

(観光戦略部)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
<p>1 令和2年7月豪雨からの創造的復興 【施策1】被災者・被災地域の1日も早い復旧・復興に向けた取組み 施策1-②なりわい(生業)・産業の再生と創出</p>	300,000	292,119	<p>1 被災地域産業再興支援事業 13の観光・商工等団体を通じて、被災事業者の当面の収益確保や地域産業一体となった賑わい創出などソフト面から事業再建を支援した。 ・補助対象者：(一社)人吉温泉観光協会 他12団体 ・補助率：定額 ・補助上限：50,000千円 ・補助実績：13件</p>	観光費のうち P311～P312
<p>施策1-④地域の魅力の向上と誇りの回復</p>	30,000	16,644	<p>1 コンテンツを活用した活力創造事業(地方創生推進交付金活用) 令和2年7月豪雨の被災地復興支援として、人吉・球磨地域がモデル地となっているアニメ「夏目友人帳」と連携した県南地域の魅力発信動画を制作した。関連して、特設サイトの制作や、動画内の観光スポットを周遊できるようアプリの追加整備を行った。</p>	観光費のうち P312
<p>2 新型コロナウイルス感染症を踏まえた対応 【施策3】持続可能な経済活動の実現 施策3-②新しいビジネスの創出</p>	41,806	30,370	<p>1 県産農林水産物等輸出推進総合支援事業 農林水産物等の輸出拡大に向け、輸出に取り組む県内事業者等の掘り起こしから輸出に至るまでを総合的に支援した。 ・産地間連携に係る会議(九州連携会議等)へ参画し、情報収集及び課題検討、海外小売店等での九州連携フェアに参画 ・輸出拡大アドバイザーによる輸出に取り組む生産者等への助言や集合研修等を実施(3回) ・JAグループの輸出展開活動(海外での販促フェア、展示商談会への参加等)を支援 ・「くまもとうまかもん輸出支援協議会」の輸出展開を支援 ・輸出拠点となりうる農業者ネットワークや直売所等輸出のすそ野を広げる取組みを支援 ・輸出促進相談員を設置し輸出に取り組む事業者の掘り起こし等を実施(47件訪問)</p> <p>2 海外輸出拡大対策事業 新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ農林水産物等の需要回復に向け、現地消費者のニーズに沿った輸出展開等を実施した。</p>	農業総務費のうち P232～P233

(観光戦略部)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
(施策3-②新しいビジネスの創出)			<ul style="list-style-type: none"> ・海外バイヤーとの展示商談機会の創出（1回、オンライン開催） ・海外の飲食店、小売店、イベントで県産農林水産物等の販促PRを展開（4回） ・アジア圏等の新規国や新たな輸出品目の需要開拓に向けた市場調査、商談機会を創出（2カ国） <p>3 海外展開推進体制整備事業 シンガポール、香港、台湾、フィリピン、タイへ現地事情に精通し、県内企業の課題解決の支援が可能なスポットアドバイザーを選任し、県内企業の海外進出を支援した。 ・スポットアドバイザー利用可能地域：シンガポール、香港、台湾、フィリピン、タイ</p>	<p>農業総務費のうち P232～P233</p> <p>商業総務費のうち P294～P295</p>
施策3-③農林水産業の持続的発展	30,147	24,909	<p>1 県産農林水産物等輸出推進総合支援事業（再掲）（P74に記載）</p> <p>2 海外輸出拡大対策事業（再掲）（P74に記載）</p>	<p>農業総務費のうち P232～P233</p>
施策3-④新たな観光スタイルの確立	736,683	696,093	<p>1 観光拠点支援事業 観光の要となる「宿泊施設」が実施する、衛生管理体制の強化や地元産農林水産物を活用したメニュー開発などの取組みを市町村と連携して支援した。 ・補助対象：中小企業者が県内で経営する宿泊施設 ・対象経費：感染防止対策の強化、生産性の向上、プロモーションに係る費用等 ・補助率：3/4 ・補助上限：収容定員に応じて、100千円～1,000千円 ・補助実績：457件</p> <p>2 スポーツ振興活性化事業（地方創生推進交付金活用） スポーツコミッション設立に向けた基礎調査とスポーツツーリズム推進戦略の策定、スポーツ合宿・キャンプ誘致に向けたホームページ等の制作に取り組んだ。</p> <p>3 くまもつ観光地域応援社発展事業（地方創生推進交付金活用） 市町村や観光協会、地域DMO、地域づくり団体等と連携して、新しい地域観光資源の磨き上げを行うとともに、それらを活用し、アフターコロナも見据えた観光商品の開発等、各地域における取組みを支援した。 ・補助対象：くまもつ観光地域応援社の登録を受けている2団体 ・補助率：1/2</p> <p>4 阿蘇観光未来創造ツアーモデル事業（地方創生推進交付金活用） 阿蘇市内の観光施設や道の駅、ホテルなどに顔認証システムを設置するとともに、観光関係者を中心にモニターツアーを実施し、予約済みサービスの受付、商品購入時の決済及びクーポンの適用など、顔認証システムの実証実験を行った。</p>	<p>観光費のうち P311～P312</p>

(観光戦略部)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
(施策3-④新たな観光スタイルの確立)			<p>5 くまもとの復興を牽引する観光産業創造事業・プログラムコーディネーター支援（地方創生推進交付金活用） 阿蘇地域の周遊性・滞在性を高めるため、観光素材やこれまでに作成したプログラムを活用して、観光客等のニーズに合ったコーディネートを行った。</p> <p>6 くまもとの復興を牽引する観光産業創造事業・阿蘇山上の観光産業再興（地方創生推進交付金活用） 阿蘇火山博物館が火口淵に設置している貴重な火口カメラの映像を活用し、野焼きや山岳信仰など阿蘇の文化も取り入れ、世界ジオパークとしての阿蘇を体感できるよう制作したVR（バーチャルリアリティ）等の最先端映像素材を用いた「阿蘇を学ぶプログラム」を作成した。</p> <p>7 くまもとの復興を牽引する観光産業創造事業・地域の拠点となる観光拠点強化事業（地方創生推進交付金活用） 熊本地震による被害が特に大きかった阿蘇地域を対象に、民間事業者が行う地域の核となる観光拠点づくり等を支援するため、1事業者に対して交付決定を行い、令和3年度中の事業完了を予定している（繰越）。</p> <p>8 デジタルマーケティング事業 コロナ禍においても、熊本の魅力を発信し、コロナ収束後の誘客につなげるため、様々なコンテンツの制作に取り組んだ。また、県観光公式インスタグラムは、九州・沖縄各県公式インスタグラム（日本語アカウント）内にてフォロワー数1位（約2.2万人）を達成した。</p> <p>9 インバウンド誘致推進事業 訪日旅行再開後の行先として、熊本が選ばれるよう、SNS等を活用した情報発信、オンラインツールを活用した海外の旅行会社との商談会等を実施した。 (主な取組み) ・4言語の公式フェイスブック（フォロワー計5.4万人）による週1回の定期的な情報発信 ・7カ国113社の海外旅行会社とオンラインで商談会及びセミナーを実施 ・新たな観光需要創出を目的としたワーケーションの導入に向けた検証を行うため、東京に本社を構える企業による実証事業を行い、県内観光事業者等との意見交換を実施</p> <p>10 クルーズ船ポートセールス推進事業 令和2年度後半に運航再開した日本船社に対して積極的にクルーズ船誘致活動を実施するとともに、コロナ収束後の寄港を見据えて外国船社等にもオンライン等によるPRを実施した。 また、令和2年10月末からくまモンポート八代を公園としてプレオープンし、年度内に2万8千人を超える来園があり、県南の新たな観光スポットとなった。</p>	観光費のうち P311～P312

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
(施策3-④新たな観光スタイルの確立)			<p>11 観光ビジネスチャレンジ支援事業 アフターコロナも見据えた観光客誘致を目的に、新たな観光商品を開発する事業者に対して支援を実施した（5事業を採択）。</p> <p>12 震災ミュージアム活用教育旅行誘致事業（地方創生推進交付金活用） 熊本地震や新型コロナウイルス感染症等の影響で落ち込んだ教育旅行の回復を図るため、熊本地震を教訓とした教育旅行プログラム「防災・減災プログラム」に、新たな学習スポットを追加するとともに、オンラインツールを活用したプログラムの説明会等を実施した。</p> <p>13 大河ドラマを活用した広域観光振興事業（地方創生推進交付金活用） 金粟四三関連施設をはじめとする玉名地域の観光素材を含めた旅行商品の造成・販売を行う旅行会社に対し、観光バス費用を一部助成するメニューを用意し4件の申請があった。 ※新型コロナウイルス感染拡大の影響でツアーは中止</p> <p>14 熊本県宿泊応援キャンペーン事業（くまもつ泊まろうキャンペーン） 県民限定で県内宿泊助成事業を実施した。 ・概要：1人1泊当たり、最大5,000円を助成 ・時期：令和2年7月6日から8月31日まで ・実績：延べ60,850人が利用</p> <p>15 相互誘客キャンペーン事業（熊本⇄大分「おとなり割」） JR豊肥線の全線再開等を捉え、大分県と連携し相互の誘客事業を実施した。 ・概要：旅行会社経由で熊本に観光に訪れた大分県民に対して、1人当たり最大5,000円を助成（同様に大分に観光に訪れた熊本県民に対しては、大分側が助成） ・時期：令和2年7月13日から12月27日まで ・実績：延べ3,319人が利用</p> <p>16 県産農林水産物等輸出推進総合支援事業（再掲）（P74に記載）</p> <p>17 海外輸出拡大対策事業（再掲）（P74に記載）</p> <p>18 海外展開推進体制整備事業（再掲）（P75に記載）</p> <p>19 県産品販路開拓事業 県産品の販路開拓・拡大を図るため、各地域の特産品等を一堂に集めるくまもと物産フェアや県外バイヤーをターゲットとした商談会を、オンラインで開催した。 ・くまもと物産フェア：1回（参加企業数：159社、サイト訪問者数：15,567人） ・福岡都市圏向け商談会：1回（参加バイヤー：4社、参加事業者数：21社）</p>	<p>農業総務費のうち P232～P233 商業総務費のうち P294～P295</p>

(観光戦略部)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
(施策3-④新たな観光スタイルの確立)			<p>20 県産品販路回復支援事業 新型コロナウイルス感染症の影響により、大幅に売上げが減少した県産品の販路回復のため、熊本県物産振興協会のECサイトでの販売キャンペーンや銀座熊本館でのポイント還元キャンペーンを実施した。 ・ECサイト販促キャンペーン注文件数：約2,700件</p> <p>21 県産酒消費回復支援事業 新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ需要の回復を図るため、家庭内需要を喚起するくまもと県産酒家庭内消費拡大キャンペーンを実施した。 ・参加店舗数：約250店舗、応募総数：約50,000件</p> <p>22 物産振興事業 熊本県物産振興協会が、協会員に対して県産品のPRやマーケティングの場を提供するとともに、百貨店・量販店のバイヤーへ情報発信を行い、県産品製造業者の商品力向上や販路開拓を図った。</p>	商業総務費のうち P294～P295
<p>3 熊本地震からの創造的復興 【施策2】創造的復興の推進 施策2-②くまもとの誇りの回復と宝の継承</p>	79,109	74,329	<p>1 熊本地震震災ミュージアム具体化推進事業（地方創生推進交付金・企業版ふるさと納税活用） 回廊型の震災ミュージアムの具体化を図るため、次の事業を実施した。</p> <p>(1) 震災遺構（旧東海大学阿蘇校舎1号館・地表地震断層）の一般公開 南阿蘇村の住民の方を中心とした解説ガイドを配置した上で、令和2年8月1日から一般公開し、令和3年3月末までに、約15,000人を超える方々が来場した。</p> <p>(2) 語り部養成研修の実施 熊本地震を語り継ぐ活動を行っている県内の個人や団体を対象に、語り部等に共通して必要な知識や技術の習得等を目的とした語り部養成研修を市町村と連携して実施した。</p> <p>(3) 震災ミュージアムツアー旅行商品化調査の実施 回廊型の震災ミュージアム全体の魅力や機能、効果を高め、観光ツアーや教育旅行の誘致に繋げるため、旅行商品化の観点から震災遺構や拠点施設の整備等に関する課題の調査研究を実施した。</p>	防災総務費のうち P149～P150

(観光戦略部)

(単位：千円)

主要な施策	予算額	決算額	施策の成果	目名
(施策2-②くまもとの誇りの回復と宝の継承)			(4) 中核拠点の整備 中核拠点(旧東海大学阿蘇キャンパス)に整備を予定している体験・展示施設の基本設計を実施した。	防災総務費のうち P149 ~ P150
施策2-③阿蘇地域の振興	48,000	48,000	1 交通アクセス復旧に伴う阿蘇地域の観光振興事業 各アクセスルート復旧に合わせて、阿蘇が元気であることを発信するプロモーションとともに、開通記念イベントやポイントラリー、阿蘇地域の体験型旅行商品の割引販売などを行い、1.5万人を超える阿蘇への誘客につながった。	観光費のうち P311 ~ P312
4 将来に向けた地方創生の取組み 【施策4】 魅力ある地域づくり 施策4-②持続可能な地域づくり	9,139	8,541	1 伝統工芸情報発信事業 次世代に技術や技法を継承し、伝統工芸産業の維持発展と認知度向上を図るため、工芸家と技術に焦点を当てた映像を制作し、YouTube等で情報発信を行った。 ・映像を制作した伝統工芸品：肥後まり、彦一独楽、木工品、来民うちわ 2 くまもとで乾杯！県産酒推進事業 くまもと県産酒の消費拡大を図るため、県産酒PR動画の制作・配信や、県産酒オンラインセミナーの開催、銀座熊本館オリジナル焼酎の制作販売等を実施した。 ・オンラインセミナー実施回数：2回、参加者数：約140名	商業総務費のうち P294 ~ P295