

# 第2期玉名市観光振興計画 「アクションプラン」改訂版



2026(令和8)年3月

玉名市産業経済部観光物産課

# 目次

|   |                                    |         |
|---|------------------------------------|---------|
| 1 | 第2期玉名市観光振興計画「アクションプラン」改訂に関する経緯について | ・ ・ ・ 3 |
| 2 | 「アクションプラン」計画の年度と今後の予定              | ・ ・ ・ 4 |
| 3 | 基本戦略について                           | ・ ・ ・ 4 |
| 4 | 5つの基本戦略と21アクションプラン                 | ・ ・ ・ 5 |
| 5 | 2027年を見据えたシナリオと、リスク回避のためのアクションプラン  | ・ ・ ・ 6 |
| 6 | アクションプラン概要                         | ・ ・ ・ 7 |

## 1 第2期玉名市観光振興計画「アクションプラン」改訂に関する経緯について

2012(平成25)年3月に第1期観光振興計画を策定して以来、観光関係者、市民、企業、行政に関わる「オール玉名」により観光振興を図り国内外観光客の誘致に取り組んできましたが、2020(令和2)年以降の新型コロナウイルス感染症の流行による人流の停滞により、本市の観光産業は非常に大きな痛手を被りました。

2023(令和5)年2月、コロナ禍を経て全国的に観光交流の再開とインバウンドの回復期であったこの年に、第2期玉名市観光振興計画を策定しました。同年の本市の観光入込客数は回復基調にありましたが、コロナ禍による観光産業からの離職と地域住民の高齢化が相まったことによる人手不足、急速に変化したニーズへの対応など、新しい課題への対応が求められるようになりました。そのような状況の中で策定した計画は、本市の観光まちづくりの共通理念・目標を踏まえた上での体系的な観光振興、人口減少社会における顧客との共創によるサービスのデザイン、政治・経済・感染症といったリスクへの対応を見据えた、新たな観光計画となっています。

この第2期玉名市観光振興計画において目標を実現するために具体的な行動を示した「アクションプラン」を策定3年目にあたる2025(令和7)年に社会情勢や観光ニーズの変化を鑑みて総点検・見直ししました。これにより、更なる観光振興を図り、玉名で暮らす人、働く人、訪れる人が幸せに、笑顔になるまちづくりを目指します。

## 2 「アクションプラン」計画の年度と今後の予定

アクションプラン改訂版の計画期間は、2026(令和8)年度～2027(令和9)年度の2か年とする。

2027(令和9)年度に「第3期玉名市観光振興計画」を策定予定。

計画予定期間：2028(令和10)年度～2032(令和14)年度の5年間

## 3 基本戦略について

基本戦略は以下の5つとする。

戦略1：玉名市の観光を支える人材の育成

戦略2：玉名市の観光特性に沿った商品開発

戦略3：国内外観光プロモーションの推進・強化

戦略4：観光受入基盤の整備

戦略5：観光推進体制の構築

## 4 5つの基本戦略と21アクションプラン

### 戦略1：玉名市の観光を支える人材の育成

- ① 教育機関と連携した観光人材の育成・確保（重点）
- ② 観光産業の従業員の確保・育成
- ③ 観光産業の経営人材のマネジメント力強化
- ④ ガイド育成・確保

### 戦略2：玉名市の観光特性に沿った商品開発

- ⑤ 着地型観光商品開発・販売の推進（重点）
- ⑥ 持続可能なツーリズムの推進（重点）
- ⑦ 玉名暮らしの観光商品開発
- ⑧ アウトドア・アドベンチャーツーリズムの商品開発
- ⑨ スポーツツーリズムの推進
- ⑩ ウェルネスツーリズムの推進
- ⑪ 市内イベントの最適化

### 戦略3：国内外観光プロモーションの推進・強化

- ⑫ インバウンドセールス強化（重点）
- ⑬ 国内観光セールス強化
- ⑭ デジタルマーケティング強化

### 戦略4：観光客受入基盤の整備

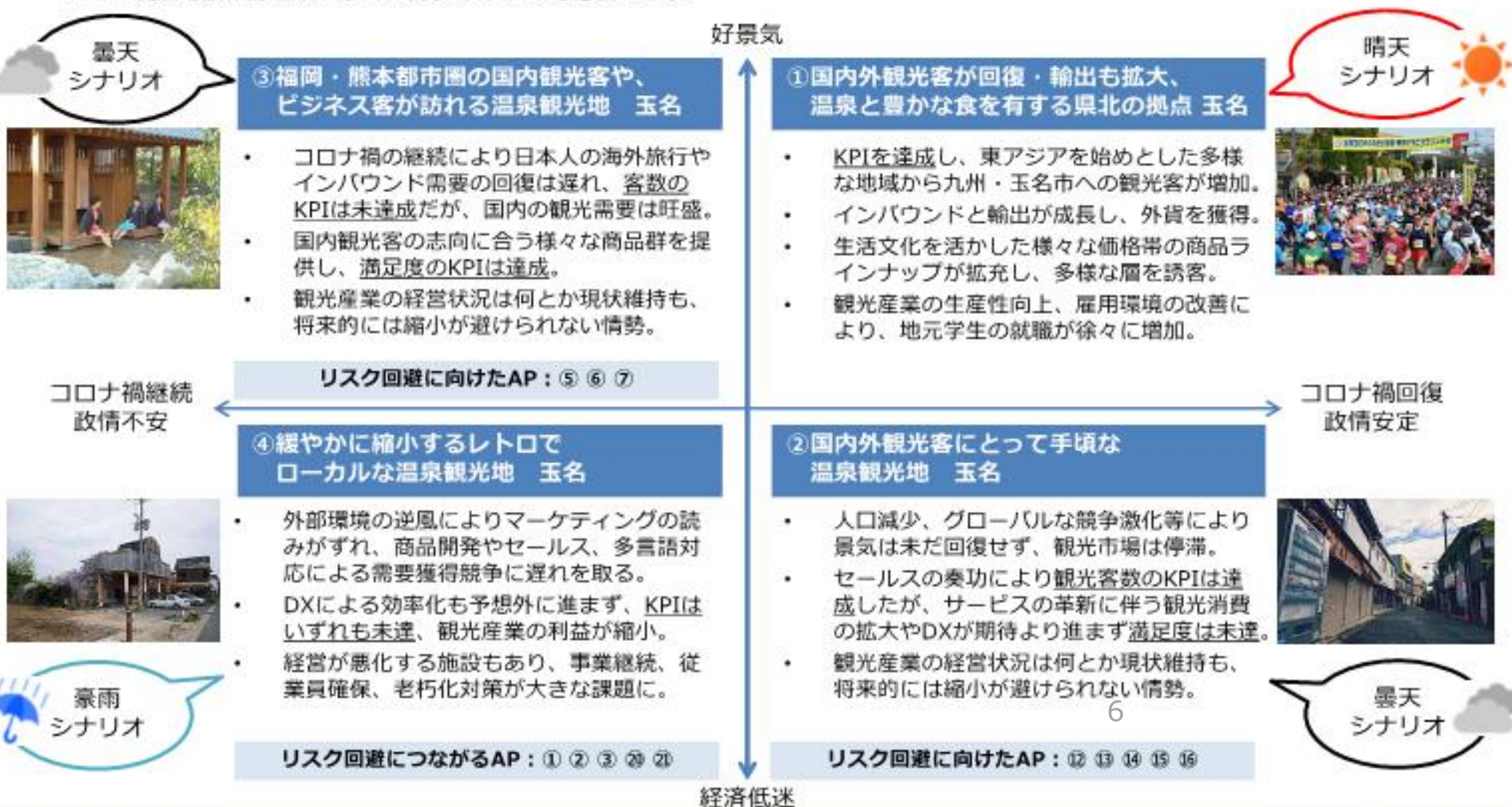
- ⑮ 観光産業のDX推進（重点）
- ⑯ 観光施設の多言語対応強化
- ⑰ 2次交通の利便性向上
- ⑱ 観光を支えるインフラ・施設の魅力向上
- ⑲ 観光リスクマネジメントの推進

### 戦略5：観光推進体制の構築

- ⑳ 玉名版DMOの構築（重点）
- ㉑ オール玉名での観光まちづくりの推進

## ■ 縮小する人口・地域経済を踏まえ、戦略の奏功、現状維持、予想外の縮小など、「複数のシナリオ」を想定

- SWOT分析では、玉名市観光の「弱み」や、外部環境の「脅威」といった逆風についての意見が多数出された。
- それらへ対処しながら、玉名市観光の差別化を図ることが可能な中核的な「強み」を発揮するために、攻めの視点・施策に加え、リスクマネジメントの視点を兼ね備えた、韌やかさを持つ計画にする必要がある。



## アクションプラン①：教育機関と連携した観光人材の育成・確保（重点）

### 背景

- ・ 「学習指導要領」の改訂が発表され、2022年度より高等学校（商業科）では「観光ビジネス」が教科に加えられた。
- ・ 就職先として観光産業が選ばれにくくなり、宿泊施設からは「非正社員の採用が難しくなった」との声が聞かれる。
- ・ 本市に高校が5校、大学が1校あることを活かし、地元学生における地域の観光産業の理解を促進する必要がある。

### アクションプラン概要

#### ●市内小・中学校、高校及び大学と連携した観光産業への就業促進

- ・ 高校での観光ビジネスの授業や大学と連携し、高校生に対する観光産業の職場体験、観光行政や企業の仕事説明の場や出前講座等、観光産業と教育機関が接する場づくりに取り組む。
- ・ 市内の小・中学校に対しても同様に、市内の温泉・農業・食加工等の観光関連産業の職場体験の場づくりを行う。

#### ●玉名型ツーリズム（教育）の推進

- ・ 金栗四三翁と関連がある小・中学校や高等学校・大学等を活用したオンライン授業を実施し、金栗四三翁の功績や金栗スピリットを学び、心身ともに豊かになれる「いだてんのまち玉名」のイメージを国内外に発信する。



金栗四三の調べ学習

#### ●観光産業へのインターン受け入れ、観光産業への就職支援

- ・ 都市圏の観光関係の教育機関に対するインターン及びイベントへの受け入れ等の情報発信を行い、本市の観光産業への就業を支援する。
- ・ 玉名市商工政策課やハローワーク、玉名商工会議所、商工会と連携し、学生の観光産業への就職促進の取り組みを支援する。

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- ・ 観光物産課
- ・ 文化課
- ・ 商工政策課

#### ●関連団体

- ・ （一社）玉名観光協会
- ・ ハローワーク玉名
- ・ 玉名商工会議所・玉名市商工会
- ・ 天水・草枕の里観光協議会
- ・ 菊池川流域日本遺産協議会
- ・ 玉名温泉観光旅館協同組合
- ・ 小田地区金栗四三ゆかりの地保存会
- ・ 玉名ブランド物産協会

#### ●民間事業者等

- ・ 市内外大学等教育機関
- ・ 市内高等学校
- ・ 市内小・中学校
- ・ 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）

## アクションプラン②：観光産業の従業員の確保・育成

### 背景

- ・ コロナ禍で観光産業、宿泊施設の従業員が減少した。その後、県民割や全国旅行支援で旅行需要が回復したが、従業員の数が戻らないことから、需要を受け止めきれず稼働を落としている施設が存在していた。しかし、2026年3月現在では宿泊施設からは従業員不足との意見はない。
- ・ 市内の観光施設の実態や課題に即した、従業員のスキルアップ、効率性の向上等の人材育成事業のニーズが増している。
- ・ 観光事業者や宿泊施設の従業員の観光素材について知識が不足しており、来訪者に対し玉名の魅力を十分に伝えきれていないことから、九州新幹線新玉名駅開業を契機として2010～2012年に実施されていた「玉名人検定」の復活を望む声がある。

### アクションプラン概要

#### ●観光産業の従業員の育成・学び直し支援

- ・ 観光マーケティングやおもてなし、AI、DXといったスキル向上のため、観光協会等が主体となり、学び直し（リカレント教育）やスキル習得の機会となる講座・勉強会を開催し、観光産業就業者への参加を促すことで、生産性向上を支援する。
- ・ 雇用の確保に向け、スキルシェア、時間シェア等のシェアリングエコノミーの普及や、外国人留学生の受け入れを支援する。
- ・ 観光産業就業者に対し、玉名の歴史や文化、その他の観光素材を学ぶ研修を開催することで、おもてなし体制を強化する。



おもてなし・接客研修

#### ●観光産業の労働環境改善

- ・ 宿泊施設の休館日設定、長時間労働・不規則な勤務形態の是正といった観光産業の働き方改革につながる取り組みなど、労働条件の改善による従業員の確保を支援する。

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- ・ 観光物産課
- ・ 商工政策課
- ・ 文化課

#### ●関連団体

- ・ （一社）玉名観光協会
- ・ 玉名商工会議所・玉名市商工会
- ・ 天水・草枕の里観光協議会
- ・ 玉名温泉観光旅館協同組合
- ・ ハローワーク玉名

#### ●民間事業者等

- ・ 市内外大学等教育機関
- ・ 市内高等学校
- ・ 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）
- ・ 農業関連事業者
- ・ 外国人留学生の受け入れ機関

## アクションプラン③：観光産業の経営人材のマネジメント力強化

### 背景

- ・ コロナ禍を経て、経営組織が替わった宿泊施設が複数あるが、後継者が見つからずに閉業した施設はなく、新たな経営者を迎えたことにより、従来の玉名市にはなかった新たな活力の創出につながっている。
- ・ 本市では、2025年度から玉名商工会議所・商工会、東京海上日動と連携して事業継続計画の支援を開始したが、観光関連事業者の参加はまだない。
- ・ 2025年度に本市及び金融機関、商工団体、信用保証協会、事業承継引き継ぎセンター等の11者で事業承継に関する協定を締結した。

### アクションプラン概要

#### ●事業継続計画作成の支援

- ・ 商工政策課、商工会議所、商工会との連携により、市内観光関連事業所があらゆる不測の事態に備え、優先度が高い重要な業務から早期に復旧できるように策定しておく計画（事業継続計画・BCP）の支援をする。

#### ●資本政策作成の支援

- ・ 政府系・民間金融機関の融資メニューや、観光庁・熊本県等の支援メニュー等の情報を市内事業所に提供するとともに、民間企業や(一社)玉名観光協会等が連携して国・県の事業に応募する際には、参考情報の提供等、企画作成の支援を行う。

#### ●事業承継の支援

- ・ 九州経済産業局は、経営承継円滑化法や事業引継ぎ支援センターの支援措置を通じて、後継者問題を抱える企業の事業承継促進・円滑化を支援している。こうした関係部局と連携し、市内事業所の後継者対策を支援する。
- ・ 事業承継をする際に、引き継いだ経営資源を活用するための補助金を創設し、事業者の支援を行う。



商工セクション等との  
連携による勉強会

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- ・ 観光物産課
- ・ 商工政策課
- ・ 地域振興課

#### ●関連団体

- ・ (一社)玉名観光協会
- ・ 玉名商工会議所・商工会
- ・ 金融機関
- ・ 玉名温泉観光旅館協同組合

#### ●民間事業者等

- ・ 市内外大学等教育機関
- ・ 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）

## アクションプラン④：ガイド育成・確保

### 背景

- ・ 玉名観光ガイドの会は、2025年12月に解散。その後、新たなガイド組織の設立や人材の育成ができていないため、旅行代理店等からガイドの協力要請があっても受けることができない。
- ・ 2017年度に本市を含む菊池川流域が日本遺産に認定されことを受け、認定ガイドの養成を行った。しかし本市内のガイドングができるガイドは4名（ただし実働可能なガイドは2名）に留まっている。ガイド運営のあり方やガイド自身のスキルにも課題がある。
- ・ ガイドを育成しても需要がないため活躍の場が少なく、経験を積むことができない。

### アクションプラン概要

#### ●草枕ガイドの育成・確保

- ・ 草枕交流館、天水・草枕の里観光協議会が実施するウォーキングイベント等で活躍するガイドの確保・育成を行う。

#### ●菊池川流域日本遺産認定ガイドのスキルアップ

- ・ 日本遺産のストーリーや構成文化財に関する知識の更新や、ガイドとしてのおもてなしテクニック向上のための研修を行い、更なるレベルアップを図り、併せて認定ガイド更新制度について検討する。

#### ●金栗ガイドの育成・確保

- ・ 金栗四三翁が晩年を過ごした地域の小・中学校を中心に、金栗翁の足跡を深掘した授業や勉強会を実施し、子どもガイドの育成を図る。
- ・ 地域住民を中心に金栗翁の功績を伝えるガイドの育成・確保を図る。

#### ●子どもガイドの育成と交流

- ・ 草枕、金栗等で育成した子どもガイド同士が学校間で交流を行う。



菊池川流域日本遺産  
認定ガイドによる案内

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- ・ 観光物産課
- ・ 商工政策課
- ・ 文化課

#### ●関連団体

- ・ （一社）玉名観光協会
- ・ 玉名商工会議所・商工会
- ・ 菊池川流域日本遺産協議会（認定ガイド）

- ・ 小田地区金栗四三ゆかりの地保存会
- ・ 天水・草枕の里観光協議会

#### ●民間事業者等

- ・ 旅行事業者

### 背景

- 本市はこれまで、(一社)玉名観光協会を核として「うろんころん高瀬あきないめぐり」や「薬草茶づくり」等の地域の歴史文化や自然、食、日本遺産等の観光資源を活かした観光商品や体験プログラムをのべ40本開発し、観光協会HPや旅行代理店を通じて発信し、定期的に観光客を受け入れてきた。しかし、既存の着地型観光商品は実施者の高齢化などにより実施が困難になり、休止しているものが多い。観光庁の補助金を活用し造成した商品はOTAを通して発信しているが、販売実績が伸び悩んでいる。

### アクションプラン概要

#### ●着地型観光商品開発の推進

- 引き続き、(一社)玉名観光協会を軸として、幅広い業種の関係者と連携しながら新規の着地型観光商品を開発・販売できる体制を整え、協会のHPやSNSにより情報発信に取り組むとともに、国内外から観光客を受け入れる。
- 定期的に利用者の声を集め、商品のニーズやトレンドの把握及び改善に取り組むとともに、商品別の利用状況を精査し、ラインナップの品質・精度向上やリブランディングに務める。
- 川や水、歴史や文化財に関連する体験型の着地型観光商品開発を目指す。
- 本市の強みである農産物・果物を活用した商品を開発・支援する。



みかん狩り体験

#### ●教育旅行に対応した着地型観光商品開発

- 教育旅行等の団体観光客を受け入れ可能、かつ「探究型学習」といった教育機関の新たなニーズに応えることが可能な着地型観光商品開発を推進する。
- 金栗四三翁の功績や金栗スピリットを学び、マラニック等の健康増進につながる観光商品の拡充により、「心身ともに豊かになれる、いだてんのまち・玉名」のイメージを県内外に訴求。教育旅行やファミリー層を対象とした観光誘客を行う。

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- 観光物産課
- 地域振興課
- 商工政策課
- 農業政策課
- 文化課

#### ●関連団体

- (一社)玉名観光協会
- 小岱山薬草の会
- 小田地区金栗四三ゆかりの地保存会
- 玉名ブランド物産協会
- 玉名温泉観光旅館協同組合
- 菊池川流域日本遺産協議会
- 天水・草枕の里観光協議会

#### ●民間事業者等

- 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）
- 農業関連事業者
- 指定管理者（観光施設）

## アクションプラン⑥：持続可能なツーリズムの推進

### 背景

- 本市の人口は令和8年1月末日現在では64,560人である。今後も人口減少が続き2040年には50,000人になると予想される中、観光まちづくりの担い手の確保が大きな課題となっている。
- SDGsの概念の広がりとともに、脱炭素、環境負荷の低減等、持続可能性に配慮した観光産業への転換が社会から要請されている。
- コロナ禍を経て少人数で収益が残るような体制を構築したことにより、薄利多売から厚利少売へビジネスモデルが変化し、富裕層を対象とする高価格帯の宿泊施設が増加した。
- 本市の観光素材は多岐にわたるが、バラバラで「目的地」になり切れていないため、滞在時間の延長や観光消費額の増加につなげていない。

### アクションプラン概要

#### ●観光産業の環境負荷低減への取り組み推進

- 観光産業におけるエネルギー等の脱炭素化、食の地産地消、環境保全に配慮した旅など、サステナブルな観光振興に関する取り組みを支援する。

#### ●地域への経済波及効果が高い観光商品の開発

- 宿泊につながる朝や夜の観光商品の開発や、特別な食・体験を提供するハイクオリティな観光商品の開発など、市内観光産業への経済波及効果を増大させ、観光産業の持続可能性を高める取り組みを積極的に実施・支援する。
- 地域の宿泊施設、温浴施設、観光施設等と連携し、都市圏の企業やアーティスト、フリーランサーといった、場所を選ばない業種を対象として、ワーケーションのプロモーションや実証事業に取り組む。

#### ●人がわざわざ行きたくなる＝目的地づくりの推進

- 本市の観光素材は多岐にわたるが、素材の磨き上げとともに点を線でつなげるようにポテンシャルを引き出していく。



ハイクオリティトラベル

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- 観光物産課
- 環境整備課

#### ●関連団体

- (一社) 玉名観光協会
- 玉名物産ブランド協会
- 玉名温泉観光旅館協同組合

#### ●民間事業者等

- 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）
- 農業関連事業者
- 交通関係事業者
- 指定管理者（観光施設）

## アクションプラン⑦：玉名暮らしの観光商品開発

### 背景

- ・ ライフスタイルを発信する雑誌やウェブメディアでは、観光地の自然・文化・食生活等が織りなす「暮らし」に着目し、そこに住む人達の日常生活を発信し、観光誘客につなげている。現地での生活の様子や、そこでの体験を物語風に、かつ様々なメディアを使って説明しながら“コト消費”を誘導する手法は、デジタル化した消費を対象とするマーケティングの基本的な方法となっている。
- ・ 本市には、古い家屋が残る高瀬の街並みや、みかんの木に囲まれた小天温泉から干拓地・有明海を望む風景など玉名ならではの風景と、そこで暮らす人々が脈々と受け継いできた生活が点在する。

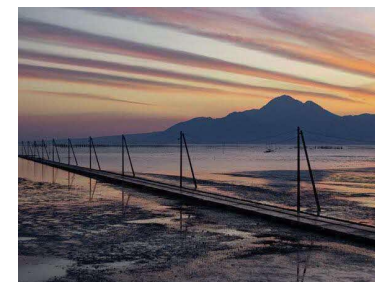
### アクションプラン概要

#### ●地域と観光客との共創による旅の創出

- ・ 玉名にある日常の暮らしの中で、これからの“コト消費”につながりSDGsを率先する暮らしぶりを「玉名暮らし」として、物語化し抽出する（ユーザー経験の型づくり）。ユーザー経験の設計に基づく観光商品や物産等の販売開発に取り組む。
- ・ 空家のリノベーション、耕作や収穫の手伝い、草刈り等の日常の集落維持活動に観光客の参加を募るなど、地域課題を観光客が解決するような旅の創出に取り組む。
- ・ 各種商品開発、情報発信においては、来訪者や消費者との継続的な関係を構築し、将来的な移住定住促進につなげる。

#### ●玉名暮らしの素材の掘り起こしと、最適な組み合わせの構築

- ・ 温泉地、海、山、里、川、まちなどの生活によって、「玉名暮らし」の場面や魅力に違いがあり、生活ごとに異なる客層が存在する。こうした「玉名暮らし」の場面やその客層を整理し、より精緻な観光情報発信・誘客等の施策を展開する。
- ・ 積極的に何もしない、ゆったりとした時間を楽しむ、おこもり旅行先としての場を作る。



有明海



高瀬裏川水際緑地

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- ・ 観光物産課
- ・ 地域振興課
- ・ 農業政策課

#### ●関連団体

- ・ （一社）玉名観光協会
- ・ 天水・草枕の里観光協議会
- ・ 玉名温泉観光旅館協同組合
- ・ 菊池川流域日本遺産協議会
- ・ 熊本県北観光協議会

#### ●民間事業者等

- ・ 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）
- ・ 農業関連事業者
- ・ 交通関連事業者
- ・ オール玉名市民

### アクションプラン⑧：アウトドア・アドベンチャーツーリズムの商品開発

#### 背景

- 本市には、小岱山、実山といった山の自然や、有明海の海岸や干潟、菊池川、田園景観といった多様な自然環境があり、草枕山荘キャンプ場やRVパーク、丸山キャンプ場といったアウトドアを楽しむことができる施設を有する。
- こうしたアウトドア施設は、コロナ禍での密を避けた小グループでの観光需要の高まりを受け、稼働率が上昇している現状にある。
- 小岱山トレイルランニング大会、鍋松原ウォーターサバイバルゲーム大会といったアウトドアイベントが開催されている。

#### アクションプラン概要

##### ●アウトドア・アドベンチャーツーリズムの商品開発

- アウトドアブームの潮流を踏まえ、地域を周遊させるアウトドアイベント・商品開発に取り組み、アウトドアスポーツファンだけでなく幅広い層への誘致を促進する。

##### ●既存アウトドア施設の適切な運営管理・魅力向上

- キャンプ場、RVパーク、電動アシスト付き自転車等のアウトドア施設・機材の維持・更新に引き続き取り組むとともに、山岳、河川敷等の自然環境の有効活用につながる取り組みを支援する。
- 既存アウトドア施設を活用し、温泉とキャンプを一緒に楽しむ取り組み（「温キャン（温泉×キャンプ）」）を推進する。



新たに整備したキャンプ場



アウトドアイベント

#### 推進主体・関わるステークホルダー

##### ●玉名市

- 観光物産課
- スポーツ振興課
- 都市整備課

##### ●関連団体

- （一社）玉名観光協会
- 天水・草枕の里観光協議会

##### ●民間事業者等

- 指定管理者（観光施設）
- 各種実行委員会
- アウトドアスポーツ関連の各種団体

## アクションプラン⑨：スポーツツーリズムの推進

### 背景

- 2019年に本市の名誉市民である金栗四三翁を主人公とした大河ドラマ「いだてん」が放映され、関連するイベントや観光商品の開発に取り組んできた。
- 筑波大学をはじめとしたスポーツ合宿を積極的に誘致してきた。
- 金栗翁の功績や思想（スピリット）を玉名市の財産として残すために「楽しく走る」という金栗翁の晩年の思想を具現化するマラニックコースを整備した。

### アクションプラン概要

#### ●玉名型ツーリズム（スポーツ）の推進

- 大河ドラマ「いだてん」の効果を一過性に終わらせないために、「玉名いだてんマラソン」や「金栗四三マラニック」等のスポーツイベントや「ランニング教室」など多岐にわたる事業展開を行い、スポーツツーリズムの推進を図る。
- スイーツマラニックを軸に、走り（歩き）ながら街の魅力、金栗レガシーを体感する観光を定着させるとともに、市内での多様な体験を通じた滞在時間延長を図ることで、宿泊型観光への転換を目指す。
- 金栗四三翁の冠や金栗賞を継続しているマラソン大会等と交流し、金栗翁の偉業や足跡の発信を行い、交流人口の増加を図る。



玉名いだてんマラソン

#### ●eスポーツの推進

- 熊本eスポーツ協会と連携し、eスポーツと温泉を掛け合わせた「e-spa」を推進する。また「e-spa」をとおして、温泉地をもつ他自治体との交流人口の増加を図る。
- 全世界で人気のオンラインゲーム「FORTNITE」上に、玉名独自のゲーム「GUSHUIN RUMBLE-tamana」を公開し、世界中に発信。蓮華院誕生寺奥之院や玉名温泉を舞台にすることで、玉名市の歴史文化や街並みを新たな参加型体験へと発展させる。



e-spa TAMANA

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- 観光物産課
- スポーツ振興課

#### ●関連団体

- （一社）玉名観光協会
- 小田地区金栗四三ゆかりの地保存会
- 熊本eスポーツ協会
- 玉名圏域定住自立圏

#### ●民間事業者等

- 指定管理者（観光施設）
- 各種実行委員会
- 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）

### アクションプラン⑩：ウェルネスツーリズムの推進

#### 背景

- 2021年、新幹線新玉名駅や玉名温泉と近接した立地に熊本県北地域最大の基幹病院である地方独立行政法人「くまもと県北病院」が開業した。
- 九州看護福祉大学等、医療・健康に関わる組織・団体が複数存在する。

#### アクションプラン概要

##### ●九州看護福祉大学を核としたウェルネスの育成

- 九州看護福祉大学と温泉施設、宿泊施設、交通事業者等の連携により、学生健康教室や健康チェック、その後の昼食・温泉を組み合わせた健診ツーリズムを開発・販売する。

##### ●玉名型ツーリズム（ウェルネス）の推進

- 誰もが旅行やレジャー、運動を楽しめるまち玉名を確立するため、市内の温泉施設や観光スポットのハード・ソフト整備、マインドの醸成等を行う。
- くまもと県北病院や玉名温泉、小天温泉、九州看護福祉大学等と連携した観光商品開発や薬草を活かし健康に配慮した食の開発等、健康・長寿・いきいき楽しむことをテーマとした国内外からの観光誘客を目指す。



「玉名型ウェルネスツーリズム」モニターツアー

#### 推進主体・関わるステークホルダー

##### ●玉名市

- 観光物産課
- 保険年金課
- 保健予防課

##### ●関連団体

- （一社）玉名観光協会
- 玉名市医師会
- 小岱山薬草の会
- 玉名温泉観光旅館協同組合

##### ●民間事業者等

- くまもと県北病院
- 九州看護福祉大学
- 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）

## アクションプラン⑪：市内イベントの最適化

### 背景

- ・ コロナ禍により中止を余儀なくされていた「高瀬裏川花しょうぶまつり」「玉名いだてんマラソン」「玉名大俵まつり」といったイベントは、コロナ禍前と同規模に再開している。
- ・ 市内のイベントの中には、開催開始から数十年経つものが複数あり、イベントのイメージやイベントを含む観光ルートのパターンが固定化しているものもある。例えば、高瀬裏川花しょうぶまつりは、柳川・熊本等と組み合わせた観光商品の一部として短時間の滞在にとどまっている。

### アクションプラン概要

#### ●感染症の流行を見据えたイベントの開催・運営の見直し

- ・ 新型コロナウイルス感染症に限定せず、感染症が流行した際は適切な対策の強化や緩和に柔軟に取り組む。

#### ●イベントの魅力向上

- ・ イベントの固定化を打破するために、異なるブランドや顧客層を持つイベント・催事との組み合わせによる新たな顧客開発、魅力開発に取り組む。
- ・ 「温泉むすめ※1」や「くまモンタウン※2」といった、すでに根強い固定ファンのいる企画と組み合わせ、滞在時間の延長につながる仕組みを作り、新たな顧客開発や魅力開発につなげる。

※1：温泉むすめとは、全国の温泉地をモチーフとして制作した想像上の二次元キャラクターのことであり、またキャラクターを使ったアニメなどの様々なコンテンツをとおしてその温泉地や観光地の魅力を国内外に発信する地域活性化プロジェクトのこと。玉名市の温泉むすめは「玉名満美」で、玉名温泉観光大使となっている。

※2：くまモンタウンとは、熊本県PRマスコットキャラクターである「くまモン」と特定エリアの観光資源を組み合わせた街歩き企画のことで、くまモンによって観光地の魅力度を高めることを目的としている。



高瀬裏川花しょうぶまつり



玉名大俵まつり

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- ・ 観光物産課
- ・ スポーツ振興課
- ・ 都市整備課
- ・ 地域振興課

#### ●関連団体

- ・ (一社) 玉名観光協会
- ・ 玉名温泉観光旅館協同組合

#### ●民間事業者等

- ・ 各種実行委員会
- ・ 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）

アクションプラン⑫：インバウンドセールス強化（重点）

背景

- 本市はコロナ禍以前は、香港・台湾をメインターゲットとして、現地政府機関（JNTO、JETRO等）やメディア、旅行代理店、バイヤー等の現地訪問を行ってきた。コロナ禍で一時中断していたが、2022年度以降は現地でのプロモーションやインバウンドセールスを再開している。
- 原油高、国際情勢の悪化等の逆風が吹くなか、海外における日本食の広まりとともに本市においては、日本産の農水産物・食品の輸出は2023年度まで拡大していたが、2024年度に主力製品の記録的不作により微減に転じ、さらに残留農薬の規制や価格改定の影響を受け、2025年度には半減している。

アクションプラン概要

●香港・台湾市場開拓における観光・物産マーケティング・プロモーション

- 九州各県からのアクセスが良好で訪問のしやすい点を国内外に周知し、集客力の向上を図る。
- 本市インバウンド施策のメインターゲットである香港・台湾における観光物産プロモーションに強みを持つ企業や専門家（KOL）と連携し、熊本県北地域や本市の情報をデジタルプロモーションならびに紙面やイベントといったリアルなプロモーションを組み合わせながら拡散する。
- TSMCの関連企業誘致を契機として、台湾へのトップセールス、台湾関連イベント開催、都市・学校単位の相互交流・観光誘客事業を実施する。
- 「ウリ、ヤド、ヒト、コネ」の観点を重視し、富裕層向けに造成した高付加価値商品のプロモーションを推進する。

●オンラインツーリズムの推進

- 香港・台湾の現地旅行代理店と連携して現地の参加者を募り、オンラインで本市の観光資源の情報発信を行う形式でのオンラインツーリズムを開発するとともに、継続していくことで「玉名ファン」を作ることを目指す。

●玉名市魅力発信大使との連携

- 2024年度に委嘱した2人の台湾人大使と連携して、現地での本市の認知度を向上させ、「玉名ファン」を作るとともに、プロモーションや相互交流を図る。
- 玉名市魅力発信大使と連携して「玉名市国際芸術祭」を開催し、音楽や絵画といった芸術をとoshた交流により言葉や文化の壁を越えた心のつながりの育成を図る。

●物産輸出で風穴を開けた地域への観光プロモーション

- タイ、シンガポール、米国、中東など本市の農産物が輸出されている地域に対し、特定の製品の輸出だけでなく面的なグローバル産地づくりを支援する。また様々な農産物を通じ「熊本県北・玉名」の認知を向上し、インバウンド誘客につなげる取り組みを実施する。

推進主体・関わるステークホルダー

| ●玉名市  |         | ●関連団体        | ●民間事業者等 |                                 |
|-------|---------|--------------|---------|---------------------------------|
| 観光物産課 | 商工政策課   | （一社）玉名観光協会   | 市内高等学校  | 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）<br>農業関連事業者 |
| 地域振興課 | スポーツ振興課 | 玉名温泉観光旅館協同組合 | 市内小・中学校 |                                 |
| 企画経営課 | 教育総務課   | 熊本県香港事務所     |         |                                 |

## アクションプラン⑬：国内観光セールス強化

### 背景

- 本市は、国内プロモーション事業として、これまでパンフレット「玉名旅手帖」の作成ならびにマーケティングを活用して主要観光拠点への有効的な設置や、現地旅行事業者、メディア媒体を一堂に集めた玉名観光素材説明会及び商談会の開催、トップセールス等のプロモーションを実施してきた。

### アクションプラン概要

#### ●継続的な国内観光プロモーション

- 熊本都市圏をはじめ、福岡県・佐賀県・広島県等の観光ターゲット都市において、観光素材説明会、展示会、イベント出展等のプロモーションを実施し、九州各県からのアクセスが良好で訪問のしやすい点を内外に周知する。
- 「玉名旅手帖」等の観光パンフレットの作成、公式観光案内サイト「タマてバコ」の更新等、これまでの観光プロモーションの継続に取り組むとともに、掲載・発信する情報は情勢を鑑み、適宜最新のものに更新する。
- 玉名市内に進出する企業に対し、入浴券の配布等、玉名・小天温泉との接点を増やす施策の実施を目指す。



キラリかがやけ玉名観光物産展

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- 観光物産課

#### ●関連団体

- （一社）玉名観光協会
- 熊本県東京事務所
- 熊本県大阪事務所
- 熊本県福岡事務所
- 玉名温泉観光旅館協同組合
- 天水・草枕の里観光協議会

#### ●民間事業者等

- 指定管理者（観光施設）
- 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）

## アクションプラン⑭：デジタルマーケティング強化

### 背景

- ・ 携帯電話基地局やスマホのGPSから得られる位置情報、SNSや口コミサイトでのつぶやき、キャッシュレス決済の消費額といった、観光関連のデータ流通量が日々増大しているなか、本市は観光ビッグデータを活用した観光マーケティングに取り組んできた。
- ・ 観光・人流ビッグデータは種類や分析方法が日進月歩で進化しており、地域の課題や観光まちづくりの方向性に合ったツールを選択する目利き力が求められている。

### アクションプラン概要

#### ●観光政策立案・効果検証等におけるデジタルマーケティングの導入

- ・ 今後も継続的に人流データ、SNS投稿、決済・購買情報等の観光ビッグデータを活用したマーケティングならびにその効果検証の仕組みを研究するとともに、継続的に取り組む。
- ・ 収集・分析したデータは、関係各課や、民間、市民に積極的に公開し、横断的なデータ活用を推進する。
- ・ デジタルマーケティングは、発信した情報のクリックや来訪・勾配の有無を定量的に把握できるため、広告配信結果の検証、改善といったPDCAサイクルの点検を行い、さらなるプロモーションの精度向上を図る。

#### ●オンライン・デジタルツールを活用したプロモーションの推進

- ・ 玉名市公式観光WEBサイト「タマてバコ」や(一社)玉名観光協会のHPを中心に、WEBやSNS等のオンライン上での観光・特産品の情報発信に継続的に取り組む。
- ・ 「玉名旅手帖」をはじめとした観光パンフレットをデジタル化し、スマートフォンやPCからも閲覧を目指す。
- ・ 重点的にプッシュしたい観光資源については、口コミサイトやマップアプリへのスポット登録を行い、口コミが蓄積・拡散する土台を構築する。
- ・ タマにゃんXやタマにゃん【公式】Instagramを中心に、SNSを活用した即時性のある情報発信に継続的に取り組む。



携帯電話基地局データの分析

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- ・ 観光物産課
- ・ 地域振興課
- ・ 都市整備課

#### ●関連団体

- ・ (一社)玉名観光協会
- ・ 玉名温泉観光旅館協同組合
- ・ 玉名ブランド物産協会

- ・ 玉名ラーメン協議会
- ・ 玉名のキズナめし
- ・ 天水・草枕の里観光協議会

#### ●民間事業者等

- ・ 指定管理者（観光施設）
- ・ 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）

## アクションプラン⑮：観光産業のDX推進（重点）

### 背景

- 政府や熊本県がデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進する中、市内の観光産業においても、さらなるデジタル化の推進による生産性向上、利益拡大への取り組みが求められている。
- 本市の観光産業においては、積極的に最新設備やサービスを導入している事業所もあれば、通信環境整備や、キャッシュレス対応、オンラインでの予約・情報発信等のデジタル化に取り組んでいない事業所もあり、デジタル対応力の底上げが課題となっている。

### アクションプラン概要

#### ●観光事業者のデジタル化・スキルアップの支援

- 観光産業におけるデジタル化（DX）の推進は今後の重要な課題であることから、業界メディアやライフスタイル誌、オピニオンリーダーからの情報発信等を通じ、マーケティング活動や、顧客関係構築・管理等の先進事例・先進技術の動向を日常的に収集・共有し、ビジネスのスマート化に取り組む。
- 専門家・企業を招いた講習の実施などにより、観光事業者のスキルアップを支援し、特に効果的なサービスが存在する場合は、その導入を支援する。
- 国・県等をはじめとする情報通信機器・設備の整備支援事業や、情報通信企業との実証実験に前向きに取り組む、情報通信等の基盤整備を行う。



玉名市と凸版印刷、行政DXの推進に関する協定を締結

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- 観光物産課
- 情報政策課
- 都市整備課

#### ●関連団体

- （一社）玉名観光協会
- 玉名温泉観光旅館協同組合

#### ●民間事業者等

- 指定管理者（観光施設）
- 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）
- 交通関連事業者

アクションプラン⑯：観光施設の多言語対応強化

背景

- 2022年の水際対策緩和以降、本市を訪れる団体や個人のインバウンドが徐々に増加し、2023年にはコロナ禍前と同程度に回復した。2024年には新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行し、インバウンドの数は倍増している。

アクションプラン概要

●観光施設の多言語対応強化

- 2022年度に実施したインバウンド受け入れに対する観光施設のニーズ調査結果を踏まえ、観光施設内の翻訳機器、施設内サイン、メニューや案内看板、HP、メディアの多言語対応や、外国人スタッフの雇用に対する支援を行う。
- また、本市の観光・イベントHPや（一社）玉名観光協会のHP、パンフレット等の各種メディアに対して、英語、簡体字、繁体字、韓国語を基本に、求められる多言語対応を進める。
- さらには、市内の主要観光スポットの案内看板や、主要動線周辺のサインの多言語対応を順次進める。
- サインの多言語対応においては、看板等に言語別の二次元コードを貼り付けて多言語のHPに誘導し、スマホで確認できる仕組みを構築することを目指す。

推進主体・関わるステークホルダー

●玉名市

- 観光物産課
- 文化課

●関連団体

- （一社）玉名観光協会
- 玉名温泉観光旅館協同組合
- 荒尾・玉名地域サイン計画推進協議会

●民間事業者等

- 指定管理者（観光施設）
- 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）
- 交通関連事業者

### アクションプラン⑰：2次交通の利便性向上

#### 背景

- ・ 新幹線新玉名駅や九州自動車道菊水インターチェンジから玉名温泉や小天温泉といった主要観光スポットを結ぶ二次交通・公共交通の便数の少なさ、乗り継ぎの悪さといった利便性についての課題が以前から指摘されている。
- ・ 九州においては、九州経済連合会や九州観光機構、鉄道やバス事業者が旗振り役となり、MaaSの導入が進められている。
- ・ 熊本県では、九州全体で進める九州MaaSに参加し2024年8月にサービス開始。熊本型観光MaaS、地域ごとの二次交通の整備を進めている。

#### アクションプラン概要

##### ●既存公共交通の観光利用における利便性の向上

- ・ 鉄道・バス・タクシーといった公共交通事業者との連携・調整のもと、新幹線新玉名駅、在来線玉名駅や菊水インターチェンジ等の一次交通から二次交通への接続性向上、タクシー配車アプリの導入支援といった「公共交通を活用した観光」の利便性を高める取り組みを推進する。
- ・ 自宅から旅の目的地への経路検索の際、交通手段別ではなく、様々な交通モードをまたいで一貫した検索ができる環境整備を支援する。
- ・ 交通・宿泊・体験等を一体的に予約決裁できる仕組みづくりへの支援を行う。

##### ●マイクロモビリティの導入推進

- ・ レンタルスクーター、カーシェア等、公共交通等の拠点から観光スポットまでのラストワンマイルを埋めるマイクロモビリティの社会実験や導入を支援し、公共交通を活用した観光の利便性向上を支援する。



レンタルスクーター

#### 推進主体・関わるステークホルダー

##### ●玉名市

- ・ 観光物産課
- ・ 地域振興課
- ・ 都市整備課

##### ●関連団体

- ・ (一社) 玉名観光協会

##### ●民間事業者等

- ・ 交通関連事業者

## アクションプラン⑱：観光を支えるインフラ・施設の魅力向上

### 背景

- ・ 草枕温泉てんすい、ふるさとセンターY・BOX、大衆浴場玉の湯といった市が有する観光施設は、設置から25年以上が経過し老朽化が進んでいる。
- ・ 市内観光事業者からは、競合他都市・温泉街と比較して、玉名市の中心市街地や温泉街の回遊性・歩いて楽しいまちづくり、景観整備が課題という声が聞かれる。

### アクションプラン概要

#### ●観光施設の民営化の推進

- ・ 本市が有する観光施設は、指定管理者との連携のもと、継続的な施設の魅力向上、集客力の向上を図る。
- ・ 専門的知見を持った民間事業者の経験・ノウハウを導入するため、指定管理者の契約更新時に民間事業者の参画意向調査等を実施するなど、民営化に向けた検討を行う。
- ・ まちなか未来プロジェクトのアクションプログラム、PPP※1推進事業に組み込み、市民の意見も反映しながら民営化に向けた検討を進める。

※1：PPP（Public Private Partnership）とは、国や自治体と民間企業が連携して公共サービスやインフラを提供する枠組みのこと。

#### ●中心市街地・温泉街の滞在時間延長・回遊性向上への支援

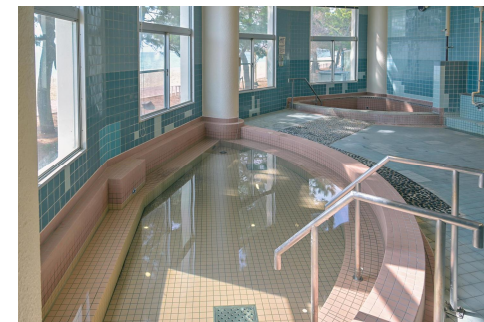
- ・ 九州新幹線新玉名駅周辺整備や、高瀬の街並み・温泉街の景観整備、歩いて楽しいまちづくり等の観光地の街並み環境整備に関わる事業や、市内主要観光施設の更新時に、観光的視点からの助言を行う。

#### ●中心市街地と郊外をつなぐ回遊性向上の推進

- ・ 草枕交流館の『草枕』資料館としての役割を維持しつつ、本市及び天水地域の観光の玄関口として、地域住民及び来訪者の交流拠点とする。

#### ●鍋松原海岸の一体的な活用の推進

- ・ 鍋松原海岸しおまちパークの一带整備として、「潮湯」の中規模改修及び外灯整備に続き、物産館「磯の里」を改修し、B&G艇庫や飲食・物販機能等を有した複合施設を整備するなどハード整備を推進する。
- ・ 上記の一带整備に加え指定管理者による自主事業の充実により更なる誘客促進を図り、砂浜を中心に「しおまちパーク」として一体的・通年型の活用方策を検討する。



リニューアルした潮湯

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- ・ 観光物産課
- ・ 企画経営課
- ・ 都市整備課
- ・ 住宅課
- ・ 管財課

#### ●関連団体

- ・ （一社）玉名観光協会

#### ●民間事業者等

- ・ 指定管理者（観光施設）
- ・ 交通関連事業者

## アクションプラン⑱：観光リスクマネジメントの推進

### 背景

- 本市は2020年度、専門家の意見や各種業界ガイドライン等を参考に、市内の宿泊施設に本市独自の衛生状態を確認するチェックリストを設け、基準を満たした宿泊施設に対し「玉名クオリティ認証」「玉名ハイクオリティ認証」を配布した。宿泊施設間の意見交換の場を設け、観光入込の現状や、観光客から寄せられたコロナ対応への意見・事例等に関する情報を交換し、感染症対策のベースライン強化に向けた取り組みを実施してきた。
- 感染症に加え、水害、地震等の大規模災害のリスクは避けられず、本市においても、災害時における観光客対応策を検討しておく必要がある。

### アクションプラン概要

#### ●観光施設における「玉名クオリティ」の維持・向上

- 「玉名クオリティ認証」「玉名ハイクオリティ認証」のチェックは2024年に終了したが、宿泊施設に新型コロナウイルスを含む感染症対策の継続を要請することで安心・安全な環境を維持する。
- 宿泊施設間の意見・情報交換の場や、市民が観光産業における公衆衛生対策に目を向ける機会を継続的に設けることで、新型コロナウイルスを含む感染症防止対策に対して地域が一体となった底上げに継続的に取り組む。

#### ●災害に強い観光まちづくりの推進

- 玉名市地域防災計画及び水防計画書に基づき、国内外観光客の避難誘導等災害時の対応を検討する。
- 災害への対応は、時間軸によって対策が異なるため、「事前の備え」、「災害発生直後」、「短期事後対応」という3つの時間軸においた対応を検討する。
- 災害発生時の国内外観光客の円滑な避難のため、多言語マニュアルの整備や観光施設の駐車場等のオープンスペースを避難場所として活用する等、災害発生時に利用可能な観光施設の把握を目指す。

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市及びその他の地方公共団体

- 観光物産課
- 防災安全課
- 保健予防課
- 熊本県

#### ●関連団体

- (一社) 玉名観光協会
- 玉名温泉観光旅館協同組合

#### ●民間事業者等

- 指定管理者（観光施設）
- 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）

## アクションプラン②⑩：玉名版DMOの構築

### 背景

- 現在、（一社）玉名観光協会が観光庁認定の観光地域づくり法人（DMO）として観光情報発信、観光商品開発、観光セールス及びプロモーション、物産販売等の活動をしており、2026年3月現在で約90事業者・団体の会員を有している。
- 現在、本市と菊池市、山鹿市、和水町、熊本県広域本部が「熊本県北観光協議会」を組織し、広域観光の推進に取り組んでいる。

### アクションプラン概要

#### ●域内の多様な事業者が連携した観光商品開発・物産販促

- 本市の観光まちづくりに意欲を持つ観光以外の事業者と観光関連事業者との連携により、多面的に観光を振興する力を作り出す。例えば、市内の旅行業者や、生産者、宿泊施設、観光施設、医療関係者等の異業種が集まった場をつくり、互いが連携した体験型企画旅行の造成に取り組む。
- こうした旅行商品を、福岡、熊本、大都市圏等のターゲットに応じたメディアで発信し、観光を通じた玉名来訪のきっかけを作り、来訪者に対しては、リピーターとして関係性を深めるため、あるいは定期的に物産を購入してもらうための関係性を構築し、将来的な移住定住につなげる取り組みを実施する。
- （一社）玉名観光協会の組織改革を積極的に行い、会員だけでなく市民からも愛され必要とされる組織づくりを推進する。

#### ●民間活力の活用

- 本市の観光行政や（一社）玉名観光協会に、観光の現場での経験を豊富に有する民間出身者を積極的に採用し、民間企業の知見やノウハウを活用した観光まちづくりを推進する。

#### ●自治体間連携による広域連携の推進

- 熊本県北観光協議会の活動をベースとして、インバウンド誘客をはじめとした広域観光振興や、物産の海外販売促進施策を牽引する。
- 熊本県北観光協議会会員とともに、将来的な広域観光振興のあり方や、その中での本市の役割を検討する。

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- 観光物産課

#### ●関連団体

- （一社）玉名観光協会
- 菊池川流域日本遺産協議会
- 熊本県北観光協議会

#### ●民間事業者等

- 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）
- 農業関連事業者
- 交通関連事業者
- 指定管理者（観光施設）
- 医療関係者

## アクションプラン②①：オール玉名での観光まちづくりの推進

### 背景

- 本市には、観光施設、宿泊施設、物販施設、農林漁業者、食品企業、旅行代理店、メディア、交通事業者等の様々な現場で、地域の観光の魅力を磨き続けている「きらりかがやく玉名人」が存在し、性別や年代、立場の違いを乗り越え、互いに連携しながら本市の観光を推進している。
- 本観光振興計画の策定においては、観光施設・団体30事業所へのヒアリング、16名の委員からの活発な意見交換など、市内の観光産業を牽引する多くの観光事業者の方々のご意見をいただいた。

### アクションプラン概要

#### ●オール玉名での観光まちづくりの推進

- 本観光振興計画の策定から実行まで、想いを踏襲しながら、絵に描いた餅にせず、円滑に実施につなげるため、年に複数回、戦略会議を開催する。
- 戦略会議において観光事業者間の知見・情報の共有を図るとともに、観光振興計画のKPIやシナリオの点検、アクションプランの進捗や課題について、委員から解決のための助言をいただき、しっかりとPDCAサイクルを回しながらオール玉名で観光まちづくりを推進する。
- 地域住民及び子どもたちに地域の特色及び歴史、文化に興味を持ってもらえる機会を創出し、本市への愛着や誇りを醸成することで本市の観光の可能性をさらに高めていく。



戦略会議（第2回）ワークショップにより、SWOT分析を実施



戦略会議（第3回）の様子

### 推進主体・関わるステークホルダー

#### ●玉名市

- 観光物産課

#### ●関連団体

- （一社）玉名観光協会
- 玉名商工会議所・玉名市商工会

#### ●民間事業者等

- オール玉名市民
- 観光関連事業者（宿泊・旅行・飲食事業者）
- 農業関連事業者
- 交通関連事業者