

熊本デスティネーションキャンペーン (DC) で観光誘客を実現

## 熊本 DC による経済波及効果、約 66 億円

熊本県は、観光分野における熊本地震からの本格的な復興を全国にアピールするため、JR グループと連携し、国内最大規模の観光キャンペーン『熊本デスティネーションキャンペーン「五感、ひびく、観動旅 もっと、もーっと！くまもっと。」』（以下、熊本 DC）を、昨年7～9月に開催いたしました。

熊本 DC 開催にあたり、観光素材の発掘や、着地型旅行商品の開発・販売促進、メディア PR、二次アクセスの強化等に取り組むとともに、キャンペーン期間中は、宿泊施設や観光・交通事業者、飲食店、観光ボランティアガイド等、様々な分野の方々と連携し、県内各地でおもてなしに取り組みました。

その結果、熊本 DC の実施により、多くの観光客をお迎えすることができ、熊本 DC による経済波及効果をまとめたところ、推計で **66.09 億円**となりました。



### 【熊本 DC の実施概要】

- 開催期間：令和元年7月1日（月）～9月30日（月）
- 主催：熊本県、(公社)熊本県観光連盟、JR グループ
- キャッチフレーズ：「五感、ひびく、観動旅 もっと、もーっと！くまもっと。」
- テーマ：「温泉三昧」「美味満載」「遺産探訪」「感動絶景」「ふれあい体験」

### 【熊本 DC の成果の概要】

- 旅行会社による熊本向け旅行商品の販売実績は前年同期比約 **118%**、WEB 系旅行会社の販売実績は前年同期比約 **104%**と、約1年半前から行った PR 及びセールス活動の成果が表れた結果となった。

※別表①②を参照

- DC 期間の JR（九州新幹線乗車人員〈熊本～博多〉）及び航空各社の利用実績は、前年同期比約 **103%**と、DC 実施による効果が表れた結果となった。

3. 観光庁が公表している「宿泊統計調査」（第2次速報）の国内宿泊客数（全数調査を行った従業員数10人以上施設）は、前年同期比 **104%**と、お盆や3連休の荒天による旅行客のキャンセル等多く発生した中、増加した。

※別表③を参照

4. 県内各地におけるヒアリング調査や、旅行会社に対するエリア毎販売実績調査によると、大河ドラマ「いだてん」に係るPR活動が功を奏した「県北」及び、復興が進む熊本城を中心とした「県央」エリアが、宿泊客数を大きく伸ばした模様。他エリアも荒天によるキャンセル等で苦戦はしたものの、概ね前年並みの実績を残すことができた。

5. 熊本DCによる地域経済波及効果については、前述の各種調査結果を踏まえ、熊本DC期間中の観光客増加を前年同期比 **4%増**と推定し、熊本県観光統計表や熊本県産業連関表をもとに算出したところ、宿泊客増加効果で **31.62億**、日帰り客増加効果で **34.47億円**、総計で **66.09億円**あったものと推計。

※別表④⑤及び、「地域経済効果推計方法」を参照

※別表① 熊本DC期間の旅行会社（10社）による県内宿泊販売実績

時 期	令和元年7~9月	平成30年7~9月	前年同期比
延べ宿泊人数	126,184人	107,250人	118%

※別表② 熊本DC期間のWEB系旅行会社（2社）による県内宿泊販売前年同期比

時 期	7月	8月	9月	期間計
前年同期比	102.9%	102.3%	106.4%	103.7%

※別表③ 宿泊統計調査（前年同期比）\*国内客数：従業員数10人以上

	令和元年	平成30年	前年同期比
7月	474,270人	473,090人	100%
8月	682,620人	624,830人	109%
9月	485,870人	477,820人	102%
総計	1,642,760人	1,575,740人	104%

※別表④ 平成 30 年熊本県観光統計表（月別日本人延べ宿泊客数）

月	7月	8月	9月	累計
宿泊客数	584,340人	781,302人	591,413人	1,957,055人

※別表⑤ 熊本 DC による地域経済波及効果（推計値）

波及効果	効果概要	宿泊客増加による効果	日帰り客増加による効果
(1) 第1次波及効果	熊本DC期間中の観光消費に伴う県内需要増加から生じる生産額及び各産業に波及する生産誘発額	26.61億円	29.06億円
(2) 第2次波及効果	第1次波及効果によって生じた雇用者所得の増加分が新たに消費されることで、県内の各産業に波及する生産誘発額	5.01億円	5.41億円
小計		31.62億円	34.47億円
総計		66.09億円	

※「地域経済効果推計方法」

熊本 DC 期間の観光客増加を **4%増**と設定し、平成 23 年熊本県産業連関表を用いた上で算出した。

○宿泊客数：1,957,055人（平成30年）×4%＝78,282人UP

○日帰り客数：11,814,317人（平成30年）×4%＝472,573人UP

○観光客1人あたりの観光消費単価

	交通費	宿泊費	土産代	飲食費	入場料	その他	計
日帰り客	1,309円	—	1,584円	1,773円	481円	279円	5,425円
宿泊客	4,261円	12,116円	3,576円	4,643円	1,004円	338円	25,939円

お問い合わせ先

熊本県観光物産課 西川・村本

TEL 096-333-2335

(公社)熊本県観光連盟 脇・中野

TEL 096-382-0070

【参考】熊本 DC における活動状況

1 観光素材の発掘「くまもと観動プロジェクト」

近年の SNS の普及等による、観光地に対する評価やニーズ、価値観の変化に対応するため、新しい観光資源を発掘する「くまもと観動プロジェクト」を立ち上げ、特設 WEB サイトを通じて観光客並びに熊本県民から観光素材を募集した。



一般投票や有識者の最終審査を経て選定した 100 の観動素材は、熊本 DC や観光プロモーションにて活用した。

【主な活動実績】

- (1) 応募総数：2,093 点（絶景部門 1,692 点、食部門 105 点、文化部門 296 点）
- (2) 選定数：100 点
- (3) 表彰：絶景部門優秀賞・グランプリ 素材名：かぶと岩展望所（阿蘇市）他

2 着地型旅行商品の造成・販売

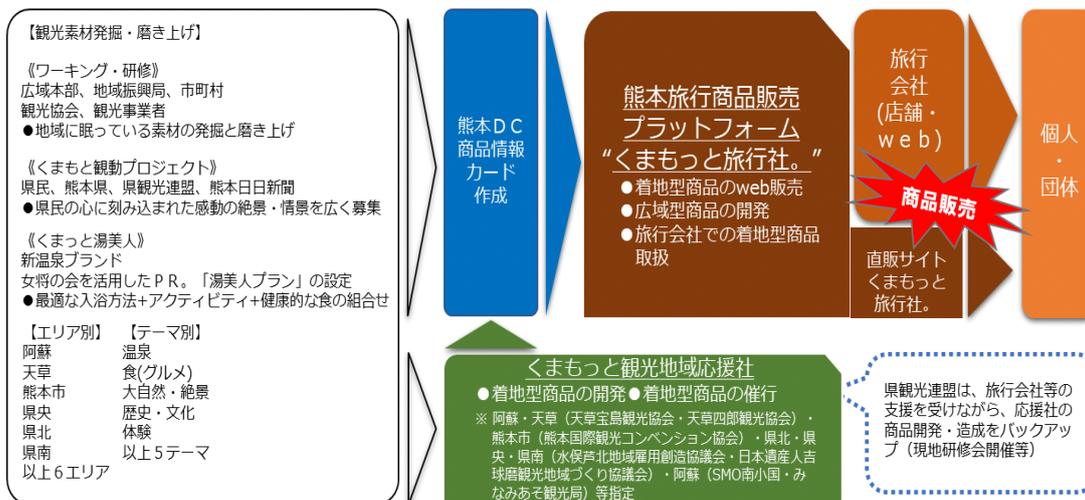
熊本 DC 開催を契機に、熊本観光の強みである温泉や食のブランド化、既存観光地の磨き上げ等を進めるため、地域性の高い旅行商品“着地型旅行商品”の造成を進めた。また、熊本旅行商品販売プラットフォームとして「くまもっと旅行社。」を創設し、造成した着地型旅行商品の販売を推進した。

更に、地域における旅行商品造成体制の整備が求められていることから、観光事業者等が行う商品造成や催行を支援する中間組織「くまもっと観光地域応援社」の整備を促進し、地域人材の育成にも取り組んだ。

熊本観光予約サイト

くまもっと旅行社。

《造成・販売スキーム》



## 【主な活動実績】

### (1) 着地型旅行商品販売実績

旅行商品総数	DC 期間中販売数	延べ集客数
190 本	108 本	15,962 人

### (2) 旅行会社へのセールス活動

期 間	旅行会社 訪問件数	着地型旅行商品が掲載された 旅行会社パンフレット件数 (WEB 商品含む)	着地型旅行商品 掲載本数
2018 年 4 月～2019 年 9 月	316 件	157 件	406 本

### (3) WEB 系旅行会社 (OTA) との連携によるセールス・プロモーション

#### ○特集ページ掲載

WEB 系旅行会社 (OTA)	期 間	アクセス数 (PV)
楽天トラベル	平成 30 年 2 月 12 日～3 月 31 日	19,980PV
	令和元年 6 月 10 日～9 月 15 日	22,087PV
じゃらん	令和元年 6 月 1 日～12 月 31 日	6,876PV

#### ○着地型旅行商品の販売

WEB 系旅行会社 (OTA)	販売本数
ぐるたび	4 本
アクティビティジャパン	59 本

### (4) くまもつと観光地域応援社の登録数：7 団体

①水俣・芦北観光応援社、②(一社)天草宝島観光協会、③人吉球磨観光地域づくり協議会、④南小国町観光協会、⑤(一社)天草四郎観光協会、⑥(一財)熊本国際観光コンベンション協会、⑦(一社)みなみあそ観光局

## 3 JR 九州との連携による共同キャンペーン

熊本 DC 効果を最大化するため、DC 前年にプレキャンペーンとして「列車でいきなり 熊本‘ば’ケーション (平成 30 年 7～9 月)」と題した送客キャンペーンを実施。

また、DC 期間中の相乗効果及び、DC 終了後もその効果の継続・拡大を図るため、令和元年 7～12 月、「熊本フォーリンラブキャンペーン」を実施した。



【主な活動実績】

(1) 「列車でいきなり 熊本‘ば’ケーション」

特設 WEB サイト アクセス数	91, 747PV
------------------	-----------

(2) 熊本フォーリンラブキャンペーン

特設 WEB サイト アクセス数	151, 470PV
特設 WEB サイトでの動画再生回数	累計約 120 万回
Twitter フォロワー数	1 万人以上

#### 4 JR グループとの連携による旅行商品等の造成・販売

熊本 DC 期間中、来訪客の利便性向上と県内周遊を促進するため、JR グループと連携し、記念きっぷ、周遊きっぷの設定・販売を行った。

また、旅行会社と共同で、D&S 列車を活用した臨時列車の運行も実施した。

【主な活動実績】

(1) 熊本 DC 周遊きっぷの設定・販売（4 種類）

- ①天草・松島周遊きっぷ、②天草・本渡周遊きっぷ、
- ③熊本・人吉周遊きっぷ、④阿蘇・奥豊後周遊きっぷ

(2) 熊本デスティネーションキャンペーン記念乗車券の販売（2 種類）

- ①熊本駅 4 枚セット、②人吉駅 4 枚セット（1 セット各 2, 000 円）

(3) 特別列車（団体臨時列車）を利用したツアーの実施

※催行本数 11 本、集客総数 2, 168 名

ツアー名	乗車人数
熊本 DC オープニング記念号〈第 1 弾〉	81 名
熊本 DC オープニング記念号〈第 2 弾〉	64 名
熊本 DC オープニング記念号〈第 3 弾〉	463 名
JRKYUSHU SWEET TRAIN 「或る列車」の特別運行	239 名
特急「A 列車で行こう」貸切運行と天草で夏の星空観賞	131 名
「サロンカー明星号」で行く熊本の旅	164 名
くまモンと行く熊本への旅【第 1 弾】	377 名
熊本 DC 企画！日帰りで 2 つの D&S に乗車！貸切「A 列車で行こう」	93 名
くまモンと行く熊本への旅【第 2 弾】	272 名
復活急行「阿蘇号」で行く熊本の旅	238 名
キハ 185 系！初登場「九州縦断特急」日帰りツアー	46 名



(4) JR 西日本連携ダイナミックパッケージ

- ・特別価格の着地型旅行商品：設定数 15 本

## 5 旅行会社との連携による旅行商品の造成・販売

熊本地震で落ち込んだ観光地への誘客を図るため、旅行会社主催による旅行商品の造成・販売を促進した。商品の販促に当たっては、既存商品の増売はもとより、熊本 DC を契機に造成した着地型旅行商品を組み込んだ熊本 DC 専用商品を販売する等、全国各地からの誘客を促した。



### 【主な活動実績】

#### (1) 個人型旅行商品の造成・販売

熊本向け商品設定数	378 件
熊本 DC 専用商品設定数	17 件
着地型旅行商品取扱プラン数	54 件

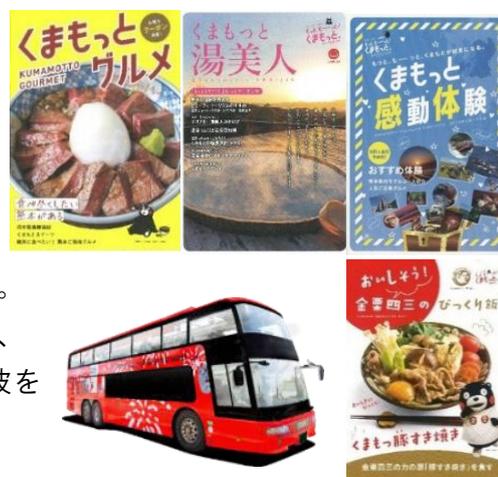
#### (2) 団体型旅行商品の造成・販売

熊本向け商品設定数	190 件
熊本 DC 専用商品設定数	21 件
着地型旅行商品取扱プラン数	28 件

## 6 観光ブランドの確立

熊本県が全国に誇る農産物・温泉・絶景地のブランディングを進めるため、レストランバスの運行や、グルメ、温泉、絶景地の詳細情報を掲載した冊子を発行するなど、本県への来訪動機となるよう情報発信、商品開発等に取り組んだ。

特に、大河ドラマ「いだてん」の主人公の一人、「金栗 四三」ゆかりの地である県北地域では、彼をテーマにした着地型旅行商品の開発等を行った。



## 【主な活動実績】

### (1) 食ブランド

「くまもっとグルメ」パンフレット	発行部数	10 万部
レストランバス	催行本数	52 本
	集客総数	1,122 名

### (2) 温泉ブランド

「くまもっと湯美人」パンフレット	発行部数	10 万部
「くまもっと湯美人」公式ホームページ	ページアクセス数	67,387PV
旅行商品（くまもっと湯美人プラン）	プラン数	12 本

### (3) 着地型旅行商品

「くまもっと感動体験」	発行部数	8 万部
-------------	------	------

### (4) 大河ドラマ「いだてん」

新ご当地グルメ 「くまもつ豚（とん）すき焼き」	提供参加施設数	25 施設
ご当地グルメパンフレット作成	発行部数	5 万部
特典付きエリアマップ作成	発行部数	5 万部

#### ○着地型旅行商品の開発

2 種類（①なごみ（得）満喫クーポン、②レンタカープラン）

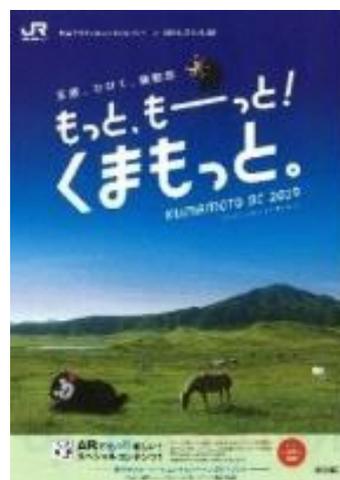
#### ○旅行商品造成支援実績

支援制度名	設定期間	社数	商品数等実績
個人旅行商品パンフレット支援	平成 30 年度下期	2 社	「いだてん」関連専用商品 2 本
団体旅行商品造成支援	平成 30 年度下期	1 社	催行数 2 本、実績人員 71 名
	令和元年度上期	8 社	催行数 97 本、実績人員 3,827 名

## 7 プロモーション活動の展開

JR グループが持つインフラ（JR 駅や列車等）や媒体（車内誌・WEB）等を通じて、全国に熊本観光の魅力を発信した。

また、旅行雑誌、テレビ・ラジオ、WEB 等を活用した広報展開や、女将や観光協会と連携した PR イベントの実施等、様々なプロモーション活動を展開した。





## 【主な活動実績】

### (1) 鉄道プロモーション

#### ○ガイドブック

設置箇所数（全国の JR 駅）	1,273 ヶ所
発行部数	46 万部

#### ○ポスター

5 連貼りポスター設置箇所数	約 1,000 ヶ所（全国の JR 駅）
JR グループ共同宣伝ポスター 掲載セット数	1,410 セット（駅貼り）、15,860 セット（車内貼り）、 16,676 セット（中吊り）、5,300 セット（車内ドア上）
JR 西日本管内ポスター掲出枚数	1,450 枚（駅貼り）、8,930 枚（車内吊り）
JR 東海管内ポスター掲出箇所数	約 70 駅、JR 東海ツアーズ 11 店舗

#### ○デジタルサイネージ・車内モニター

JR 西日本管内放映駅数	主要 8 駅（令和元年 7～9 月）
JR 西日本管内上映	車内モニター PR
JR 東海管内放映	名古屋駅：令和元年 7 月 15 日～9 月 22 日 主な旅行会社店頭 15 店舗：令和元年 7 月 1 日～9 月 30 日

### (2) 全体プロモーション

#### ○紙媒体

別冊旅の手帖“熊本”発行部数	4.5 万部
----------------	--------

#### ○旅行会社店頭販促

JR 西日本ポスター・POP 設置数	23 社に 1,026 枚（ポスター）、1,556 個（飛び出し POP）
JR 東海販促ツール設置店舗数	110 店舗に販促ツールを提供

### (3) WEB プロモーション

#### ○新熊本観光サイト「もっと、もーっと！くまもっと。」の開設

ユーザー数	703,000 ユーザー
-------	--------------

○DC 専用ホームページの開設

ページアクセス数	78,066PV
----------	----------

○Instagram の開設

フォロワー数	17,285 人
いいね！獲得数	62,879 件

## 8 受入体制の整備・充実

熊本 DC を契機に、郷土料理・ご当地グルメの提供や観光 PR を実施する飲食店（くまもつと観光応援店）や、温泉地の女将と連携し、熊本の観光を PR する体制（KYB45）を整備した。また、県内周遊を促す観光周遊アプリの開発（mawaru）や、タクシー・バス・レンタカー等を活用した 2 次交通網の整備（駅から観タクン等）にも取り組んだ。

誘客に繋げるための動画や販売促進ツールも作成し、熊本 DC の PR に活用した。

各地域においては、おもてなしの取り組みとして、趣向を凝らした特典提供やイベント等を実施した。



### 【主な活動実績】

(1) くまもつと観光応援店

認定数	21 店舗
-----	-------

(2) KYB45（くまもつと湯美人 45）

登録人数	48 人
------	------

(3) 観光周遊アプリ mawaru

地点登録数	740 ヶ所
アプリインストール数	3,015 人

(4) 2 次交通網の整備

○駅から観タクン（県内新幹線駅発着）

設定数	15 本（新規設定 4 本）
-----	----------------

○阿蘇ぐるっと周遊バス（肥後大津駅～阿蘇駅～黒川温泉等）※令和元年 12 月末

運行本数	54 本
利用客数	558 人