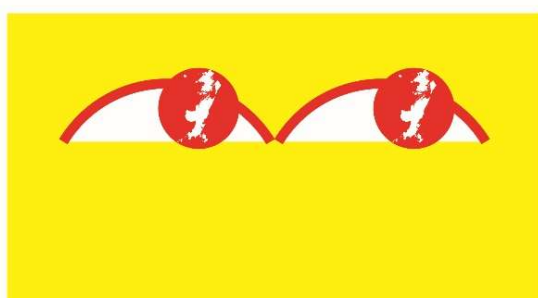


上天草市観光ブランディング推進計画



ナナメ上 ㄦ
上天草。

NANAME-UE
KAMIAMAKUSA

令和5年3月改定

上天草市

目 次

1 ブランディング計画における上天草市の観光分析

- (1) 観光を取り巻く現状
- (2) ブランディング計画における「ナナメ上↑上天草。」の取り組み
- (3) ブランド浸透度調査から見る上天草市の現状
- (4) 浸透度調査結果から見る今後の取り組みの方向性

2 上天草観光ブランド「ナナメ上↑上天草。」の浸透に向けた戦略

- (1) 「ナナメ上↑上天草。」の浸透に向けたブランディングの展開
- (2) 主な取り組み

3 ブランディング計画における目標数値の達成度と本計画の目標数値

- (1) ブランディング計画における数値目標の達成度
- (2) 計画における数値目標
- (3) 計画の指針

4 その他

1 ブランディング計画における上天草市の観光分析

(1) 観光を取り巻く現状

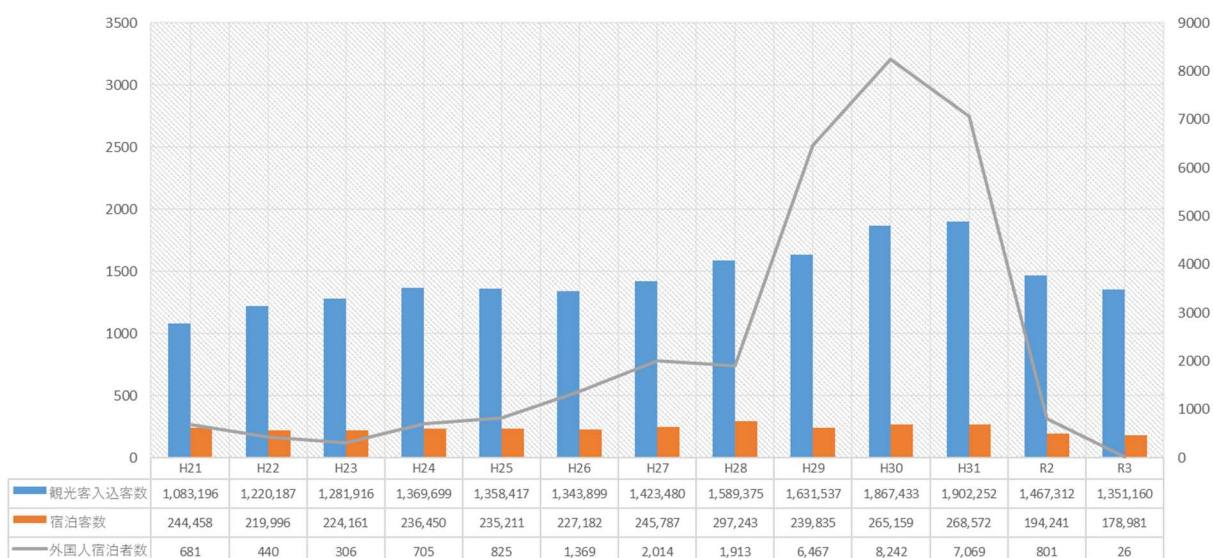
これまで、ブランディング計画を推進するにあたり、観光需要も順調に拡大していました。しかし、令和2年（2020年）1月下旬から感染拡大した、新型コロナウイルス感染症のパンデミックで、日本を含む多くの国で海外渡航規制が行われ、国内においても緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による外出自粛制限などの影響もあり、本市の観光も大打撃を受けました。

本市の観光客入込客数は、令和元年190万人まで上昇しましたが、コロナ禍後は130万人まで減少しました。観光庁は、令和3年度の訪日外国人旅行者数は25万人（前年比94%減）、日本人の国内宿泊旅行延べ人数は1億4177万人（前年比11.8%減）、日本人旅行者と外国人旅行者の日本国内旅行消費額は9.4兆円（前年比14.5%減）と、厳しい観光需要の動向を発表しています。

しかし、新型コロナウイルスワクチン接種の普及や入国制限の緩和が行われ、国際線航空便の増便や国・県・市の宿泊応援キャンペーンやクーポン配布などの影響により、少しずつではありますが、観光需要も回復している状況にあります。

新型コロナウイルスの影響により、旅行需要の分散化やマイクロツーリズムなど、観光市場において変化が起こっており、ツーリズムの動向も時代の流れと共に変化をしています。本市の強みでもあるアウトドア等のイベントはオンラインを活用し、3密を避けての開催が主流となりました。

上天草市への観光入込客の推移



(2) ブランディング計画における「ナナメ上↑上天草。」の取り組み

本市は、平成30年7月に「ナナメ上↑上天草。」を観光ブランドコンセプトとする、『上天草市観光ブランディング計画』を策定しました。ブランディング計画においては、4つのプログラムを柱とした各取り組みを展開しました。

- 1) ブランドデザインの制作
- 2) 市民及び観光事業者等との観光ブランドコンセプトの共有
- 3) 国内外へのプロモーション活動
- 4) 推進体制の構築

まずは、本市の観光ブランドコンセプトをデザイン化したロゴマーク「ナナメ上↑上天草。」を制作し、コンセプト及びロゴマークを活用した国内外への情報発信をしました。福岡市へ向かう高速バス、熊本―天草間の快速バス、熊本市内の路線バス3台に「ナナメ上↑上天草。」のロゴマークを施したラッピングバスの運行。上天草市への公共交通機関を活用した旅行商品の開発・販売。その他WEB上でもパルクールアクションを使ったYOUTUBE動画を制作し配信。公開後1か月で目標の再生回数10万回を達成しました。

また、「ナナメ上↑上天草。」専用ウェブサイトを作成し、そのアクセスのうち、約25%が海外からの閲覧者ということもあり、サイトも多言語化しました。

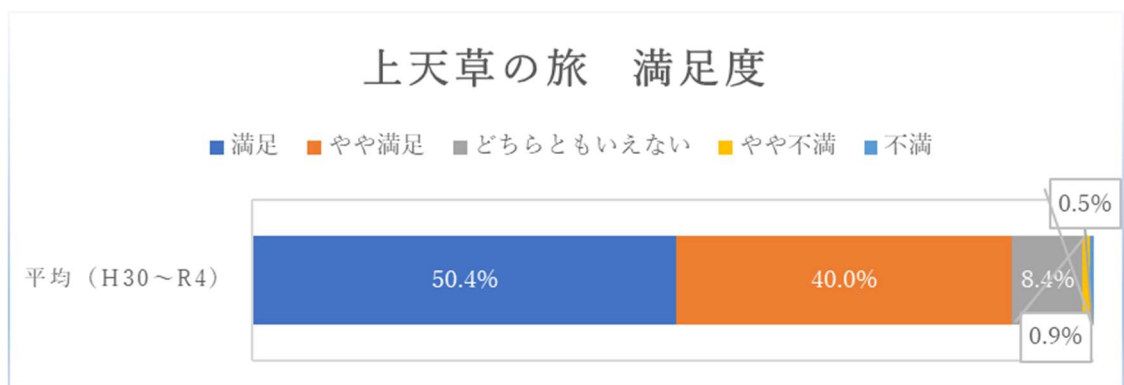
さらに、本市のインバウンドターゲットである、香港・台湾向けの訪日観光情報メディアでのPRを実施し、1か月で約2,000件の閲覧があり、高いエンゲージメント率で上天草をPRしました。

最後に、本市の観光イメージの向上と魅力を発信するため、「実証実験 事業無料バスツアー」も開催し、この事業において、バス代を実質無料とすることで、公共交通機関を使った本市への誘客の可能性が見いだせたところです。

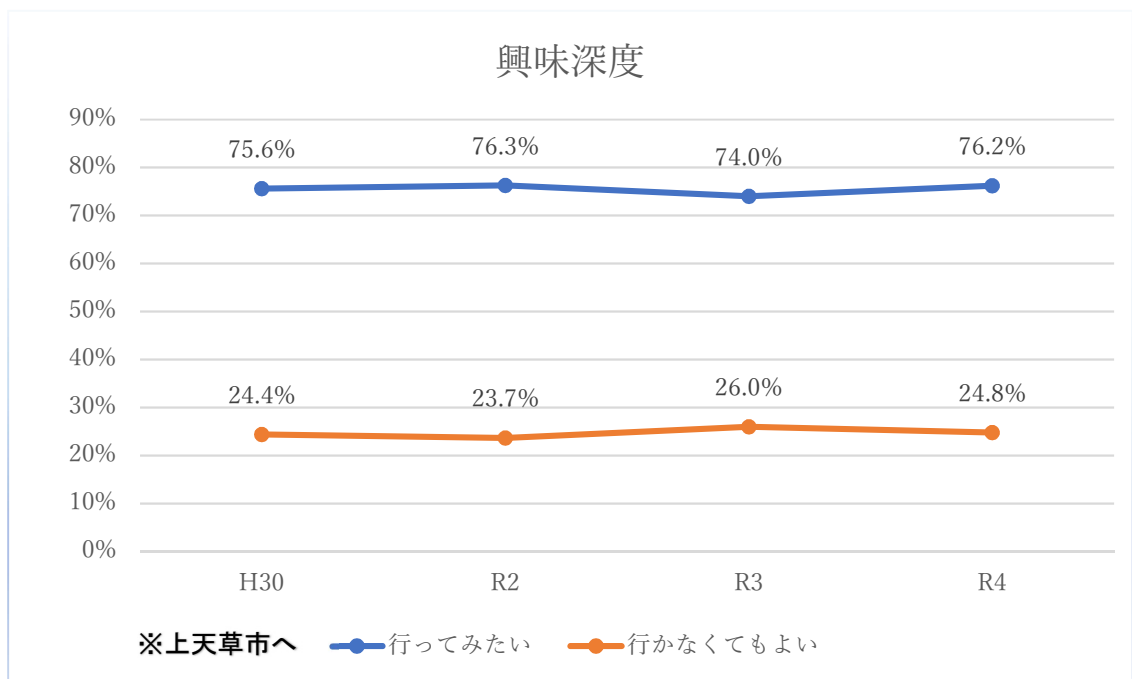


(3) ブランド浸透度調査から見る上天草市の現状

このような取り組みによる観光客への浸透度を図るため、ブランド浸透度調査を実施しました。この調査は、上天草市へ訪れたことのある観光客とそうでない観光客、約1,000名にインターネットによる全国調査をした結果です。(一部抜粋)



(※5カ年の平均で算出)



(4) 浸透度調査結果から見る今後の取り組みの方向性

ブランディング計画における浸透度調査の結果を受け、本市に対する興味深度の更なる向上を図るため、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 ブランドイメージの定着

これまでブランドイメージの視覚的統一を図り、ロゴマークなどによるプロモーションを行ってきたところですが、上天草に行ってみたいという興味深度は横ばいであり、引き続きロゴマークを活用したブランドイメージの定着が求められています。また、市民の皆様にブランドイメージを知ってもらう機会を設けるなど、内部へのプロモーションも求められます。

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のうち、宿泊で訪れた旅行者の割合は43.7%。上天草の旅の満足度も、やや満足・満足を合わせると90%と高く、こういった高い数値を常に維持し、「また来たい」と思わせるような、常に新しい取り組みを継続していくことが求められます。

ウ 観光情報のSNS等での情報発信強化

本市の観光情報を得る旅の情報源については、パソコンやスマートフォンの普及により、電子機器による取得が半数以上を占めています。

このことから、従来のパンフレットによる広告からWEBやSNSによる情報発信を積極的に展開することが求められます。

2 上天草観光ブランド「ナナメ上↑上天草。」の浸透に向けた戦略

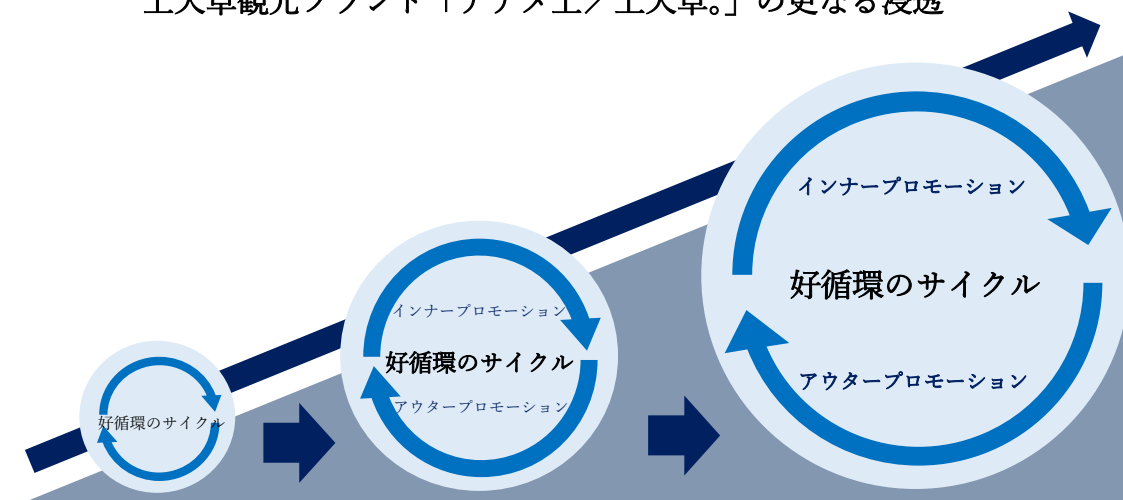
(1) 「ナナメ上↑上天草。」の更なる浸透に向けたブランディングの展開

ブランディングを推進するためには、定着しつつある観光ブランド「ナナメ上↑上天草。」をこれまで以上に、広く伝えていくことが重要です。また、官民が連携した推進体制を継続し、上天草市のイメージを発信していくことで、更なるブランドの浸透を図ります。

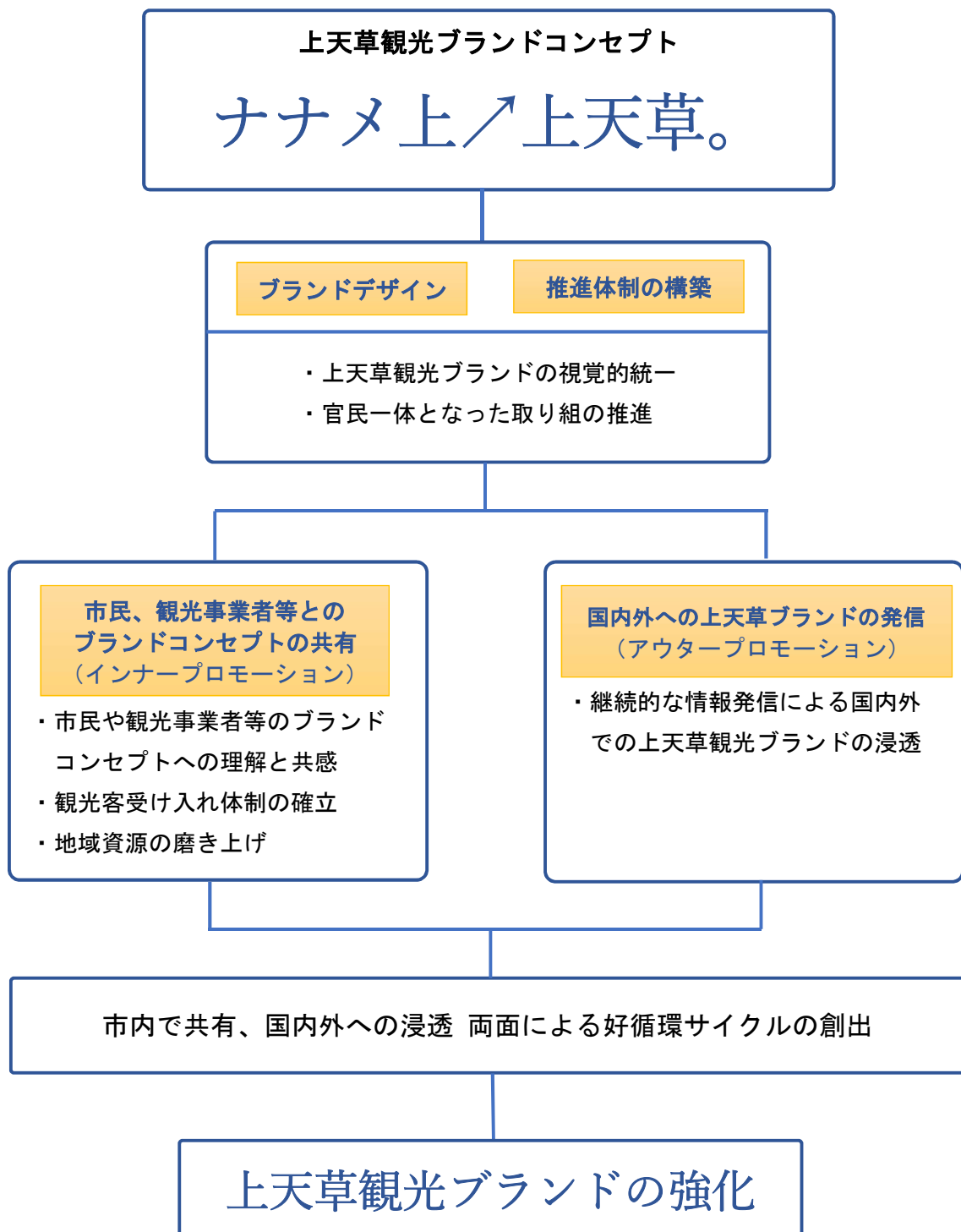
プロモーションについては大きく2つに分けて考えることが出来ます。1つは市民や観光事業者等の地域住民に対してのプロモーション（インナープロモーション）で、観光ブランド「ナナメ上↑上天草。」について地域内における理解や共感といった意思の統一や士気の高揚を改めて促すことで、地域の力を集結すると同時に上天草市に対する誇りや愛着を持つことで、国内外からの観光客を受け入れる体制をより確立することが出来ます。

もう1つは国内外に対してのプロモーション（アウタープロモーション）で、メディアやインターネット（SNS）などを活用しながら継続したPR活動を行う事で、観光ブランド「ナナメ上↑上天草。」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、それが循環していくことで本市の観光ブランドが確立されていきます。

上天草観光ブランド「ナナメ上↑上天草。」の更なる浸透



ブランディングの展開方法



(2) 主な取り組み

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、各種取り組みを展開します。

プログラム① ロゴマークを使った視覚的プロモーションの推進

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「ナナメ上↗上天草。」を更に積極的に活用し、ブランドの浸透を図ります。

① ロゴマークの継続使用による視覚的統一

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「ナナメ上↗上天草。」を積極的に使用するとともに、ブランドコンセプトやロゴマークを入れたPRツールを作成します。



プログラム② 市民及び観光事業者等との「ナナメ上↑上天草。」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展開していくためには、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、「ナナメ上↑上天草。」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。

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、「ナナメ上↑上天草。」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、観光客を受け入れるための、おもてなし意識の醸成を図っていきます。

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。

プログラム③ 国内外へ上天草観光ブランド「ナナメ上↑上天草。」の発信 (アウタープロモーション)

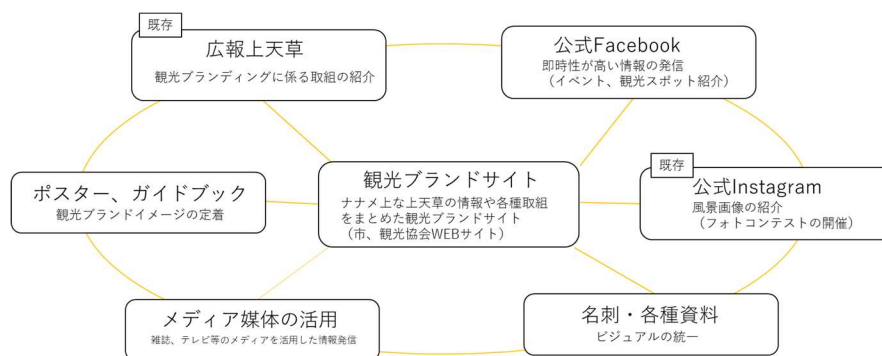
「ナナメ上↑上天草。」の認知度を高めていくため、あらゆる広告媒体、手法を駆使しながら広域的かつ継続的な宣伝活動を効果的に実施する必要があります。

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。

① メディア等を活用した情報発信

「ナナメ上↑上天草。」を反映したイメージを雑誌やテレビ、WEBやSNS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情報提供していくことで、上天草市の「ナナメ上↑上天草。」の定着につなげます。

【クロスメディア展開図】



② ブランド浸透調査の実施

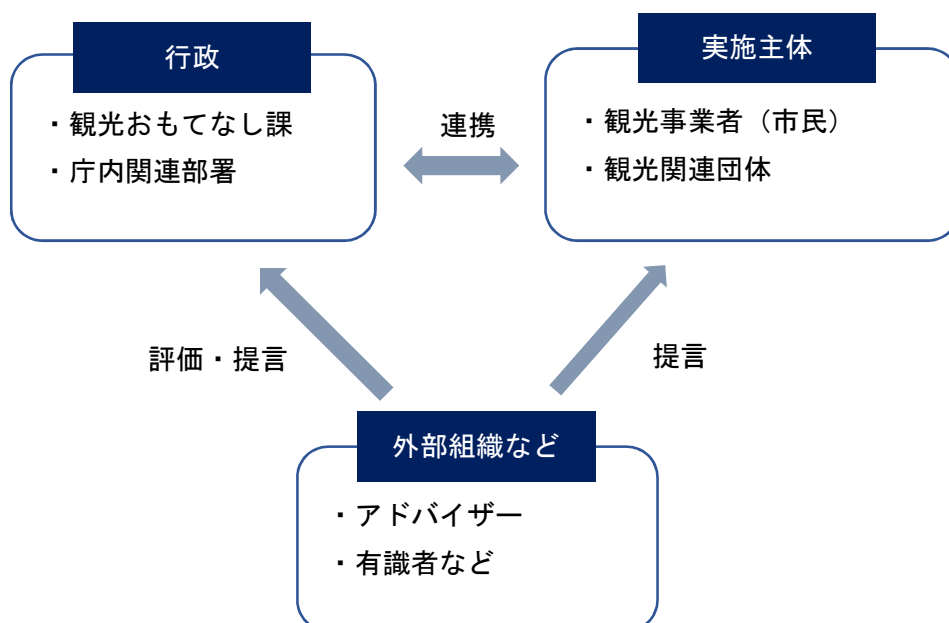
「ナナメ上↑上天草。」の浸透度やイメージの変化について定期的に調査を行い、ブランディングの効果や課題を把握しPDCAサイクルによる好循環を創出し、上天草観光ブランド「ナナメ上↑上天草。」の浸透を図ります。

プログラム④ 「ナナメ上↑上天草。」の推進体制の強化

「ナナメ上↑上天草。」の取り組みを推進していくうえで、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みを進めていく必要があります。

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を開催

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り組みについての情報共有を図るとともに、取り組み結果の検証を行い、効果的な事業展開の推進を行います。

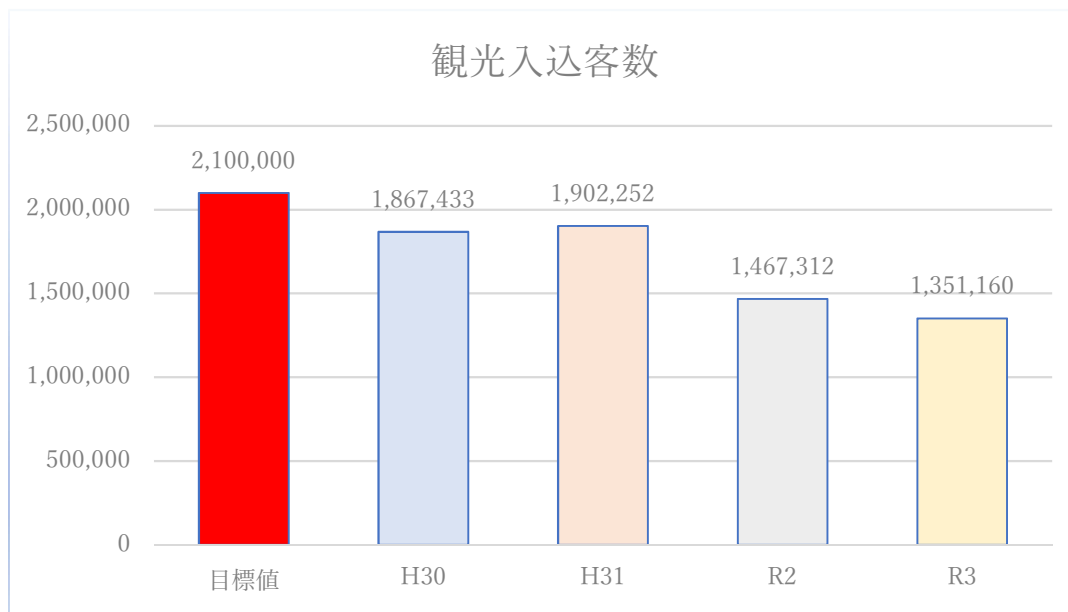


3 ブランディング計画における目標数値の達成度と本計画の目標数値

- (1) ブランディング計画における数値目標の達成度 (H30～R4)
計画における目標数値の達成度については、以下のとおりです。

【観光客入込客数】

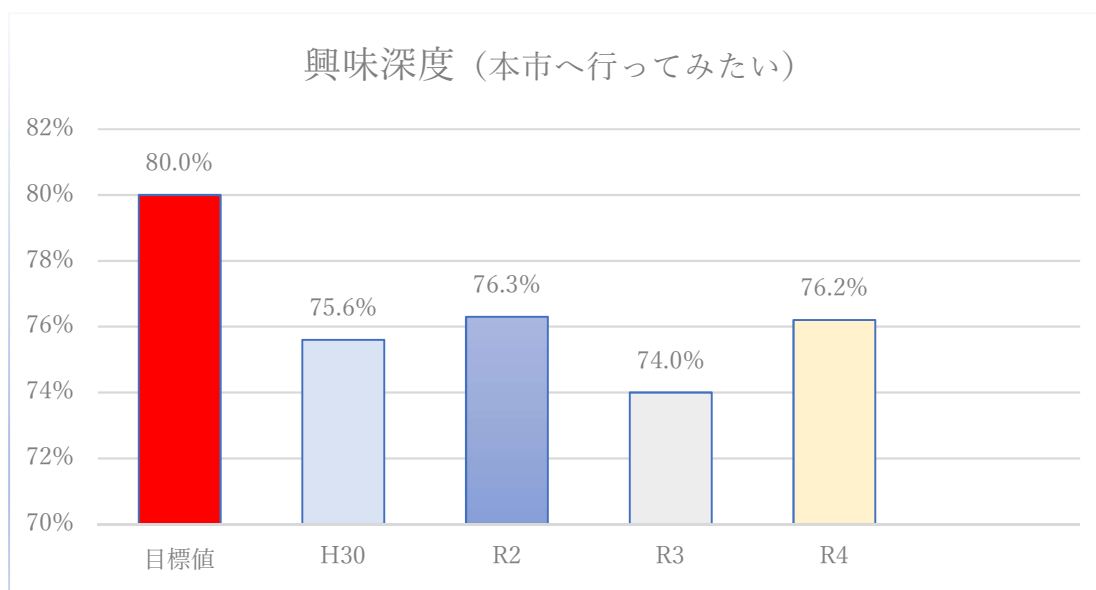
○目標 2,100,000人



【興味深度】

○目標 80%

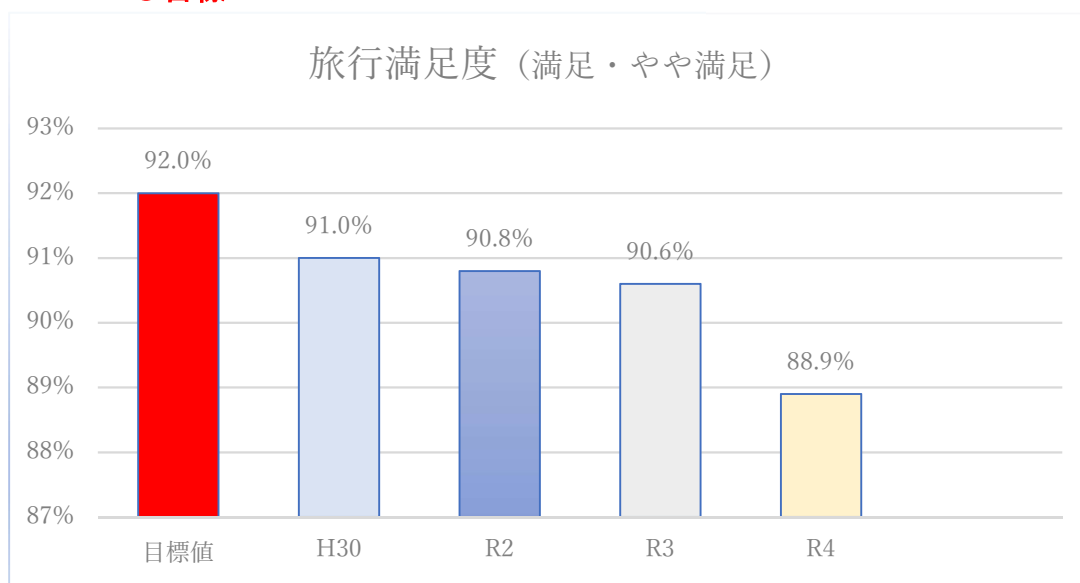
(※令和元年度は調査未実施)



【旅行満足度】

○目標 92%

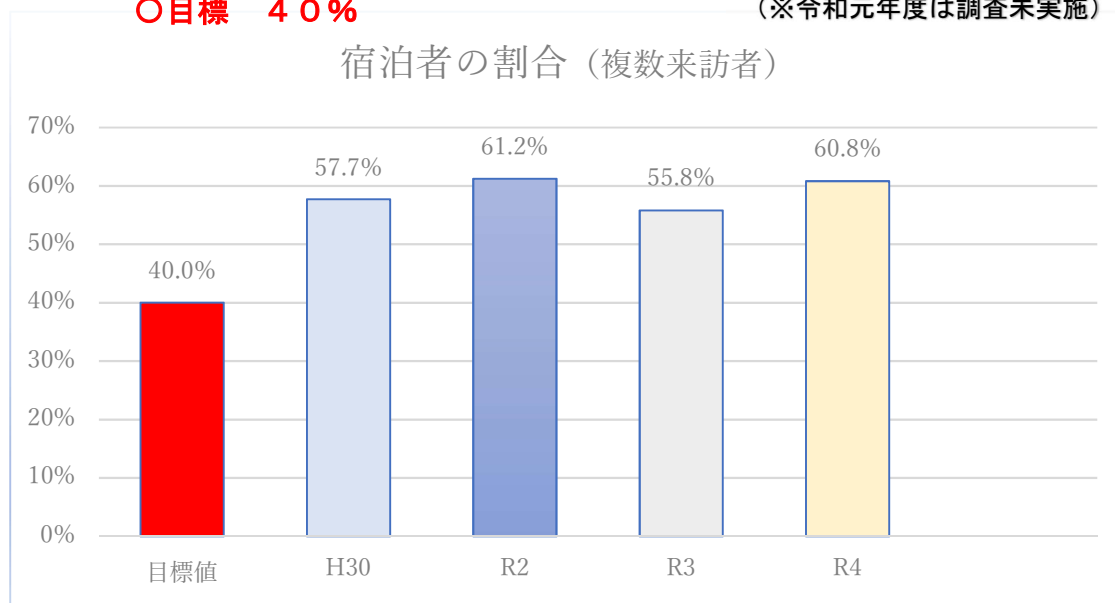
(※令和元年度は調査未実施)



【宿泊者の割合】

○目標 40%

(※令和元年度は調査未実施)



ブランディング計画における目標数値の達成状況については、新型コロナウイルス感染症の拡大前までは、順調に数値を延ばしてきましたが、感染拡大後の影響は非常に大きく、宿泊者の割合以外は目標数値をクリアできませんでした。

本計画では、4つのプログラムを柱中心とした取り組みを実施するため、目標数値を再設定します。

(2) 上天草市観光ブランディング推進計画における数値目標

上天草市観光ブランディング推進計画に基づき戦略を展開することにより、当面の期間、令和9年（2027年）における数値目標を次のとおり設定し、以降は随時目標値を見直しながら進めていきます。

【数値目標】

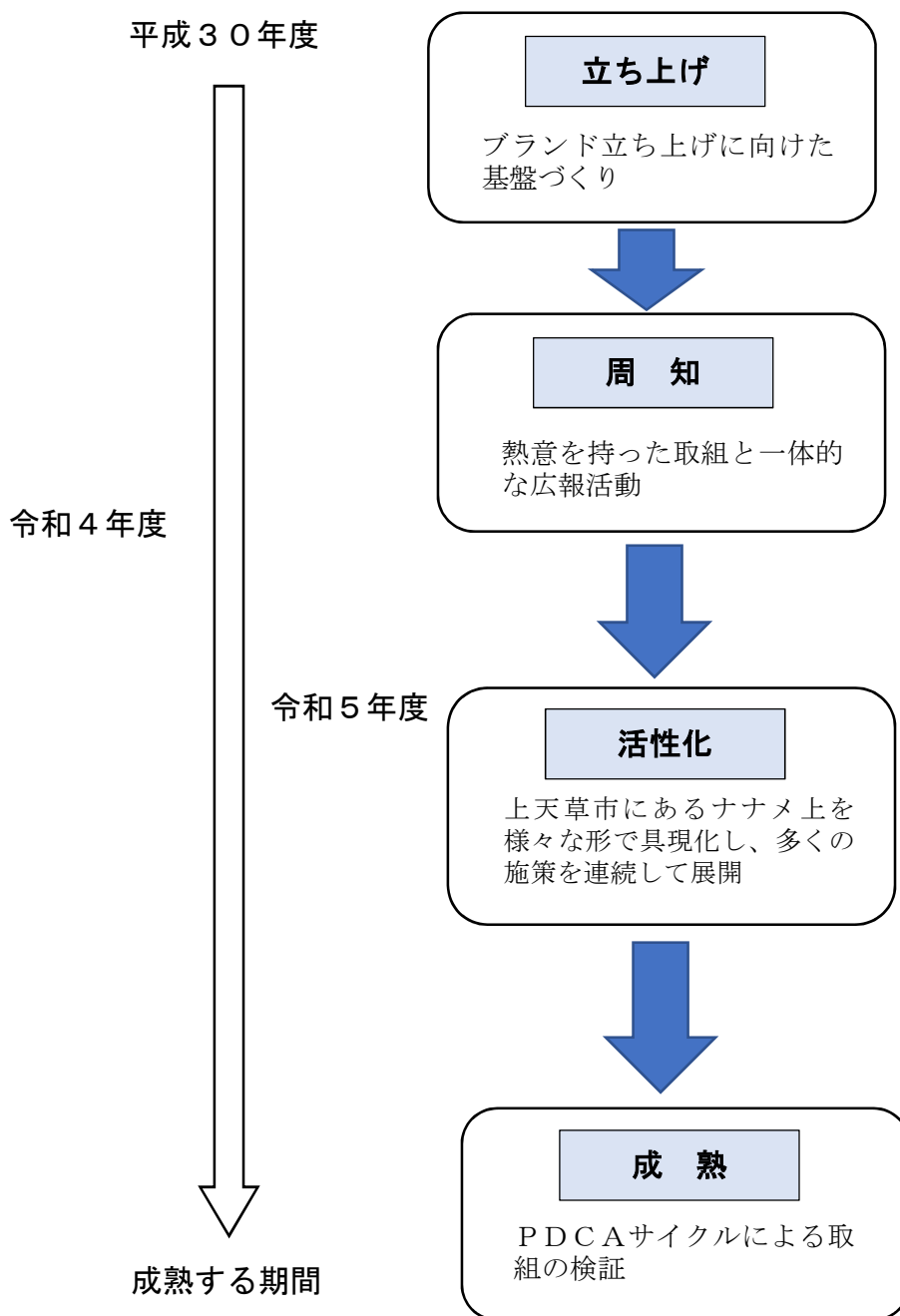
指 標	基準値	目標値 (令和9年・度)
本市観光入込客数	1,867,433 人 (平成30年)	2,200,000人
興味深度 (行ってみたい)	75.6% (平成30年度)	85.0%
複数来訪者のうち 宿泊者の割合	57.7% (平成30年度)	65.0%
旅行満足度 (満足・やや満足)	91.0% (平成30年度)	95.0%

※ 興味深度、リピート率、旅行満足度は国内約1,000名程度を対象としたインターネットアンケートで数値を測定。

※ 基準値は、コロナ禍以前の平成30年・度の数値を基準値として設定。

(3) 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、中長期的な取組が必要です。平成30年度から令和4年度にかけて集中的に事業を展開してきましたが、ブランディング浸透度調査の結果及び新型コロナウイルス感染症により減少した観光客を取り戻すため、目標数値を新たに設定しブランド定着まで取り組みを実施します。



4 その他

観光ブランドの考え方

●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。

●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。

●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。

観光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。

上天草観光ブランドコンセプトとは

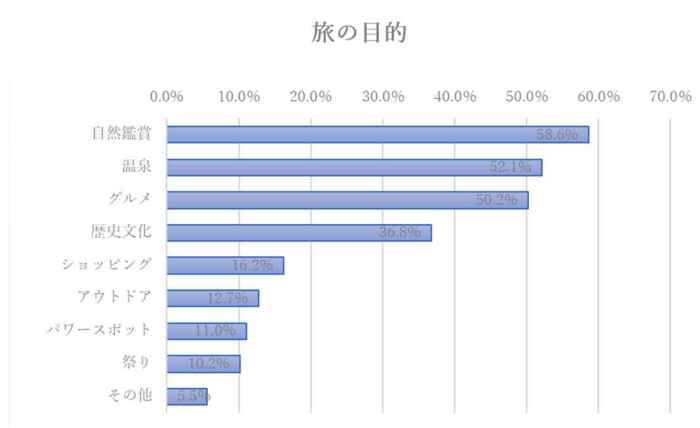
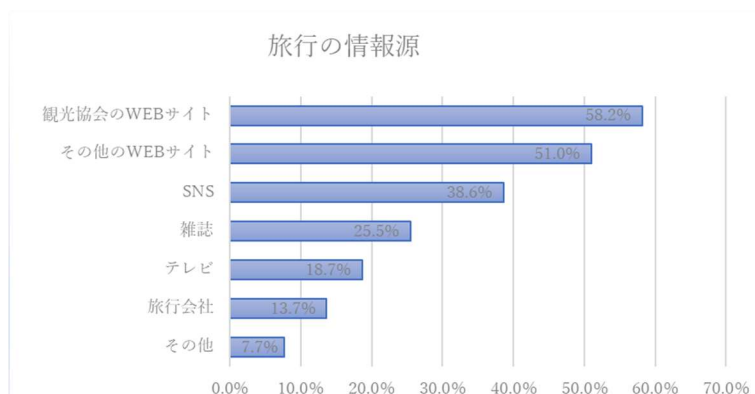
ナナメ上↗上天草。

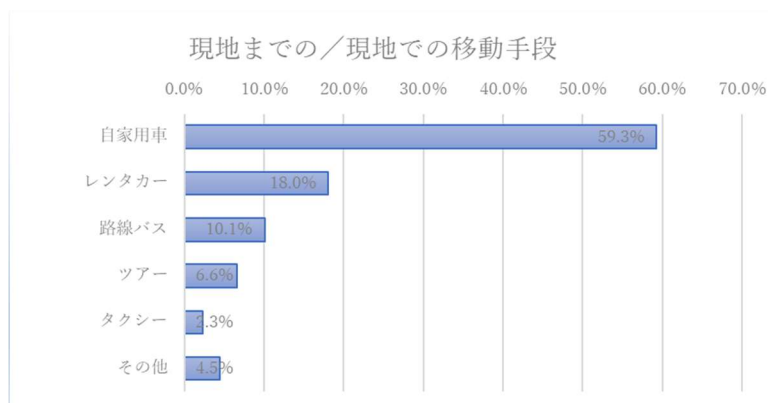
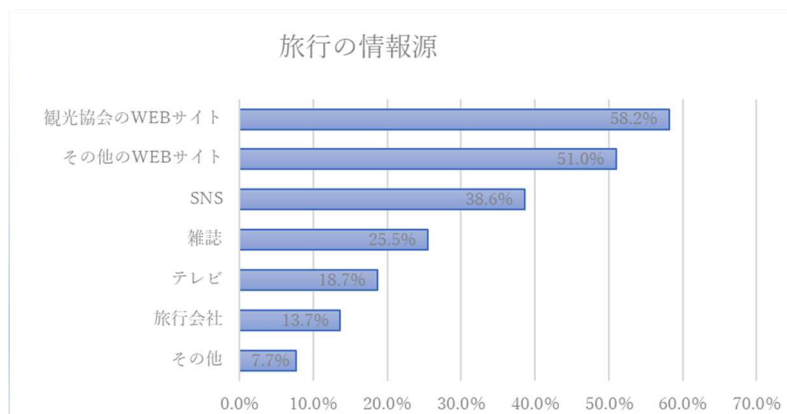
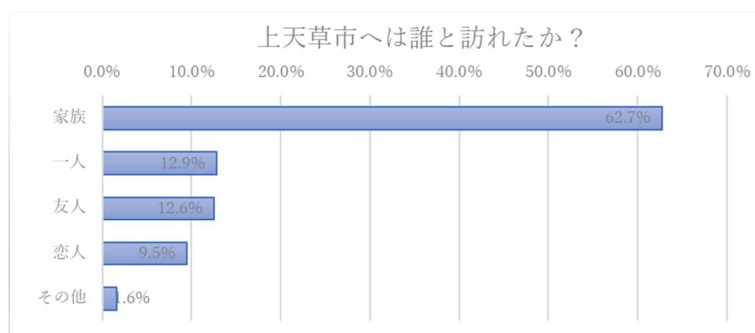
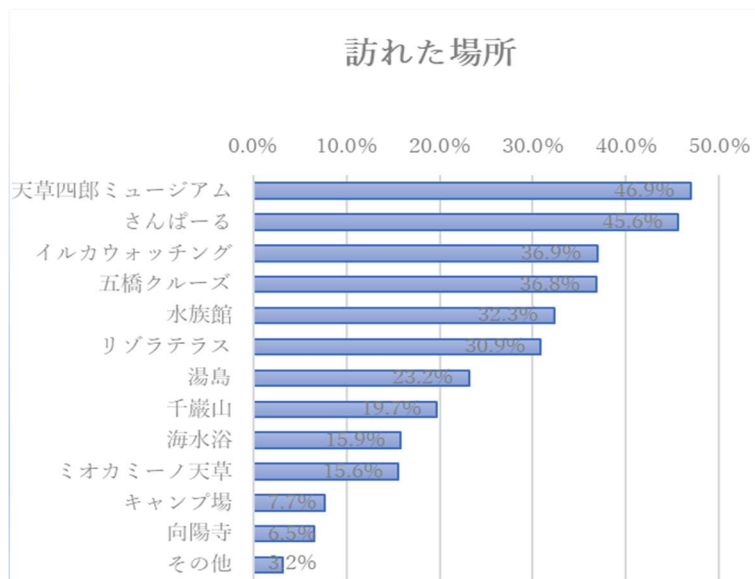
○上天草市の観光ブランディングとして「予想の斜め上」というコンセプトを官民一体となってアイデアを出し合い、モノ、トコロ、コト、ヒトの全てにおいて「ナナメ上」の取り組みをしていく。

○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。

ブランド浸透度調査結果（一部抜粋）





(※浸透度調査4回の平均値)

上天草市観光ブランディング推進計画

(令和5年3月改定)

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