

球磨村 観光振興計画



2025.3
Kuma Village

村長あいさつ



球磨村は、村の北側に石灰岩のカルスト地形や鍾乳洞が群生する1～2億年前の台地が広がり、九州最大の鍾乳洞「球泉洞」や「メガロドン」（二枚貝）の化石や日本最大の開口部で国名勝の「神瀬石灰洞窟」などがあります。中央の部は、250万年～1億年前の固い台地から成り、急流球磨川の迫力のある流れによるラフティングや川沿いをドライブする景勝スポットとなっています。また南部は1万年～500万年前の火山堆積物で形成された「松谷棚田」や「鬼ノ口棚田」「一勝地梨園」などが広がるほか、一勝地温泉などがある豊かな台地です。このように球磨村には、他に類を見ない貴重な資源が豊富にあります。

令和2年7月豪雨災害では、8時間にも及ぶ線状降水帯が人吉球磨地域に居座り、土砂災害や河川の氾濫による浸水被害が発生し、球磨村では25名の尊い命と多くの家屋や農地、山林、公共施設が被災する未曾有の大水害を経験しました。

あれから5年が経過し、多くのご協力により住民の生活基盤の回復やインフラの復旧を優先的に取組み、ようやく復旧から復興へのステップへ足を進めることができるようになりました。

観光は、地域経済の発展に寄与し、文化や歴史を次世代へと受け継ぐ大切な要素です。これは仕事創生や移住定住に繋がり、引いては人口維持に繋がる重要な役割があります。この計画を通じて、地域の魅力を最大限に引き出し、訪れる方々の心に残る体験を提供できることを目指していきます。

結びになりますが、本計画策定にご尽力いただきました委員の皆様、関係機関の皆様にご心より感謝申し上げます。今後とも球磨村の観光振興にご支援ご協力賜りますようお願い申し上げます。

球磨村長 松谷 浩一



目次

Contents

第1章 計画策定の趣旨・背景

1	計画の趣旨・背景	6
---	----------	---

第2章 球磨村を取り巻く現状と課題

1	球磨村の基本情報と観光資源	12
2	観光動向	16
3	アンケート調査	
3-1	熊本空港利用者の観光動向・調査結果	28
3-2	球磨村来訪客の観光動向・調査結果	34
3-3	調査結果のまとめ	42
4	球磨村の観光の課題・方向性	44

第3章 球磨村が目指す姿

1	目指す方向性	48
2	コンセプトの設定と共有	54
3	基本目標と実施施策	56

第4章 観光振興計画の遂行（アクションプラン）

1	目標設定と成果指標	66
2	アクションプランについて	68

補足資料

1	策定委員会・検討部会 委員名簿	76
---	-----------------	----



第1章

計画策定の趣旨・背景





観光振興計画策定の背景・目的

日本において、人口減少や高齢化によって個人の生産力や消費が減少することが予測されている中で、地域の産業の衰退や文化の消滅等が懸念されています。若者がいなくなれば、地域産業の担い手がいなくなり、地域の伝統技術、伝統産業も失われます。

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。

観光業とは、観光客向けの旅館やホテル、航空会社やバス会社だけでなく、飲食業やお土産や名産品の製造業等も含まれます。その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・向上させていくことが可能となります。そのためには、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。

そこで、「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

球磨村観光振興計画は、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

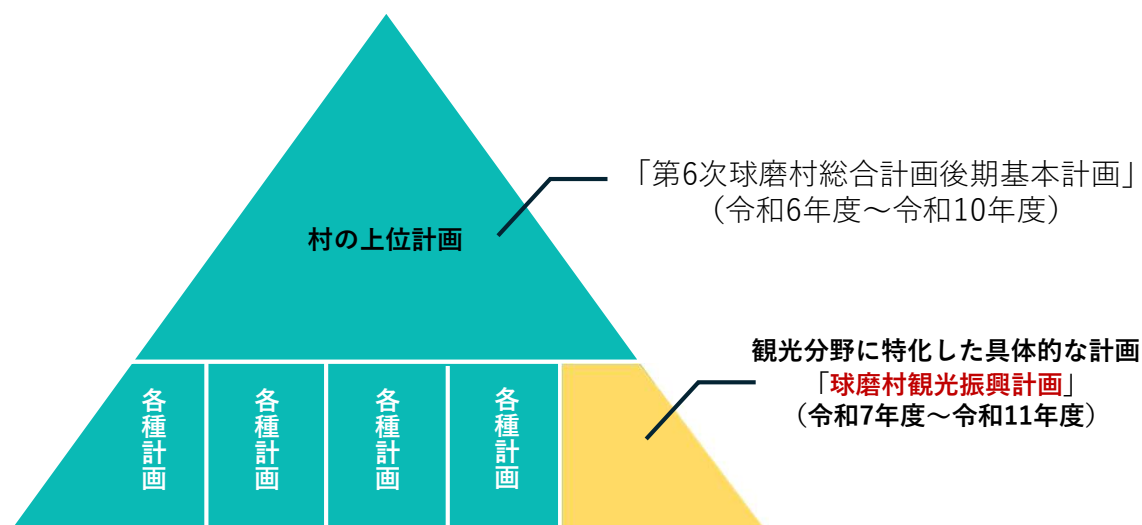
“人を起点”に地域と目線を合わせた計画設計や合意形成を図り、地域と村民の主体性を尊重した計画をつくります。

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づけ

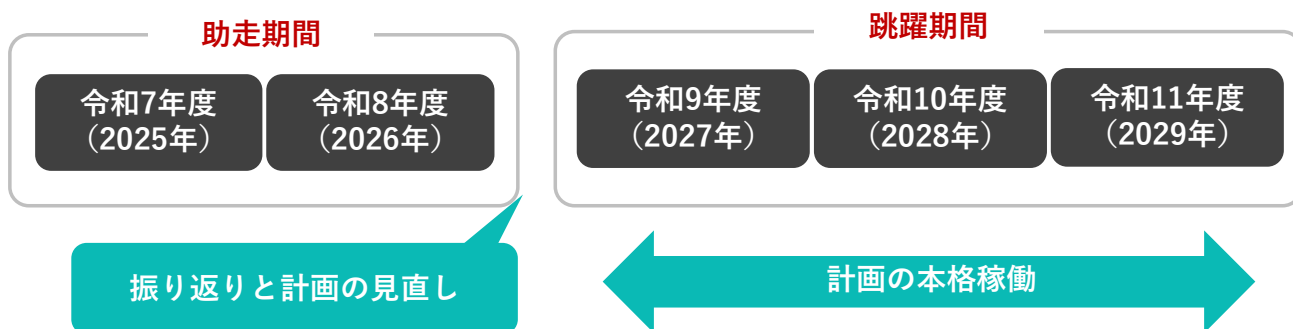
球磨村観光振興計画は、球磨村の最上位計画である「第6次球磨村総合計画後期基本計画」に定められている、「観光の振興」に特化した具体的な計画として位置付けます。



球磨村観光振興計画の対象期間

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年間で「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。



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。



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。

策定委員会と検討部会

本計画を策定するにあたり、「策定委員会」と「検討部会」の二種類の会議体を設置し、役場、事業者、関係組織が、各役割において議論を進めました。

策定委員会

計画の基本理念や策定における意義・目的など、計画全体の根幹にかかわる部分について
最終的な承認・決定を行う組織

【策定委員会で決議した内容】

- ・観光振興計画策定方針の共有・決定
- ・村が目指す姿（コンセプト）の共有・決定
- ・ターゲット、基本施策、重点施策の共有・決定
- ・目標指標、推進体制の共有・決定
- ・アクションプランの共有・決定 等

検討部会

観光における課題や実行したいことを現場視点で洗い出し、その**課題解決や実行に向けた取り組みの協議を行う組織**

【検討部会で議論した内容】

- ・球磨村の現状や課題の共有・議論
- ・観光動向調査（データ）の共有
- ・村が目指す姿（コンセプト）の協議
- ・ターゲット、基本施策、重点施策の協議
- ・目標指標、推進体制の協議
- ・アクションプランの協議 等

策定委員会、検討部会は、それぞれ以下の日程で開催しました。

策定委員会

第1回 9月24日

- ・観光振興計画の目的と位置づけについて
- ・各委員紹介
- ・策定委員会について
- ・計画策定方針(方向性)に関する共有・決定
- ・目指す姿ターゲットについて（議論）
- ・観光動向関連調査の共有 等

第2回 11月5日

- ・球磨村の現状や課題の共有
- ・観光振興計画のコンセプト、基本施策案の共有・決定
- ・（追加）観光動向関連調査の共有
- ・観光推進体制について（議論） 等

第3回 12月3日

- ・基本施策、重点施策の共有・決定 等

検討部会

第1回 10月16日

- ・目指す姿（方向性）に関する共有
- ・球磨村の現状や課題の共有・協議
- ・観光動向関連調査の共有
- ・コンセプト、基本施策の柱づくり等のワーク

第2回 11月19日

- ・基本施策、重点施策のワーク
- ・観光推進体制についての協議 等

第3回 12月17日

- ・目標指標、推進体制の協議
- ・渡小学校跡地の利活用の協議 等

第2章

球磨村を取り巻く 現状と課題





基本情報

球磨村は、熊本県の南部に位置し、昭和 29 年（1954 年）に旧渡村、旧一勝地村、旧神瀬村の3か村が合併して発足しました。東は人吉市及び山江村、西は葦北郡芦北町、南は水俣市及び鹿児島県伊佐市、北は代市に接し、東西 13km、南北 25km、総面積 207.58km²であり、その 88%を森林が占め、村全体が山岳地帯となっています。

村の中央には、日本三急流の一つである「球磨川」が東西に流れ、川を挟んで南に国見山、北に白岩山など 700m 以上の山々がそびえ、これらの山岳を縫って大小無数の川が球磨川に注いでいます。

年間平均気温は、16℃（最高 31.6℃、最低 -6.4℃）で冬季と夏季の寒暖の差が大きく、やや大陸的変化のある気候となっており、降雨量は比較的に多く、年間 2,300mmを超えています。主な産業は、農業と林業です。

地質は、白岩山と大坂間を結ぶ線を境として、北西部は古生層中部二畳系に属し、石灰岩が広範囲に露出しています。南東部は、中世層上部白亜系に属し、地勢は幾分緩やかですが、土層は深く、通気性も良く、球磨川左岸の南部地帯は、肥薩火山群の噴出堆積物により形成されていると言われています。



主な観光資源

○球磨川



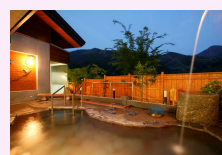
○鍾乳洞



○棚田



○温泉



○縁起等



主な特産品

○一勝地梨



○棚田米



○赤豚



○ジビエ



○焼酎



○加工品等



災害からの復興

令和2年7月4日未明、球磨川および支流の増水氾濫により、幹線道路が次々に浸水や決壊、土砂流出等で通行不能になり、ほぼすべての集落が孤立状態となりました。

自衛隊、消防、警察、民間による救出が開始され、各方面からアタックが行われましたが、壮絶な被災現場に、一時断念や他のルートによる再アタックを行うも、困難を極め、救出に時間を要しました。

球磨村では今回の災害により、25名もの尊い命が奪われ、住宅や道路・橋梁等の多くの貴重な財産が傷つきました。そして、住宅に大きな被害を受け、仮設住宅での仮の生活を余儀なくされ、住まいを含めた生活再建の行く末に悩みや不安を抱えられている 村民の方々が多数いらっしゃいます。



▲令和2年7月豪雨災害「記憶と検証」記録誌

球磨村では、令和2年10月に「球磨村復旧・復興基本方針」、令和3年3月に「球磨村復興計画」を策定しました。

策定にあたっては、復興計画に掲げている5つの方向性のうち、「1. 【くらし】被災者の生活再建」と「5. 【そなえ】災害に強いむらづくりに向けた復旧と備え」の2分野を最優先に取り組むべき事項と考え、住まいの確保や治水対策、災害リスク等、各地域が抱える問題について議論を重ね、復興まちづくり事業として取り組むべき内容を整理しました。



▲（例）渡 まちづくり計画図【R6.3.29更新】

主な観光資源

球泉洞

九州本土最大級の鍾乳洞で、全長約5,000m。約3億年前までは海中にあった石灰岩層が隆起し、少しずつ侵食を受けながら今の形にまで形成されていったと考えられ、その侵食は今もなお続いています。世界的にも貴重な鍾乳石が豊富に点在する洞内には、神秘的な魅力が豊富。

【国名勝】神瀬石灰洞窟



秩父帯（三宝山帯）

1～2億年前の地層
メガロドン（2億年前の巨大化した二枚貝）の化石やサンゴの化石などが発見されている。石灰岩を含む地層で、山頂にはカルスト台地、地下には九州最大の鍾乳洞「球泉洞」や日本最大の洞口「神瀬石灰洞窟」が並ぶ。

長名水

【九州最大の鍾乳洞】球泉洞



休暇村

一勝寺

洲田酒造本店



一勝地温泉

一勝地駅入場券

松谷棚田

松谷棚田展望所から眺める景観は絶景です。その美しい景観はまさに、美しい日本の原風景といえます。稲の緑、揺れる稲穂、霧の中に現れる様など、四季折々の美しさに魅了されます。平成11年には『日本棚田百選』に農林水産大臣より認定されていました。この美しい風景を後世に受け継いでいくための活動がされています。

毎床大桜



田舎の体験交流館
さんがうら



一勝地梨



【日本の棚田百選】
松谷棚田

肥薩火山群

1～500万年前の地層
基盤の四万十層上部の球
県境付近に連なる肥薩火
積物からなる。一勝地温
ゆずり葉台地、岳本の轟



温泉



一勝地温泉は、球磨村の美しい自然に囲まれ、肌にやさしいアルカリ性単純温泉で、美肌の湯と称されます。露天風呂の石風呂からは四季折々の球磨村の風景を堪能でき、豊かな自然とともに体と心をほぐします。



カルスト台地



沢見の展望所



大坂間構造線

四万十帯

0.25～1億年前の地層大坂間構造線に並行した斜めの層が入り、逆転した地層も見られる。急流球磨川の一番の見せ場を造りだしている。中園川には、いくつもの小段の滝がある。代表する滝は、三段の轟（坂口の滝）である。

球磨川

流

人吉湖

90～260万年前の地層人吉盆地に水が溜まり人吉湖と呼ばれる大きな湖があった。大坂間峠付近からの決壊により、現在の球磨川と人吉盆地ができたと考えられている。

【日本三急流】 球磨川



サップ



テントサウナ



ゾーブ

球磨川

日本三急流のひとつ「球磨川」。豊かな景観と生態系を形成し、流域に暮らす者の心の拠り所となっています。山間狭窄部には巨岩や多くの瀬がみられ、日本三急流の一つに数えられます。ラフティングは激流をゴムボートでくだるアドベンチャースポーツで、そのダイナミックさと爽快感は圧巻。球磨川は国内でも有数の激流を誇るスポットとして知られています。

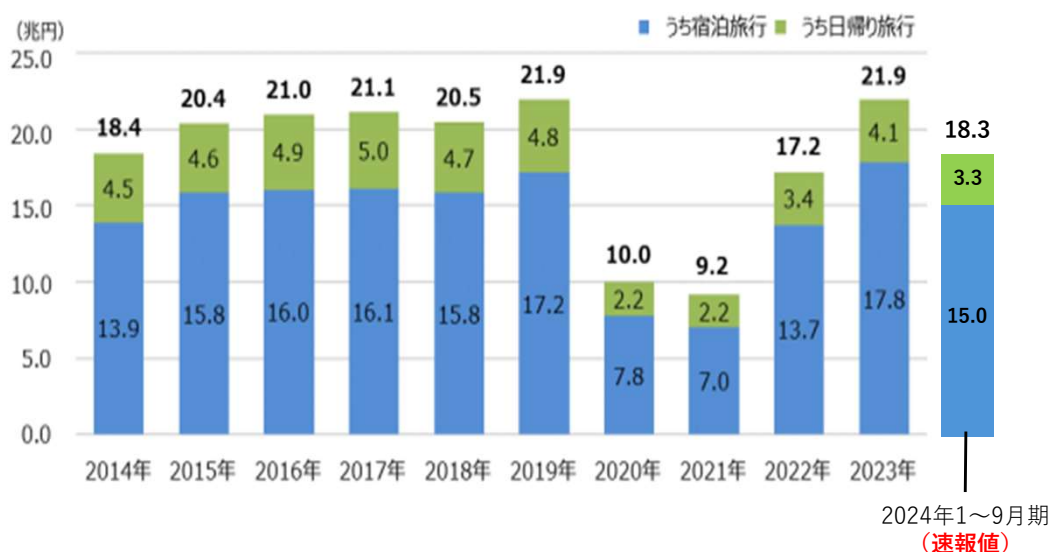


人吉盆地の雲海と朝日

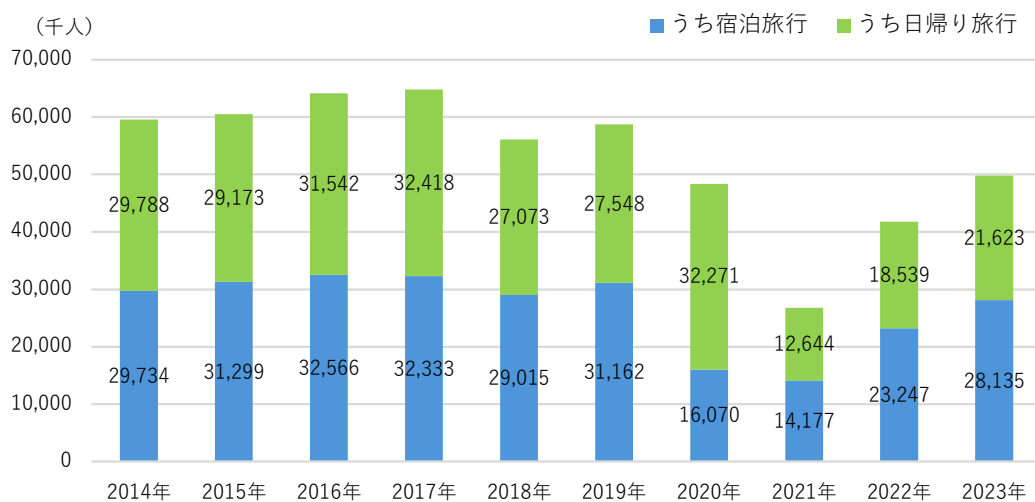
国内旅行動向の推移

2023年の日本人の国内旅行消費額は、コロナ前の2019年と比較してほぼ同数まで回復。2024年1～9月期の速報値は約18.3兆円で、2023年の年間消費額21.9兆円に迫る状態となっています。国内延べ旅行者数については2019年比で約2割減ではありますが、順調に回復傾向にあります。

日本人国内旅行消費額の推移



日本人国内延べ旅行者数の推移

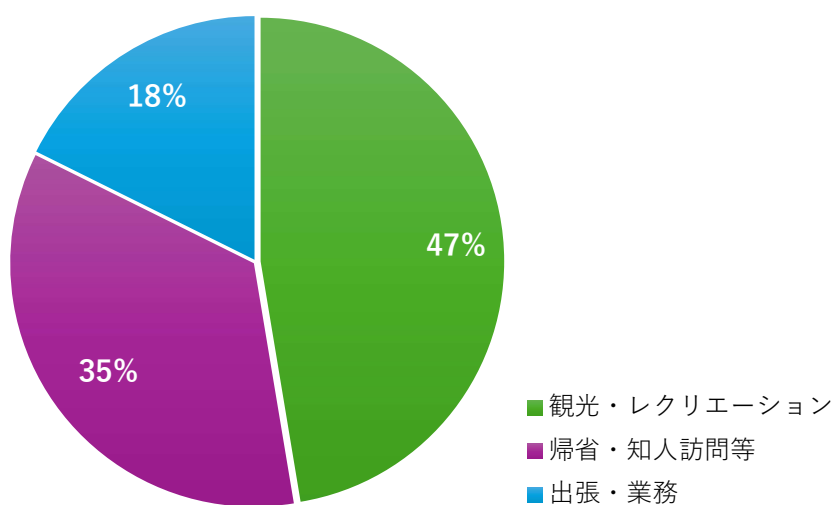


【出典】観光庁：旅行・観光消費動向調査

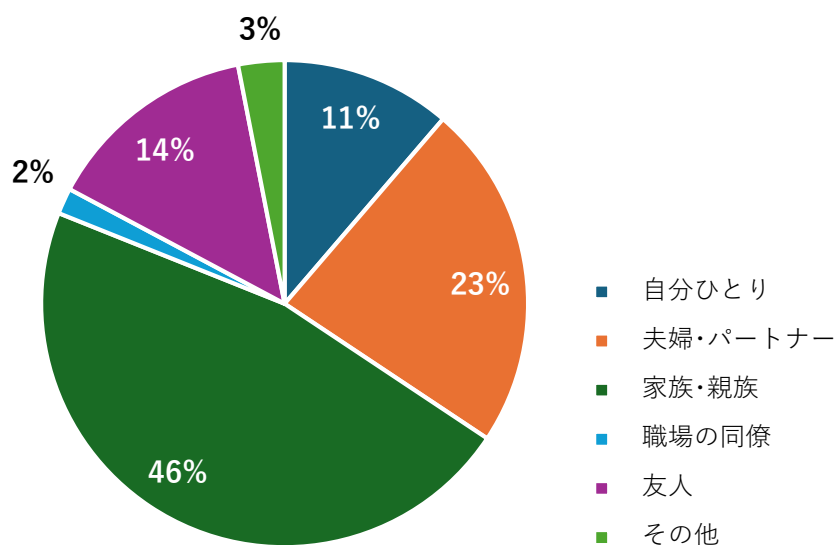
国内旅行動向の推移

2023年の日本全国の国内旅行者数は、593,771千泊、そのうち観光・レクリエーション目的が約47%と全体の約半数を占めています。

観光・レクリエーション目的のうち、46%が家族・親族との旅行、次いで23%が夫婦・パートナーとの旅行となっています。



旅行目的



旅行同行者

【出典】観光庁：旅行・観光消費動向調査

熊本県の観光動向

2023年の熊本県内の宿泊動向をみると、延べ宿泊者数は8,399,920人。その内、約64%が熊本市または阿蘇地域に宿泊している。訪日外国人観光客に限定してみると、約87%が熊本市、阿蘇地域に宿泊しており、県内他エリアの周遊につなげていない。

熊本県の観光データ（2023年）

延べ宿泊者数

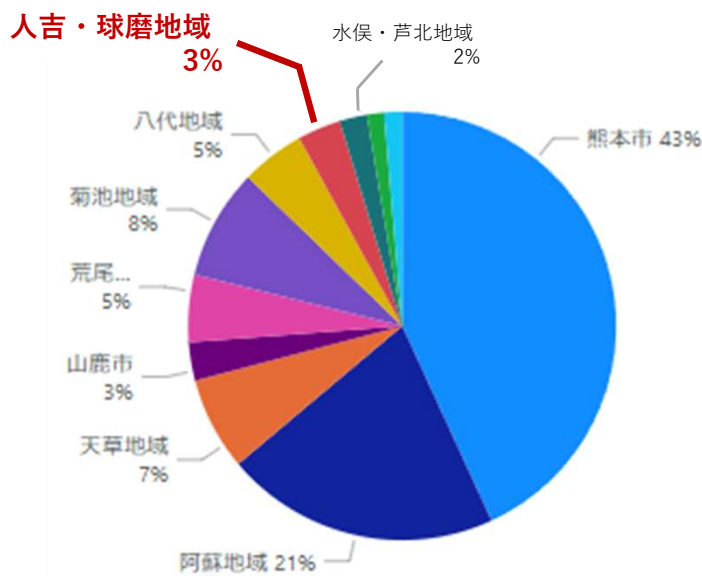
8,399,920人（前年比33.3%）

外国人延べ宿泊者数

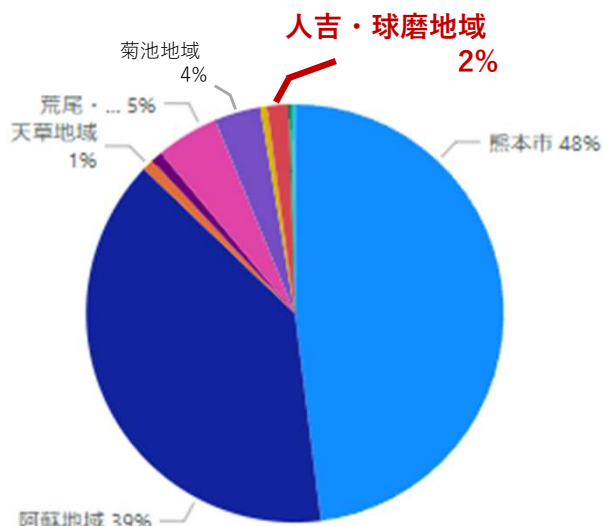
1,000,530人（前年比898.9%）

延べ入込客数

47,758,606人（前年比18.6%）



延べ宿泊者数

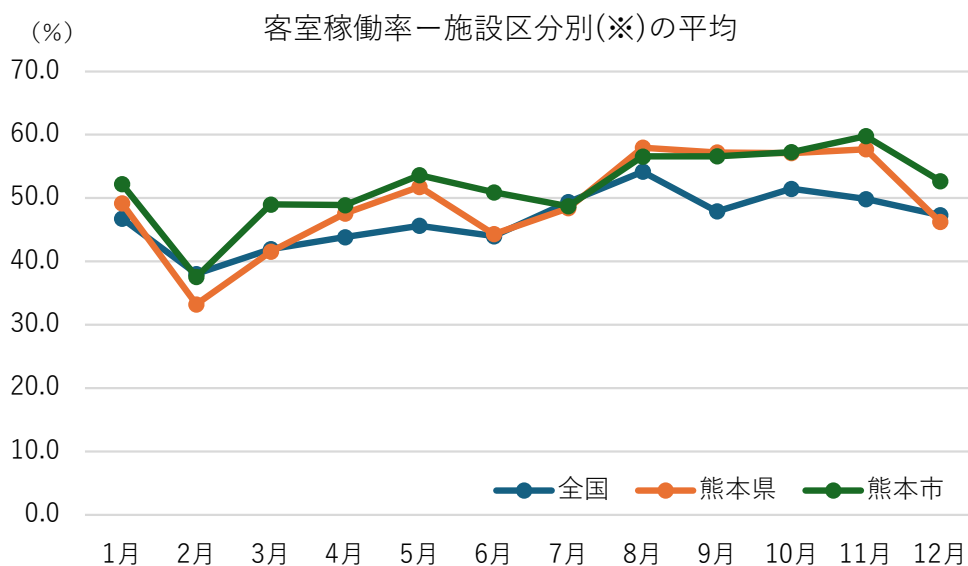


（うち、外国人延べ宿泊者数）

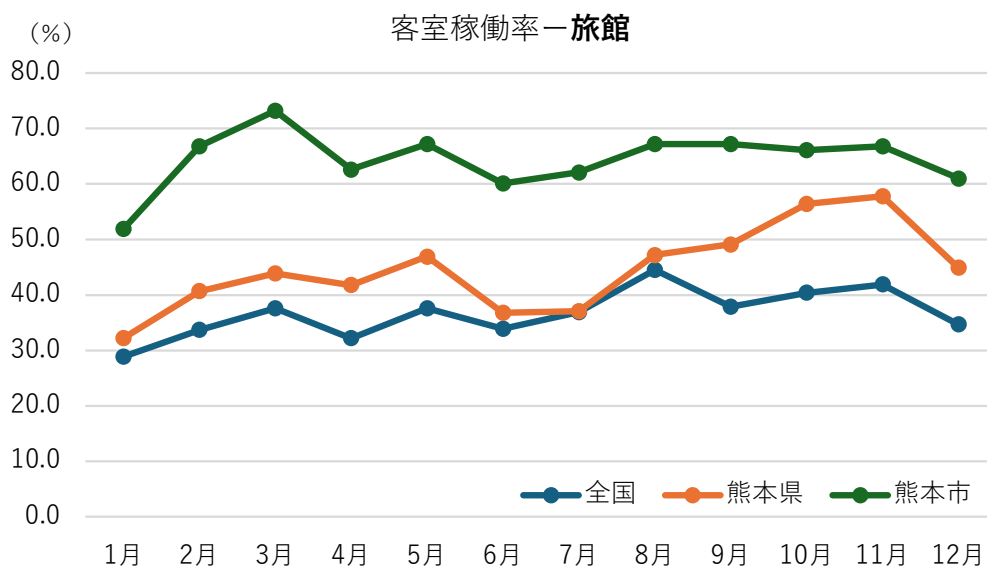
【出典】 熊本県公式観光サイト もっと、もーっと！くまもっと。

熊本県内の客室稼働率の推移

2023年の客室稼働率を見ると、施設区分別の平均値では熊本県、熊本市ともに全国より高い月が多い。【旅館】を切り取ってみると、熊本市で旅館に泊まった方は全国、熊本県よりも非常に高い結果となっています。



(※)施設区分別：簡易宿所、旅館、会社・団体の宿泊所、ビジネスホテル、シティホテル



【出典】観光庁：宿泊統計調査、熊本市：令和3年熊本市観光統計

全国から見る熊本県の観光

2023年の熊本県での宿泊者数は840万人で、全国では第20位。
九州各県と比較すると、福岡県に次いで多い宿泊者数となっています。

第9位 福岡県 2,112万人

第20位  熊本県 840万人

第21位 鹿児島県 815万人

第21位 大分県 762万人

第24位 長崎県 759万人

第40位 宮崎県 338万人

第45位 佐賀県 338万人

全 国
61,747.5 万人
熊本県 第 20 位
840.0万人

延べ宿泊者数（2023年）

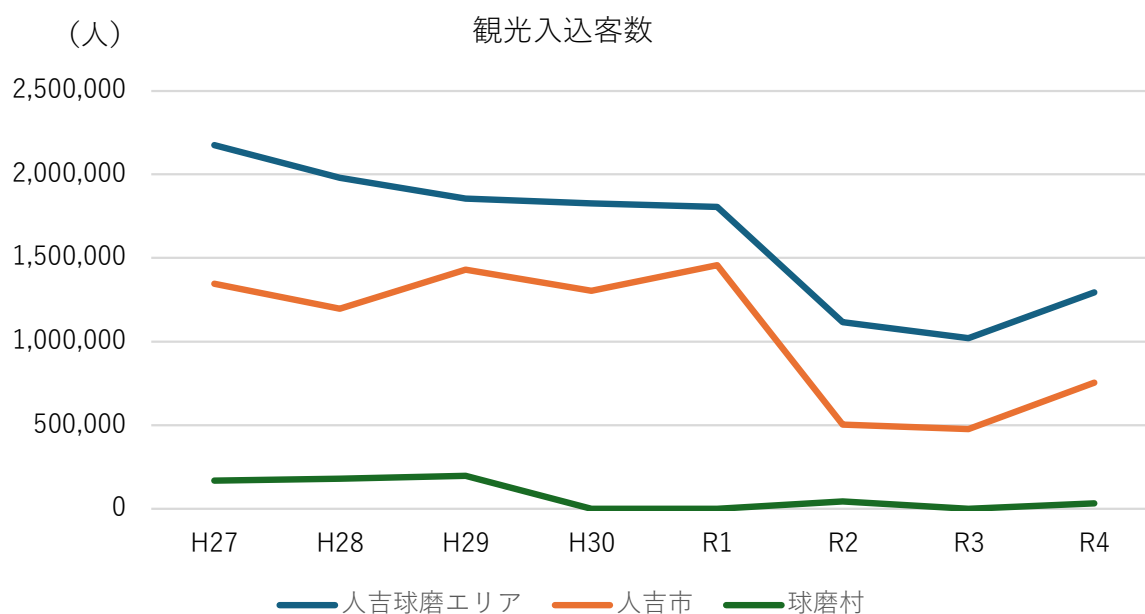
【出典】令和5年(2023年) 熊本県観光統計表



人吉・球磨エリアの観光入込客数

新型コロナウイルスの流行や令和2年7月豪雨等の影響もあり、球磨村の観光入込客数について全ては収集できていない状況ですが、人吉・球磨エリア全体では令和3年度以降の観光客数は少しずつ伸びています。

人吉市単体の観光入込客数が人吉・球磨エリアの観光入込客数の65%を占めることから、人吉市からの誘客や連携を強化することで、球磨村への誘客を更に伸ばすことが可能となります。



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
人吉球磨エリア	2,176,037	1,980,540	1,855,925	1,826,500	1,806,176	1,115,058	1,020,170	1,294,481
人吉市	1,344,942	1,196,647	1,430,188	1,302,686	1,457,299	503,251	476,944	754,681
球磨村	167,088	180,300	196,872	0	0	43,103	0	32,751

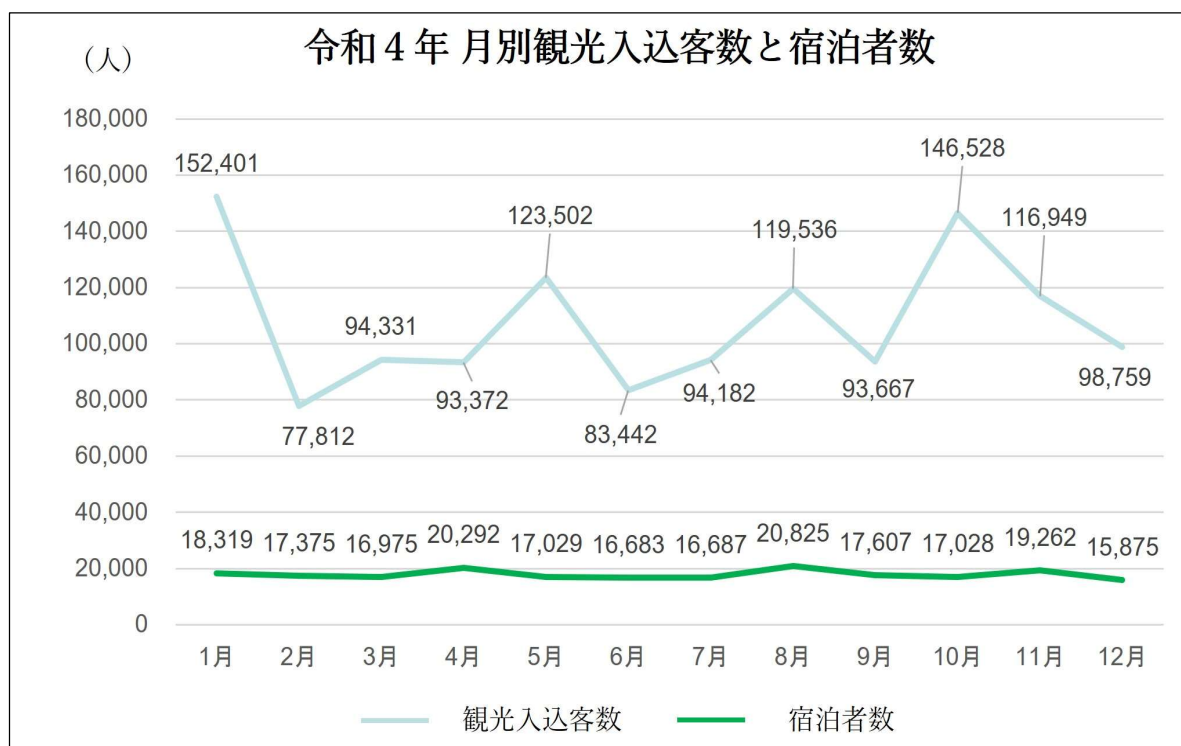
【参考】令和4年熊本県観光統計表、第6次球磨村総合計画後期基本計画

人吉・球磨エリアの宿泊客数

人吉・球磨エリア全体で見ると、1月、5月、10月が観光客数が多くなる傾向にあります。

宿泊者数については、観光入込客数の多い時期と比例して多い訳ではなく、4月と8月が多い傾向にあります。

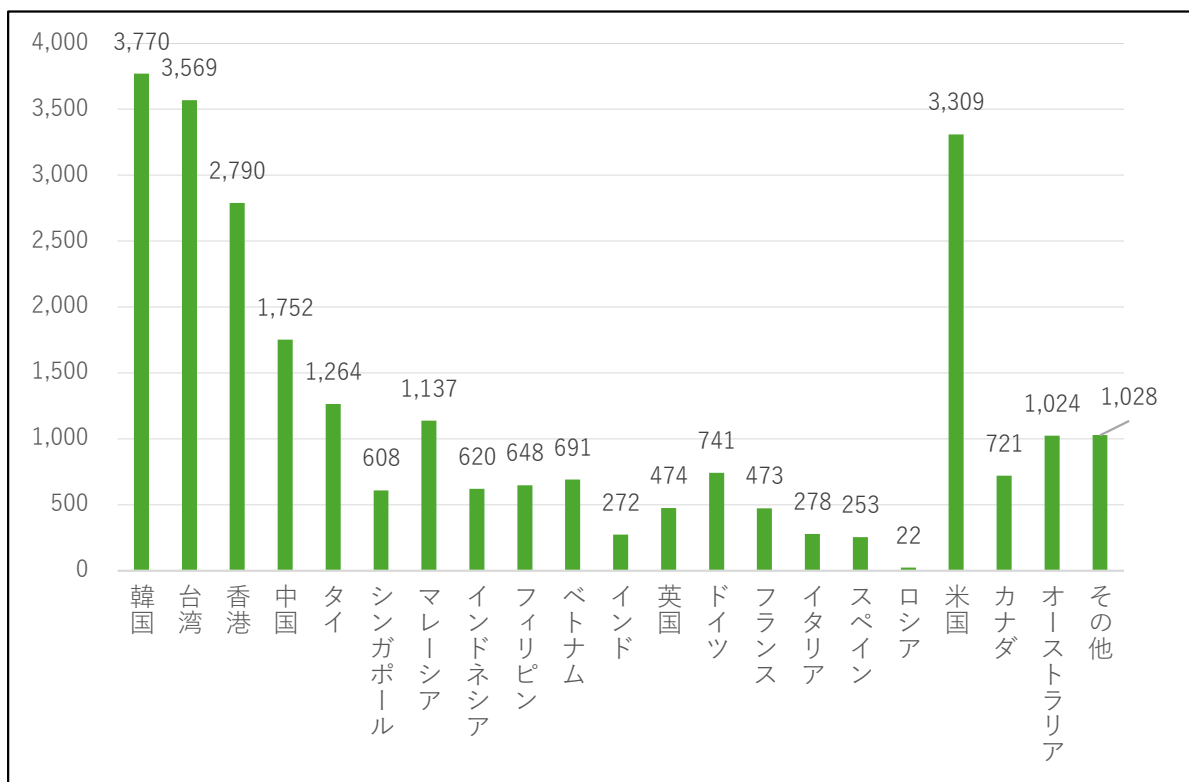
人吉市の宿泊数（令和4年）が87,610人で、41%を占めることになる。



【参考】「令和4年熊本県観光統計表」、「令和5年版 人吉市統計年鑑」

訪日外国人観光客（インバウンド）の観光動向

2023年に観光・レジャーの目的で日本を訪れた外国人観光客は、東南アジアを含めたアジア諸国からの来日が、約6割を占めています。



【参考】観光庁：インバウンド消費動向調査

訪日外国人観光客（インバウンド）の観光動向

訪日前に期待していたこととして、第1位は「日本食を食べること」で、満足した人が最も多かったのも同じ項目でした。訪問後には日本の伝統を感じられる体験に満足される方が多いことが分かります。

訪日前に期待していたこと

1

日本食を食べること

2

ショッピング

3

繁華街の街歩き

4

自然・景勝地観光

5

日本の酒を飲むこと

- 6. 温泉入浴
- 7. 日本の歴史文化・伝統文化体験
- 8. 美術館・博物館・動植物園・水族館
- 9. テーマパーク
- 10. 日本の日常生活体験

体験して満足したこと

1

日本食を食べること

2

日本の歴史
・ 伝統文化体験

3

日本の日常生活体験

4

日本のポップ
カルチャーを楽しむ

5

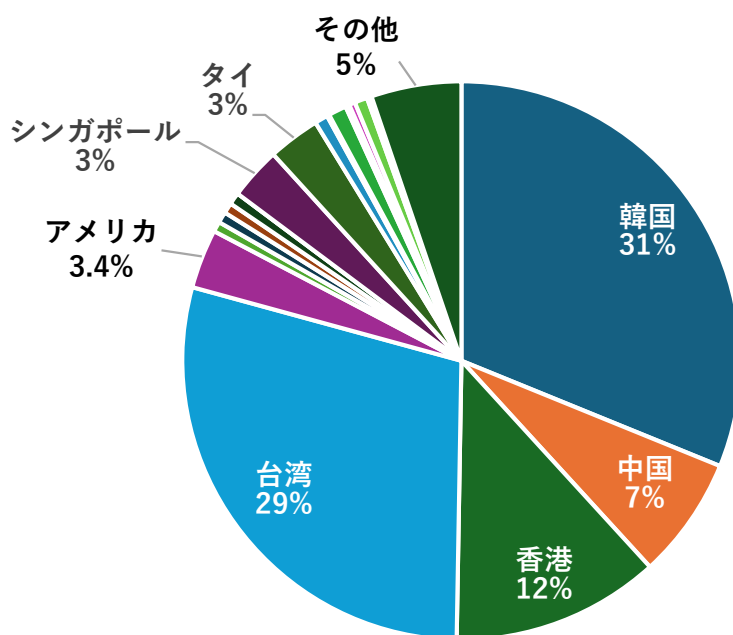
舞台・音楽鑑賞

- 6. テーマパーク
- 7. 自然・景勝地観光
- 8. 映画・アニメ縁の地を訪問
- 9. 自然体験ツアー・農山漁村体験
- 10. 温泉入浴

【参考】観光庁：インバウンド消費動向調査

熊本県への訪日外国人観光客（インバウンド）の動向

2023年に熊本県を訪れた訪日外国人観光客は延べ1,000,530人、国別に見ると、韓国が31%、次いで台湾29%、香港12%となっています。（【参考】熊本空港発着直行便就航都市：韓国、台湾、香港 ※2025年2月現在）



熊本県外国人宿泊者数（国籍別）

【出典】熊本県公式観光サイト もっと、もーっと！くまもっと。

人吉・球磨エリアの訪日外国人観光客宿泊数

熊本県を訪れた訪日外国人旅行客のうち、人吉・球磨エリアに宿泊したのは、16,473人でした。
訪日外国人観光客の宿泊者数については、令和1年の18,416人をピークに、その後、新型コロナウイルスの影響もあり減少しましたが、令和5年には大幅に回復しています。

人吉・球磨地域の観光データ（2023年）

延べ宿泊者数

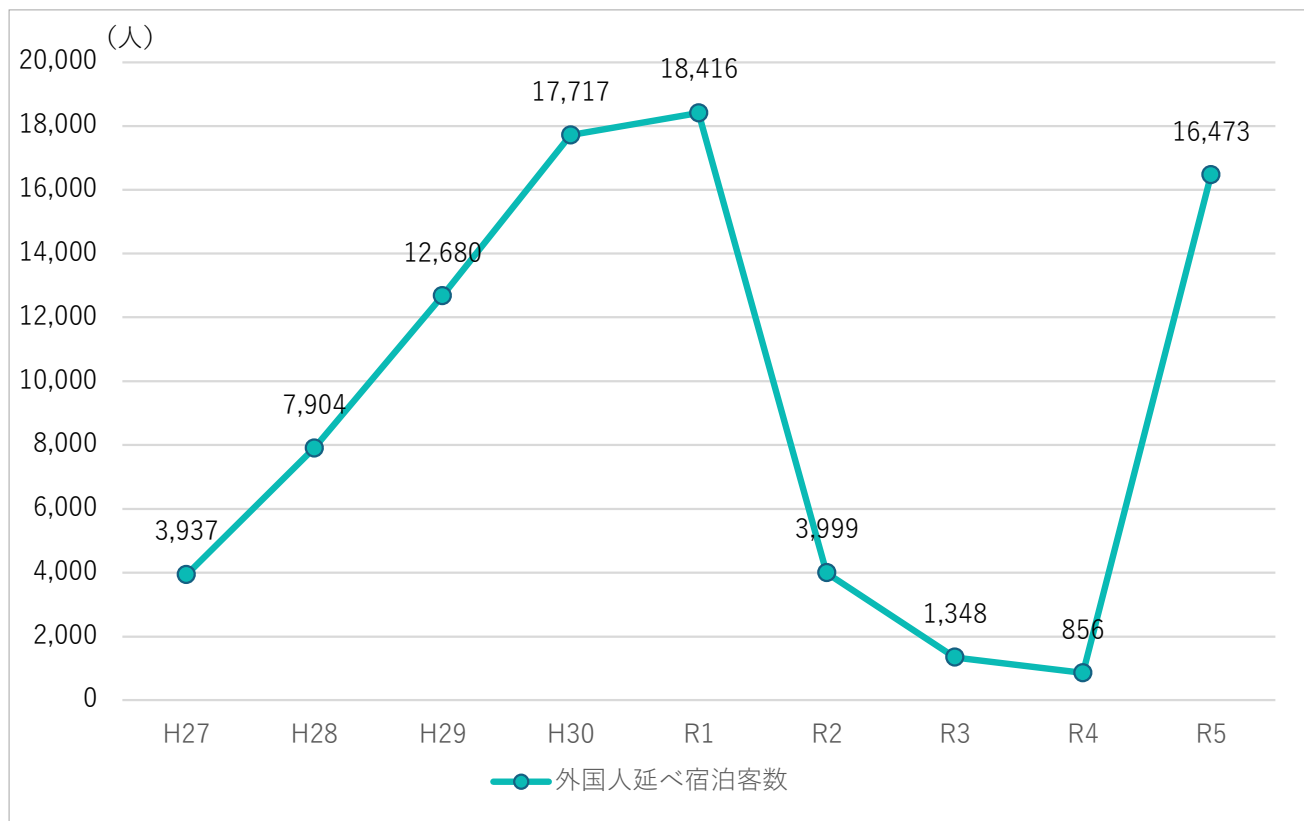
274,997人（前年比28.5%）

外国人延べ宿泊者数

16,473人（前年比1824.4%）

延べ入込客数

1,592,923人（前年比23.1%）



【参考】平成27年～令和5年熊本県観光統計表

観光客へのアンケート調査等を踏まえた動向

○実施概要

熊本空港を利用する観光客は、熊本県を中心に近隣エリアへ観光している人々が多いことから、球磨村の潜在的顧客となり得えます。その潜在的顧客の属性、どのような目的で熊本・九州を観光しているのか、観光する際の行動・嗜好分析、球磨村への観光の可能性等のデータを収集し、観光振興計画を策定するうえでの参考となる顧客データを可視化します。

○実施期間

令和6年8月～令和7年2月

○対象

期間中に熊本空港を利用された方

○実施場所

熊本空港搭乗待合エリア内店舗「QSHU HUB」

○調査方法

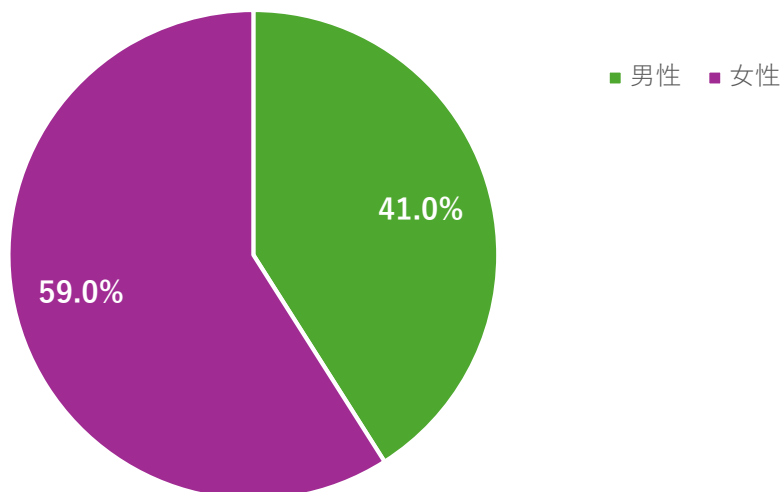
- ・ QSHU HUBにチラシを設置し、QRコードを読み取って回答してもらうWEB回答
- ・ 紙のアンケート用紙を設置し、直接アンケートに記入してもらう方法

○有効回答数

83件

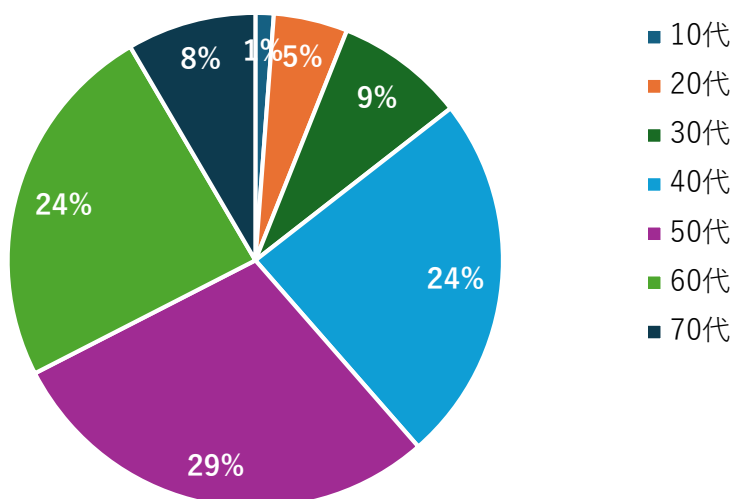
来訪客の属性

性別



- ・アンケート期間中、熊本空港を利用された方は、男性41.0%、女性59.0%と、女性のほうが多い結果でした。

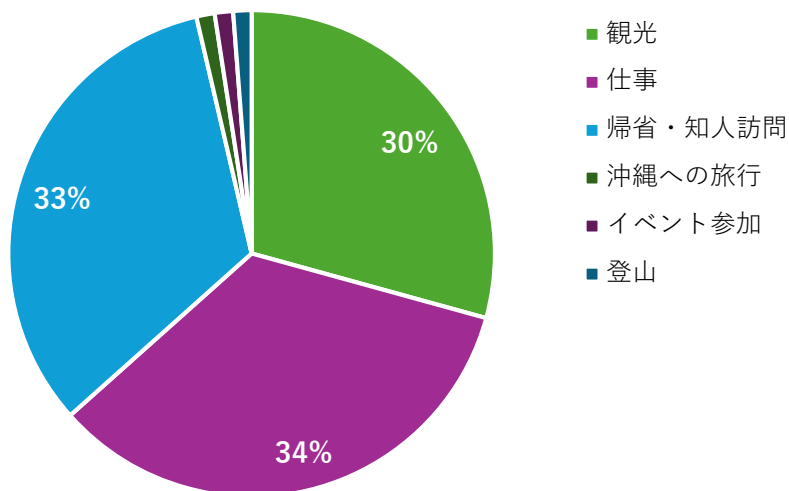
年齢



- ・年齢層は、40代～60代が全体の約7割を占めています。

目的

熊本空港の利用目的



- ・アンケート期間中、観光目的で熊本空港を利用された方の割合は31.9%でした。
- ・阿蘇山や熊本城、黒川温泉や人吉温泉を楽しまれた方もいらっしゃいました。

観光目的の方が実際に訪れたのは…！



阿蘇山→熊本市内



阿蘇山→黒川温泉→熊本城

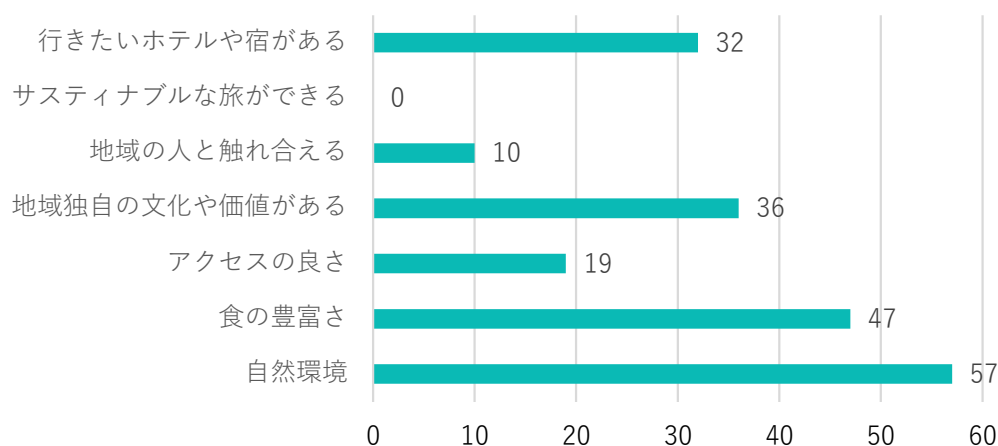


ワンピースの震災復興像巡り

目的地の決定方法

旅行先選びの基準

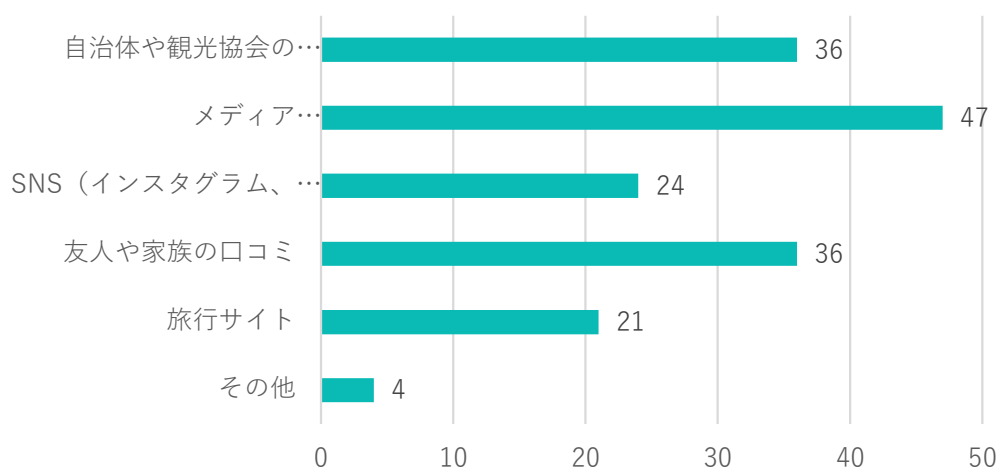
観光する地域に「行く」と決めた基準で当てはまるものを選んでください。【複数回答可】



- 旅行先を選ぶ基準として最も多かったのは「自然環境」で、阿蘇山の自然に魅力を感じている方が多いのも良くわかります。

旅行先選びで参考にするもの

旅行先を決める際に参考にするものは何でしょうか？あてはまるものを選んでください。【複数回答可】

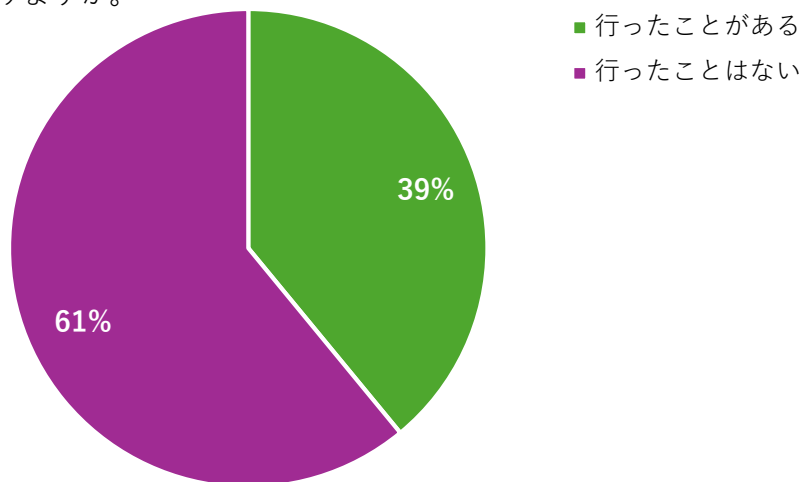


- 旅行先選びで参考にするのは、じゃらん、Booking.com、YouTube 等のWEB媒体が最も多い結果でした。
- これからのPR活動においては、WEBでの広告が非常に重要です。

球磨村の認知度

球磨村への訪問歴

球磨村に行ったことがありますか。

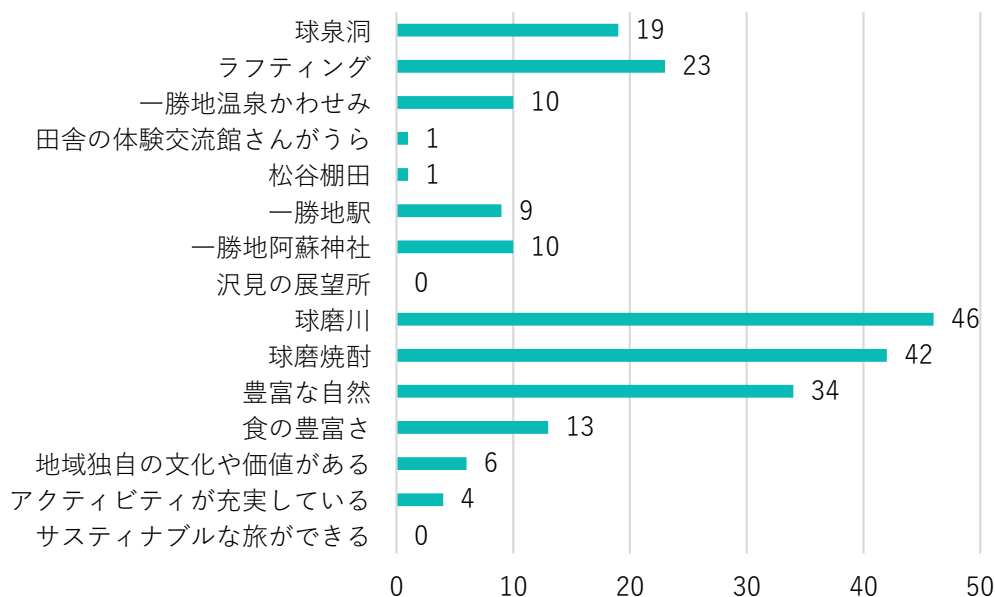


- アンケート期間中に熊本空港を利用した方の中で球磨村を訪れたことがある方は34.8%でした。

球磨村のイメージ

球磨村について、球磨村の知っているものやイメージに当てはまるものを選んでください。

【複数回答可】



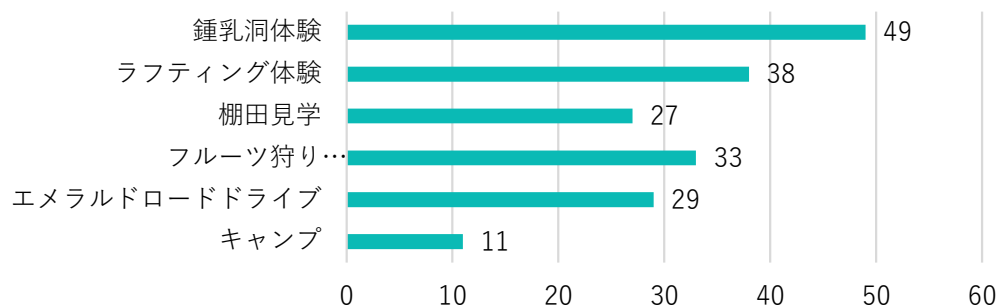
- 球磨川やラフティング、球磨焼酎が知られており、観光地では球泉洞の認知度も高い結果でした。

球磨村への期待度

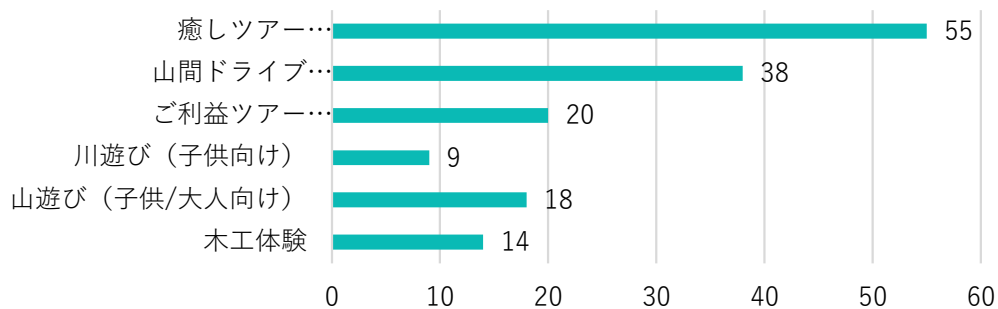
コンテンツ

球磨村で体験してみたいアクティビティを選んでください。【複数回答可】

○既存コンテンツ



○新規コンテンツ



球磨村にあったらいいと思う 観光コンテンツを教えてください

- ・ 古民家暮らし体験
- ・ ランニング、トレイルコース
- ・ 現地の方との交流機会
- ・ 宿泊施設の充実
- ・ どこかな？日本かな？とを感じるような異次元空間があったら行ってみたい！
- ・ 郷土史あるいは村の成り立ちを勉強できる施設
- ・ 禅の体験など、都会の喧騒から離れたところだからこそできる体験
- ・ 地域の産物（食、産業品等）に触れることが出来る場所

・ 球磨村でしか体験できないこと、球磨村に来て体験する価値があることに期待されています。

観光客へのアンケート調査等を踏まえた動向

○実施概要

球磨村に来訪した人の観光における実態や興味関心を把握するため

○実施期間

令和6年8月～令和7年2月

○対象

期間中に来村された方

○実施場所

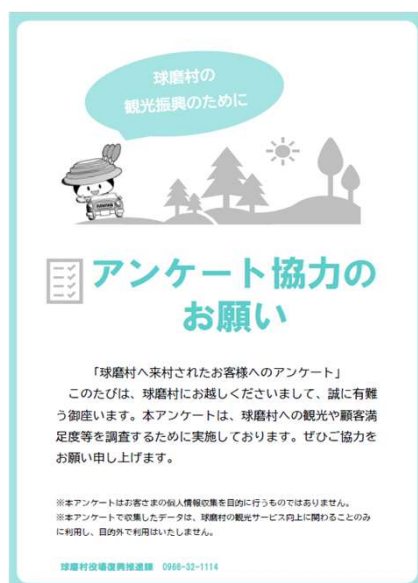
- ・ 球泉洞
- ・ 一勝地温泉かわせみ
- ・ 田舎の体験交流館さんがうら

○調査方法

- ・ Google FormのQRコードを添付したチラシを
- ・ 紙のアンケート用紙を球泉洞の2か所に設置し回収
(ノベルティとしてバッジを用意)

○有効回答数

142件



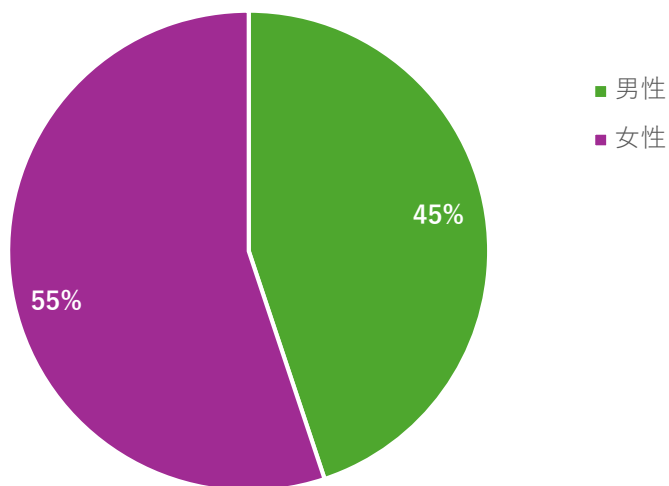
▲設置したチラシ
(紙回答用)



▲設置したチラシ
(WEB回答用QRあり)

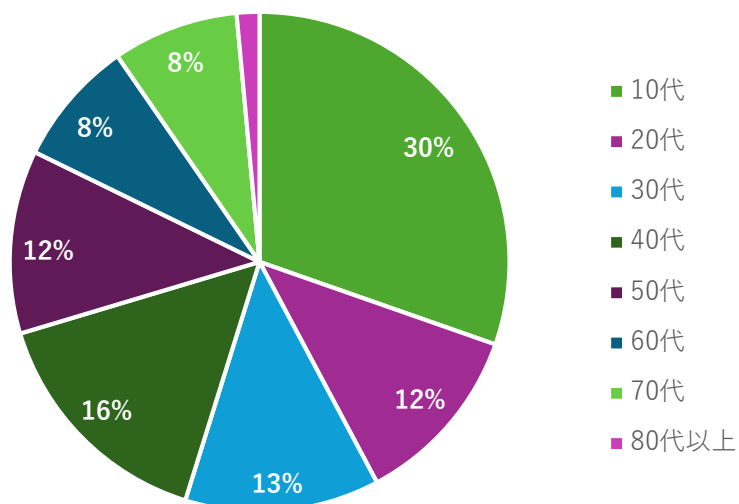
来訪客の属性

性別



・アンケート期間中、球磨村を訪れた方の男女比はほぼ同数でした。

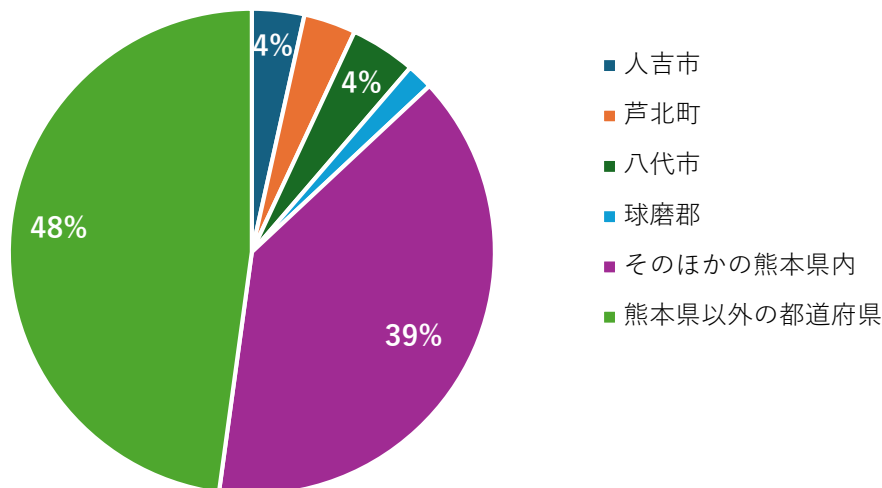
年齢



・年齢の内訳をみると、10代が最も多く(30.4%)、次いで40代(15.6%)、30代(12.6%)という結果でした。

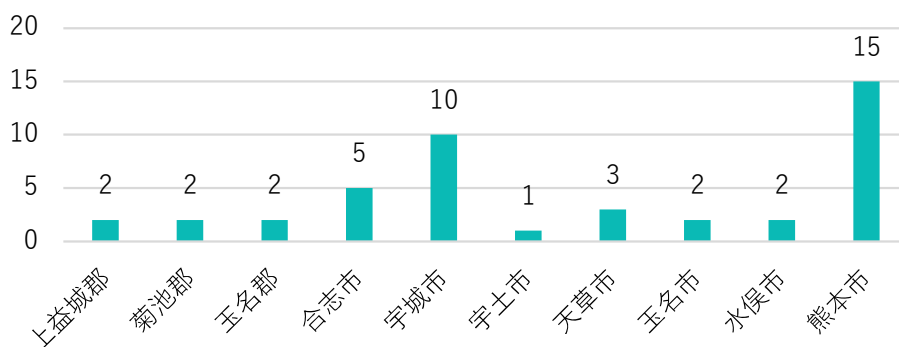
来訪客の属性

居住地

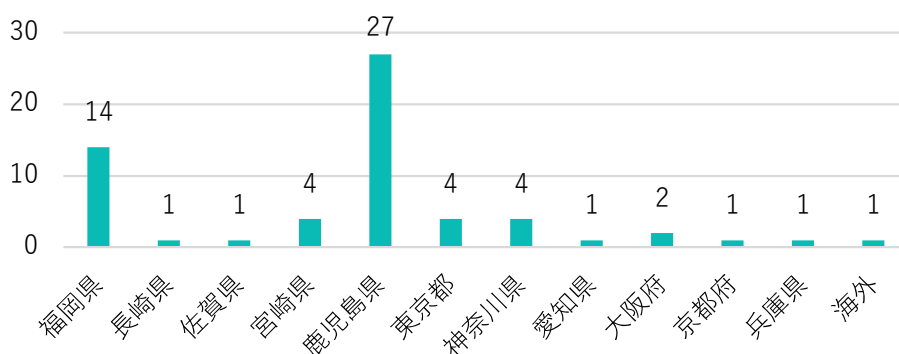


- アンケートに回答して頂いた方のうち、約半数の方が熊本県外からの来訪者で、鹿児島県からの来訪が多い結果でした。

【そのほか熊本県内】を選択された方の居住地



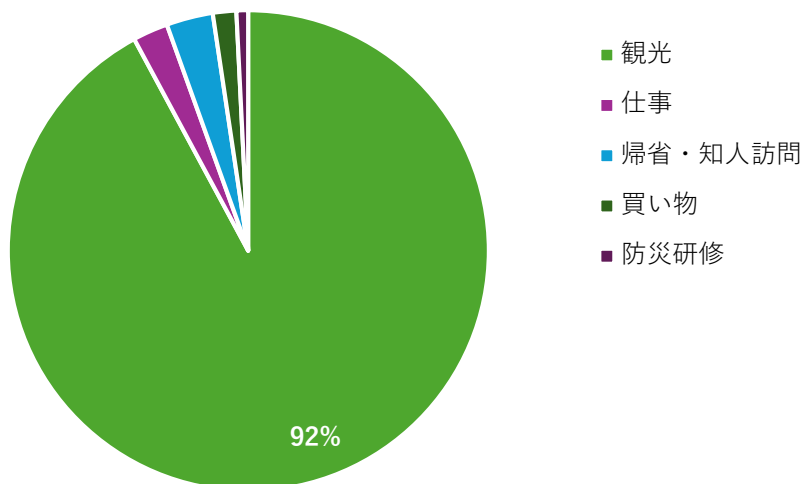
【そのほかの都道府県】を選択された方の居住地



球磨村を訪れる目的

球磨村を訪れた目的

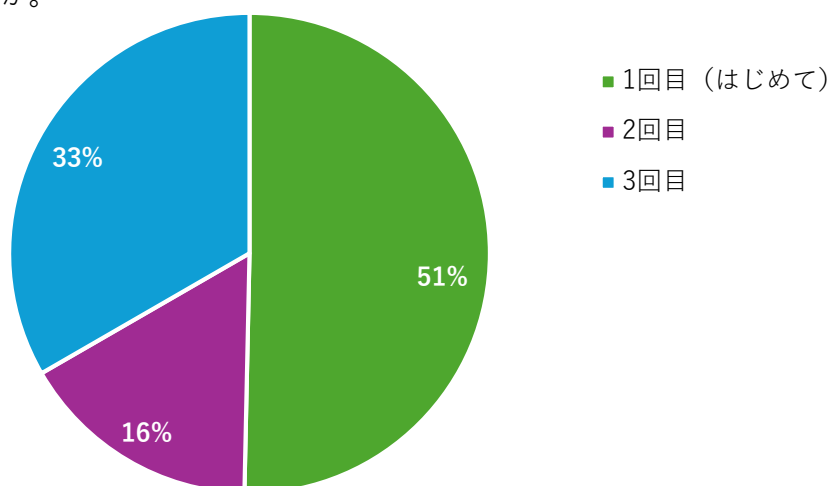
球磨村に来た主な目的を教えてください。



- ・ 球磨村を訪れた方の92%が観光目的でした。

過去の来村歴

今回の来村は何回目ですか。

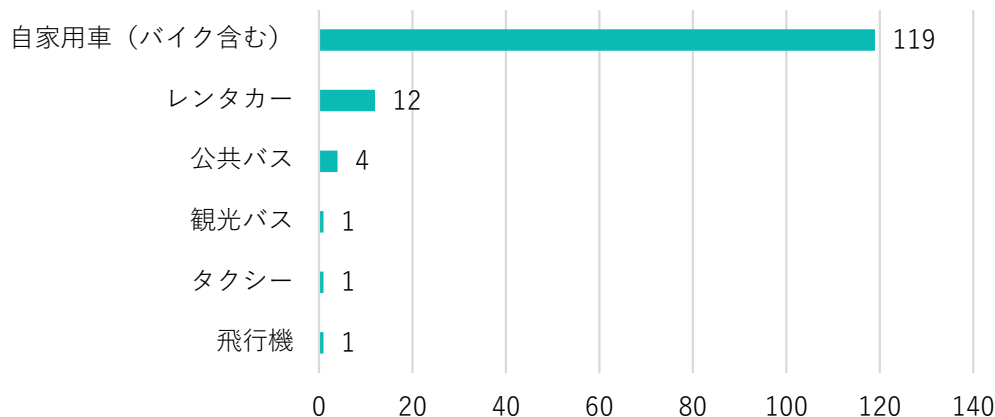


- ・ 半数の方が初めて球磨村を訪れていましたが、2回目、3回目以上の方々は、温泉やドライブを目的として訪問されています。

球磨村での過ごし方

交通手段

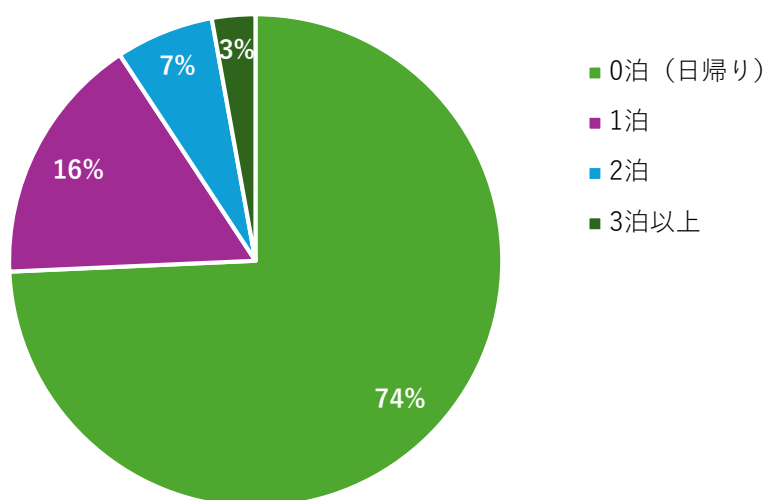
球磨村までの交通手段を教えてください。



・9割の方は自家用車（バイク含む）で訪れています。

滞在日数

滞在日数を教えてください。

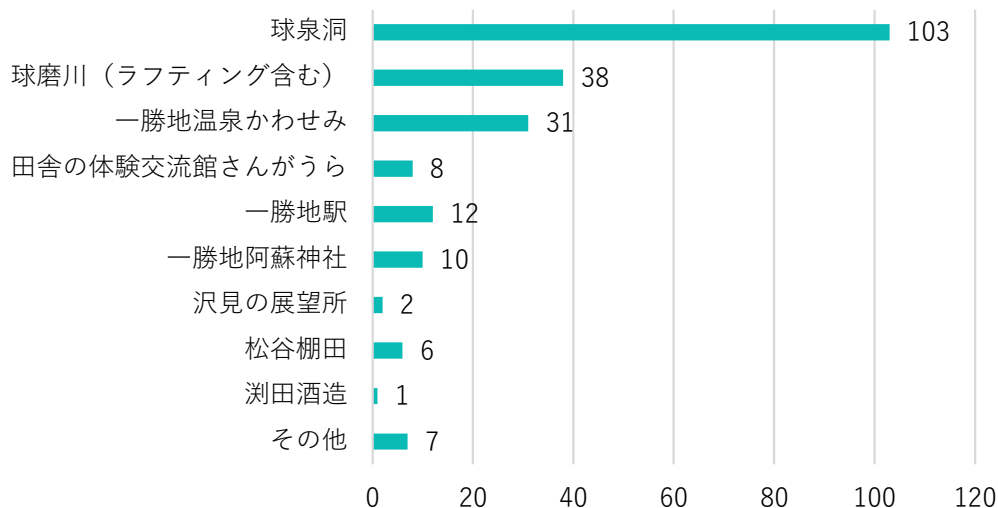


- ・日帰りでの滞在が最も多い結果でした。
- ・宿泊施設や飲食店の充実等、球磨村に少しでも長く滞在して頂ける環境整備が重要です。

球磨村での過ごし方

訪問した場所

今回および過去に球磨村で訪問した場所はどこですか。



前後での訪問場所

訪問する（訪問した）観光スポット、グルメスポットを教えてください。（自由記述）

- ・人吉温泉
 - ・HASSENBA
 - ・五木村歴史文化交流館
「ヒストリアテラス五木谷」
 - ・湯前まんが美術館
 - ・熊本城
 - ・霧島周辺
- 等

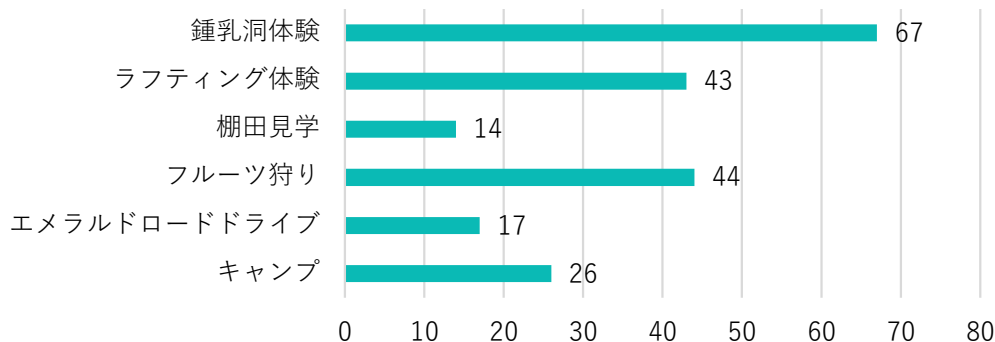
- ・ 球泉洞や球磨川を目的地とされている方が最も多い結果でした。
- ・ 前後では、熊本市や人吉市を訪れている方が多く、近隣地域との連携した誘客は重要で、周遊しやすい観光地づくり、情報発信が求められます。

球磨村への期待度

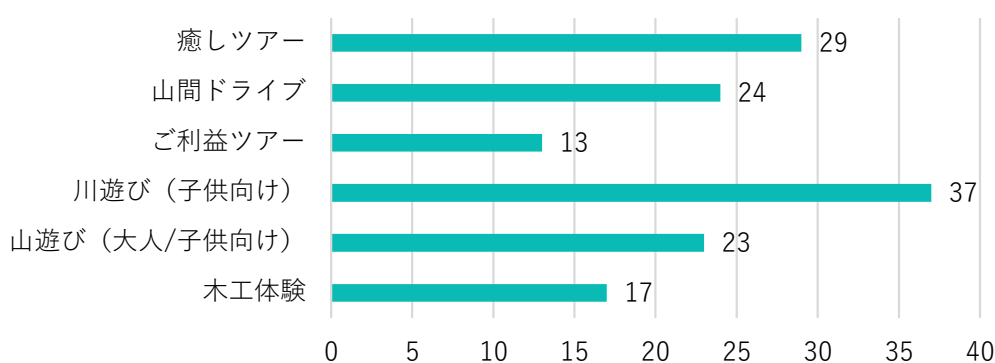
コンテンツ

球磨村で体験してみたいアクティビティを選んでください。【複数回答可】

○既存コンテンツ



○新規コンテンツ



球磨村にあったらいいと思う 観光コンテンツを教えてください

- ・ 野菜の購入も楽しみだったので、販売所をどこかに復活していただけたら嬉しいです。
- ・ 球磨川に沿った球磨村はポテンシャルに溢れていると感じました。
- ・ 素晴らしい自然と穏やかな人々に癒されました。
- ・ かわせみは温泉も食事も休憩所も全てよかったです。至る所にセンスと使い勝手の良さが溢れていました。数十年振りの球磨村で、すっかりファンになりました。
- ・ 球磨川を中心とした豊かな自然を守り、復興が進み村の皆さんが暮らしやすくなることを願っています。また伺います！
- ・ 洞窟焼酎は再開すべき。絶対次に来る動機になる。
- ・ 鮎の串焼きの屋台販売



調査結果のまとめ

動向調査や熊本空港、球磨村の主要観光地でアンケート調査から、観光を促進していくために必要なことがいくつか見えてきました。

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 | オンリーワンな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

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

課題

球磨村観光振興計画を策定するにあたって、調査結果から見てきたことや、球磨村の観光が抱える課題を明確にし、各課題を解決するために必要な政策を推進することで、観光振興の課題解決に取り組めます。

課題 1

観光推進体制

観光組織は存在するものの、事業者それぞれが個々で取り組んでいる状況で、球磨村全体の観光推進が出来ていない。

▶ 観光組織の見直し・役割の明確化

課題 2

既存観光資源の連携と周遊観光

ポテンシャルの高いコンテンツはあるものの、事業者同士の連携が希薄で、目的地が単独化してしまっている。

▶ 事業者が連携できる仕組みづくり

課題 3

滞在型観光

村内に宿泊施設や飲食施設が少なく、ゆっくり時間を過ごせる場所がないことで、村内での観光消費につながっていない。

▶ 滞在場所の見直し・検討

課題 4

情報発信体制

魅力的なコンテンツがあるのに、継続的な情報発信がされておらず、観光客に対して最新の球磨村の魅力が届いていない。

▶ 発信媒体の整備・発信の仕組化

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。

第3章

球磨村が目指す姿



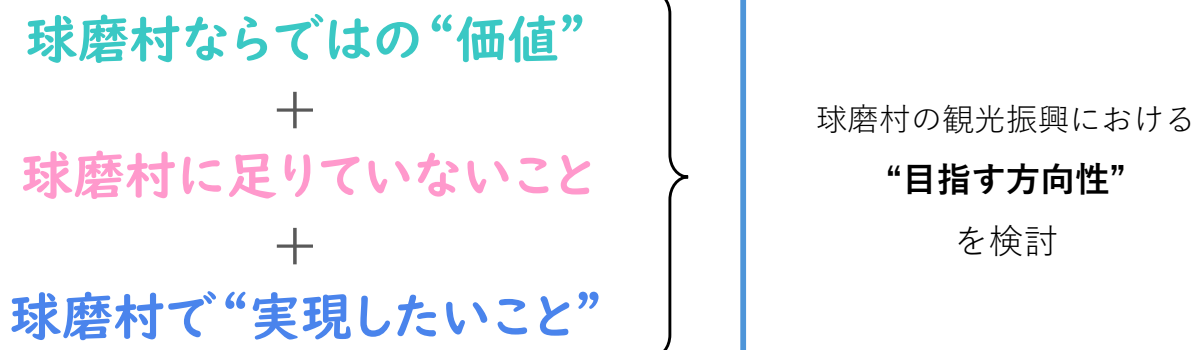


目指す方向性を決めるための「3つの視点」

球磨村の観光振興の方向性を検討するうえで、球磨村観光振興計画策定委員会と検討部会を開催し、球磨村が観光で目指す方向性について、村内の住民、事業者と共にさまざまな議論を重ねてきました。

目指す方向性を決めるうえで、下記3つの視点から考察をしました。

目指す方向性を決めるための「3つの視点」



「球磨村ならではの“価値”」とは

球磨村の観光振興の方向性を検討するうえで、球磨村ならではの“価値”＝**唯一無二の強み**を整理する必要があります。球磨村の良いところ、強みなどを集約し、観光振興の方向性のヒントを得ることを目的に整理します。



【球磨村ならではの“価値”】



<自然・景観>

- ・絶景（川、山、海）
- ・鍾乳洞、カルスト台地
- ・急流球磨川の風景
- ・日本の棚田百選の棚田
- ・エメラルドロード
- ・一勝地梨園
- ・大桜や桜並木
- ・星空や蛍など夜の風景
- ・夕日や朝日、雲海

<アクティビティ>

- ・球磨川ラフティング
- ・球泉洞（鍾乳洞）
- ・鮎釣り
- ・トレッキング 等

<教育>

- ・地層学習
- ・防災学習
- ・川の生物、メガロドン化石

<地域文化>

- ・球磨川舟運の歴史
- ・集落の独自の祭や食文化
- ・様々な神社仏閣
- ・現存する郷土芸能

✓ 球磨村は、「自然の宝庫」であり、「自然の原点」ともいえる神秘性があります。

また、3億年の時を経て形成された自然や地形は、希少性のある球磨村ならではの価値です。

✓ 球泉洞とラフティング、棚田は中心的な観光資源であります。

✓ 集落や地区ごとの伝統を守り続け、それを継承していく動きも魅力の一つになります。

「球磨村に“足りていないこと”」とは

球磨村の観光振興の方向性を検討するうえで、球磨村の強みを理解する必要も大事なことです。球磨村に足りていないことを知ることも重要になってきます。足りないことから、やるべきことを見つけるためです。

【球磨村に“足りていないこと”】

<ハード面>

- ・公共交通機関/2次交通
- ・駐車場
- ・観光情報の発信場所
- ・宿泊、飲食施設の少なさ
- ・お土産が買えるところ
- ・子どもが集まる場所がない
- ・コミュニティの場
- ・安心・安全な土地 等



<ソフト面>

- ・観光組織の機能が脆弱
- ・ガイドの不足
- ・インバウンド対応不足
- ・観光情報の発信体制がない
- ・登山道のマップがない
- ・球磨川の清掃 等

<地域資源の活用>

- ・農産物直売所がない
- ・お土産の開発不足
- ・伝統芸能の後継者不足
- ・様々な誘客に対応した仕組みや運用母体の不足 等



- ✓ 球磨村ならではの地域資源があるが、それらと触れられる場所の整備ができていません。
- ✓ インバウンドの受入やガイド育成等の観光機能体制（組織）が整っていません。
- ✓ 村内事業者で連携し、それぞれの課題を解決していく体制構築も必要になります。

「球磨村で“実現したいこと”」とは

球磨村の観光振興の方向性を検討するうえで、球磨村で実現したい夢や事業を把握することも重要です。将来的にどのような事業をしたいのか、どのような商品を開発したい等の実現したことから目指す方向性を検討します。

【球磨村で“実現したいこと”】

<ハード面>

- ・農産加工施設の開設
- ・道の駅の開設
- ・棚田やキャンプ場の整備
- ・川遊び場の整備
- ・子供が集まれる場所の整備
- ・森林散策路の設置
- ・災害・自然学習展示
- ・地元スイーツを扱ったカフェ設置 等



<ソフト面>

- ・観光案内機能の整備
- ・ガイドの育成（後継者）
- ・球磨川くだりの再開
- ・川魚料理の提供
- ・オフロード愛好者誘致
- ・自然観察愛好・旅行者誘致
- ・災害・自然研修旅行誘致
- ・食コンテンツの造成
- ・特産品販売の運用 等



<復興>

- ・復興事業の完了

<人的交流>

- ・インバウンドの受入
- ・移住者や交流人口の増加
- ・ラフティング利用者増加

<その他>

- ・郷土愛の育成
- ・仕事創生
- ・人口維持



- ✓ 交流拠点となるハード整備、地域資源を堪能できる体験コンテンツの整備を実現します。
- ✓ インバウンド等の交流人口を増やすための観光案内機能の構築が必要です。
- ✓ どの事業にしても、村の人手を確保し、ガイドや担い手を育成します。

球磨村の観光振興における目指す方向性のイメージ

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。

絶景・カルストエリア

コンテンツキーワード

カルスト台地
学び

散策

バイク

車

神秘

癒し

【魅力・見所】

- ・球磨川と八代海を望む眺望
- ・カルスト台地
- ・神瀬石灰洞窟
- ・黒仁田洞
- ・坂口の滝
- ・沢見の展望所
- ・大蔵山
- ・秋弘山

【ポイント】

標高600m～約1,000mの球磨川から東に延びるカルスト台地の山頂からの絶景を散策やドライブで満喫。石灰岩で形成された台地に広がる洞窟群や滝を巡る「神掛かった」癒しのエリア。非現実的な世界に没入することができる。

絶景
感動

3億年の台地エリア

鍾乳洞
探検

散策

化石
学び球磨川
学び絶景
感動

体験

お土産

【魅力・見所】

- ・球泉洞
- ・球磨川と八代海を望む眺望
- ・沢見の展望所
- ・メガロドン化石
- ・槍倒しの瀨
- ・権現の滝
- ・清正公岩
- ・お土産・食パン
- ・食事・カフェ

【ポイント】

九州最大の鍾乳洞球泉洞の神秘を探検。球磨川の景勝“槍倒しの瀨”の河原では約2億年前の巨大二枚貝のメガロドン化石を見ることができる。球泉洞を含む石灰岩の権現山や沢見の展望所は3億年をかけて形成され隆起した大陸移動の証を現代に見ることができる。併せて、球泉洞周辺の渓谷は、人吉湖から球磨川が形成されるストーリーを秘めている。また食事、カフェ、お土産が充実。

食事

カフェ

緑起・温泉エリア



温泉

お守り

必勝

特産

焼酎

一勝地
赤豚一勝地
曲げ

【魅力・見所】

- ・球磨川を望む眺望
- ・一勝地駅
- ・一勝地駅入場券
- ・必勝祈願
- ・一勝地温泉
- ・特産品販売
- ・カフェ

【ポイント】

緑起の地“一勝地”を巡るご利益所。必勝合格祈願のお守りを求め一勝地駅には受験生やスポーツ愛好者が集まる。トトロ一勝地温泉や緑起物の特産品も魅力。緑起の地紅葉散策や災害語り部のツアーも楽しめる。

球磨村
ジビエ

日本の原風景エリア



【見所】

- ・松谷棚田
- ・星空
- ・螢
- ・雲海
- ・来光
- ・大久保ため池
- ・田舎の体験交流館
- ・さんがうら

【ポイント】

日本の棚田百選「松谷棚田」は数百枚の棚田で形成され、四季折々の原風景が広がり、アニメの聖地巡礼としても人気。夏の夜はホテルの群生と満天の星空がセット見られる。冬の朝は人吉盆地に広がる雲海とご来光を望む。またフルーツや食のほかに田舎の体験メニューも充実し、宿泊とセットで「日本の原風景」に没入し体験できる。

球磨村観光振興の方向性を整理し、住民、村内関係事業所、旅行関係事業者、官公庁等と共有し、それぞれと連携し球磨村の観光振興に取り組んでまいります。

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”

道の駅・公園エリア



買い物

食事

特産品

観光情報発信

特産品加工場

小川和紙

災害学習

道の駅計画

【ポイント】

令和2年7月豪雨で被災した渡小学校及び千寿園の跡地に、賑わいづくりの拠点となる道の駅を計画。災害伝承施設や子どもを中心に様々な世代の人が集い、自由に楽しめる公園を整備。また、特産品を販売や食事スペースを完備することで、地域経済の活性化と交流人口の拡大を図る。

【物産館】

- ・地域特産品の販売
- ・食材買い物
- ・飲食スペース
- ・観光情報の発信

【遊具広場】

- ・復興記念モニュメント
- ・遊具・芝生広場

【災害伝承施設】

- ・語り部活動の拠点
- ・災害の記録展示
- ・交流室・図書館

【その他】

- ・イベント会場
- ・住民の集いの場



メモリアル公園

リバーアクティビティ・災害語り部エリア



サップ

サウナ

ゾーブ

ラフティング

Eポート

バギー

川遊び

食事

キャンプ

カフェ

災害語り部

くまむらリバーベース計画

【経緯】

- ・茶屋地区の地名にあるように、球磨川の舟運や街道の要所として人々や物資が行き交っていた場所である。
- ・近年まで観光球磨川下りが営業。
- ・現在はラフティングの出艇場所として各社が利用。
- ・令和2年7月豪雨により、集落や橋梁、鉄橋が濁流にのまれ被災。
- ・現在は、災害語り部活動のポイントとして各種研修の場として利用。

【ポイント】

日本三急流「球磨川」と広大な河原、小川川の地形を活かしたリバーアクティビティの拠点として、大人から子供までが楽しめるコンテンツを集約。九州唯一のリバーパークを提供。道の駅との連絡橋により観光客の導線を確保。

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り組みます。

広域連携による誘客の促進

現状において、自家用車による球磨村観光が多くを担っています。アンケート調査結果にあったように、熊本市、宇城市、鹿児島県、福岡県からの旅行者が九州自動車道を通るルートで球磨村入りをしており、日帰りの次に一泊二日の行程が多い状況です。

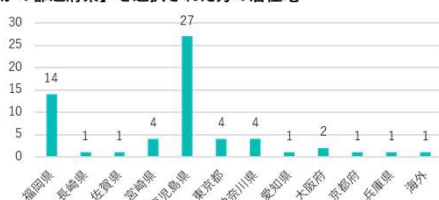
ここで重要なのが、周辺観光地との連携になります。周辺観光地に滞在する客層を球磨村へ連携し誘客を図ります。

また、インバウンドや関西、関東からの国内旅行客の周遊ルートに球磨村観光を組み込みます。

【そのほか熊本県内】を選択された方の居住地



【そのほかの都道府県】を選択された方の居住地

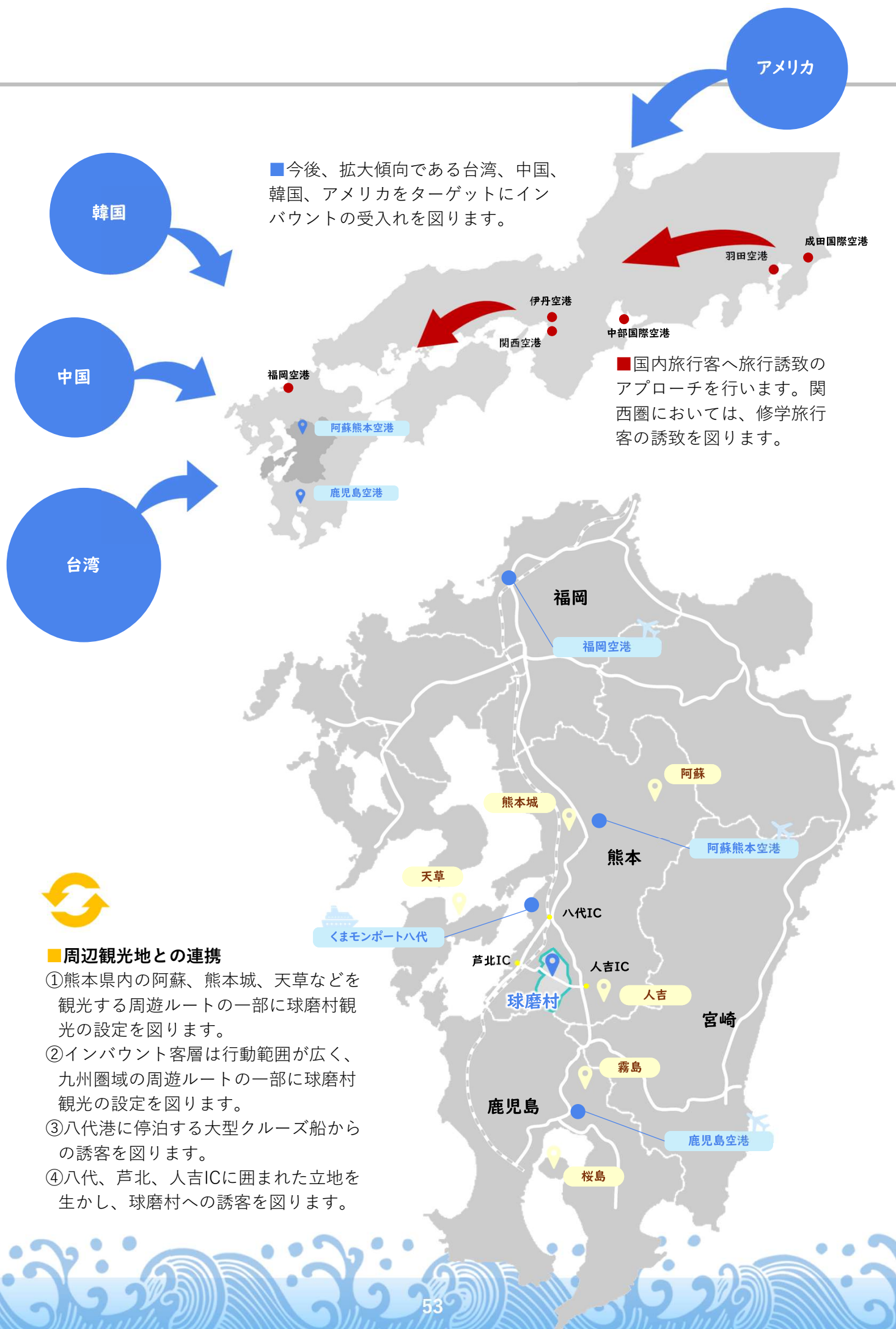


■ポイント

球磨村は、人吉、芦北、八代ICに囲まれており、【熊本市方面からの周遊ルート】や【鹿児島県や宮崎県からの周遊ルート】として、日帰りや一泊二日程の旅行プランでの活用が多い状況です。

この好立地を生かし、個人旅行客や団体旅行客へ球磨村観光商品造成のアプローチを行います。





“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

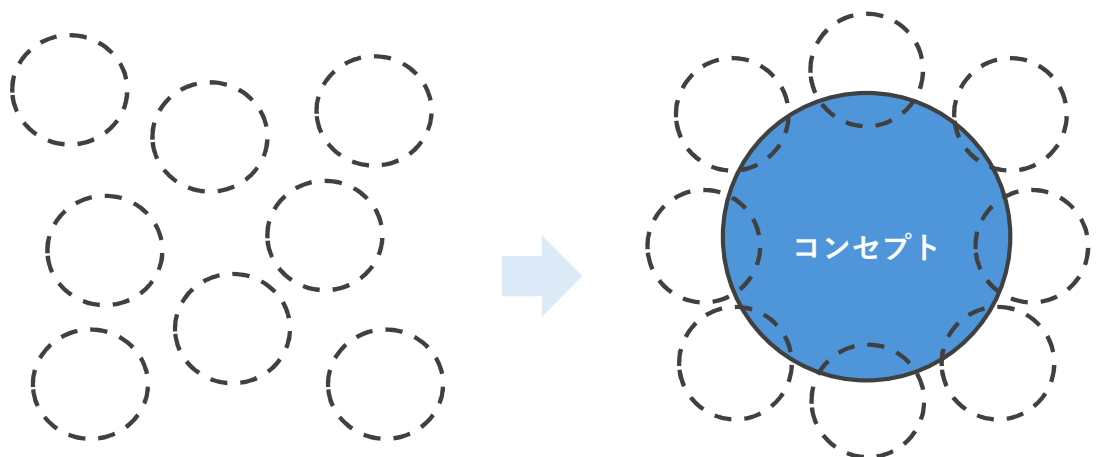


「神秘」は、3億年前から形成された自然や地形、鍾乳洞、などの神がかったものを表し、「感動」は、絶景や鍾乳洞、球磨川、棚田などの体験による感動を表し、「癒し」は、自然、絶景、温泉といった心身を癒やす球磨村ならではの地域資源を表しています。

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

■ 二つの視点で、コンセプトを整理

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



基本目標の設定

コンセプトをもとに、球磨村の観光振興において、**目指すべき目標（基本目標）**を4つに分けて設定しました。そして、その基本目標を達成するために、どのようなことを実施するかを検討していきます。



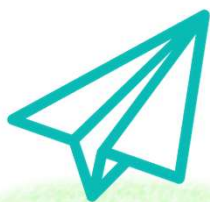
1.観光推進体制の設立



2.オンリーワンな
観光コンテンツづくり



4.地域連携による誘客



3.情報発信の強化

4つの基本目標

4つの基本目標の設定した背景および考え方を整理します。
「球磨村の現状や課題」と、球磨村が目指す「理想の姿」の要点で、基本目標の考え方をまとめています。

基本目標	球磨村の現状や課題	理想の姿
1. 観光推進体制の設立	・ 観光協会の機能不足 ・ 情報発信体制が整備できていない ・ 観光客と地域間の繋ぎ役がない ・ ガイド不足 等	観光推進組織を設立し、観光案内機能の強化や、ガイド育成、観光コンテンツ開発・販売等を担う
2. オンリーワンな観光コンテンツづくり	・ 地域資源の観光活用ができていない ・ 事業者同士の連携が希薄 ・ 滞在型の観光商品が少ない 等	球磨村の魅力的な地域資源を活用した球磨村ならではの観光コンテンツを村内で連携しながら開発・販売していく
3. 情報発信機能の強化	・ 情報発信体制が整備されていない ・ 定期的な情報発信ができていない ・ 観光情報発信戦略がない 等	情報発信体制を整備し、広報戦略（ターゲットやコンセプト等）を立て、最適なタイミングでの情報発信を定期的 to 実施していく
4. 地域連携による誘客	・ 村内事業者間の連携が足りていない ・ 他地域との連携を強化できていない 等	球磨村に不足している情報の収集や誘客をするために、近隣である人吉・球磨・八代・芦北エリアでの連携を強化する

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

.....▶ 村の観光の中枢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。

来て欲しい観光客層（想定ターゲット）

本計画におけるターゲットは、ターゲットありきで施策を決めずに、球磨村ならではのオンリーワンの観光コンテンツをつくったうえで、どのターゲットに合うかを検討していきます。そのうえで、おおよその想定ターゲットを定めます。

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。

【観光イメージ】

球磨川ラフティングや山登り等の球磨村の自然を満喫してもらう
周遊型プログラム



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。

【観光イメージ】

国内の団体客向け 球磨川の自然と向き合う1泊2日の教育プログラム



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。

【観光イメージ】

球磨川ラフティングや伝統文化体験等の球磨村の
“本物体験”プログラム（外国語対応）



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。

【観光イメージ】

人吉球磨のハイグレード自然・文化体験プログラム





第4章

観光振興計画の遂行 (アクションプラン)





目標設定と期待する成果

5年後の最終目標

- ①観光入込客数：約110,000人
※年度ごとの伸び率で検討想定
- ②観光消費額：令和7年度実施アンケート調査で参考値を算出し、
前年度以上の観光消費額を目指す
※現状、参考値がないため

アウトカム（施策の実施により発生する成果）の指標



1.観光推進体制の設立

例) 観光推進組織の立ち上げ



【アウトカム】

- ・観光の質の向上
- ・地域事業者との連携強化
- ・稼ぐ観光の実現（観光消費額増加）

2.オンリーワンな
観光コンテンツづくり

例) シーズンごとの看板商品を販売



【アウトカム】

- ・観光客数、観光消費額の増加
- ・観光客の満足度向上
（リピート率増加）



3.情報発信の強化

例) ブランディング方針の決定
メディア立ち上げ・定期的な情報発信



【アウトカム】

- ・ブランド価値の向上
- ・認知度の向上
- ・関係人口の増加（ファンの増加）



4.地域連携による誘客

例) 近隣エリアと連携した商品の販売
（インバウンド、首都圏在住者向け）



【アウトカム】

- ・周遊型観光による観光客数増加
- ・観光消費額の増加
- ・地域間の関係値アップ

計画の進め方と成果物

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。

前半の2年間で「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。

そのうえで、各年度ごとに、計画内容の進捗や見直しを実施し、目標の達成具合と成果のチェックをしていきます。

	令和7年度 (2025年)	令和8年度 (2026年)	令和9年度 (2027年)	令和10年度 (2028年)	令和11年度 (2029年)
観光の 位置づけ	観光振興計画の “助走期間”		観光振興計画の “跳躍期間”		
各年度の 動き	振り返りと計画の見直し		計画の本格稼働		
	★計画内容の実施（通年） ※アクションプラン ★計画の進捗会議（年4回） ①毎年度10月頃（年度半ば） ②毎年度3月頃（年度末） ⇒計画の見直し・再設計		★見直した計画内容の実施（通年） ※アクションプラン ★計画の進捗会議（年1回） ①10月頃（年度半ば） ⇒目標に向けた進捗確認		
フェーズ ごとの 成果物	・観光推進体制構築 ・ブランディングと 情報発信の持続化 ・代表的な看板商品の完成 販売 等		・代表的な看板商品の販売・拡充 ・他地域連携による周遊型観光 ・インバウンド含めた幅広いターゲットの ファン獲得 等		

アクションプランを策定する目的

球磨村観光振興計画で掲げた基本目標と、その目標に向けて実施する基本施策・具体事業について、役場、観光協会、観光推進組織、村内事業者等と共に検討し、動き始めていきます。

最終的に5年後の目標達成に向けて、より具体的に実施主体（誰がやるか）、いつまでに、どのような事業を進めるか、どれくらいの予算が必要か等を検討し、取りまとめるものが「アクションプラン」になります。

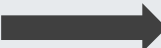
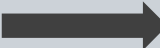
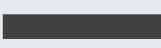
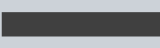
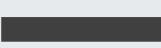
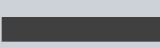
アクションプランの具体的な策定については、次年度以降に、村内関係者と協議をするプロジェクトを発足し、観光振興計画を事業推進する体制を整えていきます。

アクションプランの動き方

観光振興計画で掲げている基本目標と基本施策および具体事業について、具体的に実行に移すために図のような計画表のようなものを作成する予定です。

目標や事業ごとにチームをつくり、チームリーダーとメンバーを中心に進行していくイメージです。

例：【基本目標】1. 観光推進体制の設立

基本施策	実施施策	実施内容	実施主体	目標指標	実施時期				
					令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
ガイドの育成や後継者の発掘	村のスペシャリストを育成	〇〇～	〇〇〇	●回/年					
		〇〇～	〇〇〇	●人/年					
	後継者の発掘	〇〇～	〇〇〇	●回/年					
		〇〇～	〇〇〇	●人/年					
	モニターツアー実施	〇〇～	〇〇〇	●回/年					
		〇〇～	〇〇〇	●個/年					

表：アクションプランの取りまとめイメージ

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】

- ✓ 村の観光の中核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

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

具体事業

4. 観光資源の高付加価値化

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

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

【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。

【実施主体】

・ 地域事業者、役場、観光推進組織

【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

【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

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

【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）

【実施主体】

・ 地域事業者、役場、観光協会、JR肥薩線、くま川鉄道

【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

【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

11. 近隣エリアとの共同PR

11-1. 近隣エリアとの共同PR

【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。

【実施主体】

・ 地域事業者、役場、観光協会

【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



補足資料





策定委員会の委員一覧

No	委員名	所属	備考
1	上 部 宏	副村長	
2	嶽本 孝司	議会	産業厚生常任委員
3	部 初美	観光協会会員	球泉洞
4	迫田 重光	観光協会会員	(有)ランドアース
5	槻木 啓介	観光協会会員	田舎の体験交流館さんがうら
6	坂田 徹夫	観光協会会員	球磨川リバーサイドキャンプ場
7	淵田 拓巳	観光協会会員	球磨川ラフティング協会
8	地下 翔太	観光協会会員	一勝地交流センターかわせみ
9	松岡 隼人	観光協会会員	球磨川くんだり (株)
10	富永 知敬	観光案内人の会	
11	大瀬 啓一	球磨村商工会	
12	中井 久美	球磨村教育委員会	
13	氏川 マヤ	球磨村PTA連絡協議会会長	
14	永椎 三郎	区長会会長 (第6区長)	一勝地地区代表
15	大原 伸司	区長会副会長 (第3区長)	渡地区代表
16	假屋 元	区長会副会長 (第16区長)	神瀬地区代表
17	小林 寛子	復興アドバイザー	学識経験者
18	中嶋 崇史	復興アドバイザー	(株) 球磨村森電力

検討部会の委員一覧

No	委員名	所属	備考
1	犬童 大輔	球泉洞	
2	迫田 重光	(有)ランドアース	
3	小川 聡	田舎の体験交流館さんがうら	
4	坂田 聡	球磨川リバーサイドキャンプ場	
5	淵田 拓巳	球磨川ラフティング協会	
6	地下 翔太	一勝地交流センターかわせみ	
7	藤山 和彦	球磨川くんだり（株）	
8	小川 豊明	観光案内人の会	

球磨村観光振興計画
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
