

上天草市観光ブランディング計画

平成30年7月

上天草市

本計画は、本市が持つ魅力又は価値を統一したイメージでブランド化し、本市の認知度及びイメージアップを図り、選ばれる観光地としてブランドイメージを形成するための取組方針を決定し、戦略的に観光ブランディングを推進するための実施計画として策定するものです。

目 次

1 上天草市が目指す観光ブランディングとは

- (1) 観光ブランドが求められる背景
- (2) 観光ブランドの考え方
- (3) 観光ブランディング計画の必要性
- (4) 観光ブランディングに期待される効果
- (5) 上天草市観光ブランディング計画の位置付け

2 上天草市の現状分析

- (1) 観光を取り巻く現状
- (2) 上天草ブランドの魅力強化と情報発信の課題
- (3) アンケート調査から見る観光地としての上天草市の現状と課題
- (4) 取組の方向性

3 ブランドコンセプト

- (1) ブランドコンセプトの考え方
- (2) ブランドコンセプトの設定

4 上天草観光ブランドの浸透に向けた戦略

- (1) 上天草観光ブランドの浸透に向けたブランディングの展開
- (2) 主な取組

5 5カ年計画の目標と指針

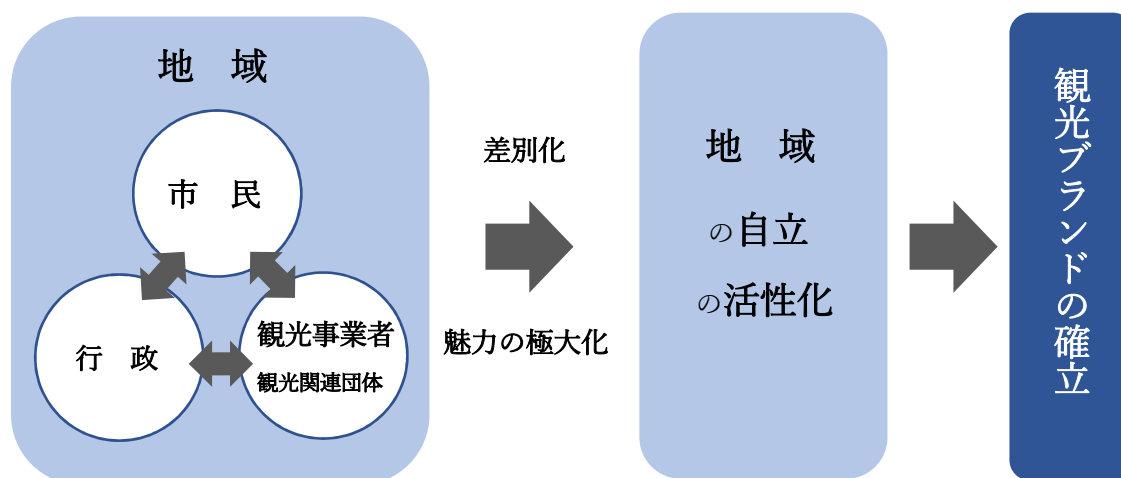
- (1) 数値目標
- (2) 計画の指針

1 上天草市が目指す観光ブランディングとは

(1) 観光ブランドが求められる背景

現在、地域が直面している厳しい社会情勢や経済環境、国内外の地域間競争の中で、他の地域との差別化を図り、地域の魅力を極大化していくことにより、地域の自立と活性化を進めるといった地域ブランドの構築（地域ブランディング）が重要視されるようになっていきます。

そのような中、訪れたいまちをつくる観光振興の取組として観光地ブランド（以下「観光ブランド」という。）の構築が注目されています。観光地のブランディングを進め、成果を上げていくためには、行政や観光事業者、観光関連団体、そして市民などが、連携を取りつつ、取り組みを推進していく体制づくりを進めていくことが重要です。



(2) 観光ブランドの考え方

ア 観光ブランドとは

その地域の情緒を含め、人が観光地に対して抱く認識やイメージの総体であり、特色のある観光地の魅力を表現し、競合他地域との差別化された永続的な観光地の要素であると考えられます。

イ ブランディングとは

ブランディングとは観光ブランドを浸透させる行為を意味しており、他地域と比べ、魅力的な自地域のイメージを国内外の人々の意識に浸透させ、旅行者にとって好ましい旅行地としての自地域を長期的に創造し維持していく活動です。

観光ブランドの浸透の為には、ブランドコンセプトを抽出し、それを中心として、すべての活動に反映させていくことが重要です。

ウ ブランドコンセプトとは

魅力的な旅行地としての上天草市のイメージを旅行者に伝える為のものとして、分かりやすく、強い印象を持たせて表現したものです。

(3) ブランディング戦略の必要性

上天草市第2次総合計画及び上天草市まち・ひと・しごと創生総合戦略において、観光を柱とした施策を展開していることで、この数年の観光入込客数は増加傾向にあります。

しかし、観光をより地域経済を支える産業に押し上げていくためには、新たな旅行需要を喚起する必要があります。上天草市には自然、歴史、風土、食など豊かな地域資源が数多く存在しています。これらの地域資源を活かし、上天草市の魅力度を高め、旅行の訪問地として選ばれる「観光地」になるため、観光ブランド力を向上させる戦略を立て、これらを展開していくことが必要です。

観光ブランド化が進むことで国内外からの観光客が更に増加し、地域住民にも上天草市の素晴らしい財産が再認識され、上天草市の活性化につながっていきます。

(4) ブランディングに期待される効果

上天草市の観光がわかりやすく強い印象のあるブランドイメージを確立し、国内外に向けて発信していくことにより、旅行地としての上天草市の認知度の向上や、外国人を含む旅行者を歓迎する機運の醸成、更には地域住民による上天草市の魅力の再発見などの効果が見込まれます。

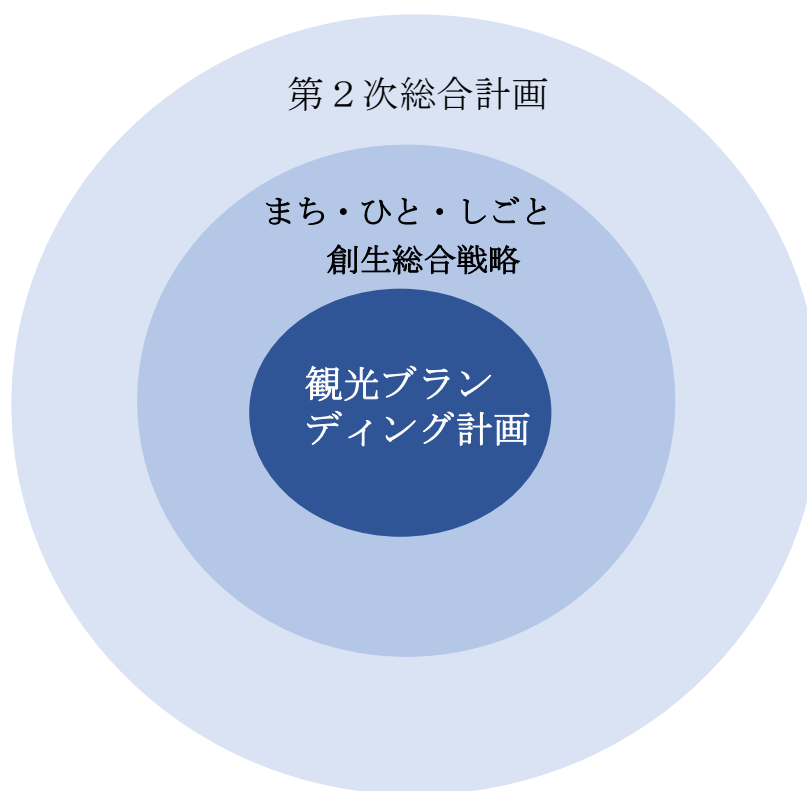
市民における効果	旅行者を歓迎する機運の醸成や地域の魅力の再発見により、自分たちの地域をさらに良くしていこうという観光への参画意識が向上する。
民間団体（観光事業者等）における効果	観光客が増加し、販売促進につながる。
行政における効果	交流人口が増加し、地域活性化につながる。

(5) 上天草市観光ブランディング計画の位置付け

観光ブランディングの推進は、上天草市第2次総合計画及び上天草市まち・ひと・しごと創生総合戦略の最重点戦略に位置づけられており、このブランディング計画は、上天草市の多彩な魅力を強化し、また、国内外に向けて力強く情報の発信をすることで、上天草市の観光ブランドイメージを確立していくための取組を定めるものです。

本計画は平成30年度（2018年度）から平成34年度（2022年度）の5年間を実行期間とします。

また、進捗状況に応じ、便宜内容を見直すこととします。



2 上天草市の現状分析

(1) 観光を取り巻く現状

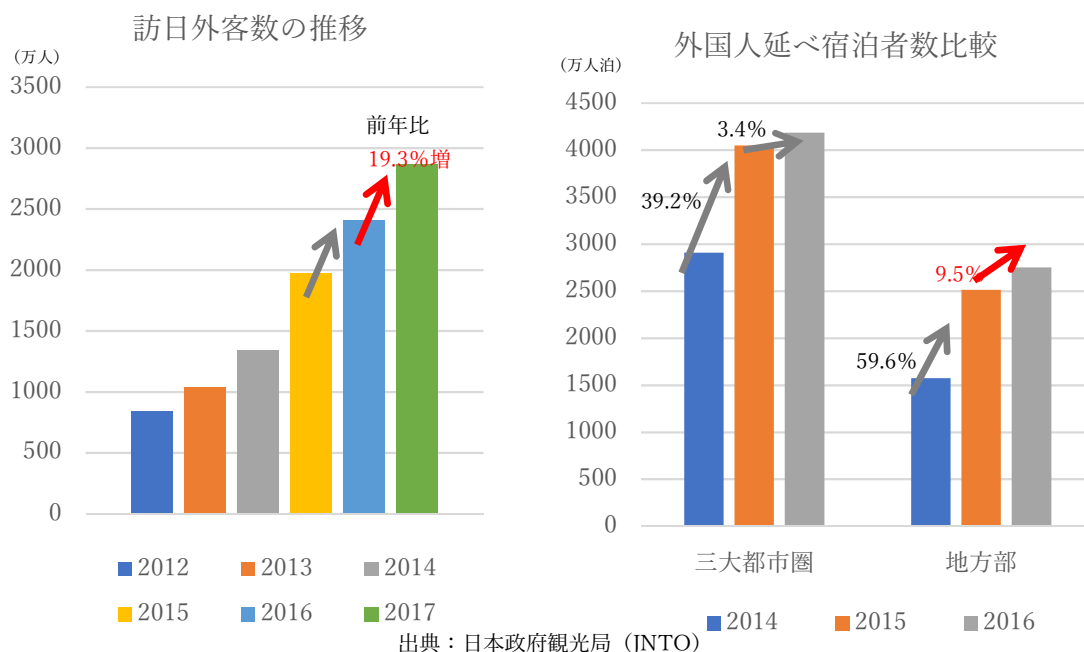
日本の定住人口は、平成8年（2008年）をピークに減少の局面に入っており、今後は更なる人口減少が進むと言われてしています。

また、地方では都市圏への人口の流出の問題もあり人手不足は深刻さを増しています。このような状況は生活水準の低下や経済規模の縮小など地域全体の活力を低下させることも考えられます。

こういった状況を打破し、地域経済を元気にしていくためには、自然、食、歴史、風土、などといった地域の資源を活かしながら、観光客を呼び込み交流人口を拡大させることで、地域内消費の拡大を図り、地域活性化につなげていくといった期待が高まっています。

また、平成29年（2017年）の訪日外国人の旅行者数は前年から約20%増の2,869万人と5年連続で過去最高を更新しています。「2019女子ハンドボール世界選手権大会」や「ラグビーワールドカップ2019」、「2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会」を控え、今後更なる外国人観光客の増加が期待されます。

また、外国人観光客の宿泊状況の伸び率は都市圏よりも地方部が高く、外国人観光客の関心は、ソーシャルネットワークサービス（SNS）の普及もあり都市圏に留まらず地方へと向き始めていると言えます。



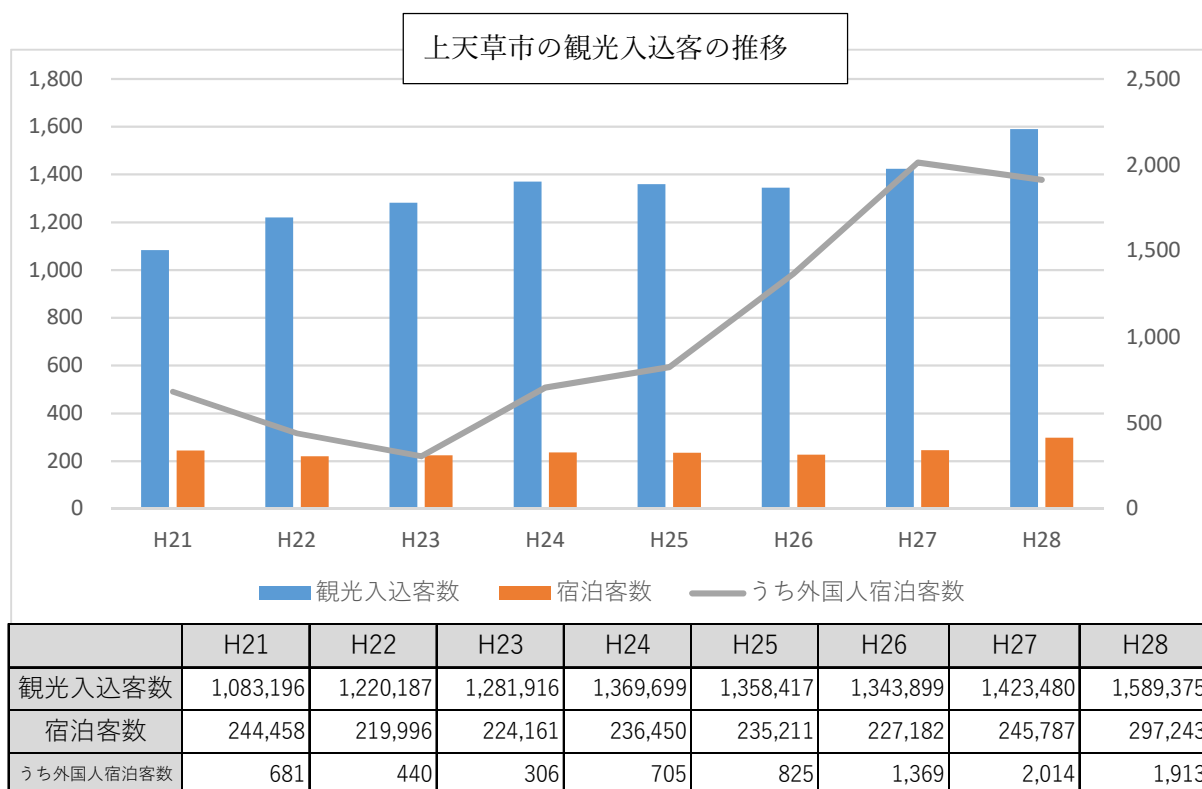
(2) 観光ブランドの魅力強化と情報発信の課題

上天草市を訪れる観光客は、平成2年（1990年）の年間180万人がピークでしたが、景気後退の影響や旅行スタイルの変更（団体旅行→個人旅行、国内旅行→海外旅行）によって、その数は徐々に減少していきました。しかし、観光を柱とした施策の展開により、近年では観光入込客が増加傾向にあります。

一方で、宿泊者数は平成28年熊本地震からの復興のために実施された「九州ふっこう割」により、平成28年の宿泊者数は一時的に増加したものの、横ばいの状況が続いており、いかに観光客の滞在時間を延ばし宿泊に結びつけるかが大きな課題となっています。

また、周辺の動きとしては、新1号橋の開通、長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産の世界遺産認定をはじめとし、熊本ディスティネーションキャンペーン、桜町再開発、八代港整備、熊本空港民営化などが進んでおり、上天草市にとって国内外からの旅行者を取り込む大きなチャンスと考えられます。

天草の玄関口として機能を強化するとともに、上天草市の魅力を強力に発信していく必要があります。



(3) アンケート調査から見る観光地としての上天草市の現状と課題

アンケート調査から観光ブランド化に向けたブランディングを進めるにあたり、現在の上天草市のイメージや認知度など、現状の把握及び分析を行いました。

ア 市外居住者から見た上天草市のイメージ

○市外居住者へのアンケートより

調査対象者：上天草市を訪れたことがない市外居住者 1,030名

調査期間：平成29年10月実施

以下の図は全回答の傾向（割合）を示す。



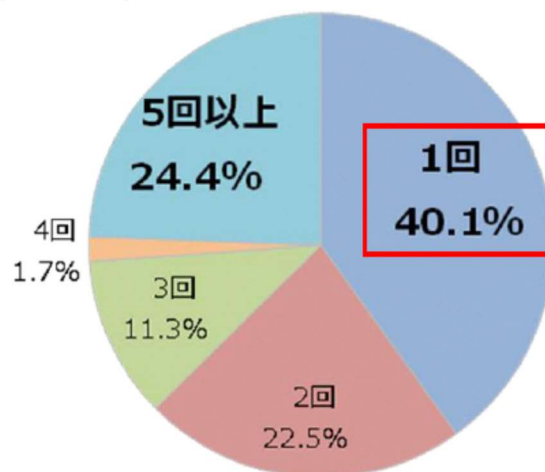
- ・自然環境がすばらしというイメージが強いが、上天草市が強くPRしているイルカウォッチングや温泉などのイメージはそこまで多くなかった。
- ・認知されていないため答えられない人もいた。
- ・全体的に、イメージのばらつきが目立つ。

イ 上天草市へのリピート訪問

○市外居住者へのアンケートより

調査対象者：上天草市を訪れたことがある市外居住者1,030名

調査時期：平成29年10月実施

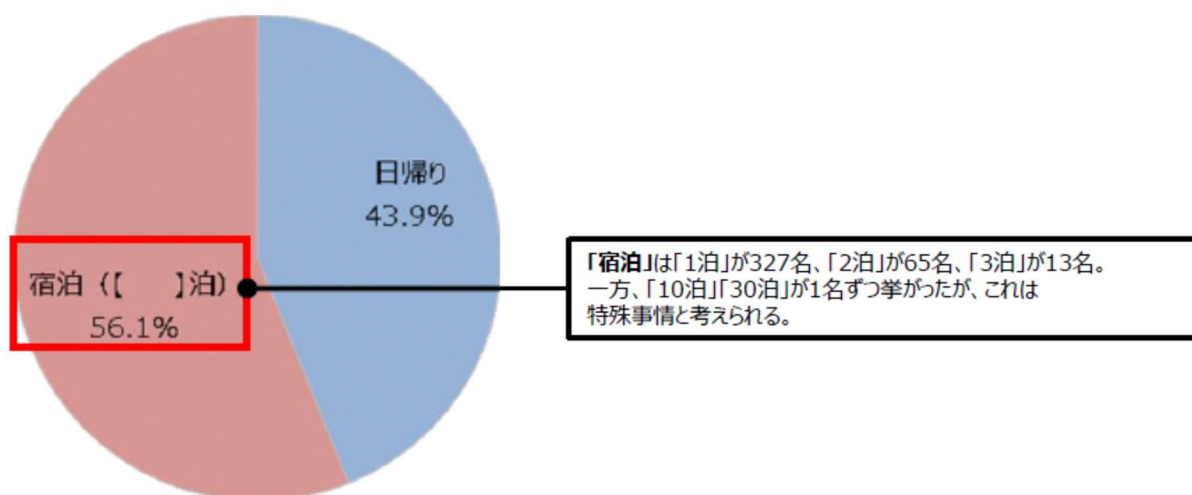


ウ 上天草市への訪問日程

○市外居住者へのアンケートより

調査対象者：上天草市を訪れたことがある市外居住者1,030名

調査時期：平成29年10月実施

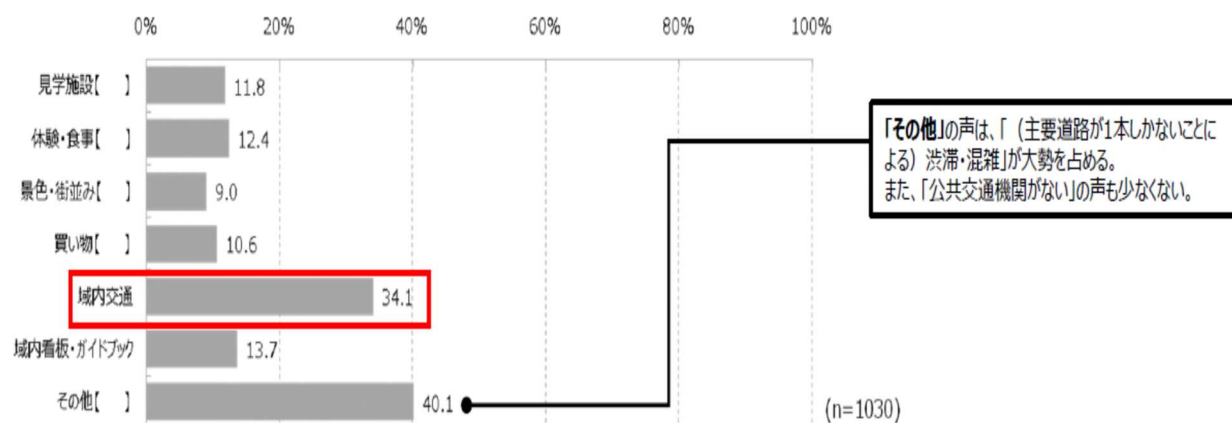


エ 上天草市への旅行での不便・不満点

○市外居住者へのアンケートより

調査対象者：上天草市を訪れたことがある市外居住者1,030名

調査時期：平成29年10月実施



域内交通（2次交通）や主要道路の渋滞・混雑、公共交通を使った旅の不便さが大半を占めている。

(4) 取組の方向性

アンケート等の結果を踏まえ、上天草市が取り組むべき方向性を次のとおり整理し、この視点に沿った観光ブランディングを推進します。

ア イメージや象徴、魅力の統一

「天草四郎」、「天草五橋」、「イルカ」、「海」、「温泉」、「食」、「景観」など上天草市には魅力的な観光素材が数多く存在し、イメージの統一が出来ていないと考えられ、多くの魅力を如何に形にしてPR出来るかが求められる。

イ いつ来ても新しい魅力的な観光地づくり

上天草市に複数回観光に来ている旅行者はのうち、宿泊で訪れた旅行者の割合は33.6%。「また来たい」と思わせる常に新しい取り組みを継続していくことが求められる。

ウ 1次交通を含む域内動線の整備とアクセスに関するPRの強化

不便に感じた事柄として混雑や域内交通などアクセスに関する意見が多数を占めた。1次交通を含む域内動線の整備とアクセスに関するPRの強化が求められる。

3 ブランドコンセプト

(1) ブランドコンセプトの考え方

上天草市が地域の自立や活性化を進めるうえで、魅力的な旅行地としてのイメージを国内外の旅行者に広く発信する為に、上天草市の現状や課題を踏まえた一貫性のあるコンセプトを設定する必要があります。

上天草市の現状の調査から、地域には「モノ」、「トコロ」、「コト」、「ヒト」の各分野において独自の様々な魅力が点在することがわかりました。

《上天草独自の価値》

「モノ」・・・海や大地が育んだ豊かな食材と天草四郎を象徴とする歴史文化のある上天草

「トコロ」・・・青く美しい海と島々、天草五橋が織りなす風光明媚な上天草

「コト」・・・温泉に癒され、海（イルカウォッチング、マリンスポーツなど）と山（トレッキングなど）のレジャーが楽しめる上天草

「ヒト」・・・親切で誠実なおもてなしの心が溢れる上天草

この点在する上天草市の多くの魅力を 1 つの形として表現したコンセプトを設定することで上天草観光ブランドの形成を促進します。

(2) ブランドコンセプトの設定

本市独自の価値を1つの形としてまとめ上げた「ブランドコンセプト」について、有識者等の意見を踏まえ次のとおり設定しました。このコンセプトを旗印として観光ブランディングの各取組を展開していきます。

上天草観光ブランドコンセプト

ナナメ上↗上天草

- 「予想の斜め上をいく」という使われ方として、「斜め上」という言葉は三省堂「今年の新語 2015」の10位に挙がるほど、日本語として定着しつつある。
- 上天草市の観光ブランディングとして「予想の斜め上」というコンセプトを官民一体となってアイデアを出し合い、モノ、トコロ、コト、ヒトの全てにおいて「ナナメ上」の取り組みをしていく。
- 上天草市には、「ナナメ上」なモノやコトがすでに存在しており、それらを1つのアイデンティティとしてまとめることによって、ブランド形成を促す。
- このコンセプトには、上天草市の場所も明示しており、天草地域全体からみて上天草市が「斜め上」にあるということを知ってもらうための意味も含まれている。

4 上天草観光ブランドの浸透に向けた戦略

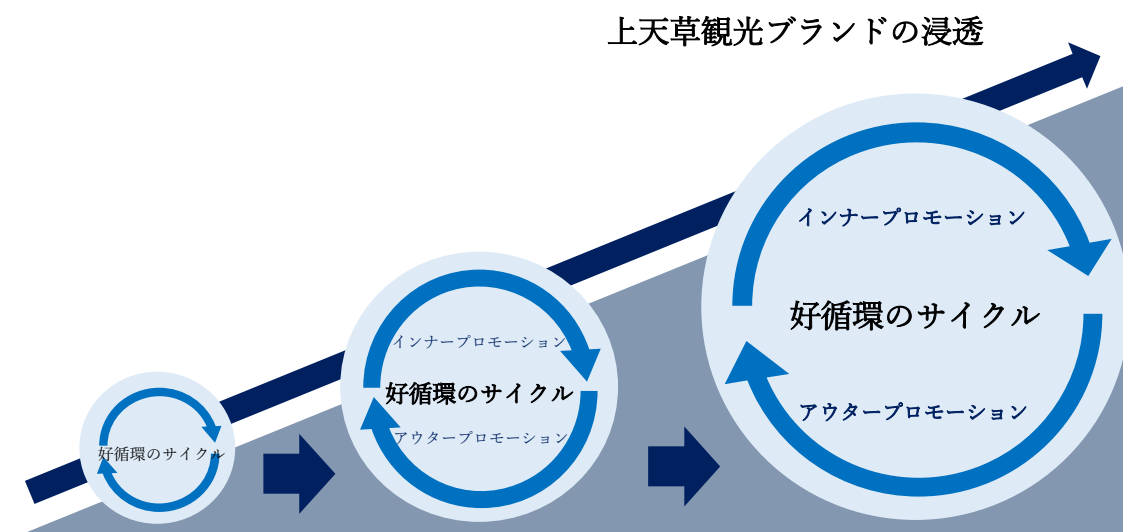
(1) 上天草観光ブランドの浸透に向けたブランディングの展開

ブランディングを推進するためには、ブランドコンセプトのデザイン化を行い、視覚的にも分かりやすく伝えていくことが必要です。また、官民が連携した推進体制を整備し、上天草市のイメージを継続して発信していくことで、ブランドの浸透を図ります。

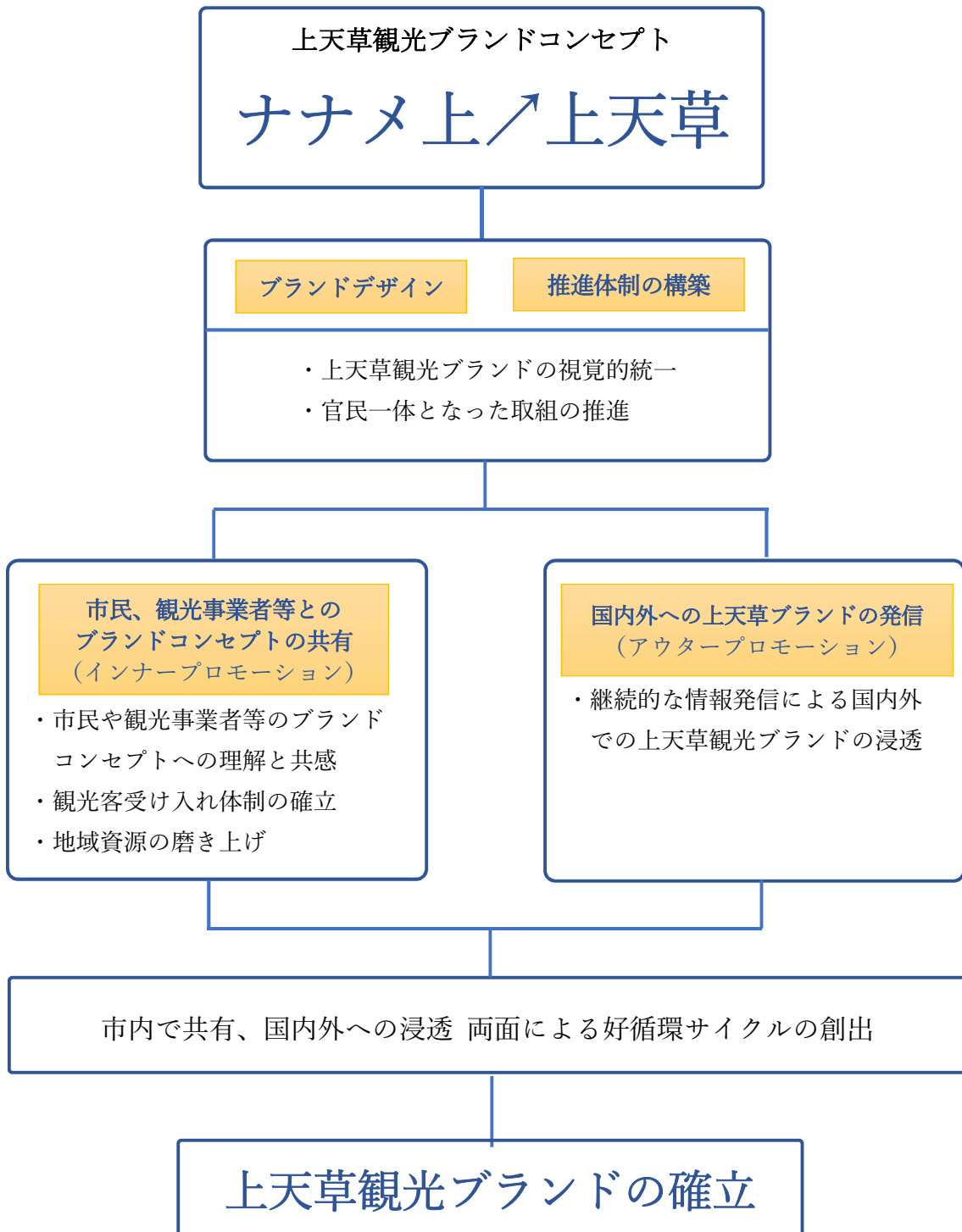
プロモーションについては大きく2つに分けて考えることができます。1つは市民や観光事業者等の地域住民に対してのプロモーション（インナープロモーション）で、ブランドコンセプトについて地域内における理解や共感といった意思の統一や士気の高揚を促すことで地域の力を集結すると同時に、上天草市に対する誇りや愛着を持つことで、国内外からの観光客を受け入れる体制を確立することができます。

もう1つは国内外に対してのプロモーション（アウトプロモーション）で、メディアやインターネットなどを活用しながら継続したPR活動を行う事で上天草観光ブランドの浸透を図ります。

デザインによる視覚統一と推進体制といった基盤の上で、2つのプロモーションが連動し作用することで、旅行地としての評価が高まり、更に、それが循環していくことで上天草観光ブランドが確立されていきます。



ブランディングの展開方法



(2) 主な取組

上天草観光ブランドの浸透及び確立を図るため、次の4つのプログラムを柱として、各種取組を展開します。

プログラム① 上天草観光ブランドデザインの作成

アクション① ロゴマークの作成による視覚的統一

プログラム② 市民及び観光事業者等とのブランドコンセプトの共有 (インナープロモーション)

アクション① 学ぶ機会の提供

アクション② 地域資源の磨き上げ

プログラム③ 国内外への上天草観光ブランドの発信 (アウタープロモーション)

アクション① メディア等を活用した情報発信

アクション② ブランド浸透調査の実施

プログラム④ 推進体制の構築

アクション① 本計画の推進を目的とした観光関係者等との
ワークショップを開催

プログラム① 上天草観光ブランドデザインの作成

上天草観光ブランドの視覚的統一の根幹となるブランドコンセプトをデザイン化したロゴマークについては、デザインの品質を高められるよう、丁寧に作る必要があります。人々にロゴマークの記憶が定着し、ブランドコンセプトが共有できることで、上天草市の観光ブランドが芽を出しはじめます。

アクション① ロゴマークの作成による視覚的統一

ブランドコンセプトが国内外の多くの人々に、受け入れられるためにそのシンボルとして、ロゴマークを作成し視覚的統一を図るとともに、ブランドコンセプトやロゴマークを入れた「のぼり」や「ポスター」などのPRツールを作成します。

【取組案】

- **ロゴマークの作成**

上天草観光ブランドの視覚的統一を図るためのロゴマークを作成する。

- **ポスター、のぼり等のPRツールの作成**

上天草観光ブランドをPRするため、ブランドコンセプト及びロゴマークを活用したポスターやのぼり等の各種PRツールを作成する。

<ロゴや色を打ち出したPRツール事例>

KENPOKU ART 2016 茨城県北芸術祭

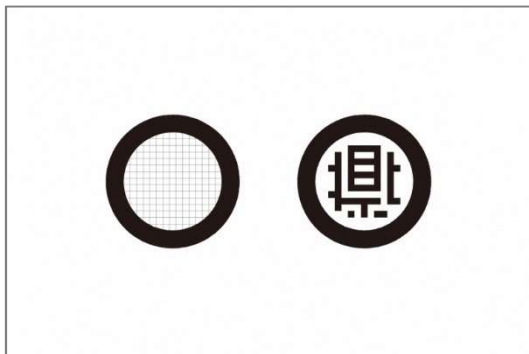
自然に恵まれた茨城県北地域の海と山をイメージした青色と緑色の2色をベースに、フォーマット化されたロゴを用いることで視覚的統一を図り、ポスターやグッズなど様々なPRツールとして展開しています。



ロゴタイプ



アクセスガイド



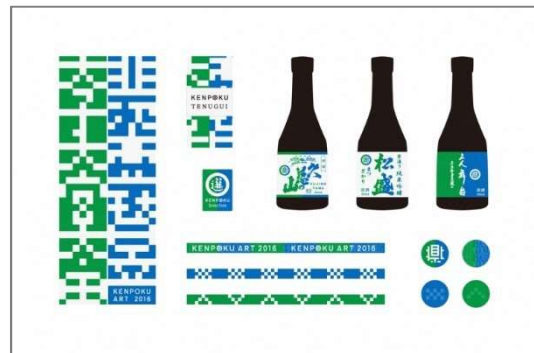
デジタルズロゴ



インビテーション、名刺、チケット、パスポート



ポスターやパンフレット



オリジナルグッズ

プログラム② 市民及び観光事業者等とのブランドコンセプトの共有 (インナープロモーション)

「ナナメ上[^]上天草」の観光ブランディングを実現していくためには、行政や観光事業者はもちろん、地域住民の一人一人が積極的にその役割を認識し、実行していかなければなりません。そのためには、ブランドコンセプトへの理解を深める環境づくりや、接客、接遇の研修などで観光客を受け入れるための意識の向上を図る必要があります。

アクション① 学ぶ機会の提供

市民や観光事業者等を対象にしたセミナー等の学ぶ機会を提供することで、上天草観光ブランドへの理解と共感が深まり、ブランドコンセプトが共有されます。

また、おもてなし講座などを開催することで、観光客を受入れるための、おもてなし意識の醸成を図っていきます。

【取組案】

- 上天草観光ブランドについてのセミナーやワークショップの開催
上天草観光ブランドについての理解を深めるためのセミナーやワークショップを開催する。
- おもてなし講座の開催
市民一丸となったホスピタリティーの向上を図るため、おもてなし講座を開催する。
- 観光人材のスキルアップ研修の開催
観光を推進する人材育成のための上天草観光大学によるスキルアップ研修を開催する。
- 広報紙やホームページ等を活用した市民向けの情報発信
観光ブランディングについての意識を高めるため、各種取組を広報紙やホームページを活用して、市民向けに情報発信する。
- ブランドコンセプト、ロゴの活用普及
上天草市観光ブランドの普及を図るため、観光事業者等にブランドコンセプトやロゴの活用を推進する。
- 情報発信体制の整理
効果的かつ戦略的に情報発信を行うため、市庁内の広報やシティープロモーション関連部署と連携を図る。

アクション② 地域資源の磨き上げ

上天草市の地域資源に「ナナメ上」の要素を加えることで、地域資源の磨き上げを行い、上天草市の新たな魅力を創造します。

また、観光客の入れ込み動線を拡大するため、1次交通及び2次交通についても交通事業者等と連携し、スムーズな移動体制を整えることで、天草エリアの玄関口としての機能向上を図ります。

【取組案】

●既存観光資源の磨き上げ

フォトスポットとなるような魅力ある観光スポットの整備を行う。

(例：湯島灯台の周辺環境整備、千巖山環境整備など)

上天草市の魅力に触れることのできる質を高めたイベントの充実を図る。

(例：天草五橋祭など既存イベントの内容充実)

●着地型旅行商品の開発

滞在型観光を推進するため、旅行会社等と連携して着地型旅行商品の開発を行う。

(例：農業・漁業体験、観光ガイドを活用した観光タクシーの開発など)

●1次交通及び2次交通網の利便性向上につながる取組の推進

公共交通機関の利用促進及び公共交通機関を利用する旅行商品を開発する。

(例：快速バス「快速あまくさ号」を活用した旅行商品開発(バス＋観光施設)、公共交通機関を活用したアクセスの方法の周知強化など)

●外国人観光客の受入環境整備

外国人観光客が安心して観光できるように、多言語による案内やWi-Fiスポットの整備推進など外国人観光客の受入環境整備を促進する。

(例：外国語対応可能な観光案内所の整備など)

プログラム③ 国内外への上天草観光ブランドの発信 (アウトタープロモーション)

上天草観光ブランドの認知度を高めていくため、あらゆる広告媒体、手法を駆使しながら広域的かつ継続的な宣伝活動を効果的に実施する必要があります。

上天草市の魅力を積極的にアピールし、国内外におけるブランドの浸透を図ります。

アクション① メディア等を活用した情報発信

ブランドコンセプトを反映したイメージを雑誌やテレビ、Web等の様々な媒体を活用し、観光コンテンツやイベントなどの情報について、上天草市を知らなかった方だけでなく、これまで上天草市を訪れたことがある方々に対しても提供していくことで、上天草市の観光ブランドイメージの定着につなげます。

【取組案】

●クロスメディアによる情報発信

宣伝効果を最大限に高めるため、様々な媒体を組み合わせた情報発信を効果的に行う。

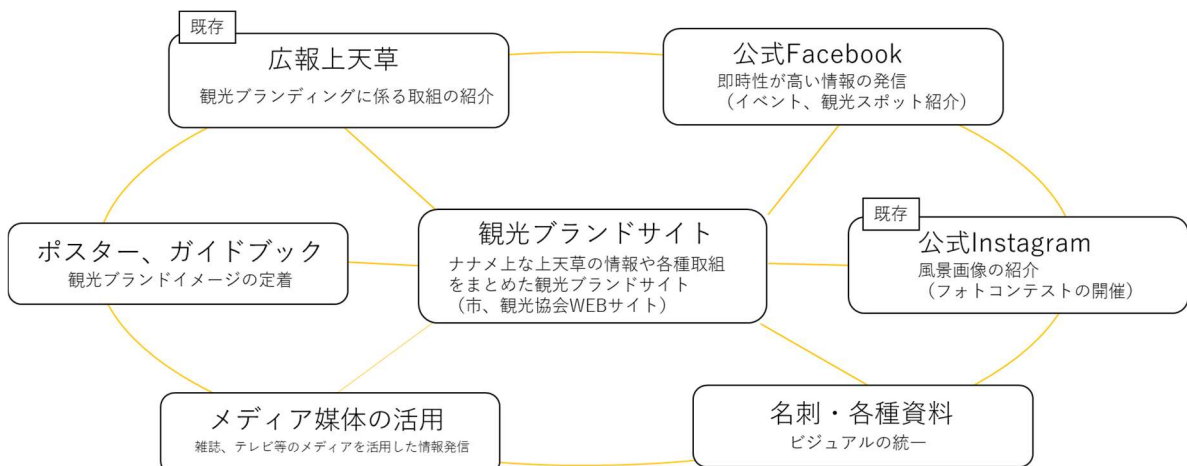
(例：「ナナメ上[↑]上天草」観光キャンペーンの展開など)

●インターネットを活用した情報発信

多くの観光客が興味をもった段階で最初に行う行動がインターネットでの旅行地の検索であることから、市や観光協会のWebサイトやSNSを有効に活用し、効果的な情報発信を行う。

(例：市、観光協会ウェブサイトの情報の充実、口コミサイトの活用など)

【クロスメディア展開案】



アクション② ブランド浸透調査の実施

上天草観光ブランドの浸透度やイメージの変化について定期的に調査を行い、ブランディングの効果や課題を把握しPDCAサイクルによる好循環を創出し、上天草観光ブランドの浸透を図る。

【取組案】

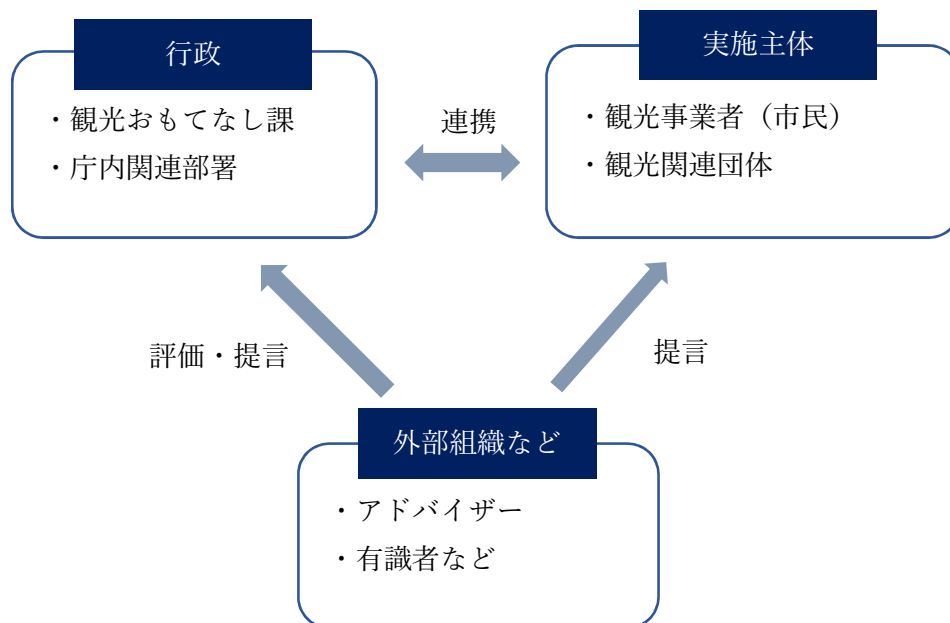
- 上天草観光ブランドイメージを測定するための各種調査
(例：アンケート調査など)

プログラム④ 推進体制の構築

観光ブランディングの推進をしていくうえで、行政、地域の実施主体、外部組織などから幅広く意見を取り入れ、連携しながら取り組んでいく必要があります。

アクション① 計画の推進を目的とした観光関係者等とのワークショップの開催

本計画の推進を目的として、観光事業者や有識者、観光関連関係団体等とのワークショップを開催し、計画に基づくブランディングの取組についての情報共有を図るとともに、取組結果の検証を行い、効果的な事業展開の推進を行います。



5 5カ年計画の目標と指針

(1) 数値目標

本計画に基づく計画を展開することにより、平成34年(2022年)における数値目標を設定します。

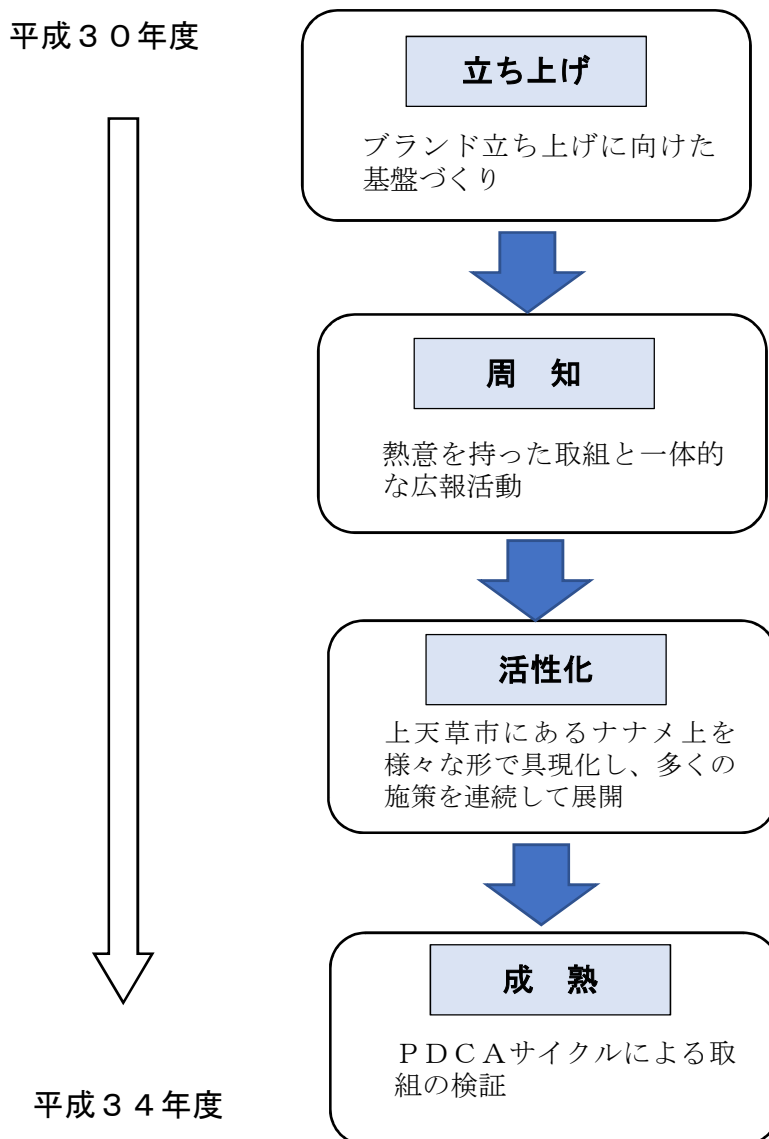
【数値目標】

指 標	基準値	目標値 (H34年)
本市観光入込客数	1,589,375人 (H28年)	2,100,000人
興味深度 (行ってみたい)	76.0% (H29年)	80.0%
複数来訪者のうち 宿泊者の割合	33.6% (H29年)	40.0%
旅行満足度 (満足・やや満足)	89.8% (H29年)	92.0%

※ 興味深度、リピート率、旅行満足度は国内1,000名程度を対象としたアンケートで数値を測定。

(2) 計画の指針

ブランディングは、人々の意識に働きかける活動であり、本来、中長期的な取組が必要であるが、早期に成果に結び付けたいことから、今後5年での集中的な展開をします。



上天草市観光ブランディング計画

(平成30年7月策定)

上天草市 経済振興部 観光おもてなし課
〒869-3692 熊本県上天草市大矢野町上1514番地
代表電話 0964-56-1111 直通 0964-26-5512