

令和3年（2021年）6月30日
熊本県観光戦略部観光企画課

「ようこそくまもと観光立県推進計画（2021-2023）」（素案）に関する
意見募集の結果と県の考え方について

「ようこそくまもと観光立県推進計画（2021-2023）」（素案）について、県民の皆様からのご意見を募集しましたが、寄せられたご意見の概要と、これらに対する県の考え方を下記のとおりお示しします。

多数のご意見をお寄せいただき、ありがとうございました。

記

- 1 募集期間
令和3年（2021年）4月28日（水） から
令和3年（2021年）5月27日（木） まで
- 2 意見の件数（意見の提出者数）
6件（1名）
- 3 ご意見の取扱い
参 考：今後の取組みの参考にさせていただくもの 4件
既掲載：意見の趣旨が既に素案に掲載されているもの 2件
- 4 意見の概要と県の考え方
別紙のとおり

「ようこそくまもと観光立県推進計画(2021-2023)」に関する県政パブリック・コメント手続
意見の概要と県の考え方について

No.	意見・提案概要	県の考え方	取扱
1	<p>アフターコロナにおける世界規模の問題として、気候変動と温室効果ガスの削減が挙げられる。計画にSDGsの観点を取り入れられていることを嬉しく思うが、今後10年間で温室効果ガスの削減がより重要となると予測され、誘客にあたって重要な指標となると考える。阿蘇や人吉球磨地域は、環境に配慮したスロートーリズムの可能性を秘めている。3月に人吉球磨地域のモニターツアーに参加した際、トップクラスのビーガン料理を提供していることに感銘を受けた。継続的に、観光と健康促進や環境啓発を組み合わせることができれば、九州でも唯一の顧客層を獲得できるはず。</p>	<p>本県としても、SDGsの推進によって持続可能な観光を実現していくことが必要と認識しています。ご意見については、計画に沿って、各取組みを推進するうえで参考とさせていただきます。</p>	参考
2	<p>地域ごとの滞在時間を延ばすことができれば、消費額も増えるため、スロートーリズムの推進が重要となる。インバウンド旅行者は、長期休暇中、1つの場所に1週間以上滞在し、そこを拠点にリラックスしたり田舎のスポットを探索することが多い。</p>	<p>本県としても、観光消費額を増やす手法の一つとして、観光客の滞在時間を延ばすことが重要と考えています。ご意見については、計画に沿って、各取組みを推進するうえで参考とさせていただきます。</p>	参考
3	<p>スロートーリズムを妨げている要因として、外国人個人旅行者の多くが利用しているレールパスの使用期間が短いことが挙げられる。例えば、九州内をレールパスを使って5日間で旅行する場合、主要な観光スポット間を単に移動することとなり、落ち着いて地域の魅力を深掘りすることができなくなるため、地域経済にとってもメリットが少ない。レールパスの長期化のほかにも、公共交通機関の乗車券に温泉・レストラン・アクティビティなどの割引券をつけて提供することで、滞在時間を延ばすことが可能となる。</p>	<p>本県としても、観光客の滞在時間を延ばすスロートーリズムの考え方は重要な視点と考えています。ご意見については、計画に沿って、各取組みを推進するうえで参考とさせていただきます。</p>	参考
4	<p>多言語での情報がオンライン上で見つけられないことから、熊本での滞在時間を短くしている。インバウンド旅行者は旅行の数ヶ月前に、オンライン上の情報量と質を参考に旅行計画を立てるため、この時点での情報提供が非常に大事。観光案内所にあるチラシに有益な情報が載っていたとしても、インバウンド観光客は旅行計画が既に決まっているため、役に立たないことが多い。また、日本の観光情報サイトでは、外国語のSEO(検索エンジン最適化:検索エンジンの検索結果において、上位に表示されるよう、ウェブサイトの構成などを調整すること。)対策が遅れている。多言語で検索して上位に表示されない場合、事実上役に立たない。例えば、「おるとくまもと:(株)くまもとDMC運営の観光情報サイト」は英語で検索しても表示されない。</p>	<p>本県としても、旅行計画の検討に向けて、オンラインでの多言語による情報提供が重要と考えています。本計画において、ホームページの多言語化やデジタルマーケティングにて、オンラインでの多言語による情報提供に取り組むことを記載しています。</p>	既掲載
5	<p>ナイトツーリズムは滞在時間の長期化が図れる素晴らしい方法である。</p>	<p>本県としても、観光客の滞在時間を延ばすナイトツーリズム考え方は重要な視点と考えています。本計画において、ナイトタイムエコノミーの推進による観光消費の拡大を記載しています。</p>	既掲載
6	<p>SNS・ブログ等を通じて、熊本の観光情報を英語で発信している知人が数名いる。彼らは金銭的報酬を受けていないが、大切にすべき人材であり、熊本県のプロモーション活動と連携を強化するべきと考える。</p>	<p>本県では、SNS等を活用した情報発信などデジタルマーケティングに取り組んでいます。ご意見については、計画に沿って、各取組みを推進するうえで参考とさせていただきます。</p>	参考