

# 特集 MOVE KUMAMOTO 2023



國本 樹子  
熊本城総合事務所  
総務管理課運営班主査

9月12日、熊本市中央区本丸の熊本城を訪れると、天守閣前広場や大天守最上階などには団体・個人など多くのインバウンド（訪日外国人）客の姿が見受けられた。

新型コロナウイルスの感染収束を受け、政府が昨年10月に一日当たり入国者数の上限撤廃や、短

期滞在者のビザ取得免除、個人旅行を解禁したこと、国内では徐々にインバウンド客が回復。県内でも昨秋から今年はじめにかけて観光地や飲食店、宿泊施設などでも再びその姿が見受けられるようになってきた。

熊本市文化市民局が管轄する熊本城総合事務所（同市中央区花畑町）の國本樹子総務管理課運営班主査によると、今年1月～4月までの熊本城の総来場者数（チケット購入者で算出）は約40万人で、

22年1月～4月の総来場者数21万人からおおよそ倍増。また、新型コロナウイルスが季節性インフルエンザなどと同じ「5類」に移行した5月～8月は約42万人に上っている。

この総来場者数のうちインバウンド客は、今年1月～4月が総来場者数の1割にあたる約4万人で5月～8月は5万人が来場。1年前の22年1月～4月が約200人、今年5～8月が約900人だったのだから回復状況が伺える。「イベン

トが再開し始めた秋口から徐々に国内観光客が増加。如実に数字に表れたのは春のお城まつりや花見の時期と重なった今年3月から4月」と説明する。

来場数が最も多い国は「台湾」で去年はインバウンド客の3割を占めた。今年4～8月は4割近くまで届く勢いとい



▲10分の1スケールの「天守閣軸組模型」を眺めるインバウンド客。アジア圏以外に欧米豪などからの姿も多く見受けられるようになったという

## 今年5～8月は訪日外国人5万人来場 台湾約4割、欧米豪も増 熊本城総合事務所

# 観光地や 台湾人客最多

# 宿泊、飲食店に“にぎわい” アフターコロナで復活する「インバウンド」



▲熊本城天守閣前広場で思い思いにポーズを取るインバウンド客。今年1月～4月までの熊本城の総来場者数は約40万人で、このうちインバウンド客は4万人。国別では台湾が最多で、今年4～8月はインバウンド客全体の4割近くに届く勢いという

コロナ禍以前、県内のさまざまな観光地で見受けられていた「インバウンド（訪日外国人）客」。感染拡大による入国規制から長らくその姿が途絶えていたが、昨年10月の一日当たりの入国者数の上限撤廃や個人旅行解禁で徐々に回復。県内でも観光地や飲食店、宿泊施設を訪れる姿が再び戻ってきた。中でも多く来熊しているのは、TSMC（台湾積体回路製造）の進出や熊本と台湾を結ぶ航空会社の定期便就航などが後押しする「台湾人観光客」で、県内各所でその声が上がった。一方で、受け入れる事業者側は観光客の過度な増加が地元住民の生活や自然環境に悪影響をおよぼし、土地の魅力を低下させる「オーバーツーリズム」や「人手不足対策」を挙げ、課題も見られている。観光地や宿泊、飲食、百貨店の免税カウンターの現況や受け入れ状況のほか、今後寄港するクルーズ船への集客などを取材した。

（編集部・堀悟史）

ている。「中国からの団体客が依然少ないので、台湾が群を抜いている状態でもある。中国からの観光客の回復で数字が大きく変化する可能性もある」と今後の動きも見つける。

加えてアフターコロナの大きな特徴として「欧米豪」などのインバウンド客が多く見受けられるようになった点も挙げ

アフターコロナで復活する「インバウンド」



米納 弘康  
熊本城校の馬場リテール(株)  
取締役常務執行役員

「コロナ禍以前は台湾からの観光客が熊本城へ訪れ回復基調にあるが、コロナ禍として熊本地震が発生する以前(2015年度は約178万人)と比較すると完全復活へは未だ道半ばだ。」  
「当時ほどのエリアからも自由に入場でき、特別見学通路などの有料エリアもなかった。単純な比較はできない。ただ15年並みの来場者数にまで回復すると、相当な混雑が予想される」と指摘する熊本本主査。

「コロナ禍以前は台湾からの観光客が熊本城へ訪れ回復基調にあるが、コロナ禍として熊本地震が発生する以前(2015年度は約178万人)と比較すると完全復活へは未だ道半ばだ。」  
「当時ほどのエリアからも自由に入場でき、特別見学通路などの有料エリアもなかった。単純な比較はできない。ただ15年並みの来場者数にまで回復すると、相当な混雑が予想される」と指摘する熊本本主査。

「家族連れの外国人観光客」の姿も

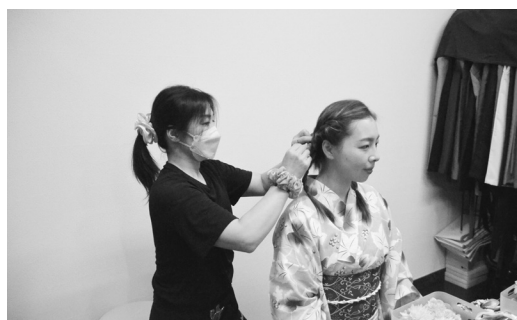
「家族連れの外国人観光客」の姿も。インバウンド客に人気の店舗について米納常務は「体験型の着物レンタルの店舗やビュッフェ形式の飲食店が好評」と説明する。同施設ではコロナ期間中に飲食・土産店の「桜の小路(こうじ)」内の3店舗が閉店。後継店舗を

誘致する中で、従来の飲食物販店のほかに「コト消費」にも着目し、新たな試みとして今年1月に熊本市中央区水前寺公園で着物のレンタル店を運営する(旬)美都(同区出水8丁目、藏原啓介社長)の「和Collection美都」を出店した。

また、台湾からの直行便に合わせ、熊本城と城彩苑で通常2回実施している熊本城おもてなし武将隊のイベントを9月からは火曜日もしくは土曜日に1ステージを増やすなどしている。また、コロナ禍以前はほとんど姿が見られなかったタイからの観光客も増加傾向という。「タイのインフルエンサーが熊本へ取材に来てSNSなどで拡散している部分も大きいのでは」と米納常務はにらむ。

その狙いがピタリと当たり、3月からインバウンド客の利用が徐々に増え、7月8月は急増。ひと月で20団体近くが利用しているという。また、夏場はインバウンド客の着物を目にした国内観光客が手軽に着られる浴衣をレンタルし、中心市街地を散策するなどの相乗効果も表れている。

「城内彩苑店は台湾や香港、タイからの個人客も多い。コロナ禍以前と比べて家族連れのインバウンド客が目立つ」と藏原社長は利用



▲「体験型」の着物レンタルの店舗やビュッフェ形式の飲食店が好評」と語る米納常務。「コト消費」も人気だ



▲平日にも関わらず国内・海外の観光客が多く行き来する、熊本市中央区二の丸の「桜の馬場 城彩苑」



▲大天守最上階から城下を撮影するインバウンド客。国内外から多くの観光客が多く訪れる一方、イレギュラーな団体客への対応が課題とされる

「事前に入場が把握できていない団体客に対してはあらかじめ増員して対応できるが、今回のようなイレギュラーな団体客への対応は難しい。ただ、今後同様のケースは起こり得ると思うので、反省点として対応を考えなければ」と引き締める。

「城内彩苑」コロナ前の6割まで訪日客回復  
着物レンタルやビュッフェが人気 熊本城 桜の馬場リテール

「同地、丸本文紀社長の米納弘康常務によると、昨年10月から始まった『全国旅行支援』で国内の観光客が回復。合わせて同時期に入国者数の上限撤廃やツアー以外の個人手配外国人旅行者の入国

が2年半ぶりに解禁、今年4月には水際対策も終了したことで、インバウンド客の来場も回復基調にあるという。その動きは数字にも顕著に表れ、コロナ禍以前の19年度は団体旅行者の

「事前に入場が把握できていない団体客に対してはあらかじめ増員して対応できるが、今回のようなイレギュラーな団体客への対応は難しい。ただ、今後同様のケースは起こり得ると思うので、反省点として対応を考えなければ」と引き締める。

「城内彩苑店は台湾や香港、タイからの個人客も多い。コロナ禍以前と比べて家族連れのインバウンド客が目立つ」と藏原社長は利用

が期待されるなどの好要素も多い。同事務所ではさらなるインバウンド客の集客に向け、可能であればアンケートの実施やオフアアがあつた団体や組合、店舗などとの連携も模索する。

アフターコロナで復活する「インバウンド」



▲左から中野育生熊本電気鉄道(株)鉄道事業部長、徳丸和行同社取締役自動車事業本部部長兼兼合事業部長・観光事業部長

始。ところがひよんなどから観光スポットとして、現在多くの台湾人観光客にお越しいただいている」と説明するのは同社鉄道事業部の中野育生部長。

同社が台湾の旅行会社にラッピング電車をPRしたところ、上熊本駅、北熊本駅間を乗車し、下車後にくまモンS H O Pでグッズを購入する行程がツアーコースに採用。「くまモンの電車に乗れる」「くまモングッズが購入できる」と旅行客の間で評判を呼び、乗車するインバウンド客の9割近くが台湾からの団体客という。



▲北熊本駅に併設する「くまもんSHOP」には下車した多くのインバウンド客がくまモングッズを買い求める。ぬいぐるみやストラップ、小銭入れが人気という

4号車も運行予定 2016年1月にオープンした「くまもんS H O P」は同社のオリジナルグッズやくまモンとのコラボグッズなどを販売する直営店。店内には繁体字での商品説明も掲示され、台湾人観光客への「分かりやすさ」にも注力している。

中野部長によると、インバウンド客に人気のグッズはくまモンのぬいぐるみやストラップ、小銭入れ、キーホルダーなどで、平均単価は1人あたり1500円程度。購入する際には日本製かどうか「生産国」を確かめる観光客が多いという。「くまモングッズが人気過ぎて、もはや「くまモンショップ」のようだ」と徳丸取締役は笑う。

「店自体があまり広くないので、複数団体が同じ車両に乗ると店内が雑然とし、入店を諦める観光客もいます。」「



▲商品には台湾語(繁体字)での説明も記載し、「分かりやすさ」にも注力

同社では今後、藤崎宮駅、御代志駅間を運行するラッピング電車の「4号車」も計画。台湾の旅行会社からアドバイスを受け、台湾人観光客に人気の「ピンクカラー」を施す予定だ。

「10月11、12日に施工し、御代志駅の開業1周年や鉄道の日に合わせて運行できれば。インバウンドの呼び水としてはくまモンはありがたい存



▲今年1月に施設内の桜の小路に出店した着物・浴衣レンタルショップ「和Collection美都」では7～8月は外国人観光客の団体客が急増。「赤などの着物が良く好まれている」と語る蔵原啓介(右)美都社長



▲「ビュッフェレストランぎんなん」で食事を楽しむ、社員旅行で訪れた韓国からの旅行者。撮影に気さくにに応じてくれた

者の傾向を説明。T S M C進出の動きも一部見られ、下見や住居などを探しに来熊し、観光も兼ね城彩苑を訪れた家族連れ姿も見られている。

「若年層」の来場増 インバウンド客のほか「若年層」が同施設に多く来場しているのもコロナ明けからの特徴だ。コロナ禍以前は同施設への団体旅行者は九州地方、関西地方、関東地方の順だったが、現在は九

一方、台湾人観光客に人気で盛況を見せているのが、熊本電気鉄道(株)熊本中央区黒髪3丁目、中島敬高社長が運行するくまモンの「ラッピング電車」や、北熊本駅(同市北区室園町)に併設する店舗「くまもんS H O P」だ。

同社は2014年3月に元都営の6000形車両にくまモンが描かれたラッピング電車1号車を運行。その後16年6月、17年10月には東京メトロ・銀座線で運用されていた車両01形の2編成に

も同様のラッピングを施し、2号車・3号車の運行をスタートさせた。「もともと車体の見分けがつかないため目印として、また熊本地震後に沿線の皆さまに笑顔を取り戻してもらおうという思いからラッピングを開

州地方、関東地方、中部地方で関西地方は4番手に続いている。「長らく旅行に行けなかった方々が遠出されているので、関西圏の方々は中距離程度の九州ではなく、さらに遠方の他地区に出向かれています。」「

コロナ以前から「20歳」以上下がっていると肌感覚を語る。若年層などの新たな客層に加えて今後は大型クルーズ船も寄港し、中国からの団体観光客増も見込まれるが、米納常務は「オーバートゥリズム」の懸念も示す。

アフターコロナで復活する「インバウンド」



▲熊本市中央区手取本町の「くまもんスクエア」はリニューアル以降、台湾や香港からのインバウンド客が増加傾向。グッズでは缶マグネットやくまモンのぬいぐるみ、フェイスタオルなどが売れ行き好調という

月には300万人を突破した。今年4月には10周年と「くまもんランド化構想」の中核施設として魅力向上を図るため、一時休館。くまモンのステージを楽しめる円形ステージの新

設や大型スクリーンを使用したAR(拡張現実)対応のコンテンツを導入するなど、装いも新たに7月21日に再スタートを切った。県から同施設の指定管理者として委託された

「カリノ&コロムビアくまもと応援共同体」の米倉佳江(株)カリノクリエイト(同市中央区安政町)社長にインバウンド客の来館状況を聞くと、「昨年12月頃から来館する姿が徐々に見え始めた。今年3月からは春休みや誕生日祭も相まって国内観光客が増加したが、リニューアル後は一気にインバウンド客が多くなった印象」と肌感覚を語る。

コロナ以前は中国や香港、台湾からの観光客が多く、リニューアル後も来館する層はほぼ変わらないと説明する米倉社長。くまモンのバイクやフォトスポットでの写真撮影、ARゲームなどを

楽しむほか、オリジナルグッズに目を輝かせて購入する様子が随所で見受けられるという。施設内で販売するくまモングッズは約300種類。中でもインバウンド客に人気の商品は「缶マグネット」で、そのほか

「さらに満足度を高めるためにラインナップを充実。需要が高い缶マグネットは今月末新たに10種類が入荷予定」と商品拡充も行っている。

スタッフ増員し対応強化

グッズのほか、観光客のお目当てはやはり「動くくまモン」だ。同施設では平日に1回、土曜日に3回、日曜祝日に2回のステージを開催。「リアルなくまモンに会える当施設でのステージの時間



▲今年7月21日、オープン10周年と「くまもんランド化構想」の中核施設として魅力向上を図るため、リニューアルした「くまもんスクエア」(写真出典・日本コロムビア)

帯目がけて来館されている」と語る米倉社長。

三連休初日の9月16日に同施設に足を運ぶと、100人近い来館者でにぎわい、中には一緒に踊りを楽しみ、笑顔でカメラを構えるインバウンド客も多く見受けられた。また、くまモンへの質問コーナーでは、台湾から来熊した男の子が「くまモンの名前の由来は」と尋ねる一幕もあった。



▲グッズ購入後、観光バスで次の目的地へと向かうインバウンド客。今回のツアー客はこの後、熊本港からフェリーに乗船し、長崎へ向かった

訪日客に人気の観光地1位は「熊本城」 熊本市内と阿蘇山周辺に集中

国内最大級のインバウンド総合メディア「訪日ラボ」や口コミサイト「括管理ツール」口コミコムを運営する株式会社mov(本社・東京都渋谷区、渡邊誠社長)は9月8日、観光名所に寄せられた最新の口コミデータから、独自に調査した「インバウンド人気観光地ランキング」を発表。県内でインバウンドに最も人気がある観光スポットは「熊本城」だった。同調査は今年7月2日〜8月30日にGoogleマップから公開されている口コミを、同社サービス口コミコム(インバウンドオプショ)を利用してデータを独自に分析。外国語で寄せられた口コミをもとに「インバウンド人気観光地ランキング」、「外国語口コミ数・口コミ

率ランキング」、「外国語別・インバウンド人気観光地ランキング」を策定。インバウンド人気観光地ランキングでは、①熊本城②水前寺成趣園③阿蘇火山博物館④桜の馬場城彩苑⑤上色見熊野座神社⑥草千里ヶ浜⑦くまモンスクエア⑧阿蘇カドリー・ドミニオン⑨白川水源⑩サクラマチクマモトの順となった。

TOP10には歴史博物館や観光名所など、熊本の歴史に触れられるスポットが多数ランクイン。また、熊本市内と阿蘇山の周辺に人気スポットが集中していることが分かった。

「インバウンド人気観光地ランキング」

	スポット	外国語口コミ数	外国語クチコミ評価
1	熊本城	153	4.7
2	水前寺成趣園	46	4.7
3	阿蘇火山博物館	33	4.2
4	桜の馬場 城彩苑	30	4.2
5	上色見熊野座神社	25	4.7
6	草千里ヶ浜	17	4.8
7	くまモンスクエア	14	4.1
8	阿蘇カドリー・ドミニオン	14	4.1
9	白川水源	12	4.4
10	サクラマチクマモト	11	4.8

movがGoogleマップの口コミデータから独自に調査(今年7月2日〜8月30日)

7月のリニューアル後、訪日客再増加 缶マグネットやぬいぐるみが売上好調 くまモンスクエア

コロナ禍以前から国内外の観光客に人気の「くまモンスクエア(熊本市中央区手取本町)も7月の施設リニューアル以降、インバウンド客の来

館が再び増加。台湾や香港などから来熊した家族連れなどが多く訪れ、にぎわいが増している。同施設はくまモンの活動拠点として県が201

3年7月にオープン。「聖地」として国内のみならず、中国や台湾、香港、タイなどのアジア諸国や海外からのインバウンド客も多く来館し、20年8

アフターコロナで復活する「インバウンド」



▶インバウンド客はコロナ禍前と変わらず、同店がブッシュする3千円超えの六白黒豚や厚揚げとんかつが人気という。写真は「厚揚げコースかつ膳」

今年に入ってから同店の来客数は伸び続け、8月は約1万6千人が来客し、売上も最高記録を達成。「コロナ禍前のお客さまが一番多かった頃に帰った感覚。食材高騰などで二度値上げせざるを得なかったが、それで

### 8月は過去最高の売上達成

「旅行という大事なイベントなので『良いもの』を食べたいと考える方も多い。良い食材を使って

提供しているので、満足度が高ければそれに越したことはない」と力を込める。

もコロナ以前を超える売上を記録し、V字回復を図れたことは非常にありがたい」と笑顔で語る。

一方で、新市街本店では急激な来店客の回復で人が足りず、クレームが増えたことを課題に挙げた林社長。同店では昨秋から時給を3回アップするなど待遇面を改善したことでも応募が増え、ある程度の人員を確保。ただスタッフ教育が依然追いついていない面も見られ、今後も随時採用を続けたいとしている。

「良いサービスをスタッフに提供してもらうには、時給を含めた待遇面の整備が重要。そうしなければ良い人材は他所に流れてしまい、逆に待遇面を整備することで良い



稲吉 淳一  
阿蘇プラザホテル(阿蘇蘇蘭)社長

一方、インバウンド客に人気の観光地「阿蘇」の宿泊・観光の回復状況はどうだろうか。

### 「インバウンド個人客は地震前から倍増」阿蘇山上や阿蘇神社、遊覧ヘリが人気

「食のおもてなし」提供  
同社では地域密着の1

人材が獲得できるとスタッフ教育の重要性を説く林社長。昨年4月にオープンした同社の東バイパス保田窪店は、大手飲食チェーンの店長経験者たちを獲得したことが出店の大きなきっかけだったという。

1月から徐々にインバウンド客が見受けられるようになり、4月以降急増。23年度は毎月4、5千人の個人インバウンド客、7、8千人の団体インバウンド客が阿蘇市内に宿泊されている」と状況を説明する。

阿蘇市観光協会(菊池秀一会長)の統計によると、今年7月の同市内の宿泊数は国内個人客が2万1982人、国内団体が6139人、海外個人客が4397人、海外団体が7143人で合計3万9661人。熊本地震以前の2015年7月を見ると、国内個人客が2万4825人、国内団体が6266人、海外個人客が2133人、海外団体が9225人の合計4万2449人で地震前から9割近くが回復、さらに海外個人客は倍増している。阿蘇プラザホテルでは今年8月の宿泊者数約5

国語が話せるスタッフを3人採用し、回復するインバウンド客への対応を強化。また県と協力し、インスタグラムやツイッターでの情報発信や海外へのPRにも力を入れ、さらなる誘客も図っていく。



林 恵太郎  
林産業(株)社長

「この場所に訪れる価値があると思っていただけ、観光地のお尋ねなどにも臨機応変に対応。国内外の観光客の皆さまの満足度向上につなげたい」と米倉社長は今後の意気込みを語った。

「とんかつ料理が日本食の中でも認知度が高まり、代表的な料理になったこと。また本店が脱定食屋を図り、満足度の高い

「それだけ新市街本店は海外のお客さままで成り立っていたのだと痛感した」と林社長は振り返る。時短やシフト減で学生アルバイトやパートが退



▲国内・国外の観光客で購買傾向にも違いが。国内客には亚克力キーホルダーが人気という

### 「新市街本店」コロナ以前の水準に回復 台湾人最多 厚揚げとんかつが依然人気 「勝烈亭」運営の林産業

コロナ禍以前、多くの外国人観光客が来店する飲食店の一つが「とんかつ勝烈亭」を経営する林産業(株)(熊本市東区保田窪4丁目、林憲太郎社長)の新市街本店(中央区新市街)だ。

職し、コロナ禍以前は50人ほどいたスタッフが一時は半分以下に。雇用調整助成金を活用しながら正社員や古くからのパートスタッフを維持し営業を続けてきた中、昨年10月の全国旅行支援開始から徐々に来店客が回復。その後11、12月には一気に激増し、合わせて外国人観光客の姿も見受けられるようになった。

「熊本との旅行中に心の底から楽しみ、喜んでいただける料理と接客を」という使命感を持っている。二元さまではあるが、一生に一度なので普段のお客さま以上に気を配りおもてなしを高めていきたい」と接客サービスへの思いを語った。



▲熊本中央区新市街の「とんかつ勝烈亭 新市街本店」

「勝烈亭」運営の林産業

る林社長。国別では依然と変わらず台湾、韓国、中国から旅行客が多い一方で、東南アジアや欧米からの旅行客も以前に比べ、見受けられる頻度が高くなったそう。

アフターコロナで復活する「インバウンド」



▶人気スポットの一つ「阿蘇神社」そばの門前町商店街、多くのインバウンド客が来訪

「だ」と複雑な表情を見せる。同ホテルでは人手不足対策として、今年からレストランで接客対応をするミヤンマー人の高度人材を2人採用。さらに来年に向けても4人を採用予定だ。また、働きたい時間と働いてほしい時間をマッチングするスキマバイトサービス「タイミー」も活用。ダブルワーク希望だが熊本市内までは働

きに出られない学生や若者が利用し、人手不足解消にも寄与している。「以前は専用の翻訳機を使い、英語や中国語が話せるスタッフを配置していたが、現在はスマホが普及し、グーグルの翻訳アプリが活躍。昔に比べてハードルが低くなったことも大きい。文明の利器を使いながらも、分かりやすい言葉やコミュニケーションの方法を皆で共有している」と語っている。

先見据え新たな「層」集客

「コロナ禍でインバウンドがいつ回復するのかと心待ちにしていたので、今の状況は非常にありがたい」と稲吉社長は笑顔を見せるが、再び観光業の落ち込むことも想定し、アジアなど特定の国々に限らず世界各国のさまざまな客層が阿蘇を訪問してもらう集客方法を模索する。「観光庁の統計でも5



入江 光彦  
株鶴屋百貨店  
広報担当

「免税カウンター」を持つ(株)鶴屋百貨店(熊本市中央区手取本町、福岡哲生社長)にも、インバウンド客の回復状況や購買の変化を聞いた。同社業務部の入江光彦広報担当は「コロナ禍以前の19年8月は約1200人のインバウンド客が来店していたが、21年8月は20人と激減。それが今年8月には約1千人が来店し、売上も9割近くまで戻っている」と来店状況を説明する。同百貨店の免税カウン

8月は1千人来店、売上は9割回復  
衣料・化粧品から「高額品」にシフト 鶴屋百貨店

年ごとに観光が沈むタイミングがある。中国とは処理水の問題が叫ばれ、現在良好な日韓関係がこ

の先どころかでもつれる可能性もある。たとえその国から一時観光客が訪れなくとも、世界各国さま

ざまな層から阿蘇にお越しいただける努力をしていかなければ」と今後を語った。



▲昨年4月に中央区上通町の商業施設「New-S」にオープンしたアウトドア専門店「アルペンアウトドアーズNew-S店」で扱うアウトドア用品も人気だ

ターでも今年5月までは1日平均10組だったインバウンド客が6月以降は30組以上に増加しているという。国別の今年8月の来店客数を見ると、台湾が全体の3割を超えて最多。次いで中国、香港、韓国と続く。コロナ禍以前は最多だった中国人観光客は団体客の来

熊が遅れているため以前ほど突出していないが、今年6月から2・5倍に伸びているため、今後さらなる来店増を見込んでいる。また、「インバウンド客の購買傾向も大きく変容

000人のうち、インバウンド客は約700人で、内訳は台湾197人、香港300人、韓国7人だった。「コロナ以前は冬場の1〜2月がインバウンド客、GWやお盆などの夏場が国内観光客の宿泊が多いが、今年は夏でもインバウンド客の宿泊が目立った」と今年の特徴を口にする。

また、稲吉社長によるとインバウンド客に人気の観光スポットは、草千里や火口などの阿蘇山上のほか、阿蘇カドリー・ドミニオン、阿蘇神社、そしてヘリコプターでの遊覧飛行を挙げる。「阿蘇カドリー・ドミニオンと火口と草千里の間に発



▲阿蘇市内牧の阿蘇プラザホテル

長期滞在する欧米豪の観光客増

インバウンド客の傾向が顕著に変わったことは「欧米豪の観光客が増加した点」と「滞在日数が長期化した点」と語る稲吉社長。宿泊客を毎朝阿蘇駅へ送迎する際、同駅から阿蘇山上ターミナルへ向かうバス停には多くの欧米豪の観光客の姿が見られるようになったと変化を説明する。

「東京や大阪などをひと通り巡り、都会ではなく自然を好まれる方が2〜3泊や1〜2週間近く滞在する傾向にある。そしてバスや車を使わずに「ハイキング感覚」で一日や半日かけて山上や大観峰まで歩き、阿蘇の自然を満喫していると聞く。私たちとは感覚が違う

が、それが本来の観光のあり方でもあると思うので勉強させられている」と呟く。ただ一部は宿泊せず、

復したが、そのサービスを提供する働き手の確保に阿蘇市内のホテルや飲食業は直面している。稲吉社長はTSMCの存在も挙げ、「清掃や食堂の調理など私たちの業界とも関わりがある求人も開始するので、恐怖はこれから。特に阿蘇市からは30分程度と近距離なので、高い時給に魅力を感じ転職する方が現れそう



▲南阿蘇村久石の「道の駅 あそ望の郷くぎの」で、阿蘇五岳をバックに写真撮影するインバウンド客



▲阿蘇市永草の「草千里ヶ浜」にも国内外の観光客が自然を楽しむ様子が見受けられた

アフターコロナで復活する「インバウンド」



▲同百貨店では「台湾フェア」を開催するほか、「鶴屋フーティワン」や同百貨店で取り扱う化粧品やアウトドア用品、ジュエリーなど台湾人の嗜好に合わせた商品をPRするチラシを作成している

先のため出向けないという課題もあったが、増員により通訳業務にも力を注ぎ、売上にも貢献できている」と入江担当は増員の効果を語る。

同百貨店では熊本県民へ台湾のことを紹介するとともに、TSMCの従業員を含め、熊本在住の台湾人向けの集客策として、10月11日～16日に台湾の食品や雑貨などを販売する「台湾フェア」を本館6階催事場で初めて開催する。



▲近隣店の免税も一手に引き受ける同カウンター。「ハヤカワスポーツや三国屋本店、同仁堂で買うインバウンド客が多い」という

エリアなど台湾人の嗜好に合わせた商品をPRするチラシを作成。熊本市北区楠1丁目に建設された共同住宅に住む半導体関連企業の従業員や協力企業などへ配布し、来店増を狙う。

「スターラックス」「チャイナエア」開設 2航空会社が熊本―台北間運航 12月から「週11便」に

アフターコロナを経験して、熊本と海外をつなぐ「空の便」も続々と運航を開始し、今月は台湾の航空会社2社が熊本―台北間に国際定期便を開設している。

9月1日は台湾の航空会社スターラックス航空（台北市）が熊本と台北（桃園国際空港）を結ぶ初の国際定期路線の就航を開始。くまモンや県職員らが、歓迎の横断幕で搭乗客を出迎えた。

同日、熊本空港旅客ターミナルで行われた記念セレモニーには同社の翟健華（サイ・ケンカ）最高経営責任者（CEO）や蒲島郁夫知事などが参加。セレモニーでサイCEOは10月末から、これまでの週5便を週7便に増便することを発表している。

また、9月18日は台湾

TSMCの進出に伴い、ビジネスや観光などで熊本―台北間の相互の行き来がさらに活発化しそうだ。



▲9月18日に就航した「チャイナエアライン」から降りる台湾からの乗客

航空大手の「チャイナエアライン」も熊本と台北（桃園国際空港）を結ぶ国際定期便を就航。蒲島知事は今年1月に熊本―台北線の定期便就航を求めて、チャイナエアライン本社へトップセールスを展開。その第1便が同日、熊本空港に到着した。

同社も予約の好調を受けて今年12月からは週2便から週4便に増便することを発表。2社の増便にも伴い週11便となる予定だ。



▲9月1日、熊本空港に到着した台北市の「スターラックス航空」

きが顕著で、コロナ禍以前に比べインバウンドの客数は減ったものの、一人あたりの客単価は増加しているという。

このほか、昨年4月に同区上通町の商業施設「New・S」にオープンしたアウトドア専門店「アルペンアウトドアーズ熊本New・S店」で扱うアウトドアブランド



▲本館時計台下に台湾の大懸垂幕を掲げ、中心市街地での歓迎ムードを演出している ▲熊本市中央区手取本町の鶴屋百貨店

同百貨店の免税カウンターでは百貨店内のほか、中心商店街「まちなか」の契約店舗で購入した商品の免税にも対応。ここ最近のインバウンド客の回復を受け、免税カウンターのスタッフを今年4月から増員し、現在は台湾出身3人、中国・マカオ出身がそれぞれ1人ずつの計5人体制で対応を強化中だ。

免税対応時にインバウンド客から「おすすめの飲食店」や「土産販売店の場所」などを尋ねられることも多いことから、「寿

免税スタッフ増員、ガイドの役割も

下品も人気だ。ただ、これらはショッピングを主とせず、同百貨店東館にある、テトリアくまもとの「くまモンスクエア」を訪れた合間やついでに購買する客が多いという。

「北部九州を巡るインバウンド客は福岡で買い物をし、大分で温泉に入り、熊本でくまモンスクエアや熊本城を訪れる。インバウンド客の高額品の売上は福岡の百貨店が突出しているの、いかに当百貨店に来てお買い求めいただくか対策が求められる」と入江担当は見つめる。



▲同百貨店本館2階に位置する免税カウンターでは、今年4月から5人に増員し対応にあたる。写真に映るのは顧客サービス部のスタッフ

「スター」や「焼肉」、「ラーメン」などの中心部の飲食店や観光スポット情報などをまとめ、インバウンド客に案内する「ガイド」としての役割も担っている。

「スタッフの丁寧な対応に感銘を受け『あなたがおすすめる商品なら何でも買う』と感激する方もいらつしやる。また、以前は売場から通訳の要請を受けても免税業務優

アフターコロナで復活する「インバウンド」



▲大きなくまモン像の前で写真撮影を楽しむ観光客

「熊本の生姜が生産される40%を八代市東陽町が占めている。地元産の食材を使い、インバウンドの方々が好まれる生姜焼きを提供す

でいた姿が見られたという。「反対に欧米豪の方々はさまざまな場所を巡る観光ではなく、一つの場所に滞在しゆつたりと旅を楽しむ方々が増えた。コロナ禍でここまで変わるものなのかと驚いている。クルーズ船の楽しみ方が変わってきたので

は」と推察する。今後、地元ではどのようインバウンド客を受け入れる方策を考えているのだろうか。中村次長は「食」に目を向け、中でもインバウンド客が日本で食べるおすすめの日本食のランキングのベスト5にラーメンや寿司、お好み焼きのほかに「生姜

焼き」がランクインしていることに着目。「熊本では年間5千トンもの生姜が生産され、そのうちの40%を八代市東陽町が占めている。地元産の食材を使い、インバウンドの方々が好まれる生姜焼きを提供するストーリーを前面に出そうと考えた」と経緯を語る。これを受け、DMOやつしろでは観光庁の補助金「地域一体型ガストロノミー」の活用し、生姜を「おすすめの日本食」の活用した地産地消メニューの開発を開始。同補助金は地域ならではの食を楽しむ、その背景にある習慣・伝統・歴史・文化に触れることを目的とした「ガストロノミー」の推進のため、DMOやつしろが取り組むのは「地元産生姜を活用したロケイニングガストロノミー」。「生姜焼きの聖地・八代」をキーワードで近辺に点在する

現在、JAやつしろから仕入れた東陽町産の生姜を、各店舗へ流通する仕組みを構築中。基本の生姜焼きレシピをベースに各々の「アレンジ」も許容し、すでに複数店に声をかけ、商品開発に取り組んでいるところもあるという。「生姜のスイーツを菓子店にお願いするなど、生姜焼き以外の枝葉となるメニューも考案中。インバウンドの方々に「八代に寄港したら生姜焼きを食べに行かねば」と印象付けるほか、アーケード



▲八代市本町1丁目の「くまなステーション」内にあるDMOやつしろ

の回遊にも一役買えれば」と今後の展望を語る中村次長。生姜焼きが今後、八代でどのようなムーブメントを起こすかが注目される。

アレンジも許容、スイーツも

中華料理店や喫茶店などの飲食店が多種多様な生姜料理を提供。アーケード周辺を周遊させるインバウンドの受け皿づくりのほか、地元住民などの店舗利用増や地域づくりも狙う。

「くまモンポート」今年4月に初海外クルーズ船 日常的に受け入れる「観光構築」重要視 DMOやつしろ

海の玄関口・八代港（八代市新港町）では2020年10月（2020年3月に完成）、国土交通省と県、米国船社のロイヤル・カリビアン・クルーズが県有地約8haにクルーズ船の受け入れ拠点「くまモンポート八代」を整備。



中村 和博 (一社)DMOやつしろ 次長

インバウンド客の受け入れ態勢を万全とさせたが、コロナ禍の影響で外国船籍の受け入れが長らく停止し、本格稼働が遠のいていた。それから2年半を経た今年4月21日、イギリスの国際クルーズ船「クイーン・エリザベス」が海外クルーズ船として初

寄港。その後も「につぼん丸」（4月6日）や「コスタセレーナ」（6月3日）、「MSCベリッシマ」（6月27日）など、の国内外の大型クルーズ船が訪れるなど徐々に状況を呈し、9月28〜29日にはポートを整備したロイヤル・カリビアン社の「スペクトラム・オブ・ザ・シーズ」や郵船クルーズ（株）の「飛鳥II」が寄港予定で、歓迎イベントも計画されている。

にぎわい始めた同ポート周辺では、クルーズ船寄港時に地元の高校生による太鼓や書道などのパフォーマンスや県内団体のアトラクションのなどの「おもてなし」を展開。同市の観光振興団体・一般社団法人DMOやつしろ（八代市本町1丁目、福島誠治代表理事）の中村和博次長は「このよう



▲クイーン・エリザベス寄港時に演奏をする秀岳館高校の雅太鼓部。クルーズ客からの評価が高い一方、オーバーツーリズムを防ぐため、日常的な受け入れ方の模索が課題とされる

なおもてなしがあるのは八代だけ、自慢して良い」とお客さまからお褒めの言葉もかけられ、八代のイメージアップにもつながっている」と笑顔を見せる一方で、もてなし側の「オーバーツーリズム」への懸念を示す。「クルーズ船が寄港する度に大掛かりなおもてなしをしていると各所で負荷が発生する。船の受

け入れには前向きで歓迎もしているが、今後も積極的に誘致や受け入れを進めていく上では日常的な受け入れ方を模索しなければ」と見つける。クルーズ船で観光客が来ることを「非日常」ではなく「日常」にしていくため、各団体がそれぞれの持場で日常的に受け入れができる「観光構築」や、県や八代市、八代商工会議所などさまざまな団体との連携が重要と挙げ

訪日客向けの「生姜メニュー」開発

コロナ禍でクルーズ客の購買傾向も変化が見られている。中村次長は「以前のように家電量販店にインバウンド客が大挙して押し寄せ、爆買い」する光景はほとんど見られず、衣料品や日用雑貨などを購入する「普通の観光客」の様相が強い」と説明する。

実際今年、中国船が寄港した際も、同市建馬町の大型SC「ゆめタウン八代」に訪れたインバウンド観



▲6月27日にスイス船社の「MSCクルーズ」が運行する「MSCベリッシマ」がくまモンポートに寄港