

八代市観光振興計画（後期）

～きなっせやつしろ～



平成29年5月

八代市

はじめに

本格的な人口減少時代の到来また少子高齢化の進展などにより、これからの地域の活力の維持向上のためには、これまでに無い「人口減少」を前提とした施策の展開が必要となってきました。

国内に限らず世界的に見ても、観光は一大産業となっています。そして、観光振興は、少子高齢化や地場産業の低迷に伴う地域社会の衰退を食い止め、コミュニティの再生を図るうえで、重要な施策の一つと捉えられています。わが国においても「観光立国宣言」が行われ、ビジット・ジャパン・キャンペーンやそれに次ぐ観光立国推進基本法の制定など、観光振興による地域経済の活性化に積極的に推進しています。

そこで八代市では、国の「観光立国の実現」に向けた各種施策の実施や熊本県が進める「ようこそくまもと観光立県推進計画」の展開等を絶好の好機と捉え、「観光」を一つの手段とし、交流人口の増加による地域のにぎわい創出と熊本地震からの早期の復興を目指していくために、「八代市観光振興計画（後期）」を策定しました。

今回の八代市観光振興計画では、「資源・文化・思い・食」という八代市が誇る地域のすばらしさの発信と質の高い時を提供することを主眼におき、八代市を訪れる人々との交流、観光客の声から得られる客観的なまちの評価を通じて、地域住民自身が地域の価値を知り、地域に誇りを持ち、地域内外に伝えたいとなる、そのような「まちづくり観光」を目指していきます。

特に本市は、大型クルーズ船の寄港が増大し、国際旅客船埠頭の整備が計画されるなど、八代港の環境が大きく変わっていくため、早急に旅行商品の提案や物産等地元消費の拡大を構築していかなければなりません。

また、熊本地震による影響から、比較的被害が少なかった県南地域に多くの外国人旅行者が訪れています。これから復興が進むと、県央、阿蘇地域へ訪問する機会が増えていくことが予想されます。そのため、阿蘇地域や他の観光地と肩を並べるぐらいの観光地づくりを短期間で実現していかなければなりません。

また、ユネスコ無形文化遺産に登録となった「八代妙見祭」があるからこそ可能な、市民・事業者・観光関係団体・行政の官民協働の取組みにより、長期的、継続的な観光振興を実現していきます。

本計画策定にあたり、ご意見やご提言をいただきました「八代市観光経営戦略会議」の委員の方々をはじめ、ご協力いただきました多くの方々に心から感謝申し上げます。

本計画を生かし、自分たちの地域の魅力を主体的に打ち出すことで、経済的な潤いだけでなく、市民の皆さんと八代市を訪れる人々が、ともに幸せを感じられる観光を創っていきたいと考えています。

平成29年5月1日

八代市長 中村 博生

目 次

はじめに

第 1 章 計画見直しの基本的な考え方・・・・・・・・・・ 3

- 1、策定の意義・・・・・・・・・・ 3
- 2、計画の進め方・・・・・・・・・・ 3
- 3、計画の期間・・・・・・・・・・ 4
- 4、役割分担・・・・・・・・・・ 4

第 2 章 観光を取り巻く状況・・・・・・・・・・ 6

- 1、人口減少社会の到来・・・・・・・・ 6
- 2、国内旅行の状況・・・・・・・・ 7
- 3、訪日外国人旅行者の増加・・・・ 8
- 4、地域における観光の状況・・・・ 11

第 3 章 国・県の動向・・・・・・・・・・ 14

- 1、国の動向について・・・・・・・・ 14
- 2、熊本県の動向について・・・・ 17

第 4 章 八代市の観光の現状と課題・・・・・・・・・・ 19

- 1、八代市の現状・・・・・・・・ 19
- 2、八代市観光実態調査・・・・ 21
- 3、観光の課題と解決の方向性・・・・ 27

第 5 章 基本方針・・・・・・・・・・ 33

第 6 章 施策の展開と重点プロジェクト・・・・・・・・ 35

- 1、基本戦略・・・・・・・・ 35
- 2、具体的な施策・・・・・・・・ 38
- 3、重点プロジェクト・・・・ 55
- 4、地域エリア別プロジェクト・・・・ 58
- 5、成果指標・・・・・・・・ 64

第1章 計画見直しの基本的考え方

1 策定の意義

2011年（平成23年）3月に策定した八代市観光振興計画の計画期間は、2011年（23年度）から2017年（29年度）までの7年間とし、2つの戦略、19の施策、3つの重点プロジェクトで構成し、ビジョン（将来像）である「八代のそれぞれの魅力が光り、つながることによって質の高い時間を提供するまち」を目指し、推進してきました。

この間、国際情勢の変化、平成32年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催決定、LCCの急増、海外大型クルーズ船への対応など、観光誘客が拡大する大きな転換期を迎えています。

一方で、本格的な人口減少社会の到来により、地域活力の維持・向上が困難になってきており、こうした機会を確実に捉えて、観光によるまちづくりを推進し、交流人口の拡大や地域経済の活性化につなげていかななくてはなりません。

特に、海外大型クルーズ船の寄港増や九州三大祭りである八代妙見祭がユネスコ無形文化遺産に登録されるなど、本市にとって明るい兆しがあり、これらのチャンスを本市の経済浮揚に確実に結び付けるため、総合的かつ戦略的・計画的に取り組むべき施策を明らかにしていかなければなりません。

また、2016年（平成28年）4月に発生した熊本地震により、甚大な被害を受け、状況は大きく変化しました。観光産業は、農林水産業、製造業、商工業などの地域産業と関連が深く経済効果が大きい産業であり、即効性も高いため、早急な対策が求められます。

こうした現状を踏まえ、本市では、2016年（平成28年）3月に任意団体であった「八代よかこ宣伝隊」から、より責任と経営力を高めるために、「（一社）DMOやつしろ」を立ち上げ、日本版DMOへの受け皿づくりを行いました。

そのため、2017年（平成29年度）までの計画期間であった八代市観光振興計画を一年前倒しし、インバウンド政策を重点的に取り組むとともに、本市における新たな地域資源の発掘と他地域との広域連携、さらに（一社）DMOやつしろ、民間事業者及び本市が一体となって、市民が誇れる観光都市の実現を目指していくため、八代市観光振興計画（後期）を策定することといたしました。

2 計画の進め方

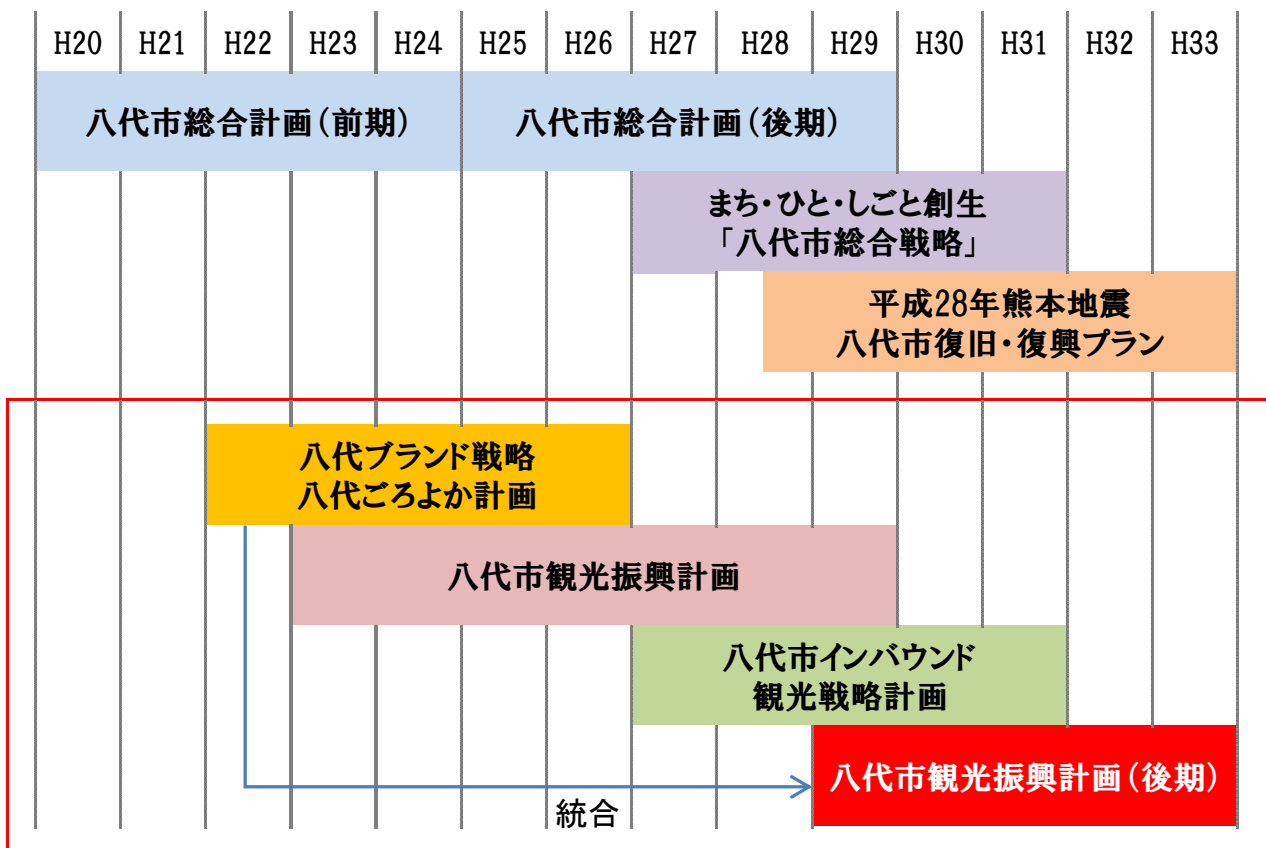
計画の推進に当たっては、八代市総合計画の基本構想である「市の将来像」と人口減少の克服・地方創生に取り組む「八代市総合戦略」や熊本地震による影響から官民一体となって復旧・復興を進めて行く「平成28年熊本地震八代市復旧・復興プラン」、海外大型クルーズ船の寄港をきっかけとした「八代市インバウンド観光戦略計画」の着実な推進と「八代ブランド戦略八代ごろよか計画」の進捗に関する課題を整理し、今後の計画に盛り

込むとともに、県の各分野の個別計画や国における「観光立国推進基本計画」などの方向性と共有を図りながら取り組んでいきます。

3 計画の期間

2014年（平成26年度）に前期計画期間が終了した「八代ごろよか計画」を統合し、「八代市観光振興計画」の基本施策、具体的施策、重点プロジェクトの見直しを図り、「八代市観光振興計画（後期）」として策定します。

計画の期間は、2017年（平成29年度）から2021年（33年度）までの5ヵ年とし、東京オリンピック・パラリンピックの開催と八代城築城400年に照準を合わせていきます。



4、役割分担

観光振興の主役は、事業者や観光関連団体などの民間であり、行政は、民間の主体的な取組が結実するよう環境づくりや支援を行っていかねばなりません。

こうしたスタンスを基本としつつ、観光事業者、DMOやつしろ、市民、行政等がそれぞれの役割を担いながら、連携・協力して本計画を着実に推進されるよう取り組んでいきます。

（１）観光事業者の役割

飲食業、お土産業、宿泊業、神社・仏閣、農林水産業、観光に関わりを持つ各種団体等の観光事業者は、第一線でお客様にサービスを提供することから、観光振興の担い手として重要な役割を担います。八代市の観光振興を推進していく原動力は自分たちであるという意識を持ち、観光客や市民に対して、八代らしい個性的な最高の商品・サービスを提供し、顧客満足度の向上に務めていきます。

（２）DMOやつしろの役割

異業種間や各種団体間の連携、調整を行い、観光事業者等が実施する観光振興に関する取り組みをサポートし、八代市の観光を支えるプラットフォームとしての機能を果たします。また、八代市の観光情報発信の中心的役割を担うとともに、先進的な情報の収集と提供を行い、八代市の観光振興のエンジンとしての機能を果たしていきます。

（３）市民の役割

市民一人ひとりが、八代市の歴史、文化、自然等に誇りを持つとともに、観光のまちづくりに関心や関わりを持ち、国内外からの観光客をあたたく迎え入れます。また、地域における観光振興の取り組みに積極的に参画し、自らも楽しみながら、魅力ある観光地づくりに務めていきます。

（４）行政の役割

市は、地域の観光資源の分析や観光動向の把握に努め、地域の魅力を最大限に活かす観光地域づくりに努めるとともに、国・県はもとより農業、食産業、商工団体など幅広い産業団体と地域住民との連携を進め、観光基盤づくりの強化に努めます。さらに、宿泊につながるイベントを開催するなど、市民と観光客双方が満足を得られる観光地づくりに取り組んでいきます。

DMOとは

DMO（Destination Management/ Marketing Organization）とは、観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域づくりを行う法人のことを指します。

観光庁では、日本版DMOについて、『地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人』と定義し、地方公共団体と連携して観光地域づくりを担う法人を「日本版DMO候補法人」として登録制度を設けており、八代市においては、2016年（平成28年）8月31日に「日本版DMO候補法人」として認定されました。

第2章 観光を取り巻く状況

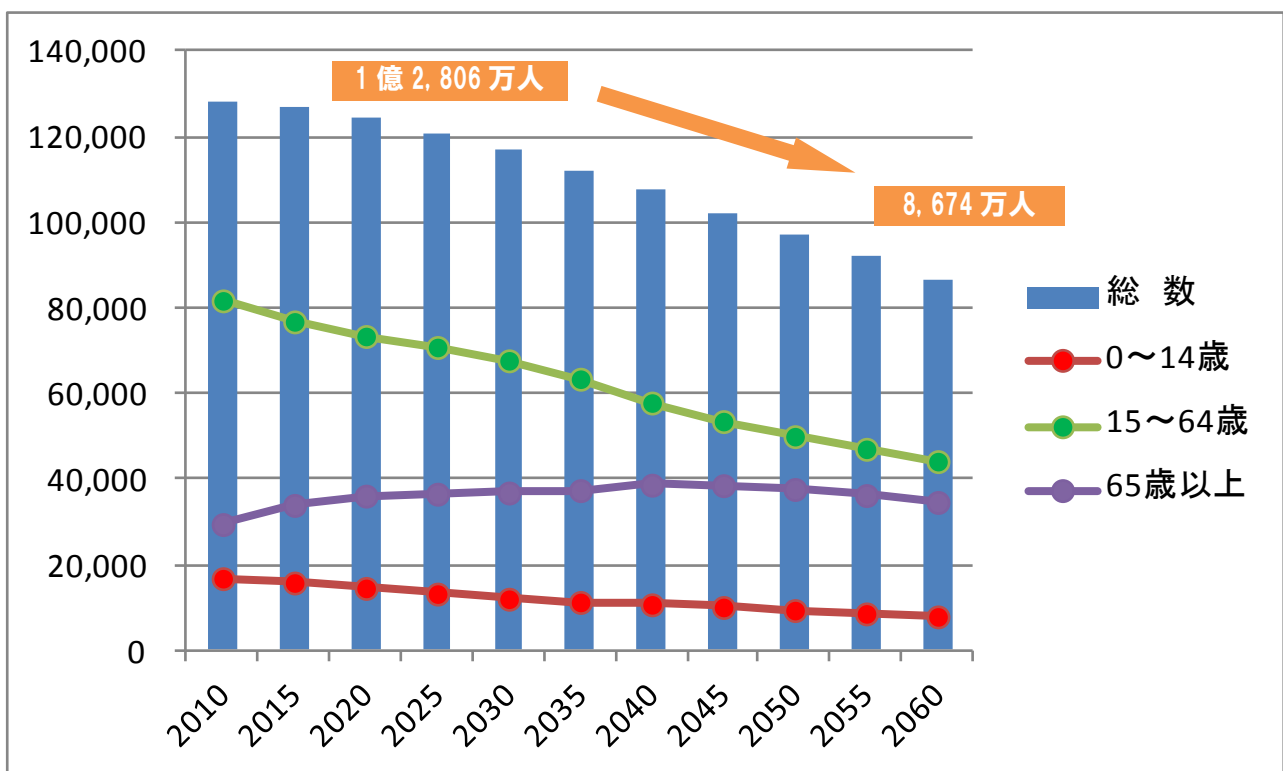
1 人口減少社会の到来

わが国の人口は、2005年（平成17年）に戦後初めて減少し、平成22年以降は減少が続いています。国立社会保障・人口問題研究所の発表によると、2010年（平成22年）年国勢調査による1億2,806万人から、2030年（平成42）年に1億1,662万人となり、2048年（平成60）年には1億人を割って9,913万人となり、2060年（平成72年）には8,674万人になり、約4,100万人の減少となると推計されています。

人口の減少は労働力人口の減少や消費市場の縮小を引き起こし、地域経済の規模を縮小させるだけでなく、社会生活の低下による地域の居住魅力の低下を招き、さらなる人口流出を引き起こすといった悪循環に陥ることが懸念されます。

しかしながら人口減少による消費額の減少は、観光による交流人口、いわゆる旅行消費額で補っていくことができます。各地域が持つ自然や景観、歴史、伝統、文化等の資源を活かし、地域独自の創意工夫をいかした取組みによって、交流人口を拡大し、地域経済に潤いと活気を与え、さらには地域社会の活性化に繋がるなどの効果が期待されています。

将来人口の推移



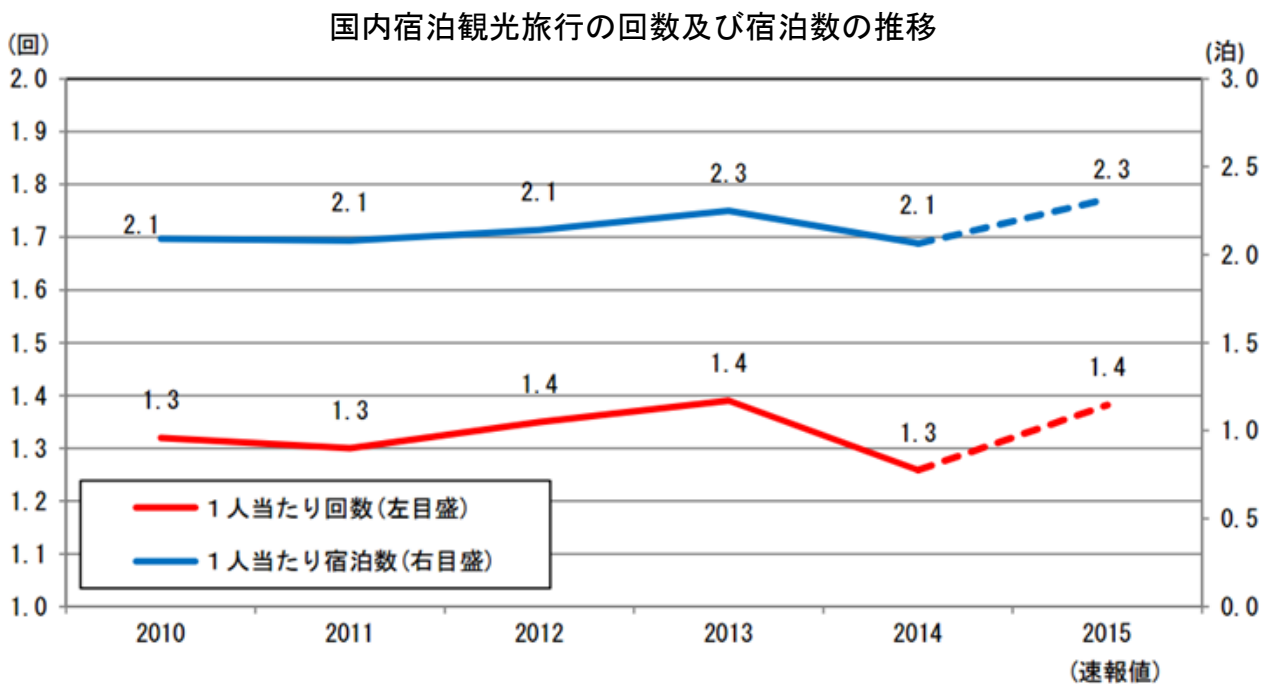
資料：国立社会保障・人口問題研究所（日本の将来推計人口：平成24年1月推計）

2 国内旅行の状況

（１）国内旅行回数及び宿泊数

2015年（平成27年）においては、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.4回（前年比9.8%増）、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.3泊（同12.3%増）となっています。国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数ともに、2014年（平成26年）は同年4月の消費税率引上げの影響もあり減少に転じていますが、2015年（平成27年）は、前年の落ち込みの反動もあり、再び増加に転じています。

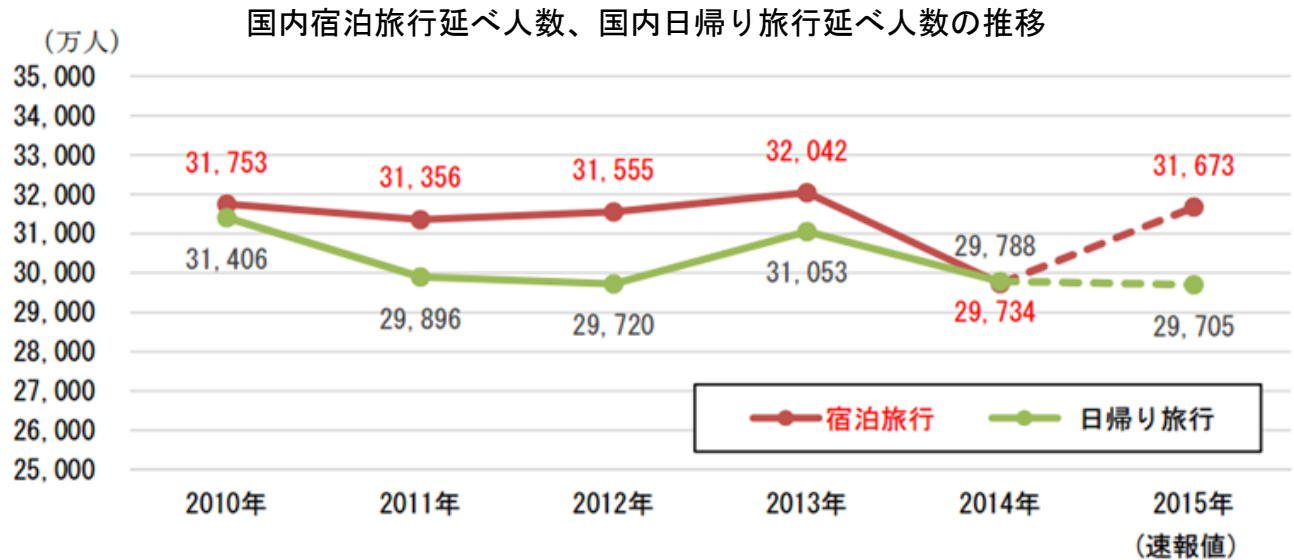
主な要因として、2015年（平成27年）7月の「明治日本の産業革命遺産製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の世界文化遺産登録及び関係地方自治体の誘致活動、7～9月の大分県におけるJRデスティネーションキャンペーンに加え、3月の東九州自動車道豊前～宇佐間、佐伯～蒲江間の開通による東九州の交通利便性の向上もあり、宿泊者数全体についても増加しています。



出展：平成27年観光白書

（２）国内宿泊延べ人数及び日帰り旅行延べ人数

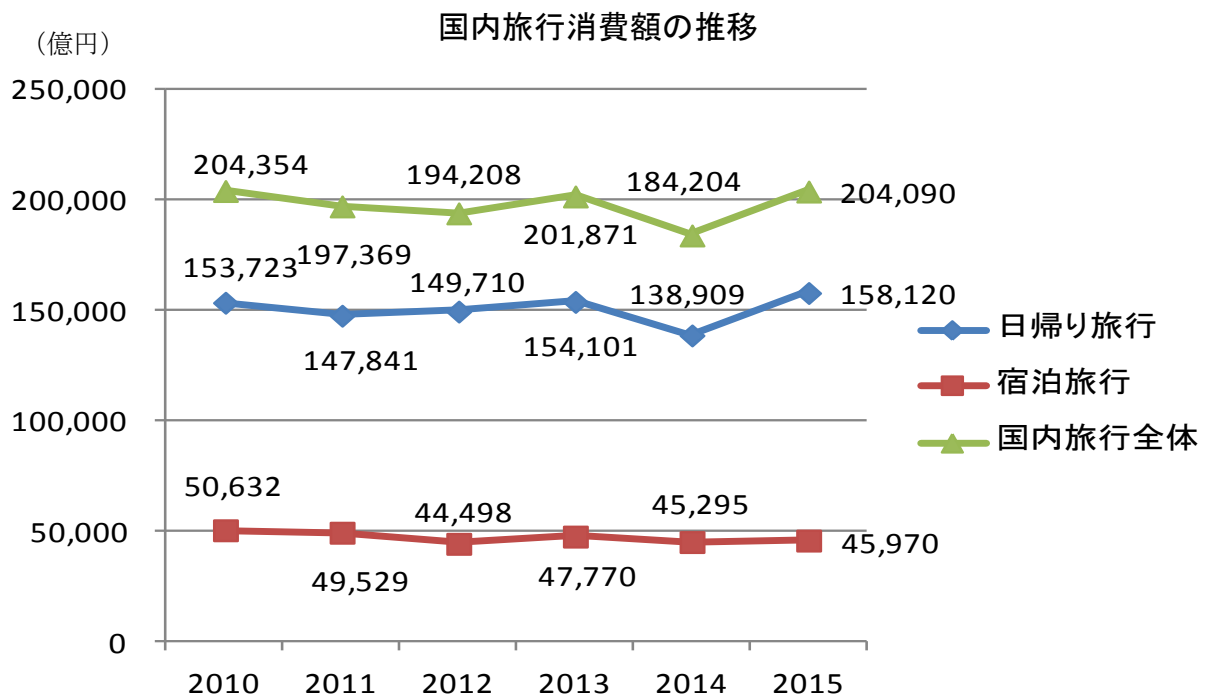
2015年（平成27年）に国内宿泊旅行に行った人数は延べ3億1,673万人（対前年比6.5%増）となっています。増加要因としては、前年の消費税率引上げによる落ち込みの反動、3月に開業した北陸新幹線の開業効果、9月の大型連休（シルバーウィーク）などが影響したためと考えられます。一方、国内日帰り旅行は延べ2億9,705万人（対前年比0.3%減）となっています。



出典：平成 27 年観光白書

（３）国内旅行消費額

国内旅行消費額については、2014年（平成26年）は対前年で減少したものの、2015年（平成27年）は10.8%増加し、20.4兆円となっています。



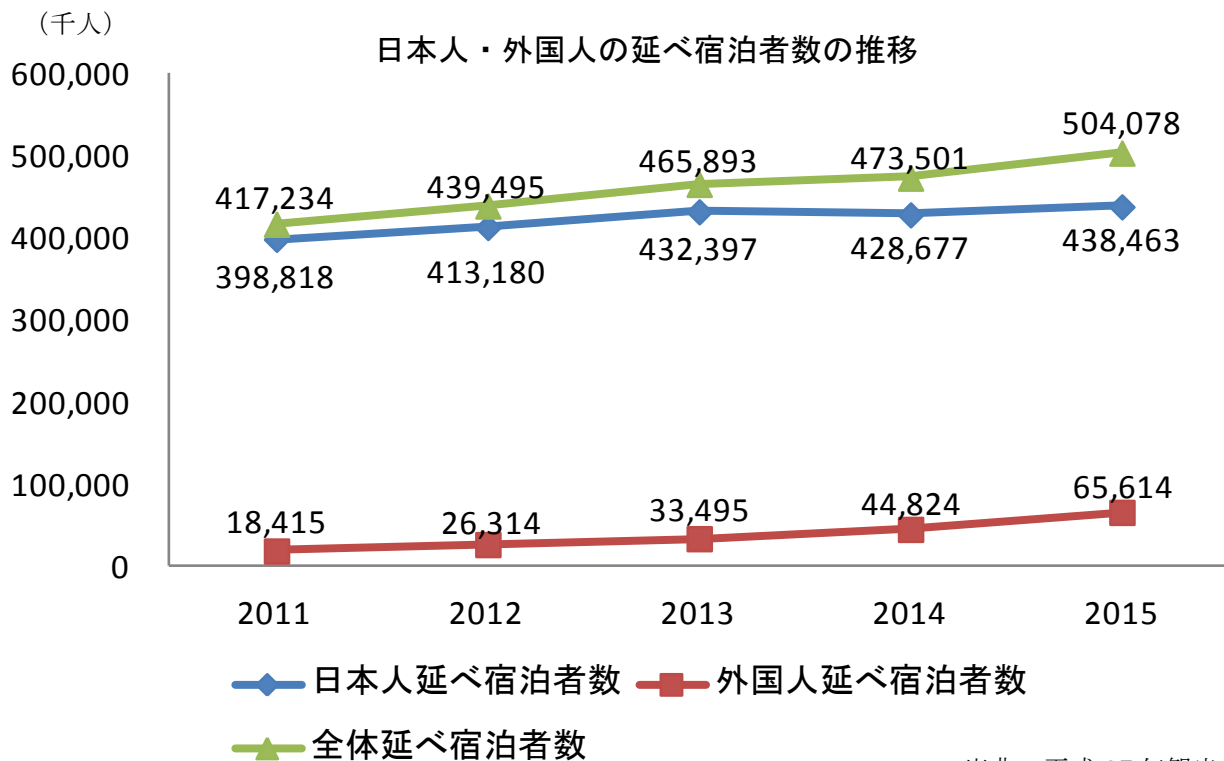
出典：平成 27 年観光白書

3 訪日外国人旅行者の増加

（１）日本人・外国人の延べ宿泊者数

日本における延べ宿泊者数については、2015年（平成27年）は5億408万人泊

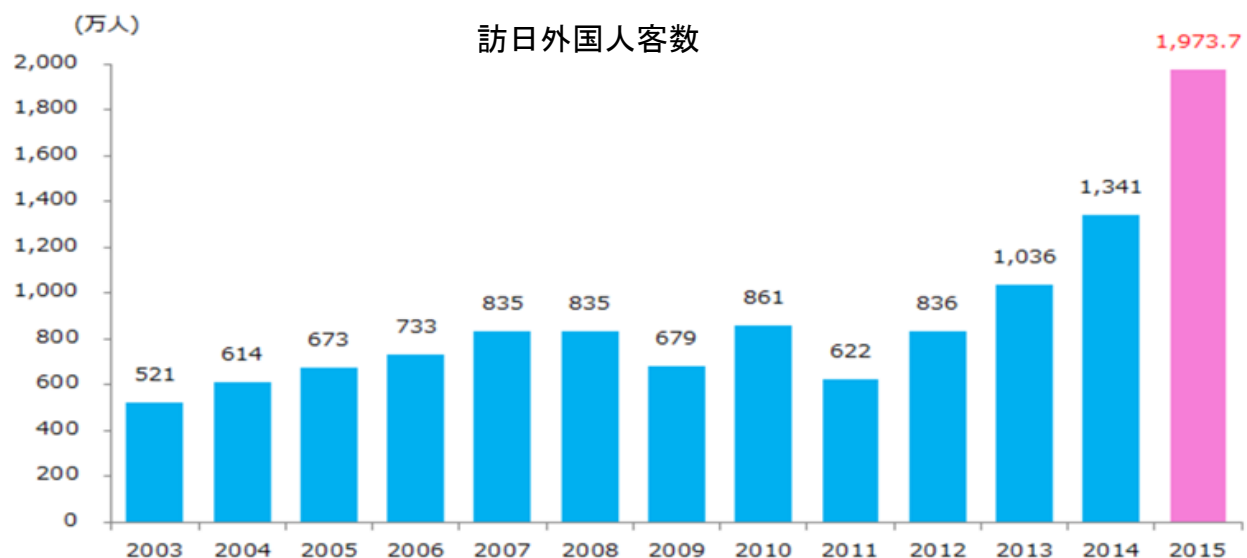
（前年比 6.4% 増）と初めて 5 億人泊を突破しています。うち、日本人延べ宿泊者数は 4 億 3,846 万人泊（前年比 2.3% 増）、外国人延べ宿泊者数は 6,561 万人泊（前年比 48.1% 増）となっています。また、延べ宿泊者数全体に占める外国人宿泊者数の割合は 13.0% と、初めて 1 割を超える結果となりました。



出典：平成 27 年観光白書

（２）訪日外国人客数

2015 年（平成 27 年）の訪日外国人旅行者数は前年比 47.1% 増の 1,973 万 7 千人となり、過去最高を更新しています。JNTO が統計を取り始めた 1964 年（昭和 39 年）以降、最大の伸び率となっています。

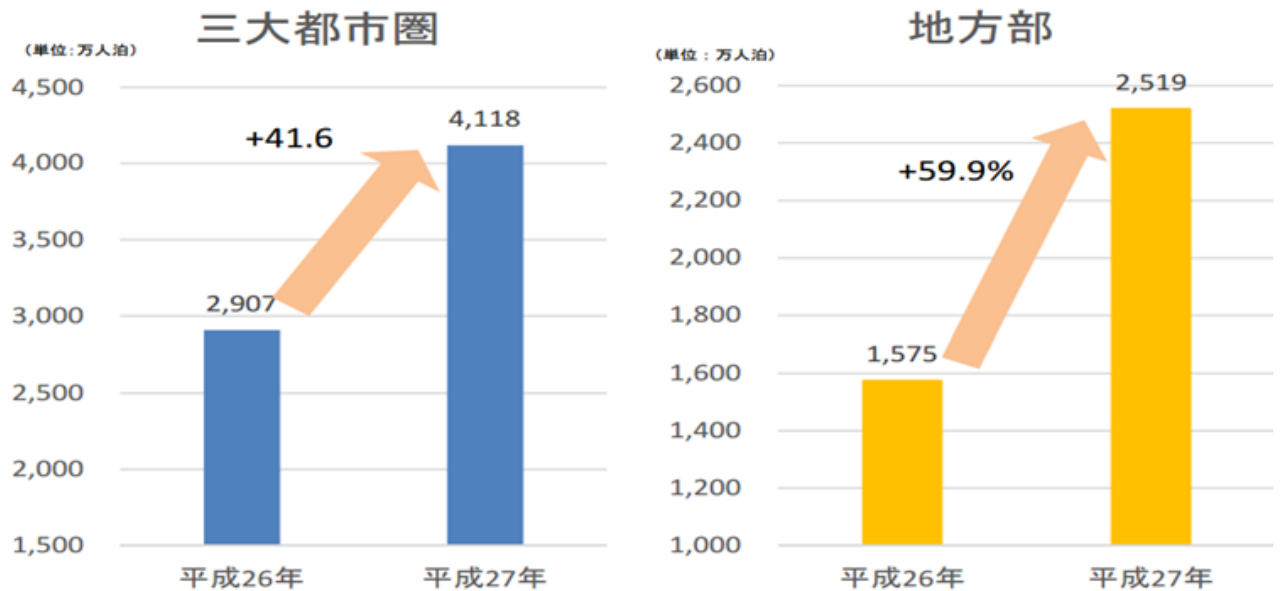


出典：日本政府観光局（JNTO）

（３）訪日外国人三大都市圏（関東圏・中部圏・近畿圏）及び地方部の延べ宿泊者数

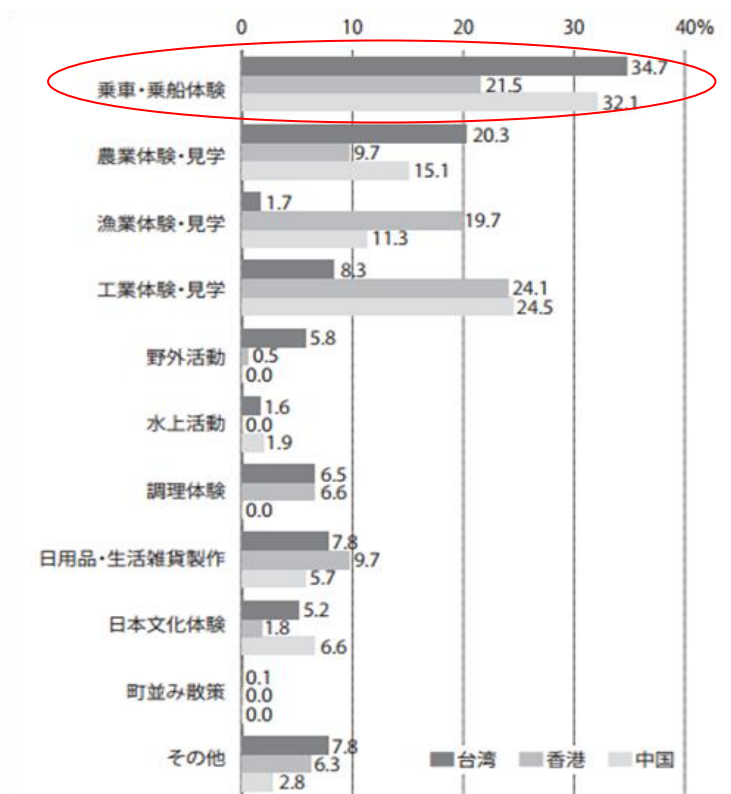
外国人延べ宿泊者数の対前年比を三大都市圏と地方部で比較しますと、三大都市圏で41.6%増、地方部で59.9%増となっており、地方部の伸びが三大都市圏の伸びを大きく上回っています。

訪日外国人三大都市圏及び地方部の延べ宿泊者数の推移



出典：平成 27 年観光白書

（４）中国・香港・台湾発の団体旅行商品「体験プログラム」



出典：(公財) 日本交通公社

全体的な傾向として、乗り物に乗ること自体が楽しみとなり得る「乗車・乗船体験」や「工業体験・見学」が多い結果となっています。

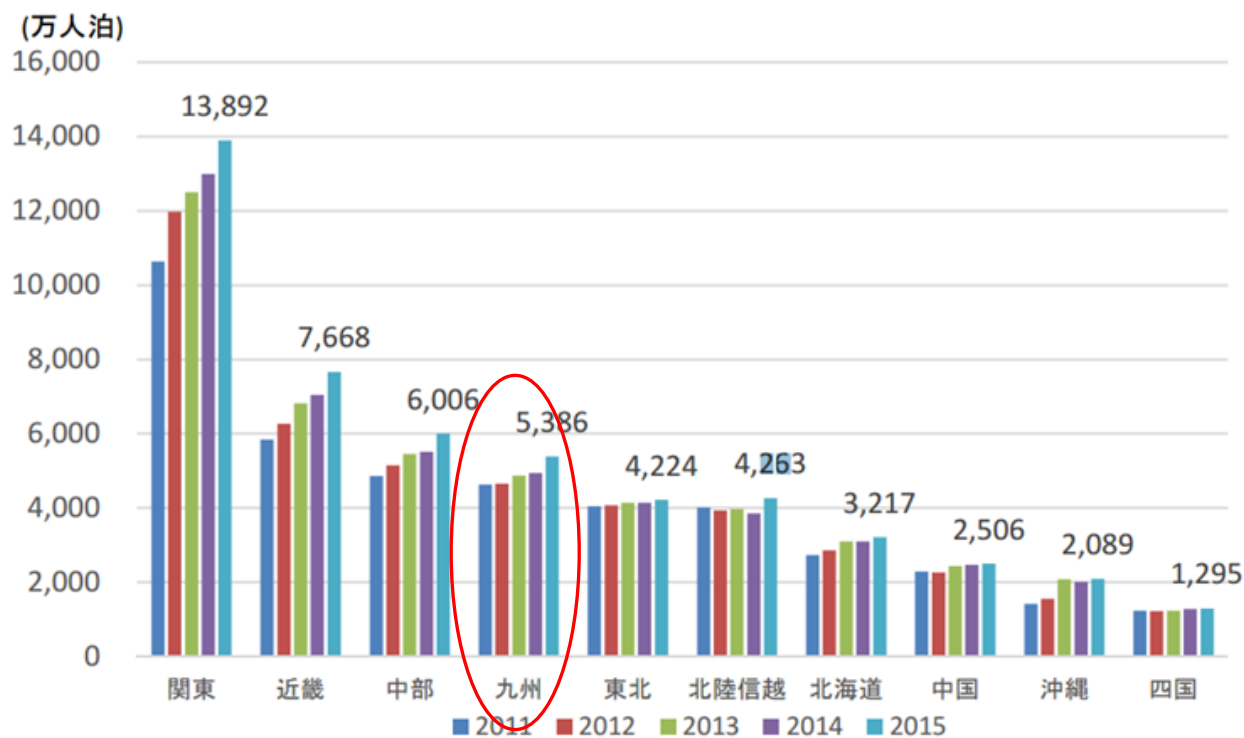
次いで、「農業体験・見学」と「漁業体験・見学」が多い結果となっています。

4 地域における観光の状況

（１）ブロック別延べ宿泊者数

地方におけるブロック別延べ宿泊者数では、関東圏が１億３，８９２万人泊（全体の２７．５％）、近畿圏が７，６６８万人泊（全体の１５．２％）、中部圏が６，００６万人泊（全体の１１．９％）で上位となり、全国の延べ宿泊者数の５４．５％を占めています。九州圏は４番目となっています。

地域ブロック別延べ宿泊者数



出典：平成 27 年観光白書

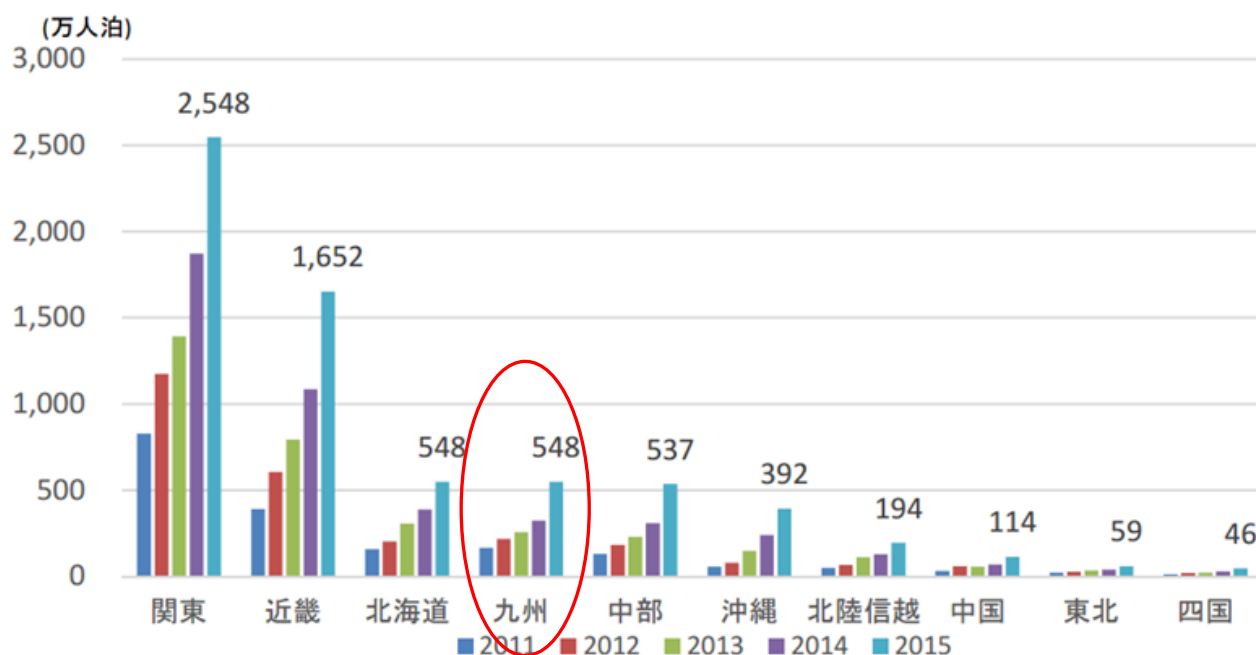


（２）ブロック別外国人宿泊者数

地方におけるブロック別外国人宿泊者数では、関東圏が２，５４８万人泊（全体の３８．４％）、近畿圏が１，６５２万人泊（全体の２４．９％）、北海道及び九州圏がそれぞれ５４８万人泊（それぞれ全体の８．３％）で上位となり、全国の外国人宿泊者数の ７９．８％を占めています。

全ての地方において、外国人宿泊者数は、２０１１年（平成２３年）以降増加を続けており、特に九州圏はアジア圏からの旅行者が多く、近い存在と言えます。

地域ブロック別外国人延べ宿泊者数



出典：平成２７年観光白書



（３）ブロック別（国・地域別構成比）

２０１５年（平成２７年）における地方ブロック別外国人宿泊者については、東北圏、北陸信越圏、四国圏、沖縄は台湾からの宿泊者が、関東圏、中部圏、近畿圏は中国からの宿泊者が多く、九州圏は韓国からの宿泊者が多い結果となっています。また、北海道は台湾と中国からの宿泊者が、中国圏は韓国、アメリカ、台湾、欧州からの宿泊者が同程度となっています。

中でも九州圏は、韓国からのＬＣＣの新規就航、台湾・香港から南九州エリアへの航空便の増加、中国からの旺盛な訪日需要増加のほか、２０１４年（平成２６年）より実施している個人手配旅行者（ＦＩＴ）向けの九州ドライブキャンペーン等により、外国人延べ宿泊者数は増加しています。

地方ブロック別外国人宿泊者の構成比２０１５年（平成２７年）



出典：平成２７年観光白書
国土交通省九州運輸局観光部データ

第3章 国・県の動向

1 国の動向について

国では、観光立国の実現に向けた施策の総合的かつ計画的推進に向け、2006年（平成18年）に「観光立国推進基本法」が成立し、翌2007年（平成19年）に「観光庁」を設置しました。また、2012年（平成24年）3月には観光の裾野の拡大と観光の質の向上を大きな方針とし、震災からの復興、国民経済の発展、国際相互理解の増進、国民生活の安定向上を基本的な方針に掲げた「観光立国推進基本計画」を閣議決定しました。

（１）「観光立国推進基本計画」（2012年（平成24年）3月 観光庁）

観光立国推進基本法第10条の規定に基づき、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、国民経済の発展、国民生活の安定向上、及び国際相互理解の増進を図るため、観光立国推進基本計画が定められています。

計画では、国内外から選好される魅力ある観光地域づくり（観光地域のブランド化・複数地域間の広域連携等）、オールジャパンによる訪日プロモーションの実施、国際会議等のMICE分野の国際競争力強化、休暇改革の推進を主な施策として提示しています。

【観光立国推進基本計画における観光立国の推進に関する目標】

- ①国内における旅行消費額を2016年（平成28年）までに30兆円にする。
- ②訪日外国人旅行者数を2016年（平成28年）までに1,800万人にする。
- ③訪日外国人旅行者の満足度を2016年（平成28年）までに「大変満足」と回答する割合を45%、「必ず再訪したい」と回答する割合を60%とすることを目指す。
- ④我が国における国際会議の開催件数を平成28年までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。
- ⑤日本人の海外旅行者数を2016年（平成28年）までに2,000万人にする。
- ⑥日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数を2016年（平成28年）までに年間2.5泊とする。
- ⑦観光地域の旅行者の総合満足度について「大変満足」と回答する割合及び再来訪問意向について「大変そう思う」と回答する割合を2016年（平成28年）までにいずれも25%程度にする。

（２）「観光立国実現に向けたアクションプログラム2015」（2015年（平成27年）6月 観光庁）

- ・インバウンド新時代に向けた戦略的取り組み
- ・観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化
- ・地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興
- ・先手を打っての『攻め』の受入環境整備

- ・外国人ビジネス客などの積極的な取り込み、質の高い観光交流
- ・「インバウンド新時代に向けた戦略的取組」「観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化」「先手を打っての「攻め」の受入環境整備」「リオデジャネイロ大会後」「2020年オリンピック・パラリンピック」「その後を見据えた観光振興の加速」の6本柱で構成され、「『2,000万人時代』早期実現への備えと地方創生への貢献、観光を日本の基幹産業へ」をテーマに政府一丸、官民一体となった取り組みを強力に進めています。

【観光立国実現に向けたアクションプログラム2015より抜粋】

- ・2020年（平成32年）に向けて、訪日外国人旅行者数2,000万人の高みを目指す。
- ・2,000万人が訪れる年に、外国人観光客による旅行消費額4兆円を目指す。
- ・2,000万人が訪れる年に、日本全国で40万人の新たな雇用を生み出す。
- ・海外からの教育旅行を2020年（平成32年）までに年間訪問者数の5割増を目指す。
- ・地方の免税店数を2020年（平成32年）に20,000店規模へと増加。
- ・文化財、博物館などの公共施設等における公衆無線LANを2020年（平成32年）までに重点的に整備すべき約29,000ヶ所の整備を促進。
- ・2020年（平成32年）「クルーズ100万人」を目指す。
- ・鉄道駅におけるホームドアの設置を2020年（平成32年）までに約800駅に増やす。

（3）「『日本再興戦略』改訂2015」（2015年（平成27年）6月 日本経済再生本部）

「『日本再興戦略』改訂2015」では、「地域経済の牽引役としての観光産業の再構築（日本版DMOの設立等）」や「訪日観光客の拡大に向けた環境整備等」により、成長戦略の鍵となる施策を推進することとしています。

（4）「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」（2015年（平成27年）6月 地方創生本部）

「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」では、「日本版DMO（司令塔組織）を核とする観光地域づくり・ブランドづくりの推進」、「地域の資源を活用したコンテンツづくり」、「観光消費拡大等のための訪日外国人旅行者の受入環境整備」により、地域の観光振興を戦略的に推進することとしています。

（5）明日の日本を支える観光ビジョン構想会議（2016年（平成28年）3月 観光庁）

訪日外国人旅行者数2,000万人の目標達成が視野に入ってきたことを踏まえ、次の時代の新たな目標を定めるとともに、必要な対応の検討を行うため設置され、3つの視点と新たな目標（P16）を設定しています。

- 視点1 「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」
 視点2 「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」
 視点3 「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

新たな目標	2020年（平成32年）	2030年（平成42年）
訪日外国人旅行者数	4,000万人	6,000万人
訪日クルーズ船旅客	500万人	
訪日外国人旅行消費額	8兆円	15兆円
地方部での外国人宿泊数	7,000万人泊	1億3,000万人泊
外国人リピーター数	2,400万人	3,600万人
日本人国内旅行消費額	21兆円	22兆円



2 熊本県の動向について

熊本県では、「ようこそくまもと観光立県推進条例」第2条に規程する基本理念に基づき、熊本県の観光資源を最大限に活用した魅力ある観光地の形成や受入環境の整備、国内外から観光客の誘客促進を行うことで、観光立県くまもとの実現を図るために「ようこそくまもと観光立県推進計画（2016年度～2019年度）」を策定しています。

（１）基本目標

『また行きたい、勧めたい 九州・熊本 “K y u s h u - K u m a m o t o”』

オール九州の視点に立ち、九州観光の拠点を目指すとともに、熊本を選んで来ていただいたお客様の再訪を促し、さらには周囲の方に勧めてもらえるよう、満足度を高める施策を展開します。

（２）数値目標

項目	新たな目標
観光客満足度	2015年（平成27年）調査結果から5%増加
一人当たりの観光消費額	2015年（平成27年）調査結果から5%増加
延べ宿泊者数	2014年（平成26年） 690万人 → 2019年（平成31年） 800万人
延べ外国人宿泊者数	2014年（平成26年） 48万人 → 2019年（平成31年） 120万人

（３）具体的な内容

戦略Ⅰ 観光客の満足度を向上させる戦略

プログラムⅠ 魅力ある観光地くまもとの形成

- 1 世界的観光地「阿蘇・熊本城」をフル活用した熊本のブランドイメージの深化
- 2 世界遺産、日本遺産、ユネスコ無形文化遺産などを活用した新たなブランドイメージの形成
- 3 食、温泉、水など本県の強みを活かした県内各地への誘客
- 4 アクセス向上など九州観光の拠点性向上の取り組み

プログラムⅡ 観光客の受入環境の整備

- 1 地域の観光を担う人材の育成
- 2 県民総参加によるおもてなし体制の強化
- 3 誰でも観光を楽しむことができる環境整備
- 4 安全情報提供や医療機関等との連携など観光客の安全・安心の確保

戦略Ⅱ 誘客を促進する戦略

プログラムⅠ 熊本の強みを活かした国内外からの誘客促進策

- 1 認知度向上と誘客促進のための九州一体となったPR
- 2 映像やICT、くまモンを活用した国内外への情報発信
- 3 MICEの推進

プログラムⅡ 国内からの誘客

- 1 九州圏内、首都圏、関西圏からの誘客を促進する観光キャンペーンの展開
- 2 県内各地の魅力を生かした旅行商品の造成

プログラムⅢ 海外からの誘客

- 1 ターゲットを明確にしたプロモーションの展開
- 2 ゴールデンルートと九州・熊本を結ぶ誘客対策の強化



第4章 八代市の観光の現状と課題

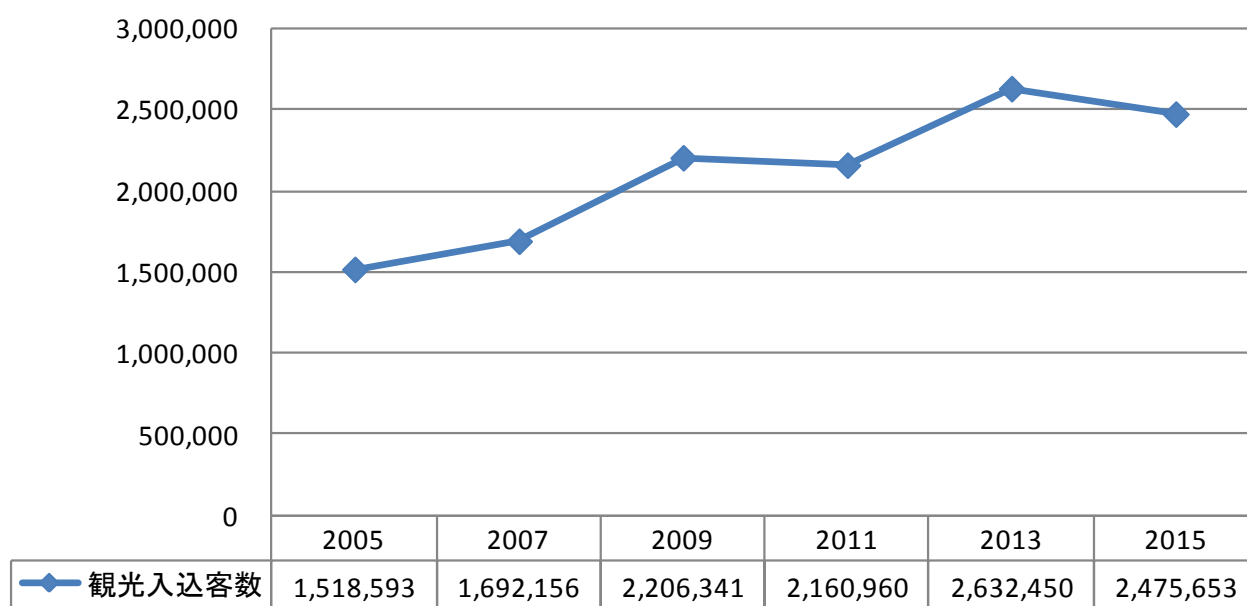
1 八代市の現状

八代市では、2014年（平成27年）10月に「八代市総合戦略」を策定し、2015年（平成27年度）から2019年（平成31年度）までの5年間で4つの基本目標を位置付け、交流人口の拡大を目指した観光振興策に取り組んできました。

しかし、2016年（平成28年）4月に熊本地震が発生し、熊本県内の観光が未曾有の被害を受けたことから、八代市復旧・復興プランを策定し、観光産業の再生を基本的方向性として位置づけるとともに、概ね4年間の取組みとして、多くの観光資源を活かした客単価の向上や宿泊日数の増加が見込まれる滞在・体験型観光への転換を目指すこととしました。

熊本地震の発生に伴う風評被害の影響から観光客数は大幅な減少が見込まれますが、熊本地震発生前の八代市の観光客数の推移は以下のとおりとなっています。

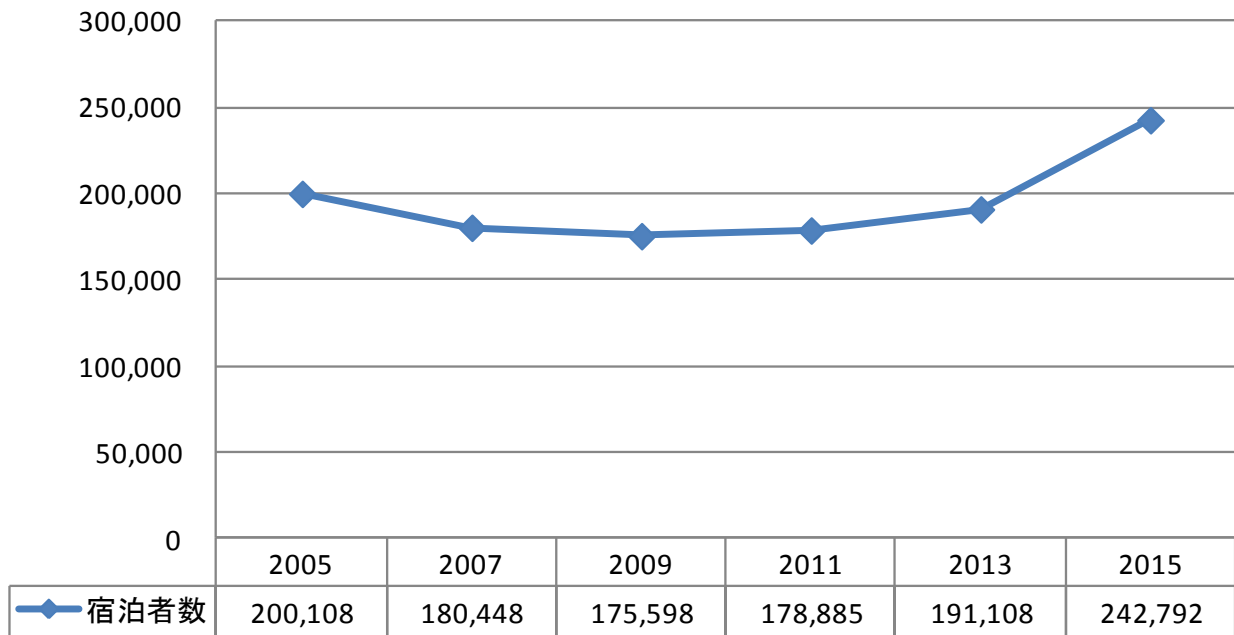
八代市観光入込数



資料：熊本県観光統計表

2005年（平成17年）から観光入込客数は増加傾向にあるものの、2015年（平成27年）は、県営八代運動公園及びパトリア千丁温泉施設の改修工事が行われたことなどの影響により、観光入込客数が減少するという結果となっています。

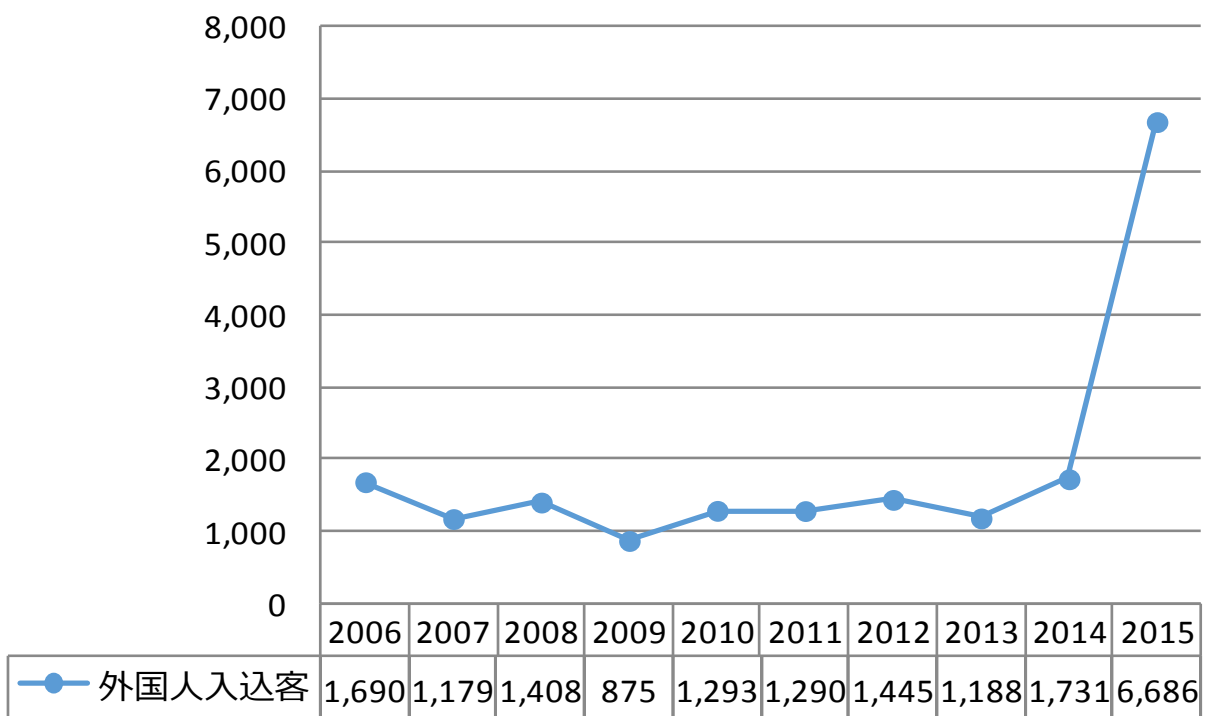
八代市宿泊者数



資料：熊本県観光統計表

宿泊者数については、2009年（平成21年）から増加傾向にあります。2015年（平成27年）の急激な増加は訪日外国人の宿泊増が影響しています。

八代市訪日外国人宿泊数



資料：熊本県観光統計表

一部のホテルにおいて、独自のインバウンド対策を行っており、八代市内における訪日外国人宿泊者数が急激に伸びた結果となりました。

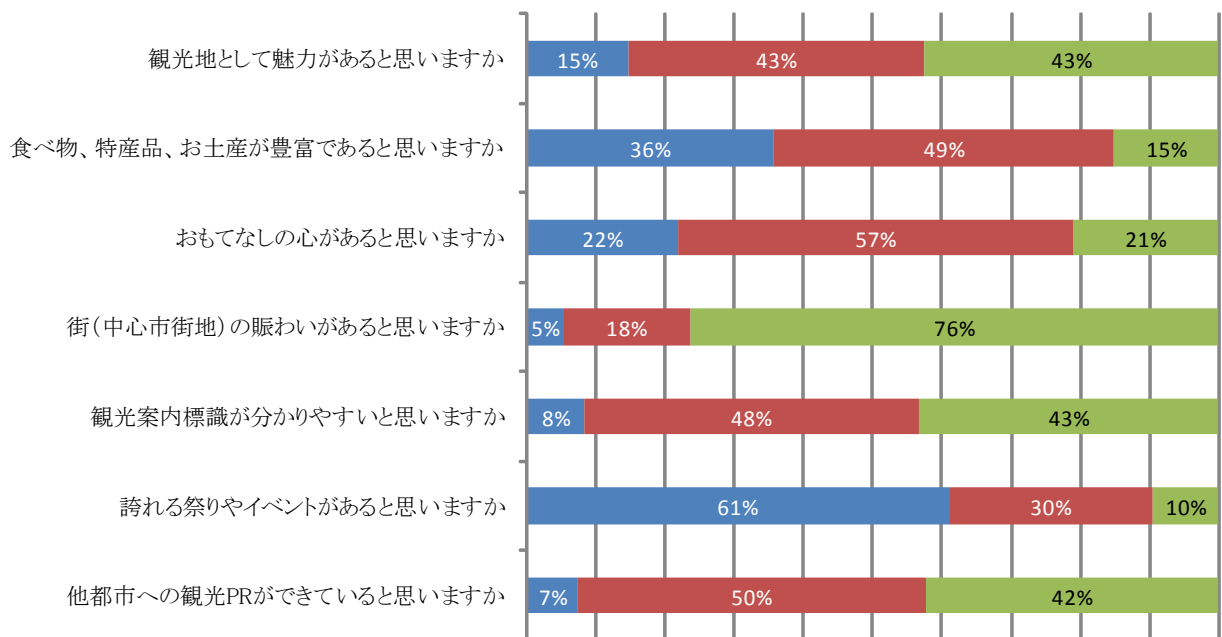
2 八代市観光実態調査

（１）市民意識調査

八代市の観光振興に対する市民の考えや意向、ニーズを把握するため、２０１６年（平成２８年）９月６日（火）から１６日（金）にかけ、市民の方を対象にアンケート調査を実施しました。

八代市が力を入れるべき観光の取り組み

項目	思う	普通	思わない	合計
観光地として魅力があると思いますか	118	346	343	807
食べ物、特産品、お土産が豊富であると思いますか	289	398	122	809
おもてなしの心があると思いますか	177	459	170	806
街(中心市街地)の賑わいがあると思いますか	42	149	617	808
観光案内標識が分かりやすいと思いますか	66	387	346	799
誇れる祭りやイベントがあると思いますか	493	239	77	809
他都市への観光PRができていますか	60	405	342	807



比率が高いものとして、街の賑わいがあると思わないと回答した人は76%という高い結果でした。

次いで、誇れる祭りやイベントがあると答えた方は61%という結果でした。これは、本市における観光のポジションとして、「祭りやイベントの開催」をイメージしているということがわかりました。また、祭りやイベントの開催により、まち全体の賑わいは感じているものの、中心市街地における賑わいは感じていないと思っている市民が多くいるということがわかりました。

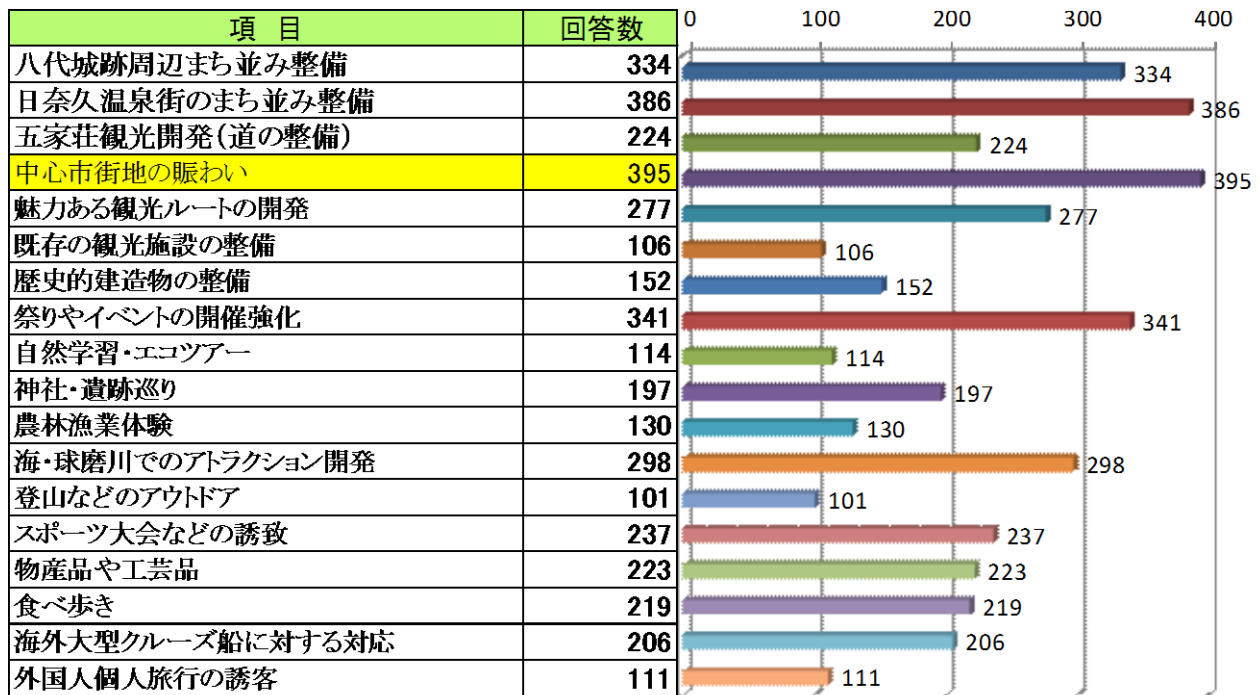
同じく高い比率があるものとして、観光地として魅力があると思わないという回答が43%もありました。

また、都市への観光PRが出来ているかの問いに、あると思うという答え7%に対し、

思わないと回答した方の割合が42%もあり、他市への観光PRの施策が見えていないということがうかがえます。

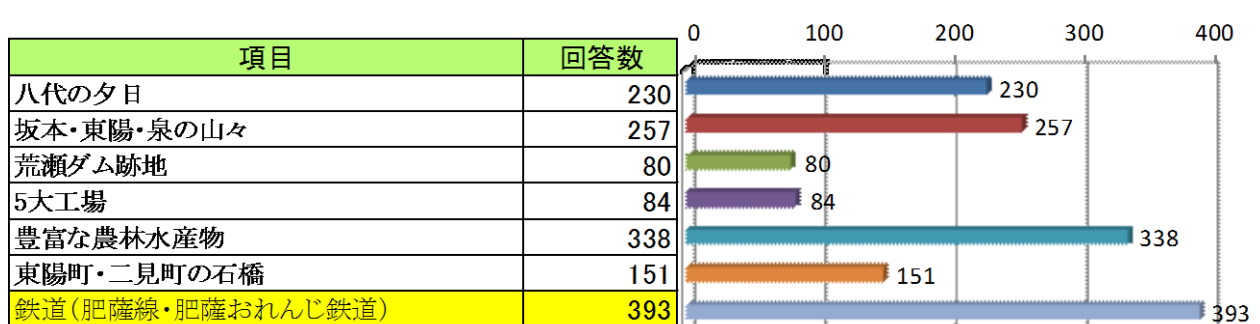
さらに、観光案内標識がわかりやすいと思うかの問いに、あると思うという答え8%に対し、思わないと回答した方の割合が43%もあり、観光地としての環境整備が不足していることがうかがえます。

八代市が力を入れるべき観光の取組み



力を入れるべき観光の取り組みとして、中心市街地の賑わいが最も多く、次いで日奈久温泉街のまち並み整備という結果でした。

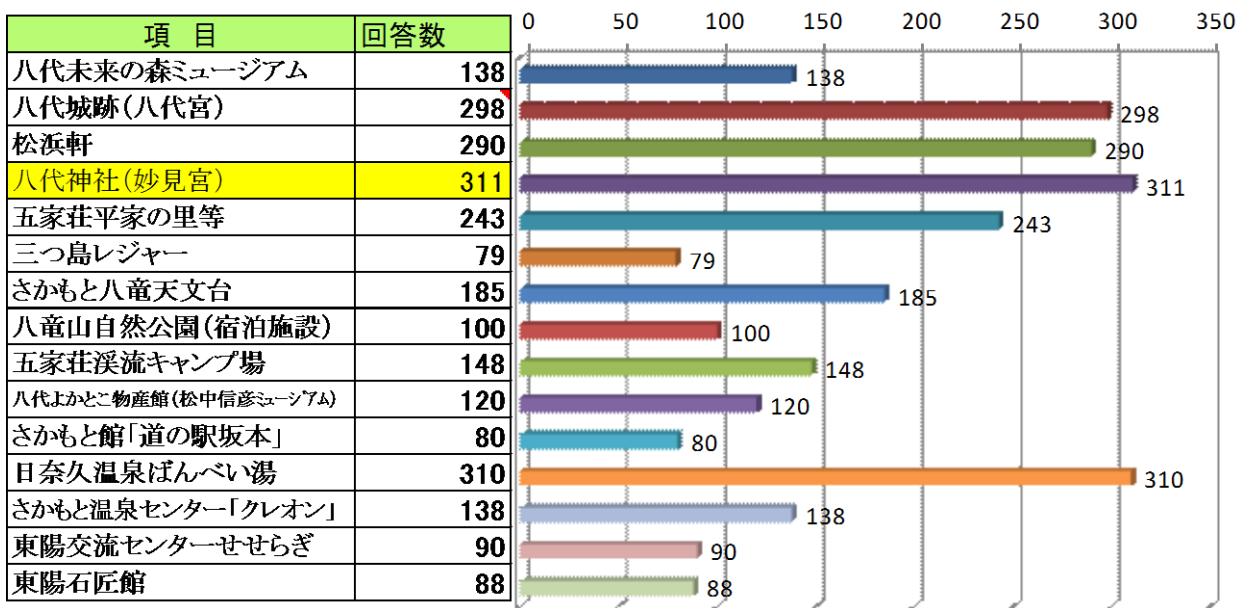
市民がPRしたい開発すべき観光資源



JR九州が推進するD&S列車やおれんじ鉄道のおれんじ食堂等を「PR、開発すべき」と答えた方が一番多く、次いで豊富な農林水産物という結果でした。

また、これまで聞こえてこなかった、「八代の夕日」という新たな観光資源が発見できました。

市民がPRしたい観光施設

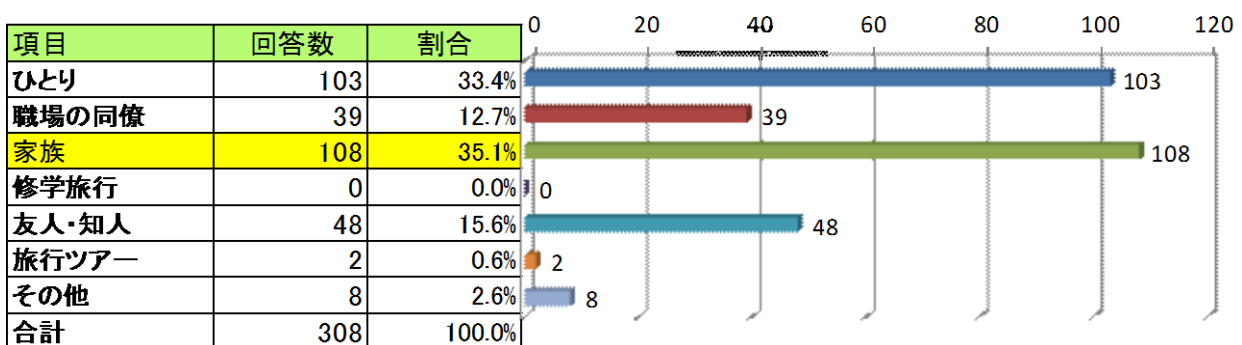


PRしたい観光施設のうち、八代神社（妙見宮）が一番多く、次いで日奈久温泉ばんべい湯、八代城跡（八代宮）、松浜軒という結果となり、主に八代の歴史や文化をPRしたいという意向がうかがえました。

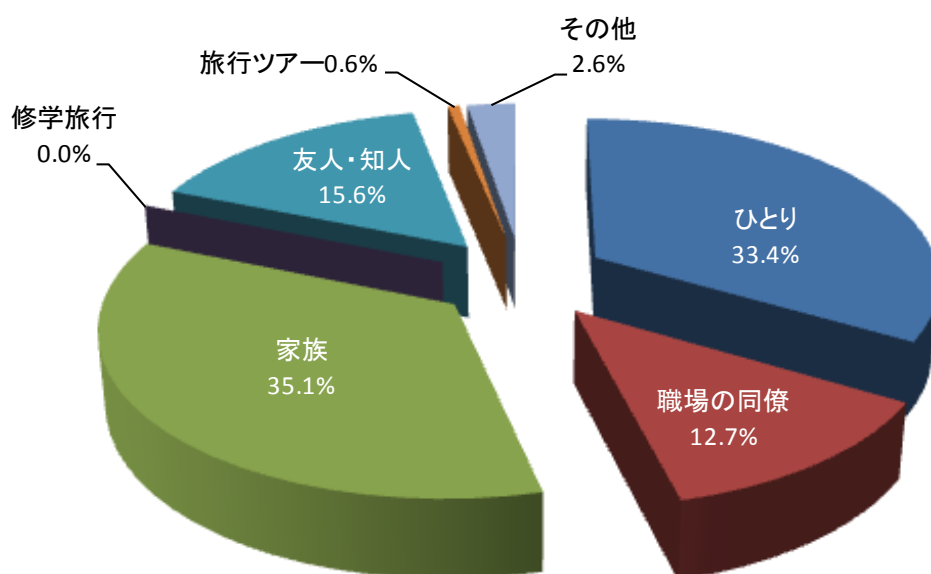
（２）観光客意識調査

八代市を訪れた観光客等の現状やニーズを把握するため、市内ホテル、旅館へ協力をお願いし、２０１６年（平成２８年）９月１日（木）から３０日（金）にかけて、宿泊者等の方を対象にしたアンケート調査を実施しました。

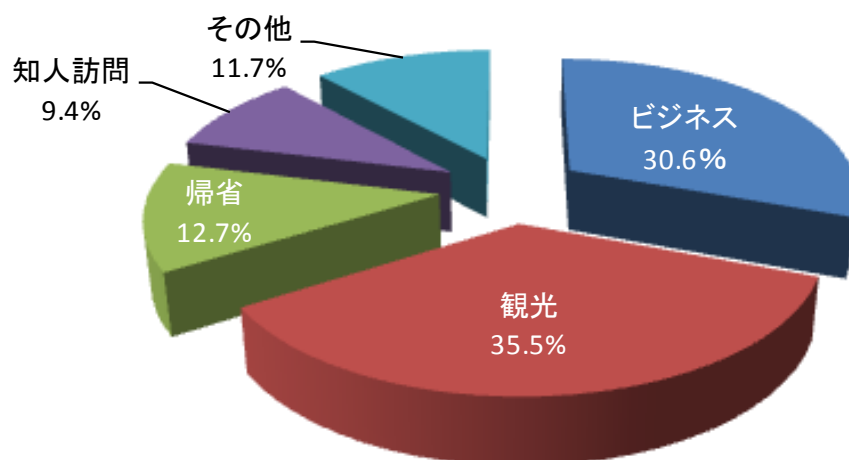
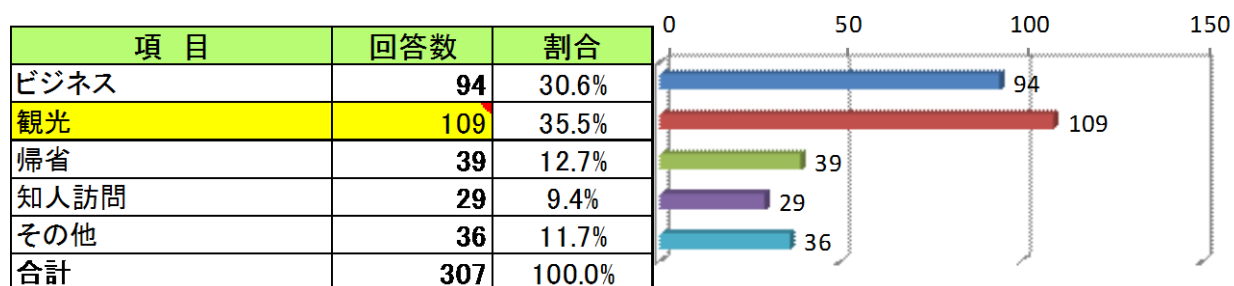
八代市来訪形態



八代市を訪れる際、家族と来る方が一番多く、次いで、ひとりで来る方が多いという結果でした。また、旅行ツアーでの来訪は少ないことから、個人観光客が多いという傾向があることがわかります。

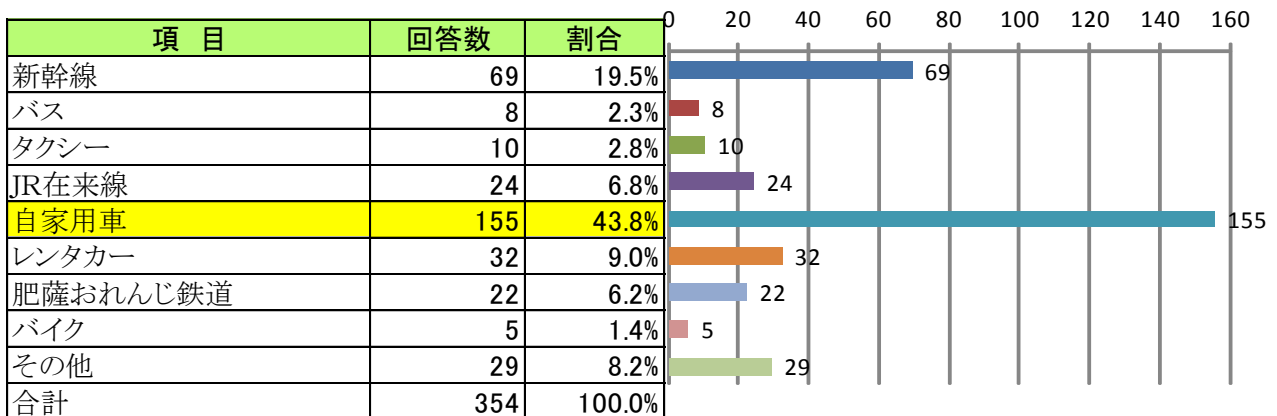


八代市を訪れた目的



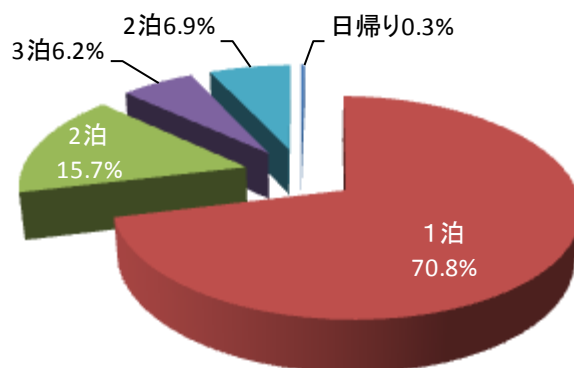
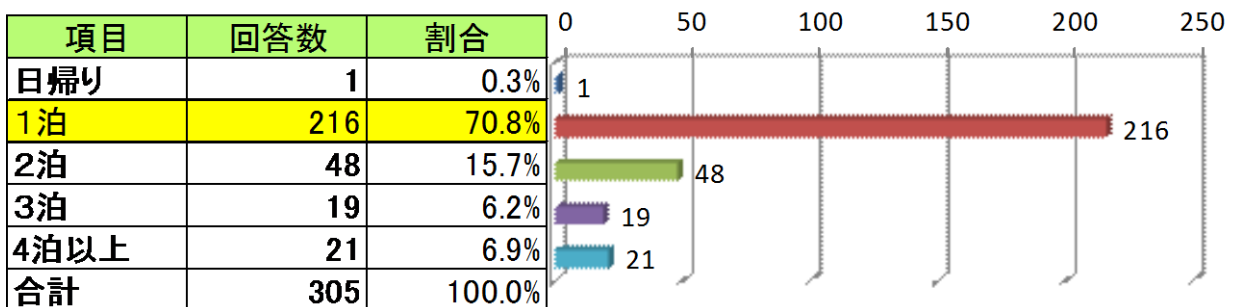
八代市を訪れた目的として、観光客が一番多く、次いでビジネス客が多いという結果でした。また、帰省して、実家には泊らず宿泊利用する方も多いということもわかりました。

八代市までの主な交通手段



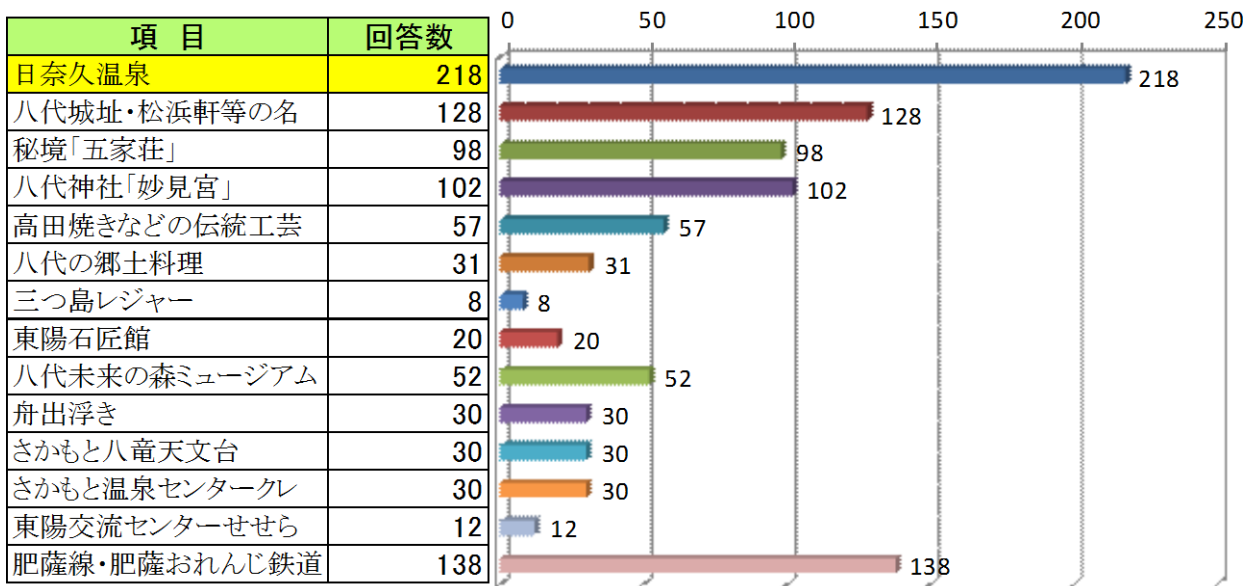
八代市までの主な交通手段としては、自家用車で来る人が50%以上を占めているという結果でした。次いで、公共交通である電車が約30%、バス・タクシーが5%という結果でした。

八代市への宿泊数



八代市への宿泊数については、70%以上が1泊するという結果であり、連泊が少ないという結果となりました。

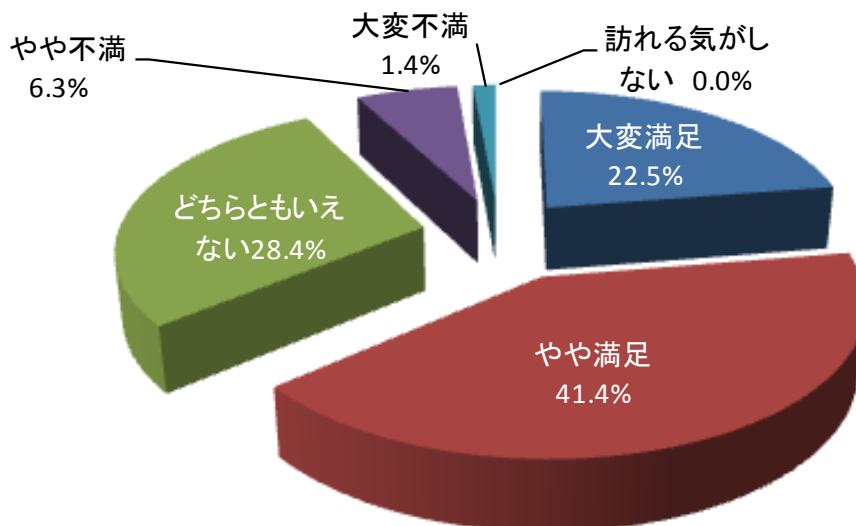
八代市にある観光施設、観光資源



八代市の観光施設、観光資源として知っているものとして、日奈久温泉が一番多く、次いで観光列車で注目されている肥薩線・肥薩おれんじ鉄道が多いという結果でした。

また、歴史・文化面において、八代城跡・松浜軒等の名勝、秘境「五家荘」、八代神社「妙見宮」も認知度があるということがわかりました。

八代市を訪れての満足度



八代市を訪れての満足度については、大変満足とやや満足で60%以上になりますが、一方、ではないものの、どちらともいえない回答が28%あることから、さらなる満足度の向上が求められます。

3 観光の課題と解決の方向性

（１）SWOT分析

八代市の観光振興の方向性を示すために、八代市の観光を取り巻く「強み（S）」「弱み（W）」「機会・プラス要因（O）」「脅威（T）」を整理し、現状や環境変化、課題等を把握したうえで、これからの八代市の観光への期待、そして解決への方向性についてまとめた。

■ Strengths (強み) ・三大急流球磨川がある(湧水もある) ・全国初のダム撤去 ・港、新幹線、高速道路等外からのアクセスがよい ・駅が14もある ・観光列車が走り停車する ・重要港湾がある ・県下最大の農業生産地であり農産物が豊富 ・柑橘系等のフルーツが豊富 ・山、川、海、平野など自然の魅力に富んでいる ・温泉街及び温泉施設が7つある ・年中イベントが豊富である ・スポーツ施設が充実している ・歴史や文化が多い(史跡等)	■ Weaknesses (弱み) ・八代市に対する愛着心、誇りが薄い ・観光地になっていない(観光地のイメージがない) ・大型クルーズ船バスツアーが訪れていない ・八代市における海外メディアでの露出はない ・駅から中心市街地へのアクセスが悪い ・観光資源の磨き上げができていない ・旅行商品が整っていない(商品化等) ・市町村合併により旧町村の観光資源が目立たない ・広域連携が出来ていない ・観光資源が点在し、交通アクセスが悪い ・農産物はあるもののお土産品が少ない ・日帰り客ばかりで宿泊に繋がらない ・訪日外国人の受入れ体制が整っていない
■ Opportunities (機会・プラス要因) ・2020東京オリンピックの開催 ・2019女子世界ハンドボール、ラグビーワールドカップ熊本大会の開催 ・南九州高校総体の開催 ・観光立国日本 訪日外国人4,000万人を目標 ・熊本地震による県南地域の観光への期待 ・熊本地震への支援策であるふっこう割 ・団塊世代による余暇時間の増大 ・観光スタイルの変化(地域資源を活かした観光) ・消費者の自然志向・安全志向・健康志向 ・大型クルーズ船の寄港増 ・外国人観光客の増加(LCCの急増) ・「妙見祭」ユネスコ無形文化遺産の登録 ・近隣地域による世界遺産登録の動き	■ Threats (脅威・懸念事項) ・人口減少によるマーケットの縮小 ・観光地域間の競争激化 ・限界集落の発生 ・都市圏へ一極集中加速 ・熊本市内及び阿蘇地域への吸引力が強い ・熊本地震による風評被害 ・地方財政の困窮 ・観光施設の老朽化 ・大型クルーズ船の寄港増(受入体制未整備)

SWOT分析から見える課題整理

■強化すべき点

- ・市民一人ひとりが八代市を誇りに思い、八代市に来てもらいたいと思うようにしていかなければ観光地にならない。
- ・八代市の観光イメージが明確となっていないため、絞り込みを行うことが重要である。
- ・海外大型クルーズ船をターゲットとした旅行商品の開発と囲い込みが必要である。
- ・民間活力の導入が必要となる。
- ・東京オリンピック等を見据え、今のうちからインバウンド対策を強化する。

■実現可能で実施すべき点

- ・重点エリアでの開発（絞り込み）
- ・八代ならではの日本文化の提供（八代城跡、日奈久温泉、八代妙見祭、畳、和紙等）
- ・旅行商品取扱窓口の一本化（開発・広報・販売）
- ・海外大型クルーズ船クルーをターゲットとした消費拡大の創出
- ・スポーツツーリズムの推進。市町村合併により体育施設が充実しており全国大会やスポーツ合宿等にも十分対応が可能である。
- ・広域観光の強化。近隣市町村より宿泊施設が充実していることから八代市をランドマークとした周遊観光を推進。
- ・夕方、夜のアトラクション開発を行うことで、宿泊に繋げる。

■どの地域よりも勝っている点

- ・知られていない観光資源、開発されていない観光資源が点在している。
- ・駅が14もあり、観光列車が3つ走っている。しかも景観のよい場所を通っている。
- ・海外大型クルーズ船の寄港が増大している。
- ・日本一の農産物がありインパクトがある。
- ・年中イベントが目白押しであり、全国的なイベントやユネスコ無形文化遺産のお祭りもあるなどブランド力も上がっている。
- ・山、川、海、平野があり、加えて、重要港湾、新幹線駅、高規格道路インターがあるなど都市機能に恵まれている。

■その他

- ・観光地として、国内外から多くの観光客を呼び込むには駐車場、二次交通、観光ガイド、食事、おもてなしが徹底していないと、リピーターや口コミに繋がっていかない。



（２）八代市の観光に関する課題

- ① 観光資源の磨き上げが十分でない
- ② 観光情報発信力の不足
- ③ 滞在時間が短い
- ④ 観光消費額の低迷
- ⑤ ターゲットの不明確さと戦略不足
- ⑥ おもてなしの機運と人材不足
- ⑦ 観光推進体制の不足
- ⑧ 広域的な観光交流が進んでいない
- ⑨ 二次交通アクセスの不足

（３）課題解決の方向性

①新たなキラコンテンツの確立

八代市には熊本城とともに一国二城のお城として熊本藩を支えた八代城跡や江戸時代の町割りが今もなお残っている旧城下町、また、飛鳥時代の白鳳９年（６８０年）に鎮座し八代で最も大きな神社である八代神社（妙見宮）と祭礼としてユネスコ無形文化財遺産に登録された八代妙見祭などの歴史的、文化的な観光資源や、藩湯として６００年の歴史を有する日奈久温泉、平家落人伝説や秘境で知られる五家荘などの豊かな自然資源があります。

しかし、上記以外の豊かな自然や歴史、文化などの中にも磨けば光り輝く素材が数多くあり、また、他にも未だ活用されていない魅力的な素材が数多くあると思われます。

これらの豊かな資源を維持しつつ、これまで個々の点であった観光資源を、「八代らしさ」を伝達できるストーリーで繋ぐことによって、八代市の自然・歴史・文化・伝統をより多層的に、かつ楽しく伝える取り組みの工夫など、一層の魅力向上を図り、キラコンテンツを創り上げていかなければなりません。

②双方向型の情報と戦略的な情報発信

八代市は「観光地としてのイメージ発信力」が弱いため、まず認知度を高めることが観光振興のポイントの一つといえます。

情報発信を行う上では、ターゲットを明確にする必要があります。八代市として誰に來てもらいたいのかという、対象として狙うべきターゲットを正しく設定できていないため、効果的な情報発信になっていない状況といえます。

定期的・継続的な情報の発信は受け手の記憶の定着につながり、来訪を促す上での重要な要素となります。ＩＣＴ環境の進展やＳＮＳの普及により安価に容易に情報発信を行うことが可能になりました。従来取り組んできたＰＲ活動も踏襲しつつ効果的な情報発信を行うことにより、八代市の魅力を伝える取り組みを推進します。

また、観光モデルルートの開発や魅力ある飲食スポットの掲載など、観光客にとって分かりやすく周遊しやすい広報媒体の作成や誘導看板の設置などが求められています。

③滞在時間を確保するための観光商品づくり

高速交通網の充実などにより、観光客の行動は時間的に短縮化し、観光客数も増加するものの、滞在時間が短くなるという現象を招きます。

特に八代市においては、海外大型クルーズ船の寄港に伴い、まちなかへの入込み客数は増加傾向にあるものの、県内におけるゴールデンルートや免税店を巡るツアーが組みこまれていることから、滞在時間の延長には必ずしも結びついていないのが現状です。



このため、観光客の滞在時間延長を図るためには、八代にしかない地域資源を活用して本物を体感してもらえらる取り組みが必要になります。文化に「感動」してもらおう、歴史に

「感心」してもらい、自然に触れて「感激」してもらい、この三感を組み合わせることによって、満足度の向上やリピーターの創出、口コミやマスメディアの有効活用による広がりなどが期待でき滞在時間の確保につながっていきます。食べる・飲む・歩く・学ぶ・つくる・触れる等を組み合わせた観光開発が必要となってきます。

④宿泊につながるイベント、体験観光、スポーツ大会等からの観光消費額の拡大

観光消費額は、滞在時間に比例するため、滞在時間を延長、さらには宿泊などを促す仕組みが必要となります。

もう1泊の滞在、もう1ヶ所の立ち寄り、もう1品の購入を促すなど、周遊性を高める仕組み・仕掛けづくりを行っていただかなければなりません。

お客様のニーズに応えられるよう、いつでも、どこでも、気軽に申し込める着地型ツアーや観光コースの設定や朝夕の賑わいづくり、ショッピング環境の整備など、まち自体の魅力も高めていただかなければなりません。



⑤マーケティングの徹底

近年の観光動向の形態は、家族・知人・友人の小グループ行動が圧倒的に多く、目的は体験・参加型、学習型へと変化しています。また、旅行者ニーズも“十人十色”さらには“一人十色”と言われるほど多様化し、さらには成熟化によって、旅行者はより本物を求めるようになっていきます。多様な旅行者ニーズに対して、一律の規格の旅行商品ではそれらのニーズを満たすことは難しく、きめの細かい旅行商品の提供が求められています。また、地域に根付いた「自然」「歴史・伝統」「産業」「生活文化」等、これまで旅行の対象として認識されなかった地域資源が新たな観光、旅行の目的となっています。

特に、観光客の多数を占める中高年や女性のニーズも変化してきており、登山が好きな女性（山ガール）、歴史が好きな女性（歴女）といった従来の旅の形式とは異なる新たな旅のニーズが生まれています。女性視点、おしゃれ感など新たなニーズを把握し、それに対応した戦略的な取り組みが求められています。



⑥人材の育成と市民意識の向上

八代市では、これまで市民が観光を通じて観光客と交流する機会が少なかったこともあり、市民の中に、郷土を客観的に見つめ、その魅力に磨きをかけていこうという意識が定着してこなかったように思われます。その結果、市民が八代市のことを知らない、若者が八代市の自慢をしないなど、郷土に対する関心の低さ、自信の無さが見られます。

これからの新しい交流志向の観光地として、市民が地域の観光資源を知り、地域に誇りや愛着を持つことが求められています。市民自らが八代市での暮らしを楽しみながら、心を込めたおもてなしで観光客の満足度を向上させていくことが求められます。

また、旅行業や宿泊業、飲食業、そしてタクシー・レンタカー・鉄道等の輸送業などの観光事業者は、中小企業が多いことから、人材の確保や育成が難しく単体で行っていくことは難しいため、各種機関との連携調整やおもてなし力の向上につなげるための、スキルアップ、モチベーション向上、訪日外国人旅行客を受入れるための研修会や、八代市の魅力を深く知るための市立博物館等を利用した八代学（郷土学習）等を適宜開催し、専門的人材の確保に努めて行かなければなりません。



⑦観光地経営を行う組織力の強化

八代市の観光については、どちらかというと、八代市が中心となって観光振興策を計画し、実施してきました。これからは、それぞれの主体と一体となり、それぞれが持つ強みを活かして、オール八代で取り組んでいかなければなりません。

八代市では、観光地経営の視点に立ったまちづくり観光の実現と八代市、DMOやつしろ、商工会議所・商工会、観光関係事業者等、観光関係者との推進体制を整えていくため、「一般社団法人DMOやつしろ」が設立しました。

しかしながら、日本版DMOはスタートしたばかりであり、手探状態の中で組織を運営していかなければなりません。

DMOやつしろの設置目的を達成するためにも、従来の観光名所や旧跡の魅力を磨きあげるほか、それ以外にも観光客のニーズにマッチした観光資源を発掘し、商品化できるような企画・販売力、ワンストップサービスの提供を行うなど、民間の事業マインドと経営センスを持った人材の確保が必要であり、外部民間人材をDMOやつしろに招聘することができるよう財政的な支援が必要となります。

また、八代市は海外大型クルーズ船の寄港により、訪日外国人旅行客の増加が見込まれるなど、インバウンドへの取り組みが急務であり、受入れに必要な「通訳」や「ガイド・インストラクター」等の専門分野の人材確保にも努めて行かなければなりません。

⑧広域観光の推進と関係市町村との連携強化

全国的な知名度を誇る観光がない八代市においては、近隣の観光地や市町村と連携した誘客活動や情報発信などにより、観光客の取り込みを行っていくことが重要となっています。

特に八代市が県南観光の玄関口的な役割を果たしていくためには、市域に捉われず、他の市町村とも連携して広域観光を進めていく必要があります。

また、観光客数の伸び代が大きく、地域経済活性化への大きな効果が期待される外国人

観光客の誘客においては、外国人の立場に立った受入環境の整備及び観光プログラムの充実を早急に進めることはもちろん、県と連携した誘客が重要になります。

東京オリンピックやラグビーワールドカップ、女子世界ハンドボール大会など、数年後に控えた観光振興の好機を逸しないためには、アジア、欧米からの訪日外国人誘客のため、広域観光を最優先で取り組んでいく必要があります。

⑨交通アクセスの改善

八代市は、鉄道の駅が14駅あり、高規格道路インターが3つあり、海外大型クルーズ船が寄港できる国際港も有しているなど交通機能は恵まれています。

しかし、交通拠点からまちなか、観光施設、ショッピングモール等は点在し離れていることから、二次交通の充実が課題となっています。

また、八代市へのアクセスは自家用車が主となっている現状をふまえると、観光施設と交通事業者の連携を深め、レンタカーや観光タクシー、送迎バスなどの充実が求められています。

特に、海外大型クルーズ船の寄港に伴い、乗務員やツアーバスに参加しないフリー客への周遊バス運行については、訪日外国人旅行客の意見を取り入れ、食べる・飲む・歩く・学ぶ・作る・触れる等を組み合わせるなど戦略的な周遊ルートをつくっていかねばなりません。

第5章 基本方針

本市の観光振興の基本方針（理念・ビジョン）及びコンセプトについては、平成23年3月に策定した八代市観光振興計画の基本方針及びコンセプトを継続させ、掲げた将来像の着実な実現に向け、長期的な視点と、その時の環境の変化に合わせ、基本施策と重点プロジェクトを適宜、見直すなど柔軟に対応して行きます。

【八代市の観光振興における理念】

八代の良さを知り 住む人が熱く語り始める

住民自身が地域の価値を知り、地域に誇りを持ち、地域内外に伝えたいとなる、そのようなまちづくり観光を目指します。

本市が有する深い山々や干拓による広大な八代平野、開湯600年を誇る温泉地など、個性的で多様な地域資源を活かし、これからの観光は「体験や交流」に基軸を置き、何か新しいモノを作ることではなく、今ある魅力を磨き上げていくことが大事であると考え、住民自身が地域の価値を知り地域に誇りを持ち、地域内外に伝えたいとなる、そのような「まちづくり観光」を目指すことです。



【八代市の観光振興におけるビジョン】

八代のそれぞれの魅力が光り
つながることによって
質の高い^{とき}時間を提供するまち

本市の各地域のそれぞれの魅力が光り、地域の人たちが発信することで、「点」として存在した魅力がつながり、「面」として八代全体の魅力＝光となります。

そして、それらを観光客（お客様）の深層のニーズと共鳴させ、より深くより多様性に溢れた、良質な時間消費を提供するまちを本市の将来の姿としています。

ビジョンを具現化するための4つの指針

資源を つなぐ

地域資源を再発掘し磨きあげることによって、地域ごとの戦略が生まれます。それらをつなげることで八代全体の魅力となります。

文化を つなぐ

地域らしさを形成する歴史や文化をつなぐことによって、地域への誇りを持ち伝えたいという意識を醸成します。

思いを つなぐ

人の「縁」や「絆」をつなぐことによって地域どうしの交流が生まれ一つ一つの出会いを大切にします。おもてなしの気持ちを高めます。

食を つなぐ

命の源「食」を見直し、安心・安全な地域の食を提供することによって観光客（お客様）や地域住民との関係性を構築します。

第6章 施策の展開と重点プロジェクト

1、基本戦略

八代市には、多くの観光客の方を「幸せ」にできる本物の幸がたくさん眠っています。また、そこに住む市民のみなさんには「笑顔」と「誇り」があり、これからも八代市の市民であり続けたいと思える地域を創る一。

これが、「まちづくり観光」をはじめめる好機到来とともに、八代市の観光振興計画を策定する目的であり、本計画はみなさんの「笑顔」の実現の指針となるものです。

【二つの戦略】

観光振興を戦略的に実施するには、一般観光客といわれるビジターを誘客する戦略と、リピーターやファンとなるべき層を創造する戦略の2つが必要です。

戦略① お客様に来てもらうための戦略

情報発信におけるターゲットの明確化とターゲットに呼応した地域資源の整理。有効かつ効果的なプロモーション展開、SNS等による情報発信力の強化。

戦略② リピーター・ファンになってもらうための戦略

八代の各地域で深い交流が生まれることによって、感動や共感といった顧客満足を促し、リピーターやロコミを醸成させ、ゆっくりとファンになってもらうための戦略。

【コンセプト】

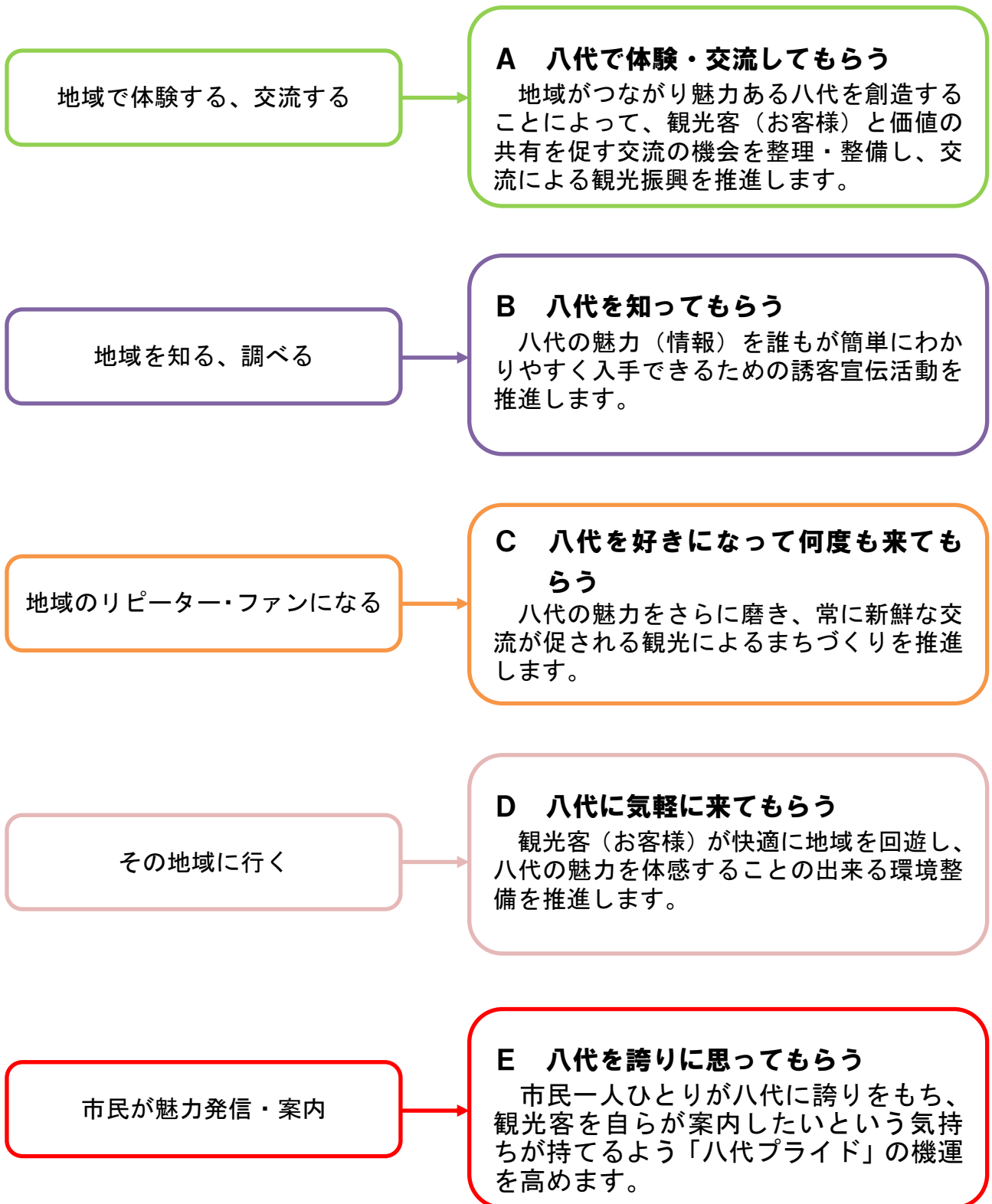
きなっせ やつしろ

小さな**感動** 心に残る**おもてなし**

八代市は個性的で多様な地域であり、それは小さくてもキラリと光る魅力です。八代市では住民一人ひとりが心からおもてなしを提供することで感動と交流が生まれ、上質で充実した時間を過ごすことができると考えています。

【5つの柱】

観光客（お客様）の消費行動に合わせた基本戦略に沿って、基本施策を実施します。



【八代市観光振興計画施策体系図】

基本 施策	方向性	具体的施策		戦略プラン（具体的施策の内容）	
A	①④⑧	1	地域資源の活用と観光コンテンツの開発	(1)	歴史的・文化的な資源の活用
				(2)	朝や夜の交流・体験プログラムづくり
				(3)	観光産業による活性化
				(4)	世界遺産等の文化遺産の活用
	⑥	2	まちづくり観光人材の育成	(5)	ボランティアガイドの育成
				(6)	まちづくり観光リーダーの養成
				(7)	若者のまちづくり観光への参画
	④	3	MICEによる誘客推進	(8)	コンベンションによる誘客
B				(9)	スポーツイベントによる誘客
				(10)	文化・芸術による誘客
				(11)	教育旅行による誘致
	⑤	4	インバウンドの推進	(12)	外国人観光客誘致促進
				(13)	海外大型クルーズ船への対応強化
				(14)	インバウンド向け観光ルートの開発
				(15)	国際旅客取扱埠頭整備に向けた受入れ環境
	①⑧	5	山・里・海・川の魅力を活かした体験観光の推進	(16)	農村漁村での体験活動の推進
C				(17)	歩く・サイクリング観光の推進
	③	6	滞在型観光の推進	(18)	四季を通じた着地型旅行商品・プログラムの実施
				(19)	周遊型観光の推進
	③	7	重点エリアの指定	(20)	都市部とは違う魅力への注力
				(21)	朝や夜の交流・体験プログラムづくり
	①	8	四季を彩るまつり・イベントの振興	(22)	大型イベントとの連携による地域活性化
				(23)	多様なイベントによる地域活性化
	②	9	効果的な情報戦略	(24)	戦略的な情報発信
D				(25)	「きなっせやつしろ」プロモーション
	①	10	イメージ戦略の展開	(26)	マスメディアへの情報提供
				(27)	既存ブランドの磨きあげ
				(28)	地域資源を活用した観光ストーリーの構築
	②	11	ICT活用による効果的な情報発信	(29)	双方向型の情報共有
				(30)	観光ホームページの充実と一元化の推進
	⑤⑧	12	マーケティング機能の強化	(31)	マーケットの把握と対象マーケットの明確化
				(32)	観光調査の実施
E				(33)	観光商品の開発
	⑦⑧	13	観光をコーディネートするDMOやつしろの運営強化	(34)	人材と財源の確保
				(35)	地域内における協力体制の構築
				(36)	PDCAサイクルによる進行管理
	⑧	14	広域観光の推進	(37)	県南15市町村との連携
				(38)	シトラス観光圏の推進
	③④	15	フードパレーやつしろの創出	(39)	観光列車の有効活用
				(40)	食の魅力向上
F				(41)	おいしい八代まち歩き
	⑤	16	お客様の声を反映したまちづくり観光の推進	(42)	地域に根差した商品・店舗の充実
				(43)	モニタリング調査の実施
	⑨	17	二次交通の整備強化	(44)	周遊バス運行の機能強化
				(45)	タクシー・レンタカー利用促進
	⑨	18	観光案内機能と便益施設の充実	(46)	主要観光拠点における案内板の整備
				(47)	多言語表示の推進
				(48)	駐車スペースの確保
G				(49)	観光トイレの充実
	①③	19	環境保全・向上の推進	(50)	和のまち並み空間整備
				(51)	歴史的建造物等の保全再生の推進
	⑦	20	受入れ環境整備の推進	(52)	観光案内所の機能強化
				(53)	ワンストップサービス機能の強化
				(54)	ストレスフリーな移動・滞在の実現
	⑥	21	市民意識の向上	(55)	市民に向けた観光情報の提供
				(56)	小中学生に対する郷土教育の推進
H	⑥⑦	22	市民力によるまちづくり観光	(57)	地域に根差した市民活動団体との連携
				(58)	きなっせやつしろ市民投稿（SNS・CM等）
	⑥	23	地域外応援団の活用	(59)	よかとこ大使やアンテナショップ等の活用
				(60)	キャラクター等の活用

2、具体的な施策

平成23年に策定した八代市観光振興計画及び平成22年策定の八代市ブランド戦略八代ごろやか計画の具体的な施策を「重要施策」、「継続実施」、「事業完了」、「見直し」、「廃止・中止」の5段階で評価を行い、基本方針や前章における観光の課題と解決の方向性を照らし合わせ、23の施策と59の戦略プランを導き出しました。

A 八代で体験交流してもらう

施策1 地域資源の活用と観光コンテンツの開発

八代市の歴史・文化・産業・自然の魅力を、市民参加による魅力ある資源の発掘と磨き上げに努め、誰もが認める「本物」への取り組みを進めるとともに、観光客の方に「感動」、「感心」、「感激」を実感していただけるよう、新たな観光コンテンツと楽しみ方を提案し、八代市での滞在時間の延長や宿泊客の増加につなげていきます。



【施策の内容】

(1) 八代市の「歴史的・文化的な資源を活用」し、八代らしさを伝達できるストーリーづくりを行います。

- ・八代城跡・日奈久温泉街戦略プラン
- ・八代城跡・妙見宮周辺整備事業
- ・情報発信アプリ開発

(2) 「朝や夜の交流・体験プログラムづくり」を行い、滞在時間の確保と宿泊につなげていきます。飲食に加え、サンセットクルーズ、夜景スポット、花火の打ち上げ、ライブハウス、夜神楽での日本文化体験、また、寺院での座禅や早朝健康まち歩きなどを活用し、旅行者に夜と朝の八代市を楽しむプランを開発します。

- ・八代城跡・日奈久温泉街戦略プラン
- ・日奈久温泉街等宿泊イベントの実施

(3) 八代市に受け継がれてきた伝統産業や世界をリードする最先端産業などが立地しており、世界に誇れる数多くの産業があることから、企業等と連携し、知る、学ぶ、体験することができる「観光産業による活性化」を推進していきます。

- ・体験観光商品開発支援

（４）ユネスコ無形文化遺産に登録された八代妙見祭や国指定史跡として指定された八代城跡群、市内各地域に伝承される民俗文化財伝統芸能等、「文化遺産の活用」を戦略的に行い、交流人口の増加につなげていきます。

- ・八代城跡・妙見宮周辺整備事業



施策２ まちづくり観光人材の育成

観光資源を磨くのもつくるのも人になります。人が何よりの観光資源であり、長期的展望で八代市のまちづくり観光を考えるは、人材の育成とリーダーの発掘が求められます。

そのため、積極的に地域にかかわり、まちづくり観光の話し合いや、観光に関する講演会や研修の機会の提供、市民協働による観光事業の実践から、人材を見いだし、育成を支援していきます。また、産学官連携の推進など、次世代を担う若者に働きかけ、観光まちづくりへの積極的な参画を促します。



【施策の内容】

（５）既存の観光ガイドに加えて、外国語観光ボランティアガイドの育成や幅広い年齢層による「ボランティアガイドの育成」を図っていきます。

- ・観光専門人材の育成教育システム

（６）「まちづくり観光リーダーの育成」を行うため、観光従事者の研修や技術講習等への取り組みをとおり、今後増加が期待される外国人観光客等への対応も想定した、観光客受入に関する人材の育成に努めていきます。また、DMOやつしろを核とした地域プラットフォームによる連携事業に取り組んでいきます。

- ・観光専門人材の育成教育システム

（７）「若者のまちづくり観光への参画」を目指すため、八代青年会議所等との連携を行い、若者のアイディアを活かした新たな観光イベントの実施や観光商品の開発、情報発信など、八代市の魅力発掘に取り組み、地域に若者が入ることによる賑わいと活気を生み出していきます。

- ・体験観光商品開発支援
- ・宿泊イベントの実施

施策3 MICEによる誘客推進

MICEは、Me e t t i n g（ミーティング）、I n c e n t i v e（インセンティブ）、C o n v e n t i o n（コンベンション）、E v e n t・E x h i b i t i o n（イベント・エキジビション）の4つを誘致対象としていますが、MICEを狭義で捉えるのではなく、芸術、文化、スポーツなどのイベントを含め、集客が期待できる集まりを対象に取り組んでいきます。また、将来の観光誘客につながる期待が高い「教育旅行」及び「商談会・ファムトリップ」を、観光振興の戦略的分野として位置づけ推進していきます。

特に本県においては、ラグビーワールドカップや女子世界ハンドボール大会、高校総体などの開催が予定されていることから、関連するスポーツ大会やキャンプ・合宿等の誘致に力を入れていきます。

【施策の内容】

(8) 八代市内の公共施設や学校等を活用し、学会、協会などが主催する総会や学術会議、各種大会など「コンベンションによる誘客」を推進し、大会と観光資源を結びつけ、参加者の再来訪の促進に努めていきます。

(9) 2020年（平成32年）に開催される東京オリンピック・パラリンピックや熊本での開催予定であるラグビーワールドカップ、世界女子ハンドボール大会等の事前キャンプの誘致を推進するとともに、海外チームだけではなく、チームジャパンの事前キャンプなども視野に入れた誘致活動を展開するなど、「スポーツイベントによる誘客」を目指していきます。

- ・スポーツ大会・合宿等の誘致

(10) 八代市には厚生会館やハーモニーホール、文化センターなど多くの市民ホールを有しており、芸術文化の持つ創造性を生かした、教育、産業、文化などの様々な国内外の文化大会や学術大会等のイベントを誘致するなど「文化・芸術による誘客」を目指していきます。

(11) 教育旅行は、子どもたちの思い出の場所として、将来のリピーター創出の機会となるほか、平常時の平日訪問が多いことや、毎年来訪いただける可能性も高いことから、熊本県や旅行会社等と連携しながら「教育旅行による誘客」を目指していきます。

- ・広報・PR経費・プロモーション事業

施策4 インバウンドの推進

訪日外国人旅行客は、ゴールデンルートと言われるコースから着実に地方へとシフトしており、八代市においても重要港湾に指定され、八代港にアジア圏域からのクルーズ船の寄港が増加傾向にあり、国際旅客船取扱埠頭の整備が計画されています。

また、熊本空港においても、台湾や香港等といった地域との定期便の就航や南九州である鹿児島、宮崎両県においてもアジア圏域からの訪日外国人旅行客が増加傾向にあることから、滞在時間が長く消費額の大きいインバウンドを推進し、地域の風土・文化を体感できる「まち歩き」、「温泉」、「自然景観」、「神社仏閣」など、ストレスを感じない周遊ルートの開発やわかりやすい窓口づくりなど受け入れ体制の充実を図ります。



【施策の内容】

(12) 外国人バイヤー等へのファムトリップ及びエージェント訪問、商談会への出展やICTを活用した情報発信などによる「外国人観光客誘致促進」を行います。

- ・ファムトリップ事業
- ・情報発信アプリ開発

(13) 中国からの「海外大型クルーズ船への対応強化」するため、周遊バスの運行やプレミアムバスツアーの造成、パンフレット、通訳ガイド、Wi-Fi環境の整備等を行います。

- ・着地型観光振興事業
- ・周遊バス運行
- ・プレミアムバスツアー等造成事業

(14) ターゲットを意識し、テーマ・ストーリー性に基づいた「インバウンド向け観光ルートの開発」を行います。また、訪日外国人観光客にストレスを感じることがないように多言語表示や通訳の配置等を行っていきます。

- ・着地型観光振興事業
- ・市内飲食店展示物・メニュー多言語表示事業

(15) 平成32年度より運用開始が計画されている「国際旅客取扱埠頭整備に向けた受入れ環境」を整えるため、各種団体との連携し、地元消費型の観光関連産業の構築を図っていきます。

施策5 山・里・海・川の魅力を活かした体験観光の推進

農村、漁村そして球磨川や氷川の2つの河川に囲まれた資源をいかし、また、農業・漁業・林業などの産業や川を使った生活体験を観光資源とするために、グリーンツーリズムやブルーツーリズム、エコツーリズムの活動に加え、ニューツーリズムの推進を図っていきます。

【施策の内容】

(16) 八代らしい「農村漁村での体験活動の推進」

をエリアごとの特性を活かし、テーマ性を持った周遊・滞在ルートを構築し、多様性に富んだ魅力ある観光旅行商品を提供・発信します。また、農業・漁業体験や農産物・水産物加工体験等のグリーンツーリズム等の普及・拡大を図ります。さらに、旅行者のスタイルにあった多様な宿泊施設や飲食店等、廃校や古民家を活用する農村漁村への滞在型観光受入（農泊）を推進していきます。



- ・着地型観光振興事業
- ・ガイドブック・ホームページ等の作成
- ・体験観光商品開発支援
- ・農村漁村振興交付金事業

(17) 登山やハイキング、サイクリング、自然観察などの山歩き、歴史的・文化的価値を有する景観や文化財を巡るまち歩き・里歩きのルートを維持・整備し、「歩く・サイクリング観光の推進」を図ります。

- ・着地型観光振興事業
- ・体験観光商品開発支援

施策6 滞在型観光の推進

日帰り、通過型観光からの脱却を図るため、近年の観光ニーズを踏まえつつ、食や自然、歴史・文化、産業など、八代市の特性や強みを活かしたテーマ型、体験型観光やニューツーリズムの推進を図るとともに、市内周遊ルート、広域ルートの形成、交通二次アクセスの強化等に取り組み、宿泊を伴う回遊性向上と滞在型観光を推進していきます。



【施策の内容】

(18) 城下町の歴史と文化、食などの魅力や、八代市にしかない自然など、他地域にはない強みがある

ものの観光への結び付けが十分とはいえません。食べる・飲む・歩く・学ぶ・つくる・触れる等に八代市特有の観光資源を組み合わせ、「四季を通じた着地型旅行商品・プログラムの実施」を推進していきます。

- ・八代ブランド事業
- ・着地型観光振興事業
- ・体験観光商品開発支援

(19) 中心市街地や物産施設等の観光拠点施設への立ち寄りから、五家荘等の市域への周遊行動に展開させるため、拠点施設における情報発信の充実と施設間の連携を深めるとともに、テーマやターゲットに応じた魅力的なモデルルートを示す、案内看板等サイン及びマップを整備し、観光客を分かりやすく誘導していく「周遊型観光の推進」を図ります。

- ・観光交流事業
- ・着地型観光振興事業
- ・体験観光商品開発支援

施策7 重点エリアの指定

八代固有の歴史と文化を切り口とし、市立博物館や松浜軒のほか、歴史ある建物や寺院が点在する「八代城跡周辺」と藩営の湯として開湯600年の歴史を誇る「日奈久温泉街」を重点エリアに位置付け、戦略的、短期的な観光資源の磨き上げと新たなアトラクション開発、まち並み整備等を行い、八代市観光スポットの明確化と当該地域を起点とした周遊強化と宿泊に結びつけていきます。



【施策の内容】

(20) 周辺の街並みや景観、存在する史跡や文化財等の資源を活用することにより、にぎわいの場、ふるさと再認識の場を創出する重要なプロジェクトとして「都市部とは違う魅力への注力」を行い八代らしさが光る景観整備を進めていきます。

- ・和のまち並み空間整備事業
- ・城下町情報発信（アプリケーション開発）
- ・景観整備事業
- ・八代城跡石垣整備事業
- ・北の丸跡整備事業

(21)「朝や夜の交流・体験プログラムづくり」を行い、滞在時間の確保と宿泊につなげていきます。飲食に加え、サンセットクルーズ、夜景スポット、花火の打ち上げ、ライブハウス、夜神楽での日本文化体験、また、寺院での座禅や早朝健康まち歩きなどを活用し、旅行者に夜と朝の八代市を楽しむプランを開発します。

- ・八代城跡・日奈久温泉街戦略プラン
- ・体験観光商品開発支援
- ・日奈久温泉街等宿泊イベントの実施



施策8 四季を彩るまつり・イベントの振興

通年観光地化を定着させるため、春の「九州国際スリーデーマーチ」、夏の「八代くま川まつり」秋の「やつしろ全国花火競技大会」、「八代妙見祭」など、四季の魅力溢れるイベントをはじめ、自然豊かなイベントとして定着している「五家荘紅葉祭」、「久連子福寿草まつり」等、市内各地での観光イベントの実施及び協力・支援を行います。

【施策の内容】

(22) 宿泊につながる『やつしろ全国花火競技大会』、『九州国際スリーデーマーチ』、『八代妙見祭』、『五家荘紅葉祭』等の「大型イベントとの連携による地域活性化」を図っていきます。

- ・全国花火競技大会事業
- ・九州国際スリーデーマーチ事業
- ・八代妙見祭事業
- ・泉観光振興事業



(23) 各地域の祭りであるふるさと祭りや八代くま川祭り、みなと八代フェスティバル等の「多様なイベントによる地域活性化」を図るため、持続可能な運営体制の構築を目指していきます。

- ・坂本ふるさとまつり事業
- ・千丁いぐさの里まつり事業
- ・ふる郷愛鏡祭事業
- ・東陽しょうが祭り事業
- ・平家いずみお茶まつり事業
- ・くま川まつり事業
- ・みなと八代フェスティバル事業



B 八代を知ってもらう

施策9 効果的な情報発信

旅行の訪問先として八代市を選んでいただくため、他地域との差別化を図り、八代市ならではの旬な魅力と情報を、国内向け情報発信と海外向け情報発信の取組をそれぞれ推進するとともに、インターネットや移動体通信端末など高度な情報通信技術がもつ「双方向性」の活用やマスメディアや事業者等との連携により、効果的な情報発信を進めていきます。



【施策の内容】

(24) 八代市の豊かな食や歴史、自然などの魅力や強みを効果的に発信し、観光地としてのブランド化の構築を目指すため、ターゲットの属性やニーズに合わせて、ホームページやSNS、パンフレット等情報媒体を活用した「戦略的な情報発信」に取り組みます。

- ・ガイドブック・ホームページ等の作成

(25) 八代市の観光事業者との連携による誘客キャンペーンの実施や一般観光客へのモニターツアー等の「『きなっせやつしろ』プロモーション」を展開し、観光都市のイメージ醸成と観光事業者の横のつながりを醸成していきます。

- ・着地型観光振興事業
- ・プレミアムバスツアー等造成事業
- ・広報・PR経費・プロモーション事業

(26) テレビなどの映像による情報伝達力は非常に高く、多くの観光客を誘導できます。地元メディアや国内外プロダクション、テレビ局など「マスメディアへの情報提供」を積極的に活用し、媒体が求めるニーズに応じた情報の提供を行い、八代市の観光情報が人目に触れる機会を増やすなどし、誘客力の底上げに取り組んでいきます。

- ・着地型観光振興事業
- ・広報・PR経費・プロモーション事業

施策10 八代ブランドの向上

八代市は豊かな自然の恩恵を受け、多様な農林水産物や由緒ある歴史や伝統を育み、他の都市がうらやむような魅力を有しているものの、観光地としての認知度が低いことから、ターゲットの属性を明確にした戦略的な取り組みが必要となってきます。



他の地域と差別化でき、「八代と言えばこれ」という多くの人に知られる観光資源を生みだしていかなければなりません。そのためにも先ずは、本県の観光地である熊本城や阿蘇、天草地域に「八代市をプラス」とするという考えを取り組むなどしながら、ブランド力の向上を図っていきます。

【施策の内容】

(27) 八代市のシンボルである八代城跡や開湯 600 年の歴史のある日奈久温泉、ユネスコ無形文化遺産に登録された八代妙見祭、やつしろ全国花火競技大会、五家荘紅葉祭、松浜軒の肥後花菖蒲等、「既存ブランドの磨きあげ」を行い、本当の満足や本当の喜びを与えることができる「本物の幸」を提供していきます。

- ・ きなっせ八代！観光キャンペーン
- ・ 既存ブランド強化事業
- ・ 八代城跡・日奈久温泉街戦略プラン
- ・ 八代ブランド事業

(28) 八代への滞在、宿泊者を増やし、『また来たい』と思っていただくため、八代市にしかない固有の「地域資源を活用した観光ストーリーの構築」を行い、他では味わえない体験・交流を楽しんでいただく仕掛け・仕組みを増やしていきます。

- ・ 八代ブランド事業
- ・ 既存ブランド強化事業
- ・ 広報・PR経費。プロモーション

施策 11 ICT活用による効果的な情報発信

情報通信技術（ICT）は、私たちの生活に身近なものとなっており、ウェブサイトを通じた情報発信、ブログやフェイスブック等のソーシャルメディアを介したコミュニケーション、スマートフォンで使えるアプリケーションの提供や携帯端末の位置情報の活用など、私たちの生活をより便利に、より楽しくしています。なかでも、旅行前の情報収集先として、「インターネット」を活用する割合が非常に高く、旅行情報の収集や宿泊の予約などを「インターネット」で行うことが多くなっています。

そのため、国内外問わず、観光情報の効果的な発信においてはICTの活用が重要で、近年利用が広がるSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）など新たなコミュニケーション形態への対応を進めるとともに、スマートフォン、タブレット端末の利用を想定した新たな情報発信の取り組みを促進していきます。

【施策の内容】

(29) 観光情報のホームページは、発信者から伝えることを基本にしてはいますが、観光客や市民なども情報や感想などの情報を投稿できるなど集め、共有することができる「双方向型の情報共有」サイトの提供やスマートフォンやタブレット端末に対応するため、アプリケーション開発なども進めていきます。

- ・城下町情報発信（アプリケーション開発）

(30) 観光情報の発信するホームページは、八代市やDMOやつしろ、各種観光施設等が個々で発信しており、ホームページ利用者にとって分かりにくい面もあります。

そのため、個々に情報提供しているホームページの連携を図り、情報入手の入口である八代市観光ポータルサイト『きなっせやつしろ』への「観光ホームページの充実と一元化の推進」を図っていきます。

- ・観光ポータルサイトきなっせやつしろ運営事業
- ・ガイドブック・ホームページ等の作成事業

施策１２ マーケティング機能の強化

これまで行ってきた観光動向調査に加え、R E S A S等のビッグデータや旅行会社との連携協働等の活用による情報収集・分析を充実させ、観光客の詳細な動向等の把握を図っていきます。また、ターゲットとなる顧客層、地域のコンセプトやブランディングを十分に練り、観光プロモーション等を行っていきます。

【施策の内容】

(31) 八代市を訪れる観光客に、八代のどこを見てもらいたいのか、何を楽しんでもらいたいのか、どんな時期に来てもらいたいのか、「マーケットの把握と対象マーケットの明確化」を行うことにより、八代市観光導線の検討や観光客の増加につなげていきます。

- ・マーケティング（ターゲットの設定等）

(32) 顧客ニーズに即したターゲットの選定や誘客施策につなげるため、観光客の行動・動態等の分析等の「観光調査の実施」を行い、観光による消費額やお客様満足度、リピーター率など、顧客データの見える化を進めていきます。また、国が提供する地域経済分析システム（R E S A S）を積極的に活用していきます。

- ・マーケティング（行動調査等）

(33) 年間を通しての誘客による観光事業者の経営改善・強化に向けて、行楽シーズンや修学旅行シーズン等の繁忙期以外の閑散期や平日への宿泊者・施設入館者の誘導施策やリピーター確保による底上げを図り、高位での平準化を目指すため、マーケティングデータを基に「観光商品の開発」を行っていきます。

- ・マーケティング（モニターツアー等）
- ・既存ブランド強化事業
- ・体験観光商品開発支援

C 八代を好きになって何度も来てもらう

施策13 観光をコーディネートするDMOやつしろの運営強化

八代市のまちづくり観光の中心となる「DMOやつしろ」をプラットフォーム組織として、多種多様な地域の人や組織と連携しながら、新たな産業と雇用の創出を目指し、一層の交流人口拡大と観光消費の増大を図っていきます。



(34) DMOやつしろの自律的・継続的な活動が行われるよう行政の補助金・委託金事業などの支援策の活用や民間企業からの寄付・投資など安定的な運営資金と市からの期限付きでの人材派遣等を行うなど、「人材と財源の確保」に努めていきます。

- ・外部人材等の活用
- ・地方創生推進交付金事業の活用

(35) 観光集客を推進するプラットフォームとして、行政や観光協会、関係事業者だけでなく、農業や漁業などの異業種や、観光と関係のなかった人々も含めた、「地域内における協力体制の構築」に努めていきます。

(36) DMOやつしろが複数の事業を企画し実施したものについては、戦略やそれに基づく個々の事業を定期的に評価し、必要に応じて見直しをしていくといった「PDCAサイクルによる進行管理」を指導・助言していきます。

- ・マーケティング（事業評価）

施策14 広域観光の推進

今後とも増加が予想されるインバウンドへの対応を含め、鉄道、道路・港湾等の交通結節点における利便性の向上を図ることで、交通アクセスの向上を促すとともに、隣接県・県内地域、とりわけ県南地域との連携を強化した広域連携による観光振興を図っていきます。

広域観光にあたっては、統一性のある誘客宣伝を行うとともに、旅行会社との連携による観光商品の造成、各種キャンペーンや物産展、モニターツアーの開催など、さまざまな機会を活用した効果的な観光プロモーションを展開していきます。



【施策の内容】

(37) 熊本県南広域本部が推進している「県南15市町村との連携」を活かし、連携したプロモーションや広域観光ルートの設定などの取り組みを推進し、更なる交流人口の拡大と滞在型観光の増大を図っていきます。

- ・熊本県南観光連携推進会議
- ・くまもと県南観光連携事業実行委員会

(38) 定住自立圏を形成する氷川町と芦北町と連携した「シトラス観光圏の推進」を図り、柑橘系という括りで圏域一体となってプロモーションを行っていくことで他地域との差別化を図り、認知度を高めていきます。

- ・八代市・氷川町・芦北町ブランド事業

(39) JR九州D&S列車や肥薩おれんじ鉄道おれんじ食堂の5つの「観光列車の有効活用」を図り、単なる通過駅とならないよう、それぞれのホームに降りて、まち歩きやサイクリング、食等を楽しめる仕掛け・仕組みをつくっていきます。

施策15 フードバレーやつしろの創出

豊富な農林水産物を中心とした「食」に関連する幅広い取組みの展開により、世界に通じる“やつしろブランド”の構築を図り、食関連産業の競争力向上や新たな産業の育成と雇用の創出を図るとともに、健康で豊かな市民生活が育まれるまちを目指します。



【施策の内容】

(40) 和食がユネスコ無形文化遺産に登録され、抹茶ブームや健康志向ブームによって世界から日本食が注目されており、八代市は四季折々の多彩な農産物と採れたての魚介類などがあり、まちなかからの食や里地・里山からの食、里海からの食、歴史・文化からの食など「食の魅力向上」を進めることで、他地域との差別化を図っていきます。

- ・八代ブランド事業



(41) 八代市内の宿泊施設と飲食店等におけるおもてなしの連携を強化し、八代市で食べ、飲み、泊るを堪能できる「おいしい八代まち歩き」をつくり上げ、繁華街・飲食街への賑わい創出を図ります。また、宿泊施設+まち歩き飲食プランなど、宿泊施設と連携したプランの造成



- ・ きなっせやつしろ！観光キャンペーン
- ・ 八代ブランド事業
- ・ 八代一品選手権

(42) 地域資源を活用したご当地商品（郷土料理・お土産品）の開発や地域に愛される店舗の魅力発信など「地域に根差した商品・店舗の充実」を図ります。

- ・ 体験観光商品開発支援
- ・ きなっせやつしろ！観光キャンペーン
- ・ 八代ブランド事業

施策１６ お客様の声を反映したまちづくり観光の推進

持続可能なまちづくり観光には、常に実施施策に対する検証がかかせません。観光客の声に耳を傾け、展開する事業がニーズに即しているかを把握する必要があります。

定期的に観光客への調査を行い、事業評価の参考とするとともに、抽出された意見は観光事業者や地域住民へ情報提供を行い、情報の共有化を図っていきます。

【施策の内容】

(43) 海外大型クルーズ船バスツアー客や期間、調査箇所を固定するなどした「モニタリング調査の実施」を行います。

- ・ モニタリング調査
- ・ 市民アンケート調査

D 八代に気軽に来てもらう

施策１７ 二次交通の整備強化

入口でもある熊本空港や八代港、八代駅・新八代駅などからの二次交通網の整備について、既存事業の有効性を高めるとともに、民間事業者等の協力を得ながら問題の解決に努めます。

また、八代市には、主要な観光地間を結ぶ定期観光バスがないなどの課題があり、これらの課題に対応し、観光客が利用しやすい交通環境整備を行うことで、観光地までの交通利便性の向上を目指します。

【施策の内容】

(44) 海外大型クルーズ船の乗務員やツアーバスに参加しないフリー客に対する「周遊バス運行の機能強化」を図るため、運行ルート及び料金の見直しを適宜行うとともに、まち歩き観光を推進するためレンタサイクル利用環境を提供します。

- ・ レンタサイクル事業
- ・ 周遊バス運行事業

(45) 自家用車以外の交通手段による来訪・周遊の促進を図るため、「タクシー・レンタカー利用促進」や送迎バス等を含めた二次交通の充実を図ります。

- ・インバウンド対策事業

施策 18 観光案内機能と便益施設の充実

団体観光客の滞在型観光を促進するための観光バス待機場整備や、観光地をつなぐアクセス道路の整備に取り組みます。

八代市へのが、快適に観光を楽しめるよう、観光駐車場や観光トイレなどの便益施設の充実に努めるとともに、観光案内所の運営やボランティアガイド事業等のきめ細かな観光案内の提供などに取り組みます。

【施策の内容】

(46) 外国人をはじめとした観光客に対して、災害情報も含めた多様な観光情報を提供できるよう、「主要観光拠点及び公共施設等における案内板の整備」を行い利便性向上、機能の充実を図ります。なお、計画的な整備を行うため、サイン整備計画の策定を行います。

- ・八代城跡・妙見宮周辺整備事業

(47) 来訪する外国人観光客が安心して観光できるよう、多言語に対応した「多言語表示の推進」を図ります。

- ・市内飲食店展示物・メニュー多言語表示事業

(48) 案内看板の掲出や適切な誘導案内など、利便性の向上を図りながら、「駐車スペースの確保」に努めます。

(49) 主要観光地におけるトイレの維持管理や仮設トイレの設置などにより、観光客の受入体制の向上に努めます。観光エリアにある公衆トイレや観光施設内の維持管理等を行います。また、観光エリア内にある店舗等と協力し、トイレの貸出やトイレマップを作成するなど「観光トイレの充実」を図ります。

施策 19 環境保全・向上の推進

八代市を代表する観光資源である、国指定史跡八代城跡の保護保全に努めるとともに、風格のある城下町の景観をつくるため、市民・事業者への啓発など八代市景観計画に沿った良好な景観の形成の促進を図っていきます。

また、市内に点在する史跡や歴史的な建物、まち並み等の保護・保存に努めていきます。

【施策の内容】

(50) 重点エリアである八代城跡周辺及び日奈久温泉街において、「和のまち並み空間整備」を行い、城下町やつしろにふさわしい景観形成と情緒あふれる日奈久温泉街としてのまちなみ修景や自然や地域資源と調和した雰囲気づくりを行っていきます。

- ・和の空間整備事業

(51) 八代城跡や松浜軒、寺院などの旧城下町のまち並みと妙見宮周辺等、「歴史的建造物等の保全再生の推進」とともに景観を整備していきます。

施策20 受入れ環境整備の推進

外国人が一人でも安心してまち歩きを楽しめるよう、外国人に対する受入れ力の向上やハード面における外国人観光客の受入環境の整備を図ります。

【施策の内容】

(52) 市内に数カ所にある観光案内所のうち、「観光案内所の機能強化」を図るため、新八代駅構内の観光案内所を総合窓口として位置付けるとともに、外国語対応スタッフを配置し、訪日外国人旅行客への対応を充実させます。

(53) 観光客に対して着地型観光ツアーや体験メニューの販売、宿泊・飲食店紹介、二次交通手配等の総合窓口を担う「ワンストップサービス機能の強化」を目指します。

(54) 案内標識の多言語化や交通事業者の外国語による案内などの充実を図り、外国人が歩きやすい「ストレスフリーな移動・滞在の実現」を目指します。

- ・Wi-Fi整備事業
- ・観光専門人材育成教育システム
- ・市内飲食店展示物・メニュー多言語表示事業

E 八代を誇りに思ってもらおう「八代プライド」

施策21 市民意識の向上

八代市では、市民に対する魅力的な地域資源に関する情報発信を強化していきます。

そのことにより、地域への帰属意識が醸成され、観光客へのおもてなしが自然にできたり、観光施設等への来訪や地域の祭り・イベントへ自ら参加するなど、「プライド（愛着・誇り）」が生まれてきます。

八代市へこれまで以上に観光客を呼び込



むためには、市民一人ひとりが八代市の魅力、良さというものを再認識することがもちろんですが、目指すべきは、地域に関わる人々が、まちづくりへの参画意欲を高めることにあります。まちへの「本気」をどれだけ増やすことができ、まちへの「本気度」をどれだけ醸成していくことができるのかが重要となってきます。

市民一人ひとりが八代プライドを大事に大切にすることで八代市は観光都市に変えていきます。

【施策の内容】

(55)「市民に向けた観光情報の提供」を行うことで、観光地としての意識づけとともに市民自身に本市の観光の良いところを知ってもらうことで、市民自身が八代市のPRをするためのきっかけとなるよう、市広報紙やホームページ、ケーブルテレビ等を活用した情報発信により、市民に八代市が観光地であることを広く認知していただくとともに、観光客と接する際のおもてなしの機運を醸成していきます。

(56)八代市を未来を担う子ども達に対して、子ども歴史クラブ等の開催や授業の一環として、八代市の発展を支えてきた先人達や郷土の歴史について学ぶため、「小中学生に対する郷土教育の推進」を行っていきます。

また、自分の住むまちのイベントやボランティア活動等に積極的に参加することを促し、地域への帰属意識と愛着を醸成していきます。

施策２２ 市民力によるまちづくり観光

八代市の観光振興を進めていくため、市、観光事業者、民間団体、市民が一体となり、オール八代で地域の魅力を活かした個性あるまちづくり観光を推進していきます。

「八代市を誇りに思い、まちづくりを楽しみ、観光客をもてなす」など、八代市民の「本気」と「市民力」を最大限に活かし、市民総力戦で観光客誘致に取り組んでいきます。

【施策の内容】

(57)各地域の魅力あるまちづくり観光の開発と提供ができるよう「地域に根差した市民活動団体との連携」を行い、サプライヤーの育成と取り組みに対する支援を行います。

- ・体験観光商品開発支援
- ・宿泊イベントの実施

(58)市民や留学生や在日外国人の方と連携し、地元・外国人目線で八代市の魅力を再発見することで、観光ガイドには載っていない情報を個人ブログ、ユーチューブ等で発信する「きなっせ やつしろ市民投稿（SNS・CM等）」を検討します。

- ・ガイドブック・ホームページ等の作成

施策23 地域外応援団の活用

八代市にゆかりがある文化人・著名人を任命する八代よかところ大使やゆるキャラ、ふるさと納税制度等を積極的に活用し、地域外の応援団を増やし八代市のイメージと認知度向上に努めていきます。

【施策の内容】

(59) 県都市事務所や銀座くまもと館、ハッピーロード大山などと連携した観光イベントや特産品の販売、県人会・やつしろの風会員等への情報発信、やつしろよかところ大使がもつ人的ネットワークを通じ、ふるさと八代の情報発信を行うため、「よかところ大使やアンテナショップ等の活用」を促進します。

(60) 全国的に人気のあるくまモンやくまもとサプライズロゴの活用や八代市TOMATOフェスタのイメージキャラクターであるとまピンや日奈久温泉旅館組合イメージキャラの六ちゃん、いぐさ生産日本一のたあみ等、「キャラクター等の活用」を行い、県内外イベントに参加し、八代市の認知度向上やイメージアップにつなげていきます。



3、重点プロジェクト

本市のまち・ひと・しごと創生の取り組みを着実に進めていくために策定した「八代市総合戦略」の基本目標である「人をひきつけ、人が集う、活気ある“やっしろ”」を目指し、近年急増する海外クルーズ船で訪れる外国人旅行者をはじめとする国内外からの観光客をターゲットとして、熊本城とともに一国二城のお城として肥後細川藩を支えた八代城の城跡周辺と藩湯であった日奈久温泉を中心とした八代固有の歴史・文化を活かして、まちの個性や魅力を発揮するために日本版DMOに登録された「DMOやっしろ」を核とする官民協働による観光地づくりを進め、交流人口の拡大と経済効果発現を目指していきます。

その推進にあたっては、地方創生推進交付金を活用し、短期的・加速的な事業を推進していくため、3つの重点プロジェクトを設け施策の推進を図ります。

重点プロジェクト①

八代の歴史・文化を“感じる”プロジェクト

八代市には、貴重な歴史文化資源であるにもかかわらず、観光客や地元住民にさえその価値を十分に認知されていない有形無形の歴史文化遺産、施設等が多く存在します。

八代城跡をはじめとする歴史文化遺産や自然豊かな景観など、名所・旧跡を線で結ぶ「ゆっくり・じっくり・楽しめる」観光ルートづくりに活用する取り組みを、観光事業者や観光ボランティアガイドなどと連携して進めていきます。また、滞在・体験型の観光企画を進めるなど、再び訪れたい魅力ある観光地づくりを推進します。



【具体的施策】

- 1 地域資源の活用と観光コンテンツの開発
- 2 観光まちづくり人材の育成
- 4 インバウンドの推進
- 7 重点エリアの指定
- 9 効果的な情報戦略
- 2 1 市民意識の向上
- 2 2 市民力による観光まちづくり

重点プロジェクト②

まちなかで“感じる”プロジェクト

まちなかには、史跡や歴史的建造物、伝統産業に根ざした建物、歴史上のゆかりの地などが多く点在しています。市立博物館や神社・仏閣とも関連づけ、ストーリー性を持たせ、歩いて楽しめる「まちなか観光」を推進します。

まつりや朝・昼・夜イベント開催による、まちの賑わい創出や、まちなみの修景、緑化の推進などに取り組むとともに、歴史的建造物や、古いまちなみなどの情報発信を通し、まちなかの魅力向上に努めます。

※まちなか：ここで言う「まちなか」とは、八代城跡周辺及び日奈久温泉街を指します。



【具体的施策】

- 1 観光資源の活用と観光コンテンツの開発
- 2 観光まちづくり人材の育成
- 4 インバウンドの推進
- 6 滞在観光の推進
- 7 重点エリアの指定
- 9 効果的な情報戦略
- 1 1 ICT活用による効果的な情報発信
- 1 2 マーケティング機能の強化
- 1 7 二次交通の整備強化
- 1 8 観光案内機能と便益施設の充実
- 1 9 環境保全・向上の推進
- 2 1 市民意識の向上

重点プロジェクト③

広域連携で“繋がる”プロジェクト

観光客は自治体単位で観光先を決めています。また、二泊以上の旅行日程の場合、一つの観光地だけで観光客を満足させることはなかなか難しく、「1つないしは2つの観光エリアでじっくり滞在する観光」へ転換するため、旅行者の行動範囲にふさわしい、広域的に整合性のある観光行政、観光施策の展開を推進していきます。

国内外での観光地間競争が激化するなか、観光地間・観光エリア間の連携により観光資源を相互に結びつけることで、個々の資源の魅力を相乗させ増強させていきます。

※広域連携：ここで言う「広域連携」とは、県南15市町村との連携を指します。



【具体的施策】

- 1 地域資源の活用と観光コンテンツの開発
- 4 インバウンドの推進
- 5 山・里・海・川の魅力を活かした体験観光の推進
- 6 滞在型観光の推進
- 10 イメージ戦略の展開
- 12 マーケティング機能の強化
- 14 広域観光の推進
- 20 受入れ環境整備の推進
- 21 市民意識の向上

4、地域エリア別ユーザー設定及び戦略プラン

市域面積が広い八代市は、それぞれの地域に特色ある景勝地や文化施設、温泉等の観光地があり、四季を通じて多彩な祭りやイベントが開催されています。

八代市の観光振興を着実に進めていくためには、これまで本章に示した具体的施策とともに各地域の特性を活かした観光資源の整備・活用を推進する必要があることから、6つの地域エリアを設定し、それぞれの地域における取り組み観光カルテに落とし込み、特色ある観光の魅力を楽しむためのユーザーを設定しました。

中心市街地エリア

【地域の特徴】

八代トライアングル「三」

- ・お城が三つ（古麓城、麦島城、松江城）
- ・港が三つ（徳淵、蛇籠、新港）・日本三大急流（球磨川）
- ・日本一の農産物（い草、晩白柚、トマト）
- ・九州三大祭り（八代妙見祭、長崎くんち、筥崎宮放生会）
- ・日本三大とんち話（彦一さん、一休さん、吉四六さん）
- ・八代三大イベント（全国花火競技大会、八代妙見祭、スリーデーマーチ）

【地域をオススメしたいターゲット層】

- ・被写体の街やつしろ：写ガール（カメラ女子）
- ・歴史・文化・食：ウォーカー



◆設定ユーザー

自慢のレンズが本領発揮！

レンズ沼おじさん：カメラとレンズが趣味の40代～50代男性

ふとしたきっかけで購入した一眼レフ。あまりの写りの良さに、今度は望遠レンズが欲しいな、ブランドもののレンズがほしいな、単焦点レンズも揃えたいな・・・、と次々効果なレンズを買い揃えてしまうことにどっぷりはまってしまったそんな人たちが、最近、ユーモアたっぷりに「レンズ沼」と呼ばれています。趣味のレンズにかけるお金に糸目なし、自慢のレンズで最高の写真を撮りたい・・・、そんなこだわり多い男性の要望に応えるポテンシャルが、ここ八代にはあります。

日奈久エリア

【地域をオススメしたいターゲット層】

- ・高齢者（県内・九州内・都市部）

《現状》過去の日奈久を知っており、懐かしんで来訪。

都会にはない落ち着いた雰囲気を楽しんで来訪。

⇒ 日奈久の宿泊観光客の中心ゾーン

➡ 階段利用が難しい層が増えてくるので、温泉神社栈敷席へのインフラ（道路やモノレール）の整備が必要

- ・場外馬券売り場利用初心者

婚活、職場旅行などの旅行に場外馬券売り場体験を盛り込んだ企画旅行を提案し、ウインズをコンテンツの一つとして地区全体の観光に結び付ける。大きいレースのときなどに組み込んでみる。

- ・写真愛好家

温泉神社や路地裏の神さま、なまこ壁、木造旅館など素材の豊富さをPRしていく。



◆設定ユーザー

温泉＆手づくり体験で弾む会話

おしゃべり三昧婦人会：女性だけの仲良し旅を楽しむ40代～60代女性

高校時代からの仲良し3人組。就職や結婚に子育て。いろいろあったけど、それぞれようやく落ち着いた年代になってきたところ。

いつもは街の中にあるワインが美味しいピストロに集まっているけど、年に一度ぐらいはちょっと遠出の温泉旅がしたい・・・、そんな女性グループにおすすめの日奈久。温泉にゆっくり浸かり、おいしい海鮮を味わって、久しぶりに手づくり体験にも挑戦。そしておしゃべりを存分に楽しみ、お土産には名産の柑橘類や竹細工を。気心知れた友達と思う存分はしゃいでリフレッシュできる小さな旅をここ日奈久で。

坂本・二見エリア

【地域の特徴】

- ・田舎料理や川魚の漁もあり、体験型のツアーに向いている
- ・ジビエ料理もあり、名物になれば面白い。
- ・狩猟が行われている地域であり、解体所もあるため、ジビエ料理や加工品等の活用も期待される
- ・観光資源は豊富にあり、プロモーションの部分が課題
- ・旧・薩摩街道を活かす。



【地域をオススメしたいターゲット層】

- ・福岡・熊本など都市圏在住のビジネスマン、シニア層、クルーズ船のインバウンド層
- ・鹿児島・宮崎県などの近隣自治体のグリーンツーリズム愛好者
- ・JR九州の新D&S列車「やませみ・かわせみ」を利用する関西・中国地方からの旅行者

◆設定ユーザー

来て、見て、感じて、おいしく食べよう！

もぐもぐやつしろ！：豊かな食の体験を育みたい保護者と幼児～小学生

坂本・二見は新鮮な海と山の幸、歴史に培われた食文化に恵まれた食のフィールドであり、季節ごとに様々な食に関する体験を行うことができます。

季節ごとに「もぐもぐ探検隊」というテーマで参加者（親子）を募集し、その季節の食材や行事に合った食の体験を行うことで、子どもたちの食の関心・食べる意欲を育み、健やかな人格形成と未来のやつしろ地域のファンを育てることを目指します。本滞在プランにはプレイワーカー（遊びの指導者・または保育士）が同行し、食体験や自然遊びをサポートすることで、子ども同士の交流、そして子どもと地域の人々の交流の推進を図ります。

千丁・鏡エリア

【地域の特徴】

- ・肥沃で広大な八代平野で丹精込めて作られた農産物の品質に自信あり
- ・全国の80%を占めるイ草の産地
- ・観光列車が良く見える
- ・史跡や語り継がれてきた民話が多く存在する
- ・鏡オイスター、まるけんのかき氷などTVにも出て人気



【地域をオススメしたいターゲット層】

華やかな観光地としてではなく、あくまで現在の千丁・鏡地域を楽しんでいただけるために、家族・個人・団体、大人から子供まで、地元物産館での品質がいい農産物の買い物・散策をしてもらいゆっくりとした休日を過ごすことを目的とした人々

◆設定ユーザー

日本の魅力、もっと知りたい！体験したい！

おまつり大好きYou:海外からの来訪者/日本で生活している外国人

テレビの人気番組「Youは何しに日本へ」（日本テレビ）。登場する外国人が日本にやってくる目的は実に様々。共通しているのは、ここ日本にしかないことを、自ら深く、思いきり体験したいという強い思い。

千丁・鏡地区は、古くより日本人が親しんできた畳文化を支えるい草の生産地であり、また、フナ取り神事という珍しいお祭りが 있습니다。数々の民話も残っており歴史や文化を感じることのできる町です。五感で「日本」と「千丁・鏡」を感じる旅に、課外の方をご案内します。

東陽エリア

【地域をオススメしたいターゲット層】

- ・健康志向・美容志向の高い30代以降の女性
- ・農作物・石橋・景観などを日帰りで楽しみたい60代以降の男女・親子連れ
- ・登山道の利用者・フットパス目的、国道443、県道25などを利用した自転車・ランニングなどの運動したい20代～60代
- ・歴史好きの男女



◆設定ユーザー

冷えとりで、もっとキレイに健康に

ほかほか冷えとり女子/20代～30代、冷えとり、健康、美容に関心がある女性

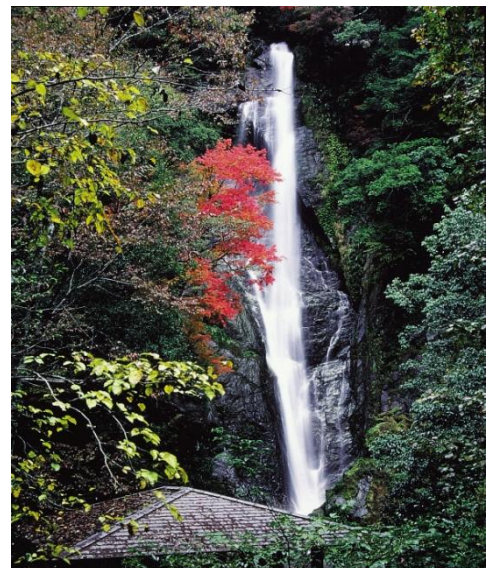
オーガニック&ナチュラル。でも肩肘はらない「ゆるナチュラルライフ」志向の20代～30代女子。自然体で健康的な生き方と美しさの両方を求めつつ、日々できることをマイペースに、気軽に実践しています。

そんな女性に来てほしいのが東陽地域。体をあたため、ダイエットや美肌効果も期待できる生姜が全国2位の生産量。生姜の味噌漬け、ジンジャーシロップなど、生姜を用いた料理や加工品が豊富にあるほか、竹の子や椎茸など、免疫力を上げる食材にも注目です。温泉にゆっくりつかり、きれいな水が流れるせせらぎを散策を。ゆるっとナチュラルに、健康になれる場所です。シリーズで通い型に。

泉エリア

【地域の特徴】

- ・五家荘を中心とした平家伝説の資源がある
- ・自然豊かな地区であり、爽快な気分が味わえる場所が多い
- ・柚子や山菜など農作物が豊富に収穫できる
- ・豆腐作りや、やまめつかみどりなどココでしかできない体験がある
- ・旬の食材を使用する旅館や食堂での食事がおいしい
- ・地域でこどもが楽しめるイベントを企画している



- ・食文化やイベントなどに「山の知恵」が活かされている

【地域をオススメしたいターゲット層】

- ・「もういちど釈迦院」をテーマとし、50代から70代の年齢層
- ・五家荘の大自然を楽しむファミリー層

◆設定ユーザー

自分のペースで味わう里山の魅力

マイペース登山部/無理ないペースで登山を楽しみたいあらゆる世代のグループ

長く続けられる趣味を、と思って始めた登山。最初は登山の同好会グループに入って登っていたけど、ベテランと同じペースで登るのは正直しんどい。そろそろ家族や友人だけでゆっくり登山を楽しみたい・・・、そんな人たちにおすすめなのが、泉・五家荘地域。ゆっくりとしたペースで登山を楽しんだあとは、地元の民宿へ。囲炉裏を囲んで楽しむ山女魚や鮎、山野草の料理、そして登山のつかれを癒す柚子湯のお風呂。つかれが取れた翌日はゆっくり史跡めぐりや紅葉、桜など季節の景観を眺める散策を楽しめます。

5、成果指標

本計画においては、インバウンド政策を重点的に取り組むとともに、本市における新たな地域資源の発掘と他地域との広域連携、さらに（一社）DMOやつしろ、民間事業者及び市が一体となって、市民が誇れる観光都市の実現を目指していくことを目的としています。そこで、本計画における成果指標は以下の達成を目指していきます。

- ・観光入込客数については、約40万人増を目指していきます。
- ・外国人観光客数については、現時点から3倍を目指します。
- ・観光消費額については、約20億円増を目指します。

	2015年（平成27年）	2021年（平成33年）
観光入込客数	2,475,653人	2,843,000人
外国人観光客数	6,686人	18,000人
観光消費額	12,367,175千円	14,246,000千円

※平成28年は、熊本地震の影響により、マイナス成長となりました。

※外国人観光客数は、海外大型クルーズ船による訪日はカウントしていません。



八代市観光振興計画
きなっせ やつしろ
小さな感動 心に残るおもてなし

平成29年 5月 1日
発行／八代市
〒866-0884
八代市松江城町1-25
電話0965-33-4115
編集／八代市経済文化交流部観光振興課
