

第3期 高森町観光立町推進計画

素案

ご挨拶

高森町では、高森町観光立町推進計画(計画期間:第1期平成25年度～令和元年度、第2期令和2年度～令和6年度)を策定し、「観光立町を実現するための町づくり」を基本理念として、各種観光施策に取り組んでまいりました。

しかし、第1期期間中の平成28年4月に起きた熊本地震では、熊本県内に多大な被害をもたらし、阿蘇圏域においても、阿蘇大橋の崩落や南阿蘇鉄道の一部区間の不通など、住民生活や観光産業は大きな影響を受け、震災からの復旧と復興に重点を置いたものに変更せざるを得なくなりました。

さらに、第2期期間中に発生した令和2年以降の新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって、「新しい生活様式」への転換や国際的な往来の制限などによって、国内外の観光需要は一変し、熊本地震からの復旧・復興も半ばであったところに、町の観光産業は更なる苦難に直面する事態となりました。

しかしながら、その後の町内外の皆様のご協力・ご尽力によって、令和3年3月には新阿蘇大橋が開通、また令和5年7月には南阿蘇鉄道が全線復旧し、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響によって落ち込んでいた観光客数も以前を上回る水準となっております。また、アフターコロナにおける3密の回避など新たな生活様式は、アウトドア需要を高め、阿蘇圏域の観光に追い風となっているほか、居住地の近隣を観光するマイクロツーリズムなど、新たな観光形態も注目を集めています。

さらに、近年外国人来訪者数が徐々に回復するなか、令和6年2月にはTSMCの第一工場が菊陽町で稼働を開始し、台湾をはじめとするインバウンド需要は今後さらに増加していくことが期待されています。

これらの社会情勢の変化に対応しながら、観光の持つ「町の経済発展」「住民の誇り・町への愛着心」「豊かな生活空間づくり」の3つの力を十分に発揮し、国内外の観光客に選ばれるまちづくりを進めることによって、町民の皆様の豊かな暮らしにつなげることを目的として、本計画を策定いたしました。

本町は自然・歴史・文化・食など、多様な観光資源を持ち、また近年ではエンタメの力による地域振興も進めています。本計画を進めていくにあたり、観光に携わっておられる皆様をはじめ、多くの町民の皆様の積極的なご参加、ご協力をお願いいたします。

最後に、本計画の策定にあたり、ご尽力いただきました「高森町観光立町計画推進会議」の委員の皆様をはじめ、貴重なご意見を頂きました町民の皆様、ならびに関係各位に心から感謝を申し上げます。

令和7年3月

高森町長 草村 大成



目次

第1章. 計画策定の趣旨.....	1
1. 計画策定の意義と目的.....	1
2. 計画の位置づけ.....	3
3. 計画の期間.....	3
4. 計画の策定体制.....	4
第2章. 高森町の観光を取り巻く現状と課題.....	6
1. 我が国の観光動向.....	6
2. 阿蘇地域の宿泊客数の推移.....	10
3. 高森町の観光入込客数の推移.....	10
4. 熊本県を訪れる外国人旅行者の状況.....	14
5. 高森町の観光特性.....	16
(1) 観光客へのアンケート調査.....	16
(2) 事業者ヒアリング調査.....	24
第3章. 前回計画の進捗状況.....	30
第4章. 観光立町推進計画.....	34
1. 計画の基本理念と基本目標.....	34
(1) 計画の基本理念と基本目標.....	34
(2) 基本目標と8つの個別目標.....	34
2. 個別目標に対する基本施策.....	35
目標1. 選ばれる！新たな観光地・観光資源の創出形成.....	35
目標2. 地域団体・観光事業者等との連携強化及び組織の充実.....	38
目標3. 官民連携の人材育成.....	40
目標4. 景観の保存とリンクする新たな取り組み.....	42
目標5. 国際観光の振興.....	44
目標6. 観光旅行者・来町者の利便性向上.....	45
目標7. 観光旅行者・来町者の安全確保.....	47
目標8. 町民への理解促進と広報宣伝.....	48
第5章. 計画の推進体制.....	50
1. 「高森町観光立町推進計画」の推進体制.....	50
2. 取り組みを進めていく主体に期待される役割.....	51

第1章. 計画策定の趣旨

1. 計画策定の意義と目的

(1) 観光立町計画策定の意義

観光には「町の経済発展」、「住民の誇り・町への愛着心の強化」、「豊かな生活空間づくり」の3つの力があります。本計画では、これらの力を使って、町の活性化、住民の豊かな暮らしにつながるよう策定します。

① 町の経済発展

観光は、宿泊業や飲食業を中心として、旅行業、運輸業や、農林水産業、小売業、広告業、商業、製造業など多くの産業との関連が深く、町内経済への波及効果や雇用創出をもたらすことが期待できます。

② 住民の誇り・町への愛着心の強化

観光は、長年にわたり地域が守り受け継いできた自然や食、歴史、文化などの固有資源や、地域の伝統的な行事、祭事などを旅行者から評価、満足いただくことで、住民の地域への誇りや愛着を強化させます。これは地域資源を次代へ引き継ぐための力となります。

③ 豊かな生活空間づくり

観光立町の推進には、町に住む住民と町に訪れる旅行者の双方に配慮し、満足できる地域づくりが必要です。これに取り組むことで、魅力的な地域が形成され、住みよい生活空間の創出につなげることができます。

注)「観光立町」とは、観光立国という国の政策に倣い、町内の特色ある自然環境、景観、歴史・文化財、観光関連施設等を整備して国内外の観光客を誘い込み、人々の落とすお金を町の経済を支える基盤の一つにすることです。

(2)観光立町計画策定の目的

我が国の国内観光においては、「団体志向」から「個人・家族志向」へ、「物見遊山型」から「参加・体験型」へと変化し、従来のように大都市等の出発地の観光業者などが企画したツアー等に参加する形式を主流とするものに加えて、目的地となる地域がその地域特有の体験や食文化、地元の方との交流を押し出す観光やツアーを企画する「着地型観光」が定着してきており、インバウンド観光客についても、同様の傾向となってきました。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を契機に、自宅から1～2時間程度の移動圏内の地域を観光する「マイクロツーリズム」にも注目が集まっています。

観光客のニーズが多様化するなか、高森町のファンになってもらうためには、地域の特性や地域資源を十分に生かした地域づくりが必要です。

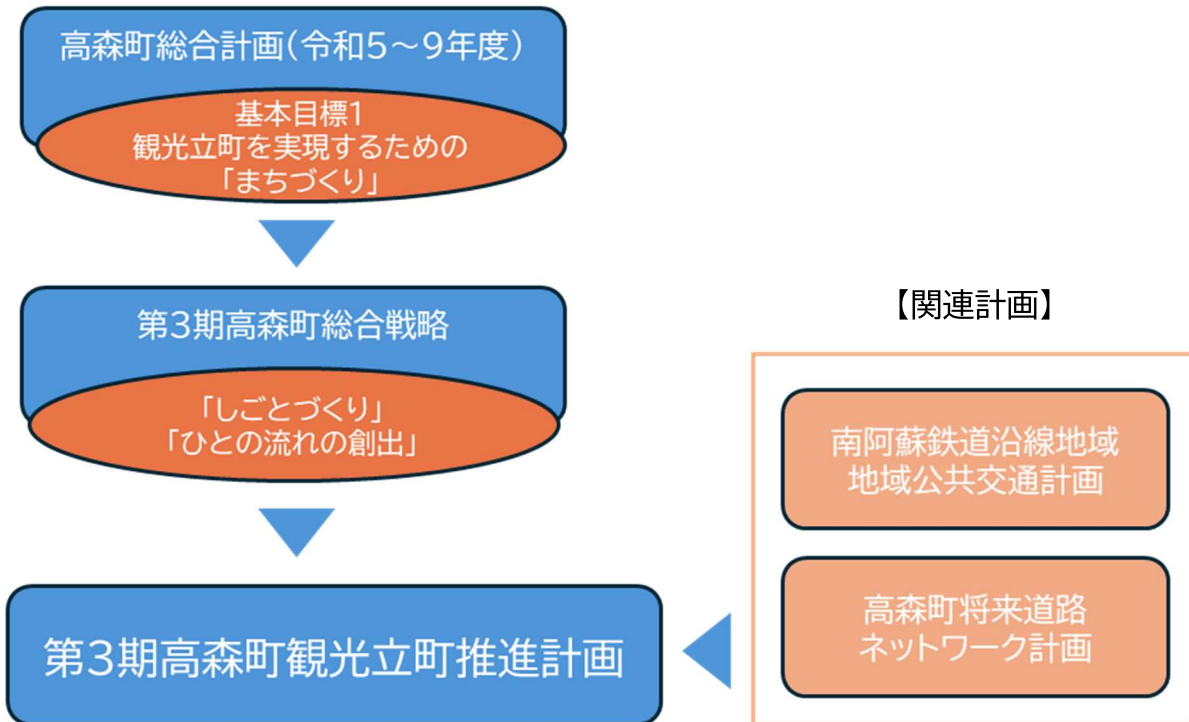
本計画の策定に当たり、第1期計画において、まちづくりの出発点とした「住民が楽しく暮らし、おもてなしをする観光まちづくり」の考え方を基礎としながら、第2期計画の「観光旅行者・移住・定住・民間企業に選ばれる町づくり」の考え方を継承し、地域を訪れる交流人口と、地域や地域の人々と多様にかかわる関係人口を増やし、地域活性化を目指すこととします。

注)交流人口とは、その地域を訪れる人のことです。その訪問目的としては、通勤・通学、買い物、観光、レジャー、アミューズメントなど、特に内容を問いません。関係人口とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様にかかわる人々のことを指し、地域ファンになる人のことです。地域活性化も期待され、移住につながることも期待されます。

2.計画の位置づけ

本計画は、本町の上位計画である「高森町総合計画(令和5～9年度)」や「高森町総合戦略」、その他関連計画との整合性を確保して策定しました。

【上位計画】



3.計画の期間

本計画は令和7年度から令和11年度までの5年間の計画とします。

令和 2年 度	令和 3年 度	令和 4年 度	令和 5年 度	令和 6年 度	令和 7年 度	令和 8年 度	令和 9年 度	令和 10年 度	令和 11年 度
第2期計画					第3期計画				

4.計画の策定体制

(1)観光業の状況把握

日本全体、熊本県、阿蘇・くじゅう圏域、高森町の観光客の動向や観光資源の現状について、各種の統計データ等を活用した状況把握を行いました。

また、第2期高森町観光立町推進計画の進捗についても確認を行いました。

(2)高森町観光客アンケート調査の実施

本計画の策定にあたり、高森町を訪れる観光客の観光実態、観光施設の評価を反映するため、観光客数の多い「高森湧水トンネル公園」、「上色見熊野座神社」、「南阿蘇鉄道高森駅」においてアンケート調査を実施しました。

(3)事業者アンケート調査の実施

観光振興及び産業振興に携わる関係者の意見を集約するために、町内の関連事業者に対してアンケート調査を実施しました。

(4)高森町観光立町推進会議での意見聴取

観光事業に関係するメンバーで構成される高森町観光立町推進会議において本計画の策定にあたり、高森町の観光を取り巻く現状や課題、さらには今後の方向性について協議、検討を行いました。

(5)パブリックコメントの実施

町のホームページ及び役場窓口で計画案を閲覧できるようにし、広く意見を求めるパブリックコメントを行いました。

参考資料:高森町の観光産業の変遷

年次	高森町周辺での観光の出来事	年次	日本・世界での出来事
1971	熊本空港現在地で開港	1964	東京オリンピック開催
		1970	大阪万国博覧会開催
		1975	山陽新幹線(新大阪～博多間開通)
1985	高森駅が国鉄から南阿蘇鉄道に転換。トロッコ列車「ゆうすげ号」運転開始	1987	国鉄分割民営化
1994	月廻り公園開園	1995	阪神・淡路大震災
1995	高森湧水トンネル公園開園		
1995	高森温泉館開館	2002	日韓サッカーワールドカップ開催
2006	観光交流センターオープン	2008	リーマンショック
2011	九州新幹線全線開通	2011	東北地方太平洋沖地震
2013	日本で最も美しい村連合加盟	2016	熊本地震
2016	熊本地震により阿蘇大橋崩落 JR 豊肥線/南阿蘇鉄道一部不通		
2019	高森温泉館休館	2017	インバウンド客 2000 万人突破
		2018	インバウンド客 3000 万人突破
2020	JR 豊肥本線全線復旧	2019	ラグビーワールドカップ開催 女子ハンドボール世界選手権開催
		2020	新型コロナウイルス感染症感染拡大
2021	新阿蘇大橋開通	2021	東京オリンピック・パラリンピック開催
2023	南阿蘇鉄道全線復旧 阿蘇くまもと空港ターミナルビル開業	2025	大阪万国博覧会開催
2024	TSMC第一工場開設(菊陽町)		

第2章. 高森町の観光を取り巻く現状と課題

1.我が国の観光動向

(1)海外、国内旅行者数の推移

日本人の海外旅行者数は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により一時落ち込んでいましたが、近年増加傾向に戻り、2023年には962万人となっています。一方、国内旅行は「宿泊旅行」、「日帰り旅行」ともに2023年に増加がみられました。

図 出国日本人数推移

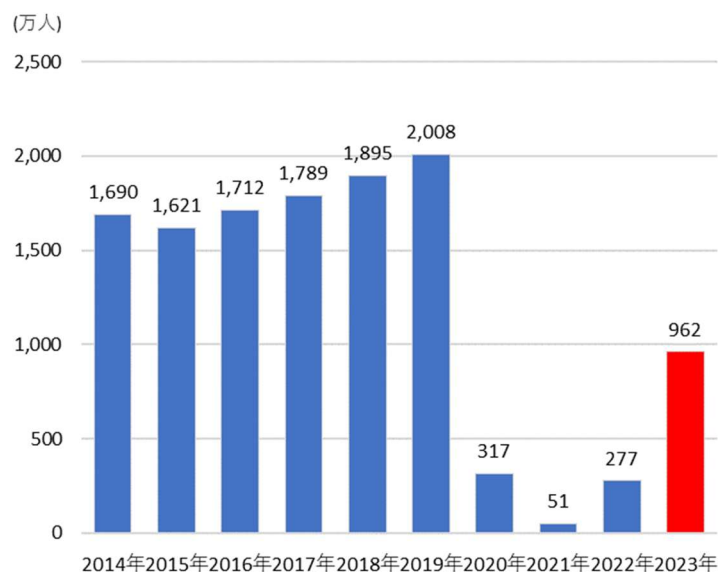
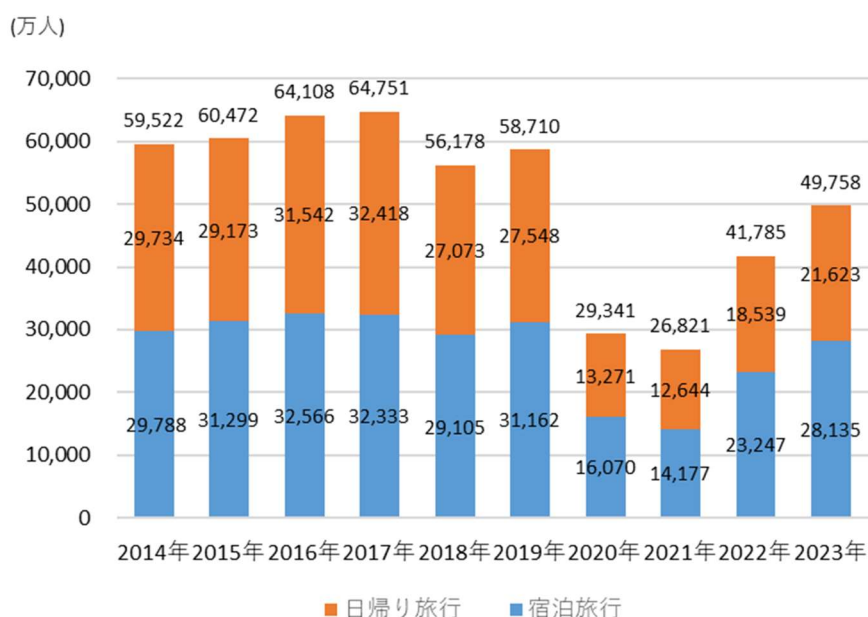


図 日本人の国内旅行者数推移

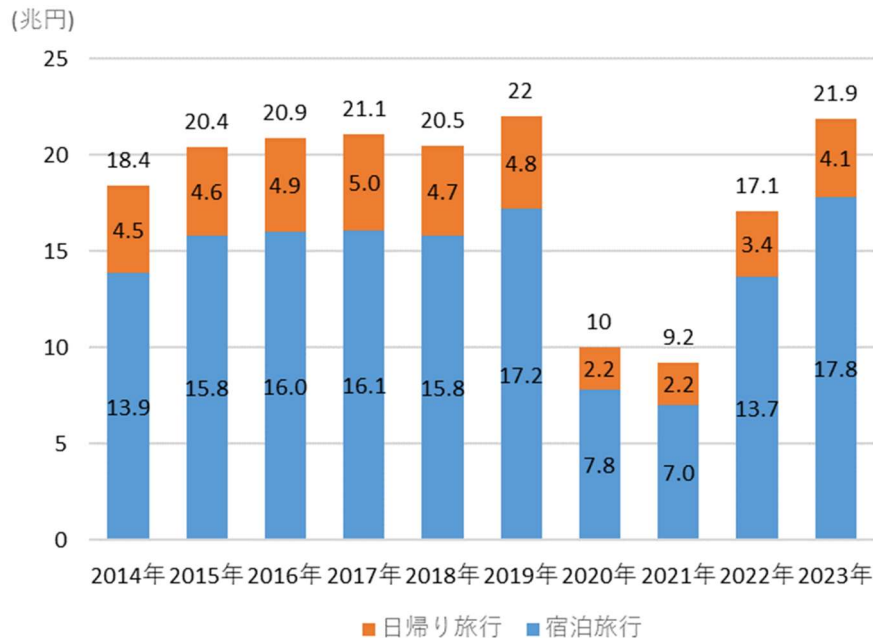


資料:観光庁令和6年5月「令和6年観光白書について(概要版)」

(2)国内旅行消費額の推移

日本人国内旅行消費額は、2020年以降低い水準で推移していましたが、2023年には21.9兆円と新型コロナウイルス感染症が感染拡大する以前の2019年と同様の水準となっています。

図 日本人国内旅行消費額の推移

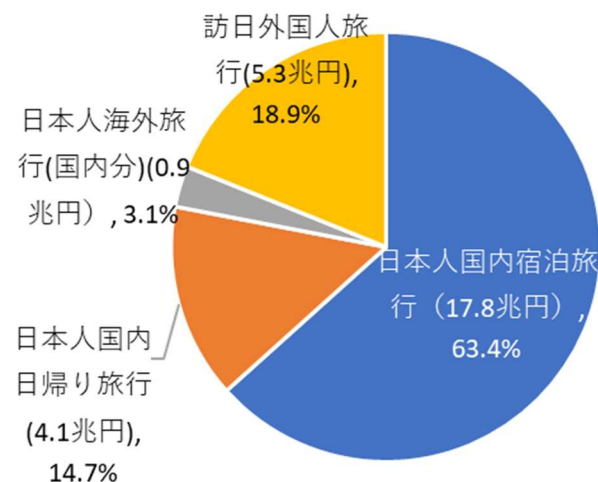


資料:観光庁令和6年5月「令和6年観光白書について(概要版)」

また、2023年の日本人および訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、28.1兆円となりました。

日本人国内宿泊旅行者による消費額が全体6割を占め、次いで訪日外国人旅行者と日本人国内日帰り旅行者の消費額が2割弱が続いています。

図 日本国内における旅行消費額



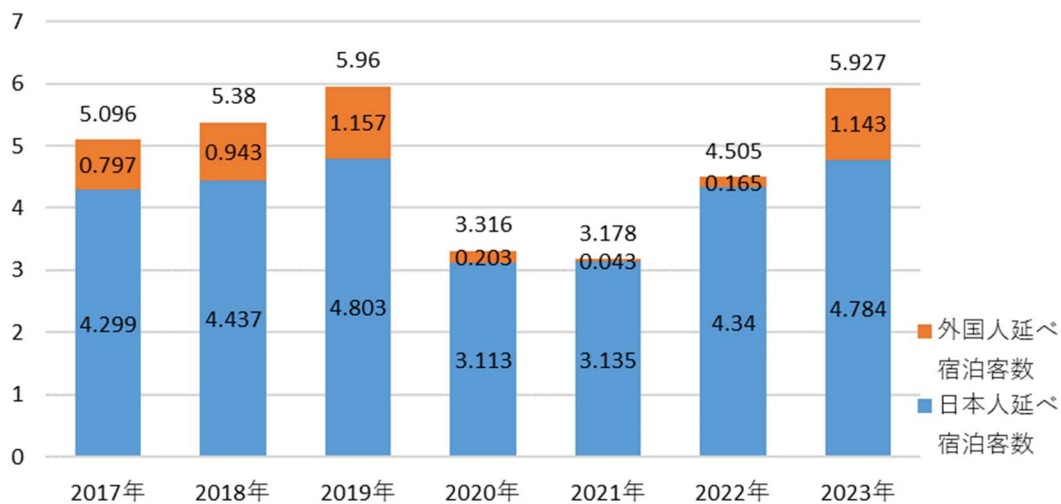
資料:観光庁令和6年5月「令和6年観光白書について(概要版)」

(3)日本人・外国人宿泊客の状況

① 宿泊客数の推移

日本人延べ宿泊客数、外国人延べ宿泊者数ともに2019年までは増加していたものの、2020年から新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって一時落ち込みました。しかしその後2023年には2019年の水準まで回復しています。

図 日本人・外国人の延べ宿泊客数の推移



資料:観光庁令和6年5月「令和6年観光白書について(概要版)」

② 地方への訪日外国人旅行客の推移

地方部訪問者は、訪日外国人旅行者全体の約半数となっており、2019年と比べ減少傾向となっています。また、外国人延べ宿泊者数は2019年と比べ減少傾向ですが、熊本県では96万人と微増しています。

図 国籍・地域別訪問パターンの構成割合

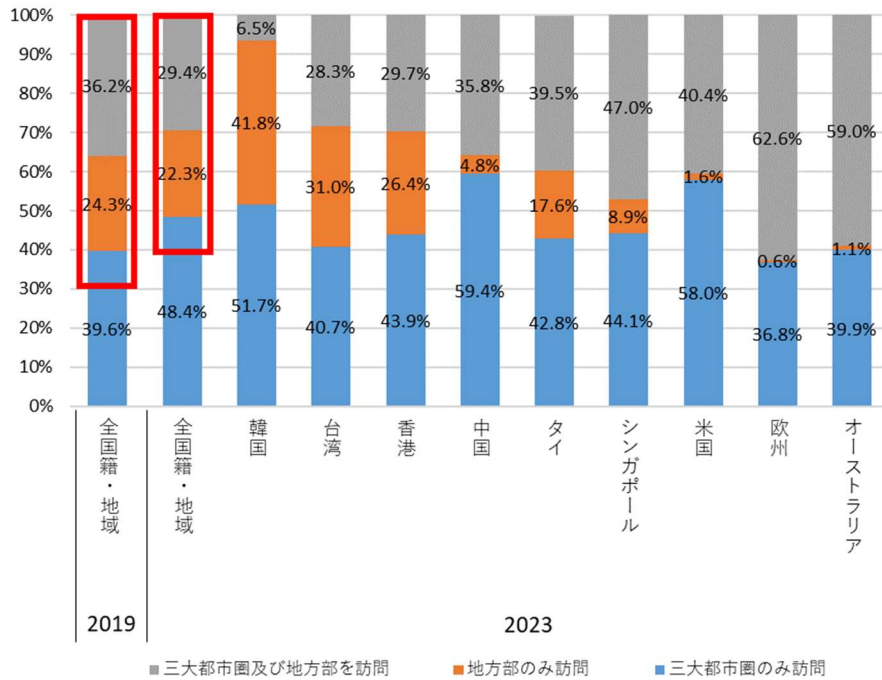
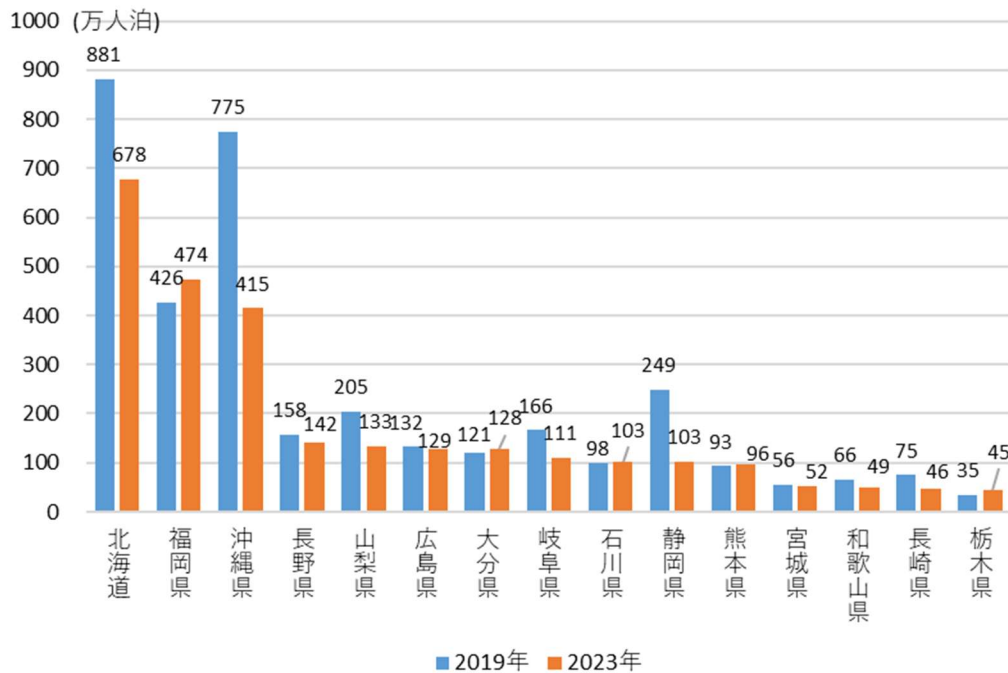


図 外国人延べ宿泊者数の地方部上位15道県

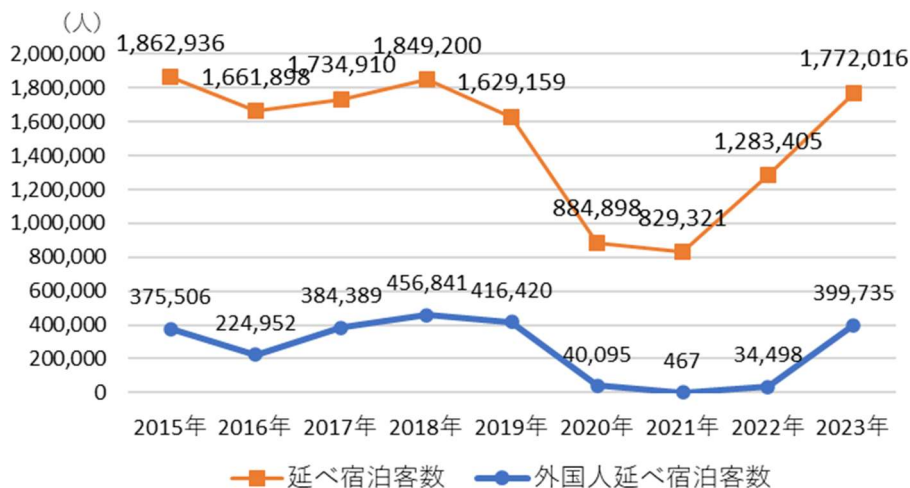


2.阿蘇地域の宿泊客数の推移

阿蘇地域の延べ宿泊客数をみると、2019年以前は160～190万人で推移していましたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により宿泊客数は激減しています。その後、2022年には回復傾向になり、2023年には170万人以上となっています。

また、外国人延べ宿泊客数をみると、2019年以前は増加傾向でしたが、2020年以降、国内旅行者と同様に減少しています。その後、2022年には増加に転じ、2023年には40万人程度にまで回復しています。

図 延べ宿泊者数の推移

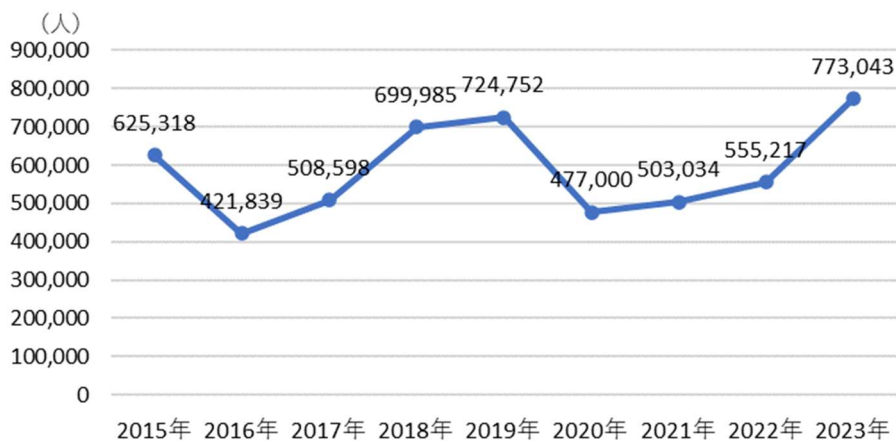


資料:熊本県観光統計調査(各年)

3.高森町の観光入込客数の推移

観光入込客数については、熊本地震のあった2016年、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の2020年に減少していますが、その後2023年には77万人以上と増加し、熊本地震前より多くの観光客が訪れています。

図 高森町観光入込客数の推移



資料:庁内資料

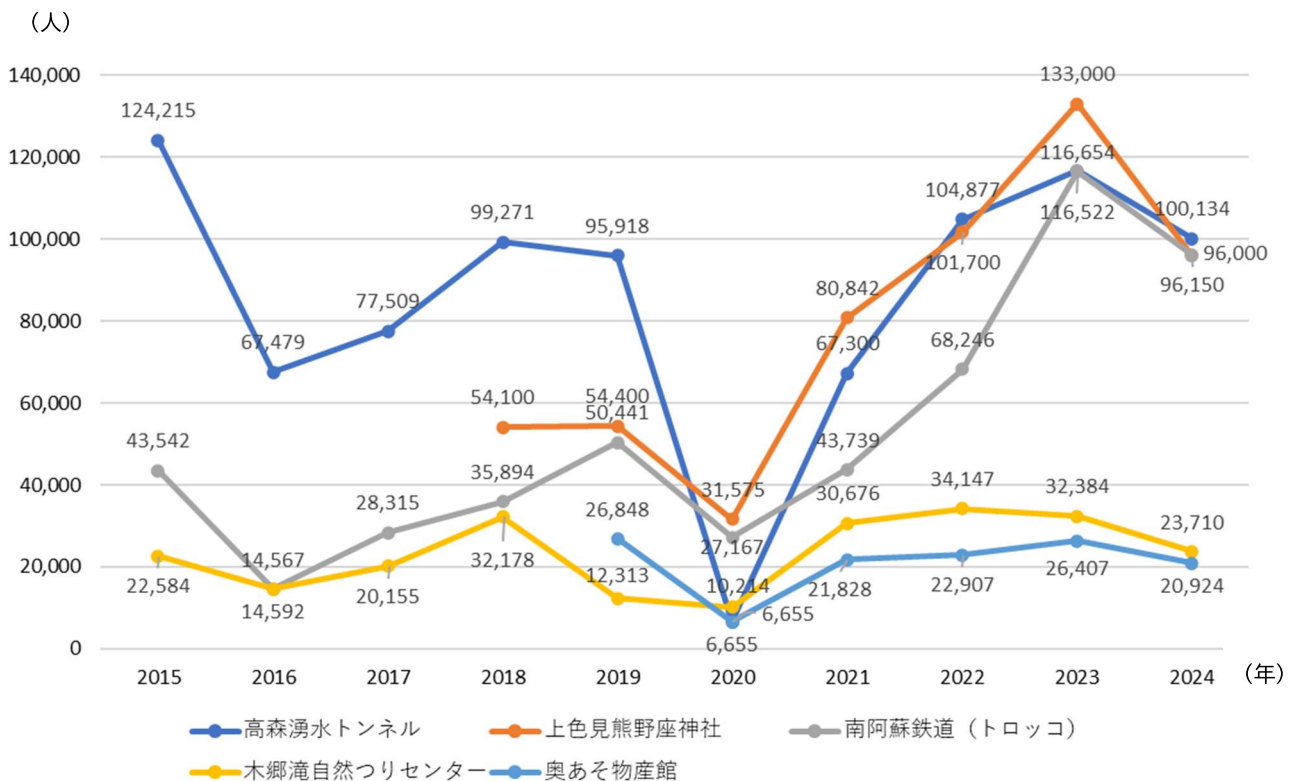
(1)観光施設別訪問客数の推移

表 高森町 主要観光施設別訪問客数の推移

	高森湧水トンネル	上色見熊野座神社	南阿蘇鉄道 (観光客)	木郷滝自然つりセンター	奥阿蘇物産館
2015	124,215	-	43,542	22,584	-
2016	67,479	-	14,567	14,592	-
2017	77,509	-	28,315	20,155	-
2018	99,271	54,100	35,894	32,178	-
2019	95,918	54,400	50,441	12,313	26,848
2020	6,655	31,575	27,167	10,214	6,655
2021	67,300	80,842	43,739	30,676	21,828
2022	104,877	101,700	68,246	34,147	22,907
2023	116,654	133,000	116,522	32,384	26,407
2024	100,134	96,000	96,150	23,710	20,924

※R6 1～9月までの実績値

図 主要観光別訪問客数の推移

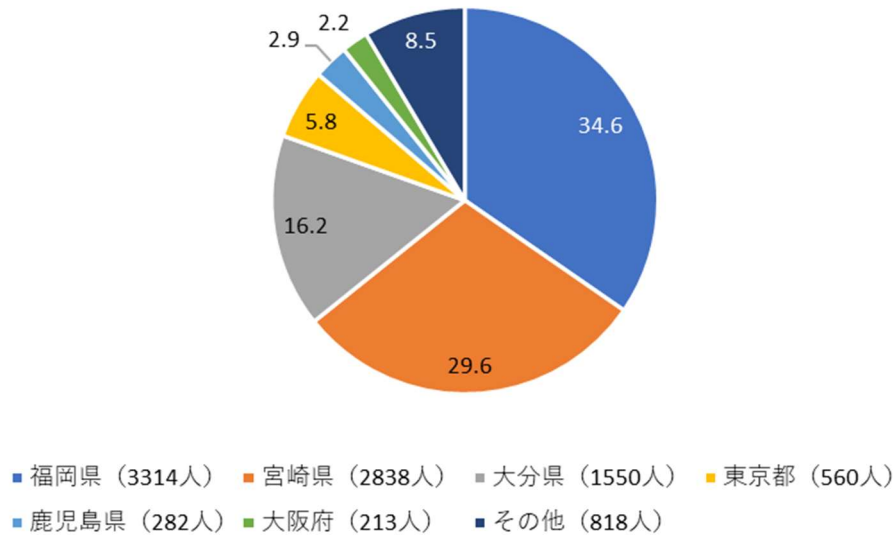


資料:熊本県観光統計調査(各年)

(2) 休日の滞在客の状況

2022年7月から1年間の休日(※14時)に高森町に滞在した熊本県外居住者は、福岡県、宮崎県、大分県の順に多くなっています。

図 高森町に来訪した県外居住者上位6都府県

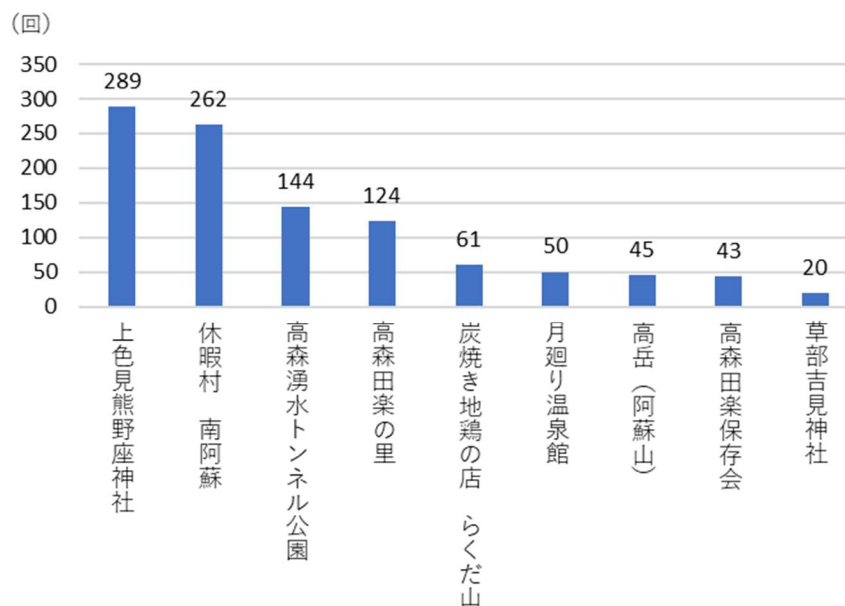


資料:RESAS地域経済分析システムより作成

(2022年7月~2023年6月)

自動車で訪れた来訪者が経路検索を行った目的地としては「上色見熊野座神社」、「休暇村南阿蘇」、「高森湧水トンネル公園」が上位3施設です。

図 休日の目的地検索数(2023)



資料:RESAS地域経済分析システムより

(3) 県観光ビッグデータからみる観光客数の推移

高森町の2023年のお出かけ指数からみる観光客の推移は、全国や熊本県と比べて高くなっています。またトップシーズンは6月を除き、お出かけ指数100を超えています。

また2023年の来訪者数は、全国や熊本県は依然として2019年より少なくなっている一方で、高森町はおおむね上回っています。

注) お出かけ指数とはスマートフォンの位置情報から取得した市町村内観光スポット別来訪者数(近隣居住者・通勤通学者を除く、市町村内複数スポット訪問をユニーク化)の2019年平均を100とした、同期間内の来訪者数を示します。全国・熊本県は管内市区町村の来訪者数合計を基に算出しています。

図 月別お出かけ指数の推移(2023)

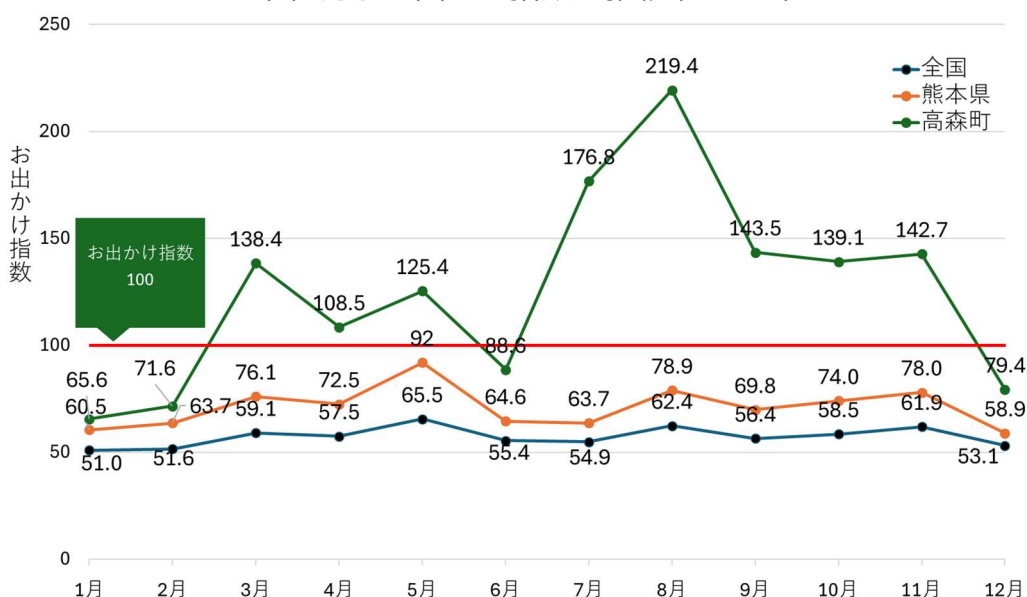
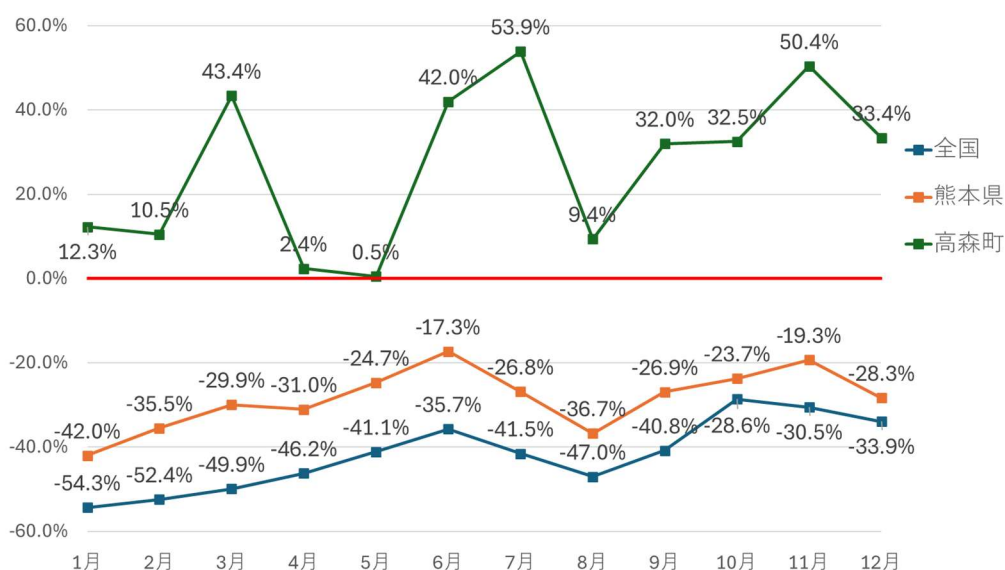


図 2019年同月比来訪者数(2023)



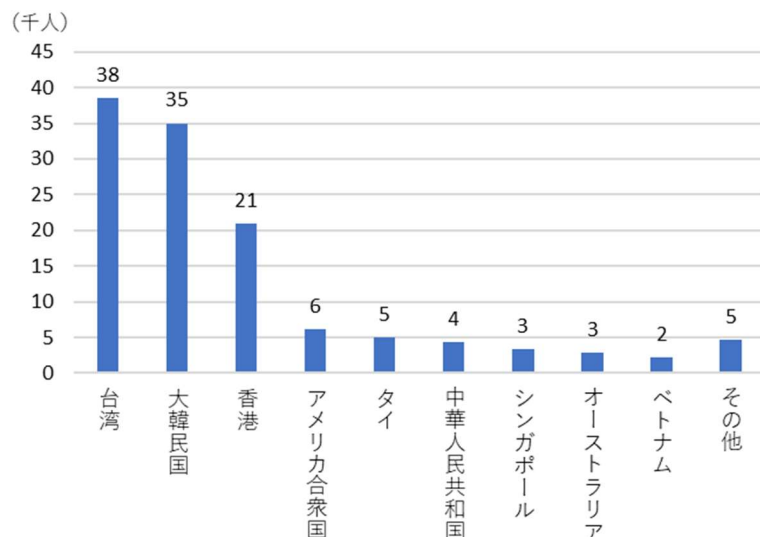
資料:熊本県観光統計調査(各年)

4. 熊本県を訪れる外国人旅行客の状況

(1) 出身地、出身国

熊本県を訪問する外国人の出身地は「台湾」、「大韓民国」、「香港」、「アメリカ合衆国」の順で多くみられます。

図 外国人訪問客数(2023)

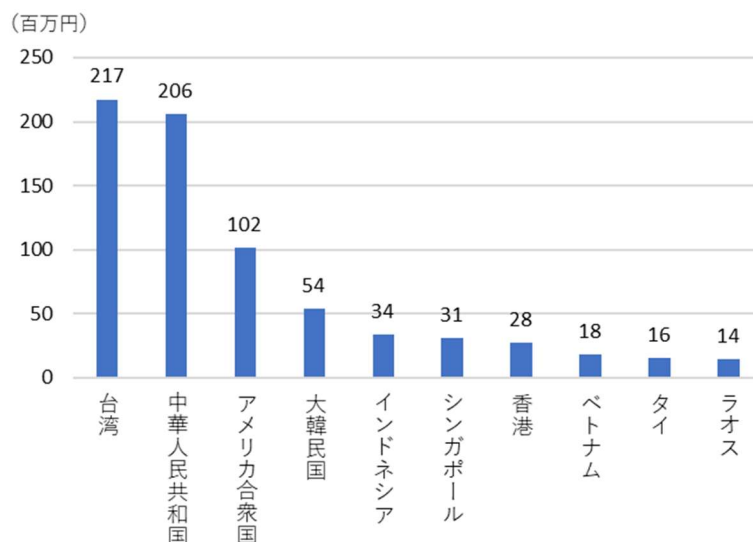


資料:RESAS地域経済分析システムより作成

(2) 消費額

消費額は「台湾」と「中華人民共和国」が多く、「アメリカ合衆国」の約2倍となっています。

図 外国人クレジットカード消費額(2022年10月~2023年9月)

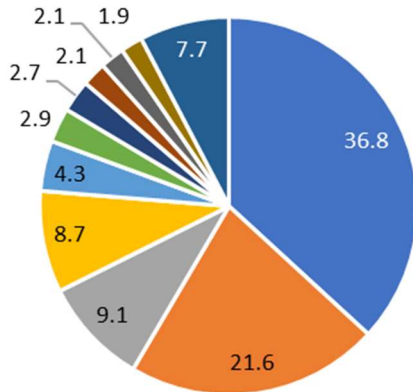


資料:RESAS地域経済分析システムより作成

(3)周遊状況(都道府県単位)

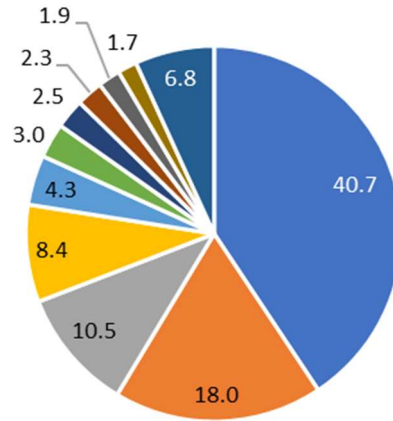
熊本県に滞在した外国人は、来訪直前、直後とも福岡県が多く、ついで大分県や長崎県、熊本県内が続いており、九州を周遊していることがわかります。

図 外国人流入内訳(2022)



- 1位福岡県 (14,676人)
- 2位大分県 (8,623人)
- 3位長崎県 (3,642人)
- 4位熊本県 (3,460人)
- 5位大阪府 (1,716人)
- 6位鹿児島県 (1,170人)
- 7位京都府 (1,092人)
- 8位佐賀県 (829人)
- 9位東京都 (828人)
- 10位宮崎県 (749人)
- その他 (3,060人)

図 外国人流出内訳(2022)



- 1位福岡県 (16,793人)
- 2位大分県 (7,414人)
- 3位長崎県 (4,334人)
- 4位熊本県 (3,460人)
- 5位宮崎県 (1,776人)
- 6位佐賀県 (1,236人)
- 7位東京都 (1,050人)
- 8位鹿児島県 (944人)
- 9位大阪府 (794人)
- 10位滋賀県 (684人)
- その他 (2,812人)

資料:RESAS地域経済分析システムより作成

5.高森町の観光特性

(1)観光客へのアンケート調査

○調査概要

高森町に訪れる観光客の観光実態、高森町観光施設の評価を施策へ反映するため、観光客数の多い「高森湧水トンネル公園」、「上色見熊野座神社」、「高森駅」にてアンケート調査を実施しました。

・調査地点：高森湧水トンネル公園、上色見熊野座神社、南阿蘇鉄道高森駅の3拠点

・調査方法：対面ヒアリング

・有効回収票数：402票

高森湧水トンネル公園133票

上色見熊野座神社135票

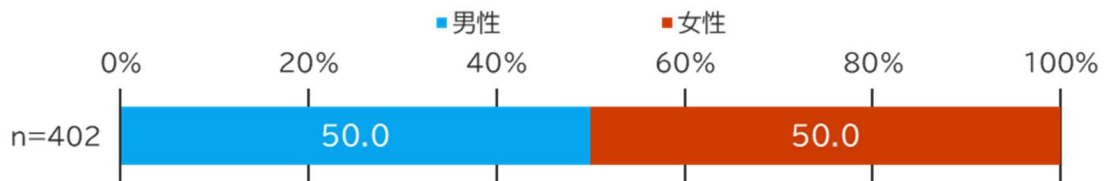
南阿蘇鉄道高森駅134票

・調査実施日：令和6年8月3日(土)～令和6年8月4日(日)

○調査結果

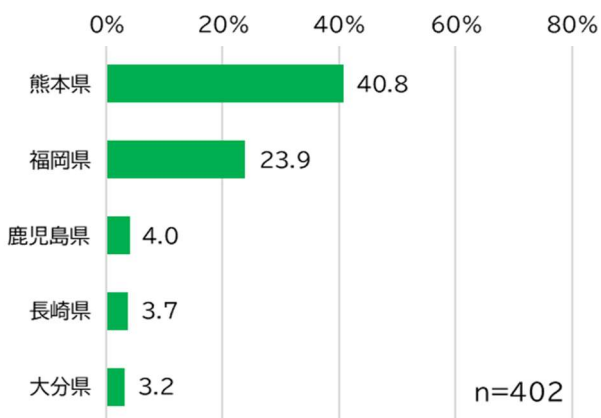
① 回答者属性

●【性別】

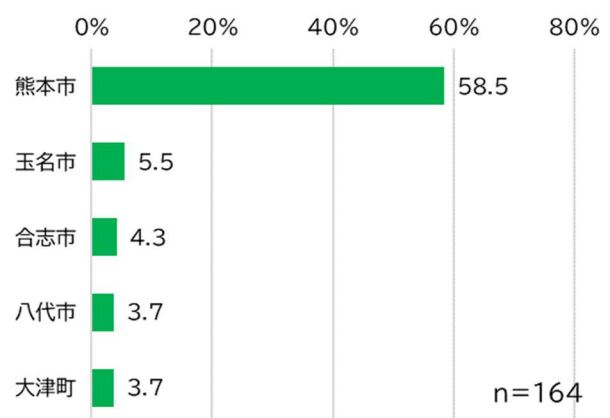


●【居住地】

都道府県別トップ5



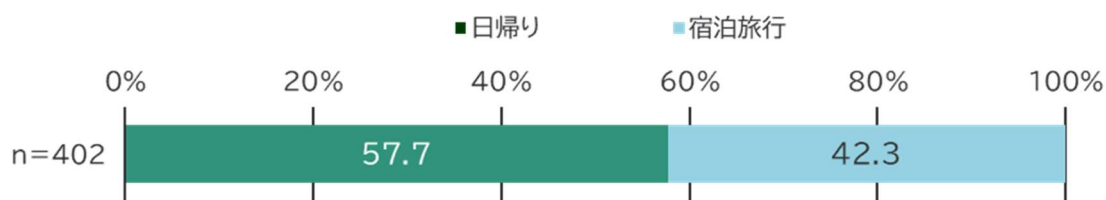
市町村別(県内)トップ5



② 宿泊の有無について

日帰りをする人が57.7%を占めており、宿泊する人は42.3%を占めています。

九州圏からの来町者の日帰り・宿泊の別をみると、熊本では約9割が日帰りとなっており、福岡では日帰り・宿泊が約半数ずつとなっています。

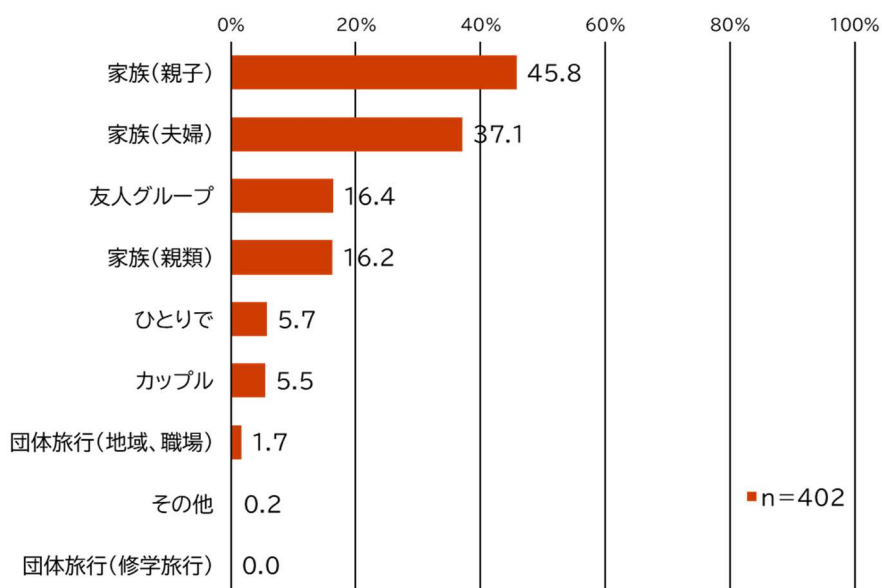


	全体	日帰り	宿泊
全体	402	232	170
	100	57.7	42.3
福岡県	96	50	46
	100	52.1	47.9
佐賀県	6	4	2
	100	66.7	33.3
長崎県	15	3	12
	100	20	80
熊本県	164	146	18
	100	89	11
大分県	13	8	5
	100	61.5	38.5
宮崎県	13	6	7
	100	46.2	53.8
鹿児島県	16	4	12
	100	25	75

※九州圏のみ抜粋

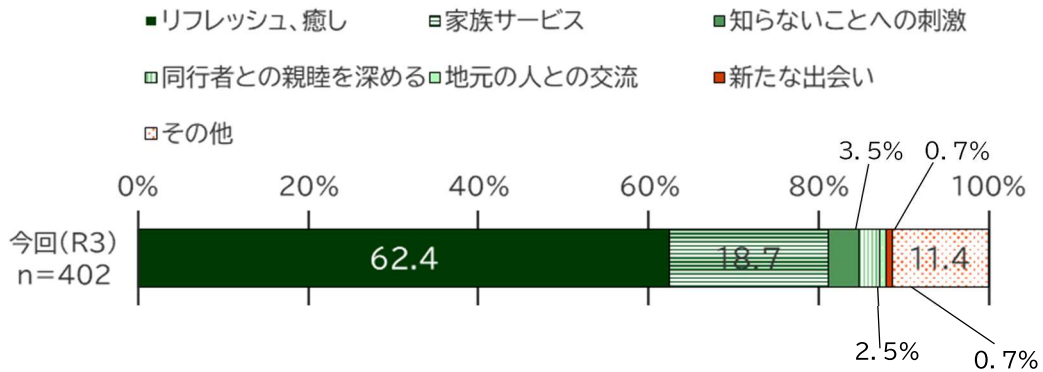
③ 同伴者について

親子連れが最も多く、半数近くの45.8%を占めています。次いで夫婦の37.1%となっています。



④ 高森町への来訪動機について

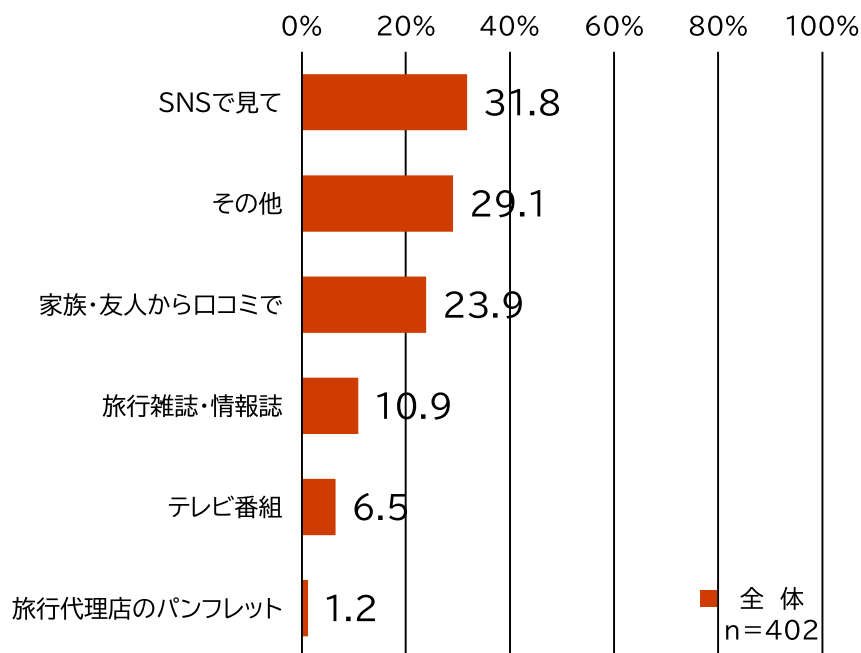
リフレッシュ、癒しが最も多く、半数以上の62.4%を占めています。次いで家族サービスの18.7%、知らないことへの刺激の3.5%、同行者との親睦を深めるの2.5%、地元の人との交流の0.7%、新たな出会いの0.7%となっています。



全体	リフレッシュ、癒し	家族サービス	知らないことへの刺激	同行者との親睦を深める	地元の人との交流	新たな出会い	その他
402	251	75	14	10	3	3	46
100	62.4	18.7	3.5	2.5	0.7	0.7	11.4

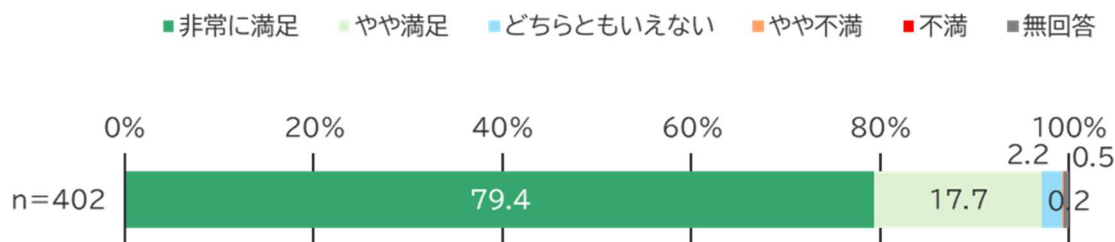
⑤ 施設の認知経路について

SNSで見てが最も多く、31.8%を占めています。次いで家族・友人から口コミでの23.9%となっています。



⑥ 施設の満足度について

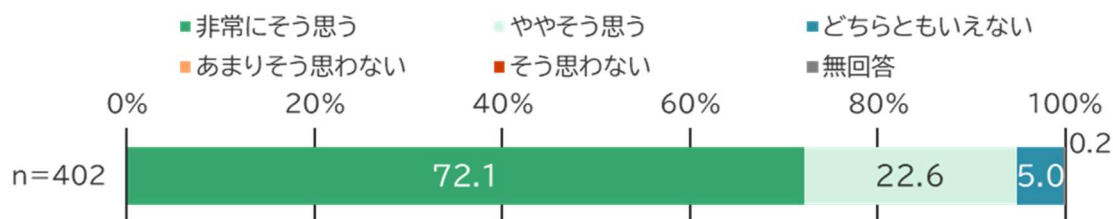
非常に満足が最も多く79.4%、次いで、やや満足の17.7%、どちらともいえないの2.2%、やや不満の0.2%となっています。



全体	非常に満足	やや満足	どちらともいえない	やや不満	不満	無回答
402	319	71	9	1	-	2
100	79.4	17.7	2.2	0.2	-	0.5

⑦ 高森町の再来訪意向について

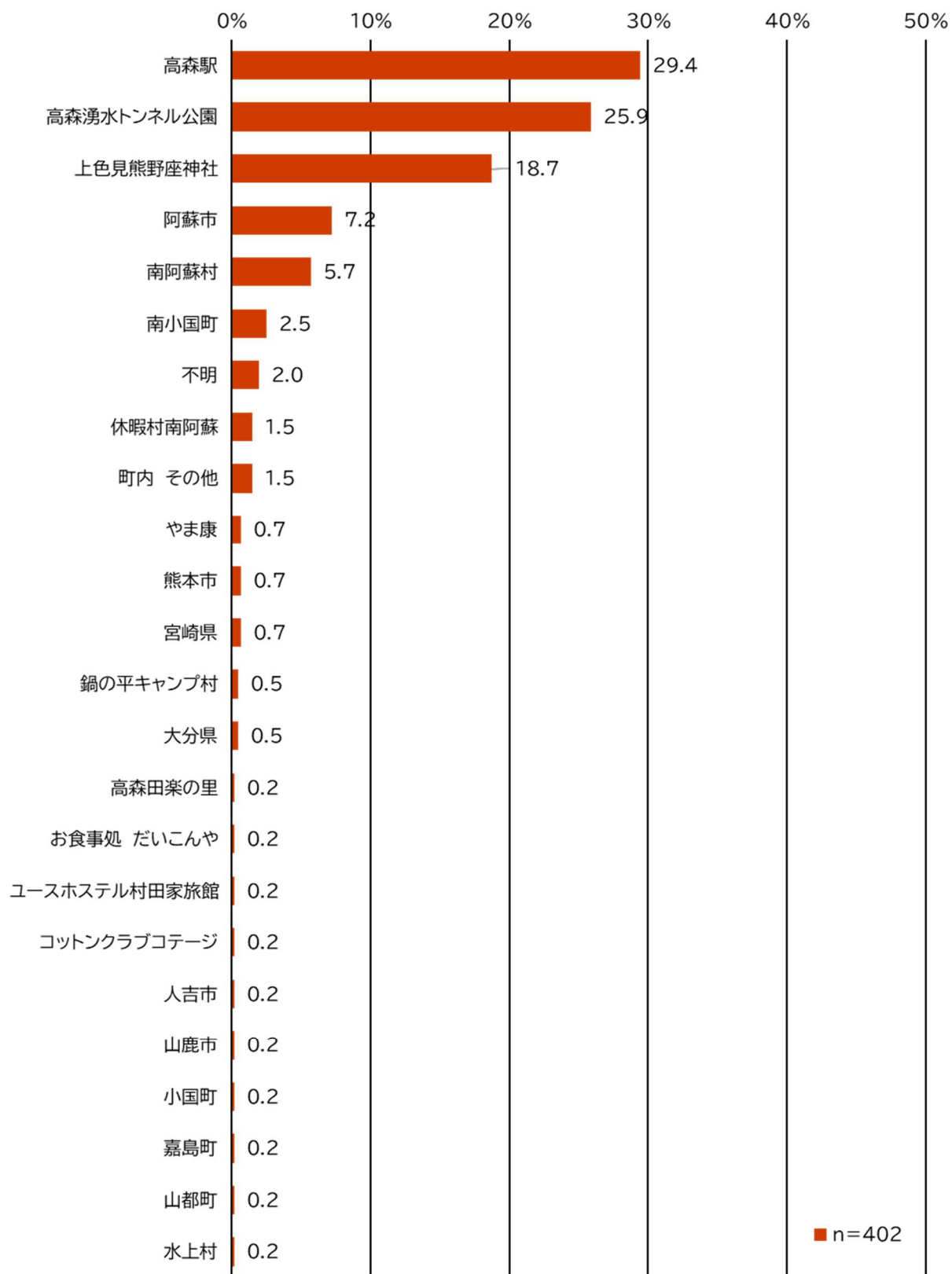
再来訪意向に関して、ほとんどの方が非常にそう思うが最も多く72.1%、次いでややそう思うの22.6%、どちらともいえないが5.0%となっています。



全体	非常にそう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない	無回答
402	290	91	20	-	-	1
100	72.1	22.6	5.0	-	-	0.2

⑧ メインの訪問施設について

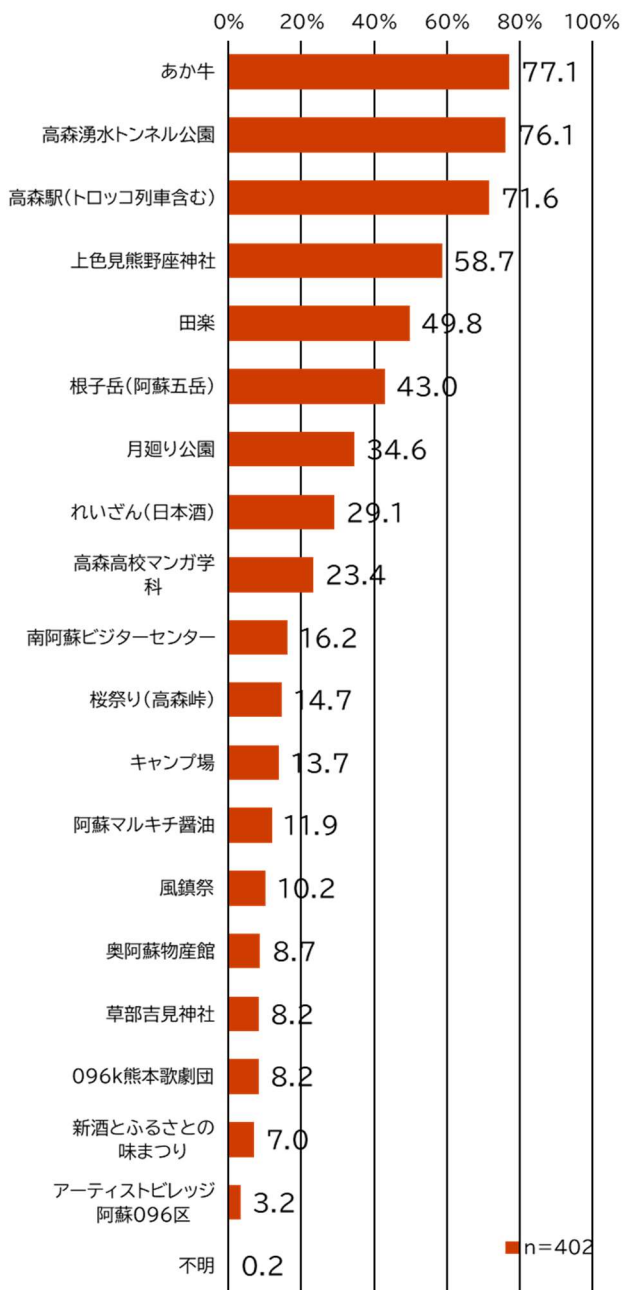
来訪者のメインの訪問施設については、高森駅29.4%、高森湧水トンネル公園25.9%、上色見熊野座神社18.7%と上位3位が調査地点の施設となっています。また、周辺市町村では阿蘇市や南阿蘇村をメインの訪問施設として挙げる方も多くなっています。



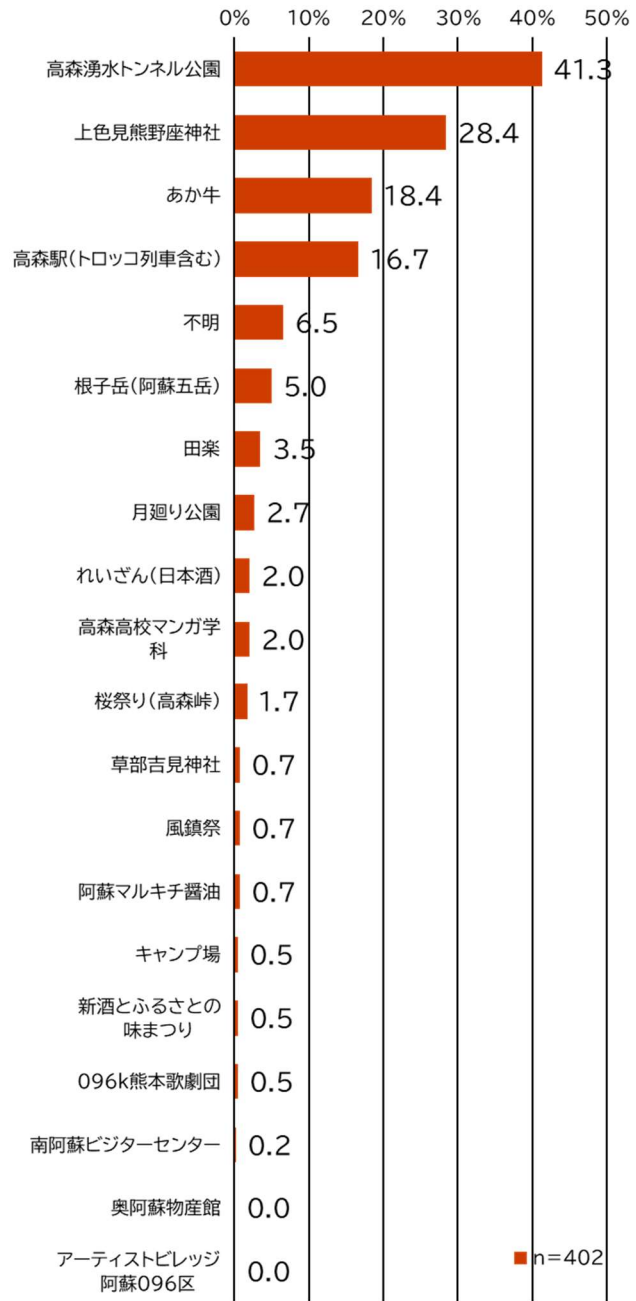
⑨ 高森町内の観光地等の認知度と魅力度について

上位3位はあか牛77.1%、高森湧水トンネル公園76.1%、高森駅(トロッコ列車)71.6%となっており、次いで上色見熊野座神社58.7%となっています。また、知っている観光施設等の中で、魅力的だと思うものを聞いたところ、高森湧水トンネルが最も多く、41.3%を占めています。次いで上色見熊野座神社での28.4%となっています。

●認知度



●魅力度



⑩ 施設での行動別の訪問市町村

施設での行動別に訪問市町村をみると、来訪者の訪れた施設数全体の中で、高森町は半数程度となっています。行動の内訳では、観光は全体の60.9%、飲食は35.0%となっている一方、ショッピングは22.0%、宿泊は14.8%となっており、ショッピングや宿泊では南阿蘇村や阿蘇市・西原村、宿泊ではさらに熊本市・南小国町での行動が多い状況となっています。

	全体	高森町	南阿蘇村	阿蘇市	熊本市	西原村	宮崎県	未定	大分県	南小国町	益城町	福岡県	小国町	山都町	大津町
全体	1285	633	218	158	51	43	36	25	24	20	10	10	9	9	8
	100	49.3	17	12.3	4	3.3	2.8	1.9	1.9	1.6	0.8	0.8	0.7	0.7	0.6
飲食	280	98	55	49	14	11	7	17	5	4	2	1	3	2	2
	100	35	19.6	17.5	5	3.9	2.5	6.1	1.8	1.4	0.7	0.4	1.1	0.7	0.7
宿泊	149	22	26	22	22	1	6	1	13	18	1	-	4	3	3
	100	14.8	17.4	14.8	14.8	0.7	4	0.7	8.7	12.1	0.7	-	2.7	2	2
観光	805	490	118	95	11	24	28	1	6	3	2	3	3	6	2
	100	60.9	14.7	11.8	1.4	3	3.5	0.1	0.7	0.4	0.2	0.4	0.4	0.7	0.2
レジャー	49	15	15	10	-	2	1	-	1	-	2	-	-	1	-
	100	30.6	30.6	20.4	-	4.1	2	-	2	-	4.1	-	-	2	-
ショッピング	50	11	19	7	-	7	1	1	1	-	1	-	1	-	-
	100	22	38	14	-	14	2	2	2	-	2	-	2	-	-
その他	83	17	15	8	11	6	2	6	2	-	5	6	1	-	1
	100	20.5	18.1	9.6	13.3	7.2	2.4	7.2	2.4	-	6	7.2	1.2	-	1.2
無回答	6	3	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-
	100	50	-	-	-	-	-	33.3	-	-	-	-	-	-	-

	菊池市	産山村	山鹿市	天草市	鹿児島県	町外 その他	八代市	人吉市	菊陽町	上天草市	御船町	嘉島町	水上村	無回答
全体	4	4	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1
	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
飲食	3	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1
	1.1	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	-	-	-	-	-	-	0.4	0.4
宿泊	1	-	2	1	-	1	1	-	1	-	-	-	-	-
	0.7	-	1.3	0.7	-	0.7	0.7	-	0.7	-	-	-	-	-
観光	1	3	1	1	1	1	-	2	-	1	1	-	1	-
	0.1	0.4	0.1	0.1	0.1	0.1	-	0.2	-	0.1	0.1	-	0.1	-
レジャー	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	2	-
ショッピング	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-
その他	-	-	-	-	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	2.4	-	1.2	-	-	-	-	-	-	-
無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16.7	-	-

⑪ 居住地別の訪問施設・市町村

居住地別に訪問施設・市町村をみると、熊本県居住者では高森湧水トンネルや南阿蘇村への訪問が多くなっており、日帰りでの南阿蘇周遊観光客が多いと推測されます。また、福岡県では南阿蘇村への訪問が最も多く、次いで阿蘇市が多く、町内施設では上色見熊野座神社が最も多くなっています。福岡県では周辺市町村やその他の町内施設にも少数ずつではあるが来訪しており、阿蘇地域への来訪者が高森町へも流入していると推測されます。

	全体	園高森湧水トンネル公	高森駅	上色見熊野座神社	南阿蘇村	阿蘇市	町内 その他	熊本市	西原村	宮崎県	未定
全体	1285 100	186 14.5	159 12.4	147 11.4	218 17	158 12.3	59 4.6	51 4	43 3.3	36 2.8	25 1.9
福岡県	315 100	35 11.1	38 12.1	40 12.7	61 19.4	41 13	8 2.5	12 3.8	9 2.9	4 1.3	6 1.9
佐賀県	21 100	5 23.8	3 14.3	2 9.5	1 4.8	3 14.3	1 4.8	1 4.8	1 4.8	-	3 14.3
長崎県	49 100	5 10.2	5 10.2	9 18.4	7 14.3	4 8.2	2 4.1	2 4.1	1 2	7 14.3	-
熊本県	455 100	100 22	63 13.8	41 9	85 18.7	37 8.1	31 6.8	8 1.8	26 5.7	5 1.1	10 2.2
大分県	51 100	7 13.7	5 9.8	4 7.8	10 19.6	7 13.7	1 2	2 3.9	1 2	1 2	1 2
宮崎県	43 100	9 20.9	4 9.3	3 7	8 18.6	5 11.6	1 2.3	-	-	4 9.3	1 2.3
鹿児島県	59 100	7 11.9	5 8.5	8 13.6	10 16.9	6 10.2	4 6.8	2 3.4	1 1.7	1 1.7	2 3.4

	全体	大分県	南小国町	高森田楽の里	休暇村南阿蘇	益城町	福岡県	やま康	小国町	山都町	高森阿蘇神社
全体	1285 100	24 1.9	20 1.6	16 1.2	12 0.9	10 0.8	10 0.8	9 0.7	9 0.7	9 0.7	8 0.6
福岡県	315 100	13 4.1	2 0.6	4 1.3	2 0.6	-	6 1.9	3 1	4 1.3	4 1.3	1 0.3
佐賀県	21 100	1 4.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
長崎県	49 100	-	2 4.1	-	-	-	-	-	-	1 2	-
熊本県	455 100	-	2 0.4	5 1.1	4 0.9	2 0.4	-	2 0.4	3 0.7	1 0.2	3 0.7
大分県	51 100	1 2	-	-	-	-	-	1 2	-	2 3.9	2 3.9
宮崎県	43 100	2 4.7	-	1 2.3	-	-	-	-	-	-	1 2.3
鹿児島県	59 100	2 3.4	1 1.7	1 1.7	3 5.1	-	-	-	-	1 1.7	-

※全体数値のTOP20、九州圏のみ掲載

(2)事業者ヒアリング調査

○調査の概要

本調査は、令和7年度から令和11年度の5年間の期間で新たな観光立町推進計画の策定を行っている本町で、事業所が抱える現状の課題や今後必要だと考える取り組みなどの情報の収集を目的として実施しました。

▼調査対象:各事業所及び観光団体

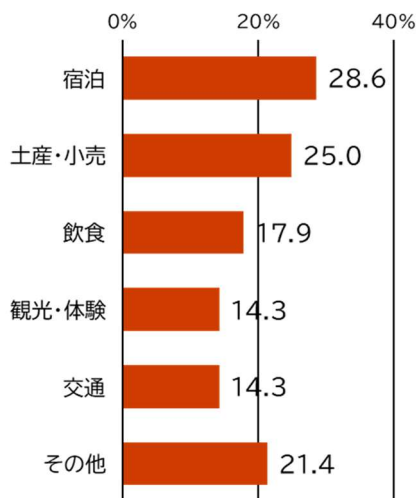
▼調査期間:令和6年10月17日(木)～令和6年11月15日(金)

▼調査方法:WEB及び紙面によるヒアリング調査

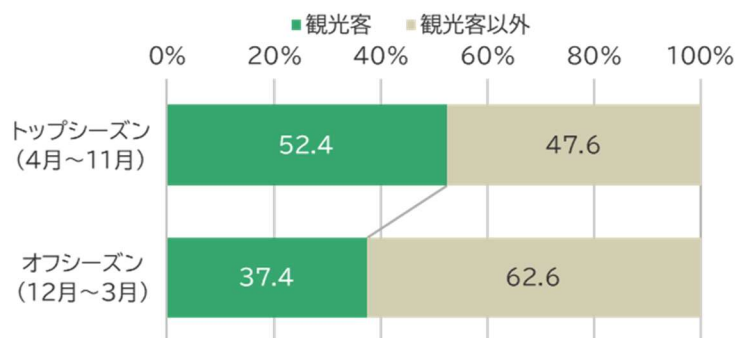
○ヒアリング結果

① 回答者属性

【業種】



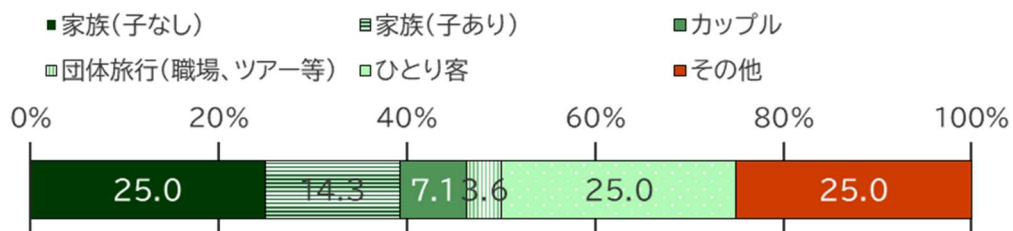
【シーズン別観光客の割合】



	時期	割合
観光客がメインの事業者	トップシーズン	82.8%
	オフシーズン	59.7%
観光客がメインでない事業者	トップシーズン	13.0%
	オフシーズン	8.5%

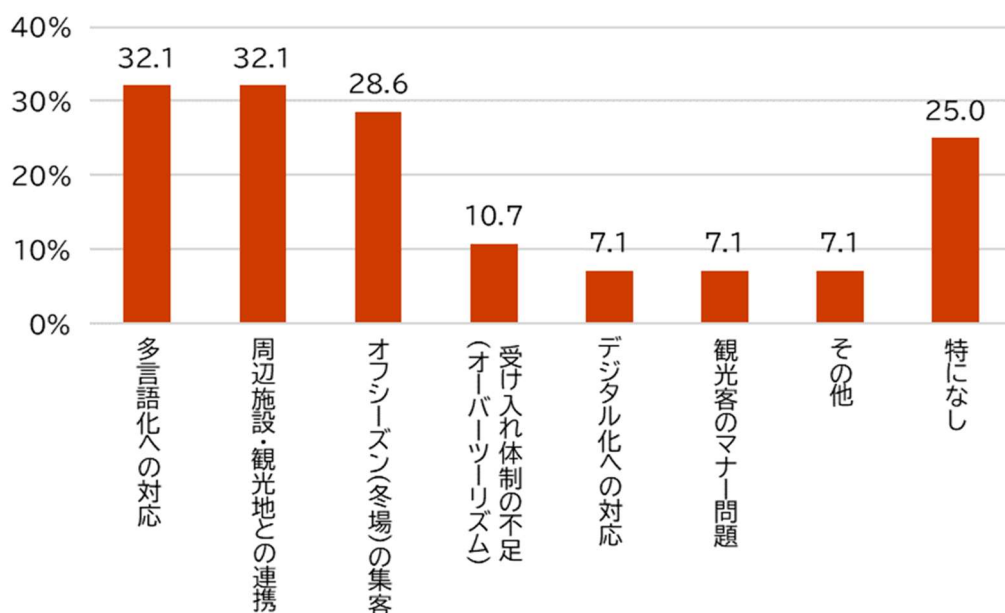
※観光客がメインの事業者:トップシーズンの観光客割合が全体の平均以上
 ※観光客がメインでない事業者:トップシーズンの観光客割合が全体の平均以下

【主要な来訪客】



② 観光に関する課題と対応策

観光に関する課題については、多言語化への対応と周辺施設・観光地との連携の32.1%、オフシーズン(冬場)の集客の28.6%となっている。



また課題に対する具体的な対応策について、以下にまとめています。多言語化への対応については、翻訳アプリで対応や多言語メニューの準備を行うなど、コミュニケーションを補助するツールの活用や開発といった対応がみられます。また周辺施設・観光地との連携では、観光客へ情報提供のための情報収集・発信などの対応が行われており、オフシーズンの集客では、季節ごとのコンテンツ作成や気象情報の発信などが行われています。受け入れ体制の不足については、他社に協力して対応されており、事業者同士の連携によって観光客の分散が行われています。

項目	課題に対する対応策
多言語化への対応	<ul style="list-style-type: none"> ●翻訳アプリで対応 ●多言語メニューの準備
周辺施設・観光地との連携	<ul style="list-style-type: none"> ●周辺の飲食店と温泉施設の紹介 ●観光処のバリアフリー関連情報収集
オフシーズン(冬場)の集客	<ul style="list-style-type: none"> ●季節に合った商材の提供 ●SNS で道路の凍結や気温などの状況を発信
受入れ体制の不足	<ul style="list-style-type: none"> ●他社に協力してもらう
その他(町の施設について)	<ul style="list-style-type: none"> ●町に温浴施設がなく、1日の宿泊者数を限定している

③ 高森町の観光振興について

高森町の観光振興については、観光における町の強みと弱み、観光においてチャンスとなること・なりそうなこと、観光を脅かす恐れのある外部の出来事や環境の変化の4つについて尋ねた。尋ねた4項目のうち、高森町の強み(Strong)と弱み(Weakness)を内部環境、チャンスとなりそうなこと(Opportunity)、脅かす外部の出来事や変化(Threat)を外部環境としてSWOT分析を行った。

●【高森町の観光における町の強み】

項目	強み
自然・環境	自然豊か/水、水源/阿蘇の景色/夕日美しい/町全体が静かでのどか
ブランド力	阿蘇ということで知名度が高い/奥阿蘇のブランド力
アクセス	自転車でも徒歩でも一回りできる町の規模/観光スポットに近い/阿蘇・高千穂、熊本市内などほかの観光地にもアクセスしやすい
食	飲食店が豊富/多少の大人数でも入れる店がある/食べ物がおいしい/郷土料理(あか牛や高森田楽)
観光地	高森駅/夏の避暑地でもある湧水トンネル/パワースポット・史跡が多い/マンガの町/駅周辺に観光スポットが多い/海外にも知られている聖地巡礼スポットがある/南阿蘇の陸橋、立野の新阿蘇大橋/ワンピース号

●【高森町の観光における町の弱み】

項目	弱み
気候	冬に寒い/雪による交通の規制
アクセス	アクセスが悪い/駅前に施設が集中
食	食事場所の不足/駅周辺の食事場所の不足
観光地	遊び場がない/観光スポットがない/観光客を歩かせるための目的となる店や環境が少ない/高森町独自のブランド性がない/阿蘇の知名度を有効活用できていない
サイン	お店を案内する統一的なサインが少ない/駅周辺に散策用の案内図が少ない/多言語の表示が少ない
買い物施設	買い物等を含める立ち寄り場所が劇的に少ない
温浴施設	温泉がない(冬場の集客に影響)/立ち寄り湯がない

●【高森町の観光においてチャンスとなること・なりそうなこと】

項目	チャンスとなること・なりそうなこと
自然・環境	桜やブルーベリーなど、樹木(自然植物) /夏が涼しい/阿蘇の自然/豊かな自然と農産物/駅からの風景/そそがわ神社の水
マンガ	コアミックスのマンガ/熊本歌劇団
土地活用	町内に多くなった空き地
TSMC の進出	TSMC の進出
町内の施設	月廻り温泉があったこと/高森駅/上色見熊野座神社
飲食	飲食店が多い/観光者の飲食ファストフード受入体制

●【高森町の観光を脅かす恐れのある外部の出来事や環境の変化】

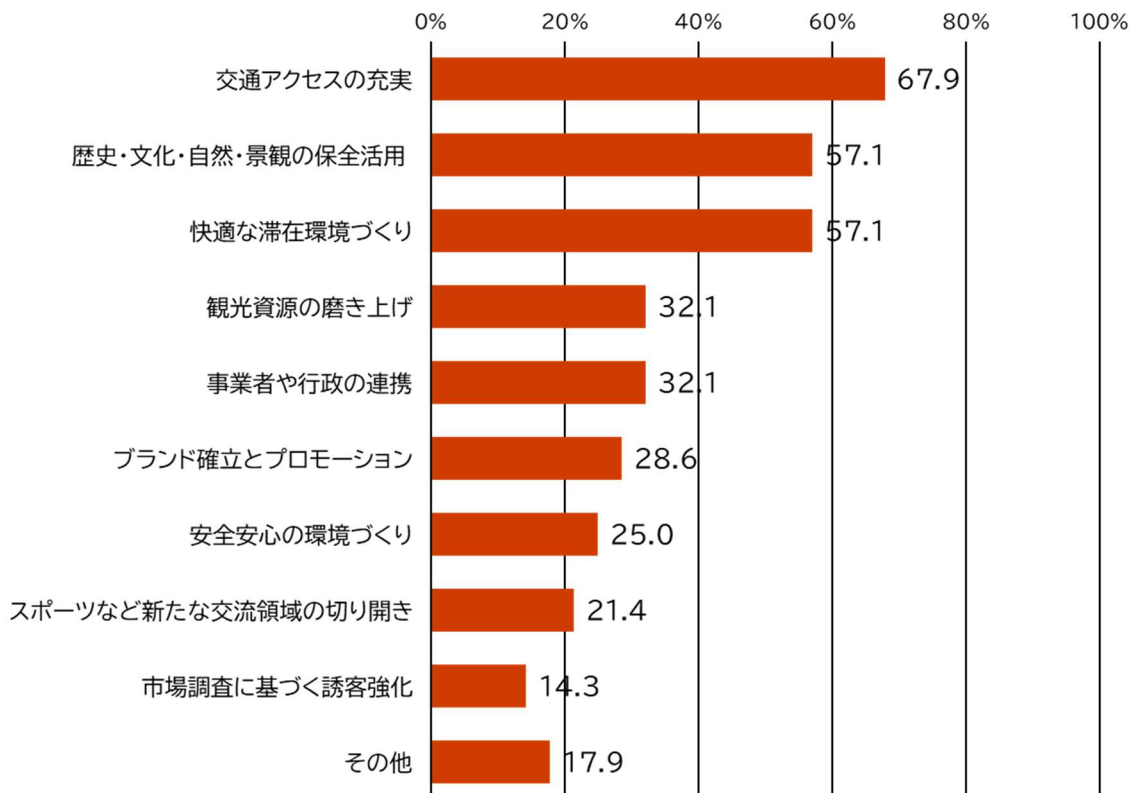
項目	観光を脅かす恐れのある外部の出来事
人口	後継者がいなくて、多くの店舗がなくなる/過疎の進行で町の元気がなくなる
環境	太陽光パネル等で景観が損なわれつつある/巨大太陽光発電施設により全国的にマイナスな知名度が広がっていること/発電施設劣化後の水質汚染の可能性
外国人	外国人のマナー/観光客への対応の遅れ
企業	近隣自治体との総合的な事業/海外企業の進出

高森町の観光振興について尋ねた 4 項目を、「強み」が、「機会」や「脅威」に対してどのように力を発揮できるのか、また、高森町の「弱み」をどのように「機会」を使って克服し、あるいは「脅威」を回避するのか検討する「クロス SWOT 分析」を用いて、課題や方策を検討した。

		内部環境	
		強み	弱み
外部環境	機会	強み × 機会 (強みを機会に活かし成長する) ・ 高森駅周辺の再開発を生かし、駅周辺の観光拠点化の強化を図る ・ 豊かな自然や地域の農産物と観光業との連携強化 ・ 文化資源や観光インフラの強化	弱み × 機会 (弱みを補強して機会を活かす対策) ・ マンガなどのコンテンツによるオフシーズンの集客 ・ 食事・買い物・温泉等の立ち寄り場所が少ないが、増えてきた空き地を生かして、施設を作る
	脅威	強み × 脅威 (強みによって脅威を避ける・機会として活かす) ・ 豊かな自然と奥阿蘇のブランド力でイメージ向上 ・ マンガなどの新たなコンテンツによる集客の強化	弱み × 脅威 (弱みを理解し、脅威を避ける・影響を抑える) ・ 過疎の進行等に伴って後継者不足が起こり、立ち寄り場所不足がより深刻化する ・ 景観が損なわれることによってブランド力が低下する

④ 今後の高森町の観光まちづくりで重要だと思う取り組み

今後重要だと思う取り組みについてみると、交通アクセスの充実が最も多く67.9%、次いで歴史・文化・自然・景観の保全活用と快適な滞在環境づくりの57.1%、観光資源の磨き上げと事業者や行政の連携が32.1%となっている。



⑤ 季節ごとに魅力的だと思うこと

季節ごとに魅力的だと思うことについてみると、春はサクラミチや千本桜が挙げられ、他にも自然に関する意見が多く挙げられた。夏は湧水トンネルや避暑地としての存在など、気候に関する意見が挙げられた。秋は自然・環境や登山などについての意見が多く挙げられた。また夏と秋はトップシーズン(4月～11月)ということもあり、共通して開催されているイベントも挙げられた。冬は雪景色やウィンタースポーツについての意見が挙げられた。

春		夏	
桜	サクラミチ/千本桜(整備後) /阿蘇のミヤマキリシマ/高森 峠の桜/色見の桜	トンネル	湧水トンネル等で水を使った イベント/七夕飾り/涼みど ころ
その他の自然	お花畑/山菜/春の山野草等 の花/木々の緑/早苗田と水 鏡/野焼き風景	気候	避暑地としての存在/比較的 涼しい
その他	過ごしやすい気候/外ででき るアクティビティ/新酒/スポ ーツ・文化合宿	自然・環境	ブルーベリー観光農園/星/ 蛍/ハナシノブ
		イベント	風鎮祭/例大祭/スポーツ・文 化合宿
冬		秋	
雪	ウィンタースポーツ/雪や霜 柱を見ながらの草原散歩/雪 を知らない国の人への誘致 /雪が降っても遊べる施設/ 五岳の雪化粧	自然・環境	きれいな紅葉/秋の農作物/ 棚田/大イチョウ/稲穂/南阿 蘇鉄道からの線路、両サイ ドのススキの景観/ソバの花
田楽	田楽	山	秋の山野草/根子岳/トレッキ ングルート/登山客が多い
その他	クリスマスの湧水トンネル/ス ポーツ・文化合宿	イベント	スポーツ・文化合宿/収穫等 の体験型イベント/クラフトフ ェア/気候が良かったため、自動 車やバイクのミーティング、 交通安全パレード各種イベン トの開催

第3章. 前回計画の進捗状況

前回計画の目標指標および進捗状況について、以下に一覧としてまとめています。特に、観光客数等については、新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって実績値が大きく落ち込んでいる点に留意が必要です。また、このような社会情勢を踏まえ、町独自に観光事業所を含む商工事業所に対する支援を以下の通り実施しました。

○令和2～4年度の新型コロナウイルス対策事業(抜粋)

- ・休業事業所補助金交付事業
- ・商工会費0事業
- ・デリバリー支援事業
- ・持続化給付金申請サポート事業
- ・高森型事業所コロナ感染防止事業
- ・近隣自治体と連携した誘客キャンペーン事業
- ・テイクアウト支援事業
- ・事業所継続補助金交付事業
- ・熊本吹奏楽大演奏会 in 高森等イベント事業

●目標1 選ばれる！新たな観光地・観光資源の創出形成

○主な実施内容

- ・南阿蘇鉄道の全線復旧と鉄道事業再構築事業の実施
- ・高森駅周辺再開発
- ・JR豊肥線接続強化
- ・「阿蘇山都道路」「阿蘇高千穂道路」を構想路線へ位置付け
- ・高森湧水トンネル近くの新駅設置と公園リニューアル検討
- ・「車中避難可能な場所」の選定・設置
- ・自然を活用し、滞在して楽しむトレッキングツアー・サイクリングコースの造成、PR
- ・電動キックボードレンタルを開始

○目標指標

指標名		2019年	2022年	2024年
日帰客数	目標値		1,000,000人	1,200,000人
	実績値	793,320人	555,217人	762,725人 ^{※1}
宿泊客数 ^{※2}	目標値		80,000人	100,000人
	実績値	55,363人	未調査	未調査
高森駅周辺の再開発の実施	目標		実施済	実施済
	実績	未実施	実施中	実施済
管内における南阿蘇鉄道新駅の設置	目標		設置済	設置済
	実績	未設置	未実施	未実施
新広域道路交通計画及び重要物流動路・補完路への指定	目標		指定	指定
	実績	未指定	指定	指定

※1 2023年の数値

※2 宿泊客数については、令和元年より県が調査を行っていないため、それに準じて調査していない

●目標2 地域団体・観光事業者等との連携強化及び組織の充実

○主な実施内容

- ・観光協会と一般社団法人TAKAraMORIとの統合推進による観光事業者の連携強化
- ・一般社団法人「高森観光推進機構」の設立
- 【高森観光推進機構による実施事業】
- ・地元特産品の販売
- ・旅行商品の造成
- ・宿泊クーポン、駅弁等新たな観光ツールの造成
- ・電動キックボード、駅前マップ等公益性の高い観光周遊ツールの造成
- ・受託によるガイド
- ・ふるさと納税返礼品の造成
- ・町施策イベントの受託 等

○目標指標

指標名		2019年4月	2023年3月	2025年3月
収益性を持った観光関連団体の組織化数	目標値		1	1
	実績値	0	1	1
収益性を持った地域団体の組織化数	目標値		1	1
	実績値	0	1	1

●目標3 官民連携の人材育成

○主な実施内容

- ・観光事業者や観光コーディネーター向け「おもてなし」セミナー等の勉強会の開催
- ・観光客とつなぎ役を行う町民による観光コーディネーター登録制度の開始
- ・高森町観光コーディネーター養成講座の実施
- ・観光業の発展のため地域おこし協力隊を募集・育成

○目標指標

指標名		2019年4月	2023年3月	2025年3月
観光コーディネーター数	目標値		40	50
	実績値	2	27	38

●目標4 景観の保存とリンクする新たな取り組み

○主な実施内容

- ・「日本で最も美しい村連合」ブランドの活用
- ・南小国町と連携し「日本で最も美しい村連合阿蘇支部」における観光誘客イベントを実施
- ・九十九曲がりを走るサイクリングコースの造成
- ・草原維持活動を実践
 - ※阿蘇郡市7市町村の登録推進母体「阿蘇郡市世界文化遺産登録推進協議会」としての取り組み
- ・老朽危険空き家の解体撤去事業の実施
- ・高森町景観条例に基づいた景観保全要領(ガイドライン)の策定
- ・「高森町景観条例」の認知・理解に向けた広報活動の実施

○目標指標

指標名		2019年4月	2022年3月	2024年3月
「日本で最も美しい村」連合への加盟更新	目標値		1	2
	実績値	1(5年目)	1	1※
九十九曲がり利活用イベント実施	目標値		2	2
	実績値	1	2	2
景観保全要領(ガイドライン)の策定	目標		策定済	策定済
	実績	未策定	策定済	策定済
新たな排水池の整備(前原地区)	目標		整備済	整備済
	実績	未整備	整備済	整備済

※コロナ影響により更新年が2025年になったため

●目標5 国際観光の振興

○主な実施内容

- ・民間の受入れ体制を支援する外国人旅行者受入基盤整備事業補助金を新設
- ・駅や観光スポット等、町の主要観光施設への多言語案内表示等の設置

○目標指標

指標名		2019年4月	2023年3月	2025年3月
外国人観光客数	目標値		30,000人	33,000人
	実績値	24,543人	5,844人	69,461人※1
多言語観光案内が可能な観光施設数	目標値		3か所以上	5か所以上
	実績値	0	11か所	14か所

※1 2023年の数値

●目標6 観光旅行者・来町者の利便性向上

○主な実施内容

- ・受け入れ環境整備を促進する観光施設整備事業補助金制度の新設
- ・高森町観光客安全対策整備事業補助金交付要綱の実施による受け入れ環境整備

○目標指標

指標名		2019年4月	2023年3月	2025年3月
観光施設に「満足したと感じた」観光客の割合	目標値	/	90%	90%
	実績値	89.3%	未測定	97%
高森駅を拠点とした長距離バスダイヤの設定（2次交通強化）	目標値	/	2路線	2路線
	実績値	0路線	0路線	2路線

●目標7 観光旅行者・来町者の安全確保

○主な実施内容

- ・災害等の発生状況に関する緊急情報をオープンデータと連携
- ・たかもりポイントチャンネルや公式SNS等を活用した来町者への情報提供の実施

○目標指標

指標名		2019年4月	2023年3月	2025年3月
オープンデータの活用による町内の避難場所・施設の公表	目標値	/	実施済	実施済
	実績値	未実施	実施済	実施済

●目標8 町民への理解促進と広報宣伝

○主な実施内容

- ・たかもりポイントチャンネルや公式SNS等を活用したわかりやすい情報発信
- ・高森観光推進機構ホームページの運営

○目標指標

指標名		2019年4月	2022年3月	2025年3月
TPCでの町観光イベント等の放送回数	目標値	/	毎週1回	毎週1回
	実績値	月2回程度	月2回程度	月2回程度
WEBサイト及びSNSでの情報発信回数	目標値	/	週2回以上	週2回以上
	実績値	イベント時適宜	週2回以上 ※高森観光推進機構Instagramによる発信	週2回以上 ※高森観光推進機構Instagramによる発信

第4章. 観光立町推進計画

1.計画の基本理念と基本目標

(1)計画の基本理念と基本目標

●基本理念

観光旅行者・移住・定住・民間企業に選ばれる町づくりを目指す。

●基本目標

「効果的・集中的投資」を実施し、
観光立町を実現するための町づくりを行う。

(2)基本目標と8つの個別目標

「基本理念」に沿って、基本目標を達成するために、以下の8つの目標を設定します。

観光立町を実現するための町づくり

目標1 選ばれる！新たな観光地・観光資源の創出作成

目標2 地域団体・観光事業者等との連携強化及び組織の充実

目標3 官民連携の人材育成(観光全般)

目標4 景観の保全とリンクする新たな取り組み

目標5 国際観光の振興

目標6 観光旅行者・来町者の利便性向上

目標7 観光旅行者・来町者の安全確保

目標8 町民への理解促進と広報宣伝

2.個別目標に対する基本施策

目標1.選ばれる！新たな観光地・観光資源の創出形成

○めざす町の姿

- 通過型観光から滞在型観光に転換が進み、滞在客が増えています。
- エンタメと観光が連携し、新たな観光資源として定着しています。
- 町内農林畜産物を用いた特産品が開発され、知名度が向上しています。

観光振興の意義として、町内消費の増加や交流人口・関係人口の増加による消費額、移住者の増加などが挙げられます。アンケート調査結果では、町内を周遊する観光客の観光は6割、飲食は3割となっており、ショッピングや宿泊は他市町村が多くなっています。

観光客の滞在時間を延ばし、消費額を増加させるため、選ばれる観光まちづくりを推進します。

また、町では、熊本県立高森高校のマンガ学科をはじめとした「エンタメ業界と連携したまちづくり事業」を推進しており、これを観光施策と連動させていくことで、新たな観光資源として活用を進めていきます。

加えて、ショッピングの機会を増やしていくためには、今後特産品の開発を進め、地域製品の購入機会を増やしていくことが必要です。

○目標指標

指標名	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和11年度)
観光入込客数	773,043人 ^{※1}	100万人
南阿蘇鉄道輸送人員	201,975人 ^{※2}	27万人
加工品(特産品)の開発及び販路獲得数	2品目	4品目
エンタメ業界と連携した観光誘客事業数	2事業	5事業
アンケート調査における町内観光施設の平均訪問数	1.6カ所	3カ所

※1 観光入込客数の現状値は令和5年の数値

※2 南阿蘇鉄道輸送人員の現状値は令和5年度の数値

○基本施策

基本施策1:「南鉄通常ダイヤ」と「JR豊肥線乗り入れダイヤ」の公共交通を軸とした利便性を追求するまちづくり

南阿蘇鉄道高森駅からJR豊肥本線肥後大津駅まで直接乗入れにより、都市圏アクセス時間が短縮されます。これにより観光客の利便性が向上するとともに、可処分時間が増えることで滞在可能時間を増やすことができます。また、住民の通勤・通学、通院などの利便性が向上するとともに、都市部の子育て世代の移住・定住、民間企業の進出が期待できる環境が整います。これらのメリットを最大限に活用するため、南阿蘇鉄道と連携し、観光路線の強化と観光素材との連携を図るとともに、エンターテインメント業界とも連携して下記取り組みを推進し、本町ならではの観光誘客活動に取り組んでいきます。

[具体的な取り組み]

南阿蘇鉄道JR豊肥本線接続の更なる強化
住民目線に立った公共交通政策の創出
高森観光推進機構による関係人口拡大とにぎわい創出
県立高森高校通学支援をフックにした通学生の「第2・第3の故郷づくり」

基本施策2:南阿蘇鉄道高森駅周辺の観光等拠点化の強化

高森町は阿蘇くじゅう国立公園観光圏整備計画の「住んでよし、訪れてよし」と連携した、観光と生活が一体となった駅周辺の開発を目指します。また、駅周辺の防災拠点の周辺として観光防災の視点も視野に入れ、来訪者の安全を確保します。そのためこれらの計画にリンクさせ国策と連携することで高森駅周辺の再開発の総仕上げと観光等拠点化の強化を図ります。

[具体的な取り組み]

高森推進機構による高森駅前の賑わい創出
高森町防災計画及び高森町国土強靱化計画等と新高森駅のリンク

基本施策3:春・夏・秋・冬の全シーズンに「人が集う新高森駅」の実現

阿蘇圏域の観光は、トップシーズンとオフシーズンがあり、年間を通して訪れてもらえるような仕組みづくりが必要です。そのため、住民や民間企業発案のイベントの実施やマルシェ、カフェ運営、フリーマーケット、キッチンカー配置など年間を通して楽しめるような企画を実施することで、駅を通じた関係人口を創出します。

[具体的な取り組み]

住民、イベンター、企業が企画提案するイベントの実施
カフェ、キッチンカー、マルシェ等による新高森駅を通じた関係人口の創出
新高森駅、交流施設を活用したにぎわいの創出

基本施策4:新たな観光旅行の分野の開拓・普及等による選ばれる町づくり

近年、観光の形態が多様化しており、「着地型観光」や「マイクロツーリズム」など新たな観光のかたちが開拓されています。これらの観光旅行に合わせた施策や情報発信を近年の傾向に合わせて実施し、観光で選ばれる町を目指します。

[具体的な取り組み]

観光ビッグデータを活用したプロモーション事業の実施
産学官で連携したインバウンド施策の実施
中心市街地活性化計画を基にした活性化施策の実施

基本施策5:エンタメ業界と連携した観光の推進

高森町では、「くまもと国際漫画CAMPin阿蘇高森」の開催など、漫画クリエイターの育成・交流をはじめとしたエンタメ業界の人材育成拠点の形成による地域振興を行っています。熊本県立高森高校では、公立高校では全国初となるマンガ学科を新設し、全国から漫画家やエンタメ業界での夢にチャレンジする生徒を受け入れています。これらをフックとして観光にも波及させ、新たな観光資源の開発を行っています。

[具体的な取り組み]

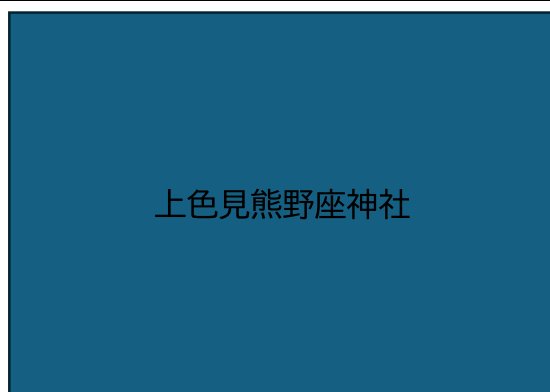
エンタメ業界と連携したインバウンド誘致の強化
高森在住漫画家を活用した観光誘客事業の実施
高森高校マンガ学科卒業生と連携したプロモーション等の実施

基本施策6:町内農林畜産物を用いた特産品の開発と販路開拓

観光において地域の特産品やお土産等を購入していただくことは、観光客にとっては旅の思い出として満足度を高めるほか、特産品を通して観光客の家族や友人など周辺の人々へ町の魅力を広める機会となります。また町にとっては町内消費額を高め、地域経済の発展に寄与します。町内農林畜産物を用いた特産品の開発や販路の開拓を進めていくことによって、商品を通じた魅力の発信・浸透に努めます。

[具体的な取り組み]

高森町農林畜産物ブランド化協議会の立ち上げ
高森町農畜産物を活用し加工品を試験製造
県内外のイベント会場やショッピングモールにて試験製造した製品をテスト販売



(イラスト)

目標2. 地域団体・観光事業者等との連携強化及び組織の充実

○めざす町の姿

- 地域団体・観光事業者、町内キーパーソンの組織連携が進み、自主的な観光施策が実施されています。
- 観光団体が自主財源を確保し観光事業が組織的に行われています。

観光産業を活発にし、また持続可能なものにしていくためには、観光事業者が個々に自己努力をおこなっていただくだけでなく、その活動をサポートし、観光事業者をけん引する観光関連団体や地域団体が活発な活動を行うことで、町全体で観光産業を盛り上げていくことが重要です。

観光関連団体として、高森町では高森観光推進機構を立ち上げており、町と連携して事業を行うことにより、より効率的で強力な観光ビジネスの展開を図っています。

また、地域団体については、今後も積極的に支援を行い、組織やその活動の充実に向けた支援を実施していきます。

○目標指標

指標名	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和11年度)
企画観光プラン立案数	3	10

○基本施策

基本施策1: 高森観光推進機構・商工会・南鉄・民間団体・地域振興支援員との連携強化

地域経済全体の活性化において、関係者同士の連携を深めることは非常に重要な役割を果たします。連携強化により、地域の持続的な発展に大きく貢献するとともに、人手不足や後継者不足などの課題に対する対応の検討を行います。

[具体的な取り組み]

関係団体間での新連携事業の実施
高森観光推進機構への観光振興支援員(集落支援員)の配置

基本施策2: 地域団体等の組織の充実

町全体で観光産業を活性化させていくためには、主たるイベントを実行する実行委員会などの組織や、通年で活動を行う任意団体など、多様な組織が存在していることが必要不可欠です。これらの組織が持続的に活動でき、将来に渡って観光産業の振興に貢献できるよう、その活動を支援します。

[具体的な取り組み]

地域コミュニティー活動推進事業の継続による地域団体の支援

基本施策3:近隣自治体との連携の強化

高森町へ観光に訪れる来訪者は、阿蘇市や南阿蘇村など、近隣自治体へ同時に訪問する割合も高くなっています。阿蘇圏域をはじめ、これらの自治体と連携を強化し、広域的な観光の発展に努めます。また、南阿蘇鉄道や、沿線自治体と連携し、観光路線の強化と沿線の観光素材との連携を図ります。

[具体的な取り組み]

阿蘇地域振興デザインセンターと連携した事業の推進
南阿蘇鉄道沿線観光 PR 協議会を活用した事業の推進
天草・高森横軸連携実行委員会を活用した事業の推進

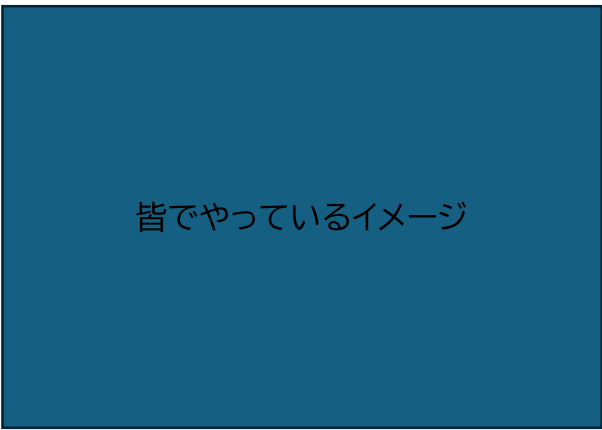
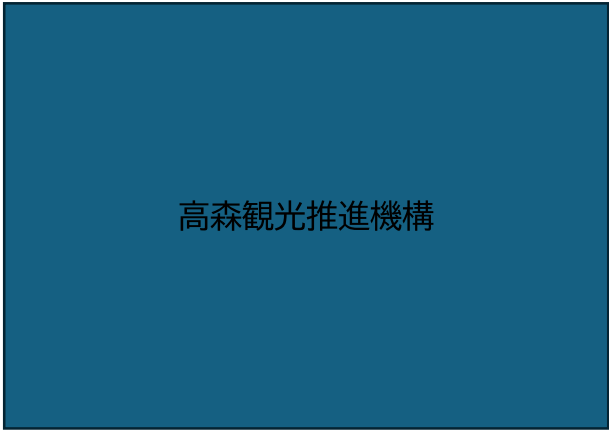
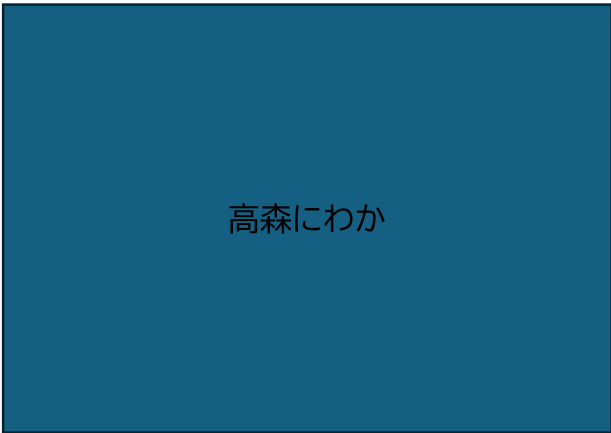
基本施策4:商工会等と連携した将来へつなぐ持続可能なイベント事業の展開

イベント事業を持続的に実施していくことは、地域の魅力やブランド価値を高め、新たな観光客の増加やリピーターの増加にもつながります。町内の商工会等と連携し、既存のイベント事業について継続的な支援を行います。

[具体的な取り組み]

令和版風鎮祭事業の実施

(イラスト)



目標3. 官民連携の人材育成

○めざす町の姿

●飲食店、宿、ツーリズム関係者などがおもてなしに関する勉強を重ね、来訪者を温かく迎えています。

観光客が、訪問先で満足感を得る大きな要因となるのが、現地の人から受けるサービスの質やコミュニケーションにあります。アンケートにおいて町への再訪意向は高い傾向ですが、より多くの方にリピーターとして来ていただき、高森町のファンになってもらうためにも、地元の方への「おもてなし」に関する日々の意識付けは重要です。そのため、観光事業者だけでなく、観光コーディネーター等を活用した「おもてなし」研修会等を実施し、人材育成を行います。

また、歴史や自然散策、町歩き等のガイドを育成し、観光客のニーズに対応します。

加えて、町が行うイベント等を中心に活動する地域おこし協力隊の受入・育成を行い、将来の観光人材に育てます。

○目標指標

指標名	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和11年度)
観光コーディネーターと連携した事業展開数	1	5
観光分野に携わる地域おこし協力隊数	4	5

○基本施策

基本施策1: 高森観光推進機構による観光専門人材育成の強化

観光専門人材育成の強化は、観光業の成長と発展において欠かせない要素です。町の玄関口となる高森駅の近隣に位置する高森観光推進機構において、専門知識と実務能力を持った人材が育成されることで、観光サービスの質の向上はもとより、町全体への観光案内機能の強化による経済波及など、さまざまなメリットが生まれます。観光業の多様化と技術革新に対応するためには、今後ますます専門的な知識とスキルを備えた人材の育成が重要となります。

[具体的な取り組み]

観光コーディネーターを活用した各種事業の支援
阿蘇地域観光リーダーの育成
観光振興支援員(集落支援員)の活用

基本施策2: イベント等を中心に活動する地域おこし協力隊等の受け入れ・育成の強化

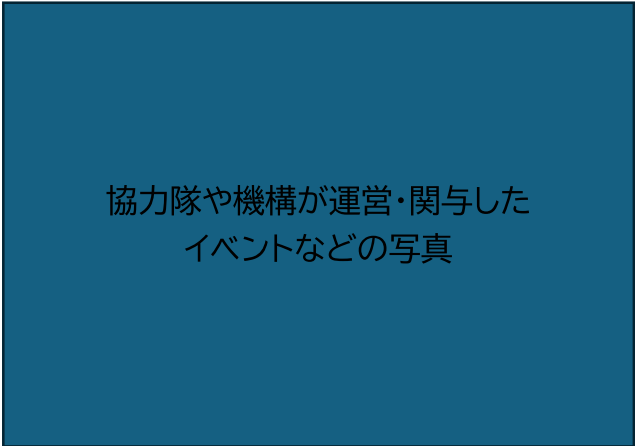
地域おこし協力隊は、都市地域から人口減少や高齢化等が進行する地域に移住して地域活性化などの仕事を行う制度で、観光分野においても重要な役割を果たしています。特にイベント等を中心に活動する人員を雇用・育成することで、地域資源を効果的に発信することができます。また、町の住民だけでは生まれにくい新しい視点や価値観を提供し、住民と協力して地域づくりを進めることで、町の観光に新たな風を吹き込むことも期待されます。

[具体的な取り組み]

地域おこし協力隊を募集し、観光業の発展のために育成



地域おこし協力隊



協力隊や機構が運営・関与した
イベントなどの写真

目標4. 景観の保存とリンクする新たな取り組み

○めざす町の姿

- 「日本で最も美しい村連合」のコンセプトに基づき、将来にわたって美しい地域づくりが行われています。
- 阿蘇くじゅう国立公園地域への矜持により、美しい景観が保たれています。
- 町民の誰もが自然景観の大切さや保存の意義を認識しています。

良好な景観は、そこに暮らす人々の愛郷心を深めるとともに誇りを与えるだけではなく、町を訪れる人々を魅了し、交流が促進されることで賑わいと活気を生み出す要素ともなります。また美しい自然や風景は旅の大きな目的の一つとなり、観光客の満足度、再来訪意向などに大きく貢献します。

これらの観光資源を保存し、将来に渡って美しい景観を保存・継承していくため、以下の取り組みを進めます。

○目標指標

指標名	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和11年度)
「日本で最も美しい村」連合への加盟更新	1	2
九十九曲がりお花見広場景観維持 (テングス病対策:桜植替え)	0本	100本
「阿蘇の文化的景観保存計画 高森町版」の作成	未作成	作成

○基本施策

基本施策1:「日本で最も美しい村」に関するイベント、広報活動の実施

高森町では、失ったら二度と取り戻せない日本の農村漁村の景観・文化を守りつつ、自立を目指す運動「日本で最も美しい村連合」に参加しています。

また、高森町は南小国町と日本で初めての支部となる日本で最も美しい村阿蘇支部を設立しました。両町では周遊観光を促し、交流人口、関係人口を増やす取り組みを行っています。今後もこれらのイベント等を積極的に実施しながら、広報活動によって取り組みを周知し、町民の自然環境の保存への関心・理解を深めていきます。

[具体的な取り組み]

日本で最も美しい村連合阿蘇支部事業の更なる充実(南小国町連携事業)
花のあるまちづくり事業の継続による自然環境保存の支援

基本施策2:阿蘇世界文化遺産登録推進協議会と連携した世界文化遺産登録への取組の推進

現在、熊本県と阿蘇郡市7市町村による「阿蘇世界文化遺産登録推進協議会」において、阿蘇の草原の世界文化遺産登録の取り組みを推進しています。2017年には「阿蘇の文化的景観」として国指定の重要文化的景観に選定されており、高森町でも「阿蘇の文化的景観保存計画 高森町版」を作成し景観の保存に努め、引き続き阿蘇地域で連携し世界遺産登録を目指します。

基本施策3:九十九曲がり千本桜に蔓延する「テングス病」への対策検討

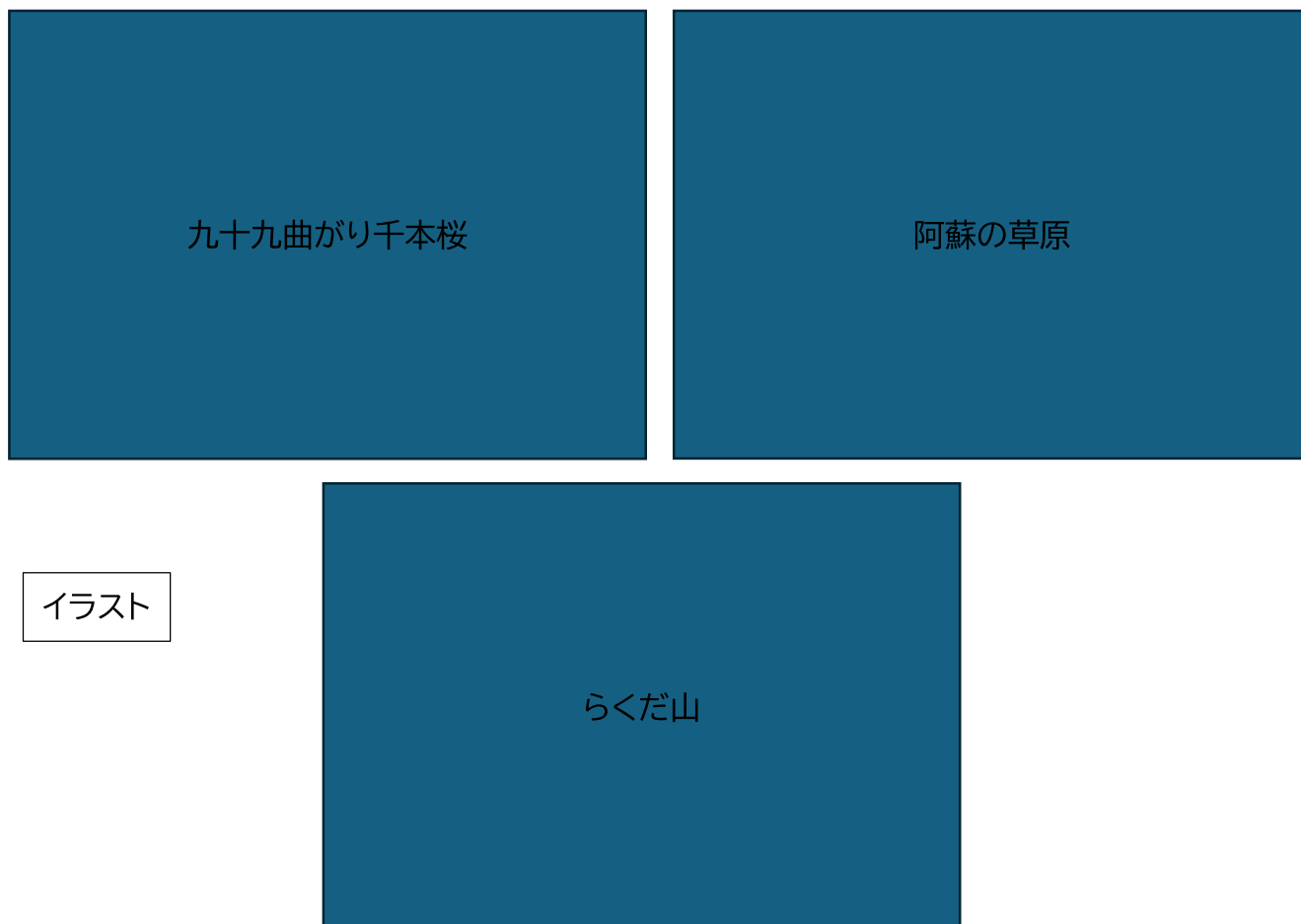
現在、「九十九曲がり」は観光スポットとしての利活用が検討されている一方、「テングス病」が蔓延しているという課題もあります。寄附金や桜オーナー制度の活用により、蔓延している病気の対策を検討します。

[具体的な取り組み]

九十九曲がり千本桜の整備
春・夏・秋・冬 of 全シーズン対応型の植栽の充実

基本施策4:高森町景観保全ガイドラインに基づいた景観保全の実施

四季を通じて美しい景観を提供できる植栽は、地域の魅力をより引き出し、住民や観光客にとっての心地よい環境を作り出します。全シーズン対応型の植栽を充実させることで、地域のアイデンティティ強化や、町の周遊性の強化に寄与します。



目標5. 国際観光の振興

○めざす町の姿

- 高森町を訪れる外国人が増加し、高森ファンとなっています。
- 町内事業者のインバウンド対応力が向上しています。
- 多言語案内表示等の整備が進み、外国人観光客がストレスなく観光できる環境が整っています。

熊本県の外国人延べ宿泊者数は新型コロナウイルス感染症の感染拡大前を上回っており、地方部では上位に位置しています(p9参照)。また、TSMCの工場開設や2025年開催の大阪万国博覧会などのイベントを契機としたインバウンド需要が今後も見込まれています。加えて、熊本県や阿蘇くじゅう観光圏整備計画においてもインバウンド需要の取り込みや受入れ体制の強化を掲げていることなど、県や阿蘇圏域にとっても国際観光の振興は重要な位置づけとなっています。

また、高森町へのアクセスは「阿蘇くまもと空港」や「JR熊本駅」を利用する観光客も見込まれ、それぞれレンタカーやバス移動、南阿蘇鉄道への乗換えなど外国人旅行客がスムーズに来町できるような取り組みを検討します。

○目標指標

指標名	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和11年度)
多言語観光案内が可能な観光施設数	14か所	30か所
外国人観光客数	69,461(令和5年)	100,000

○基本施策

基本施策1:外国人観光客受け入れ体制整備の推進

令和3年度に外国人旅行者受入基盤整備事業補助金を改正し、町内の事業所にポケットークを設置する等、多言語観光案内が可能な観光施設は増加しています。今後はスムーズに来町できる仕組みのインフラ整備等、総合的に受け入れ体制整備を推進し、観光業におけるインバウンド体制をさらに成長させます。

[具体的な取り組み]

高森町外国人受入基盤整備事業
観光案内事業(高森観光推進機構)

基本施策2:町内看板等における多言語化対応の推進

本町では令和5年度、外国人観光客増加及び南阿蘇鉄道全線開通に伴い、駅前散策マップの英語版を作成しています。今後も観光客のニーズに合わせて、町内看板等を多言語化することにより、より多くの訪日外国人客が快適に過ごせる環境を整えます。

[具体的な取り組み]

観光案内版の多言語化への更新
多言語対応可能な案内マップの造成、増刷

目標 6. 観光旅行者・来町者の利便性向上

○めざす町の姿

- 高森駅を中心に交通網が見直され、町内観光における交通利便性が向上しています。
- ユニバーサルデザインを意識した環境整備によって、誰もが使いやすく楽しめる観光スポットが増えています。

高森町は、空港も比較的近く、鉄道や道路網などの交通インフラが整備され、観光客がアクセスしやすい環境が整っています。熊本地震によって一部区間で不通となっていた南阿蘇鉄道についても、令和5年には高森駅の新駅舎が完成し、全線復旧したことでアクセス機能も回復しています。また、アンケート調査の結果から、高森駅は交通の拠点としてだけでなく、観光の目的地としても利用されています。今後、アクセス拠点となっている高森駅を中心とした交通網の整備を行うことで、交通利便性をさらに向上させます。また同時に、ユニバーサルデザインを意識した環境整備等によって、利便性の高い観光地を目指します。

○目標指標

指標名	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和11年度)
高森駅を拠点とした長距離バスダイヤの維持(2次交通強化)	2路線	2路線
2次交通手段の充実	3手段	4手段

○基本施策

基本施策1:新高森駅を中心とする新交通アクセス計画策定と交通デジタル化の検討

高森駅は、町内アクセスの中心的な役割を担っており、駅から周辺地域へのアクセス性を高めることは、町内への経済波及効果を高めることにつながります。新交通アクセス計画策定と交通デジタル化の検討を行い、本町の交通利便性の向上を図ります。

[具体的な取り組み]

交通デジタル化の検討・推進

基本施策2:町内観光スポットの「受け入れ環境整備のための事業」の実施

本町では令和4年度、町内観光スポットの受け入れ環境整備の促進を図るため、「高森町観光客安全対策整備事業補助金交付要綱」を実施しています。引き続き案内板の設置や駐車場整備など、受け入れ環境整備のための事業を推進し、観光客の快適な観光に寄与します。

[具体的な取り組み]

2次交通手段の充実、増加
受入環境整備のための事業の実施

基本施策3:高齢者、障がい者、配慮を要する観光旅行者に対応した整備事業の実施

国においても、今後増加する高齢者等の旅行需要を喚起するために、誰もが気兼ねなく参加できる旅行(ユニバーサルツーリズム)を普及・推進しています。これらの観光旅行者に対応した観光施設等のバリアフリー化を進めることで、誰もが安心して観光できる町づくりを目指します。

レンタサイクル

ライドシェア

トロッコ列車

目標 7. 観光旅行者・来町者の安全確保

○めざす町の姿

- 観光客は誰でも、避難場所へのアクセス向上により、迅速に避難することができます。
- 観光客は誰でも、自然災害や火災等の際に、安全性を確保するための正しい、的確な情報を入手することができます。

近年の自然災害の頻発化、激甚化によって、災害対策は日々の生活の中で重要性を増しています。観光分野においても、外国人も含めた観光客が、滞在中に災害等が起きた際に正しく身を守れる観光防災の視点が重要となっています。災害等が発生した際に、偶然町内に滞在していた観光客が的確に必要な情報を入手でき、迅速に避難できるよう、情報提供体制や避難場所の整備に努めます。

○目標指標

指標名	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和11年度)
外国人向けに災害情報提供アプリの更新及びWEB版との連携	1	2
避難場所の拡充	25	27

○基本施策

基本施策1:新高森駅・公民館等を活用した避難場所の拡充

新高森駅は観光アクセスの中心地として、多くの観光客が訪れることに加え、各ハザードマップのエリア外となっており、避難及び情報発信の場として適切な施設です。また、町内全域に広がる面的な避難施設として公民館等は重要な施設となっています。これらの施設機能の拡充によって、災害時に必要な支援機能を備え、観光客の安全を確保します。

[具体的な取り組み]

新高森駅の町防災計画とのリンク

基本施策2:災害等の発生状況に関する情報提供の充実

災害時の的確な情報提供は、観光客に迅速な避難を促し、人的被害の減少につながります。本町では、令和3年度に防災無線のデジタル化を実施、また公式SNSに避難所開設情報等を掲載するなどの取り組みを行っています。今後もこれらの取り組みの継続・拡充によって、被災した観光客に素早く正確な情報が届き、また観光客自身が正しく情報を検索できるよう取り組みを推進します。

[具体的な取り組み]

インバウンドに向けた防災情報配信及びWEB版防災マップ作成

目標8. 町民への理解促進と広報宣伝

○めざす町の姿

- 観光施策や行事、イベントについて、様々なツールを用いた情報共有が行われています。
- 町民一人一人が、観光に関する情報の発信者として、広報や宣伝を行っています。
- SNS等による情報発信が、観光客とのコミュニケーションの機会としても機能しています。

高森町では、町ホームページや、TPC(ケーブルテレビ)、ソーシャルメディア、ポスター、イベントなどを通じて地域の歴史や文化、自然環境、観光スポットなど、地域の魅力等の広報宣伝を行っています。町の観光施策や行事・イベントなどについて、分かりやすく伝えることにより、町全体で情報を共有し、町民一人一人が発信者として紹介・宣伝することができます。

また近年、観光とSNSの連携は必要不可欠になっており、アンケート調査では、施設の認知経路としてSNSを上げた観光客が3割以上となっています。観光客のさらなる誘致のために、町民や事業者のSNS活用を推進し、情報発信力を強化するとともに、観光客とのコミュニケーションの機会として活用できるよう取り組みを進めます。

○目標指標

指標名	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和11年度)
TPCでの行事予定や町観光イベント等の周知回数	毎週1回	継続
WEBサイト及びSNSでの情報発信回数	週2回以上	継続

○基本施策

基本施策1:ケーブルテレビによる「わかりやすい広報」を拡充

本町ではTPC(ケーブルテレビ)で、町の観光施策や行事・イベントなどについて、町全体で情報を共有しています。TPCによる広報をよりわかりやすく発信することで、町民の観光施策への理解の促進に努めます。

[具体的な取り組み]

TPCやHP、公式SNS、観光機構HPなどを活用してわかりやすい情報発信を実施

基本施策2:現在までのTPC映像を完全にアーカイブ化

TPCではこれまで様々な町内観光に関する情報発信を実施してきました。これらの映像をアーカイブ化することにより、これまでに蓄積してきた情報資産を有効活用していきます。

[具体的な取り組み]

TPC映像アーカイブ事業

基本施策3:高森観光推進機構と連携したSNSを活用した広報宣伝の充実

SNSを用いた情報発信は、若年層を中心とした利用者に対しての宣伝だけでなく、双方向のコミュニケーションによるアプローチも可能です。高森観光推進機構と連携し、SNSを活用した広報宣伝を行っていきます。

[具体的な取り組み]

TPCやHP、公式SNS、観光機構HPなどを活用してわかりやすい情報発信を実施(再掲)

観光機構 HP

TPC の観光関連映像の場面

観光パンフレット等の写真

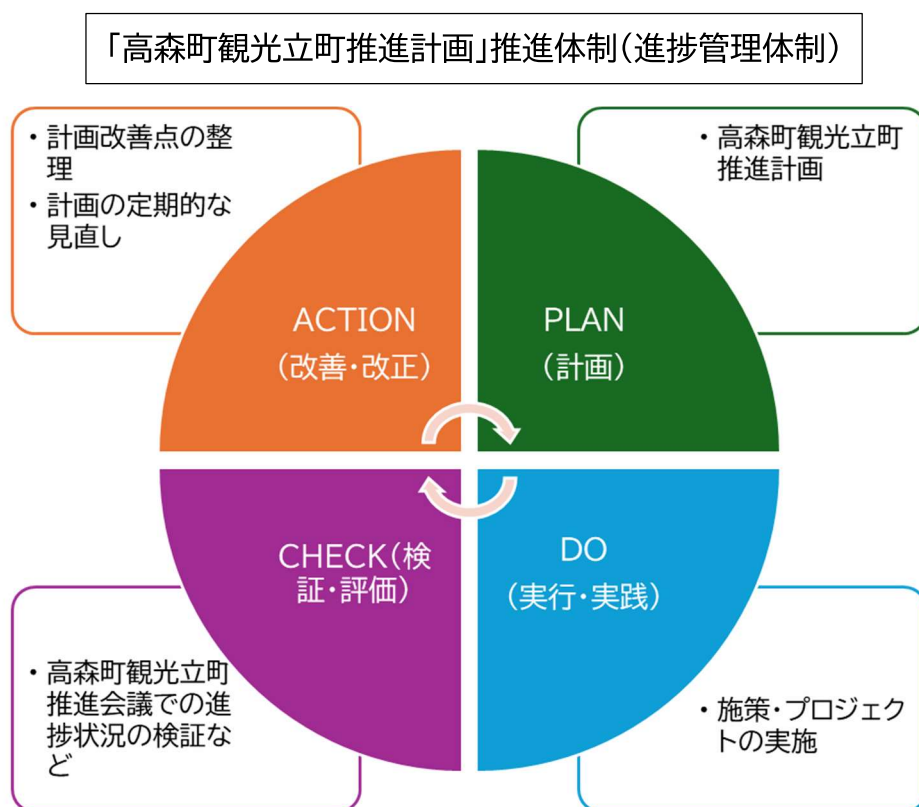
第5章. 計画の推進体制

1.「高森町観光立町推進計画」の推進体制

観光により本町のまちづくりを進めるためには、町民、観光事業者、観光関連団体、行政などが共同で取り組む体制づくりが必要です。

本計画において、町全体で共有し、高森町全体が一体となった施策の実施に努めます。

あわせて、計画を実行し、評価し、改善するPDCAサイクルに沿った進捗管理が必要であり、この役割を計画策定にかかわった「高森町観光立町推進会議」が実施します。



2. 取り組みを進めていく主体に期待される役割

(1) 町民

町民ひとりひとりが、高森町の自然、歴史、文化、食・食文化等地域資源について、再認識し、それらに対して誇りと愛着を持ち、地域の魅力を自分たちで作り上げるという気持ちを持ち続けることが重要です。

本町に来訪する人々を温かく迎え入れる「おもてなし」の気持ちが、本町の活性化につながるという意識をもって、観光振興を図ります。

(2) 観光事業者

宿泊施設や観光施設、物産館、飲食店、交通事業者などの観光事業者は、観光客と接することが多いことから、接客対応の能力、知識などを含め「おもてなし力」の向上に努め、質の高いサービスの提供に努めます。

(3) 観光関連団体

高森町観光推進機構、高森町商工会などは、高森町の観光地域づくりを担ううえで大きな役割を持ちます。組織・体制の充実、効率化を図り、観光関連団体の連携を強化するとともに、広報・プロモーション活動やイベントの開催等により、高森町の経済活性化に努めます。

(4) 行政(高森町)

町民や観光事業者、観光関連団体が観光事業を行うにあたって、その活動がスムーズに行えるように環境の整備など、積極的に支援を行います。

また、町民や観光事業者、観光関連団体との情報共有に努め、町全体の力が発揮できるような仕組みづくりを推進します。

資料編

・高森町観光立町計画推進基本条例

平成25年6月26日
条例第21号

第1章 総則（第1条—第7条）

第2章 基本的施策

第1節 競争力の高い選ばれる観光地の形成（第8条—第10条）

第2節 観光事業の競争力の強化と人材の育成（第11条—第13条）

第3節 観光旅行の促進のための環境の整備（第14条—第18条）

第3章 高森町観光立町推進会議（第19条—第23条）

第4章 雑則（第24条）

附則

私たちが住む高森町は、世界最大級のカルデラ地形と阿蘇五岳の一つである根子岳が形成する雄大な自然景観をはじめ、巨木や神社などのパワースポット、高森田楽や醸造文化など、景観、歴史、食に関する多くの観光資源に恵まれている。過疎化、高齢化が急速に進む本町において、観光は、若者が安心して暮らすことができる雇用を確保し、町内外の交流拡大等による地域を活性化させる役割が期待されている。

一方、観光旅行者の需要の高度化、観光旅行の形態の多様化や観光地間での競争の激化など、本町における観光を取り巻く現状は厳しく、町内への観光旅行者数は伸び悩んでいる。

このような状況を打開するためには、本町の恵まれた観光資源を活用した施策を「選択と集中」により効果的に実施するとともに、観光業、商業、農林業などの業種を超えて町民が一体となって観光振興に取り組む必要がある。

また、こうした取組みは、本町の観光地としての価値をより一層高めるだけではなく、私たち一人ひとりが、自らが住む町の優れた資源を再認識することにつながり、地域への誇りと愛着を一層向上させるものと確信する。

私たちは、一人ひとりが力を合わせて、子どもたちが住み続けることができる、豊かで活力ある高森町を実現しなければならない。

ここに、その使命を強く自覚し、観光立町の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、この条例を制定する。

第1章 総則

（目的）

第1条 この条例は、観光立町の実現に関する施策に関し、基本理念を定め、並びに町の責務及び町民の役割等を明らかにするとともに、観光立町の実現に関する施策の基本となる事項を定めることにより、観光立町に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、子どもたちが住み続けることができる豊かで活力ある高森町の実現に寄与することを目的とする。

（基本理念）

第2条 観光立町の実現に関する施策は、次に掲げる事項を基本理念として行われなければならない。

- (1) 観光旅行者に選ばれるまちづくりのため、観光立町の実現に効果的な施策を選択し、資源を集中的に投入すること。
- (2) 観光資源の多くが大自然の恩恵によるものであることにかんがみ、資源の保全などの取組みと併せて、観光立町が持続可能なものとなるよう配慮すること。
- (3) 観光産業が地域経済のあらゆる分野に効果をもたらす総合産業であるとの認識の下に、産業の分野を超えて町民が一体となって楽しみながらまちづくりを進めること。

（町の責務）

第3条 町は、前条に規定する基本理念にのっとり、町民と連携協力して観光立町の実現に関する施策を総合的に策定し、及び実施しなければならない。

- 2 町は、前項の施策を実施するに当たっては、その効果的な実施を図るため国及び他の地方公共団体との連携協力を努めるものとする。

（町民の役割）

第4条 町民は、第2条に規定する基本理念にのっとり、観光立町の意義に対する理解を深めるとともに、町が実施する観光立町の実現に関する施策に協力するよう努めるものとする。

（財政上の措置）

第5条 町は、観光立町の実現に関する施策を実施するために必要な財政上の措置を講じなければならない。

(年次報告)

第6条 町長は、毎年、観光立町の実現に関して講じた施策の実施状況について、議会に報告しなければならない。

(観光立町推進計画)

第7条 町長は、観光立町の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、高森町観光立町推進計画（以下「推進計画」という。）を策定しなければならない。

2 推進計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。

(1) 観光立町の実現に関する施策についての基本的な方針

(2) 観光立町の実現に関する目標

(3) 観光立町の実現に関し、町が総合的かつ計画的に講ずべき措置

3 町長は、推進計画を定めようとするときは、町民の意見を反映させるために必要な措置を講ずるとともに、第19条に規定する高森町観光立町推進会議の意見を聴かなければならない。

4 町長は、推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

5 町長は、毎年、推進計画の実施状況について、第19条に規定する高森町観光立町推進会議に報告しなければならない。

6 第3項及び第4項の規定は、推進計画の変更について準用する。

第2章 基本的施策

第1節 競争力の高い選ばれる観光地の形成

(選ばれる観光地の形成)

第8条 町は、競争力の高い選ばれる観光地の形成を図るため、次に掲げる事項について、重点的に施策を講ずるものとする。

(1) 魅力ある食文化の形成

(2) 湧水、景観及び史跡を活用した観光拠点の整備

(3) 観光旅行者との交流及び地域特産物の販売のための施設整備

(新たな観光旅行の分野の開拓)

第9条 町は、新たな観光旅行の分野の開拓を図るため、自然体験活動、農林水産業に関する体験活動等を目的とする観光旅行、健康の増進、癒しを目的とする観光旅行その他多様な観光旅行の形態の普及等に必要な施策を講ずるものとする。

(景観の保全)

第10条 町は、本町の優れた観光資源である景観の保全を図るため、屋外広告物に関する制限等に必要な施策を講ずるものとする。

第2節 観光事業の競争力の強化と人材の育成

(観光事業者等による取組みの促進)

第11条 町は、観光に関する事業を営む者（以下「観光事業者」という。）その他の関係者による観光立町の実現に向けた取組みを促進するため、観光事業者等の連携の推進、観光事業者等による組織作り、当該組織の効果的な運営等に必要な施策を講ずるものとする。

(接遇の向上)

第12条 町は、観光旅行者に対する接遇の向上を図るため、接遇に関する教育の機会の提供、観光資源の紹介の強化等に必要な施策を講ずるものとする。

(人材の育成)

第13条 町は、観光立町の実現に寄与する多様な人材の育成を図るため、観光に関する事業に従事する者その他の関係者の知識及び能力の向上等に必要な施策を講ずるものとする。

第3節 観光旅行の促進のための環境の整備

(広報宣伝活動)

第14条 町は、多様な目的を有する観光旅行者の来訪の促進を図るため、情報通信技術を活用した観光に関する広報宣伝活動及び情報の提供等に必要な施策を講ずるものとする。

(国際観光の振興)

第15条 町は、外国人観光旅客の来訪の促進を図るため、海外の観光事業者等に対する情報の提供、外国語による観光案内設備の整備、外国人観光旅客の受入れ体制の整備等に必要な施策を講ずるものとする。

(利便性の増進)

第16条 町は、観光旅行者の利便性の増進を図るため、高齢者、障害者その他特に配慮を要する観光旅行者が円滑に利用できる旅行関連施設及び公共施設の整備並びにこれらの利便性の向上等に必要な施策を講ずるものとする。

(観光旅行の安全の確保)

第17条 町は、観光旅行の安全の確保を図るため、災害等の発生状況に関する情報の提供、観光旅行

における事故の発生の防止等に必要な施策を講ずるものとする。

(町民の理解を深めるための措置)

第18条 町は、観光立町の意義に対する町民の理解を深め、町民の観光立町に対する意識の高揚を図るため、町民に対する広報、情報提供等を行うものとする。

第3章 高森町観光立町推進会議

(推進会議の設置)

第19条 町長の諮問に応じ、観光立町の実現に関する重要事項について調査審議するため、高森町観光立町推進会議（以下「推進会議」という。）を置く。

2 推進会議は、前項に規定する事項に関し、町長に意見を述べることができる。

(組織等)

第20条 推進会議は、委員10人以内をもって組織する。

2 委員は、観光に関し識見を有する者のうちから町長が任命する。

3 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

4 委員は、再任されることができる。

(会長等)

第21条 推進会議に、会長及び副会長1人を置く。

2 会長及び副会長は、委員の互選によって定める。

3 会長は、会務を総理し、推進会議を代表する。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する。

(会議)

第22条 推進会議は、会長が招集し、会長がその議長となる。

2 推進会議は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 推進会議の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(庶務)

第23条 推進会議に関する庶務は、政策推進課において行う。

第4章 雑則

(雑則)

第24条 この条例に定めるもののほか、必要な事項は、町長が定める。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

「高森町観光立町推進計画」会議等開催経過

内容・日時	詳細
第1回 高森町観光立町計画推進会議 令和6年7月23日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ・計画策定に関する概要説明 ・来訪者アンケート及び事業者ヒアリングの実施について
来訪者アンケート実施 令和6年8月3日(土)～8月4日(日)	・対面で実施、高森町に訪れる観光客の観光実態、高森町観光施設の評価を施策へ反映
事業者ヒアリング実施 令和6年10月17日(木)～11月15日(金)	・WEB及び紙面により実施、事業所が抱える現状の課題や今後必要だと考える取り組みを収集
第2回 高森町観光立町計画推進会議 令和6年10月24日(木)	・骨子案の説明、来場者調査結果の説明
第3回 高森町観光立町計画推進会議 令和7年1月8日(水)	・素案の説明、事業者調査結果の説明
パブリックコメント 令和7年●月●日(●)～●月●日(●)	・パブリックコメントの実施
第4回 高森町観光立町計画推進会議 令和7年●月●日(●)	

「高森町観光立町計画推進会議」委員名簿

氏名	所属団体・役職等	備考
江藤 訓重	阿蘇地域振興デザインセンター 事務局長代行	会長
後藤 巖	高森町議会 総務文教常任委員長	副会長
久保 堯之	専門学校アイデアITカレッジ阿蘇 地域観光デザイン学科 学科長 尚綱大学 非常勤講師	
田上 清勝	阿蘇農業協同組合高森中央支所 支所長	
津留 恒誉	南阿蘇鉄道株式会社 社長	
甲斐 和子	高森町商工会 女性部長	
谷川 大樹	高森町商工会 青年部長	
染田 麻弓子	高森観光推進機構 事務局長	
芹口 孝直	高森町農林政策課 課長	

表紙及び計画内のイラスト協力:遊木哉吉、水ポテト