

天草市台湾プロモーション戦略

I. 方針

●台湾⇄熊本の直行便就航、TSMC進出等に起因する熊本を訪れる台湾人の増加を機会として、天草市における台湾人旅行客の増加を目指す。

●自然・温泉・グルメをベースとして、天草市が誇る独自の観光コンテンツ（イルカウォッチング、潜伏キリシタン関連遺産）地元民が通うローカルスポット等を活用しながらターゲット層に刺さる魅力発信を行い人流を創造する。

II. 天草市の台湾誘客の課題

●知名度の向上

- ・台湾において天草の認知度が低く、訪問検討の土台に上がっていない
- ・天草地域においての主要アクセス、観光要素の情報発信が不十分

●コンテンツとマーケティングの強化

- ・台湾人へ向けたコンテンツの棚卸が必要
- ・訪問しうる観光客層を細分化し、それぞれのターゲットに向けた情報発信の展開が必要
- ・訪問客データの蓄積と分析結果の活用

III. プロモーション戦略の方向性

●誘客に向けたターゲット層の設定

グルメ・自然景観・温泉をベースとして3つのターゲット×コンテンツ×年齢層を設定

①20代+イルカ+FIT

②30代~40代（ミドル層）+潜伏キリシタン関連遺産+グループ客

③50代~60代（シニア層）+広域観光+団体・パッケージツアー（グループ客）

20代+イルカ+FIT

ミドル層+潜伏キリシタン
関連資産+グループ客

シニア層+広域観光+団体・
パッケージツアー

グルメ

自然景観

温泉

天草市台湾プロモーション戦略策定基礎資料

【定量調査の実施】

事前の定量調査をベースとして、業務受託後に定量調査を実施。

調査目的

天草市台湾プロモーション戦略策定業務委託における「独自アンケート」で得られた仮説を基に、重点ターゲット層に対して動機や行動特性をさらに深掘りし、プロモーション戦略の方向性を確固たるものとする。

調査方法

調査方法 ❖ WEBアンケート調査

調査対象者
✓ 男女20-59歳
✓ 台湾在住者
✓ 来日意向がある人

有効回答
サンプル数 ❖ 400ss

	20-29	30-39	40~49	50~59	TOTAL
年代割付なし					
男性	51	51	62	58	222
女性	49	49	38	42	178
TOTAL	100	100	100	100	400

調査実施日 2025年11月18日（火）-11月20日（木）

【回答者の属性】

性別

N=400
単位: (%)



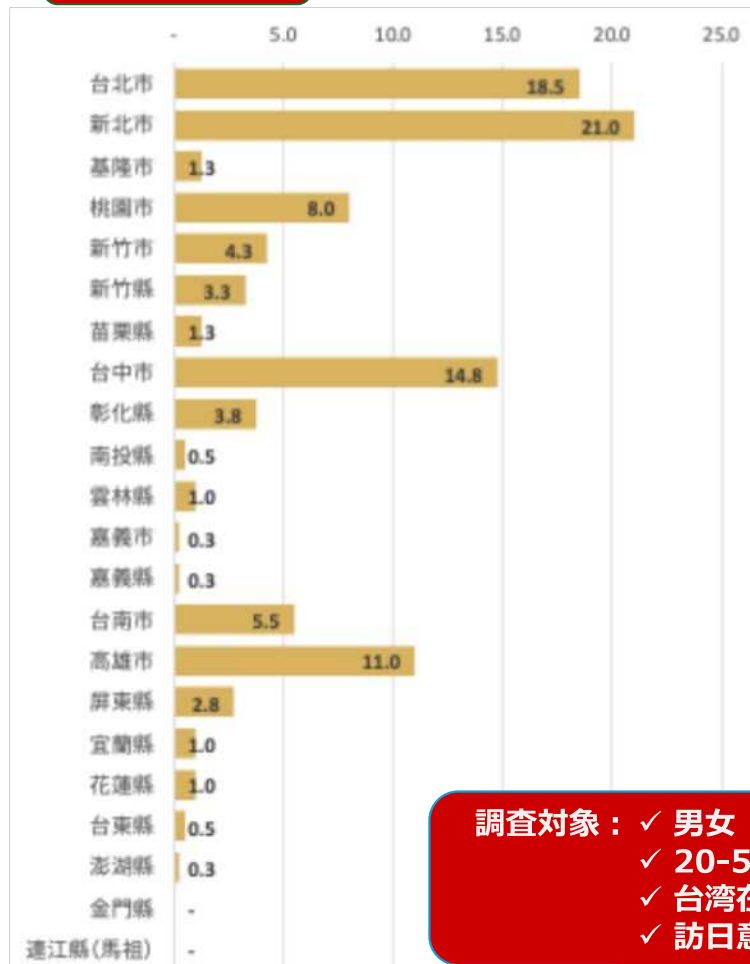
年代

N=400
単位: (%)



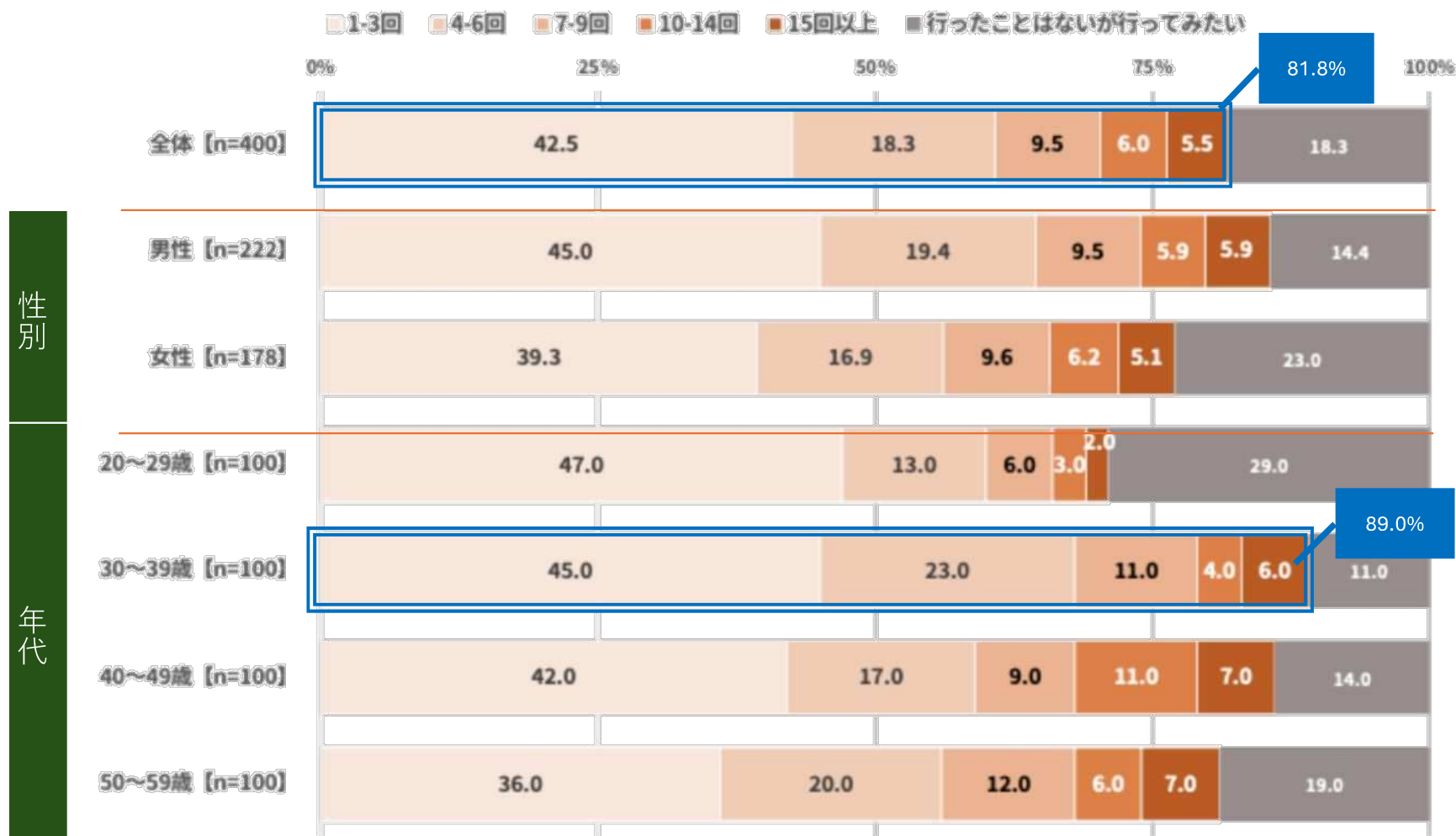
居住地

N=400
単位: %



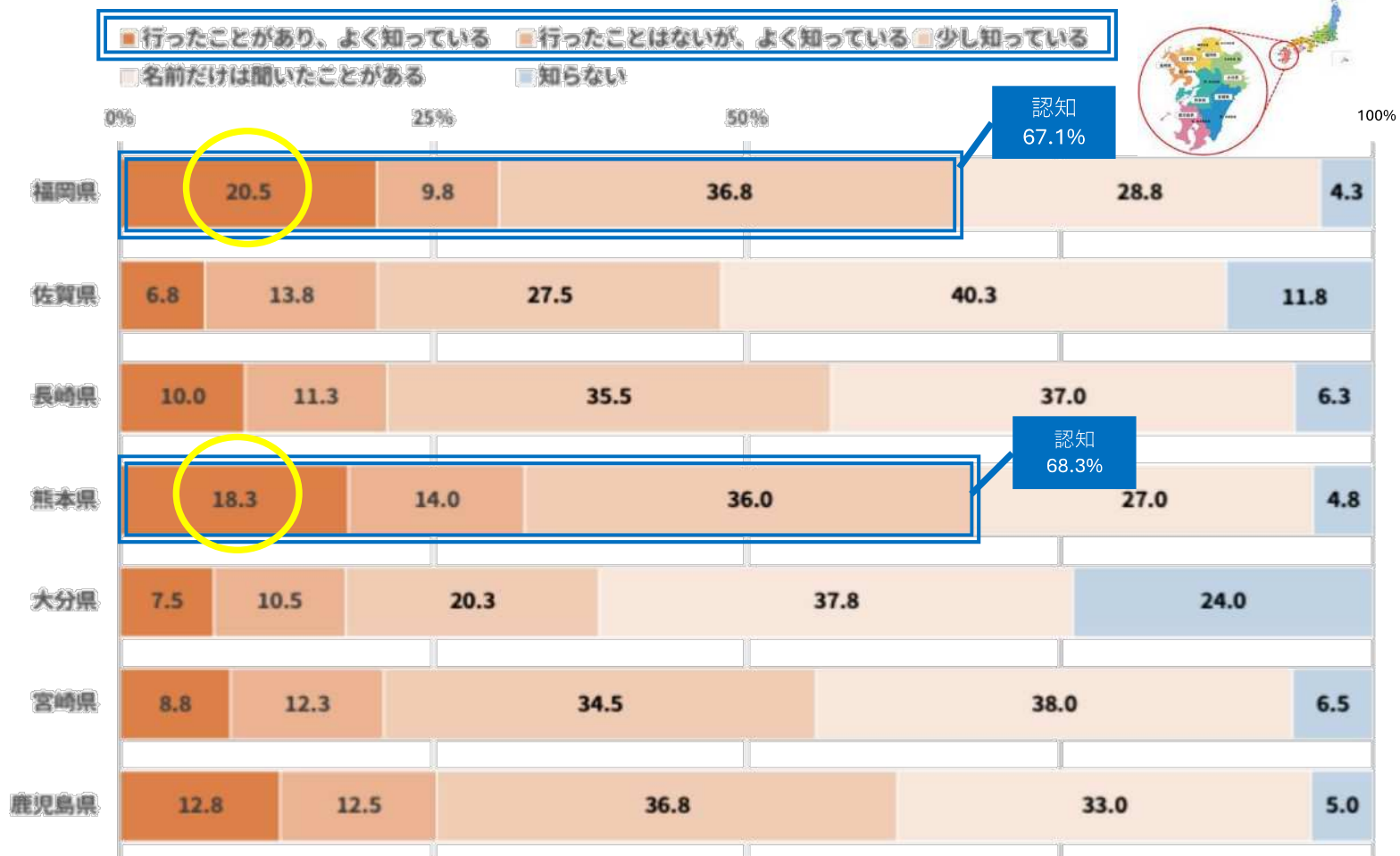
調査対象: ✓ 男女
✓ 20-59歳
✓ 台湾在住
✓ 訪日意向がある人

Q3：あなたは日本に何回来たことがありますか。あてはまるものをひとつお知らせください。



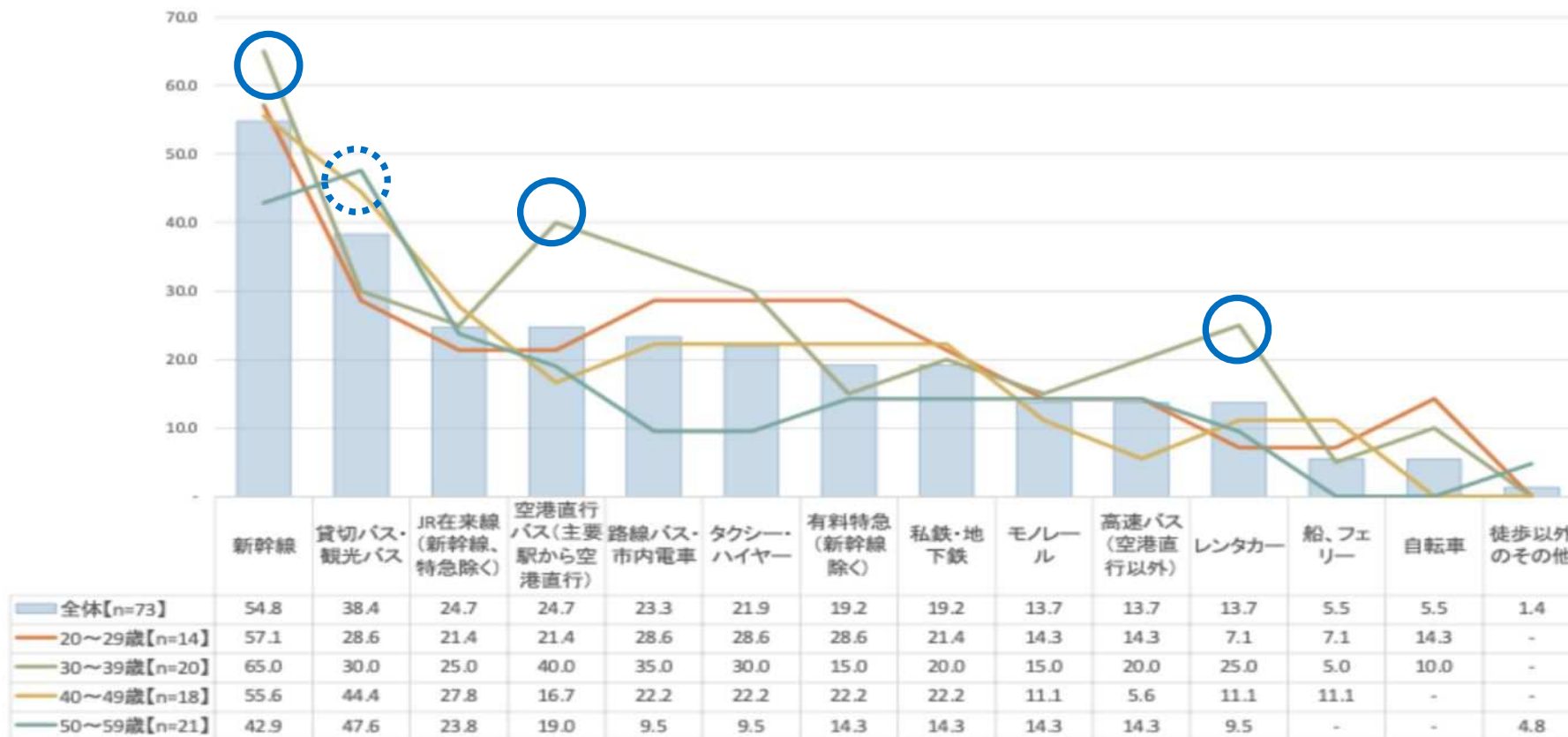
来日経験者は全体で8割以上。30代は9割近い人が来日経験者で、リピーターも多い。

Q4：下記にあげる地図（赤円）は日本の西に位置する「九州」エリアの地図です。「九州」エリアの各県についてあなたに最も当てはまるものをひとつお知らせください。



熊本県は福岡県と福岡県とほぼ同等の来訪経験者と認知度を獲得している。

Q5：あなたが来日して熊本に旅行した際の移動手段は何でしたか？当てはまるものを全てお知らせください。



新幹線、空港直行バス、レンタカーといった交通手段の利用意向は、いずれも30代がトップ。

➤ 30代が最も自由度の高い個人旅行（FIT）志向が強い。

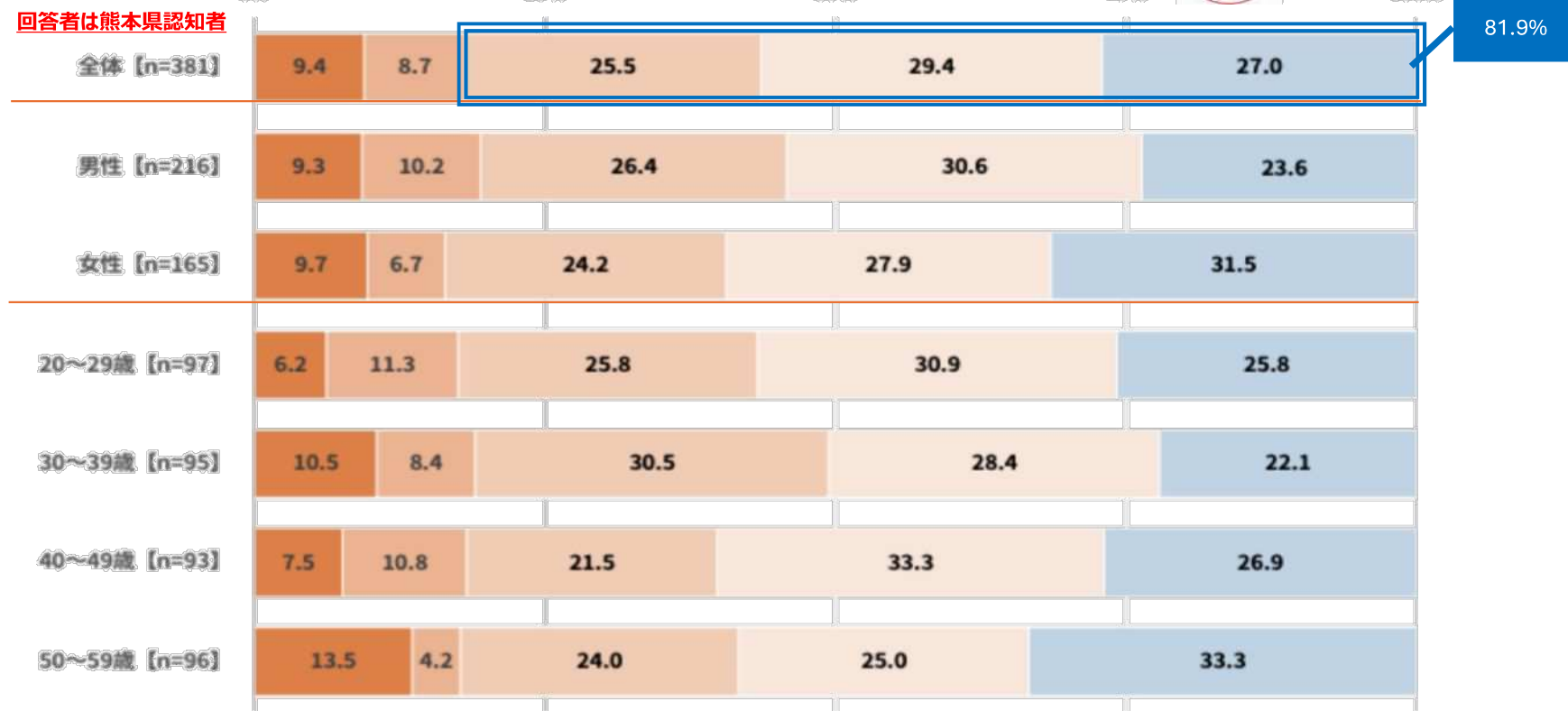
貸切バスの利用意向は、40代および50代といった中高年層で高くなっている。

➤ 交通手段から宿泊までがセットになった団体旅行やパッケージツアーを好む傾向

Q6：下記にあげる地図は日本の南に位置する「九州」エリアの地図です。「九州」エリアの【熊本県】にある「天草市」（点線赤部分）について、あなたに最も当てはまるものをひとつお知らせください。



回答者は熊本県認知者



全体の8割以上が「浅い認知」（少し知っている、名前だけ、知らない）に留まっており、熊本県が有する広域的な認知度と比較すると、天草市単体のブランド認知はまだ初期段階。

以下は熊本県天草市の特徴について紹介しているものです。一読していただき、以下の設問を回答してください。

天草は熊本県の南西に広がる大小120余りの島々からなる地域です。
美しい海と夕日、豊かな海の幸、そして世界遺産に登録された潜伏キリシタンの歴史が息づく地として知られています。

自然景観

倉岳山頂から望む海の絶景や、西海岸に沈む夕日は必見。

温泉

下田温泉をはじめ、天然温泉を楽しめる。

体験

天草近海で野生のイルカとの遭遇率は90%以上。

グルメ

新鮮な海鮮料理や、国内最大級の地鶏「天草大王」が人気。

歴史・文化

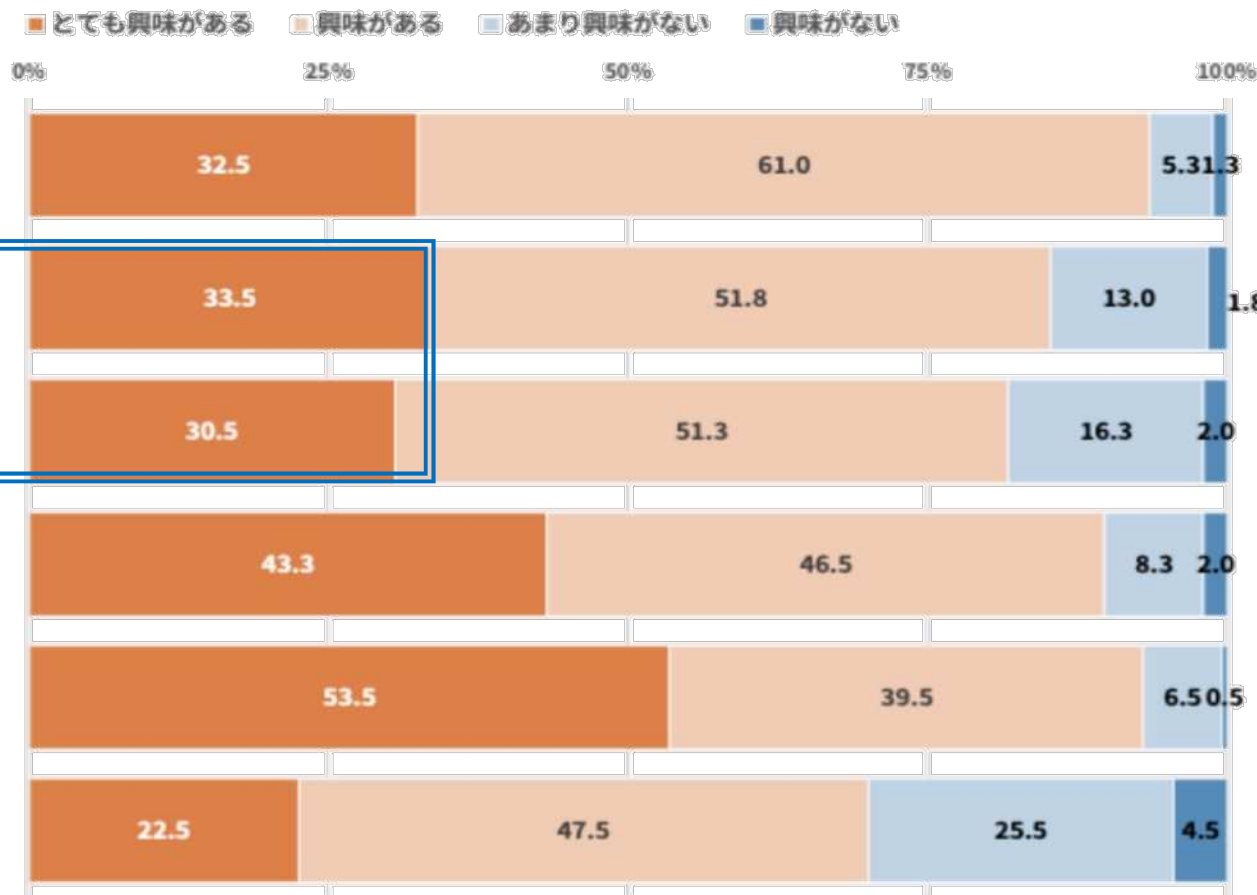
崎津集落をはじめとする構成資産は世界文化遺産に登録。大江天主堂など歴史的建造物も点在。

アウトドア

SUPなどのマリンスポーツや海水浴、キャンプなど、自然を満喫できる。

Q8：各ポイントについて、あなたのお気持ちに最もあてはまるものをそれぞれひとつずつお知らせください。

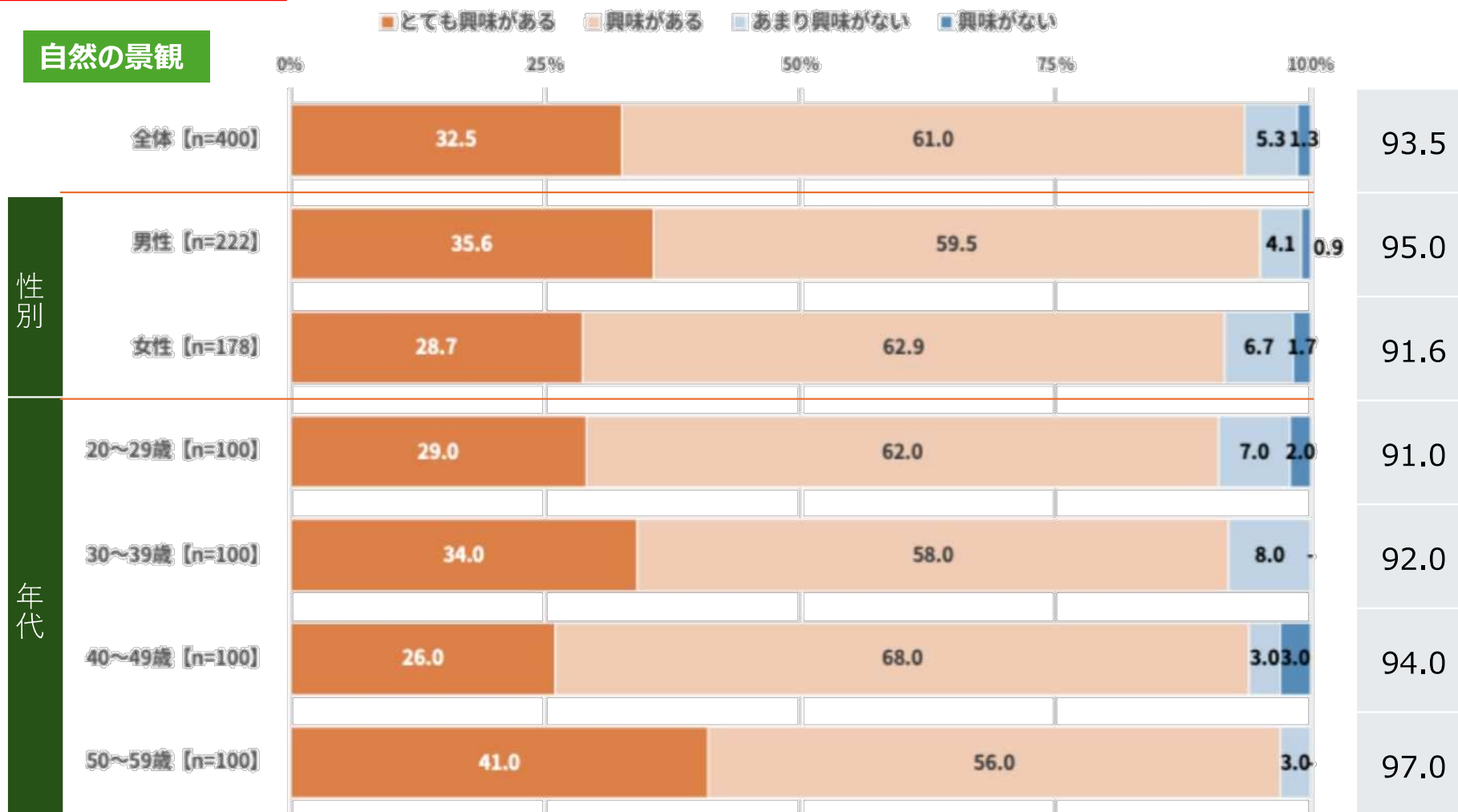
魅力ポイント興味度【全体】



グルメ、温泉、自然の景観が安定した需要を形成する一方、イルカウォッチングや歴史・文化といった固有性の高いコンテンツもTOP2で8割を超える高い関心を集めており、特にTOP1では自然の景観と並ぶスコアを獲得し、天草独自の体験が主要な訴求力として機能している。

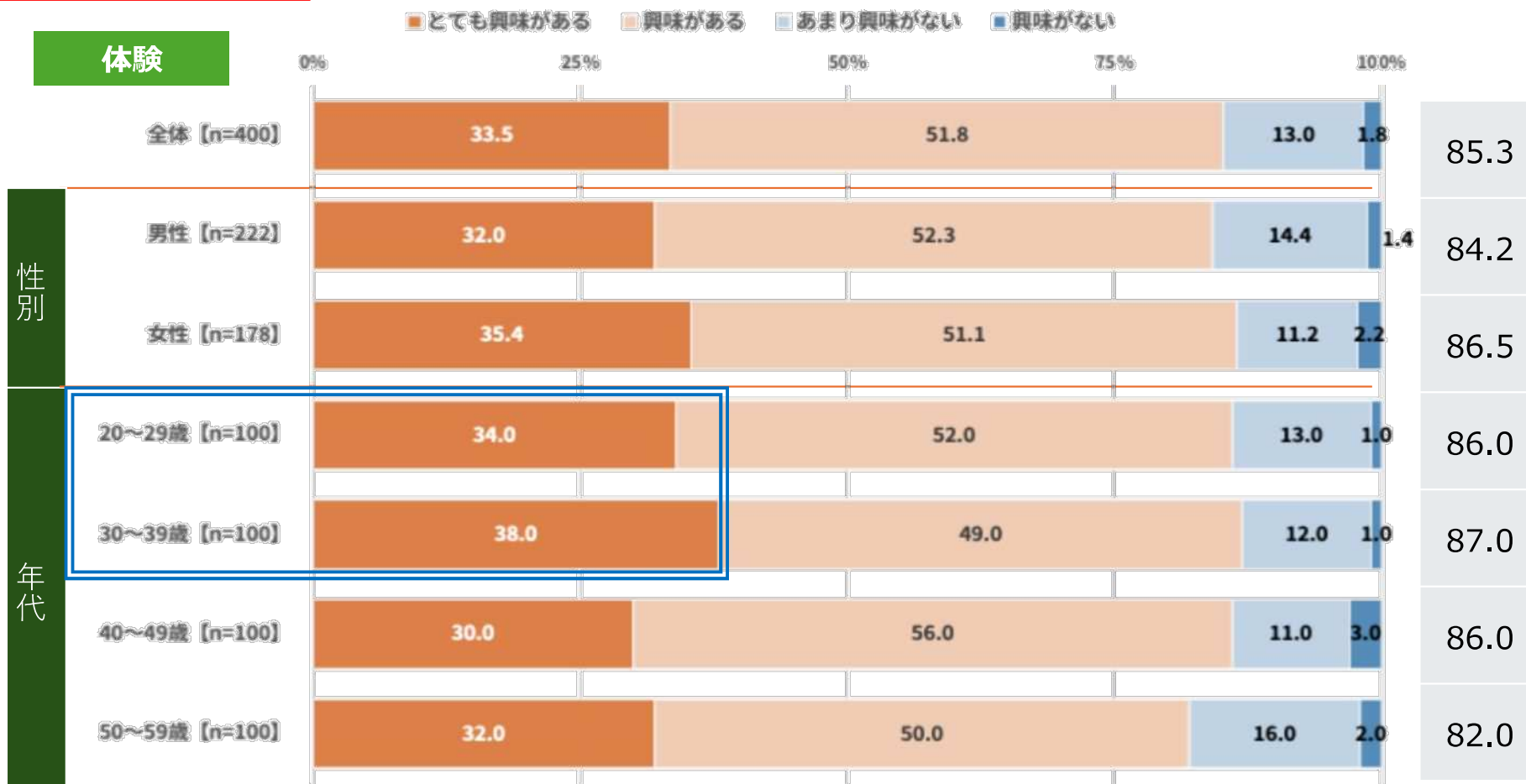
Q8：各ポイントについて、あなたのお気持ちに最もあてはまるものをそれぞれひとつずつお知らせください。

魅力ポイント興味度【年代別】



Q8：各ポイントについて、あなたのお気持ちに最もあてはまるものをそれぞれひとつずつお知らせください。

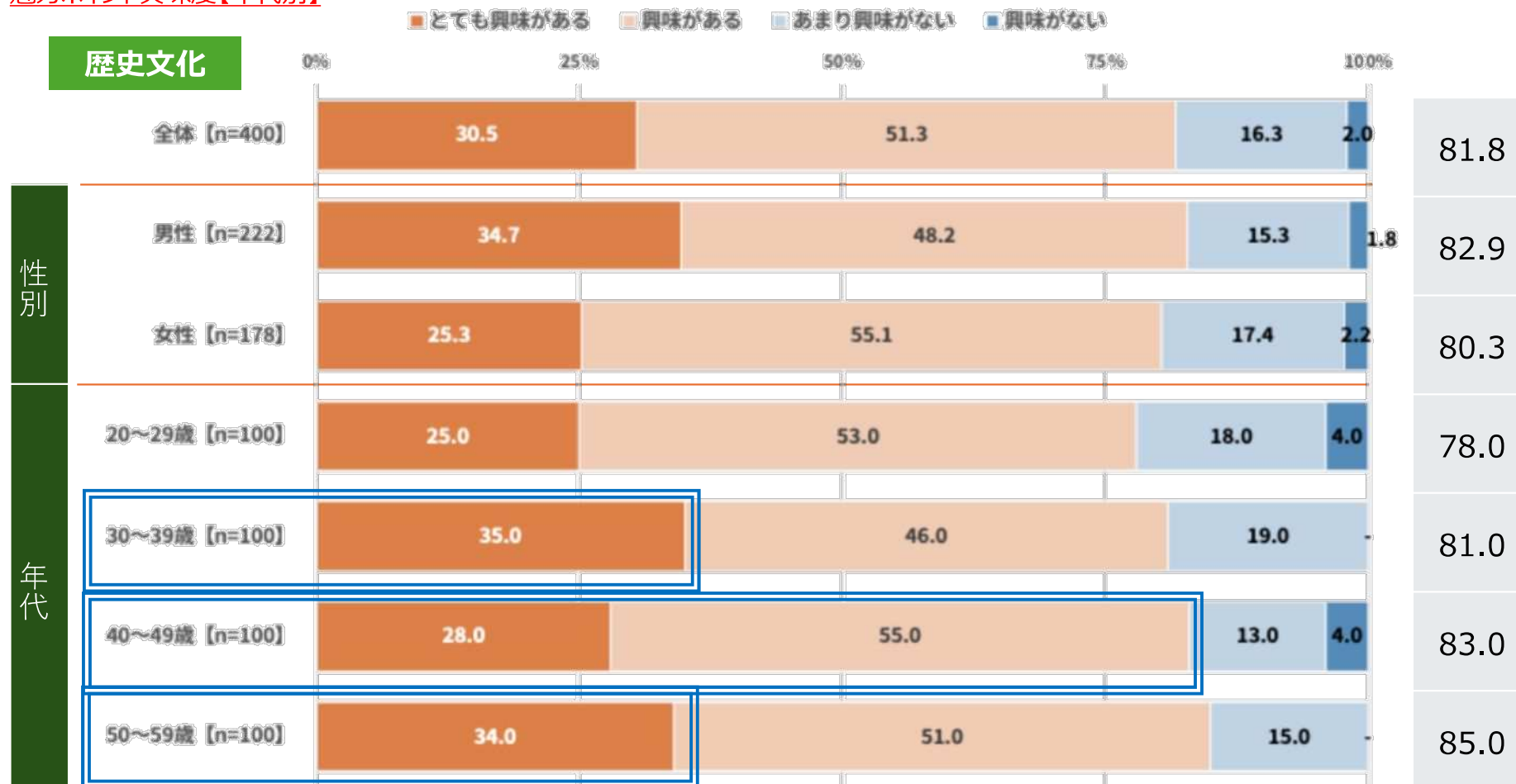
魅力ポイント興味度【年代別】



20代（34.0%）と30代（38.0%）で「とても興味がある」（TOP1）のスコアが他年代を上回って高い

Q8：各ポイントについて、あなたのお気持ちに最もあてはまるものをそれぞれひとつずつお知らせください。

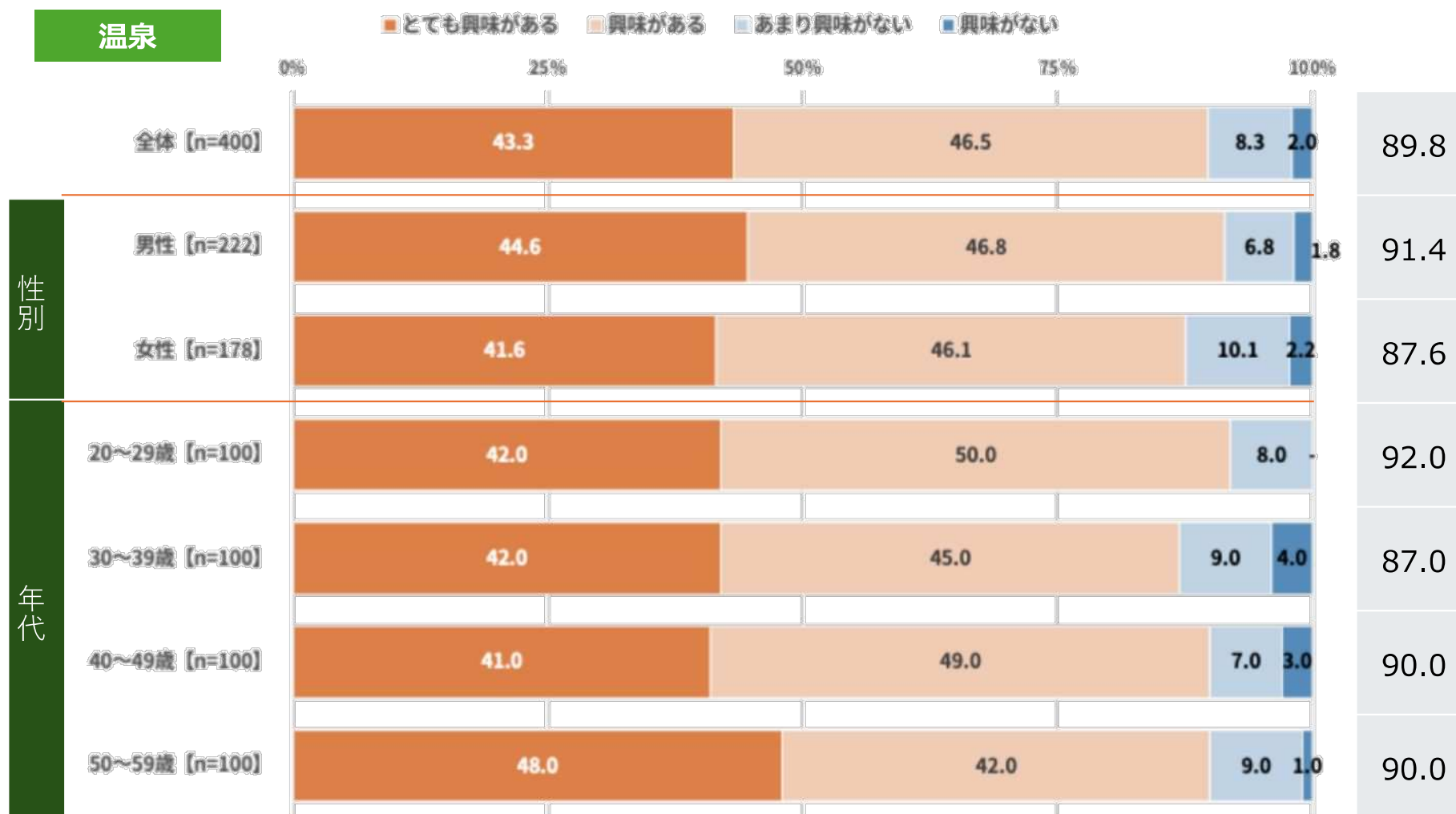
魅力ポイント興味度【年代別】



30代（TOP1）と50代（TOP1）で最も強い関心を示し、また40代においてもTOP2で高いスコアを維持

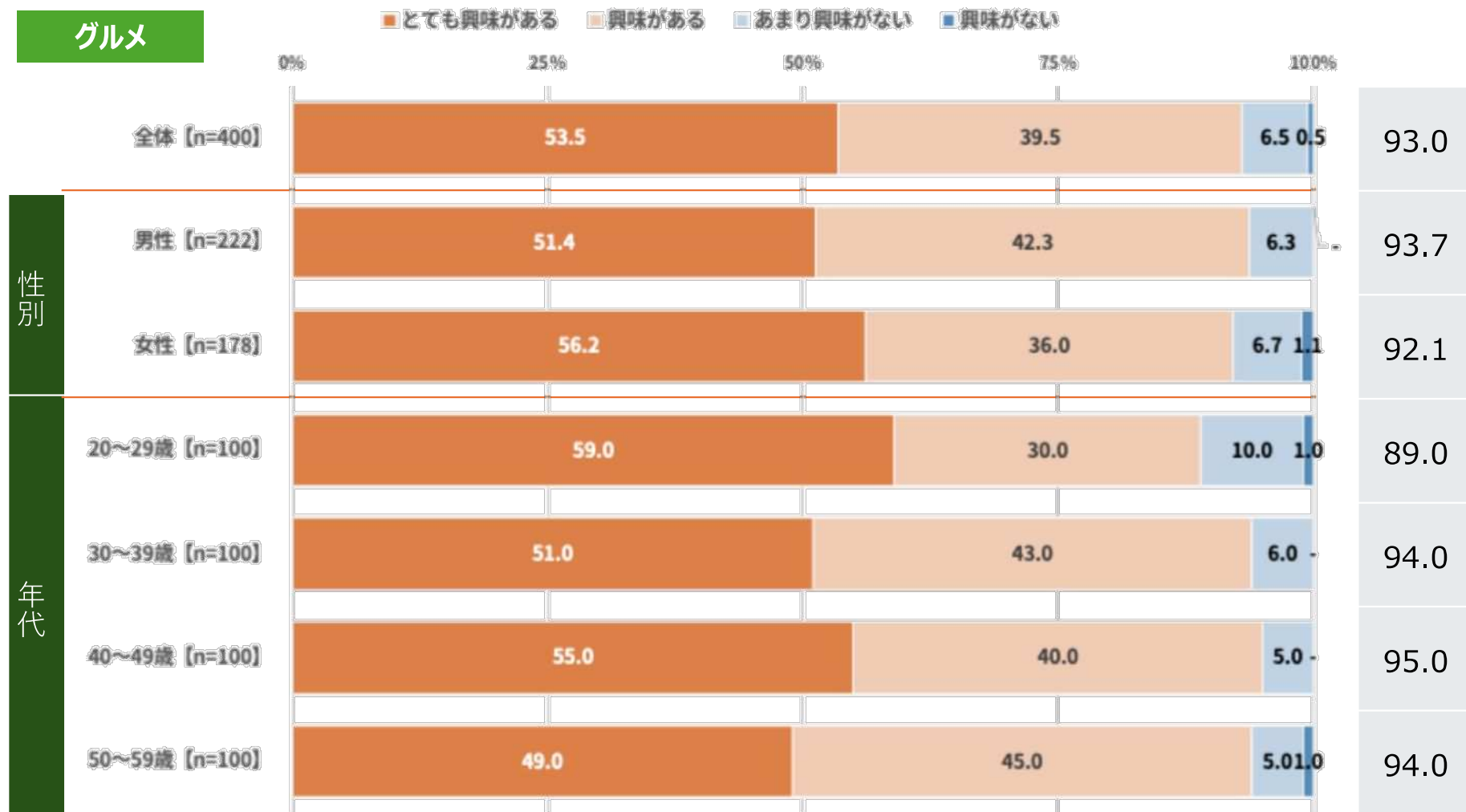
Q8：各ポイントについて、あなたのお気持ちに最もあてはまるものをそれぞれひとつずつお知らせください。

魅力ポイント興味度【年代別】



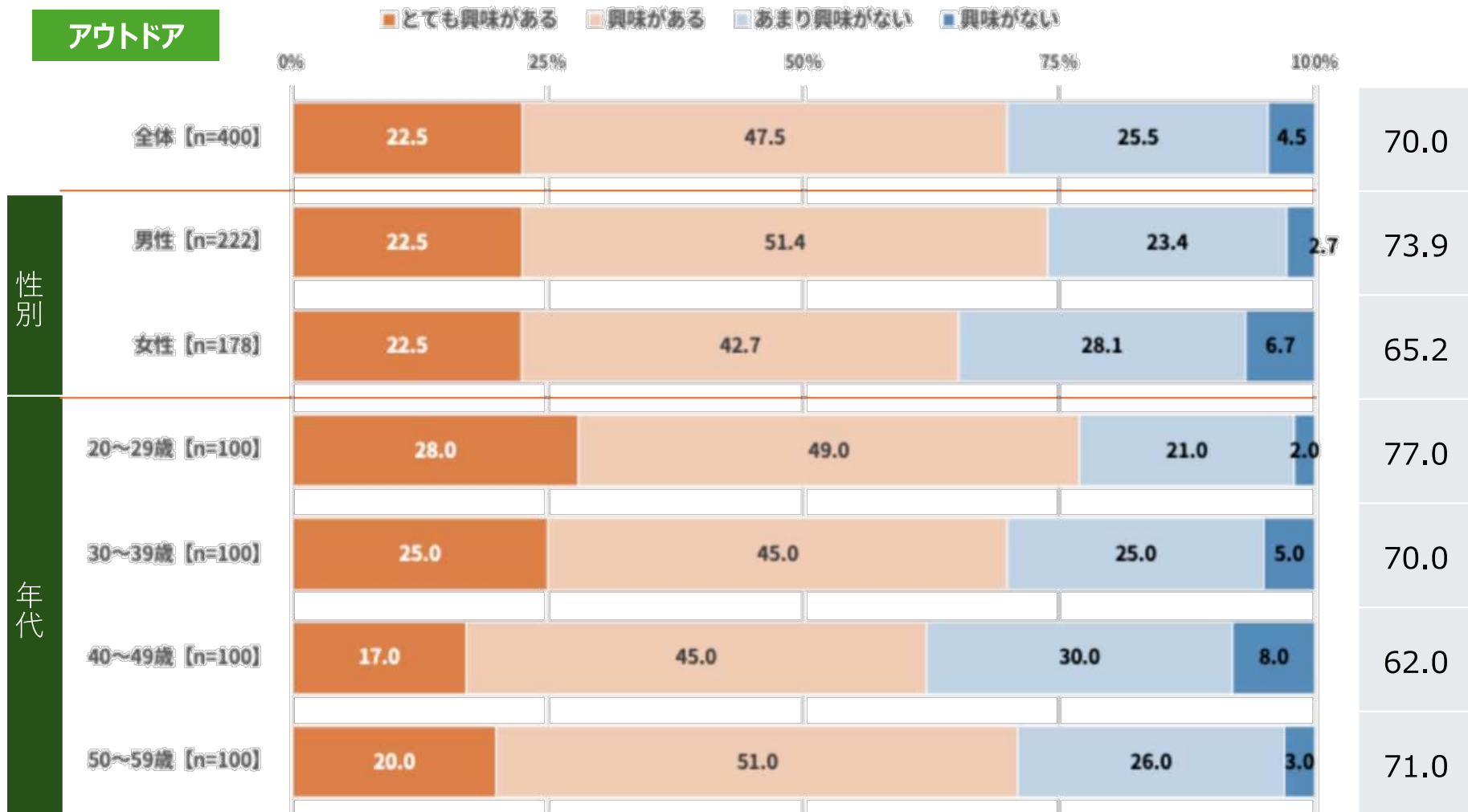
Q8：各ポイントについて、あなたのお気持ちに最もあてはまるものをそれぞれひとつずつお知らせください。

魅力ポイント興味度【年代別】

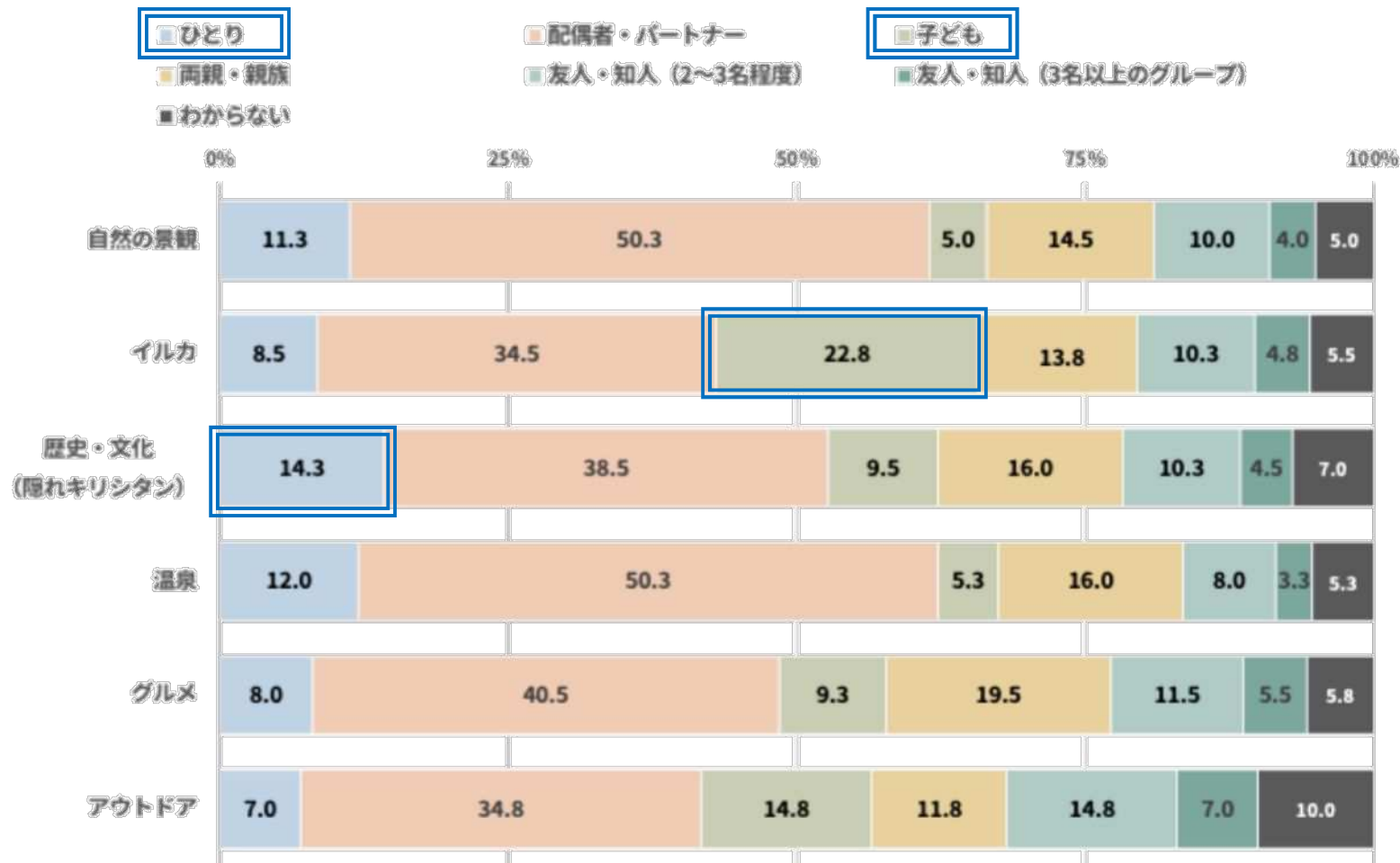


Q8：各ポイントについて、あなたのお気持ちに最もあてはまるものをそれぞれひとつずつお知らせください。

魅力ポイント興味度【年代別】

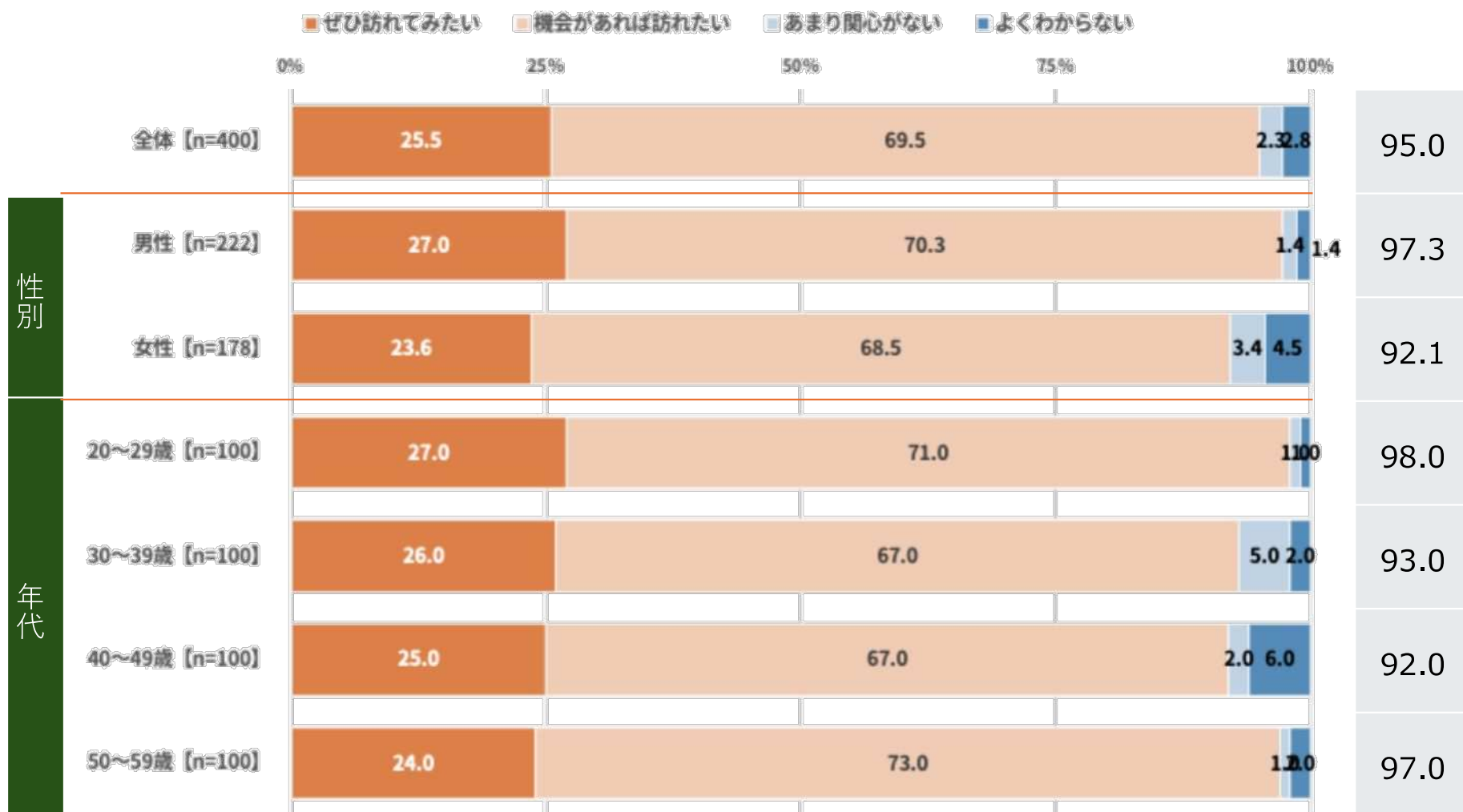


Q9：もし天草を訪れるなら“誰と行きたいか”を、各項目ごとにお選びください



イルカウォッチングは、「子ども」との同行意向が22.8%と際立って高い⇒ファミリー層誘致
 歴史・文化コンテンツは、「ひとり」が全コンテンツ中最も高い⇒知的好奇心に基づくソロトリップ需要

Q11：天草について少し知った上で、あなたの今の気持ちに近いものを選んでください。



【現地視察の実施】

台湾人有識者同行の元、天草市内の観光コンテンツの視察を実施。併せて地元観光関係者からのヒアリングも行った。併せてSNS発信用の素材集めも同時並行で実施。

日程：2025年11月27日(木)～28日(金) 1泊2日
参加者：

	月日 (曜)	行程	宿泊	食事
1	11/27 (木)	<p>■各自乗用車利用想定</p> <p>天草市役所——道の駅宮地岳かかしの里——うしぶか海彩館(牛深ハイヤ大橋)——// 9:00 09:30/09:45 10:15/11:00</p> <p>//——昼食——イルカウォッチング——高浜焼寿芳窯——白鶴浜海水浴場——下田温泉エリア散策 12:00/12:45 13:00/14:00 14:45/15:30 15:45/16:15 16:30/17:00</p> <p>夕暮れの時刻に天草西海岸サンセットライン視察</p>	[天草市内] 下田温泉 望洋閣	朝：— 昼：— 夕：○
3	11/28 (金)	<p>■各自乗用車利用想定</p> <p>天草市役所——天草キリシタン館・キリシタン墓地——天草コレジヨ館——崎津集落散策——// 9:00 09:10/10:00 10:30/11:00 11:15/12:00</p> <p>//——天草口ザリオ館・大江教会——昼食——総括MTG(市役所想定)——倉岳神社——熊本市内 12:10/12:45 13:30/14:30 14:45/15:30 16:15/16:45 18:45</p> <p>天草五橋を通り市内へ移動</p>		朝：○ 昼：— 夕：—

【天草市役所MTG：ターゲットの選定】

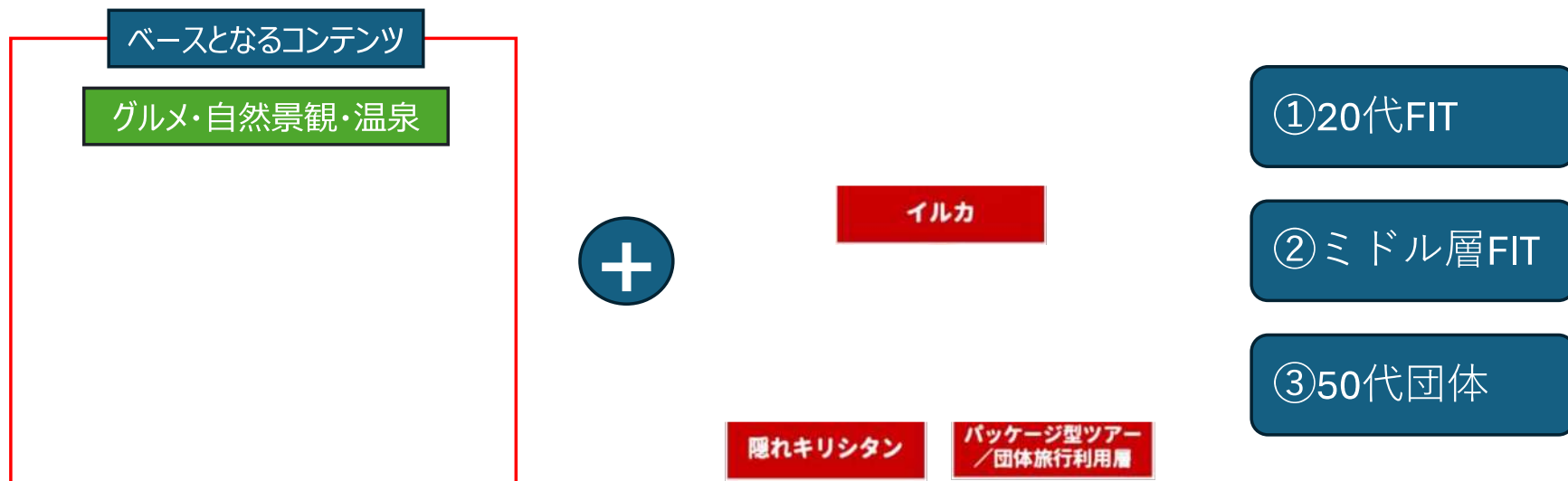
視察後にアンケートの結果共有と併せてターゲットについて協議。今後のプロモーションの方向性を精査した。

■ 議事録

- ・現状、台湾市場では熊本県（特にくまモン）の認知度は高いが、天草市の認知度はまだ低い。
- ・自然景観、グルメ、温泉は日本各地に点在しているため、そこをベースとして天草ならではの魅力を研いでいく必要がある。
- ・天草の魅力として、グルメ、温泉、自然に加え、イルカウォッチングや隠れキリシタンといった体験型コンテンツが有望である。
- ・ターゲット層として、イルカウォッチングは若年層（20-30代）、隠れキリシタンは30-50代の層に響く可能性がある。
- ・年齢が上がるほど団体ツアー・パッケージツアーを好む傾向にある。
- ・台湾からの個人旅行者（FIT）の増加傾向があり、彼らに向けたプロモーションが有効。
- ・個人向けについては、SNS（Instagram、Facebook）での情報発信が重要であるが、他地域においても同様のことが言える。
- ・具体的なプロモーション施策として、SNS投稿や旅行会社との連携、現地イベントの開催などが挙げられる。
- ・台湾の旅行市場の動向と競合調査を進めてターゲット設定により具体性を出す。

■ 設定したターゲット層

①20代+イルカ+FIT ②30代/40代(ミドル層)+隠れキリシタン+グループ客 ③50代～60代+パッケージツアー



◆仕様書記載内容◆

業務内容（1）で作成した仮説にもとづき、各種プロモーションを実施する。

【それぞれのターゲットへ向けたプロモーションの実施】

(1)の業務にて定めたターゲット層へ向けたプロモーションを実施。プロモーションの方向性は事前提案及び業務内容(1)内MTGにてすり合わせを行った。

ターゲット①20代+イルカ+FIT

- プロモーション手法 : **SNS（動画・リール中心）**
- メディア・チャネル : **SNS（Facebook / Instagram）**

目的：予約・来訪数UP

META広告の活用

Facebook/Instagramによる継続的なターゲティング配信を実施。
作成した旅行会社の商品やモデル旅程を紹介する投稿を展開します。

視覚訴求型コンテンツ

ショート動画・リール形式のコンテンツを活用し、理解促進と想起継続を狙います。
。「イルカ好き集まれ！」「天草の教会群特集」「南島原の巡礼ルート特集」など
テーマ性のある構成で発信します。

ターゲット②ミドル層(30代～40代)+隠れキリシタン+FIT

- プロモーション手法：**SNSメイン、ブログでストーリーテリング、迪化街での小規模イベント（30名）、在熊台湾人対象小規模イベント（20名）**
- メディア・チャネル：**SNS（Facebook / Instagram）、イベント**
- **台湾現地の日本旅行に興味のある一般の方々・メディア・台湾旅行会社を招待**

日本、台湾で各一回 魅力シェアイベントを実施

目的

「潜伏キリシタン関連遺産」の文化的価値を熊本と台湾現地の双方で直接発信し（イベント実施）、知的好奇心の高い層へ訴求、観光意欲を喚起

ターゲット

日本旅行に興味のある一般の方（知的関心層）、台湾の旅行会社、文化・歴史系メディア、等 約30名、在日台湾人、メディア、等約20名

イベント会場

- 「迪化街」：台北市の歴史商圈であり、伝統文化、工芸、観光情報が集積するエリア。文化感度の高い市民・関係者が多く集まる場所。
- 熊本県イベント会場については熊本市内並木坂にて実施。

ターゲット③50代+団体ツアー

- プロモーション手法：**エージェンツセールス（旅行会社への営業）**
- メディア・チャンネル：**台湾旅行会社商談、パンフレット・営業資料**

目的：旅行会社ルートでの安定的な送客の確保

リサーチ

すでに旅行会社が持っている商品・コンテンツをベースに、旅行会社のニーズを丁寧にヒアリング。

台湾旅行会社との交渉

- すでに天草に来ている旅行社には + a のコンテンツ提案
- 熊本に来ているが、天草に立ち寄っていない旅行社への交渉
- 新たなテーマ旅行として必要な場合は他の地域と組み合わせた旅行会社目線の提案

◆仕様書記載内容◆

業務内容（２）で実施したプロモーションの効果を検証し、業務内容（１）で作成した仮説に対し、どのような結果であったか、観光客や受入事業者、行政など様々な視点から検証する。

【プロモーションの検証】

(2)で設定した各プロモーションについて検証を実施。次年度の提案の方向性と併せて精査を行った。

ターゲット①20代+イルカ+FIT

SNS投稿については、若者の世代に向けて媒体を選択したが、閲覧数は少数に留まった。

ただし、若年層のFITに向けての情報発信についてはSNSが有効な手段であるため、次年度以降については下記手段にてよりターゲットに波及できる下準備及び、発信が必要であると考える。

- | | | | |
|---|-----------|---|---------|
| 1 | Facebook | 4 | 在日台湾人 |
| 2 | Instagram | 5 | Acupass |
| 3 | Thread | | |

1



Facebook

投稿画面 2026年1月8日

Breath TOKYO
 @ Poppo-hong 投稿 1月8日 金

👉 期待 equal | 天草小島大聖力分多場 新開幕展預告 |

你知道日本九州有超過120多個島嶼組成的串島旅遊勝地—天草市嗎？這裡有壯麗海景、豐富海味、更難得一窺動人心魄的自然現象—霞消船燈塔 (Kasuga Kisenbō) 文化遺產。

這次，我們與熊本天草地方文化協會合作，帶你深入體驗北海岸的風光美景，感受人與自然的日本海島魅力，現場同步翻譯，驚喜不斷！

📅 活動時間：1/12 (日) 晚間18:15~20:30
 📍 地點：台北 美芝路 5 號 (大稻埕)

適合誰來？

- ✓ 喜歡日本地方文化與旅遊
- ✓ 對自然景觀 (天草島) 故事與神話
- ✓ 尋找不一樣的自然旅行體驗
- ✓ 想與在地人深交交流、與動物親近等活動

👉 [報名詳情](#) 詳情 > 主場主辦 |
 請向 [轉知 your 行事曆](#) 或 [留言](#) (文字) ，讓我們知道你不錯過！

📌 特別優惠：高朋 多場訂座並狀態更新保證 + 天草的特別禮品

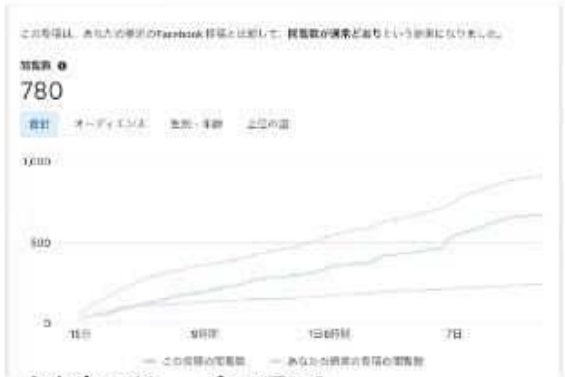
關於 Breath TOKYO 東京探野幕
 以多場概念出發，帶你深入探索日本各地的獨特魅力，透過在地人的生活故事，品味一個地方的獨特記憶與我們的 passion，當你想了解更多精彩內容，期待與您在下一場探野幕相遇！
[#天草島](#) [#天草](#)



活動詳情請告知讀者 [詳情與報名](#)

11 1 新發言 2次分享

- 閱覽數：780
- 閱覽者：375 (閱覽した人の数)



- いいね：11
- シェア：2
- コメント：1
- 保存：0

この投稿は、あなたの過去のFacebook投稿と比較して、インタラクションが顕著に高まっているという結果になりました。

高インタラクション数 14

「いいね」とリアクション	コメント数	シェア数	保存数
11	1	2	0

3

Thread



投稿画面 2026年1月16日

スレッド

breathotokyo 2026/1/16

熊本、本只橋本第一
最新観光、歴史文化の歴史旅行、熊本県内各地の歴史を
生かして！
熊本県内各地の歴史、ぜひ分享一下観光地情報

スレッドに参加

閲覧数：386



いいね：10
コメント：3
インタラクション



4

在日台灣人



投稿画面

2026年1月14日

2026年1月17日



- ・ 閲覧数 : 1599
- ・ いいね : 61
- ・ コメント : 34
- ・ シェア : 4
- ・ 保存 : 8

リール動画の閲覧数



Juki621.p 已编辑 · 3图
 前 3 位 推荐给家人也 天草 地图 同連結
 コメントしていただければ、天草のスポットまとめ (場所もリンク) をお送りします！
 #日本旅行

歡迎收藏起來 推荐给朋友！
 一起來探訪天草的美景和历史文化吧！
 天草元之一的山之口宿霧旅館特設！
 增加部分好特色 (都在影片裡呢~)~

活動分享
 @Breatheojoyn 台北夫福豆分



- ・ 閲覧数 : 1343
- ・ いいね : 47
- ・ コメント : 1
- ・ シェア : 2
- ・ 保存 : 2

リール動画の閲覧数



Juki621.p 已编辑 · 1图
 天草の21.p 日本旅行の
 旅先で撮影した美しい風景を
 Juki621.p 最近撮影した一枚の
 天草の風景写真をシェア

投稿画面 2026年1月5日



走草天草小島
天草市観光振興課
天草市観光振興課



天草市観光振興課
天草市観光振興課



天草市観光振興課
天草市観光振興課



- ・ 閲覧数 : 1512
- ・ 保存 : 8

活動閲覧数
1,512

活動保存数
8



ACCUPASSは台湾の主要なイベントプラットフォームで、イベントのチケット販売および入場（QRコード等）の受付・検証機能を提供しています。

5 Acupass



【今後の方針】

◆発信内容の整備◆

■天草訪問のための導線整備

- ・天草の観光資源を台湾市場向けに整理し、旅行会社およびFIT旅行者が理解しやすい基礎資料の作成を提案する。
- ・イルカウォッチングや崎津集落などの主要観光地と熊本市内、福岡、長崎、鹿児島など**周辺地域との位置関係を整理し、周遊ルートの提案**を行う。
- ・倉岳神社周辺での滞在モデルなど、**天草で1日を過ごす具体的な旅の動線を提示**する。

■台湾人向け汎用プロモーション動画の撮影

- ・**台湾人旅行者の視点**で天草の魅力を紹介する映像の制作を提案する。
- ・自然景観、食文化、体験コンテンツなどを視覚的に伝えることで、天草の魅力を直感的に理解できる内容とする。
- ・制作した映像はSNS発信やインフルエンサー投稿など様々な用途で活用し、**継続的な情報発信**につなげる。

【SNSにおける情報発信】

■発信媒体の絞り込みとインフルエンサーを活用した情報展開

- ・台湾市場における認知度向上を目的としたSNSプロモーションの実施を提案する。
- ・台湾のインフルエンサーや九州在住KOC、インバウンドメディアなど**複数の媒体を活用**し、それぞれの視点から天草の魅力を発信する。
- ・**Facebook、Instagram、YouTube**に加え、台湾で利用者が急増している**Threads**なども活用し、多面的な情報発信を行うことで継続的な露出を図る。

ターゲット②ミドル層(30代~40代)+隠れキリシタン+FIT

【台湾迪化街でのイベント開催】

1 イベント目的

■ 現況分析

台湾では熊本に対する一般的な認知（くまモン、TSMC進出など）はある一方、天草の文化的・歴史的背景、特に潜伏キリシタン関連の歴史や史跡についての認知は依然として限定的である。

●「潜伏キリシタン関連遺産」の文化的価値を熊本と台湾現地の双方でイベントを通じて発信し、知的好奇心の高い層に訴求することで、観光意欲の喚起を図る。

●日本の現地関係者の情報発信を通じて、台湾と天草の心理的距離を縮める。

2

企画準備- 開催概要

開催日時：2026年1月22日（木）18:15 - 20:30

参加対象：性別・年齢を問わず、および地方の魅力を深く体験する旅行に関心のある一般層

予約方法：事前予約制

参加費：100元（会場費および飲食提供費として）

飲食サービス：『芙稲 FSTOSS』による特製ハンドメイドスイーツを提供。

お土産（ギブアウェイ）：* 天草観光ガイド資料+天草産の塩（1袋）セット。

ビジュアル

会場周辺環境：台北大稻埕「迪化街」は、台北市を代表する歴史的商業地区であり、伝統文化、工芸、観光情報が集積するエリアである。

お土産

天草灘の海の塩

提供メニュー：天草産の「塩」と「海苔」を使用した特製スフレ（1名につき1個）。お茶のフリードリンクサービス付き。

天草市観光振興課

4

成果・実績

集客実績

今回のイベントは定員
30名で設定しました。

満員御礼

申込者数

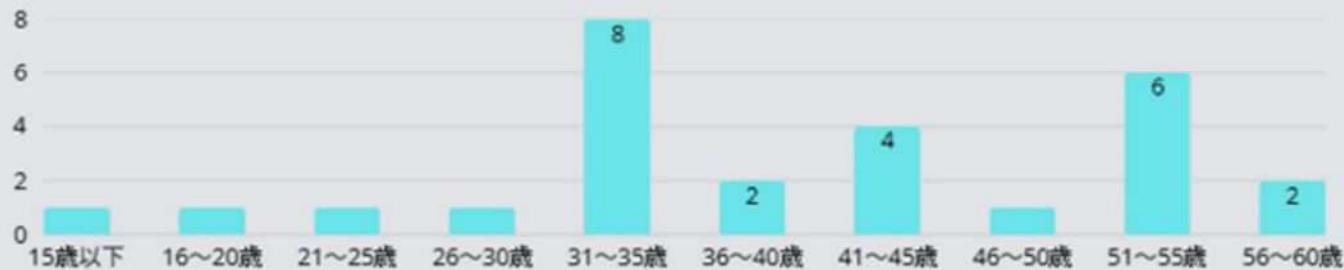
30名

実際の来場者

26名

来場率(出席率)

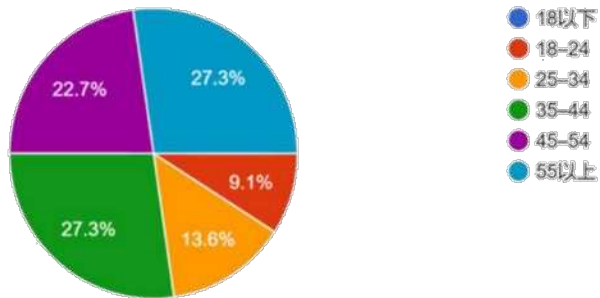
86.7%



5 アンケート(参加者の声)

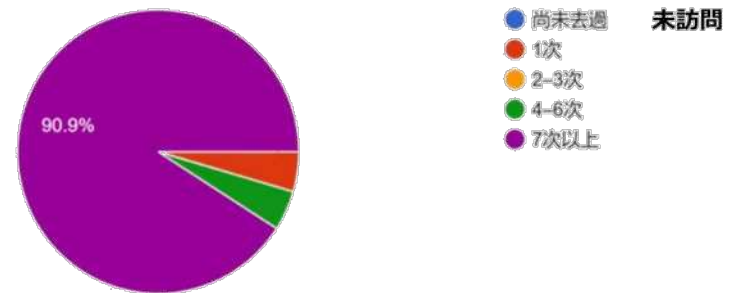
・アンケート回収数(回収数)：22票 / 26名(回収率 84.6%)

1.年齢区分



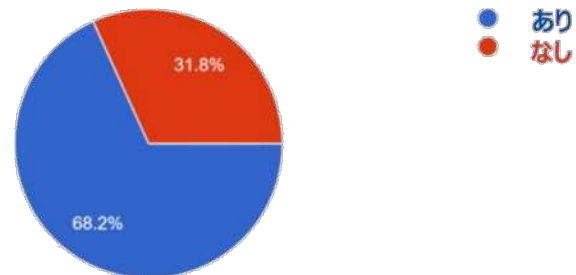
2.日本に行ったことは何回ありますか？

22 則回答



3.熊本に行ったことはありますか？

22 則回答

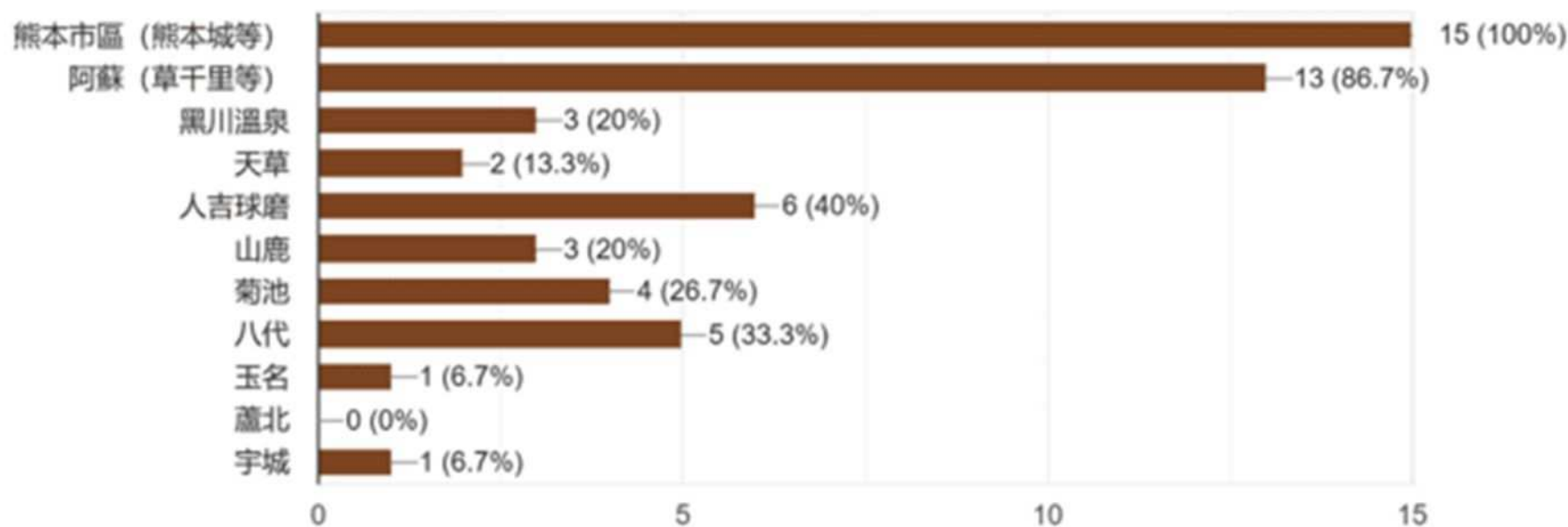


5 アンケート(参加者の声)

- アンケート回収数(回収数)：22票 / 26名(回収率 84.6%)

4. (熊本に行ったことがある方) どのエリアに行きましたか？ (複数選択可)

15 則回應

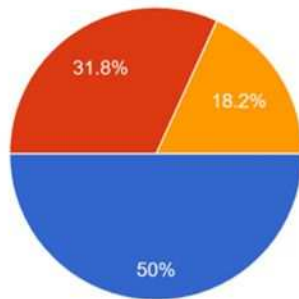


5 アンケート(参加者の声)

- アンケート回収数 (回収数) : 22 票 / 26 名 (回収率 84.6%)

5. 今後1年以内に日本へ行く予定はありますか？

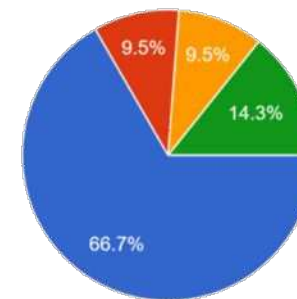
22 則回應



- はい (すでに日程が決まっている)
- はい (計画中)
- まだ未定
- いいえ

6. (予定がある方) いつ頃行く予定ですか？

21 則回應



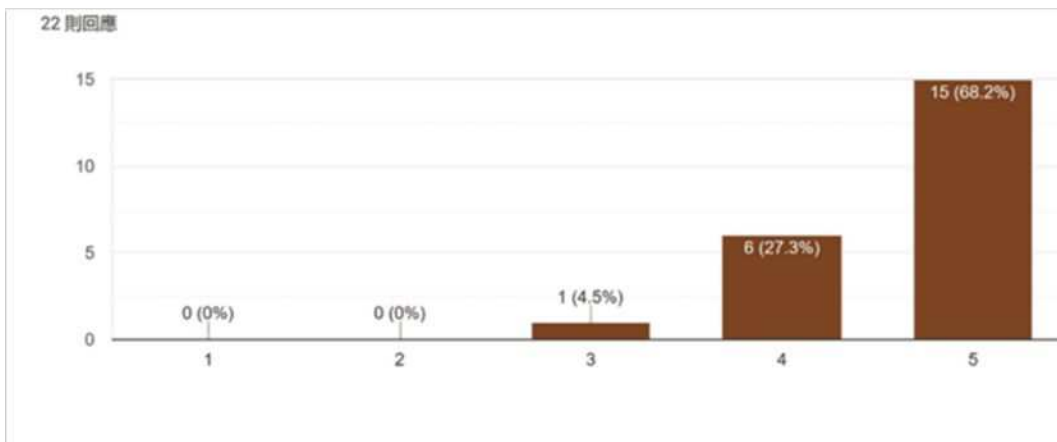
- 1~6か月以内
- 6~12か月以内
- 来年 (2027年)
- まだ未定

5 アンケート(参加者の声)

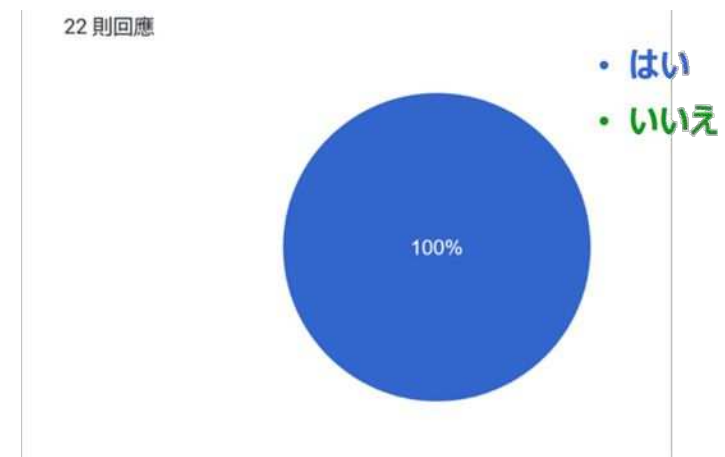
- ・ アンケート回収数 (回収数) : 22 票 / 26 名 (回収率 84.6%)

7.本日のイベント終了後、
「天草」への興味はどの程度ありますか？

***5が最高点です。**



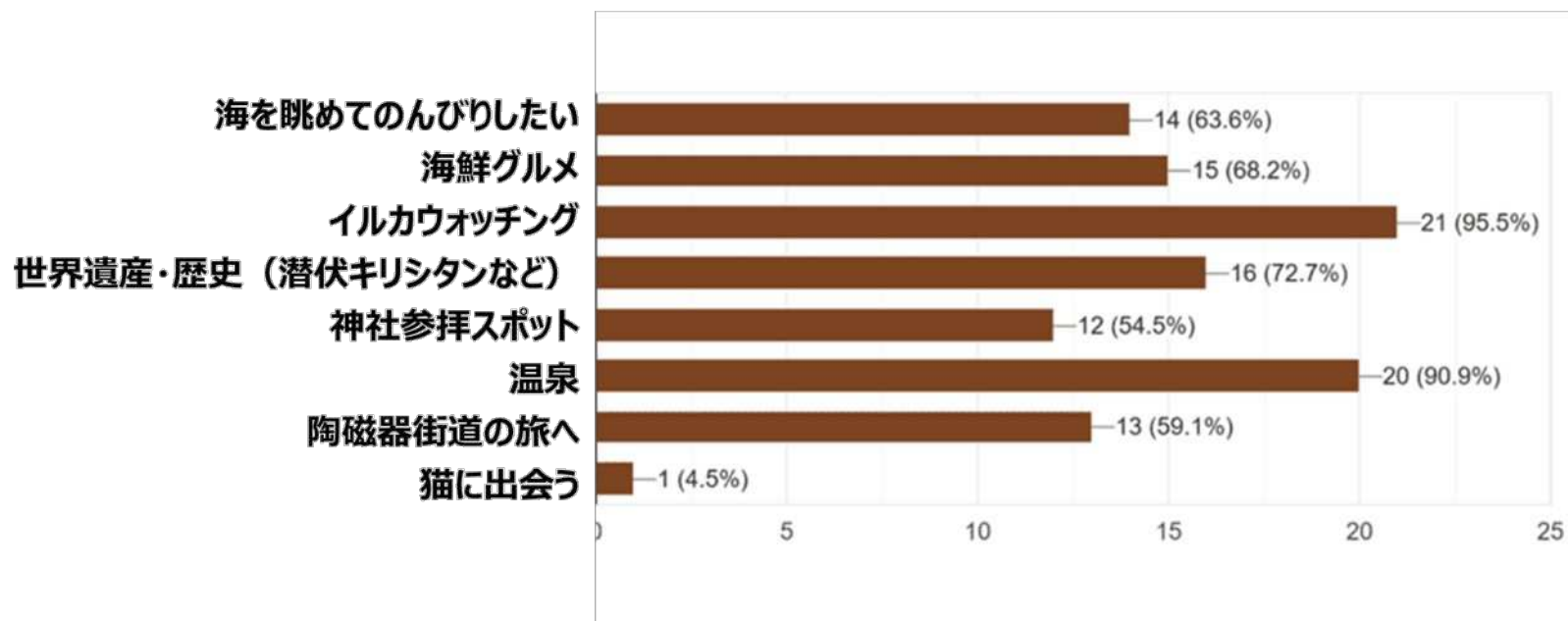
8.本日のイベント終了後、天草旅行の行程に
入れたいと思いましたが？



5 アンケート(参加者の声)

- アンケート回収数(回収数)：22票 / 26名(回収率 84.6%)

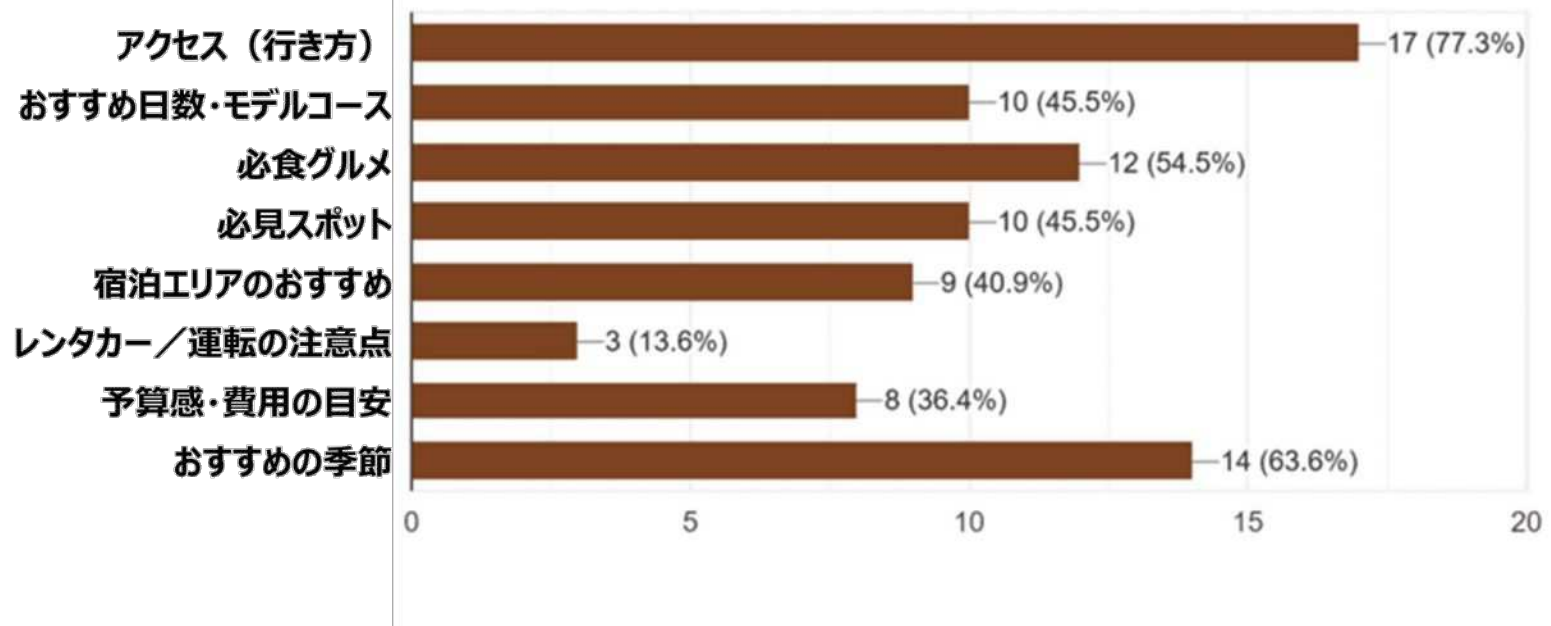
9.天草で一番やってみたいことは何ですか？



5 アンケート(参加者の声)

・アンケート回収数(回収数)：22票 / 26名(回収率84.6%)

10.天草について、さらに知りたいテーマは何ですか？(複数選択可)

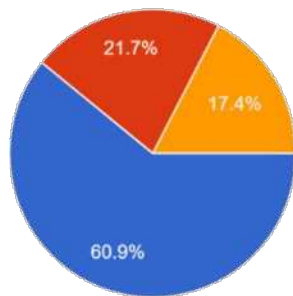


5 アンケート(参加者の声)

- アンケート回収数(回収数)：22票 / 26名(回収率 84.6%)

11.熊本・天草への旅行について、不安に感じる点はありますか？

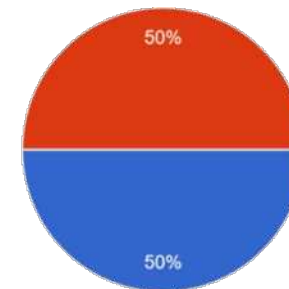
22則回答



- 交通が不便そう
- 楽しいかどうか分からない
- 時間が取れない
- 予算面が気になる

12.家族や友人に「熊本・天草」をおすすめしたいと思いませんか？

22則回答



- ぜひおすすめしたい(必ずすすめる)
- おすすめするかもしれない

ターゲット②ミドル層(30代～40代)+隠れキリシタン+FIT

【熊本市でのイベント開催】

2026年03月07日(六) 13:00～14:30 /
3/7 在熊本の天草分享會, 現在
還在努力招生中:) 揪伴優惠ING

你聽過熊本縣 的天草市嗎？

這是一座由 120 多座島嶼 組成的海島城市, 四面環海,
擁有壯麗海景、豐富海味, 也藏著一段動人的信仰歷史——
潛伏基督徒 (Kakure Kirishitan) 文化遺產。

這次, 我們想用一個午後的時間,
邀請你一起走進天草的故事。
不是制式講座, 而是一場輕鬆的 台日文化交流分享。

現場除了分享天草的島嶼風景、在地文化與歷史,
也會準備 海鹽奶油麵包 與 天草海鹽小點 招待,
並提供 同步翻譯, 不需要擔心語言問題。

這場活動適合你, 如果你：

- 想找熊本周邊的深度旅行靈感
- 喜歡島嶼文化、地方歷史主題
- 對熊本還可以去哪玩有點好奇, 但還不太認識
- 想在熊本認識台灣/日本朋友
- 不會日文也想輕鬆參加 (有同步翻譯)

活動概要：

✓ 日期：2026年03月07日 (六)
13:00～14:30 (12:30開放入場)

✓ 對象：歡迎在熊本的台灣朋友、日本朋友參加交流！
熊本にお住まいの台湾・日本の
みなさんのご参加をお待ちしています！

✓ 人數：上限 20 人 *小型場次, 名額有限, 額滿為止。

✓ 費用：日幣 500 圓 /人
揪伴優惠：2 人同行享 日幣 800圓

3/7

集客実績

今回のイベントは定員
20名で設定しました。

申込者数

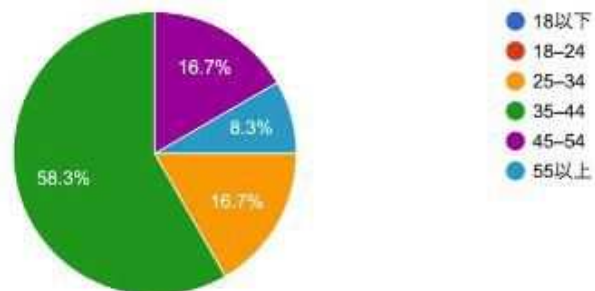
18名

実際の来場者

16名

来場率(出席率)

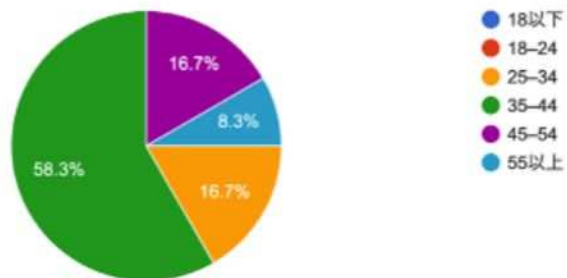
88.8%



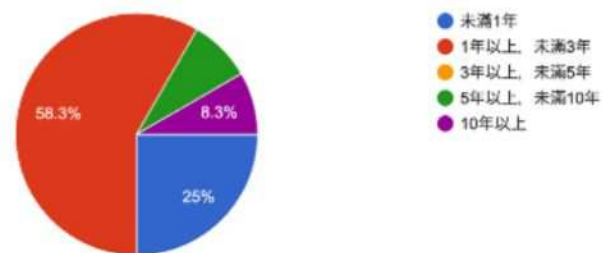
アンケート(参加者の声)

・ アンケート回収数(回収数): 12 票 / 16 名 (回収率 75.0%)

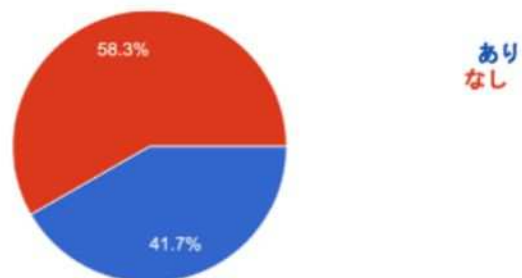
1.年齢区分



2.日本の居住年数は何年ですか？



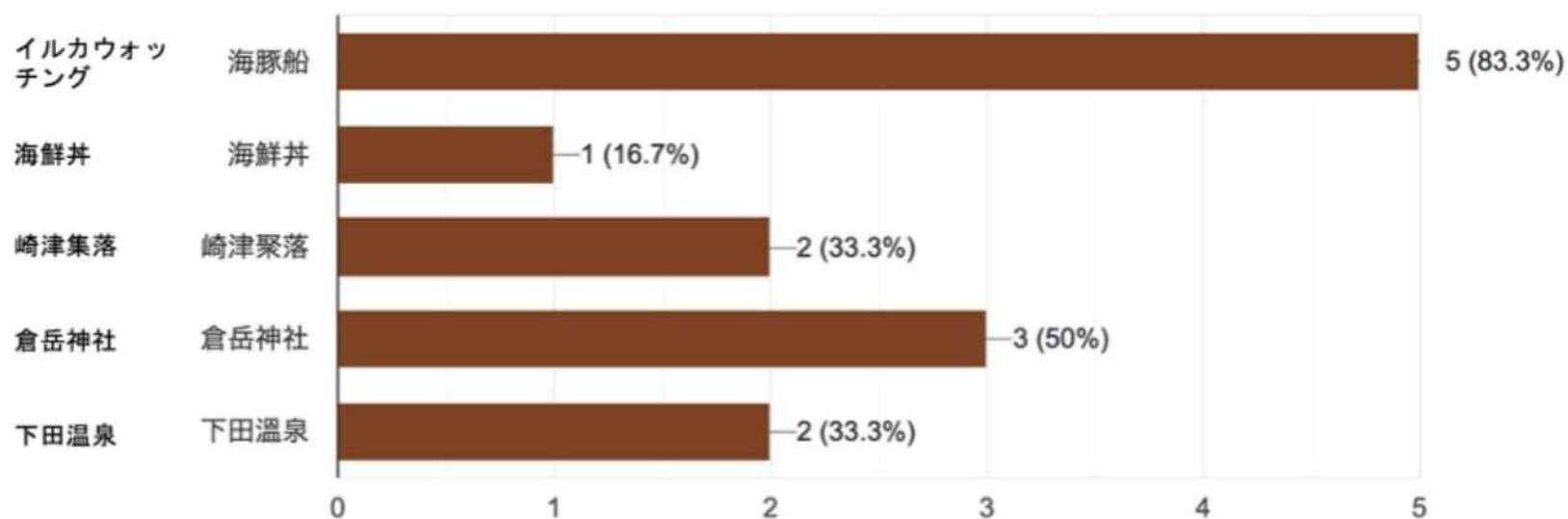
3.熊本天草に行ったことはありますか



アンケート(参加者の声)

- アンケート回収数(回収数) : 12 票 / 16 名 (回収率 75.0%)

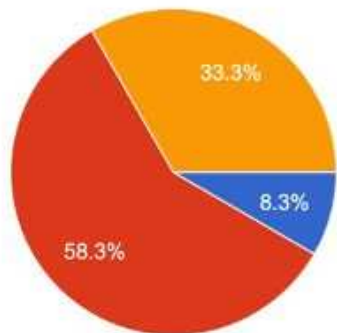
4. (熊本天草に行ったことがある方) どのエリアに行きましたか? (複数選択可)



アンケート(参加者の声)

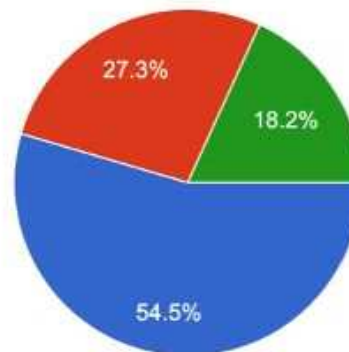
- アンケート回収数(回収数)：12票 / 16名 (回収率 75.0%)

5. 今後1年以内に天草へ行く予定はありますか？



- はい(すでに日程が決まっている)
- はい(計画中)
- まだ未定
- いいえ

6. (予定がある方) いつ頃行く予定ですか？

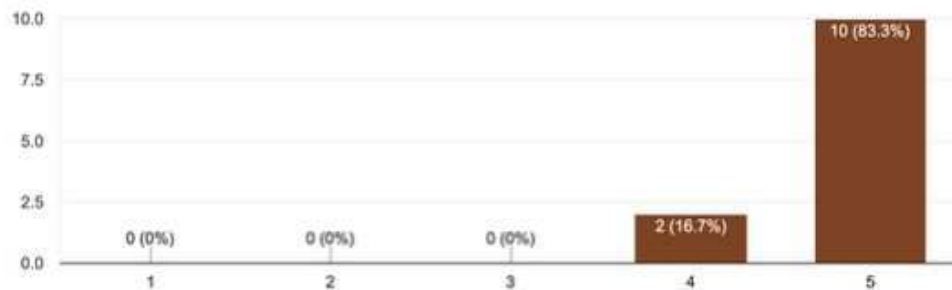


- 1~6か月以内
- 6~12か月以内
- 来年(2027年)
- まだ未定

アンケート(参加者の声)

- ・ アンケート回収数(回収数) : 12 票 / 16 名 (回収率 75.0%)

7.本日のイベント終了後、
「天草」への興味はどの程度ありますか？
***5が最高点です。**



8.本日のイベント終了後、天草旅行の行程に入りたいと思いましたか？

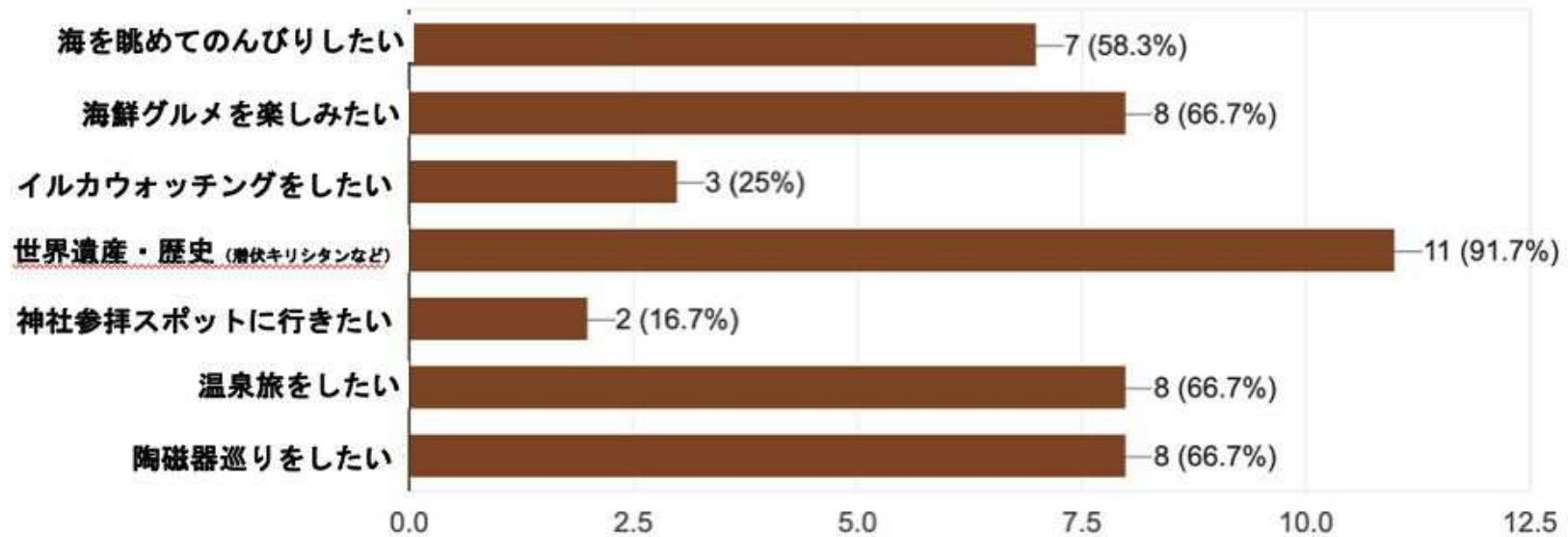
- ・ はい
- ・ いいえ



アンケート(参加者の声)

・ アンケート回収数 (回収数) : 12 票 / 16 名 (回収率 75.0%)

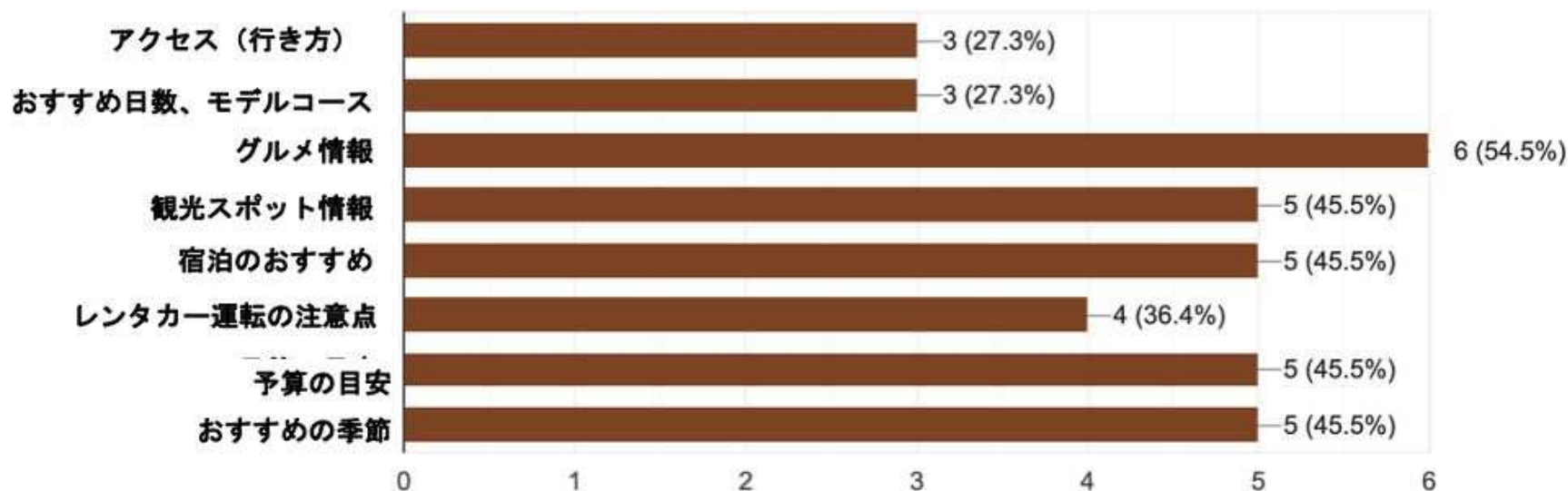
9.天草で一番やってみたいことは何ですか？



アンケート(参加者の声)

- ・ アンケート回収数(回収数) : 12 票 / 16 名 (回収率 75.0%)

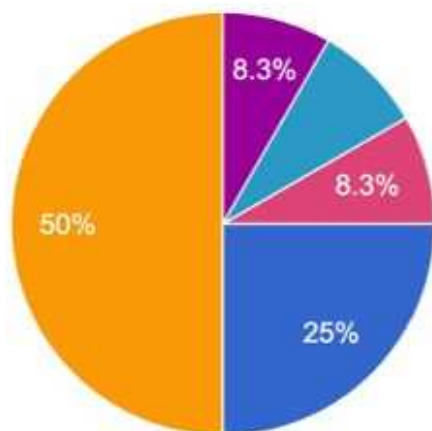
10.天草について、さらに知りたいテーマは何ですか？(複数選択可)



アンケート(参加者の声)

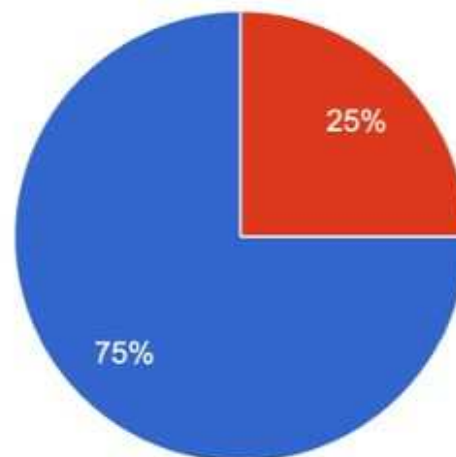
- ・ アンケート回収数(回収数) : 12票 / 16名 (回収率 75.0%)

11.熊本・天草への旅行について、不安に感じる点はありますか？



交通が不便そう
楽しいかどうか分からない
時間が取れない
予算面が気になる
熊本市街地から遠い
特になし

12.家族や友人に「熊本・天草」をおすすめしたいと思いますか？



ぜひおすすめしたい
おすすめするかもしれない

ターゲット③50代～+ 団体旅行

【台北市内でのセールスレップ開催】

台湾を代表する旅行会社を中心に団体旅行のディスティネーションとして天草をセールス。売り込むだけでなく、現状天草がどのような位置づけ(認知度や訪問状況)も併せてヒアリング。

天草市 台湾エージェントセールス 3月2日(月)-3月4日(水) 行程表

	開始時間 (Start)	終了時間 (End)	所要時間(分)	内容	備考	到着地/リンク
3/2(月) 1日目	11:45	13:25	160			
	13:30	14:30	60			
	14:30	16:00	90			
	16:30	17:30	60			
	0:00					
3/3(火) 2日目	10:00	11:00	60			
	11:00	11:30	30			
	11:30	12:30	60			
	12:30	13:30	60			
	13:30	15:00	90			
	15:00	16:00	60			
	16:00	16:30	30			
	17:00	18:00	60			

訪問日	2026年3月2日（月） 16:30-
住所	
特徴	
参加者	

■打ち合わせメモ

- ① ウニ
 東南：禁漁地域もあるが、天草はいつから食べられるか。
 天草市：種類は時期で異なるが通年提供可能。
- ② アクセス
 東南：長崎・鹿児島からフェリーで天草へ行けるか。バス積載可能か。
 天草市：フェリー利用可。バス積載可。
- ③ 恐竜博物館
 東南：関心層はいるが単体では弱い。体験や食事との組み合わせが必要。
 天草市：団体対応可能な食事施設は現状なし。釣り体験可。360度パノラマビューあり。15～20名であれば民泊対応可。
- ④ 陶芸体験
 東南：体験は魅力的だが後日郵送は困難。滞在中受取であれば可能。
- ⑤ 宿泊
 東南：洋室希望。和室も可。ベッド必須客あり。簡易対応可。
 望洋閣の本館・新館の違いについて質問。
 アレグリア洋室は約28㎡。
 JTB：望洋閣は個別対応可能。
- ⑥ 天草酒造
 東南：見学・試飲可能か。
 天草市：焼酎。見学・試飲可。

■打ち合わせメモ

- ⑦ 祭り
 天草市：エイサー祭り（約1,000人規模）。飛び込み参加可。
 全体ヒアリング
 ・熊本方面ツアーは多いが福岡インアウトが基本。熊本単独ツアーはほぼなし。
 ・テーマ型（酒・ビーガン・インセンティブ）造成実績あり。
 ・関心素材：「望洋閣」「イルカ」「崎津集落」。
 ・価格帯は約4万円前後。
 ・航空手仕舞い約2週間前、ホテルは約1ヶ月前。
 ・天草は名称認知はあるが、目的地としての検討実績はない。

NEXT STEP

福岡インアウトの既存九州ツアーに組み込める形で、望洋閣宿泊を核に「イルカ・崎津集落・焼酎見学・景観」を組み合わせた1泊2日モデルコースを整理し東南旅遊へ提示する。あわせて祭り参加や釣り体験など体験型コンテンツを含め、商品化の可能性を具体的に協議する。

訪問日	2026年3月3日（火） 10:00-
住所	
特徴	
参加者	

■ 打ち合わせメモ

- ① 牛深ハイヤ
島内：大漁旗のある船に乗ることは可能か。台湾・基隆でも船が多く出る祭りがある。
天草市：過去に乗船例はあるが、現在は難しいと思われる。
- ② 天草市の認知・旅行目的地としての認知
戦国時代のキャラクターとしてゲーム内で認知。/熊本での展示会で阿蘇と一緒に紹介されていたため認知。/海鮮が有名な場所
- ・潜伏キリシタンは少し知っていたが具体的内容は詳しくない。
 - ・歴史文化に関心があり、長崎・天草周遊ツアーを検討していた。
 - ・長崎中心で構成しており、天草は動線（Uターン）が課題で頓挫。
 - ・潜伏キリシタンはテーマとして分かりやすいとは言えない。
 - ・潜伏キリシタンはテーマ募集型ツアーのイメージ。
 - ・観光要素としては食や温泉との組み合わせが必要。
 - ・現在公開されているハリウッド映画のロケ地巡りは売りになる可能性あり。
- ② 熊本でのツアー実績
- ・山鹿を目的地とした親子向けツアー実施。
 - ・熊本は現時点で主力方面ではない。
 - ・阿蘇空港集合、熊本バスターミナル解散の3泊4日。
 - ・夏休み（8月祭後）実施。
 - ・地元団体の受入体制が魅力。
 - ・地元交流や通常立ち入れない森への案内などが評価ポイント。

■ 打ち合わせメモ

- ③ 島内散歩の商品造成の方向性
- ・体験一辺倒ではない。知的好奇心を深める内容も重要。
 - ・必ずしも全て回る必要はなく、ゆっくり滞在型も良い。
 - ・まずはこだわりのプロダクトを作り、ターゲットを絞る。
- ④ 海鮮について
- ・生ものが苦手な人もいる。
 - ・新鮮さを味わう要素は必要。
 - ・生・加熱の両方に対応できる形が望ましい。
 - ・ビジュアル面では（どもこ生なので）BBQスタイルも魅力的。

NEXT STEP

同社の特徴である地域深掘り型ツアーを前提に、天草で2泊3日滞在できる高付加価値コンテンツの骨子を整理し提案する。映画ロケ地、景観、島内散策、海鮮BBQなど「知的好奇心＋食」を軸に磨き上げ、ニッチでも強い商品として差別化を図り、山鹿ツアーのように同社らしいテーマ型商品として共同造成を提案する。

訪問日	2026年3月3日（火） 11:30-
住所	
特徴	
参加者	

■ 打ち合わせメモ

- ① 体験素材
 - ・塩作り体験は可能か。バスソルト作りなどはできるか。
 - ・台湾ではいちじくは高級品。
 - ・貸切クルーズで海釣り・釣った魚を料理できるプログラムは作れるか。
 - ・最近釣りのリクエストがある。道具はレンタル希望。
 - ・海鮮蔵でのビーガン食事対応は可能か。
- ②天草市の認知・商品状況
 - ・熊本市内の価格が高いため上天草のホテルを利用したことがある。
 - ・SP Collectionでは天草商品は未造成。
- ③SP Collectionの九州商品：
 - ・福岡インアウトが基本。
 - ・1泊目 別府、2泊目 熊本、3～4泊目 福岡。
 - ・航空会社との関係で熊本空港を一定数利用する必要がある場合あり。
- ④熊本での利用エリア：
 - ・阿蘇、高千穂、熊本市内。
 - ・ビジネスホテル（ドミーイン、三井ガーデン等 1万円前後）。
 - ・高付加価値ツアーは別府・福岡で上位ホテル利用。
- ⑤崎津集落について
 - ・教会で地元の人による10～15分程度の紹介があると良い。
 - ・話す人により内容が変わるため、基本ストーリーは統一してほしい。
 - ・事前に見本原稿等があるとガイドが使いやすい。

■ 打ち合わせメモ

- ⑥イルカウォッチング：
 - ・98%の遭遇確率は訴求材料
- ⑦天草での商品造成について
 - ・天草は知名度が低い。
 - ・「なぜ天草に行くのか」の理由が必要。
 - ・良いホテルがあることが明確な訴求ポイントになる。
- ⑧その他
 - ・別府・湯布院が人気の理由は何か/アクセスが良い。列車が通っている、以前からのPR積み重ねがある。
 - ・他自治体の営業はあるか。/阿蘇、長崎市などが来ている。

NEXT STEP

SP Collection向けに、イルカウォッチングを核に、塩作り体験・貸切クルーズ釣り体験・崎津集落ガイドなどを組み合わせた天草滞在型コンテンツ案を整理し提案する。あわせて「五足のくつ」など高級宿を軸に、5万元以上の募集型ツアーとして成立する商品モデルを提示し、商品化の可能性を協議する。

訪問日	2026年3月3日（火） 13:30-
住所	
特徴	
参加者	

■ 打ち合わせメモ

- ① イルカウォッチング
- ・イルカ遭遇率98%は事実か。数値更新があれば共有してほしい。
 - ・過去に送客した際、イルカが見られなかった経験があり懸念がある。
 - ・そのため倉岳神社などを組み合わせ、内容のバランスを取りたい。
- ② 現在の天草利用状況
- ・定期商品としては造成していない。
 - ・主にイルカ送客。+ 食事程度で、宿泊はあまり組み込んでいない。
 - ・宿泊は価格が安くないため、簡単には組み込みにくい。
- ③ 興味素材
- ・倉岳神社（このために宿泊してもいい→アレグリアが近い）
 - ・望洋閣（下見経験あり。価格は高い印象。）
- ④ 九州全体の商品傾向（基本は5日間）
- In/Out :
- ・福岡または鹿児島利用。
 - ・鹿児島利用時は屋久島方面。北部にはあまり来ない。
 - ・熊本も今後注目可能。
- 季節商品 :
- ・今年の桜は長崎。（他が行っていないから）
 - ・夏休みはハウステンボス。
- ⑤ 熊本での主な訪問地
- ・熊本城（着物体験）/サクラマチ/南阿蘇鉄道/八代くまモンポート
 - ・八千代座/・阿蘇/熊本市内/南関/人吉（長時間滞在は難しい）

■ 打ち合わせメモ

- ⑥ 宿泊・価格帯・造成傾向
- 団体旅行
- ・28～32名規模中心。和室・洋室いずれも可。
 - ・宿泊は平日2食付13,000～16,000円帯が中心。
 - ・ツアー価格は2万円台から。（その場合体験は少なめ）
 - ・ビジネスホテル利用で価格抑制型商品が多い。
 - ・バス手配が基本。
- カスタマイズ :
- ・既存プランからの変更依頼が多い。
 - ・家族旅行や職場旅行、卒業旅行などのケースが中心。

NEXT STEP

イルカ遭遇率98%のデータを改めて提示し信頼性を共有した上で、倉岳神社や景観、食事を組み合わせた天草半日～1日モデルコースを整理し提案する。あわせて宿泊はアレグリアや望洋閣など条件を整理し、商品化の可能性を協議する。市場状況は変化するため継続的な情報共有と定期訪問を行う。

訪問日	2026年3月3日（火） 15:00-
住所	
特徴	
参加者	

■ 打ち合わせメモ

- ① 天草のイメージ
- ・天草＝「イルカ」のイメージ。
 - ・海鮮が有名という認識あり。
- ② イルカ・レストラン
- ・イルカはオールシーズン見られるか。レストランの受入は可能か。
 - ・シリーズ商品では使用していない。
 - ・カスタム案件で話題に出る程度で、需要は多くない。
- ③ 食事対応
- ・魚が食べられない人への対応は可能か。
- ④ 祭り
- ・祭りは興味あり。
 - ・ただしホテル確保が懸念。
- 天草市：
- ・7～8月は花火大会とあわせたハイヤ祭りあり。
 - ・中心地開催のため宿泊面の対応は可能。
- ⑤ 潜伏キリシタン・景観訴求
- ・潜伏キリシタンは宗教色が強い印象。
 - ・台湾市場向けに強い他コンテンツはあるか。
- 天草市：
- ・景観を推していきたい。
 - ・山上の鳥居やハリウッド映画の舞台となった景観を訴求。
 - ・映画「RENTAL FAMILY」の印象的シーンが天草で撮影されている

■ 打ち合わせメモ

- ⑥ 九州ツアーの動向
- ・インセンティブ需要として利用しやすい。
 - ・航空券価格が比較的安価。
 - ・KOL発信の影響もあり利用者数は増加傾向。
 - ・倉岳神社と海鮮蔵を組み合わせる形が現実的。
 - ・阿蘇で1泊するケースが多い。（湯布院より価格が安い。）
 - ・阿蘇拠点のため天草は距離的に組み込みにくい。
- 長崎：
- ・長崎県内で完結しやすい（水族館、ハウステンボス等）

NEXT STEP

阿蘇宿泊ツアーに組み込み可能な「天草半日～1日モデルコース（倉岳神社＋海鮮蔵＋景観スポット）」を具体化し、台湾市場向け商品として再提案する。あわせて映画ロケ地や山上の鳥居など景観訴求を強めた資料を整備し、スタートラベルと商品造成の可能性を協議する。

1. 事業実施の背景

本年度の事業を通じて、台湾市場において天草の認知はまだ十分とは言えず、まずは認知向上と個人旅行者の誘客を進める段階にあることが明らかになった。イルカウォッチングや潜伏キリシタン関連の文化、さらに台湾イベントや旅行会社訪問を通じて紹介した倉岳神社の景観は高い評価を得た。一方で「アクセスがやや不便」「神社以外に周辺でどのように過ごせるのか分かりにくい」といった声もあり、天草での滞在イメージを具体的に提示する情報整備が必要である。

今年度の取り組み

Research



PR (EVENT・SNS)



AGENT SALES



評価された資源

倉岳神社の景観



イルカウォッチング



潜伏キリシタン文化



課題点

認知不足

アクセスの不安

滞在イメージの欠如

情報整備が必要！

2. ターゲット設定とヒアリング結果

今年度実施した台湾イベントや国内イベントの参加者からの生の声として、**台北および新竹県の半導体関連企業に勤務する高所得層が有望なターゲット**の一つであることが見えてきた。これらの層は都市生活の中で自然や文化に触れる体験を求める傾向が強く、食文化やクラフト、信仰文化など**知的好奇心を満たすテーマ性のある旅行への関心が高い**。また団体旅行よりも、**個人旅行や少人数グループでの深い旅を好む傾向**があり、天草の自然、食、信仰文化、地域文化などの資源と親和性が高いと考えられる。

