

球磨村 観光振興計画

< 概要版 >



2025.3
Kuma Village

観光振興計画策定の背景・目的

球磨村においては、令和2年(2020年)7月4日に発生した豪雨災害により、観光業も甚大な被害を受けました。観光業を基幹産業へ成長させることによって、地域産業や文化の活性化を行い、村民の生活の質を維持・向上させていくために、村民が一丸となり、「観光が村にとって大切な産業である」と意識を統一することが求められます。「観光」を球磨村の大きな基幹産業に成長させるための指針として「**球磨村観光振興計画**」を策定し、観光を軸とした球磨村の発展を目指します。



球磨村観光振興計画策定の目的

- 今後の観光推進の方向性を明確化
- 村民、地域事業者、行政等の、観光に関わる人々の共通の認識
- 具体的なアクション(行動)を起こすための指針

球磨村観光振興計画の方針

本計画は、以下の3つの方針で策定します。

方針1 事業化を見据えた計画づくり

観光振興計画策定で終わらずに、地域の住民を巻き込んだ事業の立ち上げおよびプロジェクト運営までを見据えた計画をつくります。

方針2 村民の主体性を軸にした計画づくり

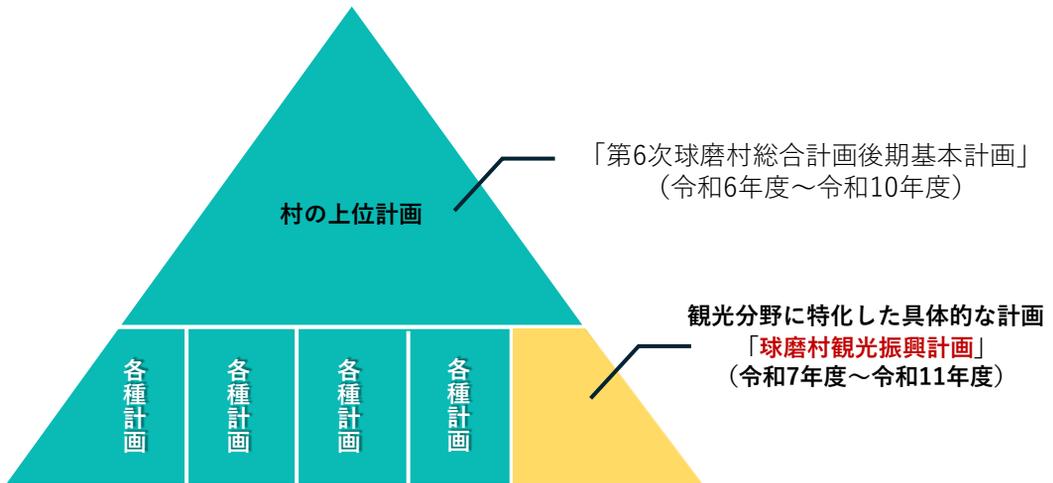
“人を起点”に地域と目線を合わせた計画設計や合意形成を図り、地域と村民の主体性を尊重した計画をつくります。

方針3 球磨村の地域資源の価値を最大限に活かした計画づくり

球磨村に点在する魅力的な観光資源や文化資源を「点」で終わらせずに、「面」(球磨村一体)として、球磨村全体を周遊してもらう計画をつくります。

球磨村観光振興計画の位置付け

本計画は、球磨村の最上位計画である「第6次球磨村総合計画後期基本計画」に定められている、「観光の振興」に特化した具体的な計画として位置付けます。



計画の期間

観光振興計画の対象期間は、令和7年度から令和11年度の計5年間とします。

球磨村の観光が抱える課題解決、また、観光業の更なる発展に向けて、前半の2年を「助走期間」として目指すべき姿の実現に向けて基盤を固め、後半の3年間は、計画の見直し、必要に応じて内容の修正をおこなった上で、5年後の目指すべき姿の実現に向けて「跳躍期間」とします。

助走期間

令和7年度
(2025年)

令和8年度
(2026年)

跳躍期間

令和9年度
(2027年)

令和10年度
(2028年)

令和11年度
(2029年)

振り返りと計画の見直し

年4回の進捗確認

- 年に4回程度、関係者が集まる場を設け、計画に対する進捗状況の確認を行います。
- 進捗状況によっては内容を見直し、次のアクションへとつなげます。

計画の本格稼働

定期的な進捗共有の場を設定

- 計画運用開始後も、定期的に関係者が集まる場を設け、進捗の確認を行います。
- 新たなアクションが必要な場合は、都度協議し、決定していきます。



目指す方向性

球磨村のバラエティに富んだ台地が基になって、地域ごとに特徴的な観光資源が存在しています。この球磨村ならではの“価値”＝**唯一無二の強み**を生かしたコンテンツを造成し、点から線へ、線から面へと観光振興を図ってまいります。

球磨村ならではの“価値”
+
球磨村に足りていないこと
+
球磨村で“実現したいこと”

球磨村観光振興の方向性

- ①まずは、観光振興の基盤である観光組織の設立と体制づくりを整備します。
- ②絶景や鍾乳洞、球磨川、棚田、温泉、縁起、学びといった観光資源を軸に稼げる観光コンテンツを造成していきます。
- ③広域連携による周遊観光のポイントとして、旅行商品等の造成を行います。
- ④確かな誘客に繋がる情報発信体制を整備します。
- ⑤球磨村の魅力を伝える人材（ガイド等）を育成します。
- ⑥球磨村観光振興の底上げを図るため、特産品や食の開発及び提供する場の設置などについて、関係事業所や住民と連携し取組みます。

想定ターゲット

①近隣エリアに住むファミリー層

熊本県や鹿児島県をはじめ、近隣である九州圏内に住むファミリー層。アクセス性の良い場所に住んでいるのでリピートして来訪してもらえる可能性が高く、自然体験等のお子様と楽しめるアクティビティを楽しんでもらいます。



②国内団体客層

一般顧客をはじめ、学校や企業単位でも団体客を受け入れ、「復興」や「教育」をテーマにした教育型旅行を提供。球磨村の3億年前からの自然と共に生きる価値や意味を学び、災害と向き合うことも学ぶプログラム。



③インバウンド顧客層（アジア系中心）

近年増加するインバウンド顧客は「稼ぐ観光」を目指すうえで必要な観光客層です。とくに、九州から近いアジア圏（台湾、香港、韓国、中国）のインバウンド顧客をメインに受け入れる準備を行っていきます。



④首都圏に住むアクティブ層

国内遠方客ですが、アウトドア好きや、球磨村の自然や文化に関心のある首都圏在住のアクティブ層もサブターゲットとして検討をしていきます。人吉温泉に宿泊する遠方客への付加価値体験として球磨村へ誘導することも検討。



日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）への取り組み

新型コロナウイルス感染症による観光客の減少や、令和2年7月豪雨による被災からようやく復旧・復興が進み、観光客は少しずつ戻りつつありますが、まだまだ災害前のにぎわいは取り戻せていない状況です。

今後は「球磨川」や「球泉洞」、「棚田」、「温泉」などの魅力ある地域資源を磨き上げ、他地域と差別化を図ることで観光客の増加を図ります。

本計画は、観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を踏まえた計画とし、新たな観光の流れに対応できる観光資源の発掘・磨き上げに努め、持続可能な観光立村球磨村を目指します。



「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」とは

持続可能な観光の推進に資するべく、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）等が多面的な現状把握の結果に基づき、持続可能な観光地マネジメントを行うための観光指標で、日本の特性を各項目に反映した上で、観光地向けの持続可能な観光の国際基準「GSTC-D（Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations）」に準拠した指標となっている。

アンケート調査

本計画を策定するにあたり、アンケート調査を実施しました。その回答結果から見えてきた課題と解決するための基本目標は以下のとおりです。

球磨村全体での観光促進

熊本空港利用者の31.9%、球磨村来村者の92%が観光目的と回答していますが、訪問した観光地は「球泉洞」と「球磨川」が中心となっています。

球泉洞や球磨川（ラフティング）自体が目的地となってしまうしており、球磨村そのものが観光地となっていないのが課題となっています。特定の資源ではなく、“球磨村”としての観光地づくりが必要です。

また、目的が達成できればすぐに次の場所へ移動してしまうのではなく、球磨村に滞在してもらうためには、宿泊施設や飲食店、お土産店なども含めた球磨村を周遊できる環境整備が必要です。

「基本目標2 | オンリーワンの観光コンテンツづくり」にて対応

効果的な情報発信

認知されているものについても、球泉洞や球磨川、球磨焼酎が中心となっており、その他の資源については、球磨村のイメージとして定着していないのが現状です。

情報収集の手段としては、WEBやSNS（じゃらん、YouTube）が最多で、口コミを参考にする方も多くなっています。様々な媒体で定期的に最新情報を提供していくことはもちろんですが、いつ、どのタイミングで何の媒体を通して発信するのか、分析、戦略づくりをしていくことも重要です。

「基本目標3 | 情報発信機能の強化」にて対応



▲設置したチラシ
(紙回答用)



▲設置したチラシ
(WEB回答用QRあり)

他地域との連携

球磨村を訪れる方は、熊本市内や阿蘇、人吉等を周遊されている方が多く、球磨村単体での旅行者は少ないのが現状です。

球磨村単独が目的地となるわけでは無く、人吉市や熊本県内他地域を周遊される実態があります。

まずは人吉・球磨エリア、阿蘇、熊本市内、鹿児島県、最終的にはインバウンドも見据え、**他地域と連携したプローションや周遊コンテンツの造成等**、エリア全体での誘客に取り組む必要があります。

「基本目標4 | 地域連携による連携」にて対応

球磨村全体での取り組み

現状は、各事業者がそれぞれで実施内容を考え、取り組んでいる状況ですが、集客方法や集客状況も事業者ごとに異なっており、また、一定のコンテンツのみが球磨村のイメージとして定着してしまっている状況を作りだしています。

観光促進や情報発信、他地域との連携に至るまで、観光事業者が独自で実施していても、結果として球磨村全体での取り組みにはなりません。**“球磨村”としての観光地化を進めるためには、地域が一丸となって取り組んでいくことが必要です。**

それには球磨村として進むべき方向性を定める必要があります、それを取りまとめる組織が重要となります。

「基本目標1 | 観光推進体制の設立」にて対応

コンセプト

“観光まちづくり”のコンセプト

観光の受入環境を整備するには、まずは村内の住民や事業者が連携して、観光まちづくりを行う必要があります。そのため、**地域の住民や事業者向けのコンセプトを設定し、今後の観光振興を担う村民のスタンスを明確にします。**

流れ集い輝け球磨村



球磨村を流れる球磨川はたくさんの支流があることから、歴史的にヒト・モノ・コトが流れ集う環境にあり、様々な魅力が結集してきました。そのようなことが積み重なり、球磨村は輝きを放てる場所になりました。

観光振興において、国内外のヒト・魅力的なモノ・球磨村でしか体験できないコトを集わせて、球磨村が輝きを放てる観光地として前進していきます。

そのために、村民が一致団結して、いろいろなことにチャレンジし、球磨村がこれからも輝ける“まちづくり”をみんなで中長期的に実行していきます。

“観光客向けプロモーション”コンセプト

観光客向けに発信する対外的なプロモーション用のコンセプトです。球磨村の唯一無二の価値である絶景や鍾乳洞、球磨川、棚田、温泉、縁起、学びを前面に発信していきます。

神秘・感動・癒し

三億年の大地と日本の原風景が息づく村
球磨村

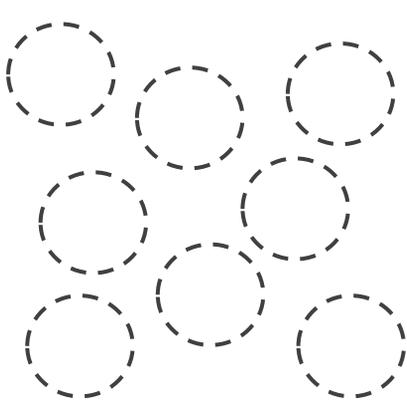


「神秘」は、3億年前から形成された自然や地形、鍾乳洞、などの神がかったものを表し、「感動」は、絶景や鍾乳洞、球磨川、棚田などの体験による感動を表し、「癒し」は、自然、絶景、温泉といった心身を癒やす球磨村ならではの地域資源を表しています。

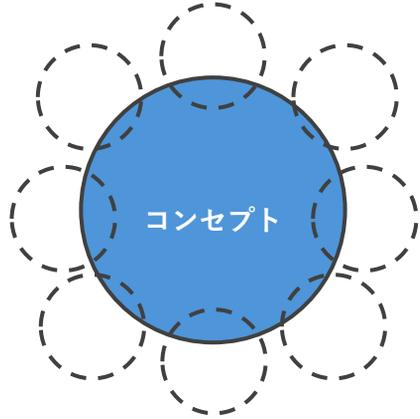
球磨村の3億年の時が形成した大地と日本の原風景と出会う球磨村の魅力を発信し、人の暮らしや自然に没入でき、神秘的な癒しや感動が待っていることを伝えていきます。

コンセプト設定の重要性

コンセプトとは、「全体を貫く独自の観点・視点・考え方」です。
魅力的な要素（観光資源）が点在している中、コンセプトをつくることで、その要素をまとめられます。
一貫した方向性を定めることができるので、コンセプトを設定することは非常に重要になります。



バラバラしている要素（観光資源）



コンセプトを軸に要素をまとめられる
＝一貫性が生まれる

村内の住民や事業者向けの「まちづくり」の視点でのコンセプトと、対外的に発信していく観光客向けの「プロモーション」の視点でのコンセプトを軸に、球磨村が目指す姿を実現できるように球磨村の観光に対する概念や考え方を共有します。

村内向け＝“まちづくり”
コンセプト



観光客向け＝“プロモーション”
コンセプト



4つの基本目標と具体事業

基本目標

基本施策



1. 観光推進体制の設立

1. “動く”・“稼ぐ”観光組織づくり

2. ガイド育成や後継者の発掘

3. 観光客の受入体制の整備



2. オンリーワンな
観光コンテンツ
づくり

4. 観光資源の高付加価値化

5. 滞在型観光の実現

6. 過ごしやすい観光の整備

具体事業

1-1. 自立できる組織の設立

村の観光の中核を担う観光組織を立ち上げ、民間主導の“動く”、“稼ぐ”運営をしていきます。ツアー造成や施設運営等で事業収益を上げて、自走する組織づくりを目指します。

2-1. 村のスペシャリストを育成

魅力的な観光地にしていくうえで、村のスペシャリスト＝ガイドを育成する必要があります。本村の歴史、伝統、文化、自然、食、施設、そして村民のことに深い知識を持ったガイドを育成します。

2-2. 後継者の発掘

本村の伝統文化に精通している人材を絶やさないために、球磨村の伝統文化を継承する人材の発掘と育成に注力します。

3-1. 国内外の顧客対応の整備

近隣エリアおよび遠方から来訪する日本人客、そして海外から来訪するインバウンド客を確実に受け入れる体制を整備し、快適で充実した観光コンテンツ提供（外国語対応含む）をしていきます。

4-1. 観光資源を活かした周遊観光

すべてのシーズンで、絶景や鍾乳洞、球磨川、棚田、温泉、縁起、学びを軸に村全体を楽しめる周遊型の観光コンテンツを完成させます。

4-2. 宝の発掘と観光商品化・特産品開発

輝く地域資源を掘り起こし、新しい観光コンテンツを開発していきます。村の暮らしをそのまま体験できるツーリズムや特産品開発等の企画・販売を検討します。

5-1. 滞在できる施設の整備

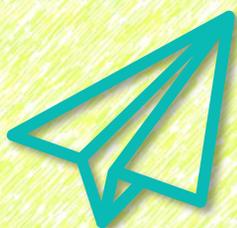
現状、ゆっくり過ごせる観光施設が少ない課題をふまえて、来村した観光客が少しでも長く滞在できる飲食店や宿泊施設の環境整備、充実したサービスの提供を実現することを目指します。

6-1. 観光案内環境の整備

観光案内所、観光トイレ、案内看板等の観光客が快適に過ごせる観光施設の環境整備も取り組んでいきます。安心して観光を楽しんでもらうための環境整備を心掛けます。

基本目標

基本施策



3. 情報発信の強化

7. 球磨村のブランディング

8. 定期的な情報発信



4. 地域連携による誘客

9. 村内連携による商品開発

10. 近隣エリアと連携した商品開発

11. 近隣エリアとの共同PR

具体事業

7-1. ブランディング方針策定

球磨村ならではの価値やコンセプトワード「癒し・神秘・感動」を打ち出すうえで、ブランディングの方針を決定します。

そのブランディング方針をもとに、プロモーションで使用する写真や動画のビジュアル、キャッチコピー、広報物の制作等を行い、積極的に情報発信をしていきます。

8-1. 情報発信体制の構築

継続的に情報発信をするうえで、誰が、どのくらいの頻度で情報発信をしていくかを検討する体制が必要になります。事業者が個々で発信することは引き続き実施し、村として公式に情報発信できる仕組みを構築していきます。

8-2. 情報コンテンツの開発

世の中のトレンド、季節性、社会性等に合わせて、情報コンテンツ（写真、動画、冊子等）を開発し、それをどの媒体（マスメディア、SNS等）で掲載するかを戦略的に検討し、情報発信をしていきます。また、発信した内容に関する問い合わせ対応ができる体制も構築します。

9-1. 村内事業者と連携した観光商品開発

絶景や鍾乳洞、球磨川、棚田、温泉、縁起、学びの観光資源を活かしながら、そのほかの地域資源と地域事業者とも連携し、村内を周遊できる観光商品開発に着手していきます。

10-1. 人吉・球磨・八代・芦北での観光商品開発

近隣エリアには国内外の観光客が多数訪れていることから、周辺での観光とセットで、球磨村へも来訪してもらえるような中長期滞在型の観光商品を開発することも検討していきます。近隣エリアと相互連携することで相乗効果を生みます。JR肥薩線とくま川鉄道とも連携した観光商品を開発します。

11-1. 近隣エリアとの共同PR

近隣エリアと連携して観光商品を開発し、その内容を共同でプロモーションして認知を高めることも必要になります。情報発信、広告運用、イベント等での相互連携を意識し、とくに人吉・球磨・八代・芦北エリアのファンと一緒に増やす取り組みをしていきます。

基本目標1 「観光推進体制の設立」

「観光推進体制の設立」に向けたアクションプラン案

基本施策

具体事業

1. “動く”・“稼ぐ”観光組織づくり

1-1. 自立できる組織の設立

【実施内容】

- ✓ 村の観光の中枢を担う観光組織を立ち上げ、**民間主導で動く観光組織を設立**
- ✓ ツアー造成や施設運営等で事業収益を上げて、**自走する組織を誕生させます**

【実施主体】

- ・ 役場、地域事業者、民間企業

【実施時期】

- ・ 令和7年度：組織体制検討、組織設立。物販事業、観光施設運営の事業開始等
- ・ 令和8年度：新規事業の検討、人材育成、観光商品開発、プロモーション強化等
- ・ 令和9年度：事業収益を確保し、完全民間主導で組織を運営

2. ガイド育成や後継者の発掘

2-1. 村のスペシャリストを育成

2-2. 後継者の発掘

【実施内容】

- ✓ 村のスペシャリスト＝ガイドとして、**看板となる観光案内人を育成**します
- ✓ 球磨村の伝統文化を継承し、**村に精通する人材を発掘・育成**します

【実施主体】

- ・ 地域事業者、観光協会、観光推進組織

【実施時期】

- ・ 毎年度、適宜実施

3. 観光客の受入体制の整備

3-1. 国内外の顧客対応の整備

【実施内容】

- ✓ 近隣エリアおよび遠方から来訪する**国内外の観光客の受入体制の整備**
- ✓ **快適で充実した観光コンテンツ提供**（外国語対応含む）

【実施主体】

- ・ 地域事業者、観光協会、観光推進組織

【実施時期】

- ・ 令和7年度：市場調査、国内観光客向けの受入体制整備、コンテンツ開発
- ・ 令和8年度～：インバウンド向けの受入体制整備、コンテンツ開発

基本目標2「オンリーワンの観光コンテンツづくり」

「オンリーワンの観光コンテンツづくり」に向けたアクションプラン案

基本施策

4. 観光資源の高付加価値化

具体事業

4-1. 観光資源を活かした周遊観光

4-2. 宝の発掘と観光商品化・特産品開発

【実施内容】

- ✓ 年間を通して、球泉洞と球磨川を軸に村の周遊型観光コンテンツを完成させます
- ✓ 観光商品化されていない村の宝を活用したコンテンツづくり、特産品開発を実施

【実施主体】

- ・ 地域事業者、役場、観光協会、観光推進組織

【メインターゲット】

- ・ 近隣エリアに住むファミリー層、インバウンド顧客

【実施時期】

- ・ 令和7年度：企画検討、チーム体制構築、コンテンツづくり
- ・ 令和8年度～：実証的にツアー実施、顧客満足度調査、コンテンツの改善等

5. 滞在型観光の実現

5-1. 滞在できる施設の整備

【実施内容】

- ✓ 来村した観光客が長く滞在できる飲食店や宿泊施設の環境整備
- ✓ 充実したサービスの提供を実現し、観光消費額の増加を目指します

【実施主体】

- ・ 地域事業者、観光協会、観光推進組織

【メインターゲット】

- ・ 全てのお客様

【実施時期】

- ・ 令和7年度～：企画検討、運営体制の検討。その後、順次準備開始

6. 過ごしやすい観光の整備

6-1. 観光案内環境の整備

【実施内容】

- ✓ 観光案内所、観光トイレ、案内看板等の快適に過ごせる観光施設の環境整備

【実施主体】

- ・ 地域事業者、役場

【実施時期】

- ・ 令和7年度～：必要な観光環境の検討、適宜制作・設置

基本目標3 「情報発信機能の強化」

「情報発信機能の強化」に向けたアクションプラン案

基本施策

7. 球磨村のブランディング

具体事業

7-1. ブランディング方針策定

【実施内容】

- ✓コンセプトに沿った**ブランディングの方針を決定**します
- ✓ブランディング方針をもとに、**プロモーションの方法や広報物の制作等**を行います

【実施主体】

- ・役場、地域事業者、観光推進組織

【メインターゲット】

- ・近隣エリアに住むファミリー層およびインバウンド顧客を意識したブランディング方針の検討

【実施時期】

- ・令和7年度：ブランディング方針の決定、広報戦略の策定等

8. 定期的な情報発信

8-1. 情報発信体制の構築

8-2. 情報コンテンツの開発

【実施内容】

- ✓ブランディング方針に沿った**情報発信体制の構築（チーム結成）**
- ✓**情報発信の目標設定**（媒体選定、発信頻度、フォロワー数等）
- ✓継続的に**情報発信するコンテンツの検討と発信頻度等のルール作り**

【実施主体】

- ・地域事業者

【実施時期】

- ・令和7年度～：体制づくり、目標設定、情報コンテンツ開発、継続的な発信等

アクションプランイメージ（適宜修正・更新を予定）

基本目標4「地域連携による誘客」

「地域連携による誘客」に向けたアクションプラン案

基本施策	具体事業
9. 村内連携による商品開発	9-1. 村内事業者と連携した観光商品開発
<p>【実施内容】 ✓球磨川ラフティングや球泉洞の二大観光資源を活かしながら、そのほかの地域資源と地域事業者とも連携し、村内を周遊できる観光商品開発に着手します。</p> <p>【実施主体】 ・地域事業者、役場、観光推進組織</p> <p>【メインターゲット】 ・活用する地域資源や連携する事業者によってターゲットを選定</p> <p>【実施時期】 ・令和7年度：企画検討、連携先の選定、商品開発準備等 ・令和8年度～：観光商品の一般販売、顧客満足度調査、商品の継続的な開発、改良等</p>	
10. 近隣エリアと連携した商品開発	10-1. 人吉・球磨・八代・芦北での観光商品開発
<p>【実施内容】 ✓近隣エリアと連携した滞在型の観光商品の開発（インバウンド向けも含む）</p> <p>【実施主体】 ・地域事業者、役場、観光協会、JR肥薩線、くま川鉄道</p> <p>【メインターゲット】 ・国内団体客層、首都圏のアクティブ層、インバウンド顧客</p> <p>【実施時期】 ・令和7年度：近隣エリアの自治体との協議、企画検討、観光商品の造成準備等 ・令和8年度：一般向けに商品販売、顧客満足度調査、商品改良等</p>	
11. 近隣エリアとの共同PR	11-1. 近隣エリアとの共同PR
<p>【実施内容】 ✓近隣エリアの共同プロモーションを強化し、球磨村の認知を高めます。 ✓継続的に共同で情報発信やイベント等を実施し、球磨村のファンを増やします。</p> <p>【実施主体】 ・地域事業者、役場、観光協会</p> <p>【実施時期】 ・令和7年度～：人吉・球磨・八代・芦北エリアの自治体と協議、企画検討等</p>	

球磨村観光振興計画＜概要版＞

令和7年(2025年)3月発行

発行元 | 球磨村役場復興推進課

〒869-6401

熊本県球磨郡球磨村大字渡丙1730番地

TEL0966-32-1114 FAX0966-32-1141
