

【施策番号 - 3 - 19】

分野	戦略	九州新幹線全線開業効果の最大化による県全体の発展
品格あるくまもと	重点的に取り組む施策	新幹線元年戦略の推進

1 施策の概要 (PLAN)

<p><b>(1)背景</b></p> <p>平成16年3月に九州新幹線新八代～鹿児島中央間が部分開業し、熊本市が含まれる博多～新八代間について、平成23年3月の全線開業をめざして事業を進めてきた。</p> <p>平成17年に設置した「新幹線くまもと創りプロジェクト推進本部（本部長：知事）」を中心に、横軸交通、交流促進、農林水産業・商工業振興、住みやすい熊本の実現の4分野で、民間と行政が連携して全県的な展開を図っている。</p> <p><b>(2)めざす姿</b></p> <p>九州新幹線全線開業の平成23年を「新幹線元年」と位置付け、新幹線効果の最大化による交流人口の拡大や産業の活性化を図り、「県民総参加による地域づくりの展開」、「関西・中国地方におけるくまもとブランドの確立」、「何度も訪れ、住んでみたいと思える地域の創出」をめざす。</p> <p>着実な事業推進による平成23年3月の九州新幹線全線開業。</p> <p><b>(3)解決すべき課題</b></p> <p>新幹線元年事業（開業記念事業）の効果が、一過性・部分的（新幹線駅周辺等）とならないよう、事業計画の段階から市民力を積極的に活用するなど、県民総参加による地域の振興が求められる。</p> <p>新幹線開業を機に、県外で「くまもと」の認知度を向上させることによるくまもとの観光・県産品販路の拡大が求められる。</p> <p>新幹線及び新駅周辺道路の整備と横軸交通アクセスの改善が求められる。</p>	<p><b>(4)取組みの概要</b></p> <p><b>【新幹線くまもと創り(元年戦略)の推進】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「くまもとの『食』と『文化』でおもてなし」をテーマに、くまもとの魅力の発信と来訪者へのおもてなしを行う「新幹線元年事業」を県民総参加で展開する。</li> <li>・県民の気運醸成を図るため、身の周りにある驚くべき魅力を掘り起こし、創出する「くまもとサプライズ」を展開する。</li> </ul> <p><b>【「くまもと」の認知度向上】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西・中国地方をターゲットに「KANSAI戦略」を展開し「くまもとブランド」の発信を行う。</li> <li>・新幹線全線開業を県産品振興のチャンスと捉え、くまもとを代表する土産品の商品化や県産品の販路拡大を図る。</li> <li>・日本最大の人口を擁し、多くのマスメディアが集中する首都圏を主な対象とした広報を戦略的に展開することにより、誘客の促進・県産品の販路拡大を図る。</li> </ul> <p><b>【新幹線整備と交通アクセスの改善】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全線開業後の新幹線効果の最大化に向け、新駅周辺道路整備の着実な事業進捗を図る。</li> <li>・公共交通の維持、利用促進のための市町村や交通事業者への支援及び啓発事業を行う。</li> <li>・天草地域と福岡・熊本都市圏を結ぶ天草エアーラインの安全かつ安定運航のための支援を行う。</li> </ul>
---	--

2 施策の主な構成事業 (DO)

取組みの概要	担当課	平成22年度事業/決算(千円)	平成23年度事業/当初予算(千円)
新幹線くまもと創り(元年戦略)の推進	地域振興課(新幹線元年戦略推進室)	新幹線くまもと創り(元年戦略)推進事業	105,213
「くまもと」の認知度向上	くまもとブランド推進課	KANSAI戦略推進事業	81,211
		九州新幹線さくらお土産開発事業のうち新幹線元年戦略関連事業	7,706
	広報課	首都圏広報強化事業	94,052
	東京事務所	くまもとの夢首都圏戦略事業	3,536
新幹線整備と交通アクセスの改善	都市計画課	九州新幹線建設事業	3,377,157
	道路整備課	新幹線新駅周辺道路整備事業	1,609,086
		九州新幹線建設促進事業	3,269
	交通政策課	地方公共交通対策事業	382,466
		天草空港運航支援対策事業	241,391
		九州新幹線建設事業	892,710
	新幹線新駅周辺道路整備事業	885,000	
	地方公共交通対策事業	353,713	
	天草空港運航支援対策事業	167,012	

3 施策の評価 (CHECK)

(1)指標の推移						
指標(単位)	策定時	H21	H22	H23	目標値	目標値の説明
1 開業関連イベントへの参加者数(万人/年) 平成22年度設定した指標	-	-	591 (H20)	集計中 (H22)	650	新幹線元年事業の実施等により、H20参加者数の10%増をめざす
	達成度	-	-	-		
2 KANSAI地域(関西・中国地方)における認知度(関心の度合い)(%)	13 (H18)	21 (H20)	21 (H20)	調査予定 (H23.12)	26	本県について興味・関心がわくと回答した人の割合の倍増をめざす
	達成度	80.8%	80.8%	-		
3 新幹線駅(熊本駅)の乗降客数(万人/年) 平成22年度設定した指標	762 (H19)	769 (H20)	730 (H21)	754 (H22)	885	他県での新幹線開業による乗降客数の伸びをもとに設定
	達成度	86.9%	82.5%	85.2%		

**(2)指標の分析**

1. (平成23年12月頃公表予定)  
2. (平成23年12月調査予定)  
3. 21年度の減少から、22年度は、新幹線開業後の新幹線利用者の発生に加え、新幹線開業への期待や盛り上げの効果もあって増加に転じたと考えられる。なお、23年度は、新幹線開業効果の本格化により、大きく増加することが期待できる。

(3)平成22年度の取組みの主な成果

**【新幹線くまもと創り(元年戦略)の推進】**

- ・「くまもとサプライズアワード」による地域づくりの取組みの掘り起こし・支援をはじめ、新幹線元年キャラバンの実施、くまもとサプライズロゴ、キャラクター「くまモン」の使用承認などを通じた県民の機運醸成を図った。

**【「くまもと」の認知度向上】**

- ・KANSAI地域では、くまモンの看板・ポスターの球場やJR各駅での掲出、吉本新喜劇出演、Twitter活用など、メディアミックスによる話題化を進めた。また、首都圏では、新聞・雑誌・テレビ・イベントなどを活用し、熊本のイメージアップを図るとともに、JR山手線や東京メトロで交通広告を活用して、熊本の話題を広く提供した。これらにより、KANSAI地域における熊本県関係の報道や番組等を広告換算にすれば、少なくとも約6億4千万円相当の効果があつたほか、東京事務所の取材対応件数が前年度比約5割増(157件)となった。
- ・熊本市との連携により、新たな土産品21品を開発し、県内主要物産施設等での販売に繋がった。

**【新幹線整備と交通アクセスの改善】**

- ・23年3月の目標どおり九州新幹線が全線開業。熊本駅の停車数133本、熊本～博多間の1時間あたり4本運行を確保した。
- ・国道208号玉名バイパス、玉名山鹿線、新八代停車場線等、玉名、八代新駅周辺での道路整備や、JR在来線、快速バス等の地域公共交通を活用した二次アクセスの改善を進めた。

(4)平成23年度の取組方針、取組状況

**【新幹線くまもと創り(元年戦略)の推進】**

- ・来訪者に熊本の魅力を存分に体感してもらうため、熊本の多彩な食や文化を活かした新幹線元年事業を県内各地域で民間と行政が一体となり年間を通じて実施するとともに、身の回りの魅力を創出する「くまもとサプライズ」の普及・浸透を図るため、「くまモンまつり」や「くまモン体操」等、くまモンを全面に押し出したイベントを秋を中心に実施する。

**【「くまもと」の認知度向上】**

- ・引き続き各種メディアやイベントを活用した広報を実施するほか、熊本の話題づくりに向けて継続的に取り組むため、くまモンを活用しながら、豊富なメディア人脈・情報収集力を持つ事業者とのタイアップによるパブリシティ広報を新たに実施する。

**【新幹線整備と交通アクセスの改善】**

- ・新幹線新駅への更なるアクセス向上を図るため、供用完了区間の次工区の用地取得及び工事等を進めるとともに、市町村、交通事業者と連携した地域公共交通の利用促進等を継続する。

(5)施策の進捗に関する総合評価

- ・新幹線元年事業及び「くまもとサプライズ」の展開を通じ、イベント等の実施における地域間・民間連携や、住民によるおもてなしの取組みが定着しつつあるなど、各地域で市民力(民間の知恵と力)による地域づくりが進められるようになった。
- ・KANSAI地域においては、くまモンの人気上昇(大阪市でのくまモンの認知度41%)に伴い、熊本県関係のマスコミ報道も増加し、確実に認知度向上に向けた取組みの効果が出ている。また、首都圏においても、新聞・雑誌・テレビなどの媒体掲載やイベント開催で熊本の話題についての露出量を増やすことができています。
- ・新幹線新駅の周辺道路の整備については、全線開業時までに予定していた区間のほぼすべてが供用開始となるなど、概ね順調に進んでいる。

(6)施策を推進していく場合の課題

- ・新幹線元年事業の効果を継続させるとともに、新幹線駅周辺等など部分的なエリアに留まらないよう、各地域の市民力を活用した事業展開が必要である。
- ・媒体掲載やイベント開催は一過性となり継続性に欠ける。話題づくりには時間をかけた価値観を醸成する取組みが必要。
- ・くまモンの認知度向上がくまもとの認知度向上には繋がっているが、くまもとの具体的なイメージの定着までには至っていない。
- ・更なる交通アクセスの改善を図るため、アクセス関連道路の事業を進捗させる必要がある。

4 今後の方向性 (ACTION)

- ・熊本の魅力向上と県外からの誘客に向け、県民総参加による市民力を活用した地域づくりを進めるとともに、交通アクセスやくまもとツーリズムなどを含めた県内外への総合的な情報発信を行う。
- ・豊富なメディア人脈・情報収集力を持つ事業者とのタイアップにより、メディアに有益な情報を発信することで記事掲載などにつなげるパブリシティ広報に力を入れる。
- ・KANSAI地域でも人気の高いくまモンを引き続き積極的に露出させるとともに、くまもとの魅力ある食材等くまもとの具体的なイメージを持ってもらえるような仕掛けを、くまモン展開と絡めて進める。
- ・計画的な用地取得、工事工程の管理により、引き続き新駅周辺道路の整備を進める。