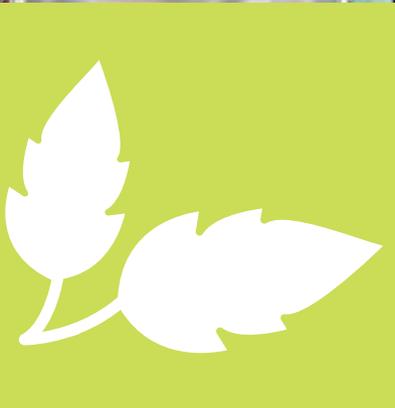


With コロナ時代の 地域のチャレンジ応援

新しい生活様式に対応した地域づくりの取組み事例集
令和2年度（2020年度）



With コロナ時代の 地域のチャレンジを応援!

熊本県では、平成 23 年度 (2011 年度) に地域づくり夢チャレンジ推進補助金を創設し、地域団体や市町村等による自主的な地域づくりの取組みを支援しています。

これまで多くの地域づくりの取組みが行われてきましたが、新型コロナウイルス感染拡大により、今後は、新しい生活様式に対応した地域づくり活動が求められています。

そこで、令和 2 年度に実施された新しい生活様式での取組事例等をまとめた事例集を作成しましたので、今後のより良い地域づくり活動の参考としていただければ幸いです。

Contents

目次

本事例集の趣旨・概要・・・2

事例紹介

熊本県の取組み事例紹介

水俣・芦北地域を核とする熊本県南プロモーション
(3密なくても、みな、つながる、あしたへ) 業務/地域振興課・・・3

フットパスを活用した旅行商品開発に関する調査事業/地域振興課・・・4

島あじマラソン 2021 ONLINE /天草広域本部・・・5

移住定住促進事業/地域振興課・・・6

新しい生活様式に対応した事例紹介

コロナ禍における新阿蘇大橋開通を契機とした観光誘客事業/新阿蘇大橋活性化協議会・・・7

木葉駅を中心とした玉東町賑わい創出事業/一般社団法人ぷらっとぎよくとう・・・8

地域の宝「ながす金魚」情報発信事業/長洲町養魚組合・・・9

KIKUCHI CURRY FESTIVAL (菊池カレーフェス) /きくち未来編集部・・・10

安心なまちやつしろプロジェクト/八代商工会議所・・・11

人吉よさこいを通じた地域の交流拡大/人吉よさこい銀翔会・・・12

「With コロナ」時代の観光、インバウンド施策の考察及び観光素材の
磨き上げ等に関する事業/九央道沿線地域活性化事業実行委員会・・・13

新しい生活様式に対応した地域づくりのポイント・・・14

ガチャガチャを使った ミステリーツアー

密を避ける工夫で、楽しみながら県南を周遊

事業名 水俣・芦北地域を核とする熊本県南プロモーション（3密なくとも、みな、つながる、あしたへ）業務

団体名 熊本県 地域振興課

取組みの背景

水俣・芦北地域では、従前から低炭素型観光の推進に取り組んでいますが、今後も新型コロナウイルスの感染状況を踏まえながら更なる地域振興の進展に取り組んでいくため、国の提唱する「新しい生活様式」の中においても実現可能な情報発信の手法やイベントの内容、新しい観光のあり方について検討が必要でした。

※低炭素型観光／公共交通機関や自転車を使った移動など、環境に負荷をかけない観光スタイルのこと。

実施概要

水俣・芦北地域における周遊型旅行商品プランの造成と、造成したプランによるモニターツアー「熊本県南日帰りガチャトリップ」を令和3年3月21日（日）に実施。参加者40名。

※JR 熊本駅や肥薩おれんじ鉄道の各駅など数カ所に設置した「ガチャマシーン」を回し、ガチャカプセル内の「指令書」通りに旅を楽しむミステリーツアー

コロナ禍において工夫したこと

当初は、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を実施した上で、各駅を起点としたバスツアーを想定していましたが、熊本県の緊急事態宣言を受け新たなプロモーションの手法を取り入れ、実施しました。

- ・少人数での行動を前提に、参加者を2名1組での受付に限定
- ・ガチャガチャで当たった内容に従って各自で旅行してもらう形式に変更
- ・様々な組み合わせで複数のコースを設定することで目的地を分散
- ・各観光地での滞在時間も各自で決めてもらい、密を避けて周遊ができるよう配慮

参加者の反応

行き先が参加者には事前にわからないというミステリー要素が好評で、老若男女問わず参加いただくことができました。「鉄道の利用や徒歩で散策するため、コロナの心配も少なく、開放感がある」「鉄道を利用することで車の移動では気づかない風景に気づけた」「行き先がわからないからドキドキする」「孫と旅をするときに、決められていないツアーと一緒にいくと盛り上がる」「ガチャ体験は大人と子供が同時に楽しめる」などの声が聞かれました。

次回の展望

個人旅行の人气が高まっている中、集団での移動を行わず、感染予防が期待できる個人型に近いツアーの形式は、新しい生活様式にも対応した観光の在り方としての展開が期待されます。

今後、ツアーの実施体制の見直しや目的地の精査など改善点を反映させてツアーを造成し、観光客誘致による地域振興を図っていきます。



少人数・屋外アクティビティで注目の「フットパス」を With コロナ時代の交流人口拡大の旅行商品に

事業名 フットパスを活用した旅行商品開発に関する調査事業

団体名 熊本県 地域振興課

取組みの背景

県央（宇城・上益城）の各地域では、行政や地域づくり団体がフットパスを活かした地域づくりに積極的に取り組んでおり、観光資源として定着しつつあります。しかし、新型コロナウイルス感染拡大により交流人口が激減しているため、With コロナ時代における地域の活性化に向け、新しい生活様式に対応した交流・関係人口の拡大を促進する取組みが求められています。

実施概要

少人数かつ屋外アクティビティであるフットパスの「歩き」を活用した旅行商品化の可能性について調査し、With コロナ時代の交流人口及び関係人口の拡大につなげる事業。

- ① 企業と連携したモニターツアー
企業が行う従業員の福利厚生等へのフットパスの活用の可能性について調査するため、令和3年2月、2日間にわたりモニターツアーを実施。
- ② 有料ガイド育成
ガイドの基礎的な技術・技能を習得するほか、「企業向け旅行商品化」に向けて、人材育成研修を実施。20名が受講。
- ③ 旅行商品化に向けた調査開発
企業及び九州・関西都市圏居住者を対象に、企業向けの旅行商品の需要等について、アンケート調査を実施。

コロナ禍において工夫したこと

県内各地に100以上あるフットパスは、3密を回避でき、歩きたい時に自由に歩くことができる、コロナ禍において有効な地域資源です。そこで、コロナ禍における地域づくりと企業等が行う従業員の福利厚生や研修、健康づくり支援活動に着目し、新たな地域づくりの可能性を探るため、地域と密接な関係を築いている企業と連携したモニターツアーを開催しました。また、コロナ禍での有料ガイド育成のための研修をオンラインで実施することで参加へのハードルを下げることができました。

参加者の反応

「地域の方々の生の声が聞けるのが良い」「コロナ禍で外出が制限される中、リフレッシュできた」「車で通るだけでは分からない良さを感じた。地元を歩き、名所を見て、自然の空気を満喫出来た」「弁当が美里で採れたものを使われていると聞いた。本当に美味しかった」「フットパスという歩き方があることを今回初めて知った。熊本にも沢山のコースがあるということでまた参加したいと思った。新たな方々との出会いや発見がある魅力的なこの活動が広がっていくといいと感じた」といった感想が聞かれました。

次回の展望

今回のモニターツアーは、地域と企業が連携する取組みのモデルとして開催しました。「歩き」は誰でも気軽に参加でき、福利厚生や研修、健康づくり支援活動など、企業の様々な場面での活用が考えられます。引き続き関係機関と連携することで、地域と企業の持続可能な連携体制の構築に取組み、With コロナ時代における交流・関係人口の拡大を目指します。



北海道から沖縄まで、**全国から参加** 来島できなくても、**良さを感じてもらう工夫**を随所に

事業名 島あじマラソン 2021 ONLINE

団体名 熊本県 天草広域本部 / 街所浦まちづくり協議会

取組みの背景

「島あじマラソン」は、天草市の離島である御所浦の振興策の一つとして平成 27 年度から開催していますが、令和元年度から 2 年連続で、新型コロナウイルス感染状況を踏まえ中止となりました。今年度は新企画として、それぞれの地域で自由に走ることができるオンラインでのマラソンイベントを計画しました。

実施概要

「島あじマラソン 2021 ONLINE」は、大会連動型トレーニングアプリ「TATTA」を使用した GPS 計測による本格的オンラインマラソン大会です。走る速さは競わず、参加者がそれぞれの地域で自由にコースを決め、開催期間内に累積でハーフマラソンの距離 (21.0975 キロ) を走れば完走としました。

令和 3 年 3 月 8 日 (月) ~ 3 月 14 日 (日) の計 7 日間開催し、北海道から沖縄まで、全国各地から 299 名が参加。参加者には、「島あじマラソンオリジナルスポーツタオル」を進呈しました。

コロナ禍において工夫したこと

「島あじマラソン」は、島民によるユニークな応援や特産品による島ならではのおもてなしが大きな魅力のイベントです。今回は、実際に訪れなくても、島の風景・ぬくもりを感じてもらい、島でのイベントが再開されたら「ぜひ行きたい」と思ってもらえるよう、島の魅力を詰め込んだ「島あじマラソンオリジナルテーマソング」を併せて制作し、参加者にいち早くお届け。また、完走者には、島あじマラソンのコースや写真が盛り込まれた「動画完走証」を進呈しました。

さらに、例年イベント時に振舞われる、島の「あじ」をご自宅でも味わっていただけるよう、「御所浦島あじ便 (ちりめん・すり身・あおさ・塩辛等)」を完走者の中から抽選で 100 名にお送りしました。

参加者の反応

初のオンライン開催で不安もありましたが、募集開始当日に参加申込みが定員 300 名に達するなど、大変な人気となりました。また、参加者のうち、89%が初参加、約 83%が来島経験のない方であり、マラソンアプリを用いたこれまでと異なるアプローチを行ったことで、「島あじマラソン」及び御所浦の知名度向上や、御所浦の魅力の新たな層への発信につながっています。過去の参加者から来年の現地開催を望む声はもちろん、初めての参加者からも、「HP を見て現地を走りたくなりました」等の嬉しい声をいただきました。

今後の展望

今回のオンラインマラソンを 1 つのきっかけとして、初めて参加された方にも御所浦や「島あじマラソン」の「ファン」になっていただき、実際に島を訪れていただけるよう、情報発信を行っていきたいと思います。また、来年度以降のイベント開催方法についても、新型コロナウイルスの感染状況を見ながら検討していく必要がありますが、引き続き、今回のように島の魅力が少しでもお届けできるよう、工夫を重ねていきたいと考えています。

参加人数: 300			
2021/03/08(月)00:00 ~ 2021/03/14(日)23:59			
TOP100	自分の順位	自分の友だち	その他 (名)
182	48歳/男性/埼玉県	26.12km	
183	43歳/男性	25.65km	
184	44歳/男性/熊本県	25.63km	
185	女性	25.29km	
186	61歳/男性/鹿児島県	25.29km	



オンラインや SNS を積極活用した 相談会や交流会により多くの人が参加できた

事業名 移住定住促進事業

団体名 熊本県 地域振興課

取組みの背景

熊本県は全国より10年早く人口減少局面に突入しており、外部から人を呼び込み、持続可能な地域づくりにつなげることが課題となっています。その人口減少対策の一つとして、移住定住の促進を図るため、国の制度等を活用しながら、仕事や暮らしなど様々な相談への対応をはじめとした受入体制の整備、効果的な情報発信、関係機関と連携した移住施策など移住定住施策について総合的に取組む必要があります。

実施概要

- ① 総合相談窓口…熊本への移住を考えている方々に対する相談窓口の設置・運用。
- ② 情報発信…本県の取組みや市町村の施策、先輩移住者インタビュー等を移住専門誌等に掲載。首都圏の移住潜在層や若年層に向け、ラジオや SNS を活用した PR。
- ③ 移住相談会の開催
- ④ 協力隊定住支援…移住者や地域おこし協力隊の定住支援に向けた交流会や起業セミナー等の実施。
- ⑤ 関係人口創出…熊本コネクションプロジェクトの活用等による講演会や大交流会の開催。

コロナ禍において工夫したこと

オンライン個別相談の新設のほか、オンライン相談会では古民家からの中継や YouTube での配信等、従来の会場に集まる相談会ではできない内容で開催することができました。オンラインを積極的に活用したことで、地域おこし協力隊の交流会では、遠方の隊員とも容易に交流できるようになりました。また、関係人口創出のためのオンライン交流会では、事前に参加者へ県産品等を送付し、オンラインを通して一緒に飲食をすることで、一体感が生まれ、大変盛り上がりました。

参加者の反応

「コロナで移動が制限される中、中継等により、現地を体感することができて、移住への気持ちが高まった」「自宅から、リラックスしてイベントに参加できた」「YouTube にアーカイブを残してあるため、イベントに参加できなくても後日視聴することができた」等の声が聞かれました。

今後の展望

オンライン等の新たな対応は、当初は不便に思うこともありましたが、それ以上にメリットもありました。東京や大阪の会場で行っていた移住相談会の参加者は、これまで会場近郊の人に限定されていましたが、オンライン相談会では居住地に関係なく参加可能で、海外からの参加もありました。

オンライン等での対応は今後の移住定住促進の有効な方法であり、会場でのイベントが再開できた後もオンラインを併用するなど、更なる工夫をして取組んでいきたいと思えます。



スタンプラリーや周遊リアルすごろくで魅力発信

「新しい旅」のエチケットも楽しく啓発

事業名 コロナ禍における新阿蘇大橋開通を契機とした観光誘客事業

団体名 新阿蘇大橋活性化協議会

取組みの背景

令和2年度に豊肥本線、国道57号、新阿蘇大橋が開通し、南阿蘇地域および大津町を広くアピールするチャンスと捉えました。しかし、新型コロナウイルス感染症拡大のため、計画していた多くの事業が縮小または中止となり、域内の観光関連事業所が多大な影響を受けています。そこで、域内3町村における「新しい生活様式」に基づく観光の周知徹底を図り、誘客を支援する必要があると考えました。

実施概要

1. 新しい生活様式

① 「新しか旅んエチケット」ポスター/A4ラミネートポスター配布（約500施設）

旅行編・飲食店編の2種類を制作。お客様に守って頂きたいエチケットを、熊本弁で親しみやすく啓発。

② マスクケース配布（30万枚）

マスクケースを飲食店に配布。QRコードを掲載し、店の対策や南阿蘇の観光についてのアンケートも実施。

2. 周遊キャンペーン

① スタンプラリー

休日の混雑を避けるため、平日特典ノベルティ（ミニソーブや巾着、新大橋にかけたお箸など）を先着1800名に進呈。

② 周遊リアルすごろく

閑散期である1月、2月の誘客のために、6カ所以上クリア（1町村につき2個以上のスタンプ）した1000名以上に「新しか旅んエチケットカルタ」を進呈。

3. 新阿蘇大橋開通直前イベント（コロナ禍によって中止となり代替企画実施）

① のほりや横断幕、ポスターの制作と設置

② オンラインクイズイベント実施

③ 1月15日～2月21日まで新阿蘇大橋をライトアップ

4. 広報PR

① カウントダウン看板を道の駅おおづ、南阿蘇村立野、高森駅の3カ所に新設

② 各種メディアにプレスリリース

③ 令和2年11月4日に「新阿蘇大橋開通カウントダウンキャンペーン」スタート記者会見

コロナ禍において工夫したこと

コロナ禍で団体観光客が減少する中、個人や家族連れなどの少人数でも楽しめる取組みにしました。取組みすべてが、新阿蘇大橋等の開通を機に、コロナ禍においても観光客に南阿蘇地域と大津町を楽しんでもらうこと、同地域の観光業者や飲食店の支援につながっています。

参加者の反応

「新しか旅んエチケット」ポスターについては、飲食店等から、「楽しく分かりやすい」という声が聞かれました。また、オンラインクイズイベントでは、あえて調べないと分からない難しい問題を準備していたことで、参加者から「楽しめた」という感想をいただきました。

今後の展望

2年後には、南阿蘇鉄道が肥後大津駅まで乗り入れる予定です。今回は3町村でスクラムを組み、いいスタートが切れました。連携したキャンペーンをこれからも実施していきたいと思っております。



イベントは、Web 受付フォームを作成

コース内に、案内看板を整備し、人との接触を減らす

事業名 木葉駅を中心とした玉東町賑わい創出事業

団体名 一般社団法人ぷらっとぎょくとう

取組みの背景

木葉駅前に開設された「木葉駅前観光拠点施設ぷらっとぎょくとう」と「木葉駅前活性化施設ゆめ・ステーション・このは」では、これまで、木葉駅前の活性化を目的とした様々なイベント等を行ってきました。しかし、新型コロナウイルス感染拡大により中止が相次ぎ、取組みが低迷している状況です。加えて、平成 29 年度から整備に取り組んできた「玉東フットパス」の、さらなる活用が必要と考えていました。

実施概要

〈 1. 木葉駅前の賑わい創出 〉

木葉駅前施設「ゆめ・ステーション・このは」前で、竹灯籠及びイルミネーションイベントを実施（令和2年 12 月 4 日～令和 3 年 2 月末）。今回のイルミネーションは、玉東町が日本赤十字社発祥の地であることから設置されている女神像「風舞」を中心に実施。新型コロナウイルス感染症に取組む医療従事者へ感謝の思いも込めました。

〈 2. 玉東フットパスの新生活様式に対応した利用促進 〉

① HP の充実

Web 上における情報発信を充実。加えて、ガイドやイベント申し込みの場合、電話のみだった受け付けを、Web 上でも可能にする Web 受付フォームを作成しました。

② フットパスコースの充実

観光拠点施設「ぷらっとぎょくとう」に受付看板を設置。また、新しい生活様式に合わせ、ガイドとの接触を減らせるようコース内に矢印看板を設置しました。

コロナ禍において工夫したこと

イルミネーションイベントは、長期間実施することで一気に人が集まらないようにしました。また、フットパス事業は、ガイドやイベント参加の Web 上での申し込み、コース上の矢印看板設置で、できる限り人との接触を減らす取組みとなっています。

参加者の反応

イルミネーションイベントやフットパスに来てくれたお客様からは、「玉東町が日赤の発祥地であることを初めて知った」という感想を頂きました。また、受け入れるスタッフ側からは、「観光客が減る中、感染対策を徹底したうえでイベント等を開催できることは、交流の継続につながって良い、コロナ禍でも安心して楽しめた」という意見が聞かれました。

次回の展望

今後は、HP 上の情報発信に力を入れていきたいと思っています。「玉東町フットパス」に対する関心の高さは感じているので、さらに魅力を訴え、来訪しやすくなるシステムを考えていきたいと思っています。また、実際に歩いた人がまた歩きたいと思ってくれるような、満足度の高いコース整備も進めていきたいと思っています。



伝統産業「ながす金魚」を全国、そして後世へ 多様に活用できる デジタルコンテンツ を制作

事業名 地域の宝「ながす金魚」情報発信事業

団体名 長洲町養魚組合

取組みの背景

長洲町の金魚の歴史は江戸時代に遡り、現在でも日本有数の金魚の産地として有名です。しかしながら現在は、生産者の高齢化や後継者不足という課題を抱えています。そのような中、課題解決に向け、子どもたちへの「金魚学習」や、イベント等における「ながす金魚」のPR・販路拡大等の取組みを行ってきました。しかし、コロナ禍において様々な取組みが中断。そこで、新しい生活様式に対応した金魚学習やPR事業の推進が必要と考えました。

実施概要

■ デジタルコンテンツ（デジタル金魚の館）制作

〈 1. 「デジタル金魚の館」の内容 〉

- ① ながす金魚の歴史
- ② 長洲金魚を支える人たち
- ③ ながす金魚の種類
- ④ 金魚の飼い方
- ⑤ 「金魚のまち」の取り組み
- ⑥ たった1匹からの挑戦

〈 2. 「デジタル金魚の館」制作に関連した取り組み 〉

- ① 制作物のメディアによる紹介（熊本日日新聞、有明新報、西日本新聞熊本県版）
- ② PRチラシ制作

コロナ禍において工夫したこと

コロナ禍においてイベント等の開催が自粛される中、人を介さなくても、いつでも「ながす金魚」について学ぶことができよう「デジタル金魚の館」を制作しました。小中学生をターゲットとし、金魚の特徴をイラストやアニメ仕立てでわかりやすく紹介したり、コンテンツの時間、文字のルビ等分かりやすくなるよう創意工夫を行いました。また、会議等は、3密を避けるため参加者や会場を分けて開催しました。

参加者の反応

長洲町養魚組合員からは、「デジタル化したことで、ながす金魚の魅力を多くの方々に伝えられるようになった」「これからこの「デジタル金魚の館」をどんどん活用してもらいたい」との声が聞かれました。伝統産業「ながす金魚」を、全国、そして後世へ伝えていきたいと思えます。

次回の展望

制作したデジタルコンテンツを活用し、子どもたちに、地域の伝統産業への誇りや、継承したいという気持ちを育みます。また、これまで長洲町養魚組合と町が連携して行ってきた「金魚のまち活性化」の更なる推進を図ります。

1. 地域の宝「ながす金魚」魅力発見事業

これまで長洲町養魚組合が行ってきた「ながす金魚」に関する出前講座を、制作した「デジタル金魚の館」を活用し、充実させて、新しい生活様式に対応した新しい学習を行う体制を整えます。

2. 「ながす金魚」PR事業

制作した「デジタル金魚の館」を活用し、全国へ「ながす金魚」PR事業を推進します。また、新型コロナウイルス感染拡大状況を踏まえながら長洲町庁舎や「金魚の館」等の金魚関連施設で来訪者が視聴できる体制整備も進めています。



デジタル金魚の館



長洲町養魚組合の皆さん

菊池の食材のおいしさを、国民食「カレー」で 食券制のテイクアウトのみで、コロナ対策も徹底

事業名 KIKUCHI CURRY FESTIVAL（菊池カレーフェス） さくち未来編集部

団体名 さくち未来編集部

取組みの背景

自然豊かな菊池は、水、野菜、米、そして肉など、おいしい食材の宝庫。それを食材として販売するだけでなく、良さを分かってもらうための取組みも必要です。加えて、コロナ禍における菊池温泉街の活性化、菊池市ふるさと創生市民広場の利活用という視点から、国民食とも言えるカレーをテーマにしたイベントを計画しました。

実施概要

■ 菊池カレーフェス

一日限定イベントとして、令和2年11月29日に開催。菊池市と熊本市の飲食店9軒に参加してもらい、菊池市ふるさと創生市民広場で実施しました。参加頂いた店舗には、菊池市内で、無農薬などこだわりの農産物栽培を手掛けている生産者から直接食材を仕入れ、その日だけのオリジナルカレーを販売して頂くことを条件とし、私たちが生産者と飲食店のマッチングを支援しました。

コロナ禍において工夫したこと

今回は、完全テイクアウトスタイルで、食べるスペースは設けませんでした。また、各店舗での現金授受を避けるため入口での食券購入制とし、購入するための行列はラインを引いて1mの間隔をあけてもらいました。そのほか、検温、連絡先の記入、お客様を一方に流す動線の設定、店舗受け取り口にビニールカーテンを設置する等の対策を行いました。

参加者の反応

お客様からは「この日限定のカレーを楽しめた」「菊池の食材が珍しい」などの高評価と、受付や食券の使い方が分かりにくいという意見も頂きました。出店者からは、「現金授受がなかったことでオペレーションしやすかった」という意見と、受付に時間がかかり、「イベント場内はスカスカなのに、受付にだけ長蛇の列ができお客様に申し訳なかった」という意見もありました。

今後の展望

今回は米と野菜を菊池産と限定しましたが、肉もおいしいので、いずれは全食材が菊池産のカレーフェスにしたいと思っています。また、本来は、温かいものは温かいうちに、その場で楽しく食べて頂きたいので、来年度以降は、コロナの状況も見ながらやり方を工夫するつもりです。いずれ、「菊池のこの時期はカレーフェス」と思って頂ける、定番化した事業になるよう取り組みを続けたいと考えています。



コロナ対策をしている店や事業所を認定登録

HPを活用し、安心して利用できる仕組みを構築

事業名 安心なまちやつしろプロジェクト

団体名 八代商工会議所

取組みの背景

新型コロナウイルス感染症による、八代経済への影響をできる限り抑えること、そして、新型コロナウイルス感染症拡大をできる限り抑えること、この2つについての取組みが必要と考えました。

実施概要

「安全なまちやつしろプロジェクト」

■ コロナ感染防止対策をしている業者の認定登録の仕組みを新構築

国や熊本県のガイドラインを基に、八代地域に合わせた八代独自のコロナ対策チェックリストを作成。それらを実施しているお店や事業者を認定登録とし、HP上に公開しました。しかし、申請から公表まで時間がかかっていたため、新しい仕組みを構築。事業者がスマホからも申請できるようにし、入力方法も簡素化。事業者の費用負担もなくし、HP上での公表まで2日以内になるなど、コストダウンと時間の効率化の両方を実現できました。2月末の目標1,000店舗を大きく上回る1,332店舗の登録を頂きました。現在では、利用したいお店が混雑しているかなどの情報も、お客様が得られるように改善を進めています。

コロナ禍において工夫したこと

コロナ対策に取り組んでいる店舗を「認定登録制度」として公開することで、地域全体の魅力を増幅させ、コロナ禍であっても、八代地域に人を呼び込むことができるよう取組みました。事業自体がコロナ禍に対応したものであり、先が読めない状況の中で、とにかくスピード感を持ち、店舗のPRができる工夫を徹底しました。

参加者の反応

登録した飲食店等からは、「独自に取り組んでいたが、対策基準や他店がどうしているかを知ることができ、より意識が高まる」「食べに来てくださいと声を上げにくい中、安心をPRできることで、間接的ではあるが誘客に繋がる」という声がかげられました。利用者側からは、「今まで行ったことがなかったお店をHP上で知り、行ってみようという気になった」などの感想をいただきました。

次回の展望

今後は、例えば、日奈久温泉に行こうとするお客様が、安心して利用できる飲食店も同時に知ることができるような、観光振興につながる仕組みも構築したいと考えています。さらに、事業者情報の多言語化も進める予定です。日本の習慣や考え方も発信し、海外からのお客様が安心して日本の旅行を楽しめるよう、いつでもお迎えできる体制を整えます。

関連事業として、熊本高専八代キャンパスと共同で行ってきたCO₂感知システムのコロナ対策への応用も進めます。空気の流れを検知できるため、換気の数値化が可能。分析されたデータを各事業所や施設の参考資料にできると考えています。



「よさこい」を通じて、人吉球磨を元気に

オンラインでつながる、第5回「人吉よさこい祭り」実施

事業名 人吉よさこいを通じた地域の交流拡大

団体名 人吉よさこい銀翔会

取組みの背景

「人吉よさこい銀翔会」は、よさこいを通じて人吉球磨の魅力を全国に発信することを目的に、平成15年に発足。以来、全国各地のよさこい祭りへの参加を続け、4年前からは、熊本県立大学の学生と共に、「人吉よさこい祭り」も実施しています。令和2年度は、豪雨災害を経験した人吉球磨を元気づける目標を持ち、第5回目となる「人吉よさこい祭り」で、全国のよさこいグループを誘致し、祭りへの参加だけでなく、人吉球磨の食や文化と、宿泊し温泉も楽しんでもらう計画を立てました。

実施概要

- ① 「日本で最も豊かな隠れ里」をテーマにした新楽曲「祈りひかりびと」、新しい振り付けと衣装の制作
- ② 新楽曲制作を、高知県の國友裕一郎氏に依頼
- ③ 九州各地のチームを対象にした、人吉球磨のオリジナルの新楽曲に係る合宿の実施
- ④ 令和3年3月14日開催の「第5回人吉よさこい祭り」への参加促進
- ⑤ SNSを活用し、人吉球磨の地元民への祭り参加促進

①～⑤の内容で計画していましたが、③④⑤はコロナ禍のため現地開催は中止。SNS上での祭り開催となりました。その「第5回人吉よさこい祭り」では、青井阿蘇神社を舞台に私たちが新楽曲による奉納演舞を実施。コロナ禍のため大きなモニターを設置し、日本各地の団体とZoomでつながり、各団体がよさこいを披露しました。そのほか、熊本県立大学の学生と協働で、人吉球磨への応援メッセージや、各チームのよさこい衣装の誌面上でのファッションショー、青井阿蘇神社の紹介などを盛り込んだパンフレットを作成し配布しました。

コロナ禍において工夫したこと

急遽オンラインでの開催となった第4回「人吉よさこい祭り」の経験を活かし、第5回「人吉よさこい祭り」は準備段階からオンラインを取り入れて実施しました。事前の練習や打ち合わせにおいてもオンラインを活用。特に、合宿練習の代わりとなるオンライン練習は23回も実施しました。当日は会場に大きなモニターを設置することで、各地から参加してくれる団体とつながり会場を盛り上げることができました。

さらに、新しい取組みとして数々のメディアで取り上げていただいたおかげで「よさこい」の魅力を多くの方にPRすることができました。

参加者の反応

「第5回人吉よさこい祭り」では、練習でも、高知県在住の國友氏やメンバーとオンラインを積極活用しました。新曲に対する思い、人吉球磨を元気づけたいという思い、コロナ禍でも断念しないという強い気持ちが一つになって、練習時点から泣けてしまうほど、感動の連続でした。

次回の展望

コロナ禍がもたらした新しい生活様式に即しながら、今後も、人吉よさこいブランドの確立、よさこいを通じた地域外ファンと地域内の賑わい創出に取り組めます。



観光低迷期をチャンスと捉え

Withコロナの観光に向けた機運を醸成

事業名 「Withコロナ」時代の観光、インバウンド施策の考察及び観光素材の磨き上げ等に関する事業

団体名 九央道沿線地域活性化事業実行委員会

取組みの背景

これまで取組んできた「日向往還」を軸にした事業に加え、九州中央自動車道開通効果も活かした取組みにも注力しています。さらに、欧米豪の富裕層に浸透しているアドベンチャーツーリズム（AT）にも着目し、地域の潜在的魅力の磨き上げが必要と考えていました。コロナ禍においては地域経済が多大な影響を受けており、日向往還エリア地域の連携をさらに強化し、持続可能な観光地域づくりを推進する必要があると考えました。

※AT / 「自然」「文化」「アクティビティ」のうち2つ以上の要素から成るツーリズムです。

実施概要

1. インバウンド施策考察・観光素材磨き上げ事業

- ① キックオフセミナー／連携の機運を高めるだけでなく、専門家を招き、コロナ禍の旅行業界の動向や収束後の施策のほか、ATとは何かも含めた勉強会を実施。
- ② 地域素材の検討／旅行会社と連携し、地域素材の発見と磨き上げなどのワーキング会議。
- ③ オンラインツアー参加／福岡県博多区のリパークルーズオンラインツアーに参加。観光客としての視点で、オンラインツアーを客観的に体験。

2. 情報発信事業

主に福岡県をターゲットにしたPRを実施。令和3年2月13日、14日に福岡県で開催された九州旅行博覧会に出展し、オンラインで動画を配信。そのほか、ランディングページの制作と配信、紙媒体における広告掲出等。

コロナ禍において工夫したこと

これまでの誘客の取組みに、ATという新しい概念を取り入れ、コロナ収束後を見据えたセミナーやワーキング会議をZoomを活用しオンラインで開催しました。また、初めて制作したランディングページは、コロナ禍だったからこそ、より重要な、どこからでもアクセスできるPRツールであり、今後も活用していきたいと考えています。

参加者の反応

令和2年度は、コロナ禍における観光停滞を発展の契機と捉え、委員会内部の意識や知識醸成に力を入れました。例えば、博多のリパークルーズオンラインツアーでは、「オンラインツアーは1時間程度が適していること」「1時間であれば、むしろ、日向往還という長い距離にある魅力を短い時間に凝縮して見せることが可能ではないか」等のヒントを得ることにつながりました。

今後の展望

令和3年度以降は、ストーリー性のあるルートづくりやモニターツアー等の実施を通じて、AT 顧客満足のための地域素材の高付加価値化を図ります。そして、令和4年度における着地型旅行商品の造成を目標としています。



新しい生活様式に対応した 地域づくりのポイント

コロナ禍の中での地域の魅力 PR や連携づくり

コロナ禍で、観光やイベントのみならず、地域づくりの取組みが難しい状況が続いています。現状では地域外の方を積極的に呼び込むことが難しく、地域内で連携することやオンラインシステムの活用などによってこの状況に対応しています。これからは、今はリアルでつながることが難しい遠隔地の方々に対して地域の魅力を PR し、身近に感じてもらう努力を継続していく必要があります。また人材の育成や新たな仕組みの構築など、アフターコロナに備えての体制づくりも重要です。

【ポイント】

① イベント

密を回避する配置や、 動線の工夫を

- ・ 少人数での開催
- ・ 屋外での開催（室内では換気を徹底）
- ・ 時間差での開催
- ・ 事前予約制で実施
- ・ 説明を紙や看板で行う
- ・ 入場時の検温、消毒
- ・ もしものための名簿作成
- ・ 密になる場所での
ソーシャルディスタンス確保
- ・ 入退場やエリア内での行動管理
- ・ イベント前後の注意喚起



② 安心・安全の PR

やっているだけではダメ！ 情報を共有して安心をアピール

コロナ対策として取組んでいる内容を

- ・ Web サイトで発信
- ・ ポスターの掲示やチラシで紹介
- ・ メディアなどを活用し PR
- ・ POP をイベント会場に配置

コロナ対策実施中



手を洗う



くっつかない



換気する

③ デジタルコンテンツ

今準備すればアフターコロナでも活用できる万能なツールに

● デジタルコンテンツとは？

→デジタル形式で構成されているコンテンツのこと。主に文章や動画、音楽、画像などをデジタルデータにしたもので、Web上に公開されたものや、サービスを通して提供されているものを指します。

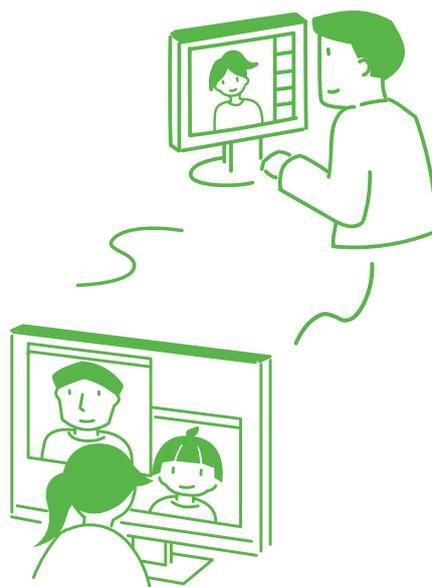
- ・ 地域を紹介する Web サイトや動画
- ・ テーマについて学ぶことができる Web サイトや動画
- ・ イベントを疑似体験できるような動画
- ・ 旅を疑似体験できるような動画



④ オンライン

会わなくても会議やイベントは可能！リアル会場できないことも実現

- ・ オンライン会議
→パソコンやスマートフォン等を使って複数人で会議を行うことができます。
- ・ オンラインセミナー
→講師対複数人の受講者という形式でセミナーができます。資料を共有することもできます。
- ・ オンライン交流会
→プログラムを考えてオンラインでつながることで、交流会ができます。
- ・ バーチャルツアー
→体験したいツアーの場所の動画を放映したり、ライブ配信することでバーチャルで旅ができます。



〈Web 会議システムの導入の流れ（例）〉

- ① オンラインシステムを Web サイトからダウンロード
※有料のものもありますが、無料のシステムも多数あります。
参加するだけではシステムのダウンロードの必要がないものもあります。
- ② 日時を決めて、ミーティングを設定
- ③ 設定したミーティングに関する情報（URL や ID、パスワード等）を参加者に伝える
- ④ 設定した日時にミーティングを立ち上げて Web 会議開始
※個人情報の取り扱いなど、セキュリティ対策にも気を付けましょう。

詳しいコロナ対策ガイドラインはこちらから！

業種別ガイドライン（内閣官房／新型コロナウイルス感染症対策）



国や県などから感染防止に関する要請等があった場合はその内容を踏まえて対応してください。



With コロナ時代の 地域のチャレンジ応援

新しい生活様式に対応した地域づくりの取組み事例集
令和2年度（2020年度）