

【計画名：阿蘇ジオパークの拠点施設を中核とした文化観光の推進に係る地域計画】

①計画目標の達成状況

目標項目名(単位)	R2			R3			R4		R5		R6	
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	目標	実績	目標	実績
来訪者の満足度_日本人(%)	36	40	111%	37	40	107%	38		39		40	
来訪者の満足度_外国人(%)	37	0	0%	39	0	0%	41		43		45	
来訪者数_日本人(千人)	10,263	7,036	69%	11,913	集計中	—	12,444		12,975		13,506	
来訪者数_外国人(千人)	801	346	43%	1,287	集計中	—	1,416		1,545		1,674	
宿泊者数_日本人(千人)	681	844	124%	1,098	集計中	—	1,153		1,208		1,263	
宿泊者数_外国人(千人)	267	40	15%	429	集計中	—	472		515		558	

②計画目標の達成状況に関する分析・評価

<p>(分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> 阿蘇地域は、熊本県内でもインバウンド及び団体旅行の比率が高い地域であったことから、令和2年度はコロナ禍による両者の需要蒸発の影響を大きく受けた。ただし、各種観光キャンペーン、JR豊肥本線全線復旧、国道57号北側復旧ルート開通等により、国内旅行者の需要が回復に向かった。 <p>(評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本人の来訪者満足度は概ね目標を達成できたが、外国人については把握することができなかった。 来訪者数及び宿泊者数については、新型コロナウイルス感染症の影響により達成できていない。 <p>※ 左記①計画目標の達成状況におけるR3年度実績については、熊本県が各市町村からのデータを取りまとめ中であり、その結果を文化観光推進事業者である「(公財)阿蘇地域振興デザインセンター」経由で出すことにしている。現時点では「集計中」として表記した。</p>
--

③計画で取り組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業番号1-①	阿蘇カルデラ文化資源の調査研究とデータベース構築	<ul style="list-style-type: none"> 博物館の地学資料、植物資料、歴史資料などの収蔵資料200点について館内に整理。博物館内地下収蔵庫に岩石の収蔵棚12台を設置。 採取場所ごとに分類し、資料ラベルとともに閲覧できるようにした。 資料のアーカイブ作成に向けて、データベース化(阿蘇ジオパーク推進協議会HP内)を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> 有形文化資源の継続収集を行い、未整理の岩石、考古当の資料300点のデータ整理を実施。エクセルデータとして保存し、資料は博物館内に整理。 電子書籍×動画による無形文化資源のデジタルアーカイブ制作に向け、地域の祭り、文化の背景となるロケーション等17か所の無形文化資源のデジタル資料収集を行い、電子書籍としてまとめた。コロナ禍により資料収集のみ実施(iBooksで公開中)。 	20百万円
事業番号1-②	阿蘇カルデラ文化観光推進トータルデザイン確立	<ul style="list-style-type: none"> 阿蘇山上エリア及び阿蘇火山博物館のトータルデザインに関する調査企画を行い、「阿蘇・火山生活」及び「滞在型の博物館」という阿蘇における文化観光の根幹のコンセプトを設定した。 ジオパーク運営における「経済活性化」のための調査研究を行い、対策会議を2回実施し、上記コンセプトにおける経済的循環の可能性について検討した。 	—	
事業番号1-③	阿蘇ジオパーク学と阿蘇カルデラ文化観光学の訴求推進	阿蘇地域の県立高校のうち阿蘇中央高校及び高森高校における生徒による阿蘇ジオパークに関するグループ研究を支援し、その研究結果をオンラインによる発表会を実施した。	阿蘇地域のすべての県立高校(阿蘇中央高校、高森高校、小国高校)において、阿蘇ジオパークのサイト保全に関する研究及びサイトを観光に活用する研究を生徒が行い、オンラインによる発表会(8グループの発表)を実施した。また、阿蘇地域の4つの地域における5つの小学校(阿蘇市立阿蘇小学校、産山村立産山小学校、南阿蘇村立南阿蘇小学校、西原村立山西小学校及び河原小学校)で、阿蘇の素晴らしさに気づく授業を行い、その成果をオンラインによる謎解き大会として実施した。	
事業番号1-④	阿蘇カルデラ文化観光推進のための中核人材の確保・育成	「博物館等を中核とした文化クラスター推進事業」を実施するため、以下の人材を専任として雇用了。ディレクター3名、コーディネーター1名(延べ2名)、事務員1名(延べ2名)。	「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業」を実施するため、以下の人材を専任として雇用了。学芸員2名、コーディネーター2名、事務員5名(延べ9名)。	

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業番号2-①	阿蘇サイクルツーリズム学校「コギダス」プロジェクト	<p>牧野(草原)に関する知識を有し、阿蘇の草原保存の仕組みを理解したガイドを養成するための講座を実施した。マウンテンバイクによる認定牧野ガイドは、20名を育成している。草原ライドのフィールドとして3か所の牧野組合に協力をいただいている。</p>	阿蘇一周ルート「阿蘇イチ」を設定した。これは、阿蘇のシンボルである阿蘇五岳や阿蘇を取り囲む外輪山など圧巻の風景を楽しめる約120kmのロングコースと、歴史や文化を感じながら史跡や商店街を巡る約50kmのショートコースの2つのルート。年間延べ226人の参加実績あり。	8.1百万円
事業番号2-②	国際化に対応した阿蘇カルデラ文化観光の環境づくり	米塚下園地サイト、仙酔峡サイト、宮地湧水群サイトの解説案内板を多言語化した。	麓坊中サイト、役大原湧水群サイト、二重峠サイトの解説案内板を多言語化した。	
事業番号2-③	最先端技術で体感できる阿蘇カルデラ文化観光の世界	<ul style="list-style-type: none"> 博物館の魅力増進のためのDX推進により検討会を実施し、「観光防災」という概念のもと、次年度以降の魅力発信のコンテンツと減災を意識した阿蘇文化観光のBCP策定のコンセプトを示した。 火山博物館の新規コンテンツ作成のための基本設計を実施し、文化観光に資する映像コンテンツを収集した。 	<ul style="list-style-type: none"> 学芸員ミュージアムオンラインツアーの造成のため、個体岩石から液体マグマを作る実験(溶岩実験)のテストを実施(コロナ禍の影響で予定していた指導員の招請は中止)。さらに、溶岩実験と博物館内をつなげたオンラインツアーの台本作成。また、ツアー予約販売サイトでの販売や定期化に向けた課題抽出。 R2年度に収集したコンテンツを用いて阿蘇火山生活ムービーを制作した。 	
事業番号2-④	阿蘇カルデラ文化観光のユニバーサルデザイン態勢	—	<ul style="list-style-type: none"> ガイドツアーやオンラインツアーの販路拡大のため、予約サイトの構築と既存システムとを連携。文化観光におけるオンライン販売の窓口をHP上に実装した。 BCP/DXによる阿蘇回遊促進計画の策定のための検討会を実施し、計画の素案を策定した(本素案をもとに次年度事業を運用予定)。 コロナ禍における館内(エスカレーターや手すり)の除菌対策を実施した。 	

③計画で取組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業番号3-①	阿蘇カルデラ文化観光ガイドングパフォーマンス確立	Withコロナの阿蘇地域文化観光におけるガイドパフォーマンスのあり方についての検討会を実施。ツアー中に潜むリスクのあぶり出しを行った。また、DXによる事業の安全管理及び業務効率化に焦点を当てた検討会及び「ガイド×デジタル活用の可能性」をテーマとした検討会を実施した。	ガイドングパフォーマンス育成のため、古坊中地域におけるリスクの洗い出しと観光素材のピックアップをガイドングパフォーマンス自らで実施した。その結果をもとに、古坊中エリアの観光防災マップを作成した。	23.7百万円
事業番号3-②	阿蘇の草原文化とガストロノミーの饗宴	阿蘇の草原文化をテーマとしたツーリズム推進のキックオフとして、サステナブル・ブランド国際会議「阿蘇シンポジウム」を開催した。コロナ禍におけるハイブリッド方式による開催とし、リアル200名、オンライン800名の参加実績あり。	千年以上受け継がれてきた草原の暮らし、ユニークな農耕祭事、郷土料理、伝統の「草泊まり」等を体験する滞在型の商品造成と、持続可能な草原活用についてのガイドラインの策定を実施した。	
事業番号3-③	阿蘇カルチャーツーリズムの創造	・阿蘇山上におけるナイトタイムエコノミー推進のための企画会議を実施し、「阿蘇・火山生活」をテーマの妥当性を検討する企画展やナイトミュージアムの試行などを立案。 ・文化観光ツアーの造成・実施とオンライン配信を実施。	古坊中の文化観光コンテンツブラッシュアップのため、学芸員による古坊中エリアの地表地質調査（地層の鑑定、遺物の分布調査）および文献調査を実施。	
事業番号3-④	阿蘇カルデラ周遊型による文化イベント活動	—	・地域計画に基づいた新しい時代の博物館を目指し、ナイトミュージアムを実施。9/21～10/23(内13日間)で、約7,000名の参加。 ・R2年度の1-②で策定した「阿蘇・火山生活」をテーマとして展示エリアで企画展を実施し、観光客の阿蘇地域への回遊を図った。 ・ツーリズムに関わる箇所（空き家・宿泊施設・地域文化拠点）に地域文化のシンボルとなる岩石を展示。この場所を拠点として、周辺地域を活用したモニターツアーを実施。モニターの意見をもとに次年度からツアー実施を図る。 ・「過ごす博物館」×「阿蘇・火山生活」で実施する経済活性化施策（阿蘇ブランドの再整理や地域産品のブラッシュアップ）のため、予約ECサイトを活用したガイド事業の策定に取り組んだ。	3.2百万円
事業番号4-①	阿蘇カルデラ情報プラットフォームの多言語化	—	阿蘇・火山生活プロジェクトの特設サイト構築とwebプロモーション、マーケティングを実施。	
事業番号4-②	阿蘇くじゅう観光圏パートナーシップ&プロモーション	阿蘇くじゅう観光圏満足度調査を実施。全国13認定観光圏と連携したUndiscovered JAPANにより情報発信に取り組んだ。	阿蘇くじゅう観光圏満足度調査を実施。全国13認定観光圏と連携したUndiscovered JAPANにより情報発信に取り組んだ。	
事業番号4-③	J R九州など交通キャリアと連携した誘客チャレンジ	8月8日（土）のJR豊肥本線全線開通に合わせたプロモーション企画「スイッチオン！豊肥本線全線開通プロジェクト」を実施した。熊本地震からの復興に取り組む最大の機会として、阿蘇とJR九州が一体となった受入れ及びブランディングを行った。	J R 豊肥本線を列車で旅する醍醐味や魅力、各駅で降りてからの旅の楽しみ方の情報などを盛り込んだガイドブックを作成した。 仕様：A4判カラー、32ページ 言語：日本語版、英語版、中国語（繁体字）版、20,000部発行	

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業番号5-①	阿蘇火山博物館デスティネーション計画	火口カメラコーナーの展示空間の作り込み、火口の音体験など、火口をより臨場感を持って体験できるようなシステムを取り入れた。火口模型の周りに「展望台」を設け、あたくも博物館内から火口見物をしているような体感ゾーンを作り出した。同時に、阿蘇地域の文化の根源でもある「火山」を掘り下げ、中世の時代から繁栄した山岳宗教と火山の関わり方について展示を行った。	デジタルミュージアムの構成要素の一つとして、現実の館内を仮想空間上に再現し、バーチャルミュージアム館内自体を大きな社会情勢の変化を受け変化する文化資源と捉え、変化する前の状態の記録を行った。	3.3百万円
事業番号5-②	阿蘇火山博物館コミュニケーション計画	—	博物館内において、リアルミュージアムとデジタルミュージアムをつなぐIoT環境基盤設計調査を実施した。	
各年度ごとの実績額→		14.4百万円	43.9百万円	58.3百万円

④事業の進捗状況に関する分析・評価

<p>(分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業番号1-②により、阿蘇における文化観光のコンセプトである「阿蘇・火山生活」「過ごす博物館」の全体像を確立した。 ・事業番号1-①により、上記コンセプトに応じた基礎データとしての博物館の資料整理が進み、共通コンセプトのもと来訪者への情報提供を行うことができた。ただし、内容としては、歴史・文化に関するものがまだ不十分。 ・事業番号2-③および2-④により、阿蘇山上の環境的特性を洗い出し、持続的な文化観光推進のためにDXをからめたBCPを進めている。 ・事業番号5-①により、博物館としての情報発信（展示も含めて）の在り方を変えていくきっかけづくりができつつある。実物（アナログ）とバーチャル（デジタル）のバランスをとりながら、文化素材を分かりやすく解説する手法を取り入れていく。 ・コロナ禍の影響により、ツーリズム造成や講演会などは縮小さざるを得ず、当初の想定ほどには十分な成果が挙げられていない。 <p>(評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまでの事業期間においては、コロナ禍のため、日本人観光客や海外からの来訪者数も少なく、成果の検証が一部に留まっている。今後、Withコロナの時代に入ることを見込み、その実証がより確実に行うことができいくものと思われる。 ・事業番号3-③により、阿蘇山上エリアにおける新しい文化観光の分野を開拓することができた。今後のさらなる展開を図っていけるものと思っている。また、事業番号4-①により、マーケティングにおけるWebの大きな力を認識することができた。 ・計画当初の阿蘇火山博物館に対する口コミ評価の中で、「古い」というものが多かったが、映画資料の更新、デジタル展示の導入などにより、少しずつ改善されているものと考えている。 ・博物館の室内での体験活動が不足していることは、コロナ禍の影響もあり解消できていない。 ・博物館と地域の文化観光推進事業者とのつながりは、ナイトミュージアムやカルチャーツーリズムなどを通して徐々に強化されてきているが、まだ不十分である。 ・総合的に、各事業の成果は上がっているが、コロナ禍のために来訪者が少なく、日本人や外国人の満足度の向上につながっているのかの検証が十分にはできていない。

⑤拠点施設の要件に関する取組状況

	↓文化観光拠点施設名
要件	公益財団法人阿蘇火山博物館
・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介	阿蘇地域の主な文化資源として阿蘇神社（重要文化財）、米塚及び草千里ヶ浜（名勝/天然記念物）、豊後街道（史跡）、草原景観、温泉や水資源、活動河口、カルデラなどが存在するが、それらに対し博物館ではこれまでのアナログ展示をデジタルを活用してわかりやすく解説するよう取り組んでいるところである。
・情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介	R3年度にはタッチセンサー形式のスクリーンを用いた展示を作成し、阿蘇ジオパーク地域におけるジオサイトなどの文化観光関連地点の解説と紹介を音声で行った。
・外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介	コロナ禍によりここ2年間の外国人来訪者はほとんど実績はない。しかしながら、アフターコロナを念頭に置きながら、外国人来訪者が回復した時のことを考えて、これまでの事業においては、映画では4か国語字幕を入れ込み、またWebでも英語対応を進めている。
・文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築	行政としては、熊本県、阿蘇市などのジオパーク構成市町村、学術的な部分では地元の京都大学火山研究センター、熊本大学、文化面では阿蘇神社や西厳殿寺、県や市町村の学芸員などと連携を図っている。さらに、観光面では阿蘇地域振興デザインセンター（文化観光推進事業者）をはじめ、地元の観光協会との連携も強化している。
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析	阿蘇ジオパーク地域への観光入込客数、宿泊客数などについては阿蘇地域振興デザインセンターやジオパーク構成市町村、熊本県の観光統計などを通して収集し、整理・分析している。
・文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びK P I の設定・P D C A サイクルの確立	文化観光推進事業に関する5ヶ年間の事業の全体像を定め、各年度ごとにその達成度をチェックしている。各事業の実施にあたっては、PDCAサイクルを意識しながら必要に応じて計画変更も行いながら進めている。

⑥観光関係者（DMOなど）からの評価

（記載:阿蘇市観光課）

- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、来訪者数や宿泊者数は目標を大きく下回ったが、本計画の実施に伴う「ナイトミュージアム」などの実証により、ナイトタイムエコノミーの推進が図られ、新たな阿蘇の観光の在り方を模索することが出来た。
- ・SDGsの推進にあっては、本計画の事業番号3-②において、阿蘇の草原文化を活かしたサステナブル・ツーリズムの推進が図られ、「千年の草原の創造的活用による持続的な景観保全と観光振興」という新たな展開に期待され、阿蘇地域が目指す「世界文化遺産登録」への試金石となる。
- ・平成28年熊本地震の影響からJR豊肥本線は寸断され、国内外からの旅行者が極端に落ち込んだが、令和2年8月のJR豊肥本線の全線復旧においては、JR九州との連携により地域上げてのプロモーションと受け入れ態勢を図ったところであるが、隣接する大分県竹田市とも連携できたことから広域展開となった。

⑦今後の改善の方向性

- ・事業番号3については、今後は実際に地域の経済活性化に寄与するよう、より具体的なプランを策定する。
- ・事業進捗をより詳細に検証していくため、KPIを具体的に設定する。