

「熊本デスティネーションキャンペーン2026」 令和7年度 実施計画

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7年度事業計画（目次）

- 1 キャンペーン効果の最大化に向けて
- 2 令和7年度事業計画の概要
- 3 令和7年度事業計画における具体的取組み
 - (1) 誘客宣伝対策事業
 - (2) 受入体制整備事業

(参考) DC全体スケジュール

1 キャンペーン効果の最大化に向けて

熊本DCにおいては、熊本地震や令和2年7月豪雨から創造的復興に向かう熊本の姿を全国に発信するとともに、県内観光が抱える現状・課題を念頭に県内全域への誘客効果を最大化できるようキャンペーン活動を展開する。

観光を取り巻く現状と課題

- 人口減少と少子高齢化の進展
 - ・経済規模の縮小、人手不足の深刻化
 - リピーターの獲得による観光客数の安定的な確保、観光消費額の拡大
- 旅行形態や価値観の変容
 - ・個人旅行の比率の急上昇、新たなスポットの観光地化
 - ニーズを踏まえた魅力あるコンテンツの充実、効果的な情報発信
- デジタル化、DXの浸透
 - ・消費行動の変化、IT・デジタル化への対応の遅れ
 - デジタル化・DXの推進による旅行者の利便性向上

ようこそくまもと観光立県推進計画（2024年度－2027年度）（抜粋）

2 令和7年度事業計画の概要

(1) 誘客宣伝対策事業

① 観光素材の体系づけ

全国宣伝販売促進会議における観光素材の紹介については、熊本の特徴を生かした商品づくりに繋がるようテーマ別（歴史・文化／自然／食／アクティビティ／くまモン等）に整理し、発信する。

※各カテゴリに「くまもつと〇〇」のサブタイトルをつけるなどの、キャッチコピーを活かした展開を行う。

② 多様な手法による効果的なセールス・情報発信

熊本DCにおいては、旅行会社へのセールスやマスメディアを活用した広告、観光展示会への出展、イベント開催等に加え、漫画・アニメコンテンツIPとのコラボやSNSによる情報発信（専用HPの開設含）の拡充等、時代の変化に対応したプロモーション活動を展開していく。

2 令和7年度事業計画の概要

(2) 受入体制整備事業

① 観光素材の発掘・磨き上げ、着地型旅行商品の造成

令和6年度に観光素材調査において収集した観光素材や着地型旅行商品(525件)について、専門家(旅行会社等)も交え、素材・商品の選別、磨き上げを行う。

※選別イメージ

各地域から提出された素材・商品を、①DC特別素材(熊本DC用に熊本ならではの素材として商品化)、②既存素材(商品化を進めていく素材)、③観光情報素材(情報として九州・全国・国外に発信)に選別・磨き上げを行い、“くまもとならでは”の特別な体験の提供を目指す。

2 令和7年度事業計画の概要

(2) 受入体制整備事業

② おもてなしの向上

観光事業者等にPRツールを制作・配布し、受入側のおもてなし機運の醸成を図るとともに、各観光事業者によるDC期間中のおもてなしや関連イベントの実施体制を支援し、地域内の周遊促進、域内消費の向上に繋げる。

※おもてなしを行う団体・個人等の登録制度を整備し、県内全域での機運醸成を行う。

③ 周遊及び滞在の促進

定期観光バスや観光MaaSの導入、タビマエに加え、タビナカ・タビアトデジタルマーケティングの実施等、旅行者の利便性向上と周遊促進の双方の実現を目指す。

※既存路線の活用や2次交通アクセスの改善等により、JR沿線に限らない広域周遊を目指す。

3 令和7年度事業計画における具体的取組み

(1) 誘客宣伝対策事業

① 旅行会社向けプロモーション

- 1) 全国宣伝販売促進会議
- 2) エクスカーション
- 3) 観光素材集の制作
- 4) 各素材相談会でのセールス

② 誘客プロモーション

- 1) プレキャンペーンの実施
- 2) 熊本DC特設サイトの開設、公式SNSでの情報発信
- 3) 観光展示会でのPR

(2) 受入体制整備事業

- 1) 観光素材の発掘・磨き上げ、着地型旅行商品の造成
- 2) おもてなしの機運醸成に向けた取組み
- 3) 2次交通アクセス、DC特別列車等の交通網整備
- 4) デジタルツールの活用による県内周遊促進、観光消費額の拡大
- 5) くまモンを活用した観光素材・着地型旅行商品の情報発信

(1) 誘客宣伝対策事業

① 旅行会社向けプロモーション

1) 全国宣伝販売促進会議

全国から旅行会社、J Rグループ各社、雑誌社等を招き、観光素材や期間中のイベント、モデルコース等のプレゼンテーションを行い、熊本DCに向けて、旅行商品の造成・販売等、本県への集中的な送客を要請する。

【日 程】令和7年8月27日(水)

【場 所】ホテル日航熊本

【参加者数】県外：約400名、県内：約100名

【内 容】※イメージ

○県外参加者のお出迎え

- ・ J R熊本駅及び阿蘇くまもと空港でのお出迎え
- ・ D & S列車等を活用した試乗会、おもてなし

(1) 誘客宣伝対策事業

○全体会議

- ・主催者及び来賓挨拶
- ・観光プレゼンテーション
- ・郷土芸能等の熊本を印象付けるアトラクション

○観光・物産PRコーナー及び観光商談コーナー

- ・各地域のPRコーナーを設置し、パンフレット配布や試飲・試食等を実施
- ・観光商談コーナーを設置し、旅行会社へ各地域の観光素材や着地型旅行商品を売込み

○展示・実演・体験コーナー

- ・各地域の伝統芸能等の展示紹介や伝統工芸の実演、体験等

○歓迎レセプション

- ・県産の食材を使用した料理や焼酎、地酒等によるおもてなし
- ・郷土芸能披露等のアトラクションの実施
- ・屋台ブースによる各地域の「食」のPR

(1) 誘客宣伝対策事業

① 旅行会社向けプロモーション

1) エクスカーション

全国宣伝販売促進会議に参加した旅行会社、JRグループ関係者等に、各地域で発掘・磨き上げた観光素材や着地型旅行商品を実際に体験してもらうことで、旅行商品の造成に繋げるとともに、本県の観光の魅力をPRする。

【日 程】

令和7年8月28日(木)～29日(金)

【コース数】

1泊2日：5コース、日帰り：3コース

※1コースあたりの参加者20～30名を想定。

※1泊2日コースは地域毎の分かれての実施を想定。

(1) 誘客宣伝対策事業

① 旅行会社向けプロモーション

2) 観光素材集の制作

熊本の特徴を活かした商品づくりに繋がるようテーマ別（歴史・文化／自然／食／アクティビティ／くまモン等）やエリア別に整理した観光素材ガイドブックを制作する。

※熊本DC期間中の特別企画、モデルコース等も記載

3) 各素材相談会でのセールス

東京・大阪・福岡等、都市圏の大手旅行会社の商品造成部門を訪問し、熊本DCの周知と熊本DC専用旅行商品の造成に向けたセールスを行う。

また、各地の観光素材説明会に参加し、熊本DC特別企画等を紹介する。

(例) 九州観光機構主催の素材説明会

- ・令和7年8月20日 東京
- ・令和7年8月21日 大阪
- ・令和7年8月22日 福岡

(1) 誘客宣伝対策事業

② 誘客プロモーション

1) プレキャンペーンの実施

熊本DCの認知度向上・地元の機運醸成を図るとともに、2025年度上期（令和7年4月～9月）から本県への観光誘客を実現するため、JR九州をはじめ、関係者と協力してプレキャンペーンを展開する。

【実施期間】

令和7年4月～9月



【内 容】

■宣伝プロモーション

- ・専用パンフレット（約5万部、主にJR九州とJR西日本の主要駅で配布）
- ・B1、B3ポスター（約2,000枚、主にJR九州とJR西日本の駅等で掲出）
- ・デジタルサイネージ、専用ホームページ 等

■おトクなきっぷの造成、発売

- ・「くまもっとJR周遊きっぷ」・・・熊本県内のJR線が最大3日間乗り放題
- ・「くまもっとのりものきっぷ」・・・熊本県内の複数の鉄道が2日間乗り放題
- ・「くまもっとB&Sみやざききっぷ」・・・「B&Sみやざき」の割引きっぷ

■その他

※詳しくは3月24日（月）付のプレスリリース資料をご確認ください。

(1) 誘客宣伝対策事業

② 誘客プロモーション

2) 熊本DC特設サイトの開設、公式SNSでの情報発信

熊本DC特設サイトを開設し、観光スポットや体験コンテンツ、イベント情報等を発信する。また、熊本DC公式SNS（Instagram、X）においても観光素材やイベント情報等を随時発信するほか、利用者参加型のキャンペーンを実施することにより、タビマエにおける熊本への旅行マインドの醸成を図っていく。

[Instagram]



[X]



(1) 誘客宣伝対策事業

② 誘客プロモーション

3) 観光展示会でのPR

観光イベント等の様々な機会を捉えて、熊本DCのPRを行い、本県への誘客を促進する。

(例) 一般客が入場可能な観光展示会

・令和7年9月(名古屋)「ツーリズムEXPOジャパン」

主催：ツーリズムEXPOジャパン推進室

内容：観光ブースでのパンフレット配布等

・令和8年2月(福岡)「九州旅行博覧会～トラベラーズフェス2026」

主催：九州旅行博覧会事務局

内容：ステージでのPRや観光ブースでのパンフレット配布等

※連続テレビ小説「ばけばけ」をフックとしたプロモーション

2025年下期に放送予定の連続テレビ小説「ばけばけ」は、旧制第五高等中学校に赴任し熊本で3年を過ごした小泉八雲の妻・セツがヒロインのドラマであることから、小泉八雲にまつわる観光素材のプロモーションを行う。

(2) 受入体制整備事業

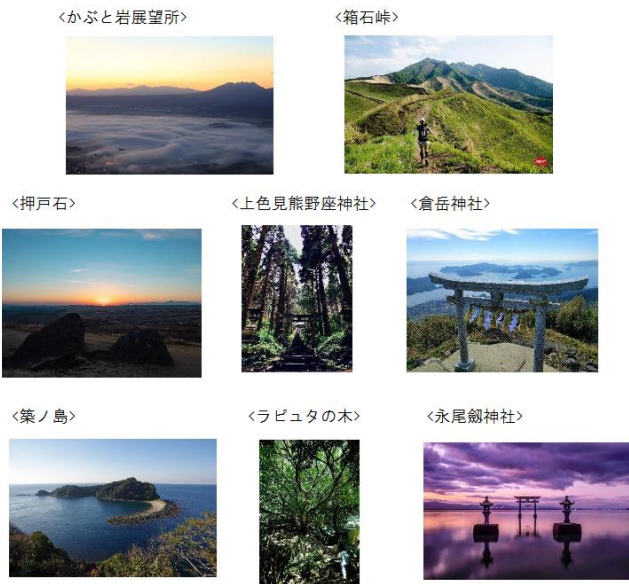
① 観光素材の発掘・磨き上げ、着地型旅行商品の造成

令和6年度に観光素材調査において収集した観光素材や着地型旅行商品（525件）について、専門家（旅行会社等）も交え、素材・商品の選別、磨き上げを行う。

※新たに発掘した観光素材や観光メニュー等が旅行会社の商品化に繋がるよう、旅行会社が直接見聞・体験できるエクスカージョン（全国宣伝販売促進会議）を実施。

※事務局に旅行会社からの派遣職員を受け入れ、各地域の支援体制を拡充。

[前回DC 観光素材例]



[くまもっと旅行社。]



(2) 受入体制整備事業

② おもてなしの機運醸成に向けた取組み

DC期間中におもてなしを行う団体・個人の登録制度を整備し、県内の観光情報の発信や訪れた観光客のおもてなしを行っていただくことで、誘客促進やリピーターの増加に繋げる。

【実施時期】 令和7年5月～令和8年9月

- ・ 団体・個人によるおもてなし宣言登録
- ・ 登録者への観光・イベント情報の提供による機運醸成
- ・ 登録者への広報媒体提供（店頭掲示シール等）
- ・ 登録者によるおもてなし情報の発信（SNSハッシュタグやHPによる発信等）

観光関係事業者同士の意見交換・情報共有に向けた会議を開催する。

【日程】 会 議：令和7年5月～6月ごろ

セミナー：令和7年度後半

【場所】 熊本県内各地

【内容】 会 議：熊本DCの概要説明および各事業者のおもてなし手法の共有

セミナー：県内一体でのおもてなし力向上のためのセミナー

(2) 受入体制整備事業

③ 2次交通アクセス・DC特別列車等の交通網整備

駅・空港等の交通結節点から各地を結ぶ交通手段や目的地周辺を周遊する定期観光バス、観光列車の特別運行等、2次交通網の整備を検討する。

(例)

- ・ 鉄道やバス等を組み合わせた周遊きっぷの設定
- ・ 観光MaaSの導入による多様な移動手段からなるシームレスな移動の提案
- ・ 定期観光バスの運行に向けた検討
- ・ 2次交通アクセスマップの作成
- ・ 廃止・運休中等の交通網の情報収集・DC期間中の運行に向けた検討
- ・ 「DCオープニング記念号」等、団体専用臨時列車の運行を含むツアー造成に向けたJRグループ、関係旅行会社との協議

(2) 受入体制整備事業

- ④ デジタルツールの活用による県内周遊促進、観光消費額の拡大
各種スマートフォンアプリを利用し、県内周遊を促進するとともに、
域内消費を高める取組みを実施する。

(例)

- ・ デジタルクーポン “旅するくまモンパスポート” の活用
- ・ J Rグループをはじめ、交通事業者と連携した情報発信
- ・ 「my route」等、MaaSアプリを活用した周遊促進



(2) 受入体制整備事業

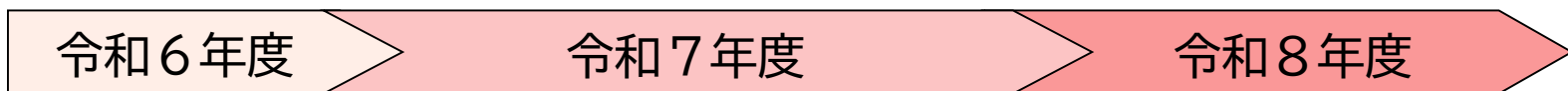
⑤ くまモンを活用した観光素材・着地型旅行商品の情報発信

県内のくまモンコンテンツや、くまモンの世界観を楽しむことができる着地型旅行商品等の造成・情報発信等を行い、くまモンの人気を観光誘客に結びつける。

(例)

- ・くまモンランド化構想の周知・浸透
- ・くまモンスクエア、くまモンポート八代等のくまモンスポットの発信
- ・くまモンランドオフィシャルツアー等、くまモン関連旅行商品の造成・販売

(参考) DC全体スケジュール



DC推進のための
組織・計画づくり

DC実施に向けた
具体的な創り込み

DC本番に向けた準備
キャンペーン実施

	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	
DC実行委員会 ※運営会議は随時開催	総会 ①・②	総会③ プレキャンペーン			総会④		本 キャン ペーン		総会⑤
基本計画 事業計画	基本計画 事業計画				R8 事業計画				
宣伝広告	宣伝資材 内容検討	宣伝資材 制作	ポスター 掲出	宣伝資材 内容検討	宣伝資材 制作	宣伝資材 制作	ポスター掲出 TV・雑誌掲載		
全国宣伝販売 促進会議	内容検討、関係機関協議 (会議・エクスカージョン)	★全国販促会議 エクスカージョン							
旅行会社・マスメ ディア対策		説明会・セールス	商品造成	フォローセールス	商品造成		雑誌掲載		
受入体制整備 素材磨き上げ	各地域 へ照会	観光素材・着地型磨き上げ 2次交通アクセス検討など			内容検証 ブラッシュアップ				