

# 宇城市観光振興戦略

2019—2023

稼げる観光へのギアチェンジ



# 目次

## 第1

はじめに	2
1. 観光振興戦略策定の背景と目的	2
2. 実施期間	2
3. 観光振興戦略策定に当たって	2
4. 観光振興戦略の位置づけ	3
5. 観光振興戦略策定の流れ	4

## 第2

宇城市を取り巻く観光の現状	5
1. 観光政策に関する政府等の動向	5
2. 観光ニーズの動向	9
3. 市の観光に関する現状	13
4. 宇城市の観光課題	23

## 第3

観光振興に向けた戦略	27
1. 観光振興に関する基本理念	27
2. 目標	28
3. 優先ターゲット	29
4. 戦略シナリオ	30
5. 観光振興の推進体制	42
6. 取組ロードマップ	42

# 第1 はじめに

## 1. 観光振興戦略策定の背景と目的

観光は、農林水産業や商工業等の幅広い産業に影響を与える総合産業と考えられる。観光振興による交流人口の拡大は、地域経済に広く波及し、雇用創出効果等を期待できることから、地域経済振興の重要な施策である。また、観光振興は、地域経済の活性化だけでなく、地域の伝統や文化の継承、地域住民の活動意欲の創出、シビックプライド<sup>1</sup>の醸成等、様々な効果を期待できる。

宇城市（以下、「本市」という。）の観光においては、宿泊場所が少ないことから、来訪客は日帰りが8割以上を占めており、世界文化遺産である三角西港を始めとする観光資源の魅力を十分に活かした誘客（交流人口の増加）ができておらず、経済波及効果の享受にまでは至っていない。

くわえて、近年の社会経済情勢の変化により、観光ニーズが多様化し、団体から個人へ、滞在型から体験型・回遊型観光への志向が高まる等、新しい観光スタイルへの転換が求められている。

これらの課題を解決するため、本市では「宇城市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、「稼げる観光」をテーマに掲げ、マーケティング機能の導入、「宇城市版 DMO<sup>2</sup>」の推進等に取り組んでいる。また、平成29年1月に、官民連携の下、「三角地区マーケティング委員会」を発足させ、マーケティング調査のデータ分析結果に基づく観光商品の企画開発や実証事業等に現在取り組んでいる。

そうした「稼げる観光」の実現に向けて更なる加速を図るべく、世界文化遺産である三角西港を核とした観光振興の方向性を明確にし、目指すべき将来像を定め、観光関連事業者や関係団体、地域住民、行政が一丸となって観光振興に戦略的に取り組むための指針を整理することが、観光振興戦略（以下、「本戦略」という。）を策定する目的である。

本戦略は、本市の「稼げる観光」に向けた成長のギアチェンジを目指すものであり、持続可能な観光まちづくりに向けた挑戦である。

## 2. 実施期間

本戦略の実施期間は、2019年度から2023年度までの5年間とする。

## 3. 観光振興戦略策定に当たって

本戦略の策定に当たって、宇城市観光物産協会、宇城市商工会、及び、庁内横断部署を構成員とし、「宇城市観光振興戦略策定会合」を組成し、本市の観光振興に係る現状や解決すべき課題、具体的な取組施策等を検討した。

---

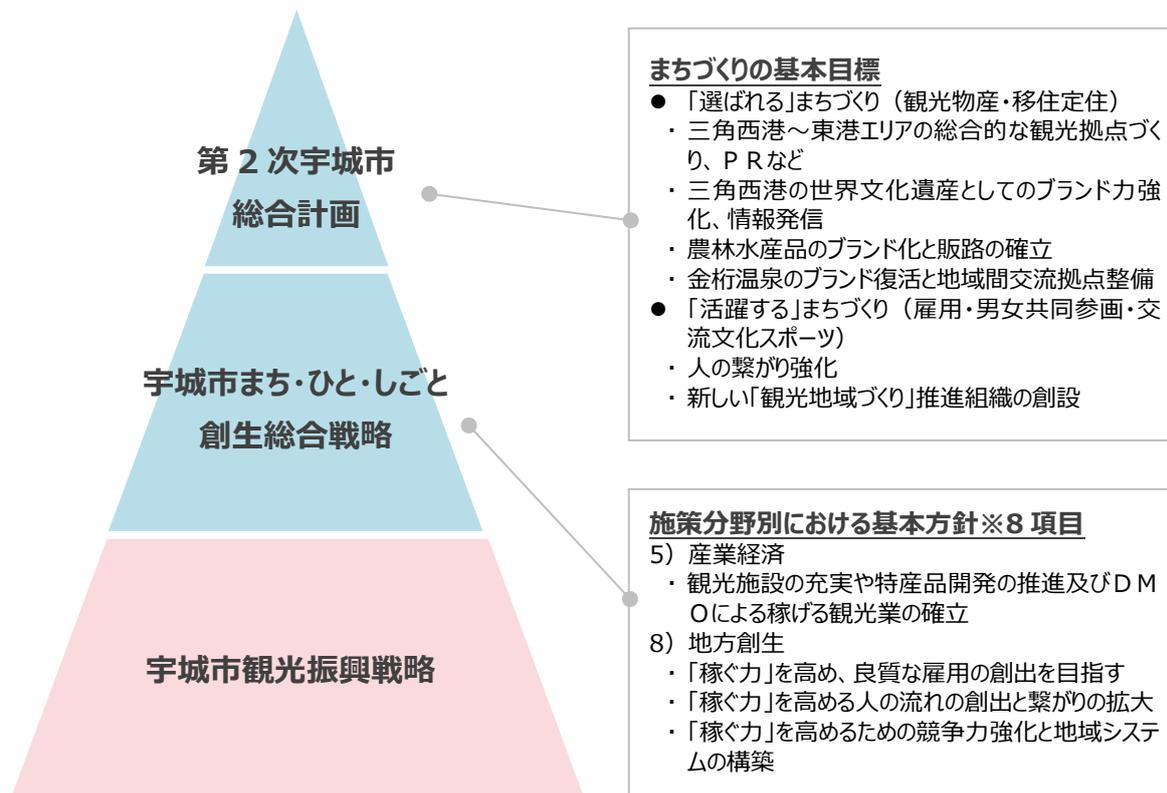
<sup>1</sup> シビックプライド(civic pride)：まちに対する住民の誇りや愛着のこと。

<sup>2</sup> DMO：Destination Management/Marketing Organizationの略。観光地域づくりを実現するための戦略立案、地域合意形成、事業推進等を図る組織のこと。

## 4. 観光振興戦略の位置づけ

### (1) 他計画との関係

本戦略策定に当たっては、「第2次宇城市総合計画」及び「宇城市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を十分に踏まえることとする。



### (2) 第2次宇城市総合計画における観光関連の目標値

第2次宇城市総合計画では、「稼げる観光」をテーマに、次の目標達成に向けて観光振興に取り組むことを掲げている。本戦略においても、こうした経緯を踏まえる。

【図表：稼げる観光に向けた成果指標】 ※観光振興に関係する箇所を抜粋

成果指標（KPI <sup>3</sup> ）	現況（2015年）	目標値（2020年）
宇城市版DMO創設による新規雇用者数	0人	5人
宇城地域に関する観光客数	4,092千人	4,250千人
年間郷土資料館来場者数	2,149人	8,000人
広域観光ルート数（近隣自治体連携）	0件	5件

<sup>3</sup> KPI:重要業績評価指標。Key Performance Indicatorの略。

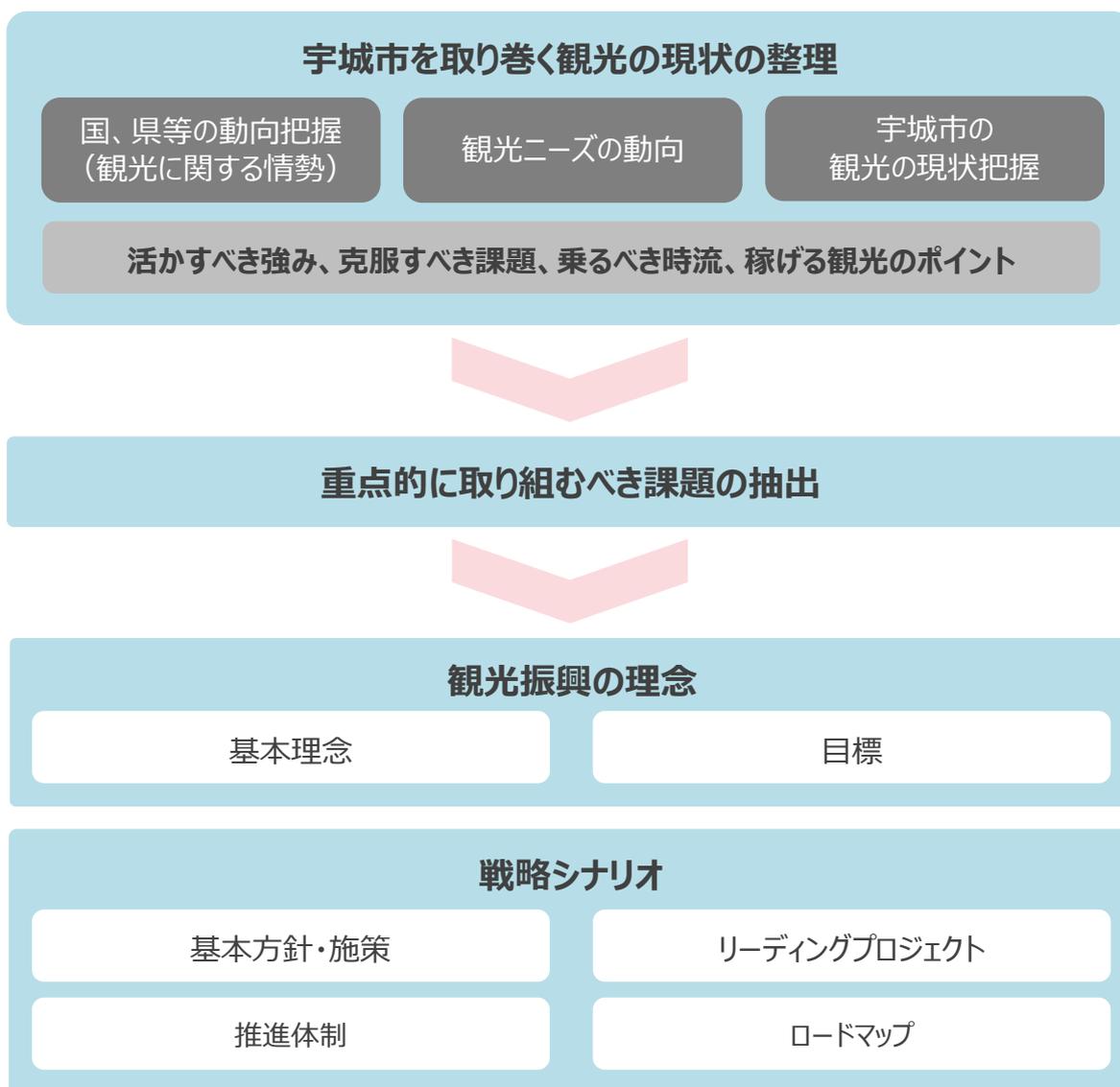
### (3) 観光振興戦略策定に当たって踏まえるべき事項

観光振興戦略を策定するに当たって、次の事項を踏まえることで、他計画との整合性を取る。

- ア 「稼げる観光」というテーマは踏襲し、その実現に向けて真剣に取り組むための施策を実行する。そうすることで、地域経済効果を楽しむ。
- イ 他自治体との連携による広域観光を推進する。
- ウ 地域資源（地域の人々、自然、文化、歴史、農水産物、既存施設等）の磨き上げを軸として方策を検討する。

## 5. 観光振興戦略策定の流れ

本戦略の検討に当たって、次の流れで策定を進めた。



# 第2 宇城市を取り巻く観光の現状

## 1. 観光政策に関する政府等の動向

### (1) 人口減少社会の到来

わが国の総人口は2008年をピークに減少を始め、今後加速度的に進行すると言われている（国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」）。

本市は、人口減少対策について、これまで取り組んできたものの、歯止めがかかっておらず、2015年の国勢調査では59,756人となり、ついに60,000人を下回った。2025年の人口予測については、国立社会保障・人口問題研究所の推計では55,459人、「宇城市人口ビジョン（2015年）」による推計では54,750人と試算されている。

本市では、「第2次宇城市総合計画」等においても、そうした人口減少に関する問題意識を基に様々な施策を掲げ、現在取り組んでおり、観光振興もその一つである。

政府（観光庁）によると、定住人口1人当たりの年間消費額（124万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）25人分、国内旅行者（日帰り）79人分に相当すると試算されている（観光庁試算「2016年版」）。裾野の広い総合産業といわれる観光の高付加価値化等による、地域経済の活性化に対する期待は高く、本市では、稼げる観光の具現化を重要な施策と位置づけている。

### (2) 観光立国に向けた国の方針、現況

政府は、観光立国の実現に向け、2008年に「観光庁」を設置し、2012年には「観光立国推進基本計画」を閣議決定した。また、2015年には「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」を策定し、6つの柱を立て、政府一丸、官民一体となった取組を進めた。その後、官民一体での観光政策が結実し、訪日外国人旅行者数の目標達成が視野に入ってきたため、従来の政府目標を大幅に前倒しする形、かつ、質の高い観光交流が加速されるよう、「明日の日本を支える観光ビジョン」を2016年に策定し、同ビジョンで新たな施策と目標値が次のとおり掲げられ、取組が行われている。

#### 【図表：「明日の日本を支える観光ビジョン」概要】

##### ■ 3つの視点と10の施策

##### 視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

- ・ 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
- ・ 「文化財」を、「保全優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
- ・ 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
- ・ おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

##### 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

- ・ 古い規制を見直し、生産性を大切にす観光産業へ
- ・ あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
- ・ 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

**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**

- ・ ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
- ・ 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
- ・ 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

■ **目標値**

項目	2015年	2020年	2030年
訪日外国人旅行者数	1,974万人	4,000万人	6,000万人
訪日外国人旅行消費額	3兆4,771億円	8兆円	15兆円
地方部での外国人 延べ宿泊者数	2,519万人泊	7,000万人泊	1億3,000万人 泊
外国人リピーター数	1,162万人	2,400万人	3,600万人
日本人国内旅行消費額	20兆4,090億円	21兆円	22兆円

※出所：観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」（2016年3月）

**(3) 持続可能な観光に向けた国の取組**

政府は、SDGs を地方創生の主要な視点に追加し、現在推進している。SDGs とは、Sustainable Development Goals の略である。2015年9月の国連サミットで採択された2030年を期限とする先進国を含む国際社会全体の17の開発目標を指す（図表：【持続可能な開発目標（SDGs）の17の目標】参照）。

全ての関係者（先進国、途上国、民間企業、NGO、有識者等）の役割を重視し、「誰一人取り残さない」社会の実現を目指して、経済・社会・環境をめぐる広範な課題に統合的に取り組むものとされている。

【図表：持続可能な開発目標（SDGs）の17の目標】



ロゴ：国連広報センター作成

我が国では、「持続可能な開発目標（SDGs）実施指針」（平成 28 年 12 月 22 日第 2 回持続可能な開発目標（SDGs）推進本部決定）において、政府全体及び関係府省庁における各種計画や戦略、方針の策定や改訂に当たって、SDGs を主流化することとされており、実施のための主要原則の一つに「包摂性」が示されている。また、政府は、2018 年 12 月に「SDGs アクションプラン 2019」を決定し、日本の SDGs モデルの 3 本柱を踏まえた各種取組や課題が明記された。

**図表：【日本の SDGs モデルの 3 本柱（「SDGs アクションプラン 2019」より）】**

- ① SDGs と連動する「Society 5.0」の推進
  - ・ 中小企業における SDGs の取組強化
  - ・ 科学技術イノベーション（STI）の推進
- ② SDGs を原動力とした地方創生，強靱かつ環境に優しい魅力的なまちづくり
  - ・ SDGs を原動力とした地方創生
  - ・ 強靱かつ環境に優しい循環型社会の構築
- ③ SDGs の担い手として 次世代・女性のエンパワーメント
  - ・ 次世代・女性のエンパワーメント
  - ・ 教育・保健分野における取組

更に、政府による「まち・ひと・しごと創生総合戦略（2018 改訂版）」の中においても、いくつかの基本方針の一つとして、SDGs に関する次の事項が示された。

**図表：【まち・ひと・しごと創生総合戦略（2018 改訂版）における SDGs】**

**（Society5.0 の実現、持続可能な開発目標（SDGs）に向けた取組等の推進）**

…地方創生の一層の推進に当たっては、持続可能な開発目標（SDGs）の主流化を図り、SDGs 達成に向けた観点を取り入れ、経済、社会及び環境の統合的向上などの要素を最大限反映する。具体的には、全国の地方公共団体等による地域における自律的好循環、持続可能なまちづくりを目指した取組を推進することで、政策推進の全体最適化、地域課題解決の加速化等の相乗効果を創出し、地方創生の更なる実現につなげていく。

**（第 1 期の総仕上げと次のステージに向けて）**

…第 1 期の総仕上げを踏まえて、Society5.0 の実現や SDGs 達成に向けた取組をはじめとする現在と将来の社会的変化を見据え、地方創生の新たな展開としての飛躍に向け、次期の総合戦略策定の準備を開始する。

※出所：内閣府「まち・ひと・しごと創生総合戦略（2018 改訂版）」から一部抜粋

また、国連は、2017 年を「開発のための持続可能な観光の国際年」と定め、国連世界観光機関（UNWTO）が主導し、そうした活動を推進した。UNWTO によれば、観光には、包摂的で持続可能な経済成長、持続可能な消費と生産、海洋及び海洋資源の持続的な活用について、観光が直接的または間接的に貢献する潜在力があると言及されている。これらの動きも踏まえ、観光庁は、2018 年に「持続可能な観

光推進本部」を設置し、持続可能な観光に関する課題について検討し取り組んでいる。

これらのことから、本市の地方創生の柱のひとつである観光振興を検討するに当たって、SDGs の考え方も踏まえた持続性ある取組となるよう検討が求められる。

#### (4) 熊本県の観光振興に関する方針

熊本県は、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、国内外からの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、2008 年に観光立県推進計画を策定した。

その後、2016 年の熊本地震を受け、熊本復旧・復興 4 年戦略を策定し、観光施策に係る取組みを具体化する計画として、観光立県推進計画の 3 期目となる「ようこそくまもと観光立県推進計画（2017－2019）」を策定した。その中で掲げる基本目標、目標値、基本的な考え方は次のとおりである。

##### 【基本目標】

『熊本地震からの観光の創造的復興の実現～つながりを力に～』

熊本地震からの観光の創造的復興を実現するにあたり、熊本地震を経験した県民の絆を力に、県内各地が連携し、また、地域ならではの新たな観光プランの造成など、地域をあげて本計画を推進します。また、計画の実施にあたっては、県を含む各行政機関や各地の観光協会、DMO 等が中心となって、各地域の取組を有機的に連携させ、県全体の動きとして加速化させます。

##### 【目標値】

No	項目	2015 年	2019 年
1	延べ宿泊者数	720 万人	800 万人
2	延べ外国人宿泊者数	64 万人	120 万人
3	観光消費額	3,240 億円	3,800 億円
4	来訪者満足度	74.4%	80.0%

##### 【基本的な考え方】

- ・ 2019 年国際スポーツ大会イヤーを見据えた観光産業の早期復旧・復興の加速化
- ・ DMO の考え方を取り入れたマーケティングによる戦略的アプローチ
- ・ ウェルカムマインドの醸成と観光客の安全・安心の確保
- ・ 九州の中央という立地を活かした九州各県と連携した誘客の推進

※出所：熊本県「ようこそくまもと観光立県推進計画（2017－2019）」

## 2. 観光ニーズの動向

### (1) 旅行目的等のトレンド

公益財団法人日本交通公社「旅行年報 2018」によれば、アンケート調査結果に基づく日本人の国内旅行の傾向等については、次のとおりであった。

#### ■ 日本人の旅行意識

日本人の旅行意識の変化をみると、10年前との比較では「日常生活から解放されるため」「保養、休養のため」というような癒しを求める旅行動機が減少し、「旅先のおいしいものを求めて」「思い出をつくるため」「家族の親睦のため」といったより積極的な理由が増加した。一方で旅行の阻害要因は、10年前は1位だった「家計の制約がある」が3位になり、「仕事などで休暇がとれない」が1位、「友人等と休日が重ならない」が2位と、上位の顔ぶれは変わっていない。

テレビの旅番組は各地の風光を紹介するだけでなく、ローカル線や路線バス、ミニバイクの旅を通して地域の日常を巡るおもしろさを映し出す。旅先を歩きながら地元の人たちの暮らしぶりに触れたり、専門家とともに当地の成り立ちを探求したりする様子も伝えている。“人とのふれあい”、“予期せぬこと”、そして“知的な探求心”が旅への感心をかき立てている。外国人旅行客が日本の魅力に新鮮な視点を向ける様子も頻繁に見かける。観光旅行者の関心領域はひろがり、観光行動は多様化し、各地の“小さなホンモノ”への注目がいっそう高まってきた。

需要顕在への意識は十分過ぎるほどなので、あと少しの家計の余裕と、休暇取得に工夫が必要だろう。

#### ■ 同行者別の市場シェア

同行者は、年代の移り変わりに伴って変化していく。まず国内旅行についてみると、10代後半は家族や友人との旅行が中心である。男性はひとり旅行のシェアも多く、以降60代まで各年代において2割から3割程度を占める。20代になると、夫婦・カップル旅行と友人旅行が中心になる。30代前半からは友人との旅行は減り始め、家族旅行のシェアが増える。家族旅行が最も多くなるのは男女ともに30代から40代で、その後、家族旅行のシェアは減少、夫婦・カップル旅行が大きなシェアを占めるようになる。なお50代後半以降は、女性より男性で夫婦・カップル旅行のシェアが高く、この年代の女性は、男性と比べて友人との旅行のシェアも比較的高い。

#### ■ 旅行で楽しみにしていたこと

同行者やライフステージによって、旅行での楽しみは異なる。

前年同様、多くのセグメント<sup>4</sup>で『おいしいものを食べること』がトップシェアとなった。特に、「カップルでの旅行」で高い値を示した。

『温泉に入ること』については、「3世代家族旅行」「子育て後の夫婦での旅行」「子育て後の女性による友人旅行」でトップを占めた。これらのセグメントにはシニアが含まれていることから、この世代にとって温泉は旅行の大きな楽しみのひとつと言える。

『自然景観を見ること』はどのセグメントにおいてもトップシェアにはならないものの、比較的上位を占めた。

『文化的な名所を見ること』は、「子育て中の夫婦での旅行」で全体に比べて高い値となり、特徴的な楽しみとなっている。

『観光・文化施設（水族館や美術館、テーマパークなど）を訪れること』がトップシェアとなったのは、「18

<sup>4</sup> セグメント（マーケットセグメント）：細分化した消費者集団のことを指す。顧客市場を細分化することで、特定の分類に対して集中的なアプローチができる。「旅行年報 2018」では、旅行者の同行者とライフステージで細分化している。

歳未満の子どもと一緒に家族旅行」であった。

『スポーツやアウトドア活動を楽しむこと』は「男性による友人旅行」で、『芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦』は「ひとり旅」で、特徴的な楽しみとなっている。特に、「女性のひとり旅」では『観劇・鑑賞・観戦』がトップシェアとなり、全体の比率より 10 ポイント以上高い値を示した。

※出所：公益財団法人日本交通公社「旅行年報 2018」から一部抜粋

## (2) テーマ別観光等の例

### ア テーマ別観光について

政府は、「テーマ別観光による地方誘客事業」として、個別テーマを設定し、新たなツーリズムの促進を図っている。多様なニーズへの対応、体験を重視した観光サービスの人気等が反映されたものと想定される。(例) エコツーリズム<sup>5</sup>、社寺観光、明治日本の産業革命遺産、サイクルツーリズム<sup>6</sup>など

また、本市が有する自然資源の有効活用、取り込みが弱い夜間消費等については、次のイ、ウのとおり、政府（観光庁）からノウハウが公開されている。

### イ 地域の自然体験型観光コンテンツの動向

政府（観光庁）が公開している「地域の自然体験型観光コンテンツ」（2019年3月）によれば、『海外のアドベンチャーツーリズム<sup>7</sup>関連のレポートでは、日本は北海道から沖縄まで、多くの山々、火山、川、湖、海の自然資源を有するほか、国立公園や自然保護区も豊富なことから、アドベンチャーアクティビティの成長市場である』、『観光立国として成長するための 4 要素（文化、食、気候、自然）とも合致し、日本には大きなポテンシャルがあると言える。』とあり、宇城市も同様の地域資源を有することから参考にできる。

なお、自然体験型観光を地域の産業として「持続的に成長」させていくためのルールとして、『安全性の確保』、『品質の担保』、『観光資源・環境の保全』も挙げられている。

#### 【近年のトレンド】

- ・ 《トレイルツーリズム》 サイクリング、ウォーキングを含むトレイルツーリズムは、旅行者の長期滞在やリピーターが多く各国が力を入れている。
- ・ 《スノーコンテンツ》 雪まつり、北極動物ウォッチング、白夜など、スキー以外のスノーアクティビティを目的とする旅行者が増えている。
- ・ 《地元交流、文化体験》 旅行熟度の高い旅行者ほど、地域ならではの本物の文化体験や先住民との交流体験を求めており、精通したガイドを伴うツアーが人気となっている。
- ・ 《ひとり旅行者》 ひとり旅行者の増加に合わせて、多くの旅行会社はひとり旅行者向けのプランを増やしている。

<sup>5</sup> エコツーリズム：自然環境や歴史文化を対象とし、それらを体験し、学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全を目指す観光形態のこと。

<sup>6</sup> サイクルツーリズム：サイクリングと観光を絡めたこと。サイクリング中心の来訪、旅行の中で自転車を体験してもらう形態の両方が該当する。

<sup>7</sup> アドベンチャーツーリズム：「アクティビティ」、「自然」、「異文化体験」の 3 つの要素のうち 2 つ以上で構成される旅行形態のこと。

## ウ ナイトタイムエコノミー

政府（観光庁）が公開している「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」（2019年3月）によれば、『ナイトタイムエコノミーの取組みは、宿泊、飲食、体験消費、交通など幅広い波及効果をもたらす。夜間に営業する事業者にとっては、「夜間」という新たな時間市場を開拓することで事業を拡大する機会となる。』『日本においても大都市のみならず、全国各地域やまちにおいても、ナイトタイムエコノミーを推進し、訪日外国人が夜間に楽しめるコンテンツを拡充させることで飲食・宿泊を伴った経済効果が期待できる。』『実際にナイトタイムエコノミーの推進に取り組んでいる海外の都市を見ると、（中略）雇用創出にもナイトタイムエコノミーが大きく寄与』とあり、ナイトタイムエコノミーの推進は、地域経済への効果について期待が寄せられている。

### (3) 熊本県内のクルーズ船客(訪日外国人)の動向

八代市には、国際旅客船(クルーズ船)拠点形成港湾に指定されている八代港が存在する。同港には、年間20万人超の外国人観光客（図表「港別 国籍・地域別 船舶観光上陸許可数(2017年)」参照）が訪れており、そのほとんどが中国からの旅行客である。熊本県「熊本県国際課の事業について」(2018年3月)によれば、国際旅客船(クルーズ船)による観光等の傾向は次のとおりである。

- ・ クルーズ船客の多くは中国系ランドオペレーター<sup>8</sup>が催行する無料バスツアーに参加している。
- ・ ランドオペレーターにキックバックがある免税店で主にショッピングを行っているため、地域経済への波及効果がほとんど見られないのが現状である。
- ・ 近年は、八代市内をシャトルバスで周遊したり、鉄道等で熊本市内を訪れたりといった、バスツアーに参加しない個人旅行者(FIT<sup>9</sup>)も現れてきてはいるが、ごく僅かである(1%未満)。
- ・ 以前は熊本城や阿蘇方面へのツアーが多かったが、熊本地震以降は県南地域の観光施設等を周遊するコースが増えてきている。

図表：【港別 国籍・地域別 船舶観光上陸許可数(2017年)】

港	国籍・地域	総数	中国	台湾	香港	米国	韓国	その他
総数	100.0%	2,449,301	2,032,296	266,209	48,547	15,501	14,541	72,207
	構成比 (%)	100.0%	83.0%	10.9%	2.0%	0.6%	0.6%	2.9%
博多港	24.9%	609,027	598,563	1,231	1,470	1,577	196	5,990
	構成比 (%)	100.0%	98.3%	0.2%	0.2%	0.3%	0.0%	1.0%
長崎港	24.0%	587,130	556,588	9,260	2,639	4,656	749	13,238
	構成比 (%)	100.0%	94.8%	1.6%	0.4%	0.8%	0.1%	2.3%
那覇港	15.2%	372,422	188,585	114,376	35,619	3,496	1,179	29,167
	構成比 (%)	100.0%	50.6%	30.7%	9.6%	0.9%	0.3%	7.8%
八代港	8.8%	214,361	205,712	701	616	1,278	144	5,910
	構成比 (%)	100.0%	96.0%	0.3%	0.3%	0.6%	0.1%	2.8%
鹿児島港	4.7%	115,210	97,515	13,216	1,657	545	19	2,258
	構成比 (%)	100.0%	84.6%	11.5%	1.4%	0.5%	0.0%	2.0%
その他	22.5%	551,151	385,333	127,425	6,546	3,949	12,254	15,644
	構成比 (%)	100.0%	69.9%	23.1%	1.2%	0.7%	2.2%	2.8%

出所：法務省「平成29年における外国人入国者数及び日本人出国者数等について」

8 ランドオペレーター：旅行会社の依頼を受け、現地旅行先のホテルやレストラン、ガイド、バス、鉄道などの手配、予約等を専門に行う会社のこと。

9 FIT：Foreign Independent Tourの略。団体旅行や団体向けパッケージツアーを利用せずに、個人で行く海外旅行。

熊本県では、(1)クルーズ船寄港地ツアー実態調査、(2)関係機関との連携、(3)船社との連携などを行い、ツアー客の取り込みを図るような対策を検討しており、『現在、地元への経済効果が大きい「地元消費型旅行商品」を作るべく、各市町村や観光協会が有する観光情報を熊本県(広域本部・地域振興局)に集約し、これを県内の旅行代理店に提供している。今後、県と県内旅行代理店が連携して船社に対して売込を行っていく予定』とのことである。

これらの状況等を踏まえると、クルーズ船客(訪日外国人)について、本市においては、次の事項がポイントと考えられる。

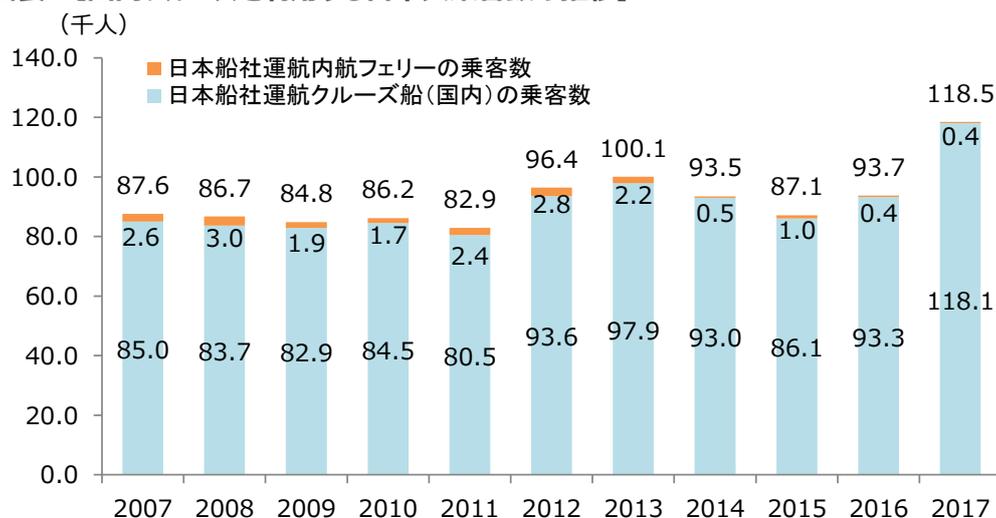
- ・ 限られた日本滞在時間の中で本市に来訪してもらうには、本市に短時間で来訪可能な距離にある港が適していると考えられ、対象は八代港のみである。博多港については、バスによる移動時間を踏まえると取り込みは難しい。
- ・ 大多数を占めるツアー客の取り込みに当たっては、免税店、キャッシュレス対応、多言語化等の環境整備が必要である。また、船社やランドオペレーターへの売込が必要である。
- ・ FITの割合は僅かであり、戦略的に取り込むかどうかについては議論が必要である。

#### (4) 国内クルーズの動向

国土交通省「2017年の我が国のクルーズ等の動向について」によれば、国内クルーズ等の現況は次のとおりである。

- ・ 2017年の日本人のクルーズ人口は、外国船社の日本発着外航クルーズ数の増加等により、前年に比べ、6.7万人増加し31.5万人(27.0%増)であった。
- ・ 2017年の国内クルーズ人口は、前年に比べ、乗客数は2.5万人増加し11.9万人(26.4%増)、人泊数は8.0万人泊増加し31.1万人泊(34.4%)であった(図表：【国内クルーズを利用する日本人乗客数の推移】参照)。また平均泊数は2.6泊であった。

図表：【国内クルーズを利用する日本人乗客数の推移】



出所：国土交通省「2017年の我が国のクルーズ等の動向について」

また、国内クルーズを本市の観光振興に生かすことを考える場合、国内クルーズ船によるツアーにおいて、三角東港への寄港上陸時の観光サービスの提供、飲食への材料等の納入、土産品販売等が経済効果として期待できる。

一方で、国内船社が有するクルーズ船は3隻（「飛鳥Ⅱ」〔郵船クルーズ株式会社〕、「にっぽん丸」〔商船三井客船株式会社〕、「ぱしふいっくびいなす」〔日本クルーズ客船株式会社〕）であり、近年乗客数は増加しているものの、限られた市場といえる。そうした中での誘致においては、寄港の動機付けとなるような魅力的かつ地域消費に結びつく観光サービスの存在が不可欠である。

これらの状況等を踏まえると、国内クルーズについて、本市においては、次の事項がポイントと考えられる。

- ・ 積極的に国内クルーズ客を取り込む場合、他地域と差別化でき、寄港の動機付けとなるような魅力的な観光サービスの強化が求められる。また、並行して旅行事業者等への誘致活動も必要である。
- ・ 成長傾向にあるとはいえ、限られた市場といえる現況では、優先ターゲットとするのか議論が必要である。

### 3. 市の観光に関する現状

#### (1) 観光概況

##### ア 本市の観光現況の概要（まとめ）

本市の観光現況について、ポイントとなる事項は次のとおりである（（2）以降で詳述する）。

- ・ 世界文化遺産（三角西港）、海や山などの豊かな自然、豊富な農水産物がある。
- ・ 熊本地震の影響は一段落しているものの、日帰り観光客数は震災前の水準には戻っていない。
- ・ 近年では、フットパス<sup>10</sup>やグランピング<sup>11</sup>等の自然を生かした体験コンテンツ、「うきモビ<sup>12</sup>」等のハイテク活用、マーケティング委員会立ち上げによる検討とサンカクドライブ等の企画立案実行に取り組む。
- ・ 4つの施設（三角西港、道の駅等）で観光入込客数の8割を占める。
- ・ 三角地区には高齢層（60代が最多）、個人客が多い傾向にある。
- ・ 天草地域訪問者の8割が立ち寄り場所となっている。
- ・ 熊本、福岡等の都市圏から1～2時間の立地にある。
- ・ 自動車での来訪が多い。
- ・ 夏場の来訪客が県全体の傾向に比して少ない。
- ・ 上天草市等との広域連携等、観光振興に取り組んできた。
- ・ JALとの観光や物産活性化の連携、民間事業者との松合地区の古民家再生等の連携、地域金融機関との連携等、積極的に様々な企業連携による地域活性化に取り組んでおり、継続する予定である。

<sup>10</sup> フットパス：イギリスを発祥とし、森林や田園地帯、古い街並みなど地域に昔からあるありのままの風景を楽しみながら歩くことができる小径（こみち）を指す。フットパスを歩き、その地域の魅力を楽しむような体験型観光に活用される。

<sup>11</sup> グランピング：キャンプ、アウトドア体験の一種。グラマラス（魅惑的な）とキャンプを掛け合わせた造語であり、自然の中で快適な余暇や食事を楽しむ。

<sup>12</sup> うきモビ：超小型モビリティ（うきモビ）、シェアサイクル、セグウェイの乗車体験の3つのシェアリングサービスを1カ所で体験できるサービスの総称。

## (2) 地勢

### ア 市の概要

本市は、2005年1月15日に、旧宇土郡三角町、不知火町、下益城郡松橋町、小川町、豊野町の5町が合併して誕生した。

九州の経済大動脈である国道3号が市内中心部を通っており、また、西は天草・東は宮崎県という地理的状况にもあることから、都市的機能と美しい田園風景や不知火海の文化に彩られた自然景観などを併せ持つバランスの取れた地域である。

2015年国勢調査時の人口は59,756人、15歳以上の労働力人口は全体の過半数を占めており、産業別の就業割合は、第1次産業が16.1%、第2次産業が21.9%、第3次産業が61.4%、分類不能産業が0.6%となっている。

宇城市は一年中温暖な気候であり、以前はデコポン・ミカン・水稻・梨・ぶどう・レンコンなどの農作物を中心に栄えた農業地域であったが、近年は、松橋IC周辺への工場誘致や交通利便性の向上により、工業地域や住宅地域が増えつつある地域である。

また、市内には貝塚や古墳、中世の城跡などの文化財も数多く発掘されている。貝塚は市内各地に点在しており、宇土半島がもともと単独の島だったのではないかと推測される。更に、小田良古墳（国指定史跡）や宇賀岳古墳（県指定史跡）、桂原古墳（県指定史跡）などの装飾古墳には、船やイルカなどが描かれており、火の国の豪族や村が存在していたと推察できる重要な史跡となっている。

### イ 九州の中央、熊本県の中西部

本市は九州のほぼ中央、熊本県の中西部に位置し、熊本県の第一・第二の都市である熊本市と八代市の間に位置している。天草、宮崎県への結末点である熊本空港から車で30分、熊本市から35分、福岡から松橋まで電車で約1時間、車で約2時間の距離にある。また、九州自動車道の松橋IC、宇城氷川スマートIC、JR鹿児島本線、国道3号線など交通インフラが整備されており、県内外からのアクセスがしやすい地域である。

### ウ 東西に長く、海あり、山あり、島・半島あり

東西約31.2km、南北13.7kmと東西に長く、宇城市と宇土市で宇土半島を二分しており、宇城市が宇土半島の南側を、宇土市が北側を占めている。JR松橋駅から三角東港（JR三角駅）までの移動距離は、宇土半島の北回りで31.7km、南回りで23.6kmであり、自家用車で移動した場合、それぞれ42分、31分かかる。宇土半島を1周した場合の移動距離は約55.3km、移動時間は1時間13分程度である。また、戸馳島という離島も擁しているが、橋で移動可能な距離にある。

### エ 歴史を観る、景勝の地

海の文化が残っている地区では、建物も文化財の一つで、不知火町の松合白壁土蔵群では、江戸時代に県内有数の漁港であった面影を残し、町並み保存会が大切に風景と歴史を守っている。世界遺産「明治日本の産業革命遺産」の1つに選ばれた三角西港も、明治時代に開港し、一気に県内屈指の港となった背景を残す情緒ある佇まいであり、オランダ人のムルドル氏の指導の下で作られた石積の水路や埠頭（国指定）は日本で唯一現存している明治時代の港湾施設である。

ゆかりのある人物には、小川の 3 傑と呼ばれる竹崎季長、鉄眼禅師、柏原太郎左衛門がいる。日本の歴史に大きな働きをした人物であり、碑や古文書などが残っている。また日本の女性史に大きな足跡を残す高群逸枝の碑や、千里眼千鶴子の名で有名な御船千鶴子の墓も存在している。豊野にある熊本名水百選の一つ、御手洗水源のそばには奈良時代末期に建立された古代寺院の浄水寺跡があり、境内には燈楼の竿石や寺領の碑、礎石群が残っており、静かな中に風情が漂っている。

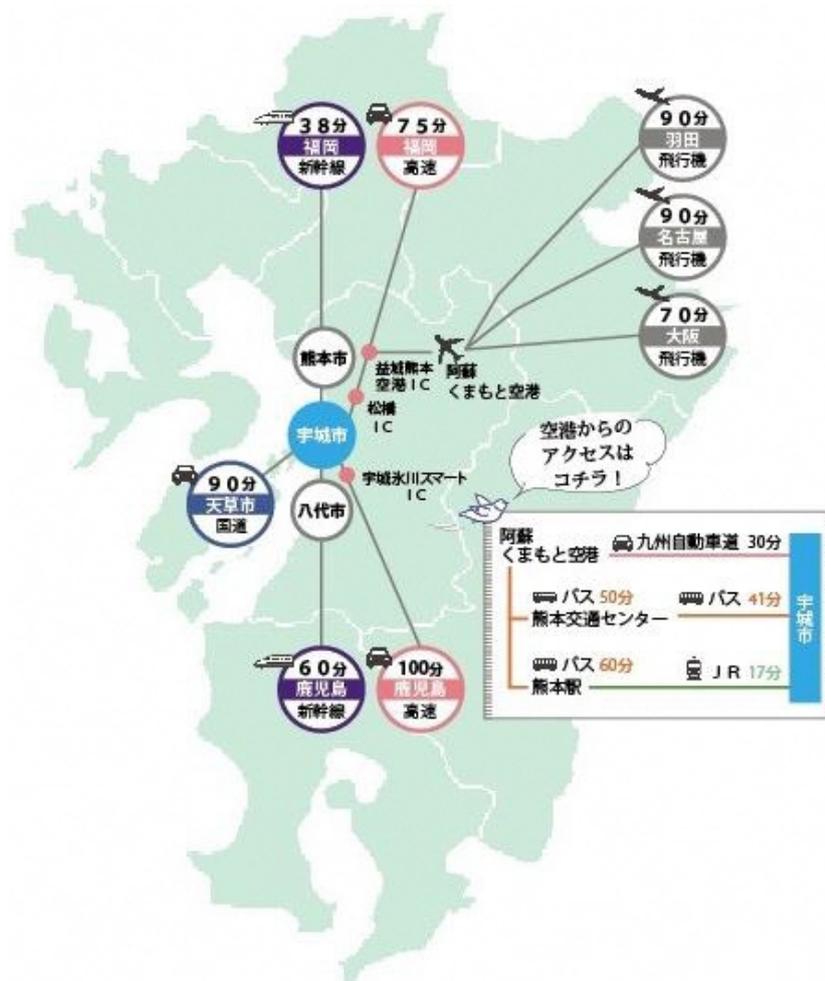
更に、「不知火（しらぬい）現象」でも有名な地域である。町名としても知られると同時に「ロマンの火」、景行天皇を導いた不思議な火としても知られる。これは、旧暦の八朔の日に夜中～明け方にかけて見える不思議な火（自然現象）であるが、近年は周囲の環境の変化もあって見えづらくなってきている。

### オ 熊本地震からの復興に向けて

2016 年 4 月に発生した熊本地震において、本市も震度 6 を超える地震の被害を受け、未曾有の災害となった。被害額は、2018 年 3 月時点で 128 億円 1,400 万円と試算された。なお、発生直後から、水や食料品をはじめとする多くの支援物資が全国各地から寄せられたほか、さまざまな形で心温まる支援をいただいた。

本市では、熊本地震からの早期復旧・復興に向け、「宇城市復興まちづくり計画」を策定し、1 日も早い生活の再建、災害に強く安全で安心なまちづくりを目指し、推進している。

【図表：宇城市の位置】



### (3) 主要な地域資源

【図表：宇城市内の地区】



#### ア 三角地区

宇土半島の西端に位置する町。南北を八代海（不知火海）、有明海に挟まれ、天草の玄関口にもなっている。温暖な気候により自然豊かな風光明媚な地域で、天然の良港三角東港、世界遺産三角西港を中心とする商業/観光地域と、なだらかな丘陵を利用した果樹・ハウス園芸主体の農業地域からなる。また、三角地区の南側に位置する戸馳島は、「蘭の島」としても有名であり、周囲を海に囲まれた、天草諸島に隣接する島である。夏場はリゾート地として賑わう。

食、産業	施設・史跡（歴史・文化）
<ul style="list-style-type: none"> <li>サンサンうきっ子みすみ</li> <li>観光農園</li> <li>食と農の体験塾</li> <li>【海産物】 このしろ、コウイカ、マガキ</li> <li>【農産物】 三角みかん、デコボン、洋蘭、イチジク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>三角西港（世界遺産）</li> <li>郡浦神社、郡浦上本庄の天神樟</li> <li>戸馳神社</li> <li>戸馳島灯台</li> <li>海のピラミッド</li> <li>三角龍驤太鼓</li> </ul>
自然、アクティビティ	イベントほか
<ul style="list-style-type: none"> <li>花のがっこう</li> <li>若宮海水浴場、キャンプ場</li> <li>金桁温泉（建設中）</li> <li>石打ダム（石打ダム資料館）</li> <li>大岳山、高野山、三角岳（雲竜台・天翔台）</li> <li>スナメリ</li> <li>三角 B&amp;G 海洋センター（プール、体育館）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>オールドカーフェスティバル in 三角</li> <li>みすみ港祭り（海の日に開催）</li> <li>九州ハワイアンフェスティバル</li> <li>熊本ポートショー</li> <li>ビール列車、ワイン列車</li> <li>あここの樹の会</li> </ul>

#### イ 不知火地区

宇土半島の基幹部に位置する。東は松橋町、北は平野地と山稜を隔てて宇土市と接し、西は宇土半島先端の三角町に接している。町の地形は全般的に丘陵によって形づくられ、南北に狭長で起伏に富み、僅かに東部に平坦地を有している。南側の八代海（不知火海）沿岸には、国道 266 号が走り、遠く九州山脈の連峰と彷彿とした天草の島々を望み、風光明媚で温暖な土地である。

食、産業	施設・史跡（歴史・文化）
<ul style="list-style-type: none"> <li>道の駅不知火、不知火温泉 ロマンの湯</li> <li>【海産物】 トクアミ（トツカン）、天然車エビ、ワタリガニ、シャク、アラジャク、このしろ</li> <li>【農産物】 デコボン、極早生みかん、トマト、メロン、太秋（柿）、桃、ぶどう</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>永尾劔神社</li> <li>松合土蔵白壁群</li> <li>不知火美術館</li> <li>松合郷土資料館、松合ビジターセンター</li> <li>下萬屋（したよろずや）</li> <li>塚原向組神楽</li> </ul>

自然、アクティビティ	イベントほか
<ul style="list-style-type: none"> <li>大見の石畳</li> <li>不知火カントリークラブ</li> <li>不知火温水プール、不知火グラウンド</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海の火まつり（不知火観望、花火大会）</li> <li>まっちゃん朝市</li> <li>古民家宿 懐水集（五右衛門風呂）</li> </ul>

## ウ 松橋地区

松橋町は松橋港を中心に栄えた商業地域であった。国道3号線、九州自動車道松橋IC、JR鹿児島本線松橋駅等、交通の結節点であり、各種官公庁等の出先機関もこの地区に集中している。なお、松橋町は熊本・八代両市から約20km内外の距離にあるため、住宅地の開発も盛んに行われている。

食、産業	施設・史跡（歴史・文化）
<ul style="list-style-type: none"> <li>宇城彩館（道の駅うき）</li> <li>【農産物】 蓮根、恋のぞみ（イチゴ）、メロン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大塚古墳、宇賀岳古墳</li> <li>曲野神社神楽、栄町獅子舞</li> <li>仲町の茶わん鉢</li> </ul>
自然、アクティビティ	イベントほか
<ul style="list-style-type: none"> <li>HORSE RIDER</li> <li>観光ぶどう園</li> <li>古保山リゾート</li> <li>岡岳総合運動公園、ウイングまつばせ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宇城市フラワーフェスタ（岡岳総合運動公園）</li> </ul>

## エ 小川地区

小川町は、九州自動車道を境に、東部は山間地、西部は八代平野の一部をなす平坦地が開けている。町内を東から西へ流れる砂川には、山間部から小河川が流れ込み、平野部に広がる水田地帯を潤し、八代海（不知火海）に注いでいる。山間部には美しい棚田も存在する。また、JR九州鹿児島本線小川駅、九州自動車道の宇城氷川スマートIC等が存在する。

食、産業	施設・史跡（歴史・文化）
<ul style="list-style-type: none"> <li>農産物直売所「すずめのおやど」</li> <li>【農産物】 生姜、メロン、トマト、ポンカン、梨</li> <li>白玉粉</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>舞鳴文殊堂（西の太宰府）、舞鳴棒踊り</li> <li>風の館塩屋</li> <li>三宝寺、塔福寺</li> <li>小川町薩摩街道</li> <li>竹崎季長（鎌倉幕府御家人、『蒙古襲来絵詞』で有名）</li> </ul>
自然、アクティビティ	イベントほか
<ul style="list-style-type: none"> <li>棚田</li> <li>峠の岩清水、御手洗水源</li> <li>コスモス街道</li> <li>なごみ温泉 やすらぎの湯</li> <li>観音山総合運動公園、ラポート</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宇城市小川町秋桜ジョギング大会</li> <li>ふるさと小川復興祭り</li> </ul>

## オ 豊野地区

豊野町は、三方を山稜地に囲まれた小盆地を形成する中山間農村地域である。町の南東部からは水晶山が突出し、中央台地が町を東西に二分する。緑川水系に属する浜戸川と小熊野川が台地を挟んで合流し、県央の平野部を潤して有明海に注ぎ、町の南端にある砂川は八代海（不知火海）に流れ込んでいる。

また、町内には農業用水を確保するために、県下最大の人口溜池である萩尾大溜池・鏡ヶ池などの溜池

が41箇所もあり、水稻やメロンのほか、梨、ぶどう、葉たばこなど、一年中さまざまな農作物が作られている。更に、奈良時代末期の古碑が残る浄水寺跡など、歴史的に貴重な文化遺産も多く存在し、人と豊かな自然、歴史が共存する町である。

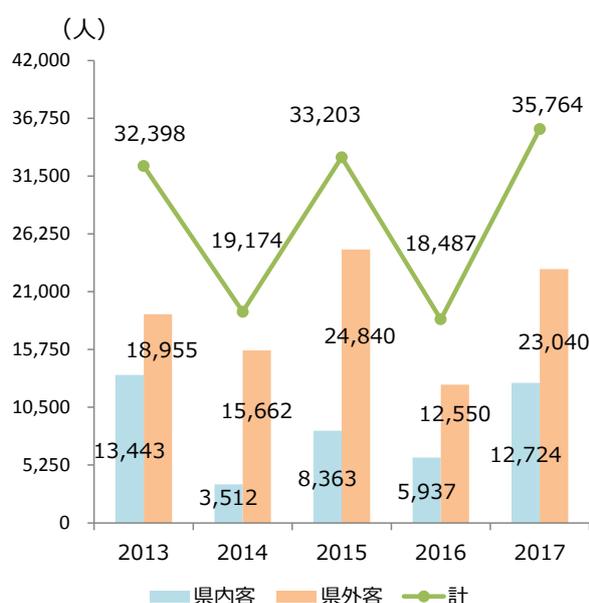
食、産業	施設・史跡（歴史・文化）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アグリパーク豊野</li> <li>・ 農家バイキング あぶみ野</li> <li>・ 【農産物】 梨、ぶどう、ハウス桃、露地桃、みかん、栗、柿、キウイ、メロン、干し柿、すもも、梅、生姜</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 豊野郷土資料館</li> <li>・ 浄水寺跡、響ヶ原古戦場</li> <li>・ 薩摩の渡し、山崎橋</li> <li>・ 豊野水晶太鼓</li> </ul>
自然、アクティビティ	イベントほか
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 誉ヶ丘公園</li> <li>・ 県立豊野少年自然の家どんぐり村キャンプ場</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 豊野町ふるさと祭り</li> </ul>

#### (4) 各種統計から見る宇城市の現況

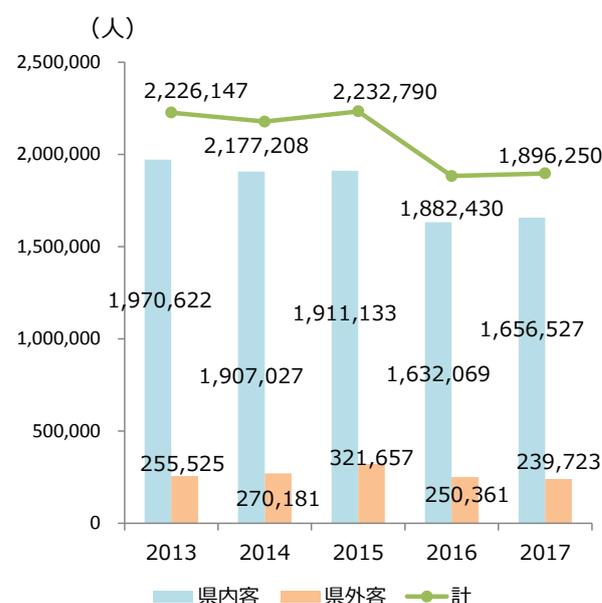
##### ア 観光入込数（総数）、日帰り・宿泊者数

宿泊客数は、2016年は熊本地震の影響により減少したが、2017年には持ち直している。また、日帰り客数は、熊本地震で減少し、その後、横這いで推移している。

【図表：本市の宿泊者数推移】



【図表：本市の日帰り客数推移】

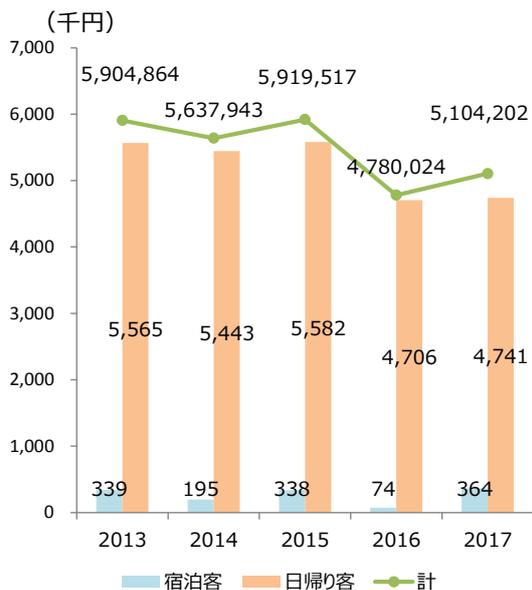


※出所：宇城市保有データ

##### イ 観光消費額

消費額計は、2016年に減少しているものの、2017年には少し持ち直している。また、一人当たり消費額は、熊本県平均が宿泊客 19,382 円、日帰り 3,663 円なのに対し、それぞれ宿泊客マイナス 9,216 円、日帰り客マイナス 1,163 円となっている。

【図表：本市の消費額計推移】



【図表：本市の一人当たり消費額推移】



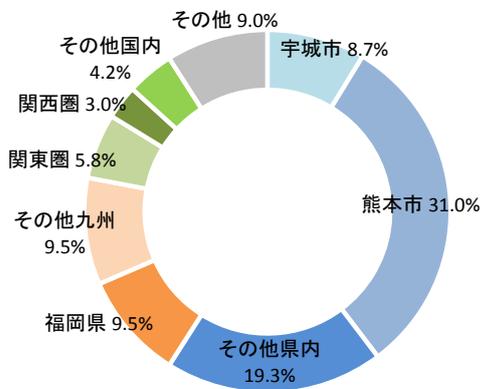
※出所：宇城市保有データ

### ウ 来訪者の現状 (三角西港)

三角西港で実施したアンケート調査 (2017年) では、三角地区来訪者の現状は次のとおりであった。

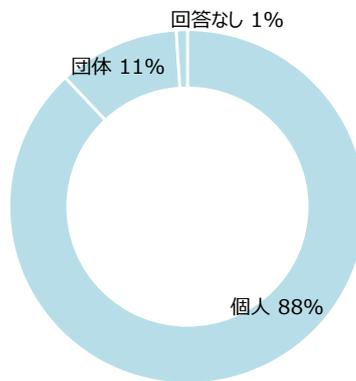
【図表：三角地区来訪者の居住地】

熊本県内の来訪者が約 6 割を占める。



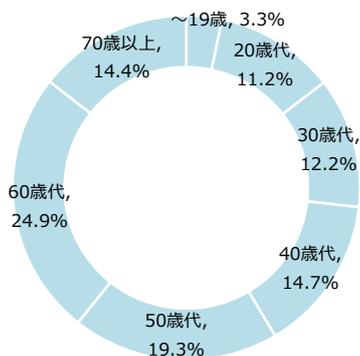
【図表：三角地区の来訪者の形態】

来訪者の約 9 割が個人客である。



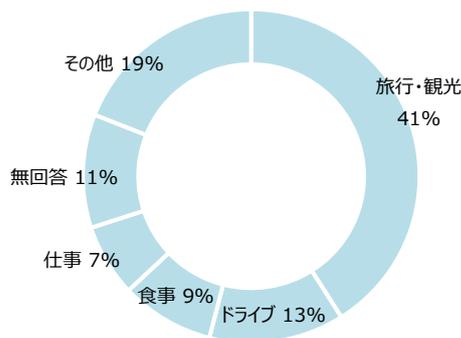
【図表：三角地区来訪者の年代】

来訪者の約 7 割強が 40 代以上となっている。



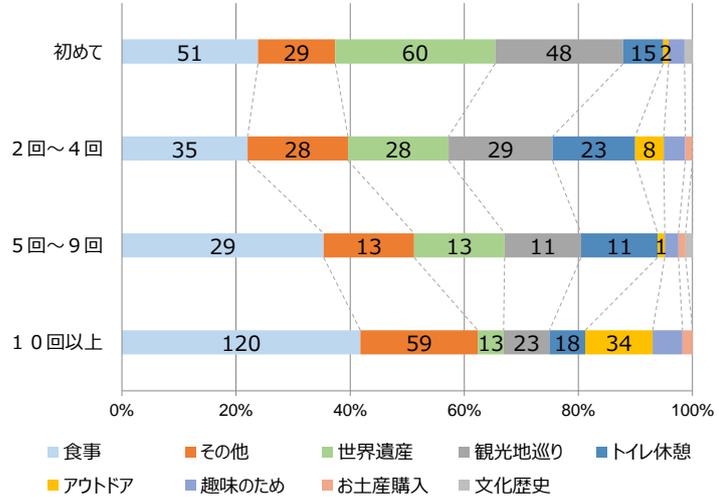
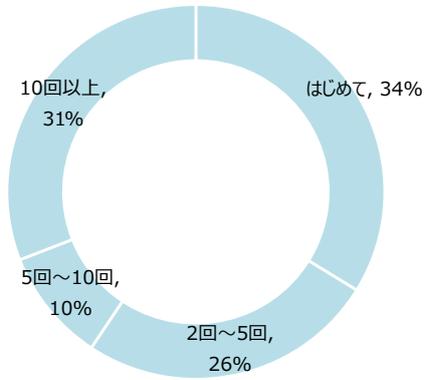
【図表：三角地区来訪者の来訪目的】

旅行・観光、ドライブが約 5 割を占める。



【図表：三角地区来訪者のリピート状況】

一定のリピート層が存在しており、その主な目的は食事である。リピート客の獲得においては、“食”は有効と推察できる。なお、世界遺産はリピート客が極端に少なくなる傾向にあり、魅力強化も課題である。

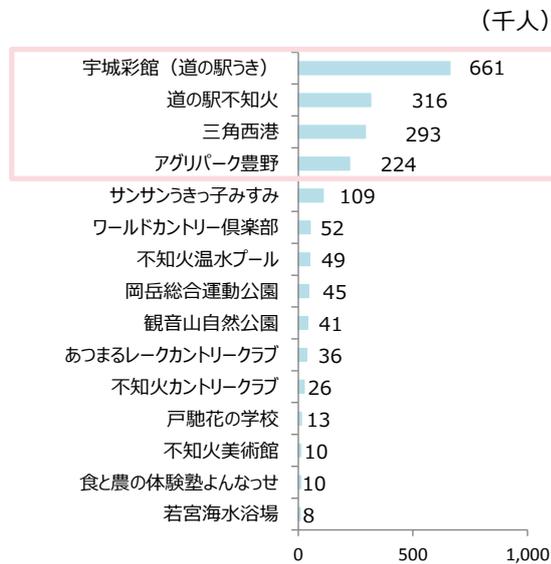


※出所：宇城市保有データ（三角地区アンケート調査 [2018年]）

## Ⅰ 主要施設の利用者

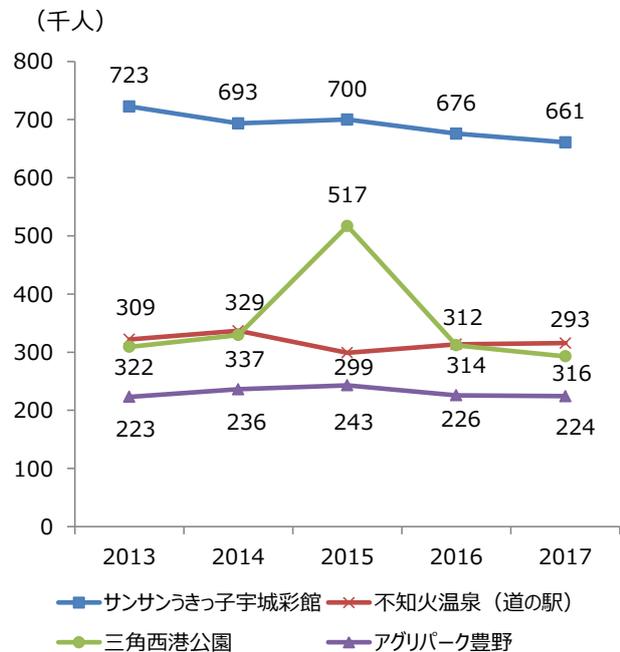
【図表：本市主要施設の客数（2017年）】

上位4施設で約8割を占めている。



【図表：上位4施設の来場者年間推移】

概ね横ばいだが、微減傾向にある。

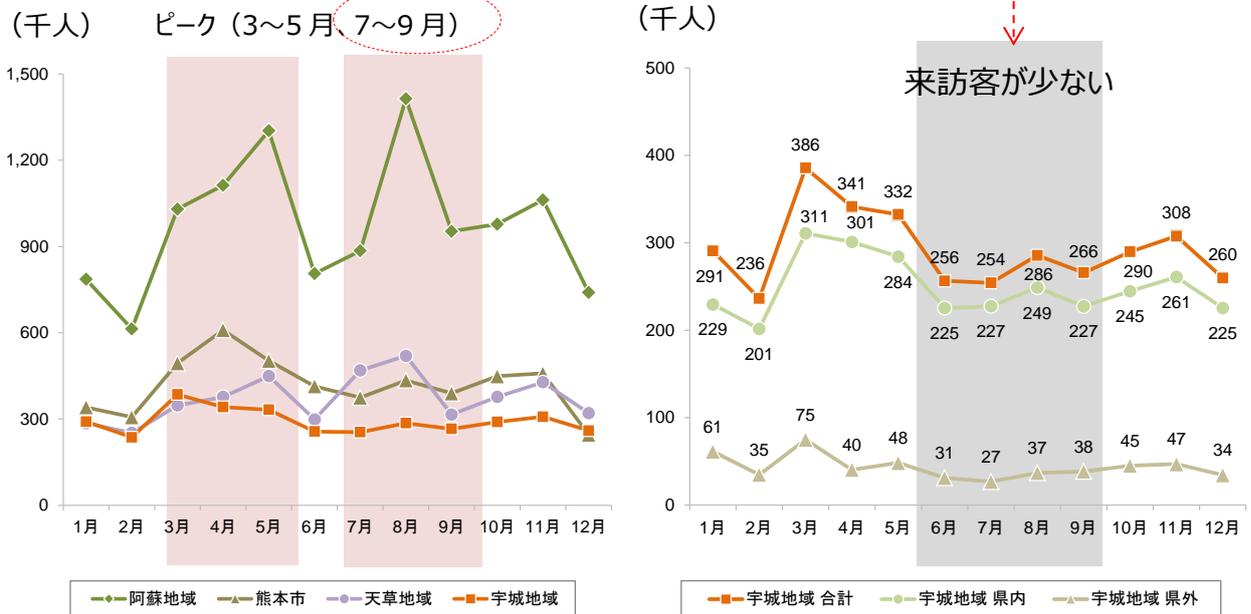


※出所：宇城市保有データ

## オ その他

熊本県全体の来訪ピーク時期のうち、7～9月の夏季の来訪客が県全体の傾向に比して少ない。

【図表：熊本県内及び宇城地域の年間来訪動向】



※出所：熊本県「平成 29 年熊本県観光統計表」を基に作成

## (5) その他、これまでの観光振興に関する取組

### ア これまでの観光振興に関する取組（一部）

- ・ 三角地区でマーケティング委員会を立ち上げ、マーケティング調査分析の実行、そこから企画立案されたサンカドドライブキャンペーンの実行等に取り組む
- ・ ウキモビ、セグウェイ等のパーソナルモビリティを活用した体験コンテンツの組成
- ・ フットパス、グランピング、登山等の自然活用による体験コンテンツの組成
- ・ チラシ、観光マップ、ホームページ等、情報発信に取り組む
- ・ 特産品であるコノシロを生かし、宇城市商工会を中心として、コノシロを食べられる飲食店等の観光マップ（「うさきコノシロ街道 MAP」）の整備を行い、PR 活動を実施
- ・ 養殖マガキの特産品化を実施

### イ 広域連携に関する取組

- ・ 「天草・宇土半島観光連盟」による広域連携
  - 4つの市の観光協会(宇城市・宇土市・上天草市・天草市)で、ルートや地域としての連携を図り、課題解決や連携事業の模索、検討により観光および物産振興を推進する組織である「天草・宇土半島観光連盟」が 2018 年に設立された。その連携の中で、次のような事項に取り組んだ。現在も、継続して連携協働による観光振興に取り組む。
  - ✓ PR ポスターの作成、おすすめの旅に関する各種情報発信
  - ✓ トレッキング&スイーツガイドブック、サイクルマップの作成
  - ✓ 世界遺産めぐり観光客誘致事業

- ✓ おすすめの旅に関する各種情報発信

## ウ 今後の主な取組事業、整備予定等

### 【環境整備（予定）】 ※一部

- ・ 戸馳大橋完成 [2019年3月30日～]
- ・ 市道長崎久具線開通 [2020年3月～]
- ・ 三角西港物産館（ムルドルハウス）新店舗営業 [2019年4月～]
- ・ 三角西港公園内街灯LED化 [2019年3月～]
- ・ 三角西港内トイレ整備 [時期未定]
- ・ 三角西港遊歩道整備 [時期未定]
- ・ 宇城彩館（道の駅うき）の駐車場拡張 [時期未定]

### 【事業（予定）】 ※一部

- ・ 観光に関する地域おこし協力隊の募集と投入 [2019年3月～]
- ・ サンカクドライブキャンペーン [2019年3月～4月]
- ・ 松合地域古民家再生事業 [2019年4月～]
- ・ 金桁温泉開発事業 [時期未定]

### 【企業との連携（予定）】 ※一部

- ・ 日本航空株式会社との連携  
日本航空株式会社（以下、「JAL」という。）と包括連携協定を締結し、観光振興等で連携する予定である。
  - ✓ 明日の宇城市を担う「人づくり」に関すること  
（本市内小中学校を対象とした「空育」活動、JAL 仕事講座、阿蘇くまもと空港見学等）
  - ✓ 宇城市の「観光」や「食」の推進に関すること  
（ジャルパック及び旅行会社による宇城市への旅行商品造成に向けた取組、情報発信、接遇講座の開催、三角西港エリア等の有効活用検討等）
  - ✓ 「宇城市ブランド」の醸成に関すること  
（特産品の開発支援、販売協力、ふるさと納税の返礼品選定・開発等）
- ・ 古民家再生による地域活性化に関する民間事業者との連携  
日本各地で古民家等の有効活用、地域活性化に豊富なノウハウと実績を有する一民間事業者と連携し、松合地区の白壁土蔵づくりの古民家再生事業等について取り組む予定である。

## 4. 宇城市の観光課題

### (1) 強み、課題等の検討結果

次のア～エの事項について、優先的な検討が求められるものを整理した。

#### ア 活かすべき強み

(観光に関するトレンド等も踏まえ、ポテンシャルを期待できる地域資源等)

##### ■ アクセス

- JR、新幹線、国道3号線等によるアクセスの良さ（福岡、熊本から）

##### ■ 地域資源

- 三角地区の集積：世界文化遺産の三角西港、三角駅、三角東港
- 歴史資源：三角西港、松合の白壁等
- 特徴的な“花”：フラワーフェスタの集客力、花のがっこう、洋蘭等
- アクティビティ：登山、フットパス、グランピングイベント等
- 道の駅：道の駅不知火、宇城彩館（道の駅うき）※集客力高い
- 温泉：不知火温泉、金桁温泉（現在整備中）の存在
- 自然：山、海、棚田などの里山、不知火現象、近い離島（戸馳島）
- 食材：水産物、果物等の特産品（農水産物）、肉等の豊富な食材

##### ■ 地域連携、取組

- 観光体制強化（DMO）等の推進、観光マーケティングに取り組む
- 広域連携の素地がある（天草地域等）

#### イ 克服すべき課題

(観光に関する市場環境変化等を踏まえた脅威、市内が抱える観光に関する課題等)

##### ■ マーケット等

- 人口減少、少子高齢化による国内旅行需要の将来的な減少の危惧

##### ■ 競合

- 他地域との競争の激化（精力的な観光振興の増加、インフラ整備等）

##### ■ 情報発信、認知

- 観光地としての認知度、知名度不足（熊本市や天草と比べて）

##### ■ 観光全般

- 観光事業者からの三角西港に関する低い評価（魅力強化が求められている）
- 施設の老朽化・遊休化、自然資源を生かきれていない可能性
- 車によるアクセス・移動が前提、首都圏、関西圏とは距離が遠い
- インバウンド対応の遅れ
- 地域の担い手の減少（少子高齢化）
- 宿泊機能が少ない、飲食消費の受け皿が少ない（“食”体験機会不足）
- 三角東港の賑わい不足（西港等との回遊、A列車・フェリー客等の消費受皿）

##### ■ 回遊性

- 市内回遊性の低さ（施設等は特定目的のみで来訪）

##### ■ 地域連携、取組

- 観光体制強化、組織化について、本格運用に至っていない

## ウ 乗るべき時流、機会

(観光客ニーズのトレンド、政府の施策、参考とすることが有用と考えられるもの等)

### ■ 旅行、観光ニーズ

- ・ 根強い「食」への期待・関心、自然に関連した観光の関心の高まり
- ・ 思い出づくりや家族の親睦の関心の増加
- ・ 天草で「子どもの遊び場少ない」というアンケートの声あり（一部見られた）
- ・ 着地型観光への取組・需要の拡大（「コト」消費）、旅行ニーズの多様化
- ・ 民泊や他拠点居住等に対する関心の高まり、民泊法整備
- ・ アクティブシニア層の観光意欲の増加
- ・ 働き方改革の推進に伴う余暇、旅行需要増への期待

### ■ 近隣地域

- ・ 福岡都市圏、熊本都市圏等で人口増加地域が存在
- ・ 九州内で相次ぐ世界遺産の登録

### ■ インバウンド

- ・ 福岡都市圏、熊本都市圏への外国人観光、MICE等の増加

### ■ 観光政策等

- ・ 自然体験、スポーツツーリズム、ナイト観光等の稼げる観光の気運の高まり
- ・ 国の政策強化による外国人観光客の訪日増加（熊本では韓国）
- ・ 地方創生、DMO等に関する国の支援

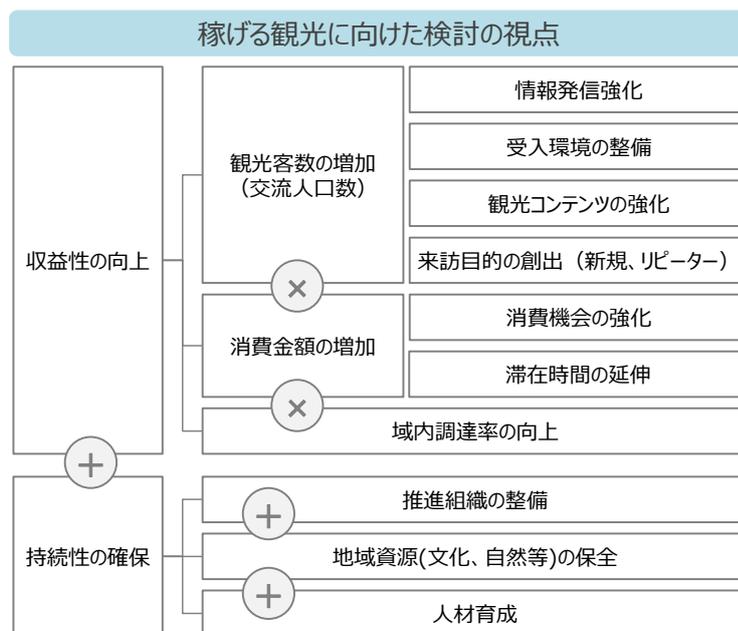
### ■ その他

- ・ AI、IoT（ICT）等の活用可能性の拡大
- ・ シェアリングエコノミー<sup>13</sup>を活用した地域課題の解決や経済活性化
- ・ 持続性をキーワードにした意識の高まり（文化財保護、SDGs等）

## エ 稼げる観光に向けたポイント

(本市が掲げる稼げる観光に向けた検討の視点とポイント)

【図表：検討の視点】



<sup>13</sup> シェアリングエコノミー：ヒト、モノ（乗り物等）、場所などを、インターネットを介して、多くの人と共有・交換して利用する仕組み。例：自動車を個人や会社で共有するカーシェアリング等。

### 【本市の検討において踏まえるべきポイント】

- ・ 来訪目的の創出（多様なニーズへの対応、新規とリピーター）
- ・ 消費につながりやすく、ニーズの高い“食”体験の強化
- ・ 消費単価向上に向けて、宿泊機能強化への挑戦の必要性
- ・ 選択と集中による戦略的な取組を推進
- ・ 連携促進（他地域、企業等）を梃子にした付加価値強化
- ・ 観光関連ビジネスの担い手増とチャレンジ応援の仕組み
- ・ 市全体での取組を適切に推進するための組織・機能の強化（DMO等）
- ・ 稼げる観光を持続させるための仕組み

## (2) 観光振興に向けて勘案すべき課題

前述の現状分析結果を踏まえ、次のとおり、稼げる観光に向けた観光振興における検討課題を整理した。

### ア 認知度向上の必要性

世界文化遺産である三角西港、道の駅、まっちゃ朝市、フラワーフェスタ等については一定の認知や来訪者があるものの、従来からの認知者や天草地域への訪問者の立ち寄り者等が多いと想定される。

今後の稼げる観光に向けた更なる来訪者獲得、競争激化する観光市場においては、更なる認知度向上に向けた効果的な情報発信が求められる。

### イ 来訪目的の強化・創出の必要性

多様化するニーズ、競争激化する観光市場、世界文化遺産登録による知名度向上も落ち着いてきている現状においては、見込み客層に対して魅力ある観光サービスを提供しなければ、新規来訪者やリピーター獲得の維持向上は難しい。

稼げる観光の実現に向けても、来訪者増加は重要なテーマであり、地域資源を生かした魅力的な、個性的な（差別化した）観光サービスの磨き上げと創出が求められる。現状の来訪者の中でシニア層が最も多い状況である。そうしたシニア層は今後も継続して大切としながら、新たな層の取り込みも検討が求められる。

また、観光立国の4要素（文化、食、気候、自然）、世界文化遺産等、様々な地域資源が存在するため、個別テーマ観光や広域連携等についても、本市の観光スタイルの個性磨き上げの視点として検討が求められる。

### ウ 消費の受皿の強化の必要性

本市の主な観光スタイルは通過型である。また、地域産品を“食”体験できる場所も十分とはいえない状況にある。稼げる観光の実現に向けて、来訪者の消費機会の更なる強化が求められる。そのためには、宿泊機能の強化も課題となる。

### エ 担い手育成

来訪目的強化に向けた観光サービスの磨き上げや創出、消費機会の受皿強化に向けては、地域事業者や住民が活躍の中心となる。また、本戦略による観光振興に向けて、新たな取組も想定されることから、担い手の育成、チャレンジする人の取組を支援する仕組み等が必要と考えられる。

### オ 快適な時間を過ごすための受入環境整備

市内周遊やリピーター獲得に向けては、本市で快適な時間を過ごしてもらい、“旅中”では滞在時間

延伸と消費、“旅後”では好意的な情報の発信を来訪者に期待したい。また、そもそも“旅前”の情報収集等の段階も含めて、来訪者の情報アクセスも適切に行う必要がある。

一方で、市内の案内や情報アクセスについては、分かりやすいチラシやホームページ等があるものの、更なる利便性向上に向けて改善の余地がある。本市の魅力（文化、自然等）をより知ってもらうための工夫等（ガイド強化等も含めて）、来訪者の受入環境の強化が求められる。

#### **カ 持続性ある観光振興に向けた取組**

観光振興が一過性のもとならないよう、現在取り組んでいる DMO 整備等も含めて、市内に観光振興に関する仕組みや機能が持続するよう検討が求められる。また、観光サービスの基となる地域資源についても、適切に保全し、次の世代に引き継ぐ必要もあるため、そうした保全（まちまもり）についても、あわせて考慮することが求められる。

# 第3 観光振興に向けた戦略

## 1. 観光振興に関する基本理念

稼げる観光の実現に向けて、次の基本理念のもと、観光振興に取り組む。

### 大切な人と楽しい宇城。

宇城市の人々、美しい自然や豊かな食資源、輝く文化、そして世界文化遺産。

本市が有する豊かな宝を、多様な協働・交流の力によって磨き上げ、新たな付加価値を加えることで、宇城市で過ごす楽しい（たのしい）時間を観光サービスの提供価値とする。

取組に当たっては、「大切な人と楽しい宇城。」を合言葉に、来訪者（顧客）に楽しさを感じる時間を過ごしてもらい、また、大切な人とその楽しさを分かち合いたい、教えたいと感じてもらえることを目指す。また、宇城市の「楽しい」の構成要素を「遊ぶ」「学ぶ」「味わう」「癒される」と定義し、宇城市の地域の宝を生かして、創意工夫で観光サービス化に挑戦する。

そして、愛され、選ばれる観光都市（まち）となり、継続的な来訪者の獲得と地域消費を結びつけることで、観光振興による地域経済効果の享受や域内経済循環の強化を図り、稼げる観光を実現する。

また、これまで本市が大切にしてきた「人のつながり」を更に発展させ、観光振興に関する連携推進体制を整備し、それを軸に地域のチャンレジを後押しし、伴走することで、観光振興の着実な実行と地域の稼ぐ力の継続的な向上を図る。

これらの取組の中で磨かれた本市の魅力を戦略的に発信し、国内外に宇城市のファンを増やすことで、交流人口の更なる増加に継続して取り組む。くわえて、観光振興による各種取組を通して、本市が受け継いできた様々な宝（自然、文化、人）を次世代に大切につなげ、持続性ある取組とする。

#### 【補足説明】

- ・ 『楽しい（たのしい）』の意味、解説（出所：松村明編「大辞林」第三版〔発行者 株式会社三省堂〕）
  - ア 心が満ち足りて、うきうきするような明るく愉快的な気分である。
  - イ 食物などが十分にあって快い。
  - ウ 富んでいる。豊かである。
- ・ 『楽しい』を具現化する宇城市観光サービスの構成要素
  - ア 『遊ぶ』：人間だけが有する機能、コト消費の本質といえる。
  - イ 『学ぶ』：世界文化遺産、受け継がれた文化を有する、また、交流を大切にしてきた、つまり、互いに学びあってきた風土がある。
  - ウ 『味わう』：食は誘客の大きな訴求ポイントである。また、豊かな産品を食というコト消費に繋げて経済効果にもつなげる。
  - エ 『癒される』：宇城市の来訪者から評価されている癒しの景観、そして、宇城市で過ごすことで得られる癒し。この癒しを観光における提供価値として幅広く共有する。

## 2. 目標

本戦略の実現と着実な成果創出に向けて、取組を計画的に実施するため、次の指標及び目標値を掲げ、適切に進捗管理を行うこととする。

進捗管理に当たっては、指標項目のデータを毎年収集し、達成に向けた取組のチェックと改善を行うことで、着実な成果創出に取り組む。なお、熊本県観光統計調査のデータを活用することを基本とし、不足するものについては、独自のアンケート調査等を行う。

No	指標項目	基準値 (2017年)	目標値 (2023年)
1	観光入込客数	1,932千人	2,125千人
2	旅行消費額	5,104百万円	5,615百万円
3	認知・印象	—	「知っている」：90%以上 「好印象」：90%以上 「他者に勧めたい」：90%以上
4	生涯来訪回数	—	「5回以上」：50%以上
5	市内チャレンジ件数（累計）	—	100件以上
6	主要物産施設の合計売上金額	2,127百万円	2,339百万円

### 《補足説明》

#### ア 認知・印象

独自のアンケート調査によって情報を収集する予定である。

#### イ 生涯来訪回数

来訪者を本市の観光サービスの顧客と位置づけ、その生涯来訪回数を指標とする。

顧客の生涯において様々な局面において来訪し満足いただけるようなまちを目指すため、設定するものである。

#### ウ 市内チャレンジ件数

市内で、観光に関連する新たな取組件数を指す。市内の商工及び観光部署が把握する地域活動等の件数をもって、当該件数とする。

#### エ 主要物産施設の合計売上金額

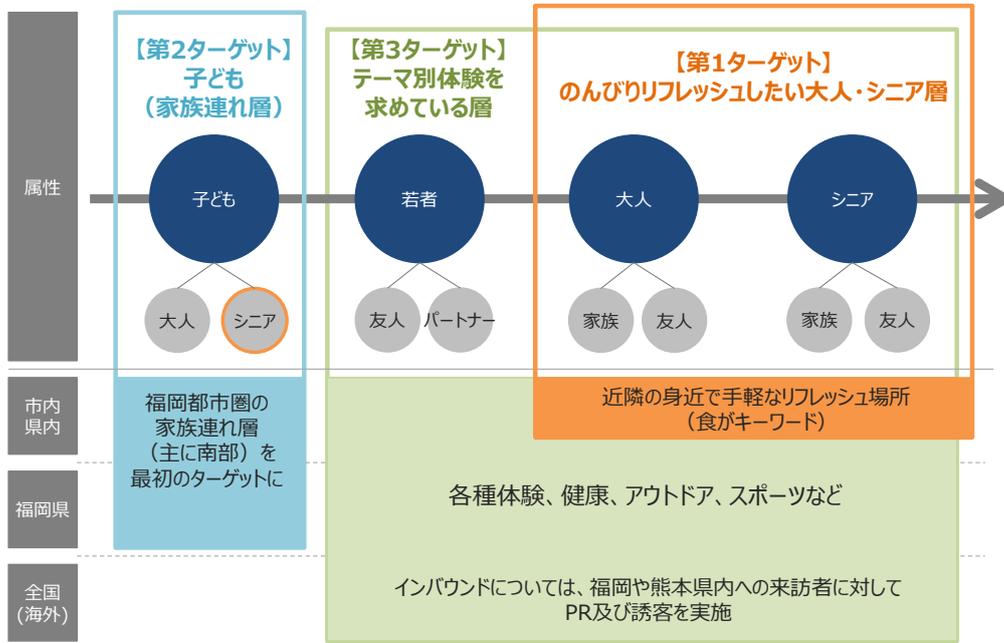
市内に存在する次の施設の年間売上の合計とする。稼げる観光に向けて、物産売上をモニタリングすることで、成果を把握する。

- ・ アグリパーク豊野
- ・ 宇城彩館（道の駅うき）
- ・ サンサンうきっ子みすみ
- ・ 三角西港
- ・ 不知火温泉（道の駅不知火）

### 3. 優先ターゲット

本戦略による優先ターゲットを次のとおり設定する。なお、生涯に渡って来訪契機を創出できるよう、次の概念図のとおり、来訪者の一生を横軸に取って整理をした。

【図表：優先ターゲットに関する概念図】



#### 第1ターゲット：のんびりリフレッシュしたい大人、シニア層

- ・ 現状、最も来訪のある大人、シニア層を引き続き重要な優先ターゲットとする。とりわけ、手軽にアクセス可能な日帰り圏内かつ1時間程度で来訪可能な県内地域を狙う。

#### 第2ターゲット：子ども（及び家族連れ層）

- ・ 大人、シニア層を重要な優先ターゲットとしながら、更なる成長を目指すため、子どもを追加の優先ターゲットとし、各種取組を推進する（具体的な施策等については基本施策参照）。
- ・ 子どもと合わせて家族（親、祖父母等）も来訪してもらうことを期待し、入込客増と消費拡大を目指す。また、子どもをターゲットとすることで、生涯に渡って宇城ファンとなってもらうスタートとしたい。
- ・ 家族が「子ども（大切な人）を連れて行きたい」と思うような観光体験コンテンツ、リピートしてもらえるような仕掛けづくりも重要となる。
- ・ 日帰り圏内である熊本県内、及び、ニューファミリー層の来訪獲得が期待できる福岡都市圏（とりわけ、南部）を優先ターゲットとする。

#### 第3ターゲット：テーマ別体験を求めている層

- ・ くわえて、地域資源を生かした体験型観光の振興を図るため、テーマ別観光を軸として、幅広い地域からの来訪を目指す。
- ・ インバウンド観光客については、福岡市や熊本市等への来訪者に対して、「足を伸ばす先」として取り込めるよう、体験コンテンツ個別での展開を図る。

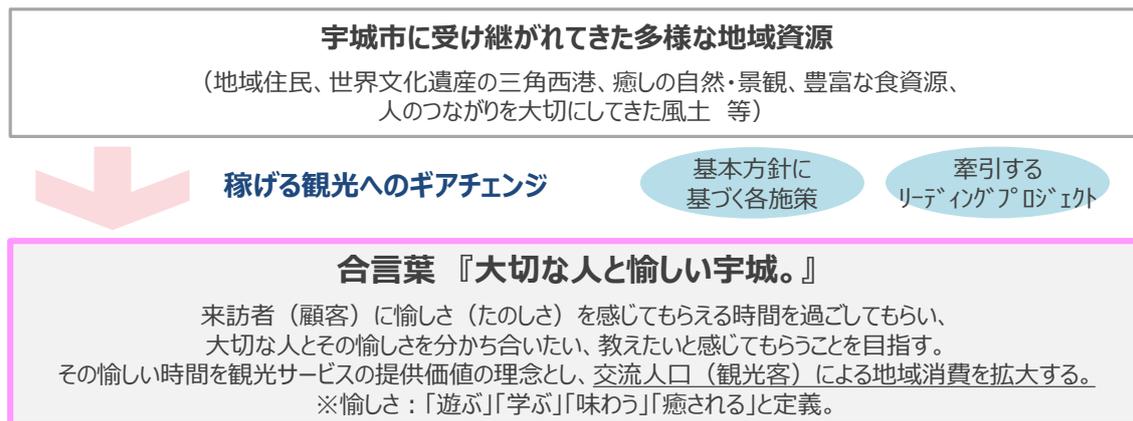
## 4. 戦略シナリオ

### (1) 戦略全体の概要

#### ア 全体像

これまでの内容を踏まえ、基本理念の実現に向けて本市が取り組む観光振興に関する取組の全体概念を次のとおり整理した（図表：全体概念図参照）。

【図表：全体概念図】



#### イ 基本方針の概要

観光振興に関する基本方針は次のとおりである。基本方針ごとに施策を立てて、基本理念実現に向けて推進する。

##### 基本方針 1：宇城ならではの個性を磨いた多様な観光消費の促進

癒しの自然・景観、豊かな食資源、受け継いできた文化等、本市には様々な地域の魅力的な資源が存在するものの、十分に活かされていらない。これらの地域資源の掘り起しと観光サービス化の振興、シェアリングエコノミーを活用した宿泊機能強化、IoT を活用した受入環境の整備等に積極的に取り組む。また、市内周遊等への波及につなげる。くわえて、観光ニーズの高い“食”体験の強化も図り、更なる来訪と消費拡大を目指す。

##### 基本方針 2：広域連携の更なる促進

九州を代表する観光地である天草地域、自然資源で知名度の高い美里町等の近接地域と連携事業に取り組んできた。今後も、そうした広域連携を重要視し、連携による新たな魅力創出と誘客を目指す。

##### 基本方針 3：戦略的な情報発信

観光やお出かけ等の対象地としての知名度は高いとはいえ、更なる誘客に向けて、IoT（ICT）を活用しつつ積極的な PR 等を行う。

##### 基本方針 4：持続的な観光振興に向けた取組

地域が主体となった観光振興が稼げる観光のゴールである。そのため、地域の担い手の増加、サポート体制、観光振興戦略を推進する組織体制を整備することで、持続性ある取組を目指す。また、観光サービスの源泉となる地域資源を保全し、次の世代に適切に渡すためにも、環境保全の視点も踏まえて、SDGs 観光を推進する。

## ウ リーディングプロジェクトの概要

観光振興に関する基本方針の各施策を推進するに当たり、横断的な取組、または、「観光振興のギアチェンジ」を牽引する取組と考えられるものをリーディングプロジェクトと位置づけ、次のとおり整理した。

A

### 新ターゲット「家族連れ層」の誘客強化

#### ～子どもを連れていきたいくなる個性と魅力の強化プロジェクト～

現状のシニア層に加えて、子どもに照準を合わせて、新たに「家族連れ層」を取り込む（特に天草訪問客から）。三角西・東港等の各種施設を活用し、子ども向け体験や飲食機会の強化に注力する。

B

### 三角西・東港を核とした「スマート観光」の推進

#### ～「食べる、体験する」で消費を拡大するスマート観光プロジェクト～

#### ～花のまち“宇城”プロジェクト～

観光の核となる三角西港や三角東港エリアで、食べる・体験する等の様々なサービスを集積・増加させ、IoT 等を活用した観光ルート開発、観光施設予約・決済及びプロモーションを強化し、何度も行く・消費する魅力的な目的を組成。また、市の魅力である“花”を軸にした魅力化と PR によってシニア層等の更なる誘客を目指す。

C

### 「シェアリングエコノミー型宿泊機能」の強化

#### ～官民連携によるシェアエコ型“宇城まち泊まり”プロジェクト～

消費単価増に向けて宿泊機能を強化。既存資源を活用した宿泊を志向し、民間や地域との連携協働の中でシェアリングエコノミーを活用した、“宇城まち泊まり”プロジェクトとして市内全域で展開する。

D

### 持続可能な「SDGs 観光」の推進

#### ～自然とスポーツ、景色と食を融合させた SDGs プロジェクト～

#### ～地域と織り成す松合白壁づくりを軸にした魅力強化～

地域の文化や暮らし、世界文化遺産の保全活動、自然や施設を生かしたスポーツイベント・来訪、景色×食など、地域資源同士を融合させることで、持続可能な SDGs の考え方を踏まえた観光を推進する。また、松合地区の白壁づくりと民間事業者とのタイアップによる古民家再生や地域住民と協働した着地型観光を推進する。

## (2) 基本方針の説明

### ア 基本方針における施策体系

前述の基本方針に基づく施策体系は次のとおりである。

基本方針 1：宇城ならではの個性を磨いた多様な観光消費の促進	
施策 1	“食”体験の強化と消費機会の促進
施策 2	地域の魅力資源の磨き上げと市内周遊
施策 3	地域資源を生かした新たなツーリズムの促進
施策 4	シェアリングエコノミーの活用と受入環境の整備
基本方針 2：広域連携の更なる促進	
施策 5	広域連携の更なる促進
基本方針 3：戦略的な情報発信	
施策 6	IoT を活用した戦略的な情報発信
基本方針 4：持続的な観光振興に向けた取組	
施策 7	地域が主役となる観光振興の仕組みづくり
施策 8	地域資源保全等の持続性ある SDGs 観光の取組

### イ 基本方針及び施策の展開の方向

基本方針の各施策について、その展開の方向は次のとおりである。

#### 基本方針 1：宇城ならではの個性を磨いた多様な観光消費の促進

##### 【概要】

癒しの自然・景観、豊かな食資源、受け継いできた文化等、本市には様々な地域の魅力的な資源が存在するものの、十分に活かされてない。また、本市がこれまで課題としてきた宿泊機能の拡充についても、稼げる観光に向けては取組が求められる。

観光ニーズにおいては、“食”体験は根強い人気があり、大きな訴求ポイントとなる。地域消費にもつなげやすいため、“食”体験の強化も図り、更なる来訪と消費拡大を目指す。また、本市が有する地域資源の更なる掘り起しと観光サービス化の振興、シェアリングエコノミーを活用した宿泊機能強化、IoT を活用した受入環境の整備等に積極的に取り組む。また、市内周遊等への波及につなげる。

個性の強化に当たっては、個別テーマでの観光スタイルを基調とし、本市の「楽しい」観光の構成要素とした「遊ぶ」「学ぶ」「味わう」「癒される」を感じることが出来るものとする。また、来訪者が、自身の大切な人に本市での体験を語りたい、本市に連れて行きたいと感じてもらえる観光サービス提供をゴールとする。そうすることで、本市のファンを増やし続け、新規来訪者やリピーターを継続獲得する。

【施策の展開の方向】

基本方針 1	施策 1	“食”体験の強化と消費機会の促進
--------	------	------------------

- 地域産品を活用した6次化や特産品開発等の磨き上げへの取組など、商工連携のもと推進する。特産品開発や販路拡大については、本市が並行して進めている地域商社事業、JALとの連携による「宇城市ブランド」醸成等の取組などを含めて展開を図る。また、幅広い層に知ってもらうためのイベントや情報発信についても積極的に取り組む。
- “食”体験の強化においては、担い手の増加が重要であることから、飲食事業者の育成サポート等を商工連携のもと推進する。地域の様々な住民や事業者が来訪者等の交流人口を消費機会と捉えてチャレンジできる場の創出も行う。
- 具体的な取組施策
  - ・ 三角西・東港を核とした「スマート観光」の推進  
 ※『リーディングプロジェクト B：三角西・東港を核とした「スマート観光」の推進～「食べる、体験する」で消費を拡大するスマート観光プロジェクト～』にて詳述
  - ・ 商工連携による飲食店等の観光関連事業者の増加に向けた取組
  - ・ 特産品を生かした観光誘客のための地域商社推進協議会（仮称）との連携
  - ・ JALとの連携による「宇城市ブランド」の醸成、魅力強化（商品開発協力、空港や通信販売等での販売協力、「JAL社員によるおすすめ商品」選定等）
  - ・ 宇土半島でのサンカクドライブキャンペーンの実施（参加店舗等の掘り起こし、周遊キャンペーン）
  - ・ クラウドファンディング等を活用したテストマーケティングや商品開発の支援の仕組み構築
  - ・ 地域住民や事業者が手軽に参画できるような仕組みを検討（例：市内各所での軽トラ市やフードトラック販売の促進、三角東港の芝生広場に宅配するなどのインターネットを活用した宅配サービス等）
  - ・ トレッキング、フットパス、ジョギング、マラソン、サイクリング等の運動と食を楽しむ総合的な「スポーツ×食」イベント、キャンペーン等の検討等

基本方針 1	施策 2	地域の魅力資源の磨き上げと市内周遊
--------	------	-------------------

- 目玉スポットとして、三角西港及び三角東港について、相乗効果を最終的に創出できるような形で磨き上げ、新たな付加価値の追加に取り組む。現状多数来訪のあるシニア層についても、更なるリピーターとなってもらえるよう取り組み、くわえて、天草地域への来訪者（家族層など）の取り込みも踏まえて、子どもにも訴求のある体験メニュー組成に向けて検討する。
- 三角西港エリアの魅力強化に当たっては、JALとの連携により取組予定である「観光拠点の開発支援（三角西港エリア等の施設の有効活用策を協力して検討）」なども踏まえて推進する。また、子どもをメインターゲットとして、三角西港及び東港において、体験型コンテンツの組成等を検討し、実施する。三角東港の魅力強化に当たっては、釣り客が多数存在すること、癒しを感じられる芝生広場の存在、豊富な食材、JR三角駅等のアクセスの良さも踏まえて、鉄道会社との連携可能性の検討、家族向けレジャー等を視野に入れた体験メニュー組成を検討する。
- 美しい白壁づくりが魅力の松合地区についても、民間事業者との連携による古民家再生事業等を軸に磨き上げ、新たな付加価値の追加に取り組む。食体験の磨き上げ等が取組アイデアとして考えられ、地域との連携の中で実現可能性等含めて検討する。

- 本市は、花に関する多数の魅力的な地域資源（花のがっこう、フラワーフェスタ、洋ラン等）を有する。そうした花を核に本市ならではの魅力強化を図る。
- 本市の主要な 4 施設（本市の観光入込客数の 80%を占める施設である「三角西港」、「宇城彩館（道の駅うき）」、「道の駅不知火」、「アグリパーク豊野」）について、他地域からの来訪も多数あることから、市内周遊の更なる促進に取り組む。
- 具体的な取組施策
  - ・ JAL との連携事業の中で、JAL パック及び旅行会社による本市への旅行商品造成に向けた取組等による観光誘客の促進
  - ・ 松合白壁づくりを軸にした魅力強化  
 ※『リーディングプロジェクト D：持続可能な「SDGs 観光」の推進～地域と織り成す松合白壁づくりを軸にした魅力強化～』にて詳述
  - ・ 三角西港、東港の魅力強化
    - JAL との連携事業による三角西港エリア等の施設の有効活用策の検討、実施
    - 三角西・東港を核とした「スマート観光」の推進  
 ※『リーディングプロジェクト B：三角西・東港を核とした「スマート観光」の推進～「食べる、体験する」で消費を拡大するスマート観光プロジェクト～』にて詳述
    - 三角西・東港の施設等を活用し、子どもをターゲットの核とした新たな誘客への取組  
 ※『リーディングプロジェクト A：新ターゲット「家族連れ層」の誘客強化～子どもを連れていきたくなる個性と魅力の強化プロジェクト～』にて詳述
  - ・ 花を核にした魅力強化  
 ※『リーディングプロジェクト B：三角西・東港を核とした「スマート観光」の推進～花のまち“宇城”プロジェクト～』にて詳述
  - ・ 三角西港、宇城彩館（道の駅うき）、道の駅不知火、アグリパーク豊野の 4 つの施設を基点とした市内周遊促進キャンペーンの実施（後述する「観光ロードガイドシステム（仮称）」との連動した周遊促進と来客向け情報発信、各施設での市内魅力周知イベントの実施等）

<b>基本方針 1</b>	<b>施策 3</b>	<b>地域資源を生かした新たなツーリズムの促進</b>
---------------	-------------	-----------------------------

- 本市の自然と食を生かし、健康と運動に軸を置いたヘルスツーリズム、スポーツ施設やイベント等を生かしたスポーツツーリズム、自然（山、棚田、海岸）や様々なオープンスペースを活用したグランピングや野外飲食によるアウトドアツーリズム、トレッキングツーリズム、農業や漁業等のプロセスを体験コンテンツ化したツーリズム、これまで受け継いできた文化や暮らしに触れる旅等、地域と連携協働のうえ推進する。
- 来訪者が宇城ファンとして、生涯に渡って、本市に様々な局面で大切な人（子ども、パートナー、家族、自分自身）と来訪してもらえるよう、アニバーサリー（記念日）や癒しの側面を強調した取組等を検討し推進する。
- 本市の地域資源を活用した取組アイデアは次のとおり考えられ、地域との連携の中で実現可能性等含めて検討する。
- 具体的な取組施策
  - ・ スポーツ施設やイベント等を生かしたスポーツツーリズム
    - 県体、ラグビーワールドカップ、女子ハンドボール世界選手権大会などを狙った誘客強化

- 市内の様々な自然や施設の中で運動（サイクリング、ジョギング、ウォーキング）を行うような“スポーツお出かけ”の普及（例 三角東港を起点として石打ダムや戸馳島を回遊するジョギング、三角西港の遊歩道のウォーキング、宇土半島のトレッキング／縦走 等）
- 本市の地域資源を活用した自然、食、運動による健康旅等の実施  
※『リーディングプロジェクト D：持続可能な「SDGs 観光」の推進～自然とスポーツ、景色と食を融合させた SDGs プロジェクト～』にて詳述
- ・ 自然を周遊する癒しの体験
  - 永尾神社、大見の石畳、高野山（景観）、小川の棚田、戸馳島の灯台等、本市の隠れた美しい景観スポットを巡る旅（後述する「観光ルートガイドシステム（仮称）」にて来訪者に提案するなど行う）
- ・ 自然（山、棚田、海岸）を生かしたアウトドア体験
  - 三角西港／東港、小川町等の棚田、戸馳島等、様々な自然資源や施設のオープンスペースを活用したグランピングや屋外飲食（スポットでの出張レストランなど）
  - そこでしか見ることができない宇城の景観（棚田、夕陽等）での癒し体験、地域の食を味わう旅行（屋外飲食）
- ・ 地域産業のプロセスを体験コンテンツ化
  - 農業、漁業、味噌・醤油、工業加工等のプロセス体験（例 漁師一週間体験ツアー等）等

<b>基本方針 1</b>	<b>施策 4</b>	<b>シェアリングエコノミーの活用と受入環境の整備</b>
---------------	-------------	-------------------------------

- 稼げる観光の更なる強化に向けては、宿泊機能の拡充が求められる。実現に向けて、ホテルの誘致を推進するとともに、シェアリングエコノミー（例：空きスペースや施設を活用した宿泊等）を活用した宿泊機能強化に取り組む。民間事業者が三角地区で検討中のトレーラーハウス、グランピング等のリゾート施設整備においては、行政による支援を行う。また、古民家等を活用した民泊、民宿やホテル等の宿泊施設の整備については、交通事業者、ホテル事業者、金融機関などノウハウを持つ民間事業者との連携の下、実現の可能性を検討する。更に、キャンピングカーを利用して観光地を周遊する観光客が安心・安全に車駐泊ができるような環境を整える。
- また、来訪者が本市で過ごす時間を快適にし、愉しさを感じてもらえるよう案内板の整備、三角西港内施設の改修に取り組む。また、IoT(ICT)を活用した観光スポットや周遊ルートを表示や、観光施設の利活用を促すためにスマートフォンによって予約・決済できる環境を整えるとともに、観光客等が必要な情報をいつでも入手できるように通信環境を整備する。
- 具体的な取組施策
  - ・ シェアリングエコノミーによる宿泊機能の拡充  
※『リーディングプロジェクト C：「シェアリングエコノミー型宿泊機能」の強化～官民連携によるシェアエコ型“宇城まち泊まり”プロジェクト～』にて詳述
  - ・ 来訪者の更なる満足度向上に向けた環境整備
    - 三角西港施設内の公衆トイレの整備
    - 観光施設の予約・決済をスマートフォンによって行う「観光施設予約決済システム（仮称）の導入」

- 観光客が訪れたい観光スポットを選択し、自動的な周遊ルートを表示できるような「観光ルートガイドシステム（仮称）」の整備
- 観光拠点への公衆無線 LAN（Wi-Fi）の整備 等

## 基本方針 2 : 広域連携の更なる促進

### 【概要】

九州を代表する観光地である天草地域、自然資源で知名度の高い美里町等の近接地域と連携事業に取り組んできた。今後も、そうした広域連携を重要視し、地域資源の補完や相乗効果を踏まえた広域的な魅力を打ち出す企画や連携可能性を検討し実行することで、新たな魅力創出と誘客を目指す。

### 【施策の展開の方向】

基本方針 2	施策 5	広域連携の更なる促進
--------	------	------------

- 「天草・宇土半島観光連盟」を軸とした広域連携の中で、「世界遺産スタンプラリー」等の協働事業にも取り組んできた。今後もそうした広域連携を継続し取り組む。
- 「明治日本の産業革命遺産」について、他構成遺産保有地域との更なる連携を検討する。また、その他のテーマや地域についても、連携可能性を随時検討し、積極的に推進する。
- 具体的な取組施策
  - ・ 「天草・宇土半島観光連盟」の取組継続（スタンプラリー等の協働イベントの実施）
  - ・ 宇城地域の3つの鐘（「月弓（つくゆみ）の鐘」（宇土市）、「幸せの鐘」（宇城市）、「恋人の鐘」（美里町））を軸とし、宇城地域の広域周遊促進キャンペーンの実施（モバイルスタンプラリーなど）
  - ・ 宇土半島でのサンカクドライブキャンペーンの実施（参加店舗等の掘り起こし、周遊キャンペーン）※再掲
  - ・ 宇土市街中老舗巡り、美里町フォレストアドベンチャーとの連携等、これまで他地域との連携によって検討してきた体験型観光コンテンツを更に磨き上げ、魅力強化と誘客を促進 等

## 基本方針 3 : 戦略的な情報発信

### 【概要】

観光やお出かけ等の対象地としての本市の知名度は高いとはいえ、更なる誘客に向けて、IoT（ICT）を活用しつつ積極的なPR等を行う。

### 【施策の展開の方向】

基本方針 3	施策 6	IoTを活用した戦略的な情報発信
--------	------	------------------

- 本戦略で整理した優先ターゲットを踏まえ、効果的な情報媒体や場所等を検討し、くわえて、IoT（ICT）等の活用も含めたPR活動を行う。

- IoTの活用に当たっては、「宇城市地域 IoT 実装計画」（2019年）の取組内容も踏まえ、オープンデータ活用によるマーケティング調査や観光ガイドシステムの整備等を行う。また、熊本市や福岡都市圏、大規模商業施設等で、イベントを行うなど、市自体の認知向上にも取り組む。更に、旅前、旅中での来訪者への情報提供を地域連携のもと組織的に行い、旅後については、来訪者自身が発信者となってもらえるよう、発信しやすい場所や景観等の提案を来訪者に行う。
- インバウンド観光客向けにも多言語化や外国語による情報発信等を行い、国内での国際スポーツイベントでの来訪者の取り込みを推進する。
- 具体的な取組施策
  - ・ 宇城地域の観光スポット等を紹介するパンフレット等の作成、イベント等で使用する観光PR用ノベルティ等の制作（ターゲットを絞った観光パンフ・マップ・動画の制作）
  - ・ SNSサイト（Facebook、Instagram など）や情報発信用Webサイトである「うきたび」による情報発信の実施
  - ・ 福岡都市圏等のショッピングモールにおける観光PRイベントの実施
  - ・ 観光客が訪れたい観光スポットを選択し、自動的な周遊ルートを表示できるような「観光ロードガイドシステム（仮称）」の整備（再掲）
  - ・ JALとの連携事業による情報発信
    - 機内誌「SKYWARD」や会員誌「AGORA」への観光地の魅力を掲載
    - JALの国内紹介Webサイト「On Trip JAL」の旅コラム等での本市の紹介
  - ・ QRコードを活用した情報案内の検討
  - ・ Instagramを狙ったスポットリストの情報提供、Instagramと連動したキャンペーンによるプロモーション（Instagramでの投稿者向けに賞を設定するなど）
  - ・ インバウンド観光客も情報を入手しやすいように、パンフレットや観光マップ、観光Webサイトの多言語化を更に推進
  - ・ インバウンドに向けた情報発信
    - ラグビーW杯や女子ハンドボール世界選手権にあわせて来訪する各国応援団をはじめとするインバウンド観光客向けに多言語で宇城地域の情報発信を実施
    - Facebookにて国際スポーツ大会開催期間の前後5カ月程度に英語で宇城地域の観光情報等の情報を配信するなど）等

#### 基本方針 4 : 持続的な観光振興に向けた取組

##### 【概要】

地域が主体となった観光振興が稼げる観光のゴールである。そのため、地域の担い手の増加、サポート体制、観光振興戦略を推進する組織体制を整備することで、持続性ある取組を目指す。また、観光サービスの源泉となる地域資源を保全し、次の世代に適切に渡すためにも、環境保全の視点も踏まえて、SDGs 観光を推進する。

【施策の展開の方向】

基本方針 4	施策 7	地域が主役となる観光振興の仕組みづくり
--------	------	---------------------

- 観光関連の様々な事業（食、アクティビティ、宿泊等）について、チャレンジする住民や事業者の育成を促進する。地域の気運醸成に向けて、セミナー開催や地域での対話による観光関連事業の連携強化、観光関連の人材育成を図る。
- 具体的な取組施策
  - ・ 観光物産協会によるDMO機能の構築及び組織体制の充実
  - ・ 観光マーケティング事業等における地域おこし協力隊の活用
  - ・ 古民家再生プロジェクトにおける地域づくり団体の設立及び運営支援
  - ・ 特産品を生かした観光誘客のための地域商社推進協議会（仮称）との連携 ※再掲
  - ・ 観光、交通、まちづくりの専門知識やノウハウを持つ民間事業者との連携による観光関連事業の推進体制の確立
  - ・ JALとの連携事業による接遇研修会の実施を通じた観光関係者等の人材育成 等

基本方針 4	施策 8	地域資源保全等の持続性あるSDGs 観光の取組
--------	------	-------------------------

- 本市が受け継いだ様々な地域資源を活用し観光振興施策に取り組むこととなるが、そうした地域資源を次世代に渡すための保全活動の推進、環境に配慮した適切な観光振興を意識するなど、SDGs の考え方を踏まえた観光振興に取り組む。
- SDGs の観光による実践に当たっては、これまで受け継いできた地域の文化や暮らし、世界文化遺産等を生かしたSDGsを視点とした教育旅行等も企画し、推進する。
- 具体的な取組施策
  - ・ SDGsに関する気運醸成活動の実施（普及イベント、セミナーの実施）
  - ・ 世界文化遺産である三角西港、他の地域資源を生かした「SDGs 教育旅行」の検討  
『リーディングプロジェクトD：持続可能な「SDGs 観光」の推進～自然とスポーツ、景色と食を融合させたSDGsプロジェクト～』にて詳述
  - ・ 地域の教育の一環として、地域の歴史や文化や、これまでどう保全してきたのか等を学んでもらい、実際にガイドとしても活躍してもらおう仕組み整備（例：子どもガイド、地域観光ガイドなど） 等

### (3) リーディングプロジェクトの説明

各リーディングプロジェクトについて、その取組内容は次のとおりである。

A

#### 新ターゲット「家族連れ層」の誘客強化

##### ～子どもを連れていきたいくなる個性と魅力の強化プロジェクト～

- 現状、最も来訪のあるシニア層に加えて、子どもに照準を合わせて、新たに「家族連れ層」を取り込む（特に天草訪問客から）。とりわけ、三角西・東港等の各種施設を活用し、子ども向け体験や飲食機会の強化に注力する。また、三角西・東港等にまずは注力することで、天草来訪客の更なる取り込みと消費増を実現する。

【具体的な取組アイデア】

- ・ 三角西港施設を活用し、子どもをターゲットした創造性育成ワークショップ（例 レゴブロックや廃材を使ったワークショップの実施、トレーナーも地域で育成するなど）、子ども向けの職業学習や各種体験イベントなどの企画と実施
- ・ 宇城市の自然資源を活用した自然体験による環境適応力強化イベント、ワークショップ
- ・ 市内のフルーツを使ったソフトクリームの開発と販売、柑橘等を使ったスムージー等の健康促進食の開発と販売等も行い、子ども及び家族で楽しめる体験を増やす
- ・ 三角西港施設を活用し、雨の日に遊べる室内運動の提供（例 ボルダリング等）
- ・ 三角東港を起点とした体験の強化と PR（うきモビによる三角・戸馳島ラリー、芝生等を活用した家族団らん等） 等

B

#### 三角西・東港を核とした「スマート観光」の推進

##### ～「食べる、体験する」で消費を拡大するスマート観光プロジェクト～

##### ～花のまち“宇城”プロジェクト～

- 観光の核となる三角西港や三角東港エリアで、食べる・体験する等の様々なサービスを集積・増加させ、IoT等を活用した観光ルート開発、観光施設予約・決済及びプロモーションを強化し、何度も行く・消費する魅力的な目的を組成。

【具体的な取組アイデア】

- ・ IoT を活用した観光ルート開発（「観光ルートガイドシステム（仮称）」を活用し、食べる・体験する等を来訪者に提案）
- ・ オープンデータを活用したマーケティング調査と調査結果に基づく施策検討
- ・ 三角東港を活用した海鮮等バーベキューや屋外飲食（カキ等の地産の魚介のみならず、肉や野菜等も提供）の実施
- ・ 海のピラミッドの賑わい強化（図書館化、カフェ化）
- ・ フィッシング（釣り）を軸にした誘客（グランピング、高級釣具店の誘致と新製品のテストマーケティング場所としての提供等）
- ・ 地域住民や事業者による軽トラ市とフードトラックの促進 等

- また、市の魅力である“花”を軸にした魅力化と PR によってシニア層等の更なる誘客を目指す。

【具体的な取組アイデア】

- ・ 三角西港、東港等を更に花で増やす、また、当該エリアの施設等を活用して、花に関するワークショップを行う
- ・ 花のがっこう、フラワーフェスタ、岡岳公園等の桜の名所、宇城彩館で購入可能な洋ランなど、市内の“花”に関する様々な魅力の情報整理を行い、花を楽しむ市内周遊を来訪者に促す（「観光ルートガイドシステム（仮称）」にて来訪者に提案するなど行う） 等

C

「シェアリングエコノミー型宿泊機能」の強化

～官民連携によるシェアエコ型“宇城まち泊まり”プロジェクト～

- 消費単価増に向けて宿泊機能を強化する。既存資源を活用した宿泊を志向し、民間や地域との連携協働の中でシェアリングエコノミーを活用した、“宇城まち泊まり”プロジェクトとして市内全域で展開する。

【具体的な取組アイデア】

- ・ トレーラーハウス、グランピング等のリゾート施設整備における支援
- ・ 古民家等を活用した民泊、民宿、ホテル等の宿泊施設の整備
- ・ 観光地における車中泊ができる環境の整備
- ・ 戸馳島や市内施設のオープンスペースでのグランピング、棚田泊による癒し・自然体験
- ・ 道の駅等のスペースを活用した車泊の促進 等

D

持続可能な「SDGs 観光」の推進

～自然とスポーツ、景色と食を融合させた SDGs プロジェクト～

～地域と織り成す松合白壁づくりを軸にした魅力強化～

- 地域の文化や暮らし、世界文化遺産の保全活動、自然や施設を生かしたスポーツイベント・来訪、景色×食など、地域資源同士を融合させることで、持続可能な SDGs の考え方を踏まえた観光を推進。

【具体的な取組アイデア】

- ・ 世界文化遺産等を生かした教育旅行（SDGs を軸にした教育旅行）
  - これまで受け継いできた地域の文化や暮らしを学ぶ（例：地域の生業である農業漁業の各種プロセスの体験、味噌や醤油等の特産物の製造等の見学や体験、祭りへの参加等）
  - 世界文化遺産である三角西港を核とした歴史学習
  - 地域の自然資源（海岸、山、棚田、古民家等）での宿泊体験、三角西港の施設での宿泊体験
  - 地域の食文化を学ぶ体験講座（食べる、作ってみる等）
  - 地域保全活動への参加
  - 企業向け、学生向け、更にインバウンド旅行者向けに上述の学習、体験をパッケージ化し提供する
- ・ 自然と食も生かして、健康と運動に軸を置いた癒しや健康の旅（自然景観を活かした屋外飲食による新たな癒し体験、運動不足解消に適したコースの提示等）

- ・ スポーツツーリズムの推進 等
- 松合地区の白壁つくりと民間事業者とのタイアップによる古民家再生や地域住民と協働した着地型観光を推進する。その着地型観光の中で、地域の賑わい強化のみならず、地域文化の継承や地域資源の保全等にも取り組むことで、SDGs 観光の柱の一つとする。

【具体的な取組アイデア】

- ・ 古民家再生等の豊富なノウハウを有する民間事業者と連携した松合白壁つくり地区の活性化事業の実施
- ・ 地元食材や地域産品（デコポン、ブドウ、海産物）を活用した新商品開発
- ・ セリ市や農園など、松合地区ならではの地域資源を活用し、体験コンテンツとして組成し更なる交流促進や消費拡大の実現（更に、地域移住者の増加も目指す）
- ・ 26年続く朝市を拠点とした販売機能強化（域内出展者の増加等）
- ・ 古民家活用事業として、既存施設を加工場やチャレンジショップとして活用、地域住民の活躍による街並ガイドの育成（歴史・風土の継承にもつながる）

## 5. 観光振興の推進体制

本戦略策定において組成した「宇城市観光振興戦略策定会合」を「宇城市観光振興戦略推進会議（仮称）」に改組し、本戦略の着実な実現に向け、適切な進捗管理、施策効果の検証や改善を議論する。必要に応じて、地域事業者や団体、専門家等も招聘し、連携協働の対話、アイデア共創の場とする。なお、進捗については、2年目以降に年次にて公表する。

また、本戦略に基づく取組は、行政だけで進められるものではなく、また、稼げる観光の実現に向けては、地域が主体となった取組を推進することが不可欠である。更に、これまでと異なる考え方、取組にチャレンジする必要もあることから、地域、観光関連事業者、関係団体、行政が、それぞれの立場でできることを積極的に取り組むとともに、域内外のノウハウ等うまく取り入れ、連携協働と共創によって推進することが重要となる。そうしたことから、観光物産協会を核とし、宇城市商工会、宇城市観光振興戦略推進会議（仮称）、観光マーケティング委員会、地域商社推進協議会（仮称）、地域事業者や団体、専門家等が随時連携協働を図りながら、推進する。

## 6. 取組ロードマップ

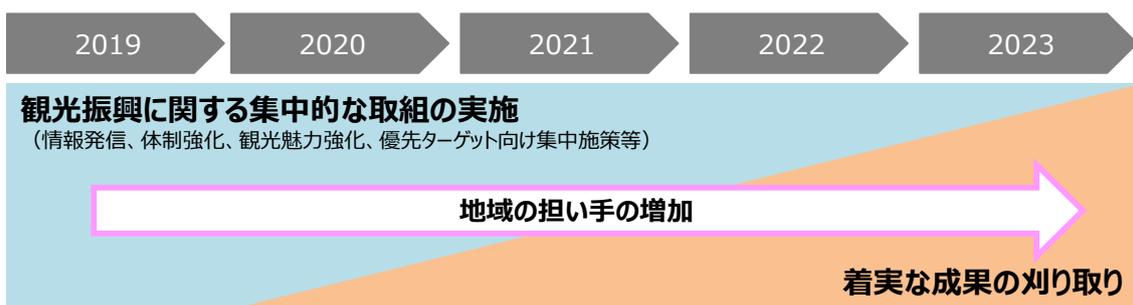
### (1) 全体ロードマップ

本戦略による着実な成果の享受に向けて、対象期間の前半は環境整備やコンテンツ強化、体制強化等を図り、後半に成果創出を実現できるよう取り組む（図表：全体ロードマップ概念図参照）。

初年度（2019年度）においては、現在進めている各種事業（地域発案によるサンカクドライブキャンペーン、JALとの連携、松合地区の古民家再生、広域連携等）を着実に推進しながら、観光振興に関する推進体制の強化、更なる観光コンテンツの磨き上げや創出に向けて、集中的に取り組む。

また、稼げる観光の中核となる観光関連産業の担い手の増加についても、庁内各部署、地域等と連携し、推進する。

【図表：全体ロードマップ概念図】



### (2) 基本戦略に関する取組ロードマップ（案）

全体ロードマップを踏まえて、各基本方針、リーディングプロジェクトについて想定する取組ロードマップは次のとおりである（図表：基本方針、リーディングプロジェクトに関する取組ロードマップ参照）。

【図表：基本方針、リーディングプロジェクトに関する取組ロードマップ（1/3）】

項目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
基本方針1：宇城ならではの個性を磨いた多様な観光消費の促進	事業化に向けた検討 (地域連携、予算化、 育成プログラムの検討等)	事業化準備 ↑ 段階的实施(一部試行実施、継続したブラッシュアップ)			
	《施策1》 ”食”体験の強化と消費機会の促進	JAL連携事業の実行(宇城市ブランドの醸成等) ↑ 地域商社推進協議会(仮称)との連携促進			
《施策2》 地域の魅力資源の磨き上げと市内周遊	JAL連携事業の実行(旅行商品造成、三角西港エリアの有効活用)	JAL連携事業の実行(旅行商品造成、三角西港エリアの有効活用) ↑ 事業化に向けた検討 (市内周遊等に関する地域協 議、予算化等)			段階的实施(一部試行実施、継続したブラッシュアップ)
	《施策3》 地域資源を生かした新たなツーリズム の促進	事業化に向けた検討 (地域連携、予算化、 企業との連携模索等) ↑ 可能なものから試行事業実施(イベント等)	事業化準備 (連携事業準備、 地域へのサポート等)		段階的实施(連携事業、地域サポート)
《施策4》 シェアリングエコノミーの活用と受入環 境の整備	事業化に向けた検討 (地域連携、予算化、 企業との連携模索等)	事業化準備 ↑ 段階的实施(一部試行実施、継続したブラッシュアップ)			
	IoT環境等の整備	IoT環境等の整備 ↑			

【図表：基本方針、リーディングプロジェクトに関する取組ロードマップ（2/3）】

項目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
<b>基本方針2：広域連携の更なる促進</b>					
《施策7》 広域連携の更なる促進	サンカクドライブキャンペーンの実施	→	→	→	→
	天草・宇土半島観光連盟による継続連携、広域周遊キャンペーン等（モバイルスタンプラリー等）	→	→	→	→
	連携事業の検討、対話 事業化準備 可能なものから随時実施	→	→	→	→
<b>基本方針3：戦略的な情報発信</b>					
《施策8》 戦略的な情報発信	観光マップ等の リニューアル	→	→	→	→
	情報発信に関する 体制等の詳細検討	→	→	→	→
	環境整備 （IT活用等含めて） 可能なものから随時実施 インハウンド向け情報発信 JAL連携事業の実行（PR）	→	→	→	→
<b>基本方針4：持続的な観光振興に向けた取組</b>					
《施策7》 地域が主役となる観光振興の仕組みづくり	観光物産協会を核とした 機能強化等の協議	→	→	→	→
	（商工連携等による）地域のチャレンジを応援する仕組み検討、構築 JAL連携事業の実行（接遇研修等）	→	→	→	→
《施策8》 地域資源保全等の持続性あるSDGs観光の取組	SDGs関連の取組に関 する協議 （地域連携、予算化等）	→	→	→	→
	事業化準備 段階的実施（一部試行実施、継続したブラッシュアップ）	→	→	→	→

【図表：基本方針、リーディングプロジェクトに関する取組ロードマップ（3/3）】

項目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
リーディングプロジェクト					
《A》 新ターゲット「家族連れ層」の誘客強化	<p>事業化に向けた協議 (地域連携、予算化、 企業との連携模索等)</p> <p>↑</p> <p>事業化準備 (連携事業準備、 地域へのサポート等)</p> <p>↑</p> <p>先行実施(すぐに実施可能なもの)</p>	<p>↑</p> <p>段階的実施</p>			
《B》 三角西・東港を核とした「スマート観光」 の推進	<p>事業化に向けた協議 (地域連携、予算化、 企業との連携模索等)</p> <p>↑</p> <p>事業化準備 (連携事業準備、 地域へのサポート等)</p> <p>↑</p> <p>IoT環境等の整備(再掲)</p> <p>↑</p> <p>スマート観光サービスの提供開始、花の魅力情報の提供・誘客(IoT活用等)</p> <p>↑</p> <p>花による魅力強化(花増加の推進等)</p>	<p>↑</p> <p>段階的実施</p>			
《C》 「シェアリングエコノミー型宿泊機能」の 強化	<p>事業化に向けた協議 (地域連携、予算化、 企業との連携模索等)</p> <p>↑</p> <p>事業化準備 (連携事業準備、 地域へのサポート等)</p> <p>↑</p> <p>先行実施(すぐに実施可能なもの 例：車中泊、グランピング等)</p>	<p>↑</p> <p>段階的実施</p>			
《D》 持続可能な「SDGs観光」の推進	<p>《SDG旅行》 事業化に向けた協議 (地域連携、予算化、 企業との連携模索等)</p> <p>↑</p> <p>《SDG旅行》 事業化準備 (連携事業準備、 地域へのサポート等)</p> <p>↑</p> <p>《松合》体験型コンテンツによる 交流促進(地域連携、育成等) 既存施設活用(チャレンジジヨ ップ等)</p>	<p>↑</p> <p>《SDG旅行》 段階的実施(SDGs教育旅行)</p>			



熊本県 宇<sup>う</sup>城<sup>き</sup>市

宇城市企画部まちづくり観光課

〒869-0592 熊本県宇城市松橋町大野 85  
TEL 0964-32-1111 FAX 0964-32-0110  
<http://www.city.uki.kumamoto.jp/>