

八代市アウトドアツーリズム観光戦略

2023（令和5）年 4月
八代市

目次

第1部 アウトドアツーリズム観光戦略	1
第1章 戦略の目的と位置づけ	1
1. 戦略の目的	1
2. 戦略の位置づけ	1
3. 戦略の期間	2
第2章 戦略の基本方針	3
1. 基本コンセプト	3
2. 基本的視点	3
3. 重点アクティビティ・重点ターゲットの設定	4
4. 基本目標	5
5. 戦略の体系	6
6. 戦略の推進により期待される効果	7
第3章 戦略の基本施策	8
1. 【基本目標1】八代独自のアウトドア・コンテンツを創る	8
2. 【基本目標2】八代で気軽かつ快適にアウトドアができる環境を整える	9
3. 【基本目標3】八代のアウトドアをPRし、何度も来てもらう	11
4. 【基本目標4】八代のアウトドアを支える人材と体制を強化する	13
第4章 戦略の推進体制	14
第2部 アウトドアツーリズム観光戦略 事業計画	15
第1章 【基本目標1】八代独自のアウトドア・コンテンツを創る	15
1. 新たなアウトドア・コンテンツの開発	15
2. アウトドア+αの独自コンテンツの開発	17
第2章 【基本目標2】八代で気軽かつ快適にアウトドアができる環境を整える	19
1. アウトドア拠点施設の充実	19
2. サイクリング受入環境の充実	20
3. ワンストップサービスの強化	22
第3章 【基本目標3】八代のアウトドアをPRし、何度も来てもらう	24
1. アウトドアイベントの開催	24
2. デジタルを核としたプロモーションの推進	25
3. 国内外からの誘客の推進	27
第4章 【基本目標4】八代のアウトドアを支える人材と体制を強化する	29
1. アウトドアツーリズムに係る人材の育成	29
2. アウトドアツーリズム推進体制の確立	30
第3部 現状・課題分析	31
第1章 八代市の観光を取り巻く現状	31
1. 観光入込客の動向	31
2. 観光に係る社会情勢と八代市のこれまでの取組	35
第2章 アウトドアツーリズムの現状	38
1. アウトドア関連市場の動向	38
2. 他地域におけるアウトドアツーリズムの推進状況	40
3. 八代市のアウトドアツーリズム関連団体等からみた現状・課題	43
第3章 アウトドアファンニーズ調査	44
1. 調査の概要	44

2.	アウトドア活動全般について.....	45
3.	キャンプ・バーベキューについて.....	49
4.	サイクリングについて.....	54
5.	八代市のアウトドア・観光資源について.....	60
第4章	サイクルツーリズム個別調査.....	69
1.	調査の概要.....	69
2.	インストラクター級サイクリスト 試走調査.....	69
3.	サイクリング愛好家 試走調査.....	73
4.	自転車インスタグラマー 試走調査.....	76
第5章	八代市におけるアウトドアツーリズムに関する課題.....	80
1.	SWOT 分析.....	80
第4部	参考資料.....	83
第1章	アウトドアファンニーズ調査（結果詳細）.....	83
1.	調査設計.....	83
2.	回答者の基本属性（SQ1～Q3）.....	84
3.	アウトドア活動全般について（Q4～Q12）.....	88
4.	キャンプ・バーベキューについて（Q13～Q21）.....	99
5.	サイクリングについて（Q22～Q29）.....	111
6.	八代市のアウトドア・観光資源について（Q30～Q36）.....	123
7.	調査票（WEB 調査画面）.....	129
第2章	サイクルツーリズム個別調査（結果詳細）.....	147
1.	調査設計.....	147
2.	インストラクター級サイクリスト.....	148
3.	サイクリング愛好家.....	154
4.	自転車インスタグラマー.....	166

第1部 アウトドアツーリズム観光戦略

第1章 戦略の目的と位置づけ

1. 戦略の目的

本市は、「第2次八代市総合計画」において、まちの将来像を「しあわせあふれる ひと・もの 交流拠点都市 “やつしろ”」としています。

また、総合計画の将来像の達成に向けて、特に人口減少克服と地方創生に主眼を置いて進める重点施策について集約した「第2期八代市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では「地域資源を活かした多様な交流の実現」を目標に掲げ、交流人口・関係人口の拡大を図ることとしています。

一方、本市の観光入込客数は、2015（平成27）年をピークに減少に転じていたところ、2020（令和2）年からの新型コロナウイルス感染症の感染拡大や令和2年7月豪雨の影響等により、前年比で約3割減とさらに減少傾向に拍車がかかり、現在もコロナ禍以前の水準まで回復しきれていません。

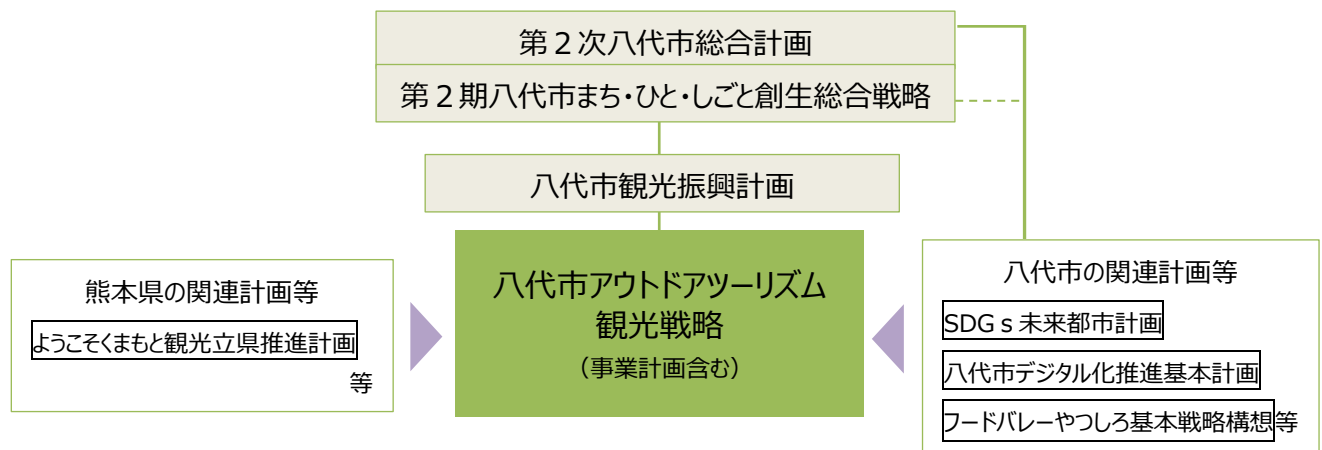
また、近年、多くの方が非日常に対する魅力を再認識されたことから、キャンプ・サイクリングなどの「アウトドア」への注目度が高まっています。

このような状況を踏まえ、アフターコロナを見据えて本市の交流人口・関係人口の拡大を図るための新たなエンジンとして、本市の豊かな自然と、歴史・文化や農水産物等のその他の地域資源を最大限活用したアウトドアツーリズムを構築することを目的として、「アウトドアツーリズム観光戦略」（以下、「本戦略」という。）を策定するものです。

2. 戦略の位置づけ

本戦略は、「第2次八代市総合計画」「第2期八代市まち・ひと・しごと創生総合戦略」「八代市観光振興計画」を上位計画とし、「八代市SDGs¹未来都市計画」や「八代市デジタル化推進基本計画」、「フードバレーやつしろ基本戦略構想」等の市の関係計画、及び「ようこそまもと観光立県推進計画」等の県の関係計画等との整合性を図りつつ、推進するものです。

図表 - 1 戦略の位置づけ



¹ SDGs：持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）。2015年に国連総会で採択された「誰一人取り残さない」持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の目標。貧困や飢餓の撲滅、教育、経済成長、環境保全等の17のゴール（目標）と169のターゲット（達成基準）で構成。日本においてはSDGsを原動力とした地方創生を推進するため政府が2018年から「SDGs未来都市」の選定を開始。

第1部 アウトドアツーリズム観光戦略

3. 戦略の期間

本戦略の期間は、2023（令和5）年度から2027（令和9）年度までの5年間とし、中間年度の2025（令和7）年度を目途に中間評価を行い、見直し等を行います。

特に戦略の前半2年を「重点期間」と位置づけ、本市独自のアウトドア・コンテンツの開発・磨き上げや受け入れ環境整備、その核となる人材育成や官民連携による推進体制設立といったアウトドアツーリズムの基盤づくりを集中的に行っていきます。

図表 - 2 戦略の期間

2023 （令和5）年度	2024 （令和6）年度	2025 （令和7）年度	2026 （令和8）年度	2027 （令和9）年度
アウトドアツーリズム観光戦略				
重点期間				
アウトドアツーリズムの基盤づくり ★コンテンツ開発・磨き上げ ★受け入れ環境整備 ★人材育成・推進体制確立		● 中間評価		

第2章 戦略の基本方針

1. 基本コンセプト

基本コンセプト

アウトドア・スタート・シティ やつしろ

～八代で始める！ 楽しむ！ 深める！ 海・山・川・里でのアウトドア～

本市は、東は宮崎県に接する九州山地から西は八代海までの約 681k m²の広域な市域を有し、その中を日本三急流の一つである球磨川をはじめとした川が流れる、豊かで多様な自然に恵まれたまちです。

この豊かな自然を活かし、アウトドアに関心を持つ人が、本市で気軽にアウトドアを始めることができ、何度も訪れてアウトドアを楽しみ、価値ある体験として深めることができるまちを目指し、本戦略の基本コンセプトを「アウトドア・スタート・シティ やつしろ」とします。

アウトドア初心者から上級者まで、アウトドアを気軽かつ安全・快適に楽しめる環境を整備し、国内外からアウトドアファンの誘客を推進し、交流人口・関係人口の拡大により、地域の活性化につなげていきます。

2. 基本的視点

基本コンセプトのもと、アフターコロナを見据えて、注目度の高いアウトドアに関する本戦略を推進するにあたっては、特に以下の3つの基本的視点を重視していきます。

視点1 「ニューノーマル（新しい生活様式）」への対応

コロナ禍による「ニューノーマル（新しい生活様式）」は、観光分野においても、マイクロツーリズムやワーケーション、ブレッジャー等、旅のスタイルを大きく変化させました。本戦略の推進にあたっては、このような旅のスタイル・価値観の変化を的確に捉えて対応していきます。

視点2 観光 DX²の推進

国では今後の地方創生をデジタルの力でさらに強力に推進すべく、従来の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を抜本的に改訂し、「デジタル田園都市国家構想総合戦略」として策定しました。このような政策も踏まえ、本戦略においてもデジタル活用、DX 推進を意識して取り組みます。

視点3 SDGs の視点による関係人口拡大

本市は、「SDGs 未来都市」として、“新たなつながりの創出で「持続可能な人と企業に選ばれるまち」づくり”を目指しています。アウトドアツーリズムは、交流人口はもとより、今後の人口減少時代における地域活性化にとって重要な存在となる「関係人口」の拡大に寄与するものであり、その視点を重視して取り組みます。

² DX：DX（デジタルトランスフォーメーション）とはデジタル化によって収集されるデータの分析・利活用によりビジネス戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うこと。

第1部 アウトドアツーリズム観光戦略

3. 重点アクティビティ・重点ターゲットの設定

アウトドア・アクティビティ（野外で行う活動）の範囲は広いので、5か年の戦略期間内で一定の成果をあげていくことも視野に、中核となる重点アクティビティを設定して、取組を推進していきます。

本市の現在のアウトドア関連資源の分布・整備状況や、関連団体等の発足、気運等を勘案し、「キャンプ」「サイクリング」を重点アクティビティとし、ラフティング・カヌー等の本市の川や海を活かしたウォーター・アクティビティ等のその他のアウトドアや地域資源等とも組み合わせつつ、集中的にコンテンツの磨き上げや造成、受入れ環境整備やプロモーション対策を進めていきます。

また、アウトドアツーリズムにより誘客したい重点ターゲットとして「マイクロツーリズム層」「価値追及層」の2区分を想定し、これらのターゲットを意識してコンテンツ造成やプロモーションに取り組みます。

図表 - 3 重点アクティビティ・重点ターゲットの設定

重点アクティビティ



重点ターゲット

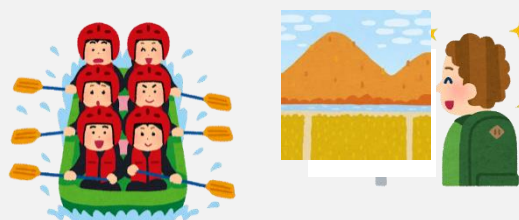
マイクロツーリズム層

- アウトドアを身近で気軽に楽しみたい層（ファミリー層 等）
- 主に市民や県民、近県在住者（福岡・鹿児島・宮崎） ※特に 35～49 歳女性
- 主に日帰りや 1 泊程度の短期宿泊
- 消費単価は低いが頻回来訪を期待



価値追及層

- 移動距離や時間、費用に拘らず、「価値ある体験」をしたいと考える層
- 主に県外の都市圏在住者（首都圏、福岡都市圏等）、ワーケーション、インバウンドの高付加価値旅行層 を含む
- 主に宿泊・長期滞在
- 消費単価が高く、少人数での経済効果を期待



4. 基本目標

基本コンセプト・基本的視点のもと、以下の4つの基本目標を設定し、関連する施策を展開していきます。

基本目標 1	八代独自のアウトドアコンテンツを創る	【コンテンツ開発・磨き上げ】
---------------	---------------------------	-----------------------

本市には、海・山・川の豊かな自然があり、キャンプやラフティング、トレッキング、マリンスポーツ等のさまざまなアウトドア・アクティビティが事業者等の創意工夫により提供されています。

今後も関連事業者等と連携して既存のコンテンツの磨き上げに取り組むとともに、温泉や食・農林水産業、歴史・文化等の地域資源も有効に活用しつつ、他の地域と差別化でき、特に初回来訪のフックとなる魅力的な「八代ならではの」新たなアウトドア・コンテンツの開発に取り組み、八代のアウトドア・ブランドを確立します。

基本目標 2	八代で気軽かつ快適にアウトドアができる環境を整える	【受入環境整備】
---------------	----------------------------------	-----------------

アウトドアファンが本市を気軽に訪れ、快適にアウトドアを楽しめる受入れ環境の整備は、来訪客の滞在時間延長と再来を促すうえでも大変重要です。

このため、本市のアウトドアツーリズム推進の中核となるゲートウェイ施設やサイクル環境の整備はじめとしたハード環境整備を進めるとともに、飲食店や宿泊施設、その他の観光関連事業者や市民等と連携してアウトドアファンに対するおもてなしの充実等のソフト面での受け入れ環境の充実にも取り組みます。

基本目標 3	八代のアウトドアをPRし、何度も来てもらう	【プロモーション・誘客】
---------------	------------------------------	---------------------

魅力的なアウトドア・コンテンツや気軽・快適にアウトドアができる環境を整備し、それらを国内外のアウトドアファンに向けて効果的に発信し続けることが必要です。

このため、デジタル媒体を有効活用した効果的な情報発信に取り組むとともに、旅行会社やアウトドア等と連携したプロモーション・誘客対策を強化し、今後の早期回復が見込まれるインバウンドも含めた、アウトドアによる国内外からの交流人口・関係人口の拡大につなげます。

基本目標 4	八代のアウトドアを支える人材と体制を強化する	【人材育成・体制整備】
---------------	-------------------------------	--------------------

今後、アウトドアツーリズムを全市的に推進していくためには、その中核となる推進体制や人材の育成が不可欠です。

このため、これまでに組織してきた観光関連の推進組織も考慮しつつ、官民連携でアウトドアツーリズムを推進するための体制整備に取り組むとともに、地域資源を活かしたコンテンツ造成からプロモーションまで一体的に牽引できる人材やアウトドアガイド等の関連人材の育成に取り組みます。

第1部 アウトドアツーリズム観光戦略

5. 戦略の体系

基本コンセプト

アウトドア・スタート・シティ やつしろ

(基本的視点)

ニューノーマルへの
対応

観光 DX の推進

SDGs の視点に
よる関係人口拡大

基本目標 1 八代独自のアウトドア・コンテンツを創る

【コンテンツ開発・磨き上げ】

1 新たなアウトドア・コンテンツの開発	<ul style="list-style-type: none"> ① アウトドア体験学習事業の構築 ② 無人島キャンプの造成・支援 ③ ガイド付きツアーの造成 ④ 事業者等と連携したその他のコンテンツ開発
2 アウトドア+αの独自コンテンツの開発	<ul style="list-style-type: none"> ① アドベンチャーツーリズムの構築 ② ワークেশンツアーの造成 ③ 新たな食メニューの開発

基本目標 2 八代で気軽かつ快適にアウトドアができる環境を整える

【受入環境整備】

1 アウトドア拠点施設の充実	<ul style="list-style-type: none"> ① アウトドアゲートウェイ施設の整備 ② 道の駅等の関連施設の機能強化 ③ キャンプ場等のアウトドア関連施設の機能強化
2 サイクリング受入環境の充実	<ul style="list-style-type: none"> ① サイクルルートの造成 ② レンタサイクル事業の拡充 ③ 関連施設等と連携したサイクリスト受入環境の充実 ④ 安全・快適な走行環境の整備
3 ワンストップサービスの強化	<ul style="list-style-type: none"> ① ワンストップ予約システムの構築 ② サイクリスト向けガイドアプリケーションの導入 ③ 手ぶらキャンプ・バーベキュー事業の実施

基本目標 3 八代のアウトドアを PR し、何度も来てもらう

【プロモーション・誘客】

1 アウトドアイベントの開催	<ul style="list-style-type: none"> ① 焚火・キャンプイベント等の開催 ② サイクリングイベントの開催 ③ 国内外アウトドアイベントの誘致
2 デジタルを核としたプロモーションの推進	<ul style="list-style-type: none"> ① アウトドアツーリズム専用 WEB サイトの構築 ② デジタル媒体を活用した CRM の推進
3 国内外からの誘客の推進	<ul style="list-style-type: none"> ① 観光・アウトドア専門企業等との連携 ② インバウンド対策の推進 ③ ブランディングのための認証取得に向けた取組

基本目標 4 八代のアウトドアを支える人材と体制を強化する

【人材育成・体制整備】

1 アウトドアツーリズムに係る人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> ① アウトドアツーリズム推進の中核人材の育成 ② アウトドアガイド等の専門人材の育成
2 アウトドアツーリズム推進体制の確立	<ul style="list-style-type: none"> ① アウトドアツーリズム推進組織の設立 ② アウトドアツーリズムに対する市民理解の促進

6. 戦略の推進により期待される効果



第3章 戦略の基本施策

1. 【基本目標1】八代独自のアウトドア・コンテンツを創る

1) 新たなアウトドア・コンテンツの開発

我が国は国土の約3分の2は森林であるなど、豊かな自然環境に恵まれているため、コロナ禍以降のアウトドア隆盛の中、多くの自治体が生産者が有する自然環境を活用したアウトドアによる誘客対策に取り組んでいます。

今回実施したサイクルツーリズム個別調査のプロ級サイクリスト調査でも指摘されたように、「景色が良い」「食べ物おいしい」「住民が優しい」は全国の多くの自治体が誘客に際してアピールしており、これらの訴求だけでは多数の競合地域の中から本市を選び、訪れるポイントとはなりません。

本市は、広域な市域の中に山・海・川があり、また、近年注目されている「無人島」もあるなど、全国的に見てもユニークな自然環境を有していると言えます。

今後は、このような自然環境を活かしてアウトドア事業を展開している事業者等とも連携しながら、本市の豊かな自然を活用した「八代ならではの」新たなアウトドア・コンテンツの開発を主導していきます。

【具体的事業】

- ①アウトドア体験学習事業の構築
- ②無人島キャンプの造成・支援
- ③ガイド付きツアーの造成
- ④事業者等と連携したその他のコンテンツ開発

2) アウトドア+αの独自コンテンツの開発

本市には豊かな自然環境のほか、温泉や食・農林水産業、歴史・文化等の魅力的な地域資源が豊富です。今回実施した各種調査においてもアウトドアファンやサイクリストからの日奈久温泉や五家荘、日本遺産である笠松橋等の本市特有の地域資源に対する評価も高いことから、自然を活かしたアウトドア・アクティビティとこれらの地域資源を組合せ、「アウトドア×歴史文化」「アウトドア×温泉」「アウトドア×農村漁村体験」「アウトドア×職（ワーク）」「アウトドア×食」といったアウトドア+αの視点での独自コンテンツの開発を主導していきます。

【具体的事業】

- ①アドベンチャーツーリズムの構築
- ②ワーケーションツアーの造成
- ③新たな食メニューの開発

2. 【基本目標2】八代で気軽かつ快適にアウトドアができる環境を整える

1) アウトドア拠点施設の充実

本市にはキャンプ場や道の駅等のアウトドアファンが利用する関連施設は複数ありますが、アウトドアファンに対する情報提供やサポートを一括で行う拠点施設は未整備の状況です。

今後のアウトドアツーリズム推進にあたり、アウトドアファンをワンストップでサポートするこのようなおもてなしの拠点施設整備は不可欠であることから、本市の玄関口である JR 新八代駅にアウトドアゲートウェイ施設を新設します。

また、ゲートウェイ施設以外に、道の駅や小学校跡地等の関連施設・資源を活用し、アウトドアファンの活動拠点となる施設の機能強化に取り組みます。

【具体的事業】

- ①アウトドアゲートウェイ施設の整備
- ②道の駅等の関連施設の機能強化
- ③キャンプ場等のアウトドア関連施設の機能強化

2) サイクリング受入環境の充実

本戦略の重点アクティビティであるサイクリングについて、広域連携による将来的なナショナルサイクルルートへの登録も視野に、広域及び市独自でのサイクルルート造成や走行環境の改善、サイクルトレインを実施する肥薩おれんじ鉄道や地域の飲食店等での受入れ促進のためのハード・ソフト面での環境整備を進めるとともに、レンタサイクルの充実等により、二次交通手段として気軽に自転車を利用してもらえる仕組みづくりに取り組みます。

なお、今回のサイクルツーリズム個別調査結果では試走ルート路面の危険性や走りにくさの指摘も多く見られたことから、「八代及び芦北・水俣サイクルツーリズム推進協議会」として広域サイクルルートの走行環境整備を主導する県とも連携して安全・快適な走行環境整備を進めていきます。

【具体的事業】

- ①サイクルルートの造成
- ②レンタサイクル事業の拡充
- ③関連施設等と連携したサイクリスト受入環境の充実
- ④安全・快適な走行環境の整備

第1部 アウトドアツーリズム観光戦略

3) ワンストップサービスの強化

今回実施したアウトドアファンニーズ調査結果では手ぶらキャンプのニーズが高く、アウトドアを気軽・手軽に楽しみたい層が多いことが示されています。

このため、アウトドアファンが本市のアウトドア情報を手軽に入手し、楽しめるよう、ワンストップ予約システムや関連アプリケーション等の導入、手ぶらキャンプ事業等に取り組みます。

【具体的事業】

- ①ワンストップ予約システムの構築
- ②サイクリスト向けガイドアプリケーションの導入
- ③手ぶらキャンプ・バーベキュー事業の実施

3. 【基本目標3】八代のアウトドアをPRし、何度も来てもらう

1) アウトドアイベントの開催

本市を「アウトドアのまち」として広くアウトドアファン・関心層に印象付け、来訪を促すためには、魅力的なイベントを開催することが効果的です。

アウトドア先行事例をみると、一般的な観光地としては知名度が低い自治体においても、独自の自然環境を活かしてサイクリングやウォータースポーツ等のイベントを開催することで特定のアクティビティの「聖地」となっている事例が見受けられます。また、小規模でも地域住民との交流を取り入れたイベントは遠方在住者に対しても訴求力があることから、これらの各種アウトドアイベントを充実し、交流人口・関係人口の拡大のフックとします。

【具体的事業】

- ① 焚火・キャンプイベント等の開催
- ② サイクリングイベントの開催
- ③ 国内外アウトドアイベントの誘致

2) デジタルを核としたプロモーションの推進

生活のあらゆる分野における情報収集・発信がデジタルで行われる昨今、観光DXの一環としてデジタル媒体を効果的に導入・活用した情報発信・プロモーションの実践が必要とされています。本市においても2022（令和4）年10月よりLINEを活用して観光情報の発信等を行うアプリケーションとして「やつしる観光Dガイド」の実証実験を行う等の取組を進めています。

今回実施したアウトドアファンニーズ調査においても多くのアウトドアファンがインターネットを活用してアウトドア関連の情報収集をしていることが明らかであり、多様なデジタル媒体を活用して、アウトドアファンに対して効果的・継続的に情報発信を行うとともに、デジタルの双方向性・個別性に着目してアウトドアファンとの継続的な関係構築と再来を促すプロモーションに取り組みます。

【具体的事業】

- ① アウトドアツーリズム専用WEBサイトの構築
- ② デジタル媒体を活用したCRM³の推進

³ CRM：顧客関係管理（Customer Relationship Management）。製品やサービスを提供する主体が、顧客との間に親密な信頼関係を作り、購入した顧客をリピーターに、リピーターをファンに育成するような持続的な関係構築を行い、顧客と企業との相互利益を向上させることを目指す総合的な経営手法。具体的にはデータに基づき顧客との関係性（コミュニケーション）を管理すること、データを通じて顧客と自社（自地域）との関係性を把握することを指し、その関係構築の取組を通じて利益の最大化を目指すことを目的とする。

第1部 アウトドアツーリズム観光戦略

3) 国内外からの誘客の推進

アウトドアツーリズムを推進し、国内外のアウトドアファンへの来訪を促すためには、観光やアウトドアのプロの力を借りることも非常に重要です

このため、前述のような本市による主体的なプロモーション活動に加え、旅行代理店やアウトドアメーカー等の専門企業との連携強化により本市のアウトドア・コンテンツの強みを最大限訴求できる販売戦略の立案と具体的な誘客の促進を図ります。

また、インバウンドの早期回復が見込まれるため、多言語による情報発信をはじめ、アドベンチャーツーリズムの販促も含めた海外エージェントとの連携強化に取り組めます。

【具体的事業】

- ①観光・アウトドア専門企業等との連携
- ②インバウンド対策の推進
- ③ブランディングのための認証取得に向けた取組

4. 【基本目標4】八代のアウトドアを支える人材と体制を強化する

1) アウトドアツーリズムに係る人材の育成

本市では既に複数のアウトドア関連事業者等によりアウトドアツーリズムに係る取組が進められていますが、関係団体ヒアリングではエリア全体としての推進役の必要性が指摘されています。

このため、後述の推進組織への参加者等を中心に本市のアウトドアツーリズム推進の中核となる人材を早期に確保・配置します。

また、今回実施したアウトドアファンニーズ調査結果によると女性やファミリー層を中心にアウトドアガイドに対するニーズが高いことから、本市のアウトドアの魅力を的確に伝え、楽しんでもらうためのアウトドアガイド・ツアーガイド等のアウトドア専門人材の発掘・育成に取り組みます。

【具体的事業】

- ①アウトドアツーリズム推進の中核人材の育成
- ②アウトドアガイド等の専門人材の育成

2) アウトドアツーリズム推進体制の確立

アウトドアツーリズムを構築し、継続的に推進していくためにはその核となる推進組織が必要であるため、定住自立圏形成協定を締結する氷川町・芦北町とも連携しつつ、官民による推進組織を設立します。【第4章参照】

また、アウトドアツーリズムによる交流人口・関係人口の構築にあたっては、来訪客と交流・関係を築く主体として「市民」も重要な存在であることから、アウトドアツーリズムに対する市民の関心喚起と理解促進を進めていきます。

【具体的事業】

- ①アウトドアツーリズム推進組織の設立
- ②アウトドアツーリズムに対する市民理解の促進

第1部 アウトドアツーリズム観光戦略

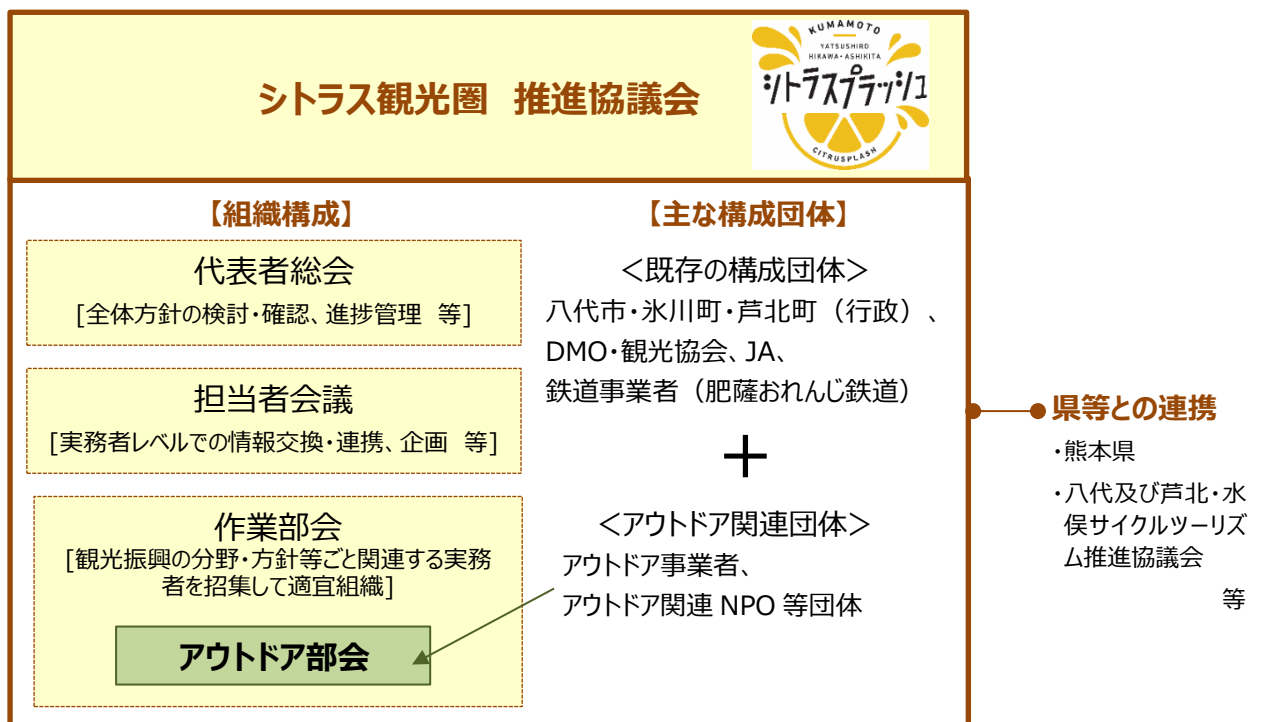
第4章 戦略の推進体制

本戦略に基づくアウトドアツーリズムの推進にあたっては、広域連携及び官民連携の観点から、氷川町・芦北町も含めた圏域内の関係団体による推進体制を構築します。

推進体制は、八代市・氷川町・芦北町の観光振興を目的として2017（平成29）年度に組織した「シトラス観光圏」推進協議会に、新たにアウトドア関係者が参画する形式で構築します。

当協議会の作業部会として「アウトドア部会」を設置し、域内のアウトドア関連団体を中心に、既存の構成団体も適宜参画しつつ、実務者レベルでのより詳細な情報交換や連携関係構築、関係団体間の自主的な協業（コラボレーション）によるコンテンツ開発等の企画立案やアイデア出しの場として機能させていきます。

図表 - 4 シトラス観光圏推進協議会の拡充によるアウトドアツーリズム推進体制（イメージ）



第2部 アウトドアツーリズム観光戦略 事業計画

第3部は、戦略の基本施策のもとで展開する具体的事業の事業計画として、事業ごとに取組内容やアクションプランを整理しています。

第1章【基本目標1】八代独自のアウトドア・コンテンツを創る

1. 新たなアウトドア・コンテンツの開発

① アウトドア体験学習事業の構築

事業内容	小・中学生向けのSUPやバーベキュー、キャンプ等のアウトドア体験学習メニューを開発し、主に県内・市内の小中学校を対象に実施する。 あわせて、アウトドアを通じた社会人の学び・気づきの機会提供を目的としたアウトドア体験学習や企業単位でのアウトドア研修等のメニューを開発し、実施する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	○	○	●		
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象[事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑事業・メニュー数 ☑事業実施回数・利用者数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> ・市内の事業者の取り組みを補助金等により支援。（支援目標2団体） ・事業者と子供向けの体験学習メニューを開発。（2つ） ・近隣市町村と連携し、社会人向けのアウトドア体験メニューを3本開発。 				

▶ 事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→	→	→
→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）				

第2部 アウトドアツーリズム観光戦略 事業計画

② 無人島キャンプの造成・支援

事業内容	本市の無人島を貸し切りで提供し、地元食材を活かしたバーベキュー等が楽しめるキャンプ事業の造成及び事業者の実施支援を行う。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●		●		
	● : 実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○ : 連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	<input checked="" type="checkbox"/> 事業・メニュー数 <input checked="" type="checkbox"/> 事業実施回数・利用者数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に市内の漁協を補助金等により支援を行いながら、無人島キャンプの仕組みづくりを行い、サービスを開始する。 令和5年度に市内の事業者を補助することで、高付加価値の無人島ツアーを造成する。 令和6年度以降、旅行会社を対象にFAMツアーを2回実施し、旅行商品造成へ繋げる。 				

▶ 事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→	→	→

→ : 検討・準備 → : 実施 → : 継続 (観光関連事業者による自走化 含む)

③ ガイド付きツアーの造成

事業内容	アウトドア初心者等が本市の自然やアウトドア・アクティビティの魅力を十分に満喫できるよう、森林セラピートレッキング、サイクリングツアー等のガイド付きのツアーを造成する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
			●		
	● : 実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○ : 連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	<input checked="" type="checkbox"/> ツアー造成数 <input checked="" type="checkbox"/> ツアー実施回数・利用者数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度中に試験的なガイドツアーを3回催行する。 令和6年度以降に無人島キャンプと合せ、FAMツアーを実施し、旅行会社へPRを行う。 				

▶ 事業スケジュール

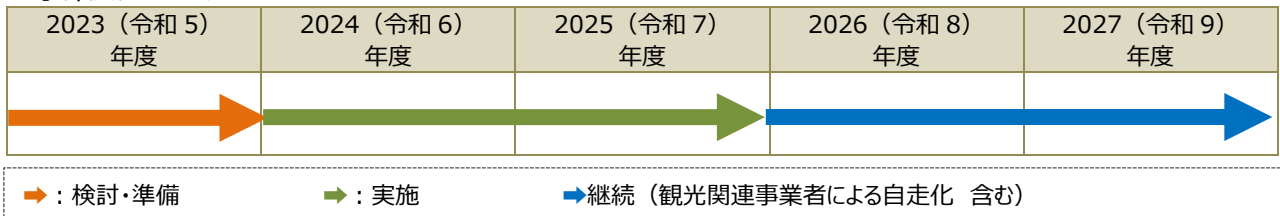
2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→	→	→

→ : 検討・準備 → : 実施 → : 継続 (観光関連事業者による自走化 含む)

④ 事業者等と連携したその他のコンテンツ開発

事業内容	前述①～③以外にも市内のアウトドア関連事業者等と連携して、各事業者等による主体的な新コンテンツの開発、事業者連携等によるツアー造成等の支援を行う。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	●		
●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象[事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑事業者主体による新たなコンテンツ開発やツアー造成等の数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に市内の事業者の取り組みを補助金等により支援する。(①アウトドア体験学習と合せ、5団体を支援する) 市内の事業者が造成したツアーをエージェント訪問を行い、販売支援を行う。 				

▶事業スケジュール

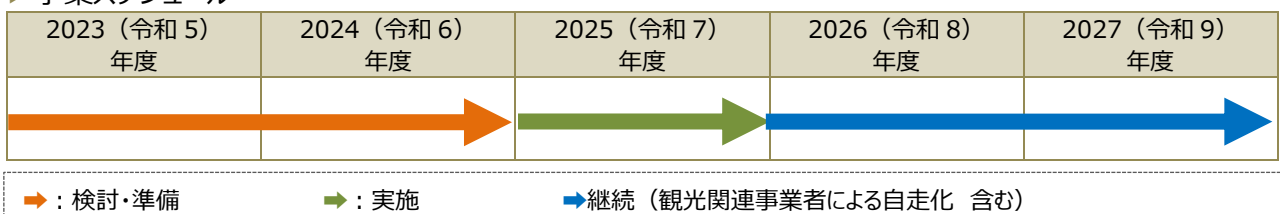


2. アウトドア+αの独自コンテンツの開発

① アドベンチャーツーリズムの構築

事業内容	東陽町～五家荘地区を中心に「アクティビティ」「自然」「文化体験」を組み合わせた高価格帯のアドベンチャーツーリズムを構築する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
		○	●		
●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象[事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑事業・メニュー数		☑事業実施回数・利用者数		
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に先行する他自治体（北海道、富山、和歌山県）のツアー内容を調査する。 DMO やつしろを含む事業者ヒアリングを通し、ツアーの素案を作成する。 令和6年度以降、エージェント訪問を行いながらツアーの販売に繋げる。 				

▶事業スケジュール



第2章【基本目標2】八代で気軽かつ快適にアウトドアができる環境を整える

1. アウトドア拠点施設の充実

① アウトドアゲートウェイ施設の整備

事業内容	本市のアウトドアツーリズム推進の中核施設として、アウトドア関連情報の発信や、キャンプ用品レンタルやレンタサイクル、地元食材の手配等をワンストップで行うゲートウェイ施設を JR 新八代駅に新設する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●				
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑ゲートウェイ施設利用者数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に新八代駅周辺に施設を整備し供用を開始する。 管理運営については事業者へ委託を行う。 				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→ 開設	→ 利用促進			
→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）				

② 道の駅等の関連施設の機能強化

事業内容	キャンピングカーを利用したオートキャンパーの受入拠点として道の駅等の関連施設の受入機能の強化について検討を行う。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●		○		
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑機能強化を図った関連施設数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に道の駅東陽へキャンピングカーの給電施設と停泊スペースを2台分設置する。設置完了後供用を開始する。 				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→	→	→
→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）				

第2部 アウトドアツーリズム観光戦略 事業計画

③ キャンプ場等のアウトドア関連施設の機能強化

事業内容	アウトドア施設として活用可能な小学校跡地や古民家等の地域資源を利用し、キャンプ場やワーケーション、合宿・研修等の拠点としての機能強化を行う。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●		○		
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑機能強化を図った関連施設数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に防犯機能の強化のためのカメラを2台設置する。 利便性向上のための占有状況を表示するデジタルサイネージを導入する。 				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→	→	→
→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）				

2. サイクリング受入環境の充実

① サイクルルートの造成

事業内容	熊本県整備サイクルルートとも連携しつつ、本市独自のサイクルルートとして、本市及び周辺市町村の自然や歴史・文化、温泉や食等を楽しめ、サイクリストの滞在時間を延長できる周遊ルートを、サイクル初心者～上級者といったターゲットごとに造成する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	○	●	
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑造成ルート数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に事業委託しサイクルルートを10本開発する。 事業終了後、市長報告し、ルートを決定。 開発したルートについては、Webサイト、アプリケーションへの登録を行う。 				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→	→	→
	ルート造成	利用促進		
→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）				

② レンタサイクル事業の拡充

事業内容	サイクル初心者～上級者の利用を想定したレンタサイクルを準備し、利用を促進する（スポーツバイク、E-バイク）。キャンプ等の他のアクティビティ利用者が二次交通手段として活用できるよう、キャンプ用品が積載可能なレンタサイクルを配備する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	●		
●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑レンタサイクル配備数		☑レンタサイクル利用者数		
アクションプラン	・令和5年度に電動自転車等を15台購入し、整備したゲートウェイ施設でレンタサイクルの供用を開始する。				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→		
→	→	→		

→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）

③ 関連施設等と連携したサイクリスト受入環境の充実

事業内容	観光施設や道の駅、宿泊施設、飲食店等でのサイクルラックや整備工具設置等の受入環境整備を支援するとともに、環境整備した施設等（サイクルサポート拠点）の情報を集約してサイクリスト向けアプリケーション等で発信し、サイクリストの利用を促進する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	○		
●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑サイクリスト受入環境整備を支援した関連施設数				
アクションプラン	・令和5年にサイクルラック、工具、空気入れを購入し、道の駅等の物産館へ配備。また、宿泊施設、飲食店の内、希望者を対象に、サイクルラック等を配備し、サイクルサポート拠点として登録、アプリケーション、Webサイト、マップ等でPRする。				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→			
→	→			

→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）

第2部 アウトドアツーリズム観光戦略 事業計画

④ 安全・快適な走行環境の整備

事業内容	熊本県や県が主導する「八代及び芦北・氷川サイクルツーリズム推進協議会」等と連携して、域内の道路環境についてサイクリストの走行に配慮した改善・整備に取り組むとともに、本市が管轄する道路・交通空間についても計画的な補修・改善を行う。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●			●	
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑走行環境の改善・整備・補修等実施数				
アクションプラン	・八代及び芦北・水俣サイクルツーリズム推進協議会で設定した4ルートを整備する。令和4年度より順次実施し、令和9年に完了予定。				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）				

3. ワンストップサービスの強化

① ワンストップ予約システムの構築

事業内容	本市及び氷川町・芦北町で連携して、アウトドアを中心とした体験型観光のワンストップ予約システムを構築する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	○	○	
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑予約システム利用者数				
アクションプラン	・令和5年度委託事業として開発。ゲートウェイ施設の管理事業者に委託し、運営、PRを行う。				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）				

② サイクリスト向けガイドアプリケーションの導入

事業内容	独自のサイクリスト向けガイドアプリケーションを導入し、サイクルルートや立ち寄りスポット、サイクルサポート拠点、サイクルイベント等の情報を発信する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●		●	○	
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑ガイドアプリダウンロード数				
アクションプラン	・令和5年度委託事業として開発。ゲートウェイ施設の管理事業者に委託し、運営、PRを行う。				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
導入	利用促進			
→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）				

③ 手ぶらキャンプ・バーベキュー事業の実施

事業内容	キャンプ・バーベキューを気軽に楽しみたいというニーズに対応するため、道具のレンタルや遠方からの来訪者向けの道具類配送、キャンプ場への食材配達の実施サービスを実施する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
		●	●		
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑事業利用者数				
アクションプラン	・現在、サービスを提供している事業者への支援を行いながら、開発する。 ・Webサイトで情報発信を行う。				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
検討・準備	実施			
→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）				

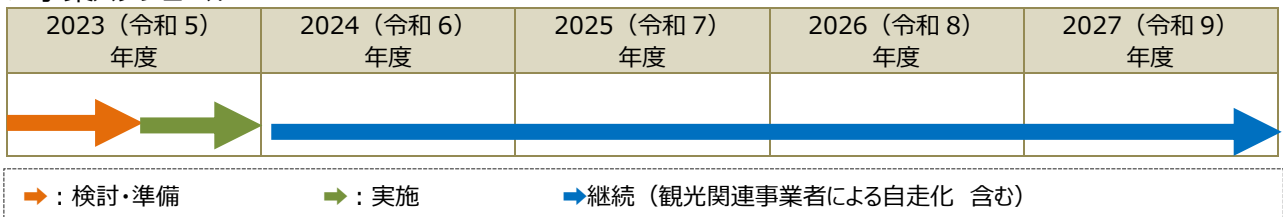
第3章【基本目標3】八代のアウトドアをPRし、何度も来てもらう

1. アウトドアイベントの開催

① 焚火・キャンプイベント等の開催

事業内容	焚火やキャンプをはじめとしたアウトドアに関するイベントを開催する。また、「アウトドア」をキーワードとした交流トークイベント等を開催し、市外のアウトドアファンと市民との交流の機会を創出する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	○	●	
●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑イベント開催数 ☑イベント参加者数				
アクションプラン	・令和5年度よりシトラス観光圏推進事業として実施。圏域内のキャンプ場（遙拝八の字、御立岬公園キャンプ場、立神峡キャンプ場など）でキャンプフェスなどのイベントを年2回実施する。				

▶事業スケジュール



② サイクリングイベントの開催

事業内容	本市の自然や歴史・文化、食、温泉等を堪能できる周遊型、レース型等のサイクリングイベントを新たに企画し、開催する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	○	●	
●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑イベント開催数 ☑イベント参加者数				
アクションプラン	・令和5年度よりシトラス観光圏事業として実施。圏域内の観光・物産スポットを自由に巡る周遊型イベントを開催する。				

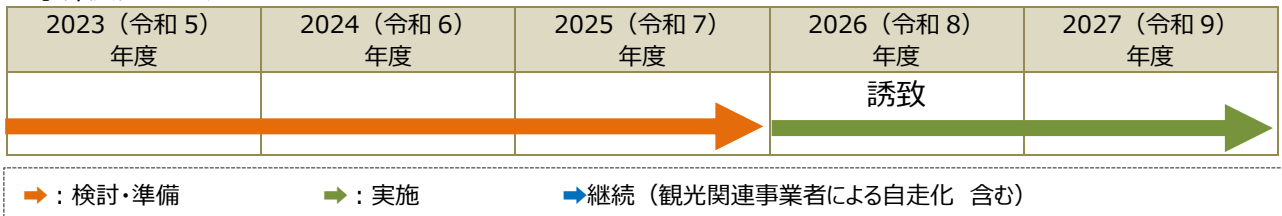
▶事業スケジュール



③ 国内外アウトドアイベントの誘致

事業内容	サイクリングやウォータースポーツ等のアウトドアに関する国内外の大会・イベント等の誘致に取り組む。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●			●	
● : 実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○ : 連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑イベント誘致数 ☑イベント参加者数				
アクションプラン	・八代市スポーツコミッションと協力し、球磨川、八代海や山間部を舞台にスポーツイベントの誘致に取り組む。令和5年度、6年度は調査を実施する。				

▶ 事業スケジュール

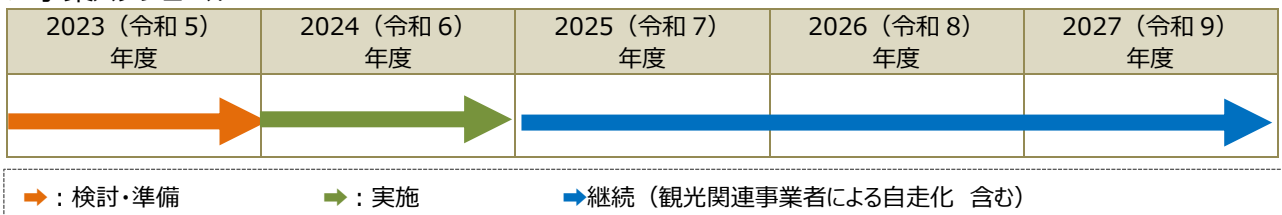


2. デジタルを核としたプロモーションの推進

① アウトドアツーリズム専用 WEB サイトの構築

事業内容	本市及び域内のアウトドアツーリズム推進のための専用 WEB サイトを構築し、PR 動画等を効果的に活用しながら、アウトドア・コンテンツやその他の地域資源等の魅力を発信する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	●			
● : 実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○ : 連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑WEB サイトアクセス数				
アクションプラン	・令和5年度委託事業として実施。ゲートウェイ施設の管理運営委託事業者へ、Web サイトの運営も委託する。				

▶ 事業スケジュール



第2部 アウトドアツーリズム観光戦略 事業計画

② デジタル媒体を活用した CRM の推進

事業内容	②の WEB サイトやワンストップ予約システム、サイクリング関連アプリ等、アウトドアツーリズムに係るデジタル媒体を活用し、これらの媒体を利用したアウトドアファン等に対して、志向やニーズに応じた情報発信等の個別プロモーションを実施する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	●			
● : 実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○ : 連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑デジタル媒体による個別プロモーション実施数				
アクションプラン	・令和5年度にWebサイト、アプリケーションの導入を進める。また、やつしろ観光dガイドにより、アウトドアコンテンツの情報発信を年10回行う。				

▶事業スケジュール

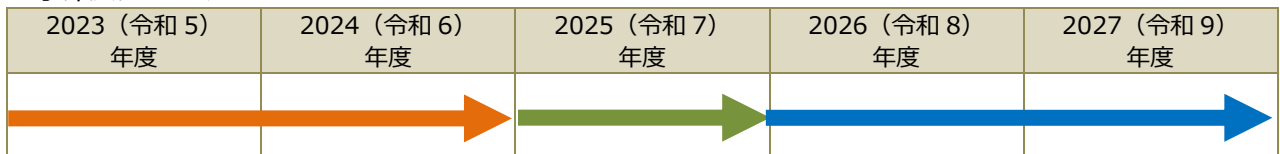
2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→ : 検討・準備 → : 実施 → 継続 (観光関連事業者による自走化 含む)				

3. 国内外からの誘客の推進

① 観光・アウトドア専門企業等との連携

事業内容	旅行代理店やアウトドア用品メーカー等との連携を強化し、開発・造成したアウトドア・コンテンツ等を活用したツアー造成やイベント開催等による販売促進に取り組む。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	○		
●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑接触・連携した専門企業等の数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 旅行商品については、令和5年度に整備した環境を用い、令和6年度にツアー案を造成し、エージェント訪問を実施し、旅行商品の販売に繋げる。 アウトドア用品メーカーについては、令和5年度に連携先を検討し、ゲートウェイ施設でのメーカー商品の販売や、ふるさと納税返礼品としての登録を進める。 				

▶事業スケジュール

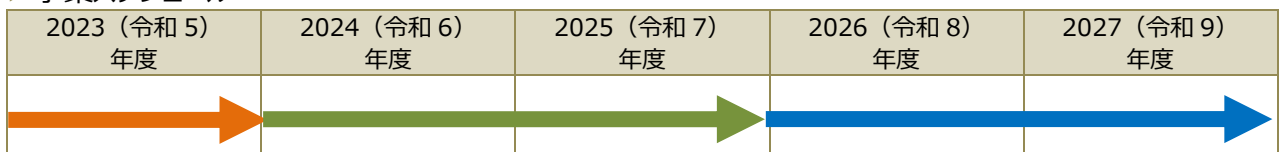


→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）

② インバウンド対策の推進

事業内容	観光全体におけるインバウンド誘客対策として、アウトドア・コンテンツを確実に PR していくとともに、アドベンチャーツーリズムについてはターゲット層に的確に情報発信するため海外の旅行専門メディア・アクティビティ専門メディアとの連携強化に取り組む。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	○	○	
●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の主な指標	☑接触・連携した海外エージェントの数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に整備した受入環境を元に、プロモーション用の素材を収集しながら、県内の旅行会社を3社以上訪問し、企画提案を行う。 令和6年度より台湾等の海外の旅行の会社を3社訪問し、提案を行う。 				

▶事業スケジュール



→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）

第2部 アウトドアツーリズム観光戦略 事業計画

③ ブランディングのための認証取得に向けた取組

事業内容	ジャパンエコトラックやナショナルサイクルルート等の認証取得に向けて取り組む。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	○	●	
● : 実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○ : 連携対象 [事業実施に協力・連携する組織]					
進捗評価の 主な指標	☑関連認証取得数				
アクション プラン	<ul style="list-style-type: none"> ・ジャパンエコトラックについては、令和5年度に情報収集し、令和6年度に認証取得を実施するか検討する。 ・ナショナルサイクルルートについては八代及び水俣・芦北地域サイクルツーリズム推進協議会での認証可能か検討を行う。 				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
			認証取得	
→			→	

→ : 検討・準備

→ : 実施

→ 継続 (観光関連事業者による自走化 含む)

第4章【基本目標4】八代のアウトドアを支える人材と体制を強化する

1. アウトドアツーリズムに係る人材の育成

① アウトドアツーリズム推進の中核人材の育成

事業内容	キャンプ・サイクリング等のアウトドア・アクティビティに精通し、本市の自然や歴史・文化等の地域資源を活用したコンテンツ開発からプロモーション及び販売までを、関係団体・事業者と連携・調整しながら推進できる中核人材の育成に取り組む。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●		●		
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象[事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑育成人材数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に中核人材の1名確保し、ガイド要員として育成する。また、令和5年度中に確保した人材を中心とした、アウトドアツーリズムを推進する組織作りを行う。 令和5～6年度にかけ、本組織を中心に具体的事業に掲げる事業を達成する。 				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→	→	→

→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）

② アウトドアガイド等の専門人材の育成

事業内容	域内のアウトドア関連事業者等とも連携しつつ、アウトドアの魅力を的確に伝え、楽しんでもらうためのツアーガイド等の専門人材を発掘・育成する。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	○		
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象[事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑育成人材数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に形成したガイドアウトドアツーリズム推進組織でガイド人材を3名発掘し、DMO やつしろ及び、やつしろガイド協会と連携し、アウトドアコンテンツと八代市の自然、歴史文化といった観光資源の知識を習得させる。 				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→	→	→

→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）

第2部 アウトドアツーリズム観光戦略 事業計画

2. アウトドアツーリズム推進体制の確立

① アウトドアツーリズム推進組織の設立

事業内容	本市及び氷川町・芦北町で組織する「シトラス観光圏」推進協議会を発展・拡大して、官民連携によるアウトドアツーリズム推進組織を設置し、エリア全体での方針検討をはじめ、新たなプロジェクトの企画立案や進捗管理等を着実に進行。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○	○	●	
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象[事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑推進組織へ新規参画するアウトドア関係団体数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に内部組織として、アウトドア部会を形成し、圏域内のアウトドアコンテンツを提供する事業者との連携を深める。 令和5～6年度と、3市町連携によるキャンプイベントを2回、サイクリングイベントを1回実施する。 				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→	→	→

→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）

② アウトドアツーリズムに対する市民理解の促進

事業内容	アウトドアツーリズムを推進する意義や地域にもたらす効果等について広く市民に周知するとともに、市民自身もアウトドアを楽しむ意識や、来訪するアウトドアファンに対するおもてなし意識の醸成に取り組む。				
推進体制	八代市	DMO やつしろ	観光関連事業者	国・県、周辺自治体	その他
	●	○		●	
	●：実施主体[事業の企画・実施の中心となる組織] ○：連携対象[事業実施に協力・連携する組織]				
進捗評価の主な指標	☑市民に対するアウトドア及びアウトドアツーリズム推進に関する広報や情報発信回数				
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度より各事業者による市民向けのイベント等への補助・周知協力を2回以上実施し、市民のアウトドアを楽しむ意識を醸成する。 				

▶事業スケジュール

2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
→	→	→	→	→

→：検討・準備 →：実施 →：継続（観光関連事業者による自走化 含む）

第3部 現状・課題分析

第1章 八代市の観光を取り巻く現状

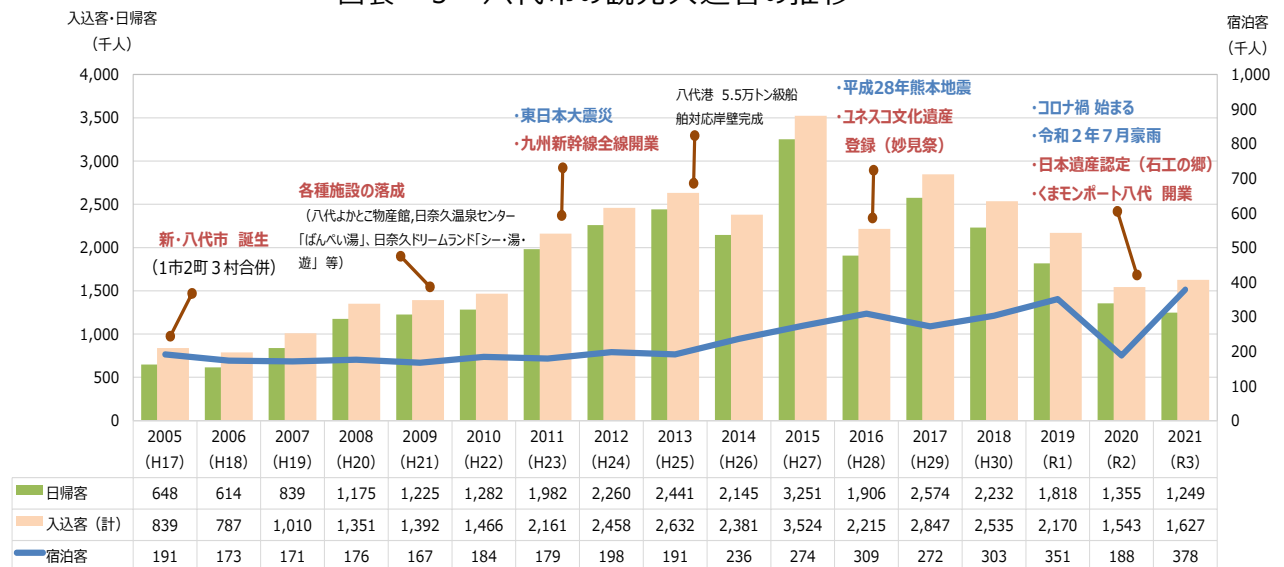
1. 観光入込客の動向

- ✓ 本市の観光入込客数は2015（平成27）年の350万人をピークに緩やかに減少していた中、**コロナ禍の影響でさらに減少し、2020（令和2）年は対前年比3割減の154万人**まで落ち込む。
- ✓ コロナ禍によりマイクロツーリズムの進展が顕著。宿泊客・日帰客とも**熊本県・福岡県・鹿児島県等を中心とした九州エリアから来客率が高まる**。
- ✓ 八代エリア（八代市・氷川町）の**インバウンドは2020（令和2）年は対前年比8割減の2,000人**台まで激減。2023（令和5）年以降の全国的なインバウンド復活に期待。

1) 観光入込客の動向

- 本市の観光入込客数は2011（平成23）年の九州新幹線全線開業を契機とした日帰客の増加や全国的なインバウンド⁴需要の増加等を追い風に、2015（平成27）年には350万人に達しましたが、その後は宿泊客の堅調な増加はあったものの日帰客の漸減により全体では緩やかに減少していました。
- 2020（令和2）年の入込客数は、前年末に発生した新型コロナウイルス感染症の感染拡大や令和2年7月豪雨等の影響により、前年の217万人から154万人へと約3割減となりました。その後、宿泊客を中心にGOTOトラベルや県民割等の下支えにより復調の兆しを見せていますが、全国的な動向と同様に、未だコロナ禍以前の水準までは回復していない状況です。
- このような中、本市では「第2期八代市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において「地域資源を活かした多様な交流の実現」を目標に掲げ、観光入込客について、まずコロナ禍以前の2019（令和元）年の水準への回復を目指して2024（令和6）年の入込客数目標値を217万人に設定し、アフターコロナを見据えた交流人口・関係人口の増加に向けた取組を推進することとしています。

図表－5 八代市の観光入込客の推移



⁴ インバウンド：外国人が日本を訪れて行う旅行（訪日外国人旅行）。訪日外国人客数（年間）は2013（平成25）年に1000万人、新型コロナウイルス感染症発生前の2019（令和元）年には3,000万人を突破した。

第3部 現状・課題分析

2) 観光入込客の基本属性

地域経済分析システム「RESAS（リーサス）」⁵及び熊本県観光統計表等をもとに、本市の入込客の基本属性やインバウンドの状況等について、主に新型コロナウイルス感染症の発生前後での比較に着目して分析を行いました。

(1) 日本人入込客の状況

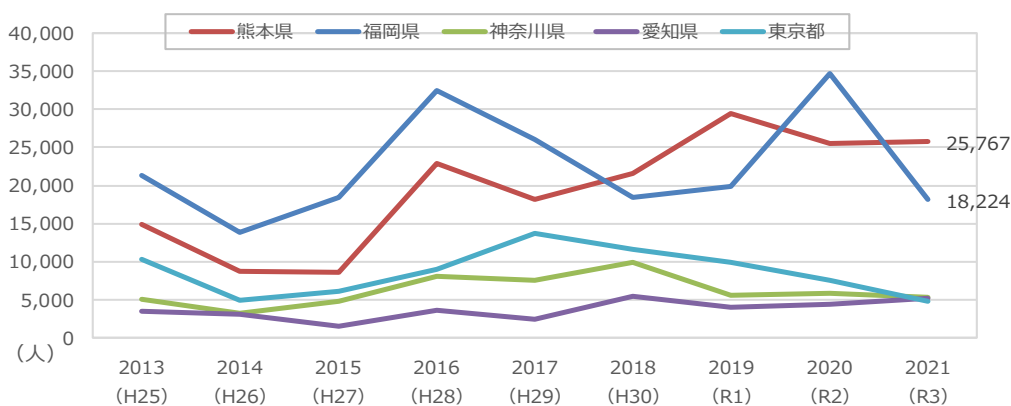
- 宿泊客に着目すると、本市の日本人宿泊客は従来から熊本県・福岡県からの来客が多く、2021（令和3）年の延べ宿泊者数に占める割合は、熊本県が30.0%と最も多く、次いで福岡県が21.2%となっています。
- コロナ禍以前の2019（令和元）年と発生後の2021（令和3）年で比較すると、上位1・2位の熊本県・福岡県に変化はありませんが、構成割合は2県とも5～6ポイント程度高まっています。また、2021（令和3）年度は上位10位中5県が九州エリアであり、このことからマイクロツーリズムが進展している様子がうかがわれます。

図表－6 日本人延べ宿泊客数の居住都道府県別構成割合

2019(令和元)年				2021(令和3)年			
順位	居住地	(人)	(%)	順位	居住地	(人)	(%)
1位	熊本県	29,421	23.2	1位	熊本県	25,767	30.0
2位	福岡県	19,872	15.6	2位	福岡県	18,224	21.2
3位	東京都	9,845	7.8	3位	神奈川県	5,264	6.1
4位	山口県	9,688	7.6	4位	愛知県	5,118	6.0
5位	神奈川県	5,601	4.4	5位	東京都	4,820	5.6
6位	大阪府	5,322	4.2	6位	鹿児島県	4,544	5.3
7位	埼玉県	5,107	4.0	7位	大阪府	3,387	3.9
8位	兵庫県	4,954	3.9	8位	千葉県	1,938	2.3
9位	鹿児島県	4,435	3.5	9位	宮崎県	1,792	2.1
10位	広島県	4,206	3.3	10位	佐賀県	1,737	2.0
	その他	28,648	22.5		その他	13,397	15.6

資料／地域経済分析システム「RESAS（リーサス）」

図表－7 日本人延べ宿泊客数の推移（居住都道府県別 上位5位）



資料／地域経済分析システム「RESAS（リーサス）」

⁵ RESAS（リーサス）：地方創生の様々な取組を情報面から支援するために、経済産業省と内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局が提供する、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化するシステム。基準は2020年国勢調査人口。

- 県外から本市への入込客（休日）の居住都道府県別構成割合をみると、直近の2022（令和4）年6月現在で福岡県（28.9%）の割合が最も高く、次いで鹿児島県（24.2%）、宮崎県（10.3%）と続き、これら3県で全体の63.5%を占めています。この上位3県はコロナ禍以前の2019（令和元）年も同様であり、大きな変化は見られません。

図表－8 滞在人口の居住都道府県別人数・構成割合（熊本県外→八代市）

2019(令和元)年				2022(令和4)年			
順位	居住地	(人)	(%)	順位	居住地	(人)	(%)
1位	福岡県	954	27.5	1位	福岡県	748	28.9
2位	鹿児島県	771	22.3	2位	鹿児島県	627	24.2
3位	宮崎県	371	10.7	3位	宮崎県	267	10.3
4位	長崎県	193	5.6	4位	大分県	177	6.8
5位	東京都	192	5.5	5位	長崎県	128	5.0
6位	大分県	189	5.5	6位	東京都	114	4.4
7位	大阪府	119	3.4	7位	佐賀県	109	4.2
8位	神奈川県	117	3.4	8位	大阪府	100	3.9
9位	佐賀県	116	3.4	9位	神奈川県	52	2.0
10位	愛知県	115	3.3	10位	千葉県	43	1.7
	その他	327	9.4		その他	222	8.6

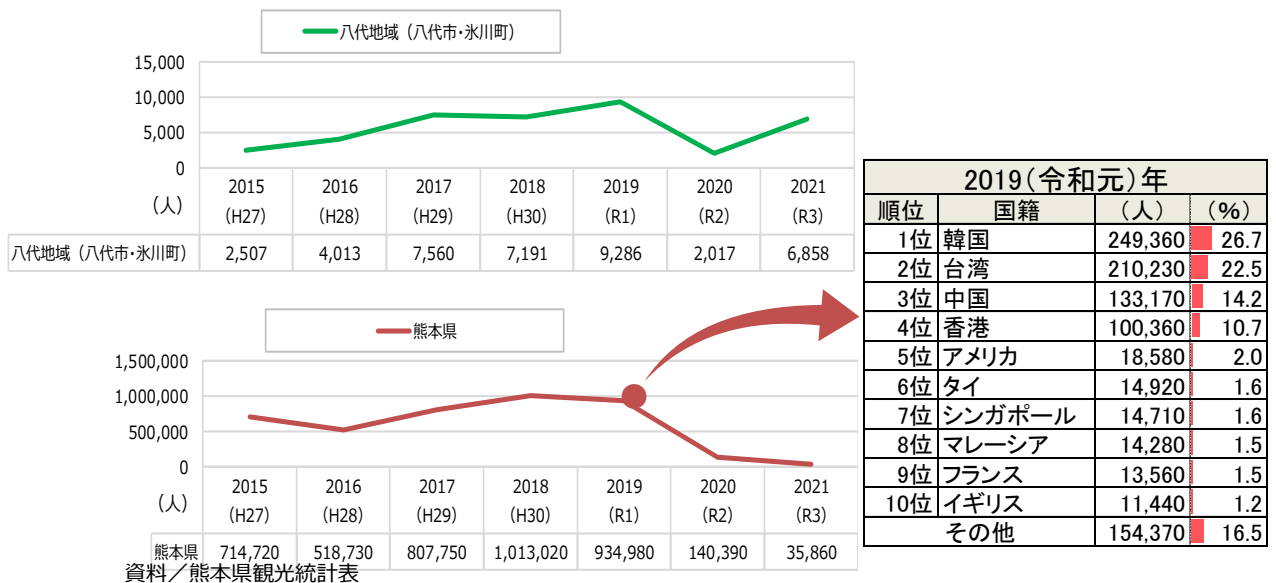
資料/地域経済分析システム「RESAS（リーサス）」

※15歳以上80歳未満の市内滞在者、2019（令和元）年：7月休日14時、2022（令和4）年：6月休日14時

（2）外国人観光客の状況

- 外国人観光客（宿泊客）の状況について熊本県観光統計表における八代エリア（八代市・氷川町）のデータで見ると、コロナ禍以前の2019（令和元）年にはエリア内の外国人宿泊者数は約9,300人に達しましたが、翌2020（令和2）年には約8割減の2,000人台に落ち込みました。熊本県も2018（平成30）年・2019（令和元）年に90～100万人まで増加していましたが、その後、熊本県・八代エリアとも全国的な状況と同様に、コロナ禍によってインバウンド需要が「蒸発」しています。
- コロナ禍以前の2019（令和元）年の熊本県全体での国籍別構成割合では韓国・台湾・中国・香港の東アジア4か国で全体の74.1%を占めており、欧米豪や東南アジア等の他地域は少ない状況です。

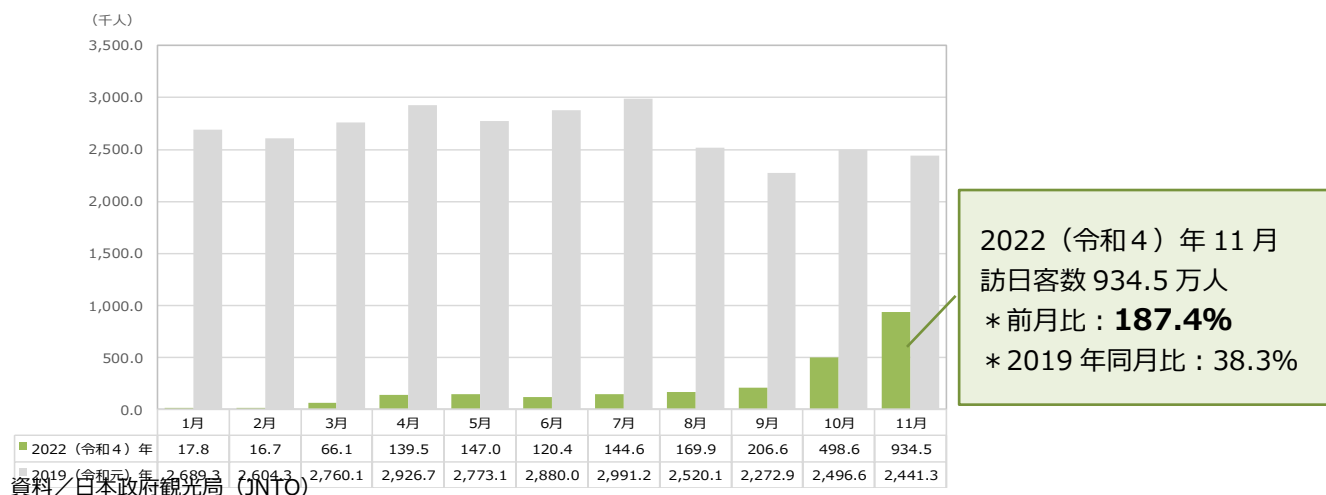
図表－9 外国人延べ宿泊客数の推移



第3部 現状・課題分析

- 2022（令和4）年の訪日外国人数の全国推移をみると、10月からの外国人個人旅行の受入やビザ免除措置の再開等により、11月の訪日外国人数は934,500人と、前月から2倍近くの伸びとなっています。また、2019（令和元）年同月比では、4割近くまで回復しており、インバウンド需要回復に向けた兆しがでてきています。

図表－10 2022（令和4）年の訪日外国人数の推移（全国）



2. 観光に係る社会情勢と八代市のこれまでの取組

1) 観光に係る社会経済環境の変化

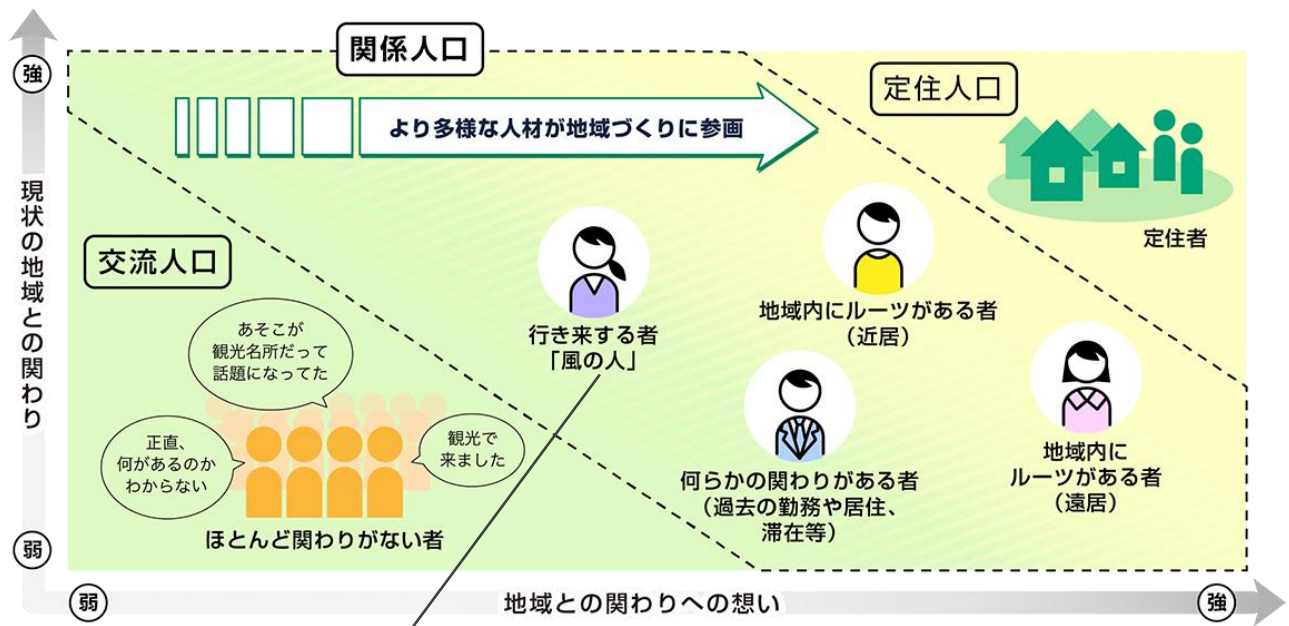
- 2020（令和2）年から感染拡大した新型コロナウイルス感染症の影響は、全世界の社会活動を停滞させ、観光行動も制約を受ける中、マイクロツーリズムやワーケーション等が普及しました。
- この数年であらゆる業界で進められた DX（デジタルトランスフォーメーション）は、観光においても情報管理・発信やマーケティングだけでなく、コンテンツの拡充や観光アプリケーションの導入など、来訪客の行動や活動にも変化をもたらしています。
- また今後のウィズ・アフターコロナにおけるインバウンド需要回復策の一つとして、アドベンチャーツーリズムに対する注目度も高まっています。

図表 - 1 1 近年の観光・地域交流に係る主なキーワード

キーワード	概要
関係人口	移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す用語。人口減少・高齢化が進む地方圏においてにぎわい創出や新たな地域づくりの担い手として期待されている。
マイクロツーリズム	コロナ禍での感染防止の観点で広がった、自宅から 1～2 時間程度の移動圏内の「地元」で観光する近距離旅行の形態のこと。自家用車による移動を中心とし、地域の魅力の再発見と地域経済への貢献を念頭に置いた旅行形態。
ワーケーション	Work(仕事)と Vacation(休暇)を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと。余暇主体と仕事主体の2つのパターンがある。受入れ地域にとっては、来訪客の拡大、ワーケーション参加者との交流による新たな産業創出など、長期的な関係人口創出により地域コミュニティの活性化が期待される。
ブレジャー	Business(ビジネス)と Leisure(レジャー)を組み合わせた造語。出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむこと。地方圏においてはワーケーションと同様の効果が期待される。
おてつたび	お手伝い（仕事）と旅を掛け合わせた造語で、地域の短期的・季節的な人手不足で困っている農家や旅館などでお手伝い（仕事）をすることにより、事業者より報酬を得ることができ、旅費自体の削減が可能となる仕組みである。 誰でも簡単に知らない地域で、仕事をしながら旅をし、お手伝い（仕事）を通じて地域や地域の事業者さんのファンになってもらうなど、関係人口の創出が期待される。
観光 DX （デジタルトランスフォーメーション）	DX（デジタルトランスフォーメーション）とはデジタル化によって収集されるデータの分析・利活用によりビジネス戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うこと。 《観光分野での例》 来訪客の利便性向上・回遊促進：観光アプリ、デジタルサイネージ等での情報発信 観光地経営の高度化：キャッシュレス決済、マーケティング強化 観光産業の生産性向上：顧客予約管理システム、非接触システム デジタル人材の育成：DMO での人材登用、観光産業経営へのデータ活用
アドベンチャーツーリズム （AT）	「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」の3要素のうち2つ以上で構成される旅行のこと。旅行者が地域独自の自然や地域のありのまま文化を、地域の方々とともに体験し、旅行者自身の自己変革・成長の実現を目的とすることが特徴。 旅行者の特徴として、一人当たり消費額が高く、地域への還元・雇用効果が高い。インバウンドの高付加価値旅行層（着地消費額 100 万円以上/人）の誘客の一形態として期待されている。

第3部 現状・課題分析

《参考》「関係人口」の位置づけ



資料／総務省 関係人口ポータルサイト

(注) 「地域を何度も行き来する者」という意味

《参考》アドベンチャーツーリズム (AT) の地方にとっての意義



資料／(一社) 日本アドベンチャーツーリズム協議会

2) 八代市の観光振興に係る取組

- 本市では、豊かな自然や農産物等の地域資源を活かしつつ、その時々観光に係るトレンドや社会動向を捉えた観光振興に係る取組を、熊本県や周辺市町村とも連携しながら、適時進めてきました。
- 今後のアウトドアツーリズムの推進においては、これらの既存の取組で強化・開発した資源等を財産として有効に活用していくことが必要です。

図表 - 1 2 近年の観光振興に係る主な取組

五木五家荘県立自然公園連絡協議会

【1979（昭和54）年度～】

八代市、氷川町、五木村が連携し、五木・五家荘県立自然公園の自然美と観光資源を保護し、観光の開発・プロモーションに取り組むことで、産業と経済の振興と文化の発展に寄与することを目的として活動している。



海外クルーズ船寄港を活かした観光・物産プロジェクト

【2016（平成28）～2020（令和2）年度】

地方創生推進交付金事業（八代市・氷川町・芦北町）として、海外クルーズ船等で訪れる国内外からの観光客をターゲットに、DMO やつしろを核とする観光地作りを進め交流人口の拡大と経済効果の発現を目的として実施。あわせて、農産物等の地域特産品プロモーション等を推進し、観光産業および食関連産業の活性化に取り組んだ。※交付金事業終了後もクルーズ振興策を継続・強化



八代市健康交流のまちづくりを目指したヘルスツーリズム構築事業

【2019（令和元）～2021（令和3）年度】

地方創生推進交付金事業（八代市）として、日奈久温泉を核とした地域資源を活用した健康プログラム造成や、地域住民・来訪者に向けたプロモーション、地域内の日奈久地域にある個々の観光素材をブランディングし、ヘルスツーリズムを構築し、新たな魅力の創出に取り組んだ。



シトラス観光圏

【2017（平成29）年度～】

晩白柚や甘夏、デコポン等多くのかんきつ類の栽培が盛んな八代市・氷川町・芦北町の3市町を「シトラス観光圏」と称し、“感動・満喫・柑橘の里また来たくなるシトラスの国”をキャッチフレーズとして、柑橘系フルーツの生産地域の自然環境と食文化、歴史・文化を融合させ他の地域にはない魅力を発信・創造する取組を推進している。



八代及び芦北・水俣サイクルツーリズム推進協議会

【2021（令和3）年度～】

八代や水俣、芦北地域の豊かな自然や歴史・観光施設などの資源を生かした質の高いサイクリング環境を官民が連携して整備し、地域活性化につなげることを目的として、2021（令和3）年11月に熊本県主導により発足。今後、サイクリストに配慮した道路環境整備やサイクルルートマップ作製等の取組が予定されている。



第3部 現状・課題分析

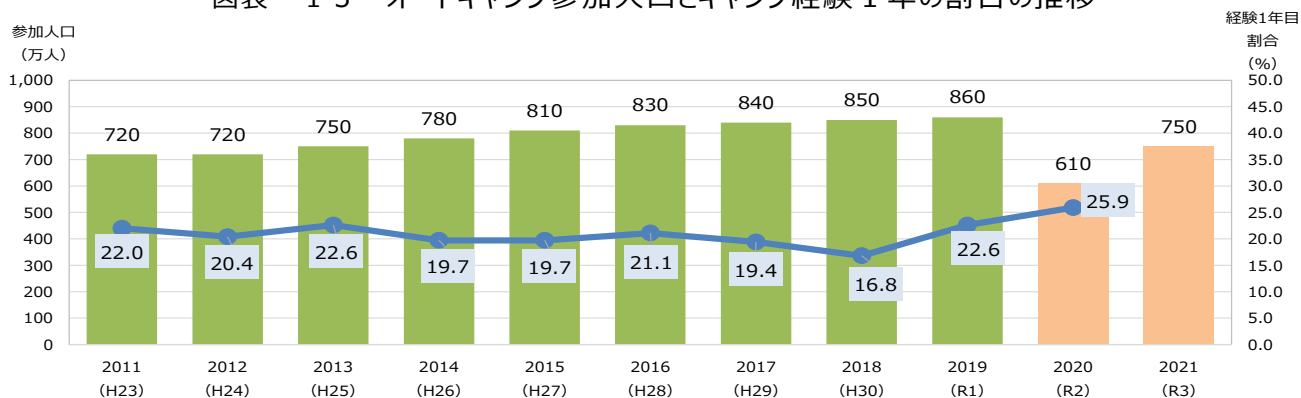
第2章 アウトドアツーリズムの現状

1. アウトドア関連市場の動向

- ✓ キャンプ、サイクリング人口はコロナ禍後も堅調に推移。
- ✓ アウトドア市場は今後も好調が見込まれる。

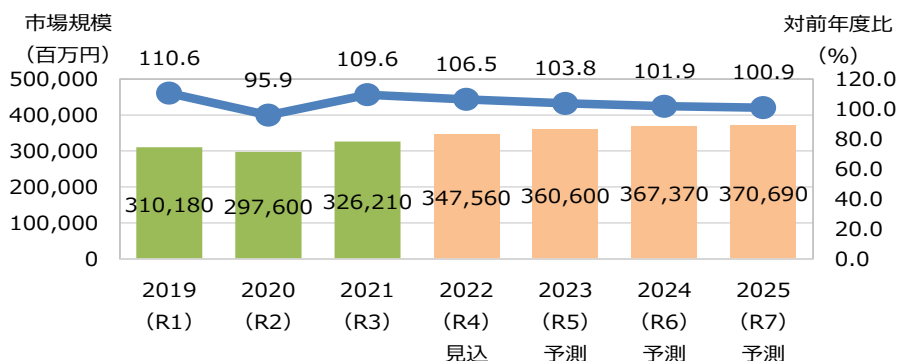
- アウトドアは自然の中で比較的「密」を避けられるレジャーとして、コロナ禍のもとで再注目されています。アウトドアの一例として、キャンプの動向をみてみると、2020（令和2）年のオートキャンプ参加人口は、国内旅行等が半減している中で、対前年度比3割減に留まり、翌2021（令和3）年も順調に参加人口が伸びています。また、参加人口のうち、キャンプ経験1年のキャンプビギナーは2020（令和2）年に25.9%まで上昇しており、コロナ禍を機に新たにアウトドアを楽しむ人が増加していることがわかります。
- キャンプに代表されるようにウィズ・コロナの新たなレジャーとしてアウトドアを開始する人が増加したこと等により、アウトドア用品等の市場規模は好調に推移しており、今後もこの傾向が続くものと予測されています。

図表－13 オートキャンプ参加人口とキャンプ経験1年の割合の推移



資料／（一社）日本オートキャンプ協会調べ ※キャンプ経験1年目の割合は2020（令和2）年までのデータ

図表－14 アウトドア市場の動向と将来予測（国内アウトドア用品・施設・レンタル市場規模推移・予測）



資料／（株）矢野経済研究所調べ

第3部 現状・課題分析

- また、サイクリング市場に関する調査結果をみると、コロナ禍による影響は少なく、サイクルツーリズム（※）経験者や日常の移動手段以外で自転車を利用する層は微増しています。また、一部のサイクル層でサイクルツーリズムに係る一人あたり消費額が増加したことで、サイクルツーリズムの市場規模は増加していると推計されています。

（※）「サイクルツーリズム」とは：
「生活圏（生活の土台となる「居住」や「勤務・通勤」が主として行われる範囲・地域）ではない地域」を訪れ、自転車で走ること

図表 - 15 サイクリング市場の状況

		2018 (H30)			2021 (R3)			差 (2021-2018)	
		対人口比	対自転車 経験者比	推計人口	対人口比	対自転車 経験者比	推計人口	対人口比	
15～74歳男女人口（2015[平成27]年国勢調査）		100.0%	/	9,363.0万人	100.0%	/	9,363.0万人	/	
調査結果 (回答比率)	自転車経験者のサイクルツーリズム経験状況	自転車に乗ったことがある	83.2%	100.0%	7,787.0万人	81.1%	100.0%	7,593.0万人	-2.1%
		サイクルツーリズムの経験あり	44.2%	53.2%	4,143.0万人	45.1%	55.6%	4,222.0万人	0.8%
		サイクルツーリズム1年以内経験あり	16.9%	20.3%	1,581.0万人	14.8%	18.2%	1,382.0万人	-2.1%
	サイクル属性別	日常の移動手段層	50.2%	60.4%	4,701.5万人	46.3%	57.1%	4,336.9万人	-3.9%
		健康エクササイズ層	3.0%	3.6%	278.0万人	3.1%	3.9%	293.1万人	0.2%
		旅行・レジャー手段層	1.9%	2.3%	177.8万人	2.2%	2.7%	205.0万人	0.3%
		ツーリング層	0.6%	0.8%	60.8万人	0.8%	1.0%	74.9万人	0.2%
		サイクリングイベント層	0.3%	0.4%	30.9万人	0.6%	0.8%	59.0万人	0.3%
		レース層	0.3%	0.3%	25.3万人	0.4%	0.5%	38.4万人	0.1%
		その他の用途/用途なし	26.8%	32.2%	2,509.2万人	27.8%	34.3%	2,602.9万人	1.0%
自転車に乗らない	16.8%	20.2%	1,573.0万人	18.9%	23.3%	1,769.6万人	2.1%		
サイクルツーリズム消費額 市場規模（推計値）		125,679百万円			131,552百万円			5,873百万円	

日常の移動手段
以外のサイクル層

資料/ツール・ド・ニッポン（一般社団法人ルート・スポーツ・ジャパン）「サイクリスト国勢調査 2021」

第3部 現状・課題分析

2. 他地域におけるアウトドアツーリズムの推進状況

- ✓ ナショナルサイクルルート、ジャパンエコトラック等のアウトドア関連認証取得エリアが拡大中。
 - ✓ その他、アウトドアメーカー等との連携やアウトドアイベント造成・誘致、農林漁業*アウトドアの展開など、その土地ならではの地域資源を有効活用した事例が見受けられる。
- アウトドア関連の主なエリア認証制度の状況を見ると、2022（令和4）年現在で「ナショナルサイクルルート」は6ルート、「ジャパンエコトラック」は28地域が認証を受けており、今後も増加が見込まれます。
 - また、自然環境を活かしたアウトドアツーリズムの取組は、全国各地で推進されており、アウトドアメーカー等と連携してアウトドア拠点や受入環境整備を行う事例のほか、サイクリング等の特定のアクティビティに特化したイベント造成・誘致や、農林漁業体験とアウトドア・コンテンツを組み合わせた取組等、各地の地域資源を活かした独自の取組が先行事例として見受けられます。

図表 - 16 ナショナルサイクルルートの概要

- ◆ ナショナルサイクルルートとは、日本を代表し、世界に誇りうるサイクリングロード。
- ◆ 自転車活用推進法に基づき、2019（令和元）年に制度創設（所管：国土交通省）。
- ◆ 2022（令和4）年現在、6ルート。
- ◆ 「ルート設定」、「走行環境」、「受入環境」、「情報発信」、「取組体制」の5つの観点から指定要件を設定。

《指定ルート一覧》

ルート名	都道府県
トカプチ400	北海道
つくば霞ヶ浦りんりんロード	茨城県
太平洋岸自転車道	千葉県、神奈川県、静岡県、愛知県、三重県、和歌山県
ビワイチ	滋賀県
富山湾岸サイクリングコース	富山県
しまなみ海道サイクリングロード	広島県、愛媛県

資料 / 国土交通省



図表 - 17 ジャパンエコトラックの概要

- ◆ ジャパンエコトラックとは「トレッキング・カヤック・自転車といった人力による移動手段で、日本各地の豊かで多様な自然を体感し、地域の歴史や文化、人々との交流を楽しみながら、旅をする新しい旅のスタイル」。
- ◆ ジャパンエコトラック推進協議会（2015[平成27]年発足、事務局：（株）モンベル）が認定
- ◆ 2022（令和4）年現在、28地域

《認定地域数》

エリア	認定地域数
北海道・東北	8か所（オホーツク、蔵王 等）
関東・甲信越・	2か所（八ヶ岳・諏訪湖、信越自然郷）
東海・北陸	5か所（立山、東三河、伊勢 等）
関西	4か所（琵琶湖・伊吹山、宍粟 等）
中国・四国	6か所（下関・美祢・長門、石鎚 等）
九州・沖縄	3か所（阿蘇、えびの、南さつま）

資料 / ジャパンエコトラック推進協議会



図表 - 18 アウトドアツーリズム推進事例

山口県下関市・美祢市・長門市／
アウトドアツーリズム広域協議会の設立

- ・山口県西部3市で2021（令和3）年7月設立。
- ・域内の自然資源を生かしたルートを設定し、観光客の滞在時間の延長や交流人口の拡大を目指す。
- ・ジャパンエコトラック認定取得。



岐阜県恵那市／
地域商社と連携したアウトドアレジャーの推進

- ・山・川の自然を活かし、地域商社と連携して、キャンプをはじめ、ボルダリングやパラグライダー、ダム湖での SUP 等のアウトドアを推進。グランピング施設整備や食と観光を結び付けた体験ツアー等を推進中。



高知県越智町／
アウトドアなまちにするぜよ！宣言

- ・2018（平成30）年に「アウトドアなまちにするぜよ！宣言」をし、アウトドアメーカー〔株〕スノーピーク〕の監修・指定管理によるキャンプ場や物販機能などを備えた観光拠点施設（かわの駅）等の施設整備を推進中。



アウトドアなまちにするぜよ！宣言



三重県いなべ市／
北欧の世界観 Hygge(ヒュッゲ)による環境整備

- ・デンマーク大使館を始めとした官民連携により、日本初となる "Hygge (ヒュッゲ)" をテーマにしたキャンプ施設等のアウトドアフィールドを構築中。
- ・Hygge (ヒュッゲ) : 豊かな時間の過ごし方や暮らし方、心の持ち方をあらわす言葉。ほっと癒される心地よい時間と空間、その体験を通して得られる幸福感のこと。



第3部 現状・課題分析

奈良県上北山村／ 「自転車のりに優しいむら」づくりによる地域活性化

- ・「自転車のりに優しいむら」を目指し、サイクリストの受入れ環境や村民のおもてなし意識の向上に取り組む。
- ・2001（平成13）年からレース型イベント「ヒルクライム大台ヶ原」を開催。山間部の村に全国から村の人口を上回る800名近くのサイクリストが参加。前夜祭等での地域交流も盛ん。



岐阜県飛騨市／ インバウンド向けサイクリングツアー

- ・アドベンチャーツーリズムの一環として、外国人観光客向けのツアーを企画する SATOYAMA EXPERIENCE が、飛騨地域の自然や伝統、生活文化に触れることができる着地型旅行商品として飛騨古川の町を一周するサイクリングツアーを実施。



黒山サイクリング



黒山スノーシュー



黒山ステイ

徳島県三好市／ ラフティング等のアウトドアスポーツの推進

- ・世界レベルの好環境を有する吉野川等を活かした「アウトドアスポーツのまちづくり」として、ウォータースポーツの受入環境づくりや各種競技大会の開催等に取り組む。
- ・「ラフティング世界選手権」（2017年）「ウェイクボード世界選手権」（2018年）といった世界大会の誘致にも成功。



新潟県十日町市／ 農業 * アウトドアツーリズムの推進

- ・田植え～稲刈りをはじめとした農業（手伝い）体験と、キャンプ、サイクリング、トレッキング、ラフティング等のアウトドアを組合せたアウトドアツーリズムを推進。



3. 八代市のアウトドアツーリズム関連団体等からみた現状・課題

- ✓ 自然を始めとした豊富な地域資源を活かした独自のコンテンツ開発・磨き上げ、アウトドアファンの受入環境整備、エリア全体でのアウトドアツーリズムに特化したプロモーション、推進組織・人材の必要性が指摘されている。
- 本市のアウトドアツーリズムに関わる主な関係団体等 8 団体にヒアリングした結果は下記のとおりであり、社会情勢・市場環境から人材育成・推進体制整備まで多岐にわたる示唆が得られた。

図表 - 19 アウトドアツーリズム推進に係る主な現状・課題、アイデア等（関係団体等ヒアリング）

社会情勢・市場環境	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アフターコロナでは観光の在り方が大きく変化。旅を非日常ではなく、日常と一体化させて楽しむ層の増加が予想される。 ✓ 関係人口創出を目指す場合、「誰と」関係するかが重要。首都圏等の情報発信力・経済力のある富裕層（経営層）をターゲットにしてはどうか。本市は、資源（海・山・川・温泉）、地の利（首都圏等からのアクセスの良さ）からもポテンシャルが高い。
コンテンツ開発・磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 首都圏等の富裕層（経営層）をターゲットにする場合、八代ならではの資源を活かし、経営層が自然の中で「ままならないこと」を経験し、自己変革できるような「魂に響くコンテンツ」づくりに取り組んではどうか。 ✓ アウトドア*食、アウトドア*温泉、アウトドア*農業体験といった視点でのコンテンツ・ツアー開発が重要。サイクリング（レンタサイクル）+食事+温泉のパッケージ販売ができないか（阿蘇グルメサイクリング「たべコギ」のようなもの）。 ✓ アウトドア*食の観点から、ジビエや生姜、かんきつ類等の特産品を活用したメニューや商品開発・磨き上げも必要（例：アドベンチャーツーリズムを視野に海外富裕層向けに、生姜を活用したジンジャーエールを開発する）。 ✓ コンテンツ開発・ツアー造成の際に、首都圏の旅行代理店等の外部の視点から評価やアドバイスを得ることも重要。地元関係者では見えない価値を見出してもらえ。 ✓ 球磨川をはじめとした川の魅力が豊富であることが本市の強みであり、ラフティングやカヌー、SUP、沢登等の川遊びメニューの充実や磨き上げができないか（球磨川上流域との差別化は必要）。
受入れ環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ✓ キャンプは競合地も多いので差別化が必要。キャンプ未経験者に始めるきっかけを与えられるようなエリアを目指してはどうか。道具レンタル等の手ぶらキャンプ推進のほかに、「キャンプ初心者道場（仮称）」としてインストラクター・ガイドが指導し、未経験者に楽しみ方を提案できるような仕組みが作れると良い。 ✓ 飲食店・宿泊施設等のサイクルステーションが少ない（近隣では天草市で多い）。協力施設を増やし、サイクリストが利用するサイト・アプリに登録し、情報発信してほしい。 ✓ 八代農業高校泉分校はアウトドア関連の部活動（カヌー部、マウンテンバイク部、やま部）があり、校内にマウンテンバイクコースも整備されている。貴重な地域資源であり、連携を図ってはどうか。 ✓ アドベンチャーツーリズムとして五家荘での秘境の生活体験+サイクリングの組み合わせが考えられる。サイクルについてはアウトドア体験としてだけでなく、当該エリアでの二次交通として活用するイメージである。
プロモーション・販促活動	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アウトドアツーリズム推進に向けて、八代市及び周辺エリア全体での統一したPRと販促活動が必要。 ✓ 無人島ツアーやラフティング等、訴求力のある資源・コンテンツがあり、アドベンチャーツーリズムを視野に販促したいが単独事業者では販路開拓に限界がある。エリア全体の営業マンが必要。 ✓ まず福岡都市圏をターゲットとしたプロモーションが重要。八代市で気軽にアウトドアができることを印象付ける、わかりやすいPRフレーズがあったほうがよい。（例）「博多から1時間後には球磨川の上にあります」 ✓ アウトドアのPRには動画が有効。エリア全体や各事業者単位でドローンを活用した臨場感のあるPR動画撮影ができないか。
人材育成・推進体制整備	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存のアウトドア関連資源や事業者等を結び付けたり、新規資源の発掘やコンテンツ開発・磨き上げ等を行うトータルプロデューサーが必要。 ✓ 上記のトータルプロデューサー機能は市全体だけでなく、市内各エリア単位であったほうがよい。道の駅にその機能を付加できないか。 ✓ アウトドア関連事業者等の連携の場がない。事業者連携会議（仮称）を開催すれば、事業者等間での自発的な連携により新たなコンテンツ開発やツアー造成が期待できるのではないかと。 ✓ アウトドア関連の官民連携の場が必要。周辺エリアも含めた官民連携でのアウトドアツーリズム推進のための企画・調整の場を持ってほしい。

《ヒアリング対象》・（一社）DMO やつしろ ・肥薩おれんじ鉄道（株） ・（株）SUNABACO ・NPO 法人くまもと遊び Labo
 ・八代市東陽支所 ・八代市泉支所 ・坂より上公民館（橋永農園） ・NPO 法人球磨川アドベンチャーズ

第3部 現状・課題分析

第3章 アウトドアファンニーズ調査

1. 調査の概要

アウトドアファン（愛好家〔経験者〕・関心層）のアウトドア活動の状況や今後の活動意向、本市及び周辺地域のアウトドア関連資源等に対する関心度等を把握するため、以下の設計によるWEB調査を実施しました。

※全問の回答結果は「第4部 参考資料 第1章アウトドアファンニーズ調査（結果詳細）」参照。

図表 - 20 アウトドアファンニーズ調査の概要

調査方法	WEB調査（インターネットリサーチパネル登録モニターに対する調査）
回収数	アウトドアファン（愛好家〔経験者〕・関心層） 2,400人 ※4エリア（北部九州・南部九州・近畿圏・首都圏）＊男女＊年齢3区分＊100人ずつ ※上記についてアウトドア3年以内経験有無で半数ずつ回収
調査内容	①基本属性（居住地、性別、年代、家族構成、アウトドア関心度 等） ②アウトドア活動全般について（アウトドア実施経験・実施内容・今後の実施希望 等） ③キャンプ・バーベキューについて（キャンプ・バーベキューの実施形態・内容、競合地域 等） ④サイクリングについて（サイクリングの実施形態・内容、競合地域 等） ⑤八代市のアウトドア・観光資源について（アウトドア関連資源や検討施策の評価、その他観光資源の評価、来訪意向 等）

図表 - 21 回答者の基本属性

全体		(人)	(%)	全体		(人)	(%)	
アウトドア 経験・関心 (割付)	愛好家〔経験者〕（最近3年以内にやったものがある）	1,200	50.0	職業	会社員・公務員・団体職員	1,127	47.0	
	関心層	（やったことはあるが、最近3年以内はやっていない）	719		30.0	会社役員・経営者	45	1.9
		（全くやったことがない）	481		20.0	自営業	148	6.2
		男性・20～34歳（M1層）	400		16.7	契約社員・派遣社員・パート・アルバイト	484	20.2
性・年代 (割付)	男性・35～49歳（M2層）	400	16.7		専業主婦（夫）	287	12.0	
	男性・50歳以上（M3層）	400	16.7		無職	198	8.3	
	女性・20～34歳（F1層）	400	16.7		学生	69	2.9	
	女性・35～49歳（F2層）	400	16.7		その他	42	1.8	
	女性・50歳以上（F3層）	400	16.7		年収 (世帯)	400万円未満	605	25.2
	居住地 (割付)	北部九州	600			25.0	400～600万円未満	489
南部九州		600	25.0			600～800万円未満	319	13.3
近畿圏		600	25.0			800～1000万円未満	229	9.5
首都圏		600	25.0	1000～1500万円未満		184	7.7	
一人暮らし		517	21.5	1500万円以上		61	2.5	
家族構成	夫婦世帯	520	21.7	不明・回答拒否	513	21.4		
	ファミリー層（中学生以下の子あり）	604	25.2					
	ファミリー層（その他）	759	31.6					

<居住地区区分>

北部九州	福岡県・佐賀県・長崎県
南部九州	熊本県・大分県・宮崎県・鹿児島県
近畿圏	滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県
首都圏	埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県

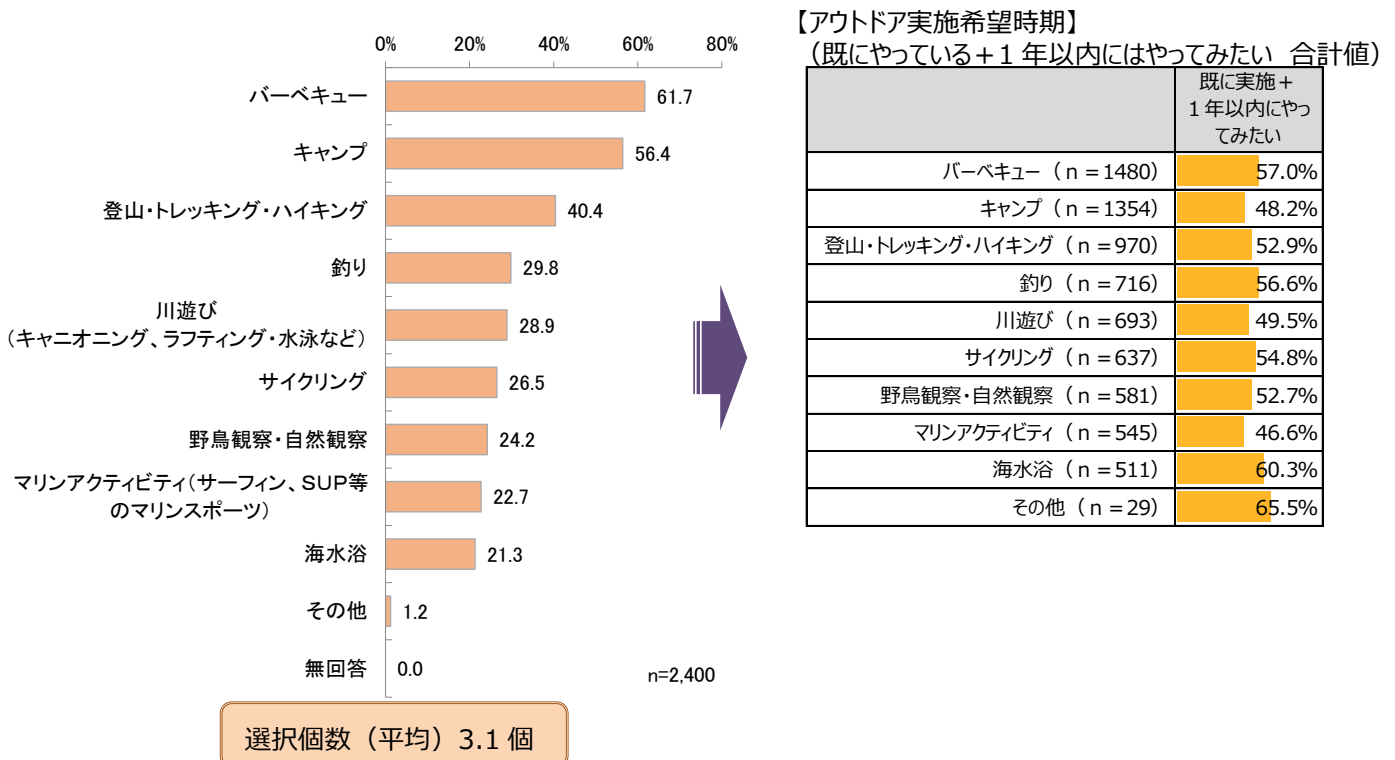
2. アウトドア活動全般について

- ✓ 人気アクティビティ上位は「バーベキュー」「キャンプ」。
- ✓ 特に「キャンプ」はアウトドア愛好家で今後の実施意向の伸びが大きく、市場に期待大。
- ✓ 中学生以下の子がいるファミリー層、経営者層で他に比べてアウトドア意向が高い。
- ✓ アウトドアを実施したい理由の上位は「気分転換・ストレス解消」「自然の中で過ごしたい」、ファミリー層では「家族だんらん」「子どもに野外活動を体験させたい」意向も高い。
- ✓ アウトドアの情報源は「友人」「家族・親族」「インターネット記事・広告」が上位。

1) 今後のアウトドア活動意向

- アウトドアファンの過半数が「バーベキュー」「キャンプ」を今後やってみたいと考えており、これに「登山・トレッキング・ハイキング」が4割、「釣り」「川遊び」「サイクリング」が3割弱で続いています。実施時期は1年以内（既に実施含む）が4～6割台と、多くのアウトドアファンが直近での実施を希望しています。
- アウトドア関心層（3年以内に実施経験ないがアウトドアに関心がある者）も含めた全体での属性別回答傾向をみると、「キャンプ」は40歳代以下の男性で他に比べて実施意向が高く、6割を超えています。
- また、家族構成別では中学生以下の子どものいるファミリー層で、職業別では会社役員・経営者層で他に比べて意向が高くなっています。
- アウトドア愛好家（3年以内のアウトドア活動経験者）に限定して現在の実施内容と今後の希望内容を比較すると、「キャンプ」で今後の意向の伸びが20ポイント以上と大きく、この他、「マリンアクティビティ」や「川遊び」、「サイクリング」、等でも10ポイント以上の伸びがあり、これらのアクティビティに対して特に愛好家の関心が高まっていると考えられます。

図表 - 2 2 今後やってみたいアウトドア内容・実施時期



第3部 現状・課題分析

		(%)											選択個数(平均)	
		全体	バーベキュー	キャンプ	登山・トレッキング・ハイキング	釣り	川遊び	サイクリング	野鳥観察・自然観察	マリンスポーツ	海水浴	その他	無回答	
全体		n=2,400	61.7	56.4	40.4	29.8	28.9	26.5	24.2	22.7	21.3	1.2	0.0	3.1個
性・年代	男性・20～34歳(M1層)	n=400	59.3	62.0	35.8	33.5	26.0	29.8	14.8	20.0	20.0	0.8	0.0	3.0個
	男性・35～49歳(M2層)	n=400	61.3	63.0	39.8	33.8	34.8	29.3	19.3	23.8	26.8	1.5	0.0	3.3個
	男性・50歳以上(M3層)	n=400	57.5	50.8	41.5	34.5	20.5	25.5	25.8	13.0	16.5	1.3	0.3	2.9個
	女性・20～34歳(F1層)	n=400	64.3	60.0	32.3	28.5	33.8	21.3	18.5	35.8	29.0	0.5	0.0	3.2個
	女性・35～49歳(F2層)	n=400	64.0	59.0	45.0	25.3	34.5	31.3	29.5	26.8	24.5	0.3	0.0	3.4個
	女性・50歳以上(F3層)	n=400	63.8	43.8	48.3	23.5	23.8	22.3	37.5	17.0	11.0	3.0	0.0	2.9個
家族構成	一人暮らし	n=517	55.3	55.5	38.7	28.0	25.0	26.5	24.8	22.6	19.7	0.8	0.0	3.0個
	夫婦世帯	n=520	60.8	51.2	41.9	27.9	24.0	22.9	27.5	21.0	14.2	1.7	0.0	2.9個
	ファミリー層(中学生以下の子あり)	n=604	67.4	66.1	39.9	30.3	38.7	28.3	17.9	27.3	32.0	0.7	0.0	3.5個
	ファミリー層(その他)	n=759	62.1	53.0	41.0	32.0	27.0	27.7	26.6	20.3	18.7	1.6	0.1	3.1個
職業	会社員・公務員・団体職員	n=1,127	59.6	59.2	40.5	30.3	28.9	26.4	18.3	24.4	23.2	0.7	0.0	3.1個
	会社役員・経営者	n=45	68.9	57.8	46.7	40.0	40.0	24.4	26.7	20.0	24.4	2.2	0.0	3.5個
	自営業	n=148	62.8	52.0	44.6	39.2	27.7	26.4	33.1	20.9	25.0	0.7	0.7	3.3個
	契約社員・パート・アルバイト等	n=484	62.4	54.1	40.7	25.6	28.7	28.5	27.5	22.1	18.4	2.1	0.0	3.1個
	専業主婦(夫)	n=287	66.2	55.1	41.5	22.0	30.7	21.6	30.0	22.3	19.2	2.4	0.0	3.1個
	無職	n=198	61.1	52.0	38.4	38.4	27.8	29.3	31.8	14.6	17.7	1.0	0.0	3.1個
	学生	n=69	71.0	60.9	26.1	29.0	24.6	29.0	26.1	29.0	21.7	0.0	0.0	3.2個
	その他	n=42	52.4	45.2	40.5	35.7	21.4	28.6	33.3	23.8	19.0	0.0	0.0	3.0個

■ : 全体より10ポイント以上高い ■ : 全体より5ポイント以上高い ※以降同様

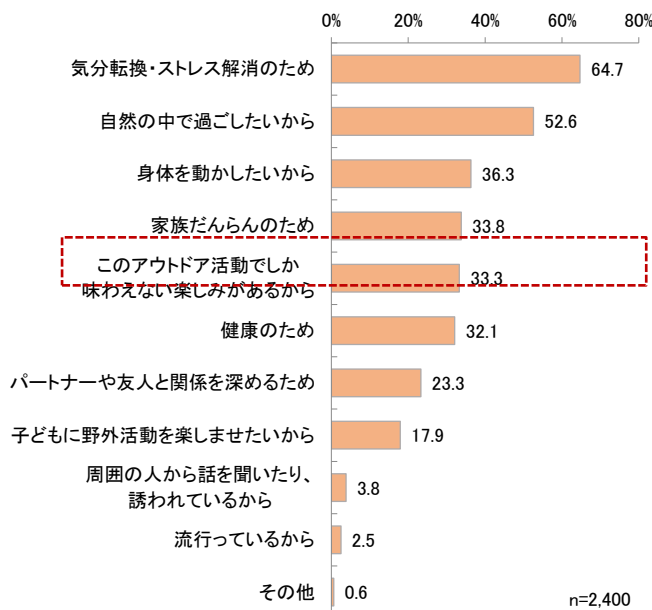
図表 - 23 アウトドア愛好家(3年以内経験者)の現在と今後の希望内容比較

n = 1,200	現在(過去3年以内)の実施内容	今後やってみたい内容	差(今後-現在)
	バーベキュー 54.3%	58.3%	4.0%
	キャンプ 34.2%	57.9%	23.7%
	登山・トレッキング・ハイキング 33.9%	43.6%	9.7%
	釣り 26.9%	33.6%	6.7%
	川遊び 20.9%	32.0%	11.1%
	サイクリング 17.7%	28.4%	10.7%
	野鳥観察・自然観察 18.9%	23.7%	4.8%
	マリンスポーツ 12.5%	26.9%	14.4%
	海水浴 23.8%	25.5%	1.7%
	その他 3.5%	1.7%	-1.8%
	選択個数(平均) 2.5個	3.3個	0.9個

2) アウトドア実施理由

- アウトドアをやってみたい理由では「気分転換・ストレス解消」の割合が最も高く、次いで「自然の中で過ごしたい」となっており、過半数の人がこの2つの理由をあげています。
- 「このアウトドア活動でしか味わえない楽しみがある」の割合は、「マリンアクティビティ」や「川遊び」などの海・川での体験活動の希望者で高くなっています。
- 属性別の回答傾向をみると、35～49歳女性（F2層）や中学生以下の子がいるファミリー層等では他に比べて「家族だんらん」や「子どもに野外活動を楽しませたい」の割合が高くなっています。

図表 - 24 アウトドアを今後やってみたい理由



【今後やってみたいアウトドア活動（複数回答）別】

アウトドア活動	割合 (%)
キャンプ (n = 1354)	39.5%
バーベキュー (n = 1480)	38.0%
サイクリング (n = 637)	38.9%
登山・トレッキング・ハイキング (n = 970)	41.0%
海水浴 (n = 511)	45.0%
マリンアクティビティ (n = 545)	49.2%
川遊び (n = 693)	48.5%
釣り (n = 716)	43.4%
野鳥観察・自然観察 (n = 581)	46.0%
その他 (n = 29)	58.6%

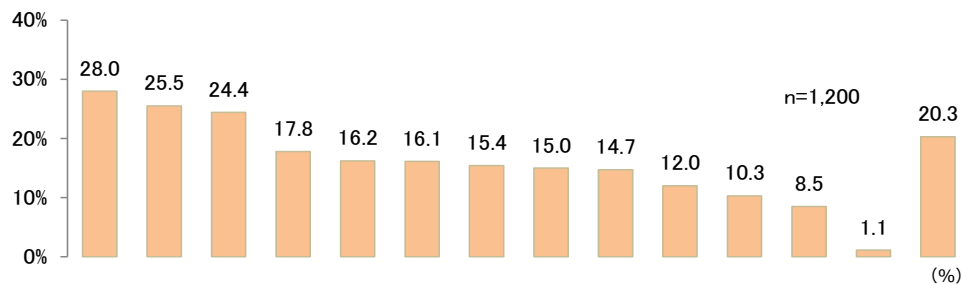
属性	属性説明	n	理由 (%)										
			気分転換・ストレス解消のため	自然の中で過ごしたいから	身体を動かしたいから	家族だんらんのため	このアウトドア活動でしか味わえない楽しみがあるから	健康のため	パートナーや友人と関係を深めるため	子どもに野外活動を楽しませたいから	周囲の人から話を聞いたり誘われているから	流行っているから	その他
全体	全体	n = 2,400	64.7	52.6	36.3	33.8	33.3	32.1	23.3	17.9	3.8	2.5	0.6
アウトドア経験	3年以内経験者	n = 1,200	64.2	53.3	38.7	37.3	38.4	32.7	26.2	21.5	5.3	2.9	0.5
	3年以内未経験者（アウトドア経験有り）	n = 719	70.0	55.8	37.7	34.5	32.7	33.8	22.4	16.1	2.1	1.4	0.4
	3年以内未経験者（アウトドア経験無し）	n = 481	58.2	46.2	28.1	24.1	21.2	28.3	17.5	11.6	2.5	3.3	1.2
性・年代	男性・20～34歳（M1層）	n = 400	62.3	46.5	33.5	21.8	28.5	30.8	22.3	11.5	5.3	4.0	1.0
	男性・35～49歳（M2層）	n = 400	64.3	43.8	32.0	32.8	29.0	32.3	26.3	19.8	2.8	2.0	0.8
	男性・50歳以上（M3層）	n = 400	67.0	54.0	36.0	30.8	34.0	39.0	20.0	9.5	2.0	1.0	0.5
	女性・20～34歳（F1層）	n = 400	59.3	49.8	33.3	36.5	31.8	22.5	26.3	24.8	7.0	4.8	0.3
	女性・35～49歳（F2層）	n = 400	65.8	59.5	42.3	43.8	36.8	28.3	22.0	30.8	3.5	2.5	0.5
女性・50歳以上（F3層）	n = 400	69.8	62.3	40.5	37.5	39.5	40.0	23.0	11.3	2.3	1.0	0.8	
家族構成	一人暮らし	n = 517	63.6	50.5	39.7	11.2	33.3	33.3	20.9	2.9	5.4	3.9	0.8
	夫婦世帯	n = 520	66.2	54.4	35.8	36.5	37.1	37.7	27.9	9.2	3.3	1.7	0.0
	ファミリー層（中学生以下の子あり）	n = 604	56.3	48.8	34.1	61.1	31.0	26.3	21.2	54.8	3.0	2.3	0.5
	ファミリー層（その他）	n = 759	71.1	55.9	36.0	25.7	32.4	32.1	23.5	4.7	3.7	2.4	1.1
職業	会社員・公務員・団体職員	n = 1,127	63.4	50.0	35.1	31.1	31.2	33.5	23.2	17.8	3.5	2.4	0.4
	会社役員・経営者	n = 45	51.1	46.7	31.1	44.4	28.9	37.8	22.2	24.4	8.9	4.4	0.0
	自営業	n = 148	66.2	58.1	38.5	30.4	35.8	26.4	25.7	15.5	5.4	2.0	1.4
	契約社員・パート・アルバイト等	n = 484	66.7	55.2	35.1	36.0	34.9	31.8	21.3	20.5	3.1	2.5	1.0
	専業主婦（夫）	n = 287	64.1	55.7	37.6	54.7	36.6	31.4	26.5	27.5	2.1	1.0	0.3
	無職	n = 198	73.7	57.1	40.4	20.7	35.9	30.8	21.7	5.1	4.0	3.5	1.5
	学生	n = 69	55.1	40.6	39.1	15.9	29.0	23.2	31.9	1.4	10.1	7.2	0.0
	その他	n = 42	61.9	59.5	42.9	31.0	35.7	40.5	11.9	14.3	9.5	4.8	0.0

第3部 現状・課題分析

3) アウトドア情報源

- アウトドア愛好家の情報源は、「友人」、「家族・親族」、「インターネット上の記事・広告」がそれぞれ2割以上と回答割合が高くなっています。
- 属性別にみると、35～49歳男性（M2層）では「アウトドア用品店（店頭）」、50歳代以上男性（M3層）では「新聞・雑誌・書籍」、50歳代以上女性（F3層）では「家族・親族」の回答割合が全体に比べて高くなっています。
- また、20～49歳男性（M1、2層）では「アウトドア用品メーカー（ウェブサイト等）」「アウトドア用品店（店頭）」の回答割合が高く、アウトドア関連企業からウェブ／リアル双方で情報を得ている様子がうかがわれます。
- 年収別にみると、1,000万円以上層で「アウトドア用品メーカー」等をはじめ、各種情報源の活用度が高くなっています。

図表 - 25 アウトドア情報源（アウトドア愛好家のみ）



	全 体	情報源														
		仲友人 間含む (同好会 等の趣 味の)	家 族・ 親 族	事 ・ 広 告 イ ン タ ー ネ ッ ト 上 の 記 事	マ ガ ジ ン 、 D M 等	ア ウ ト ド ア 用 品 メ ー カ ー の ウ ェ ブ サ イ ト 等	ミ ン タ ー ネ ッ ト 上 の コ ン テ ン ツ	S N S ・ プ ロ グ	ア ウ ト ド ア 用 品 店 (店 員 か ら)	テ レ ビ ・ ラ ジ オ	ア ウ ト ド ア 用 品 店 (店 員 か ら)	ア ウ ト ド ア 用 品 店 (店 員 か ら)	新 聞 ・ 雑 誌 ・ 書 籍	ア ウ ト ド ア 用 品 店 (店 員 か ら)	ア ウ ト ド ア 用 品 店 (店 員 か ら)	特 に な い
全体	n=1,200	28.0	25.5	24.4	17.8	16.2	16.1	15.4	15.0	14.7	12.0	10.3	8.5	1.1	20.3	
性・ 年 代	男性・20～34歳 (M1層)	n=200	34.5	18.5	25.5	23.0	21.5	19.5	21.0	18.0	10.5	11.0	10.5	13.5	0.0	16.5
	男性・35～49歳 (M2層)	n=200	30.5	18.0	24.0	24.5	16.5	14.5	26.5	13.0	12.0	13.5	15.5	12.5	1.0	24.5
	男性・50歳以上 (M3層)	n=200	25.0	16.0	32.0	17.0	12.0	9.5	16.0	21.0	22.0	22.0	7.0	7.0	3.5	20.5
	女性・20～34歳 (F1層)	n=200	32.0	29.0	21.5	13.5	15.5	25.0	7.0	9.5	7.5	6.0	10.5	5.0	0.5	22.0
	女性・35～49歳 (F2層)	n=200	24.0	29.0	21.5	15.0	20.0	16.5	12.0	11.5	13.5	7.5	9.5	8.0	0.0	21.5
女性・50歳以上 (F3層)	n=200	22.0	42.5	22.0	14.0	11.5	11.5	10.0	17.0	22.5	12.0	9.0	5.0	1.5	17.0	
家 族 構 成	一人暮らし	n=244	31.1	11.9	19.7	14.3	15.2	13.5	13.5	12.7	13.1	11.5	9.4	7.0	1.6	29.1
	夫婦世帯	n=272	24.6	30.1	29.4	17.3	13.6	15.1	14.7	15.4	15.1	12.5	8.8	5.5	0.7	16.5
	ファミリー層 (中学生以下の子あり)	n=365	25.2	29.6	23.3	23.3	17.3	17.8	20.0	13.4	12.3	9.9	12.9	9.6	0.3	20.3
	ファミリー層 (その他)	n=319	31.7	27.3	25.1	14.7	17.9	16.9	12.2	18.2	18.2	14.4	9.4	11.0	1.9	16.9
年 収	400万円未満	n=279	28.0	21.5	17.6	10.4	11.8	12.2	10.0	14.0	11.8	12.9	7.5	5.0	2.5	24.4
	400～600万円未満	n=249	27.3	21.7	28.1	18.5	17.3	18.9	17.7	13.3	12.4	10.8	9.6	8.0	0.8	17.3
	600～800万円未満	n=173	29.5	28.3	31.8	20.8	18.5	19.1	19.1	16.8	16.2	12.1	12.7	13.3	0.6	13.9
	800～1000万円未満	n=138	27.5	28.3	25.4	18.8	24.6	18.8	18.1	15.2	18.8	15.2	11.6	9.4	0.0	17.4
	1000～1500万円未満	n=115	33.9	33.9	30.4	27.8	17.4	15.7	24.3	16.5	25.2	15.7	19.1	12.2	2.6	15.7
	1500万円以上	n=42	16.7	23.8	33.3	35.7	26.2	21.4	23.8	28.6	19.0	19.0	21.4	16.7	0.0	16.7
	不明・回答拒否	n=204	27.0	27.0	17.2	14.7	10.3	12.7	8.3	13.2	10.3	6.4	4.9	5.4	0.0	29.4

3. キャンプ・バーベキューについて

- ✓ キャンプ・バーベキュー経験者の約6割は半年に1回以上実施。費用は年間1～5万円が主流。
- ✓ “気軽に楽しみたい派”が9割と大半を占めるが、“こだわり派”も男性や高年収層を中心に一定数存在。
- ✓ キャンプ・バーベキュー関心層は経験者に比べて「利用者マナー」「手ぶらでできる道具レンタル」「管理人・ガイド」を重視。
- ✓ 手ぶらキャンプは1万円未満、手ぶらバーベキューは3,000～5,000円未満の価格希望が最多。

1) キャンプ・バーベキュー経験者・関心層のプロフィール

- 今回の調査でキャンプ・バーベキュー関連の質問に回答した「キャンプ・バーベキュー経験者」（3年以内に実施経験あり）と「キャンプ・バーベキュー関心層」（3年以内には実施していないが今後の実施意向あり）の基本属性は以下のとおりです。
- キャンプ経験者では男性が5割を超えて女性より多くなっていますが、関心層では男女がほぼ半数ずつと、経験者に比べて女性の割合が高くなっています。さらに性・年代別に詳しくみると、経験層では20～49歳男性（M1・M2層）の割合が高くなっています。バーベキュー経験者・関心層では性別による大きな違いはみられません。

図表 - 26 キャンプ・バーベキュー経験者・関心層の基本属性

	キャンプ (%)		バーベキュー (%)	
	経験者 (3年以内経験あり)	関心層 (3年以内未経験だが今後実施意向あり)	経験者 (3年以内経験あり)	関心層 (3年以内未経験だが今後実施意向あり)
全体	n = 410	n = 1,018	n = 651	n = 976
男性	55.4	50.8	48.4	47.7
女性	44.6	49.2	51.6	52.3
M1層 (20～34歳男性)	20.7	17.5	17.1	15.0
M2層 (35～49歳男性)	22.4	17.5	16.6	17.1
M3層 (50歳以上男性)	12.2	15.8	14.7	15.7
F1層 (20～34歳女性)	16.6	18.3	19.2	16.5
F2層 (35～49歳女性)	16.6	17.7	18.1	16.8
F3層 (50歳以上女性)	11.5	13.3	14.3	19.0
会社員・公務員・団体職員	60.2	45.8	53.3	41.5
会社役員・経営者	2.2	1.9	2.5	1.7
自営業	6.1	5.5	4.8	6.9
契約社員・派遣社員・パート・アルバイト	12.0	21.9	18.1	22.1
専業主婦 (夫)	11.7	11.4	12.7	13.0
無職	3.7	9.0	4.8	9.6
学生	3.4	2.9	2.6	3.4
その他	0.7	1.6	1.2	1.7
一人暮らし	20.5	21.5	16.4	20.7
夫婦世帯	20.2	19.4	21.8	21.3
ファミリー層 (中学生以下の子あり)	38.0	26.5	36.4	23.0
ファミリー層 (その他)	21.2	32.5	25.3	35.0
400万円未満	20.5	26.3	21.0	25.0
400～600万円未満	22.0	20.8	20.9	21.5
600～800万円未満	18.5	11.9	16.3	12.3
800～1000万円未満	12.9	8.3	12.3	8.2
1000～1500万円未満	8.8	7.4	9.7	6.4
1500万円以上	4.4	2.2	3.7	2.2
不明・回答拒否	12.9	23.2	16.1	24.5

第3部 現状・課題分析

2) キャンプ・バーベキュー実施状況

- キャンプ・バーベキューの実施頻度は「半年に1回程度」が3割台と最も割合が高く、全体の約6割が半年に1回以上実施しています。また、約半数の人は「家族・親族」と楽しんでおり、費用は年間1～5万円台が中心です。
- キャンプ・バーベキューの実施場所として良かった場所については、九州内では熊本県、福岡県、大分県、鹿児島県が多く、熊本県内では御立岬や阿蘇、天草等があげられています。

図表-27 キャンプ・バーベキュー実施状況（3年以内経験者）

		(%)	
		キャンプ	バーベキュー
3年以内経験者		n = 410	n = 651
実施頻度	月に1回以上	10.0	6.5
	2～3ヵ月に1回程度	17.6	22.7
	半年に1回程度	34.4	34.9
	1年に1回程度	24.1	26.4
	1年に1回未満	13.9	9.5
一緒に行った人	ひとりで	9.3	2.0
	家族・親族	45.1	56.8
	夫婦・パートナー	15.9	9.7
	友人（趣味仲間含む）	27.8	28.3
	職場の同僚	2.0	3.1
	その他	0.0	0.2
費用	年間1万円未満	22.2	38.6
	年間1～5万円未満	50.2	46.7
	年間5～10万円未満	21.7	11.7
	年間10～20万円未満	4.6	2.2
	年間20万円以上	1.2	0.9

《実施場所（良かった場所）》

※件数は自由記述件数

キャンプ	
熊本県（48件）	阿蘇、御立岬、天草 等
福岡県（40件）	五ヶ山、平尾台、海の中道 等
大分県（33件）	志高湖、糸ヶ浜 等
鹿児島県（30件）	吹上浜、霧島 等
兵庫県（25件）	淡路島 等

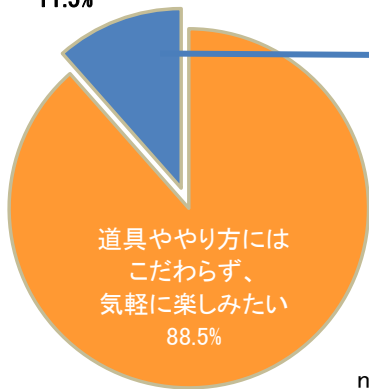
バーベキュー	
福岡県（92件）	糸島、源じいの森、海の中道 等
熊本県（69件）	天草、阿蘇、御立岬 等
大阪府（47件）	舞洲、淀川 等
鹿児島県（47件）	霧島、池田湖 等
大分県（46件）	志高湖、糸ヶ浜 等

3) キャンプ・バーベキューのスタイル

- キャンプ・バーベキュー希望者の約9割は道具等にこだわらずに気軽に楽しみたいと考えています。
- 道具ややり方にこだわって趣味として上達したい人は約1割であり、属性別にみると、49歳以下の男性（M1・2層）で2割弱と高く、また年収が高いほど“こだわり派”の割合が高くなっています。

図表 - 28 キャンプ・バーベキューのスタイル（今後の実施希望者）

道具ややり方にこだわって、趣味として上達したい
11.5%



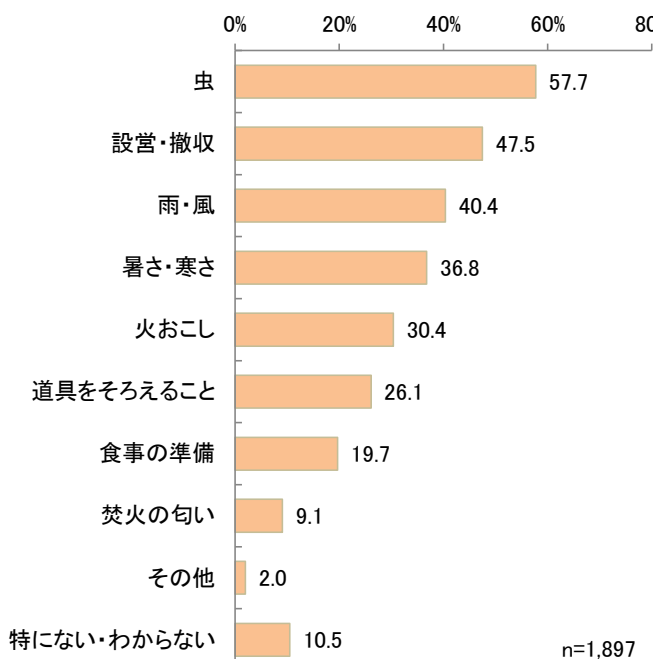
n=1,897

		(%)	
性・年代	男性・20～34歳 (M1層)	n = 320	18.1
	男性・35～49歳 (M2層)	n = 330	17.0
	男性・50歳以上 (M3層)	n = 293	11.9
	女性・20～34歳 (F1層)	n = 327	9.2
	女性・35～49歳 (F2層)	n = 329	8.5
	女性・50歳以上 (F3層)	n = 298	4.0
職業	会社員・公務員・団体職員	n = 900	13.4
	会社役員・経営者	n = 36	16.7
	自営業	n = 114	16.7
	契約社員・パート・アルバイト等	n = 378	7.1
	専業主婦 (夫)	n = 235	5.5
	無職	n = 150	12.7
	学生	n = 57	19.3
	その他	n = 27	11.1
年収	400万円未満	n = 458	9.2
	400～600万円未満	n = 403	10.4
	600～800万円未満	n = 258	11.2
	800～1000万円未満	n = 184	13.6
	1000～1500万円未満	n = 145	13.1
	1500万円以上	n = 50	18.0
	不明・回答拒否	n = 399	13.3

4) キャンプ・バーベキューで面倒・嫌なこと

- 面倒・嫌なことは「虫」が6割弱と最も高く、次いで「設営・撤収」、「雨・風」となっています。
- 過去3年以内のキャンプ・バーベキュー経験区分別にみると、未実施だが今後実施したいと考えている「関心層”では経験者に比べて全般的に面倒・嫌だと思割合が高くなっていますが、特に「道具をそろえること」に面倒に感じる割合が顕著に高くなっています。

- キャンプ・バーベキューで面倒・嫌なこと（今後の実施希望者）



n=1,897

《キャンプ・バーベキューの3年以内経験区分別》
(%)

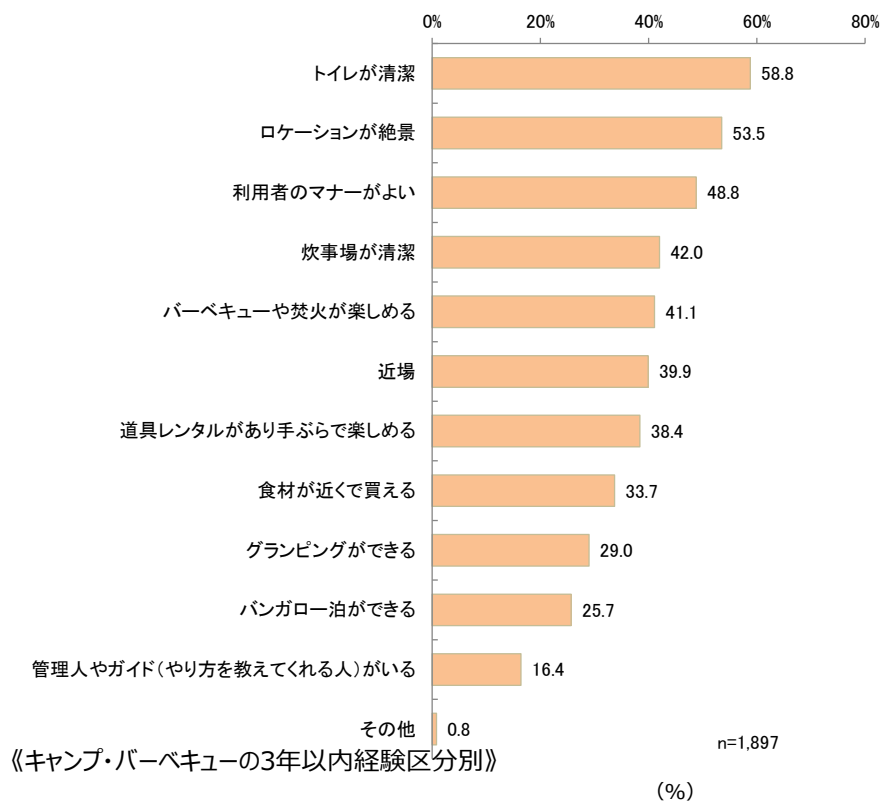
	経験者 (3年以内経験あり)	関心層 (3年以内未経験だが関心あり)	差 (関心層-経験者)
	n = 773	n = 1,124	
虫	54.5	60.0	5.5
設営・撤収	42.3	51.1	8.8
雨・風	36.9	42.8	5.9
暑さ・寒さ	33.8	38.9	5.1
火おこし	26.8	32.9	6.1
道具をそろえること	16.2	33.0	16.8
食事の準備	16.8	21.6	4.8
焚火の匂い	9.7	8.7	-1.0
その他	2.6	1.5	-1.1
特にない・わからない	11.3	10.0	-1.3

第3部 現状・課題分析

5) キャンプ・バーベキューの実施環境・サービスに対する希望

- 「トイレが清潔」と「ロケーションが絶景」が5割を超え、次いで「利用者のマナーがよい」、「炊事場が清潔」、「バーベキューや焚火が楽しめる」と続いています。
- 過去3年以内のキャンプ・バーベキュー経験区別にみると、未実施だが今後実施したいと考えている“関心層”では経験者に比べて「利用者のマナーがよい」「道具レンタルがあり手ぶらで楽しめる」「管理人やガイドがいる」こと等を重視する人の割合が顕著に高くなっています。一方、距離へのこだわりは少なく、「近場」であることを重視する人の割合は経験者よりも低くなっています。

図表 - 29 キャンプ・バーベキューの実施環境・サービスに対する希望（今後の実施希望者）

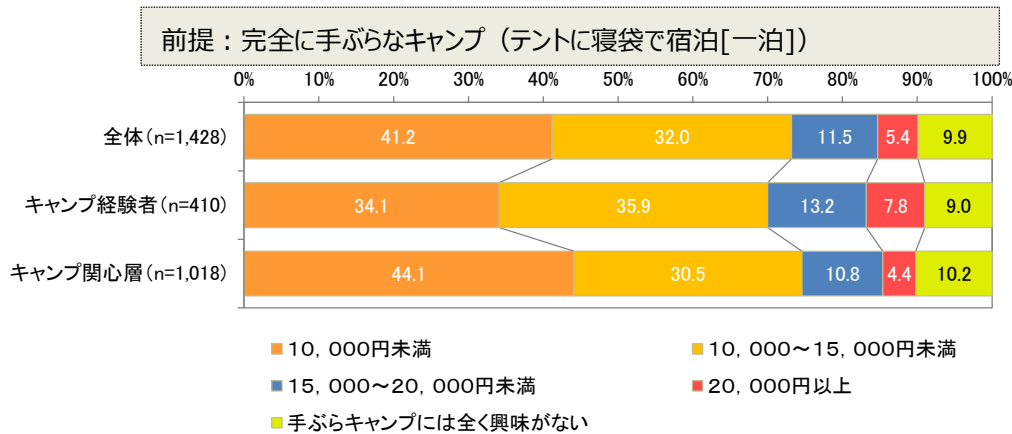


	経験者	関心層	差 (関心層- 経験者)
	(3年以内経験あり) n = 773	(3年以内未 経験だが関心 あり) n = 1,124	
トイレが清潔	56.7	60.2	3.5
ロケーションが絶景	54.6	52.7	-1.9
利用者のマナーがよい	42.8	52.8	10.0
炊事場が清潔	38.9	44.1	5.2
バーベキューや焚火が楽しめる	40.4	41.6	1.2
近場	45.9	35.8	-10.1
道具レンタルがあり手ぶらで楽しめる	33.1	42.1	9.0
食材が近くで買える	31.7	35.1	3.4
グランピングができる	26.9	30.4	3.5
バンガロー泊ができる	21.7	28.4	6.7
管理人やガイド(やり方を教えてくれる人)がいる	11.3	19.9	8.6
その他	1.2	0.6	-0.6

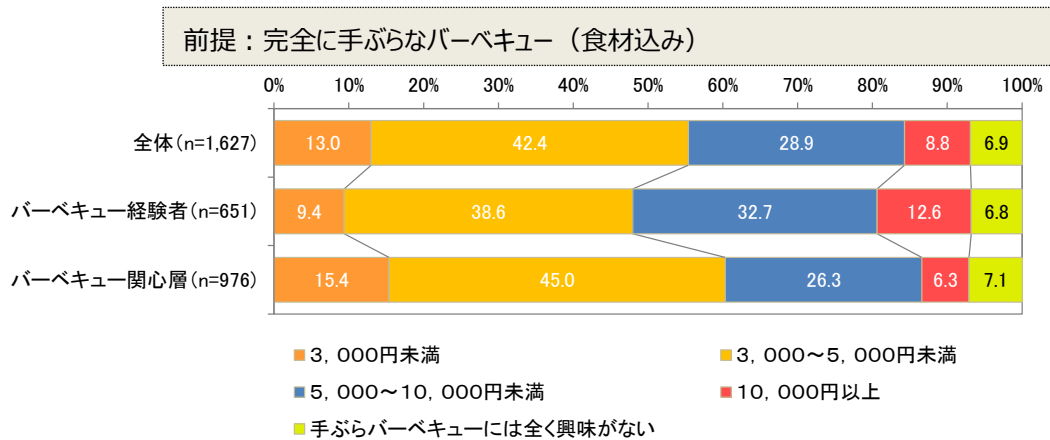
6) 手ぶらキャンプ・バーベキューの価格

- 手ぶらで行けるキャンプ・バーベキューに出してもいいと思う金額は、手ぶらキャンプは「1万円未満」、手ぶらバーベキューは「3,000～5,000円未満」がそれぞれ4割程度と最も割合が高くなっています。

図表 - 30 手ぶらキャンプに出してもいい金額（今後の実施希望者）



図表 - 31 手ぶらキャンプに出してもいい金額（今後の実施希望者）



第3部 現状・課題分析

4. サイクリングについて

- ✓ サイクリング経験者の6割強が男性。関心層では女性の割合が高まり、男女半数ずつ。
- ✓ サイクリング経験者の6割強が2～3カ月に1回以上実施。費用は年間1万円未満が主流。約3割は宿泊を伴うかたちでサイクリングを実施。
- ✓ 関心層（サイクリング未経験者）を中心にゆっくり気楽なサイクリング（ポタリング）や観光スポット周遊型のサイクリングのニーズが高い。
- ✓ 希望するサイクル実施環境は「初心者向けサイクリングコース」が6割強と最も高く、次いで「安心・安全なルート」、「レンタサイクル」。レンタサイクルは電動アシスト付きスポーツバイクが最も人気。
- ✓ サイクル関連施設・設備として「ルート上の休憩施設」「ロッカー等が整備された施設」や「宿泊施設・飲食店のサイクルラック配置」、「手荷物預かり・配送サービス」等のニーズが高い。

1) サイクリング経験者・関心層のプロフィール

- 今回の調査でサイクリング関連の質問に回答した「サイクリング経験者」（3年以内にサイクリング実施経験あり）と「サイクリング関心層」（3年以内にサイクリングは実施していないが今後の実施意向あり）の基本属性は以下のとおりです。
- サイクリング経験者では男性が6割強を占めていますが、関心層では男女がほぼ半数ずつと、経験者に比べて女性の割合が高くなっています。さらに性・年代別に詳しくみると、経験層では20～49歳男性（M1・M2層）が、関心層では35～49歳女性（F2層）の割合が高くなっています。

図表 - 3 2 サイクリング経験者・関心層の基本属性

	サイクリング経験者 (3年以内経験あり)	サイクリング関心層 (3年以内未経験だが今後実施意向あり)
全体	n = 212	n = 473
男性	65.1	49.0
女性	34.9	51.0
M1層（20～34歳男性）	25.0	16.5
M2層（35～49歳男性）	21.2	18.0
M3層（50歳以上男性）	18.9	14.6
F1層（20～34歳女性）	11.8	14.6
F2層（35～49歳女性）	11.8	22.2
F3層（50歳以上女性）	11.3	14.2
会社員・公務員・団体職員	59.0	43.6
会社役員・経営者	2.4	1.5
自営業	6.1	5.7
契約社員・派遣社員・パート・アルバイト	13.7	24.1
専業主婦（夫）	7.1	10.4
無職	5.2	10.1
学生	4.2	3.0
その他	2.4	1.7
一人暮らし	23.6	21.6
夫婦世帯	19.3	18.2
ファミリー層（中学生以下の子あり）	28.8	26.2
ファミリー層（その他）	28.3	34.0
400万円未満	27.8	23.7
400～600万円未満	17.5	22.4
600～800万円未満	14.2	11.8
800～1000万円未満	10.4	8.2
1000～1500万円未満	11.3	7.6
1500万円以上	5.7	2.5
不明・回答拒否	13.2	23.7

2) サイクリング実施状況

- サイクリング経験者のサイクリング実施状況をみると、実施頻度は「2～3ヵ月に1回程度」と「月に1回以上」が3割台と高く、これらの層で全体の6割強を占めています。また、約4割の人はひとりでサイクリングを楽しんでおり、費用は年間1万円未満が過半数となっています。
- また、サイクリング経験者の7割は主に日帰り、残りの3割は宿泊を伴うかたちで実施しています。

図表 - 3 3 サイクリング実施状況 (3年以内経験者)

		サイクリング (%)	
3年以内経験者		n = 212	
実施頻度	月に1回以上		31.1
	2～3ヵ月に1回程度		34.0
	半年に1回程度		19.8
	1年に1回程度		8.0
	1年に1回未満		7.1
一緒に行った人	ひとりで		41.0
	家族・親族		28.8
	夫婦・パートナー		14.6
	友人(趣味仲間含む)		15.1
	職場の同僚		0.5
	その他		0.0
費用	年間1万円未満		54.2
	年間1～5万円未満		27.8
	年間5～10万円未満		14.2
	年間10～20万円未満		1.4
	年間20万円以上		2.4
サイクリング旅行の実施状況	主に日帰り(近場で実施)		69.3
	日帰り・宿泊どちらも同程度ある		21.2
	主に宿泊(遠方で実施)		9.4

《実施場所(良かった場所)》

※件数は自由記述件数

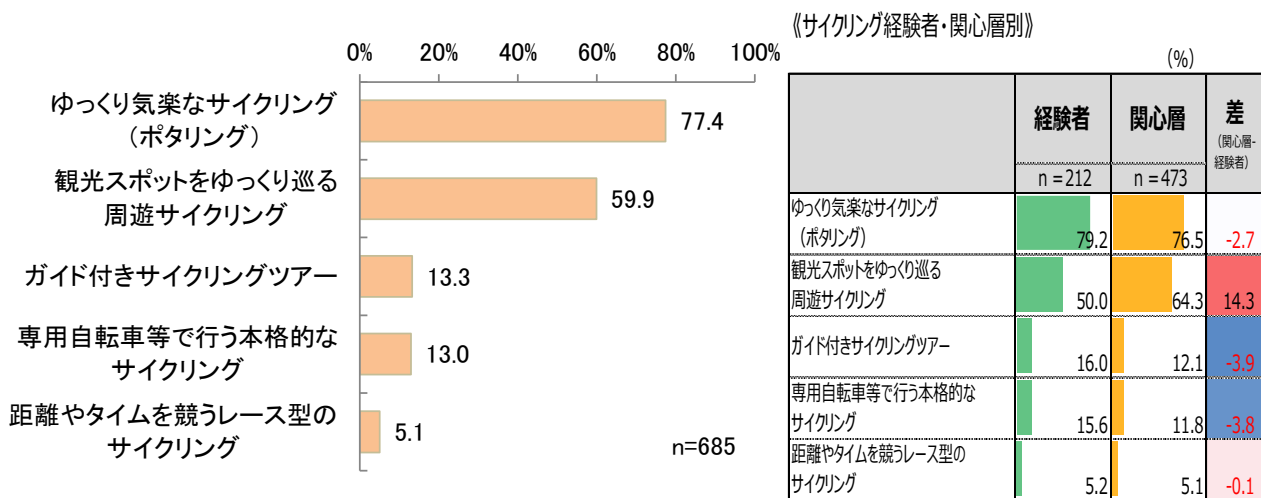
サイクリング	
福岡県 (32件)	海の中道、糸島、志賀島 等
東京都 (16件)	多摩川・多摩湖 等
滋賀県 (12件)	琵琶湖
兵庫県 (12件)	淡路島、丹波 等
熊本県 (12件)	阿蘇、菊池 等
鹿児島県 (12件)	吹上浜、佐多岬 等
神奈川県 (11件)	多摩川、江の島 等
大阪府 (11件)	大和川、淀川 等
広島県 (10件)	しまなみ海道、尾道 等
大分県 (10件)	国東半島、耶馬溪 等

第3部 現状・課題分析

3) サイクリングの形態

- サイクリング実施希望者の8割弱は「ゆっくり気楽なサイクリング（ポタリング）」を希望しており、これに「観光スポットをゆっくり巡る周遊サイクリング」が6割で続いています。
- 過去3年以内のサイクリング経験区分別にみると、経験者・関心層で傾向に大きな違いはないものの、関心層では経験者に比べて「観光スポット周遊サイクリング」を志向する人の割合が高くなっています。
- 基本属性別にみると、「観光スポット周遊サイクリング」は男性より女性で高くなっています。

図表 - 3 4 サイクリングの形態（今後の実施希望者）

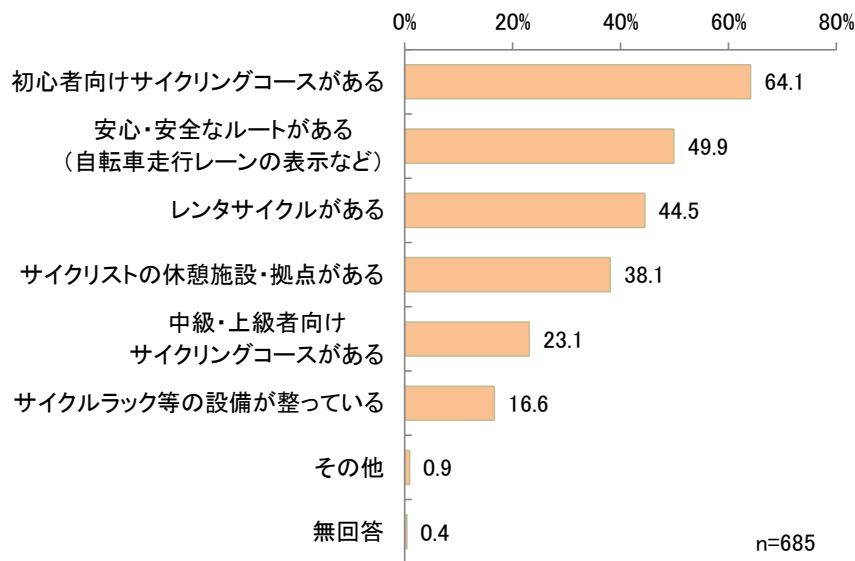


	全体	リ ン グ （ ポ タ リ ン グ ）	ゆ っ き り 気 楽 な サ イ ク リ ン グ	サ イ ク リ ン グ （ ポ タ リ ン グ ）	観 光 ス ポ ッ ト を ゆ っ き り 巡 る 周 遊 サ イ ク リ ン グ	リ ン グ （ ポ タ リ ン グ ）	ガ イ ド 付 き サ イ ク リ ン グ ツ ア ー	リ ン グ （ ポ タ リ ン グ ）	専 用 自 転 車 等 で 行 う 本 格 的 な サ イ ク リ ン グ	ク ラ シ ッ ク な サ イ ク リ ン グ	距 離 や タ イ ム を 競 う レ ー ス 型 の サ イ ク リ ン グ
全体	n=685	77.4	59.9	13.3	13.0	5.1					
性 ・ 年 代	男性・20～34歳 (M1層)	n=131	75.6	47.3	14.5	19.1	8.4				
	男性・35～49歳 (M2層)	n=130	80.0	61.5	16.9	14.6	2.3				
	男性・50歳以上 (M3層)	n=109	76.1	55.0	7.3	15.6	2.8				
	女性・20～34歳 (F1層)	n=94	78.7	66.0	20.2	17.0	12.8				
	女性・35～49歳 (F2層)	n=130	78.5	65.4	11.5	6.2	3.8				
	女性・50歳以上 (F3層)	n=91	74.7	67.0	8.8	4.4	1.1				
年 収	400万円未満	n=171	75.4	51.5	14.0	13.5	7.6				
	400～600万円未満	n=143	81.8	65.0	12.6	11.9	2.1				
	600～800万円未満	n=86	75.6	59.3	16.3	14.0	4.7				
	800～1000万円未満	n=61	80.3	60.7	19.7	11.5	6.6				
	1000～1500万円未満	n=60	75.0	73.3	11.7	15.0	0.0				
	1500万円以上	n=24	62.5	70.8	8.3	37.5	12.5				
	不明・回答拒否	n=140	78.6	57.1	10.0	8.6	5.7				

4) サイクリングの実施環境・サービスに対する希望

- 「初心者向けサイクリングコース」が6割強と最も高く、次いで「安心・安全なルート」、「レンタサイクル」と続いています。
- 過去3年以内のサイクリング経験区分別にみると、未実施だが今後実施したいと考えている“関心層”では経験者に比べて「レンタサイクル」や「初心者向けコース」、「休憩施設・拠点」等を重視する人の割合が高くなっています。一方、経験者は「中級・上級者向けサイクリングコース」の割合が高く、サイクリストのレベルに応じた多様なコース設定が求められていることがわかります。

図表 - 35 サイクリングの実施環境・サービスに対する希望（今後の実施希望者）



《サイクリング経験者・関心層別》

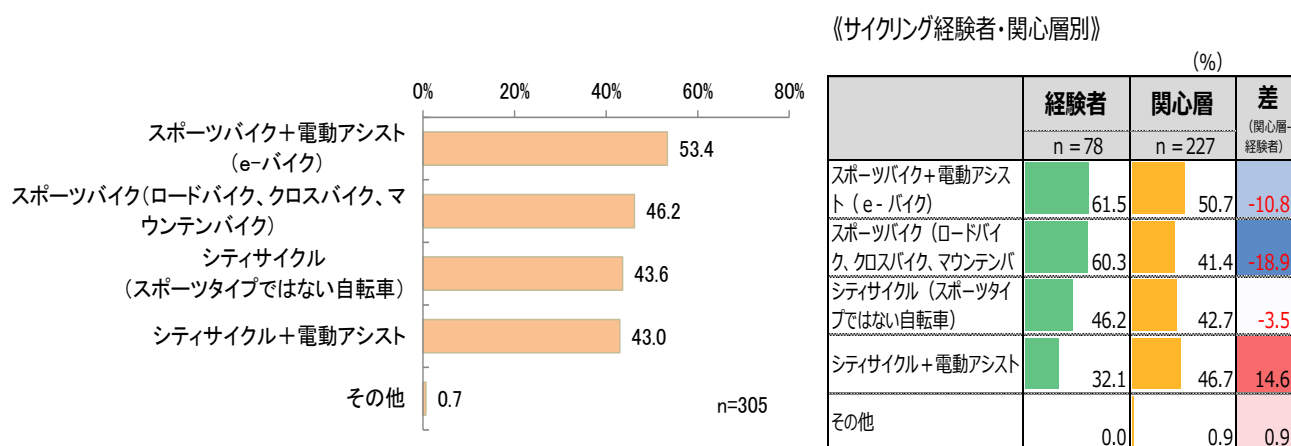
	(%)		
	経験者 n = 212	関心層 n = 473	差 (関心層- 経験者)
初心者向けサイクリングコースがある	59.0	66.4	7.4
安心・安全なルートがある（自転車走行レーンの表示など）	46.7	51.4	4.7
レンタサイクルがある	36.8	48.0	11.2
サイクリストの休憩施設・拠点がある	33.0	40.4	7.4
中級・上級者向けサイクリングコースがある	33.0	18.6	-14.4
サイクルラック等の設備が整っている	18.9	15.6	-3.3
その他	1.4	0.6	-0.8

第3部 現状・課題分析

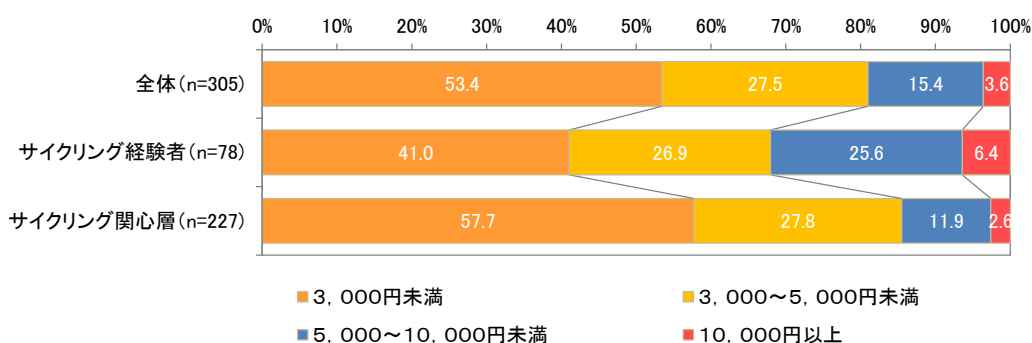
5) レンタサイクルに対する希望（形式・レンタル料）

- レンタサイクル希望者が希望するレンタサイクルの種類は「スポーツバイク+電動アシスト」が5割を超えて最も高いですが、他の4種類も4割台と人気は拮抗しているといえます。
- サイクリング経験者では関心層に比べてスポーツバイク系のレンタサイクルの人気が高く6割以上の方が志向しています。一方、関心層では「シティサイクル+電動アシスト」の割合が高く、「電動アシスト」付きであることが重視されています。
- レンタサイクル料として出してもいいと思う金額は、「3,000円未満」が5割強を占めています。サイクリング経験者・関心層とも「3,000円未満」が最多ですが、経験者では5,000円以上でも可とする層の割合が関心層に比べて高く、約3割を占めています。

図表 - 3 6 希望するレンタサイクルの種類（レンタサイクル希望者）



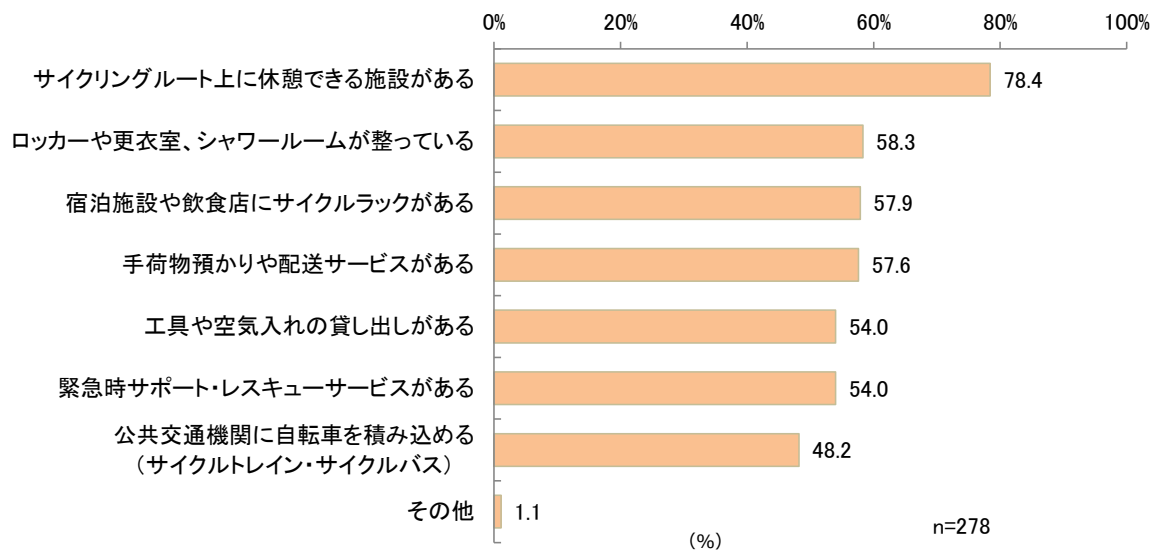
図表 - 3 7 レンタサイクルに出してもいい金額（今後の実施希望者）



6) サイクル拠点施設・その他設備等に求める機能

- サイクル拠点施設等を希望する人の約8割は「ルート上の休憩施設」を求めています。その他、「ロッカー等が整備された施設」や「宿泊施設・飲食店のサイクルラック配置」、「手荷物預かり・配送サービス」等、いずれも5割前後の人が希望しています。
- サイクリング経験者・関心層で比較すると、経験者は関心層に比べて「工具等貸し出し」や「サイクルトレイン・サイクルバス」の割合が高く、一方、関心層では「手荷物預かり・配送サービス」等の割合が高くなっています。

図表-38 サイクル拠点施設・その他設備等に求める機能（拠点施設等希望者）



	経験者	関心層	差
	n = 78	n = 200	(関心層- 経験者)
サイクリングルート上に休憩できる施設がある	79.5	78.0	-1.5
ロッカーや更衣室、シャワールームが整っている	53.8	60.0	6.2
宿泊施設や飲食店にサイクルラックがある	52.6	60.0	7.4
手荷物預かりや配送サービスがある	44.9	62.5	17.6
工具や空気入れの貸し出しがある	60.3	51.5	-8.8
緊急時サポート・レスキューサービスがある	55.1	53.5	-1.6
公共交通機関に自転車を積み込める (サイクルトレイン・サイクルバス)	55.1	45.5	-9.6
その他	2.6	0.5	-2.1

第3部 現状・課題分析


















5. 八代市のアウトドア・観光資源について

- ✓ アウトドア関連資源では「**五家荘**」「**御立岬**」のキャンプ場、「**球磨川（川遊び）**」が人気上位。
- ✓ 子どもがいるファミリー層が多い35～49歳女性と年収1,500万円以上の高収入層は全般的に本市アウトドア関連資源への関心が高い。
- ✓ **手ぶらキャンプ・バーベキュー**はファミリー層を中心にニーズが高く、全体の5割強が関心あり。高収入層は、「**焚火・キャンプフェス**」「**講師付き初心者向けキャンプ体験**」、「**サイクリングイベント**」に強い関心を示している。
- ✓ アウトドアやその他観光資源の情報を提供した上での八代市への来訪意向は4割が積極的に「行ってみたい」と回答。来訪意向が高いのは、**アウトドア経験者（3年以内）**や**20～34歳女性**、**南部九州居住者**、**年収1,500万円以上の高収入層**。

1) 八代市アウトドア関連資源に対する評価

- 八代市及び周辺エリアの主なアウトドア関連資源・コンテンツについて興味を感じたものでは「**五家荘渓流キャンプ場・自然塾**」と「**御立岬キャンプ場・アクティビティ**」の2つのキャンプ場に対する回答割合が4割を超えて高く、次いで「**球磨川での川遊び**」となっています。

図表 - 39 八代市のアウトドア関連資源に対する評価（興味を感じた資源・コンテンツ）
(%)

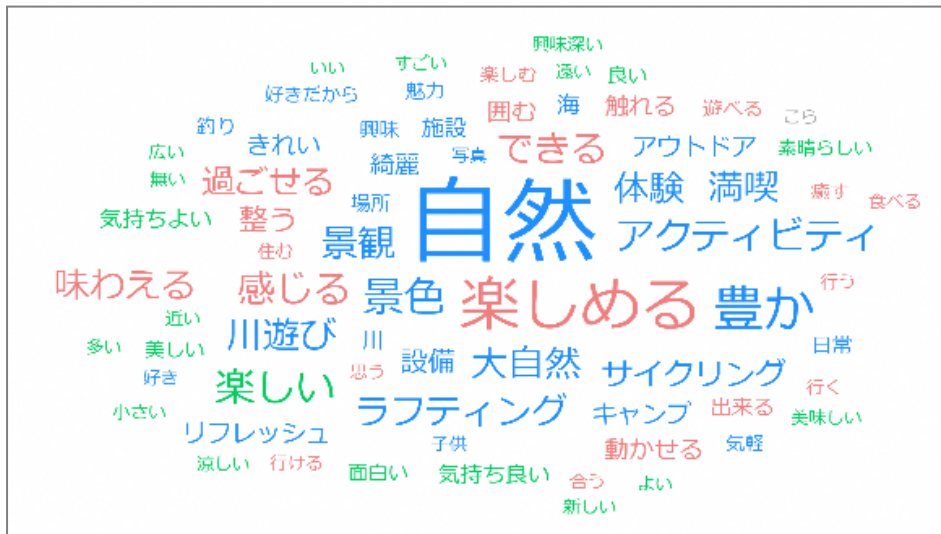
		全体 n = 2,400	うち アウトドア経験者 (3年以内) n = 1,200
五家荘渓流キャンプ場・自然塾	秘境・五家荘の標高700mの渓谷沿いにあるキャンプ場（バンガローあり）、自然塾は小学校をイメージした木造の体験宿泊施設	 47.0	 48.9
御立岬キャンプ場・アクティビティ	蒼い海と天草の島々を眼下に見て自然の中で一日過ごせるレジャースポット。キャンプ用品付きの常設テントがあるキャンプ場あり。海水浴や釣り等のアクティビティが楽しめる。	 45.5	 47.3
球磨川での川遊び	日本三大急流の一つである球磨川の急流を活かしたラフティングや川遊び	 38.2	 41.7
五家荘トレッキング	総延長約140キロメートルの登山道があり、熊本県最高峰の国見岳（1739メートル）等の九州百名山の四季をトレッキングで楽しめる。	 33.5	 34.0
立神峡キャンプ場・キャニオニング	立神峡里地公園内の設備の整ったログハウスやロッジ、立神峡を望めるキャンプ場。公園に沿って流れる氷川ではキャニオニング（川遊び）が楽しめる。	 33.5	 33.4
遙拝八の字広場	キャンプ、バーベキュー、カヌー、川遊び等のアウトドアレジャーが楽しめる広場（24時間利用OK、2022年8月オープン）	 30.2	 33.4
市内～周辺エリアのサイクリングコース	なだらかな八代平野や八代海の海岸線を走るルート、山岳地帯でアップダウンが激しい上級者向けルートなど、初心者～上級者まで楽しめるさまざまなサイクリングコースあり。	 30.2	 30.3
やつしろ船出浮き	漁師の船に乗って八代の伝統漁法を間近で見学し、獲れたての海の幸（イカ、エビ、カニ、チヌ等）を無人島で味わう海のレジャー	 23.5	 24.5
どこにも興味を感じない		 15.3	 13.1

第3部 現状・課題分析

図表 - 4 1 八代市のアウトドア関連施設に興味を感じた理由（主な自由記述内容）

記述内容	居住地	性・年代
サイクリングコースに初心者向けがあったのと、キャンプ場は景色が良さそうでリフレッシュできそう	鹿児島県	20～34歳女性
そこでしか味わえなさそうな雰囲気がある。船出浮きは漁師さんと交流できる。ひとりでも楽しそう。	神奈川県	20～34歳女性
キャニオニングや川下りなどスタッフがいる中で自然を楽しめるアクティビティに興味があったから。子供が自然の中で一緒に動いて遊べる環境を共有したい。	東京都	20～34歳女性
地元では体験できなそう。わざわざ行っても良いと感じた。	東京都	20～34歳女性
（五家荘自然塾が）小学校をイメージしてるところ、漁師の舟で新鮮なイカとか食べれるところ	大阪府	35～49歳女性
渓谷のそばのキャンプや、キャニオニング、ラフティングなど、豊かな自然を満喫でき、身体も動かせて、心身共にリフレッシュできそうだから	長崎県	35～49歳女性
無理にアウトドア感を出そうとせずに、自然をゆっくりと感じることができそう。	兵庫県	35～49歳女性
熊本は自然も美味しいものもたくさんあるイメージ、交通の便も良さそうなので。敷地が広そうでコロナを気にしなくて良さそうなので。	兵庫県	35～49歳女性
同県に住んでいながら知らないことがたくさんあったので、ぜひ行ってみたい	熊本県	50歳以上女性
自然が深く、登山キャンプサイクリング、その他の野外の楽しみのバリエーション豊富	埼玉県	50歳以上女性
バーベキューだけではなく海山川と色々なジャンルで遊べる	東京都	50歳以上女性
自然が豊かであり、キャンプ、バーベキュー、サイクリングに適している	神奈川県	20～34歳男性
全体的に自然を満喫できるスポットが多く、サイクリング以外にもいろんな体験ができるから	大阪府	20～34歳男性
景色が良いことに加え、新しい体験ができるスポットが近くにあるから	東京都	20～34歳男性
熊本市からそれほど離れていない八代市でこれだけあれば長期の休暇であればたくさん楽しめるから。短い休暇でも少しは体験できそうだから	京都府	35～49歳男性
自然の中をサイクリングとか気持ちよさそう紅葉のシーズンはいいのでは	埼玉県	35～49歳男性
海よりも綺麗な透き通った川が好きで川魚を見たことがないですし、自分で釣ってみたいと思ったから	鹿児島県	35～49歳男性
雄大な自然の中で体を動かすことでリフレッシュできそうだと感じられたから	神奈川県	35～49歳男性
自分の住んでいるところでは体験できない自然がいっぱいあるから	埼玉県	50歳以上男性
五家荘のバンガローに以前宿泊した事があり自然に囲まれとても良かったので	鹿児島県	50歳以上男性
どの場所も豊富な自然に溢れていそう。伝統に触れられる	神奈川県	50歳以上男性

《テキストマイニング結果》

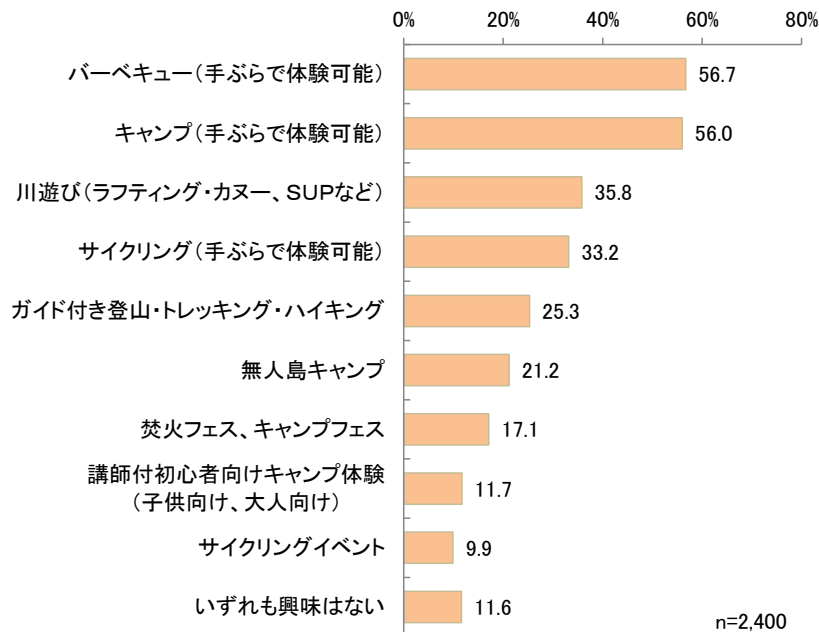


※ユーザーローカル テキストマイニングツール（<https://textmining.userlocal.jp/>）による分析

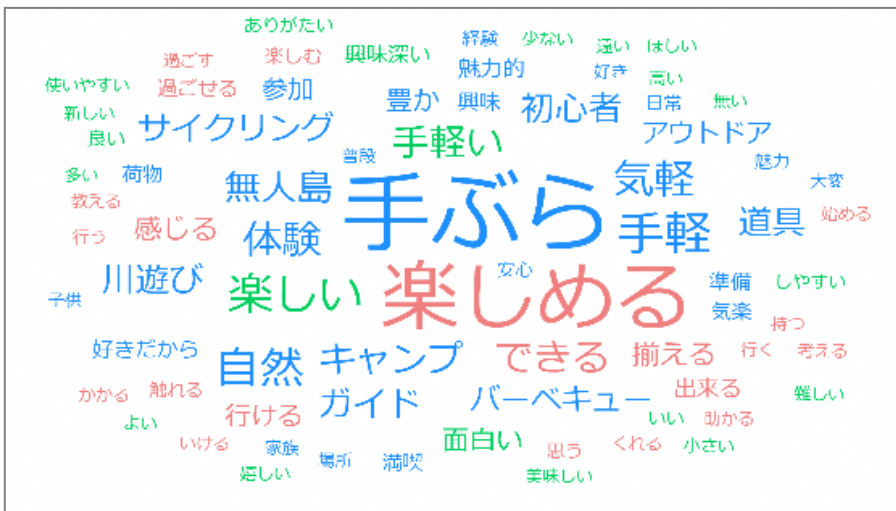
2) アウトドア検討施策に対する評価

- 本市で開発を検討しているアウトドア体験で興味を感じたものは、手ぶらで体験可能な「バーベキュー」・「キャンプ」の回答割合がそれぞれ6割弱と高く、以下、「川遊び」、手ぶらで体験可能な「サイクリング」が3割台で続いています。
- 回答者の基本属性別にみると、35～49歳女性（F2層）、中学生以下の子がいるファミリー層は全体に比べて割合が高い項目が多く、前問と合わせ、本市のアウトドア関連資源・コンテンツに関心が高い層であるといえます。また、「手ぶらキャンプ・バーベキュー」は20～49歳女性（F1・2層）で特に関心が高く、6割を超えています。
- 中学生以下のファミリー層では、「手ぶらキャンプ・バーベキュー」に加え、「川遊び」や「講師付き初心者向けキャンプ体験」の回答割合も全体に比べて高くなっています。
- また、年収1,500万円以上の高収入層では、「焚火フェス、キャンプフェス」をはじめ「講師付き初心者向けキャンプ体験」、「サイクリングイベント」の回答割合が高く、他の層との興味・関心の違いがみとれます。
- 各施策に興味を感じた理由（自由記述）では、上記の結果と同様に、手ぶらで楽しめることや、ガイドによる指導・支援があることを評価している意見が多く見られました。

図表 - 4 2 アウトドア検討施策に対する評価



《テキストマイニング結果》



※ユーザーローカル テキストマイニングツール (<https://textmining.userlocal.jp/>) による分析

第3部 現状・課題分析

3) 八代市の観光資源に対する評価

- アウトドア関連以外の、市内の観光スポットやイベントで興味を感じたものは、「花火大会」の回答割合が6割と最も高く、以下、「五家荘」、「日奈久温泉」が4割台で、「八代城跡」、「球磨川」が3割台で続いています。

図表 - 4 5 八代市の観光資源に対する評価（興味を感じた観光スポット・イベント）
(%)

			全体 n = 2,400
花火大会	全国の有名花火師（約30業者）がその技を競う花火競技大会。 ※毎年10月頃 開催		59.4
五家荘	九州脊梁の奥深くに隠された秘境の地。春は新緑に輝き、夏には溪流で水遊び、秋は紅葉、冬は壮麗な雪景色など四季折々に楽しめる。		44.5
日奈久温泉	開湯600年の歴史を誇る温泉。温泉街の路地裏には地元の人しか知らない隠れたスポットも。名物のちくわを頬張りながら、のんびりと路地裏散策が楽しめる。		40.7
八代城跡	2022年に築城400年を迎えた八代城の城跡。天守台・本丸跡の石垣、堀等が現存。お堀の舟めぐりも可能。 2017年「続・日本100名城」選定		34.0
球磨川	日本三大急流の一つである球磨川の急流を活かしたラフティングや川遊びができる。		33.3
日本遺産 石工の郷史跡群	八代は多くの「名石工」を輩出した「石工の郷」。川面に美しいアーチを描くめがね橋、見事な棚田の石垣等の史跡が市内に点在している。 ※2020年日本遺産認定		27.0
妙見祭	江戸時代から続八代神社（旧妙見宮）の秋の祭礼行事。獅子や笠鉦、亀蛇など約1700人・40の出し物が街中を練り歩く。 ※2016年ユネスコ無形文化遺産登録		21.6
くまモンポート八代	世界に開くゲートウェイとしての九州中央の大型クルーズ船の受入拠点。くまモンをテーマとした特色ある公園等を併設しフォトジェニックなスポットが盛りたくさん。		16.4
スリーデーマーチ	美しい自然と球磨川で育まれた、八代平野を舞台に地域の文化財や史跡等を結びつけたコースを散策するウォーキング大会 ※毎年3月頃 開催		15.4
いずれも興味はない			13.8

第3部 現状・課題分析

- 回答者の基本属性別にみると、概ね女性の回答割合が高く、20～34歳女性（F1層）では「花火大会」、50歳以上女性（F3層）では「五家荘」や「日奈久温泉」等が全体に比べて高くなっています。また、「くまもんポート八代」は20～49歳女性（F1・2層）で、「五家荘」や「日奈久温泉」、「日本遺産」は男女とも50歳以上で割合が高く、これらの層での関心度の高さがうかがえます。

図表－46 基本属性別 八代市の観光資源に対する評価

(%)

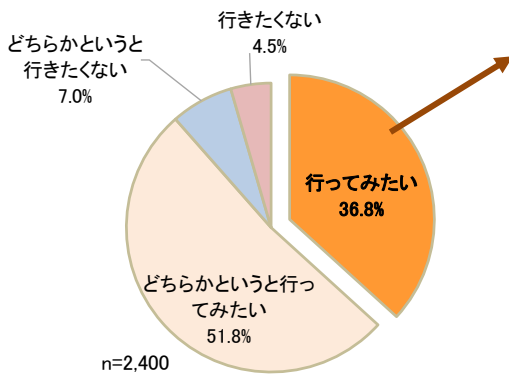
	全 体	花 火 大 会	五 家 荘	日 奈 久 温 泉	八 代 城 跡	球 磨 川	史 跡 群 石 工 の 郷	日 本 遺 産	妙 見 祭	く ま も ん ポ ー ト 八 代	ス リ ー デ ー マ ー チ	い ず れ も 興 味 は な い
全体	n=2,400	59.4	44.5	40.7	34.0	33.3	27.0	21.6	16.4	15.4	13.8	
性・年代	男性・20～34歳（M1層）	n=400	55.8	32.8	34.3	28.5	29.5	20.8	19.3	15.0	15.5	20.5
	男性・35～49歳（M2層）	n=400	56.3	35.8	35.3	30.3	36.0	21.0	21.0	13.3	15.8	17.3
	男性・50歳以上（M3層）	n=400	43.0	48.5	46.3	29.8	31.3	32.8	16.8	8.8	10.3	15.8
	女性・20～34歳（F1層）	n=400	71.8	43.5	36.3	35.8	32.8	20.8	19.0	22.0	10.3	10.8
	女性・35～49歳（F2層）	n=400	67.8	48.3	41.0	36.8	39.5	31.0	28.3	22.5	19.5	8.8
	女性・50歳以上（F3層）	n=400	62.0	58.0	51.3	43.0	30.8	35.5	25.5	17.0	21.3	10.0
居住地	北部九州	n=600	62.3	51.0	42.7	34.3	36.7	26.2	19.7	15.5	15.7	10.7
	南部九州	n=600	62.7	45.3	41.2	31.2	33.2	26.7	24.0	17.5	16.3	12.5
	近畿圏	n=600	57.2	40.0	39.8	35.5	31.2	28.8	20.7	17.3	14.0	16.2
	首都圏	n=600	55.5	41.5	39.2	35.0	32.2	26.2	22.2	15.3	15.7	16.0
家族構成	一人暮らし	n=517	55.7	38.5	38.9	34.4	30.6	24.6	20.5	13.0	14.7	17.2
	夫婦世帯	n=520	55.8	49.2	45.4	33.8	32.5	31.9	21.3	12.1	15.4	13.8
	ファミリー層（中学生以下の子あり）	n=604	67.5	40.2	34.6	30.5	37.3	21.0	22.0	20.5	16.2	10.6
年収	ファミリー層（その他）	n=759	58.0	48.6	43.6	36.6	32.5	29.9	22.3	18.4	15.3	14.1
	400万円未満	n=605	60.0	46.1	39.7	33.4	29.6	26.8	20.8	14.9	15.0	13.2
	400～600万円未満	n=489	59.1	43.6	40.7	34.6	32.9	26.2	21.1	17.4	15.3	12.5
	600～800万円未満	n=319	63.6	45.1	41.4	33.9	38.9	25.4	23.5	19.4	15.4	9.7
	800～1000万円未満	n=229	62.0	47.6	43.2	37.6	38.0	29.3	24.9	16.6	16.2	10.9
	1000～1500万円未満	n=184	56.5	43.5	44.0	28.3	39.1	30.4	20.1	14.1	17.4	9.8
	1500万円以上	n=61	52.5	42.6	44.3	29.5	45.9	27.9	24.6	21.3	23.0	11.5
不明・回答拒否	n=513	57.1	42.1	38.8	35.3	28.8	26.5	20.7	15.6	14.0	21.4	

第3部 現状・課題分析

4) 八代市来訪意向

- 前問までで紹介した八代市のアウトドア及びその他の観光資源を見たうえで八代市への今後の来訪意向では、積極的に「行ってみたい」と回答した人が4割弱を占めています。
- この来訪意向層（「行ってみたい」と回答した人）の割合を属性別にみると、アウトドア経験者（3年以内）や20～34歳女性（F1層）、南部九州居住者、年収1,500万円以上の高収入層で全体に比べて来報意向が高く、4割を超えています。また、総じて男性より女性で、近畿・首都圏より九州圏（北部・南部）で来訪意向が高くなっています。

図表 - 4 7 八代市来訪意向



			(%)
アウトドア 経験別	アウトドア経験者（3年以内経験あり）	n = 1,200	43.9
	アウトドア関心層（3年以内未経験）	n = 719	29.8
	アウトドア関心層（全く未経験）	n = 481	29.5
性・ 年代	M1層（20～34歳男性）	n = 400	31.5
	M2層（35～49歳男性）	n = 400	34.0
	M3層（50歳以上男性）	n = 400	33.5
	F1層（20～34歳女性）	n = 400	42.5
	F2層（35～49歳女性）	n = 400	40.3
	F3層（50歳以上女性）	n = 400	39.0
居住 地	北部九州	n = 600	41.3
	南部九州	n = 600	43.2
	近畿圏	n = 600	32.0
	首都圏	n = 600	30.7
家 族 構 成	一人暮らし	n = 517	36.9
	夫婦世帯	n = 520	36.2
	ファミリー層（中学生以下の子あり）	n = 604	40.2
	ファミリー層（その他）	n = 759	34.4
年 収	400万円未満	n = 605	36.0
	400～600万円未満	n = 489	39.9
	600～800万円未満	n = 319	41.4
	800～1000万円未満	n = 229	38.0
	1000～1500万円未満	n = 184	37.0
	1500万円以上	n = 61	49.2
	不明・回答拒否	n = 513	29.8

第4章 サイクルツーリズム個別調査

1. 調査の概要

本市におけるサイクルルート設定に向けて、多様なサイクリストの視点からルートの可能性検証や観光資源の評価を行うため、以下の設計による3区分の試走調査を実施しました。

※結果詳細は「第4部 参考資料 第2章 サイクルツーリズム個別調査（結果詳細）」参照。

図表 - 4 8 サイクルツーリズム個別調査の概要

プロ	ファン	インスタグラマー
<p>インストラクター級サイクリスト [日本サイクリング協会（JCA） 3名]</p> <ul style="list-style-type: none"> ●本市及び周辺市町村を範囲とする中・長距離ルート（2ルート） ●プロ目線での詳細な<u>施設・走行環境の調査</u> 	<p>サイクリング愛好家 [熊本・福岡の愛好家 7名]</p> <ul style="list-style-type: none"> ●市内周遊ルート（1ルート） ●愛好家目線での<u>ルート評価・観光スポット評価</u> ●意見交換会の実施 	<p>自転車インスタグラマー [1名]</p> <ul style="list-style-type: none"> ●市内周遊ルート（2ルート） ●インスタグラマー・若者目線での<u>ルート評価・観光スポット評価</u> ●インスタグラムへの投稿 

2. インストラクター級サイクリスト 試走調査

- ✓ プロ（インストラクター級サイクリスト）が試走した中・長距離2ルートは**中級者向けコース**として適切。
- ✓ **プロ目線でも「くまモンポート」「日奈久温泉」の立ち寄りスポット**としての評価は高い。
- ✓ より魅力あるルートとするため、このルートならではの「**アピールポイントの策定**」、「**肥薩おれんじ鉄道**」との連携が必要。
- ✓ 走行環境について、**路面環境改善等の安全対策、サイクルスタンド設置、特色ライン整備**の要望あり。

第3部 現状・課題分析

1) 【ルート1】鹿路橋ルート（くまモンポート～鹿路橋）

- 初心者には一部厳しいルートがあるものの、適度な距離でさらに新八代駅を起点に2分割するルート設定も可能な点が評価されています。
- 一方、起終点（くまモンポート・鹿路橋）までのアクセスや道路環境の悪さが指摘されました。

図表 - 49 鹿路橋ルートの概要と評価結果

くまモンポート八代 ⇒⇒ 八代城跡・八代宮 ⇒⇒ 松浜軒 ⇒⇒ 八代神社 ⇒⇒ 岩崎神社 ⇒⇒ 立神峡 ⇒⇒ 道の駅東陽 ⇒⇒ 鹿路橋 ※片道約33kmを往復



＜試走者のルート追加提案＞
往復ルートとする場合、
くまモンポート～鏡～有佐ルートを追加し、
往復で八代平野を一筆書きで楽しみたい！

【試走者のルート評価】

《良い点》

- 距離が短くて良い、新八代駅で2分割するルート設定も可能（くまモンポート⇔新八代駅⇔鹿路橋）
- 新八代駅～くまモンポートは特におすすめ
- 交通量が少なくストレスなく走行可能、飲食店にも立ち寄りやすい

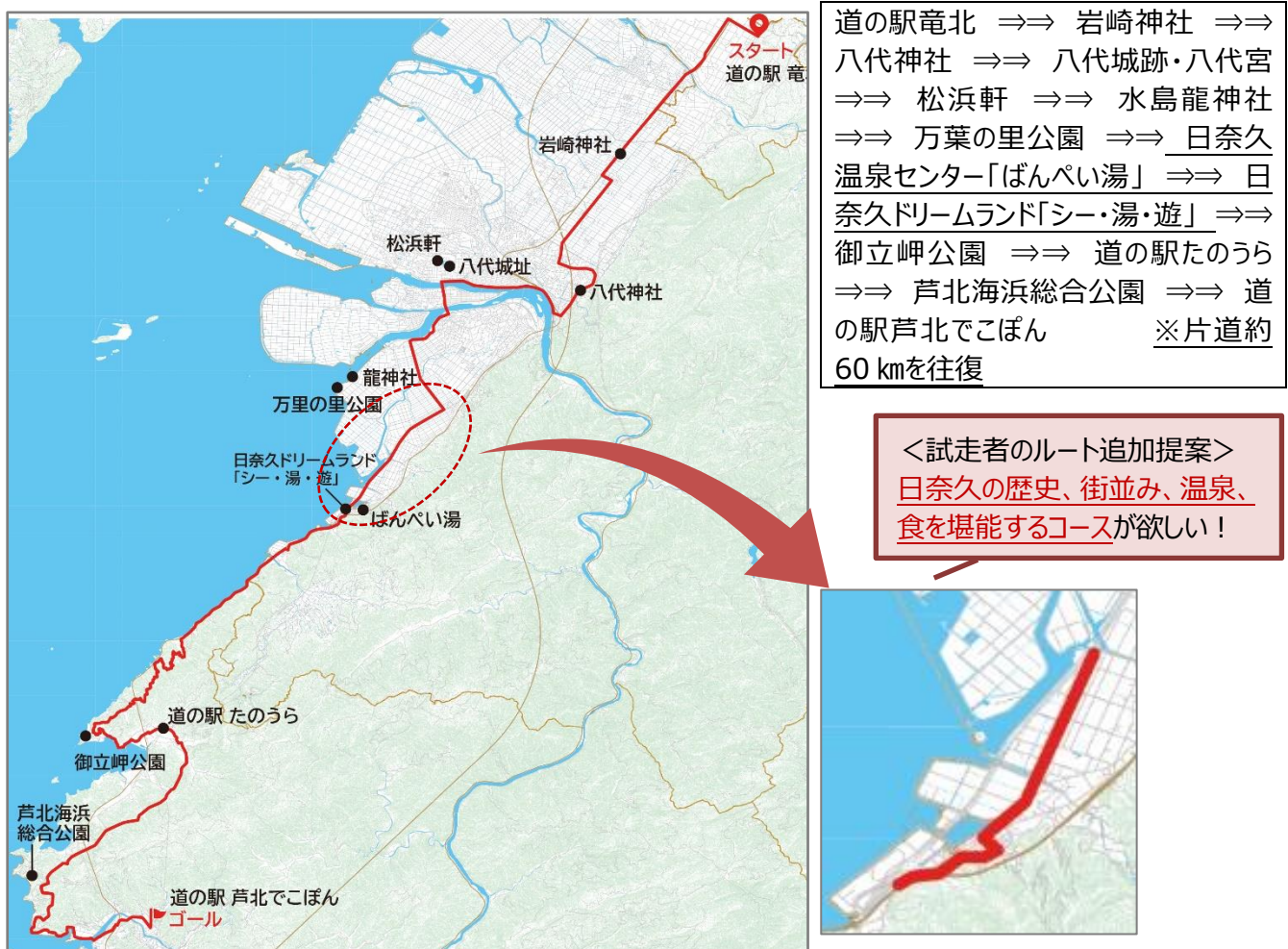
《良くない点》

- 初心者には厳しいルートがあり（宮原～鹿路橋）⇒主に中級者以上向け
- 起終点（くまモンポート・鹿路橋）までの交通アクセスが課題 ⇒新八代駅等を起終点に
- 道路環境は要注意（全体的に段差が多い、新八代駅から北は側溝蓋・柵がない道が多く転落注意）

2) 【ルート2】芦北ルート（道の駅芦北～道の駅竜北）

- 長距離志向の中級者以上のサイクリストに適したルートであることや肥薩おれんじ鉄道（サイクルトレイン）が活用可能な点が評価されています。
- 一方、ルート1との共通課題として道路環境の悪さが指摘されました。

図表－50 芦北ルートの概要とJCA評価結果



【試走者のルート評価】

《良い点》

- 距離が長く、走りたい人には良いルート
- 肥薩おれんじ鉄道（サイクルトレイン）を活用したサイクリングが可能
- 交通量が少なくストレスなく走行可能、飲食店にも立ち寄りやすい、日奈久温泉への立ち寄りも可能

《良くない点》

- 初心者には厳しいルートがあり（日奈久～田浦＝カーブが連続）⇒主に中級者以上向け
- 道路環境は要注意（全体的に段差が多い、新八代駅から北は側溝蓋・柵がない道が多く転落注意）

第3部 現状・課題分析

3) JCA による総評・提案事項

- JCA（日本サイクリング協会）から、今回の2ルートについて中級者向きルートとして適しているとの評価を得ることができましたが、今後のルートの具体的整備にあたっては他地域との差別化のための「アピールポイント」の策定と、その一方策として「肥薩おれんじ鉄道との連携」が指摘されています。
- また、ルートに対する改善・要望事項として、路面環境やサイクルスタンドの整備・充実が求められています。

図表 - 5 1 JCA 総評・提案事項

総合評価	2ルートとも「 スポーツバイク（Eバイク除く）を使用した中級者向きのコース 」として適している
提案事項	<p>①特色ライン （ナショナルサイクルルート登録を目指す場合）「しまなみブルー」のようなサイクルルートをわかりやすく示す特色ラインの整備は必須</p> <p>②コースのアピールポイントの策定 「このコースならではの体験・経験ができる」「また来てアピールポイントを味わいたい」というアピールポイントが必要 ※「景色が良い」「食べ物が美味しい」「地元民が優しい」は全国どこでも同様にアピールしており、ポイントにならない</p> <p>③肥薩おれんじ鉄道との連携 車内へのストレスフリーな混乗が可能な肥薩おれんじ鉄道と連携したサイクル振興策検討を</p>
改善・要望事項	<p>①ルート路面 自転車が行く車道左側端の路肩の路面が危険な状態にある区間が多数あり（側溝蓋がない等）、その他、路面のうねり、段差等も含めて改善が必要</p> <p>②設備（サイクルスタンド） ルート上の各種施設にサイクルスタンドがほとんど無いが、サイクルスタンド整備は必須</p> <p>③安全確保 路肩部分を中心とした自転車の走行環境の安全確保が経常的に実施されることを望む</p>

《事例／しまなみ海道の特色ライン（しまなみブルー）》



資料／国土交通省

3. サイクリング愛好家 試走調査

- ✓ 「笠松橋」「くまモンポート」「立神峡」は目の届くところに自転車を置きつつ楽しめる点がサイクリスト目線で高評価。
- ✓ サイクルラック・サイクルスタンドの整備や走行時にも目に留まりやすい説明看板の設置の要望あり。
- ✓ 他地域の差別化対策として、市内完結のレース型イベント（ツール・ド・ちくわ[仮称]）開催、竹輪や柑橘類といった特産品を活用したサイクリストへのおもてなし強化の要望あり。

図表-52 サイクル愛好家 試走ルート（市内1ルート）の概要

くまモンポート八代 ⇒⇒ 松浜軒 ⇒⇒ 八代神社 ⇒< 懐良親王墓・妙見中宮（通過） >⇒ 道の駅東陽 ⇒⇒ 石匠館・白髪岳自然石橋 ⇒⇒ 笠松橋 ⇒⇒ 黒淵河川自然公園 ⇒⇒ 立神峡里地公園 ⇒⇒ 遙拝八の字広場 ⇒⇒ 日奈久温泉センター「ばんぺい湯」(昼食) ⇒⇒ 日奈久ドリームランド「シー・湯・遊」 ⇒⇒ 県営八代運動公園 ※約90km



第3部 現状・課題分析

1) ルート評価・観光スポット評価

- ルート評価では、現状では自転車関連サービスや自転車店等のサポート環境が脆弱なため、その点の低評価が目立つ結果となりましたが、総評では平均3点以上と評価されています。
- 周遊した観光スポットに対する評価では、「笠松橋」「くまモンポート」「立神峡」の評価が高く、写真映えするといった一般的な観光スポットとしての魅力に加え、目の届くところに自転車を置きつつ楽しめる点がサイクリスト目線で評価されています。一方、低評価のスポットは観光スポットとして印象が薄く、説明看板等もなくわかりづらい点や駐車（輪）場が無い点等が低評価の理由としてあげられました。また、全般的な要望としてサイクルラック・サイクルスタンドの整備や走行時にも目に留まりやすい説明看板の設置があげられました。

図表 - 53 サイクル愛好家 ルート評価・観光スポット評価

区分	項目	主な着眼点	5段階評価 (5点満点)
ハード面	コース	道路状況、交通量、危険箇所、勾配、風向き、全体や施設間の距離 等	平均3.9点
	設備・施設	案内看板・道路標識の状況、休憩・トイレ・食事・給水（自販機含む）場所の状況 等	平均4.1点
ソフト面	アクセス	始終点までアクセスのしやすさ	平均3.6点
	サービス	商業施設（商店・コンビニ、飲食店等）の立地状況、商業施設等でのサイクリスト受入環境・対応サービスの状況 等	平均3.9点
	サポート	自転車店・自転車関連サービスの有無、病院等その他緊急時に必要な施設の有無 等	平均2.0点
総合評価	距離・勾配等の面白味		平均3.7点
	景色・立ち寄りスポット等の面白味		平均4.0点
	初級・中級者向けルートとして		平均3.3点

立ち寄りスポット名	5段階評価 (5点満点)	【ルート評価（総評コメント）】 《良い点》 <ul style="list-style-type: none"> ● 「くまモンポート」が始点である点が良い ● 交通量の少なさ、道幅の広さ等も高評価 《良くない（悪い）点》 <ul style="list-style-type: none"> ● 道路環境が悪い（路面の苔、轍、側溝蓋のないエリア等） ● 印象が薄い立ち寄りスポットが多い 《提案事項》 <ul style="list-style-type: none"> ● しまなみ海道を参考とした受入環境や道路環境整備 ● 初心者～上級者まで楽しめるコース、市内の田園・海・川を活かしたコースの設置 ● くまモンを活かしたサイクルラリー（スタンプラリー）等の仕組みづくり
笠松橋	平均5.0点	
くまモンポート	平均4.9点	
立神峡里地公園	平均4.9点	
遥拝八の字広場	平均4.5点	
八代神社	平均4.0点	
道の駅東陽	平均4.0点	
日奈久ドリームランド	平均3.4点	
石匠館	平均2.6点	
松浜軒	平均2.4点	
黒淵河川自然公園	平均2.2点	
白髪岳自然石橋	平均2.0点	

2) 意見交換会

- 試走後の意見交換会では、市内完結のレース型イベントや竹輪等の特産品を活用したサイクリストへのおもてなしに関する要望やアイデアがだされました。

図表 - 5 4 サイクルツーリズム推進に関する要望やアイデア

サイクリスト 受入環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ✓ サイクルラックやライクルスタンド、自転車を立てかける柵を増やしてほしい <ul style="list-style-type: none"> ・くまモンポート：くまモンの周りに写真撮影用のスタンドを！ ・日奈久温泉センター「ばんぺい湯」：足湯+サイクルラックをセットで！ ✓ サイクルイベント開催時は始終点までの二次交通の確保が必要（市内のタクシー・バス会社と連携）
サイクルイベント	<ul style="list-style-type: none"> ✓ （長崎のツール・ド・ちゃんぽんを参考に）市内完結のレース型イベント「ツール・ド・ちくわ（仮称）」の開催 <ul style="list-style-type: none"> ・メインのエイドステーションは道の駅東陽・遙拝八の字広場・日奈久 ・休憩+地元特産の食べ物（竹輪、生姜、柑橘類等）を提供 ・くまモンポートを始終点 ✓ サイクリストのレベルやニーズに合わせたイベント開催 <ul style="list-style-type: none"> ・初心者向け：エイドステーションへの立ち寄りを楽しむ短距離コース ・中・上級者向け：距離や標高を楽しむ長距離コース
特産品を活用したおもてなし	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日奈久竹輪：サイクリストの補給食として最適（たんぱく質+糖質） 走行中に携帯しやすいよう、紙ではなくビニール包装で販売を！ （ビニールに自転車のイラスト等があると嬉しい） ✓ 柑橘類、生姜、い草も魅了ある特産品

《ツール・ド・ちくわ（仮称）のルート案》

区間1	区間2	区間3	区間4	全体
くまモンポート～立神峡～道の駅東陽 23.6 km	道の駅東陽～笠松橋～八代神社～八の字広場 28.2 km	八の字広場～シー・湯・遊～ばんぺい湯 14.6 km	ばんぺい湯～くまモンポート 17.0 km	83.4 km



第3部 現状・課題分析

4. 自転車インスタグラマー 試走調査

- ✓ 初心者向け半日ポタリングルートは、市街地で無数のくまモンに出会えるなど、観光を楽しむ手軽なコースとして、高評価。
- ✓ 観光スポットでは「くまモンポート」「日奈久温泉」「八代城跡」「金剛歩道橋」「立神峡里地公園」「笠松橋」「道の駅東陽」が満点の高評価。

1) 【ルート1】初心者向けポタリングルート（八代城跡～日奈久温泉）

- 初心者向けの半日ポタリングルートに対する自転車インスタグラマーの評価は高く、ルートの総合評価は2項目とも満点であり、市街地コースとしてトイレ等の休憩スポット・設備が充実していることや、写真撮影スポットが充実しており観光を楽しめる手軽なコースであることが評価されています。
- 立ち寄り観光スポット8か所中「くまモンポート」「日奈久温泉」「八代城跡」「金剛歩道橋」の4か所が満点と高く評価されています。

図表 - 5 5 初心者向けポタリングルートの概要

(八代市中心部・八代市役所) 八代城跡 ⇒⇒ 松浜軒 ⇒⇒ くまモンポート八代 ⇒⇒ 金剛歩道橋 ⇒⇒ 水島龍神社 ⇒⇒ 日奈久ドリームランド「シー・湯・遊」 ⇒⇒ 日奈久温泉・温泉神社
※約 10 km

ルート1のストーリー案【初心者向けポタリングルート】

新八代駅（または八代駅）まで自転車で輪行してやってきた。※もしくは八代駅でシティサイクルをレンタル自転車に乗って駅を出発し、まず八代市内を観光する。

八代城跡や松浜軒など歴史のある街中に感動しつつ、俳人・種田山頭火が愛した日奈久温泉に宿泊。



図表－56 初心者向けポタリングルート ルート評価・観光スポット評価

区分	項目	主な着眼点	5段階評価 (5点満点)
ハード面	コース	道路状況、交通量、危険箇所、勾配、風向き、全体や施設間の距離 等	5点
	設備・施設	案内看板・道路標識の状況、休憩・トイレ・食事・給水（自販機含む）場所の状況 等	5点
ソフト面	アクセス	始終点までアクセスのしやすさ	4点
	サービス	商業施設（商店・コンビニ、飲食店等）の立地状況、商業施設等でのサイクリスト受入環境・対応サービスの状況 等	3点
	サポート	自転車店・自転車関連サービスの有無、病院等その他緊急時に必要な施設の有無 等	3点
総合評価	距離・勾配等の面白味		5点
	景色・立ち寄りスポット等の面白味		5点

立ち寄りスポット名	5段階評価 (5点満点)
くまもんポート八代	5点
日奈久温泉	5点
八代城跡	5点
金剛歩道橋	5点
温泉神社	4点
水島龍神社	4点
松浜軒	3点
日奈久ドリームランド	3点

【ルート評価（総評コメント）】

《良い点》

- 街中でくまモンに出会えるのが他地域にない最大の魅力

《良くない（悪い）点》

- ドリームランドまで遠いので日奈久温泉ゴールがよい

《提案事項》

- 新八代駅・八代駅～日奈久温泉までの半日コースの場合、チェックイン時間を考慮し立ち寄りスポットは詰め込みすぎないほうがよい



第3部 現状・課題分析

2) 【ルート2】サイクリング経験者向けルート（日奈久温泉～東片自然公園）

- 経験者向けルートに対しても自転車インスタグラマーの評価は高く、景色・立ち寄りスポット等の面白味が満点であるほか、ソフト面の「サービス」を除く、その他5項目が4点と評価されています。
- 立ち寄り観光スポット14か所中「立神峡里地公園」「笠松橋」「旅館金波楼」「道の駅東陽」の4か所が満点と高く評価されていますが、「東片自然公園」や「黒淵河川自然公園」「谷川橋」等の低評価のスポットもあります。

図表－57 サイクリング経験者向けルートの概要

日奈久温泉（金波楼）⇒⇒ 遙拝八の字広場 ⇒⇒ 八代神社 ⇒⇒ 砥崎河原 ⇒⇒ 妙見中宮
⇒⇒ 黒淵河川自然公園 ⇒⇒ 笠松橋 ⇒⇒ 道の駅東陽 ⇒⇒ 石匠館・鍛冶屋中橋 ⇒⇒ 管原
神社 ⇒⇒ 白髪岳天然石橋 ⇒⇒ 立神峡里地公園 ⇒⇒ 東片自然公園 ⇒⇒ （新八代駅）
※約52km

ルート2のストーリー案【サイクリング経験者向けルート】

翌日は温泉街を出て、漫画・アニメの「夏目友人帳」に登場した笠松橋に向けて出発。
前日に比べるとサイクリング要素が強まり、自転車に乗り慣れている人も満足できるコース設定。
笠松橋に向かう途中でも神社や自然を楽しむ素敵なサイクリングルートとしてアピール。



図表 - 58 サイクリング経験者向けルート ルート評価・観光スポット評価

区分	項目	主な着眼点	5段階評価 (5点満点)
ハード面	コース	道路状況、交通量、危険箇所、勾配、風向き、全体や施設間の距離 等	4点
	設備・施設	案内看板・道路標識の状況、休憩・トイレ・食事・給水（自販機含む）場所の状況 等	4点
ソフト面	アクセス	始終点までアクセスのしやすさ	4点
	サービス	商業施設（商店・コンビニ、飲食店等）の立地状況、商業施設等でのサイクリスト受入環境・対応サービスの状況 等	4点
	サポート	自転車店・自転車関連サービスの有無、病院等その他緊急時に必要な施設の有無 等	3点
総合評価	距離・勾配等の面白味		4点
	景色・立ち寄りスポット等の面白味		5点

立ち寄りスポット名	5段階評価 (5点満点)
立神峡里地公園	5点
笠松橋	5点
旅館 金波楼	5点
道の駅 東陽	5点
砥崎河原	4点
遥拝八の字広場	4点
妙見中宮の名水	4点
八代神社	3点
東陽石匠館・鍛冶屋中橋	3点
白髪岳天然石橋	2点
谷川橋	2点
黒淵河川自然公園	2点
管原神社	2点
東片自然公園	1点

【ルート評価（総評コメント）】

《良い点》

● 八代ならではの景色が素晴らしい（夏目友人帳ゆかりの笠松橋、渓谷のダイナミックな景色）

《良くない（悪い）点》

● 笠松橋までは上級者は楽しいが、初心者は難易度が高いため、登りをできるだけ回避できるとよい

《提案事項》

● サイクルラックの増設



第5章 八代市におけるアウトドアツーリズムに関する課題

1. SWOT 分析

- これまで整理した各種現状分析結果等をもとに、SWOT 分析を行い、本市のアウトドアツーリズムに係るプラス要因・マイナス要因を整理し、それらを踏まえてアウトドアツーリズム推進上の課題と今後必要な方向性を整理しました。
- なお、SWOT 分析は本市の「アウトドアツーリズム全般」のほか、中核となるアクティビティである「キャンプ」、「サイクリング」についても個別に行い、それぞれのアクティビティに係る課題等を個別に整理しました。

【SWOT 分析とは】

自地域（自組織）の外部環境と内部環境を Strength（強み）、Weakness（弱み）、Opportunity（機会）、Threat（脅威）の4つの要素で要因分析することで、経営・マーケティング戦略を策定するためのフレームワーク。

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	S（強み） 自地域の強みは？	W（弱み） 自地域の弱みは？
外部環境	O（機会） 自地域の観光にとって有利なことは？	T（脅威） 自地域の観光にとって不利なことは？

【クロス SWOT 分析とは】

SWOT 分析の「強み（Strengths）」「弱み（Weaknesses）」「機会（Opportunity）」「脅威（Threat）」の4つの視点で導き出された情報を掛け合わせることで、今後の経営戦略の方向性をさらに見極めるためのフレームワーク。

	S（強み）	W（弱み）
O（機会）	強み×機会 機会を最大限に活かす方法・場面の抽出	弱み×機会 機会損失が生じている状況の確認
T（脅威）	強み×脅威 強みが活かさない場面の回避	弱み×脅威 弱みを改善しないことによる最大損失の想定

図表-60 SWOT分析(アウトドアツーリズム全般)

【SWOT分析(アウトドアツーリズム全般)】

S (強み)	W (弱み)
<p><アウトドア資源></p> <ul style="list-style-type: none"> ・市域が広く、海・山・川の自然が豊富 ・上記の自然を活かして様々なアウトドア・アクティビティを提供(トレッキング、ラフティング、船出浮き等) ・無人島、秘境(五家荘)等、特徴的な自然環境・資源がある <p><その他の地域資源></p> <ul style="list-style-type: none"> ・柑橘類や冬トマト、い草、生姜などの農作物が豊富 ・温泉(日奈久)や歴史・文化(日本遺産石工の郷、五家荘等)といった観光資源も充実 ・認知度の高い観光イベントあり(全国花火競技大会、妙見祭) <p><立地・交通></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新幹線・高速道路等の一次交通が充実し、首都圏・福岡都市圏からもアクセス良好 ・八代港がクルーズ船の寄港地 <p><組織・人材></p> <ul style="list-style-type: none"> ・従来から周辺市町村と連携して観光振興を推進(シトラス観光圏、八代及び芦北・水俣サイクルツーリズム推進協議会等) ・アウトドアに意欲的な取組をする民間企業、NPO等の団体・地域人材の存在 	<p><ブランディング・プロモーション></p> <ul style="list-style-type: none"> ・個別のアウトドア資源・コンテンツは魅力的だが、八代＝アウトドアの認知度は低く、エリア全体としてのブランディングが不足 ・情報発信も事業者等による個別実施が主体でエリア全体でのPR不足 <p><アウトドアコンテンツ・受け入れ環境></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源を活かした「八代ならではの」コンテンツが不足(アウトドア*食、アウトドア*温泉、アウトドア*農業体験等) ・サイクリストの受け入れ環境が脆弱(サイクルルート整備、サイクルラック設置等) ・アウトドア*インバウンドのコンテンツが不足 <p><回遊性・滞在性></p> <ul style="list-style-type: none"> ・市域が広く、観光資源・アウトドア資源が広域に点在 ・市内移動のための二次交通が脆弱 <p><組織・人材></p> <ul style="list-style-type: none"> ・アウトドアツーリズム推進のトータルプロデューサー(コンテンツ開発～プロモーション・販促活動)を担う団体・人材が不足 ・アウトドアツーリズムに係る官民連携の場(会議体)が無い ・アウトドアガイド等のアウトドアの魅力伝える人材も不足
O (機会)	T (脅威)
<p><生活様式・意識の変化></p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍による自然志向、アウトドア人気の高まり、アウトドアビギナーの増加 ・コロナ禍によるマイクロツーリズムの隆盛 ・ワーケーション、テレワークなど働き方の変化、地方移住や多拠点居住等による地方部への関心の高まり <p><アウトドアファンの資源評価></p> <ul style="list-style-type: none"> ・アウトドアファンの、本市アウトドア資源・観光資源に対する評価や来訪意向は比較的高評価(WEB調査) <p><インバウンド></p> <ul style="list-style-type: none"> ・FIT受入れ再開(2022年10月)や円安等によるインバウンド早期回復の兆し ・国によるアドベンチャーツーリズムの推進 <p><その他></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県によるサイクルルート・マップ整備等の広域での環境整備 	<p><地域間競争></p> <ul style="list-style-type: none"> ・アウトドアツーリズムに着目する自治体が増加(競争激化) <p><その他></p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少による国内旅行市場(日本人観光客)縮小 ・アフターコロナにおけるアウトドア以外のレジャー志向の復活

【クロスSWOT分析(アウトドアツーリズム全般)】

積極化戦略 S(強み) * O(機会)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 本市の魅力的な自然環境やアウトドア・アクティビティと食・温泉・歴史文化を組合せ、アクセスのしやすさも含めて熊本・福岡・首都圏のアウトドア関心層に向けて情報発信・徹底訴求 ✓ インバウンド向けアドベンチャーツーリズム造成(五家荘での生活体験+サイクリング等)
差別化戦略 S(強み) * T(脅威)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 他地域との差別化に向けた本市のアウトドアツーリズムのコンセプトの明確化 ✓ 八代独自の地域資源を活かした「八代ならではの」コンテンツ造成、何度も来たくなる仕組みづくり
段階的施策 W(弱み) * O(機会)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ (同上) ✓ サイクリストの受け入れ環境整備や二次交通対策としての自転車活用の推進
防衛的施策 W(弱み) * T(脅威)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アウトドアツーリズム推進に係る人材育成、官民連携のための会議体設置により、エリア全体で創意工夫・協力して取り組む体制を強化

第3部 現状・課題分析

図表 - 6 1 SWOT 分析 (キャンプ)

【SWOT 分析 (キャンプ)】

S (強み)	W (弱み)
<ul style="list-style-type: none"> ・市内及び近隣市町村にキャンプ場が豊富 (遙拝八の字広場、五家荘、八重山自然公園、御立岬、立神峡 等) ・既存キャンプ場以外にもキャンプ・バーベキュー場として活用可能な資源あり (無人島、学校跡地や公民館、飲食店 等) ・キャンプ・バーベキューとして楽しめる地元食材が豊富 	<ul style="list-style-type: none"> ・キャンプができる地域としての認知度が低い ・キャンプ場への二次交通が脆弱で自動車以外での訪問が困難
O (機会)	T (脅威)
<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍でのキャンプブーム、キャンプビギナー層 (新たに始める人) の増加 ・キャンパーの大半は“気軽に楽しみたい派”だが高年収層を中心に“こだわり派”も存在し、多様化 (WEB 調査) 	<ul style="list-style-type: none"> ・キャンプに着目する自治体が増加、県内でも先行・競合するキャンプ地域が多い (阿蘇、天草等)

【クロス SWOT 分析 (キャンプ)】

積極化戦略 S (強み) * O (機会)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ キャンプビギナーを中心に手軽・気軽にキャンプを楽しめる仕組みづくり (用具レンタル等) ✓ 用具等にこだわる高年収層を満足させるキャンプ施設・設備、関連コンテンツの充実
差別化戦略 S (強み) * T (脅威)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ (同上) ✓ キャンプ・バーベキューでの地元食材利用の促進 (食材販売・配送 等)
段階的施策 W (弱み) * O (機会)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ キャンプ場・関連コンテンツの情報発信 (初心者、上級者等ターゲットに応じた情報発信) ✓ キャンプ+サイクルでの楽しみ方の訴求と支援対策 (レンタサイクル、用具配送 等)
防衛的施策 W (弱み) * T (脅威)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 競合地域との違いを明確にしたキャンプ場・関連コンテンツの情報発信

図表 - 6 2 SWOT 分析 (サイクリング)

【SWOT 分析 (サイクリング)】

S (強み)	W (弱み)
<ul style="list-style-type: none"> ・市域が広く、平野部や海岸線沿い、山間部などサイクル初級者から上級者まで楽しめる地形・景観がある ・笠松橋、くまモンポート、立神峡など、サイクリストから高評価を得た立ち寄りスポットが多い (サイクル個別調査) ・サイクリトレイン (肥薩おれんじ鉄道) やサイクルイベント (五家荘集合サイクリング大会等) などの受け入れ環境・イベントあり ・八代及び芦北・水俣サイクルツーリズム推進協議会の設立 	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的なサイクリングルートが未整備 ・サイクリストの受け入れ環境が脆弱 (観光施設・飲食店・宿泊施設等でのサイクルラック設置、レスキューサービス、レンタサイクル等) ・サイクルイベント等の関連コンテンツも不足 ・(上記の環境不足もあって) サイクリングができる地域としての認知度が低い
O (機会)	T (脅威)
<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍によるサイクリング人気の高まり ・県によるサイクルルート・マップ整備等の広域での環境整備 ・2023 年ツール・ド・九州による九州エリアでの機運の高まりへの期待 	<ul style="list-style-type: none"> ・サイクルツーリズムに着目する自治体が増加、県全体でのサイクル推進により先行・競合するサイクル地域が多い (阿蘇、天草、菊池等)

【クロス SWOT 分析 (サイクリング)】

積極化戦略 S (強み) * O (機会)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地勢や高評価スポットを活かした初心者～上級者向けのルート整備やイベントの充実 ✓ サイクルツーリズム推進協議会や県等との連携強化による広域的取組の推進
差別化戦略 S (強み) * T (脅威)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ (同上)
段階的施策 W (弱み) * O (機会)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 県との連携や本市独自でのサイクルルート整備や道路環境等の改善促進
防衛的施策 W (弱み) * T (脅威)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ サイクルルート、受入れ環境や関連コンテンツの早期充実による他地域との競争力向上 ✓ 競合地域との違いを明確にしたサイクル環境・関連コンテンツの情報発信

第4部 参考資料

第1章 アウトドアファンニーズ調査（結果詳細）

1. 調査設計

調査目的	<p>アウトドアファン（愛好家・関心層）の</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 八代市及び周辺地域のアウトドア関連資源やコンテンツ、その他の観光資源に対する関心度、評価 の把握 ● 八代市への来訪意向 の把握 ● 競合エリア の把握 <p>アウトドア活動の状況、今後の活動意向、興味があるアクティビティ内容（トレンド） の把握</p>
調査方法	<p>WEB 調査 （インターネットリサーチパネル登録モニターに対する調査）</p>
対象エリア	<p>以下の4エリア</p> <p>北部九州（福岡県・佐賀県・長崎県） 南部九州（熊本県・大分県・宮崎県・鹿児島県） 近畿圏（大阪府・京都府・兵庫県・滋賀県・奈良県・和歌山県） 首都圏（東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県）</p>
回収数	<p>アウトドアファン（愛好家・関心層） 2,400人 ※4エリア*男女*年齢3区分*100人 割付 ※上記についてアウトドア3年以内経験有無で半数ずつ回収</p> <ul style="list-style-type: none"> ・愛好家（1,200人）＝アウトドアに興味があり、3年以内に実施経験あり ・関心層（1,200人）＝アウトドアに興味はあるが、3年以内は実施経験なし
調査期間	<p>令和4年9月30（金）～10月3日（月）</p>
調査内容	<ol style="list-style-type: none"> ①基本属性（居住地、性別、年代、家族構成、アウトドア関心度 等） ②アウトドア活動全般について（アウトドア実施経験・実施内容・今後の実施希望 等） ③キャンプ・バーベキューについて（キャンプ・バーベキューの実施形態・内容、競合地域 等） ④サイクリングについて（サイクリングの実施形態・内容、競合地域 等） ⑤八代市のアウトドア・観光資源について（八代市の認知度、アウトドア関連資源や検討施策の評価、観光スポットの評価、来訪意向 等）

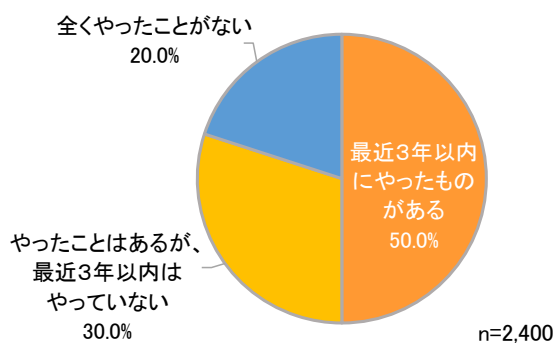
第4部 参考資料

2. 回答者の基本属性 (SQ1～Q3)

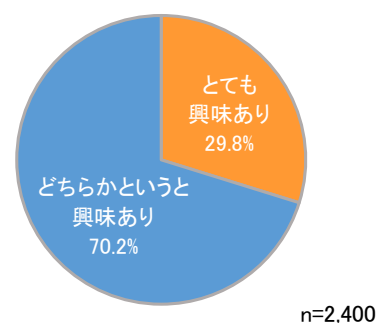
回答者の基本属性	結果概要
アウトドア経験 関心度	<ul style="list-style-type: none"> 「3年以内の経験者」と「3年以内の未経験者」で各 5 割【割付結果】 アウトドアの関心度は「とても興味あり」が約 3 割
性・年代 居住地	<ul style="list-style-type: none"> 性別 2 区分×年代 3 区分で各 16.7% 【割付結果】 北部九州・南部九州・近畿圏・首都圏で各 25.0% 【割付結果】
職業・年収	<ul style="list-style-type: none"> 職業は「会社員等」が 5 割弱で最も高い 年収は「400 万円未満」が 2 割台半ばで最も高い
家族構成	<ul style="list-style-type: none"> 「ファミリー層」が 5 割台半ばを占める（うち、「中学生以下の子ども」がいるファミリー層：25.2%）
旅行での楽しみ	<ul style="list-style-type: none"> 旅行での楽しみ上位 3 つは、「食事・グルメ」、「温泉」、「自然・景観」 「スポーツ・アウトドア活動」は 2 割強

- アウトドアの経験は「3年以内の経験者」と「3年以内の未経験者」で各 50%回収。
- 本調査はアウトドア関心層のみ対象としており、アウトドアの関心度は「とても興味あり」が 29.8%、「どちらかというに興味あり」が 70.2%。

図表－63 アウトドア経験

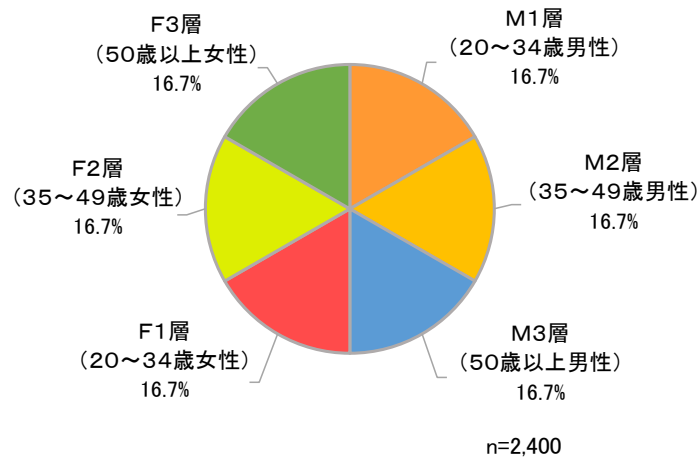


図表－64 アウトドア関心度



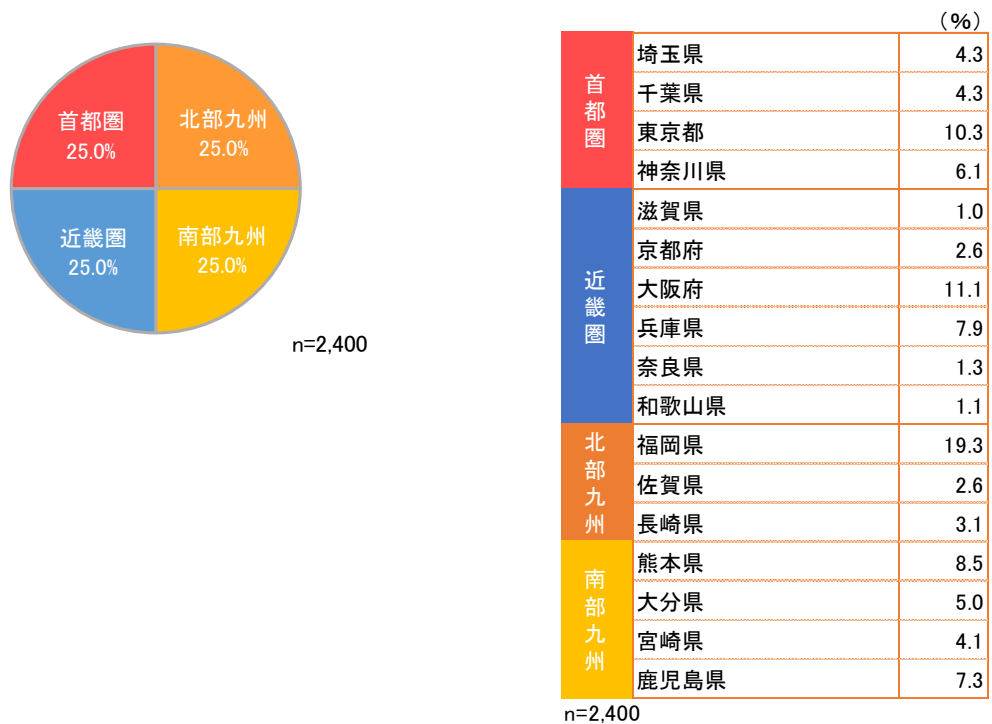
- 性・年代は6区分（性別2区分×年代3区分）で各16.7%回収。

図表 - 6 5 性・年代



- 居住地は4区分（北部九州・南部九州・近畿圏・首都圏）で各25.0%回収。
- 居住都道府県は「福岡県」が19.3%で最も高く、次いで「大阪府」（11.1%）、「東京都」（10.3%）の順。

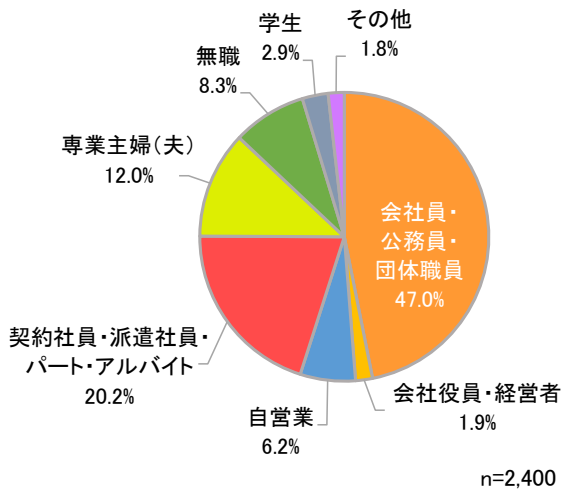
図表 - 6 6 居住地



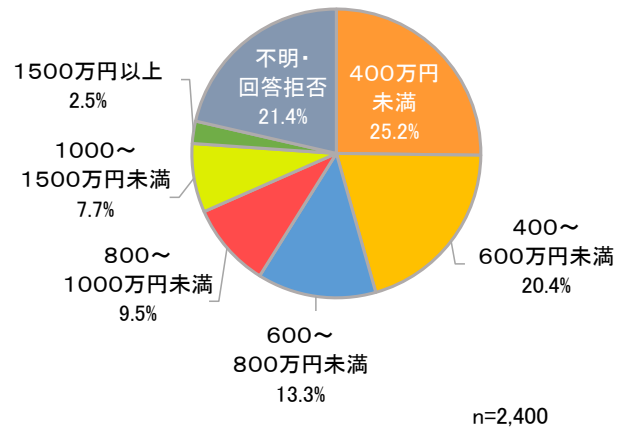
第4部 参考資料

- 職業は「会社員等」が47.0%で最も高く、次いで「契約社員等」（20.2%）の順。
- 年収は「400万円未満」が25.2%で最も高い。年収「1,000万円以上」は1割程度。

図表－67 職業

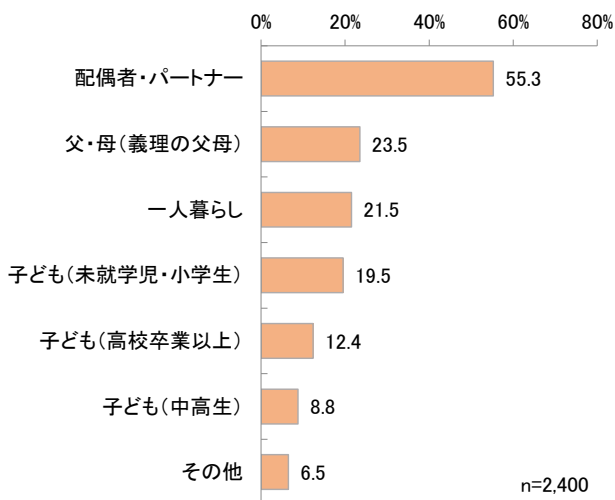


図表－68 年収

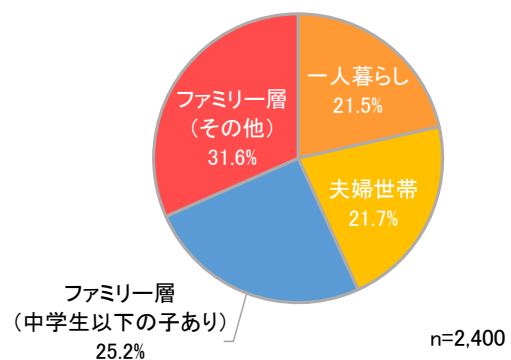


- 同居家族は「配偶者・パートナー」が55.3%で最も高い。
- 家族構成は「ファミリー層」が半数を超える。その内訳は「中学生以下の子あり」が25.2%、「その他」が31.6%。

図表－69 同居家族

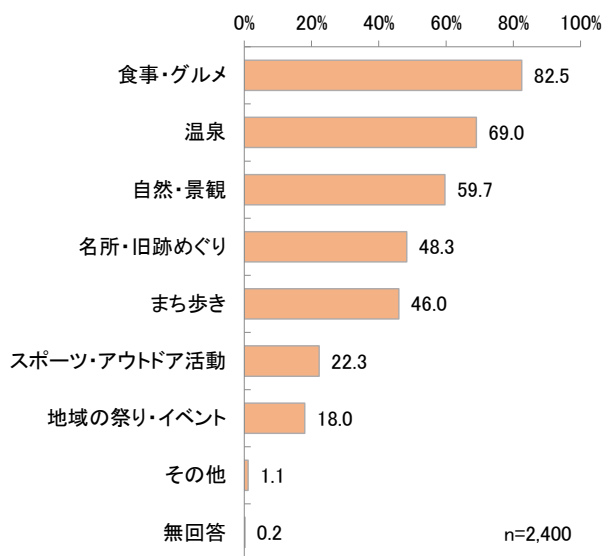


図表－70 家族構成



- 旅行での楽しみは「食事・グルメ」が82.5%で最も高く、次いで「温泉」（69.0%）、「自然・景観」（59.7%）の順。
- 性・年代別にみると、女性では「食事・グルメ」を楽しみにしている割合が9割弱。「スポーツ・アウトドア活動」の楽しみにしている割合はどの年代でも1～2割台。

図表－71 旅行での楽しみ



図表－72 旅行での楽しみ【性・年代別】

		全	食	温	自	名	ま	ア	地	そ	無
		体	事	泉	然	所	ち	ス	域	他	回
			・		・	・	歩	ポ	の		答
			グ		景	旧	き	ー	祭		
			ル		観	跡		ツ	り		
			メ			め		・	・		
						ぐ		活	イ		
						り		動	ベ		
									ン		
									ト		
性	年代	n									
	全体	n=2,400	82.5	69.0	59.7	48.3	46.0	22.3	18.0	1.1	0.2
性	男性・20～34歳	n=400	76.3	65.0	52.0	39.3	39.3	24.3	13.8	1.3	0.5
	男性・35～49歳	n=400	79.5	66.8	51.5	46.3	45.3	24.8	19.0	2.0	0.3
	男性・50歳以上	n=400	79.3	71.5	59.8	56.0	40.0	23.3	12.3	1.0	-
	女性・20～34歳	n=400	87.0	66.0	51.5	37.0	45.5	16.3	17.8	0.5	0.3
	女性・35～49歳	n=400	87.8	71.0	67.5	50.0	55.0	21.8	25.8	0.8	-
	女性・50歳以上	n=400	85.3	74.0	75.8	61.0	51.3	23.5	19.5	1.0	-

(%)

第4部 参考資料

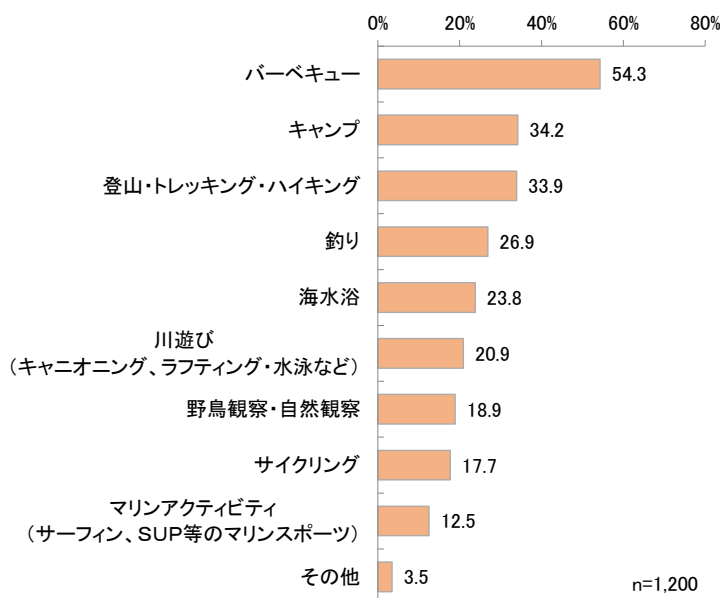
3. アウトドア活動全般について（Q4～Q12）

アウトドア活動全般	結果概要
アウトドア実施経験について	
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 「バーベキュー」が 5割台半ばで最も高く、次いで「キャンプ」や「登山等」
実施頻度	<ul style="list-style-type: none"> ● 「サイクリング」「釣り」「野鳥観察等」は半数以上が2～3ヵ月に1回程度実施
一緒にやった人	<ul style="list-style-type: none"> ● キャンプやバーベキューは、家族・親族を中心に複数人で実施 ● サイクリングは4割以上がひとりで実施
費用	<ul style="list-style-type: none"> ● キャンプ、バーベキュー、サイクリングは、アウトドアの費用は「年間5万円未満」が 7～8割台
情報源	<ul style="list-style-type: none"> ● 情報源上位3つは「友人」、「家族・親族」、「インターネット上の記事・広告」 ● 首都圏では「インターネット上の記事・広告」が情報源となっている人が約3人に1人
アウトドア実施希望について（今後やってみたい）	
実施希望内容	<ul style="list-style-type: none"> ● やってみたいアウトドア上位3つは「バーベキュー」、「キャンプ」、「登山等」 ● 男女ともに20～49歳の層で「キャンプ」は6割前後
一緒にやりたい人	<ul style="list-style-type: none"> ● キャンプやバーベキューは、家族・親族を中心に複数人を希望 ● サイクリングは、複数人での実施希望が多い
実施希望時期	<ul style="list-style-type: none"> ● 概ねのアウトドアで「1年以内にはやってみたい」が 3割前後
理由	<ul style="list-style-type: none"> ● やってみたい理由上位3つは「気分転換」、「自然の中で過ごしたいから」、「身体を動かしたいから」

1) アウトドア実施内容【Q4】

- アウトドアで実施した内容は「バーベキュー」が54.3%で最も高く、次いで「キャンプ」(34.2%)、「登山等」(33.9%)の順。
- 性・年代別にみると、男性20～49歳では「キャンプ」が4割を超えているが、男女ともに50歳以上では2割台に留まる。
- 居住地別にみると、首都圏を除き「バーベキュー」は5割を超えている。首都圏も46.0%と5割近い。
- 家族構成別にみると、中学生以下の子どもがいるファミリー層では「バーベキュー」が6割を超える。

図表－73 アウトドア実施内容



図表－74 アウトドア実施内容【性・年代、居住地、家族構成別】

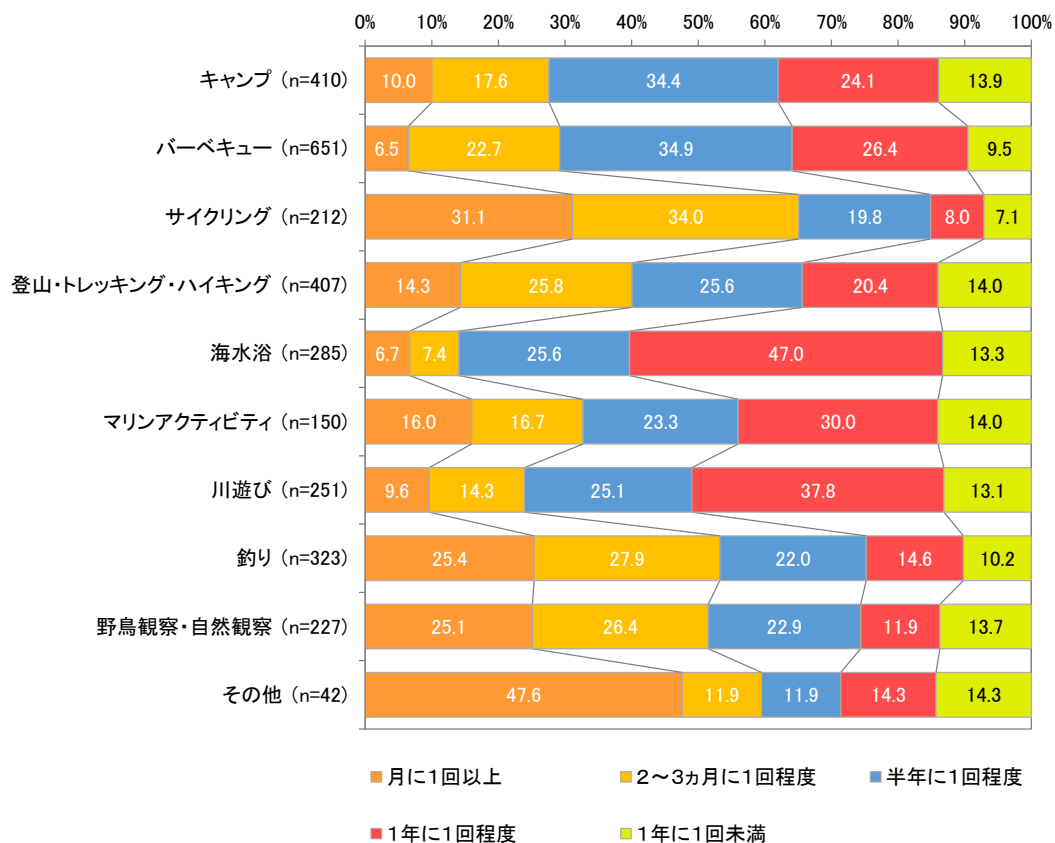
		全	バー	キャン	ハ	釣	海	川	野	サイ	等	その他
		体	ベ	プ	登	り	水	遊	鳥	クリ	(マ)	他
			キュー		山		浴	び	観	ング	リン	
					・			・	察		アク	
					トレ			・	・		ティ	
					ッキ			・	自		・	
					ング			・	然		・	
					・			オ	観		・	
					・			ニ	察		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	
					・			ニ	・		・	
					・			オ	・		・	

第4部 参考資料

2) アウトドア実施頻度 [Q5]

- アウトドアを実施する頻度は「サイクリング」「釣り」「野鳥観察等」は半数以上が2～3ヵ月に1回程度実施している。
- 「キャンプ」や「バーベキュー」についてみると、1年に1回程度またはそれよりも少ない頻度で実施が7割を超えている。

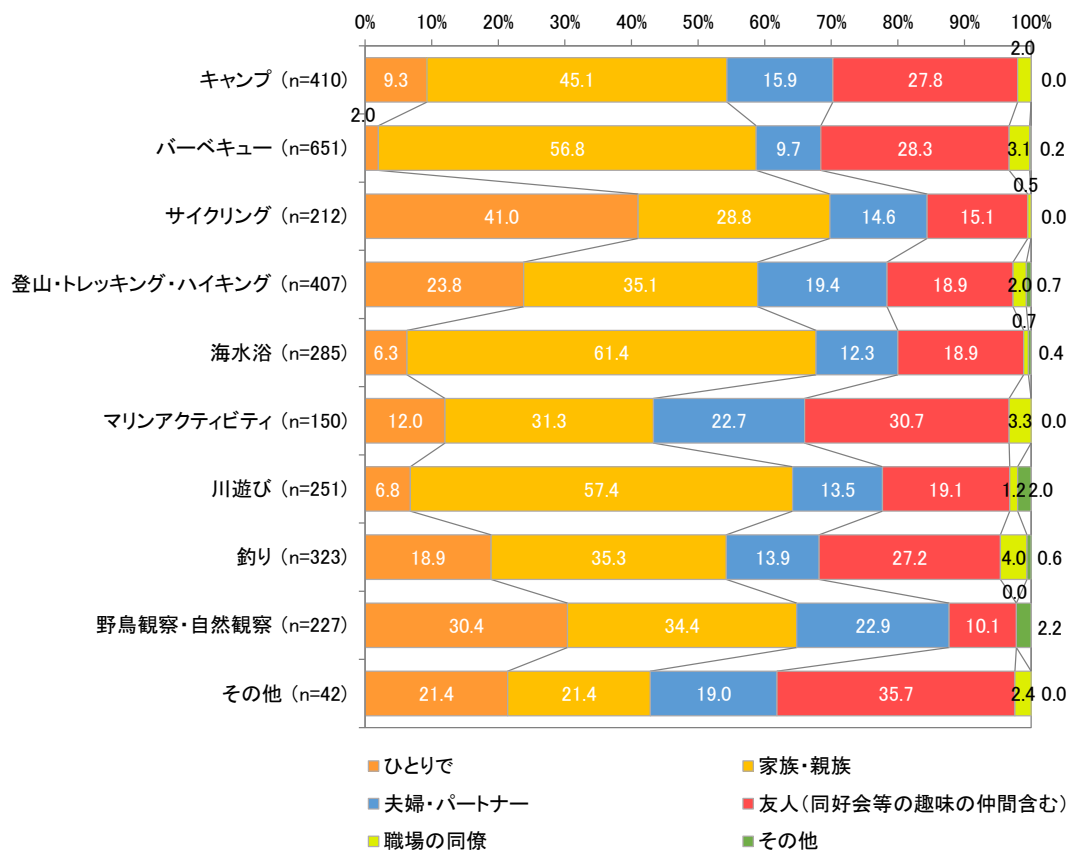
図表－75 アウトドア実施頻度



3) アウトドアを一緒にやった人 [Q6]

- 「キャンプ」や「バーベキュー」についてみると、家族・親族を中心に複数人でやったとの回答が高い。
- 「サイクリング」は4割以上がひとりで実施。

図表－76 アウトドアを一緒にやった人

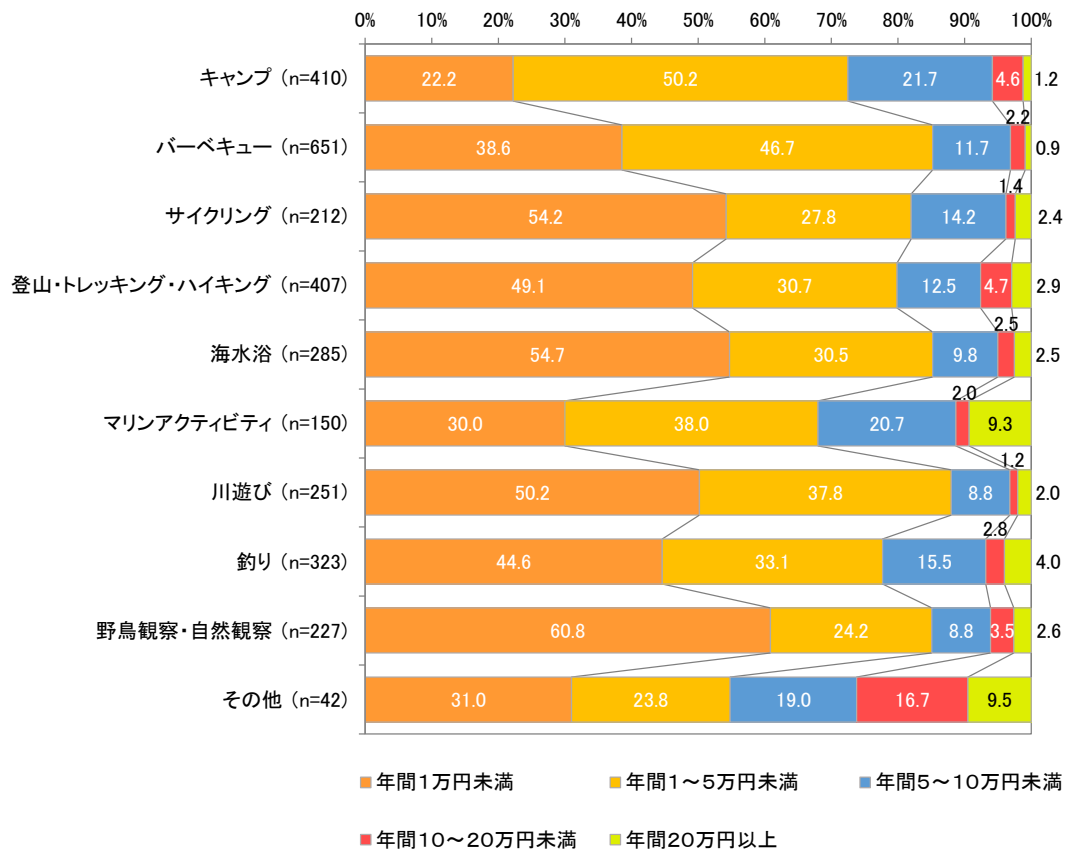


第4部 参考資料

4) アウトドア費用 [Q7]

- 「キャンプ」「バーベキュー」「サイクリング」についてみると、アウトドアの費用は「年間5万円未満」が7～8割台。
- その他のアウトドアでも同様に「年間5万円未満」が6～8割台と大半を占める。

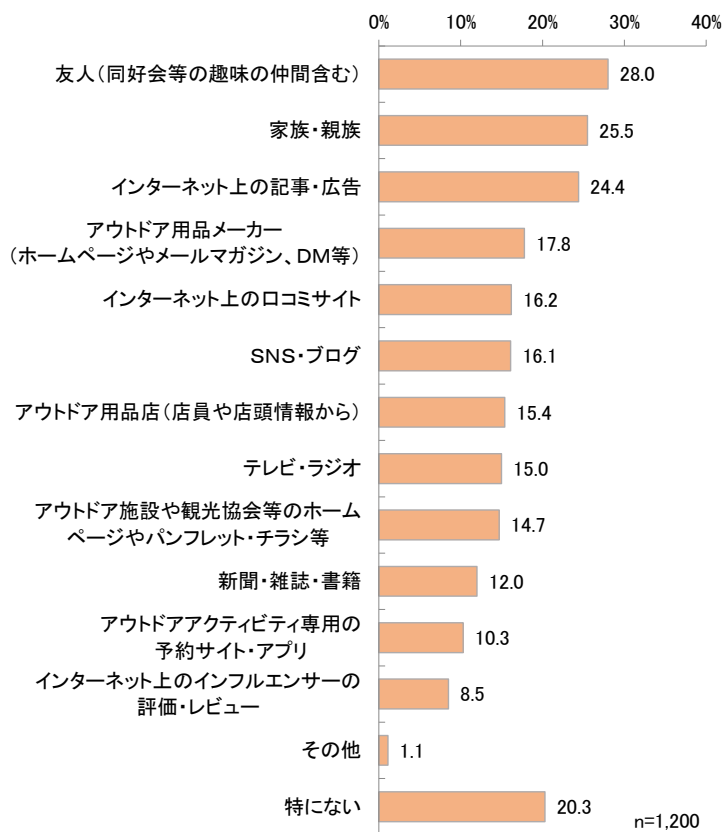
図表－77 アウトドア費用



5) アウトドア情報源 [Q8]

- アウトドアの情報源は「友人」が28.0%で最も高く、次いで「家族・親族」(25.5%)、「インターネット上の記事・広告」(24.4%)の順。

図表 - 78 アウトドア情報源



第4部 参考資料

- アウトドアの関心度別にみると、「とても興味あり」の層では「アウトドア用品店」が情報源となっている人が3割を超える。
- 性・年代別にみると、「アウトドア用品メーカー」や「アウトドア用品店」が情報源となっている人は男性20～49歳でそれぞれ2割台と女性層と比べて高い。
- 居住地別にみると、首都圏では「インターネット上の記事・広告」が情報源となっている人が約3人に1人。

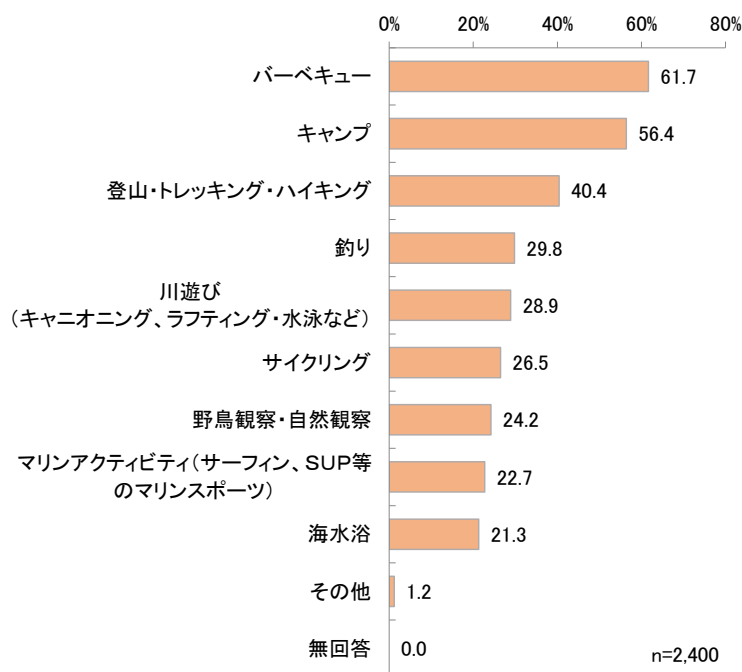
図表－79 アウトドア情報源【関心度、性・年代、居住地別】

		全 体	友人 (同好会 等) の 趣味の 仲間 含む)	家 族・ 親 族	イ ン タ ー ネ ッ ト 上 の 記 事・ 広 告	ア ウ ト ド ア 用 品 メ ー カ ー (ホ ー ム ペ ー ジ や メ ー ル マ ガ ジ ン、 D M 等)	イ ン タ ー ネ ッ ト 上 の ロ コ ミ サ イ ト	S N S ・ プ ロ グ	ア ウ ト ド ア 用 品 店 (店 員 や 店 頭 情 報 か ら)	テ レ ビ ・ ラ ジ オ	ア ウ ト ド ア 施 設 や 観 光 協 会 等 の ホ ー ム ペ ー ジ や パ レ ン ト ・ チ ラ シ ン 等	新 聞 ・ 雑 誌 ・ 書 籍	ア ウ ト ド ア ア プ リ の 予 約 サ イ ト	イ ン タ ー ネ ッ ト 上 の イ ン フ ル メ ー シ ョ ン	そ の 他	特 に な い
全 体		n=1,200	28.0	25.5	24.4	17.8	16.2	16.1	15.4	15.0	14.7	12.0	10.3	8.5	1.1	20.3
関 心 度	とても興味あり	n=535	32.9	27.1	28.2	30.1	22.2	21.9	22.6	18.5	17.9	15.7	16.8	13.3	1.5	12.9
	どちらかというと興味あり	n=665	24.1	24.2	21.4	8.0	11.3	11.4	9.6	12.2	12.0	9.0	5.1	4.7	0.8	26.3
性 ・ 年 代	男性・20～34歳	n=200	34.5	18.5	25.5	23.0	21.5	19.5	21.0	18.0	10.5	11.0	10.5	13.5	-	16.5
	男性・35～49歳	n=200	30.5	18.0	24.0	24.5	16.5	14.5	26.5	13.0	12.0	13.5	15.5	12.5	1.0	24.5
	男性・50歳以上	n=200	25.0	16.0	32.0	17.0	12.0	9.5	16.0	21.0	22.0	22.0	7.0	7.0	3.5	20.5
	女性・20～34歳	n=200	32.0	29.0	21.5	13.5	15.5	25.0	7.0	9.5	7.5	6.0	10.5	5.0	0.5	22.0
	女性・35～49歳	n=200	24.0	29.0	21.5	15.0	20.0	16.5	12.0	11.5	13.5	7.5	9.5	8.0	-	21.5
	女性・50歳以上	n=200	22.0	42.5	22.0	14.0	11.5	11.5	10.0	17.0	22.5	12.0	9.0	5.0	1.5	17.0
居 住 地	北部九州	n=300	28.3	28.3	21.0	16.0	15.3	17.0	16.7	11.7	13.0	13.0	10.3	10.7	0.7	17.7
	南部九州	n=300	28.7	27.7	18.3	14.3	12.3	15.0	12.3	14.7	9.3	8.3	8.0	8.0	1.0	24.0
	近畿圏	n=300	30.3	27.0	25.3	19.3	16.7	18.0	15.0	14.3	16.0	13.3	8.0	6.7	1.7	19.7
	首都圏	n=300	24.7	19.0	33.0	21.7	20.3	14.3	17.7	19.3	20.3	13.3	15.0	8.7	1.0	20.0

6) 今後やってみたいアウトドア内容 [Q9]

- 今後やってみたいアウトドアの内容は「バーベキュー」が61.7%で最も高く、次いで「キャンプ」(56.4%)、「登山等」(40.4%)の順。
- 性・年代別にみると、男女ともに20～49歳の層で「キャンプ」は6割前後で、50歳以上の層より高い。

図表－80 今後やってみたいアウトドア内容



図表－81 今後やってみたいアウトドア内容【性・年代別】

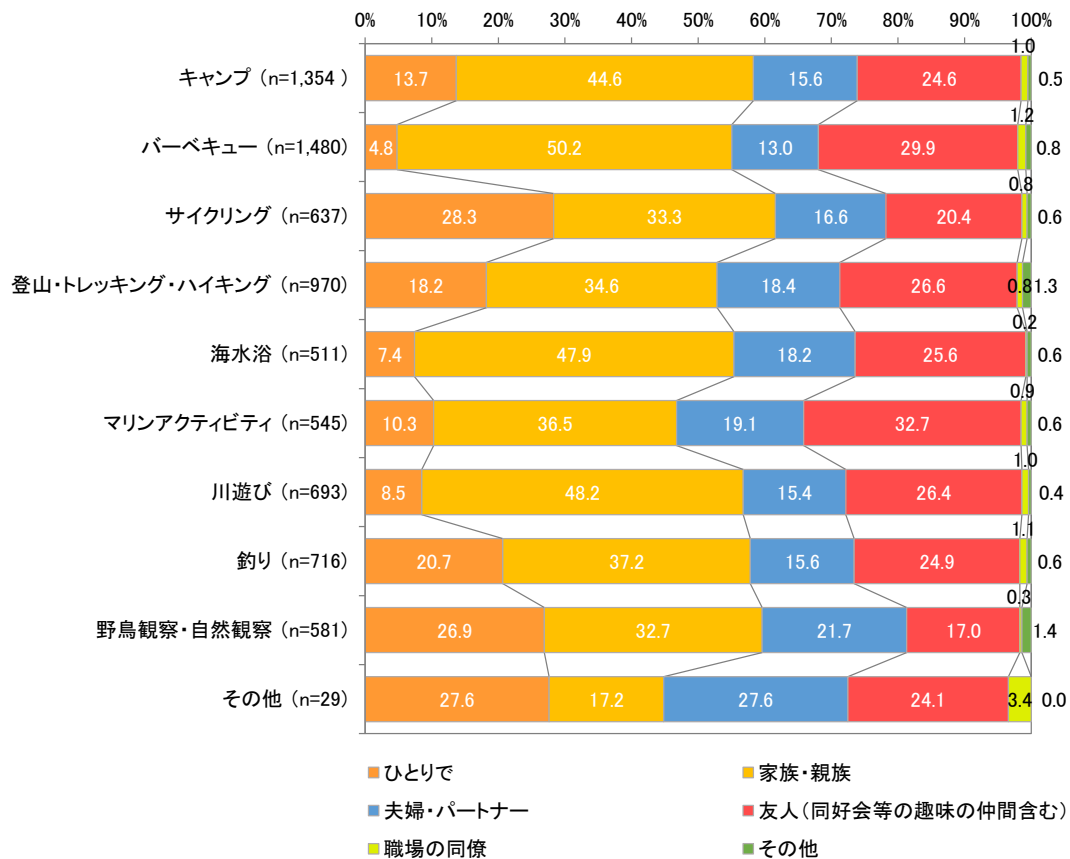
		全 体	バー ベ キュー	キャン プ	イ 登 山 ・ ト レ ッ キ ン グ ・ ハ イ キ ン グ	釣 り	川 遊 び (キャ ニ オ ニ ン グ ・ 水 泳 な ど)	サイ ク リ ン グ	野 鳥 観 察 ・ 自 然 観 察	マ リ ン ア ク ティ ビ ティ (サー フィン ・ SUP 等)	海 水 浴	そ の 他	無 回 答
全体		n=2,400	61.7	56.4	40.4	29.8	28.9	26.5	24.2	22.7	21.3	1.2	0.0
性・年代	男性・20～34歳	n=400	59.3	62.0	35.8	33.5	26.0	29.8	14.8	20.0	20.0	0.8	-
	男性・35～49歳	n=400	61.3	63.0	39.8	33.8	34.8	29.3	19.3	23.8	26.8	1.5	-
	男性・50歳以上	n=400	57.5	50.8	41.5	34.5	20.5	25.5	25.8	13.0	16.5	1.3	0.3
	女性・20～34歳	n=400	64.3	60.0	32.3	28.5	33.8	21.3	18.5	35.8	29.0	0.5	-
	女性・35～49歳	n=400	64.0	59.0	45.0	25.3	34.5	31.3	29.5	26.8	24.5	0.3	-
	女性・50歳以上	n=400	63.8	43.8	48.3	23.5	23.8	22.3	37.5	17.0	11.0	3.0	-

第4部 参考資料

7) アウトドアを一緒にやりたい人 [Q10]

- 「キャンプ」や「バーベキュー」についてみると、一緒にやった人と同様に家族・親族を中心に複数人でやりたいとの回答が高い。
- 「サイクリング」では4割以上がひとりでやったとの回答であったが、やりたい人では3割弱に留まり、複数人でやりたいとの希望が多い。

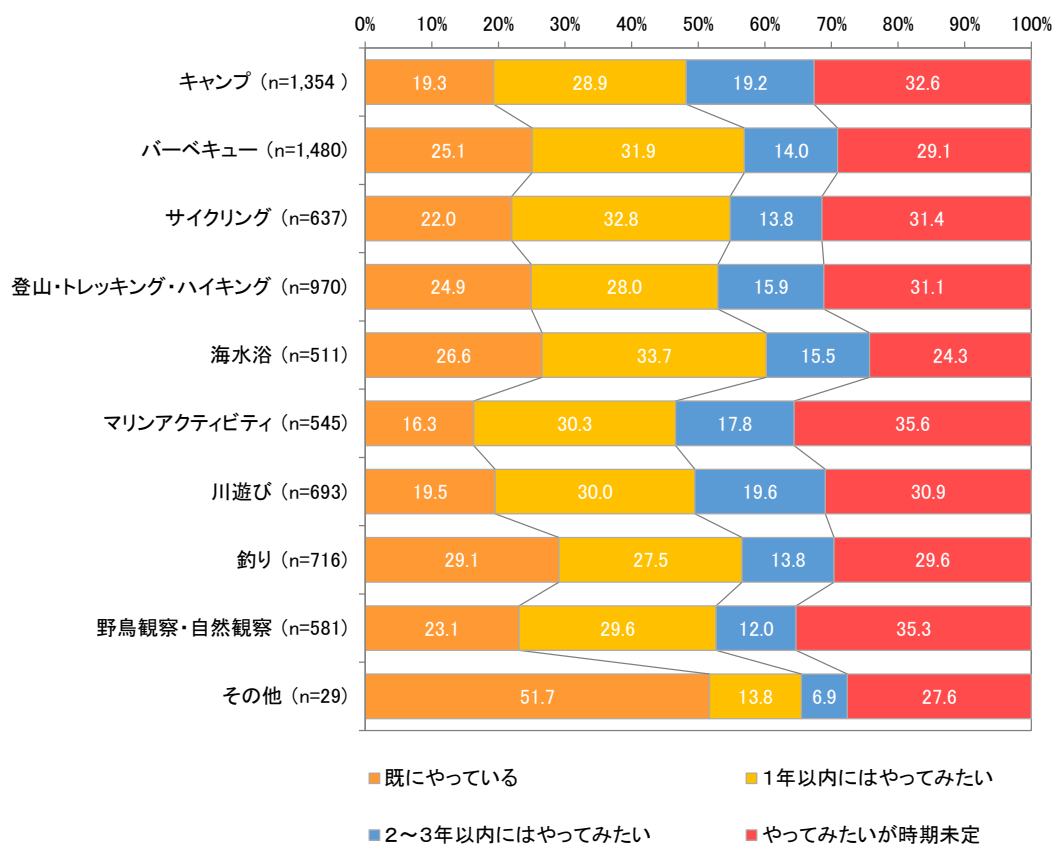
図表 - 8 2 アウトドアを一緒にやりたい人



8) アウトドア実施希望時期 [Q11]

- アウトドアの実施希望時期は、概ねのアウトドアで「1年以内にはやってみたい」が3割前後。
- 「キャンプ」では28.9%、「バーベキュー」では31.9%、「サイクリング」では32.8%が「1年以内にはやってみたい」と回答。

図表 - 83 アウトドア実施希望時期



4. キャンプ・バーベキューについて (Q13～Q21)

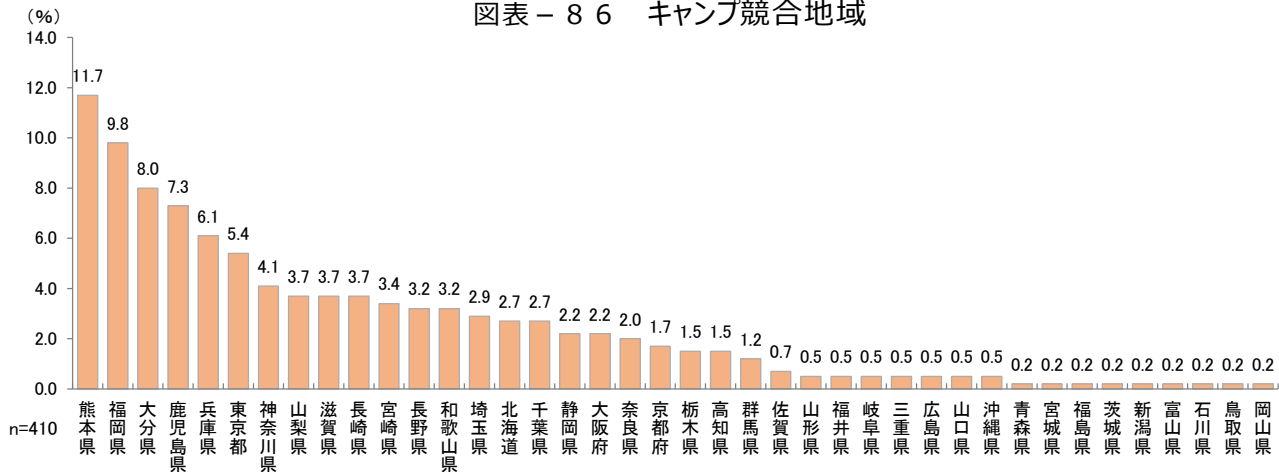
キャンプ・バーベキュー	結果概要	
スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ● 「道具ややり方にはこだわらず、気軽に楽しみたい」が9割弱 ● 男性 20～49歳で「道具ややり方にこだわって、趣味として上達したい」が他と比べてやや高い 	
面倒・嫌なこと	<ul style="list-style-type: none"> ● 面倒・嫌なこと上位3つは「虫」、「設営・撤収」、「雨・風」 	
実施環境・サービス希望	<ul style="list-style-type: none"> ● 実施環境等上位3つは「トイレが清潔」、「ロケーションが絶景」、「マナーがよい」 ● 経験者と比べると関心層は「利用者のマナー」や「道具レンタル」を求めている 	
	(キャンプ)	(バーベキュー)
競合地域 (最もよかった場所)	<ul style="list-style-type: none"> ● 上位3つは「熊本県」、「福岡県」、「大分県」 	<ul style="list-style-type: none"> ● 上位3つは「福岡県」、「熊本県」、「大阪府」
実施希望場所	<ul style="list-style-type: none"> ● 「自分が住んでいる都道府県内で」や「よいところがあればどこでもよい」が上位 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「自分が住んでいる都道府県内で」や「よいところがあればどこでもよい」が上位
出してもいい金額 <small>※手ぶらキャンプ・バーベキュー</small>	<ul style="list-style-type: none"> ● 出してもいい金額『15,000円未満』が7割強 	<ul style="list-style-type: none"> ● 出してもいい金額『5,000円未満』が5割台半ば

第4部 参考資料

1) キャンプ競合地域 [Q13]

- キャンプ実施場所で最も良かった場所は「熊本県」が1位、次いで「福岡県」、「大分県」の順。
- 具体的な最も良かった場所は下表の通り。

図表 - 86 キャンプ競合地域



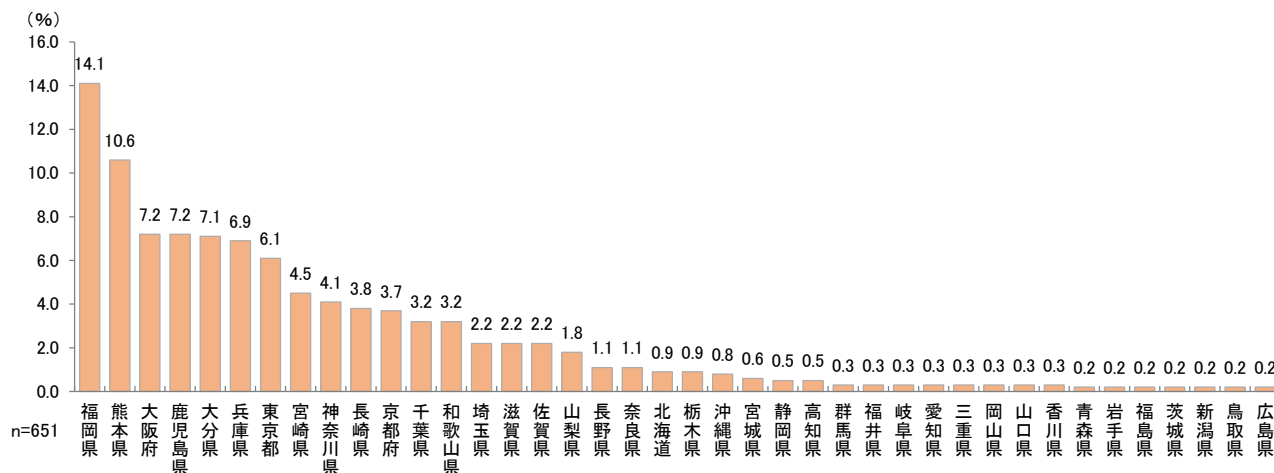
図表 - 87 キャンプ実施場所で最も良かった場所の具体的内容【上位5位】

件数順位	都道府県	最も良かった場所
1	熊本県 48件	阿蘇、御立岬、服掛松キャンプ場、天草、ゴンドーシャロレー、歌瀬キャンプ場、ゆのまえグリーンパレスキャンプ場、吉原ごんべい村等
2	福岡県 40件	五ヶ山クロス、平尾台、若杉楽園キャンプ場、源じいの森、海の中道、四王寺県民の森、一本松公園、ポーン太の森、香椎浜等
3	大分県 33件	志高湖、糸ヶ浜、カナディアンヴィレッジキャンプ場、鉄山キャンプ場、いなづみ白山川キャンプ村、ボーイボーイキャンプ場、るるパーク（大分農業文化公園）等
4	鹿児島県 30件	吹上浜フィールドホテル、霧島高原国民休養地、霧島、ユクサおおすみ海の学校、くこの松原キャンプ場、丸岡公園バンガロー「こもれびの里」等
5	兵庫県 25件	淡路島、ネスタリゾート神戸、西脇市日本のへそ日時計の丘公園オートキャンプ場、青雲の杜キャンプ場、三田浜キャンプ場、相大池キャンプ場等

2) バーベキュー競合地域 [Q14]

- バーベキュー実施場所で最も良かった場所は「福岡県」が1位、次いで「熊本県」、「大阪府」の順。
- 具体的な最も良かった場所は下表の通り。

図表－88 バーベキュー競合地域



図表－89 バーベキュー実施場所で最も良かった場所の具体的内容【上位5位】

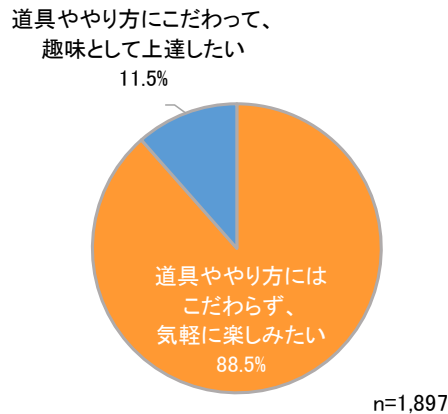
件数順位	都道府県	最も良かった場所
1	福岡県 92件	自宅（家、庭、実家、友人宅など）、糸島、小戸公園、源じいの森、油山、夢たちばなビレッジ、海の中道海浜公園等
2	熊本県 69件	自宅（家、庭、実家、友人宅など）、天草、阿蘇、御立岬公園キャンプ場、阿蘇ファームランド、白岩戸公園、江藤ポートハウス等
3	大阪府 47件	自宅（家、庭、実家、友人宅など）、浜寺公園、舞洲、南港公園、二色の浜公園、淀川等
3	鹿児島県 47件	自宅（家、庭、実家、友人宅など）、八重山公園、霧島高原国民休養地、霧島ヶ丘、池田湖、十曾青少年旅行村、矢立農村公園せせらぎの里等
5	大分県 46件	自宅（家、庭、実家、友人宅など）、志高湖、糸ヶ浜、ポイポイキャンプ場、山下湖ロッジ、いなづみ白山川キャンプ村等

第4部 参考資料

3) キャンプ・バーベキューのスタイル [Q15]

- キャンプ・バーベキューのスタイルは「道具ややり方にはこだわらず、気軽に楽しみたい」が88.5%と大半を占める。
- 性・年代別にみると、男性20～49歳では「道具ややり方にこだわって、趣味として上達したい」が2割弱と、こだわりを持ってやりたい層が一定数いる。

図表 - 90 キャンプ・バーベキューのスタイル



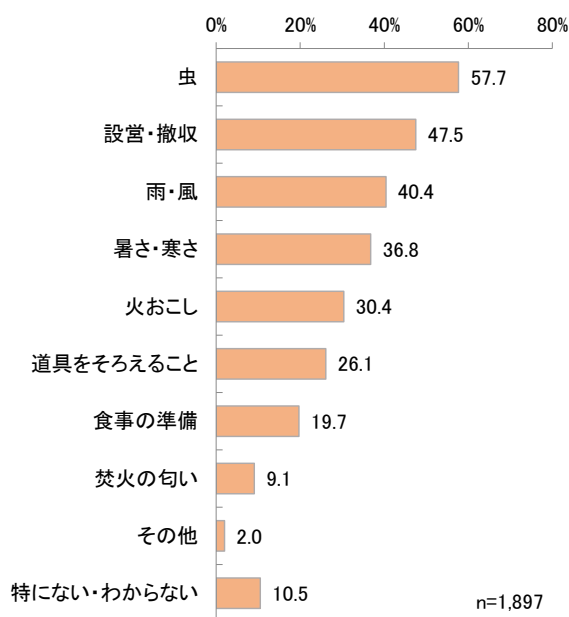
図表 - 91 キャンプ・バーベキューのスタイル【性・年代別】

		(%)		
		全 体	に道 楽具 しわ みら みた ずり たい 、方 に 軽 は	しだ 道 てわ 具 上っ や 達て り た趣 方 い味 とこ
全体		n=1,897	88.5	11.5
性・ 年代	男性・20～34歳	n=320	81.9	18.1
	男性・35～49歳	n=330	83.0	17.0
	男性・50歳以上	n=293	88.1	11.9
	女性・20～34歳	n=327	90.8	9.2
	女性・35～49歳	n=329	91.5	8.5
	女性・50歳以上	n=298	96.0	4.0

4) キャンプ・バーベキューで面倒・嫌なこと [Q16]

- キャンプ・バーベキューで面倒なことは「虫」が57.7%で最も高く、次いで「設営・撤収」(47.5%)、「雨・風」(40.4%)の順。
- 性・年代別にみると、女性ではどの年代層でも「虫」が6割を超え、「火起こし」も男性と比べると高い。

図表 - 9 2 キャンプ・バーベキューで面倒・嫌なこと



図表 - 9 3 キャンプ・バーベキューで面倒・嫌なこと【性・年代別】

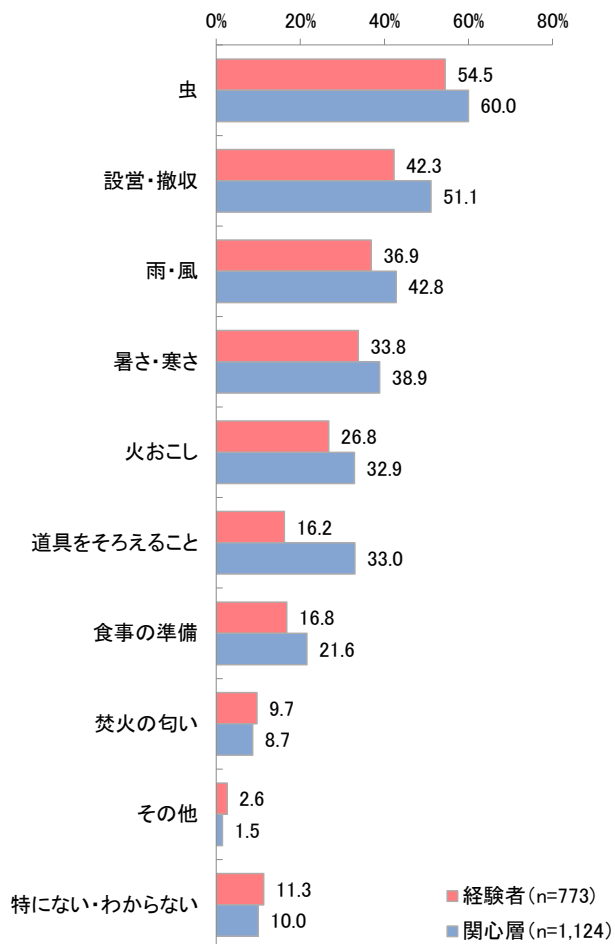
(%)

		全 体	虫	設 営 ・ 撤 収	雨 ・ 風	暑 さ ・ 寒 さ	火 お こ し	え 道 具 を そ ろ	食 事 の 準 備	焚 火 の 匂 い	そ の 他	わ 特 か ら な い ・
全 体		n=1,897	57.7	47.5	40.4	36.8	30.4	26.1	19.7	9.1	2.0	10.5
性 ・ 年 代	男性・20~34歳	n=320	55.0	41.3	35.9	33.8	29.7	26.6	16.9	12.2	1.3	11.3
	男性・35~49歳	n=330	47.6	43.6	33.0	28.2	23.6	19.1	18.8	10.3	3.0	13.6
	男性・50歳以上	n=293	48.5	43.7	48.8	31.7	16.7	20.5	14.7	2.4	3.4	14.0
	女性・20~34歳	n=327	62.1	49.8	35.2	41.0	41.6	32.4	23.9	12.2	0.9	10.7
	女性・35~49歳	n=329	64.1	52.9	40.7	41.6	39.2	31.9	23.4	9.1	1.8	7.6
	女性・50歳以上	n=298	69.1	53.7	50.3	44.6	30.2	25.8	19.8	7.7	1.3	5.7

第4部 参考資料

- キャンプ・バーベキュー経験者、関心層についてみると、経験者と関心層ともに順位は同じ。
- 関心層の方が経験者と比べて面倒・嫌いと感じる割合が高い。

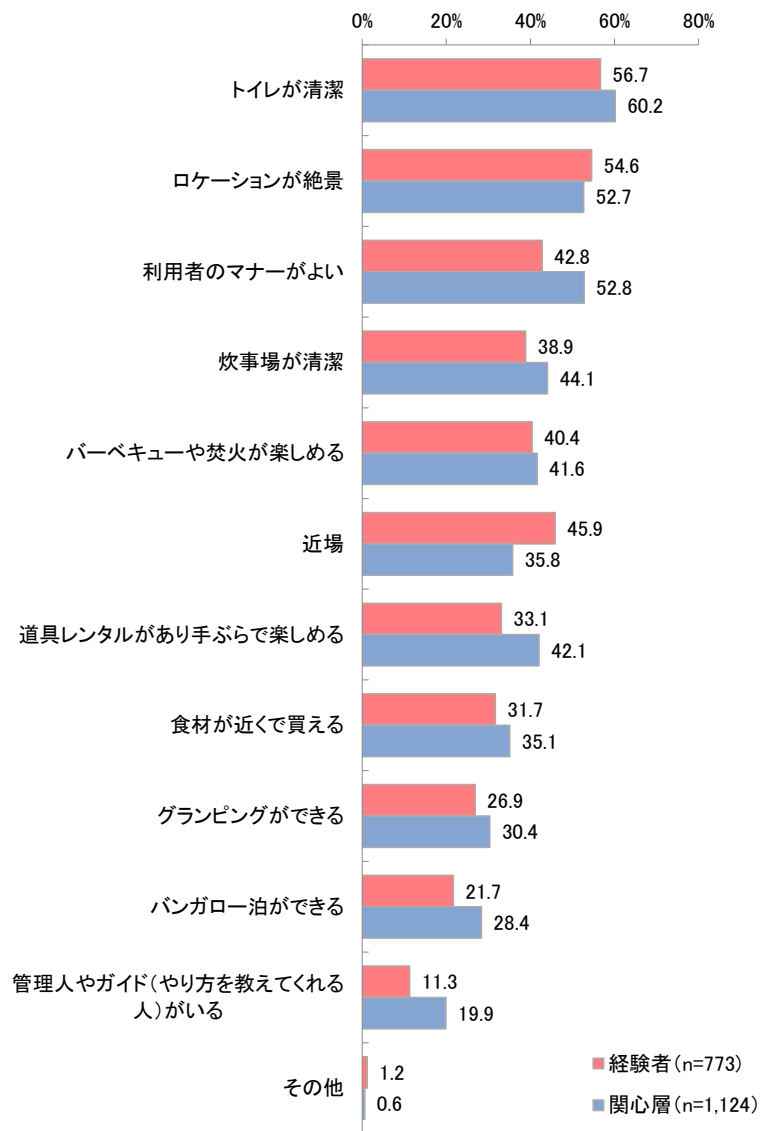
図表 - 9 4 キャンプ・バーベキューで面倒・嫌なこと【キャンプ・バーベキュー経験者、関心層】



第4部 参考資料

- キャンプ・バーベキュー経験者、関心層についてみると、経験者と比べると関心層は「利用者のマナー」や「道具レンタル」が求められている。

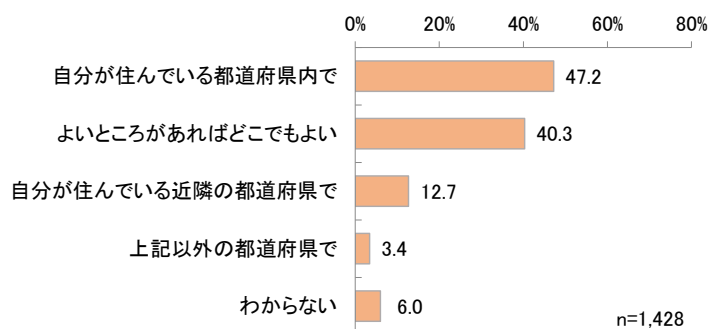
図表－97 キャンプ・バーベキューの実施環境・サービス希望【キャンプ・バーベキュー経験者、関心層】



6) キャンプ実施希望場所 [Q18]

- キャンプの実施希望場所は「自分が住んでいる都道府県内で」（47.2%）や「よいところがあればどこでもよい」（40.3%）が上位。
- 居住地別にみると、南部九州では「自分が住んでいる都道府県内で」が6割強と他と比べて高い。
- また、近畿圏、首都圏では「よいところがあればどこでもよい」が最も高い。
- 家族構成別にみると、中学生以下の子どもがいるファミリー層では「自分が住んでいる都道府県内で」が5割強。

図表 - 98 キャンプ実施希望場所



図表 - 99 キャンプ実施希望場所【居住地、家族構成別】

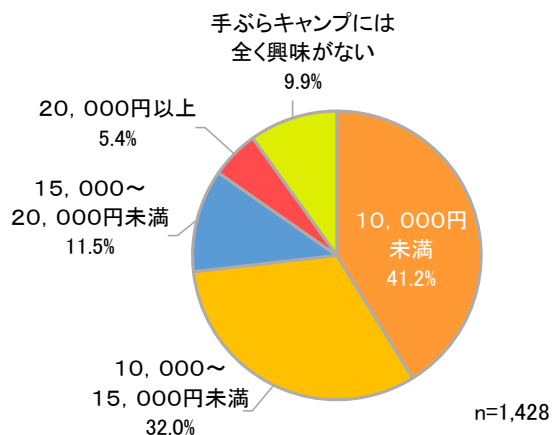
		(%)					
		全 体	府 自 分 が 住 ん で い る 都 道	こ よ い と こ ろ が あ れ ば ど	の 自 分 が 住 ん で い る 近 隣	上 記 以 外 の 都 道 府 県 で	わ か ら な い
全体		n=1,428	47.2	40.3	12.7	3.4	6.0
居住地	北部九州	n=361	47.4	37.4	15.5	4.2	7.2
	南部九州	n=377	62.3	28.4	9.8	2.1	4.8
	近畿圏	n=324	40.1	46.9	12.7	1.2	6.5
	首都圏	n=366	37.7	49.5	12.8	6.0	5.7
家族構成	一人暮らし	n=303	43.9	42.6	11.2	4.0	7.9
	夫婦世帯	n=281	42.0	42.0	14.9	5.7	5.7
	ファミリー層(中学生以下の子あり)	n=426	53.3	37.1	12.4	2.3	4.5
	ファミリー層(その他)	n=418	46.9	40.7	12.4	2.6	6.5

第4部 参考資料

7) 手ぶらキャンプに出してもいい金額 [Q19]

- 手ぶらキャンプに出してもいい金額は「10,000円未満」が41.2%で最も高く、次いで「10,000～15,000円未満」(32.0%)の順。
- 出してもいい金額『15,000円未満』が7割強。
- 性・年代別にみると、男性50歳以上、女性35歳以上では「10,000円未満」が5割前後。
- 居住地別にみると、首都圏以外では「10,000円未満」が4割台、首都圏では3割台に留まる。
- 年収別にみると、年収が高くなるほど「15,000～20,000円未満」「20,000円以上」が高くなる。

図表-100 手ぶらキャンプに出してもいい金額



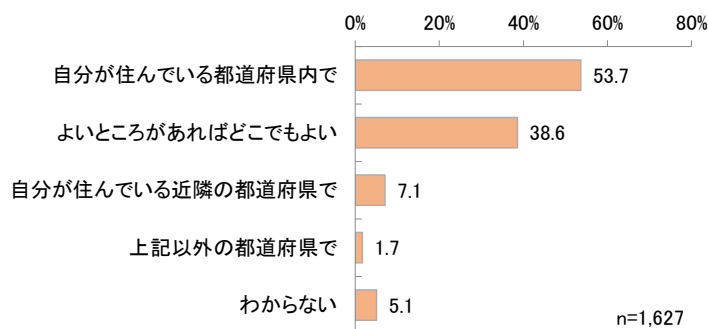
図表-101 手ぶらキャンプに出してもいい金額【性・年代、居住地、年収別】

		全	10,000円未満	10,000～15,000円未満	15,000～20,000円未満	20,000円以上	手ぶらキャンプには全く興味がない
全体		n=1,428	41.2	32.0	11.5	5.4	9.9
性・年代	男性・20～34歳	n=263	34.2	36.5	14.1	6.1	9.1
	男性・35～49歳	n=270	35.2	34.4	13.7	6.7	10.0
	男性・50歳以上	n=211	50.2	23.2	9.0	7.6	10.0
	女性・20～34歳	n=254	33.5	39.0	11.8	4.7	11.0
	女性・35～49歳	n=248	49.6	27.4	11.3	4.0	7.7
	女性・50歳以上	n=182	49.5	28.6	7.1	2.7	12.1
居住地	北部九州	n=361	41.0	31.0	11.1	7.8	9.1
	南部九州	n=377	47.5	27.1	9.8	4.0	11.7
	近畿圏	n=324	42.0	33.0	12.0	3.7	9.3
	首都圏	n=366	34.4	37.2	13.1	6.0	9.3
年収	400万円未満	n=352	47.2	32.4	8.8	4.5	7.1
	400～600万円未満	n=302	41.4	33.8	12.6	4.6	7.6
	600～800万円未満	n=197	35.5	42.6	9.1	6.6	6.1
	800～1000万円未満	n=137	38.7	29.9	21.2	5.8	4.4
	1000～1500万円未満	n=111	37.8	29.7	20.7	7.2	4.5
	1500万円以上	n=40	20.0	22.5	22.5	27.5	7.5
	不明・回答拒否	n=289	43.3	25.6	5.5	2.4	23.2

8) バーベキュー実施希望場所 [Q20]

- バーベキューの実施希望場所は「自分が住んでいる都道府県内で」（53.7%）や「よいところがあればどこでもよい」（38.6%）が上位。
- 居住地別にみると、南部九州では「自分が住んでいる都道府県内で」が7割弱と他と比べて高い。
- また、首都圏では「よいところがあればどこでもよい」が最も高い。

図表 - 102 バーベキュー実施希望場所



図表 - 103 バーベキュー実施希望場所【居住地別】

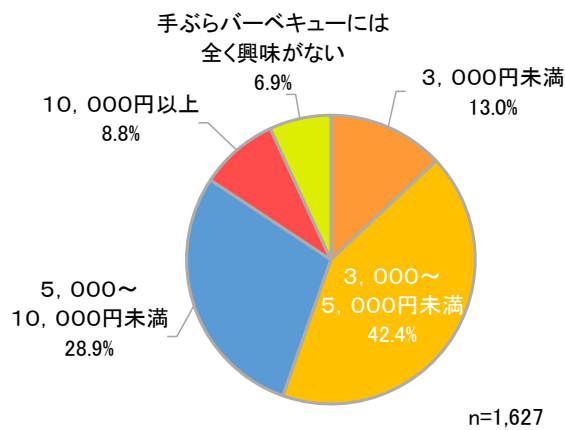
		(%)					
		全 体	府 県 内 で 自 分 が 住 ん で い る 都 道	こ よ い と こ ろ が あ れ ば ど こ でも よ い	の 都 道 府 県 で 自 分 が 住 ん で い る 近 隣	上 記 以 外 の 都 道 府 県 で	わ か ら な い
全 体		n=1,627	53.7	38.6	7.1	1.7	5.1
居 住 地	北部九州	n=409	54.5	35.2	9.3	1.7	5.9
	南部九州	n=426	68.3	27.2	4.2	0.7	4.0
	近畿圏	n=410	48.8	42.0	5.9	1.7	6.6
	首都圏	n=382	41.6	51.3	9.4	2.6	3.9

第4部 参考資料

9) 手ぶらバーベキューに出してもいい金額【Q21】

- 手ぶらバーベキューに出してもいい金額は「3,000～5,000円未満」が42.4%で最も高く、次いで「5,000～10,000円未満」(28.9%)の順。
- 出してもいい金額『5,000円未満』が5割台半ば。
- 性・年代別にみると、どの性・年代でも「3,000～5,000円未満」が最も高い。
- 居住地別にみると、どの居住地でも「3,000～5,000円未満」が最も高い。
- 年収別にみると、年収が高くなるほど「10,000円以上」が高くなる。

図表-104 手ぶらバーベキューに出してもいい金額



図表-105 手ぶらバーベキューに出してもいい金額【性・年代、居住地、年収】

		(%)					
		全 体	3 ,0 0 0 円 未 満	3 ,0 0 0 ～ 5 ,0 0 0 円 未 満	5 ,0 0 0 ～ 10 ,0 0 0 円 未 満	10 ,0 0 0 円 以 上	全 く 興 味 が な い バ ー ベ キ ュ ー に は
全体		n=1,627	13.0	42.4	28.9	8.8	6.9
性・年代	男性・20～34歳	n=257	12.1	34.2	35.4	10.5	7.8
	男性・35～49歳	n=275	12.7	39.6	30.5	9.8	7.3
	男性・50歳以上	n=249	14.1	36.5	29.3	13.3	6.8
	女性・20～34歳	n=286	9.8	52.1	25.9	6.3	5.9
	女性・35～49歳	n=282	15.2	45.4	25.5	7.4	6.4
	女性・50歳以上	n=278	14.0	45.0	27.3	6.1	7.6
居住地	北部九州	n=409	13.0	44.5	25.9	10.3	6.4
	南部九州	n=426	16.4	41.1	27.7	6.8	8.0
	近畿圏	n=410	10.5	42.4	29.8	9.5	7.8
	首都圏	n=382	11.8	41.6	32.5	8.6	5.5
年収	400万円未満	n=381	17.8	44.1	26.5	6.3	5.2
	400～600万円未満	n=346	16.2	48.0	24.6	7.5	3.8
	600～800万円未満	n=226	8.0	42.0	35.8	10.6	3.5
	800～1000万円未満	n=160	9.4	43.8	31.3	10.0	5.6
	1000～1500万円未満	n=125	9.6	36.0	35.2	15.2	4.0
	1500万円以上	n=45	4.4	26.7	28.9	33.3	6.7
	不明・回答拒否	n=344	11.6	39.0	27.9	5.5	16.0

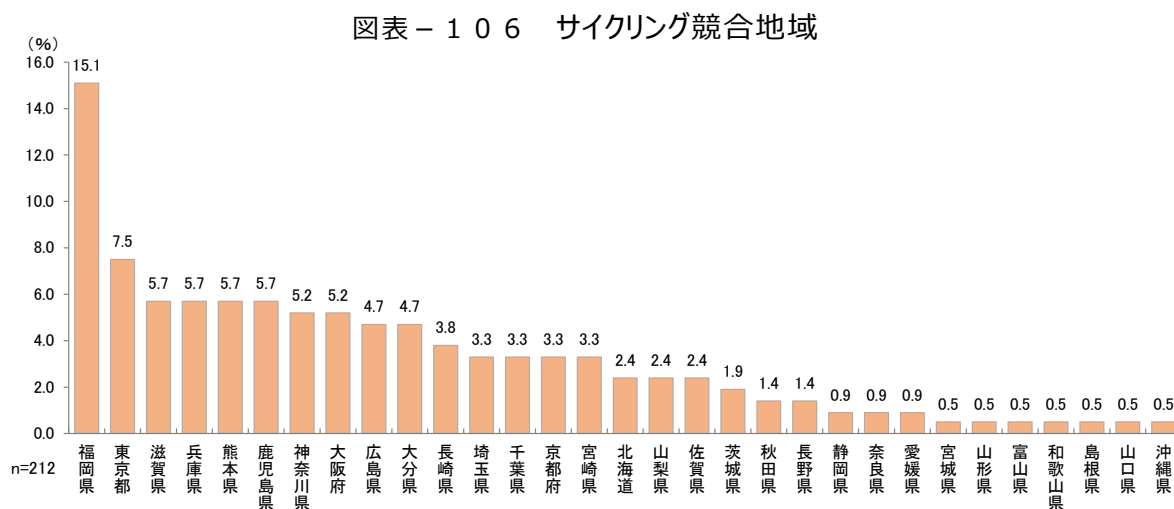
5. サイクリングについて (Q22～Q29)

サイクリング	結果概要
競合地域 (最もよかった場所)	● 上位3つは「 福岡県 」、「 東京都 」、「 滋賀県 」
サイクリング旅行の 実施状況	● 「 主に日帰り 」が 7割弱 で最も高い
形態	● 「 ポタリング 」が 7割台半ばで最も高く 、次いで「 周遊サイクリング 」が6割弱 ● サイクリング経験者、関心層ともに「 ポタリング 」が8割弱と高いが、関心層では「 周遊サイクリング 」も6割台半ばと高い
実施環境・ サービス希望	● 実施環境等上位3つは「 初心者向けサイクリングコース 」、「 安心・安全なルート 」、「 レンタサイクルがある 」 ● すべての女性の年代で「 初心者向けサイクリングコース 」が7割台
サイクル拠点等に 求める機能	● 「 サイクリングルート上に休憩できる施設がある 」が 8割弱 で最も高い ● サイクリング経験者では「 工具や空気入れの貸し出しがある 」が6割強
実施希望場所	● 「 自分が住んでいる都道府県内で 」や「 よいところがあればどこでもよい 」が上位 ● 近畿圏や首都圏では「 よいところがあればどこでもよい 」が最も高い
レンタサイクルについて	
希望するレンタサイクル	● 「 e-バイク 」が 5割台半ばで最も高い ● 男性では「 e-バイク 」「 スポーツバイク 」を希望するが、女性では「 シティサイクル 」「 シティサイクル+電動アシスト 」を希望する傾向あり
利用料	● 「 3,000円未満 」が 5割台半ば で最も高い

第4部 参考資料

1) サイクリング競合地域 [Q22]

- サイクリング実施場所で最も良かった場所は「福岡県」が1位、次いで「東京都」、「滋賀県」の順。
- 具体的な最も良かった場所は下表の通り。



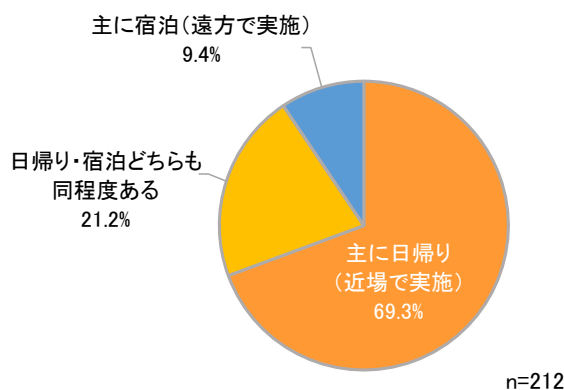
図表 - 107 サイクリング実施場所で最も良かった場所の具体的内容【上位5位】

件数順位	都道府県	最も良かった場所
1	福岡県 32件	海の中道海浜公園、糸島、志賀島、響灘緑地グリーンパーク、福岡センチュリーラン A コース等
2	東京都 16件	多摩川、浅川サイクリングロード、多摩湖自転車道、駒沢公園等
3	滋賀県 12件	琵琶湖
4	兵庫県 12件	淡路島、丹波、赤穂海浜公園、播磨中央公園等
5	熊本県 12件	阿蘇、菊池、熊本城等
6	鹿児島県 12件	吹上浜、佐多岬、指宿、桜島等
7	神奈川県 11件	多摩川、酒匂川サイクリングコース、大観山、江の島、鎌倉等
8	大阪府 11件	大和川、猪名川サイクルロード、淀川河川敷、北河内サイクルライン等
9	広島県 10件	しまなみ海道、尾道等
10	大分県 10件	国東半島、耶馬溪、大在等

2) サイクリング旅行の実施状況 [Q23]

- サイクリング旅行の実施状況は「主に日帰り」が69.3%で最も高い。
- 性・年代別にみると、男女ともに20～49歳では「日帰り・宿泊どちらも同程度ある」が2割台。
- 居住地別にみると、どの居住地でも「主に日帰り」が6～7割。

図表－108 サイクリング旅行の実施状況



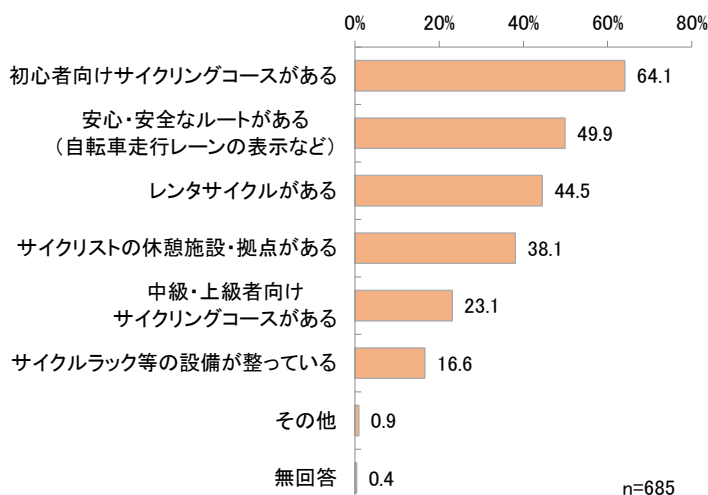
図表－109 サイクリング旅行の実施状況【性・年代、居住地別】

		（%）			
		全 体	主 に 日 帰 り （ 近 場 で 実 施 ）	日 帰 り ・ 宿 泊 ど ち ら も 同 程 度 あ る	主 に 宿 泊 （ 遠 方 で 実 施 ）
全体		n=212	69.3	21.2	9.4
性・年代	男性・20～34歳	n=53	60.4	28.3	11.3
	男性・35～49歳	n=45	75.6	22.2	2.2
	男性・50歳以上	n=40	70.0	15.0	15.0
	女性・20～34歳	n=25	60.0	24.0	16.0
	女性・35～49歳	n=25	60.0	28.0	12.0
	女性・50歳以上	n=24	95.8	4.2	—
居住地	北部九州	n=55	74.5	18.2	7.3
	南部九州	n=42	64.3	28.6	7.1
	近畿圏	n=53	66.0	26.4	7.5
	首都圏	n=62	71.0	14.5	14.5

4) サイクリングの実施環境・サービスの希望 [Q25]

- サイクリングの実施環境等は「初心者向けサイクリングコース」が64.1%で最も高く、次いで「安心・安全なルート」(49.9%)、「レンタサイクルがある」(44.5%)の順。
- 性・年代別にみると、すべての女性の年代で「初心者向けサイクリングコース」が7割台。
- 居住地別にみると、すべての居住地で「初心者向けサイクリングコース」が6割台。

図表 - 1 1 3 サイクリングの実施環境・サービスの希望



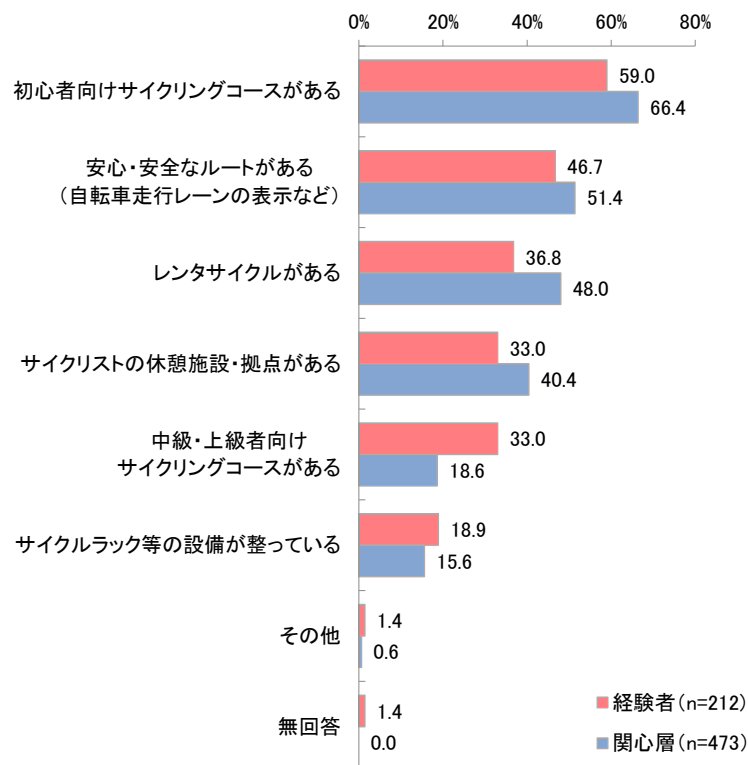
図表 - 1 1 4 サイクリングの実施環境・サービスの希望【性・年代、居住地別】

		全体	初心者向けサイクリングコースがある	安心・安全なルートがある (自転車走行レーンの表示など)	レンタサイクルがある	サイクリストの休憩施設・拠点がある	中級・上級者向けサイクリングコースがある	サイクルラック等の設備が整っている	その他	無回答
全体		n=685	64.1	49.9	44.5	38.1	23.1	16.6	0.9	0.4
性・年代	男性・20~34歳	n=131	64.1	48.1	40.5	34.4	29.0	20.6	-	-
	男性・35~49歳	n=130	62.3	49.2	43.1	33.1	31.5	15.4	0.8	-
	男性・50歳以上	n=109	45.0	45.0	34.9	37.6	33.0	12.8	1.8	0.9
	女性・20~34歳	n=94	71.3	45.7	51.1	39.4	20.2	19.1	-	-
	女性・35~49歳	n=130	72.3	52.3	54.6	42.3	9.2	16.2	1.5	0.8
女性・50歳以上	n=91	70.3	60.4	42.9	44.0	13.2	15.4	1.1	1.1	
居住地	北部九州	n=154	64.9	48.7	44.2	36.4	14.9	16.2	0.6	0.6
	南部九州	n=156	63.5	48.7	43.6	39.1	23.7	16.0	0.6	-
	近畿圏	n=178	63.5	51.1	41.6	38.2	22.5	15.7	0.6	0.6
	首都圏	n=197	64.5	50.8	48.2	38.6	29.4	18.3	1.5	0.5

第4部 参考資料

- サイクリング経験者、関心層についてみると、経験者では「初心者向けサイクリングコース」が6割弱と高いものの、「中級・上級者向けサイクリングコース」が3割台。

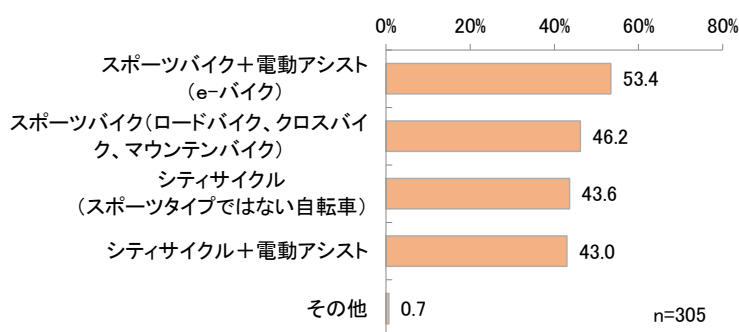
図表－115 サイクリングの実施環境・サービスの希望【サイクリング経験者、関心層】



5) 希望するレンタサイクル [Q26]

- 希望するレンタサイクルは「e-バイク」が53.4%で最も高い。
- アウトドア活動の関心度別にみると、興味が強いほど「e-バイク」「スポーツバイク」「シティサイクル」の希望が高い。
- 性・年代別にみると、男性では「e-バイク」「スポーツバイク」を希望するが、女性では「シティサイクル」「シティサイクル+電動アシスト」を希望する傾向にある。

図表 - 1 1 6 希望するレンタサイクル



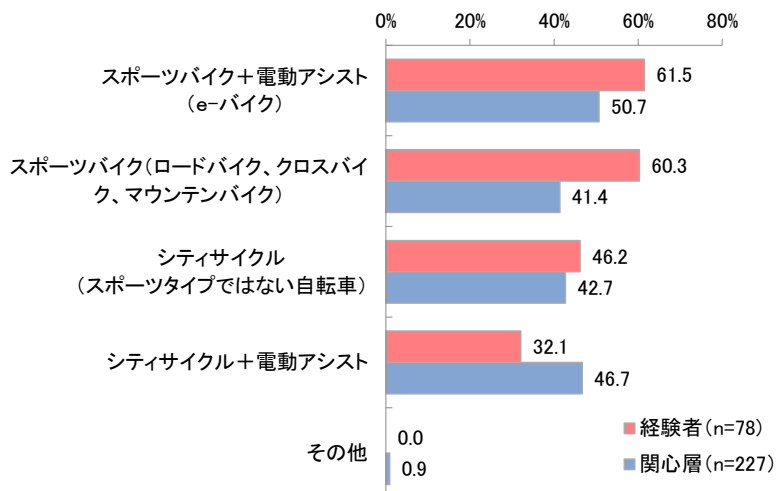
図表 - 1 1 7 希望するレンタサイクル【関心度、性・年代別】

		(%)						
		全 体	シ ス ポ ー ツ バ イ ク + 電 動 ア シ ス ト (e - バ イ ク)	マ ウ ン テ ン バ イ ク (ロ ー ド 、 ク ロ ス バ イ ク)	ス ポ ー ツ バ イ ク (ロ ー ド 、 ク ロ ス バ イ ク 、 マ ウ ン テ ン バ イ ク)	シ ティ サイ クル + 電 動 ア シ ス ト	シ ティ サイ クル (ス ポ ー ツ タ イ プ で は な い 自 転 車)	そ の 他
全体		n=305	53.4	46.2	43.6	43.0	0.7	
関 心 度	とても興味あり	n=105	60.0	61.9	50.5	33.3	-	
	どちらかというと興味あり	n=200	50.0	38.0	40.0	48.0	1.0	
性 ・ 年 代	男性・20～34歳	n=53	66.0	66.0	39.6	30.2	-	
	男性・35～49歳	n=56	64.3	58.9	42.9	30.4	-	
	男性・50歳以上	n=38	52.6	55.3	23.7	39.5	-	
	女性・20～34歳	n=48	62.5	43.8	39.6	43.8	2.1	
	女性・35～49歳	n=71	46.5	35.2	54.9	47.9	1.4	
	女性・50歳以上	n=39	23.1	15.4	53.8	71.8	-	

第4部 参考資料

- サイクリング経験者、関心層についてみると、経験者では「e-バイク」「スポーツバイク」が上位だが、関心層では「シティサイクル+電動アシスト」も上位。

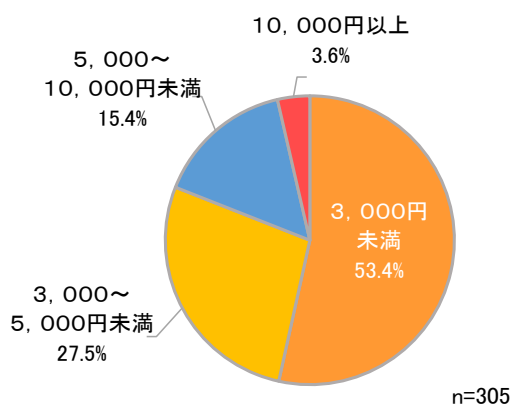
図表 - 1 1 8 希望するレンタサイクル【サイクリング経験者、関心層】



6) レンタサイクル利用料 [Q27]

- レンタサイクルの利用料は「3,000円未満」が53.4%で最も高く、次いで「3,000～5,000円未満」(27.5%)の順。
- アウトドア活動の関心度別にみると、興味が強いほど利用料が高くなる傾向にある。
- 性・年代別にみると、男性20～49歳では「5,000～10,000円未満」が2～3割と他と比べて高い。
- 年収別にみると、年収が高くなるほど利用料は高くなる。

図表 - 1 1 9 レンタサイクル利用料



図表 - 1 2 0 レンタサイクル利用料【関心度、性・年代、年収別】

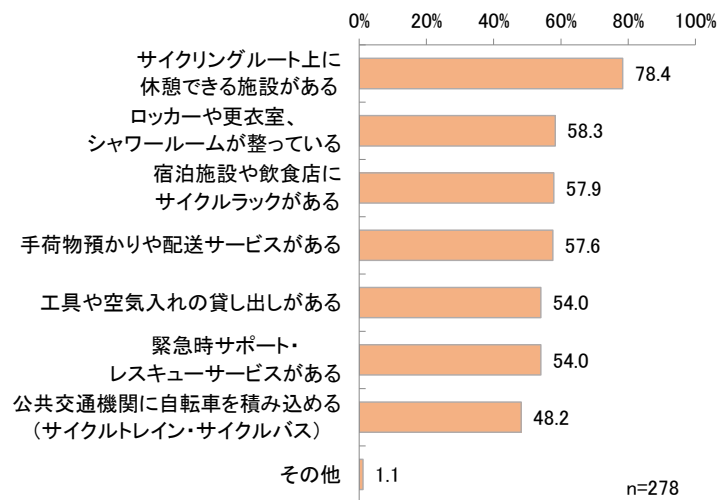
		(%)				
		全 体	3 0 0 0 円 未 満	3 5 0 0 0 円 未 満	5 0 0 0 0 円 未 満	1 0 0 0 0 円 以 上
全体		n=305	53.4	27.5	15.4	3.6
関 心 度	とても興味あり	n=105	36.2	26.7	27.6	9.5
	どちらかというど興味あり	n=200	62.5	28.0	9.0	0.5
性 ・ 年 代	男性・20～34歳	n=53	37.7	28.3	32.1	1.9
	男性・35～49歳	n=56	42.9	30.4	23.2	3.6
	男性・50歳以上	n=38	55.3	34.2	7.9	2.6
	女性・20～34歳	n=48	43.8	37.5	12.5	6.3
	女性・35～49歳	n=71	66.2	19.7	9.9	4.2
	女性・50歳以上	n=39	76.9	17.9	2.6	2.6
年 収	400万円未満	n=69	56.5	27.5	11.6	4.3
	400～600万円未満	n=63	61.9	22.2	14.3	1.6
	600～800万円未満	n=43	39.5	30.2	25.6	4.7
	800～1000万円未満	n=28	50.0	25.0	25.0	-
	1000～1500万円未満	n=31	38.7	29.0	25.8	6.5
	1500万円以上	n=9	22.2	33.3	11.1	33.3
	不明・回答拒否	n=62	64.5	30.6	4.8	-

第4部 参考資料

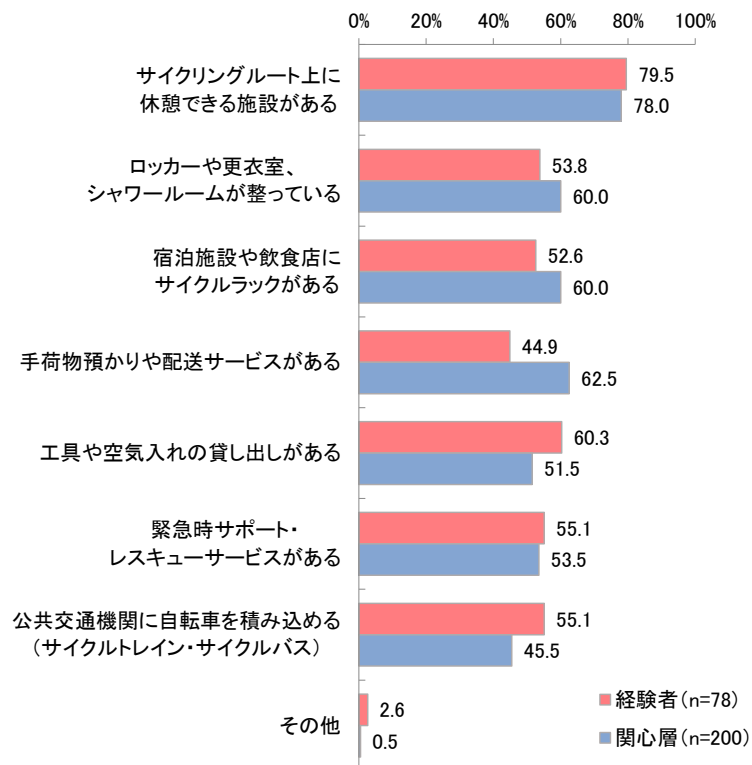
7) サイクル拠点施設・その他設備等に求める機能 [Q28]

- サイクル拠点等に求める機能は「サイクリングルート上に休憩できる施設がある」が78.4%で最も高い。
- その他の機能も概ね半数以上が求めている。
- サイクリング経験者、関心層についてみると、経験者では「工具や空気入れの貸し出しがある」が6割強。

図表－121 サイクル拠点施設・その他設備等に求める機能



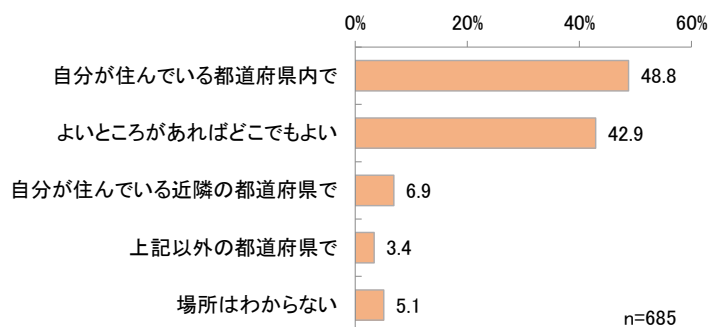
図表－122 サイクル拠点施設・その他設備等に求める機能【サイクリング経験者、関心層】



8) サイクリング実施希望場所 [Q29]

- サイクリングの実施希望場所は「自分が住んでいる都道府県内で」（48.8%）や「よいところがあればどこでもよい」（42.9%）が上位。
- 居住地別にみると、南部九州では「自分が住んでいる都道府県内で」が7割弱と他と比べて高い。
- また、近畿圏や首都圏では「よいところがあればどこでもよい」が最も高い。

図表 - 1 2 3 サイクリング実施希望場所



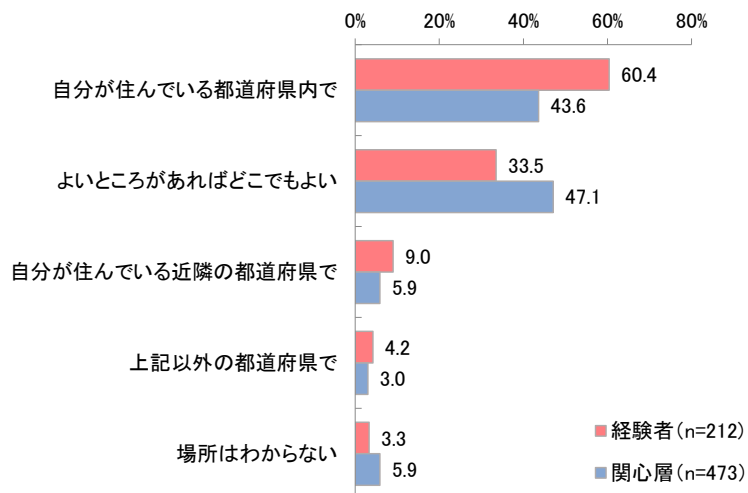
図表 - 1 2 4 サイクリング実施希望場所【性・年代、性別、居住地別】

		(%)					
		全 体	府 自 分 が 住 ん で い る 都 道	こ よ い と こ ろ が あ れ ば ど	の 自 分 が 住 ん で い る 近 隣	上 記 以 外 の 都 道 府 県 で	場 所 は わ か ら な い
全体		n=685	48.8	42.9	6.9	3.4	5.1
性・年代	男性・20～34歳	n=131	52.7	36.6	6.1	3.1	9.2
	男性・35～49歳	n=130	55.4	36.9	5.4	3.8	3.8
	男性・50歳以上	n=109	51.4	42.2	11.0	5.5	2.8
	女性・20～34歳	n=94	47.9	45.7	4.3	3.2	3.2
	女性・35～49歳	n=130	39.2	50.8	5.4	1.5	7.7
	女性・50歳以上	n=91	45.1	47.3	9.9	3.3	2.2
性別	男性	n=370	53.2	38.4	7.3	4.1	5.4
	女性	n=315	43.5	48.3	6.3	2.5	4.8
居住地	北部九州	n=154	51.3	38.3	6.5	1.3	7.1
	南部九州	n=156	66.0	30.8	7.1	3.2	1.9
	近畿圏	n=178	36.5	53.4	6.7	3.9	5.6
	首都圏	n=197	44.2	46.7	7.1	4.6	5.6

第4部 参考資料

- サイクリング経験者、関心層についてみると、経験者では「自分が住んでいる都道府県内で」（60.4%）、関心層では「よいところがあればどこでもよい」（47.1%）が最も高い。

図表－125 サイクリング実施希望場所【サイクリング経験者、関心層】



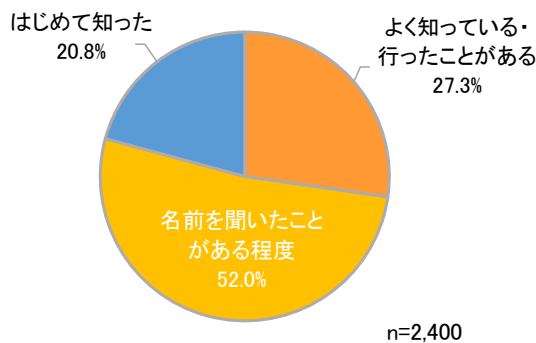
6. 八代市のアウトドア・観光資源について（Q30～Q36）

八代市の アウトドア・観光資源	結果概要
八代市の認知度	<ul style="list-style-type: none"> ● 「よく知っている・行ったことがある」は3割弱、「はじめて知った」は2割強 ● 近畿圏や首都圏では「はじめて知った」が3割台
アウトドア関連資源 の評価	<ul style="list-style-type: none"> ● 「五家荘」や「御立岬アクティビティ」が上位 ● キャンプ・バーベキュー経験者・関心層ともに「五家荘」や「御立岬アクティビティ」が上位 ● サイクリング経験者・関心層ともに「市内～周辺エリアのサイクリングコース」が6割台で最も高い
八代市の検討施策 の評価	<ul style="list-style-type: none"> ● 「手ぶらバーベキュー」「手ぶらキャンプ」が5割台半ばと評価が高い
観光スポットの評価	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光スポットの評価が高い上位3つは「花火大会」、「五家荘」、「日奈久温泉」 ● 九州で「花火大会」は6割を超えており、近畿圏や首都圏と比べて評価が高い
来訪意向	<ul style="list-style-type: none"> ● 「行ってみたい」と「どちらかという行ってみたい」を合わせると9割弱 ● アウトドアの関心度別にみると、とても興味がある層では「行ってみたい」が6割

1) 八代市の認知度 [Q30]

- 八代市の認知度は「よく知っている・行ったことがある」が27.3%を占める。また、「はじめて知った」は20.8%。

図表 - 1 2 6 八代市の認知度



第4部 参考資料

- 性・年代別にみると、男女ともに20～34歳で「はじめて知った」が3割台。
- 居住地別にみると、近畿圏や首都圏では「はじめて知った」が3割台。

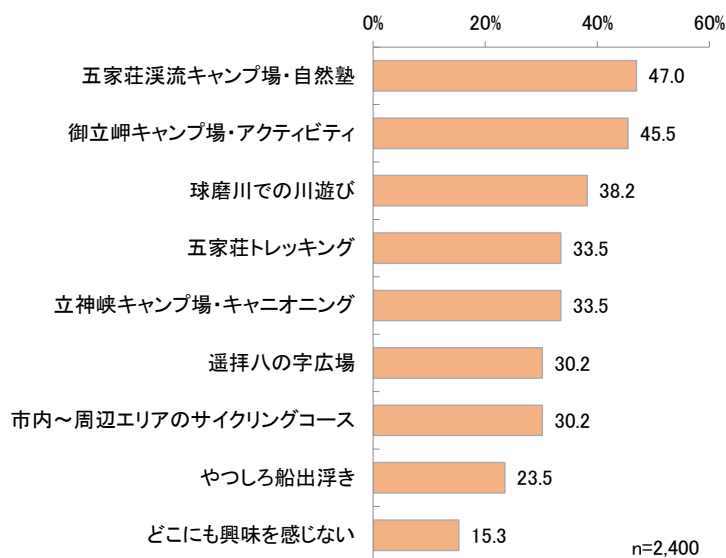
図表－127 八代市の認知度【性・年代、居住地】

		(%)			
		全 体	行 よ く 知 つ て い る ・ ・	が 名 前 を 聞 い た こ と	は じ め て 知 っ た
全 体		n=2,400	27.3	52.0	20.8
性・ 年 代	男性・20～34歳	n=400	22.5	47.5	30.0
	男性・35～49歳	n=400	31.0	53.3	15.8
	男性・50歳以上	n=400	38.3	54.0	7.8
	女性・20～34歳	n=400	18.3	47.0	34.8
	女性・35～49歳	n=400	25.5	53.0	21.5
	女性・50歳以上	n=400	28.0	57.0	15.0
居 住 地	北部九州	n=600	36.8	54.7	8.5
	南部九州	n=600	53.0	40.2	6.8
	近畿圏	n=600	9.2	57.5	33.3
	首都圏	n=600	10.0	55.5	34.5

2) 八代市のアウトドア関連資源に対する評価 [Q31]

- 八代市のアウトドア関連資源に関する評価は「五家荘」（47.0%）や「御立岬アクティビティ」（45.5%）が上位。

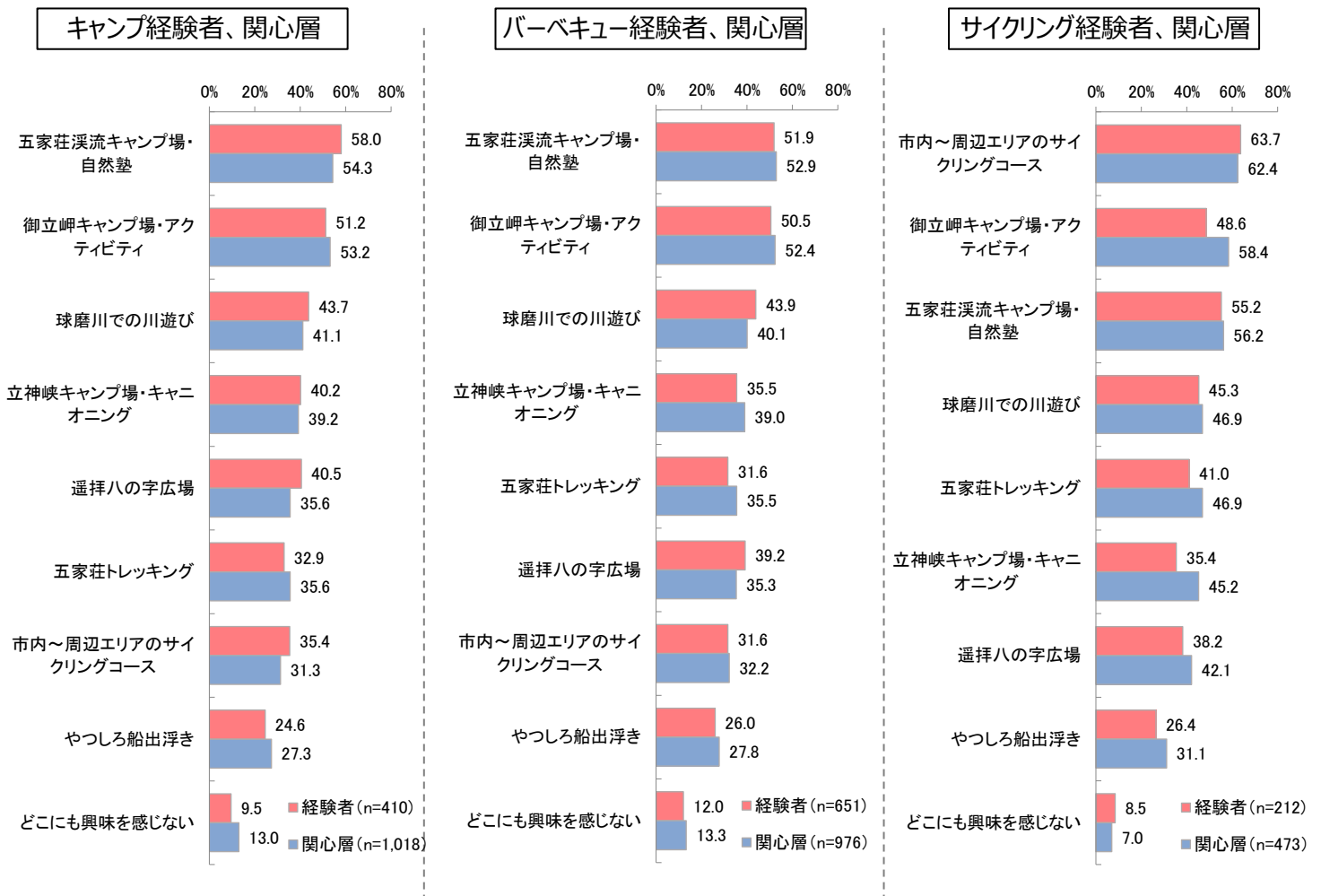
図表－128 八代市のアウトドア関連資源に対する評価（興味を感じた資源・コンテンツ）



第4部 参考資料

- キャンプ・バーベキュー経験者、関心層についてみると、経験者・関心層ともに「五家荘」や「御立岬アクティビティ」が上位。
- サイクリング経験者、関心層についてみると、経験者・関心層ともに「市内～周辺エリアのサイクリングコース」が6割台で最も高い。

図表－129 八代市のアウトドア関連資源に対する評価【経験者、関心層】

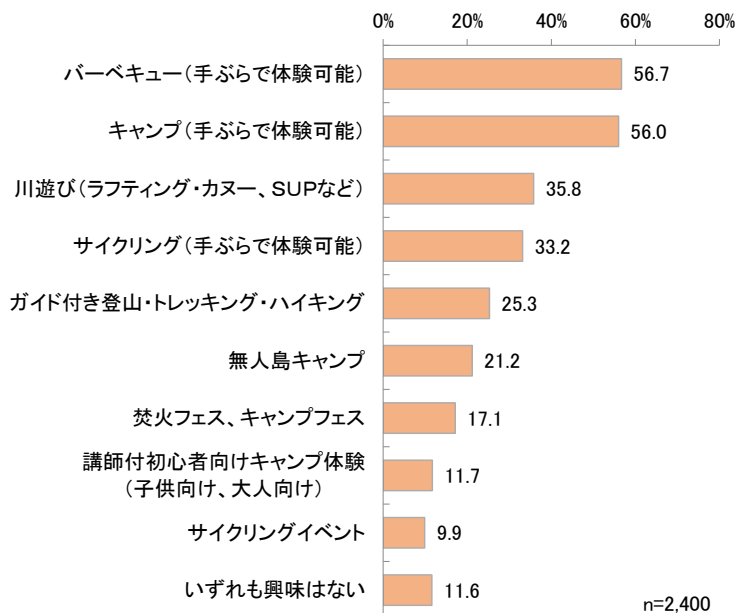


第4部 参考資料

3) 八代市の検討施策に対する評価 [Q33]

- 八代市の検討施策に対する評価は「手ぶらバーベキュー」(56.7%)と「手ぶらキャンプ」(56.0%)が5割台半ばと高く、以下「川遊び」(35.8%)、「サイクリング」(33.2%)の順。

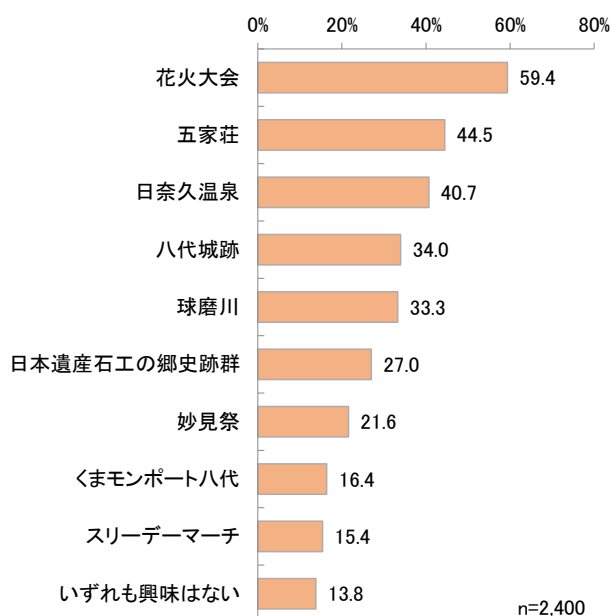
図表 - 130 八代市の検討施策に対する評価



4) 八代市の観光資源に対する評価 [Q35]

- 「花火大会」が59.4%で最も高く、次いで「五家荘」(44.5%)、「日奈久温泉」(40.7%)の順。
- 性・年代別にみると、女性すべての年代で「花火大会」が6～7割台と高い。
- 居住地別にみると、九州で「花火大会」は6割を超えており、近畿圏や首都圏と比べて評価が高い。

図表 - 1 3 1 八代市の観光資源に対する評価



図表 - 1 3 2 市内観光スポット評価【性・年代、居住地別】

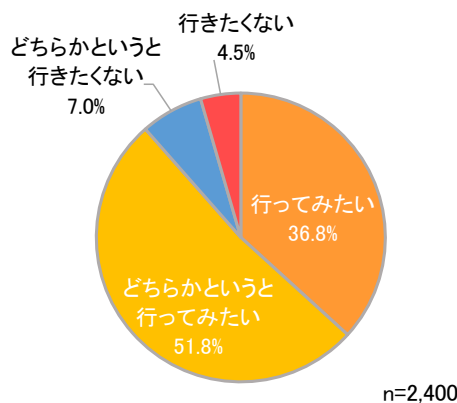
		(%)										
		全 体	花 火 大 会	五 家 荘	日 奈 久 温 泉	八 代 城 跡	球 磨 川	史 跡 群 日 本 遺 産 石 工 の 郷	妙 見 祭	く ま モ ン ポ ー ト 八 代	ス リ ー デ ー マ ー チ	い ず れ も 興 味 は な い
全体		n=2,400	59.4	44.5	40.7	34.0	33.3	27.0	21.6	16.4	15.4	13.8
性・年代	男性・20～34歳	n=400	55.8	32.8	34.3	28.5	29.5	20.8	19.3	15.0	15.5	20.5
	男性・35～49歳	n=400	56.3	35.8	35.3	30.3	36.0	21.0	21.0	13.3	15.8	17.3
	男性・50歳以上	n=400	43.0	48.5	46.3	29.8	31.3	32.8	16.8	8.8	10.3	15.8
	女性・20～34歳	n=400	71.8	43.5	36.3	35.8	32.8	20.8	19.0	22.0	10.3	10.8
	女性・35～49歳	n=400	67.8	48.3	41.0	36.8	39.5	31.0	28.3	22.5	19.5	8.8
	女性・50歳以上	n=400	62.0	58.0	51.3	43.0	30.8	35.5	25.5	17.0	21.3	10.0
居住地	北部九州	n=600	62.3	51.0	42.7	34.3	36.7	26.2	19.7	15.5	15.7	10.7
	南部九州	n=600	62.7	45.3	41.2	31.2	33.2	26.7	24.0	17.5	16.3	12.5
	近畿圏	n=600	57.2	40.0	39.8	35.5	31.2	28.8	20.7	17.3	14.0	16.2
	首都圏	n=600	55.5	41.5	39.2	35.0	32.2	26.2	22.2	15.3	15.7	16.0

第4部 参考資料

5) 八代市来訪意向 [Q36]

- 八代市への来訪意向は「行ってみたい」が36.8%、「どちらかというに行ってみたい」が51.8%。
- 「行ってみたい」と「どちらかというに行ってみたい」を合わせると9割弱。
- アウトドアの関心度別にみると、とても興味がある層では「行ってみたい」が6割。
- 性・年代別にみると、女性すべての年代で「行ってみたい」が4割前後と男性と比べるとやや高い。
- 居住地別にみると、九州では「行ってみたい」の割合が4割台と近畿圏や首都圏と比べてやや高い。
- 家族構成別にみると、中学生以下の子どもがいるファミリー層で「行ってみたい」が4割台と他と比べるとやや高い。

図表 - 1 3 3 八代市来訪意向



図表 - 1 3 4 八代市来訪意向【関心度、性・年代、居住地、家族構成別】

		(%)				
		全 体	行 っ て み たい	ど ち ら か と う と 行 っ て み たい	ど ち ら か と う と 行 き た く な い	行 き た く な い
全体		n=2,400	36.8	51.8	7.0	4.5
関 心 度	とても興味あり	n=716	60.8	31.8	3.4	4.1
	どちらかというに興味あり	n=1,684	26.6	60.2	8.5	4.7
性 ・ 年 代	男性・20～34歳	n=400	31.5	54.3	7.3	7.0
	男性・35～49歳	n=400	34.0	56.0	7.0	3.0
	男性・50歳以上	n=400	33.5	49.8	12.0	4.8
	女性・20～34歳	n=400	42.5	47.8	5.0	4.8
	女性・35～49歳	n=400	40.3	51.0	5.0	3.8
	女性・50歳以上	n=400	39.0	51.8	5.5	3.8
居 住 地	北部九州	n=600	41.3	50.3	5.3	3.0
	南部九州	n=600	43.2	48.5	4.8	3.5
	近畿圏	n=600	32.0	53.2	9.3	5.5
	首都圏	n=600	30.7	55.0	8.3	6.0
家 族 構 成	一人暮らし	n=517	36.9	49.7	7.0	6.4
	夫婦世帯	n=520	36.2	50.4	9.4	4.0
	ファミリー層(中学生以下の子あり)	n=604	40.2	53.1	3.3	3.3
	ファミリー層(その他)	n=759	34.4	53.0	8.2	4.5

7. 調査票（WEB 調査画面）

Q1

あなたの同居家族を選んでください。（いくつでも）

- 1 一人暮らし
- 2 配偶者・パートナー
- 3 子ども(未就学児・小学生)
- 4 子ども(中高生)
- 5 子ども(高校卒業以上)
- 6 父・母(義理の父母)
- 7 その他

Q2

直近1年間の世帯年収を教えてください。

- 1 400万円未満
- 2 400～600万円未満
- 3 600～800万円未満
- 4 800～1000万円未満
- 5 1000～1500万円未満
- 6 1500万円以上
- 7 わからない・答えたくない

Q3

あなたが旅行をする際に、楽しみにしていることは何ですか。（いくつでも）

- 1 温泉
- 2 食事・グルメ
- 3 名所・旧跡めぐり
- 4 自然・景観
- 5 まち歩き
- 6 地域の祭り・イベント
- 7 スポーツ・アウトドア活動
- 8 その他 [具体的に:]

第4部 参考資料

Q4

あなたが過去3年以内に行ったアウトドア活動は次のどれですか。(いくつでも)

- 1 キャンプ
- 2 バーベキュー
- 3 サイクリング
- 4 登山・トレッキング・ハイキング
- 5 海水浴
- 6 マリンアクティビティ(サーフィン、SUP等のマリンスポーツ)
- 7 川遊び(キャニオニング、ラフティング・水泳など)
- 8 釣り
- 9 野鳥観察・自然観察
- 10 その他 [具体的に:]

Q5

あなたが過去3年以内に行ったアウトドア活動について、それぞれどのくらいの頻度で実施しましたか。

実施したアウトドア活動ごとに回答してください。(それぞれひとつずつ)

	月に1回以上	2〜3ヵ月に1回程度	半年に1回程度	1年に1回程度	1年に1回未満
1 キャンプ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 バーベキュー	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 サイクリング	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 登山・トレッキング・ハイキング	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5 海水浴	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6 マリンアクティビティ(サーフィン、SUP等のマリンスポーツ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7 川遊び(キャニオニング、ラフティング・水泳など)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8 釣り	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9 野鳥観察・自然観察	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10 その他(〇〇〇(Q4_SNT10_1回答再掲))	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

次へ

第4部 参考資料

Q6

あなたが過去3年以内に行ったアウトドア活動について、それぞれ主に誰と一緒にいましたか。

実施したアウトドア活動ごとに回答してください。(それぞれひとつずつ)

	ひとり で	家族 ・ 親 族	夫婦 ・ パ ー ト ナ ー	友人 (同 好 会 等 の 趣 味 の 仲 間 含 む)	職 場 の 同 僚	そ の 他
1 キャンプ	1○	2○	3○	4○	5○	6○
2 バーベキュー	1○	2○	3○	4○	5○	6○
3 サイクリング	1○	2○	3○	4○	5○	6○
4 登山・トレッキング・ハイキング	1○	2○	3○	4○	5○	6○
5 海水浴	1○	2○	3○	4○	5○	6○
6 マリンアクティビティ(サーフィン、SUP等のマリンスポーツ)	1○	2○	3○	4○	5○	6○
7 川遊び(キャニオニング、ラフティング・水泳など)	1○	2○	3○	4○	5○	6○
8 釣り	1○	2○	3○	4○	5○	6○
9 野鳥観察・自然観察	1○	2○	3○	4○	5○	6○
10 その他(○○○(Q4_SNT10_1回答再掲))	1○	2○	3○	4○	5○	6○

Q7

あなたが過去3年以内に行ったアウトドア活動について、1年間にどのくらいの費用をかけましたか。

実施したアウトドア活動ごとに回答してください。(それぞれひとつずつ)

	年間 1 万円 未満	年間 1 ～ 5 万円 未満	年間 5 ～ 1 0 万円 未満	年間 1 0 ～ 2 0 万円 未満	年間 2 0 万円 以上
→					
1 キャンプ	1○	2○	3○	4○	5○
2 バーベキュー	1○	2○	3○	4○	5○
3 サイクリング	1○	2○	3○	4○	5○
4 登山・トレッキング・ハイキング	1○	2○	3○	4○	5○
5 海水浴	1○	2○	3○	4○	5○
→					
6 マリンアクティビティ(サーフィン、SUP等のマリンスポーツ)	1○	2○	3○	4○	5○
7 川遊び(キャニオニング、ラフティング・水泳など)	1○	2○	3○	4○	5○
8 釣り	1○	2○	3○	4○	5○
9 野鳥観察・自然観察	1○	2○	3○	4○	5○
10 その他(○○○(Q4_SNT10_1回答再掲))	1○	2○	3○	4○	5○

次へ

第4部 参考資料

Q8

あなたが過去3年以内に行ったアウトドア活動について、実施する際にどこから情報を得ましたか。(いくつでも)

- 1 アウトドア用品メーカー(ホームページやメールマガジン、DM等)
- 2 アウトドア用品店(店員や店頭情報から)
- 3 友人(同好会等の趣味の仲間含む)
- 4 家族・親族
- 5 テレビ・ラジオ
- 6 新聞・雑誌・書籍
- 7 アウトドアアクティビティ専用の予約サイト・アプリ
- 8 インターネット上の記事・広告
- 9 インターネット上の口コミサイト
- 10 インターネット上のインフルエンサーの評価・レビュー
- 11 SNS・ブログ
- 12 アウトドア施設や観光協会等のホームページやパンフレット・チラシ等
- 13 その他[具体的に:
- 14 特にな

Q9

あなたが今後やってみたいアウトドア活動は次のどれですか。(いくつでも)
※現在行っているもの、新しくやってみたいもの どちらでも結構です。

- 1 キャンプ
- 2 バーベキュー
- 3 サイクリング
- 4 登山・トレッキング・ハイキング
- 5 海水浴
- 6 マリンアクティビティ(サーフィン、SUP等のマリンスポーツ)
- 7 川遊び(キャニオニング、ラフティング・水泳など)
- 8 釣り
- 9 野鳥観察・自然観察
- 10 その他[具体的に:

Q10

今後やってみたい(続けたい)アウトドア活動について、それぞれ主に誰と一緒に行いたいですか。

やってみたいアウトドア活動ごとに回答してください。(それぞれひとつずつ)

	ひとりで	家族・親族	夫婦・パートナー	友人(同好会等の趣味の仲間含む)	職場の同僚	その他
1 キャンプ	1○	2○	3○	4○	5○	6○
2 バーベキュー	1○	2○	3○	4○	5○	6○
3 サイクリング	1○	2○	3○	4○	5○	6○
4 登山・トレッキング・ハイキング	1○	2○	3○	4○	5○	6○
5 海水浴	1○	2○	3○	4○	5○	6○
6 マリンアクティビティ(サーフィン、SUP等のマリンスポーツ)	1○	2○	3○	4○	5○	6○
7 川遊び(キャニオニング、ラフティング・水泳など)	1○	2○	3○	4○	5○	6○
8 釣り	1○	2○	3○	4○	5○	6○
9 野鳥観察・自然観察	1○	2○	3○	4○	5○	6○
10 その他(○○○(Q9_SNT10_1回答再掲))	1○	2○	3○	4○	5○	6○

第4部 参考資料

Q11

今後やってみたい(続けたい)アウトドア活動について、いつ頃からやってみたいですか。

やってみたいアウトドア活動ごとに回答してください。(それぞれひとつずつ)

	既にやっている	1年以内にはやってみたい	2～3年以内にはやってみたい	やってみたいが時期未定
1 キャンプ	1○	2○	3○	4○
2 バーベキュー	1○	2○	3○	4○
3 サイクリング	1○	2○	3○	4○
4 登山・トレッキング・ハイキング	1○	2○	3○	4○
5 海水浴	1○	2○	3○	4○
6 マリンアクティビティ(サーフィン、SUP等のマリンスポーツ)	1○	2○	3○	4○
7 川遊び(キャニオニング、ラフティング・水泳など)	1○	2○	3○	4○
8 釣り	1○	2○	3○	4○
9 野鳥観察・自然観察	1○	2○	3○	4○
10 その他(○○○(Q9_SNT10_1回答再掲))	1○	2○	3○	4○

Q12

あなたが今後アウトドア活動をやってみたい(続けたい)と思う理由はなんですか。
(いくつでも)

- 1 健康のため
- 2 家族だんらんのため
- 3 子どもに野外活動を楽しませたいから
- 4 パートナーや友人と関係を深めるため
- 5 気分転換・ストレス解消のため
- 6 自然の中で過ごしたいから
- 7 身体を動かしたいから
- 8 このアウトドア活動でしか味わえない楽しみがあるから
- 9 流行っているから
- 10 周囲の人から話を聞いたり、誘われているから
- 11 その他[具体的に:]

Q13

あなたが過去3年以内に行ったキャンプ(デイキャンプ含む)の実施場所で「最も良かった場所」と「その理由」を教えてください。

最も良かった場所

具体的に:

所在地: ▼

良かった理由

具体的に:

Q14

あなたが過去3年以内に行ったバーベキューの実施場所で「最も良かった場所」と「その理由」を教えてください。

最も良かった場所

具体的に:

所在地: ▼

良かった理由

具体的に:

第4部 参考資料

Q15

どのようなスタイルでキャンプやバーベキューを楽しみたいですか。
どちらか近い方を選んでください。

- 1 道具ややり方にはこだわらず、気軽に楽しみたい
- 2 道具ややり方にこだわって、趣味として上達したい

Q16

キャンプ・バーベキューをするときに面倒・嫌なことはなんですか。 (いくつでも)

- 1 設営・撤収
- 2 火おこし
- 3 食事の準備
- 4 焚火の匂い
- 5 虫
- 6 暑さ・寒さ
- 7 雨・風
- 8 道具をそろえること
- 9 その他 [具体的に:]
- 10 特にない・わからない

Q17

どんなところでキャンプ・バーベキューを行いたいですか。 (いくつでも)

- 1 近場
- 2 ロケーションが絶景
- 3 道具レンタルがあり手ぶらで楽しめる
- 4 食材が近くで買える
- 5 バンガロー泊ができる
- 6 グランピングができる
- 7 バーベキューや焚火が楽しめる
- 8 トイレが清潔
- 9 炊事場が清潔
- 10 利用者のマナーがよい
- 11 管理人やガイド(やり方を教えてくれる人)がいる
- 12 その他 [具体的に:]

Q18

あなたは、キャンプ(宿泊あり、デイキャンプ)を今後どこで実施したいですか。
(いくつでも)

- 1 自分が住んでいる都道府県内で
- 2 自分が住んでいる近隣の都道府県で →[具体的に:
- 3 上記以外の都道府県で →[具体的に:
- 4 よいところがあればどこでもよい
- 5 わからない

Q19

完全に手ぶらなキャンプ(テントに寝袋で宿泊[1泊])に出してもいい金額はいくらですか。

- 1 10,000円未満
- 2 10,000～15,000円未満
- 3 15,000～20,000円未満
- 4 20,000円以上
- 5 手ぶらキャンプには全く興味がない

Q20

バーベキューの実施場所についてお尋ねします。

あなたは、バーベキューを今後どこで実施したいですか。(いくつでも)

- 1 自分が住んでいる都道府県内で
- 2 自分が住んでいる近隣の都道府県で →[具体的に:
- 3 上記以外の都道府県で →[具体的に:
- 4 よいところがあればどこでもよい
- 5 わからない

Q21

完全に手ぶらなバーベキュー(食材込み)に出してもいい金額はいくらですか。

- 1 3,000円未満
- 2 3,000～5,000円未満
- 3 5,000～10,000円未満
- 4 10,000円以上
- 5 手ぶらバーベキューには全く興味がない

第4部 参考資料

Q22

あなたが過去3年以内に行ったサイクリングの実施場所で「最も良かった場所」と「その理由」を教えてください。

最も良かった場所

具体的に:

所在地:

良かった理由

具体的に:

Q23

あなたが過去3年以内に行ったサイクリングは、日帰り・宿泊を伴うものどちらが多かったですか。

- 1 主に日帰り(近場で実施)
- 2 日帰り・宿泊どちらも同程度ある
- 3 主に宿泊(遠方で実施)

Q24

どんなサイクリングをやりたいですか。
あなたの考えに最も近いものを選んでください。(いくつでも)

- 1 ゆっくり気楽なサイクリング(ポタリング)
- 2 観光スポットをゆっくり巡る周遊サイクリング
- 3 ガイド付きサイクリングツアー
- 4 専用自転車等で行う本格的なサイクリング
- 5 距離やタイムを競うレース型のサイクリング

Q25

どんなところでサイクリングしたいですか。(いくつでも)

- 1 初心者向けサイクリングコースがある
- 2 中級・上級者向けサイクリングコースがある
- 3 レンタサイクルがある
- 4 安心・安全なルートがある(自転車走行レーンの表示など)
- 5 サイクリストの休憩施設・拠点がある
- 6 サイクルラック等の設備が整っている
- 7 その他【具体的に: 】

Q26

どのようなレンタサイクルを利用したいですか。(いくつでも)

- 1 スポーツバイク(ロードバイク、クロスバイク、マウンテンバイク)
- 2 スポーツバイク+電動アシスト(e-バイク)
- 3 シティサイクル(スポーツタイプではない自転車)
- 4 シティサイクル+電動アシスト
- 5 その他【具体的に: 】

Q27

レンタサイクルの利用料(1日あたり)として出してもいい金額はいくらですか。

- 1 3,000円未満
- 2 3,000～5,000円未満
- 3 5,000～10,000円未満
- 4 10,000円以上

第4部 参考資料

Q28

どのような拠点、設備等が整っていたら良いですか。(いくつでも)

- 1 ロッカーや更衣室、シャワールームが整っている
- 2 手荷物預かりや配送サービスがある
- 3 サイクリングルート上に休憩できる施設がある
- 4 公共交通機関に自転車を積み込める(サイクルトレイン・サイクルバス)
- 5 宿泊施設や飲食店にサイクルラックがある
- 6 工具や空気入れの貸し出しがある
- 7 緊急時サポート・レスキューサービスがある
- 8 その他[具体的に:]

Q29

サイクリングを今後どこで実施したいですか。(いくつでも)

- 1 自分が住んでいる都道府県内で
- 2 自分が住んでいる近隣の都道府県で →[具体的に:]
- 3 上記以外の都道府県で →[具体的に:]
- 4 よいところがあればどこでもよい
- 5 場所はわからない









Q30

あなたは熊本県八代(やつしろ)市をご存知ですか。

- 1 よく知っている・行ったことがある
- 2 名前を聞いたことがある程度
- 3 はじめて知った

Q31

八代市とその周辺地域には、主に以下のようなアウトドア関連資源・コンテンツがあります。下記の説明文・画像をみて興味を感じたものを選んでください。(いくつでも)

		1
↓		
五家荘渓流キャンプ場・自然塾	秘伝・五家荘の標高700mの渓谷沿いにあるキャンプ場(バンガローあり)。自然塾は小学校をイメージした木造の体験宿泊施設	 1 <input type="checkbox"/>
通拝八の字広場	キャンプ、バーベキュー、カヌー、川遊び等のアウトドアレジャーが楽しめる広場(24時間利用OK、2022年8月オープン)	 2 <input type="checkbox"/>
市内～周辺エリアのサイクリングコース	なだらかな八代平野や八代海の海岸線を走るルート、山岳地帯でアップダウンが激しい上級者向けルートなど、初心者～上級者まで楽しめるさまざまなサイクリングコースあり。	 3 <input type="checkbox"/>
球磨川での川遊び	日本三大急流の一つである球磨川の急流を活かしたラフティングや川遊び	 4 <input type="checkbox"/>
やつしる船出浮き	漁師の船に乗って八代の伝統漁法を間近で見学し、獲れたての海の幸(イカ、エビ、カニ、チヌ等)を無人島で味わう海のレジャー	 5 <input type="checkbox"/>
五家荘トレッキング	総延長約140キロメートルの登山道があり、熊本県最高峰の国見岳(1739メートル)等の九州百名山の四季をトレッキングで楽しめる。	 6 <input type="checkbox"/>
立神峡キャンプ場・キャニオニング	立神峡里地公園内の設備の整ったログハウスやロッジ、立神峡を望めるキャンプ場。公園に沿って流れる氷川ではキャニオニング(川遊び)が楽しめる。	 7 <input type="checkbox"/>
御立岬キャンプ場・アクティビティ	蒼い海と天軍の鳥々を眼下に見て自然の中で一日過ごせるレジャースポット。キャンプ用品付きの常設テントがあるキャンプ場あり。海水浴や釣り等のアクティビティが楽しめる。	 8 <input type="checkbox"/>
どこにも興味を感じない	-	9 <input type="checkbox"/>

第4部 参考資料

Q32

興味を感じた理由 を教えてください。

具体的に:

Q33

八代ではキャンプやサイクリングをはじめ、次のようなアウトドア体験の開発を検討しています。興味を感じたものを選んでください。(いくつでも)

- 1 キャンプ(手ぶらで体験可能)
- 2 バーベキュー(手ぶらで体験可能)
- 3 サイクリング(手ぶらで体験可能)
- 4 ガイド付き登山・トレッキング・ハイキング
- 5 川遊び(ラフティング・カヌー、SUPなど)
- 6 無人島キャンプ
- 7 講師付初心者向けキャンプ体験(子供向け、大人向け)
- 8 焚火フェス、キャンプフェス
- 9 サイクリングイベント
- 10 いずれも興味はない

Q34

興味を感じた理由 を教えてください。

具体的に:

Q35

八代には次のような観光スポットやイベントがあります。

下記の説明文・画像をみて興味を感じたものを選んでください。(いくつでも)

			1
			観光スポットやイベント
↓			
花火大会	全国の有名花火師(約30業者)がその技を競う花火競技大会。 ※毎年10月頃 開催		1 <input type="checkbox"/>
妙見祭	江戸時代から続く妙見宮(八代神社)の秋の祭礼行事。 獅子や笠鉾、亀蛇など約1700人・40の出し物が街中を練り歩く。 ※2016年12月ユネスコ無形文化遺産登録		2 <input type="checkbox"/>
スリーデーマーチ	美しい自然と球磨川で育まれた、 八代平野を舞台に地域の文化財や史跡等を結びつけた コースを散策するウォーキング大会 ※毎年5月頃 開催		3 <input type="checkbox"/>
日奈久温泉	開湯600年の歴史を誇る温泉。 温泉街の路地裏には地元の人しか知らない隠れたスポットも。 名物のちくわを頬張りながら、のんびりと路地裏散策が楽しめる。		4 <input type="checkbox"/>
五家荘	九州脊梁の奥深くに隠された秘境の地。 春は新緑に輝き、夏には渓流で水遊び、 秋は紅葉、冬は壮観な雪景色など四季折々に楽しめる。		5 <input type="checkbox"/>
八代城跡	今年で築城400年を迎える八代城の城跡。 天守台・本丸跡の石垣、堀等が現存。 お堀の舟めぐりも可能。 2017年「続・日本100名城」選定		6 <input type="checkbox"/>
くまモンポート八代	世界に開くゲートウェイとしての九州中央の大型クルーズ船の受入拠点。 くまモンをテーマとした特色ある公園等を併設し、 フォトジェニックなスポットが盛りだくさん。		7 <input type="checkbox"/>
日本遺産 石工の郷史跡群	八代は多くの「名石工」を輩出した「石工の郷」。 川面に美しいアーチを描くめがね橋、 見事な棚田の石垣等の史跡が市内に点在している。 ※令和2年日本遺産認定		8 <input type="checkbox"/>
球磨川	日本三大急流の一つである球磨川の急流を活かした ラフティングや川遊びができる。		9 <input type="checkbox"/>
いずれも興味はない	-		10 <input type="checkbox"/>

第4部 参考資料

Q36

(前問までで紹介した八代市のアウトドア資源や観光資源を見て)
あなたは八代市に今後行ってみたいと思いますか。

- 1 行ってみたい
- 2 どちらかという行ってみたい
- 3 どちらかという行きたくない
- 4 行きたくない

第2章 サイクルツーリズム個別調査（結果詳細）

1. 調査設計

区分	試走者	試走目的・概要	実施日
プロ	JCA 所属インストラクター級サイクリスト (3名*2ルート)	本市及び周辺市町村を範囲とするサイクルルート案(2ルート)をインストラクター級サイクリストが試走し、プロ目線で設定ルートの可能性を詳細に検証する。 ルート1 鹿路橋ルート(くまモンポート～鹿路橋) ルート2 芦北ルート(道の駅竜北～道の駅芦北)	令和4年 10月10日(月[祝])・ 15日(土)
ファン	熊本・福岡のサイクリング愛好家 (7名)	市内を中心としたサイクルルート案をサイクリング愛好家が試走し、愛好家目線で設定ルートの可能性を検証する。	令和4年 10月16日(日)
インスタグラマー	自転車インスタグラマー (1名)	市内の観光資源を中心としたサイクルルート案(2ルート)を自転車インスタグラマーが試走し、インスタグラマー目線で設定ルートの可能性、及び市内観光スポットの若年層への訴求力を検証する。 あわせてInstagramへの投稿を試行する。 ルート1 初心者向けポタリングルート(八代城跡～日奈久温泉) ルート2 サイクリング経験者向けルート(日奈久温泉～東片自然公園)	令和4年 10月13日(木)・ 14日(金)

第4部 参考資料

2. インストラクター級サイクリスト

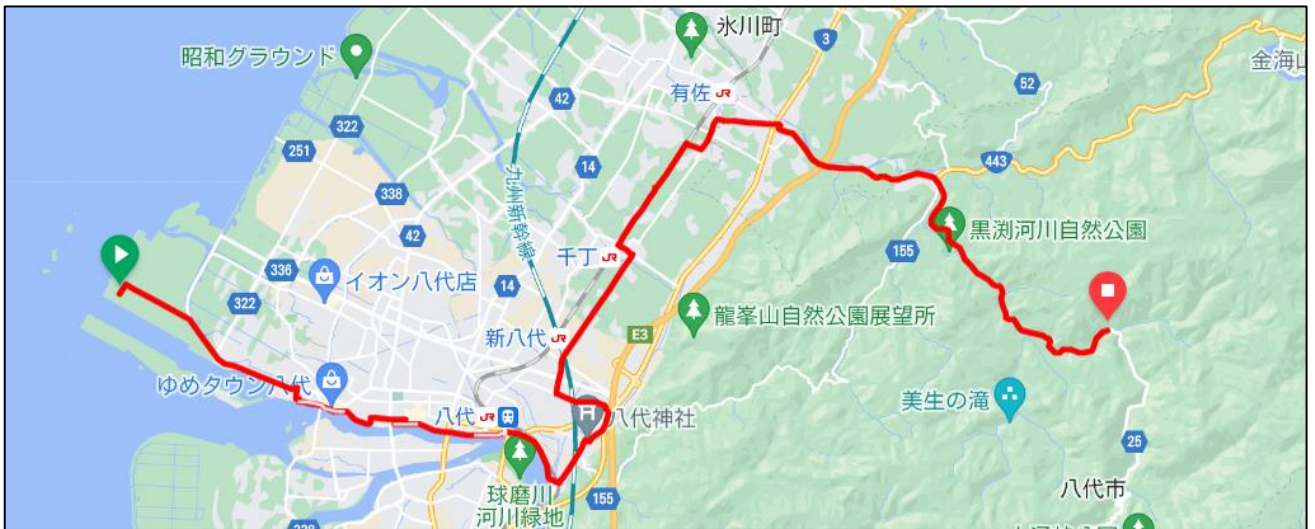
1) 調査設計

インストラクター級サイクリストによる調査は、市及び周辺市町村を範囲とするサイクルルート案（2ルート）をインストラクター級サイクリストが試走し、プロ目線で設定ルートの可能性を詳細に検証することを目的に下記の設計で実施した。

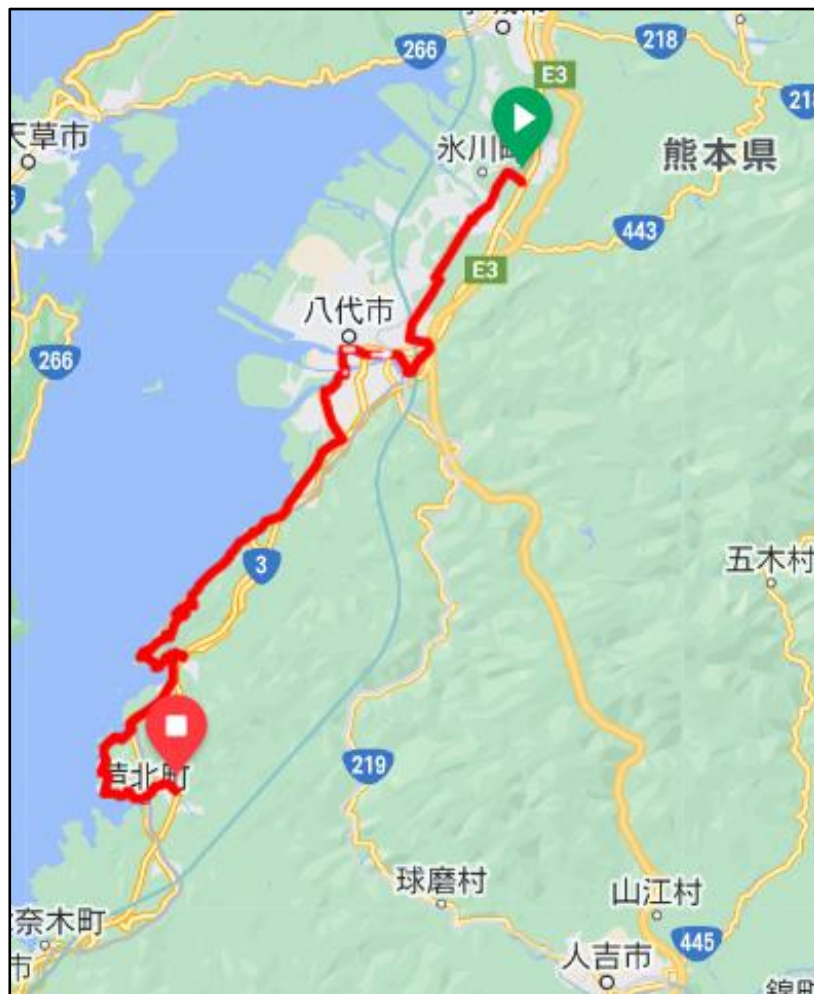
図表 - 1 インストラクター級サイクリスト 調査設計

調査目的	本市及び周辺市町村を範囲とするサイクルルート案（2ルート）をインストラクター級サイクリストが試走し、プロ目線で設定ルートの可能性を詳細に検証する。 ※各ルート主要休憩施設等ごとに設備状況等の詳細の施設調査や写真撮影を実施。 【ルート1】 鹿路橋ルート（くまモンポート ～ 鹿路橋） 【ルート2】 芦北ルート（道の駅竜北 ～ 道の駅芦北）
試走者	公益財団法人日本サイクリング協会（以下、「JCA」という。） のインストラクター級サイクリスト 3名*2ルート
試走日	【ルート1】 令和4年10月15日（土）8:00～14:30 【ルート2】 令和4年10月10日（月[祝日]）8:00～18:00
試走ルート	下記の本市及び周辺市町村を範囲とするサイクルルート 【ルート1】鹿路橋ルート（くまモンポート ～ 鹿路橋） ※片道約33kmを往復 くまモンポート八代 ⇒⇒ 八代城跡・八代宮 ⇒⇒ 松浜軒 ⇒⇒ 八代神社 ⇒⇒ 岩崎神社 ⇒⇒ 立神峡 ⇒⇒ 道の駅東陽 ⇒⇒ 鹿路橋 【ルート2】 芦北ルート（道の駅竜北 ～ 道の駅芦北） ※片道約60kmを往復 道の駅竜北 ⇒⇒ 岩崎神社 ⇒⇒ 八代神社 ⇒⇒ 八代城跡・八代宮 ⇒⇒ 松浜軒 ⇒⇒ 水島龍神社 ⇒⇒ 万葉の里公園 ⇒⇒ 日奈久温泉センター「ばんぺい湯」 ⇒⇒ 日奈久ドリームランド「シー・湯・遊」 ⇒⇒ 御立岬公園 ⇒⇒ 道の駅たのうら ⇒⇒ 芦北海浜総合公園 ⇒⇒ 道の駅芦北でこぼん

図表 - 3 インストラクター級サイクリスト 試走ルート1 鹿路橋ルート (くまモンポート～鹿路橋)



図表 - 4 インストラクター級サイクリスト 試走ルート2 芦北ルート (道の駅芦北～道の駅竜北)



第4部 参考資料

2) 調査結果 (JCA 調査報告書)

本調査については、JCA のインストラクター級サイクリストがルート上で詳細の施設調査・走行環境調査を行い、その結果を JCA にて専門的視点から集約・分析し、調査報告書を作成した。

当該調査報告書における主な調査結果は以下のとおり。

① ルート評価 (試走者)

ア) ルートの良い点・良くない点

- JCA 試走者 (実走調査者) によるルートの良い点・良くない点の評価結果は以下のとおり。
- 少人数のプライベートサイクリング (5 名以下) としては、ルート 1・2 とともに初心者には厳しいが中級者以上には概ね良いルートであると評価されている。

図表 - 5 試走ルートの良い点・良くない点 (試走者)

5 名までのプライベートサイクリングのルートとして		
	ルート1 (鹿路橋ルート)	ルート2 (芦北ルート)
良い点	<ul style="list-style-type: none"> ・距離が短く、新八代駅～くまモンポート八代、新八代駅～鹿路橋分けて計画することができる。 ・新八代駅～くまモンポート八代は特におすすめ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・走りたい方にはよいルート。 ・交通量が少ない道を選んでいるのでストレスなく走りやすい。 ・芦北ルートは走力が同じくらいであれば往復で 120km 走行。 ・肥薩おれんじ鉄道を取り入れたサイクリングもできる (車内に余裕があり 9～15 時の利用であれば、自転車は輪行袋なしで最大 3 台まで乗車可)。 ・肥薩おれんじ鉄道は途中で疲れた場合や日奈久～田浦の山道を避けたり、往路を芦北まで利用して八代まで片道サイクリングの計画ができる。 ・コースから外れて日奈久温泉に立ち寄るのも可。
良くない点	<ul style="list-style-type: none"> ・鹿路橋ルートの宮原～鹿路橋は初心者には厳しい。 ・往復のルートでは、帰り道は飽きてしまう可能性あり。 	<ul style="list-style-type: none"> ・芦北ルート・日奈久～田浦は初心者には厳しい。 ・往復のルートでは、帰り道は飽きてしまう可能性あり。

6名以上のサイクリングツアー等のルートとして		
	ルート1(鹿路橋ルート)	ルート2(芦北ルート)
良い点	—	・芦北ルートも自動車を利用しない遠方から参加の場合は新八代駅を起終点にすることもできる。
	<p><両ルート共通></p> <ul style="list-style-type: none"> ・交通量が少ない道を選んでいるのでストレスなく走りやすい。 ・市街地を通るのでコースから少し外れれば、飲食店に立ち寄れる。 ・山間部を除けば初心者にも走りやすい。走行状況によっては途中で引き返すことができる。 	
良くない点	<ul style="list-style-type: none"> ・くまモンポートと鹿路橋ともに交通アクセスが良くないので道の駅東陽や新八代など交通アクセスのよいところを起終点にしておくことをお勧めする。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ルートが長いのでサイクリング経験がバラバラだと往復のルートの場合は走破することは難しい。70km以上走行する場合は回収車を用意することが望ましい。 ・日奈久～田浦はカーブが連続しているため、ガイドするには無理させないようにゆっくり走行すること。 ・芦北ルートでは県道42号(芦北ルート)～南九州道沿い日奈久インターは交通量が多いので水島～日奈久温泉の堤防沿いを走行するのが理想(現在堤防工事中で通行できない)。
	<p><両ルート共通></p> <ul style="list-style-type: none"> ・両ルートとも八代市内は右左折が多く、人が多くなると自転車の列が長くなる。離れていると参加者とはぐれてしまう可能性がある。 ・全体的に路面の段差が多いので固まって走行すると段差等でタイヤ取られてしまう可能性がある。 ・新八代駅より北では側溝蓋や用水路・畑に柵がない道が多いので子供が自転車ごと転落しないように注意が必要。 	

イ) ルート改善提案

- JCA 試走者(実走調査者)による今回の試走ルートに対する改善提案事項は以下のとおり。

図表-6 試走ルートに対する改善提案事項(試走者)

<p>■往復ルートでは飽きるので、以下のルートで一筆書きのルートの追加を提案する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ルート1(鹿路橋ルート):くまモンポートから郡築～鏡～有佐ルートの追加 ・ルート2(芦北ルート):道の駅芦北から球磨川沿いを走行するルート(現在通行止め・ルートとしての提案は今回見送る)
<p>■実走時に試走メンバーから要望があったルート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日奈久温泉に立ち寄りたいたいの要望があったので安全に立ち寄れるルート ・街中を避けたい、きついルート、交通量の少ないルートを走行したい方のために道の駅東陽～妙見ルート ・八代港の海沿いを走行するルート
<p>■両ルートとも全体的に路面に補修あとの段差や亀裂が多かったので本格的にサイクリングルートにする場合は路面の再舗装、用水路・側溝に柵や蓋がなかった個所には柵や側溝の蓋の整備を促したい。</p>

第4部 参考資料

②ルート評価（JCA）

ア) 総合評価

- JCAによる試走2ルートの総合評価は、「両コースとも自転車は整備重量15kg以内、7速以上の変速機を装備したいわゆるスポーツバイク（Eバイクを除く）を使用し、中級者向けのコースに適している」との評価であった。

イ) 提案事項

- JCAによる試走2ルートに対する提案事項として以下3点があげられた。
- 他地域との差別化のための「**アピールポイントの策定**」、その一方策として「**肥薩おれんじ鉄道との連携**」が指摘されている。

図表－7 試走ルートに対する提案事項（JCA）

<p>(1) 特色ライン</p>	<p>ナショナルサイクルルートの登録を目指すなら、「しまなみブルー」のような、ここがサイクリングルートである、と誰でも分かる特定色ラインの整備は必須。</p> <p><特定色ラインの良いところ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・言語に関係なく指定のサイクルルートであることがサイクリストに認識でき、インバウンドにも県外交流にも最適。 ・サイクリングマップやSNS等の情報発信コンテンツの製作、印刷、ランドマークの更新、掲載メンテナンスの手間、経費が不要。 ・地元ドライバーへも車道の特定色ラインが自転車が車道の左側端通行をする部分であることを認識するという副次効果も期待できる。
<p>(2) 当該コースのアピールポイントの策定</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「景色が良い」「食べ物が美味しい」「地元民が優しい」は、全国各地、何処でも同じにアピールしている。 ・サイクリスト＝旅人は時間と経費を裂いて「非日常」を味わうために旅行するのだから「このコースならではの体験・経験ができる」「また来てこのアピールポイントを味わいたい」というアピールポイントが必要。
<p>(3) 肥薩おれんじ鉄道との連携</p>	<p>(既に計画とは思いますが)車内へのストレスフリーの混乗が可能な肥薩おれんじ鉄道とタイアップしたサイクリング振興策を採用できたら素晴らしいと考える。</p>

ウ) 改善・要望事項

- JCAによる試走2ルートに対する改善・要望事項は以下のとおりであり、**路面環境やサイクルスタンドの整備・充実**が求められている。

図表－8 試走ルートに対する改善・要望事項（JCA）

改善事項(1) ルート路面	<ul style="list-style-type: none"> ・両ルートとも道路交通法(第18条第1項)で左側端走行を義務付けられている自転車にとって車道の左側端の路肩の路面が危険な状態にある区間が多数あった。 ・特に側溝に蓋がされていない区間は非常に危険であり、道路管理者として道路の安全を確保するという意味で早急に改善が必要である。 ・その他、路面のうねり、段差、堆積砂・泥、ひび割れも自転車の安定した直進を阻害する要因となるので改善が必要である。
改善事項(2) 設備(サイクルスタンド)	<ul style="list-style-type: none"> ・ルート沿線の各種施設にはスタンドを装備しないスポーツバイクのためのサイクルスタンドの整備がほとんど見られない。サイクルルートとするならば、サイクルスタンドの整備は必須である。 ・特にメイン施設から離れたトイレに、利用者用として2～3台程度で良いのでサイクルスタンドが設置してあるととても良い。 ・各ルート上の施設の数箇所にはサイクルスタンドが設置されているが、5名以上の多人数のサイクリングツアー等の場合にも対応できるよう、普段は格納していて催事があるときに設置するなどの柔軟な対応策が必要である。 ・なお、くまモンポート八代の駐輪場に設置されている単管利用のサイクルスタンドのように多数台数をかけられるものは、重量に負けて損壊する場合があります。過去にはサイクルスタンドの損壊により、複数台数の高額な自転車の補償負担をした実例があるので、定期的な強度チェックを行う配慮が必要である。
要望事項	<p>この調査を契機に、路肩部分を中心とした自転車の走行環境の安全確保を定期的に実施されることを切に望む。</p>

第4部 参考資料

3. サイクリング愛好家

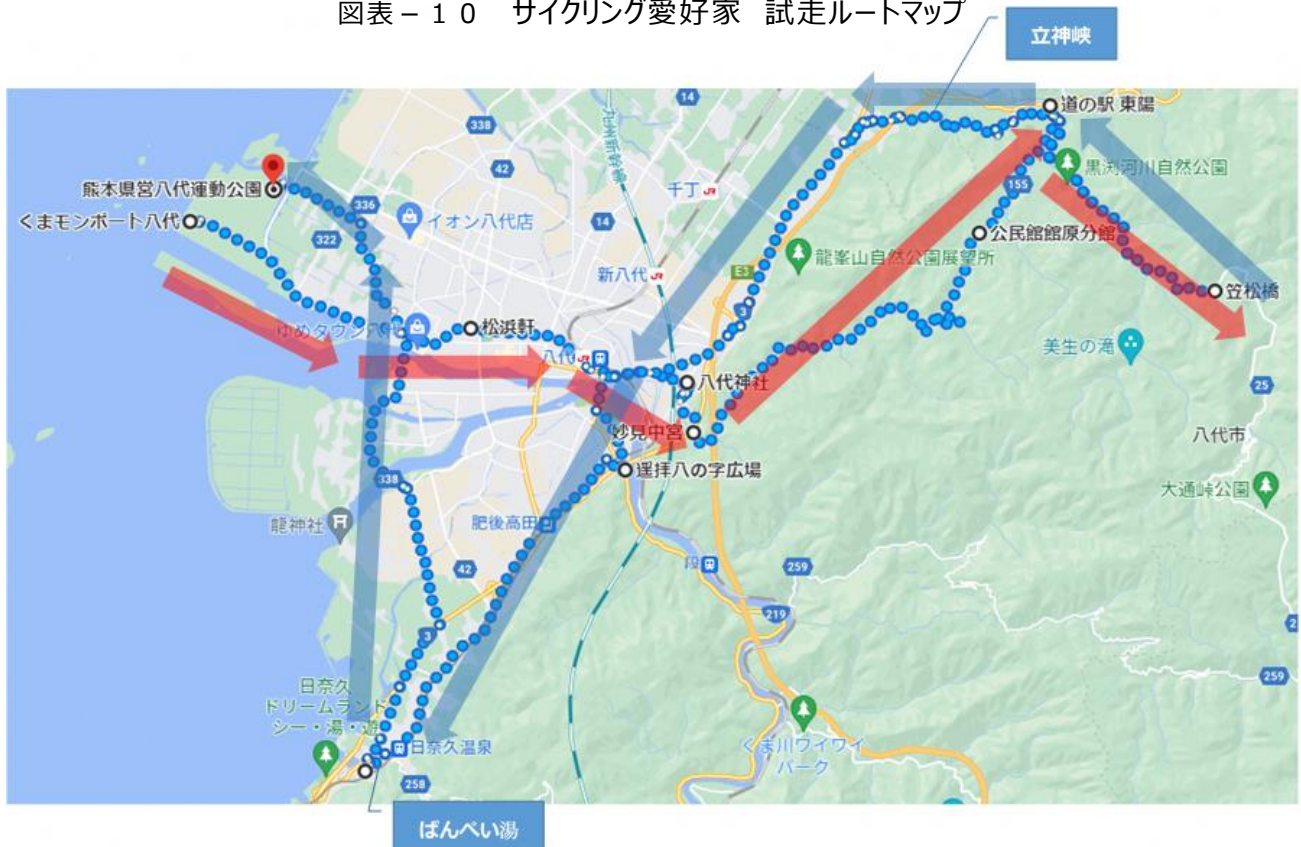
1) 調査設計

サイクリング愛好家による調査は、市内サイクルルート案をサイクリング愛好家が試走し、愛好家目線で設定ルートの可能性を検証することを目的に下記の設計で実施した。

図表－9 サイクリング愛好家 調査設計

調査目的	市内を中心としたサイクルルート案をサイクリング愛好家が試走し、愛好家目線で設定ルートの可能性を検証する。
試走者	熊本県・福岡県在住のサイクリング愛好家 7名（男性5名・女性2名） ※始終点までのアクセス方法（自転車2名・自動車5名）
試走日	令和4年10月16日（日）8:45～15:00
試走ルート	下記の市内を中心とした周遊ルート ※約90km くまもんポート八代 ⇒⇒ 松浜軒 ⇒⇒ 八代神社 ⇒く懐良親王墓・妙見中宮（通過）>⇒ 道の駅東陽 ⇒⇒ 石匠館・白髪岳自然石橋 ⇒⇒ 笠松橋⇒⇒ 黒瀧河川自然公園⇒⇒ 立神峡里地公園 ⇒⇒ 遙拝八の字広場 ⇒⇒ 日奈久温泉センター「ばんぺい湯」(昼食) ⇒⇒ 日奈久ドリームランド「シー・湯・遊」 ⇒⇒ 県営八代運動公園
備考	試走後に試走者全員による意見交換会（グループインタビュー）を実施

図表－10 サイクリング愛好家 試走ルートマップ



2) 調査結果（試走者個別アンケート）

試走者全員に個別アンケートを行った結果は以下のとおり。
 なお、アンケート回答における5段階評価は次の基準で実施した。

<5段階評価の基準>

1点	2点	3点	4点	5点
悪い	やや悪い	どちらとも いえない	やや良い	良い

①ルート評価（ハード面・ソフト面個別）

ア) ハード面「コース」

- 試走ルートの「コース」に対するハード面からの5段階評価得点は平均3.9点で、7人中5人が「4点（やや良い）」「5点（良い）」と高評価。
- ただし、コメントでは路面の荒れ、凹凸等の指摘があり、道路環境の改善が望まれる。

図表-11 ハード面「コース」回答結果

主な着眼点： 道路状況、交通量、危険箇所、勾配、風向き、全体や施設間の距離 等	
試走者別 5段階評価	コメント(評価理由、要改善場所など)
4点	(このコースでサイクルイベントを行う場合)20kmに1か所エイドポイントがほしい。
5点	往路では川沿いを伝って安全なコースを採択し河童の作り物の見物ができたらよい。幹線道路を使わない方がよい。ルートに国道3号線と国道219号線が含まれていて交通量が多い、かつ道路幅が狭い。見通しの悪い箇所がある。
4点	道路状況がイマイチ(凹凸あり)。環境は全体的に要改善と感じる(トラック、トレーラーが集まるのでしかたがないかも)
3点	熊本県は道幅が狭く自転車走行帯が殆どない。国道は危険。
4点	路面の荒れ(アスファルトの穴など)が多く、走行に注意が必要。特に日奈久～くまモンポートの間の通り(3号線など)。
4点	路面の荒れがある。穴はいいが轍や盛り上がり危険。日奈久～八代くまモンポートへの道ルート③難しければ、エスケープの道を作ってはどうか(中の道があるので)。
3点	交通量は場所によって変わるが、道幅も広く走りにくさは感じなかった。林道の下りでコケが生えている区間が多く危険を感じた。一般道では、路面に穴や轍が目立った。どちらも落車(転倒)につながる危険。
平均3.9点	

<具体的な要改善箇所>

①県道158号線の肥薩線ガード下付近	サイクルコースパンフレット作成の際には注意喚起の必要あり
②国道192号線の橋	人吉のサイクリングイベントの際に、この橋を渡る時は自転車は片側にしかない歩道を通行していた。歩道へ行くには横断歩道がないので脇のアンダーパスを使わなければならない。橋を渡った後は横断歩道を渡らなければならないのでとても煩雑。改善策として①のガードを潜った後、左折して球磨川を遡上して西部大橋で折り返してくるのが良い。遙拝八の字広場まで192号を使った場合は4.6km、西部大橋を折り返す場合は5.5kmと1km長いはこちらの方が車が少なく景色もずっと良いし、肥薩線と並行しているので復旧した際にはSLと一緒にエモい写真が撮れる。
③国道3号線肥後高田駅付	国道3号線は大型車の交通量も多く歩道は走りづらい。用水路の道を抜けると肥後高田駅前が出るが、最初の丁字路を右折して3号線を渡って熊本高専の脇の用水路の道を通って南九州自動車道の高架脇を通

第4部 参考資料

近から日奈久温泉まで	るのが良い。排気ガス臭くないし、田植えシーズンや稲刈りの綺麗な田んぼは外国の人の受けも良いはず。近くに「夫婦楠」という大きい楠がある神社があり、そこで休憩するのも良い。
------------	--

イ) ハード面「設備・施設」

- 試走ルートの「設備・施設」に対する5段階評価得点は平均4.1点で、7人中5人が「4点（やや良い）」「5点（良い）」と高評価。
- 休憩・トイレ・給水場所としてコンビニ、自販機等が一定数あり、あまり困らないとの意見が多い。
- 一方、サイクルラックに対する要望（サイクルラックがない、道の駅に設置されているがラックの数が足りない、設置場所がわかりづらい）や、案内看板に対する要望もあがっている。

図表 - 1 2 ハード面「施設・設備」 回答結果

主な着眼点：案内看板・道路標識の状況、休憩・トイレ・食事・給水(自販機含む)場所の状況 等	
試走者別 5段階評価	コメント(評価理由、要改善場所など)
5点	(このコースでサイクルイベントを行う場合)20kmに1か所エイドポイントがほしい。
4点	(このコースでサイクルイベントを行う場合)イベント当日の看板を縦長の統一したカラー(例:柑橘類に関連するオレンジや黄色やライムを使用)で作ってはどうか。また、各コースによる右左折の表示も必要になる。コンビニ、自販機、トイレがほどほどある。
3点	サイクルラックがない。 お勧めコース案内があると良い。
3点	休憩スポットに自販機が無い箇所もある。 農道や裏道は同じような道が多いので案内看板は必須。
5点	補給する場所はたくさんあった。
5点	道の駅など施設はバランス良くある。ストレスを感じたり水に困るところはなかった。
4点	街中ではコンビニも多くトイレや休憩には困らないと感じた。道の駅にはサイクルラックもあり良かったが、ラック1つで4台ほどしか留められないので複数台欲しい。また目立たない所にあるので、人目につく所に設置すると、見つけやすく防犯にもなる。
平均4.1点	

ウ) ソフト面「アクセス」

- 試走ルートの「設備・施設」に対する5段階評価得点は平均3.6点だったが、**一次交通**（市外から八代市までのアクセスのしやすさ）と**二次交通**（市内に入ってからルート始点のくまモンポートへのアクセスのしやすさ）により評価が分かれた。
- **一次交通**については新幹線や高速道路のアクセスの良さに対するコメントが多く高評価（4～5点が4人）だったが、**二次交通**については低評価（2点が3人）であった。
- 二次交通については、くまモンポートを始点とする場合、**サイクルバス**やイベント時の**シャトルバスの運行の要望**があがっている。

図表 - 1 3 ソフト面「アクセス」 回答結果

主な着眼点 : 始終点までアクセスのしやすさ	
試走者別 5段階評価	コメント(評価理由、要改善場所など)
5点	(八代までの一次交通については)新幹線、高速道路のアクセスが良い。
4点	八代までの一次交通についてはよいので、高速インター出口からのアクセスに向けた案内板や各方面から来た時の案内板や矢印と距離数表示が必要。
5点	(八代までの一次交通については)自家用車の場合は「良い」(始点のくまもんポート等に駐車場が有る)。
5点	(八代までの一次交通については)高速道路、新幹線駅が近い
2点	(八代到着からルート始点までの二次交通については)くまもんポートに行きにくく、電車で来た場合、自走するのがやや面倒。駅からシャトルバスが出ていたら、行きやすい(自転車が乗せられたら、なおよい)。
2点	八代へのアクセスは良いがくまもんポートへの道が遠く、くまもんポートのみのライドになってしまう。他へ観光とからめづらい。専用のサイクルバス等あればくまもんポート目的で行く。
2点	車で来る分にはとくに問題はない。くまもんがたぐささんいて写真も撮りたくなる。輪行での八代駅までのアクセスの良さに比べるとくまもんポートまで距離がある。近辺に他の施設がないためそれ以外にない(立地が悪い)。
平均3.6点	

エ) ソフト面「サービス」

- 試走ルートの「サービス」に対する5段階評価得点は平均3.9点で、7人中5人が「4点(やや良い)」「5点(良い)」と高評価。
- コメントは前述の「設備・施設」と重複するが、サイクリスト受入環境として、サイクルラックに対する要望(サイクルラックがない、道の駅に設置されているがラックの数が足りない、設置場所がわかりづらい)があがっている。

図表 - 1 4 ソフト面「サービス」 回答結果

主な着眼点 : 商業施設(商店・コンビニ、飲食店等)の立地状況、商業施設等でのサイクリスト受入環境・対応サービスの状況 等	
試走者別 5段階評価	コメント(評価理由、要改善場所など)
5点	-
3点	-
4点	平地はコンビニがある。
4点	コンビニは多い。サイクルラックが少ない(端に追いやられている)。
4点	道の駅東陽にサイクルラックがあったが、分かりにくい場所だった(くもの巣もかかっていた)。建物を見たときに、分かりやすい場所にあると立寄りやすい。ラックが1個だったので2個ほしい。
4点	立ち寄ったお店のサービス良好。ランチの入り口で2階に上げてもらえず困った。道の駅東陽のサイクルラックを道路から分かる所があれば入し入りやすい。
3点	日奈久温泉は街並みの感じも良く足湯もあり、くまもんもいて良かった。昼食の際、2階に上がる時にお店の方に止められ押し問答があった。長時間自転車から離れるのは不安でゆっくりできない。理想は自転車が見える環境。
平均3.9点	

第4部 参考資料

オ) ソフト面「サポート」

- 試走ルートの「サポート」に対する5段階評価得点は平均2.0点で、7人中5人が「1点（悪い）」「2点（やや悪い）」と低評価。
- コメントでは、市内に自転車専門店が無いという現状を踏まえて、飲食店やコンビニ、その他の立ち寄りスポット等でのチューブ等の販売・自販機の設置、サイクルイベント開催時の市外の自転車専門店との連携等のアイデアが寄せられた。

図表－15 ソフト面「サポート」回答結果

主な着眼点： 自転車店・自転車関連サービスの有無、病院等その他緊急時に必要な施設の有無 等	
試走者別 5段階評価	コメント(評価理由、要改善場所など)
1点	地元(八代市内)に自転車専門店無し。
2点	(サイクルイベントを開催する場合)イベント当日のサポートとしてスポーツ自転車店の協力を得たり、電話番号記載のカードを持たせるなど、サポート体制を構築する必要がある。
3点	自転車店がない。 緊急時はレスキューサービスを頼めるか？
2点	自転車店が少ないエリアである。病院は多いが休日対応が少ない。 市内の人口や年齢構成の問題もあるのでサイクルイベント開催時は熊本市の自転車ショップとの連携が必要である。
3点	目立つ自転車店がないので、パンクした時などチューブが買えなくて困るかもしれない。コンビニや日奈久の立ち寄り場所にチューブの自販機や買える場所があったらよい。
2点	県南に行くほど、自転車店をはじめとした店がないので何かトラブルの際が不安。 日奈久の立ち寄り場にチューブ等のお店があればいい。
1点	自転車専門店が少ないのは仕方ないがパンクした時が不安。コンビニやカフェ、飲食店などで交換用のチューブの販売や備え付けの空気入れの貸し出しがあると安心度が増す。街外れではチューブの自販機があると良い。
平均2.0点	

②ルート評価（総合評価）

ア) 総合評価（距離・勾配等の面白味）

- 試走ルートの総合評価として「距離・勾配等の面白味」に対する5段階評価得点は平均3.7点で、7人中5人が「4点（やや良い）」「5点（良い）」と高評価。
- コメントでは、距離や勾配のバランスの良さ、程よさがあげられている。

図表－16 総合評価「距離・勾配等の面白味」回答結果

試走者別 5段階評価	コメント(評価理由、要改善場所など)
3点	－
4点	全て行くとかかなりの満足度が得られる。
3点	コース①②③(※)は個別では距離が短い。 (※)試走ルートを3分割した場合：①くまもんポート～笠松橋・鹿路橋、②新八代～暹羅八の字広場、③くまもんポート～日奈久
4点	平地が多いエリアでコースのバリエーションも多い。
3点	－
5点	走ることを考えるとちょうど良い(イベント用)。平坦、登り、距離のバランスがよい。
4点	距離(90km弱)勾配(約550m)は個人的には丁度良く感じた。
平均3.7点	

イ) 総合評価（景色・立ち寄りスポット等の面白味）

- 試走ルートの総合評価として「景色・立ち寄りスポット等の面白味」に対する5段階評価得点は平均4.0点で、7人中5人が「4点（やや良い）」「5点（良い）」と高評価。
- コメントでは、ルート始点のくまモンポートや日奈久、自然等の満足度が高い一方で、今回のルート上の立ち寄りスポットでも説明がないとわからない場所や印象が薄い場所があったとの指摘もあがっている。

図表 - 1 7 総合評価「景色・立ち寄りスポット等の面白味」 回答結果

試走者別 5段階評価	コメント(評価理由、要改善場所など)
4点	—
5点	景色、スポットは満足度高いと思う。
4点	自然が多い。清流。森。
5点	くまモンポートや日奈久などのPRポイントが多い。
5点	—
3点	くまモンポートは九州以外からも注目されると思う。アイキャッチ度が高い。八代神社等は印象が薄く、ダラツと感じた。
2点	説明がないと分からない場所が多いイメージ。坂をのぼるならそれ相応の絶景スポットが欲しい。
平均4.0点	

ウ) 総合評価（初級者・中級者向けルートとしての総合評価）

- 試走ルートの総合評価として「初級者・中級車向けルートとしての総合評価」に対する5段階評価得点は平均3.3点で、7人中4人が「3点（どちらともいえない）」「2点（やや悪い）」とやや低評価。
- コメントでは、初心者・中級者向けとしては、距離や勾配、路面環境等から難易度が高いとの意見が多い。

図表 - 1 8 総合評価「初級者・中級者向けルートとしての総合評価」 回答結果

試走者別 5段階評価	コメント(評価理由、要改善場所など)
3点	—
4点	登坂道をなるべく避けた平坦エリア多めのコースも設けると良いかもしれない。
3点	道がでこぼこなので評価は「どちらともいえない」。
4点	地域の理解が得られると最高だと思う。
4点	初級者としては往路のくまモンポート～笠松橋の155号線ののぼりがきついかもしれない。
3点	基本的に道が走りやすいコンディションだが、日奈久～八代インター区間と、八代インターから412区間は一車線で大きな穴や轍が多く初心者～中級にはストレスになる要因大という印象。
2点	今回のルートだと初級者にはつらいと思う(距離も勾配も)、特にコケや轍などは落車の危険が増し楽しめない。
平均3.3点	

第4部 参考資料

③ルート評価（総評コメント）

ア) 試走コースの良い点・悪い点

- 試走コースの良い点としては「始点がくまモンポートであること」や「交通量の少なさ」「道幅の広さ（くまモンポート等）」等があげられている。
- 一方、悪い点としては「道路環境の悪さ（路面の苔、穴、轍、側溝蓋のないエリア等）」や「印象が薄い立ち寄りスポットが多い」等があげられている。

図表－19 総評「コースの良い点」 回答結果（自由記述）

コメント
<ul style="list-style-type: none">・東陽～東町の峠はいちおし。・中、上級者向けの満足度の高いコースになった。・交通量が少なくて良い。・くまモンポートが発発、ゴールである点が良い。・見どころ、グルメスポットがはっきりしているので良い。・八代でくまモンポート始点ということもあり、道が広く走りやすいままスタートできた。八代は通過することが多いので、山の中まで知るいい機会となった。・道幅は広く、交通量も気にならなかった。特にくまモンポート、笠松橋、吊り橋は良い写真も撮れみんなでワイワイ楽しかった。

図表－20 総評「コースの悪い点」 回答結果（自由記述）

コメント
<ul style="list-style-type: none">・幹線道路をいかに避けるかがカギだと思う。冬場の苔のある坂が心配。・3号線が近いと信号が多い。・夏はとにかく暑いのでサイクルイベントは開催時期が重要。側溝蓋が無いエリアも多いので注意が必要。・見てもよく分からない立ち寄り場所が多かったので、省いた方が良い。・林道含め、登りも楽しめたのだが立ち寄りスポットの印象が薄い。わかりやすさがないスポットが多く「だからなに？」という印象は否めない。・路面の悪さ(コケ・穴・轍)が気になる。路面がきれいなだけで自転車乗りは良い印象を持つし安全性向上になるので対応が必要。

イ) 試走コースの今後の磨き上げに向けたアドバイス

- コース磨き上げに向けたアドバイスとしては、「しまなみ海道」を参考とした受入環境や道路環境整備をはじめ、初級者～上級者まで楽しめるコース設定や市内の田園・海・川を活かしたコース設定、くまモンを活かしたサイクルラリー（スタンプラリー）等が提案された。

図表－21 総評「試走コース磨き上げに向けたアドバイス」（自由記述）

コメント
<p>・サイクルイベントではなく恒久的なコース造成をする場合、「しまなみ海道」のようにサイクルラック、コース案内、地元の方の理解が必要。</p> <p>・熊本県自体、自転車道などの整備がまだまだのエリアである。尾道～今治の「しまなみ海道」のような整備を目指すことができれば人気のサイクルイベントが開催できる。</p> <p>・八代の「直線、平坦、ロードコンディション良好」という環境は打ち出しているメリットである。直線、平坦が大好きな自転車乗りは多いはず。</p> <p>・初級者コース、上級コースと2ルート作成が理想。</p> <p>・田舎道・川沿い・海沿いの道を多く取り入れ、のどかな景色を楽しませてほしい。</p> <p>・とにかく交通量が少ないコース設定を。遠回りでも全く問題ない。</p> <p>・コース後半は歩行者、自転車用の橋を渡るべき。</p> <p>・目的地までの自転車専用レーンを作ると、初めてでも道に迷わず走り、また自転車と車の境にもなり良いと思う。</p> <p>・個人の思い入れより、他の人から見て魅力あるスポットか、足を止めさせるスケールはあるか等を含め企画した方がよい。八代市内の各所にくまモンがいるのにスルーさせるのはもったいない。</p> <p>・八代のアーケードや神社でくまモン探しをしたが、道も良く、くまモンがたくさんいてワクワクした。店舗や町に合わせたくまモンがいるのは八代くらいだと思うので、アーケード等をルートに入れるか、ショートコースで宝探しのようなものを作っても楽しいと思う。くまモン探しスタンプラリーコース（食べ物とコラボ）などあれば参加したい。他自治体で実施しているQRで読み込むスタイルのスタンプラリーがよい。【例】せとうちRideサイクルラリー、菊池和栗グルメフェア</p> <p>・せっかくのスポットがあってもよく分からない。橋（吊り橋）などの立ち寄りスポットは説明書き（の看板等）がほしい。自転車で走りながらでも見やすく。自転車で止まっても止まらなくても見えるスポットと止まらなると見えないスポット（これはあっていいと思う）のメリハリをつける必要あり。</p>

④ 観光スポット評価

- 試走時の主な立ち寄りスポットに対する5段階評価得点（平均）は、「笠松橋」（平均5.0点）が試走者7人全員が5点（良い）を付けて最も高く、「くまモンポート」（同4.9点）、「立神峡里地公園」（同4.9点）もほぼ満点と高評価であった。このほか、「遙拝八の字広場」（同4.5点）、「八代神社」（同4.0点）、「道の駅東陽」（同4.0点）で平均4点以上となっている。
- これらの高評価スポットについては、写真映えするといった、一般的な観光スポットとしての魅力に加え、エイドステーションとして利用可能な点や、目の届くところに自転車を置きつつ楽しめる点がサイクリストに評価されている。
- 一方、平均点が2点台の低評価スポットは「白髪岳自然石橋」（同2.0点）、「黒淵河川自然公園」（同2.2点）、「松浜軒」（同2.4点）、「石匠館」（同2.6点）であり、上記の高評価ポイントとは逆に観光スポットとして印象が薄く、説明看板等もなくわかりづらい点や駐車（輪）場が無い点等が低評価の理由としてあがっている。
- また、評価の高低に関係なく、複数のスポットでサイクルラック・サイクルスタンドの整備や説明看板の設置が望まれている。

第4部 参考資料

図表-22 主な立ち寄りスポットの評価 ※5人以上が5段階評価を回答しているスポットのみ

No.	立ち寄りスポット名	試走者別 5段階評価 (平均)	主な評価コメント
1	くまモンポート	4.9点	<ul style="list-style-type: none"> ・無数のくまモン像で一気に入テンションがあがるスポット。バイクの立て掛けや像に触れてはならないのでスタッフをおき注意喚起が必要。 ・写真撮影用サイクルスタンドがあれば良い。 ・自転車を押し歩いて中に入れるので、とても良い。無料なものすごい。 ・土日しかやっていないこともあり、認知度が低いですが、このくまモンポートは大きくアピールしていると思う。 ・市街地から少々離れていても、これを見るために足を運ぶ価値があり、ついでに八代のコース探そうか・・・というきっかけになる。
2	松浜軒	2.4点	<ul style="list-style-type: none"> ・道から近すぎて写真が撮りづらい。実際に居住されているので大人数での訪問はむずかしいかも。 ・自転車で訪れるかという、目を離すのであまり入場したいとは思わない。 ・スタンドがあるのが分かり、塀の中に置けるのであれば風景はきれいなので入りたいかも。 ・今でも人が住んでるそうだが入れなければ印象は薄い。
3	八代神社	4.0点	<ul style="list-style-type: none"> ・写真映え必須。雰囲気とダイナミックな趣がよい。 ・八代の歴史的な観点から立寄ってほしい場所。ここで安全祈願をして自転車で乗りたい。自転車のお守りがあるなら買いたい。 ・説明文があるといい。何の神社が分かりづらいので、足を運ぶ目的がうすくなる。 ・上手く写真を撮ると映えそう。神社自体は説明がないと分かりづらい。
4	道の駅東陽	4.0点	<ul style="list-style-type: none"> ・エイドステーションとして相応しい、欠かせない場所。 ・サイクルイベントを開催する場合は道の駅として一般客が多いので注意が必要(サイクルイベントでは道の駅は避ける事が多い)。 ・名物の「しょうがソフト」は食べるべきだし、話題にもなる。自転車で乗って体が熱いときにはちょうどよい。 ・サイクルラックがあったが、くもの巣があり、木陰に隠れて使われていない感が残念。1つで4台程度止められるのでサイクルラックの台数を増やし、目目に付く所にあると良い。
5	石匠館	2.6点	<ul style="list-style-type: none"> ・見る場所としては魅力が少ない。エイドに使えるかもしれないがやや狭いかもしれない。 ・スタンドもなく、館内に入るタイプの名所はロードバイクとは合わない。(館内に入るには、ビンディングシューズから普通のシューズに履き替える必要がある。) ・見た目は立派なので、サイクルラックが欲しい。説明文の看板もほしい。 ・石のアーチがすごかったがロードバイクで走る人が目的にするかは疑問。説明がないと分からない。
6	白髪岳自然石橋	2.0点	<ul style="list-style-type: none"> ・他所には無い自然の造形。しかし、駐車場が無く、手前に民家があり、よく見えない。非常に勿体無い。 ・とても珍しいが、山や木と一体になっていてわかりづらい。見つけられずに通り過ぎてしまってもいい。ルートからもそれるので行かなくてよい。 ・自然で出来たものすごいのだと思うが、山と一体化しておりよく分からない。手前に民家、少し下に墓地があり写真も撮りづらい。(撮っても一体化して分からない)
7	立神峡里地公園	4.9点	<ul style="list-style-type: none"> ・写真映えと体感アトラクションが融合する立ち寄りが欠かせない場所。 ・吊り橋、断崖は写真映えする休憩スペースもとれる。笠松橋の後のエイドステーションに最適。 ・峡谷の絶景は他では見る事の出来ない素晴らしい景色であり絶対に立ち寄りたい。 ・ロードバイクもすぐ近くに止めることができ、吊り橋もすぐ近くなところがとても良い。 ・写真映えする、アトラクション的にも良い。とても印象に残る。川の色も良く、オリジナルの景色。 ・つり橋は苦手だが橋がしっかりして渡れることが出来て楽しめた。
8	黒淵河川自然公園	2.2点	<ul style="list-style-type: none"> ・入り口が分かりにくかった。下の川まで公園の下まで行かないと見えなかった。 ・登る途中の休憩として、夏場に川に足をつかりに降りるのはよい。 ・下りの快適走行エリアで止まるにはもったいない。残念感がある。何かあるのか止まっても分からなかった。 ・下り坂から急に曲がるので道を通りすぎた。川が売りなら下まで降りて川で遊ぶべき。自転車だと少し残念なスポット。
9	笠松橋	5.0点	<ul style="list-style-type: none"> ・写真映えもして人も自転車も渡れる。自転車を止めて写真を撮ることもでき、とても良い。紅葉時期にまた来たいと思える場所。 ・撮影スポットには最高。ただし、手すりもないので安全面への配慮を検討する必要あり。 ・「夏目友人帳」のオープニングの舞台であり、見た目もダイナミックで趣のある橋なので、ぜひ立ち寄りたい。 ・止まらなくても目に飛び込んでくる橋の景観がとても良い。手すりのない石橋は珍しいので、渡る楽しさ、写真を撮る楽しさがある。
10	遥拝八の字広場	4.5点	<ul style="list-style-type: none"> ・エイドステーションとして最適。 ・球磨川の雄大さ、水のきれいさ、おれんじ鉄道も見ることができるのでスポットとしては良い。広いのでエイドステーションにもできそう。 ・川の色が特有なので、印象に残る。オレンジ鉄道の橋とのコントラストも良い。 ・これだけ大きな川はなかなか見ないので景色も良くて良かった。サイクルラック、自販機(飲み物)、移動販売車(飲食)などいけば良い休憩ポイントになる。
11	日奈久ドリームランド	3.4点	<ul style="list-style-type: none"> ・エイドステーションとしては使える。 ・普通の運動場なので立ち寄る必要があったのか疑問。 ・立派な施設ではあるが、サイクル愛好家としては、具体的なイベントがない限り、魅力的ではない。 ・トイレ、自販機があって良い。球磨川～水俣を走るときはこの公園をスタートゴールにしているが、とても便利が良い。 ・駐車場は広く、自販機、トイレもあるので休憩や集合場所には良さそう。

3) 意見交換会

試走者後に試走者全員で行った意見交換会の結果は以下のとおり。

① 今回の試走ルートについて

- 立ち寄りスポットとしては、始点の「くまモンポート」が最も良かった。無料で入れる、自転車も押歩けば入場可能なところが良い。
- その他で印象深く楽しめたスポットは「立神峡のつり橋」（アイキャッチがあるから「止まろう」と思えるスポット）と「笠松橋」（橋に腰かけて写真撮影できる）であった。
 - 上記2スポットは、以下の点がサイクリストにとって魅力的である。
 - ・自転車を置いて歩く距離が短く、すぐ行ける（サイクリストの靴でも歩こうと思える距離である）
 - ・自転車を置いているのが見える（自転車から目を離さずに済む）
 - ・道路沿いだから立ち寄りやすい
 - ・簡単に写真が取れてかつ写真映え（インスタ映え）する
- 一方、「東片自然公園」は絶景スポットだがサイクリストにとっては魅力が少ないスポットであった。777段の階段があるがサイクリストの靴（クリート）で歩きたくない。
 - 自転車を降りてたくさん歩かせるルート（散策させるルート）はサイクリスト向きではない。
- 「日本製紙」はトラックの往来が激しいのでルートから割愛したほうがよい。
 - サイクリストが止まって写真を撮ると工場側から注意される懸念があり、立ち寄りスポットとして設定するのは難しそう。止まらずに通り過ぎる程度なら可かも。
 - ただし、スポットとしては魅力的だった（かっこよかった）。工場好きにはたまらない。
- 「鹿路橋」はスポットとして魅力が少ないため、「笠松橋」までで折り返したい。
- ルートとしては交通量が多い幹線道路（3号線など）は極力避けたい。

② 八代市でのサイクリスト受入環境整備について

- サイクルルート上にサイクルラックが増やしてほしい。サイクルラックが無理でも自転車を立てかけられる柵やスタンドでよい。
 - くまモンポートは絶好の写真撮影スポットだが自転車を壁に立てかけるのも禁止で、ラック・柵もなく、自転車を置けない。くまモンの周りに写真撮影用のスタンドがあるとよい。
 - 日奈久温泉センター「ばんぺい湯」にサイクルラックを設置してほしい（足湯＋サイクルラック）。くまモンも居て写真を撮りたいスポットであり、サイクリストも靴を脱いで入りたいと思うスポット。足湯は冬は特にありがたい。ラックがあるとサイクリストウェルカム施設だとわかりやすい。他の温泉地もラックがあるところは少ない。九州内では嬉野温泉くらいしかないはず。
- 八代でサイクルイベントを開催する場合、イベントの始終点（例：くまモンポート）までの二次交通が不便なところが課題である。
 - サイクルイベントは自動車で来る人は困らないが、公共交通での移動の場合が課題。
 - 新八代駅からコース始点までのタクシー移動は難しい（タクシーに自転車を縛り付けるのは困難）。
 - イベント開催時は市内のタクシー・バス会社に協力を求めることも必要かもしれない（ボックスバンタイプのタクシーやシャトルバスの活用等）。

第4部 参考資料

③八代市でのサイクルイベント開催について

- サイクリストは新しいサイクルイベントに参加したがる。**長崎の「ツールドちゃんぼん」を参考に八代市内で完結するルートによるイベントとして「ツールドちくわ（仮称）」としてどうか。** 県南初のレース型イベントになる。
- その際、**エイドステーションの設定が重要**。概ね 20 kmに 1 か所が目安。メインのエイドは道の駅東陽・遙拝八の字広場・日奈久だろう。**休憩+食べ物（地元の特産品=日奈久の竹輪、東陽のしょうがワフクリーム、かんきつ[晩白柚など]等）**があれば良い。
 - 遙拝八の字広場や日奈久ドリームランド「シー・湯・遊」はエイドステーションに設定しやすい環境である。
 - 特に、**遙拝八の字広場は昼食ができるエイドステーション**になり得る。広場で地元の特産品を昼食として提供できればよい（焼肉等）。
 - エイドステーションで参加者に飲食させ、サイクリスト間で自転車を見せ合いっこさせる等して遊ばせることがサイクルイベントとして重要。
 - **くまモンポートはイベント時の始点・終点としても良いスポット**である。スタート前・ゴール後の時間がくまモンとの撮影時間になり、時間を持って余さないだろう。そのためにも柵・スタンドの設置（せめてイベント時だけでも）が必要である。
 - **イベント開催時だけ臨時のサイクルラック・柵を始終点やエイドステーションに配置することも必要**である。
- 距離が短いサイクルイベントはエイドステーションに立ち寄って楽しむという魅力があるが、中・上級者のサイクリストに人気があるのは長距離型のイベントである。したがって、**イベントも初心者向け（エイドを楽しむ短いコース）と中上級者向け（距離・標高を楽しむ長距離コース）**があったほうがよい。
 - サイクルイベントとしては、①50~60 kmルート、②120~130 kmくらいで獲得標高 700~800mくらいの 2 ルートは欲しい。※中・上級者は 100 km以上かつ獲得標高 800~1000mはほしい。
 - **中級者向けに市内でアップダウンのあるルートをどう作るかが重要**。今回の試走ルートでは**道の駅東陽への山越えルートがそれにあたる**だろう。
 - ②の条件をクリアするためには今日の 1 周では足りない。もう少し南下させて 219 号線を坂本～二見までというルートはどうか。
 - 一方、**距離ではなく、写真を撮たくさん撮り、イベントとして楽しみたいというニーズもある**。その場合は、**今回の試走ルート程度でちょうど良い**。イベントとして立ち寄りポイントやエイドステーションが充実していてもコースがきつかったら時間がなくて十分に立ち寄って楽しめない。
 - ②の上・中級者コースは、**今日とは逆ルートで設定したほうが良い**。今回はくまモンポートから東陽方面に上って下ったが、平坦の道をいったん北に行ってそれから立神峡に行き、その後上ったルートを反対から登らせる（そうすれば日が当たるので道に苔も生えておらず、下りも緩やか）。
- 現在、八代市の大型イベントは秋に集中している（花火大会、妙見祭）ので、時期を分散して誘客するために**サイクルイベントは春開催**もよいかもしれない。
 - 球磨川センチュリーライドというイベントが 4 月に開催されているが距離が短く、スポットも少ない。

④特産品を活用したサイクリストのおもてなしについて

- **特産品の竹輪をサイクリスト向けに包装の改良等**ができないか。
 - 竹輪はたんぱく質と糖質がほどよく入っており、サイクリストの補給食としてとても良く、かつ手軽に食べられる。

- ただし、包装は紙ではなくビニールが良い（走行中に背中に入れたいが紙だと汗でしめる。かじりながら走りたい）。包装ビニールにかわいい自転車のイラストでも書いてあれば嬉しい。
- 例えば2本買って1本はその場で焼き立てを食べて写真をとって、残り1本は補給食として携帯したい。
- **その他の特産品もサイクリスト向けに提供方法やPRの仕方を工夫できないか。**
 - 晩白柚をはじめとした柑橘類のジュースやゼリーも魅力的である。晩白柚は時期にもよるがサイクルイベント時にカットして提供しても良さそう。
 - い草ももっとアピールしてはどうか。（例）小さい畳でコースターを作ってサイクルイベントの参加景品にする
 - しょうがソフトのようなご当地ソフトクリームはサイクリストに好まれる（絶対に食べたい）。

第4部 参考資料

4. 自転車インスタグラマー

1) 調査設計

自転車インスタグラマーによる調査は、市内の観光資源を中心としたサイクルルート案（2ルート）を自転車インスタグラマーが試走し、インスタグラマー目線で設定ルートの可能性、及び市内観光スポットの若年層への訴求力を検証するとともに、インスタグラムへの投稿を試行することを目的に下記の設計で実施した。

図表 - 2 3 自転車インスタグラマー 調査設計

調査目的	市内の観光資源を中心としたサイクルルート案（2ルート）を自転車インスタグラマーが試走し、インスタグラマー目線で設定ルートの可能性、及び市内観光スポットの若年層への訴求力を検証する。 あわせてインスタグラムへの投稿を試行する。
試走者	自転車インスタグラマー 1名（女性）
試走日	【ルート1】 令和4年10月13日（木）12:00~18:00 【ルート2】 令和4年10月14日（金）8:00~18:00
試走ルート	市内の観光資源を中心とした下記のサイクルルート 【ルート1】初心者向けポタリングルート（八代城跡～日奈久温泉） ※約10km （八代市中心部・八代市役所）八代城跡 ⇒⇒ 松浜軒 ⇒⇒ くまモンポート八代 ⇒⇒ 金剛歩道橋 ⇒⇒ 水島龍神社 ⇒⇒ 日奈久ドリームランド「シー・湯・遊」 ⇒⇒ 日奈久温泉・温泉神社 【ルート2】サイクリング経験者向けルート（日奈久温泉～東片自然公園） ※約52km 日奈久温泉（金波楼） ⇒⇒ 遙拝八の字広場 ⇒⇒ 八代神社 ⇒⇒ 砥崎河原 ⇒⇒ 妙見中宮 ⇒⇒ 黒淵河川自然公園 ⇒⇒ 笠松橋 ⇒⇒ 道の駅東陽 ⇒⇒ 石匠館・鍛冶屋中橋 ⇒⇒ 管原神社 ⇒⇒ 白髪岳天然石橋 ⇒⇒ 立神峡里地公園 ⇒⇒ 東片自然公園 ⇒⇒ （新八代駅）

図表 - 2 4 試走者（自転車インスタグラマー）プロフィール



ベキさん

mooooo000min

投稿877件 フォロワー3.1万人 フォロワー中813人

beki (ベキ/ムーミン)

▼ YouTube「ベキの行くべき！」2022年2月～

▼ e-sports/バイク女子チーム「ANGEL project」所属

▼ 長崎県対馬出身 福岡在住

▼ 2010年よりroad bikeスタート

▼ 趣味: 読書、グルメライド

youtube.com/channel/UCC72eFHyQtrOJrIU5355OCw

- ・ フォロワー数：3.1万人
- ・ YouTube「ベキの行くべき！」（2022年2月～）
- ・ 長崎県対馬出身 福岡在住
- ・ 2010年よりroad bikeスタート
- ・ 趣味: 読書、グルメライド
- ・ 女性アスリート支援「ANGEL PROJECT」所属。

2) 調査結果（インスタグラマー個別アンケート）

ルート1（1日目）・ルート2（2日目）ごとにアンケートを行った結果は以下のとおり。
 なお、アンケート回答における5段階評価基準は他調査と同様。

①ルート1に対する評価

ルート1のストーリー案【初心者向けポタリングルート】

新八代駅（または八代駅）まで自転車で輪行してやってきた。※もしくは八代駅でシティサイクルをレンタル自転車に乗って駅を出発し、まず八代市内を観光する。
 八代城跡や松浜軒など歴史のある街中に感動しつつ、俳人・種田山頭火が愛した日奈久温泉に宿泊。

ア) ルート評価【ルート1】

- 初心者向けのポタリング的なコースであるルート1に対するインスタグラマーの評価は高く、総合評価は2項目とも5点満点であり、**市街地コースとしてのトイレ等の休憩スポット・設備が充実していることや、観光スポット・写真撮影スポットが充実しており観光を楽しめる手軽なコースであることが評価されている。**
- 初心者向けの半日コースとした場合、ルート内のお勧め立ち寄りスポットを今回ルート案からさらに絞り、**時間的にゆとりのあるコースとしたほうがよい**との提案があった。

図表 - 25 【ルート1】 ルート評価（ハード面・ソフト面・総合評価） 回答結果

区分	項目	主な着眼点	5段階評価	コメント(評価理由、要改善箇所など)
ハード面	コース	道路状況、交通量、危険箇所、勾配、風向き、全体や施設間の距離 等	5点	初心者が特に楽しめる街中散策のコースで良い。スポットからスポットへの移動はちょうど良い距離感。
	設備・施設	案内看板・道路標識の状況、休憩・トイレ・食事・給水(自販機含む)場所の状況 等	5点	市街地が中心なのでトイレの心配などはないので良い。
ソフト面	アクセス	始終点までアクセスのしやすさ	4点	・港の方向に行くとき一旦戻ってこないといけないのがルートの若干退屈になる。 ・港までの道は大型車も通るので安全に気をつけながら走る必要がある。 ・くまモンポートまでの路面もやや荒れている箇所があるので注意が必要。
	サービス	商業施設(商店・コンビニ、飲食店等)の立地状況、商業施設等でのサイクリスト受入環境・対応サービスの状況 等	3点	・自転車のスタンドがあったら嬉しい場所になかったりしたので、良いとは言えない。 ・立ち寄りスポットにしたい場所には、目につく場所にスタンドがあった方がよい(松浜軒など)。
	サポート	自転車店・自転車関連サービスの有無、病院等その他緊急時に必要な施設の有無 等	3点	・自転車店は特に目につかなかつたので、パンクなどしてしまった場合には初心者は困ると感じた。 ・手助けしてもらえらるショップなどの紹介があったら良い。
総合評価	距離・勾配等の面白味		5点	この日のコースは初心者の方向けに考え、宿まで走って行くコースに設定しているので初心者向けとして距離もちょうどよく登りもないので良いと思う
	景色・立ち寄りスポット等の面白味		5点	八代市の見どころスポットをぎゅっと詰めたコースにしており、写真スポット多めなので大変面白いと思う。

第4部 参考資料

図表 - 26 【ルート1】 ルート評価（総評コメント） 回答結果（自由記述）

区分	コメント
試走コースの良い点	他の地区にはない「くまモン」のオブジェに街中で出会えるのが最大の魅力。ナンパリングされたくまモンを集めるだけでも相当楽しいし、同じポーズをとって写真を撮りたくなる。
試走コースの悪い点	日奈久温泉まで行った後に日奈久ドリームランドまで向かうと時間的に厳しくなるので、日奈久温泉でゴールがよいと感じた。
試走コースの今後の磨き上げに向けたアドバイス	新八代駅か八代駅をスタートとし、ゴールを日奈久温泉にした際、チェックインの時間もあるので立ち寄る場所を詰め込まない方がよいと感じた。季節によるが日奈久温泉は八代市街から離れるので。

イ) 観光スポット評価【ルート1】

- ルート1での市街地～日奈久の主な立ち寄りスポットに対するインスタグラマーの評価をみると、「くまモンポート八代」「日奈久温泉」「八代城跡」「金剛歩道橋」の4か所が5段階評価で5点満点と高く評価されている。

図表 - 27 【ルート1】 主な立ち寄りスポットの評価 回答結果

No.	立ち寄りスポット名	5段階評価	評価コメント	全スポットランキング(※)
1	八代城跡	5点	堀の周りにもくまモンがいるので、探し出して同じポーズで写真を撮りたくなる。また、景色もよく自転車を押し歩いたり、買ってきたものをそこでベンチで座ってゆっくり食べるのにもよい。	3位
2	松浜軒	3点	自転車で行くには向いていないが、お庭は大変美しく、カメラが趣味の自転車乗りにはお勧めしたい。スタンドが目につく場所にあれば自転車で立ち寄ることができることのアピールにもなる。	5位
3	くまもんポート八代	5点	5m級のくまモンに会えるのはここだけなので、八代市の目玉スポットと言える。くまモン好きではなくとも喜んで写真を撮るし、ずっとくまモンを見ていたらその可愛い佇まいにファンになってしまった。	1位
4	金剛歩道橋	5点	ただの歩道橋ではあるが、自転車で日奈久温泉に向かう際にはここを通りたい。旅感が出て良い。	7位
5	水島龍神社	4点	立ち寄る時間による。干潮の時は見た目があまり良くないが、満潮であれば写真を撮りたくなるスポット。	6位
6	日奈久ドリームランド	3点	日奈久温泉にたどり着いた時間による。夕陽の時間であれば海に沈む夕日を眺められて楽しいが、それ以外で自転車で出向くにはスポットとしては弱い。	8位
7	日奈久温泉	5点	足湯があつたり、名物のちくわのお店が沢山あって散策しつつ買い食いできたり、のんびり楽しむことができる。くまモンもたくさんいるのでここでも沢山の写真を撮りたくなる。	2位
8	温泉神社	4点	屋に自転車で立ち寄るには向いていない。階段もあり、お参りする気にはならない。ただ、夜に宿から向かうならば、ライトアップされていて幻想的な雰囲気を味わうことができるのでお勧めしたい。	4位

(※)全スポットランキング: 当該ルートで訪れた全スポットについて、最も良かったスポットを1位として順位付け。

②ルート2に対する評価

ルート2のストーリー案【サイクリング経験者向けルート】

翌日は温泉街を出て、漫画・アニメの「夏目友人帳」に登場した笠松橋に向けて出発。
前日に比べるとサイクリング要素が強まり、自転車に乗り慣れている人も満足できるコース設定。
笠松橋に向かう途中でも神社や自然を楽しめる素敵なサイクリングルートとしてアピール。

ア) ルート評価【ルート2】

- サイクリング経験者向けのコースであるルート2に対するインスタグラマーの評価をみると、**景色・立ち寄りスポット等の面白味が5点満点**であるほか、ソフト面の「サポート」を除く、**その他5項目でも4点と高評価**であった。
- コメントでは、全般的に初心者向きではないが**中・上級者向けルート**としては**満足度が高く、そのためサイクリスト向けのサポート・設備の充実が望まれている（スタンド設置、レスキューサービス）**。

図表 - 28 【ルート2】 ルート評価（ハード面・ソフト面・総合評価） 回答結果

区分	項目	主な着眼点	5段階評価	コメント(評価理由、要改善箇所など)
ハード面	コース	道路状況、交通量、危険箇所、勾配、風向き、全体や施設間の距離 等	4点	・登りごたえのある坂が多く、中級者～上級者には満足度が高いルート。初心者にはきつい。 ・いかに坂や交通量の多い道を回避するか。初心者にも楽しめるルートが作成できたら完璧。
	設備・施設	案内看板・道路標識の状況、休憩・トイレ・食事・給水(自販機含む)場所の状況 等	4点	ちょうど良い場所にトイレのある施設があるので困ることはない。
ソフト面	アクセス	始終点までアクセスのしやすさ	4点	・新八代駅や八代駅があるので、そこをスタート&ゴールにしたらぐるっと回れるコースも作ることができる。日奈久温泉からもちょうどよい距離となる。 ・日奈久温泉―笠松橋に行くには交通量の少ない道を選ぶ際は登りになる。
	サービス	商業施設(商店・コンビニ、飲食店等)の立地状況、商業施設等でのサイクリスト受入環境・対応サービスの状況 等	4点	ちょうどトイレに寄りたいタイミングで立ち寄りスポットにトイレがあったので良い。
	サポート	自転車店・自転車関連サービスの有無、病院等その他緊急時に必要な施設の有無 等	3点	・自転車店舗がどこにあるか知っているだけでも違うので、この地区のどこが自転車店かという情報が知れるチラシなど欲しい。 ・トラブル対応してくれるショップの案内やマップがあったら親切。
総合評価	距離・勾配等の面白味		4点	初心者がいかに楽しんでもらえるか。写真のスポットは多いので山をショートカットするコースも載せたらよい。
	景色・立ち寄りスポット等の面白味		5点	峡谷に笠松橋に、立ち寄りたスポットが沢山で見応えがある。

図表 - 29 【ルート2】 ルート評価（総評コメント） 回答結果（自由記述）

区分	コメント
試走コースの良い点	夏目友人帳のブランドと、渓谷のダイナミックな景色と、八代に行かないと見れない景色があって素晴らしいと思った。
試走コースの悪い点	笠松橋までの道のりは、自転車の上級者は楽しいが、初心者には骨が折れるコース。登りを出るだけ回避できたらお勧め。
試走コースの今後の磨き上げに向けたアドバイス	サイクルラックを増やす。

第4部 参考資料

イ) 観光スポット評価【ルート2】

- ルート2の主な立ち寄りスポットに対するインスタグラマーの評価をみると、「立神峡里地公園」「笠松橋」「金波楼」「道の駅東陽」の4か所が5段階評価で5点満点と評価されている。
- ただし、ルート1に比べて2点以下の低評価のスポットも多い。

図表 - 30 【ルート2】 主な立ち寄りスポットの評価 回答結果

No.	立ち寄りスポット名	5段階評価	評価コメント	全スポットランキング(※)
1	旅館 金波楼	5点	由緒ある建物がとても写真映えし、自転車と一緒に撮りたくなる場所。泊まらずとも、コーヒーを飲むためにも立ち寄れるし、庭も見ることができなのでおすすめスポット。	3位
2	遙拝八の字広場	4点	球磨川とオレンジ鉄道を見る事ができ、八の字の意味もわかるので、サイクリスト的には寄りたい場所。	6位
3	八代神社	3点	八代の始まりの場所として歴史的な事を知っていたら寄りたい場所だが、知らなければ寄ってお参りしようという流れにはなりにくい。	8位
4	砥崎河原	4点	砥崎の河原の先に川に入りやすい箇所があり、そこにはサイクリストにはぜひ寄って欲しい。夏場～秋の初めの暑い日には川に入って遊べるスポットである。サイクリストはこういった自然のなかで遊べる場所が好きであり、写真を撮りたくなる。	5位
5	妙見中宮の名水	4点	ボトルに水を吸水できるので良い。水も綺麗で美味しかった。	7位
6	黒淵河川自然公園	2点	登る途中で寄るにはやや良いになるが、降る途中で寄るには悪い。気持ちよく下りたいので寄らなくてよい。川に入るにも一旦中に入り込むので自転車から目を離すことになるのでお勧めしない。	13位
7	谷川橋	2点	草で覆われており、よくわからない。笠松橋を見たら他の橋は魅力にかける。	12位
8	笠松橋	5点	夏目友人帳のオープニングに登場した橋というブランドがあり、写真映え間違いなしの場所。橋も綺麗で絶対に寄りたい場所。	2位
9	道の駅 東陽	5点	補給が欲しいちょうど良いポイントにある。生姜ソフトという名物もあり、インパクトがあるので写真を撮りたくなる場所。自転車のスタンドが端っこで蜘蛛の巣がかかっていたのが残念。目立つ場所に置いて欲しい。	4位
10	東陽石匠館・鍛冶屋中橋	3点	八代の歴史を知る上で寄るべき場所だが、自転車から目を離す事になる・料金がかかるという理由から、サイクリストが立ち止まって寄りたくなる場所かという点難しい。	9位
11	管原神社	2点	石匠館に寄っていたらそのつながりがわかり面白いが、寄っていないとただの鳥居のある神社にしかうつらないので魅力は薄い。	14位
12	白髪岳天然石橋	2点	看板を見つめることができたなら、遠くにあるのが天然の石橋とわかるが、一見わかりにくい。写真を撮ってもよくわからないので、お勧めしない。周辺が整備されたら魅力は増すと思う	10位
13	立神峡里地公園	5点	八代でしか出会えない景色で感動する。吊り橋と峡谷と、ダイナミックな景色は写真に収めたい。吊り橋が道路からすぐそこにあり、自転車から目を離さなくてよいのもポイントが高い。	1位
14	東片自然公園	1点	徒歩や車ならば、頂上まで777段の階段を登って八代市を一望する事をお勧めしたいが、自転車との相性は悪い。景色は素晴らしいが上まで登るサイクリストは少ないと思われる。	11位

(※) 全スポットランキング: 当該ルートで訪れた全スポットについて、最も良かったスポットを1位として順位付け。

