

# 人吉球磨豪雨被災地観光復興戦略 概要

本戦略は人吉球磨地域の復旧と創造的復興を通じて、球磨川ブランドの創造を核とした持続可能(SDGs)かつ地元経済に資する観光地域づくりを推進するために策定する

## I. 方針

○令和2年7月豪雨災害により甚大な被害を受けた人吉球磨地域について、賑わいを取り戻すべく、観光地域としての創造的復興を目指す。

○人吉球磨地域が誇る球磨川ゆかりの豊かな観光資源を活かしつつ、コロナ禍における新たな観光スタイル（ニューノーマル）の創出により、老若男女問わず、誰もが安心して楽しめる観光地域づくりを目指す。

【重点期間】R3年度～R5年度

R3：応急～復旧期

R4：復旧～復興期

R5：復興期

※R6年度以降も戦略に基づく取組みを継続的に実施

## II. 人吉球磨地域の観光の課題

### ○観光客の滞在時間や消費額の拡大

- ・日帰り客が中心となっており、観光消費額の伸びに繋がっていない
- ・宿泊客を増やすためには、宿泊のきっかけにもなる夜も楽しめる仕組みづくりが必要
- ・球磨川くんだりトラフィッキングの利用者が減少傾向
- ・コンパクトなまち並みではあるが、歩くには距離があり、周遊には不便

### ○コンテンツとマーケティングの強化

- ・観光客層の高年齢化が進んでおり、若者・ファミリー層への訴求が必要
- ・温泉や食など観光地としての強みはあるものの、誘客に生かされていない
- ・サイクル、アニメなど集客力を秘めた、新たなツーリズムの種はあるが、まだまだ知名度が低い（磨きされていない）
- ・データの蓄積と分析結果の活用

### ○Withコロナ時代の新たな観光スタイルの構築

- ・消費者の関心が高いアウトドア型やまち歩きといった観光スタイルの積極的な打ち出し
- ・デジタル技術やシステム等の積極的な導入による、観光客の利便性向上

○上記課題を克服するための取組みを進めながら、復興を加速させる事業者連携体制の強化と観光地域づくりの推進

## III. 観光復興への取組みの方向性

### ○復興に向けた観光資源の柱

- ①球磨川流域が育てたまち並み・伝統工芸・おもてなし文化
- ②球磨川アクティビティ
- ③球磨川が生み出す食文化
- ④球磨川流域に広がる温泉

新たな球磨川ブランドの創造に向けて、地域観光資源の積極的な活用を図る。

### ○復興の取組みの方向性

- 1 豊かな自然を生かした球磨川ゆかりの新たなツーリズムの創造
- 2 まち並みや地域の資源を生かした宿泊を促す観光コンテンツの充実
- 3 伝統や文化とIoTを融合したスマート観光の推進

## IV. 3つの戦略テーマ

### 1 グリーンリバーパーク戦略

#### ○戦略の骨子

- ・球磨川くんだりと球泉洞の再興
- ・新たな急流アクティビティの導入
- ・旅行者が清流の豊かさを感じられる環境の確保
- ・サイクルツーリズムの推進
- ・恵まれた泉質（温泉）と豊富な食を組み合わせたウェルネスツーリズムの推進
- ・防災を学ぶ教育旅行誘致

#### ○本戦略が地域にもたらす効果

- ・Withコロナ時代にふさわしいアウトドア型コンテンツの強化
- ・これまでに人吉球磨エリアに訪れなかった年代層の集客と、若い年代層の情報拡散力の活用
- ・高付加価値の体験コンテンツ提供による地域経済の活性化
- ・アクティビティ×温泉との融合がもたらす長時間滞在による宿泊客の増加（回遊・消費促進）

### 2 ファミリーナイトパーク戦略

#### ○戦略の骨子

- ・令和・IT時代だからこそ新しく感じる相良文化・城下町を意識したまち並み（景観）や商店街の賑わいの復活
- ・高齢者から子供まで安心して楽しめる夜市やまち歩きメニュー等、夜型コンテンツの開発
- ・球磨焼酎をはじめとする特産品のブランディング
- ・思わず泊まりたくなる、歩きたくなる上質な“まち灯り”の整備
- ・アニメツーリズムの展開

#### ○本戦略が地域にもたらす効果

- ・通年型、滞在型観光への転換のきっかけとなる
- ・市民や観光客に夜間の回遊を動機付けることで、新たな消費や賑わいを創出することができる
- ・夜を美しく照らすことで、防犯と交通の安全（住環境の向上）と夜間景観の形成（滞在の魅力向上）が図られる
- ・埋もれがちな相良文化・城下町の個性や風致を、優しく丁寧に照らすことで、直感的かつ印象的な夜間体験として維持と伝承に繋げられる
- ・映える写真等の拡散で新たな集客が期待できる

### 3 スマートツーリズム戦略

#### ○戦略の骨子

- ・子供も大人も安心して楽しむIoTおもてなし  
ex) スマホ等を使ったLIVEガイド、災害時の避難誘導にも活用
- ・欲しい人に、欲しいタイミングで、欲しい情報を提供する旅ナカデジタルマーケティングの導入  
ex) IoT観光案内所、デジタルデータ活用
- ・コンパクトなまち並みに合わせた周遊バスやデマンド交通の導入
- ・観光地で仕事ができるデジタル環境の整備  
ex) ワークーション等

#### ○本戦略が地域にもたらす効果

- ・IoTおもてなし活用や旅ナカデジタルマーケティングにより、多様な観光客への利便性、快適性、安全性の向上
- ・デジタル活用により蓄積されたデータをマーケティングへ活用
- ・非接触促進による感染症予防対策の実現
- ・周遊バスやデマンド交通による、新たな観光スタイルの創出と回遊/消費促進
- ・データの活用による旅行時期の分散や地元産品売上拡大