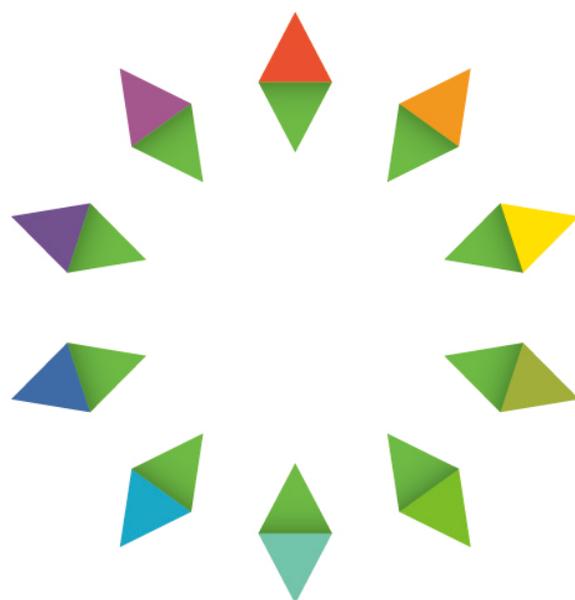


阿蘇くじゅう観光圏整備計画

平成 30 年度～平成 34 年度



ASO Caldera volcano

Grassland Crown filled with soul

平成 30 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. 基本的事項	2
2-1 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	2
2-2 観光圏の区域.....	14
2-3 滞在促進地区の区域.....	28
2-4 観光圏整備事業の実施体制.....	29
2-5 観光圏整備計画の目標	30
2-6 住民その他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	41
3. 観光圏整備事業の概要.....	44
3-1 整備事業の概要	44
3-2 計画期間等	49
4. 協議会に関する資料等.....	50
5. その他市町村又は都道府県が必要と認める事項.....	54
5-1 関連計画及び関連事業	54

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。

現在の観光圏の区域については、熊本県阿蘇地域8市町村の区域に併せ、自然・歴史・文化等における密接な関係性を考慮し、県境を越えた大分県竹田市及び宮崎県西臼杵郡高千穂町へと拡大している。平成24年度に「阿蘇くじゅう観光圏整備計画」を策定し、滞在促進地区やアクションプラン、具体的な目標値等を定め、平成25年4月に観光庁より観光圏整備実施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ており、交通インフラの復旧や風評被害への対応が急がれる。

本計画は「阿蘇くじゅう観光圏整備計画」の次期計画であり、平成30年度から平成34年度の5年間に区切りとし、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。

また、本観光圏においては、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・集中的に取組を実施する国立公園にも選定されている。本計画は、これらの取組と連携し、来訪者が地域独自の価値を実感することのできる事業を推進することにより、世界ブランドの確立による日本の顔となる観光地域づくりを図り、次世代へ資源を繋げ、住み続けることのできる阿蘇くじゅう観光圏を目指す。



2. 基本的事項

2-1 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 100 km に及ぶ世界最大級のカルデラ地形のただなかにある阿蘇五岳と、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、文化的に見ても一連の地域であり、観光地域づくりにおいて欠くべからざる視点である。

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、その雄大な景観を一望のもとに収められるのは、世界的に見ても地域に根ざした固有の魅力である。

(2) 3つの特徴

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A s o - 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、平穏な状態では、美しい湯だまりを間近に見ることができる。また、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為による基盤の上に、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。

(3) 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。



“阿蘇カルデラ” ～命きらめく草原の王冠～

ASO Caldera volcano

Grassland Crown filled with soul

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。

人々はその緑香る高みに身を置くとき、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、命魂の蘇生をことほぐ別天地であることを世界へ訴求する。

(4) 前期計画の振り返り

①前期計画の基本的な方針

景勝地として単にその規模や地形的特質を誇示するのではなく、
ブランド観光地として世界に誇ることができる
“地域性”を明確化していく。

来訪者が眼前の風景にその時の自らの在り様を投影し、自らが歩んできた時間、これから歩み進める時間に慰めなり希望なりを仄見ることができ、そして新たな意味性を固着させて持ち帰ることができる。そうした精神性の高揚あるいは鎮静が、来訪者が阿蘇の地域性に接するときにもたらされる構図、地域との接点を生み出すことがブランド観光地としての阿蘇くじゅう観光圏に求められています。

広域観光への戦略的考慮

- ① 広域回遊こそが旅人の満足を増すという切り口による地域資源の編集
- ② 阿蘇圏域に概ね共通する地域資源のツーリズムにおける新資源化
- ③ こだわりを持つ人たちが追求にかられる地域資源の新たな構築
- ④ 人との交歓こそが阿蘇への関わり、愛着、価値を生む“場”の創造
- ⑤ 出合いや遭遇の情感を高め、再訪への決意をひとしお促す“とき”の演出
- ⑥ 持続可能な2次交通手段の配備とそれぞれの連結タイミングの配慮
- ⑦ カルデラの地勢や組成、派生文化を徹底活用し回遊旅への誘導
- ⑧ 滞在／滞留が上記を満喫させ、心を充足させる手法の整備とメリハリ展開

アクションプランの方針

- ① 阿蘇くじゅう観光圏プラットフォーム窓口整備（コア機能とサテライト機能）
- ② 国際環境観光圏への実現に向けた多言語化への推進（人・モノ・施設への対応）
- ③ 国際的なツーリズム環境の整備（阿蘇ジオパーク推進論）
- ④ 交通キャリア各社と連携した観光圏内フリー切符の充実（あそまる切符+α）
- ⑤ 情報環境確立のためのWiFiスポットの増設と人材育成（阿蘇ナビ改造）
- ⑥ 千年の草原を活用した地域活性化総合戦略に基づく地域基盤づくり（草原再生）
- ⑦ 地域コンシェルジュネットワークの確立とサービス（阿蘇ゆるっと博の進化形）
- ⑧ 地域固有の特色ある食の開発とブランド化（グリーンツーリズム活用型）
- ⑨ 豊富な湧水と温泉を活かした滞在型アクション（タウンツーリズム活用型）

②方針に基づく取組

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

番号	前期計画の基本的な方針	主な取組	⇒	成果及び今後の方向性
1	阿蘇くじゅう観光圏プラットフォーム窓口整備	・阿蘇ナビの開発	⇒	<p>携帯電話を活用した移動支援と、多彩な観光情報の提供機能として開発した「阿蘇ナビ」は、阿蘇観光情報のデータベース化と併せて、総合的な管理及び運営体制を推進してきた。</p> <p>「阿蘇ナビ」の稼働から数年が経過し、現行のシステムが追従しているとは言えず、今後は前時代的な運営状態から抜け出し、IoT分野の高度化を見越した継続性のある実用的なシステムに移行する必要があると考え、改修を図ることで、阿蘇へ訪れる方々に対し「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに向け、食や宿泊などの観光情報、移住定住等に関する情報を一体的に発信するため整備を行っている。</p>
2	国際環境観光圏への実現に向けた多言語化への推進	<ul style="list-style-type: none"> ・おもてなしセミナーの開催 ・インバウンド受入環境の整備 ・観光品質認証制度「SAKURA QUALITY」 	⇒	<p>主たる滞在促進地区である阿蘇内牧温泉の関係者を中心とした「おもてなし」を高めるセミナーの開催、ガイドマニュアル等を作成。増加傾向にある外国人旅行者にとって、ストレスなく滞在できる環境を確保することを目的として、専門家による個別指導やアドバイスなどのハンズオン支援を実施。</p> <p>また、外国人旅行者へのスムーズな対応に不可欠な「施設案内」「メニュー」「掲示板」などのツール（英語版）の改善や制作も支援したことで、地域の受入れの強化が図られた。</p> <p>このほか、宿泊施設を対象として、観光品質認証制度「SAKURA QUALITY」を導入。本件については、質の高い観光サービス情報を発信するとともに、サービスレベルの維持向上も大きな要素の一つであると捉え、継続的に取り組む。</p>
3	国際的なツーリズム環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドマニュアルの作成 ・人材育成研修 ・阿蘇ユネスコジオパークパンフレットの作成 	⇒	<p>平成25年度には世界農業遺産、平成26年度、ユネスコ世界ジオパークに認定され、独自の価値を採掘してきた。併せて、阿蘇ユネスコジオパークに係る地域ブランド力の向上及び受入環境整備を実施。国際的なツーリズム環境の整備により、地域ブランド力及び受入れ環境の向上を図った。</p> <p>また、来訪者に対しては、開発に至った滞在体験プログラムにおいてブランドコンセプトを体感いただくなど、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを推進。</p> <p>平成29年度をもって区切りを迎えるなか、自然災害からの復旧復興、担い手の減少等の新たな課題を踏まえ、観光関係者のみならず、農業、商業、地域など、多様な関係者による合意形成を図り、ブランドコンセプトを共有のうえ、観光地域づくりを推進していく。</p>

番号	前期計画の基本的な方針	主な取組	⇒ 成果及び今後の方向性
4	交通キャリア各社と連携した観光圏内フリー切符の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・あそまる切符の開発 ・電動アシスト機能付き自転車の導入 	<p>阿蘇くまもと空港発着来訪者への二次交通として、当観光圏を運行するバス及びロープウェイを期間限定とする乗り放題乗車券を販売。</p> <p>このほか、滞在交流拠点におけるレンタサイクルの設置。公共交通拠点の案内表示多言語化を実施するなど、二次交通の整備を進めてきた。</p> <p>しかし、平成 28 年熊本地震の発生において、主要アクセスの破損等が発生したことから、二次交通の運休及び中止等が行われた。</p> <p>このことから、当観光圏内における観光関係者代表による意見交換会において、現況の二次交通の時間等を含めた相互把握、運営者への連携協力を依頼していくことを検討している。</p> <p>併せて、震災からの復旧復興を見据えた新たな二次交通の整備を進めていく計画である。</p>
5	情報環境確立のためのWi-Fiスポットの増設と人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ・プリペイドSIMカード貸出実証実験 ・クレジットカード、免税店等情報発信 	<p>実施してきたWi-Fi環境の整備に併せて、多彩な観光情報の提供機能として開発した「阿蘇ナビ」を、阿蘇観光情報のデータベース化と併せて、総合的な管理及び運営体制を推進してきた。</p> <p>また、Wi-Fi環境がない場所でも快適に通信できる環境の整備を目的として、宿泊施設等でプリペイドSIMカードの貸出による実証実験を実施。</p> <p>引き続き、観光情報等に関する情報を一体的に発信するため整備を進める。</p>
6	千年の草原を活用した地域活性化総合戦略に基づく地域基盤づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・阿蘇溶岩トンネル探検ツアー造成 ・千年の草原を駆け巡るホーストレッキング ・秋元集落（高千穂町）どっぶり型プログラム確立 	<p>阿蘇の草原観光利用に関するワークショップを重ね、草原トレイル5コース、20の体験プログラムを提案。さらに具体的なものとするため、フィールドワークを実施し、代表的な草原トレイルコースや草原を活用した体験コンテンツを紹介するパンフレットを作成。</p> <p>平成 27 年度には、観光関係有識者を招聘したモニター調査を実施し、ツアーの構築及び商品化の提案、改善案等のヒアリングを行った。</p> <p>このほか、阿蘇カルデラの特徴を活かした体験プログラムとして、阿蘇中央火口丘の米塚周辺に点在する溶岩トンネル（風穴）を活用した「米塚にあいた風穴を麓から辿り山腹へ這い出る溶岩流体験」を、地元の牧野組合の協力を得た形で構築。安全検性の検討及び調査、ガイド案内用ツール作成、現地モニターツアーを実施。商品化に至ったが、平成 28 年度に発生した熊本地震の影響により、周辺への立ち入り規制が継続されている。現地の状況及び安全確認のうえ、再開を目指す。</p>

番号	前期計画の基本的な方針	主な取組	⇒ 成果及び今後の方向性
7	地域コンシェルジュネットワークの確立とサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・コンシェルジュ（観光案内人）研修 ・観光地域づくりセミナーの開催 	<p>滞和交流型の観光地域づくりに向け、これまでの受入体制をベースに観光やツーリズムに携わる関係者の「おもてなし」に更に磨きをかけることを目的として、それぞれの地域テーマに基づいたコンシェルジュ研修を実施し、相互の情報共有、コミュニケーションの向上を図った。</p> <p>⇒ 平成29年度については、上記関係者に商工業、農業、地域づくり団体等を含め、当該観光圏における多種多様な関係者による滞和交流型観光の推進を目的として、観光地域づくりセミナーとして開催。継続的に開催していくこととしている。</p>
8	地域固有の特色ある食の開発とブランド化	<ul style="list-style-type: none"> ・阿蘇スローフードフェスタの開催 	<p>「食」と「農」の魅力に焦点をあて、農家レストラン、農家民泊及び直売所等を舞台とした阿蘇スローフードフェスタを開催し、地域ならではの「食」の推進を図った。</p> <p>このほか、阿蘇の草原と深く関係する「あか牛」の消費拡大を図ってきた。</p> <p>⇒ 今後は、阿蘇製品の独自の価値を国内外へ発信するとともに、国内外から選考される国際競争力の高い魅力ある地域ブランド化を図ることを目的として、食の品質認証の構築を検討する。</p> <p>なお、阿蘇製品独自の価値を振興する関係団体における取組との連携も視野に入れ、管内における消費拡大を図る。</p>
9	豊富な湧水と温泉を活かした滞在型アクション	<ul style="list-style-type: none"> ・主たる滞在促進地区の空間形成 ・ウェルカム阿蘇くじゅう&滞在機能強化大作戦 	<p>主たる滞在促進地区である阿蘇内牧温泉においては、平成25年度に策定した「内牧温泉空間形成プラン」に基づき周遊及び滞在の場の形成に重点的に取り組んでおり、平成27年度には当温泉の食を活用した「ふらっと内牧」事業を開始。当温泉の食を紹介する多言語サイトの開設や複数の飲食店を回遊させる企画等を実施したほか、平成28年度には中心地のゲートサインや多言語総合案内板の整備を実施。阿蘇内牧温泉らしい空間形成を図るなどの取組を展開し、主に外国人観光客をターゲットに、周遊及び滞在促進を図ってきたところである。</p> <p>⇒ しかしながら、平成28年熊本地震の影響により当温泉の飲食店等には閉店を余儀なくされた店舗が発生し、当温泉を訪れる観光客の動向に変化が見られるようになった。このことから、これまで取り組んできた「ふらっと内牧」事業をベースとし、阿蘇内牧温泉における震災後の状況に応じた周遊・滞在の仕組みの構築を図っていく。</p>
10	平成28年熊本地震に係る復興※前期計画の基本的な方針記載なし	<ul style="list-style-type: none"> ・復興ツアープログラムの造成 ・阿蘇山上観光の創造的復興ビジョン策定 ・南阿蘇鉄道復興支援及びペイント列車運行 ・南阿蘇エリア（九州おへそロード）復興周遊キャンペーン 	<p>⇒ 熊本地震の発生において、主要アクセス（国道、JR）の破損及び各施設等も直接的な被害を受けるなど、来訪者が大きく減少するなか、観光環境の復旧及び風評被害の払拭に資する事業を実施した。</p>

④KPI の達成状況

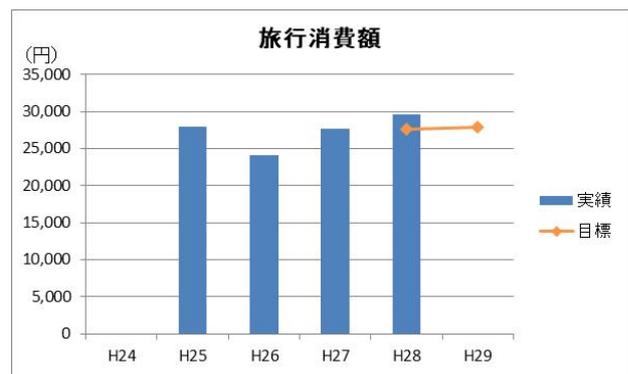
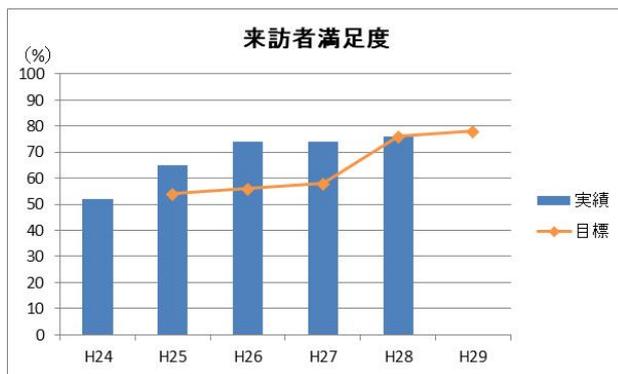
下記に KPI の達成状況を示す。各項目について、平成 24 年度から平成 27 年度までは、順調な伸び率ではほぼ全ての項目で目標を達成していたが、平成 28 年の熊本地震により、来訪者数の減少により宿泊やプログラム参加者数が顕著に落ち込む形となった。今後は震災の影響を踏まえ、目標値を見直すとともに、復興の取組を進めていく必要がある。

KPI の取得方法については、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。

※表中「-」については、未集計及び集計中のもの

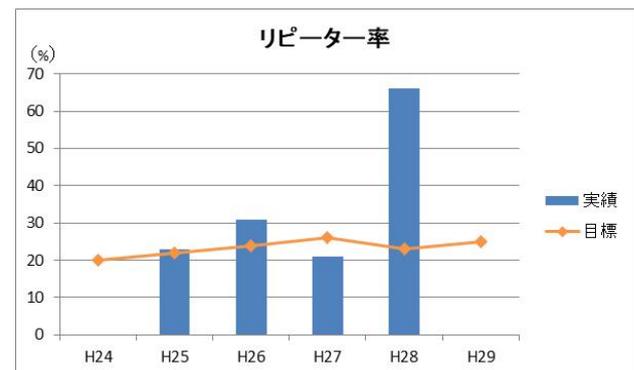
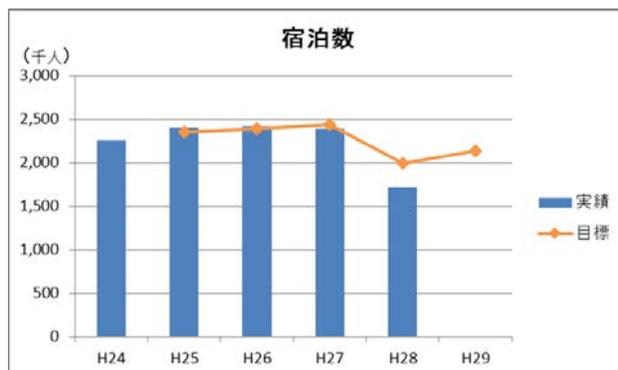
<主たる滞在促進地区における来訪者の満足度・旅行消費額>

項目	単位	平成24年度		平成25年度		平成26年度		平成27年度		平成28年度		平成29年度	
		-	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
来訪者満足度	%	-	52	54	65	56	74	58	74	76	76	78	-
旅行消費額	円	-	-	/	28,023	/	24,120	/	27,618	27,618	29,568	27,918	-



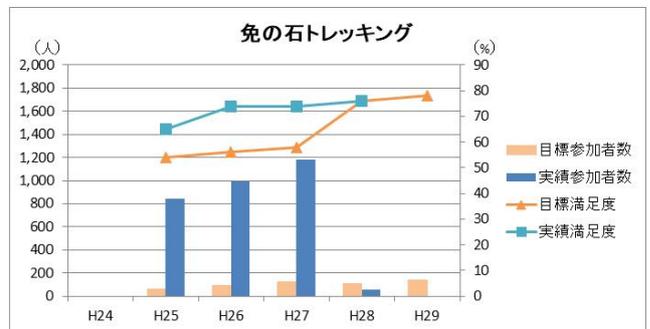
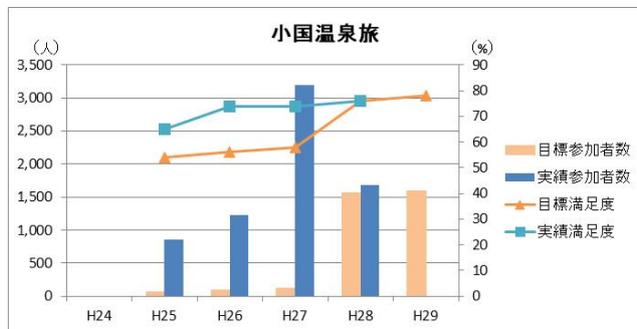
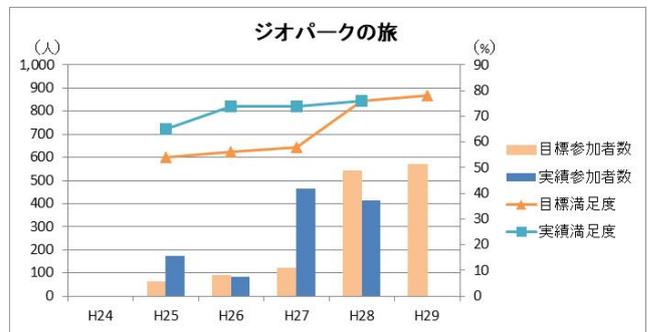
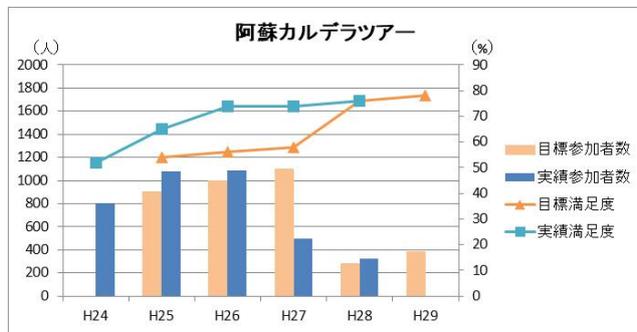
<主たる滞在促進地区の宿泊数>

項目	単位	平成24年度		平成25年度		平成26年度		平成27年度		平成28年度		平成29年度	
		-	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
宿泊数	千人	-	2,260	2,346	2,400	2,392	2,413	2,438	2,391	1,996	-	2,136	-
リピーター率	%	-	20	22	23	24	31	26	21	23	66	25	-



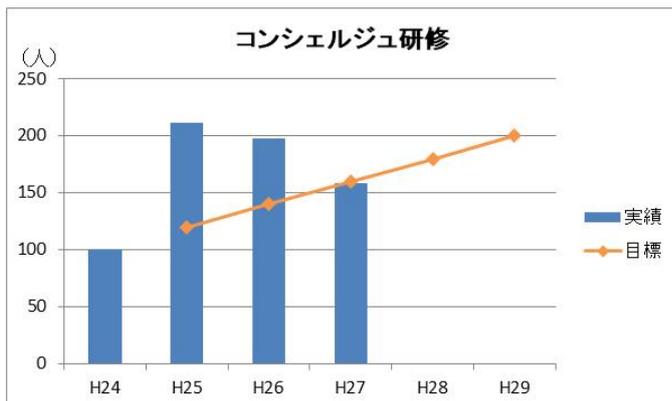
<主たる滞在促進地区を中心とした滞在プログラム参加者数・満足度>

項目	単位	平成24年度		平成25年度		平成26年度		平成27年度		平成28年度		平成29年度	
		-	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
阿蘇カルデラツアー	人	-	800	900	1,078	1,000	1,089	1,100	496	280	328	380	-
上記滞在プログラムの満足度	%	-	52	54	65	56	74	58	74	76	76	78	-
ジオパークの旅	人	-	/	60	174	90	83	120	466	540	415	570	-
上記滞在プログラムの満足度	%	-	/	54	65	56	74	58	74	76	76	78	-
小国郷温泉旅	人	-	/	60	860	90	1,221	120	3,200	1,560	1,683	1,590	-
上記滞在プログラムの満足度	%	-	/	54	65	56	74	58	74	76	76	78	-
免の石トレッキング	人	-	/	60	842	90	996	120	1,185	108	60	138	-
上記滞在プログラムの満足度	%	-	/	54	65	56	74	58	74	76	76	78	-



<その他の目標>

項目	単位	平成24年度		平成25年度		平成26年度		平成27年度		平成28年度		平成29年度	
		-	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
コンシェルジュ研修	人	-	100	120	212	140	198	160	158	180	0	200	-



(5) 阿蘇くじゅう高千穂地域の観光における課題

中期計画策定に向け、各種データ及び関係者へのヒアリングをもとに、阿蘇くじゅう高千穂地域の観光における課題を以下のように整理した。

① 災害からの復興

平成 28 年に発生した熊本地震において、J R 豊肥本線、国道 57 号を中心とする交通インフラが甚大な被害を受け、特に熊本方面からのアクセスが限られている状況である。特に、国道及び J R の復旧までの間は、代替となる交通網の整備や誘客の仕組みづくりが不可欠である。

南阿蘇村を中心とする観光施設の被災や、中岳の噴火による山上観光の休止など、観光客の目的地となる場所の直接的な被害も、当観光圏全体の誘客に大きな影響を与えている。各施設の早期復旧はもちろんのこと、復旧した観光施設の P R 等、入込客数の回復に向けた取組を行っていく必要がある。

また、今後の課題として、災害発生時の緊急対応に加え、リピーターとなる根強い個人客の獲得や、SNS 等を用いたきめ細かな情報発信により、災害発生後の風評被害を最小限に抑えていくことも必要である。

② 受入環境の整備

震災前からの課題として、福岡、熊本、大分、宮崎の各都市からのアクセスの充実が挙げられる。特に、阿蘇くまもと空港、福岡空港、大分空港、宮崎空港の各空港からのアクセス及び利便性の向上や、福岡からの各地域へと直行できる交通手段の整備等、誘客のゲートウェイとなる場所からの直接的な誘導を強化していく必要がある。

観光圏の内部においては、ハブとなる拠点施設の位置づけと、拠点施設やその他の集客力の高い施設から他地域への回遊を促す仕組みが必要である。特に、圏域内での回遊については、圏域外からの交通アクセスとの接続等を改善、移動時間自体を楽しめるような移動手段の整備も必要となる。

観光客の満足度向上に向けては、多言語での対応やツールの整備（Wi-fi 環境や電子マネー等）によるインバウンドへの対応や、各施設や移動手段におけるユニバーサルデザインの推進、ハイグレードな宿泊施設の整備など、より多様なニーズに応える受入基盤の整備が必要である。

③ 地域資源の活用や着地型・滞在型観光の推進

阿蘇くじゅう高千穂地域では、ユネスコ世界ジオパークやユネスコエコパーク、世界農業遺産、重要文化的景観など、様々な認定や価値づけが行われている。今後は、解説の充実や交通アクセスの改善などにより、それらの資源を観光誘客へと結び付けていく取組が必要である。

また、阿蘇くじゅう高千穂地域らしさをより深く実感してもらうため、着地型・滞在型観光のさらなる推進に向けた仕組みづくりが必要である。

④阿蘇くじゅう高千穂地域における広域連携

阿蘇くじゅう高千穂地域では、圏域全体の観光情報の一元化や統一した観光マップの整備等が行われていない。各自治体及び団体間の情報共有の仕組みを構築するとともに、圏域としての情報を発信するツールが必要である。

広域での観光客回遊の促進については、各地域における道の駅のネットワーク連携やスタンプラリーの実施、観光施設における他地域の情報発信・情報提供等、主にソフト面における取組の充実が必要である。

広域連携の主体としては、阿蘇地域振興デザインセンターをはじめ、様々な組織が存在している。集客を取り戻すための施策を全体で取りまとめていく仕組みの継続が必要である。

⑤マーケティング及びプロモーション

近年、観光集客に向けた戦略的なマーケティング及びマネジメントを行うための組織として、「日本版DMO」の設立及び観光庁における認定が進められている。阿蘇くじゅう高千穂地域においても、インバウンド、シニア層、若年者層といった観光客の属性毎に何が求められているかのマーケティングを行い、既存の地域資源とのマッチングを行った上で、適切なターゲットに向けた効果的な情報発信を進めていく必要がある。

効果的なプロモーションに向けては、地域ごとの魅力を発信していくことに加え、当観光圏の全体を貫く統一したイメージの形成が必要となる。阿蘇地域のシンボルであり、地質学的にも圏域全体を支えている中央火口丘や阿蘇カルデラをキーワードとしつつ、食や体験など、観光客がよりイメージしやすい形での発信も必要である。また、交通環境等により閑散期となっている冬季の観光についても、冬季ならではのアクティビティの整備や交通情報の発信等により、推進していく必要がある。

⑥観光を担う人材育成及び地域住民との観光地域づくり

観光を担う地域においては、全体として少子高齢化が進んでおり、観光業への従事者やイベント等を行う人手が不足している状況である。また、現在観光地域づくりマネージャーが一部の市町村にしかいないため、そうした専門的人材の育成も進めていく必要がある。

また、地域全体でのおもてなし意識の醸成のため、観光圏の取組やコンセプトについて、地域住民への周知を図っていくことも必要である。その際は、単なる観光業従事者のための観光ではなく、地域づくりへの展開や、地域への雇用の創出、移住・定住の促進等、地域全体の産業や暮らしを下支えするための観光業の推進の必要性を訴え、理解を促進していく必要がある。

(6) 基本的な方針

①世界ブランド“阿蘇カルデラ”のさらなる推進

阿蘇地域は、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、世界文化遺産登録へ向けた動きも進められている。また、環境省「国立公園満喫プロジェクト」において先行的・集中的に取組を実施する国立公園にも選定されており、こうした各機関等における認定への取組と連携し、来訪者が“阿蘇カルデラ”を実感することのできる事業を推進することにより、世界ブランドの確立による日本の顔となる観光地域づくりを図り、観光誘客へとつなげ、地域への経済効果を生み出していく。

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

当観光圏は、“阿蘇カルデラ”による一連の地域でありながら、その一方で自然・歴史・文化等において、各エリア地域独自の魅力が存在する。こうした「広域性」と「地域性」の双方を尊重し、“阿蘇カルデラ”という統一したテーマ性を基軸として、広域での観光へとつなげていくとともに、各エリアにおけるそれぞれの魅力向上を図る。それによって、観光圏の隅々まで「阿蘇くじゅう高千穂地域らしさ」を感じられるとともに、どこへ行っても新しい魅力を発見できる世界レベルの滞在交流型観光地を目指す。

③観光旅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

現在、阿蘇くじゅう高千穂地域を訪れる観光旅客は、国籍、年齢層といった属性の多様化とともに、ニーズも多様化してきている。マーケティングの実施により、今後増加が見込まれる、あるいは阿蘇くじゅう高千穂地域の魅力とマッチングするターゲットを適切に設定し、国際競争力の高い魅力ある観光地域としていくため、必要な施策を推進し、日本を代表する国際観光滞在拠点を目指す。

④観光地域づくりによる災害からの創造的復興

平成 28 年熊本地震及び中岳火口噴火をはじめとする災害において、甚大な被害を受けた地域の復旧を最優先で進めていくとともに、多種多様な関係者による合意形成のうえ、災害により交通アクセス等の改善や代替交通網の整備、災害遺構を活用した観光への展開等を行い、観光地域づくりによる復興を図る。また、今後も起こることが想定される様々な災害に備え、様々な二次交通手段の検討や根強いリピーターの確保により、災害に強い観光地域づくりを行っていく。

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

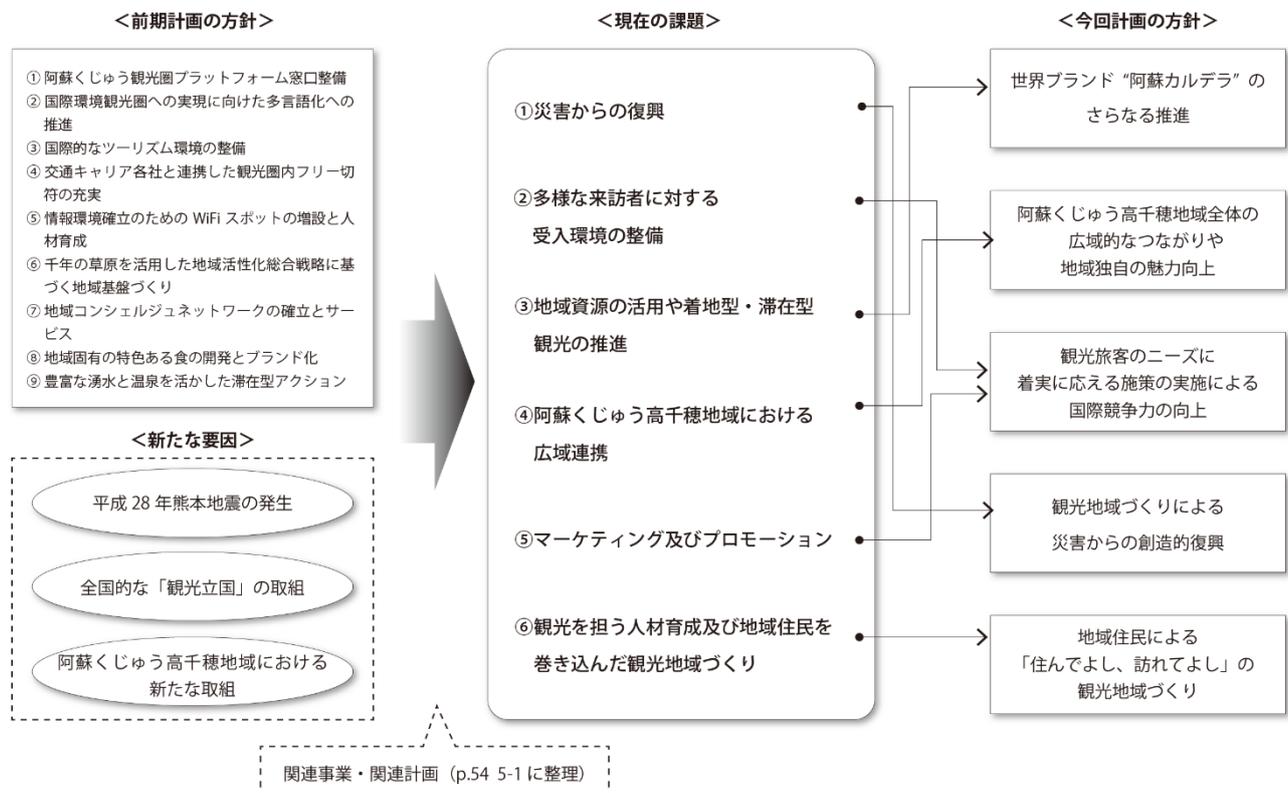
観光地域づくりは、観光客の満足のためだけではなく、地域住民が来訪者との交流によって地域の魅力を見つめ直し、愛着の醸成へとつなげていくとともに、様々な産業との結びつきにより地域を下支えする基盤となっていくなくてはならない。地域住民による地域のための観光地域づくりの実践を通し、次世代へと豊かな資源を繋げ、住み続けることのできる阿蘇くじゅう高千穂地域を目指す。

(7) 前期計画との関係性

前期計画の期間である5年間は、阿蘇くじゅう高千穂地域にとって試練の5年間でもあった。平成24年の九州北部豪雨、平成26年8月の阿蘇山の噴火警戒レベルへの引き上げ、またこれらへの対応が進んでいた矢先の平成28年熊本地震の発生は、阿蘇くじゅう高千穂地域の農業や商業、観光業に大きな打撃を与えてきた。阿蘇くじゅう高千穂地域の人々は古くから、火山由来の土地を改良し、草原を中心とした循環型農業を行いながら阿蘇カルデラと共生してきた。噴火をはじめとする自然災害も多く、阿蘇くじゅう高千穂地域の歴史は災害からの復興の歴史であるといっても過言ではない。災害に対して立ち向かう「強靱さ」や「しなやかさ」を、阿蘇くじゅう高千穂地域の人々は経験的に身に付けてきたのではないかと考える。

そうした中で、政府は「観光立国」を宣言し、各地での日本版DMOの立ち上げを含む観光振興施策を打ち出している。2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催を契機に、世界中の旅行者に選ばれる目的地となるために、全国の観光地が、それぞれの個性を打ち出した取組を進めている。阿蘇くじゅう高千穂地域においても、中国・韓国・台湾等の東アジア圏を中心とするインバウンド客が飛躍的に増加し、欧米豪からの来訪者も微増しており、こうした新しいマーケットへのさらなるアプローチも求められている。

阿蘇くじゅう観光圏の今期計画策定にあたっては、こうした背景及び前期計画の事業実施状況を踏まえ、「阿蘇カルデラ～命きらめく草原の王冠～」というブランドコンセプトを継承しつつ、災害からの復興や豊かな地域資源のさらなる活用を通じて、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりにつなげ、観光業だけではない地域の産業全体の活性化に寄与する基盤となる観光活動の実現を目指していくものとする。

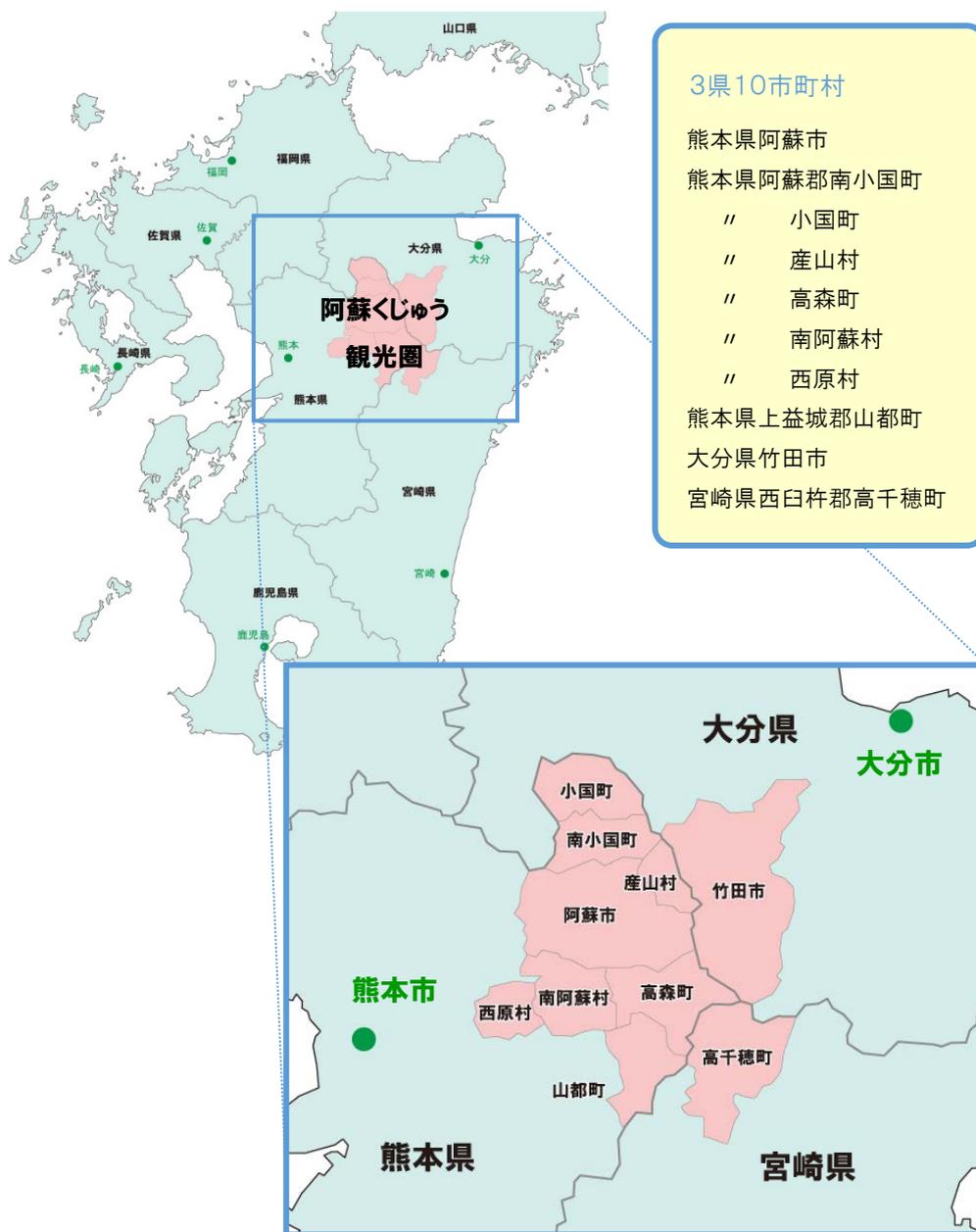


前期計画との関係性

2-2 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。



(2) 設定理由

当該地域では、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) 観光圏を構成する市町村の基礎情報

市町村	面積 (k m ²)	人口 (人)	総入込 客数 (人)	宿泊 客数 (人)	主な観光資源
阿蘇市	376.30	27,000	3,159,591	495,221	<ul style="list-style-type: none"> ・阿蘇五岳 ・カルデラや広大な草原 ・豊後街道 ・内牧温泉 ・阿蘇神社、山岳信仰や農耕に基づく祭事 
南小国町	115.90	4,159	1,064,142	341,975	<ul style="list-style-type: none"> ・黒川温泉 ・小田温泉 ・田の原温泉 ・瀬の本高原 ・押戸石の丘 
小国町	136.94	7,351	887,010	190,793	<ul style="list-style-type: none"> ・涌蓋山 ・杖立温泉 ・わいた温泉郷 ・小国両神社 ・旧国鉄宮原線の橋梁 
産山村	60.81	1,539	499,171	34,337	<ul style="list-style-type: none"> ・池山水源や山吹水源 ・豊後街道の石畳 ・村内の神社と無形の文化 ・やまなみハイウェイ 
高森町	175.06	6,602	479,063	57,224	<ul style="list-style-type: none"> ・阿蘇特有の植生や動植物 ・神社仏閣や獅子舞など ・高森商店街 ・根子岳 
南阿蘇村	137.32	10,989	3,027,743	220,765	<ul style="list-style-type: none"> ・白川水源 ・希少動植物 ・神楽などの伝統芸能 ・古くからの湯治場 ・南阿蘇グリーンロード 
西原村	77.22	6,752	759,265	230	<ul style="list-style-type: none"> ・白糸の滝 ・俵山 ・俵山交流館萌の里 ・扇坂展望所 

市町村	面積 (k m ²)	人口 (人)	総入込 客数 (人)	宿泊 客数 (人)	主な観光資源
山都町	544.67	15,655	391,459	32,938	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅「そよ風パーク」 ・幣立神宮 ・馬見原商店街 ・蘇陽峡 
竹田市	477.53	22,661	2,701,613	218,395	<ul style="list-style-type: none"> ・沢水展望台 ・岡城址 ・武家屋敷通り ・竹田湧水群 ・神原溪谷 
高千穂町	237.54	12,630	1,166,300	161,600	<ul style="list-style-type: none"> ・真名井の滝 ・高千穂峡 ・天岩戸神社 ・神楽 
合計	2,339.29	115,338	14,135,357	1,753,478	

面積・人口：構成市町村ホームページ等

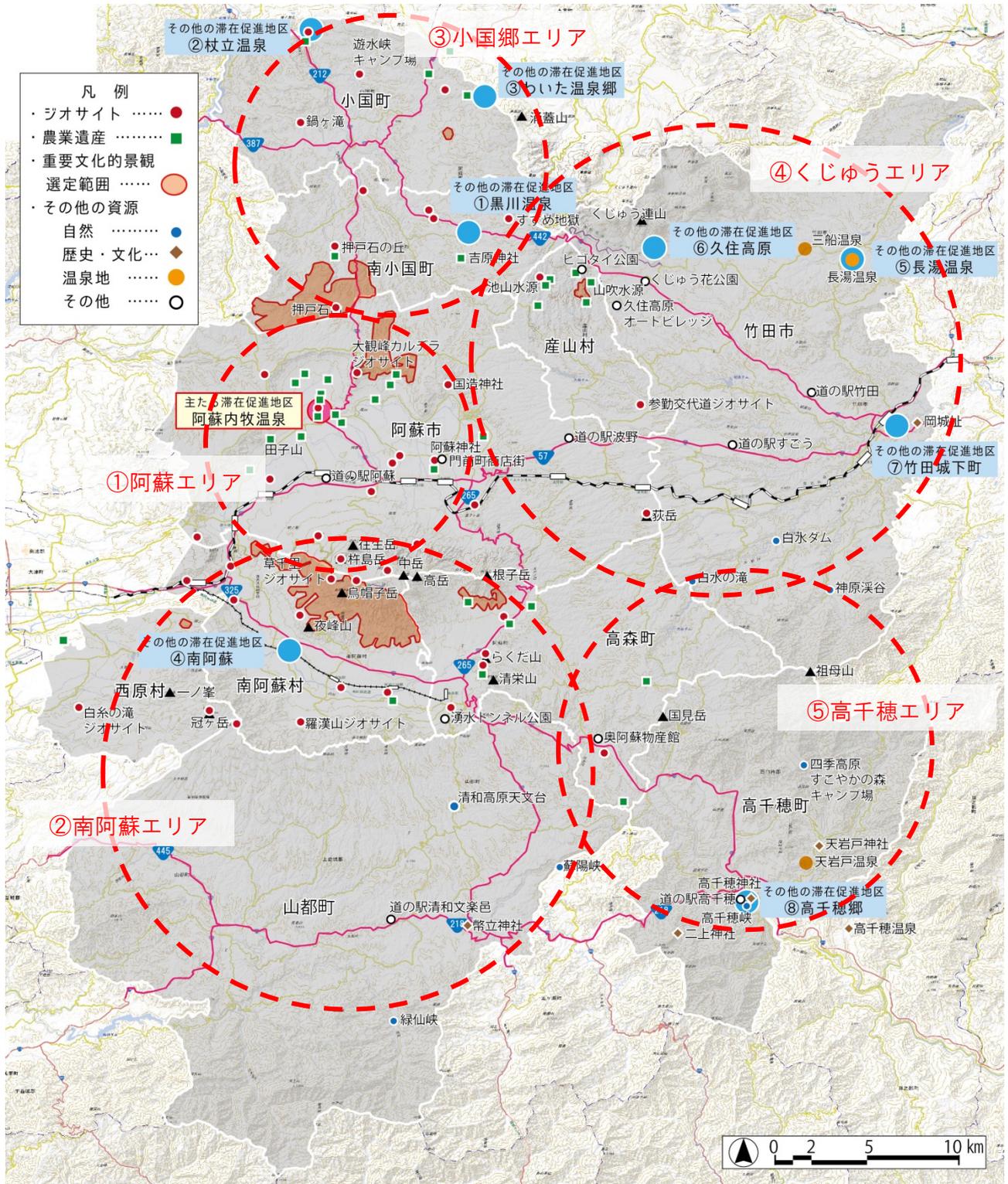
面積 平成 28 年 1 月現在

人口 平成 29 年 4 月現在

総入込客数・宿泊客数：構成市町村で実施する平成 28 年観光統計

(4) 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。今後、エリア毎の戦略や事業計画を策定するにあたり、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

①阿蘇エリア

雄大な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、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】

阿蘇神社の創建や御祀神など阿蘇の歴史に触れ、門前町にある水基（みずき）と呼ばれる水汲み場を散策するルートが人気である。阿蘇最大級の温泉地として知られる阿蘇内牧温泉は、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、町湯や飲食店が多数点在する。雄大な阿蘇五岳や外輪山の絶景を楽しむパラグライダーや熱気球などのアウトドア体験ができる。

また、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、生きる火山を体感することができる。

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坂梨宿には、神社や寺、御茶屋や番所跡など歴史的文化遺産も多く、歩いて巡ることができる。



一面に広がる水田
(阿蘇市)



水と暮らしの風景
(阿蘇市・手野地区)



湧水を活かしたまちづくり
(阿蘇市)



山肌を染めるミヤマキリ
シマ (阿蘇市)



二重峠の石畳と奥に広がる
阿蘇五岳の景観
(阿蘇市)



宿場町として栄えた坂梨
地区のまちなみ
(阿蘇市)



高原に広がる草原
(阿蘇市)



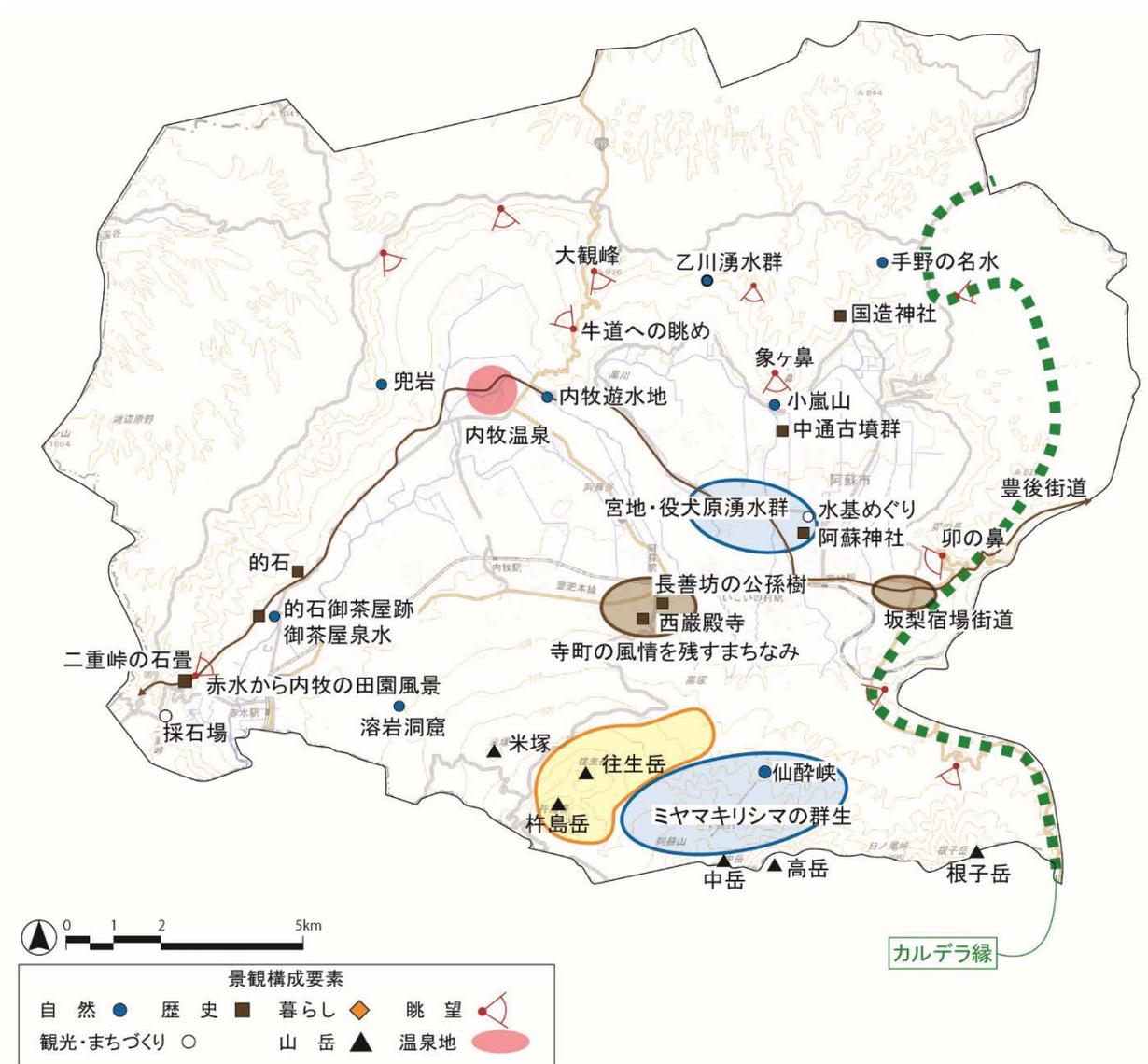
秋の訪れを告げるススキ
(阿蘇市)

【交通の状況】

熊本市や阿蘇くまもと空港～大分県別府市を運行する観光バス・特急やまびこ号、九州横断バスのほか、地域の路線バスが多数運行しており、阿蘇山上、阿蘇内牧温泉、阿蘇神社などの観光地も経由する。

熊本地震の影響により、JR 豊肥本線肥後大津駅～阿蘇駅が不通になっているため、JR では大分方面のみから、JR 特急・九州横断特急、普通列車によるアクセスとなる。

【阿蘇エリアの資源図】



②南阿蘇エリア

白川を中心に、山裾に美しい田園風景が広がるエリア。雄大な阿蘇五岳を背景に田園風景の中を南阿蘇鉄道の観光トロッコ列車が走る。また環境省の名水百選にも選ばれている湧水も多く、周辺ののどかな農村集落を眺めながら「水の里」散策を楽しむことができ、周辺では趣ある温泉地も存在する。

【主な観光資源】

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、界限に点在する石垣や蔵を散策しながらの水源巡りが人気である。道の駅「あそ望の郷くぎの」を拠点として、レンタサイクルで周辺を巡ることもできる。また、阿蘇五岳への登山ルートや、地蔵峠のある南外輪山遊歩道など、トレッキングコースが数多くあり、四季を通じて様々なアウトドア体験ができる。

高森駅からほど近い高森商店街には、奥阿蘇の風土が育む美味・美酒がそろそろ。そこからほど近い、土木遺産を活かした「高森湧水トンネル公園」は、避暑やイルミネーションのスポットである。また、らくだ山展望所からの阿蘇五岳と南郷谷を見渡す眺めは、エリア内で圧倒的なスケール感を持ち、その下に広がる「月廻り公園」からも、根子岳の麓に広がる雄大な自然を楽しめる。そのほか、高森阿蘇神社や上色見熊野座神社など、静かな山里で歴史を感じさせる要素も存在する。

俵山周辺では、自然環境を舞台としたアウトドア体験が楽しまれている。春の野焼きの風景は観光資源としても活用されており、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 号を境に見どころが点在しており、湧水散策や農家民宿、陶芸体験などができるほか、地域素材を使った手作り体験や、乳牛の見学と乳搾り体験などが楽しまれている。

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 10 kmにも続く観光スポットとなっており、火山と水が作る溪谷美を楽しむことができる。神秘的な雰囲気が漂う幣立神宮は、九州の真ん中にあり、自然に囲まれた高天原神話発祥の地と言われている。



観光客で賑わう白川水源
(南阿蘇村)



湯治客で栄えた温泉地
(南阿蘇村)



村で継承される長野岩戸
神楽 (南阿蘇村)



蘇陽峡を一望できる長崎
鼻展望台 (山都町)



野焼きの風景 (西原村)



神秘的な印象を与える白
糸の滝と周辺の環境
(西原村)



商業で栄えた高森商店街
(高森町)



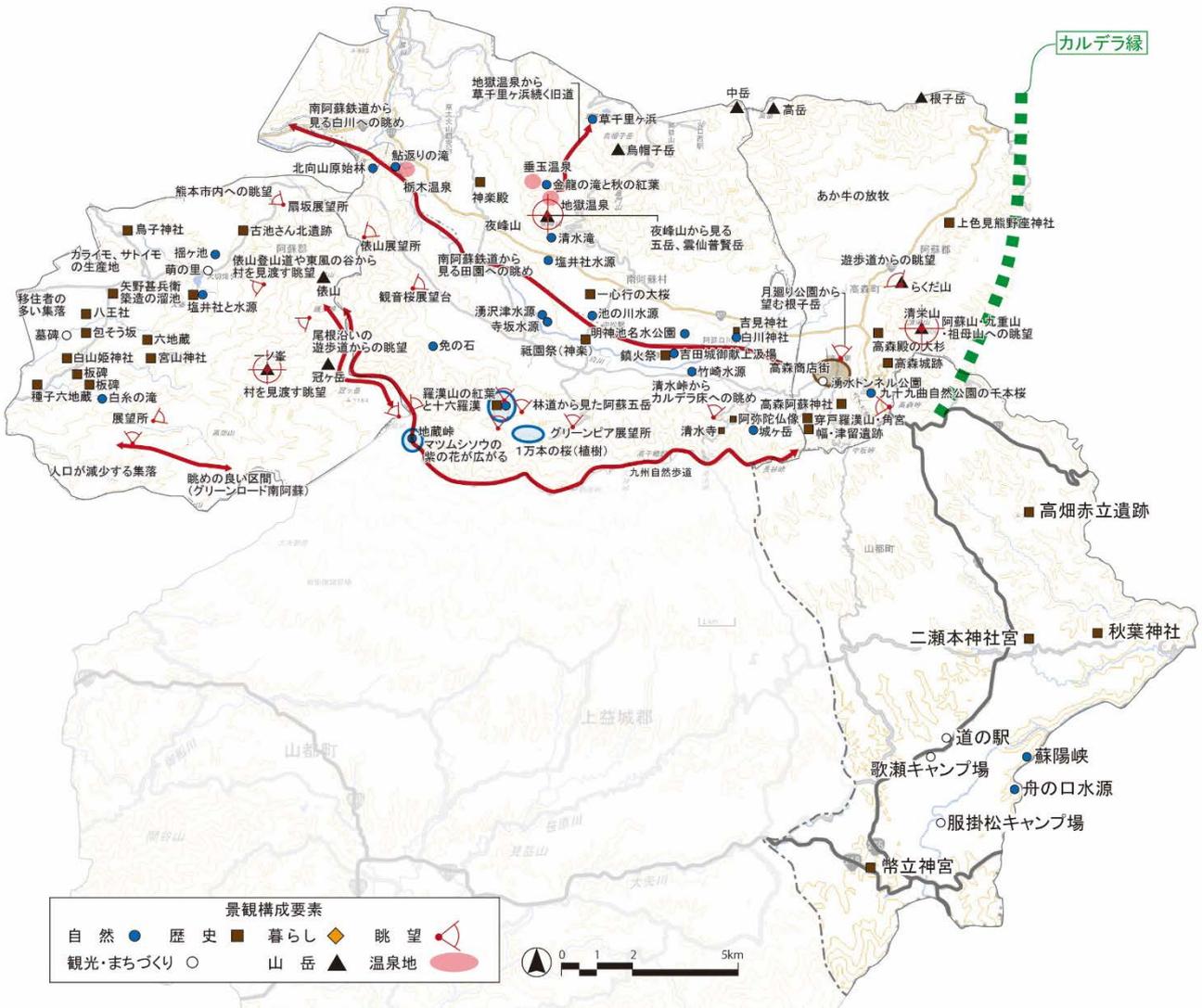
歴史ある幣立神宮
(山都町)

【交通の状況】

西原村は萌の里・俵山登山口を、南阿蘇村は立野駅を、高森町は高森町観光交流センター前の高森中央バス停を基点にバスが走り、熊本市内及び阿蘇くまもと空港方面からは快速たかもり号、肥後大津駅からは南郷らいな一、熊本延岡では特急たかちほ号を利用できる。

南阿蘇村を巡るには、「南阿蘇ゆるっとバス」を使うと便利である。高森町を巡るには高森町民バスを利用できる。西原村内の交通は、大津と益城をつなぐ路線バスが運行している。

【南阿蘇エリアの資源図】



③小国郷エリア

全国的な人気の黒川温泉や鯉のぼりで有名な杖立温泉のほかにも、小田温泉、わいた温泉郷など名湯が点在するエリア。少し足を伸ばすとパワースポット・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広がっている。日本有数の杉の産地で、豊かな森には多くの温泉が自噴するなど、神秘なる自然美に囲まれた、湯けむりの秘境である。

【主な観光資源】

黒川温泉、小田温泉、満願寺温泉、杖立温泉、わいた温泉郷などの豊富な温泉地を有し、旅館や日帰り湯での利用が盛んである。今や全国的に知られる温泉街・黒川温泉では、各旅館の風情あふれる露天風呂が魅力であり、タオル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。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。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。

また、遊水峡や鍋ヶ滝など豊かな水系の他、瀬の本高原など、多様な自然環境が織りなす風景を体感しに、多くの観光客が訪れており、周辺には道の駅などの販売施設も整備されている。鬼が手まりをして遊んだと言われる「押戸石」は、九州でも有数のパワースポットとして人気がある。

北里地区では、研修宿泊施設「木魂館」を基点として、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。



季節の変化を感じる
遊水峡（小国町）



繊細な水の流れをつくる
鍋ヶ滝（小国町）



深い谷間で山と川に挟まれ立ち並ぶ温泉宿の景観
（小国町）



歩道化された線路跡や橋梁などインフラの歴史を伝える景観（小国町）



押戸石からの眺め
（南小国町）



共同浴場など川沿いの集落の暮らしを感じる満願寺地区（南小国町）



地域の協働で育まれてきた水田の風景（南小国町）



神楽の舞台となる神社
（南小国町）

【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、J R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、小国町と南小国町の2つの町を結んで循環する小国郷ぐる〜っとバスが便利。道の駅小国ゆうステーションを基点とし、人気の高い黒川温泉や小田温泉、満願寺温泉などを周る。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。

【小国郷エリアの資源図】



④くじゅうエリア

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】

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。また、阿蘇五岳やくじゅう連山を一望できる眺望景観や、やまなみハイウェイなどの道路から眺める草原に放牧される牛たちの様子など、雄大な自然資源を活かした観光が盛んである。国の文化財である豊後街道の石畳や神話が語り継がれる平川阿蘇神社、乙宮神社など、歴史・文化資源もある。

地方の政治・経済・文化の要衝として栄えた城下町竹田では、「歴史の道」を中心に、まちあるきをしなが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。

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長湯温泉は、豊後風土記にもその名を残す名湯で観光客に親しまれている。

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、久住の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で自然に親しむこともできる。



彼岸花の群生が見られる
七ツ森古墳群（竹田市）



木々の緑の中で湧き出す
池山水源（産山村）



神話が語り継がれる
平川阿蘇神社（産山村）



1594年に建てられた堅城
「岡城址」（竹田市）



波野地区の伝統芸能神楽
（阿蘇市）



草原に囲まれた棚田
（産山村）



動物との触れ合いや食を楽しむことができるガンジ
ーファーム（竹田市）



阿蘇五岳やくじゅう連山
を一望できる「沢水展望
台」（竹田市）

⑤高千穂エリア

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や蘇陽峡からは、神秘的かつ雄大な自然の造形を目にすることができる。溪流でのフィッシングやキャンプ、カヌーといった自然のエンターテイメントも満喫できる。

【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。

200mの高さに切り立つ絶壁が約10kmにも続く、九州のグランドキャニオンと呼ばれる蘇陽峡では、火山と水が作る渓谷美を楽しむことができる。

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。



高千穂峡のシンボルである真名井の滝（高千穂町）



高千穂郷八十八社の総社である高千穂神社（高千穂町）



山裾に位置する農村景観（高千穂町）



迫力ある流れと紅葉が美しい竜ヶ岩の滝（高千穂町）



見る人を圧倒する柱状節理（高千穂町）



三秀台からみる祖母山（高千穂町）



山里に佇む草部吉見神社（高森町）



ヒメユリの自生地（高森町）

【交通の状況】

熊本市内及び阿蘇くまもと空港からは、熊本市～延岡市を運行する特急たかちほ号・あそ号により、蘇陽や馬見原、高千穂にアクセスが可能である。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、山都町及び高千穂町にアクセスできる。

エリア内の移動は、延岡高千穂間を運行する路線バス、山都ふれあいバスを利用できる。また、高森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。

2-3 滞在促進地区の区域

(1) 主たる滞在促進地区

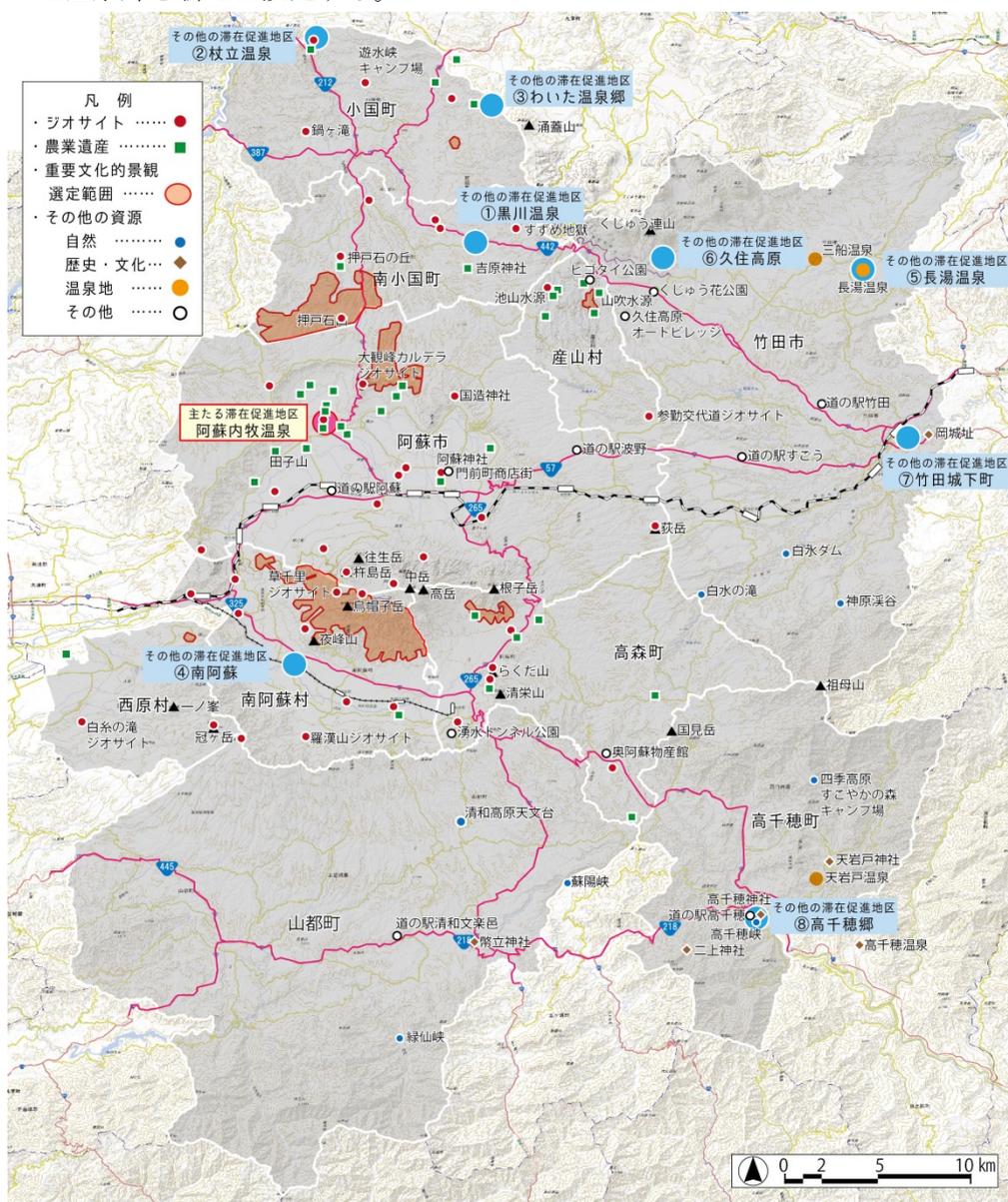
阿蘇内牧温泉

阿蘇内牧温泉は、阿蘇くじゅう観光圏の中心的な場所に位置し、主要な公共交通の結節拠点であるJR阿蘇駅及び道の駅「阿蘇」に近い場所に位置する。また、収容可能な宿泊客数が他の滞在促進地区よりも多いことから、前期計画に引き続き主たる滞在促進地区として設定する。

(2) その他の滞在促進地区

- ①黒川温泉
- ②杖立温泉
- ③わいた温泉郷
- ④南阿蘇
- ⑤長湯温泉
- ⑥久住高原
- ⑦竹田城下町
- ⑧高千穂郷

その他の滞在促進地区についても、各エリアにおいて宿泊室数が多い地区を設定するほか、小国町のわいた温泉郷を新たに設定する。



主たる滞在促進地域及びその他の滞在促進地区の位置図

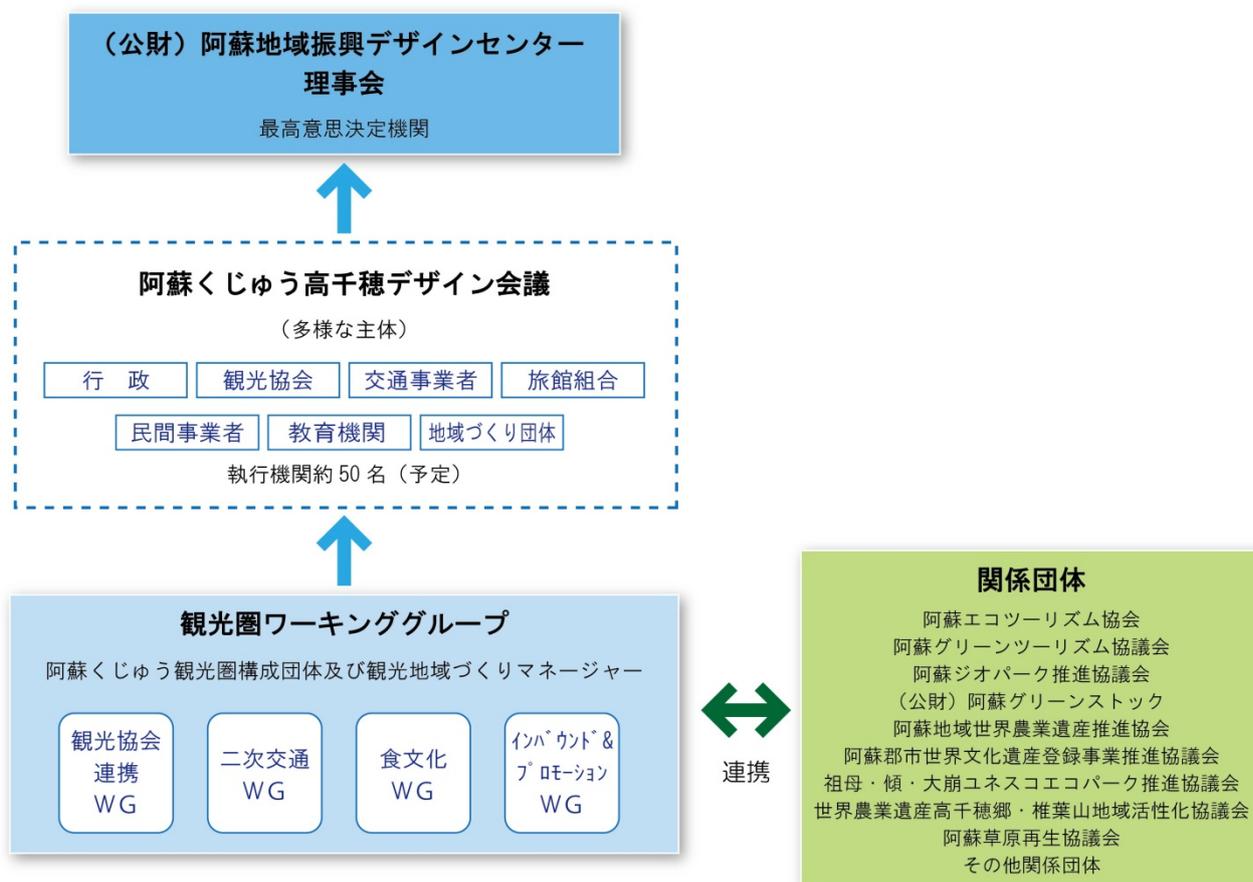
2-4 観光圏整備事業の実施体制

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、同デザイン会議の活動を具体的に協議し、実務的な調整を行うワーキンググループを設置し、観光地域づくりマネージャーや阿蘇くじゅう観光圏の構成団体(市町村等)の担当者等を核として継続的な議論ができる場として位置づける。ワーキンググループは、観光協会連携、二次交通、食文化、インバウンド&プロモーションの各分野別に設置する。

さらに、阿蘇エコツーリズム協会、阿蘇グリーンツーリズム協議会といった関係団体との連携も、ワーキンググループの実施を通じて強化していく。



事業実施体制

2-5 観光圏整備計画の目標

(1) 目標

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

	H27年度 (実績)	H28年度 (推計)	H29年度 (推計)	H30年度 (目標)	H31年度 (目標)	H32年度 (目標)	H33年度 (目標)	H34年度 (目標)
合計	2,390,787	2,020,000	2,161,000	2,312,000	2,474,000	2,647,000	2,832,000	3,030,000
うち外国人	405,158	218,000	268,000	330,000	406,000	499,000	614,000	755,000

【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】

平成28年度の述べ宿泊者数は、熊本県観光物産課が四半期毎に発表している「熊本県宿泊客数動向調査」をもとに推計。熊本県全体の平成28年度宿泊客数の対前年比は84.5%。平成27年度観光圏宿泊客数2,391千人に、熊本県全体の平成28年度対前年比84.5%を乗じて、平成28年度の観光圏宿泊客数を2,020千人と推計。

平成29年度の目標は、熊本県が平成28年8月に策定した「復旧・復興に向けた主な取組のロードマップ」において、平成31年度に宿泊客数を震災前の水準以上に回復する目標が掲げられていることから、観光圏の目標もこれに準拠することとする。そうすると、年7%ずつ増加すると平成31年度に震災前の平成27年度の観光圏宿泊者数を超えることから、平成29年度の目標を平成28年度の7%増の2,161千人と設定する。平成29年度以降においても、年7%増と設定する。

うち外国人の数値についても、上記方法により、熊本県全体の平成28年度宿泊客数の対前年比は53.9%。平成27年度観光圏宿泊客数405千人に、熊本県全体の平成28年度対前年比53.9%を乗じて、平成28年度の観光圏宿泊客数を218千人と推計。

年23%ずつ増加すると平成31年度に震災前の平成27年度の観光圏宿泊者数を超えることから、平成29年度の目標を平成28年度の23%増の268千人と設定する。平成29年度以降、年23%増と設定する。

②一人あたり旅行消費額

: 円

	H27年度 (実績)	H28年度 (実績)	H29年度 (推計)	H30年度 (目標)	H31年度 (目標)	H32年度 (目標)	H33年度 (目標)	H34年度 (目標)
一人あたり 旅行消費額	27,618	29,568	29,868	30,168	30,468	30,768	31,068	31,368
外国人 一人あたり 旅行消費額	未集計	未集計	未集計	調査実施	対前年 300円増	対前年 300円増	対前年 300円増	対前年 300円増

【数値の取得方法】

公益財団法人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】

平成29年度の一人あたり旅行消費額は、平成24年から平成28年まで年300円ずつ平均して増加していることから、一人あたり旅行消費額を29,868円と推計した。

平成30年度以降においても、同水準での増加を目標とし、年300円増と設定する。同様に、外国人一人あたり旅行消費額の数値についても、年300円増と設定する。

③来訪者満足度

: %

成果 指標	H27年度 (実績)	H28年度 (実績)	H29年度 (推計)	H30年度 (目標)	H31年度 (目標)	H32年度 (目標)	H33年度 (目標)	H34年度 (目標)
来訪者 満足度	27.9	21.2	23	25	27	29	31	33
外国人 来訪者 満足度	未集計	未集計	未集計	調査実施	対前年 2%増	対前年 2%増	対前年 2%増	対前年 2%増

【数値の取得方法】

公益財団法人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】

熊本地震前の実績値は年2%増程度で推移しており、平成29年度以降においても年2%増と設定する。平成31年度を目途に震災前の水準に戻すことを目標とする。

④リピーター率

: %

成果指標	H27年度 (実績)	H28年度 (実績)	H29年度 (推計)	H30年度 (目標)	H31年度 (目標)	H32年度 (目標)	H33年度 (目標)	H34年度 (目標)
リピーター率	37.3	66.7	65	65	65	65	65	65
外国人リピーター率	未集計	未集計	未集計	調査実施	対前年 2%増	対前年 2%増	対前年 2%増	対前年 2%増

【数値の取得方法】

公益財団法人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】

上記表に示している以前のリピーター率は、概ね4～6割程度で推移している。本計画においては、インバウンド等の新たなターゲットを獲得しつつ、サブターゲットとしてリピーターを確保していくことにより災害後の風評被害等に強い地域づくりを目指すため、全体に対して概ね3分の2程度をリピーターとし、3分の1程度の新規客を獲得していくことを目指す。

⑤WEBサイトのアクセス数

: ページビュー

成果指標	H27年度 (実績)	H28年度 (実績)	H29年度 (推計)	H30年度 (目標)	H31年度 (目標)	H32年度 (目標)	H33年度 (目標)	H34年度 (目標)
アクセス数	91,408	57,999	50,000	60,000	70,000	80,000	90,000	100,000

【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】

平成29年度のWEBサイトのアクセス数は、50,000ページビューと推計した。平成30年度以降、年10,000ページビュー増と設定する。

⑥滞在プログラム参加者数

: %

成果指標	H27年度 (実績)	H28年度 (実績)	H29年度 (推計)	H30年度 (目標)	H31年度 (目標)	H32年度 (目標)	H33年度 (目標)	H34年度 (目標)
参加者数	未集計	20	20	22	24	26	28	30
外国人参加者数	未集計	未集計	未集計	調査実施	対前年 2%増	対前年 2%増	対前年 2%増	対前年 2%増

【数値の取得方法】

公益財団法人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】

平成29年度の滞在プログラム参加者数は、20%と推計した。平成30年度以降、年2%増と設定する。

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	H27年度 (実績)	H28年度 (実績)	H29年度 (実績)	H30年度 (目標)	H31年度 (目標)	H32年度 (目標)	H33年度 (目標)	H34年度 (目標)
県民総幸福量 (阿蘇地域)	72.1	未調査 (※)	70.8	71.3	71.8	72.3	72.8	73.3

※平成 28 年度は熊本地震発生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】

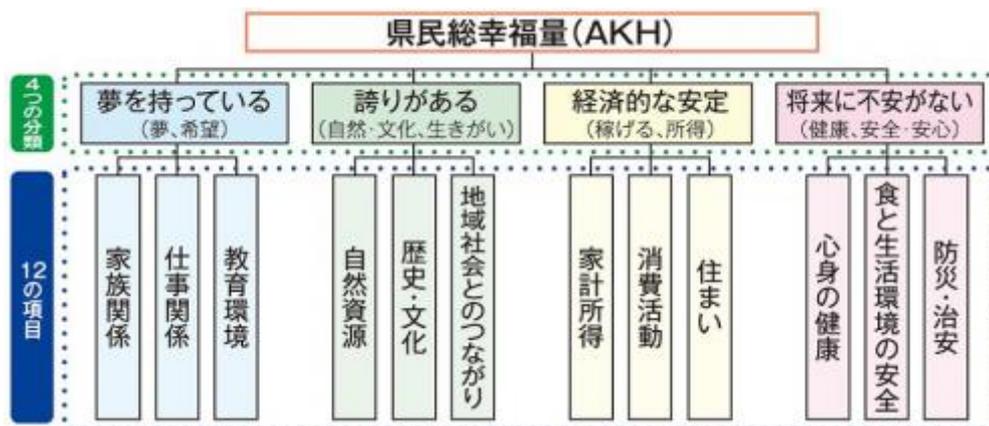
本計画においては、「地域住民による住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり」を基本方針⑤として掲げており、阿蘇地域における経済や暮らしの満足度を図る指標として参照する。

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、平成 29 年度は 70.8 ポイントとなっている。平成 31 年度から平成 32 年度にかけて、震災前の水準に回復することを目指して、平成 30 年度以降、年 0.5 ポイント増と設定する。

【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

(2) ターゲットと将来像及び関連施策

ブランドコンセプト及び基本方針に従って事業を進めていくにあたり、より戦略的に各種施策を実現していきけるよう、具体的なターゲット設定および将来像を設定し、実現のために必要な関連施策を整理した。ターゲットは、メインターゲット及び3つのサブターゲットを設定した。

①メインターゲットの設定理由

昨今、訪日外国人観光客が年々増加傾向にあり、2017年は前年比19.3%増の2,869万人（P35 資料A）が日本を訪れている。訪日外国人観光客の約8割がアジアからの観光客であるが、欧米豪の9か国においても約325万人と増加傾向にある。アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（株式会社 日本政策投資銀行・公益財団法人 日本交通公社、平成29年度版）によると、調査地域全体で日本旅行の人気はトップにあり、欧米豪全体では、旅行したい国として日本の人気は6位、具体的に検討している割合も2位と上昇傾向にある。さらに、訪日外国人消費動向調査 平成29年の年間値の推計（P35 資料B）によると、欧米豪の訪日外国人旅行者は長期滞在やその土地ならではの娯楽、文化体験、食体験等への関心が高い傾向がある。

阿蘇くじゅう高千穂地域においても、平成28年熊本地震発生までの3年間は、小国郷、南阿蘇村、高千穂町等を中心としたそれぞれの地域で欧米豪からの観光客が増加傾向にあり、今後の需要拡大の可能性が十分に期待できると考えられる。

また、阿蘇くじゅう高千穂地域は、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、世界文化遺産登録へ向けた動きも進められ、さらに環境省「国立公園満喫プロジェクト」において先行的・集中的に取組を実施する国立公園にも選定されており、こうした各機関等における認定への取組とも連動できる欧米豪をターゲットとして設定した。

なお、アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（P36 資料C）によると、より深い理解を求めて訪日する外国人旅行者が増えており、日本旅行での不満については、自然や風景など内容により踏み込んだ不満の割合が上昇しており、このような傾向は欧米豪でより顕著となっている。

持続的なリピーターの獲得や、さらなる観光旅客誘致のためには、形式的な受入環境の整備だけではなく、見やすさ、回りやすさ、説明の充実など、より深く理解してもらえるための取組が必要であり、欧米豪の訪日外国人旅行者の視点により取組を実施することで、国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを図るものとする。

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2016年 12月	2017年 12月	伸率(%)	2016年 1月～12月	2017年 1月～12月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,050,648	2,521,300	23.0	24,039,700	28,690,900	19.3
韓国	South Korea	494,376	678,900	37.3	5,090,302	7,140,200	40.3
中国	China	427,462	564,300	32.0	6,373,564	7,355,800	15.4
台湾	Taiwan	278,736	319,500	14.6	4,167,512	4,564,100	9.5
香港	Hong Kong	189,773	207,200	9.2	1,839,193	2,231,500	21.3
タイ	Thailand	96,405	115,800	20.1	901,525	987,100	9.5
シンガポール	Singapore	75,868	86,400	13.9	361,807	404,100	11.7
マレーシア	Malaysia	63,297	64,700	2.2	394,268	439,500	11.5
インドネシア	Indonesia	40,894	52,300	27.9	271,014	352,200	30.0
フィリピン	Philippines	41,318	48,700	17.9	347,861	424,200	21.9
ベトナム	Vietnam	13,050	19,700	51.0	233,763	308,900	32.1
インド	India	7,512	8,900	18.5	122,939	134,400	9.3
豪州	Australia	51,524	57,300	11.2	445,332	495,100	11.2
米国	U.S.A.	105,036	116,200	10.6	1,242,719	1,375,000	10.6
カナダ	Canada	24,642	27,100	10.0	273,213	305,600	11.9
英国	United Kingdom	20,801	23,000	10.6	292,458	310,500	6.2
フランス	France	15,499	17,000	9.7	253,449	268,500	5.9
ドイツ	Germany	10,713	11,500	7.3	183,288	195,600	6.7
イタリア	Italy	8,404	9,400	11.9	119,251	125,800	5.5
ロシア	Russia	4,428	5,700	28.7	54,839	77,200	40.8
スペイン	Spain	5,749	5,900	2.6	91,849	99,900	8.8
その他	Others	75,161	81,800	8.8	979,554	1,095,700	11.9

資料A 日本政府観光局（JNTO）：2017年12月 訪日外客数（JNTO推計値）

【図表6】国籍・地域別の訪日外国人旅行者1人当たり費目別旅行支出

国籍・地域	総額		訪日外国人旅行者1人当たり旅行支出						平均泊数
	前年比		宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代	その他	
全国籍・地域	153,921	-1.3%	43,397	30,869	16,974	5,014	57,154	513	9.1
韓国	71,795	+2.2%	22,378	18,435	7,492	3,665	19,530	294	4.3
台湾	125,847	-0.0%	32,939	26,004	14,286	4,458	47,846	314	6.7
香港	153,055	-4.5%	42,690	33,129	17,586	4,628	55,017	5	6.1
中国	230,382	-0.5%	47,690	38,285	18,295	5,550	119,319	1,243	10.9
タイ	126,570	-0.8%	36,957	23,281	14,696	4,107	47,316	212	10.1
シンガポール	164,280	+0.7%	63,083	33,308	19,005	4,414	44,349	120	7.7
マレーシア	135,749	+2.6%	42,532	28,261	21,106	4,508	39,302	39	9.1
インドネシア	129,397	-5.3%	42,593	23,085	22,188	5,098	36,432	1	12.4
フィリピン	113,660	+1.3%	31,470	23,765	13,366	5,405	39,654	0	19.7
ベトナム	183,229	-1.6%	48,861	43,313	16,381	2,371	72,303	0	35.2
インド	157,443	+9.1%	69,506	31,212	21,874	3,268	31,583	0	23.1
英国	215,393	+18.5%	97,303	51,289	32,390	6,811	27,600	0	12.2
ドイツ	182,206	+6.5%	81,933	39,036	27,867	4,245	29,125	0	15.5
フランス	212,443	+12.4%	86,882	45,016	38,882	8,142	33,401	120	15.7
イタリア	191,484	-3.3%	86,746	39,658	35,970	5,634	23,312	163	13.1
スペイン	212,572	-5.1%	77,940	49,079	45,484	7,166	32,792	112	13.4
ロシア	199,220	+4.4%	63,118	41,494	24,903	9,073	60,513	121	19.4
米国	182,071	+6.2%	76,719	41,791	28,477	6,603	28,071	411	13.8
カナダ	179,529	+15.8%	71,954	41,757	30,316	7,096	28,316	91	13.8
オーストラリア	225,866	-8.5%	89,065	50,070	35,380	14,094	37,199	59	13.2
その他	212,751	+16.2%	82,833	46,901	35,299	6,967	39,795	956	14.7

資料B 観光庁：訪日外国人消費動向調査 平成29年の年間値の推計
（国別・地域別・費目別の訪日外国人旅行消費額）

24. <訪日経験者> 「日本旅行で不満だった点は何ですか？」

◆ 「言語」「旅行代金」に対する不満が引き続き上位。内容により踏み込んだ不満が増加

- 日本旅行の際に「特に不満はない」と回答した割合は、全体で、前回調査同様の約4割にのぼる。
- 不満の上位は、全体で、「言語（英語・母国語）」や「旅行代金」となっているが、前回調査と比較して、それら形式的な項目の割合は低下している。一方で、「自然や風景の見物」「建築物の見物」など、内容により踏み込んだ不満の割合が上昇している。
- この傾向は、欧米豪でより顕著である。欧米豪全体では、不満の1位は「近代的／先進的な建築物」、次いで「自然や風景」「史跡や歴史的建築物」となっており、言語や旅行代金に対する不満を上回っている。より深い理解を求めて訪日する外国人旅行者が増加しており、今後、持続的にリピーターを獲得していくためには、形式的な受け入れ環境の整備だけでなく、見やすさ、回りやすさ、説明の充実など、「より深く理解してもらえらるための対応」が重要と思われる。

(回答は5つまで選択、%)

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	ヨーロッパ	イギリス	フランス		
	サンプル数	1,695	1,422	193	212	228	240	195	144	88	122	273	95	70	49	59
1	英語の通用度	19	20	25	8	30	33	12	18	19	7	10	6	16	4	15
2	母国語の通用度	14	16	15	15	17	22	14	12	8	16	5	4	7	0	10
3	旅行代金	12	12	8	4	11	15	12	28	11	9	10	4	20	2	15
4	自然や風景の見物	9	8	6	7	8	4	12	6	11	13	14	15	10	22	10
5	安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊	8	9	8	7	10	8	10	6	7	16	7	8	7	6	3
6	現地の人が普段利用している安価な食事	8	8	8	10	7	6	11	5	9	12	8	11	9	2	10
7	最新のファッションや流行の見物	8	8	5	11	7	6	6	10	15	5	11	13	3	14	15
8	近代的／先進的な建築物の見物(説明の充実度含む)	8	7	10	11	3	5	7	6	7	8	14	15	11	18	14
8	日本の酒(日本酒・焼酎)	8	8	5	7	5	5	10	9	15	15	10	13	10	12	3
10	有名な史跡や歴史的な建築物の見物(説明の充実度含む)	8	7	6	13	4	5	7	6	6	9	13	18	9	12	12
11	ブランド品や宝飾品のショッピング	8	8	7	8	9	5	10	10	9	11	5	5	3	8	3
12	家電製品やAV製品のショッピング	7	8	4	10	5	5	9	11	13	10	6	13	3	6	0
12	繁華街の街歩き	7	7	3	8	3	3	10	8	13	11	12	15	10	12	8
14	伝統的日本料理	7	6	6	8	5	5	9	5	9	7	11	14	9	12	8

資料C 株式会社日本政策投資銀行、公益財団法人日本交通公社：
アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（平成29年版）

②ターゲット毎の将来像及び関連施策

■メインターゲット：欧米豪の富裕層



<将来像（語り手：北欧の40代男性）>

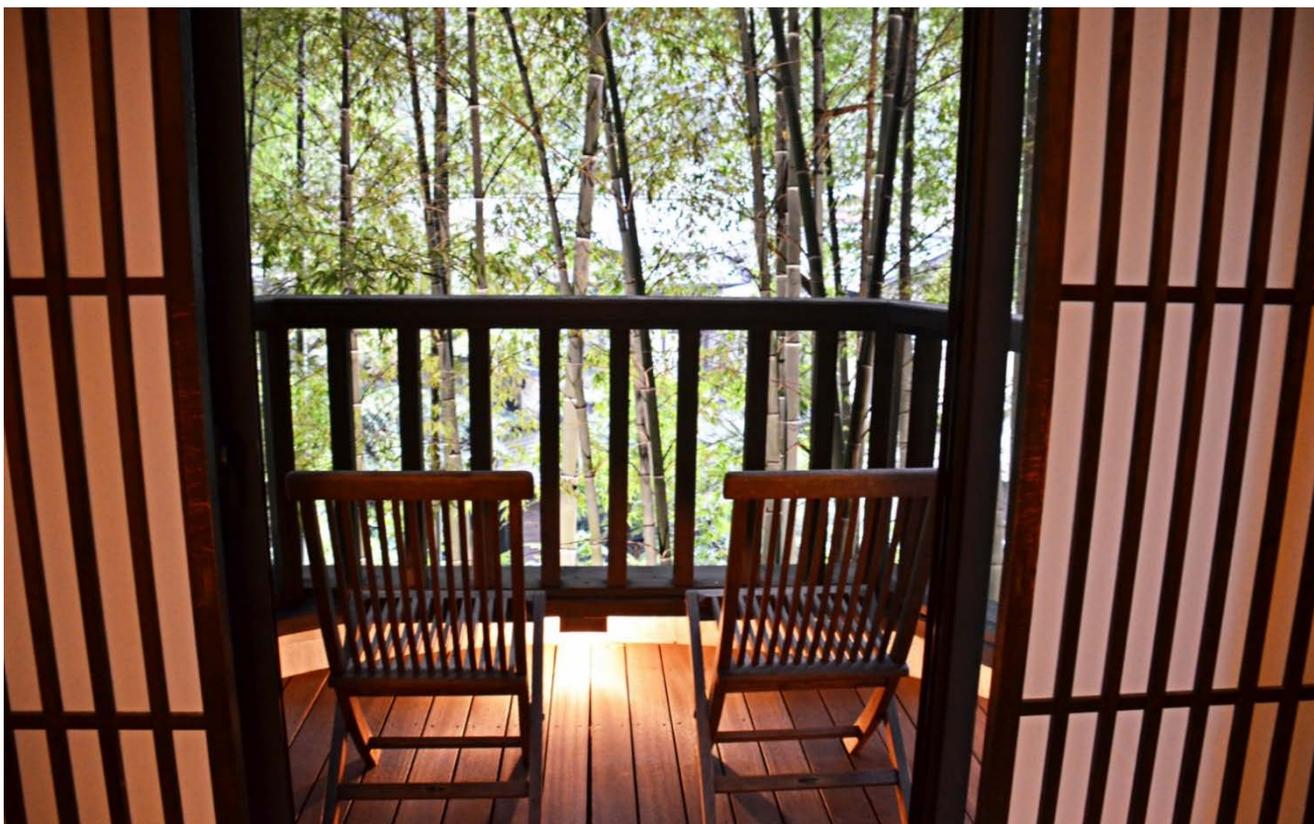
日本で宿泊施設を探すときは、「サクラクオリティ」のサイトを検索する。そこでASOを見つけてから、いつかぜひ行きたいと思っていた。広大なカルデラの中に、何万人の人が住んでいるなんて！妻との1か月間の日本でのバカンスのうち、10日間を阿蘇で過ごすことにした。

阿蘇くまもと空港からバスに乗って、道の駅「阿蘇」に到着。バックパックを担いで、縦走しながら地域を回る。もくもくと煙を上げる中岳、火山信仰を表す神社、噴水のように湧き出る湧水、すべてが阿蘇カルデラの恵みだと感じた。

5日間のトレッキングを終え、周遊バスで蘇陽地区の農家民泊へ。言葉はあまり通じないけれど、ITツールを使いながら、おばあちゃんが一生懸命手料理でもてなしてくれる。清和文楽にも感動したし、来年は母を連れてきて、おばあちゃんに梅酒の作り方を教えてもらおう。

<p>設定理由</p>	<ul style="list-style-type: none"> 阿蘇くじゅう高千穂地域では、欧米豪からの来訪者をターゲットとした「国立公園満喫プロジェクト」やユネスコ世界ジオパーク、ユネスコエコパーク、世界農業遺産等のプロジェクトが進められている。 震災以前は、南小国町、高森町等で北米からの来訪者が増加し始めていた。また、震災後も比較的風評被害の影響が少ない層であり、今後の成長市場であると考えられる。
<p>具体的な観光イメージや誘客に向けた戦略</p>	<ul style="list-style-type: none"> 欧米豪の観光客のうち、特に富裕層の少人数の家族連れやカップルを想定する。1週間以上の長期滞在で、1～2エリアを宿泊拠点としながら、あるいはトレッキングやサイクリング等で宿泊拠点を移動しながら、4～5のエリアを周遊する。 滞在型の体験プログラム（農家民泊等）や、トレッキング・サイクリング等のスポーツアクティビティをメインとしながら、食や風景を楽しむ。 伝統的な祭りや行事を目的として訪れることも想定する。

■サブターゲット 1：国内（首都圏及び関西圏）の 40～60 代女性



<将来像（語り手：大阪に住む 50 代女性）>

子育てもひと段落し、30 年来の友人 2 人と、久しぶりにゆっくり旅行をしたいね、と話していた。行き先を探して雑誌をめくっていると、昔修学旅行で訪れた阿蘇の風景が目にとまり、天草・阿蘇 4 泊 5 日の旅行をすることにした。

新幹線で熊本駅に着き、在来線で阿蘇駅へ向かう。震災から復旧した南阿蘇鉄道に乗って、高森の田楽や南阿蘇の湧水巡りを堪能した後、久木野温泉へ。

波野の神楽、小国の温泉巡りなど、気の向くままにたくさん予定を詰め込んでしまったが、阿蘇くじゅう高千穂地域内の周遊バスのアクセスが良いため、効率よく回ることができた。最後の夜は奮発して、最近できたハイグレードのホテルに宿泊し、80%以上が阿蘇の素材で作られた「阿蘇ブランド」の認証を受けた食事を満喫することができた。

友人の 1 人は、西原村のフットパスツアーで出会った同年代の女性から阿蘇での豊かな暮らしぶりを聞いたことから、阿蘇への移住を本気で検討し始めたようだ。

<p>設定理由</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 少子高齢化、人口減少の中で、首都圏を中心に広域関東圏の 11 都県には 5,000 万人が在住し、我が国の半数近くの大きな市場がある。人口規模だけではなく、所得の高さにおいても経済的価値が高い。若い女性の旅行離れが進んでいる中、広域関東圏では 40～60 代の女性が推定 1,500 万人おり、国内旅行を牽引する層であることから、ターゲットとして位置づける。 ・ 阿蘇くじゅう高千穂地域は九州の中でも知名度が高く、特に阿蘇は関東地方において修学旅行の主要な目的地の一つとなっていたことから、再来訪の可能性が高いと考えられる。
<p>具体的な観光イメージや誘客に向けた戦略</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 首都圏を中心とした全国から、2～4 泊程度の旅行で訪れる 2～3 人の女性グループを想定。 ・ 熊本県内や九州の他の観光地と合わせた周遊も想定。 ・ アクティビティとしては、温泉や食、伝統芸能等ゆっくりと時間を過ごすことのできるプログラムを提供する。

■サブターゲット 2：国内（九州及び広島以西）の 30～50 代女性リピーター



<将来像（語り手：福岡で働く 30 代女性）>

阿蘇には、1～2年に1回、仕事でのストレスが溜まってすっきりしたい気分になった時に仲良しのグループで訪れている。いつもは自家用車で日帰りしているが、いつもと違う旅を味わいたくて、一泊旅行を試みることにした。

福岡から高速バスで北部の小国郷へ。道の駅でレンタカーを借り、わいた温泉、黒川温泉を巡って疲れを癒した後、あか牛が放牧された草原の景色を堪能し、定番のあか牛丼を食べに行く。お肉はもちろんのこと、阿蘇でつくられたブランド米がとてもおいしかった。

翌日は、宿泊したゲストハウスのオーナーの勧めで、早朝の雲海トレッキングに参加することに。日頃の運動不足がたたってとてもきつい思いをしたが、初めて見る雲海の美しさに、日頃の悩みが吹き飛んでいた。

その日は行き先を決めていなかったのですが、阿蘇くじゅう高千穂地域の観光情報が一覧できるサイトで見つけた、産山村のマルシェに行ってみることに。新鮮な野菜をたくさん買って、満足して家路についた。

<p>設定理由</p>	<ul style="list-style-type: none"> 福岡都市圏在住の女性の割合は九州の中でも飛びぬけて高く、阿蘇くじゅう高千穂地域への来訪者も多く安定的な入込を見込むことができる。また、新幹線を利用して広島圏域から訪れる来訪者も多い。広域での人口規模に加え、所得の高さにおいても経済的価値が高い。 若い女性の旅行離れが進む中、福岡都市圏の 30～50 代の女性が、国内旅行を牽引するターゲット世代として位置づけられている。
<p>具体的な観光イメージや誘客に向けた戦略</p>	<ul style="list-style-type: none"> 九州内や西日本（広島以南）から、新幹線や高速バス等でやってくる若い女性の個人またはグループ客を想定。 半年～2年程度の頻度でのリピートを目指し、地域毎や季節毎のイベント・アクティビティを楽しんでもらい、再来訪へとつなげていく。また、近隣都市圏からは日帰り客も多いため、宿泊へと結び付けていくことを目指す。 トレッキングやパラグライダー等のスポーツアクティビティや食（特にスイーツ等）を楽しんでもらうことを想定する。

■サブターゲット3：台湾、香港等、東アジアのファミリー層



＜将来像（語り手：台湾の5人家族の父親）＞

最近台湾では、地域を自転車で回る「サイクルツーリズム」が人気になっている。日本にもいくつか人気のスポットがあるが、他にはないダイナミックなマウンテンビューを体験したくて、家族5人で阿蘇に行ってみることにした。

福岡空港でレンタカーを借りて、まずはくじゅう地域の竹田に行ってみる。駅前で受付をしていたまち歩きガイドに申し込むと、中国語で案内をしてくれた。工芸体験でつくった竹細工は美しく、いいお土産になった。

2日目からは、阿蘇市でレンタサイクルを借りて、3日かけてカルデラを一周することに。「ジャパンエコトラック」のサインに従ってルートを巡る途中、自転車を降りて乗馬をしたり、ジオガイドのツアーに参加して数年前の熊本地震の恐ろしさを学んだり、寄り道をしながらの旅は楽しかった。特に、VRスコープで見た噴火の様子は、子ども達の心に強く残ったようだ。南阿蘇では満天の星空を堪能し、ぜひまた阿蘇に来たくなった。

<p>具体的な 観光イメージや 誘客に向けた戦略</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・東アジア、東南アジアからの観光客のうち、特に台湾、香港のファミリー層をターゲットとして想定。福岡空港・阿蘇くまもと空港から公共交通またはレンタカーで阿蘇地域に訪し、タクシーやレンタカーで4～7日かけて3～5のエリアを周遊する。 ・観光アクティビティは、サイクリングや乗馬等、家族で風景を楽しむことのできる阿蘇ならではのアクティビティを重点的に提供。阿蘇ジオパーク等の教育プログラムやガイドツアーも、多言語での展開を行う。
<p>設定理由</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・阿蘇くじゅう高千穂地域は九州を代表する一大観光地であり、特に草原景観の人気は高い。全国的に増加しているアジアのファミリー層も、一定の入込が見られている。 ・震災以前の4年間で、阿蘇市、小国郷、高千穂町等を中心にタイやシンガポールからの宿泊客数が10倍以上に増加しており、また中国・台湾からの来訪者も一定して多く、今後も成長が見込まれる。

2-6 住民その他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

(1) 阿蘇郡市観光協会長会議ヒアリング

平成28年熊本地震の影響に激減した阿蘇地域への誘客促進を主に視点を置き、6月から定期的を開催する阿蘇郡市観光協会長会議に出席し、阿蘇くじゅう高千穂地域の観光における課題等について、ヒアリングを実施した。

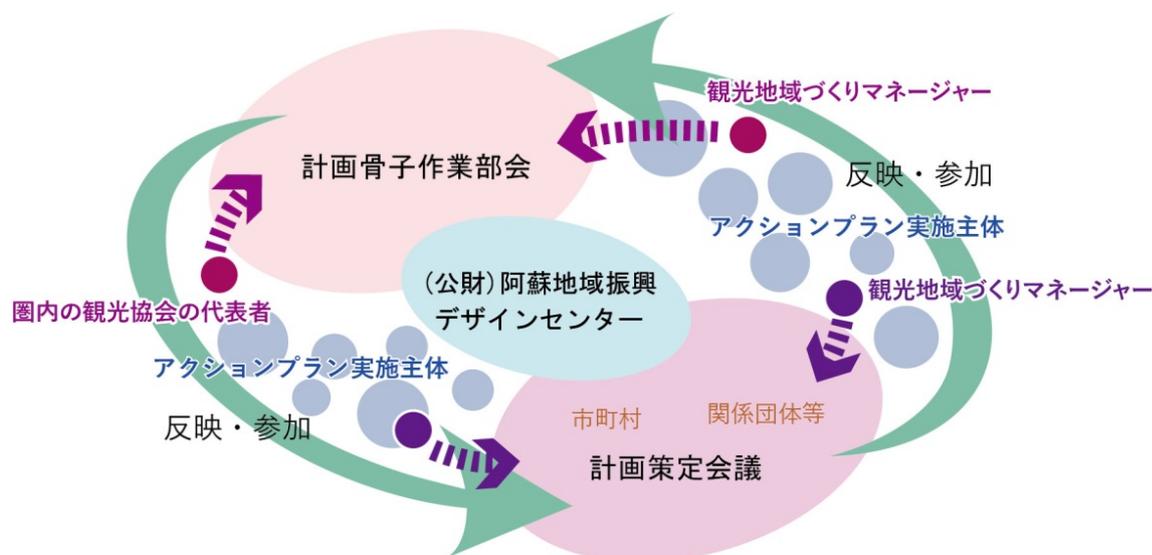
①阿蘇郡市観光協会長会議ヒアリング

開催日：平成29年8月28日

内 容：各地域における観光の現状と課題に関する意見収集

(2) 多種多様な関係者による意見の反映及び計画（案）の作成

(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連団体の代表者を参集し、計画骨子作業部会及び計画策定会議を開催。意見の反映及び計画（案）の作成を行った。



(公財)阿蘇地域振興デザインセンター	<ul style="list-style-type: none"> 観光地域づくりプラットフォームとして関係団体をつなぐ役割。 計画策定にあたり、実施主体との協議・調整等、事務局としての役割を担う。
計画骨子作業部会	<ul style="list-style-type: none"> 観光地域づくりマネージャーと各市町村の観光協会(もしくはその機能を果たしている団体)の代表者で構成し、計画策定会議の参集者の選定、計画骨子の作成、計画策定会議への提案等を行う。観光の現場に即した立場からの専門的な意見交換・企画の場。
計画策定会議	<ul style="list-style-type: none"> 各市町村、関係団体等・多様な関係者で構成し、計画の協議策定を行う場。 広域的な視点からの専門的な意見や各団体の立場に立った意見をもらう場。

計画の策定体制

①計画骨子作業部会

第1回

開催日：平成29年10月12日

内 容：①計画骨子作成に向けた課題抽出

②目指すべき将来像

第2回

開催日：平成29年12月21日

内 容：①理念及びブランドコンセプトの共有

②ターゲット及び将来像の設定

③将来像の実現に向けた方針及び施策の検討

第3回

開催日：平成30年2月14日

内 容：①計画骨子の検討（メインターゲット、次期計画の目標）

②アクションプランの検討

②計画策定会議

第1回

開催日：平成29年11月29日

内 容：①計画策定の目的

②前期計画の概要

③地域観光の課題の把握

第2回

開催日：平成30年1月26日

内 容：①理念及びブランドコンセプトの共有

②ターゲット及び将来像の設定

③将来像の実現に向けた方針及び施策の検討

第3回

開催日：平成30年2月26日

内 容：①計画骨子の検討（メインターゲット、次期計画の目標）

②アクションプランの検討

③計画内容の承認

(3) 阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議

観光圏整備法に基づく地域協議会であり、多種多様な関係者による合意形成の場である阿蘇くじゅう高千穂会議において協議を行った。

①阿蘇くじゅう高千穂デザイン会議

開催日：平成30年3月9日

内 容：計画内容に関する合意形成と承認

3. 観光圏整備事業の概要

3-1 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世界ブランド“阿蘇カルデラ”のさらなる推進

<整備事業の概要>

a) 阿蘇くじゅう高千穂地域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	
概要	各地域の魅力を形作っている景観や地域資源をさらに観光や地域づくりに活用していくため、保全・創出に向けた調査・検討や、既に選定や登録をされている世界ブランドの価値を高めるためのブランディング、情報発信等を行う。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none">・草原再生に向けた取組・重要文化的景観の保存活用・世界文化遺産登録に向けた取組・ユネスコ世界ジオパーク、ユネスコエコパークの推進・日本で最も美しい村連合の活動 等

b) 地域ならではの「食」を活用した取組	
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品や特徴的な郷土料理の提供、土地を巡りながら地域の食を楽しむ工夫等、地域ならではの「食」を通じた観光の高質化に向けた取組を行う。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none">・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・世界農業遺産関連の取組・各地域におけるマルシェの開催 等

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

<整備事業の概要>

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	
概 要	地域の自然・歴史・文化等の資源や、地域住民との交流をより深く観光客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、滞在コンテンツやプログラムの創出と提供を行う。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・「阿蘇ガイド」の養成 ・農泊等、各地域における体験型観光の推進 ・各滞在促進地区間の連携 等

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	
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観光客が得ることができるよう、ワンストップ窓口を設置し、Web サイトや各地の観光交流拠点での情報発信を推進する。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・既存Web サイト（阿蘇ナビ）の継続・強化 ・阿蘇地域内外への窓口又は情報発信ツールの設置 等

方針③観光旅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

e) 宿泊施設の魅力向上への取組	
概要	今後増加すると考えられるインバウンド客等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や、コンシェルジュ機能の設置を推進する。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・サクラクオリティの認定及び情報発信 ・宿泊施設におけるコンシェルジュ機能の設置推進 等

f) マーケティング等によるサービス品質・安全性の確保	
概要	現在行われている滞在促進地区等における観光入込客数の調査に加え、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より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、各エリアにおいて継続的に実施する。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・全国観光圏共通マーケティング調査 ・各滞在促進地区における詳細なマーケティング調査 等

g) 外国人受入環境の整備	
概要	今後増加すると考えられる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を行う。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客のニーズ調査 ・パンフレット、Webサイト等の多言語化 ・スマートフォン等を活用した外国人受入体制の強化 ・おもてなしセミナーの開催 等

方針④観光地域づくりによる災害からの創造的復興

h) 移動手段（二次交通）の確保等	
概 要	平成 28 年熊本地震による J R 豊肥本線及び国道 57 号を始めとする交通機能への影響を早急に改善するため、代替交通の運行に向けた取組を行うとともに、阿蘇くじゅう高千穂地域内におけるエリア間のアクセスの改善を図る。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ 南阿蘇鉄道の復興 ・ 交通関係者との合意形成の場の創出 ・ 観光圏内への移動支援実証 等

i) 災害遺構等の活用による学習の場としての整備	
概 要	平成 28 年熊本地震を始めとする阿蘇くじゅう高千穂地域の災害の歴史を、地域を語る上で欠かせない地域資源と位置づけ、今もなお続いている中岳の噴火活動や熊本地震の恐ろしさを地域内外に伝えていくための取組を行う。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ ジオサイト等における災害学習の推進 ・ ガイドに対する研修の実施 ・ 震災遺構の保存活用 等

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

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	
概要	事業 a) において推進したブランドマネジメントの成果をもとに、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を行う。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外における阿蘇くじゅう観光圏のPR ・移住定住の促進 等

k) 官民・産業間・地域間との連携による地域一体の取組	
概要	全国の観光圏との協働による情報発信や、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となるとともに、観光客の満足度向上につながるような取組を推進する。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・民間企業や教育機関との包括協定の締結 ・全国観光圏推進協議会に関する取組 ・九州3観光圏との連携 ・各日本版DMOとの連携 等

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ピーターの確保	
概要	滞在交流型の観光の推進を中心とした観光地域づくりの実現に向けては、地域住民及び地域関係者の理解と関与を促進し、地域全体がおもてなしの気持ちを持って観光客を受け入れることが不可欠である。地域住民を含む関係者に対する人材育成や啓発活動により、地域のファンになってもらい、リピーターの確保へとつながっていくような取組を行う。
具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地域づくりセミナーの開催 ・観光地域づくりリーダー等、観光を担う人材の育成 ・地域住民への啓発活動 等

3-2 計画期間等

本計画の計画期間は、平成30年度～平成34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「試行的・先行的」、「集中的」、「継続的」に実施するスケジュールとして整理した。

		平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度以降	
平成28年熊本地震・同年噴火被災からの復興スケジュール (H30年3月時点見込)		・市道仙酔峡線 (H31年3月)		・阿蘇大橋開通予定 ・北側復旧ルート開通予定 (トンネル)			・南阿蘇鉄道開通予定	
社会的インパクト			・ラグビーW杯 (熊本市、大分市、福岡市) ・世界女子ハンドボール選手権 (熊本県)	・東京オリンピック パラリンピック				
事業実施スケジュール	a) 阿蘇くじゅう高千穂地域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	←————→					←-----→	←-----→
	b) 地域ならではの「食」を活用した取組	←————→			←-----→	←-----→	←-----→	
	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	←————→					←-----→	←-----→
	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	←————→		←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	
	e) 宿泊施設の魅力向上への取組	←————→			←-----→	←-----→	←-----→	
	f) マーケティング等によるサービス品質・安全性の確保	←————→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	
	g) 外国人受入環境の整備	←————→	←————→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	
	h) 移動手段（二次交通）の確保等	←————→	←————→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	
	i) 災害遺構等の活用による学習の場としての整備	←————→	←————→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	
	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	←————→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	
	k) 官民・産業間・地域間との連携による地域一体の取組	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	
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ピーターの確保	←————→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→		

↔ 試行的・先行的実施
 ↔ 集中的実施
 ⋯↔ 継続的的实施

4. 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2402番地）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。

<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 企画振興部 観光・地域局 観光・地域振興課	課長	
2	大分県 豊肥振興局 地域振興部	部長	
3	熊本県 企画振興部 地域振興課	課長	
4	熊本県 商工観光労働部 観光経済交流局 観光物産課	課長	
5	熊本県 県北広域本部 阿蘇地域振興局 総務振興課	課長	
6	NPO法人 竹田市観光ツーリズム協会	会長	
7	竹田市 商工観光課	課長	
8	公益財団法人 阿蘇地域振興デザインセンター	事務局長	
9	福岡市 港湾空港局	理事	
10	黒川温泉観光旅館協同組合	代表理事	
11	杖立温泉観光旅館協同組合	理事長	
12	株式会社JTB九州 交流共創事業部	観光開発 プロデューサー	
13	九州旅客鉄道株式会社 営業部 営業課	課長	
14	南阿蘇鉄道株式会社	専務理事	
15	阿蘇市観光協会	会長	
16	南小国町観光協会	会長	
17	小国ツーリズム協会	会長	
18	産山村観光協会	会長	
19	高森町観光協会	会長	
20	一般社団法人 みなみあそ村観光協会	代表理事	

<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
2 1	阿蘇市 経済部 観光課	課長	
2 2	宮崎県 商工観光労働部 観光経済交流局 観光推進課	課長	
2 3	宮崎県 西臼杵支庁	総括次長	
2 4	一般社団法人 高千穂町観光協会	会長	
2 5	高千穂町旅館業組合	組合長	
2 6	高千穂町 企画観光課	課長	
2 7	産交バス株式会社 阿蘇営業部	部長	
2 8	阿蘇温泉観光旅館協同組合	副理事長	
2 9	全日本空輸株式会社 熊本支店	支店長	

5. その他市町村又は都道府県が必要と認める事項

5-1 関連計画及び関連事業

①関連計画及び関連事業の概要

本計画の関連計画及び関連事業を以下に整理する。

①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

②阿蘇くじゅう国立公園ステップアッププログラム 2020

(平成 28 年、国立公園満喫プロジェクト/阿蘇くじゅう地域協議会)

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」を踏まえ、環境省が日本の国立公園を世界水準のナショナルパークとしてのブランド化を図ることを目標に「国立公園満喫プロジェクト」に取り組んでいる。その中で阿蘇くじゅう国立公園が先行的、集中的に取り組を実施する国立公園に選定され、その具体的な取組について 2016 年から 5 年間で計画期間とし、“ロードマップ”としての位置付けで策定された。

【計画のコンセプトとターゲット】

「復興の台地～草原のかほり、火山の呼吸。人が継ぎ、風と遊ぶ感動の大地～」をコンセプトに、欧米を中心とした、上質感あるサービスを求める個人旅行者を主たるターゲットとし、さらにアジアの団体客が、個人旅行者としてリピーター化されることを狙う。

【計画の目標】

- ・訪日外国人来訪者…140 万人 (2020 年)
- ・訪日外国人宿泊数…延べ 120 万人 (熊本県/2020 年)、延べ 175 万人 (大分県/2020 年)

【プロジェクトの取組方針】

- ・世界水準のナショナルパークとしてのブランド化
- ・草原景観の維持・再生や、地域の魅力を活かしたアクティビティ開発等を進め、復興に取り組む
- ・公園全体をひとつの大きな博物館として捉えた「フィールドミュージアム構想を」基本理念とする

【プロジェクトの実施事項】

- ①上質な景観の保全 ②インバウンド・滞在客の増加対策 ③熊本地震からの復興

③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

④千年の草原の継承と創造的活用総合特区（地域活性化総合特区制度）

（平成 29 年、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）

世界文化遺産登録を目指し、地域にとって誇りである「阿蘇の草原」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を目指す。ひいては、観光立国の推進に貢献する。

【取り組みの概要】

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

⑤南阿蘇鉄道沿線地域公共交通網形成計画

（平成 29 年、高森町・南阿蘇村・熊本県）

熊本地震により被災した南阿蘇鉄道の全線復旧を目指すことを前提に、復旧後の同鉄道を軸に各公共交通機関が連携した南阿蘇鉄道沿線地域の持続可能な公共交通網のあり方等を検討する。具体的には二次交通アクセスの向上と広域観光ルートの整備、周辺景観等の特色を最大限活用した新たな誘客策に取り組むことでジオサイトの拠点性を高め、さらに外国語表記の充実等受入れ環境の整備に取り組むことを目的とする。

【関連する具体的な内容】

■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

- ・都市間バスの利便性向上と阿蘇くじゅう国立公園内を周遊する二次交通手段の運行
- ・サイクルタクシーの導入検討、ジオサイトの拠点化整備
- ・南阿蘇鉄道と JR 豊肥本線との接続強化の検討 等

⑥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

⑦阿蘇ジオパーク振興中期計画書

(平成 29 年【改訂版】、阿蘇ジオパーク推進協議会)

阿蘇ジオパークは 2009 年に日本ジオパーク、2014 年に世界ジオパークの認定を受けた。その後の活動の継続・充実のための 1 つの指針として 2014 年の世界ジオパークネットワークからの指摘事項を軸に、2016 年から 2020 年の五カ年を計画期間として課題の整理を行い、取組事項を 5 つの部門にわけて事業イメージを示した。なお 2016 年 4 月の熊本地震発生により、現状が大きく変化したため、再度検討を行い改訂版とした。

【部門別事業イメージ案】

1. 調査・研究部門
 - ・ジオパークの学術的な振興を反映したジオサイトの形成
2. 教育・普及部門
 - ・地域住民がジオパークを良く理解し、自らも積極的に参加したくなる素地づくり
3. ジオツーリズム部門
 - ・ジオツアーの充実によるジオパークの学び方や楽しみ方の提示、来訪者の受入体制づくり
4. 国際対応部門
 - ・外国語での阿蘇ジオパークの紹介や案内、世界ジオパークとの連携、世界中からの来訪者への対応
5. 防災
 - ・阿蘇ジオパークが活火山であることや、火山とその影響を受ける人間の営みについて情報発信継続

⑧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」は、「尖峰」と「溪谷」に象徴される美しい自然と、その自然によって生まれ、地域の人々が自然への畏敬の念とともに大切に守りつないできた「森」と「水」、人間を含むさまざまな「いのちの営み」を、自然と人が共生する暮らしを続けながら、次世代へしっかりと受け継いでいくことを活動理念としている。

この理念を地域の住民、関係団体、研究者、行政機関が共有し、連携・協力のもと一体となって取組を進めていくため、祖母・傾・大崩ユネスコエコパークの管理運営に関する長期的かつ総合的な指針として策定された。

【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係する広報活動、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】

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

⑨公益財団法人 阿蘇地域振興デザインセンター 5 ヶ年計画 平成 29-33 年

(平成 29 年、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター)

阿蘇地域は、近年多くの災害や、全国的課題となっている人口減少などが見られる一方で、その環境や人とのつながりを求めて多くの人々が来訪する地域でもある。そのため阿蘇地域振興デザインセンターが地域の復興、人々や周囲とのつながり等を見直し、阿蘇の「根っこ」を育て、「地球の顔」としての阿蘇づくりを目指して活動を行うための計画として策定した。

【基本方針コンセプト】

「阿蘇を リ・デザインする — 新たなる阿蘇のまちへ—

【関連する取組】

取組 1 地域の元気再生による地域力向上

②的確な情報の発信…観光客誘致を視野に入れた情報発信、地域ブランドを活かしたイベント開催

取組 2 豊かな自然による世界ブランドの確立～阿蘇の草原の維持・再生～

①草原再生 PR 事業…草原の価値や現状を地域内外に向けて発信

③阿蘇製品の信仰…畜産や農産物など阿蘇資源の魅力を発信、阿蘇製品の発掘、各種 PR、物品販売

④世界ブランド事業の推進…「豊かな自然を活用した世界ブランドの確立」に向けての支援

取組 3 広域連携による競争力のある観光地づくり

①新たな阿蘇資産の構築・推進…阿蘇らしい新たな観光ツールづくり、「食・農・暮らし・景観」をテーマとしたツーリズム活動の推進、新たな地域資源の発掘

②広域連動型観光まちづくり…広域周遊型の観光まちづくり、広域で連動できる観光まちづくり

⑩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 25 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、阿蘇地域が行う取組の概要を示す。青地域の長年の農業の営みにより築かれた農耕文化や景観、生物多様性をどのように次世代へ継承していくのか、課題と現状を整理し、具体的な取組内容を記す。

【関連する主な取組】

d) 草原の維持への市民参加の拡大

1 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

⑪文化的景観を活かした阿蘇地域づくりビジョン

(平成 27 年、阿蘇市、南小国町、小国町、産山村、高森町、南阿蘇村、西原村、
公益財団法人 阿蘇地域振興デザインセンター)

「阿蘇の文化的景観」を支える諸要素の関係性を保ち、今後さらに発展させていくためには、阿蘇全域の保全策が必要となるため、文化的景観だけでなく他分野との関わりを含めた阿蘇の地域振興を総合的に推進するための計画として、阿蘇地域ならではの環境づくりを実践し、地域活性化へ結びつけることを目的として策定した。なお施策へ展開するにあたっては、市町村別、分野別の取組メニューを示し、地域の課題や特性に応じて柔軟に対応できるものとしている。

【基本理念】

「一自然に寄りそい、自然とともに生きる、本来の阿蘇の暮らしー「つながり」の環境を未来へ」

【全体方針】

「つながり」の環境をまもり、活かし、伝える

【基本方針と関連する施策】

基本方針 1：自然と歴史とともに培われた「つながり」をまもる

基本方針 2：生活・生業とともに培われた「つながり」を活かす

⑤魅力：阿蘇全体の魅力やブランド力の向上

- ・阿蘇全体を舞台としたツーリズムの推進
- ・「行ってみよう」と思わせる魅力的な情報発信

⑥交流：にぎわいやもてなしの心のある環境の創出

- ・「阿蘇」を体感するプログラムの創出
- ・また訪れたくなるもてなしの演出

基本方針 3：集落から広域に及ぶ協力意識とともに培われた「つながり」を伝える

⑦景観：阿蘇らしいたまたまの形成

- ・阿蘇の環境を楽しむためのみちや拠点空間の景観形成

⑧協働：多様な主体の連携によるまちづくりの促進

- ・都市部の住民や企業からの支援の仕組みづくり
- ・世界文化遺産、世界農業遺産、世界ジオパークの連携による取組の推進

②本計画の方針との関連性

関連計画・関連事業について、第2章において提示した本計画の方針との関連性を以下に示す。

基本方針	①世界ブランド“阿蘇カルデラ”のさらなる推進	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	③観光旅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	④観光地域づくりによる災害からの創造的復興	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
明日の日本を支える観光ビジョン	○	○	○		○
阿蘇くじゅう国立公園ステップアッププログラム 2020	○	○	○	○	○
熊本地震からの観光の創造的な復興の実現に向けて	○		○	○	○
千年の草原の継承と創造的活用総合特区	○	○			○
南阿蘇鉄道沿線地域公共交通網形成計画	○	○	○	○	○
阿蘇山上観光復興ビジョン	○	○	○	○	
阿蘇ジオパーク振興中期計画	○	○	○	○	
ユネスコエコパーク管理運営計画	○	○			○
(公財)阿蘇地域振興デザインセンター5ヵ年計画	○	○	○	○	○
阿蘇の草原の維持と持続的農業	○				○
文化的景観を活かした阿蘇地域づくりビジョン	○				○