

平成29年度

(一財) 熊本国際観光コンベンション協会

# 事業計画書

平成29年3月作成

(一財) 熊本国際観光コンベンション協会

## 【熊本市の現状】

- ◇ 「熊本地震」から1年が過ぎ、復興元年として復旧・復興への動きも活発化
- ◇ 桜町再開発や下通のテナントビル・熊本駅周辺整備などの再開発事業と2019年のスポーツ国際大会開催など、景気上昇の機運が見込まれる
- ◇ 熊本城天守閣の復旧工事が本格化し、暫くの期間天守閣の姿が見えなくなる

## 【熊本市の課題】

- ◇ 2019年の熊本城天守閣再建までの交流人口対策
- ◇ (仮称)熊本城ホール完成に向けた誘致活動の更なる強化

## 【コンベンション協会の目標】

行政ではなし得ない柔軟性と即効性を備えたコンベンション協会の特性を最大限に活かし、「交流人口の増加」を目標として事業に取り組んでいく

# I 新たな観光素材の創造

2017年～2019年の交流人口減少に歯止めをかけることを目的に、近況調査や新たな素材の提供を実施します

### (1) 近年の旅行形態実態調査と誘致策の構築

- ⇒ 宿泊施設や観光施設と協働し、実際来熊している観光客を対象とした調査を実施
- ⇒ (株)くまもとDMC等が保有するデータの活用
- ⇒ 調査結果と現在の観光誘致ツール等との比較・分析
- ⇒ これまでの不足点やズレを解消した誘致策を構築し迅速に実施

### (2) 「復興ツーリズム」のメニュー創生・管理と実施

- ⇒ 旅行商品造成担当者からの要望が多い「語り部」を集約するため、当協会の賛助会員を対象に調査を行い、情報把握する
- ⇒ 南阿蘇村や益城町など被災した地域団体と情報を共有し、教育旅行・報奨旅行・研修旅行等のニーズに沿ったメニューを作成し誘客を図る
- ⇒ 特に教育旅行については従来の歴史学習だけでなく、被災地見学や体験講話を通じて、児童の防災意識を高めるためのルート作成・提案を行う

### (3) 「熊本城復興ミュージアム」の創造

- ⇒ 城彩苑内「湧々座」をミュージアムエントランスと位置付け、各ポイントを紹介するとともに見学不可能なポイントの復旧状況を紹介
- ⇒ 城内各ポイントに設置されている案内サインを活用し、往時の姿や詳細情報をスマホやタブレットで入手出来るツール(バーコードなど)の構築
- ⇒ 熊本城二の丸無料休憩所(3月末開設予定)内での企画展の開催

### (4) 「西郷どん」スタートに併せた観光誘致

- ⇒ 平成30年のNHK大河ドラマ「西郷どん」放映に併せた観光素材の収集
- ⇒ 教育旅行入込数が最も多い鹿児島県を中心とした九州域内の小学校をターゲットに特化した重点的セールスを展開する
- ⇒ 一般観光客の誘致は、鹿児島コンベンション協会等と連携し、熊本⇄鹿児島ルート(広域観光ルート)の提案を行い、旅行商品造成の働きかけを行う

## II MICE誘致・支援

平成31年に予定されている(仮称)熊本城ホール完成を見据え、積極的かつ効率的な誘致活動と受け入れ態勢の整備を図ります

- (1) 地域と連携した積極的かつ効率的な誘致活動
  - ⇒ 地元キーパーソン等地元関係者との協働による機動的な誘致活動
  - ⇒ 開催決定権者からの幅広い情報収集と効率的な働きかけ
  - ⇒ 熊本地震後の防災・減災関連会議をターゲットとした誘致活動の展開
- (2) 受入体制の再整備
  - ⇒ MICE主催者のニーズに即した助成・支援制度の構築
  - ⇒ 会場選定等様々なニーズに応えることができるノウハウの蓄積
  - ⇒ 安心安全な会議開催へ向けた環境整備と情報の発信
- (3) 「熊本ならではの」の地域特性の活用
  - ⇒ ユニークベニューの開発とそれらを活用した誘致活動
  - ⇒ 地域が一体となった「おもてなし」の創出

## III 国内からの誘致促進

近況実態調査に基づいた誘致活動を図ります

- (1) 旅行商品造成セールスの拡大
  - ⇒ 調査に基づくターゲットへのセールス強化

## IV 海外からの誘致促進

民間との協力体制を構築し、現状把握と迅速な対応を図ります

- (1) 「防災」に強い受入体制の強化
  - ⇒ 観光施設や宿泊施設の外国人向け「防災マニュアル」の現状把握と改善・提案
  - ⇒ 防災に対する意識が高い観光都市の形成
- (2) 県内留学生を活用した情報発信
  - ⇒ 県内の留学生(現在約750名)を対象にモニターツアーや意見交換会等を開催
  - ⇒ 留学生と協働で、各国からの関心やニーズに沿った情報の整理
  - ⇒ SNS(Facebookやインスタグラム)を発信ツールとして幅広く情報を発信
  - ⇒ 海外で話題になっている観光素材を調査・分析し、熊本市版のメニューを作成
- (3) 海外向け「体験」メニュー情報発信の強化
  - ⇒ 海外向け体験メニューを集約(まち咲き案内人からピックアップ等)
  - ⇒ 分かり易い動画や写真を活用したセールスツールの再構築
- (4) 海外誘致セールスの継続
  - ⇒ 昨年に引き続き台湾・香港をターゲットに実施
  - ⇒ 県観光連盟などと連携した事業を強化

## V 観光資源の活性化

既存の観光資源の見直しを図り、熊本城以外の魅力発信を図ります

- (1) 「くまもとさるく」・「まち咲き案内人」の見直し  
⇒ 客層別やテーマを絞ったコースを設定し、商品化を図る(例:女子旅)
- (2) 熊本城以外の観光素材の掘り起こし  
⇒ 夏目漱石や宮本武蔵・細川忠興等の観光素材の創生・再発信  
⇒ 漱石生誕150年に併せ、新宿・文京区等との相互交流を含めたツアーの造成
- (3) 地域に密着した活動の支援・協力  
⇒ 桜の馬場城彩苑・植木温泉地区・水前寺地区での活動に対して協賛金等の支援を行う  
⇒ 水前寺地区で行われる祭りやイベントに関する実践的協力を行う
- (4) 交流人口の増加に向けた取組み  
⇒ 街の賑わいづくり創造及び行政や民間が主体で実施される催事等への協力

## VI おもてなし・受入体制の充実

震災後も活躍している観光ボランティアガイド団体や観光案内所の運営を維持し、来熊者への「おもてなし」の充実を図ります

- (1) 観光ボランティアガイドとの連携強化  
⇒ 「新たな観光素材の創造」で構築されるツールの運営協力  
⇒ 「よかとこ案内人の会」の法人化に向けての協力
- (2) 観光案内所の運営  
⇒ 城彩苑、熊本駅構内2ヶ所の案内業務を受託
- (3) 二の丸無料休憩所の運営  
⇒ 熊本城域内における受入体制の強化  
⇒ 来城者ニーズの把握と対応

## VII 広報・宣伝活動

情報収集の現状を把握し、ばらまき型からプッシュ型広報戦略への移行を図ります

- (1) 広報活動の抜本的な見直し
  - ⇒ 近況実態調査に基づいた「届く広報・宣伝」へ移行する
  - ⇒ 調査結果を基に、継続製作している紙媒体ツールの見直し
  - ⇒ SNSを活用したプッシュ型広報の構築
- (2) 観光説明会の見直し
  - ⇒ 地元参加者(ホスト側)の要望に沿った開催へ変更

## VIII 協会運営基盤の見直し

誘致活動に必要な財源確保を目的に、多角的な経営手段に着手するとともに、従来の事務事業の抜本的な見直しを行い、健全な運営を目指します

- (1) 第3種旅行業の取得(旅行業務取扱管理者の配置)
  - ⇒ 募集型旅行商品の開発・運営・販売を実施
  - ⇒ 各種旅行手配業務を受注
- (2) 協会事務事業の見直し
  - ⇒ 定型業務のアウトソーシング・事務の統合・簡素化
  - ⇒ 「ひとり2役」体制の運営
- (3) 収益事業の再開
  - ⇒ 熊本市動植物園一部開園に伴う売店業務の再開
  - ⇒ 熊本城二の丸無料休憩所における復興応援グッズ等の販売再開
- (4) 収益に繋がる新事業展開
  - ⇒ オリジナル新商品の開発
  - ⇒ インターネット販売の拡大・強化

## Ⅸ 年間行程

### (1) 年間行程(案)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
新たな観光素材の創造	旅行形態実績調査		旅行形態実態検討			新たな誘致策の実施						
	復興ツーリズムメニュー調査		復興ツーリズムメニュー構築			復興ツーリズムの運営						
	復興ミュージアム検討・構築		復興ミュージアム運営									
	西郷どん素材収集	ルート構築		「西郷どん」関連誘致・情報発信								
MICE誘致・支援	情報収集・発信＋誘致活動(防災・減災関連会議をターゲット)											
	新開催支援策での誘致活動											
	ニーズに応えるノウハウの蓄積											
	ユニークメニュー開発			ユニークメニューを活用した誘致活動								
国内誘致促進	●セールス					●セールス						
海外誘致促進	防災システム現状調査		改善策検討		防災マニュアル改善・提案							
	留学生調査	情報整理		モニターツアー		SNS等での情報発信			結果検証・メニュー作成			
	海外向け体験メニュー集約		セールスメニュー構築		●セールス		結果検証		メニュー作成			
	海外旅行者ニーズ調査／分析											
観光資源活性化	さるく・まち咲き 上期運営						さるく・まち咲き 下期運営					
	さるく・まち咲き状況把握／分析		下期作成		さるく・まち咲き状況把握／分析		上期作成					
	熊本城以外の観光素材の掘り起こし											
	桜の馬場城彩苑/植木温泉地区/水前寺地区の支援・協力											
	街の賑わいづくり/催事協力											
おもてなし受入体制の充実	観光ボランティアガイドの運営／法人化に向けての協力											
	観光案内所の運営											
広報・宣伝	広報媒体の見直し・作成		新メディア作成		新メディアでの広報							
	プッシュ型広報の構築			プッシュ型広報の展開								
	説明会再検討		●観光説明会			●観光説明会						
運営基盤強化	アウトソーシング検討		アウトソーシング									
	動植物園第1売店開店準備											
	動植物園営業(土日祝のみ)						動植物園(全日営業)					
	熊本城二の丸無料休憩所の運営											
背景												