

「熊本デスティネーションキャンペーン2026」 令和6年度 実施報告

R7.3.24

熊本デスティネーションキャンペーン
実行委員会



令和6年度事業報告（目次）

1 会議の開催

（1）第1回総会

（2）第2回総会

2 事業の企画・推進

（1）誘客宣伝対策事業

① ロゴ・キャッチコピーの検討

② 全国宣伝販売促進会議の開催準備

（2）受入体制等整備事業

① 観光素材・着地型旅行商品の発掘・磨き上げ

② おもてなしと受入体制の整備

1 会議の開催

(1) 第1回総会

- ・ 開催日 令和7年1月22日（水）
- ・ 内 容 基本計画、令和6年度事業計画・
収支予算（案）について



(2) 第2回総会

- ・ 開催日 令和7年3月24日（月）
- ・ 内 容 令和6年度事業報告、令和7年度事業計画
・ 収支予算（案）について

2 事業の企画・推進 (1) 誘客宣伝対策事業

① キャッチコピー

もっと、もーっと！くまもっと。

現在、県観光で使用しているキャッチコピー「もっと、もーっと！くまもっと。」は、前回DC以来、様々な観光施策で活用し、本県観光のブランドコピーとして浸透しつつあることから、令和8年熊本DCにおいても、継続して活用する。

区分	旧	現
観光Webサイト	なごみ紀行くまもと	もっと、もーっと！くまもっと。
着地型旅行商品販売サイト	VISIT熊本県	くまもっと旅行社。
着地型旅行商品取扱者認定制度	-	くまもっと観光地域応援社。
県産品利用飲食店認定制度	-	くまもっとうまか応援店
グルメブランド	-	くまもっとグルメ
温泉ブランド	熊本ふるモーション課	くまもっと湯美人
観光MaaS	-	くまもっと観光MaaS
スポーツツーリズム	-	くまもっと旅スポ

2 事業の企画・推進 (1) 誘客宣伝対策事業

② ロゴ ※熊本デスティネーションキャンペーン2026プレキャンペーンロゴ



(参考)



- ・ 左に配置した大きな右上がりの矢印は「もっと、もーっと！」を感じさせ、縦長で斜体をかけた文字が動きのある印象と爽やかで且つ熱い印象を与えるデザイン
- ・ 色はくまモンカラーと同一の色（黒・赤）

※熊本デスティネーションキャンペーン2026ロゴはショルダーコピー「アツい、ワクワク、新体験」が変更になる可能性があります。

2 事業の企画・推進

(1) 誘客宣伝対策事業

③ 全国宣伝販売促進会議の開催準備

熊本DC開催の1年前の同時期（令和7年8月27日（水））に開催する全国宣伝販売促進会議（※全国の旅行会社・マスコミ等を集めた大規模商談会）について、企画・運営業務に係る受託業者を選定した。

会議内容や旅行会社等に配布する観光素材集の制作について、今後、受託業者と協議を行っていく。

また、全国宣伝販売促進会議後に実施する旅行会社向けエクスカージョンに向けて、コース案の設定等を行った。

[平成30年8月実施:前回の全国宣伝販売促進会議の様子]



2 事業の企画・推進 (2) 受入体制等整備事業

① 観光素材・着地型旅行商品の発掘・磨き上げ

市町村、各地域観光協会、各広域本部・地域振興局等に対して観光素材・着地型旅行商品調査を実施した。

今後、専門家（旅行会社等）を交えて各地域から提案されたアイデアを精査し、素材の選別、磨き上げを行っていく。

<観光素材・着地型旅行商品提案状況>

エリア	提案数
県北	143
阿蘇	160
県央	76
県南	106
天草	40
合計	525

② おもてなしと受入体制の整備

県内関係者の機運醸成・おもてなしの充実に向けて検討を行った。