

第1章 熊本県における観光産業とそれを取り巻く外部環境について

1. 我が国の観光立国宣言

平成15年1月、当時の小泉首相は、施政方針演説において、歴代首相として初めて観光振興を政策として打ち出した。日本を訪れる外国人観光客を2010年までに当時の倍の1,000万人に増加させようとするもので、「観光立国懇談会」を諮問機関とし、政府も「ビジット・ジャパン・キャンペーン」計画を掲げ、我が国は、「観光立国」の実現に向けて第一歩を踏み出した。

その後、平成18年12月に、観光立国の実現は、21世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な国家的課題と位置付け「観光立国推進基本法」が成立した。

平成19年6月には、「観光立国推進基本計画」が閣議決定し、下記の5つの基本的な目標を設定した。

- ① 訪日外国人旅行者数を1,000万人にし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にする
- ② 日本人の海外旅行者数を2,000万人にする
- ③ 国内における観光旅行消費額を30兆円にする
- ④ 日本人の国内観光旅行による一人当たりの宿泊数を年間4泊にする
- ⑤ 我が国における国際会議の開催件数を5割以上増やすとした。

また、平成21年3月には「観光立国推進戦略会議」の提言として、訪日外国人2,000万人時代の実現について、国家成長戦略として位置付け、観光施策として、

- ① 海外プロモーションの強化（日本ブランドの確立）
 - ② 受入体制の整備（円滑、満足、安全な観光）
 - ③ 観光産業の国際競争力の強化（「価格」から「価値」競争へ）
- 等を打ち出した。

さらには、平成21年9月に鳩山内閣が発足し、前原国土交通大臣のイニシアティブの下、訪日外国人旅行者数に関する目標を前倒し・上乗せした。

同プログラムにおける外客誘致目標として

- ① 2013年までに 1,500万人
- ② 2016年までに 2,000万人
- ③ 2019年までに 2,500万人
- ④ 将来目標として 3,000万人

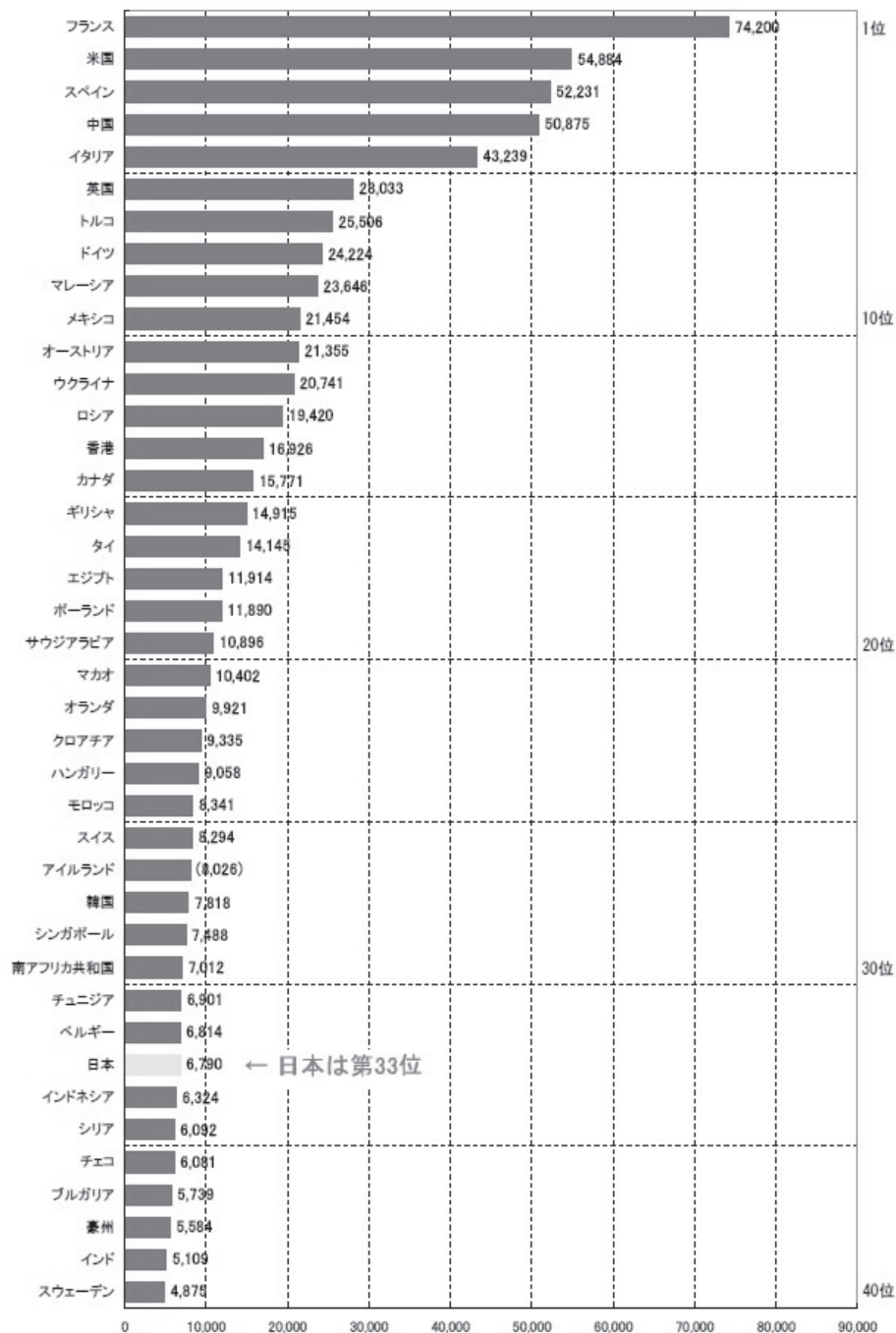
とした。

その後、平成21年10月に「国土交通省成長戦略会議」において、観光をはじめとする5つの成長分野について、内需拡大・国際展開を進め、将来にわたって持続可能な成長を我が国にもたらす戦略を検討し、同年12月には、「観光立国推進本部」を立ち上げ、政府全体で観光立国施策を効果的に推

進するため、前原国土交通大臣を本部長とし、内閣官房副長官・関係府省副大臣をメンバーとした。

参考資料：世界の国際観光の動向

世界各国・地域への外国人訪問者数（2009 年 上位 40 位）（単位:千人）



出典：世界観光機関（UNWTO）、各国政府観光局 作成：日本政府観光局（JNTO）

以上の通り、日本への外国人の訪問客は世界の観光国の間では、33 位と著しく低い

2. 熊本県の観光立県宣言と観光の現状

(1) 観光立県宣言

我が国の「観光立国」宣言をうけ、また、「九州新幹線の全線開業」を間近に控え、平成 20 年 6 月に蒲島県知事は観光立県（歴史回廊くまもと観光立県）を宣言し、熊本県も本格的に観光振興に取り組みを始めた。

具体的な計画として「ようこそくまもと観光立県推進計画」には、

戦略Ⅰ 歴史と文化の香り高い観光地熊本を形成する戦略（「歴史回廊くまもと」の形成）

戦略Ⅱ 訪ねてよし住んでよしの熊本おもてなし戦略

戦略Ⅲ 発信力を強化した国内各地から熊本に人を招く戦略

戦略Ⅳ 外国から熊本に人を招く戦略

以上を網羅し、実行に移している。

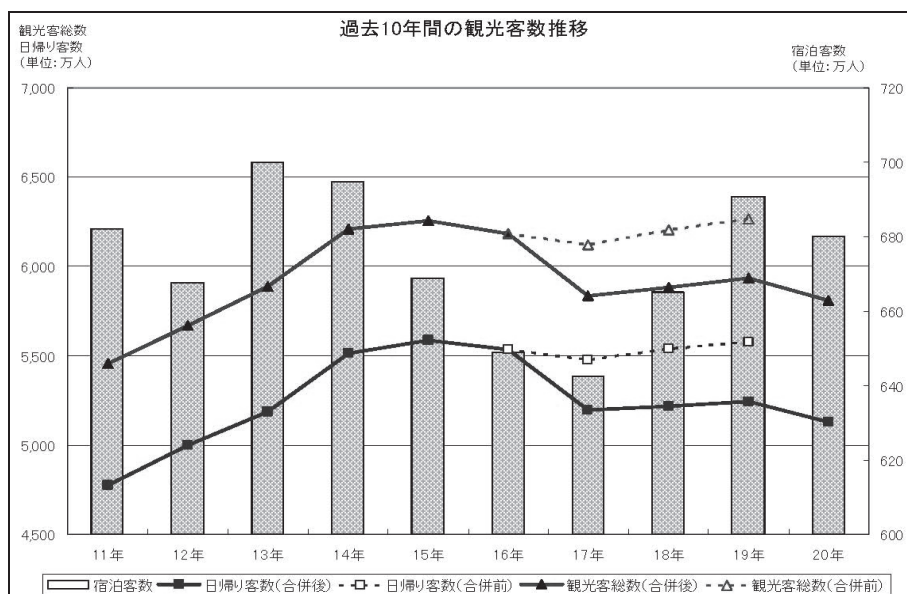
また、九州新幹線の全線開業対策としては、「KANSAI 戦略」を策定し、全線開業でより身近な交流圏となる関西や中国地方をターゲットに、熊本の認知度を高めるためのブランド戦略としている。

(2) 平成 20 年の観光動向

そうした中、熊本県の平成20年の観光動向は、原油価格の高騰や世界的不況の影響等により、宿泊客数は前年を11 万人下回る680 万人（1.6%減）となり、日帰り客も114 万人減少（2.1%減）し、宿泊客・日帰り客を合わせた観光客総数は、対前年比2.1%減と3年ぶりに減少した。

とりわけ外国人宿泊客は、下半期以降の減少が著しく、通年では、過去最高であった前年を約3 万8 千人下回り（9.7%減）8 年ぶりに減少した。

しかしながら、観光消費額は、熊本城「本丸御殿」の一般公開に伴う熊本市の観光客数の大幅な増加により、県全体で 49 億円（1.8%）の増となった。



資料：熊本県

県内観光客動向

(単位：千人)

	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	対前年比
観光客総数	61,146	62,130	59,360	58,115	97.9%
日帰り客	54,722	55,412	52,451	51,314	97.8%
宿泊客	6,424	6,718	6,909	6,801	98.4%
うち外国人宿泊客数	182	297	398	360	90.5%
観光消費額(百万円)	264,447	264,711	274,541	269,490	98.2%
熊本市宿泊客 県外	1,757	1,810	1,915	2,034	106.2%
熊本市宿泊客 県内		34	37	41	111.5%
阿蘇宿泊客 県外	1,995	1,679	1,867	1,731	92.7%
阿蘇宿泊客 県内		450	423	365	86.3%
天草宿泊客 県外	632	315	285	260	91.2%
天草宿泊客 県内		347	305	267	87.5%
菊池宿泊客 県外	416	415	441	437	99.1%
菊池宿泊客 県内		95	88	108	122.7%
県外宿泊客		5,222	5,597	5,552	99.2%
外国人宿泊客		297	398	360	90.4%

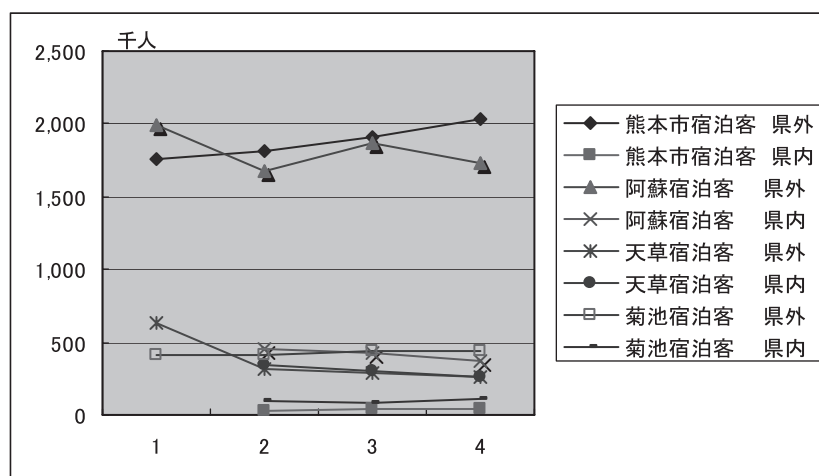
資料：熊本県

地域別に見ると、熊本市が、熊本城「本丸御殿」の一般公開に伴い熊本城の入場者数が204万人（＋82.4万人）と、全国の城郭で1位となったほか、熊本城を舞台とした祭り、イベント等の盛況により、宿泊客と日帰り客を合わせた観光客数は 571.8万人（＋104.8万人）と、大きく増加した。

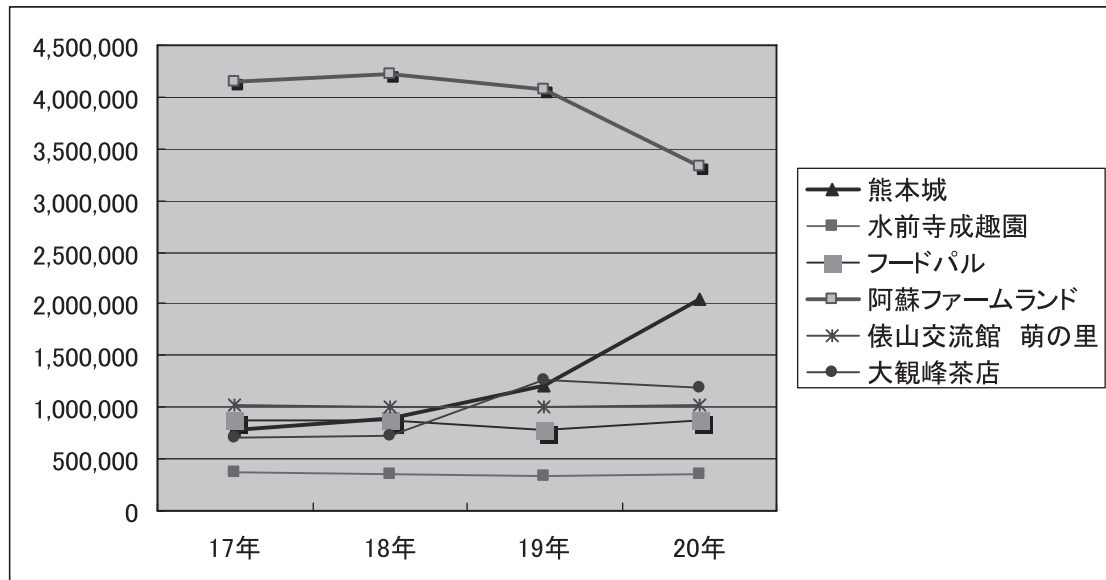
また、人吉・球磨地域も「青井阿蘇神社」の国宝化に伴う入込数増加（＋6.5万人）等によって、宿泊客、日帰り客とも増加したほか、八代地域も「全国花火競技大会」（＋3.0万人）や、「道の駅竜北」（＋24.9万人）等の盛況、宿泊施設の新設等により宿泊客、日帰り客とも増加した。

菊池地域は、大津町、菊陽町を中心に6年連続で宿泊客が増加している。

しかしながら、その他の地域では、原油価格の高騰、景気低迷の影響や、円高による外国人観光客の減少等により、主要観光施設や温泉施設等が集客数を落とし、県全体では宿泊客、日帰り客とも前年を下回った。



また、下記のグラフを見て分かるように、熊本の主要観光施設の入場者数は、熊本城と大観峰茶店を除くと過去の水準を維持するか、阿蘇ファームランドのように下降気味である。熊本城の入場者数が上昇すると同時に阿蘇ファームランドの入場者数が減少するという現象が発生している。



主要観光施設の入場者数推移

主要対象者	分類	地域	施設名称	17年	18年	19年	20年	対前年比	傾向値	要因
県外観光客	歴史建造物	熊本市	熊本城	774,828	897,312	1,215,225	2,039,558	167.8%	大幅上昇	本丸御殿の一般公開
県外観光客	歴史建造物	熊本市	水前寺成趣園	366,707	344,777	338,209	357,944	105.8%	大きな変動なし	
県内観光客	都市・買物	熊本市	フードパル	871,800	868,690	788,240	877,558	111.3%	大きな変動なし	
県外観光客	温泉・健康施設	南阿蘇村	阿蘇ファームランド	4,137,697	4,212,591	4,071,768	3,323,889	81.6%	減少傾向	円高による外国人観光客減少
県内観光客	物産館	西原村	俵山交流館 萌の里	1,023,850	1,009,101	1,009,554	1,027,758	101.8%	大きな変動なし	
県外観光客	物産館	阿蘇市	大観峰茶店	706,700	724,800	1,265,000	1,194,600	94.4%	増加後減少傾向	

平成 20 年 施設別入場者数ベスト 10

(単位：万人)

順位	施設・地点名(前年順位)	入込客数	(対前年比)
1位	阿蘇ファームランド (1)	332.3	-81.60%
2位	熊本城 (5)	203.9	-167.80%
3位	阿蘇山上駐車場(一)	148.6	-93.40%
4位	道の駅竜北物産館 (6)	141.9	-121.30%
5位	七城メロンドーム (2)	132.9	-97.10%
6位	道の駅大津熊本文化の森 (7)	125.6	-110.50%
7位	大観峰茶店 (4)	119.4	-94.40%
8位	俵山交流館萌の里 (8)	102.7	-101.80%
9位	グリーンランド (9)	88.7	-93.50%
10位	フードパル熊本 (12)	87.7	-111.40%

資料：平成 20 年熊本県観光統計表

平成 20 年 祭り・イベント入込み数ベスト 10

(単位：万人)

順位	施設・地点名(前年順位)	市町村名	入込客数
1位	藤崎八幡宮秋季例大祭(6)	熊本市	30.0
2位	くまもと春の植木市(1)	熊本市	29.8
3位	JA植木まつり(3)	合志市	28.6
4位	やつしろ全国花火競技大会(5)	八代市	28.0
5位	火の国まつり(4)	熊本市	26.0
6位	築城 400年祭「エピソード未来へ」(一)	熊本市	19.5
7位	火の国 YOSAKOI祭り(一)	熊本市	15.8
8位	八代妙見祭(7)	八代市	15.0
9位	城下町大にぎわい市(9)	熊本市	13.7
10位	うと地蔵祭り(13)	宇土市	12.4

資料：平成 20 年熊本県観光統計表

以上の通り、熊本城の入園者は、平成 20 年全国の城郭の入園者の中でもダントツの 1 位で、204 万人あり、上半期だけでも約 115 万人の入園者があった。

それが、平成 22 年の上半期(4～9 月期)の入園者数は、約 73 万人と過去最大であった平成 20 年上期に比べ、42 万人減少した。

熊本城総合事務所によると入園者減少の要因は、「本丸御殿効果が落ち着いたこと」「不況の影響で日本人旅行客などが減少していること」があげられるという。

この点からすると、本丸御殿効果は約 2 年で、その効果が薄れてきていることになる。

今後、観光客数の減少傾向を食い止めるためには、熊本城内に次々に新しいものを展開していくか、新たな工夫が必要となってきた。

(3)「じゃらん宿泊旅行調査」からみた熊本県観光の動向

リクルートにおいては、毎年、膨大な件数(7 万件的うち都道府県別に割付を行い 2 万件を抽出)を対象にして、宿泊旅行調査を実施している。

その中で、下記のような結果が出ている。

① 宿泊旅行者の居住地

九州が圧倒的に多い 57.5%

関東が 14.3%

中国・四国が 10.6%

② 宿泊エリア

阿蘇 33.5%

熊本 25.5%

黒川・杖立 18.3%

③ 宿泊旅行の同行者

夫婦二人 25.4%

一人旅 9.0%

④ 宿泊旅行の目的（すべて）

温泉や露天風呂 55%（全国平均 34.3%を大きく上回っている）

地元の美味しいものを食べる 44%

宿でのんびり過ごす 36%

以上となっている。

その傾向値から、熊本県の観光地へ、比較的近辺の九州内からの夫婦二人の観光客が、阿蘇を中心に温泉や露天風呂を目当てに訪れている傾向が読み取れる。

（４）旅の種類を「時間・空間・目的・人・金」の側面から見た熊本県への旅行マトリックス

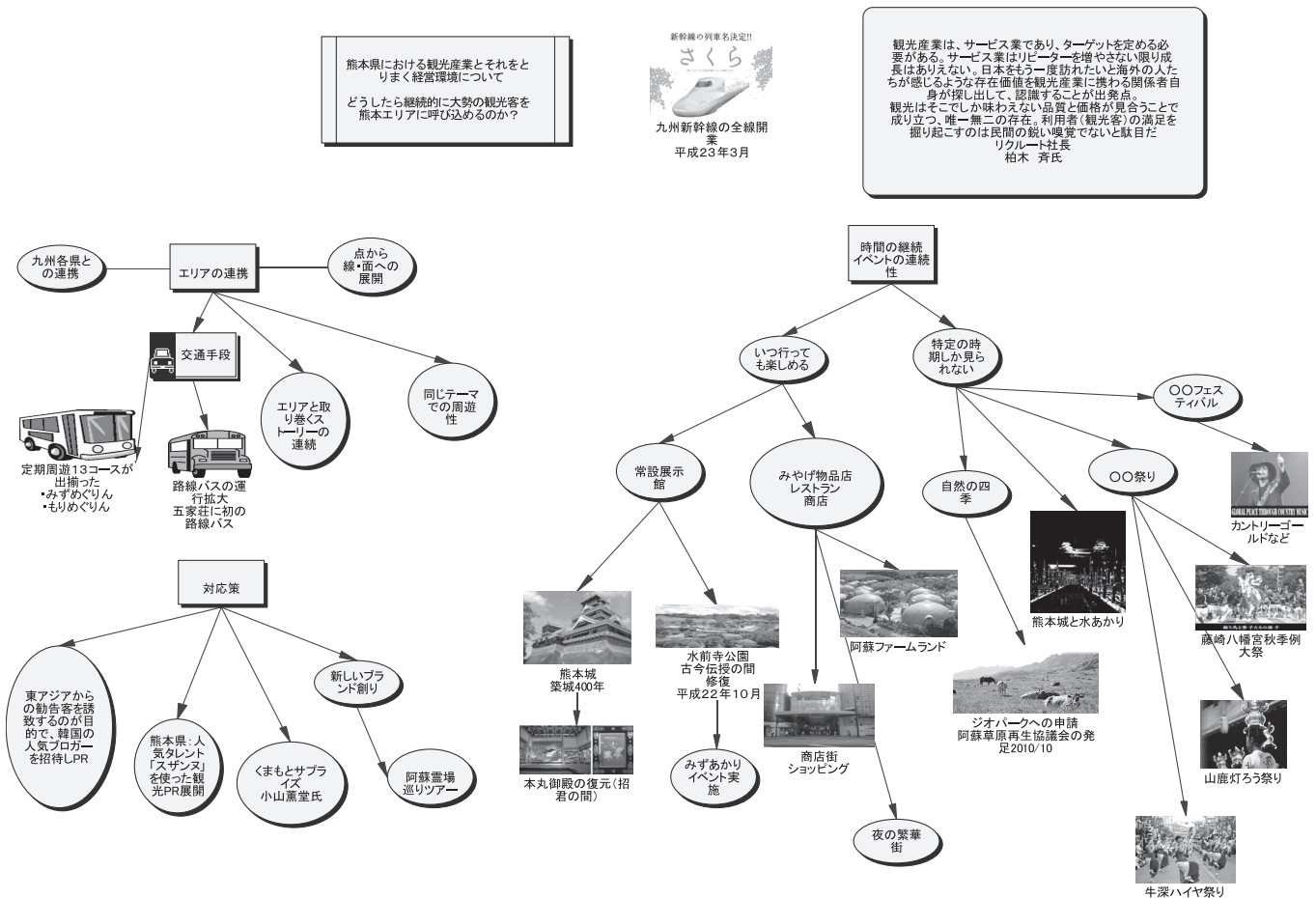
		一人で 少人数で	→ 誰と一緒に？ ←	大勢で		
		卒業旅行 海外旅行	海外クルーズ	家族旅行 修学旅行		
高い	遠い 長い				広い	高い
↑ 価格 ↓	↑ 時間は？ ↓	ドライブ ショッピング	「旅」	グルメツアー 海外スポーツツアー (ゴルフ・登山)	↑ 空間は？ ↓	↑ 価格 ↓
安い	近い 短い	気ままな一人旅 少人数旅行 温泉入浴 映画鑑賞	トレッキング パチンコ	国内旅行 バスツアー	狭い	安い
		あいまい	→ 目的は？ ←	明確		

縦軸に時間・空間・金の座標をとり、横軸に人・目的を座標として位置付けて、熊本県内の旅行パターンを考えてみたが、「安・近・短」とされる最近の日本の旅の傾向値に、熊本県の場合もそのまま当てはまる位置付けとなった。

(5) 熊本の観光の時間と空間軸で関連性

熊本の観光を時間と空間軸で課題及び対応策を検討してみた結果が、下図の通りである。

テーマは「どうしたら継続的（時間軸）に大勢の観光客を熊本エリア（空間軸）に呼び込むことができるのか？」



第2章 アンケート調査

女性を中心に観光産業等に関わっている各組織に対して、下記のアンケート用紙にて活動状況の調査を行った。

1. アンケート用紙

組 織 名	
主たる所在地	
電 話	
記入者名（役職）	()

1、組織(事業)の主な事業目的は次の何でしょうか。(複数回答可。○印をお願いします)

- ①旅館・ホテル ②民宿 ③施設等（①②以外の ）
④観光事業 ⑤地域活性化 ⑥社会貢献（内容； ）
⑦その他（ ）

2、事業開始からの年数はどのくらいですか。(○印をお願いします)

- ①3 年未満 ②5 年未満 ③10 年未満 ④20 年未満 ⑤20 年以上

3、組織(団体・グループ)の形態は次のどれですか。(○印をお願いします)

- ①法人経営(NPO 含む) ②JA ③第 3 セクター ④同業者グループ ⑥その他
()

4、組織の構成はどのようになっていますか。

人員（ 名、内女性 名・男性 名）

5、女性を主体とした組織の取組で重要な課題は何ですか。(○印をお願いします)

- ①家族の協力 ②男性の協力 ③近隣の協力 ④第三者機関の協力
⑤その他（ ）

6、構成員の金額負担はありますか。

- ①ある

(入会費； 円、年会費； 円、その他；年約 円)

- ②ない

①取組んでいる

取組んでいる具体的内容；

②取組んでいない

12、同業組織以外の組織(異業種)との交流はありますか。また、「ある」とした場合に
はどのような組織体ですか。

①ある

組織体例；

②ない

13、今後の熊本観光のあり方や女性主体の組織のあり方、支援機関などの在り方について
のご意見をお聞かせ下さい。

(1) 熊本観光のあり方

(2) 女性主体の組織のあり方

(3) 行政機関や商工団体、農業団体などの支援の在り方

ご協力ありがとうございました。

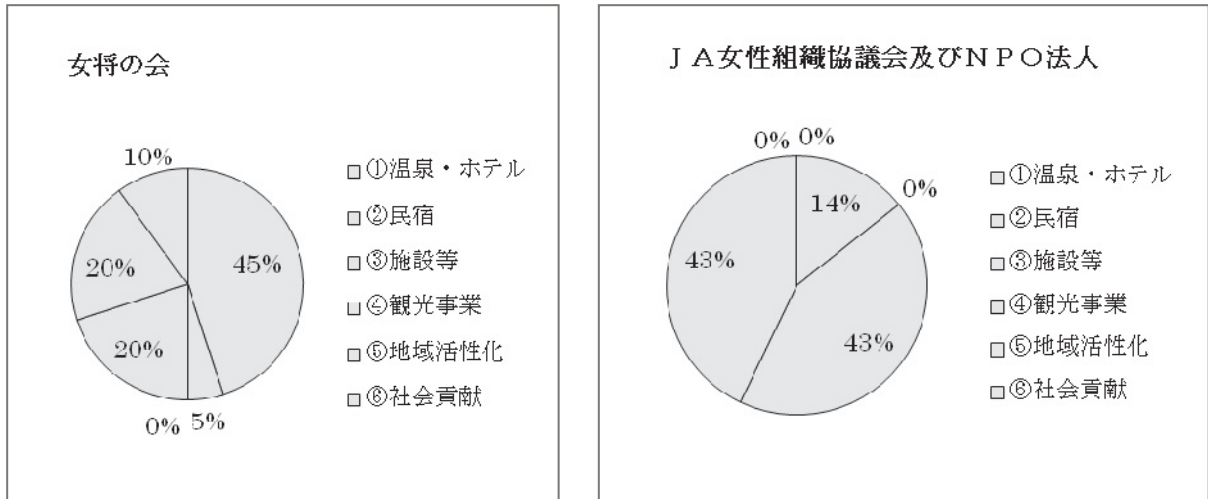
2. アンケート調査結果

アンケートの回答により、下記のような特徴が見られた。

(1) 組織（事業）の主な目的について（複数回答）

女将の会では、温泉ホテル事業を通じて「観光事業」及び「地域活性化」を主な目的として組織されている。

J A女性組織協議会及びNPO法人では「地域活性化」及び「社会貢献」を主な目的として組織されている。

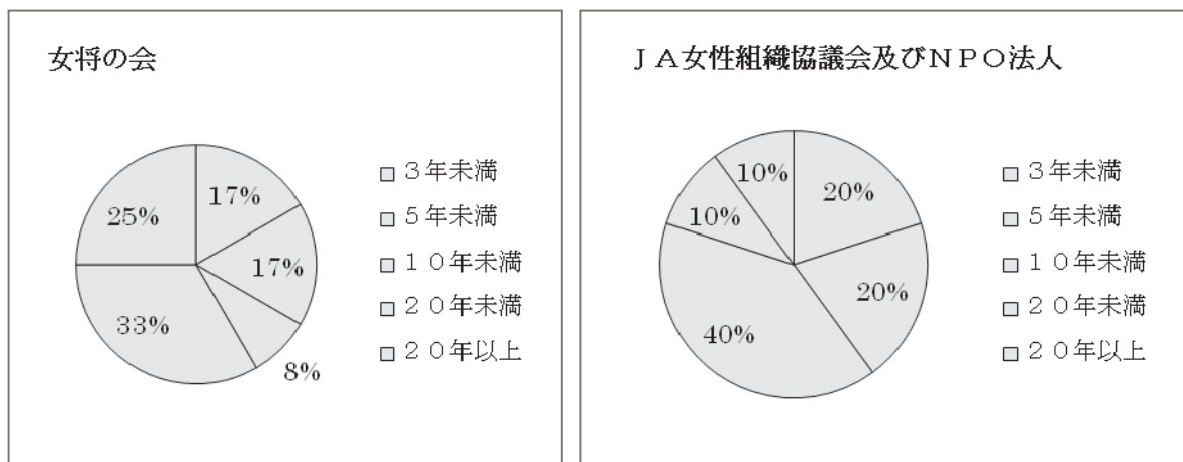


社会貢献についての具体的内容としては、「宣伝活動」、「地域の清掃」、「イベントのお手伝い」、「傾聴ボランティア養成」、「子育て支援訓練」、「地球温暖化対策」、「公園の草取り」、「道路の花植」、「掃除」等多岐の内容にわたっている。

(2) 事業開始からの年数について

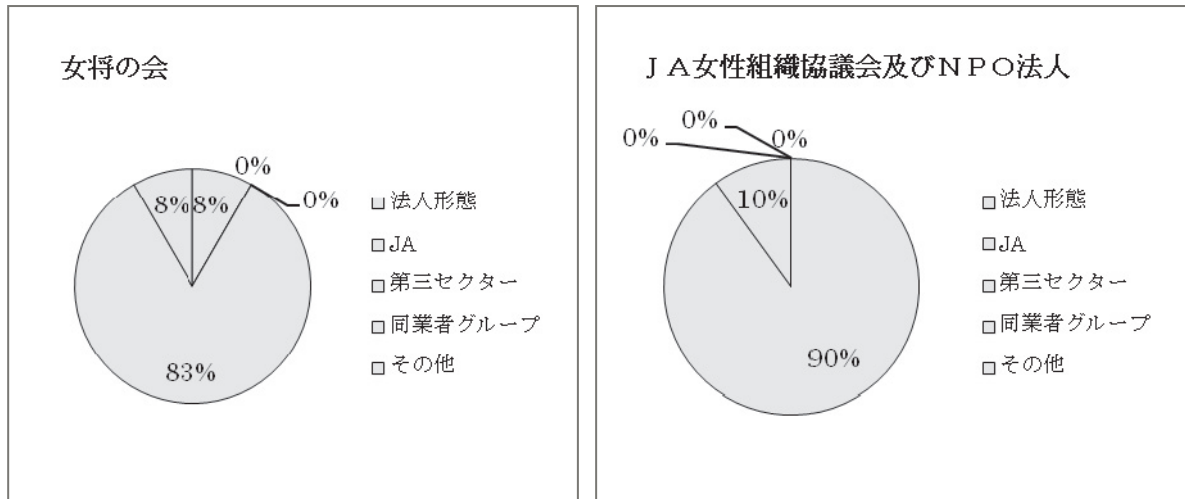
女将の会については10年以上20年未満が33%と最も多く、20年以上を加えると58%と、女将の会の活動は長期にわたっている。

J A女性組織協議会及びNPO法人では5年以上10年未満が40%と最も多く、10年未満の組織が80%を占め、10年以内に作られた組織が多い。



(3) 組織（団体・グループ）の形態はどれですか

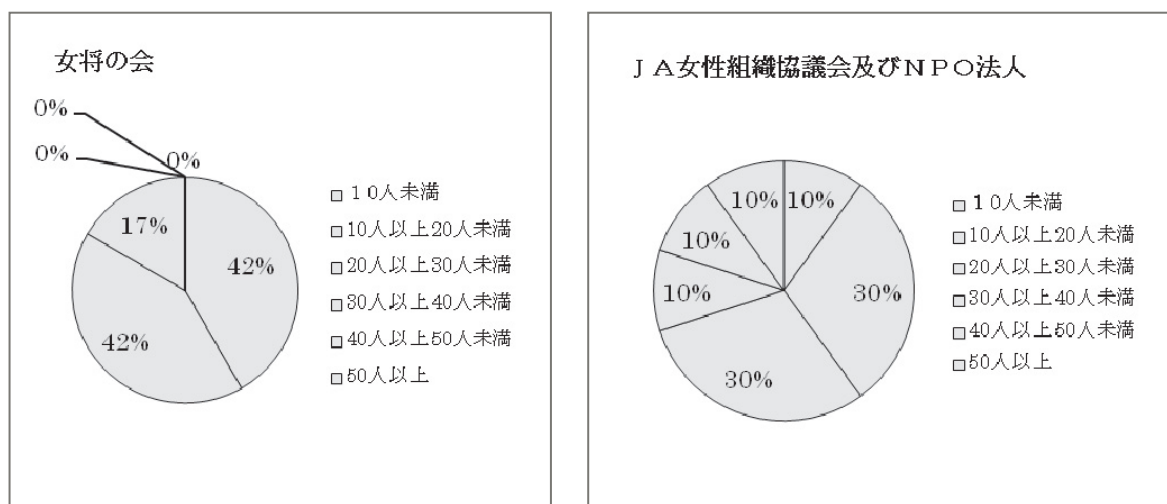
組織形態については女将の会は同業者グループであり、JA 女性組織及び NPO 法人については JA 及び法人形態である。



(4) 組織構成について

組織構成員については女将の会は 10 人以上 20 人未満が 42%、10 人未満が 42%と、20 人未満の組織が 84%を占めている。

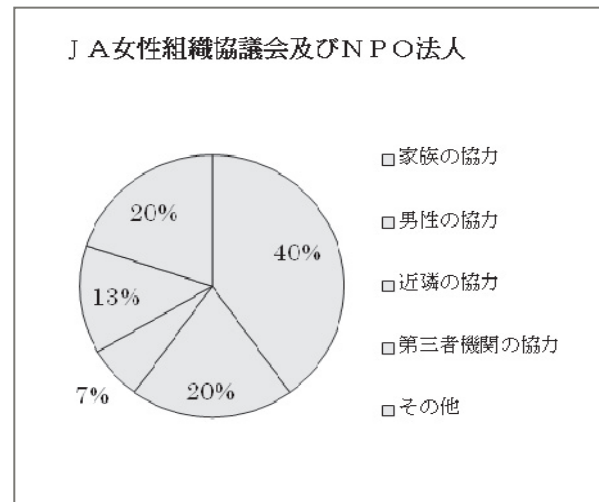
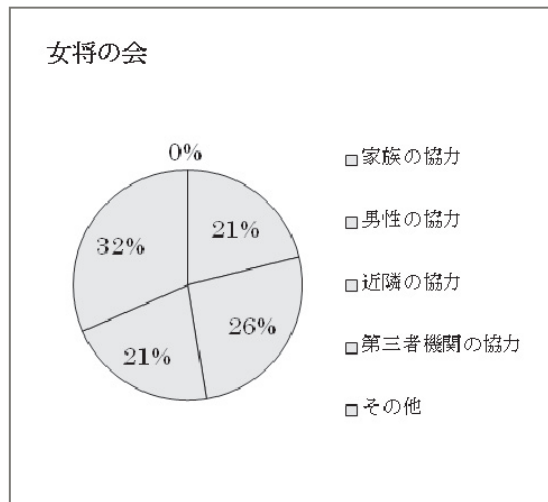
JA 女性組織協議会及び NPO 法人では 10 人以上 20 人未満が 30%、20 人以上 30 人未満が 30%であり、30 人未満が約 70%を占めている。また、男性の参加者数は NPO 法人に多くみられる。



(5) 女性を主体とした組織の取り組みにおける重要な課題（複数回答可）

女将の会では第三者機関の協力が32%と最も高く、次に男性の協力が26%と続いている。これは女将の会が行う事業が観光事業や地域活性化を目的として組織されていることから、地域を巻き込んだ第三者機関の協力が不可欠であることを物語っている。

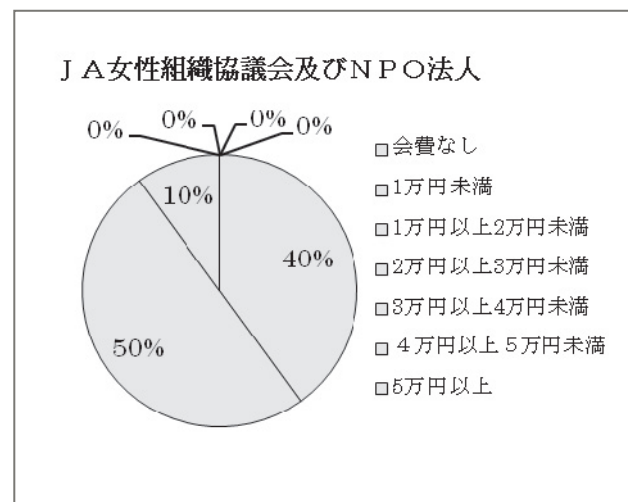
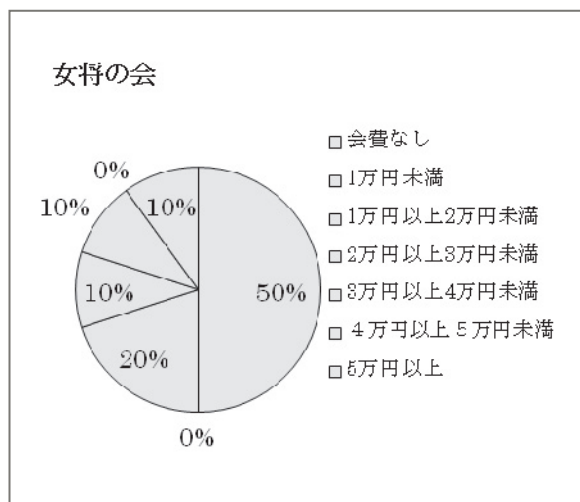
J A女性組織協議会及びNPO法人では家族の協力が40%と最も高く、次に男性の協力が20%と続いている。



(6) 構成員の金額負担（年会費等）について

金額負担については女将の会では会費なしが50%と最も高く、1万円から最高9万6千円までが残りの50%を占めている。会費の使途については主に親睦会や旅行などに使われるケースが多い。

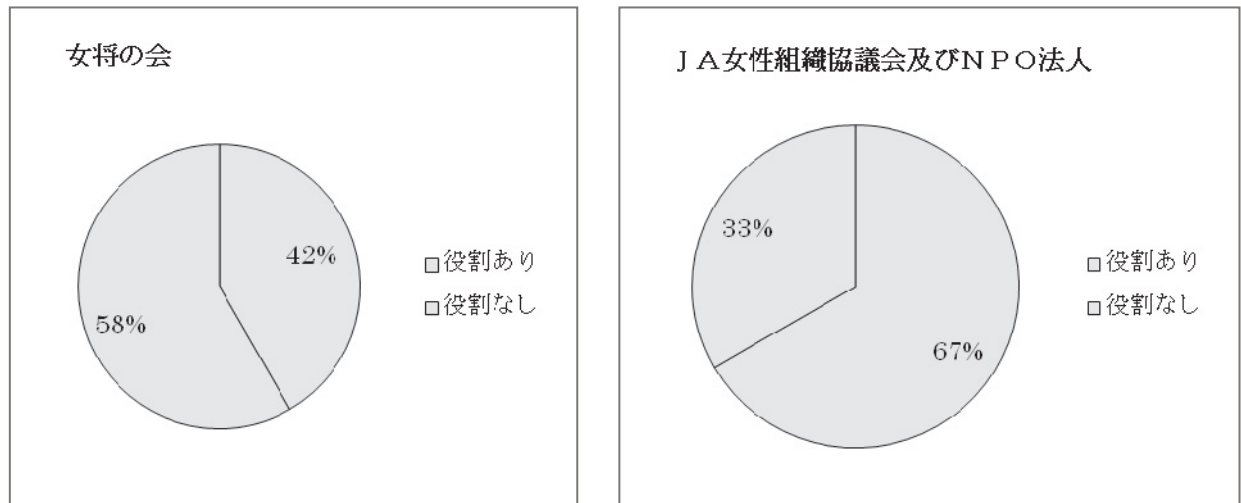
J A女性組織協議会及びNPO法人では1万円未満が50%と最も高く、次いで会費なしが40%と続いている。女将の会に比べて会費負担は少なく、事業運営等に充てられているケースが多いと思われる。



(7) 組織内で構成員に決まった役割がありますか

女将の会では会長、役員、会計等の役員が決まっている組織が42%あり、残り58%は特に決まった役割はない。

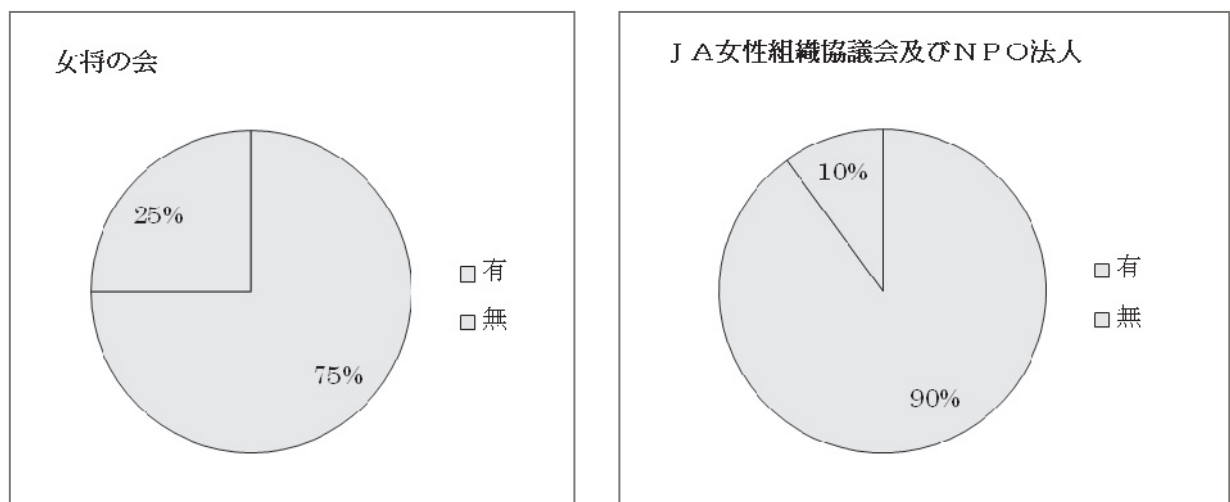
J A女性組織協議会及びNPO法人では67%が決まった役割をもって運営がなされている。



(8)

① 組織で実施した具体的事業の例はありますか

組織で実施した事業の有無については女将の会では75%が「有」と答えており、J A女性組織協議会及びNPO法人では90%が「有」と答え、いずれの組織においても具体的な事業への取り組み実績は高い。



➤ 女将の会で取り組んだ事業

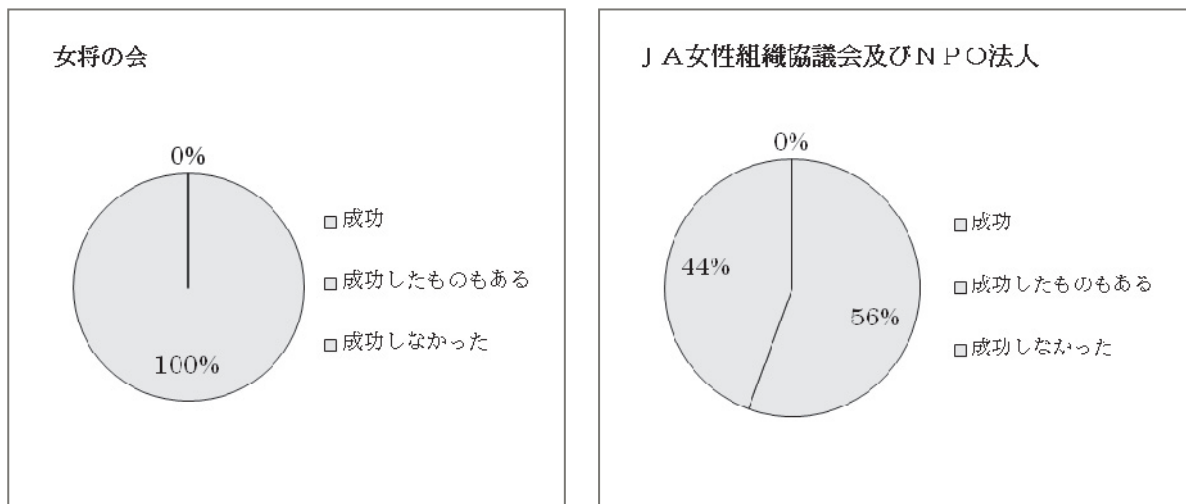
○天草はまゆう会	21年10月よりヘルスツーリズム
○玉名温泉 石菖会	①おもてなしの研修（従業員の接客サービスマナー、盲導犬対応、ユニバーサルデザイン、お茶、挨拶） ②経営に関する講演会 ③料理開発・・・玉名の食材を使った料理 120 品目（トマト、イチゴ、鷹取牛、薬膳料理）
○肥後つばき会	過去（平成 12 年まで）には年 4 回、情報誌「かめりあ」発行、資金難から中止（広告協賛が不況で集まらない） 修学旅行誘致（沖縄） 県とタイアップしての明治座、大阪 JR 各駅での熊本セールス
○人吉温泉さくら会	人吉球磨ひな祭り昼食宿泊プラン 青井神社創建 1200 年祭りの折に特別プランで対応 肥薩線開通百年記念日にイベント「ノスタルジック人吉」を催行 会のオリジナル商品の開発
○菊池温泉おかみ湯恵の会	菊池わいふのひなまつり 菊池温泉の温泉水を使用した石鹸
○日奈久温泉 YOU 湯の会	晩白柚の香りで石鹸作り
○植木温泉こまち会	女将たちによる日曜朝市
○上天草市おもてなし部会	上天草 PR のために 3 月は小倉駅でのイベント 6 月は筑紫野市でのイベント
○阿蘇内牧温泉ゆうすげ会	博多座プロモーション（女将の花道の舞台で阿蘇を PR し物品の販売を行った）
○黒川温泉女将の会	地産地消（食の安全、お客様に地元野菜をアピール） 環境保護（EM 菌、生ごみ等のリサイクル）

➤ J A女性組織協議会及びNPO法人で取り組んだ事業

○JA 熊本県女性組織協議会	地産地消運動 エコ活動（マイ箸）
○NPO ワークショップ「イフ」	本の出版、調査事業、評価事業、商品開発
○NPO ネット八代	バリアフリーモデル事業 うまか八代日替わりの店
○NPO きらり水源村	おいしい村づくり ふるさと楽校 子供村 など
○NPO シニアサポートキーステーション協会	養成講座終了後老健施設や地域の独居家庭訪問
○NPO くらしコンシェルジュ	子育てイベント 母親向けエンパワーメント講座 多世代向けイベント 就労支援講座 子育て親子サロン
○NPO ケアプランセンター笑顔やっちょろ	ケアプランセンター事業 地域支援事業
○NPO 歩実の会	地域の縁側事業 配食サービス事業 無認可保育事業 通所介護事業

② 実施した事業の成否について

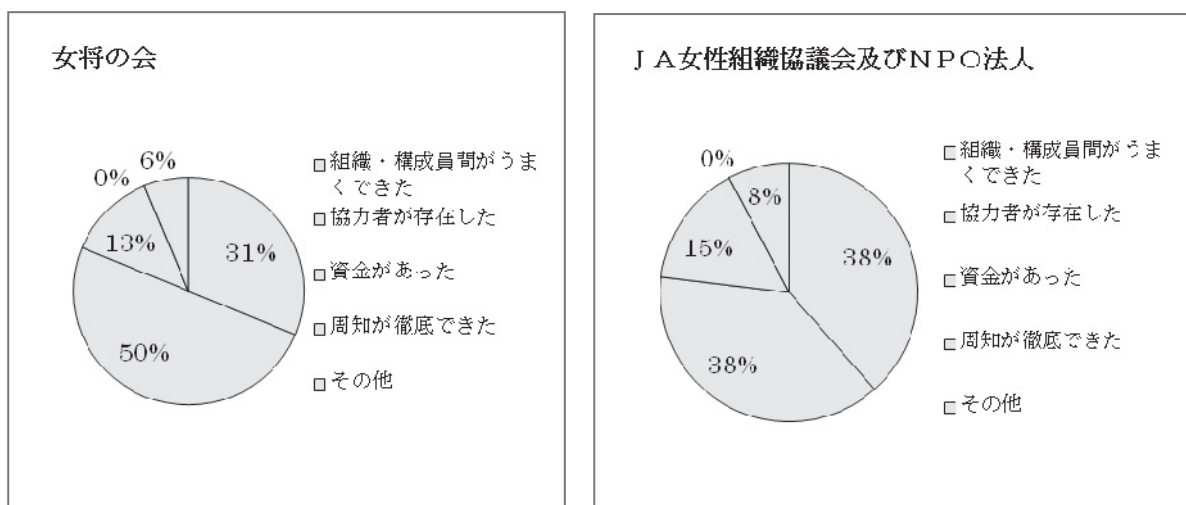
実施した事業の成否については、成功したが女将の会では100%、JA女性組織協議会及びNPO法人では成功したが56%、成功したものもあるが44%で、いずれの組織でも成功しなかった事業はない。



③ 事業の成功要因について

事業の成功要因については女将の会では協力者の存在が一番多く50%を占め、次に組織・構成員間の連携が31%と続いている。JA女性協議会及びNPO法人においても協力者の存在と組織・構成員間の連携がそれぞれ38%で1位となっている。

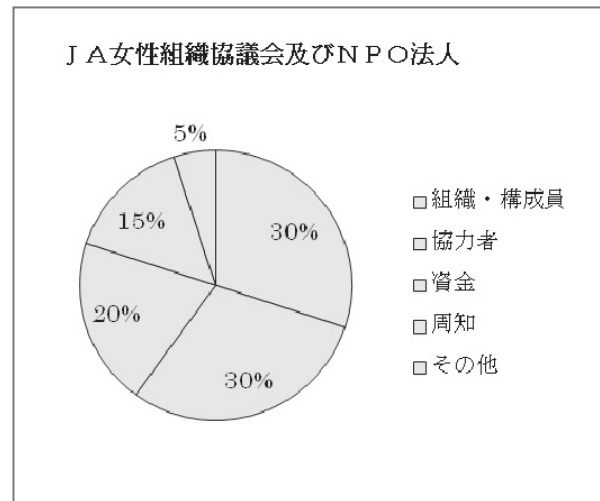
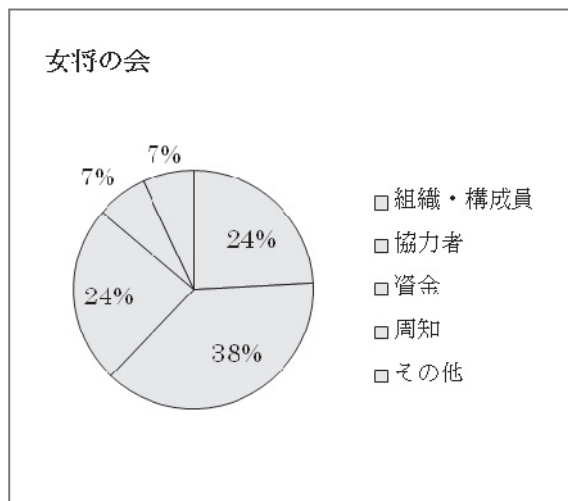
反面、資金があったからの回答は13%と低水準であり、事業の立ち上げに際しては資金よりも協力者や組織・構成員間の協力体制が事業成功の重要な要素を占めている。



(9) 今後の事業を成功に導く要因は何であると思いますか。

今後、事業を成功に結び付けるための要因としては女性の会、J A女性組織協議会及びNPO法人のいずれも、協力者の存在を第1番に挙げており、組織・構成員の連携、資金と続いている。

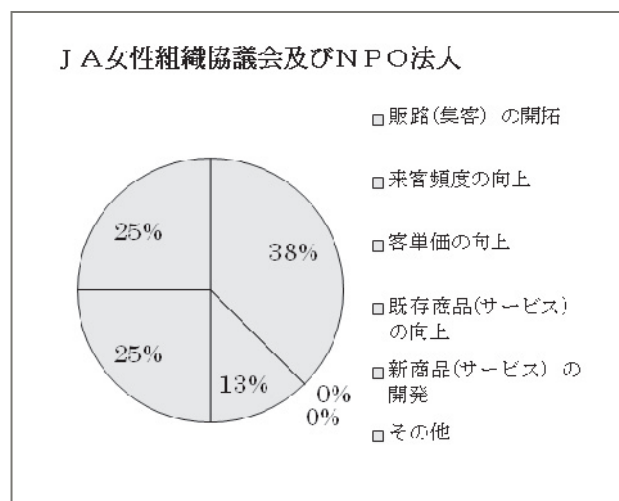
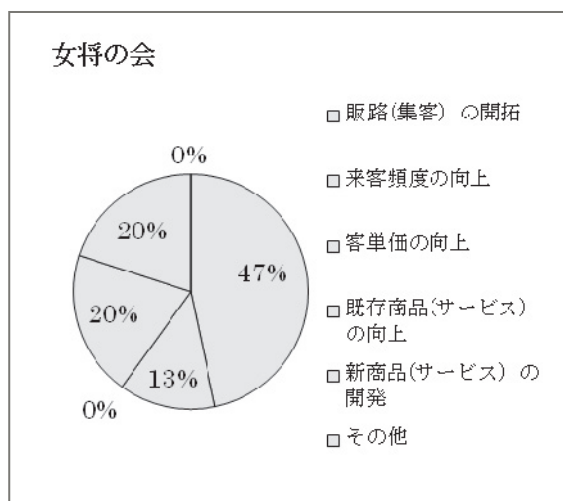
これまでの事業においては協力者の存在と組織・構成員の連携によって事業運営がなされてきたものの、更に事業を展開するためには資金面の課題も重要である事が認識されている。



(10) 2011年3月に九州新幹線が全線開通します。それに向けて組織で取組を強化する最も重要な課題は何ですか？

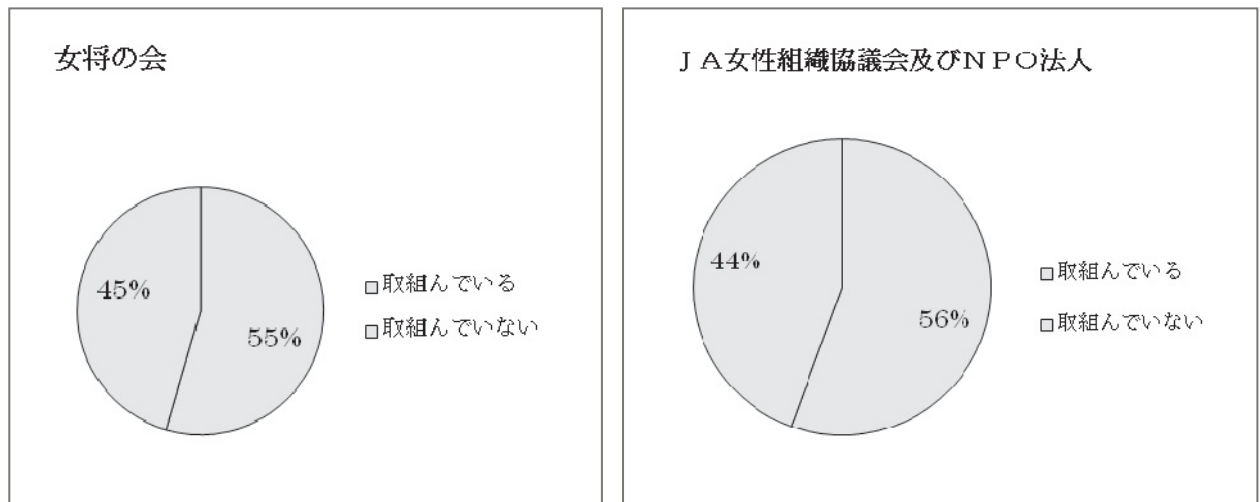
新幹線の全線開通に関して取組を強化する項目としては、女将の会では販路（集客）の開拓が47%とほぼ半数を占めており、既存商品（サービス）の向上、及び新商品（サービス）の開発がそれぞれ20%と続いている。

J A女性組織協議会及びNPO法人については新幹線全線開通が事業に与える影響はさほど大きくはないものの、販路（集客）の開拓を一番に挙げており、新幹線全線開通を販路拡大等の事業拡大の機会として捉えられている。



(11) 前項 10 の課題を解決するため、組織として取り組んでおられますか。

新幹線の全線開通に対して、組織としての取り組みを行っている割合は女将の会、J A 女性組織協議会及びNOP 法人ともに 55 % 程度である。



新幹線の全線開通に伴う、具体的な取り組み事例は次のとおりである。

➤ 女将の会

○玉名温泉 石菖会	熊本県主催の PR 活動参加（東京明治座、博多座、薬草料理開発、駅弁（みかん弁当）
○肥後つばき会	馬肉中心の郷土料理を開発 料理「肥後の味 桜しゃぶしゃぶ」を 4 軒の旅館で提供
○人吉温泉さくら会	新幹線開業を目前に如何に集客をするか検討中
○菊池温泉おかみ湯恵の会	接客マナー講習会(年 1 回) への参加
○日奈久温泉 YOU 湯の会	チラシ配布
○上天草市おもてなし部会	中国語講座を開始
○黒川温泉女将の会	地産地消（地元の農家と協力して食の安全に基づいて料理に取り組む）

➤ J A女性組織協議会及びNPO法人

○NPO ネット八代 HP を開設し、内容的にはこれから充実させる
本町商店街の空き店舗を「まちなか語らいの駅」にする

○NPO きらり水源村 広報

○NPO シニアサポートキーステーション協会 熊本県外の行政に PR している

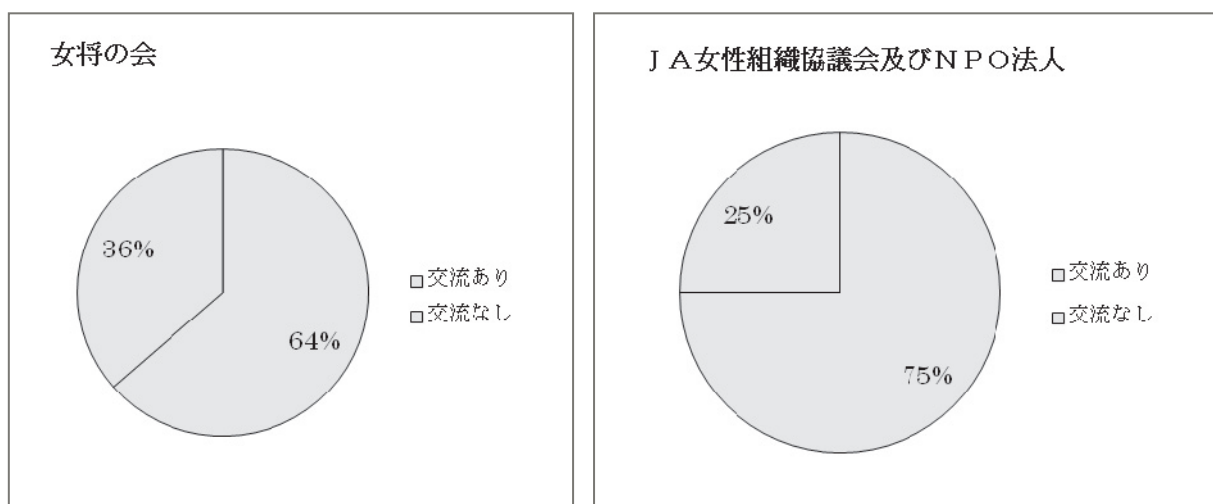
○NPO ケアプランセンター笑顔やつちろ 質の向上、マンパワーの開拓

○NPO 歩実の会 職員の質の向上
地域との交流、地域への発信力の強化
基本的な業務を確実に
第三者評価事業に対するシステム作り

(12) 同業組織以外の組織（異業種）との交流はありますか。

また「ある」とした場合はどのような組織ですか。

異業種との交流の有無については、女将の会で 64%、J A女性組織協議会及びNPO法人で 75%と、ともに高い比率で異業種との交流を行っている。



異業種交流を行っている組織としては次の事例が挙げられている。

➤ 女将の会

○天草はまゆう会	各商店
○玉名温泉 石菖会	県内女将の会 薬草生産者 JA（地産地消）
○肥後つばき会	地産地消：農業関係者と交流（但し1回で終わった）継続する必要がある
○菊池温泉おかみ湯恵の会	商工会 観光協会 第三セクター連絡協議会
○日奈久温泉 YOU 湯の会	婦人会、JA 婦人部
○上天草市おもてなし部会	熊本県内の女将の会との交流
○黒川温泉女将の会	農家の方々 第三セクター

➤ J A 女性組織協議会及びN P O 法人

○NPO ネット八代	福岡マルシェ出店 （西日本新聞主催）
○NPO きらり水源村	行政、民間組織など
○NPO くらしコンシェルジュ	男女共同参画 地域づくり 子育て 高齢者福祉
○NPO くまもと温暖化対策センター	熊本県、熊本市
○NPO ななうらステーション	福祉関係
○NPO 歩実の会	社会福祉法人

(13) 熊本観光のあり方について

女将の会の皆様のご意見	おもてなしは女性の力だと思います 観光に携わる皆様が一生懸命になるといいのでは 地元ではなく他地域の勉強会が必要だと思います
	「癒し」を中心とした観光。 食べ物、風景、歴史を癒しの感覚で構成したツアー（旅）の提案
	熊本の魅力をアピールできていない→上手に打ち出す 新幹線が開通しても素通りでは困る→方策を思案中 拠点化も必要→熊本城を中心に整備して魅力アップ
	熊本の観光はともすると県北（阿蘇、天草、山鹿、熊本）が重点地区と られているようですが、是非、この県最南端の温泉、人吉温泉とた くさんの歴史遺産を熊本の最重要ポイントに加えてくださいます ようお願いします。
	観光のあと植木温泉へのルートづくり
	新幹線開通は喜ばしい事ですが、駅からのバス等の便がなく、 年々減少している状況です
	十分女性を重視してあると思う
	県単位として広報活動、集客活動を進めていかないと熊本県 としてのイメージがわからないのでは？
	熊本の歴史、文化を恵まれた自然環境（例えば阿蘇山）の中 で、より分かりやすく体験してもらうコースづくりや、楽しい 思い出旅行にするためのガイドの方々の育成に力を入れる。 熊本での滞在時間を満喫していただく観光を
	県内の集客は伸び悩んでいるので、県外、特に本州から足を 延ばしてもらいたい

NPO法人の皆様 のご意見	消費者動向を的確に把握し、熊本のもつ観光資源を魅力あるパッケージで売り出す事 見て、食べて、買つての消費者ニーズに対応したアプローチに欠けている お財布の紐をもつのも、行動を起こすのも圧倒的に女性が多い。熊本における年代別の行動分析や消費行動を知ることが重要。
	食と人を中心とした観光発信をもっと充実すべきだと思う。 ローカル的な場所、食べ物にもっと熊本の宝がある
	熊本には阿蘇や天草など山と海があり、素晴らしい自然と熊本城などの史跡があるにもかかわらず、十分なアピールがされていないと思う。 一つは交通アクセスが困難なところがあると思う。新幹線開通によりこれらが少しでも解消されるとよいのではないかな。
	転勤族の私から見て、熊本には素晴らしい地域資源があると思っています。しかし、残念なことに熊本にはそのPR仕方があまり上手ではないのでは？（県民性？） まず、熊本の人々がもっと熊本を知り自信を持ってPRしていくことが大切だと思います。
	環境先進県としてのPR
	もっと地域の産業を活性化し全国や海外にトップセールスをするべきだと思います。 鹿児島や宮崎に比べPR下手だと思います。
	宿泊滞在型のルートづくり 来熊の機会が多くなるように、熊本での催し物を多く開催できればいいと思います。 そこでの出会いをずっと続けられて来熊が重なれば発展につながっていくと思います。 とにかくたくさんの人を熊本に招くことだと思います。

(14) 女性主体の組織のあり方について

女将の会の皆様のご意見	大変に難しいところがありますが、年間に何度も例会などを行い、親睦会などを行い情報（各地）を話し合う
	旅館の女将は外に出て活動する事が困難である。 経営が厳しい時代で最小限の人員で運営しているため、外に出る人的余裕がない。 会合を活発にしたいが、現状維持で精いっぱい。
	活動できるメンバーが増えない。 その原因としては、女将が子育てや仕事に忙しく、会合に出席できないところが多い。 不況下で経営が厳しく人手が足りずに女将の負担が重くなっている。 年々厳しい状況になっている。 女将の会という存在は必要であり、情報交換の必要性もある。
	私共の会は同業者の会でこじんまりした会ですので、大変良好な組織作りができているように思います。 常に会の運営を第一に、そして必ず、全会員が平等な立場を維持するよう努めています
	女性がもっと外に出やすい組織を作っていきたい（外に出るのを嫌う殿方がいる）
	MAN パワーより WOMAN パワーの方がまとまりやすいと思うので、まずは同業種の女性の会の立ち上げを進めていき、組織化していくべきではと思います。
	県内の女性の会皆様が一体となり、「おもてなし運動」に取り組んでいただけたらと思います。 サービスの向上も図る

NPO法人の皆様 のご意見	女性、男性と区別する方がおかしい。同比率で双方が主体となる共存の組織であるべき。
	グリーンツーリズムや道の駅、直売所等女性中心にしないと成り立たない現状なのに、JAとか観光協会、行政等の縦社会に飲み込まれている気がする。もっと自由に連携し、顔が見える横のつながりを作り上げるべき。
	数多くの女性団体がありますが、熊本の女性団体が認め合い、協力し合いあいながら進めていけると、熊本の女性のパワーが生かされると思っています。（他県に比べると女性の足の引っ張り合いも多いような気がします。それだけ頑張られているからかもしれませんが？）
	私は男性より女性の方がこの介護業界ではとても「女性としての気質」に合う仕事だと思っています。 今は組織でも上司としての「女性」が増えてきていますが、同じ女性でも「前向きで悪口の少ない人」の方がうまく組織の中で活かされると思っています。もっと他業種でも能力のある女性を採用してくださいと切に願います。
	女性ならではのきめ細かいサービス（気がついた事すべて）を徹底し、お客様に満足として頂けるサービスを常に心がけるようにしていければ、少なくとも女性のお客様は獲得できるんじゃないかと思います。

(15) 行政機関や商工団体、農業団体などの支援のあり方について

女将の会の皆様のご意見	今回ヘルスツーリズムで行政機関、農業団体の協力をいただき成功しました
	薬草料理の開発では「農商工連携」の補助事業で取り組む事ができ、助かっている。 広告宣伝活動や誘致活動にも財政支援があればありがたい。
	東アジアからのお客様に対応するため、言葉と生活習慣、食文化を学ぶ場を支援してほしい。 地産地消を推進するため農業団体との交流の場づくり
	お陰さまで行政の皆様には大いに助けていただいております。 他の団体とも連携を図り、協力できる事はしながら頑張りたいと思っております
	地域の商工会議所、JA 婦人部、婦人会等結構仲良く協力体制はあるかと思っています。自分たちの頑張りがもうひと押し
	行政機関へ宣伝活動にはぜひ協力したいのでお声掛けお願いいたします
	交通アクセスの充実！ 行政機関が旅館の支援(パンフレット作成等)を、一定の旅館のみ宣伝するのは絶対やめてほしい。(平等でない)
	十分協力していただいていると思う
	女性の視点から見た支援を進めていくためにも、できれば女性の担当者の配置を検討していただきたいと思います。
	今のところ考えておりません 必要に応じて支援を求めていく

NPO法人の皆様のご意見	行政、商工、農業各団体はどのような組織でどのような活動を行っているのか分かっていないので、支援のしようがないのでは？ 生保団体や医療機関のように、助成事業実施の内容を公表し、広く一般に公募するシステムを作り、支援の門戸を広げるとよいと思う。
	経済活動の委員等に女性が少ない気がする。 女性の短所を補いながら（例えば企画力、文章力）、長所であるサービス、物を売る、しゃべる等を活用するよう実際やってみると、そこから何か生まれるので、まず実行！
	予算の限られた団体にとって、行政等の団体からの予算の支援や人材、バスの貸出などの物的支援は大いにありがたい。 私たちの周りでは取組や目的を理解して支援してくれる人が少なくないので、これからもますます増えてくれるとよいと思う。
	困った時の協力や相談窓口であって欲しい
	行政機関が「保守的」な人が多く、全く住民の立場に立った反応がないです。 また、地産地消を住民と行政がタイアップして行っていくことの必要性を感じています。 特に最大の食料品輸入国日本の台所事情は、先々懸念されることです。 食料品の自立を日本は目指すべきであり、国、県、市町村は一丸となり取り組む問題だと思います。 食料品の依存ほど怖いものではありません。
	行政はだいぶ緩和してきているように思えますが、なかなか、体質は変わっていません。 もっと現場を見てくださって、現場が少しでも明るくなるような前向きな支援であってほしいと思います。