊する二次交通手段の確保が前期計画より引き続き課題として挙げられる。また、バス情報のわかりにくさや、市町村をまたいだ観光案内の不足など、現地での情報提供には改善が求められている。

今後は、来訪者が初めてでも安心して周遊できるような、情報提供や交通手段の確保、観光面でのMaaSの活用など、受入環境の整備が必要である。また、特定施設や時期へ来訪が集中するオーバーツーリズムへの対応も必要である。

③滞在・観光消費の拡大

阿蘇山上や草原、くじゅう連山など、来訪者が多い資源がある一方で、それらが観光消費や滞在時間の拡大につなげられていない。夜間営業する飲食施設やコンテンツが近郊の熊本市や別府と比べて少ないことも要因の一つであり、ナイトタイム活動を拡大させる取組みが必要とされている。

また、当観光圏では人材不足が課題であり、まずは宿泊施設や観光施設の受入れ人数増加よりも、来訪者一人あたりの観光単価を上げていく工夫や、富裕層への対応の視点から、観光コンテンツの高付加価値化や上質化の取組みが課題とされている。

④災害やコロナからのレジリエンス（回復力）向上

当観光圏の地域は、古来より噴火や豪雨、地震による被害を受けながらも、自然と共存してきた長い歴史を持つ地域である。しかし、災害の度に当観光圏への客足が激減し、観光産業や地域に影響をもたらしている。特に山上観光は、中岳の噴火から来訪者がいまだ回復していない現状がある。

今後は、熊本地震や中岳噴火などの災害や、新型コロナウイルス流行の経験を踏まえ、観光と暮らしの両立のための持続可能なツーリズムを推進していく必要がある。

⑤観光を支える人材・体制の充実

営業する部屋数を限定している旅館や、体験プログラムの受入れ農家の不足、タクシー運転手の高齢化及び担い手不足といった、多方面での人材不足が深刻な現状がある。また、宿泊施設の予約システムや経理のクラウドサービスなど、デジタル技術を活用できる人材が少ない現状もある。一方で、地域では高齢化が進み、高齢者の生きがいづくりや雇用の場の創出も求められている。

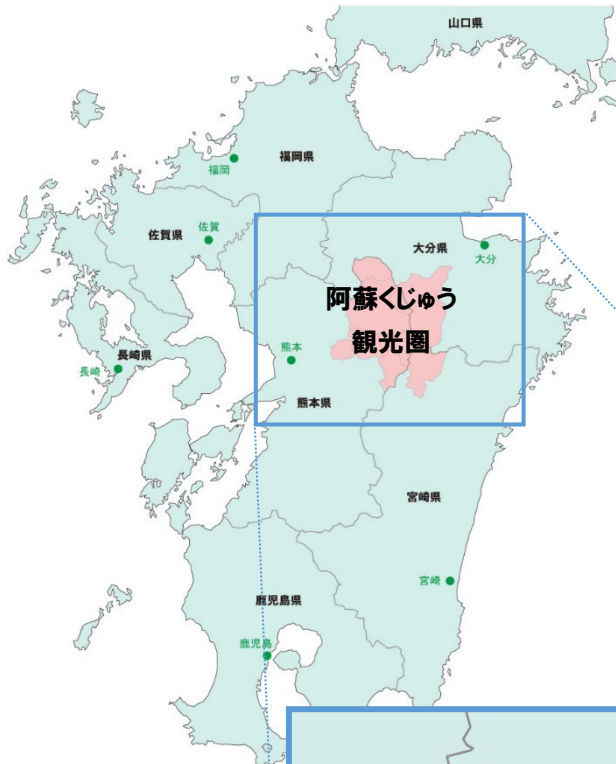
今後は、宿泊施設の従業員などの労働力と、観光地域づくりの企画・調整などを担う中核となる人材の2種類の対応が必要とされている。また、人材・体制の充実を進める事業の効果的な実施に向け、DXの推進や、DMOの役割の明確化と市町村との連携強化が求められる。

3. 基本的事項

(1) 観光圏の区域

①区域の地理的範囲、観光圏を構成する都道府県及び市町村名

阿蘇くじゅう観光圏の範囲、観光圏を構成する都道府県及び市町村名は以下のとおりである。



| 市町村名 | 面積 (km ²) | 人口 (人) |
|------------------|--------------------------|-----------|
| 熊本県阿蘇市 | 376.30 | 24,841 |
| 熊本県阿蘇郡南小国町 | 115.90 | 3,843 |
| 〃 小国町 | 136.94 | 6,672 |
| 〃 産山村 | 60.81 | 1,417 |
| 〃 高森町 | 175.06 | 6,054 |
| 〃 南阿蘇村 | 137.32 | 10,159 |
| 〃 西原村 | 77.22 | 6,879 |
| 熊本県上益城郡山都町(蘇陽地区) | 118.92 | 3,213 |
| 大分県竹田市 | 477.53 | 20,005 |
| 宮崎県西臼杵郡高千穂町 | 237.54 | 11,371 |
| 合計 3県 10 市町村 | 1913.54 | 94,454 |

面積、人口は令和4年10月末時点



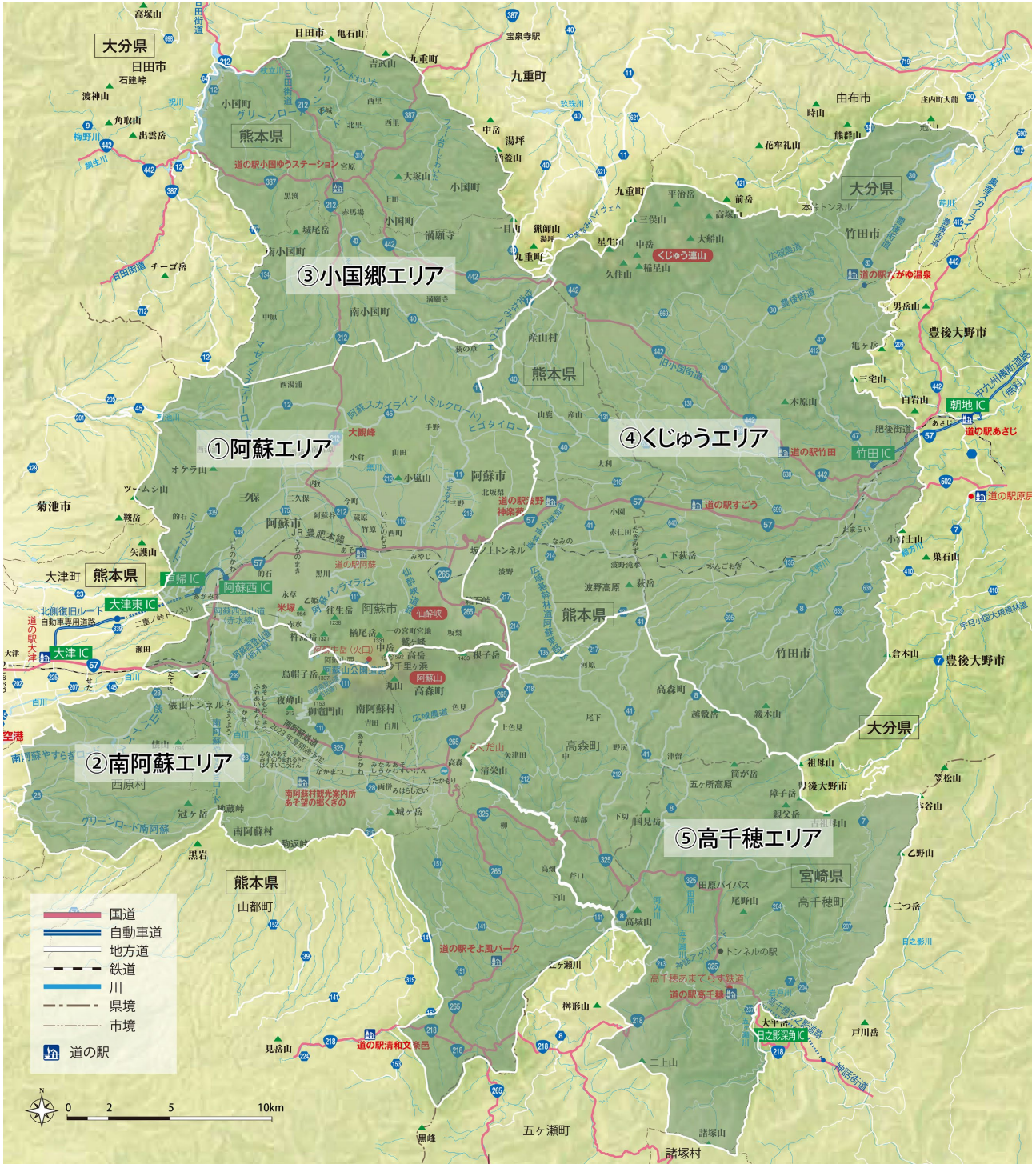
②設定理由

当該地域では、熊本県阿蘇地域8市町村と大分県竹田市、宮崎県高千穂町による「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」を設置し、顧客視点に立って、観光エリアマーケティングに基づく旅行商品の開発、広報・PR、人材育成を始め、地域づくり等と連携した取組みを実施してきた。

このエリアは、自然、歴史、文化、人の流れや物流及び観光資源の面から一体性を持ち、共通のコンセプトを有することから、平成20年度から一体となって「阿蘇くじゅう観光圏」事業に取り組んでいる。本計画においても、同様の区域設定を継続するものとする。

③エリア毎の観光の概要

阿蘇くじゅう高千穂地域は、その地形的特徴やアクセス条件等から、大きく以下の5つのエリアに区分される。ここでは広域周遊をめざすため、各エリアの観光の概要を整理する。



阿蘇くじゅう観光圏の範囲と5つのエリア
(阿蘇くじゅう高千穂観光MAPを引用し作成)

1) 阿蘇エリア

雄大な北外輪山と世界最大級のカルデラの中心である阿蘇五岳をシンボルとするエリア。中岳火口をはじめとする火口丘群は、阿蘇観光の目玉である。また、地域の信仰の中心となっている阿蘇神社など、古くから阿蘇地域の中心的役割を担ってきた。

エリア内には、阿蘇内牧温泉や、鉄道とバス等の交通結節点である JR 阿蘇駅があり、阿蘇観光の中心的役割を担っている。

【主な観光資源】

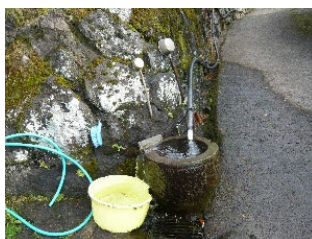
阿蘇神社とその参道にあたる門前町商店街では水基（みずき）と呼ばれる水汲み場の散策ができる。阿蘇内牧温泉は、明治から文人墨客が数多く訪れた歴史と文学の温泉郷であり、旅館、ホテルが立ち並ぶ街中には、町湯や飲食店が点在する。

雄大な阿蘇五岳や外輪山と一面に広がる水田の絶景を楽しむパラグライダーや熱気球、自転車などのアウトドア体験ができる。春のミヤマキリシマ、夏の青い草原、秋のススキなどの四季の彩りや、現在も噴煙を上げる中岳火口は阿蘇ならではの見所であり活きる火山を体感することができる。阿蘇火山博物館・阿蘇山上ビジターセンターは学習の拠点としても利用されている。

宿場町として栄えた坂梨宿には、神社や寺、御茶屋など歴史的文化遺産も多く、歩いて巡ることができる。



水基のある門前町商店街



名水の里である
手野地区の風景



西湯浦の展望所から見た
一面に広がる水田



絶景を楽しむ体験



仙酔峡のミヤマキリシマ



夏から秋の時期の草原



阿蘇中岳の火口



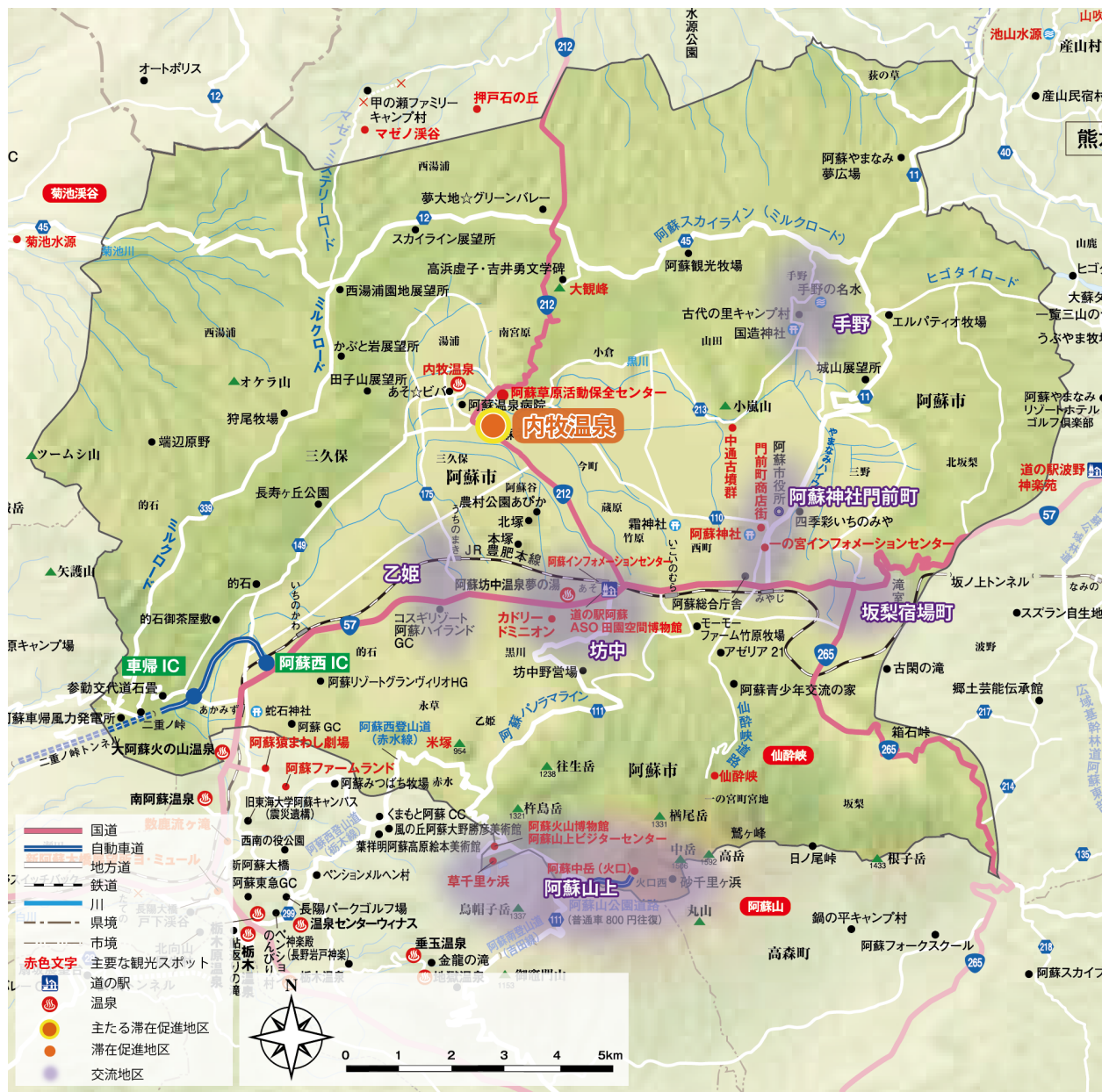
宿場町として栄えた坂梨地区

【交通の状況】

国道 57 号、212 号が中心部を通り、熊本駅と大分駅間をつなぐ JR 豊肥本線が東西に通過している。JR 阿蘇駅は内牧温泉や阿蘇山上をバスでつなぐ阿蘇くじゅう観光圏の玄関口である。

熊本市や阿蘇くまもと空港から大分市をつなぐ特急やまびこ号、熊本市から黒川温泉・湯布院・別府をつなぐ「九州横断バスが運行しているほか、地域の路線バスも運行し、阿蘇市内の観光地を訪れることができる。

【阿蘇エリアの観光資源図】



(阿蘇くじゅう高千穂ツーリストMAPを引用し作成)

【主要な観光スポット 内訳】

| | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 拠点施設 道の駅阿蘇 ASO 田園空間博物館 阿蘇火山博物館 一の宮インフォメーションセンター | 阿蘇草原活動保全センター 阿蘇山上ビジターセンター 阿蘇インフォメーションセンター |
| <input type="checkbox"/> 主要な観光地 カドリードミニオン 阿蘇神社 仙酔峡 大観峰 阿蘇中岳 (火口) | 内牧温泉 門前町商店街 中通古墳群 草千里ヶ浜 米塚 |

2) 南阿蘇エリア

西原村、南阿蘇村、高森町の一部、山都町蘇陽地区を含み、白川を中心に、山裾に美しい田園風景が広がる。清らかな湧水と山里ならではの景色、農村の暮らしを散策できる。南阿蘇村立野地区周辺は熊本地震の記憶を伝える整備が進み、高森町ではマンガを活かしたまちづくりが進められている。

【主な観光資源】

阿蘇くまもと空港からほど近い西原村の俵山周辺では、春の野焼きの風景に毎年多くの見物客が集まる。また、俵山交流館「萌の里」を拠点に、県道28号沿いを境に飲食店が点在し、湧水散策や農家民宿などができるほか、牧場での体験などが楽しまれている。

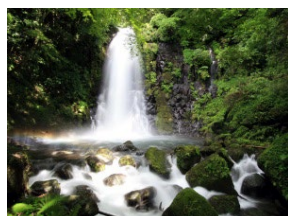
南阿蘇村は白川水源や南阿蘇村湧水群が集まる県内随一の名水地帯であり、水源巡りが人気である。趣ある温泉地も存在する。道の駅「あそ望の郷くぎの」を拠点として、レンタサイクルでの周遊や、阿蘇五岳への登山、南外輪山などを歩くトレッキングコースがあり、四季を通じて様々なアウトドア体験ができる。熊本地震での震災遺構として旧東海大学阿蘇キャンパスを公開しており、教育旅行での来訪も増えつつある。令和5年度には同キャンパス敷地内に体験・体感型の展示・学習施設が開館予定である。

高森駅周辺には、奥阿蘇の風土が育む美味・美酒がそろう。そのほか、上色見熊野座神社をはじめとして、マンガやエンターテイメントを活かした観光が推進されている。

九州のグランドキャニオンと呼ばれる蘇陽峡では、200mの高さに切り立つ絶壁が約10kmにも続く観光スポットであり、火山と水が作る渓谷美を楽しめる。神秘的な雰囲気漂う幣立神宮は、自然に囲まれた高天原神話発祥の地と言われている。



俵山の野焼きの風景



西原村の白糸の滝



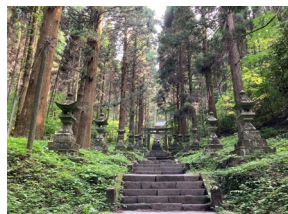
地獄温泉



旧東海大学阿蘇キャンパス



商業で栄えた高森商店街



上色見熊野座神社



蘇陽峡



歴史ある幣立神宮

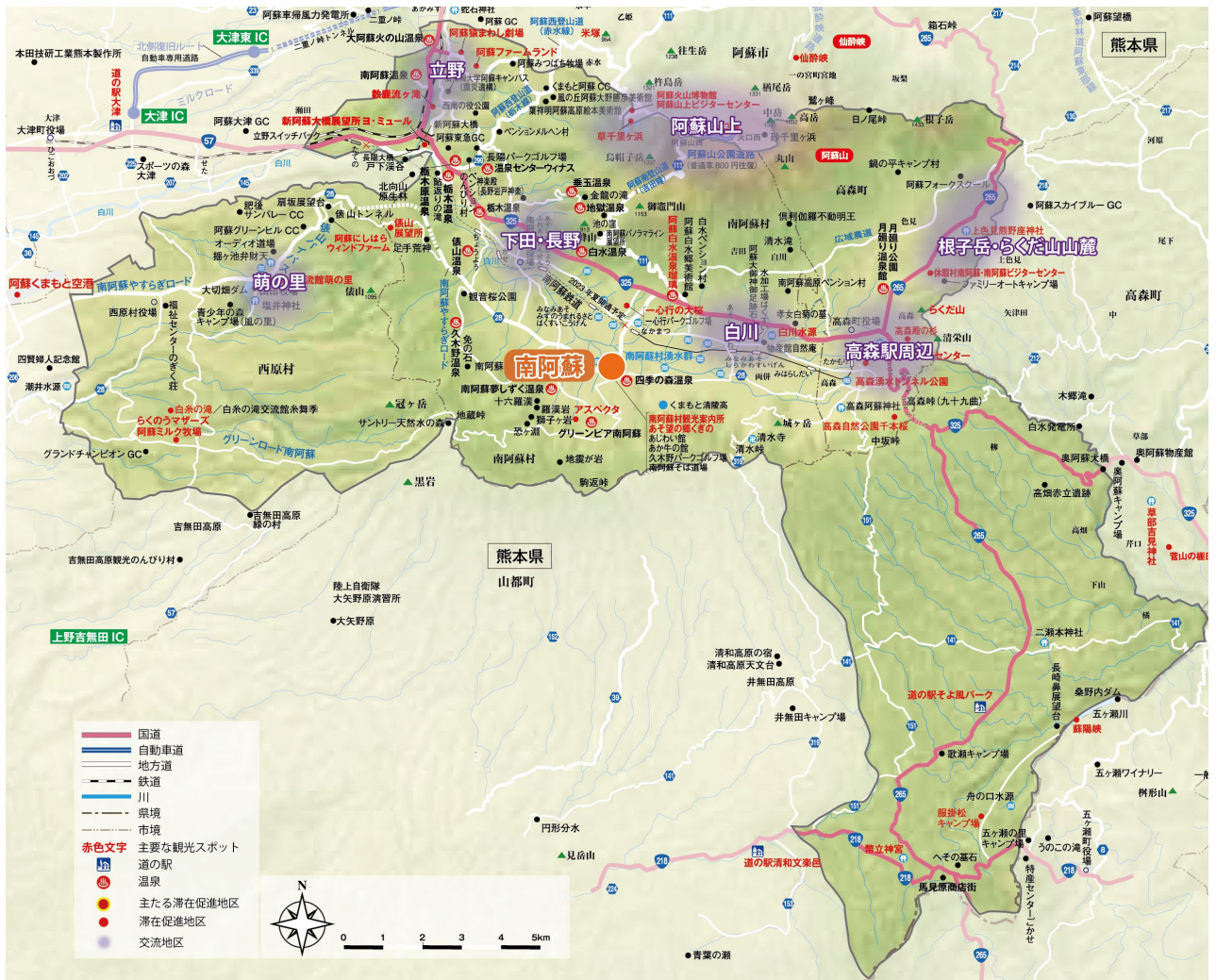
【交通の状況】

熊本地震で不通となっていた南阿蘇鉄道が令和5年に全線開通予定であり、それに合わせてJR豊肥本線と接続し、肥後大津駅から立野～高森駅間の移動が円滑になる。

バスによる広域からのアクセスは、熊本市内や阿蘇くまもと空港から西原村の萌の里・俵山登山口、立野駅、高森町観光交流センター前の高森中央バス停をつなぐ快速バスたかもり号が運行している。また、熊本と高千穂・延岡を結ぶ特急たかちほ号により、南阿蘇村久木野や高森中央バス停、蘇陽地区にアクセスできる。福岡方面からは、福岡延岡間を運行する高速バスごかせ号により、山都町蘇陽地区にアクセスできる。

エリア内では、南阿蘇村と高森町を結ぶ南郷ライナーや、南阿蘇村内を巡る南阿蘇ゆるっとバス、高森町を巡る高森町民バスが利用できる。西原村内は、大津町と益城町をつなぐ路線バスが運行している。山都町蘇陽地区では、熊本市内から御船町経由の熊本バスが運行するほか、山都ふれあいバスを利用できる。

【南阿蘇エリアの観光資源図】



(阿蘇くじゅう高千穂ツーリストMAPを引用し作成)

【主要な観光スポット 内訳】

| | | |
|--|--|---|
| <p>□拠点施設</p> <p>俵山交流館萌の里 南阿蘇ビジターセンター</p> | <p>南阿蘇村観光案内所あそ望の郷くぎの 高森町観光交流センター</p> | <p>道の駅そよ風パーク</p> |
| <p>□主要な観光地</p> <p>俵山展望所 阿蘇ファームランド 新阿蘇大橋展望所ヨ・ミュール 白水温泉 一心行の大桜 らくだ山 南阿蘇鉄道 幣立神宮</p> | <p>阿蘇ミルク牧場 阿蘇猿まわし劇場 旧東海大学阿蘇キャンパス 白川水源 上色見熊野座神社 高森殿の杉 高森自然公園千本桜 蘇陽峡</p> | <p>白糸の滝 数鹿流ヶ滝 地獄温泉・垂玉温泉 熊本県野外劇場アスペクタ 休暇村南阿蘇 高森湧水トンネル公園 服掛松キャンプ場</p> |

3) 小国郷エリア

小国町、南小国町を含み、全国的に人気の黒川温泉や鯉のぼりで有名な杖立温泉、小田温泉、わいた温泉郷など名湯が点在するエリア。パワースポット・押戸石や清流の森、マゼノ溪谷といった手つかずの溪谷や原生林が残っている。日本有数の杉の産地で、多くの温泉が自噴するなど、神秘的な自然美に囲まれた、湯けむりの秘境である。

【主な観光資源】

小国町にある遊水峡や、滝の裏側に回ることができる鍋ヶ滝など豊かな水系、南小国の瀬の本高原など、多様な自然環境が織りなす風景を目指して多くの旅行者やキャンプ客が訪れている。

1800年もの昔から名高い温泉地・杖立温泉では、昭和レトロな路地裏を巡る、「背戸屋（せどや）めぐり」が魅力である。小国町の宮原地区では、廃線となった旧国鉄宮原線を巡る歴史散策ができ、湧蓋山の美しい姿や、竹筋橋といわれる幸野川橋梁を眺めながらのトレッキングは爽快であり、温泉や食事処、宿などが点在しているのも魅力である。周辺には道の駅や学習と交流をテーマに活動を行う木魂館などの施設もある。

押戸石の丘は、九州でも有数のパワースポットとして人気がある。黒川温泉は、各旅館の風情あふれる露天風呂が魅力であり、タオルを片手に露天風呂めぐりをする人で連日にぎわいを見せている。満願寺では、集落を流れる志津川からやわらかな湯煙が立ち上り、川端の東屋では人々が野菜や農具を洗う、幻想的で懐かしい温泉風景が見られる。



季節の変化を感じる
遊水峡



繊細な水の流れをつくる
鍋ヶ滝



瀬の本高原の商業施設



深い谷間に立ち並ぶ
杖立温泉



歩道化された線路跡や
橋梁



木魂館のキャンプ場と
湧蓋山の風景



押戸石の丘からの眺め



黒川温泉の街並み

【交通の状況】

熊本市内及び大分方面、阿蘇くまもと空港からは、熊本～大分間を運行する九州横断バスによりアクセスできるほか、JR 肥後大津駅と南小国町役場・ゆうステーションをつなぐ快速小国郷ライナーがある。また、福岡市内及び福岡空港方面からも、高速バスでアクセスが可能である。

エリア内では、小国町から南小国町にかけて、黒川温泉、小田温泉、道の駅小国ゆうステーションを循環する小国郷ぐる～っとバスが運行している。その他、ゆうステーションから杖立や岳の湯など各方面を結ぶ路線バスもある。

【小国郷エリアの観光資源図】



(阿蘇くじゅう高千穂ツーリスト MAP を引用し作成)

【主要な観光スポット 内訳】

| | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 拠点施設 道の駅小国ゆうステーション 瀬の本レストハウス | 物産館きよらかアサ |
| <input type="checkbox"/> 主要な観光地 杖立温泉 鍋ヶ滝 わいた温泉郷 北里柴三郎記念館 満願寺温泉 マゼノ渓谷 瀬の本高原 | 遊水峡 下城の大イチョウ 木魂館 小国ドーム 黒川温泉 押戸石の丘 |

4) くじゅうエリア

竹田市、産山村、阿蘇市波野地区を含み、久住山を代表とする久住高原一帯の大草原と岡藩が築いた城下町の風情が象徴的なエリア。温泉療養地としても知られる長湯温泉のほか、瀧廉太郎作曲の「荒城の月」のモデルとなった岡城跡は桜や紅葉の名所として見逃せないスポットである。また、池山水源や山吹水源などの水源池に代表されるような、美しく神秘的な水辺の風景が存在する。

【主な観光資源】

くじゅう連山は四季折々の鮮やかな景色が美しく、多くの登山愛好家が訪れているほか、くじゅう高原には四季の花が楽しめる公園や、動物とのふれあいや食を楽しむことができる施設、和太鼓エンターテイメント集団の野外劇場などがあり、雄大な自然資源を活かした観光が盛んである。

長湯温泉は、古くは殿様の湯治湯として、また、昭和初期には川端康成をはじめ多くの文人墨客が訪れた。豊後風土記にもその名を残す名湯で炭酸の湯を楽しめ、日本を代表する建築家らによる建築でも有名となっている。城下町である竹田は、岡藩時代は地方の政治・経済・文化の要衝として栄えたことから、キリシタン文化や江戸の歴史、竹田市ゆかりの人物を学ぶことができる。

産山村には、池山水源や山吹水源などの美しく神秘的な水辺や、ヒゴタイなど山野に見られる多様な生態系が存在している。阿蘇五岳とくじゅう連山を一望でき、草原に放牧される牛たちの様子を眺めるなど、雄大な自然資源を活かした観光が盛んである。

阿蘇市波野地区の「荻岳」には古くから様々な神話が残り、その信仰心は国の無形民俗文化財指定の中江岩戸神楽を始めとする神楽という姿で今も地域に根付いている。日本最南限のすずらん自生地や、そばの産地としても有名である。



竹田市沢水展望台からの景色



ガンジー牧場



長湯温泉



岡城跡



岡城城下町



池山水源



ヒゴタイ



波野地区の神楽

【交通の状況】

竹田市へは、熊本市や阿蘇くまもと空港～大分県別府市間を運行する路線バス特急やまびこ号によりアクセスできる。大分方面からは大分県別府市～阿蘇市間を運行する JR 九州横断特急と普通列車を利用しアクセスが可能である。産山村へは、広域での公共交通を利用した直接的な交通手段はなく、観光協会では車でのアクセスを推奨している。エリア内の移動については、豊後竹田駅を主な結節点とする大野竹田バスや竹田市コミュニティバスにより、岡城跡や長湯温泉などにアクセスができる。また、産山村～阿蘇市一の宮町宮地地区を結ぶ路線バスである産山環状線で産山村役場へアクセスできる。

【くじゅうエリアの観光資源図】



(阿蘇くじゅう高千穂ツーリスト MAP を引用し作成)

【主要な観光スポット 内訳】

| | |
|--|--|
| <p>□拠点施設</p> <ul style="list-style-type: none"> 道の駅ながゆ温泉 道の駅竹田 里の駅 萩の里温泉 | <ul style="list-style-type: none"> 水の駅おづる 道の駅すごう 道の駅波野 神楽苑 |
| <p>□主な観光地</p> <ul style="list-style-type: none"> くじゅう連山 天空の展望公園(野外劇場TAOの丘) 扇森稲荷神社(こうとうさま) クリンタン洞窟礼拝堂 扇棚田 荻岳展望所 | <ul style="list-style-type: none"> くじゅう花公園 岡城跡 七ツ森古墳 池山水源 ヒゴタイ公園 ガンジー牧場 竹田市歴史文化館 由学館 長湯温泉 山吹水源 祖母山 |

5) 高千穂エリア

高森町南部、高千穂町を含み、日本三大下り宮の草部吉見神社、高千穂神社、天岩戸神社など、神話にゆかりある神社や芸能が残るエリア。「日向往還」の宿場町として栄えた馬見原の街並みは、往時のにぎわいを今に伝えている。景勝地として有名な高千穂峡からは、神秘的かつ雄大な自然の造形を目にすることができる。

高千穂町は、森林に囲まれ平地が極めて少ない環境下で、農林業を営んできた暮らしが「高千穂郷・椎葉山の山間地農林業複合システム」として、2015年に国際食糧農業機関（FAO）により世界農業遺産に認定された。また、祖母・傾・大崩山系の豊かな自然とその周辺に暮らす人々が自然を敬い共生してきたこととこれからの地域の発展のため、2017年に大分県と宮崎県にまたがる地域がユネスコエコパークに登録されている。

【主な観光資源】

国見ヶ丘からの雲海など雄大な自然景観を背景に、高千穂神社、天岩戸神社や神楽など神話や信仰と一体となった観光資源がパワースポットとして人気を集めている。見る人を圧感する真名井の滝や柱状節理などからなる高千穂峡では、ボートやそうめん流し等のアクティビティが盛んである。

高千穂あまてらす鉄道は2008年に廃止となった高千穂鉄道高千穂線の線路を利用し、アトラクションとして整備され、老若男女問わず楽しまれている。

高森町の山東部には高千穂に関連する神話が残り、神話にちなむ地名も多い。宮崎県境の永野原にある岩神下番所跡や集落には所々にまつられている山の神など、山里の暮らしを感じることができる。山に囲まれた環境でのフィッシングやキャンプといったアクティビティが楽しまれている。



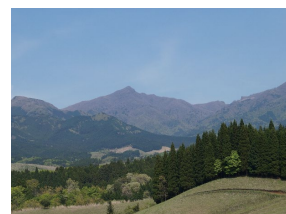
高森町の草部吉見神社



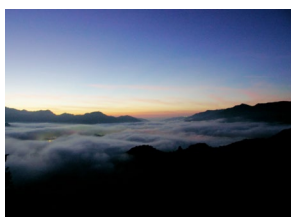
高千穂神社



山裾に位置する棚田



高千穂町三秀台からみる
祖母山



国見ヶ丘の雲海



高千穂峡のシンボルである
真名井の滝



あまてらす鉄道



竜ヶ岩の滝

【交通の状況】

高千穂町へは、熊本市内及び阿蘇くまもと空港から、熊本市～延岡市を運行する特急バスたちほ号・あそ号により、また福岡方面からは、福岡延岡間を運行する高速バスごかせ号によりアクセスできる。エリア内の移動は、高千穂バスセンターが結節点となり、町内各地域や延岡方面を結んでいる。

高森町南部については、高森町民バスにより草部や津留・野尻などにアクセスできる。

【高千穂エリアの観光資源図】



(阿蘇くじゅう高千穂観光MAPを引用し作成)

【主要な観光スポット 内訳】

| | | |
|--|-------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 拠点施設 道の駅高千穂 | | |
| <input type="checkbox"/> 主な観光地 | | |
| 草部吉見神社 四季見原すこやか の森キャンプ場 高千穂神社 尾戸の口棚田 | 菅山の棚田 天安河原 高千穂峡 栃又棚田 | 尾橋溪谷 天岩戸神社 高千穂あまて らす鉄道 |

(2) 滞在促進地区の区域

① 滞在促進地区

観光の中心となって宿泊の魅力向上に取組み、各地域へ人の流れを生み出す地区として、9つの滞在促進地区を設定する。その中でも、宿泊施設の集積度や交通アクセス性などから、内牧温泉を「主たる滞在促進地区」として設定する。

| 名称 | 概要 |
|---------------------|---|
| 内牧温泉 (主たる滞在促進地区) | 観光圏内最大の温泉街であり、宿泊施設が充実している。阿蘇山上や熊本・大分へのアクセス性が高く、主要な交通拠点にもなっている。 |
| 黒川温泉 | 全国的に最も有名な温泉街の一つであり、宿泊施設が充実している。高速バスでは各方面からアクセスでき、大分県の湯布院温泉とも結んでいる。 |
| 杖立温泉 | 観光圏に至る日田経由の玄関口に位置し、福岡都市圏の人气が高い。湯治の街として古くから有名である。 |
| わいた温泉郷 | 涌蓋山のふもとに6つの温泉地が点在し、山あいの風情ある秘湯として人気がある。旅館や飲食施設も立地している。 |
| 南阿蘇 | 阿蘇五岳の南麓にある5つの温泉地をはじめ、ホテルや旅館、ペンションなど様々な宿泊施設が充実している。熊本市方面からのアクセス性が高い。道の駅あそ望の郷くぎのなど滞在周遊の拠点がある。 |
| 長湯温泉 | くじゅう地域最大の温泉街であり、世界に誇る良質な炭酸泉の温泉がある。旅館など宿泊施設も充実している。 |
| 久住高原 | 道路アクセス性に優れ、ドライブコースとして人気が高い。集客力の高いくじゅう花公園やくじゅう連山があり、宿泊施設も立地している。 |
| 竹田・城下町 | 歴史ある町並みが残る城下町であり、中心市街地には商店街や宿泊施設、歴史文化施設が充実している。国道や高速 IC、JR 駅が立地する交通拠点となっている。 |
| 高千穂町 | 高千穂峡や天岩戸神社に代表される神話の里として日本で有数の観光地であり、宿泊施設も充実している。 |

②交流地区

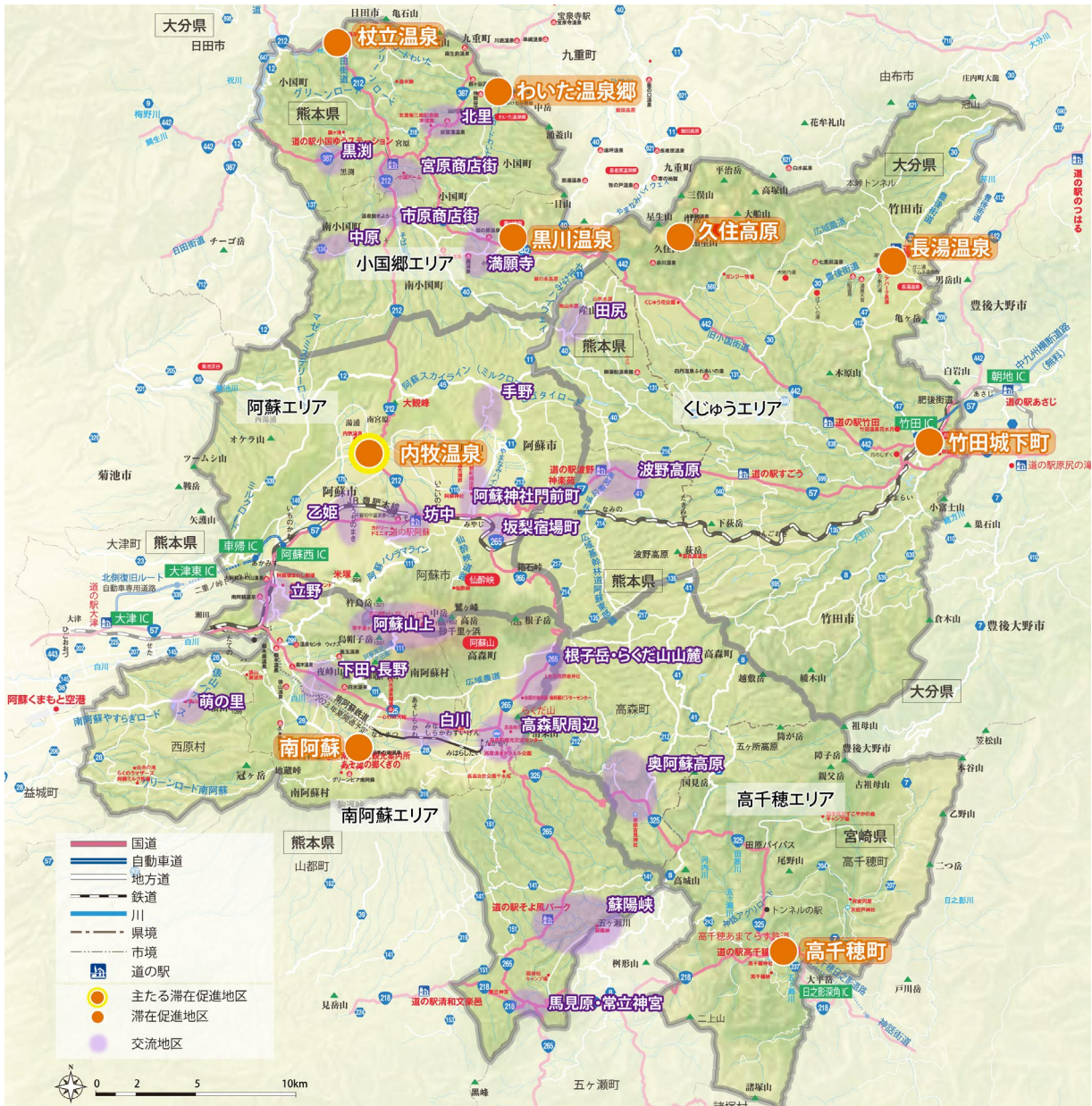
阿蘇くじゅう観光圏では、平成14年から市町村や県境を越えたネットワークで“分かりやすい・歩きやすい・過ごしやすい”滞在交流型観光地づくりとして、阿蘇くじゅう高千穂に散らばる自然のフィールドや農村集落、商店街、温泉街など、元からある地域を拠点とした「阿蘇カルデラツーリズム」を行ってきた。

今後、それらの拠点の魅力を一層高めるとともに、滞在促進地区と連携し、広域での滞在周遊を促進していくため、交流地区を設定する。

| エリア | 名称 | 概要 |
|--------|---------|--|
| 阿蘇エリア | 手野 | 名水の里として有名な集落で、国造神社や古墳など阿蘇の歴史を感じる資源がある。地元有志による案内ガイド、川でのヤマメ釣りやキャンプなどのアクティビティがある。 |
| | 阿蘇神社門前町 | 阿蘇神社の門前町で、阿蘇の歴史や通りに設置された複数の水基と湧水を使ったグルメを楽しむことができる。案内拠点として、一の宮インフォメーションセンターがある。 |
| | 坊中 | 阿蘇は古くから神が宿る山として信仰され、修行僧が集った西巖殿寺や多くの坊跡がある。 |
| | 乙姫 | 阿蘇五岳の麓にあり、JR豊肥本線や国道57号線が並行して走り、地区の中央にはJR内牧駅が位置する。乙姫神社や宿泊施設等が立地する。 |
| | 阿蘇山上 | 中岳火口や、草千里ヶ浜など、阿蘇くじゅう観光圏を代表する観光資源がある。火山博物館にあるビジターセンターを拠点とした観光プログラムが展開されている。 |
| | 坂梨宿場町 | 江戸時代からの参勤交代、行商の旅人らが往来する宿場町として栄えた宿場町であり、神社や寺、御茶屋や番所跡など歴史的文化遺産も多く、風情のある通りとなっている。 |
| 南阿蘇エリア | 萌の里 | 阿蘇くまもと空港から近く、俵山の麓に位置する。白糸の滝や俵山交流館 萌の里などの観光資源があり、萌の里では地元農産物の販売やイベントなどが行われている。 |
| | 立野 | 阿蘇カルデラの西端であり、地形の特徴を活かしたインフラツーリズムや震災遺構を活用した防災ツーリズムが展開されている。立野駅周辺の整備により拠点性も高まる。 |
| | 下田・長野 | 長野阿蘇神社や、南阿蘇の神楽の里公園などの歴史資源があり、神楽の里公園では国指定無形文化財の長野岩戸神楽の定期公演が行われ、多くの旅行者が訪れている。 |
| | 白川 | 白川水源や南阿蘇村湧水群が集まる県内随一の名水地帯であり、界隈に点在する石垣や蔵のある農村集落の散策や、湧水で育まれたグルメを楽しむことができる。 |

| エリア | 名称 | 概要 |
|---------|------------|--|
| 南阿蘇エリア | 高森駅周辺 | 南阿蘇鉄道の発着駅であり、南阿蘇鉄道全線復旧に合わせた駅舎の整備が進められ、拠点性が高まるとされる。近くには湧水トンネル公園や商店街、酒蔵などがある。 |
| | 根子岳・らくだ山山麓 | 根子岳の麓に位置する。南阿蘇ビジターセンターでは自然とのふれあいを楽しむ情報や体験を提供している。アニメの舞台となった上色見熊野座神社がある。 |
| | 蘇陽峡 | 蘇陽峡では新緑や紅葉の景観を楽しむことができるほか、トレッキング、カヌーなどのアクティビティも楽しめる。周辺にはキャンプ場や道の駅そよ風パークなどがある。 |
| | 馬見原・幣立神宮 | 日向街道の宿場町として栄えた馬見原や、天孫降臨の地として高千穂神社とともに人気のある幣立神宮がある。 |
| 小国郷エリア | 北里 | 世界に知られる細菌学者・北里柴三郎博士の生家がある地区。研修宿泊施設 木塊館が観光拠点であり、旧国鉄宮原線を巡る歴史散策や、温泉、食事などを楽しむことができる。 |
| | 黒淵 | 豊かな森に囲まれた地域で、小国出身の抽象画家 坂本善三美術館や鍋ヶ滝などの観光資源がある。 |
| | 宮原商店街 | 観光拠点として道の駅小国・ゆうステーションがあるほか、宮原商店街での様々なグルメを楽しむことができる。 |
| | 赤馬場 | 食とアートのエリアとして、そば街道や食事処、土産物店が多く点在する。観光拠点としてきよらカアサがある。 |
| | 中原 | 大自然あふれるマゼノ溪谷や、阿蘇北外輪山の丘にある押戸石など、四季折々の自然の景観を楽しむことができる。 |
| | 満願寺 | 満願寺を流れる志津川から湯気が立ち上り、川湯では地元の人が野菜や米を洗うなど、温泉と人々の暮らしの風景を見ることができる。 |
| くじゅうエリア | 田尻 | 豊富な湧水を誇る池山水源や、四季折々の花が楽しめるヒゴタイ公園などがあるほか、周辺には広大な草原が広がり、ドライブコースとして人気がある。 |
| | 波野高原 | 山深く、シンボルの荻岳には数々の神話が残るなど神秘的な空気が漂う地区。国指定無形民俗文化財の岩戸神楽が定期公演されている。そばの産地としても有名である。 |
| 高千穂エリア | 奥阿蘇高原 | 草部吉見神社とその周辺の山里には神武天皇にまつわるエピソードが残る地区。休憩や食事、観光案内の拠点として、奥阿蘇物産館がある。 |

【滞在促進地区と交流地区の位置図】



(阿蘇くじゅう高千穂観光MAPを引用し作成)

4. 観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本的な方針

(1) 地域に根ざした固有の魅力

九州のほぼ中央に位置する阿蘇くじゅう国立公園は、我が国を代表する国立公園であり、周囲約100kmに及ぶ世界最大級のカルデラ地形の中央にある阿蘇五岳と、北東部のくじゅう山群は無辺の草原により一体となり、今なお続く火山活動からは、地球の鼓動を直に体感することができる。

熊本県の阿蘇地域及び大分県竹田市、そして、両地域を見渡す大パノラマと阿蘇の溶岩流によって形成された美しい渓谷に彩られる宮崎県の高千穂町。3つの県にまたがるこの広大な地域は、自然景観はもとより、歴史的、文化的に見ても関係性の深い地域であり、観光地域づくりにおいて欠くことのできないまとまりである。

また、世界最大級のカルデラ地形に5万人の人々が暮らし、カルデラの全容を観察・理解できる点や、多くの旅行者が活動中の火口を直接望めることができる点で、世界的に見ても稀な地域である。

①カルデラの形成と日本への影響

世界有数の規模を誇る阿蘇カルデラの形成に至った噴火のスケールは、地球の有史でも巨大なものであった。なかでも、約9万年前に起こったAso-4と呼ばれる巨大噴火の火砕流は、九州中北部を覆い尽くした。火山灰は、北海道東部でも見つかるなど、阿蘇カルデラを形成した噴火は、日本全体に影響を及ぼしたものと考えられる。

②地球の息吹を感じる中岳火口

巨大噴火後に生まれた中央火口丘群のなかでも、現在も活動を続ける中岳火口は、火口観察のポイントとして整備されており、安全な時は火口の縁に立って、美しい湯だまりを間近に見ることができる。周辺では、火山活動による荒々しい景観が広がるなど、生きた地球を実感することができる。

③火山の恵みと人々の暮らし

阿蘇くじゅう高千穂地域は、古くから人と火山が共生してきた。カルデラ火山という自然の営みによる基盤の上に、数千年を超えて草原と暮らす人々の生活が積み重なり、豊富な湧水、動植物、火山信仰から生まれた文化などが折り重なった風景は、火山との密接な繋がりを表している。

(2) ブランドコンセプト

阿蘇の外輪山を柔らかに覆う草原。

そこから見はるかす幽玄のカルデラ光景。

緑のベルベットを吹きわたる風の音に、永らく営まれてきた人々の暮らしが徐々に色彩を帯びていく。

草の香りが記憶のひだをなで、身魂はにわかには居ずまいを正す。

そこに住まう人、旅路に訪れる人、だれもが人生の来し方行く末にしばし思いを馳せる。



阿蘇の外輪山は、カルデラに暮らす人々にとって自らの矜持を渡し固める紗幕であり、旅人にとって日常世界を転換させる結界線である。その外輪山を際立たせるのが稜線に広がる草原、そして悠久の時間である。大気はそよぎ、草は芽吹き、水は循環し、そして人々の希望がきらめく。

人々はその緑香の高みに身を置くと、心を鎮め、人生を遠望する。まるで大きな力に抱擁されるよう、安寧の心持ちから新たな光明、澄みわたる救済を得ることができる。

人生観あるいは死生観。阿蘇のカルデラもまた巡りゆく時間の一断面をなす。比類なき自然と人々が折り合いをつけてきた阿蘇カルデラは、単に景勝地であることを超え、命魂の蘇生をことごとく別天地であることを世界へ訴求する。

(3) 基本方針

①基本理念

阿蘇くじゅう観光圏が一体となって観光地域づくりに取り組むための基本理念を示す。

【阿蘇くじゅう観光圏の魅力】

火山活動で作りだされた特徴的な「自然環境」と、豊富な湧水・温泉などの「自然の恵み」
長い時間をかけて森林や草原を手入れし、水環境や生物多様性を支えてきた「農林畜産業」
自然と共生するために各地域で継承されてきた「伝統文化」や「精神」



火山活動からなる自然と人の関係が固有の魅力として表れ、観光地域づくりの源になっている。

【観光地域づくりの課題】

国内外に阿蘇くじゅう観光圏の存在感を示し、誘客につなげること
地域固有の魅力を活かし、観光圏全体での周遊・滞在や観光消費を促進すること
観光の源である環境や地域の持続的な発展を観光分野において支えていくこと

【観光地域づくりの基本理念】

阿蘇くじゅう観光圏の観光の魅力は、水循環や野焼きによる草原の維持、循環型農業など、繰り返し新たな姿に生き返る景観にある。阿蘇くじゅう観光圏に来たお客様にも、旅の中での非日常的な経験を通して、身も心も生き返り、新しい自分と出会う旅にしていく。

旅の魅力は、訪れた人が旅の中で、美しい風景や豊かな食とともに、それらを支えてきた地域の暮らしや人の温もりに触れる「出会い」にある。

私たちの役割は、魅力の発見や感動につながる「出会い」の場や仕掛けをつくり、また足を運ぼう、あの人に会いに行こうと思う愛好家を増やしていくことである。

そのために、地域や分野を超えて1つにまとまり、この地に住む誰もが観光地域づくりの一員として様々な取組みを展開し、子どもたちや新たな人材が暮らしたい、働きたいと思える観光地域をつくっていく。

【観光地域づくりのキャッチコピー】

阿蘇くじゅう観光圏で観光地域づくりの一員を担う私たちのキャッチコピーを掲げます。

Share our lives

この地に根付いてきた自然と人との「share」の心で、これからも、大地の息吹が感じられる多様な自然と私たちの「共生」、地域の遺産・人材・情報の「共有」を、ここで暮らし働く人も訪れる人もみんなで分かち合い続けていく観光地域づくりを進めていく。

②基本方針

1)【ブランディング】阿蘇くじゅう観光圏のイメージ戦略

阿蘇くじゅう高千穂地域が一体となって、世界に誇る観光地として存在感を際立たせていくための観光圏のブランドイメージを確立します。また誘客のためのマーケティングとプロモーションの戦略を進めます。

2)【周遊基盤整備】阿蘇くじゅう高千穂地域全体を舞台とした

周遊の仕組みや仕掛けの整備

観光圏内のスムーズで快適な周遊を実現するため、観光拠点から各地域に足を運びたいくなる仕組みや仕掛けを検討します。また、観光圏としての広域性と地域性に配慮した観光案内と情報の一元化を行います。

3)【滞在・消費拡大】世界農業遺産やユネスコ世界ジオパーク等の価値を活かした

高付加価値なコンテンツの形成

観光拠点を巡る旅ではなく、阿蘇くじゅう観光圏に住む人々の暮らしを知る旅のスタイルへと転換を図ります。農林畜産業や暮らしと結びついたコンテンツやサービスを提供し、来訪者の満足度向上につなげます。また海外からのゲストに価値が伝わる仕組みやコンテンツの形成を行います。

4)【環境共生】火山活動や自然との共生を伝えるツーリズム

地震・噴火被災の経験と創造的復興の実績を活かし、災害の記憶継承と防災の意識啓発を目的とした観光の拠点化を図ります。また、環境保全への来訪者の参加機会として、環境の適正な管理と利用の好循環化につながるツーリズムを推進します。

5)【人材育成】旅で出会う「人」が元気に働ける環境づくり

観光人材の育成・確保に地域一体となって取り組むとともに、働きたいと感じてもらえる労働環境づくりを行います。また、地域住民の観光地域づくりへの意欲を育て、活動の役割を担う人材の育成につなげます。

(4) ターゲットの設定

基本理念と方針に沿って、観光地域づくりを展開していくため、今後5年間の主なターゲットを設定する。誘客の来訪者像は、阿蘇くじゅう観光圏の観光動向や、国の観光戦略を踏まえ、「インバウンド回復」、「国内交流拡大」、「高付加価値で持続可能な観光地域づくり」の視点から整理する。

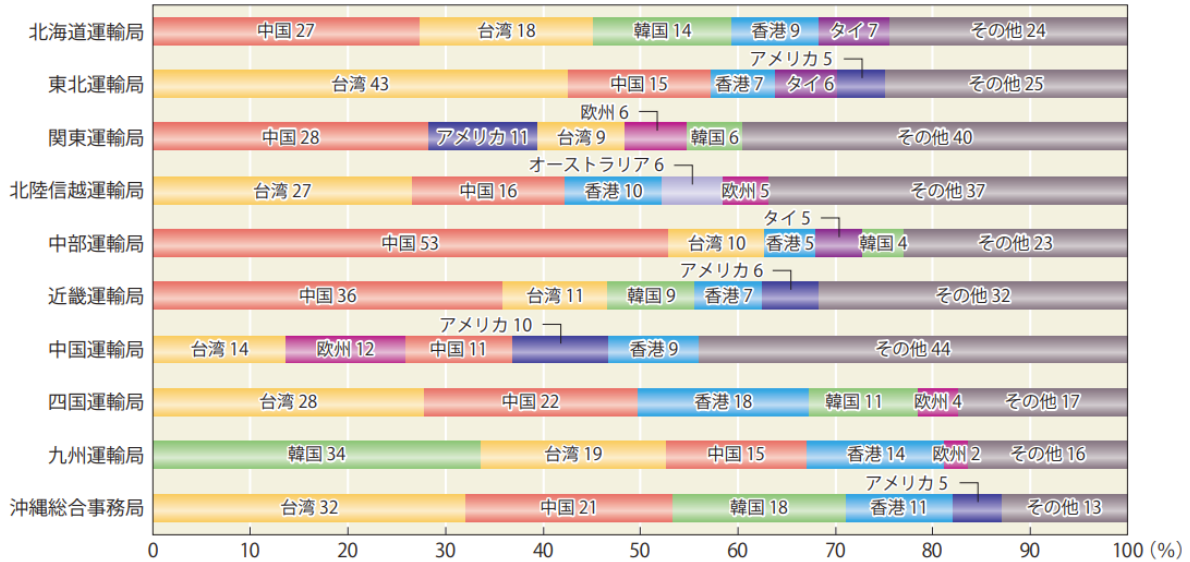
なお、具体的な整備事業を実施する際は、主要な観光施設や宿泊施設の来訪者の実態を調査等で明らかにし、効果的・効率的なプロモーションの展開を見据え、来訪者像の絞り込みを行っていく。

| 現状 | 視点 | ターゲットとなる来訪者像 |
|---|--|---|
| <p>【インバウンドの来訪状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 九州の外国人宿泊者数は、東アジア（韓国・台湾・中国・香港）8割、欧米豪1割以下（観光庁「宿泊旅行統計調査」（2019年）） 欧米豪の旅行者は、阿蘇地域や黒川温泉など一部地域では来訪がみられるが、観光圏全体としてはアジアが大部分を占める（作業部会での意見） <p>【国内客の来訪状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 来訪者は女性の割合がやや高い 来訪者の7割、うちリピーター層の8割が九州圏内に居住 来訪者のうち初めて層は関東・関西が3割を占める (阿蘇地域振興デザインセンター「2021年度来訪者満足度調査」) <p>【今後想定される動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> コロナ収束後の海外旅行地の人気はアジア、欧米豪ともに日本が1位 (観光庁「令和4年度観光白書」) アジア・欧米豪ともにアウトドアアクティビティに幅広い関心がある (観光庁「令和4年度観光白書」) サステイナブルな取組みは、世界の旅行者のニーズが高い(観光庁「令和4年度観光白書」) | <p>インバウンド回復</p> <p>国内交流拡大</p> <p>持続可能な観光地域づくり 高付加価値で</p> | <p>森林や草原など自然を活かしたアクティビティに興味のある来訪者</p> <p>【設定理由】</p> <p>当観光圏のトレッキングやサイクリング、トレイルランニングなどのアウトドアアクティビティは、東アジアや欧米豪からの旅行者からすでに一定の需要がある。これらを当観光圏の魅力である温泉や食、休憩拠点等と連携させることで、来訪者の利便性を向上でき、今後さらに需要の伸びる層と考えられる。広域周遊観光の展開も期待できる。</p> <p>日常生活からのリフレッシュや自己実現の意識が高い来訪者</p> <p>【設定理由】</p> <p>当観光圏の豊富な湧水や温泉、大地で育った農畜産物、神話やその舞台の神秘的な景観などは都心にはない非日常な環境であり、女性にも人気がある。日常生活の休息や新たな生活への活力を得る場として適した環境といえる。中でも飛行機の便数の多い関東圏と関西圏は、初めての来訪者層やリピーター層の獲得が想定できる。</p> <p>地域の伝統文化に関心があり、サステイナブルな体験を求める来訪者</p> <p>【設定理由】</p> <p>当観光圏の強みは火山と共生する持続可能な暮らしであり、グリーンツーリズムやエコツーリズムとの連携が可能である。また、収益の一部を農地や森林、草原の管理に充てるなど、持続可能な観光地域づくりに寄与することが考えられる。これらの活動は、サステイナブルな取組みの意識が高い欧米豪や富裕層などの獲得が想定できる。</p> |

【参考】

九州における訪日外国人の観光動向

…地方ブロック別、国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者数構成比（令和元年）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

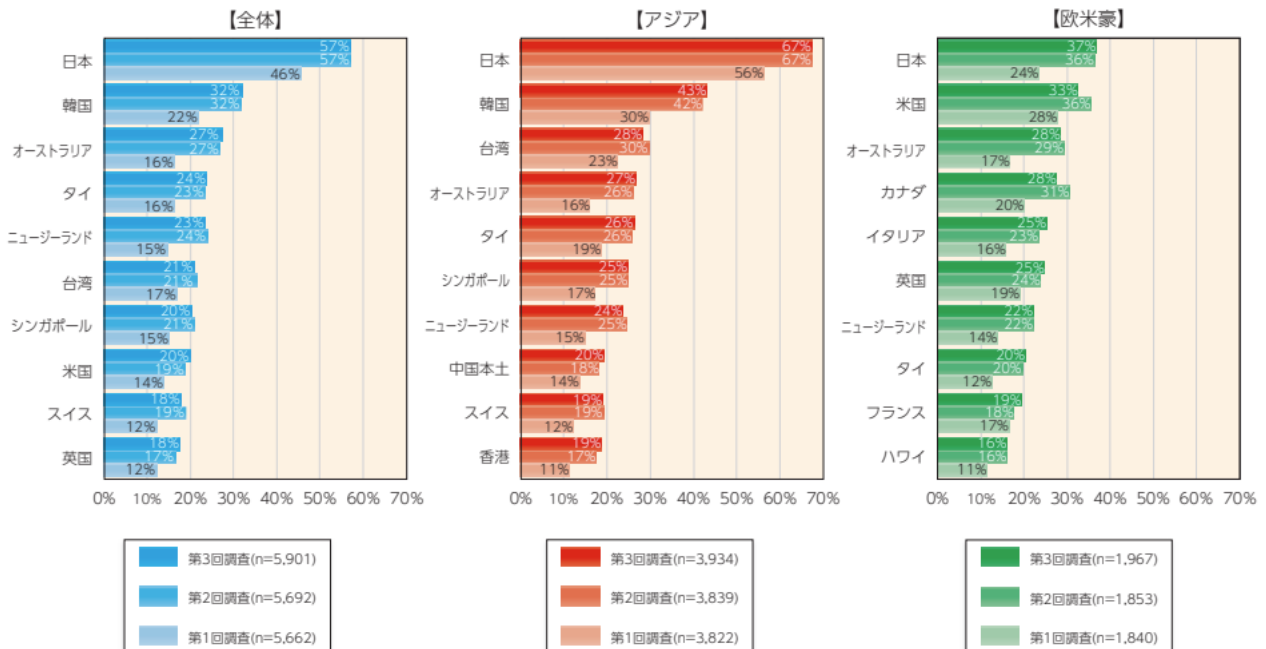
注1：2019年(令和元年)の数値は速報値。

注2：欧州はドイツ・英国・フランス・ロシア・イタリア・スペインの6箇国

出典：令和元年度観光白書（観光庁）

外国人の旅行意識

…次に海外旅行したい国・地域（上位10箇国・地域）



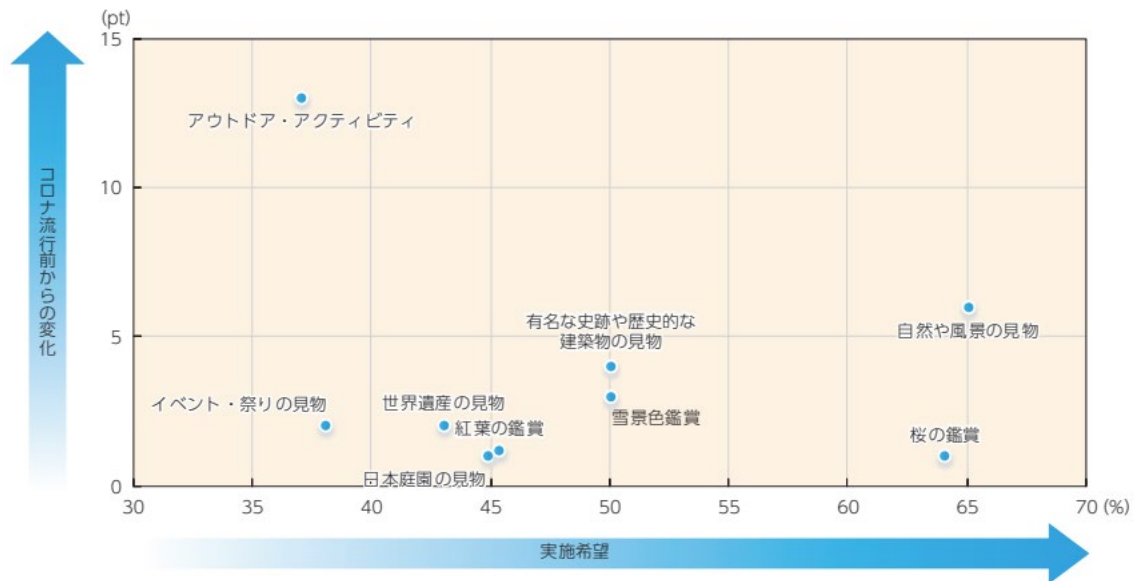
資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（新型コロナ影響度特別調査（2020年6月、12月、2021年10月）」に基づき観光庁作成

注1：第1回調査、第2回調査及び第3回調査はそれぞれ2020年(令和2年)6月、2020年(令和2年)12月、2021年(令和3年)10月に実施。nはサンプルサイズ。

注2：「次に観光旅行したい国・地域」の選択肢からは、回答者の国・地域及び近隣の国・地域(中国-香港-マカオ、マレーシア-シンガポール、タイ-マレーシア、米国-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリア-ニュージーランド、英国・フランス-欧州各国)を除いている。

出典：令和4年版観光白書（観光庁）

日本旅行で体験したいこと



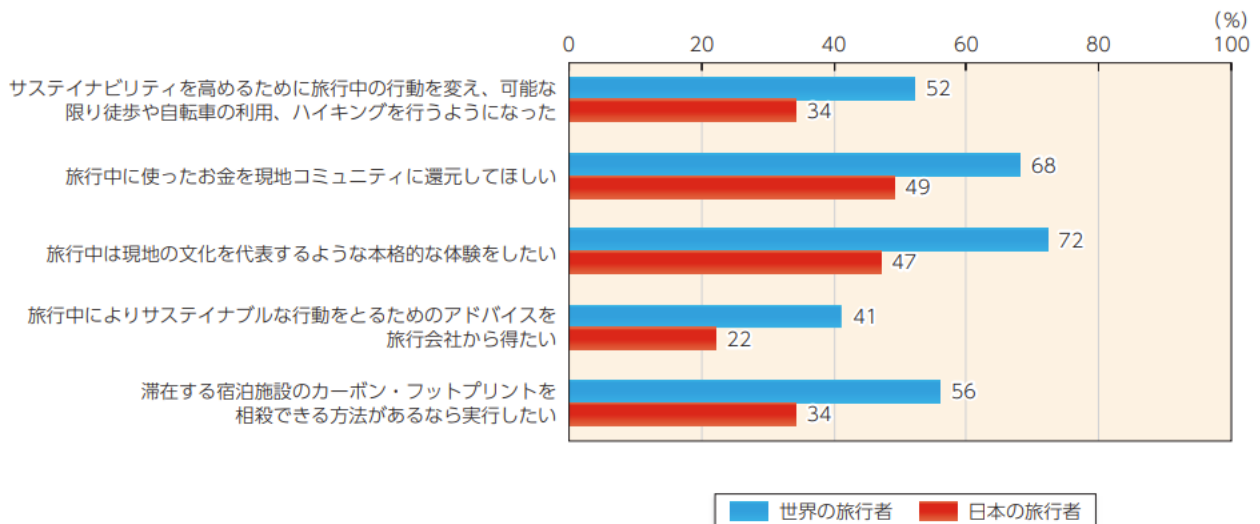
資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第3回 新型コロナ影響度 特別調査）」資料に基づき観光庁作成

注1：第3回調査全体の割合と2019年度（令和元年度）調査の全体の割合の差を「コロナ流行前からの変化」とし、第3回調査の全体の割合を実施希望とした。

注2：実施希望の上位15位のうち、「コロナ流行前からの変化」でプラスの変化があったものを掲載。

出典：令和4年版観光白書（観光庁）

旅先での過ごし方



資料：Booking.com「サステナブル・トラベル」に関する調査結果（2019年）資料に基づき観光庁作成

注1：世界18の市場（ブラジル、カナダ、中国、フランス、ドイツ、インド、インドネシア、イタリア、日本、メキシコ、オランダ、韓国、スペイン、台湾、米国、英国、からそれぞれ1,000名以上、イスラエルから883名）の18,077人を対象に2019年（令和元年）2月から3月に実施。

注2：表内は「はい」と答えた回答者の割合を示している。

出典：令和4年版観光白書（観光庁）

5. 観光圏整備事業

(1) 整備事業の概要

計画期間の5か年で実施する整備事業の概要を、方針毎に以下に示す。

方針①【ブランディング】阿蘇くじゅう観光圏のイメージ戦略

| a) 阿蘇くじゅう観光圏のブランドイメージの確立 | |
|--------------------------|--|
| 概要 | 地域住民と協働で観光圏としての価値をよりいっそう高めるためのブランディングを行い、行政以外にも地域住民による自発的な発信を推進する。 |
| 具体的な取組み | ・観光圏全体の訴求力あるイメージの形成・発信 等 |

| b) 観光の契機を見据えたプロモーションの戦略・展開 | |
|----------------------------|--|
| 概要 | 事業 a)において確立したブランドイメージの成果をもとに、地域内外へ阿蘇くじゅう高千穂地域の魅力をより効果的に発信し、交流人口の増加、ひいては移住定住の促進にもつながるような取組みを行う。 |
| 具体的な取組み | ・国内外のターゲットに向けた阿蘇くじゅう観光圏の PR ・ワーケーションや移住・定住の PR (国内外) 等 |

| c) 新たな需要開拓や満足度向上につながるマーケティングの強化・データベースの構築 | |
|---|---|
| 概要 | 現在行っている滞在促進地区等における調査に加え、今後ターゲットとすべき層及びターゲット層が求めるニーズを詳細かつ効果的に設定することを目的としたマーケティング調査を、継続的に実施する。また、数値的なエビデンスをもって地域資源を PR するため、調査や情報発信を行う。 |
| 具体的な取組み | ・全国観光圏満足度調査の継続 ・地域外へのマーケティングによる潜在需要の発掘 ・地域資源の数値的なエビデンス・効果等の調査・発信 等 |

方針②【周遊基盤整備】阿蘇くじゅう高千穂地域全体を舞台とした周遊の仕組みや仕掛けの整備

| d) 交通手段の強化 | |
|------------|---|
| 概要 | 熊本地震後の道路や鉄道の復旧後、阿蘇くじゅう高千穂地域内の交通利便性の改善を図るため、交通事業者等との連携を継続しながら、各観光地へのアクセスを強化するための取組みを行う。長期的には、新たな技術の導入のための検討をする。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・電動自動車等新たなモビリティサービスの導入検討 ・行政や交通事業者と連携した移動の支援 ・南阿蘇鉄道の交通結節点から各観光地へのアクセス強化 等 |

| e) 周遊のための環境整備 | |
|---------------|---|
| 概要 | インバウンド客への対応を図るため、情報ツールの多言語化や、異文化理解や適切な受入のための取組みを行う。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・観光拠点におけるサイン・パンフレット等の多言語化 等 |

| f) 観光 MaaS 等による周遊滞在の利便性向上 | |
|---------------------------|--|
| 概要 | 公共交通機関、レンタカー等の移動サービスを組み合わせて、検索・予約・決済等をワンストップで行うため、交通事業者や空港との連携や、個々の施設・店舗等のキャッシュレス化の推進のための取組みを行う。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレス化の推進と説明会の継続 ・阿蘇くまもと空港との連携 等 |

| g) 地域の周遊ルートと関連性の高いツーリズムの形成・普及拡大 | |
|---------------------------------|--|
| 概要 | 多様な移動手段等と関連づけながら、10市町村をまたぐ阿蘇くじゅう観光圏の広域性と地域性に配慮した周遊ルートを形成する。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・滞在促進地区間の連携による周遊ルートの形成 ・サイクルツーリズムやトレッキング等アウトドアスポーツの推進 等 |

| h) 情報発信機能の強化 | |
|--------------|---|
| 概要 | 阿蘇くじゅう高千穂地域全体の情報をリアルタイムで旅行者が得ることができるよう、web サイトや各地の観光拠点施設での情報発信を推進する。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・現地での情報発信の充実 ・拠点施設と連携した観光サービスの提供 等 |

方針③【滞在・消費拡大】世界農業遺産やユネスコ世界ジオパーク等の価値を活かした高付加価値なコンテンツ形成

| i) 世界的価値を活かした地元農産物の消費拡大 | |
|-------------------------|---|
| 概要 | 阿蘇くじゅう高千穂地域の豊かな自然環境の中で育まれる農産物や特徴的な郷土料理の提供等、地域ならではの「食」の高付加価値化と消費拡大を目指すため、情報発信・イベントを行う。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・阿蘇ジオパーク認定品・阿蘇地域世界農業遺産の農畜産物の消費拡大 ・マルシェの開催・イベント出展 等 |

| j) 暮らしや文化の価値を伝える体験プログラム形成 | |
|---------------------------|--|
| 概要 | 地域固有の自然・歴史・文化等の資源や地域住民との交流をより深く旅行者に楽しんでもらうことで、滞在時間の延長や地域への経済効果の波及を図ることを目的とし、滞在コンテンツや新たなプログラムの創出と提供を行う。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・農泊等、各地域における体験型観光の推進 ・アニメ、劇、音楽等のエンターテインメントとその舞台を活用した誘客の促進 等 |

| k) 宿泊施設の魅力向上・高付加価値化 | |
|---------------------|---|
| 概要 | インバウンド客も含めた幅広いターゲット層のニーズに応えるため、宿泊施設の品質認証の継続や、富裕層向けの宿泊施設の誘致に取り組む。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・サクラクオリティの認定及び情報発信 ・高付加価値な宿泊施設の誘致に向けた取組み 等 |

| l) ナイトタイムや冬季の観光コンテンツ形成 | |
|------------------------|--|
| 概要 | 宿泊する目的づくりと滞在期間の充実のため、夜間や冬季にも楽しめるコンテンツを形成する。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・夜間営業の飲食店の充実 ・夜間の観光コンテンツの充実 ・冬季の観光コンテンツの充実 等 |

方針④【環境共生】火山活動や自然との共生を伝えるツーリズム

| m) 災害の記憶と復興を伝える防災ツーリズムの推進 | |
|---------------------------|---|
| 概要 | 熊本地震をはじめとしたさまざまな災害の歴史を地域資源と位置づけ、今なお続いている中岳の噴火活動や地震からの教訓を地域内外に伝えていくための取組みを行う。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・阿蘇山上の観光振興 ・災害遺構におけるガイドの育成 ・災害の記憶の伝承のための災害学習・防災ツーリズムの推進 等 |

| n) 草原などの環境保全や有効活用につながるコンテンツの造成 | |
|--------------------------------|--|
| 概要 | 各地域の魅力を形作っている景観や地域資源を保全し、さらに観光や地域づくりに活用していくため、調査・検討や、コンテンツの造成・情報発信を行う。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・草原再生に向けた取組み ・文化的景観の取組みとの連携 等 |

| o) 地域住民の理解と参加による地域資源の発掘と持続可能な活用 | |
|---------------------------------|--|
| 概要 | 観光に関わる人に限らずあらゆる地域住民とともに観光地域づくりを推進するための意識啓発や、古くからあった潜在的な地域資源等を掘り起こすための聞き取り等を行う。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・地域住民の観光地域づくりに対する意識啓発 ・観光圏内の観光資源の発掘 等 |

| p) 自然に配慮した観光の推進（グリーンな観光の推進） | |
|-----------------------------|--|
| 概要 | 自然豊かな阿蘇くじゅう高千穂地域に見合った、自然と共存する観光の在り方を目指していくために、各地域単位で完結する地産地消の推進や、持続可能性・生物多様性保全・環境への配慮する意識向上に向けた取組みを行う。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・物流の効率化と地産地消の推進 ・サステイナブルツーリズム・エコツーリズムの推進 等 |

方針⑤【人材育成】旅で出会う「人」が元気に働ける環境づくり

| q) 地域一体となって人材の呼び込み・育成・交流をする仕組みづくり | |
|-----------------------------------|--|
| 概要 | 観光地域づくりに関わる人材の育成や交流の推進や、地域全体が旅行者を受け入れるための啓発活動を行う。広域的で柔軟な人材雇用や交流により、働きやすい場づくりに取り組み、移住定住にもつなげていく。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・観光地域づくりマネージャー育成の継続 ・観光地域づくりセミナーの継続 ・エリア間の観光人材の交流促進 ・市町村間・団体間での人材雇用・育成に向けた仕組みづくり ・シニアの活躍の場づくり ・移住定住政策との連携 等 |

| r) 観光地・観光産業再生のための産官学や地域の連携 | |
|----------------------------|--|
| 概要 | 企業連携による観光産業の活性化や、教育機関との協働による観光地域づくりの推進等、官民・産業間・地域間において幅広い関係者が協力し合うことで、観光産業が地域全体の下支えになるとともに旅行者の満足度向上につながるような取組みを推進する。また、観光圏外の地域とも継続して連携をする。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・民間企業や教育機関との連携の継続 ・企業のCSV活動やワーケーションの推進 ・九州3観光圏や各日本版DMOとの連携の推進 等 |

| s) 現地の案内ガイド体制づくり・強化 | |
|---------------------|--|
| 概要 | 旅行者にとって現地の人とのつながりを感じられるガイドの活躍によって、リピート旅行者や阿蘇のファンを増やすため、多様化するニーズに対応できるガイドを育成する。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・テーマに特化した案内ガイドの育成 ・地域通訳案内士の活動促進 等 |

| t) DX等による生産性の向上 | |
|-----------------|--|
| 概要 | 各エリアにおける観光圏全体の案内や、戦略的に観光地域づくりに取組むために、広域的な観光圏内においても関係者間で日常的に情報交換ができる仕組みを構築する。 |
| 具体的な取組み | <ul style="list-style-type: none"> ・観光圏内の観光情報一元化と共有の仕組みづくり ・観光コンシェルジュ機能の強化 等 |

(2) 計画期間等

本計画の計画期間は、令和5年度～令和9年度の5か年とする。災害からの復興スケジュールや社会的インパクトを鑑み、事業毎に「短期」、「中・長期」に実施するスケジュールとして整理した。

| | | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 | 令和10年度以降 | |
|-----------------------------------|---|---|-----------------|-------------|-------|------------------|----------|--|
| 当観光圏の契機となるイベント・事業 (令和5年3月時点見込) | | ・南阿蘇鉄道 全線運行再開 ・九州中央自動車道 嘉島～矢部 IC 開通 ・阿蘇神社楼門 修復完了 ・熊本地震震災ミュージアム オープン ・ツール・ド・九州 2023 開催 | ・TSCM 熊本工場 稼働開始 | ・大阪・関西万博 開催 | | ・長崎 IR 開業予定 (未定) | | |
| 事業実施スケジュール | a) 阿蘇くじゅう観光圏のブランドイメージの確立 | → | | | | | | |
| | b) 観光の契機を見据えたプロモーションの戦略・展開 | | → | | | | | |
| | c) 新たな需要開拓や満足度向上につながるマーケティングの強化・データベースの構築 | → | | | | | | |
| | d) 交通手段の強化 | → | | | | | | |
| | e) 周遊のための環境整備 | → | | | | | | |
| | f) 観光 MaaS 等による周遊滞在の利便性向上 | → | | | | | | |
| | g) 地域の周遊ルートと関連性の高いツーリズムの形成・普及拡大 | → | | | | | | |
| | h) 情報発信機能の強化 | → | | | | | | |
| | i) 世界的価値を活かした地元農産物の消費拡大 | → | | | | | | |
| | j) 暮らしや文化の価値を伝える体験プログラム形成 | → | | | | | | |
| | k) 宿泊施設の魅力向上・高付加価値化 | → | | | | | | |
| | l) ナイトタイムや冬季の観光コンテンツ形成 | → | | | | | | |
| | m) 災害の記憶と復興を伝える防災ツーリズムの推進 | → | | | | | | |
| | n) 草原などの環境保全や有効活用につながるコンテンツの造成 | → | | | | | | |
| | o) 地域住民の理解と参加による地域資源の発掘と持続可能な活用 | → | | | | | | |
| | p) 自然に配慮した観光の推進 (グリーンな観光の推進) | → | | | | | | |
| | q) 地域一体となって人材の呼び込み・育成・交流をする仕組みづくり | → | | | | | | |
| r) 観光地・観光産業再生のための産官学や地域の連携 | → | | | | | | | |
| s) 現地の案内ガイド体制づくり・強化 | → | | | | | | | |
| t) DX 等による生産性の向上 | → | | | | | | | |

→ 短期

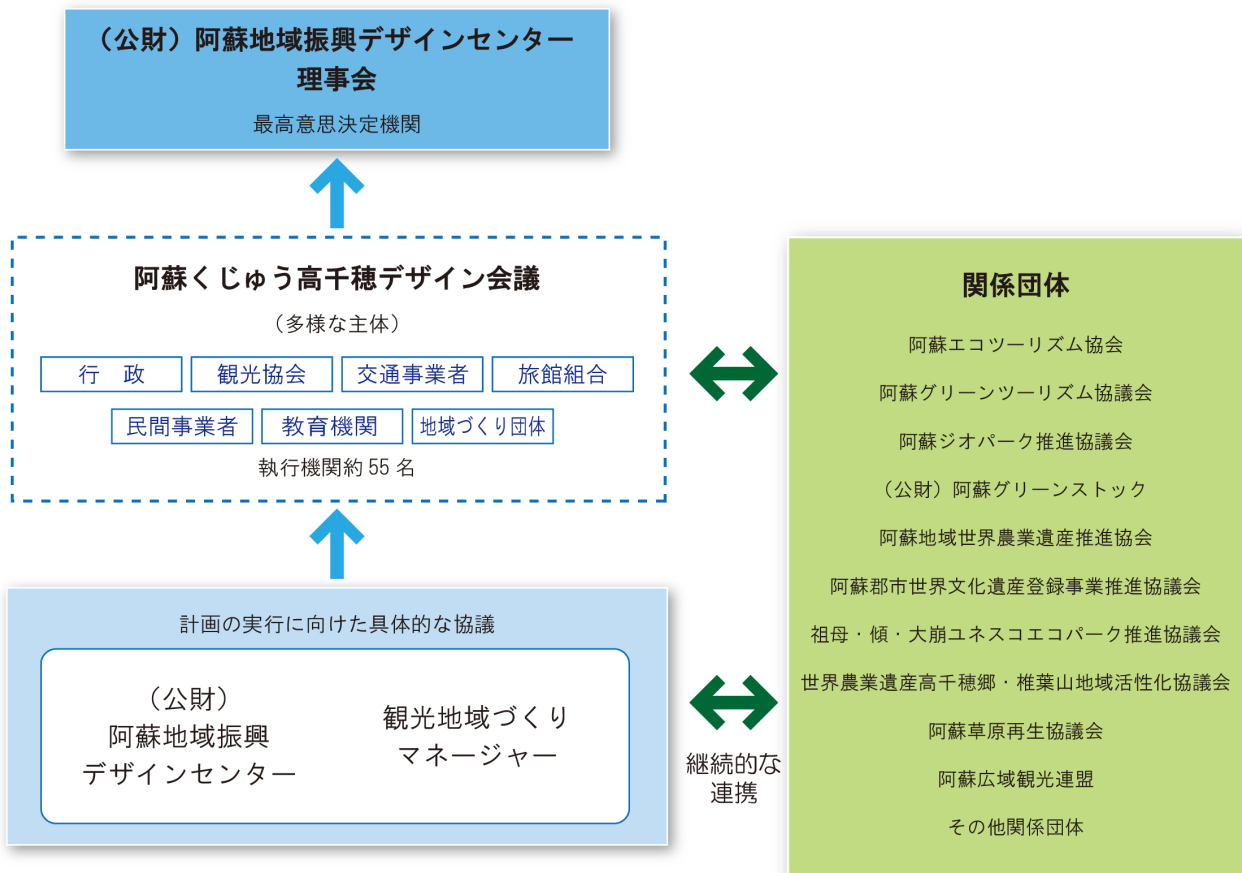
→ 中・長期

(3) 観光圏整備事業の実施体制

本計画の事業は、(公財)阿蘇地域振興デザインセンターを中心とし、熊本県、阿蘇くじゅう観光圏を構成する10市町村、観光協会、商工会、その他関係機関等が実施するものとする。

(公財)阿蘇地域振興デザインセンター理事会を最高意思決定機関とし、同会の決定を推進するために、官民の関係者が参加する「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」を引き続き開催する。

また、整備事業の効果的な実施や継続的なマネジメントに向けて、(公財)阿蘇地域振興デザインセンターと観光地域づくりマネージャーが中心となり、関係団体とも連携しながら継続的な議論を行っていく。



(4) 観光圏整備計画の目標 (KPI)

本計画における数値目標を以下に示す。なお、対象範囲はいずれも阿蘇くじゅう観光圏全域とし、毎年度行う観光統計及び調査においてモニタリングを行うとともに、必要に応じて目標値を再設定するものとする。

1) 延べ宿泊者数

: 人

| | R1年度 (実績) | R2年度 (実績) | R3年度 (実績) | R4年度 (推計) | R5年度 (目標) | R6年度 (目標) | R7年度 (目標) | R8年度 (目標) | R9年度 (目標) |
|-----|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 日本人 | 1,633,318 | 1,096,451 | 集計中 | 1,100,000 | 1,200,000 | 1,300,000 | 1,400,000 | 1,500,000 | 1,600,000 |
| 外国人 | 444,373 | 48,447 | 集計中 | 100,000 | 200,000 | 300,000 | 350,000 | 380,000 | 400,000 |

【数値の取得方法】

構成する市町村で実施する観光統計により取得する。

【目標値設定の考え方】

令和1年度から令和3年度までの実績から日本人延べ宿泊者数を1,100,000人としている。その後毎年10万人ずつ上昇することを目標とする。令和9年度には新型コロナウイルス感染症前の水準に戻るよう目標を設定した。外国人の延べ宿泊者数は100,000人を基準とし、令和9年度には新型コロナウイルス感染症前の水準に戻るよう目標を設定した。

2) 一人あたり旅行消費額

: 円

| | R1年度 (実績) | R2年度 (実績) | R3年度 (実績) | R4年度 (推計) | R5年度 (目標) | R6年度 (目標) | R7年度 (目標) | R8年度 (目標) | R9年度 (目標) |
|-----------------|------------------|--------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 旅行消費額 (総平均額) | 37,220 | 31,082 | 32,978 | 集計中 | 31,000 | 32,000 | 33,000 | 34,000 | 35,000 |
| うち宿泊客 うち日帰り客 | 41,669 10,952 | 31,330 ※ | 35,962 9,861 | | | | | | |
| 外国人 旅行消費額 | 64,745 | - | - | 集計中 | 60,000 | 61,000 | 62,000 | 63,000 | 64,000 |

※R2年度の日帰りのデータは、1名のみの回答であるため公表しない

【数値の取得方法】

(公財)阿蘇地域振興デザインセンターが実施する調査において、宿泊客及び日帰客の消費額平均により取得する。

【目標値設定の考え方】

令和1年度から令和3年度までの実績から一人あたり旅行消費額を31,000円としている。その後毎年1,000円ずつ上昇することを目標とする。外国人一人あたり旅行消費額は令和1年度を基準に60,000円とする。その後毎年1,000円ずつ上昇することを目標とする。

3) 来訪者満足度

: %

| 成果指標 | R1年度 (実績) | R2年度 (実績) | R3年度 (実績) | R4年度 (推計) | R5年度 (目標) | R6年度 (目標) | R7年度 (目標) | R8年度 (目標) | R9年度 (目標) |
|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 来訪者満足度 | 34.6 | 40.0 | 39.6 | 集計中 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 |
| 外国人来訪者満足度 | 40 | 0 | 0 | 集計中 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |

【数値の取得方法】

(公財)阿蘇地域振興デザインセンターが実施する調査において、評価中最上位の数値により取得する。

【目標値設定の考え方】

令和1年度から令和3年度までの実績から35としている。その後毎年1ずつポイントが上昇することを目標とする。外国人来訪者満足度は令和1年度を基準に40とする。

4) リピーター率

: %

| 成果指標 | R1年度 (実績) | R2年度 (実績) | R3年度 (実績) | R4年度 (推計) | R5年度 (目標) | R6年度 (目標) | R7年度 (目標) | R8年度 (目標) | R9年度 (目標) |
|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| リピーター率 | 69 | 75.2 | 76.1 | 集計中 | 69 | 70 | 71 | 72 | 73 |
| 外国人リピーター率 | 25 | 0 | 0 | 集計中 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |

【数値の取得方法】

(公財)阿蘇地域振興デザインセンターが実施する調査において、「初めて」等の回答を差し引いた数値により取得する。

【目標値設定の考え方】

令和1年度から令和3年度までの実績から69%としている。その後毎年1%ずつ上昇することを目標とする。

外国人のリピーター率は令和1年度を基準に25%を維持しながら、新規のインバウンド来日客をターゲットとしていく。

5) WEBサイトのアクセス数

: ページビュー

| 成果指標 | R1年度 (実績) | R2年度 (実績) | R3年度 (実績) | R4年度 (推計) | R5年度 (目標) | R6年度 (目標) | R7年度 (目標) | R8年度 (目標) | R9年度 (目標) |
|-------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| アクセス数 | 13,483 | 18,488 | 20,321 | 集計中 | 20,000 | 21,000 | 22,000 | 23,000 | 24,000 |

【数値の取得方法】

阿蘇くじゅう観光圏のWEBサイトである阿蘇ナビ(<http://aso-navi.com/>)の閲覧数を、管理会社よりデータ提供を受け取得する。

【目標値設定の考え方】

令和1年度から令和3年度までの実績から20,000PVを基準として、1年ごとに1,000PVずつ増加していくことを目標とする。

6) 滞在プログラム参加者数

: %

| 成果指標 | R1年度 (実績) | R2年度 (実績) | R3年度 (実績) | R4年度 (推計) | R5年度 (目標) | R6年度 (目標) | R7年度 (目標) | R8年度 (目標) | R9年度 (目標) |
|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 参加者数 | 9.2 | 9.3 | 14.7 | 集計中 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 外国人 参加者数 | 35 | 0 | 0 | 集計中 | 5 | 5 | 5 | 6 | 6 |

【数値の取得方法】

(公財)阿蘇地域振興デザインセンターが実施する調査において、「参加しなかった」等の回答を差し引いた数値により取得する。

【目標値設定の考え方】

令和1年度から令和3年度までの実績を参考に9人を基準とした。例年1名ずつの参加人数の増加を目標とする。外国人の参加者数は日本人参加者数の約半分と設定した。

7) 県民総幸福量 (AKH) に関する調査結果 (阿蘇地域)

: ポイント

| 成果指標 | R1 年度 (実績) | R2 年度 (実績) | R3 年度 (実績) | R4 年度 (実績) | R5 年度 (目標) | R6 年度 (目標) | R7 年度 (目標) | R8 年度 (目標) | R9 年度 (目標) |
|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 県民総幸福量 (阿蘇地域) | 69.3 | 未調査 (※) | 69.2 | 69.6 | 69 | 69 | 69 | 70 | 70 |

※令和2年度は令和2年7月豪雨のため調査を実施していない

【数値の取得方法】

熊本県が実施する県民総幸福量 (AKH) に関する調査において取得する。

【目標値設定の考え方】

本計画においては、「地域住民による住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり」を基本方針⑤として掲げており、阿蘇地域における経済や暮らしの満足度を図る指標として参照する。

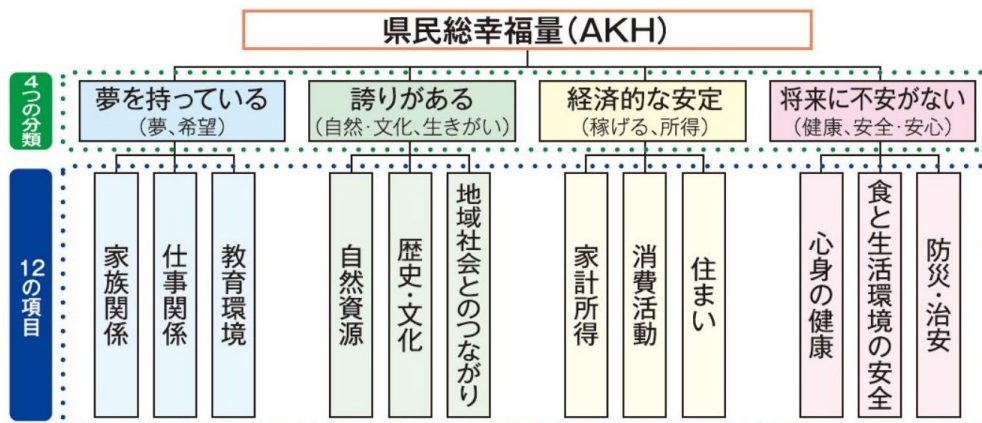
熊本県が実施する県民総幸福量 (AKH) に関する調査結果 (阿蘇地域) は、令和4年度は69.6ポイントとなっている。

令和1年度から令和3年度の実績から69を基準として70までの上昇を目標に設定した。

【参考：熊本県 県民総幸福量 (AKH)】

熊本県では現在、県政の基本理念である「県民総幸福量の最大化」の考え方を県民と共有し、効果的な施策につなげることを目的として、県民の幸福量を測る総合指標「県民総幸福量 (AKH: Aggregate Kumamoto Happiness)」を独自に作成し調査を行っている。

幸福の要因を「夢を持っている」「誇りがある」「経済的な安定」「将来に不安がない」の4つに分類し、それらをどの程度重視するかという「ウエイト」や、各分類に属する項目の「満足度」を県民アンケートで測定し、それぞれ掛け合わせて合計の上、100を最高値として表示している。



熊本県 Web サイトより

(5) 住民その他の利害関係者の意見を反映させるための措置及び反映内容

(公財)阿蘇地域振興デザインセンターを事務局とし、観光地域づくりマネージャーや圏内の観光協会等の関係者を参集し、作業部会及び計画策定会議を開催して、意見の反映及び計画(案)の作成を行った。

①計画骨子作成のための作業部会

観光地域づくりマネージャー12名及び関係者4名を参集し、計画骨子の作成のための作業をグループで検討する方式で全3回行った。また事前に現状把握と作業部会の進め方を話し合うために、キックオフ会議をオンライン会議形式で行った。

キックオフ会議

開催日：令和4年6月30日

内 容：①阿蘇くじゅう観光圏の直近5年の状況

②課題とアイデア

③作業部会の進め方

第1回

開催日：令和4年11月22日

内 容：①阿蘇くじゅう観光圏の強みと弱み

②10年後の阿蘇くじゅう観光圏の理想の姿・課題

第2回

開催日：令和4年12月16日

内 容：①エリアの設定とターゲットの絞り込み

②モデルプランの企画

第3回

開催日：令和5年1月18日

内 容：①キャッチコピーの検討

②アクションプランの具体化

③体制の検討

②計画策定会議デザインセンター幹事会・理事会

作業部会において作成した計画骨子を基に、(公財)阿蘇地域振興デザインセンターでの幹事会・理事会、阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議の多様な関係者の合意のうえで計画策定を行った。

阿蘇地域振興デザインセンター 幹事会

開催日 : 令和5年2月28日

内 容 : 阿蘇くじゅう観光圏整備計画案に対する協議

阿蘇地域振興デザインセンター 理事会

開催日 : 令和5年3月2日

内 容 : 阿蘇くじゅう観光圏整備計画案に対する決議

阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議 総会(書面開催)

実施期間 : 令和5年3月14日~27日

内 容 : 阿蘇くじゅう観光圏整備計画に対する承認

③パブリック・コメント

(公財)阿蘇地域振興デザインセンターでの幹事会・理事会に諮った内容をもとに、構成10市町村のホームページ上で、阿蘇くじゅう観光圏整備計画案を公開し、住民や関係者から広く意見を募るためのパブリック・コメントを実施した。

実施期間 : 令和5年3月8日~27日

(6) 地域住民の観光地域づくりに対する意識啓発と参加促進を目指すための取組み

地域住民への意識啓発と参加促進を目指して、以下の取組みを実施している。

①女性の観光地域づくりへの参画促進の取組み

阿蘇くじゅう観光圏アドバイザーである大正大学の柏木千春教授の協力のもと、阿蘇地域の女性の活躍をテーマにしたセミナー「素敵女子のおしゃべり時間」を地域住民向けに開催している。

毎回 20 から 30 名程度の参加者があり、女性の活躍事例の研修、ネットワーク作りの場として開催している。今後も、観光地域づくりにおける女性の関わりを高めていくための取組みとして行っていく。

②観光を牽引する地域の人材育成の取組み

阿蘇地域の観光関係者の人材育成をテーマにした「阿蘇地域観光リーダー育成講座」を開催している。

講座の修了者から観光庁認定の観光地域づくりマネージャーを育成している。第 1 期 10 名、第 2 期 12 名の修了生を生み出し、複数回の講座を通して、地域資源を活用したそれぞれの観光に関するプランの計画から発表まで行い、それぞれの事業の実現に向けて動き出している。

今後も、地域の自発的な観光地域づくりの取組みを促す取組みを行っていく。

③世界的な価値の周知啓発の取組み

阿蘇ジオパーク推進協議会と連携し、ユネスコ世界ジオパークを活用したまちづくり、地域づくりをテーマとして、地域づくりセミナーを地域住民向けに開催している。

阿蘇ジオパークや他地域の事例とともに、自然と人とのつながりを伝え、地域一体となって観光に活かすための意見交換などを実施している。

今後も引き続き阿蘇ジオパークと連携して、地域に住む人や世界に向けて阿蘇くじゅう観光圏の魅力を発信していく。

6. 協議会に関する資料等

本計画の実施に関する協議会にあたる「阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議」の規約を以下に示す。

阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議規約

(名 称)

第1条 本会は、阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議（以下「デザイン会議」という。）と称する。

(目 的)

第2条 デザイン会議は、熊本・大分の県境に広がる「阿蘇くじゅう国立公園」に宮崎県西臼杵郡高千穂町を加えた、地形及び歴史的に共通の特性を持つ広大なエリアにおいて、公共交通機関を利用した広域連携という仕組みづくりを提唱しながら、阿蘇くじゅう高千穂地域の観光と文化の振興に係る各種事業を計画実施することによって、地域を担う人材の育成とそのネットワーク化を図り、もって地域の発展に寄与することを目的とする。

(事 業)

第3条 デザイン会議は、前条の目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。

- 1) 地域振興事業
- 2) 観光振興事業
- 3) 情報発信事業
- 4) 環境・景観保全事業
- 5) その他デザイン会議の目的を達成するために必要な事業

(構 成)

第4条 デザイン会議は、別表に掲げる職にある者（以下「委員」という。）をもって構成する。

2 デザイン会議に次の役員を置く。

- 1) 議 長 1名
- 2) 副議長 2名
- 3) 監 事 2名

3 役員は、委員の互選によりこれを定める。

4 役員の任期は2年とし、再任を妨げない。但し、補欠により再任された役員の任期は、前任者の残任期間とする。

(役員の仕事)

第5条 議長は、デザイン会議を代表し、その会務を総括する。

- 2 副議長は、議長を補佐し、議長に事故あるときはその職務を代行する。
- 3 監事は、デザイン会議の事務及び会計を監査する。
- 4 デザイン会議は、議長が必要に応じて主宰し、これを召集する。
- 5 議長は、必要に応じて委員以外の者をデザイン会議に出席させることができる。

(ワーキング会議)

第6条 デザイン会議は、阿蘇くじゅう高千穂の地域連携に係る事業を具体的に推進していくため、ワーキング会議を置く。

2 ワーキング会議は、委員が指定した者をもって充てる。

(意見の聴取)

第7条 デザイン会議は、必要に応じて専門家や関係者等から意見を求めることができる。

(協議結果の取り扱い)

第8条 デザイン会議において協議が調った事項については、デザイン会議の委員はその協議の結果を尊重しなければならない。

(事務局)

第9条 デザイン会議の事務を処理するため、公益財団法人 阿蘇地域振興デザインセンター内（熊本県阿蘇市一の宮町宮地4607番地1）に事務局を置く。

(経費)

第10条 デザイン会議の経費は、補助金、負担金、寄付金及びその他の収入をもって充てる。

(予算及び決算)

第11条 デザイン会議の収支予算は、デザイン会議の議決により定め、収支決算は、監事の監査を経て、承認を得なければならない。

(事業年度)

第12条 デザイン会議の事業年度は、毎年4月1日に始まり、翌年の3月31日に終わるものとする。但し、初年度については、本規約が施行された日から始まる。

(その他)

第13条 本規約に定めるもののほか、デザイン会議の運営に関し必要な事項については、議長が別に定める。

附 則

- 1 この規約は、平成18年7月24日から施行する。
- 2 平成20年8月18日一部改正。
- 3 平成21年1月15日一部改正。
- 4 平成22年2月16日一部改正。
- 5 平成23年6月13日一部改正。
- 6 平成24年1月11日一部改正。
- 7 平成24年6月 1日一部改正。
- 8 平成25年7月11日一部改正。
- 9 平成29年5月19日一部改正。
- 10 令和 元年7月19日一部改正。

<別表> 阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議委員名簿（第4条第1項関係）

| 番号 | 所属名 | 役職名 | 備考 |
|----|-----------------------------|-----------------|----|
| 1 | 大分県 商工観光労働部 観光誘致促進室 | 室長 | |
| 2 | 大分県 豊肥振興局 地域創生部 | 部長 | |
| 3 | 宮崎県 商工観光労働部 観光推進課 | 課長 | |
| 4 | 宮崎県 西臼杵支庁 | 統括次長 | |
| 5 | 熊本県 企画振興部 地域振興課 | 課長 | |
| 6 | 熊本県 観光戦略部 観光企画課 | 課長 | |
| 7 | 熊本県 県北広域本部 阿蘇地域振興局 総務振興課 | 課長 | |
| 8 | 株式会社JTB 熊本支店 | 観光開発 プロデューサー | |
| 9 | 九州旅客鉄道株式会社 営業部 営業課 | 課長 | |
| 10 | 南阿蘇鉄道株式会社 | 専務取締役 | |
| 11 | 全日本空輸株式会社 熊本支店 | 支店長 | |
| 12 | 産交バス株式会社 阿蘇営業部 | 部長 | |
| 13 | NPO法人 竹田市観光ツーリズム協会 | 会長 | |
| 14 | 長湯温泉旅館組合 | 組合長 | |
| 15 | 一般社団法人 高千穂町観光協会 | 会長 | |
| 16 | 高千穂町旅館業組合 | 組合長 | |
| 17 | 阿蘇広域観光連盟（AATA） | 代表 | |
| 18 | 阿蘇市観光協会 | 会長 | |
| 19 | 阿蘇温泉観光旅館協同組合 | 理事長 | |
| 20 | 南小国町観光協会 | 会長 | |
| 21 | 株式会社SMO南小国 | 代表取締役 | |
| 22 | 黒川温泉観光旅館協同組合 | 代表理事 | |
| 23 | ASOおぐに観光協会 | 会長 | |
| 24 | 産山村観光協会 | 会長 | |
| 25 | 高森町観光協会 | 会長 | |
| 26 | 一般社団法人 みなみあそ観光局 | 幹事長 | |
| 27 | 南阿蘇温泉旅館組合 | 組合長 | |
| 28 | 一般社団法人 西原村観光協会 | 会長 | |

<別表> 阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議委員名簿（第4条第1項関係）

| 番号 | 所属名 | 役職名 | 備考 |
|----|---------------------|---------|----|
| 29 | 公益財団法人 阿蘇グリーンストック | 事務局長 | |
| 30 | 公益財団法人 阿蘇火山博物館 | 館長 | |
| 31 | 阿蘇ジオパーク推進協議会 | 事務局長 | |
| 32 | 阿蘇グリーンツーリズム協議会 | 会長 | |
| 33 | 阿蘇エコツーリズム協会 | 会長 | |
| 34 | 阿蘇農業協同組合 | 代表理事組合長 | |
| 35 | 阿蘇市商工会 | 会長 | |
| 36 | 南小国町商工会 | 会長 | |
| 37 | 小国町商工会 | 会長 | |
| 38 | 産山村商工会 | 会長 | |
| 39 | 高森町商工会 | 会長 | |
| 40 | 南阿蘇村商工会 | 会長 | |
| 41 | 西原村商工会 | 会長 | |
| 42 | 山都町商工会 | 会長 | |
| 43 | 竹田商工会議所 | 会頭 | |
| 44 | 高千穂町商工会 | 会長 | |
| 45 | 福岡市 港湾空港局 | 理事 | |
| 46 | 竹田市 商工観光課 | 課長 | |
| 47 | 高千穂町 企画観光課 | 課長 | |
| 48 | 阿蘇市 経済部 観光課 | 課長 | |
| 49 | 小国町 情報課 | 課長 | |
| 50 | 南小国町 まちづくり課 | 課長 | |
| 51 | 産山村 企画振興課 | 課長 | |
| 52 | 高森町 政策推進課 | 課長 | |
| 53 | 南阿蘇村 産業観光課 | 課長 | |
| 54 | 西原村 企画商工課 | 課長 | |
| 55 | 山都町 商工観光課 | 課長 | |
| 56 | (公財) 阿蘇地域振興デザインセンター | 事務局長 | |

阿蘇くじゅう観光圏整備計画

令和5年3月

編集・発行

公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター

〒869-2612

熊本県阿蘇市一の宮町宮地 4607-1

TEL : 0967-22-4801

FAX : 0967-22-4802